جامعة يحي فارس بالمدية

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية

وعلـوم التسيير

قسم علوم التسيير

مذكرة بعنوان:

دور المقاولاتية في تطوير النشاط السياحي في الجزائر
-دراسة حالة مديرية السياحة لولاية المدية -

مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر الاكاديمي في علوم التسيير، تخصص: إدارة أعمال.

إعداد الطالبة:

- زروال إلهام

تحت إشراف الاستاذة:

– د. موساوي وردة

أعضاء لجنة التقييم

د/ حيولة إيمان ..... أستاذ محاضر أ ..... عضوا ممتحنا

د/ موساوي وردة ..... أستاذ محاضر أ ..... مشرفا

د/ شراطي نسيمة ..... أستاذ محاضر أ ..... عضوا ممتحنا

السنة الجامعية: 2021–2022

كلمـة شكـر

بعون الله تم إتمام هذا العمل العلمي، فلله الحمد والشكر

على نعمة العلم، وعلى توفيقنا على إتمامه

كما أشكر:

الأستاذة موساوي وردة على قبول إشرافها على هذا العمل

وعلى توجيهاتها وملاحظاتها القيمة

كما أتقدم بالشكر المسبق لأعضاء لجنة المناقشة

وكل القائمين على الكلية.

إهداء

أهدي هذا العمل إلى من قال فيهما الله عز وجل

" وقل ربي ارحمهما كما ربياني صغيرا "

إلى اللذين ربياني صغيرا وعلماني كثيرا

فكان نعم من يُربي ويعلم ويرعى ويوجه، أمي وأبي

بارك الله في عمرهما

وإلى رفيق دربي زوجي

"عبد الرؤوف"

إلى جميع أفراد عائلتي كل باسمه وخاصة

أختي خديجة وأولادها عبد الباسط، فرح، مُحَّد ياسين

واخوتي بلال، جمال، ياسين

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات:

المحتوى	الصفحة
كلمة شكر	I
إهداء	II
ملخص	III
فهرس المحتويات	IV
قائمة الجداول	VI
قائمة الأشكال	IX
مقدمة	أ
الفصل الأول: السياحة وسبل تفعيل الاستثمار السياحي في الجزائر	2
المبحث الأول: أساسيات حول السياحة	3
المطلب الأول: ماهية السياحة	3
المطلب الثاني: خصائص السياحة، أركانها، أنواعها	5
المطلب الثالث: أهمية السياحة والمشاكل التي تواجهها	11
المبحث الثاني: واقع السياحة في الجزائر	15
المطلب الأول: أنماط السياحة في الجزائر	15
المطلب الثاني: مقومات السياحية في الجزائر	20
المطلب الثالث: دور الاستثمار السياحي في تحقيق التنمية في الجزائر	23
المبحث الثالث: الاستثمار السياحي في الجزائر وسبل تفعيله	32
المطلب الأول: الاستثمار السياحي	32
المطلب الثاني: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030	36
المطلب الثالث: معوقات الاستثمار والآليات المقترحة لتفعيل القطاع السياحي	40
خلاصة الفصل	46
الفصل الثاني: المقاولاتية السياحية في الجزائر	48
المبحث الأول: المرجعية النظرية للمقاولاتية والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر	49

المطلب الأول: أساسيات حول المقاولاتية	49
المطلب الثاني: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر	57
المطلب الثالث: دور المقاولاتية في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية	61
المبحث الثاني: أجهزة دعم ومرافقة المقاولاتية	64
المطلب الأول: مساهمة الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار ANDI في تطوير المقاولاتية السياسية في الجزائر.	64
المطلب الثاني: مساهمة الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية (ANADE) ومساهمة الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة (CNAC) في تطوير المقاولاتية السياحية.	69
المطلب الثالث: مساهمة صندوق ضمان القروض للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة (FGAR)	76
خلاصة	83
الفصل الثالث: دراسة ميدانية لحالة مديرية السياحة لولاية المدية	85
المبحث الأول: نبذة عن مديرية السياحة والصناعة التقليدية ومهامها	86
المطلب الأول: نبذة عن مديرية السياحة والصناعة التقليدية	86
المطلب الثاني: مهام مديرية السياحة والصناعة التقليدية	87
المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي لمديرية السياحة والصناعة التقليدية	91
المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة	93
المطلب الأول: الإطار المنهجي للدراسة وتحليل النتائج	93
المطلب الثاني: أداة الدراسة	94
المطلب الثالث: عرض وتحليل النتائج	95
خاتمة	116
قائمة المراجع	118
الملاحق	126

فهرس الجداول:

المحتوى	الصفحة
الجدول (1-1): يوضح السياحة الشاطئية في الجزائر	16
الجدول (1-2): السياحة الصحراوية في الجزائر	16
الجدول (1-3): السياحة الحموية في الجزائر	17
الجدول (1-4): تطور ميزان المدفوعات	24
الجدول (1-5): التوظيف في قطاع السياحة (فرع ، فنادق، المطاعم)	25
الجدول 1-06: تطور تدفقات السياح في الجزائر	26
الجدول (1-7): يوضح دخول السواح عبر الحدود الجزائرية لسنة 2019	27
الجدول (1-8): يوضح دخول السواح الأجانب عبر الحدود الجزائرية حسب غرض الزيارة	28
الجدول (1-9): تأثير الميزان السياحي على ميزان المدفوعات الجزائري	29
الجدول رقم (1-10): الرهانات الخمس للسياحة الجزائرية	38
الجدول رقم (1-11): مجالات التشاور بين القطاع السياحي والقطاعات الأخرى	44
الجدول رقم (2-1) معايير التمييز بين حجم المؤسسات في الجزائر	58
الجدول (2-2): بيانات التصريح بالاستثمار للفترة (2002-2017) لإجمالي القطاعات الاقتصادية	66
الجدول (2-3): بيانات التصريح بالاستثمار حسب قطاع النشاط للفترة مابين2002-2017	67
الجدول (2-4): المشاريع الأجنبية المصرح بها لفترة مابين 2002-2017	68
الجدول(2-5): توزيع المشاريع الممولة من طرفCNAC حسب قطاع النشاط	70
الجدول (2-6): تطور عدد المؤسسات المستحدثة في إطار جهاز الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية بولاية المدية للفترة ما بين 2008-2018	71
الجدول (2-7): يوضح توزيع المشاريع الممولة من قبل ANADE حسب القطاعات بولاية المدية 2008-2018	73
الجدول (2-8): الاستثمارات وإعانات الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة	74
الجدول (2-9): الملفات المعالجة من طرف صندوق ضمان القروض للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة خلال الفترة الممتدة من 2017/01/01 إلى 2018/06/30	79

الجدول 2-10: حصيلة وضعية الملفات المعالجة من طرف صندوق ضمان القروض للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة إنشاء وتمديد منذ أفريل 2004 إلى غاية 2018/06/30	80
الجدول (2-11): الملفات المعالجة من طرف **FGAR** حسب قطاع النشاط من 2004 إلى جوان 2013	81
الجدول (2-12) الملفات المعالجة من قبل الصندوق	82
الجدول رقم (3-1) يبين كيفية توزيع وجمع استبيان على عينة الدراسة	93
الجدول رقم (3-2) معامل الثبات ألفا كرونباخ لقياس ثبات أداة الإستبيان	95
الجدول رقم (3-3) توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	95
الجدول رقم (3-4) توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	96
الجدول رقم (3-5) توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة العائلية	97
الجدول رقم (3-6) توزيع أفراد العينية حسب متغير المستوى التعليمي	98
الجدول رقم (3-7) توزيع أفراد العينة حسب متغير الوظيفة	99
الجدول رقم (3-8) توزيع أفراد العينة حسب نوع المؤسسة	100
الجدول رقم (3-9) مصادر تمويل المشاريع حسب عينة الدراسة	101
الجدول رقم (3-10) توزيع المؤسسات السياحية حسب الحجم	102
الجدول رقم (3-11) الأفكار الدافعة لإنشاء المؤسسات السياحية حسب عينة الدراسة	103
الجدول رقم (3-12) آراء أفراد العينة حول القوانين التي تحكم القطاع السياحي	104
الجدول رقم (3-13) آراء أفراد العين حول صعوبات انشاء المشاريع السياحية	104
الجدول رقم (3-14) آراء أفراد العينة حول برامج التعريف بالمعالم السياحية لولاية المدية	105
الجدول رقم (3-15) آراء أفراد العينة حول المشاركة في المعارض الوطنية والولائية	105
الجدول رقم (3-16) آراء الأفراد حول استقدام السياح الأجانب للولاية	106
الجدول رقم (3-17) آراء أفراد العينة حول البرامج التنافسية للمؤسسات السياحية	106
الجدول رقم (3-18) آراء أفراد العينة حول الخطط المستقبلية للمؤسسات السياحية	107
الجدول رقم (3-19) آراء أفراد العينة حول العروض الخاصة بالمناسبات والعطل للمؤسسات السياحية	108
الجدول رقم (3-20) آراء أفراد العينة حول صعوبة ترجمة الأفكار إلى برامج سياحية	108
الجدول رقم (3-21) آراء أفراد العينة حول الإبداع الفكري لديهم	108
الجدول رقم (3-22) آراء العينة حول تقليد البرامج الرائجة	109
الجدول رقم (3-23) آراء أفراد العينة حول تطبيق الأفكار السياحية الجديدة	109

الجدول رقم (3-24) آراء أفراد العينة المتعلقة بالتحدي في إنجاز المهام الصعبة	110
الجدول رقم (3-25) آراء أفراد العينة حول العمل وفقا لبرامج سهلة وواضحة	110
الجدول رقم (3-26) آراء أفراد العينة حول الأخذ باقتراحات الزبائن في إعداد البرامج السياحية	111
الجدول رقم (3-27) آراء أفراد العينة حول الجوانب التي توفرها المؤسسة للزبائن	111
الجدول رقم (3-28) آراء أفراد العينة حول مسائل الاتصال المعتمدة من المؤسسات السياحية	112
الجدول رقم (3-29) آراء أفراد العينة حول الطرق التي يعبر بها الزبائن عن انشغالاتهم	113
الجدول رقم (3-30) آراء أفراد العينة حول نوع الإشهار المتبع من طرف المؤسسة	113
الجدول رقم (3-31) آراء أفراد العينة حول الأطراف التي تتواصل معها المؤسسات السياحية	114

فهرس الأشكال:

المحتوى	الصفحة
الشكل (1-1) أركان السياحة	7
الشكل (1-2): برامج السياحة الدينية والعقائدية	9
الشكل (1-3). السياحة من المنظور الانساني	13
الشكل (1-4): تطور الميزان السياحي للجزائر خلال الفترة (2000-2027)	29
الشكل رقم (1-5): نسبة مساهمة السياحة الجزائرية في الناتج المحلي الاجمالي في الفترة (2008-2018)	31
الشكل (3-1): الهيكل التنظيمي لمديرية السياحة والصناعة التقليدية	91
الشكل رقم (3-2) توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	96
الشكل رقم (3-3) توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	97
الشكل رقم (3-4) توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة العائلية	98
الشكل رقم (3-5) توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	99
الشكل رقم (3-6) توزيع أفراد العينة حسب متغير الوظيفة	100
الشكل رقم (3-7) توزيع أفراد العينة حسب نوع المؤسسة	101
الشكل رقم (3-8) توزيع المؤسسات السياحية حسب الحجم	103

مقدمة

أصبحت المقاولاتية إحدى أفضل وسائل التنمية الاقتصادية، نظرا لبساطتها ومرونتها مما جعلها تساهم في النمو الاقتصادي والتشغيل، وتكمن إمكانياتها أيضا في توفير منتجات جديدة وتطويرها.

وهو ما دفع بالدول وخاصة النامية منها إلى السعي لتفعيل المقاولاتية ومحاربة المعوقات والمشاكل التي تواجهها. من خلال اللجوء إلى مجموعة من التدابير والآليات تتمثل أهمها في احداث هيئات وبرامج تعمل على دعم وتفعيل المؤسسات المقاولاتية واستمراريتها في مختلف القطاعات الاقتصادية.

وتعتبر السياحة أهم القطاعات التي تعتمد عليها الدول كمصدر من مصادر الدخل الوطني، والمساهمة في الرفع من النمو الاقتصادي، ومن ثم تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية المنشودة، لذلك تسعى الدولة الجزائرية إلى تنمية هذا القطاع والرقي به، حتى تصبح الجزائر احدى أهم الوجهات السياحية الرائدة من خلال دعم النشاط المقاولاتي في هذا المجالات وفي مختلف ولايات الوطن.

من هذا المنطلق تبرز الإشكالية الرئيسية للبحث في:

ما دور المقاولاتية في تطوير القطاع السياحي في ولاية المدية –الجزائر؟

للتعمق في هذه الإشكالية نطرح جملة من الأسئلة الفرعية التالية:

1. ما هي أهم المقومات السياحية في الجزائر؟
2. كيف تساهم المقاولاتية في التنمية الاقتصادية؟
3. كيف تساهم المؤسسات المقاولاتية لولاية المدية في تنشيط السياحة الداخلية للمنطقة؟
4. هل تعد العوامل الشخصية للمقاول عنصرا أساسيا لتنشيط السياحة في ولاية المدية؟

للإجابة على هذه التساؤلات نفترض الافتراضات التالية:

فرضيات الدراسة:

1. تزخر الجزائر بمجموعة من المقومات السياحية أهمها: السياحة الشاطئية، الصحراوية والحموية.
2. تساهم المقاولاتية في توفير مناصب شغل، زيادة الإنتاجية، والتنويع الاقتصادي.
3. تساهم المؤسسات المقاولاتية لولاية المدية في تنشيط السياحة الداخلية للمنطقة من خلال المشاركة في المعارض الدولية والوطنية للتعريف بالمقومات السياحية للمنطقة.
4. لا تعد العوامل الشخصية للمقاول عنصرا أساسيا لتنشيط السياحة في ولاية المدية.

مبررات اختيار الموضوع

1. الأسباب الموضوعية:

-موضوع المقاولاتية من بين المواضيع الجديرة بالاهتمام؛

- معرفة كيفية تأثير المقاولاتية والمشاريع الاقتصادية على تنمية السياحة في الجزائر؛

- كون الدراسة من أبرز المواضيع الجديدة وقلة وجود دراسات سابقة في هذا الموضوع.

2. الأسباب الذاتية:

- الميل إلى البحوث التي تغطي الموضوعات المتعلقة بالسياحة؛

- موضوع له علاقة بالتخصص؛

- الميل للبحث في هذا النوع من المواضيع.

أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة للوصول إلى مجموعة من الأهداف وهي كالتالي:

1. التعرف على واقع السياحة في الجزائر؛
2. التعرف على أساليب وآليات دعم المقاولاتية لقطاع السياحة في الجزائر؛
3. سياسة الدولة الجزائرية للنهوض بالقطاع السياحي.

أهمية الدراسة:

1. اقامة العديد من الملتقيات والدورات العلمية حول المقاولاتية السياحية في الجزائر؛
2. إبراز إمكانيات المقاولاتية في تفعيل التنمية السياحية؛
3. الاهتمام الحالي بهذه الاستثمارات في الجزائر مع اتخاذ بعض التدابير والأساليب من أجل ترقية القطاع السياحي.

حدود الدراسة:

1. **الحدود الزمانية: فترة اعداد الدراسة الميدانية السداسي الثاني من السنة 2021-2022**؛
2. **الحدود المكانية:** تمت الدراسة على مستوى مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية المدية، الفنادق، الوكالات السياحية المتواجدة على مستوى المدية وسط.

منهج الدراسة:

سيتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي في البحث من خلال استعراض المفاهيم المتعلقة بالسياحة والمقاولاتية، والاعتماد على منهج دراسة الحالة بإسقاط الجانب النظري في الجانب التطبيقي، من خلال دراسة مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية المدية، المؤسسات الفندقية، الوكالات السياحية المتواجدة على مستوى المدية وسط. باستخدام الأسلوب الاحصائي في تحليل آراء مديري وأصحاب المؤسسات الفندقية والوكالات وتفسيرها والوصول إلى استنتاجات تساهم في تحسين وتطوير السياحة من خلال المؤسسات المقاولاتية على مستوى الولاية.

الدراسات السابقة:

من الدراسات السابقة التي تناولت موضوع البحث سواء كانت دكتوراه او ماجستير والتي تمكن الباحث على الاطلاع عليها:

1. **دراسة لـ عوينات عبد القادر** بعنوان :"السياحة في الجزائر الامكانيات والمعوقات(2000-2025) في ظل الاستراتيجية السياحية الجديدة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT. 2025 ". رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه تخصص نقود ومالية، جامعة الجزائر 3، 2013. هدفت هذه الدراسة إلى:

- ✓ تحديد السياحة الجزائرية وموقعها من السياحة الدولية بصفة عامة، والسياحة العربية بصفة خاصة؛
- ✓ تسليط الضوء على جل العراقيل والعقبات التي تقف أمام النهوض وتطوير السياحة الجزائرية؛
- ✓ تحليل الاهداف التي يسعى إلى تحقيقها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية؛
- ✓ معرفة مدى نجاعة الاستراتيجية الجديدة للسياحة الجزائرية.

2. **دراسة لـ سماعيني نسيبة** بعنوان :"دور السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر ". مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في إدارة الاعمال، جامعة وهران، 2014. هدفت هذه الدراسة إلى:

- ✓ محاولة التحسس بمكانة السياحة في الجزائر؛
- ✓ توضيح أهمية دور قطاع السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في للجزائر؛
- ✓ محاولة معرفة أسباب تراجع السياحة في الجزائر؛
- ✓ حصر المعوقات التي حالت ولا زالت تحول دون الاهتمام بهذا القطاع في السياسة التنموية في الجزائر.

صعوبات الدراسة:

الصعوبات التي واجهتنا في هذه الدراسة هي في الجانب الميداني نتيجة امتناع أصحاب كثير من الوكالات الإجابة على مفردات الاستبيان.

هيكل الدراسة:

سنتناول في هذه الدراسة ثلاثة فصول حيث سنتطرق في الفصل الأول إلى السياحة وسبل تفعيل الاستثمار السياحي في الجزائر من خلال ثلاث مباحث (المبحث الأول: أساسيات السياحة، والمبحث الثاني: واقع السياحة في الجزائر، المبحث الثالث: لاستثمار السياحي في الجزائر وسبل تفعيله) وبالنسبة للفصل الثاني سيتم عرض فيه المقاولاتية السياحية في الجزائر: بمبحثين (المبحث الأول: المرجعية النظرية للمقاولاتية والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، المبحث الثاني: أجهزة دعم و مرافقة المقاولاتية)، أما الفصل الثالث فتتمثل في دراسة ميدانية حالة مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية المدية، والمؤسسات الفندقية والوكالات السياحية على مستواها.

الفصل الأول:

السياحة وسبل تفعيل النشاط

السياحي في الجزائر

تمهيد

تظهر السياحة مدى التقدم الحضاري والاجتماعي والعلمي للشعوب وذلك لما لها من أبعاد اقتصادية وثقافية وسياسية واجتماعية، وهي كذلك ظاهرة انسانية تصف بالحركة وتتصل اتصالا وثيقا بالعالم الخارجي وبالمجتمع المحلي داخل حدود الدولة.

فالسياحة تعد أحد القطاعات الأكثر أهمية وديناميكية في العالم، فهي من أهم مصادر الدخل في الاقتصاد الوطني بالنسبة للكثير من الدول، فهي قادرة على جلب مداخيل هامة من العملة الصعبة وترقية المناطق بأكملها، يحتاج تطوير هذا القطاع إلى رؤية بعيدة المدى تكون جزءا من عملية التنمية الاقتصادية، نظرا للترابط بين السياحة وجميع القطاعات الاقتصادية الأخرى. ونظرا للأهمية الكبيرة للسياحة فإن الجزائر أولت لها اهتماما من خلال تفعيل العديد من القوانين لترقية هذا القطاع أهمها المخطط التوجيهي للسياحة أفاق 2025، وبناءا على ما سبق، تم تقسيم الفصل إلى المباحث التالية:

المبحث الأول: أساسيات حول السياحة.

المبحث الثاني: واقع السياحة في الجزائر.

المبحث الثالث: الاستثمار السياحي في الجزائر وسبل تفعيله.

المبحث الأول: أساسيات حول السياحة

تمثل السياحة احدى الظواهر الهامة فهي جسر عابر وناقل يتم من خلاله عبور الاقتصاد الوطني بل العالمي، من وضع معين إلى أوضاع أفضل وأرقى وأحسن لما تلعبه من دور بارز، في دعم وتنشيط اقتصاديات الكثير من الدول، وخاصة على ميزات المدفوعات، ومساهمته في زيادة فرص الاستثمار الوطني والأجنبي، مما دعى العديد من الدول التي اتجهت إلى الاهتمام بالعمل السياحي.

وأخيرا نلخص للقول بأن السياحة يجب أن يكون لها الأولية في توجيه الدول لأن هذا القطاع هو أكبر مورد للعملات الصعبة.

المطلب الأول: ماهية السياحة

أولا: مفهوم السياحة والسائح

1. **مفهوم السياحة:** إن لفظ السياحة بمعناه المعروف في وقتنا الحاضر لم يكن موجودا إلى أنه كان معروفا في اللغة العربية قبل الاسلام وبعده.

فكان لفظ السياحة قديما باللغة العربية بمعنى الضرب في الأرض، ومنها سيح الماء بمعنى جريانه فقد ورد في مختار الصحاح صفحة 324 و 325: تعريف لفظ السياحة فيقال ساح الماء أي جرى إلى الأرض وسيح أيضا الماء الجاري، وساح في الأرض يسيح سيحا وسيوحا وسياحة وسيحانا بفتح الياء، أي ذهب[1].

أ) **تعريف E.Giuyer Freuller**: أول تعريف عام 1905 يعرف أن السياحة بأنها ظاهرة من ظواهر العصر التي تنبثق من الحاجة للحصول على الراحة والاستجمام وتغيير الجو، والإحساس بجمال الطبيعة وتذوقها والشعور بالبهجة والمتعة في الإقامة في المناطق ذات طبيعة خاصة وهي ثمرة تقدم وسائل النقل " نلاحظ في هذا التعريف أنه اهتم بالجوانب الانسانية والنفسية وأهمل الجانب الاقتصادي والثقافي[2].

ب) **Jean Baptiste Trouboule**: هي نشاط يهتم باستقبال وسفر الأفراد خارج أماكن إقامتهم الرئيسية لمدة تتراوح ما بين 24 ساعة إلى أربعة أشهر وذلك من أجل الترفيه، الصحة، الاجتماعات، أو في إطار الرحلات المدرسية وهو تعريف يعتبر السياحة كنشاط.

وقد رد لفظ السياحة في القرآن الكريم في أكثر من موقع، ففي سورة التوبة ورد قوله تعإلى في الآية [2]: {فَسِيحُوا فِي الأَرْضِ أَرْبَعَةَ أَشْهُرْ وَاعْلَمُوا أَنَكُمْ غَيْرَ مُعْجِزِي اللهِ وَأَنَ اللهَ مُخْزِي الكَافِرِينْ} بمعنى سيروا أيها

[1] نائل موسى محمود سرحان. (2011)، مبادئ السياحة، دون طبعة، عمان، دار غيداء للنشر والتوزيع، ص 9.

[2] نفس المرجع السابق، ص 44.

المشركين سير السائحين آمنين لمدة أربعة أشهر لا يتعرض لكم خلالها أحد.[1] القرآن الكريم، سورة التوبة، الآية2.

وفي نفس السورة الآية [112] ورد قوله تعالى: {التَائِبُونْ العَابِدُونْ الحَامِدُونْ السَائِحُونْ الرَاكِعُونْ السَاجِدُونْ الآمِرُونْ بِالْمَعْرُوفْ وَالنَّاهُونَ عَنْ المُنْكَرْ وَالحَافِظُونْ لِحُدُودْ اللهِ وَبَشِّرِ المُؤْمِنِينْ}. القرآن الكريم، سورة التوبة، الآية 112.

ج) تعريف المنظمة العالمية للسياحة "OMT"

بهدف توحيد أسس الاحصائيات السياحية قامت المنظمة العالمية للسياحة بتحديد تعريف لهذه الظاهرة وهو كالآتي: السياحة تشمل أنشطة الأشخاص الذين يسافرون إلى أماكن تقع خارج بيئتهم المعتادة ويقيمون فيها لمدة لا تزيد عن سنة بغير انقطاع للراحة لأعراض أخرى، وتتألف البيئة المعتادة للشخص من منطقة محددة قريبة من مكان إقامته مضافا إليه كافة الأماكن التي يزورها بصورة مستمرة ومتكررة[2].

ونستطيع أن نعطي تعريف شاملا للسياحة: هي عبارة عن ظاهرة فردية أو جماعية تهدف إلى تحقيق وإتباع الرغبات والحاجات المختلفة، وذلك من خلال عملية الانتقال من مكان الإقامة الدائمة إلى أماكن أخرى سواء كانت داخلية (داخل البلاد نفسه) أو خارجية إلى دول أخرى والإقامة فيها، دون تحديد فترة من الزمن.

وأغراضها تكون من أجل الثقافة أو الأعمال أو الدين أو الرياضة.

2. تعريف السائح:

تعريف 1: هو الشخص الذي يسافر خارج محل إقامته الأصلي أو الاعتيادي ولأي سبب غير الكسب المادي أو الدراسة سواء كان في داخل بلدية (السائح الوطني) أو داخل بلد غير بلده (السائح الأجنبي) ولفترة تزيد عن 24 ساعة وأن تقل ذلك فهو يعتبر قاصد للتنزه.

تعريف 2: عرف القاموس السياحي الدولي الصادر عن الأكاديمية الدولية للسياحة بمونت كارلو سنة 1961 السائح على أنه هو الشخص الذي يسافر من أجل المتعة مبتعدا عن موطنه المعتاد لفترة تزيد عن 24 ساعة، حيث التنقلات التي نقل عن 24 ساعة تعد –مثابة رحلات.

[1] إيمان العلمي (2013)، واقع التسويق السياحي في الجزائر وآفاق تطويره، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، جامعة أم البواقي، الجزائر، ص 04.

[2] سماعيني نسيبة (2014)، دور السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجيستر في إدارة الأعمال، جامعة وهران الجزائر، ص 8.

وقد اعتمد المجلس الاقتصادي التاسع لهيئة الأمم المتحدة في قراره الصادر في الاجتماع المنعقد في روما من سنة 1963 في نشأة تعريف السائح على أنه " هو كل شخص يقيم خارج موطنه المعتاد خلال فترة تزيد عن أربع وعشرون ساعة وتقل عن عام واحد" [1].

تعريف 3: تعريف المنظمة العالمية للسياحة OMT للسائح بأنه: " كل شخص يسافر خارج موطنه محل إقامته الأصلي لسبب من الأسباب غير الكسب المادي سواء كان داخل بلده " السائح الوطني" أو بلد آخر " السائح الاجنبي" لفترة تزيد عن 24 ساعة[2].

تعريف 4: يمكن تعريف السائح أنه كل شخص يغادر مكان إقامته المألوفة إلى مكان آخر بهدف اشباع رغبة معينة خلال مدة زمنية لا تتعدى اثني عشر شهرا متصلة، دون أن تكون غايته البحث عن منصب عمل[3].

وبالتالي يمكننا أن نعرف السائح بأنه: " هو الشخص الذي ينتقل من مكان إقامته الدائم إلى مكان آخر سواء داخل البلد نفسه أو خارجه يقصد تحقيق حاجات ورغبات معينة، شريطة أن يرافق ذلك إلى نفاق المادي دون تحديد فترة زمنية محددة.

المطلب الثاني: خصائص السياحة، أركانها، أنواعها

1. خصائص السياحة:

بات الجميع ينظر للسياحة كصناعة نظيفة من طراز متفرد سلبياتها على البيئة أقل من الصناعات الأخرى، هذا ناهيك على أنها أصبحت تمثل سلعة تصديرية سيستفاد بها في بلد المنشأ فقط عن كونها صناعة خدمية كثيفة العمالة وتحتاج على كوادر وتخصصات مختلفة، وكذلك تساعد عن غيرها من الأنشطة الاقتصادية بمجموعة من الخصائص أهمها:

- السياحة كظاهرة وكصناعة لا يمكن وصفها بالثبات وعدم التغير، حيث أنها حركة أشخاص تتأثر بالمتغيرات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والبيئية والحضارية وغيرها، وتؤثر هي في هذه الجوانب ولا جدال في أن التطور الدائم الذي يطرأ على اتجاهاتها وأنماطها وهياكلها كصناعة[4].

[1] نائل موسى محمود سرحان، مرجع سبق ذكره، ص ص 12- 13.

[2] سماعيني نسيبة، مرجع سبق ذكره، ص 10.

[3] بوعلام أحمد (2018)، المقاولاتية ودورها في قطاع السياحة في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة ماستر أكادمي في العلوم الاقتصادية، جامعة مستغانم- الجزائر، ص 36.

[4] سعيدي توفيق، لعويجي مبروك، (2017)، واقع التسويق السياحي في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماستر أكاديمي في العلوم التجارية، جامعة المسيلة، الجزائر، ص 9.

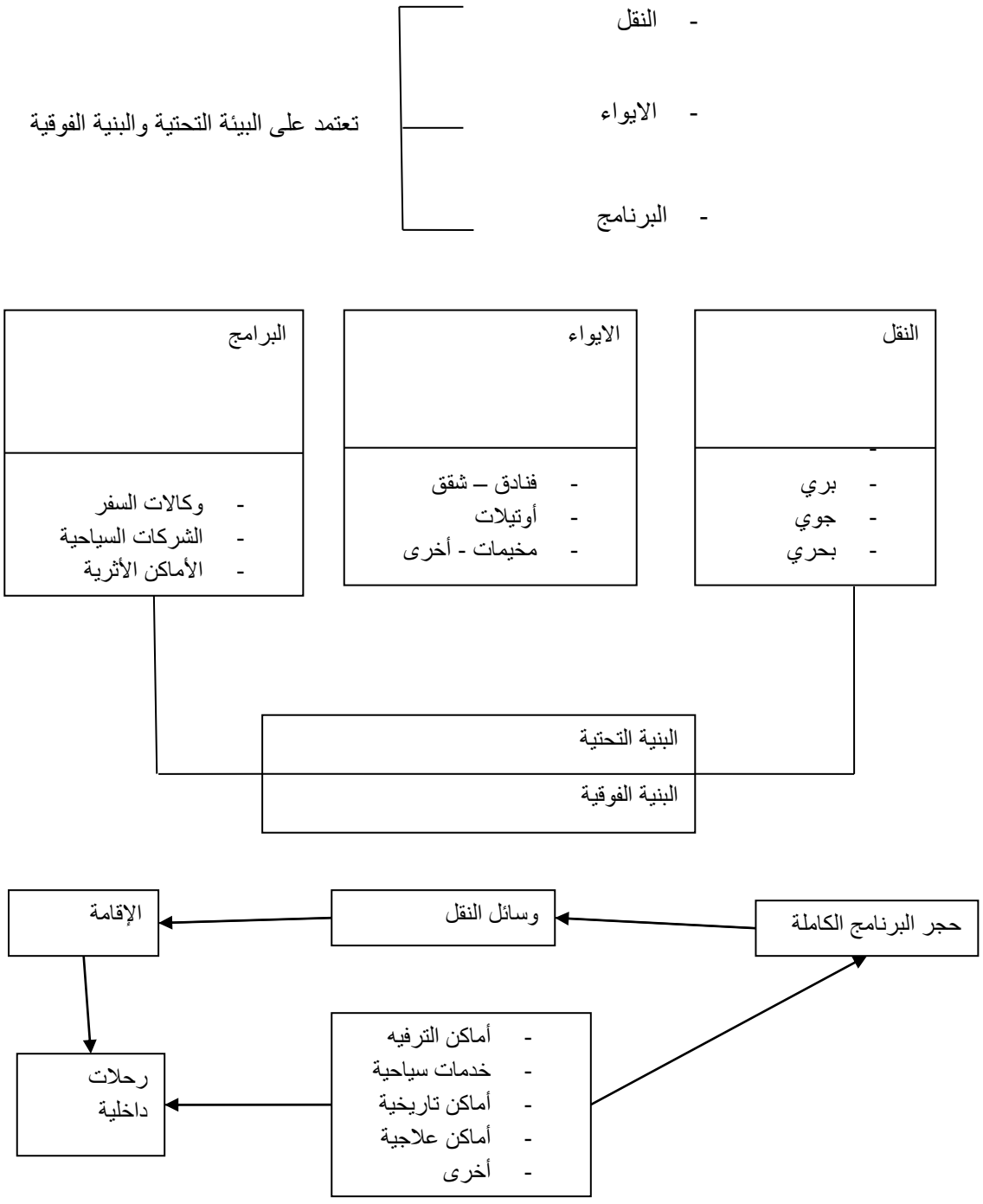
- السياحة عبارة عن مزيج مركب ومعقد يتكون من العديد من الظواهر والعلاقات الاقتصادية منها الاجتماعية والثقافية والحضارية والإعلامية....الخ.
- السياحة نشاط لا يتولد من حركة الأفراد إلى مناطق غير موطن إقامتهم الدائمة وهي بذلك تحتوي على عنصر حركي وهو الرحلة، وعنصر ثابت هو الإقامة المؤقتة.
- الغرض السياحي لا يتوقف فقط على مدى توافر الموارد وتنوع المقومات والخدمات والتجهيزات السياحية بل وعلى غيرها من العوامل كأسعار الخدمات السياحية الأساسية أو التكميلية.
- إن عوائد السياحة الدولية (العملات الصعبة) تعد علاجا جاهزا بوصف لحل أوجاع مشكلات ميزان مدفوعات في البلدان الفقيرة.
- إن الطلب على السياحة سيستمر قويا في المستقبل بسبب الاتجاه نحو السياحة الجماعية وازدياد الاجازات مدفوعة الأجر، وتراجع تكاليف السفر.
- صناعة السياحة تمثل حافزا للإبداع الثقافي والاجتماعي ومجالا لاستخدام التكنولوجيا المتطورة لذا فهي تتطلب مستوى أكبر من الكفاءة والتأهيل في ظل المنافسة الدولية.[1]

2. أركان السياحة:

يمكن تلخيص أركان السياحة في الشكل التالي:

[1] زير ريان، (2018)، مساهمة التسويق السياحي في تطوير السياحة في الوطن العربي، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث (LMD)، في العلوم التجارية، جامعة بسكرة، بسكرة، الجزائر، ص ص 53- 54.

الشكل (1-1) أركان السياحة



المصدر: ماهر عبد العزيز توفيق،(1997)، صناعة السياحة، الطبعة، دار نهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص 43.

من خلال الشكل نلاحظ أنه يمكن تقسيم أركان السياحة إلى:

- النقل.
- إيواء
- برامج.

– **النقل:** أن النشاط السياحي مرتبط ارتباطا وثيقا بقطاع النقل إذ أنه لا يمكن أن تنشأ السياحة وتتطور دون تطور وسائل النقل وتوفر طرق المواصلات وخدماتها وتشمل ثلاثة أنواع:

– **أ–** النقل البري.

– **ب**– النقل الجوي.

– **ج**– النقل البحري

– **الايواء:** لا توجد سياحة بدون أماكن الايواء، يقال ما يبحث عنه السائح حين وصوله دولة أو مكان هو البحث عن مكان مناسب لإقامة إذ يبحث عن الإقامة قبل البحث عن الترفيه ويشمل الايواء: الفنادق، الشقق، السياحة، أوتيلات، المخيمات.....

– **البرامج:** لا تنجح السياحة بدون برنامج معين يتمتع به السائح، وتتمثل هذه البرامج في:

- الأماكن الأثرية.
- الأماكن السياحية.
- الشركات السياحية.
- وكالات السفر:

- البنية التحتية للسياحة: تتمثل في الخدمات الأولية أو القاعدية الواجب توفيرها.
- البنية الفوقية للسياحة: تتمثل في منشآت الإقامة والإيواء ومكاتب المعلومات السياحية.

3. أنواع السياحة:

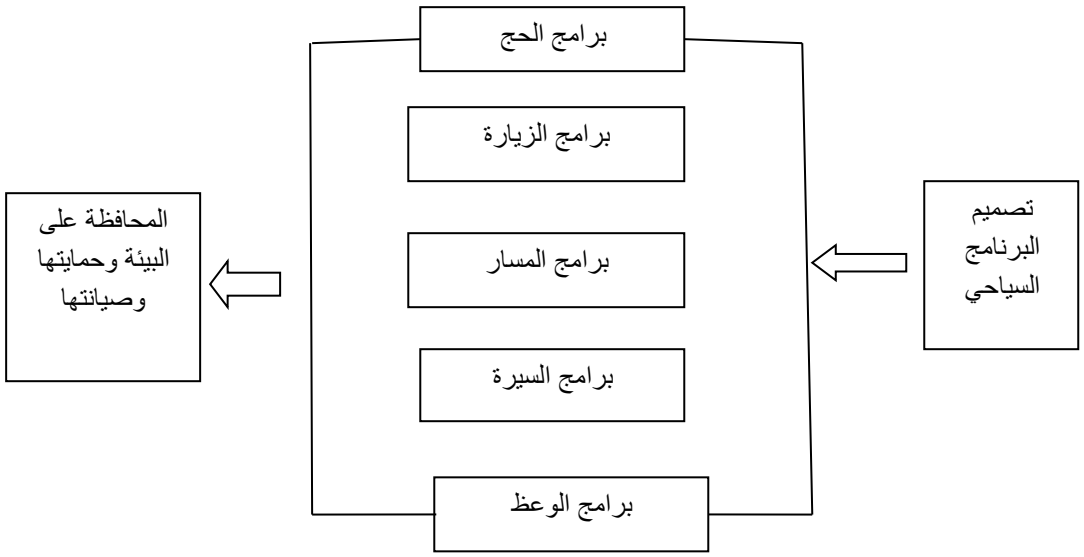
تتعدد أنواع السياحة تبعا للدوافع والرغبات والاحتياجات المختلفة، فهناك السياحة الثقافية، الترفيهية، العلاجية وغيرها، والتي ساعد انتشارها التطور العلمي الاقتصادي والاجتماعي وما صاحبها من نشاطات

ومتطلبات لم تكن معروفة من قبل مثل: سياحة المؤتمرات والمعارض وقد صنفت أنواع السياحة وذلك وفقا لعدة عناصر هي:[1]

أ) السياحة الدينية والعقائدية:

وهي التوجه لزيارة الأماكن المقدسة والتاريخية الدينية، وأهم دافع فيها هي السفر بقصد الحج لمواقع معينة محددة في معظم الأديان، وبرنامج السياحة الدينية برامج متنوعة، وهي سياحة أخلاقية، قائمة على المبادئ السمحة، والمثل العليا، وتقويم السلوك وتهذيبية، ومن ثم فإنها جميعا قائمة على معالجة التلوث البيئي، والمحافظة على الموارد الطبيعية، وتحقيق الانتفاع بها دون ضرر أو ضرار وهو ما يمثله الشكل التالي:[2]

الشكل (1-2): برامج السياحة الدينية والعقائدية



المصدر: مصطفى يوسف كافي (2018). مدخل إلى صناعة السياحة والتنمية الريفية، بدون طبعة، الجزائر، ص106.

ب) سياحة الصحة والعلاج:

وتكون من خلال بقاء السائح في بلد لغرض العلاج من مرض معين وهناك العديد من مقومات هذا النوع من السياحة منها:

- ضرورة توفير جو صحي نقي.
- توفر مصحات ومستشفيات وكادر طبي جيد.

[1] أخزرون أمال، بارة سعيدة، (2014)، دور السياحة في تحقيق التنمية المستدامة، مذكرة لنيل شهادة ليسانس في علوم التسيير، جامعة المدية، ص 14.

[2] مصطفى يوسف كافي. (2018)، مدخل إلى صناعة السياحة والتنمية الريفية، بدون طبعة، ص ص 105- 106.

- توفر المياه المعدنية.
- توفر مطاعم خاصة لتوفير الوجبات للمرضى.
- توفر الخدمات السياحية المساعدة من الفنادق ووسائل النقل والمواصلات.[1]

ت) السياحة الترفيهية:

من أقدم السياحات وأكثرها انتشارا خاصة في دول حوض البحر الأبيض المتوسط لأنها تتمتع بمقومات كثيرة كاعتدال المناخ بالإضافة إلى الشواطئ الخلابة التي تفرعت منها الأنواع الأخرى كالسياحة العلاجية والرياضية والسياحة الترفيهية بغرض الاستمتاع والترفيه.[2]

ث) السياحة الثقافية:

وهي ثقافية من أجل المتعة الذهنية والفكرية والتي يمكن أن تتحقق من خلال التعرف على حضارات وأقاليم جديدة ومناطق تاريخية.[3]

ج)السياحة الرياضية:

يقصد بها الانتقال من مكان الإقامة إلى مكان آخر في دولة أخرى لفترة مؤقتة بهدف ممارسة الأنشطة الرياضية المختلفة أو الاستمتاع بمشاهدتها مثل المشاركة في دورات الألعاب الأولمبية وبطولات العالم.

ويعتبر هذا النوع من السياحة من أنواع السياحة القديمة والتي كانت تشمل رحلات الصيد، وفي الوقت الحاضر أصبح مثل هذا النوع صيد الأسماك، ركوب الخيل..... وغيرها.

وقد تزايدت أهميتها نتيجة زيادة اهتمام المجتمعات البشرية بهذا النوع من النشاط والسمة الأساسية لهذا النوع هو إقامة المهرجانات السياحية والرياضية وذلك لاستقطاب أكبر عدد من ممارسيها، فقد شهد هذا النوع من السياحة تطورات نوعية في عدد كبير من البلدان مثل: اسبانيا، اليونان، تركيا، لبنان.... حيث تتوفر الخدمات الترفيهية والمكملة والخدمات الصحية ومازالت تحظى بإقبال شعبي كبير مما يجعلها سفيرا للتعريف بالدول ووسيلة لتسويق منتوجاتها.[4]

---

[1] نفس المرجع السابق، ص 92.

[2] فركوس حمزة (2017)، دور تطبيقات الوسائط المتعددة في تفعيل الاتصال السياحي، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، جامعة قالمة، ص 52.

[3] ، نفس المرجع السابق، ص 53.

[4] أخزرون أمال. (2014)، دور السياحة في تحقيق التنمية المستدامة، مذكرة لنيل شهادة ليسانس، مرجع سابق، ص 13- 14.

ح) سياحة المؤتمرات:

ارتبط هذا النوع بالتطورات الكبيرة في العلاقات الاقتصادية والسياسية والثقافية والاجتماعية ويلزم هذا النوع من السياحة توفر:

- مناطق ذات مناخ معتدل.
- توافر المرافق ووسائل الاتصال.
- وجود الفنادق والقاعات المجهزة لعقد الاجتماعات.

ويتميز سياح المؤتمرات بما يلي:

- من الطبقة المثقفة وذات الدخل المرتفع.
- مدة الإقامة قصيرة.
- يتطلبوا خدمات سياحية رفيعة المستوى.
- يتطلعوا بشغف لزيارة المواقع السياحية المتوفرة في الدولة مثل الآثار والتراث خاصة.[1]

7) السياحة الصحراوية:

يقصد بالسياحة الصحراوية كل إقامة سياحية في محيط صحراوي تقوم إلى استغلال مختلف القدرات الطبيعية والتاريخية والثقافية، مرفقة بأنشطة مرتبطة بهذا المحيط من تسلية وترفيه واستكشاف.[2]

المطلب الثالث: أهمية السياحة والمشاكل التي تواجهها

أولا: أهمية السياحة

أصبحت السياحة في العصر الحديث من الصناعات الهامة وترجع أهمية السياحة إلى أنها صناعة كثيفة العمل، مصدر للدخل، باعثة على نمو ورواج عشرات الصناعات والخدمات المغذية والمكملة للنشاط السياحي، وتتمثل جوانب أهمية السياحة في مجالات عدة وتتمثل في:

1. الأهمية الاقتصادية:

أن الهدف الأساسي من إقامة صناعة سياحية وتشييد بناءها على قواعد ونظم وأساليب إدارية هو الوصول إلى تعظيم الناتج الاقتصادي والاجتماعي لهذه الصناعة، بالنسبة للدولة والمجتمع وبالنسبة للمواطن مع حماية الموارد السياحية، وتقاليد المجتمع وعاداته من التأثر بالعوامل السلبية، التي قد تنمو بعيدا عن التخطيط والتنمية الرشيدة.

[1] مصطفى يوسف كافي، مرجع سبق ذكره، ص 94.

[2] عباس طارق (2015)، الاستثمار السياحي والتنمية المستدامة، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، قانون أعمال، جامعة تيزي وزو، الجزائر، ص 22.

فالسياحة نشاط ضروري لحياة الناس تمتد آثارها المباشرة وغير المباشرة إلى الميادين الاجتماعية والثقافية والاقتصادية، فضلا عن العلاقات الدولية، ويوضح ذلك للأهمية المتزايدة للأنشطة السياحية بالنسبة لحركة التجارة الدولية، إلا أن العائد الاقتصادي بالرغم من أهميته لا يمكن أن يكون المعيار الوحيد لقرارات الدول لتشجيع ودعم السياحة.

وتعتبر السياحة في الوقت الحالي محركا رئيسيا في محركات التنمية الاقتصادية، فهي مصدر دخل العملات الصعبة، ويؤثر ايجابا على ميزان المدفوعات، كما تؤثر على حجم العمالة وعلى إعادة توزيع الدخل القومي داخل الدولة علاوة على تشغيل الأيدي العاملة.

فالسياحة أيضا عائدات تنعكس على السكان بالفائدة من خلال زيادة النشاط الاقتصادي، فالضرائب التي يدفعها السياح تساعد الحكومات المحلية على تمويل التعليم والرعاية الصحية وغيرها من الخدمات.

كما ترتبط الأهمية الاقتصادية للسياحة من حيث كونها رئيسية للتنمية المستدامة، وتشكل جوانب أخرى بالغة الأهمية لما لها من تأثير إيجابي مضاعف على قطاعات اقتصادية وخدمية عديدة مرتبطة بصورة مباشرة أو غير مباشرة.

2. الأهمية الثقافية:

تمثل السياحة وسيلة حضارية واجتماعية لنقل وتبادل الثقافات وحضارات شعوب العالم المختلفة فعن طريقه بتحقق التبادل الثقافي بين الدول السياحية، حيث تنتقل اللغات والمعتقدات الفكرية والأدب والفنون المختلفة ومختلف ألوان الثقافة عن طريق الحركة السياحية الوافدة إليها، فتؤثر فيها ثقافيا وتتأثر هي أيضا بما في الدولة من ثقافة وحضارة وبذلك بتحقيق التأثير الثقافي للسياحة الذي يمثل محورا هاما من محاور التنمية في المجتمع.

3. الأهمية السياسية:

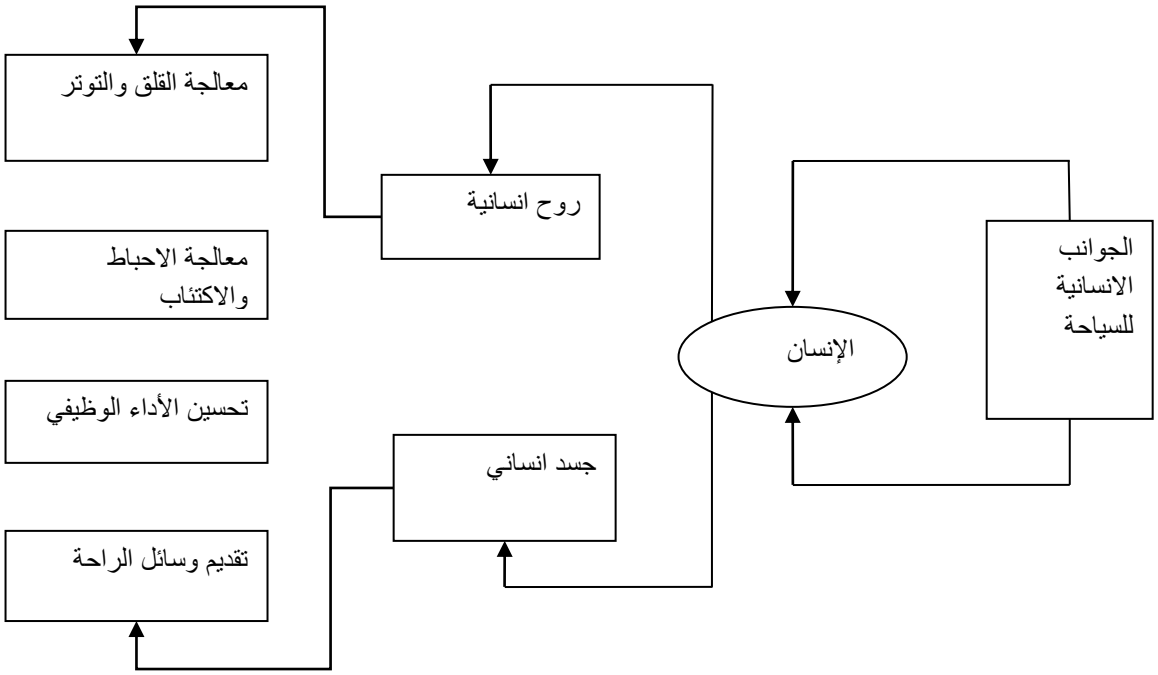
تتضح الأهمية السياسية للسياحة كرد فعل مباشر من تعامل الدول مع بعضها البعض والزيارات السياحية المتبادلة بينهم، ولقد لعبت الحركة السياحية دورا هاما في العلاقات الدولية التي تنشأ بين الدول المتنازعة أو المتحاربة لذلك فإن السياحة أصبحت رمزا من رموز السلام والتآخي بين الدول[1].

4. أهمية السياحة من المنظور الإنساني:

تعد السياحة نشاطا إنسانيا يمارسه الانسان وهو ما يظهره لنا الشكل التالي:

[1] مولود قواسمية (2020)، دور التدريب السياحي في تحسين أداء المؤسسات السياحية، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تسويق فندقي وسياحي، جامعة قالمة، الجزائر، ص 12- 13.

الشكل (1–3). السياحة من المنظور الانساني



المصدر: مصطفى يوسف كافي، صناعة السياحة والأمن السياحي، دار أرسلان، دمشق، سوريا، طبعة 1، ص 39.

ينتج عن السياحة مجموعة من الآثار منها ما هو إيجابي ومنها ما هو سلبي كما يلي:

ثانيا: الآثار الإيجابية للسياحة:

- **الوعي السياحي**: هو أحد فروع الوعي الاجتماعي، لأن النشاط السياحي يتمثل في الاحاطة بالواقع المحيط بالإنسان والمجتمع والطبيعة، وتنمية الوعي الاجتماعي من خلال التعرف بهذا الواقع عن طريق زيارات ورحالات سوف تؤدي إلى تنمية الوعي السياحي لدى أفراد المجتمع مما يجعلهم يتعرفون على قيمة ما يحيط بهم ويعملون على تقديمه في أفضل صورة تجذب السياح من مختلف دول العالم.
- تطوير السياحة يسهل الاتصال والاحتكاك بثقافات وحضارات مختلفة تؤدي إلى تنمية اجتماعية للمناطق المزدهرة سياحيا.
- السياحة أصبحت مصدرا من مصادر التغير والتحول الطبقي بين أفراد المجتمع السياحي نظرا لأن بعض فئات المجتمع التي ترتبط أعمالها بالسياحة سواء بشكل مباشر أو غير مباشر ينتقلون من طبقة اجتماعية إلى طبقة أعلى لما يحققونه من مكاسب وأرباح عن طريق العمل السياحي.

- السياحة وسيلة حضارية لتنمية الثقافة بين الشعوب والمجتمعات المختلفة حيث تكتسب الدول السياحية المهارات الثقافية، والخيرات المختلفة من سائحي الدول القادمين إليها مثل: اللغة وطريقة التفكير.
- السياحة يمكن أن تصبح قوة لبناء بنية تحتية أفضل تصبح بدورها عاملا لتحسين البيئة.
- الحفاظ على الآثار التاريخية وترقيتها.

ثالثا: الآثار السلبية للسياحية: وهي كما يلي:

- انتشار عوامل الفساد والتدهور الاجتماعي والأخلاقي، بعض الدول تعاني من إنخفاض مستوى المعيشة، ونقص الامكانيات المتاحة في الوقت الذي تفد إلى هذه الدول أنماط مختلفة للسائحين، بعاداتهم الاستهلاكية، وقدراتهم المالية، مما يؤدي إلى اتجاه نسبة من أبناء هذه الدول إلى تحقيق مكاسب مادية سريعة، حتى وإن كانت بوسائل غير شرعية، تحت مسميات مختلفة: كالتسلية والترفيه، المتعة، والراحة.
- تعمل السياحة على زيادة أسعار السلع والخدمات، من خلال زيادة طلب السياح على المنتجات المحلية للبلد المضيف.[1]
- غالبا ما تؤدي السياحة إلى ترك آثار سلبية على البيئة:

- **التلوث:** فالنقل هو المصدر الأساسي لتلوث الهواء، واستخدام المبيدات والأسمدة في المنتجات الطبيعية هو السبب الأساسي لتلوث المياه، وكمثال عن ذلك تلوث الكاريبي بسبب وجود مستويات عالية من البكتيريا في المياه المحاذية للشواطئ، مخلفات السياح يمكن أن تسبب مشاكل في نظم ترحيل النفايات والقمامة: مثل: الغابة الجديدة في بريطانيا تحتوي دائما آلاف الزجاجات الفارغة التي يتم جمعها.

- **تخريب البيئة:** فحسب دراسات الأمم المتحدة عن البيئة تبين أن حوالي ثلاثة أرباع من رمال شواطئ المتوسط في إيطاليا اختفت بسبب بناء المنتجعات أو التعرية التي يسببها تنظيف الأرض للتنمية.[2]

[1] طيبي محمد أمين (2016)، الضوابط القانونية للاستثمار السياحي، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون اقتصادي، جامعة سعيدة، الجزائر، ص 20- 23.

[2] نفس المرجع السابق، ص ص 20- 23.

المبحث الثاني: واقع السياحة في الجزائر

لكل بلد خصائصه ومميزاته، سواء تعلق الأمر بما هو موهوب من عند الله عز وجل، كالمواقع الجغرافية والمناخ والتضاريس، أو ما هو متعلق بما صنعه الانسان من تاريخ وآثار، وحضارات التي تزيد جمال البلد، والجزائر بفضل موقعها المميز ومساحتها الشاسعة، تنفرد بتاريخ كبير، ومقومات طبيعية وحضارية جد مميزة، ‘اذ سعت السلطات الجزائرية منذ الاستقلال لاستغلال هذه الامكانيات وتطويرها.

المطلب الأول: أنماط السياحة في الجزائر

إن ظهور مصطلح التنمية المستدامة جعل الدول تولي اهتماما بالاستثمار في القطاع السياحي خاصة الدول التي تمتلك الامكانيات لذلك ومنها الجزائر، التي تمتلك ثروات ومقومات تؤهلها لتكون وجهة سياحية حيث ورثت الجزائر قدرات فندقية تقدر ب 5922 سريرا التي وصلت إلى 127614 سرير في نهاية عام 2020، ولما كانت الجزائر تزخر بمنتوج سياحي مختلف قادر على تلبية رغبات وطلبات كل السياح على المستوى الوطني والدولي، مكن هذا التمييز بين أنواع مختلفة عديدة للسياحة ونوردها بنوع من التفصيل.

أولا: التصنيف الجغرافي الطبيعي:

1. **السياحة الترفيهية الشاطئية:** يقصد بهذا النوع من السياحة، "تلك السياحة التي تتمركز بالمدن الشاطئية، فهناك عدد كبير من الزائرين يقصدون المدن الشاطئية بحثا عن الترفيه والاستجمام، وذلك لما تتمتع به الجزائر من مدن شاطئية خلابة" وهران، سكيكدة، مستغانم.

وبالرغم من هذه الامكانيات، لا تزال دون مستوى لقلة الاستثمارات المخصصة لهذا القطاع لذلك وجب تفعيلها من خلال: [1]

- الحفاظ على نظافة الشواطئ، ونشر الوعي بضرورة ذلك.
- انشاء مساكن سياحية تتناسب مع السياحة الفردية والعائلية، وبكيفية التحكم في تسييرها، والجدول التالي يوضح تطور السياحة الشاطئية في الجزائر:

[1] صالح سعيد، عدلي هالة، (2018)، دور الاستثمارات في تحقيق التنمية السياحية المستدامة، مجلة البحوث والدراسات التجارية، العدد الرابع سبتمبر، كلية العلوم الاقتصادية- التجارية، وعلوم التسيير، جامعة خنشلة، ص ص 263- 264.

الجدول (1-1): يوضح السياحة الشاطئية في الجزائر

السنة	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
العدد الاجمالي للشواطئ	579	590	608	611	581	565	585
عدد الشواطئ المرخصة للسياحة	382	382	398	404	426	362	409
عدد الشواطئ المرخصة للسباحة	65	208	210	207	155	203	176
الترددات على الشواطئ (مليون)	121.5	119.3	132	108	95	39	26

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية، متاح على www.mta.gov.dz ، تاريخ الاطلاع: 2022/5/5 .

2. **السياحة الصحراوية**: قدم المشرع الجزائري مفهوما للسياحة الصحراوية بأنها: كل إقامة سياحية بمنطقة صحراوية تقوم على استغلال مختلف القدرات الطبيعية، والتاريخية والثقافية لهذه البيئة مرفقة بأنشطة مرتبطة بها من تسلية وترفيه واستكشاف.

تتوفر الجزائر على صحراء شاسعة وكل المقومات الضرورية لإقامة سياحة ناجحة ومن هذه المكونات، رمالها وواحاتها الخلابة المتناثرة عبر مناطقها وغابات النخيل لاسيما واحات وادي سوف، بالإضافة إلى مجموعة المواقع التاريخية والحضارية والسياحية التي تتوافر عليها الصحراء الجزائرية.

الجدول التالي يوضح موسم السياحة الصحراوية في الجزائر خلال الفترة (2015- 2020).

الجدول (1-2): السياحة الصحراوية في الجزائر

السنة	2015	2016	2017	2018	2019	2020
المقيمين	373218	597132	837112	143300	240927	418127
الأجانب	50416	5067	50.217	87125	23501	85712
المجموع	423634	602199	887329	230425	264428	275140

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية، متاح على: www.mta.gov.dz، تاريخ الاطلاع: 2022/5/5 .

- **موقع الهقار "ولاية تمنراست"**: عبارة عن تشكيلات جبلية بركانية ذات تاريخ عريق ضارب في أعماق الزمن.
- **موقع الطاسيلي**: إذ يعتبر من أهم وأروع المواقع العالمية من حيث طبيعته الجيولوجية ويقع على مسافة 200 كلم في محيط الهقار.

- **واد ميزاب "ولاية غرداية:"** وما يميزه من قيمة جمالية اذ تحيط به خمسة قصور ولا يتميز منظره الطبيعي " حمادة" ذات تصاميم بطابع صحراوي، فهو عبارة عن هضبة صخرية بمساحة صخرية شاسعة متكونة من صخور عارية.

- إن اتساع الصحراء الجزائرية تستلزم تطبيق استراتيجيات لحل القضايا الأكثر إلحاحا بالنسبة للسياحة الصحراوية أهمها " النقل البري والجوي" ولتجاوز هذا المشكل يستوجب بتخصيص استثمارات كافية لترفيه المرافق الضرورية لتحسين الطرق، وتخصيص طائرات للرحلات الجوية الداخلية بين المناطق التي يتوافد عليها السياح، وخطوط مباشرة لتسهيل نقل السياح من وإلى هذه المناطق.[1]

3. **السياحة الحموية:** هي السياحة المتعلقة بالعلاج الجسمي والنفسي وأمراض أخرى، وتمارس من أجل الشفاء التام أو التخفيف من الآلام والأوجاع، وتستخدم فيها الينابيع المعدنية كواسطة أساسية للعلاج عن طريق الاستحمام أو الشرب[2].

الجدول التالي يوضح السياحة الحموية في الجزائر.

الجدول (1-3): السياحة الحموية في الجزائر

السنة	العدد		المؤسسات الناشطة				مشاريع في طور الانجاز	مشاريع متوقفة
	المنابع الحموية	منح استغلال المياه الحموية	مركب حموي		مركز العلاج بمياه البحر			
			عمومية	خاصة	عمومية	خاصة		
2015	282	55	8	10	1	1	25	10
2016	282	62	8	13	1	1	30	9
2017	282	74	8	13	2	1	34	16
2018	282	83	8	15	2	1	38	19
2019	282	92	8	18	2	1	43	20
2020	282	93	8	18	2	1	44	20

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية، متاح على www.mta.gov.dz،

تاريخ الاطلاع: 2022/5/5 .

[1] صالح سعيد، عدلي هالة، مرجع سبق ذكره ، ص ص 263- 264.

[2] يوفاس الشريف، خديجة منصف، ترقية تسويق المنتوج السياحي في الجزائر، الملتقى الوطني الأول حول: المقاولاتية وتفعيل التسويق السياحي في الجزائر 22- 23 أفريل 2014، جامعة سوق أهراس، ص 5.

من خلال الجدول نلاحظ أن المياه المعدنية لديها أهمية بالغة في السياحة الداخلية حيث تتوفر الجزائر على 282 منبع مائي سنة 2020.

تم احصائه على المستوى الوطني، وهذه المنابع مختلفة الخصائص الفيزيائية والكيميائية من حيث نسبة المعادن والفوائد العلاجية وصنفت هذه الحمامات كما يلي:

- 26 مركب حيوي عمومي وخاص سنة 2020.

حيث نجد هناك ارتفاع في عدد المركبات الخاصة من 10 سنة 2015 إلى 18 سنة 2020، بينما العمومية تبقى على حالها.

- 3 مراكز علاج بمياه البحر سنة 2020 يعدما كانت اثنان سنة 2015 كما أن هناك مشاريع طور الانجاز يبلغ عددها 44 مشروع.

4. **السياحة الساحلية:** يقدر طول الشريط الساحلي الجزائري المطل على البحر المتوسط ب 1200 كلم، حيث تتوفر الشواطئ الجزائرية على عدة مناطق هامة من الناحية البيئية، كما يحتوي الساحل على مناطق سياحية بكثبان رملية ومناطق ساحلية قرب الغابات، تمتد من الشرق إلى الغرب، وتحتوي الجهة البحرية الشرقية على مرج مائية وشعب المرجان، بالإضافة إلى حظيرة قورايا التي تتوفر على مناظر رائعة، وحظيرة تازا التي تحتوي على مغارات بحرية ذات أشكال نادرة، والحظيرة الوطنية للشناوة، إلى جانب مجموعة من الجزر كجزر أجليس وجزر شقون التي تعد مواقع بحرية هامة وقد يستفاد من السياحة الساحلية العلاجية بمياه البحر[1].

5. **السياحة المناخية:**

تتنوع الجزائر بتنوع مميزاتها المناخية، الأمر الذي يساعدها على تنويع خدماتها السياحية وعموما تميز ثلاث أنواع المناخ هي:

- مناخ البحر الأبيض المتوسط شمالا.
- مناخ شبه جاف بالنسبة للمرتفعات والهضاب العليا.
- المناخ الجاف الصحراوي جنوبا.

يستفاد من السياحة المناخية في بعض الأحيان العلاج عن طريق المناخ، وذلك مثل بعض الأمراض التي تعالج في الجبال، والبعض الآخر قرب البحار، ونوع آخر في الصحراء حيث عادة ما يكون للسياحة الجبلية فصل واحد إلا

[1] نفس المرجع السابق، ص 4.

في بعض الجبال التي تكون لها فصل سياحي شتوي من أجل التزلج وفصل صيفي للراحة، وأغراض أخرى ترفيهية في حين تتم السياحة المائية بالقرب من الأنهار والبحار والبحيرات السياحية، إضافة إلى السياحة القروية حيث بفضل عدد كبير من السياح الإقامة في القرى لأنها توفر لهم الهدوء والسكينة والطبيعة الجميلة[1].

ثانيا: التصنيف الثقافي:

يمكن تصنيف السياحة في الجزائر من ناحية ثقافية إلى:

1. **السياحة الثقافية والاجتماعية:** تهدف هذه السياحة إلى زيادة المعرفة لدى الأشخاص من خلال تشجيع حاجاتهم الثقافية للتعرف على الدول والمناطق غير المعروفة لهم، وهي مرتبطة بالتعرف على المعالم المصنفة كالقصبة وتلمسان والمواقع الأثرية والشعوب وعاداتها وتقاليدها وكذلك التعرف على الصناعات التقليدية والتظاهرات الثقافية المختلفة، حيث أنهما تلعبان دورا كبيرا في ترقية السياحة، فالصناعات التقليدية تتنوع من منطقة لأخرى ومن بينها (صناعة الفخار، صناعة الحلي الفضية والذهبية، صناعة الزرابي، التطريز على القماش).

2. **السياحة الأثرية:** تتميز الجزائر بالعديد من المعالم الأثرية بفضل ما تحتويه من مناطق يعود تاريخ نشأتها إلى عصور ما قبل التاريخ، فكما تبينه البقايا المكتشفة في تيغنيف بالغرب الجزائري، يعود تواجد الانسان بالجزائر إلى حوالي 500000 سنة، في حين أرخت الرسوم الصخرية المتواجدة بالطاسيلي إلى 5000 سنة قبل الميلاد وقد أطلقت على السكان الأصليين للجزائر عدة أسماء أشهرها " النوميديون".

وهذا التاريخ والثقافات المتعاقبة خلفت آثار مختلفة، فعلى السواحل والسهول الشمالية وهضاب الأطلس الشمالي نجد آثار تعود إلى عهد الرومان والعرب والمسلمين، وفي الجنوب نجد منطقة الطاسيلي والهقار التي تعتبر أكبر متحف مفتوح في الهواء الطلق والذي صنف من طرف منظمة اليونسكو كتراث ثقافي عالمي لما يحتويه من رسومات جدارية ونحوت على الحجر.[2]

عرفت الجزائر الحضارة عبر مختلف العصور، كالحضارة الفينيقية ثم حكم قرطاج ثم احتلتها الرومان، ثم بداية العصر العربي الاسلامي، هذا التاريخ والحضارات المتعاقبة خلفت آثار مختلفة من مسارح ومدن قديمة مثل: تيمقاد، تيبازة، الجميلة، قصور أدرار، وفي الجنوب نجد الطاسيلي والهقار.....[3].

[1] نفس المرجع السابق، ص 5.

[2] سكوم سفيان، 2018، إسهام السياحة الساحلية والداخلية في تنمية الإقليم الشمالي الغربي بالجزائر، أطروحة للحصول على شهادة الدكتوراه في العلوم، تخصص: الجغرافيا والتهيئة الاقليمية، جامعة وهران، ص 55- 56.

[3] جلال بدر خضرة ومصطفى يوسف كافي، (2017)، السياحة الريفية، الطبعة الأولى، ألفا للوثائق، ص ص 25- 26.

3. **السياحة الدينية:** هناك العديد من المقدسات الدينية التي تزخر بها الجزائر نذكر منها: الطريق الروماني بتيبازة، القديس أوغستين بعنابة، الأب فوكولت بتمنراست التي تجذب السواح غير المسلمين [1].

وتعتبر من أقدم أنواع السياحة وتتمثل في زيارة المواقع الدينية، ومن أشهر المواقع الدينية في العالم نجد مكة المكرمة والمدينة المنورة في المملكة العربية السعودية، وهذا النوع من السياحة يهتم بالجانب الروحي للإنسان، وبالتالي فهي مزيج من التأمل الديني والثقافي، أو السفر من أجل الدعوة أو من أجل القيام بعمل خيري[2].

المطلب الثاني: مقومات السياحية في الجزائر

أولا: الامكانيات الطبيعية: تتميز الجزائر بالامكانيات الطبيعية التالية:

1. **الموقع والمناخ.** تقع الجزائرشمال القارة الافريقية وهي تتوسط بلاد المغرب الكبير يحدها من الشمال البحر المتوسط من الشرق تونس وليبيا ومن الغرب المغرب الأقصى موريتانيا ومن الجنوب النيجر ومالي تتربع الجزائر على مساحة 2381741 كلم مربع، إن هذه المساحة تتراوح في المسافات من الشمال إلى الجنوب ومن الشرق إلى الغرب بين 1500 و 2000 كلم تجعل من الجزائر أوسع بلد افريقي ويبلغ عدد سكانها المقيمون داخل الجزائر بـ 38.7 مليون نسمة، وهذا في آخر تقرير كشف عنه الديوان الوطني للإحصاء (ONS).

وتتميز الجزائر من شمالها إلى جنوبها بثلاثة أنواع من المناخ:

- مناخ متوسطي على السواحل الممتدة من الشرق إلى الغرب ودرجة حرارة متوسطة عموما في هذه المناطق.
- مناخ شبه قاري في المناطق الهضاب العليا يتميز بموسم طويل بارد ورطب في الفترة من أكتوبر إلى ماي.
- مناخ صحراوي في مناطق الجنوب والواحات ويتميز بموسم حار من شهر ماي إلى سبتمبر حيث تصل درجة الحرارة أكثر من 40 درجة، أما باقي السنة فتتميز بمناخ متوسطي ودافئ، هذا ما يمكن نشاط حركة السياح في فصل الشتاء.

2. **الساحل الجزائري:** يمتد الساحل الجزائري على مسافة 1200 كلم، وهو يتميز بارتفاعه وتكونه الصخري وتوجد به عدة فضاءات سياحية نادرة، ومن أهم المناطق السياحية الممتدة على هذا الساحل نجد: القالة، تيقزيرت، سيدي فرج، تيبازة، تنس، بني صاف.....الخ [3]

[1] سكوم سفيان، مرجع سبق ذكره، ص 56.

[2] عوينات عبد القادر، (2013)، السياحة في الجزائر، الامكانيات والمعوقات (2000- 2025)، فظل الاستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحة، SDAT2025، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر 03، ص 21.

[3] سماعيني نسيبة، مرجع سبق ذكره، ص ص 45- 51.

3. **المناطق الجبلية:** أهم ما يميز المناطق الجبيلة في الجزائر وجود سلسلتي الأطلس التلي والأطلس الصحراوي والتي تعطيان فرص الاكتشاف والصيد، أهم المرتفعات السياحية نجد محطة الشريعة (البليدة) والتي تمارس فيها رياضة التزلج على الثلج، بالإضافة إلى محطة تيكجدة، وجبال "شليا" بالأوراس بالشرق، قمة لالا خديجة " بجبال جرجرة بمنطقة القبائل الكبرى ".

إن خبايا المناطق الجبلية لا تقتصر على المرتفعات والمغارات والكهوف فحسب، وإنما هناك ثروات أخرى لها أهميتها للسائح مثل الحيوانات المتنوعة والطيور النادرة والينابيع المائية العذبة، وكل هذا يعتبر بمثابة عوامل جذب للسياح عندما تثير فيهم الفصول والرغبة في اكتشاف المكونات السياحية التي تتوفر عليها مختلف مناطق الجزائر.

4. **المناطق الصحراوية:**

تبلغ مساحة الصحراء الجزائرية حوالي 2 مليون كلم، وهي موزعة على أربع محطات كبرى في الجنوب هي:

- أدرار: الواقعة في الجنوب الغربي للصحراء وتعرف هذه المنطقة بتمازج مختلف الثقافات وقلاعها القديمة.
- إيليزي: والتي تمثل الطاسيلي، الذي يقع أقصى الجنوب الشرقي، تعرف هذه المنطقة بالحضيرة الوطنية للطاسيلي والتي صنفت سنة 1982 تراثا عالميا، من طرف منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة.
- وادي ميزاب: الذي تتوفر على معالم تاريخية ومعمارية وقد صنفت ضمن التراث العالمي تتمثل في مدن بني يزقن، بونورة، وبساتين النخيل.
- تمنراست: التي تتميز بوجود الحضيرة الوطنية للهقار وما تتمتع به من تضاريس، ثروة غابية حيوانية ونقوش حجرية التي تمثل موارد أساسية للسياحة.

كل هذه المناطق التي تم ذكرها تكتنز معالم أثرية غنية بالتماثيل والأحجار المصقولة وتعتبر وقفة هامة للاستفراد التاريخ، لذلك لابد من الحفاظ عليها حتى تكون قادرة على تلبية الطلب السياحي في المنطقة.

5. **المحطات المعدنية:** الجزائر بلد غني بطبيعته الساحرة وقدراته السياحية والثقافية الهائلة والمتعددة وحتى الطبيعة كان لها الفضل في أن تمنح الجزائر مناظر خلابة، كما هويتها العديد من المنابع المعدنية بخاصيات علاجية مؤكدة، تبنى حسب الدراسات التي قامت بها المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية وجود 202 منبع للمياه المعدنية يتركز أغلبها في شمال البلاد.

6. **الحضائر السياحية الوطنية:** تمتلك الجزائر العديد من الحضائر الوطنية المتواجدة في مختلف أرجاء الوطن وهي كالتالي:

- الحظيرة الوطنية لجرجرة، تغطي مساحة 185000 كلم^2.

- الحظيرة الوطنية لثنية الحد، تغطي مساحة 38000 كلم^2.
- الحظيرة الوطنية لبلازما، تغطي مساحة 26000 كلم^2
- الحظيرة الوطنية للشريعة، تغطي مساحة 26000 كلم^2.
- الحظيرة الوطنية لقوراية، تغطي مساحة 3000 كلم^2.
- الحظيرة الوطنية للقالة، تغطي مساحة 76438 كلم^2.

هذه الحظيرة مصنفة ضمن المناطق الرطبة من طرف منظمة اليونسكو " UNESCO".

ثانيا: المقومات البشرية:[1]

إن المعالم التاريخية والحضارية المتنوعة التي تتفرد بها الجزائر جعلها مهدا للحضارة الانسانية وشاهدا حيا على انتمائها للحضارة الاسلامية، فالمعالم الأثرية والمتاحف والوثائق التاريخية الموجودة في الجزائر تشهد على عراقة وعظمة الحضارات المتعاقبة، من الأمازيغية القديمة إلى الفينيقية إلى البزنطية والرومانية وأخيرا الاسلامية التي فرضت نفسها على التاريخ.

ومن تلك المعالم نذكر منها ما قد صنفت من طرف منظمة اليونيسكو وهي:

- تيمقاد: تقع على بعد 37 كلم من مدينة باتنة.
- جميلة: تقع بسطيف من أقدم المدن الرومانية بالجزائر.
- قلعة بني حماد: من المواقع الأثرية الهامة في التراث التاريخي للجزائر، تتوفر على آثار رومانية.
- الطاسيلي: من أهم وأروع المواقع العالمية من حيث طبيعته الجيولوجية.
- قصر ميزاب: بغرداية، يعود تاريخ بنائه إلى القرن العاشر ميلادي.
- القصبة: تقع بالجزائر العاصمة، شيدها العثمانيون في القرن السادس عشر.
- المتحف الوطني سيرتا: بقسنطين، ويعتبر من أقدم المتاحف في الجزائر.
- متحف باردو الوطني: يوجد بالجزائر العاصمة، تعرض به حفريات من أصل الشعوب وأخرى تعود لعصور ما قبل التاريخ.
- المتحف الوطني زبانة: يوجد بمدينة وهران، يشمل حفريات من عصور ما قبل التاريخ عن علوم الطبيعية وعن أصل الشعوب.

[1] صورية شيني، السعيد بن لخضر، (2019). تنمية السياحة الجزائرية وفق مبادئ استدامة، مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة، جامعة المسيلة، الجزائر، ص 126- 128.

- المتحف الوطني للمجاهد: يوجد بالجزائر العاصمة، تتمثل معروضاته في آثار عن الثورة التحريرية.
- المتحف الوطني للفنون الجميلة: يوجد بالحامة (الجزائر العاصمة)، تعرض به ألوانا من الفن العصري، كالرسم، التصوير، النحت والنقش.
- المتحف الوطني للفنون الشعبية: يوجد بالقصبة (الجزائر العاصمة) يضم معروضات عن ألوان الصناعة التقليدية وتقاليد وفنون شعبية.
- متحف تيمقاد: يوجد بمدينة تيمقاد (باتنة) يضم قطعا من الفسيفساء وآثار قديمة.
- متحف هيبون: يوجد بمدينة عنابة، يحتوي على آثار قديمة، تعتبر من تاريخ هذه المدينة النوميدية الرومانية.

تعتبر الصناعة التقليدية والحرف جزءا هاما من الثقافة المادية للتراث الشعبي الجزائري بالإضافة إلى دورها الهام في تنمية السياحة للبلد، فالصناعة التقليدية تتنوع من منطقة لأخرى في الجزائر، وتشير الاحصائيات أن قطاع الصناعة التقليدية حقق ارتفاع وقفزة نوعية سنة 2011 والتي سجلت 20822 نشاط، حيث ساهمت هذه الانشطة الجديدة بإيجاد 83440 منصب عمل سنة 2011، ليصل إجمالي العمالة المشغلة في قطاع الصناعة التقليدية 455570 منصب عمل سنة 2011.

تعتبر التظاهرات الثقافية من المورثات الحضارية التي يتمسك بها الجزائريون وحافظوا عليها، وقد شرعت مصالح وزارة السياحة منذ فترة في إعداد أجندة وطنية لتلك الأعياد المحلية، هذه العملية ستمكن من إدراج تلك التظاهرات وإدماجها ضمن استراتيجية تنمية القطاع السياحي لاعتبارها رافد من روافد السياحة الثقافية التي تلقى رواجا وتدفقا سياحيا واهتماما على المستوى الدولي[1].

المطلب الثالث: دور الاستثمار السياحي في تحقيق التنمية في الجزائر

يعتبر القطاع السياحي أحد القطاعات الإضافية الناشطة إلى جانب القطاعات الاقتصادية الأخرى حيث يساعد على نمو البلاد اقتصاديا واجتماعيا، وتسعى العديد من الدول إلى تحقيق تنمية مستدامة من خلال تنشيط القطاع السياحي لما يحدثه من تنمية اقتصادية واجتماعية، وبالرغم من سياسات السياحة لا تبنى فقط على اعتبارات اقتصادية وتكنولوجية، لكن يجب أن يؤخذ بعض الاعتبار أيضا الحفاظ على البيئة واحتياجات السكان المضيفين عامة والذين يعملون في الحقل السياحي خاصة، وعليه سنقوم بتحديد دور الاستثمار السياحي في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية بنوع من التفصيل كالآتية:

أولا: دور الاستثمار السياحي في تحقيق التنمية الاقتصادية في الجزائر:

[1] صورية شنبيمرجع سبق ذكره، ص ص 126- 128.

يتميز الاستثمار بجملة من المزايا الإيجابية في المجالات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبيئية، إذ يعد أحد دعائم التنمية الاقتصادية من خلال: [1]

- تسعى الجزائر من خلال إقامتها للمشاريع الاستثمارية بهدف تحسين ميزان المدفوعات، وذلك نظرا إلا أن الحركة السياحية تنتج عنها إدارات وتؤدي بمقابل ذلك مجموعة من النفقات، إذ تعد عنصر من عناصر ميزان المدفوعات من خلال تسجيلها من مجموع الجزئي لميزان السلع والخدمات تحت عنوان " السياحة" أو " السفر".
- تمثل الاستثمارات السياحية مصدرا هاما من المصادر العملات الأجنبية والتي تسعى إليها الجزائر للحصول عليها نظرا لأهمية الايرادات السياحية ودورها الأساسي في تحقيق فوائض في ميزان المدفوعات، وبالتالي التأثير على المركز السياحي للدولة مقارنة بغيرها من الدول السياحية، والجدول التالي يوضح تطورها خلال الفترة (2015-2020).

الجدول (1-4): تطور ميزان المدفوعات

السنة	2015	2016	2017	2018	2019	2020
ايرادات	304	209	141	169	165	-
نفقات	677	475	580	494	500	-

المصدر: الديوان الوطني للإحصائيات العملة: مليون دولار أمريكي.

بمقارنه الانفاق السياحي، نجد مقدار العملات الأجنبية التي ينفقها المواطنون في الخارج أعلى من حجم العملات الأجنبية الناتجة عن تدفقات السواح غير المقيمين، ويرجع ذلك إلى أن عائدات السياحة من خلال بند السفر لا تشمل جميع الايرادات السياحية، حيث أن معظم التبادل يجري في سوق العملات الموازية، وخاصة من قبل الجزائريين المقيمين في الخارج.

- **تأثير الاستثمارات السياحية على التشغيل والعمالة في الجزائر**: طالما أن السياحة عملية متكاملة ومترابطة مع مختلف القطاعات الانتاجية والخدماتية في الدولة، وبالتالي فزيادة الاستثمارات السياحية ستؤدي إلى زيادة العمالة بطريقة مباشرة وغير مباشرة في القطاعات التي تؤثر وتتأثر بالسياحة.

وتختلف آثار الاستثمار السياحي على العمالة حسب الأهمية المعطاة للسياحة في الدخل الوطني وأولوياتها في قائمة القطاعات الانتاجية التي يتم الاستثمار فيها، وتشير مختلف الدراسات التي أجريت على السياحة وتأثيراتها على

[1] صالح السعيد، عبدلي هالة، مرجع سبق ذكره، ص 261.

العمالة إلى أن الاستثمارات السياحية تختلف بالنسبة للفنادق، إذ أن لكل غرفة فندقية وظيفة واحدة، وبالتالي فالتوسع في العمالة في قطاع السياحة وثيق الصلة بالزيادة في عدد غرف الفنادق السياحية. والجدول التالي يوضح تطور عدد مناصب العمل التي تساهم في تحقيقها السياحي في الجزائر خلال الفترة (2015-2020).

الجدول (1-5): التوظيف في قطاع السياحة (فرع ، فنادق، المطاعم)

السنة	2015	2016	2017	2018	2019	2020
عدد العمال	261289	265803	270317	300000	308027	320000

المصدر: الديوان الوطني للإحصائيات معدلة في وزارة السياحة.

ثانيا: دور الاستثمار في تحقيق التنمية الاجتماعية:

أن السياحة تقود إلى تحقيق التآلف بين المجتمع والمشروع السياحي من خلال دورها في توسيع قاعدة المشاركة لأكبر عدد ممكن من السياح داخل المنشآت السياحية، كما تعد أداة لتعميق الانتماء وتنمية الوعي السياحي الذي له دور كبير في تحقيق التنمية الاجتماعية والمتمثلة في العناصر التالية:

- **التأكيد على العادات والتقاليد والمسائل البيئية:** تعد السياحة وسيلة حضارية لتنمية معدلات التبادل الثقافي في بيت الشعوب والمجتمعات حيث تكتسب الدول السياحية المهارات الثقافية والخبرات من المجتمع المضيف كما تسمح للإطلاع على الثقافات الأجنبية الوافدة.
- **التطور الاجتماعي:** تعتبر الاستثمارات السياحية وما ينتج عنها من سياحة من أهم أسباب التطور الاجتماعي في الدول السياحية حيث تتيح الفرصة أمام أفراد المجتمع للتعرف على التطور الاجتماعي في الدول السياحية حيث تتيح الفرصة أمام أفراد المجتمع للتعرف على الأفكار والاهتمامات والثقافات الأجنبية المختلفة من خلال تعاملهم ومشاهدتهم واتصالهم المباشر مع السياح، وما يساهم في اكتساب الخبرات والقيم السليمة بالإضافة إلى مساعدتهم على الانفتاح على العالم الخارجي.
- **الشراكة المجتمعية:** وتتأتى هذه الشراكة من خلال دمج المجتمعات المحلية في عملية التنمية السياحية وفي عملية إدارة الموارد الثقافية والتراثية والتي تساعد في عملية الحفاظ عليها وحمايتها، فالاستثمار السياحي يحقق ذلك من خلال:

- توظيف مواقع التراث الثقافي والطبيعي وموارده في مجالات الاستثمار السياحي يدر دخلا يمكن الاستفادة منه واستغلاله في حماية هذه المواقع والحفاظ عليها.

- توعية المجتمعات المحلية بالآثار الإيجابية والسلبية بتأكيد الإيجابيات والاستفادة منها والعمل على كشف الإفرازات الاجتماعية السالبة ووضع الحلول لها وتفاديها.
- كما تساهم السياحة في جلب مشاريعهما الكبرى التي تقام في إطار التنمية السياحية في تشجيع العديد من العاملين في قطاعات أخرى على ممارسة الأنشطة السياحية، مما يؤدي إلى زيادة دخلهم ومكاسبهم ورفع مستوى حياتهم الاقتصادية والاجتماعية.[1]

ثالثا: تطور تدفقات السياح في الجزائر

الجدول التالي يوضح دخول السواح عبر الحدود الجزائرية.

الجدول 1-06: تطور تدفقات السياح في الجزائر

السنة	2015	2016	2017	2018	2019
مجموع الأجانب	1083121	1322712	1708375	2018753	1933778
معدل النمو	/	% 22,12	% 29,16	% 18,17	% -4,21
الجزائريين المقيمين بالخارج	626873	716732	742410	638360	437278
معدل النمو	/	% 14,33	% 3,58	% -14,02	% -31,50
المجموع العام	1709994	2039444	2450785	2657113	2371056
معدل النمو	/	% 19,27	% 20,17	% 8,42	% -10,77

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية، مديرية المنظومات الاعلامية والإحصائية (المديرية الفرعية للإحصائيات).

[1] صالح السعيد، عبدلي هالة،مرجع سبق ذكره ، ص ص 262-263.

الجدول (1–7): يوضح دخول السواح عبر الحدود الجزائرية لسنة 2019.

	جانفي	فيفري	مارس	أفريل	ماي	جوان	جويلية	أوت	سبتمبر	أكتوبر	نوفمبر	ديسمبر	المجموع العام
مجموع الأجانب	155869	149142	159143	165221	188956	160377	154214	157705	174868	165761	175209	127313	1933778
الجزائريين المقيمين بالخارج	30037	32239	36228	39026	24929	39133	81050	53781	28765	33975	21763	16352	437278
المجموع العام	185906	181381	195371	204247	213885	199510	235264	211486	203633	199736	196972	143665	2371056

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية

الجدول (1–8): يوضح دخول السواح الأجانب عبر الحدود الجزائرية حسب غرض الزيارة

	2015	2016	2017	2018	2019
الاستجمام والراحة	723098	942281	1470243	1837692	1775675
معدل النمو	-	% 30,31	% 56,03	% 28,99	% -3,37
أعمال	358785	378296	233233	174738	153727
معدل النمو	-	%- 5,44	%- 38,35	%- 25,08	%- 12,02
مهمة	1238	2135	4899	6323	4376
معدل النمو	-	% 72,773	% 129,50	% 29,07	%- 30,79
مجموع الأجانب	1083121	1322712	1708375	2018753	1933778

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية

يمثل عرض السياحة للاستجمام والراحة 91.82 % من إجمالي دخول السياح الأجانب لسنة 2019، انخفض عدد دخول السياح الأجانب لهذا الغرض من السياحة بنسبة 3.37 % مقارنة بالعام السابق.

وبالمثل انخفض عدد السياح الأجانب لغرض العمل بنسبة 12.02 %، وهو يمثل ما يقرب من 8 % من إجمالي السياح الأجانب.

بالنسبة غرض مهمة فإن الانحدار هو 30.79 % يمثل عددهم حوالي 01 % من إجمالي دخول السياح الاجانب.

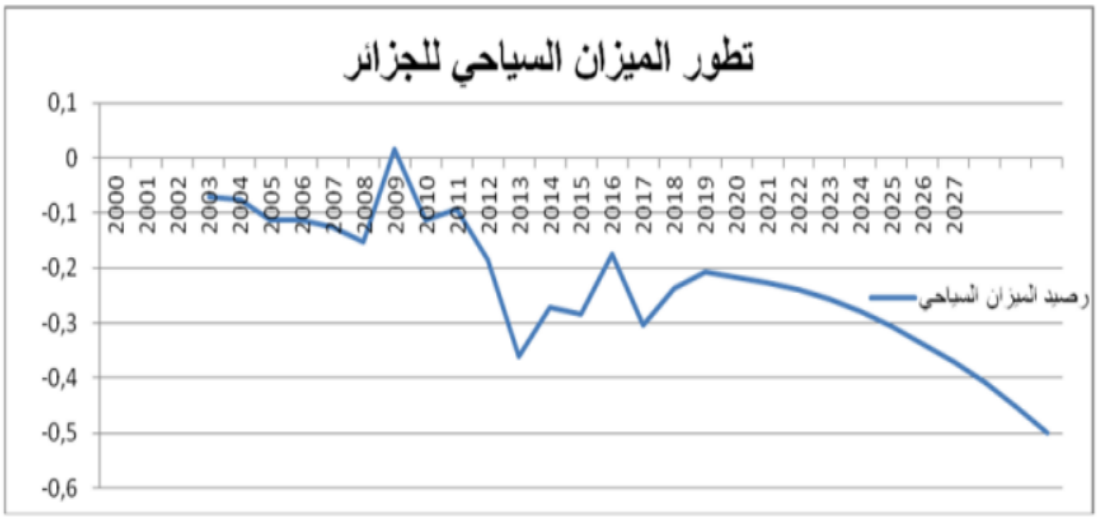
رابعا: مساهمة قطاع السياحة في دعم ميزان المدفوعات والناتج المحلي في الجزائر

1. مساهمة قطاع السياحة في دعم ميزان المدفوعات في الجزائر

لمعرفة مدى مساهمة القطاع السياحي في تحقيق التنمية الاقتصادية بطريقة أكثر وضوح سيتم دراسة تأثير الميزان السياحي على الميزان المدفوعات لدول المقارنة، وذلك عن طريق عرض رصيد الميزان السياحي والذي يمثل الفرق بين الايرادات السياحي المستقبلة (نفقات السياح الأجانب في الداخل) والنفقات السياحية الصادرة (نفقات

السياح الوطنيين في الخارج) للجزائر، وذلك خلال الفترة (2000-2017) مع فترة إستشرافية (2017-2027)، ويمكن عرض تطور هذا الرصيد عن طريق المنحنى الموالي [1].

الشكل (1-4): تطور الميزان السياحي للجزائر خلال الفترة (2000-2027)



المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على بيانات المجلس العالمي للسياحة من الرابط:

https://www.wttc.org/datagatewoy

من خلال المنحنى يتضح أن الميزان السياحي التجاري يشكل رصيد سالب عجز طيلة الفترة (2000-2017) كما أن توقعات آفات 2027 تشير إلى تعميق هذا العجز واستمراره، ولتوضيح تأثير رصيد الميزان السياحي على ميزان المدفوعات يمكن الاستعانة بالجدول التالي:

الجدول (1-9): تأثير الميزان السياحي على ميزان المدفوعات الجزائري

السنوات	*(2017-2000)	*(2027-2017)
متوسط الايرادات السياحية (الانفاق الأجنبي في الدخل)	0.350	0.388
متوسط النفقات السياحية (الانفاق المحلي في الخارج)	0.521	0.714
متوسط رصيد الميزان السياحي	- 0.170	- 0.326

المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على بيانات المجلس العالمي للسياحة من الرابط :

https://www.wttc.org/datagatewoy العلامة * تعني قيمة أو نسبة متوقعة.

[1] نوفل بعلول، سماح طلحي (2020)، مساهمة القطاع السياحي الجزائري في التنمية الاقتصادية والاجتماعية خلال الفترة (2000-2017) مع الاشارة لآفاق 2027، مجلة جديدة الاقتصاد ISSN: 2352-7341، المجلد 15، العدد 1، 2020، جامعة أم البواقي الجزائر، ص ص 55-56.

حسب بيانات الجدول رقم 14 فإن رصيد الميزان السياحي الجزائري سجل خلال الفترة رصيد سالب بقيمة متوسط 0.170 – مليار دولار أمريكي (170– مليون دولار أمريكي)، حيث فاقت النفقات السياحية الايرادات ب 1.43 مرة، وهذا ما يؤكد الدور السلبي لقطاع السياحة في تدهور ميزان المدفوعات الجزائري، حيث أن هذا الرصيد السالب، إما يعمق العجز في الميزان التجاري بالتالي عجز ميزان المدفوعات خلال الفترة أو يقلل من الفائض كما يوضح الجدول السابق استمرارية هذا العجز آفاق 2027.

سجلت الجزائر عام 2016 عجز في ميزان المدفوعات بقيمة 21.42 مليار دولار أمريكي حسب محافظ بنك الجزائر بسبب هبوط أسعار المحروقات وساهم حينها قطاع السياحة في هذا العجز بقيمة 0.207 مليار دولار أمريكي كرصيد سالب أي بنسبة 0.97 %، بالرغم من انتهاج استراتجية وطنية لتنمية السياحة على المدى الطويل (2030) إلى أنه في سنة 2017 بلغ الميزان السياحي كأكبر قيمة عجز منذ سنة 2000، وبلغ عدد السياح الجزائريين النازحين للخارج حوالي 5 مليون سائح.

le :(20/08/2020).http://www.cnbcabia.com/news/24873/,cinsulté

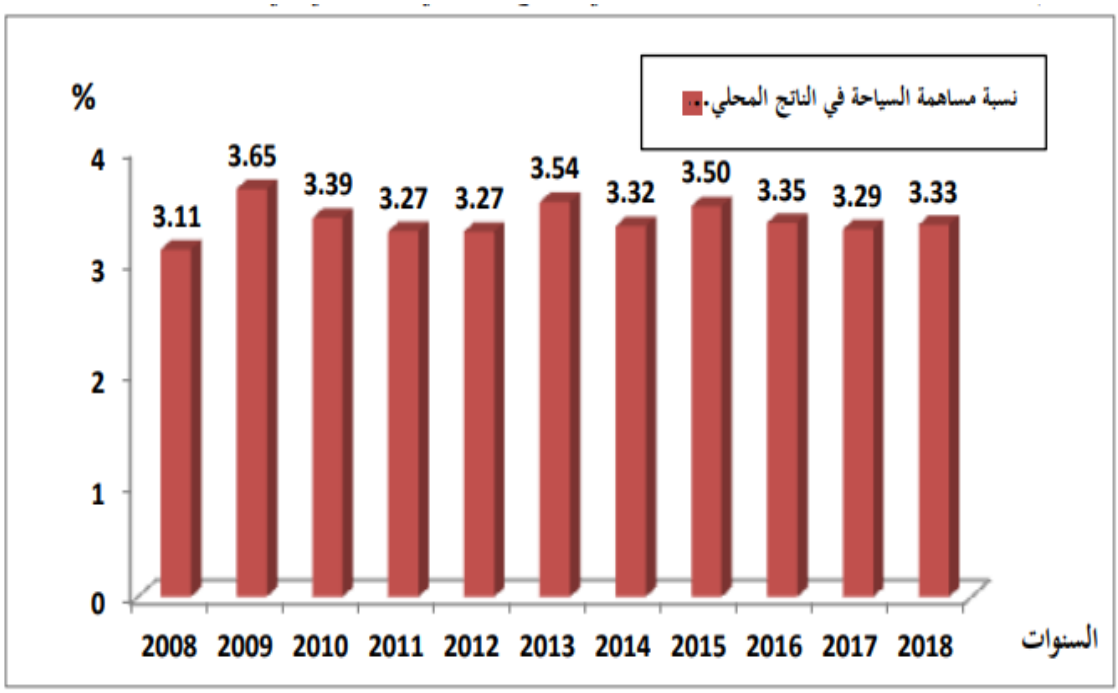
وبالتالي في ظل تراجع أسعار المحروقات بدل ما يكون قطاع السياحة مصدرا للعملة الصعبة فإنه يشكل نزيف للعملة الصعبة، كما أنه يزيد من فاتورة الواردات من الخدمات السياحية بدلا من دعم الصادرات وهو بذلك يؤثر سلبا على قيمة الدينار الجزائري أمام العملات الأخرى، فإن كل ما سبق يوضح أن الجزائر بلدا مصدرا للسياح لا مستقطبا لهم، والسبب في نزوح السياح الوطنيين إلى الخارج هو ضعف السياحة الداخلية بالرغم من أن الجزائر تحوز على مخزون سياحي كبير ولكنه غير محفز[1] .

2. مساهمة السياحة الجزائرية في الناتج الإجمالي

سنتطرق لنسبة مساهمة الايرادات السياحية في الناتج المحلي الاجمالي الموضحة في الشكل التالي:

[1] نفس المرجع السابق، ص ص 56-57.

الشكل رقم (1–5): نسبة مساهمة السياحة الجزائرية في الناتج المحلي الاجمالي في الفترة (2008–2018)



المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على تقرير المجلس العالمي للسياحة والسفر 2019

نلاحظ: من الشكل رقم (2) أن نسبة مساهمة الايرادات السياحية في الناتج المحلي الإجمالي في فترة الدراسة لم تتعدى 4 % وهي نسبة ضئيلة إذا ما قورنت بالنسبة العالمية 10.4 %، تقريبا حيث سجلت أدنى نسبة سنة 2008 بنسبة 3.11 % و أعلى قيمة لها سنة 2009 بنسبة 3.65 % وهذا راجع لاعتماد الاقتصاد الجزائري على المحروقات ومن هذا تبرز مكانة القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني والذي لم تولي الحكومة له اهتماما رغم أهميته وتوفر الامكانيات لتطويره كقطاع بديل للمحروقات.[1]

[1] بلغربي ابتسام، راتول محمد (2021)، دور الوكالات السياحية في تسويق الخدمات السياحية في الجزائر الديوان الوطني للسياحة كنموذج، المجلة الأورومتوسطية لاقتصاديات السياحة والفندقية، العدد 03، السنة 2021، ص ص 39–40.

المبحث الثالث: الاستثمار السياحي في الجزائر وسبل تفعيله

يلعب الاستثمار السياحي دورا استراتيجيا ومصدرا فعالا في تنمية القطاع السياحي، لما يحققه من منافع اقتصادية واجتماعية وثقافية وبيئية على النطاق الوطني والمحلي للدول السياحية لذا أدرج الاستثمار السياحي كأحد المستجدات الجوهرية والمجالات النفسية في إطار سعي الجزائر للنهوض والارتقاء بقطاعها السياحي.

المطلب الأول: الاستثمار السياحي

إن الاستثمار السياحي يعتبر القاعدة الأرضية الصلبة لوجود سياحة متطورة، وذلك لما يوفره من شروط أساسية لتنمية وتطوير هذا القطاع، فهو يعد مكملا لمنتوج سياحي راقي، يجلب عدد هام من السياح.

أولا: ماهية الإستثمار السياحي

1. مفهوم الاستثمار السياحي:

لاستثمار السياحي هو عبارة عن استثمار مادي مباشر، يتمثل في إقامة منشآت سياحية وظيفتها الأساسية تقديم خدمات للسائحين (الإقامة، المأكل، النقل....) وذلك في إطار القوانين المحلية والدولية مقابل أجر محدد.

فالهياكل السياحية لها خصائص والتي تميزها عن غيرها فهي بناء معين لغرض محدد ونظام وتقاليد وخدمات وأنشطة متعددة، ولا تستطيع اي مؤسسة سياحية أن تبدأ مرحلة التشغيل قبل أن تحصل على تراخيص اللازمة للخدمات المختلفة التي تقدمها للسواح، ولا تمنح التراخيص إلى بعد استيفاء الشروط التي نص عليها القانون[1].

عرفت المنظمة العالمية للسياحة للاستثمار السياحي بأنه: التنمية الاستثمارية للسياحة، والتي تلبي احتياجات السياح والمواقع المضيفة إلى جانب حماية وتوفير الفرص المستقبل، إنها القواعد المرشدة في مجال إدارة الموارد بطريقة يحقق فيها متطلبات المسائل الاقتصادية والاجتماعية والثقافية ويتحقق معها التكامل الثقافي والعوامل البيئية والتنوع الحيوي ودعم نظم الحياة[2].

2. الإطار القانوني للاستثمارات السياحية في الجزائر

أ) القانون رقم 03-01 المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة:

لقد صدر هذا القانون من أجل تحديد شروط التنمية المستدامة للأنشطة السياحية وكذا تدابير وأدوات تنفيذها وبهدف هذا القانون كما نصت عن ذلك المادة 02 منه:

[1] طيبي محمد أمين، مرجع سبق ذكره، ص ص 6-7.

[2] صالح السعيد، عبدلي هالة، دور الاستثمارات السياحية في تحقيق التنمية السياحية المستدامة، مجلة البحوث والدراسات التجارية، ISSN2572-0066، مرجع سبق ذكره، ص 255.

- ترقية الاستثمار السياحي وتطوير الشراكة في هذا القطاع.
- تحسين صورة الجزائر وتطوير الشراكة في هذا القطاع.
- رفع قدرات الايواء للفنادق والمقاصد السياحية وإعادة الاعتبار لها.
- تنويع المنتوج السياحي واستحداث منتجات سياحية جديدة.
- الاهتمام بالسياحة الداخلية من خلال توفير ما يطلبه السائح.
- تحسين نوعية الخدمات السياحية.
- الاهتمام بالموروث الثقافي والتراث السياحي الوطني.
- ترقية وتنمية الشغل في القطاع السياحي.

ب) قانون 03-02 المتعلق بقانون الاستغلال السياحي للشواطئ:

يحدد هذا القانون القواعد العامة المتعلقة باستغلال الشواطئ في المجال السياحي ويهدف إلى:

- حماية الشواطئ والاهتمام بها قصد استفادة المصطفين منها بالسياحة والاستجمام والخدمات المرتبطة بها.
- الاهتمام بالنظافة والأمن وحماية البيئة على امتداد الشواطئ وذلك استجابة إلى حاجيات المصطافين وتحقيق تنمية متوازنة فيها.
- تحسين خدمات إقامة المصطافين.
- خلق برامج تسلية متناسبة مع النشاطات الشاطئية.

ج) قانون رقم 03-03 المتعلق بمناطق التوسع السياحي:

يحدد هذا القانون مبادئ وقواعد حماية وتهيئة وترقية تسيير مناطق التوسع السياحي ويهدف إلى الاستخدام الأمثل للموارد السياحية، وإدراج هذه المناطق في المخطط الوطني لتهيئة الإقليم والاستغلال لكل الإمكانيات الثقافية والتاريخية والدينية ويقصد مناطق التوسع السياحي، كما جاء في المادة الثانية من هذا القانون على أنها كل منطقة أو امتداد من الأقاليم يتميز بصفات أو بخصوصيات طبيعية وثقافية وبشرية هي مناسبة للسياحة مؤهلة أو تنمية منتجة سياحية ويمكن استغلالها في تنمية نمط أو أكثر من السياحة ذات مردودية.

د) مرسوم رقم 06-325 بتاريخ 2006/09/18 المتعلق بتحديد قواعد بناء المؤسسات الفندقية:

يهدف هذا المرسوم إلى تحديد قواعد بناء المؤسسات الفندقية وتهيئتها ونصت المواد 04 إلى المادة 09 على مجموعة من الاجراءات وجب التقيد بها عند بناء مؤسسات فندقية وهي:

- عدم احداث تغيير في العناصر الأساسية للبناية.

- عند القيام بترميم البنايات المصنفة كمعالم تاريخية يجب إعطاء عناية كبيرة لهذه المعالم وعدم المساس بها لما لها من أثر تاريخي.
- عند القيام بعمليات التجديد وجب الالتزام بتحسين الخدمات داخل المؤسسات الفندقية.
- يجب أن توفر المؤسسة الفندقية على قاعات اجتماعية ومطاعم مخصصة كل حسب تصنيفه.
- يجب إرفاق كل طلب لإنجاز مؤسسة فندقية بمخططات تبرز الجانب المعماري وتكون موقعة من طرف مهندس معماري.

هـ) المرسوم التنفيذي رقم 23-07 الصادر بتاريخ 2007/01/28 المتعلق بطريقة بيع العقار السياحي داخل مناطق التوسع:

يحدد هذا القانون كيفية إعادة بيع الأراضي الواقعة داخل مناطق التوسع والمواقع السياحية ومنح حق الامتياز عليها، وتقوم الدولة ببيع أو تخصيص الأراضي المقبولة بمخطط التهيئة السياحية لصالح الوكالة الوطنية لتنمية السياحة، باتفاق ودي بين وزيري السياحة والمالية ومن ثم تقوم الوكالة بتهيئة هذه الأراضي بشكل كامل من خلال تزويدها بالمياه والإنارة العمومية ومجاري الصرف الصحي وشبكة الطرق والساحات الخضراء ومن ثم تقوم الوكالة بتبليغ المستثمرين بكل الوسائل لهذه الأراضي، وتعطيهم فكرة كافية على موقع الأرض وسعر البيع أو مبلغ الامتياز ومساحة الأرض والمشاريع المحددة في برنامج التهيئة وكذا الاعلانات والدعم المالي المحتمل الممنوح من طرف الدولة.

و) قرار بتاريخ 10 سبتمبر 2009 متعلق بالاستغلال الهياكل المعدة للفندقة:

يحدد هذا القرار شروط وكيفيات ومقاييس استغلال الهياكل الأخرى المعدة للفندقة، إذ أنه يفرض على المستثمر طلب رخصة الاستغلال مرفقا بملف كامل يودع لدى المدير الولائي للسياحة وهذا الأخير يجب أن يرد على الطلب في أجل 30 يوم ابتداءا من تاريخ استلامه للملف، وبإمكانية استشارة المؤسسات والإدارات الأخرى التابعة للدولة ومن ثم يصدر قراره إما بالقبول أو بالرفض مع التعليل وفي حالة القبول يسلم صاحب الطلب رخصة الاستغلال ومن ثم يقوم بتركيب شارة أو لافتة تحمل عبارة " مؤسسة معدة للفندقة".

ز) مرسوم تنفيذي رقم 69-07 المؤرخ بتاريخ 19 فيفري 2007 المتعلق بكيفيات منح امتياز استعمال واستغلال المياه الحموية:

ينص هذا القانون على كيفيات منح امتياز استعمال واستغلال المياه الحموية، وقد عرف المياه الحموية على أنها المياه المجذوبة من نبع طبيعي أو بئر محفور والتي يمكن أن يكون لها خاصية علاجية للطبيعة الخاصة

لمصدرها وثبات مميزاتها الطبيعية ومكوناتها الكيماوية ومن أجل الاستثمار في المياه الجوفية يقوم المستثمر بطلب إلى الوزير المكلف بالمياه الحموية عن طريق الوالي المختص اقليميا، ومن ثم يقوم الوالي بإرسال الطلب بعد أن يبدي رأيه فيه في أجل شهرين ويرفق الطلب بملف إداري.[1]

ثانيا: المجلس الوطني للاستثمار قانون الاستثمار 2001-2016.

ينبغي التطرق للأحكام المتعلقة بإنشاء المجلس الوطني للاستثمار، واختصاصات هذا الأخير في ظل قانون الاستثمار الجديد.

- **إنشاء المجلس الوطني للاستثمار**: لم ينص المشرع على المجلس الوطني للاستثمار كجهاز من أجهزة الاستثمار المنصوص عليها في الفصل السادس من قانون الاستثمار خلافا لما كان عليه الحال في قوانين الاستثمار السابقة ابتداء من قانون سنة 1993، وكذلك قانون الاستثمار 2001، أين تضمن كل من القانونين النص على المجلس وأفراده بصلاحيات جد موسعة في مجال تأطير الاستثمارات ومراقبتها بصفة عامة وضع الاستراتيجية التشريعية في المجال، في المقابل نلاحظ أن المشرع قد أشار في عدة نصوص على الدور الذي يلعبه هذا الأخير " المجلس" في منح مختلف المزايا والضمانات لفائدة الاستثمارات ذات الأهمية بالنسبة للاقتصاد الوطني، الشيء الذي يدفعنا إلى التساؤل عن المعنى المراد من إغفال ذكر المجلس الوطني للاستثمار على مستوى أجهزة تأطير الاستثمار، وعلى كل فقد أشار المشرع إلى هذا الدور بصفة عامة نص المادة 26 من الأمر 16-09 المتعلق بتطوير الاستثمار.

يبدوا أن عدم النص على المجلس الوطني للاستثمار ليس الغرض منه إلغاء دور هذا الأخير كليا وهو ما تأكده المادة 37 إذ تنص: " تلغي أحكام الأمر رقم 01-03 في 2001 والمتعلق بتطوير الاستثمار".

بناء على ذلك يعتبر المجلس هيئة حكومية مكلفة بالسهر على ترقية وتطوير الاستثمار.[2]

أما بالنسبة لقانون الاستثمار 2016 فقد تضمن بدوره تحديدا للدور الذي يلعب المجلس في مجال استراتيجية دعم الاستثمار في ظل النظرة الجديدة المعتمدة، ولقد نصت المادة 14 من قانون الاستثمار الجديد فيما يتعلق بمنح المزايا للاستثمار التي تفوق قيمتها مبلغا معينا على وجوب خضوعها لرقابة المجلس، نفس الشيء لنص المادة 17 من قانون الاستثمار والذي يتعلق بكيفية منح المزايا الاستثنائية للاستثمار بالنسبة للاستثمارات

[1] شاهد إلياس، دفرور عبد النعيم (2016) الاستثمار السياحي في الجزائر بين الإطار القانوني والمؤسساتي، مجلة التنمية والاستشراف للبحوث والدراسات، المجلد 01: العدد 01، ديسمبر، ص ص 33-36.

[2] عميروش فتحي (2020). الإيطار القانوني للاستثمار في ظل الأمر 16-09، المجلة الجزائرية، للعلوم القانونية، السياسية والاقتصادية، المجلد 57، العدد 02، ، ص 564-565.

ذات الأهمية الخاصة للاقتصاد الوطني والتي يتم بموجب اتفاقية استثمار بين المستثمر والوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار.

وتحدد المادة 18 كيفية تطبيق المزايا المتفق عليها بين المستثمر والوكالة لا سيما فيما يتعلق بنظام الاعفاءات الضريبية حتى يبقى دور المجلس متعلق أساسا بالنظر في المشاريع الاستثمارية ذات الأهمية الاستراتيجية والعوائد المالية الكبرى والتي تعتبر ذات أولوية بالنسبة للاقتصاد الوطني، على الرغم من عدم تمتع المجلس بالكفاءة التقنية اللازمة لتقييم مردودية هذا المشاريع، كما أن إغفال ذكر المجلس في صلب قانون الاستثمار يؤشر على ارتباك حقيقي في مجال التأطير المؤسساتي للاستثمار وهو مالا يخدم بطبيعة الحال الغرض الرئيسي من إصدار النص ألا هو استقطاب أكبر قدر من الاستثمارات الوطنية والأجنبية على الخصوص[1].

المطلب الثاني: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030

أولا: التعريف بالمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية

نتج المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT بفضل المسار الطويل من الأبحاث، والتحقيقات والدراسات والخبرات ونتيجة لتفكير طويل، وتشاور واسع مع الفاعلين الوطنيين، والمحليين العموميين والخواص، على امتداد الندوات الجهوية، والخلاصات التي توصلت إليها، وهو جزء لا يتجزأ من المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية SNAT، والمصادق عليه، بمقتضى القانون 02-10 المؤرخ في 29 جوان 2011، (ج. ر عدد: 61)، يحدد استراتيجية طموحه لتهيئة الجزائر وتنميتها المستدامة في أفق 2030، فهو الوثيقة التي تعلن الدولة من خلالها لجميع الفاعلين، وجميع القطاعات، وجميع المناطق عن مشروعها السياحي الإقليمي لآفاق 2030، والذي يوضح الطريقة التي تعتزم الدولة من خلالها ضمان التوازن الثلاثي، العدالة الاجتماعية، الأداء الاقتصادي، والدعم الايكولوجي في إطار التنمية المستدامة، على مستوى الجزائر بالنسبة للعشرين سنة المقبلة.[2]

يتكون التقرير العام حول المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية من ستة كتب:

- الكتاب الأول: تشخيص السياحة الجزائرية.
- الكتاب الثاني: الحركيات الخمس، وبرامج العمل السياحي ذات الأولوية، في المخطط الاستراتيجي.
- الكتاب الثالث: الأقطاب السياحية للامتياز، والقرى السياحية للامتياز.

[1] عميروش فتحي، مرجع سبق ذكره، ص ص 565-566.

[2] دولي سعاد، لعلمي فاطمة (2015). مداخلة بعنوان: استراتيجية التنمية السياحية في الجزائر، استنادا للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (2030)، جامعة مستغانم، ص 3.

- الكتاب الرابع: تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، (المخطط العملياتي).
- الكتاب الخامس: المشاريع السياحية ذات الأولوية.
- الكتاب السادس: تلخيص عام للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية.

ويعتبر توجيه تنشيط الصناعة السياحية في الجزائر، الميثاق الرسمي الذي يرتكز عليه المخطط بحيث على الدولة والسلطات المحلية إظهار الصورة السياحية للجزائر في آفاق 2030، فهذا البرنامج يترجم إدارة الدولة في إعادة الاعتبار للنشاط السياحي، فالسلطات الجزائرية أدركت أن القطاع السياحي يعتبر من القطاعات الأكثر جاذبية للاستثمارات الأجنبية المباشرة، وهو القطاع الذي يمكن أن يساهم في تطوير القطاعات الأخرى، كما في بعض الدول نجد أن السياحة تحتل مكانة مرموقة، ضمن القطاعات الأخرى في الاقتصاد، انطلاقا مما تدره من العملة الصعبة.

ويتمثل الرهان في ملائمة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية مع جميع مراحل تطوره (الأعداد والانجاز والمتابعة) من طرف الفاعلين، والمتعاملين المركزيين والمحليين في السياحة على مختلف المستويات (الإطارات الفندقية، وأصحاب المطاعم، ووكالات الأسفار، والمرشدين المتعاملين والجمعيات).

مما سبق يتطلب إنجاز المخطط المرور على خمسة مراحل نذكرها كالتالي:

- المرحلة 1: تشخيص الاتجاهات العالمية، والإشكاليات والرهانات.
- المرحلة 2: تحديد التوجيهات الاستراتيجية.
- المرحلة 3: تحديد الخطوط التوجيهية (الحركيات الخمسة).
- المرحلة 4: برامج العمل على ذات الأولوية (الانطلاقة 2008-2015) مخطط التهيئة السياحية).
- المرحلة 5: تحديد استراتيجية الانجاز والمتابعة[1].

[1] دولي سعاد، مرجع سبق ذكره، ص 3-4.

ثانيا: رهانات المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية [1]

الجدول رقم (1–10): الرهانات الخمس للسياحة الجزائرية

طبيعة الرهان السياحي	صور الرهانات السياحية
الرهانات الاقتصادية	- زيادة الموارد من وسائل الدفع الخارجي. - الأثار المترتبة على ميزان المدفوعات. - آثار السياحة على القطاعات المنتجة الأخرى (الفلاحة، الصناعة التقليدية، البناء والأشغال العمومية، الخدمات الأخرى المختلفة)
الرهانات حول التشغيل	- توفير فرص كبيرة بطريقة مباشرة أو غير مباشرة - تعتبر السياحة أداة فعالة لإدماج الشباب في الحياة الاجتماعية والمهنية - مساهمة السياحة في تثبيت السكان، وبالتالي الحد من الهجرة والنزوح الريفي
رهانات التهيئة الجهوية والتنمية المحلية	- تعد السياحة العنصر الأساسي لأنه سياسة للتهيئة الجهوية والتنمية المحلية - تعمل السياحة على تثمين الموارد المادية، وغير المادية، مع تعارضها مع أي شكل من أشكال تهديد الموارد البيئية
الرهانات الثقافية	- السياحة عامل سلام وحوار بين الثقافات - تعمل السياحة على تثمين التراث الثقافي الغني بلادنا - تعد السياحة وسيلة لانفتاح بين الثقافات الشعوب المختلفة
رهانات تحسين صورة الجزائر السياحية	- تحمل السياحة رهانا مهما والمتمثل في تحسين صورة الجزائر - تساهم في تقوية جاذبية وجهة الجزائر خاصة فيما يتعلق الاستثمار السياحي والفندقي

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على معطيات من المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، 2008، ص 32.

ثالثا: الأهداف الكبرى للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية

حدد هذا المخطط خمسة أهداف كبرى لتنفيذ سياسة جديدة وهي:

- ترقية اقتصاد بديل المحروقات

[1] عوينات عبد القادر، 2019، تسويق خدمات السياحة الجزائرية في ظل استراتيجية المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2030، مجلة الاقتصاد الجديد، المجلد 10، العدد 02، ص 127.

- تثمين صورة الجزائر وجعلها مقصدا سياسيا بامتياز
- تنشيط التوازنات الكبرى وانعكاسها على القطاعات الكبرى
- تثمين التراث التاريخي، الثقافي مع مراعاة خصوصية كل تراب الوطني
- التوثيق الدائم بين ترقية السياحة والبيئة

يرتكز المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية على خمس ديناميكيات:

- الديناميكية الأولى: مخطط الجزائر كوجهة سياحية
- الديناميكية الثانية: الأقطاب السياحية ذات الامتياز
- الديناميكية الثالثة: مخطط الجودة السياحية
- الديناميكية الرابعة: مخطط الشراكة بين القطاعين العام والخص
- الديناميكية الخامسة: مخطط تمويل السياحة

تسعى الدولة من خلال هذا المخطط إلى تثمين الموارد الطبيعية، الثقافية والتاريخية التي تزخر بها واستغلالها في تنمية قطاع السياحة وجعل الجزائر من بين القبلات السياحية المهمة في المنطقة الأورومتوسطية، ويعتبر هذا المخطط ثمرة جهود وأبحاث العديد من الأطراف الوطنية العمومية والخاصة خلال الجلسات الجهوية التي نظمتها وزارة تهيئة الإقليم البيئة والسياحة.

يحدد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في آفاق سنة 2025 خمسة جوانب حيوية من أجل تطوير السياحة في الجزائر، كما تم الإشارة إليه، ويتعلق الأمر بمخطط وجهة الجزائر، وأقطاب الامتياز السياحية ومخطط الجودة للسياحة ومخطط الشراكة بين القطاعين العمومي والخاص بالإضافة إلى سبل تمويل السياحة كما يلي:

1. تثمين وجهة الجزائر: وذلك من خلال هيكلة الوجهة السياحية المسجلة وزيادة التنافسية وخلق عروض سياحية متنوعة وذات جودة عالية.

2. إطلاق أقطاب الامتياز السياحية: وذلك من خلال هيكلة الأقطاب السياحية التي تعتبر نموذج عالمي لتطوير السياحة، ودعم هذه الأقطاب عن طريق رفع مستوى جودة خدماتها وتسويق صورتها السياحية في القطاع السياحي [1].

[1] بوفاس الشريف، بن خديجة منصف (2014)، ترقية تسويق المنتوج السياحي في الجزائر، الواقع والتحديات، الملتقى الوطني حول المقاولاتية وتفعيل التسويق في الجزائر، 22-23 أفريل، جامعى سوق أهراس، ص 9-10.

3. تنفيذ مخطط الجودة: وهذا المخطط ضروري لتوفير عروض سياحية متميزة ومبوبة بالنظر إلى نوعية الزبائن الوطنيين والأجانب الذين تتزايد طلباتهم ورغباتهم.

4. تنفيذ شراكة عمومية- خاصة: وتهدف إلى تحفيز جميع الشركاء العموميين والخواص من أجل تنمية القطاع السياحي لأن تنمية السياحة تتطلب التنسيق بين الكثير من القطاعات الاقتصادية.

5. تطوير استراتيجية للتمويل في قطاع السياحة: تحقيق الديناميكيات سابقة الذكر يتطلب استراتيجية عملية للتمويل تهدف أساسا إلى مرافقة المتعاملين المستثمرين، من خلال إجراءات مناسبة لدعم الاستثمار في القطاع السياحي تأخذ بعين الاعتبار طبيعة الاستثمار في هذا الميدان[1].

المطلب الثالث: معوقات الاستثمار والآليات المقترحة لتفعيل القطاع السياحي وأهم الحلول المقترحة

أولا: أهم معوقات الاستثمار السياحي في الجزائر

- ضعف القطاع السياحي مرده بالدرجة الأولى، ضعف الهياكل القاعدية، بحيث تدني جودة الخدمات السياحية وضعف قدرات الايواء والإطعام السياحي.
- ضخامة القدرات الفندقية الغير مصنفة (حوالي 507 فندق مصنف سنة 2000 والتي يمتاز برداءة نوعية خدماتها مما ينعكس سلبا على صورة العرض السياحي الجزائري.
- غياب نظام متكامل وقابل للتنافس للنقل بشتى أنواعه
- ضعف تأهيل الموارد البشرية، وقلة احترافية عمال ومستخدمي القطاع السياحي
- تدهور البيئة بكل أنواعها، وإهمال العديد من المعالم التاريخية والأثرية
- عائق العقار السياحي كأهم العراقيل التي تقف أمام المستثمرين سواء المحليين أو الأجانب نظرا لتفقد اجراءات الحصول على مثل هذه العقارات من جهة وارتفاع أسعارها من جهة أخرى
- انتشار البناءات الفوضوية والغير الشرعية بالمناطق السياحية
- طول المراحل التي يمر بها المستثمر السياحي من أجل الوصول إلى إنشاء مؤسسة بحيث يضطر لأداء 14 مرحلة كاملة مقارنة بالمغرب وتونس التي يمر فيها بين 5 إلى 9 مراحل إدارية
- الفساد الإداري وغياب الشفافية، بحيث تعقد الاجراءات الإدارية وانتشار البيروقراطية تؤدي إلى لجوء المستثمر إلى الطرق الغير قانونية كالرشوة والمحسوبية والوساطة لتسهيل الاجراءات والحصول على الخدمة[2]

[1] بوفاس الشريف، ين خديجة منصف، مرجع سبق ذكره، ص 10.

[2] علي عباس عبد الجليل، الاستثمار السياحي في ظل برامج الانعاش الاقتصادي في الجزائر، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، ص 11.

- مما يؤدي إلى القضاء على التنافسية والمعاملة العادلة
- ضعف الحوافز بما فيها الحوافز الضريبية الموجهة أساسا للاستثمارات السياحية
- ضعف الثقافة السياحية لدى معظم شرائح المجتمع الجزائري وتراكم المشاكل البيئية
- الوضع الأمني المتدهور الذي كان سائدا خلال فترة التسعينات من القرن الماضي حال دون تدر القطاع السياحي في الجزائر
- المنافسة التي يواجهها قطاع السياحة الداخلية
- تواجه السياحة الداخلية الوافدة والمحلية في المملكة منافسة قوية على المستويين الإقليمي والدولي، فعل المستوى الإقليمي تتمتع الكثير من الدول المجاورة بموارد وإمكانيات سياحية جاذبة مما يتطلب الاستمرار في تطوير السياحة الداخلية ودعمها وتحسين خدماتها ومواقعها الأثرية وبنيتها الأساسية إضافة إلى تقديم حوافز الاستثمار في هذه المجالات بحيث تتنوع الخدمات وتتزايد المنافسة بالسوق، ومن ثم تنخفض تكلفة الخدمات، وترتفع جودتها وصولا إلى هدف تنمية السياحة الداخلية وزيادة جاذبيتها، مما ينعكس إيجابا على ميزان الخدمات والتحويلات بميزان المدفوعات، ويزيد من اسهام قطاع السياحة في الناتج المحلي الاجمالي وفي تنويع مصادر الدخل للاقتصاد الوطني.
- ضعف الوعي السياحي وغياب المعلومة السياحية.[1]

- **معوقات الاستثمار بوجه عام:** أن الاستثمار بنوعيه المحلي والأجنبي يشترك في مجموعة من المعوقات والتي نجملها فيما يلي:

- المعوقات البيروقراطية: كبطء العمل الإداري، صعوبة فهم الموظف المعني في الدولة لتفاصيل طلب المنشأة، الفساد الإداري.....أخرى
- متغيرات الفساد الإداري: وتتمثل في: الرشوة، الوساطة، والمحسوبية، التعصب..... أخرى
- المعوقات القانونية: وتتمثل في تعدد القوانين والأنظمة، التعديلات والتغييرات في القوانين، المشكلات القانونية مع العمال، المشكلات القانونية مع المتنافسين، المشكلات القانونية مع الشركاء، الفساد في تطبيق القانون
- معوقات مهارية: وتتمثل في ندرة مهارات العاملين، ندرة التأهيل العلمي والخبرة العلمية.
- معوقات التكلفة: وتتمثل في ارتفاع تكاليف الانتاج[2].

[1] نفس المرجع السابق، ص ص 11-12.

[2] منصوري زين، واقع وآفاق سياسة الاستثمار في الجزائر، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة سلف، ص 141-142.

- معوقات التسويق: وتتمثل في: معوقات التسويق المحلي، معوقات التسويق الخارجي
- معوقات التمويل: وتتمثل في عدم وجود ضمانات كافية للتمويل، وارتفاع سعر الفائدة والكلف، عدم كفاية السوق المانحة، عدم وجود برامج تمويل متخصصة، عدم اعتبار الجدوى الاقتصادية للمشروع
- معوقات الضرائب والرسوم: وتتمثل في الضرائب المرتفعة والمتعددة (عبء ضريبي مرتفع في بداية انطلاق المشروع) الازدواج الضريبي، غموض في القوانين الضريبية.[1]

ثانيا: الآليات المقترحة لتفعيل قطاع السياحة[2]

إن الآليات التي اقترحت والمنتظرة من قطاع السياحي تمثلت في التوصل إلى رفع الطلب على السياحة الجزائرية، وهذا ما سيؤدي إلى المساهمة في تنمية الاقتصاد الوطني من خلال زيادة جلب العملة الصعبة وزيادة نسبة المساهمة في الناتج المحلي الاجمالي السياحي، ومن أهم الأليات أو السياسات المقترحة لتنمية السياحة الجزائرية ما يلي:

1. العمل على تنظيم وتأطير النشاط السياحي:

وذلك من خلال تحديد مجموعة من القواعد الواجبة التنفيذ من جميع الأطراف المعينة بالسياحة وذلك وفق ما يلي:

أ- تحديد قواعد التهيئة السياحية:

حيث يجب على الدولة أن تتخذ جملة من الاجراءات تتمثل فيما يلي:

- الحرص على الطابع المتكامل للتهيئة السياحية وإدراجها في الأقاليم
- الحرص على التهيئة في العمق بالنسبة للأقطاب الاستجمام البحري
- تحديد موقع كل قطب سياحي وتعريف الفروع

ب- توحيد الاجراءات على جميع الفاعلين السياحيين:

ويتم ذلك عن طريق الاعلان عن مسعى موحد لجميع المستثمرين في هذا المجال، كما يجب الالتزام بشروط مسبقة عن المخاطر المحتملة للمشروع والمتمثلة فيما يلي:

- إعداد دراسة مسبقة عن المخاطر المحتملة للمشروع
- تحديد مفهوم المطور بالنسبة للمشروع

[1] نفس المرجع السابق، ص 142.

[2] جيرب صابرين (2019)، الاستثمار السياحي ودوره في التنمية المستدامة في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، قانون خاص قانون أعمال، جامعة محمد خيضر، بسكرة، ص176-177.

- اشتراط عمل مخطط توجيهي للمشروع الاستثماري السياحي
- الضمان المالي الضروري لكل مشروع مع اشتراك بنك من الدرجة الأولى

2. ضمان توفير وتقديم تسهيلات للخدمات السياحية:

- تسهيلات خدمات المعلومات السياحية
- تسهيلات خدمات الوكالات السياحة
- تسهيلات خدمات البنية التحتية
- تسهيلات تضمن الأمن السياحي

3. إعادة الاعتبار للوكالة الوطنية لتنمية السياحة:

وذلك من خلال تكليفها بجملة من المهام للقيام بها: ونذكر منها:

- انجاز الدراسات وتهيئة وتسيير مناطق التوسع السياحي
- إدراج مهام الهندسة السياحية والفندقية
- تطوير خدمات الدراسات والاستثمارات لصالح المتعاملين والمستثمرين في المجال السياحي
- التكفل بمهام تنمية القدرات السياحية
- السهر على انسجام كافة الأنشطة داخل مناطق التوسع والمواقع السياحية

4. تطوير الموارد البشرية:

بالنظر للتغييرات التي شهدتها السياحة العالمية بخصوص بنية الأعمال أصبحت المؤسسات السياحية ملزمة بتطوير أداء مواردها البشرية بغرض مواجهة هذه التحديات، ولعلى من أهم مجالات الاستثمار في تنمية العنصر البشري ما يتعلق بالتعليم والتدريب لتحقيق أفضل النتائج

5- التواصل والتشاور بين القطاع السياحي والقطاعات الأخرى

لتطوير القطاع السياحي يجب أن يكون هناك تواصل وتشاور بين مختلف هياكل القطاع السياحي والقطاعات الأخرى: ويمكن أن نوجز أهم مجالات التشاور في الجدول التالي:

الجدول رقم (1–11): مجالات التشاور بين القطاع السياحي والقطاعات الأخرى

المجالات	كيفية التفاعل مع القطاع السياحي
التهيئة والبيئة	- التخطيط العقاري في إطار مخطط شغل الأراضي - التحكم في المخاطر - تسيير الموارد والطاقات
الأشغال العمومية والنقل	تسيير الطرقات
الماء والطاقة	استخدام الموارد المائية ومختلف أنواع الطاقة
التعليم والتكوين المهني	تكوين المستخدمين
الصناعات التقليدية	تطوير المنتوجات وإنشاء شبكات البيع
الثقافة	احياء التقاليد وإعادة الاعتبار للمباني مثل القصور
الداخلية والجماعات المحلية والشؤون الدينية	استغلال التقاليد والأعياد الدينية

المصدر: وزارة تهيئة الإقليم، البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025، تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، الكتاب رقم 04، 2008، ص 27.

5. نشر الوعي وتهيئة المجتمع المحلي للتفاعل الثقافي الايجابي مع النشاط السياحي:

وجب العمل على نشر الوعي السياحي وتهيئة المجتمع المحلي للتفاعل الإيجابي مع النشاط السياحي، والذي يتحقق بدوره ببعض الوسائل، نذكر منها ما يلي:

- الاعلان والترويج من خلال إصدار خرائط سياحية وتوزيعها على السياح أثناء دخولهم لأرض الوطن
- نشر الوعي والثقافة السياحية لدى أفراد المجتمع ومدى أهمية السياحة في تنمية الاقتصاد الوطني
- تثقيف العمال في المجال السياحي بأهمية الجودة.

6. القضاء على السوق السوداء في التعامل بالعملة الصعبة:

من بين أهداف تنمية قطاع السياحة جلب العملة الصعبة والتي تمر عبر المؤسسات المصرفية الرسمية وفي حال انتشار السوق السوداء للعملة تعتبر أكبر عائق أمام تطوير القطاع السياحي كونه يضعف من القيمة الحقيقية لهذا القطاع، وتضعف ثقة السائح لذلك وجب تنظيم ومراقبة التعامل بالعملة الصعبة بصيغة قانونية بهدف القضاء على هذه السوق.[1]

[1] جريب صابرين، مرجع سبق ذكره، ص 179.

ثالثا: الحلول المقترحة لترقية الاستثمار السياحي:

فتتمثل فيما يلي:

- حل مشكلة العقار السياحي في الجزائر، وتقديم امتيازات وتحفيزات جبائية للاستثمارات السياحية سواء للمستثمر الوطني أو الأجنبي، بالإضافة إلى تشجيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على الاستثمار في القطاع السياحي
- القضاء على البيروقراطية والفساد وتنويع مصادر التمويل، حيث يشير تقرير التنافسية العالمي لعام 2016-2017 إلى أن الفساد يعتبر ثالث عقبة من حيث الأهمية في الجزائر بنسبة 13.3 % بعد كل من البيروقراطية 117.5 والتمويل 13.7 % والتقليل من الاجراءات الإدارية لإنشاء المشاريع وعملية الاستثمار
- ترقية التعاون بين سياسات قطاعي النقل والسياحة لتحقيق أكبر قدر من الحرية في حركة السياح عبر الحدود
- ترقية وتطوير التعليم الموجه نحو السياحة، على اعتبار أن ذلك سيغير المفاهيم المتعلقة بالسياحة في أذهان الناس ورفع الوعي بالفرص والتحديات التي ينطوي عليها القطاع، وينبغي أن يرافق ذلك استغلال فعال لوسائل الاعلام لجميع التسهيلات الترويجية والتسويقية للسياحة في الجزائر وفرص الاستثمار فيها والتسهيلات المتوفرة
- تنويع المنتجات السياحية من خلال تفعيل البرامج الاجتماعية والنشاطات التقليدية التي يشارك فيها السكان المحليون وتشجيع الاستثمارات في مجال السياحة العامة والخاصة في المشاريع السياحية، من خلال تقديم التسهيلات الخاصة ومنع المعاملات التفضيلية للمستثمرين الأجانب.[1]

[1] سعيداني رشيد، 2017، أهمية الاستثمار السياحي في التنمية الاقتصادية، مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد الثالث، العدد 02، جامعة الجيلالي بونعامة، خميس مليانة، الجزائر، ص 15.

خلاصة

نستخلص مما سبق أن الجزائر تزخر بإمكانيات طبيعية كبيرة ومعالم سياحية واثرية جيدة تثير اهتمام السياح المحليين والأجانب، بالرغم من ذلك يبقى اقبال الوافدين خاصة الأجانب منخفض لا يتعدى 1933778 سائح سنة 2019، كما أن مساهمتها في دعم الاقتصاد الوطني يبقى أيضا متواضعا، حيث لا تساهم إلا بـ 3.3% من الناتج المحلي الإجمالي سنة 2018، ومتوسط الإيرادات المتأتية منه بالعملة الصعبة لا تتجاوز 0.350.

لذلك عملت الجزائر على تشجيع السياحة والنهوض بهذا القطاع من خلال إنشاء هيئات، ومن خلال سن عدة قوانين كقانون الاستثمار2016 والمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030. الذي يمتد من سنة 2008 إلى غاية 2030 الذي يعكس الارادة السياسية في تطوير القطاع السياحي حتى يصبح من أهم القطاعات البديلة إلى جانب القطاعات الأخرى (الصناعي والتجاري)، التي تحل محل قطاع المحروقات.

الفصل الثاني:

المقاولاتية السياحية في الجزائر

تمهيد

تعتبر المقاولاتية من أهم مجالات الأعمال التي تزايد الاهتمام بها في جل دول العالم، حيث أصبحت أفضل وسيلة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية على حد السواء والتي غالبا ما تقترن بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تعتبر من المشاريع المتميزة وكبديل للمؤسسات كبيرة الحجم، وذلك نظرا لسهولة القدرة في التحكم فيها من خلال الرفع من الكفاءة الانتاجية والتقليص من البطالة والرفع من المستوى المعيشي وبانتشار ظاهرة المقاولاتية وفكرة انشاء المؤسسات أصبحت من المشاريع التي يلجأ إليها الكثير من الشباب، دون أن ننس دور السلطات الجزائرية، اهتمامها بهذا النوع من المؤسسات والدعم الذي تقدمه خصوصا في النهوض بالقطاع السياحي من خلال أجهزة دعم المقاولاتية المتمثلة في ANDI و CNAC، ANADE، FGAR.

ونظرا للأهمية البالغة للمقاولاتية فقد تم التطرق في هذا الفصل إلى المباحث التالية:

- المبحث الأول: المرجعية النظرية للمقاولاتية والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر.
- المبحث الثاني: أجهزة دعم ومراقبة المقاولاتية السياحية.

المبحث الأول: المرجعية النظرية للمقاولاتية والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر

أصبحت المقاولاتية مفهوم شائع الاستعمال ومتداول بشكل واسع، حيث باتت تعرف حاليا كمجال للبحث ونظرا لأهميتها المتزايدة، أصبحت من الحكومات والباحثين الجامعيين يهتمون أكثر بتطوير المقاولين ومؤسساتهم، ويمكن تفسير هذا الاهتمام المتزايد في قدرتها (المقاولاتية) على رقم من مستويات الانتاج، وتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

المطلب الأول: أساسيات حول المقاولاتية

أولا: ماهية المقاولاتية

1. تعريف المقاولاتية

تعددت التعاريف ذات العلاقة بمفهوم وطبيعة المقاولاتية نذكر منها:

- بدء من تعريف Dolling (1995) للمقاولاتية بأنها عملية خلق مؤسسة اقتصادية مبدعة من أجل تحقيق الربح أو النمو تحت ظروف المخاطرة وعدم التأكيد أو الاستفادة من فرص عمل جديدة[1].
- أما Bareney and Dusentiz (1997) فيعرفان المقاولاتية على أنها عملية الانتفاع بتشكيلة واسعة من المهارات من أجل تحقيق قيمة مضافة لمجال محدد من مجالات النشاط البشري، مع التركيز على تكون المحصلة النهائية لهذا الجهد إما زيادة في الدخل أو استقلالية أعلى بالإضافة إلى الاحساس بالفخر نتيجة الجهد الابداعي المبذول[2].
- وتتمثل المقاولاتية حسب Burch (1986) بأنها أنشطة تقوم على الاهتمام، توفير الفرص وتلبية الحاجات والرغابات من خلال الابداع وإنشاء مؤسسات.
- فالمقاولاتية هي تحد لقدرة المقاول على قيادة التغيير في ظل ظروف عدم التأكيد فهي عملية دينامكية تستدعي تمتع المقاول بمهارات وإمكانيات تساعده على قيادة مؤسسات وتوجيهها بما يخدم مصالحها من خلال استخدام أفكار مبدعة والمخاطرة المحسوبة ورأسمال الجزيء في استغلال الفرص وتجنب التهديدات في بيئة الأعمال تنوء بالمخاطر والتحديات والمنافسة[3].

[1] Busenitz.l.w.&Barney.j.B.(1997) Differemces between entrepreneurs and managers in large organization:" Biares and heuristics in strategic- making.journal of busimess venturing. 12(1),9-30.
[2] Manuel Edurdo, (2009), Entreneurship, Munich personal RePEe Archive.
[3] Avora,R&Sood, S,k (2007).Entrepreneurial Deve lopment. New Delhi : kalyani Publis hers. P 10.

- وحسب Robert and Hirish (2009): يعبر عن المقاولاتية على أنها عملية تكوين شيء ما مختلف ذو قيمة عن طريق تكريس الوقت والجهد الضروري بافتراض مخاطر مالية واجتماعية مصاحبة وجني العوائد المالية الناتجة إضافة إلى الرضا الفردي.[1]

من أشهر التعريفات التي تم تقديمها للمقاولاتية:

ذلك التعريف الذي قدمه "الان فايول" (Alain fayolle) باعتبارها حالة خاصة يتم من خلالها خلق ثروات اقتصادية واجتماعية لها خصائص تتصف بعد الأكادة، أي تواجد الخطر والتي تندمج فيها أفراد ينبغي أن تكون لهم سلوكات ذات قاعدة تتحصص بتقبل التغيير وأخطار مشتركة [2].

بمعنى آخر فإن المقاولاتية (l'entrepreneurial- entrepereuneurship) هي: " المبادرة التي يتبناها شخص أو عدة أشخاص مجتمعين حول فرصة عمل الهدف منها إطلاق منظمة يمكن من خلق هوية أو عدة هويات تؤسس لإنتاج قيمة جديدة من أجل الأطراف التي يوجه إليها المشروع، وهنا نقف عند أربع قيم أساسية للمقاولاتية (بحسب فايول) هي: الفرصة المتاحة، إنشاء المنظمة، الابداع وإنتاج القيمة ثم العمل على وضع نظام روابط وظيفية بين هذه القيم الأساسية[3].

وبناء على ما سبق يمكن تعريف المقاولاتية على أنها: " القدرة والرغبة في تنظيم وإدارة الأعمال بكافة أنواعها عن طريق إنشاء شيء جديد ذو قيمة، وتخصيص الوقت والجهد والمال اللازم للمشروع، وتحمل المخاطرة المصاحبة، واستقبال المكافئة الناتجة بغرض الاسهام في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

2. تعريف المقاولة:

بالرغم من الخلط الذي لاحظناه عند اطلاعنا على مختلف الأدبيات المتناولة للمقاولاتية بين مفهومي المقاولة (l'entreprise) والمقاولاتية(l'entrepreneurial) إلى أننا سنستعرض كل مفهوم على أنه مستقل ولا يؤدي نفس معنى الآخر.

تعرف المقاولاتية على أنها: " نسق كجميع الأنساق تحتوي على بنية مكونة من عناصر مادية وغير مادية وبشرية وشبكة من التدفق المالي المعلوماتي، تربط مختلف العناصر لتحقيق وحدة المؤسسة، فهي مكان لظهور الفكر الإبداعي وخلق الثروة الاقتصادية كما لديها بعد سوسيو – مهني يقدم إضافات للمجتمع.

[1] Hisrich. R.Dand M.P.Peters (1998) Entre preneurship.4 th edn. New, York, Ivwin/ Mc Graw- Hill.

[2] ريم يونسي (2020) المعوقات التنظيمية للمقاولاتية السياحية، مذكرة لنيل شهادة دكتوراه في علم الاجتماع وتنظيم العمل، جامعة باتنة، الجزائر، ص 40.

[3] رياض تومي (2020)، أهمية الفكر المقولاتي والمقاولاتية، الملتقى الدولي الثاني حول المقاولاتية ودورها في تطوير القطاع السياحي يومي 24-25 أكتوبر، جامعة قالمة، ص 03.

اعتبر هذا التعريف المقاولة نسق وبناء يحتوي على عناصر مادية وأخرى لا مادية وبشرية، يعتمد على مصادر مالية ومعلوماتية لضمان وحدته واستمراره وأدائه لدوره الابتدائي للوصول إلى تحقيق أهدافه (تقديم منافع للمجتمع وتحقيق ثروة للمقاول).

وهناك من ينظر للمقاولة على أنها: " وحدة للإنتاج المادي أو الخدماتي، تعتمد على العمل وعلى رأسمال تقني مالي وبشري، لإنتاج منافع متعددة وخدمات مختلفة، وذلك لتلبية حاجيات المستهلك فالمقاولة وفق هذا التعريف تهدف إلى إنتاج منافع مادية وخدمتية لصالح المستهلكين بالاعتماد على التقنيات والمهارات والموارد المالية والبشرية وبالنظر إلى هذين التعريفين نجد أن الأول يعرف المقاولة على أنها نسق وهو ما يتفق مع تعريف caplow للمنظمة على أنها: " نسق اجتماعي مميز له طابع جمعي وفئة معينة من الأعضاء والبرامج من النشاطات والإجراءات".

أما التعريف الثاني: فنجده ينظر للمقاولة على أنها وحدة وهذا ما يتقاطع مع تعريف إتزيوني أمتياي للمنظمة باعتبارها: " وحدة اجتماعية يتم إنشائها من أجل تحقيق هدف معين" [1].

3. مفهوم المقاول:

يمكن القول بأن المقاول هو قبل كل شيء مؤسس يبحث عن منفعة (قيمة) من خلال الأخذ بالأخطار المتعلقة بالقدرة على امتصاص السوق الذي يندمج فيها، بالاعتماد على موارد يجب عليه أن ينظمها ويطورها لضمان استمرارية منظمته.

بالرجوع إلى مختلف الأدبيات التي تناولت مفهوم المقاول نجد أن: "ريتشارد كونتيون 1680-1735" Richard Cantillon من الأوائل الذين قدموا فكرة واضحة عن وظيفة تنظيم المشاريع بتعريفه للمقاول على أنه الشخص الذي اضطلح بدور نشط في تحمل المخاطر، وقد ميز كونتيون بين مستويين في تعريفه للمقاول:

المستوى العام: يتعلق بالوظيفة الأساسية التي يمارسها من خلال خلق منتجات جديدة.

المستوى الثاني: يتعلق بنزعة تحمل الخطر والتي يفرض بالضرورة أن تتوفر فيه.

وعليه Richard Cantillan وضح لنا أن المقاول هو شخص يمتلك خاصيتين أساسيتين:[2]

*التجديد

[1] ريم لونيسي، مرجع سبق ذكره، ص 34.

[2] نفس المرجع السابق، ص 35.

*تحمل الأخطار

ثانياً: مميزات المقاولاتية:

للمقاولاتية أهمية كبيرة، ليس على مستوى المؤسسة فقط، وإنما على الاقتصاد الكلي، ويمكن حصر أهم مميزات المقاولاتية في:

1. النشاط المقاولاتي من آليات التطوير الاستراتيجي.
2. تستعمل أساسيات الإدارة عند اختيار السلوك المقاولاتي، إذ يتعدى البيروقراطية، ويشجع على الإبداع.
3. تساهم في تحفيز الإبداع داخل المؤسسة، بواسطة اختيار الفرص الجديدة والحرص على تنفيذها من خلال الاستفادة من الموارد.
4. تتضمن المقاولاتية مجموعة من الموافق والإجراءات المتنوعة والتي تعزز قدراتها على تبني المخاطرة والتمسك بالفرص والإبداع.
5. المقاولاتية ذات أثر إيجابي جدا، على الاقتصاد وعلى المجتمع، وهي تساعد على استقراره وأول من عبر عنها هو الاقتصادي الاسترالي (1934) Schumpeter joseph في كتابه نظرية التطور الاقتصادي.
6. تعد المقاولاتية للمؤسسات الاقتصادية سمة هامة كإستراتيجية للنمو والميزة التنافسية.
7. تكون فرصة لتحصيل الأرباح والمساهمة في المجتمع من خلال ما تقدمه للمؤسسات من خدمات لها.
8. تعتبر المقاولاتية أحد مدخلات عملية اتخاذ القرار المتعلق بالاستخدام الأمثل للموارد المالية والمادية المتاحة للوصول إلى إنتاج منتج جيد أو تقديم خدمة جديدة، إضافة إلى تطوير أساليب جديدة للعمليات.
9. المقاولاتية هي مجموعة المهارات الإدارية التي ترتكز على المبادرة الفردية بهدف الاستخدام الأفضل للموارد المتاحة والتي تتميز بنوع من المخاطرة.
10. المقاولاتية تعبر عن الجهد المبذول من أجل إحداث التنسيق الكامل بين عمليات الإنتاج والبيع.
11. المقاولاتية تعني الاستخدام الأمثل للموارد المتاحة بهدف تطبيق أفكار جديدة في المؤسسات والتي يتم التخطيط لها بكفاءة عالية[1].

كما قدم Hitt, Ireland and Hoskissom(2005) أربع خصائص للمقاولاتية وتعد في نفس الوقت مفتاح النجاح في المشروع الجديد هي كالآتي:

[1] موساوي وردة (2022)، محاضرات المقاولاتية، موجهة لطلبة الماستر في العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة المدية، ص ص 18-19.

- القدرة على تحديد فرص المشاريع المحتملة بشكل أفضل من الآخرين حيث أنها ترتكز على الفرص، وليست على المشاكل ومحاولة التعلم من الفشل، فالمقاولين موجهين نحو هدف ولهم تأثير قوي على الثقافة الناشئة للمؤسسة، وهم قادرون على تصور أين تسير المؤسسة، وبالتالي قادرين على توفير شعور قوي في التوجه الاستراتيجي.
- الشعور بالحاجة الملحة الذي يجعلها ذات موجه عملي.
- المعرفة المفصلة من مفاتيح نجاح الصناعة التي تجعل عملهم حياتهم.
- الحصول على مساعدة خارجية لدعم مهاراتهم، قدراتهم، ومعارفهم مع مرور الوقت، فإنها تضع شبكة من أشخاص لديهم المهارات الأساسية والمعارف التي يم بها الحصول على الدعم.[1]

ثالثاً: أهمية المقاولاتية وأهدافها:

1. أهمية المقاولاتية:

قد أخذت أهمية المقاولاتية تزداد كل يوم في المجتمعات المعاصرة لما تحدثه من آثار إيجابية تتمثل فيما يأتي: (مزهر، ناجي، عليان، والحجازي، 2010).

- تساهم المقاولاتية في احداث مجموعة من التغيرات والتحولات في الأنشطة وذلك عن طريق الإبداع إذ يعتبر هذا الأخير خاصية مميزة للمقاولاتية.
- ايجاد العديد من المشروعات التي تعتبر مهمة لتطوير الاقتصاد وتنميته.
- خلق فرص العمل ذات الأهمية على المدى الطويل من أجل تحقيق النمو الاقتصادي.
- زيادة الكفاءة من خلال زيادة التنافس.
- ادخال الابتكار الجذري في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الذي بدوره يساعد على تنمية الاقتصاد.
- التنوع الكبير في الجودة والنوعية، إذ أن المشروعات الجديدة، أفكار وإبداعات اقتصادية.
- تشجيع الاستثمار.[2]

2. أهداف المقاولاتية:

يمكن تلخيصها فيما يلي:

[1] نفس المرجع السابق، ص ص 19-20.

[2] بن ساحة نسيمة، (2020)، معوقات التوجه المقاولاتي للطلبة الجامعيين، مذكرة لنيل شهادة الماستر في إدارة الأعمال، جامعة أم البواقي، الجزائر، ص 19.

- استقطاب الشباب للعمل الحر، والمبادرات الفردية والأعمال المقاولاتية، واستثمار أموالها وطاقاتهم في مشروعات صغيرة.
- تحقيق المكاسب المالية وتعظيم الربح فهو هدف تسعى إليه المقاولة.
- عامل من عوامل الاستقرار الاقتصادي والاجتماعي خاصة أثناء الأزمات.
- نشر ثقافة المقاول في الأوساط العلمية.
- الاهتمام أكثر بالعلم والتكنولوجيا.
- العمل على تغيير اتجاهات فئات المجتمع، وغرس ثقافة العمل الحر في مختلف مجلاته.
- تنمية القدرات والمواهب وإتاحة الفرص للإبداع.
- توفير فرص أكثر ورؤية أوسع وأشمل للمقاولين.
- السعي إلى إنشاء مشروعات جديدة، أو استحداث وحدات إدارية داخل المنشآت.
- تطبيق التجديد الاقتصادي الذي يشمل إعادة التفكير بالوجهات والفرص المتاحة للمنشآت.
- ترقية روح المبادرة، هم رجال الأعمال الذين يتميزون بكفاءة وجرأة يتحملون المخاطر الكبيرة وذلك في سبيل الاستثمار، وابتكار المستقبل.[1]

رابعاً: أنواع المقاولاتية:

تنعكس أهمية المقاولاتية بالنسبة للاقتصاد والمجتمع من خلال دفع أقوى نحو تحقيق الأهداف المتعلقة بالمقاولاتية في مختلف المجالات والقطاعات، وينبغي أن تعالج مجموعة متنوعة من التحديات مثل القدرة التنافسية والنمو الاقتصادي والبطالة وأيضا الشمول وعدم المساواة أو الاستدامة وكفاية الموارد ..... الخ. وبناء على ذلك تقدم لمحة عامة عن أنواع المقاولاتية وهي كالتالي:

1. المؤسسة المقاولاتية: لقد اختلفت وجهات النظر حول مفهوم المؤسسات المقاولاتية وصفاتها وخصائصها، حيث يصف(kao (1991 المؤسسات المقاولاتية بأنها تلك المؤسسات التي تتعامل مع درجات عالية من الغموض وعدم التأكيد في البيئة التي تعمل فيها[2].

ويصف MUNTZ berg (1998) المؤسسات المقاولاتية بأربع صفات رئيسية هي:[3]

[1] بوبريت ثنينة، (2019)، دور المقاولاتية في التنويع الاقتصادي الجزائري، 2010-2018، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم السياسية والعلاقات الدولية في إدارة الموارد البشرية، جامعة تيزي وزو، الجزائر، ص 18.

[2] Kao, r.w.(1991).somE THouGHTs on ENTREPRENEU RSHIP E DUCA TION.

[3] Shaw, EOloug hlin, A.& MCFAdzean, E ,(2005), corporate entre preneurship and innovation part 2: a role- and process- based approach, European Journal of Innovation Manegement.

- إن الحالة المقاولاتية وبناء الاستراتيجية المؤسسة المقاولاتية محكومتان وبشكل كبير بالبحث النشط عن فرصة جديدة.
- قوة النفوذ والسلطة بين المدير التنفيذي الذي عنده الرؤى وقوة الشخصية.
- إن بناء الاستراتيجية في المؤسسات المقاولاتية لا يتأتى خطوة خطوة بل يأتي من خلال قفزة نوعية في مواجهة حالات عدم التأكيد.
- إن النمو هو الهدف الأسمى للمؤسسات المقاولاتية.

2. المقاولاتية الأساسية أو المقاولاتية الداخلية :[1]

وهي ممارسة أو عملية لتطوير مشروع جديد داخل مؤسسة قائمة لاستغلال فرصة جديدة وخلق قيمة اقتصادية، كما يتم تعريف المقاولاتية الداخلية على أنها سلوك ناشئ يتضمن النوايا والإجراءات التي تنطلق من الأساليب المعتادة لممارسة الأعمال[2].

3. المقاولاتية الإجتماعية: هي نوع من المقاولاتية تهدف إلى تحقيق المنفعة الاجتماعية أي خلق القيمة الاجتماعية، وهناك رأيان مختلفان حول المقاولاتية الاجتماعية، الأول يرى أنها إنشاء مشروع اجتماعي يدعمه محبي الخير والدولة أو ما شابه، أما الثاني فيركز على أنه المقاولاتية الاجماعية تولد الدخل مع السعي لتحقيق نتائج اجتماعية وتسلط الضوء على قدرة المؤسسة الاجتماعية أن تكون قابلة للحياة تجاريا[3]

4. المقاولاتية التكنولوجية: يرى Dollinger (2003) أن التكنولوجيا هي جزء من المعرفة تتعامل مع الفنون الصناعية والعلوم التطبيقية والهندسية[4]

أما بالنسبة للمقاولاتية في مجال التكنولوجيا فهي حسب Dorf and Byers (2008) هي شكل من أشكال إدارة الأعمال التجارية القائمة على عملية التعرف على فرص الأعمال ذات الامكانيات العالية والكثيفة تكنولوجيا[5].

[1] Parker. S.c.(2011).intraprenrs hip or entreneurs hip ?. Journal of business venturing,26(1), p :20.
[2] Komar kouva. I, Gagliardi, conrads, J & collado, A. (2015).entrepreneurs hip. Competence : an overview of existing concepts, policies and initiatives a « final report (no.JRC96531).joint research centre (seville site).
[3] Phillips, N& Tracey, p (2007). The Distinctive challenge of educating social entrepreneurs: apostscript and rejoinder to the sperial issue on entrepreneurship education. Academy of management learining & education, 6(2), 264-271.
[4] Dollinger, m (2003), entrepreneurs hip, strategies and resources " 3rd.ed.. prentice hall: p.45.
[5] Dorf, R.C. and byers, H. T (2008). "technologyventures, From Ideas to enterprise". 2 nd ed, McGraw Hill: p.176.

5. المقاولاتية لخضراء:

يمكن تعريفها على انه تلك المشاريع التي تساهم في التنمية الاقتصادية بالموازنة مع الحفاظ على البيئة والعمل مع المستخدمين والمجتمع بشكل عام بهدف تحسين جودة الحياة لجميع الأطراف وفي السياق ذاته يرى (2005) Issak أن المقاول الأخضر هو الشخص الذي يسعى إلى تحويل قطاع اقتصادي إلى الاستدامة من خلال بدا عمل تجاري أخضر في هذا القطع مع عمليات خضراء والتزام بيئي مستدام، ويميز (2002) بين نوعين:

- المقاول البيئي هو الفرد الذي يطور أي نوع من الابتكار الذي يقلل من استخدام الموارد ويؤثر أو يحسن من كفاءة التكلفة مع لحد من النفايات.
- المقاول الأخضر: هو الذي يدرك القضايا البيئية ويقع مشروعه التجاري في السوق البيئية، أي هو من اصحاب المشاريع التي تبحث عن الفرص التي تركز على البيئة مع تحقيق أرباح جيدة.[1]

خامساً: المعوقات التي تواجه المقاولاتية:

تطرقت العديد من الدراسات للحديث حول المعوقات التي تمنع إنشاء عمل خاص، حيث تعتبر هذه المعوقات مرحلة عادية تواجه أي مقاول في بداية إنشاء مشروعه، وبالتالي يجب التعامل مع هذه الظروف بعقلانية، حيث حدد "welsch and young 1993" من بث تحديات المقاولاتية نجد:

- نقص المساعدات المالية.
- نقص المعلومات المتعلقة بالأعمال الخاصة التجارية والضرائب المفرطة، ومن ناحية أخرى صنف « kazan,et,al,2016 » واتفقوا على أن صعوبة التمويل، ضعف استخدام التكنولوجيا، وندرة الموارد، ومن أهم المشاكل التي تواجه الأشخاص المقبلين على التوجيه المقاولاتي، كما صنف « Moy, et ; al, 2001 » المعوقات إلى عوامل داخلية (نقص الخبرة الإدارية، نقص المعرفة التقنية، التكنولوجية والمخاطرة). وعوامل خارجية تمثلت في (ارتفاع تكلفة العمالة، ارتفاع سعر الفائدة والتنظيم الحكومي الصارم).[2]

- صعوبة الحصول على التمويل في بدء المشروع، وصعوبة زيادة رأسمال في مراحل التطوير.
- ضعف قدرات أصحاب المشروعات المقاولاتية في النواحي المالية والإدارية والتسويقية.
- ضعف التسويق وعدم القدرة على التجديد وتحديث قنوات التوزيع بصورة مستمرة.

[1] موساوي وردة، مرجع سبق ذكره، ص ص 33-34.

[2] بن ساحة نسيمة، مرجع سبق ذكره ، ص 28.

- عدم ملائمة التشريعات والقوانين[1].

المطلب الثاني: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر

أن الاهتمام الدولي بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بما في ذلك الجزائر بهذه الشريحة من المؤسسات راجع إلى ما تقدمه هذه المؤسسات من دعم للمؤسسات الكبرى، وما تحققه من مزايا تدفع بمسار التنمية الاقتصادية، حيث تساهم بشكل واضح في تطور النشاط الاقتصادي الداخلي الخام والقيمة المضافة والحد من البطالة.

أولا: تعاريف حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

لا يوجد نص خاص يعرف المقاولاتية في التشريع الجزائري، وإنما جاء هذا الأخير بتعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة باعتبارها النتيجة العملية لتجسيد الفكر المقاولاتي، حيث يعرفها المشرع الجزائري حسب المادة 5 من القانون رقم 17-02 المتضمن القانون التوجيهي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة كما يلي:

- "تعتبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مهما كانت طبيعتها القانونية، بأنها مؤسسة إنتاج السلع أو الخدمات تشغل من (01) إلى مائتين وخمسين (250) شخصا، ولا يتجاوز رقم أعملها السنوي أربعة (4) مليار دينار جزائري" [2].
- وتعرف المؤسسة المتوسطة حسب نفس القانون بأنها مؤسسة تشغل ما بين خمسين (50) إلى مائتين وخمسين (250) شخصا، ورقم أعمالها السنوي ما بين أربعمائة (400) مليون دينار جزائري إلى أربعة (4) ملايين دينار جزائري، أو مجموع حصيلتها السنوية مابين مائتين (200) مليار دينار جزائري إلى مليار (1) دينار جزائري [3].
- وفي نفس القانون تعرف المؤسسة الصغيرة بأنها تشغل ما بين (10) إلى تسعة وأربعين (49) شخصا، ورقم أعمالها السنوي لا يتجاوز أربعمائة (400) مليون دينار جزائري، أو مجموع حصيلتها السنوية لا يتجاوز مائتين (200) مليون دينار جزائري[4].

[1] بوبرت ثنينة، مرجع سبق ذكره، ص 38.

[2] المادة 5 من القانون رقم 17-02 مؤرخ في 10 جانفي 2017 المتضمن القانون التوجيهي لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الجريدة الرسمية الجزائرية العدد 02، الصادر في 11 جانفي 2017، ص 5.

[3] المادة 08 من القانون رقم 17-02 مؤرخ في 17 جانفي 2017، المتضمن القانون التوجيهي لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الجريدة الرسمية الجزائرية العدد 02، الصادر في 11 جانفي 2017، ص 6.

[4] المادة 9 من القانون رقم 17-02 مؤرخ في 10 جانفي 2017، المتضمن القانون التوجيهي لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الجريدة الرسمية الجزائريين العدد 02، الصادر في 11 جانفي 2017، ص 6.

- في حين تعرف المؤسسة الصغيرة جدا بأنها تشغل من شخص (1) واحدا إلى تسعة (9) أشخاص ورقم أعمالها السنوي أقل من أربعين (40) مليون دينار جزائري، أو مجموع حصيلتها السنوية لا يتجاوز عشرين (20) مليون دينار جزائري.

نلاحظ أن المشرع الجزائري اعتمد على ثلاث معايير في تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تتمثل في: عدد العمال، رقم الأعمال والحصيلة السنوية، إلا أنه أعطى الأولوية لمعيار رقم الأعمال أو مجموع الحصيلة في تصنيفها، والجدول التالي يلخص ما سبق[1].

الجدول رقم: (2–1) معايير التمييز بين حجم المؤسسات في الجزائر

المؤسسة	العمالة الموظفة	رقم الأعمال السنوي (د.ج)	الحصيلة السنوية (د.ج)
المؤسسة الصغيرة جدا	9-1	40 مليون	20 مليون
المؤسسة الصغيرة	49-10	400 مليون	200 مليون
المؤسسة المتوسطة	250-50	400 مليون – 4 مليار	200 مليون – 1 مليار

المصدر: القانون التوجيهي لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة رقم: 17-02.

ثانيا: خصائص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر والهيئات الداعمة لها

1. خصائص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

- تتركز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مناطق مهملة من قبل القطاع العام، كما أن سوق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر محلي أو وطني ونادرا ما يكون دولي.
- المؤسسات الصغيرة في الجزائر قليلة الابتكار وتقنيات النمو (التخلي، الاندماج، التجمع...)، غير متحكم بها وغير مستخدمة.
- هشاشة موارد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تعود لمحدودية هذه الأخيرة، وإن وجدت فهي غير مستغلة لعدم وجود بنية ملائمة للأعمال، كما أن جزء من أنشطة المؤسسة تنشط في إطار غير رسمي (التمويل، الانتاج التسويقي، الوظيفة التجارية، التموين).
- تكون هذه المؤسسات غالبا في تشكيل مؤسسات عائلية، ونادرا ما تقوم بفتح رأسمالها للأجانب.

[1] موساوي وردة، مرجع سبق ذكره، ص 125.

- النشاط الصناعي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ضعيف، فهذه الأخيرة لا تعرف تصنيف سوقها، فهي ليست متخصصة من أجل النشاط على مستوى السوق المتخصص، وهذا ما يؤدي إلى فقدان أسواقها لصالح المؤسسات المنافسة.
- يحتل المالك المسير مكانة أساسية في المؤسسة، ونظرا لهذه المكانة فهو دائم الانشغال بالبعد التشغيلي لأنشطة المؤسسة وتقل قدرته في معالجة القضايا الاستراتيجية، كما أن التعاون بنيه وبين السلطات العمومية غير متطور.
- سيطرة المؤسسات الصغيرة على تسيج هذا القطاع بنسبة 97% وهي مؤسسات تتميز بعدم الحصانة بالإضافة إلى نقص في المؤسسات متوسطة الحجم.
- التركز الإقليمي للمؤسسات في الشمال بنسبة تقدر بـ69 % مقارنة بمناطق الجنوب والمقدرة بـ 8 %.
- تنظيم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة غير مهيكل، فهي تعتمد على استراتيجية حدسية وأقل رسمية، نظام معلومات داخلي وأقل رسمية، الاعتماد على التنظيم الغير الرسمية السائدة داخل المؤسسة.
- المؤسسات الصغيرة والمتوسطة غير مندمجة في محيطها، فكل المتعاملين الاقتصاديين في الدول الشريكة للجزائر في إطار الشراكة الأوروبية يرون بأن هذه المؤسسات مؤهلة فقط للمناولة، لذلك فهي تتوجه نحو المنتجات نصف المصنعة أو مصنعي المعدات الأصلية الأوروبية، وتعود هذه الوضعية إلى عدة أسباب منها: قواعد التجارة الخارجية، البيروقراطية وسياسة الحماية، كلها عوامل ساهمت في الحد من تأثير التدريب والتعاون الذي يمكن أن تحققه هذه المؤسسات عن باقي النسيج الاقتصادي.
- المؤسسات الصغيرة والمتوسطة غير يقظة للتحديات المنتظرة، فالعولمة والاقتصاد التنافسي.... الخ.

لازالت مجرد مفاهيم نظرية افتراضية في ذهن مالكي أو مسيري هذه المؤسسات، وبالتالي فهي غير موجودة ضمن انشغالاتهم اليومية[1].

2. الهيئات الداعمة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

- الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار ANDI .
- الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب ANSEJ.
- الوكالة الوطنية للتطوير الاجتماعي ADS.

[1] حنان جودي (2017)، استراتيجية تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كخيارات لتدارك الفجوة الاستراتيجية والاندماج في الاقتصاد التنافسي، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، في علوم التسيير، جامعة بسكرة، الجزائر، ص ص 14-15.

- الصندوق الوطني للتأمين من البطالة CNAC.
- صندوق ضمان قروض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة FGAR .
- صندوق ترقية التنافسية الصناعية لتأهيل المؤسسات الصغيرة.
- برنامج MEDA.
- صندوق المحيط والحفاظ عليه من التلوث.
- صندوق ترقية المحيط.
- صندوق ترقية الصادرات.
- صندوق تطوير منطقة الجنوب.
- صندوق البحث العلمي والتطوير التكنولوجي.
- صندوق التكوين والتدريب المهني [1].

ثالثاً: الصعوبات التي تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

رغم الجهود المتواصلة التي بذلتها الدولة في سبيل بناء قاعدة صناعية حسب سياستها الجديدة التي تقوم على ترقية وتطوير النسيج الصناعي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، إلا أنها لازالت تواجه عددا من القيود والصعوبات التي تعوق تنميتها أهمها:

- التعقيدات الإدارية والتنظمية الناتجة عن سلوكيات البيروقراطية المتواصلة التي يواجهها أصحاب المشاريع مثل التأخير في الحصول على ترخيص الانتاج.
- ضعف التأطير وثقافة التفائل وغياب القدرات الحقيقية للتسيير التي تعتبر عاملا رئيسيا في من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من أن تكون تنافسية وقادرة على مواجهة تحديات العولمة الاقتصادية، حيث قدم الفكر الاقتصادي والتسيير التقليدي صورة مثالية عن مدير المؤسسة وعن المقاول تشمل ثلاث وظائف من أجل التميز: الرأسمالية من جمع الأموال بأقل من التكاليف من أجل تحقيق مستوى أعلى من الأرباح، ومواجهة المخاطر المحتملة، تفعيل عوامل الإنتاج المادية، البشرية، الإعلامية والتكنولوجية، والتنسيق فيما بينهما بشكل أمثل، الإبداع وجعل التقاليد تساهم في خلق مصادر جديدة للثروة ومناصب شغل جديدة، هذه الخصائص الثلاثة التي قل ما اجتمعت في مدير مالك لمؤسسة صغيرة الموجه بثلاث عوامل تيسيريه.

[1] آيت عيسى، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر آفاق وقيود، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد السادس، ، جامعة تيارت، الجزائر، ، ص 281.

- فبالنسبة للأهداف يسعى مدير المؤسسة الصغيرة لأهداف بسيطة مثل رب العائلة تقتصر فقط على ضمان الاستمرارية لنشاطه في ظل الاستقلالية ويبتعد عن الأهداف الاقتصادية الخاصة بتعظيم الربح والأهداف الناتجة عن النظرية التسيرية والخاصة بتأكيد إدارته القوية لأجل النمو ولا الأهداف المالية والخاصة بتعظيم قيمة المؤسسة.
- نقص التكوين في المجال التسييري ما يؤثر سلبا على المؤسسة ويجعلها تكتفي بكفاءة التقنية التي تسمح بتأمين المشروع.
- المشاكل المرتبطة بالمدى القصير والتي تأخذ كل وقته ولا تجعله يخصص سوى فترة قصيرة للتفكير في المدى الطويل.[1]
- قصور في الجوانب الإدارية مثل: الإدارة الاستراتيجية بحيث تعتبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، بعيدة كل البعد عن مفهوم الاستراتيجية، لمواردها المحدودة وهيكلة قرارها، التي تعود إلى شخص وحيد حسب مينتز برغ ووالترز، وبالتالي لا توجد لها استراتيجية ويتخذ فيها القرار بشكل تقاولي حسب verstraet يشمل:
  - المخاطر بقبول حالة عدم التأكد من أجل التنبؤ بالمستقبل والتي تكون مبنية على تفكير ضعيف لا يخضع لأساليب علمية دقيقة.
  - استغلال الفرص دون خضوع الخيارات الاستراتيجية إلى التحليل القبلي وبدون دراسة السوق ولا تخطيط.
- صعوبة الحصول على التمويل اللازم لأنها تعتمد غالبا على الأموال الفردية ولا تمتلك الضمانات الكافية للافتراض.
- قصور الفنية وذلك لضعف التكنولوجيا المستخدمة التي تستدعي استثمارات ضخمة.
- ضعف الخبرة الخاصة بالكفاءات في عدد الميادين الضرورية لتيسير المؤسسة بنجاح فالإمكانيات أن يتفوق بكفاءة التقنية وتغيب القدرة على تسيير الأفراد.[2]

المطلب الثالث: دور المقاولاتية في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية

تحتل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مكانة هامة داخل نسيج الاقتصاديات المعاصرة للدول لما لها من أهمية جوهرية في تنشيط الاقتصاد الوطني وتحقيق تطوير المجتمع المحلي.

[1] قراقي أمينة، (2017)، كفاءات أصحاب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في حكومة الشركات، جامعة تلمسان، الجزائر، ص 27.

[2] نفس المرجع السابق، ص 27.

أولا: دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التنمية الاقتصادية في الجزائر:

1. مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تنمية الصادرات:

يمكن للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة أن تساهم في التخفيف من حدة العجز في الميزان التجاري، باستخدام أفضل أنواع الفنون لإنتاجية ، كأن تساهم مباشرة في انتاج مكونات السلع التي تتجه للتصدير.

2. مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تطوير الناتج الداخلي الخام:

يتضح أهمية الدور الاستراتيجي الذي تلعبه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تحقيق التطور الاقتصادي للدول المتقدمة، من خلال المساهمة في تكوين الناتج المحلي الاجمالي.

3. مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في القيمة المضافة:

يساهم قطاع الخاص بنسبة كبيرة في القيمة المضافة مقارنة بالقطاع العام، وذلك بالنسبة لجميع قطاعات النشاط، فهو في تزايد مستمر مع مرور السنوات.

4. المساهمة في تحقيق التكامل الاقتصادي:

إن المؤسسات الكبيرة والعملاقة تحتاج للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لتنفيذ مهمات ونشاطات مهمة لها، ولكنها صغيرة الحجم وبالتالي تكون مكلفة لها لو نفذتها بنفسها.

هذه العلاقة أصبحت الآن أكثر أهمية نتيجة الدراسات الموجهة خصيصا نحو الأعمال الرياضية فالدراسات تبين بأن نمو الصناعات عالية التكنولوجيا حصل نتيجة هذا التكامل بين الأعمال الكبيرة والصغيرة، إذ الأعمال المساندة ضرورية للنمو السليم للاقتصاد.

5. مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تنشيط وتطوير المنافسة في الجزائر:

حيث نلاحظ أن هذه المؤسسات تمثل تحدي ومنافس قوي حتى للمؤسسات الكبيرة والمعروفة على الصعيد العالمي، إن حالة المنافسة تنشط وتنعش الاقتصاد وتجعل عمليات المبادلة أكثر كفاءة وفائدة وتشبع حاجات الزبائن.

إن القدرة التنافسية ترتبط بقدرة هذه المؤسسات على الإبداع التي تفوق قدرة المؤسسات الكبيرة من جانب وكذلك انتشارها في كافة القطاعات الاقتصادية من جانب آخر.[1]

[1] خياري ميرة، (2013)، دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تحقيق التنمية الاقتصادية، مذكرة لنيل شهادة الماستر، جامعة أم البواقي، الجزائر، ص ص44-47.

ثانيا: دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التنمية الاجتماعية في الجزائر

يرتبط الجانب الاقتصادي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بجانب اجتماعي مهم، يظهر في نشر الوعي الصناعي والتحرر من أساليب الإنتاج التقليدية، وبالتالي لها دور كبير في التأثير على سلوك الأفراد وتفكيرهم، ويمكن توضيح الأهمية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في النقاط التالية:

1. زيادة التشغيل:

المساهمة في حل مشكلات البطالة، مما يجعلها أداة هامة لاستيعاب العرض المتزايدة للقوة العاملة.

2. عدالة توزيع الدخول:

إن وجود مقاولات بعدد الكبير، ومتقاربة في الحجم، والتي تعمل في ظروف تنافسية بسيطة، مما يساهم في تحقيق العدالة في توزيع الدخول.

3 مكافحة الفقر والترقية الاجتماعية:

منذ منتصف الثمانينات، ظهرت أهمية المقاولة المصغرة، كوسيلة لمكافحة الفقر، وإدماج الفئات المقصاة اجتماعيا واقتصاديا.

4/ ترقية روح المبادرة:

يؤكد مختلف الدراسات المهتمة بالتنمية الصناعية على أن أعمال المقاولة هي منبع المبادرة بفضلها شهدت مختلف الاقتصاديات بروز منظمين تعمل على تشجيع إنشاء طبقة من المقاولين الصغار المستقلين.

5. محاربة الآفات الاجتماعية:

مما لا شك فيه أن ممارسات إعادة الهيكلة تتفاوت كثيرا من دولة لأخرى، لكن الاقتطاع من الموازنات المخصصة للرفاهية والتسريح من العمل، والبطالة، وانعدام فرص العمل المنتج، تسببت بجزء من الأعياد الاجتماعية الأساسية الناجمة من التغيرات الاقتصادية الحديثة عبر العالم، لذا فإن المقاولة تمثل الحل لهذه المشاكل وأخرى، من خلال وضع حد لضعف أجيال المستقبل من خلال التعليم والتدريب الهادف واستراتيجيات التوظيف.[1]

[1] الجودي محمد علي،(2015)، نحو تطوير المقاولاتية من خلال التعليم المقاولاتي، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة بسكرة، الجزائر، ص ص 46-48.

المبحث الثاني: أجهزة دعم ومرافقة المقاولاتية

سعت الجزائر على غرار باقي دول العالم إلى تشجيع المقاولاتية وتنميتها وتطويرها، وتحقيق التنمية الاقتصادية، من خلالها لجأت الحكومة إلى إنشاء أشكال مختلفة من الأجهزة لدعم ومساندة هذا القطاع: ANDI، CNAC، ANADE، FGAR.

المطلب الأول: مساهمة الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار ANDI في تطوير المقاولاتية السياسية في الجزائر.

أولا: الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار ANDI:

الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار هي عبارة عن مؤسسة عمومية ذات طابع إداري، تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، أنشأت بموجب القانون رقم 01-03 المؤرخ في 20 أوت 2001، يحول للوكالة القيام بجميع الإجراءات التأسيسية للمؤسسات وتنفيذ مشاريع الاستثمار التي قد تكون على شكل:

- إنشاء مؤسسات جديدة.
- توسع قدرات الإنتاج.
- إعادة تأهيل وهيكلة المؤسسات.
- المساهمة في رأس مال الشركة.

وهي تهدف إلى تشجيع الاستثمار الخاص والعام والمحلي والأجنبي من دون تمييز، وفي هذا الإطار تتولى على الخصوص ما يلي:

- ترقية وتطوير الاستثمارات الوطنية والأجنبية ومتابعتها.
- استقبال وتوجيه ومساعدة المستثمرين المقيمين وغير المقيمين.
- تسهيل الإجراءات التأسيسية والإدارية اللازمة لإنشاء المؤسسات.
- منح مجموعة من الامتيازات لأصحاب المشاريع الاستثمارية.
- تحديد فرص الاستثمار والعراقيل والضغوط المعيقة لإنشاء المؤسسات، واقتراح التدابير القانونية والتنظيمية لعلاجها.[1]

[1] بوبريت ثنينة، مرجع سبق ذكره، ص 61.

لقد حلت هذه الوكالة محل وكالة ترقية ودعم الاستثمار من خلال إدخال العديد من التعديلات على آليات عمل هذه الأخيرة حيث تم الإبقاء على صيغة الشباك الوحيد والذي يضم مختلف الإدارات والهيئات المعنية بالاستثمار، حيث يتكون من ممثلين عن:

- وزارة الداخلية والجماعات المحلية.
- ممثلين عن البيئة والعمران.
- إدارة الجمارك.
- مصالح السجل التجاري للغرفة الوطنية للسجل التجاري.
- الوكالة الوطنية للعقار الصناعي.
- مصلحة ايرادات الضرائب.
- مصلحة ايرادات الخزينة.
- الكشف الرسمي للإعلان BOAL. [1]

ومن مهام الوكالة: [2]

- منح الامتيازات المرتبطة بالاستثمارات.
- تسيير صندوق دعم الاستثمار.
- تسيير المحافظة العقارية الثابت الخاصة بالاستثمار.
- تشجيع كل مبادرة من أنها لن تؤدي إلى خلق منصب دائم.
- متابعة الاستثمارات التي ينجزها الشباب ذوي المشاريع مع الحرص على احترام بنود دفاتر الشروط التي تربطهم بالوكالة ومساعدتهم عند الحاجة لدى المؤسسات والهيئات المعنية بإنجاز الاستثمار.
- تقديم الاستثمارات ويد المساعدة للشباب ذوي المشاريع في مسار التراكيب والتعبئة.

[1] الجودي محمّد علي، مرجع سبق ذكره ، ص 73.

[2] عومري سالم وبايوسف عبد القادر، (2018)، المرافقة المقاولاتية ودورها في إنشاء وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة لنيل شهادة الماستر أكاديمي، تخصص إدارة الأعمال، جامعة أحمد دراية، أدرار، الجزائر، ص 18.

- تقديم علاقات متواصلة مع البنوك والمؤسسات المالية في إطار التركيب المالي للمشاريع وتطبيق خطة التمويل ومتابعة إنجاز المشاريع واستغلالها.[1]

ثانيا: دور الوكالة الوطنية لترقية الاستثمار في المقاولاتية بالقطاع السياحي

لقد كثر الحديث حول دور المقاولاتية في تنمية الاقتصاد الوطني ما جعل الدولة الجزائرية تتخذ العديد من الإجراءات تحفيزية لتشجيع الاستثمار في كافة المجالات الاقتصادية وعلى رأسها القطاع السياحي.

1. توزيع المشاريع الاستثمارية حسب قطاع النشاط:

على العموم فإن إجمالي الطلب على الاستثمار، ونخص بالذكر القطاع الخاص في كافة قطاعات الاقتصاد الوطني هي في ارتفاع مستمر، هذا ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول (2-2): بيانات التصريح بالاستثمار للفترة (2002-2017) لإجمالي القطاعات الاقتصادية

الحالة القانونية	عدد المشاريع	%	القيمة بمليون د.ج	%	مناصب الشغل	%
الخاص	61926	98.8	8570379	88.2	1050246	94.5
العمومي	1197	1.1	4518781	10.7	131914	4.9
المختلط	112	0.1	1211505	1.0	49434	07
المجموع	63235	100	14300664	100	1231594	100

Source: www.andi.dz.le:10/05/2022

نلاحظ من خلال الجدول أن القطاع الخاص يأخذ أكبر نسبة من حيث المشاريع المصرح بها لجميع القطاعات تقدر بـ 98.8%، وهذا ما يعكس مدى اهتمام القطاع الخاص بالمقاولاتية والاستثمار وإمكانياته في تطوير الاقتصاد الوطني.

أما بخصوص نصيب القطاع السياحي من هذا الطلب فيظهر من خلال الجدول التالي:

[1] عمر قاضي، علي سماي،(2021)، مداخلة تحت عنوان بعث جهاز الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية كآلية لدعم المقاولاتية بالجزائر، الملتقى الوطني حول تفعيل آليات تموين المؤسسات المصغرة والنائشة في الجزائر بتاريخ 27 جانفي ، ص 05.

الجدول (2-3): بيانات التصريح بالاستثمار حسب قطاع النشاط للفترة مابين2002-2017.

قطاع النشاط	عدد المشاريع	%	القيمة بمليون د.ج	%	مناصب الشغل	%
الزراعة	1342	2.12	260750	1.82	55240	4.49
البناء	11031	17.44	1331679	9.31	242428	19.68
الصناعة	12698	20.08	8373763	58.56	538558	43.73
الصحة	1039	1.73	221383	1.55	25968	2.11
النقل	29267	46.28	1164966	8.15	158780	12.89
السياحة	1266	2.00	1228830	8.59	77158	6.26
الخدمات	6531	10.33	1272057	8.90	125014	10.15
التجارة	2	0.00	109.4	0.08	4100	0.33
الاتصالات	5	0.01	436322	3.05	4348	0.35
المجموع	63235	100	14300664	100	1231594	100

Source: www.andi.dz.le10/05/2022

من خلال البيانات الموضحة في الجدول أعلاه نجد أن إجمالي المشاريع المصرح بها لكافة القطاعات الاقتصادية إلى غاية سنة 2017 بلغت 63235 مشروع أغلبها من نصيب قطاع النقل بنسبة 46.28% ثم يليه قطاع الصناعة بنسبة 20.08 والبناء بنسبة 17.44%، أما نصيب السياحة فيقدر بـ 1266 مشروع أي بمقدار 02% من إجمالي عدد المشاريع وكذا بلغ مناصب الشغل فيها بـ 6.26% من مجموع المناصب وبالتالي يمكن القول أن حجم الاستثمار في السياحة مازال ضعيف ولا يرقى إلى مستوى المرغوب فيه بأهمية هذا القطاع وما يمتلكه من إمكانيات هائلة.

2. المشاريع الأجنبية المصرح بها: بالنسبة للطلب الأجنبي المصرح به للمشاريع الاستثمارية في القطاع السياحي فهي موضحة في الجدول التالي:

الجدول (2-4): المشاريع الأجنبية المصرح بها لفترة مابين 2002-2017.

قطاع النشاط	عدد المشاريع	%	القيمة بمليون د.ج	%	مناصب الشغل	%
الزراعة	13	1.44	5768	0.23	641	0.48
البناء	142	15.76	82593	3.28	23928	17.91
الصناعة	558	61.93	2050277	81.37	81413	60.95
الصحة	6	0.67	13572	0.54	2196	1.64
النقل	26	2.89	18966	0.75	2407	1.80
السياحة	19	2.11	128234	5.09	7656	5.73
الخدمات	136	15.09	130980	5.2	13842	10.36
الاتصالات	1	0.11	89441	3.55	1500	1.12
المجموع	901	100	2519831	100	133583	100

Source : www.andi.dz.le:31/10/2018

يتضح لنا من خلال الجدول أن نصيب السياحة من مجموع المشاريع الاستثمارية الأجنبية حوالي 2.11% كما أن عددها 19 مشروع خلال الفترة مابين 2000 إلى 2017 ما يدل على أن المستثمرين الأجانب لا يسعون للاستثمار في المجال السياحي بسبب ضعف تنافسية القطاع السياحي في الجزائر على الأقل مقارنة بالدول المجاورة والمنطقة الأورومتوسطية عامة .[1]

[1] الجودي محمد علي، نفس المرجع السابق، ص ص 74-76.

المطلب الثاني: مساهمة الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية (ANADE) ومساهمة الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة (CNAC) في تطوير المقاولاتية السياحية.

أولا: الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية ANADE:

1. تعريف الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية ANADE:

أنشأت الوكالة بموجب المرسوم التنفيذي 96-296 المؤرخ في 08 سبتمبر 1996 باسم الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب وهي هيئة وطنية ذات طابع خاص تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي[1].

تم تغيير تسميتها من الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب(ANSEJ) إلى الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية (ANADE) بموجب المرسوم التنفيذي رقم 20-329 المؤرخ في 22 نوفمبر 2020، في إطار استراتيجية جديدة ترتكز على رؤية اقتصادية بحتة تتضمن المحاور التالية:

- إعادة تكييف مهام العمال والوكالة وفقا للاستراتيجية الجديدة.
- مراجعة الإطار التنظيمي للجهاز والوكالة.
- مراجعة تدابير الدعم والامتيازات الممنوحة لحاملي المشاريع.
- إعادة تنظيم وتكييف صندوق الكفالة المشتركة لضمان أخطار القروض الممنوحة إياها للشباب ذوي المشاريع.

2. مهام الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية (ANADE)

- تحسيس ونشر الثقافة المقاولاتية.
- تقديم النصح والدعم المالي لحاملي المشاريع.
- مرافقة الشباب حاملي فكرة مؤسسة حتى تجسدهم الفعلي لمشاريعهم.
- تطوير المهارات التقنية ومهارات التكوين لدى مسيري المؤسسات المصغرة.
- ضمان المرافقة والمتابعة الدورية للمؤسسات المصغرة من أجل ديمومتها.

بالإضافة إلى المهام السابقة تضطلع وكالةANADE بمهام جديدة من بينها:

[1] المرسوم التنفيذي رقم 96-296 المؤرخ في 08 سبتمبر 1996 المتضمن إنشاء الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب، الجريدة الرسمية الجزائرية، العدد52 المؤرخة في11 سبتمبر 1996 ، ص12 .

- تطبق كل تدابير من شأنه أن يسمح برصد الموارد الخارجية المخصصة لتمويل إحداث نشاطات لصالح الشباب، واستعمالها في الآجال المحددة.
- إعداد فرصة النشاطات والمشاريع وتحيينها دوريا بالاشتراك مع مختلف القطاعات المعينة بغرض إنشاء بنك المشاريع.[1]
- تشجيع واستحداث تطوير الأنظمة البيئية بناء على فرص الاستثمار المتاحة من طرف مختلف القطاعات والشركاء.
- عصرنة و رقمنة آليات إدارة وتسيير الوكالة وجهاز استحداث المؤسسات المصغرة وتكوين إطارات حسب المستجدات.
- تضمن تسيير مناطق نشاطات مصغرة متخصصة مجهزة لفائدة المؤسسات المصغرة.[2]

الجدول(2-5): توزيع المشاريع الممولة من طرفCNAC حسب قطاع النشاط

قطاع النشاط	2011		2012		2013	
	عدد المشاريع الممولة	مناصب الشغل	عدد المشاريع الممولة	مناصب الشغل	عدد المشاريع الممولة	مناصب الشغل
الخدمات	2973	6652	13962	30525	16260	34947
نقل المسافرين	3145	5205	9717	15055	10668	16349
الصناعة التقليدية	403	1258	2511	6822	3113	8289
البناء والأشغال العمومية	590	2135	3647	12677	4203	14230

Source : Ministère du Développement industriel et de la promotion de l'investissement, Bulletin d'information statistiques de la PME ,N°20 , p48

- Source Ministère du Développement industriel de la promotion de la l'investissement. ,Bulletin d'information statistiques de la PME,N°22, p41.
- Source Ministère du développement industriel de la promotion de la l'investissement ,Bulletin d'information statistiques de la PME,N°23, p43.

يظهر مما سبق أن كل أجهزة دعم ومرافقة المشاريع بالجزائر لا تولي الأهمية المطلوبة للمؤسسات التي تنشط في قطاع السياحة ويعود ذلك أساسا:

[1] موساوي وردة، مرجع سبق ذكره، ص ص 135، 136 .

[2] نفس المرجع السابق، ص137 .

- طبيعة القطاع الذي ينتمي إليه نشاط السياحة ألا وهو الخدمات الذي يتميز بحساسية الشديدة للظروف المحيطة مما يخلق مخاطرة كبيرة في إنشاء المؤسسات فيه واستمراريتها.
- طبيعة نشاط المؤسسات السياحية الموسمي في الجزائر يجعل تلك الهيئات والأجهزة تحجم عن دعم هذه المؤسسات.
- ضعف تنا فسية القطاع السياحي.
- ميل المقاولين الجزائريين عموما إلى المشاريع التي تتطلب مجهودا تسويقيا كبيرا وابتعادهم عن المشاريع الخدمية.[1]

3. إحصائيات المشاريع المستفيدة من التمويل جهاز ANADE بولاية المدية حسب نوع التمويل:

قامت الوكالة الوطنية بدعم وتنمية المقاولاتية، باستحداث صيغ تمويل مختلفة وضعتها في متناول الشباب حاملي المشاريع الاستثمارية، هذه الصيغ التمويلية ترتكز بالدرجة الأولى على هيكل التمويل الثنائي من جهة وهو الذي يستند على طرفين مهمين هما: الشاب المستثمر من جهة وجهاز الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية من جهة أخرى، والنوع الثاني من التمويل الثاني يدعي بهيكل التمويل الثلاثي، الذي يستند هو الآخر على ثلاثة أطراف رئيسية بدأ بالبنك باعتباره الممول الرئيسي والمستفيد هو الشاب المستثمر وجهاز "ANADE " طرف ثالث، وهناك التمويل الذاتي القائم على المساهمة الكلية من طرف المقاول، كل هذا عجل بخلق المزيد من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وهو بدوره أدى إلى استحداث مناصب عمل جديدة على مستوى الولاية وفق ما هو موضح فيما يلي:[2]

الجدول (2–6): تطور عدد المؤسسات المستحدثة في إطار جهاز الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية بولاية المدية للفترة ما بين 2008–2018.

	التمويل الثنائي			التمويل الثلاثي			التمويل الذاتي		
	عدد المشاريع	الجنس		عدد المؤسسات	الجنس		عدد المؤسسات	الجنس	
		ذكر	أنثى		ذكر	أنثى		ذكر	أنثى
إنشاء مشاريع	111	84	27	4058	3863	195	00	00	00
توسعة مشاريع	18	17	01	58	54	04	00	00	00
المجموع	129	101	28	4116	3917	199	00	00	00

المصدر: إحصائيات مقدمة من طرف فرع الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية بولاية المدية

[1] منصوري رقية، عنوان المداخلة "تفعيل المقاولاتية في القطاع السياحي بالجزائر: التحديات والفرص جامعة محمد خيضر بسكرة ، ص09 .
[2] نفس المرجع السابق، ص 09.

نلاحظ تباين في عدد المشاريع الممولة حسب نوع التمويل، حيث لعبت البنوك العمومية دورا هاما في تمويل المشاريع عبر قناة التمويل الثلاثي بـ 4058 مؤسسة منشأة و58 مؤسسة استفادت من التمويل في إطار التوسعة، ومن جهة أخرى بلغ عدد المشاريع الممولة في إطار التمويل الثنائي 111 مؤسسة، و 18 مؤسسة استفادة من التمويل الذاتي الذي تم استحداثه مؤخرا سنة 2018 لم يعرف اقبالا من طرف الشباب المقاول بولاية المدية.

4. تطور حصيلة المشاريع الممولة من قبل جهاز ANADE حسب القطاعات بولاية المدية للفترة 2008-2018:

تعددت وتنوعت النشاطات الممولة من طرف الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية، من خلال الدراسة الميدانية التي أجريناها للمشاريع الممولة، من طرف الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية بالمدية وجدنا أن هناك تنوع واضح في طبيعة نشاط المؤسسات المستحدثة وذلك في المجالات التالية: المهن الحرة، الخدمات، الفلاحة، نقبل البضائع، الصناعة، وأشغال البناء، كل ذلك وفق ما يلي: [1]

[1] عمر قاضي علي سماي، مرجع سبق ذكره، ص 12.

الجدول (2–7): يوضح توزيع المشاريع الممولة من قبل ANADE حسب القطاعات بولاية المدية 2008–2018.

السنوات	الخدمات	الحرف	نقل المسافرين	الفلاحة	نقل البضائع	الصناعة	أشغال البناء	المهن الحرة
2008	29	07	0	21	0	06	14	0
2009	68	29	2	79	33	23	40	06
2010	61	27	01	92	107	21	33	09
2011	119	35	28	174	399	39	21	10
2012	282	51	13	156	421	44	21	14
2013	207	48	16	229	58	35	10	16
2014	167	41	03	196	08	37	12	26
2015	55	25	00	181	01	16	16	39
2016	24	07	00	43	00	15	08	07
2017	07	08	00	19	00	02	05	06
2018	28	04	00	13	00	11	11	08
المجموع	1047	282	63	1203	1027	249	191	141

المصدر: الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية بالمدية.

من خلال الإحصائيات السابقة، تبرز والتي توضح طبيعة الأنشطة لاستثمارية الممولة من طرف الوكالة خلال الفترة الممتدة من 2008 إلى 2018 نلاحظ أن أكبر قطاع استفاد من التمويل كان قطاع الفلاحة بـ 1203 مشروع، يليها قطاع الخدمات بـ 1047 مشروع، نقل البضائع بـ1027 مشروع، حيث إلى غاية 2013 كان عدد المشاريع الممولة من قبل جهاز ANADE يتزايد بشكل مطرد حيث بلغ عدد المشاريع الممولة في قطاع الصناعة 35 مشروع وقطاع الفلاحة 229 مشروع أما قطاع النقل والمهن الحرة 16 مشروع ونلاحظ في هذه الإحصائيات أنه لا يوجد أي مشروع لتمويل قطاع السياحة بولاية المدية.

ثانيا: الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة CNAC :

يعتبر الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة مؤسسة عمومية للضمان الاجتماعي يتمتع بالاستقلالية المالية والشخصية المعنوية، اوكلت إليه صلاحيات تحصيل الاشتراكات المخصصة لتمويل أداة التأمين عن البطالة وضبط ملفات المنخرطين فيه، زمن ثم صرف التعويضات المستحقة للبطالين المعنيين بخدماته.

1. نشأة الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة: CNAC

في إطار السياسة الوطنية لمكافحة البطالة وترقية النشاطات تم إنشاء الصندوق الوطني للتأمين على البطالة بمقتضى المرسوم التشريعي رقم 94-09 المؤرخ في 1994/05/16 والمرسوم التنفيذي رقم 94-188 المؤرخ في 1994/07/06 بموجب المرسوم الرئاسي رقم 156/10 المؤرخ في 2010/06/20 والمعدل والمتتم للمرسوم الرئاسي 514/03 المؤرخ في ديسمبر 2003، اتخذت السلطات العمومية إجراءات جديدة لتلبية طموحات هذه الفئة من المجتمع والتي تهدف أساسا إلى ثقافة المقاولة [1].

تم إنشاءها سنة 1994 كمؤسسة عمومية للضمان الاجتماعي تعمل على تحقيق الآثار الاجتماعية المتعاقبة الناجمة عن تسريح العمال الأجراء في القطاع الاقتصادي، إذ تعمل على تمويل مشاريع البطالين (إنشاء، توسيع) البالغين من العمر (30-50) سنة ويصل التمويل إلى 10 ملايين دينار[2].

الجدول (2-8): الاستثمارات وإعانات الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة

المستوى	نسبة المساهمة الخاصة		نسبة مساهمة الصندوق		نسبة قرض بنكي
أقل من 2 مليون د.ج	%5		25%		
ما بين 2 إلى 10 ملايين	م عادية	م خاصة	م عادية	م خاصة	70%
	10%	8%	20%	22%	

المصدر: المواد من 04 إلى 9 الجريدة الرسمية، العدد 03، الصادر بتاريخ 11 جانفي 2004، ص 6-7.

[1] فضيلة خمسي، آمنة جزايز، 2018، دور أجهزة الدعم في تمويل وإنشاء المشاريع المقاولاتية في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، ص 45-46.

[2] شاوي شافية، (2016)، المقاولاتية ودورها في تفعيل حركية القطاع السياحي في الجزائر، حوليات جامعة قالمة للعلوم الاجتماعية والانسانية، العدد 14، مارس 2016، ص 53

2. مهام الصندوق:

لقد عرف الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة عدة محطات تخص جلها وفي كل مرة التكفل بالمهام الجديدة المسندة إليه من طرف السلطات العمومية والمتمثلة أساسا فيما يلي:

- لقد تمثلت أول مهمة للصندوق الوطني للتأمين على البطالة والتي أوكلت إليه بمجرد إنشائه سنة 1994 في التأمين عن البطالة، والتي تقتضي دفع تعويض البطالة الذين فقدوا مناصبهم نتيجة أسباب اقتصادية خارجة عن نطاقهم.
- أما المهمة الثانية فقد تمثلت في تسهيل عملية إعادة الإدماج المهني للبطال في سوق الشغل من خلال إنشاء مراكز البحث عن الشغل (C.R.E) والتي تمثلت مهمتها في العمل على تعزيز قدرات البطالين في البحث عن عمل من جديد، وتزويدهم بمختلف المعلومات الضرورية لذلك، والدعم الكفيل بمساعدتهم على تطوير قدراتهم في التعامل مع المواقف الصعبة وتنمية الثقة في النفس، بالإضافة إلى مختلف المهارات الضرورية في عملية البحث عن العمل.
- كما كلف الصندوق أيضا بإجراءات دعم العمل الحر التي تتكفل بها مراكز المساعدة على العمل الحر (C.A.T.I) هذا الإجراء يهدف هو أيضا كالإجراء السابق إلى تسهيل عملية إعادة الإدماج المهني للبطال، ولكن هذه المرة من خلال مرافقة المقاولين في إنشاء مؤسساتهم الخاصة، وذلك بتزويدهم بخدمات الإعلام والتوجيه والتكوين.
- التكوين التحويلي والذي يسمح للبطالين المستفيدين باكتساب مؤهلات جديدة تساعدهم على تنمية قدراتهم للاندماج مجددا في الحياة العملية وذلك من خلال تنظيم دورات تكوينية قصيرة المدى (ثلاثة أشهر عموما)، على مستوى مؤسسات التكوين المهني المتعاقدة مع الصندوق.

وفي إطار الحفاظ على مناصب الشغل المدفوعة الأجر وتفادي اللجوء إلى تسريحات لأسباب اقتصادية كلف الصندوق انطلاقا من سنة 1998 تبني برنامج لمساعدة المؤسسات التي تواجه صعوبات عن طريق الحديد من الإجراءات نذكر من بينها:

- تسهيل الاستفادة من القروض البنكية للاستثمارات التي تم تأكيدها من جدولها.
- مساعدة المؤسسات على تبني الوسائل الحديثة في التسيير من خلال خدمات خبراء مختصين في شتى المجالات كدراسة السوق، وفرص الاستثمار..... الخ.

- المساهمة في تكوين المسيرين والعمال.[1]

المطلب الثالث: مساهمة صندوق ضمان القروض للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة (FGAR)

أولا: صندوق ضمان القروض للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

يهدف تسهيل عملية الاقتراض لصالح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة سواء فيما يتعلق بالإنشاء أو التوسيع، وطبقا للأحكام المادة 14 من القانون التوجيهي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة قامت الدولة بإنشاء صندوق ضمان القروض للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وذلك بموجب المرسوم التنفيذي رقم 02-373 المؤرخ في 11 نوفمبر 2002.[2]

- الصندوق عبارة عن مؤسسة عمومية موضوعة تحت وصاية وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، تنمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي.

يعتبر هذا الصندوق آلية تسمح بتسهيل عملية الوصول إلى التمويل اللازم لإنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وكذا تطويرها، وهو بذلك يشكل إحدى الأدوات المالية التي تسعى لخلق مناخ ملائم لتطويل المقاولاتية في الجزائر.

ولأن إشكاليات التمويل التي تواجه المقاولين الراغبين في إنشاء مؤسساتهم أو توسيعها، ناتجا أساسا عن ضعف القدرات المالية والمساهمات الشخصية للمقاول في حد ذاته وعدم توفر أو كفاية الضمانات العينية اللازمة التي تفرضها البنوك من أجل منح القروض،فإن الصندوق يسعى لإيجاد الحلول الفعالة لهذا الإشكال وذلك يلعب دور الوسيط بين المقاول والبنك الذي يشاركه في تقاسيم الخطر من خلال تقديم ضمانات مالية لهذا الأخير وتقدم هذه الضمانات التي تعتبر ضمان دولة، بعد دراسة دقيقة تسمح بالتأكيد من الجدوى الاقتصادية للمشروع المقدم من طرف المقاول.

كما يجدر الإشارة أيضا إلى أن الصندوق يلتزم بالعمل في إطار تطبيق البرامج الموجهة لصالح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بتسيير الغلاف المالي الذي خصص من الاتحاد الأوروبي سنة 2005 في إطار برنامج الشراكة

[1] دباح نادية، (2012)، دراسة واقع المقاولاتية في الجزائر وآفاقها (2009/2000)، مذكرة لنيل شهادة الماجيستير في علوم التسيير، تخصص إدارة الأعمال، جامعة الجزائر 3، ص 78-79.

[2] الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، العدد 74، الصادر في 13 نوفمبر 2002، ص 26.

الأورومتوسطية لتأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بقيمة 15 مليون أوروا وضعت تحت تصرف الصندوق من خلال الوزارة الوصية.

- **المؤسسات المؤهلة للاستفادة من ضمانات الصندوق:**

فهي تتمثل في كل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تنتج سلع وخدمات، حيث تعطي الأولوية إلى المؤسسات التي تعرض مشاريع تتجاوب مع هذه المعايير.

- المؤسسات التي تساهم في الإنتاج، أو التي تقدم خدمات غير موجودة في الجزائر.
- المؤسسات التي تساهم في تخفيض الواردات أو في رفع الصادرات.
- المشاريع التي توظف اليد العاملة المؤهلة أو تسمح بخلق مناصب الشغل.
- المشاريع التي تساهم في تطوير المناطق الجهوية للبلاد.
- المشاريع التي تسمح بتطوير التكنولوجيا الحديثة.

ويكون تدخل صندوق القروض لتغطية مخاطر القرض من خلال تقديمه نسبة ضمان تتراوح ما بين 10% و 80% من القرض البنكي وتحديد النسبة المتعلقة بكل ملف حسب تكلفة القروض ودرجة المخاطرة، أما عن المبلغ الأدنى للضمان فيبلغ 5 ملايين دينار والمبلغ الأقصى يساوي 50 مليون دينار مع العلم أن تحديد مبلغ الضمان لا يعني تحديد مبلغ القروض ولا كلفة المشروع، وتحدد المدة القصوى للضمان بسبع سنوات لقرض استثمار عادي وعشر سنوات للتأخير التمويلي. [1]

ثانيا: مهام الصندوق وطريقة عمله:

يتولى الصندوق المهام الموالية:

- التدخل في منح الضمانات لفائدة المؤسسات التي تنجز استثماراتها في مجال إنشاء المؤسسات، تجديد أجهزة الإنتاج وتوسعة المؤسسات الموجودة.
- تسيير الموارد الموضوعة تحت تصرف الصندوق وإقرار أهلية المشاريع والضمانات المطلوبة.
- التكفل بمتابعة تحصيل المستحقات المتنازع عليها ومتابعة المخاطر الناجمة عن منح ضمان القروض.

[1] الجودي محمد علي، مرجع سبق ذكره، ص ص 89-91

- ضمان متابعة البرامج التي تضمنها الهيئات الدولية لفائدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتقديم الاستشارة التقنية لفائدتها والمستفيدة من ضمان القروض.
- إعداد اتفاقيات مع البنوك والمؤسسات المالية.
- تلقي بصفة دورية معلومات عن التزامات البنوك والمؤسسات المالية التي تمت تغطيتها بضمانه.

أما فيما يخص كيفية التغطية وتكلفة منح الضمان:

- يغطي 80% من مجموع القرض البنكي المحدد للمؤسسة بدون تجاوز 50 مليون.
- مبلغ التغطية يستطيع في بعض الحالات ان يصل إلى 150 مليون د.ج
- المدة القصوى هي 07 (تحديد مبلغ الضمان لا يعني تحديد مبلغ القروض ولا كلفة المشروع المدة القصوى للضمان هي 07 سنوات لقروض الاستثمارية العادية، 10 سنوات للقروض عن طريق الإيجار). [1]

ثالثا: حصيلة عمل الصندوق:

خلال النصف الأول من سنة 2018، منح صندوق FGAR ضمانات تغطية بمبلغ 9.94 مليار د.ج من القروض للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة فيما يتعلق بشهادات الضمان منح FGAR ما يعادل 49.49 مليون د.ج لكل عرض ضمان و 28.91 مليون د.ج شهادة ضمان.

متوسط معدل التمويل الممنوح من قبل FGAR يمثل 69% من المشاريع الجديدة، دعمت FGAR إنشاء 116 مؤسسة صغيرة ومتوسطة بـ 20.67 مليار د.ج وسمح بتمديد 85 مؤسسة صغيرة ومتوسطة بمبلغ 10.75 مليار د.ج، خلال النصف الأول من سنة 2018، زادت الالتزامات المتراكمة من FGAR بنسبة 47% في عروض ضمان و 50% في شهادات الضمان، ويوضح الجدول التالي وضعية الملفات المعالجة من طرق صندوق ضمان القروض للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة خلال الفترة الممتدة من 2017/01/01 إلى 2018/06/30. [2]

[1] حجاب عيسى وبوسدرة فوزي، بوخرص عبد الحفيظ، (2019)، دور آلية ضمان القروض في دعم وإنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، Hosting by copernicus International Index, www.revue-isg.com، ص 69.

[2] حجاب عيسى، مرجع سبق ذكره، ص ص 70-71.

الجدول (2–9): الملفات المعالجة من طرف صندوق ضمان القروض للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة خلال الفترة الممتدة من 2017/01/01 إلى 2018/06/30. الوحدة: د.ج.

	عروض الضمان	شهادات الضمان
عدد الضمانات الممنوحة	201	85
التكلفة الإجمالية للمشاريع (د.ج)	31425550363	7796677983
مبلغ القروض المطلوبة (د.ج)	21056355151	4955986659
المعدل المتوسط للتمويل المطلوب	%67	64%
مبلغ الضمانات الممنوحة (د.ج)	994870255	2458076081
المعدل المتوسط للضمان الممنوح	%47	50%
المبلغ المتوسط للضمان (د.ج)	49496030	28918542
عدد المناصب العمل المستحدثة	4342	1371
الاستثمار حسب الشغل	7237575	5686855
القرض حسب الشغل	4849460	3614870
الضمان حسب الشغل	2291272	1792907

Source : Ministère de l'industrie, de la petite et moyenne entre prise et de la promotion de l'invertissement, Bulletin d'information statistique de la PME. n°33,1er semester 2018.

أما الحصيلة الإجمالية للملفات الجديدة والتي استفادت من تمديد من طرف صندوق ضمان القروض للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة منذ نشأته في 2004 إلى غاية 2018/06/30 فنوضحها في الجدول التالي:

الجدول 2–10: حصيلة وضعية الملفات المعالجة من طرف صندوق ضمان القروض للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة إنشاء وتمديد منذ أفريل 2004 إلى غاية 2018/06/30

(الوحدة د.ج).

	إنشاء	تمديد	المجموع
عدد الضمانات الممنوحة	970	1319	2289
التكلفة الإجمالية للمشاريع (د.ج)	107720766881	118019311105	225740077985
مبلغ القروض المطلوبة (د.ج)	63390643673	82319232625	145709876298
المعدل المتوسط للتمويل المطلوب	%59	70%	65%
مبلغ الضمانات الممنوحة (د.ج)	25134525044	44402133356	69536658400
المعدل المتوسط للضمان الممنوح	%40	54%	48%
المبلغ المتوسط للضمان (د.ج)	25915881	33663482	30378619
عدد مناصب العمل المستحدثة	20822	48935	69757
الاستثمار عن طريق العمل	5173411	2411757	3236092
القروض لكل وظيفة	3044407	1682216	2088821
ضمان عن طريق العمل	1207114	907370	99681

Source : Ministère de l'industrie, de la petite et moyenne entre prise et de la promotion de l'invertissement, Bulletin d'information statistique de la PME. n°33,1er semester 2018.

الجدول (2–11): الملفات المعالجة من طرف FGAR حسب قطاع النشاط من 2004 إلى جوان 2013.

	عدد المشاريع	قيمة الضمان (د.ج)	عدد المناصب الشغل
النقل	91	1108888110	1021
البناء والأشغال العمومية	232	4801191652	9751
الصناعة	525	15191758409	26178
الخدمات	164	3374348802	3837
الصحة	43	1660965161	1750
السياحة	7	221713070	273
الفلاحة	273	58844600	254
اتصالات	2	46722830	13

Source : Ministère de l'industrie, de la petite et moyenne entre prise et de la promotion de l'invertissement, Bulletin d'information statistique de la PME. n°23.p36.

الملاحظة: أن عدد الملفات المعالجة من طرف FGAR في قطاع السياحة منخفضة مقارنة بأغلب القطاعات الأخرى لكن الملاحظ أيضا أن أغلب الملفات المعالجة تنتمي إلى القطاعات تتصل بقطاع السياحة، مثل النقل، والبناء والأشغال العمومية والخدمات. [1]

[1] منصوري رقية، مرجع سبق ذكره، ص 7.

الجدول (2–12) الملفات المعالجة من قبل الصندوق

الولايات	عدد المشاريع	%	المبالغ المضمونة	%	عدد العمال	%
البويرة	44	2.3	1630877864	3.04	1671	2.70
تيزي وزو	166	8.6	33740559609	6.31	5188	8.36
بومرداس	69	3.6	1618552657	3.03	1447	2.34
الجزائر العاصمة	506	26.1	14554336115	27.21	16714	27.05
البليدة	90	4.6	1943391498	3.63	6162	3.50
تيبازة	38	2.0	1156677757	2.16	1526	2.47
المدية	12	0.6	370052853	0.69	328	0.53
الجلفة	11	0.6	215141468	0.40	250	0.40
المجموع	936	48	248630821	46	29266	47

Source : Ministère du Développement industriel et de la promotion de l'investissement, Bulletin d'information statistique de la PEM, N° 23, P 36.

خلاصة

تعد المرافقة المقاولاتية أحد العوامل الرئيسية لتطوير والنهوض بالقطاع السياحي الجزائري، فقد أدركت الجزائر أهمية المقاولاتية بوضعها سياسات حكومية قائمة على أساس تشجيع الفكر المقاولاتي من خلال توفير بيئة ملائمة من الهيئات الداعمة للمقاولاتية أهمها الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية لونساج سابقا، الصندوق الوطني للتأمين على البطالة، وصندوق ضمان القروض للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة. إلا أنه لاحظنا ان كل أجهزة دعم ومرافقة المشاريع بالجزائر لا تولي الأهمية المطلوبة للمؤسسات التي تنشط في قطاع السياحة ويعود ذلك أساسا لـ:

- طبيعة القطاع الذي ينتمي إليه نشاط السياحة ألا وهو الخدمات الذي يتميز بالحساسية الشديدة للظروف المحيطة مما يخلق مخاطرة كبيرة في إنشاء المؤسسات فيه واستمراريتها.
- طبيعة نشاط المؤسسات السياحية الموسمي في الجزائر يجعل تلك الهيئات والأجهزة تحجم عن دعم هذه المؤسسات.
- ضعف تنا فسية القطاع السياحي.

ميل المقاولين الجزائريين عموما إلى المشاريع التجارية وابتعادهم عن المشاريع الخدماتية التي تتطلب مجهودا تسويقيا كبيرا.

الفصل الثالث:

دراسة ميدانية لمديرية السياحة

لولاية المدية

تمهيد

بعد التطور الكبير الذي شهدته السياحة، واتساع حجمها كنشاط فاعل في الحياة الاقتصادية، لما توفر من فوائد ومزايا كثيرة للدولة، فقد زادت حدة المنافسة وارتفعت وتيرتها بين المناطق السياحية المختلفة في سعيها للاستقطاب واحتجاز أكبر عدد من السائحين وانصب بموجبيه بعملية التخطيط السياحية بهدف توحيد وتنسيق الجهود وانصب بموجبه الاهتمام بعملية التخطيط السياحية بهدف توحيد وتنسيق الجهود والموارد السياحية داخل الدولة، وبالتالي المساهمة في تحقيق الأهداف المخططة بكفاءة وفاعلية.

يعتبر قطاع السياحة أحد دواليب التنمية لما يحتويه عليه من عوامل تعمل وتساهم في تنشيط جميع المجالات، فقد لهذا القطاع أهمية نظرا لاحتوائه على الموارد التي تساهم في النهوض بهذا القطاع وتدعيمه من خلال المشاريع العامة طور الانجاز والمشاريع الخاصة المنجزة وطور الانجاز، فإن التقييم الحقيقي لقطاع السياحة يجب أن يتعدى المؤشرات الكلية المتمثلة في مساهمته المباشرة في توليد الدخل المباشر وتوفير فرص العمل حيث يجب النظر غلى هذا القطاع من خلال طبيعة الخدمات التي يوفرها وأهميتها في النشاط الاقتصادي ككل والعلاقات المتشابكة التي تربط هذا النشاط بباقي أنشطة الاقتصاد المحلي.

وقد قسمت الدراسة إلى ثلاث مباحث وهي كالآتي:

المبحث الأول: نبذة عن مديرية السياحة والصناعة التقليدية ومهامها

المبحث الثاني: الإطار المنهجي، عرض وتحليل نتائج الدراسة

المبحث الأول: نبذة عن مديرية السياحة والصناعة التقليدية ومهامها

تم تخصيص هذا المبحث لعرض نشأه مديرية السياحة والصناعة التقليدية في ولاية المدية باعتبارها الممثل الأول لقطاع السياحة في الولاية، وإلى اهم المهام المنوطة بها في هذا الإطار، بالإضافة إلى الإطار العام لتقسيم مهام وحدات وأقسام المديرية، وأهم الخدمات التي تقدمها.

المطلب الأول: نبذة عن مديرية السياحة والصناعة التقليدية

أنشأت مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية المدية طبقا للمرسوم التنفيذي رقم 257/10 المؤرخ في 20 أكتوبر 2010 يتضمن إنشاء المصالح الخارجية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية ويحدد مهامها وتنظيمها.

وعرفت مديريات السياحة والصناعة التقليدية عدم ثباتها في تسميتها وتنظيمها ومهامها وانتمائها للمصالح العليا للدولة حتى سنة 2010 التي يمكن القول بثباتها في تسميتها ومهامها ويرجع أول إنشاء للمديرية طبقا للمرسوم التنفيذي رقم 260/95 المؤرخ في 29 أوت 1995 يتضمن إنشاء المصالح الخارجية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية حيث أن ولاية المدية لم تكن ضمن الولايات المعنية بإنشاء المديريات وفي نوفمبر 1998 تم إنشاء مفتشية السياحة والصناعة التقليدية كأول خطوة دون أن يكون لها هيكل تنظيمي وقبل هذا التاريخ كان قطاع السياحة والصناعة التقليدية عبارة عن مكتب متنقل بين عدة قطاعات.

وفي سنة 1981 كان تابع لمديرية الثقافة والسياحة والصناعة التقليدية ثم مصلحة في مديرية الصناعة والمناجم.

وفي سنة 2000 تم تعميم المديريات على المستوى الوطني طبقا للمرسوم التنفيذي رقم 2000/376 المؤرخ في 29 أوت 2000 المعدل والمتمم للمرسوم التنفيذي رقم 260/95 المؤرخ في 29 أوت 1995 التي يتضمن إنشاء المصالح الخارجية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية حيث تم أو مديرية للسياحة والصناعة التقليدية لولاية المدية.

وفي 02 جانفي 2005 تم فصل الصناعة التقليدية عن السياحة وأصبحت تسمى مديرية السياحة فقط، حتى صدور المرسوم التنفيذي رقم 257/10 المؤرخ في 20 أكتوبر 2010 الذي أعاد دمج الصناعة التقليدية مع السياحة.

وتضم مديرية السياحة والصناعة التقليدية (03) مصالح وتضم كل مصلحة ثلاث (3) مكاتب:

- مصلحة السياحة.
- مصلحة الصناعة التقليدية.
- مصلحة الإدارة والوسائل.

مع إضافة 3 رؤساء مهمة مستقبلين في مهامهم عن مصلحة السياحة ومصلحة الصناعة التقليدية ولهم نفس رتبة رئيس مصلحة.

تضم مصلحة السياحة المكاتب التالية:

- مكتب متابعة الاستثمار والتهيئة السياحية.
- مكتب دعم تنمية السياحة والإحصاء.
- مكتب مراقبة النشاطات السياحية والفندقية والحمامات المعدنية.

تضم مصلحة الصناعات التقليدية المكاتب التالية:

- مكتب تنمية الصناعة التقليدية والحرف.
- مكتب الدراسات والإحصاء.
- مكتب مراقبة نشاطات الصناعة التقليدية والمهن.

تضم مصلحة الإدارة والوسائل المكاتب التالية:

- مكتب المستخدمين والتكوين.
- مكتب الميزانية والمحاسبة.
- مكتب الوسائل العامة.

المطلب الثاني: مهام مديرية السياحة والصناعة التقليدية

تكلف مديرية السياحة والصناعة التقليدية ما يلي:

1. في مجال السياحة:

- إعداد مخطط عمل سنوي يتعلق بالنشاطات السياحية.
- المبادرة بكل إجراء من شأنه إنشاء محيط ملائم ومحفز للتنمية المستدامة للنشاطات السياحية المحلية.
- السهر على التنمية المستدامة للسياحة من خلال العمل على تثمين القدرات المحلية.
- تشجيع بروز عروض سياحية متنوعة وذات نوعية.
- تنفيذ برامج وتدابير ترقية وتطوير النشاطات السياحية والحمامات المعدنية وتقويم نتائجها.
- جمع وتحليل وتزويد آلية الرصد الإحصائية للقطاع في مجال المعلوماتية والمعطيات الإحصائية حول النشاطات المرتبطة بالاقتصاد السياحي والحمامات المعدنية وضمان نشرها.

- المساهمة مع القطاعات المعدنية في ترقية الشراكة الوطنية والأجنبية، لاسيما في ميادين الاستثمار وتكوين الموارد البشرية.
- إدماج النشاطات السياحية ضمن أدوات تهيئة الإقليم والعمران وتثمين مناطق التوسع السياحي.
- توجيه مشاريع الاستثمار السياحي ومتابعتها بالاتصال مع الهيئات المعنية.
- السهر على مطابقة النشاطات السياحية وتطبيق القواعد ومقايس الجودة المقررة في هذا المجال.
- المساهمة في تحسين الخدمات السياحية لاسيما تلك التي لها صلة بالنظافة وحماية الصحة والأمن المرتبطة بالنشاط السياحي.
- السهر على تلبية حاجيات المواطنين وتطلعات السواح في مجال الراحة والاستجمام والترفه.
- ضمان تنفيذ ميزانيات التجهيز والتسيير في جانبها السياحي.
- ضمان متابعة عمليات الدعم بعنوان صندوق الاستثمار وترقية وجودة النشاطات السياحية.
- المشاركة في إعداد وتنفيذ تمويل النشاطات السياحية بصناديق الجنوب والهضاب العليا.
- تنشيط وتأطير المصالح الخارجية والفضاءات الوسيطة والحركة الجمعوية التي تنشط في السياحة على المستوى المحلي.
- المشاركة بالاتصال مع القطاعات المعنية في إعداد وتنفيذ أعمال التكوين، وتحسين المستوى وتجديد المعارف وتثمين الموارد البشرية.
- المساهمة في إعداد المخطط السنوي، والمتعدد السنوات لتنمية السياحة في الولاية.
- إعداد حصائل النشاطات الثلاثية والسنوية للنشاط السياحي.

2. في مجال الصناعة التقليدية:

- إعداد مخطط عمل سنوي وتعدد السنوات يتعلق بتطوير نشاطات الصناعة التقليدية.
- المبادرة بكل إجراء من شأنه خلق جو ملائم للتنمية المستدامة لنشاط الصناعة التقليدية.
- المساهمة في حماية التراث الصناعة التقليدية والمحافظة عليه ورد الاعتبار له.
- السهر على تطبيق واحترام القوانين والتنظيمات والمقاييس والنماذج المتعلقة بالجودة في ميدان الإنتاج ودراسة أنشطة الصناعة التقليدية.
- المشاركة في متابعة تنفيذ عمليات الدعم بعنوان الصندوق الوطني لترقية نشاطات الصناعة التقليدية.
- المشاركة في إعداد وتنفيذ تمويل نشاطات التقليدية بصناديق الجنوب والهضاب العليا.

- المشاركة في جهود إدماج نشاطات الصناعية التقليدية في المنظومة الاقتصادية المحلية.
- تدعيم أعمال المنظمات والتجمعات المهنية والجمعيات والفضاءات الوسيطة الناشطة في ميدان الصناعة التقليدية وتنشيطها.
- المبادرة بالتحقيقات والدراسات ذات الطابع التقني والاقتصادي والاجتماعي المتعلقة بتقييم الأنشطة الحرفية.
- جمع المعلومات والمعطيات الإحصائية في مجال الصناعة التقليدية وضمان توزيعها.
- تأطير التظاهرات الاقتصادية من أجل ترقية الصناعة التقليدية والحرف وتنشيطها.
- ضمان تنفيذ ميزانية التجهيز والتسيير المسجلة بعنوان الصناعة التقليدية.
- إعداد الحصائل الثلاثية والسنوية لنشاط الصناعة التقليدية.

3. مصلحة الإدارة والوسائل:

- تساهم في إعداد سياسة تطوير وسائل القطاع.
- تقترح سياسة التسيير الإداري للمستخدمين وتنفيذها.
- تقييم الاحتياجات في مجال اعتمادات التسيير والتجهيز للمديرية والقطاع وتسهر على تنفيذ ميزانتين التسيير والتجهيز الممنوحة للمديرية.
- تضمن تسيير الاعانات وحسابات التخصيص الخاصة القطاعية طبقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما وتتابعها.
- تضمن متابعة التقارير الواردة من أجهزة الرقابة.
- تضع أجهزة المراقبة الداخلية لإبرام الصفقات العمومية وتسهر مطابقة إجراءات إبرام الصفقات العمومية.
- تدير الوسائل المضمونة تحت تصرف الإدارة وتسييرها.

4. مكتب المستخدمين والتكوين:

- يعد مخطط تسيير الموارد البشرية الخاصة بالإدارة وإرساله لمفتشية التوظيف العمومي لإبداء الرأي والمصادقة عليه وتنفيذه بعد المصادقة عليه.
- تنفيذ تسيير المسار المهني للمستخدمين ومتابعته.
- تقييم الاحتياجات من الوسائل البشرية للإدارة.
- تضمن وضع أجهزة استشارية في مجال تسيير المستخدمين وتنفيذ القرارات المتخذة.
- تتابع تنظيم المسابقات والامتحانات المهنية وسيرها.
- تقترح مخططات التكوين وتحسين المستوى لمستخدمي الإدارة وتنفيذه.

5. مكتب الميزانية والمحاسبة:

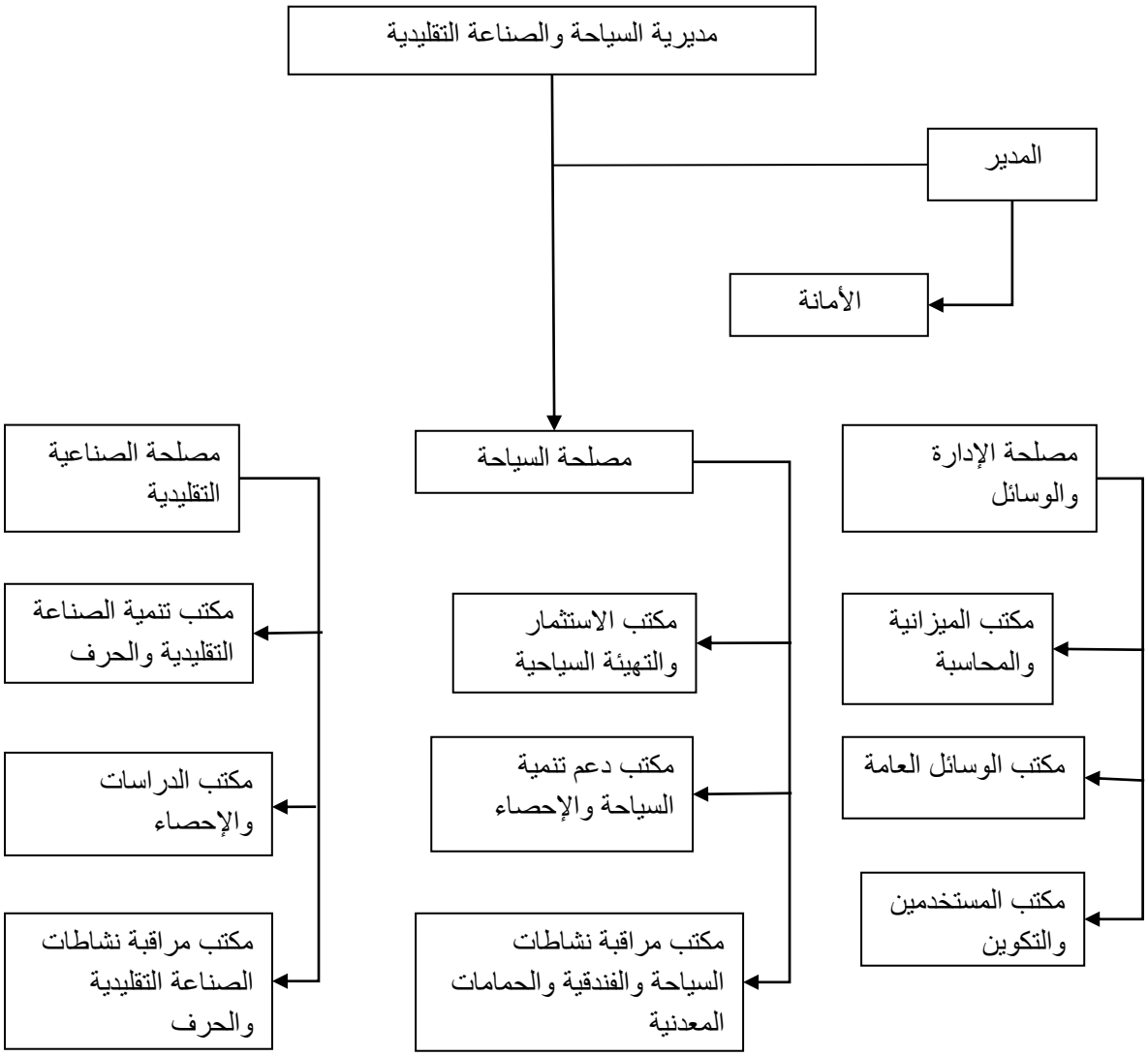
- يعد توقعات ميزانية التسيير للسنة الموالية حسب احتياجات المديرية.
- القيام بتوزيع الاعتمادات المنوعة في ميزانية التسيير ويتابع استهلاكها.
- تنفيذ الميزانيات وتعد حصائل الإنجاز والحسابات الإدارية المتعلقة بها.
- المشاركة في إنجاز التقارير الخاصة بنشاط المديرية.
- يضمن متابعة استعمال اعانات والموارد الممنوحة بعنوان حسابات التخصيص الخاص بالقطاع طبقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما.
- يقوم بالتصريحات الشهرية لصندوق الضمان الاجتماعي.
- تنسيق مع المصالح التقنية المعينة دفاتر الشروط، ويبهرها على مطابقة إجراءات إبرام الصفقات العمومية.
- يقوم باقتراح المشاريع الخاصة بميزانية التجهيز وتنسيق مع المصالح التقنية المعينة.

6. مكتب الوسائل العامة:

- تحديد الاحتياجات من الوسائل المادية واللوازم.
- تنجز عملية الاقتناء وإصلاح الأملاك المنقولة والعقارية للمديرية وصيانتها.
- يشارك في إنجاز التقارير النشاط الفصلية والسنوية للمديرية.
- يضمن صيانة وتحديد الأملاك المنقولة جردها.
- يضمن التسيير العقلاني لحظيرة السيارات.

المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي لمديرية السياحة والصناعة التقليدية

الشكل (3-1): الهيكل التنظيمي لمديرية السياحة والصناعة التقليدية.



المصدر: مديرية السياحة والصناعات التقليدية

- **الهيكل التنظيمي:**

يقوم الهيكل التنظيمي بتحديد كيفية توجيه الأنشطة، كتوزيع المهام، والتنسيق والإشراف من أجل تحقيق الأهداف التنظيمية، ويمكن هيكلة المنظمة في العديد من الطرق المختلفة، وذلك بالاعتماد على أهدافها وتقوم بنية المنظمة بتحديد الطرق التي تعمل فيها ويؤثر ذلك على العمل التنظيمي من خلال توفير الإجراءات الأساسية للتشغيل القياسي، ويحدد مهام الأفراد من حيث المشاركة وصنع القرار وتوجد العديد من الأنواع لهذه الهياكل التي تستخدم

في الشركات، والبنوك والمؤسسات الاعلامية، أنواع الهياكل التنظيمية ما قبل البيروقراطية تعرف بزيادة الاعمال، وهي تفتقر إلى توحيد المهام، وتعتبر الأكثر شيوعا في المنظمات صغيرة الحجم، وتمتلك هيكلا مركزيا، ويكون الرئيس هو ما ينفذ القرارات الرئيسية، ويتم فيها معظم الاتصالات من جانب واحد فقط، ويعتبر هذا الهيكل مفيد بشكل خاص في الأعمال التجارية، وبالتالي فهو يتيح السيطرة للنمو وتنمية الهياكل البيروقراطية، اقترح ماكس ويبر عام 1948 هذا الهيكل التنظيمي، ويتم فيه تحديد الأدوار والمسؤوليات بشكل محدد، وهو هيكل تنظيمي هومي، وتمتلك العديد من المستويات الإدارية، والتي تبدأ من كبار المدراء التنفيذيين والمدراء الإقليمين وصولا إلى مدراء المتاجر، حيث أن سلطة اتخاذ القرار يجب أن تمر عبر خطوط متعددة في المنظمة، وتحتوي على إجراءات وسياسات وقيود صارمة، ومشددة ويحتوي كل قسم من أقسام الشركة على مخطط تنظيمي خاص فيه، ويتم نقل المعلومات والقرارات من أعلى الهرم الإداري إلى أسفله ويمتلك العديد من المزايا، وذلك من خلال سيطرة المدير التنفيذي على أغلب القرارات، وهذا ما يعطيهم نمطا من القيادة، والسيطرة.

ومن سلبيات هذا الهيكل بأنه يقتل الإبداع والابتكار في المؤسسة، ما بعد البيروقراطي يعتبر مصطلح آخر من البيروقراطية، وذلك لوصف وظيفة بيروقراطية تحمل مجموعة من الأفكار وضعت في عام 1980 ميلادية، واحتفظت أيضا بالتسلل الهرمي والسلطة البحتة والقيادة، وهي تكون مفتوحة الحدود دون وجود تسلسل هرمي، ويتم اتخذ القرار فيها بشكل أفقي، وذلك حسب نموذج التوافق، وهذا النوع يستخدم في المنظمات غير الربحية أو المنظمات المجتمع، بحيث تستخدم من أجل تشجيع المشاركة، والمساعدة خاصة للأشخاص الذين يعانون من الاضطهاد، الهيكل الوظيفي يتكون هذا الهيكل من الأنشطة المختلفة كالتنسيق، والإشراف، وتوزيع المهام، وتحدد كيفية أداء المنظمة، ويشير غلى كيفية تجميع الناس في المنظمة، ويؤدي إلى تخصيص الكفاءة لتشغيله، حيث يعمل الموظفون المتخصصون في مجالهم ضمن مجال خبرتهم، إلا أن الاتصال بين أطراف المنظمة جاد جدا، وهذا يجعلها بطيئة وغير مرنة إلا أنه تعتبر الأنسب كمنتج للسلع والخدمات الموحدة في الحجم الكبير والتكلفة المنخفضة.

المبحث الثاني: الاطار المنهجي للدراسة وعرض وتحليل النتائج

تم تخصيص هذا المبحث من الفصل التطبيقي إلى عرض كيفية جمع البيانات ومراحلها، ومكونات قاعدة البيانات أي المتغيرات محل الدراسة، بالإضافة إلى أداة الدراسة وتحليل نتائجها.

المطلب الأول: الاطار المنهجي للدراسة

يتم التطرق في هذا المبحث إلى عرض مفصل للمنهجية والإجراءات التي تم الاعتماد عليها في تنفيذ الدراسة دراسة حالة مديرية السياحة والصناعة التقليدية والحرف والوكالات السياحية والفنادق بولاية المدية حيث تم تحديد مجتمع وعينة الدراسة وأداة الدراسة واختيار التوزيع الطبيعي لإجابات بيانات العينة على محاور الاستبيان و الأساليب المعتمدة في المعالجة الإحصائية

أولا: تحديد مجتمع وعينة الدراسة

مجتمع الدراسة: " يعرف مجتمع الدراسة بأنه جميع المفردات التي توافر فيها خصائص المطلوب دراستها[1]" وبالتالي فإن عينة الدراسة هذه يتمثل في عينة موظفي مديرية السياحة و الصناعة التقليدية بولاية المدية.

فقد تم اختيار عينة عشوائية و توزيع 40 استبيان على أفراد العينة و فيما يلي جدول يبين كيفية توزيع وجمع الاستبيانات.

جدول رقم (3-1): يبين كيفية توزيع و جمع استبيان على عينة الدراسة

البيان	العدد
عدد الاستبيانات الموزعة	40
عدد الاستبيانات المسترجعة	32
عدد الاستبيانات الملغاة (غير صالحة) بسبب عدم إكمال المستجيب للإجابة على كل عبارات الاستبيان	02
عدد الاستبيانات الصالحة	30

المصدر: من إعداد الطالبة

ثانيا: طرق جمع البيانات:

[1] بعيطيش شعبان، (2015). أثر التسويق بالغلاقات في تحقيق الميزة التنافسية، للمؤسسة الصناعية الجزائرية، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في علوم التسيير، جاعمة محمد بوضياف، المسيلة، ص 186.

يتطلب إعداد أي دراسة جمع المعلومات التي تحيط بالموضوع و تصب في فجواه، و تم الاستعانة بمجموعة من الأدوات للحصول على البيانات المطلوبة و تتمثل فيما يلي:

1. **الوثائق والسجلات:** حيث تم الاستعانة بمجموعة من الوثائق المتعلقة بالجانب التعريفي بمديرية السياحة لولاية المدية بصفة عامة و الإمكانيات و البيانات الخاصة بالهيكل التنظيمي.

2. الاستبيان: يعتبر الاستبيان الأداة الأكثر استخداما في البحوث الاجتماعية والإنسانية إذ يعتبر وسيلة لجمع البيانات من خلال احتوائه على مجموعة من الأسئلة أو العبارات ويطلب من المبحوثين الإجابة عليها ويتم توزع الاستبيان عادة باليد أو من خلال إرسالها إلى المبحوثين عبر البريد و غيرها"[1]

ثالثا: حدود الدراسة:

تتمثل حدود الدراسة الميدانية فيما يلي:

- الحدود المكانية: اقتصرت الدراسة على مديرية السياحة والوكالات السياحية والفنادق والصناعة التقليدية لولاية المدية.
- الحدود الزمانية: امتدت الدراسة خلال الأسبوع الأخير من شهر ماي.
- الحدود البشرية: شملت هذه الدراسة مجموعة من مدراء الوكالات السياحية والفنادق وموظفي المديرية محل الدراسة من مختلف شرائح على حسب الجنس، السن، كما هو مبين في الجزء الأول من الاستبيان.
- الحدود الموضوعية: اهتمت الدراسة بالمحاور المرتبطة بكل من "دور المقاولاتية في تطوير النشاط السياحي دراسة حالة مديرية السياحة "ولاية المدية"

المطلب الثاني: أداة الدراسة

ومن أجل تسيير إجراءات الدراسة الميدانية والحصول على البيانات وجمعها و تحليلها لاستكمال الجانب الميداني للدراسة تم إعداد استبيان بشكل يساعد على جمع البيانات ودقة في تصميمه ما تم تناوله في الجانب النظري وأيضا الدراسات السابقة ومدى وضوح الأسئلة وعبارات الاستبيان لتمكن أفراد العينة المستجوبين في ذلك للاستفادة من معلومات تساهم في تصميم الاستبيان وهذا من أجل التأكد من أنها تقيس فعلا ما وضعت لقياسه ومدى سلامة ودقة الصياغة اللفظية والعلمية لعبارات الاستبيان، ومدى شمولها لمشكل الدراسة وتحقيق أهدافها،

[1] د طويطي مصطفى، د وعيل ميلود، (2014). مطبوعة جامعية موسوعة بـ: أساليب تصميم و إعداد الدراسات الميدانية منظور إحصائي " معتمد من طرف المجلس العلمي بكلية العلوم الاقتصادية و االتجارية و علوم التسيير، جامعة البويرة، بتاريخ 30 جوان متوفر على الرابط http://dspace.univ.buira.dz/8080/jspui/handle/123456789/3327

ثم الأخذ بوجهات نظرهم والاستفادة من آرائهم في تعديل الاستبيان حيث تم صياغة بعض العبارات وإضافة عبارات أخرى لتحسين أداة الدراسة وأنه خلصنا إلى بناء الاستبيان متكون من 29 عبارة.

المطلب الثالث: عرض وتحليل النتائج

أولا: ثبات أداة الاستبيان

يعبر الثبات عن مدى خلو أدوات جمع البيانات من الأخطاء التي تشوب القياس والثبات يفيد الدقة في تحليل النتائج المتوصل إليها، وقد تم التحقق من ثبات هذه الدراسة من خلال الاعتماد على معامل ألفا كرونباخ (Alpha Cronbach) كما هو مبين في الجدول التالي:

الجدول رقم (3-1) : معامل الثبات ألفا كرونباخ لقياس ثبات أداة الاستبيان

عدد عناصر الاستبيان	معامل الثبات (ألفا كرونباخ)
22	0,679

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على برنامج spss.

نلاحظ من الجدول أن قيمة معامل الثبات ألفا كرونباخ أكبر من 60% وهذا يؤكد على أن الاستبيان يتمتع بدرجة ثبات مناسبة وقياس ما وضع لقياسه، وبالتالي فهو يفي بأغراض الدراسة.

ثانيا: خصائص عينة الدراسة

1-توزيع العينة حسب متغير الجنس:

يوضح الجدول الموالي توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس.

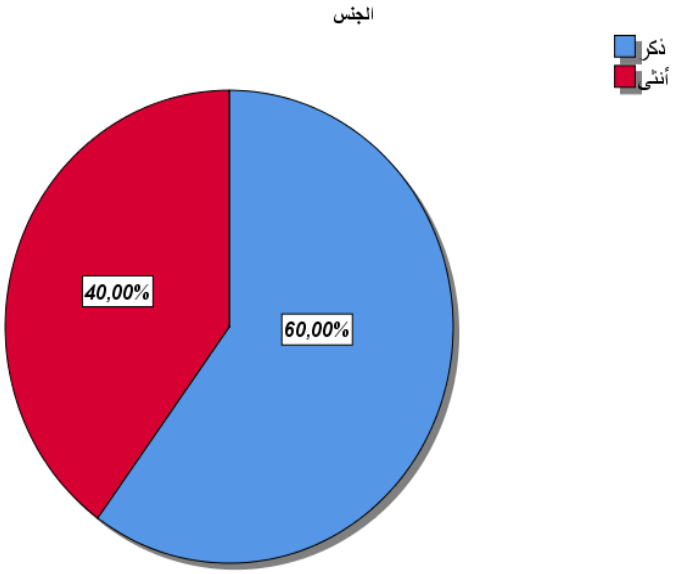
الجدول رقم (3-2) : توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة %
ذكر	18	60
أنثى	12	40
المجموع	30	100

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على برنامج spss.

نلاحظ من خلال الجدول أن المشاريع السياحية تستقطب فئة الذكور أكثر مقارنة بالإناث، حيث بلغت نسبة الذكور 60% بينما كانت نسبة الإناث 40%. وهذا ما يوضحه الشكل التالي:

الشكل رقم (3-1) : توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على برنامج spss.

2- توزيع أفراد العينة حسب متغير السن:

يوضح الجدول الموالي توزيع أفراد العينة الدراسة حسب متغير السن.

الجدول رقم (3-3) : توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

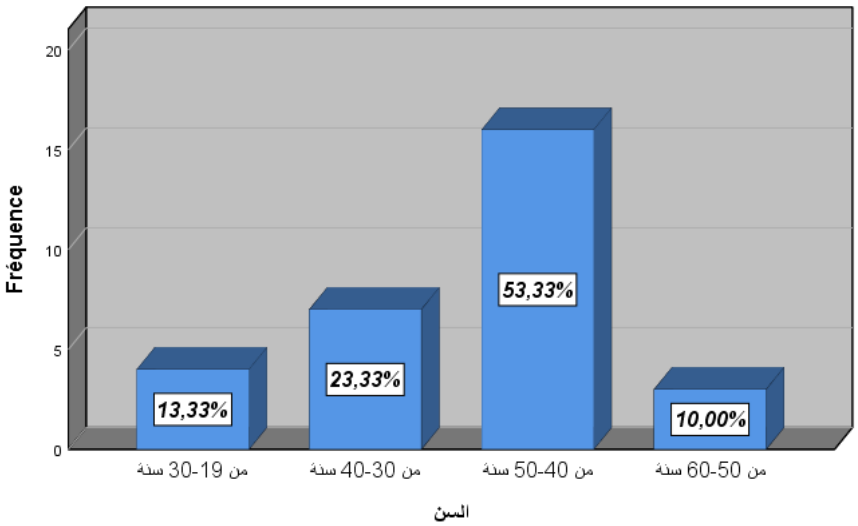
السن	التكرار	النسبة %
من 19 إلى 30 سنة	4	13,3
من 30 إلى 40 سنة	7	23,3
من 40 إلى 50 سنة	18	53,4
من 50 إلى 60 سنة	3	10
المجموع	30	100

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على برنامج spss.

نلاحظ من خلال الجدول أن الفئة العمرية الأكثر تواجدا بين أفراد العينة هي فئة من 40 إلى 50 سنة حيث بلغت نسبتهم 53,4% تلتها فئة من 30 إلى 40 سنة بنسبة 23,3%، بعدها فئة من 19 إلى 30

سنة بنسبة 13,3% بينما حلت في الأخير فئة من 50 إلى 60 سنة وبنسبة 10% . وهذا يدل على أن فئة الشباب هي الأكثر سيطرة على تسيير المشاريع السياحية، وهذا ما تعكسه نسبة الأفراد الذين تقل أعمارهم عن 50 سنة والمقدرة بـ 90%. والشكل الموالي يوضح النتائج

الشكل رقم (3-2) : توزيع أفراد العينة حسب متغير السن



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على برنامج spss.

3- توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة العائلية:

يوضح الجدول الموالي توزيع أفراد العينة الدراسة حسب متغير الحالة العائلية.

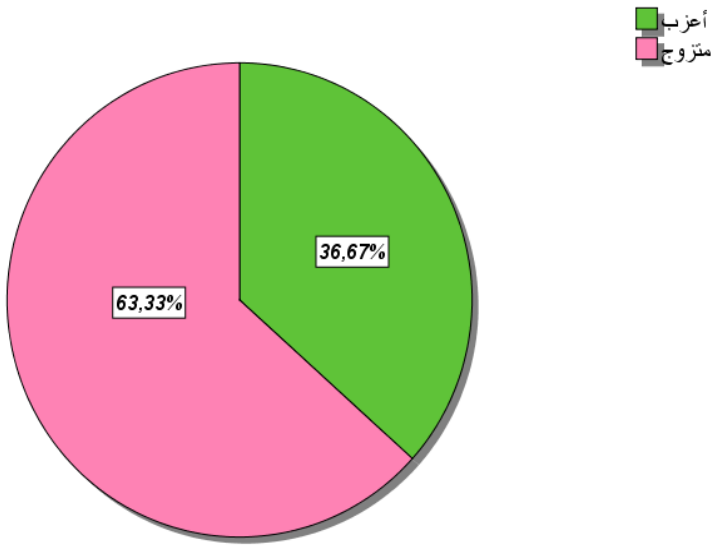
الجدول رقم (3-4): توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة العائلية

الحالة العائلية	التكرار	النسبة %
أعزب	11	36,7
متزوج	19	63,3
مطلق	/	/
أرمل	/	/
المجموع	30	100

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على برنامج spss.

يتضح لنا من خلال الجدول أن معظم القائمين على المشاريع السياحية هم من الأفراد المتزوجين الذين يتمتعون بحس المسؤولية أكثر مقارنة بالأفراد العُزَّب والذين يتميزون بالاستقلالية أكثر، حيث بلغت نسبة المتزوجين 63,3% ونسبة العُزَّب 36,7% ، بينما لم يكن هناك أي تواجد للمطلقين والأرامل بين عينة الدراسة. وهذا ما يفسره الشكل الموالي.

الشكل رقم (3-3): توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة العائلية



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على برنامج spss.

4- توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي:

يوضح الجدول التالي توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي.

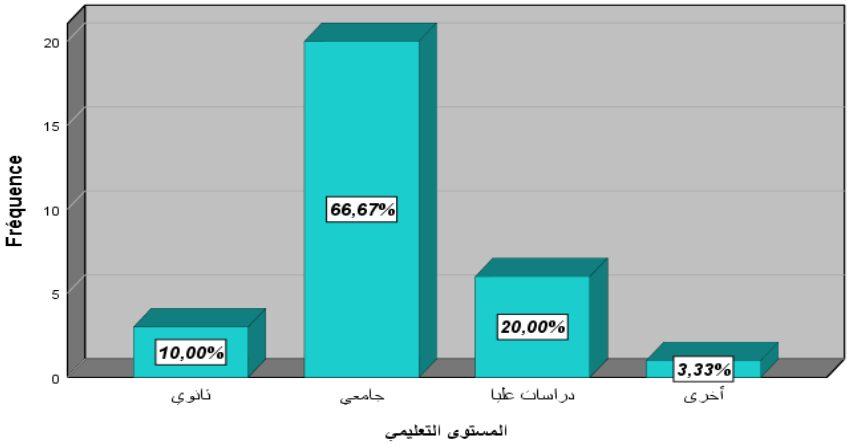
الجدول رقم (3-5) : توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة %
ثانوي	3	10
جامعي	20	66,7
دراسات عليا	6	20
مستويات أخرى	1	3,3
المجموع	30	100

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على برنامج spss.

يتضح لنا من الجدول أن أغلبية أفراد الدراسة هم من فئة الجامعيين بنسبة 66,7% تلتها فئة أصحاب الدراسات العليا بنسبة 20%، ثم فئة أصحاب المستوى الثانوي بنسبة 10%، بينما أصحاب المستويات الأخرى بلغت نسبتهم 3,3%. وهذا يفسر أن القائمين على المشاريع السياحية هم من ذوي المؤهلات والكفاءات العلمية. والشكل الموالي يوضح ذلك.

الشكل رقم (3-4): توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على برنامج spss.

5- توزيع أفراد العينة حسب متغير الوظيفة:

يوضح الجدول الموالي توزيع أفراد العينة حسب متغير الوظيفة.

الجدول رقم (3-6): توزيع أفراد العينة حسب متغير الوظيفة

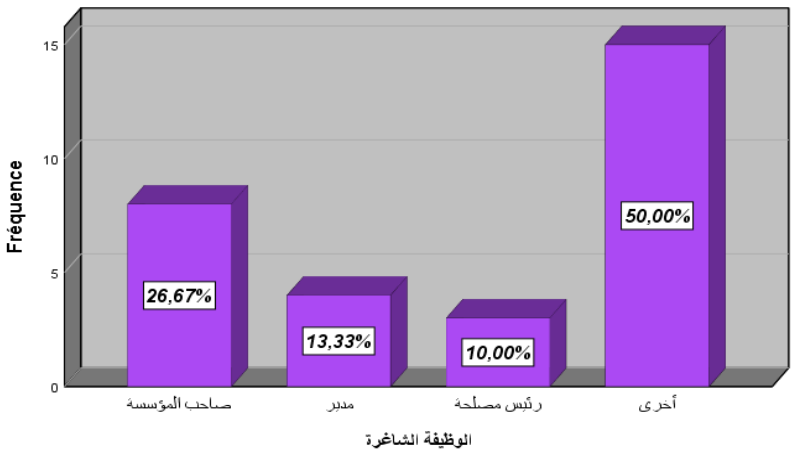
الوظيفة	التكرار	النسبة %
صاحب المؤسسة	8	26,7
مدير	4	13,3
نائب مدير	/	/
رئيس مصلحة	3	10
رئيس قسم	/	/
وظيفة أخرى	15	50
المجموع	30	100

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على برنامج spss.

من خلال الجدول نلاحظ أن أغلب الوظائف التي يشغلها أفراد الدراسة لا تندرج ضمن الاختيارات المتاحة حيث بلغت نسبة هؤلاء الأفراد 50%، فيما بلغت نسبة أصحاب المؤسسات 26,7% ونسبة المدراء 13,3%، وأخيرا رؤساء المصالح بنسبة 10%. ويعود هذا إلى التوزيع العشوائي الاستبيان بين عينة الدراسة.

والشكل التالي يوضح ذلك:

الشكل رقم (3-5): توزيع أفراد العينة حسب متغير الوظيفة



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على برنامج spss.

ثالثا: إنشاء المؤسسة

1- **نوع المؤسسة السياحية:**

يوضح الجدول التالي أنواع المؤسسات السياحية لعينة الدراسة.

الجدول رقم (3-7): توزيع أفراد العينة حسب نوع المؤسسة

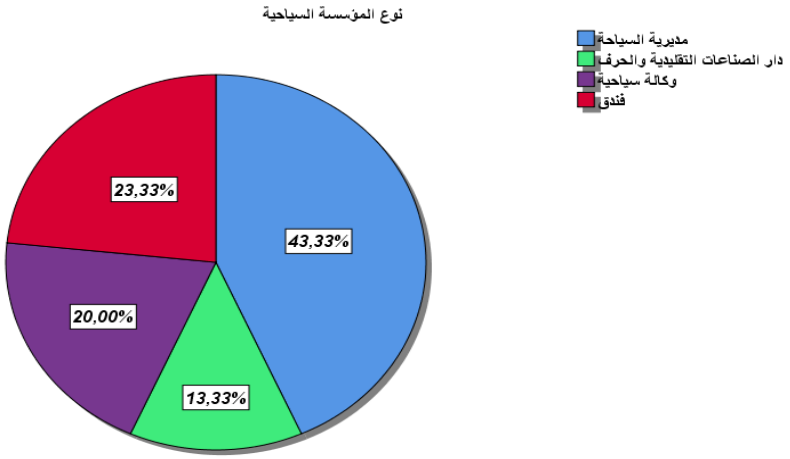
نوع المؤسسة	التكرار	النسبة %
مديرية السياحة	13	43,3
دار الصناعات التقليدية والحرف	4	13,3
وكالة سياحية	6	20
فندق	7	23,3
المجموع	30	100

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على برنامج spss.

من خلال الجدول نلاحظ أن أغلبية مؤسسات القطاع السياحي لولاية المدية هي مؤسسات عمومية تابعة للدولة حيث بلغت نسبة أفراد الدراسة التابعين لمديرية السياحة 43,3%، كما بلغت نسبة العاملين بدار الصناعات التقليدية والحرف 13,3%، بينما كانت بلغت نسبة الفنادق 23,3% والوكالات السياحية 20%. وعلى هذا الأساس يتوجب فتح المجال أكثر أمام الاستثمار الخاص لتطوير القطاع السياحي للولاية.

الشكل الموالي يفسر النتائج.

الشكل رقم (3-6): توزيع أفراد العينة حسب نوع المؤسسة



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على برنامج spss.

2- مصدر تمويل المشروع:

يبين الجدول الموالي مختلف مصادر تمويل المشاريع السياحية للولاية.

الجدول رقم (3-8): مصادر تمويل المشاريع السياحية حسب عينة الدراسة

مصادر التمويل	التكرار	النسبة %
قرض بنكي	6	20
دعم من الدولة	2	6,7
تمويل ذاتي	8	26,7
عائلي أو أصدقاء	2	6,7
مصادر أخرى	12	40
المجموع	30	100

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على برنامج spss.

نلاحظ من خلال نتائج الجدول أن ما نسبه 40% من أفراد الدراسة قاموا بتمويل مشاريعهم عن طريق مصادر أخرى غير مقترحة والتي انحصر أغلبها في الأملاك العمومية للدولة و المتمثلة في مديرية السياحة ودار الصناعات التقليدية والحرف، في حين أن نسبة 26,7% اختاروا تمويل مشاريعهم من أموالهم الخاصة، كما اتجه آخرون وبنسبة 20% إلى اللجوء للقروض البنكية في تكوين رأس مال مؤسساتهم، بينما كانت المؤسسات ذات الطابع التضامني (العائلي) والمدعمة من طرف الدولة الأقل حضورا بنسبة 6,7% لكل منهما.

وهذه النتائج تعكس حقيقة ما سلف ذكره أن معظم مشاريع القطاع السياحي للولاية تابعة للهيئات العمومية.

3-بداية النشاط:

بناء على المعلومات المتحصل عليها من خلال الاستبيان تبين أن معظم المشاريع السياحية بولاية المدية كانت انطلاقتها مع مطلع القرن الحالي (منذ سنة 2001 إلى غاية 2017) أي تزامنا مع إعلان الدولة عن المشاريع الخماسية وفتح الاستثمار أمام الخواص.

4- حجم المؤسسة:

إن المؤسسات السياحية الناشطة بالجزائر تختلف أحجامها بين الصغيرة والمتوسطة، والجدول الموالي يبن نتائج تصنيف المؤسسات السياحية بولاية المدية حسب عينة الدراسة.

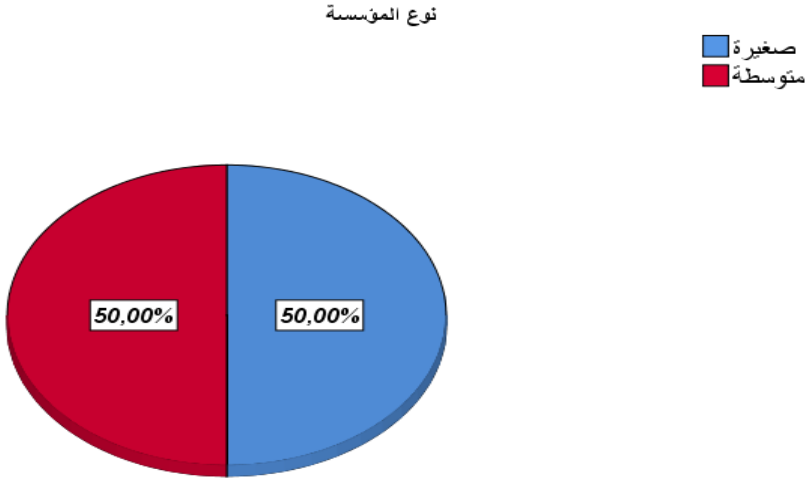
الجدول رقم (3-9) : توزيع المؤسسات السياحية حسب الحجم

حجم المؤسسة	التكرار	النسبة %
صغيرة جدا	-	-
صغيرة	15	50
متوسطة	15	50
المجموع	30	100

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على برنامج spss.

تبين نتائج الجدول أعلاه أن المؤسسات السياحية بولاية المدية تنقسم إلى نوعين متساويين حسب الحجم، مؤسسات ذات حجم صغير ومؤسسات متوسطة بنسبة 50% لكل منها. حيث تمثلت المؤسسات الصغيرة في الوكالات السياحية والمؤسسات الناشئة في مجال الحرف والصناعات التقليدية، في حين تمثلت المؤسسات المتوسطة في مديرية السياحة والفنادق. والشكل التالي يفسر النتائج.

الشكل رقم (3–7) : توزيع المؤسسات السياحية حسب الحجم



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على برنامج spss.

5– فكرة إنشاء المؤسسة:

تختلف مصادر الأفكار لإنشاء المشاريع السياحية من مقاول لأخر، والجدول الموالي يوضح ذلك.

الجدول رقم (3–10) : الأفكار الدافعة لإنشاء المؤسسات السياحية حسب عينة الدراسة

مصدر الفكرة	التكرار	النسبة %
رغبة من الصغر	11	36,7
اقتراح عائلي	3	10
من الأصدقاء	4	13,3
موروث عائلي	1	3,3
أفكار أخرى	11	36,7
المجموع	30	100

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على برنامج spss.

يبين الجدول أن أغلبية الأفراد العينة أي ما نسبته 36,7% كانت لديهم الرغبة منذ الصغر في دخول مجال المقاولاتية بهدف الاستقلالية في الأعمال وتحقيق الأرباح وانصبت أهدافهم نحو القطاع السياحي، بينما تعددت باقي الأسباب المؤدية لإنشاء المؤسسة بين اقتراحات العائلة والأصدقاء والموروثات العائلية بنسب تقل عن 10%. بينما نلاحظ أن نسبة الأفراد الذين كانت لديهم أسباب أخرى للعمل في القطاع السياحي بلغت 36,7% حيث يعتبر معظمهم من الموظفين في القطاع العام.

6- الإدراك بالقوانين التي تحكم النشاط السياحي:

يبين الجدول الموالي إجابات أفراد الدراسة حول معرفتهم بأهم القوانين المتحكمة في النشاط السياحي بالولاية.

الجدول رقم (3-11) : آراء أفراد العينة حول القوانين التي تحكم القطاع السياحي

الإدراك بالقوانين	التكرار	النسبة %
نعم	29	96,7
لا	1	3,3
المجموع	30	100

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على برنامج spss.

يوضح الجدول تقريبا أن جميع الناشطين ضمن مجال السياحة على علم ومعرفة تامة بأهم القوانين السائدة في تسيير القطاع السياحي بالجزائر.

7- صعوبات إنشاء المشاريع السياحية:

يوضح الجدول التالي نتائج إجابات الأفراد حول ما إذا كانت هناك صعوبات واجهتهم في إنشاء مشاريعهم السياحية.

الجدول رقم (3-12): آراء أفراد العينة حول صعوبات انشاء المشاريع السياحية

صعوبات إنشاء المشروع	التكرار	النسبة %
نعم	15	50
لا	15	50
المجموع	30	100

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على برنامج spss.

يبين الجدول أن آراء أفراد الدراسة كانت بنسب متساوية فيما يتعلق بالصعوبات والعراقيل التي واجهتهم في تأسيس مشاريعهم السياحية، حيث يرى جزء من الأفراد أي ما نسبته 50% أنه لا توجد أي صعوبات تواجه المقاولين في إنشاء مشاريعهم، بينما يرى الباقي بأن هناك عدة صعوبات وعراقيل تقف أمام المستثمرين السياحيين.

وتجسدت أهم هذه الصعوبات في صعوبة تكوين رأس المال، صعوبة الدخول إلى السوق وكسب العملاء، عراقيل إدارية.

ثالثا: البرامج المسطرة لتفعيل النشاط السياحي:

1- برامج لإظهار المعالم السياحية لولاية المدية:

يوضح الجدول أدناه إجابات أفراد الدراسة فيما يتعلق ببرامج المؤسسات السياحية لإبراز أهم المعالم السياحية لولاية المدية.

الجدول رقم (3-13): آراء أفراد العينة حول برامج التعريف بالمعالم السياحية لولاية المدية

برامج للتعريف بالمعالم السياحية	التكرار	النسبة %
نعم	22	73,3
لا	8	26,7
المجموع	30	100

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على برنامج spss.

يوضح الجدول أن ما نسبته 73,3% من أفراد العينة يرون بأن مشاريعهم السياحية تعتمد على برامج للتعريف بأهم المعالم السياحية لولاية المدية والمتمثلة في المواقع الأثرية كالآثار الرومانية بمنطقة الرابيدوم والآشير والمناطق الطبيعية كبحيرة الضاية وغابات الحمدانية. بينما يرى باقي الأفراد أي نسبة 26,7% بأن التعريف بالمعالم السياحية للولاية لا يندرج ضمن برامج مؤسساتهم وكتبرير على ذلك نجد أن بعض هذه المؤسسات عبارة عن فنادق ومراكز الإيواء.

2- المشاركة في المعارض الوطنية والولائية:

يوضح الجدول التالي نتائج الإجابات حول مشاركة المؤسسات السياحية في المعارض الوطنية والولائية.

الجدول رقم (3-14) : آراء أفراد العينة حول المشاركة في المعارض الوطنية والولائية

المشاركة في المعارض الوطنية والولائية	التكرار	النسبة %
نعم	28	93,3
لا	2	6,7
المجموع	30	100

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على برنامج spss.

تعد المشاركة في التظاهرات والمعارض الوطنية والولائية أمرا ضروريا لمختلف المؤسسات السياحية، وتتجلى أهميتها في التعريف بالمؤسسة وبالخدمات التي تقدمها للعملاء الاحتكاك بالمؤسسات الأخرى والتواصل معها، وهذا ما تؤكده اتجاه أفراد الدراسة (93,3%) حول ما يتعلق بمشاركة مؤسساتهم في المعارض على المستوى الوطني أو الولائي.

3- استقدام السياح الأجانب إلى الولاية:

إن جلب السياح الأجانب يعتبر من أهم نقاط القوة لأي قطاع سياحي في العالم فهي تساعد على ترويج الخدمات السياحية بالإضافة إلى الإيرادات المادية الناتجة عن ذلك، وهو ما يتوافق بشكل كبير مع معطيات الجدول أدناه والتي تبين بأن نسبة 83,3% من الأفراد يوافقون على أن مؤسساتهم تقوم باستقدام السياح إلى الولاية، بينما يرى الباقي عكس ذلك.

الجدول رقم (3-15) : آراء أفراد العينة حول استقدام السياح الأجانب للولاية

استقدام السياح الأجانب	التكرار	النسبة %
نعم	25	83,3
لا	5	16,7
المجموع	30	100

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على برنامج spss.

4- البرامج التنافسية للمؤسسات السياحية:

يوضح الجدول اتجاهات الأفراد حول ابتكار البرامج التنافسية بين مختلف المؤسسات السياحية بولاية المدية.

الجدول رقم (3-16) : آراء أفراد العينة حول البرامج التنافسية للمؤسسات السياحية

البرامج التنافسية	التكرار	النسبة %
نعم	26	86,7
لا	4	13,3
المجموع	30	100

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على برنامج spss.

يتبين لنا من خلال نتائج الجدول أن المؤسسات السياحية الناشطة بولاية المدية تعتمد في اغلب برمجها على الميزة التنافسية التي تسمح لها باستقطاب أكبر عدد ممكن من الزبائن، وتتمثل أهم هذه البرامج في تحسين جودة الخدمات، تنظيم الرحلات واكتساب التكنولوجيا.

5- خطط مستقبلية لتنشيط السياحة بالولاية:

يلخص الجدول أهم النتائج المتعلقة بالخطط المستقبلية للمؤسسات السياحية لتنشيط السياحة بولاية المدية.

الجدول رقم (3-17) : آراء أفراد العينة حول الخطط المستقبلية للمؤسسات السياحية

الخطط المستقبلية لتنشيط السياحة	التكرار	النسبة %
نعم	26	86,7
لا	4	13,3
المجموع	30	100

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على برنامج spss.

يتضح من الجدول بأن أغلب المؤسسات تعتمد على برامج إستراتيجية لتفعيل النشاط السياحي بولاية المدية وتتجلى معظم هذه الخطط في توسيع نشاط المؤسسة والترويج لخدماتها على أوسع نطاق بالاعتماد على الجانب الثقافي والتاريخي للولاية من خلال إقامة المعارض والصالونات.

6- العروض المقدمة من طرف المؤسسات السياحية خلال المناسبات والعطل:

يفضل معظم السياح فترة العطل والمناسبات لقضاء أوقاتهم والاستمتاع رفقة العائلات والأصدقاء، فهي تعتبر فرصة كبيرة للمؤسسات السياحية لتقديم عروضها وترويج خدماتها، وفي هذا الصدد نجد أن نسبة كبيرة من أفراد الدراسة يوافقون على أن المؤسسات السياحية بولاية المدية تقدم مجموعة من العروض خلال فترة العطل والمناسبات الوطنية أو الدينية وتتجسد أبرز هذه العروض في تنظيم الرحلات، تخفيض الأسعار، إقامة الحفلات، معارض للتراث والصناعات التقليدية.

الجدول رقم (3-18) : آراء أفراد العينة حول العروض الخاصة بالمناسبات والعطل للمؤسسات السياحية

العروض الخاصة بالمناسبات والعطل	التكرار	النسبة %
نعم	24	80
لا	6	20
المجموع	30	100

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على برنامج spss.

7- صعوبة ترجمة الأفكار إلى برامج سياحية:

يوضح الجدول التالي موافقة وعدم موافقة أفراد الدراسة على صعوبة تجسيد الأفكار إلى برامج سياحية.

الجدول رقم (3-19) : آراء أفراد العينة حول صعوبة ترجمة الأفكار إلى برامج سياحية.

صعوبة ترجمة الأفكار إلى برامج سياحية	التكرار	النسبة %
نعم	12	40
لا	18	60
المجموع	30	100

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على برنامج spss.

توضح نتائج الجدول أن نسبة 60% من القائمين على المشاريع السياحية لا يواجهون أي صعوبات في تجسيد أفكارهم إلى برامج سياحية وهو ما يعكس الظروف الملائمة التي يعمل فيها هؤلاء الأفراد، بينما نسبة 40% من الأفراد يعتبرون أن هناك العديد من الصعوبات والعراقيل تواجههم خلال ترجمة أفكارهم إلى برامج سياحية.

8- الإبداع الفكري لدى القائمين على المشاريع السياحية:

الجدول الموالي يوضح إجابات لأفراد الدراسة حول إبداعهم الفكري في مجال النشاط السياحي.

الجدول رقم (3-20) : آراء أفراد العينة حول الإبداع الفكري لديهم

الإبداع الفكري	التكرار	النسبة %
نعم	25	83,3
لا	5	16,7
المجموع	30	100

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على برنامج spss.

توضح نتائج الجدول أن معظم القائمين على الأنشطة السياحية لديهم القدرة على الابتكار وتقديم الجديد في المجال السياحي حيث بلغت نسبتهم 83,3% من إجمالي أفراد الدراسة، أما باقي الأفراد (16,7%) يلجؤون إلى أساليب تقليدية في تسيير شؤون مؤسساتهم.

9- تقليد البرامج الرائجة من طرف المؤسسات السياحية:

يبين الجدول أدناه نتائج إجابات أفراد الدراسة المتعلقة بتقليد البرامج السياحية.

الجدول رقم (3-21) : آراء أفراد العينة حول تقليد البرامج الرائجة

التقليد البرامج الرائجة	التكرار	النسبة %
نعم	14	46,7
لا	16	53,3
المجموع	30	100

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على برنامج spss.

نلاحظ من الجدول أن إجابات الأفراد كانت متقاربة، حيث نجد أن نسبة 53,3% كانت بنعم وهي تدل على أن مؤسساتهم تقوم باستحداث برامج سياحية تميزها عن غيرها من المؤسسات وهذا ما تعتمده أغلب المؤسسات الخاصة، ونجد أن نسبة 46,7% كانت بلا، وهذا ما تفسره البرامج الدورية المتكررة لبعض المؤسسات السياحية على غرار المؤسسات التابعة للقطاع العام.

10- تطبيق الأفكار السياحية الجديدة:

يفسر الجدول التالي مدى تطبيق الأفكار السياحية الجديدة من طرف المقاولين.

الجدول رقم (3-22) : آراء أفراد العينة حول تطبيق الأفكار السياحية الجديدة.

تطبيق الأفكار السياحية الجديدة	التكرار	النسبة %
نعم	24	80
لا	6	20
المجموع	30	100

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على برنامج spss.

إن تطبيق الأفكار السياحية الجديدة يعتمد على مدى تناسبها مع الظروف المادية والمعنوية وحتى العوامل الخارجية للمؤسسة. حيث نجد أن نسبة كبيرة من المؤسسات السياحية مجال الدراسة تعمل على إدراج أفكار جديدة ضمن برامجها السياحية، في حين نجد ما لا يزيد عن 20% من المؤسسات لا تعتمد على تطبيق أفكار جديد ضمن مشاريعها السياحية وقد يبرر ذلك خشيتها من تحمل خسائر وتكاليف إضافية.

11- التحدي في إنجاز المهام الصعبة:

يعتبر تحدي الذات أبرز الأمور المساعدة على إنجاز المهام الصعبة والمعقدة. وهذا ما تعكسه إجابات الإفراد والتي كان أغلبها في اتجاه الموافقة على أنهم يفضلون الأعمال الصعبة والتي تحتاج إلى التحدي لإنجازها، وهذا يساعدهم على اكتساب معارف جديدة والعمل بثقة أكثر.

الجدول رقم (3-23) : آراء أفراد العينة المتعلقة بالتحدي في إنجاز المهام الصعبة.

التحدي لإنجاز المهام الصعبة	التكرار	النسبة %
نعم	23	76,7
لا	7	23,3
المجموع	30	100

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على برنامج spss.

12- العمل وفقا لبرامج سياحية سهلة وواضحة:

والجدول الموالي يوضح النتائج.

الجدول رقم (3-24) : آراء أفراد العينة حول العمل وفقا لبرامج سهلة وواضحة.

البرامج السياحية السهلة والواضحة	التكرار	النسبة %
نعم	23	76,7
لا	7	23,3
المجموع	30	100

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على برنامج spss.

يبين الجدول أن ما نسبته 76,7% من أفراد العينة كانت إجابتهم بنعم، وهذا يدل على أن معظم المشاريع السياحية تتميز بوضوح برامجها وسهولة تطبيقها حيث يساعد هذا الأمر كلا من المؤسسات السياحية والسياح

معا، إلا أن هناك البعض الذين يرون بأن البرامج المتبعة من طرف مؤسساتهم تتميز بنوع من التعقيد والغموض وكانت نسبتهم 23,3% من بين أفراد الدراسة.

خامسا: التواصل مع الزبائن:

1- الأخذ باقتراحات الزبائن عند إعداد البرامج:

والجدول الموالي يوضح النتائج:

الجدول رقم (3-25): آراء أفراد العينة حول الأخذ باقتراحات الزبائن في إعداد البرامج السياحية.

الأخذ باقتراحات الزبائن	التكرار	النسبة %
نعم	28	93,3
لا	2	6,7
المجموع	30	100

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على برنامج spss.

تبين نتائج الجدول أن المؤسسات السياحية بولاية المدية تعتمد بشكل كبير على اقتراحات الزبائن في اتخاذ القرارات المتعلقة بالخطط والبرامج السياحية التي تقدمها لهم بهدف كسب وفائهم وتعزيز ثقتهم.

2- أهم الجوانب التي توفرها المؤسسات السياحية للزبائن:

يوضح الجدول التالي النتائج المتوسل إليها:

الجدول رقم (3-26): آراء أفراد العينة حول الجوانب التي توفرها المؤسسة للزبائن.

الجوانب	التكرار	النسبة %
تنوع البرامج	6	20
جودة الخدمة	8	26,7
الأسعار التنافسية	7	23,3
جميع الجوانب	9	30
المجموع	30	100

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على برنامج spss.

توضح النتائج أن هناك تقارب كبير في توزيع النسب بين المؤسسات السياحية في توفير مختلف الجوانب المستقطبة للزبائن، حيث نجد أن نسبة 30% من المؤسسات السياحية تعمل على توفير كافة الجوانب المقترحة لزبائنها، ونسبة 26,7% تحرص على توفير جودة عالية من الخدمات، ونسبة 23,3% تلجأ إلى تخفيضات في الأسعار، بينما نسبة 20% منها تعمل على تنوع برامجها لجذب المزيد من العملاء نحوها.

3- وسائل الاتصال المعتمدة من طرف المؤسسات السياحية لاستقطاب الزبائن:

الجدول التالي يوضح النتائج.

الجدول رقم (3-27): آراء أفراد العينة حول وسائل الاتصال المعتمد من المؤسسات السياحية.

وسائل الاتصال	التكرار	النسبة %
الإعلان والإشهار	13	43,3
علاقات شخصية	2	6,7
الإعلان والإشهار و علاقات شخصية	13	43,3
وسائل أخرى	2	6,7
المجموع	30	100

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على برنامج spss.

نلاحظ من الجدول أن ما نسبته 43,3% من أفراد الدراسة يرون بأن الإعلان والإشهار هو الوسيلة المتبعة للاتصال بالزبائن، كما نجد أن نفس النسبة يرون أن الإعلان والإشهار والعلاقات الشخصية معا هما الوسيلة الأفضل للاتصال بالزبائن، في حين أن الأفراد الذين يوافقون على العلاقات الشخصية وعلى وسائل أخرى لا تتعدى نسبتهم 7%.

وهذا يدل على أن المؤسسات السياحية تعتمد بشكل كبير على الإعلان والإشهار كوسيلة فعالة لاستقطاب الزبائن والتواصل معهم.

4- كيفية تعبير الزبائن عن انشغالاتهم:

يوضح الجدول التالي النتائج المتوصل إليها من خلال إجابات الأفراد حول طرق التواصل بين الزبائن والمؤسسات السياحية.

الجدول رقم (3–28): آراء أفراد العينة حول الطرق التي يعبر بها الزبائن عن انشغالاتهم.

كيفية التعبير	التكرار	النسبة %
شفويا	5	16,7
إلكترونيا	6	20
كتابيا	5	16,7
بجميع الطرق	14	46,6
المجموع	30	100

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على برنامج spss.

نلاحظ من خلال نتائج الجدول أن معظم المؤسسات السياحية الناشطة بولاية المدية تعتمد على توفير جميع الطرق الممكنة للتواصل مع زبائنها سواء الشفوية أو الكتابية أو الإلكترونية، حيث بلغت نسبة الأفراد الموافقون على ذلك 46,6%، في حين أن االباقي كانت إجاباتهم موزعة بين هذه الطرق بنسب متقاربة لا تفوق 20% لكل منها.

5– نوع الإشهار الذي تعتمده المؤسسات السياحية في الإعلان عن برمجها:

الجدول الموالي يبين النتائج.

الجدول رقم (3–29): آراء أفراد العينة حول نوع الإشهار المتبع من طرف المؤسسة.

نوع الإشهار	التكرار	النسبة %
الإشهار الصادق للخدمات المقدمة	26	86,6
الإشهار المغري والمستقطب للزبائن	2	6,7
النوعين معا	2	6,7
المجموع	30	100

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على برنامج spss.

يتضح لنا من خلال نتائج الجدول أن الأغلبية الكبيرة للمؤسسات السياحية تعمل بصدق في الإعلان عن خدماتها للزبائن، بدلا من التوجه إلى الأساليب المغرية والتي قد تعتبر تدليسا لخدماتها.

6– الأطراف التي تتواصل معها المؤسسات السياحية:

يبين الجدول أدناه مختلف الأطراف التي تتواصل معها المؤسسات السياحية بولاية المدية.

الجدول رقم (3–30): آراء أفراد العينة حول الأطراف التي تتواصل معها المؤسسات السياحية.

أطراف التواصل	التكرار	النسبة %
وكالات سياحية	4	13,3
مديرية السياحة	3	10
الفنادق	1	3,3
مؤسسات النقل	2	6,7
جميع الأطراف	20	66,7
المجموع	30	100

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على برنامج spss.

توضح نتائج الجدول أن ما تفوق نسبته 60% من المؤسسات تتواصل مع كافة الأطراف الناشطة ضمن المجال السياحي. حيث يعتبر هذا التواصل ضروريا لتبادل المنافع والخبرات بين مختلف المؤسسات والهيئات بهدف تنمية وتطوير القطاع السياحي على مستوى ولاية المدية وعلى المستوى الوطني.

خلاصة

تضمن هذا الفصل الدراسة الميدانية التي هدفت إلى الوقوف على مدى مساهمة المقاولاتية السياحية ممثلة في المديرية السياحية لولاية المدية، دار الصناعات التقليدية والحرف، والوكالات السياحية المتواجدة في ولاية المدية، والتي يتوزع جلها في عاصمة الولاية في تنشيط السياحة في المنطقة، وذلك من خلال الاعتماد على أداة الاستبيان لجمع المعلومات وتحليلها من خلال استخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) لمعالجة النتائج. ولقد تم التوصل إلى ردود إيجابية حول سعي المؤسسات المقاولاتية على تنشيط السياحة في الولاية، إذ يرى 73.3% من العينة إن مشاريعهم السياحية تعتمد على برامج للتعريف بأهم المعالم السياحية لولاية المدية والمتمثلة في المواقع الأثرية كالآثار الرومانية بمنطقة الرابيدوم والآشير والمناطق الطبيعية كبحيرة الضاية وغابات الحمدانية. كما أظهرت ردودهم وعيهم الكبير بنسبة تفوق 90% على أهمية المشاركة في التظاهرات الوطنية وحتى الدولية للتعريف بالمقومات السياحية للولاية، بالإضافة إلى أن ما نسبتهم 86.7% يعملون على وضع خطط مستقبلية من شأنها تطوير السياحة في الولاية، كما أنهم لا يواجهون صعوبات في تطبيق أفكار جديدة والتواصل مع الزبائن والاستماع لنصائحهم وتوجيهاتهم بما يؤدي إلى تلبية احتياجاتهم ويدعم السياحة في المنطقة.

خاتمة

من خلال الدراسة تم التطرق إلى دور المقاولاتية في تطوير النشاط السياحي في الجزائر. وهذا بصدد معرفة الدور الكبير للمؤسسات المقاولاتية سواءا كانت صغيرة، متوسطة أو كبيرة في التنشيط السياحي في المناطق الداخلية للجزائر، وذلك باختيار مديرية السياحة لولاية المدية من أجل الدراسة الميدانية باعتبارها ممثلة للقطاع السياحي للمنطقة التي تزخر بمقومات سياحية كبيرة إلى جانب الموروث الديني والتاريخي لها. بالإضافة إلى سعي الدولة إلى التنمية المحلية لكافة القطاعات بمختلف المناطق الداخلية بما فيها ولاية المدية.

وللإلمام بجوانب الموضوع تناولنا ثلاثة فصول، حيث تطرقنا في الفصل الأول إلى السياحة وسبل تفعيل الاستثمار السياحي في الجزائر من خلال ثلاث مباحث (المبحث الأول: أساسيات السياحة، والمبحث الثاني: واقع السياحة في الجزائر، المبحث الثالث: لاستثمار السياحي في الجزائر وسبل تفعيله) وبالنسبة للفصل الثاني تم فيه عرض المقاولاتية السياحية في الجزائر: بمبحثين (المبحث الأول: المرجعية النظرية للمقاولاتية والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، المبحث الثاني: أجهزة دعم و مرافقة المقاولاتية)، أما الفصل الثالث فتمثل في الدراسة الميدانية حالة مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية المدية، والمؤسسات الفندقية والوكالات السياحية التي تنشط تحت اشرافها. حيث استخدمنا أداة الاستبيان لجمع البيانات واستخدام برنامج الحزم الإحصائية الاجتماعية ل(SPSS) قصد معالجتها وتحليلها.

لقد استطعنا الخروج بعدة نتائج من خلال دراستنا لهذا الموضوع، منها ما يتعلق بنتائج اختبار الفرضيات، ومنها ما يتعلق بالجانب النظري والتطبيقي.

أولا: نتائج اختبار الفرضيات

– **اثبات صحة الفرضية الأولى،** تتمتع الجزائر بمجموعة من المقومات السياحية على رأسها الشاطئية، الصحراوية والحموية على الترتيب، وهذا حسب احصائيات وزارة السياحة والصناعة التقليدية.

– **اثبات صحة الفرضية الثانية،** حيث تساهم المقاولاتية في تحقيق التنمية الاقتصادية وهذا حسب العديد من الدراسات والابحاث التي تناولت هذا الموضوع.

– **عدم اثبات صحة الفرضية الثالثة،** حيث لا يقتصر نشاط المؤسسات المقاولاتية السياحية في ولاية المدية على المشاركة في المعارض الدولية والوطنية للتعريف بالمقومات السياحية للمنطقة، بالرغم من أن الردود كانت إيجابية ومتوافقة بنسبة 90%، بل اعتمادهم كذلك ولو بنسبة أقل 86.6% على برامج للتعريف بأهم المعالم

السياحية لولاية المدية والمتمثلة في المواقع الأثرية كالآثار الرومانية بمنطقة الرابيدوم والآشير والمناطق الطبيعية كبحيرة الضاية وغابات الحمدانية.

– **عدم اثبات صحة الفرضية الرابعة،** إذ تعد العوامل الشخصية للمقاول المتمثلة في الدوافع الذاتية، الابتكار، والتخطيط والاتصال من العناصر الأساسية التي تساهم في التنشيط السياحي للولاية. حيث كان متوسط ردودهم الايجابية حول هذه العوامل يقدر ب70%.

ثانيا: نتائج الدراسة النظرية والتطبيقية

– توجه الجزائر إلى استغلال الإمكانيات الطبيعية التي تزخر بها من أجل جعلها وجهة سياحية مهمة للأجانب من خلال سن مجموعة من القوانين التي تحفز الاستثمار السياحي آخرها المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030.

– تحاول الجزائر من خلال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030 على تحقيق عدة مكاسب اقتصادية (زيادة العملة الصعبة، تحسين ميزان المدفوعات، الأثر الإيجابي على القطاعات المنتجة)، مكاسب اجتماعية من خلال زيادة التشغيل والتهيئة الجهوية والتنمية المحلية.

– قيام الجزائر بتشجيع وتسهيل انشاء المشاريع للتنمية السياحية من خلال استحداث عدة هيئات دعم ومرافقة للمقاولاتية أهمها الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية (ANADE)، الصندوق الوطني لضمان القروض (CNAC)، الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر (ANGEM) والصندوق الوطني لدعم وضمان القروض (FGAR).

– كل أجهزة دعم ومرافقة المشاريع بالجزائر لا تولي الأهمية المطلوبة للمؤسسات التي تنشط في قطاع السياحة ويعود ذلك أساسا: طبيعة القطاع الذي ينتمي إليه نشاط السياحة ألا وهو الخدمات الذي يتميز بحساسية شديدة للظروف المحيطة، مما يخلق مخاطرة كبيرة في إنشاء المؤسسات فيه واستمراريتها. طبيعة نشاط المؤسسات السياحية الموسمي في الجزائر يجعل تلك الهيئات والأجهزة تحجم عن دعم هذه المؤسسات. ضعف تنافسية القطاع السياحي. بالإضافة إلى ميل المقاولين الجزائريين عموما إلى المشاريع التي تتطلب مجهودا تسويقيا أقل وابتعادهم عن المشاريع السياحية.

– المشاريع السياحية تستقطب فئة الذكور أكثر مقارنة بالإناث، حيث بلغت نسبة الذكور 60% بينما كانت نسبة الإناث 40%. وبالتالي فإن نسبة الاناث ضعيفة مقارنة بنسبة الذكور في إقامة الوكالات السياحية، ويرجع ذلك إلى أن هذا النوع من المشاريع يستقطب فئة الذكور أكثر من الاناث، من حيث أن العمل المقاولاتي

يستلزم حضور دائم وتواجد مستمر في مكان العمل، كثرة السفريات الى الخارج والرحلات السياحية مما يتطلب المبيت في الخارج وهو ما لا يتلاءم مع طبيعة المرأة والبيئة الاجتماعية المحافظة في ولاية المدية.

– أن الفئة العمرية الأكثر تواجدا بين أفراد العينة هي فئة من 40 إلى 50 سنة حيث بلغت نسبتهم 53,4% تلتها فئة من 30 إلى 40 سنة بنسبة 23,3%، بعدها فئة من 19 إلى 30 سنة بنسبة 13,3% بينما حلت في الأخير فئة من 50 إلى 60 سنة وبنسبة 10% . ويرجع ذلك إلى أن الفئة المسيطرة هم من الفئة الذي يمتلكون خبرة طويلة في هذا النوع من المشاريع، تليها فئة الشباب هي الأكثر سيطرة على تسيير المشاريع السياحية، باعتبار ان هذه الفئة تميل إلى حب المغامرة والمخاطرة أكثر من الفئات الأخرى، هذه الأخيرة التي كلما تقدم السن تميل أكثر إلى حب الاستقرار. بالإضافة إلى مختلف التسهيلات التي قدمتها الدولة في إطار انشاء الوكالات السياحية حسب المرسوم التنفيذي رقم 17-161 المؤرخ في 15 ماي 2017، بالإضافة إلى مختلف أشكال الدعم المقدمة لفئة الشباب لتشجيعهم على انشاء مشاريعهم.

– أغلبية أفراد الدراسة هم من فئة الجامعيين بنسبة 66,7% تلتها فئة أصحاب الدراسات العليا بنسبة 20%، ثم فئة أصحاب المستوى الثانوي بنسبة 10%، بينما أصحاب المستويات الأخرى بلغت نسبتهم 3,3%. وهذا يفسر أن القائمين على المشاريع السياحية هم من ذوي المؤهلات والكفاءات العلمية، ويرجع ذلك إلى طبيعة هذا النوع من المشاريع الذي يتطلب الالمام بمختلف الأمور الإدارية والقانونية للتسيير، بالإضافة إلى المهارات التسويقية وإجادة اللغات الأجنبية خاصة بالنسبة للوكالات التي تنشط مع الخارج. والشكل الموالي يوضح ذلك.

– نسبه 40% من أفراد الدراسة قاموا بتمويل مشاريعهم عن طريق مصادر أخرى غير مقترحة والتي انحصر أغلبها في الأملاك العمومية للدولة والمتمثلة في مديرية السياحة ودار الصناعات التقليدية والحرف، في حين أن نسبة 26,7% اختاروا تمويل مشاريعهم من أموالهم الخاصة، كما اتجه آخرون وبنسبة 20% إلى اللجوء للقروض البنكية في تكوين رأس مال مؤسساتهم، بينما كانت المؤسسات ذات الطابع التضامني (العائلي) والمدعمة من طرف الدولة الأقل حضورا بنسبة 6,7% لكل منهما. وهذه النتائج تعكس حقيقة ما سلف ذكره أن معظم مشاريع القطاع السياحي للولاية تابعة للهيئات العمومية. إلا أن مع ذلك نجد أن النسبة الباقية التي اعتمدت على أموالها الخاصة تكون قد عملت على جمع الأموال اللازمة لانشاء هذا النوع من المشاريع وهو ما يبين الروح المقاولاتية لدى هؤلاء ورغبتهم في الاعتماد على النفس والاستقلالية المالية كما أن هذا النوع من المشاريع لا يتطلب أموالا كثيرة خاصة التي تركز على السياحة الداخلية. اما بالنسبة لنسبة المقترضين يبين أن هناك قدرة على

الحصول على قروض بنكية خاصة إذا تم اللجوء إليها عن طريق هيئات دعم المقاولاتية. أما النسبة الباقية فيرجع ضعفها إلى نقص الوعي التضامني والوعي بالامكانيات الكبيرة والتسهيلات الضريبية التي توفرها الدولة للمقاولين الذي يسعون لانشاء هذا النوع من المشاريع.

– المؤسسات السياحية بولاية المدية تنقسم إلى نوعين متساويين حسب الحجم، مؤسسات ذات حجم صغير ومؤسسات متوسطة بنسبة 50% لكل منها. حيث تمثلت المؤسسات الصغيرة في الوكالات السياحية وفي مجال الحرف والصناعات التقليدية، في حين تمثلت المؤسسات المتوسطة في مديرية السياحة والفنادق. والشكل التالي يفسر النتائج.

ثالثا: الاقتراحات

– ضرورة نشر الثقافة المقاولاتية وترسيخ الروح المقاولاتية لدى الافراد؛

– التعريف على نطاق واسع بالهيئات والبرامج والتسهيلات التي توفرها الدولة لأصحاب المشاريع أو حاملي الأفكار.

– قيام هيئات دعم المقاولاتية إلى توجيه حاملي الأفكار نحو المشاريع التي تهدف إلى تحقيق التنمية المحلية وعلى رأسها السياحة.

– حماية البيئة الطبيعية وتنمية مواردها من خلال التنسيق مع الجهات المعنية للحفاظ على الموروث الحضاري لما تشكله الطبيعة من أهمية باعتبارها أحد عناصر البيئة.

– اشراك جميع المعنيين في العمل على دعم وتطوير التشريعات القانونية واللوائح التنظمية والارشادية بما يسمح بالنهوض بالقطاع السياحي في الولاية.

– العمل على أقامه مدارس فندقية، وتهيئة البنى التحتية والمرافق العمومية.

– ضرورة استغلال المناطق الطبيعية السياحية المهملة كحديقة الغابات في تيبحرين وبن شكاوو والضاية وتزويدها بمختلف المرافق الضرورية.

رابعا: آفاق البحث

نقترح بعض المواضيع كآفاق للدراسة لمن يهمه البحث في هذا المجال، وهي كالتالي:

– دور المقاولاتية السياحية في تحقيق التنمية المحلية؛

– معوقات المقاولاتية السياحية الداخلية في الجزائر؛

- عوامل نجاح المقاولاتية السياحية في الجزائر.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

أولا: الكتب

- جلال بدر خضرة ومصطفى يوسف كافي، (2017)، السياحة الريفية، الطبعة الأولى، ألفا للوثائق.
- مصطفى يوسف كافي (2018)، مدخل إلى صناعة السياحة والتنمية الريفية، بدون طبعة.
- مصطفى يوسف كافي، (2017)، مدخل إلى علم السياحة، الطبعة الأولى، ألفا للوثائق، قسنطينة، الجزائر.
- نائل موسى محمود سرحان. (2011)، مبادئ السياحة، دون طبعة، عمان، دار غيداء للنشر والتوزيع.

ثانياً: الرسائل العلمية

1- الدكتوراه:

- بعيطيش شعبان، (2015). أثر التسويق بالغلاقات في تحقيق الميزة التنافسية، للمؤسسة الصناعية الجزائرية، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في علوم التسيير، جاعمة مُحَّد بوضياف، المسيلة، ص 186.
- الجودي مُحَّد علي، 2015، نحو تطوير المقاولاتية من خلال التعليم المقاولاتي، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة بسكرة، الجزائر.
- حنان جودي، 2017، استراتيجية تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كخيارات لتدارك الفجوة الاستراتيجية والاندماج في الاقتصاد التنافسي، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، في علوم التسيير، جامعة بسكرة، الجزائر.
- ريم يونسي (2020) المعوقات التنظيمية للمقاولاتية السياحية، مذكرة لنيل شهادة دكتوراه في علم الاجتماع وتنظيم العمل، جامعة باتنة، الجزائر.
- زير ريان، (2018)، مساهمة التسويق السياحي في تطوير السياحة في الوطن العربي، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث (LMD)، في العلوم التجارية، جامعة بسكرة، بسكرة، الجزائر.
- سكوم سفيان، 2018، إسهام السياحة الساحلية والداخلية في تنمية الإقليم الشمالي الغربي بالجزائر، أطروحة للحصول على شهادة الدكتوراه في العلوم، تخصص: الجغرافيا والتهيئة الاقليمية، جامعة وهران.
- عوينات عبد القادر، (2013)، السياحة في الجزائر، الامكانيات والمعوقات (2000- 2025)، فظل الاستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحة، SDAT2025، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر 03.
- قراقي أمينة، 2017، كفاءات أصحاب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في حكومة الشركات، جامعة تلمسان، الجزائر.

2- الماجستير:

- إيمان العلمي، 2013، واقع التسويق السياحي في الجزائر وآفاق تطويره، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، جامعة أم البواقي، الجزائر، ص 04.
- دباح نادية، 2012، دراسة واقع المقاولاتية في الجزائر وآفاقها (2009/2000)، مذكرة لنيل شهادة الماجيستير في علوم التسيير، تخصص إدارة الأعمال، جامعة الجزائر 3.
- سماعيني نسيبة، 2014، دور السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجيستر في إدارة الأعمال، جامعة وهران الجزائر.

3- الماستر:

- بن ساحة نسيمة، 2020، معوقات التوجه المقاولاتي للطلبة الجامعيين، مذكرة لنيل شهادة الماستر في إدارة الأعمال، جامعة أم البواقي، الجزائر.
- بوبريت ثنينة، 2019، دور المقاولاتية في التنويع الاقتصادي الجزائري، 2010-2018، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم السياسية والعلاقات الدولية في إدارة الموارد البشرية، جامعة تيزي وزو، الجزائر.
- بوعلام أحمد 2017/ 2018، المقاولاتية ودورها في قطاع السياحة في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة ماستر أكادمي في العلوم الاقتصادية، جامعة مستغانم- الجزائر.
- جريب صابرين، 2019، الاستثمار السياحي ودوره في التنمية المستدامة في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، قانون خاص قانون أعمال، جامعة مُحَّد خيضر، بسكرة.
- خياري ميرة، 2013، دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تحقيق التنمية الاقتصادية، مذكرة لنيل شهادة الماستر، جامعة أم البواقي، الجزائر.
- سعيدي توفيق، لعويجي مبروك، (2017)، واقع التسويق السياحي في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماستر أكاديمي في العلوم التجارية، جامعة المسيلة، الجزائر.
- طيبي مُحَّد أمين (2016)، الضوابط القانونية للاستثمار السياحي، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون اقتصادي، جامعة سعيدة، الجزائر.
- عباس طارق (2015)، الاستثمار السياحي والتنمية المستدامة، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، قانون أعمال، جامعة تيزي وزو، الجزائر.

- عومري سالم وبايوسف عبد القادر، 2018،، المرافقة المقاولاتية ودورها في إنشاء وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة لنيل شهادة الماستر أكاديمي، تخصص إدارة الأعمال، جامعة أحمد دراية، أدرار، الجزائر.
- فركوس حمزة (2017)، دور تطبيقات الوسائط المتعددة في تفعيل الاتصال السياحي، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، جامعة قالمة.
- فضيلة خمسي، آمنة جزايز، 2018، دور أجهزة الدعم في تمويل وإنشاء المشاريع المقاولاتية في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، جامعة مُحَّد بوضياف بالمسيلة.
- موساوي وردة، محاضرات المقاولاتية، موجهة لطلبة الماستر في العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية (2022)، وعلوم التسيير، جامعة المدية.
- مولود قواسمية (2020)، دور التدريب السياحي في تحسين أداء المؤسسات السياحية، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تسويق فندقي وسياحي، جامعة قالمة، الجزائر.

4- ليسانس:

- أخزرون أمال، بارة سعيدة، (2014)، دور السياحة في تحقيق التنمية المستدامة، مذكرة لنيل شهادة ليسانس في علوم التسيير، جامعة المدية.

ثالثاً: المقالات

- بلغربي ابتسام، راتول مُحَّد، 2021، دور الوكالات السياحية في تسويق الخدمات السياحية في الجزائر الديوان الوطني للسياحة كنموذج، المجلة الأورومتوسطية لاقتصاديات السياحة والفندقية ISSN :2661-7943، العدد 03، السنة 2021.
- بوفاس الشريف، بن خديجة منصف، 2014، ترقية تسويق المنتوج السياحي في الجزائر، الواقع والتحديات، الملتقى الوطني حول المقاولاتية وتفعيل التسويق في الجزائر، 22-23 أفريل، جامعى سوق أهراس.
- حجاب عيسى وبوسدرة فوزي، بوخرص عبد الحفيظ، 2019، دور آلية ضمان القروض في دعم وإنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، Hosting by copernicus International Index, www.revue-isg.com.
- د طويطي مصطفى، د وعيل ميلود، (2014). مطبوعة جامعية موسوعة بـ: أساليب تصميم و إعداد الدراسات الميدانية منظور إحصائي " معتمد من طرف المجلس العلمي بكلية العلوم الاقتصادية و االتجارية و علوم التسيير،

جامعة البويرة، بتاريخ 30 جوان متوفر على الرابط :

http://dspace.univ.buira.dz/8080/jspui/handle/123456789/3327

- دولي سعاد، لعلمي فاطمة، استراتجية التنمية السياحية في الجزائر، استنادا للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (2030)، جامعة بشار.
- رياض تومي، أهمية الفكر المقولاتي والمقاولاتية، الملتقى الدولي الثاني حول المقاولاتية ودورها في تطوير القطاع السياحي يومي 24-25 أكتوبر 2020، جامعة قالمة.
- سعيداني رشيد، 2017، أهمية الاستثمار السياحي في التنمية الاقتصادية، مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد الثالث، العدد 02، جامعة الجيلالي بونعامة، خميس مليانة، الجزائر.
- شاهد إلياس، دفرور عبد النعيم، الاستثمار السياحي في الجزائر بين الإطار القانوني والمؤسساتي، مجلة التنمية والاستشراف للبحوث والدراسات، المجلد 01: العدد 01، ديسمبر 2016.
- شاوي شافية، 2016، المقاولاتية ودورها في تفعيل حركية القطاع السياحي في الجزائر، حوليات جامعة قالمة للعلوم الاجتماعية والانسانية، العدد 14، مارس 2016.
- صالح سعيد، عدلي هالة، دور الاستثمارات في تحقيق التنمية السياحية المستدامة، مجلة البحوث والدراسات التجارية، ISSN2572-0066، العدد الرابع سبتمبر 2018، كلية العلوم الاقتصادية- التجارية، وعلوم التسيير، جامعة خنشلة.
- صورية شيني والسعيد بن لخضر، 2019، تنمية السياحة الجزائرية وفق مبادئ استدامة، مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة، جامعة المسيلة، الجزائر.
- علي عباس عبد الجليل، الاستثمار السياحي في ظل برامج الانعاش الاقتصادي في الجزائر، طالب سنة ثانية دكتوراه بالمدرسة الوطنية العليا للعلوم السياسية وأستاذ بقسم العلوم الانسانية، بجامعة حسيبة بن بوعلي، شلف.
- عمر قاضي، وعلي سماي، مداخلة تحت عنوان بعث جهاز الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية كآلية لدعم المقاولاتية بالجزائر، الملتقى الوطني حول تفعيل آليات تموين المؤسسات المصغرة والنائشة في الجزائر بتاريخ 27 جانفي 2021.
- عميروش فتحي، الإيطار القانوني للاستثمار في ظل الأمر 16-09، المجلة الجزائرية، للعلوم القانونية، السياسية والاقتصادية، المجلد 57، العدد 02، سنة 2020.

- عونيات عبد القادر، 2019، تسويق خدمات السياحة الجزائرية في ظل لستراتيجية المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2030، مجلة الاقتصاد الجديد، المجلد 10، العدد 02.
- مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد السادس، آيت عيسى، جامعة تيارت، الجزائر، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر آفاق وقيود.
- منصوري رقية، عنوان المداخلة "تفعيل المقاولاتية في القطاع السياحي بالجزائر: التحديات والفرص جامعة مُحَّد خيضر بسكرة.
- منصوري زين، واقع وآفاق سياسة الاستثمار في الجزائر، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة سلف.
- نوفل بعلول، سماح طلحي (2020)، مساهمة القطاع السياحي الجزائري في التنمية الاقتصادية والاجتماعية خلال الفترة (2000-2017) مع الاشارة لآفاق 2027، مجلة جديدة الاقتصاد 7341-112: ISSN، المجلد 15، العدد 1، 2020، جامعة أم البواقي الجزائر.
- يوفاس الشريف، خديجة منصف، ترقية تسويق المنتوج السياحي في الجزائر، الملتقى الوطني الأول حول: المقاولاتية وتفعيل التسويق السياحي في الجزائر 22- 23 أفريل 2014، جامعة سوق أهراس.

رابعا: القوانين

- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، العدد 74، الصادر في 13 نوفمبر 2002.
- المرسوم التنفيذي رقم 96-296 المؤرخ في 08 سبتمبر 1996 المتضمن إنشاء الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب، الجريدة الرسمية الجزائرية، العدد52 المؤرخة في11 سبتمبر 1996.
- القانون رقم 17-02 مؤرخ في 17 جانفي 2017، المتضمن القانون التوجيهي لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الجريدة الرسمية الجزائرية العدد 02، الصادر في 11 جانفي 2017.
- القانون رقم 17-02 مؤرخ في 10 جانفي 2017 المتضمن القانون التوجيهي لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الجريدة الرسمية الجزائرية العدد 02، الصادر في 11 جانفي 2017.

خامساً: المراجع باللغة الأجنبية

- Avora,R&Sood, S,k (2007).Entrepreneurial Development. New Delhi : kalyani Publis hers.

- Busenitz.l.w.&Barney.j.B.(1997) Differemces between entrepreneurs and managers in large organization:" Biares and heuristics in strategic-making.journal of busimess venturing. 12(1),9-30.
- Dollinger, m (2003), entrepreneurs hip, strategies and resources " 3rd.ed.. prentice hall.
- Dorf, R.C. and byers, H. T (2008). "technologyventures, From Ideas to enterprise". 2 nd ed, McGraw Hill.
- Hisrich. R.Dand M.P.Peters (1998) Entre preneurship.4 th edn. New, York, Ivwin/ Mc Graw- Hill.
- Kao, r.w.(1991).somE THouGHTs on ENTREPRENEU RSHIP E DUCA TION.
- Komar kouva. I, Gagliardi, conrads, J & collado, A. (2015).entrepreneurs hip. Competence : an overview of existing concepts, policies and initiatives a « final report (no.JRC96531).joint research centre (seville site).
- Manuel Edurdo, (2009), Entreneurship, Munich personal RePEe Archive.
- Parker. S.c.(2011).intraprenrs hip or entreneurs hip ?. Journal of business venturing, 26(1).
- Phillips, N& Tracey, p (2007). The Distinctive challenge of educating social entrepreneurs: apostscript and rejoinder to the sperial issue on entrepreneurship education. Academy of management learining & education, 6(2), 264-271

- Shaw, EOloug hlin, A.& MCFAdzean, E ,(2005), corporate entre preneurship and innovation part 2: a role- and process- based approach, European Journal of Innovation Manegement.

قائمة الملاحق

الملاحق:

الملحق رقم 01: الإستبيان

جامعة يحي فارس المدية

كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

تخصص إدارة أعمال

استبيان

سيدي / سيدتي

تحية طيبة وبعد:

بهدف إكمال بحث علمي تحت عنوان **دور المقاولاتية في تطوير النشاط السياحي على مستوى ولاية المدية** – نضع بين أيديكم هذا الاستبيان طالبين من حضرتكم التكرم بالإجابة بوضع علامة (X)، على الأسئلة المطروحة قصد جمع المعلومات الخاصة بموضوع بحثنا، علما أن هذه المعلومات ستعامل بسرية تامة و لغرض البحث العلمي.

أشكركم شكرا جزيلا على مساهمتكم الجادة بالإجابة على العبارات المرفقة وبصراحة.

من إعداد الطالب (ة):
زروال الهام

تحت إشراف الأستاذة:
د/ موساوي وردة

السنة الجامعية: 2022/2021

1. **نوع المؤسسة السياحية:**

مديرية السياحة: ☐ دار الصناعات التقليدية والحرف ☐

وكالة سياحية ☐ فندق ☐

أخرى ☐

2. **الجنس:**

ذكر ☐ أنثى ☐

3. **السن:**

من 19 إلى 30 سنة ☐ من 30 إلى 40 ☐

من 40 إلى 50 ☐ من 50 إلى 60 ☐

4. **الحالة العائلية:**

أعزب ☐ متزوج ☐

مطلق ☐ أرمل ☐

5. **المستوى التعليمي**

ثانوي ☐ جامعي ☐

دراسات عليا ☐ أخرى ☐

6. **الوظيفة الشاغرة**

صاحب المؤسسة ☐ مدير ☐

نائب المدير ☐ رئيس مصلحة ☐

رئيس قسم ☐ أخرى ☐

7. **مصدر تمويل المشروع**

قرض بنكي ☐ دعم من الدولة ☐

تمويل ذاتي ☐ عائلي أو الاصدقاء ☐

أخرى:.....

سنة بدء النشاط:.....

8. **نوع المؤسسة:**

صغيرة جدا ☐ صغيرة ☐ متوسطة ☐

9. **من أين جاءت فكرة انشاء مؤسستك:**

رغبة من الصغر ☐ اقتراح العائلة ☐

من الأصدقاء ☐ موروث عائلي ☐

أخرى:.....

10. **هل أنت على علم بأهم القوانين التي تحكم النشاط السياحي؟**

نعم ☐ لا ☐

11.هل واجهت صعوبات عند انشاء مشروعك السياحي؟

نعم ☐ **لا** ☐

إن كانت نعم حدد نوعها:.....

.....

12.هل تقوم المؤسسة ببرمجة برامج سياحية تبين المعالم السياحية لولاية المدية؟

نعم ☐ لا ☐

إن كانت الإجابة بنعم حدد أهم المعالم:

.....

إن كانت الإجابة بلا ما السبب من وراء ذلك:.....

13.هل تشارك المؤسسة في المعارض الوطنية والولائية للتعريف بالخدمات السياحية التي تقدمها؟

نعم ☐ **لا** ☐

14.هل تقوم باستقدام سياح أجانب إلى الولاية؟

نعم ☐ لا ☐

15.هل تقوم المؤسسة بابتكار برامج مميزة لمنافسة البرامج المتداولة لدى المؤسسات المنافسة؟

نعم ☐ لا ☐

إن كانت نعم، كيف ذلك:.....

.....

إن كانت الإجابة لا، كيف ذلك:.....

.....

16.هل هناك خطط مستقبلية من طرف المؤسسة لتنشيط السياحة في الولاية؟

نعم ☐ **لا** ☐

إن كانت الإجابة بنعم، فيما تتمثل:.....

17.هل تقدم المؤسسة عروضا خاصة في المناسبات الدينية والوطنية والعطل؟

نعم ☐ لا ☐

إن كانت الإجابة بنعم، فيما تتمثل تلك العروض:.....

.....

18.هل تجد صعوبة في ترجمة الأفكار المبتكرة إلى برامج سياحية؟

نعم ☐ لا ☐

19.هل تعتبر نفسك مبدع وغير تقليدي في عملك؟

نعم ☐ لا ☐

20.هل تقوم بتقليد البرامج الرائجة لدى المؤسسات الأخرى؟

نعم ☐ لا ☐

21.هل تطبق أفكار سياحية جديدة وحتى وإن كان هناك احتمال ولو ضئيل بالفشل؟

نعم ☐ لا ☐

22.هل تفضل العمل الصعب الذي يحتاج إلى تحدي؟

نعم ☐ لا ☐

23.هل تفضل البرامج السياحية الأكثر سهولة ووضوح؟

نعم ☐ لا ☐

24.هل تأخذ المؤسسة باقتراحات الزبائن عند اعدادها لبرامجها؟

نعم ☐ لا ☐

25.ما هي أهم الجوانب التي تركز على توفيرها للزبائن؟

تنوع البرامج ☐ جودة الخدمة ☐ الأسعار التنافسية ☐

26.ما هي وسائل الاتصال المعتمدة لاستقطاب الزبائن؟

الإعلان والاشهار ☐ علاقات شخصية ☐ أخرى ☐

27.كيف يعبر الزبائن عن انشغالاتهم؟

شفويا ☐ إلكترونيا ☐ كتابيا ☐

28.أثناء اعلان المؤسسة عن برامجها، هل تعتمد على:

الاشهار الصادق للخدمات المقدمة ☐ الاشهار المغري والمستقطب للزبائن ☐

29.ما هي اطراف القطاع السياحي التي تتواصل معها المؤسسة؟

وكالات سياحية ☐ مديرية السياحة ☐ الفنادق ☐

مؤسسات النقل ☐

أخرى:.....

نشكركم على حسن تعاونكم

الملحق رقم 02: مخرجات برنامج spss

ثبات الاستبيان:

Statistiques de fiabilité	
Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,679	22

البيانات الشخصية:

الجنس					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	ذكر	18	60,0	60,0	60,0
	أنثى	12	40,0	40,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

السن					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	من 19-30 سنة	4	13,3	13,3	13,3
	من 30-40 سنة	7	23,3	23,3	36,7
	من 40-50 سنة	16	53,3	53,3	90,0
	من 50-60 سنة	3	10,0	10,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

الحالة العائلية					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	أعزب	11	36,7	36,7	36,7
	متزوج	19	63,3	63,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

المستوى التعليمي					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	ثانوي	3	10,0	10,0	10,0
	جامعي	20	66,7	66,7	76,7
	دراسات عليا	6	20,0	20,0	96,7
	أخرى	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

الوظيفة الشاغرة					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	صاحب المؤسسة	8	26,7	26,7	26,7
	مدير	4	13,3	13,3	40,0
	رئيس مصلحة	3	10,0	10,0	50,0
	أخرى	15	50,0	50,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

إنشاء المؤسسة:

نوع المؤسسة السياحية					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	مديرية السياحة	13	43,3	43,3	43,3
	دار الصناعات التقليدية والحرف	4	13,3	13,3	56,7
	وكالة سياحية	6	20,0	20,0	76,7
	فندق	7	23,3	23,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

مصدر تمويل المشروع					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	قرض بنكي	6	20,0	20,0	20,0
	دعم من الدولة	2	6,7	6,7	26,7
	تمويل ذاتي	8	26,7	26,7	53,3
	عائلي أو الأصدقاء	2	6,7	6,7	60,0
	أخرى	12	40,0	40,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

مصدر أخر للتمويل					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide		23	76,7	76,7	76,7
	أملاك الدولة	7	23,3	23,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

سنة بدء النشاط					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	2001	1	3,3	9,1	9,1
	2007	2	6,7	18,2	27,3
	2010	2	6,7	18,2	45,5
	2011	1	3,3	9,1	54,5
	2012	1	3,3	9,1	63,6
	2015	2	6,7	18,2	81,8
	2016	1	3,3	9,1	90,9
	2017	1	3,3	9,1	100,0
	Total	11	36,7	100,0	
Manquant	Système	19	63,3		
Total		30	100,0		

نوع المؤسسة					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	صغيرة	15	50,0	50,0	50,0
	متوسطة	15	50,0	50,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

من أين جاءت فكرة إنشاء المؤسسة					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	رغبة من الصغر	11	36,7	36,7	36,7
	اقتراح العائلة	3	10,0	10,0	46,7
	من الأصدقاء	4	13,3	13,3	60,0
	موروث عائلي	1	3,3	3,3	63,3
	أخرى	11	36,7	36,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

أفكار أخرى لإنشاء المؤسسة					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide		23	76,7	76,7	76,7
	عمومية مؤسسة	7	23,3	23,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

هل أنت على علم بأهم القوانين التي تحكم النشاط السياحي					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	29	96,7	96,7	96,7
	لا	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

هل واجهت صعوبات عند إنشاء مشروعك السياحي					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	15	50,0	50,0	50,0
	لا	15	50,0	50,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

نوع الصعوبات					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide		17	56,7	56,7	56,7
	التسويق	3	10,0	10,0	66,7
	المنافسة	2	6,7	6,7	73,3
	تمويل+تسيير+تسويق	2	6,7	6,7	80,0
	رأس المال	5	16,7	16,7	96,7
	رخصة بناء	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

البرامج:

هل تقوم المؤسسة ببرمجة برامج سياحية تبين المعالم السياحية لولاية المدية					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	22	73,3	73,3	73,3
	لا	8	26,7	26,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

أهم المعالم السياحية لولاية المدية					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide		10	33,3	33,3	33,3
	طبيعية وأثرية	16	53,3	53,3	86,7
	معالم أثرية	4	13,3	13,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

أهم أسباب عدم البرمجة					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide		29	96,7	96,7	96,7
	مؤسسة إيواء	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

هل تشارك المؤسسة في المعارض الوطنية والولائية للتعريف بالخدمات السياحية التي تقدمها					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	28	93,3	93,3	93,3
	لا	2	6,7	6,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

هل تقوم المؤسسة باستقدام سياح أجانب إلى الولاية					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	25	83,3	83,3	83,3
	لا	5	16,7	16,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

هل تقوم المؤسسة بابتكار برامج مميزة لمنافسة البرامج المتداولة لدى المؤسسات المنافسة					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	26	86,7	86,7	86,7
	لا	4	13,3	13,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

أهم برامج المنافسة					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide		12	40,0	40,0	40,0
	التكنولوجيا	2	6,7	6,7	46,7
	الجودة وتقييم الخدمات	4	13,3	13,3	60,0
	الدعاية	1	3,3	3,3	63,3
	تخفيض الأسعار	1	3,3	3,3	66,7
	تصدير الصناعة التقليدية	1	3,3	3,3	70,0
	رحلات	8	26,7	26,7	96,7
	عروض-خدمات-اتفاقيات	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

هل هناك خطط مستقبلية من طرف المؤسسة لتنشيط السياحة في الولاية					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	26	86,7	86,7	86,7
	لا	4	13,3	13,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

أهم الخطط المستقبلية					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide		11	36,7	36,7	36,7
	الترويج	5	16,7	16,7	53,3
	توسيع النشاط	6	20,0	20,0	73,3
	سياحة تاريخية	4	13,3	13,3	86,7
	سياحة ثقافية	1	3,3	3,3	90,0
	معارض سياحية	3	10,0	10,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

هل تقدم المؤسسة عروضا خاصة في المناسبات الدينية والوطنية والعطل					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	24	80,0	80,0	80,0
	لا	6	20,0	20,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

أهم العروض المقدمة من طرف المؤسسة					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide		10	33,3	33,3	33,3
	الحفلات	3	10,0	10,0	43,3
	تخفيضات	5	16,7	16,7	60,0
	رحلات	7	23,3	23,3	83,3
	معارض للصناعة التقليدية	1	3,3	3,3	86,7
	معارض	4	13,3	13,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

هل تجد صعوبة في ترجمة الأفكار المبتكرة إلى برامج سياحية					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	12	40,0	40,0	40,0
	لا	18	60,0	60,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

هل تعتبر نفسك مبدعا وغير تقليدي في عملك					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	25	83,3	83,3	83,3
	لا	5	16,7	16,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

هل تقوم بتقليد البرامج الرائجة لدى المؤسسات الأخرى					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	14	46,7	46,7	46,7
	لا	16	53,3	53,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

هل تطبيق أفكار سياحية جديدة وحتى إن كان هناك احتمال ولو قليل بالفشل					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	24	80,0	80,0	80,0
	لا	6	20,0	20,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

هل تفضل العمل الصعب الذي يحتاج إلى تحدي					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	23	76,7	76,7	76,7
	لا	7	23,3	23,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

هل تفضل البرامج السياحية الأكثر سهولة ووضوح					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	23	76,7	76,7	76,7
	لا	7	23,3	23,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

التواصل:

هل تأخذ المؤسسة باقتراحات الزبائن عند إعداد برامجها					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	28	93,3	93,3	93,3
	لا	2	6,7	6,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

ما هي أهم الجوانب التي تركز على توفيرها للزبائن					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	البرامج تنوع	6	20,0	20,0	20,0
	الخدمة جودة	8	26,7	26,7	46,7
	التنافسية الأسعار	7	23,3	23,3	70,0
	الكل	9	30,0	30,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

ما هي وسائل الاتصال المعتمدة لاستقطاب الزبائن					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	الإعلان والإشهار	13	43,3	43,3	43,3
	علاقات شخصية	2	6,7	6,7	50,0
	أخرى	2	6,7	6,7	56,7
	الكل	13	43,3	43,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

كيف يعبر الزبائن عن انشغالاتهم					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	شفويا	5	16,7	16,7	16,7
	إلكترونيا	6	20,0	20,0	36,7
	كتابيا	5	16,7	16,7	53,3
	الكل	14	46,7	46,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

أثناء إعلان المؤسسة عن برامجها هل تعتمد على					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	الإشهار الصادق للخدمات المقدمة	26	86,7	86,7	86,7
	الإشهار المغري والمستقطب للزبائن	2	6,7	6,7	93,3
	الكل	2	6,7	6,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

ما هي أطراف القطاع السياحي التي تتواصل معها المؤسسة					
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	وكالات سياحية	4	13,3	13,3	13,3
	مديرية السياحية	3	10,0	10,0	23,3
	الفنادق	1	3,3	3,3	26,7
	مؤسسات النقل	2	6,7	6,7	33,3
	الكل	20	66,7	66,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	