

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية - قسنطينة -

كلية الشريعة و الاقتصاد
قسم الاقتصاد و الإدارة

الرقم التسلسلي:
رقم التسجيل:



دور البنوك الإسلامية في تمويل القطاع السياحي كبديل للبنوك التقليدية

أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه علوم في الاقتصاد و الإدارة
تخصص: بنوك إسلامية

إشراف الأستاذ الدكتور:
السعيد دراجي

إعداد الطالبة:
مريم شطبي محمود

لجنة المناقشة

الاسم و اللقب	الرتبة	الجامعة الأصلية	الصفة
أ.د/ كمال لدرع	أستاذ التعليم العالي	جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية - قسنطينة -	رئيسا
أ.د / السعيد دراجي	أستاذ التعليم العالي	جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية - قسنطينة -	مشرفا و مقررا
د / حسبية سميرة	أستاذ محاضر أ	جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية - قسنطينة -	عضوا
أ.د / محمود سحنون	أستاذ التعليم العالي	جامعة عبد الحميد مهري - قسنطينة 2 -	عضوا
أ.د / رشيد درغال	أستاذ التعليم العالي	جامعة الحاج لخضر - باتنة 1 -	عضوا
د / ميلود زنكري	أستاذ محاضر أ	جامعة محمد البشير الإبراهيمي - برج بوعرييج -	عضوا

السنة الجامعية: 1440 هـ - 1441 هـ / 2019 م - 2020 م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قال الله عز و جل في كتابه العزيز:

﴿يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ
وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ
بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ﴾

صدق الله العظيم

سورة المجادلة - الآية: 11

يقول القاضي الفاضل ابن البيساني في جواب له
على رسالة العماد الأصفهاني:

إِنِّي رَأَيْتُ أَنَّهُ مَا كَتَبَ أَحَدُهُمْ فِي يَوْمِهِ كِتَابًا إِلَّا
قَالَ فِي غَدِهِ:

« لَوْ غَيْرَ هَذَا لَكَانَ أَحْسَنُ، وَ لَوْ زِيدَ ذَاكَ
لَكَانَ يُسْتَحْسَنُ، وَ لَوْ قُدِّمَ هَذَا لَكَانَ أَفْضَلُ،
وَ لَوْ تُرِكَ ذَاكَ لَكَانَ أَجْمَلُ »

وَ هَذَا مِنْ أَعْظَمِ الْعِبَرِ، وَ هُوَ دَلِيلٌ عَلَى اسْتِيْلَاءِ
النُّقْصِ عَلَى جُمْلَةِ الْبَشَرِ

شكر و تقدير

أتقدم بالشكر الكبير و الحمد الكثير إلى " الله عز وجل " الذي وفقني في إنجاز هذا البحث و أعانني على الانتهاء منه و جعلني أتذوق طعم النجاح و بلوغ الدرجات العليا من التعليم، أشكر الرحمان الذي يرزق الإنسان من حيث لا يحتسب.

أتوجه بالشكر و التقدير إلى قدوتي في العلم و المعرفة أستاذي المشرف الأستاذ الدكتور " السعيد دراجي " الذي وافق على الإشراف على أطروحتي رغم كبر مسؤولياته و كثرة التزاماته، و لما قدمه لي من دعم و توجيه في مختلف مراحل هذا البحث حيث لم ييخل علي بعلمه و إرشاداته و نصائحه التي أفادتني كثيرا و لطالما ساعدني في انتهاج السبل المؤدية إلى بر الأمان.

الشكر موصول إلى لجنة المناقشة التي قبلت مناقشة هذه الأطروحة و بذلت مجهودا في قراءتها من خلال استغراق وقت ثمين في ذلك.

كما يشرفني أن أتقدم بالشكر و التقدير و الاحترام إلى كل مسؤولي و عمال جميع المكتبات المتواجدة في جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، و الذين زودونا بالمصادر و المراجع المتوفرة و القيمة، فقد كانوا دائما في الخدمة و في أحسن المستويات سواء على المستوى الأخلاقي أو الوظيفي، و لا أنسى أن أشكر كل أساتذة قسم الاقتصاد و الإدارة.

إهداء

أهدي هذا العمل المتواضع أولاً و قبل أي أحد إلى سندي في الحياة " أمي " التي كانت دائماً و مازالت تدفعني للمضي قدماً نحو الأمام و تغرس روح التفاؤل في جسدي، فلم تترك يوماً إلا و حدثتني عن البحث و عادة ما كانت تذكرني إذا ما نسيت و تعاتبني إذا ما قصرت.

إلى مثلي الأعلى في الحياة " أبي " الذي أخذت من أخلاقه و قيمه فهو من علمني كيفية المثابرة على النجاح و عدم الاستسلام، و لطالما أعانني مادياً و معنوياً و لم يبخل علي بمساعداته المتواصلة التي أثمرت بوجودي في هذه الدرجة.
إلى أختي الوحيدة " نوال " و ابنها الصغير " نزار " .

إلى كل عائلتي و صديقاتي و زملائي و كل من يعرفني و يتمنى لي الخير.

الفهارس و القوائم

الصفحة	المحتويات
	البسمة
	الآية القرآنية الكريمة
	مقولة
	شكر و تقدير
	إهداء
I	الفهارس و القوائم
II	فهرس المحتويات
XV	فهرس الآيات القرآنية الكريمة
XXII	فهرس الأحاديث النبوية الشريفة
XXV	قائمة الجداول
XXVI	قائمة الأشكال
أ - ك	مقدمة
ج	أولاً: إشكالية البحث
ج	التساؤل الرئيسي
د	الأسئلة الفرعية
د	ثانياً: فرضيات البحث
د	ثالثاً: أسباب اختيار الموضوع و أهميته
هـ	رابعاً: أهداف البحث
هـ	خامساً: المنهج المتبع في البحث
و	سادساً: الدراسات السابقة
ي	سابعاً: خطة البحث
62 - 1	الفصل الأول: مفاهيم أساسية حول السياحة
2	تمهيد
3	المبحث الأول: حقيقة السياحة في الإسلام
3	المطلب الأول: ماهية السياحة و أحكامها
3	أولاً: السياحة في اللغة
5	ثانياً: السياحة في المفهوم القديم

6	ثالثا: السياحة في المفهوم الحديث
7	رابعا: وسائل تنظيم قبول السياح الأجانب
9	المطلب الثاني: مفهوم السياحة في الإسلام
10	أولا: السياحة و مفهومها في القرآن الكريم
11	ثانيا: السياحة و مفهومها في السنة النبوية الشريفة
12	ثالثا: خصائص السياحة الناجحة في الإسلام
13	رابعا: مدى رعاية و اهتمام الإسلام بالسائح
14	خامسا: حقوق السائحين غير المسلمين في الإسلام
16	المطلب الثالث: دوافع السياحة في الإسلام
16	أولا: الدافع الدعوي
17	ثانيا: الدافع الديني و المكاني المقدس
21	ثالثا: دافع التفكير و الاعتبار
21	رابعا: الدافع العلمي و الثقافي
22	خامسا: الدافع العلاجي
23	سادسا: الدافع الاجتماعي
24	سابعا: الدافع التجاري
24	ثامنا: الدافع الترويجي
26	المطلب الرابع: أنواع السياحة
26	أولا: السياحة العلمية و الثقافية
27	ثانيا: السياحة الدينية
27	ثالثا: السياحة العلاجية
28	رابعا: السياحة الترفيهية
29	خامسا: سياحة التسوق
29	سادسا: السياحة الرياضية
30	سابعا: سياحة المؤتمرات و الأعمال
31	المبحث الثاني: ضوابط السياحة في ضوء الشريعة الإسلامية
31	المطلب الأول: ضوابط السياحة المتعلقة بالسائح
31	أولا: احسان القصد من السياحة و الالتزام بالأحكام الشرعية عموما

32	ثانيا: المحافظة على أداء العبادات في أوقاتها
32	ثالثا: المحافظة على محاسن الأخلاق أثناء ممارسة النشاط السياحي
32	رابعا: تحمل السائح مسؤوليته في الدعوة إلى الله تعالى و قيامه بها
33	خامسا: اتباع السائح للأنظمة المتعلقة بالسياحة و التي لا تخالف الشرع
33	سادسا: امتناع السائح المسلم عن التشبه بالكفار، و امتناع تشبه الرجال بالنساء و النساء بالرجال أثناء القيام بالنشاط السياحي
34	سابعا: تجنب السائح القيام بالإسراف و التبذير في الإنفاق الذي نهى الله عنهما
35	ثامنا: أن لا يقوم السائح بالتقتير على النفس طيلة السنة أو التضيق عليها بالاقتراض الربوي من أجل السياحة و السفر
35	تاسعا: اكتمال شروط السفر بالنسبة للمرأة السائحة
36	المطلب الثاني: ضوابط السياحة المتعلقة بالزمن
37	أولا: أن تكون السياحة خارج الأوقات المحددة للعبادة
37	ثانيا: عدم تجاوز السياحة حد الإفراط الزمني
38	المطلب الثالث: ضوابط السياحة المتعلقة بالمكان (الموقع السياحي)
38	أولا: أن يكون الموقع السياحي مباحا
39	ثانيا: أن يكون الموقع السياحي مأمون الفتنة على الضرورات الخمس
39	ثالثا: أن يكون الموقع السياحي آمنا
40	المطلب الرابع: ضوابط السياحة المتعلقة بدخول السياح غير المسلمين إلى بلاد المسلمين
42	المبحث الثالث: مقومات السياحة و موقف الشريعة الإسلامية منها
42	المطلب الأول: مقومات السياحة
42	أولا: المقومات الطبيعية
44	ثانيا: المقومات البشرية
44	ثالثا: المقومات المادية و الخدمية
46	رابعا: المقومات الدينية
46	خامسا: المقومات السياسية
48	المطلب الثاني: موقف الشريعة الإسلامية من وسائل الجذب السياحي
48	أولا: الوسائل الطبيعية

48	ثانيا: الوسائل الأثرية
49	ثالثا: الوسائل الدينية
49	المطلب الثالث: متطلبات السياحة الإسلامية
50	المطلب الرابع: دور السياحة من الناحية الشرعية
50	أولا: انتشار العلم الشرعي و العلوم المادية الأخرى
51	ثانيا: انتشار دين الله تعالى
52	ثالثا: ازدهار التجارة
53	المبحث الرابع: الدور التنموي للسياحة
53	المطلب الأول: المساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية
53	أولا: تأثير السياحة على الدخل القومي
55	ثانيا: تأثير السياحة على ميزان المدفوعات
55	ثالثا: تأثير السياحة على القطاعات الاقتصادية الأخرى
56	رابعا: زيادة فرص الاستثمار المحلي و الأجنبي
57	المطلب الثاني: المساهمة في تحقيق التنمية الاجتماعية
57	أولا: توفير فرص العمل و القضاء على البطالة
58	ثانيا: زيادة عدد السكان في المناطق السياحية
59	ثالثا: تحقيق التطور الاجتماعي و التحول الطبقي
59	رابعا: تنمية العمران
60	المطلب الثالث: المساهمة في تحقيق التنمية الثقافية
61	المطلب الرابع: المساهمة في تحقيق التنمية السياسية و العلاقات الدولية
62	خلاصة الفصل الأول
124 - 63	الفصل الثاني: الهياكل الداعمة للقطاع السياحي
64	تمهيد
65	المبحث الأول: المنظمات الدولية المعنية بالقطاع السياحي
65	المطلب الأول: المنظمة العالمية للسياحة (O.M.T)
65	أولا: نشأة المنظمة العالمية للسياحة
66	ثانيا: أهداف المنظمة العالمية للسياحة
67	ثالثا: دور المنظمة العالمية للسياحة

68	المطلب الثاني: المنظمات الدولية الخاصة بالفنادق و المطاعم
68	أولا: الاتحاد الدولي للفنادق و المطاعم
68	ثانيا: المنظمة الدولية للتعليم الفندقى و السياحى
69	ثالثا: الاتحاد الدولي للمنظمات الوطنية للفنادق و المطاعم و أصحاب المقاهى
69	المطلب الثالث: المنظمات الدولية الخاصة بوكالات السياحة و السفر
69	أولا: الاتحاد الدولي لوكالات السياحة و السفر
70	ثانيا: الاتحاد العالمى لوكلاء السفر
70	ثالثا: الجمعية الأمريكية لوكلاء السياحة و السفر
70	المطلب الرابع: المنظمات الدولية الخاصة بالنقل السياحى
70	أولا: المنظمة الدولية للطيران المدنى (I.C.A.O)
71	ثانيا: الاتحاد الدولي للنقل الجوى (I.A.T.A)
74	المبحث الثاني: دور الدولة فى تنشيط القطاع السياحى
74	المطلب الأول: الاستثمار فى البنية التحتية
75	أولا: مفهوم البنية التحتية
76	ثانيا: خصائص مشاريع البنية التحتية
77	ثالثا: أهم خدمات و مشاريع البنية التحتية
78	المطلب الثاني: التخطيط السياحى و ضرورة التنسيق بين القطاع العام و القطاع الخاص
78	أولا: تعريف التخطيط السياحى
79	ثانيا: القواعد الأساسية المتبعة فى التخطيط السياحى و عوامل نجاحه
81	ثالثا: أهمية تضافر جهود القطاعين العام و الخاص فى تحقيق التنمية السياحية
81	المطلب الثالث: وضع التشريعات السياحية
83	أولا: التشريعات السياحية الأساسية
83	ثانيا: التشريعات المتعلقة بالمنشآت السياحية
84	ثالثا: التشريعات السياحية المتعلقة بتنفيذ المشاريع السياحية
84	رابعا: التشريعات المتعلقة بتوفير الأمن السياحى
84	خامسا: التشريعات المتعلقة بتأشيرات الدخول
85	سادسا: التشريعات السياحية المتعلقة بتنظيم السفر جوا، بحرا و برا

85	المطلب الرابع: موسمية التشغيل في القطاع السياحي
88	المبحث الثالث: هياكل القطاع السياحي
88	المطلب الأول: وسائل الإقامة السياحية
88	أولا: الفنادق
96	ثانيا: القرى السياحية
96	ثالثا: المنتجعات السياحية
96	رابعا: المخيمات السياحية
97	خامسا: الشاليهات
97	سادسا: ضوابط عمل المنشآت الفندقية
99	سابعا: الخصائص المميزة لمنشآت الإيواء السياحية و الفندقية
100	المطلب الثاني: المطاعم و المقاهي
101	أولا: تعريف المطعم
101	ثانيا: أنواع المطاعم
104	ثالثا: المقاهي
104	المطلب الثالث: وكالات السياحة و السفر
104	أولا: مفهوم و دور وكالة السياحة و السفر
105	ثانيا: التزامات الوكيل السياحي و السائح
107	المطلب الرابع: النقل السياحي
107	أولا: النقل الجوي
108	ثانيا: النقل البحري
109	ثالثا: النقل البري
111	المبحث الرابع: أهم الخدمات و القطاعات الاقتصادية المكملة للقطاع السياحي
111	المطلب الأول: الارشاد السياحي
111	أولا: تعريف المرشد السياحي
113	ثانيا: التزامات المرشد السياحي
114	المطلب الثاني: الإعلان السياحي
115	أولا: الوسائل المسموعة
115	ثانيا: الوسائل السمعية البصرية

116	ثالثا: الوسائل المكتوبة أو المطبوعة
117	رابعا: الوسائل الحديثة
118	المطلب الثالث: السياحة الإلكترونية
118	أولا: تعريف السياحة الإلكترونية
119	ثانيا: دوافع استخدام السياحة الإلكترونية و أسباب تطورها
120	ثالثا: أهم تطبيقات السياحة الإلكترونية
121	المطلب الرابع: قطاع الصناعات التقليدية و الحرف اليدوية
124	خلاصة الفصل الثاني
196 - 125	الفصل الثالث: آليات تمويل البنوك الإسلامية للقطاع السياحي مقارنة بالبنوك التقليدية
126	تمهيد
127	المبحث الأول: مصادر تمويل القطاع السياحي
127	المطلب الأول: الموارد الذاتية
127	أولا: المدخرات الذاتية
128	ثانيا: الموارد العائلية
128	ثالثا: الأرباح المحتجزة
130	المطلب الثاني: التمويل الحكومي و التمويل الخاص
130	أولا: التمويل الحكومي
133	ثانيا: الشراكة و التنسيق بين القطاعين العام و الخاص في تمويل القطاع السياحي
136	المطلب الثالث: الموارد الأجنبية و التمويل الدولي
136	أولا: الاستثمارات السياحية بواسطة رأس المال الأجنبي الخاص
138	ثانيا: الاستثمارات السياحية بواسطة رأس المال الأجنبي العام
139	المطلب الرابع: محددات اختيار مصادر التمويل للقطاع السياحي
142	المبحث الثاني: أساليب تمويل البنوك التقليدية للقطاع السياحي
142	المطلب الأول: مبادئ التمويل في البنوك التقليدية
142	أولا: طبيعة العمل المصرفي التقليدي
143	ثانيا: سعر الفائدة في البنوك التقليدية
144	ثالثا: مفهوم التمويل في البنوك التقليدية

144	المطلب الثاني: أنواع التمويلات المتاحة للقطاع السياحي في البنوك التقليدية
144	أولا: القروض المصرفية
146	ثانيا: التأجير التمويلي
150	ثالثا: الخدمات المصرفية الموجهة للقطاع السياحي
152	المطلب الثالث: سياسات منح القروض السياحية
152	أولا: تقديم ملف طلب القرض السياحي
153	ثانيا: دراسة و تحليل ملف طلب القرض السياحي
156	ثالثا: اتخاذ قرار الاقراض
156	رابعا: صرف القرض
156	خامسا: متابعة القرض و المشروع السياحي
157	سادسا: تحصيل القرض السياحي
158	المطلب الرابع: مزايا و عيوب تمويل البنوك التقليدية للقطاع السياحي
158	أولا: المزايا
159	ثانيا: العيوب
160	المبحث الثالث: كفاءة البنوك الإسلامية في تمويل القطاع السياحي
160	المطلب الأول: الكفاءة التمويلية المرتبطة بمبادئ التمويل الإسلامي
160	أولا: مفهوم الكفاءة
161	ثانيا: مفهوم التمويل الإسلامي
161	ثالثا: مبادئ التمويل الإسلامي
162	المطلب الثاني: الكفاءة التمويلية المرتبطة بتنوع و تعدد أساليب و صيغ التمويل الإسلامي
163	أولا: أسلوب التمويل بالمشاركة
165	ثانيا: أسلوب التمويل بالبيع
167	ثالثا: أسلوب التمويل بالتأجير
168	رابعا: أسلوب التمويل التكافلي
169	المطلب الثالث: ضوابط تمويل البنوك الإسلامية للمشاريع السياحية
170	أولا: حفظ المال و تنميته من خلال دراسة جدوى المشاريع السياحية
170	ثانيا: مشروعية المشاريع السياحية

171	ثالثا: مراعاة المعايير الاقتصادية و الاجتماعية الحاكمة للتمويل في البنوك الإسلامية
171	رابعا: الالتزام بالمعايير الخاصة بصيغ التمويل الإسلامية
172	المطلب الرابع: كيفية تطبيق الصيغ التمويلية الإسلامية في المشاريع السياحية
172	أولا: التطبيق العملي لصيغة المشاركة
174	ثانيا: التطبيق العملي لصيغة المضاربة
176	ثالثا: التطبيق العملي لصيغة المراجعة
177	رابعا: التطبيق العملي لصيغة السلم
177	خامسا: التطبيق العملي لصيغة الاستصناع
179	سادسا: التطبيق العملي لصيغة الإجارة
180	المبحث الرابع: مؤهلات منافسة البنوك الإسلامية للبنوك التقليدية في تمويل القطاع السياحي و تنميته
180	المطلب الأول: عوامل نجاح البنوك الإسلامية في تمويل القطاع السياحي
180	أولا: تحمل البنوك الإسلامية جزء من المخاطرة في المشاريع السياحية
181	ثانيا: أبعاد و أهداف البنوك الإسلامية في إطار تمويلها للمشاريع السياحية
181	ثالثا: ظهور و انتشار السياحة الإسلامية
182	رابعا: الميزات التي تحققها الصيغ التمويلية الإسلامية في المشاريع السياحية
183	المطلب الثاني: الابتكار المالي كأداة لتعزيز دور البنوك الإسلامية في تمويل القطاع السياحي
183	أولا: مفهوم الابتكار المالي في البنوك الإسلامية
184	ثانيا: ضوابط الابتكار المالي في البنوك الإسلامية
185	ثالثا: مناهج الابتكار المالي في البنوك الإسلامية و عوامل نجاحه
187	رابعا: المنتجات المالية المبتكرة و المطبقة في البنوك الإسلامية
191	خامسا: أهمية الابتكار المالي لرفع كفاءة و مساهمة البنوك الإسلامية في تمويل القطاع السياحي
192	المطلب الثالث: دور البنوك الإسلامية في النهوض بالقطاع السياحي
193	المطلب الرابع: التحديات التي تواجه البنوك الإسلامية عند تمويل القطاع السياحي
194	أولا: خصائص المنشآت السياحية
195	ثانيا: الأزمات التي يمكن أن يتعرض لها القطاع السياحي

196	خلاصة الفصل الثالث
197 - 272	الفصل الرابع: دراسة تجربة تمويل القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية و كيفية الاستفادة منها في الجزائر
198	تمهيد
199	المبحث الأول: واقع السياحة في المملكة العربية السعودية
199	المطلب الأول: مقومات السياحة في المملكة العربية السعودية
199	أولا: المقومات الطبيعية
201	ثانيا: المقومات السياسية
201	ثالثا: البنية التحتية
202	رابعا: المقومات الاجتماعية
202	خامسا: المقومات التاريخية و الأثرية
203	سادسا: المقومات الدينية
203	المطلب الثاني: أهم المدن و المناطق السياحية في المملكة العربية السعودية
203	أولا: المدن السياحية الدينية و أهم معالمها
205	ثانيا: المدن و المناطق السياحية الترفيهية و الأثرية
207	المطلب الثالث: المؤشرات السياحية في المملكة العربية السعودية
207	أولا: الفنادق
209	ثانيا: المطاعم و المقاهي
209	ثالثا: النقل الجوي و البري
210	رابعا: الإنفاق على الرحلات السياحية
211	المطلب الرابع: الآثار الاقتصادية للسياحة في المملكة العربية السعودية
211	أولا: مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي السعودي
212	ثانيا: مساهمة القطاع السياحي في توفير الوظائف
215	المبحث الثاني: أهم الجهات التمويلية للقطاع السياحي في المملكة العربية السعودية
215	المطلب الأول: دعم الهيئة العامة للسياحة و التراث الوطني للقطاع السياحي
215	أولا: الهيكل التنظيمي للسياحة في المملكة العربية السعودية
217	ثانيا: لحة عن تأسيس الهيئة العامة للسياحة و التراث الوطني

218	ثالثا: مهام و مبادرات الهيئة العامة للسياحة و التراث الوطني
221	المطلب الثاني: دور الصناديق الحكومية في تمويل القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية
221	أولا: صندوق المئوية
222	ثانيا: صندوق تنمية الموارد البشرية
223	ثالثا: صندوق التنمية الصناعية السعودي (برنامج كفالة تمويل المنشآت الصغيرة والمتوسطة)
224	رابعا: شركة أوركس السعودية للتأجير التمويلي
225	المطلب الثالث: دور البنوك التقليدية في تمويل المشاريع السياحية - البنك السعودي للتسليف و الادخار نموذجاً -
225	أولا: نبذة عامة عن البنك السعودي للتسليف و الادخار
226	ثانيا: برامج الاقراض في البنك
227	ثالثا: مجالات التعاون بين البنك السعودي للتسليف و الادخار و الهيئة العامة للسياحة و الآثار
229	المطلب الرابع: آلية العمل و انجازات البنك السعودي للتسليف و الادخار
230	أولا: مسارات التمويل
231	ثانيا: إنجازات البنك فيما يخص تمويل المشاريع السياحية
234	المبحث الثالث: تقييم مساهمة البنوك الإسلامية في تمويل المشاريع السياحية في المملكة العربية السعودية - مصرف الراجحي نموذجاً -
234	المطلب الأول: البيانات الأساسية عن مصرف الراجحي
234	أولا: تطور نشاط المصرف و مكائته في السوق المصرفي السعودي
237	ثانيا: الأنشطة الرئيسية للمصرف
238	المطلب الثاني: المنتجات الإسلامية المتاحة لتمويل المشاريع السياحية في مصرف الراجحي
239	أولا: البيع لأجل
239	ثانيا: المراجعة
239	ثالثا: المشاركة
239	رابعا: الاستصناع
240	خامسا: الإجارة موصوفة الذمة

240	سادسا: منتج إيراد
241	سابعا: منتج تمويل السيارات لصالح الفنادق و المطاعم
241	ثامنا: منتج تمويل نقاط البيع
242	المطلب الثالث: برنامج كفالة لتمويل المشاريع السياحية في مصرف الراجحي
242	أولا: اتفاقية التعاون بين مصرف الراجحي و برنامج كفالة
243	ثانيا: آلية تمويل مصرف الراجحي للمشاريع السياحية بضمان برنامج كفالة
247	المطلب الرابع: إنجازات مصرف الراجحي فيما يخص تمويل و دعم القطاع السياحي
247	أولا: احصاءات حول تمويل مصرف الراجحي للمنشآت الصغيرة و المتوسطة
249	ثانيا: واقع تمويل مصرف الراجحي لشركة مجموعة عبد المحسن الحكير للسياحة و التنمية
251	ثالثا: نجاح مصرف الراجحي في استرجاع قيمة التمويل الممنوح لشركة الأندلس العقارية
253	رابعا: الشراكة الإستراتيجية بين مصرف الراجحي و شركة المسافر لدعم القطاع السياحي
254	خامسا: ارتباط شركة فرسان للسفر و السياحة بمصرف الراجحي
254	سادسا: اطلاق مصرف الراجحي بطاقة فيزا باسم " الراجحي الفرسان "
255	المبحث الرابع: واقع القطاع السياحي في الجزائر و كيفية الاستفادة من التجربة السعودية في تمويل المشاريع السياحية
255	المطلب الأول: السياحة في الجزائر بين المؤهلات و المعوقات
256	أولا: المقومات الطبيعية، التاريخية و الثقافية للجذب السياحي في الجزائر
257	ثانيا: المقومات المادية
258	ثالثا: معوقات القطاع السياحي في الجزائر
259	المطلب الثاني: السياسة التمويلية للقطاع السياحي في الجزائر
259	أولا: سياسة تمويل المخططات في ظل مرحلة الاتجاه الاشتراكي (1967- 1989) م
262	ثانيا: السياسة التمويلية الجديدة خلال مرحلة اقتصاد السوق (1990- 1999) م
263	ثالثا: مخطط ترقية و تطوير القطاع السياحي (2001- 2010) م
265	رابعا: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لأفاق 2025
266	المطلب الثالث: آفاق تمويل القطاع السياحي في ظل انفتاح الجزائر على الصيرفة الإسلامية

267	أولا: نبذة عن انفتاح الجزائر على الصيرفة الإسلامية
268	ثانيا: مكانة الصيرفة الإسلامية في السوق المصرفي الجزائري
269	ثالثا: الصيغ الإسلامية المقترحة لتمويل القطاع السياحي في الجزائر
270	المطلب الرابع: سبل استفادة الجزائر من التجربة السعودية في تمويل المشاريع السياحية
272	خلاصة الفصل الرابع
277 - 273	خاتمة
274	أولا: النتائج و اختبار الفرضيات
276	ثانيا: التوصيات
277	ثالثا: آفاق البحث
299 - 278	المصادر و المراجع
303 - 300	الملخص
301	باللغة العربية
302	باللغة الفرنسية
303	باللغة الإنجليزية

الرقم	نص الآية	رقم الآية	السورة	الصفحة
01	﴿ يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ﴾	13	الحجرات	3
02	﴿ أَفَلَمْ يَسِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَتَكُونُوا هُمْ قُلُوبٌ يَغْفُلُونَ بِهَا أَوْ آدَانٌ يَسْمَعُونَ بِهَا فَإِنَّهَا لَا تَعْمَى الْأَبْصَارُ وَ لَكِنْ تَعْمَى الْقُلُوبُ الَّتِي فِي الصُّدُورِ ﴾	46	الحج	4
03	﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ ﴾	1	المائدة	7
04	﴿ قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُوا إِلَى اللَّهِ عَلَىٰ بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي وَ سُبْحَانَ اللَّهِ وَ مَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ ﴾	108	يوسف	9
05	﴿ فَسِيحُوا فِي الْأَرْضِ أَرْبَعَةَ أَشْهُرٍ وَ اعْلَمُوا أَنَّكُمْ غَيْرُ مُعْجِزِي اللَّهِ وَ أَنَّ اللَّهَ مُخْزِي الْكَافِرِينَ ﴾	2	التوبة	10
06	﴿ التَّائِبُونَ الْعَابِدُونَ الْحَامِدُونَ السَّائِحُونَ الرَّاكِعُونَ السَّاجِدُونَ الْأَمْرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَ النََّاهُونَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَ الْحَافِظُونَ لِحُدُودِ اللَّهِ وَ بَشِّرِ الْمُؤْمِنِينَ ﴾	112	التوبة	10 و 17
07	﴿ عَسَىٰ رَبُّهُ إِنْ طَلَّقَكُنَّ أَنْ يُبَدِّلَهُ أَزْوَاجًا خَيْرًا مِنْكَ مُسْلِمَاتٍ مُؤْمِنَاتٍ قَانِتَاتٍ تَائِبَاتٍ عَابِدَاتٍ سَائِحَاتٍ ثَيِّبَاتٍ وَ أَبْكَارًا ﴾	5	التحریم	10
08	﴿ قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ بَدَأَ الْخَلْقَ ثُمَّ اللَّهُ يُنشِئُ النَّشْأَةَ الْآخِرَةَ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ﴾	20	العنكبوت	10

12	الفرقان	52	﴿ فَلَا تُطِيعِ الْكَافِرِينَ وَ الْمُنَافِقِينَ وَ جَاهِدُهُمْ بِهِ جِهَادًا كَبِيرًا ﴾	09
13	البقرة	177	﴿ لَيْسَ الْبِرَّ أَنْ تُولُوا وَجْهَكُمْ قِبَلَ الْمَشْرِقِ وَ الْمَغْرِبِ وَ لَكِنَّ الْبِرَّ مَنْ أَمَنَ بِاللَّهِ وَ الْيَوْمِ الْآخِرِ وَ الْمَلَائِكَةِ وَ الْكِتَابِ وَ النَّبِيِّينَ وَ آتَى الْمَالَ عَلَى حُبِّهِ ذَوِي الْقُرْبَى وَ الْيَتَامَى وَ الْمَسَاكِينَ وَ ابْنَ السَّبِيلِ وَ السَّائِلِينَ وَ فِي الرِّقَابِ وَ أَقَامَ الصَّلَاةَ وَ آتَى الزَّكَاةَ وَ الْمُؤْفُونَ بِعَهْدِهِمْ إِذَا عَاهَدُوا وَ الصَّابِرِينَ فِي الْبَأْسَاءِ وَ الضَّرَّاءِ وَ حِينَ الْبَأْسِ أُولَئِكَ الَّذِينَ صَدَقُوا وَ أُولَئِكَ هُمُ الْمُتَّقُونَ ﴾	10
14	البقرة	215	﴿ يَسْأَلُونَكَ مَاذَا يُنْفِقُونَ قُلْ مَا أَنْفَقْتُمْ مِنْ خَيْرٍ فَلِلْوَالِدَيْنِ وَ الْأَقْرَبِينَ وَ الْيَتَامَى وَ ابْنِ السَّبِيلِ وَ مَا تَفَعَّلُوا مِنْ خَيْرٍ فَإِنَّ اللَّهَ بِهِ عَلِيمٌ ﴾	11
14	النساء	36	﴿ وَ اعْبُدُوا اللَّهَ وَ لَا تُشْرِكُوا بِهِ شَيْئًا وَ بِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَ بِذِي الْقُرْبَى وَ الْجَارِ الْجُنُبِ وَ الصَّاحِبِ بِالْجَنْبِ وَ ابْنِ السَّبِيلِ وَ مَا مَلَكَتْ أَيْمَانُكُمْ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ مَنْ كَانَ مُخْتَالًا فَخُورًا ﴾	12
14	الأنفال	41	﴿ وَ اعْلَمُوا أَنَّمَا غَنِمْتُمْ مِنْ شَيْءٍ فَإِنَّ لِلَّهِ خُمُسَهُ وَ لِلرَّسُولِ وَ لِذِي الْقُرْبَى وَ الْيَتَامَى وَ الْمَسَاكِينِ وَ ابْنِ السَّبِيلِ إِنْ كُنْتُمْ أَمْتُمْ بِاللَّهِ وَ مَا أَنْزَلْنَا عَلَى عَبْدِنَا يَوْمَ الْقُرْآنِ يَوْمَ التَّقَى الْجَمْعَانِ وَ اللَّهُ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ﴾	13
14	التوبة	60	﴿ إِنَّمَا الصَّدَقَاتُ لِلْفُقَرَاءِ وَ الْمَسْكِينِ وَ الْعَامِلِينَ عَلَيْهَا وَ الْمُؤَلَّفَةِ قُلُوبُهُمْ وَ فِي الرِّقَابِ وَ الْعَارِمِينَ وَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَ ابْنِ السَّبِيلِ فَرِيضَةً مِنَ اللَّهِ وَ اللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ ﴾	14
14	الإسراء	26	﴿ وَ آتِ ذَا الْقُرْبَى حَقَّهُ وَ الْمِسْكِينَ وَ ابْنَ السَّبِيلِ وَ لَا تُبَدِّرْ بَدْرًا ﴾	15
14	الروم	38	﴿ فَآتِ ذَا الْقُرْبَى حَقَّهُ وَ الْمِسْكِينَ وَ ابْنَ السَّبِيلِ ذَلِكَ خَيْرٌ لِلَّذِينَ يُرِيدُونَ وَجْهَ اللَّهِ وَ أُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴾	16

14	الحشر	7	﴿ مَا أَفَاءَ اللَّهُ عَلَى رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرَى فَلِلَّهِ وَ لِلرَّسُولِ وَ لِذِي الْقُرْبَى وَ الْيَتَامَى وَ الْمَسَاكِينِ وَ ابْنِ السَّبِيلِ كَيْ لَا تَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ وَ مَا آتَاكُمْ الرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَ مَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا وَ اتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴾	17
15	المتحنه	8	﴿ لَا يَنْهَأكُمْ اللَّهُ عَنِ الَّذِينَ لَمْ يُقَاتِلُوكُمْ فِي الدِّينِ وَ لَمْ يُخْرِجُوكُمْ مِنْ دِيَارِكُمْ أَنْ تَبَرُّوهُمْ وَ تُقْسِطُوا إِلَيْهِمْ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُقْسِطِينَ ﴾	18
15	البقرة	256	﴿ لَا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ قَدْ تَبَيَّنَ الرُّشْدُ مِنَ الْغَيِّ ﴾	19
16	الفرقان	1	﴿ تَبَارَكَ الَّذِي نَزَّلَ الْفُرْقَانَ عَلَى عَبْدِهِ لِيَكُونَ لِلْعَالَمِينَ نَذِيرًا ﴾	20
16	النحل	125	﴿ اذْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَ الْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَ جَادِهِمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ظَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَ هُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴾	21
16	فصلت	33	﴿ وَ مَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَ عَمِلَ صَالِحًا وَ قَالَ إِنِّي مِنَ الْمُسْلِمِينَ ﴾	22
18	آل عمران	96	﴿ إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي بِبَكَّةَ مُبَارَكًا وَ هُدًى لِّلْعَالَمِينَ ﴾	23
19	التوبة	28	﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْمُشْرِكُونَ نَجَسٌ فَلَا يَقْرَبُوا الْمَسْجِدَ الْحَرَامَ بَعْدَ عَامِهِمْ هَذَا وَ إِنْ خِفْتُمْ عَيْلَةً فَسَوْفَ يُعِينِكُمْ اللَّهُ مِنْ فَضْلِهِ إِنْ شَاءَ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ حَكِيمٌ ﴾	24
20	الإسراء	1	﴿ سُبْحَانَ الَّذِي أَسْرَى بِعَبْدِهِ لَيْلًا مِنَ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ إِلَى الْمَسْجِدِ الْأَقْصَى الَّذِي بَارَكْنَا حَوْلَهُ لِنُرِيَهُ مِنْ آيَاتِنَا إِنَّهُ هُوَ السَّمِيعُ الْبَصِيرُ ﴾	25
21	آل عمران	137	﴿ قَدْ خَلَتْ مِنْ قَبْلِكُمْ سُنَنٌ فَسِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْمُكذِّبِينَ ﴾	26

21	التوبة	122	﴿ وَ مَا كَانَ الْمُؤْمِنُونَ لِيَنْفُرُوا كَافَّةً فَلَوْلَا نَفَرَ مِنْ كُلِّ فِرْقَةٍ مِنْهُمْ طَائِفَةٌ لِيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ وَ لِيُنذِرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ ﴾	27
22	الأنبياء	30	﴿ أَوْ لَمْ يَرَ الَّذِينَ كَفَرُوا أَنَّ السَّمَوَاتِ وَ الْأَرْضَ كَانَتَا رَتْقًا فَفَتَقْنَاهُمَا وَ جَعَلْنَا مِنَ الْمَاءِ كُلَّ شَيْءٍ حَيٍّ أَفَلَا يُؤْمِنُونَ ﴾	28
22	ص	42	﴿ ارْكَضْ بِرِجْلِكَ هَذَا مُعْتَسِلٌ بَارِدٌ وَ شَرَابٌ ﴾	29
23	الحجرات	13	﴿ يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَ أَنْثَى وَ جَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَ قَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ﴾	30
24	البقرة	198	﴿ لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِنْ رَبِّكُمْ ﴾	31
25	الأنفال	60	﴿ وَ أَعِدُوا لَهُمْ مَا اسْتَطَعْتُمْ مِنْ قُوَّةٍ وَ مِنْ رِبَاطِ الْحَيْلِ تُرْهِبُونَ بِهِ عَدُوَّ اللَّهِ وَ عَدُوَّكُمْ وَ آخِرِينَ مِنْ دُونِهِمْ لَا تَعْلَمُونَهُمُ اللَّهُ يَعْلَمُهُمْ وَ مَا تُنْفِقُوا مِنْ شَيْءٍ فِي سَبِيلِ اللَّهِ يُوَفَّ إِلَيْكُمْ وَ أَنْتُمْ لَا تُظْلَمُونَ ﴾	32
32	الأنعام	68	﴿ وَ إِذَا رَأَيْتَ الَّذِينَ يَخُوضُونَ فِي آيَاتِنَا فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ حَتَّى يَخُوضُوا فِي حَدِيثٍ غَيْرِهِ وَ إِمَّا يُنْسِيَنَّكَ الشَّيْطَانُ فَلَا تَقْعُدْ بَعْدَ الذِّكْرِى مَعَ الْقَوْمِ الظَّالِمِينَ ﴾	33
32	النحل	125	﴿ أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَ الْمُوعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَ جَادِهِمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَ هُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴾	34
32	آل عمران	104	﴿ وَ لَتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَ يَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَ يَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَ أُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴾	35
33	النساء	59	﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَطِيعُوا اللَّهَ وَ أَطِيعُوا الرَّسُولَ وَ أُولِي الْأَمْرِ مِنْكُمْ فَإِنْ تَنَازَعْتُمْ فِي شَيْءٍ فَرُدُّوهُ إِلَى اللَّهِ وَ الرَّسُولِ إِنْ كُنْتُمْ تُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَ الْيَوْمِ الْآخِرِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَ أَحْسَنُ تَأْوِيلًا ﴾	36
34	الإسراء	29	﴿ وَ لَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَى عُنُقِكَ وَ لَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا مَحْسُورًا ﴾	37

34	الأنعام	141	﴿ وَ لَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ ﴾	38
34	الأعراف	31	﴿ يَبْنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَ كُلُوا وَ اشْرَبُوا وَ لَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ ﴾	39
34	الإسراء	26 و 27	﴿ وَ آتِ ذَا الْقُرْبَى حَقَّهُ وَ الْمِسْكِينَ وَ ابْنَ السَّبِيلِ وَ لَا تُبَدِّرْ وَ لَا تُبَدِّرْ، إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ وَ كَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ﴾	40
35	غافر	34	﴿ كَذَلِكَ يُضِلُّ اللَّهُ مَنْ هُوَ مُسْرِفٌ مُرْتَابٌ ﴾	41
37	البقرة	197	﴿ الْحُجُّ أَشْهُرٌ مَعْلُومَاتٌ فَمَنْ فَرَضَ فِيهِنَّ الْحُجَّ فَلَا رَفْتٌ وَ لَا فُسُوقٌ وَ لَا جِدَالَ فِي الْحُجِّ ﴾	42
37	النساء	103	﴿ إِنَّ الصَّلَاةَ كَانَتْ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ كِتَابًا مَوْفُوتًا ﴾	43
37	الفرقان	62	﴿ وَ هُوَ الَّذِي جَعَلَ اللَّيْلَ وَ النَّهَارَ خِلْفَةً لِمَنْ أَرَادَ أَنْ يَذْكُرَ أَوْ أَرَادَ شُكُورًا ﴾	44
39	العنكبوت	56	﴿ يَا عِبَادِيَ الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّ أَرْضِي وَاسِعَةٌ فَإِيَّايَ فَاعْبُدُونِ ﴾	45
39	البقرة	195	﴿ وَ لَا تُلْفُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ وَ أَحْسِنُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ ﴾	46
39	سبأ	18	﴿ وَ جَعَلْنَا بَيْنَهُمْ وَ بَيْنَ الْقُرَى الَّتِي بَارَكْنَا فِيهَا قُرى ظَاهِرَةً وَ قَدَرْنَا فِيهَا السَّيْرَ سِيرُوا فِيهَا لِيَالِي وَ أَيَّامًا آمِنِينَ ﴾	47
41	التوبة	12	﴿ وَ إِنْ نَكُنُوا أَيْمَانَهُمْ مِنْ بَعْدِ عَهْدِهِمْ وَ طَعَنُوا فِي دِينِكُمْ فَقَاتِلُوا أُمَّةَ الْكُفْرِ إِنَّهُمْ لَا أَيْمَانَ لَهُمْ لَعَلَّهُمْ يَنْتَهُونَ ﴾	48
48	التوبة	28	﴿ وَ إِنْ خِفْتُمْ عَيْلَةً فَسَوْفَ يُغْنِيكُمُ اللَّهُ مِنْ فَضْلِهِ إِنْ شَاءَ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ حَكِيمٌ ﴾	49
50	المائدة	88	﴿ وَ كُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَ اتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ ﴾	50

50	المائدة	3	﴿ حُرِّمَتْ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةُ وَالدَّمُ وَحُمُ الْخِنْزِيرِ وَمَا أُهْلِيَ لِعَیْرِ اللَّهِ بِهِ وَ الْمُنْخَنِقَةُ وَ الْمُوقُودَةُ وَ الْمَتْرَدِيَةُ وَ النَّطِيحَةُ وَ مَا أَكَلَ السَّبْعُ إِلَّا مَا ذَكَّيْتُمْ وَ مَا ذُبِحَ عَلَى النُّصُبِ ﴾	51
50	الجمعة	2	﴿ هُوَ الَّذِي بَعَثَ فِي الْأُمِّيِّينَ رَسُولًا مِنْهُمْ يَتْلُوا عَلَيْهِمْ آيَاتِهِ وَ يُرَكِّبُهُمْ وَ يُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَ الْحِكْمَةَ وَ إِنْ كَانُوا مِنْ قَبْلُ لَفِي ضَلَالٍ مُبِينٍ ﴾	52
50	العلق	5 - 1	﴿ إِفْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ، خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ، إِفْرَأْ وَ رَبُّكَ الْأَكْرَمُ، الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ، عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ ﴾	53
51	الكهف	66	﴿ قَالَ لَهُ مُوسَى هَلْ أَتَّبِعُكَ عَلَى أَنْ تُعَلِّمَني مِمَّا عَلَّمْتَ رُشْدًا ﴾	54
51	سبأ	28	﴿ وَ مَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِلنَّاسِ بَشِيرًا وَ نَذِيرًا وَ لَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ ﴾	55
51	آل عمران	85	﴿ وَ مَنْ يَبْتَغِ غَيْرَ الْإِسْلَامِ دِينًا فَلَنْ يُقْبَلَ مِنْهُ وَ هُوَ فِي الْآخِرَةِ مِنَ الْخَاسِرِينَ ﴾	56
52	الملك	15	﴿ هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَ كُلُوا مِنْ رِزْقِهِ وَ إِلَيْهِ النُّشُورُ ﴾	57
24 و 52	قريش	4 - 1	﴿ لِإِيلَافِ قُرَيْشٍ، إِإِيفِهِمْ رِحْلَةَ الشِّتَاءِ وَ الصَّيْفِ، فَلْيَعْبُدُوا رَبَّ هَذَا الْبَيْتِ، الَّذِي أَطْعَمَهُمْ مِنْ جُوعٍ وَ أَمَنَهُمْ مِنْ خَوْفٍ ﴾	58
163	النساء	12	﴿ فَإِنْ كَانُوا أَكْثَرَ مِنْ ذَلِكَ فَهُمْ شُرَكَاءُ ﴾	59
163	ص	24	﴿ وَ إِنَّ كَثِيرًا مِنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي بَعْضُهُمْ عَلَى بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ ءَامَنُوا وَ عَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَ قَلِيلٌ مَا هُمْ ﴾	60
164	المزمل	20	﴿ وَ ءَاخِرُونَ يَضْرِبُونَ فِي الْأَرْضِ يَبْتَغُونَ مِنْ فَضْلِ اللَّهِ ﴾	61
165	البقرة	275	﴿ وَ أَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَ حَرَّمَ الرِّبَا ﴾	62

166	الزخرف	32	﴿ أَهْمُ يَفْسِمُونَ رَحْمَةَ رَبِّكَ نَحْنُ قَسَمْنَا بَيْنَهُمْ مَعِيشَتَهُمْ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَرَفَعْنَا بَعْضَهُمْ فَوْقَ بَعْضٍ دَرَجَاتٍ لِيَتَّخِذَ بَعْضُهُمْ بَعْضًا سُخْرِيًّا وَرَحْمَةُ رَبِّكَ خَيْرٌ مِّمَّا يَجْمَعُونَ ﴾	63
167	القصص	26	﴿ قَالَتْ إِحْدَاهُمَا يَا أَبَتِ اسْتَجِرْهُ إِنَّ خَيْرَ مَنْ اسْتَجَرْتَ الْقَوِيُّ الْأَمِينُ ﴾	64
167	الطلاق	6	﴿ فَإِنْ أَرْضَعْنَ لَكُمْ فَآتَهُنَّ أُجُورَهُنَّ ﴾	65
168	البقرة	245	﴿ مَنْ ذَا الَّذِي يُقْرِضُ اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا فَيُضَاعِفَهُ لَهُ أَضْعَافًا كَثِيرَةً وَاللَّهُ يَقْبِضُ وَيَبْصُطُ وَإِلَيْهِ تُرْجَعُونَ ﴾	66
168	التغابن	17	﴿ إِنْ تُقْرِضُوا اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا يُضَاعِفْهُ لَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ وَاللَّهُ شَكُورٌ حَلِيمٌ ﴾	67
185	البقرة	286	﴿ لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا ﴾	68
185	الحج	78	﴿ وَ مَا جَعَلَ عَلَيْكُمْ فِي الدِّينِ مِنْ حَرَجٍ ﴾	69

الرقم	الحديث	التخريج	الصفحة
01	« لَا تَزُولُ قَدَمَا ابْنِ آدَمَ يَوْمَ الْقِيَامَةِ مِنْ عِنْدِ رَبِّهِ حَتَّى يُسْأَلَ عَنْ حَمْسٍ، عَنْ عُمْرِهِ فِيمَا أَفْنَاهُ، وَ عَنْ شَبَابِهِ فِيمَا أَبْلَاهُ، وَ مَالِهِ مِنْ أَيْنَ اكْتَسَبَهُ وَ فِيمَا أَنْفَقَهُ، وَ مَاذَا عَمَلَ فِيمَا عَلِمَ »	أخرجه الترمذي في سننه	7
02	« إِنَّ سِيَاحَةَ أُمَّتِي الْجِهَادُ فِي سَبِيلِ اللَّهِ تَعَالَى »	أخرجه أبو داوود في سننه و 17	11
03	« نَعَمْ، عَلَيْهِنَّ جِهَادٌ لَا قِتَالَ فِيهِ: الْحُجُّ وَ الْعُمْرَةُ »	أخرجه ابن ماجه في سننه	12
04	« جَاهِدُوا الْمُشْرِكِينَ بِأَمْوَالِكُمْ وَ أَيْدِيكُمْ وَ أَلْسِنَتِكُمْ »	شرح سنن النسائي	12
05	« السَّائِحُونَ هُمُ الصَّائِمُونَ »	أخرجه ابن جرير في تفسيره	12
06	« سِيَاحَةُ هَذِهِ الْأُمَّةِ الصِّيَامَ »	تفسير القرآن العظيم	12
07	« إِنَّ اللَّهَ مَلَائِكَةٌ سَيَّاحِينَ فِي الْأَرْضِ يُبَلِّغُونِي مِنْ أُمَّتِي السَّلَامَ »	شرح سنن النسائي	12
08	« سَافِرُوا، تَصِحُّوا وَ تَسَلَّمُوا »	أخرجه الطبراني	13
09	« أُمِرْتُ أَنْ أَقَاتِلَ النَّاسَ حَتَّى يَقُولُوا: لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ، فَمَنْ قَالَهَا فَقَدْ عَصَمَ مِنِّي مَالَهُ وَ نَفْسَهُ إِلَّا بِحَقِّهِ، وَ حِسَابُهُ عَلَى اللَّهِ »	أخرجه البخاري في صحيحه	17
10	« وَ إِذَا لَقِيتَ عَدُوَّكَ مِنَ الْمُشْرِكِينَ فَادْعُهُمْ إِلَى ثَلَاثِ خِصَالٍ أَوْ خِلَالٍ فَأَيُّتَهُنَّ مَا أَجَابُوكَ فَاقْبَلْ مِنْهُمْ وَ كُفَّ عَنْهُمْ ثُمَّ ادْعُهُمْ إِلَى الْإِسْلَامِ فَإِنْ أَجَابُوكَ فَاقْبَلْ مِنْهُمْ وَ كُفَّ عَنْهُمْ »	أخرجه مسلم في صحيحه	17
11	« لَا تُشَدُّ الرَّحَالُ إِلَّا إِلَى ثَلَاثَةِ مَسَاجِدَ: الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ وَ مَسْجِدِ الرَّسُولِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَ سَلَّمَ وَ مَسْجِدِ الْأَقْصَى »	أخرجه البخاري في صحيحه	18
12	« مَنْ حَجَّ لِلَّهِ فَلَمْ يَرْفُثْ، وَ لَمْ يَفْسُقْ، رَجَعَ كَيَوْمِ وَلَدَتْهُ أُمُّهُ »	أخرجه البخاري في صحيحه	19
13	« الْعُمْرَةُ إِلَى الْعُمْرَةِ كَفَّارَةٌ لِمَا بَيْنَهُمَا، وَ الْحُجُّ الْمَبْرُورُ لَيْسَ لَهُ جَزَاءٌ إِلَّا الْجَنَّةُ »	أخرجه البخاري في صحيحه	19

19	أخرجه البخاري في صحيحه	« صَلَاةٌ فِي مَسْجِدِي هَذَا خَيْرٌ مِنْ أَلْفِ صَلَاةٍ فِيَمَا سِوَاهُ، إِلَّا الْمَسْجِدَ الْحَرَامَ »	14
20	أخرجه ابن ماجه في سننه	« مَنْ تَطَهَّرَ فِي بَيْتِهِ، ثُمَّ أَتَى مَسْجِدَ قُبَاءٍ، فَصَلَّى فِيهِ صَلَاةً، كَانَ لَهُ كَأَجْرِ عُمْرَةٍ »	15
21	أخرجه مسلم في صحيحه	« وَ مَنْ سَلَكَ طَرِيقًا يَلْتَمِسُ فِيهِ عِلْمًا سَهَّلَ اللَّهُ لَهُ بِهِ طَرِيقًا إِلَى الْجَنَّةِ »	16
21	أخرجه الترمذي في سننه	« مَنْ خَرَجَ فِي طَلَبِ الْعِلْمِ فَهُوَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ حَتَّى يَرْجِعَ »	17
22	أخرجه البخاري في صحيحه	« مَا أَنْزَلَ اللَّهُ دَاءً إِلَّا أَنْزَلَ لَهُ شِفَاءً »	18
23	مالك بن أنس في الموطأ	« قَالَ اللَّهُ تَبَارَكَ وَ تَعَالَى: وَجَبَتْ مَحَبَّتِي لِلْمُتَحَابِّينَ فِيَّ، وَ الْمُتَحَالِسِينَ فِيَّ، وَ الْمُتَزَاوِرِينَ فِيَّ، وَ الْمُتَبَادِلِينَ فِيَّ »	19
24	أخرجه البخاري في صحيحه	« لَقَدْ رَأَيْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَ سَلَّمَ يَوْمًا عَلَى بَابِ حُجْرَتِي وَ الْحَبَشَةُ يَلْعُبُونَ فِي الْمَسْجِدِ، وَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَ سَلَّمَ يَسْتُرُنِي بِرِدَائِهِ، أَنْظُرُ إِلَى لَعِبِهِمْ »	20
25	أخرجه البخاري في صحيحه	« الْحَيْلُ مَعْفُودٌ فِي نَوَاصِيهَا الْحَيْرُ إِلَى يَوْمِ الْقِيَامَةِ: الْأَجْرُ وَ الْمَعْنَمُ »	21
33	أخرجه البخاري في صحيحه	« السَّمْعُ وَ الطَّاعَةُ عَلَى الْمَرْءِ الْمُسْلِمِ فِيَمَا أَحَبَّ وَ كَرِهَ، مَا لَمْ يُؤْمَرْ بِمَعْصِيَةٍ، فَإِذَا أُمِرَ بِمَعْصِيَةٍ فَلَا سَمْعَ وَ لَا طَاعَةَ »	22
33	أخرجه أبو داود في سننه	« مَنْ تَشَبَّهَ بِقَوْمٍ فَهُوَ مِنْهُمْ »	23
34	أخرجه أبو داود في سننه	« لَعَنَّ اللَّهُ الْمُتَشَبِّهَاتِ مِنَ النِّسَاءِ بِالرِّجَالِ، وَ الْمُتَشَبِّهِينَ مِنَ الرِّجَالِ بِالنِّسَاءِ »	24
36	أخرجه البخاري في صحيحه	« لَا تُسَافِرِ الْمَرْأَةُ يَوْمَيْنِ إِلَّا مَعَهَا زَوْجُهَا أَوْ ذُو مَحْرَمٍ »	25
36	أخرجه البخاري في صحيحه	« مَا تَرَكْتُ بَعْدِي فِتْنَةً أَضَرَّ عَلَى الرِّجَالِ مِنَ النِّسَاءِ »	26

37	أخرجه البخاري في صحيحه	« نِعْمَتَانِ مَعْبُودٌ فِيهِمَا كَثِيرٌ مِنَ النَّاسِ: الصَّحَّةُ وَ الْفَرَاغُ »	27
37	النيسابوري في المستدرک علی الصحيحين	« اعْتَنِمِ حَمْسًا قَبْلَ حَمْسِ شَبَابِكَ قَبْلَ هَرَمِكَ، وَ صِحَّتِكَ قَبْلَ سَمِّكَ، وَ غِنَاكَ قَبْلَ فَقْرِكَ، وَ فَرَاغَكَ قَبْلَ شُغْلِكَ، وَ حَيَاتِكَ قَبْلَ مَوْتِكَ »	28
49	أخرجه البخاري في صحيحه	« لَا تُشَدُّ الرَّحَالُ إِلَّا إِلَى ثَلَاثَةِ مَسَاجِدَ: الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ، وَ الْمَسْجِدِ الرَّسُولِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَ سَلَّمَ، وَ الْمَسْجِدِ الْأَقْصَى »	29
50	أخرجه البخاري في صحيحه	« إِنَّا أُمَّةٌ أُمِّيَّةٌ، لَا نَكْتُبُ وَ لَا نَحْسِبُ، الشَّهْرُ هَكَذَا وَ هَكَذَا »	30
166	أخرجه البخاري في صحيحه	« مَنْ أَسْلَفَ فِي شَيْءٍ، فَفِي كَيْلٍ مَعْلُومٍ، وَ وَزِنٍ مَعْلُومٍ، إِلَى أَجَلٍ مَعْلُومٍ »	31
167	أخرجه البخاري في صحيحه	« قَالَ اللَّهُ: ثَلَاثَةٌ أَنَا خَصْمُهُمْ يَوْمَ الْقِيَامَةِ: رَجُلٌ أَعْطَى بِي ثُمَّ غَدَرَ، وَ رَجُلٌ بَاعَ حُرًّا فَأَكَلَ ثَمَنَهُ، وَ رَجُلٌ اسْتَأْجَرَ أَجِيرًا فَاسْتَوْفَى مِنْهُ وَ لَمْ يُعْطِ أَجْرَهُ »	32

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
135	أنواع الشراكة بين القطاع العام و الخاص	(1-3)
136	الحاجة إلى الشراكة بين القطاع العام و الخاص في تمويل القطاع السياحي	(2-3)
149	أوجه الاختلاف بين التأجير التشغيلي و التأجير التمويلي	(3-3)
208	عدد منشآت الإيواء السياحي حسب النوع لعام 2017	(1-4)
208	عدد غرف الفنادق للمدن السياحية الرئيسية في المملكة (2015-2017)	(2-4)
210	حجم الإنفاق على الرحلات السياحية خلال الفترة (2014 - 2016)	(3-4)
212	مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي السعودي بالأسعار الثابتة خلال الفترة (2014 - 2016)	(4-4)
213	الوظائف المباشرة في القطاع السياحي خلال الفترة (2014 - 2016)	(5-4)
214	الفرص الوظيفية غير المباشرة المتوقعة في القطاع السياحي	(6-4)
224	الكفالات المعتمدة للنشاط السياحي خلال الفترة (2015 - 2017)	(7-4)
231	نسبة تمويل المشاريع السياحية حسب مسار التميز	(8-4)
231	حجم القروض المقدمة من بنك التسليف و الادخار إلى قطاع الخدمات	(9-4)
232	توزيع المشاريع السياحية التي مولها بنك التسليف و الادخار عام 2011	(10-4)
233	عدد المشاريع السياحية التي مولها بنك التسليف و الادخار	(11-4)
235	تطور نشاط مصرف الراجحي خلال الفترة (2013 - 2017)	(12-4)
238	وصف الأنشطة الرئيسية لمصرف الراجحي خلال سنة 2017	(13-4)
246	المزايا التنافسية لبرنامج كفالة تمويل منشآت القطاع السياحي في مصرف الراجحي	(14-4)
247	البيانات المالية للمنشآت الصغيرة و المتوسطة في مصرف الراجحي	(15-4)
248	الكفالات المعتمدة للمنشآت الصغيرة و المتوسطة في البنوك الإسلامية السعودية خلال سنة 2015 و 2016	(16-4)
251	اتفاقيات التمويل بين مصرف الراجحي و مجموعة الحكير للسياحة و التنمية	(17-4)
252	اتفاقية التمويل بين مصرف الراجحي و شركة الأندلس العقارية	(18-4)
257	ترتيب الجزائر وفقا لمؤشر تنافسية السياحة و السفر (2009 - 2015)	(19-4)
261	الاعتمادات المالية المخصصة للقطاع السياحي ضمن المخططات الوطنية خلال الفترة (1967 - 1989)	(20-4)

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
87	العوامل المؤثرة في الطلب السياحي	(1-2)
112	علاقة المرشد السياحي بالسائح	(2-2)
113	مصادر أخلاقيات مهنة الإرشاد السياحي	(3-2)
134	مقارنة بين التمويل العام و التمويل الخاص	(1-3)
139	أشكال التمويل الدولي المتاحة أمام القطاع السياحي	(2-3)
148	إجراءات عقد التأجير التمويلي	(3-3)
157	مراحل منح القروض السياحية في البنوك التقليدية	(4-3)
169	أساليب التمويل و الصيغ الإسلامية	(5-3)
172	الخطوات العملية لصيغة المشاركة الثابتة في البنوك الإسلامية	(6-3)
175	الخطوات العملية لصيغة المضاربة في البنوك الإسلامية	(7-3)
178	الخطوات العملية لصيغة الاستصناع الموازي في البنوك الإسلامية	(8-3)
214	التوزيع النسبي لعدد الوظائف داخل القطاعات السياحية الفرعية لسنة 2016	(1-4)
216	الهيكل التنظيمي للسياحة في المملكة العربية السعودية	(2-4)
236	الحصة السوقية للبنوك العاملة في المملكة خلال الربع الثاني من سنة 2017	(3-4)
237	الحصة السوقية للبنوك الإسلامية العاملة في المملكة خلال الربع الثاني من سنة 2017	(4-4)
245	خطوات حصول المنشأة السياحية على التمويل من مصرف الراجحي بكفالة البرنامج	(5-4)
249	حجم التمويل الممنوح للمنشآت الصغيرة و المتوسطة بضمان برنامج كفالة حسب جهة التمويل خلال الربع الأول من سنة 2017	(6-4)

مقدمة

يتمثل الدور الأساسي للمؤسسات المصرفية في قيامها بدور الوساطة المالية بين المدخرين و المستثمرين من خلال التوفيق بين وحدات الفائض و وحدات العجز عبر أساليب معينة، تتمثل في الاقتراض و الإقراض بفائدة محددة و معلومة مسبقا، حيث يقوم العمل المصرفي التقليدي أساسا على التعامل بنظام الفائدة. و لما كان من حق المسلمين أن يكون لهم مؤسسات مالية و مصرفية يتعاملون معها على أساس عقيدتهم و دينهم الذي حرم الربا، أنشأت البنوك الإسلامية لتكون بديلا إسلاميا عن البنوك التقليدية و جاءت بآليات تختلف من حيث أساسيات العمل عن سابقتها، و ذلك من خلال بلورة أحكام الشريعة الإسلامية في العمل المصرفي، حيث يقوم العمل المصرفي الإسلامي على أساس المشاركة في الربح و الخسارة المستند على قاعدة الغرم بالغنم، فلا يجيز النظام الإسلامي الكسب دون مخاطرة أي أن الحق في الحصول على الأرباح يكون بقدر تحمل الخسائر، بحيث تقوم البنوك الإسلامية بقبول الودائع على أساس المشاركة في حصص الملكية و يعامل المودعون كما لو كانوا حملة أسهم و ذلك بالاعتماد على صيغة المضاربة، ثم تقوم بتمويل مختلف الأنشطة المتوافقة مع الشريعة الإسلامية و التي تؤدي إلى تحقيق التنمية الاقتصادية و الاجتماعية باستخدام أساليب الاستثمار الإسلامية التي تتمتع بعنصر المسؤولية المشتركة بين البنك و العميل طالب التمويل مثل المشاركة و المرابحة و السلم و الإجارة و غيرها، كما لا يمكن إغفال الدور الفعال للبنوك الإسلامية في تحقيق التكافل الاجتماعي من خلال جمع الزكاة ثم إنفاقها في أوجهها الشرعية المخصصة لها، إضافة إلى تقديم القروض الحسنة و مختلف الخدمات الاجتماعية.

و بالرغم من أن البنوك الإسلامية تعتبر مؤسسات مصرفية حديثة النشأة، باشرت أعمالها في بيئة تسيطر عليها الصيرفة التقليدية إلا أنها استطاعت أن تقدم أعمالها المصرفية المتوافقة مع أحكام الشريعة الإسلامية إلى قطاع عريض من المتعاملين، إذ أحرز العمل المصرفي الإسلامي الذي بدأ متواضعا تقدما ملحوظا خلال فترة قصيرة، و يستدل على ذلك بنمو حجم المعاملات الإسلامية و تميزها بالجدوى و الكفاءة و اتساع نشاطها، كما تمكنت البنوك الإسلامية و بسرعة كبيرة من بناء مؤسساتها و تثبيت دعائمها و التفاعل مع بيئاتها حتى غدت حقيقة فعلية في أسواق المال، و حققت انتشارا واسعا في معظم أقطار العالم.

فبعد أن كان الغرب يتجاهلها صار الآن يسعى إليها لاسيما بعد الأزمة المالية العالمية التي كانت البنوك الإسلامية أقل تأثرا بها، فأصبحت منافسا قويا للبنوك التقليدية في كثير من المجالات الاستثمارية و منها القطاع السياحي الذي يعتبر اليوم أحد أهم القطاعات الاقتصادية و الاجتماعية، و الذي يلعب دورا بارزا في تحقيق التنمية الاقتصادية و الاجتماعية - و هذا ما لا يتعارض مع دوافع و أهداف البنوك الإسلامية - من خلال الدخل الذي يدره من العملات الصعبة، و امتصاص البطالة بتشغيله لعدد كبير من العمالة و خلق فرص عمل جديدة، حيث يعد القطاع السياحي من أكثر القطاعات توظيفا سواء من خلال الوظائف المباشرة في المنشآت المقدمة للخدمات السياحية أو في المنشآت الصغيرة و المتوسطة التي يملكها و يديرها أفراد حرفيون تعد مصدر دخلهم الوحيد.

فالسياحة صناعة متكاملة تتضمن التخطيط و الاستثمار و التشييد و التسويق و الترويج، كما أنها تعتمد على القطاعات الاقتصادية الأخرى خاصة في مجال البنية التحتية للاقتصاد، حيث أن مستوى أداء القطاع السياحي يعتمد بشكل مباشر على زيادة الإنتاجية في القطاعات التي تتصل به و الخدمات التي تتفاعل معه مثل وسائل النقل، و خدمات البريد و الاتصال، و شبكات الكهرباء و المياه، و المرافق العامة و الصحية، و حتى القطاعات المنتجة مثل القطاعين الزراعي و الصناعي بحيث لا يمكن تحقيق التنمية السياحية دون تطوير نشاطات الدعم المرتبطة بها، و علاوة على ذلك فإن القطاع السياحي يقوم بعمل الدعاية للدول، فتصدر مختلف المنتجات و السلع المحلية دون الحاجة إلى مجهود و بالتالي المساهمة الفعالة في تحسين ميزان المدفوعات و جلب الاستثمار اللازم لتطوير الخدمات الأساسية في المناطق المجاورة للمواقع السياحية، و هو ما يعطي حافزا لتنمية القطاعات الأخرى و تشجيع الاستثمارات الأجنبية و بالتالي زيادة الدخل القومي و منه تحقيق التنمية الاقتصادية، كما تساهم السياحة في تحقيق التنمية الاجتماعية من خلال التواصل بين الأمم و الشعوب باعتبارها رسالة حضارية تنقل الثقافات و مختلف المعارف الإنسانية.

أولاً: إشكالية البحث

في ظل الدور الكبير الذي يلعبه القطاع السياحي في تحقيق التنمية على المستوى الاقتصادي و الاجتماعي و الثقافي، و نظراً لاعتباره خياراً إستراتيجياً لتحقيق التنوع الاقتصادي من طرف الكثير من الدول التي تزخر بالمقومات السياحية الطبيعية، و كونه يمثل بديلاً حقيقياً لقطاع المحروقات خاصة في الدول التي تعتمد في إعداد الموازنة العامة على إيرادات النفط الذي تتعرض أسعاره إلى الانخفاض المستمر كما حدث في السنوات الأخيرة، توجّهت الدول إلى الاهتمام بالقطاع السياحي و وضعه على محمل الجد من خلال التخطيط للنهوض بالقطاع السياحي و تقديم الدعم اللازم لتطوير الهياكل السياحية الأساسية خاصة من الجانب التمويلي، فالقطاع السياحي يعاني بالدرجة الأولى من مشكلة التمويل إذ يتمثل الملجأ الأساسي للمشاريع السياحية من أجل الحصول على التمويل في البنوك التقليدية التي تفرض شروطاً لا تتلاءم مع طبيعة و خصوصية القطاع السياحي، مما يتطلب البحث عن حلول تمويلية بديلة في ظل انتشار و تطور الصيرفة الإسلامية و اقتحامها كافة المجالات.

و عليه تتمثل إشكالية البحث في التساؤل الرئيسي التالي:

هل يمكن للتمويل الإسلامي أن يحل محل التمويل التقليدي في القطاع السياحي و يكون بديلاً حقيقياً له من جهة، و إلغاء فكرة أنه مهما اختلف نوع المشروع السياحي إلا أنه يتطلب تمويله من طرف البنوك التقليدية على اعتبار أنها الملجأ الأساسي لتمويل مختلف المشاريع السياحية من جهة أخرى؟

و هذا ما يقودنا إلى طرح التساؤلات الفرعية التالية:

- 1- ما هي حقيقة السياحة؟ و ما هو الموقف الإسلامي منها في ظل التحديات التي تواجه المسلم لما ينطوي عليه من ضرورة تفادي الأمور المحرمة؟
- 2- هل يمكن التأسيس لصناعة سياحية إسلامية؟ و هل هذه السياحة قادرة على المنافسة وسط هذا الكم الهائل من المنتجات السياحية التي يتعارض كثير منها مع أحكام الشريعة الإسلامية؟
- 3- ما مدى ملائمة صيغ و آليات التمويل الإسلامي للمشاريع السياحية و نشاطات الدعم المرتبطة بها؟
- 4- هل يمكن للبنوك الإسلامية في إطار تمويلها للمشاريع السياحية و التي تحتاج إلى التمويل طويل الأجل أن تواجه تحدي تمويل الاستثمارات طويلة الأجل و تتمكن من تعزيز و تحسين نوع الخدمات التمويلية؟
- 5- هل يمكن للبنوك الإسلامية أن تنجح في تمويل المشاريع السياحية رغم طبيعة و خصوصية القطاع السياحي و تساهم في تنميته و تطويره؟

ثانيا: فرضيات البحث

- على ضوء هذه التساؤلات للإشكالية التي نريد معالجتها نقترح بعض الفرضيات إجابة مبدئية عن تلك التساؤلات و التي يحتمل أن تكون صحيحة أو خاطئة:
- الفرضية الأولى:** إن الأخذ بكل وسائل و فنون الابتكار و الإبداع على ألا تتعارض مع أحكام الشريعة الإسلامية يمكن من التأسيس لصناعة سياحية إسلامية.
- الفرضية الثانية:** التمويل الإسلامي هو البديل المناسب لتمويل القطاع السياحي و النهوض به و تنميته.
- الفرضية الثالثة:** يمكن للبنوك الإسلامية أن تمويل المشاريع الصغيرة و المتوسطة التابعة للقطاع السياحي.
- الفرضية الرابعة:** يمكن للبنوك الإسلامية أن تمويل المشاريع السياحية وفق آجال طويلة.

ثالثا: أسباب اختيار الموضوع و أهميته

لقد لجأنا إلى اختيار هذا الموضوع نظرا لأن تجربة البنوك الإسلامية في مجال السياحة مازال متأخرا خاصة في ظل التحديات الكبيرة التي تواجهها هذه البنوك، كون القوانين و الأنظمة الاقتصادية أسست من أجل تدعيم نشاط البنوك التقليدية، فبالرغم من اختلاف و تنوع أساليب التمويل الإسلامي إلا أنها تعتبر حديثة العهد في مجال تمويل المشاريع السياحية، و من المتوقع مستقبلا أن بعض البنوك الإسلامية سوف تقوم بطرح عدد من البرامج و الخطط المتعلقة بدعم و تمويل الهياكل العاملة بالقطاع السياحي.

رابعاً: أهداف البحث

في إطار أهمية هذا البحث فإننا نهدف من خلاله إلى:

- 1- التعرف على مدى استعداد و كفاءة البنوك الإسلامية في استخدام مختلف الصيغ و الآليات الإسلامية من أجل تمويل المشاريع السياحية مقارنة بالبنوك التقليدية.
- 2- معرفة حقيقة السياحة في الإسلام و دوافعها.
- 3- معرفة ضوابط السياحة الإسلامية و إبراز المنتجات السياحية المتوافقة مع أحكام الشريعة الإسلامية.
- 4- تكييف الآليات التمويلية الإسلامية التي تتناسب مع خصوصية و متطلبات القطاع السياحي و كيفية تطبيقها.
- 5- تحديد عوامل نجاح البنوك الإسلامية في تمويل القطاع السياحي و تطويره.
- 6- إبراز و توضيح مختلف العقبات و التحديات التي تواجه البنوك الإسلامية في تمويل المشاريع السياحية.
- 7- إلقاء الضوء على أهم التجارب التطبيقية لقيام البنوك الإسلامية بتقديم التمويل أو الاستثمار في بعض المشاريع السياحية التي تتوافق مع الأنظمة و القوانين و الشريعة الإسلامية، و ذلك في المملكة العربية السعودية و كيفية الاستفادة منها في الجزائر.

خامساً: المنهج المتبع في البحث

تماشياً مع طبيعة الإشكالية المطروحة و من أجل بلوغ الأهداف المنشودة من البحث و حتى نعطي موضوع الدراسة حقه من التحليل و الإحاطة بجميع جوانبه، اعتمدنا على المنهج الوصفي لشرح بعض المفاهيم العامة و الخلفية النظرية، كما تم الاعتماد على المنهج المقارن من أجل المقارنة بين دور و مساهمة كل من البنوك التقليدية و البنوك الإسلامية في تمويل القطاع السياحي، بالإضافة إلى استخدام المنهج التحليلي بغية تحليل كيفية تطبيق مختلف الصيغ الإسلامية في ذلك، إضافة إلى دراسة و تحليل تجربة تمويل القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية من أجل تقييمها و تحديد سبل الاستفادة منها في الجزائر.

سادسا: الدراسات السابقة

رصدنا من خلال الاطلاع و البحث مجموعة من الدراسات و الأبحاث العلمية التي لها علاقة و صلة بموضوع بحثنا، حيث تتمثل أهم الدراسات التي تناولت بعض الجوانب ما يلي:

1- دراسة (سعاد صديقي، 2006 م)¹، بعنوان: " دور البنوك في تمويل المشاريع السياحية دراسة حالة: بنك الجزائر الخارجي - وكالة جيجل - " .

بحثت هذه الدراسة و هي رسالة ماجستير الإطار النظري و المفاهيمي للسياحة و المنشآت السياحية و مختلف أنواعها و ما يمكن أن تحققه للاقتصاد و المجتمع، و قد رصد البحث مصادر التمويل المتاحة أمامها خاصة التمويل الخارجي المتمثل في البنوك التجارية، كما عرضت الدراسة واقع السياحة في الجزائر من خلال إبراز مقوماتها الطبيعية و البشرية ثم المراحل التي مر بها القطاع السياحي في الجزائر منذ الاستقلال، و تم دراسة البيئة الاستثمارية التي تنشط فيها المشاريع السياحية في الجزائر و أهم المشاكل التي تعترضها، و أجرت دراسة خاصة لبنك الجزائر الخارجي - الوكالة 48 - بجيجل و تقييم تجربة هذا البنك في تمويل المشاريع السياحية خلال الفترة 1980 - 2005.

و لقد توصلت الدراسة إلى أنه مهما اختلف نوع المشروع السياحي إلا أنه يتطلب تمويله من طرف البنوك التقليدية.

2- دراسة (إبراهيم خليل بظاظو، 2006 م)²، بعنوان: " تخطيط و تطوير المواقع السياحية في الأردن و تسويقها باستخدام نظام المعلومات الجغرافي " .

اهتمت الدراسة و هي رسالة دكتوراه بالكشف عن مقومات السياحة في الأردن و كيفية تخطيطها و تسويقها باستخدام نظام المعلومات الجغرافي، من خلال بناء قاعدة بيانات جغرافية يمكن من خلالها المساعدة في تخطيط و تسويق المواقع السياحية في الأردن من أجل الوصول إلى استغلال أمثل للمواقع السياحية و تنميتها، و قد جمعت الدراسة بين النظرية و التطبيق لما اشتملت عليه من إطار نظري تناول مفاهيم التخطيط و التسويق السياحي و نظرياتها و التحديات التي تواجهها، و تطبيق عملي ساهم في تصنيف المواقع السياحية داخل الأردن بغرض التعرف على التباين المكاني و الإقليمي للتنمية السياحية، تمهيدا لرسم السياسات التنموية الموجهة للخطة السياحية في الأردن.

¹ سعاد صديقي، دور البنوك في تمويل المشاريع السياحية دراسة حالة: بنك الجزائر الخارجي - وكالة جيجل -، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة قسنطينة، 2006/2005م.

² إبراهيم خليل بظاظو، تخطيط و تطوير المواقع السياحية في الأردن و تسويقها باستخدام نظام المعلومات الجغرافي، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة الأردن، 2006م.

و قد ركزت الدراسة على إمكانية استخدام نظام المعلومات الجغرافي في قضايا التخطيط و التسويق السياحي بصورة علمية، و اقتصرت الدراسة في معالجتها و تحليلها للمواقع السياحية في الأردن على المواقع السياحية التي تتميز بوجود الحركة السياحية و توفر الخدمات و التسهيلات السياحية فيها. توصلت الدراسة إلى أنه يمكن استخدام نظام المعلومات الجغرافي في كل من التخطيط و الإدارة و التسويق السياحي، و أن التخطيط باستخدام نظام المعلومات الجغرافي يتميز بتوفير الوقت و الجهد، حيث يعتمد على الصور الجوية و الفضائية و الخرائط الطبوغرافية بدقة عالية، و يستطيع نظام المعلومات الجغرافي القيام بالعديد من المهام في مجال تسويق المواقع السياحية، إلا أن هذا النظام غير مستخدم في الأردن بسبب عدم الوعي و عدم توفر المعرفة لدى القائمين على التخطيط و التسويق السياحي في الأردن، فضلا عن ضعف الإمكانيات المادية اللازمة لتشغيل هذا النظام من برامج و أدوات و معدات

3- دراسة (بديعة بوعقلين، 2006 م)³، بعنوان: " الاستثمارات السياحية و إشكالية تسويق المنتج السياحي ".

بحثت الدراسة و هي رسالة دكتوراه مفهوم و تطور السياحة مبرزة الاستثمارات السياحية و علاقتها بالتسويق السياحي مع التركيز على العرض و الطلب السياحي، كما قامت بتحليل برنامج التنمية السياحية المستدامة و آفاق تطوير المنتج السياحي الجزائري لآفاق 2013 م. حيث توصلت الدراسة إلى أن تسويق المنتج السياحي الجزائري لابد أن يرافقه إنجاز استثمارات سياحية كبيرة توفر الجزائر من خلالها الهياكل السياحية اللازمة من أجل بعث النشاط السياحي في الجزائر بما يتماشى مع المواصفات العالمية، حتى تكون قادرة على منافسة الوجهات السياحية الأخرى أو المجاورة لها على الأقل.

4- (محمود فوزي شعوي، 2007 م)⁴، بعنوان: " السياحة و الفنادق في الجزائر ".

تناولت الدراسة و هي رسالة دكتوراه تقييم أداء قطاع السياحة و الفنادق في الجزائر من خلال وضع تشخيص له و التطلع على آفاقه، فتم استخدام مجموعة من أدوات القياس الاقتصادية و الإحصائية من أجل معالجة ما هو متاح من البيانات حول مجموعة من المتغيرات المرتبطة بالقطاع السياحي، وقد بينت الدراسة أهمية السياحة و الفنادق في النشاط الاقتصادي، أما في الجانب التطبيقي فقد ركزت على التقدير الإحصائي لدوال العرض السياحي و الطلب السياحي، و كذلك تقدير دوال الإنتاج للمؤسسة الفندقية العمومية، ثم تقدير دوال التميز لها بناء على ثلاثة متغيرات نوعية و هي: مستويات إجمالي صافي الخزينة، رأس المال العامل و الاحتياج من رأس المال العامل، و أخيرا القيام بتشخيص لقطاع الفنادق و المقاهي و المطاعم بالاعتماد على متغيرات حساب الإنتاج و حساب الاستغلال.

³ بديعة بوعقلين، الاستثمارات السياحية و إشكالية تسويق المنتج السياحي، رسالة دكتوراه منشورة، جامعة الجزائر، 2006م.

⁴ محمود فوزي شعوي، السياحة و الفنادق في الجزائر، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة الجزائر، 2007/2006م.

و لقد توصلت الدراسة إلى ضرورة وجود تكامل بين كل من أدوات القياس الاقتصادي و التحليل
العالمي و التحليل المالي، و أن التقلب في الفنادق بمختلف أصنافها يرجع إلى السياسة المتبعة في تصنيف
الفنادق، حيث أن المناطق الحضرية و المناطق البحرية استحوذت على النصيب الأكبر من عدد الأسرة، و قد
سجل المقيمون الجزائريون النسبة الأعلى في عدد الليالي السياحية في الفنادق، كما توصلت الدراسة إلى وجود
تميز لمؤسسات قطاع الفنادق و المقاهي و المطاعم التابعة للقطاع العمومي عن مثيلاتها التابعة للقطاع الخاص
بالنظر إلى متغيرات حساب الإنتاج و حساب الاستغلال مجتمعة تحقق بجودة تصنيف قدرت ب 100 %.

**5- دراسة (فهد بن عيسى عبده زعكان خرمي، 2010 م)⁵، بعنوان: " التنمية السياحية في جزر
فرسان " .**

اهتمت الدراسة و هي رسالة ماجستير بتحليل خصائص السياح و تقييمهم للخدمات المتوفرة و المرافق
السياحية الموجودة في جزر فرسان، إلى جانب تحديد الخدمات التي يحتاجونها للتوصل إلى دور القطاع العام
و الخاص في تنمية الخدمات و المرافق السياحية كي تكون جزر فرسان وجهة سياحية مفضلة لدى السياح
مستقبلا.

و لقد توصلت الدراسة إلى وضع خطة تصورية شاملة للخدمات التي يمكن من خلالها تحويل جزر فرسان
إلى وجهة سياحية معروفة على المستوى المحلي و الإقليمي و الدولي، و أوصت بالعمل على تشجيع القطاع
الخاص للاستثمار في تنمية الخدمات السياحية و الاعتماد على التخطيط للتنمية السياحية المستدامة في جزر
فرسان.

**6- دراسة (عامر عيساني، 2010 م)⁶، بعنوان: " الأهمية الاقتصادية للتنمية السياحية المستدامة
- حالة الجزائر - " .**

تناولت الدراسة و هي رسالة دكتوراه أهمية تنمية القطاع السياحي الجزائري في إطار التنمية السياحية
المستدامة من أجل خلق مورد وطني دائم يمكن الاعتماد عليه في ظل توجه الجزائر إلى تنمية قطاعات اقتصادية
خارج المحروقات، كما قامت الدراسة بتحليل أهم ما جاء في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لاتفاق
2025 و دوره في تنمية قطاع السياحة في الجزائر، مع تحليل النتائج المحققة في القطاع السياحي الجزائري من
خلال مقارنته مع التجربة المصرية و التونسية، و إبراز مختلف الآثار الاقتصادية للتنمية السياحية في البلدان
الثلاث.

⁵ فهد بن عيسى عبده زعكان خرمي، التنمية السياحية في جزر فرسان، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الملك خالد، المملكة العربية
السعودية، 2010م.

⁶ عامر عيساني، الأهمية الاقتصادية للتنمية السياحية المستدامة - حالة الجزائر - ، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة باتنة، 2010م.

و قد توصلت الدراسة إلى أن اهتمام الجزائر بالقطاع السياحي متأخر جدا نظرا لعدم الالتزام التام بتنفيذ الخطط حيث أن ضعف العرض السياحي أبرز دليل على ذلك، و بالتالي عجز هذا القطاع عن المساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية و الاجتماعية في الجزائر مقارنة بكل من تونس و مصر التي قامت بإدراج القطاع السياحي ضمن أولوياتها الإستراتيجية لتحقيق التنمية الاقتصادية.

7- دراسة (عبد الحفيظ مسكين، 2010 م)⁷، بعنوان: " دور التسويق في تطوير النشاط السياحي في الجزائر - حالة الديوان الوطني للسياحة - " .

تناولت الدراسة مدخل إلى الاقتصاد السياحي من خلال توضيح ماهية السياحة و مراحل نشأتها مع التطرق إلى السوق السياحي بدراسة الطلب و العرض السياحي، مبرزة دور الاستراتيجية التسويقية في تنمية السياحة مع التركيز على آفاق تسويق المنتج السياحي الجزائري ، وقد عرضت الدراسة تجربة حول الاستراتيجية الوطنية لترقية السياحة في الجزائر و دور الديوان الوطني للسياحة في ذلك من خلال إبراز واقع القطاع السياحي في الجزائر من مقومات و مخططات التنمية السياحية و السياحة الجزائرية في ظل الإصلاحات الاقتصادية، وصولا إلى تقييم دور الديوان الوطني للسياحة في ترقية السياحة الجزائرية من خلال قيامه بتنظيم و تسيير و تمويل السياحة، إضافة إلى تقييم تقنياته في تنفيذ الاستراتيجية التسويقية على المديين القريب و المتوسط.

و قد توصلت الدراسة إلى أن السياحة تلعب دورا متزايدا في الاقتصاد العالمي إلا أن إسهامها في الناتج الداخلي للجزائر مازال دون المستوى المطلوب لأنه لا توجد استراتيجية حقيقية فعالة في المجال السياحي في الجزائر، إضافة إلى عدم الاهتمام بالتسويق السياحي بصفة جدية بالرغم من أنه يلعب دورا هاما في تنمية القطاع السياحي و عدم استفادة الجزائر من تجارب الدول المجاورة لها في تسويق منتجاتها السياحية.

8- دراسة (زهير بوعكريف، 2012 م)⁸، بعنوان: " التسويق السياحي و دوره في تفعيل قطاع السياحة - دراسة حالة الجزائر - " .

بحثت الدراسة و هي رسالة ماجستير نشأة السياحة و مفهومها مبرزة الآثار الاقتصادية و الاجتماعية للنشاط السياحي، وأشارت إلى الأبعاد الأساسية للتسويق السياحي من خلال دراسة عناصر المزيج التسويقي السياحي، و ركزت على سياسات و استراتيجيات التسويق السياحي، و عرضت تجربة ميدانية خاصة بدراسة أهمية التسويق السياحي الجزائري في ظل الاستراتيجية الوطنية للتنمية السياحية لآفاق 2025 حيث تناولت أسس و بواعث القطاع السياحي في الجزائر مبرزة موارد و مقومات السياحة في الجزائر و مكانتها ضمن

⁷ عبد الحفيظ مسكين، دور التسويق في تطوير النشاط السياحي في الجزائر - حالة الديوان الوطني للسياحة -، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة قسنطينة، 2010/2009م.

⁸ زهير بوعكريف، التسويق السياحي و دوره في تفعيل قطاع السياحة - دراسة حالة الجزائر -، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة قسنطينة، 2012/2011م.

مخططات التنمية التي مرت بها الجزائر منذ الاستقلال، مع الإشارة إلى أهم ما جاء به المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025 و استراتيجية تسويق المنتج السياحي الجزائري في هذا الإطار. و قد توصلت الدراسة إلى أن الجزائر تمتلك مقومات سياحية طبيعية مهمة تساعد على تنمية قطاع السياحة إلا أنها لازالت تسجل عجزا كبيرا في جانب المقومات البشرية المتمثلة أساسا في الهياكل و التسهيلات اللازمة لتفعيل النشاط السياحي.

بعد التعرض إلى الدراسات السابقة و ما تضمنته و أهم النتائج التي توصل إليها الباحثون و المتمحورة أساسا حول أهمية السياحة و دور التسويق في تفعيل و تنمية و تطوير القطاع السياحي، كان من الدواعي التي جعلتنا نلجأ إلى دراسة هذا الموضوع كوننا قد أدركنا بأن دراستنا ستغطي النقص الذي سجل على هذه الدراسات، أو بمعنى آخر عدم تطرق تلك الدراسات و الأبحاث إلى دور و كفاءة البنوك الإسلامية في تمويل القطاع السياحي مع العلم أنه قبل القيام بالاستثمار في أي مشروع مهما كان نوعه و طبيعته يجب التأكد أولا من وجود مصادر متنوعة لتمويله، و ما شجعنا أكثر هو إحدى هذه الدراسات التي توصلت إلى أنه مهما اختلف نوع المشروع السياحي إلا أنه يتطلب تمويله من طرف البنوك التقليدية، لذلك سنحاول إثبات العكس بحيث ستميز هذه الدراسة بالتفصيل في دور البنوك الإسلامية في تمويل القطاع السياحي كبديل للبنوك التقليدية من خلال إبراز مدى كفاءة و ملائمة صيغ التمويل الإسلامية للتطبيق في مختلف المشاريع السياحية مع إجراء دراسة تطبيقية في المملكة العربية السعودية التي عملت على تنوع مصادر تمويل القطاع السياحي و كان للبنوك الإسلامية مساهمة في ذلك و كيف يمكن للجزائر أن تستفيد من هذه التجربة باعتبار أن الدولتين متشابهتان من الناحية الاقتصادية (دول نفطية) حيث تعتمد كل منها على قطاع المحروقات في الحصول على الإيرادات من العملة الصعبة .

سابعا: خطة البحث

سعيًا منا لإنجاز هذا البحث و بغية تجسيد الأصالة العلمية المطلوبة فيه و من أجل الإجابة عن التساؤلات المطروحة ارتأينا أن نقسمه إلى أربعة فصول كما يلي:

الفصل الأول حول: " مفاهيم أساسية حول السياحة " حيث سنتناول في هذا الفصل الإطار النظري لمفهوم السياحة من ناحية الشريعة الإسلامية و إبراز دوافع السياحة الإسلامية و مختلف أنواعها، و التطرق إلى الضوابط الشرعية التي يجب الالتزام بها أثناء القيام بالنشاط السياحي، و بالتالي الوقوف عند البديل الذي يلي حاجات المسلمين الذين يرغبون في الابتعاد عن الشبهات من خلال دراسة مقومات السياحة و متطلبات السياحة الإسلامية، إضافة إلى إبراز الدور الشرعي و التنموي للسياحة من خلال مساهمتها في تحقيق كل من التنمية الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية و السياسية.

الفصل الثاني حول: " الهياكل الداعمة للقطاع السياحي " حيث سيتم التطرق في هذا الفصل إلى أهم المنظمات الدولية المعنية بالقطاع السياحي، و الدور الكبير الذي تلعبه الدولة في دعم و تنشيط القطاع السياحي سواء من خلال التخطيط السياحي و التنسيق بين القطاع العام و القطاع الخاص، أو من خلال وضع التشريعات السياحية، ، مع إبراز أهم هياكل القطاع السياحي من منشآت الإقامة و المطاعم و الوكالات السياحية و وسائل النقل، و كيفية إدارتها بجودة عالية من أجل جذب المزيد من السياح، بالإضافة إلى التعرض إلى مختلف الخدمات المكملة و الداعمة للنشاط السياحي و التي تساهم في تنمية القطاع السياحي، مع التركيز على قطاع الصناعات التقليدية و الحرف اليدوية.

الفصل الثالث حول: " آليات تمويل البنوك الإسلامية للقطاع السياحي مقارنة بالبنوك التقليدية " حيث سنسعى في هذا الفصل إلى إبراز دور و كفاءة البنوك الإسلامية من خلال الصيغ الإسلامية التي تتعامل بها في تمويل القطاع السياحي و ما يرتبط بها من مشاريع أخرى و ذلك بالمقارنة مع البنوك التقليدية، مع تحديد دورها في النهوض بالقطاع السياحي و تحقيق التنمية السياحية، إضافة إلى إبراز أهم الصعوبات و التحديات التي تواجهها.

الفصل الرابع حول: " دراسة تجربة تمويل القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية و كيفية الاستفادة منها في الجزائر " سنقف في هذا الفصل على دراسة تجربة التمويل الإسلامي للقطاع السياحي بإلقاء الضوء على تجربة المملكة العربية السعودية، و ذلك من خلال دراسة واقع السياحة في تلك الدولة و إبراز أهم جهات التمويل التي تعتمد عليها في تمويل مشاريعها السياحية، بحيث سيتم التركيز على واقع تمويل القطاع السياحي من طرف البنوك الإسلامية - مصرف الراجحي نموذجاً - و تقييم مساهمته و إنجازاته في تمويل و دعم المشاريع السياحية، باعتباره أكبر بنك إسلامي في المملكة، ثم رصد تجربتها و كيف يمكن للجزائر أن تستفيد منها في ظل التشابه الموجود بين الدولتين من الناحية الاقتصادية.

الفصل الأول

مفاهيم أساسية حول

السياحة

تمهيد

تشهد الآونة الأخيرة تطورات بشكل لم تعهده البشرية من قبل في مجال السياحة التي انتشرت في كل جهات العالم، إذ لم تعد تقتصر على المجتمعات الصناعية الغنية، بل توسعت الرحلات السياحية لتشمل فئات عريضة من مختلف مجتمعات دول العالم، و يرجع ذلك إلى اهتمام الدول المتقدمة بالسياحة و أيضا الدول النامية التي سعت إلى النهوض بالقطاع السياحي جاعلة منه إحدى الخيارات الرئيسية من أجل إخراج شعوبها من التخلف و مراهنه على هذا الخيار لتحقيق التنمية الاقتصادية و الاجتماعية، حيث حققت السياحة نموا كبيرا على المستوى العالمي باعتبارها عاملا من عوامل التقدم الاقتصادي و بناء مجتمع الرفاهية و انعكاساتها الايجابية على شتى مجالات الحياة المعاصرة، خاصة و أنها تعد مصدرا هاما من مصادر توفير النقد الأجنبي الذي يستخدم في تمويل مشروعات و خطط التنمية، كما أن السياحة تساعد على تدعيم العلاقات الاقتصادية و الاجتماعية بين مختلف الشعوب.

و تعتبر السياحة ظاهرة شمولية (اقتصادية، اجتماعية، حضارية) تؤثر على الإنسانية جمعاء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، فلا يوجد مظهر واحد من مظاهر الحياة في بلد ما لا يتأثر بها، و لقد تطور مفهوم السياحة عبر الزمن حيث دفعت إليها الحاجة بسبب تغير المحيط و البحث عن الراحة و المتعة و الاستجمام و المكان المناسب، لذلك نجد أنها تطورت مع تطور الحاجات و الرغبات المتزايدة لدى الأفراد، فأصبحت نشاطا يهدف إلى التنقل من أجل البحث عن المتعة، و لا يخفى أن السياحة تعتبر أكثر القطاعات تعرضا للتقلبات الناتجة عن الاستقرار السياسي و الاجتماعي، بالإضافة إلى ارتفاع درجة المنافسة على جذب السائحين.

فالسياحة نشاط شأنه كشأن أي نشاط أو عمل دنيوي، إلا أنه كثيرا ما يصاحبه مظاهر التسلية لشغل وقت الفراغ، و غالبا ما يصاحب هذه المظاهر بعض التصرفات العابثة و السلوكيات الطائشة مما يدفع البعض إلى القول بأن هذه السلوكيات حرام، و قد يدفعه الحكم إلى القول بامتداد الحرمة إلى النشاط السياحي نفسه دون التعمق في الحقائق، فجاء الاجتهاد الفقهي كي يلي حاجات الناس في معاشهم و دنياهم باستنباط الأحكام الشرعية المتعلقة بالسياحة.

و من أجل معرفة ذلك تم تقسيم هذا الفصل إلى أربعة مباحث نتناول فيها عرض العناصر التالية:

المبحث الأول: حقيقة السياحة في الإسلام**المبحث الثاني: ضوابط السياحة في ضوء الشريعة الإسلامية****المبحث الثالث: مقومات السياحة و موقف الشريعة الإسلامية منها****المبحث الرابع: الدور التنموي للسياحة**

المبحث الأول: حقيقة السياحة في الإسلام

إن التنقل من مكان إلى آخر ظاهرة صاحبت الإنسان في حياته منذ القدم، إذ أن حبه للاستطلاع و ضرورة الحصول على حاجاته الأساسية التي يعيش بها أجبرته على التحول و الانتقال، لذلك فإن تاريخ الرحلات و الأسفار يعود إلى أقدم العصور عندما كان الإنسان يقطع المسافات بحثاً عن أسباب الحياة و حسن الإقامة.

و حتى و إن تباينت توجهات الأمم و الشعوب و الأفراد، فقد دعاهم الله إلى التعارف و التألف ليسهموا في بناء الحضارة الإنسانية، قال تعالى: ﴿ يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ﴾¹، فكانت من الوسائل الإنسانية للتلاقي و تبادل المصالح و المنافع و تشييد الحضارات، السياحة في الأرض، التي عن طريقها انتشرت الديانات السماوية و غرست القيم الأخلاقية، و اكتسبت العلوم و المعارف الإنسانية و تنوعت مصادر الثقافات المختلفة، كما تم تبادل المصالح الاقتصادية و علاج الكثير من الأمراض المستعصية.

المطلب الأول: ماهية السياحة و أحكامها

من أجل معرفة حقيقة السياحة في الإسلام يجب أولاً التطرق إلى مفهوم السياحة في اللغة، و في المفهومين القديم و الحديث.

أولاً: السياحة في اللغة

السين و الباء و الحاء أصل صحيح، و السَّيْحُ: الماء الجاري² أي ظاهراً جارياً على وجه الأرض³. و السَّيَّاحَةُ: الذهاب في الأرض للعبادة و التهرب، و ساح في الأرض يسيح سياحة و سَيُّوْحًا و سَيَّحًا و سَيَّحَانًا أي ذهب⁴.

و السياحة بمعناها اللغوي أي السير في الأرض، الأصل فيها الإباحة إذا كانت من أجل الترويح عن النفس كي لا تكل و لا تمل من متطلبات الحياة، بل تكون هذه السياحة لها بمثابة الاستراحة القصيرة من

¹ سورة الحجرات، الآية: 13.

² أبو الحسين أحمد بن فارس بن زكريا، معجم مقاييس اللغة، دار الفكر، الجزء الثالث، كتاب السين، ص 120.

³ أبو منصور عبد الملك بن محمد بن اسماعيل الثعالبي، فقه اللغة و أسرار العربية، الطبعة الثانية، المكتبة العصرية، الباب 25 في الآثار العلوية و ما يتلو الأمطار من ذكر المياه و أماكنها، الفصل 12 في تفصيل كمية المياه و كلفتها (عن الأئمة)، بيروت، 1420 هـ، ص 306.

⁴ ابن منظور، لسان العرب، دار صادر، الجزء الثاني عشر، باب السين، بيروت، 2003م، ص 330.

أعباء الحياة، كي تعود نشطة و منتجة، أما إذا كانت هذه السياحة مجرد استحسان الحياة الدنيا و التلذذ بها، فتكون حينئذ سياحة مذمومة لأنها على سبيل استحسان الأدنى و نسيان الأعلى¹.

و عموماً فإن السياحة تأخذ الأحكام التالية²:

أ - **سياحة مباحة**: إذا كانت مجرد التنزه و الترويح عن النفس، و هي مباحة على الأصل إلا إذا كانت في مكان يكثر فيه الفساد.

ب - **سياحة مكروهة**: إذا لم تكن لمقصد شرعي و إنما مجرد النزهة و الترويح، و كان السفر إلى بلاد يكثر فيها الفساد، فتركه بسبب انتشار الفساد في تلك البلاد و صعوبة السلامة منه.

ج - **سياحة مستحبة**: في أحوال منها:

* إذا كانت للدعوة إلى الله تعالى.

* إذا كانت للاتعاظ بالتفكر في آيات الله الكونية أو النظر في مصير الأمم السابقة و ما حل بهم بسبب ذنوبهم، فيشاهد السائح أثر قدرة الله على أناس أقوى منه فيكف عن المعاصي، قال تعالى: ﴿ أَفَلَمْ يَسِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَتَكُون لَهُمْ قُلُوبٌ يَعْقِلُونَ بِهَا أَوْ آذَانٌ يَسْمَعُونَ بِهَا فَإِنَّهَا لَا تَعْمَى الْأَبْصَارُ وَ لَكِن تَعْمَى الْقُلُوبُ الَّتِي فِي الصُّدُورِ ﴾³.

د- **سياحة محرمة**: إذا اعترها مانع شرعي و لها عدة صور:

* إذا كانت بقصد المعصية و تقليب النظر فيما حرم الله، و الوقوع في المعاصي و الفواحش الظاهرة منها و الباطنة.

* إذا كان السفر من أجل مشاركة الكفار في أعيادهم و احتفالاتهم الدينية.

* إذا كانت السياحة تراحم حقوق الله كمن يسافر للسياحة في زمن الحج، و قد وجب عليه الحج و هو قادر عليه.

* إذا كانت السياحة تراحم حقوق العباد كحق الوالدين و الزوجة، أو كانت تكاليف السياحة تؤخر سداد دين قد لزمه وفاؤه.

* إذا كان ذلك السفر بعصيان أوامر الوالدين بعدم الذهاب.

* إذا كانت السياحة تؤدي إلى ارتكاب الجرائم المترتبة على المهجرة غير الشرعية، أو ارتكاب جرائم النصب و الاحتيال و السرقة مثل سرقة المجوهرات و الآثار و تهريبها بواسطة السائحين أو تهريب المخدرات،

¹ عبد الله بن عبد الرحمن الجبرين، أحكام السياحة - نصاب و توجيهات للسائحين و السائحات - و يتلوها فتوى لسماحة الشيخ ابن باز رحمه الله عن حكم تعظيم الآثار، أعدها للنشر سليمان بن صالح الخراشي، ص ص 14، 15.

² أبو الفضل المقطري، « حكم السياحة في الإسلام »، الموقع الإلكتروني:

<http://www.almakatera.com/printthread.php?t=362>، تاريخ الاطلاع: 2016/03/30 م.

³ سورة الحج، الآية: 46.

أو ارتكاب الجرائم الاقتصادية التي تضر باقتصاد بلد ما مثل تهريب النقد سواء من عملات أجنبية دخولا للبلاد أو خروجها منها أو من عملات وطنية لتلك البلاد حيث يتم تهريبها إلى خارج البلاد و إعادة بيعها لمواطنيها في الخارج، فبعض السائحين يدخلون البلاد تحت ستار السياحة مثل السياحة الدينية، كما يحدث في المملكة العربية السعودية في مواسم الحج و أداء العمرة، حيث يبقى هؤلاء السياح بصورة غير شرعية في تلك البلاد للعمل أو التسول، و لا يقتصر الأمر على التستر وراء السياحة الدينية بل يمكن التستر وراء ما يسمى بالسياحة التجارية إذ يتم دخول السياح بموجب تأشيرة زيارة بدعوى التسوق ثم يتخلف الكثيرون للبحث عن فرص العمل و الإقامة بصورة غير شرعية في تلك الدول، أو بموجب تأشيرة رجل أعمال أي للسياحة الاقتصادية و من ثم يقومون بأعمال النصب و الاحتيال¹.

ثانيا: السياحة في المفهوم القديم

لقد ظهرت السياحة منذ أن خلق الله الانسان على وجه الأرض، و قد كانت ظاهرة بسيطة و بدائية في أسبابها و دوافعها و وسائلها، بحيث لم يفكر أي إنسان في تطوير السفر أو وسائله لأن سفره كان ظاهرة طبيعية مرتبطة بهدف اشباع حاجاته الشخصية كالحصول على الطعام و المسكن و الشراب و الأمن²، فضلا عن التماس الرزق الحلال و الكسب المباح، بالإضافة إلى رغبته في اكتشاف مناطق مجاورة أو بعيدة عن محيطه الطبيعي من أجل التعرف على جمالها و مناخها، و التعرف على عادات و تقاليد الشعوب التي يحتك بها ارضاء لغريزة الفضول و حب الاستطلاع و ذلك من خلال القيام برحلات طويلة.

كما كثر السفر من أجل طلب العلم، و في ذلك قال الإمام الشافعي* - رحمه الله تعالى - في الأبيات التالية³:

تغرب عن الأوطان في طلب العلا

و سافر ففي الأسفار خمس فوائد

تَفَرُّجٌ هَمٌّ و اكتسابٌ معيشة

و علم و آداب و صحبة ماجد

¹ رشدي شحاتة أبو زيد، السياحة و الارهاب في ضوء الفقه الإسلامي، الطبعة الأولى، دار الوفاء لنديا، الإسكندرية، 2008م، ص ص 160، 161.

² Marc Boyer, *L'invention du tourisme*, édition Gallimard, Paris, 1996, P 60.

* هو أبو عبد الله محمد بن إدريس الشافعي المَطَّلبي القرشي (150 - 204 هـ / 767 - 820 م)، و هو ثالث الأئمة الأربعة عند أهل السنة و الجماعة، و صاحب المذهب الشافعي في الفقه الإسلامي، و مؤسس علم أصول الفقه، و هو أيضا إمام في علم التفسير و علم الحديث، و قد عمل قاضيا فعرف بالعدل و الذكاء. بالإضافة إلى العلوم الدينية، كان الشافعي فصيحاً شاعراً و رحالاً مسافراً.

³ أحمد صالح الطيب، « أجمل ما قيل من الشعر في السفر و التغرب عن الأوطان »، الموقع الإلكتروني: <https://www.ahlalhdeth.com>، تاريخ الاطلاع: 2016/09/21 م.

ثالثا: السياحة في المفهوم الحديث

لقد تطورت السياحة لكي تشمل العالم كله ضمن متغيرات جديدة كالتطورات التكنولوجية، العولمة و تحرير التجارة الدولية خاصة تجارة الخدمات، و قد تأثر علم السياحة بالنمط الجديد للأبحاث التي تقوم على معطيات أكثر تطورا و شمولية من المعطيات الكلاسيكية السابقة و لذلك ارتأينا التعرض إلى آخر التوجهات في هذا الميدان قصد الكشف عن طبيعة السياحة، التي تعددت مفاهيمها و ذلك بتعدد مجالاتها و انعكاساتها الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية و السياسية فقد حاول عدة باحثين تقديم تعريف للسياحة يكون جامعا و شاملا نورد أهم التعاريف فيما يلي:

- لقد وضع أول تعريف للسياحة سنة 1905 م من طرف الباحث الألماني Guyer Freuler جاء فيه: " السياحة بالمفهوم الحديث هي ظاهرة طبيعية من ظواهر العصر الحديث، و الأساس منها الحصول على الاستحمام و تغيير المحيط الذي يعيش فيه الإنسان، و اكتساب الوعي الثقافي و تذوق جمال الطبيعة و نشوة الاستمتاع به"¹.

- أما تعريف الأستاذ وولتر هونزكر* فقد أجمع بشأنه معظم الباحثين في ميدان السياحة على أنه أول تعريف علمي غطى السمات الرئيسية للسياحة و قواعدها، حيث ورد فيه ما يلي: " السياحة هي مجموع العلاقات التي تترتب على السفر و على إقامة مؤقتة لشخص ما في مكان غير معتاد عليه، طالما أن هذه الإقامة المؤقتة لا تتحول إلى إقامة دائمة و لا ترتبط بنشاط يحقق ربحا له "².

- و لقد عرفتها المنظمة العالمية للسياحة كما يلي: " السياحة هي مجموع الأنشطة التي يقوم بها الأشخاص في إطار الرحلات في أماكن موجودة خارج المحيط المعتاد لهم، من أجل التسلية و الترفيه أو أغراض أخرى"³. و باختصار تعرف سيكولوجية السياحة على أنها الرغبة في السفر و الترحال و التنقل من مكان إلى مكان آخر.⁴

يستخلص من التعاريف السابقة بأن المفهوم الحديث للسياحة يتمثل في انتقال الشخص بكل حرية من مكان إقامته المألوف و المعتاد إلى أماكن أخرى من أجل اشباع رغباته في التنزه و الترفيه أو لأية أغراض أخرى، على أن لا تتجاوز مدة هذه الإقامة السنة و دون أن يهدف إلى تحقيق مكاسب مادية.

¹ بوفليج نبيل، تقرورت محمد، « دراسة مقارنة لواقع قطاع السياحة في دول شمال إفريقيا ، حالة: الجزائر - تونس - المغرب »، بحث مقدم في إطار الملتقى الوطني الأول حول " السياحة في الجزائر - الواقع و الآفاق"، المنعقد يومي 11 و 12 ماي 2010 م، المركز الجامعي البويرة، الجزائر، ص 3.

* رئيس الجمعية الدولية لخبراء السياحة العالميين سنة 1992 م.

² Ahmed Tissa , **Economie touristique et aménagement du territoire**, Alger, 1994, P 21.

³ Jean Pierre et autres, **Management du tourisme**, 3e édition, Pearson, France, 2012, P 2.

⁴ رشدي شحاتة أبو زيد، مرجع سبق ذكره، ص 17.

فالمعنى الحاضر للسياحة هو مجرد تجول و تنقل في البلاد البعيدة، الذي يسمى نزهة و فرجة، و الذي هو غير مشروع في الإسلام بل قد يكون مكروها أو محرما و ذلك لما يترتب عليه من المفاصد في الدين و الدنيا منها¹:

- إضاعة الوقت الثمين الذي تفضل به الرب تعالى على الإنسان، و سوف يسأل عنه في الآخرة لقول النبي صلى الله عليه و سلم: « لَا تَزُولُ قَدَمَا ابْنِ آدَمَ يَوْمَ الْقِيَامَةِ مِنْ عِنْدِ رَبِّهِ حَتَّى يُسْأَلَ عَنْ خَمْسٍ، عَنْ عُمُرِهِ فِيمَا أَفْنَاهُ، وَ عَنْ شَبَابِهِ فِيمَا أَبْلَاهُ، وَ مَالِهِ مِنْ أَيْنَ اكْتَسَبَهُ وَ فِيمَا أَنْفَقَهُ، وَ مَاذَا عَمِلَ فِيمَا عَلِمَ »²، و كان الواجب أن يشغل حياته و وقت فراغه في طلب العلم المفيد و الذكر و الشكر و العبادة و الأعمال الصالحة، فعندما يضيعه في هذا التجول و التقلب ذهب بدون فائدة.

- النفقات الكثيرة و الأموال الطائلة التي يحسرها في تلك الأسفار سواء في أجرة الركوب برا أو بحرا أو جوا أو في السكن الذي يضاعف عليه السعر غالبا إذا علم أنه من غير هذه البلاد، أو في المأكل و المشرب و الملابس و نحوها، بالإضافة إلى المنتزهات و أماكن الترفيه.

- الافتتان بالدنيا و إمكانية الوقوع في المحرمات و الشبهات الكثيرة.

رابعا: وسائل تنظيم قبول السياح الأجانب

تحكم تنقلات الأفراد و السياح على المستوى الدولي فضلا عن القواعد العامة لحقوق الإنسان مجموعة من الضوابط و القوانين³ التي لا يمكن تجاوزها حتى في الإسلام لأنها مبنية على معاهدات دولية، ذلك إن من المعطيات الفقهية الإسلامية الثابتة الوفاء بالعهد لقول الله تعالى: ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ ﴾⁴ و لأن هذه الضوابط و القوانين و المعاهدات لا تتنافى مع أصل شرعي ثابت، و هي مبنية على أصل المصلحة المرسلة و على ملاحظة الأوامر و النواهي الشرعية العامة التي هي بمثابة ميزان يعرف به الصواب فيما يستجد مما لا نص فيه⁵.

كما أن السائح يرتبط بعلاقة قانونية مع الدولة التي يزورها طوال الفترة التي يقضيها في هذه الدولة، و بغض النظر عن العلاقة الرابطة بين السائح و الدولة و عن الترخيص الذي تحوله له هذه الدولة لأغراض تشجيع السياحة، فإن السائح شخص أجنبي الأمر الذي يستلزم معه تحديد مركزه القانوني دوليا وفقا لقواعد

¹ عبد الله بن عبد الرحمن الجبرين، مرجع سبق ذكره، ص 26 - 28.

² أخرجه الإمام الترمذي في سننه، أنظر: الإمام الحافظ أبي عيسى محمد بن عيسى الترمذي، الجامع الكبير، الطبعة الأولى، دار الغرب الإسلامي، 1996 م، المجلد الرابع، كتاب صفة القيامة و الرقائق و الورع، باب في القيامة، رقم الحديث: 2416، ص 216.

³ إدريس الفاسي الفهري، « قواعد فقه السياحة في الإسلام »، بحث مقدم في إطار ندوة حول " تطور العلوم الفقهية - فقه رؤية العالم و العيش فيه في المذاهب الفقهية و التجارب المعاصرة "، المنعقد أيام 6 - 9 أبريل 2013 م، سلطنة عمان، ص 29.

⁴ سورة المائدة، الآية: 1.

⁵ إدريس الفاسي الفهري، مرجع سبق ذكره، ص 51.

القانون الدولي، و من ثم فإنه على الدولة أن تحترم الحد الأدنى لتمتع الأجنبي بحقوقه أو الحد الأدنى لمعاملة الأجانب الذي يكفله القانون الدولي و إلا تعرضت للمسائلة الدولية¹.

1- تعريف السائح

السَّائِحُ في اللغة هو اسم فاعل جمعه سَيَّاحٌ، و هو الذي ينتقل من مكان لآخر².

السائح حسب تعريف منظمة السياحة العالمية: " هو ذلك الشخص الذي يسافر لمسافات طويلة لأسباب مختلفة قد تكون من أجل القيام بأعمال تجارية أو رياضية أو ثقافية أو التسوق... بحيث ينام ليلة واحدة على الأقل خارج منزله المعتاد"³، كما عرفته أيضا على أنه " ذلك الشخص الذي يقوم بالانتقال لغرض السياحة لمسافة ثمانين كيلومترا"⁴.

2- وسائل تنظيم قبول السياح الأجانب

لقد كان تنقل الأفراد فيما بين الدول يتم بدون اتباع أي إجراءات حتى الحرب العالمية الأولى، و منذ هذا التاريخ بدأت الدول في اتباع نظام جوازات السفر و تأشيرات الدخول، فالسائح من دولة إلى دولة أخرى يعد أجنبيا من الناحية القانونية لأنه لا يتمتع بجنسية البلد المضيف.

أ- جواز السفر: هو عبارة عن وثيقة صادرة من السلطات المختصة في الدولة التي يتبع إليها حامله، يتبين بمقتضاها هوية حامل الجواز و جنسيته و موطنه، و لا تسمح الدول حاليا بدخول السياح الأجانب إلى إقليمها ما لم يكن حاملا لهذه الوثيقة.

ب- تأشيرة الدخول: هي عبارة عن إذن صادر من السلطات المختصة في الدولة التي يريد السائح الأجنبي الدخول إلى إقليمها، تؤكد بمقتضاه موافقتها على قبول الأجنبي في الإقليم، و يمنح هذا الإذن على جواز السفر الذي يحمله السائح الأجنبي مع تحديد مدة الإقامة المسموح له بها، و تستلزم الدولة عادة لحصول الأجنبي على هذه التأشيرة أن يدفع رسوما معينة، حيث أن بعض الدول قد غالت في تقرير هذه الرسوم جاعلة منها سلاحا مستترا لمنع دخول بعض العناصر الأجنبية إلى إقليمها مثل ما فعلت كندا من أجل مواجهة الصينيين. و يجوز للدولة أن تتفق في معاهدة دولية على إعفاء الأجنبي من الحصول على جواز السفر أو من ضرورة الحصول على تأشيرة الدخول أو منهما، مثل ما لجأت إليه الدول الأوروبية و دول مجلس التعاون الخليجي⁵.

¹ رشدي شحاتة أبو زيد، مرجع سبق ذكره، ص 18.

² ابن منظور، مرجع سبق ذكره، الجزء الثالث، ص 2167.

³ Evelyne Lehalle, « Les enjeux du tourisme culturel », Article pour la Revue Futuribles, Février 2012, P 1.

⁴ محمد الصاخن، فقه السياحة و السفر، الطبعة الأولى، 1429 هـ - 2009 م، ص 9.

⁵ زكي زكي حسين زيدان، حقوق السائح و واجباته في الفقه الإسلامي و القانون الوضعي، الطبعة الأولى، التركي للكمبيوتر و طباعة الأوفست، طنطا، 1998 م، ص ص 74، 75.

المطلب الثاني: مفهوم السياحة في الإسلام

إن السياحة في الإسلام تجمع بين تحقيق مقومات الإنسان الإيمانية و الأخلاقية و المعرفية و الترفيهية و الاقتصادية في إطار ضوابط شرعية تجعلها بعيدة عن الانحراف، و هي في ذات الوقت ميدان من ميادين الدعوة إلى الله و نشر قيم الإسلام و إبراز خصائصه و مميزاته عن طريق الممارسات العملية، بالصدق في القول و إخلاص في النصيح و وفاء بالوعد و العهد و تجرد من الأنانية و حب الذات.

فسلوك المسلم دعوة إلى الله، إذ ينطلق من خلال عقيدته و مبادئ إسلامه و يحمل هم تبليغ رسالة ربه لقوله تعالى: ﴿ قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُوا إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي وَ سُبْحَانَ اللَّهِ وَ مَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ ﴾¹، و الدعوة إلى الله ليست فقط خطب أو مقالات و لا مؤتمرات أو ندوات، و لكنها إلى جانب ذلك سلوك يمثل المسلم في قوله و فعله، و في علاقته و صلواته، و في بيعه و شرائه سواء أثناء سياحته أو سياحة غيره إليه. فالسائح القادم إلى بلد إسلامي حينما يجد مستقبلاً بشوشاً و سائقا مخلصاً و بائعاً أميناً، يتفاعل مع هذا التعامل و يتساءل عن مستنده و أصله، فيجد أنه الإسلام فيسلم أو يزول ما كان عنده من لبس أو شك أو قناعات خاطئة عن الإسلام².

إذن الإسلام غير كثيرا من المفاهيم عند عامة الناس و ربط هذه المفاهيم بمعالي الأمور و مكارم القيم و الأخلاق، فالسياحة عند السابقين عرفت بأنها مجرد السير في الأرض دون جدوى واضحة، و عندما جاء الإسلام ارتقى بمفهوم السياحة عما كان سائدا من قبل و ربطه بالمقاصد الشريفة وراء ذلك من خلال النصوص الشرعية.

¹ سورة يوسف، الآية: 108.

² البيان الختامي و توصيات ملتقى " الإسلام و السياحة "، المنعقد يومي 12 و 13 أكتوبر 2009 م الموافق لـ 23 و 24 شوال 1430 هـ،

صنعاء، ص 3.

أولاً: السياحة و مفهومها في القرآن الكريم

لقد ورد ذكر كلمة " ساح " في القرآن الكريم في ثلاثة مواضع متفرقة و فيما يلي بيان المراد منها حسب ما يقتضيه المقام:

الموضع الأول: قال الله تعالى: ﴿ فَسِيحُوا فِي الْأَرْضِ أَرْبَعَةَ أَشْهُرٍ وَ اعْلَمُوا أَنَّكُمْ غَيْرُ مُعْجِزِي اللَّهِ وَ أَنَّ اللَّهَ مُخْزِي الْكَافِرِينَ ﴾¹، و المراد بالسياحة في هذه الآية هي الذهاب في الأرض و السير فيها بسهولة كسيح الماء في الطبيعة² سواء كانت هذه الأرض دار إسلام أو غيرها، يقول الإمام ابن العربي* في تفسير هذه الآية أي سيروا، و هي السياحة³.

الموضع الثاني: قال الله تعالى: ﴿ التَّائِبُونَ الْعَابِدُونَ الْحَامِدُونَ السَّائِحُونَ الرَّاكِعُونَ السَّاجِدُونَ الْآمِنُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَ النَّاهُونَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَ الْحَافِظُونَ لِحُدُودِ اللَّهِ وَ بَشِّرِ الْمُؤْمِنِينَ ﴾⁴.

الموضع الثالث: قال الله تعالى: ﴿ عَسَى رَبُّهُ إِنْ طَلَّقَكُنَّ أَنْ يُبَدِّلَهُ أَزْوَاجًا خَيْرًا مِنْكُنَّ مُسْلِمَاتٍ مُؤْمِنَاتٍ قَانِتَاتٍ تَائِبَاتٍ عَابِدَاتٍ سَائِحَاتٍ ثَيِّبَاتٍ وَ أَبْكَارًا ﴾⁵.

و قد تنوعت أقوال المفسرين في المراد بالسياحة في الآيتين السابقتين على عدة أقوال، ف قيل إنها الصيام، و قيل إنها الجهاد في سبيل الله، و قيل إنها الجولان بالفكر في الأرض من أجل التعبد و التدبر و التأمل في ملكوت الخالق و آياته العظيمة في خلقه بهدف الموعظة و توحيد الله، و قيل السير في الأرض للاعتبار كما ورد في قول الله تعالى: ﴿ قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ بَدَأَ الْخَلْقَ ثُمَّ اللَّهُ يُنشِئُ النَّشْأَةَ الْآخِرَةَ إِنَّ اللَّهَ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ﴾⁶.

مما سبق يتبين أن لفظ السياحة يطلق في نصوص الشرع و يراد بها الأمور الشرعية التي يتحقق فيها المعنى اللغوي، فالصيام و الجهاد و الحجرة و الجولان في الأرض بقصد التفكير كل ذلك عبادة فيها معنى الذهاب في الأرض وفق مقصود شرعي، و هذه المعاني و إن كانت قد أطلقت من قبل الشرع على السياحة، فإنه لا يمنع

¹ سورة التوبة، الآية: 2.

² علي بن أحمد الأحمد، السياحة و معالم الدعوة إلى الله في المواقع السياحية - دراسة شرعية تأصيلية - ، الطبعة الأولى، مكتبة الرشد، الرياض، 1427 هـ، 2006 م، ص 35.

* هو محمد بن عبد الله بن محمد بن عبد الله بن أحمد المعروف بابن العربي الإشبيلي المالكي، يُكنى أبا بكر، ولد سنة 468 هـ، كان من أهل التفنن في العلوم و الاستبحار فيها و الجمع لها، متقدما في المعارف كلها، متكلما في أنواعها، نافذا في أحكامها، حريصا على أدائها و نشرها، ثاقب الذهن في تمييز الصواب منها، توفي في ربيع الأول سنة 543 هـ.

³ ابن العربي، أحكام القرآن، الطبعة الثالثة، دار الكتب العلمية، بيروت، 1424 هـ / 2003 م، ص 894.

⁴ سورة التوبة، الآية: 112.

⁵ سورة التحريم، الآية: 5.

⁶ سورة العنكبوت، الآية: 20.

من تسمية الضرب في الأرض و الذهاب فيها بقصد الترويح عن النفس و التنزه سياحة لاشتمال المعنى اللغوي لها.

ثانيا: السياحة و مفهومها في السنة النبوية الشريفة

لقد وردت كلمة السياحة في السنة المطهرة في عدة مواضع، و بعد النظر في معاني هذه الكلمة أو دلالتها يمكن تصنيفها بحسب معناها إلى ما يلي:

1- السياحة بمعنى الجريان أو الاتساع: ورد في السنة ما يدل على هذا المعنى، فعن ابن عمر رضي الله عنهما، أن رسول الله صلى الله عليه و سلم قال: « بَيْنَمَا ثَلَاثَةٌ نَفَرٍ مِمَّنْ كَانَ قَبْلَكُمْ يَمْشُونَ، إِذْ أَصَابَهُمْ مَطَرٌ، فَأَوُوا إِلَى غَارٍ فَانْطَبَقَ عَلَيْهِمْ، فَقَالَ بَعْضُهُمْ لِبَعْضٍ: إِنَّهُ وَاللَّهِ يَا هَؤُلَاءِ، لَا يُجِئُكُمْ إِلَّا الصَّدَقُ، فَلْيَدْعُ كُلُّ رَجُلٍ مِنْكُمْ بِمَا يَعْلَمُ أَنَّهُ قَدْ صَدَقَ فِيهِ، فَقَالَ وَاحِدٌ مِنْهُمْ: اللَّهُمَّ إِنْ كُنْتَ تَعْلَمُ أَنَّهُ كَانَ لِي أَجِيرٌ عَمِلَ لِي عَلَى فَرَقٍ مِنْ أَرْزٍ، فَذَهَبَ وَ تَرَكَهُ، وَ أَنِّي عَمَدْتُ إِلَى ذَلِكَ الْفَرَقِ فَرَزَعْتُهُ، فَصَارَ مِنْ أَمْرِهِ أَنِّي اشْتَرَيْتُ مِنْهُ بَقْرًا، وَ أَنَّهُ أَتَانِي يَطْلُبُ أَجْرَهُ، فَقُلْتُ لَهُ: اعْمِدْ إِلَى تِلْكَ الْبَقْرِ فَسَقِّهَا، فَقَالَ لِي: إِنَّمَا لِي عِنْدَكَ فَرَقٌ مِنْ أَرْزٍ، فَقُلْتُ لَهُ: اعْمِدْ إِلَى تِلْكَ الْبَقْرِ، فَإِنَّهَا مِنْ ذَلِكَ الْفَرَقِ فَسَاقِهَا، فَإِنْ كُنْتَ تَعْلَمُ أَنِّي فَعَلْتُ ذَلِكَ مِنْ خَشْيَتِكَ فَفَرِّجْ عَنَّا، فَانْسَاحَتْ عَنْهُمْ الصَّخْرَةُ، فَقَالَ الْآخَرُ: اللَّهُمَّ إِنْ كُنْتَ تَعْلَمُ أَنَّهُ كَانَ لِي أَبَوَانِ شَيْخَانِ كَبِيرَانِ، فَكُنْتُ آتِيَهُمَا كُلَّ لَيْلَةٍ بَلْبَنِ غَنَمٍ لِي، فَأَبْطَأْتُ عَلَيْهِمَا لَيْلَةً، فَجِئْتُ وَ قَدْ رَقَدَا وَ أَهْلِي وَ عِيَالِي يَتَضَاغُونَ مِنَ الْجُوعِ، فَكُنْتُ لَا أَسْقِيهِمْ حَتَّى يَشْرَبَ أَبَوَايَ فَكَرِهْتُ أَنْ أُوقِظَهُمَا، وَ كَرِهْتُ أَنْ أَدْعُهُمَا، فَيَسْتَكِنَا لِشَرِبَتِهِمَا، فَلَمْ أَزَلْ أَنْتَظِرُ حَتَّى طَلَعَ الْفَجْرُ، فَإِنْ كُنْتَ تَعْلَمُ أَنِّي فَعَلْتُ ذَلِكَ مِنْ خَشْيَتِكَ فَفَرِّجْ عَنَّا، فَانْسَاحَتْ عَنْهُمْ الصَّخْرَةُ حَتَّى نَظَرُوا إِلَى السَّمَاءِ، فَقَالَ الْآخَرُ: اللَّهُمَّ إِنْ كُنْتَ تَعْلَمُ أَنَّهُ كَانَ لِي ابْنَةٌ عَمٌّ، مِنْ أَحَبِّ النَّاسِ إِلَيَّ، وَ أَنِّي رَاوَدْتُهَا عَنْ نَفْسِهَا فَأَبَتْ، إِلَّا أَنْ آتَيْهَا بِمِائَةِ دِينَارٍ، فَطَلَبْتُهَا حَتَّى قَدَرْتُ، فَآتَيْتُهَا بِهَا فَدَفَعْتُهَا إِلَيْهَا، فَأَمَكَّنْتَنِي مِنْ نَفْسِهَا، فَلَمَّا قَعَدْتُ بَيْنَ رِجْلَيْهَا، فَقَالَتْ: اتَّقِ اللَّهَ وَ لَا تَفْضُ الْخَاتَمَ إِلَّا بِحَقِّهِ، فَقُمْتُ وَ تَرَكْتُ الْمِائَةَ دِينَارٍ، فَإِنْ كُنْتَ تَعْلَمُ أَنِّي فَعَلْتُ ذَلِكَ مِنْ خَشْيَتِكَ فَفَرِّجْ عَنَّا، فَفَرَّجَ اللَّهُ عَنْهُمْ فَخَرَجُوا »¹.

2- السياحة بمعنى الجهاد في سبيل الله تعالى: ورد في السنة ما يدل على هذا المعنى، فعن أبي أمامة رضي الله عنه أن النبي صلى الله عليه و سلم قال: « إِنَّ سِيَاحَةَ أُمَّتِي الْجِهَادُ فِي سَبِيلِ اللَّهِ تَعَالَى »²، مع العلم أن الجهاد لا ينحصر في القتال، فعن عائشة رضي الله عنها قالت: قلت: يا رسول الله، على النساء جهاد؟

¹ أخرجه الإمام البخاري في صحيحه، أنظر: محمد بن إسماعيل أبو عبد الله البخاري الجعفي، صحيح البخاري، الطبعة الأولى، دار طوق النجاة، 1422 هـ، الجزء الرابع، كتاب أحاديث الأنبياء، باب حديث الغار، رقم الحديث: 3465، ص 172.

² أخرجه الإمام أبو داود في سننه، أنظر: الإمام المحافظ أبي داود سليمان بن الأشعث الأزدي السجستاني، سنن أبي داود، طبعة خاصة، دار الرسالة العالمية، الجمهورية العربية السعودية، 2009 م / 1430 هـ، الجزء الرابع، كتاب الجهاد، باب في النهي عن السياحة، رقم الحديث: 2486، ص 143.

قال: « نَعَمْ، عَلَيْنَهُنَّ جِهَادٌ لَا قِتَالَ فِيهِ: الْحَجُّ وَالْعُمْرَةُ »¹، كما أن مقارعة خصوم الحق و مناقشتهم و دعوتهم إلى اتباع سبيل المؤمنين يعتبر من الجهاد الشرعي و ذلك لقول الله تعالى: ﴿ فَلَا تُطِعِ الْكَافِرِينَ وَ الْمُنافِقِينَ وَ جَاهِدْهُمْ بِهِ جِهَادًا كَبِيرًا ﴾²، و في الحديث قال رسول الله صلى الله عليه و سلم: « جَاهِدُوا الْمُشْرِكِينَ بِأَمْوَالِكُمْ وَ أَيْدِيكُمْ وَ أَلْسِنَتِكُمْ »³، فيتبين أن الجهاد هو جهاد الإنسان بالقتال و جهاد اللسان بالأقوال و أيضا قصد البيت الحرام للحج و العمرة.

3- السياحة بمعنى الصيام: ورد في السنة ما يدل على هذا المعنى أيضا و ذلك كما يلي:

فعن أبي هريرة رضي الله عنه قال: قال رسول الله صلى الله عليه و سلم: « السَّائِحُونَ هُمُ الصَّائِمُونَ »⁴.
وعن عائشة رضي الله عنها قالت: « سَيَّاحَةٌ هَذِهِ الْأُمَّةُ الصِّيَامُ »⁵.

4- السياحة بمعنى السير في الأرض: عن رسول الله صلى الله عليه و سلم قال: « إِنَّ اللَّهَ مَلَائِكَةٌ سَيَّاحِينَ فِي الْأَرْضِ يُبَلِّغُونِي مِنْ أُمَّتِي السَّلَامَ »⁶.

ثالثا: خصائص السياحة الناجحة في الإسلام⁷

1- التخطيط المسبق: من أهم أسباب نجاح السياحة لدى الإنسان هو التخطيط المسبق و وضع برنامج متكامل حول سفره و المناطق التي سيزورها، حيث بعض الناس لا يجنون من سفرهم إلا التعب و المصاريف الكثيرة مما ينعكس سلبا على رحلتهم فلا يستمتعون بسياحتهم، لذلك فإن التخطيط المسبق يقتضي توفير الاستعداد التام للاستفادة من الرحلة السياحية، مع تحديد الأهداف و الغايات المرجوة منها، و يمكن الاستفادة من شبكة الإنترنت في ترتيب و تنظيم السفر حيث أصبح العالم اليوم قرية صغيرة بين يدي الإنسان.

¹ أخرجه الإمام ابن ماجة في سننه، أنظر: الإمام الحافظ أبي عبد الله محمد بن يزيد القزويني، سنن ابن ماجة، دار احياء الكتب العربية، الجزء الثاني، كتاب المناسك، باب الحج جهاد النساء، رقم الحديث: 2901، ص 968.

² سورة الفرقان، الآية: 52.

³ أنظر: سنن النسائي بشرح الحافظ جلال الدين السيوطي و حاشية الإمام السندي، شرح سنن النسائي، الطبعة الرابعة، مكتب المطبوعات الإسلامية، حلب، 1414 هـ / 1984 م، الجزء السادس، كتاب الجهاد، باب وجوب الجهاد، رقم الحديث: 3096، ص 7.

⁴ أخرجه ابن جرير في تفسيره، أنظر: أبي جعفر محمد بن جرير الطبري، جامع البيان عن تأويل آيات القرآن: تفسير الطبري، مكتبة ابن تيمية، القاهرة، الجزء 14، تفسير سورة التوبة، الآية: 112، رقم الحديث: 17287، ص 503.

⁵ أنظر: الحافظ أبي الفداء اسماعيل بن عمر بن كثير القرشي الدمشقي، تفسير القرآن العظيم، الطبعة الثانية، دار طيبة، الرياض، 1420 هـ / 1999 م، الجزء الرابع، تفسير سورة التوبة، الآية: 112، ص 219.

⁶ أنظر: سنن النسائي بشرح الحافظ جلال الدين السيوطي و حاشية الإمام السندي، شرح سنن النسائي، مرجع سبق ذكره، الجزء الثالث، كتاب السهو، باب السلام على النبي صلى الله عليه و سلم، رقم الحديث: 1282، ص 43.

⁷ محمد الصاخر، مرجع سبق ذكره، ص 18 - 21.

2- المعرفة: حتى يستفيد الإنسان من سياحته لابد أن تكون لديه معرفة حول الأماكن التي يقصدها، و بالتالي يقرأ و يثقف نفسه حتى يكون لديه حصيلة جيدة من المعلومات كي يستطيع الاستفادة من سفره، و يتسع مفهوم المعرفة ليشمل معرفة المواقع الأثرية و التاريخية و المعالم السياحية بكل أنواعها.

3- المزج بين الترفيه و الاستفادة: لم يغفل الإسلام مسألة ترويح الإنسان عن نفسه، حيث جاءت الروايات التي تشير إلى أن القلوب تتعب كالأبدان، أي تضعف و تصاب بالإرهاق، فيحتاج إلى الترفيه و الترويح عنه، لكن لا يمنع مع الترفيه الاستفادة من سفره بالاطلاع على ثقافة و أخلاقيات و سلوك و تجارب الشعوب الأخرى و ما يمتلكون من علوم، فيختار لنفسه الأصلح كي يستفيد منه لتطوير فكره و حياته و مستقبله، حيث لا يمكن لأحد أن ينكر ما في السفر من فائدة، فقد قال رسول الله صلى الله عليه و سلم: « **سَافِرُوا، تَصِحُّوا وَ تَسَلَّمُوا** »¹.

4- معرفة الأحكام الشرعية: فلا شك أن السائح اليوم تواجهه كثير من المسائل الشرعية حول صلاته و صيامه و أكله و معاملاته، و أحكام الاختلاط و النظر و غيرها، لذلك لابد أن يكون لديه اطلاع جيد حول مسائل السفر و السياحة.

رابعاً: مدى رعاية و اهتمام الإسلام بالسائح

اعتنى الإسلام بالسائح بعناية لم يصل إليها أي تشريع أو نظام في العالم قديماً أو حديثاً، فقد جعل للمسافر الذي انقطع عن أهله و بلده و ماله، نصيباً من أموال الزكاة حتى و إن كان غنياً في بلده، و ذلك معاملة له على بلوغ غايته طالما أن سفره في غير معصية الله عز و جل، فيعطى لهذا المسافر ما يحتاج إليه من نفقة و كسوة، و يهيأ له ما يركب إن كان سفره طويلاً، و يطلق على هذا المسافر بابن السبيل، حيث أنه من حرص الإسلام عليه ذكرت في القرآن الكريم لفظة ابن السبيل ثمان مرات و ذلك من باب العطف عليه و الإحسان إليه² كما يلي :

1- قال الله تعالى: ﴿ **لَيْسَ الْبِرُّ أَنْ تُولُوا وَجْهَكُمْ قِبَلَ الْمَشْرِقِ وَ الْمَغْرِبِ وَ لَكِنَّ الْبِرَّ مَنْ آمَنَ بِاللَّهِ وَ الْيَوْمِ الْآخِرِ وَ الْمَلَائِكَةِ وَ الْكِتَابِ وَ النَّبِيِّنَ وَ آتَى الْمَالَ عَلَى حُبِّهِ ذَوِي الْقُرْبَى وَ الْيَتَامَى وَ الْمَسَاكِينَ وَ ابْنَ السَّبِيلِ وَ السَّائِلِينَ وَ فِي الرِّقَابِ وَ أَقَامَ الصَّلَاةَ وَ آتَى الزَّكَاةَ وَ الْمُؤْفُونَ بِعَهْدِهِمْ إِذَا عَاهَدُوا وَ الصَّابِرِينَ فِي الْبَأْسَاءِ وَ الضَّرَّاءِ وَ حِينَ الْبَأْسِ أُولَئِكَ الَّذِينَ صَدَقُوا وَ أُولَئِكَ هُمُ الْمُتَّقُونَ** ﴾³.

¹ أخرجه الطبراني، أنظر: الحافظ أبي القاسم سليمان بن أحمد الطبراني، المعجم الأوسط، دار الحرمين، القاهرة، 1415 هـ / 1995 م، الجزء السابع، رقم الحديث: 7400، ص 245.

² زكي زكي حسين زيدان، مرجع سبق ذكره، ص ص 18، 19.

³ سورة البقرة، الآية: 177.

- 2- قال الله تعالى: ﴿يَسْأَلُونَكَ مَاذَا يُنْفِقُونَ قُلْ مَا أَنْفَقْتُمْ مِنْ خَيْرٍ فَلِلْوَالِدَيْنِ وَ الْأَقْرَبِينَ وَ الْيَتَامَى وَ ابْنِ السَّبِيلِ وَ مَا تَفَعَّلُوا مِنْ خَيْرٍ فَإِنَّ اللَّهَ بِهِ عَلِيمٌ﴾¹.
- 3- قال الله تعالى: ﴿وَ اعْبُدُوا اللَّهَ وَ لَا تُشْرِكُوا بِهِ شَيْئًا وَ بِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَ بِذِي الْقُرْبَى وَ الْجَارِ الْجُنُبِ وَ الصَّاحِبِ بِالْجَنبِ وَ ابْنِ السَّبِيلِ وَ مَا مَلَكَتْ أَيْمَانُكُمْ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ مَنْ كَانَ مُخْتَلًا فَخُورًا﴾².
- 4- قال الله تعالى: ﴿وَ اعْلَمُوا أَنَّمَا غَنِمْتُمْ مِنْ شَيْءٍ فَإِنَّ لِلَّهِ خُمُسَهُ وَ لِلرَّسُولِ وَ لِذِي الْقُرْبَى وَ الْيَتَامَى وَ الْمَسَاكِينِ وَ ابْنِ السَّبِيلِ إِنْ كُنْتُمْ أَمْنْتُمْ بِاللَّهِ وَ مَا أَنْزَلْنَا عَلَى عَبْدِنَا يَوْمَ الْفُرْقَانِ يَوْمَ التَّقَى الْجَمْعَانَ وَ اللَّهُ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ﴾³.
- 5- قال الله تعالى: ﴿إِنَّمَا الصَّدَقَاتُ لِلْفُقَرَاءِ وَ الْمَسَاكِينِ وَ الْعَامِلِينَ عَلَيْهَا وَ الْمُؤَلَّفَةِ قُلُوبُهُمْ وَ فِي الرِّقَابِ وَ الْعَارِمِينَ وَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَ ابْنِ السَّبِيلِ فَرِيضَةً مِنَ اللَّهِ وَ اللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ﴾⁴.
- 6- قال الله تعالى: ﴿وَ أَتِ ذَا الْقُرْبَى حَقَّهُ وَ الْمَسْكِينِ وَ ابْنِ السَّبِيلِ وَ لَا تُبَدِّرْ تَبْدِيرًا﴾⁵.
- 7- قال الله تعالى: ﴿فَتَاتِ ذَا الْقُرْبَى حَقَّهُ وَ الْمَسْكِينِ وَ ابْنِ السَّبِيلِ ذَلِكَ خَيْرٌ لِلَّذِينَ يُرِيدُونَ وَجْهَ اللَّهِ وَ أُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ﴾⁶.
- 8- قال الله تعالى: ﴿مَا أَفَاءَ اللَّهُ عَلَى رَسُولِهِ مِنْ أَهْلِ الْقُرَى فَلِلَّهِ وَ لِلرَّسُولِ وَ لِذِي الْقُرْبَى وَ الْيَتَامَى وَ الْمَسَاكِينِ وَ ابْنِ السَّبِيلِ كَيْ لَا تَكُونَ دُولَةً بَيْنَ الْأَغْنِيَاءِ مِنْكُمْ وَ مَا آتَاكُمُ الرَّسُولُ فَخُذُوهُ وَ مَا نَهَاكُمْ عَنْهُ فَانْتَهُوا وَ اتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ﴾⁷.

خامسا: حقوق السائحين غير المسلمين في الإسلام

أباح الإسلام لغير المسلمين دخول دار الإسلام بما يعرف بعقد الأمان، فالدولة الإسلامية ليست منغلقة على نفسها بل تعطي الأمان بدرجة لم توجد في أي تشريع حتى الآن، حيث يطلق على السائح الخارجي في الفقه الإسلامي بالمستأمن و هو ما يعرف في الفقه القانوني بالأجنبي⁸.

¹ سورة البقرة، الآية: 215.

² سورة النساء، الآية: 36.

³ سورة الأنفال، الآية: 41.

⁴ سورة التوبة، الآية: 60.

⁵ سورة الإسراء، الآية: 26.

⁶ سورة الروم، الآية: 38.

⁷ سورة الحشر، الآية: 7.

⁸ زكي حسين زيدان، مرجع سبق ذكره، ص 175.

و الأجنبي عن دار الإسلام في الفقه الإسلامي هو الحربي و هو من لم يكن مسلماً و لا ذمياً، و من الجدير بالذكر هنا أن السائح المسلم من دولة إسلامية إلى دولة إسلامية يعد وطنياً من الناحية الشرعية، و من ثم فهو في حكم السائح الداخلي، و لا يحق لمن لم يكن كذلك دخول دار الإسلام إلا بأمان فيطلق عليه بعد إعطائه الأمان بالمستأمن، فالمستأمن هو طالب الأمان لكي يدخل دار غيره آمناً و لا يجوز التعرض له بسوء¹ طالما يلتزم بواجباته تجاه الدولة بالمحافظة على كيانها و هويتها و أمنها و مصالح رعاياها، و احترام دينها و عاداتها و تقاليدها، و طالما يتمتع بحقوق معينة و التي بموجبها يحصل على حق السلامة و الأمن و الحرية في الحدود الآمنة² حيث أن حقوق السائح الأجنبي في الدولة الإسلامية تشبه حقوق المسلمين في حفظ النفس و المال و العرض، كما أن له الحق في الإقامة و التنقل من مكان لآخر حيث يشاء، و بالتالي حماية شخصه من أي اعتداء من طرف رعايا الدولة التي يقيم بها لقوله تعالى: ﴿لَا يَنْهَاكُمُ اللَّهُ عَنِ الَّذِينَ لَمْ يُقَاتِلُوكُمْ فِي الدِّينِ وَ لَمْ يُخْرِجُوكُمْ مِنْ دِيَارِكُمْ أَنْ تَبَرُّوهُمْ وَ تُقْسِطُوا إِلَيْهِمْ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُقْسِطِينَ﴾³، و من حقوقه أيضاً التزام أهل البلد المستقبل بالثواب الشرعية في جانب الأوامر العامة المتعلقة بإكرام الضيف و المعاملة بالحسنى و مبادئ حسن الجوار و الدلالة على الخير و الإنقاذ من المهالك و نحو ذلك⁴.

و قد وضعت الشريعة الإسلامية عقوبات رادعة لمن يهدر حياة المستأمن، و من يمس جسده بضرر سواء عمداً أو عن طريق الخطأ بالقصاص أو الدية⁵، كما يحترم الإسلام حرية العقيدة احتراماً كاملاً، فلم يكره أحداً أحدًا على الدخول فيه لقوله تعالى: ﴿لَا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ قَدْ تَبَيَّنَ الرُّشْدُ مِنَ الْغَيِّ﴾⁶.

مما سبق يستخلص أن مفهوم السياحة في الإسلام هي ذلك النشاط الإنساني أو الفعل البشري الذي يرتبط بالعبادة، و ينبغي أن يتقيد بجملة من التعاليم و الأدلة الشرعية منها عدم ترك واجب ديني كالصلاة و الصيام و الزكاة و الحج من أجل السفر و الترفيه، بالإضافة إلى عدم الوقوع في المحرمات و المبالغة في الإنفاق على اللهو، و ضياع الوقت و المبالغة في الراحة على حساب العمل، مما يستلزم ضرورة الموازنة و المفاضلة بين الحاجات الضرورية.

و بالتالي مفهوم السياحة في الإسلام يتضمن اتباع آداب و سنن يستحسن مراعاتها من طرف السائحين تفادياً للوقوع في المحظورات التي نهى عنها الإسلام، و التي تتمثل في الضوابط الشرعية للسياحة التي سنتحدث عنها لاحقاً في المبحث الثاني.

¹ زكي زكي حسين زيدان، مرجع سبق ذكره، ص ص 37، 38.

² رشدي شحاتة أبو زيد، مرجع سبق ذكره، ص ص 17، 18.

³ سورة الممتحنة، الآية: 8.

⁴ إدريس الفاسي الفهري، مرجع سبق ذكره، ص 31.

⁵ زكي زكي حسين زيدان، مرجع سبق ذكره، ص 175.

⁶ سورة البقرة، الآية: 256.

المطلب الثالث: دوافع السياحة في الإسلام

لقد شرع الله تعالى لعباده شريعة كاملة، ذلك أن الدين الإسلامي الذي ارتضاه الله للعالمين دين يرعى شؤونهم و يكرم انسانياتهم بحيث يلتقي مع الفطرة السوية و يستجيب لاحتياجات النفس البشرية من خلال تشريعه لأمر تتعدى إلى الجوانب المختلفة للحياة، لذا فإن المتأمل في مصادر الشريعة يجد أن هناك عدة دوافع للسياحة قد راعاها الإسلام¹، حيث أقر السياحة و السفر لمقاصد نبيلة كالعبادة و العلم و العلاج و الترويح عن النفس، أو البحث و الاستطلاع و الاستكشاف، أو لنشر دعوة الإسلام، أو الانتقال من دولة إلى دولة أخرى من أجل التجارة، و تأسيسا على ذلك فالإسلام يحث على السياحة التي تحقق منافع مشروعة للإسلام و المسلمين².

أولاً: الدافع الدعوي

يتميز الإسلام بعدة خصائص و من بينها عالمية الرسالة و الدعوة، لقوله تعالى: ﴿ تَبَارَكَ الَّذِي نَزَّلَ الْفُرْقَانَ عَلَى عَبْدِهِ لِيَكُونَ لِلْعَالَمِينَ نَذِيرًا ﴾³، و نشر الدعوة يكون من خلال وسائل متعددة، و من تلك الوسائل السياحة بدافع الدعوة إلى الله و هي تتمثل في أمرين⁴:

1- نشر الدعوة الإسلامية: انطلاقاً من عالمية الدعوة فإن تعاليم الدين ترغب الدعاة بأن يقوموا بالمسؤولية العظيمة في تبليغ الإسلام، فالدعوة إلى الله تعالى و نشر الدين الإسلامي إذا تطلبت قيام الدعاة بالسياحة إلى مواقع المدعوين و أماكنهم، فإن السياحة بدافع الوصول إليهم و تبليغهم تصبح إحدى المسؤوليات المناطة بالدعاة، و لا ريب أن هذا الدافع يعتبر من أهم دوافع السياحة في الشريعة الإسلامية.

قال الله تعالى: ﴿ ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَ الْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَ جَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ظَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَ هُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ ﴾⁵، و قال أيضاً: ﴿ وَ مَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَ عَمِلَ صَالِحًا وَ قَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ ﴾⁶.

و في عصرنا الحاضر تتنوع صور السياحة الدعوية بالنظر إلى الميدان و الوسيلة المستخدمة فيه فانتشار الدعوة لا بد له من سلوك كل قنوات الحياة و الامتداد إلى العالم الواسع، و من تلك القنوات إمامة المصلين في

¹ علي بن أحمد الأحمد، مرجع سبق ذكره، ص 155.

² هائل طشطوش، « اقتصاديات السياحة الحلال »، مقال منشور في مجلة الحاسب العربي، مجلة شهرية تعنى بنشر و تعزيز الثقافة الحاسوبية - الكويت -، العدد الثلاثون، ص 6، الموقع الإلكتروني: https://www.aam-web.com/ar/news_detail/13، تاريخ الاطلاع: 2016/09/21.

³ سورة الفرقان، الآية: 1.

⁴ علي بن أحمد الأحمد، مرجع سبق ذكره، ص 159 - 167.

⁵ سورة النحل، الآية: 125.

⁶ سورة فصلت، الآية: 33.

رمضان في مختلف بلدان العالم و إعطاؤهم الدروس و إقامة الدورات العلمية لهم، بالإضافة إلى المشاركة في الملتقيات و الندوات و المؤتمرات.

2- الجهاد في سبيل الله: للجهاد في سبيل الله فضل عظيم، حيث ذهب البعض إلى أن المراد بالسياحة في قوله تعالى: ﴿التَّائِبُونَ الْعَابِدُونَ الْحَامِدُونَ السَّائِحُونَ الرَّاكِعُونَ السَّاجِدُونَ الْآمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَ النَّاهُونَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَ الْحَافِظُونَ لِحُدُودِ اللَّهِ وَ بَشِّرِ الْمُؤْمِنِينَ﴾¹ أنه الجهاد في سبيل الله تعالى و ذلك لحديث النبي صلى الله عليه و سلم: « إِنَّ سِيَاحَةَ أُمَّتِي الْجِهَادُ فِي سَبِيلِ اللَّهِ تَعَالَى »² كما سبق الذكر في مفهوم السياحة في الإسلام، كما أن الجهاد في سبيل الله يعد من السياحة لأن الجهاد ينطوي على السير في الأرض لملاقة الأعداء مروراً بسفوح الجبال، تعريجاً على الأودية حيث يتخلل ذلك كله التفكير في خلق الله تعالى، فيكون بهذا الاعتبار سياحة بناء على مدلول الكلمة في اللغة، و قد أوضح النبي صلى الله عليه و سلم للناس عامة الهدف الدعوي من الجهاد بقوله: « أُمِرْتُ أَنْ أُقَاتِلَ النَّاسَ حَتَّى يَقُولُوا: لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ، فَمَنْ قَالَهَا فَقَدْ عَصَمَ مِنِّي مَالَهُ وَ نَفْسَهُ إِلَّا بِحَقِّهِ، وَ حِسَابُهُ عَلَى اللَّهِ »³.

إذن فالهدف واضح للجيش الإسلامي بإنقاذ الناس من الضلالة و دلالتهم على طريق الهداية و لهذا كان النبي صلى الله عليه و سلم يأمر أمير الجيش أن يدعو عدوه قبل القتال و أن يخير المقاتلين بين ثلاث و ذلك في قوله صلى الله عليه و سلم: « وَ إِذَا لَقِيتَ عَدُوَّكَ مِنَ الْمُشْرِكِينَ فَادْعُهُمْ إِلَى ثَلَاثِ خِصَالٍ أَوْ خِلَالَ فَأَيُّتُهُنَّ مَا أَجَابُوكَ فَأَقْبَلْ مِنْهُمْ وَ كُفَّ عَنْهُمْ ثُمَّ ادْعُهُمْ إِلَى الْإِسْلَامِ فَإِنْ أَجَابُوكَ فَأَقْبَلْ مِنْهُمْ وَ كُفَّ عَنْهُمْ »⁴، و هي إما إلى الإسلام و إما إلى دفع الجزية و إلا فالقتال الذي يعتبر الخيار الأخير للدعوة.

ثانياً: الدافع الديني و المكاني المقدس

من دوافع السياحة في الشريعة الإسلامية زيارة بقاع و أماكن مقدسة في الأرض يقصدها الناس من كل فج لفضائلها و ميزاتهما التي منحها الشرع، حيث إن الله فضل في الأرض بقاعاً اختصها بتشريفه و جعلها أمكنة يضاعف فيها الثواب، و قد أخبرنا بذلك على السنة رسله و أنبيائه عليهم الصلاة و السلام، فكانت المساجد الثلاثة: المسجد الحرام، مسجد الرسول صلى الله عليه و سلم و المسجد الأقصى هي أفضل بقاع الأرض

¹ سورة التوبة، الآية: 112.

² أخرجه الإمام أبو داود في سننه، أنظر: الإمام الحافظ أبي داود سليمان بن الأشعث الأزدي السجستاني، سنن أبي داود، مرجع سبق ذكره، الجزء الرابع، كتاب الجهاد، باب في النهي عن السياحة، رقم الحديث: 2486، ص 143.

³ أخرجه الإمام البخاري في صحيحه، أنظر: محمد بن إسماعيل أبو عبد الله البخاري الجعفي، صحيح البخاري، مرجع سبق ذكره، الجزء الثاني، كتاب الزكاة، باب وجوب الزكاة، رقم الحديث: 1399، ص 105.

⁴ أخرجه الإمام مسلم في صحيحه، أنظر: الإمام الحافظ أبي عيسى مسلم بن حجاج، صحيح مسلم، الطبعة الأولى، دار طيبة، 1427 هـ / 2006 م، المجلد الثاني، كتاب الجهاد و السير، باب تأمير الإمام الأمراء على البعث، و وصيته إياهم بآداب الغزو و غيرها، رقم الحديث: 1731، ص 828.

حسبما ثبت في الصحيحين¹ عن أبي هريرة رضي الله عنه عن النبي صلى الله عليه و سلم قال: « لَا تُشَدُّ الرَّحَالُ إِلَّا إِلَى ثَلَاثَةِ مَسَاجِدَ: الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ وَ الْمَسْجِدِ الرَّسُولِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَ سَلَّمَ وَ مَسْجِدِ الْأَقْصَى »²، فقد دل الحديث على فضيلة هذه المساجد الثلاث و تميزها عن غيرها لكونها مساجد الأنبياء، فالأول قبلة الناس و إليه حجهم، و الثاني أسس على التقوى، و الثالث كان قبلة الأمم السالفة، و فيما يلي تفصيل عن الأمكنة المقدسة الثلاث التي تشد إليها الرحال و تقصد بدافع السياحة الدينية:

1- المسجد الحرام بمكة المكرمة: يعد المسجد الحرام أول مسجد وضع للناس على وجه الأرض لقول الله تعالى: ﴿ إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي بِبَكَّةَ مُبَارَكًا وَ هُدًى لِّلْعَالَمِينَ ﴾³، حيث يقع في قلب مدينة مكة المكرمة في غرب المملكة العربية السعودية، توجد في وسطه الكعبة التي هي أيضا أول بناء وضع على وجه الأرض، و المسجد الحرام هو قبلة المسلمين في صلاتهم، و قد سمي بالمسجد الحرام لحرمة القتال فيه منذ دخول النبي محمد صلى الله عليه و سلم منتظرا فتح مكة الذي تم في شهر رمضان من العام الثامن للهجرة، و عقب الفتح مباشرة أمر الرسول صلى الله عليه و سلم بتطهير الكعبة من التماثيل و الأصنام، كما أمر بكسوتها و تعطيها.

إلا أن المسجد الحرام في عهد الرسول صلى الله عليه و سلم لم يكن له حدود و إنما كانت تحيط به الشوارع و المنازل الخاصة بأهل مكة، و ظل هكذا طوال عهد أبو بكر الصديق رضي الله عنه، لكن في عهد الفاروق عمر بن الخطاب رضي الله عنه زاد عدد المسلمين بشكل كبير بعد انتشار الفتوحات الإسلامية فزاد معه عدد الحجاج، فقرر عمر بن الخطاب إجراء أول توسعة في المسجد الحرام بشراء عدد كبير من المنازل المجاورة و أحاطه بجدران كي تحميه، كما قام سيدنا عثمان بن عفان رضي الله عنه في سنة 26 هـ بعمل توسعة أخرى للمسجد الحرام و بنى به أروقة، كما قام عبد الله بن الزبير سنة 65 هـ بعمل توسعة و زيادة كبيرة للمسجد الحرام، و عمره بعد ذلك عبد الملك بن مروان و لم يزد فيه لكنه رفع جدار المسجد و أحضر إليه أعمدة قوية من الرخام و الحجارة و ذلك من مصر و بلاد الشام.

و لقد استمرت أعمال الإصلاح و الزيادة في عمران المسجد الحرام على مختلف العصور حتى أصبح على ما هو عليه في الوقت الحاضر و ذلك لإدراك المسلمين و حكامهم لما في ذلك من قيمة دينية و روحية في نفوس المسلمين، حيث كان للسلطين و الخلفاء العثمانيين دور كبير في ترميم المسجد الحرام و من أبرزهم السلطان سليمان سنة 972 هـ الموافق لسنة 1564 م، و لا يخفى أن ملوك المملكة العربية السعودية كان لهم أيضا دور بارز في ترميم المسجد الحرام، و إن أعظم هذه التوسيعات هي التي تمت سنة 1409 هـ الموافق

¹ علي بن أحمد الأحمدي، مرجع سبق ذكره، ص 170.

² أخرجه الإمام البخاري في صحيحه، أنظر: محمد بن إسماعيل أبو عبد الله البخاري الجعفي، صحيح البخاري، مرجع سبق ذكره، الجزء الثاني، كتاب الجمعة، باب فضل الصلاة في مسجد مكة و المدينة، رقم الحديث: 1189، ص 60.

³ سورة آل عمران، الآية: 96.

لسنة 1988 م في عهد الملك الراحل فهد بن عبد العزيز حيث وصلت مساحة المسجد في عهده إلى 328 ألف متر مربع و تتسع لحوالي مليون مسلم¹.

و بالتالي يعتبر المسجد الحرام أشرف البقاع لما خصه الله تعالى ببيته الحرام، فيميزه على سائر بقاع الأرض و لا يدخله قادم إلا محرماً بحج أو عمرة، و لما كانت له هذه الحرمة فلا يجوز أن يدخله مشرك من كتابي أو وثني، فإذا جاء أحدهم برسالة إلى الإمام بعث إليه من يسمعه أو يأخذ كتابه ثم يخبر الإمام أو يخرج إليه الإمام إذا قال الكافر لا أؤدي الرسالة إلا مشافهة²، و سبب ذلك قوله تعالى: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْمُشْرِكُونَ نَجَسٌ فَلَا يَقْرَبُوا الْمَسْجِدَ الْحَرَامَ بَعْدَ عَامِهِمْ هَذَا وَ إِنْ خِفْتُمْ عَيْلَةً فَسَوْفَ يُغْنِيكُمُ اللَّهُ مِنْ فَضْلِهِ إِنْ شَاءَ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ حَكِيمٌ﴾³، و لأن الرسول صلى الله عليه و سلم لما ذكر فضائل الأعمال في البقاع قال: « مَنْ حَجَّ لِلَّهِ فَلَمْ يَرْفُثْ، وَ لَمْ يَفْسُقْ، رَجَعَ كَيَوْمِ وَلَدَتْهُ أُمُّهُ »⁴.

كما حث الشارع على متابعة النسك بين الفينة و الأخرى قصد نيل الثواب كما ورد في الصحيحين، فعن أبي هريرة رضي الله عنه أن رسول الله صلى الله عليه و سلم قال: « الْعُمْرَةُ إِلَى الْعُمْرَةِ كَفَّارَةٌ لِمَا بَيْنَهُمَا، وَ الْحَجُّ الْمَبْرُورُ لَيْسَ لَهُ جَزَاءٌ إِلَّا الْجَنَّةُ »⁵، فإذا تقرر كل هذا من الكتاب و السنة فلا يجوز لمشرك أن يدخل الحرم حتى و لو بإذن الإمام أو نائبه.

2- المسجد النبوي بالمدينة المنورة: تنبع عظمة و أهمية المسجد النبوي الشريف من حيث أن اختيار مكانه و وضع أساسه و تحديد قبلته تم من قبل الرسول محمد صلى الله عليه و سلم، و شاركه في ذلك أوائل الصحابة من المهاجرين و الأنصار و في ذلك قمة التشريف و التعظيم لهذا المسجد المبارك، و تستحب الصلاة فيه لما ورد عن الرسول صلى الله عليه و سلم قال: « صَلَاةٌ فِي مَسْجِدِي هَذَا خَيْرٌ مِنْ أَلْفِ صَلَاةٍ فِيَمَا سِوَاهُ، إِلَّا الْمَسْجِدَ الْحَرَامَ »⁶.

¹ محمد أحمد عبد اللطيف، أبرز المعالم الأثرية و السياحية الإسلامية و المسيحية في مصر و العالم، الطبعة الأولى، دار الوفاء، الإسكندرية، 2001 م، ص 311 - 313.

² زكي زكي حسين زيدان، مرجع سبق ذكره، ص 96.

³ سورة التوبة، الآية: 28.

⁴ أخرجه الإمام البخاري في صحيحه، أنظر: محمد بن إسماعيل أبو عبد الله البخاري الجعفي، صحيح البخاري، مرجع سبق ذكره، الجزء الثاني، كتاب الحج، باب فضل الحج المبرور، رقم الحديث: 1521، ص 133.

⁵ أخرجه الإمام البخاري في صحيحه، أنظر: محمد بن إسماعيل أبو عبد الله البخاري الجعفي، صحيح البخاري، مرجع سبق ذكره، الجزء الثالث، كتاب الحج، أبواب العمرة، باب وجوب العمرة و فضلها، رقم الحديث: 1773، ص 3.

⁶ أخرجه الإمام البخاري في صحيحه، أنظر: محمد بن إسماعيل أبو عبد الله البخاري الجعفي، صحيح البخاري، مرجع سبق ذكره، الجزء الثاني، كتاب الجمعة، باب فضل الصلاة في مسجد مكة و المدينة، رقم الحديث: 1190، ص 60.

و لما في ذلك من فضل كبير لقوله صلى الله عليه و سلم: « مَنْ تَطَهَّرَ فِي بَيْتِهِ، ثُمَّ أَتَى مَسْجِدَ قُبَاءٍ، فَصَلَّى فِيهِ صَلَاةً، كَانَ لَهُ كَأَجْرِ عُمْرَةٍ »¹.

و يعتبر المسجد النبوي في المدينة المنورة في المركز الثاني في قدسية دور العبادة للمسلمين بعد المسجد الحرام في مكة، و هو أحد ثلاث مساجد تشد لها الرحال في الدين الإسلامي، أما عن بداية نشأة و تأسيس المسجد النبوي فإنه بعد وصول الرسول صلى الله عليه و سلم إلى المدينة و جماهير المسلمين من المهاجرين و الأنصار تحيط به، فقد استقرت راحلته و هي الناقة في مكان يقع في وسط المدينة فقام الرسول صلى الله عليه و سلم بشراء هذه الأرض من أهلها و اختارها لتكون مسجداً يجتمع فيه المسلمون لأداء صلواتهم و عباداتهم، فشرع مع أصحابه في بنائه حيث كان طولها في عهد النبي صلى الله عليه و سلم سبعين ذراعاً* و عرضه ستين ذراعاً، كما تم عمل أساسات المسجد من الحجارة.

و لقد كانت عمارة المسجد النبوي على مر العصور موضع اهتمام الخلفاء و السلاطين و الملوك حيث كانت من التوسعات الكبيرة ما قام به الخليفة الأموي الوليد بن عبد الملك سنة 88 هـ، و إعادة بناء جدران المسجد بشكل زاد في متانته، كما أضاف إليه أربعة مآذن في كل ركن مئذنة مربعة و استحدث لأول مرة المحراب في جدار القبلة، و في العصر العثماني كانت هناك بصمات الكثير من السلاطين على المسجد النبوي أبرزهم السلطان سليمان سنة 940 هـ الموافق لسنة 1533 م، و في سنة 1266 هـ الموافق لسنة 1849 م فقد أعيد بناء المسجد بأكمله من طرف والي مصر محمد علي باشا بمشاركة مهندسين من مصر و تركيا حيث أشرف على البناء بنفسه ابراهيم باشا ابن محمد علي، و في إطار هذا التجديد بنيت القبة الخضراء و تم تغطيتها بالرصاص، أما في عهد ملوك المملكة العربية السعودية فإن التوسيعات قد توالى و كان أعظمها ما تم في عهد الملك الراحل فهد بن عبد العزيز و ذلك في سنة 1406 هـ الموافق لسنة 1985 م، حتى أصبح المسجد النبوي أكبر و أضخم مسجد في العالم بعد المسجد الحرام حيث وصلت مساحته إلى 400 ألف متر مربع و يستوعب حوالي مليون مسلم².

3- المسجد الأقصى ببيت المقدس فلسطين: أطلق عليه هذا الاسم لأنه كان أقصى المساجد بالنسبة لأرض الإسلام وقتئذ أي لبعد المسافة بينه و بين الكعبة، ثم أطلق هذا الاسم على الحرم القدسي كله حين نزل قول الله عز و جل في الآية الأولى من سورة الإسراء: ﴿ سُبْحَانَ الَّذِي أَسْرَى بِعَبْدِهِ لَيْلًا مِنَ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ إِلَى الْمَسْجِدِ الْأَقْصَى الَّذِي بَارَكْنَا حَوْلَهُ لِنُرِيَهُ مِنْ آيَاتِنَا إِنَّهُ هُوَ السَّمِيعُ الْبَصِيرُ ﴾، و منذ ذلك الحين صار لهذا المسجد مكانته العظيمة في نفوس المسلمين، فهو أولى القبلتين و إليه صلى كل الأنبياء و الرسل و إليه

¹ أخرجه الإمام ابن ماجه في سننه، أنظر: الحافظ أبي عبد الله محمد بن يزيد القزويني، سنن ابن ماجه، مرجع سبق ذكره، الجزء الأول، كتاب إقامة الصلاة و السنة فيها، باب ما جاء في الصلاة في مسجد قباء، رقم الحديث: 1412، ص 453.

* الذراع يساوي أربعة و ستون سنتيمتر.

² محمد أحمد عبد اللطيف، مرجع سبق ذكره، ص 313 - 315.

كان يصلي الرسول محمد بن عبد الله صلى الله عليه و سلم إلى غاية نصف شعبان من السنة الثانية للهجرة حين نزل عليه جبريل بالوحي من عند ربه بتغيير القبلة إلى المسجد الحرام، فتوجه في صلاته نحو الكعبة و كان قد صلى من قبل نحو القدس ستة أو سبعة عشرة شهراً¹.

و يعتبر المسجد الأقصى ثاني مسجد وضع في الأرض فقد ورد في الصحيحين عن أبي ذر رضي الله عنه قال: قلت: يا رسول الله أي مسجد وضع في الأرض أول؟ قال: « الْمَسْجِدُ الْحَرَامُ »، قلت: ثم أي؟ قال: « الْمَسْجِدُ الْأَقْصَى »، قلت: كم كان بينهما؟ قال: « أَرْبَعُونَ سَنَةً، ثُمَّ أَيْنَمَا أَدْرَكَتْكَ الصَّلَاةُ بَعْدَ فَصْلِهِ فَإِنَّ الْفَضْلَ فِيهِ »².

ثالثاً: دافع التفكير و الاعتبار

أمر الله تعالى في كتابه العزيز بالسير في الأرض و ربطه بغاية التفكير و الاعتبار³، قال تعالى: ﴿ قَدْ خَلَتْ مِنْ قَبْلِكُمْ سُنَنٌ فَسِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْمُكْذِبِينَ ﴾⁴، فلا ريب أن النظر في مخلوقات الله المتعددة يفيد السائح في تعظيم الله من خلال تأمله و تفكره فيما ذرأ في الأرض من إنسان و نبات و زرع و حيوانات و غيرها، و بالتالي التقرب إلى خالقها و الامتثال إلى أوامره و نواهيه، كما أن البحث عن أحوال الذين عاشوا في الماضي و التعرف على ما حل بهم و النظر في آثارهم يهدي السائح إلى تلك السنن التي خلت من قبل و يفيد الأجيال في الاعتبار بها كما ينبغي.

رابعاً: الدافع العلمي و الثقافي

من دوافع السياحة في الشريعة الإسلامية طلب العلم فقد أمر الله تعالى بالسير إلى أبعد مدى في طلب العلم⁵ قال الله سبحانه و تعالى: ﴿ وَ مَا كَانَ الْمُؤْمِنُونَ لِيَنْفِرُوا كَافَّةً فَلَوْلَا نَفَرَ مِنْ كُلِّ فِرْقَةٍ مِنْهُمْ طَائِفَةٌ لِيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ وَ لِيُنذِرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ ﴾⁶، و من السنة قال رسول الله صلى الله عليه و سلم: « وَ مَنْ سَلَكَ طَرِيقًا يَأْتِمِسُ فِيهِ عِلْمًا سَهَّلَ اللَّهُ لَهُ بِهِ طَرِيقًا إِلَى الْجَنَّةِ »⁷ و قوله أيضاً: « مَنْ خَرَجَ فِي طَلَبِ الْعِلْمِ فَهُوَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ حَتَّى يَرْجِعَ »⁸.

¹ محمد أحمد عبد اللطيف، مرجع سبق ذكره، ص 317.

² أخرجه الإمام البخاري في صحيحه، أنظر: محمد بن إسماعيل أبو عبد الله البخاري الجعفي، صحيح البخاري، مرجع سبق ذكره، الجزء الرابع، كتاب أحاديث الأنبياء، باب منه، رقم الحديث: 3366، ص 144.

³ إدريس الفاسي الفهري، مرجع سبق ذكره، ص 35.

⁴ سورة آل عمران، الآية: 137.

⁵ إدريس الفاسي الفهري، مرجع سبق ذكره، ص 36.

⁶ سورة التوبة، الآية: 122.

⁷ أخرجه الإمام مسلم في صحيحه، أنظر: أبي عيسى مسلم بن حجاج، صحيح مسلم، مرجع سبق ذكره، المجلد الثاني، كتاب الذكر و الدعاء و التوبة و الاستغفار، باب فضل الاجتماع على تلاوة القرآن، و على الذكر، رقم الحديث: 2699، ص 1242.

⁸ أخرجه الإمام الترمذي في سننه، أنظر: أبي عيسى محمد بن عيسى الترمذي، الجامع الكبير، مرجع سبق ذكره، المجلد الرابع، كتاب العلم، باب فضل طلب العلم، رقم الحديث: 2647، ص 386.

و مع توفر وسائل الاتصال الحديثة في عصرنا الحاضر و اسهامها في نقل العلم إلا أنها لا تغني عن السياحة العلمية نظرا لأن الفوائد التي يجنيها السائح من سياحته ليست مقصورة على الفوائد العلمية فحسب، بل تتعدى ذلك إلى فوائد كثيرة تتمثل في رؤية العلماء و الاقتداء بأخلاقهم و آدابهم¹، كما أن حضور المؤتمرات العلمية و البحث و الاستكشاف تدخل في إطار الدافع المشروع للسياحة ما دامت في دائرة طلب العلم و تحصيل المعرفة و هذا ما يطلق عليه بالسياحة الثقافية، بالإضافة إلى أن الدافع الثقافي للسياحة يتعلق بالرغبات المختلفة للتعرف على الحضارات القديمة و مشاهدة المعالم الأثرية و معايشة الشعوب المختلفة بثقافتها المتعددة ذات الخصوصيات و التي تنفرد بفتونها و تراثها الشعبي و الأدبي و صناعاتها التقليدية².

خامسا: الدافع العلاجي

خلق الله الإنسان و ابتلاه ببعض الخن التي تصيبه و من ذلك مختلف الأمراض و الأسقام، لكنه برحمته خلق الدواء و شرع العلاج به فعن أبي هريرة رضي الله عنه عن النبي صلى الله عليه و سلم قال: « مَا أَنْزَلَ اللَّهُ دَاءً إِلَّا أَنْزَلَ لَهُ شِفَاءً »³، فالتداوي حق و هو من فعل الأنبياء عليهم السلام، فعلل الأجساد تعالج حتى ترد إلى الهيئة التي كانت عليها، لذلك تعتبر السياحة بدافع العلاج مشروعة في الإسلام، حيث تتنوع وجهة السياحة العلاجية تبعا لمواطن العلاج إلى عدة جهات، فقد تكون إلى شخص عنده علم بالطب أو تكون إلى بلد فيه مشفى و مركز طبي يحتوي على امكانيات تسهم في العلاج أو على الأقل التخفيف من المرض، أو تكون إلى مكة بهدف الاستشفاء بأشرف مياه الدنيا زمزم.

و قد تكون أيضا إلى الحمامات بغرض العلاج و هو ما يعرف بالسياحة الحموية فقد ثبت أن ما يفيد و يقوي الجسم هو دخول الحمام المعتدل، و قد تكون السياحة بدافع العلاج إلى الينابيع و المياه المعدنية في أرض الله و هي تندرج تحت قوله تعالى: ﴿ أَوْ لَمْ يَرَ الَّذِينَ كَفَرُوا أَنَّ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ كَانَتَا رَتْقًا فَفَتَقْنَاهُمَا وَ جَعَلْنَا مِنَ الْمَاءِ كُلَّ شَيْءٍ حَيًّا أَفَلَا يُؤْمِنُونَ ﴾⁴، و قوله تعالى لعبده أيوب بعد معاناة طويلة من الابتلاء بالمرض: ﴿ ارْكُضْ بِرِجْلِكَ هَذَا مُغْتَسَلٌ بَارِدٌ وَ شَرَابٌ ﴾⁵، كما قد تكون السياحة العلاجية إلى الحدائق الغناء و الرياض الخضراء فهي سبب من أسباب إزالة هم القلب حيث إن أغلب الناس على مر العصور عندما يتقلهم تعب الحياة، يخرجون إلى أحضان الطبيعة، فذلك هو العلاج الذي توارثه الناس جيلا بعد جيل باعتبار أن المناظر الطبيعية ذات المناخ الصحي تكتسب أهمية في مجال صحة السائح.

¹ علي بن أحمد الأحمد، مرجع سبق ذكره، ص 200.

² يسرى دعيس، صناعة السياحة بين النظرية و التطبيق: دراسات و بحوث في أنثروبولوجيا السياحة، الطبعة الأولى، الملتقى المصري للإبداع و التنمية، الاسكندرية، 2003 م، ص 155.

³ أخرجه الإمام البخاري في صحيحه، أنظر: محمد بن إسماعيل أبو عبد الله البخاري الجعفي، صحيح البخاري، مرجع سبق ذكره، الجزء السابع، السابع، كتاب الطب، باب ما أنزل الله داء إلا أنزل له شفاء، رقم الحديث: 5678، ص 122.

⁴ سورة الأنبياء، الآية: 30.

⁵ سورة ص، الآية: 42.

و قد ازداد الاهتمام بمجالات السياحة العلاجية في الوقت الحاضر ليس بدافع الاستشفاء فقط بل بدافع الوقاية من الأمراض عن طريق إعادة النشاط و إراحة الجسد من أجل مقاومة متاعب الحياة، فهذا النوع من السياحة أصبح حاجة ماسة في عصر الآلة و انتشار الأمراض¹، خاصة و أن استجمام العلاج الطبيعي يخفف أو يعالج بشكل كامل الأمراض المختلفة و الاستجمام الفسيولوجي يعيد القدرة و التوازن إلى جسم الإنسان².

سادسا: الدافع الاجتماعي

من دوافع السياحة في الشريعة الإسلامية أيضا صلة الأرحام و الأقارب، و زيارة الأصدقاء و المتحابين في الله، فقد حث الدين الإسلامي المسلم عليها و رغبه فيها ببيان فضلها العظيم فعن الرسول الله صلى الله عليه و سلم قال: « قَالَ اللَّهُ تَبَارَكَ وَ تَعَالَى: وَجَبَتْ مَحَبَّتِي لِلْمُتَحَابِّينَ فِيَّ، وَ الْمُتَجَالِسِينَ فِيَّ، وَ الْمُتَزَاوِرِينَ فِيَّ، وَ الْمُتَبَادِلِينَ فِيَّ »³، و قد تضافرت نصوص كثيرة في الحث على صلة الرحم سواء كانت بعيدة أو قريبة، و امتدت هذه الصلة من العائلة إلى المجتمع مع ضرورة ضبطها في كل فروعها و أصولها بالتقوى لقوله تعالى: ﴿ يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَى وَ جَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ﴾⁴.

و ما ورد في شأن السياحة بدافع صلة الرحم في السنة المطهرة، عن أبي هريرة رضي الله عنه عن النبي صلى الله عليه و سلم: « أَنَّ رَجُلًا زَارَ أَخًا لَهُ فِي قَرْيَةٍ أُخْرَى فَأَرَّصَدَ اللَّهُ لَهُ عَلَى مَدْرَجَتِهِ مَلَكًا فَلَمَّا أَتَى عَلَيْهِ قَالَ: أَيْنَ تُرِيدُ؟ قَالَ: أُرِيدُ أَخًا لِي فِي هَذِهِ الْقَرْيَةِ، قَالَ: هَلْ لَكَ عَلَيْهِ مِنْ نِعْمَةٍ تَرْتُبُهَا؟ قَالَ: لَا، غَيْرَ أَنِّي أَحْبَبْتُهُ فِي اللَّهِ عَزَّ وَ جَلَّ. قَالَ: فَإِنِّي رَسُولُ اللَّهِ إِلَيْكَ بِأَنَّ اللَّهَ قَدْ أَحَبَّكَ كَمَا أَحْبَبْتُهُ فِيهِ »⁵.

¹ علي بن أحمد الأحمدي، مرجع سبق ذكره، ص 107 - 215.

² حسن الرفاعي، مبادئ الاستجمام السياحية، الطبعة الأولى، دار المسيرة، عمان، 2001 م، ص 79.

³ أنظر: الإمام مالك بن أنس، الموطأ، 1406 هـ / 1985 م، الجزء الثاني، كتاب الشعر، باب ما جاء في المتحابين في الله، رقم الحديث: 16، ص 954.

⁴ سورة الحجرات، الآية: 13.

⁵ أخرجه الإمام مسلم في صحيحه، أنظر: أبي عيسى مسلم بن حجاج، صحيح مسلم، الطبعة الأولى، مرجع سبق ذكره، المجلد الثاني، كتاب البر و الصلة و الآداب، باب في فضل الحب في الله، رقم الحديث: 2567، ص 1194.

سابعاً: الدافع التجاري

من دوافع السياحة في ضوء الشريعة الإسلامية التجارة و طلب الكسب قال الله تعالى: ﴿لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلاً مِنْ رَبِّكُمْ﴾¹، و ابتغاء الفضل ورد في القرآن بمعنى التجارة، فالسياحة بهذا الدافع قد عرفها المسلمون منذ القدم حيث يسر الله لهم السياحة للتجارة في فصل الصيف إلى الشام و في فصل الشتاء إلى اليمن لقوله تعالى: ﴿لِإِيلَافِ قُرَيْشٍ، إِالِفِهِمْ رِحْلَةَ الشِّتَاءِ وَ الصَّيْفِ، فَلْيَعْبُدُوا رَبَّ هَذَا الْبَيْتِ، الَّذِي أَطْعَمَهُمْ مِنْ جُوعٍ وَ أَمَنَّهُمْ مِنْ خَوْفٍ﴾²، كما يرجع سبب إسلام دول شرق آسيا و قارة إفريقيا إلى التجار المسلمين الذين كانوا يسيحون شرقاً و غرباً، مما جعلهم يلعبون دوراً بارزاً في وضع اللبنة الأولى للعقيدة الإسلامية في تلك البلدان فأثمرت جهودهم بأن عم الإسلام، فالتاجر المسلم كان يحمل مع سلعته إسلامه الذي هذب أخلاقه و روضه على الصدق و الأمانة و عدم الغش، مما جعله مصدر إعجاب الناس به في كل مكان، كما لفت أنظار الناس إليه بكثرة وضوئه و صلواته في أوقات منتظمة³.

ثامناً: الدافع الترويحي

تعتبر الرغبة في الترويح أمر فطري في الإنسان لذا فإن الإسلام و هو دين الفطرة يقر مبدأ الترويح عن النفس، و قد دلت شواهد من السنة على جواز الترويح فعن عائشة رضي الله عنها قالت: «لَقَدْ رَأَيْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَ سَلَّمَ يَوْمًا عَلَى بَابِ حُجْرَتِي وَ الْحَبَشَةُ يَلْعَبُونَ فِي الْمَسْجِدِ، وَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَ سَلَّمَ يَسْتُرْنِي بِرِدَائِهِ، أَنْظُرُ إِلَى لَعِبِهِمْ»⁴، و إذا تقرر أن الترويح مباح في الإسلام فإن هذا المباح قد يؤجر عليه المسلم أيضاً إذا أحسن القصد⁵ أي أن يكون الترويح نشاط هادف و ممتع، يمارس اختياريًا بدافعية ذاتية و بأشكال عديدة مباحة شرعاً، شرط أن يتم في أوقات الفراغ و أن لا يكون غاية في نفس المسلم بل وسيلة لتحقيق مقصد من المقاصد الحسنة في الدين، و ذلك من خلال تقوية البدن و إعداده باعتبار أن المؤمن القوي خير و أحب إلى الله من المؤمن الضعيف، فيمارس نوعاً مناسباً من أنواع الترويح على أنه تقرب إلى الله تعالى، و الترويح الهادف المباح واسع المساحة متنوع الأنماط كما يلي:

1- الترويح بالسباحة: حظيت السباحة بتشجيع الإسلام من جهة تعلمها و تحصيلها و قد اتفق العلماء على استحباب هذا النوع من الترويح لما فيه من الاستفادة من خيرات البحار و الأنهار، و لما فيه من نفع كبير

¹ سورة البقرة، الآية: 198.

² سورة قريش، الآية: 1 - 4.

³ علي بن أحمد الأحمدي، مرجع سبق ذكره، ص 216 - 218.

⁴ أخرجه الإمام البخاري في صحيحه، أنظر: محمد بن إسماعيل أبو عبد الله البخاري الجعفي، صحيح البخاري، مرجع سبق ذكره، الجزء الأول،

كتاب الصلاة، باب أصحاب الحراب في المسجد، رقم الحديث: 454، ص 98.

⁵ علي بن أحمد الأحمدي، مرجع سبق ذكره، ص 220، 221.

يعود على ممارسه بعدة فوائد صحية و نفسية إضافة إلى الحسنات التي تصب في ميزانه إن هو أحسن القصد و النية.

2- الترويح بالغوص: و هو النزول بالجسد تحت الماء لمدة من الزمن قد تطول في العادة و ذلك باستخدام الأدوات و الأجهزة التي توفر الأمن و الوقاية، و هي وسيلة لاستكشاف قاع البحار و الأنهار و استخراج اللؤلؤ و المرجان.

3- الترويح بركوب الخيل: لقد حظي أيضا بتشجيع الإسلام و اتفق العلماء على استحبابه حيث كان للنبي صلى الله عليه و سلم عناية كبرى بالخيل و تمرينها على الجري و السباق، فقد كان يركبها بنفسه و يسابق بينها استحابة منه لأمر الله عز و جل بإعداد القوة قال تعالى: ﴿ وَ أَعِدُّوا لَهُمْ مَا اسْتَطَعْتُمْ مِنْ قُوَّةٍ وَ مِنْ رِبَاطِ الْخَيْلِ تُرْهِبُونَ بِهِ عَدُوَّ اللَّهِ وَ عَدُوَّكُمْ وَ آخِرِينَ مِنْ دُنِهِمْ لَا تَعْلَمُونَهُمُ اللَّهُ يَعْلَمُهُمْ وَ مَا تُنْفِقُوا مِنْ شَيْءٍ فِي سَبِيلِ اللَّهِ يُوَفَّ إِلَيْكُمْ وَ أَنْتُمْ لَا تُظْلَمُونَ ﴾¹، و قد ورد في حديث عروة البارقي أن النبي صلى الله عليه و سلم قال: « الْخَيْلُ مَعْقُودٌ فِي نَوَاصِيهَا الْخَيْرُ إِلَى يَوْمِ الْقِيَامَةِ: الْأَجْرُ وَ الْمَغْنَمُ »².

3- الترويح بالصيد: نظم الإسلام الصيد و هذبه محددًا ما يصاد و ما لا يصاد، و بين ما يجوز استخدامه من الحيوانات أو الطيور في الصيد، كما بين حكم الصيد في أزمنا معينة، و قد كان الصيد معروفًا عند الصحابة إلا أنهم لم يكونوا يهدرون الأوقات في تتبعه لإدراكهم الضوابط الشرعية للصيد، أما عن سبب تغيير الترويح بالصيد من حكم لآخر هو بمقدار ممارسته وفق الضوابط و مدى تقيده بأحكامه و مدى تحقيقه للأهداف الشرعية.

4- الترويح بتسلق الجبال: تسلق الجبال رياضة تتم في المواقع الجبلية حيث إن الجبل هو الأداة الأساسية في ممارستها، و هي رياضة استطلاعية يقصد بها صعود الجبال بالاعتماد على اليدين و الرجلين مع استخدام ما يلزم من معدات، و هي مباحة إذا كان الغالب في ممارستها السلامة من الأخطار بل تندب إذا كان الدافع من وراءها طلب تقوية البدن و تعويده على المشاق لنصرة الدين، إضافة إلى أنها تحقق الاستمتاع بالمنظر الطبيعية و رؤية أنواع التضاريس المختلفة و استنشاق الهواء النقي مما ينعش النفس و يجدد نشاطها، كما تجعل المرء يحتلي فيها بنفسه بعيدًا عن مشاكل الحياة فيصفو جو التأمل في روائع الكون و بديع الخلق الإلهي فيتأمل السماء كيف رفعت و الأرض كيف سطحت و الجبال كيف نصبت³.

و من الجدير بالذكر هنا أنه قد تتجمع العديد من الدوافع مع بعضها البعض لدى سائح معين تكون وراء قرار سفره للسياحة.

¹ سورة الأنفال، الآية: 60.

² أخرجه الإمام البخاري في صحيحه، أنظر: محمد بن إسماعيل أبو عبد الله البخاري الجعفي، صحيح البخاري، مرجع سبق ذكره، الجزء الرابع، كتاب الجهاد و السير، باب الجهاد ماض مع البر و الفاجر، رقم الحديث: 2852، ص 28.

³ علي بن أحمد الأحمد، مرجع سبق ذكره، ص 597 - 603.

المطلب الرابع: أنواع السياحة

لقد تنوعت المنتجات السياحية في عالم اليوم و صارت كل وجهة مختصة بنوع أو أنواع محددة من السياحة، بحسب ما تسمح به إمكاناتها الجغرافية و التاريخية و الطبيعية و البشرية و الاستثمارية، حيث يهتم المختصون في الحقل السياحي برغبات السائحين، و بأعداد الراغبين في كل نوع من أنواع السياحة، بل إنهم يذهبون إلى أبعد من ذلك حين يولدون الرغبة و يهيئون ما يليها، لذلك تنفرع السياحة إلى أنواع متعددة نظرا لتنوع الدوافع المؤدية إلى القيام بها و الرغبات المختلفة للأفراد، و قد ساعد على بروز هذا التنوع التطور الاقتصادي و الاجتماعي و حتى التكنولوجي، الشيء الذي أدى إلى ظهور أنواع جديدة من السياحة في الوقت الذي يتخذ النوع الواحد من السياحة عدة أشكال.

أولا: السياحة العلمية و الثقافية

يقصد بالسياحة الثقافية كل استجمام يكون الدافع الرئيسي فيه هو البحث عن المعرفة من خلال اكتشاف تراث عمراي مثل المدن و القرى و المعالم التاريخية و الحدائق و المباني الدينية أو تراث روحي مثل العادات و التقاليد¹، و أنماط الحياة من معتقدات و قيم و سلوكيات و ممارسات اجتماعية²، و بالتالي فهي النشاط الذي يمكن أن يناسب جميع أنواع الجمهور مهما كان مستوى المعرفة لديه³.

و تعتبر السياحة الثقافية من أهم أنواع السياحة التقليدية التي يسعى فيها السائح للتعرف على كل ما هو غير مألوف بالنسبة له، و إثراء معلوماته و معارفه عن بلدان و حياة شعوب لم يعاشرها من قبل و كذلك زيارة الأماكن التاريخية و الأثرية و المتاحف، حيث يندرج تحت السياحة الثقافية ما يعرف بالسياحة التاريخية التي تتمثل في وجود العديد من الأماكن ذات الطابع التاريخي الهام و كذلك المناطق الأثرية التي تجسد عناصر معمارية معينة و تراثية، تحكي عن ثقافات زالت أو تحكي عن تواصل حضارات بعضها ببعض، كما يسعى السائح من خلال السياحة الثقافية للاشتراك في المناسبات و المهرجانات الشعبية المختلفة و معارض الفنون التشكيلية⁴.

و لقد أصبح الإنسان اليوم بإمكانه البحث عن أفضل الجامعات و المعاهد العلمية المتقدمة في العالم من أجل تلقي العلوم الحديثة ففي العالم أكثر من 3000 جامعة تقدم أنواع العلوم المختلفة و الدقيقة في كافة

¹ بوفليخ نبيل، تقوروت محمد، مرجع سبق ذكره، ص 4.

² Mike Robinson, David Picard, « **Tourisme, culture et développement durable** », étude réalisée dans le cadre du programme "Tourisme, culture et développement" de la Division des politiques culturelles et du dialogue interculturel, Section culture et développement, France, 2006, P 18.

³ Michel Daoud, « **Tourisme culturel et politique de communication** », Mémoire de DEA, Sciences de l'Information et de la Communication, option: Langages et symboliques de la communication et des médias, Université Lumière Lyon 2, 1998, P 25.

⁴ يسرى دعبس، مرجع سبق ذكره، ص ص 261، 262.

الأصعدة، أما على الصعيد الثقافي فباستطاعة الشخص حضور المؤتمرات الثقافية و الفكرية و زيارة معارض الكتاب السنوية و المتاحف و اكتساب زخم ثقافي و فكري عبر الاستفادة من هذا التراث الكبير¹.

ثانيا: السياحة الدينية

هي أحد أنواع السياحة التقليدية يقصد بها زيارة الأماكن الدينية لأداء واجب ديني كالحج و العمرة و زيارة المساجد بالنسبة للمسلمين²، أما بالنسبة للمسيحيين فإن غايتهم من الحج تتمثل في طلب الغفران أي تحقيق حاجات لها صلة بعقيدتهم، حيث تتمثل أقدس المواقع الدينية بالنسبة للديانة المسيحية و اليهودية في الكنائس التي تستهوي عددا كبيرا من السياح المهتمين بمعرفة و مشاهدة هذه المعالم الدينية، من أجل التمتع بطراز مبانيها الأثرية و التاريخية و أيضا أداء طقوس معينة. و هذا النشاط السياحي قد يستمر لعدة أيام و السفر لمسافات طويلة.

و تعتبر السياحة الدينية اليوم من أكثر أنواع السياحة انتشارا في العالم فمعظم البشر اليوم على اختلاف أديانهم و معتقداتهم يقصدون المزارات و المناطق المقدسة لديهم فملايين المسلمين سنويا يتوجهون إلى مكة المكرمة و المدينة المنورة و غيرها من أجل القيام بشعائر دينية معينة في كل عام، و يدخل تحت هذه السياحة، سياحة الدعوة و التبليغ التي يقوم بها الدعاة و الخطباء³.

ثالثا: السياحة العلاجية

عرفها الاتحاد العالمي للسياحة على أنها " تقديم التسهيلات الصحية باستخدام المصادر الطبيعية للدولة، و بشكل خاص المياه المعدنية و المناخ"⁴، و يمكن تعريف السياحة العلاجية على أنها انتقال الأشخاص من بلدانهم الأصلية إلى بلدان أخرى بهدف الاستفادة من العناصر الطبيعية التي وهبها الله لهذه المناطق في مجال العلاج و الاستشفاء⁵، و بالتالي يتم استقطابها من طرف البلاد الأكثر تقدما في المجال الطبي أو التي توفر منتجات خاصة بميزات طبيعية معينة كالمياه المعدنية و البيئات السليمة⁶، حيث يتم السفر إليها بهدف العلاج و الاستحمام في المنتجعات الصحية، و البحث عن أفضل المستشفيات و الأطباء للحصول على العلاج المتطور حيث عرفت اليوم مجموعة من الدول بهذا التخصص الذي يجذب مجموعة كبيرة من السياح من أجل العلاج⁷.

¹ محمد الصاخن، مرجع سبق ذكره، ص ص 11، 12.

² يسرى دعيس، مرجع سبق ذكره، ص 276.

³ محمد الصاخن، مرجع سبق ذكره، ص 12.

⁴ بوفليح نبيل، تقرورت محمد، مرجع سبق ذكره، ص 4.

⁵ نفس المرجع، ص 4.

⁶ إدريس الفاسي الفهري، مرجع سبق ذكره، ص 20.

⁷ محمد الصاخن، مرجع سبق ذكره، ص 12.

- و تختلف مناطق السياحة العلاجية باختلاف مقوماتها في العلاج و طرق استغلالها في هذا المجال، حيث تقسم هذه المناطق من حيث العلاج الذي يستغل فيها إلى:
- مناطق بها مياه معدنية تستعمل للشرب أو للاستحمام.
 - مناطق تتوفر على المياه المعدنية إضافة إلى ملاءمتها العلاجية حيث تستغل للاستشفاء.
 - مناطق تستغل مياه البحر للعلاج.
 - مناطق تتوفر على وسائل طبيعية أخرى تستغل في العلاج كالدفن في الرمال كما هو الحال في بعض المناطق الصحراوية.
 - الكهوف التي تبعث منها غازات بخارية تستعمل في علاج بعض الأمراض.

رابعاً: السياحة الترفيهية

و هي السفر إلى الوجهات السياحية المعروفة بالمناطق الخلابية و الجميلة و الجو المعتدل على مستوى العالم¹، حيث نجد هذا النوع من السياحة في البلدان التي تتوفر بها المساحات الشاسعة الخضراء و المنتزهات الطبيعية و الحدائق العامة و المناخ المعتدل صيفاً و شتاءً، و بالتالي فهي متنوعة و متعددة بحسب تنوع الرغبات فمنها السياحة الجبلية، و سياحة الشواطئ التي تعتمد على استغلال الشواطئ للاصطياف و الاستحمام، و السياحة الصحراوية التي تقوم على استغلال مختلف المقومات الطبيعية لما تحتويه من تكوينات جغرافية رائعة و كنوز جيولوجية بحيث تكون مرفقة بأنشطة الترفيهية.

و كذلك سياحة الغابات و المخيمات التي تعد لون قديم و حديث في آن واحد حيث أن التخيم كان لونا من ألوان الترفيه عند العرب قديماً خاصة في رحلاتهم للصيد أو للترفيه في الخلاء، و لقد انتعشت و زادت أهمية حركة المخيمات بالنسبة للشباب في المدارس و الجامعات مع ظهور الحركة الكشفية و تطورها من خلال اتحادات منظمة العمل الكشفي سواء على المستوى المحلي أو الدولي².

بالإضافة إلى سياحة الغوص التي تعد وسيلة للترفيه و الترويح عن النفس حيث ازدهرت في العالم بعد الحرب العالمية الثانية خاصة بعد التطور المذهل في أجهزة الغوص و آلات التصوير تحت الماء، من أجل كشف أسرار البحار و الكائنات البحرية المختلفة التي لا يعلم عنها إلا القليل حتى الآن، فيوجد آلاف من الهواة الممارسين لهذا النوع من السياحة حيث هناك مراكز و مدارس خاصة للغوص تقوم بتوفير الأجهزة اللازمة للغوص و القوارب اللازمة لنقل الغواصين إلى أماكن الغوص، كما تعطي بعض المراكز المؤهلة شهادات تمكن الغواصين من الغوص بعد اجتياز اختبار طبي و دورات تدريبية في الغوص بنجاح³.

¹ محمد الصاخر، مرجع سبق ذكره، ص 13.

² يسرى دعيس، مرجع سبق ذكره، ص 332.

³ نفس المرجع، ص 251.

و يدخل تحت هذا النوع من السياحة ما يسمى بالسياحة البيئية التي تعتمد على المقومات الطبيعية بمواردها و ثروتها المختلفة، فالسياحة البيئية هي ذلك النوع الترفيهي و الترويجي عن النفس و الذي يوضح العلاقة التي تربط السياحة بالبيئة، أو بمعنى آخر كيف يتم توظيف البيئة لكي تمثل نمطا من أنماط السياحة التي يلجأ إليها الفرد للاستمتاع، فهي متعة طبيعية تعني بمفهومها العام الخروج من الروتين اليومي للتمتع بجمال الطبيعة بما فيها من الحياة الفطرية النباتية و الحيوانية¹.

خامسا: سياحة التسوق

يعتبر هذا النوع من الأنواع الحديثة للسياحة حيث تسعى كثير من الدول التي تنخفض فيها كلفة اليد العاملة و لديها وفرة في الإنتاج أن تصبح سوقا رائجا تعرض فيه جميع أنواع البضائع و بأقل الأسعار، و ذلك بهدف جذب أكبر عدد ممكن من السياح الذين يهتمون بشراء تلك السلع²، و بالتالي السفر من أجل التسوق في الدول التي تتميز بوفرة و جودة البضائع و انخفاض الأسعار خلال فترة معينة مثل دبي و لندن و باريس فهي وجهات للتسوق العالمية، أين تقوم المنشآت التجارية و الصناعية المختلفة بهدف تنشيط حركة المبيعات و الدعاية لمنتجاتها بإعلان شهر معين تسمح فيه بعمل تخفيضات و منح تسهيلات غير مسبوقه في حركة البيع، و ذلك بالتنسيق مع وزارة السياحة و وزارة التموين، فهذا النوع من السياحة يجذب السائح الداخلي و الخارجي خصوصا و أن هذا النوع يتم خلال فصل الصيف حيث يزيد عليه الطلب السياحي³.

سادسا: السياحة الرياضية

و تتجسد هذه السياحة في المواسم الرياضية الإقليمية و القارية و الدولية فكأس العالم و المسابقات الأولمبية و غيرها من البطولات، تستقطب الملايين من البشر، حيث يتوجهون إلى المناطق و الدول التي تقام فيها هذه البطولات لذلك تعني كل الدول بتطوير منشأتها الرياضية و الشبابية⁴، و قد أصبحت السياحة الرياضية في العصر الحالي من أهم أنواع السياحة لما توفره من إيرادات هامة، إلى جانب التعريف بمختلف أشكال السياحة الأخرى و باقي القطاعات في الدول المصدرة لهذا النوع من السياحة⁵.

و يندرج تحت هذا النوع من السياحة مساهمة السياح في النشاط الرياضي بأنفسهم أي اشباع رغبتهم في ممارسة رياضتهم المفضلة عن طريق استغلال عناصر الطبيعة مثل الانزلاق على الماء و التجديف أو التزحلق على الجليد أو تسلق الجبال، أو تلك التي تتطلب امكانيات خاصة تكفل ممارستها مثل الجولف و الفروسية

¹ هويدي عبد الجليل، « العلاقة التفاعلية بين السياحة البيئية و التنمية المستدامة »، مجلة الدراسات و البحوث الاجتماعية، مجلة أكاديمية علمية دورية محكمة و دولية تصدر عن جامعة الوادي، الجزائر، العدد 09، ديسمبر 2014 م، ص 216.

² كرم عبد المجيد، جغرافيا السياحة و الطيران: مبادئ السياحة، المؤسسة العامة للتعليم الفني و التدريب المهني، المملكة العربية السعودية، ص 16.

³ يسرى دعيس، مرجع سبق ذكره، ص 300.

⁴ محمد الصاخن، مرجع سبق ذكره، ص ص 13، 14.

⁵ بوفليح نبيل، تقرورت محمد، مرجع سبق ذكره، ص 4.

و التنس¹، فالرياضة واحدة من أقدم النشاطات الإنسانية إلا أن الاستحمام الرياضي تتم ممارسته وفق رغبات الأشخاص و في حدود امكانياتهم الجسدية².

سابعاً: سياحة المؤتمرات و الأعمال

تعد من أنواع السياحة الجديدة لما تميزت به عن غيرها من الأنواع الأخرى للسياحة التقليدية و يرجع ذلك إلى توفر المواصلات و سرعتها، و تطور أجهزة الاتصالات الحديثة و الترجمة الفورية لجميع لغات العالم، و زيادة التعاون الدولي في مختلف المجالات السياسية و الثقافية و العلمية و الرياضية و الاقتصادية، فقد أصبح العالم اليوم بعد ثورة الاتصالات يمثل قرية صغيرة مما يجعل من الضرورة عقد اللقاءات بصورة متكررة، حيث تختلف أنواع المؤتمرات حسب الهدف من إقامتها و كذلك الجهة المنظمة لها، فمنها المؤتمرات السياسية، و المؤتمرات العلمية، و المؤتمرات الاقتصادية و التجارية...³ كما أنها تخص فئات معينة من أفراد المجتمعات و هم الباحثون و الأدباء و رجال الأعمال.

¹ يسرى دعيس، مرجع سبق ذكره، ص 277.

² حسن الرفاعي، مرجع سبق ذكره، ص 79.

³ يسرى دعيس، مرجع سبق ذكره، ص 281.

المبحث الثاني: ضوابط السياحة في ضوء الشريعة الإسلامية

ينظر الكثير من الناس إلى السياحة على أنها مخالفة للشريعة الإسلامية و يمارس من خلالها ما يغضب الله عز و جل، لكن هذه النظرة خاطئة حيث يوجد في السياحة المحمود النافع، كما يوجد فيها المنبذ الضار، فإذا انضبطت السياحة بأحكام الشريعة الإسلامية تحولت إلى عبادة ينجم عنها الخير و النفع ليس فقط للمسلمين بل للناس جميعاً، مما يحقق الغايات العامة لقواعد التشريع الإسلامي و التي لا تخرج في منظورها العام عن الإسلام و مبادئه، فالإسلام يحث على السياحة التي تحقق منافع مشروعة للإسلام و المسلمين و غيرهم، و التي لن تتحقق إلا من خلال الالتزام بالضوابط الشرعية سواء ما تعلق منها بالسائح أو بالزمن أو بالموقع السياحي أو بالسياح غير المسلمين عندما يقصدون الدول الإسلامية بهدف السياحة على النحو الذي سنفصل فيه.

المطلب الأول: ضوابط السياحة المتعلقة بالسائح

تعتبر السياحة من الأنشطة المشروعة للسائح إذا كانت الغاية منها مشروعة، و هي حفظ الدين و العقل و النفس و حفظ العرض و المال، بمعنى أن يكون المقصد منها يتفق مع أحكام و مبادئ الشريعة الإسلامية، و أن تكون الوسائل و الأساليب المحققة لهذه الغاية كذلك مشروعة، لذلك يجب على السياح الالتزام بشرع الله حتى يجمعوا بين متاع الدنيا و ثواب الآخرة.

أولاً: احسان القصد من السياحة و الالتزام بالأحكام الشرعية عموماً

إن السائح لا بد أن يكون قصده من السياحة فعل الخير ثم يعقد العزم على أداء ذلك، حيث إن ضابط حصول النية في السياحة يعني أن يقوم السائح بالامتثال إلى أمر الشرع و الاستجابة له¹، فلينبو المسلم عند سياحته أن تكون من أجل الترويح عن النفس و التفكير في خلق الله و قدرته العظيمة، و أن لا ينسى حقوق الله، و بالتالي يعتني بتتبع الحكم الشرعي في كل تصرف من تصرفاته، بحيث يتعاطى الجائز و يجتنب المحرم. و يدخل في هذا الانضباط الشرعي، الأخذ بمبدأ الأمر بالمعروف و النهي عن المنكر، و أن يستطيع السائح إظهار شعائر دينه في البلد الذي يسافر إليه، و بالتالي يترتب على ذلك عدم الاقتراب من الحرام مهما كانت صورته، و جواز تعاطي الحلال مهما كانت صورته، و مما يتصل بالمبدأ السابق، أن يكون السائح آمراً بالمعروف إذا ظهر تركه أثناء ممارسة النشاط السياحي، و أن ينهي عن المنكر إذا ظهر فعله أيضاً²

¹ علي بن أحمد الأحمدي، مرجع سبق ذكره، ص 95، 96.

² محمد خالد منصور، خالد شجاع العتيبي، " الضوابط الشرعية للسياحة الترويحية في الفقه الإسلامي "، دراسات علوم الشريعة و القانون، المجلد 36، عمادة البحث العلمي، الجامعة الأردنية، 2009، ص 768.

لقوله تعالى: ﴿وَ إِذَا رَأَيْتَ الَّذِينَ يَخُوضُونَ فِي آيَاتِنَا فَأَعْرِضْ عَنْهُمْ حَتَّى يَخُوضُوا فِي حَدِيثٍ غَيْرِهِ وَ إِمَّا يُنْسِيَنَّكَ الشَّيْطَانُ فَلَا تَقْعُدْ بَعْدَ الذِّكْرَى مَعَ الْقَوْمِ الظَّالِمِينَ﴾¹.

ثانيا: المحافظة على أداء العبادات في أوقاتها

بمعنى ألا تخل السياحة بالواجبات الشرعية و العبادية²، فقد يكون السائح بيت القصد الحسن من السياحة ابتداء لكن قد تفضي به السياحة فيما بعد إلى الوقوع في محذور شرعي سواء بترك واجب من الواجبات أو ارتكاب محرم من المحرمات³.

ثالثا: المحافظة على محاسن الأخلاق أثناء ممارسة النشاط السياحي

ذلك أن الأخلاق منها ما هو متعلق بالقول و منها ما هو متعلق بالفعل، فيجب على من يمارس النشاط السياحي أن يكون محافظا على مكارم الأخلاق و عدم التفريط فيها⁴، و التي تتمثل في المعاملة الحسنة و الصدق و النزاهة و الأمانة و التعاون و تأصيل روح الأخوة بين الناس.

رابعا: تحمل السائح مسؤوليته في الدعوة إلى الله تعالى و قيامه بها

و من ضوابط السياحة المتعلقة بالسائح أن يتحمل مسؤوليته في الدعوة إلى الله تعالى في المواقع السياحية حيث يقوم بها وفق ما تقتضيه الحكمة في الدعوة لقول الله تعالى: ﴿أُدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَ الْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَ جَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَ هُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ﴾⁵، فكما أن الدعوة في هذا العصر واجبة على كل مسلم بحسب علمه و طاقته و وسعه في كل الميادين كما قال تعالى: ﴿وَ لَتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَ يَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَ يَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَ أُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ﴾⁶، فإن من جملة الميادين التي يجب أن تقام بها هذه الشريعة، المواقع السياحية.

¹ سورة الأنعام، الآية: 68.

² محمد خالد منصور، خالد شجاع العتيبي، مرجع سبق ذكره، ص 768.

³ علي بن أحمد الأحمد، مرجع سبق ذكره، ص 101.

⁴ محمد خالد منصور، خالد شجاع العتيبي، مرجع سبق ذكره، ص 768.

⁵ سورة النحل، الآية: 125.

⁶ سورة آل عمران، الآية: 104.

خامسا: اتباع السائح للأنظمة المتعلقة بالسياحة و التي لا تخالف الشرع

و من الضوابط اتباع السائح للأنظمة و التعليمات المتعلقة بالسياحة التي لا تخالف الشرع و هذا مرده النصوص الآمرة بطاعة ولي الأمر بالمعروف لقوله تعالى: ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَطِيعُوا اللَّهَ وَ أَطِيعُوا الرَّسُولَ وَ أُولِي الْأَمْرِ مِنْكُمْ فَإِنْ تَنَازَعْتُمْ فِي شَيْءٍ فَرُدُّوهُ إِلَى اللَّهِ وَ الرَّسُولِ إِنْ كُنْتُمْ تُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَ الْيَوْمِ الْآخِرِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَ أَحْسَنُ تَأْوِيلًا ﴾¹، فعن النبي صلى الله عليه و سلم قال: « السَّمْعُ وَ الطَّاعَةُ عَلَى الْمَرْءِ الْمُسْلِمِ فِيمَا أَحَبَّ وَ كَرِهَ، مَا لَمْ يُؤْمَرْ بِمَعْصِيَةٍ، فَإِذَا أُمِرَ بِمَعْصِيَةٍ فَلَا سَمْعَ وَ لَا طَاعَةَ »².

و ذلك ما ينطبق على البلد غير الإسلامي إذ ينبغي على السائح اتباع أنظمة البلد و تعليماته نظرا لأن تأشيرة دخوله إلى ذلك البلد تعني عقد أمان توجب عليه احترام بنودها و العمل بها، و لهذا يجب أن يصون الممتلكات و لا يؤدي العامة و يتعامل معهم بالصدق³.

سادسا: امتناع السائح المسلم عن التشبه بالكفار، و امتناع تشبه الرجال بالنساء و النساء بالرجال أثناء القيام بالنشاط السياحي

يشترط للقيام بالنشاطات السياحية التزام القواعد الشرعية المقررة في موضوع اللباس، بالإضافة إلى ضابط منع التشبه بشقيه الذي دلت عليه نصوص الكتاب و السنة، فيلزم الرجال و النساء أثناء القيام بالسياحة الابتعاد عن التشبه باللباس الخاص بالكفار و ما يتعلق بهم من أنواع خاصة من الألبسة⁴ لقول النبي صلى الله عليه و سلم: « مَنْ تَشَبَّهَ بِقَوْمٍ فَهُوَ مِنْهُمْ »⁵، و هذا دليل على التحريم لأن التشبه بهم في الظاهر يجر إلى التشبه بهم في الباطن، و قد نرى الكثير من الكفار إذا وفدوا إلى البلدان الإسلامية من أجل مصلحتهم نجدهم يحافظون على عاداتهم و تقاليدهم و لباسهم الذي اعتادوا عليه في بلادهم، في حين أن المسلمون أولى بالمحافظة على شعار دينهم و بلادهم لأن الدين الإسلامي هو الأصح⁶، و لذلك فإن ممارسة النشاط السياحي مشروطة بشروط محددة تتعلق بالتشبه بالكافرين منها:

- 1- أن لا يكون اللباس شعارا للكافرين كأن يكون فيه صليب أو علامة تميزهم عن المسلمين.
- 2- أن لا يكون اللباس مخلا بقواعد اللباس في الإسلام.

¹ سورة النساء، الآية: 59.

² أخرجه الإمام البخاري في صحيحه، أنظر: محمد بن إسماعيل أبو عبد الله البخاري الجعفي، صحيح البخاري، مرجع سبق ذكره، الجزء التاسع، كتاب الأحكام، باب السمع و الطاعة للإمام ما لم تكن معصية، رقم الحديث: 7144، ص 63.

³ علي بن أحمد الأحمدي، مرجع سبق ذكره، ص 116.

⁴ محمد خالد منصور، خالد شجاع العتيبي، مرجع سبق ذكره، ص 774.

⁵ أخرجه الإمام أبو داود في سننه، أنظر: الإمام الحافظ أبي داود سليمان بن الأشعث الأزدي السجستاني، سنن أبي داود، مرجع سبق ذكره، ذكره، الجزء السادس، كتاب اللباس، باب في لبس الشهرة، رقم الحديث: 4031، ص 144.

⁶ عبد الله بن عبد الرحمن الجبرين، مرجع سبق ذكره، ص 48.

و القاعدة الشرعية العامة تقتضي تحريم تشبه الرجال بالنساء، و النساء بالرجال، و ذلك حفاظا على خصائص كل من الرجال و النساء و فطرته التي فطر عليها، و كرامة كل منهما، فعن ابن عباس، عن النبي صلى الله عليه و سلم: « لَعَنَ اللَّهُ الْمُتَشَبِّهَاتِ مِنَ النِّسَاءِ بِالرِّجَالِ، وَ الْمُتَشَبِّهِينَ مِنَ الرِّجَالِ بِالنِّسَاءِ »¹، و يكون تشبه النساء بالرجال في زيهم و ملابسهم أو رفع أصواتهم و غير ذلك، و النشاط السياحي المعاصر ينبغي أن يخلو من تشبه كل من الجنسين بالآخر بأي مظهر من المظاهر السابقة².

سابعا: تجنب السائح القيام بالإسراف و التبذير في الإنفاق الذي نهى الله عنهما

إن الأصل في النفقة الإباحة بما يحقق أغراض الإنسان في حياته و معيشته، و الإسلام لا يتجاهل هذه الغريزة الإنسانية لكنه ينظمها و يوجهها التوجيه الشرعي السديد بما يحقق التوازن في حياة المسلم، و ما يهدد هذه القيمة الإنسانية مرض الإسراف و التبذير الذي كان سببا في الهلاك لمختلف الأفراد و الشعوب و التوسط في النفقة هو الحل الشرعي المناسب لهذا المرض، لقوله تعالى: ﴿ وَ لَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَ لَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا مَّحْسُورًا ﴾³.

مما سبق يمكن القول بأن الإسراف هو مجاوزة الحد في النفقة المباحة لدرجة الزيادة على حد الحاجة المعتدلة، فما زاد عن ذلك يعتبر إسرافا، و مرد ذلك إلى العرف و العادة، العرف العام للبلد، و العرف الخاص للشخص، و لقد جاءت النصوص الشرعية الدالة على تحريم الإسراف في النفقة، و منها قوله تعالى: ﴿ وَ لَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ ﴾⁴، و قوله أيضا: ﴿ يَبْنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَ كُلُوا وَ اشْرَبُوا وَ لَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ ﴾⁵، و قوله أيضا: ﴿ وَ آتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَ الْمِسْكِينَ وَ ابْنَ السَّبِيلِ وَ لَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا، إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ وَ كَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ﴾⁶.

فمن مقاصد الشريعة الإسلامية حفظ المال و صيانته من كل ضياع و صرفه في مجالاته، و بمقايده و شروطه، و قد يكون هذا الإسراف ذريعة لحصول فقر أو وقوع حاجة في المستقبل، كما قد يكون ذريعة إلى تفويت حقوق مالية و أدبية أخرى كثيرة، كتفويت حق قريب تعينت النفقة عليه أو حق أسير أو محتاج أو مظلوم أو يتيم أو أرملة، أو غير ذلك ممن لزم الإنفاق عليهم و سد حاجاتهم و تفريج كربهم بموجب النصوص الإسلامية الداعية إلى واجب النظر في أمور العامة فضلا عن الأمور الخاصة.

¹ أخرجه الإمام أبو داود في سننه، أنظر: الإمام الحافظ أبي داود سليمان بن الأشعث الأزدي السجستاني، سنن أبي داود، مرجع سبق ذكره، الجزء السادس، كتاب اللباس، باب في لباس النساء، رقم الحديث: 4097، ص 194.

² محمد خالد منصور، خالد شجاع العتيبي، مرجع سبق ذكره، ص 774.

³ سورة الإسراء، الآية: 29.

⁴ سورة الأنعام، الآية: 141.

⁵ سورة الأعراف، الآية: 31.

⁶ سورة الإسراء، الآية: 26، 27.

و بالتالي فإن الضابط الشرعي للسفر المباح قصد السياحة أن يكون في حدود المعقول عرفاً، و ألا يؤثر في الواجبات المالية الشرعية الأخرى كالنفقة على الأولاد و الأقارب، و للإسراف في النفقة من أجل السياحة أضرار دينية لأنها مجاوزة لحدود الله تعالى، و كفر بنعمته التي يجب أن يقابلها الشكر الموجب بوضع المال في موضعه الشرعي المتوازن، و يتضمن أيضاً الحرمان من التوفيق الرباني لقوله تعالى: ﴿كَذَلِكَ يُضِلُّ اللَّهُ مَنْ هُوَ مُسْرِفٌ مُرْتَابٌ﴾¹. فيجب أن تسلم السياحة من خطر الإسراف في النفقات التي ينفقها المسلم أثناء سفره. ثامناً: أن لا يقوم السائح بالتقتير على النفس طيلة السنة أو التضيق عليها بالاقتراض الربوي من أجل السياحة و السفر

و هذا الضابط ظاهر فيما يفعله كثير من المسلمين حيث أنه يمنع نفسه و أهله طيلة العام النفقة الحلال بغية التجهيز للسفر و الاستعداد له، كما أن كثيراً من الناس من يستدين من أجل السفر مع أن الاستدانة لا تكون إلا لحاجة شرعية ملحة، فالاستدانة نوع من أنواع الصدقة من الدائن للمدين يرجو أجرها عند الله عز و جل، و أخذ أموال الناس بدون حاجة خاصة في السياحة التي يمكن الاستغناء عنها يدخل في إطار سؤال الناس أموالهم بدون حاجة شرعية قد يكون صاحب المال أحق به منه.

كما أن الاستدانة ترهق المسلم، و قد توقعته في عدم القدرة على السداد، و هذا عبء مادي و نفسي يرهق به المسلم نفسه دون حاجة ماسة له، و أما الاقتراض الربوي فهو محرم أصلاً في كل الأغراض، و دليل ذلك من الكتاب و السنة، فلا يجوز لمسلم أن يقترض بربا من أجل أن يسافر هو و أولاده في نزهة إلى بلد ما².

تاسعاً: اكتمال شروط السفر بالنسبة للمرأة السائحة

من المعلوم أن ما ينطبق على الرجل في الشريعة يتعدى أيضاً إلى النساء فالآيات الآمرة بالسير في الأرض للنظر و التفكير و استخلاص العبر شريعة نزلت من السماء للرجال و النساء على حد سواء، فلقد خصصت السنة سفرهن بأمر أهمها:

1- وجود المحرم: إن سفر المرأة فيما أبيض لها مع زوج أو ذي محرم مباح ودليل ذلك نهي النبي صلى الله عليه و سلم عن سفر المرأة بغير محرم، فقد جاء عن ابن عباس رضي الله عنهما أنه قال: سمعت النبي صلى الله عليه و سلم يخطب يقول: « لَا يَخْلُونَ رَجُلًا بِامْرَأَةٍ إِلَّا وَ مَعَهَا ذُو مَحْرَمٍ، وَ لَا تُسَافِرِ الْمَرْأَةُ إِلَّا مَعَ ذِي مَحْرَمٍ »، فقام رجل فقال: يا رسول الله إن امرأتي خرجت حاجّةً و إني أُكْتَبْتُ في غزوة كذا و كذا.

¹ سورة غافر، الآية: 34.

² محمد خالد منصور، خالد شجاع العتيبي، مرجع سبق ذكره، ص 770.

قال: « فَأَنْطَلِقُ فَحُجَّ مَعَ امْرَأَتِكَ »¹، و قال أيضا: « لَا تُسَافِرِ الْمَرْأَةُ يَوْمَيْنِ إِلَّا مَعَهَا زَوْجُهَا أَوْ ذُو مَحْرَمٍ »²، فهذه النصوص تفيد تحريم سفر المرأة بغير محرم ، لأن المرأة معرضة في سفرها محتاجة إلى من يسندها، و غير المحرم لا يؤمن جانبه و لو كان أتقى الناس، كما أن السائحة مهما كانت تقية و إيمانها قوي و حالها سوي فإن الخطر العام لا يزال محققا بها، فقد دلت التجارب على وقوع المحذور و تلبس الخطر بالمرأة التي تسافر بلا محرم³.

2- اجتناب كل ما يؤدي إلى الافتان بها: إن من الشروط المكملة لجواز سياحة المرأة اجتنابها كل ما يؤدي إلى الافتان بها من تبرج، لأن السائحة التي تبدي زينتها عند الأجانب في سياحتها تصبح هي من أعظم أسباب الفتنة، فعن أسامة بن زيد رضي الله عنهما عن النبي صلى الله عليه و سلم قال: « مَا تَرَكْتُ بَعْدِي فِتْنَةً أَضْرَّ عَلَى الرَّجَالِ مِنَ النِّسَاءِ »⁴، و الإسلام حين يحظر على المرأة السفر دون التقيد بهذه الشروط فإنه يحث أن تسيح المرأة مع زوجها أو محرما إذا كانت السياحة لغرض صحيح من علم نافع و عمل صالح، و إذا صح عن النبي صلى الله عليه و سلم و أصحابه أنهم كانوا يصطحبون نساءهم في غزواتهم عند الإمكان حيث يساعدن على إعداد الطعام و الشراب و تضميد الجراح، فإن في سفر المرأة مع زوجها احصان له و لها، و هو مانع من التطلع إلى غيرها⁵.

المطلب الثاني: ضوابط السياحة المتعلقة بالزمن

لابد للسياحة المتوافقة مع أحكام الشريعة الإسلامية ألا تؤدي إلى ضياع الوقت بلا فائدة، و أن يكون الوقت المبذول في هذه السياحة وقتا لا يؤدي إلى استهلاك الوقت الذي يستثمره المسلم في الواجبات الشرعية و المهمات الدنيوية، و تحصيل الفضائل و العلم النافع و صلة الأرحام، لأن استهلاك المسلم لمعظم وقته و افراطه في السياحة يؤدي إلى الإخلال بأهم ما يملكه المسلم في حياته ألا و هو الوقت، فالمسلم يتطلع دائما إلى الجد و الاجتهاد، و تحصيل معالي الأمور لا إنفاقها فيما لا طائل منه، كما أن المسلم يحافظ على وقته عند قيامه بالسياحة⁶، حيث تتمثل ضوابط السياحة المتعلقة بالزمن فيما يلي:

¹ أخرجه الإمام مسلم في صحيحه، أنظر: الإمام الحافظ أبي عيسى مسلم بن حجاج، صحيح مسلم، مرجع سبق ذكره، المجلد الأول، كتاب الحج، باب سفر المرأة مع محرم إلى حج و غيره، رقم الحديث: 1341، ص 610.

² أخرجه الإمام البخاري في صحيحه، أنظر: محمد بن إسماعيل أبو عبد الله البخاري الجعفي، صحيح البخاري، مرجع سبق ذكره، الجزء الثاني، كتاب الجمعة، باب مسجد بيت المقدس، رقم الحديث: 1197، ص 61.

³ علي بن أحمد الأحمدي، مرجع سبق ذكره، ص 105-108.

⁴ أخرجه الإمام البخاري في صحيحه، أنظر: محمد بن إسماعيل أبو عبد الله البخاري الجعفي، صحيح البخاري، مرجع سبق ذكره، الجزء السابع، كتاب النكاح، باب ما يتقى من شؤون المرأة، رقم الحديث: 5096، ص 8.

⁵ علي بن أحمد الأحمدي، مرجع سبق ذكره، ص 110-112.

⁶ محمد خالد منصور، خالد شجاع العتيبي، مرجع سبق ذكره، ص 768.

أولاً: أن تكون السياحة خارج الأوقات المحددة للعبادة

من ضوابط السياحة المتعلقة بالزمن عدم تعارضها مع عبادة لها وقت مخصص يفوت زمانها فلا سياحة في وقت الحج المقدر زمانه لقوله تعالى: ﴿ الْحَجُّ أَشْهُرٌ مَّعْلُومَاتٌ فَمَنْ فَرَضَ فِيهِنَّ الْحَجَّ فَلَا رَفَثَ وَلَا فُسُوقَ وَلَا جِدَالَ فِي الْحَجِّ ﴾¹، وذلك لما فيه من اعتداء على حقوق الله عز و جل.

كما لا يجوز القيام بجولات سياحية و التنزه إذا كان في ذلك تفويت لإقامة الصلاة و التي هي أيضا عبادة مقدر زمانها لقوله تعالى: ﴿ إِنَّ الصَّلَاةَ كَانَتْ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ كِتَابًا مَوْقُوتًا ﴾²، فالمسلم السائح مطالب بالتزامه بأداء الصلاة في وقتها، و ألا يطغى على وقته بضياح الفرائض الشرعية.

كما أن المسلم مطالب بالمحافظة على الوقت الذي منحه الله عز و جل إياه، فهو أغلى ما يملكه الإنسان، وله مقصد شرعي كبير يتحقق في قوله تعالى: ﴿ وَ هُوَ الَّذِي جَعَلَ اللَّيْلَ وَ النَّهَارَ خِلْفَةً لِمَنْ أَرَادَ أَنْ يَذَّكَّرَ أَوْ أَرَادَ شُكُورًا ﴾³، فمقصود خلق الليل و النهار هو التذكير و إرادة العبادة لله سبحانه و تعالى، و تضييع الوقت مما يضيع هذا المقصد.

و قد ورد في السنة ما يبين أهمية الوقت، منها ما روي عن ابن عباس رضي الله عنهما قال: قال النبي صلى الله عليه وسلم: « نِعْمَتَانِ مَغْبُوتَانِ فِيهِمَا كَثِيرٌ مِنَ النَّاسِ: الصَّحَّةُ وَ الْفَرَاغُ »⁴، و ما رواه ابن عباس رضي الله عنهما قال: قال رسول الله صلى الله عليه و سلم لرجل و هو يعظه: « اَعْتَنِمْ خَمْسًا قَبْلَ خَمْسٍ شَبَابُكَ قَبْلَ هَرَمِكَ، وَ صِحَّتُكَ قَبْلَ سَقَمِكَ، وَ غِنَاكَ قَبْلَ فَقْرِكَ، وَ فَرَاغُكَ قَبْلَ شُغْلِكَ، وَ حَيَاتُكَ قَبْلَ مَوْتِكَ »⁵، فالأصل وفقا لهذه الأحاديث أن يكون المسلم منتجا مستغلا لوقته فيما ينفعه، و كثير من الوسائل الترويجية مع أنها مباحة في الأصل، لكنها أصبحت أداة لتضييع الوقت الذي يجب أن يسخر للطاعة و العبادة.

ثانياً: عدم تجاوز السياحة حد الإفراط الزمني

إن المسلم و هو في السياحة يستهلك وقتا، و لكن عليه ألا يكون وقتا طويلا يضيع عليه الفوائد الأعظم التي يجنيها بالأعمال الأخرى المهمة، و هنا لابد من الإشارة إلى أن الاعتدال و التوسط و عدم الإفراط في استهلاك الوقت المباح هو السبيل من أجل الاستخدام الأمثل للسياحة على النحو الشرعي و المفيد، و بما أن

¹ سورة البقرة، الآية: 197.

² سورة النساء، الآية: 103.

³ سورة الفرقان، الآية: 62.

⁴ أخرجه الإمام البخاري في صحيحه، أنظر: محمد بن إسماعيل أبو عبد الله البخاري الجعفي، صحيح البخاري، مرجع سبق ذكره، الجزء الثامن، كتاب الرقاق، باب لا عيش إلا عيش الآخرة، رقم الحديث: 6412، ص 88.

⁵ أنظر: الإمام الحافظ أبي عبد الله الحاكم النيسابوري، المستدرک علی الصحیحین، الطبعة الأولى، دار الحرمين، القاهرة، 1417 هـ / 1997م، الجزء الرابع، كتاب الرقاق، رقم الحديث: 7927، ص 447.

السياحة جاءت لتحقيق أغراض ثقافية و علمية و نفسية و غيرها كما سبق الذكر، فإن القدر المعقول و المناسب هو الذي يستخدمه المسلم في هذا النوع من أنواع النشاط المباح¹.
فالإفراط الزمني يقع من خلال أمرين: عدد و حجم الرحلات السياحية، مقدار و زمن الرحلة السياحية، و في كل الأحوال فإن الإفراط في هذين الأمرين يعود بالضرر على صاحبه، لذا فإن من خصائص الدين الإسلامي العظيم و سماته البارزة الوسطية و الاعتدال في جميع الأمور ومنها السياحة من خلال عدد الرحلات السياحية و زمن الرحلة السياحية².

المطلب الثالث: ضوابط السياحة المتعلقة بالمكان (الموقع السياحي)

سنحاول من خلال هذا المطلب التطرق إلى أهم الضوابط المتعلقة بالموقع السياحي كما يلي.

أولاً: أن يكون الموقع السياحي مباحاً

فيجب أن يحرص السائح المسلم على السياحة في المواقع السياحية التي يتمكن فيها من إقامة شعائر دينه، و هذا الضابط من الضوابط المهمة في السياحة و فيه من التفصيل الآتي³:

- أن يكون السفر إلى بلاد المسلمين، فهذا مما يكون داخلاً في دائرة الإباحة لكون البلاد الإسلامية تظهر فيها شعائر الإسلام و تقل فيها المجاهرة بالمعصية و المفاصد الشرعية، فالسفر يكون إلى البلدان المسلمة المحافظة على دينها، و التي يمارس المسلم فيها ترويحاً مباحاً و الترويح عن النفس يمكن أن يتحقق في بلده أولاً ثم بالسياحة في بلاد المسلمين المحافظة.
- إن السفر إلى بلدان المسلمين فيه تعرف على إخوانه المسلمين في مشارق الأرض و مغاربها، و فيه تعرف على أحوال المسلمين، و فيه دعم لاقتصاد البلدان الإسلامية على اعتبار أن السياحة تعتبر مورداً هاماً من موارد الدخل القومي في هذا العصر، بل إن بعض البلدان تعتمد اعتماداً كبيراً على عوائد السياحة الخارجية، و من هنا فتقوية اقتصادات الدول الإسلامية مما ينبغي مراعاته في هذا الصدد.

و من الجدير بالذكر هنا أنه يجوز السفر إلى بلاد الكفار عند الضرورة كالعلاج و التجارة و التعليم في التخصصات النافعة التي لا يمكن الحصول عليها إلا بالسفر إليهم، و كذلك يجوز السفر أو يجب إذا كان من أجل الدعوة إلى الله و نشر الإسلام إلا أنه يشترط لجواز هذا السفر ما يلي:

¹ محمد خالد منصور، خالد شجاع العتيبي، مرجع سبق ذكره، ص 769.

² علي بن أحمد الأحمد، مرجع سبق ذكره، ص 120.

³ محمد خالد منصور، خالد شجاع العتيبي، مرجع سبق ذكره، ص 771.

- أن يكون السائح المسلم مظهرًا لدينه معتزًا بإسلامه مبتعدًا عن مواطن الشر غير موالي للمشركين¹.
- إمكانية إقامة الدين والشعائر والعبادات فإن ذلك واجب على الإنسان المسلم، وما لا يتم الواجب إلا به فهو واجب لقول الله تعالى: ﴿ يَا عِبَادِيَ الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّ أَرْضِي وَاسِعَةٌ فَإِيَّايَ فَاعْبُدُونِ ﴾².
- أن يأمن على نفسه من الضرر والتهلكة والاحتجاز، فإن المسلم مأمور بالحفاظ على نفسه من ذلك لقوله تعالى: ﴿ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ وَأَحْسِنُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ ﴾³، فيحرم السفر إلى بلاد يعرض فيها المسلم نفسه وبدنه وحرته للخطر لانعدام الأمن فيها، أو في حال تقصدهم إيذاء المسلمين وانتشار العنصرية المؤذية فيها.
- أن يأمن المسلم على دينه ويصونه ويحفظه فيبتعد عن مواطن الشبهات قدر استطاعته، كما يجب أن يكون لديه من الإيمان والتقوى ما يعصمه عن الوقوع في ذلك.
- أن يتجنب المواقع التي تمثل شعارًا للمحرمات سواء كان المحرم مشروبًا كالخمر في البارات، أو ممارسًا كالغناء والرقص في الملاهي الليلية، أو مشاهدًا في دور الأزياء والسينما، وأيضًا في الشواطئ أو مواقع احتفال الكفار بأعيادهم وغير ذلك من المواقع السياحية المرتبطة بالمحرمات ارتباطًا واضحًا⁴.

ثانياً: أن يكون الموقع السياحي مأمون الفتنة على الضرورات الخمس

جاءت الشريعة بالمحافظة على الضرورات الخمس وهي: حفظ الدين، حفظ النفس، حفظ العقل، حفظ العرض وحفظ المال، ودور السائح اتجاه هذه الضرورات بحفظها وصيانتها ومراعاتها يكون في تجنب المواقع السياحية التي لا يأمن ما يحاط بها من أخطار على تلك الضرورات، ومن هنا ندرك أن الموقع السياحي الذي يتسبب في الحاق الضرر بأحدها يصبح فتنة، لهذا فإن السائح مطالب بعدم قصد هذا النوع من المواقع كما أنه مطالب بالانتقال فوراً من هذا المكان⁵.

ثالثاً: أن يكون الموقع السياحي آمناً

لقد ارتبطت السياحة بالأمن ارتباطاً كبيراً من خلال الكتاب والسنة، فقد ذكر الله تعالى أن من جملة نعمه على خلقه التي لا تعد، ما كانوا فيه من نعمة القرى المتواصلة والمتقاربة التي يسودها الأمن أثناء أسفارهم لقوله تعالى: ﴿ وَجَعَلْنَا بَيْنَهُمْ وَبَيْنَ الْقُرَى الَّتِي بَارَكْنَا فِيهَا قُرَى ظَاهِرَةً وَ قَدَرْنَا فِيهَا السَّبِيلَ سَبِيلًا مَنِينًا ﴾⁶ أي الأمن حاصل لهم في سيرهم ليلاً ونهاراً نعمة من الله، كما جاء في

¹ هاشم بن محمد بن حسين ناقور، أحكام السياحة و آثارها - دراسة شرعية مقارنة - ، الطبعة الأولى، دار ابن الجوزي، القاهرة، 1424 هـ، ص 184.

² سورة العنكبوت، الآية: 56.

³ سورة البقرة، الآية: 195.

⁴ علي بن أحمد الأحمد، مرجع سبق ذكره، ص 131.

⁵ نفس المرجع، ص 145.

⁶ سورة سبأ، الآية: 18.

السنة ما يبرز هذا الترابط الوثيق¹، ففي حديث حَبَابِ بن الأَرْت، قال: شكونا إلى رسول الله صلى الله عليه وسلم، و هو مُتَوَسِدٌ بُرْدَةً له في ظل الكعبة، قلنا له: ألا تستنصر لنا، ألا تدعو الله لنا؟ قال: « كَانِ الرَّجُلُ فِيمَنْ قَبْلَكُمْ يُحْفَرُ لَهُ فِي الْأَرْضِ، فَيُجْعَلُ فِيهِ، فَيَجَاءُ بِالْمِنْشَارِ فَيُوضَعُ عَلَى رَأْسِهِ فَيَشَقُّ بِأَنْتَيْنِ، وَ مَا يَصُدُّهُ ذَلِكَ عَنْ دِينِهِ، وَ يُمَشِّطُ بِأَمْشَاطِ الْحَدِيدِ مَا دُونَ لَحْمِهِ مِنْ عَظْمٍ أَوْ عَصَبٍ، وَ مَا يَصُدُّهُ ذَلِكَ عَنْ دِينِهِ، وَ اللَّهُ لَيَتَمَنَّ هَذَا الْأَمْرَ، حَتَّى يَسِيرَ الرَّكَّابُ مِنْ صَنْعَاءَ إِلَى حَضْرَمَوْتِ، لَا يَخَافُ إِلَّا اللَّهَ، أَوْ الذُّبَّ عَلَى غَنَمِهِ، وَ لَكِنَّكُمْ تَسْتَعْجِلُونَ »².

فالأمن و الأمان عاملان أساسيان لجذب السياح إلى بلد أو موقع سياحي ما، حيث أن قرار السياح بقضاء إجازتهم في المواقع السياحية مرتبط تماماً بمدى توفر الأمن و الطمأنينة و الاستقرار في البلد الذي ينوون زيارته، كما يأخذون في الحسبان وسيلة النقل و مكان الإقامة و مدتها لتجنب عدم الشعور بالأمان، و لعل تجمع و تواجد السائحين في الموقع السياحي يفتح شهية اللصوص و المجرمين مما يعرض حاجات السائحين و حياتهم للخطر خاصة إذا كانت هناك فروقا اقتصادية و اجتماعية بين أفراد المجتمع المستقبل للسائحين، فالسائح يأتي كي يستمتع بإجازته و رحلته السياحية و يرفه عن نفسه مع أسرته، و هو بالطبع لا يرغب في أن تنتهي حياته أو حياة أحد أفراد أسرته أو يتعرض لأي مكروه، و على هذا الأساس يقع على عاتق المسؤولين في كافة الدول السياحية ضرورة الاهتمام بالأمن و تقييمه بالمال حيث إن كل نقد يتم إنفاقه في سبيل أمن البلد السياحي و استقراره، له عائد سريع و بالعملة الصعبة أي أن الأمن ليس خدمة تقدم للمواطنين و السياح بل هو استثمار حقيقي له عائد يمكن أن يقاس و يقيم و يحسب بالعملة المحلية و الأجنبية، فالأمن في صناعة السياحة أمر حيوي وجوده ضروري و غيابه مرهب³.

المطلب الرابع: ضوابط السياحة المتعلقة بدخول السياح غير المسلمين إلى بلاد المسلمين

لقد أقر العلماء مبدأ دخول غير المسلمين إلى بلاد المسلمين بقصد السياحة أو الزيارة حيث يجيزون عقد الأمان لهم إن طلبوا دخول دار الإسلام من غير تحديد لقصد دخولهم، و يثبت العلماء لهم الأمان مدة إقامتهم، و يجرمون الاعتداء عليهم في أموالهم و دمائهم و أعراضهم، و في المقابل فإن الدين الإسلامي يلزم السياح غير المسلمين بإظهار ما يتفق من السلوك مع تعاليم الشريعة الإسلامية و احترام مشاعر المسلمين في كل أمور الحياة و مجالات السياحة، فمن ذكر الله أو كتابه أو رسوله بشيء لا يليق بهم عرض نفسه إلى إلغاء

¹ علي بن أحمد الأحمدي، مرجع سبق ذكره، ص 719، 720.

² أخرجه الإمام البخاري في صحيحه، أنظر: محمد بن إسماعيل أبو عبد الله البخاري الجعفي، صحيح البخاري، مرجع سبق ذكره، الجزء الرابع، كتاب المناقب، باب علامات النبوة في الإسلام، رقم الحديث: 3612، ص 201.

³ عصمت عدلي، الأمن السياحي و الأثري في ظل قوانين السياحة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2008 م، ص 162 – 164.

عقد أمانه و بالتالي رده إلى بلده أو قتله لقول الله تعالى: ﴿وَ إِنْ نَكَثُوا أَيْمَانَهُمْ مِنْ بَعْدِ عَهْدِهِمْ وَ طَعَنُوا فِي دِينِكُمْ فَقَاتِلُوا أَتِمَّةَ الْكُفْرِ إِنَّهُمْ لَا أَيْمَانَ لَهُمْ لَعَلَّهُمْ يَنْتَهُونَ ﴾¹.

فالسائح الكافر أو ما يسمى بالحربي إذا أذنت له الدولة المسلمة بالدخول إليها لحاجة أصبح مستأمننا حتى يغادرها، و يعد كالذمي في دار الإسلام من حيث الحقوق و الواجبات إلا أنه يختلف عنه في بعض الواجبات فهو لا يدفع الجزية، لأنه ليس من أهل دار الإسلام خلافا للذمي، و عليه يشترط على السياح ممن لا يدينون بالدين الإسلامي في بلاد المسلمين ألا يخالفوا الأحكام الإسلامية و الآداب المرعية في دار الإسلام و التي منها ما يلي²:

- ألا يتعرضوا إلى الدين الإسلامي بأي تكذيب أو شتم أو انتقاد، فضلا عن عدم ذكر الله تعالى بما لا يليق بجلالته، و عدم الطعن في كتابه و تحريفه لما فيه من استخفاف بالمسلمين، بالإضافة إلى عدم ذكر الرسول صلى الله عليه و سلم بتكذيب له أو بازدراء.
- ألا يتعرضوا إلى أعراض المسلمين بأذى من قول أو فعل.
- ألا يرغبوا في دينهم و لا يدعون إليه أحدا من المسلمين بأي وسيلة كانت، و ألا يظهروا شعائر دينهم أمام المسلمين و يجاهروا بها.
- ألا يظهروا صليبا بلبس أو حمل أو غيره.
- ألا يلبسوا الملابس التي تظهر عورتهم و مفاتنهم و يلزموا جانب الحياء و الأدب في كل ناحية خاصة على الشواطئ و الأماكن العامة.
- ألا يأكلوا و يشربوا في نهار رمضان أمام المسلمين.
- ألا يجلبوا معهم لحوم الخنزير و الخمر كي يبيعوها و يروجوها في بلاد المسلمين.
- ألا يكونوا عيوننا و جواسيس لبني قومهم.

¹ سورة التوبة، الآية: 12.

² هاشم بن محمد بن حسين ناقور، مرجع سبق ذكره، ص ص 218، 219.

المبحث الثالث: مقومات السياحة و موقف الشريعة الإسلامية منها

تتنوع الإمكانيات السياحية التي تتوفر عليها الدول من منطقة إلى أخرى بين الطبيعية و البشرية و المادية و السياسية، و التي تعتبر من مقومات السياحة في أي بلد حيث يعد التمييز بين الدول في مدى توافر هذه المقومات شرطا ضروريا، فالكنوز الطبيعية التي أنعم الله بها على مختلف المناطق و الإرث الثقافي و الحضاري بأبعاده التاريخية تعتمد عليها السياحة اعتمادا يكاد كليا، و تعتبر البنى التحتية في كل بلد من الهياكل الداعمة للقطاع السياحي حيث تتضمن كل ما يتوفر عليه البلد من مقومات مادية و خدمات متنوعة كالنقل و الاتصال و كل ما من شأنه أن يحقق الأمن و الطمأنينة للسائح، و التي لا تقل أهمية في الجذب السياحي المطلوب، حيث تندرج هذه الأنشطة ضمن استراتيجيات الدول الهادفة إلى إبراز مقومات الجذب السياحي و التي تتنافس من أجل جذب أكبر عدد ممكن من السياح.

إلا أن تنافس الدول المهتمة بالسياحة على جذب السياح إليها و بذل جهودا كبيرة في سبيل ذلك بصرف أموال طائلة من أجل بناء البنية التحتية و إقامة صناعة سياحية متطورة، حتى لا ينفرد السياح من المجيء إليها، و بالتالي يتم تهميش مبدأ الأمر بالمعروف و النهي عن المنكر أو إلغاؤه تماما مما يؤدي إلى غض النظر عن المحرمات، إن لم يسمحوا بها علانية كالخمر و الملاهي الليلية و آلات الطرب و ما ينتج عن ذلك من فواحش و موبقات.

المطلب الأول: مقومات السياحة

تعد السياحة جزء من الموارد الاقتصادية النادرة إذ أن وجودها في الطبيعة نادر و محدود، فالمناطق السياحية التي تمتلك جاذبية سياحية تتمثل في طبيعة ساحرة و مناخ ملائم و تضاريس جذابة و غيرها من المقومات الطبيعية لا تتوفر في كل مكان، لذلك فمن الطبيعي أن استغلال هذه الأماكن للأغراض السياحية و اشباع حاجات السياح يتطلب المزيد من الجهود البشرية في جميع المجالات و القطاعات، بالإضافة إلى تحقيق الأمن و الاستقرار السياسي.

أولا: المقومات الطبيعية

و تتمثل في الموقع الجغرافي و ما أضفى الله عليه من جمال طبيعي، و تنوع التضاريس كما يلي:

- الجبال التي تستغل في السياحة الجبلية و ما ينطوي على هذا النمط السياحي من متعة و ترفيه و ممارسة بعض الرياضات و الترحلق، خاصة إذا كانت هذه الجبال تتوفر على مقومات الجذب السياحي من غابات و ثلوج، و تتخللها منابع مائية و حيوانات و طيور بمختلف الأشكال و الألوان.
- السواحل و ما يتخللها من رؤوس و خلجان فضلا عن شواطئ البحار.

- المنابع المعدنية التي تعود زيارتها و الاستمتاع بمنافعها إلى العصور القديمة، حيث تمثل هذه المنابع إمكانات طبيعية تتسم بخصوصيتها في تقديم العلاج الصحي بالمياه الحارة و الجوفية الغنية بالأملاح المعدنية و احتوائها على عناصر كيميائية مثل الكبريت و الملح، و توفرها أيضا على خصائص فيزيائية مهمة ذات النشاط الإشعاعي الطبيعي.

- الظروف المناخية و تمايز الفصول، فالمناخ يؤثر بصورة مباشرة في الأنشطة السياحية، حيث أن خصائص بعض عناصر المناخ توفر جذب سياحي لأقاليم محدودة طوال السنة أو خلال فترات محددة، فالسائح يفضل الجو المعتدل و درجة الحرارة المقبولة و بقية العناصر التي تحدد مواعيد استقبال السياح و أنواع السياحة الواجب تميمتها كاتجاه الرياح، أشعة الشمس، مواعيد هطول الأمطار و حجمها وغيرها¹.

- مجاري المياه التي تأخذ مصدرها من ينابيع طبيعية و ضيقة بحيث تتوقف غزارتها على تفاوت سقوط الأمطار و انتظامها أو عدم انتظامها، و عموما فإن الوديان و الأنهار تكون جافة في الصيف و جارفة في الشتاء².

- النبات الطبيعي و الحيوانات حيث يشكل النبات الطبيعي عنصرا هاما من عناصر الجذب السياحي لما يحققه من تنوع و أشكال و ألوان جمالية متفردة ذات مناظر طبيعية جذابة، تشكل لوحة بارعة الجمال أبدعها الخالق سبحانه و تعالى، و هو يختلف حسب اختلاف المناخ و الموقع الجغرافي و أشكال السطح، أما الحيوانات البرية فتعد عامل جذب هام من خلال ازدياد أنشطة الصيد و القنص التي تمارس في مناطق و أقاليم مثيرة، و للحفاظ عليها من الانقراض اتخذت إجراءات تحذر من الصيد الجائر من خلال إقامة المحميات الطبيعية التي أصبحت مقصدا سياحيا يستمتع فيه السائح بمشاهدة الحيوانات في طبيعتها الأصلية³.

و تعتمد الاتجاهات الحديثة للسياحة على خلق و ابتكار كل ما هو جديد في العرض السياحي و بالتالي ظهور أنماط جديدة للسياحة تعتمد على احترام البيئة كالسياحة الخضراء و السياحة الزرقاء، و ظهور سياحة السفاري و ممارسة الأنشطة المرتبطة بالبيئة، و بذلك أصبحت البيئة من أهم مقومات الجذب السياحي بالدول السياحية المتنافسة⁴.

¹ رشام كهينة، قاسمي آسيا، « التجربة التونسية في مجال السياحة: واقع، أبعاد و رهانات »، مداخلة مقدمة في إطار الملتقى الوطني الأول حول " السياحة في الجزائر: الواقع و الآفاق "، المركز الجامعي العقيد أكلبي محمد الحاج، البويرة، الجزائر، ص 5.

² خالد كواش، « مقومات و مؤشرات السياحة في الجزائر »، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، مجلة علمية دورية متخصصة محكمة تصدر عن مخبر البحث العولمة و اقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة حسينية بن بوعلي - الشلف -، الجزائر، العدد الأول، 2004 م، ص 218.

³ رشام كهينة، قاسمي آسيا، مرجع سبق ذكره، ص 5.

⁴ مسعود علي عبد الحميد، ندى محمد الحسيني، « المتغيرات الاجتماعية و الثقافية المؤثرة على تحسين نوعية السياحة البيئية بالفيوم »، كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة الفيوم، ص 9.

ثانيا: المقومات البشرية

و تتمثل فيما تزخر به الدولة من إرث حضاري و تاريخي غني بالمواقع الأثرية و المعالم العتيقة، و القصور و القلاع الشاخنة، و الأضرحة و الأطلال و الفنون الشعبية بطوعها المختلفة، فضلا عن الثقافات و عادات السكان و تقاليدهم، و كل ما يوحي بأصالة شعوب المنطقة و يبين خصوصيتها، كما يشمل التراث الحضاري و الثقافي المتاحف التي تعتبر الذاكرة الحقيقية للشعوب و تاريخ الأمم لما تكتسبه من بعد تربوي و علمي و ثقافي تتعاقبه الأجيال حيث تساهم في التعرف بأهم المحطات التاريخية التي شهدتها البلاد.

بالإضافة إلى الصناعات التقليدية و الحرفية التي تعتبر جزءا من الثقافة المادية في التراث الشعبي و كوسيلة ربط بين مختلف الحضارات الإنسانية المتعاقبة بحيث تتناغم أشكالها في هندسة مستمدة من تاريخ المنطقة مثل صناعة النسيج و النقش على الخشب، صناعة الحلبي الذهبية و الفضية، صناعة الخزف، صناعة السجاد، الصناعة الجلدية، صناعة الفخار... كل ذلك يجعل من الدولة نقطة جذب سياحي تستهوي السائحين من جميع أنحاء العالم.

ثالثا: المقومات المادية و الخدمية

إن صناعة السياحة تحتاج دائما إلى توافر البنية التحتية و المرافق الخدمية التي تساعد على زيادة حركة التدفق السياحي، لذلك فإن الدول المستقبلية للسياح تهتم اهتماما كبيرا بإنشاء المطارات و تعبيد الطرقات بهدف تسهيل النقل الجوي و البري، و زيادة تطوير وسائل النقل المتعددة و المريحة و وسائل الاتصال السلكية و اللاسلكية، و كذلك الاهتمام بشبكات المياه الصالحة للشرب من خلال مدها إلى مختلف المناطق السياحية، و مد شبكات الصرف الصحي، و مدى توافر الخدمات المكتملة كالبريد، فنجد أن عبء النهوض بالبنية التحتية يقع على كاهل الدولة لتشجيع رأس المال المحلي و الأجنبي على إقامة مشروعات سياحية بعد توفر المشروعات الأساسية¹.

كما تحتاج السياحة إلى تطور مختلف القطاعات الصناعية، التجارية، الزراعية، قطاع البنوك، العمران و غيرها، فضلا عن المطاعم و المقاهي و المراكز المخصصة للترفيه و التسلية²، و الفنادق التي يجب أن تكون فخمة ذات هندسة معمارية أصيلة.

و كل تلك الخدمات التي تعرض على السائح يجب أن تكون مناسبة من حيث نوعية الإقامة و الحرص على النظافة و تنوع الأكل و ملاءمته من ناحية الكم و الكيف و السعر، إذ ليس من المرغوب فيه أن تعرض هذه الخدمات مقابل تكاليف باهظة، فتدفع السائح للشعور بالغبن و الاستياء، و ثمة أنواع أخرى من

¹ يسرى دعيس، مرجع سبق ذكره، ص 542.

² هواري معراج، محمد سليمان جردات، « السياحة و أثرها في التنمية الاقتصادية العالمية حالة الاقتصاد الجزائري »، مجلة الباحث، دورية علمية محكمة سنوية تنشر الأبحاث التطبيقية المتعلقة بالعلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، تصدر عن جامعة قاصدي مرياح - ورقلة -، الجزائر، العدد 2004/01، ص 22.

الخدمات التي تترك آثارا إيجابية لدى السائح مثل الهاتف و التلفاز و الطوابع و البطاقات البريدية و المنتجات التقليدية و أماكن ممارسة الألعاب الرياضية، فكلها ذات تكاليف محدودة إلا أن مردوديتها في جانبها السيكولوجي على السائح عظيمة، و هكذا يحس السائح بأنه يتحصل فعلا على منافع مقابل ما يدفعه من أموال¹.

إلا أن مقومات السياحة ليست فقط منشآت و خدمات بل هي أيضا تسهيلات لا يستطيع تقديمها غير الإنسان (العامل في قطاع السياحة)، لتحقيق رغبات انسان آخر (السائح) و اشباع حاجاته، إذن هو الإنسان الذي يشكل حلقة الوصل بين المنتج السياحي و مستهلكه، مما يتضح بأن نجاح المشاريع السياحية و استمرارها يتوقف إلى حد كبير على النجاح في تكوين القوى البشرية العاملة فيها²، فعملية توفير و إعداد العمالة للقطاع السياحي تمثل ركيزة أساسية لنجاح و إدارة المشروعات السياحية، حيث أن العمل في تلك المشروعات يتطلب قدرات و خبرات فنية و إدارية لمواجهة متطلبات هذا القطاع في ضوء التطور المستمر للنشاط السياحي و تنوعه، و بالتالي يجب الاعتماد على العمالة المحلية و محاولة تدريبها، من أجل رفع مهارة العاملين و اكسابهم المزيد من الخبرات، مع الأخذ بعين الاعتبار أن العمل السياحي لا يتطلب كفاءات نادرة إلا في المستويات الإدارية و الفنية العليا، و التي يستعان في أدائها على الخبرات الأجنبية و بالتالي محاولة الاستفادة منها في تدريب العمالة المحلية³، و هناك عدة صفات يجب أن تتوفر لدى العاملين بالقطاع السياحي هي⁴:

- إجادة اللغات الأجنبية المتعددة اجادة تامة في الكتابة و القراءة.
- أن يكون العامل في القطاع السياحي لديه وفرة في المعلومات العامة، و لديه ثقة بنفسه حيث يمتلك القدرة على الاتصال الفعال مع الآخرين، بالإضافة إلى رغبته المستمرة في التعلم و زيادة خبرته.
- التمتع بالصبر و التعاطف مع السائحين.
- القدرة على التعامل مع المواقف المختلفة، و سرعة الاستجابة بإيجاد البدائل من أجل تفادي المشاكل مع السائحين، إضافة إلى القدرة على اتخاذ القرار المناسب في الوقت المناسب.
- التميز بروح الضيافة حيث تشكل مشاعر المواطنين المحليين تجاه السياح أساس روح الضيافة في منطقة ما، و يعبر عنها بأشكال عديدة منها الاستعداد التام للخدمة، اظهار مشاعر الود و الاحترام، و اختفاء روح الاستغلال، كما يعبر عنها بمستوى الخدمة و نوعية الاستقبال المقدم من طرف الإدارة السياحية، و فوق كل

¹ رشام كهينة، قاسمي آسيا، مرجع سبق ذكره، ص 7.

² مثنى طه الحوري، اسماعيل محمد علي الدباغ، اقتصاديات السفر و السياحة، الوراق، عمان، 2001 م، ص 61.

³ يسرى دعبس، مرجع سبق ذكره، ص 538.

⁴ نفس المرجع، ص ص 539، 540.

ذلك فإن روح الضيافة تبرز من خلال السائح نفسه حيث يشعر بالأمن و الأمان و الاطمئنان لوجوده في المنطقة مما يشجعه و يشجع غيره على زيارتها مرة أخرى¹.

فإذا كان لعنصر العمل دورا فعالا و هاما في أي نشاط اقتصادي فإن هذا الدور يكون ذو أهمية بالغة و متميزة في النشاط السياحي، حيث إنه في العديد من النشاطات الاقتصادية يمكن اخفاء المنتج الرديء عن المستهلكين من خلال استخدام نظام الرقابة على الانتاج، أما في مجال السياحة فإن المنتج السياحي يقدم مباشرة للسائح أو النزلاء، إذ أن طبيعة الخدمة السياحية تقتضي في الغالب تعامل السائح مباشرة مع عامل الخدمة دون وجود شخص ثالث، لذلك فلا مجال لإخفاء المنتج السياحي الرديء عن السائح، فسلوك العاملين و مستوى الخدمة السياحية المقدمة لهما أثر كبير في السائح لاسيما و أنه يعتبر من أفضل أنواع وسائل الدعاية و الاعلان عن المنتج السياحي².

كما تعتمد السياحة على قدرات الدول المختلفة على تشجيع السياحة بما تقدمه من تسهيلات و مستوى الأسعار ، و قدرة دعائية في مختلف وسائل الإعلام على جذب السائحين، مواصلات سهلة، أمن و استقرار و رعاية صحية كاملة و حسن معاملة، و قدرة على إبراز جميع الجوانب و الخصوصيات التي تهم السائحين بمختلف فئاتهم و رغباتهم³.

رابعاً: المقومات الدينية

تتمثل في الأماكن المقدسة و الآثار الدينية كالمساجد بالنسبة للمسلمين، و الكنائس بالنسبة للمسيحيين، حيث تمثل عنصرا هاما من عناصر الجذب السياحي لإشباع رغبات هذا النوع من السياحة⁴.

خامساً: المقومات السياسية

لا يمكن لأحد أن ينكر مدى تأثير العوامل السياسية على الجذب السياحي حيث ينتج الاستقرار السياسي في أي مجتمع من ناحيتين هامتين هما:

1- الاستقرار السياسي الداخلي: و يعني شعور المواطنين بالأمن و الأمان، و حق كل مواطن في التعبير بحرية عما يجول في خاطره نتيجة شعوره بالديمقراطية و درايته بجميع حقوقه و ما عليه من واجبات تجاه المجتمع، كما أن الاستقرار السياسي الداخلي ينجم عن عدم وجود حروب أهلية أو أية صراعات طائفية من شأنها زعزعة الاستقرار السياسي للبلد المضيف للسائح⁵.

¹ مثنى طه الحوري، اسماعيل محمد علي الدباغ، مرجع سبق ذكره، ص 62.

² نفس المرجع، ص 149.

³ هوارى معراج، محمد سليمان جردات، مرجع سبق ذكره، ص 22.

⁴ رشام كهينة، قاسمي آسيا، مرجع سبق ذكره، ص 6.

⁵ رشدي شحاتة أبو زيد، مرجع سبق ذكره، ص 313.

2- الاستقرار السياسي الخارجي: و يتمثل في علاقات الجوار الطيبة بين البلد المستقبل للسياح و الدول التي لها حدود جغرافية معه، و بالتالي عدم وجود مشاكل حول الحدود بما يسمح بسهولة الدخول إليها و الخروج منها بشكل قانوني، كما أن هذه الدول في ظل العلاقات الدبلوماسية الطيبة سيتمتع رعايا كل دولة بكافة أشكال الحماية، فيكون ذلك عاملا مهما في ازدياد حركة الرواج السياحي بينها لما تتمتع به هذه الدول من الاستقرار الداخلي و الخارجي و بالتالي احساس السائح و كأنه في وطنه¹.

فمن المتعارف عليه أن السائح يحتاج إلى ضمان أمنه و سلامة جسده و أمتعته من أي ضرر مادي أو معنوي سواء كان صادرا من طرف القائمين على تسيير المرفق السياحي أو من عامة الناس²، حيث تأتي سلامة السائح في مقدمة الأسس التي تركز عليها أي صناعة سياحية ناجحة³، لذلك من وسائل جذب السياح ضرورة توفر الأمن بمفهومه الواسع لتجنب الحوادث، حيث أن أي إخلال بهذا النوع من المقومات سيؤدي حتما إلى إلحاق أضرار مادية و معنوية بليغة بالسياحة كتقليل مدة الإقامة المقررة سلفا من طرف السائح أو عدم الرجوع إلى هذا المرفق ثانية أو اللجوء إلى الانتقام بإعطاء صورة سيئة عن البلد المضيف لأقربائه و كل المتعاملين معه⁴، كما أن المشاكل المتعلقة بسلامة السياح حتى و إن كانت متوقعة، تؤثر سلبا على سمعة البلد المضيف حيث إن الشائعات و المخاوف تؤثر على جذب السياح⁵.

فتوفير الأمن و احترام السائح يستوجب التزود بقدر كبير من الثقافة السياحية، و متى توفرت هذه الأخيرة فإن أي فرد و في أي موقع سياحي سيكون واعيا كل الوعي بالنتائج السلبية التي تنتجم عن سلوكه تجاه السياح المحليين أو الأجانب، سواء تجسد هذا السلوك بالقول أو بالفعل، فالتعامل بالانفعال مثلا أو محاولة ابتزاز السائح أو التحايل عليه، كلها تعتبر من المظاهر الممقوتة و من الرواسب المتخلفة التي يجب الحيلولة دون وقوعها إذا ما أريد أن تتطور السياحة و يزدهر النشاط السياحي⁶.

و من الجدير بالذكر أن تفوق أي دولة في المجال السياحي يكون نتاجا لما توليه سلطات تلك الدولة من اهتمام بمقوماتها السياحية التي تتوفر عليها و حسن استغلالها و تميمها.

¹ رشدي شحاتة أبو زيد، مرجع سبق ذكره، ص 318.

² رشام كهينة، قاسمي آسيا، مرجع سبق ذكره، ص 7.

³ نبيل دبور، « مشاكل و آفاق التنمية السياحية المستدامة في البلدان الأعضاء بمنظمة المؤتمر الإسلامي مع إشارة خاصة إلى السياحة البيئية »، التعاون الاقتصادي بين الدول الإسلامية، تصدر من مركز الأبحاث الإحصائية و الاقتصادية و الاجتماعية و التدريب للدول الإسلامية - أنقرة -، تركيا، 2004 م، ص 15.

⁴ رشام كهينة، قاسمي آسيا، مرجع سبق ذكره، ص 7.

⁵ نبيل دبور، مرجع سبق ذكره، ص 16.

⁶ رشام كهينة، قاسمي آسيا، مرجع سبق ذكره، ص 7.

المطلب الثاني: موقف الشريعة الإسلامية من وسائل الجذب السياحي

إنه من الجهل أن يعتقد الناس بأنه لا تقوم السياحة إلا بوجود الخمر و غيرها من المحرمات، فالإسلام بريء من هذه المفاسد، و الله لا يصلح عمل المفسدين، بل يجب أن تكون السياحة مشروعة و الوسائل المؤدية إليها مشروعة أيضا، و من الجدير بالذكر أن تجنب هذه المحرمات لا يقلل من عدد السياح أو يخفض من الإيرادات المتأتية من السياحة، لقوله تعالى: ﴿وَإِنْ خِفْتُمْ عَيْلَةً فَسَوْفَ يُغْنِيكُمُ اللَّهُ مِنْ فَضْلِهِ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ حَكِيمٌ﴾¹.

أولا: الوسائل الطبيعية

عادة ما يذهب الناس في رحلة سياحية داخل البلاد أو خارجها، سواء إلى الشواطئ أو السهول أو الجبال بحثا عن المكان الطبيعي الجميل الذي يشرح الصدر و يروح عن النفس، و تحرص العديد من الدول السياحية على إقامة الأماكن العامة للترويح عن النفس و القرى السياحية الساحلية منها و الداخلية من أجل استقطاب السياح إليها و التقليل من عدد السياح المحليين الذين يسافرون إلى خارج بلدانهم، و التي تعتبر من الأمور المباحة شريطة أن لا تفوت حقا و لا تضيع واجبا و لا تستهلك الوقت فيما لا فائدة منه.

فالإسلام لا يقف عائقا أمام الناس في الترويح عن أنفسهم و الاستمتاع بالمقومات الطبيعية التي أنعم الله بها، لكن لا بد من توجيههم كي يحافظوا على مبادئ المجتمع الإسلامي، حيث أن فائدة ترك المنكر لا تعود على تاركة فحسب بل على المجتمع كله.

ثانيا: الوسائل الأثرية

قامت على مر العصور حضارات تفاوتت في رقيها و قوتها حيث تعتبر الآثار الباقية منها في زماننا هذا من أفضل وسائل الجذب السياحي، فالإنسان لا يتوقف عن حب الاستطلاع لذلك لما بعث الله عز و جل محمدا صلى الله عليه و سلم بدين الإسلام، أمر الناس بالسير في الأرض و أخذ العبرة منهم، و هذا المنهج القرآني لا بد من الاستفادة منه في مخاطبة المسلمين عن هذه الحضارات و أهلها وفق النظرة الإسلامية، و أخذ المبادرة بنزعها من استغلوا هذه الآثار في إحياء الوثنيات القديمة عن طريق بعث روح القوميات القديمة لدى الشعوب المسلمة.

¹ سورة التوبة، الآية: 28.

ثالثا: الوسائل الدينية

تتمثل السياحة الدينية الإسلامية في القيام بركن من أركان الإسلام و هو الحج من خلال الذهاب إلى المسجد الحرام و أيضا زيارة المسجد النبوي و بيت المقدس، فقد قال رسول الله صلى الله عليه و سلم: « لا تُشَدُّ الرَّحَالُ إِلَّا إِلَى ثَلَاثَةِ مَسَاجِدَ: الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ، وَ مَسْجِدِ الرَّسُولِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَ سَلَّمَ، وَ مَسْجِدِ الْأَقْصَى »¹، سواء شد المسلم رحله إلى حج أو عمرة أو صلاة فهذا أمر مشروع و محمود، إلا أن بعض الناس يتحدثون عن هذه السياحة من منطلق كونها رافدا اقتصاديا للبلاد.

المطلب الثالث: متطلبات السياحة الإسلامية

ترتبط السياحة بشكل عام بالشواطئ المختلطة و الفنادق و المطاعم التي تبيع الكحوليات و حتى الانفلات الأخلاقي خلال السفر، و لأن هذه الأمور جميعها تجعل السائح المسلم يفكر مرتين قبل السفر إلى دولة ما، فإن السياحة الحلال أو السياحة الإسلامية هي حله الأول و الأخير.

فسابقا كانت السياحة الحلال تصنف على أنها رافد فرعي من روافد السياحة الدينية القائمة على زيارة الأماكن المقدسة أو الحج، لكن هذه الصورة قد تغيرت مع الإقبال الهائل عليها، حيث تقوم السياحة الحلال على مبدأ تأمين رغبات السائح المسلم، و تلتزم كليا بمتطلبات السياحة الإسلامية التي تتمثل في:

1- ضرورة وجود أماكن لممارسة الشعائر الدينية مثل المساجد و مصليات خاصة بالنساء و الرجال في كل من الفنادق و المنتجعات السياحية و المطارات و كل المرافق السياحية، بالإضافة إلى وجود علامات تبين اتجاه القبلة.

2- يتوجب على المنتجعات أو الفنادق أن تحتوي على مسابح خاصة بالنساء منفصلة تماما عن مسابح الرجال أو تخصيص أوقات للنساء و أخرى للرجال، و ينطبق الأمر على النوادي الصحية و مرافق الاستحمام، و وجود منتجعات تخصص شواطئ خاصة للسيدات فقط، و أخرى تفرض شروطا على زي السباحة و هو الزي المحتشم، بحيث يجب على المنتجعات و جميع مراكز الترفيه أن تضمن للمسلم الحفاظ على تقاليده و عدم الدخول فيما يجرمه الدين الإسلامي.

3- أن تكون هذه الفنادق و المنتجعات لا تتضمن نوادي ليلية و لا تقدم المشروبات الكحولية.

4- أن تقدم الفنادق و المنتجعات في مطاعمها أطعمة حلال، فلا شك أن تناول الأطعمة الحلال من الأمور التي تشغل المسلمين في كل بقاع الأرض، خاصة أولئك الذين يسافرون خارج البلاد الإسلامية و يعيشون مجتمعات ذات ثقافات و ديانات مختلفة، تكثر فيها ألوان الطعام و أصناف الشراب التي قد يكون تناولها منافيا للشريعة الإسلامية التي حرمت الميتة و الدم و لحم الخنزير، كما نعت عن شرب المسكرات بأنواعها مهما

¹ أخرجه الإمام البخاري في صحيحه، أنظر: محمد بن إسماعيل أبو عبد الله البخاري الجعفي، صحيح البخاري، مرجع سبق ذكره، الجزء الثاني، كتاب الجمعة، باب فضل الصلاة في مسجد مكة و المدينة، رقم الحديث: 1189، ص 60.

اختلفت المسميات، فقد جعل الله تعالى تحري الحلال في المطعم و المشرب من علامات التقوى حيث قال سبحانه و تعالى: ﴿ وَ كُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلالاً طَيِّباً وَ اتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ ﴾¹، كما بين الله عز و جل في كتابه الكريم الأصناف التي حرم أكلها فقال: ﴿ حُرِّمَتْ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةُ وَ الدَّمُ وَ لَحْمُ الْخِنْزِيرِ وَ مَا أَهْلَ لَغَيْرِ اللَّهِ بِهِ وَ الْمُنْخَنِقَةُ وَ الْمُوقُودَةُ وَ الْمُتَرَدِّبَةُ وَ النَّطِيحَةُ وَ مَا أَكَلَ السَّبُعُ إِلَّا مَا ذَكَّيْتُمْ وَ مَا ذُبِحَ عَلَى النُّصُبِ ﴾².

و هذه السياحة لم تعد تجذب المسلمين فقط، بل أصبحت تجذب عددا كبيرا من العائلات غير المسلمة المحافظة التي تنشده سياحة نظيفة بعيدة عن الفساد و الانحلال الأخلاقي.

المطلب الرابع: دور السياحة من الناحية الشرعية

يهدف الإسلام الحنيف من وراء دعوته للسياحة إلى أهداف تخدم الأمة كمجتمع و تخدم اقتصادها كمصدر لرفاهية أفرادها، حيث تلعب السياحة دورا بارزا في تحقيق غايات الشريعة الإسلامية.

أولا: انتشار العلم الشرعي و العلوم المادية الأخرى

كان محمد صلى الله عليه و سلم نبيا أميا لا يقرأ و لا يكتب، و قد بعث في أمة أمية لقوله تعالى: ﴿ هُوَ الَّذِي بَعَثَ فِي الْأُمِّيِّينَ رَسُولًا مِنْهُمْ يَتْلُوا عَلَيْهِمْ آيَاتِهِ وَ يُزَكِّيهِمْ وَ يُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَ الْحِكْمَةَ وَ إِنْ كَانُوا مِنْ قَبْلُ لَفِي ضَلَالٍ مُبِينٍ ﴾³، و في السنة أيضا ما يدل على ذلك، فعن ابن عمر رضي الله عنهما، عن النبي صلى الله عليه و سلم أنه قال: « إنا أمة أمية، لا نكتب و لا نحسب، الشهر هكذا و هكذا »⁴ يعني مرة تسعة و عشرين و مرة ثلاثين.

و قد كان أول ما نزل عليه من الوحي قوله تعالى: ﴿ اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ، خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ، اقْرَأْ وَ رَبُّكَ الْأَكْرَمُ، الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ، عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ ﴾⁵ فكان نزول هذه الآيات إيذانا ببداية عهد العلم و الهدى و النور الذي استضاءت به البشرية جمعا إلا من أبي.

و بسياحة جيوش الإسلام و دعائه في الأرض انتشر هذا النور، حيث كانت عناية المسلمين في صدر الإسلام مقصورة على العلوم الدينية المتمثلة في القرآن و تفسيره، و الحديث و روايته، مع استنباط الأحكام الفقهية و الفتاوى الشرعية فيما يجد من مشكلات و ما يعرض من أحداث، و لذلك نلاحظ أن العلوم المتصلة بالدين قد انتشرت في عهد بني أمية، بخلاف العلوم العقلية كالطب و الفلسفة و الرياضيات و غيرها

¹ سورة المائدة، الآية: 88.

² سورة المائدة، الآية: 3.

³ سورة الجمعة، الآية: 2.

⁴ أخرجه الإمام البخاري في صحيحه، أنظر: محمد بن إسماعيل أبو عبد الله البخاري الجعفي، صحيح البخاري، مرجع سبق ذكره، الجزء الثالث، كتاب الصوم، باب قول النبي صلى الله عليه و سلم « لا نكتب و لا نحسب »، رقم الحديث: 1913، ص 27.

⁵ سورة العلق، الآية: 1 - 5.

التي انتشرت في عهد العباسيين، و ساح كثير من علماء الإسلام في الأرض بحثا عن العلم الشرعي و تحصيله، و قبل ذلك¹ قضى قسم من الأنبياء و المرسلين و الأولياء الصالحين أغلب حياتهم في السياحة و التنقل يدعون إلى الله و يرشدون الناس إلى الدين و العقيدة و القيم الربانية الأصيلة، فلا تراهم يطيلون البقاء كثيرا في بلد ما و ذلك من أجل البحث عن أقوام يحتاجون إلى الموعظة و النصيحة و الهداية، حتى عرف نبي الله عيسى عليه السلام بالمسيح لكثرة سياحته في الأرض² فأينما أدركه الليل صف قدميه حتى الصباح³.

كما ساح نبي الله موسى عليه السلام و فتاه في طلب العلم حيث التقيا بالخضر فقال له موسى كما حكى عنه ربه: ﴿ قَالَ لَهُ مُوسَى هَلْ أَتَّبِعُكَ عَلَىٰ أَنْ تُعَلِّمَنِي مِمَّا عَلَّمْتَ رُشْدًا ﴾⁴، و كان منهما ما كان و قصتهما مذكورة في القرآن و السنة، و في زماننا هذا تقوم جامعات إسلامية كالأزهر و جامعات المملكة العربية السعودية بإعطاء المنح الدراسية لكثير من الطلبة المسلمين في البلاد الإسلامية لكي يتعلموا و يرجعوا إلى أوطانهم فينشروا العلم الشرعي بين أهلها.

و بالنسبة للعلوم المادية فإنه لا يخفى أن السبب الرئيسي فيما تجمع لدى المسلمين منها يرجع إلى سياحة جيوشهم في الأرض، ذلك أنهم وقفوا على علوم الأولين من آشوريين و بابليين و مصريين و فرس و هنود و يونان، فقاموا بترجمة كتبهم إلى اللغة العربية، و إليهم يعود الفضل بعد الله عز و جل في تقديم كثير من الاكتشافات العلمية و البشرية⁵.

ثانيا: انتشار دين الله تعالى

للسياحة دور هام في انتشار دين الله تعالى في جميع أنحاء الأرض، فلو أن محمدا صلى الله عليه و سلم بعد أن أسلم أهل جزيرة العرب لم يرسل الدعوة أو لم تخرج الجيوش جهادا في سبيل الله لما كان بالإمكان أن ينتشر دين الله تعالى في الأرض، فرسالة الإسلام عامة للناس جميعا، قال الله تعالى: ﴿ وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِّلنَّاسِ بَشِيرًا وَ نَذِيرًا وَ لَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ ﴾⁶، و لن يقبل الله عز و جل من الناس إلا الإسلام فقال سبحانه و تعالى: ﴿ وَ مَنْ يَتَّبِعْ غَيْرَ الْإِسْلَامِ دِينًا فَلَنْ يُقْبَلَ مِنْهُ وَ هُوَ فِي الْآخِرَةِ مِنَ الْخَاسِرِينَ ﴾⁷ و لما كان الملام من كل قوم يقفون حاجزا بين الناس و الإسلام، قامت جيوش الإسلام بالسياحة في الأرض لتخلي بين الناس و ما يختارون لأنفسهم، فسقطت عروش الفرس و الروم و انتشرت الفتوحات الإسلامية و انتشر دين الله تعالى بين الناس لما رأوا من عدل الإسلام و نوره و نظامه الرباني العظيم، و

¹ هاشم بن محمد بن حسين ناقور، مرجع سبق ذكره، ص 255، 256.

² محمد الصاخن، مرجع سبق ذكره، ص 17.

³ رشدي شحاتة أبو زيد، مرجع سبق ذكره، ص 162.

⁴ سورة الكهف، الآية: 66.

⁵ هاشم بن محمد بن حسين ناقور، مرجع سبق ذكره، ص 257.

⁶ سورة سبأ، الآية: 28.

⁷ سورة آل عمران، الآية: 85.

السياحة في الأرض لا تقتصر على الداعين، بل نجد في التاريخ أناسا يسيحون في الأرض بحثا عن الدين الحق، يلقون في سبيل ذلك المتاعب والمصاعب والمشاق واحدة بعد الأخرى وهم صابرون¹.

ثالثا: ازدهار التجارة

مهد الله عز و جل الأرض و جعلها مكانا للعيش، فحث على السياحة من أجل طلب الرزق و المنافع لقوله تعالى: ﴿هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهِ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ﴾²، و لقد امتن الله عز و جل على قريش بأن أطعمهم من جوع و جعلهم آمنين في حرمه، و يسر لهم السياحة للتجارة في فصل الصيف إلى الشام و في فصل الشتاء إلى اليمن و ذلك في قوله سبحانه و تعالى: ﴿لَا إِلَافَ قُرَيْشٍ، الْإِفْهِمُ رِحْلَةَ الشِّتَاءِ وَالصَّيْفِ، فَلْيَعْبُدُوا رَبَّ هَذَا الْبَيْتِ، الَّذِي أَطْعَمَهُمْ مِنْ جُوعٍ وَ أَمَنَهُمْ مِنْ خَوْفٍ﴾³، و لقد ساح الرسول صلى الله عليه و سلم قبل البعثة إلى الشام في تجارة الخديجة رضي الله عنها و جاء بضعف ما كانت تكسب في تجارتها.

و سياحة التجار في الوقت الحاضر ليست كسياحة الأوائل الذين كانوا يرحلون على الإبل و البغال و الحمير، فتطور وسائل المواصلات جعل التجار يسيحون في العالم كله و في مدة قصيرة جدا، و ينقلون كميات كبيرة من المنتجات الصناعية و الزراعية و غيرها، فصار الناس يأكلون فاكهة الشتاء في الصيف و فاكهة الصيف في الشتاء فازدهرت التجارة، و صار أصحاب المصانع و المزارع يجدون لمنتجاتهم أسواقا في شرق العالم و غربه، شماله و جنوبه، فصار الناس في رغد من العيش نتيجة لذلك⁴.

و معلوم أن الدين الإسلامي يحث على السير في الأرض لكل مباح لذلك لا يمكن إغفال الدور الذي تلعبه السياحة في تحقيق المنافع الطبية و ذلك من خلال الحصول على العلاجات و الأدوية غير المتوفرة في بلد السائح، و كذلك الراحة النفسية التي قد يجدها السائح أثناء سياحته في بلدان غير بلده⁵.

¹ هاشم بن محمد بن حسين ناقور، مرجع سبق ذكره، ص 258.

² سورة الملك، الآية: 15.

³ سورة قريش، الآية: 1 - 4.

⁴ هاشم بن محمد بن حسين ناقور، مرجع سبق ذكره، ص ص 264، 265.

⁵ هايل طشطوش، مرجع سبق ذكره، ص 6.

المبحث الرابع: الدور التنموي للسياحة

لقد أصبحت التنمية الشاملة تحظى باهتمام معظم دول العالم، و حتى يتحقق هذا الهدف فإن الأمر يتطلب تعبئة و تجنيد كل الموارد المتاحة المادية منها و البشرية، و على هذا الأساس تشكل السياحة أحد أهم الموارد التي يمكن الاتكال عليها من أجل المساهمة في رفع النمو الاقتصادي و من ثمة تحقيق التنمية الاقتصادية و الاجتماعية المنشودة خاصة و أن القطاع السياحي كان من بين القطاعات الأولى التي شفيقت و بسرعة من الأزمة المالية العالمية لسنة 2008 م، حيث قدر معدل نموه بنسبة 3 إلى 4 % خلال سنة 2012 م¹، و لذلك فإن العديد من الدول أعطت أهمية كبيرة لظاهرة السياحة في برامجها التنموية، ضمن ما خصصت لها من اعتمادات مالية معتبرة جعلتها تسوق خدماتها السياحية و صناعاتها التقليدية وفق ما تقتضيه المنافسة الدولية، حيث يمثل انفاق السياح الأجانب على الخدمات الترفيهية و السلع الاستهلاكية جزء له أهميته من الإنفاق الكلي لهؤلاء في البلد المضيف.

و في إطار العمل على دفع عجلة التنمية الاقتصادية و الاجتماعية و غيرها، تسعى جميع الدول السياحية المتطورة كانت أو النامية و التي لها عناصر جذب مميزة إلى تعظيم إيراداتها من خلال هذا النشاط، و التي أصبحت أهميتها في عدد من الحالات تتعدى الأنشطة الاقتصادية الأولية، لما لها من دور كبير في جوانب عديدة منها الجانب الاقتصادي و الاجتماعي و الثقافي و السياسي، فحسن استغلال السياحة يؤدي إلى المساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية و الاجتماعية و غيرها.

المطلب الأول: المساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية

نظرا لسهولة الأسفار و معاناة البشرية من ضغوطات العمل و الروتين، زاد التدفق السياحي العالمي فأصبحت صناعة السياحة من أهم الأنشطة الايجابية في تحقيق التنمية الاقتصادية لكافة المجتمعات و الدول و ذلك من خلال ما يحققه الاستثمار في السياحة من مزايا اقتصادية عديدة حيث لها أبعادا اقتصادية مهمة لاسيما بعد المنتصف الثاني من القرن العشرين، و يمكن ابراز دور السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية من خلال دراسة آثارها على بعض المتغيرات الاقتصادية منها ما يلي:

أولاً: تأثير السياحة على الدخل القومي

إن السياحة قطاع اقتصادي يعتبر جزء لا يتجزأ من الاقتصاد القومي له دوره الفعلي في تكوين الناتج القومي أو الدخل القومي، بحيث يختلف هذا الدور حسب حجم و أهمية القطاع السياحي في الاقتصاد القومي، و لا يقف دور السياحة في تكوين الدخل القومي فحسب، بل إنه يبعث سلسلة في الاقتصاد

¹ CNUCED, « **Tourisme durable: contribution à la croissance économique et au développement durable** », Note thématique établie par le secrétariat de la Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement, Réunion d'experts sur la contribution du tourisme à un développement durable, Genève, 14 et 15 mars 2013, P 4.

القومي و التي يتمخض عنها تحقيق المزيد من الانتاج و الاستخدام، و بالتالي تحقيق المزيد من الدخول و هذا ما يعرف بأثر المضاعف السياحي¹ حيث يتوقف دور السياحة في زيادة الدخل القومي على كل من الإنفاق السياحي و المضاعف السياحي.

و يمكن تعريف الإنفاق السياحي بأنه التقييم الاقتصادي لمجموع السلع و الخدمات المقدمة للسائحين، و هذا يعني أن كل إنفاق من السائح يقابله خدمة يحصل عليها، و إذا كان هذا الإنفاق يمثل دخلا مباشرا للأفراد الذين يعملون في القطاع السياحي فإنهم يقومون بدورهم بإنفاق جزء من هذا الدخل لتلبية احتياجاتهم المختلفة، فتتولد بذلك دخول أخرى لمجموعة جديدة من الأفراد و هكذا تستمر دورة الدخل و الإنفاق حتى يتوقف أثر الإنفاق تماما، فيتضح أن السياحة تؤدي إلى زيادة الدخل القومي نتيجة لزيادة الإنفاق على السلع و الخدمات في العديد من الأنشطة المرتبطة بالنشاط السياحي مثل وسائل الإقامة و الخدمات المرتبطة بها، و ينتج عن هذا الإنفاق سلسلة من المصروفات الأخرى التي يتحملها أصحاب الفنادق مثل تكاليف المواد الغذائية و التجهيزات و أعمال الصيانة و التجديد و غيرها، مما يعني انتقال جزء من دخول المشتغلين بالصناعة الفندقية إلى مورديهم الذين يزودونهم بهذه الخدمات.

و من ناحية أخرى يؤدي نمو الحركة السياحية إلى زيادة دخول المرشدين السياحيين و العاملين في قطاع النقل السياحي، كما يؤدي ذلك إلى زيادة إيرادات الخزينة العامة للدولة من رسوم التأشيرات و الضرائب على الأرباح التجارية و الصناعية التي يحققها المشتغلون بالمهن و الأعمال المتصلة بالسياحة، و بالإضافة إلى أنواع الإنفاق المختلفة التي يعود مصدرها المباشر إلى السياحة، هناك أنواع أخرى من الإنفاق تقوم بها الدولة مثل الإنفاق على المرافق العامة من طرق و صرف المياه و وسائل الاتصال، و إنشاء الفنادق و القرى السياحية و غيرها من الأنشطة، حيث يؤدي هذا الإنفاق إلى رفع مستوى أداء النشاط الاقتصادي في الدولة مما يترتب عليه زيادة في دخول العديد من الأفراد و الهيئات و من ثم ارتفاع مستوى المعيشة و تحقيق الرخاء و الرفاهية.

و ينظر إلى أثر الإنفاق السياحي على الدخل القومي على أنه مجموع الدخول التي تولدت خلال دورات الإنفاق السياحي و هو ما يطلق عليه بأثر المضاعف السياحي² الذي يقيس تغير الدخل الوطني نتيجة تغير الدخل السياحي، حيث تعتمد آلية المضاعف السياحي مثلها مثل مضاعف الدخل على وجود طاقات إنتاجية معطلة جزئيا أو كليا في الدولة و قابلة للاستجابة للتغيرات في الأنشطة المختلفة، أما قيمة المضاعف السياحي فتعتمد على طبيعة العلاقة و درجة الترابط الموجود بين قطاع السياح و القطاعات الاقتصادية الأخرى في الدولة، فتزداد قيمة المضاعف السياحي كلما زادت درجة الترابط بين القطاع السياحي و القطاعات الاقتصادية الأخرى و العكس صحيح، فكلما انخفضت درجة هذا الترابط كلما أدى ذلك إلى

¹ مثنى طه الحوري، اسماعيل محمد علي الدباغ، مرجع سبق ذكره، ص 105.

² رشدي شحاتة أبو زيد، مرجع سبق ذكره، ص 75 - 77.

للجوء إلى العديد من المشتريات من خارج الدولة و من ثم يزداد حجم الواردات و بالتالي يقل أثر المضاعف السياحي على الاقتصاد القومي¹.

ثانيا: تأثير السياحة على ميزان المدفوعات

من المعلوم أن أهمية أي قطاع في الاقتصاد الوطني تتحدد بمدى قدرة هذا القطاع على جلب موارد النقد الأجنبي التي من شأنها أن تحدث فوائض في ميزان المدفوعات، لذلك تهدف الدول السياحية إلى الحصول على نصيب متزايد من الطلب السياحي العالمي من أجل تحقيق فائض في العملات الأجنبية²، فدخل السياح الأجانب إلى الدولة و اقتنائهم للسلع و الخدمات السياحية الوطنية يعني تصدير غير منظور للسلع و الخدمات، مما يترتب عنه دخول رؤوس الأموال التي تدون في الجانب الدائن و منه زيادة رصيد الدولة من العملات الأجنبية³، و بالتالي تساهم السياحة كصناعة تصديرية في تحسين ميزان المدفوعات⁴ حيث لا يمكن انكار أهمية العملات الأجنبية في تمويل التنمية و سد العجز في ميزان المدفوعات، خاصة في ظل المتغيرات العالمية المتلاحقة و التكتلات الاقتصادية الدولية و الإقليمية التي تؤدي في كثير من الأحيان إلى الحد من الصادرات، بالإضافة إلى نقص الحصيلة المتوقعة للصادرات البترولية نتيجة تذبذب أسعاره، لذلك فإن السياحة باعتبارها أحد البنود الأساسية للصادرات غير المنظورة، تلعب دورا بارزا في تحقيق التنمية الاقتصادية من خلال دعم و توازن ميزان المدفوعات و ذلك بالتأثير على الميزان التجاري بتغطيته في حالة العجز⁵.

ثالثا: تأثير السياحة على القطاعات الاقتصادية الأخرى

تمتاز السياحة بقدرتها الفائقة و الخاصة على بعث سلسلة من العمليات و النشاطات الانتاجية و الاستثمارية في الاقتصاد القومي بسبب امتداد آثار الطلب السياحي المعقد و المركب من العديد من السلع و الخدمات إلى كافة القطاعات الرئيسية منها و الثانوية و التي تساهم في تصنيع المنتج السياحي⁶، فالإنفاق السياحي من جانب السائحين لا يؤثر بصورة مباشرة على القطاع السياحي فقط بل يتجه و يؤثر على العديد من السلع و الخدمات، حيث نجد أن دورة الإنفاق السياحي للسائح تتكرر عدة مرات و تمتد إلى قطاعات كثيرة مثل قطاع النقل و القطاع الزراعي و الصناعي.

فضلا عن ذلك فإن السياحة تؤثر على زيادة حجم الصناعات التقليدية و تنوعها لأن الإنفاق السياحي الأجنبي على منتجات الصناعة التقليدية في الدول المضيفة، له أهميته في تنمية هذه الصناعات الأمر الذي

¹ رشدي شحاتة أبو زيد، مرجع سبق ذكره، ص 77.

² نفس المرجع، ص 68.

³ مثنى طه الحوري، اسماعيل محمد علي الدباغ، مرجع سبق ذكره، ص 130.

⁴ أحمد ماهر، عبد السلام أبو قحف، تنظيم و إدارة المنشآت السياحية و الفندقية، الطبعة الثانية، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية، 1999 م، ص 25.

⁵ رشدي شحاتة أبو زيد، مرجع سبق ذكره، ص 69.

⁶ مثنى طه الحوري، اسماعيل محمد علي الدباغ، مرجع سبق ذكره، ص 194.

ينعكس على التنمية الاقتصادية، لذلك نجد أنه في إطار العمل على دفع عجلة التنمية الاقتصادية، تسعى الدول التي تتميز بعناصر الجذب السياحي إلى تعظيم إيراداتها من هذا النشاط، و الذي أصبحت أهميته في بعض الحالات تتعدى أهمية الأنشطة الاقتصادية الأولية التقليدية، فالسائح يفضل شراء المنتجات المحلية من البلدان المضيفة كهدايا تذكارية و العودة بها إلى بلده الأصلي، و بناء عليه تصبح تلك المنتجات الشعبية سلع تصديرية دون الحاجة إلى الشحن و التسويق الخارجي، كما أنها لا تتعرض إلى المنافسة و آليات السوق لأنها تعتبر منتج فني ثقافي يأتي في المرتبة الأولى¹ حيث يتميز بالطابع الانفرادي الذي يتضمن الأصالة و العراقة في التعبير عن ثقافة و حضارة البلد المصنوع فيه كما يحمي هذا التفرد الصناعة التقليدية من التقليد، فلا يمكن للسائح أن يجد هذه المنتجات التقليدية في أي بلد آخر.

و من الجدير بالذكر أن أهمية المنتج التقليدي بالنسبة للمستهلك الأجنبي لا يقتصر فقط على السائح، بل أيضا على الشخص الأجنبي الموجود ببلده، إلا أن السبيل الوحيد الذي يصل الحرفي التقليدي المحلي بالمستهلك الأجنبي في هذه الحالة هو التصدير.

و بذلك فإن الآثار الايجابية للسياحة تتعدى حدود القطاع السياحي لتصل إلى غالبية فروع الاقتصاد القومي فتبعث حركة اقتصادية حصيلتها تحقيق النمو الاقتصادي و زيادة الانتاج و الدخول و من ثم تحقيق الرفاهية الاقتصادية و الاجتماعية، و قد تصل العلاقة بين النشاط السياحي و الاقتصاد القومي إلى الحد الذي يكون فيه الاقتصاد القومي عاملا تابعا للنشاط السياحي، و هذا ما يحدث فعلا في بعض البلدان السياحية إذ ينتعش اقتصادها بانتعاش السياحة و يتراجع بتراجعها، فهذه الدول يصل الانتاج القومي فيها قمته مع موسم الذروة السياحي و ينخفض مع موسم الكساد السياحي، و هذا خير دليل على مدى قدرة السياحة في تأثيرها على الاقتصاد القومي من خلال التأثير على عملية الانتاج و الاستثمار في القطاعات الأخرى².

رابعا: زيادة فرص الاستثمار المحلي و الأجنبي

مما لا شك فيه أن المشروعات السياحية تعد من أكثر المشروعات الاقتصادية جذبا لرؤوس الأموال بالنسبة للمستثمرين المحليين و الأجانب، فالاستثمار السياحي تتعدد مجالاته بين أماكن الإيواء الفندقية و القرى السياحية و المطاعم و مراكز التسلية و الترفيه و نحو ذلك³.

و يجب الإشارة هنا إلى أنه إذا كانت التنمية الاقتصادية تشكل عاملا للتقدم بصفة دائمة، ففي مجال السياحة أجمع الخبراء على أن هذا النشاط لا يشكل قطبا اقتصاديا إلا إذا اتصف بنوع من الديمومة مما يجعله عاملا ثابتا في المحيط الاقتصادي، من شأنه أن يكون أحد المحركات الرئيسية لعجلة التنمية⁴، و هذا ما يتطلب

¹ يسرى دعبس، مرجع سبق ذكره، ص 542.

² مثنى طه الحوري، اسماعيل محمد علي الدباغ، مرجع سبق ذكره، ص 194، 196.

³ يسرى دعبس، مرجع سبق ذكره، ص 542.

⁴ هويدي عبد الجليل، مرجع سبق ذكره، ص 222.

يتطلب تعزيز السياحة المستدامة من أجل ضمان مستقبل القطاع السياحي¹، فوفقاً للمنظمة العالمية للسياحة " التنمية السياحية المستدامة تعني تلبية احتياجات السياح الحاليين في المناطق المضيفة مع ضمان قدرتها على حماية و تعزيز فرص المستقبل، أي تلبية الاحتياجات الاقتصادية و الاجتماعية و الجمالية دون التأثير على البيئة و التنوع البيولوجي"².

من هذا التعريف نستخلص أن التنمية السياحية المستدامة تتحقق من خلال الاستفادة المثلى من الموارد الطبيعية من أجل تطوير السياحة مع المحافظة على التوازن البيئي و التنوع البيولوجي.

المطلب الثاني: المساهمة في تحقيق التنمية الاجتماعية

يقصد بدور السياحة في تحقيق التنمية الاجتماعية رصد كل النتائج الاجتماعية التي تنعكس على المستوى المعيشي، و على الجوانب الجغرافية و الديمغرافية، بالإضافة إلى الملامح الخاصة بسلوكيات المجتمع و علاقاته.

أولاً: توفير فرص العمل و القضاء على البطالة

تعد السياحة من أهم المصادر الحيوية للتوظيف لكونها نشاطاً خدمياً يحتاج إلى أيد عاملة كثيرة من مختلف المهارات و الخبرات و التخصصات أكثر من أي قطاع اقتصادي آخر مما يؤدي إلى حل جزء كبير من مشكلة البطالة التي تعتبر من المشكلات المزمنة في مختلف الدول³، و بالتالي المساهمة على نطاق واسع في الحد من الفقر⁴، حيث يمكن تصنيف القوى العاملة في مجال السياحة كما يلي:

1- العاملون الدائمون بصورة مباشرة: و هم العاملون في المنشآت السياحية التي تقدم خدمات مباشرة للسياح مثل الفنادق و مراكز الترفيه و المطاعم و وكالات السفر و شركات النقل السياحي بمختلف أنواعه، و منظمو الرحلات و محلات بيع الهدايا، حيث تشكل هذه الفئة العمود الفقري لصناعة السياحة.

2- العاملون بصورة غير مباشرة: و هم الفئة العاملة في الشركات التي تقدم خدمات مرتبطة بأنشطة السياحة.

3- العاملون في قطاعات مختلفة و يستفيدون من صناعة السياحة: و هم فئة يطلق عليها اسم العمالة المستحدثة، تشمل العاملون في مجالات البناء و التشييد، التآثيث و التموين و الامداد، و العاملون في القطاع الزراعي و الصناعي، و غيرها.

¹ CNUCED, op.cit, P 18.

² M. Belattaf, A. Mouloud, « **Evolution, Formes et Impacts de l'activité touristique: Pour un tourisme durable** », Faculté des sciences économiques, de gestion et commerciales, Laboratoire d'économie et développement - LED -, Université de Bejaia, Algérie, P 9.

³ رشدي شحاتة أبو زيد، مرجع سبق ذكره، ص 86.

⁴ CNUCED, op. cit, P 13.

فالسياحة نشاط ثري بفرص التشغيل حيث تشير الإحصائيات وفقا للمنظمة العالمية للسياحة إلى أن عدد العاملين في القطاع السياحي يقدر بنسبة 9% أي ما يمثل 274 مليون¹ من قوى اليد العاملة في العالم سواء بصورة مباشرة أو غير مباشرة ، فهي الصناعة الأولى من حيث تشغيل اليد العاملة مما أصبح لها دورا أساسيا في التنمية كما أن كل شخص يعمل مباشرة في قطاع السياحة يشكل فرص عمل جديدة بتشغيل 5 أشخاص بصورة غير مباشرة في القطاعات الأخرى²، و عليه فلا يقتصر دور السياحة على استحداث وظائف داخل المجالات المرتبطة بالعمل السياحي فقط مثل الفنادق، بل يتعدى ذلك إلى استحداث فرص عمل في القطاعات التي ترتبط بالأنشطة السياحية و تدعمها مثل القطاع الصناعي و الزراعي، إضافة إلى أن السياحة تتمتع بقدرة على استحداث فرص عمل جديدة كلما زاد تدفق السائحين مثل المترجمين و المرشدين السياحيين.

و ترجع قابلية و قدرة السياحة على توليد فرص العمل بشكل يفوق بقية الأنشطة الاقتصادية الأخرى إلى انتماء السياحة إلى القطاع الثالث و هو القطاع الخدماتي على اعتبار أن القطاع الأول هو القطاع الزراعي و القطاع الثاني هو القطاع الصناعي، و أن لذلك أثر كبير يتجسد بالإمكانية المحدودة على استبدال عنصر العمل بالمكائن و الآلات، إذ يبقى النشاط السياحي نشاط خدمي يعتمد بالدرجة الأولى على عنصر العمل، كما يمتاز بصعوبة احلال الماكنة محل عنصر العمل إلا في مجالات محدودة و ضيقة لأنها قلما تساهم في تقديم الخدمات السياحية، لهذا فإن نسبة العاملين فيه تزداد باستمرار مع مرور الزمن، بالإضافة إلى أن المنتج السياحي مزيج معقد و مركب تتعدد وجهات الانتاج فيه فالمعروف عن السياحة أنها صناعة تحتوي على العديد من التجهيزات و الخدمات المختلفة، و أن القطاع السياحي لوحده لا يستطيع أن يصنع هذا المنتج الواسع، و أن هناك العديد من القطاعات الاقتصادية التي تساهم بشكل مباشر أو غير مباشر بتدعيم السياحة و بالتالي فإن القطاع السياحي يرتبط مع القطاعات الأخرى، مما يعني أن إمكانية السياحة على توليد فرص العمل تفوق حدود القطاع السياحي و تمتد لتجاوز حدود القطاعات الأخرى التي تجهز السياحة بمستلزمات الانتاج، لذا فإن للمشروع السياحي قدرة على توليد فرص العمل أكبر من فرص العمل الناتجة عن المشروع الزراعي أو المشروع الصناعي³.

ثانيا: زيادة عدد السكان في المناطق السياحية

إن تطور النشاط السياحي في منطقة معينة يؤدي إلى زيادة عدد سكانها كنتيجة لاستحداث السياحة للعديد من الوظائف و فرص العمل التجارية و الصناعية التي يسعى إليها العديد من السكان الدائمين

¹ Jérémy Boer, « Le tourisme: Un moteur de l'économie mondiale », France, P 8.

² هوارى معراج، محمد سليمان جردات، مرجع سبق ذكره، ص 22.

³ مثنى طه الحوري، اسماعيل محمد علي الدباغ، مرجع سبق ذكره، ص 150 - 153.

و الذين هم عموماً أكثر من عدد السياح¹، مما ينشط الهجرة إلى تلك المنطقة فيتزايد عدد السكان في المناطق السياحية.

ثالثاً: تحقيق التطور الاجتماعي و التحول الطبقي

تعتبر السياحة أحد أسباب التطور الاجتماعي في الدول المستقبلية للسياح حيث تتاح الفرصة أمام أفراد المجتمع للتعرف على الأفكار و الاهتمامات الأجنبية المختلفة من تعاملهم و مشاهدتهم و اتصالمهم المباشر بالسائحين، و هو ما يسهم في انفتاحهم على العالم الخارجي و يساعد على اكتسابهم العديد من القيم، كما تشجع السياحة كثير من الأشخاص على ممارسة الأنشطة السياحية مما يؤدي إلى زيادة دخلهم و مكاسبهم و أرباحهم، فيرفع مستوى حياتهم الاقتصادية و الاجتماعية، و ينقلهم من شريحة اجتماعية معينة إلى شريحة اجتماعية أعلى².

رابعاً: تنمية العمران

تتعدد الخصائص العمرانية الناتجة عن الأنشطة السياحية و تتباين أنماطها تبعاً لقوة عوامل الجذب السياحي و مستوى الاستثمار السياحي، الذي يحدد بدوره حجم أنشطة السياحة و مجالات تأثيرها على الجوانب العمرانية، فقد أوجدت السياحة أشكالاً عمرانية لم يكن لها وجود من قبل كالمنتجعات السياحية الجبلية و الساحلية، و التي ظهرت على الخريطة السياحية للعالم لأول مرة عندما تم بناءها من أجل استثمار بعض الخصائص الطبيعية في مكانها، و يتمثل دور السياحة في تنمية العمران من خلال الاهتمام بترميم و حفظ و صيانة المباني الأثرية ذات الأهمية التاريخية كالمساجد و الكنائس و القصور، بالإضافة إلى التنوع في أشكال الإقامة خاصة الفنادق التي تشكل نمطاً عمرانياً يضاف إلى الأنماط العمرانية للمدينة السياحية.

و بما أن المدن كانت دائماً و مازالت مركز جذب للسياح الأجانب، مما يستدعي تطويرها من خلال بناء المراكز التجارية و المعارض الكبرى باعتبارها من أهم المعالم السياحية التي تجتذب السياح سواء على الصعيدين الإقليمي أو الدولي³.

¹ Régis Bulot, Michel Messenger, « **Le poids économique et social du tourisme** », Conseil national du tourisme, France, session 2010, P 45.

² رشام كهينة، قاسمي آسيا، مرجع سبق ذكره، ص 15.

³ Michel Messenger et autre, op. cit, P P 44, 45.

المطلب الثالث: المساهمة في تحقيق التنمية الثقافية

بما أن البعد الثقافي للموقع السياحي يمكن أن يكون عامل جذب للعملاء¹، فتعتبر السياحة من أهم الوسائل الحضارية لتنمية الثقافة بين الشعوب و المجتمعات المختلفة، حيث تكتسب الدول السياحية المهارات الثقافية من سائحي مختلف الدول القادمين إليها مثل اللغة و الأفكار و القيم السليمة كاحترام القوانين و النظام، كما تلعب السياحة دورا كبيرا في تحقيق التنمية الثقافية للسائح خاصة في مجال التعرف على الحضارات القديمة و المناطق الأثرية التي تجتذب نوعيات معينة من السائحين الذين يرغبون في زيادة ثقافتهم و معلوماتهم الحضارية، و اكتساب معارف حول ما هو متاح من التراث الإنساني القديم من خلال المتاحف بالإضافة إلى معايشة الشعوب المختلفة بعاداتها و تقاليدها و قيمها، فيكون هناك تبادل للثقافات بين السائح و البلد الذي توجه إليه بهدف السياحة، بمعنى أن السائح يتعرف على المقومات الثقافية للمجتمع المضيف كما يتطلع هذا المجتمع على الثقافات الأجنبية الوافدة إليه من خلال مختلف السائحين²، مما يولد التبادلات المثمرة التي تروج لتنمية المعرفة و الابداع³، فالسياحة عامل لا غنى عنه للتعليم الذاتي و تعلم الاختلافات المشروعة بين الشعوب و الثقافات المتنوعة⁴.

كما تعتبر السياحة وسيلة من الوسائل التي تؤدي إلى نقل العلم و التكنولوجيا، فنظرا للتطور التكنولوجي السريع في مختلف المجالات و الأنشطة و ما ترتب على ذلك من تطور النظم الإلكترونية و البرمجة و من ثم تطور نظم المعلومات، و بما أن السياحة تهدف إلى تقديم الخدمات بشكل سريع للسائح، مما يتحتم على العاملين بهذا المجال الاطلاع على أحدث النظم في الحقل السياحي و تعلمها أولا بأول حتى يمكن تطوير و نمو و ازدهار القطاع السياحي⁵.

¹ Laure Juanchich, « Culture, tourisme et territoire: les apports du tourisme culturel au développement local », Master SECI, Institut d'Etudes Politiques de Lyon, Université Lyon 2, 2006/2007, P 39.

² عصمت عدلي، مرجع سبق ذكره، ص 28.

³ Laure Juanchich, op. cit, P 43.

⁴ Christine Matthey, « Construire l'Europe en voyageant Enjeux du tourisme culturel pour le développement d'une identité européenne », Mémoire présenté pour l'obtention du Master en études européennes, Institut européen de l'université de Genève, 2008, P 22.

⁵ رشدي شحاتة أبو زيد، مرجع سبق ذكره، ص 102.

المطلب الرابع: المساهمة في تحقيق التنمية السياسية و العلاقات الدولية

على الرغم من وجود المنظمات الدولية و الهيئات العالمية التي تسعى جاهدا لإقرار السلام في العالم، إلا أن كثيرا من الدول في حالة صدام دائم مع بعضها البعض، لذا فإن السياحة تقوم بدور سياسي هام غير مباشر لتحقيق التفاهم بين شعوب العالم، حيث تساعد السياحة على تدعيم أواصر الصداقة بين مختلف الدول من خلال العلاقات الطيبة التي يمكن أن تنشأ بين الشعوب من جنسيات مختلفة¹ و أنماط سلوكية متباينة، فيحاول كل من الضيف و المضيف ارساء قيم الحوار و التفاهم²، حيث تعتبر السياحة وسيلة هامة لتواصل المجتمع الدولي، فعلى الرغم من التقدم الكبير في تكنولوجيا الاتصالات على المستوى العالمي، يبقى الناس بحاجة إلى التنقل لإجراء محادثات من أجل فهم أفضل و تبادل جيد للأفكار أو التجار من خلال الاتصال المباشر بين الشعوب³.

و يظهر دور السياحة في تحقيق التنمية السياسية و العلاقات الدولية بوضوح من خلال تعزيز فرص السلام و التفاهم بين شعوب الدول رغم اختلاف الجنسيات و تعدد المذاهب الاقتصادية و السياسية، و كذلك تعزيز سبل التواصل الإنساني و تعميق أواصر التبادل الثقافي و الحضاري⁴.

فالسياحة تلعب دورا مهما في تقليل الفواصل و الفوارق بين الشعوب، كما تساهم في تقليل الاجراءات الروتينية المتبعة في منح التأشيرات و اجراءات الدخول و الخروج و بالتالي تسهيل التنقل بين المقاصد السياحية، و هذا ما نلتمسه بوضوح في حرية التنقل بين دول الاتحاد الأوروبي من خلال بطاقة التعريف أو البطاقة الشخصية، بل هناك اتجاه عالمي ينادي بعمولة السياحة من خلال تسهيل اجراءات التنقل بين الشعوب، إلا أن تنفيذ هذا التوجه يحتاج إلى وقت يختلف بين واقع الدول المتقدمة و الدول النامية⁵.

¹ عصمت عدلي، مرجع سبق ذكره، ص ص 17، 29.

² يسرى دعبس، مرجع سبق ذكره، ص 561.

³ Mike Robinson, David Picard, op. cit, P P 30,31.

⁴ عصمت عدلي، مرجع سبق ذكره، ص 29.

⁵ يسرى دعبس، مرجع سبق ذكره، ص 562.

خلاصة الفصل الأول

لقد عرف الإنسان السفر منذ القدم بتنقله إلى الأماكن المجهولة من أجل اكتشافها و قد كان لديه شغف دائم و متواصل في حب المعرفة و اكتشاف كل ما هو جديد، مستخدماً في ذلك كل ما هو متاح له بحثاً عن الرزق بادئاً بالصيد و القنص ثم الرعي و الزراعة وصولاً إلى الاستقرار و الارتباط بوطن له حدود إقليمية، و مع التطور و التقدم بدأت تظهر له دوافع متجددة نحو السفر خصوصاً بعد تطور وسائل النقل و المواصلات و ارتفاع الدخل، بل و الوفرة المادية لدى بعض فئات المجتمع بالإضافة إلى تنوع المنتج السياحي و اختلاف المواقع السياحية، فضلاً عن تنوع البرامج السياحية و التوسع في حركة تنظيم الرحلات الجماعية مع توسع الرغبة في الترفيه و الترويح.

و بعد أن تأكد لنا أن الإسلام أباح السياحة الحلال وفق الدوافع النبيلة و الضوابط الشرعية التي ذكرناها فإنه لا بد من العناية بصناعة قطاع السياحة الحلال، باعتبارها مصدراً من مصادر الدخل القومي الذي يسهم في تنمية موارد تلك الدول مما يعود على شعوبها بالخير الوفير.

كما أن السياحة بمرور الوقت و تطور العلم و التكنولوجيا و حاجة الإنسان إلى التغيير و التجديد أصبحت تعد اليوم من أحدث الصناعات التي بدأت تغزو العالم و التي تطورت و ازدهرت بسرعة كبيرة، حيث تظهر أهميتها في المردودات الاقتصادية المالية التي تحصل عليها البلدان السياحية و التي ساهمت بنسب عالية في الدخل القومي و رفع العائد الاقتصادي الذي يحقق متطلبات التنمية، و تزداد أهمية السياحة في الأقطار النامية و ذلك لضعف الطاقات الاقتصادية الأخرى، فبالرغم من تباين الآثار الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية و السياسية للسياحة بسبب تباين أنواعها و أنشطتها المختلفة، إلا أن الدلائل العلمية و تجارب الدول تشير إلى التزايد الملحوظ في الدور الذي تلعبه السياحة بصفة عامة في قضايا التنمية بمفهومها الشامل. و حتى تتحقق التنمية الشاملة و يتم استغلال عوامل و مقومات الجذب السياحي داخل كل دولة و التي تغري السياح و تشجعهم على زيارتها و الإقامة فيها أطول مدة ممكنة، لا بد على الدول المتقدمة و النامية من التدخل في السياحة بتدعيم القطاع السياحي و انشاء الهياكل المختلفة التي تقدم خدمات و تسهيلات معينة للسياح، و هذا ما سنحاول تناوله في الفصل الموالي.

الفصل الثاني

الهيكل الداعمة للقطاع

السياحي

تمهيد

تعتبر السياحة المنظمة الصناعة الرئيسية في العالم كله، فكثير من بلدان العالم يتأتى دخلها القومي من خلال السياحة، فهي كصناعة لها كثير من الأبعاد الاجتماعية و الثقافية و السياسية التي تؤثر فيها و تتأثر بها، و السياحة لا تنجح فقط بجهد الدولة و إنما لا بد لها من جهود الأفراد سواء العاملين في مجال السياحة أو المواطنين الذين ينبغي أن يدركوا أهمية صناعة السياحة و حيوية نشاطها. و لما كانت دوافع السياحة و إشباعها لدى السائحين من مختلف الجنسيات تتطلب العديد من الخدمات و التسهيلات و التي تختلف من سياحة إلى أخرى، هذا يستدعي ضرورة توفير الخدمات المختلفة التي يمكن أن تلبى رغبات السائحين في كافة أنواع السياحة، و الاهتمام بالبنية الأساسية المتمثلة في الطرق و الجسور و المواصلات و شبكات الاتصال و البريد و المستشفيات و غيرها من كافة الخدمات التي من شأنها أن تسهل إقامة السائح إقامة جيدة حسب المقومات السياحية، مما يتطلب أن تكون أماكن الإيواء الفندقية من مختلف الدرجات و ذات المواصفات التنافسية، تتفق مع البيئة التي تقام فيها و حسب نوعية السائحين المتدفقين إليها.

و بما أن هناك العديد من القطاعات مهمتها انتاج السلع الوسيطة و بالتالي لا تتعامل مع المستهلكين النهائيين، و أن السياحة تقع في المستوى الأول من فروع الاقتصاد القومي حيث تحتك و تتعامل بشكل مباشر مع المستهلكين النهائيين أو السياح، فإنه بحكم الارتباطات الخلفية لمختلف فروع الاقتصاد القومي يمكن للسياحة بعث سلسلة كبيرة من النشاطات الاقتصادية التي تدعمها، و المتمثلة في الانتاج و الاستثمار في كل الصناعات و الفروع الواقعة في المستويات الثانية و الثالثة و هكذا، مما يعني أن الطلب السياحي طلب فعال و ليس مشتقا.

و لمعرفة ذلك تم تقسيم هذا الفصل إلى أربعة مباحث نتناول فيها عرض العناصر التالية:

المبحث الأول: المنظمات الدولية المعنية بالقطاع السياحي

المبحث الثاني: دور الدولة في تنشيط القطاع السياحي

المبحث الثالث: هيكل القطاع السياحي

المبحث الرابع: أهم الخدمات و القطاعات الاقتصادية المكملة للقطاع السياحي

المبحث الأول: المنظمات الدولية المعنية بالقطاع السياحي

أصبح القطاع السياحي في الوقت الحالي القطاع الذي تراهن عليه أغلبية دول العالم في تحقيق التنمية الاقتصادية و الشاملة، و يكون ذلك برسم سياسة رشيدة على المدى البعيد، حيث إن التطور الكبير الذي عرفته السياحة و امتداد السوق السياحية لتشمل كافة أنحاء العالم أدى إلى ظهور المنظمات الدولية للسياحة التي تسهر على بناء نظام علاقات دولية منظمة للتنسيق فيما بينها في مجال التخطيط العالمي للسياحة، فهناك من يرى أن نجاح السياحة العالمية يعود سببه إلى استمرار العلاقات الدولية السياحية القديمة بين البلدان من خلال تطوير الاتفاقيات التي عادت بفوائد متبادلة بين الدول المشاركة في الاتفاقيات السياحية التي تؤمن إجراءات مرنة في مجال النقل و تحويل العملة و توفير الأمن للسياح.

و تنشأ المنظمة الدولية بمقتضى عقد اتفاقية بين الدول المنظمة إليها حيث إن الأعضاء هم الجهات التي تنتمي لهذه الدول و تمثلها تمثيلاً كاملاً، و يمكن تعريف المنظمة الدولية بأنها تجمع إرادي لعدد من أشخاص القانون الدولي متجسد في شكل هيئة دائمة يتم إنشاؤها بموجب اتفاق دولي يتمتع بإرادة ذاتية و مزود بنظام قانوني متميز، و بأجهزة مستقلة تمارس من خلالها المنظمة نشاطها لتحقيق الهدف المشترك و الذي من أجله تم إنشاؤها، و من الجدير بالذكر أن المنظمة الدولية تخضع في نشأتها و في ممارستها لوظائفها إلى القانون الدولي، و يعتبر النشاط الذي تقوم به المنظمات الدولية المعنية بالقطاع السياحي نشاطاً اقتصادياً يتزايد حجمه يوماً بعد يوم خاصة و أن تطوير الخدمات السياحية من طرف تلك المنظمات في كثير من دول العالم، سيؤدي حتماً إلى تطور واسع في السياحة الدولية¹، و سنحاول من خلال هذا المبحث إبراز أهم المنظمات الدولية الداعمة للقطاع السياحي.

المطلب الأول: المنظمة العالمية للسياحة (O.M.T)

هي منظمة تابعة للأمم المتحدة، تهتم بشؤون الدول من الناحية السياحية، و تصدر الإحصائيات المتعلقة بالطلب و العرض السياحي على مستوى العالم، و من خلال هذا المطلب سنحاول التعرف على نشأة المنظمة و أهدافها و الدور الذي تلعبه في تطوير السياحة من أجل تحقيق التنمية المستدامة.

أولاً: نشأة المنظمة العالمية للسياحة

نشأت المنظمة كمؤتمر دولي لاتحادات النقل السياحي الرسمية الذي أسس سنة 1925 م في لاهاي، و بعد الحرب العالمية الثانية عدل اسمها إلى الاتحاد الدولي لمنظمات السفر الرسمية و انتقلت إلى جنيف، و قد كان هذا الاتحاد منظمة فنية غير حكومية وصل عدد أعضائه أثناء ذروته إلى 109 منظمة سياحية وطنية و 88 أعضاء مرافقين من بينهم مجموعات في القطاعين العام و الخاص في العالم، في عام 1967 م طالب

¹ عصمت عدلي، مرجع سبق ذكره، ص ص 133، 134.

أعضاء الاتحاد بتحويله إلى كيان حكومي دولي يفوض بإجراء الاتفاقات على أساس عالمي بخصوص كل المسائل المتعلقة بالسياحة و بالتعاون مع المنظمات المنافسة الأخرى، خصوصا تلك التابعة لنظام الأمم المتحدة مثل منظمة الصحة العالمية و اليونسكو و منظمة الطيران المدني الدولية، و لقد اتخذ قرار لنفس الغرض في سنة 1969 م من قبل الجمعية العمومية للأمم المتحدة لتنظيم الدور المركزي للاتحاد الذي يجب أن يلعبه في مجال السياحة العالمية بالتعاون مع الكيانات الموجودة ضمن الأمم المتحدة¹.

فأسست هذه المنظمة بصفة رسمية سنة 1976 م لتأخذ اسمها الحالي المنظمة العالمية للسياحة، حيث عقدت المنظمة الجديدة أولى جمعياتها العمومية في مدريد سنة 1975 م و عينت الأمانة العامة في مدريد بداية السنة التالية باقتراح من الحكومة الإسبانية التي قدمت مبنى للمقر العام، و تعتبر هذه المنظمة الجهاز الرئيسي الذي يمثل السياحة بمختلف جوانبها لدى الأمم المتحدة، كما أصبحت في الوقت الحالي من أكبر المنظمات الدولية التي تعنى بشؤون السياحة العالمية حيث تضم أكثر من 1087 دولة عضو فيها.

تتيح العضوية في منظمة السياحة العالمية الاستفادة من الفرص المنتظمة للاجتماع و التشاور مع صناع القرار السياحي على أعلى المستويات، كما يتمتع فيها جميع الدول الأعضاء بحقوق تصويت و عضوية متساوية، و الاستفادة من مشورة المنظمة حول مجموعة متنوعة من القضايا السياحية لا تمنحها سوى منظمة دولية محايدة، إضافة إلى الحصول على فرصة المساهمة في تصميم و تبني معايير عالمية و ممارسات مقبولة تحكم السياحة. و تتيح العضوية أيضا الاستفادة من جمع و تحليل و نشر المنظمة للبيانات السياحية المأخوذة من أكثر من 180 دولة و مقاطعة، و تلقي نسخ مجانية من كافة مطبوعات المنظمة، و إمكانية المشاركة في الندوات و الدورات التدريبية التي تنظمها².

ثانيا: أهداف المنظمة العالمية للسياحة

تهدف المنظمة العالمية للسياحة إلى ما يلي³:

- نقل الخبرات و التجارب الدولية و المعرفة الفنية بالقطاع السياحي و تبادلها بين الدول.
- الإسهام في بناء قدرات العاملين في المجال السياحي.
- تعزيز الشراكة في تحقيق التنمية السياحية.
- ترويج السياحة كآلية للسلام و أداة للتعاون المشترك في الحفاظ على التنوع الثقافي و الاقتصادي.
- العمل على استحداث و تطوير مناطق الجذب السياحي.

¹ « منظمة السياحة العالمية »، مجلة الأمن و الحياة، تصدر عن جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية - الرياض -، المملكة العربية السعودية، العدد 390، أكتوبر 2014 م، ص 72.

² ويكيبيديا الموسوعة الحرة، « منظمة السياحة العالمية »، الموقع الإلكتروني: <https://ar.wikipedia.org/wiki>، تاريخ الاطلاع: 2016/09/15 م.

³ ابراهيم خليل بظاظو، أحمد فرحان العمارة، السياحة و السفر، الطبعة الأولى، إدارة المناهج و الكتب المدرسية، 2011 م، ص 55.

ثالثاً: دور المنظمة العالمية للسياحة

بما أن المنظمة العالمية للسياحة تهدف إلى تنمية و تطوير و ازدهار صناعة السياحة على مستوى العالم بغرض دعم النمو الاقتصادي العالمي، الأمر الذي يؤدي إلى زيادة التفاهم بين الشعوب و احترام حقوق الإنسان بدون تمييز عنصري أو جنسي أو لغوي أو ديني، و من أجل الوصول إلى الأهداف السابقة الذكر فإن المنظمة العالمية للسياحة تؤدي مهامها من خلال عمل مختلف اللجان التي تحركها و المتمثلة في¹:

- لجنة التنمية السياحية المستدامة

- لجنة دعم الجودة

- لجنة الاحصاء و التحليل الاقتصادي الكلي للسياحة

- لجنة أبحاث السوق و التقنيات الترويجية

- اللجان التنفيذية للبرامج

- اللجنة الفرعية لدراسة الترشيحات للعضوية

و يكمن دور المنظمة في القيام بما يلي²:

1- التعاون من أجل التنمية: تقدم المنظمة النصح و المساعدة للحكومات بشأن مجموعة واسعة من القضايا و الموضوعات السياحية، بما في ذلك الخطط العامة و دراسات الجدوى الاقتصادية و الاحتياجات الاستثمارية و نقل التكنولوجيا و التسويق و الترويج، و قد صار نقل الخبرة السياحية للدول النامية أحد المهام الأساسية للمنظمة، حيث تقوم بتعيين الخبراء و تنفيذ كافة أنواع المشروعات الخاصة بالتنمية السياحية و العمل على ضمان التمويل، و تعتمد جميع مشروعات منظمة السياحة العالمية على سياسة الاستدامة بما يضمن عدم إضرار التنمية السياحية بالبيئة أو الثقافات المحلية.

2- تنمية الموارد البشرية: توفر المنظمة إطاراً استراتيجياً لتنظيم التعليم و التدريب السياحي بما في ذلك الدورات التدريبية للمديرين، و دورات للتعليم عن بعد قصيرة و طويلة المدى و شبكة متنامية من مراكز التعليم و التدريب التابعة للمنظمة. فمن أولويات المنظمة تطوير تعليم و تدريب ذو جودة عالية و فعال يلائم احتياجات الكفاءات المهنية السياحية في المستقبل و أصحاب العمل في مجال السياحة.

3- التنمية المستدامة: تعمل منظمة السياحة العالمية من أجل تنمية السياحة المستدامة و ترجمة الاهتمامات البيئية إلى إجراءات عملية، و يعمل قسم البيئة بمنظمة السياحة العالمية في تعاون وثيق مع الأعضاء و المنظمات العالمية الأخرى لضمان التخطيط و الإدارة الملائمين لأي تنمية سياحية جديدة بهدف حماية البيئات الطبيعية و الثقافية، و تشارك منظمة السياحة العالمية في كافة الندوات.

¹ Jean Pierre et autre, op. cit, P 21.

² ويكيبيديا الموسوعة الحرة، « منظمة السياحة العالمية »، الموقع الإلكتروني: <https://ar.wikipedia.org/wiki>، تاريخ الاطلاع: 2016/09/15 م.

المطلب الثاني: المنظمات الدولية الخاصة بالفنادق و المطاعم

و هي المنظمات التي تعنى في الأساس بمصالح قطاعي الفنادق و المطاعم في العالم، من خلال العمل على إزالة المعوقات التي تمنع هذه القطاعات من تقديم خدماتها وفقا للمستويات المقبولة عالميا، سواء كانت هذه المعوقات ذات طابع محلي أو إقليمي أو دولي.

أولا: الاتحاد الدولي للفنادق و المطاعم

تأسس في عام 1946 م بمدينة إنجلترا، و لقد حل محل الاتحاد الدولي للفندينين الذي أسس عام 1869 م¹، و يعتبر هذا الاتحاد من أهم المنظمات الدولية الفندقية لأنه الرابطة التجارية الدولية و الوحيدة المكرسة لتعزيز صناعة الفنادق و المطاعم في جميع أنحاء العالم و الدفاع عن مصالحها، بالإضافة إلى مساعدة الأعضاء على تحقيق أهداف العمل و الاستعداد للمستقبل²، حيث تتكون عضويته من جمعيات الفنادق و المطاعم الوطنية في جميع أنحاء العالم، و تتمثل أهداف الاتحاد في³:

- رعاية أصحاب الفنادق و المطاعم.
- العمل على تنشيط و ازدهار السياحة الدولية.
- رفع مستوى الصناعة الفندقية الدولية و الارتقاء بها.
- العمل على رفع أداء العاملين في المجال الفندقي و تدريبهم.
- تنظيم الندوات و المؤتمرات من أجل تبادل المعلومات المتعلقة بالنشاط الفندقي.
- إصدار المنشورات و المطبوعات و الدليل الدولي للفنادق بهدف خدمة النشاط السياحي و الفندقي.
- القضاء على المشاكل و المعوقات التي تعترض مسيرة العمل الفندقي.

ثانيا: المنظمة الدولية للتعليم الفندقي و السياحي

مقر هذه المنظمة في واشنطن بالولايات المتحدة الأمريكية حيث تقوم بما يلي:

- العمل على تدعيم المعاهد و المؤسسات العلمية و الكليات المتخصصة في مجال السياحة و الفندقية.
- نشر الوعي السياحي من خلال تدعيم إنشاء مراكز التدريب السياحي و الفندقي.
- تشجيع البحوث العلمية و الدراسات الأكاديمية و تطوير أساليب التعليم و التدريب في المجالات السياحية و الفندقية.

¹ ماهر عبد الخالق السيسى، مبادئ السياحة، الطبعة الأولى، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2001 م، ص 260.

² Ghassan Aidi, « Mediterranean Tourism Meeting », International Hotels and Restaurants Association: 160 Years of Service to the Global Hospitality Industry Worldwide, Salou, Spain, 25th March 2015, P 22.

³ عصمت عدلي، مرجع سبق ذكره، ص 141.

ثالثاً: الاتحاد الدولي للمنظمات الوطنية للفنادق و المطاعم و أصحاب المقاهي

تم إنشاء هذا الاتحاد في سنة 1949 م و مقره زيوريخ بسويسرا يضم في عضويته حوالي 29 من المنظمات الوطنية في دول العالم، و التي تعمل في مجال النشاط السياحي و الفندقية خاصة المطاعم و المقاهي ذات الطابع السياحي العالمي و الدولي، و يعمل هذا الاتحاد على الدفاع عن حقوق الأعضاء و رعاية مصالحهم بالإضافة إلى دعم التعاون بين جميع اتحادات الفنادق و المطاعم و أصحاب المقاهي من أجل رفع مستوى العاملين في هذه المهنة¹.

المطلب الثالث: المنظمات الدولية الخاصة بوكالات السياحة و السفر

و هي المنظمات التي تهتم بأعمال وكالات السياحة و السفر حيث تعمل على رفع مستوى ممارسة المهنة و نشر الوعي السياحي لأعضائها و تنمية السياحة، و تتمثل أهمها فيما يلي.

أولاً: الاتحاد الدولي لوكالات السياحة و السفر

تأسس الاتحاد الدولي لوكالات السياحة و السفر في 22 نوفمبر 1966 م، بمدينة روما بإيطاليا و ذلك نتيجة اندماج منطمتين دوليتين هما الاتحاد الدولي لوكلاء السياحة و المنظمة الدولية لوكلاء السفر، و يعتبر هذا الاتحاد الممثل الوحيد في العالم لوكلاء السياحة و السفر، و قد اتخذ الاتحاد مدينة بروكسل في بلجيكا مقراً له في بداية الأمر ثم انتقل إلى مونت كارلو عاصمة إمارة موناكو في الوقت الحالي، كما يعتبر الاتحاد من أهم المنظمات العالمية التي تمثل صناعة السياحة و السفر، و هو عبارة عن تجميع لمنظمات الشركات السياحية حيث يضم في عضويته وكالات و شركات السياحة و شركات الطيران و الفنادق و شركات البواخر و النقل البري و كافة المؤسسات الدولية التي يتصل نشاطها بالسياحة و السفر حيث يعمل على ما يلي²:

- تشجيع حركة السياحة الدولية بين الدول الأعضاء و جميع دول العالم.
- رعاية مصالح الدول الأعضاء و توثيق الصلات بينهم.
- توفير حرية السفر و التنقل.
- توفير الحماية و الأمن اللازمين للمسافرين.
- رفع مستوى الأداء المهني و المستوى العلمي و الثقافي للعاملين في وكالات السياحة و السفر.
- حل المشاكل و الصعوبات التي تواجه عمل وكالات السياحة و السفر في مختلف الدول.
- ينظم الاتحاد مؤتمر عالمي سنوي تناقش فيه كافة المسائل المتعلقة بالسياحة الدولية.

¹ عصمت عدلي، مرجع سبق ذكره، ص ص 144، 145.

² نفس المرجع، ص ص 138، 139.

ثانيا: الاتحاد العالمي لوكلاء السفر

تم تأسيس هذا الاتحاد وفقا لقواعد القانون المدني السويسري في أبريل 1949 م و مقره جنيف بسويسرا حيث يقوم بما يلي¹:

- تشجيع السياحة الدولية و المشاركة في تنميتها.
- تكوين شبكة أو جمعية من وكالات السفر الدولية.
- العمل على تبادل المعلومات خاصة في المجالات التي تخدم الأنشطة السياحية بهدف رفع مستوى الخدمة السياحية الدولية.
- توسيع دائرة التعاون الدولي في مجال الخدمة الفندقية عن طريق عقد الاتفاقيات المختلفة بين مقدمي الخدمات السياحية.
- القيام بأعمال التأمينات للأعضاء و سداد المستحقات المالية التي قد لا يقومون بسدادها لظروف معينة.
- إصدار الوثائق و المنشورات و الدوريات و المطبوعات المتعلقة بالنشاط السياحي مثل كافة المعلومات عن الدول السياحية و كذلك أسماء الفنادق و أماكنها بمختلف الدول و التي ترتبط باتفاقيات تعاون في هذه المجالات.

ثالثا: الجمعية الأمريكية لوكالات السياحة و السفر

أنشأت هذه الجمعية عام 1931 م في الولايات المتحدة الأمريكية، و تعتبر من أكبر التجمعات السياحية التي تضم وكالات السياحة و السفر في العالم نظرا لعدد أعضائها الذي يصل إلى 21 ألف وكالة سفر، و أيضا لنفوذها و تأثيرها الكبير على حركة تدفق و انتقال السياح إلى مختلف دول العالم، حيث تقوم بالتنسيق بين الدول في مجال النقل و تبادل المعلومات و تحويل العملة و الحجز في الفنادق. تهدف إلى النهوض بالعمل السياحي من خلال حماية مصالح وكالات السياحة و السفر و كذلك حماية السياح من الغش و انخفاض مستوى أداء الخدمات السياحية².

المطلب الرابع: المنظمات الدولية الخاصة بالنقل السياحي

يعتبر النقل أحد الركائز الأساسية للتنمية السياحية المستدامة، و عليه فإن المنظمات الدولية الفعالة تعمل على تطوير شبكات النقل و جعل السفر عبر وسائل النقل المتنوعة أكثر أمن و راحة.

أولا: المنظمة الدولية للطيران المدني (I.C.A.O)

هي منظمة حكومية عالمية أنشئت بموجب اتفاقية الطيران المدني الدولي، الموقعة في شيكاغو في 7 ديسمبر 1944 م، و ذلك من أجل النهوض بالتطور الآمن و المنظم للطيران المدني الدولي في كل أنحاء العالم،

¹ عصمت عدلي، مرجع سبق ذكره، ص ص 140، 141.

² ماهر عبد الخالق السيسي، مرجع سبق ذكره، ص 261.

و هي وكالة متخصصة تابعة للأمم المتحدة، تضع القواعد القياسية و الأنظمة الدولية الضرورية لنقل جوي يتصف بالأمان و الانتظام و الكفاءة و الاقتصاد، وتعمل كأداة لإرساء التعاون في جميع مجالات الطيران المدني بين دولها المتعاقدة و البالغ عددها 188 دولة في أوت 2003 م¹.

و من أهم الأهداف التي تسعى إليها المنظمة ما يلي²:

- تحديد المبادئ التي تقوم عليها الملاحة الجوية في العالم.
- العمل على تنمية السياحة الدولية من خلال تسهيل الإجراءات الخاصة بالملاحة الجوية.
- العمل على الحد من مشاكل السفر جوا عن طريق جعله أكثر راحة و أمانا.
- العمل على تحسين و تنمية المطارات و الموانئ الجوية و تجهيزها بأحدث الأجهزة.
- العمل على إعداد الدراسات اللازمة لتطوير الملاحة الجوية و وضع برامج تدريب الملاحين و الطيارين و المهندسين و العاملين بالمراقبة الجوية.
- العمل على عقد المؤتمرات و الاتفاقات الدولية من أجل تنمية حركة السفر بالطائرات.

ثانيا: الاتحاد الدولي للنقل الجوي (I.A.T.A)

تم إنشاء هذا الاتحاد سنة 1929 م و كان اسمه في ذلك الوقت المنظمة الدولية لحركة الطيران، و بعد انتهاء الحرب العالمية الثانية و ازدياد حركة الطيران العالمية، و زيادة عدد الشركات العاملة بالخدمات الجوية و الطيران التجاري و المدني و نقل المسافرين، و زيادة عدد الخطوط الجوية عبر القارات، كان من الضروري وجود منظمة دولية ترعى مصالح و حقوق كل من شركات الطيران و المسافرين على خطوطها، الأمر الذي تطلب ضرورة إعادة تكوين هذا الاتحاد تحت مسمى الاتحاد الدولي للنقل الجوي سنة 1945 م في هفانا عاصمة كوبا³.

و الاتحاد الدولي للنقل الجوي منظمة عالمية غير حكومية لشركات الطيران المنتظمة، تأسست عام 1945 م للنهوض بالنقل الجوي على نحو اقتصادي سليم و منظم، إضافة إلى تقديم الوسائل للتعاون فيما بين مؤسسات النقل الجوي و التعاون مع منظمة الطيران المدني الدولي و مع المنظمات الدولية الأخرى و الاتحادات الإقليمية، عضوية الاتحاد مفتوحة لأي شركة عاملة مرخص لها بتقديم خدمات جوية دولية، كما أن العضوية العاملة في الاتحاد مفتوحة لشركات الطيران التي تقوم مباشرة بعمليات دولية، بينما العضوية المنتسبة مفتوحة لشركات الطيران المحلية، حيث تبلغ شركات الطيران الأعضاء في الاتحاد أكثر من 270 شركة⁴.

¹ دليل تنظيم النقل الجوي الدولي، معتمد من طرف الأمين العام و ينشر تحت مسؤوليته، إصدار منظمة الطيران المدني الدولي، الطبعة الثانية، 2004 م، ص 79.

² عصمت عدلي، مرجع سبق ذكره، ص 137.

³ نفس المرجع، ص ص 134، 135.

⁴ دليل تنظيم النقل الجوي الدولي، مرجع سبق ذكره، ص 96.

حيث يهدف الاتحاد الدولي للنقل الجوي إلى ما يلي¹:

- الاهتمام بدعم التنسيق و التعاون المشترك بين شركات النقل الجوي المختلفة و تقديم كافة المساعدات الفنية اللازمة لها.
- تشجيع و تنمية و تطوير حركة النقل الجوي و تسهيل نقل الركاب و البضائع بين مختلف الدول.
- النهوض بمستوى الأداء للعاملين في الشركات المنضمة للاتحاد و ذلك عن طريق عقد دورات تدريبية على مختلف المستويات.
- توحيد الإجراءات و الشروط الخاصة بمستندات السفر و النقل (تذاكر السفر و بوالص الشحن).
- دراسة المشكلات التي تواجه شركات النقل الجوي الدولي و العمل على إيجاد حلول لها.
- و من بين أهم الخدمات التي يقوم بها الاتحاد و المتعلقة بتنظيم النقل الجوي ما يلي²:
- مؤتمر الأياتا للبرامج الزمنية: يعقد مرتين في السنة، و فيه تقوم شركات الطيران بتنسيق برامجها الزمنية و خانات المطارات (الأوقات المحددة المخصصة للطائرات بالنسبة لهبوطها و اقلاعها).
- خطة المحاسبة و التسويات: التي تؤمن المعالجة الآلية للحسابات فيما بين شركات الطيران و وكلاء سفر الركاب التابعين لها.
- نظام تسوية حسابات نقل البضائع: الذي يؤمن المعالجة الآلية للحسابات فيما بين شركات الطيران و وكلاء الشحن التابعين لها.
- غرفة المقاصة: التي تتضمن خدمات التوزيع النسبي للإيرادات كما تحول شركات الطيران و الموردين بتسوية حساباتها الدائنة و المدينة فيما بينها في موقع واحد، و بذلك تخفض إلى الحد الأدنى الحاجة إلى التحويل الفعلي للأموال على أساس عالمي.
- نظام الأياتا/سياتا: لتتبع الأمتعة و البحث عن الأمتعة المسجلة التي فقدت أو ضلت طريقها.
- الاتفاقية متعددة الأطراف لتبادل الركاب و البضائع فيما بين الشركات: و هي اتفاقية ملزمة قانونية تتعلق بإصدار تذاكر سفر الركاب و بوالص الشحن الجوي، و قبول الركاب و الأمتعة و البضائع من شركات طيران أخرى.
- نظام التبادل الإلكتروني للبيانات لأغراض الإدارة و التجارة و النقل: الذي وضعته الأياتا لإعداد أشكال الرسائل الخاصة بتبادل معلومات الركاب و البضائع و فواتير الوقود و توريد الوقود، و قد اشتركت الأياتا و سياتا معا مؤخرا لتقديم وسائل لتسهيل الاتصال بين الشركات باستخدام نظام استعمال تذاكر السفر الإلكترونية في ظل نظام النقل المشترك بين الشركات.

¹ عصمت عدلي، مرجع سبق ذكره، ص ص 134، 135.

² دليل تنظيم النقل الجوي الدولي، مرجع سبق ذكره، ص 99.

بالإضافة إلى ما سبق هناك منظمات دولية أخرى تعنى بالقطاع السياحي تتمثل فيما يلي¹:

- الأكاديمية الدولية للسياحة: أنشأت سنة 1951 م مقرها مونت كارلو بإمارة موناكو، يتكون أعضاؤها من الشخصيات العالمية في مجال النشاط السياحي إلى جانب الأعضاء من الخبراء السياحيين، حيث تهتم هذه الأكاديمية بالأنشطة السياحية المختلفة و تعمل على تشجيع مختلف الأنماط المتعلقة بالصناعة السياحية من خلال دعم التعليم و الوعي السياحي، بالإضافة إلى نشر المطبوعات و القواميس و الكتب السياحية الدولية.
- الاتحاد الدولي للخبراء الاختصاصيين العلميين في السياحة: تم إنشاء هذا الاتحاد عام 1949م، مقره بسويسرا و تتكون عضويته من الخبراء و الشخصيات البارزة في عالم السياحة، حيث يعمل هذا الاتحاد على تنظيم المؤتمرات التي تهتم بالقطاع السياحي و مناقشة جميع المشاكل المرتبطة به من خلال إيجاد طرق للقضاء عليها و علاجها تماما، كما يعمل على دعم الأنشطة و المعاهد العلمية السياحية على المستوى الدولي و تنمية الوعي السياحي، و يهدف إلى الارتقاء بصناعة السياحة الدولية عن طريق تبادل الخبرات العلمية و المهنية المتخصصة في مجال السياحة.
- الاتحاد الدولي للصحفيين و الكتاب السياحيين: أنشأ سنة 1945 م في باريس بفرنسا، يقوم بتنظيم الزيارات المتنوعة لأعضاء الاتحاد إلى المناطق و المنشآت و المشروعات السياحية الجديدة، بالإضافة إلى تسهيل المهام الإعلامية التي يكلف بها الصحفيون و الكتاب الذين يعملون في المجال السياحي من أجل تغطية كافة الأخبار المتعلقة بالنشاط السياحي العالمي.

¹ عصمت عدلي، مرجع سبق ذكره، ص ص 143، 144.

المبحث الثاني: دور الدولة في تنشيط القطاع السياحي

إن قدرة المؤسسات المنتمية لقطاع السياحة في دولة ما على تحقيق نجاح مستمر في الأسواق الدولية دون الاعتماد على الدعم و الحماية الحكومية، يؤدي إلى تميز تلك الدول في هذا القطاع، و بالتالي تكون مؤسساته قادرة على التصدي للمنافسة سواء الداخلية أو الخارجية، و ذلك من خلال المحافظة على حصتها في السوق و العمل على تنميتها باستمرار و تحقيق عوائد مرتفعة¹، إلا أن معظم الدول قد شجعت صناعة السياحة و أولتها الاهتمام الكامل من خلال تهيئة البنية التحتية و منح الإعفاءات و تقديم التسهيلات اللازمة للقطاع السياحي، كما قامت بسن القوانين و الأحكام التي تنظم و ترعى النشاط السياحي، بل و ذهبت إلى أبعد من ذلك من خلال الدخول كشريك في المشروعات السياحية بهدف استثمار الأموال و ضمان كفاءة تشغيلها للاستفادة من المقومات الطبيعية و البشرية التي تمتلكها كل دولة.

المطلب الأول: الاستثمار في البنية التحتية

تتم مختلف الدول بتطوير البنية التحتية لما لها من أثر كبير في الرفع من أداء الاقتصاد بشكل عام، لذلك فإن قيام الدولة بتوفير البنية التحتية بالشكل الذي يغطي حجم الطلب المتوقع قياسا بنسبة زيادة عدد السياح تشكل الركيزة الأساسية لدعم النشاطات المرتبطة بالقطاع السياحي و تفعيل حركة السياحة، حيث أن تدني كفاءة عمل الخدمات العامة، و مدى توافرها أو عدم توافرها، و سوء انتشارها و توزيعها، يؤدي إلى تراجع واضح في حركة التوافد السياحي إلى كثير من المناطق السياحية²، و قد لوحظ أن ما يجعل السياحة أكثر استدامة و ما يحدث نمو في القطاع السياحي على المدى الطويل يكون من خلال انشاء و تعزيز البنية التحتية، و التي تتم من خلال التنسيق بين الجهات الحكومية المسؤولة عن السياحة و مستثمري القطاع الخاص في القطاع السياحي خاصة في المواقع السياحية النائية³، ففي العديد من دول العالم يتم تمويل و إنشاء و تشغيل و صيانة هذه المشاريع من قبل الحكومة و ذلك لخبرتها الطويلة في هذا المجال بالإضافة إلى تعدد مصادر التمويل و الإنفاق، أما عن عملية مشاركة القطاع الخاص فهي مرهونة دائما بوجود قوانين و أنظمة تشرع هذه المشاركة.

¹ هاني نوال، « تنافسية القطاع السياحي في الدول العربية »، مجلة الباحث، دورية علمية محكمة سنوية تنشر الأبحاث التطبيقية المتعلقة بالعلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، تصدر عن جامعة قاصدي مرباح - ورقلة -، الجزائر، العدد 13/2013، ص 74.

² هيثم ناعس، « أهمية قطاعي النقل و السياحة و دورهما في استثمار الموارد البشرية و الاقتصادية و تنميتها في مدينة دمشق و منطقة الزبداني »، مجلة جامعة دمشق، المجلد 26، العدد الأول و الثاني، 2009 م، ص 635.

³ CNUCED, op. cit, P 18.

أولاً: مفهوم البنية التحتية

لقد تم استخدام مصطلح البنية التحتية لأول مرة في فرنسا سنة 1927 م من أجل الإشارة إلى الطرقات و الجسور و خطوط السكك الحديدية و غيرها، إلا أن العديد من القضايا المتعلقة بمفهوم البنية التحتية ومكوناتها لازالت غير مفهومة بشكل جيد، حيث اختلفت التعريفات في هذا الشأن، بحسب طبيعتها و الغرض منها، و الهدف الذي تساهم في تحقيقه، فإما أن تكون ذات طبيعة اقتصادية أو اجتماعية أو تجمع بين الاثنين معا أو حسب الجهة المعنية بالتعريف.

فمن الناحية الاصطلاحية يرى علماء التنمية الاقتصادية أن البنية التحتية هي عامل حيوي لتحقيق التنمية الاقتصادية، فمنذ ظهور الدولة و هي تعمل على وضع الأطر العامة لوظائفها من أجل تحقيق التنمية الاقتصادية و الاجتماعية المنشودة، بحيث تعد البنية التحتية أحد اهتماماتها الرئيسية.

لهذا كما سبق الذكر يمكن أن تكون البنية التحتية ذات طبيعة اقتصادية أو ذات طبيعة اجتماعية حيث

تعرف كما يلي¹:

1- من الناحية الاقتصادية: تتمثل في مشروعات تتطلب بنية هندسية طويلة الأجل، يتم إنشاؤها بواسطة معدات و تسهيلات و خدمات تستخدم في الإنتاج و المعيشة، حيث تشمل القوى المحركة، أنابيب الغاز، خطوط الاتصالات، و الأعمال العامة التي تشمل الخزانات و السدود و المجاري المائية و الطرق و وسائل النقل و المطارات و الموانئ.

2- من الناحية الاجتماعية: تتمثل في خدمات التعليم و الصحة و الإسكان و تدخل فيها أيضا خدمات المياه و الصرف الصحي.

أما المفهوم الواسع للبنية التحتية و الأكثر انتشارا في الوقت الحالي فيتمثل في مجموع الخدمات التي تتولى الدولة تقديمها للمواطنين، و أيضا المنشآت التي تتولى تشييدها و تشغيلها، إضافة إلى الخدمات التي تعتمد على العمالة الكثيفة، كجمع النفايات، و تقديم خدمات النقل العامة، حيث تتشكل البنية التحتية من الطرق و المطارات و الموانئ و السكك الحديدية و محطات مياه الشرب و شبكات الغاز الطبيعي و الصرف الصحي و الاتصالات السلكية و اللاسلكية، و محطات توليد الكهرباء و شبكاتها بالإضافة إلى الخدمات الصحية²، و بالتالي تقوم مشاريع البنية التحتية بتقديم الخدمات للمواطنين على نطاق واسع من أجل تغطية الاحتياجات الأساسية و تحقيق رفاهية الشعوب.

¹ رشدي صالح عبد الفتاح صالح، التمويل المصرفي لمشروعات البنية التحتية بنظام البناء و التشغيل و نقل الملكية B.O.T، الطبعة الأولى، اتحاد المصارف العربية، مصر، 2006 م، ص 10.

² محمود محمد داغر، علي محمد علي، «الإنفاق العام على مشروعات البنية التحتية و أثره في النمو الاقتصادي في ليبيا (منهج السببية)» مجلة بحوث اقتصادية عربية، مجلة علمية فصلية محكمة تصدر عن الجمعية العربية للبحوث الاقتصادية (القاهرة) بالتعاون مع مركز دراسات الوحدة العربية (بيروت)، العدد 51، صيف 2010 م، ص 115.

ثانيا: خصائص مشاريع البنية التحتية

تتصف مشروعات البنية التحتية بعدة خصائص تتمثل أهمها فيما يلي:

- 1- **ارتفاع الكثافة الرأسمالية:** يتم قياس الكثافة الرأسمالية أو معامل كثافة رأس المال عن طريق تقسيم النفقات الثابتة إلى إجمالي تكاليف الإنتاج، فصناعة المنتجات العامة تتطلب كميات كبيرة من رؤوس الأموال النقدية من أجل تنفيذها، حيث يتحقق العائد منها على فترات زمنية طويلة نسبيا، الأمر الذي يجعل درجة المخاطرة مرتفعة نسبيا، و من المعروف أنه كلما ارتفعت كثافة رأس المال المستثمر انخفض معدل دوران رأس المال، مما يؤدي إلى طول فترة الاسترداد و هي الفترة اللازمة لاسترداد القيمة الرأسمالية للأصول الثابتة من الإيراد السنوي الصافي¹.
- 2- **عدم قابلية مشروعات البنية التحتية للتجزئة:** تتميز مشروعات البنية التحتية بعدم قابليتها للتجزئة، و ذلك راجع إلى ضخامة الحد الأدنى لحجم مشروعاتها و حاجتها لرؤوس أموال ضخمة.
- 3- **البنية التحتية أداة للتغيير الهيكلي:** يتعلق الأمر هنا بدور البنية التحتية في عمليات الإنتاج، فهي تقدم خدمات في شكل سلع وسيطة تقوم عليها مختلف الصناعات الأخرى، فمثلا توفر شبكة جيدة من الطرقات و السكك الحديدية و الموانئ و المطارات ما من شأنه تسهيل عمليات نقل المواد الأولية بين مراكز الإنتاج، و نقل السلع النهائية بين مراكز الإنتاج و مراكز الاستهلاك، فالبنية التحتية لقطاع النقل في هذه الحالة تساهم في تدنية التكاليف و بالتالي الزيادة في الأرباح، و هذا ما سيزيد من تنافسية السلع و الخدمات، فتصبح قادرة على المنافسة في اقتصاديات يحكمها جهاز الأسعار.
- 4- **البنية التحتية ذات نفع عام:** بمعنى أنها لا تخضع لمبدأ الاستبعاد، أي ذات نفع جماعي بحيث لا يمكن استبعاد أحد من الاستفادة منها، لهذا يخفق السوق في توفيرها مما يتوجب على الدولة أن تتدخل في تأسيسها و توفير خدماتها.
- 5- **طول مدتي الإنشاء و الاستغلال:** تتميز مشروعات البنية التحتية بكبر و ضخامة حجمها لذا تحتاج إلى مبالغ مالية كبيرة لإنشائها، و من جهة أخرى تستغرق فترة زمنية طويلة لإنجازها، كما أن هذه المشروعات تتسم بطول فترة الاستغلال أي فترة التشغيل و الإنتاج، و لهذا السبب فإن معدل الربحية في هذه المشروعات يكون منخفضا و مدة استرداد رأس المال تكون طويلة، و هذا ما لا يشجع القطاع الخاص على الاستثمار في مثل هذه المشاريع، مما يستدعي تدخل الحكومات للاستثمار فيها أو بالشراكة مع القطاع الخاص².

¹ المرسي السيد حجازي، اقتصاديات المشروعات العامة النظرية و التطبيق: جدوى المشروعات و تسعير منتجاتها و خصخصتها، الطبعة الأولى، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2010 م، ص 54.

² محمد بن جواد الخرس، مشروعات البنية التحتية من خلال نظام البناء و التشغيل و نقل الملكية B.O.T، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2012 م، ص ص 38، 39.

ثالثا: أهم خدمات و مشاريع البنية التحتية

لقد جرت العادة على أن تتولى الدولة مهمة إنشاء و صيانة و إعادة تأهيل البنية التحتية المادية التي يستحيل بدونها ممارسة معظم الأنشطة الاقتصادية، ففي الواقع كان و مازال الانفاق الاستثماري، لاسيما في مجال البنية التحتية، أحد الأنشطة الرئيسية التي تقوم بها الحكومة، و قد تولد بعض استثمارات البنية التحتية عائدا اجتماعيا مرتفعا إلى حد ما¹، حيث تتمثل أهم المشاريع المسندة للدولة فيما يلي:

1- شبكة امدادات المياه الصالحة للشرب و التي تشمل: محطات التنقية و الضخ، مرافق التخزين، حقول الآبار، الخطوط الرئيسية، أنظمة التوزيع، بالإضافة إلى شبكة الصرف الصحي التي تشمل أنظمة جمع المياه المستخدمة، و أيضا الخطوط الرئيسية التي تعتمد في أغلب الأحيان على الجاذبية الأرضية حيث يتمثل الجزء الرئيسي من هذا المرفق في محطات الترشيح و المعالجة.

2- توفير شبكة اتصالات حديثة سلكية و لاسلكية تمتاز بتقديم خدمة محلية و دولية مقبولة، و على مستوى حسن من الكفاءة، بحيث تمكن السياح من التواصل بيسر مع أهلهم في بلدانهم، كما يجب على الدولة أن توفر نظام مصرفي متطور يؤدي خدمات على أرقى المستويات، بحيث تكون لديه اتصالات مباشرة مع جميع البنوك في العالم، و ذلك من أجل توفير الاحتياجات المالية للسياح².

3- توفير مرافق الكهرباء الذي يشمل مجموعة كبيرة و معقدة من العناصر تتمثل في محطات التوليد و شبكات نقل الطاقة ذات الضغط العالي و المحولات ثم شبكة التوزيع و الوصلات المحلية و العدادات.

4- توفر المرافق الطبية المجهزة بأحدث التقنيات يشرف عليها أطباء مختصون و تقدم خدمات طبية على مستوى عال من الكفاءة، بالإضافة إلى وجود العديد من الخدمات الترفيهية في مناطق مختلفة مثل المنتزهات العائلية و ملاهي الأطفال، و أيضا انتشار المراكز التجارية الحديثة التي يجد فيها السائح كافة أصناف السلع و المنتجات لأفضل الماركات المحلية و العالمية³.

5- المرافق الخاصة بالتخلص من النفايات التي تصنف حسب نوع المخلفات فهناك الصلبة و السائلة و المخلفات الخطرة، حيث يصاحب تطوير هذه المرافق في كثير من دول العالم، برامج مدعومة من طرف الحكومة من أجل زيادة معدلات تدوير النفايات لتحقيق أهداف التنمية المستدامة.

6- توفير الموانئ و الطرقات ذات النوعية الجيدة مع ضرورة صيانتها من أجل تعزيز التجارة من خلال تسريع عملية نقل السلع و المواد الخام، و تأمين استدامة الإنتاج المكثف لتوفير متطلبات السياح.

¹ برناردين أكيوبي، ريتشارد هينغ، وغيرد شوارتر، « الاستثمار العام و الشراكة بين القطاعين العام و الخاص »، سلسلة قضايا اقتصادية، رقم 40، مصدره من طرف صندوق النقد الدولي، 2007 م، ص 5.

² عبد الكريم حافظ، الإدارة الفندقية و السياحية، الطبعة الأولى، دار أسامة، عمان، 2010 م، ص 237.

³ نفس المرجع، ص 237.

7- كما يندرج ضمن مهام الدولة من خلال وزارة التجارة و الصناعة توفير كميات كافية من السلع و المنتجات الاستهلاكية في كثير من المناطق التي تعاني نقصا في ذلك، خاصة في المواسم السياحية التي يكون فيها الطلب متزايدا، كما قد يحدث أحيانا شح أو انقطاع أو خلل في خدمات المرافق الحيوية مثل الكهرباء و المياه، لذا لا بد على الجهات المختصة أن تتأكد من أنها تعمل بكفاءة¹، فتأمين الطاقة الكهربائية و مياه الشرب إلى مختلف المناطق السياحية و الأحياء دون انقطاع، و لاسيما خلال فصل الصيف و موسم الذروة السياحية، يعد أمرا ضروريا و بالغ الأهمية للسكان و المصطافين المقيمين لمدة طويلة في المناطق السياحية².

و بالتالي فإن ارتفاع حجم الإيرادات السياحية الدولية يعود أساسا إلى نمو الحركة السياحية على المستوى العالمي، نتيجة لارتفاع مستويات دخول الأفراد، و تحسن ظروف المعيشة و ظروف العمل، إلا أن أهمها تطور مستوى التسهيلات السياحية التي ترافق المنتج السياحي، كمشروعات البناءات التحتية و مؤسسات الإقامة و مشروعات النقل، و في حقيقة الأمر فإن تحقيق هذه الإيرادات تتوقف على حجم و أهمية الاستثمارات المخصصة للقطاع السياحي ضمن الاستثمارات الإجمالية في المناطق السياحية³.

كما أن ازدهار المواسم السياحية يتوقف إلى حد كبير على مدى اهتمام السلطات المختلفة في الدولة بالتخطيط و التجهيز و التنظيم، لتأمين دخول السياح و إقامتهم و تنقلاتهم بشكل يدعو إلى الارتياح و الطمأنينة.

المطلب الثاني: التخطيط السياحي و ضرورة التنسيق بين القطاع العام و القطاع الخاص

لم يتبلور مفهوم التخطيط بشكل واضح إلا بعد الحرب العالمية الثانية، و يعتبر التخطيط السياحي نوع من أنواع التخطيط التنموي الذي يهدف إلى تحقيق الاستغلال الأمثل لوسائل الجذب السياحي في أي دولة، و إذا كان للتخطيط أهمية خاصة في أي نشاط اقتصادي إنمائي، فإنه في السياحة له أهمية أخص باعتبارها من النشاطات التي تتعلق بالقطاع العام و الخاص و ترتبط بنشاطات الأفراد و المجموعات.

أولا: تعريف التخطيط السياحي

يعرف التخطيط السياحي بأنه رسم صورة تقديرية مستقبلية للنشاط السياحي في دولة ما و ذلك خلال فترة زمنية محددة عادة ما تكون على المدى الطويل، حيث تقوم به الهيئة القائمة على السياحة سواء وزارة السياحة أو الإدارات الرسمية، كما أن التخطيط السياحي لا يقتصر فقط على الجهات الرسمية، إنما هو عمل مشترك بين الجهات الرسمية و القطاع الخاص أو الأفراد⁴.

¹ عبد الكريم حافظ، مرجع سبق ذكره، ص 239.

² هيثم ناعس، مرجع سبق ذكره، ص 636.

³ هاني نوال، مرجع سبق ذكره، ص 76.

⁴ عبد الكريم حافظ، مرجع سبق ذكره، ص 229.

فلا خلاف أن التخطيط هو عمل من أعمال الحكومة لكن لا يستطيع أي جهاز سياحي رسمي أن يقوم وحده بهذه المهمة، بل يجب أن يستعين بمجموعة من الخبراء السياحيين و الممثلين في خبراء التنمية السياحية، خبراء التدريب المهني في صناعة السياحة بالإضافة إلى خبراء القطاع السياحي الخاص إلى جانب الخبراء في الإعلام و التسويق السياحي¹.

و يقتضي كل ذلك أن يتم حصر الموارد السياحية في الدولة من أجل تحديد أهداف الخطة السياحية و أيضا تحقيق تنمية سياحية بسرعة، من خلال إعداد و تنفيذ برنامج متناسق يشمل جميع هيكل القطاع السياحي، حيث يلعب التخطيط السياحي دورا بالغ الأهمية في تطوير النشاط السياحي كونه منهجا علميا يوفر إطار عمل مشترك لاتخاذ القرارات في إدارة الموارد السياحية، و بالتالي الحفاظ عليها للاستفادة منها بشكل مناسب في الوقت الحاضر و المستقبل، كما يساعد على توحيد جهود جميع الوحدات المسؤولة عن تطوير القطاع السياحي و تنسيق عملها، و التقليل من ازدواجية القرارات، مما يمكن من تحقيق الأهداف المحددة لهذا النشاط².

ثانيا: القواعد الأساسية المتبعة في التخطيط السياحي و عوامل نجاحه

حتى يكون التخطيط السياحي ناجحا محققا لأهدافه يجب أن يأخذ بعين الاعتبار القواعد التالية:

1- يتطلب التخطيط السياحي السليم دراسات اقتصادية و اجتماعية و احصائية تتضمن المسح السياحي الشامل، من خلال تحديد الموارد السياحية و ترتيبها حسب الأولويات و الأولويات، بالإضافة إلى تحليلها من حيث قربها أو بعدها عن الموارد الاقتصادية الأخرى، و كذلك مدى توفر الطرق و المطارات و غيرها، مما يسهل تقدير توقعات الاستثمار الخاص، و تسهيل عملية حصر الأماكن و المساحات الصالحة لإقامة المنشآت السياحية، بالإضافة إلى تحديد تكاليف المشاريع السياحية و الأرباح التي ستنتج عنها كي يكون ذلك حافزا للاستثمار، و التخطيط السياحي لا يكون سليما و ناجحا إلا إذا اعتمد على الأساليب الإحصائية الحديثة، لأن الإحصاء يتيح الوصول إلى دراسة واقعية، تكون نتائجها دقيقة تمكن القائمين على التخطيط السياحي من وضع الحلول الإيجابية و اتخاذ القرارات اللازمة، و مما سبق يجب أن يتضمن التخطيط السياحي مدة محددة لتنفيذه، فهناك الخطة السياحية الأولى التي تشمل الأهداف العامة و المبادئ الأساسية التي على أساسها يتم وضع الخطة السياحية المتممة و التي تصنف المشروعات السياحية³.

2- أن تكون خطة التنمية السياحية جزء لا يتجزأ من الخطة القومية الشاملة للتنمية الاقتصادية و الاجتماعية على أن يتم اعتبار تنمية القطاع السياحي كأحد الخيارات الإستراتيجية للتنمية الاقتصادية، مع التركيز على تحقيق التوازن بين القطاعات الاقتصادية المختلفة.

¹ حسن الحسن، السياحة صناعة و علاقات عامة، الطبعة الأولى، الدار اللبنانية، 1978 م، ص 59.

² عبد الكريم حافظ، مرجع سبق ذكره، ص 229.

³ حسن الحسن، مرجع سبق ذكره، ص ص 57، 58.

3- يجب أن تحدد الخطة السياحية دور كل من القطاع العام و الخاص، من خلال تحديد مسئولية و مجال عمل كل منهما¹، و ذلك بتحديد مساهمة كل قطاع في تكاليف تنفيذ الخطة و المشاريع السياحية، و كيفية حصول كل طرف على العوائد و الإيرادات التي تحفزهم على الاستثمار و الاستمرار في العمل لتحقيق الأهداف المطلوبة².

4- قيام الدولة بتحديد مستوى النمو المطلوب و حجم التدفق السياحي، و ذلك من خلال دراسة دقيقة للطلب السياحي العالمي و الداخلي، بالإضافة إلى دراسة العرض السياحي و مدى ملائمته لإغراء السياح، و مدى قدرته على اشباع هذا الطلب، حيث يجب أن يتجه التخطيط السياحي إلى وضع دراسة شاملة عن القطاع السياحي، مما يستدعي تقسيم كل بلد سياحي إلى مناطق رئيسية تمثل كل منها وحدة سياحية قائمة بذاتها، لكل منها مقوماتها السياحية، فيكون لكل منطقة سياحية مزايا خاصة بها، و هذا ما يتعلق بالخطة الشاملة، أما الخطة التفصيلية فهدفها دراسة المرافق المختلفة التي تكون في خدمة السياح، مما يسهل وضع برامج خاصة لكل مرفق سياحي و يسهل التنسيق لدعم الخطة السياحية الشاملة³.

فالتخطيط السليم يتطلب بالضرورة حصول الدولة على معلومات و إحصائيات حول الحركة السياحية خاصة الدولية، حيث تستثمر هذه المعلومات من طرف الدولة و المنظمات السياحية لأغراض تخطيطية و تنفيذية و تسويقية، كما يرجع اهتمام الحكومة بمراقبة و متابعة و قياس حركة السياح الوافدين إليها و المغادرين منها لأسباب أخرى غير معنية بالسياحة، تتمثل في المحافظة على الصحة و الأمن و الرقابة على الهجرة⁴.

5- إعداد برامج توعية لكافة شرائح المجتمع خاصة الأفراد الذين يسكنون بالقرب من المواقع السياحية، و ذلك من خلال عقد المحاضرات و الندوات الهادفة للتأكيد على أهمية الموقع السياحي الذي يسكنون بجواره، بالإضافة إلى ضرورة التزامهم بالمحافظة على المكان و زواره من خلال الاهتمام بالسياح و الترحيب بهم، كما يجب أن يكون هؤلاء السكان القدوة الحسنة في سلوكهم اليومي أمام السياح القادمين لزيارة المنطقة⁵.

¹ حسن الحسن، مرجع سبق ذكره، ص 58.

² محمد عبيدات، التسويق السياحي مدخل سلوكي، الطبعة الأولى، دار وائل، عمان، 2000 م، ص 67.

³ حسن الحسن، مرجع سبق ذكره، ص 58.

⁴ حميد عبد النبي الطائي، بشير عباس علاق، سلوكيات السائح و الطلب السياحي، دار زهران، عمان، 2000 م، ص 159.

⁵ محمد عبيدات، مرجع سبق ذكره، ص 69.

ثالثاً: أهمية تضافر جهود القطاعين العام و الخاص في تحقيق التنمية السياحية

لم يعد بالإمكان اليوم خاصة بالنسبة للدول النامية و التي يعاني اقتصادها من الهشاشة و عدم القدرة على امتصاص الصدمات، أن تقوم الدولة وحدها بتوفير الشروط الملائمة لتنشيط السياحة، مما يستدعي الأمر أن يساهم القطاع الخاص مساهمة فعالة بل و أساسية في التنمية السياحية، و ذلك بالمشاركة العملية في استكمال البنية التحتية و توفير البنية الفوقية لقطاع السياحة في مختلف جهات الدولة المؤهلة لجذب السياح، خاصة و أن القطاع الخاص يتمتع بالخبرة الاستثمارية و القدرة على المنافسة، كما يمتلك حرية التصرف و المرونة الإدارية و المالية، مما يجنبه الكثير من المشاكل التي تواجه القطاع العام حتى لو حاول هذا الأخير التقليل منها، و التي من شأنها أن تعرقل تنفيذ المشاريع السياحية¹.

مما يعني أن الشراكة ذات التصميم و التنفيذ الجيد بين القطاعين العام و الخاص تسمح بتحقيق مكاسب الكفاءة في تشييد مرافق البنية التحتية و توفير الخدمات السياحية القائمة على مشاريعها، و بالتالي تقليل التكاليف التي تتحملها الحكومة لتوفير هذه الخدمات².

فالقطاع الخاص هو العمود الفقري للحركة السياحية، و هو العامل الرئيسي القائم على بث الحيوية في القطاع السياحي، حيث يقتصر دور الدولة على التنظيم و التقنين و الإشراف و الدعاية، فحتى الدول التي تعمل بنظام الاقتصاد الحر، تتولى مسئولية عملية التخطيط السياحي الذي أصبح يعتبر مرادفاً للتدخل الحكومي في مجال النشاط السياحي، إلا أن هذا لا يعني ترك الحرية المطلقة للقطاع الخاص بأن يعمل دون رقابة و توجيه، و إنما يجب أن يقوم بدوره ضمن الخطة السياحية العامة التي تضعها الدولة، لأنه ليس باستطاعة القطاع الخاص القيام ببعض المهام الأساسية في السياحة، و قد لا ينجح في تنفيذ المهام التي لا تقدم ربحاً مباشراً، لذلك على الحكومة أن تمنح التسهيلات للقطاع الخاص حتى يتحقق أكبر قدر من المنفعة الاقتصادية و المالية، و بالتالي ضرورة التعاون و التنسيق بين القطاع العام و القطاع الخاص³.

المطلب الثالث: وضع التشريعات السياحية

يعتبر التشريع أداة لترجمة السياسة الاستثمارية للدولة أو للتعبير عنها في كافة نواحيها الاقتصادية و المالية و الإدارية و غيرها، و لما كانت الأوضاع التشريعية أحد أهم العناصر المؤثرة في تكوين المناخ الاقتصادي الذي يعمل فيه المستثمر، فإنه في ظل تعاظم حدة المنافسة الدولية على جذب الاستثمارات الخاصة، يصبح تهيئة البيئة القانونية من خلال وضوح القوانين المنظمة للاستثمار و استقرارها مطلباً جوهرياً لتحسين البيئة الاستثمارية و رفع درجة الثقة في جدارة النظام الاقتصادي ككل، فالحماية القانونية و تيسير المعاملات

¹ حسن الحسن، مرجع سبق ذكره، ص 55.

² برناردين أكيتوبي، ريتشارد هيمينغ، وغيرد شوارتز، مرجع سبق ذكره، ص 9.

³ حسن الحسن، مرجع سبق ذكره، ص 52.

و الإجراءات التي يوفرها الإطار القانوني السليم كلها أمور تشجع على الاستثمار، و تساهم في منح المستثمر الشعور بالاستقرار المطلوب للاستثمار طويل الأجل، فبقدر نجاح الدول في إصدار التشريعات الملائمة لأوضاعها الداخلية و المتجاوبة مع الأوضاع العالمية، بقدر ما تنجح في الحصول على المزيد من الاستثمارات، كما يجب أن يساند البيئة القانونية الملائمة للاستثمار نظام سياسي و قضائي كفاء، و ألا يكون هناك تضارب في القوانين و القرارات الخاصة بالاستثمار أو الكثرة في تعديلها¹.

وعليه تلعب البيئة القانونية للدولة دورا مهما في تفعيل حجم الطلب السياحي و الفندقية و بالتالي تنشيط القطاع السياحي، و هذا يمكن أن يتحقق من خلال إجراءات قانونية و تشريعية متعددة²، بحيث لا يمكن لأي منشأة سياحية أن تخترقها³، و ذلك لتنظيم أعمال القطاع السياحي و أنشطته المتعددة و فرض الرقابة الحكومية عليها من جهة⁴، و لحماية السائحين و تحقيق الأمن لهم و الحفاظ على صورة الدولة و المقاصد السياحية و سمعتها من خلال أمن المنشآت السياحية و المناطق الأثرية و الطبيعية و الدينية و التاريخية... من جهة أخرى⁵، بالإضافة إلى تنظيم العلاقة القائمة بين القطاع السياحي العام و القطاع السياحي الخاص بهدف تحديد واجبات و مسؤوليات كل قطاع، و تحديد مهام و حدود كل منهما، و التشريعات التي تحكم النشاط السياحي كثيرة و متعددة، فبعضها يصدر في صورة قوانين و بعضها يصدر في صورة قرارات وزارية، و البعض الآخر يصدر في صورة لوائح أو تعليمات⁶.

و عند وضع التشريعات السياحية من طرف المسؤولين و الموافقين عليها في الدولة يجب مراعاة تناسب هذه التشريعات و الأنظمة مع حاجات البلد الداخلية من جهة، و أيضا تناسبها و ملائمتها مع المستويات الدولية السياحية التي توصي بها المنظمات الدولية المعنية بالسياحة من جهة أخرى، و ذلك حتى تكون السياحة متناسقة مع المستويات الدولية⁷، و تتمثل أهم أنواع التشريعات السياحية فيما يلي:

¹ مولاي لخضر عبد الرزاق، بونوة شعيب، « دور القطاع الخاص في التنمية الاقتصادية بالدول النامية - دراسة حالة الجزائر - »، مجلة الباحث، دورية علمية محكمة سنوية تنشر الأبحاث التطبيقية المتعلقة بالعلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، تصدر عن جامعة قاصدي مرياح - ورقلة -، الجزائر العدد 2009/07-2010 م، ص 142.

² يوسف أبو فارة، سمير أبو زينيد، « النشاط الترويجي في البيئة الفندقية »، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، مجلة علمية دورية متخصصة محكمة تصدر عن مخبر البحث العمولة و اقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة حسينية بن بوعلوي - الشلف -، الجزائر، العدد الثالث، ديسمبر 2005 م، ص 202.

³ أحمد الطاهر عبد الرحيم، تسويق الخدمات السياحية، الطبعة الأولى، دار الوفاء، الإسكندرية، 2012 م، ص 89.

⁴ علاء عبد الوهاب، « التشريعات السياحية »، جامعة عين شمس، مصر، ص 2.

⁵ الشاذلي بن عميره رحمان، « دور القوانين و التشريعات العربية في تحقيق الأمن السياحي »، الحلقة العلمية حول " الأمن السياحي " خلال الفترة 23-25/11/1433 هـ الموافق لـ 9-11/10/2012 م، كلية التدريب، تونس، ص 2.

⁶ علاء عبد الوهاب، مرجع سبق ذكره، ص 3.

⁷ حسن الحسن، مرجع سبق ذكره، ص 61.

أولاً: التشريعات السياحية الأساسية

و تعرف بتنظيم السياحة في الدولة و تحديد مهمة القطاع السياحي الرسمي و علاقته بالأجهزة الرسمية الأخرى في الدولة، و تنظيم علاقته بالقطاع الخاص، حيث تشير الدراسات إلى أهمية وجود إطار قانوني سليم يغطي كافة أوجه الشراكة بين القطاعين العام و الخاص في المشاريع السياحية، و مع ذلك، نظراً لتباين الأعراف القانونية في مختلف البلدان فإن الأطر القانونية للتعامل مع الشراكات بين القطاعين تختلف إلى حد بعيد باختلاف البلدان، فعلى سبيل المثال قد لا تكون هناك قوانين مخصصة للشراكة بين القطاعين العام و الخاص في البلدان التي تعمل وفق إطار قانون عام، مما يعني أن جميع الأحكام تدرج في العقود بحذ ذاتها، و هو الأمر الذي قد يؤدي إلى زيادة تكاليف التفاوض بشأن العقود¹.

ثانياً: التشريعات المتعلقة بالمنشآت السياحية

حيث تتناول هذه التشريعات تنفيذ المشاريع السياحية الرسمية و تصنيف الفنادق و المطاعم و المقاهي، و تنظيم عمل وكالات السياحة و النقل السياحي، بالإضافة إلى القوانين المتعلقة بتحديد أوقات العمل فيها و تحديد الأسعار²، فمن الأمور الأساسية الواجب أخذها بعين الاعتبار عند وضع أسعار مختلف المنتجات السياحية من طرف القائمين عليها هو التشريعات و الأنظمة الحكومية، ذلك أن هذه الأخيرة هي المعنية أصلاً بالرقابة على مدى وصول منتجي و مسوقي الخدمات السياحية للأهداف العامة للاستراتيجية السياحية و بالتحديد عنصر السعر المرتبط بهذا المنتج أو الخدمة³.

بالإضافة إلى تطوير التشريعات الخاصة بالمنشآت السياحية من أجل مجابهة التحديات الراهنة و المستقبلية التي تواجهها، و أيضاً التصدي للمخاطر المحدقة بها، و ذلك بهدف توفير الحماية المادية لها حيث يكتسي الاهتمام بتأمين المنشآت السياحية أهمية بالغة لا تقل أهمية عن الاهتمام التشريعي بأمن السائح، و تشمل المنشآت السياحية تلك المنشآت التي يستخدمها السياح مثل الفنادق و القرى و المنتجعات السياحية و الشواطئ الساحلية و المطاعم و النوادي، و المواقع الأثرية و الطبيعية و المعالم و المباني التاريخية و الدينية و أماكن الترفيه المختلفة⁴.

¹ برناردين أكيتوبي، ريتشارد هيمينغ، وغيرد شوارتز، مرجع سبق ذكره، ص 10.

² حسن الحسن، مرجع سبق ذكره، ص 62.

³ محمد عبيدات، مرجع سبق ذكره، ص 88.

⁴ الشاذلي بن عميره رحامي، مرجع سبق ذكره، ص 10، 11.

ثالثا: التشريعات السياحية المتعلقة بتنفيذ المشاريع السياحية

حيث تقوم الدولة بتحديد شروط منح المساعدات للإنشاءات السياحية و التجهيزات المرتبطة بها، و شروط اعفاء المواد المستوردة من قبل الفنادق و المطاعم و غيرها من الرسوم الجمركية، بالإضافة إلى تحديد الشروط العامة للحصول على تسليف للمشاريع الفندقية و السياحية¹.

رابعا: التشريعات المتعلقة بتوفير الأمن السياحي

تعد حماية السائح و ضمان سلامته أحد الالتزامات الجوهرية التي يتوجب على الدولة المضيفة القيام بها تجاه الوافدين إليها، و تعد التشريعات إحدى الآليات المعتمدة من قبل الدول لتحقيق هذه الغاية، و يشمل أمن السائح حماية سلامته الجسدية و عرضه و ماله و توفير الراحة و الطمأنينة له في بلد الإقامة، ونظرا لما تكتسبه التشريعات من أهمية باعتباره الإطار القانوني الذي ينظم سلوك الأفراد في علاقتهم ببعضهم، فقد سعت العديد من الدول لوضع و سن قوانين خاصة لتوفير هاته الحماية، و إن كان هذا الدور التقليدي الذي تلعبه القاعدة القانونية في إطار المنظومة التشريعية التقليدية، إلا أنه قد تتجه إرادة المشرع إلى حماية فئة اجتماعية معينة أو مجالا معيناً كأن يتدخل التشريع لحماية فئة تستحق بحكم خصوصيتها توفير حماية خاصة لها مثل القوانين التي تحمي ذوي الاحتياجات الخاصة أو التشريع الخاص بالأطفال أو غير ذلك من التشريعات، و قد تتسلط الحماية على فئة معينة يرى المشرع فائدة و ضرورة لتشملها الحماية القانونية، كحماية السياح مثلا، و هو ما سارعت العديد من التشريعات الحديثة إلى القيام به إيمانا بعدم قدرة المنظومة التشريعية التقليدية على توفير الحماية الكافية لهذه الفئات، لعدم مسايرة القاعدة القانونية التقليدية و مواكبتها للمستجدات و التطورات التي يعرفها القطاع السياحي، و قد حدا هذه التطورات و في منحى جلي لحماية أمن السائح سعي العديد من التشريعات إلى استحداث إصلاحات من النواحي الهيكلية و الإجرائية و الموضوعية².

خامسا: التشريعات المتعلقة بتأشيرات الدخول

تعد القوانين المرتبطة بتأشيرات الدخول و وثائق السفر إحدى أهم التشريعات التي تعزز المنظومة التشريعية لكل بلد في المجال السياحي، حيث تستأثر باهتمام رجال القانون و الأمن و السياسيين على حد سواء، إذ لا شك في أن سن مثل هذه القوانين فيه حماية واضحة لحدود الدولة و يحول دون تسلل المجرمين و يحد من ظاهرة التهريب و غير ذلك³، إلا أنه يمكن للدولة أن تضع قوانين خاصة بإلغاء اشتراط تأشيرات الدخول

¹ حسن الحسن، مرجع سبق ذكره، ص 62.

² الشاذلي بن عميره رحمان، مرجع سبق ذكره، ص 3، 4.

³ نفس المرجع، ص 7، 8.

لبعض السائحين، و تسهيلات نقل الأموال و التعامل مع المؤسسات المالية، بالإضافة إلى تشجيع التجارة الحرة و سن القوانين و التشريعات التجارية التي تعزز سياحة رجال الأعمال¹.

و تلعب التشريعات الخاصة بالجمارك دورا مهما في تحقيق الأمن السياحي و الحد من ظاهرة التهريب و مراقبة ما من شأنه أن يشكل مصدر خطر على أمن البلاد، و ذلك بتحديد البضائع المرخص توويرها و البضائع المحظورة، و كذلك من خلال التصدي للعصابات التي تقوم بترويج المخدرات و مرورها عن طريق الحدود الوطنية، كما تظطلع التشريعات الخاصة بالصراف بأهمية توفير الأمن السياحي و ذلك عبر مراقبة دخول و خروج العملة الصعبة و منع تزويرها².

سادسا: التشريعات السياحية المتعلقة بتنظيم السفر جوا، بحرا و برا

و هي القوانين و المراسيم و القرارات المتعلقة بتنظيم السفر جوا و بحرا وبرا استنادا إلى النظم الدولية التي ترعى شؤون السفر و السياحة، و القواعد المتعلقة بالجمارك و النقد و اللوائح الصحية العالمية نتيجة للمبادئ التي تتضمنها المعاهدات و الاتفاقيات الدولية التي تنضم إليها الدولة، و التي يجب أن تلتزم بها السلطات الرسمية في كل دولة عند وضعها لهذه التشريعات، و ذلك كي تتناسب الأنظمة و التشريعات السياحية الوطنية مع التشريعات الدولية التي توصي بها المنظمات الدولية المعنية بالقطاع السياحي حتى تكون تنمية الصناعة السياحية متناسقة مع العرف الدولي و منسجمة معه³.

المطلب الرابع: موسمية التشغيل في القطاع السياحي

يتسم النشاط السياحي بالموسمية لأنه ليس نشاطا ثابت الحجم على مدار السنة، ففي بعض فصول السنة يزداد الإقبال على الفنادق فيرتفع حجم النشاط، و في بعض الفصول ينخفض الإقبال عليها و بالتالي ينخفض حجم النشاط، و كما يتسم النشاط السياحي بالموسمية على مستوى الفصول فإنه يتسم أيضا بالتغير على مستوى الأسابيع، فيلاحظ زيادة الإقبال على الفنادق في أيام نهاية الأسبوع عنها في باقي أيام الأسبوع حيث تفضل بعض الأسر قضاء عطلة نهاية الأسبوع خارج أماكن إقامتهم، و في بعض دول العالم و بسبب اعتبارات دينية فإن النشاط السياحي فيها يتسم بالموسمية في أوقات محددة كما هو الحال بالنسبة للمملكة العربية السعودية، ففي أوقات الحج يرتفع حجم النشاط السياحي في مكة المكرمة و المدينة المنورة و يزداد التشغيل من أجل مواجهة الأعداد الضخمة من المسلمين الذين يأتون من كل دول العالم بهدف أداء مناسك الحج⁴.

¹ يوسف أبو فارة، سمير أبو زنيد، مرجع سبق ذكره، ص 202.

² الشاذلي بن عميره رحاني، مرجع سبق ذكره، ص 8.

³ حسن الحسن، مرجع سبق ذكره، ص ص 62، 63.

⁴ نزيه الدباس، محاسبة الفنادق، الطبعة الأولى، دار الحامد، عمان، 2002 م، ص 7.

و يرجع ذلك إلى اعتقاد غالبية السياح بأن ذهابهم في إجازات خارج المواسم السياحية لا يمكنهم من الاستمتاع بها، حيث تكون الخدمات السياحية أقل جودة، بالإضافة إلى ذلك وجود العادات و التقاليد التي تقضي بمشقة و صعوبة الإجازات في غير المواسم السياحية¹، مما يجعل الطلب السياحي يتصف بمميزات و يتمتع بالخصوصية مقارنة بالطلب على السلع الاقتصادية، ففي العادة يكون الطلب موزع بانتظام على مدار أشهر السنة، أما الطلب على الخدمات السياحية فيمتاز بالموسمية².

و بما أن الطلب السياحي يمتاز بمرونة عالية على عكس العرض السياحي الذي يمتاز بالجمود و انخفاض المرونة، فإن سلوك المستهلك يخالف تماما سلوك المنتج، مما يعني وجود تناقض في المصالح و الرغبات ينتج عنها العديد من المشاكل أهمها اختلال التوازن في السوق السياحية، ففي موسم الذروة السياحي يرتفع الطلب السياحي بشكل كبير جدا نتيجة لتوفر الظروف المناخية الملائمة و وجود عامل وقت الفراغ، إلا أن المنتج يعجز عن استيعاب هذا الارتفاع المتزايد في الطلب، و العكس يحدث في موسم الكساد السياحي نتيجة لسوء الأحوال المناخية و عدم وجود وقت فراغ حيث ينخفض الطلب بشكل كبير مع بقاء العرض السياحي ثابت يعاني من مشكلة الفائض و انخفاض نسبة التشغيل، فتبقى صفة الاختلال هي السمة الطاغية على السوق السياحية يصعب التغلب عليها، حتى أن استخدام سياسة تغيير الأسعار لن تكون مجدية لمعالجة هذه المشكلة³.

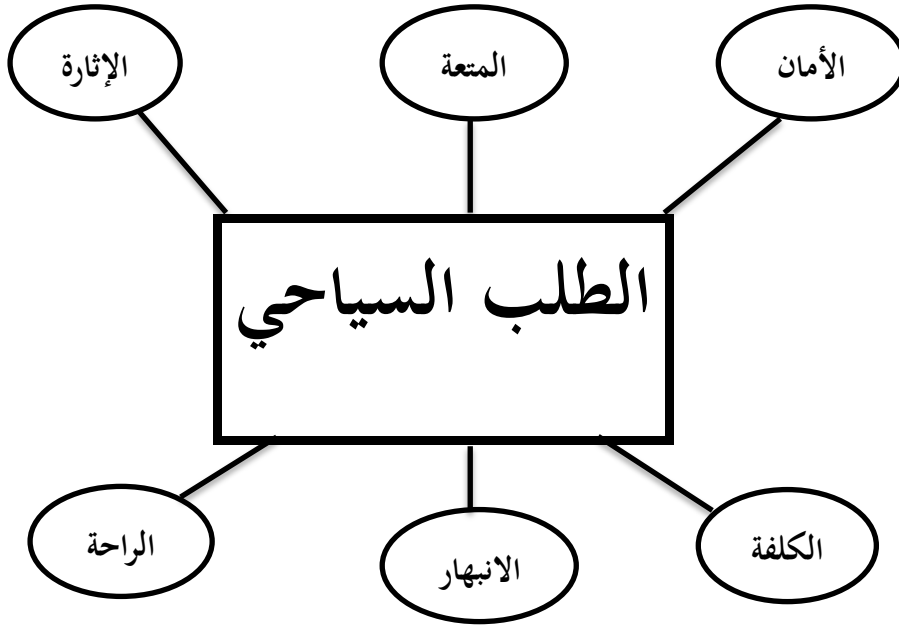
و من أجل تفعيل الطلب السياحي لابد من الأخذ بعين الاعتبار العناصر المؤثرة فيه، و التي يمكن تمثيلها في الشكل الموالي:

¹ حسن الحسن، مرجع سبق ذكره، ص 100.

² مثنى طه الحوري، اسماعيل محمد علي الدباغ، مرجع سبق ذكره، ص 38.

³ نفس المرجع، ص 78.

شكل رقم (2-1): العوامل المؤثرة في الطلب السياحي



المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على محمد عبيدات، مرجع سبق ذكره، ص 252.

من خلال الشكل السابق نلاحظ أن الدور الذي يلعبه كل عنصر من هذه العناصر هو إيجاد نمط أو عدة أنماط من الطلب السياحي الذي سيؤدي حتما إلى تفعيل الطلب و رفع مستوى التشغيل لدى المنشآت السياحية.

فالطلب السياحي يتناسب طرديا مع مظاهر السلم و الأمان في المنطقة المقصودة، أما المتعة فتعتبر أساسية في العملية السياحية إذ أن شعور السائح بمتعة الرحلة يؤدي إلى التفكير في تكرار الزيارة، أما الإثارة فغالبا ما تختص بسياحة الشباب الذين يبحثون عادة عن كل ما هو جديد و ما يحمل الغرابة و أحيانا أخرى المجازفة، أما فيما يتعلق بالكلفة فهي تتناسب عكسيا مع الطلب حيث كلما زادت التكلفة كلما قل اقبال السياح على المناطق السياحية، و فيما يخص الانبهار فيقصد به الانطباع الذي يتكون لدى السائح و الذي يجب أن يكون ايجابيا من خلال أخذ صورة حسنة بعد زيارة الموقع، بالإضافة إلى توفير كل ما يحقق له من أسباب الشعور بالراحة و مساعدته على التخلص من أعبائه و مشكلاته¹.

¹ محمد عبيدات، مرجع سبق ذكره، ص ص 252، 253.

المبحث الثالث: هيكل القطاع السياحي

يتكون القطاع السياحي من عدة هيكل أساسية تعمل كلها بطريقة وظيفية تكاملية بحيث لا يمكن استغناء أي هيكل فيها عن الآخر، حيث تشكل هذه الهياكل، و مدى توافرها و درجة جودتها، أساسا مهما في تلبية احتياجات السياحة و متطلباتها.

المطلب الأول: وسائل الإقامة السياحية

يطلق على وسائل الإقامة السياحية أماكن الإيواء السياحي التي تقدم الإقامة سواء مع الطعام أو بدونه قصد الكسب المادي، حيث تمثل أحد المكونات الأساسية للقطاع السياحي و التي تضم الفنادق بمختلف أنواعها و القرى السياحية و المنتجعات و المخيمات، و تعتبر وسائل الإقامة السياحية مهما اختلفت أنواعها من أهم دعائم قيام النشاط السياحي و تلبية حاجات السائحين من مختلف المستويات، فأول ما يبحث عنه السائح حين وصوله إلى أي دولة أو منطقة سياحية هو مكان مناسب للإقامة، إذ يبحث عن الإقامة قبل البحث عن الترفيه، و بالتالي ينفق عليها السائح ما يقارب نصف تكلفة الرحلة السياحية.

أولا: الفنادق

تعتبر صناعة الفنادق من أهم الصناعات الحيوية على المستوى الوطني، نظرا لأهمية القطاع الفندقية الذي يشكل العنصر الأكبر في المنظومة السياحية، و يستمد أهميته أساسا من كونه نشاطا كثيف العمالة و قدرته الهائلة على خلق فرص عمل جديدة مقارنة بأي نشاط اقتصادي آخر، فهي صناعة تكاملية أساسية للقطاع السياحي في كل بلد من بلدان العالم، حيث تتمثل في توفير طاقة فندقية باختلاف أشكالها و أنواعها و تصنيف وحداتها كي تتناسب مع مختلف المستويات الاقتصادية و الاجتماعية للسائحين، و توافرها مع المقاييس الدولية المعمول بها.

حيث أن تطور النشاط السياحي يعتمد على مدى تطور و ازدهار الفنادق بشكل كبير نظرا لوجود العلاقة الطردية التي تربط بينهما، وعند التدقيق في النشاط الفندقية نجد أنه يعتمد على خدمتي الإقامة و الأغذية و المشروبات¹.

¹ إيهاب فتحي عبد العزيز، مراقبة الأغذية في صناعة الفنادق، الطبعة الأولى، دار الوفاء، الإسكندرية، 2007م، ص 7.

كما يتميز بارتفاع نسبة المال المستثمر في الأصول الثابتة عن الأصول المتداولة¹، حيث تشكل الأصول الثابتة نسبة عالية من إجمالي الاستثمارات تتراوح بين 70 و 80 %، بل و تصل في بعض الفنادق الكبيرة إلى 90 %، لأن النشاط الأساسي للفندق هو نشاط خدمي بالدرجة الأولى و ليس نشاطا تجاريا أو صناعيا أو زراعيا².

1- تعريف الفندق: يعرف الفندق على أنه منظمة خدمية تقوم بتقديم خدمات متكاملة من الإيواء و وجبات الطعام و الشراب و التسلية و الترفيه للسياح الذين يرغبون في الحصول عليها وفقا لقوتهم الشرائية و الفترات التي يريدونها، فالفندق هو مبنى مستقل له مدخل خاص به يوجد فيه عدد من الغرف المجهزة للإقامة المؤقتة سواء لجزء من اليوم أو ليوم كامل أو أسبوع أو شهر أو مدة أطول مقابل سعر معين، و قد تقوم إدارة الفندق بمنح أحد العملاء خصما كلما طال مدة إقامته بالفندق³.

و تتم عملية تصنيف أقسام الفندق بطرق متعددة فكل قسم من الأقسام ينجز وظيفة معينة، حيث لا يوجد قسم أهم من الآخر ، و أن أي خطأ أو تقصير على مستوى أي قسم من الأقسام الفندقية يعود بالضرر على الفندق كنظام و كوحدة اقتصادية متكاملة، و بصورة عامة يمكن تصنيف الأقسام العاملة في الفندق كما يأتي⁴:

– **قسم المكتب الأمامي:** تبين الدراسات المتخصصة أن المكتب الأمامي هو القلب النابض للفندق، فالأفراد العاملين فيه على اتصال مباشر مع الضيوف، حيث يقومون باستقبال طلبات الحجز و تسجيلها، و استقبال الضيوف و الترحيب بهم، كما يحملون لهم أمتعتهم و يساعدونهم في اجراءات التسجيل الخاصة بهم، بالإضافة إلى الاجابة على أسئلة و استفسارات الضيوف فيما يتعلق بالغرف و التسهيلات المقدمة في الفندق، فأغلب الفنادق تصرف أموال كثيرة على تأثيث و تنظيم هذا القسم، و تهتم باختيار و تدريب العاملين فيه.

و من الجدير بالذكر أن حسن معاملة النزلاء عند مغادرتهم أيضا لا تقل أهمية عن عملية استقبالهم، إذ أن أي خطأ يقع فيه العاملين في المكتب الأمامي عند مغادرة النزلاء قد يفقدهم كافة الانطباعات الجميلة التي حملوها عن الفندق خلال مدة إقامته.

¹ خيرات ضيف، النظم المحاسبية الخاصة في محاسبة الأقسام و الفروع و محاسبة الفنادق، دار النهضة العربية، بيروت، 1984 م، ص 257.

² نزيه الدباس، مرجع سبق ذكره، ص 11.

³ خيرات ضيف، مرجع سبق ذكره، ص 265.

⁴ عبد الرضا علوان، « أثر تنويع و تطوير الخدمات الفندقية على الإيرادات في صناعة الفنادق العراقية »، مجلة الإدارة و الاقتصاد، مجلة علمية محكمة تصدر عن كلية الإدارة و الاقتصاد، الجامعة المستنصرية، العراق، العدد الخامس و السبعون، 2009 م، ص 8 – 12.

- **قسم التدبير الفندقى :** يتميز العمل فى هذا القسم بأثره المباشر على الخدمات التى تقدم إلى الضيوف طوال 24 ساعة، حيث يهتم بتنظيف غرف الضيوف و مكاتب الموظفين و جميع الأماكن العامة فى الفندق، و أيضا المساهمة فى اختيار الأثاث و التجهيزات و المعدات الملائمة للفندق و الرقابة عليها.
- **قسم الأطعمة و المشروبات:** يعد هذا القسم من الأقسام المنتجة الرئيسية فى الفندق لأنه يساهم فى تحقيق قدر كبير من الإيرادات للفندق، فالفنادق العالمية تعتمد عليه فى زيادة إيراداتها، كما يعتبر من عوامل جذب الضيوف لكونه يقدم خدمات مكاملة لخدمة الإيواء، و يتكون هذا القسم من قسم تحضير الطعام أى المطبخ و المطاعم و البارات و الكافيتريا و غيرها.
- قسم التسويق و المبيعات:** يتولى هذا القسم عملية الترويج للفندق فى السوق السياحية و الاتصال المباشر و غير المباشر بالجمهور من أجل اقناع الأطراف المستهلكة، و يدار هذا القسم من طرف مدير ذو كفاءة عالية و معرفة تامة بالسوق السياحي العالمى، كما يجب أن يتميز بالخبرة فى المنافسة و التمتع بالدبلوماسية و اللياقة و القبول.
- **قسم الموارد البشرية:** يعد هذا القسم قسما رئيسيا فى الفندق يقوم بإدارة الأفراد العاملين فيه و يساهم فى وضع سياسات العمل و التقيد بها، و يمكن تلخيص مهام و واجبات هذا القسم فى القيام بمقابلة الذين يرغبون بالعمل فى الفندق، و التأكد من مدى صحة مؤهلاتهم، و إحالتهم إلى رئيس القسم و معالجة طلبات الناجحين منهم للتوظيف، و اعداد برامج التدريب، و التفاوض مع النقابة، و شرح أنظمة و قوانين العمل و التأكد من مدى التقيد بها.
- **قسم الأمن:** يهتم هذا القسم كنظام فرعى فى الفندق بشؤون المحافظة على الأمن و السلامة داخل الفندق و ليس له صلة بالأمن أو الشرطة الخارجية، لكن قد يحدث تعاون فيما بينهما من حين لآخر فى حالة انعقاد المؤتمرات أو استضافة الفندق لسياسيين أو رؤساء دول، إن حجم قسم الأمن يختلف من فندق لآخر و ذلك تبعاً لعدة عوامل منها موقع الفندق و نسب الجرائم التى تحدث فيه، و نوعية الخدمات التى يقدمها الفندق من استقبال الوفود و الشخصيات السياسية، و حجم الفندق نفسه فكلما ازداد حجم الفندق كثر عدد غرفه و مساحته، كلما احتاج الأمر إلى قسم أمن أكبر، فالفنادق الكبيرة التى تحتوى على مئات الغرف و العديد من المرافق التابعة لها يمكن وصفها بأنها مدينة صغيرة تحت سقف واحد، و لابد من توفير الحماية الكافية لضيوفها و ممتلكاتهم فضلا عن الحفاظ على ممتلكات الفندق من الضياع و السرقة.
- **قسم الصيانة:** يعد هذا القسم من الأقسام التى تعمل خلف الستار بحيث لا يشعر بها الضيوف، و يكون مسؤولاً عن صيانة مستلزمات التشغيل و جميع الموجودات الثابتة و المتداولة فى الفندق بهدف تقليل حدوث العطل و معالجة حالات الخلل المؤقتة فى الأجهزة و المستلزمات لما يمتاز به العمل الفندقى بالاستمرارية فى الاستخدام لجميع موجوداته و مرافقه.

– **قسم المشتريات و المخازن:** يرأس هذا القسم مديرا يسمى مدير قسم المشتريات و الذي يتولى إدارة نشاط بحث السوق من خلال دراسة السوق بصورة مستمرة و البحث عن مصادر جديدة، و أيضا نشاط العقود و الشراء من خلال تخفيض تكاليف الشراء إلى أدنى حد ممكن و توفير كافة مواد التشغيل ذات جودة عالية بالكمية و السعر المناسبين، و أيضا نشاط التدقيق و الاستلام، و نشاط التخزين.

– **القسم المالي و المحاسبي:** يرأس هذا القسم مديرا يسمى مدير قسم المحاسبة الذي يشرف على عدد كبير من المحاسبين و المدققين و أمناء الصناديق و غيرهم، و يمكن تقسيم عمل القسم المالي إلى أربعة مجالات رئيسية كالآتي:

- حسابات الإيرادات: يقوم الأفراد العاملون في قسم المحاسبة بتسجيل و ترحيل و تدقيق كافة إيرادات الفندق و رفع تقارير عنها بصورة دورية و مستمرة إلى الإدارة العليا.
- حسابات المصروفات: يتولى قسم المحاسبة تسجيل و ترحيل و تدقيق كافة مصروفات الفندق التي تم انفاقها على شراء الأطعمة و المشروبات و مواد التنظيف و غيرها من المصاريف.
- حسابات الرواتب: يقوم قسم المحاسبة هنا بإعداد حسابات و دفع رواتب الموظفين و العلاوات و المكافآت و العمل الاضافي و غيرها.
- الموازنات و الاحصاءات: يقوم مدير قسم المحاسبة بالتعاون مع الأفراد العاملين في إدارته و مع رؤساء الأقسام الأخرى و معاونيهم بإعداد الاحصاءات و الموازنات اللازمة على مستوى الفندق، و على مستوى كل قسم فيه بهدف اتخاذ القرارات الإدارية الفعالة.

2- أشكال الفنادق: هناك شكلين أساسيين للمنظمات الفندقية هما:

أ- **فنادق السلسلة:** هي مجموعة فنادق تنتشر في مجموعة من دول العالم تعمل تحت اسم واحد حيث يجري تشغيلها و إدارتها وفقا لتوجيهات الإدارة المركزية للسلسلة الفندقية، و تتقاضى الإدارة المركزية من هذه الفنادق رسوما مقررّة أو نسبة من الأرباح مقابل استخدام الاسم التجاري و العلامة التجارية للسلسلة الفندقية¹.

و قد كان هيلتون أول من أدخل فكرة فنادق السلسلة المنتشرة في جميع أرجاء العالم من خلال سلسلة فنادق هيلتون الشهيرة، حيث بدأ هذه السلسلة بتأجير الجزء الخلفي من متجر - كان يعمل فيه مع والده - لرجال البيع الجائلين، ثم قام بعد ذلك بشراء أول فندق عام 1919 م ليصبح مالكا لسبعة فنادق في سنة 1929 م، و في عام 1949 م بدأ في تكوين شركة هيلتون العالمية للفنادق، إذ اشتهر هيلتون بقدراته التنظيمية الفائقة حيث يدير الفنادق بطريقة لامركزية مع الحفاظ لكل فندق على شخصيته و طابعه المميز، لكن في نفس الوقت هناك بعض الوظائف التي تدار بطريقة مركزية كنشاط الحجز و المحاسبة و المشتريات².

¹ يوسف أبو فارة، سمير أبو زنيد، مرجع سبق ذكره، ص 202.

² سليم محمد خنفر، علاء حسين السراي، صناعة الفنادق: إدارة و مفاهيم، الطبعة الأولى، دار جرير، عمان، 2011 م، ص 33.

ب- الفنادق المستقلة: هي فنادق لا ترتبط بأية سلسلة من السلاسل الفندقية العالمية فقد تعود ملكيتها إلى فرد أو مجموعة من الأفراد، و قد تعود ملكيتها إلى الحكومة أو إلى القطاع المشترك، حيث يشارك مالكو هذه الفنادق في إدارتها بصورة مباشرة أو غير مباشرة¹، و عادة ما تكون هذه الفنادق صغيرة و عدد غرفها قليل، كما تقدم خدمات محدودة لصغر حجم رأس المال المستثمر فيها و تهدف إلى خدمة شريحة معينة من محدودي الدخل.

3- أنواع الفنادق: تتمثل في جميع المنشآت الفندقية التي يقيم بها السياح على اختلاف درجاتها، بحيث لا يجب الخلط بين تقسيم الفنادق إلى أنواع و هو التقسيم النوعي، و تقسيم الفنادق إلى فئات أو درجات و هو التصنيف الفندقي.

3-1- التقسيم النوعي:

- فنادق وسط المدن: تقع دائما داخل حدود المدينة و تتراوح درجاتها بين فنادق الخمس نجوم إلى الدرجة الأولى، بعضها يقدم كافة أنواع الخدمات التي يحتاجها السياح.

- دار الشباب: هو مبنى مستقل توجد به العديد من الغرف المجهزة للإقامة المؤقتة، و يتبع إلى جمعيات بيوت الشباب تتوفر فيه خدمات الفنادق ذات النجمة الواحدة أو النجمتان حيث إن أسعار الإقامة تناسب الشباب ذوي الدخل المحدود، و يشترط للإقامة به أن يكون النزيل مشتركا في جمعية بيوت الشباب الدولية²، فبيوت الشباب عبارة عن فندق أو بناية أو عدة أبنية غرضها إيواء الشباب الراغب في السفر و الترحال مقابل أجر زهيد، أما الهدف من إنشاء بيوت الشباب ليس الريح و إنما توثيق الروابط بين الشباب و تذويب الفوارق بينهم، مع تكوين الصداقات و تنمية شعور المحبة و الإنسانية.

- الموتيلات: هي عبارة عن فنادق صغيرة تركز على تقديم غرف النوم للنزلاء و تمتد أفقيا على جوانب الطرق التي تتميز بكثافة الحركة³ خارج المدن فهي معدة أصلا لإيواء النزلاء المسافرين برا⁴، حيث يلجأ إليها أصحاب السيارات و مرافقيهم بهدف الإقامة خلال فترة قصيرة عادة لا تتجاوز ليلة واحدة، و تعد الموتيلات من أكثر أنواع الفنادق انتشارا في العصر الحديث و بصفة خاصة في الدول التي ترتفع فيها النسبة المئوية لأصحاب السيارات الخاصة إلى مجموع السكان، و كذلك في الدول ذات المساحات الواسعة و التي تتعدد فيها شبكات الطرق⁵.

¹ يوسف أبو فارة، سمير أبو زنيد، مرجع سبق ذكره، ص 202.

² يسرى دعبس، مرجع سبق ذكره، ص 201.

³ نفس المرجع، ص 202.

⁴ عبد السلام أبو قحف، إدارة المنشآت السياحية و الفندقية بين النظرية و التطبيق، الدار الجامعية، بيروت، 2004/2003 م، ص 247.

⁵ يسرى دعبس، مرجع سبق ذكره، ص 202.

- **فنادق المطارات أو العبور:** يوجد هذا النوع من الفنادق بالقرب من المطارات أو في داخلها، و قد أنشأت أساسا لإيواء المسافرين بالطائرات و مسافري الشركات السياحية العالمية و الترانزيت أي المسافر العابر، الذي يضطر لسبب ما إلى التوقف عن مواصلة رحلته كعطل معين في الطائرة أو سوء الأحوال الجوية أو تغيير طائرة أخرى تحمله إلى جهة الوصول النهائية أو رغبته في زيارة المدينة لساعات محددة أو أيام معدودة، كما أن هذا النوع من الفنادق مناسب لإيواء طاقم الطائرة من قبطانها و مضيفين و مضيفات قبل رحلتهم الموالية¹. و عادة ما تقام هذه الفنادق على مساحة محدودة من الأرض كما يقل الاهتمام بتأثيرها، عكس ما هو موجود في الفنادق السياحية الأخرى، لأن الفترة التي يقضيها السائح فيها تقدر في أغلب الأحوال بساعات قليلة.

- **البنسيونات:** تقتصر خدماتها على النوم فقط و لفترات طويلة.

- **الفنادق العائمة:** هي الفنادق التي تتحرك فوق سطح الماء مثل الأنهار و البحيرات و البحار و المحيطات، إذ تسافر هذه الفنادق لمسافات و مدة طويلة، لذلك تجهز بكافة الخدمات التي يطلبها المسافر و بمختلف وسائل اللهو و التسلية.

- **الفنادق العلاجية:** انتشرت هذه الأنواع من الفنادق في السنوات الأخيرة، و التي تكون فنادق ذات 5 و 4 نجوم فقط، بحيث تقع هذه الفنادق قرب ينابيع المياه المعدنية و الكبريتية أو في المناطق التي تتمتع بميزات علاجية طبيعية، و في أغلب الأحيان تقع المستشفيات أو المراكز العلاجية بالقرب من هذه الفنادق أو داخلها، يتمثل ضيوف هذه الفنادق في المرضى الذين يرغبون في العلاج أو أشخاص تعافوا من مرض معين و يحتاجون إلى فترة نقاهة، إذ تكون فترة إقامتهم طويلة في هذه الفنادق تبعا لمدى الحاجة إلى العلاج.

3-2- التصنيف الفندقية: تصنف الفنادق من حيث عدد النجوم تبعا لمستوى الخدمات التي يقدمها الفندق كما يلي:

- **فنادق نجمة واحدة:** تتوفر في هذه الفنادق الخدمات الأساسية فقط في الغرف و عادة ما يتشارك نزلاء الفندق الحمامات و المرافق العامة، حيث تكون هذه الفنادق متواضعة جدا من حيث خدماتها و عدد غرفها و أسعارها و حتى المناطق التي توجد بها أيضا، و في أغلب الأحيان لا يكون هناك أي مطعم أو مقهى في الفندق.

- **فنادق نجمتين:** تقترب في المستوى من فنادق النجمة الواحدة إلا أن مستويات الخدمة و النظافة تكون أفضل في هذه الفنادق، حيث يمكن أن يتوفر جهاز تلفزيون و هاتف في الغرفة كما يمكن أن تحتوي على حمامات داخلية، بالإضافة إلى وجود مطعم أو مقهى في الفندق.

¹ سليم محمد خنفر، علاء حسين السراي، مرجع سبق ذكره، ص 54، 55.

- **فنادق ثلاثة نجوم:** يوجد عدة فئات من الغرف في فنادق ثلاثة نجوم، بالإضافة إلى مطعم و قاعة رياضية بسيطة و قاعة المؤتمرات، يكون مستوى خدماتها و أسعارها أقل من فنادق أربعة نجوم بشكل واضح.
- **فنادق أربعة نجوم:** توفر فنادق أربعة نجوم خدمات على مستوى عالي من الجودة، حيث يتم توظيف عدد كبير من العمال و الموظفين الذين يسهرون على راحة النزلاء، كما تتوفر خيارات متنوعة من الغرف بما فيها الأجنحة، فضلا عن توفر العديد من المطاعم و المقاهي، بالإضافة إلى حمامات السباحة و قاعة الرياضة، يكون مستوى خدماتها و أسعارها أقل من فنادق خمسة نجوم بنسبة ضئيلة تتناسب مع التخفيض في الأسعار.
- **فنادق خمسة نجوم:** تتوفر في فنادق خمسة نجوم جميع ميزات فنادق أربعة نجوم، بالإضافة إلى مستويات استثنائية من خدمة النزلاء مع ضمان مستويات مرتفعة من النظافة و الضيافة و الصيانة، حيث تعتبر من أرقى أنواع الفنادق كونها تقدم خدمات متكاملة للضيوف بأسعار مرتفعة تتناسب مع نوع و حجم هذه الخدمات.
- 4- معايير تصنيف الفنادق:** يستخدم نظام النجوم لتصنيف الفنادق في جميع أنحاء العالم تبعا لمستوى الخدمات المقدمة فيها للنزلاء كما سبق الذكر، إلا أن هذا التصنيف يختلف بشكل كبير من دولة لأخرى، فكل بلد لديه طريقة خاصة لتصنيف الفنادق من نجمة واحدة إلى خمسة نجوم تبعا لمعايير خاصة تضعها سلطات مختلفة مثل هيئة السياحة أو الهيئات الحكومية. و في الوقت الذي تغيب فيه معايير دولية مشتركة لتصنيف الفنادق في العالم، يخضع التصنيف في كل بلد إلى مجموعة من العوامل، تتعلق بمستوى الخدمات و الراحة و النظافة و الموقع و الأسعار في الفندق، ففي بريطانيا مثلا يتم التركيز في عملية التصنيف على خدمة العملاء، في حين في فرنسا يتم التركيز بشكل أكبر على الغرف و وسائل الراحة حيث يتم فرض هذه المعايير من قبل الحكومة الفرنسية، أما في إيطاليا فتمنح الأولوية للنظافة، و في تركيا يتم التصنيف من طرف وزارة السياحة، و في البرتغال تتولى وزارة الاقتصاد و الابتكار هذه المهمة، و هناك عدة هيئات في الولايات المتحدة الأمريكية لتصنيف الفنادق من جمعية السيارات الأمريكية و حتى المجالس المحلية¹.
- و من الجدير بالذكر أن لعملية تصنيف الفنادق أهمية كبيرة بالنسبة للسياحة العالمية و المحلية، فعند تحديد شروط و مستوى الخدمات التي تتناسب مع درجات الفنادق المختلفة في جميع الدول أو في الدولة الواحدة، يصبح من السهل على السائح التعرف على نوعية و مستوى الخدمات التي سيحصل عليها مقابل أسعار محددة و معلن عنها خلال مواسم العمل، و في المقابل فإن صاحب رأس المال الذي يريد أن يوظف أمواله في بناء فندق، يكون على يقين مسبق بدرجة الفندق الذي يريد بناءه من خلال تحديد مستوى التجهيز و حجم الغرف و الخدمات التي يجب أن يقدمها للنزلاء².

¹ سامي حسين، « كيف يتم تصنيف الفنادق من نجمة إلى 5 نجوم؟ »، الموقع الإلكتروني: <https://24.ae/article/146872> تاريخ الاطلاع: 2018/12/30 م.

² سليم محمد خنفر، علاء حسين السراي، مرجع سبق ذكره، ص 47.

و يختلف توزيع الطاقة الفندقية في الدول حسب فئاتها وفقا للوضع الاقتصادي للدولة و طبيعة السياح الوافدين إليها، كما يختلف التنظيم الداخلي من حيث عدد الأقسام و الأدوار و الغرف و غيرها باختلاف الفنادق من حيث الحجم و الدرجة أو التصنيف المعمول به، فضلا عن الاشتراطات التي تحددها القوانين المطبقة بكل دولة في شأن تنظيم و إدارة المنشآت الفندقية و متطلبات منح تراخيص مزاولة النشاط¹.

و تجدر الإشارة إلى أن نجاح المنظمة الفندقية في التعامل مع الطلب الفندقي يتطلب مراعاة مجموعة من القدرات أهمها فهم و إدراك البيئة العالمية المتغيرة و التكيف مع المتغيرات في الوقت المناسب، و بالتالي تعزيز الميزة التنافسية و تحقيق الأهداف الفندقية بصورة أفضل، كما يجب أن يهتم الفندق بما يلي²:

- تركيز الأعمال الأساسية على تقديم خدمة الإيواء و تحقيق أعلى نسبة تشغيل لأجنحة و غرف الفندق.
- التعامل بصورة كبيرة مع الوسطاء مثل وكالات السياحة و السفر.
- الاهتمام المتزايد بتنوع الخدمات الفندقية بحيث تكون هذه الخدمات قادرة على مواجهة المنافسة.
- الاهتمام بموقع إنشاء الفندق الذي يجب أن لا يترك لمحض الصدفة، فالأمكنة السياحية التي من شأنها أن تلفت أنظار السياح يجب أن تدرس من واقع الإحصائيات أي من واقع أعداد السياح المقبلين على كل منها، و عدد الليالي التي يقضونها في منطقة سياحية معينة، فضلا عن ذلك فإنه يجب دراسة جنسيات السياح و متوسط الإنفاق اليومي لكل سائح من أجل تحديد درجة الفندق الذي يجب إنشاؤه في تلك المنطقة³.
- الاهتمام بالمطاعم حيث يلعب المطعم دورا هاما و فعالا في الفنادق فيتم من خلاله تقديم مخرجات قسم التغذية و المشروبات، و هو أداة هامة لتحقيق الإيرادات و الأرباح في الفندق، حيث يمثل إيراد الأغذية و المشروبات بالفنادق نحو 40 % من إجمالي دخل الفندق و قد يزيد عن ذلك في العديد من الفنادق⁴، لذلك يجب أن تراعى بعض الاعتبارات عند تخطيط قوائم الطعام و المتمثلة في نوع المطعم، نوعية المنشأة الفندقية، الغرض من إعداد القائمة، مواسم السنة، أسعار القائمة و نوعية العملاء.
- مراعاة قواعد و بروتوكول الخدمة في المطاعم الخاصة بالفنادق حيث إن التعامل مع العملاء من الأمور الهامة جدا في خدمة المطاعم، لذلك يجب الاهتمام بالترحيب بالعملاء فور دخولهم إلى المطعم و مساعدة العميل في التخلص من الملابس الثقيلة أو ارتدائها، و الانتباه لاستدعاءات و إشارات العميل مع الحرص على وضع القلم في الجيب مع تذكر طلب العميل المفضل.

¹ عبد السلام أبو قحف، مرجع سبق ذكره، ص 182.

² محمد العوامة، صلاح الرواشدة، مرجع سبق ذكره، ص 14.

³ صلاح الدين عبد الوهاب، في التخطيط السياحي، الدار القومية، مصر، ص 48.

⁴ إيهاب فتحي عبد العزيز، مرجع سبق ذكره، ص 26.

ثانيا: القرى السياحية

القرية السياحية هي مجموعة من المباني المستقلة حيث إن كل مبنى مكون من دور واحد أو دورين فقط، كما أن هذه المباني التي تضم عددا من الغرف المعدة لإقامة النزلاء مزودة بكافة الخدمات و المرافق التي تتوفر في فنادق 4 و 5 نجوم.

ثالثا: المنتجعات السياحية

نشأت المنتجعات السياحية في نهاية القرن التاسع عشر و قد توسعت بعد تطور طرق المواصلات، عادة ما تكون بالقرب من المناظر الطبيعية الخلابة أو قرب الغابات أو الجبال أو البحيرات أو الشلالات و بالتالي بعيدة عن المدينة، كما تكون مساحتها محدودة و صغيرة¹، فهي نوع خاص من المدن أو جزء منها، حديثة نسبيا، لها هندسة خاصة مؤلفة من عدة أبنية متصلة أو منفصلة².

و بالتالي تختلف اختلافا كبيرا عن باقي وسائل الإقامة السياحية فتجذب أعداد كبيرة من السائحين لأنها تتمتع بخصائص مميزة لها حيث تعتمد في أصل نشأتها على تقديم بيئة مغايرة تختلف عن البيئة التي يأتي منها السائح، تكون أماكن لراحة الجسم و العقل من عناء العمل و ذلك من خلال تغيير نظام الحياة لفترة مؤقتة فهي ذات تركيب داخلي خاص، كما أن هذه الأماكن تتسم بالعدد القليل من السكان الدائمين في حين يتزايد عدد الوافدين إليها من السياح³ كونها مشيدة خارج المدن بحيث تقدم المنتجعات السياحية كافة أنواع الخدمات مثل الطعام و الشراب و أيضا مجهزة بمعظم وسائل الترفيه و التسلية⁴.

رابعا: المخيمات السياحية

هي مساحة من الأرض تكسوها مسطحات خضراء و تتخللها طرقات تسمح بمرور النزلاء حيث تكون الإقامة في هذه الأماكن داخل خيام من القماش تكون مملوكة لإدارة المخيم أو النزلاء، و يكون المكان مزود بدورات المياه و حمامات توجد بها مياه ساخنة، و أيضا وجود مكان لإعداد الوجبات و مواقف لركن السيارات الخاصة و القاطرات فضلا عن ضرورة توفر الأمن و الحراسة⁵، و بالتالي فهي تضمن إقامة منتظمة للسياح بواسطة تجهيزات خفيفة يحضرونها بأنفسهم أو تقدم لهم في عين المكان.

¹ سليم محمد خنفر، علاء حسين السراي، مرجع سبق ذكره، ص 52.

² عبد السلام أبو قحف، مرجع سبق ذكره، ص 247.

³ يسرى دعبس، مرجع سبق ذكره، ص 204.

⁴ عبد السلام أبو قحف، مرجع سبق ذكره، ص 247.

⁵ يسرى دعبس، مرجع سبق ذكره، ص 201.

خامسا: الشاليهات

هي منشآت سياحية معدة للإقامة بغية تسهيل الاستحمام في مراكز التزلج و الحمامات و غيرها من الأماكن المعدة لأهداف رياضية و للاستمتاع بالطبيعة، مكونة من عدة أبنية منفصلة و مفروشة تؤجر إما يوميا أو أسبوعيا أو شهريا أو سنويا أو لموسم معين¹.

سادسا: ضوابط عمل المنشآت الفندقية

إن العلاقة القائمة بين السائح و الفندق تتجسد في عقد الإقامة الفندقية الذي هو عقد رضائي لا يتطلب لإبرامه شكلا معينا أو تسجيلا لدى جهة معينة، حيث تتعهد بمقتضاه المنشأة الفندقية بأن تقدم لأحد العملاء الإيواء لمدة مؤقتة، بالإضافة إلى الطعام و الشراب على أن تصون و تحرس أمتعته التي يحضرها معه إلى الفندق و أن تقدم له خدمات ثانوية، و ذلك مقابل مبلغ من المال يتم تقديره عادة طبقا لنوع الإقامة و الخدمات التابعة لها، فالهدف من العقد هو تأمين إقامة هادئة و مريحة للسائح مع توفير الخدمات اللازمة المطلوبة في هذا المجال².

و بما أن العلاقة التعاقدية لا تصبح قانونية إلا بين ذوي الأهلية، فلا يستطيع الفندق استقبال من هم دون سن الرشد إلا إذا كانوا بصحبة أهلهم أو بصحبة مشرفين عنهم كما في حالة الرحلات المدرسية، مما يتعين على الفندق مطالبة الضيوف بالوثائق التي تثبت هويتهم قبل منحهم الغرف³، و بناء على ما سبق يجب على المنشآت الفندقية أن تلتزم بما يلي⁴:

1- الالتزام بالإعلان الظاهر عن درجة الفندق و علامته: يجب على مستغلي الفنادق و المسؤولين عن إدارتها وضع العلامة المميزة لدرجتها في مكان ظاهر على الواجهة بشكل ملفت للنظر، إلى جانب اسم الفندق، و لا يجوز للمنشآت الفندقية أن تتخذ أسماء أو عناوين غير ما هو مبين في الترخيص الصادر لها من وزارة السياحة.

2- الالتزام بتسجيل النزلاء الأجانب و الإخطار عنهم: يجب على مدير الفندق إبلاغ مكتب التسجيل أو مقر الشرطة الواقع في دائرته عن اسم الأجنبي و جنسيته و مقر إقامته و كذلك عند مغادرته.

3- الالتزام بإخطار وزارة السياحة ببيان النزلاء: على مستغلي الفنادق أو المسؤولين عن إدارتها إخطار وزارة السياحة ببيان عن النزلاء في نهاية كل شهر، بحيث يكون البيان مطابقا للكشوف اليومية الواجب إرسالها إلى

¹ عبد السلام أبو قحف، مرجع سبق ذكره، ص 247.

² ندى سالم حمدون ملاحلو، « عقد المشاركة بالوقت - دراسة مقارنة - »، مجلة الشريعة و القانون، دورية علمية تصدرها كلية القانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، العدد واحد و خمسون، شعبان 1433 هـ الموافق ل يوليو 2012 م، ص 437.

³ سليم محمد خنفر، علاء حسين السراي، مرجع سبق ذكره، ص 137.

⁴ محمد حسين منصور، القانون السياحي، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2011 م، ص 62-67.

قسم الشرطة، مع ضرورة اشتغال هذا الاخطار على جميع البيانات الخاصة بالنزلاء وكذلك مجموع الليالي التي أقامها كل سائح.

4- الالتزام بإمسك دفاتر قيد طلبات الحجز: يجب على مستغلي الفنادق أن يمسكوا دفاتر تكون صفحاتها متسلسلة تقيد فيها طلبات حجز الغرف، و تكون كل صفحة من صفحاته محتومة بخاتم وزارة السياحة، حيث يحدد وزير السياحة بقرار منه نموذج الدفتر، كما يجب أن يعلق بقسم استقبال النزلاء وفي داخل كل غرفة ملخص عن القواعد الخاصة بحجز الغرف و الإقامة.

5- الالتزام بالأسعار المقررة: يحدد وزير السياحة أسعار الإقامة و أسعار الوجبات و المأكولات و المشروبات و غيرها من الخدمات التي يقدمها الفندق، و ذلك دون التقيد بأحكام و قوانين التموين و التسعير الجبري و تحديد الأرباح، علما أن تحديد الأسعار يتم بناء على طلب كتابي من مسؤول الفندق يتضمن مقترحاته في هذا الشأن، يقدم الطلب إلى وزارة السياحة قبل مزاولة النشاط، و بالتالي لا يجوز مطالبة النزيل بمقابل يزيد على الأسعار المقررة.

6- الالتزام بعدم تلويث المياه: يلتزم ملاك المنشأة السياحية و الفندقية سواء الثابتة أو المتحركة بتوفير وحدة معالجة مخلفات الصرف الصحي و أخرى لتنقية المياه، فيحظر على الفنادق العائمة صرف أي مخلفات أو تسريب الوقود المستخدم في تشغيلها، حيث يلتزم طالبوا الترخيص لاستغلال البواخر السياحية بتقديم الرسومات التفصيلية للباخرة مع بيان المكان المخصص لوحدة معالجة مخلفات الصرف الصحي و تنقية المياه.

7- الالتزام بعدم مخالفة الآداب العامة: يحظر في المنشآت الفندقية ارتكاب أفعال مخلة بالحياء، و في حالة حصول ذلك يحق لرجال شرطة السياحة إخلاء الفندق و إغلاقه.

و في المقابل هناك التزامات تقع على عاتق النزلاء أهمها التعامل النقدي السريع حيث تتم تعاملات النزلاء مع الفندق نقداً أو بواسطة بطاقة الإئتمان، إذ لا يتصور أن يحصلوا على خدمات الفندق على أن يتم السداد فيما بعد¹، فيلتزم النزلاء أولاً بتسديد المقابل النقدي نتيجة إقامتهم و انتفاعهم بالمرافق الموجودة على مستوى الفندق، و مختلف الخدمات المقدمة لهم، مع الالتزام بالمحافظة على المنشأة الفندقية فلا يعرض محتوياتها إلى التلف أو الهلاك الناشئ عن الإهمال أو التعمد و عليه أن يستعملها وفق ما أعدت له²، حيث لا يجوز للعميل القيام بطهي المأكولات بنفسه في غرف النوم و لا اصطحاب حيوانات معه إلا بموافقة إدارة الفندق، و في هذه الحالة يقتصر قبولهم فقط على مستوى غرف النوم دون التواجد في باقي الغرف و بالأخص غرف الطعام و ذلك بعد أداء رسوم إضافية، و يكون العميل مسؤولاً عن أية أضرار تسببها هذه الحيوانات، بالإضافة إلى الالتزام باحترام النظام الداخلي للفندق و تجنب القيام بالضوضاء التي من شأنها ازعاج النزلاء أو المتتردين على

¹ نزيه الدباس، مرجع سبق ذكره، ص 8.

² ندى سالم حمدون ملاعلو، مرجع سبق ذكره، ص ص 460، 462.

الفندق كاستعمال الراديو أو التلفزيون، كما لا يجوز لطالب الحجز أن يتنازل عنه لشخص آخر إلا بعد حصوله على موافقة كتابية من الفندق يتم اثباتها في سجلاته¹.

سابعاً: الخصائص المميزة لمنشآت الإيواء السياحية و الفندقية

تتميز المنشآت السياحية و الفندقية بما يلي:

1- يتم تجميد مبالغ طائلة من رأس المال المستثمر في الأصول الثابتة مثل الأراضي و البناء و المعدات و الأثاث التي تصل في بعض الأحيان إلى 90 % من رأس المال الإجمالي للمنشأة السياحية أو الفندق، مثل هذه الاستثمارات الثابتة يصعب تصفيتها و تحويلها إلى نقد لاستثمارها في مشاريع أخرى خلال فترة وجيزة و هكذا نجد أن الاستثمار في المنشآت السياحية يترتب عليه قدر عال من المجازفة، بالإضافة إلى الحاجة لعمليات الصيانة و التحديث و التوسع التي تحتاج لدراسة مستفيضة للعوامل و المتغيرات التي تؤثر على الصناعة الفندقية، و كذلك اتباع الأسلوب العلمي التحليلي الشامل في اختيار السوق المستهدف و الموقع المناسب فيه².

2- ينطوي الاستثمار في المنشآت السياحية و الفندقية على مخاطر مرتفعة بالمقارنة مع القطاعات الاقتصادية الأخرى نظراً لأنه يتم في أصول ثابتة لمدة طويلة، حيث تتطلب عملية إنجاز الهياكل السياحية فترة طويلة تصل إلى 5 سنوات، بالإضافة إلى أن فترة تحقيق الأرباح للمشاريع السياحية طويلة نوعاً ما أي بمتوسط 3 سنوات و منه فإن عملية تحقيق الأرباح تسجل بعد 8 سنوات منذ بداية إنجاز المشروع السياحي و خلال هذه الفترة تكون رؤوس الأموال مجمدة في شكل مباني و معدات، كما تتطلب عملية إنجاز المنشآت السياحية و الفندقية دراسة متكاملة من أجل دمجها مع بيئتها الطبيعية من الناحية العمرانية و الجمالية لتتمكن من الجذب السياحي.

3- يتطلب الاستثمار في المنشآت السياحية و الفندقية عملية تشغيل منتظمة أطول فترة من كل عام لتغطية التكاليف الثابتة و هذا ما لا يمكن تحقيقه في ظل الموسم السياحي خلال شهرين أو ثلاثة من العام³.

4- يتحمل الفندق أعباء كبيرة من المصاريف الثابتة خاصة في مواسم الركود السياحي مما يعني في كثير من الأحيان الهامش القليل من الربح و بالتالي عدم القدرة على تحسين مستوى الخدمات الفندقية المقدمة للسياح كذلك تدني فعالية برامج الصيانة و التحديث و هذا ما يحتاج إلى جهود تسويقية فعالة و محاولات جدية و مستمرة للتخفيف من حدة التذبذب في أعمال المنشأة و كذلك الموافقة و الموازنة بين العرض و الطلب⁴.

¹ محمد حسين منصور، مرجع سبق ذكره، ص 138.

² خالد مقابلة، التسويق الفندقية، الطبعة الأولى، دار وائل، عمان، 2011 م، ص 223.

³ حسن الحسن، مرجع سبق ذكره، ص 100.

⁴ خالد مقابلة، مرجع سبق ذكره، ص 224.

بالإضافة إلى¹:

5- إن الوصول إلى درجة رضا العميل عن الخدمات السياحية و الفندقية المقدمة من الممكن أن تتدخل فيه عدة عوامل غير موضوعية و ذلك لاختلاف العوامل الثقافية للنزلاء، فما يرضي النزيل الأوروبي قد لا يرضي النزيل الآسيوي بحيث لا يمكن قياس مدى رضا العميل، و نظرا للارتفاع الكبير في مستوى المعيشة و إمكانية الحصول على الراحة و الاستمتاع في المنزل، فإن الصناعة الفندقية بدأت تواجه منافسة النزلاء أنفسهم حيث أن لديهم كل ما في الفندق بل و أكثر، مما دفع الكثير من الفنادق إلى بذل أقصى جهد لإشباع حاجات النزلاء و هذا ما يضيف عبء جديدا على موارد الفندق و إدارته.

6- للبيانات دور أساسي في الصناعة الفندقية و لكن تحتاج إلى بيانات دقيقة عن تاريخ النزلاء و ثقافتهم و متطلباتهم في الخدمة، بالإضافة إلى بيانات كاملة عن آلاف السلع و الخدمات التي هي مكلفة جدا و لا يستطيع دفع تكلفتها إلا الفنادق الكبرى ذات الإمكانيات المالية الضخمة.

7- الفندق نشاط ثابت يصعب نقله أو تحريكه فهو لا يذهب إلى المستهلك بل المستهلك هو الذي يذهب إليه بمعنى أن الخدمة يجب أن تنتج و تستهلك في مكان انتاجها، مما يتطلب قدرة فائقة و مستمرة على التسويق و محاولة جذب النزلاء.

المطلب الثاني: المطاعم و المقاهي

لقد انتشرت المطاعم انتشارا كبيرا حتى أنه لا يمكن تصور مجتمع أو مدينة أو حتى قرية بدون وجود مطعم فيها، حيث أن أهمية المطاعم لا تقل عن أهمية أي خدمة أخرى من خدمات الحياة الحديثة خاصة في مجال السياحة، فالطعام هو حاجة ضرورية لاستمرار الإنسان، كما أن فن الطهي أصبح من المهن الأساسية حيث أصبحت الجامعات و المعاهد في العالم اليوم تقوم بتدريس إدارة المطاعم و فن الطهي.

و يعتبر الإطعام من أهم الخدمات التي تختص بها المنشآت التي تستقبل السياح خاصة الفنادق و المطاعم الراقية، و التي تولي اهتماما بالغا في هذا المجال عن طريق إنشاء و تكوين فن الطبخ الفندقي من أجل تحسين جودة الوجبات التي تليق بمستوى الفندق أو المطعم، كما أصبح للإطعام مدلول آخر في مجال السياحة و هو التعريف بعادات و ثقافات البلدان من خلال الأكلات الخاصة بكل منطقة، مع العلم أن مبيعات الطعام و الشراب في المطاعم غالبا ما تشكل المصدر الوحيد للإيرادات².

¹ سليم محمد خنفر، علاء حسين السراي، مرجع سبق ذكره، ص 31، 32.

² نزيه الدباس، مرجع سبق ذكره، ص 99.

أولاً: تعريف المطعم

هو المكان الذي أعد خصيصاً لإعداد و تقديم الطعام إلى الزبائن سواء وجبات طعام سريعة أو وجبات طعام محددة أو وجبات طعام حسب الطلب أو وجبات متخصصة، حيث توجد في المطعم قاعات مجهزة بالمفروشات و المعدات اللازمة وفقاً للمقاييس المتعارف عليها دولياً، و يتم الاستعانة بمهندسين أخصائيين في فن البناء و الديكور و الإنارة و التهوية لكي يأتي العمل متكاملًا و محققاً للأهداف المنشودة، و غالباً ما يتأثر اسم المطعم بهندسته أو ديكوره فتطلق عليه التسميات تبعاً لذلك¹.

كما يمكن للمطعم أن يقدم خدمات ترويجية و رياضية و فنية، حيث يعتبر المطعم مرفقاً مصنفاً سياحياً حسب تعليمات الدولة التي تضع الشروط التفصيلية لمواصفات المطعم السياحي و المرافق الواجب توافرها فيه و الخدمات التي يقدمها مع المحافظة على مستوى هذه الخدمات².

و يلعب موقع المطعم دوراً مهماً في انطلاق و نجاح عمله مما يتطلب أن يتوفر على مرآب فسيح لاستيعاب أكبر عدد من السيارات، بالإضافة إلى بنائه في الطابق الأرضي³.

فكلما تمكن المطعم من إشباع رغبات عملائه من جميع النواحي و حقق لهم الرضا التام، كلما زاد ولائهم له و أصبحوا من رواده الذين ناذروا ما يقومون بتغيير هذا المطعم الجيد الذي اعتادوا عليه⁴.

ثانياً: أنواع المطاعم

1- المطاعم السريعة: تعد الأتعمة السريعة أكبر سوق استهلاكية في العالم حيث إن نجاح المطاعم السريعة في العمل يتوقف على مدى قدرتها على التكيف مع العوامل البيئية و التي تؤثر على بقائها و استمرارها كهيكل مهم للقطاع السياحي⁵.

و تعتبر طبيعة التكنولوجيا المستخدمة في المطاعم و مدى التركيز عليها من قبل الإدارة أحد محاور التمييز الأساسية بين مطاعم الوجبات السريعة التقليدية و مطاعم الوجبات السريعة الحديثة، فالمطاعم السريعة التقليدية و التي تتمثل عادةً في المطاعم المستقلة تستخدم تكنولوجيا بسيطة معتمدة أكثر على الطرق اليدوية

¹ أحمد وصفي حماد، عمار عبد الهادي، التخطيط و الإدارة في المطاعم، الطبعة الأولى، دار المسيرة، عمان، 2002 م، ص ص 13، 14.

² عبد الكريم حافظ، مرجع سبق ذكره، ص ص 89، 90.

³ أحمد وصفي حماد، عمار عبد الهادي، مرجع سبق ذكره، ص 15.

⁴ حميد عبد النبي الطائي، بشير عباس علاق، مرجع سبق ذكره، ص 206.

⁵ أسعد حماد أبو رمان، محمد بن دليم القحطاني، « استراتيجية تطوير السوق في المطاعم السريعة من خلال نظام الامتيازات: دراسة على المطاعم العاملة في مدينة عمان »، بحث مقدم في إطار الملتقى العربي الثاني حول " التسويق في الوطن العربي الفرص و التحديات "، المنعقد أيام 6 - 8 أكتوبر 2003 م، الدوحة، قطر، ص 422.

في إنتاج وجباتها، و في المقابل تستخدم المطاعم السريعة الحديثة و التي عادة تكون تابعة لأحد سلاسل المطاعم، تكنولوجيات متطورة و معقدة نسبيا كما يلي¹:

أ- المطاعم السريعة التقليدية: تكون عمليات الإنتاج فيها بسيطة لأنها تعتمد على:

- معدات طهي و تسخين أولية.
- ثلاجات و مجمدات منفصلة.
- آلات تسجيل نقدية يدوية أو إلكترونية بسيطة.
- العديد من الطرق التقليدية المستخدمة في إعداد و خدمة الوجبات.

و يعتمد نجاح هذا النوع من المطاعم على المهارات الفنية و الاجتماعية للعاملين بالمطعم، كما يجب أن تكون تكاليف إنتاجها عند أدنى المستويات.

ب- المطاعم السريعة الحديثة: تعتمد عمليات الإنتاج على التكنولوجيا إذ تقوم هذه المطاعم بإعداد الوجبات في بيئة محكمة السيطرة بأساليب و إجراءات موحدة من أجل ضمان الكفاءة و الجودة، حيث يتم عزل الجزء الأكثر تعاملًا مع العملاء (طلب و خدمة و توصيل الوجبات) عن الجزء الفني (إنتاج الوجبات). إن معدلات النمو في مبيعات الأتعمة السريعة تعكس مدى التغيير الطويل و المتدرج في مجال صناعة المطاعم من كونها كانت تخضع في وقت ما إلى المطاعم الكلاسيكية متحولة إلى صناعة سرعان ما أصبحت فيها السيطرة لسلاسل مطاعم الوجبات السريعة².

2- المطاعم الكلاسيكية: تتمثل في المطاعم التي تقدم لائحة يومية محددة الأصناف على أن يراعى فيها أذواق المستهلكين و المقاييس الغذائية المتوازنة، و تنتشر هذه الأنواع من المطاعم بكثرة في كافة بلدان العالم إضافة إلى أنها تلقى القبول العام و الاستحسان لدى السياح، كما تتمثل المطاعم التقليدية أيضا في المطاعم التي تقدم لائحة حسب الطلب على أن تتوفر على جميع المواد على مدار السنة، حيث تعد أصناف طعام متنوعة تناسب أذواق و أعمار مختلف الزبائن، و تختلف لوائح حسب الطلب باختلاف حجم المطعم و موقعه حيث تكثر أصناف و تقل أخرى، لكنها تعتمد على نفس الأسس في تقديم الوجبات السهلة التحضير و غير قابلة للتلف السريع³.

3- مطاعم الاختصاص: انتشرت هذه المطاعم في كافة أرجاء العالم و حملت معها إلى البلد المضيف حضارتها و تقاليدها في إعداد و تقديم المأكولات الوطنية، حتى أنها استقدمت اليد العاملة و المواد الأولية من البلد الأم، فأصبحت هذه المطاعم صور حية للبلد الذي تمثله، حيث تجهز مطاعم الاختصاص عادة تجهيزا

¹ مجدي عبد العليم، « أنظمة و تكنولوجيا إدارة الأعمال في مطاعم الوجبات السريعة »، كلية السياحة و الفنادق، جامعة الفيوم، ص 11 - 13.

² أسعد حماد أبو رمان، محمد بن دليم القحطاني، مرجع سبق ذكره، ص 429.

³ أحمد وصفي حماد، عمار عبد الهادي، مرجع سبق ذكره، ص 24، 25.

يختلف عن غيرها من المطاعم من حيث الأدوات و المعدات كما تتميز عنها بطرق تحضيرها للطعام و أساليب تقديمه¹.

4- مطاعم الخدمة الذاتية: لقد انتشرت هذه المطاعم و أصبحت أكثر قبولا و ارتيادا من المطاعم الكلاسيكية بعد أن كانت مقتصرة على المعامل و الجامعات، حيث تقدم هذه المطاعم مأكولات متنوعة إلى عدد كبير من الزبائن التي تختار بنفسها ما ترغب به من أطعمة و مشروبات معروضة أمامها في واجهات زجاجية تم تصميمها بعناية من حيث موقعها و سهولة اتصالها بدوائر إنتاج الأطعمة المختلفة، و يراعى في مطاعم الخدمة الذاتية نظافة المعدات و الأواني التي تعرض و تقدم فيها الأطعمة لأنها على احتكاك متواصل مع الزبائن².

5- مطاعم المشاوي: هو مطعم ذو طابع خاص تقدم فيه المأكولات المشوية، و التي يتم إعدادها أمام الزبائن من لحوم و طيور و أسماك مع ما يتبعها من صلصات و خضار، تحت إشراف طاه خبير متمرس يساعده في ذلك موظفين أكفاء لهم الخبرة الواسعة في هذا المجال.

6- مطاعم النوادي: يعتمد مستوى المطعم هنا على درجة تصنيف النادي الذي ينتمي إليه، حيث يتخذ الطابع الأرستقراطي نتيجة طابع النادي الذي يرتاده عملاء من نفس الطبقة الأرستقراطية، و تعتبر هذه المطاعم غالية الثمن لأنها تقوم بتقديم قوائم طعام متعددة الأصناف و خدمة على مستوى عالي، كما يتبع كل نادي سياسة خاصة في إقامة الاحتفالات بأنواعها³.

و من الجدير بالذكر أنه قد أصبح هناك على مستوى العالم ما يمكن تسميته سياحة المأكولات، لدرجة أن منظمة السياحة العالمية قد أصدرت كتيباً خاصاً، تناول موضوع الأكل أو المطبخ، حيث أشار هذا الكتيب إلى أن الكثير من الدول و الحكومات و المنظمات السياحية و وكالات السفر و الفنادق و المطاعم، أصبحت تولي أهمية كبرى لهذا الاتجاه من أجل جذب السائحين إليها، إما عن طريق اجتذابه بمطعم متميز خاص بالدولة كلها يجعل السائح راغباً في التعرف على مأكولات هذا البلد بوصفه جزءاً من ثقافته و أسلوب حياته، أو عن طريق توفير أرضية كافية للسائح تشمل أكالات و وجبات و مطابخ متنوعة من كل أنحاء العالم بما فيها المطبخ الذي تشتهر به الدولة نفسها أو المأكولات الأخرى غير المعروفة، أو حتى الوجبات السريعة التي تقدمها مطاعم ذات أسماء عالمية مشهورة⁴.

¹ أحمد وصفي حماد، عمار عبد الهادي، مرجع سبق ذكره، ص 27.

² عبد الكريم حافظ، مرجع سبق ذكره، ص 96.

³ أحمد وصفي حماد، عمار عبد الهادي، مرجع سبق ذكره، ص 32.

⁴ مصطفى النجار، « سياحة المأكولات عنصر جذب و وسيلة للترفيه و المتعة لا يوجد سائح لا يأكل »، الموقع الإلكتروني:

<http://www.ahram.org.eg>، تاريخ الاطلاع: 2017/06/03 م.

فطالما أن 100 % من سائحي العالم سينفقون بالتأكيد أموالهم على المأكولات، فإنه من البديهي أن الدولة التي ستوفر أصنافا و فرصا متنوعة للطعام أمام السائح ستكون أكثر قدرة على جذب عدد أكبر من السائحين، كما أن الدولة التي يتوافر بها عدد لا بأس به من المطاعم و الأكلات المميزة ستكون أكثر جاذبية للسائح من الدولة، حيث هناك أنواع من السائحين يفضلون السفر إلى الدول التي تتوافر بها مطاعم الوجبات السريعة التي يعرفونها في بلدانهم الأصلية، بينما هناك سائحون آخرون يبحثون عن ثقافات غذاء و مأكولات محلية من باب التغيير و التعرف على أنماط حياة عالمية جديدة¹.

ثالثا: المقاهي

من الصعوبة تحديد موقع للمقاهي إلا أنها غالبا ما تكثر في المناطق الرئيسية من المدن و الشوارع المعروفة تمتاز بأنها تملك بهوا داخليا و قسما خارجيا معرضا للهواء الطلق كالحديقة و الرصيف، حيث تفرش القاعة الداخلية بأثاث جيد أما القسم الخارجي فيجهز بطاولات و مقاعد خفيفة الوزن يسهل نقلها، تكون مصنوعة من مواد لا تتأثر كثيرا بالمطر أو أشعة الشمس إذا ما تعرضت لها، و يتم في المقاهي تقديم المأكولات الخفيفة و السهلة التحضير مثل قطع الحلوى و المشروبات الساخنة و الباردة و الثلجات².

المطلب الثالث: وكالات السياحة و السفر

عندما يرغب السائح في القيام برحلة معينة فإنه يلجأ في أغلب الأحوال إلى وكيل سياحي كي ينظم له الأمر مقابل أجر معلوم، حيث تقوم مثل هذه المنظمات بتنظيم عمليات السفر و الرحلات و التجوال عبر مختلف دول العالم، كما تسهل للسائح الحصول على الخدمة من أجل تمكينه من تكوين صورة ذهنية خيالية مسبقة عن الرحلة قبل القيام بها، فتقوم بتنظيم طريقة التنقل عبر مختلف وسائل النقل، بالإضافة إلى حجز غرف النوم عبر مراكز الإقامة المختلفة مع ضرورة توفير الأمن و الأمان.

أولا: مفهوم و دور وكالة السياحة و السفر

هي المكان الذي يمكن للشخص الحصول منه على المعلومات و الاستشارة الفنية حول خدمات السفر التي يحتاجها السائح مثل إجراءات السفر و التأمينات و العملة و الأسعار و كافة وثائق السفر، مما يتيح له عمل الترتيبات اللازمة للسفر برا أو بحرا أو جوا إلى أي مكان، و غالبا ما تكون هذه الشركات صغيرة الحجم تضم عددا محدودا من العاملين يتراوح بين 5 و 10 أفراد في المتوسط، و تعتبر وكالة السياحة و السفر الممثل الطبيعي للعديد من موردي الخدمات السياحية مثل شركات الطيران و أماكن الإقامة السياحية و شركات

¹ مصطفى النجار، « سياحة المأكولات عنصر جذب و وسيلة للترفيه و المتعة لا يوجد سائح لا يأكل »، الموقع الإلكتروني: <http://www.ahram.org.eg>، تاريخ الاطلاع: 2017/06/03 م.

² أحمد وصفي حماد، عمار عبد الهادي، مرجع سبق ذكره، ص 31.

تنظيم الرحلات و الزيارات المحلية و وكالات تأجير السيارات، مما يتيح السفر إلى جهات متعددة من العالم بأسعار و رسوم منخفضة¹.

فالوكيل السياحي هو عبارة عن شركة مفتوحة للجمهور، تقوم ببيع تذاكر السفر المتعلقة بالطيران و البواخر و حجز غرف بالفنادق و خدمات تأجير السيارات و التخطيط للقيام برحلات منظمة، و ذلك مقابل عمولة²، و هناك أعمال متممة يسمح لوكالات السياحة و السفر القيام بها عند الاقتضاء بناء على طلب السائح تتمثل في³:

- اتمام المعاملات المتعلقة بجوازات السفر و إجراء التأشيرات اللازمة عليها من قبل الإدارات الرسمية و السفارات المختصة.

- القيام بتسهيل و تأمين عمليات إبدال العملة.

- إجراء المعاملات الخاصة بعملية التأمين لمصلحة المسافر و أمتعته لدى شركات التأمين المعترف بها.

- بيع تذاكر الحفلات و حجز المقاعد اللازمة لها.

و هناك تعاون كبير بين وكلاء السياحة و الفنادق يمكن التعبير عنه بقيام الوكيل السياحي بحجز الغرف المطلوبة للوفود السياحية و متابعتها منذ بداية تعاملهم معه حتى انتهاء برنامج الرحلة السياحية، و في المقابل يقوم الفندق بأداء واجباته لهذه المجموعة على الوجه الصحيح مما يتطلب ضرورة التنسيق بينهما⁴، و الفنادق عموماً تفضل أن تتم عمليات الحجز عن طريق وكلاء السياحة و السفر، حتى تتمكن من مطالبتهم بمقابل عدم الإلغاء في حالة عدم تنفيذ هذه الحجوزات في مواعيدها، إذ أن هذا الإجراء غير متوفر في حالة قيام الأفراد بعمليات الحجز مباشرة، بالإضافة إلى أن هذه الوكالات السياحية تتبع قواعد معينة عند تعاملها مع الفنادق، تمنع ازدواج الحجز أو المطالبة بعمولات غير مستحقة⁵.

ثانياً: التزامات الوكيل السياحي و السائح

1- التزامات الوكيل السياحي تجاه السائح: إن مقتضيات طبيعة العقد السياحي و حسن النية في تنفيذه و قانون حماية المستهلك توجب إعلام السائح عند إبرام العقد بكافة شروط و ظروف الرحلة فيما يتعلق بالنقل و الإقامة، و متطلبات دخول الدول الأجنبية، و الخدمات المقدمة و الاعتبارات الصحية، و البرنامج و أماكن الزيارة و المواعيد و المصاريف⁶، و جميع المعلومات الضرورية و اللازمة لتنفيذ رحلة هادئة و آمنة،

¹ يسرى دعيس، مرجع سبق ذكره، ص 213، 214.

² أحمد ماهر، عبد السلام أبو قحف، مرجع سبق ذكره، ص 388.

³ نفس المرجع، ص 336.

⁴ عبد الكريم حافظ، مرجع سبق ذكره، ص 249.

⁵ رعد العاني، إدارة الفنادق: مفاهيم سياحية في الإقامة و الإيواء، الطبعة الأولى، دار الحامد، عمان، 2005 م، ص 178.

⁶ محمد حسين منصور، مرجع سبق ذكره، ص 141، 142.

و ذلك من خلال البيانات التي يتضمنها وصل الحجز، و التي تجسد فيما بعد في العقد عند موافقة السائح على برنامج و شروط الرحلة.

كما تلتزم الشركة أو الوكيل السياحي بحسن تنظيم الرحلة و الإقامة و توفير الراحة و الترفيه طبقا للشروط المتفق عليها أو المعلن عنها، فلا يجوز القيام بالدعاية المبهرة لجذب السائحين و المبالغة في وصف البرنامج ثم يتضح من الواقع عكس ذلك، و يتعين بصفة خاصة احترام مواعيد الرحلة سواء في المغادرة أو العودة أو التنقل، خاصة الدقة في مواعيد حجز الفنادق، بالإضافة إلى انتظار السائحين و صحتهم في التنقلات من خلال المندوبين و المرشدين السياحيين.

كما لا يجوز للوكيل السياحي إلغاء الرحلة أو الإقامة أو تغيير مقابل الرحلة المتفق عليه، لكن في حالة ارتفاع تذاكر الطيران أو الضرائب أو الرسوم هنا يجوز دفع القيمة بشرط أن يلتزم الوكيل السياحي بإخطار السائح مسبقا بذلك، حتى يتسنى له اتخاذ القرار إما بالقبول أو بالعدول عن الرحلة¹.

من خلال ما تقدم يمكن حصر الالتزامات التي تقع على عاتق الوكيل السياحي في عبارة واحدة هي " تنفيذ رحلة هادئة و آمنة للسائح "، و الذي لن يتحقق إلا إذا قام الوكيل المنظم للرحلة بضمان سلامة السائح الجسدية، لكون الالتزام بالسلامة التزاما جوهريا في عقد السياحة و السفر، و الذي تتولد عنه التزامات ناتجة عن تنفيذ الرحلة المتفق عليها كما سبق الذكر².

2- التزامات الوكيل السياحي تجاه وزارة السياحة: و من الواجبات المفروضة أيضا على أصحاب وكالات السياحة و السفر إعلام وزارة السياحة بالبرامج و المطبوعات السياحية التي يصدرونها من أجل أخذ الموافقة عليها، مع ضرورة مسك السجلات القانونية خاصة سجل المراقبة الذي يتم تدوين فيه أسماء جميع المسافرين و السياح الذين سافروا بواسطة الوكالة السياحية لكي يتسنى الاطلاع عليه عند الحاجة³.

3- التزامات السائح تجاه الوكيل السياحي: في المقابل تقع على عاتق السائح عدة التزامات تجاه الوكيل السياحي يوجبها العقد و القانون تتمثل فيما يلي⁴:

أ- دفع مقابل الرحلة: يلتزم السائح بدفع مقابل الرحلة و الإقامة و كل النفقات المتفق عليها في العقد و في المواعيد المحددة و بالأسلوب المبين سواء نقدا أو بشيكات أو إلكترونيا أو بالتقسيط، بالعملة المحلية أو الأجنبية، و القاعدة أن المقابل المتفق عليه يعتبر نهائيا بحيث لا يجوز تعديله بالزيادة أو النقصان ما لم يسمح الاتفاق بذلك تبعا لنوع الرحلة أو الخدمة المقدمة.

¹ محمد حسين منصور، مرجع سبق ذكره، ص ص 141، 142.

² أحمد السعيد الزرد، « الروابط القانونية الناشئة عن عقد الرحلة »، مجلة الحقوق، يصدرها مجلس النشر العلمي، جامعة الكويت، المجلد 22، العدد الأول، 1998 م، ص 160.

³ عبد السلام أبو قحف، مرجع سبق ذكره، ص 346.

⁴ محمد حسين منصور، مرجع سبق ذكره، ص ص 143، 144.

ب- الالتزام بتعليمات الوكيل السياحي وبرنامج الرحلة: حيث يلتزم السائح باحترام تعليمات الشركة المنظمة للرحلة فيما يتعلق بخط السير و الإقامة و تناول الأطعمة و التعامل مع المواطنين حتى لا يتعرض لأية مضايقات أو مخاطر، بالإضافة إلى احترام برنامج الرحلة من خلال التواجد في الأماكن و المواعيد المحددة.

المطلب الرابع: النقل السياحي

يعتبر النقل السياحي من أهم الخدمات التي تقدم للسائحين حيث يمثل 35% من إنفاق السائح، و مما لاشك فيه أن هذا النقل يعد أحد الهياكل الرئيسية للقطاع السياحي و حركة السفر إلى مختلف الأماكن السياحية المقصودة، خاصة و أن قطاع النقل قد شهد تطوراً ملحوظاً منذ بداية القرن 19 حين ظهرت التطورات التكنولوجية في مجال النقل البري و البحري و الجوي من حيث نوعية وسائل النقل و سرعتها و الخدمات التي تقدمها إلى المسافرين خصوصاً في النقل الجوي، مما أدى إلى تطور السياحة، حيث هناك تأثير متبادل بين السياحة و النقل فزيادة الحركة السياحية لا بد أن يقابلها زيادة في وسائل النقل لمواجهة هذه الحركة، و كذلك تطور وسائل النقل يسهم في ازدهار حركة السياحة بين كثير من دول العالم، مما يعني أن السائح يستخدم في تنقله عدة وسائل حسب المسافة و تكلفة النقل و مدة الرحلة و مدى توافر الوسائل المختلفة، و تبعاً للإحصاءات العالمية فإن النقل الجوي يمثل نسبة 65% من حركة النقل السياحي في العالم، و النقل البحري يمثل 21%، أما النقل البري فيمثل 10% من هذه الحركة¹.

أولاً: النقل الجوي

يشكل النقل الجوي أهمية بالغة في تلبية حركة السياحة الوافدة إلى الدولة السياحية لاسيما الدول الأجنبية، حيث تعد المطارات الدولية البوابة الرئيسة و أهم المنافذ الجوية الخارجية، كما يعتبر النقل الجوي وسيلة نقل سريعة و مريحة و آمنة إلى حد كبير، إلا أنها تجذب عنصر معين من السائحين ذوي الدخل المرتفعة نظراً لارتفاع تكلفة النقل الجوي، و ينقسم إلى الأنواع التالية:

1- النقل الجوي المنتظم: هو النشاط الذي تقوم به شركات الطيران العالمية وفق جدول منظم معترف به دولياً، و تلتزم به كل دولة تبعاً للقواعد التي تحددها، حيث يتولى هذا النشاط شركات الطيران المملوكة للدولة أو شركات خاصة، مما يتطلب التنسيق فيما بينها من خلال التحديد الواضح للعلاقة بينهما في ضوء السياسة العامة للدولة في مجال النقل الجوي، و ذلك من أجل تحقيق الاستخدام الأمثل لطايرتها و رحلاتها الجوية،

¹ فؤاد عبد المنعم البكري، التسويق السياحي و تخطيط الحملات الترويجية في عصر تكنولوجيا الاتصالات، الطبعة الأولى، عالم الكتب، القاهرة، 2007 م، ص 24.

بهدف تحقيق التشغيل الناجح تجاريا و اقتصاديا¹، و من الجدير بالذكر أن شركة الطيران تلتزم بالقيام بالرحلة حتى في حالة عدم امتلاء الطائرة لذلك يعد هذا النوع من الطيران مكلفا².

2- النقل الجوي غير المنتظم (الطيران العارض): يعتبر النقل الجوي غير المنتظم من الظواهر الحديثة التي برزت مؤخرا بسبب تزايد الحركة السياحية العالمية و زيادة هذا النوع من الطيران المؤجر لانخفاض تكلفة الرحلة الجوية به، و كذلك ظهور الكثير من شركات الطيران التي تسمح بتأجير طائراتها للمجموعات السياحية التي تفضل هذا النوع من الرحلات³، حيث تقوم بهذا النشاط الشركات السياحية التي تستأجر طائرات من إحدى شركات الطيران من أجل تيسير الرحلات السياحية خاصة خلال فترات الذروة السياحية فتباع كل مقاعد الطائرة، لذلك يعتبر هذا النوع من الطيران أقل تكلفة مقارنة بالطيران المنتظم⁴.

و قد شهد قطاع النقل الجوي مع ظهور الطائرات ذات المحركات النفاثة و ظهور الطائرات السريعة الضخمة التي تستوعب أعدادا كبيرة من السائحين، زيادة في حركة إنشاء المطارات الدولية المتطورة في مختلف دول العالم ذات المقاصد السياحية، بل إنشاء مطارات خاصة في مناطق الجذب السياحي، و قد تمخض عن استخدام الطيران في الرحلات السياحية و السفر سرعة الوصول مما أدى إلى ظهور نمط السياحة الشاملة و منه ينتقل السائح على رحلات طيران تعاقدية بأسعار أقل من أسعار الطيران العادي⁵.

ثانيا: النقل البحري

قد يكون بحري أو نهري، حيث ينتشر النقل البحري في الدول التي تمتلك سواحل و تطل على البحار، و يعتبر النقل البحري من أقدم أنواع النقل التي استخدمها الإنسان في التنقل و لمسافات طويلة، و لقد كان لتطور وسائل النقل البحري دورا هاما في زيادة السفر و عدد الرحلات حول العالم، خاصة و أن البواخر و القوارب و السفن تعتبر وسائل نقل منخفضة التكاليف و سريعة الحركة، فكلما ارتفعت إمكانيات أسطول النقل البحري من ناحية عدد السفن و قدراتها النقلية و تطور مستواها التقني، فضلا عن وجود خطوط منتظمة للملاحة البحرية، تربط موانئ الدول السياحية بالموانئ العالمية، كلما كان بإمكانها تلبية متطلبات النقل السياحي و السائحين⁶، أما النقل النهري فينتشر في الدول التي يوجد بها أنهار طويلة مثل إنجلترا و فرنسا و مصر حيث يستخدم فيه البواخر السياحية و الأوتوبيسات النهريّة و القوارب الشراعية بالإضافة إلى الفنادق العائمة لما تتصف به من راحة و متعة و أمان.

¹ يسرى دعيس، مرجع سبق ذكره، ص 237.

² فؤاد عبد المنعم البكري، مرجع سبق ذكره، ص 24.

³ يسرى دعيس، مرجع سبق ذكره، ص 237.

⁴ فؤاد عبد المنعم البكري، مرجع سبق ذكره، ص 25.

⁵ يسرى دعيس، مرجع سبق ذكره، ص 235.

⁶ هيثم ناعس، مرجع سبق ذكره، ص 619.

ثالثا: النقل البري

يلعب النقل البري دورا بارزا في نقل السياح، و تزداد أهميته من خلال وسائله التي تتمتع بمزايا تفوق البدائل الأخرى للنقل حيث تضمن تنقل الأفراد و أمتعتهم إلى مقاصدهم بأقل التكاليف و بأكثر فعالية و أمن و في كل الظروف الجوية، كما تفك العزلة عن المناطق النائية قليلة الكثافة السكانية، و التي غالبا ما تتمركز فيها المقومات الطبيعية للجذب السياحي، مما يسهل الربط بين المناطق السياحية المتناثرة و التي يصعب في كثير من الأحيان على الوسائل الأخرى الوصول إليها، و يتم النقل البري في مختلف دول العالم عبر الوسائل التالية:

1- السكك الحديدية: تهتم كثير من الدول في العالم بالسكك الحديدية باعتبارها الوسيلة الرئيسية للنقل البري لمسافات طويلة و بسرعة عالية خاصة في أوروبا و الولايات المتحدة الأمريكية و الهند، و لقد كان لسرعة خطوط السكك الحديدية دورا هاما في تحقيق التنمية السياحية لأنها تنقل السائحين إلى مختلف بلدان العالم خاصة المناطق السياحية و حتى الجبلية منها و ذلك بأسعار منخفضة، و لقد تطورت السكك الحديدية في العالم بفضل التكنولوجيا الحديثة التي أدت إلى ظهور أنواع حديثة من القطارات مثل القطارات المغناطيسية و القطارات فائقة السرعة التي تنافس الطائرات، ففرنسا تمتلك قطارا تبلغ سرعته 320 كلم/سا، و ألمانيا تمتلك قطارا سرعته 300 كلم/سا، في حين أن اليابان تمتلك شبكة موصلات حديثة حيث صممت قطارا تبلغ سرعته 300 ميل/سا يعتمد على المجال المغناطيسي¹، كما أن هذه القطارات مجهزة بشكل يسهل و يهون من الرحلات الطويلة.

2- الترامواي: و هو عبارة عن مقطورات تسير فوق سطح الأرض، تعمل بالطاقة الكهربائية بشكل دائم و منتظم، كما تتوفر على وسائل الراحة و الرفاهية، حيث تستعمل داخل المدن الكبرى التي تعرف زيادة سكانية.

3- المترو: و هو عبارة عن مقطورات جد متطورة تعمل أيضا بالطاقة الكهربائية، و تتحرك بواسطة ممرات علوية أو أنفاق خاصة بها، نجده في المدن التي يزيد عدد سكانها عن المليون نسمة، حيث يعتبر الوسيلة الأمثل للنقل الجماعي.

4- السيارات: بعد انتهاء الحرب العالمية الثانية شهد القطاع السياحي تطورا ملحوظا في زيادة التدفق السياحي إلى المناطق السياحية خاصة بعد تطور صناعة السيارات حول العالم، و تطور أدائها و قدرتها على تحمل مشاق السفر لمسافات طويلة، و إمكانية التحرك في المناطق الجبلية و الصحراوية بقوة و أكثر أمان، بالإضافة إلى زيادة عدد مالكيها² حيث تتميز بانخفاض تكلفة انتقال الفرد بسيارته الخاصة مع عائلته من بلده إلى المقصد السياحي، و لقد ساهم التقدم في صناعة السيارات و انتشار الانتقال بها في انشاء شبكة طرق

¹ يسرى دعيس، مرجع سبق ذكره، ص 233.

² نفس المرجع، ص 234.

جديدة و سريعة تربط بين الدول و أرجاء الدولة الواحدة، كما تربط ربطا مباشرا بين كل مناطق الجذب السياحي، حيث تحتوي هذه الطرق على لوحات ارشادية و خرائط تفصيلية، إضافة إلى توفير الخدمات المختلفة على مستوى هذه الطرق من ورش إصلاح السيارات و محطات الوقود و الاستراحة و غيرها.

5- الحافلات: و تستخدم على نطاق واسع خاصة بعد تزويدها بخدمات متعددة مثل الحمامات و عرض الأفلام و تقديم الوجبات السريعة، و لها عدة تصنيفات منها الميكرو باص...، إلا أن الاستخدام الأمثل للحافلات يكون في حالة تخصيص مسارات لها على شبكة الطرقات، حيث أنه في بعض الدول تخصص لها مسارات بعكس اتجاه حركة المرور العام أو إنشاء أنفاق أو ممرات علوية خاصة بالحافلات، بالإضافة إلى الترولي باص الذي تنطبق عليه معظم القواعد العامة للحافلات العادية، إلا أنه يمتاز بعدم احداث الضوضاء كما أنه لا يسبب تلوث الهواء أثناء سيره بسبب اعتماده على الطاقة الكهربائية.

6- العربات: يتم جرهما عن طريق الحيوانات و تعتبر من وسائل النقل التقليدي حيث تنقل السياح إلى المناطق الطبيعية.

و ترتبط فاعلية النقل بخدمة الجوانب المتعلقة بالحركة السياحية من خلال توفير الراحة و الأمان في عملية الانتقال، إلى جانب السرعة و التردد و الانتظام و المصدقية في التعامل و الالتزام بالمواعيد، حيث تؤثر بعض العوامل في زيادة فاعلية وسائل النقل كحجم السكان و كثافتهم و توزيعهم المساحي، إلى جانب الحالة المادية للسياح، فتزداد فاعلية الحركة و الانتقال لديهم مع ارتفاع دخلهم المادي، كذلك فإن أهمية الموقع السياحي من النواحي الجغرافية و الإدارية و الاقتصادية تزيد من فاعلية مختلف وسائل النقل، خاصة مع توافر شبكة متطورة من طرق المواصلات الحديثة، و وسائل النقل السريعة التي تعمل على تحفيز الرغبة للانتقال و الحركة نحو المناطق التي تستأثر بأهميتها الاقتصادية بما فيها السياحية¹.

¹ هيثم ناعس، مرجع سبق ذكره، ص 614.

المبحث الرابع: أهم الخدمات و القطاعات الاقتصادية المكتملة للقطاع السياحي

بعد أن يقطع القطاع السياحي شوطا كبيرا في عملية التنمية الاقتصادية من خلال تطوير و توسيع البنية التحتية من طرف الدولة بتوفير شبكات النقل من سكك حديدية و طرق سريعة و عصرية و اتصالات و خدمات مصرفية و صحية و غيرها، و تشييد البنية الفوقية ببناء الفنادق و المطاعم و المقاهي التي يحتاج إليها السياح، و مختلف الوكالات السياحية، يبقى القطاع السياحي بحاجة إلى مجموعة من الخدمات التي يتميز بها و لا يمكنه الاستغناء عنها، و المتمثلة في خدمة الارشاد السياحي التي لا نجد لها في قطاع آخر، و أيضا حاجته الملحة إلى الإعلان للتأثير على السياح و جذبهم نحو منطقة سياحية معينة، كما لا يمكن انكار الدور الذي تلعبه السياحة الإلكترونية في تسهيل عملية الاطلاع على المناطق السياحية و المقارنة بين مختلف العروض المتوفرة، و أيضا تسهيل معاملات الحجز و الدفع و غيرها، بالإضافة إلى أهمية قطاع الحرف اليدوية و الصناعات التقليدية في تعزيز السياحة، و سنحاول من خلال هذا المبحث التطرق إلى مختلف هذه العناصر.

المطلب الأول: الارشاد السياحي

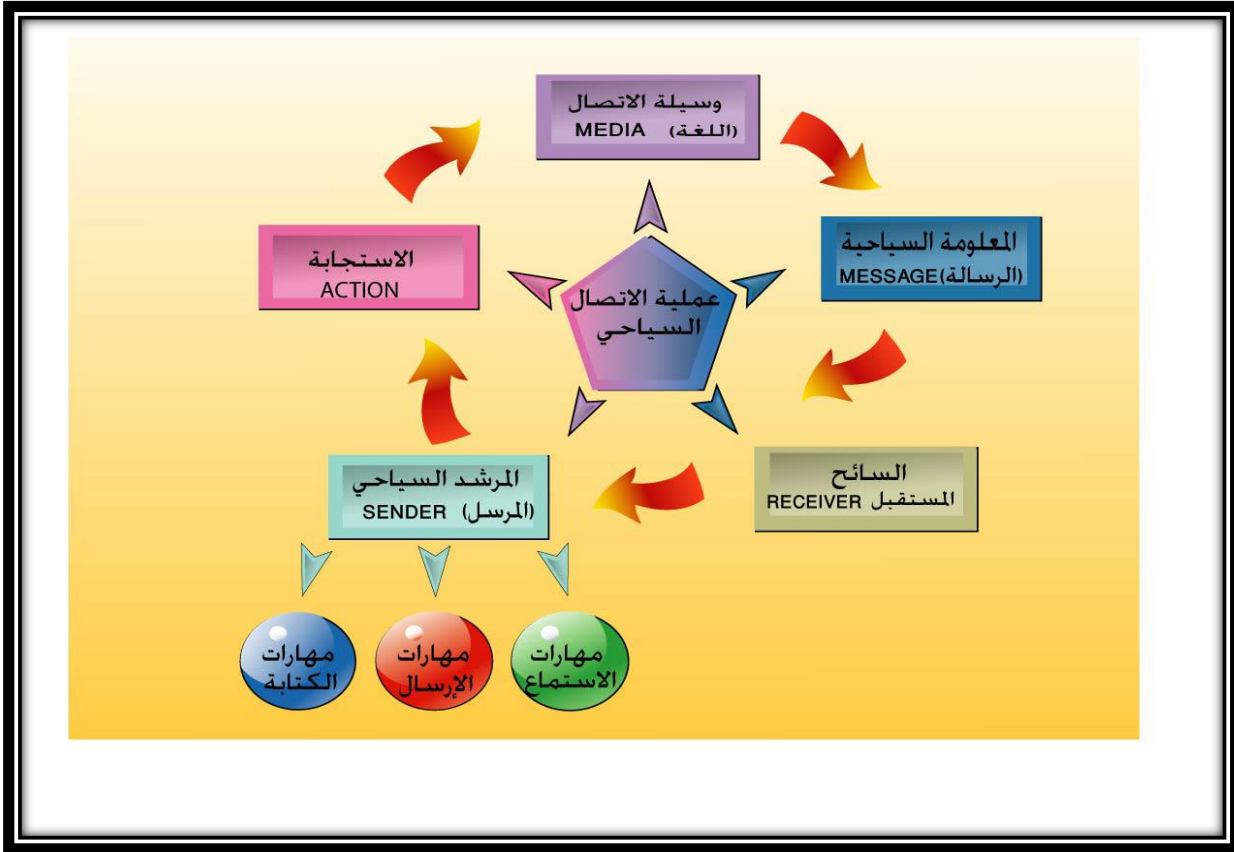
يعتبر الارشاد السياحي من الخدمات الداعمة للنشاط السياحي و المكتملة له، و التي تتطلب التفرغ الكامل من طرف الشخص الذي يزاول مهنة الارشاد، إلا أنه لا يجوز ممارسة هذه المهنة إلا بعد الحصول على ترخيص من وزارة السياحة و التقييد بجدول نقابة المرشدين السياحيين¹.

أولاً: تعريف المرشد السياحي

هو الشخص الذي يصطحب السائح أو مجموعة من السياح عدة أيام متتالية حسب البرنامج المعد للرحلة مقابل أجر، حيث يتولى عملية الارشاد و الشرح للسائح في أماكن الآثار و المتاحف و المعارض، كما يرد على استفسارات السائح حول المواقع السياحية، مما يتطلب من المرشد السياحي أن يكون ذو كفاءة علمية و فنية عالية و خبرة كافية من خلال الإلمام بالجوانب التاريخية، الجغرافية، الطبيعية، الحضارية، بالإضافة إلى إجادة اللغات الأجنبية المتعارف عليها عالميا مثل الإنجليزية و الفرنسية، فتنشأ بين المرشد السياحي و السائح علاقة تتم عن طريق الاتصال السياحي الذي يتمثل في تبادل الأفكار و المعلومات و الآراء بهدف التأثير أو الإقناع، و يمثل الشكل الموالي هذه العلاقة:

¹ محمد حسين منصور، مرجع سبق ذكره، ص 101.

شكل رقم (2-2): علاقة المرشد السياحي بالسائح



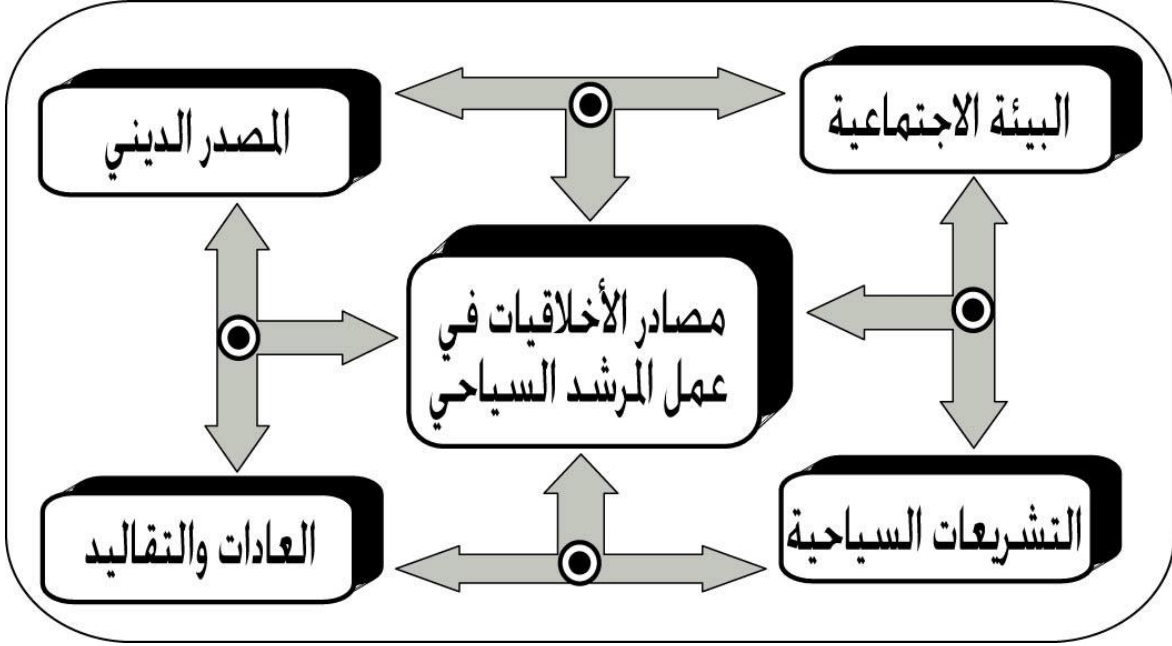
المصدر: ابراهيم خليل بظاظو، أحمد فرحان العمارة، مرجع سبق ذكره، ص 23.

من خلال الشكل نلاحظ أن المرشد السياحي يجب أن تكون لديه مهارات خاصة بالاستماع و الارسال و الكتابة كي يتمكن من الاستجابة لطلبات السياح و يتواصل معهم من خلال توفير المعلومات السياحية. و بما أن المرشد السياحي يلعب دورا كبيرا في تعريف السائحين بالمناطق الأثرية و الثقافية و إلقاء الضوء على جميع المقومات الطبيعية و البشرية التي تتوفر عليها البلاد، مما قد يدفع بالسياح إلى زيادة عدد الليالي السياحية أو تكرار الزيارة، لذلك تعمل شركات السياحة و الجهات المنظمة للرحلات على توفير هذه الخدمة بالاتفاق مع المرشدين المتخصصين للقيام بهذا الدور، كما يعد تأهيل المرشد السياحي عملا ضروريا حيث يتم ذلك على مستوى الكليات المتخصصة، التي تتولى تأهيل الأشخاص الذين تتوفر فيهم المهارة و الجاذبية بالإضافة إلى حسن المظهر و اللباقة في التعامل من أجل ترك الانطباع الجيد لدى السياح¹.

¹ فؤاد عبد المنعم البكري، مرجع سبق ذكره، ص ص 28، 29.

فأخلاقيات مهنة الإرشاد السياحي تحتم على الشخص الذي يزاولها أن يلتزم بمجموعة من المعايير السلوكية و التي يستخدمها المرشدون السياحيون كمرجع يوجههم نحو السلوك القويم أثناء أدائهم لوظائفهم، حتى يكونوا ناجحين في تعاملاتهم مع المجموعات السياحية، و حتى يتمكنوا من اكتساب ثقة كل من المكاتب و الوكالات السياحية و الفنادق و غيرهم، و الشكل الموالي يمثل مصادر أخلاقيات مهنة الإرشاد السياحي:

شكل رقم (2-3): مصادر أخلاقيات مهنة الإرشاد السياحي



المصدر: ابراهيم خليل بظاظو، أحمد فرحان العمارة، مرجع سبق ذكره، ص 33.

ثانيا: التزامات المرشد السياحي

يجب على المرشد السياحي أن يلتزم بما يلي¹:

- عدم المجادلة في الأمور السياسية أو الدينية بما يتعارض مع النظام العام و الآداب، كما لا يجوز له تناول المشروبات الكحولية أو مزاولة ألعاب القمار أثناء تأدية وظيفته.
- عدم مزاولة مهنة الارشاد خارج المنطقة المبينة بالترخيص إلا بإذن كتابي من وزارة السياحة بعد دفع الرسم المقرر.
- لا يجوز للمرشد السياحي مزاولة مهنة أخرى كالتجارة أو السمسرة و غيرها، كما يحظر عليه قبول أية عمولة أو مكافأة من السياح أو المحال العامة أو التجارية.
- على المرشد أن يراعي في سلوكه المهني مبادئ الشرف و الأمانة و النزاهة، و أن يقوم بجميع الواجبات التي يفرضها عليه القانون، و لائحة آداب المهنة و تقاليدها.

¹ محمد حسين منصور، مرجع سبق ذكره، ص ص 107، 108.

- بالإضافة إلى كل ما سبق يجب على المرشد السياحي أن يلتزم بالصدق في الإدلاء بالمعلومات عن الأماكن السياحية بحيث يلتزم بإعطاء معلومات صحيحة عن تاريخ و حضارة و تراث المنطقة المسؤول عنها، لأن السياح يثقون بما لدى المرشد من معلومات، فهو بالنسبة لهم منبع المعرفة التي تفيدهم في تنقلاتهم، كما يجب أن يلتزم بالعدل و المساواة في تعامله مع جميع السياح، فلا يفرق بين السياح المحليين و السياح الأجانب أو السياح الذين يدينون بديانات تختلف عن دينه.

المطلب الثاني: الإعلان السياحي

يرتبط القطاع السياحي بالإعلان بشكل أقوى و أوثق بالمقارنة مع القطاعات الأخرى حيث إن مستوى إدراك الفرد للمنتج السياحي يعد منخفضاً، لأنه يعتبر خدمة غير ملموسة تنتج و تستهلك في نفس الوقت، كما تحكمها عوامل كثيرة غير ملموسة مثل أساليب الترحيب بالضيف و كيفية استقباله، و لأنها غير ملموسة يصعب على مسوقها اختبارها تسويقياً بشكل مسبق، و عليه فإن الإعلان يسهم بشكل واضح في تعزيز الإدراك لدى الفرد كما يلعب دوراً أساسياً في نجاح و نمو السياحة، لذلك تعد السياحة من القطاعات الاقتصادية الأكثر تأثراً بالإعلان، فهو يهدف إلى توليد الرغبة لزيارة البلد السياحي لدى أكبر عدد ممكن من السياح عبر إبراز مقومات البلد السياحية بالأسلوب المناسب مع التركيز على دوافع الزيارة لدى السائح، كما يهدف الإعلان السياحي إلى إيضاح الصورة الواقعية للمناطق السياحية و إبراز المغريات من تسهيلات تقدم للسياح و إيواء مناسب و وسائل نقل مريحة، و يمكن تنفيذ الحملات الإعلانية المحلية و الخارجية بمواقيت مختلفة و ذلك بهدف التأثير على مواقع و آراء السياح، و تجدر الإشارة هنا إلى ضرورة اختيار المزيج الإعلاني الأكثر اقبال من طرف السياح المحتملين على المستوى المحلي و الدولي.

فعند وضع خطة إعلانية بهدف تنشيط السياحة يتم استخدام جميع وسائل الاتصال سواء كانت تقليدية أو حديثة، بحيث يتم رصد ميزانية كبيرة لهذا الغرض يشارك فيها الجهات الرسمية من وزارة السياحة و الشركات السياحية و الفنادق الكبرى إلى جانب بعض البنوك، حيث يتم الاتفاق مع إحدى وكالات الدعاية و الإعلان لكي تقوم بتنفيذ الخطة الإعلانية، و قد أتاح التطور التكنولوجي استخدام الكثير من المستحدثات في مجال الاتصال مثل الأنترنت و غيرها من الوسائل الحديثة التي يمكن استغلالها في المجال السياحي، و لكي تستخدم وسائل الإعلان بشكل فعال يجب إدراك قدرة تلك الوسائل الاتصالية من خلال تحديد نوع التأثير المرغوب فيه¹.

و تتمثل أهم الوسائل المستخدمة في الخطة الإعلانية فيما يلي:

¹ فؤاد عبد المنعم البكري، مرجع سبق ذكره، ص ص 86، 88.

أولاً: الوسائل المسموعة

و يتم الإعلان فيها من خلال الكلمة المسموعة في الإذاعات و المحاضرات و الندوات و الخطب، حيث تعد الكلمة المسموعة أقدم وسيلة استعملها الإنسان في الإعلان، و أهم ما يميزها هو طريقة أدائها، إذ يلعب الصوت دوراً بالغ الأهمية في التأثير على المتلقي، بما يحمل من خصوصيات في التنغيم و النبر و الجهر و الهمس كما تصحب الكلمة المسموعة أحيانا الموسيقى فتزيد طاقتها كبرى على الإيحاء و الوهم و التخيل، و تعمل على استثارة الحلم و إيقاظ المشاعر.

ثانياً: الوسائل السمعية البصرية

1- الإعلانات السياحية في التلفزيون: بالرغم من ارتفاع التكلفة المادية للإعلان التلفزيوني إلا أنه يعد من العناصر المهمة و الأساسية في أي حملة اتصالية، تحاطب فئات عريضة من الجمهور، و لا بد أن ينبثق الإعلان السياحي التلفزيوني من المقومات الفعلية بدون أي مبالغة، و أن تتجانس الخلفيات و الصور مع التقاليد و القيم الموجودة في المجتمع، لذلك لا بد أن تراعي الجهات السياحية اسناد تصميم و تنفيذ هذه الإعلانات إلى مؤسسات إعلانية محلية ملمة إماما كاملا بالمقومات السياحية و العادات و التقاليد المتعارف عليها، كما يجب عند تصميم و تحرير الرسالة الإعلانية التلفزيونية الأخذ بعين الاعتبار الخصائص الفنية التالية¹:

- الاستعانة بالصور المتحركة و الثابتة للمنتج السياحي لأنها تعد الوسيلة الأسرع لتعريف المشاهد بطبيعة المنتج بشكله الواقعي مما يضيف طابع المصادقية على الإعلان.
- النص الإعلاني المبتكر و هو الجملة أو الجمل التي ترافق المشهد الإعلاني، فقد يكون النص قصيرا بهدف سهولة تذكره لدى المشاهد، و قد يكون أكثر من نص بغرض شرح المشاهد المرافقة أو تقديم معلومات مختصرة عن المنتج السياحي، كما يمكن الاستشهاد بنصوص و أقوال سياح لديهم انطباع ايجابي عن المنتج أو الموقع السياحي.

و بالتالي فالإعلان التلفزيوني يعتمد على مادة إعلانية حية مما يجعله من أكثر وسائل الإعلان تأثيرا على المستهلكين².

2- الأفلام التسجيلية و البرامج التلفزيونية: غالبا ما تكون الأفلام المسجلة التي تبث عبر التلفزيون من إنتاج أجهزة السياحة الحكومية التي تسعى إلى زيادة النشاط السياحي في الدولة، لذلك يتصف الفيلم المسجل بعمومية تناوله للمنتج السياحي عكس الإعلان الذي يتناول منتج محدد، و هناك نوعية أخرى من الأفلام المسجلة التي تبثها بعض المنشآت السياحية و لكنها لا تأخذ طابع الجماهيرية مثل قيام بعض الفنادق و المراكز الترفيهية ببث أفلام عبر دوائرها التلفزيونية الداخلية عن مميزات الفندق و وسائل الراحة و الترفيه التي

¹ هباس بن رجاء الحربي، سعود السيف السهلي، الإعلام السياحي: مفاهيمه و تطبيقاته، الطبعة الأولى، دار أسامة، عمان، 2011 م، ص 59، 60.

² أحمد الطاهر عبد الرحيم، مرجع سبق ذكره، ص 97.

يوفرها، كما تتزايد أهمية البرامج التلفزيونية التي تتناول موضوعات السياحة مع انتشار العديد من القنوات الفضائية المتخصصة في المجال السياحي، و تعد هذه البرامج فرص كبيرة للتوسع في تناول مختلف المقومات السياحية، و أيضا التعريف بمقومات السياحة العلاجية و سياحة المؤتمرات و المعارض و غيرها، بالإضافة إلى تقديم مختلف المعلومات التي تساهم في تنمية الوعي السياحي لدى المشاهد¹.

ثالثا: الوسائل المكتوبة أو المطبوعة

1- الصحف: و هي من أهم الوسائل الإعلانية فاعلية في المنشآت السياحية لانتشارها الواسع و تنوعها وفق أشكال متعددة (يومية، أسبوعية، شهرية و متخصصة)، و لكونها أيضا تحظى باهتمام أكبر عدد ممكن من القراء، كما يمكن الحصول عليها من قبل جميع أفراد المجتمع بغض النظر عن إمكانياتهم المادية، و تتميز الصحف المطبوعة بميزة مهمة يمكن للقائم على الاتصال السياحي الاستفادة منها في معالجة الموضوعات السياحية الطويلة أو التي تكون بحاجة إلى تفاصيل كثيرة و موسعة، مما يجعلها أسهل وسائل الإعلان تنفيذا و نتيجة².

2- النشرات المطبوعة: هي وسيلة تستخدمها كافة المنشآت و الشركات السياحية على مدار السنة حيث تقوم بإرسالها إلى عملائها بصفة دائمة، و تصدر بأشكال مختلفة مزودة بالصور الملونة عن الدولة أو الوجهة السياحية، كما تحتوي على معلومات تهم السائحين، و تعتبر وسيلة جيدة لتلقي الاقتراحات و الرغبات³، تتميز بسهولة إصدارها مقارنة بالصحف و ذلك لصغر حجمها الذي غالبا ما يكون نصف حجم الجريدة العادية أو أقل، بالإضافة إلى انخفاض تكاليف إصدارها⁴.

3- مجلة المنشأة السياحية: تعد من الوسائل المكتوبة التي تحرص المنشآت السياحية على إصدارها سواء بصفة دورية أو غير دورية، خاصة في وقت الحملات السياحية، تحتوي على أهم الأحداث الجارية و الخطط المستقبلية التي يتم تنفيذها، و تعتبر وسيلة اتصال بين العاملين في المنشأة و الإدارة العليا لها، و بينهم و بين المجتمع الخارجي، حيث يجب أن يراعى في تحرير المجلة المقالات المشوقة و الأخبار السياحية الحديثة مع دقة التصميم و الإخراج، مع مراعاة انتظام صدورها و سرعة توزيعها في الوقت المناسب بدء بمسؤولي السياحة و شركات النقل و المحررون السياحيون و غيرهم⁵.

¹ هباس بن رجاء الحربي، سعود السيف السهلي، مرجع سبق ذكره، ص ص 61، 62.

² رعد العاني، مرجع سبق ذكره، ص 191.

³ فؤاد عبد المنعم البكري، مرجع سبق ذكره، ص 95.

⁴ هباس بن رجاء الحربي، سعود السيف السهلي، مرجع سبق ذكره، ص 78.

⁵ فؤاد عبد المنعم البكري، مرجع سبق ذكره، ص 95.

4- الملصقات: تعتبر من الوسائل الإعلانية الهامة تعتمد عليها الدول السياحية الكبرى مثل إسبانيا و إيطاليا بالرغم من تعدد و تنوع و سائل الإعلان السياحي و بالرغم من اختراع وسائل حديثة، لأنها رسالة مقروءة و معبرة عن المنتج السياحي، تأخذ شكل لافتة كبيرة سواء من الورق أو القماش أو الخشب أو المعدن، حيث تعلق في الأماكن العامة و الشوارع الرئيسية التي يتردد عليها الجمهور أو تعلق في المحطات و على مركبات النقل العام و كذلك على واجهة الأماكن السياحية، و بالتالي تكون على اتصال مستمر مع السائح لسهولة تكرارها و تعليقها بأحجام مختلفة¹.

رابعاً: الوسائل الحديثة

تتيح وسائل الاتصال في العصر الحديث خيارات جديدة و فعالة للتعريف بالسياحة نظراً لسهولة الوصول من خلالها إلى الأفراد في أي مكان و في أي وقت.

1- الهاتف (الثابت و المتحرك): يعد الهاتف من أهم الوسائل التي تتيح الاتصال المباشر مع الجمهور، و مع تطور تقنيات الهاتف النقال أو الجوال بشكل متسارع و ما يتيح من اتصال من خلال نقل الصوت و الصورة و خدمة الرسائل النصية، زادت أهميته في دعم الإعلان السياحي الذي قد تقوم به المنشأة السياحية عبر وسائل إعلان مختلفة²، حيث يستعمل الهاتف للاتصال المباشر بالعملاء المستهدفين سواء للتأكد من صحة المواعيد و الحجوزات أو الاتصال بهم في غرفهم في الأوقات المناسبة للتأكد من تلبية احتياجاتهم بصورة حسنة³، أو بغرض الحصول على الطلبات أو الاستماع إلى انشغالهم أو الإجابة على استفساراتهم فيما يخص نوعية الخدمات التي يرغبون فيها، و هو ما يسمح بالترويج للقطاع السياحي بشكل جيد بهدف إثارة اهتمام العملاء و جذب انتباههم، و قد أصبح الإعلان عبر الهاتف يحتل مكاناً هاماً بين الأدوات التي تستعمل في الإعلان السياحي، نظراً لسرعة وصول الرسالة الاتصالية للعميل، فضلاً عن توفير الوقت و الجهد.

2- الأنترنت: لقد كان من أبرز إفرات و نتائج الثورة المعلوماتية ظهور الإنترنت كتقنية عالية و راقية جعلت من العالم قرية صغيرة لإمكانية اتصال ملايين البشر من مشارق الأرض إلى مغاربها عبر شبكتها العالمية، و قد حققت هذه الاتصالات إنجازات و أهداف كثيرة في مجال التسويق السياحي و الفندقية، باعتمادها كأداة مناسبة لترويج الخدمات السياحية و الفندقية، نظراً لطبيعتها التي تعتمد في نجاحها على توفير المعلومات الكافية و القدرة على استقطاب السياح⁴، خاصة و أن هذه الوسيلة تعتبر اقتصادية في توفير المصاريف

¹ فؤاد عبد المنعم البكري، مرجع سبق ذكره، ص ص 90، 91.

² هباس بن رجاء الحربي، سعود السيف السهلي، مرجع سبق ذكره، ص 89.

³ يوسف أبو فارة، سمير أبو زنيد، مرجع سبق ذكره، ص 221.

⁴ نفس المرجع، ص ص 123، 124.

للمنشآت السياحية في سبيل الوصول إلى عدد كبير من الجمهور، كما تتميز بسهولة مقارنتها بالوسائل الأخرى و لا تحتاج إلى عدد كبير من الموظفين¹.

المطلب الثالث: السياحة الإلكترونية

إن التقدم في مجال تكنولوجيا المعلومات و الاتصال تؤدي إلى تقديم خدمات سياحية و فندقية مميزة للسياح، فهذه التكنولوجيا أصبحت تشكل عاملا هاما في تنمية القطاع السياحي، حيث أن توفر القنوات الإلكترونية للسائح تتيح له إمكانية الاطلاع على مختلف العروض في وقت قصير جدا و بسهولة تامة و بالتالي اختيار العرض المناسب، و يعتبر القطاع السياحي من بين القطاعات الاقتصادية الأكثر تقبلا لفكرة تبني التجارة الإلكترونية و تطبيقاتها، إذ يطلق على السياحة و تجسيدها في الشبكة العالمية " الأنترنت " بالسياحة الإلكترونية، حيث يضم القطاع السياحي العديد من الهياكل و الشركات التي تعتمد عليها مثل الفنادق و شركات الطيران و وكلاء السياحة و السفر، إضافة إلى ذلك السياح أنفسهم².

أولاً: تعريف السياحة الإلكترونية

يعتبر مفهوم السياحة الإلكترونية من المفاهيم الحديثة في علم السياحة الذي يتداخل و يرتبط ارتباطا وثيقا بمفهوم التجارة الإلكترونية، و الذي يتفاوت مفهومها من مفهوم ضيق يحصر التجارة الإلكترونية في عمليات تبادل السلع و الخدمات عن طريق وسيلة إلكترونية أو وسيط إلكتروني، إلى مفهوم واسع يشمل إنجاز مختلف أنواع الأعمال عن طريق الشبكة الدولية للمعلومات بما في ذلك التعاملات بين الشركات و المستهلكين أو بين الشركات بعضها بعضا على شبكة الأنترنت، و هذا التعريف يجعل التجارة الإلكترونية تتسع لتشمل أية معلومات أو خدمات تقدمها شركة لأخرى أو شركة لمستهلك عبر الأنترنت أو غيرها من وسائل الاتصال الإلكتروني، بدء من معلومات ما قبل الشراء و انتهاء بخدمات ما بعد البيع³.

فالسياحة الإلكترونية هي تلك الخدمات التي توفرها تكنولوجيا المعلومات و الاتصال بغرض الترويج للخدمات السياحية و الفندقية عبر مختلف الشبكات العالمية، و ذلك بالاعتماد على مبادئ و أسس التجارة

¹ هباس بن رجاء الحربي، سعود السيف السهلي، مرجع سبق ذكره، ص 85.

² زكريا أحمد محمد عزام، « أثر استخدام التجارة الإلكترونية كأداة تغيير على أداء صناعة وكلاء السياحة و السفر - حالة الأردن »، بحث مقدم للمشاركة في فعاليات الملتقى الدولي حول " الإبداع و التغيير التنظيمي في المنظمات الحديثة " المنعقد يومي 12 و 13 ماي 2010 م كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة البلدة، الجزائر، ص 3.

³ تفرورت محمد، « أهمية تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في تطوير الخدمات السياحية »، مداخلة مقدمة في إطار الملتقى الوطني حول " السياحة و التسويق السياحي في الجزائر - الإمكانيات و التحديات التنافسية "، المنعقد يومي 25 و 26 أكتوبر 2009 م، جامعة قلمة، الجزائر، ص 7.

الإلكترونية، لذلك فإن تكنولوجيا المعلومات و الاتصال تستخدم من طرف جميع هياكل القطاع السياحي¹، إلا أن النجاح في المستقبل يعتمد على مدى قدرة هذه الهياكل في التعرف على الأسواق المستهدفة، و الفرص المتوفرة للبقاء و النمو و الاستمرار من خلال التطبيق السليم للتكنولوجيا، حيث أن مجرد وجود موقع على الشبكة لا يعني النجاح، و إنما هو خطوة أولية ضرورية للدخول إلى عالم التجارة الإلكترونية على شبكة الأنترنت، فإذا ما تمت إدارة المعلومات بشكل سليم، فإن التكنولوجيا يمكن أن تساعد هذه الشركات على زيادة حصتها السوقية، و بالتالي الدخول إلى أسواق جديدة، مما يستدعي ضرورة تطوير الخدمات و ابتكار أخرى و الارتقاء بها من أجل المنافسة على جذب السياح².

ثانيا: دوافع استخدام السياحة الإلكترونية و أسباب تطورها

إن الاتجاه إلى تطبيق السياحة الإلكترونية و توسع استخدامها في القطاع السياحي يؤدي إلى خلق أنماط جديدة من المؤسسات و الهيئات الخاصة بتنشيط السياحة، و التي تعتمد في عملها على المواقع الإلكترونية على شبكة الأنترنت³، و تعود أهم أسباب تطور السياحة الإلكترونية إلى زيادة الثقة و الأمان في وسائل الدفع الإلكتروني المختلفة عبر الأنترنت، و إلى العروض الكثيرة و المختلفة من المنتوجات و الخدمات المتاحة على مدار الساعة، فهي عروض مرنة حسب رغبات المستهلك بحيث يستطيع هذا الأخير أن يختار الرحلة حسب ميوله و رغباته، من وسيلة السفر المناسبة له إلى درجة الفندق و أنواع المطاعم و غيرها⁴.

فعلى اعتبار أن المنتج السياحي ذو تكلفة مرتفعة إذا ما قورن بالمنتجات الأخرى المعروضة على شبكة الأنترنت، فإن السائح يحتاج إلى إجراء العديد من المقارنات بين المواقع السياحية المختلفة من حيث السعر و الخدمة المقدمة، و مما لاشك فيه أن شبكة الأنترنت أصبحت توفر له هذه الإمكانية على نطاق واسع جدا دون أن يحتاج إلى الانتقال من مكان إلى آخر⁵، مما يتيح الفرصة للمقارنة السريعة بين كافة العروض السياحية، كي يختار الرحلة الملائمة للسعر الذي يستطيع السائح أن يدفعه، و بما أن الرحلة ليست منتوجا ملموسا أصبحت صفحات الأنترنت بديل منطقي للإعلان و التسويق التقليدي السياحي الذي يستخدم الملصقات و المطويات الورقية⁶.

¹ بختي ابراهيم، شعوي محمود فوزي، « دور تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في تنمية قطاع السياحة و الفنادق »، مجلة الباحث، دورية علمية محكمة سنوية تنشر الأبحاث التطبيقية المتعلقة بالعلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، تصدر عن جامعة قاصدي مرباح - ورقلة - الجزائر، العدد 2009/07 - 2010، ص 276.

² زكريا أحمد محمد عزام، مرجع سبق ذكره، ص 3.

³ هاني نوال، مرجع سبق ذكره، ص 78.

⁴ بختي ابراهيم، شعوي محمود فوزي، مرجع سبق ذكره، ص 277.

⁵ زكريا أحمد محمد عزام، مرجع سبق ذكره، ص 24، 25.

⁶ بختي ابراهيم، شعوي محمود فوزي، مرجع سبق ذكره، ص 277.

فتنبع أهمية السياحة الإلكترونية من خلال المنافع الضخمة التي توفرها سواء لمقدمي الخدمات السياحية أو للسائحين أنفسهم، حيث تسهم في تجاوز كل الحواجز التقليدية في المعاملات السياحية النمطية، لأنها تجعل السائح يعيش تجربة السفر من خلال التجول في الأماكن التي يريد السفر إليها بعيدا عن عوامل أخرى يمكن أن تؤثر على اختياره¹، فالخدمات السياحية بمختلف أنواعها و المتصفة بالتباين، يصعب قياس جودتها إلا بعد التجربة، و لذلك تعد الأنترنت الوسط المناسب لها، فهي تقلل من حدة التباين عن طريق الزيارة التخيلية أو الافتراضية للخدمة السياحية بحيث تمكن الزائر من التعرف على المعالم و المناطق السياحية بكل سهولة و يسر، من خلال صورة تفاعلية مرئية تخيلية للموقع و الاطلاع على البيانات و المعلومات التفصيلية للمناطق السياحية المراد زيارتها².

و من ثم أصبح استخدام التكنولوجيا في المجال السياحي أحد العوامل التي تستند إليها المؤسسات في تدعيم المنافسة و التميز بالسوق، و بالتالي فإن قواعد المنافسة تفرض على المشروعات السياحية أهمية و ضرورة اللجوء إلى تقنيات المعلومات و الاتصالات في أعمالها حتى يمكنها الصمود في مواجهة المنافسين الذين يتكرونها أساليب متجددة لجذب العملاء، و من الآثار المترتبة عن استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال ظهور مؤسسات جديدة تخدم القطاع السياحي منها مؤسسات بنية الأنترنت، مؤسسات الاتصالات السلكية و اللاسلكية، مؤسسات الخدمة عبر الأنترنت، و تشمل أيضا مؤسسات الوساطة الإلكترونية التي تسعى إلى تسهيل عملية التواصل بين مؤسسات القطاع السياحي و السياح عن طريق الشبكة كالبوابات الإلكترونية و محركات البحث، و أيضا تشمل المؤسسات المالية و المصرفية عبر الأنترنت كالبانوك الإلكترونية التي من خلالها يمكن تسديد مستحقات خدمات الأنشطة السياحية كحجز تذاكر الطيران و الفنادق و تأجير السيارات و غيرها، و لا شك أن هاته الأخيرة سوف تساهم بشكل فعال في تنمية القطاع السياحي و تطويره³.

ثالثا: أهم تطبيقات السياحة الإلكترونية

يتم في العصر الراهن استخدام الأعمال الإلكترونية في مجال السفر و السياحة للحصول على تسهيلات أكثر فعالية للموردين و المستهلكين السياحيين، لذا أصبح بالإمكان تسمية أي نمط سياحي بأنه إلكتروني إذا ما تم استخدام التقنيات الحديثة في عرض منتجاته و تقديمها للسائحين على شبكة الأنترنت، و يشمل ذلك كافة العمليات السياحية من عرض البرامج و الرحلات السياحية و تنظيمها من خلال الأنترنت⁴، أو أنظمة حجز الفنادق و حجز تذاكر السفر.

¹ تقرورت محمد، مرجع سبق ذكره، ص 9، 10.

² بختي ابراهيم، شعوبي محمود فوزي، مرجع سبق ذكره، ص 280.

³ نفس المرجع، ص 279.

⁴ تقرورت محمد، مرجع سبق ذكره، ص 8.

و تجدر الإشارة هنا إلى أنه قد قامت منظمة السياحة العالمية بتبنيه الحكومات و الهيئات و المؤسسات إلى أهمية استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في القطاع السياحي، فأصبحت هذه الأخيرة اللبنة الأساسية للتنمية السياحية، و لم تعد خيارا بالنسبة للقائمين على القطاع، بل حتمية تفرضها الأوضاع الاقتصادية الراهنة لتطوير و تنمية القطاع السياحي، و لا يمكن بأي حال من الأحوال اعتبار السياحة الإلكترونية كمنافسة للسياحة التقليدية، بل هي مكملة و ضرورية من أجل تطوير القطاع السياحي¹.

المطلب الرابع: قطاع الصناعات التقليدية و الحرف اليدوية

لقد أصبح القطاع السياحي الذي يعتبر جزء من القطاع الثالث و هو قطاع الخدمات من القطاعات الانتاجية الهامة لكثير من الدول المتقدمة و النامية على حد سواء، و ذلك نظرا للأهمية الاقتصادية لهذا القطاع و ارتباطه المباشر و غير المباشر بالعديد من القطاعات الاقتصادية الأخرى، فالتوسع في إنشاء المشروعات السياحية أو تطوير المشروعات الحالية يؤدي إلى تحقيق درجة من التكامل الرأسي و الأفقي بين القطاعات الاقتصادية الأخرى و القطاع السياحي، من أجل مقابلة الزيادة في الحركة السياحية نشاطا و طلبا، بمعنى أن زيادة عدد المنشآت السياحية مع زيادة عدد السائحين يتبعه زيادة في الطلب على منتجات القطاع الزراعي و الصناعي و غيرها.

فعلى سبيل المثال فإن الفنادق و المطاعم و المقاهي تعتمد على مخرجات القطاع الزراعي من الحبوب و الفاكهة و المشايخ، كمدخلات رئيسية أو سلع وسيطة في تقديم خدماتها النهائية و المتمثلة في الوجبات الجاهزة، و هذا من شأنه أن يؤدي إلى دخول موردين جدد من أجل تزويد المنشآت السياحية بالمستلزمات أو توسع أنشطة و حجم الأعمال الخاصة بالموردين الحاليين، فالارتقاء بالسياحة يؤدي إلى الارتقاء بمختلف القطاعات الاقتصادية التي تساهم في دعمها، إلا أن هذا الدعم يختلف من حيث الكم و الكيف فهناك قطاعات تعتمد عليها السياحة بشكل كامل و هناك قطاعات يكون دعمها للقطاع السياحي محدود.

و يعتبر قطاع الصناعات التقليدية و الحرف اليدوية ركيزة حيوية للقطاع السياحي لأنها تلعب دورا مهما في تدعيمه و ترقيته، فالسائح يبحث دائما على أخذ منتج تذكاري يعكس ثقافة البلد المضيف له، فهو لن يعود إلى بلده دون اقتناء المنتجات التقليدية التي تعتبر كواجهة للبلد أو المنطقة السياحية التي زارها، و لأن الحضارات و المجتمعات يتم التعرف عليها من خلال ما تقدمه من منتجات مادية و معنوية² تمثل نتاجا

¹ بختي ابراهيم، شعوبي محمود فوزي، مرجع سبق ذكره، ص 280.

² علي صالح النجادة، « واقع الصناعات و الحرف التقليدية في دولة الكويت »، كلية التربية الأساسية، الهيئة العامة للتعليم التطبيقي و التدريب، الكويت، ص 26.

حضاريا لألاف السنين من التفاعل الحي بين المجتمعات و بيئتها الطبيعية¹، حيث تتميز هذه المنتجات التقليدية بما يلي²:

– **الانفرادية** التي تتضمن الأصالة و العراقة، مما يعني أن يكون لهذه المنتجات طابعها الانفرادي الذي يعبر بأصالة عن ثقافة و حضارة الصانع، و المكان و البلد الذي يعيش فيه، و من هنا فإن التفرد يحمي الصناعة التقليدية من التقليد أو بعبارة أخرى لا يمكن للسائح أن يجد تلك المنتجات التقليدية المتميزة بالانفرادية في أي بلد آخر غير بلدها الأصلي.

– **الاتقان اليدوي** حيث إن المنتج المتقن يدويا يختلف تماما عن المنتجات النمطية المتقنة آليا، فالإتقان اليدوي يحافظ على التراث الثقافي و منه تصبح السلعة جميلة و جذابة، و يظهر الإتقان في تشكيل السلعة بيد صانها و بدقة تعبيرها عن موضوعها بالألوان الطبيعية المشتقة من الخامات المحلية، كما يستلزم الإتقان أيضا التقيد الدقيق بالتصميمات و السمات الثقافية و الجمالية لكل عصر من العصور.

– **سهولة الحمل و التعبئة** ذلك أن المنتجات خفيفة الوزن و التي يمكن تغليفها و وضعها في عبوات صغيرة يستطيع السائح أن ينقلها معه بكل سهولة.

و بما أن القطاع السياحي يشكل سوقا للمنتجات التقليدية و الحرفية فلا يمكن إخفاء علاقة الترابط العضوي بين القطاع السياحي و قطاع الصناعات التقليدية و التي يمكن إبرازها من خلال الاستثمار في السياحة بوجه عام و انعكاس ذلك على المنتجات التقليدية من خلال التوسع في الطلب عليها، بحيث يكتسي دور الصناعة التقليدية في ترقية السياحة نفس الأهمية التي يحظى بها قطاع السياحة في تسويق المنتج التقليدي، مما يستدعي الأمر تحليل الدوافع النفسية للسائحين في الاهتمام بالصناعة التقليدية حيث تتسم هذه الدوافع بأنها مركبة و متشابكة، لأنها تعتمد على عدة عناصر نفسية ترتبط بدوافع السياحة و بجنسيات السائحين و مستوى معرفتهم، و مدى رغبتهم في التعرف على ثقافات أخرى باقتناء الأشياء المعبرة عنها، و يمكن حصر أهم الدوافع لاهتمام السياح بالصناعات التقليدية فيما يلي³:

– **دافع الاقتناء للذكرى**: و هو اقتناء بعض الأشياء التي ترتبط بالرحلة السياحية من أجل تذكرها فيما بعد، و هذا الدافع موجود لدى أغلبية السياح الدوليين، فالسائح الأجنبي يبحث عن تذكارات من البلد المضيف في شكل سلعة تمثل تراثا حضاريا لها.

– **دافع الاقتناء الثقافي و المعرفي**: و هذا يختلف عن سابقه في أنه موجود بصفة خاصة لدى السائحين الذين يستهدفون من السياحة في المقام الأول زيادة معرفتهم و ثقافتهم.

¹ جعيل جمال، إسماعيل زحوط، « الحرف و الصناعات التقليدية كفرص لترقية السياحة الداخلية في الجزائر »، بحث مقدم في إطار الملتقى الوطني حول " فرص و مخاطر السياحة الداخلية في الجزائر "، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر، ص 13.

² جلييلة حسن حسنين، دراسات في التنمية الاقتصادية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2006 م، ص ص 35، 36.

³ نفس المرجع، بتصرف، ص 37 – 40.

- **دافع الإهداء:** و هذا الدافع موجود لدى نسبة كبيرة من السائحين و الذي يرتبط بالصدقة و القرابة لكن يختلف في قوته بين النساء و الرجال حيث نجد أن النساء لديهم دافع كبير للإهداء، إلا أن هناك عوامل عديدة تؤثر في الإنفاق على شراء الهدايا للآخرين منها درجة الثراء و الدخل، و منها الأخلاق و المعتقدات.

- **دافع التفاخر:** هذا الدافع موجود بشكل خاص لدى السائحين الأثرياء الذين يقتنون قطعاً أثرية أو أشكالاً فنية تمثل الحضارة الخاصة بالبلد المضيف، و السائحون الذين يتحركون بهذا الدافع إما أن لديهم خبرة في مجال اهتمامهم أو أنهم يستعينون بخبراء مختصون في التحف و الصناعات التقليدية، و يرتبط هذا الدافع بالرغبة الملحة في تحقيق الذات و الاعتراف من الآخرين أي المكانة المظهرية.

و تجدر الإشارة هنا إلى أن تظاهرات الصناعة التقليدية تساهم في تنشيط القطاع السياحي، ففي إطار الاستراتيجيات الدولية المتعلقة بترقية السياحة و الصناعة التقليدية الرامية إلى الترويج للمنتوج التقليدي على الصعيدين الوطني و الدولي، تسعى الهيئات المختصة في ذلك إلى إيجاد قاعدة استهلاك وطنية و كذلك موقع للمنتوج التقليدي على مستوى الساحة الدولية يكون أكثر تلائماً مع التطورات العالمية في مجال السياحة، حيث يتجسد هذا السعي من خلال برمجة تظاهرات وطنية، و المشاركة في المعارض الحرفية الدولية نظراً لأهمية و فعالية مثل هذه الطرق في الترويج للمنتجات الحرفية¹، و من هذا المنطلق تساهم هذه التظاهرات في التعريف بالصناعات التقليدية مما يؤدي و بنسبة كبيرة إلى تفعيل و تنشيط الحركة السياحية إذ يتجلى هذا في الإقبال المتزايد للسياح على تلك التحف التذكارية، التي تكمل متعة الرحلة السياحية، و يتم عرض هذه المنتجات على مستوى منشآت بيع الناتج الإبداعي القومي، و التي يمتد أثرها إلى ما وراء فترة الرحلة، حيث تعتبر أنشطة تلك المنشآت من الأنشطة التصديرية التي تساهم في تحقيق دخل ملحوظ للدول السياحية و في توفير أرصدة مهمة من العملات الأجنبية و تنشيط الحركة السياحية في أماكن المزارات السياحية².

و بالتالي يمكن التأكيد على أن تكون الكثير من المنتجات الحرفية التقليدية التي تمتاز بطابعها الخاص، أداة جذب للسائحين و مصدراً تكميلياً لتنشيط القطاع السياحي و تنمية السياحة الداخلية و الخارجية³.

¹ علي صالح النجادة، مرجع سبق ذكره، ص 24.

² عبد السلام أبو قحف، مرجع سبق ذكره، ص 234.

³ جليل جمال، إسماعيل زحوط، مرجع سبق ذكره، ص 14.

خلاصة الفصل الثاني

نظرا لأهمية القطاع السياحي في اقتصاديات الدول و إدراكا منها لذلك فقد لقي هذا القطاع مزيدا من العناية و الاهتمام الواسع عند الكثير من الجهات سواء المنظمات الدولية التي أنشأت بهدف دعم السياحة و تحسين مستوى أداء القطاع السياحي خاصة المنظمة العالمية للسياحة، أو المسؤولين و المشرفين عن عمليات التنمية الاقتصادية و الاجتماعية، فلا جدال في أن هناك علاقة وثيقة بين تنمية القطاع السياحي و التنمية الاقتصادية بمفهومها العام.

فقد اهتمت البلدان السياحية بتطوير البنية التحتية و تحسين مستوى الخدمات الأساسية التي تتفاعل مع تنمية القطاع السياحي، كما قامت بتوفير الأسباب الإضافية للجذب السياحي من أجل تلبية احتياجات مختلف فئات السياح بهدف رفع عدد السياح الوافدين إليها، و مما لا شك فيه أن مستوى أداء القطاع السياحي يعتمد بشكل مباشر على زيادة الإنتاجية في القطاعات التي تتصل به و الخدمات التي تتفاعل معه، و التي منها مرافق النقل، و شبكات الاتصالات، و خدمات الكهرباء و المياه، و الخدمات الصحية و المصرفية و غيرها و حتى القطاعات المنتجة مثل القطاع الزراعي و الصناعي، و التي يقع على عاتق الدولة توفيرها حيث تلعب دورا مهما في تنشيط القطاع السياحي مع ضرورة التخطيط و التنسيق المستمر بين القطاعين العام و الخاص، فلا يكفي تطوير المواقع السياحية الحديثة إذا كان من المتعذر الوصول إليها أو كانت تفتقر للخدمات الأساسية.

أما بالنسبة للبنية الفوقية أو ما يعرف بالمنشآت السياحية أو هياكل القطاع السياحي، فإنها يجب أن تتوفر وفق تنوع و تعدد المقومات السياحية المتاحة في البلد، حيث يحتاج القطاع السياحي إلى إقامة العديد من المنشآت السياحية المتنوعة و في مختلف المناطق السياحية التي يرتادها السياح، خاصة وسائل الإقامة مثل الفنادق و القرى السياحية و غيرها، بالإضافة إلى مؤسسات تقدم الخدمات السياحية مثل المطاعم و المقاهي و الوكالات السياحية.

كما لا يمكن إغفال الدور الذي يلعبه الارشاد و الاعلان السياحي في دعم القطاع السياحي الذي هو أشد حاجة لهما مقارنة بالقطاعات الاقتصادية الأخرى، كما تعتبر التجارة الإلكترونية أحد الأساليب الحديثة التي يجب على المنظمات السياحية في الوقت الحاضر تبنيها من أجل إحداث تغيير في أداءها عالميا، فالقطاع السياحي هو من بين القطاعات الاقتصادية الأكثر تقبلا لفكرة تبني التجارة الإلكترونية و تطبيقاتها، من خلال ما يطلق عليه بالسياحة الإلكترونية، ناهيك عن أهمية قطاع الصناعات التقليدية و الحرف اليدوية في تعزيز و ترقية القطاع السياحي، إلا أن تجسيد كل ما سبق على أرض الواقع يظل مرهونا بتدفق الاستثمارات الكبيرة و مدى توفر مصادر التمويل و تعددها، حيث يحتاج القطاع السياحي إلى أموال ضخمة، و هذا ما سنحاول إدراكه في الفصول اللاحقة.

الفصل الثالث

آليات تمويل البنوك

الإسلامية للقطاع

السياحي مقارنة بالبنوك

التقليدية

تمهيد

نظرا لأهمية القطاع السياحي في تحقيق عملية التنمية الشاملة و المستدامة و تعدد الهياكل و المنشآت السياحية التابعة له، فإنه يجب تشجيع إقامتها و ترقية خدماتها بما يتناسب مع رغبات و حاجات السياح و يتوافق مع متطلباتهم، إلا أن تميز القطاع السياحي بالموسمية مقارنة بالقطاعات الاقتصادية الأخرى حيث يتعرض للتقلبات في حركة السياح، مما ينعكس على سياسات التمويل في المشاريع السياحية، إذ أن أهم العقبات التي تقف أمام المستثمرين في القطاع السياحي مرتبطة بكيفية الحصول على الأموال، و من أكبر المشاكل التي تواجهها المنشآت السياحية بصفة عامة هو الحصول على الموارد المالية اللازمة لنشاطها.

و من أجل ذلك تبذل كل المنشآت السياحية جهودا كبيرة للحصول على الأموال من مختلف المصادر المتاحة، حيث تأتي في مقدمتها البنوك التقليدية التي تفرض شروطا قد لا تلي الاحتياجات المالية لهذه المنشآت، كما أن عدم تمكنها من الحصول على التمويل اللازم يجعلها تلجأ إلى طرق و أساليب أخرى كبدائل لهذا المصدر الأساسي، بحيث يمكن أن يكون التمويل الإسلامي أفضلها أو بعبارة أخرى يمكن للبنوك الإسلامية أن تلعب دورا كبيرا في توفير السيولة النقدية للمشاريع السياحية.

و يأتي هذا الفصل كي يبين مدى قدرة و كفاءة البنوك الإسلامية في تمويل المشاريع السياحية في ظل مدى موافقتها لأحكام الشريعة الإسلامية، و في ظل طبيعة و خصوصية القطاع السياحي الذي يتميز بموسمية التشغيل من جهة و طول فترة إنجاز المشاريع السياحية و تحقيق الأرباح فضلا عن ضخامة المبالغ المالية اللازمة لإنشاء الهياكل السياحية الأساسية من جهة أخرى، حيث تم تقسيم هذا الفصل إلى أربعة مباحث نتناول فيها عرض العناصر التالية:

المبحث الأول: مصادر تمويل القطاع السياحي

المبحث الثاني: أساليب تمويل البنوك التقليدية للقطاع السياحي

المبحث الثالث: كفاءة البنوك الإسلامية في تمويل القطاع السياحي

المبحث الرابع: مؤهلات منافسة البنوك الإسلامية للبنوك التقليدية في تمويل القطاع السياحي و تنميته

المبحث الأول: مصادر تمويل القطاع السياحي

إن قضية تمويل القطاع السياحي و استثمار رأس المال في المشاريع السياحية المتعددة و المتنوعة، تعتبر من الأمور التي تلقى اهتماما كبيرا من طرف الدول و المؤسسات المالية على اختلاف أنواعها، كما أن محاولة حصول المنشآت السياحية (من فنادق و مطاعم و وكالات سياحية و غيرها) على أموال لآجال طويلة يتطلب منها بالضرورة أن تلجأ إلى أسواق المال، التي لها تأثير واضح على التكلفة و على مدى توفر الأموال مما ينعكس على قرار الاستثمار، فعندما يفكر أي مستثمر بإنشاء مشروع سياحي لا بد من البحث عن أنسب الطرق و أكثرها ملائمة للحصول على التمويل الذي يعتبر ضروريا في جميع مراحل دورة حياة المشروع السياحي، سواء كان الغرض من التمويل تغطية نفقات إنشاء المشروع السياحي أو تطويره أو مواجهة ظروف السوق السياحية المتقلبة أو تمويل خطط طويلة الأمد، أي أنه يجب الأخذ بعين الاعتبار ضرورة التوفيق بين القدرات الذاتية و العرض الخارجي من مختلف المصادر التمويلية، و هذا في ظل القيود المفروضة، و عليه سنحاول من خلال هذا المبحث التطرق إلى جميع المنافذ و المصادر المالية التي يمكن أن يستفيد منها القطاع السياحي في تمويل مختلف مشاريعه.

المطلب الأول: الموارد الذاتية

تحتاج كل منشأة أو مشروع سياحي إلى الأموال من أجل إنشائها أو تطويرها، حيث تعتمد في البداية على مصادر التمويل الخاصة التي تظهر الحاجة إليها بشكل ملح عند التأسيس، و يقصد بالأموال الخاصة رأس المال الذي يملكه صاحب المشروع أو مجموعة من المساهمين، لكن عادة ما تكون هذه الأموال غير كافية لذا يلجأ صاحب المؤسسة إلى العائلة و الأهل أو الأصدقاء، و سيتم التفصيل فيها كما يلي.

أولاً: المدخرات الذاتية

غالبا ما يلجأ أصحاب المنشآت السياحية إلى استثمار أموالهم المدخرة عند انشاء مشروعهم السياحي، حيث يفضلون هذا المصدر من الأموال لأنه يسمح لهم بحرية التصرف في إدارة المنشأة و الاستحواذ على صافي الربح إذا ما حققوا نجاحا في نشاطهم السياحي، و بالتالي تجنب اللجوء إلى المصادر الأخرى المملوءة بالمخاطر أو صعوبة الحصول عليها، لكن في حالة عدم كفاية المدخرات الذاتية خاصة عند محاولة التوسع في النشاط، يجعل المستثمر السياحي يلجأ إلى مصدر آخر يتمثل في موارد الأهل أو الأقارب أو الأصدقاء.

ثانيا: الموارد العائلية

حل مشكلة التمويل لدى المستثمر السياحي فإنه قد يلجأ إلى أهله أو أقاربه أو أصدقائه الذين يوفر لهم الأموال التي يحتاجها من أجل إنشاء مشروعه السياحي، و ذلك لما يتميز به هذا المصدر من البساطة و السهولة في الحصول على الأموال، و هنا يتوجب عدم الخلط بين العلاقات المالية و العلاقات العائلية، إذا كان الهدف هو الحصول على نتائج جيدة .

إلا أنه عادة ما تظهر بعض المشاكل في المعاملات المالية بين أفراد العائلة الواحدة أو بين الأقارب أو بين الأصدقاء، خاصة تلك المشاكل المرتبطة بكيفية تسديد هذه الأموال و إعادتها لهم، فإذا ما حقق صاحب المشروع السياحي خسائرا بدلا من الأرباح المتوقعة من المشروع السياحي، فإن ذلك سيجعل أصحاب الأموال يسعون إلى استردادها، مما يؤدي إلى ضرورة تدخلهم في شؤون المنشأة السياحية، و قد يفرضون قراراتهم على مالكيها و التي من المحتمل أن تكون غير صائبة خاصة إذا كانت لا تتوافر لديهم الخبرة الكافية لذلك، ما قد يشكل عبئا حقيقيا على المشروع مما يجعله يتحمل تكلفة ضمنية للتمويل، و بالتالي فإنها ستؤدي حتما إلى فشل المشروع السياحي و التأثير على نجاحه.

ثالثا: الأرباح المحتجزة

يعتبر رصيد النتيجة المحققة من قبل المنشآت السياحية خلال دورة مالية ما جزء من التمويل الذاتي للمنشأة¹، ذلك أن الأرباح المحتجزة تعد من بين أهم المصادر التمويلية الذاتية المتاحة أمام أي مؤسسة، نظرا لسهولة استعمالها في تمويل الحاجات الاستثمارية أو تمويل عمليات النمو و التوسع في المستقبل، حيث تدخل في إطار حقوق الملكية التي لا تتطلب معاملات معقدة و لا ضمانات، و بالتالي تخفف من عبئ و تكاليف مصادر التمويل الأخرى، لكنها محكومة بسياسة تفرض ضرورة تحديد معالمها، و هذا من خلال المفاضلة بين توزيع الأرباح و احتجازها، فالتوسع مرغوب فيه لكن توزيع الأرباح مرغوب فيه أيضا مما يعني أن الهدفان متناقضان، لذا تعد سياسة توزيعات الأرباح ذات أهمية بالغة و من القرارات الإستراتيجية التي تتخذها المؤسسة كونها تواجه رغبات المستثمرين من جهة و حاجاتها التمويلية من جهة أخرى، و عليه هناك العديد من العوامل المحددة لقرار توزيع الأرباح أو احتجازها و التي يجب أخذها بعين الاعتبار عند وضع السياسة الملائمة، بحيث يختلف أثر كل عامل منها باختلاف ظروف المنشأة، و يمكن إيجاز أهم هذه العوامل فيما يلي:

¹ محمد زرقون، « أثر الاكتتاب العام على سياسات توزيع الأرباح في المؤسسات الاقتصادية المسعرة في البورصة - دراسة تحليلية مقارنة لمؤسسة تسيير فندق الأوراسي الجزائري -»، مجلة الباحث، دورية علمية محكمة سنوية تنشر الأبحاث التطبيقية المتعلقة بالعلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، تصدر عن جامعة قاصدي مرباح - ورقلة -، الجزائر، العدد 2010/08، ص 85.

1- السيطرة: نجد أن بعض المنشآت تتوسع فقط بالاعتماد على مصادر التمويل الذاتي إذ تدافع عن اتباعها لمثل هذه السياسة، على أساس أن الحصول على الأموال عن طريق إصدار المزيد من الأسهم العادية لتمويل مخططاتها الاستثمارية و المستقبلية سيضعف من سيطرة المساهمين الحاليين في المنشأة، و لهذا فإن معظم المنشآت السياحية ترى بأن أسلوب التمويل المناسب هو الاعتماد على الأرباح المحتجزة، أي أن نسبة الأرباح الموزعة يجب أن تكون قليلة¹.

2- الاحتياجات التمويلية و تمويل التوسع و النمو: يعتبر تحديد الاحتياجات المالية للمنشأة السياحية أهم عامل لتحديد قرار توزيع الأرباح، حيث يتم الاعتماد على الميزانية التقديرية في تحديد الموقف المالي للمنشأة، كما يتوقف توزيع الأرباح أو حجزها على مدى الرغبة في التوسع و النمو، و في الغالب تفضل المشاريع السياحية الجديدة الاعتماد على الأرباح المحتجزة لمواجهة التوسع و النمو، و تستمر في تلك السياسة حتى تصل إلى مرحلة النضج ثم تبدأ بتوزيع الأرباح بدلا من احتجازها.

3- الحاجة لتسديد الديون: عندما تقتض المؤسسة من أجل تمويل نشاطها فإنها ستكون ملزمة بتسديد مبالغ هذه القروض و فوائدها بتاريخ الاستحقاق، و بالتالي فإن هذه القروض خاصة عندما تكون طويلة الأجل قد تضع قيودا على توزيع الأرباح النقدية عادة ما تكون من أجل حماية المقرضين، و هنا يكون على المدير المالي أن ينظر إلى الأرباح المحققة ليس فقط على أنها مورد جديد يمكن استعماله في تمويل التوسع، و إنما كوسيلة لتسديد القروض، و بالتالي فإن المنشأة ستميل إلى احتجاز أرباحها بدلا من توزيعها إلى غاية تسديد ديونها.

4- وضع السيولة النقدية: يعتبر الشرط الأساسي لإجراء التوزيعات النقدية هو توفر السيولة الكافية لتغطيتها، فالحكم على مقدرة المنشأة على إجراء توزيعات نقدية للمساهمين لا يتوقف على مجرد تحقيقها للأرباح، إذ يمكن أن تكون المنشأة ذات ربحية عالية إلا أنها لا تملك السيولة اللازمة لتوزيع الأرباح النقدية خاصة إذا كانت تعتمد على البيع الأجل أو تستخدم السيولة لسداد القروض أو التوسع، فلا يكون من الحكمة توزيع الأرباح في هذه الحالة²، و عليه يجب على المحلل المالي أن يقوم بتحديد وضع السيولة في المنشأة السياحية مع تحديد حاجاتها المستقبلية من السيولة، ثم يقرر بعدها حجم الأرباح التي يتم احتجازها و الجزء من الأرباح الذي يوزعه على المساهمين.

5- معدل الأرباح و مدى استقرارها: إن معرفة حجم الأرباح و اتجاهها في المستقبل يلعب دورا كبيرا في التأثير على سياسة توزيع الأرباح، و من الملاحظ أن ثبات معدل ربح المنشأة نسبيا يشجع على توزيع نسبة مرتفعة من الأرباح لأنها تستطيع التنبؤ بأرباحها المستقبلية، أما إذا كان معدل الربح غير مستقر فلا يمكن

¹ هاشم حسن حسين، « العوامل المؤثرة على سياسة توزيع الأرباح في الشركات المساهمة »، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، مجلة علمية رصينة محكمة نصف سنوية متخصصة في مجال نشر البحوث و الدراسات الاقتصادية، العراق، العدد 17، أيار 2008 م، ص 217.

² نفس المرجع، ص 219.

التنبؤ به، مما يحتم على المنشأة أن تحتفظ بجزء كبير من أرباحها الحالية من أجل الاحتفاظ بمستوى معين للتوزيع في حالة انخفاض الأرباح¹، أي أن الشركات التي تتميز بعدم الاستقرار في أرباحها لا تميل إلى توزيع أرباحها بشكل كبير، لكون عدم الاستقرار في الأرباح قد يعرضها إلى عدم القدرة على مواجهة التزاماتها في المستقبل.

و تجدر الإشارة هنا إلى أنه بما أن الأرباح المحتجزة مرتبطة بتحقيق المؤسسة للأرباح من خلال ممارسة نشاطها، فما يعاب على هذا المصدر التمويلي أنه قد لا تتوفر الأرباح المحتجزة أمام المنشأة السياحية في بداية حياتها خاصة و أن أرباح القطاع السياحي لا تأتي بمجرد الانتهاء من إقامة المشاريع المتعلقة به، و إنما تبقى فترة طويلة بعد الإنشاء حتى تبدأ بتحقيق الأرباح، كما أنه لا يمكن للمنشأة السياحية أن تستخدم الأرباح المحتجزة بشكل متكرر، مما يفرض عليها الانتظار لعدة سنوات حتى تكثر الأرباح المحتجزة، الأمر الذي يجعلها تتوجه نحو مصادر تمويلية أخرى.

المطلب الثاني: التمويل الحكومي و التمويل الخاص

إن الاستثمار في القطاع السياحي عائد ليس بالسرير و يحتاج إلى مستوى من التشغيل و عمالة مدربة لذلك فإنه يجب على الدول السياحية اتخاذ الإجراءات اللازمة لتشجيع جذب رؤوس الأموال المحلية و الأجنبية، كتخصيص الأراضي أو منح حق الانتفاع بمبلغ رمزي أو تسهيل الحصول على القروض بشروط ميسرة، و إقامة بنية تحتية و خدمة تدعم القطاع السياحي و المشروعات التابعة له، أو تقديم إعفاءات ضريبية تمتد إلى عشر سنوات، فكل هذه التسهيلات من شأنها أن تعمل على جذب الاستثمارات المحلية و الأجنبية في مجال السياحة، لاسيما في الدول النامية نظرا لما تعانيه من نقص ذاتي في رؤوس الأموال²، و بما أن مصادر التمويل الذاتية لن تكون كافية لتغطية المتطلبات المالية للمنشأة السياحية، فإن الأمر يستدعي البحث عن إمكانيات التمويل من المصادر الحكومية أو القطاع الخاص و ذلك وفقا لما يلي:

أولاً: التمويل الحكومي

من أجل تشجيع رأس المال في القطاع السياحي يجب على كل دولة أن تقدم ضمانات و مساعدات و تسهيلات، لكن يشترط أن تتقيد المشاريع السياحية بالخطة السياحية العامة التي تضعها الدولة، و التي من شأنها أن تحافظ على تطور و نمو السياحة، و أيضا المحافظة على رأس المال من المخاطر التي يمكن أن يتعرض لها إذا ما خرج عن المخطط السياحي المدروس على أساس الطلب و السوق السياحي³، إلا أن مقدار المساعدات المالية الممنوحة للمشاريع السياحية من طرف الحكومة تتحدد وفقا للأهمية الاقتصادية للقطاع

¹ هاشم حسن حسين، مرجع سبق ذكره، ص 219.

² يسرى دعيس، مرجع سبق ذكره، ص ص 542، 543.

³ حسن الحسن، مرجع سبق ذكره، ص 42.

السياحي في هذه الدولة من جهة، ووفقاً للأهمية النسبية للقطاع السياحي مقارنة بالقطاعات الانتاجية الأخرى من جهة أخرى¹، و يأخذ التمويل الحكومي عدة أشكال سنتناولها بالتفصيل:

1- تمويل مشاريع البنية التحتية: إن استثمارات القطاع العام تسعى دائماً إلى تحقيق الأهداف القومية أو ما يسمى بالمصلحة العامة، و بالتالي ارتفاع معدل النمو و التشغيل مما يؤدي إلى ارتفاع مستوى المعيشة و تحفيز الاستثمار الخاص، مما يعني أن المشروعات العامة في كثير من الأحيان قد لا تهدف إلى تحقيق الأرباح للدولة، لكنها تستهدف جذب الاستثمارات الخاصة مع تأكيد فرص الربح لها سواء في مجالات معينة أو أماكن معينة، فمثلاً رصف الطرقات و إقامة الموانئ و المطارات يعمل على توفير فرص نجاح أكبر للمشاريع السياحية تعود بالنفع على المستثمرين²، حيث تقوم الدولة بتمويل مشاريع البنية التحتية -و التي غالباً ما تكون مكلفة جداً- من خلال الإيرادات العامة التي تشتمل على الضرائب بمختلف أنواعها و الرسوم، و حتى القروض العامة في حالة عدم تغطية الإيرادات العادية للنفقات العامة الاستثمارية.

2- المنح و الإعانات الحكومية المدفوعة للمشاريع السياحية: تقدم الدولة أو الحكومة دعم مالي لبعض المشاريع السياحية بغض النظر عن ملكيتها فيما إذا كانت خاصة، عامة أو مختلطة على اعتبار أن هذا القطاع واجهة حضارية و إعلامية، و على تماس مباشر مع الأجانب حيث تعكس واقع التطور الحضاري و التنموي الموجود في الدولة³، فبحسب خطة كل دولة في مجال القطاع السياحي و حاجتها، يمكن أن تمنح مبالغ معينة من أجل مساعدة المستثمرين على إقامة مشروعات سياحية جديدة تعود بالنفع الأکید على الاقتصاد القومي، شرط أن توافق الدولة على المشروع السياحي الذي يجب أن يكون ضمن مخططها السياحي و العام، حيث تتراوح هذه المنح المالية عادة ما بين 10 و 25 % من التكاليف الإجمالية للمشروع، كما يمكن للدولة بدلا من تقديم منح نقدية للمستثمر، أن تقدم له منحا عينية مثل توفير قطعة أرض بسعر منخفض أو بإيجار رمزي أو بدون مقابل⁴.

مما يعني أن هناك دعماً ضمناً للمشروعات السياحية⁵ حيث تساهم المنح الحكومية في التخفيض من تكلفة إنشاء المشروع السياحي بشكل غير مباشر، و ذلك من خلال تخفيض تكاليف الاستثمار بتخصيص أراضي مجانية أو بأسعار تشجيعية على مستوى أقاليم الدولة، التي تقوم بتوفير فرص سياحية جديدة خاصة في مجال إنشاء فنادق و قرى سياحية تتلاءم مع حاجات الشرائح الاجتماعية، كما تعمل على تهيئة التصاميم الأساسية لبعض المواقع السياحية، حيث تعلن عن رغبتها بمشاركة القطاع الخاص في تنفيذها أو تحفزه بطرق

¹ موفق عدنان عبد الجبار الحميري، أساسيات التمويل و الاستثمار في صناعة السياحة، الطبعة الأولى، الوراق، الأردن، 2010 م، ص 66.

² محمد البناء، اقتصاديات السياحة و الفنادق، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2009 م، ص 168.

³ مثنى طه الحوري، اسماعيل محمد علي الدباغ، مرجع سبق ذكره، ص 112.

⁴ حسن الحسن، مرجع سبق ذكره، ص 42.

⁵ محمد البناء، مرجع سبق ذكره، ص 174.

مختلفة مثل عدم استيفاء سعر الأرض التي سيقام عليها الفندق السياحي أو بيع تلك الأراضي بأسعار تقل كثيرا عن سعرها الحقيقي¹.

3- الإعفاءات الضريبية: بهدف تشجيع الاستثمارات السياحية تعتمد الدول السياحية أحيانا إلى الإعفاء من دفع الضرائب على مستلزمات بناء و إنشاء و تشغيل المشاريع السياحية، خاصة الإعفاء من الرسوم الجمركية التي تدفع على المواد و الأجهزة المستوردة لخدمة القطاع السياحي، أو تلجأ إلى الإعفاء من ضرائب الدخل و الضرائب على الأرباح التجارية، و قد جرت العادة أن يكون هذا الإعفاء كاملا خلال الخمس سنوات الأولى من عمر المشروع، ثم جزئيا لمدة تتراوح بين عشرة و خمسة عشرة سنة، و هناك دول سياحية تمنح للمنشآت السياحية إعفاءات ضريبية أو تخفيضات معينة بالنسبة لأسعار المياه و الكهرباء و الهاتف²، حيث تساهم هذه الإعفاءات في تخفيض تكاليف التشغيل للمشروع السياحي.

4- تسهيلات مختلفة: تتمثل أهمها في ما يلي³:

- توفير المعلومات اللازمة عن الأقاليم الاقتصادية و السياسية و مستقبل الإقليم السياحي من خلال إبراز أهم مقومات الجذب السياحي الموجودة في الدولة، حيث توفر أنظمة المعلومات الجغرافية و المساحات الميدانية الحكومية المعلومات الأساسية التي تعمل على تحفيز القطاع الخاص للاستثمار في المشاريع السياحية داخل الإقليم.

- توفير ضمانات الاستثمار التي تهدف إلى تأمين حقوق المستثمرين الأجانب و ذلك عن طريق ضمان حق استرداد رأس المال و الأرباح المحققة و السماح بتحويلها إلى الخارج بالعملة التي وردت بها، و بالتالي تشجيع المستثمر الأجنبي على إعادة استثمار أرباحه في مشاريع سياحية أخرى.

- التأثير في سعر الصرف الذي يلعب دورا كبيرا في جذب السياح نحو منطقة سياحية معينة أو استبعادهم عنها.

- القيام بالحملات التسويقية و الترويجية من خلال المشاركة في المعارض السياحية المحلية و الدولية، و إصدار المطويات و الخرائط السياحية، و السعي نحو انتشار الثقافة السياحية.

- بالإضافة إلى ما تنفقه الحكومة على التعليم و التدريب في مجال السياحة و الفنادق سواء في مراحل التعليم الثانوي أو التعليم العالي أو الدراسات العليا، و هو ما يمثل دعما مباشرا للقطاع السياحي من خلال توفير الكوادر البشرية المؤهلة للعمل، و تميزها بالكفاءة الفنية العالية لضمان مستوى ممتاز من الخدمات السياحية حيث تعود بالنفع على المستثمرين أنفسهم مما يرفع من احتمالات نجاح المشروعات السياحية⁴.

¹ موفق عدنان عبد الجبار الحميري، مرجع سبق ذكره، ص 69.

² حسن الحسن، مرجع سبق ذكره، ص 43.

³ موفق عدنان عبد الجبار الحميري، مرجع سبق ذكره، ص ص 69، 70.

⁴ محمد البناء، مرجع سبق ذكره، ص 175.

5- التمويل التطوعي: يعتبر العمل التطوعي و الحملات التي تقوم بها بعض المؤسسات و النقابات لتنظيف و حماية البيئة الطبيعية من التلوث شكل من أشكال مصادر التمويل غير المباشر في القطاع السياحي¹، كما أن العمل التطوعي و حجم الانخراط فيه يعد رمزا من رموز تقدم الأمم و ازدهارها، حيث إن الانخراط في العمل التطوعي أصبح من متطلبات الحياة المعاصرة و في كافة المجالات خاصة القطاع السياحي، فالتغيرات الاجتماعية و الاقتصادية و الأمنية تفرض أوضاعا و ظروفًا جديدة، تقف الحكومات أحيانا عاجزة عن مجاراتها، مما يستدعي تضافر كافة جهود المجتمع الحكومية و الشعبية لمواجهة هذا الواقع، و من هنا يأتي دور العمل التطوعي الفاعل و المؤازر للجهود الرسمية من خلال تكميل العمل الحكومي و تدعيمه لصالح المجتمع عن طريق رفع مستوى الخدمات السياحية أو توسيعها².

6- القروض السياحية: تقوم بعض الدول بمنح قروض طويلة الأجل للمستثمرين في المشاريع السياحية التي ترى بأنها ذات منفعة سياحية هامة، و ذلك بفوائد زهيدة تكون أقل بكثير من سعر الفائدة العام³، حيث تضع الحكومة تحت تصرف تلك المشروعات، القروض المطلوبة بما يغطي على الأقل 65 إلى 70 % من التكاليف الإجمالية للمشروع، على أن يتم التسديد خلال آجال طويلة تتراوح بين 20 و 30 سنة، و غالبا ما يكون امداد الشركات أو الأفراد القائمين على هذه المشروعات السياحية عن طريق صندوق خاص تموله الدولة و تقوم بالإشراف عليه، و قد يكون مصدر تمويل هذا الصندوق القروض الدولية التي تقوم الحكومة بضمان سدادها، بحيث لا تشكل عبئا على الدولة لأن سدادها سيكون من خلال العائد المتأتي من المشاريع السياحية⁴.

ثانيا: الشراكة و التنسيق بين القطاعين العام و الخاص في تمويل القطاع السياحي

يعتبر النشاط السياحي دائما ضمن النشاط الخاص و عليه فإن عملية تطوير القطاع السياحي و تنميته تعتمد في أغلب الأحيان على الحكومة أو بالشراكة و التنسيق المستمر بين الحكومة و رجال الأعمال، سواء لتمويل المشاريع السياحية مباشرة أو تمويل البنية التحتية اللازمة لدعم القطاع السياحي و تنمية السياحة في الدولة، حيث إن الاستثمار في القطاع السياحي يتطلب رؤوس أموال كبيرة و خبرات فنية عالية يجب أن يشترك في توظيفها القطاع العام و الخاص.

فالشراكة آلية متاحة أمام الحكومات لتحسين مستوى الأداء و الكفاءة الاقتصادية بحيث تعني أوجه الانخراط بين القطاع العام و الخاص من أجل تحقيق الأهداف الاقتصادية و الاجتماعية للمجتمع، باعتبار أن

¹ موفق عدنان عبد الجبار الحميري، مرجع سبق ذكره، ص 69.

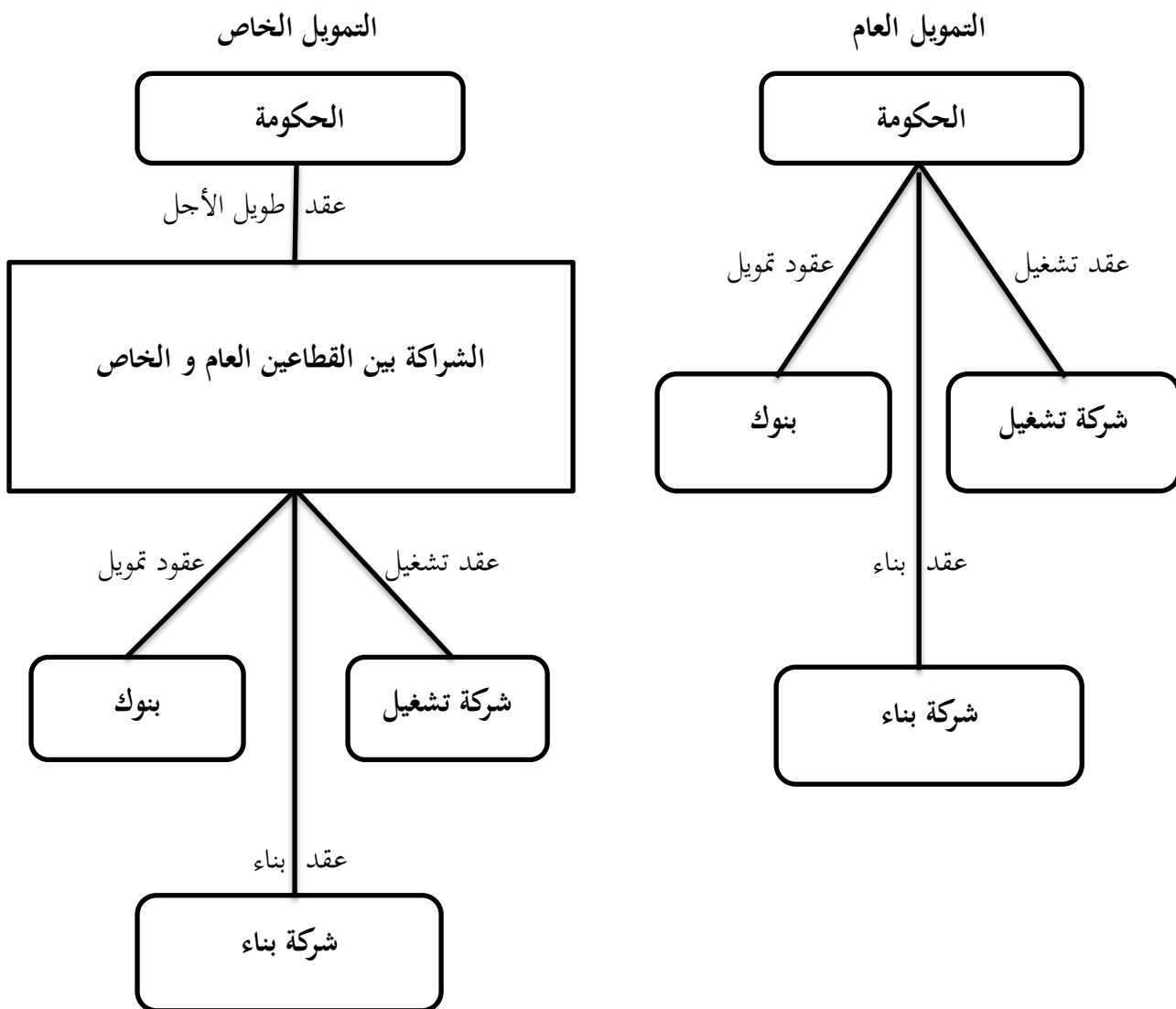
² حميد بن خليل الشايجي، « العمل التطوعي أهميته، معوقاته و عوامل نجاحه »، الموقع الإلكتروني: <https://ae.linkedin.com/pulse>، تاريخ الاطلاع: 2017/08/21 م.

³ حسن الحسن، مرجع سبق ذكره، ص ص 42، 43.

⁴ صلاح الدين عبد الوهاب، مرجع سبق ذكره، ص 49.

القطاعين يمثلان دعامتين أساسيتين للاقتصاد الوطني على أساس التنافس و التكامل، و يختلف مفهوم الشراكة باختلاف القطاعات المعنية بالتعاون و كذلك لارتباطه بخصوصيات كل تجربة على حدة، و عليه يمكن تعريف الشراكة في مجال السياحة على أنها اتفاق وفق عقد بين القطاع العام و القطاع الخاص، تحدد فيه الأهداف و شكل و نسب المساهمة بينهما من أجل تمويل المشاريع السياحية المتفق عليها بمختلف مواد الإنشاء و التجهيزات، بالإضافة إلى إدارتها و صيانتها طوال مدة العقد¹، و يمثل الشكل الموالي مقارنة بين التمويل العام و التمويل الخاص لمشروع سياحي ما:

شكل رقم (3-1): مقارنة بين التمويل العام و التمويل الخاص



المصدر: برناردين أكيتوي، ريتشارد همينغ، وغيرد شوارتز، مرجع سبق ذكره، ص 9.

¹ السعيد دراجي، « عقود الشراكة بين القطاعين العام و الخاص آلية فعالة لتمويل التنمية المحلية »، مجلة العلوم الإنسانية، مجلة علمية نصف سنوية تصدر عن جامعة قسنطينة 1، مجلد ب، ص.ص.، العدد 41، جوان 2014 م، ص 310.

حيث تتخذ عقود الشراكة بين القطاع العام و الخاص في إقامة مشاريع البنية الأساسية و تمويل المشروعات السياحية عدة أنواع يمكن تلخيصها في الجدول التالي:

جدول رقم (3-1): أنواع الشراكة بين القطاع العام و الخاص

نوع الشراكة	ملكية الأصول	المسؤولية في الاستثمار (رأس المال)	المخاطر التجارية
عقود البناء و التشغيل و نقل الملكية -BOT-	عام و خاص	خاص	خاص
عقود الخدمات	عام	عام	عام
عقود التسيير أو الإدارة	عام	عام	عام
عقود الإيجار	عام	عام	عام و خاص
عقود الامتياز	عام	خاص	خاص

المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على السعيد دراجي، مرجع سبق ذكره، ص 312-314 و « تمويل مرافق البنية التحتية » من الموقع الإلكتروني faculty.ksu.edu.sa/mayouf/PL262/7th%20Lecture.pdf، ص 10.

و يبقى مفهوم الشراكة بين القطاعين العام و الخاص مرتبط بعدة أبعاد اقتصادية و اجتماعية و قانونية و إدارية و تنظيمية و تعاونية¹، إذ أن الشراكة جيدة التصميم و التنفيذ تسمح بتحقيق مكاسب الكفاءة في تشييد هياكل القطاع السياحي و توفير الخدمات القائمة على مشاريعه، و بالتالي تقليل التكاليف التي تتحملها الحكومة لتوفير هذه الخدمات، حيث يمكن للحكومة أن تتأكد من مدى كفاءة الشراكة بين القطاعين في توفير مستويات عالية من الخدمات السياحية من خلال ثلاثة عوامل رئيسية تتمثل في²:

- الإطار القانوني الذي يحكم الشراكة بين القطاعين العام و الخاص.
 - إجراءات اختيار و تنفيذ الشراكة بالإضافة إلى دور وزارة المالية في هذا السياق.
 - الالتزامات التعاقدية التي تستند إليها الشراكة و التي تحدد بصورة مباشرة المخاطر التي تتحملها الحكومة.
- و هناك العديد من الأسباب التي تقف وراء تبني أسلوب الشراكة بين القطاعين العام و الخاص في تمويل المشاريع السياحية يمكن تلخيصها في الجدول التالي:

¹ السعيد دراجي، مرجع سبق ذكره، ص 310.

² برناردين أكيوبي، ريتشارد هينغ، وغيرد شوارتز، مرجع سبق ذكره، ص 9.

جدول رقم (3-2): الحاجة إلى الشراكة بين القطاع العام و الخاص في تمويل القطاع السياحي

السبب	قوى محفزة للشراكة
تلبية الطلب على الخدمات السياحية عن طريق استثمارات جديدة	مجتمعي
الرغبة في تنمية قطاع الأعمال و تحقيق التنمية الاقتصادية خاصة في الدول النامية	تجاري
تحريك رؤوس الأموال بشكل فعال و سريع	مالي
جعل المرافق و الخدمات السياحية تعمل وفق درجة عالية من الكفاءة	عملي

المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على « تمويل مرافق البنية التحتية »، الموقع الإلكتروني

faculty.ksu.edu.sa/mayouf/PL262/7th%20Lecture.pdf، ص 9.

من خلال الجدول نلاحظ أن القوى المحفزة للشراكة بين القطاع العام و الخاص من أجل تمويل المشاريع السياحية كلها تتمحور حول الرغبة في تنمية القطاع السياحي و توفير الخدمات السياحية على مستوى عالي من الكفاءة و ذلك لتلبية احتياجات السياح خاصة الأجانب.

المطلب الثالث: الموارد الأجنبية و التمويل الدولي

إن الاعتماد على الموارد المحلية لتمويل القطاع السياحي أصبح أمر غير ممكن في ظل عدم كفاية مصادر التمويل المتاحة، لذلك تعتبر الاستثمارات السياحية بواسطة الموارد الأجنبية من المصادر الهامة لتمويل المشاريع السياحية خاصة في الدول النامية، فإلى جانب رأس المال الأجنبي المستثمر تتوفر الخبرة التقنية السياحية التي تلعب دورا هاما في تطوير القطاع السياحي¹، إذ أن الاستثمارات الأجنبية تجلب معها بعض المزايا مثل المهارة في الإدارة خاصة مع ظهور الشركات متعددة الجنسيات و التي تعتبر إحدى الحلول لمواجهة مشكلات الملكية الأجنبية للمشاريع السياحية²، حيث هناك نوعان من الاستثمارات السياحية عن طريق التمويل الأجنبي تتمثل في:

أولاً: الاستثمارات السياحية بواسطة رأس المال الأجنبي الخاص

إن الاستثمار الأجنبي بصفة عامة يقصد به امتلاك أحد الأفراد أو المؤسسات في دولة ما لأصول مؤسسات تعمل في دولة أخرى³، كما يعني أيضا تدفق الموارد الاقتصادية من الغير إلى الدولة المضيفة بهدف استخدامها في إنشاء المشروعات المختلفة. و يمكن تقسيمه وفقا للمعيار الذي يأخذ في الحسبان مقدار السيطرة و التحكم في الاستثمار الأجنبي إلى نوعين:

¹ حسن الحسن، مرجع سبق ذكره، ص 44.

² يسرى دعيس، مرجع سبق ذكره، ص 543.

³ أحمد بن سعد الخطابي الحربي، « التمويل الأجنبي و موقف الإسلام منه »، رسالة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في الاقتصاد الإسلامي (غير منشورة)، كلية الشريعة و الدراسات الإسلامية، المملكة العربية السعودية، ص 115.

1- الاستثمار الأجنبي غير المباشر: وهو امتلاك أسهم و سندات إحدى المنشآت الوطنية من طرف غير المقيمين دون أن يكون لهؤلاء المستثمرين حق التسيير و الرقابة، حيث تحصل المنشأة الوطنية على التمويل مقابل دفع عوائد للمستثمر الأجنبي، كما يدخل ضمن هذا النوع شراء السندات الحكومية من طرف الأجانب¹.

2- الاستثمار الأجنبي المباشر: هو نوع من الاستثمارات الدولية التي تعكس هدف حصول كيان مقيم في اقتصاد ما على مصلحة دائمة بمؤسسة مقيمة في اقتصاد وطني آخر، و تنطوي هذه المصلحة على وجود علاقة طويلة الأجل بين المستثمر الأجنبي المباشر و المؤسسة، إضافة إلى تمتع المستثمر المباشر بدرجة كبيرة من النفوذ في إدارة المؤسسة.

و تجدر الإشارة هنا إلى أن الصورة المعاصرة للاستثمار الأجنبي المباشر تتجسد في الشركات متعددة الجنسيات التي تعرف على أنها شركات ذات رؤوس أموال ضخمة، تملك أعمالا و وسائل إنتاج في أكثر من دولة، حيث يدير نشاطها على المستوى الدولي مجلس إدارة يتخذ من الوطن الأم مركزا رئيسيا لها.

و يمكن تقسيم الاستثمار الأجنبي وفقا لمعيار المصدر إلى استثمار أجنبي عام يكون مصدره الحكومات الأجنبية أو المؤسسات و الهيئات التابعة لها، فضلا عن المنظمات الدولية و الإقليمية بحيث سيتم التطرق إليه لاحقا، و استثمار أجنبي خاص يكون مصدره الأفراد أو الشركات الأجنبية التي تمثل القطاع الخاص في الدولة المصدرة، إذ شجع العديد من الاقتصاديين هذا النوع من الاستثمار باعتباره مظهرا من مظاهر النشاط الاقتصادي الحر الذي يسمح باستغلال الموارد الاقتصادية المتاحة بكفاءة عالية، و عندما نتحدث عن تمويل القطاع السياحي، فيجب الأخذ بعين الاعتبار أنه حتى يتم قبول توظيف رأس المال الأجنبي الخاص في المشاريع السياحية، يتم أولا طلب ضمانات من الدولة السياحية الأجنبية يجب أن تحمي هذه المشاريع من نزع الملكية بدون تعويض، كما يجب عليها أن تضمن جميع التسهيلات اللازمة من نقل الفوائد و تخفيف الضرائب و منح إجازات للموظفين الأجانب حيث يكون كل ذلك ضمن الخطة السياحية التي تضعها الدولة و تسيير عليها، فقد دلت التجارب على أن توظيف رأس المال الأجنبي في المشاريع السياحية يرتبط إلى حد كبير بمقدار الثقة في الدولة السياحية و مدى سلامة نظامها الاقتصادي و المالي، بالإضافة إلى الاستقرار السياسي و الاجتماعي²، فالدولة هي القادرة على تحمل المخاطر التجارية و الفنية بما في ذلك القوة القاهرة، بالإضافة إلى كونها أفضل من يمثل دعم قوي للمشروع السياحي، الذي يحتاج إلى الدعم الثابت من الدولة³.

¹ أحمد بن سعد الخطابي الحربي، مرجع سبق ذكره، ص 115، 116.

² حسن الحسن، مرجع سبق ذكره، ص 43، 44.

³ Pierre-Henri GANEM, F 'Université René Descartes, Paris, P 140.

ثانياً: الاستثمارات السياحية بواسطة رأس المال الأجنبي العام

إن التمويل الدولي العام للاستثمارات السياحية يكون من مصادر رسمية بحيث يأتي على شكل تحويلات أو قروض خاصة توجه مباشرة للأنشطة السياحية أو على شكل قروض توجه لتمويل البنية التحتية اللازمة لتنمية السياحة الدولية تمنح من طرف المنظمات الدولية مثل مجموعة البنك الدولي للبلدان النامية¹، أو ما يعرف ببنوك التنمية الدولية، حيث أن مبدأ عمل هذه الأخيرة يشبه البنوك التجارية، إلا أنها تحصل على رؤوس أموالها من الأسواق العالمية و ذلك بمساهمة عدد من الدول في إنشائها، و بالتالي تحصل هذه البنوك على رؤوس أموال دولية بشروط ميسرة، و منه تقدم نفس هذه الشروط للدول التي لا تتمتع بالملاءة أو القدرة على الاقتراض، و تتوقف إمكانية الحصول على هذا النوع من التمويل إلى درجة كبيرة على القدرة على خلق خطة قومية للموضوع المطروح².

و تتمثل أهم بنوك التنمية الدولية في البنك الدولي للإنشاء و التعمير، منظمة التنمية الدولية، هيئة التمويل الدولية، حيث تتمثل الأهداف العامة لهذه المؤسسات في تحسين مستويات المعيشة للدول النامية، و ذلك من خلال تجميع الموارد المالية المتاحة للتنمية من البلدان المتقدمة و تحويلها إلى البلدان النامية، ففي الماضي قامت مجموعة البنك الدولي بالمساعدة في تمويل مشروعات الفنادق الكبرى، و في الوقت الحاضر تهتم هذه المنظمات بتنمية البنية التحتية السياحية لاسيما في مجال النقل، حيث تمنح المساعدات المالية في شكل قروض طويلة الأجل من طرف البنك الدولي، و في شكل قروض بفوائد منخفضة من طرف منظمة التنمية الدولية، أما هيئة التمويل الدولية فتمنح مساعداتها عن طريق المشاركة في المشروعات التي تهدف إلى تنميتها³.

عموماً فالتمويل الدولي يعني توفير الأموال اللازمة للقيام بالمشاريع الاقتصادية و تطويرها و ذلك في أوقات الحاجة إليها إذ أنه يخص المبالغ النقدية و ليس السلع و الخدمات، و أن يكون بالقيمة المطلوبة لأن الهدف منه هو تطوير المشاريع العامة و الخاصة و في الوقت المناسب⁴، حيث أن أشكال التمويل الدولي المتاحة للتنمية بصورة عامة و القطاع السياحي بصورة خاصة يمكن تلخيصها في الشكل التالي:

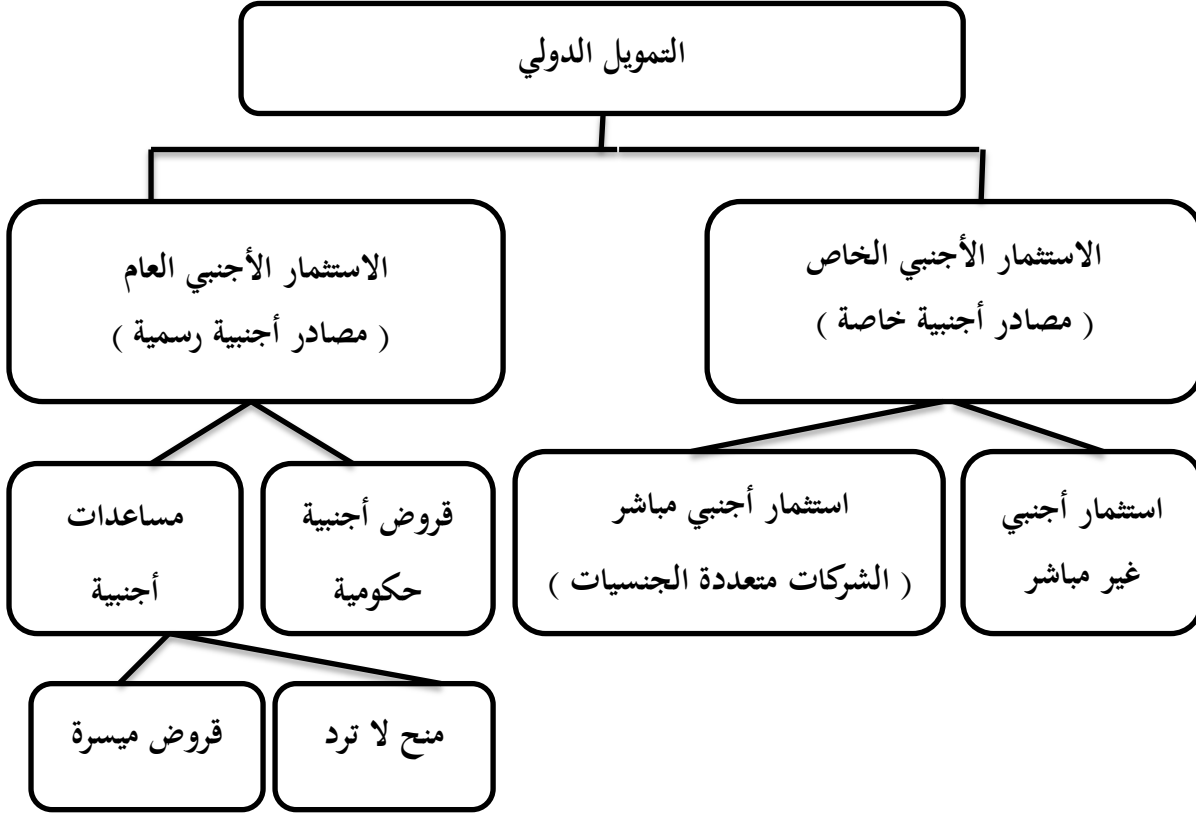
¹ موفق عدنان عبد الجبار الحميري، مرجع سبق ذكره، ص 71.

² فروحات حدة، « استراتيجيات المؤسسات المالية في تمويل المشاريع البيئية من أجل تحقيق التنمية المستدامة - دراسة حالة الجزائر-»، مجلة الباحث، دورية علمية محكمة سنوية تنشر الأبحاث التطبيقية المتعلقة بالعلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، تصدر عن جامعة قاصدي مرباح - ورقلة -، الجزائر، العدد 2009/07 - 2010 م، ص 127.

³ موفق عدنان عبد الجبار الحميري، مرجع سبق ذكره، ص 71، 72.

⁴ عمار عبد الهادي شلال، « التمويل الدولي و العمليات الاقراضية للصندوق العربي للإنماء الاقتصادي و الاجتماعي للفترة (1974 - 2009) »، مجلة جامعة الأنبار للعلوم الاقتصادية و الإدارية، العراق، المجلد الرابع، العدد السابع، 2011 م، ص 193.

شكل رقم (3-2): أشكال التمويل الدولي المتاحة أمام القطاع السياحي



المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على ما سبق.

المطلب الرابع: محددات اختيار مصادر التمويل للقطاع السياحي

تعتبر وظيفة التمويل من أهم الوظائف الإدارية في مختلف المنشآت السياحية و عليه يواجه أي مشروع سياحي قرارا إستراتيجيا يتمثل في القرار التمويلي الذي يحدد الهيكل المالي الأمثل للمشروع، حيث لا يقتصر عمل المدير المالي على مجرد التعرف على مصادر الأموال المتاحة، بل يجب أن يحصل عليها بأفضل الشروط، و أن يشكل ذلك مزيجا من الأموال يترتب عليه أكبر عائد بأقل تكلفة ممكنة و أقل مخاطرة، حيث يعتمد الأداء المالي الجيد للمشروع السياحي على مدى قدرته في تشكيل و استخدام مصادر التمويل المتاحة و التي يعمل من خلالها على تلبية كل احتياجاته الاستثمارية و التشغيلية، كما أن مصادر الحصول على التمويل اللازم للقطاع السياحي تختلف باختلاف حجم و طبيعة المشاريع السياحية، و من أهم العوامل التي يجب أخذها بعين الاعتبار عند صياغة قرار تمويل المشاريع السياحية ما يلي:

1- السيطرة: غالبا ما نجد أصحاب المشروع السياحي يفضلون السيطرة عليه في الإدارة و التسيير و الاستقلالية في اتخاذ القرارات، مما يجعلهم يتجنبون طرح الأسهم لرفع رأس مال المشروع، و في هذه الحالة يفضلون الاقتراض، لأن طرح الأسهم سيؤدي حتما إلى إضافة مالكين جدد يشاركون في السيطرة على المنشأة السياحية.

2- الملاءمة: يقصد بهذا العامل المطابقة بين مصادر الأموال حسب أجلها و بين استخدامات هذه الأموال، حيث تستخدم الموارد المالية طويلة الأجل لتمويل الأصول الثابتة، و تستخدم الموارد المالية قصيرة الأجل لتمويل الأصول المتداولة أو الاحتياجات المالية الموسمية، فمن خصائص القطاع السياحي أنه يتميز بالتقلبات الموسمية، لذلك يجب على المنشأة السياحية أن تهتم بعنصر المرونة في تخطيطها المالي، و بالتالي يجب أن يزيد اعتمادها على القروض قصيرة الأجل في مرحلة وصول الطلب السياحي إلى الذروة.

3- التكلفة: و تمثل تكلفة الأموال في تكلفة كل عنصر من عناصر هيكل رأس المال في المشروع السياحي، أي مصادر التمويل طويلة الأجل، أما مصادر التمويل قصيرة الأجل، فاستنادا إلى نظرية التمويل، فهي لا تؤخذ في الحسبان أثناء تقدير تكلفة الأموال على اعتبار أنها مصادر مؤقتة، حيث تعرف تكلفة رأس المال بأنها ثمن استعمال الأموال في تمويل المشاريع الاستثمارية، أو هي عبارة عن الحد الأدنى لمعدل المددودية الواجب تحقيقه على الاستثمار كشرط أساسي لقبوله، فالاستثمار الذي لا يحقق عائدا يساوي على الأقل تكلفة تمويله لا بد من رفضه، و بالتالي بناء على تكلفة مصدر التمويل يتحدد العائد المتوقع، و عليه فإن تقدير تكلفة كل عنصر من عناصر هيكل رأس المال تمكننا من حساب التكلفة الإجمالية لمصادر التمويل ثم تكوين متوسط مرجح بالأوزان لهذه التكلفة، و يمكن تعريف التكلفة المتوسطة المرجحة للأموال بأنها القيمة المرجحة للتكلفة النسبية لمختلف مصادر التمويل، حيث يتم حساب هذه التكلفة باختيار الترجيحات المناسبة، فقد يكون الترجيح محاسبيا أو سوقيا، كما قد يكون هذا الترجيح تاريخيا أو مستهدفا¹.

4- المخاطرة: يقصد بالمخاطرة هنا مخاطر عدم الوفاء أي احتمال عدم قدرة المنشأة السياحية على الوفاء بالالتزامات تجاه أصحاب الأموال المقترضة.

5- حجم المشروع السياحي: لقد أشارت العديد من الدراسات إلى أن حجم المؤسسة له تأثير على نسبة الاقتراض داخل الهيكل المالي، و قد قدمت هذه الدراسات عدة أسباب لوجود علاقة إيجابية بين حجم المؤسسة و المديونية، أولها أن المؤسسات الكبيرة تملك الإمكانيات أكثر في اللجوء إلى الأسواق المالية و تستطيع

¹ زغيب مليكة، غلاب نعيمة، « تحليل أساليب تمويل المؤسسات الاقتصادية: دراسة حالة المجمع الصناعي العمومي للحليب و مشتقاته »، بحث مقدم في إطار الملتقى الدولي حول " سياسات التمويل و أثرها على الاقتصاديات و المؤسسات - دراسة حالة الجزائر و الدول النامية -"، ص ص 9، 10.

الاقتراض بشروط أيسر، كما أن احتمالات الإفلاس تنخفض في المؤسسات ذات الحجم الكبير¹، إذ أن تزايد نسبة القروض بالهيكل التمويلي قد يؤدي إلى زيادة مخاطر الإفلاس نتيجة تزايد المخاطر المالية المتمثلة في عدم القدرة على سداد فوائد و أقساط القروض عند استحقاقها مما يؤثر عكسيا على تكلفة الأموال².

و عليه فإذا كان المشروع السياحي كبير الحجم مثل الفنادق و القرى السياحية فهو يعتمد على زيادة الاقتراض و الميل إلى القروض الطويلة و المتوسطة الأجل، بينما إذا كان المشروع السياحي صغير الحجم مثل المطاعم و الوكالات السياحية فهي تميل إلى الاعتماد أكثر على القروض قصيرة الأجل، فضلا على أن المشاريع السياحية الكبيرة الحجم تكون لها إمكانية الاختيار بين عدة مصادر للتمويل مثل زيادة رأس المال، الاستدانة عن طريق القروض أو السندات، التمويل الذاتي أو الأموال الخاصة على عكس المشروعات الصغيرة التي لا يمكنها اللجوء إلى السوق المالي نظرا لارتفاع تكاليف الإصدار، إضافة إلى أن حجمها لا يتطلب رأس مال كبير لذلك تلجأ للاقتراض من البنوك.

و في الأخير يجب التنويه إلى أنه يمكن أن يتأثر قرار التمويل بطبيعة النظام المالي، و في هذا الصدد يعتقد الخبراء الماليين أن الأسواق المالية تعتبر مصدرا رئيسيا للأموال التي يحتاجها القطاع السياحي إذ تمثل البورصة البيئة الرئيسية لمصادر التمويل المختلفة، و يتوقف ذلك إلى حد كبير على فعالية هذه السوق في الاقتصاد، ففي اقتصاد المديونية أين تهيمن البنوك بصفة تكاد تكون كلية على تمويل الاقتصاد، قد لا يكون أمام المشاريع السياحية أي خيار للتمويل، لذلك تضطر إلى اللجوء للبنوك من أجل تغطية احتياجاتها التمويلية، و عليه سنحاول من خلال المبحث الموالي التعرف على أساليب تمويل مختلف المشاريع السياحية من طرف البنوك التقليدية.

¹ يوسف قريشي، إلياس بن ساسي، « خصائص و محددات الهياكل التمويلية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة الجزائرية »، بحث مقدم في إطار الملتقى الدولي حول: " متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الدول العربية "، المنعقد يومي 17 و 18 أفريل 2006م، جامعة حسينية بن بوعلوي - الشلف -، الجزائر، ص 433.

² عبد المجيد تيمايوي، « المتغيرات المالية المحددة لفاعلية قرار استخدام الديون كمصدر مالي في المؤسسة »، مجلة الواحات للبحوث و الدراسات، مجلة أكاديمية فكرية محكمة تصدر عن جامعة غرداية، الجزائر، العدد 13، 2011 م، ص 70.

المبحث الثاني: أساليب تمويل البنوك التقليدية للقطاع السياحي

تعتبر البنوك التقليدية من المؤسسات المالية الحيوية ضمن الاقتصاد القومي حيث تعمل على تنفيذ أهداف السياسة المالية للدولة بشقيها الائتماني و النقدي، و بالتالي تساهم في دعم التنمية الاقتصادية و الاجتماعية من خلال توسعها في عمليات التمويل اللازم لمختلف المشاريع التنموية و القطاعات الاقتصادية، فلا يمكن إغفال الدور الكبير الذي تلعبه البنوك التقليدية في دعم و تمويل مشاريع القطاع السياحي و الذي لا يخرج عن كونه ضمن الدور المطلوب لها في الاقتصاد، إذ تضطلع بدور معلوماتي يتعلق بجانب توفير المعلومات و الخبرة اللازمة لإعداد المشاريع السياحية و التخطيط لها و حتى تنفيذها في بعض الحالات، و دور تمويلي يتمثل في توفير المصادر التمويلية اللازمة لإنشاء أو تطوير المشاريع السياحية و تنميتها، و من ناحية أخرى فإن البنوك تقوم بمساندة الخدمات السياحية من خلال تقديم الخدمات المصرفية المتنوعة من سحب و تحويل للعملاء و إصدار الشيكات السياحية و غيرها من المعاملات التي تسهل العمليات المالية للسياح، و سنتطرق من خلال هذا المبحث إلى تبيان دور البنوك التقليدية في دعم و تمويل القطاع السياحي.

المطلب الأول: مبادئ التمويل في البنوك التقليدية

يتجسد الدور التمويلي للبنوك التقليدية من خلال قيامها بوظيفتها الأساسية المتمثلة في الوساطة المالية ما بين أصحاب الفائض و أصحاب العجز، حيث تعمل على تلبية هذه الرغبة و سد الحاجة إلى الأموال من حيث المبلغ أو المدة عن طريق تجميع الودائع و منحها على شكل قروض تتلاءم مع طبيعة النشاط الممول. و تعد وظيفة الوساطة التمويلية من أهم الوظائف التي تقوم بها البنوك التقليدية إذ أنها لا تقوم بدور الوسيط بين المدخرين و المستثمرين فحسب، بل إنها تستمد أهميتها و وجودها من خلال قيامها بالمساهمة في تمويل مختلف المشاريع بتقديم الأموال اللازمة سواء لتطوير مشروعات قائمة أو إنشاء الجديد منها¹، و لكن حين تمنح البنوك التقليدية تمويلاً لأي مشروع تحرص كل الحرص على أن لا تدخل كشريك متضامن في الربح و الخسارة، بل تمنح رأس المال المطلوب بصفة القرض المضمون مع الفائدة على أساس أنها مؤسسات ائتمانية تقوم على نظام الفائدة في تلقي الأموال و استخدامها حسب مجال عملها.

أولاً: طبيعة العمل المصرفي التقليدي

عندما يمارس البنك التقليدي عملياته المتمثلة في الإقراض و الاقتراض أي في حالة قبول الودائع يكون البنك مقترضاً من العملاء ذوي الفائض المالي، و في حالة التمويل يكون البنك مقترضاً لذوي العجز المالي، فإنه يتفق مع المقرضين على نسبة من قيمة القرض كفائدة يحصلون عليها في نهاية المدة ثم يتفق مع المقرضين

¹ قتيبة عبد الرحمن العاني، التمويل و وظائفه في البنوك الإسلامية و التجارية - دراسة مقارنة -، الطبعة الأولى، دار النفائس، الأردن،

على نسبة أخرى من قيمة القرض كفايدة أعلى من الفائدة التي يدفعها على الودائع¹، و يتمثل عائد البنك أو ما يعرف بهامش الربح في الفرق بين سعري الفائدة الدائنة و المدينة، مما يعني أن البنوك التقليدية في جوهر عملها تقوم على أساس التعامل في الائتمان أو المتاجرة في الديون أو القروض، فقد جاء في المعجم الوسيط لمجمع اللغة العربية أن البنك التقليدي هو مؤسسة مالية تقوم بعمليات الائتمان من خلال الاقتراض و الإقراض بفائدة معلومة و محددة سلفاً².

مما سبق يتبين أن العمل المصرفي التقليدي يمارس دوره الاقتصادي في تمويل مختلف المشاريع من خلال التعامل بسعر الفائدة، و الذي لا يمكن للبنوك التقليدية أن تؤدي وظائفها في غياب أحد مكوناتها الأساسية ألا و هو الفائدة³، فمن المتفق عليه بين الاقتصاديين أن مجال الفائدة الحقيقي هو القروض أو الائتمان و أن أهم سلعة تكون موضوعاً لعملية الائتمان هي النقود⁴، كما أن سعر الفائدة هو المتغير الاقتصادي الذي يوفق و يربط بين المقرضين و المقترضين في علاقات تمويلية، حيث يدفعه المقترض كتكلفة نظير استخدام الأموال المقترضة لفترة زمنية محددة، و يأخذ المقرض كإيراد من القروض التي يمنحها بحيث إذا احتفظ بها يكون قد فوت على نفسه العائد الذي يمكن أن يحصل عليه من عملية الإقراض و لذلك يسمى بتكلفة الفرصة البديلة⁵.

ثانياً: سعر الفائدة في البنوك التقليدية

لا فرق بين الربا و ما يعرف بسعر الفائدة الذي يقوم عليه العمل المصرفي التقليدي سواء الذي يحصل عليه المودعون من البنك نتيجة ادخار أموالهم لديه لعدم حاجتهم إليها في الوقت الحالي أو الذي يتقاضاه البنك من المستثمرين نتيجة حاجتهم و استخدامهم لتلك الأموال⁶، فالفائدة هي الزيادة على أصل القرض مقابل الزمن و هذا ما يتطابق مع الربا حيث إن الإقراض بفائدة يعتبر حراماً، لأن المقرض حصل على زيادة مشروطة على مبلغ القرض دون بذل الجهد كما أنه لم يكن بدل سلعة أو لقاء خدمة و لأن النقود لا تلد النقود، كما أن المقرض و المستقرض تفاوتوا في المنفعة فكان للمقرض الغنم و للمستقرض الغرم، و عليه يمكن التأكيد بأن العمل الذي تمارسه البنوك التقليدية و التمويل الذي تقدمه مقابل الحصول على فائدة مهما كانت نتيجة النشاط يعتبر من قبيل الربا المحرم شرعاً⁷، و عليه فإن تسمية الربا بالفائدة لا يغير طبيعته و لا حكمه

¹ أبو مجد حرك، البنوك الإسلامية مالها و ما عليها، الطبعة الأولى، دار الصحوة، القاهرة، ص 10.

² علي السالوس، حكم ودائع البنوك و شهادات الاستثمار في الفقه الإسلامي، الطبعة الأولى، دار الثقافة، قطر، 1990 م، ص 38.

³ ضياء مجيد الموسوي، البنوك الإسلامية، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 1997 م، ص 9.

⁴ عادل الفضيل عيد، الربح و الخسارة في معاملات المصارف الإسلامية، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2007 م، ص 151.

⁵ عبد المنعم السيد علي، نزار سعد الدين العيسى، اقتصاديات النقود و المصارف، الأكاديمية للنشر، 1998 م، ص 298.

⁶ ضياء مجيد الموسوي، البنوك الإسلامية، مرجع سبق ذكره، ص 9.

⁷ عادل عبد الفضيل عيد، الربح و الخسارة في معاملات المصارف الإسلامية، مرجع سبق ذكره، ص 151، 155.

من وجهة نظر الشريعة الإسلامية فالحرام حرام مهما تغير اسمه¹، كما أجمع فقهاء الأمة المعاصرين أن العمليات التي تقوم بها البنوك التقليدية بكافة مسمياتها هي الربا الذي حرمه الله تعالى، و لن نخوض في الأدلة الشرعية على تحريم الربا، فقد ورد ذلك في قرارات العديد من مجتمعات الفقه و مراكز البحوث الإسلامية².

ثالثاً: مفهوم التمويل في البنوك التقليدية

من المسلم به أن النظرة التقليدية للتمويل هي الحصول على الأموال و استخدامها قصد تشغيل أو تطوير المشاريع المختلفة، لكن مع التقدم الذي حصل في العشرينات احتاجت المشروعات إلى أموال كبيرة لتسيير نشاطها، كما توجه الاهتمام نحو التمويل الخارجي أكثر من التمويل الداخلي نتيجة ظهور نظريات تكلفة الإفلاس و توزيعات الأرباح في مجال نظرية التمويل، مما أدى إلى تزايد أهمية التمويل المصرفي لمختلف المشاريع الاقتصادية، و ذلك باستعمال فلسفة تمويلية تختلف عن فلسفة التمويل التقليدي المستند على تقييم مجموعة من العناصر المتعلقة بالعميل، حيث تستند هذه الفلسفة على مدى قدرة المشروع على خلق التدفقات النقدية الكافية للوفاء بالتزاماته و ذلك بالاعتماد على أصوله المادية كضمان، أكثر من الاعتماد على ملاءة صاحب المشروع أو المقترض.

مما سبق يمكن تعريف تمويل المشاريع من وجهة نظر المصرفيين على أنها قيام البنك التقليدي بتمويل وحدة اقتصادية قائمة بذاتها على أن يكون مصدر تسديد القروض المقدمة هو التدفقات النقدية و العوائد المتوقع تحقيقها من المشروع، كما ينظر البنك إلى أصول هذه الوحدة على أساس أنها ضمانات عينية.

المطلب الثاني: أنواع التمويلات المتاحة للقطاع السياحي في البنوك التقليدية

يتمثل دور البنوك التقليدية بالإسهام المباشر في تمويل المشاريع السياحية عن طريق تقديم القروض بمختلف أنواعها أو عن طريق التمويل غير التقليدي المتمثل في التأجير التمويلي من جهة، و من جهة أخرى فإن البنوك تقوم بتقديم خدمات مساندة للخدمات السياحية من خلال تفعيل الخدمات المصرفية المتنوعة من سحب و تحويل للعملات و صرف الشيكات السياحية و غيرها من المعاملات التي تعمل على تسهيل العمليات المرتبطة بالسياحة لمختلف الأفراد، و سنتطرق إلى ذلك بالتفصيل من خلال ما يلي.

أولاً: القروض المصرفية

تعتمد البنوك التقليدية على القروض المصرفية كمورد أساسي للحصول على الإيرادات إذ تمثل الجانب الأكبر من استخداماتها، و يمكن تعريف القروض المصرفية على أنها الأموال المقدمة للعملاء من أجل تزويدهم

¹ عمر بن عبد العزيز المتزك، الربا و المعاملات المصرفية في نظر الشريعة الإسلامية، الطبعة الثالثة، دار العاصمة، الرياض، 1998 م، ص 181.

² إبراهيم خليل عليان، « في المفاهيم الاستثمار، التمويل التقليدي، التمويل الإسلامي »، بحث مقدم لـ " مؤتمر بيت المقدس الخامس"، 1435 هـ/ 2014 م، جامعة القدس المفتوحة، فلسطين، ص 9.

بما يحتاجونه من نقدية على أن يتم تعهد المدين بسداد تلك المبالغ و فوائدها و العمولات المستحقة عليها و المصاريف المرتبطة بها سواء دفعة واحدة، أو على أقساط في تواريخ محددة، حيث يتم تدعيم تلك العملية بتقديم مجموعة من الضمانات التي تكفل للبنك استرداد أمواله في حالة توقف العميل عن السداد و ذلك بدون خسارة، و ينطوي هذا المعنى على ما يسمى بالتسهيلات الائتمانية، و يمكن تصنيف القروض المصرفية الممنوحة للقطاع السياحي حسب استعمالاتها الرئيسية أو حسب آجالها.

1- حسب الاستعمالات الرئيسية: يمكن تصنيف قروض القطاع السياحي حسب هذا المعيار إلى نوعين:

1-1- القروض الانتاجية: و هي قروض ممنوحة من أجل رفع رأسمال المنشأة السياحية كسواء الأراضي التي ستبنى عليها الفنادق أو تأثيث غرفها أو شراء التجهيزات اللازمة للمطاعم...

1-2- القروض الاستهلاكية: و هي القروض التي يتم تقديمها للمستثمر السياحي من أجل حصوله على السلع الاستهلاكية كسواء الأسرة للفنادق أو الأغطية و الشراشف أو الاستثمار في المخزون الفندقي...

2- حسب الآجال: يعتبر هذا التصنيف من أكثر التصنيفات شيوعا و استعمالا حيث يتم تقسيم القروض السياحية حسب الفترة الزمنية التي تكون بين تاريخ منح القرض و تاريخ استحقاقه إلى ثلاثة أنواع:

1-2- القروض قصيرة الأجل: و تسمى أحيانا بقروض التشغيل أو القروض الموسمية بحيث لا تزيد مدتها عن سنتين بحيث يتم منحها للمستثمرين في القطاع السياحي لتغطية احتياجاتهم المالية خاصة في موسم الذروة السياحي¹ و بالتالي يستخدم هذا النوع من القروض في تمويل العمليات الجارية للمشروعات السياحية، و قد يكون هذا التمويل إنتاجيا فيتم استخدامه لتمويل رأس المال المتداول مثل قيام الفندق بتجديد الأثاث أو توسيع موقف السيارات أو تغطية نفقات زيادة حجم الأيدي العاملة، أو يكون استهلاكيا لتمويل شراء السلع الاستهلاكية بالتقسيط، و من أهم أنواع القروض قصيرة الأجل ما يلي:

أ- القرض أو الائتمان التجاري: يعرف بأنه الائتمان قصير الأجل الذي يقدم في صورة قروض و تسهيلات مصرفية إلى المتعاملين في عمليات التبادل التجاري، و ما يميز هذا النوع من التمويل أنه يمكن صاحب المشروع من أن يدفع قيمة البضاعة بعد حصوله على الإيراد من بيع تلك البضاعة، فهو يستخدم للحصول على المواد الخام للتوسع في عمليات الإنتاج في الأوقات التي يكون فيها الائتمان المصرفي مقيدا بواسطة السلطات النقدية² فعادة ما يكون هذا التمويل متاحا بالقدر الملائم و في الوقت المناسب دون إجراءات رسمية، لذلك تعتمد عليه المنشآت السياحية بشكل أكبر حيث يتم تأمين الأقساط التي يطلبها الموردون للأثاث و المعدات

¹ موفق عدنان عبد الجبار الحميري، مرجع سبق ذكره، ص 83.

² فتحي أحمد انقطة، محمد مصباح زلطوم، « دور المصارف التجارية في تمويل المشروعات الاقتصادية في ليبيا خلال الفترة (1995 م - 2008 م) »، مجلة العلوم الاقتصادية و السياسية، دورية نصف سنوية تصدر عن كلية الاقتصاد و التجارة - زليتن -، الجامعة الأسمرية الإسلامية، العدد الثالث، 2014 م، ص 67.

من البنوك التقليدية، على أن يتم تسديد هذا القرض على دفعات حسب جدول زمني يبدأ عند تسلم الأجهزة و المعدات المتفق عليها من طرف المنشآت السياحية.

ب- الائتمان المصرفي: يعتبر الائتمان المصرفي ثاني أهم مصادر التمويل قصيرة الأجل بالنسبة للمشاريع السياحية خاصة إذا كانت في بداية نشاطها بحيث تكون سمعتها في السوق لا تمكنها من الحصول على احتياجاتها المالية أو على الأقل الحصول عليها بشروط معقولة.

2-2- القروض متوسطة الأجل: و هي القروض الممنوحة للقطاع السياحي من أجل تمويل المشروعات التي تعطي انتاجها بعد فترة زمنية متوسطة حيث تتراوح فترة استردادها ما بين 3 إلى 5 سنوات و أحيانا عشر سنوات، و بسبب خصوصية و موسمية القطاع السياحي قد تكون فترة الاسترداد فصلية أو سنوية.

2-3- القروض طويلة الأجل: يمتاز هذا النوع من القروض بطول فترة الاسترداد التي تزيد عن عشر سنوات حيث تستخدم لتمويل الأصول الثابتة و التي تمتاز بطول عمرها الإنتاجي أو بمعنى آخر تصرف في تنفيذ المشاريع التي تقتضي طبيعة الاستثمار فيها استرداد ما أنفق عليها خلال فترة زمنية طويلة مثل إنشاء المباني و القرى و المركبات السياحية أو مدن التسلية و الترويح و غيرها¹، و يتم الحصول على هذا النوع من القروض عن طريق التفاوض المباشر الذي يتم من خلاله انتقال الأموال من البنك إلى المستثمر السياحي وفقا لشروط محددة بالعقد المبرم بينهما، حيث يتم تسديد الفوائد بشكل دوري، فيما يتم استهلاك القرض على أقساط متساوية في تواريخ معينة أو قد يتم سداده مرة واحدة في تاريخ متفق عليه.

ثانيا: التأجير التمويلي

هناك أنشطة تمويلية غير تقليدية تقوم بها البنوك التقليدية من أجل دعم القطاع السياحي، و التي توفر للمشروعات السياحية الفرصة في الاستفادة من الآلات و المعدات و الأصول الرأسمالية اللازمة لبدأ عمليات الإنتاج و دفع عجلة القطاع السياحي في ظل تخصيص اعتمادات مالية قليلة نسبيا²، فعندما تعاني المشروعات السياحية من عدم توفر القدرة للحصول على القروض المصرفية اللازمة لشراء المعدات و المستلزمات الرأسمالية الضرورية لزيادة الطاقة الإنتاجية بما لكي تتمكن من توفير الخدمات السياحية و الفندقية بشكل أفضل، تقوم البنوك بحل هذه المشكلة للمشروعات السياحية عن طريق ما يسمى بعملية التأجير التمويلي من خلال توفير ما يلزمها من المعدات الرأسمالية، خاصة و أن هذا النوع من التمويل أصبح من الاستراتيجيات الجديدة التي تعتمد عليها البنوك من أجل تحسين عملها المصرفي كونه يستجيب للاحتياجات التمويلية للمنشآت بالإضافة إلى سهولة تطبيقه، فبالرغم من حداثة هذه التقنية في التمويل فقد سجلت توسعا سريعا في الاستعمال من قبل

¹ موفق عدنان عبد الجبار الحميري، مرجع سبق ذكره، ص 83.

² علي محمود علي سماكة، « دور المصارف التقليدية و الشاملة في تفعيل قطاع السياحة في محافظة النجف - دراسة ميدانية -»، مجلة الكوفة، مجلة دولية محكمة تصدر بدعم من جامعة الكوفة، العراق، العدد السابع عشر، 2010 م، ص 22.

المستثمرين بسبب المزايا التي توفرها لهم، و يمكن توضيح فكرة التأجير التمويلي و ما له من مزايا سواء بالنسبة للمشاريع السياحية أو بالنسبة للبنك فيما يلي .

1- مفهوم التأجير التمويلي: يطلق عليه أيضا الائتمان الإيجاري، أو التمويل بالاستئجار، أو التمويل التأجيري، أو الإيجار التمويلي، و رغم اختلاف هذه المسميات حول التأجير التمويلي، إلا أنها تتفق في كونه مصدرا تمويليا مبتكرا و حديث نسبيا، يوفر للمشروعات الاستثمارية أصولا رأسمالية إنتاجية لآجال طويلة، عن طريق التأجير و دون الحاجة إلى شرائها أو تملكها، و بالتالي فهو يركز على مفهوم مضمونه أن استخدام الأصل الرأسمالي هو الذي يحقق العائد و ليس الملكية في حد ذاتها¹.

و تتمثل صورة عقد التأجير التمويلي في أن يقوم صاحب المشروع السياحي (المستأجر) الذي يكون في حاجة إلى معدات معينة، قد تكون خفيفة مثل معدات المطاعم أو الأثاث الخاص بالفنادق، أو تكون ثقيلة مثل وسائل النقل المتمثلة في الطائرات و المركبات و غيرها، بالتوجه إلى البنك التقليدي طالبا منه التمويل للحصول عليها، فيقوم البنك (المؤجر) بتمويل شراء هذه المعدات مع الاحتفاظ بملكيتها ثم يجرها لصاحب المشروع السياحي، حيث يلتزم هذا الأخير بدفع مبالغ دورية خلال مدة التأجير حسب الاتفاق.

2- إجراءات إبرام عقد التأجير التمويلي: يتطلب تنفيذ صيغة التأجير التمويلي من طرف البنوك التقليدية الوقوف على الخطوات العملية لها، و التي تتم على ثلاثة مراحل هي:

أ- دراسة طلب التمويل: في هذه المرحلة يتقدم المستأجر بطلب إلى البنك يتضمن تأجير معدات حيث يرفق بهذا الطلب دراسة الجدوى الاقتصادية للمشروع السياحي مع تحديد طبيعة و مواصفات المعدات المطلوبة، مدة الإيجار، المركز المالي للمستأجر، و كافة المستندات التي لها صلة بالموضوع، ثم يقوم البنك بدراسة و تحديد موقفه من هذا الطلب.

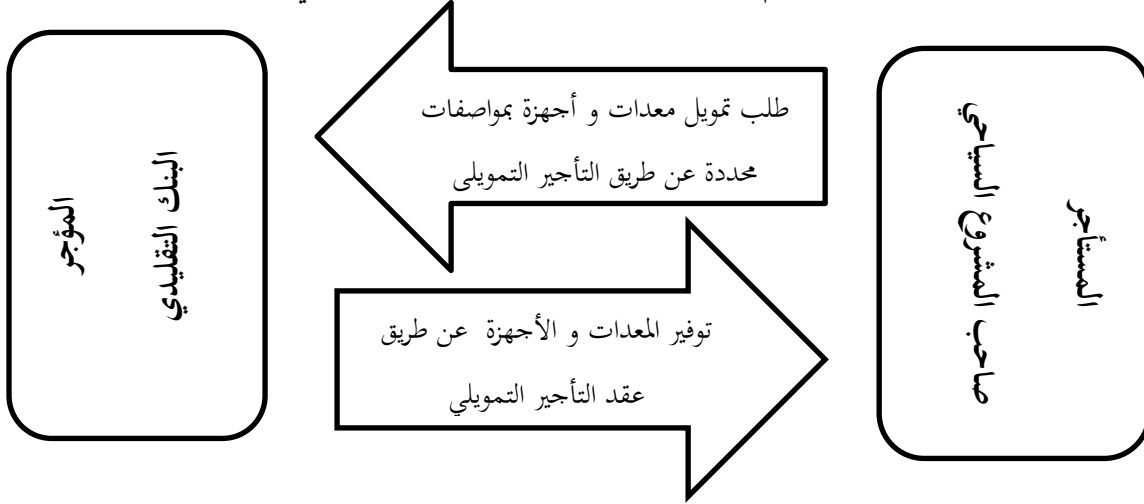
ب- تنفيذ العملية: يقوم البنك بشراء المعدات و دفع ثمنها إلى المورد، و قد يوكل المستأجر بالاستلام و إنهاء كل ما يتعلق بالإجراءات الإدارية، حيث يتسلم المستأجر المعدات بعد معابنتها بحضور استلام يقدمه إلى المؤجر (البنك)، و في الأخير يوقع البنك مع المستأجر عقد الإيجار بعد امتلاكه للمعدات محل العقد ملكية تامة، ثم يقوم كل من الطرفين بتنفيذ الالتزامات المفروضة عليه طيلة مدة العقد و إعداد تقارير دورية عن المتابعة.

ج- انتهاء عملية التأجير التمويلي: عند انتهاء المدة المتفق عليها، يكون أمام المستأجر أن يختار بين رد المعدات المؤجرة إلى البنك أو طلب إعادة التأجير إن كان في حاجة إليها أو تملكها و ذلك حسب الاتفاق بينهما.

¹ بسام أحمد عثمان، « التأجير التمويلي و دوره في تفعيل مشروعات النقل بالسكك الحديدية »، مجلة العلوم الاقتصادية و القانونية، تصدر عن جامعة دمشق، المجلد 27، العدد الثالث، 2011 م، ص 604.

و يمكن تلخيص كل ما سبق في الشكل التالي:

شكل رقم (3-3): إجراءات عقد التأجير التمويلي



المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على محمد جهاد خليل الشمالي، « مدى إمكانية تطبيق أسلوب التأجير التمويلي في المصارف و شركات الصناعات الإنشائية في قطاع غزة دراسة تطبيقية »، رسالة ماجستير في المحاسبة و التمويل، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية - غزة -، فلسطين، 1434 هـ / 2013 م، ص 34.

3- أنواع التأجير التمويلي: يمكن التمييز بين نوعين من التأجير التمويلي¹:

أ- **التأجير التشغيلي:** يمتاز هذا النوع من التمويل بقصر مدة العقد حيث يتم تطبيق هذا النوع من العقود لتمويل الآلات و المعدات و الأجهزة التي تكون في تطور مستمر بسبب التقدم التكنولوجي، مما يجعل صاحب المشروع السياحي يميل إلى العقود قصيرة الأجل و عدم الالتزام بعقد طويل الأجل يقيد فعاليته تقنيا، و ذلك من أجل مواكبة التطور و استعمال الأدوات الحديثة و تلبية رغبات السياح خاصة في مجال المطاعم.

ب- **التأجير التمويلي:** يمتاز هذا العقد بطول مدته و التي عادة ما تقارب العمر الفني للأصل الرأسمالي محل العقد مما يحقق للبنك فرصة استرداد قيمة الأصل مع هامش معقول عن طريق دفعات الأيجار، كما يتصف هذا العقد باتفاق أطرافه على عدم قابليته للإلغاء قبل انتهاء مدته المحددة في العقد، في حين قد يتفق الطرفان على أن تؤول ملكية الأصل في نهاية مدة العقد للمستأجر.

و تجدر الإشارة إلى أنه كثيرا ما يحدث خلط بين التأجير التشغيلي و التأجير التمويلي كأسلوب لتمويل الأصول الرأسمالية رغم الاختلاف الموجود بينهما، حيث يمكن المقارنة بينهما من خلال الجدول التالي:

¹ عمر مفتاح الساعدي، « مدى تطبيق و نجاح التأجير التمويلي في المصارف الليبية (دراسة على مصرف التنمية) »، مجلة العلوم الاقتصادية، تصدر عن جامعة سرت، ليبيا، المجلد العاشر، العدد الثامن و الثلاثون، آذار 2015 م، ص 54، 55.

جدول رقم (3-3): أوجه الاختلاف بين التأجير التشغيلي و التأجير التمويلي

عناصر المقارنة	التأجير التشغيلي	التأجير التمويلي
مدة العقد	قصيرة لا تتجاوز الفترة التي يحتاج فيها المستأجر إلى الأصل الرأسمالي	طويلة تصل إلى ما يقارب العمر الافتراضي للأصل الرأسمالي
مسؤولية تقادم الأصل	يتحمل المؤجر عدم صلاحية الأصل سواء بالاهتلاك أو بالتقادم	يتحمل المستأجر مسؤولية عدم صلاحية الأصل سواء بالاهتلاك أو بالتقادم
الصيانة و التأمين	يتحمل المؤجر تكاليف صيانة و إصلاح الأصل، بالإضافة إلى تكاليف التأمين عليه خلال فترة التعاقد	يتحمل المستأجر تكاليف صيانة و إصلاح الأصل، بالإضافة إلى تكاليف التأمين عليه خلال فترة التعاقد
العلاقة بين المؤجر و المستأجر	تتسم بالسهولة و لا تثير مشاكل قانونية و ذلك لقصر فترة التأجير	معقدة و متشابكة، تحتاج إلى قانون ينظم هذه العلاقة و يحافظ على حقوق كل طرف فيها، و ذلك بسبب طول فترة التعاقد و الأهمية النسبية لقيمة العقد
مآل الملكية	لا يجوز للمستأجر ملكية أو شراء الأصل المستأجر عند نهاية مدة العقد، بل يعيده إلى المؤجر	يكون للمستأجر حرية الاختيار بين ثلاث بدائل عند نهاية مدة العقد: - أن يعيد الأصل إلى المؤجر - أن يعيد تأجير الأصل لمدة أخرى - شراء الأصل من المؤجر
نظام إلغاء التعاقد	يجوز إلغاء العقد من طرف المستأجر خلال المدة المتفق عليها في العقد، و في هذه الحالة يلتزم المستأجر بتسديد الإيجار عن فترة استغلال الأصل	لا يجوز إلغاء عقد الإيجار خلال المدة المتفق عليها في العقد من قبل أحد طرفي العقد فلا بد من موافقة الطرفين على ذلك

المصدر: خوني رابح، حساني رقية، « واقع و آفاق التمويل التأجيري في الجزائر و أهميته كبديل تمويلي لقطاع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة »، بحث مقدم في إطار الملتقى الدولي حول " متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الدول العربية "، المنعقد يومي 17 و 18 أبريل 2006 م، جامعة حسينية بن بوعلي - الشلف - الجزائر، ص 2.

4- مزايا التأجير التمويلي: إن التأجير التمويلي باعتباره أسلوب لتمويل القطاع السياحي من طرف البنوك

التقليدية، له مزايا يستفيد منها أصحاب المشاريع السياحية تتمثل أهمها في:

* **المرونة:** يحقق التأجير التمويلي قدرا من المرونة مقارنة بشراء الأصل الرأسمالي، حيث يعفي المشاريع السياحية من تحمل تكاليف الأصل خلال الفترة التي لا تكون بحاجة إليه خاصة في ظل تميز القطاع السياحي بالموسمية، فعقد الاستئجار في المدى القصير يكون حسب الاحتياجات الفعلية للمنشآت السياحية مثل الفنادق و المطاعم، و عند انتهاء فترة التعاقد يعاد الأصل إلى المؤجر، و عندما تكون المنشآت السياحية في

حاجة إلى أي أصل بإمكانها إعادة تأجيده أو تأجير غيره¹، و بالتالي إمكانية مواجهة الاحتياجات المؤقتة إلى المعدات و الأصول الرأسمالية خلال فترة الذروة السياحية.

* **المزايا الضريبية:** يحقق التأجير التمويلي مزايا ضريبية كنتيجة لعملية الاستئجار حيث أن أقساط الإيجار تعتبر مثل الفائدة على القروض، و بالتالي تمثل تكاليف تخصم من الأرباح قبل سداد الضريبة².

* **التمويل الكامل للاستثمار:** و نقصد به ضمان تمويل الاستثمار بنسبة 100 % دون مساهمة المستأجر بأمواله الخاصة و هذا ما لا يوجد عادة في أساليب التمويل الأخرى³، حيث أن التأجير التمويلي يعالج مشكلة وجود صعوبات نقدية بتوفير تمويل يصل إلى 100 % من قيمة الأصل محل التأجير، إذ أن القروض المصرفية توفر تمويل أقل من المطلوب أي بنسبة 80 % بسبب وجود دفعة نقدية مقدّمة، بالإضافة إلى أن دفعات الإيجار قابلة للتفاوض بينما معدل الفائدة على القروض غير قابل للتفاوض لأنه محدد من طرف البنك المركزي.

* **الاحتفاظ برأس المال:** يمكن التأجير التمويلي من احتفاظ المنشأة السياحية بأموالها و استخدامها في استثمارات بديلة طالما أنه يمكنها الحصول على الأصل الذي تحتاج إليه دون الحاجة إلى شرائه، و بالتالي توفير السيولة لأغراض أخرى.

كما يحقق التأجير التمويلي مزايا أخرى تتمثل في التسهيلات الإدارية مثل السهولة و السرعة في الحصول على هذا النوع من التمويل بحيث يستغرق مدة لا تفوق 15 يوماً للإجابة على الطلب و الاتفاق على العقد، بالإضافة إلى الإعفاء من تسجيل بعض الخطوات المحاسبية كإعداد جدول الاهتلاك على مستوى المحاسبة العامة، لا سيما أنها عبارة عن أعباء استغلال تخصم مباشرة من المبلغ الخاضع للضريبة.

ثالثاً: الخدمات المصرفية الموجهة للقطاع السياحي

تقدم البنوك التقليدية مجموعة من الخدمات المصرفية التي يحتاج إليها السائح في تنقلاته خاصة فيما يتعلق بتوفير وسائل سهلة و مضمونة لمواجهة نفقاته اليومية عند إقامته في الدولة السياحية التي يزورها، و تتمثل أهم هذه الخدمات في:

1- إصدار الشيكات السياحية أو ما يعرف بشيكات المسافرين: الشيك السياحي هو شيك يتم استخدامه من طرف السياح أو المسافرين، حيث يحرر بقيمة محددة و باسم المستفيد، بهدف الاستفادة منه أثناء السفر لتفادي التعرض لمخاطر حمل النقود المتمثلة في الضياع و السرقة، و قد ظهر نظام الشيك

¹ عمر مفتاح الساعدي، مرجع سبق ذكره، ص 53.

² حوني رابع، حساني رقية، مرجع سبق ذكره، ص 3.

³ بلمقدم مصطفى، بن عاتق حنان، صاري زهير، « التمويل عن طريق الإيجار كإستراتيجية لتغيير العمل المصرفي »، بحث مقدم في إطار المؤتمر العلمي الرابع حول " الريادة و الابداع: إستراتيجيات الأعمال في مواجهة تحديات العولمة "، المنعقد يومي 15 و 16 مارس 2005 م، كلية العلوم الإدارية و المالية، جامعة فيلادلفيا، الأردن، ص 10.

السياحي لأول مرة سنة 1891 م بسبب رحلة سياحية في أوروبا قام بها رئيس شركة " American Express " أين صادفته المتاعب التي تعود إلى كيفية حصوله على النقود في المدن التي زارها، فابتكر نظام الشيكات السياحية حيث كان أول من أصدرها هي شركة " American Express "، ثم اتسع استعمالها في معظم بنوك العالم¹.

و تتمثل صورة هذه الشيكات السياحية في أن يقوم المسافر بإيداع مبلغ من النقود في أحد البنوك التي توجد في بلده، لكي يحصل في المقابل على شيكات مسحوبة على جميع فروع هذا البنك أو البنوك المراسلة له في جميع أنحاء العالم، حيث يوقع العميل أو الساحب على الشيكات المسلمة له أمام البنك المصدر لها و يتسلم منه أسماء الفروع و البنوك المراسلة التي يستطيع أن يتوجه إليها، و عندما يتوجه الشخص صاحب الشيكات السياحية إلى فروع البنك الذي أصدر هذه الشيكات فإنه يملأ الفراغات الموجودة في الشيك و يضع اسمه عليه ثم يوقع للمرة الثانية أمام فرع البنك أو البنك المراسل عند السحب حتى يتمكن البنك المسحوب عليه من مضاهاة التوقيعين و تأكيد تطابقهما، و بالتالي فإن الشيك السياحي غير قابل للتظهير و لا يصرف إلا لصاحبه الأصلي دون غيره، و غالبا ما تصدر الشيكات السياحية بفئات نقدية معينة و تخضع لأحكام الشيكات العادية².

بناء على ما سبق فالشيك السياحي هو مستند يسلمه البنك التقليدي إلى المستفيد بناء على طلبه ليتمكن بموجبه من صرف مبلغ محدد عليه، حيث تصدر الشيكات السياحية بالعملات الأجنبية مثل الدولار، الاسترليني، المارك الألماني، الفرنك السويسري... و تصدرها البنوك الكبرى و شركات السياحة العالمية مثل American Express ثم توزعها على مراسليها في جميع أنحاء العالم بصفه الأمانة و التعهد ببيعها للمسافرين عند سفرهم إلى الخارج، و من أهم مزايا الشيكات السياحية أنه يمكن استرداد قيمتها عند فقدانها و ذلك بإخطار البنك صاحب الشيكات بما يفيد ذلك، كما أن الشيكات السياحية عادة ما تكون غير مقيدة على دولة معينة أو بنك معين³.

2- إصدار خطابات الاعتماد السياحية: لهذه الخطابات أهمية كبيرة بالنسبة للسائح الذي يرغب في نقل مبالغ كبيرة من المال، فإذا كان السائح يتجه في سياحته لزيارة عدة دول، فإنه يقوم بشراء خطاب اعتماد من البنك مقوما بعملة بلده ثم يجري التحويلات اللازمة إلى العملة التي يريدتها على حسب حاجته، أما إذا

¹ خالد بن سلطان بن عبد العزيز، « الأوراق المالية و التجارية »، الموقع الإلكتروني: <http://www.moqatel.com>، تاريخ الاطلاع: 2017/09/18 م.

² نفس المرجع.

³ شبكة المحاسبين العرب، « الشيكات السياحية »، الموقع الإلكتروني: <http://www.acc4arab.com>، تاريخ الاطلاع: 2017/09/18 م.

كان متجها إلى دولة معينة دون غيرها فإنه يشترى خطاب اعتماد مقوما بعملة هذه الدولة لكي يتفادى بذلك تقلبات أسعار الصرف.

3- إصدار البطاقات الائتمانية السياحية: لقد أصبح إصدار بطاقات الائتمان من الخدمات المصرفية المهمة، و من الحاجات الأساسية للأفراد في المجتمعات المتقدمة و النامية على حد سواء، إذ انتشرت بطاقات الائتمان انتشارا واسعا في السنوات الأخيرة، و أصبحت في عصرنا الحاضر هي أداة الوفاء المستعملة للالتزامات النقدية في أغلب المعاملات المالية، كسداد الفواتير و الرسوم و الضرائب، بالإضافة إلى الحصول على الحاجات من البضائع و السلع و المواد الاستهلاكية، بدلا من حمل النقود المحلية أو صرفها بعملات أجنبية أو الوفاء بالشيكات، و ذلك من أجل تفادي جميع أشكال و أنواع النصب و الاحتيال و السرقات و نحوها، و قد حققت بطاقة الائتمان نجاحا ملموسا من عدة نواحي، مما جعلها خدمة ذات طابع سياحي تفوقت حتى على الشيكات في عنصر الأمان و سهولة الحمل لصغر حجمها، كما ضمنت لأصحاب الحقوق أداء حقوقهم بعد التأكد من ملاءة صاحب البطاقة بواسطة جهاز إلكتروني، و استطلاع مقدار المبلغ المالي المودع في حسابه، فصارت هي الأداة المفضلة على النقود ذاتها في الفنادق و المطاعم و شركات الطيران و الوكالات السياحية و غيرها، فضلا عن تحقيقها أرباحا ملموسة و مجدية للبنوك التي قامت بإصدار هذه البطاقات¹.

المطلب الثالث: سياسات منح القروض السياحية

إن عملية منح القروض المصرفية و خاصة القروض السياحية تنطوي على مخاطر كثيرة خاصة فيما يتعلق بالمقترض و مدى قدرته على سداد مبلغ القرض الأصلي مع الفائدة المستحقة في الوقت المناسب و ذلك في ظل موسمية القطاع السياحي و مدى قدرة المشروع على تحقيق الأرباح، و عليه يتوقف قرار الإقراض في البنوك التقليدية على مجموعة من العوامل التي يتم دراستها بشكل جيد و مفصل منذ تقدم العميل بملف طلب القرض إلى غاية صرف القرض للمستفيد و متابعة تحصيله، و سنتطرق إلى ذلك بالتفصيل فيما يلي.

أولا: تقديم ملف طلب القرض السياحي

يختلف نموذج طلب القرض من بنك إلى آخر و أحيانا حسب نوع القرض المطلوب لدى البنك الواحد و عموما يجب أن يتوفر ملف طلب القرض السياحي على المعلومات التالية²:

1- اسم المنشأة السياحية طالبة القرض و عنوانها و درجة تصنيفها سواء كانت فندقا أو منتجعا سياحيا أو مطعما أو غيرها.

¹ إبراهيم محمد شاشو، « بطاقة الائتمان حقيقتها و تكييفها الشرعي »، مجلة العلوم الاقتصادية و القانونية، تصدر عن جامعة دمشق، المجلد 27، العدد الثالث، 2011 م، ص ص 656، 657.

² موفق عدنان عبد الجبار الحميري، بتصرف، مرجع سبق ذكره، ص 77-80.

2- المساحة الإجمالية للبناء و الأرض التي أنشأت عليها المنشأة السياحية كالفنادق أو المنتجعات السياحية فضلا عن تقديم عدد الغرف و الأسرة و معدل التشغيل السنوي، بالإضافة إلى تقديم معلومات كافية عن الأنشطة و الخدمات و التسهيلات السياحية التي توفرها هذه الشركات، و مدى أهميتها بالنسبة للطلب السياحي.

3- نوع التوسع في الخدمات أو المنتجات السياحية المطلوب لأجلها القرض.

4- تفاصيل حول استعمالات القرض و التكاليف التقديرية لكل بند و تاريخ الحاجة إليه بالإضافة إلى خطة تفصيلية لتسديد القرض.

5- الميزانية العمومية أو الحساب الختامي للشركة السياحية و التي يظهر فيها الوضع المالي للشركة في نهاية كل سنة مالية و يفضل أن تكون للخمس سنوات الأخيرة، بالإضافة إلى حساب الأرباح و الخسائر المحققة خلال نفس الفترة.

6- الموازنة التقديرية المستقبلية خلال السنوات القادمة سنة أو أكثر تكون حسب نوع القرض المطلوب سواء متوسط أو طويل الأجل، و التي يتحدد من خلالها احتياجات المنشأة السياحية إلى رأس المال و أهليتها للتسديد و تواريخ ذلك.

7- وصف نوع الضمانات و التعهدات و الكفالات التي ستقدم كضمان للقرض السياحي.

تعتبر هذه المعلومات من الأساسيات التي يجب أن يحتوي عليها ملف طلب القرض السياحي حيث يقوم البنك التقليدي أولا بفحصها من أجل التأكد من مدى سلامة الوثائق المقدمة، ثم دراستها و تحليلها من عدة جوانب قبل اتخاذ القرار، و من الجدير بالذكر أن موعد تقديم طلب القرض يعد أمرا هاما في عمليات الإقراض حيث أن طلب القرض يحتاج إلى مدة طويلة حتى يمر بجميع مراحل الموافقة عليه، لذلك يجب على المستثمر في القطاع السياحي أن يراعي عنصر الوقت و يقوم بتقديم طلبه قبل تاريخ إنجاز الأشغال التي طلب من أجلها القرض حتى تكون المبالغ المخصصة لذلك تحت تصرفه في الوقت المناسب، و يفضل أن يكون الموعد مبكرا من أجل ضمان حسن سير النشاط السياحي.

ثانيا: دراسة و تحليل ملف طلب القرض السياحي

يجب على البنك التقليدي أن يقوم بدراسة واسعة و عميقة لكل ما ورد في ملف طلب القرض السياحي خاصة من الناحية المالية وفق أسلوب علمي و موضوعي حتى يتمكن من اتخاذ القرارات السليمة بشأن الإقراض، مما يتطلب وجود جهاز كفؤ و مختص في هذا المجال كي يقوم بهذا الدور و كي يكون دور البنك فعالا في تحقيق التنمية للقطاع السياحي على المدى البعيد، حيث يضع البنك مجموعة من الأسس العلمية التي يجب مراعاتها عند اتخاذ قرار الإقراض تتمثل أهمها في¹:

¹ موفق عدنان عبد الجبار الحميري، بتصرف، مرجع سبق ذكره، ص 84-91.

1- مبلغ القرض: يجب أن يتناسب حجم القرض المطلوب مع حجم المشروع السياحي و نشاطه، لذلك يعمل البنك على دراسة حاجة المشروع الفعلية للتمويل من أجل مواجهة متطلباته حيث يجب أن تكون هناك أنشطة مجدية لا يستطيع المشروع السياحي تنفيذها إلا بعد الحصول على القرض، كما يجب أن تكون هناك ضرورة اقتصادية للنشاط السياحي مثل إضافة خط إنتاجي جديد للمطعم السياحي أو إنشاء أبنية جديدة للقرية السياحية أو توسيع حظيرة الفندق من أجل تغطية حاجات السياح، و من ثم تحديد المبلغ الذي يتناسب مع حجم نشاط المشروع السياحي إذ هناك ثلاثة عناصر أساسية تحدد حجم نشاط المشروع السياحي و بالتالي تحدد حجم القروض السياحية و هي كما يلي:

* التكاليف التشغيلية التي تشتمل على تكاليف ثابتة مثل أجور و رواتب الموظفين و تكاليف الضمان الاجتماعي الخاصة بهم، و تكاليف متغيرة لا يمكن حسابها بشكل دقيق مثل تكاليف الطعام التي تعتمد على عدد الضيوف الذي لا يمكن توقعه إلا من خلال الخبرة و التجارب السابقة.

* الأرباح التي تعتمد على حجم و نوعية السوق المستهدف الذي لا يمكن التحكم فيه بسهولة خاصة و أن رغبات السياح غير ثابتة، حيث تنتج الأرباح أساسا في الفندق عن مبيعات الغرف و مبيعات الطعام.
* الخصومات السنوية التي تعرض في المواسم غير السياحية.

2- الغرض من القرض: يجب على البنك دراسة الغرض من التمويل من أجل توجيه إدارة المشروع السياحي نحو نوع التمويل الملائم لهذا الغرض، و ذلك من خلال تحليل التكاليف اللازمة لإنشاء مشروع سياحي أو تطويره و الموضحة في البنود المختلفة التي تتكون منها خطة المشروع السياحي المقدمة من طرف العميل.

3- مدة القرض: تفضل البنوك التقليدية بشكل عام القروض قصيرة الأجل لانخفاض المخاطر المتعلقة بها لكن يمكن لها أن تمنح قروض متوسطة و طويلة الأجل من أجل تمويل الأصول الثابتة أو التوسع للمشروع السياحي.

4- القدرة على السداد و مصادر الوفاء: يقوم البنك بدراسة مصدر السداد الأساسي و مدى كفايته للوفاء بالتزاماته كما يدرس مصادر السداد الثانوية، حيث يتحقق من كون رقم أعمال المشروع السياحي كافيا لتسديد القروض و الفوائد في الأجل المحدد، و من المعلوم أن القروض الممنوحة للقطاع السياحي سواء كانت متوسطة أو طويلة الأجل يتم تسديدها جزئيا من الأرباح السنوية و بالتالي تحتاج إلى عدة سنوات ليتم تسديدها بالكامل، أما القروض الموسمية فيتم تسديدها بالكامل خلال نفس الموسم، إلا أن هذه القروض لا يتم منحها إلا بعد دراسة جدوى المشروع السياحي و إعداد موازنة التدفق النقدي و التأكد من أن معدل العائد على رأس المال يغطي التكاليف و يحقق هامش ربح.

5- سمعة المقترض: يتم التأكد منها من خلال المعلومات التي يتم تجميعها عن صاحب المشروع السياحي و التي تعكس مدى احترامه لتعهداته و وفائه بالتزاماته في المواعيد المحددة، حيث تهتم البنوك التقليدية بالتعرف

على ما إذا كان المقترض قد اعتاد أن يماطل في السداد أو أنه لا يقوم بالتسديد إلا بعد الضغط عليه و يمكن اكتشاف ذلك عن طريق الاستعلام عنه في السوق أو البنوك أو باسترجاع تجربة البنك في التعامل معه في الماضي، و لا شك أن سمعة العميل في التعامل تعد لأمرًا ضروريًا حتى مع توافر الضمانات و ذلك لتلافي المشاكل التي قد تنشأ عن التصرفات السيئة و استخدامهم طرق احتيالية تضر بالبنك مثل تقديم بعض البضائع التالفة كضمان للبنك أو كمبيلات مزورة أو استخدام تسهيلات السحب على المكشوف في أغراض تخرج عن الغرض المحدد للتمويل أو عن دائرة النشاط السياحي¹.

6- قدرة المشروع السياحي على تحمل المخاطر: حيث يتم تحديدها من خلال دراسة المركز المالي للمقترض و ذلك بتحليل القوائم المالية و التي تتمثل في الميزانية و حسابات التشغيل و جدول حسابات النتائج (الإيرادات و المصاريف)، فضلا عن استخراج المؤشرات المالية المختلفة التي توضح مدى توازن الهيكل التمويلي للمنشأة السياحية و مدى اعتمادها على الاقتراض الخارجي، بالإضافة إلى درجة سيولة أصولها و تطور نشاطها و رقم أعمالها و معدلات الأرباح المحققة و مدى مطابقتها للمعدلات المحققة في النشاط السياحي المماثل²، و تجدر الإشارة هنا إلى أنه يجب دراسة و تحليل كل الاستثمارات أو أي دخل ثابت من خارج النشاط السياحي، و التي تلعب دورا بارزا في تعزيز قدرة المشروع السياحي على تحمل المخاطر، كما أن نوع التأمين الذي ينتمي إليه المشروع السياحي يلعب دورا هاما في هذا المجال، و هناك شكل آخر من أشكال تعزيز قدرة المشروع السياحي على تحمل المخاطر و هو ضمان حصوله على دخل ثابت من بيع خدمات الإيواء بأسعار معلومة و ثابتة عن طريق التعاقد المسبق مع وكالات السياحة و السفر.

7- الضمانات المقدمة: على الرغم من الدراسات السابقة و التي يتم من خلالها تحديد مدى قدرة المستثمر السياحي على الاقتراض و التسديد، إلا أن البنوك التقليدية تطلب رهن موجودات ثابتة أو منقولة للشركات السياحية كإجراء احترازي بمنع المقترض من التصرف في هذه الضمانات قبل تسديد ديونه، إذ تمثل هذه الضمانات خط الدفاع الأخير بالنسبة للبنك و الذي يستطيع التصرف فيها في حالة اعسار العميل، و غالبا ما يكون نوع و قيمة الضمانات المقدمة هما العامل الرئيسي في تحديد قيمة القرض، كما أن هناك نوعا آخر من الضمانات و هي الضمانات الشخصية مثل الكفالات.

8- دراسة جدوى المشروع السياحي: و ذلك من أجل تحديد مدى صلاحية المشروع من عدة جوانب اقتصادية و تسويقية و مالية للتمكن في النهاية من اتخاذ قرار منح القروض للمشروع السياحي .

¹ شريف مصباح أبو كرش، « إدارة مخاطر الائتمان المصرفي »، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر العلمي الأول حول " الاستثمار و التمويل في فلسطين بين آفاق التنمية و التحديات المعاصرة "، المنعقد يومي 8 و 9 ماي 2005 م، جامعة الخليل - الخليل، - فلسطين، ص 7.

² نفس المرجع، ص 7.

و من الجدير بالذكر أن البنوك التقليدية قبل اتخاذ قرار منح القروض للقطاع السياحي فإنها تأخذ بعين الاعتبار الظروف الاقتصادية و السياسية السائدة في البلاد¹، حيث يسهر البنك على التوجه في منح القروض إلى المشاريع السياحية التي يثبت التحليل الاقتصادي و المالي أن وضعيتها مؤهلة لتتلاءم مع الظروف الاقتصادية التي يفرضها السوق.

ثالثاً: اتخاذ قرار الاقراض

بعد دراسة و تحليل ملف طلب القرض يمكن أن يكون البنك التقليدي أمام ثلاثة حالات:

- 1- إذا كانت الشروط غير مستوفاة يقوم البنك برفض الطلب و طي الملف نهائياً.
- 2- قد يكون رأي البنك متحفظاً فيقوم بطلب معلومات و مستندات إضافية من العميل و يعاد دراسة ملف طلب القرض.
- 3- إذا كانت نتائج الدراسة إيجابية ينتقل البنك إلى مرحلة التفاوض المباشر مع المستثمر السياحي حول مبلغ القرض و كيفية السداد و أجل الاستحقاق و سعر الفائدة، و يعتبر الإمضاء النهائي لعقد القرض مرجعاً رسمياً يتضمن بالإضافة إلى ما تم التفاوض عليه التزامات كل من الطرفين اتجاه الآخر، حيث تتمثل التزامات البنك في وضع الأموال تحت تصرف العميل طوال المدة المتفق عليها، أما التزامات العميل فتتمثل في تسديد المبالغ في المواعيد المتفق عليها فضلاً عن الفوائد و العمولات. و عندما تنتهي مرحلة التفاوض بالاتفاق و القبول يتخذ البنك التقليدي قرار الموافقة على منح القرض للمستثمر السياحي.

رابعاً: صرف القرض

يشترط لبدء استخدام القرض من طرف المشروع السياحي توقيع المقترض على اتفاقية القرض و تقديم الضمانات المطلوبة حيث يتم صرف القرض منذ تاريخ توقيع هذه الاتفاقية، فإما يستعمل مرة واحدة في حالة القروض قصيرة الأجل و إما يستعمل على دفعات أو فتح اعتماد إذا كانت القروض متوسطة أو طويلة الأجل.

خامساً: متابعة القرض و المشروع السياحي

إن الهدف من هذه المتابعة هو الاطمئنان على حسن سير المشروع السياحي و التأكد من استعمال التمويل في الغرض الممنوح لأجله، و عدم حدوث أية تغييرات في مواعيد السداد المحددة و الوقوف على التغييرات التي قد تطرأ على المركز المالي للعميل، فضلاً عن تحصيل الأقساط و التعرف عن أسباب التأخر في السداد في حالة حدوثه.

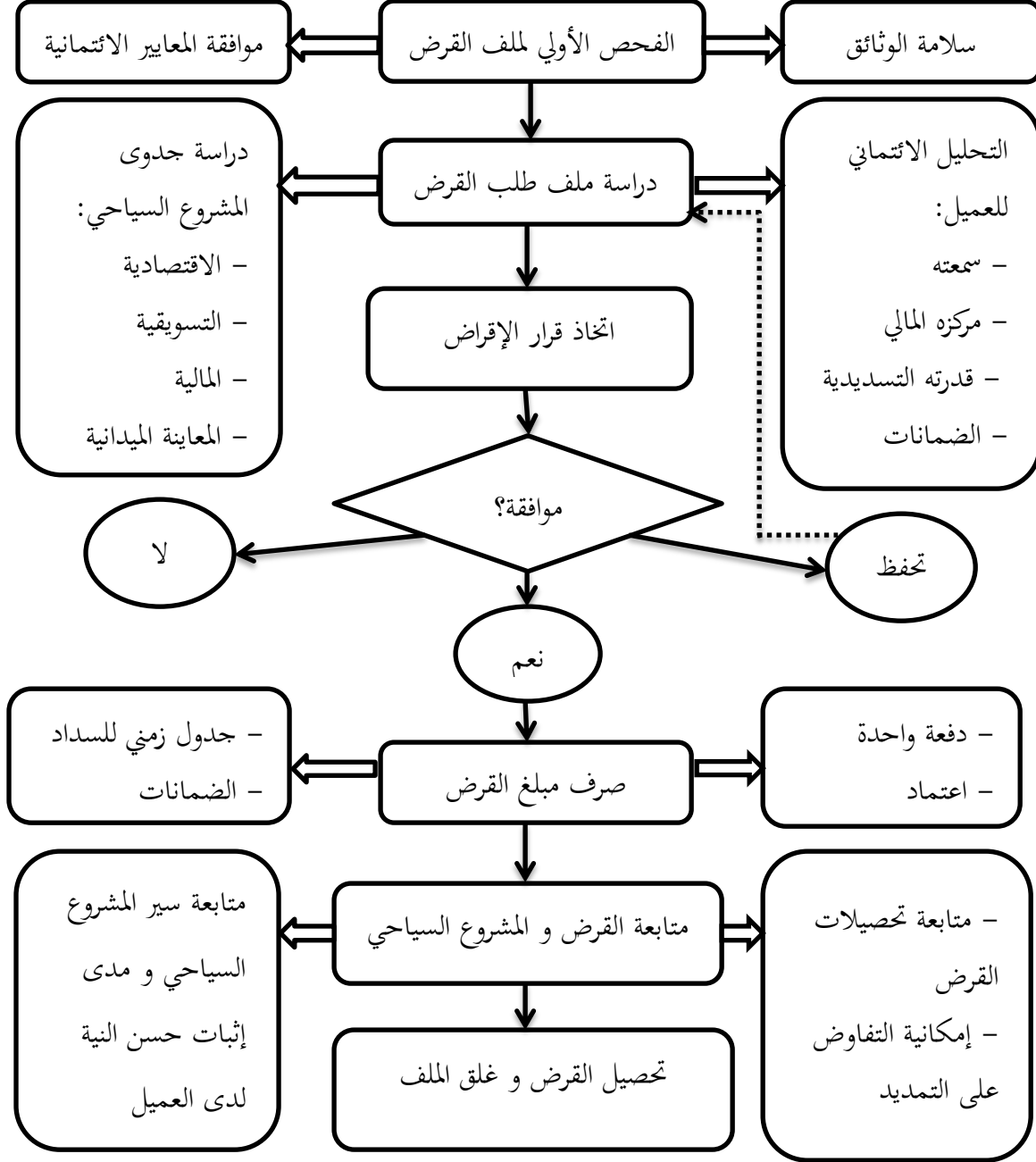
¹ إبراهيم محمد علي الجزراوي، نادية شاكر النعيمي، « تحليل الائتمان المصرفي باستخدام مجموعة من المؤشرات المالية المختارة دراسة (نظرية - تطبيقية) في مصرف الشرق الأوسط العراقي للاستثمار خلال الفترة (2005 - 2007) م المالية »، مجلة الإدارة و الاقتصاد، مجلة علمية محكمة تصدر عن كلية الإدارة و الاقتصاد، الجامعة المستنصرية، العراق، العدد الثالث و الثمانون، 2010 م، ص 8.

سادسا: تحصيل القرض السياحي

يقوم البنك التقليدي بتحصيل مستحقاته حسب النظام المتفق عليه و ذلك في حالة ما إذا لم يواجه أي من الظروف السابقة عند المتابعة¹.

و على العموم يمكن تلخيص مراحل منح القروض السياحية في البنوك التقليدية في الشكل التالي:

شكل رقم (3-4): مراحل منح القروض السياحية في البنوك التقليدية



المصدر: رحيم حسين، الاقتصاد المصرفي، الطبعة الأولى، دار بهاء الدين، قسنطينة، 2008 م، ص 263.

¹ مؤسسة النقد العربي السعودي، المعهد المالي، « مقدمة في إجراءات القروض », الرياض، 1437 هـ الموافق لـ 2015 م، ص 90-93.

المطلب الرابع: مزايا و عيوب تمويل البنوك التقليدية للقطاع السياحي

يعتبر القطاع السياحي من أهم الأنشطة الاقتصادية التي تساهم في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية لكثير من دول العالم، إذ تعمل السياحة على زيادة الدخل القومي و توفير احتياجات الدول من النقد الأجنبي، و بما أن السياسة التمويلية لها أهمية بالغة في التأثير على النمو و التنمية، فيمكن أن تأثر بالإيجاب أو السلب على نمو القطاع السياحي.

أولاً: المزايا

هناك مزايا تنافسية و نسبية تتمتع بها البنوك التقليدية في تمويل القطاع السياحي بالمقارنة مع مصادر التمويل الأخرى نذكر منها ما يلي:

1- لقد أثبتت احدى الدراسات وجود علاقة طردية بين تمويل البنوك التقليدية للقطاع السياحي و الناتج المحلي للسياحة، و أن 98 % من التغيرات التي تحدث في الناتج المحلي للسياحة يمكن تفسيرها بالتغيرات التي تحدث في القروض المصرفية الممنوحة للقطاع السياحي، مما يجعله يساهم بشكل كبير في تحقيق التنمية الاقتصادية¹.

2- توفير التمويل قصير الأجل لأصحاب المشاريع السياحية و بالتالي تساهم في تمويل رأس المال العامل و الدورات الاستغلالية للفنادق و المطاعم مثل تمويل شراء السلع و المواد اللازمة لمباشرة نشاطها اليومي، فضلا عن مساهمتها في توفير التمويل المتوسط و الطويل الأجل.

3- توفير التمويل للمنشآت السياحية الصغيرة و المتوسطة و التي تعجز في الغالب عن الحصول على التمويل المباشر من الأسواق المالية بسبب عدم توفر الشروط اللازمة لإدراجها في السوق المالي و عدم رقي سمعتها لدى المدخرين و أصحاب الفوائض المالية.

4- هناك كثير من المنشآت السياحية التي لا ترغب في مراحل معينة من حياتها في التمويل عن طريق طرح أسهم التي تمثل حقوق الملكية نظرا لما تنطوي عليه من إجراءات و تكاليف الإصدار، أو طرح سندات التي تمثل دينا لما تحمله من عبئ الفوائد فتجد في البنوك التقليدية بديلا مناسباً للتمويل.

5- السهولة النسبية في التعامل مع البنك و إجراءات الحصول على القروض السياحية خاصة فيما يتعلق بعمليات تحويل الأموال إذ يتولى البنك التقليدي ذلك و بتكاليف زهيدة، كما تمنح البنوك التقليدية لصاحب المشروع السياحي مجالا للتفاوض حول مختلف جوانب التمويل المطلوب.

¹ عبد السلام عمران نغد، عماد محمد عبد الرسول، « دور الائتمان المصرفي في تمويل قطاع السياحة في الجماهيرية العظمى - دراسة قياسية تحليلية على الائتمان المصرفي لقطاع السياحة خلال الفترة 1984 - 2003 م »، مجلة الساتل، مجلة علمية محكمة تصدر بصورة فصلية عن جامعة مصراتة، ليبيا، ص 277.

6- نتيجة الخبرة التي اكتسبتها البنوك التقليدية في مجال الاستثمار و توفرها على نظام معلومات متخصص فإنها تعمل على تقديم النصح و المشورة لمن يتقدم إليها بطلب التمويل للفرص الاستثمارية السياحية، كما تزود المستثمرين بمدى جدوى المشروعات السياحية و تساعدهم على تدنية المخاطر المرتبطة بها¹.

7- تقوم البنوك التقليدية بالترويج و بشكل منظم للفرص الاستثمارية السياحية ذات الجدوى و العمل على تسويقها من أجل تشجيع المستثمرين في القطاع السياحي سواء كانوا أفراد أو شركات سياحية للإقبال عليها و تنفيذها، و ذلك من خلال الإفصاح عن المعلومات الملائمة عن جدوى المشروعات السياحية و مواقعها و الأرباح المتوقعة منها و الخدمات التي سيقدمها البنك إذا كان هناك إقبالا عليها.

ثانيا: العيوب

على الرغم من المزايا النسبية التي تتمتع بها البنوك التقليدية في مجال تمويل القطاع السياحي نلاحظ في الواقع عزوف بعض المستثمرين عن التعامل مع هذه البنوك و ذلك للأسباب التالية:

1- تفرض البنوك التقليدية أسعار فائدة مرتفعة على القروض السياحية خاصة بالنسبة للشركات الأجنبية و الاستثمارات العقارية المتمثلة أساسا في بناء فنادق أو قرية سياحية أو مراكز تجارية و غيرها، فضلا عن ارتفاع العمولات و الرسوم مما يؤدي إلى ارتفاع تكلفة الإقراض، و يرجع ذلك أحيانا إلى عدم كفاءة الأنظمة القانونية على ضمان تسديد القروض و صعوبة التنبؤ بتغيرات هذه الأنظمة و اللوائح.

2- المبالغة في الضمانات البنكية للحصول على القروض السياحية بسبب ارتفاع المخاطر التي تلازم المشاريع السياحية نظرا لخصوصية و طبيعة القطاع السياحي حيث يتميز بالموسمية من جهة، و كونه صناعة ثقيلة تحتاج فيها نوعية الهياكل السياحية الأساسية إلى مبالغ ضخمة لإنجازها أو تحسينها مع عدم إمكانية استرداد رأس المال بعد تشغيلها مباشرة بسبب عدم تدفق الإيرادات خلال فترة قصيرة من جهة أخرى، بالإضافة إلى التأمينات على القروض السياحية، مما يشكل عائقا أمام العديد من المستثمرين السياحيين و لا سيما بالنسبة للمشاريع السياحية الصغيرة و المتوسطة التي تمثل العمود الفقري للقطاع السياحي.

3- كبر حجم أقساط السداد بالإضافة إلى أن المدة بين تسديد قسط و آخر تكون قصيرة و هذا ما لا يتناسب مع طبيعة و خصوصية المشاريع السياحية التي تحتاج إلى مدة ثلاث سنوات من تاريخ الاستغلال حتى تتمكن من تحقيق المدد و لا تصل إلى مرحلة تحقيقها فعليا إلا بعد مدة تصل في المتوسط إلى ثمان سنوات.

4- انطواء معاملات البنوك التقليدية على الربا المحرم شرعا مما دفع ببعض المسلمين إلى تجنب التعامل مع هذه البنوك، إذ تزايد عدد العملاء الذين اقتنعوا بحرمة فوائد البنوك التقليدية و قد كان الواع الديني و الاستجابة لأمر الله تعالى و الالتزام بأوامره و نواهيه، دافعا مستمدا من مبدأ التوبة و التوقف عن ممارسة الأعمال المصرفية المخالفة لأحكام الشريعة الإسلامية.

¹ رحيم حسين، مرجع سبق ذكره، ص ص 29، 30.

المبحث الثالث: كفاءة البنوك الإسلامية في تمويل القطاع السياحي

تطورت فكرة البنوك الإسلامية من حيث التنظير و الممارسة باعتبارها تجسيد عملي لأسس الاقتصاد الإسلامي و مجالاً لتطبيق فقه المعاملات المالية في الأنشطة المصرفية، حيث أصبحت حقيقة واقعية و انتشرت في مختلف دول العالم العربية و الإسلامية و حتى الغربية، كما أصبحت تتدخل في تمويل مختلف القطاعات الاقتصادية و التي من بينها القطاع السياحي، و هي تختلف من حيث الآلية عن البنوك التقليدية في تمويل المشاريع السياحية إذ تقوم على أساس المشاركة في الربح و الخسارة وفقاً للقاعدة الشرعية الغنم بالغرم مما جعلها تتفاعل بإيجابية مع مشكلات العصر و إمكانية توفير الحلول المناسبة لها، ففي ظل المشاكل التمويلية التي يعاني منها القطاع السياحي عندما يلجأ إلى طلب التمويل من البنوك التقليدية و التي تم بيانها في المبحث السابق، احتلت الصيرفة الإسلامية أهمية بالغة في مجال تقديم التمويل للمشاريع السياحية بما تتيحه من أدوات و صيغ تمويلية متوافقة مع أحكام الشريعة الإسلامية من جهة، و تتلاءم مع طبيعة و خصوصية القطاع السياحي من جهة أخرى، الأمر الذي يفرضها كبديل مستحدث و هام لتمويل المشاريع التابعة للقطاع السياحي، و هذا ما سنعمل على إبرازه من خلال المبحث الموالي.

المطلب الأول: الكفاءة التمويلية المرتبطة بمبادئ التمويل الإسلامي

تختلف مبادئ التمويل الإسلامي عن مبادئ التمويل في البنوك التقليدية لأنها مستمدة من أحكام الشريعة الإسلامية السمحاء كمنهج متكامل للحياة الاقتصادية و الاجتماعية، مما يجسد كفاءته في تلبية الحاجات التمويلية لمختلف المشاريع السياحية.

أولاً: مفهوم الكفاءة

تعرف الكفاءة بأنها أداء الأعمال بطريقة صحيحة¹ و لا يختلف مفهوم الكفاءة في البنوك الإسلامية عنه في المؤسسات الاقتصادية خاصة من حيث المبدأ و المتمثل في الاستغلال الأمثل للموارد المتاحة فمبدأ المشاركة الذي تعمل به البنوك الإسلامية يعني أنها وسيط استثماري بين أصحاب الفائض المالي (المدخرين) و أصحاب العجز المالي (طالبي التمويل) بصفتهم غير مستقلين عن بعضهم البعض، كما أن العائد الذي ينتظره أصحاب الفائض المالي يتحدد تبعاً لنجاح المشروع السياحي، و من ثم فهو دخل يرتبط ارتباطاً مباشراً بالنشاط السياحي، فقد يكون مرتفعاً و قد يكون منخفضاً، و عليه تقوم البنوك الإسلامية بتمويل مشاريع سياحية ذات مخاطر و استحقاقات متنوعة لإشباع التفضيلات المختلفة للمدخرين، أما بالنسبة لمعدلات الربح في إطار آلية المشاركة فإنها تتميز بمرونة عالية و هذا ما لا يتوفر في إطار آلية الفائدة، إذ أن هناك قيوداً عديدة على أسعار الفائدة في السوق المصرفي منها القيود التي يضعها البنك المركزي لأهداف اقتصادية كلية و قيوداً

¹ شوقي بورقية، الكفاءة التشغيلية للمصارف الإسلامية، الطبعة الأولى، دار النفائس، الأردن، 2014 م، ص 82.

أخرى تمارسها البنوك التقليدية نفسها لأغراض السياسة الائتمانية، و بالتالي فإن آلية المشاركة أكثر قدرة على جذب المدخرات و تعبئتها لأغراض الاستثمار و من بينها الاستثمارات السياحية¹.

ثانيا: مفهوم التمويل الإسلامي

يعرف التمويل الإسلامي أو المباح على أنه تقديم ثروة عينية أو نقدية بقصد الاسترباح، من مالها إلى شخص آخر يديرها و يتصرف فيها لقاء عائد تبيحه الأحكام الشرعية².

أما التمويل الإسلامي بالمفهوم المعاصر فهو عبارة عن العلاقة التي تربط بين المؤسسات المالية الإسلامية و الأفراد أو المؤسسات في إطار توفير الأموال اللازمة لمن ينتفع بها سواء كان ذلك للحاجات الشخصية أو بغرض الاستثمار في مختلف المشاريع الاقتصادية عن طريق توفير أدوات مالية متوافقة مع أحكام و مبادئ الشريعة الإسلامية.

ثالثا: مبادئ التمويل الإسلامي

تقوم البنوك الإسلامية بتمويل مختلف المشاريع السياحية وفقا لآلية المشاركة في الربح و الخسارة و التي تعتمد في مضمونها على المبادئ التالية:

1- اعتماد القاعدة الإنتاجية لا الإقراضية في التمويل و هذا ما يعطي صيغ التمويل الإسلامي الأولوية في تخصيص الموارد المالية المتاحة على أساس دراسة الجدوى الاقتصادية للمشاريع السياحية دون التركيز على المركز المالي للمستثمر السياحي و قدرته على السداد³.

2- ارتباط ربح الممول بالملكية و المشاركة في نتائج العمليات الاستثمارية، فاستحقاق الأرباح يكون على أساس موضوعي و شرعي، كما أن التمويل الإسلامي لا يقوم على الوساطة الاستغلالية بين أصحاب الفائض المالي و أصحاب المشاريع السياحية كما يحدث في البنوك التقليدية.

3- ارتباط التمويل الإسلامي بالتوزيع العادل و المتوازن للثروة حيث يتم منح التمويل للفقراء و محدودي الدخل الذين يرغبون في إنشاء مشاريع سياحية بدون شروط مجحفة مع عدم المبالغة في الضمانات التي تكون محلا للرهن من أجل الحصول على التمويل خاصة بالنسبة للمنشآت السياحية الصغيرة و المتوسطة التي تمثل العمود الفقري للقطاع السياحي، و بالتالي المساهمة الفعالة في تحقيق العدالة و تقليص الفوارق بين الأقلية التي تملك و الأغلبية التي لا تملك مما يعني تكافؤ الفرص في الحصول على التمويل⁴.

¹ شوقي بوبرقة، مرجع سبق ذكره، ص ص 92، 95.

² مندر قحف، مفهوم التمويل في الاقتصاد الإسلامي: تحليل فقهي و اقتصادي، بحث تحليلي رقم 13، البنك الإسلامي للتنمية، المعهد الإسلامي للبحوث و التدريب، 2003 م، ص 12.

³ قتيبة عبد الرحمن العاني، مرجع سبق ذكره، ص 58.

⁴ صالح صالح، « الكفاءة التمويلية لصيغ الاستثمار و أساليب التمويل الإسلامية مدخل مقارن مع آليات التمويل التقليدية »، جامعة سطيف 1، الجزائر، ص 26.

4- الاعتماد على قاعدة " نظرة إلى ميسرة للمعسر " و " عقوبة المماطل " بضوابطهما الشرعية، و بالتالي لا مجال لفوائد التأخير في السداد التي تزيد من سعر الفائدة الأصلي و تتسبب في زيادة عجز أصحاب المشاريع السياحية عن السداد¹ ففي ظل تميز القطاع السياحي بالموسمية من جهة و طول فترة التحقق الفعلي لمردودية المشاريع السياحية من جهة أخرى يمكن للبنوك الإسلامية أن تمنح لهم فترة سماح للبدء في تسديد ما عليهم على عكس البنوك التقليدية التي تشترط على المستثمرين في القطاع السياحي البد في تسديد أقساط القرض حتى قبل الانتهاء من عملية إنجاز المشاريع السياحية، كما أن البنوك التقليدية لا تفرق بين النشاطات التي تقوم بتمويلها سواء كانت نشاطات تجارية أو إنتاجية و التي تختلف فيما بينها في فترات استرداد رأس المال بشكل كبير.

5- ارتباط التمويل بالاقتصاد الحقيقي إذ أن التمويل الإسلامي مقيد دائما بمعدلات المشاركة المرتبطة بالاقتصاد الحقيقي، لذلك فإن نسبة الديون إلى الثروة الحقيقية تكون محدودة و لا يمكن أن تصبح أضعاف الثروة و عليه فإن التمويل الإسلامي للقطاع السياحي يضمن النمو المستدام لهم التوازن الاقتصادي بين الاقتصاد الحقيقي و الاقتصاد المالي، مع مراعاة المصالح الحقيقية الذي يتطلب ارتباط حركية التمويل الإسلامي بحركية النشاط الاقتصادي الحقيقي في دائرة الأولويات التي تضمن تحقيق المصلحة العامة بدء بالضروريات فالحاجيات فالتحسينيات.

6- المشاركة في نتائج المشاريع الاستثمارية السياحية حيث يقتضي ذلك تشارك الأطراف المختلفة للعملية التمويلية في نتائج تقلب الأموال و توظيفها في النشاط السياحي الحقيقي سواء كانت أرباحا أو خسائر حيث تعد كل الأطراف المشاركة في المشروع السياحي ذات مصلحة تتشارك في تقاسم الأرباح و تتكافل في تحمل الخسائر، فلا يوجد من يربح دائما بغض النظر على نتائج المشروع السياحي كما هو الوضع في التمويل التقليدي².

المطلب الثاني: الكفاءة التمويلية المرتبطة بتنوع و تعدد أساليب و صيغ التمويل

الإسلامي

إن البنوك الإسلامية تقوم على أساس نظام المشاركة الذي تتوزع بموجبه نتائج العملية الاستثمارية بشكل عادل على الأطراف المشاركة فيها، باستعمال أساليب و صيغ تمويلية تتسم بالتعدد و التنوع و هذا ما لا يتوفر لدى غيرها من البنوك التقليدية التي تتسم بالحدودية كونها محصورة في القرض بفائدة، و سنتعرف على صيغ التمويل الإسلامي التي تنظم العملية التمويلية و عن طريقها تنساب الموارد المالية إلى مختلف المشاريع

¹ قتيبة عبد الرحمن العاني، مرجع سبق ذكره، ص 60.

² صالح صالح، بتصرف، مرجع سبق ذكره، ص 28 - 30.

السياحية و التي تترافق مع أساليب تمويلية متعددة و متنوعة حيث أن أهم ضابط يحكمها هو خلوها من الفائدة الاستغلالية و انخفاض تكاليفها بالمقارنة مع أساليب التمويل التقليدية الربوية، و تتمثل أهمها فيما يلي:

أولاً: أسلوب التمويل بالمشاركة

يقصد بهذا الأسلوب المشاركة في نتيجة العملية الاستثمارية سواء كانت ربحاً أو خسارة مما يعني أن العائد متغير و ليس مضمون، و يشمل هذا الأسلوب صيغة المشاركة و المضاربة اللتان تمثلان أهم الصيغ التي تعرضها البنوك الإسلامية في هذا الإطار، بالإضافة إلى صيغة المزارعة و المساقاة و هي قليلة الاستعمال في العصر الحديث.

1- المشاركة: هي أن يشترك اثنان أو أكثر بالأموال و الأعمال قصد تحقيق الأرباح، و يتم التمويل بالمشاركة في أن يقوم البنك الإسلامي بتقديم حصة من إجمالي التمويل اللازم لتنفيذ العملية الاستثمارية على أن يقدم الشريك الآخر أو المستثمر الحصة المكملة فضلاً عن قيام هذا الأخير بإدارة عملية المشاركة و الإشراف عليها، فتكون حصته مشتملة على حصة في المال إضافة إلى حصة العمل و الإدارة، كما يتم توزيع الأرباح المتوقعة بينهما على أساس حصول البنك على نسبة منه مقابل تمويله و حصول الشريك على نسبة مقابل رأسماله و عمله أما في حالة الخسارة فيتحملها كل طرف حسب نسبة حصص التمويل¹.

و هي مشروعة لقول الله تعالى: ﴿ فَإِنْ كَانُوا أَكْثَرَ مِنْ ذَلِكَ فَهُمْ شُرَكَاءُ ﴾²، و قوله أيضاً: ﴿ وَ إِنَّ كَثِيرًا مِنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي بَعْضُهُمْ عَلَى بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ ءَامَنُوا وَ عَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَ قَلِيلٌ مَّا هُمْ ﴾³ و تعتبر صيغة المشاركة من أكثر صيغ التمويل الشرعي مرونة و شمولاً نظراً لما تتميز به من ملائمة مع جميع الاحتياجات التمويلية لمختلف القطاعات الاقتصادية خاصة القطاع السياحي، حيث تمثل المشاركة الصيغة المثلى لتمويل الأصول الثابتة التي تفوق نسبة 70 % من إجمالي أصول المشروع السياحي⁴، و ذلك على أساس مساهمة المستثمر السياحي إلى جانب البنك الإسلامي في تمويل مثل هذه الأصول فيكون البنك ليس مجرد ممول فقط و إنما مشارك في المشروع السياحي و عليه تكون العلاقة بينهما علاقة شراكة و ليس دائن بمدين كما هو معمول به في البنوك التقليدية.

2- المضاربة: هي عقد بين طرفين يشارك أحدهما بالمال و الآخر بالإدارة و العمل فالمضارب لا يملك المال الذي بيده و إنما يتصرف فيه كوكيل عن صاحب رأس المال و الكسب مهما قل أو كثر يقسم بينهما بالنسب المتفق عليها، و عند الخسارة يتحمل صاحب رأس المال الخسارة المالية أما المضارب فيتحمل ضياع جهده

¹ محمد محمود المكاوي، أسس التمويل المصرفي الإسلامي بين المخاطرة و السيطرة، الطبعة الأولى، المكتبة العصرية، مصر، 2009 م، ص 28.

² سورة النساء، الآية: 12.

³ سورة ص، الآية: 24.

⁴ نزيه الدباس، مرجع سبق ذكره، ص 11.

و عمله إن لم يثبت عليه التقصير¹، و هي مشروعة لقول الله تعالى: ﴿وَأَخْرُؤْنَ يَصْرُؤُونَ فِي الْأَرْضِ يَبْتَغُونَ مِنْ فَضْلِ اللَّهِ﴾²، لذلك نجد المضاربة كصيغة تمويلية إسلامية يقوم من خلالها البنك الإسلامي بتسخير المال لكل قادر على العمل و راغب فيه بحسب خبرته و براعته و اجتهاده على أن تكون حصة كل منهما جزء شائعا و معلوما من الربح المتفق عليه ابتداء عند التعاقد³. و تعتبر صيغة المضاربة البديل الشرعي لعمليات البنوك التقليدية في تمويل المشاريع السياحية التي يملك أصحابها الخبرة الكافية لإدارتها و لكن لا يملكون المال الكافي لتشغيلها.

3- المزارعة: تعتبر المزارعة شركة بين طرفين أو أكثر يكون لدى أحدهما الأرض التي لا يستطيع زراعتها أما الآخر فيقدم العمل و الجهد و الخبرة و القدرة على زراعتها، و من ثم فإن طرفي عقد المشاركة من خلال صيغة المزارعة هما صاحب الأرض الذي يساهم برأس المال الذي تمثله الأرض و المزارع الذي يساهم بعمله و خبرته، على أن يتم توزيع الناتج من عملية المزارعة بينهما⁴.

قال ابن تيمية* - رحمه الله -: «المزارعة مشاركة هذا يشارك بفتح بدنه و هذا بفتح ماله و ما قسم الله من ربح كان بينهما كشريكي العنان»⁵، و قد عرفها ابن عرفة* بقوله: «الشركة في الحرث»⁶. و تمثل صيغة المزارعة إحدى الصيغ التمويلية في البنوك الإسلامية حيث يكون البنك صاحب الأرض و العميل هو الذي يقدم جهده و عمله من أجل خدمة هذه الأرض.

4- المساقاة: تعني أن يتفق طرفين على أن يقوم أحدهما بمهمة سقي الثمار و المزروعات للطرف الآخر و التي تتمثل أساسا في أشجار النخيل و الفواكه و غيرها، و يتم قسمة المحصول بينهما حسب الاتفاق⁷ و هي أيضا أن يدفع الرجل الشجرة لمن يخدمها و تكون غلتها بينهما⁸. و تمثل هذه الصيغة إحدى الصيغ

¹ علي أحمد السالوس، المعاملات المالية المعاصرة في ضوء الشريعة الإسلامية، مكتبة الفلاح، الكويت، 1986 م، ص 40.

² سورة المزمل، الآية: 20.

³ محمد محمود المكاوي، مرجع سبق ذكره، ص 44.

⁴ فليح حسن خلف، البنوك الإسلامية، الطبعة الأولى، عالم الكتب الحديث، عمان، 2006 م، ص 364.

* تقي الدين أبو العباس أحمد بن عبد الحليم بن عبد السلام النميري الحراني (661 هـ- 728 هـ / 1263 م- 1328 م) المشهور باسم ابن تيمية، و هو فقيه و محدث و مفسر و عالم مسلم مجتهد منتسب إلى المذهب الحنبلي، كما أنه أحد أبرز العلماء المسلمين خلال النصف الثاني من القرن السابع و الثالث الأول من القرن الثامن الهجري.

⁵ علي أحمد السالوس، مرجع سبق ذكره، ص 45.

* أبو عبد الله محمد بن محمد بن محمد بن عرفة الورغمي هو فقيه مالكي أشعري المعتقد، ولد سنة 716 هـ الموافق ل 1316 م و قد توفي سنة 803 هـ الموافق ل 1400 م، كان إمام جامع الزيتونة و خطيبه في العهد الحفصي.

⁶ نصر سلمان، سعاد سطحي، فقه المعاملات المالية و أدلته عند المالكية، الطبعة الأولى، المطبعة العربية، غرداية، 2002 م، ص 208.

⁷ فليح حسن خلف، مرجع سبق ذكره، ص 370.

⁸ نصر سلمان، سعاد سطحي، مرجع سبق ذكره، ص 213.

التمويلية في البنوك الإسلامية على أساس أن البنك هو صاحب الثمار و المزروعات التي تحتاج إلى من يسقيها فيكون الطرف الثاني في الشركة هو العامل الذي يقدم جهده للبنك.

ثانياً: أسلوب التمويل بالبيع

يتم هذا التمويل عن طريق تأجيل دفع ثمن السلع و المواد الأولية التي تكون المشاريع السياحية في حاجة إليها مع تحقيق هامش ربح أي أن العائد يكون ثابتاً، مما ينتج عن هذا الأسلوب من التمويل مديونية ثابتة و محددة عكس التمويل التقليدي، و يعتبر بيع المراجعة أهم صيغته في البنوك الإسلامية بالإضافة إلى السلم و الاستصناع.

1- المراجعة: هو بيع السلعة بمثل ثمنها الأول الذي اشتراها به البائع مع زيادة ربح معلوم متفق عليه بمبلغ مقطوع أو نسبة من الثمن الأول، و بالتالي فهي أحد أنواع بيوع الأمانة التي تقوم أساساً على كشف البائع للثمن الذي اشترى به السلعة فتتحدد العلاقة في عقد البيع بين طرفين فقط و هذا ما يعرف بالمراجعة البسيطة، لكن هناك صورة أخرى للمراجعة تركز في أسسها على المبدأ السابق، إلا أنها تختلف عن الصورة الأولى من حيث العلاقة العقدية لانعقادها بين ثلاثة أطراف (المشتري، البنك، البائع) و هذا ما يعرف بالمراجعة المركبة التي يجري العمل بها في البنوك الإسلامية حيث يطلق عليها المراجعة للآمر بالشراء¹.

و تقوم المراجعة كصيغة تمويلية في البنوك الإسلامية على أساس أن يلجأ شخص ما إلى البنك الإسلامي مبيناً رغبته في شراء سلعة معينة أو محددة المواصفات مقابل ربح يتفقان عليه زيادة على رأس المال الذي في تلك السلعة بعد شرائها، و غالباً ما يشتري البنك الإسلامي هذه السلعة نقداً من البائع ثم يبيعها بالأجل لعميله الأمر بالشراء² على أن يلتزم هذا الأخير بأن يشتريها منه بعد ذلك³. تتميز المراجعة بسهولة تطبيقها فضلاً على كونها تغطي نطاقاً واسعاً من السلع التي يشملها القطاع السياحي و تحتاج إليها مختلف المشاريع السياحية. يعتبر بيع المراجعة بيع صحيح يندرج تحت عامة البيوع الجائزة التي تنعقد لقصد الربح و النماء ما لم يتخلله ما يجعله فاسداً أو باطلاً⁴، كما أنه مشروع لقول الله تعالى: ﴿ وَ أَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَ حَرَّمَ الرِّبَا ﴾⁵.

¹ نوري عبد الرسول الخاقاني، المصرفية الإسلامية: الأسس النظرية و إشكالية التطبيق، الطبعة العربية، دار اليازوري، عمان، 2011 م، ص 248.

² عبد العظيم أبو زيد، بيع المراجعة و تطبيقاته المعاصرة في المصارف الإسلامية، دار الفكر، دمشق، 2004 م، ص 23.

³ محمد سليمان الأشقر، بيع المراجعة كما تجرته البنوك الإسلامية، مكتبة الفلاح، الكويت، 1983 م، ص 6.

⁴ عبد العظيم أبو زيد، مرجع سبق ذكره، ص 40.

⁵ سورة البقرة، الآية: 275.

2- السلم: هو بيع شيء موصوف في الذمة بثمن عاجل¹ حيث يتضمن تعجيل الثمن و تأجيل المثل، و يعتبر السلم من البيوع المشروعة، فما روي عن ابن عباس- رضي الله عنهما - قال: قدم النبي صلى الله عليه و سلم المدينة و هم يسلفون بالتمر الستين و الثلاث، فقال: « مَنْ أَسْلَفَ فِي شَيْءٍ، فَفِي كَيْلٍ مَعْلُومٍ، وَ وَزْنٍ مَعْلُومٍ، إِلَى أَجَلٍ مَعْلُومٍ »². أما عن مجال تطبيقه فهو واسع لكن الفقهاء وضعوا ضابطا له يتمثل في "كل ما يجوز بيعه و يمكن ضبط صفاته و يثبت ديناً في الذمة يجوز السلم فيه"³.

فالسلم نوع من البيوع تؤجل فيه السلع المباعة المحددة المواصفات و يعجل فيه ثمنها بغية تمويل البائع للمشتري أي التمويل العاجل على حساب الإنتاج الآجل، و بالتالي يتلاءم مع طبيعة البنوك الإسلامية بل إن السلم أقرب إلى روح العمل المصرفي الإسلامي الذي يميل إلى الربحية مع الضمان وفق القاعدة الشرعية الخراج بالضمان، لذلك يمثل أحد أهم صيغ التمويل في البنوك الإسلامية التي يمكن استخدامها في الأنشطة الاقتصادية المعاصرة خاصة القطاع السياحي نظرا لتمييز السلم بالمرونة و استجابته لحاجات التمويل المختلفة للمشاريع السياحية سواء كان التمويل قصير أو متوسط أو طويل الأجل، حيث تستطيع البنوك الإسلامية تمويل نفقات تشغيل المشاريع السياحية و تزويدها بمختلف أنواع السلع التي هم بحاجة إليها فضلا عن تمويل الحرفيين اليدويين و العاملين في قطاع الصناعات التقليدية.

3- الاستصناع: هو عقد بين اثنين المستصنع و الصانع يطلب فيه الأول من الثاني أن يصنع له سلعة معينة بأوصاف محددة مقابل بدل معين يدفعه له، و المواد التي يحتاج إليها في صنع السلعة تكون على الصانع⁴، أي أنه يبيع سلعة موصوفة في الذمة يلتزم البائع بصنعها مقابل ثمن يدفعه المشتري حالا أو مؤجلا أو على أقساط⁵. و تتضح أهمية عقد الاستصناع بالحاجة إليه في الحياة البشرية، حيث بين الله تعالى أن البشر متفاوتون فيما بينهم تسخييرا منه لبعضهم البعض، حيث قال الله عز و جل في كتابه العزيز: ﴿ أَهْمُ يَقْسِمُونَ رَحْمَةً رَبِّكَ نَحْنُ قَسَمْنَا بَيْنَهُمْ مَعِيشَتَهُمْ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَ رَفَعْنَا بَعْضَهُمْ فَوْقَ بَعْضٍ دَرَجَاتٍ لِيَتَّخِذَ بَعْضُهُمْ بَعْضًا سُخْرِيًّا وَ رَحْمَةُ رَبِّكَ خَيْرٌ مِمَّا يَجْمَعُونَ ﴾⁶، و من صور تسخير البشر لبعضهم البعض، عقد

¹ مجمع اللغة العربية، المعجم الوجيز، مجمع اللغة العربية، القاهرة، 1989 م، ص 319.

² أخرجه الإمام البخاري في صحيحه، أنظر: محمد بن إسماعيل أبو عبد الله البخاري الجعفي، صحيح البخاري، مرجع سبق ذكره، الجزء الثالث، كتاب السلم، باب السلم في وزن معلوم، رقم الحديث: 2240، ص 85.

³ عبد الملك عبد العلي كاموي، « السلم في الشريعة و التطبيق المصرفي »، مجلة البحوث الفقهية المعاصرة، مجلة علمية محكمة متخصصة في الفقه الإسلامي تصدر من الرياض، السعودية، العدد 41، السنة الحادية عشر، ذو الحجة 1419 هـ الموافق لـ فيفري 1999 م، ص 219.

⁴ أحمد الحجى الكردي، « أحكام زكاة صور من عروض التجارة المعاصرة »، مجلة الشريعة و الدراسات الإسلامية، تصدر عن مجلس النشر العلمي في جامعة الكويت، العدد 33، السنة الثالثة عشر، شعبان 1418 هـ الموافق لـ ديسمبر 1997 م، ص 75.

⁵ محمد عبد الحميد الفقي، الأداء الاقتصادي للمصارف الإسلامية و أثره في عملية التنمية الاقتصادية - دراسة فقهية اقتصادية -، الطبعة الأولى، عالم الكتب، القاهرة، 2010 م، ص 192.

⁶ سورة الزخرف، الآية: 32.

الاستصناع، إذ أن المستصنع محتاج لمن يصنع له حاجته بالشكل الذي يريد، و الصانع محتاج إلى المال الذي يأخذه مقابل صنعه لينفقه حسب حاجاته في الحياة، لذلك يعتبر الاستصناع إحدى الصيغ الإسلامية التي تتعامل بها البنوك الإسلامية في مجال الصناعة، و عليه يمكن تمويل القطاع السياحي وفقا لهذه الصيغة باعتباره صناعة ثقيلة تتطلب البناء و التشييد حسب مواصفات محددة و معايير عالمية.

ثالثا: أسلوب التمويل بالتأجير

يستند هذا الأسلوب على أساس أن يقوم البنك الإسلامي بوضع الآلات و المعدات و الأجهزة التي يمتلكها أو يقوم بشرائها حسب المواصفات المحددة، تحت تصرف أصحاب المشاريع السياحية الذين ينتفعون بها مقابل أجرة محددة و معلومة مسبقا خلال فترة زمنية معينة دون أن يتحملوا تكاليف شرائها أو التعرض لبعض الأخطار المرتبطة بتملكها.

و قد ثبتت مشروعية الإجارة لقول الله تعالى: ﴿ قَالَتْ إِحْدَاهُمَا يَا أَبَتِ اسْتَجِرْهُ إِنَّ خَيْرَ مَنْ اسْتَجَرْتَ الْقَوِيَّ الْأَمِينُ ﴾¹، و قوله: ﴿ فَإِنْ أَرْضَعْنَا لَكُمْ فَتَاتُوهُنَّ أَجُورَهُنَّ ﴾²، كما أن هناك أحاديث كثيرة تدل على مشروعية الإجارة نذكر منها أن رسول الله صلى الله عليه و سلم قال: « قَالَ اللَّهُ: ثَلَاثَةٌ أَنَا خَصْمُهُمْ يَوْمَ الْقِيَامَةِ: رَجُلٌ أَعْطَى بِي ثُمَّ غَدَرَ، وَ رَجُلٌ بَاعَ حُرًّا فَأَكَلَ ثَمَنَهُ، وَ رَجُلٌ اسْتَأْجَرَ أَجِيرًا فَاسْتَوْفَى مِنْهُ وَ لَمْ يُعْطِ أَجْرَهُ »³، و يوجد ثلاثة صيغ من الإجارة التي تتم وفق هذا الأسلوب من التمويل و هي:

1- الإجارة التشغيلية: تقوم هذه الصيغة على تأجير الأصول لأصحاب المشاريع السياحية من أجل القيام بعمل محدد ثم يسترد البنك الإسلامي الأصول من أجل تأجيرها لشخص آخر، و بالتالي يتحمل البنك الإسلامي جميع النفقات الخاصة بالأصل من صيانة أو تأمين أو ضرائب أو غيرها.

2- الإجارة التمويلية: يتفق فيها البنك الإسلامي مع صاحب المشروع السياحي على أن يشتري له أصلا يكون بحاجة إليه في نشاطه، ثم يؤجره له لمدة متوسطة أو طويلة الأجل مع احتفاظ البنك الإسلامي بملكية الأصل فعند انتهاء المدة المتفق عليها يسترجع البنك الأصل، و يكون للعميل الحق الكامل في استخدامه مقابل دفع أقساط الإيجار المحددة في العقد، كما يمكن له إعادة استئجاره مرة أخرى إذا كان في حاجة إليه أو نقل الملكية له، على أن يتحمل تكاليف الصيانة و غيرها طيلة مدة الإجارة.

3- الإجارة المنتهية بالتملك: هي صيغة أخرى من أسلوب التمويل بالتأجير التي تم اشتقاقها من صيغة الإجارة تبعا لاجتهادات معاصرة حيث يقوم البنك الإسلامي بموجبها بامتلاك أصول مثل آلات أو تجهيزات

¹ سورة القصص، الآية: 26.

² سورة الطلاق، الآية: 6.

³ أخرجه الإمام البخاري في صحيحه، أنظر: محمد بن إسماعيل أبو عبد الله البخاري الجعفي، صحيح البخاري، مرجع سبق ذكره، الجزء الثالث، كتاب البيوع، باب إثم من باع حرا، رقم الحديث: 2227، ص 82.

أو عقارات ثم يؤجرها لصاحب المشروع السياحي مقابل أن يتعهد هذا الأخير بدفع أقساط متساوية في تواريخ محددة، و عندما يتم تسديد جميع الأقساط تنتهي الإجارة و يلغى عقدها فتنقل ملكية الأصل إلى العميل.

رابعاً: أسلوب التمويل التكافلي

يقوم هذا الأسلوب من التمويل على أساس التبرع و الإحسان أي لا يهدف إلى تحقيق العائد حيث يتضمن تقديم القروض الحسنة لأصحاب الحرف و المهن (قطاع الصناعات التقليدية و الحرف اليدوية) من أجل مساعدتهم على توفير الوسائل و الأدوات اللازمة لإنجاز حرفهم.

و القرض الحسن هو الذي يرد إلى المقرض عند نهاية المدة المتفق عليها دون أن تدفع عنه فوائد و دون أن يكون للمقرض الحق في المشاركة في أرباح أو خسائر العملية التي استثمرت فيها قيمة القرض¹، إذ يقدمه المقرض عن طيب خاطر منه إلى شخص مقترض عوناً له في الشدة أو دعماً له، لقول الله تعالى: ﴿مَنْ ذَا الَّذِي يُقْرِضُ اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا فَيُضَاعِفَهُ لَهُ أَضْعَافًا كَثِيرَةً وَاللَّهُ يَقْبِضُ وَيَبْصُطُ وَإِلَيْهِ تُرْجَعُونَ﴾² و قال أيضاً: ﴿إِنْ تُقْرِضُوا اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا يُضَاعِفْهُ لَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ وَاللَّهُ شَكُورٌ حَلِيمٌ﴾³.

إذن فالقرض الحسن يعتبر من أهم الأعمال التي تقوم على تحقيق التكافل الاجتماعي و التي تحرص البنوك الإسلامية على أدائها، حيث يخصص البنك الإسلامي نسبة معينة من موارده وفق نظامه الأساسي من أجل تقديم القروض بدون فائدة وفق الحالات التي تميزها الشريعة الإسلامية و عادة ما تكون محدودة القيمة⁴ حيث تخضع لتقدير لجنة القرض الحسن التي يتم تشكيلها بهدف الفصل في الأمر بعدما يتم التأكد من جدية الأسباب المطلوب لأجلها القرض مع إعطاء الأولوية للأكثر احتياجاً⁵، أما الغاية من منح القروض الحسنة الإنتاجية فتتمثل في تقديم العون المادي للمقترض كي يتحول إلى طاقة إنتاجية فاعلة في المجتمع و يعمل على إنتاج ما يسد حاجاته فضلاً عن تحقيق فائض يسد به قيمة القرض.

و يمكن تلخيص أساليب التمويل و الصيغ الإسلامية التي يشملها كل أسلوب وفق الشكل التالي:

¹ منير إبراهيم هندي، شبهة الربا في معاملات البنوك التقليدية و الإسلامية: دراسة اقتصادية و شرعية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2000 م، ص 63.

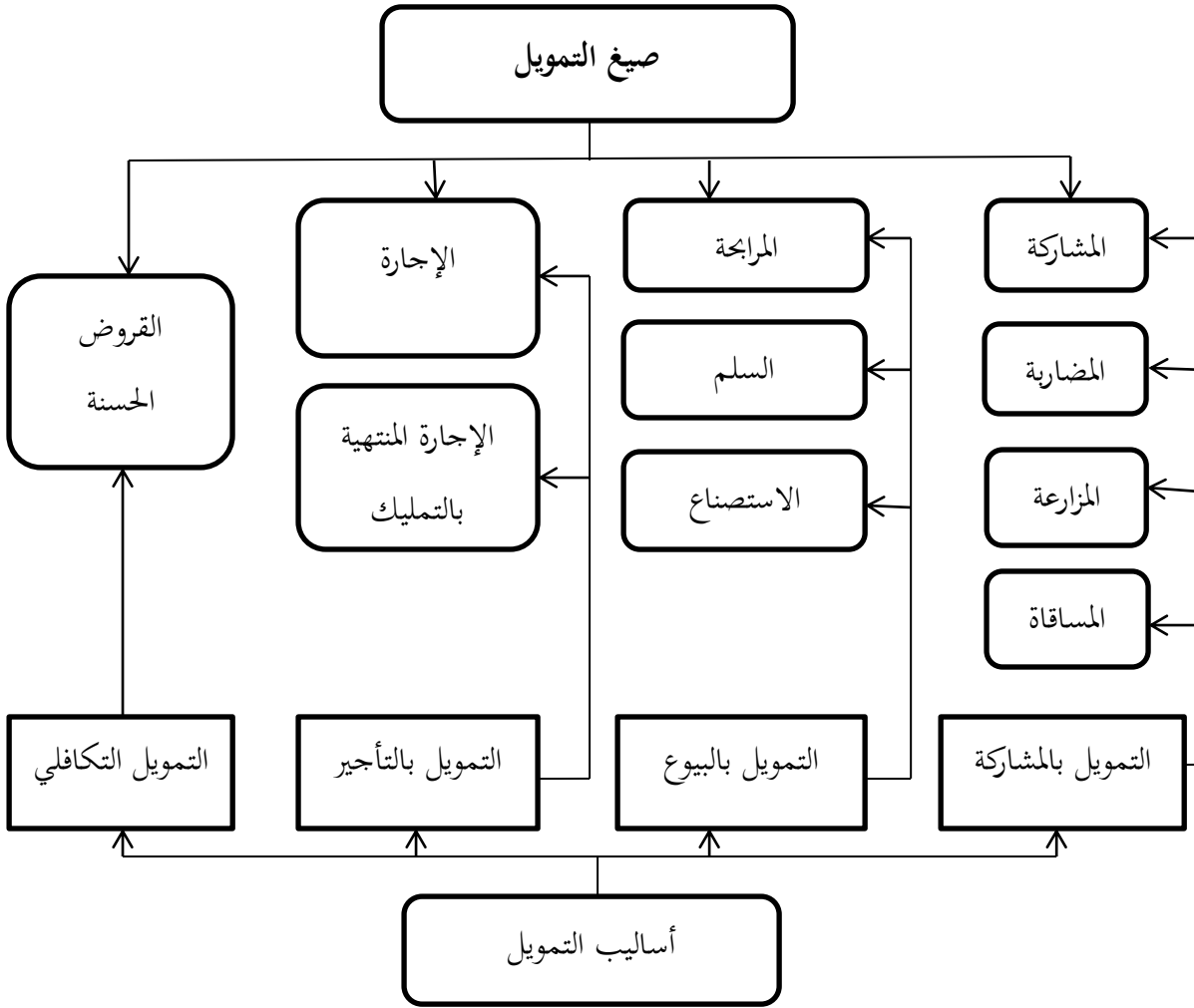
² سورة البقرة، الآية: 245.

³ سورة التغابن، الآية: 17.

⁴ محمود يونس، عبد النعيم مبارك، مقدمة في النقود و أعمال البنوك و الأسواق المالية، الدار الجامعية، 2003 م، ص 314.

⁵ جمال لعمارة، المصارف الإسلامية، دار النبأ، الجزائر، 1996 م، ص 134.

شكل رقم (3-5): أساليب التمويل و الصيغ الإسلامية



المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على صالح صالح، مرجع سبق ذكره، ص 26.

المطلب الثالث: ضوابط تمويل البنوك الإسلامية للمشاريع السياحية

عندما تقوم البنوك التقليدية بدراسة ملف طلب القرض من أجل تمويل المشاريع السياحية فإنها تركز على الجانب المتعلق بالعميل و المشروع فقط كما سبق إيضاحه في المبحث السابق و لا يهتمها إذا كان المشروع السياحي محل التمويل مقبولا شرعا، بينما تقوم البنوك الإسلامية بالإضافة إلى ذلك و إلزاميا بدراسة مدى موافقة المشاريع السياحية للضوابط التي تقرها الشريعة الإسلامية فضلا عن تحقيق هذه المشاريع ربحية مناسبة ناتجة عن تمويلها من طرف البنك وفق أية صيغة من الصيغ الإسلامية، و تعتبر هذه الضوابط أساسا ثابتة ليست محلا للمفاضلة أو الاختيار لأنها تجسد نظام و أهداف البنوك الإسلامية، و عليه فإن المشاريع السياحية التي لا تتفق مع هذه الضوابط يتم رفض تمويلها، و سنحاول من خلال هذا المطلب إبراز الضوابط التي تأخذها البنوك الإسلامية بعين الاعتبار عند اتخاذها القرار الخاص بتمويل المشاريع السياحية.

أولاً: حفظ المال و تنميته من خلال دراسة جدوى المشاريع السياحية

من أهم الأسباب التي تدعو المستثمرين و البنوك التقليدية إلى تقييم المشاريع و دراسة جدوى الاستثمار هو الرغبة في الاطمئنان على فرص نجاح المشاريع و التعرف على مدى المخاطرة و احتمالات تعرض الأموال المستثمرة للخسارة، و بذلك يشكل هدف حماية الأموال المستثمرة و المحافظة عليها أحد الأسباب الموجبة لدراسات الجدوى و تقييم المشاريع، و يعتبر هذا الهدف أساسياً بالنسبة للتقييم من المنظور الإسلامي فالبنوك الإسلامية ليست أقل حرصاً على حماية أموالها، بل إن هدف حماية و صون الأموال أصلاً من الأصول الإسلامية الخمسة التي تدور حولها مجمل ضوابط و أحكام الشريعة الإسلامية و هي حفظ الدين و النفس و العقل و النسل و المال، و لا تقتصر هذه الضوابط على مجرد حفظ المال من الضياع أو السرقة أو الإسراف و التبذير، بل تعدت ذلك إلى حفظ المال عن طريق تنميته و حماية طرق كسبه و إنفاقه، لذلك يجب على المشروع السياحي أن يخضع للضوابط الشرعية أولاً قبل أن يخضع لمعايير الربحية المالية أو غيرها من المعايير التي يجب أن تستند بدورها إلى الأطر الشرعية التي تحكم هذا الموضوع، و عليه فإن معايير التقييم من وجهة النظر الإسلامية مقارنة مع المعايير التقليدية تتصف بأنها تضيف مجموعة جديدة من المعايير و هي الضوابط الشرعية¹.

ثانياً: مشروعية المشاريع السياحية

تشكل الشريعة الإسلامية بفقها و تعاليمها من خلال قاعدتي الحلال و الحرام، الإطار الذي يحكم نشاط البنوك الإسلامية في تعاملها مع كافة القطاعات الاقتصادية و منها القطاع السياحي، فعندما تقوم البنوك الإسلامية بتمويل المشاريع السياحية لا بد لها من مراعاة ما يلي²:

- 1- ألا يتعارض المشروع السياحي مع الجانب العقائدي في الحياة الإسلامية كالتشكيك في ثوابت العقيدة أو الطعن فيها من خلال نشر فكر متطرف أو أي مظهر من مظاهر الشرك و الفتن.
- 2- ألا يترتب على المشروع السياحي مفسدة دينية أو دنيوية سواء بارتكاب المخذورات الشرعية أو ترك الواجبات الدينية.
- 3- أن يكون الهدف من المشروع السياحي محل التمويل هو تحقيق مصلحة الفرد و المجتمع أي المنفعة العامة للمسلمين.

4- أن يكون غرض العملية التمويلية و وسائلها و منتجاتها حلالاً بحيث لا يمكن للبنوك الإسلامية تمويل المشاريع السياحية التي تتضمن السلع المحرمة شرعاً مثل الخمر و لحوم الخنزير و اللحوم المذبوحة بطريقة غير

¹ حسين محمد سمحان، « نحو استخدام مؤشرات مالية إسلامية في تقييم المشروعات الاقتصادية »، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، مجلة علمية دورية متخصصة محكمة تصدر عن مخبر البحث العولمة و اقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة حسيبة بن بوعلي - الشلف - الجزائر، العدد السابع، ص 107.

² مصطفى كمال السيد طایل، البنوك الإسلامية و المنهج التمويلي، الطبعة الأولى، دار أسامة، عمان، 2012 م، ص 112.

إسلامية، كما لا يمكنها تمويل بعض المشاريع الترفيهية كالنوادي الليلية و الأماكن التي يتم فيها تعاطي الكحوليات و ممارسة الفواحش بحكم تعارضها مع أحكام الشريعة الإسلامية.

5- التزام المشاريع السياحية بتوفير أماكن خاصة بالعبادة و الذكر كالمصليات خاصة في مراكز الإيواء مثل الفنادق و المنتجعات السياحية و أيضا المطاعم و المراكز التجارية الكبرى و المرافق الترفيهية، كما يجب أن يغلب على هذه المشاريع المظهر الإسلامي و التطبيق العلني للشعائر الدينية الإسلامية بعيدا عن التشبه بالمواقع السياحية في بلاد غير المسلمين.

6- التزام المشاريع السياحية بالأنظمة و القوانين و الأعراف المتعلقة بشؤون الحياة العامة في المواقع السياحية إذا كانت موافقة للشريعة الإسلامية و تحقق المنفعة العامة.

ثالثا: مراعاة المعايير الاقتصادية و الاجتماعية الحاكمة للتمويل في البنوك الإسلامية

عندما تقوم البنوك الإسلامية بتحديد أولويات الاستثمار و تمويل المشاريع السياحية، فإنها تراعي في ذلك أن تكون هذه الأخيرة متوافقة مع الأولويات التي وضعتها الدولة في خطط التنمية الاقتصادية بمعنى أنه لا يوجد تعارض معها، بحيث يجب على البنوك الإسلامية أن تساند هذه الخطط التنموية و تدعمها في حدود الإمكانيات المتاحة لهذه البنوك من جهة، و في ظل توافقها مع أحكام و مبادئ الشريعة الإسلامية من جهة أخرى.

بالإضافة إلى ذلك، هناك أولوية للمشاريع السياحية التي تتواجد في البيئة المحلية للبنوك الإسلامية سواء كانت مدينة صغيرة أو كبيرة، إذ أن تمويل البنوك الإسلامية للمشاريع السياحية في المناطق الكائنة بها يؤدي إلى تحقيق التكافل الاجتماعي في هذه المناطق من خلال زيادة ثقة المودعين بأن أموالهم موزعة في مشاريع تخدم بيئتهم هذا من جهة، و من جهة أخرى خلق إحساس لدى الأفراد بأن البنوك الإسلامية هي جزء منهم و بالتالي قدرة أكبر على اكتشاف الفرص الاستثمارية و التمويلية للاستفادة منها¹.

رابعا: الالتزام بالمعايير الخاصة بصيغ التمويل الإسلامية

عندما تقوم البنوك الإسلامية بتمويل المشاريع السياحية وفق أية صيغة من الصيغ الإسلامية المختلفة يجب عليها أن تلتزم بالمعايير الخاصة بتطبيق كل صيغة مثل رأس المال و العمل، الأهلية و الصيغة و المحل، الربح و الخسارة و غيرها من الشروط اللازمة لصحة عقود هذه الصيغ من الناحية الشرعية، فضلا عن ضرورة الربط بين الجانب النظري و الجانب العملي للصيغ الإسلامية بحيث يجب على الموظفين في البنك الإسلامي و القائمين على إدارة التمويل الإمام الكافي بالمفاهيم النظرية لهذه الصيغ و الخلفية الشرعية لها قبل تنفيذها في المشاريع السياحية و هذا ما سيتم تناوله من خلال المطلب الموالي.

¹ مصطفى كمال السيد طایل، مرجع سبق ذكره، ص 113، 114.

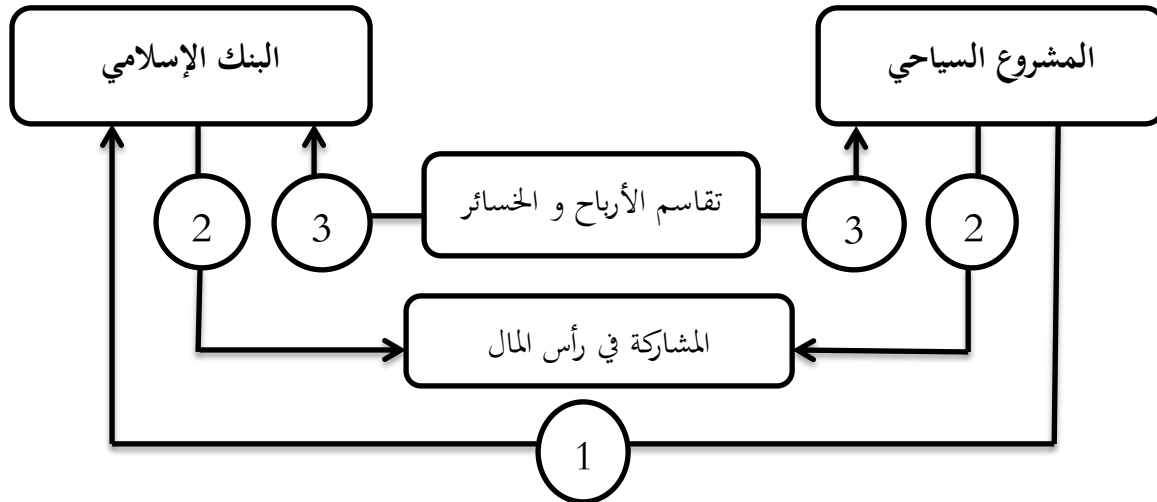
المطلب الرابع: كيفية تطبيق الصيغ التمويلية الإسلامية في المشاريع السياحية

أولاً: التطبيق العملي لصيغة المشاركة

يتبين من الواقع العملي أن صيغة التمويل بالمشاركة هي من أهم صيغ التمويل المطبقة في البنوك الإسلامية، كما تعتبر أكثر صيغ التمويل ملائمة لطبيعة و خصوصية القطاع السياحي فقد تكون طويلة أو متوسطة أو قصيرة الأجل، حيث تأخذ المشاركة في البنوك الإسلامية عدة طرق لتنفيذها في المشاريع السياحية و ذلك حسب الصيغة التي تم الاتفاق عليها في العقد كما يلي:

1- المشاركة الثابتة (الدائمة أو المستمرة): هي مشاركة متوسطة أو طويلة الأجل حيث يقوم البنك الإسلامي بالمساهمة في تمويل جزء من رأسمال المشروع السياحي، مما يترتب عليه أن يكون شريكا في ملكية هذا المشروع و في كل ما ينتج عنه من ربح أو خسارة بالنسب التي يتم الاتفاق عليها مع إمكانية إدارة المشروع و الإشراف عليه¹، و تبقى لكل طرف من الأطراف حصص ثابتة في المشروع السياحي الذي يأخذ شكلا قانونيا كشركة تضامن أو شركة توصية، و تتحدد العلاقة بينهما في ضوء القواعد القانونية مع عدم تعارضها مع الشريعة الإسلامية، كما يمكن أن تظل هذه المشاركة قائمة إلى غاية انتهاء المدة المتفق عليها في العقد² و هذا ما يعرف بالمشاركة الثابتة المنتهية التي يكون الهدف منها تمويل عملية توريد الأجهزة أو المعدات التي تحتاجها المشاريع السياحية. و تتم الخطوات العملية للمشاركة الثابتة في البنوك الإسلامية كما يوضحه الشكل التالي:

شكل رقم (3-6): الخطوات العملية لصيغة المشاركة الثابتة في البنوك الإسلامية



المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على فادي محمد الرفاعي، مرجع سبق ذكره، ص 133.

¹ فادي محمد الرفاعي، المصارف الإسلامية، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2003 م، ص 133.

² محمد ناصر الغريب، أصول المصرفية الإسلامية و قضايا التشغيل، الطبعة الثانية، اتحاد المصارف العربية، بيروت، 2001 م، ص 163.

2- المشاركة المتناقصة (المنتهية بالتملك): هي مشاركة متوسطة الأجل حيث يساهم البنك الإسلامي في رأسمال المشروع السياحي مع التعهد بالتنازل عن حصته في ملكية المشروع إما دفعة واحدة أو على دفعات حسب ما تقتضيه الشروط المتفق عليها في العقد و التي يمكن أن تكون على ثلاثة صور¹:

* **الصورة الأولى:** أن يتفق البنك الإسلامي مع صاحب المشروع السياحي على أن يكون إحلال هذا الأخير محل البنك بعقد مستقل يتم بعد إتمام التعاقد الخاص بعملية المشاركة بحيث يكون للشريكين حرية كاملة في التصرف ببيع حصته لشريكه أو لغيره.

* **الصورة الثانية:** أن يتفق البنك مع صاحب المشروع السياحي على المشاركة في التمويل الكلي أو الجزئي للمشروع، على أن يكون ذو دخل متوقع من أجل حصول البنك على حصة نسبية من صافي الدخل المحقق فعلا مع حقه في الاحتفاظ بالجزء المتبقي من الإيراد أو أي قدر منه يتفق عليه، ليكون ذلك الجزء مخصصا لتسديد أصل ما قدمه البنك من تمويل، و عندما يقوم صاحب المشروع السياحي بتسديد ذلك التمويل بالكامل، تؤول الملكية له وحده.

* **الصورة الثالثة:** يتم تقسيم رأس المال إلى أسهم أو حصص متساوية القيمة، و يمثل مجموعها إجمالي قيمة المشروع السياحي، و يحق لصاحبه إذا أراد أن يشتري من هذه الأسهم المملوكة للبنك الإسلامي عددا معينا بحيث تتناقص أسهم البنك بمقدار ما تزيد أسهم صاحب المشروع السياحي إلى أن يمتلك كامل الأسهم فتصبح ملكيته للمشروع ملكية تامة.

و تعتبر أبرز التطبيقات العملية لصيغة المشاركة المتناقصة أو المنتهية بالتملك في العقارات و بذلك فهي تلائم طبيعة و خصوصية المشاريع السياحية التي يغلب عليها الأصول الثابتة المتمثلة أساسا في البنايات كالفنادق و المنتجعات السياحية، خاصة بالنسبة للمستثمرين السياحيين الذين يملكون الأرض و لا يمكنهم إعمارها لعدم توفر الموارد المالية، و يمكن تلخيص الخطوات العملية لصيغة المشاركة المتناقصة في البنوك الإسلامية فيما يلي²:

أ- يتقدم صاحب المشروع السياحي إلى البنك الإسلامي كي يشاركه في تمويل العقار الخاص بممارسة النشاط السياحي كالفندق مثلا، على أن يرفق طلبه بصورة عن مخطط الأرض التي سيتم بناء الفندق عليها و صورة من عقد ملكية الأرض.

ب- يعرض المشروع السياحي أولا على هيئة الرقابة الشرعية بالبنك من أجل التأكد من مدى مشروعيته، فإن كان متوافق مع أحكام الشريعة الإسلامية يتم دراسة المشروع و من ثم تقوم لجنة التمويل بالاطلاع على نتائج هذه الدراسة كي تقرر الرأي النهائي في المشاركة و بالشروط التي يتفق عليها.

¹ وائل عربيات، المصارف الإسلامية و المؤسسات الاقتصادية، الطبعة الأولى، دار الثقافة، عمان، 2006 م، ص ص 45، 46.

² مصطفى كمال السيد طایل، مرجع سبق ذكره، ص 272.

ج- بعد الموافقة الشرعية و الإدارية على المشروع السياحي يقوم قسم الشؤون القانونية بالبنك بصياغة عقد المشاركة الذي يتضمن الشروط التي تم الاتفاق عليها بين البنك و العميل و التي تتمثل أهمها في:

* تحديد قيمة الأرض التي تمثل حصة العميل في المشاركة و التكلفة الإجمالية للمبنى.

* تحديد كيفية توزيع الدخل الناتج عن تشغيل الفندق و بيع الغرف للسياح مع تحديد نسبة كل من الطرفين من صافي الربح، بحيث يقوم العميل بتسديد قيمة الحصة المتفق على شرائها من البنك سنويا من الدخل الذي يحصل عليه، إلى أن يحل محله في ملكية الفندق.

* يتم إعداد جدول بالنسب و الحصص التي سيتم شراؤها سنويا للالتزام بها طالما أن دخل الفندق متوقعا و ليس فعليا.

د- بعد التوقيع على العقد تأتي الخطوة التنفيذية للمشروع السياحي حيث يلتزم كل من البنك الإسلامي و العميل بما هو منصوص عليه في العقد و حسب البرنامج الزمني المرفق الذي يوضح مراحل التنفيذ و مواعيدها.

3- المشاركة المباشرة (تمويل صفقة معينة): هنا يدخل البنك الإسلامي شريكا في عمليات تجارية أو استثمارية مستقلة عن بعضها البعض حتى بالنسبة للمشروع السياحي الواحد بحيث تختص بنوع أو عدد محدد من السلع، كما يطلب البنك من العميل مساهمة مالية تتراوح بين 25 و 40 % تبعا لنوع العمليات (تجارة داخلية أو خارجية)، و في هذه الحالة يتم توزيع الأرباح بين الطرفين حسب مساهمة كل منهما في رأسمال الصفقة بعد تخصيص جزء من الأرباح للعميل مقابل إدارته للعملية و تسويق السلعة¹.

4- المشاركة في رأسمال المشروع: و تعرف بالمشاركة التشغيلية في رأسمال المشروع أو المساهمة في تمويل رأسمال المنشأة، حيث يقوم البنك بتقييم أصول المشروع السياحي كي يحدد حجم التمويل الذي سيقدمه و يشترط أن لا تقل مساهمة العميل عن 15 % من إجمالي رأسمال المشروع السياحي، إذ تمثل الأصول التي تم تقييمها حصة العميل بالإضافة إلى جهده الإداري².

ثانيا: التطبيق العملي لصيغة المضاربة

يختلف التطبيق العملي المعاصر للمضاربة في البنوك الإسلامية عن المضاربة المعروفة قديما في الفقه المالي الإسلامي، بعد أن قامت بتطويرها بناء على دراسات فقهية و اقتصادية إسلامية معاصرة حيث لم تعد حكرا على العلاقة الثنائية بين رب المال و العامل، بل أصبح البنك الإسلامي باعتباره مضاربا يعرض على أصحاب الأموال استثمار مدخراتهم من جهة، و من جهة أخرى يقوم بعرض هذه الأموال على أصحاب المشاريع الاستثمارية باعتبارهم مضاربون و باعتباره صاحب الأموال أو وكيل عنها على أن يتم توزيع الأرباح حسب الاتفاق بين الأطراف الثلاثة (المودعين، البنك الإسلامي، المستثمرين)، أما الخسارة فيتحملها البنك

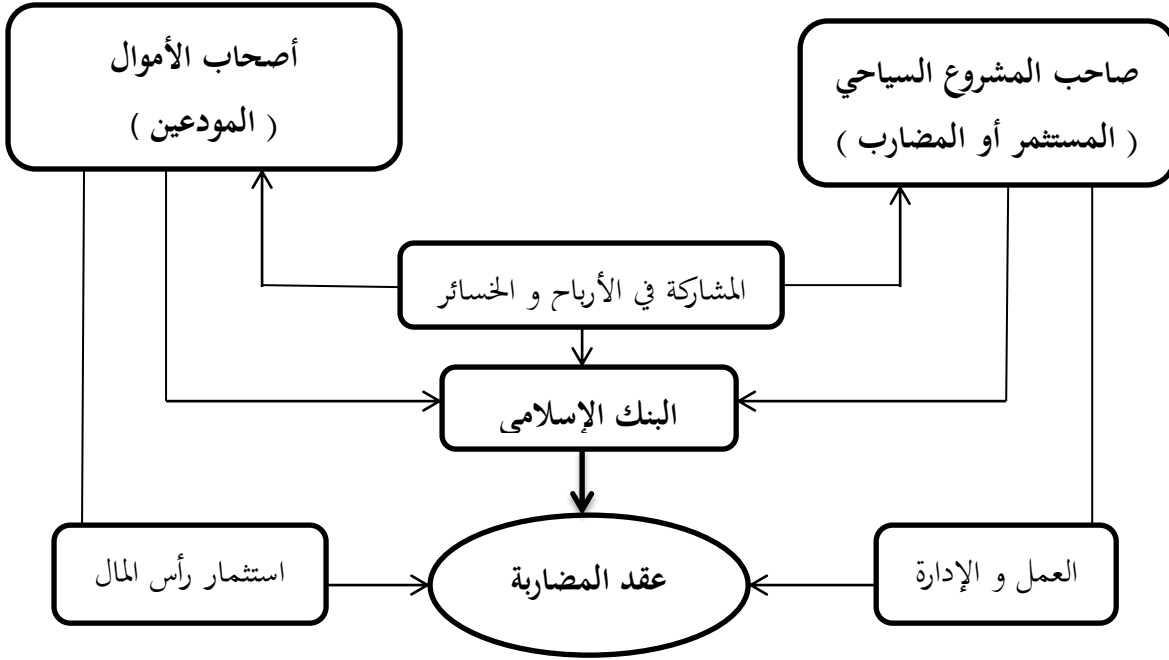
¹ مصطفى كمال السيد طایل، مرجع سبق ذكره، ص 269.

² نفس المرجع، ص 270.

الإسلامي مع أصحاب الأموال إلا إذا ثبت التقصير من المضاربين فإنهم يتحملون الخسارة لوحدهم، و هذا ما يعرف بالمضاربة المشتركة و التي قد تكون قصيرة أو متوسطة أو طويلة الأجل.

و عليه فإن الخطوات العملية لتمويل المشاريع السياحية وفق صيغة المضاربة في البنوك الإسلامية تتم بين ثلاثة أطراف كما يوضحه الشكل التالي:

شكل رقم (3-7): الخطوات العملية لصيغة المضاربة في البنوك الإسلامية



المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على محمود عبد الكريم إرشيد، مرجع سبق ذكره، ص 100.

من خلال الشكل السابق يمكن شرح مراحل تنفيذ المضاربة في تمويل المشاريع السياحية كما يلي¹:

- 1- يتقدم أصحاب الأموال أو المودعين بمدخراتهم إلى البنك الإسلامي بهدف استثمارها في المجالات المناسبة.
 - 2- يقوم البنك الإسلامي بدراسة فرص الاستثمار السياحي المتاحة و المرشحة للتمويل.
 - 3- يقوم البنك الإسلامي بخلط الأموال ثم يدفعها إلى المستثمرين السياحيين طالبي التمويل عن طريق صيغة المضاربة حيث يملكون الجهد و الخبرة في إدارة المشاريع السياحية.
 - 4- تحسب الأرباح في نهاية كل سنة ثم توزع بين الأطراف الثلاثة المذكورة سابقا.
- و من الجدير بالذكر أن المضاربة المقيدة هي السائدة في البنوك الإسلامية لأنها أكثر انضباطا من المضاربة المطلقة بحيث تتيح للبنوك الإسلامية إمكانية متابعة استثمار الأموال على أحسن و أسلم وجه².

¹ محمود عبد الكريم إرشيد، المدخل الشامل إلى معاملات و عمليات المصارف الإسلامية، الطبعة الأولى، دار النفائس، عمان، 2015 م، ص 100.

² قتيبة عبد الرحمن العاني، مرجع سبق ذكره، ص 115.

ثالثاً: التطبيق العملي لصيغة المراجعة

ظهرت صور حديثة للتعامل بالمراجعة كصيغة تمويلية في البنوك الإسلامية حيث يعد بيع المراجعة للآمر بالشراء من الصيغ التي صدرت فتاوى شرعية بجواز عقدها، كما أنها من أكثر العقود مزاولة في النشاط المصرفي الإسلامي إذ تستخدم كبديل للقروض الربوية في تمويل مختلف المشاريع، و تتم الخطوات العملية لبيع المراجعة للآمر بالشراء في مجال تمويل المشاريع السياحية كما يلي:

1- يتقدم صاحب المشروع السياحي إلى البنك الإسلامي كي يبدي رغبته في شراء سلعة معينة بمواصفات محددة بحيث لا تتضمن هذه الرغبة صفة الوعد أو التعهد (المراجعة للآمر بالشراء مع عدم الإلزام بالوعد أي أنه غير ملزم بشرائها)، فالوعد من العميل ليس من لوازم المراجعة إلا إذا تم التصريح بذلك (المراجعة للآمر بالشراء مع الإلزام بالوعد أي أنه ملزم بشراء السلعة من البنك الإسلامي بعد شراء البنك لها)¹.

2- يقوم البنك الإسلامي بدراسة طلب الشراء من أجل التحقق من سلامة البيانات المقدمة من طرف صاحب المشروع السياحي فضلاً عن التأكد من عدم مخالفة العملية لأحكام الشريعة الإسلامية² و اتفاقها مع الضوابط الشرعية لعقد البيع.

3- يتفق البنك الإسلامي مع صاحب المشروع السياحي على الثمن و الربح و طريقة الدفع المقسط وفق النظام الذي يعمل به البنك.

4- يقوم البنك الإسلامي بشراء السلعة بناء على طلب صاحب المشروع السياحي حيث تتم إجراءات الشراء مع طرف ثالث أي المورد (البائع) و يتسلم البنك السلعة فعلياً من المورد كما يتم تسجيلها في دفاتر البنك، فلا يجوز للبنك الإسلامي أن يبيع السلعة مراجعة للعميل قبل تملكها و لا يصح له توقيع عقد المراجعة مع العميل قبل التعاقد مع البائع لشراء السلعة موضوع المراجعة و قبضها.

5- يقوم البنك الإسلامي بعرض السلعة على صاحب المشروع السياحي من أجل التأكد من مدى مطابقتها للمواصفات المحددة حسب طلب الشراء، و هنا يوجد صورتان للتطبيق حيث إذا كانت الصيغة التمويلية المتفق عليها في البداية هي المراجعة للآمر بالشراء مع الإلزام بالوعد، فيلتزم صاحب المشروع السياحي بشراء السلعة من البنك و حسب الاتفاق إذ يتم إبرام عقد البيع مراجعة مع العميل بمجرد تملك البنك للسلعة، أما إذا كانت الصيغة المتفق عليها هي المراجعة للآمر بالشراء مع عدم الإلزام بالوعد، فيكون لصاحب المشروع السياحي الحق في الاختيار بين شراء السلعة و عدم شرائها، و في حالة تراجعها عن الشراء يبحث البنك الإسلامي عن فرص بديلة لتسويق السلعة و التخلص منها.

¹ هيئة المحاسبة و المراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية، المعايير الشرعية: المعيار الشرعي رقم (8) المراجعة للآمر بالشراء، البحرين، 1431 هـ - 2010 م، ص 92.

² محمود عبد الكريم إرشيد، مرجع سبق ذكره، ص 165.

رابعاً: التطبيق العملي لصيغة السلم

يمكن أن تكون صيغة السلم بديلاً مناسباً عن القروض بفائدة لتمويل المشاريع السياحية بحيث تستخدمها البنوك الإسلامية في الحصول على السلع موضوع تجارتها والتي تكون هذه المشاريع بحاجة إليها، كما يمكن للبنوك الإسلامية تطبيق هذه الصيغة أيضاً في تمويل العقارات عن طريق بيع الوحدات قبل إنشائها و تسليمها بعد الانتهاء منها، وهذا ما يتلاءم مع المشاريع السياحية الأساسية مثل الفنادق و الوحدات السكنية و المنتجعات السياحية و المطاعم و غيرها، حيث يوجد صورتان لتطبيق صيغة السلم في المشاريع السياحية:

– **الصورة الأولى:** أن يقوم البنك الإسلامي بدفع رأس المال للمتعامل عاجلاً و استلام السلعة أو العقار السياحي آجلاً في موعد معين متفق عليه مسبقاً ثم يسلمها لصاحب المشروع السياحي.

– **الصورة الثانية:** أن يقوم البنك الإسلامي ببيع السلم بالتقسيط حيث يتم تسليم رأس المال و استلام السلع على أقساط أو دفعات.

خامساً: التطبيق العملي لصيغة الاستصناع

تلعب البنوك الإسلامية دوراً بارزاً في تمويل القطاع السياحي عن طريق صيغة الاستصناع حيث يمكن تطبيق هذه الصيغة و الاستفادة منها في عدة مجالات خاصة المشاريع السياحية الضخمة التي تحتاج إلى مبالغ تمويلية كبيرة مثل إنشاء المطارات و العقارات المتمثلة أساساً في بناء الفنادق الكبرى و المنتجعات السياحية و المطاعم و المراكز التجارية و غيرها من المشاريع السياحية و ذلك من خلال شركات المقاولات، إذ يعتبر المجال العقاري من أوسع المجالات التي يمكن تطبيق صيغة الاستصناع فيه، بالإضافة إلى صناعة الطائرات و السفن و الآلات و التجهيزات بدلاً من استيرادها من الخارج بمبالغ باهظة و بالتالي المساهمة في حل العديد من المشكلات المعاصرة، و قد يدخل البنك الإسلامي في عقود الاستصناع إما صانعاً أو مستصنعاً أو صانعاً و مستصنعاً في نفس الوقت و هو ما يعرف بالاستصناع الموازي إذ سنفصل ذلك فيما يلي:

1- البنك الإسلامي باعتباره صانعاً: يمثل البنك في هذه الحالة الصانع أو العامل في عقد الاستصناع حيث يطلب منه أصحاب المشاريع السياحية منتجات صناعية معينة أو بناء عقارات بمواصفات محددة، فيقوم البنك من خلال ما يمتلكه من مصانع و شركات مقاولات بصنع المطلوب منه¹ كما يتم تنفيذ ذلك بأجهزة إدارية ضمن أقسام منفصلة عن دائرة العمل المصرفي في البنك نفسه حيث تقوم تلك الأجهزة بإدارة العمليات الصناعية.

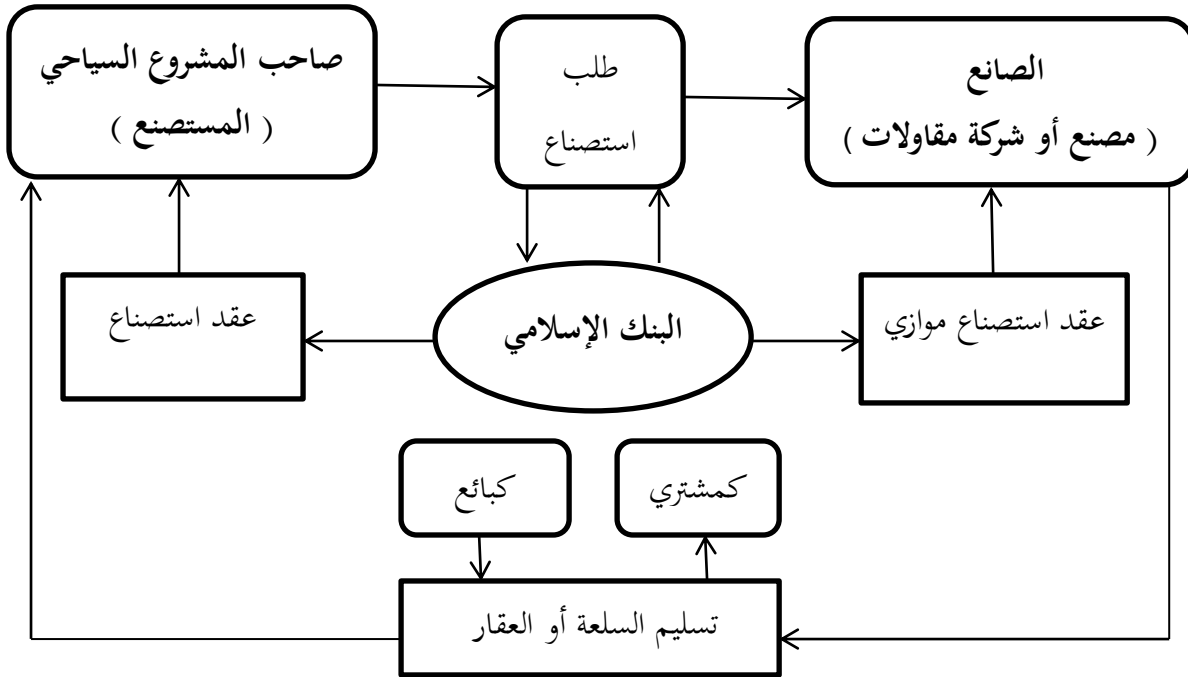
2- البنك الإسلامي باعتباره مستصنعاً: هنا يكون البنك هو الذي يطلب منتجات صناعية معينة أو عقارات سياحية بمواصفات محددة حيث يقوم بتمويل عمليات صنعها سواء من ماله الخاص أو من الحسابات

¹ محمود عبد الكريم إرشيد، مرجع سبق ذكره، ص 211.

الاستثمارية للمودعين، و عندما يتم الانتهاء من صنعها و تصبح هذه المصنوعات ملكا للبنك يتصرف فيها بإحدى الصيغ التمويلية المتاحة سواء بالمشاركة أو البيع أو التأجير.

3- البنك الإسلامي باعتباره صانعا و مستصنعا في نفس الوقت (الاستصناع الموازي): قد يكون البنك الإسلامي في أغلب الأحوال غير قادر على الاستصناع بنفسه لأنه ليس شركة صناعية تباشر التصنيع بنفسها، فلا يكون أمامه إلا تطبيق الاستصناع وفق أسلوب الاستصناع الموازي الذي يعني إنشاء عقدي استصناع متوازيين دون الربط بينهما أي يقوم صاحب المشروع السياحي باعتباره مستصنعا بالتعاقد مع البنك الإسلامي على صنع سلعة معينة أو بناء عقارات بمواصفات محددة باعتباره صانعا من جهة، ثم يقوم البنك الإسلامي من جهة أخرى باعتباره يملك السيولة النقدية و ليس صانعا أي مستصنعا بالتعاقد مع طرف ثالث لهو الصانع فيطلب منه صناعة المطلوب بنفس المواصفات و عندما يستلم البنك المصنوعات يقوم بتسليمها لصاحب المشروع السياحي، و بالرغم من أن العقدين منفصلين عن بعضهما البعض إلا أنه يجب أن يراعى فيهما موعد التسليم¹ بحيث يكون الأجل المحدد في عقد الاستصناع بعد الأجل المحدد في عقد الاستصناع الموازي. و يمكن تلخيص الخطوات العملية للتمويل بالاستصناع الموازي في الشكل التالي:

شكل رقم (3-8): الخطوات العملية لصيغة الاستصناع الموازي في البنوك الإسلامية



المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على مصطفى كمال السيد طایل، مرجع سبق ذكره، ص 299.

¹ مصطفى كمال السيد طایل، مرجع سبق ذكره، ص 299.

و من الجدير بالذكر أنه يتم الاتفاق في عقد الاستصناع بين البنك الإسلامي و صاحب المشروع السياحي على الثمن و طريقة تسديده إما معجلاً أو مؤجلاً أو مقسطاً بحيث يكون الثمن ما يدفعه البنك فعلاً في عقد الاستصناع الموازي مضاف إليه الربح الذي يراه مناسباً، أما الثمن في عقد الاستصناع فعادة ما يكون معجلاً، و في كل الحالات غالباً ما يتم تطبيق الاستصناع المقسط نظراً لضخامة المصنوعات و ثمنها.

سادساً: التطبيق العملي لصيغة الإجارة

إن التطبيق المعاصر لأسلوب التأجير في البنوك الإسلامية يركز على صيغتين هما الإجارة التشغيلية و الإجارة المنتهية بالتمليك، و فيما يلي الخطوات العملية لتنفيذها في المشاريع السياحية:

1- الإجارة التشغيلية: تمر بالخطوات التالية:

- * يقوم البنك الإسلامي بشراء الأصول بغرض تأجيرها بعد قيامه بدراسة السوق.
- * يتقدم صاحب المشروع السياحي إلى البنك الإسلامي بهدف تأجير الأصول التي يحتاجها في نشاطه و التي تكون متوفرة لدى البنك، بحيث يتم التفاوض بينهما على مدة التأجير و الأقساط.
- * يتم توقيع عقد الإيجار بين الطرفين بناء على الشروط التي تم الاتفاق عليها وفقاً لأحكام الشريعة الإسلامية.
- * في نهاية مدة الإيجار يقوم صاحب المشروع السياحي بإعادة الأصل إلى البنك و يمكن له إعادة تأجيره إذا مازال بحاجة إليه بعقد إجارة جديد.

2- الإجارة المنتهية بالتمليك: تعتبر من أحدث الصيغ التمويلية المستخدمة في البنوك الإسلامية بحيث تتلاءم مع التطور الاقتصادي المعاصر و خاصة مع القطاع السياحي إذ تلي حاجات المستثمرين السياحيين الراغبين في تملك الأصول المعمرة من آلات و معدات و تجهيزات خاصة الثقيلة منها بالإضافة إلى الطائرات و السفن لكنهم غير قادرين على الشراء مباشرة، حيث تمكنهم هذه الصيغة من استخدام الأصول دون الحاجة لشرائها مقابل دفع مبلغ معين نقداً كأجرة على شكل أقساط لفترة زمنية محددة يتنازل البنك بعد انتهائها مباشرة عن الأصل بعقد بيع ليصبح ملكاً للمستأجر، و بما أن البنك الإسلامي يقوم بالحصول على الأصل فقط عندما يطلبه العميل الذي يلتزم بالدخول معه في عقد الإجارة، فإنه يمكن للبنك أن يحقق ربحاً من خلال تحديد قيمة الإيجار عند مستوى يسمح له باسترجاع قيمة شراء الأصل و الحصول على هامش ربح خلال فترة الإيجار التي عادة ما تكون طويلة الأجل بحيث تغطي عمر الأصل المؤجر.

المبحث الرابع: مؤهلات منافسة البنوك الإسلامية للبنوك التقليدية في تمويل القطاع السياحي و تنميته

تستند البنوك الإسلامية في عملها المصرفي على أحكام الشريعة الإسلامية و مبادئ الاقتصاد الإسلامي الذي يحرم التعامل بالفائدة، فوفقاً لذلك تعطي الأولوية للفرص الاستثمارية التي تنحصر في الإنتاج الفعلي الذي يقوم بالتوجيه المباشر للموارد إلى الاستثمار الحقيقي، و أن رأس المال لا يستحق العائد ما لم يشارك في العملية الإنتاجية على عكس ما تعمل به البنوك التقليدية التي تضمن العائد المتمثل في الفائدة، و عليه فإن الصيغة المشروعة للربح تكون من خلال اشتراك رأس المال مع الجهد البشري و الموارد الاقتصادية الأخرى من أجل انتاج السلع و الخدمات، بحيث تمثل الصيغ التمويلية التي تستخدمها البنوك الإسلامية الجزء الهام من العمل المصرفي و التي جعلت لها قدرة كبيرة على تعبئة المدخرات بهدف الاستثمار بشكل يفوق البنوك التقليدية، إذ نجحت البنوك الإسلامية في جذب مختلف الفئات و حتى أصحاب الدخول الضعيفة و المتوسطة و وجهتها إلى التوظيف الفعال، و قد أثبتت هذه الصيغ التمويلية جدتها في تلبية احتياجات العملاء مما جعل البنوك الإسلامية منافساً قوياً للبنوك التقليدية في العمل المصرفي على مستوى العالم و في شتى المجالات التي من بينها المجال السياحي، و سنحاول من خلال هذا المبحث إبراز المؤهلات التي تمكن البنوك الإسلامية بأن تكون ليس منافساً فحسب للبنوك التقليدية في تمويل القطاع السياحي بل بديلاً مناسباً و ملائماً لطبيعة و خصوصية هذا القطاع.

المطلب الأول: عوامل نجاح البنوك الإسلامية في تمويل القطاع السياحي

حرصت البنوك الإسلامية بأن تكون فلسفتها في العمل المصرفي متميزة عما هو مطبق في البنوك التقليدية بالاعتماد على أحكام الشريعة الإسلامية و مبادئ الاقتصاد الإسلامي مستخدمة في إنجاح تجربتها أدوات لتعبئة الأموال و توظيفها في مختلف القطاعات الاقتصادية وفق آلية المشاركة في الربح و الخسارة بدلاً من الإقراض بفائدة مضمونة، بحيث تحقق ميزات جعلت منها ملجأً لتلبية الحاجات التمويلية للمستثمرين في القطاع السياحي نذكر منها ما يلي:

أولاً: تحمل البنوك الإسلامية جزء من المخاطرة في المشاريع السياحية

إن إتباع آلية المشاركة في الربح و الخسارة بدلاً من الإقراض بفائدة مضمونة يعني أن البنك سيتحمل جزء من المخاطر الناجمة عن عمليات الاستثمار السياحي، لذلك فإن التمويل الإسلامي للقطاع السياحي يختلف عن التمويل التقليدي في¹:

¹ أحمد ياسين، عزيز إسماعيل محمد، « التمويل الاستثماري في المصارف الإسلامية و أهميته الاقتصادية »، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، مجلة علمية رصينة محكمة نصف سنوية متخصصة في مجال نشر البحوث و الدراسات الاقتصادية تصدر عن جامعة الإسرائ، العراق، 2013 م، ص 466.

- 1- إن التمويل الإسلامي يقلل من المخاطر التي يتحملها المستثمر السياحي لأنه يتم توزيعها بين عنصري العمل و رأس المال.
- 2- ارتباط الربح بالمخاطرة لأن رأس المال لا يستحق العائد إذا لم يشارك في العملية الإنتاجية.
- 3- إمكانية دخول رأس المال الثابت في العملية الإنتاجية مقابل أجر أو حصة من الأرباح.
- 4- التمويل الإسلامي يتشارك مع المستثمر السياحي في الربح و الخسارة بينما التمويل التقليدي يحمل الخسارة للمستثمر السياحي وحده.

ثانيا: أبعاد و أهداف البنوك الإسلامية في إطار تمويلها للمشاريع السياحية

تكون هذه الأهداف خاضعة لضوابط الشريعة الإسلامية مما يزيد من ثقة العملاء في البنوك الإسلامية حيث تتمثل أهمها في¹:

- 1- المساهمة في رفع معدل النمو الاقتصادي للدولة عن طريق ضخ الأموال في جميع المشاريع السياحية التي تؤدي إلى تحقيق التنمية الاقتصادية.
- 2- تحقيق مستوى عالي من التوازن بين توفير فرص العمل في القطاع السياحي و بين استقرار المستوى العام للأسعار من أجل ضمان الدخل الحقيقي لأفراد المجتمع.
- 3- تحقيق الكفاءة الاقتصادية في تخصيص الموارد المتاحة و تشغيلها في القطاع السياحي.
- 4- تحقيق العدالة الاجتماعية من خلال اختيار تمويل المشاريع السياحية التي تعمل على تحسين توزيع الدخل بين أفراد المجتمع و مختلف المناطق و أيضا بين الأجيال الحاضرة و القادمة بحيث يتم استغلال الموارد الطبيعية بصورة تسمح بضمان حق الأجيال القادمة.
- 5- تماشي المشروعات السياحية مع الأولويات الاقتصادية الإسلامية.

ثالثا: ظهور و انتشار السياحة الإسلامية

إن ظهور و انتشار السياحة الإسلامية بدأ يجذب انتباه أصحاب الفنادق الكبرى و وكالات السياحة مع تنامي الطلب على هذا النوع من السياحة المتوافقة مع أحكام الشريعة الإسلامية، إذ يفيد تقرير لرويتز حول الاقتصاد الإسلامي بأن حجم الإنفاق العالمي للمسلمين على السفر إلى الخارج بلغ 142 مليار دولار سنة 2014م باستثناء الحج و العمرة، مما يجعل هذا السوق يشكل 11% من الإنفاق العالمي على السوق السياحي، و يتوقع التقرير ارتفاع الإنفاق العالمي للمسلمين على السفر إلى الخارج ليصل إلى 233 مليار دولار بحلول عام 2020م، معتبرا أن سفر المسلمين لقضاء العطلات و الترفيه قد تجاوز إطار الاقتصاد الإسلامي و أصبح في حد ذاته قطاعا رئيسيا في الاقتصاد العالمي².

¹ مصطفى كمال السيد طایل، مرجع سبق ذكره، ص 45، 46.

² دبي/ وكالات، « السياحة الحلال تجذب استثمارات بالمليارات»، مقال منشور في مجلة السياحة يوم الجمعة 3 محرم 1437 هـ الموافق لـ 16 أكتوبر 2015م، فلسطين، ص 13.

و يقول " فضل بهار الدين " الرئيس التنفيذي لشركة كريست ريتنغ السنغافورية، و هي واحدة من الشركات الأولى في مجال السياحة الحلال، إن هذا السوق ينمو بمعدلات متسارعة جدا نظرا للنمو الطبيعي في عدد المسلمين في العالم و اتساع الطبقة الوسطى داخل المجتمعات الإسلامية التي تمثل الطبقة الأكثر إقبالا على السياحة و السفر. و جاءت ماليزيا في المرتبة الأولى للمؤشر العالمي للسياحة الإسلامية 2015 م تلتها تركيا ثم الإمارات العربية المتحدة ثم السعودية، قطر، إندونيسيا، سلطنة عمان، الأردن و المغرب ضمن قائمة دول منظمة المؤتمر الإسلامي، أما في قائمة الدول التي لا تدخل ضمن منظمة المؤتمر الإسلامي جاءت سنغافورة في المرتبة الأولى تلتها تايلند ثم المملكة المتحدة، جنوب أفريقيا، فرنسا، بلجيكا، هونغ كونغ ثم الولايات المتحدة¹، مما يفسح المجال أمام البنوك الإسلامية في هذه الدول للدخول في تمويل المشاريع السياحية المتوافقة مع أحكام الشريعة الإسلامية.

رابعا: الميزات التي تحققها الصيغ التمويلية الإسلامية في المشاريع السياحية

- 1- إن البنوك التقليدية تقوم باختيار عملائها وفقا لإمكاناتهم المالية من أجل سداد القروض السياحية التي يحصلون عليها، بينما تعتمد البنوك الإسلامية على اختيار الكفاءة لعمليات المشاركة و المضاربة و المراوغة و غيرها من الصيغ التمويلية للمشاريع السياحية لأن العائد المتحقق من الأرباح يعتمد على أساس المناظرة، و من هنا يكون للتمويل الإسلامي دور كبير في تحقيق النمو الاقتصادي².
- 2- إن آلية المشاركة تحتم على البنك الإسلامي أن يبحث بشكل دقيق عن أفضل مجالات الاستثمار في القطاع السياحي و تجنيد كامل طاقاته و إمكانياته الفنية في استخدام الأموال لتنشيط الحركة السياحية في الدولة و بالتالي النهوض بالاقتصاد الوطني³.
- 3- يستطيع البنك الإسلامي من خلال آلية المشاركة التكيف مع الواقع و التطور فضلا عن التصدي للأزمات و الظروف الطارئة⁴، فالمنهج الإسلامي يتميز بالمرونة في المعاملات مما يؤدي إلى قدرة البنوك الإسلامية على تطوير نفسها و صيغها التمويلية و ابتكار صيغ جديدة بما يسمح بمواكبة المستجدات مع المحافظة على الأصول و القواعد العامة للعمل المصرفي الإسلامي⁵ و سنتطرق إلى ذلك بالتفصيل في المطلب الموالي.

¹ دبي/ وكالات، « السياحة الحلال تجذب استثمارات بالمليارات »، مرجع سبق ذكره، ص 13.

² أحمد ياسين، عزيز إسماعيل محمد، مرجع سبق ذكره، ص 465.

³ محمود عبد الكريم إرشيد، مرجع سبق ذكره، ص 88.

⁴ نفس المرجع، ص 88.

⁵ أحمد ياسين، عزيز إسماعيل محمد، مرجع سبق ذكره، ص 465.

المطلب الثاني: الابتكار المالي كأداة لتعزيز دور البنوك الإسلامية في تمويل القطاع السياحي

يعتمد بقاء أي نظام مالي أو مصرفي على مدى قدرته في إيجاد الأدوات و المنتجات المالية التي تمكنه من التأقلم مع الحاجات التمويلية و المتطلبات الجديدة التي تفرضها الظروف الاقتصادية و الاجتماعية و حتى السياسية، و لا شك أن فشل النظام في تحقيق ذلك يعني بالتأكيد عدم قدرته على الاستمرار. ففي ظل تنامي الصيرفة الإسلامية و قصور البنوك التقليدية عن تمويل مختلف المشاريع التنموية خاصة المشاريع التابعة للقطاع السياحي و ذلك لعدم ملائمة آلية الإقراض بفائدة لطبيعة و خصوصية هذا القطاع، فضلا عن مساهمتها المباشرة في إحداث الأزمات المالية، كان لزاما على البنوك الإسلامية أن تطور الصيغ الإسلامية التي كان يتم التعامل بها منذ القدم أي منذ أن جاءت الشريعة الإسلامية مثل المضاربة و المراجعة و غيرها لكي تتلاءم مع الحاجات المعاصرة للمجتمعات كما تم بيانه في المبحث السابق، حيث تتميز الصيرفة الإسلامية عن الصيرفة التقليدية بمرونة عالية مما مكنها من تطوير الصيغ التمويلية الموجودة بالإضافة إلى ابتكار صيغ أخرى مناسبة لكل حالة من حالات التمويل، و بالتالي تحقيق ميزة تنافسية مقارنة بالبنوك التقليدية لتكون بديلا واقعا لها في جميع المجالات، و من ثم تفعيل و تعزيز دورها في تمويل مختلف القطاعات الاقتصادية و التي من أهمها القطاع السياحي و هذا ما سيتم التطرق إليه من خلال هذا المطلب.

أولاً: مفهوم الابتكار المالي في البنوك الإسلامية

يعرف الابتكار المالي أو ما يطلق عليه أيضا الهندسة المالية بأنه تصميم و تطوير و تطبيق أدوات مالية مستحدثة و آليات جديدة من أجل تقديم و صياغة حلول إبداعية لمشاكل التمويل، على أن تكون الابتكارات في الأدوات و الآليات التمويلية متوافقة مع أحكام الشريعة الإسلامية¹، و وفقا لذلك فإن الابتكار المالي يتضمن ثلاثة أنشطة رئيسية هي²:

- ابتكار أدوات مالية جديدة.

- ابتكار آليات تمويلية جديدة من شأنها تخفيض التكاليف الإجرائية لأعمال قائمة مثل التبادل من خلال الشبكة العالمية و التجارة الإلكترونية.

¹ عبد الكريم أحمد قندوز، « الهندسة المالية و اضطراب النظام المالي العالمي »، ورقة بحثية مقدمة في إطار المؤتمر الدولي الرابع حول: " الأزمة الاقتصادية العالمية من منظور الاقتصاد الإسلامي "، المنعقد يومي 15، 16 ديسمبر 2010 م، كلية العلوم الإدارية و الاجتماعية، جامعة الكويت، ص 2.

² بن ابراهيم الغالي، « دور الابتكار المالي في تطوير الصيرفة الإسلامية »، بحث مقدم إلى المؤتمر الدولي حول: " منتجات و تطبيقات الابتكار و الهندسة المالية بين الصناعة المالية التقليدية و الصناعة المالية الإسلامية "، المنعقد يومي 5 و 6 ماي 2014 م الموافق لـ 5 و 6 رجب 1435 هـ، جامعة فرحات عباس - سطيف 1-، الجزائر، ص 5.

- ابتكار حلول جديدة للإدارة التمويلية مثل إدارة السيولة أو ابتكار استراتيجية جديدة لإدارة المخاطر أو أنماط جديدة لإعادة هيكلة منظمات الأعمال للتغلب على المشاكل القائمة أو إعداد صيغ تمويلية لمشروعات معينة تلائم الظروف المحيطة بالمشروع.

و الابتكار المقصود هنا ليس مجرد الاختلاف عن السائد، بل لا بد أن يكون هذا الاختلاف متميزا إلى درجة تحقيقه لمستوى أفضل من الكفاءة و الفاعلية و الميزة التنافسية و المثالية، و أن تكون الأداة أو الآلية التمويلية المبتكرة تحقق ما لا تستطيع الأدوات و الآليات السائدة تحقيقه من خلال تلبية الاحتياجات المختلفة للمستثمرين و طالبي التمويل، و إن أساس الابتكار فكرة أولية يتم تجسيدها على أرض الواقع بعد إخضاعها للاختبار لتتطور في شكل منتج جديد أو خدمة جديدة أو اكتساب طريقة عملية جديدة لحل مشكل مالي معين، تضيف في النهاية قيمة للبنك الإسلامي و تعمل على تحسين أدائه¹.

ثانيا: ضوابط الابتكار المالي في البنوك الإسلامية

يهدف الابتكار المالي في البنوك الإسلامية إلى إيجاد أدوات و آليات تمويلية تجمع بين المصادقية الشرعية و الكفاءة الاقتصادية، حيث أن المصادقية الشرعية هي الأساس في كونها إسلامية أما الكفاءة الاقتصادية فهي الأساس في قدرتها على منافسة البنوك التقليدية من خلال تلبية الاحتياجات التمويلية لمختلف القطاعات الاقتصادية، لذلك يستند الابتكار المالي في البنوك الإسلامية إلى مجموعة من الضوابط تمثل أهمها فيما يلي:

1- ضابط الاستناد إلى الشريعة الإسلامية: يتمثل الأساس العام الذي تقوم عليه المنتجات المصرفية الإسلامية في مراعاة ما شرعه الله سبحانه و تعالى في المعاملات بإحلال ما أحله و تحريم ما حرمه، و ذلك باعتماد الشريعة الإسلامية أساسا لجميع التطبيقات و اتخاذها مرجعا في ذلك، و بما أن أغلب المنتجات المالية الإسلامية تشتق من الفقه الإسلامي فهي إذن ملزمة باتباع أحكام الشريعة الإسلامية و مبادئها في المعاملات، و يمكن حصر المبادئ الرئيسية التي تحكم العقود المالية الإسلامية حسب الشريعة الإسلامية في المبادئ العامة التي تتضمن الأهلية القانونية للتعاقد كالعقل و البلوغ و التمييز و التراضي بين الأطراف المتعاقدة فضلا عن مراعاة القوانين السائدة، بالإضافة إلى مبادئ هامة تتميز بالخصوصية في المعاملات المالية الإسلامية تشمل الالتزام الأخلاقي و القيمي و الإباحة الشرعية و التوازن و الحاجة الحقيقية، لذلك و حتى يكون المنتج المالي المبتكر مقبولا من وجهة النظر الشرعية، فيتوجب حينها أن يكون أخلاقيا و موافقا للقيم الحميدة² التي أقرتها الشريعة الإسلامية.

¹ عبد الكريم أحمد قندوز، « الهندسة المالية و اضطراب النظام المالي العالمي »، مرجع سبق ذكره، ص 3.

² محمد عمر جاسر، « نحو منتجات مالية إسلامية مبتكرة »، ورقة عمل مقدمة إلى مؤتمر المصارف الإسلامية اليمنية حول: " الواقع ... و تحديات المستقبل "، المنظم من طرف نادي رجال الأعمال اليمنيين و المنعقد يومي 20 و 21 مارس 2010 م، - صنعاء -، الجمهورية العربية اليمنية، ص 5.

2- ضابط استبعاد الفوائد الربوية: إن الركيزة الأولى التي بني عليها الاقتصاد الإسلامي و من ثم البنوك الإسلامية و بالتالي الابتكار المالي هي تحريم الربا، فهي شرط أساسي و ضروري في المعاملات المالية القائمة و المستحدثة.

3- ضابط تجنب التعامل بالجهالة و الغرر: إن تحريم الحلال في التمويل و الاستثمار في البنوك الإسلامية يهدف إلى التأكد من تحصيل المال تحصيلًا شرعيًا و استخدامه استخدامًا خاليًا من أي محظور شرعي وفق الأوامر و النواهي التي تحدد معالم الاقتصاد الإسلامي، و منه ضرورة تجنب ابتكار أدوات مالية جديدة تكون فيها شبهة الجهالة أو الغرر أو الغبن أو أكل أموال الناس بالباطل.

4- ضابط الأخذ بمبدأ المشاركة في الربح و الخسارة: إن الأساس الذي تبنى عليه عملية تطوير آليات تمويلية جديدة أو ابتكار صيغ تمويلية إسلامية حديثة هو المبدأ العام لعمل البنوك الإسلامية نفسها، ألا و هو المشاركة في نتيجة العملية الاستثمارية سواء كانت ربحًا أو خسارة بدلًا من الفائدة المضمونة مسبقًا، حيث تستند هذه الآلية إلى قاعدة الخراج بالضمان وقاعدة الغنم بالغرم و المقصود بهما أن الحصول على المنفعة أو المكاسب (العائد أو الربح) يكون بقدر الاستعداد لتحمل الخسارة¹.

5- ضابط التيسير و رفع الحرج: إن تقييد العملاء بالصيغ التمويلية القديمة أو القديمة التي تم تطويرها فيه حرج و تضيق عليهم لأنها لا تفي بكامل احتياجاتهم التمويلية كون هذه الأخيرة متنوعة و متزايدة مع مرور الوقت²، و من هنا يظهر جليا أهمية أن يلتزم الابتكار المالي باستحداث صيغ و أدوات تلبي الاحتياجات المتزايدة للتمويل و بالتالي رفع الضيق عن العملاء و التيسير لهم لقول الله تعالى: ﴿ لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا ﴾³، و قوله أيضا: ﴿ وَ مَا جَعَلَ عَلَيْكُمْ فِي الدِّينِ مِنْ حَرَجٍ ﴾⁴.

6- الكفاءة الاقتصادية: يجب أن يستند الابتكار المالي في البنوك الإسلامية إلى الكفاءة الاقتصادية من خلال توسيع الفرص الاستثمارية في مشاركة المخاطر و تخفيض تكاليف الحصول على المعلومات و عمولات الوساطة و السمسرة⁵.

ثالثا: مناهج الابتكار المالي في البنوك الإسلامية و عوامل نجاحه

تعتمد البنوك الإسلامية في عمليات الابتكار المالي على منهجين أو مدخلين رئيسيين هما:

¹ بن ابراهيم الغالي، مرجع سبق ذكره، ص ص 6، 7.

² عبد الكريم قندوز، « الهندسة المالية الإسلامية »، مجلة جامعة الملك عبد العزيز: الاقتصاد الإسلامي، مجلة دورية تصدرها جامعة الملك عبد العزيز - جدة -، السعودية، المجلد 20، العدد الثاني، 2007 م/1428 هـ، ص ص 31.

³ سورة البقرة: الآية: 286.

⁴ سورة الحج، الآية: 78.

⁵ عبد الكريم قندوز، « الهندسة المالية الإسلامية »، مرجع سبق ذكره، ص ص 23.

1- منهج المحاكاة: يعني أن يتم مسبقا التعرف على النتيجة المراد الوصول إليها من خلال تحويل منتج تم ابتكاره وفق أسس الابتكار المالي في البنوك التقليدية و جعله يتماشى مع متطلبات البنوك الإسلامية، و في الغالب عملية المحاكاة تتم على الأدوات المالية التقليدية التي لا تكون محل خلاف أو شك من الناحية الشرعية، و إن كانت مع خلاف يمكن تحويل محل الشبهة ليصبح مقبول إسلاميا ، فليس جميع المنتجات المالية التي تقدمها البنوك التقليدية غير مناسبة للتمويل الإسلامي، حيث يجب فقط التمييز بين اقتباس ما يتلاءم مع فلسفة التمويل الإسلامي و مبادئه و بين محاكاة الأساس الذي تقوم عليه المنظومة التقليدية¹.

2- منهج الأصالة و الابتكار: أي إيجاد صناعة هندسة مالية إسلامية من خلال البحث عن الاحتياجات الفعلية للعملاء طالبي التمويل و العمل على تصميم المنتجات المالية المناسبة لها و التي تقوم بإشباعها وفقا لأحكام الشريعة الإسلامية، و يتطلب هذا المنهج دراسة مستمرة لاحتياجات العملاء و العمل على تطوير الأساليب التقنية و الفنية اللازمة لها ، و لا شك أن تكلفة هذا المنهج أكبر من تكلفة التقليد و المحاكاة، لكنه في المقابل أكثر جدوى و أكثر إنتاجية حيث أنه عادة ما تكون التكلفة مرتفعة في بداية تطبيق المنتج ثم تنخفض بعد ذلك إلى مستوى التكلفة الحدية المعتادة في المنتجات المالية، و البنك الذي يبادر أولا بنجح في استقطاب نسبة أكبر من السوق و من ثم يضمن جدوى طرح المنتجات الجديدة، بالإضافة إلى أن هذا المنهج يحافظ على أصالة البنوك الإسلامية² و يساهم في المحافظة على استقلاليتها، كما يجعل الابتكار المالي ينبع من عمق المنظومة الفكرية للصيرفة الإسلامية مما يؤدي إلى رفع قدرة الكفاءة الاقتصادية للمنتجات المالية الإسلامية³، و لن يتحقق ذلك إلا من خلال مراعاة جملة من العوامل تتمثل في:

1-2- الخروج من الخلاف الفقهي: من خلال تفعيل دور الرقابة الشرعية في عملية ابتكار المنتجات المالية و التوصل إلى حلول مبتكرة تكون محل اتفاق قدر الإمكان فضلا عن المتابعة المستمرة لعمليات التنفيذ، بالإضافة إلى تضافر الجهود لوضع معايير شرعية موحدة للصناعة المالية الإسلامية و هذا من شأنه أن يقدم رؤية واضحة للضوابط الشرعية للمنتجات المالية الإسلامية و يعزز ثقة الجمهور و المساهمين بها⁴.

2-2- التميز في الكفاءة الاقتصادية: فالمنتجات المالية المبتكرة من طرف البنوك الإسلامية لا يكفي أن تكون ذات مصداقية شرعية فقط و إنما يجب أن تكون ذات كفاءة اقتصادية عالية مقارنة بالمنتجات التقليدية

¹ بن ابراهيم الغالي، مرجع سبق ذكره، ص 7.

² عبد الكريم قندوز، « الهندسة المالية الإسلامية »، مرجع سبق ذكره، ص 7.

³ بن ابراهيم الغالي، مرجع سبق ذكره، ص 7.

⁴ محمد عمر جاسر، مرجع سبق ذكره، ص 11.

حتى تستطيع منافستها و تكون بديلا حقيقيا لها، كما يجب أن تتجنب هذه المبتكرات زيادة الآثار الاقتصادية السلبية مثل التضخم و البطالة و التوزيع غير العادل للثروة¹.

2-3- التوافق مع السياسات و التشريعات الحكومية: تسعى أي دولة عند وضع السياسات و التشريعات الحكومية إلى تحقيق هدفين رئيسيين، أولهما تحقيق مصلحة الفرد في شتى المجالات و الثاني جعل مصلحة المجتمع متطابقة مع مصلحة الفرد، و عليه فوفقا لهذه الاستراتيجية يجب أن تخدم جميع الابتكارات المالية هذين الهدفين و لا تخرج عن إطارها لأن تحقيق مصلحة الفرد دون المجتمع تؤدي إلى حدوث اختلال في الاقتصاد².

2-4- تشجيع البحث العلمي و تأهيل الموظفين بالبنك الإسلامي: و ذلك من خلال تخصيص عوائد مالية لأغراض الدراسات و البحوث العلمية التي تهدف إلى تطوير و ابتكار المنتجات المالية الإسلامية، بالإضافة إلى تدريب و تأهيل الموظفين في تنفيذ هذه المنتجات حيث تلعب خبرة هؤلاء دورا مهما في تقليل المخاطر كما يؤدي فهمهم الدقيق لطبيعة المنتج المبتكر إلى الاحتراز من الوقوع في المخالفات الشرعية³.

2-5- البعد عن التركيب و التعقيد: لأن كثرة التركيب و التعقيد تؤدي إلى الابتعاد عن الأصالة في الابتكار فالصيغ التمويلية الشرعية يجب أن تكون واضحة و سهلة، كما تؤدي كثرة التركيب و التعقيد إلى زيادة الإجراءات و ارتفاع التكاليف⁴ التي يجب تخفيضها إلى أدنى مستوياتها من أجل تحقيق ميزة تنافسية على المنتجات التقليدية.

2-6- إنشاء المؤسسات الداعمة للصيرفة الإسلامية: و ذلك بإنشاء سوق مالية إسلامية تضمن من خلالها البنوك الإسلامية تسويق منتجاتها المبتكرة و تأمين السيولة اللازمة لها، حيث أن هذه البنوك تواجه تحديات كبيرة و عوائق عديدة في تسويق منتجاتها من خلال الأسواق التقليدية، بالإضافة إلى تأسيس و تفعيل دور مؤسسات البنية التحتية في الصناعة المالية الإسلامية مثل مجلس الخدمات المالية الإسلامية و المجلس العام للبنوك و المؤسسات المالية الإسلامية و غيرها في مجال التطوير و الابتكار⁵.

رابعا: المنتجات المالية المبتكرة و المطبقة في البنوك الإسلامية

لقد تمكنت الهندسة المالية الإسلامية من إفراس مجموعة من المنتجات المالية التي يمكن أن تلبي الاحتياجات التمويلية و الاستثمارية لمختلف المتعاملين مع البنوك الإسلامية، حيث كانت هذه المنتجات متنوعة بين

¹ موسى بن منصور، « الابتكار المالي في المؤسسات المالية الإسلامية بين الأصالة و التقليد »، بحث مقدم إلى المؤتمر الدولي حول: " منتجات و تطبيقات الابتكار و الهندسة المالية بين الصناعة المالية التقليدية و الصناعة المالية الإسلامية "، المنعقد يومي 5 و 6 ماي 2014 م الموافق لـ 5 و 6 رجب 1435 هـ، جامعة فرحات عباس- سطيف 1-، الجزائر، ص 12.

² نفس المرجع، ص 12.

³ محمد عمر جاسر، مرجع سبق ذكره، ص ص 11، 12.

⁴ موسى بن منصور، مرجع سبق ذكره، ص 12.

⁵ محمد عمر جاسر، مرجع سبق ذكره، ص ص 11، 12.

منتجات أصيلة تم استنباطها من مختلف كتب الفقه لتعكس جذور المالية الإسلامية المتوافقة مع ضوابط المعاملات المالية التي أقرتها آيات القرآن الكريم و الأحاديث النبوية الشريفة، كما نجد المنتجات الأخرى التي تقوم على محاكاة المنتجات المالية التقليدية مع إضفاء الصبغة الشرعية عليها و تكييفها وفق أحكام الشريعة الإسلامية، و تتمثل أهم المنتجات المالية المبتكرة و المطبقة في البنوك الإسلامية فيما يلي:

1- الصكوك الإسلامية أو الأوراق المالية الشرعية: من أبرز ما تحقق من خلال الابتكار المالي الإسلامي نجد فكرة الصكوك الإسلامية كبديل للسندات القائمة على الفائدة المحرمة شرعا، و تعرف هيئة المحاسبة و المراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية الصكوك على أنها " وثائق متساوية القيمة تمثل حصصا شائعة في ملكية أعيان أو منافع أو خدمات أو في وحدات مشروع معين أو نشاط استثماري خاص، و ذلك بعد تحصيل قيمة الصكوك و قفل باب الاكتتاب و بدء استخدامها فيما أصدرت من أجله " ¹ يتم تداول هذه الصكوك في سوق النقد و هي قابلة للتداول في السوق المالي، و تعدد الصكوك الإسلامية باختلاف آليات إصدارها التي تتم وفق صيغ التمويل الإسلامية المعروفة لذلك يتم تصنيف تلك الصكوك على النحو التالي:

1-1- صكوك المشاركة: عبارة عن وثائق متساوية القيمة يتم إصدارها لاستخدام حصيلة الاكتتاب في إنشاء مشروع استثماري معين، حيث تصبح موجودات المشروع ملكا لحملة الصكوك كما تدار هذه الصكوك على أساس عقد المشاركة بتعيين أحد الشركاء لإدارتها بصيغة الوكالة بالاستثمار، يمول صك المشاركة الأصول الثابتة و المتداولة سواء للاستثمارات الجديدة أو التوسع في مشروعات قائمة ².

1-2- صكوك المضاربة: هي عبارة عن وثائق محددة و موحدة القيمة، تصدر بأسماء مالكيها مقابل الأموال التي قدموها لصاحب مشروع بعينه قصد تنفيذ المشروع و استغلاله و تحقيق الربح، و يحصل مالكوها على نسبة محددة من أرباح المشروع على أن لا تنتج هذه الصكوك أية فوائد ³، و عليه فصكوك المضاربة هي أوراق مالية تطرح للاكتتاب على أساس قيام الشركة المصدرة لها بإدارة العمل حيث تمثل هذه الشركة المضارب (المستثمر) و يمثل مالكو الصكوك أصحاب رأس المال.

1-3- صكوك المرابحة: هي وثائق متساوية القيمة يتم إصدارها لتمويل شراء سلعة المرابحة على أن تصبح هذه السلعة مملوكة لحملة الصكوك.

1-4- صكوك السلم: تمثل ملكية شائعة في رأسمال السلم لتمويل شراء سلع يتم استلامها في المستقبل ثم تسويقها بحيث يكون العائد على الصكوك هو الربح الناتج عن البيع، و بما أن صكوك السلم تمثل بيع سلعة

¹ حمزة علي، نعمة عبد الرحمن، « الضوابط الشرعية لاستخدامات الهندسة المالية كمدخل لتطوير المنتجات المالية الإسلامية »، بحث مقدم في إطار الملتقى الدولي الثاني للصناعة المالية الإسلامية، المدرسة العليا للتجارة، الجزائر، ص 10.

² بوخدوني وهيبية، « منتجات الهندسة المالية الإسلامية: واقع و آفاق »، بحث مقدم في إطار ملتقى صفاقس الدولي للمالية الإسلامية، تونس، ص 18.

³ حمزة علي، نعمة عبد الرحمن، مرجع سبق ذكره، ص 11.

مؤجلة التسليم بثمن معجل، و السلعة معجلة التسليم هي من قبيل الديون العينية لأنها موصوفة تثبت في الذمة (لا تزال في ذمة البائع)، لذلك فهذه الصكوك غير قابلة للبيع أو للتداول عند إصدار الصك من قبل أحد الطرفين سواء البائع أو المشتري إلا بعد أن يتحول رأس المال إلى السلع بعد استلامها و قبل بيعها، لأنها من قبيل الاستثمارات المحتفظ بها حتى تاريخ الاستحقاق¹.

1-5- صكوك الاستصناع: هي عبارة عن وثائق متساوية القيمة يتم إصدارها لاستخدام حصيلة الاكتتاب فيها في تصنيع سلعة معينة على أن يصبح المصنوع ملكا لحملة الصكوك، حيث تطرح هذه الصكوك لجمع مبالغ مالية من أجل إنشاء مبنى أو صناعة آلة أو معدات مطلوبة من مؤسسة أو مشروع ما و ذلك بمبلغ يزيد عن المبلغ اللازم لصناعتها لأن حقوق حملة الصكوك تتمثل فيما دفعوه ثمنا لهذه الصكوك إضافة إلى الربح الذي يمثل الفرق بين تكلفة الصناعة و ثمن البيع².

1-6- صكوك الإجارة: هي وثائق متساوية القيمة تمثل أجزاء متماثلة مشاعة في ملكية أعيان معمرة مرتبطة بعقود إجارة أو تمثل عددا متماثلا من وحدات خدمة موصوفة تقدم من ملتزمها لحامل الصك في المستقبل³.

1-7- صكوك المزارعة: تحمل هذه الصكوك قيمة متساوية حيث يقوم بإصدارها مالك الأرض الزراعية من أجل تمويل تكاليف الزراعة بموجب عقد المزارعة، و يتشارك حملة الصكوك في المحاصيل حسب الاتفاق المذكور في العقد. فقد يكون المصدر لهذه الصكوك صاحب الأرض أي مالكةا و مالك منافعها أما المكتتبون فيها هم المزارعون (أصحاب العمل بأنفسهم أو بغيرهم) حيث تكون حصيلة الاكتتاب هي تكاليف الزراعة، كما قد يكون المصدر هو المزارع صاحب العمل و المكتتبون هم أصحاب الأرض (المستثمرون الذين اشتروا الأرض بحصيلة اكتابهم)، و يملك حملة الصكوك الحصة المتفق عليها مما تنتجه الأرض⁴.

1-8- صكوك المساقاة: هي وثائق متساوية القيمة يتم إصدارها من طرف مالك الأشجار محل التعاقد لاستخدام حصيلتها في تمويل عمليات سقي تلك الأشجار و الإنفاق عليها و رعايتها على أساس عقد المساقاة، و يصبح لحملة الصكوك حصة من الثمار وفق ما حدده العقد، فقد يكون المصدر لهذه الصكوك صاحب الأرض (مالكةا و مالك منافعها) التي فيها الأشجار و المكتتبون هم المساقون في عقد المساقاة، حيث تكون حصيلة الاكتتاب هي تكاليف العناية بالأشجار، و قد يكون المصدر هو المساقى (صاحب

¹ قندوز عبد الكريم، مداني أحمد، « الأزمة المالية و استراتيجيات تطوير المنتجات المالية الإسلامية »، بحث مقدم في إطار الملتقى الدولي الثاني حول: " الأزمة المالية الراهنة و البدائل المالية و المصرفية: النموذج المصرفي الإسلامي نموذجاً "، المركز الجامعي خميس مليانة - عين الدفلى -، الجزائر، ص 7.

² نفس المرجع، ص 20.

³ محمد الأمين خنيوة، حنان علي موسى، « منتجات الهندسة المالية الإسلامية: الواقع و التحديات و مناهج التطوير »، مجلة الواحات للبحوث و الدراسات، مجلة أكاديمية فكرية محكمة تصدر عن جامعة غرداية، الجزائر، العدد 12، 2011 م، ص 645.

⁴ بوخدوني وهيبية، مرجع سبق ذكره، ص 21.

العمل) و المكتتبون فيها هم أصحاب الأرض (المستثمرون الذين سقيت أرضهم بحصيلة اكتتابهم) حيث يحصل حملة الصكوك على الحصة المتفق عليها مما تثمره الأشجار¹.

1-9- صكوك الصناديق الاستثمارية: يعرف الصندوق الاستثماري على أنه تجميع الأموال عن طريق الاكتتاب في صكوكه من أجل تمويل مجال استثماري محدد بدقة في نشرة الإصدار، و يمكن أن يشمل استخدام هذه الصكوك كافة القطاعات الاقتصادية بما فيها القطاع السياحي، قد تصدر الصناديق بآجال و أحجام معينة (الصناديق المغلقة) كما قد تصدر بآجال و أحجام غير محددة (الصناديق المفتوحة) تكيف شرعا على أساس صيغة المضاربة المقيدة².

1-10- صكوك الوكالة: هي وثائق متساوية القيمة تمثل مشروعات أو أنشطة تدار على أساس الوكالة بالاستثمار بتعيين وكيل عن حملة الصكوك لإدارتها³.

1-11- شهادات الاستثمار الإسلامي أو ما يعرف بشهادات الإيداع القابلة للتداول: هي عبارة عن أوراق مالية يتم إصدارها من طرف البنوك الإسلامية مقابل الودائع الاستثمارية المودعة لديها و لا يقل أجلها عن عام، حيث تقوم هذه الشهادات على أساس المضاربة باعتبار أصحاب الودائع أي حاملي الشهادات هم رب المال، و البنك الإسلامي أي الجهة المصدرة لها هو المضارب و تعطي الحق لحاملها في الحصول على الربح قبل تاريخ استحقاق الورقة المالية و بالنسب المتفق عليها مع الاتفاق على أن يتحمل المودعون الخسارة المالية و البنك خسارة جهده⁴.

2- التورق المصرفي الإسلامي: يعرف التورق على أنه تملك أصول بضمن مؤجل ثم بيعها بضمن حال لغير من اشترت منه، فالتورق آلية تمويلية يتمكن عن طريقها المتورق (طالب النقود) من شراء سلعة بضمن مؤجل ثم يقوم ببيعها بضمن حال إلى طرف آخر غير الذي اشترت منه قبلا، و بهذا يكون المتورق قد تحصل على التمويل اللازم من خلال بيع السلعة المملوكة حالا على أن يقوم بتسديد ثمنها الآجل حسب ما تم الاتفاق عليه. أما التورق المصرفي فهو الآلية التمويلية التي يقوم من خلالها العميل بشراء سلعة بالأجل من البنك الإسلامي على أن يقوم ببيعها حالا لطرف آخر غير البائع الأول لتكون هذه الصيغة التمويلية آلية للحصول على السيولة النقدية التي يحتاجها العميل⁵.

¹ بوخلدوني وهيبه، مرجع سبق ذكره، ص ص 21، 22.

² محمد الأمين خنيوة، حنان علي موسى، مرجع سبق ذكره، ص 645.

³ بوخلدوني وهيبه، مرجع سبق ذكره، ص 22.

⁴ قندوز عبد الكريم، مداني أحمد، مرجع سبق ذكره، ص 7.

⁵ لعمش أمال، « أهمية منتجات الهندسة المالية في الصناعة المصرفية الإسلامية - تجربة مصرف الامارات الإسلامي في إصدار صكوك الإجارة - »، بحث مقدم إلى المؤتمر الدولي حول: " منتجات و تطبيقات الابتكار و الهندسة المالية بين الصناعة المالية التقليدية و الصناعة المالية الإسلامية "، المنعقد يومي 5 و 6 ماي 2014 م الموافق ل 5 و 6 رجب 1435 هـ، جامعة فرحات عباس - سطيف 1-، الجزائر، ص 9.

خامسا: أهمية الابتكار المالي لرفع كفاءة و مساهمة البنوك الإسلامية في تمويل القطاع السياحي

- لقد حققت البنوك الإسلامية نجاحا كبيرا في تطوير العمل المصرفي الإسلامي من خلال ابتكار أدوات و منتجات مالية متوافقة مع الشريعة الإسلامية أهمها الصكوك الإسلامية بأنواعها المختلفة، حيث أنها:
- تلي احتياجات الدولة في تمويل مشاريع البنية التحتية و التنمية بدلا من الاعتماد على سندات الخزينة و الدين العام و بالتالي المساهمة غير المباشرة في دعم القطاع السياحي.
 - تساعد الصكوك الإسلامية في تحسين ربحية المشاريع السياحية و مراكزها المالية لأن عمليات إصدار الصكوك تعتبر عمليات خارج الميزانية و لا تحتاج إلى تكلفة عالية في تمويلها و إدارتها.
 - الصكوك أداة تساعد على الشفافية و تحسين بنية المعلومات في السوق لأنها تتطلب العديد من الإجراءات و دخول العديد من المؤسسات في عملية التمويل.
 - المساهمة في جمع رأس المال لتمويل إنشاء مشروع سياحي من خلال تعبئة موارده من المكتتبين في الصكوك المطروحة وفق مختلف صيغ التمويل الإسلامية، لتكون بذلك حسيبة الاكتتاب فيه هي رأس مال المشروع السياحي.
 - الحصول على السيولة اللازمة لتوسيع قاعدة المشاريع السياحية و تطويرها بموجب تحويل الأصول المالية للحكومات و أصحاب الفائض إلى وحدات تتمثل في الصكوك الإسلامية، و من ثم عرضها في السوق لجذب المدخرات اللازمة لتمويل المشاريع السياحية طويلة الأجل.
 - تساهم شهادات الاستثمار الإسلامي في توفير مصدر تمويل طويل الأجل في البنوك الإسلامية مما يمنحها القدرة على توجيه هذه الأموال إلى المشاريع السياحية طويلة الأجل.
- و بما أن عملية الابتكار المالي في البنوك الإسلامية تحقق المواءمة بين الحاجات التمويلية للمشاريع السياحية و المنتجات المالية المبتكرة، مما يؤدي إلى تنوع مصادر الربحية للبنوك الإسلامية استجابة للفرص الاستثمارية وفقا لتطلعات المستثمرين السياحيين الأمر الذي يساهم في رفع ربحية البنوك الإسلامية، و في المقابل يتم أيضا توفير التكاليف نتيجة لما يتحقق من وفورات الحجم الكبير حيث أن المصاريف الإدارية العامة و تكلفة المنتجات المالية تتوزع على حجم أكبر، مما يعمل على دعم استقطاب الودائع و بالتالي الرفع من القدرات التمويلية للبنوك الإسلامية و توسعها في تمويل المزيد من المشاريع السياحية، و كل ما سبق يساهم في دعم استقرار البنوك الإسلامية و ضمان استمراريتها¹.

¹ بريش عبد القادر، زينب خلدون، « الابتكار المالي في التمويل و أهميته في تحقيق كفاءة و فعالية أداء البنوك الإسلامية »، مجلة الاقتصاد و المالية، مجلة دورية دولية، جامعة حسنية بن بوعلي - الشلف -، الجزائر، العدد 03، السداسي الثاني، 2016 م، ص 39، 40.

المطلب الثالث: دور البنوك الإسلامية في النهوض بالقطاع السياحي

في إطار الأهمية التي يحظى بها القطاع السياحي ضمن إستراتيجيات الدولة في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، و بالنظر إلى المشاكل و المعوقات التي تواجهها المشاريع السياحية خاصة التمويل في ظل حقيقة تمويلها من طرف البنوك التقليدية بأداة واحدة و هي القروض المصرفية وفق آلية الفائدة المضمونة مسبقا، حيث أثبتت هذه البنوك عدم جدواها بسبب عدم قدرتها على التكيف مع طبيعة و خصوصية القطاع السياحي و خاصة المنشآت الصغيرة و المتوسطة التابعة له و التي تمثل نسبة كبيرة من إجمالي المشاريع التي تنتمي إلى القطاع السياحي مما يجد من تنميته و تطويره، و بالنظر إلى ما تتيحه البنوك الإسلامية من أدوات و صيغ تمويلية تتلاءم مع طبيعته و خصوصية هذا القطاع من جهة، و تأكيد العديد من الدراسات على الدور الايجابي الذي تلعبه البنوك الإسلامية في توفير التمويل المناسب للمنشآت الصغيرة و المتوسطة، و الذي يبرز من خلال رسالة البنوك الإسلامية المستمدة من مبادئ الشريعة الإسلامية التي تهدف إلى تخليص الفرد و المجتمع من التبعية الاقتصادية باستخدام أدوات تمويلية تستند إلى الأسس الشرعية و تتلاءم مع طبيعة المنشآت الصغيرة و المتوسطة من جهة أخرى، لذلك أصبحت البنوك الإسلامية تحتل أهمية بالغة في تنمية المشاريع السياحية الضخمة و حتى الصغيرة و المتوسطة الحجم مما يؤدي إلى تطوير القطاع السياحي، لذلك سنحاول في هذا المطلب ابراز الدور الذي تلعبه البنوك الإسلامية في النهوض بالقطاع السياحي عن طريق التمويل بالصيغ الإسلامية، و ذلك من خلال المزايا التي تحققها البنوك الإسلامية للمشاريع السياحية الصغيرة و المتوسطة كما يلي:

- 1- تساهم الصيغ التمويلية الإسلامية في تحريض الفرد المسلم على العمل، كما تنمي روح الاستقلالية و الثقة لدى الفرد من خلال تخليصه من التبعية أو استغلال أصحاب رؤوس الأموال و التي تعد من أساسيات نجاح المنشآت السياحية الصغيرة و المتوسطة.
- 2- تقليل المخاطر الناجمة عن حدوث أي فشل في بعض المنشآت السياحية الصغيرة و المتوسطة بسبب عدم المتابعة المستمرة للمقاول، حيث أنه في حالة التمويل بأي صيغة من الصيغ الإسلامية السابقة الذكر تكون هناك متابعة مستمرة من الجهة الممولة المتمثلة في البنوك الإسلامية.
- 3- أحيانا تكون فوائد القروض أكثر من الأرباح المتوقعة من المشروع السياحي مما يسبب إرهابا للمستثمرين السياحيين الصغار و ربما يقود ذلك إلى الفشل، و أحيانا قد يعوق عملية تأسيس المنشآت السياحية الصغيرة و المتوسطة عندما يكون الربح المتوقع أقل من الفائدة، لذلك يعد التمويل الميسر الممنوح من طرف البنوك الإسلامية و القائم على المشاركة في الربح و الخسارة عاملا مهما لرفع القدرة التنافسية للمنشآت السياحية الصغيرة و المتوسطة من خلال تحديث آلياتها و مختلف معداتها.

- 4-** إن صيغ التمويل الإسلامية المتنوعة تتناسب مع معظم المنشآت السياحية الصغيرة و المتوسطة حيث يختار صاحب كل منشأة الصيغة التي تتفق مع ظروفه و إمكانياته و هذا أفضل و أجدى من نظام التمويل القائم على الربا و الذي أثبت فشله في تمويل المشروعات الصغيرة و المتوسطة.
- 5-** يمكن أن تتكامل الصيغ التمويلية الإسلامية مع بعضها لتلبية كافة احتياجات المشروع السياحي سواء كان صغير أو متوسط الحجم، كما يمكن أيضا أن تتكامل هذه الصيغ لتحقيق أرباح إضافية لا تتحقق عند تطبيق كل عقد بشكل منفرد، فيمكن الجمع بين عقد الاستصناع و عقد المراجعة أو عقد المشاركة و عقد السلم و ذلك حسب الحاجة.
- 6-** إن استخدام صيغ التمويل الإسلامي لتمويل المشاريع السياحية الصغيرة و المتوسطة يعمل على توسيع أنشطة هذه المشاريع و تحسين جودة خدماتها مما يؤدي إلى تحفيز الطلب على المنتجات و الخدمات السياحية لهذه المشاريع، فلا يشترط في بعض هذه الصيغ توافر الثمن في الحال كما لا يشترط في البعض الآخر توافر السلعة في الحال، فإذا كانت المنشأة السياحية في حاجة إلى سلع معينة نهائية أو وسيطة فإن عدم توفر قيمة تلك السلع لا يمنعها من عقد الصفقات على شراء ما تحتاجه على أساس دفع الثمن في المستقبل دفعة واحدة أو على أقساط، كما يمكن أيضا اتمام الصفقات بدفع قيمة هذه السلع مقدما على أن يتم تسليمها في المستقبل وفقا للشروط المتفق عليها، و لا شك أن تشجيع الطلب على هذه الخدمات السياحية من خلال جودة الخدمات المقدمة يؤدي إلى استغلال الموارد بشكل أفضل و بالتالي رفع مستوى النشاط السياحي.
- 7-** إن تميز صيغ التمويل الإسلامي بالمشاركة في الأرباح الناجمة عن الاستثمار يفتح المجال الواسع أمام أصحاب المهارات للإبداع و التميز و تسخير مواهبهم في الإنتاج و الابتكار دون أية عوائق من أصحاب رؤوس الأموال، و بالتالي تشجع أصحاب المشاريع السياحية الصغيرة و المتوسطة على بذل أقصى جهد مع حرصهم الدائم على نجاح مشاريعهم السياحية و الارتقاء بها لأنهم شركاء في الربح.
- 8-** تحقق صيغ التمويل الإسلامية العدالة بين طرفي المعاملة بحيث يحصل كل طرف على حقه بدلا من نظام الإقراض بفوائد الذي يحصل المقرض على حقه من مبلغ القرض و الفوائد دائما، بينما يظل حق المقرض محتملا قد يحدث أو لا يحدث، و بالتالي تضمن حصول صاحب المشروع السياحي على جزء من الأرباح إن تحققت حسب الاتفاق مع البنك الإسلامي و التي يمكن استخدامها في توسيع المشروع و تطويره.

المطلب الرابع: التحديات التي تواجه البنوك الإسلامية عند تمويل القطاع السياحي

من المعلوم أنه قبل قيام البنوك الإسلامية بتمويل أي مشروع سياحي لابد أن يخضع لموافقة الهيئة الشرعية الموجودة على مستوى البنك و ذلك من أجل التأكد من مدى توافق المشروع مع مبادئ و أحكام الشريعة الإسلامية، حيث هناك بعض المجالات السياحية التي لا يمكنها الاستثمار فيها بحكم تعارضها مع أحكام الشريعة الإسلامية مثل النوادي الليلية و الأماكن التي يتم فيها تعاطي الخمر و المواد الكحولية و غيرها

و بالتالي يبقى التمويل متعلق ببعض الهياكل و المنشآت السياحية، إلا أن تحليل الخصائص المميزة للمنشآت السياحية و القطاع السياحي تمكننا من تحديد أهم المشكلات التي تواجه البنوك الإسلامية عند تدخلها في هذا المجال بالإضافة إلى الأزمات التي يكون القطاع السياحي أكثر عرضة لها.

أولاً: خصائص المنشآت السياحية

1- يمثل رأس المال في المنشآت السياحية و الفنادق جزءاً كبيراً ثابتاً يؤتي عائداً يختلف حسب درجة الفندق و الخدمة السياحية المقدمة فيه و مقدار ما يستوعبه من النزلاء و عدد الليالي السياحية¹، فأصعب تحدي يواجه تمويل البنوك الإسلامية للقطاع السياحي أنه صناعة ثقيلة تتطلب مبالغ مالية ضخمة، و الأصعب من ذلك أن أغلب هذه الأموال تعتبر تكاليف غارقة في المباني و الأراضي حيث أنه عادة ما يتم بناء معظم الفنادق في وسط المدن و في الأماكن التي ترتفع فيها أسعار الأراضي، بالإضافة إلى استثمار جزء كبير من رأس المال في المباني و التجهيزات و الأثاث و هذا يسبب مشاكل تمويلية ناذراً ما تحدث في قطاعات أخرى².

2- من الصعب على الفندق مهما كانت إدارته بارعة و ناجحة أن يحقق معدل تشغيل 100%³ فالغرف الموجودة في الفندق لا يمكن حجزها بالكامل من قبل السياح، كما أن الغرفة التي لا يمكن بيعها خلال اليوم تعتبر خسارة يومية و أن بيعها في اليوم التالي لا يعوض خسارة اليوم السابق⁴، و هذا ما يشكل ضغطاً على مقدمي الخدمات السياحية في السعي نحو تخفيض القدرة الاستيعابية غير المستغلة خاصة عن طريق سياسة تخفيض الأسعار⁵ مع المحافظة على نفس مستوى جودة الخدمات المقدمة، مما يؤثر سلباً على⁶ حجم الأرباح المحققة في المشروع الفندقي و بالتالي ينعكس على حجم أرباح البنوك الإسلامية المشاركة في عملية التمويل.

3- يصعب على أي منشأة سياحية أو فندق أن يغير نشاطه أو الخدمات السياحية التي يقدمها، ففي حالة انخفاض الطلب و في ظل عدم قابلية الخدمة السياحية للتخزين، فإن الإيراد الضائع لن يسترجع، مما يعكس صعوبة القرار التمويلي لدى البنوك الإسلامية و يحتم عليها ضرورة دراسة جدوى المشروع السياحي دراسة خاصة تأخذ بعين الاعتبار كل الخصائص المذكورة⁷.

4- إن النجاح المالي في المنشآت السياحية يتوقف على مدى قدرة إدارة هذه المنشآت على استخدام طاقتها بفعالية من خلال الاستثمار الأمثل للقوى العاملة و المعدات⁸، و تخصيص التمويلات المتاحة من طرف البنك

¹ صلاح الدين عبد الوهاب، مرجع سبق ذكره، ص 47.

² سليم محمد خنفر، علاء حسين السراي، مرجع سبق ذكره، ص 30.

³ نفس المرجع، ص 30.

⁴ رعد العاني، مرجع سبق ذكره، ص 138.

⁵ أحمد الطاهر عبد الرحيم، مرجع سبق ذكره، ص 51.

⁶ نفس المرجع، ص 86.

⁷ سليم محمد خنفر، علاء حسين السراي، مرجع سبق ذكره، ص 30.

⁸ حميد عبد النبي الطائي، بشير عباس علاق، مرجع سبق ذكره، ص 122.

الإسلامي وفق ما يتطلبه المشروع السياحي، خاصة إذا كان عقد التمويل بين الطرفين ينص على أن البنك لا يتدخل في الإدارة و التسيير.

ثانيا: الأزمات التي يمكن أن يتعرض لها القطاع السياحي

1- الانكماش أو الكساد السياحي (طاقات غير مستغلة): و يعني حدوث أمور طارئة أو غير متوقعة من شأنها ضرب الرواج السياحي و تعطيله حتى في مواسم الذروة السياحية، و قد مرت بلدان سياحية كثيرة خاصة العربية منها بهذه الأزمة و يرجع ذلك للأسباب التالية¹:

* الحروب و الثورات و تغيير الأنظمة السياسية مما ينعكس سلبا على الاستقرار السياسي.

* الكوارث الطبيعية أو انتشار الأوبئة و الأمراض.

* أسباب مالية أهمها التضخم و ارتفاع الأسعار.

* تغيير الأنظمة السياحية.

* الصراعات العقائدية التي تنعكس على السياحة الوطنية و العالمية حيث أن هذه الصراعات كثيرا ما تترجم إلى أعمال عنف تهدد الأمن و من ثم الاستقرار، خاصة إن لم يكن هناك سلطة سياسية قوية تفرض هبة القانون و تطبيقه و لا يمكنها أن تؤمن الاستقرار السياسي و الاستمرار السياحي.

2- التكدس السياحي: و يقصد به الازدحام الذي يحصل في فترات محددة من السنة خاصة فصل الصيف الذي تشتد فيه الحرارة فيأخذ الناس إجازاتهم السنوية لتمضيها في المناطق السياحية²، فإذا كانت المنشآت السياحية ذات طاقات استيعابية محدودة و ثابتة تضطر للتضحية بالنزلاء³، و بالتالي التضحية بالأرباح التي يمكن أن تحصل عليها البنوك الإسلامية في ظل تمويلها لهذه المنشآت و اعتبارها شريكا في المنشأة السياحية و مشاركا في الربح الناتج عن تشغيل المشروع السياحي.

3- التضخم و ارتفاع الأسعار: بما أن القطاع السياحي يعتبر أحد القطاعات الاقتصادية لذلك فهو يتأثر بكل الظواهر الاقتصادية إيجابا أو سلبا، و منها التضخم المالي الذي يتبعه حتما الارتفاع في المستوى العام للأسعار، مما يؤدي إلى الارتفاع التلقائي لأسعار المنتجات و الخدمات السياحية⁴ و أيضا ارتفاع أجور العمالة الموظفة في القطاع السياحي.

¹ حسن الحسن، مرجع سبق ذكره، ص 94.

² نفس المرجع، ص 100.

³ حميد عبد النبي الطائي، بشير عباس علاق، مرجع سبق ذكره، ص 121.

⁴ حسن الحسن، مرجع سبق ذكره، ص 102.

خلاصة الفصل الثالث

تتنوع مصادر تمويل القطاع السياحي بين الموارد الذاتية و الحكومية و الخاصة و الأجنبية إلا أن أهمها كان يتمثل في البنوك التقليدية التي تقوم بتمويل المشاريع السياحية وفق آلية الفائدة المضمونة مسبقا من خلال منح المستثمرين السياحيين قروضا بأجال قصيرة أو متوسطة أو طويلة الأجل، إلا أن هذا الأسلوب لم يتمكن من تلبية الاحتياجات التمويلية لهؤلاء نظرا لطبيعة و خصوصية القطاع السياحي و المشاكل التي يفرزها هذا النوع من التمويل.

لذلك أصبحت البنوك الإسلامية تمثل البديل المستحدث و الحقيقي للبنوك التقليدية في تمويل القطاع السياحي، و لقد بينا كفاءة البنوك الإسلامية في ذلك و المرتبطة بمبادئ التمويل الإسلامي التي تسعى إلى تنمية الاقتصاد الحقيقي عكس البنوك التقليدية التي يزداد انفصال منتجتها عن النشاط الحقيقي، و أيضا بتنوع و تعدد أساليب و صيغ التمويل الإسلامي بالمقارنة مع محدودية أدوات التمويل التقليدي مثل المشاركة و المضاربة و المراجعة و السلم و غيرها، بصورة ساهمت في تغطية الاحتياجات التمويلية لمختلف المشاريع السياحية الضخمة و حتى الصغيرة و المتوسطة منها بما يتناسب مع طبيعتها و حجمها، و بالتالي المساهمة في مكافحة الفقر و تحقيق التنمية المستدامة.

بالإضافة إلى أن تميز البنوك الإسلامية عن البنوك التقليدية بالمرونة العالية ساهم في تطوير الصيغ التمويلية المعروفة منذ أن جاءت الشريعة الإسلامية فضلا عن ابتكار صيغ تمويلية أخرى، حيث تمكنت الهندسة المالية الإسلامية من إفراز مجموعة من المنتجات المالية التي يمكن أن تلي الاحتياجات التمويلية و الاستثمارية لمختلف المتعاملين مع البنوك الإسلامية، كان من أبرزها الصكوك الإسلامية التي يتم إصدارها وفق صيغ التمويل الإسلامية المعروفة مثل صكوك المشاركة و المضاربة و المراجعة و غيرها، بالإضافة إلى التورق المصرفي الإسلامي و شهادات الاستثمار، و بالتالي تحقيق ميزة تنافسية مقارنة بالبنوك التقليدية لتكون بديلا واقعا لها في جميع القطاعات الاقتصادية خاصة القطاع السياحي، و من ثم تفعيل و تعزيز دورها في تمويل مختلف المشاريع السياحية سواء الضخمة أو الصغيرة و المتوسطة الحجم مما يؤدي إلى النهوض بالقطاع السياحي و تنميته.

الفصل الرابع

دراسة تجربة تمويل القطاع

السياحي في المملكة

العربية السعودية و كيفية

الاستفادة منها في الجزائر

تمهيد

يحتل القطاع السياحي موقعا مهما في اقتصاديات العديد من الدول المتقدمة و النامية، بحيث تمثل السياحة أحد الأنشطة الاقتصادية التي تتمتع بأهمية كبيرة في البلدان التي تمتلك مقومات الجذب السياحي، و تعتبر المملكة العربية السعودية من الدول التي حرصت على الاستغلال الأمثل للمقومات و الموارد السياحية المتوفرة، و لما تمتاز به من اتساع في الرقعة الجغرافية و تنوع المناخ، فضلا على أنها تنفرد عن باقي أنواع السياحة الدينية في دول العالم بكونها منطلق الإسلام و بلاد الحرمين الشريفين و مهد الحضارة الإسلامية، مما يجعلها محل جذب سياحي ديني يعمل على إشباع الجانب الروحي لملايين المسلمين من كافة أنحاء العالم و ذلك من خلال أداء فريضة الحج و العمرة، ففي ضوء التقلبات الشديدة و غير المتوقعة لأسعار النفط و ما تعكسه من آثار سلبية على مسيرة التنمية و على العجز في الموازنة، تنبتهت المملكة إلى ضرورة تنوع مصادر دخلها بإعادة هيكلة اقتصادها، حتى تتمكن من الحصول على نصيبها في السوق السياحي خاصة بعد اتساع أنشطة هذا القطاع في الآونة الأخيرة و تأثيره الإيجابي و اللامتناهي على الجانب الاقتصادي و الاجتماعي و منه المساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية للدولة.

و بهدف تحقيق ذلك قامت المملكة العربية السعودية بإنشاء الهيئة العامة للسياحة و الآثار التي عملت على تبني مجموعة من البرامج أهمها تلك المتعلقة بتوفير التمويل المناسب للمشاريع السياحية التي يغلب عليها سمات المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، و ذلك بالاتفاق مع العديد من الجهات التي يمكن أن تقدم الدعم للقطاع السياحي أهمها البنوك العاملة في المملكة سواء كانت تقليدية أو إسلامية، بالإضافة إلى مختلف الصناديق الوطنية. و باعتبار الجزائر و المملكة العربية السعودية دولتين متشابهتين من الناحية الاقتصادية حيث يعتمد كلاهما على إيرادات النفط كمصدر أساسي للدخل، فضلا عن كونهما دولتين مسلمتين، فيمكن للجزائر رصد تجربتها والاستفادة منها.

و يهدف هذا الفصل إلى دراسة التجربة السعودية في تمويل القطاع السياحي بإبراز أهم الجهات التي يتم الاعتماد عليها في ذلك، مع التركيز على دور البنوك الإسلامية و الأساليب التمويلية، ثم اسقاط هذه التجربة على الجزائر، حيث تم تقسيم هذا الفصل إلى أربعة مباحث نتناول فيها عرض العناصر التالية:

المبحث الأول: واقع السياحة في المملكة العربية السعودية

المبحث الثاني: أهم الجهات التمويلية للقطاع السياحي في المملكة العربية السعودية

المبحث الثالث: تقييم مساهمة البنوك الإسلامية في تمويل المشاريع السياحية في المملكة العربية السعودية - مصرف الراجحي نموذجا -

المبحث الرابع: واقع القطاع السياحي في الجزائر و كيفية الاستفادة من التجربة السعودية في تمويل المشاريع السياحية

المبحث الأول: واقع السياحة في المملكة العربية السعودية

تسعى المملكة العربية السعودية باعتبارها مهد الإسلام إلى تحقيق تنمية سياحية وطنية مميزة، ذات منافع اقتصادية و اجتماعية و ثقافية و بيئية انطلاقاً من قيمها الإسلامية و أصالة تراثها و شعبها المضيف و مقوماتها السياحية المتنوعة، حيث تمتلك المملكة مكانة مميزة في العالم الإسلامي، فقد كانت و مازالت تجذب ملايين الحجاج و المعتمرين المسلمين من مختلف أنحاء العالم، كما تمتلك تراثاً طبيعياً و ثقافياً غنياً يشكل محطاً لاهتمامات الزوار، بسبب توفر التشكيلة الواسعة من البيئات الطبيعية الموجودة في المملكة و التي تتضمن المساحات الخضراء و المناطق الصحراوية، إضافة إلى المناظر الجبلية و الوديان و البيئات البحرية المتنوعة، و نظراً لأهمية تلك المواقع السياحية تسعى الحكومة - متمثلة في الهيئة العامة للسياحة - جاهدة لتطوير و تأهيل تلك المواقع بالفنادق و المرافق السياحية و تقديم كافة الخدمات التي تعمل على تحقيق الرضا و الإشباع للسياح، أما ما يعزز الإقرار بأن السياحة صناعة مهمة في المملكة العربية السعودية هو قدرتها على الإسهام و بشكل فعال في تحقيق الأهداف الرئيسية للتنمية الاقتصادية و الاجتماعية من خلال التأثير الإيجابي للنشاط السياحي على الجانب الاقتصادي و الذي يظهر جلياً من خلال بعض المؤشرات الاقتصادية.

المطلب الأول: مقومات السياحة في المملكة العربية السعودية

إن السياحة ليست بالأمر الجديد على المملكة، فهي بموقعها الجغرافي المتميز قد شكلت عبر العصور حلقة وصل بين قارات العالم القديم، و محور تقاطع الحضارات و الأحداث التاريخية و طرق التجارة، و أحد أهم معابر الصلات الثقافية بين شعوب العالم، و منها انتشر الإسلام و انطلق المسلمون إلى أرجاء المعمورة، كما أن الأهمية الاقتصادية للمملكة جعلت منها عنصراً فعالاً في منظومة النشاطات السياسية و التجارية و الثقافية و الإنسانية و التطورات العالمية، مما مكنتها من اكتساب المزيد من المقومات السياحية، حيث تعتبر من أبرز دول العالم من حيث شمولية و تنوع مواردها السياحية، و سيتم إلقاء الضوء على تلك المقومات من خلال ما يأتي.

أولاً: المقومات الطبيعية

1- الموقع: تقع المملكة العربية السعودية في شبه الجزيرة العربية التي تتميز بموقعها الإستراتيجي بين ثلاث قارات كبرى، و تستأثر المملكة بحوالي أربعة أخماس مساحتها، يحدها من الشمال كل من العراق، الأردن و الكويت، و من الشرق الإمارات، قطر، البحرين و الخليج العربي، و من الجنوب كل من سلطنة عمان و اليمن، و من الغرب البحر الأحمر¹. وبذلك تحتل المملكة موقعاً متميزاً إذ تمثل جسراً أرضياً يربط قارات آسيا و أفريقيا و أوروبا ببعضها البعض، مما جعلها تقع ضمن المحاور الرئيسية لشبكات النقل بمختلف أنواعها البرية،

¹ براء الدويكات، « أين تقع السعودية »، الموقع الإلكتروني: <http://mawdoo3.com>، تاريخ الاطلاع: 2018/06/08 م.

البحرية و الجوية بمنطقة الشرق الأوسط و التي تعتبر من المحاور الرئيسية لشبكات النقل العالمية، فموقعها الجيد منحها فرصة انتعاش و رواج السياحة نظرا لسهولة اتصالها بالعالم الخارجي و قربها من المجالات الرئيسية للطلب السياحي.

2- المساحة: تصل المساحة الجغرافية للمملكة العربية السعودية إلى حوالي 2.149.690 كيلومترا مربعا، فإتساع مساحة المملكة جعلها دولة كبيرة مما أدى إلى تنوع مظاهر السطح من هضاب و سهول و مرتفعات و سواحل كما يلي¹:

- **السهول الساحلية:** منها سهل تهامة الذي يمتد من الجبال إلى البحر الأحمر، و يعد منبسطا كما ينحدر بشكل تدريجي من جهة الشرق إلى جهة الغرب بحيث يحتوي على الرمال و المكونات الرسوبية القارية، و البحرية و بعض المكونات البركانية، بالإضافة إلى السهل الساحلي الشرقي الذي يمتد من الخفجي إلى الربع الخالي، و تحده من الجهة الغربية الهضاب متوسطة الارتفاع، أما سطح أرضه فهو مستو تقريبا بسبب حداثة تكوينه، كما تغطيه الرمال و الأملاح.

- **المناطق الجبلية:** هي المناطق التي تشكلها الجبال و تنتشر على أراضي السعودية، منها جبال الحجاز و جبال عسير، و تعتبر من الكتل الجبلية التي تمتد بالقرب من الساحل البحري للبحر الأحمر، و تحتوي على العديد من السلاسل الجبلية التي تكونت من الصخور المتحولة و الصخور النارية، يزداد ارتفاع جبالها في المنطقة الجنوبية لتصل إلى 3000 م. و تتمتع هذه المناطق بمناظر طبيعية جذابة لها سحرها القوي و تأثيرها الكبير على السياح.

- **الهضاب:** هي التي تمتد من المناطق الشرقية إلى المرتفعات الغربية، و من الشمال عند الحدود الأردنية السعودية إلى الجنوب عند مرتفعات نجران، و من أهم أنواع هذه الهضاب، هضبة الحسمي التي تمتد من جبال مدين إلى وادي السرحان يصل ارتفاعها بين 800 م و 1500 م، تحتوي أرض هذه الهضبة على صخور رملية و تلال صخرية، و هضبة الحجاز التي يزداد ارتفاعها كلما اتجهت إلى الجنوب حتى يصل إلى ما يقارب 1100 م، بالإضافة إلى هضبة نجد التي تمتد في وسط السعودية بين الهضاب الغربية و رمال الدهناء في الجهة الشرقية، حيث يصل طولها إلى 650 كم، كما تحتوي على مجموعة من الصخور الكلسية و الرملية، مع وجود صخور بركانية و نارية في جزئها الغربي، و تحافظ صخورها الرملية على الماء.

- **المناطق الصحراوية:** هي مناطق تحتوي على الرمال التي تشكل التلال، و تقسم إلى الأنواع الآتية:
* الربع الخالي: هي عبارة عن منطقة صحراوية تصل مساحتها إلى ما يقارب 647.500 كيلومتر مربع، تغطيها الكثبان الرملية و التي تتنوع في أشكالها و أحجامها، حيث يصل ارتفاعها في الجهة الغربية إلى 1058 م تقريبا، و تنخفض في جهة الشرق إلى ما يقارب 70 م.

¹ محمد مروان، « كم مساحة السعودية »، الموقع الإلكتروني: <http://mawdoo3.com>، تاريخ الاطلاع: 2018/06/08 م.

* صحراء الدهناء: تشكل المنطقة الوسطى من إقليم الرمال، و تمتد على شكل هلال من جهة شمال النفوذ الكبير حتى جنوب الربع الخالي، تغطيها الكثبان الرملية و الصخور، حيث يصل ارتفاعها إلى ما بين 400 م و 500 م.

* النفوذ الكبير: هي عبارة عن صحراء رملية تصل مساحتها إلى ما يقارب 75.000 كيلومتر مربع، و تحتوي على مجموعة من المكونات الرسوبية المختلفة.

- السواحل: توجد السواحل في الشرق و في الغرب حيث تمتد شرقا على طول ساحل الخليج العربي بمسافة 500 كم، و تمتد غربا على طول ساحل البحر الأحمر بمسافة 1.800 كم.

3- المناخ: نظرا لاتساع مساحة المملكة فهي تتمتع بالتنوع المناخي حيث يمتاز جنوب المملكة باعتدال الطقس المائل للبرودة صيفا كما تهطل الكثير من الأمطار على أرضه خلال السنة، و يزداد معدل الحرارة السنوي عن 20 درجة مئوية في أغلب المناطق السعودية، حيث تصل درجات الحرارة العظمى في شهر يوليو إلى 43 درجة مئوية تقريبا في مدينة الرياض، و ما يقارب 25 درجة مئوية في المرتفعات الشمالية، و تنخفض درجات الحرارة في شهر يناير إذ تصل إلى 23 درجة مئوية في منطقة جيزان، و درجتين في منطقة تبوك.

ثانيا: المقومات السياسية

إن خصوصية الأمن و الأمان التي تتمتع بها المملكة العربية السعودية انعكست بشكل ايجابي على نمو السياحة و ازدهارها، حيث أن أهم العوامل التي ساهمت في تحقيق الأمن و الأمان في المملكة هو تطبيقها لأحكام الشريعة الإسلامية في جميع جوانب الحياة، إذ يتبلور العمل المؤسسي في مجال الأمن في المملكة وفق تعاليم الشرع الحنيف و مقاصده في حفظ الدين و العقل و المال و النفس و العرض، حيث تتمتع مختلف مناطق المملكة العربية السعودية باستقرار سياسي و أمن عام يسمح للسائح بالقدوم إليها و التنقل بين مدنها و مختلف مناطقها السياحية بكل حرية و أمان.

ثالثا: البنية التحتية

قامت المملكة العربية السعودية بتنفيذ العديد من الخطط الإنشائية و التطويرية للارتقاء بمستوى خدمات البنية التحتية المقدمة للمواطنين و السياح، مما شجع الكثير من المستثمرين على تنفيذ نشاطاتهم الاقتصادية و التجارية في المملكة، حيث احتلت المملكة المرتبة الـ 11 عالميا كأفضل أسواق الاستثمار في مشاريع البنية التحتية، و ذلك وفقا للسهولة التي تمكن المقرضين من تأمين العائد على التمويل الذي يقدمونه لمشاريع البنية التحتية واسعة النطاق داخل قطاعات النقل و الطاقة و المرافق العامة، بالإضافة إلى أن مستوى المخاطر التي تواجه المستثمرين في المملكة كان منخفضا نسبيا، في ظل المستويات العالية من دخل الفرد و انخفاض الضرائب و الدعم الحكومي القوي لمخططات البنية التحتية على نطاق واسع، و هي ثلاثة من العوامل الأساسية التي تساعد في الحد من المخاطر و بناء الثقة الحقيقية داخل مجتمع المستثمرين.

و قد رشحت المملكة لكي تكون الرائدة في إنفاقها على قطاع البنى التحتية و الإنشاءات في منطقة الشرق الأوسط نظرا لسعيها نحو تلبية الاحتياجات الاجتماعية كالعمر و السكن و التعليم و غيرها، و سجل القطاع نموا بنسبة 177 % في السعودية خلال سنة 2012 م مقارنة بسنة 2011 م، بالإضافة إلى أنه مثل حصة 46 % من المشاريع في منطقة الشرق الأوسط و شمال إفريقيا ما بين 2012 م و 2013 م و التي تعادل قيمتها الإجمالية 448 مليار دولار، و تعتمز المملكة أن تنفق 820 مليار ريال خلال العام الحالي 2018 م¹.

رابعا: المقومات الاجتماعية

لقد انفردت الحياة في المملكة العربية السعودية بمواصفات اجتماعية متميزة يرجع أصلها إلى الحياة القبلية التي تقوم على الالتزام التام بتطبيق مبادئ التكافل المستمد من الشريعة الإسلامية، بحيث يعتنق المواطنون السعوديون الدين الإسلامي الذي يدفعهم مع عروبتهم الأصيلة و أخلاقهم الإسلامية العالية إلى استقبال الضيوف و السياح القادمين إلى البلاد بوجه بشوش و روح طيبة، فضلا عن معاملتهم بكرم و احترام، و تقديم شتى أنواع المساعدة لهم في حال احتياجهم إليها.

خامسا: المقومات التاريخية و الأثرية

تعتبر الآثار انعكاسا لحضارات و امتدادا للتطور و المعرفة الإنسانية، إذ تمتلك المملكة العربية السعودية مناطق أثرية غنية بقيمتها الإسلامية و التاريخية باعتبارها موطن للعديد من الحضارات، و مهدا للرسالات السماوية. فقد ازدهرت داخل حدود المملكة حضارة مدين، و حضارة ثمود التي لا تزال آثارها موجودة حتى اليوم في المنطقة المعروفة باسم مدائن صالح، و توجد في نجران الأحود الذي ذكر في القرآن الكريم عن أصحاب الأحود، و قد مرت مئات السنين ظهرت فيها دول و زالت دول، و قام المسلمون بدورهم الحضاري التاريخي، الذي عبرت عليه الحضارة الإنسانية الحديثة بانتشار الإسلام في شتى بقاع الأرض²، فضلا عن الآثار الموجودة في مكة المكرمة و المدينة المنورة، و السدود الأثرية بمنطقة الطائف، و قصر شبرا التاريخي و منطقة سوق عكاظ و غيرها، بالإضافة إلى المتاحف الموجودة خاصة المتحف الوطني بالرياض الذي يحكي عن قصة الإنسان عبر العصور المتعاقبة، و عليه فالمملكة تضم مواقع تاريخية و أثرية في أماكن مختلفة تعد مغريات سياحية تتقارب من حيث أهميتها و دورها في جذب السياح.

¹ فهد الثنيان، « مشاريع البنية التحتية تضع المملكة في المركز الـ 11 عالميا »، الموقع الإلكتروني: <http://www.alriyadh.com> تاريخ الاطلاع: 2018/06/08 م.

² شريفة بنت هياز عبد الله البارقي، « السلوكيات الترويجية للسياح القادمين من منطقة عسير إلى محافظة جدة »، بحث مقدم كجزء من متطلبات الحصول على الماجستير في الآداب و العلوم الإنسانية (غير منشورة)، تخصص: الجغرافيا، كلية الآداب و العلوم الإنسانية، جامعة الملك عبد العزيز - جدة -، المملكة العربية السعودية، 1432 هـ / 2011 م، ص ص 59، 60.

سادسا: المقومات الدينية

إن للعامل الديني أثرا مهما في نشأة العديد من المدن خاصة المدن الإسلامية، حيث أن العلاقة بين العامل الديني و حياة المدينة هي علاقة قديمة و وثيقة¹، و ما يمثله الحج و العمرة عند المسلمين من ممارسات تختلف عن بقية الأديان الأخرى إنما يشكل الصورة الأجل لممارسة السياحة الدينية التي تختلف عن باقي أنواع السياحة الأخرى فهي ليست سياحة موسمية و إنما تكون على مدار السنة، حيث يقوم السياح بزيارة الأماكن المقدسة في جميع أيام السنة و بشكل خاص في المناسبات الدينية².

و في المملكة العربية السعودية تعد السياحة الدينية من أهم مصادر الدخل و أحد أكبر الدعائم للاقتصاد السعودي نظرا لما تتميز به المملكة من خصوصية و تفرد عن سائر بلدان العالم بوجود المسجد الحرام و المسجد النبوي التي يقصدها الملايين من المسلمين من كل أنحاء العالم لأداء فريضة الحج أو العمرة، حيث تعتبر السعودية مركز السياحة الدينية بسبب توجه قلوب المسلمين إلى رؤية تلك الأماكن الطاهرة في مكة المكرمة و المدينة المنورة و التي تشعر السياح و الزائرين بأهمية تلك الأماكن في إشباع الروح الايمانية لديهم.

المطلب الثاني: أهم المدن و المناطق السياحية في المملكة العربية السعودية

تتميز المملكة العربية السعودية و تفرد بالسياحة الدينية، و التي تتنوع باحتوائها على الكثير من المعالم التي تستقطب الملايين من المسلمين من كل مكان في العالم، و تعتبر هذه السياحة الدينية أهم محاور الاقتصاد في البلاد، حيث يأتي المسلمون من كل أنحاء العالم لزيارة الأماكن المقدسة من أجل أداء فريضة الحج سنويا، بالإضافة إلى أداء مناسك العمرة طوال العام، كما أنها تحتوي على المزيد من المناطق الترفيهية و الثقافية و المعالم السياحية البارزة المختلفة، و فيما يلي سنتحدث عن أهم تلك المدن و المناطق السياحية في السعودية.

أولاً: المدن السياحية الدينية و أهم معالمها

تتمركز الأنشطة السياحية في السعودية في المدن المقدسة، مكة المكرمة و المدينة المنورة، حيث يرتبط سوق الضيافة في المدينتين ارتباطا وثيقا بأداء مناسك الحج و العمرة في مكة المكرمة و من ثم السفر الى المدينة المنورة لزيارة المسجد النبوي، لذلك تأتي مكة المكرمة على صدارة المدن السياحية الدينية في السعودية الجاذبة للسياح ثم تليها المدينة المنورة.

¹ أعياد عبد الرضا، علي لفته سعيد، وسام عبد الله جاسم محمد، « السياحة الدينية في مدينة الكوفة و آفاق تطورها - دراسة في جغرافية السياحة - »، مجلة الأستاذ، كلية التربية ابن رشد، جامعة بغداد، العدد الخاص بالمؤتمر العلمي الثالث لسنة 2015 م - 1436 هـ، ص 245.

² زهير عباس القرشي، علاء كريم مطلق، « دراسة مقومات الجذب السياحي الديني الإسلامي في مدينتي النجف الأشرف و كربلاء المقدسة - دراسة مقارنة - »، مجلة الإدارة و الاقتصاد، مجلة علمية محكمة تصدر عن كلية الإدارة و الاقتصاد، الجامعة المستنصرية، بغداد، العدد الواحد و السبعون، 2008 م، ص 232.

1- مكة المكرمة: تتميز مدينة مكة بتنوعها الفريد بين السهول في جدة و الجبال في الطائف، تحوي أطهر بقاع الأرض، تنسجم فيها الأصالة مع الثقافة الفريدة كما تجتمع فيها عراقة الماضي و حداثة المستقبل، تقع غرب السعودية على الساحل الغربي للبحر الأحمر، و بفضل موقعها الفريد و مكائنها التاريخية جعلها مقصدا للعديد من الزوار الذين وجدوا فيها التنوع بين طقس الطائف المعتدل طوال العام، و شواطئ جدة عروس البحر الأحمر، و تمثل مكة قبلة المسلمين الأولى أين انطلقت الحضارة الإسلامية و الرسالة المحمدية، تهفو إليها أفئدة الحجاج و المعتمرين بحيث تستقبل سنويا ملايين الزوار من كافة أرجاء المعمورة بكل ترحاب لتمنحهم السكنينة و تنير قلوبهم بالإيمان¹، من أهم معالمها السياحية المسجد الحرام الذي تتوسطه الكعبة المشرفة و التي يبلغ ارتفاعها خمسة عشر متر، و يوجد في الجنوب الشرقي للكعبة الحجر الأسود و هو حجر ثقيل بيضاوي الشكل أسود اللون بحيث يقوم الحجاج في كل شوط من الطواف بتقبيله أو الإشارة إليه، بالإضافة إلى بئر زمزم الذي يقع على بعد 21 م من الكعبة و له فضل و قيمة كبيرة عند المسلمين فهو لما شرب له ، و قد تمت توسعة المسجد الحرام العديد من المرات حتى يتناسب مع تزايد عدد الحجاج كل سنة².

2- المدينة المنورة: هي أول عاصمة إسلامية و ثاني أقدس الأماكن لدى المسلمين بعد مكة المكرمة، تقع على أرض الحجاز التاريخية غرب المملكة العربية السعودية، تبعد حوالي 400 كم عن مكة في الاتجاه الشمالي الشرقي، و على بعد حوالي 150 كم شرق البحر الأحمر، تتكون من جبال و وديان و منحدرات و أراضي صحراوية و أخرى زراعية و مقابر³، كما تتميز بأجمل الأجواء المناخية و المواقع التراثية المذهلة، بالإضافة إلى مواقع الغزوات التاريخية، من أهم معالمها السياحية:

– **المسجد النبوي الشريف:** هو أكبر المساجد في العالم و يعد من أقدس المعالم السياحية في المدينة المنورة يستقطب ملايين المسلمين من كل مكان، تم بنائه على يد الرسول محمد صلى الله عليه وسلم، يحتوي المسجد النبوي على قبر الرسول كما يحتوي على قبر كل من أبو بكر الصديق و عمر بن الخطاب رضى الله عنهما.

– **مسجد قباء:** هو أول مسجد بني في الإسلام يقع على بعد 3.5 كيلومتر من المسجد النبوي الشريف، و قد تم بناء المسجد في عام 622 م حينما هاجر الرسول إلى المدينة المنورة.

– **جبل أحد:** يعتبر من أهم معالم السياحة الدينية في السعودية الذي يقع في شمال المدينة المنورة بحيث يبعد جبل أحد عن المسجد النبوي بحوالي 5 كيلومتر، يصل ارتفاعه إلى ما يزيد عن 1000 متر فوق مستوى سطح البحر، يتسم جبل أحد بالطابع الديني لأنه قد عرف من معركة أحد الواقعة بين المسلمين و كفار قريش.

¹ « الوجهات السياحية: مكة المكرمة »، الموقع الإلكتروني: <http://www.sauditourism.sa>، تاريخ الاطلاع: 2018/06/10 م.

² نادية راضي، « أفضل المعالم السياحية في السعودية »، الموقع الإلكتروني: <https://www.almrsal.com>، تاريخ الاطلاع: 2018/06/10 م.

³ شريفة بنت هيازع عبد الله البارقي، مرجع سبق ذكره، ص 64.

- **مدائن صالح:** تسمى أيضا مدينة الحجر، تقع في محافظة العلا التابعة للمدينة المنورة و تحتل موقعا استراتيجيا على الطريق الذي يربط الجزيرة العربية و العراق و الشام و مصر، و الحجر هو ديار قوم ثمود الذين ذكروا في القرآن الكريم، و يرجع تاريخ المدينة إلى 1700 ق.م، و قد دمر جزء منها نتيجة الزلازل، أعلنت مدائن صالح موقع تراث عالمي عام 2008 م من قبل منظمة الأمم المتحدة للعلوم و الثقافة، و هي أول موقع سعودي ينضم إلى قائمة مواقع التراث العالمي¹.

- **مجمع الملك فهد لطباعة المصحف الشريف:** يعتبر مجمع الملك فهد من المعالم السياحية الشهيرة بالمدينة المنورة، و هي أكبر مطبعة لطباعة المصحف الشريف عالميا، إذ يقوم المجمع بطباعة أكثر من 10 مليون نسخة من المصحف الشريف ثم يتم توزيع المصاحف في جميع أنحاء العالم.

ثانيا: المدن و المناطق السياحية الترفيهية و الأثرية

الكثير من الناس يعتقدون أن السعودية ما هي إلا صحراء جرداء، و لا يوجد بها أي مقومات السياحة سوى السياحة الدينية و تأدية الحج و العمرة، و لكن الواقع يعكس بأن المملكة تحتوي على المناطق السياحية المتعددة و سنبين ذلك من خلال ما يلي:

1- مدينة جدة: تعتبر جدة من أجمل المدن السعودية و تعرف باسم عروس البحر الأحمر، حيث تمثل العاصمة الاقتصادية و السياحية للبلاد²، و ترتبط مدينة جدة بمدن المملكة فضلا عن ارتباطها بالعالم الخارجي من خلال طرق برية رئيسية و موانئ بحرية و جوية ذات طاقات استيعابية تتناسب مع الوظيفة الرئيسية لمدينة جدة كمدخل رئيسي للمدينتين المقدستين: مكة المكرمة و المدينة المنورة³، فقدم السياح إليها لأغراض سياحية متنوعة يبدو متزايدا من موسم لآخر، إضافة إلى كونها المدينة الأكبر من بين المدن الواقعة في المنطقة الجغرافية الأكثر سكانا في المملكة العربية السعودية، إذ أن نجاحها في جذب السياح من المراكز السكنية المجاورة يثبت توفير البدائل السياحية المحلية لنسبة كبيرة من المواطنين، و بالتالي التقليل من حجم التسربات المالية الناجمة عن إنفاق المواطنين في مواقع سياحية أجنبية⁴.

تحتوي جدة على أهم المعالم السياحية و المتمثلة في أكبر ميناء بحري على مستوى البحر الأحمر، و تضم ناطحات السحاب كما تحتوي على الكورنيش الذي يطل على البحر الأحمر حيث تتواجد به مناطق التسوق

¹ نادية راضي، « أفضل المعالم السياحية في السعودية »، الموقع الإلكتروني: <https://www.almrsal.com>، تاريخ الاطلاع: 2018/06/10 م.

² مي محمد، « السياحة في المملكة العربية السعودية: دليلك في الرياض و جدة و الدمام »، الموقع الإلكتروني: <https://al-rahhal.com>، تاريخ الاطلاع: 2018/06/19 م.

³ عبد الله محمد الحمدان الغامدي، « نحو تنمية سياحية أكثر فاعلية في مدينة جدة: طروحات مستندة إلى تحليل خصائص و رغبات السواح »، مجلة جامعة الملك عبد العزيز: العلوم الهندسية، مجلة نصف سنوية تصدرها جامعة الملك عبد العزيز - جدة -، السعودية، المجلد 14، العدد 1، 1423 هـ/2003 م، ص 105.

⁴ عبد الله محمد الحمدان الغامدي، مرجع سبق ذكره، ص 90.

و المتاجر و المطاعم الفاخرة، كما يتميز بوجود نافورة الملك فهد الشهيرة التي تعرف بأنها الأطول في العالم كونها تقذف الماء إلى ارتفاع يصل إلى 300 متر و تتميز بالإضاءة الرائعة في ساعات الغروب و المساء، كما يقع على طريق الكورنيش فقيه أكواريوم الذي يحتوي على الأحواض المائية التي تضم الأسماك المتنوعة و أسد البحر و الفقمة و غيرها من الكائنات البحرية المختلفة، بالإضافة إلى مسجد الرحمة أو ما يسمى بالمسجد العائم و هو أول مسجد في الإسلام تم بنائه على سطح الماء إذ يستقطب عدد كبير من السياح¹.

2- مدينة الرياض: و هي عاصمة المملكة العربية السعودية، يعود تاريخها إلى فترة ما قبل ظهور الإسلام حيث كانت واحة عامرة على طريق التجارة تعرف باسم " حجر اليمامة "، تحتل الرياض موقعا استراتيجيا تستمد من موقع المملكة الجغرافي الذي يتوسط القارات الثلاث، و يكتسب هذا الموقع بعدا آخر لكونها تقع وسط المملكة في الجزء الشرقي لقلب الجزيرة العربية²، و يمكن للسياح السفر عبر الزمن للتعرف على أجمل الأماكن الغنية بالتراث و الثقافة في الرياض، حيث أن مدينة الدرعية التاريخية إحدى مدن التراث العالمي تحوي كل ما يبحثون عنه من تاريخ المملكة في أبنيتها و قصورها، أو في إحدى القرى القابعة في ذاكرة الزمن كقرية الغاط القديمة، و عند الرغبة في التمتع بأروع المناظر الطبيعية يمكن التوجه لوادي حنيفة أكثر الجهات الطبيعية دلالة في الرياض³.

3- المنطقة الشرقية: تحتل المنطقة الشرقية بحكم موقعها المتميز مكانا بارزا في خارطة السياحة الخليجية نظرا لقرىها من الرياض و دول مجلس التعاون الخليجي، و خاصة بعد المشروعات العملاقة التي تم إنجازها، أهمها الواجهة البحرية للمنطقة الشرقية التي تمتد من الخبر إلى الجبيل، و وجود أماكن تناسب العائلة السعودية بكل عاداتها و تقاليدها، تمثل الدمام العاصمة الإقليمية للمنطقة الشرقية، التي تعرف بمدينة البحار و صيد الأسماك و جمال الشواطئ، كما تمتاز بكثرة نخيلها و بساينها و عيونها المائية العذبة الأمر الذي جعل منها الوجهة الأولى للسياح من معظم أنحاء العالم، فساحلها الطويل يحتوي على أجمل الجزر و الواحات و المواقع الأثرية و التاريخية و فيها أرقى الفنادق و المنتجعات الشاطئية، فضلا عن قيام مراكز الغوص بالمنطقة الشرقية بتنظيم برامج للرحلات البحرية، تتضمن الصيد و الغوص في عدة مناطق سياحية على ساحل الخليج العربي مثل: جزيرة جنا، جريد، كران و كرين، و كذلك حطام شاطئ نصف القمر، و حطام سفن غارقة بالقرب من ميناء الدمام و الخبر و القطيف، و كل ذلك على متن زوارق غوص خاصة مجهزة بجميع متطلبات الأمن و السلامة، إذ يشرف على هذه الرحلات أفضل المرشدين السياحيين في المنطقة و من محترفي رياضة الغوص⁴.

¹ مي محمد، « السياحة في المملكة العربية السعودية: دليلك في الرياض و جدة و الدمام »، الموقع الإلكتروني: <https://al-rahhala.com>، تاريخ الاطلاع: 2018/06/19 م.

² شريفة بنت هيارع عبد الله البارقي، مرجع سبق ذكره، ص ص 65، 66.

³ « الوجهات السياحية: الرياض »، الموقع الإلكتروني: <http://www.sauditourism.sa>، تاريخ الاطلاع: 2018/06/20 م.

⁴ «الوجهات السياحية: المنطقة الشرقية»، الموقع الإلكتروني: <http://www.sauditourism.sa>، تاريخ الاطلاع: 2018/06/20 م.

4- منطقة جازان: منطقة جازان الواقعة في الجزء الجنوبي الغربي من المملكة العربية السعودية تمثل إحدى المناطق الإدارية بالمملكة، التي تشتمل على مقومات سياحية متنوعة في الجانب الطبيعي و البشري و الثقافي وخدمي، حيث يمكن للسائح زيارة الجبال الخضراء التي تنحدر منها العيون العذبة و الحارة، أو زيارة الشواطئ و الجزر و التمتع بالمتاحف المائية الطبيعية التي تكفلت بعملها الشعب المرجانية تحت الأعماق، أو التعرف على مجموعة جزر فرسان التي تضم مجموعة من المعالم الأثرية و الطبيعية، كما يمكن للسائح أن يعيش تجربة فريدة من نوعها من خلال موعد الاحتفالية السنوية البديعة التي لا يمكن إيجادها في أي مكان في العالم و هي مهرجان الحريد الذي تتميز به جازان¹.

المطلب الثالث: المؤشرات السياحية في المملكة العربية السعودية

شهد القطاع السياحي السعودي نموا و تطورا ملحوظا في الوقت الذي تشير فيه التوقعات إلى قدرته على تحقيق مساهمة فعالة في دعم خطة الحكومة لتحقيق التنويع الاقتصادي و إلغاء اعتماده على النفط في السنوات القادمة، و تجدد هذه التوقعات ما يدعمها على أرض الواقع من خلال الأرقام الإحصائية للمؤشرات السياحية و التي سيتم التركيز على أهمها فيما يلي.

أولا: الفنادق

يعد وجود الفنادق في المملكة العربية السعودية أحد المستلزمات الأساسية لتطور السياحة، كما تلعب دورا بارزا في تحقيق التنمية السياحية حيث تشير الإحصاءات العالمية إلى أن 40 % من مجموع الإنفاق السياحي يقوم السائح بإنفاقه على مكان الإقامة الذي يقضي فيه مدة أطول مما يقضيه من مجموع أوقاته في الدولة التي يزورها²، و يعتبر قطاع الفنادق في المملكة من القطاعات النامية و الواعدة نظرا للاستقرار الاقتصادي الذي تشهده المملكة بالإضافة إلى أن نسبة التشغيل في معظم فترات العام تقدر بمعدل 75 % في حين ترتفع إلى 100 % خلال موسم الحج³. فقطاع الفنادق في المملكة العربية السعودية مؤسس تأسيسا جيدا حيث تهيمن الفنادق الفاخرة في المدن المقدسة مع وجود فرصة لنمو الفنادق الاقتصادية، إذ يصنف قطاع الفنادق في مكة المكرمة إلى قسمين: فنادق عالية الجودة بعلامات تجارية دولية فاخرة و فنادق بدون علامات تجارية و غير مفروشة⁴.

¹ « الوجهات السياحية: جازان »، الموقع الإلكتروني: <http://www.sauditourism.sa>، تاريخ الاطلاع: 20/06/2018 م.

² أعياذ عبد الرضا، علي لفته سعيد، وسام عبد الله جاسم محمد، مرجع سبق ذكره، ص 251.

³ « معرض المأكولات و الفنادق و الضيافة السعودي »، 23 - 26 أبريل 2017 م، الطبعة الثانية و العشرون، ص 5، الموقع الإلكتروني:

<http://sfhh-arabia.com>، تاريخ الاطلاع: 28/06/2018 م.

⁴ « تقرير قطاع الضيافة في المملكة العربية السعودية »، يناير 2015 م، ص 3، الموقع الإلكتروني:

<http://www.aljaziracapital.com.sa>، تاريخ الاطلاع: 28/06/2018 م.

و قد وصل عدد منشآت الإيواء السياحي للمملكة العربية السعودية في نهاية عام 2017 م إلى 7.383 منشأة بإجمالي عدد غرف 544.519 غرفة موزعة حسب النوع كما يلي:

جدول رقم (4-1): عدد منشآت الإيواء السياحي حسب النوع لعام 2017

النوع	العدد	الغرف
الفنادق	2.231	369.512
الوحدات السكنية المفروشة	4.868	160.855
فلل فندقية	7	77
شقق فندقية	51	1.020
نزل سياحية	145	3.625
فنادق طرق	28	420
منتجعات	53	9.010
المجموع	7.383	544.519

المصدر: الهيئة العامة للإحصاء، المملكة العربية السعودية، الكتاب الإحصائي السنوي لعام 2017 م، العدد 53.

و يمثل الجدول التالي تطور عدد غرف الفنادق للمدن السياحية الرئيسية في المملكة خلال الفترة (2015 - 2017) كالتالي:

جدول رقم (4-2): عدد غرف الفنادق للمدن السياحية الرئيسية في المملكة (2015 - 2017)

الفترة	2015			2016			2017		
	الربع الأول	الربع الثاني	الربع الثالث	الربع الأول	الربع الثاني	الربع الثالث	الربع الأول	الربع الثاني	الربع الثالث
مكة المكرمة	10.377	10.377	11.484	12.269	12.269	12.269	14.675	15.420	17.287
المدينة المنورة	5.587	5.587	6.421	6.421	6.421	6.421	6.421	6.421	6.421
جدة	4.145	4.145	4.145	4.924	4.924	5.186	5.646	6.009	6.151
الرياض	6.081	6.081	7.473	7.473	7.852	8.133	8.684	8.684	9.054

المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على تقرير الربع الأول و الثاني و الثالث لكل من سنة 2015، 2016، 2017، تقرير ربع سنوي حول

قطاع الفنادق، المملكة العربية السعودية، ص 3-6.

من خلال الجدول السابق نلاحظ تزايد عدد غرف الفنادق في المدن السياحية الرئيسية في المملكة العربية السعودية من سنة لأخرى خاصة في المدن السياحية الدينية، و ذلك من أجل مواجهة الطلب المتزايد لأعداد

السياح الذين يقصدون مكة المكرمة و المدينة المنورة، إذ بلغ عدد الحجاج في عام 2017 م ما يقارب 1,8 مليون حاج من خارج المملكة بالإضافة إلى 600 ألف حاج من داخل المملكة، بينما أدى مناسك العمرة أكثر من 6,8 مليون معتمر من خارج المملكة في نفس السنة، و على الرغم من هذه الأعداد الكبيرة، إلا أنها ستشهد ارتفاعا في المستقبل القريب حيث يتوقع أن يصل عدد الحجاج و المعتمرين إلى 15 مليون بحلول العام 2020 م و ذلك بمعدل نمو سنوي يقدر بـ 7,5 %¹.

ثانيا: المطاعم و المقاهي

تعد المطاعم و المقاهي من الهياكل و الخدمات السياحية العامة التي يستخدمها السياح و السكان في آن واحد²، و قد ظهرت في المملكة العربية السعودية الحاجة من أجل إقامة المزيد من المطاعم الراقية خاصة في المدن السياحية و ذلك كنتيجة لتزايد عدد السياح و السكان و تفضيلهم للخدمات ذات الجودة العالية و المستوى الراقى³، إذ تشهد مطاعم الوجبات العادية في المملكة العربية السعودية ذات العلامات التجارية الدولية تزيادا مستمرا، فوفقا للهيئة العامة للسياحة و الآثار، بلغ عدد المطاعم حوالي 26.166 مطعما خلال سنة 2010 م بينما بلغ عدد المقاهي في نفس السنة 2.244 مقهى، كما بلغت القيمة المقدرة للمواد الغذائية التي اشترتها هذه المطاعم و المقاهي بغرض انتاج وجبات غذائية ما يقارب 4,2 مليار دولار أمريكي⁴.

ثالثا: النقل الجوي و البري

يعتبر قطاع الطيران الداخلي السعودي متطورا نسبيا، حيث يسيطر الناقل الجوي السعودي (الخطوط السعودية) على أكثر من 90 % من السوق المحلي، الذي يعمل على تشغيل أسطول يتألف من أكثر من 115 طائرة لنقل حوالي 70.000 مسافر يوميا و 24 مليون مسافر سنويا، علاوة على ذلك، و من أجل مواكبة الارتفاع المستمر في عدد السياح، فقد وضعت الحكومة السعودية خطة لاستثمار أكثر من 30 مليار دولار أمريكي في مطاراتها بحلول العام 2020 م، كما تتوفر وسائل النقل الرخيصة التي تسهل من تنقل السياح لإتمام مراسم الحج إلى مكة المكرمة و المدينة المنورة، و وسائل النقل العامة الشائعة هي الباص التي تقدمها الشركة السعودية للنقل الجماعي، و تخطط الحكومة السعودية إلى تشغيل قطار الحرمين السريع بين مكة و المدينة⁵.

¹ شركة الخير المالية، « قطاع الضيافة في مكة المكرمة - إيجاد القدرة على استيعاب النمو »، ورقة عرض ملخص حقائق فرص قطاع الضيافة في مكة المكرمة، ص 2.

² أعياد عبد الرضا، علي لفته سعيد، وسام عبد الله جاسم محمد، مرجع سبق ذكره، ص 251.

³ الهيئة العامة للسياحة و الآثار، « دراسة الفرصة الاستثمارية لإقامة مجمع مطاعم في منطقة نجران »، ماي 2009 م / جمادى الأولى 1430 هـ، ص 2.

⁴ « تقرير قطاع الضيافة في المملكة العربية السعودية »، يناير 2015 م، ص 9، الموقع الإلكتروني:

<http://www.aljaziracapital.com.sa>، تاريخ الاطلاع: 2018/06/28 م.

⁵ نفس المرجع، ص ص 5، 10.

رابعاً: الإنفاق على الرحلات السياحية

تمثل الرحلات السياحية في السياحة المحلية التي يقوم بها سكان المملكة العربية السعودية من مواطنين أو مقيمين داخل المملكة، و السياحة الوافدة التي يقوم بها الوافدون من غير سكان المملكة داخل المملكة، و عليه فإن إجمالي الأموال التي ينفقها السياح السعوديين و الوافدين على جميع متطلبات رحلاتهم السياحية التي تتضمن الإنفاق على كل من مقر الإيواء، الطعام، وسائل النقل و الترفيه، مراكز التسوق و زيارة أماكن التراث و الترفيه الأخرى بحسب تفضيلهم لذلك و غيرها، يمثل حجم الإنفاق على السياحة الداخلية التي تعد أحد الروافد الرئيسية لإجمالي الناتج المحلي، و التي تعمل على انتعاش الدخل المحلي و عدم اعتماده على مصادر محددة و ثابتة كقطاع النفط¹.

بالإضافة إلى السياحة المغادرة التي تمثل الأنشطة التي يقوم بها المقيمون في المملكة عندما يسافرون إلى وجهات سياحية خارج البلاد، و بالتالي ينفقون في الأسواق الخارجية التي تعرض لهم الموارد و الخدمات السياحية المختلفة بشكل يلي تنوع الحاجات و الرغبات و الأذواق السياحية و أحسن مما يقدم لهم في السوق السياحي المحلي، علماً أن مجموع الإنفاق على السياحة المحلية و المغادرة يمثل حجم الإنفاق على السياحة الوطنية، و يمكن تلخيص حجم الإنفاق على الرحلات السياحية في المملكة العربية السعودية للفترة الممتدة من 2014 إلى 2016 وفق ما يلي:

جدول رقم (3-4): حجم الإنفاق على الرحلات السياحية خلال الفترة (2014 - 2016)

الوحدة: مليار ريال سعودي

السنوات	2014	2015	2016	البيان
	43,1	48	44,9	الإنفاق على الرحلات السياحية المحلية
	52,8	82,5	92,3	الإنفاق على الرحلات السياحية الوافدة
	78	84,1	99	الإنفاق على الرحلات السياحية المغادرة
	95,9	130,5	137,2	مجموع إنفاق السياحة الداخلية (محلية+وافدة)
	121,1	132,1	14,9	مجموع إنفاق السياحة الوطنية (محلية+مغادرة)

المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على التقارير السنوية لمؤسسة النقد العربي السعودي:

- التقرير السنوي الثاني و الخمسون لسنة 2016 م (1437 هـ)، ص ص 28، 29.

- التقرير السنوي الثالث و الخمسون لسنة 2017 م (1438 هـ)، ص 31.

¹ عنبرة بنت خميس بلال، « التأثير الاقتصادي لنشاط السياحة في المملكة العربية السعودية خلال الفترة 2004 م - 2010 م »، مجلة جامعة طيبة: للآداب و العلوم الإنسانية، مجلة فصلية محكمة تصدر عن كلية الآداب و العلوم الإنسانية بجامعة طيبة - المدينة المنورة -، المملكة العربية السعودية، السنة الخامسة، العدد 8، 1437 هـ، ص 808.

نلاحظ من خلال الجدول ما يلي:

- ارتفاع حجم الإنفاق على الرحلات السياحية المحلية في سنة 2015 مقارنة بسنة 2014 و ذلك بنسبة 11,3%، و يرجع السبب من وراء ذلك إلى ارتفاع الإنفاق على مرافق الإيواء بنسبة 35,2% ليلغ نحو 12,8 مليار ريال مقارنة بنحو 9,5 مليار ريال في العام السابق¹، كما ارتفع حجم الإنفاق على الرحلات السياحية الوافدة بنسبة 56,2%، و في المقابل ارتفع حجم الإنفاق على الرحلات السياحية المغادرة أيضا بنسبة 7,8%.

- انخفاض حجم الإنفاق على الرحلات السياحية المحلية في سنة 2016 مقارنة بسنة 2015 و ذلك بنسبة 6,4%، و يرجع السبب من وراء ذلك إلى انخفاض الإنفاق على التسوق بنسبة 37,2% ليلغ نحو 7,5 مليار ريال مقارنة بنحو 11,9 مليار ريال في العام السابق، و أيضا إلى انخفاض الإنفاق على الترفيه بنسبة 11,7% ليلغ 4,4 مليار ريال خلال سنة 2016 مقارنة بنحو 4,9 مليار ريال خلال سنة 2015، و في المقابل ارتفع حجم الإنفاق على الرحلات السياحية الوافدة بنسبة 11,8%، كما ارتفع حجم الإنفاق على الرحلات السياحية المغادرة بنسبة 17,4% خلال سنة 2016 مقارنة بالعام السابق².

المطلب الرابع: الآثار الاقتصادية للسياحة في المملكة العربية السعودية

إن قياس الآثار الاقتصادية للسياحة في المملكة يكون على شكل مؤشرات واضحة يمكن مقارنة قيمها على مدار عدة سنوات، و قد دلت النتائج على أن النشاط السياحي قد أحدث تأثيرا إيجابيا إذ يتبين ذلك من خلال مسيرة القيمة المضافة لهذا النشاط و مدى مساهمتها في إجمالي الناتج المحلي للمملكة، بالإضافة إلى المساهمة المباشرة و غير المباشرة في التوظيف، و سنتطرق لذلك بالتفصيل في هذا المطلب.

أولا: مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي السعودي

تشير إحصائيات المجلس العالمي للسياحة و السفر إلى أن متوسط مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي العالمي تصل إلى أكثر من نسبة 3% سنويا³، أما بالنسبة للمملكة العربية السعودية فقد حقق القطاع السياحي نموا بمعدلات متسارعة، إذ يأتي ذلك بناء على سعي الحكومة السعودية إلى توطین القطاع السياحي و تطويره ليكون أداة فعالة في تحقيق التنوع الاقتصادي و دعم الإيرادات غير النفطية

¹ مؤسسة النقد العربي السعودي، التقرير السنوي الثاني و الخمسون، 1437 هـ/2016 م، ص 28.

² مؤسسة النقد العربي السعودي، التقرير السنوي الثالث و الخمسون، 1438 هـ/2017 م، ص 31.

³ يحي سعيدي، سليم العمراوي، « مساهمة قطاع السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية / حالة الجزائر »، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، مجلة علمية رصينة محكمة نصف سنوية متخصصة في مجال نشر البحوث و الدراسات الاقتصادية، العراق، العدد 36، 2013 م، ص 104.

للمملكة، و عليه فإن مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي للسعودية يعتبر قويا جدا و يتزايد من سنة لأخرى كما يتضح في الجدول الموالي:

جدول رقم (4-4): مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي السعودي بالأسعار الثابتة خلال الفترة (2014 - 2016)

الوحدة: مليار ريال سعودي

النسبة مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي	الناتج المحلي الإجمالي	الناتج المحلي السياحي	البيان السنوات
3,3 %	2.431,9	80,1	2014
3,4 %	2.520,8	85,5	2015
3,5 %	2.589,6	91,3	2016

المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على التقارير السنوية لمؤسسة النقد العربي السعودي رقم 51 - 53 للسنوات (2015 - 2017) م / (1436-1438 هـ).

نلاحظ من خلال الجدول أن قيمة الناتج المحلي السياحي قد ارتفعت في سنة 2016 م بنسبة 13,98 % مقارنة بسنة 2014 م، مما أدى إلى ارتفاع نسبة مساهمته في الناتج المحلي الإجمالي.

ثانيا: مساهمة القطاع السياحي في توفير الوظائف

يشكل القطاع السياحي مجالا رحبا لاستقطاب الأيدي العاملة المحلية و الأجنبية، تلك الأيدي التي تتحمل مسؤولية تأدية مهام بشكل نوعي داخل هذا القطاع، لذلك فإن النشاط السياحي بكافة فروعها الثانوية يقدم باستمرار الفرص الوظيفية المتنوعة، و قد ورد في التقرير السادس و الأربعين لمؤسسة النقد العربي السعودي سنة 1431 هـ، بأن القطاع السياحي العالمي يوظف نحو 10 % من إجمالي القوى العاملة، و لا يقتصر توفير الفرص الوظيفية في القطاع السياحي فحسب، بل أنه يعتبر عاملا مساعدا في توفير الفرص في جميع القطاعات الإنتاجية التي ترتبط وظيفيا بالقطاع السياحي و التي تختص بإنتاج و تأمين جميع متطلبات و احتياجات السياح من السلع و الخدمات السياحية، وفقا لتنوع أذواقهم الاستهلاكية و حسب إمكانياتهم و قدراتهم الشرائية¹.

و تشير تقديرات الهيئة العامة للسياحة في المملكة العربية السعودية إلى قدرة النشاط السياحي على توفير عدد متزايد من الوظائف المباشرة في هياكل القطاع السياحي، و يتبين ذلك من خلال الجدول الموالي:

¹ عنبرة بنت خميس بلال، مرجع سبق ذكره، ص ص 827، 828.

* يشمل قطاع نقل المسافرين الخطوط الجوية، و السكك الحديدية، و شركات النقل الجماعي، و شركات تأجير السيارات.

جدول رقم (4-5): الوظائف المباشرة في القطاع السياحي خلال الفترة (2014 - 2016)

السنوات	2014	2015	2016
القطاعات الفرعية			
الفنادق و الإيواء	106.791	122.107	129.555
المطاعم و المقاهي	382.705	416.713	442.132
وكالات السفر و السياحة	15.205	39.077	41.461
خدمات نقل المسافرين*	207.894	162.173	172.065
الخدمات الترفيهية	82.262	142.833	151.545
المجموع	794.857	882.903	936.758
نسبة السعودة (%)	% 27,4	% 27,8	% 28,1

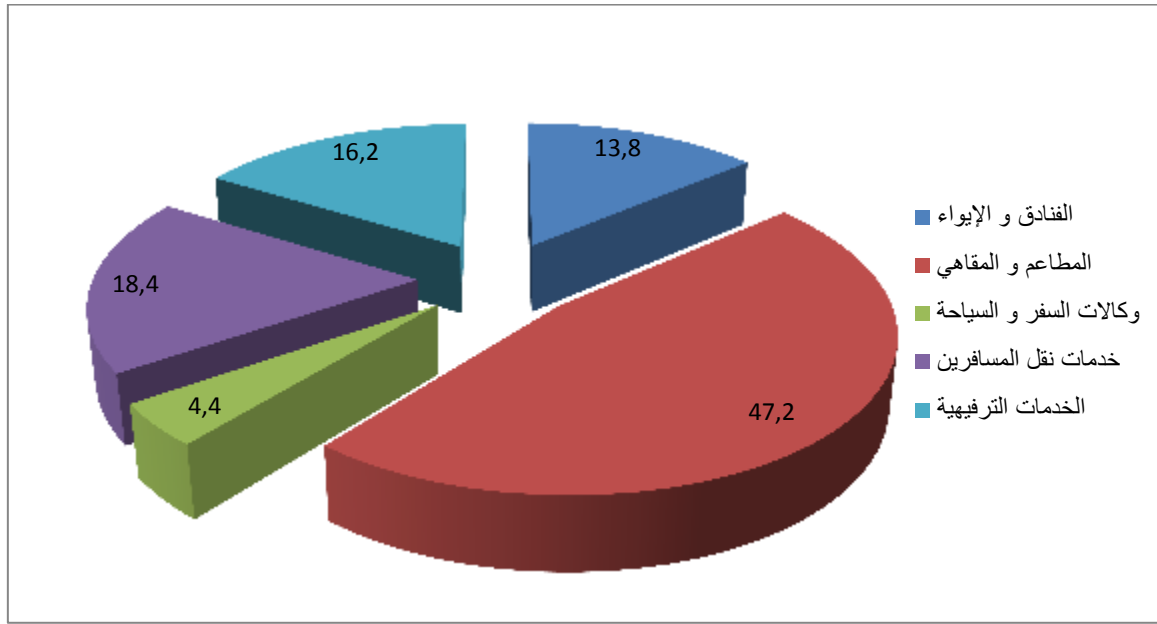
المصدر: التقارير السنوية لمؤسسة النقد العربي السعودي:

- التقرير السنوي الواحد و الخمسون لسنة 2015 م (1436 هـ)، ص 30.
- التقرير السنوي الثاني و الخمسون لسنة 2016 م (1437 هـ)، ص 29.
- التقرير السنوي الثالث و الخمسون لسنة 2017 م (1438 هـ)، ص 32.

يتضح من الجدول رقم (4-5) أن أكبر قطاع سياحي فرعي يساهم في التوظيف هو قطاع المطاعم و المقاهي و الذي يوظف حوالي 47,2 % من إجمالي العاملين في القطاع السياحي كل سنة، ثم يليه قطاع النقل الذي يوظف حوالي 18,4 %، ثم يليه قطاع الإيواء بحوالي 13,8 %، ثم قطاع الترفيه بنسبة 16,2 % و أخيرا وكالات السفر و السياحة بنسبة توظيف 4,4 % سنويا، كما نلاحظ زيادة عدد الوظائف المباشرة التي يقدمها القطاع السياحي لسوق العمل السعودي من 794.857 وظيفة في سنة 2014 م إلى 936.758 وظيفة في سنة 2016 و ذلك بمعدل 17,85 %، و التي تم شغلها من طرف الأيدي العاملة الوطنية و الأجنبية، و قد تراوحت نسبة نصيب القوة العاملة السعودية من إجمالي عدد هذه الوظائف ما بين 27 و 28 %.

و يمكن تلخيص التوزيع النسبي لعدد الوظائف داخل القطاعات السياحية الفرعية لسنة 2016 في الشكل التالي:

شكل رقم (4-1): التوزيع النسبي لعدد الوظائف داخل القطاعات السياحية الفرعية لسنة 2016



المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على الجدول رقم (4-5)

و يعتبر استحواذ كل من قطاع المطاعم و المقاهي، و قطاع خدمات نقل المسافرين على إجمالي عدد الوظائف المباشرة في القطاع السياحي دليلا واقعا على أولوية الخدمات التي يعرضها هذان القطاعان لمختلف فئات السياح، إذ لا يمكن الاستغناء أبدا عن تناول الأطعمة و المشروبات التي تمثل جزء رئيسيا في جدول السياحة بمختلف أنواعها من خلال الاستمتاع بتذوق الأطعمة، خاصة الجديدة على السائح و التي لا يجدها في بلاده، كما أنه ليس بإمكان السياح تحقيق رغباتهم المتعلقة بالتنقل من وجهة إلى وجهة سياحية أخرى في ظل غياب وسيلة النقل المناسبة لذلك¹.

فضلا على فرص العمل غير المباشرة التي يحفزها النشاط السياحي في القطاعات الاقتصادية الأخرى و المتداخلة مع القطاع السياحي، إذ يتوقع أن ترتفع في المستقبل كما يوضحه الجدول الموالي:

جدول رقم (4-6): الفرص الوظيفية غير المباشرة المتوقعة في القطاع السياحي

السنوات	2020	2021	2022	2025	2026	2027
عدد الوظائف غير المباشرة	591.200	620.000	668.000	678.800	768.000	898.000

المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على التقارير السنوية لمؤسسة النقد العربي السعودي رقم 50 - 53 للسنوات (2014 - 2017) م / (1435-1438 هـ).

¹ عنبرة بنت خميس بلال، مرجع سبق ذكره، ص 831.

المبحث الثاني: أهم الجهات التمويلية للقطاع السياحي في المملكة العربية السعودية

إن عمليات عرض و تحليل البيانات الإحصائية لقيم المؤشرات السياحية في المبحث السابق دلت على أن القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية قد أحدث تأثيرا اقتصاديا إيجابيا، كما أن مسيرة القيمة المضافة له خلال السنوات الأخيرة قد بينت أنه ثمة فرصا واعدة أمام هذا القطاع الإنتاجي للتطور و الاستمرارية و المساهمة الفاعلة في تحقيق التنويع الاقتصادي للمملكة، خاصة إذا ما تمت العناية التامة بتوفير متطلبات هذا القطاع من التمويل المناسب و الذي يعمل على تخفيض الأعباء و التكاليف الناتجة عن عملية الحصول على الأموال من مصادر خارجية متمثلة أساسا في البنوك و ذلك في ظل خصوصية القطاع السياحي الذي يتميز بموسمية التشغيل مقارنة بباقي القطاعات الاقتصادية، و هذا ما سنركز عليه في هذا المبحث من خلال إبراز دور البنوك الإسلامية في دعم القطاع السياحي و مدى مساهمتها في تمويل مختلف المشاريع السياحية.

المطلب الأول: دعم الهيئة العامة للسياحة و التراث الوطني للقطاع السياحي

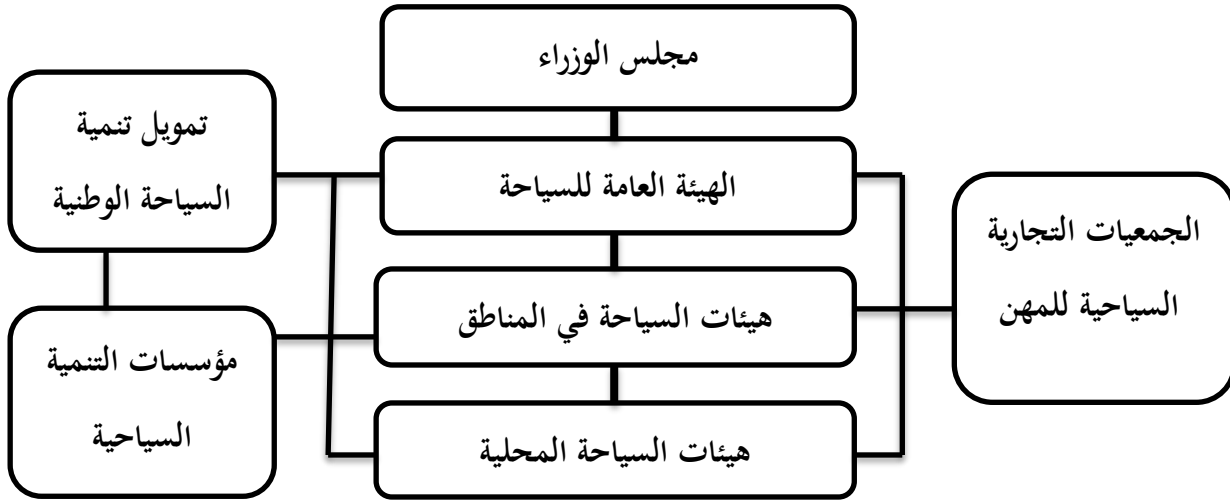
تلقى السياحة في المملكة العربية السعودية دعما كبيرا و متزايدا من طرف الحكومة، و ذلك من خلال العديد من الهيئات و المنظمات المختصة في هذا المجال، و من أهمها الهيئة العامة للسياحة و التراث الوطني، حيث يعد وجود تنظيم إداري و اقتصادي للسياحة من الشروط الأساسية لضمان نجاح صناعة السياحة في الدولة.

أولاً: الهيكل التنظيمي للسياحة في المملكة العربية السعودية

إن أحد أهم التحديات و أكثرها إلحاحا في عملية نمو و تطوير صناعة السياحة في المملكة العربية السعودية هو إنشاء هيكل تنظيمي مناسب قادر على أداء المهام المنوطة به، و كذلك تحسين القدرات السياحية لكل من القطاعين العام و الخاص، و قد عانت المملكة في الماضي من عدم توافر كيان مختص في السياحة، و من ثم تناثر المسؤوليات المرتبطة بهذه الصناعة بين عدد من الجهات، إلى غاية عام 1421 هـ عندما أنشئت الهيئة العليا للسياحة، و بما أن إنشاء الهيئة العليا للسياحة جاء في وقت متأخر نسبيا، فإن ذلك أدى إلى وجود بعض الفجوات التنظيمية المهمة على المستويين الحكومي و الأهلي، و على النطاق الإقليمي المرتبط بهذه الصناعة. و من أجل إلغاء تلك الفجوات و تجاوز العقبات قدمت الاستراتيجية العامة لتنمية القطاع السياحي في المملكة و تطويره توصيات محددة، من شأنها إنشاء هيكل تنظيمي متكامل للسياحة، يتحمل المسؤوليات المتصلة بهذا القطاع¹، كما يوضحه الشكل الموالي:

¹ الهيئة العليا للسياحة، الأمانة العامة، « مشروع تنمية السياحة الوطنية للمملكة العربية السعودية (1422 - 1441) هـ »، ص 17.

شكل رقم (4-2): الهيكل التنظيمي للسياحة في المملكة العربية السعودية



المصدر: الهيئة العليا للسياحة، الأمانة العامة، « مشروع تنمية السياحة الوطنية للمملكة العربية السعودية (1422 - 1441 هـ) »، ص 22.

تعد الهيئة العامة للسياحة المنظمة السياحية الوطنية في المملكة التي تضطلع بدور وزارة السياحة، و من أجل منحها أكبر قدر من المرونة لتلبية متطلبات العمل مع القطاع الخاص، تعتبر جهازا مستقلا تتبع مباشرة مجلس الوزراء¹، إذ أن « الهيئة هيئة عامة ذات شخصية اعتبارية مستقلة، ترتبط برئيس مجلس الوزراء، و يكون مقرها الرئيس في مدينة الرياض، و لها إنشاء فروع أو مكاتب لها في مناطق المملكة بحسب الحاجة²، حيث تتربع الهيئة على رأس هرم من المنظمات السياحية التي تتمثل في 13 هيئة سياحية في المناطق، مما يعني وجود هيئة واحدة لكل منطقة من مناطق المملكة بسبب اتساع رقعتها الجغرافية و تنوع الموارد و مستويات التنمية السياحية الحالية و المحتملة، فضلا عن التقسيم الإداري الحالي في مناطق المملكة الثلاثة عشرة الذي يوفر إطار عمل مناسب و متناسق لهيكل نظام السياحة في المملكة.

و من المتوقع أن تكون الهيئات السياحية في المناطق كيانات قانونية مستقلة لها مجلس إدارة خاص بها يضم ممثلين للقطاعين العام و الخاص، و تقوم بالعمل نيابة عن شركائها الرئيسيين المحليين و الإقليميين، حيث ضمن الاستراتيجية العامة للسياحة الوطنية و التوجيهات الاستراتيجية للهيئة العامة للسياحة، فإنها ستقوم بدورها و تقدم لهم الدعم الفني و المالي، و في الوقت الحالي و حسب الحاجة، سيكون هناك أيضا إدارات سياحية محلية على مستوى البلديات، ستمارس من خلالها القطاعات الخاصة المهمة بالسياحة المحلية أدوارها الرئيسية. و فيما يتعلق بتنظيمات السياحة للقطاع الخاص، اقترح إنشاء جمعيات مستقلة للمهن السياحية سيتم منح

¹ الهيئة العليا للسياحة، الأمانة العامة، مرجع سبق ذكره، ص 17.

² المادة الثانية، قرار مجلس الوزراء رقم 78 الصادر بتاريخ 16 ربيع الأول 1429 هـ، مجموعة الأنظمة السعودية (الاصدار الثاني)، تنظيم الهيئة العامة للسياحة و الآثار 1429 هـ، ص 4.

الأولوية للقطاعات الثلاثة الأساسية في هذه الصناعة، و هي الفنادق و مرافق الإيواء الأخرى، وكلاء السفر و السياحة و مشغلي الرحلات، أماكن الجذب السياحي، و في غضون ذلك، ستعمل كل من الهيئة العامة للسياحة و هيئات السياحة في المناطق بشكل مباشر مع الغرف التجارية في المملكة العربية السعودية أينما وجدت.¹

ثانيا: لمحة عن تأسيس الهيئة العامة للسياحة و التراث الوطني

مرت الهيئة العامة للسياحة و التراث الوطني بعدة مراحل لتصل إلى هيكلها الحالي و تصبح الجهة الرسمية الأولى المسؤولة عن القطاع السياحي و قطاع التراث الوطني بالمملكة العربية السعودية، حيث صدر قرار مجلس الوزراء رقم 9 بتاريخ 12 محرم 1421 هـ، و الذي قضى بإنشاء الهيئة العليا للسياحة تأكيدا على اعتماد السياحة قطاعا إنتاجيا رئيسيا في الدولة، و لأن الآثار من الموارد السياحية الهامة في أي دولة من دول العالم، فقد صدر الأمر الملكي رقم أ/2 بتاريخ 28 صفر 1424 هـ الذي يقضي بضم وكالة الآثار إلى الهيئة العليا للسياحة، لتصبح الهيئة مسؤولة عن كل ما يتعلق بقطاع الآثار إلى جانب مسؤوليتها عن القطاع السياحي. و في 16 ربيع الأول 1429 هـ صدر قرار مجلس الوزراء رقم 78 بتغيير اسم الهيئة العليا للسياحة إلى الهيئة العامة للسياحة و الآثار، تأكيدا على أن القطاع السياحي بالمملكة أصبح واقعا وطنيا تقف خلفه الدولة، مما يستلزم على الجهات المسؤولة أن تقوم بالتخطيط لتطويره و تنميته، و في يوم الاثنين 12 رمضان 1436 هـ قرر مجلس الوزراء الموافقة على تعديل اسم الهيئة العامة للسياحة و الآثار إلى المسمى الحالي ألا و هو الهيئة العامة للسياحة و التراث الوطني.²

و تتمثل أهم الأجهزة التابعة للهيئة العامة للسياحة و التراث الوطني في الأمانة العامة للهيئة، و هي عبارة عن جهاز فعال و مرن قادر على التعامل مع السياحة كصناعة مترابطة و سريعة التغير، حيث يسهم هذا الجهاز في تنمية الموارد البشرية في مجال السياحة و تطويرها، بالإضافة إلى أنه يهتم بالمعلومات الدقيقة و الموثوقة، و تقوم الأمانة العامة للهيئة بدعم نمو آليات السياحة الوطنية، مستخدمة أفضل السبل الإدارية و التقنية، حيث ينظر إليها على أنها جهاز يسعى دائما إلى تطوير آليات إدارة القطاع السياحي على المستوى الوطني.³

¹ الهيئة العليا للسياحة، الأمانة العامة، مرجع سبق ذكره، ص ص 17، 18.

² الهيئة العامة للسياحة و التراث الوطني، المركز الوطني لتنمية الموارد البشرية السياحية - تكامل، « مفهوم و أهمية الجودة في الخدمات السياحية »، 1438 هـ/2017 م، ص ص 5، 6.

³ الهيئة العليا للسياحة، البرنامج الاقتصادي، « الأهمية و الأثر الاقتصادي لتنمية قطاع السياحة: حالة المملكة العربية السعودية »، ورقة عمل مقدمة لندوة " الأثر الاقتصادي للسياحة مع تطبيقات على المملكة "، 19 - 21 جوان 2001 م، أبها، ص ص 29، 30.

أما عن الهدف من تأسيس الهيئة العامة للسياحة و التراث الوطني (الهيئة العليا للسياحة سابقا) منذ اللحظة الأولى، فقد جاء في المادة الثالثة من قرار مجلس الوزراء رقم 78 أن « الغرض الأساس للهيئة الاهتمام بالسياحة في المملكة، و ذلك بتنظيمها و تنميتها و ترويجها، و العمل على تعزيز دور قطاع السياحة، و تذليل عوائق نموه، باعتباره رافدا مهما من روافد الاقتصاد الوطني، و ذلك بما يتوافق مع مكانة المملكة و قيمها، و الاهتمام بالآثار و المحافظة عليها و تفعيل مساهمتها في التنمية الثقافية و الاقتصادية، و العناية بالمتاحف و الرقي بالعمل الأثري في المملكة. و يضطلع القطاع الخاص بالدور الرئيس في إنشاء المنشآت السياحية الاستثمارية»¹.

ثالثا: مهام و مبادرات الهيئة العامة للسياحة و التراث الوطني

عندما نتأمل واقع السياحة في المملكة العربية السعودية قبل تأسيس الهيئة العليا للسياحة (الهيئة العامة للسياحة و التراث الوطني حاليا)، نلاحظ تطورا نوعيا يحسب للهيئة التي عملت على تطوير السياحة في السعودية، إذ تعتمد الهيئة على إستراتيجية وطنية طويلة الأمد تساعد على دفع عجلة القطاع السياحي من خلال سلسلة من الخطط و البرامج و المشاريع و السياسات المحددة، و التي تتمثل أهمها فيما يلي:

1- مشروع تنمية السياحة الوطنية: استهدف هذا المشروع تنمية السياحة في المملكة بشكل مستدام، من خلال عمل تكاملي، بالشراكة مع جميع الأطراف على مدى عشرين عاما، و يمر عبر ثلاث مراحل، تتمثل المرحلة الأولى في وضع الاستراتيجية العامة لتنمية السياحة الوطنية، التي أوضحت المقومات السياحية و المعوقات التي قد تقف في طريقها من جميع الجوانب، و المرحلة الثانية تتضمن وضع برنامج عمل ينفذ توصيات الإستراتيجية العامة، و يحدث نقلة نوعية شاملة تبدأ بهيكله الأنظمة السياحية خلال خمس سنوات، أما المرحلة الثالثة فتتمثل في إستراتيجيات التنمية السياحية في المناطق و الخطط التنفيذية لها²، و تسعى الهيئة من وراء طموحاتها إلى التركيز على المجالات التي تمتلك فيها المملكة العربية السعودية ميزات تنافسية حقيقية تتيح لها إقناع المواطن و المقيم و السائح الأجنبي بقضاء كل أو بعض إجازته داخل المملكة.

2- تطوير المنتجات السياحية: تعمل الهيئة العامة للسياحة على تطوير المنتجات السياحية في المملكة و ربط ذلك بالجودة و الإبداع في تقديم المنتج السياحي، بما يثري التجربة السعودية و يضمن إبراز المقومات السياحية لها، مما يجعل السياحة رافدا مهما من روافد الاقتصاد السعودي من خلال تحويل المنتج السياحي إلى منتج اقتصادي³.

¹ المادة الثالثة، قرار مجلس الوزراء رقم 78 الصادر بتاريخ 16 ربيع الأول 1429 هـ، مرجع سبق ذكره، ص 4.

² الهيئة العامة للسياحة و التراث الوطني، « مركز ماس مرجع إحصائي للسياحة السعودية»، 1436 هـ/2015 م، ص 12.

³ الهيئة العامة للسياحة و التراث الوطني، برامج، « البرامج و المنتجات السياحية السعودية - تنوع و ثراء»، 1436 هـ/2015 م،

3- التوسع في إنشاء مراكز للمعلومات السياحية: لقد تم تشغيل أكثر من 20 مركزا للمعلومات السياحية في عدد من المطارات و مراكز التسوق الكبرى، و أكثر من 80 جهازا إلكترونيا للمعلومات السياحية، و مركزا للاتصال السياحي، كل ذلك ضمن خطة الهيئة في التسويق و الترويج السياحي، كما تم تركيب أكثر من 95 لوحة إرشادية خاصة بالمواقع و الوجهات السياحية، و توزيع مليوني نسخة من الخرائط و الأدلة السياحية¹. و في ظل سعي الهيئة العامة للسياحة و التراث الوطني لإقامة صناعة مزدهرة على أسس راسخة، فقد قامت بإنشاء مركز الأبحاث و المعلومات السياحية (ماس) في عام 1423 هـ الموافق لـ 2002 م، ليعمل على توفير المعلومات و الدراسات و الأبحاث المرتبطة بالعمل السياحي بمختلف جوانبه، و بكل المجالات التي لها علاقة بالقطاع السياحي، إذ يقوم المركز منذ انطلاقة الأولى بتأمين المعلومات الإحصائية الدقيقة و الشاملة التي تخدم كل من السائح و المستثمر في آن واحد، كما يعتبر مركز (ماس) الأول من نوعه في الشرق الأوسط، بحيث يخدم منظومة العمل في هذا القطاع الاقتصادي بإحصاءات و بيانات موثقة عن جميع عناصره و مكوناته و أنشطته المختلفة، كون تلك المعلومات هي محصلة البيانات المتعلقة بالمنتج السياحي بشكل عام مثل: أعداد السائحين الداخليين و الخارجيين، معدل الإنفاق، الحجوزات، عدد المنشآت السياحية، و غيرها من البيانات المتعلقة بالحركة السياحية، ثم تقديمها لصناع القرار و العاملين في المجال السياحي للاستفادة منها في الإدارة و التخطيط و التسويق السياحي².

4- تنمية الموارد البشرية السياحية الوطنية: تعتبر تنمية الموارد البشرية السياحية من أهم الأولويات التي تعتمد عليها الهيئة لتطوير صناعة السياحة الوطنية، و من هذا المنطلق بادرت الهيئة بإنشاء المشروع الوطني لتنمية الموارد البشرية السياحية " يا هلا "، و قد تم تشكيل لجنة توجيهية للمشروع برئاسة أمين عام الهيئة و عضوية عدد من المسؤولين في الأجهزة الحكومية المعنية و القطاع الخاص، حيث قامت اللجنة التوجيهية باعتماد الخطط اللازمة لتنمية الموارد البشرية السياحية بما يكفل الاستفادة القصوى من الفرص الوظيفية التي يوفرها القطاع السياحي، و يهدف هذا المشروع إلى تشغيل و إدارة القطاع السياحي بكوادر وطنية تمتلك المعارف و المهارات و السلوكيات اللازمة لشغل مناصب العمل التي توفرها التنمية السياحية المستدامة في المملكة، و التي يتوقع أن يصل عددها بحلول عام 2020 م حوالي 1,5 مليون فرصة وظيفية مباشرة و غير مباشرة، و من أهم البرامج التي يقدمها مشروع تنمية الموارد البشرية السياحية " يا هلا " ما يلي³:

¹ قطاع الشؤون الاقتصادية، مركز الدراسات و البحوث، غرفة الشرقية، يناير 2011 م، « الاستثمار السياحي في المنطقة الشرقية " الفرص و التحديات " »، ص 15.

² الهيئة العامة للسياحة و التراث الوطني، « مركز ماس مرجع إحصائي للسياحة السعودية »، مرجع سبق ذكره، ص 13، 14.

³ الهيئة العامة للسياحة و الآثار، « مساهمة قطاع السياحة في تنمية الموارد البشرية السياحية: مبادرات الهيئة العامة للسياحة و الآثار في توفير فرص العمل »، ص 11 - 15.

أ- **خطط توظيف الوظائف السياحية:** قام المشروع بإعداد 4 خطط من أجل توظيف الوظائف لقطاع الإيواء، قطاع وكالات السفر و السياحة، قطاع الترفيه و الجذب السياحي، قطاع الحج، قطاع الآثار و المتاحف، قطاع الحرف و الصناعات التقليدية، و قد تم اعتماد كل هذه الخطط من قبل وزارة العمل.

ب- **مشروع المعايير المهنية:** يهدف هذا المشروع الذي تعده الهيئة بالتعاون مع المؤسسة العامة للتعليم الفني و التدريب المهني، إلى تحديد المعارف و المهارات و السلوكيات المطلوبة للقيام بمهام المهن السياحية من خلال إنشاء نظام وطني موحد للمؤهلات و المعايير المهنية السياحية لكل قطاع.

ج- **برامج التوعية المهنية:** يهدف هذا البرنامج إلى تدريب موظفي الأجهزة و المؤسسات ذات العلاقة المباشرة بالسائح من القطاعين العام و الخاص بهدف التعامل مع السائح بأسلوب مهني و احترافي، حيث تم تدريب أكثر من 14.000 موظف و مازال التدريب مستمرا، كما يشمل هذا البرنامج توعية و تحفيز الشباب و أولياء أمورهم على الالتحاق بالمهن السياحية من خلال تنمية الصورة الذهنية الإيجابية، و اقناع الرأي العام بأهمية المهن السياحية.

د- **برامج التعاون مع مؤسسات التعليم و التدريب الحكومية و الأهلية:** نظرا لتداخل القطاع السياحي مع القطاعات الاقتصادية الأخرى، فقد نحت الهيئة مبدأ الشراكة مع العديد من الجهات الحكومية و الأهلية لتنفيذ إستراتيجية تنمية السياحة الوطنية، و فيما يتعلق بالتعليم و التدريب، فقد قامت الهيئة بتوقيع اتفاقيات تعاون مع عدة جهات منها:

* جامعة الملك سعود، إذ نتج عن جهود الهيئة و الجامعة تحويل قسم الآثار و المتاحف إلى كلية للسياحة و الآثار.

* جامعة الملك عبدالعزيز، إذ أثمرت الجهود بإنشاء معهد للتدريب السياحي.

* جامعة أم القرى، حيث تم إنشاء كلية للعلوم الإدارية و السياحية بالجامعة و التي تضم ثلاثة أقسام: إدارة أعمال الحج و العمرة، الإدارة السياحية، الإدارة الفندقية.

* صندوق تنمية الموارد البشرية بدعم برامج التدريب و التوظيف لكافة القطاعات السياحية الفرعية.

هـ- **برنامج تنمية الحرف و الصناعات اليدوية:** يهدف هذا البرنامج إلى تأهيل بعض فئات المجتمع من المواطنين للعمل في مجال الحرف و الصناعات اليدوية و إيجاد منافذ تسويق منتجاتهم، و قد تم تدريب الذكور و الإناث على العديد من الحرف و الصناعات اليدوية التقليدية منها أعمال التطريز و الغزل و النسيج و صناعة الفخار و غيرها.

و- **برنامج دعم المنشآت السياحية الصغيرة و المتوسطة:** يهدف هذا البرنامج إلى تأهيل صغار المستثمرين لإدارة مشاريعهم المتوسطة و الصغيرة، فضلا عن تقديم النصح و المشورة لهم و توفير البيئة الاقتصادية المناسبة للمساعدة على انجاح مشاريعهم السياحية.

5- دعم الاستثمار السياحي: تعتمد كفاءة أداء القطاع السياحي في المملكة على تكامل المبادرات الحكومية و الخاصة، حيث تتولى الهيئة العامة للسياحة و التراث الوطني تعبئة جهود جميع الجهات الحكومية المعنية لتوفير البنية التحتية و التجهيزات الأساسية و الخدمات العامة الضرورية لتنمية السياحة، و في المقابل يتولى القطاع الخاص تقديم الخدمات السياحية مثل الفنادق و مرافق الإيواء و المطاعم و المقاهي و المنتزهات و مراكز التسوق و غيرها¹، و عليه فانطلاقاً من منهج الشراكة الذي تتبعه الهيئة في علاقتها مع شركائها من القطاعين العام و الخاص من أجل تحقيق أهداف و توجهات الإستراتيجية العامة لتنمية السياحة الوطنية في المملكة، فقد قامت الهيئة² بتحفيز المزيد من الاستثمارات في المواقع السياحية من أجل تهيئتها بهدف رفع التدفقات السياحية و زيادة جاذبيتها للاستثمار، و في هذا الإطار صدر قرار مجلس الوزراء رقم 209 بتاريخ 22 جمادى الثانية 1430هـ، و الذي نص على إيجاد صيغ ملائمة لمشاركة صناديق الإقراض الحكومية في تمويل المشاريع السياحية الداخلية، مما يعني دعم أنشطة الهيئة و توفير الموارد المالية اللازمة لتنمية السياحة في المملكة، و الذي يمثل دافعاً مهماً لتحفيز الاستثمار السياحي³، ناهيك عن توقيع الهيئة مجموعة من الاتفاقيات مع عدد من البنوك و الصناديق الحكومية لتسهيل إجراءات الدعم المالي و الفني للمشاريع السياحية المتوسطة و الصغيرة، و التي سنتحدث عنها بإسهاب في المطلب الموالي.

المطلب الثاني: دور الصناديق الحكومية في تمويل القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية

تتطلب عملية تطبيق مشروع تنمية السياحة الوطنية من قبل الهيئة العامة للسياحة تبني مجموعة من الاتفاقيات و البرامج التي تعمل على توفير التمويل المناسب للمشاريع السياحية مع ضمان تدفقه على المدى الطويل، و تعتبر المملكة العربية السعودية من بين الدول التي عملت على تنويع مصادر التمويل للقطاع السياحي من خلال الدور الذي لعبته الصناديق الوطنية في توفير التمويل للقطاع السياحي و ذلك بالتعاون مع الهيئة العامة للسياحة، فضلاً عن البنوك التي كان لها حصة الأسد في ذلك و سنبين ذلك فيما يأتي.

أولاً: صندوق المتوىة

1- لمحة عن الصندوق: بمقتضى المرسوم الملكي رقم أ/190 بتاريخ 20 جمادى الأولى 1425 هـ صدرت الموافقة على إنشاء مؤسسة خيرية مسمى صندوق المتوىة تهدف إلى دعم مشاريع الشباب، و ذلك من خلال تقديم تمويل جزئي أو كلي على شكل قروض حسنة لأصحاب المشاريع إذ تتراوح قيمة القروض ما بين

¹ قطاع الشؤون الاقتصادية، مركز الدراسات و البحوث، غرفة الشرقية، مرجع سبق ذكره، ص 14.

² الهيئة العامة للسياحة و التراث الوطني، المركز الوطني لتنمية الموارد البشرية السياحية - تكامل، مرجع سبق ذكره، ص 9.

³ قطاع الشؤون الاقتصادية، مركز الدراسات و البحوث، غرفة الشرقية، مرجع سبق ذكره، ص 15.

50.000 و 5.000.000 ريال سعودي¹، و عليه قامت الهيئة العامة للسياحة و الآثار بتوقيع اتفاقية مع صندوق المئوية في سنة 2008 م، تهدف في المقام الأول إلى دعم المنشآت السياحية الصغيرة و المتوسطة و توفير بيئة استثمارية آمنة و مشجعة للقطاع الخاص، بحيث يقوم صندوق المئوية بدعم المشاريع السياحية بالتمويل و تقديم خدمات الإرشاد و تسهيل الإجراءات الحكومية المختلفة مع معاملة المشاريع السياحية بأولوية الدعم عن المشاريع الأخرى².

2- شروط الحصول على التمويل: تتمثل الشروط التي يجب توفرها في المستثمر السياحي لكي يتقدم بطلب القرض من صندوق المئوية في³:

- أن يكون طالب القرض سعودي الجنسية و عمره ما بين 18 و 25 سنة.
- أن لا يكون لدى المتقدم لطلب القرض موارد مالية كافية لتأسيس مشروعه، على أن يقدم إثبات بأنه لم يتمكن من الحصول على تمويل من مصادر أخرى، و بالتالي تكون أرباح المشروع هي المصدر الرئيسي لدخله.
- أن يكون لديه فكرة كاملة عن المشروع الذي يجب أن يكون منطقي و قابل للتنفيذ.
- و بعد الموافقة المبدئية على المشروع السياحي و اختياره ضمن المشاريع التي يمكن أن يدعمها الصندوق، يتم اشعار المتقدم بالقبول المبدئي و تحديد موعد للمقابلة الشخصية، و بعد إجرائها يتم اشعار كافة المتقدمين بالنتائج مع ابداء الأسباب في حالة الرفض، ثم يتم اتباع الاجراءات التالية⁴:
- توقيع عقد ما بين الصندوق و صاحب المشروع السياحي الموافق عليه.
- فتح حساب في البنك الذي يحدده الصندوق.
- بدء صرف الدفعات المالية عبر قناة بنكية من خلال اصدار الشيكات للمستفيد الأول.
- تدريب المستفيدين بناء على احتياجات و طبيعة كل مشروع.
- البدء الفعلي للمشروع.

ثانيا: صندوق تنمية الموارد البشرية

تمت الموافقة من طرف مجلس الوزراء على إنشاء صندوق تنمية الموارد البشرية سنة 1421 هـ بهدف دعم تأهيل القوى العاملة الوطنية و تدريبها و توظيفها في القطاع الخاص، و ذلك من خلال إعداد برامج دعم التوظيف المباشر بحيث يساهم الصندوق في دفع جزء من راتب الموظف، فضلا عن برامج دعم التدريب بحيث

¹ الهيئة العامة للسياحة و الآثار، « الدليل الإرشادي لدعم المشاريع السياحية الصغيرة و المتوسطة »، الطبعة الثانية، ص 9، الموقع الإلكتروني: <https://scth.gov.sa>، تاريخ الاطلاع: 2018/07/06 م.

² مذكرة تعاون بين كل من الهيئة العليا للسياحة و صندوق المئوية الموقعة يوم الاثنين 1429/03/02 هـ الموافق لـ 2008/03/10 م.

³ الهيئة العامة للسياحة و الآثار، « الدليل الإرشادي لدعم المشاريع السياحية الصغيرة و المتوسطة »، الطبعة الثانية، ص 11، الموقع الإلكتروني: <https://scth.gov.sa>، تاريخ الاطلاع: 2018/07/06 م.

⁴ نفس المرجع، ص 11.

يقوم الصندوق بتمويل كافة التكاليف¹، و تماشيا مع هدف الصندوق، قامت الهيئة العامة للسياحة بإبرام اتفاقية مع صندوق تنمية الموارد البشرية خلال سنة 2009 م من أجل قيام هذا الأخير بدفع تكاليف تأهيل و تدريب و توظيف القوى العاملة الوطنية في القطاع السياحي، حيث تم تخصيص ميزانية 2011 م لدعم برامج التدريب و التوظيف فيما يخص وظائف قطاع الفنادق على مستوى المملكة كمرحلة أولى تجريبية لتطبيق البرنامج المعد تحت إشراف الهيئة بمبلغ يصل إلى ثلاثة و عشرون مليون ريال مخصص فقط للتدريب².

ثالثا: صندوق التنمية الصناعية السعودي (برنامج كفاءة تمويل المنشآت الصغيرة و المتوسطة)

1- نبذة عامة عن البرنامج: يعتبر برنامج كفاءة من أهم البرامج التي وضعتها المملكة العربية السعودية لتمويل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة خلال سنة 2004 م بدعم من وزارة المالية و البنوك العاملة في السعودية، و قد تم اسناد إدارته الى صندوق التنمية الصناعية السعودي، حيث بدأ البرنامج بالعمل و تقديم الكفالات خلال سنة 2006 م³، و استمر البرنامج بالتميز في تمويل المنشآت الصغيرة و المتوسطة إيماناً منه بالدور الرئيسي الذي يلعبه في خدمة و تنمية المجتمع فضلا عن توسيع قاعدة المستفيدين، و إيجاد فرص عمل جديدة تساهم في تقليل معدلات البطالة في المملكة⁴.

و تقوم فكرة البرنامج على أساس تمويل المنشآت الصغيرة و المتوسطة المجدية اقتصاديا و لكن ليس لها القدرة على تقديم الضمانات المطلوبة لجهات التمويل، إذ يقوم برنامج كفاءة بتغطية نسبة من المخاطر المتمثلة في عدم قدرة المقترض على تسديد قيمة التمويل أو جزء منه.

و تماشيا مع أهداف صندوق التنمية السعودي في تفعيل دور المنشآت الصغيرة و المتوسطة عن طريق إصدار كفالات مالية بنسبة ضمان 80 % لصالح الجهات الممولة و المتمثلة أساسا في البنوك، قامت الهيئة العامة للسياحة بالتعاون مع هذا الصندوق الذي يتولى مهمة التنسيق مع الجهات الممولة بغرض تسهيل الحصول على التمويل المطلوب للمنشآت السياحية الصغيرة و المتوسطة دون المساس بالسلطة التقديرية للجهات الممولة في الموافقة على منح التمويل و مقداره و شروطه⁵.

¹ محمد بن علي عبد الحافظ، « دور صندوق تنمية الموارد البشرية في دعم المنشآت الصغيرة و المتوسطة »، ورقة عمل مقدمة ضمن فعاليات المنتدى السعودي للمنشآت الصغيرة و المتوسطة المنظم من طرف مجموعة الاقتصاد و الأعمال يومي 7 و 8 فيفري 2012 م، ص ص 2، 3.

² الهيئة العامة للسياحة و الآثار، « الحوافز الاستثمارية للمشاريع الصغيرة و المتوسطة في المجال السياحي »، 21 ذو القعدة 1433 هـ، ص 17.

³ رحمة بلهادف، عياد السعدي، « التجربة السعودية في تمويل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة: بعض الدروس المستفادة للجزائر »، مجلة الآفاق للدراسات الاقتصادية، مجلة علمية دولية محكمة نصف سنوية، تصدر عن كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة العربي التبسي - تبسة - الجزائر، العدد الثاني، 2016 م، ص 40.

⁴ صندوق التنمية الصناعية السعودي، التقرير السنوي للعام المالي 1434 هـ/ 2013 م، ص 31.

⁵ الهيئة العامة للسياحة و الآثار، « الحوافز الاستثمارية للمشاريع الصغيرة و المتوسطة في المجال السياحي »، 21 ذو القعدة 1433 هـ، ص 12.

2- إنجازات البرنامج فيما يخص تمويل المشاريع السياحية: حقق برنامج كفالة تمويل المنشآت الصغيرة و المتوسطة خطوات متسارعة نحو هدفه المتمثل في التغلب على معوقات تمويل المنشآت الصغيرة و المتوسطة المجدية اقتصاديا و التي لا تمتلك القدرة على تقديم الضمانات المطلوبة للجهات المانحة للتمويل، خاصة فيما يتعلق بالمنشآت الصغيرة و المتوسطة العاملة في مجال السياحة، و ذلك لتعزيز قدرتها على النمو و التوسع كما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (4-7): الكفالات المعتمدة للنشاط السياحي خلال الفترة (2015 - 2017)

الوحدة: ألف ريال سعودي

إجمالي الكفالات الممنوحة للأنشطة الاقتصادية	قطاع السياحة و الترفيه	السنوات	البيان
4.007	137	2015	عدد الكفالات
3.390	180	2016	
3.237	184	2017	
1.820.419	78.051	2015	قيمة الكفالات
1.827.789	115.271	2016	
1.837.518	128.781	2017	
3.723.281	128.093	2015	قيمة التمويل
3.557.400	186.651	2016	
3.372.688	218.538	2017	
1.643	80	2015	عدد المنشآت
1.711	115	2016	
1.793	125	2017	

المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج كفالة تمويل المنشآت الصغيرة و المتوسطة، التقرير الإحصائي للكفالات، عن العام المالي 1438/1437 هـ (2016 م) ص 2، و العام المالي 1439/1438 هـ (2017 م)، ص 4.

رابعا: شركة أوركس السعودية للتأجير التمويلي

شركة أوركس هي الشركة الأولى من نوعها في مجال التأجير التمويلي في المملكة، حيث تم تأسيسها في 16 جانفي 2001 م لتوفير تمويل الأصول متوسط الأجل لكل القطاعات الاقتصادية المنتجة مع تأكيد خاص على خدمة المشروعات الصغيرة و المتوسطة، إذ يتمثل النشاط الرئيسي للشركة في تقديم التأجير التمويلي في مجال الأصول المتحركة و غير المتحركة حيث تشمل معدات المصانع، المستشفيات، معدات

الإنشاءات و أصول النقل التي تشمل السيارات و العقارات، كما يغطي التأجير التمويلي حيزا واسعا من الأنشطة من بينها المقاولات العامة و الإنشائية، الشركات الصناعية و التجارية، المنشآت السياحية¹، و قد فازت شركة أوركس السعودية للتأجير التمويلي بجائزة " أفضل ممول للشركات الصغيرة و المتوسطة في المملكة للعام 2015 م"، و هي الجائزة المالية الرائدة في الشرق الأوسط التي تتنافس عليها أفضل المؤسسات المالية في المنطقة².

المطلب الثالث: دور البنوك التقليدية في تمويل المشاريع السياحية

- البنك السعودي للتسليف و الادخار نموذجا -

يمثل البنك السعودي للتسليف و الادخار أحد الركائز الحكومية الهامة في مجال تقديم القروض التنموية الميسرة للأفراد، بالإضافة إلى دعم المشاريع الصغيرة و المتوسطة بالتمويل و الرعاية لما لها من أهمية بالغة في بناء اقتصاد المملكة، و قد تبنى البنك استراتيجيات و خطط لتطوير هذا القطاع من خلال تسهيل تقديم قروض بدون فوائد للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة و التي من بينها المنشآت السياحية، فمن خلال حصر المؤسسات العاملة في النشاط السياحي في المملكة نجد الوحدات السكنية، وكلاء السياحة و السفر، المطاعم و المقاهي، مكاتب تأجير السيارات، أماكن الترفيه، شركات النقل السياحي، مراكز التدريب السياحي، نشاط الإرشاد السياحي، و التي يغلب عليها جميعا سمات المشروعات الصغيرة و المتوسطة بالنظر إلى عدد الموظفين فيها أو حجم رؤوس الأموال المستثمرة فيها، و بافتراض أن جميع الفنادق من المؤسسات كبيرة الحجم، يتضح أن نحو 97% من المنشآت السياحية هي مؤسسات صغيرة و متوسطة الحجم.

أولاً: نبذة عامة عن البنك السعودي للتسليف و الادخار

يعتبر البنك السعودي للتسليف و الادخار من أوائل المؤسسات الحكومية المتخصصة التي أنشأت في المملكة خلال فترة السبعينات من أجل المساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية و الاجتماعية، إذ تم تأسيس البنك بموجب المرسوم الملكي رقم (م/44) بتاريخ 12 رمضان 1391 هـ الموافق لسنة 1971 م بهدف تقديم قروض اجتماعية لذوي الدخل المحدود، و نظرا لإدراك حكومة المملكة العربية السعودية لأهمية القطاعات التي يستهدفها نشاط البنك على المستوى الاجتماعي و الاقتصادي، و كذلك أهمية تطوير و تنمية المملكة على كافة الأصعدة، فقد تمت إعادة هيكلة البنك بموجب المرسوم الملكي رقم (م/34) الصادر بتاريخ 01 جمادى الثانية 1427 هـ الموافق لسنة 2006 م، ملغيا بذلك نظام البنك السابق³، حيث أسندت له

¹ « مرحبا بكم في أوركس »، الموقع الرسمي لشركة أوركس للتمويل التأجيري: <http://www.saudiorix.com.sa>، تاريخ الاطلاع: 2018/07/26 م.

² رحمة بلهادف، عياد السعدي، مرجع سبق ذكره، ص 44.

³ الهيئة العامة للسياحة و الآثار، « الدليل الإرشادي لدعم المشاريع السياحية الصغيرة و المتوسطة »، الطبعة الثانية، ص 32، الموقع الإلكتروني: <https://scth.gov.sa>، تاريخ الاطلاع: 2018/07/06 م.

- مهام تستهدف تنوع نشاط البنك و تطوير أعماله، و يمكن إدراك ذلك من خلال مهام البنك التي تضمنها نظامه الصادر بالمرسوم الملكي المشار إليه سابقا و هي¹:
- 1- تقديم قروض بدون فائدة للمنشآت الصغيرة و الناشئة و لأصحاب الحرف و المهن من المواطنين، تشجيعا لهم على مزاولة الأعمال و المهن بأنفسهم و لحسابهم الخاص.
 - 2- تقديم قروض اجتماعية بدون فائدة لذوي الدخول المحدودة من المواطنين، لمساعدتهم على التغلب على صعوباتهم المالية.
 - 3- القيام بدور المنسق المكمل لرعاية قطاع المنشآت الصغيرة و الناشئة.
 - 4- العمل على تشجيع التوفير و الادخار للأفراد و المؤسسات في المملكة، و إيجاد الأدوات التي تحقق هذه الغاية.

ثانيا: برامج الاقراض في البنك

يقدم البنك في مجال الإقراض برنامجين هما²:

- 1- **برنامج القروض الاجتماعية:** يهدف هذا البرنامج إلى تقديم قروض (الزواج، ترميم المساكن، الأسرة) للمواطنين من أجل تحسين مستوى الظروف المعيشية و مواجهة متطلبات الحياة الضرورية، و تصل قيمة القرض إلى 60 ألف ريال تسدد على أقساط شهرية متساوية تتناسب مع مستوى الدخل.
- 2- **برنامج القروض الإنتاجية (مسارات):** صمم هذا البرنامج بطريقة مميزة حيث يضم خمسة مسارات لتمويل المشاريع الصغيرة و الناشئة، تم تقسيمها بناء على عدة عوامل مختلفة كقياس الحجم الاستثماري للمشروع و نشاطه و شريحة طالبي التمويل ممن تجمعهم بعض الخصائص المميزة التي يستهدفها البنك و ذلك على النحو التالي:
 - * **مسار الاختراع:** مسار خاص بالمخترعين ممن لديهم اختراعات تثبت دراسة السوق وجود حاجة لها مع توافرها مع لائحة البنك التمويلية للمشاريع الصغيرة و الناشئة، و يبلغ الحد الأعلى للتمويل في هذا المسار أربعة ملايين ريال.
 - * **مسار التميز:** مسار يستهدف القطاعات الاقتصادية و التي يتحقق فيها أكبر قدر ممكن من أولويات التمويل المذكورة في اللائحة التمويلية للمشاريع الصغيرة و الناشئة، و التي تزيد تكلفتها عن 300 ألف ريال، و يبلغ الحد الأعلى للتمويل في هذا المسار أربعة ملايين ريال.
 - * **مسار المشاريع الناشئة:** مسار يستهدف المشاريع الصغيرة و الذي يهدف إلى توفير فرص عمل لجميع الفئات المجتمعية بما يسهم في زيادة الدخل و تحقيق الاكتفاء الذاتي و محاربة الفقر و البطالة و زيادة الإنتاجية، بشرط أن لا تتجاوز التكلفة الاستثمارية للمشروع المقدم 300 ألف ريال.

¹ المادة الرابعة، نظام البنك السعودي للتسليف و الادخار، 1427 هـ، ص ص 3، 4.

² البنك السعودي للتسليف و الادخار، التقرير السنوي 1436/1437 هـ الموافق ل 2015 م، ص ص 13، 14.

* **مسار سيارات الأجرة و النقل:** مسار يستهدف سيارات الأجرة و النقل التي من شأنها إيجاد فرصة عمل لطالب التمويل، يبلغ الحد الأعلى للتمويل في هذا المسار ثمانون ألف ريال.

* **مسار المشاريع متناهية الصغر و الأسر المنتجة :** مسار يستهدف المشاريع متناهية الصغر في القطاعات المهنية و الحرفية و الأسر المنتجة، من خلال تمكين بعض أفراد الأسرة من مزاوله العمل الحر في مكان إقامتهم و إيجاد مصدر دخل للأسرة، و يبلغ الحد الأعلى لهذا المسار خمسون ألف ريال.

و قد شرع البنك بالعمل مع مختلف الجهات لتحقيق أهدافه من خلال توقيع مذكرات تفاهم مع هذه الجهات لتفعيل عدد من المهام الرئيسية للبنك، و التي من بينها الهيئة العامة للسياحة و الآثار أواخر عام 2007 م، إذ تهدف الاتفاقية إلى دعم و تمويل المنشآت السياحية الصغيرة و المتوسطة، فضلا عن توفير بيئة استثمارية آمنة و مشجعة للقطاع الخاص.

ثالثا: مجالات التعاون بين البنك السعودي للتسليف و الادخار و الهيئة العامة للسياحة و الآثار

انطلاقا من منهج الشراكة الذي تنتهجه الهيئة العامة للسياحة و الآثار في علاقتها مع الجهات المختلفة من أجل تنمية السياحة الوطنية في المملكة، باعتبار السياحة قطاع منتج يهدف إلى تحقيق التنوع في الاقتصاد الوطني، قامت الهيئة بتوقيع اتفاقيات مع عدد من الجهات لتسهيل إجراءات دعم المشاريع السياحية الصغيرة المتوسطة ، و التي من بينها اتفاقية التعاون مع البنك السعودي للتسليف و الادخار كما يلي:

1- مذكرة التعاون الأولى: قام البنك بتوقيع مذكرة تفاهم مع الهيئة بتاريخ 30 ذو القعدة 1428 هـ الموافق لـ 10 ديسمبر 2007 م و ذلك من أجل دعم الراغبين في الاستثمار في المشاريع السياحية، و قد تطرقت المذكرة إلى 14 مجالا من مجالات العمل المشترك تتمثل في¹:

- 1- يتم الاستفادة من القروض التي يقدمها البنك السعودي للتسليف و الادخار لتمويل طلبات المستثمرين في المنشآت السياحية بعد تأييدها من قبل الهيئة العامة للسياحة و الآثار.
- 2- المشاركة في تطوير معايير تصنيف المنشآت السياحية الصغيرة و المتوسطة.
- 3- تنسيق الجهود مع الجهات الحكومية و الخاصة لخدمة قطاع المنشآت السياحية.
- 4- المشاركة في إعداد آليات العمل المشتركة بين الجهتين.
- 5- الترويج للمشاريع السياحية و تشجيعها.
- 6- تزود الهيئة العامة للسياحة و الآثار البنك السعودي للتسليف و الادخار بمعلومات مفصلة عن الفرص الاستثمارية السياحية المتوفرة بالمملكة بشكل مستمر.

¹ الهيئة العامة للسياحة و الآثار، « الدليل الإرشادي لدعم المشاريع السياحية الصغيرة و المتوسطة »، ص 33، الموقع الإلكتروني: <https://scth.gov.sa>، تاريخ الاطلاع: 2018/07/06 م.

- 7- الترويج المشترك لبرامج الدعم و التمويل المقدمة من البنك السعودي للتسليف و الادخار للمشروعات السياحية الصغيرة و المتوسطة.
- 8- تبني البنك السعودي للتسليف و الادخار دعم المشروعات الناشئة داخل حاضنات سياحية لدعم المنشآت الصغيرة و المتوسطة التي تقام بمعرفة الهيئة.
- 9- دعم تبني الهيئة العامة للسياحة و الآثار لبرنامج التسويق السياحي المشترك.
- 10- دعم البنك السعودي للتسليف و الادخار تمويل المبادرين في المشاريع السياحية الصغيرة و الناشئة.
- 11- إنشاء قاعدة بيانات مشتركة بين الهيئة و البنك تتضمن معلومات عن المستثمرين في المشاريع السياحية.
- 12- المشاركة في تنظيم لقاءات و معارض و محاضرات تثقيفية خاصة بأفضل أساليب إدارة المشاريع الصغيرة و المتوسطة و المشاكل التي تواجهها و كيفية علاجها.
- 13- الاستفادة من تجارب الدول المتقدمة في مجال تنمية و تطوير المنشآت الصغيرة و المتوسطة.
- 14- دعم أهم القضايا المتعلقة بتحسين بيئة العمل في المنشآت الصغيرة و المتوسطة مع الجهات المختصة.
- و حيث سبق أن تطرقنا إلى المهام الأربع للبنك السعودي للتسليف و الادخار المحددة في نظامه الصادر بالمرسوم الملكي السابق ذكره، إلا أن ثلاثاً من هذه المهام تجعل من البنك مساهماً رئيسياً في تنمية المشاريع السياحية و الأنشطة الداعمة لها، فالبنك ليس محصوراً في قطاع دون غيره، و بما أن السياحة تشابك مع القطاعات الاقتصادية الأخرى، فإن البنك من منطلق شمول مهامه لا يتقيد بتعريف ضيق للمشروع السياحي و بالتالي سيتمكن من المساهمة في تمويل القطاع السياحي بفاعلية، و دائماً ما يفتح البنك أبوابه لدعم المشاريع السياحية التي تندرج تحت مظلة المشاريع الصغيرة و الناشئة أو التي تدخل في نطاق المهن و الحرف وفقاً لما تم الاتفاق عليه في مذكرة التفاهم المشار إليها سابقاً¹.
- و من الجدير بالذكر هنا أن الهيئة تزاوَل مهامها مع البنك بالتكامل الرأسي بحيث تقوم ببلورة فرص الأعمال في مجال السياحة، ثم تقوم بإعداد دراسات الجدوى الاقتصادية و تقييم المشاريع السياحية من أجل تسهيل عملية التمويل على البنك.

2- مذكرة التعاون الثانية: رغبة من الجهتين (البنك السعودي للتسليف و الادخار، الهيئة العامة للسياحة و الآثار) في تعزيز مجالات التعاون بينهما بما يخدم و يحقق أهدافهما المذكورة سابقاً، و استكمالاً للجهود المشتركة بين الجهتين، فقد تم التوقيع على مذكرة تفاهم أخرى بتاريخ 09 صفر 1436 هـ الموافق لـ 01 ديسمبر 2014 م، سارية المفعول لمدة ثلاث سنوات هجرية ابتداء من تاريخ التوقيع على المذكرة، حيث تجدد تلقائياً ما لم يخطر أحد الطرفين الآخر بعدم الرغبة في التجديد و ذلك قبل ثلاثة أشهر على الأقل من

¹ عبد الرحمن بن محمد السحيباني، « دور البنك السعودي للتسليف و الادخار في تمويل المشاريع السياحية »، ورقة عمل مقدمة إلى ملتقى " السفر و الاستثمار السياحي السعودي "، المنعقد أيام 15- 18 ربيع الأول 1429 هـ الموافق لـ 13- 26 مارس 2008 م، المملكة العربية السعودية، ص ص 11، 12.

تاريخ انتهائها، و في حال عدم تجديد هذه المذكورة يجب أن يستمر العمل حتى يتم إنجاز كافة المهام المشتركة الناشئة عنها، و تتمثل هذه المهام فيما يلي¹:

2-1- مهام الهيئة: تقوم بالآتي:

* بذل جهود تسويقية و تثقيفية عن العمل الحر لاستقطاب المستثمرين و توجيه التمويل للمشاريع السياحية وفقا لإمكانات الهيئة.

* توفير مختصين للمشاركة مع البنك في إجراء المقابلات الشخصية للمستثمرين المتقدمين لمشاريع مسار التميز.

* تقديم رأي استشاري مساند في دراسات الجدوى المقدمة للبنك و الخاصة بالمشاريع السياحية.

* تزويد البنك بالدراسات و البحوث المتعلقة بالقطاع السياحي في حال توفرها لدى الهيئة.

* تزويد البنك بنوعية المشاريع المستهدف إضافتها وفق أحكام هذه المذكورة ضمن مسار المشاريع الكبرى.

* دعوة البنك للمشاركة في الفعاليات و المعارض التي تقيمها الهيئة بمناطق المملكة و لها علاقة بنشاط البنك بغرض إبراز دوره كشريك إستراتيجي مع الهيئة و تقديم خدماته.

2-2- مهام البنك: يقوم بالآتي:

* توفير التمويل وفقا لإمكاناته و قدراته و خطة التمويل السنوية.

* مراجعة دورية لشروط و ضوابط الاقراض بما يساهم في تحفيز المستثمرين على تنفيذ المشاريع السياحية.

* تزويد الهيئة بتقرير ربع سنوي عن المشاريع الممولة في القطاع السياحي و قطاع الحرف و الصناعات اليدوية.

* إبراز دور الهيئة كجهة راعية في فعالياته و أنشطته المختلفة.

* التنسيق مع الجهات الراعية الموقعة مع البنك مثل صندوق المغوية، بتقديم جميع الخدمات المتوافقة مع اللائحة التنظيمية للجهات الراعية للمستثمرين في القطاع السياحي و ذلك في مسار المشاريع الناشئة.

المطلب الرابع: آلية العمل و انجازات البنك السعودي للتسليف و الادخار

يمثل برنامج التعاون بين البنك السعودي للتسليف و الادخار و الهيئة العامة للسياحة الانطلاقة لبرامج

تمويلية أوسع، إذ تعد الصيغ التمويلية التي تم الاتفاق عليها لإقراض المستثمرين مسارات جديدة لتمويل المشاريع السياحية، و سيتم تبيان ذلك في هذا المطلب.

¹ مذكرة تعاون بين كل من البنك السعودي للتسليف و الادخار و الهيئة العامة للسياحة و الآثار الموقعة يوم الاثنين 1436/02/09 هـ الموافق لـ

2014/12/01 م، ص ص 2، 3.

أولاً: مسارات التمويل

تم الاتفاق بين الهيئة العامة للسياحة و البنك السعودي للتسليف و الادخار على أن يقوم هذا الأخير بتمويل المشاريع السياحية التالية¹:

- مشاريع الإيواء السياحي (الفنادق و المنتجعات و الوحدات السكنية المفروشة).
 - وكالات السفر و السياحة و الإرشاد و منظمي الرحلات و الفعاليات و المعارض السياحية.
 - المشاريع التراثية و الأثرية (مباني تراثية و متاحف و مراكز للحرف و الهدايا التذكارية).
 - المشاريع الترفيهية و الرياضية (مدن الترفيه و مراكز الفروسية و الغوص و صالات التزلج و قوارب النزهة البحرية).
 - مشاريع السياحة الزراعية و البيئية (نزل بيئية و استراحات ريفية و منتجعات و مخيمات صحراوية).
 - المطاعم و المقاهي الشعبية في المواقع السياحية و التراثية ذات الحاجة للتمويل.
 - تأهيل و تطوير استراحات الطرق السريعة.
 - مشاريع التعليم و التدريب و المعاهد السياحية و الحرفية.
- و ذلك وفق المسارات التالية²:

- 1- مسار المشاريع متناهية الصغر:** تمويل مشاريع الحرف اليدوية التي لا تزيد تكلفتها عن 50 ألف ريال، حيث أن التمويل الذاتي غير إلزامي، ويتم التعامل معها وفق شروط و ضوابط و إجراءات إدارة المشاريع متناهية الصغر المعمول بها في البنك من خلال التقديم مباشرة للجمعيات الخيرية و التعاونية الموقع معها البنك مثل الجمعية النسائية التعاونية متعددة الأغراض بمنطقة القصيم (حرفة).
- 2- مسار المشاريع الناشئة:** تمويل مشاريع الأنشطة السياحية التي تقل تكلفتها عن 300 ألف ريال، و يكون التقديم عليها عن طريق الجهات الراعية المعتمدة لدى البنك و تخدم هذا المسار مثل صندوق المؤوية.
- 3- مسار التميز:** تمويل المشاريع السياحية التي تزيد تكلفتها الاستثمارية عن 300 ألف ريال و لا تتجاوز ثمانية مليون ريال، أما الحد الأعلى للتمويل لهذا المسار أربعة مليون ريال، كما يوضحه الجدول التالي:

¹ الهيئة العامة للسياحة و التراث الوطني، « دعم الاستثمار السياحي »، الموقع الإلكتروني: <https://www.scta.gov.sa>، تاريخ الاطلاع: 2018/09/21 م.

² مذكرة تعاون بين كل من البنك السعودي للتسليف و الادخار و الهيئة العامة للسياحة و الآثار الموقعة يوم الاثنين 1436/02/09 هـ الموافق لـ 2014/12/01 م، ص 2.

جدول رقم (4-8): نسبة تمويل المشاريع السياحية حسب مسار التميز

التكلفة الاستثمارية للمشروع	الحد الأعلى للتمويل من البنك	الحد الأدنى لمساهمة طالب التمويل في التكلفة الاستثمارية
من 300 ألف ريال حتى مليون ريال	92 %	8 %
أكثر من مليون حتى مليونين	90 %	10 %
أكثر من مليونين حتى ثلاثة ملايين	80 %	20 %
أكثر من ثلاثة ملايين حتى أربعة ملايين	70 %	30 %
أكثر من أربعة ملايين حتى خمسة ملايين	60 %	40 %
أكثر من خمسة ملايين حتى ثمانية ملايين	50 %	50 %

المصدر: بنك التنمية الاجتماعية، « تمويل المشاريع: مسار التميز »، الموقع الإلكتروني: <https://www.sdb.gov.sa>، تاريخ الاطلاع: 2018/09/21 م.

نلاحظ من خلال الجدول أن التمويل الذاتي إلزامي في هذا المسار حيث يشترط على صاحب المشروع أن يساهم على الأقل بنسبة 8 % من التكلفة الاجمالية للمشروع السياحي.

4- مسار المشاريع الكبرى: تمويل المشاريع السياحية التي تزيد تكلفتها عن ثمانية مليون ريال مثل القرى و المباني التراثية و استراحات الطرق.

ثانيا: إنجازات البنك فيما يخص تمويل المشاريع السياحية

انطلاقا من دور البنك السعودي للتسليف و الادخار في تحقيق التنمية الاقتصادية و الاجتماعية، فقد قام بالعديد من الانجازات و حقق نقلة نوعية في نشاطه من حيث حجم القروض المقدمة و تنوعها، و ذلك بإقرار اللوائح التنفيذية لتمويل مختلف المشاريع و التي من بينها المشاريع السياحية، حيث يمكن ملاحظة تطور نشاط البنك من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (4-9): حجم القروض المقدمة من بنك التسليف و الادخار إلى قطاع الخدمات

البيان	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
قطاع الخدمات	-	-	-	-	-	-	-	-	13
مجموع القروض الممنوحة للقطاعات الأخرى	320	320	347	512	451	491	736	1040	9191
نسبة قطاع الخدمات	-	-	-	-	-	-	-	-	0.14 %

المصدر: مركز المعلومات و الدراسات، غرفة الشرقية، مارس 2012 م، ورقة عمل بعنوان « واقع و مستقبل الاستثمار في المنشآت السياحية الصغيرة و المتوسطة في المملكة و سبل دعمها و تطويرها »، ص 28.

يتضح من الجدول السابق أن بنك التسليف و الادخار لم يمنح القروض إلى قطاع الخدمات و الذي يشمل القطاع السياحي منذ عام 2000 م، و في عام 2008 م و بعد توقيع البنك مذكرة التعاون الأولى مع الهيئة العامة للسياحة و الآثار بلغت قيمة القروض الممنوحة 13 مليون ريال تم تقديمها لتمويل خمسة مشاريع خدمية فقط، و ذلك بما يشكل نسبة ضئيلة جدا تقدر بـ 0,14 % من إجمالي القروض المقدمة و البالغ حجمها 9191 مليون ريال.

بعد ذلك توسع نشاط البنك حيث قام بتمويل 51 مشروع سياحي بإجمالي تمويل بلغ حوالي 42 مليون ريال حتى نهاية عام 2011 م، حيث حصلت منطقة الرياض على الحجم الأكبر من التمويل بقيمة بلغت 15,8 مليون ريال، كما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (4-10): توزيع المشاريع السياحية التي مولها بنك التسليف و الادخار عام 2011

المنطقة	عدد المشاريع السياحية	القيمة (مليون ريال)
الرياض	5	15,8
القصيم	19	7,4
عسير	1	7
بجرا	16	6,4
حائل	6	2,4
المدينة المنورة	2	2
مكة المكرمة	2	0,6
المجموع	51	41,6

المصدر: مركز المعلومات و الدراسات، غرفة الشرقية، مرجع سبق ذكره، ص 29.

و بعد توقيع البنك مذكرة التعاون الثانية مع الهيئة العامة للسياحة و الآثار في أواخر 2014 م كما سبق الذكر، طرحت الهيئة 20 حقيبة استثمارية لمشاريع سياحية ساهمت في تمويل 195 مشروع بأكثر من 196 مليون ريال، و قد كان للبنك السعودي للتسليف و الادخار حصة في ذلك كما يوضحه الجدول الموالي:

جدول رقم (4-11): عدد المشاريع السياحية التي مولها بنك التسليف و الادخار

عدد المشاريع السياحية	الجهة الممولة
126	صندوق التنمية الصناعية (برنامج كفالة)
54	البنك السعودي للتسليف و الادخار
15	صندوق المئوية
195	المجموع

المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على الهيئة العامة للسياحة و التراث الوطني، « اقراض المشاريع السياحية و الفندقية »، الموقع الإلكتروني: <https://scth.gov.sa>، تاريخ الاطلاع: 2018/09/23 م.

نلاحظ من الجدول أعلاه أن نسبة المشاريع السياحية التي ساهم البنك السعودي للتسليف و الادخار في تمويلها تقدر بحوالي 27,7 %، حيث يحتل المرتبة الثانية بعد صندوق التنمية الصناعية (برنامج كفالة) بنسبة 64,6 %، ثم يليه صندوق المئوية بنسبة 7,7 %.

المبحث الثالث: تقييم مساهمة البنوك الإسلامية في تمويل المشاريع السياحية في المملكة العربية السعودية - مصرف الراجحي نموذجا -

يتمثل نشاط مصرف الراجحي في مواولة الأعمال المصرفية و الاستثمارية لحسابه أو لحساب الغير داخل المملكة و خارجها وفقا لأحكام نظام مراقبة البنوك و كافة الأنظمة الأخرى النافذة في المملكة العربية السعودية، و يتميز المصرف بتقديم مجموعة كبيرة من المنتجات و الخدمات المصرفية الملائمة لقطاعي الأفراد و الشركات و المتوافقة مع أحكام الشريعة الإسلامية، إذ يعتبر أحد أكبر البنوك الإسلامية في العالم، كما يتمتع مصرف الراجحي بخبرة تمتد لأكثر من 50 عاما في مجال الأعمال المصرفية و الأنشطة التجارية، و بما أن المصرف يرتكز على مبادئ المصرفية الإسلامية بشكل أساسي، فهو يلعب دورا رئيسيا في سد الفجوة بين متطلبات المصرفية الحديثة و القيم الجوهرية للشريعة الإسلامية مشكلا معايير تنموية يحتذى بها، و سنحاول من خلال هذا المبحث ابراز دوره في تمويل المشاريع السياحية وفق أحكام الشريعة الإسلامية.

المطلب الأول: البيانات الأساسية عن مصرف الراجحي

سنحاول من خلال هذا المطلب إعطاء نبذة عامة عن مصرف الراجحي من خلال بداية و تطور نشاطه مركزين على السنوات الأخيرة، فضلا عن ابراز مكانته في المملكة العربية السعودية بتحديد حصته السوقية من القطاع البنكي، مع تحديد الأنشطة الرئيسية للمصرف.

أولا: تطور نشاط المصرف و مكانته في السوق المصرفي السعودي

بدأ مصرف الراجحي نشاطه عام 1957 م، و في عام 1978 م تم دمج مختلف المؤسسات التي تحمل اسم الراجحي في شركة واحدة تحت مسمى شركة الراجحي للصرافة و التجارة، و في عام 1987 م تم تحويل المصرف إلى شركة مساهمة سعودية عامة و ذلك بموجب المرسوم الملكي رقم (59) بتاريخ 03 ذو القعدة 1407 هـ.

و يعتبر مصرف الراجحي إحدى الشركات المصرفية و الاستثمارية الكبرى المساهمة برأس مال سعودي 100 % يبلغ 16,25 مليار ريال سعودي، بدأ ب 750 مليون ريال، و في عام 2008 م تم زيادة رأس المال ليصبح 15 مليار ريال، و خلال العام 2014 م أقرت زيادة رأس مال المصرف إلى 16,25 مليار ريال عبر منح مجاني للأسهم، فضلا عن كونه يتمتع بمركز مالي قوي حيث يدير أصولا بقيمة 343 مليار ريال، و يدار المصرف على المستوى المحلي من خلال تنظيم إداري يشمل الإدارة العامة بالرياض (المقر الرئيسي للبنك) و 6 إدارات إقليمية موزعة على مناطق المملكة¹.

¹ الموقع الرسمي لمصرف الراجحي: <http://www.alrajhibank.com.sa>، تاريخ الاطلاع: 2018/09/23 م.

و بعد النمو الهائل محليا، توسع مصرف الراجحي خارج السوق السعودية حيث يعمل دوليا على مستوى ثلاث دول في تجربة رائدة للقطاع المصرفي السعودي، إذ دخل إلى السوق الماليزية عام 2006 م بعد أن تم منحه الترخيص للعمل كأول مصرف أجنبي في ماليزيا، و تعد هذه الأخيرة الخطوة الأولى في توجه المصرف نحو السوق المصرفي في جنوب شرق آسيا، حيث تم إدخال المنتجات المصرفية الأساسية إلى السوق الآسيوية و توفير تجربة جديدة بالكامل من المصرفية الإسلامية، أما الآن فلدى مصرف الراجحي 18 فرع في ماليزيا مع إعداد خطط لزيادة عدد هذه الفروع في المستقبل، ثم حصل على الموافقة لافتتاح أول فرع له في الكويت سنة 2010 م ليكون أول مصرف سعودي في الكويت حيث يمتلك فرعين في الوقت الحالي، و بعدها بدأ المصرف نشاطاته في الأردن عام 2011 م، حيث يقدم لعملائه منتجات و خدمات مصرفية متطورة و شاملة أسهمت في تحسين أسلوب حياتهم، و يمتلك المصرف حاليا 7 فروع في الأردن¹.

يمكن التماس تطور نشاط مصرف الراجحي في المملكة العربية السعودية من خلال مجموعة من المؤشرات المالية الرئيسية و مؤشرات أخرى غير مالية و ذلك خلال الخمس سنوات الأخيرة كما يلي:

جدول رقم (4-12): تطور نشاط مصرف الراجحي خلال الفترة (2013 – 2017)

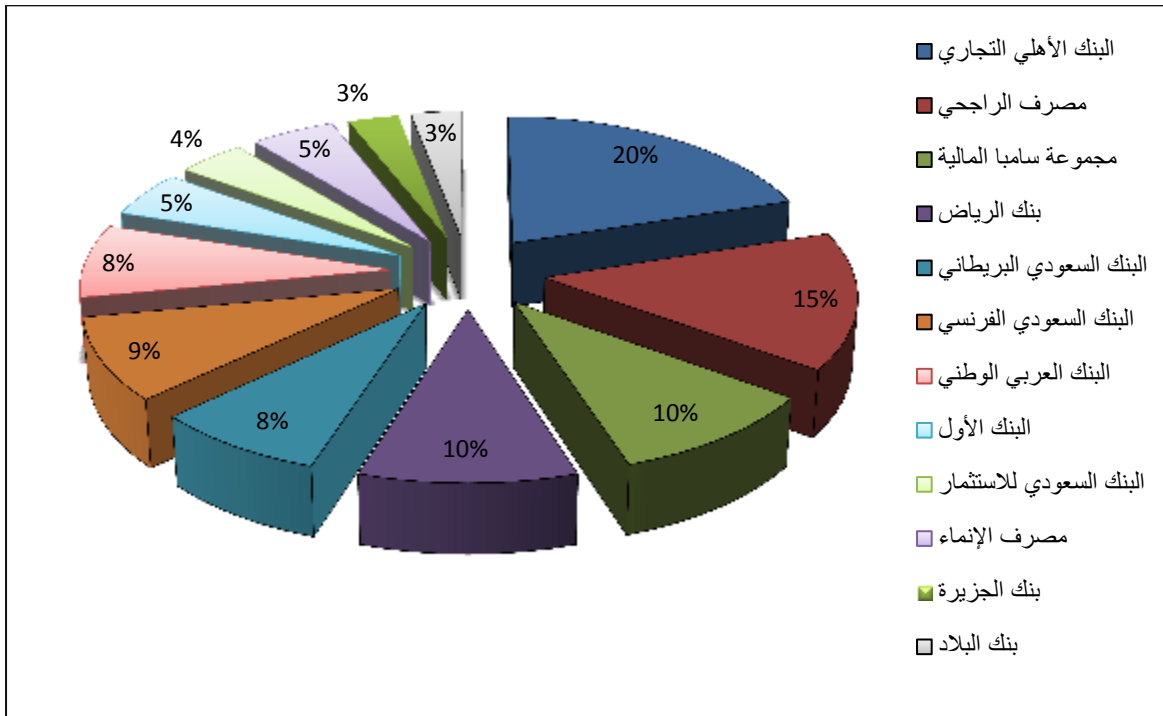
السنوات	2013	2014	2015	2016	2017	البيان
إجمالي الموجودات (مليار ريال)	280	308	316	340	343	
الأصول التمويلية (مليار ريال)	187	206	210	225	234	
حقوق المساهمين (مليار ريال)	38	42	47	52	56	
أرصدة العملاء (مليار ريال)	232	256	256	273	273	
العائد على معدل الموجودات	2,72%	-	2,29%	2,5%	2,7%	
العائد على معدل حقوق المساهمين	19,87%	-	16,11%	16,5%	16,9%	
ربح السهم الواحد (ريال)	4,96	-	4,39	5	5,61	
صافي الربح (مليون ريال)	7.438	6.836	7.130	8.126	9.121	
عدد الفروع	-	-	538	545	700	
عدد أجهزة الصراف الآلي	-	-	4.121	4.475	4.803	

المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على التقارير السنوية لمصرف الراجحي (2013 – 2017) م، ص 10.

¹ الموقع الرسمي لمصرف الراجحي: <http://www.alrajhibank.com.sa>، تاريخ الاطلاع: 2018/09/23 م.

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن مصرف الراجحي قد نجح في تحقيق النمو في أنشطته المختلفة بما يتواءم مع الأوضاع الاقتصادية المحلية، و استطاع تحقيق نتائج جيدة رغم الظروف العالمية في الخارج و اشتداد المنافسة محليا و إقليميا ليكون بنجاحه و إنجازاته جزءا من المنظومة القوية و الثابتة للاقتصاد الوطني¹، إذ يحتل مصرف الراجحي المرتبة الثانية من حيث قيمة المركز المالي (343 مليار ريال) بحصة سوقية إجمالية قدرها 15 % بعد البنك الأهلي التجاري (449 مليار ريال) بحصة سوقية 20 %، و ذلك من أصل 12 بنك مدرج في السوق المالي السعودي² كما يوضحه الشكل التالي:

شكل رقم (3-4): الحصة السوقية للبنوك العاملة في المملكة خلال الربع الثاني من سنة 2017



المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على تقرير قطاع البنوك السعودي، الربع الثاني 2017 م، ص 1، الموقع الإلكتروني:

<http://www.aljaziracapital.com.sa>، تاريخ الاطلاع: 2018/09/29 م.

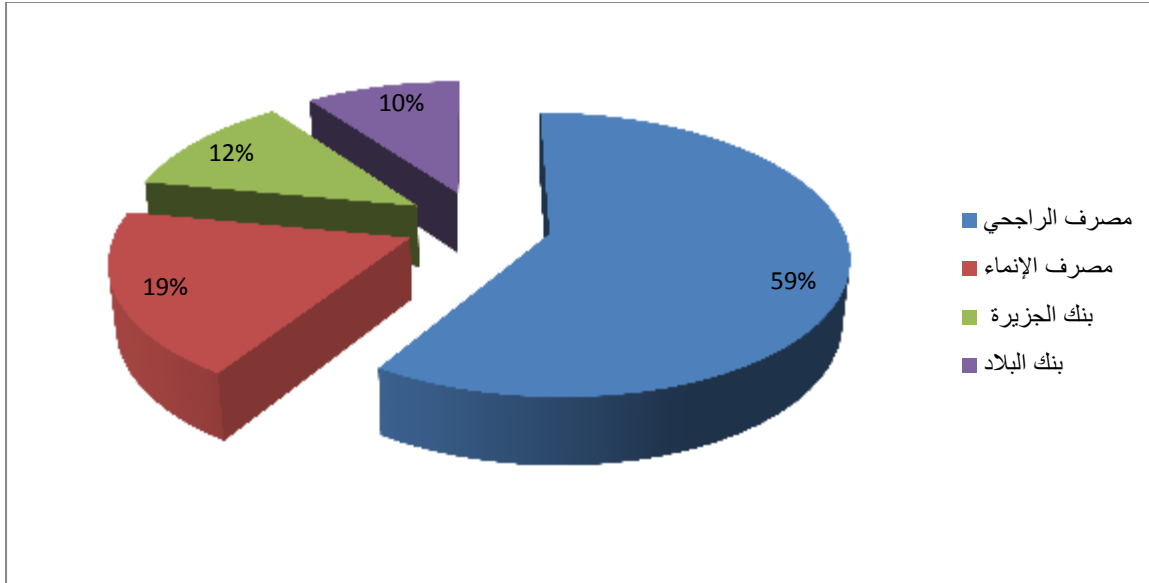
و من إجمالي 12 بنك المدرجة في السوق المالي السابقة الذكر، تتوافق 4 بنوك مع أحكام و مبادئ الشريعة الإسلامية، حيث تمثل مجتمعة 26 % من إجمالي الأصول المصرفية، و يعتبر مصرف الراجحي أكبر هذه البنوك الإسلامية في المملكة، بنسبة 59 % من إجمالي الحصة السوقية، و ذلك خلال الربع الثاني من سنة 2017 م³، و يمكن تلخيص التوزيع النسبي للحصة السوقية للبنوك الإسلامية في المملكة في الشكل التالي:

¹ مصرف الراجحي، التقرير السنوي 2013 م، ص 16.

² تقرير قطاع البنوك السعودي، الربع الثاني 2017 م، ص 1، الموقع الإلكتروني: <http://www.aljaziracapital.com.sa>، تاريخ الاطلاع: 2018/09/29 م.

³ نفس المرجع، ص 1.

شكل رقم (4-4): الحصة السوقية للبنوك الإسلامية العاملة في المملكة خلال الربع الثاني من سنة 2017



المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على تقرير قطاع البنوك السعودي، مرجع سبق ذكره، ص 1.

و من المتوقع أن يواصل المصرف جهوده الرامية إلى تعزيز موقعه الريادي في القطاع المصرفي على المستويين المحلي و الدولي، و ذلك من خلال تقديم أفضل المنتجات و الخدمات المصرفية المتوافقة مع أحكام الشريعة الإسلامية التي تناسب كافة قطاعات العملاء، كما سيستمر المصرف في جهود تطوير و تحديث أنظمة المعلومات و الاتصالات من أجل تحقيق الريادة في الخدمات الإلكترونية سعياً لتحقيق أفضل الخدمات لجميع عملاء المصرف¹.

ثانياً: الأنشطة الرئيسية للمصرف

يعمل المصرف على تقديم أفضل المنتجات و الخدمات المصرفية المتوافقة مع أحكام الشريعة الإسلامية التي تناسب كافة القطاعات الاقتصادية و العملاء، إذ تم اعتماد منتجاته كنموذج يحتذى به لدى البنوك محلياً و إقليمياً و عالمياً، فكل منتج يتوافق تماماً مع أحكام الشريعة الإسلامية يتم العمل به، و ذلك بعد أن تتم دراسته بعناية من قبل المجموعة الشرعية التي تضم نخبة من أبرز العلماء الأفاضل على مستوى المملكة، و التي تعد من أهم الركائز التي يستند إليها في عمله، و تتمثل الأنشطة الرئيسية للمصرف و الإيرادات الناجمة عنها فيما يلي:

¹ مصرف الراجحي، التقرير السنوي 2017 م، ص 10.

جدول رقم (4-13): وصف الأنشطة الرئيسية لمصرف الراجحي خلال سنة 2017

الوحدة: ألف ريال سعودي

النسبة	إيرادات النشاط	الوصف	القطاع
74 %	11.838.379	يشمل ودائع العملاء الخاصة بالأفراد و التسهيلات الإئتمانية و الحسابات الجارية المدينة و الأتعاب من الخدمات البنكية.	قطاع الأفراد
15 %	2.309.486	يشمل ودائع العملاء الخاصة بالشركات و كبار العملاء و التسهيلات الإئتمانية و الحسابات الجارية المدينة للشركات.	قطاع الشركات
8 %	1.306.737	يشمل خدمات الخزينة و المراجحات مع مؤسسة النقد العربي السعودي و محفظة المتاجرة العالمية.	قطاع الخزينة
3 %	450.252	-	أخرى
100 %	15.904.854	-	الإجمالي

المصدر: مصرف الراجحي، التقرير السنوي 2017 م، ص 11.

نلاحظ من الجدول أعلاه أن الأسباب التي جعلت المصرف يحقق نتائج جيدة خلال السنوات الأخيرة كما سبق الذكر في الجدول رقم 15 من خلال النمو في المؤشرات المالية الرئيسية، يرجع إلى توسع أعمال المصرف و زيادة عملائه خاصة في مجال قطاع الأفراد (أكثر من 6 مليون من العملاء الأفراد)، حيث أن مجموع الإيرادات المحققة من التعامل مع قطاع الأفراد تقدر بنسبة 74 % من إجمالي إيرادات المصرف المحققة من التعامل مع القطاعات الأخرى حيث يأتي قطاع الأفراد في المرتبة الأولى ثم يليه قطاع الشركات بنسبة 15 %، ثم قطاع الخزينة و القطاعات الأخرى بنسبة 8 % و 3 % على التوالي.

المطلب الثاني: المنتجات الإسلامية المتاحة لتمويل المشاريع السياحية في مصرف الراجحي

يقدم مصرف الراجحي و هو البنك الإسلامي الرائد في المملكة منتجات متنوعة و متوافقة مع مبادئ الشريعة الإسلامية لمختلف المشاريع السياحية، و نظرا لإيمانه بأهمية قطاع المنشآت الصغيرة و المتوسطة، يسعى المصرف باستمرار إلى تعزيز قدرته التنافسية على الصعيد العالمي، لذلك قام بإنشاء قسم خاص بإدارة المنشآت الصغيرة و المتوسطة حيث تتمحور مهامه حول تلبية الحاجات المالية للمشاريع الصغيرة و المتوسطة العاملة في الاقتصاد السعودي، بما في ذلك القطاع السياحي، إذ تحصل المشاريع السياحية التي لا تتجاوز مبيعاتها السنوية 100 مليون ريال على التمويل لمختلف أنشطتها، سواء من خلال التمويل المباشر الذي يوفر لصاحب المشروع السياحي السيولة اللازمة لتسيير أعماله، أو لتمويل شراء أصول ثابتة و هو تمويل طويل الأجل يصل إلى 7 سنوات، أو لتمويل رأس المال العامل الذي يصل إلى 12 شهرا، أو من خلال التمويل غير المباشر

كخطابات الضمان و الاعتمادات المستندية، كما يعمل المصرف دائما على تقديم الحلول المالية المبتكرة المصممة بالدرجة الأولى لتلبية حاجات العملاء، و سنين ذلك فيما يلي.

أولا: البيع لأجل

هي خدمة تمويلية تقدم المال النقدي للعملاء، حيث يقوم المنتج ببيع السلع الأساسية إلى العملاء الذين يكلفون المصرف على أساس أنه مندوبهم لبيع السلع عينها في السوق، فيما بعد تُحوّل عائدات البيع إلى العميل، أما تسديد الدفع لهذه الخدمة فيتم على أساس مؤجل، كما يمكن دفع المبلغ للمصرف مقسما أو كاملا.

ثانيا: المرابحة

تتيح عقود المرابحة للعملاء شراء المواد الأولية و السلع الرأسمالية و غيرها من اللوازم الاستهلاكية من الأسواق المحلية و العالمية، فيقوم مصرف الراجحي أولا بشراء هذه البضائع لحسابه الخاص، بناء على طلب صاحب المشروع السياحي سواء كان فندقا أو مطعمًا أو غيره، بواسطة الدفع النقدي أو بواسطة خطاب اعتماد، ثم يبيعها له مع هامش من الربح و على أساس مؤجل لتسديد الدفع، كما يمكن دفع المبلغ للمصرف مقسما أو كاملا.

ثالثا: المشاركة

تؤدي المشاركة في مصرف الراجحي وظيفة الشراكة المحدودة ما بين مصرف الراجحي و أصحاب المشاريع السياحية الذين يريدون استيراد البضائع و المعدات و التجهيزات اللازمة لممارسة نشاطاتهم، لكنهم لا يملكون الأموال الكافية لتحقيق هذه الغاية. في هذا النوع من العمليات يوفر العميل جزءا من المبلغ المطلوب، و يموله مصرف الراجحي بالجزء المتبقي، ثم يصدر هذا الأخير خطاب اعتماد لاستيراد البضائع، و عندما تصل البضائع و المعدات يكون أمام المصرف خيار بيع حصته في المشاركة إلى صاحب المنشأة السياحية مقابل مبلغ نقدي أو تسديد الدفع على أساس مؤجل مع الاتفاق على هامش الربح، أو يبيع صاحب المنشأة السياحية حصته إلى المصرف مقابل مبلغ نقدي أو تسديد الدفع على أساس مؤجل.

رابعا: الاستصناع

يختص هذا المنتج في تمويل المشاريع السياحية الكبيرة حيث يقوم مصرف الراجحي بموجب عقد الاستصناع ببناء الفنادق و القرى و المنتجعات السياحية وفقا للمواصفات المطلوبة من العميل، و عند الانتهاء يتم تسليم هذه الموجودات إلى العميل مقابل تسديد الدفع على أساس مؤجل بحسب سعر البيع¹، كما تمكن هذه الصيغة المستثمرين في القطاع السياحي في المملكة من تمويل الوحدات السكنية المفروشة، حيث تتيح للعملاء عدة خيارات تتمثل في قيام المصرف بإنشاء الوحدات السكنية بشكل كامل على أرض يملكها

¹ مصرف الراجحي، « تمويل الشركات »، الموقع الإلكتروني:

www.alrajhibank.com.sa/en/.../corporate-finance-booklet.pdf، تاريخ الاطلاع: 2018/09/30 م.

العميل، أو إنشائها على أرض يملكها المصرف، أو الاكتفاء بالبناء فقط (الاستصناع الجزئي)، و كل هذه الخيارات المتنوعة ستكون متاحة بالتقسيم لجميع العملاء لمدة تصل إلى 15 عاما، فضلا على أن هذا المنتج يتمتع بمرونة عالية حيث يتيح لأصحاب المباني غير المكتملة الاشتراك في البرنامج من أجل التشطيب و إتمام التنفيذ بعد قيام المصرف بتقييم البناء المنفذ و تكلفة إكماله¹.

كما يتميز منتج الاستصناع أيضا بأنه بدون كفيل مع إتاحة السداد المبكر، و إمكانية اختيار العميل للتصميم الهندسي و المواصفات الفنية للوحدة السكنية التي يرغب في امتلاكها و الاستثمار فيها، بالإضافة إلى إمكانية اشتراك عميلين في عقد واحد إذا انطبقت عليهما شروط المنتج التي حرص المصرف أن تكون ميسرة و في متناول الجميع، و ذلك بضمان دخل العميل و رهن العقار.

خامسا: الإجارة موصوفة الذمة

تستخدم الإجارة موصوفة الذمة لتمويل صفقات المشاريع الكبرى، حيث يتقدم العميل إلى المصرف بطلب التمويل من أجل إنشاء أو تطوير أو توسيع مشروعه السياحي، فيقوم المصرف بتعيين وكيل لبناء المشروع السياحي، و في نفس الوقت يدخل المصرف في عقد إيجار مقدم لاستئجار الأصول المطورة في المشروع السياحي، حيث أنه خلال فترة التشييد، يقوم المصرف بتسديد دفعات مسبقة للوكيل ليتمكن من دفع المبالغ للمقاول. و عند الانتهاء من البناء، تنتقل ملكية أصول المشروع السياحي إلى مصرف الراجحي بموجب عقد الإيجار المقدم. خلال فترة الإيجار يقوم العميل بدفع الإيجارات للمصرف. و عند انتهاء عقد الإيجار، تنتقل ملكية أصول المشروع السياحي إلى العميل².

سادسا: منتج إيراد

يسعى مصرف الراجحي إلى تنويع منتجات خدمات الاستثمار المقدمة للعملاء بهدف تلبية احتياجات المستثمرين في سوق العقار، و ذلك للمحافظة على وضعه الريادي في هذا السوق، فضلا عن مواجهة المنافسة القوية مع البنوك الأخرى، و جذب أكبر عدد ممكن من المستثمرين في هذا المجال، لذلك تم طرح منتج إيراد الخاص بالأفراد، حيث استحدث المصرف و لأول مرة في القطاع المصرفي استخدام رهن الإيرادات لضمان سداد المديونية. إذ يوفر منتج إيراد و هو منتج متوافق مع أحكام الشريعة الإسلامية، قروض و تسهيلات ائتمانية تصل إلى 70 مليون ريال لأجل محدد أقصاه 10 سنوات، و ذلك مقابل إيرادات الإيجار للذين يرغبون في الحصول على التمويل العقاري مثل الفنادق و الوحدات السكنية، بحيث تكون مواعيد خصم أقساط الإيجار بحسب التدفقات النقدية للعقار، و بالتالي يمكن هذا المنتج أصحاب العقارات الاستثمارية التي تدر

¹ سعيد بن محمد الغامدي، « الأول من نوعه في السوق السعودية: مصرف الراجحي يطلق منتج " الاستصناع " العقاري لتمويل بناء المساكن»، الموقع الإلكتروني: <http://www.alriyadh.com>، تاريخ الاطلاع: 2018/09/30 م.

² الموقع الرسمي لمصرف الراجحي: <http://www.alrajhibank.com.sa>، تاريخ الاطلاع: 2018/09/30 م.

دخلا من الحصول على التسهيلات الائتمانية مقابل إيراد الإيجار، كما يسمح هذا المنتج للمستثمرين في القطاع السياحي بزيادة ممتلكاتهم و أنشطتهم السياحية أو بالتوسع في نطاق مشاريعهم الجديدة مع الاستفادة من توفر السيولة الإضافية دون اللجوء إلى بيع ممتلكاتهم.

سابعا: منتج تمويل السيارات لصالح الفنادق و المطاعم

لقد تم ابتكار و تطوير منتج تمويل السيارات للمنشآت السياحية الصغيرة و المتوسطة كحل تمويلي يوافق احتياجاتها و يتيح لها امتلاك أسطولها الخاص من المركبات المستخدمة للأغراض التجارية، من خلال إبرام اتفاقية إيجار يشترط بموجبها مصرف الراجحي السيارات التي يقوم باختيارها أصحاب الفنادق بهدف استعمالها في نقل النزلاء من و إلى الفندق سواء إلى المطار أو إلى الأماكن السياحية التي يرغبون في زيارتها، أو شراء المركبات التجارية الخفيفة التي يحتاجها أصحاب المطاعم لنقل المواد الغذائية اللازمة لممارسة نشاطهم، و من ثم يؤجرها لفترة متفق عليها، و عند نهاية عقد الإجارة و سداد كامل المديونية يتم توقيع عقد بيع منفصل عن عقد الإجارة ليمتلك المستأجر العين المؤجرة¹.

يتميز هذا المنتج بسرعة و فعالية الحصول على التمويل بمعدلات ربح تنافسية و خدمات موثوق بها، كما يعمل على تحقيق ذلك دون إشغال رأس المال العامل بعمليات شراء باهظة التكاليف، فضلا عن تقديم مصرف الراجحي لبرنامج تمويل السيارات للمنشآت الصغيرة و المتوسطة من خلال مبدأ الإجارة طبقا لأحكام الشريعة الإسلامية بتمويل يصل إلى 2 مليون ريال في أجل استحقاق يصل إلى 60 شهرا مع تغطية تأمينية كاملة خلال فترة التأجير.

ثامنا: منتج تمويل نقاط البيع

صمم هذا المنتج خصيصا ليتناسب مع احتياجات المشاريع الصغيرة بحيث يعطي تدفق رأس المال الخاص بالمنتج فسحة للمشروع السياحي حتى ينمو أو لينتهد فرص العمل المفاجئة، و المنتج عبارة عن برنامج تمويل بدون تقديم ضمانات لاعتماده على السيولة المالية الجارية من أجهزة نقاط البيع* و التي وصل عددها إلى 74.612 جهاز، و يتم استخدام المنتج من أجل تمويل متطلبات رأس المال العامل أو التوسع في الأعمال، يتميز منتج تمويل نقاط البيع بتوافقه مع أحكام الشريعة الإسلامية فضلا عن سرعة الموافقة و الانتهاء من

¹ مصرف الراجحي، « مصرفية المنشآت الصغيرة و المتوسطة »، الموقع الإلكتروني:

alrajhibank.com.sa/en/sme-banking/.../SME-Booklet-ar.pdf، تاريخ الاطلاع: 2018/09/24 م.

* خدمة نقاط البيع: هي نظام تحويل المبالغ إلكترونيا، إذ تمكن العميل من شراء السلع بواسطة بطاقة الصرف الآلي الخاصة به، حيث يقوم النظام بتحويل المبلغ المطلوب على الفور من حساب العميل في أي بنك إلى التاجر طالما حساب العميل و حساب التاجر معا ضمن الشبكة السعودية للمدفوعات SPAN، و شبكة فيزا و ماستر كارد.

إجراءات التمويل، بحيث يصل مبلغ التمويل إلى 1.5 مليون ريال لمدة أقصاها 24 شهرا من خلال تسديد أقساط شهرية ثابتة¹.

المطلب الثالث: برنامج كفالة لتمويل المشاريع السياحية في مصرف الراجحي

إن تعاون مصرف الراجحي مع برنامج كفالة يتيح للمشاريع السياحية الصغيرة و المتوسطة فرصا إضافية للحصول على الخدمات التمويلية من المصرف بضمان البرنامج، إذ يحرص البرنامج على إيجاد حلول و موارد متعددة لهذه المشاريع من أجل رفع كفاءة القطاع السياحي و زيادة مساهمته في النمو الاقتصادي، كما يعمل على تقديم التمويل اللازم للمستثمرين في القطاع السياحي لمواجهة أعباء و تكاليف تنفيذ و تشغيل المنشآت السياحية، بالإضافة إلى أن هذا التعاون يهدف إلى تنفيذ إحدى مبادرات برنامج التحول الوطني من خلال تيسير وصول التمويل للمنشآت الصغيرة و المتوسطة العاملة في القطاع السياحي لتعزيز قدرتها على النمو و التوسع في مشروعاتها السياحية.

أولا: اتفاقية التعاون بين مصرف الراجحي و برنامج كفالة

في عام 2006 م وقع مصرف الراجحي اتفاقية تعاون مع برنامج كفالة لتمويل المنشآت الصغيرة و المتوسطة (المنشآت السياحية في سنة 2008 م)، هذه الاتفاقية سارية المفعول لمدة 3 سنوات قابلة للتجديد تلقائيا، و بناء عليها يقدم المصرف خدمات التمويل لهذه المنشآت تحت مظلة البرنامج الذي يكفل نسبة من التمويل المقدم و التي تقدر بـ 50 % عند انطلاق البرنامج، و في عام 2009 م رفع البرنامج نسبة الكفالة من 50 % إلى 75 % من قيمة التمويل المقدم للمنشآت الصغيرة و المتوسطة بهدف توسيع فئة المستفيدين و طبعا بعد التشاور مع مصرف الراجحي و الأطراف ذات العلاقة و جهات التمويل الأخرى المتمثلة أساسا في البنوك العاملة في المملكة، و في عام 2011 م رفع البرنامج مجددا نسبة الكفالة إلى 80 % من قيمة التمويل².

و في 6 أوت من سنة 2018 م وقع برنامج كفالة تمويل المنشآت الصغيرة و المتوسطة اتفاقية التعاون المحدثة مع مصرف الراجحي، و التي تأتي بإضافة عدد من المزايا الجديدة و الفعالة لتنمية المنشآت الصغيرة و المتوسطة في إطار مبادرة جديدة تهدف إلى تشجيع و تحفيز المصرف على تمويل شريحة أكبر من المستفيدين من المنشآت الصغيرة و المتوسطة لتشمل أنشطة القطاع السياحي و المنشآت الناشئة، و كذلك زيادة نسبة تغطية الكفالات وفقا لصيغ التمويل الشرعية المتاحة في المصرف، كما أن هذه الخطوة تعكس رؤية البرنامج في

¹ الموقع الرسمي لمصرف الراجحي: <http://www.alrajhibank.com.sa>، تاريخ الاطلاع: 2018/09/30 م.

² الفجر السعودي، « "هاشم": برنامج كفالة يواصل مساره التصاعدي في خدمة قطاع المنشآت الصغيرة و المتوسطة »، الموقع الإلكتروني: <https://www.elfagr.com>، تاريخ الاطلاع: 2018/10/02 م.

تفعيل التعاون مع المصرف و قطاع المنشآت الصغيرة و المتوسطة بهدف دعم و تعزيز استقرار هذا القطاع، إذ أن اتفاقية التعاون المحدثة تشتمل على العديد من المحفزات التي تسهم في تحقيق رؤية المملكة 2030. و تتضمن الاتفاقية توسيع شريحة المنشآت متناهية الصغر و الصغيرة و المتوسطة سواء القائمة أو الناشئة، من خلال زيادة حجم التمويل للمشاريع التي تصل مبيعاتها السنوية إلى 200 مليون ريال بدلا من 30 مليون ريال، كما ارتفع حجم تغطية البرنامج لهذه الشريحة ليصل بحد أقصى إلى 2,5 مليون ريال بدلا من 1,6 مليون ريال، و إلى 15 مليون ريال بالنسبة للمشاريع السياحية، كما ارتفعت نسبة كفاءة البرنامج في الاتفاقية المحدثة لدعم أنشطة القطاع السياحي بنسبة تغطية للكفاءة تصل إلى 90 %، و ذلك لمواكبة النمو المطرد في عدد الطلبات المقدمة من أصحاب المنشآت السياحية للحصول على التمويل بكفاءة البرنامج، فضلا على النمو المتواصل للقطاع السياحي و زيادة مساهمته في تحقيق التنمية الاقتصادية و الاجتماعية¹.

ثانيا: آلية تمويل مصرف الراجحي للمشاريع السياحية بضمان برنامج كفاءة

يقوم مصرف الراجحي بتمويل الأصول الثابتة أو رأس المال العامل للمشاريع السياحية (غير القادرة على توفير الضمانات الكافية كي تحصل على التمويل المطلوب من المصرف رغم جدواها الاقتصادية) عن طريق برنامج كفاءة، الذي يقدم كفالاته وفقا لصيغ التمويل الشرعية المعتمدة لدى المصرف مثل المراجعة و المشاركة و الاستصناع، بشروط و مزايا تنافسية و بنسب تغطية عالية، كما تصدر الكفاءة لتتوافق مع مدة التمويل و بأجل يصل إلى 7 سنوات، و يجوز تمديد أجل الكفاءة بناء على طلب المصرف.

1- الشروط الواجب توافرها في المشروع السياحي الذي يموله المصرف و يكفله البرنامج: تتمثل أهم هذه الشروط فيما يلي²:

- أن يكون للمنشأة السياحية كيان قانوني.
- أن تكون المنشأة السياحية مؤسسة وفقا للأنظمة السارية بالمملكة و متوافقة مع تعريف الهيئة العامة للسياحة للمنشآت متناهية الصغر و الصغيرة و المتوسطة كما يلي:
- * **المنشآت متناهية الصغر:** تضم عمالة من 1 إلى 5 أو مبيعات لا تزيد على ثلاثة مليون ريال.
- * **المنشآت الصغيرة:** تضم عمالة من 6 إلى 49 أو مبيعات تتجاوز ثلاثة مليون و أقل من 40 مليون ريال.
- * **المنشآت المتوسطة:** تضم عمالة من 50 إلى 249 أو مبيعات تتراوح ما بين 40 و 200 مليون ريال.
- أن تكون المنشأة السياحية مجدية من الناحية الاقتصادية و المالية و الفنية و الإدارية و ذلك بناء على وجهة نظر المصرف و البرنامج.

¹ الموقع الرسمي لبرنامج كفاءة: <https://www.kafalah.gov.sa>، تاريخ الاطلاع: 2018/10/02 م.

² « مبادرة تأسيس ضمان التمويل (برنامج كفاءة) »، برنامج كفاءة - الهيئة العامة للسياحة و التراث الوطني، ص 8، الموقع الإلكتروني: <https://www.search.mas.gov.sa/TourismInvestment/.../كفاءة.pptx>، تاريخ الاطلاع: 2018/10/06 م.

- أن تساهم المنشأة السياحية بشكل إيجابي في الاقتصاد السعودي من حيث توظيف و تدريب المواطنين السعوديين، بالإضافة إلى إنتاج السلع و الخدمات السياحية المبتكرة ذات الجودة العالية.

2- المنشآت السياحية المؤهلة للتمويل: هي المنشآت التي يتوافق نشاطها مع مبادئ و أحكام الشريعة الإسلامية و لا تخرج عن دائرة الحلال، و تمتنع عن تقديم الخدمات السياحية الممنوعة أو المحرمة شرعا، و التي تتمثل في¹:

- الفنادق التي تقدم خدمة الإيواء بمقابل مادي مع تقديم خدمات أخرى مثل الاطعام و الاستقبال و الضيافة و غيرها حيث يكون نشاطها الرئيسي هو الإيواء، و تتمثل أساسا في الفنادق و الشقق الفندقية و فنادق الطرق (موتيلات)، القرية السياحية أو ما يعرف بالمنتجعات السياحية، النزل البيئية، نزل و استراحات ريفية.
- الوحدات السكنية المفروشة التي تقدم خدمة الإيواء بمقابل مادي أيضا و تتمثل في الوحدات السياحية المفروشة، الفلل و الشاليهات، المباني التراثية و المخيمات البيئية الصحراوية.
- المشاريع التراثية و الأثرية مثل قرية تراثية، سوق تراثي، نزل تراثي، متاحف، مراكز للحرف، الهدايا التذكارية.
- وكالات السفر و السياحة و الإرشاد و منظمي الرحلات و الفعاليات و المعارض السياحية.
- مشاريع السياحة البحرية.
- المطاعم و المقاهي الشعبية بشرط أن تكون في المواقع السياحية و التراثية.
- تأهيل و تطوير استراحات الطرق السريعة.
- مشاريع التعليم و التدريب و المعاهد السياحية و الحرفية.
- التطبيقات الإلكترونية ذات العلاقة بالسياحة و التراث الوطني.
- صالات المعارض و المؤتمرات.

3- الإجراءات المتبعة للحصول على التمويل من المصرف بكفالة البرنامج: عند رغبة المنشأة السياحية في الحصول على التمويل من مصرف الراجحي بكفالة البرنامج فإن ذلك يتطلب القيام بالإجراءات التالية²:

- يتقدم العميل مباشرة إلى المصرف بطلب تمويل مرفقا بالمستندات الخاصة بالنشاط السياحي و أي مستندات أخرى يطلبها المصرف و هي:

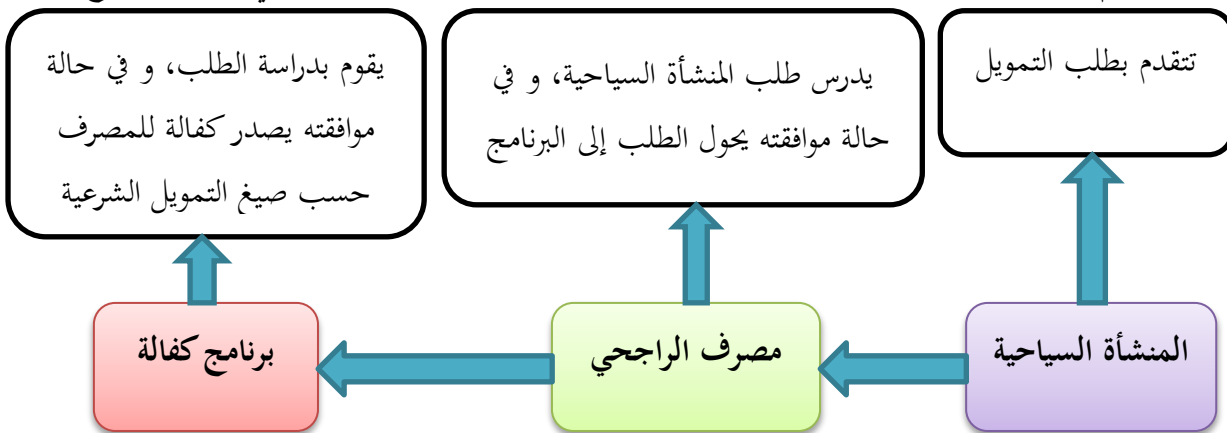
- ترخيص النشاط السياحي
- صورة من عقد تأسيس الشركة إذا كان النشاط شركة سياحية
- صورة من السجل التجاري، و إذا كان المشروع السياحي غير حاصل بعد على سجل تجاري يمكن التقدم بنسخة من عقد التأسيس كإجراء مؤقت بالنسبة للشركات

¹ « مبادرة تأسيس ضمان التمويل (برنامج كفالة) »، برنامج كفالة - الهيئة العامة للسياحة و التراث الوطني، مرجع سبق ذكره، ص ص 14، 15.

² الموقع الرسمي لمصرف الراجحي: <http://www.alrajhibank.com.sa>، تاريخ الاطلاع: 2018/10/06 م.

- صورة من عقد إيجار أو تمليك مقر النشاط السياحي
- صورة من بطاقة الهوية الوطنية أو الإقامة
- دراسة الجدوى الاقتصادية للمنشأة السياحية إذا كان النشاط حديث أو توسعة لنشاط قائم
- صورة من القوائم المالية المدققة لثلاثة سنوات سابقة
- نسخة من اشتراك المنشأة السياحية في التأمينات الاجتماعية
- موافقة خطية من صاحب المنشأة السياحية على قبول كفالة البرنامج و تعهده بتقديم أي ضمانات يطلبها البرنامج، مع ضرورة ملئ استمارة طلب كفالة و استفتاء جميع البيانات الواردة في هذه الاستمارة، و التي تكون متوفرة على مستوى أي فرع من فروع المصرف.
- يقوم المصرف بدراسة طلب العميل وفقا للمعايير المعمول بها في المصرف.
- في حالة موافقة المصرف على منح التمويل المطلوب للعميل حسب الصيغ الشرعية المعتمدة لديه، يتقدم المصرف إلى البرنامج بطلب إصدار كفالة لهذا التمويل، مرفقا بطلبه موافقة خطية من صاحب النشاط السياحي على قبول كفالة البرنامج وفقا لنموذج يتم الحصول عليه من المصرف، مع موافاة البرنامج أيضا بجميع المستندات السابق ذكرها و التي تم تقديمها من طرف العميل للمصرف عندما تقدم بطلب التمويل.
- يصدر البرنامج لمصرف الراجحي الكفالة المطلوبة و ذلك بعد تقييم الطلب المقدم من المصرف و التأكد من توافقه مع معايير البرنامج، مع الأخذ بعين الاعتبار أن يكون المشروع السياحي مجديا من الناحية الاقتصادية و المالية، و أن يساهم التمويل في الارتقاء بقدرة المنشأة السياحية على المنافسة، و سيطلب البرنامج بعد دراسة طلب الكفالة من صاحب النشاط إضافة إلى الضمان الشخصي لصاحب المنشأة السياحية، تقديم الضمانات التي يراها ضرورية و تكون في صالح البرنامج بما في ذلك الرهن على الموجودات، و يمكن تلخيص تلك الإجراءات في الشكل التالي:

شكل رقم (4-5): خطوات حصول المنشأة السياحية على التمويل من مصرف الراجحي بكفالة البرنامج



المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على الموقع الرسمي لمصرف الراجحي: <http://www.alrajhibank.com.sa>, تاريخ الاطلاع:

2018/10/06 م.

4- منتج كفالة للمنشآت السياحية بمزايا تنافسية و نسب تغطية عالية: لقد صمم منتج كفالة من أجل كفالة تمويل المنشآت التي تخدم القطاع السياحي، حيث تصل قيمة الكفالة إلى 15 مليون ريال و نسبة تغطية مختلفة عن بقية القطاعات الأخرى تصل إلى 90 %، و ذلك بهدف تشجيع جهات التمويل و التي من أهمها مصرف الراجحي على تمويل القطاع السياحي، و ينطبق أسلوب الكفالة الفردية على هذا المنتج بحيث يتم تقييم كل طلب بشكل مستقل لاتخاذ قرار كفالة التمويل من عدمه بناء على نتائج التقييم، كما ترجع مسؤولية اتخاذ القرار في منح التمويل و طلب الكفالة إلى المصرف و ذلك وفقا لشروط و معايير منح التمويل و السياسة الائتمانية المعمول بها في المصرف، و يمكن تلخيص مزايا البرنامج في الجدول التالي:

جدول رقم (4-14): المزايا التنافسية لبرنامج كفالة تمويل منشآت القطاع السياحي في مصرف

الراجحي

البيان	القيمة (ريال)
الحد الأدنى لقيمة التمويل المؤهل للكفالة	100.000
الحد الأقصى لقيمة التمويل المؤهل للكفالة	2.000.000
الحد الأدنى لمبلغ الكفالة المقدم من البرنامج	80.000
الحد الأقصى لمبلغ الكفالة المقدم من البرنامج	15.000.000
الحد الأقصى لنسبة التغطية	90 %

المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على الموقع الرسمي لمصرف الراجحي: <http://www.alrajhibank.com.sa>، تاريخ الاطلاع:

2018/10/06 م.

و من الجدير بالذكر هنا أن برنامج كفالة لا يمنح تمويل لأصحاب المنشآت السياحية الصغيرة و المتوسطة بل يساعدها في الحصول على التمويل من خلال تقديم الكفالات اللازمة في حال طلب جهة التمويل ذلك، كما يمكن للمنشأة السياحية الواحدة الحصول على أكثر من تمويل بكفالة البرنامج بحيث لا يزيد مجموع الكفالات الصادرة لهذه المنشأة عن 15 مليون ريال، و يتم معاملة الأنشطة التابعة كوحدة واحدة، و في حالة وجود أكثر من نشاط للعميل و كل نشاط له كيان قانوني مستقل عن النشاط الآخر، فإنه يمكن إصدار كفالة البرنامج لتغطية التمويل الممنوح لكل نشاط بما لا يتجاوز 15 مليون ريال لكل نشاط، و على أن لا يزيد مجموع الكفالات عن 5 مليون ريال للمنشآت الفردية و 10 مليون ريال للشركات سواء ذات المسؤولية المحدودة أو شركة تضامن أو... إلخ¹.

¹ الموقع الرسمي لمصرف الراجحي: <http://www.alrajhibank.com.sa>، تاريخ الاطلاع: 2018/10/06 م.

المطلب الرابع: إنجازات مصرف الراجحي فيما يخص تمويل و دعم القطاع السياحي

سنحاول من خلال هذا المطلب إبراز دور مصرف الراجحي و مساهمته الفعالة في تمويل القطاع السياحي و المشاريع التابعة له عن طريق التمويل المباشر أو بضمان برنامج كفالة وفق مختلف الصيغ الشرعية المتاحة في المصرف، و مدى نجاحه في ذلك باعتباره أفضل مصرف إسلامي يعمل على تقديم الدعم المادي اللازم لإنشاء أو توسيع المشاريع السياحية خاصة الصغيرة و المتوسطة.

أولاً: احصاءات حول تمويل مصرف الراجحي للمنشآت الصغيرة و المتوسطة

يعتبر مصرف الراجحي من المؤسسات المالية السعودية المهتمة بتمويل المنشآت الصغيرة و المتوسطة حيث أظهرت احصاءات المصرف مساهمته الفعالة في توفير التمويل اللازم لأصحاب هذه المنشآت وفق الصيغ الشرعية المعتمدة لدى المصرف سواء من خلال التمويل المباشر أو عن طريق برنامج كفالة، إذ تمكن المصرف من تحقيق معدلات عالية من التمويل و ارتفاع عدد الكفالات المصدرة كما يبينه الجدول التالي:

جدول رقم (4-15): البيانات المالية للمنشآت الصغيرة و المتوسطة في مصرف الراجحي

الوحدة: مليون ريال سعودي

الإجمالي	المتوسطة	الصغيرة	المتناهية الصغر	البيانات كما في 31 ديسمبر 2016، 2017	
4.891	3.379	1.512	-	2016	مبالغ التمويلات الممنوحة للمنشآت
5.228	4.125	1.104	-	2017	
% 2,20	% 1,52	% 0,68	-	2016	نسبة التمويلات الممنوحة للمنشآت من إجمالي التمويلات
% 2,19	% 1,73	% 0,46	-	2017	
643	267	376	-	2016	عدد العملاء طالبي التمويل
2.402	1.959	443	-	2017	
247	24	223	-	2016	عدد التمويلات بضمان برنامج كفالة
316	57	259	-	2017	
539	199	340	-	2016	مبالغ التمويلات بضمان برنامج كفالة
552	84	468	-	2017	

المصدر: مصرف الراجحي، التقرير السنوي 2017 م، ص ص 13، 14.

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن مصرف الراجحي يواصل توسعه في تمويل المنشآت الصغيرة و المتوسطة، حيث ارتفعت مبالغ التمويل الممنوحة لها إلى 5.228 مليون ريال في نهاية سنة 2017 م مقارنة بسنة 2016 م حيث بلغت قيمة التمويل 4.891 ريال أي بنسبة ارتفاع تقدر بـ 6,9 %، كما ارتفع حجم التمويل الممنوح بضمن برنامج كفالة من 539 مليون ريال خلال سنة 2016 م إلى 552 مليون ريال خلال سنة 2017 م حيث تقدر نسبة الزيادة بـ 2,4 %، مع ارتفاع عدد الكفالات المصدرة من 247 إلى 316 بنسبة ارتفاع 27,9 %.

كما يعتبر مصرف الراجحي رائدا و متميزا في مجال تمويل المنشآت الصغيرة و المتوسطة بضمن برنامج كفالة مقارنة بالبنوك الإسلامية العاملة في المملكة، حيث تصدر المرتبة الأولى منذ انطلاقة البرنامج سنة 2006 م، و سنكتفي بإبراز دور مصرف الراجحي و مساهمته الفعالة في تمويل المنشآت الصغيرة و المتوسطة خلال سنة 2015 و 2016 م من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (4-16): الكفالات المعتمدة للمنشآت الصغيرة و المتوسطة في البنوك الإسلامية السعودية خلال سنة 2015 و 2016

الوحدة: مليون ريال سعودي

جهة التمويل	عدد المنشآت		عدد الكفالات		قيمة التمويل	
	2016	2015	2016	2015	2016	2015
مصرف الراجحي	247	164	391	330	539	327,798
بنك الجزيرة	117	67	200	119	175,062	104,370
بنك البلاد	62	48	106	71	183,329	109,808
مصرف الإنماء	1	-	1	-	2	-
الإجمالي	427	279	698	520	899,391	541,976

المصدر: برنامج كفالة تمويل المنشآت الصغيرة و المتوسطة، التقرير الإحصائي للكفالات، عن العام المالي 1437/1438 هـ (2016 م)،

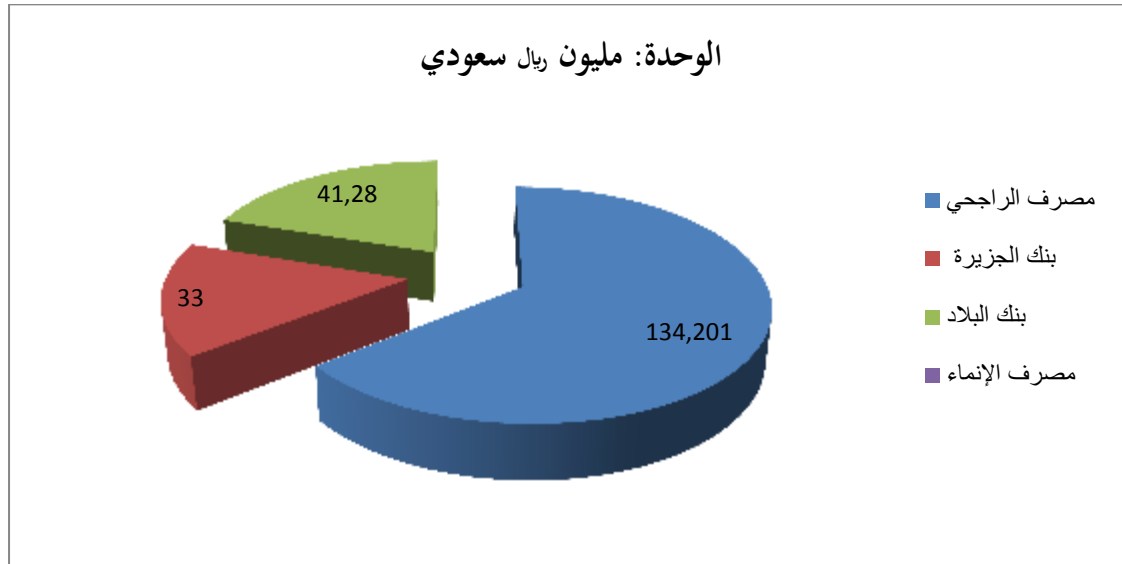
ص 2.

انطلاقا من المعطيات الموجودة في الجدول نلاحظ أن مصرف الراجحي احتل المرتبة الأولى في تمويل المنشآت الصغيرة و المتوسطة سواء من ناحية عدد المنشآت المستفيدة من التمويل و التي قدرت نسبتها في المصرف بـ 59 % خلال سنة 2015 م و 58 % خلال سنة 2016 م و ذلك من إجمالي عدد المنشآت التي قامت بتمويلها البنوك الإسلامية العاملة في المملكة، أو من ناحية عدد الكفالات المصدرة لصالح هذه المنشآت حيث بلغت نسبة الكفالات التي أصدرها المصرف 63,5 % خلال سنة 2015 م و 56 % خلال سنة 2016 م، أو من ناحية حجم التمويلات الممنوحة لها في إطار برنامج كفالة، إذ تقدر نسبة مساهمته في تمويل هذه المنشآت بـ 60,5 % في سنة 2015 م و 59,9 % في سنة 2016 م من إجمالي

التمويلات الممنوحة من طرف البنوك الإسلامية، أما باقي البنوك الإسلامية فمثلت في سنة 2015 و 2016 م ما نسبته 39,5 % و 40,1 % على التوالي من إجمالي قيمة التمويل الممنوح للمنشآت الصغيرة و المتوسطة تحت مظلة برنامج كفالة دائما، حيث يأتي في المرتبة الثانية بنك البلاد ثم بنك الجزيرة السعودي ثم مصرف الإنماء، و تجدر الإشارة هنا إلى أن مصرف الراجحي ابتداء من سنة 2014 م تقدم إلى الترتيب الثالث ضمن المصارف الأكثر دعما للمنشآت الصغيرة و المتوسطة بضمان برنامج كفالة بعد البنك الأهلي التجاري و بنك الرياض.

كما تصدر مصرف الراجحي المرتبة الأولى في تمويل المنشآت الصغيرة و المتوسطة مقارنة بالبنوك الإسلامية الأخرى خلال الربع الأول من سنة 2017 م كما يبينه الشكل التالي:

شكل رقم (4-6): حجم التمويل الممنوح للمنشآت الصغيرة و المتوسطة بضمان برنامج كفالة حسب جهة التمويل خلال الربع الأول من سنة 2017



المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج كفالة تمويل المنشآت الصغيرة و المتوسطة، التقرير الإحصائي للكفالات، الربع الأول من العام المالي 1439/1438 هـ (2017 م)، ص 1.

نلاحظ أن مصرف الراجحي يساهم في تمويل المنشآت الصغيرة و المتوسطة بنسبة 64 % من إجمالي التمويلات الممنوحة من جهات التمويل، ثم يليه بنك البلاد بنسبة 20 % ثم بنك الجزيرة السعودي بنسبة 16 %، أما مصرف الإنماء فمازال متأخرا في مجال تمويل المنشآت الصغيرة و المتوسطة حيث لم يتم بتمويل أي مشروع، و هذا ما يبرز دور مصرف الراجحي في تقديم الحلول التمويلية لهذا القطاع في ظل صعوبة حصوله على التمويل.

ثانيا: واقع تمويل مصرف الراجحي لشركة مجموعة عبد المحسن الحكير للسياحة و التنمية

1- نبذة عن الشركة: باشرت العمل كمؤسسة فردية سعودية تحت مسمى مجموعة عبد المحسن الحكير للتجارة و الصناعة، و ذلك بتاريخ 22 جويلية 1978 م ، و قد تم تغيير اسم الشركة في عام 2003 م

لكي يصبح مجموعة عبد المحسن الحكير للتشغيل و الصيانة، و في عام 2006 م قامت الشركة بتغيير اسمها مجددا ليصبح شركة مجموعة عبد المحسن الحكير للسياحة و التنمية، كما تم تحويل الشركة من شركة فردية إلى شركة مساهمة مقفلة مع رفع رأسمالها إلى 407,5 مليون ريال، ثم قامت بزيادة رأسمالها في عام 2013 م إلى 550 مليون ريال، و في عام 2014 م تحولت إلى شركة مساهمة سعودية كما تم إدراجها في سوق المال السعودي، و يقع مقرها الرئيسي في العاصمة الرياض¹.

و يتمثل النشاط الرئيسي للشركة في إقامة و إدارة و تشغيل و صيانة²:

* الفنادق و الشقق الفندقية المفروشة و المنتجعات السياحية.

* المطاعم و المقاهي و الاستراحات و الحدائق.

* مدن الألعاب و المراكز الترفيهية و مراكز التسوق.

* وكالات السفر و السياحة.

* الخدمات السياحية مثل تنظيم الرحلات السياحية، خدمات نقل الركاب داخل المدن و ضواحيها.

* خدمات الاستيراد و التصدير و التسويق للغير.

بالإضافة إلى تجارة الجملة و التجزئة في العطور و أدوات التجميل، المعادن النقية و الجواهرات و الأحجار الكريمة، آلات و أدوات التصوير، الساعات و النظارات و التحف و لعب الأطفال، المصنوعات الجلدية و مواد الديكور، الأقمشة و المنسوجات و الأحذية و الدراجات بأنواعها.

و قد أصدرت الهيئة الشرعية لمصرف الراجحي خلال الربع الثاني من سنة 2018 م القرار رقم 485 بشأن حكم الاستثمار و المتاجرة في أسهم الشركات المساهمة و التي من ضمنها شركة مجموعة عبد المحسن الحكير للسياحة و التنمية، حيث أجازت الهيئة الاستثمار و المتاجرة بأسهمها باعتبارها شركة مساهمة ذات الأغراض و الأنشطة المباحة³، و بالتالي يجوز لمصرف الراجحي أن يقوم بتمويل مختلف أنشطتها المذكورة سابقا و المتوافقة مع ضوابط و أحكام الشريعة الإسلامية و وفقا للصيغ الشرعية المعتمدة لدى المصرف.

2- اتفاقيات التمويل بين مصرف الراجحي و مجموعة الحكير للسياحة و التنمية: وقعت شركة مجموعة عبد المحسن الحكير للسياحة و التنمية عقود تمويل إسلامي مع مصرف الراجحي، و تعد هذه الاتفاقيات خطوة هامة في تطوير العلاقة بين الطرفين، كما ستمكن الشركة من تحفيز قدرتها على تحسين أدائها باعتبارها

¹ ويكيبيديا الموسوعة الحرة، « شركة مجموعة عبدالمحسن الحكير للسياحة و التنمية »، الموقع الإلكتروني:

<https://ar.wikipedia.org/wiki>، تاريخ الاطلاع: 2018/10/09 م.

² السوق المالية السعودية: تحليل الأسهم، « شركة مجموعة عبدالمحسن الحكير للسياحة و التنمية: نبذة عن الشركة »، الموقع الإلكتروني:

<http://www.asmainfo.com/Saudi>، تاريخ الاطلاع: 2018/10/09 م.

³ الراجحي المالية، « الضوابط الشرعية للمتاجرة و الاستثمار في الأسهم »، الموقع الإلكتروني:

<http://www.alrajhi-capital.com>، تاريخ الاطلاع: 2018/10/09 م.

أهم العلامات التجارية العاملة في القطاع السياحي في المملكة، و يبين الجدول التالي أهم عقود التمويل الإسلامي المبرمة بين الطرفين:

جدول رقم (4-17): اتفاقيات التمويل بين مصرف الراجحي و مجموعة الحكير للسياحة و التنمية

الوحدة: مليون ريال سعودي

تاريخ توقيع عقد التمويل	مبلغ التمويل	صيغة التمويل	الغرض من التمويل	مدة التمويل	ضمان التمويل	قيمة ضمان التمويل
2014/09/24	100	- اعتمادات مستندية	- شراء معدات و ألعاب	4 سنوات	سند الأمر	77,123 30,354
		- مرابحة	- شراء أثاث لتحديث الفنادق			
		- عقد بيع لأجل	- تسديد الإيجارات	6 أشهر		
2017/05/01	180	- مرابحة	- تغطية التوسع في نشاط الشركة	8 سنوات	سند لأمر	
2017/08/22	1.250	- مرابحة	- سداد جميع القروض قصيرة الأجل	7 سنوات	- سند لأمر - إيداع نسبة من المبيعات في حسابات الشركة لدى المصرف	

المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على:

- مباشر، « " الحكير للسياحة " تحصل على تمويل إسلامي من " الراجحي " بقيمة 100 مليون ريال »، الموقع الإلكتروني: <https://www.mubasher.info>، تاريخ الاطلاع: 2018/10/09 م.
- تداول، « تعلن مجموعة عبد المحسن الحكير للسياحة و التنمية عن حصولها على تمويل إسلامي »، الموقع الإلكتروني: <https://www.tadawul.com.sa>، تاريخ الاطلاع: 2018/10/09 م.
- العربية.نت، « " الحكير " تقترض 1.25 مليار ريال من الراجحي لسداد ديونها »، الموقع الإلكتروني: <https://www.alarabiya.net>، تاريخ الاطلاع: 2018/10/09 م.

من خلال الجدول نلاحظ أن مصرف الراجحي قد تمكن من تمويل نشاطات مختلفة لشركة مجموعة الحكير للسياحة و التنمية، و ذلك وفق صيغ التمويل الإسلامية المتمثلة أساسا في المرابحة، بالإضافة إلى فتح اعتمادات مستندية و البيع لأجل، و قد تنوعت آجال التمويل بين قصيرة و متوسطة و طويلة الأجل شاملة سنتان فترة سماح، و بمبالغ تمويل ضخمة وصلت إلى 1.250 مليون ريال أي ما يقدر بـ مليار و مائتان و خمسون مليون ريال، حيث يتم تسديد التمويل على أقساط ربع سنوية.

ثالثا: نجاح مصرف الراجحي في استرجاع قيمة التمويل الممنوح لشركة الأندلس العقارية

1- نبذة عن الشركة: هي شركة مساهمة سعودية يتركز نشاطها الرئيسي في مجال الاستثمار و التطوير العقاري، تأسست عام 2006 م من قبل مجموعة من رجال الأعمال و بيوت الاستثمار التي استثمرت في مجموعة من المشاريع الناجحة مثل الأندلس مول، حياة مول، دارين مول، و قد أدرجت في سوق الأسهم

السعودي عام 2016 م¹. و هذه الشركة هي أيضا من ضمن شركات المساهمة التي أجازت الهيئة الشرعية الاستثمار و المتاجرة بأسهمها باعتبارها شركة مساهمة ذات الأغراض و الأنشطة المباحة²، و بالتالي يجوز لمصرف الراجحي أن يقوم بتمويل مختلف أنشطتها المذكورة سابقا و المتوافقة مع ضوابط و أحكام الشريعة الإسلامية و وفقا للصيغ الشرعية المعتمدة لدى المصرف.

2- اتفاقية التمويل بين مصرف الراجحي و شركة الأندلس العقارية: وقعت شركة الأندلس العقارية اتفاقية تمويل إسلامي مع مصرف الراجحي حصلت بموجبها على مبلغ 100 مليون ريال، و يمكن تلخيص ذلك في الجدول الموالي:

جدول رقم (4-18): اتفاقية التمويل بين مصرف الراجحي و شركة الأندلس العقارية

الوحدة: مليون ريال سعودي

مدة التمويل	جدولة سداد التمويل	الغرض من التمويل	مبلغ التمويل	تاريخ توقيع عقد التمويل
11 سنة	2023/05/04	تمويل 60 % من التكاليف المتعلقة بإنشاء مشروع فندق Staybridge جدة الأندلس مول	100	21 نوفمبر 2012

المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على FX News Today، « الأندلس العقارية تقوم بسداد مبكر لاتفاقية التسهيلات الإئتمانية الموقعة مع " الراجحي " »، الموقع الإلكتروني: <https://www.fxnewstoday.ae>، تاريخ الاطلاع: 2018/10/09 م.

3- السداد المبكر للتمويل: قامت شركة الأندلس العقارية في 15 فيفري 2018 م بإتمام إجراءات السداد المبكر للأقساط المتبقية من التمويل الذي حصلت عليه من مصرف الراجحي بقيمة 100 مليون ريال، و الذي كان بغرض تمويل 60 % من التكاليف المتعلقة بإنشاء مشروع فندق Staybridge جدة الأندلس مول كما سبق بيانه في الجدول رقم 21، حيث بلغت قيمة الأقساط المتبقية 80,2 مليون ريال و التي كان من المفترض جدولة سدادها حتى تاريخ 04 ماي 2023 م، و كنتيجة للتسديد المبكر قام مصرف الراجحي بتخفيض المبلغ المتبقي بـ 7,1 مليون ريال، فبلغ إجمالي المبلغ الذي تم سداده فعلا للأقساط المتبقية 73,1 مليون ريال. و قد أوضحت الشركة أن السداد المبكر قد تم من المتحصلات النقدية لبيع الأصول العقارية الخاصة بالصندوق العقاري " الأهلي ريت "، و تهدف شركة الأندلس العقارية من سداد هذا التمويل إلى تخفيف الأعباء المالية عليها فضلا عن خفض نفقات هذا التمويل³.

¹ ويكيبيديا الموسوعة الحرة، « الأندلس العقارية »، الموقع الإلكتروني: <https://ar.wikipedia.org/wiki>، تاريخ الاطلاع: 2018/10/09 م.

² الراجحي المالية، « الضوابط الشرعية للمتاجرة و الاستثمار في الأسهم »، الموقع الإلكتروني:

<http://www.alrajhi-capital.com>، تاريخ الاطلاع: 2018/10/09 م.

³ العربية.نت، « الأندلس العقارية تسدد مبكرا دفعة تمويل لصالح " الراجحي " »، الموقع الإلكتروني:

<https://www.alarabiya.net>، تاريخ الاطلاع: 2018/10/09 م.

و من الجدير بالذكر هنا أن شركة الأندلس العقارية قد أعلنت عن افتتاح و بدء تشغيل هذا المشروع السياحي بتاريخ 24 ماي 2017 م، و ذلك بعد أن حصلت الشركة على تراخيص التشغيل من الهيئة العامة للسياحة و التراث الوطني، و يتكون الفندق من 18 دور مقسمة إلى 120 جناح و 44 غرفة بالإضافة إلى غرف الاجتماعات و المرافق الترفيهية، و من ناحية التكلفة الإنشائية للمشروع فقد وصلت إلى 128 مليون ريال منها 100 مليون ريال التي تم الحصول عليها من مصرف الراجحي، كما بلغت تكاليف تمويل المشروع 15 مليون ريال، لتصبح تكلفة إنشاء المشروع مع تكاليف التمويل 143 مليون ريال إلى غاية تاريخ افتتاح الفندق¹.

مما سبق يتبين أن مصرف الراجحي قد قام بتمويل مشروع سياحي يتمثل في فندق ضخم لمدة طويلة الأجل تزيد عن 10 سنوات، و قد تم استكمال المشروع و افتتاحه قبل تاريخ الانتهاء من تسديد أقساط التمويل، كما نجح المصرف في استرجاع مبلغ التمويل بالكامل بعد أقل من سنة من تاريخ افتتاح الفندق و قبل 5 سنوات من التاريخ المحدد لتسديد التمويل.

رابعا: الشراكة الإستراتيجية بين مصرف الراجحي و شركة المسافر لدعم القطاع السياحي

شركة المسافر هي شركة سعودية تأسست عام 2012 م، تقوم بتقديم مختلف الخدمات السياحية للمواطنين السعوديين مثل حجز الفنادق و تذاكر الطيران، كما تتيح لهم خيارات متعددة حيث تتميز عروضها السياحية بأسعار منافسة للشركات السياحية العاملة في المملكة و غيرها ممن تعمل في الدول العربية الأخرى فضلا عن تميزها بسرعة الحجز و تأكيده². و في عام 2015 م أصبحت شركة المسافر تابعة لمجموعة الطيار للسفر القابضة بعد أن تمكنت هذه الأخيرة من الاستحواذ على 60 % من حصص الشركة، إذ تعتبر مجموعة الطيار للسفر القابضة إحدى أكبر شركات السفر و السياحة في منطقة الشرق الأوسط و شمال إفريقيا³.

و في فيفري 2017 م قامت شركة المسافر بإبرام شراكة إستراتيجية مع مصرف الراجحي لمدة سنة بهدف دعم القطاع السياحي في المملكة، حيث تتضمن الشراكة تقديم خدمة حجوزات الفنادق من خلال تطبيق و موقع المسافر مع منح خصومات لحاملي جميع البطاقات الإئتمانية لمصرف الراجحي، و تعتبر هذه الشراكة نقلة نوعية في أعمال شركة المسافر لما يتمتع به مصرف الراجحي من خبرة واسعة في مجال المدفوعات الإلكترونية، حيث تفتح أفقا جديدة لخدمة المسافر داخل و خارج المملكة و وفقا للمعايير المهنية العالمية، بالإضافة إلى أن توقيع مصرف الراجحي لهذه الشراكة جاء تطبيقا لرؤية المصرف في دعم الشركات السياحية

¹ الرياض - مال، « " الأندلس " تعلن عن افتتاح و بدء تشغيل مشروعها الفندقي في جدة بتكلفة 143 مليون ريال »، الموقع الإلكتروني: <https://www.maaal.com>، تاريخ الاطلاع: 2018/10/10 م.

² الرسالة، « " فاروق الجريسي " مؤسس شركة المسافر السياحية »، الموقع الإلكتروني: <https://www.almsal.com>، تاريخ الاطلاع: 2018/10/10 م.

³ العربية.نت، « " الطيار " تستحوذ على 60 % من " المسافر " ب 22.5 مليون ريال »، الموقع الإلكتروني:

<https://www.alarabiya.net>، تاريخ الاطلاع: 2018/10/10 م.

وفقا لأحكام الشريعة الإسلامية و تقديم أفضل الخدمات للعملاء من خلال مواكبة التقنيات الحديثة و عمليات الدفع الإلكتروني عن طريق تطبيقات توفر للعملاء الوقت و الجهد، فضلا عن منح خصومات تصل إلى 10 % و ذلك عبر تطبيق و موقع المسافر الذي تم تصميمه وفقا لأفضل التقنيات العصرية¹.

خامسا: ارتباط شركة فرسان للسفر و السياحة بمصرف الراجحي

تأسست شركة فرسان للسفر و السياحة في عام 1980 م بهدف تقديم أفضل حلول السفر للأعمال و السياحة الترفيهية، حيث تقوم الشركة أولا بمعرفة احتياجات السوق المحلية و العالمية ثم تعمل على توفير خدمات السياحة و السفر بخيارات متنوعة تكون في متناول جميع العملاء سواء الأفراد أو الشركات المحلية و العالمية بالإضافة إلى القطاعات الحكومية، كما تقوم هذه الشركة على أسس متينة فضلا على أنها تتميز بسمعة جيدة و مكانة مرموقة اكتسبتها خلال 38 عاما من الخبرة و الاحترافية و الانجازات، حتى أصبحت الرائدة في تقديم الخدمات السياحية في المملكة كونها تجمع بين جودة الخدمات و التكلفة المناسبة، و لها أكثر من 100 فرع². و تعتبر شركة فرسان للسفر و السياحة إحدى شركات مجموعة الراجحي القابضة حيث ترتبط ارتباطا وثيقا بمصرف الراجحي³.

سادسا: اطلاق مصرف الراجحي بطاقة فيزا باسم " الراجحي الفرسان "

في 13 أبريل 2015 م أطلق مصرف الراجحي بطاقة إئتمانية بالتعاون مع الخطوط الجوية العربية السعودية و شركة فيزا باسم بطاقة " الراجحي الفرسان " التي توفر مجموعة من الفوائد و الامتيازات الحصرية للعملاء، حيث يكتسب حاملها ميلا جويا واحدا مجانا في برنامج الفرسان لكل 5 ريالات تنفق باستخدام البطاقة، بالإضافة إلى خصومات فورية و مميزة عند الشراء داخل المملكة و خارجها لدى العديد من الفنادق و المتاجر و مراكز التسوق، كما تقدم البطاقة أفضل سعر لتحويل العملات عند الاستخدام في الخارج و سهولة التحويل إلى حساب البطاقة عبر خدمة " المباشر للأفراد " التي يقدمها مصرف الراجحي على الأنترنت، فضلا على أنها متوافقة تماما مع أحكام الشريعة الإسلامية إذ تم تصميم بطاقة " الراجحي الفرسان " بشكل يعكس هوية المصرف. و من الجدير بالذكر أن جميع بطاقات مصرف الراجحي الائتمانية يمكن طلبها من أي فرع من فروع المصرف المنتشرة في جميع أنحاء المملكة، كما يمكن أيضا طلب البطاقات الائتمانية عن طريق موقع المصرف على شبكة الأنترنت أو عن طريق الهاتف المصرفي⁴.

¹ الرياض، « شراكة إستراتيجية بين شركة " المسافر " و " مصرف الراجحي " »، الموقع الإلكتروني: <http://www.alriyadh.com> تاريخ الاطلاع: 2018/10/10 م.

² « الفرسان للسياحة »، الموقع الإلكتروني: <https://www.eyeofriyadh.com>، تاريخ الاطلاع: 2018/10/10 م.

³ أفضل: أماكن و سياحة، « أفضل الشركات السياحية في الرياض »، الموقع الإلكتروني:

<https://bestonebest.com/travel-companies-riyadh>، تاريخ الاطلاع: 2018/10/10 م.

⁴ الموقع الرسمي لمصرف الراجحي: <http://alrajhibank.com.sa>، تاريخ الاطلاع: 2018/10/10 م.

المبحث الرابع: واقع القطاع السياحي في الجزائر و كيفية الاستفادة من التجربة السعودية في تمويل المشاريع السياحية

لقد نجحت المملكة العربية السعودية في اطلاق العديد من المبادرات الخاصة بتمويل القطاع السياحي نتيجة لإدراكها بأن هذا القطاع يمثل أداة فعالة لتحقيق التنوع الاقتصادي و بالتالي يساهم في الانتقال من اقتصاد ريعي إلى اقتصاد منتج، فكما رأينا من خلال ما تم تناوله في المباحث السابقة، تعتبر المملكة العربية السعودية أكثر الدول العربية التي عمدت إلى تنوع مصادر تمويل المشاريع السياحية ما بين صناديق حكومية و برامج عمومية و هيئات رسمية عامة تتمثل أساسا في البنوك التقليدية و الإسلامية، إذ لعبت البنوك الإسلامية و أولها مصرف الراجحي دورا بارزا في تمويل القطاع السياحي وفقا لأحكام الشريعة الإسلامية، و قد ساهم المصرف بنجاح و بشكل فعال في تمويل المشاريع السياحية الضخمة كما سبق بيانه.

لذلك يمكن اعتبار التجربة السعودية من التجارب العربية الناجحة و الرائدة في مجال تمويل القطاع السياحي و التي يجب أخذها بعين الاعتبار كي تحاول الجزائر الاستفادة منها، و ذلك في ظل تشابه الاقتصاد الجزائري مع الاقتصاد السعودي (اعتماد كلتا الدولتين على النفط) مع وجود تشابه في الإمكانيات الاقتصادية و السياحية المتاحة لكلتا الدولتين، حيث تشكل التجربة السعودية المثال الأقرب للجزائر من أجل تطوير القطاع السياحي و النهوض به من جميع الجوانب خاصة من الناحية التمويلية، فمنذ الاستقلال و الجزائر تعتمد على قطاع المحروقات الذي كان و مازال المورد الوحيد للعملة الصعبة، إلا أن هذه الإستراتيجية قد أثبتت عدم جدواها لسنوات طويلة في ظل التذبذبات المستمرة لأسعار النفط، مما أدى بالسياسة العامة للبلاد إلى البحث عن قطاعات أخرى تساهم في تحقيق التنوع الاقتصادي، و قد اعتبر القطاع السياحي قطاعا إستراتيجيا ضمن المخططات التي تم وضعها من طرف الحكومة الجزائرية لتحقيق التنمية الاقتصادية، و سنحاول من خلال هذا المبحث تناول وضعية القطاع السياحي في الجزائر و الجهود المبذولة من طرف الدولة و تفصي الجهات التمويلية و اقتراح صيغ تمويلية متوافقة مع أحكام الشريعة الإسلامية في ظل تبني الجزائر للصيرفة الإسلامية و حداثة تجربتها في هذا المجال و ذلك بالاستفادة من التجربة السعودية.

المطلب الأول: السياحة في الجزائر بين المؤهلات و المعوقات

تبدو السياحة في كثير من دول العالم خاصة العربية منها قدرا و ليس خيارا إستراتيجيا، نظرا لما تزخر به من مقومات الجذب السياحي و التي تكون متاحة بشكل واسع و منتشرة في جميع أنحاء الدولة، و هذا ما ينطبق بشكل واضح على الجزائر التي تعتبر من أهم الوجهات السياحية على المستوى العالمي لما تمتلكه من الموارد السياحية الطبيعية و التي يمكن أن تؤهلها إلى اكتساب حصة في السوق السياحية الدولية.

أولاً: المقومات الطبيعية، التاريخية و الثقافية للجذب السياحي في الجزائر

تمتتع الجزائر بإمكانيات طبيعية و تاريخية و ثقافية هامة، فإذا ما تم استغلالها بشكل عقلاي و مدروس ستساهم في تحسين أداء القطاع السياحي، و سنحاول عرض أهم هذه المقومات السياحية.

1- المقومات الطبيعية: تقع الجزائر في شمال غرب القارة الإفريقية تطل شمالا على البحر الأبيض المتوسط بشريط ساحلي يمتد على طول 1200 كلم، يحدها من الشرق تونس و ليبيا و من الغرب المغرب و الجمهورية العربية الصحراوية و موريتانيا، و من الجنوب مالي و النيجر، مما يجعلها تحتل موقعا إستراتيجيا في خريطة العالم، فهي جسر اتصال و محور التقاء بين قارات العالم، و بين المغرب العربي و الشرق الأوسط، باعتبارها ممرا حيويا للعديد من طرق الاتصال العالمية برا و بحرا و جوا. تتربع الجزائر على مساحة إجمالية تقدر بـ 2.381.741 كلم² و هي أكبر بلد إفريقي و عربي كما تحتل المرتبة العاشرة عالميا من حيث المساحة، مما أدى إلى تنوع مناخها بين متوسطي في المناطق الساحلية الشمالية و قاري يغطي منطقة الهضاب العليا، فضلا عن المناخ الصحراوي الذي يشمل الواحات و الصحراء، مما يجعل الطلب على السياحة مستمرا طوال السنة. كما ساهمت مساحة الجزائر الشاسعة في تنوع التضاريس بين سواحل رملية و سهول في أقصى الشمال و سلاسل جبلية أهمها سلسلة الأطلس التلي التي تمتد من الشرق إلى الغرب و تمتاز بمنظر خلابة، و سلسلة الأطلس الصحراوي و جبال الهقار في الصحراء التي تبلغ مساحتها حوالي 2 مليون كلم² موزعة على خمسة مناطق كبرى هي: أدرار، إليزي، وادي ميزاب، تمنراست و تندوف، بالإضافة إلى تنوع الغطاء النباتي و الحيواني مع كثرة الغابات و الحضائر السياحية الوطنية مثل حظيرة القالة و جرجرة و الطاسلي، مما يجعل الجزائر وجهة سياحية لمختلف الأذواق.

و تتوفر الجزائر على حمامات معدنية بخصائص علاجية مؤكدة و مواقع حموية تتوزع على مختلف ولايات الوطن يصل عددها إلى 202 منبع حموي بحيث يتم استغلالها بطرق تقليدية، أما بالنسبة لأهم الحمامات المعدنية فتتمثل في حمام بوغرارة في تلمسان، حمام بوحنيفة في معسكر، حمام ريغة في عين الدفلى، حمام الشلالة في قالمة، حمام قرقور في سطيف، حمام الصالحين في بسكرة، إذ يمكن اعتبار هذه المنابع و الحمامات المعدنية مصدرا لجذب و تطوير السياحة العلاجية¹.

2- المقومات التاريخية و الثقافية: تعتبر الجزائر من الدول التي تمتلك إرثا تاريخيا و حضاريا تمتد جذوره إلى أعماق التاريخ مروراً بمختلف المراحل التاريخية لهذا البلد، الذي يتميز بتنوع مواقعه الأثرية التي تمثل حضارات مختلفة مرت على الجزائر عبر حقبة زمنية طويلة تركت آثارا ثقافية و اجتماعية متنوعة منها الحضارة الفينيقية و البيزنطية و الرومانية و الإسلامية، أما أهم المواقع التاريخية فتتمثل في قلعة بني حماد في بجاية، جميلة بسطيف،

¹ عائشة شرفاوي، « السياحة الجزائرية بين متطلبات الاقتصاد الوطني و المتغيرات الاقتصادية الدولية »، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم التسيير (غير منشورة)، تخصص: تسيير، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة الجزائر 03، الجزائر، 2014/2015 م، ص 141.

تيمقاد في باتنة، القصبة بالجزائر العاصمة و غيرها. كما تمتلك الجزائر تراثا ثقافيا يتمثل في العادات و التقاليد و منتوجات متنوعة للصناعة التقليدية موزعة عبر كامل التراب الوطني و تختلف من منطقة إلى أخرى، حيث تشكل الصناعة التقليدية و الحرف اليدوية جزءا هاما من الثقافة المادية للتراث الشعبي الجزائري كصناعة الفخار و الزرابي، التطريز على القماش و الرسم على الحرير، صناعة الحلبي الفضية و الذهبية.

ثانيا: المقومات المادية

رغم توفر الإمكانيات الطبيعية و التاريخية و الثقافية في الجزائر إلا أنها غير مستغلة بنسبة كبيرة نظرا لغياب الإمكانيات المادية من طاقات الإيواء، و إن وجدت فهي متواضعة و لا تلي احتياجات السياح سواء من حيث الكم أو الكيف، إذ أن 90% من المؤسسات الفندقية في الجزائر غير مصنفة و لا تستجيب للمعايير الدولية، و هذا ما جعل القطاع السياحي في الجزائر ضعيف و لا يعمل على استقطاب السياح¹ حيث يرجع ذلك إلى أن القطاع السياحي ظل لسنوات طويلة بعيدا عن اهتمامات السلطات الجزائرية نظرا للظروف التاريخية التي مرت بها البلاد و الظروف الأمنية الصعبة التي عاشتها الجزائر خلال فترة التسعينات.

و قد كشفت تقارير القدرة التنافسية لقطاع الأسفار و السياحة الصادرة عن المنتدى الاقتصادي العالمي بالتعاون مع العديد من المنظمات الدولية في مجال البيانات و الإحصاءات المتعلقة بالقطاع السياحي، أن الجزائر تعتبر من بين أسوأ الوجهات السياحية في العالم رغم المؤهلات الطبيعية و التاريخية و الثقافية حيث احتلت المراتب الأخيرة كما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (4-19): ترتيب الجزائر وفقا لمؤشر تنافسية السياحة و السفر (2009 – 2015)

السنوات	2009	2011	2013	2015
الترتيب على المستوى العربي	13	13	11	12
عدد الدول العربية التي شملها التصنيف	14	15	13	14
الترتيب على المستوى الدولي	113	115	132	123
عدد دول العالم التي شملها التصنيف	133	139	140	141

المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على « تحليل تنافسية السياحة و السفر للدول العربية 2015 »، الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي في سنة 2015 م، إعداد إدارة الدراسات و البحوث السياحية، المنظمة العربية للسياحة - جدة -، المملكة العربية السعودية، ص 2، 3.

نلاحظ من خلال الجدول أن الجزائر قد احتلت على المستوى الدولي المرتبة 113 من بين 133 دولة التي شملها التصنيف في سنة 2009 م، ثم تراجع ترتيبها سنة 2011 م إلى المرتبة 115 من أصل 139 دولة، لتتأخر أكثر من ذلك سنة 2013 م إلى المرتبة 132 من بين 140 دولة مشاركة، وقد شمل احتلالها

¹ عوينان عبد القادر، « السياحة في الجزائر الإمكانيات و المعوقات (2000 – 2025) في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2025 »، أطروحة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية (غير منشورة)، تخصص: نقود و مالية، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير و العلوم التجارية، جامعة الجزائر 03، 2012/2013 م، ص 205.

للمراتب الأخيرة حتى على المستوى العربي، أي أن أداء القطاع السياحي في تراجع مستمر رغم المجهودات المبذولة من طرف الحكومة الجزائرية لتحفيز هذا القطاع و التي سنتحدث عنها بإسهاب في المطلب الموالي .

ثالثا: معوقات القطاع السياحي في الجزائر

- اتفقت التقارير و الدراسات الرسمية المتاحة على أن القطاع السياحي في الجزائر يعاني من بعض المعوقات و النقائص التي لها الأثر البالغ في الحد من فاعلية هذا القطاع في جذب السياح نذكر بعضها فيما يلي¹:
- 1- ضعف الخدمات على مستوى المؤسسات الفندقية حيث أن العرض الفندقي يعاني من نقص كبير في التجهيزات الفندقية و الإطعام حيث أن 10 % فقط من الفنادق تستجيب للمعايير الدولية، كما أنها تعرض هذه الخدمات بأسعار مرتفعة لا تكون في متناول السائح.
 - 2- عدم القدرة على التحكم في التقنيات الحديثة التي تسمح باكتشاف السوق من طرف السياح حيث يندم لدى المتعاملين في السياحة نمط التسيير الإلكتروني للأسفار الذي أصبح الوسيلة الوحيدة لتحقيق النجاح التامة في القطاع السياحي، بالإضافة إلى انعدام سياسة تكوين المستخدمين.
 - 3- ضعف المؤهلات المهنية للمستخدمين و ذلك في مجال الاستقبال و التوجيه و الإطعام و الصيانة بسبب نقص في عدد المؤسسات التكوينية المتخصصة في المجال السياحي.
 - 4- ضعف خدمات النقل بمختلف أشكاله بري و جوي و بحري مع عدم القدرة على توفير وسائل نقل وفق ظروف مناسبة سواء من الناحية النوعية أو الكمية أو السعوية، خاصة النقل الجوي الذي يتميز بغلاء الأسعار.
 - 5- ضعف استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في المجال السياحي حيث لا يوجد مواقع إنترنت بالعدد الكافي لعرض المنتجات السياحية و تقديم صورة الجزائر كوجهة سياحية.
 - 6- ضعف الخدمات البنكية و المالية و عدم مواكبتها للواقع السياحي الحديث حيث لا يوجد حتى الآن وسائل الدفع الإلكتروني سواء على مستوى البنوك العاملة في الجزائر أو على مستوى الشركات السياحية.
 - 7- إشكالية التمويل: يواجه القطاع السياحي في الجزائر صعوبة الحصول على التمويل بسبب غياب المؤسسات المالية و البنكية المتخصصة في تمويل المشاريع السياحية مما أدى إلى نقص الاستثمارات السياحية كما أن البنوك الجزائرية غير قادرة على تمويل القطاع السياحي نظرا لما يتطلبه من موارد مالية ضخمة بهدف إنشاء المرافق السياحية الأساسية مثل الفنادق و المنتجعات السياحية و غيرها، ناهيك عن القروض المقدمة في إطار الاستثمارات السياحية غير المشجعة كون معدلات الفائدة مرتفعة و أغلبها قروض قصيرة و متوسطة الأجل لا تتناسب مع طبيعة الاستثمار السياحي، بالإضافة إلى أن المستثمر ينظر إلى النظام البنكي الجزائري على أنه غير فعال و غير قادر على توفير متطلبات تمويل القطاع السياحي، و على هذا الأساس فإن القطاع

¹ بن زكوة العونية، « دور الفاعلين و الشركاء في إستراتيجية التنمية السياحية - حالة الجزائر -»، مجلة الاقتصاد الإسلامي العالمية، مجلة شهرية علمية إلكترونية تصدر عن جامعة كاي - جامعة أونلاين-، العدد 51، ذو القعدة 1437 هـ الموافق ل أوت 2016 م، ص 44 - 46.

البنكي الجزائري أصبح يشكل أحد العقبات الهامة أمام المستثمرين سواء المحليين أو الأجانب، حيث أنه لا يستجيب لشروط و متطلبات التحولات الاقتصادية التي تعرفها الجزائر، و في الحقيقة فإنه يفتقر إلى الخبرة المهنية لدى المشرفين على البنوك بالإضافة إلى الاعتماد على الطرق الكلاسيكية و التقليدية في تسيير البنوك مع هيمنة القطاع العمومي¹، حيث تسيطر البنوك العمومية على السوق بنسبة تتجاوز 85 % في حين أن البنوك الخاصة لا تتجاوز 15 %، أما نسبة مساهمة البنوك الإسلامية فهي لا تتعدى 2 % من الحصة السوقية المصرفية².

فحسب تصريحات الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار في الجزائر، قدر عدد المشاريع السياحية المسجلة و المقررة للفترة (2002 – 2013) بـ 489 مشروع، تم إنجاز منها ما لا يتعدى نسبة 1 %، حيث أن 60 % من المشاريع السياحية المتوقفة بسبب التمويل³. و سنحاول من خلال المطلب الموالي إبراز الأساليب التي اعتمدت عليها الجزائر في تمويل القطاع السياحي منذ الاستقلال.

المطلب الثاني: السياسة التمويلية للقطاع السياحي في الجزائر

سنحاول من خلال هذا المطلب التعرف على واقع تمويل القطاع السياحي في الجزائر منذ الاستقلال من خلال تتبع التجارب التمويلية.

أولاً: سياسة تمويل المخططات في ظل مرحلة الاتجاه الاشتراكي (1967 – 1989) م

بعد الاستقلال بدأت عملية التنمية في الجزائر عن طريق انتهاج التخطيط كأسلوب علمي وفق مراحل زمنية محددة، فمنذ انطلاق المخطط الثلاثي (1967 – 1969) تم تطوير مناهج التخطيط و وسائله سواء على الصعيد الكلي أو في إطار التهيئة العمرانية كما يلي⁴:

1- طرق و وسائل التخطيط الكلي: تتمثل في:

أ- مركزية القرار للاستثمارات العمومية: أصبح من الممكن إدارة الاستثمارات مركزيا من خلال خضوع النظام المصرفي لمنظومة التخطيط عن طريق إدخال إلزامية التمويل، حيث أن البنك يكون ملزما بتمويل الاستثمارات التي تقرها كتابة الدولة للتخطيط، كما تم إلزام كل المؤسسات العمومية بأن تكون معتمدة لدى بنك ما، و عليه فإن البنك لا يستطيع أن يمول إلا الاستثمارات التي تم تخصيصها.

¹ عوينان عبد القادر، مرجع سبق ذكره، ص 226.

² بنك الجزائر، التقرير السنوي 2017 م، جويلية 2018 م، ص 72.

³ الموقع الرسمي للوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار في الجزائر: <http://www.andi.dz/index.php/ar/>، تاريخ الاطلاع: 2018/12/31 م.

⁴ عبد اللطيف بن أشنهو، التجربة الجزائرية في التنمية و التخطيط 1962 – 1980، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1982 م، ص 121 – 125.

ب- إدخال المخطط السنوي: لقد تم إعداد المخطط السنوي عند انطلاق المخطط الرباعي الأول (1970 - 1973)، و ذلك من أجل متابعة المستوى الكلي للاستثمارات حسب تطور الإيرادات من قطاع المحروقات من جهة، و من جهة أخرى فإن المخطط السنوي يسمح بإعادة هيكلة الاستثمارات أثناء إنجاز المخطط إذا كان هناك ضرورة للتسوية ما بين القطاعات أو داخل قطاع ما.

ج- إقامة مخططات للمؤسسات: لقد ظهرت الحاجة إلى إعداد مخططات للمؤسسات منذ انطلاق المخطط الرباعي الثاني (1974 - 1977)، حيث يهدف مخطط المؤسسة إلى تجسيد أهداف المخطط الوطني في نشاط المؤسسة، و هو ما يسمح بالحكم على مدى تطابق أهداف المؤسسة مع أهداف المخطط الوطني من خلال متابعة نشاط المؤسسة طوال فترة المخطط الذي يجب أن يحتوي على ثلاثة أقسام: الاستثمار، الإنتاج و التسويق.

د- عقود التخطيط: لقد تم الاعتماد على عقود التخطيط فيما بين المؤسسات منذ انطلاق المخطط الرباعي الأول (1970 - 1973)، و تم تطوير هذه العقود في المخطط الرباعي الثاني (1974 - 1977) بهدف توسيع العلاقات التعاقدية بين المؤسسات، كما حدد هذا المخطط عقودا ذات أولوية تتم بين المستثمرين و قطاع البناء و الأشغال العامة بهدف تسهيل عمليات المطابقة بين الكميات المعروضة و المطلوبة من سلع الاستثمار.

2- تنمية وسائل التهيئة العمرانية: كان الهدف من سياسة البرامج الخاصة التي انطلقت منذ المخطط الثلاثي و نمت خلال المخطط الرباعي الأول هو خلق توازن جزئي في انتشار النشاطات الاقتصادية و المرافق الاجتماعية على مستوى كامل التراب الوطني، و بما أن الواقع يؤكد على أن القرارات الهامة الخاصة بالاستثمارات بقيت متركزة لدى الإدارة المركزية مما حد من انتشار السلطة الاقتصادية، لذلك فإن ظهور المخططات البلدية للتنمية و برامج التحديث العمراني فضلا عن تنفيذها، يشكل وسيلة إضافية لسياسة التهيئة العمرانية في سبيل تصحيح اتجاهات قديمة في اختيار مواضع التنمية.

3- أهداف المخططات الوطنية: تتمثل الأهداف الرئيسية للتخطيط في الجزائر فيما يلي¹:

- إلغاء العمل بالنظام الاستعماري في الاقتصاد الجزائري من خلال إعادة هيكلة الإنتاج و توجيهه نحو السوق الداخلي بدلا عن الاستيراد من الخارج.

- توجيه معظم الاستثمارات نحو السلع الرأسمالية بدلا من السلع الاستهلاكية.

- التكامل الرأسي بين الفروع المختلفة للصناعة (المخلات - المخرجات) مما يسمح بالتأثير في مضاعف الاستثمار و مضاعف العمالة بهدف تحسين أداء الاقتصاد الوطني.

¹ Mohamed Elhocine Benissad, *Economie du développement de l'Algérie (1962-1978)*, office des publications universitaires, Alger, 1979, p p 49, 50.

و لقد تم الأخذ بعين الاعتبار تنمية القطاع السياحي ضمن هذه المخططات الوطنية، حيث تنطلق السياسات التمويلية التي اتبعت منذ المخطط الثلاثي حتى بداية التسعينات من التوجه العام للجزائر في تلك الفترة، ففي ظل الاتجاه الاشتراكي كانت الدولة تتكفل بكل ما يخص النشاط الاقتصادي و تمويل كل القطاعات من خلال إعداد ميزانية سنوية لكل قطاع، حيث تتم عملية التمويل بعد أن يتقدم صاحب المشروع إلى البنك المختص في القطاع المعني بطلب التمويل ثم يقوم هذا البنك بعرض الطلب على الخزينة العمومية، و في حالة موافقتها تصدر أمر إلى البنك المركزي لكي يقوم بإصدار المبلغ للبنك لصالح المشروع المعني، و بالتالي كانت الخزينة العمومية هي المسؤولة عن اتخاذ القرار التمويلي، و نظرا للأوضاع التي كانت سائدة فقد تكفلت الدولة بالتمويل الكلي للقطاع السياحي على غرار غيره من القطاعات الاقتصادية و ذلك بهدف إرساء الهياكل القاعدية و البنية التحتية للنشاط السياحي، حيث كانت الاعتمادات المالية المخصصة للقطاع السياحي كما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (4-20): الاعتمادات المالية المخصصة للقطاع السياحي ضمن المخططات الوطنية خلال الفترة (1967- 1989)

الوحدة: مليون دينار جزائري

المخطط	المبالغ المخصصة للقطاع السياحي	النسبة (%)	نسبة إنجاز المشاريع السياحية (%)
المخطط الثلاثي 1967- 1969	282	2,54	22
المخطط الرباعي الأول 1970- 1973	700	2,5	35
المخطط الرباعي الثاني 1974- 1977	1.230	1,4	35
المخطط الخماسي الأول 1980- 1984	3.400	0,83	28,96
المخطط الخماسي الثاني 1984- 1989	3.500	0,63	21,77

المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على عائشة شرفاوي، مرجع سبق ذكره، ص 145- 152.

نلاحظ من الجدول أن القطاع السياحي لم ينل الاهتمام الكافي من طرف الحكومة الجزائرية و يظهر ذلك من خلال المبالغ المالية المخصصة له، و التي قدرت في أحسن الأحوال بنسبة 2,54 % من مجموع المخصصات المالية لإنجاز المخططات و ذلك بالمقارنة مع القطاعات الأخرى و هي نسبة ضعيفة مما انعكس سلبا على نسبة إنجاز المشاريع السياحية التي كانت منخفضة حيث لم تتعدى 50 % في كل المخططات و بالتالي فإن عملية ترقية القطاع السياحي خلال هذه المرحلة لم تبلغ الأهداف المنشودة، إذ يرجع السبب في ذلك إلى ضعف التمويل من جهة و عدم الكفاءة في تسيير رؤوس الأموال من جهة أخرى.

ثانيا: السياسة التمويلية الجديدة خلال مرحلة اقتصاد السوق (1990-1999) م

تعتبر فترة التسعينات مميزة بالنسبة للجزائر على جميع الأصعدة خاصة الجانب الاقتصادي حيث تخلت عن النظام الاشتراكي و توجهت نحو اقتصاد السوق، مما استدعى تغيير التشريعات و إصدار النصوص القانونية اللازمة لإنجاح هذا المسار وفق توجيهات صندوق النقد الدولي حيث صدر قانون النقد و القرض 90-10 الذي حرر المعاملات الاقتصادية في الجزائر و سمح بفتح رؤوس أموال المؤسسات أمام الخواص. و القطاع السياحي على غرار باقي القطاعات الأخرى خضع لمجموعة من الإصلاحات أهمها استحداث طرق تمويلية جديدة من خلال البحث على متعاملين جدد للتدخل في عملية تنمية القطاع السياحي، و تتمثل الطرق التمويلية الجديدة في:

1- الشركات القابضة: في سنة 1995 م تم اقتراح تجربة الشركات القابضة في القطاع السياحي، إذ قامت الجزائر في ظل هذه التجربة بإنشاء 17 مؤسسة تغطي 50 % من طاقة الإيواء بجميع أنواع الهياكل السياحية و قد كان إنجاز مثل هذه التجمعات خطوة سابقة و مرحلة لا بد من المرور عليها قبل عملية خصخصة القطاع السياحي، أما عن أهم ما يميز هذه المؤسسات بالنسبة للقطاع السياحي كونها شركات قابضة ما بين القطاعات التي لها علاقة مع النشاط السياحي مثل قطاع النقل، القطاع المصرفي، قطاع الإعلام، قطاع التأمين و بمشاركة مكاتب الدراسات التقنية التي تنشط في المجال السياحي¹.

2- خصخصة القطاع السياحي: شرعت الجزائر منذ منتصف التسعينات في عملية الخصخصة للقطاعات الاقتصادية و تم ادراج القطاع السياحي على رأس القائمة، و كانت لها أسباب كثيرة أهمها العجز و الإخفاق في تقديم صورة حسنة عن الوجهة السياحية الجزائرية طيلة السنوات السابقة، و قد مرت عملية خصخصة القطاع السياحي بمرحلتين²:

* **مرحلة العرض الفوري:** شملت المشاريع الفندقية التي كانت في طور الإنجاز أو على وشك الانتهاء حيث تم سنة 1995 م عرض مناقصة وطنية ودولية لبيع مجموعة من الفنادق، غير أن هذه المرحلة لم تسجل أية نتائج لأن عملية البيع تتضمن التنازل عن الفنادق دون التنازل عن العقار بناء على القانون المعمول به.

* **مرحلة العرض الإضافي:** يشمل مجموع المؤسسات الفندقية قيد الاستغلال و المبدأ المطبق لخصصتها يعتمد على تصنيفها، و قد أسفرت عملية الخصخصة على دخول مؤسسات أجنبية للاستثمار في الجزائر منها مجمع فلانكو الإسباني، مجمع هيلتون الكوري، مجمع سفير الكويتي، إلا أن عملية خصخصة القطاع السياحي

¹ نسرين بوزاهر، « تمويل الاستثمارات السياحية في الجزائر »، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية (غير منشورة)، فرع: نقود و تمويل، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة محمد خيضر - بسكرة -، الجزائر، 2006/2005 م، ص 96.

² الديوان الوطني للسياحة، الخصخصة و الاستثمار في السياحة، 1996 م، ص 7.

قد باءت بالفشل بسبب عزوف رؤوس الأموال الأجنبية عن الاستثمار في الجزائر نظرا للظروف الأمنية إلى جانب غياب السوق المالي الذي يعمل على زيادة المدخرات بهدف الاستثمار.

3- اقتراحات الشراكة و الاستثمار المباشر: تتمثل في الشراكة بين المستثمرين الأجانب و المحليين سواء الخواص أو العموميين حيث لجأت الدولة من أجل إنجاح عملية الخوصصة و تشجيع القطاع الخاص المحلي و الأجنبي للاستثمار في جميع القطاعات خاصة القطاع السياحي، إلى سن جملة من التشريعات و النصوص القانونية لتتماشى مع مرحلة الانفتاح أهمها قانون النقد و القرض 90-10 الذي يعتبر الأساس في بداية الإصلاحات الاقتصادية حيث جاء في المادة 183 منه « يرخص لغير المقيمين بتحويل رؤوس الأموال إلى الجزائر لتمويل أية نشاطات اقتصادية غير مخصصة صراحة للدولة أو للمؤسسات المتفرعة عنها أو لأي شخص معنوي مشار إليه صراحة بموجب نص قانوني »¹.

لهذا يعتبر هذا القانون مشجعا للشراكة و الاستثمار المباشر، كما يسمح باستحداث بنوك أجنبية في الجزائر و بالتالي تفتحه على رأس المال الأجنبي في إطار الشراكة أو الاستثمار، و بعد صدور هذا القانون المشجع لجلب رؤوس الأموال اقترحت وزارة السياحة برنامج استثمار تحت اسم " الجنوب الكبير " يمتد لعشرة سنوات انطلاقا من سنة 1991 م يتوزع بين استثمارات عمومية و خاصة². اشتملت الشراكة على مشاريع التوسع و إعادة التشغيل و تسيير الهياكل الموجودة التي بلغ عددها الإجمالي 27 مشروع في القطاع السياحي مقسمة إلى 7 وحدات شاطئية، 3 فنادق صحراوية، 9 فنادق حضرية، 6 حمامات معدنية، مركز تجاري عالمي قرية سياحية في العاصمة، أما بالنسبة للاستثمار الأجنبي المباشر فإن حصة القطاع السياحي من مجموع المشاريع خلال الفترة (1990-1999) م هي 1.010 مشروع سياحي من أصل 23.054 مشروع أي بنسبة 4,38 %، و بمبلغ استثمار قدره 182 مليار دينار من مجموع المبالغ المقدرة بـ 2.208 مليار دينار، أي بنسبة 8,24 %، و هي نسبة ضئيلة مما يثبت تخوف المستثمرين من القطاع السياحي بسبب الأوضاع الأمنية و السياسية للبلاد التي كانت سائدة آنذاك³.

ثالثا: مخطط ترقية و تطوير القطاع السياحي (2001-2010) م

بالرغم من وجود سياسة حكومية لتنمية القطاع السياحي منذ الاستقلال إلا أنها لم تبلغ الأهداف المسطرة، لذلك جاء مخطط عمل ترقية القطاع السياحي خلال الفترة (2001-2010) م و التي تميزت بمعطيات اقتصادية و أمنية أفضل من الفترة السابقة، حيث حظي القطاع السياحي بتدابير الدعم و التشجيع و التي كانت مكرسة على المستوى التشريعي سواء تلك المنصوص عليها في الأمر 01-03 المؤرخ في 20

¹ المادة 183، قانون النقد و القرض 90-10، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 16، الصادرة بتاريخ 30 رمضان 1410 هـ الموافق لـ 14 أبريل 1990 م، ص 541.

² عائشة شرفاوي، مرجع سبق ذكره، ص 161.

³ نسرين بوزاهر، مرجع سبق ذكره، ص ص 96، 98.

أوت 2001 م و المتعلق بتطوير الاستثمار أو تلك المنصوص عليها في إطار القانون رقم 03-01 المؤرخ في 17 فيفري 2003 م و المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة¹ حيث يهدف إلى ترقية الاستثمار السياحي من خلال تخصيص موارد مالية لفائدة الصندوق الخاص بدعم الاستثمار السياحي تقدر بـ 6,4 مليار دينار سنوياً²، و تأتي عملية تسوية ملكية العقار السياحي كأول مرحلة من الدعم حيث تكون تسهيلات الدولة على شكل تمويل عيني للقطاع السياحي، و قد تم منح القطاع السياحي مجموعة من التسهيلات التمويلية التي تتناسب مع خصائص الاستثمار في هذا المجال كما يلي³:

1- منح قروض طويلة الأجل: ففي مرحلة أولى تم تشجيع البنوك على خلق منتج سياحي في شكل " قرض فندقي" يتناسب مع الاستثمار السياحي الذي يحتاج عادة إلى آجال طويلة، حيث يقدر متوسط فترة الإنجاز بـ 5 سنوات، أما فترة استرداد رأس المال فتقدر بـ 3 سنوات في المتوسط منذ بداية المشروع السياحي و في مرحلة ثانية تم تشجيع قيام بنوك متخصصة في تمويل القطاع السياحي.

2- تم الاتفاق بين وزارة المالية و وزارة السياحة و العديد من البنوك على تخفيض أسعار الفائدة على القروض الممنوحة للمشاريع السياحية من 8 إلى 6,5 %.

3- كل الحصص العينية أو المالية متاحة لتمويل القطاع السياحي.

4- الحرية الكاملة للاستثمار المباشر في القطاع السياحي بنسبة 100 % أو بالمشاركة مع مستثمرين محليين بالنسبة للمستثمرين الأجانب، مع ضمان حرية التحويلات الخارجية سواء لرؤوس الأموال أو الأرباح الناتجة عن الاستثمار السياحي.

5- الإعفاء من رسم نقل الحيازة و الرسوم العقارية الأخرى، بالإضافة إلى الإعفاء التام لمدة تتراوح بين سنة إلى عشر سنوات على الضريبة على أرباح الشركات التي تقدر بـ 32 % و الدفع الجزائي، فضلا عن تخفيض النسبة التي يدفعها صاحب المشروع السياحي للضمان الاجتماعي من 24 إلى 7 %.

و تجدر الإشارة هنا إلى أن التسهيلات التمويلية تغطي جميع الاستثمارات السياحية للمشاريع الحديثة أو عمليات تجديد الهياكل الموجودة سابقا سواء بالنسبة للقطاع العام أو الخاص، و بالرغم من هذه التسهيلات إلا أن هذا المخطط قد أهمل الجانب التمويلي من حيث الإعانات النقدية التي يمكن أن تقدمها الدولة في إطار دعم القطاع السياحي، فمن الضروري أن تحدد صيغ تمويلية بنسب معينة يستفيد منها المستثمرين حسب نوع المشروع السياحي و حجمه.

¹ ملاحى رقية، « واقع و تحديات الاستثمار السياحي في الجزائر - ولاية مستغانم نموذجا - »، المجلة الجزائرية للعملة و السياسات الاقتصادية، مجلة علمية دورية محكمة تصدر عن مخبر العملة و السياسات الاقتصادية - جامعة الجزائر 03، العدد 5، 2014 م، ص 143.

² ساعد بوروي، « تأثير الاستثمار الأجنبي على تنمية القطاع السياحي في بلدان المغرب العربي (الجزائر، تونس و المغرب) - دراسة مقارنة - »، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية (غير منشورة)، تخصص: اقتصاد دولي، جامعة الحاج لخضر - باتنة 1-، الجزائر، 2016/2017 م، ص 106.

³ نسرين بوزاهر، مرجع سبق ذكره، ص 108-110.

رابعاً: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لأفاق 2025

بعدها أخفقت كل السياسات التنموية منذ الاستقلال في تطوير القطاع السياحي، عملت الأطراف الفاعلة على تشخيص العراقيل التي تقف أمام النهوض بالقطاع السياحي، فكللت الجهود المبذولة بوضع المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لأفاق 2025 كتجسيد و ترجمة لإرادة الدولة الفعلية في جعل القطاع السياحي أولوية وطنية ينظر إليها على أنها لم تعد خياراً بل أصبحت بديلاً حقيقياً لقطاع المحروقات، حيث يعتبر هذا المخطط الذي تم وضعه سنة 2008 م جزءاً لا يتجزأ من المخطط الوطني لتهيئة الإقليم و إطار إستراتيجي مرجعي للسياسة السياحية في الجزائر، و التي من خلالها تقوم الدولة بعرض رؤيتها حول تطور القطاع السياحي على مستوى آفاق زمنية مختلفة سواء على المدى القصير 2009 أو على المدى المتوسط 2015 أو على المدى الطويل 2025¹، إذ يتم تجنيد كل الفاعلين و القطاعات و المناطق الجهوية في ذلك المخطط الذي يعتبر وسيلة لتثمين الإمكانيات الطبيعية، التاريخية و الثقافية للجزائر و جعلها مركزاً سياحياً مستداماً في منطقة البحر الأبيض المتوسط، و لتحقيق ذلك الهدف يتم التركيز على خمس آليات أساسية هي مخطط الجزائر كوجهة سياحية، مخطط الأقطاب السياحية ذات الامتياز، مخطط الجودة السياحية، مخطط الشراكة بين القطاعين العام و الخاص و أخيراً مخطط تمويل القطاع السياحي².

– **مخطط تمويل القطاع السياحي:** نظراً لخصوصية القطاع السياحي الذي يتطلب استثمارات ضخمة من جهة و كونه ذو عوائد بطيئة من جهة أخرى، فإن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لأفاق 2025 جاء لمعالجة هذه المعادلة الصعبة من خلال قيام الدولة بدعم و مرافقة المستثمرين في القطاع السياحي و أصحاب المشاريع السياحية خاصة المنشآت الصغيرة و المتوسطة، و ذلك عن طريق تقديم المساعدة في اتخاذ القرار و تقدير المخاطر و تمويل عتاد الاستغلال مع السهر على تجنيد المشاريع السياحية التوقف أو الذوبان، فضلاً عن تخفيف إجراءات منح القروض البنكية و التمديد في مدة القرض³ و تكييف التمويل البنكي حسب خصوصية القطاع السياحي الذي يتميز بكثافة رأس المال و طول الأجل و كثرة المخاطر، و ذلك من خلال إنشاء أداة جديدة لتمويل الاستثمارات السياحية تتمثل في بنك الاستثمار السياحي الذي يتكيف مع طبيعة

¹ بريش السعيد، شابي حليلة، « دور التنوع الاقتصادي من خلال الصناعة السياحية في الجزائر لتحقيق التنمية و التقليل من البطالة»، مداخلة مقدمة في إطار ملتقى " إستراتيجية الحكومة في القضاء على البطالة و تحقيق التنمية المستدامة " المنعقد يومي 15 و 16 نوفمبر 2011 م، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة المسيلة، الجزائر، ص 12.

² Benmouiza Messaoud, « The role of tourism for achieving the sustainable development goals in world tourism organization reports - the case of Algeria », Global Journal of Economics and Business, Vol. 4, No. 3, 2018, p 388.

³ حسين عبد القادر، « إستراتيجية تنمية مستدامة للقطاع السياحي في الجزائر على ضوء ما جاء به المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لأفاق 2025: الآليات و البرامج »، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، دورية أكاديمية محكمة نصف سنوية تصدر عن جامعة قاصدي مراح - ورقلة -، الجزائر، العدد 2013/02، ص 196، 197.

المشاريع السياحية و يرافق هذه المشاريع في عملية التمويل بإيجاد الصيغ اللازمة لذلك، كما يتكفل بالجوانب الأساسية لتأهيل و بناء صناعة السياحة في الجزائر.

و تجدر الإشارة هنا إلى أنه في إطار هذا المخطط قد تم تجسيد المشاريع السياحية ذات الأولوية في التمويل و التي تتمثل أساسا في فنادق السلسلة بطاقة إيواء 29.286 سرير، و عشرون قرية سياحية متميزة و أراضي جديدة مبرمجة مخصصة للتوسع السياحي عبر مختلف مناطق الوطن، فضلا عن اطلاق 22 مشروع سياحي في ستة أقطاب سياحية بامتياز¹، أما فيما يخص الجانب المالي فإن قيمة الاستثمارات المتوقعة على المدى المتوسط (2008- 2015) م تقدر ب 2,5 مليار دولار أي بمعدل 350 مليون دولار سنويا، حيث تمثل الاستثمارات العمومية ما نسبته 15 % من إجمالي الاستثمارات أي أن السلطات العمومية ستتكفل بما قيمته 375 مليون دولار خلال تلك الفترة بمعدل 54 مليون دولار سنويا².

و رغم الجهود المبذولة من طرف الحكومة الجزائرية للنهوض بالقطاع السياحي و بالرغم من السياسات التمويلية المتبعة ضمن المخططات السالفة الذكر لتمويل المشاريع السياحية، إلا أن القطاع السياحي في الجزائر ظل متأخرا، حيث أن نسبة مساهمة القطاع السياحي في الناتج الداخلي الخام لم تتجاوز أعلى مستوياتها أي 2,4 % في سنة 2009 م، و هي نسبة ضعيفة بالنظر إلى المؤهلات السياحية التي تملكها الجزائر من جهة، و الجهود المبذولة من طرف السلطات العمومية من جهة أخرى³، و بالمقارنة مع متوسط مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي العالمي الذي يصل إلى 10 % حسبما تشير إليه إحصائيات منظمة السياحة العالمية⁴، و يرجع ذلك إلى غياب أدوات تمويل ملائمة للمشاريع السياحية مما يضع الجزائر أمام ضرورة و ليس خيار البحث عن بدائل تمويلية تتمثل أساسا في صيغ التمويل الإسلامي.

المطلب الثالث: آفاق تمويل القطاع السياحي في ظل انفتاح الجزائر على الصيرفة الإسلامية

لقد أصبح توجه الجزائر نحو الصيرفة الإسلامية أكثر من ضرورة و أمرا واقعا بالنظر إلى الأزمة الاقتصادية التي تعيشها البلاد بسبب تراجع مداخيلها من العملة الصعبة خاصة في ظل انخفاض أسعار النفط في السنوات الأخيرة من جهة، و القبول الذي تحظى به المنتجات المصرفية الإسلامية لدى المتعاملين الجزائريين خاصة في

¹ لحسين عبد القادر، مرجع سبق ذكره، ص 194.

² أحسن العايب، عبود زرقين، « أهمية السياحة المستدامة ضمن إستراتيجية التنمية السياحية في الجزائر »، مجلة البحوث و الدراسات الإنسانية، مجلة أكاديمية محكمة تصدرها جامعة 20 أوت 1955 - سكيكدة -، الجزائر، العدد 2017/14، ص 303.

³ بوبكر بداش، « صناعة السياحة في الجزائر بين المؤهلات و السياسات: رؤية استكشافية و إحصائية »، مجلة بحوث اقتصادية عربية، مجلة علمية فصلية محكمة تصدر عن الجمعية العربية للبحوث الاقتصادية بالتعاون مع مركز دراسات الوحدة العربية - القاهرة-، مصر، العدد 66، 2014 م، ص 19.

⁴ صحراوي محمد تاج الدين، السبتي وسيلة، « السياحة في الجزائر بين: الواقع و المأمول »، مجلة نماء للاقتصاد و التجارة، مجلة علمية دورية دولية محكمة تصدر عن جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -، الجزائر، العدد الثاني، ديسمبر 2017 م، ص 65.

بجال عقود التمويل بالمراجحة و الإجارة و الاستصناع و السلم و المشاركة، فضلا عن توفر الإرادة السياسية و رغبة الحكومة في تنويع المنتجات المصرفية الإسلامية من خلال طرح مختلف الصيغ التي تسمح باستقطاب الأموال المتداولة خارج الحلقة الرسمية، و في إطار اهتمام الجزائر بالقطاع السياحي باعتباره بديلا حقيقيا لقطاع المحروقات كونه مذرا للعملات الصعبة، مما يستدعي أن تقوم الدولة الجزائرية بإعداد إستراتيجية جديدة لتنمية و تطوير القطاع السياحي تأخذ في الحسبان أن يتم تمويله عن طريق البنوك الإسلامية مع السعي المستمر لتدعيم هذا الخيار التمويلي بما يتناسب مع طبيعة و خصوصية القطاع السياحي، و سنبرز ذلك فيما يلي.

أولاً: نبذة عن انفتاح الجزائر على الصيرفة الإسلامية

إن الجزائر كغالبية الدول العربية و الإسلامية و حتى الغربية، قامت بفتح المجال أمام الصيرفة الإسلامية كي تكون جزء من نظامها المصرفي منذ أن سنت قانون النقد و القرض 90-10 الذي نص على إمكانية منح الترخيص للقطاع الخاص و الأجنبي بإنشاء البنوك في الجزائر و منها البنوك الإسلامية حيث جاء فيه « يجب أن تؤسس بشكل شركات مساهمة، البنوك و المؤسسات المالية الخاضعة للقانون الجزائري. و يمكن الترخيص بالمساهمات الأجنبية في البنوك و المؤسسات المالية الخاضعة للقانون الجزائري شريطة أن تمنح البلاد الأجنبية المعاملة بالمثل للرعايا الجزائريين أو الشركات الجزائرية¹، و أيضا « يرخّص المجلس* بتأسيس كل بنك و مؤسسة مالية خاضعة للقانون الجزائري²».

و في إطار هذا القانون لا يسمح بقيام البنوك الإسلامية بمعنى الكلمة بل بنوك تتعامل بمنتجات الصيرفة الإسلامية³، لكن رغم هذه المعوقات تم إنشاء بنك البركة الجزائري سنة 1991 م كشركة مساهمة برأسمال مختلط بين القطاع العام و الخاص يتمثل في بنك الفلاحة و التنمية الريفية من الجزائر و مجموعة دلة البركة من البحرين⁴ و هو أول بنك إسلامي فتح أبوابه في الجزائر، ثم بعد ذلك بسنوات طويلة تم إنشاء بنك السلام سنة 2008 م و الذي باشر أعماله حديثا من خلال تقديم مجموعة من الخدمات المالية وفقا لأحكام الشريعة الإسلامية، ليكون بذلك ثاني بنك إسلامي يدخل السوق المصرفية الجزائرية و أكبر المصارف الخاصة العاملة

¹ المادة 128، قانون النقد و القرض 90-10، مرجع سبق ذكره، ص 535.

* مجلس النقد و القرض و هو مجلس إدارة البنك المركزي.

² المادة 129، قانون النقد و القرض 90-10، مرجع سبق ذكره، ص 535.

³ كمال رزق، « تقييم تجربة البنوك الإسلامية بالجزائر في إدارة المخاطر الإنتماية»، ورقة مقدمة في إطار " ملتقى الخرطوم للمنتجات المالية الإسلامية"، النسخة الرابعة، المنعقد يومي 05 و 06 أفريل 2012 م، ص 25.

⁴ بعزير السعيد، مخلوفي طارق، « متطلبات تفعيل الصيرفة الإسلامية في الجزائر لتعزيز تمويل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة»، مداخلة مقدمة في إطار الملتقى الوطني حول: " إشكالية استدامة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر"، المنعقد يومي 06 و 07 ديسمبر 2017 م، جامعة الشهيد حمة لخضر - الوادي -، الجزائر، ص 11.

بالجزائر¹، بالإضافة إلى ذلك و بداية من جانفي 2018 م سمحت السلطات الحكومية لبعض البنوك التقليدية بتقديم خدمات مصرفية متوافقة مع أحكام الشريعة الإسلامية من خلال النوافذ الإسلامية المتواجدة بفروعها و هي ثلاثة بنوك خاصة تتمثل في بنك الخليج الجزائري، تراست، BNP Paribas، و أربعة بنوك عمومية حيث سبق و أن تم ادراج الصيغ الإسلامية على مستوى بنك التوفير و الاحتياط فضلا عن بنك الفلاحة و التنمية الريفية الذي قدم منتجات حلال للمنشآت الصغيرة و المتوسطة ابتداء من شهر نوفمبر 2017 م. كما طبقت الحكومة الجزائرية الصيرفة الإسلامية بشكل محدود عبر صندوق الزكاة و هي مؤسسة عمومية تابعة لوزارة الشؤون الدينية و الأوقاف الذي أطلق سنة 2003 م، و قد قام هذا الصندوق بتمويل المنشآت الصغيرة و المتوسطة خاصة لفئة الشباب و بدون أية فوائد حيث رافقه حينها شعار " أعطه المال ليصبح مزكيا هو الآخر"².

و من الجدير بالذكر هنا أن الجزائر تعتبر من الدول السبّاقة إلى اعتماد البنوك الإسلامية مقارنة بدول الجوار و بعض الدول العربية الأخرى، و يكفي هذا البلد فخرا أن فكرة إنشاء بنك إسلامي هي جزائرية بامتياز يرجع الفضل في ذلك للعلامة إبراهيم أبو اليقضان الذي قدم مشروعا متكاملا إلى إدارة الاحتلال الفرنسي سنة 1929 م من أجل إنشاء بنك إسلامي جزائري، و الذي تم رفضه طبعا حيث لا غرابة في ذلك لأن فرنسا لم تكن لتسمح للجزائريين بممارسة نشاطهم المالي بما يتماشى مع مبادئ الدين الإسلامي³.

ثانيا: مكانة الصيرفة الإسلامية في السوق المصرفي الجزائري

يتميز النظام المصرفي في الجزائر بهيمنة البنوك التقليدية على الساحة المصرفية حيث بلغت حصة البنوك الإسلامية 2 % فقط من إجمالي النشاط المصرفي الجزائري بقيمة 200 مليار دج و 16 % من إجمالي البنوك الخاصة العاملة في الجزائر⁴ و التي تسيطر على حصة سوقية مقدرة ب 14,4 % مقابل 85,6 % من الساحة المصرفية لصالح البنوك العمومية⁵، و رغم ذلك فإن البنوك الإسلامية تحقق أعلى معدلات العائد على الاستثمار متجاوزة 20 % في المتوسط، كما عرف نشاط البنوك الإسلامية داخل النظام المصرفي الجزائري نموا بلغ 15 % في المتوسط و هو معدل نمو أسرع من وتيرة البنوك التقليدية، حيث يرجع ذلك إلى تطور و نمو

¹ لخديمي عبد الحميد، بحيث حسان، « قراءة تاريخية في تطور العمل بالصيرفة الإسلامية في دول المغرب العربي »، ورقة بحثية مقدمة في إطار الملتقى الدولي الأول حول: " الاقتصاد الإسلامي الواقع و رهانات المستقبل "، المنعقد يومي 23 و 24 فيفري 2011 م، المركز الجامعي - غرداية -، الجزائر، ص ص 12، 13.

² اقتصاد - صفحات متنوعة، « الجزائر تدرج الصيرفة الإسلامية في 6 بنوك حكومية بحلول العام المقبل »، الموقع الإلكتروني: <http://www.almanar.com.lb>، تاريخ الاطلاع: 2018/10/26 م.

³ كمال بوزيدي، محمد بوجلال، « الأسس الشرعية و القانونية للبنوك الإسلامية بالجزائر »، بحث مقدم لليوم الدراسي حول " الصيرفة الإسلامية: الواقع و الآفاق "، الذي نظّمته اللجنة المالية و الميزانية بالمجلس الشعبي الوطني، يوم 04 أبريل 2018 م، الجزائر، ص 2.

⁴ عبد الوهاب بوكروخ، « نشاط البنوك الإسلامية بالجزائر بلغ 15 % »، الموقع الإلكتروني: <https://www.echoroukonline.com>، تاريخ الاطلاع: 2018/10/22 م.

⁵ بنك الجزائر، التقرير السنوي 2017 م، جويلية 2018 م، ص 72.

العمليات التي تقوم بها هذه البنوك، فقد عملت هذه الأخيرة على منح التمويل للعديد من المشاريع في المجال الاستثماري و التنموي، إذ أن بنك البركة قام برفع التمويل المصغر المخصص للمنشآت الصغيرة من مليون دج ليصل إلى 2 مليون دج و يسعى البنك لتمويل عمليات شراء السكنات لصالح عملائه، كما تمكن بنك السلام من رفع مستوى تمويلاته الإسلامية من 29 مليار دج إلى 39 مليار دج منذ بداية 2017 م، مسجلا في نفس الوقت ارتفاعا في قيمة الودائع بـ 20 مليار دج خلال سنة 2017 م¹.

من جهة أخرى قامت الجزائر بإدخال مجموعة من الإصلاحات على أنظمتها التشريعية و القانونية بهدف فتح المجال أمام نوع جديد قديم من أعمال الصيرفة، فهي قديمة من حيث النشأة حديثة من حيث تطبيقها في المنظومة المصرفية الجزائرية، كما شرعت عدة بنوك و مؤسسات مصرفية في دراسة جدوى طرح منتجات مصرفية على أساس قواعد المراجعة، و تتوجه أغلب البنوك لاعتماد صيغة جديدة خاصة بالقروض الإسلامية أو ما يعرف بالقروض التساهمية التشاركية.

ثالثا: الصيغ الإسلامية المقترحة لتمويل القطاع السياحي في الجزائر

إن انفتاح النظام المصرفي الجزائري على الصيرفة الإسلامية سيمكن الجزائر من الاستفادة مما تتيحه البنوك الإسلامية من صيغ تمويلية في مختلف المجالات خاصة في المجال السياحي، سواء فيما يخص إنجاز أو استكمال أو عصنة المشاريع السياحية حيث يتم تكييف صيغ التمويل الإسلامي الملائمة لحجم و طبيعة و خصوصية المشروع السياحي كما يلي:

1- تمويل إنجاز المشاريع السياحية الضخمة: يعتبر الاستثمار في الفنادق و القرى السياحية من العمليات التي تكون تكاليفها مرتفعة و تستغرق مدة طويلة لإنجازها و تحقيق العوائد حيث تتراوح بين 6 و 8 سنوات، مما يتطلب صيغ تمويلية تتناسب مع هذه الوضعية و التي تتمثل أساسا في المشاركة سواء الثابتة أو منتهية التمليك حيث تضمن دمج كل المتعاملين المهتمين بالقطاع السياحي كما تخفف من حجم المخاطر لأنها لا تقع على مستثمر واحد، و تكون الدولة الضامن الأساسي للمستثمرين في القطاع السياحي لدى البنك الإسلامي و تتضمن عقود المشاركة تمويل عمليات الإنجاز فقط بينما عملية التجهيز تمول عن طريق التمويل الإيجاري.

2- تمويل تجهيز الهياكل السياحية: إن الطبيعة الخدمية للقطاع السياحي تستوجب توفر التجهيزات داخل الفنادق و المطاعم و غيرها مثل تجهيزات التنظيف و وسائل النقل...، و يعتبر إيجاد أداة تمويلية مناسبة لتجهيز الهياكل السياحية سواء كانت منجزة حديثا أو في إطار التجديد ضرورة لتغطية هذه الحاجة التمويلية التي تكون متوسطة أو طويلة الأجل، حيث توفر البنوك الإسلامية نوعين من الإجارة هما الإجارة المنتهية بالتمليك

¹ عبد الوهاب بوكروح، « نشاط البنوك الإسلامية بالجزائر بلغ 15 % »، الموقع الإلكتروني:

<https://www.echoroukonline.com>، تاريخ الاطلاع: 2018/10/22 م.

و الإجارة التشغيلية، و التي تسمح بتجهيز الهياكل السياحية بطريقة تخفف العبء المالي من جهة، و التجديد الدوري للآلات و المعدات من جهة أخرى مما يبقي نوعية الخدمات السياحية في مستوى عالي من الجودة.

3- تمويل إنجاز المشاريع السياحية الصغيرة: تتمثل المشاريع الصغيرة في القطاع السياحي في مجموعة المرافق العادية مثل المقاهي، المطاعم، النوادي، قاعات الشاي... بالإضافة إلى المشاريع الخاصة بالصناعات التقليدية و الحرف اليدوية، حيث يمكن تمويل هذه المشاريع وفقا لصيغة المضاربة التي يقوم بها البنك الإسلامي لصالح المشروع السياحي أي يتكفل البنك بعمليات الإنجاز من خلال إبرام عقود مع المقاولين، و تتدخل الدولة كضامن للمشروع على أن يقوم صاحب المشروع السياحي بتسديد رأسمال المضاربة.

4- إصلاح و تجديد الهياكل السياحية: يمكن للهياكل السياحية الاستفادة من عقود الاستصناع حيث تتكفل البنوك الإسلامية بالتجديد و الإصلاح عن طريق عقد مع المقاول الذي يقوم بالصفقة التي يدفع قيمتها البنك، ثم يقوم صاحب المشروع السياحي بدفع تلك القيمة للبنك حسب الاتفاق في العقد الذي بينهما، و يمكن أن تتدخل الدولة لدعم عمليات التجديد بدفع قسط من قيمة الصفقة التي يتحملها في الأخير صاحب المشروع السياحي.

5- تمويل رأس المال العامل للمشاريع السياحية: يتم تمويل دورة نشاط الهياكل السياحية عن طريق الصيغ التمويلية قصيرة الأجل بحيث لا تتدخل الدولة لضمان التمويل و إنما تبنى على أساس الثقة و التعامل الدائم بين المستثمر السياحي و البنك الإسلامي، و ذلك وفقا لصيغة المراوحة أو السلم و التي تمكن الهياكل السياحية من الحصول على السلع و المواد الأولية مثل تموين المطعم مقابل أن يسدد صاحب المشروع للبنك الإسلامي المبلغ مضاف إليه هامش الربح على أن يكون الدفع مؤجلا أي خلال الفترات التي يحقق فيها المشروع السياحي أرباحا تغطي جميع التكاليف.

المطلب الرابع: سبل استفادة الجزائر من التجربة السعودية في تمويل المشاريع السياحية

لقد أثبتت تجربة الجزائر في السياحة أنها مازالت غير مستغلة بالشكل الأمثل، كما أن تمويل الجزائر للقطاع السياحي لا يزال ضعيفا جدا، و باعتبار الجزائر تمتلك كل المؤهلات السياحية فإن اقتراح إستراتيجية تنمية للقطاع السياحي من خلال توفير البديل التمويلي المناسب يجب أن تنطلق من مجموعة من التفاصيل التي بلورتها التجربة السعودية الناجحة مع محاولة الاستفادة منها بطريقة إيجابية، و لما لا إقامة شركات معها في ذات الشأن، و وفقا لما تم تناوله فإن أهم الدروس المستفادة من هذه التجربة ما يلي:

- 1- تحفيز الاستثمارات السياحية من خلال تطوير البنية التحتية للجزائر.**
- 2- تدخل الدولة الجزائرية في العملية التمويلية للقطاع السياحي فمن الضروري أن تتحمل الدولة نسبة من العبء المالي خاصة في بداية انطلاق المشروع السياحي نظرا لأنه لا يحقق عوائد إلا في الآجال المتوسطة و الطويلة.**

- 3-** تنوع مصادر التمويل للقطاع السياحي كما فعلت المملكة العربية السعودية مع العمل على زيادة فاعلية البنوك التقليدية و البنوك الإسلامية فضلا عن تذليل كافة الصعوبات التي تواجهها لتفعيل دورها في تمويل المشاريع السياحية.
- 4-** تبسيط و تسهيل إجراءات الحصول على القروض من خلال التركيز على منح قروض حسنة من أجل تشجيع و تحفيز المستثمرين خاصة الشباب منهم على إنشاء مشاريع سياحية خاصة بهم مثل ما قام به البنك السعودي للتسليف و الادخار، باعتبار الفوائد تمثل أهم العوائق التي تقف أمام المستثمرين.
- 5-** تحفيز النظام المصرفي على استحداث برامج و آليات تمويل المنشآت السياحية خاصة الصغيرة و المتوسطة مثل ما قام به البنك السعودي للتسليف و الادخار (مسارات التمويل) لتحفيز الشباب ذوي الأفكار المبدعة و الأسر المنتجة على إقامة مشاريعهم الصغيرة و رعايتها مع تزويدهم بمختلف الخدمات الاستشارية اللازمة لإنجاح هذه المشاريع.
- 6-** فتح المجال أمام البنوك التقليدية و الإسلامية لتمويل المنشآت السياحية الصغيرة و المتوسطة كما فعلت المملكة العربية السعودية من خلال برنامج كفالة.
- 7-** نظرا للدور و الأهمية الكبيرة التي تلعبها الصيرفة الإسلامية في تعزيز و تمويل القطاع السياحي و تنميته فإنه يتحتم على السلطات الجزائرية توفير جملة من المتطلبات لتفعيل و توطين الصيرفة الإسلامية في الاقتصاد الجزائري، منها ما يتعلق بضرورة تأهيل العنصر البشري الذي ستوكل له المهمة، و منها ما يتعلق بضرورة الابتكار و التطوير، أما أهمها ما يتعلق بالجانب التشريعي و ضرورة التكييف القانوني للعمل المصرفي الإسلامي و تنظيم العلاقة مع بنك الجزائر من خلال دراسة القوانين المنظمة لعمل البنوك الإسلامية في السعودية و تطبيقها على مستوى الجزائر.
- 8-** تمويل البنوك الإسلامية للقطاع السياحي في الجزائر يكون وفق صيغ أكثر موائمة مع طبيعة و خصوصية المشاريع السياحية مثلما قام به مصرف الراجحي .
- 9-** إن التطور الهائل و المستمر في تقنيات العمل المصرفي يفرض على البنوك الإسلامية في الجزائر مواكبة هذا التطور بما يتماشى و أحكام الشريعة الإسلامية بإصدار إحدى البطاقات البنكية الدولية مثل بطاقة فيزا و ماستر كارد لتسهيل المعاملات المالية للسياح.

خلاصة الفصل الرابع

من خلال استعراضنا لتجربة المملكة العربية السعودية في تمويل القطاع السياحي يمكن القول بأن هذا الأخير قد حظي برعاية كبيرة و أن تنوع مصادر التمويل لأبرز دليل على ذلك، و تعتبر هذه التجربة من التجارب العربية الناجحة في تمويل المشاريع السياحية عن طريق المنتجات المالية المتوافقة مع أحكام الشريعة الإسلامية حيث تصدرت المملكة العربية السعودية المركز الأول في الشرق الأوسط و ستواصل ذلك في المستقبل، مع نمو كبير متوقع خلال السنوات القادمة للمصرفية الإسلامية التي تستحوذ على أكثر من نصف السوق حاليا.

فالسعودية التي تعمل على أراضيها أربع مصارف إسلامية أولها مصرف الراجحي الذي يعتبر أكبر بنك إسلامي في العالم و الذي لعب دورا بارزا في تمويل القطاع السياحي و ساهم في إنجاز مشاريع سياحية ضخمة، حيث يقدم مصرف الراجحي للمنشآت السياحية خاصة الصغيرة و المتوسطة حلولاً مصرفية متكاملة ما بين حلول تمويلية و غير تمويلية جميعها تتوافق مع المعايير الدولية و أحكام الشريعة الإسلامية من أهمها منتجات التمويل التي تشمل البيع لأجل، المراجعة، المشاركة، الاستصناع، و منتجات تم ابتكارها من طرف المصرف مثل منتج إيراد و منتج تمويل نقاط البيع، بالإضافة إلى منتجات و خدمات تمويل التجارة الخارجية التي تشمل الاعتمادات المستندية بالمشاركة أو المراجعة مع توقع بأن يتمكن المصرف من الاستمرار في تقديم التمويل الإسلامي لمشاريع سياحية أخرى في الفترة المقبلة.

و يعتبر نجاح المملكة العربية السعودية كدولة مسلمة ليس أمراً مفاجئاً خاصة و أنها تحتضن السياحة الدينية المتمثلة في الأماكن المقدسة لدى المسلمين أين يقومون بأداء فريضة الحج و العمرة، فضلا على أنها تقوم بتطبيق الشريعة الإسلامية على كافة الأصعدة، كما أنها تطبق نظاما مرنا تجاه المتطلبات الشرعية للبنوك و المؤسسات المالية الإسلامية بحيث تسمح لكل بنك إسلامي بإجراء تقييم ذاتي عبر هيئاتها الشرعية لمدى تطابق المنتجات التمويلية مع الشريعة الإسلامية.

و الجزائر في السنوات الأخيرة أصبحت تهتم بالقطاع السياحي و تضعه ضمن إستراتيجياتها التنموية باعتباره قطاعا مذكرا للعمولات الصعبة و بديلا حقيقيا لقطاع المحروقات الذي تراجعت إيراداته بسبب الانخفاضات المتواصلة لأسعار النفط، إلا أن هناك جملة من المعوقات التي حالت دون إمكانية الدولة للنهوض بالقطاع السياحي و من أهمها السياسة التمويلية، لذا أصبح من الضروري على الجزائر العمل على تنويع مصادر التمويل من جهة، و الاعتماد على البنوك الإسلامية في تمويل المشاريع السياحية في ظل انفتاح الجزائر على الصيرفة الإسلامية من جهة أخرى، كما فعلت نظيرتها السعودية مع العمل على زيادة فاعلية هذه البنوك من خلال تذليل كافة الصعوبات التي تواجهها لتفعيل دورها في عملية تطوير القطاع السياحي و تنميته.

خاتمة

حظي القطاع السياحي باهتمام كبير في الكثير من بلدان العالم باختلاف أنظمتها السياسية و الاقتصادية و الاجتماعية و منها المملكة العربية السعودية التي تحتضن السياحة الدينية المتمثلة في الأماكن المقدسة لدى المسلمين و أداء فريضتي الحج و العمرة، و الجزائر من بين هذه الدول التي لطالما تعالت فيها الخطابات السياسية التي تدعو إلى ضرورة الاهتمام بالقطاع السياحي كأحد البدائل الإستراتيجية لقطاع المحروقات، و من أجل تطوير القطاع السياحي و تنميته لابد من تشجيع الاستثمار في هذا المجال من خلال توفير التمويل الملائم لطبيعة و خصوصية القطاع السياحي.

و في هذا الإطار حاول هذا البحث الوقوف على إمكانية البنوك الإسلامية في أن تحل محل البنوك التقليدية في تمويل القطاع السياحي و تكون بديلا واقعا لها، و ذلك من خلال ابراز الدور الذي تلعبه البنوك الإسلامية في تمويل مختلف المشاريع السياحية وفق صيغ التمويل المتنوعة التي تستخدمها. مع إلقاء الضوء على تجربة المملكة العربية السعودية و اسقاطها على الجزائر في ظل اهتمامها بتنمية و تطوير القطاع السياحي ضمن خططها و إستراتيجياتها التنموية من جهة، و انفتاح الجزائر على البنوك الإسلامية من جهة أخرى.

أولا: النتائج و اختبار الفرضيات

تمثل أهم النتائج التي تم التوصل إليها من خلال هذا البحث فيما يلي:

1- يختلف مفهوم السياحة في الإسلام عن المفهوم الحديث للسياحة و الذي يقصد به السفر بهدف الترفيه و الترويح عن النفس في أوقات الفراغ، أما السياحة في الإسلام فهي مرتبطة بتحقيق ذلك الهدف بالإضافة إلى أهداف أخرى و لكن في إطار الشريعة الإسلامية التي تجعلها بعيدة عن الانحراف.

2- لا ينحصر مفهوم السياحة الإسلامية في السياحة الدينية القائمة على زيارة الأماكن المقدسة أو أداء فريضتي الحج و العمرة، و إنما أباح الإسلام السياحة التي تكون دوافعها نبيلة و يتم فيها الالتزام بالضوابط الشرعية التي أقرتها الشريعة الإسلامية سواء تلك المتعلقة بالسائح أو الزمان أو الموقع الذي يمارس فيه النشاط السياحي و هو ما يعرف بالسياحة المشروعة.

3- إن الأخذ بكل وسائل و فنون الابتكار و الإبداع من أجل التأسيس لصناعة سياحية إسلامية يتم من خلال توفير أماكن لممارسة الشعائر الدينية مثل المساجد و مصليات للنساء و الرجال في كل المرافق السياحية التي يجب أن لا تتضمن نوادي ليلية و لا تقدم المشروبات الكحولية كما لا تقدم الأطعمة المحرمة شرعا، فضلا عن الفصل بين مسابح الرجال و النساء مع وجود شواطئ خاصة بالسيدات فقط، و هذا ما يثبت صحة الفرضية الأولى.

4- من أجل الاقبال على الدولة السياحية لابد من تطوير القطاع السياحي من خلال تطوير البنية التحتية و تحسين مستوى الخدمات الأساسية التي تتفاعل مع تنمية القطاع السياحي، و التي يقع على عاتق الدولة توفيرها حيث تلعب دورا مهما في تنشيط القطاع السياحي مع ضرورة التخطيط و التنسيق المستمر بين القطاعين العام و الخاص، فضلا عن تطوير البنية الفوقية أو ما يعرف بالمنشآت السياحية أو هياكل القطاع

السياسي، التي يجب أن تتوفر وفق تنوع و تعدد المقومات السياحية المتاحة في أي دولة خاصة وسائل الإقامة مثل الفنادق و القرى السياحية و غيرها، بالإضافة إلى مؤسسات تقديم الخدمات السياحية مثل المطاعم و المقاهي و الوكالات السياحية.

5- يلعب الارشاد و الاعلان السياحي دورا بالغ الأهمية في دعم القطاع السياحي، كما تعتبر التجارة الإلكترونية أحد الأساليب الحديثة التي يجب على المنظمات السياحية في الوقت الحاضر تبنيها من أجل إحداث تغيير في أداءها عالميا، فالقطاع السياحي هو من بين القطاعات الاقتصادية الأكثر تقبلا لفكرة تبني التجارة الإلكترونية و تطبيقاتها من خلال ما يطلق عليه بالسياحة الإلكترونية.

6- يمثل قطاع الصناعات التقليدية و الحرف اليدوية أداة فعالة في تعزيز و ترقية القطاع السياحي فالسائح يبحث دائما على أخذ منتج تذكاري يعكس ثقافة البلد المضيف له، فهو لا يعود إلى بلده دون اقتناء المنتجات التقليدية التي تعتبر كواجهة للبلد أو المنطقة السياحية التي زارها، و لأن الحضارات و المجتمعات يتم التعرف عليها من خلال ما تقدمه من منتجات مادية و معنوية تمثل نتاجا حضاريا لآلاف السنين من التفاعل الحي بين المجتمعات و بيئتها الطبيعية.

7- تعتمد إستراتيجية تطوير القطاع السياحي و تنميته على عدم اهمال الجانب التمويلي، و بالرغم من تنوع مصادر تمويل القطاع السياحي بين الموارد الذاتية و الحكومية و الخاصة و الأجنبية، كانت البنوك التقليدية تمثل الملجأ الأساسي لكل المستثمرين السياحيين، و قد أثبتت هذه البنوك عدم قدرتها على التكيف مع طبيعة و خصوصية القطاع السياحي، و ذلك في ظل حقيقة اعتمادها في تمويل المشاريع السياحية على أداة واحدة و هي القروض بفائدة.

8- تعتبر صيغ التمويل الإسلامي من الوسائل المثلى لتوفير الاحتياجات التمويلية للقطاع السياحي في ظل طبيعة و خصوصية القطاع السياحي من جهة، و مشاكل التمويل بالقروض المصرفية في البنوك التقليدية من جهة أخرى و هذا ما يثبت صحة الفرضية الثانية.

9- أثبتت البنوك الإسلامية كفاءتها في تمويل المشاريع السياحية من خلال ارتباط هذه الكفاءة بمبادئ التمويل الإسلامي و أيضا بتنوع و تعدد أساليب و صيغ التمويل الإسلامي بالمقارنة مع محدودية أدوات التمويل التقليدي مثل المشاركة و المضاربة و المراجعة و السلم و غيرها، بصورة تساهم في تغطية الاحتياجات التمويلية لمختلف المشاريع السياحية الضخمة و حتى الصغيرة و المتوسطة منها، بما يتناسب مع طبيعتها و حجمها و لآجال قصيرة و متوسطة و حتى طويلة الأجل، و هذا ما يثبت صحة الفرضيتين الثالثة و الرابعة.

10- تمكنت الهندسة المالية الإسلامية من ابتكار مجموعة من المنتجات المالية التي يمكن أن تلي الاحتياجات التمويلية و الاستثمارية لمختلف المتعاملين مع البنوك الإسلامية، كان من أبرزها الصكوك الإسلامية التي يتم إصدارها وفق صيغ التمويل الإسلامية المعروفة مثل صكوك المشاركة و المضاربة و المراجعة و غيرها، بالإضافة إلى التورق المصرفي الإسلامي و شهادات الاستثمار، و بالتالي تحقيق ميزة تنافسية مقارنة بالبنوك التقليدية لتكون

بديلا واقعيا لها في جميع القطاعات الاقتصادية خاصة القطاع السياحي، و من ثم تفعيل و تعزيز دورها في تمويل مختلف المشاريع السياحية سواء الضخمة أو الصغيرة و المتوسطة الحجم وفق آجال قصيرة أو متوسطة أو طويلة، مما يؤدي إلى النهوض بالقطاع السياحي و تنميته و هذا ما يثبت صحة الفرضيتين الثانية و الرابعة.

11- حظي القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية برعاية و اهتمام كبيرين و أن تنوع الجهات التمويلية لأبرز دليل على ذلك، مما ساهم في تحقيق الجودة للخدمات السياحية المقدمة و حسن الضيافة و هذا ما تفتقده السياحة الجزائرية رغم ما تملكه من مؤهلات سياحية، حيث أثبتت التجربة السياحية في المملكة نجاحها في جعل السياحة مصدرا هاما من مصادر تنويع الدخل.

12- تعتبر التجربة السعودية من التجارب العربية الناجحة في تمويل المشاريع السياحية عن طريق المنتجات المالية المتوافقة مع أحكام الشريعة الإسلامية حيث تصدرت المملكة العربية السعودية المركز الأول في الشرق الأوسط و ستواصل ذلك في المستقبل، مع نمو كبير متوقع خلال السنوات القادمة للمصرفية الإسلامية التي تستحوذ على أكثر من نصف السوق حاليا و هذا ما يثبت صحة الفرضية الثانية.

13- يمثل مصرف الراجحي أكبر بنك إسلامي في العالم و الذي لعب دورا بارزا في تمويل القطاع السياحي و ساهم في تمويل إنجاز مشاريع سياحية ضخمة و لآجال طويلة وصلت إلى 11 سنة، حيث يقدم مصرف الراجحي للمنشآت السياحية خاصة الصغيرة و المتوسطة حلولا مصرفية متكاملة ما بين حلول تمويلية و غير تمويلية جميعها تتوافق مع المعايير الدولية و أحكام الشريعة الإسلامية من أهمها المشاركة و المراجعة و غيرها، بالإضافة إلى المنتجات التي تم ابتكارها من طرف المصرف مثل منتج إيراد و منتج تمويل نقاط البيع، مع توقع بأن يتمكن المصرف من الاستمرار في تقديم التمويل الإسلامي لمشاريع سياحية أخرى في الفترة المقبلة و هذا ما يثبت صحة الفرضيتين الثالثة و الرابعة.

14- ضعف تنافسية القطاع السياحي الجزائري رغم الثراء الطبيعي و امتلاك الجزائر لمقومات الجذب السياحي، حيث يرجع السبب في ذلك إلى أن السياسات الحكومية المتعاقبة لتنمية القطاع السياحي و تطويره ظلت عاجزة عن النهوض بالقطاع السياحي خاصة السياسات التمويلية، رغم انتهاج التخطيط كأساس عملي في عملية التنمية السياحية سواء خلال مرحلة الاقتصاد الموجه أو خلال مرحلة الانفتاح على اقتصاد السوق.

15- يمكن للجزائر أن تستفيد من التجربة السعودية في تمويل المشاريع السياحية خاصة في ظل انفتاح الجزائر على الصيرفة الإسلامية، مع العمل على زيادة فاعلية هذه البنوك من خلال تذليل كافة الصعوبات التي تواجهها لتفعيل دورها في عملية تطوير القطاع السياحي و تنميته.

ثانيا: التوصيات

يمكن اقتراح مجموعة من التوصيات التالية:

- 1- تنمية الوعي السياحي المجتمعي نظرا لأهمية و دور السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية و السياسية.
- 2- تطوير التعليم السياحي من أجل تدريب و تأهيل العاملين في القطاع السياحي بهدف بناء كفاءات و مهارات عالية، و تنمية الوعي لديهم لأداء مهنتهم على أحسن وجه نظرا لاعتماد القطاع السياحي على الموارد البشرية التي تتعامل مباشرة مع السياح.
- 3- يجب على الجزائر أن تتخذ القطاع السياحي كخيار استراتيجي و بديل حقيقي لتحقيق التنوع الاقتصادي، نظرا للآثار الإيجابية لهذا القطاع على زيادة تدفق العملة الصعبة.
- 4- تحقيق و تعزيز الأمن و الاستقرار السياحي في الجزائر كأساس لتحقيق التنمية السياحية و تنشيط حركة السياحة، من خلال توفير ما يعرف بشرطة السياحة فرما الجزائر هي الدولة الوحيدة التي لا يوجد بها الشرطة السياحية.
- 5- إدراج ملف العمل المصرفي الإسلامي ضمن ملفات إصلاح المنظومة المصرفية و المالية، و إعطائه المكانة اللائقة ضمن أولويات إصلاح الاقتصاد الجزائري.
- 6- توسيع التعريف القانوني للعمليات المصرفية الوارد في قانون النقد و القرض ليشمل العمليات المصرفية المتوافقة مع أحكام الشريعة الإسلامية، سواء في مجال تعبئة المدخرات أو في مجال التمويل أو الخدمات المصرفية الأخرى.
- 7- تنظيم ملتقيات و ندوات حول التمويل الإسلامي من طرف البنوك الإسلامية في الجزائر أو من طرف الجامعات المختصة من أجل تحسيس العملاء بأهمية و كفاءة التمويل الإسلامي في تمويل مختلف القطاعات الاقتصادية و خاصة القطاع السياحي، عن طريق استعراض التجارب و النماذج الدولية الناجحة في هذا المجال، مع محاولة تطبيق تلك النماذج في الجزائر للاستفادة منها في تنمية و تطوير القطاع السياحي عن طريق التمويل الإسلامي.
- 8- وضع الخطط العامة و البرامج التنفيذية للتنمية السياحية و تطوير أنشطتها و تحديد المتطلبات و المستلزمات المالية و الإدارية و الفنية في إطار الموازنة العامة و البرامج الاستثمارية و التمويلية لتنفيذها.

ثالثا: آفاق البحث

- 1- آليات تفعيل صيغة المشاركة المنتهية بالتمليك في تمويل المشاريع السياحية الضخمة.
- 2- دور السلم في تمويل الفنادق السياحية.
- 3- آلية قياس و توزيع الأرباح الناجمة عن الاستثمار السياحي في البنوك الإسلامية.
- 4- دور البنوك الإسلامية في تحقيق التنمية السياحية المستدامة.
- 5- دور السياحة الإسلامية في تحقيق التنمية الاقتصادية و الاجتماعية.

المصادر و المراجع

أولاً: المصادر باللغة العربية

1- القرآن الكريم برواية حفص عن عاصم

2- كتب التفسير و علوم القرآن

- 1- أبو الفداء اسماعيل بن عمر بن كثير القرشي الدمشقي، تفسير القرآن العظيم، الطبعة الثانية، دار طيبة، الرياض، 1420 هـ / 1999 م.
- 2- أبو بكر محمد بن عبد الله المعروف بابن العربي، أحكام القرآن، الطبعة الثالثة، دار الكتب العلمية، بيروت، 1424 هـ / 2003 م.
- 3- أبو جعفر محمد بن جرير الطبري، جامع البيان عن تأويل آيات القرآن: تفسير الطبري، مكتبة ابن تيمية، القاهرة.

3- كتب الحديث

- 1- أبو القاسم سليمان بن أحمد الطبراني، المعجم الأوسط، دار الحرمين، القاهرة، 1415 هـ / 1995 م.
- 2- أبو داود سليمان بن الأشعث الأزدي السجستاني، سنن أبي داود، طبعة خاصة، دار الرسالة العالمية، الجمهورية العربية السعودية، 2009 م / 1430 هـ.
- 3- أبو عبد الله الحاكم النيسابوري، المستدرک علی الصحیحین، الطبعة الأولى، دار الحرمين، القاهرة، 1417 هـ / 1997 م.
- 4- أبو عبد الله محمد بن يزيد القزويني، سنن ابن ماجه، دار احياء الكتب العربية.
- 5- أبو عيسى محمد بن عيسى الترمذي، الجامع الكبير، الطبعة الأولى، دار الغرب الإسلامي، 1996 م.
- 6- أبو عيسى مسلم بن حجاج، صحيح مسلم، الطبعة الأولى، دار طيبة، 1427 هـ / 2006 م.
- 7- جلال الدين السيوطي و حاشية الإمام السندي، شرح سنن النسائي، الطبعة الرابعة، مكتب المطبوعات الإسلامية، حلب، 1414 هـ / 1984 م.
- 8- مالك بن أنس، الموطأ، 1406 هـ / 1985 م.
- 9- محمد بن إسماعيل أبو عبد الله البخاري الجعفي، صحيح البخاري، الطبعة الأولى، دار طوق النجاة، 1422 هـ.

4- المعاجم

- 1- ابن منظور، لسان العرب، دار صادر، بيروت، 2003 م.
- 2- أبو الحسين أحمد بن فارس بن زكريا، معجم مقاييس اللغة، دار الفكر.

- 3- أبو منصور عبد الملك بن محمد بن اسماعيل الثعالبي، فقه اللغة و أسرار العربية، الطبعة الثانية، المكتبة العصرية، بيروت، 1420 هـ.
- 4- مجمع اللغة العربية، المعجم الوجيز، مجمع اللغة العربية، القاهرة، 1989 م.

ثانيا: المراجع باللغة العربية

1- الكتب

- 1- ابراهيم خليل بظاظو، أحمد فرحان العمارة، السياحة و السفر، الطبعة الأولى، إدارة المناهج و الكتب المدرسية، 2011 م.
- 2- أبو مجد حرك، البنوك الإسلامية مالها و ما عليها، الطبعة الأولى، دار الصحوة، القاهرة.
- 3- أحمد الطاهر عبد الرحيم، تسويق الخدمات السياحية، الطبعة الأولى، دار الوفاء، الإسكندرية، 2012 م.
- 4- أحمد ماهر، عبد السلام أبو قحف، تنظيم و إدارة المنشآت السياحية و الفندقية، الطبعة الثانية، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية، 1999 م.
- 5- أحمد وصفي حماد، عمار عبد الهادي، التخطيط و الإدارة في المطاعم، الطبعة الأولى، دار المسيرة، عمان، 2002 م.
- 6- إيهاب فتحي عبد العزيز، مراقبة الأغذية في صناعة الفنادق، الطبعة الأولى، دار الوفاء، الإسكندرية، 2007 م.
- 7- جلييلة حسن حسنين، دراسات في التنمية الاقتصادية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2006 م.
- 8- جمال لعامرة، المصارف الإسلامية، دار النبأ، الجزائر، 1996 م.
- 9- حسن الحسن، السياحة صناعة و علاقات عامة، الطبعة الأولى، الدار اللبنانية، 1978 م.
- 10- حسن الرفاعي، مبادئ الاستجمام السياحية، الطبعة الأولى، دار المسيرة، عمان، 2001 م.
- 11- حميد عبد النبي الطائي، بشير عباس علاق، سلوكيات السائح و الطلب السياحي، دار زهران، عمان، 2000 م.
- 12- خالد مقابلة، التسويق الفندقي، الطبعة الأولى، دار وائل، عمان، 2011 م.
- 13- خيرت ضيف، النظم المحاسبية الخاصة في محاسبة الأقسام و الفروع و محاسبة الفنادق، دار النهضة العربية، بيروت، 1984 م.
- 14- رحيم حسين، الاقتصاد المصرفي، الطبعة الأولى، دار بهاء الدين، قسنطينة، 2008 م.

- 15- رشدي شحاتة أبو زيد، السياحة و الارهاب في ضوء الفقه الإسلامي، الطبعة الأولى، دار الوفاء، الإسكندرية، 2008 م.
- 16- رشدي صالح عبد الفتاح صالح، التمويل المصرفي لمشروعات البنية التحتية بنظام البناء و التشغيل و نقل الملكية **B.O.T**، الطبعة الأولى، اتحاد المصارف العربية، مصر، 2006 م.
- 17- رعد العاني، إدارة الفنادق: مفاهيم سياحية في الإقامة و الإيواء، الطبعة الأولى، دار الحامد، عمان، 2005 م.
- 18- زكي زكي حسين زيدان، حقوق السائح و واجباته في الفقه الإسلامي و القانون الوضعي، الطبعة الأولى، التركي للكمبيوتر و طباعة الأوفست، طنطا، 1998 م.
- 19- سليم محمد خنفر، عملاء حسين السراي، صناعة الفنادق: إدارة و مفاهيم، الطبعة الأولى، دار حرير، عمان، 2011 م.
- 20- شوقي بورقة، الكفاءة التشغيلية للمصارف الإسلامية، الطبعة الأولى، دار النفائس، الأردن، 2014 م.
- 21- صلاح الدين عبد الوهاب، في التخطيط السياحي، الدار القومية، مصر.
- 22- ضياء مجيد الموسوي، البنوك الإسلامية، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 1997 م.
- 23- عادل الفضيل عيد، الربح و الخسارة في معاملات المصارف الإسلامية، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2007 م.
- 24- عبد السلام أبو قحف، إدارة المنشآت السياحية و الفندقية بين النظرية و التطبيق، الدار الجامعية، بيروت، 2004/2003 م.
- 25- عبد العظيم أبو زيد، بيع المرابحة و تطبيقاته المعاصرة في المصارف الإسلامية، دار الفكر، دمشق، 2004 م.
- 26- عبد الكريم حافظ، الإدارة الفندقية و السياحية، الطبعة الأولى، دار أسامة، عمان، 2010 م.
- 27- عبد اللطيف بن أشنهو، التجربة الجزائرية في التنمية و التخطيط 1962 - 1980، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1982 م.
- 28- عبد الله بن عبد الرحمن الجبرين، أحكام السياحة - نوائح و توجيهات للسائحين و السائحات - و يتلوها فتوى لسماحة الشيخ ابن باز رحمه الله عن حكم تعظيم الآثار، أعدها للنشر سليمان بن صالح الخراشي.
- 29- عبد المنعم السيد علي، نزار سعد الدين العيسى، اقتصاديات النقود و المصارف، الأكاديمية للنشر، 1998 م.

- 30- عصمت عدلي، الأمن السياحي و الأثري في ظل قوانين السياحة، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2008 م.
- 31- علي أحمد السالوس، المعاملات المالية المعاصرة في ضوء الشريعة الإسلامية، مكتبة الفلاح، الكويت، 1986 م.
- 32- علي السالوس، حكم ودائع البنوك و شهادات الاستثمار في الفقه الإسلامي، الطبعة الأولى، دار الثقافة، قطر، 1990 م.
- 33- علي بن أحمد الأحمد، السياحة و معالم الدعوة إلى الله في المواقع السياحية - دراسة شرعية تأصيلية - الطبعة الأولى، مكتبة الرشد، الرياض، 1427 هـ، 2006 م.
- 34- عمر بن عبد العزيز المترك، الربا و المعاملات المصرفية في نظر الشريعة الإسلامية، الطبعة الثالثة، دار العاصمة، الرياض، 1998 م.
- 35- فادي محمد الرفاعي، المصارف الإسلامية، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2003 م.
- 36- فليح حسن خلف، البنوك الإسلامية، الطبعة الأولى، عالم الكتب الحديث، عمان، 2006 م.
- 37- فؤاد عبد المنعم البكري، التسويق السياحي و تخطيط الحملات الترويجية في عصر تكنولوجيا الاتصالات، الطبعة الأولى، عالم الكتب، القاهرة، 2007 م.
- 38- قتيبة عبد الرحمن العاني، التمويل و وظائفه في البنوك الإسلامية و التجارية - دراسة مقارنة -، الطبعة الأولى، دار النفائس، الأردن، 2013 م.
- 39- كريم عبد المجيد، جغرافيا السياحة و الطيران: مبادئ السياحة، المؤسسة العامة للتعليم الفني و التدريب المهني، المملكة العربية السعودية.
- 40- ماهر عبد الخالق السيسي، مبادئ السياحة، الطبعة الأولى، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2001 م.
- 41- مثنى طه الحوري، اسماعيل محمد علي الدباغ، اقتصاديات السفر و السياحة، الوراق، عمان، 2001 م.
- 42- محمد أحمد عبد اللطيف، أبرز المعالم الأثرية و السياحية الإسلامية و المسيحية في مصر و العالم، الطبعة الأولى، دار الوفاء، الإسكندرية، 2001 م.
- 43- محمد البناء، اقتصاديات السياحة و الفنادق، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2009 م.
- 44- محمد الصاخن، فقه السياحة و السفر، الطبعة الأولى، 1429 هـ - 2009 م.
- 45- محمد بن جواد الخرس، مشروعات البنية التحتية من خلال نظام البناء و التشغيل و نقل الملكية B.O.T، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2012 م.

- 46- محمد حسين منصور، القانون السياحي، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2011 م.
- 47- محمد سليمان الأشقر، بيع المرابحة كما تجرته البنوك الإسلامية، مكتبة الفلاح، الكويت، 1983 م.
- 48- محمد عبد الحميد الفقي، الأداء الاقتصادي للمصارف الإسلامية و أثره في عملية التنمية الاقتصادية - دراسة فقهية اقتصادية -، الطبعة الأولى، عالم الكتب، القاهرة، 2010 م.
- 49- محمد عبيدات، التسويق السياحي مدخل سلوكي، الطبعة الأولى، دار وائل، عمان، 2000 م.
- 50- محمد محمود المكاوي، أسس التمويل المصرفي الإسلامي بين المخاطرة و السيطرة، الطبعة الأولى، المكتبة العصرية، مصر، 2009 م.
- 51- محمد ناصر الغريب، أصول المصرفية الإسلامية و قضايا التشغيل، الطبعة الثانية، اتحاد المصارف العربية، بيروت، 2001 م.
- 52- محمود عبد الكريم إرشيد، المدخل الشامل إلى معاملات و عمليات المصارف الإسلامية، الطبعة الأولى، دار النفائس، عمان، 2015 م.
- 53- محمود يونس، عبد النعيم مبارك، مقدمة في النقود و أعمال البنوك و الأسواق المالية، الدار الجامعية، 2003 م.
- 54- المرسي السيد حجازي، اقتصاديات المشروعات العامة النظرية و التطبيق: جدوى المشروعات و تسعير منتجاتها و خصخصتها، الطبعة الأولى، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2010 م.
- 55- مصطفى كمال السيد طایل، البنوك الإسلامية و المنهج التمويلي، الطبعة الأولى، دار أسامة، عمان، 2012 م.
- 56- منير إبراهيم هندي، شبهة الربا في معاملات البنوك التقليدية و الإسلامية: دراسة اقتصادية و شرعية، دار النهضة العربية، القاهرة، 2000 م.
- 57- موفق عدنان عبد الجبار الحميري، أساسيات التمويل و الاستثمار في صناعة السياحة، الطبعة الأولى، الوراق، الأردن، 2010 م.
- 58- نزيه الدباس، محاسبة الفنادق، الطبعة الأولى، دار الحامد، عمان، 2002 م.
- 59- نصر سلمان، سعاد سطحي، فقه المعاملات المالية و أدلته عند المالكية، الطبعة الأولى، المطبعة العربية، غرداية، 2002 م.
- 60- نوري عبد الرسول الخاقاني، المصرفية الإسلامية: الأسس النظرية و إشكالية التطبيق، الطبعة العربية، دار اليازوري، عمان، 2011 م.

- 61- هاشم بن محمد بن حسين ناقور، أحكام السياحة و آثارها - دراسة شرعية مقارنة - ، الطبعة الأولى، دار ابن الجوزي، القاهرة، 1424 هـ.
- 62- هباس بن رجاء الحري، سعود السيف السهلي، الإعلام السياحي: مفاهيمه و تطبيقاته، الطبعة الأولى، دار أسامة، عمان، 2011 م.
- 63- وائل عريبات، المصارف الإسلامية و المؤسسات الاقتصادية، الطبعة الأولى، دار الثقافة، عمان، 2006 م.
- 64- يسرى دعبس، صناعة السياحة بين النظرية و التطبيق: دراسات و بحوث في أنثروبولوجيا السياحة، الطبعة الأولى، الملتقى المصري للإبداع و التنمية، الإسكندرية، 2003 م.

2- المجالات

- 1- « منظمة السياحة العالمية »، مجلة " الأمن و الحياة "، تصدر عن جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية - الرياض -، المملكة العربية السعودية، العدد 390، أكتوبر 2014 م.
- 2- إبراهيم محمد شاشو، « بطاقة الائتمان حقيقتها و تكييفها الشرعي »، مجلة " العلوم الاقتصادية و القانونية "، تصدر عن جامعة دمشق، المجلد 27، العدد الثالث، 2011 م.
- 3- إبراهيم محمد علي الجزراوي، نادية شاعر النعيمي، « تحليل الائتمان المصرفي باستخدام مجموعة من المؤشرات المالية المختارة دراسة (نظرية - تطبيقية) في مصرف الشرق الأوسط العراقي للاستثمار خلال الفترة (2005 - 2007) م المالية »، مجلة " الإدارة و الاقتصاد "، مجلة علمية محكمة تصدر عن كلية الإدارة و الاقتصاد، الجامعة المستنصرية، العراق، العدد الثالث و الثمانون، 2010 م.
- 4- أحسن العايب، عبود زرقين، « أهمية السياحة المستدامة ضمن إستراتيجية التنمية السياحية في الجزائر »، مجلة " البحوث و الدراسات الإنسانية "، مجلة أكاديمية محكمة تصدرها جامعة 20 أوت 1955 - سكيكدة -، الجزائر، العدد 2017/14.
- 5- أحمد الحجى الكردي، « أحكام زكاة صور من عروض التجارة المعاصرة »، مجلة " الشريعة و الدراسات الإسلامية "، تصدر عن مجلس النشر العلمي في جامعة الكويت، العدد 33، السنة الثالثة عشر، شعبان 1418 هـ الموافق ل ديسمبر 1997 م.
- 6- أحمد السعيد الزقرد، « الروابط القانونية الناشئة عن عقد الرحلة »، مجلة " الحقوق "، يصدرها مجلس النشر العلمي، جامعة الكويت، المجلد 22، العدد الأول، 1998 م.

- 7- أحمد ياسين، عزيز إسماعيل محمد، « التمويل الاستثماري في المصارف الإسلامية و أهميته الاقتصادية »، مجلة " كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة "، مجلة علمية رصينة محكمة نصف سنوية متخصصة في مجال نشر البحوث و الدراسات الاقتصادية تصدر عن جامعة الإسراء، العراق، عدد خاص 2013 م.
- 8- أعياذ عبد الرضا، علي لفته سعيد، وسام عبد الله جاسم محمد، « السياحة الدينية في مدينة الكوفة و آفاق تطورها - دراسة في جغرافية السياحة - »، مجلة " الأستاذ "، كلية التربية ابن رشد، جامعة بغداد، العدد الخاص بالمؤتمر العلمي الثالث لسنة 2015 م - 1436 هـ.
- 9- بختي ابراهيم، شعوبي محمود فوزي، « دور تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في تنمية قطاع السياحة و الفنادق »، مجلة " الباحث "، دورية علمية محكمة سنوية تنشر الأبحاث التطبيقية المتعلقة بالعلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، تصدر عن جامعة قاصدي مرباح - ورقلة -، الجزائر، العدد 2009/07 - 2010.
- 10- بريش عبد القادر، زينب خلدون، « الابتكار المالي في التمويل و أهميته في تحقيق كفاءة و فعالية أداء البنوك الإسلامية »، مجلة " الاقتصاد و المالية "، مجلة دورية دولية، جامعة حسيبة بن بوعلي - الشلف -، الجزائر، العدد 03، السداسي الثاني، 2016 م.
- 11- بسام أحمد عثمان، « التأجير التمويلي و دوره في تفعيل مشروعات النقل بالسكك الحديدية »، مجلة " العلوم الاقتصادية و القانونية "، تصدر عن جامعة دمشق، المجلد 27، العدد الثالث، 2011 م.
- 12- بن زكوة العونية، « دور الفاعلين و الشركاء في إستراتيجية التنمية السياحية - حالة الجزائر - »، مجلة " الاقتصاد الإسلامي العالمية "، مجلة شهرية علمية إلكترونية، تصدر عن جامعة كاي - جامعة أونلاين-، العدد 51، ذو القعدة 1437 هـ الموافق ل أوت 2016 م.
- 13- بوبكر بداش، « صناعة السياحة في الجزائر بين المؤهلات و السياسات: رؤية استكشافية و إحصائية »، مجلة " بحوث اقتصادية عربية "، مجلة علمية فصلية محكمة تصدر عن الجمعية العربية للبحوث الاقتصادية بالتعاون مع مركز دراسات الوحدة العربية - القاهرة -، مصر، العدد 66، 2014 م.
- 14- حسين محمد سمحان، « نحو استخدام مؤشرات مالية إسلامية في تقييم المشروعات الاقتصادية »، مجلة " اقتصاديات شمال إفريقيا "، مجلة علمية دورية متخصصة محكمة تصدر عن مخبر البحث العولمة و اقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة حسيبة بن بوعلي - الشلف -، الجزائر، العدد السابع.
- 15- خالد كواش، « مقومات و مؤشرات السياحة في الجزائر »، مجلة " اقتصاديات شمال إفريقيا "، مجلة علمية دورية متخصصة محكمة تصدر عن مخبر البحث العولمة و اقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة حسيبة بن بوعلي - الشلف -، الجزائر، العدد الأول، 2004 م.

- 16- دبي/ وكالات، « السياحة الحلال تجذب استثمارات بالمليارات »، مقال منشور في " مجلة السياحة " يوم الجمعة 3 محرم 1437 هـ الموافق ل 16 أكتوبر 2015 م، فلسطين.
- 17- رحمة بلهادف، عياد السعدي، « التجربة السعودية في تمويل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة: بعض الدروس المستفادة للجزائر »، مجلة " الآفاق للدراسات الاقتصادية "، مجلة علمية دولية محكمة نصف سنوية، تصدر عن كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة العربي التبسي - تبسة -، الجزائر، العدد الثاني، 2016 م.
- 18- زهير عباس القرشي، علاء كريم مطلق، « دراسة مقومات الجذب السياحي الديني الإسلامي في مدينتي النجف الأشرف و كربلاء المقدسة - دراسة مقارنة - »، مجلة " الإدارة و الاقتصاد "، مجلة علمية محكمة تصدر عن كلية الإدارة و الاقتصاد، الجامعة المستنصرية، بغداد، العدد الواحد و السبعون، 2008 م.
- 19- السعيد دراجي، « عقود الشراكة بين القطاعين العام و الخاص آلية فعالة لتمويل التنمية المحلية »، مجلة " العلوم الإنسانية "، مجلة علمية نصف سنوية تصدر عن جامعة قسنطينة 1، مجلد ب، ص.ص، العدد 41، جوان 2014 م.
- 20- صحراوي محمد تاج الدين، السبتي وسيلة، « السياحة في الجزائر بين: الواقع و المأمول »، مجلة " نماء للاقتصاد و التجارة "، مجلة علمية دورية دولية محكمة تصدر عن جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -، الجزائر، العدد الثاني، ديسمبر 2017 م.
- 21- عبد الرضا علوان، « أثر تنوع و تطوير الخدمات الفندقية على الإيرادات في صناعة الفنادق العراقية »، مجلة " الإدارة و الاقتصاد "، مجلة علمية محكمة تصدر عن كلية الإدارة و الاقتصاد، الجامعة المستنصرية، العراق، العدد الخامس و السبعون، 2009 م.
- 22- عبد السلام عمران نغد، عماد محمد عبد الرسول، « دور الائتمان المصرفي في تمويل قطاع السياحة في الجماهيرية العظمى - دراسة قياسية تحليلية على الائتمان المصرفي لقطاع السياحة خلال الفترة 1984 - 2003 م »، مجلة " الساتل "، مجلة علمية محكمة تصدر بصورة فصلية عن جامعة مصراتة، ليبيا.
- 23- عبد الكريم قندوز، « الهندسة المالية الإسلامية »، مجلة " جامعة الملك عبد العزيز: الاقتصاد الإسلامي "، مجلة دورية تصدرها جامعة الملك عبد العزيز - جدة -، السعودية، المجلد 20، العدد الثاني، 2007 م/1428 هـ.

- 24- عبد الله محمد الحمدان الغامدي، « نحو تنمية سياحية أكثر فاعلية في مدينة جدة: طروحات مستندة إلى تحليل خصائص و رغبات السواح »، مجلة " جامعة الملك عبد العزيز: العلوم الهندسية "، مجلة نصف سنوية تصدرها جامعة الملك عبد العزيز - جدة -، السعودية، المجلد 14، العدد 1، 1423 هـ/2003 م.
- 25- عبد المجيد تيمائي، « المتغيرات المالية المحددة لفاعلية قرار استخدام الديون كمصدر مالي في المؤسسة »، مجلة " الواحات للبحوث و الدراسات "، مجلة أكاديمية فكرية محكمة تصدر عن جامعة غرداية، الجزائر، العدد 13، 2011 م.
- 26- عبد الملك عبد العلي كاموي، « السلم في الشريعة و التطبيق المصرفي »، مجلة " البحوث الفقهية المعاصرة "، مجلة علمية محكمة متخصصة في الفقه الإسلامي تصدر من الرياض، السعودية، العدد 41، السنة الحادية عشر، ذو الحجة 1419 هـ الموافق ل فيفري 1999 م.
- 27- علي محمود علي سماكة، « دور المصارف التقليدية و الشاملة في تفعيل قطاع السياحة في محافظة النجف - دراسة ميدانية - »، مجلة " الكوفة "، مجلة دولية محكمة تصدر بدعم من جامعة الكوفة، العراق، العدد السابع عشر، 2010 م.
- 28- عمار عبد الهادي شلال، « التمويل الدولي و العمليات الاقراضية للصندوق العربي للإئتماء الاقتصادي و الاجتماعي للفترة (1974 - 2009) »، مجلة " جامعة الأنبار للعلوم الاقتصادية و الإدارية "، العراق، المجلد الرابع، العدد السابع، 2011 م.
- 29- عمر مفتاح الساعدي، « مدى تطبيق و نجاح التأجير التمويلي في المصارف الليبية (دراسة على مصرف التنمية) »، مجلة " العلوم الاقتصادية "، تصدر عن جامعة سرت، ليبيا، المجلد العاشر، العدد الثامن و الثلاثون، آذار 2015 م.
- 30- عنبرة بنت خميس بلال، « التأثير الاقتصادي لنشاط السياحة في المملكة العربية السعودية خلال الفترة 2004 م - 2010 م »، مجلة " جامعة طيبة: للآداب و العلوم الإنسانية "، مجلة فصلية محكمة تصدر عن كلية الآداب و العلوم الإنسانية بجامعة طيبة - المدينة المنورة -، المملكة العربية السعودية، السنة الخامسة، العدد 8، 1437 هـ.
- 31- فتحي أحمد انقيطة، محمد مصباح زلطوم، « دور المصارف التجارية في تمويل المشروعات الاقتصادية في ليبيا خلال الفترة (1995 م - 2008 م) »، مجلة " العلوم الاقتصادية و السياسية "، دورية نصف سنوية تصدر عن كلية الاقتصاد و التجارة - زليتن -، الجامعة الأسمرية الإسلامية، العدد الثالث، 2014 م.

- 32- فروحات حدة، « استراتيجيات المؤسسات المالية في تمويل المشاريع البيئية من أجل تحقيق التنمية المستدامة - دراسة حالة الجزائر-»، مجلة " الباحث "، دورية علمية محكمة سنوية تنشر الأبحاث التطبيقية المتعلقة بالعلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، تصدر عن جامعة قاصدي مرباح - ورقلة -، الجزائر، العدد 2009/07 - 2010 م.
- 33- لحسين عبد القادر، « إستراتيجية تنمية مستدامة للقطاع السياحي في الجزائر على ضوء ما جاء به المخطط التوجيهي للهيئة السياحية لآفاق 2025: الآليات و البرامج »، مجلة " أداء المؤسسات الجزائرية "، دورية أكاديمية محكمة نصف سنوية تصدر عن جامعة قاصدي مرباح - ورقلة -، الجزائر، العدد 2013/02.
- 34- محمد الأمين خنيوة، حنان علي موسى، « منتجات الهندسة المالية الإسلامية: الواقع و التحديات و مناهج التطوير »، مجلة " الواحات للبحوث و الدراسات "، مجلة أكاديمية فكرية محكمة تصدر عن جامعة غرداية، الجزائر، العدد 12، 2011 م.
- 35- محمد زرقون، « أثر الاكتاب العام على سياسات توزيع الأرباح في المؤسسات الاقتصادية المسعرة في البورصة - دراسة تحليلية مقارنة لمؤسسة تسيير فندق الأوراسي الجزائري- »، مجلة " الباحث "، دورية علمية محكمة سنوية تنشر الأبحاث التطبيقية المتعلقة بالعلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، تصدر عن جامعة قاصدي مرباح - ورقلة -، الجزائر، العدد 2010/08.
- 36- محمود محمد داغر، علي محمد علي، « الإنفاق العام على مشروعات البنية التحتية و أثره في النمو الاقتصادي في ليبيا (منهج السببية) »، مجلة " بحوث اقتصادية عربية "، مجلة علمية فصلية محكمة تصدر عن الجمعية العربية للبحوث الاقتصادية (القاهرة) بالتعاون مع مركز دراسات الوحدة العربية (بيروت)، العدد 51، صيف 2010 م.
- 37- ملاحى رقية، « واقع و تحديات الاستثمار السياحي في الجزائر - ولاية مستغانم نموذجا - »، " المجلة الجزائرية للعولمة و السياسات الاقتصادية "، مجلة علمية دورية محكمة تصدر عن مخبر العولمة و السياسات الاقتصادية - جامعة الجزائر 03، العدد 5، 2014 م.
- 38- مولاي لخضر عبد الرزاق، بونوة شعيب، « دور القطاع الخاص في التنمية الاقتصادية بالدول النامية - دراسة حالة الجزائر - »، مجلة " الباحث "، دورية علمية محكمة سنوية تنشر الأبحاث التطبيقية المتعلقة بالعلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، تصدر عن جامعة قاصدي مرباح - ورقلة -، الجزائر، العدد 2010-2009/07.

- 39- نييل دبور، « مشاكل و آفاق التنمية السياحية المستدامة في البلدان الأعضاء بمنظمة المؤتمر الإسلامي مع إشارة خاصة إلى السياحة البيئية »، مجلة " التعاون الاقتصادي بين الدول الإسلامية "، تصدر عن مركز الأبحاث الإحصائية و الاقتصادية و الاجتماعية و التدريب للدول الإسلامية - أنقرة - تركيا، 2004 م.
- 40- ندى سالم حمدون ملاعلو، « عقد المشاركة بالوقت - دراسة مقارنة - »، مجلة " الشريعة و القانون "، دورية علمية تصدرها كلية القانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، العدد واحد و خمسون، شعبان 1433 هـ الموافق ل يوليو 2012 م.
- 41- هاشم حسن حسين، « العوامل المؤثرة على سياسة توزيع الأرباح في الشركات المساهمة »، مجلة " كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة "، مجلة علمية رصينة محكمة نصف سنوية متخصصة في مجال نشر البحوث و الدراسات الاقتصادية تصدر عن جامعة الإسرائ، العراق، العدد 17، أيار 2008 م.
- 42- هاني نوال، « تنافسية القطاع السياحي في الدول العربية »، مجلة " الباحث "، دورية علمية محكمة سنوية تنشر الأبحاث التطبيقية المتعلقة بالعلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، تصدر عن جامعة قاصدي مرباح - ورقلة -، الجزائر، العدد 2013/13.
- 43- هوارى معراج، محمد سليمان جردات، « السياحة و أثرها في التنمية الاقتصادية العالمية حالة الاقتصاد الجزائري »، مجلة " الباحث "، دورية علمية محكمة سنوية تنشر الأبحاث التطبيقية المتعلقة بالعلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، تصدر عن جامعة قاصدي مرباح - ورقلة -، الجزائر، العدد 2004/01.
- 44- هويدي عبد الجليل، « العلاقة التفاعلية بين السياحة البيئية و التنمية المستدامة »، مجلة " الدراسات و البحوث الاجتماعية "، مجلة أكاديمية علمية دورية محكمة و دولية تصدر عن جامعة الوادي، الجزائر، العدد 09، ديسمبر 2014 م.
- 45- هيثم ناعس، « أهمية قطاعي النقل و السياحة و دورهما في استثمار الموارد البشرية و الاقتصادية و تنميتها في مدينة دمشق و منطقة الزبداني »، مجلة " جامعة دمشق "، المجلد 26، العدد الأول و الثاني، 2009 م.
- 46- يحي سعيدي، سليم العمراوي، « مساهمة قطاع السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية / حالة الجزائر »، مجلة " كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة "، مجلة علمية رصينة محكمة نصف سنوية متخصصة في مجال نشر البحوث و الدراسات الاقتصادية، العراق، العدد 36، 2013 م.

47- يوسف أبو فارة، سمير أبو زويد، « النشاط الترويجي في البيئة الفندقية »، مجلة " اقتصاديات شمال إفريقيا"، مجلة علمية دورية متخصصة محكمة تصدر عن مخبر البحث العولمة و اقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة حسيبة بن بوعلي - الشلف -، الجزائر، العدد الثالث، ديسمبر 2005 م.

3- المذكرات و الرسائل الجامعية

1- أحمد بن سعد الخطابي الحربي، « التمويل الأجنبي و موقف الإسلام منه »، رسالة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في الاقتصاد الإسلامي (غير منشورة)، كلية الشريعة و الدراسات الإسلامية، المملكة العربية السعودية.

2- ساعد بوراوي، « تأثير الاستثمار الأجنبي على تنمية القطاع السياحي في بلدان المغرب العربي (الجزائر، تونس و المغرب) - دراسة مقارنة -»، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية (غير منشورة)، تخصص: اقتصاد دولي، جامعة الحاج لخضر - باتنة 1 -، الجزائر، 2017/2016 م.

3- شريفة بنت هيازع عبد الله البارقي، « السلوكيات الترويجية للسياح القادمين من منطقة عسير إلى محافظة جدة »، بحث مقدم كجزء من متطلبات الحصول على الماجستير في الآداب و العلوم الإنسانية (غير منشورة)، تخصص: الجغرافيا، كلية الآداب و العلوم الإنسانية، جامعة الملك عبد العزيز - جدة -، المملكة العربية السعودية، 1432 هـ / 2011 م.

4- عائشة شرفاوي، « السياحة الجزائرية بين متطلبات الاقتصاد الوطني و المتغيرات الاقتصادية الدولية »، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في علوم التسيير (غير منشورة)، تخصص: تسيير، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة الجزائر 03، الجزائر، 2015/2014 م.

5- عوينان عبد القادر، « السياحة في الجزائر الإمكانات و المعوقات (2000 - 2025) في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2025 »، أطروحة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية (غير منشورة)، تخصص: نقود و مالية، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير و العلوم التجارية، جامعة الجزائر 03، 2013/2012 م.

6- نسرين بوزاهر، « تمويل الاستثمارات السياحية في الجزائر »، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية (غير منشورة)، فرع: نقود و تمويل، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة محمد خيضر - بسكرة -، الجزائر، 2006/2005 م.

4- الملتقيات و الندوات

- 1- ابراهيم خليل عليان، « في المفاهيم الاستثمار، التمويل التقليدي، التمويل الإسلامي »، بحث مقدم لـ " مؤتمر بيت المقدس الخامس"، 1435 هـ/2014 م، جامعة القدس المفتوحة، فلسطين.
- 2- إدريس الفاسي الفهري، « قواعد فقه السياحة في الإسلام »، بحث مقدم في إطار ندوة حول " تطور العلوم الفقهية - فقه رؤية العالم و العيش فيه في المذاهب الفقهية و التجارب المعاصرة " المنعقدة أيام 6 - 9 أبريل 2013 م، سلطنة عمان.
- 3- أسعد حماد أبو رمان، محمد بن دليم القحطاني، « استراتيجية تطوير السوق في المطاعم السريعة من خلال نظام الامتيازات: دراسة على المطاعم العاملة في مدينة عمان »، بحث مقدم في إطار الملتقى العربي الثاني حول " التسويق في الوطن العربي الفرص و التحديات"، المنعقد أيام 6 - 8 أكتوبر 2003 م، الدوحة، قطر.
- 4- بريش السعيد، شابي حليلة، « دور التنوع الاقتصادي من خلال الصناعة السياحية في الجزائر لتحقيق التنمية و التقليل من البطالة»، مداخلة مقدمة في إطار ملتقى " إستراتيجية الحكومة في القضاء على البطالة و تحقيق التنمية المستدامة " المنعقد يومي 15 و 16 نوفمبر 2011 م، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة المسيلة، الجزائر.
- 5- برناردين أكيوي، ريتشارد هيمينغ، وغيرد شوارتز، « الاستثمار العام و الشراكة بين القطاعين العام و الخاص»، سلسلة قضايا اقتصادية، رقم 40، مصدره من طرف صندوق النقد الدولي، 2007 م.
- 6- بعزیز السعيد، مخلوفي طارق، « متطلبات تفعيل الصيرفة الإسلامية في الجزائر لتعزيز تمويل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة»، مداخلة مقدمة في إطار الملتقى الوطني حول: " إشكالية استدامة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر"، المنعقد يومي 06 و 07 ديسمبر 2017 م، جامعة الشهيد حمة لخضر - الوادي - الجزائر.
- 7- بلمقدم مصطفى، بن عاتق حنان، صاري زهيرة، « التمويل عن طريق الإيجار كإستراتيجية لتغيير العمل المصرفي»، بحث مقدم في إطار المؤتمر العلمي الرابع حول " الريادة و الابداع: إستراتيجيات الأعمال في مواجهة تحديات العولمة"، المنعقد يومي 15 و 16 مارس 2005 م، كلية العلوم الإدارية و المالية، جامعة فيلادلفيا، الأردن.
- 8- بن ابراهيم الغالي، « دور الابتكار المالي في تطوير الصيرفة الإسلامية»، بحث مقدم إلى المؤتمر الدولي حول: " منتجات و تطبيقات الابتكار و الهندسة المالية بين الصناعة المالية التقليدية و الصناعة المالية الإسلامية"، المنعقد يومي 5 و 6 ماي 2014 م الموافق لـ 5 و 6 رجب 1435 هـ، جامعة فرحات عباس - سطيف 1-، الجزائر.

- 9- بوخدوني وهيبية، « منتجات الهندسة المالية الإسلامية: واقع و آفاق »، بحث مقدم في إطار ملتقى صفاقس الدولي للمالية الإسلامية، تونس.
- 10- بوفليح نبيل، تقرورت محمد، « دراسة مقارنة لواقع قطاع السياحة في دول شمال إفريقيا، حالة: الجزائر تونس - المغرب »، بحث مقدم في إطار الملتقى الوطني الأول حول " السياحة في الجزائر - الواقع و الآفاق "، المنعقد يومي 11 و 12 ماي 2010 م، المركز الجامعي البويرة، الجزائر.
- 11- البيان الختامي و توصيات ملتقى " الإسلام و السياحة "، المنعقد يومي 12 و 13 أكتوبر 2009 م الموافق ل 23 و 24 شوال 1430 هـ، صنعاء.
- 12- تقرورت محمد، « أهمية تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في تطوير الخدمات السياحية »، مداخلة مقدمة في إطار الملتقى الوطني حول " السياحة و التسويق السياحي في الجزائر - الإمكانيات و التحديات التنافسية "، المنعقد يومي 25 و 26 أكتوبر 2009 م، جامعة قلمة، الجزائر.
- 13- جعيل جمال، إسماعيل زحوط، « الحرف و الصناعات التقليدية كفرص لترقية السياحة الداخلية في الجزائر »، بحث مقدم في إطار الملتقى الوطني حول " فرص و مخاطر السياحة الداخلية في الجزائر "، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر.
- 14- حمزة علي، نعجة عبد الرحمن، « الضوابط الشرعية لاستخدامات الهندسة المالية كمدخل لتطوير المنتجات المالية الإسلامية »، بحث مقدم في إطار الملتقى الدولي الثاني للصناعة المالية الإسلامية، المدرسة العليا للتجارة، الجزائر.
- 15- خوني رابح، حساني رقية، « واقع و آفاق التمويل التاجيري في الجزائر و أهميته كبديل تمويلي لقطاع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة »، بحث مقدم في إطار الملتقى الدولي حول " متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الدول العربية "، المنعقد يومي 17 و 18 أبريل 2006 م، جامعة حسيبة بن بوعلي - الشلف -، الجزائر.
- 16- رشام كهينة، قاسمي آسيا، « التجربة التونسية في مجال السياحة: واقع، أبعاد و رهانات »، مداخلة مقدمة في إطار الملتقى الوطني الأول حول " السياحة في الجزائر: الواقع و الآفاق "، المركز الجامعي العقيد أكلي محند الحاج، البويرة، الجزائر.
- 17- زغيب مليكة، غلاب نعيمة، « تحليل أساليب تمويل المؤسسات الاقتصادية: دراسة حالة المجمع الصناعي العمومي للحليب و مشتقاته »، بحث مقدم في إطار الملتقى الدولي حول " سياسات التمويل و أثرها على الاقتصاديات و المؤسسات - دراسة حالة الجزائر و الدول النامية - ".

- 18- زكريا أحمد محمد عزام، « أثر استخدام التجارة الإلكترونية كأداة تغيير على أداء صناعة وكلاء السياحة و السفر - حالة الأردن »، بحث مقدم للمشاركة في فعاليات الملتقى الدولي حول " الإبداع و التغيير التنظيمي في المنظمات الحديثة " المنعقد يومي 12 و 13 ماي 2010 م، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة البليدة، الجزائر.
- 19- الشاذلي بن عميره رحمان، « دور القوانين و التشريعات العربية في تحقيق الأمن السياحي »، الحلقة العلمية حول " الأمن السياحي " خلال الفترة 23-25/11/1433 هـ الموافق لـ 9-11/10/2012 م، كلية التدريب، تونس.
- 20- شريف مصباح أبو كرش، « إدارة مخاطر الائتمان المصرفي »، ورقة عمل مقدمة إلى المؤتمر العلمي الأول حول " الاستثمار و التمويل في فلسطين بين آفاق التنمية و التحديات المعاصرة "، المنعقد يومي 8 و 9 ماي 2005 م، جامعة الخليل - الخليل -، فلسطين.
- 21- صالح صالح، « الكفاءة التمويلية لصيغ الاستثمار و أساليب التمويل الإسلامية مدخل مقارنة مع آليات التمويل التقليدية »، جامعة سطيف 1، الجزائر.
- 22- عبد الرحمن بن محمد السحيباني، « دور البنك السعودي للتسليف و الادخار في تمويل المشاريع السياحية »، ورقة عمل مقدمة إلى ملتقى " السفر و الاستثمار السياحي السعودي "، المنعقد أيام 15-18 ربيع الأول 1429 هـ الموافق لـ 13-26 مارس 2008 م، المملكة العربية السعودية.
- 23- عبد الكريم أحمد قندوز، « الهندسة المالية و اضطراب النظام المالي العالمي »، ورقة بحثية مقدمة في إطار المؤتمر الدولي الرابع حول: " الأزمة الاقتصادية العالمية من منظور الاقتصاد الإسلامي "، المنعقد يومي 15، 16 ديسمبر 2010 م، كلية العلوم الإدارية و الاجتماعية، جامعة الكويت.
- 24- علاء عبد الوهاب، « التشريعات السياحية »، جامعة عين شمس، مصر.
- 25- علي صالح النجادة، « واقع الصناعات و الحرف التقليدية في دولة الكويت »، كلية التربية الأساسية، الهيئة العامة للتعليم التطبيقي و التدريب، الكويت.
- 26- قندوز عبد الكريم، مداني أحمد، « الأزمة المالية و استراتيجيات تطوير المنتجات المالية الإسلامية »، بحث مقدم في إطار الملتقى الدولي الثاني حول: " الأزمة المالية الراهنة و البدائل المالية و المصرفية: النموذج المصرفي الإسلامي نموذجا "، المركز الجامعي خميس مليانة - عين الدفلى -، الجزائر.
- 27- كمال بوزيدي، محمد بوجلل، « الأسس الشرعية و القانونية للبنوك الإسلامية بالجزائر »، بحث مقدم لليوم الدراسي حول " الصيرفة الإسلامية: الواقع و الآفاق "، الذي نظمتها اللجنة المالية و الميزانية بالمجلس الشعبي الوطني، يوم 04 أفريل 2018 م، الجزائر.

- 28- كمال رزيق، « تقييم تجربة البنوك الإسلامية بالجزائر في إدارة المخاطر الائتمانية »، ورقة مقدمة في إطار " ملتقى الخرطوم للمنتجات المالية الإسلامية"، النسخة الرابعة، المنعقد يومي 05 و 06 أبريل 2012 م.
- 29- لخديمي عبد الحميد، بخت حسان، « قراءة تاريخية في تطور العمل بالصرافة الإسلامية في دول المغرب العربي »، ورقة بحثية مقدمة في إطار الملتقى الدولي الأول حول: " الاقتصاد الإسلامي الواقع و رهانات المستقبل"، المنعقد يومي 23 و 24 فيفري 2011 م، المركز الجامعي - غرداية -، الجزائر.
- 30- لعشم أمال، « أهمية منتجات الهندسة المالية في الصناعة المصرفية الإسلامية - تجربة مصرف الامارات الإسلامي في إصدار صكوك الإجارة - »، بحث مقدم إلى المؤتمر الدولي حول: " منتجات و تطبيقات الابتكار و الهندسة المالية بين الصناعة المالية التقليدية و الصناعة المالية الإسلامية"، المنعقد يومي 5 و 6 ماي 2014 م الموافق ل 5 و 6 رجب 1435 هـ، جامعة فرحات عباس - سطيف 1-، الجزائر.
- 31- مجدي عبد العليم، « أنظمة و تكنولوجيا إدارة الأعمال في مطاعم الوجبات السريعة »، كلية السياحة و الفنادق، جامعة الفيوم.
- 32- محمد العوامرة، صلاح الرواشدة، « أثر الأزمة المالية العالمية على تسويق الخدمات الفندقية »، جامعة البلقاء التطبيقية.
- 33- محمد بن علي عبد الحافظ، « دور صندوق تنمية الموارد البشرية في دعم المنشآت الصغيرة و المتوسطة »، ورقة عمل مقدمة ضمن فعاليات الملتقى السعودي للمنشآت الصغيرة و المتوسطة المنظم من طرف مجموعة الاقتصاد و الأعمال يومي 7 و 8 فيفري 2012 م.
- 34- محمد خالد منصور، خالد شجاع العتيبي، " الضوابط الشرعية للسياحة الترويحية في الفقه الإسلامي"، دراسات علوم الشريعة و القانون، المجلد 36، عمادة البحث العلمي، الجامعة الأردنية، 2009 م.
- 35- محمد عمر جاسر، « نحو منتجات مالية إسلامية مبتكرة »، ورقة عمل مقدمة إلى مؤتمر المصارف الإسلامية اليمنية حول: " الواقع ... و تحديات المستقبل"، المنظم من طرف نادي رجال الأعمال اليمنيين و المنعقد يومي 20 و 21 مارس 2010 م، - صنعاء -، الجمهورية العربية اليمنية.
- 36- مسعود علي عبد الحميد، ندى محمد الحسيني، « المتغيرات الاجتماعية و الثقافية المؤثرة على تحسين نوعية السياحة البيئية بالفيوم »، كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة الفيوم.
- 37- منذر قحف، مفهوم التمويل في الاقتصاد الإسلامي: تحليل فقهي و اقتصادي، بحث تحليلي رقم 13، البنك الإسلامي للتنمية، المعهد الإسلامي للبحوث و التدريب، 2003 م.

- 38- موسى بن منصور، « الابتكار المالي في المؤسسات المالية الإسلامية بين الأصالة و التقليد »، بحث مقدم إلى المؤتمر الدولي حول: " منتجات و تطبيقات الابتكار و الهندسة المالية بين الصناعة المالية التقليدية و الصناعة المالية الإسلامية "، المنعقد يومي 5 و 6 ماي 2014 م الموافق ل 5 و 6 رجب 1435 هـ، جامعة فرحات عباس- سطيف 1-، الجزائر.
- 39- يوسف قريشي، إلياس بن ساسي، « خصائص و محددات الهياكل التمويلية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة الجزائرية »، بحث مقدم في إطار الملتقى الدولي حول: " متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الدول العربية "، المنعقد يومي 17 و 18 أبريل 2006 م، جامعة حسيبة بن بوعلي - الشلف -، الجزائر.

5- التقارير

- 1- برنامج كفالة تمويل المنشآت الصغيرة و المتوسطة، التقرير الإحصائي للكفالات، العام المالي 1438/1437 هـ (2016 م).
- 2- برنامج كفالة تمويل المنشآت الصغيرة و المتوسطة، التقرير الإحصائي للكفالات، العام المالي 1439/1438 هـ (2017 م).
- 3- برنامج كفالة تمويل المنشآت الصغيرة و المتوسطة، التقرير الإحصائي للكفالات، الربع الأول من العام المالي 1439/1438 هـ (2017 م).
- 4- البنك السعودي للتسليف و الادخار، التقرير السنوي 1437/1436 هـ الموافق ل 2015 م.
- 5- تقرير ربع سنوي حول قطاع الفنادق، المملكة العربية السعودية، تقرير الربع الأول و الثاني و الثالث لسنة 2015 م.
- 6- تقرير ربع سنوي حول قطاع الفنادق، المملكة العربية السعودية، تقرير الربع الأول و الثاني و الثالث لسنة 2016 م.
- 7- تقرير ربع سنوي حول قطاع الفنادق، المملكة العربية السعودية، تقرير الربع الأول و الثاني و الثالث لسنة 2017 م.
- 8- صندوق التنمية الصناعية السعودي، التقرير السنوي للعام المالي 1434 هـ/2013 م.
- 9- مصرف الراجحي، التقارير السنوية (2013 - 2017) م.
- 10- مؤسسة النقد العربي السعودي، التقرير السنوي الثالث و الخمسون، 1438 هـ/2017 م.
- 11- مؤسسة النقد العربي السعودي، التقرير السنوي الثاني و الخمسون، 1437 هـ/2016 م.
- 12- مؤسسة النقد العربي السعودي، التقرير السنوي الخمسون، 1435 هـ/2014 م.
- 13- مؤسسة النقد العربي السعودي، التقرير السنوي الواحد و الخمسون، 1436 هـ/2015 م.

14- بنك الجزائر، التقرير السنوي 2017 م، جويلية 2018 م.

15- الديوان الوطني للسياحة، الخوصصة و الاستثمار في السياحة، 1996 م.

6- الهيئات و المنظمات

1- شركة الخبير المالية، « قطاع الضيافة في مكة المكرمة - إيجاد القدرة على استيعاب النمو »، ورقة عرض ملخص حقائق فرص قطاع الضيافة في مكة المكرمة.

2- قطاع الشؤون الاقتصادية، مركز الدراسات و البحوث، غرفة الشرقية، يناير 2011 م، « الاستثمار السياحي في المنطقة الشرقية " الفرص و التحديات " ».

3- مذكرة تعاون بين كل من البنك السعودي للتسليف و الادخار و الهيئة العامة للسياحة و الآثار الموقعة يوم الاثنين 1436/02/09 هـ الموافق ل 2014/12/01 م.

4- مذكرة تعاون بين كل من الهيئة العليا للسياحة و صندوق المتوية الموقعة يوم الاثنين 1429/03/02 هـ الموافق ل 2008/03/10 م.

5- مركز المعلومات و الدراسات، غرفة الشرقية، مارس 2012 م، ورقة عمل بعنوان « واقع و مستقبل الاستثمار في المنشآت السياحية الصغيرة و المتوسطة في المملكة و سبل دعمها و تطويرها ».

6- مؤسسة النقد العربي السعودي، المعهد المالي، « مقدمة في إجراءات القروض »، الرياض، 1437 هـ الموافق ل 2015 م.

7- الهيئة العامة للإحصاء، المملكة العربية السعودية، الكتاب الإحصائي السنوي لعام 2017 م، العدد 53.

8- الهيئة العامة للسياحة و الآثار، « الحوافز الاستثمارية للمشاريع الصغيرة و المتوسطة في المجال السياحي »، 21 ذو القعدة 1433 هـ.

9- الهيئة العامة للسياحة و الآثار، « الدليل الإرشادي لدعم المشاريع السياحية الصغيرة و المتوسطة ».

10- الهيئة العامة للسياحة و الآثار، « دراسة الفرصة الاستثمارية لإقامة مجمع مطاعم في منطقة نجران »، ماي 2009 م/ جمادى الأولى 1430 هـ.

11- الهيئة العامة للسياحة و الآثار، « مساهمة قطاع السياحة في تنمية الموارد البشرية السياحية: مبادرات الهيئة العامة للسياحة و الآثار في توفير فرص العمل ».

12- الهيئة العامة للسياحة و التراث الوطني، « مركز ماس مرجع إحصائي للسياحة السعودية »، 1436 هـ/ 2015 م.

13- الهيئة العامة للسياحة و التراث الوطني، المركز الوطني لتنمية الموارد البشرية السياحية - تكامل، « مفهوم و أهمية الجودة في الخدمات السياحية »، 1438 هـ/ 2017 م.

14- الهيئة العليا للسياحة، الأمانة العامة، « مشروع تنمية السياحة الوطنية للمملكة العربية السعودية (1422 - 1441 هـ) ».

15- الهيئة العليا للسياحة، البرنامج الاقتصادي، « الأهمية و الأثر الاقتصادي لتنمية قطاع السياحة: حالة المملكة العربية السعودية »، ورقة عمل مقدمة لندوة " الأثر الاقتصادي للسياحة مع تطبيقات على المملكة "، 19 - 21 جوان 2001 م، أبها.

16- « تحليل تنافسية السياحة و السفر للدول العربية 2015 »، الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي في سنة 2015 م، إعداد إدارة الدراسات و البحوث السياحية، المنظمة العربية للسياحة - جدة -، المملكة العربية السعودية.

17- هيئة المحاسبة و المراجعة للمؤسسات المالية الإسلامية، المعايير الشرعية: المعيار الشرعي رقم (8) المرابحة للآمر بالشراء، البحرين، 1431 هـ - 2010 م.

7- القوانين و الأنظمة

1- المادة 128، 129، 183، قانون النقد و القرض 90-10، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 16، الصادرة بتاريخ 30 رمضان 1410 هـ الموافق ل 14 أبريل 1990 م.

2- المادة الثانية و الثالثة، قرار مجلس الوزراء رقم 78 الصادر بتاريخ 16 ربيع الأول 1429 هـ، مجموعة الأنظمة السعودية (الاصدار الثاني)، تنظيم الهيئة العامة للسياحة و الآثار 1429 هـ.

3- المادة الرابعة، نظام البنك السعودي للتسليف و الادخار، 1427 هـ.

8- مواقع الإنترنت

- 1- <http://www.almakatera.com/printthread.php?t=362>
- 2- <https://www.ahlalhdeeth.com>
- 3- https://www.aam-web.com/ar/news_detail/13
- 4- <https://ar.wikipedia.org/wiki>
- 5- <https://24.ae/article/146872>
- 6- <http://www.ahram.org.eg>
- 7- faculty.ksu.edu.sa/mayouf/PL262/7th%20Lecture.pdf
- 8- <https://ae.linkedin.com/pulse>
- 9- <http://www.moqatel.com>
- 10- <http://www.acc4arab.com>
- 11- <http://mawdoo3.com>
- 12- <http://www.alriyadh.com>
- 13- <http://www.sauditourism.sa>
- 14- <https://www.almrsal.com>
- 15- <https://al-rahhal.com>
- 16- <http://sfhh-arabia.com>

- 17- <http://www.aljaziracapital.com.sa>
- 18- <https://scth.gov.sa>
- 19- www.saudiorix.com.sa
- 20- <https://www.scta.gov.sa>
- 21- <https://www.sdb.gov.sa>
- 22- <http://www.alrajhibank.com.sa>
- 23- www.alrajhibank.com.sa/en/.../corporate-finance-booklet.pdf
- 24- alrajhibank.com.sa/en/sme-banking/.../SME-Booklet-ar.pdf
- 25- <https://www.elfagr.com>
- 26- <https://www.kafalah.gov.sa>
- 27- <https://www.search.mas.gov.sa/TourismInvestment>
- 28- www.asmainfo.com/Saudi
- 29- <https://www.mubasher.info>
- 30- www.tadawul.com.sa
- 31- <https://www.alarabiya.net>
- 32- <https://www.fxnewstoday.ae>
- 33- <https://www.maaal.com>
- 34- <https://www.eyeofriyadh.com>
- 35- <https://bestonebest.com/travel-companies-riyadh>
- 36- <http://www.andi.dz/index.php/ar/>
- 37- www.almanar.com.lb
- 38- <https://www.echoroukonline.com>

ثالثا: المراجع باللغة الفرنسية

- 1- Ahmed Tissa , **Economie touristique et aménagement du territoire**, Alger, 1994.
- 2- Christine Matthey, « **Construire l'Europe en voyageant Enjeux du tourisme culturel pour le développement d'une identité européenne** », Mémoire présenté pour l'obtention du Master en études européennes, Institut européen de l'université de Genève, 2008.
- 3- CNUCED, « **Tourisme durable: contribution à la croissance économique et au développement durable** », Note thématique établie par le secrétariat de la Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement, Réunion d'experts sur la contribution du tourisme à un développement durable, Genève, 14 et 15 mars 2013.
- 4- Evelyne Lehalle, « **Les enjeux du tourisme culturel** », Article pour la Revue Futuribles, Février 2012.
- 5- Jean Pierre et autres, **Management du tourisme**, 3e édition, Pearson, France, 2012.

- 6- Jérémy Boer, « **Le tourisme: Un moteur de l'économie mondiale** », France.
- 7- Laure Juanchich, « **Culture, tourisme et territoire: les apports du tourisme culturel au développement local** », Master SECI, Institut d'Etudes Politiques de Lyon, Université Lyon 2, 2006/2007.
- 8- M. Belattaf, A. Mouloud, « **Evolution, Formes et Impacts de l'activité touristique: Pour un tourisme durable** », Faculté des sciences économiques, de gestion et commerciales, Laboratoire d'économie et développement - LED -, Université de Bejaia, Algérie.
- 9- Marc Boyer, **L'invention du tourisme**, édition Gallimard, Paris, 1996.
- 10- Michel Daoud, « **Tourisme culturel et politique de communication** », Mémoire de DEA, Sciences de l'Information et de la Communication, option: Langages et symboliques de la communication et des médias, Université Lumière Lyon 2, 1998.
- 11- Mike Robinson, David Picard, « **Tourisme, culture et développement durable** », étude réalisée dans le cadre du programme "Tourisme, culture et développement" de la Division des politiques culturelles et du dialogue interculturel, Section culture et développement, France, 2006.
- 12- Mohamed Elhocine Benissad, **Economie du développement de l'Algérie (1962 – 1978)**, office des publications universitaires, Alger, 1979.
- 13- Régis Bulot, Michel Messager, « **Le poids économique et social du tourisme** », Conseil national du tourisme, France, session 2010.

رابعاً: المراجع باللغة الإنجليزية

- 1- Benmouiza Messaoud, « **The role of tourism for achieving the sustainable development goals in world tourism organization reports - the case of Algeria** », Global Journal of Economics and Business, Vol. 4, No. 3, 2018.
- 2- Ghassan Aidi, « **Mediterranean Tourism Meeting** », International Hotels and Restaurants Association: 160 Years of Service to the Global Hospitality Industry Worldwide, Salou, Spain, 25th March 2015.

الملخص

الملخص

تهدف البنوك الإسلامية إلى تحقيق التنمية الاقتصادية و الاجتماعية على حد سواء و ذلك من خلال المساهمة الفعالة في تمويل مختلف المشاريع الاستثمارية للقطاعات الاقتصادية التي تساهم في تحقيق تلك الأهداف، إذ تقوم البنوك الإسلامية بتمويل المشاريع التنموية وفقا لآلية المشاركة في الربح و الخسارة باستخدام أساليب و صيغ تمويلية متوافقة مع أحكام و مبادئ الشريعة الإسلامية.

و أمام الدور البارز الذي يلعبه القطاع السياحي في تحقيق الأهداف التي تسعى إليها البنوك الإسلامية و الاعتراف به كخيار إستراتيجي و أداة فعالة لتحقيق التنوع الاقتصادي من جهة، و في ظل عدم قدرة بعض دول العالم التي تمتلك مقومات سياحية طبيعية - و التي من بينها الجزائر - على النهوض بالقطاع السياحي و تطوير الهياكل السياحية التابعة له، بسبب عدم فعالية السياسة التمويلية التي تعتمد على البنوك التقليدية كملجأ أساسي للحصول على التمويل وفق آلية الفوائد المسبقة المضمونة مع عدم تحمل المخاطر الناجمة عن الاستثمار في القطاع السياحي، بالإضافة إلى أن القروض المصرفية بمختلف أنواعها تشكل عبئا ثقيلا على المستثمرين في المشاريع السياحية نظرا لارتفاع معدلات الفائدة و مبالغة البنوك التقليدية في طلب الضمانات اللازمة للحصول على التمويل، فضلا عن كبر حجم أقساط السداد و التقارب ما بين فترات تسديدها من جهة أخرى، لذلك يهدف هذا البحث إلى ضرورة إيجاد حلول تمويلية بديلة تتمثل في اللجوء إلى البنوك الإسلامية التي فرضت عملها المتوافق مع أحكام الشريعة الإسلامية على مستوى الساحة المصرفية في جميع المجالات و أصبحت تمثل بديلا حقيقيا للبنوك التقليدية في تمويل القطاع السياحي نظرا لموائمة صيغ التمويل الإسلامي و الأساليب الاستثمارية المتاحة في البنوك الإسلامية لطبيعة و خصوصية القطاع السياحي الذي يتميز بالموسمية عن باقي القطاعات الاقتصادية الأخرى، كما يعتبر صناعة ثقيلة تتطلب موارد مالية ضخمة و طويلة الأجل بسبب غلبة عنصر الأصول الثابتة على إجمالي أصول المشروع السياحي، بالإضافة إلى أن المردودية لا يمكن أن تتحقق فعليا إلا بعد فترة طويلة من تشغيل المشروع.

و قد توصل البحث إلى أن البنوك الإسلامية حسدت واقعا دورها في تمويل القطاع السياحي، فمن خلال دراسة تجربة المملكة العربية السعودية في تمويل القطاع السياحي و التركيز على واقع تمويل المشاريع السياحية في مصرف الراجحي لأنه يستولي على الحصة الأكبر في السوق المصرفي السعودي مقارنة بالبنوك الإسلامية العاملة في المملكة أثبتت التجربة دوره البارز و مساهمته بفاعلية في تمويل مشاريع سياحية ضخمة وفق الصيغ الإسلامية المعتمدة لدى المصرف و لآجال طويلة تصل إلى ثمانية سنوات، و يمكن للجزائر الاقتداء بهذه التجربة الناجحة و الاستفادة منها في ظل انفتاحها على الصيرفة الإسلامية و توجه الحكومة الجزائرية إلى الاهتمام بالقطاع السياحي و الاقتناع به كبديل لقطاع النفط في الحصول على العملة الصعبة.

الكلمات المفتاحية: القطاع السياحي، البنوك الإسلامية، البنوك التقليدية، التمويل، البديل.

Le Résumé

Les banques islamiques ont pour objet de réaliser un développement économique et social, en participant efficacement à financer plusieurs projets dans des différents secteurs. Le principe dont utilisent les banques islamiques est celui de partager les gains et les pertes qui se traduit par l'adoption de plusieurs modes de financement respectant la doctrine musulmane et les principes de la Chari'a.

Le secteur du tourisme, comme il est porté dans la majorité des disciplines économiques, et qui réserve un rôle colossal dans le développement et la diversification des économies – y compris le cas de l'Algérie, qui n'arrivent toujours pas à diversifier leurs ressources budgétaires à cause des défaillances des systèmes financiers, pourra réaliser les objectifs des banques islamiques sur les deux plans : social et économique.

Le financement bancaire basé sur les taux d'intérêt qui n'assume aucun risque lié au secteur touristique, est fondé principalement sur l'idée de maximiser les garanties pour octroyer des crédits à un secteur émergent, ce qui le rend un inconvénient permanent pour les pays qui compte principalement sur la finance bancaire classique. Cette situation a permis aux banques islamiques de se montrer en tant qu'une solution alternative pour contourner les difficultés financières du secteur marqué principalement par un effet saisonnier et par le fait d'être une industrie lourde sur le plan financier et sur le plan des ressources humaines.

Cette recherche a conclu que Les banques islamiques ont déjà eu l'expérience dans le financement du secteur touristique, un exemple courant est celui de la banque Radjihi à l'Arabie Saoudite qui domine une part prépondérante par rapport aux actifs bancaires liés au financement touristique à travers ses prêt à long terme allant jusqu'aux huit ans d'échéance, ce qui va, peut-être, être une expérience à imiter par l'Algérie vu que le pays compte sur la finance islamique pour capter les capitaux et sur le secteur du tourisme pour alterner le secteur pétrolier dans le but d'avoir de la devise.

Mots clés : le secteur touristique, les banques islamiques, les banques classiques, le financement, l'alternance.

Abstract

The purpose of the Islamic banks is to achieve both, the social and the economic development through the effective contribution in financing different investment projects in the economic sector that help achieve those goals. The Islamic banks are financing development projects according to the principle of participating in the profit and loss using financing techniques and adequate forms with the provisions and the principles of the Islamic Sharia.

On one hand, the economic sector is playing a prominent role for the sake of achieving the goals of the economic banks and acknowledging it as a strategic option and an effective tool to achieve the economic diversification. On the other hand, some countries all over the world, including Algerian, which have natural touristic characteristics are neither able to advance their touristic sector nor improve their touristic structures. This is due to the ineffectiveness of the financing policy that depends on the traditional banks as a principle sanctuary to get financing according to the previously guaranteed benefits along with not enduring the dangers emerging from the investment in the touristic sector. In addition to that, all sorts of bank loans are a heavy burden on the shoulders of the investors in the touristic projects because of the high interest rates and the exaggeration of the traditional banks in asking for the necessary mortgages to get the finance as well as the huge amount of the repayments and their short time allotted between each of them.

For these reasons, the purpose of this research is to necessarily find alternative financing solutions such as diverting into the Islamic banks that due to their nature and the specificity of the touristic sector that is characterized by its seasonal nature unlike the other economic sectors. The touristic sector is considered as a heavy industry that needs huge and long-lasting financial resources because of the predominance of the fixed assets at the expense of the touristic project assets. In addition to that, the output can never be achieved until after a long period of time of the effectiveness of the project.

This research found out that the Islamic banks really incorporated their role in financing the touristic sector. Through a study of the Saudi Arabian experience in financing the touristic sector and focusing on the reality of funding the touristic projects in the Rajhi Bank because it has the lion's share in the Saudi banking market compared to the existing Islamic banks in Saudi Arabia. The experience showed its efficient role and its contribution in financing huge touristic projects according to the Islamic formula adopted by the bank and for long periods that go up to eight years. Algeria can adopt such a successful experience and benefit from it along with its openness of the Islamic banks as the Algerian government is diverting to too much importance to the touristic sector and getting convinced that it can be the substitution to the oil sector to get foreign currency.

Key words: touristic sector, Islamic banks, traditional banks, finance, substitute.

The People's Democratic Republic of Algeria
Ministry of Higher Education and Scientific Research
Emir Abdel Kader University of Islamic Sciences – Constantine -

Serial number:

Faculty of Sharia and Economics

Registration number:

Department Economics and Management



**The role of the Islamic banks in
financing the Tourist sector as
a substitute to the Traditional banks**

PhD in Economics and Management
Specialization of Islamic banks

Student preparation:
Meriem Chetibi Mahmoud

Supervised by prof:
Said Derradji

Members of the discussion committee

Name and Surname	Rank	Original University	Adjective
Prof. Kamel Ladraa	Professor of Higher Education	Emir Abdel Kader University - Constantine -	Chairman
Prof. Said Derradji	Professor of Higher Education	Emir Abdel Kader University - Constantine -	Supervisor and rapporteur
Dr. Hassiba Semira	Teacher lecturer A	Emir Abdel Kader University - Constantine -	Member
Prof. Mahmoud Sehnoun	Professor of Higher Education	Abdelhamid Mehri University - Constantine 2 -	Member
Prof. Rachid Derghal	Professor of Higher Education	Elhadj Lakhdar University - Batna 1 -	Member
Dr. Miloud Zankri	Teacher lecturer A	Mohamed Elbachir El ibrahimi University - Bordj -	Member

University year: 1440 – 1441 / 2019 – 2020