الجمهوريـــة الجزائريـــة الديمقراطيـــة الشعبيـــة

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسييروالعلوم المالية والمحاسبة

قسم العلوم الإقتصادية

مذكـرة تخـرج مقدمـة لنيل شهادة ماستر أكاديمـــي

الشعبة : علوم اقتصاديه التخصص : تحليل اقتصادي واستشراف

العنوان:

المقاولاتية و دورها في تطوير قطاع السياحة في الجزائر

دراسة حالة ولايـــة غليزان

مقدمـة من طرف الطالب: تحت إشـراف الأستـاذ:

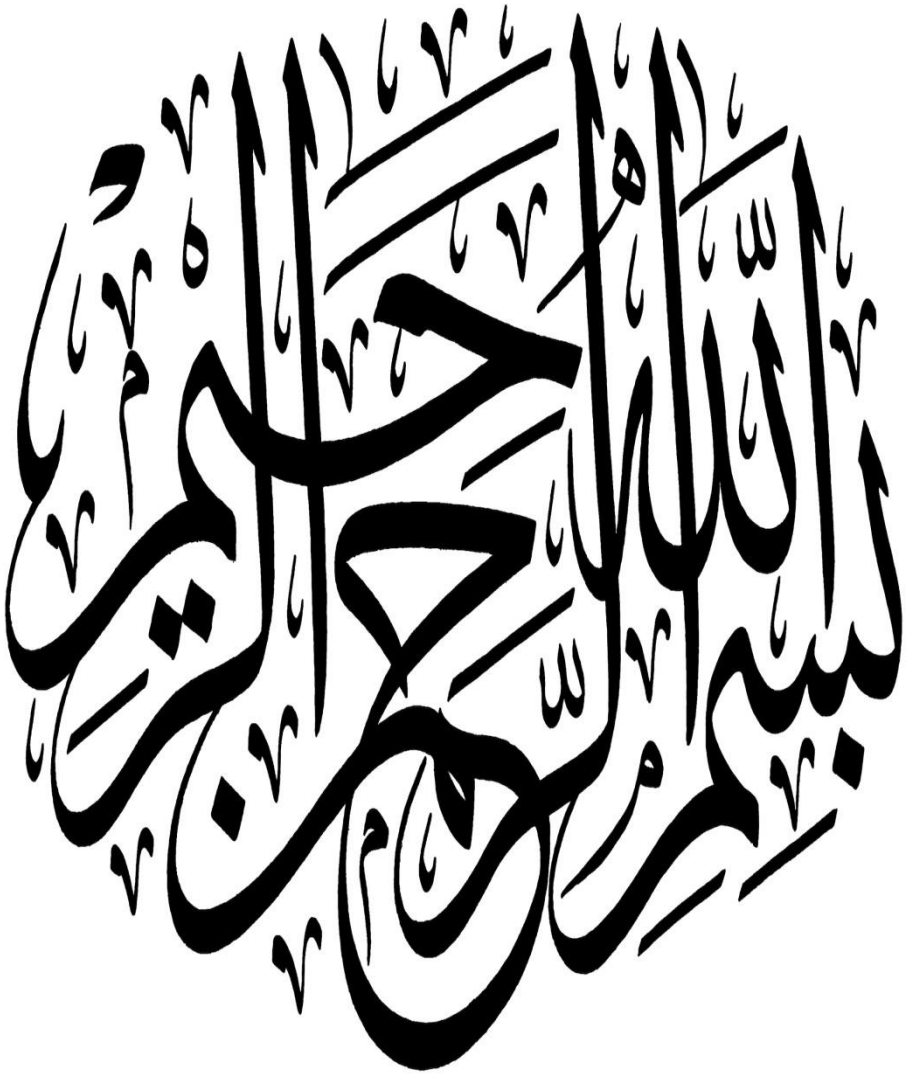
بوعلام احمد خليفة الحاج

نوقشت بتاريخ: 2018/06/24

أمام أعضـــاء لجنـــة المنـــاقـشـــة:

الصفة	الاسم واللقب	الرتبـــة	عـن جـــامعـــة
رئيـسًا	أ. أمعـارفيـــة الطيـــب	أستـــاذ مساعد	جـــامعة مستغـــانم
مقـررًا	د. خليـــفـــة الحـــاج	أستـــاذ محاضر	جـــامعة مستغـــانم
مناقشًا	أ. قبايلي الحاجـة	أستـــاذة مساعدة	جـــامعة مستغـــانم

السنة الجـــامعيـــة: 2018/2017


بسم الله الرحمن الرحيم

شكر و عرفان:

بعد الحمد لله تعالى كما ينبغي لجلال وجهه و عظيم سلطانه الذي ألهمني الطموح و الصبر و سدد خطاي، بأن منى علي بإتمام هذه الدراسة و منَ علي بفضله و نعمه التي لا أحصيها، و الصلاة و السلام على سيدنا محمد وعلى اله و صحبه و جميع الأنبياء و المرسلين أما بعد:

يطيب لي بعد شكر الله عز وجل، أن أتقدم بالشكر الجزيل والعرفان إلى أستاذتي " خليفة الحاج " لتفضله بالإشراف على هذا البحث، وتوجيهاته السديدة التي كانت لها أكبر أثر في إنجاز هذا البحث و إخراجه على أكمل وجه.و لا يفوتني أن أتقدم بالشكر الموصول إلى كل الأساتذة بمعهد العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، سائلة أن يجعله الله في ميزان حسناتهم.

الإهداء:

إلى التي كانت دعواتها ستارا يحميني، إلى التي سهرت الليالي ووقفت إلى جانبي، إلى التي قاسمتني أفراحي وأحزاني، إلى التي جعل الله الجنة تحت أقدامها، إلى أغلى امرأة في الدنيا: "أمي الغالية" حفظها الله.

إلى الذي كان سببا في وجودي إلى الذي رعاني وتعب لأجلي في الحياة، إلى الذي علمني أن المرء موجودا إذ وجدت فيه حسن الخلق والطاعة، إلى الذي أوصاني بالعلم، إلى أغلى رجل في الدنيا: "أبي العزيز" حفظه الله ورعاه.

إلى الذين كانوا عونا في الحياة وساعدوني خالاتي حفظهم الله.

إلى كل الأهل والأقارب الذين وسعتهم ذاكرتي ولم تسعهم مذكرتي.

إلى كل طلبة المعهد خاصة طلبة الماستر تخصص تحليل

اقتصادي واستشراف

الفهرس:

العنوان	الصفحة
البسملة	IV
الشكر	IV
الإهداء	IV
الفهرس	IV
قائمة الجداول	IV
قائمة الأشكال البيانية	IV
المقدمة العامة	أ
الفصل الأول: المقاولاتية و المشاريع الإستثمارية في قطاع السياحة	
تمهيد	2
المبحث الأول: الأسس النظرية للمقاولاتية	
المطلب الأول:ماهية المقاولاتية	
أولا: مفهوم المقاولاتية	3
ثانيا: خصائص المقاولاتية	4
ثالثا: أهمية المقاولاتية	5
المطلب الثاني: ماهية المقاول	
أولا: مفهوم المقاول	6
ثانيا: الدوافع الشخصية للمقاول	7
ثالثا: خصائص المقاول (سمات المقاول)	8
المطلب الثالث: مراحل إنشاء المشروعات الصغيرة و دورها في التنمية الإقتصادية	
أولا: استراتيجيات المقاولاتية	12
ثانيا: دور المشروعات الصغيرة في التنمية الإقتصادية	12
المبحث الثاني: المشاريع الإستثمارية و المؤسسات الصغيرة و المتوسطة	
المطلب الأول: مفاهيم متعلقة بالمشروع الإستثماري	
أولا: مفهوم المشروع الإستثماري	13
ثانيا: خصائص المشاريع الإستثمارية	14

ثالثا: أنواع المشاريع الإستثمارية	14
المطلب الثاني: ماهية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة	
أولا: مفهوم المؤسسات الصغيرة و المتوسطة	15
ثانيا:خصائص المؤسسات الصغيرة و المتوسطة	16
ثالثا: أنواع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة	17
المطلب الثالث: مصادر تمويل المشروعات الصغيرة و الأهمية الإقتصادية و الإجتماعية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة	
أولا: مصادر تمويل المشروعات الصغيرة	21
ثانيا: الأهمية الإقتصادية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة	21
ثالثا: الأهمية الإجتماعية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة	22
المبحث الثالث: مخططات و إحصائيات توزيع المشاريع الإستثمارية في القطاع السياحي في الجزائر	
المطلب الأول: النهوض بالقطاع السياحي وآليات تدعيمه	
أولا: الخطط المستقبلية للنهوض بالقطاع السياحي لآفاق2013	23
ثانيا:الآليات المتخذة لتشجيع الاستثمارات السياحية في الجزائر خلال الفترة (1995- 2015)	24
ثالثا: التحديات التي تواجه قطاع السياحة في الجزائر	25
المطلب الثاني: إحصائيات توزيع المشاريع الإستثمارية في قطاع السياحة في الجزائر	
أولا: توزيع المشاريع الإستثمارية	27
ثانيا: إحصائيات وزارة السياحة الجزائرية	28
ثالثا: نصيب الجزائر من السياحة العالمية	29
المطلب الثالث: مخطط جودة السياحة الجزائرية	
أولا: مضمون مخطط الجودة	30
ثانيا: أهداف مخطط جودة السياحة الجزائرية	30
خاتمة الفصل الأول	31
الفصل الثاني: السياحة و سبل تشجيع الإستثمار السياحي في الجزائر	
تمهيد	33
المبحث الأول: عموميات حول السياحة	
المطلب الأول: ماهية السياحة	

أولا: تاريخ نشأة السياحة	34
ثانيا: مفهوم السياحة والسائح	35
ثالثا: خصائص السياحة	37
المطلب الثاني: أنواع السياحة، أركانها وأشكالها	
أولا: أنواع السياحة	37
ثانيا: أركان السياحة	39
ثالثا: أشكال السياحة	40
المطلب الثالث: الأهمية الإقتصادية والإجتماعية للسياحة ومعوقاتها	
أولا: الأهمية الإقتصادية للسياحة	41
ثانيا: الأهمية الإجتماعية للسياحة	42
ثالثا: معوقات السياحة	42
المبحث الثاني: المقومات السياحية للجزائر ودورها في تحقيق التنمية السياحية	
المطلب الأول: أسس القطاع السياحي في الجزائر	
أولا: المقومات الطبيعية للجزائر	43
ثانيا: المقومات التاريخية والأثرية للجزائر	44
ثالثا: المناطق السياحية في الجزائر	45
المطلب الثاني: التنمية السياحية	
أولا: مفهوم التنمية السياحية	45
ثانيا: محددات التنمية السياحية	46
ثالثا: أهداف التنمية السياحية	47
المطلب الثالث: الإستثمار السياحي وشروط تطوير السياحة	
أولا: مفهوم الإستثمار السياحي	48
ثانيا: آثار الإستثمار السياحي	48
ثالثا: الشروط الأساسية لتطوير السياحة كصناعة	49
المبحث الثالث: واقع الإستثمار السياحي في الجزائر وسبل تشجيعه	
المطلب الأول: وضعية السياحة في الجزائر	
أولا: الوضعية الإقتصادية للسياحة في الجزائر	50

ثانيا: مكانة التمويل السياحي في مخططات التنمية وما بعدها	51
ثالثا: معوقات ونقائص الصناعة السياحية في الجزائر	52
المطلب الثاني: سبل تشجيع و دعم الإستثمار السياحي في الجزائر	
أولا: التدابير المعتمدة لتشجيع الإستثمار السياحي في الجزائر	53
ثانيا: مصادر تمويل المشاريع السياحية	58
ثالثا: المؤسسات المالية الداعمة للسياحة في الجزائر	59
المطلب الثالث: مخطط التهيئة السياحية في آفاق 2025 في الجزائر	
أولا: أهداف مخطط التهيئة السياحية في آفاق 2025	59
ثانيا: ديناميكيات التهيئة الإقليمية	59
ثالثا: الأقطاب السياحية السبعة (07) وفق مخطط التنمية.	59
خلاصة الفصل الثاني	61
الفصل الثالث: دراسة ميدانية حالة مدينة غليزان	
تمهيد	63
المبحث الأول: الإمكانيات والمقاصد السياحية لولاية غليزان	
المطلب الأول:تقديم الولاية	
أولا: الموقع الجغرافي والتقسيم الإداري لولاية غليزان	64
ثالثا: الموارد الطبيعة لولاية غليزان	64
المطلب الثاني:المعالم التاريخية، المواقع السياحية ومناطق التوسع السياحي للولاية	
أولا: المعالم التاريخية لولاية غليزان	66
ثانيا: المواقع السياحية بالولاية	66
ثالثا: مناطق التوسع السياحي	69
المطلب الثالث: قطاع السياحة بولاية غليزان	
أولا: الموارد السياحية للولاية	70
ثانيا: السياحة والإقتصاد المحلي	70
ثالثا: أسباب التنمية السياحية	71
المبحث الثاني: الإستثمار السياحي في ولاية غليزان	
المطلب الأول:مديرية السياحة لولاية غليزان	

أولا: نبذة عن مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية غليزان	73
ثانيا: مهام مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية غليزان	73
ثالثا: الهيكل التنظيمي لمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية غليزان	77
المطلب الثاني: حصيلة الإستثمار السياحي لولاية غليزان من فترة (2000 – 2016)	
أولا: المؤسسات السياحية المتواجدة في الولاية	77
ثانيا: تطور الفنادق في الولاية خلال الفترة الممتدة من (2000 – 2016)	81
ثالثا: تطور الوكالات السياحية في الولاية خلال الفترة الممتدة من (2000 – 2016)	86
المطلب الثالث: وضعية عمليات الإستثمار خلال سنة 2015	
أولا: التقييم الإجمالي لمشاريع الإستثمار السياحي لولاية غليزان	89
ثانيا: مواقع التوسع السياحي والسياحة الحموية	90
ثالثا: المؤسسات الفندقية والسياحية حسب الطابع القانوني لسنة 2015	92
المبحث الثالث: التحليل الإحصائي لبيانات الإستبيان	
المطلب الأول: الأدوات والأساليب المستخدمة في جمع المعلومات وتحليلها	
أولا: وصف نموذج الدراسة	92
ثانيا: أدوات جمع المعلومات	93
ثالثا: وصف محتوى استمارة الاستبيان	93
المطلب الثاني: دراسة العينة	
أولا: دراسة المعلومات الشخصية الخاصة بالمقاول	94
ثانيا دراسة المعلومات العامة عن المشروع	97
ثالثا. دراسة العينة من حيث الجانب التمويلي	98
المطلب الثالث: دراسة وتحليل فكرة تجسيد المشروع ونظرة المقاول في هذا القطاع	
أولا: دراسة العينة من حيث فكرة تجسيد المشروع	99
ثانيا: دراسة وجهة نظر أصحاب الوكالات السياحية في قطاع السياحة في الجزائر	106
ثالثا: اختبار صحة الفرضيات	111
خلاصة الفصل الثالث	112
الخاتمة	114
قائمة المراجع	117

الملاحق	125
الملخص	

قائمة الأشكال البيانية:

رقم الشكل	العنوان	الصفحة
(1-2)	مخطط يوضح أركان السياحة	40
(1-3)	خريطة ولاية غليزان	65
(2-3)	الهيكل التنظيمي لمديرية السياحة و الصناعة التقليدية بغليزان	77
(3-3)	يوضح تطور عدد الفنادق من سنة (2000-2016)	82
(4-3)	يوضح تطور عدد عمال الفنادق من سنة (2000-2016)	83
(5-3)	يوضح تطور عدد أسرة الفنادق من سنة (2000-2016)	83
(6-3)	يوضح تطور عدد السياح الجزائريين والأجانب من سنة (2000-2016)	84
(7-3)	يوضح تطور عدد ليالي الجزائريين والأجانب	85
(8-3)	يوضح تطور عدد الوكالات السياحية من سنة (2000-2016)	87
(9-3)	يوضح تطور عدد عمال الوكالات السياحية من سنة (2000-2016)	88
(10-3)	يوضح عدد السياح الجزائريين والأجانب المستفيدين من خدمات الوكالات السياحية	89
(11-3)	مخطط يوضح المحاور الأساسية للإستبيان	94
(12-3)	يوضح توزيع العينة من حيث الجنس	95
(13-3)	يوضح توزيع العينة من حيث هرم الأعمار	96
(14-3)	يوضح المستوى التعليمي والتكوين للعينة	96
(15-3)	يوضح توزيع العينة من حيث الشكل القانوني للمؤسسة	97
(16-3)	يوضح مصدر تمويل المشروع	98
(17-3)	يوضح نسبة تمويل المشروع	99
(18-3)	يوضح أسباب إنشاء المشروع	100
(19-3)	يوضح نوع المرافقة التي يخضع لها المشروع	101
(20-3)	يوضح صعوبات إنشاء المشروع	103
(21-3)	يوضح الإستشارة والتوجيه المقدم للمؤسسة المصغرة	103

(3-22)	يوضح الإمتيازات الجبائية المقدمة للمقاول	104
(3-23)	يوضح مدة إنشاء المشروع والموافقة عليه	104
(3-24)	يوضح خدمات مديرية السياحة للوكالات	105
(3-25)	يوضح سبب فشل بعض المؤسسات المصغرة	106
(3-26)	يوضح تقييم قطاع السياحة في الجزائر	107
(3-27)	يوضح خدمات المنشآت السياحية الداخلية	108
(3-28)	يوضح دور الإعلام السياحي في تنشيط حركة السياحة	109
(3-29)	يوضح تطور قطاع السياحة في الجزائر	110

قائمة الجداول:

رقم الجدول	العنوان	الصفحة
(1-1)	أنواع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب البنك الدولي	15
(1-2)	عدد المشاريع الإستثمارية في قطاع السياحة ومناصب الشغل التي تخلقها	28
(1-3)	عدد المشاريع الإستثمارية المنجزة الأجنبية في قطاع السياحة ومناصب الشغل التي تخلقها.	28
(2-1)	المواقع التراثية في الجزائر	44
(3-1)	الحضيرة الفندقية المتواجدة عبر الولاية	78
(3-2)	قائمة الوكالات السياحية المتواجدة على مستوى إقليم ولاية غليزان	79
(3-3)	دور الشباب بالولاية	80
(3-4)	الدواوين والجمعيات السياحية المتواجدة بالولاية	80
(3-5)	تطور الفنادق في الولاية من سنة (2000 – 2016)	81
(3-6)	تطور الوكالات السياحية من سنة (2000 – 2016)	86
(3-7)	مناطق التوسع السياحي	91
(3-8)	السياحة الحموية	91
(3-9)	الحضيرة الفندقية حسب الطابع القانوني	92
(3-10)	التوزيع الجغرافي للعينة المدروسة	93
(3-11)	توزيع العينة من حيث هرم الأعمار	95
(3-12)	أسباب إنشاء المؤسسة المصغرة	99
(3-13)	نوع المرافقة التي خضع لها المشروع	101
(3-14)	صعوبات إنشاء المشروع	102
(3-15)	تقييم السياحة في الجزائر	107
(3-16)	خدمات المنشآت السياحية	108
(3-17)	دور الإعلام السياحي في تنشيط حركة السياحة	109
(3-18)	تطور قطاع السياحة في الجزائر	110

شهدت الساحة الإقتصادية سلسلة من التغيرات والتحولات التي اتسمت باهتمام مختلف الباحثين والإقتصاديين، وكذا دول العالم بمجال المقاولاتية الذي أصبح يلعب دور مهم في النشاط الإقتصادي، الأمر الذي جعله من أفضل وسائل الإنعاش الإقتصادي، نظرا لسهولة تكيفه ومرونته التي تجعله قادرا على الجمع بين التنمية الإقتصادية وتوفير مناصب الشغل فضلا عن إمكانية قدرته على الإبتكاروالإبداع والتجديدوتطوير منتجات جديدة. لذا كان لزاما على الدول خاصة النامية منها العمل على زيادة فعالية المقاولاتية وتذليل كافة الصعوبات التي تواجهها.

وبالنظر لما سبق فقد عملت العديد من الدول على إنشاء هيئات وأساليب من شأنها دعم ومرافقة المقاولاتية وإنشاء المؤسسات وتبني برامج لرعايتها وضمان البيئة المناسبة لاستمرار هذه المؤسسات من خلال الدعم والمرافقة التي تقدمها في السنوات الأولى من إنشائها وبداية نموها الذي يعد أمرا ضروريا.

فالبرغم من أن الجزائر تمتلك وتتمتع بمؤهلات سياحية مهمة ترتكز أساسا على التنويع الكبير في عوامل الجذب السياحية، استطاعت السلطات العمومية تبني مجموعة من الإستثمارات التي دعمت هذا القطاع فأصبحت له العديد من الهياكل القاعدية، أهمها مجموعة من الفنادق والمحطات الحموية بالإضافة إلى تهيئة الشواطئ والعديد من المناطق الترفيهية الذي جلب العديد من السواح الأجانب إلا أن الجهود المبذولة تبقى متأخرة بعض الشيء بالنظر إلى المؤهلات التي تملكها الجزائر. وهذا لما تشهده من نقائص ومشكلات والتي تبدأ من ثقافة المجتمع السياحية والتي تنتهي عند المفهوم العميق لسياحة كصناعة واستثمار واستراتيجية بإمكانها أن تساهم بفعالية في تحقيق التنمية.

ولدراسة هذا الموضوع وإبراز الإرتباط بين المقاولاتيةوالقطاع السياحي قمنا بصياغة السؤال التالي:

كيف يمكن تنمية القطاع السياحي من منظور المقاولاتية؟

ولتحليل هذه الإشكالية ودراستها بطريقة معمقة قمنا بطرح الإشكاليات الفرعية التالية:

- ما آثار التنمية السياحية على هذا القطاع ؟
- هل يوجد علاقة بين المقاولاتيةوقطاع السياحة في الجزائر ؟
- هل تدعم المقاولاتية القطاع السياحي وتساهم في تطويره ؟

أ. فرضيات الدراسة:

- سياسات تطوير السياحة الجزائرية لا زالت غير كافية للإرتقاء بأداء القطاع السياحي مما يتطلب رفع التحديات لبلوغ الأهداف المسيطرة؛
- لترقية وتطوير قطاع السياحة يجب اتخاذ استراتيجيات فعالة تساهم في تحقيق التنمية السياحية؛

- تقديم الدعم للمقاولين الجدد له دور في تفعيل وتطوير قطاع السياحة في الجزائر.

ب. مبررات اختيار الموضوع:

✓ **الأسباب الموضوعية:**

- معرفة تأثير المقاولاتيةوالمشاريع الجديدة على تنمية القطاع السياحي الجزائري الذي يحقق الوصول إلى التنمية الإقتصادية؛
- كون الدراسة من أهم وأبرز المواضيع الجديدة وقلة وجود دراسات سابقة في هذا الموضوع؛
- إغناء المكتبة العلمية بمختلف التطورات التي حدثت في المقاولاتيةوالسياحة، لكي يتمكن مختلف الباحثين الإستفادة من هذه الدراسة بشكل سهل وبسيط مما يوفر الجهد؛
- موضوع المقاولاتية من بين المواضيع الجديرة بالإهتمام.

✓ **الأسباب الذاتية:**

أما بالنسبة للأسباب الذاتية فتمثلت في:

- الميل إلى البحوث التي تغطي الموضوعات المتعلقة بالمقاولاتيةوالسياحة؛
- الإهتمام الحالي بهذا النوع من المشاريع التي تعتبر من التسهيلات المقدمة للشباب.

ج. أهداف الدراسة:

نسعى من خلال هذه الدراسة إلى الوصول إلى عدد من الأهداف التي يمكن توضيحها من خلال ما يلي:

- التعرف على طرق دعم المقاولاتية لقطاع السياحة؛
- التعرف على واقع السياحة في الجزائر عامة وولاية غليزان خاصة؛
- الوقوف على أهم النتائج التي تحققهاالمقاولاتية للنهوض بهذا القطاع

د. أهمية الدراسة:

تبرز أهمةاختيار هذا الموضوع في:

- إبراز دور المقاولاتية في دفع عجلة التنمية لقطاع السياحة؛
- إقامة العديد من الملتقيات والدورات العلمية والإتفاقيات حول المقاولاتية؛
- الإهتمام الحالي للسياسة الإقتصادية في الجزائر بهذا النوع من الإستثمارات والتي أسفرت علة إنشاء العديد من الهياكل والقوانين الخاصة بترقية هذا القطاع، ولعل أبرزها الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب Ansej؛

- الدور الذي تلعبه الإستثمارات الخاصة في النهوض بقطاع السياحة ومعرفة مدى نجاعتها في ترقية السياحة في الجزائر.

هـ. حدود الدراسة:

- ✓ **الحدود المكانية:** تمت الدراسة على مستوى مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية غليزان والوكالات السياحية المتواجدة بالولاية؛
- ✓ أما **الحدود الزمانية:** قمنا بدراسة تطور القطاع السياحي من خلال الفترة الممتدة من سنة 2000 إلى سنة 2016.

و. منهج الدراسة:

بالنظر إلى الموضوع محل الدراسة وبالإجابة على الإشكاليات المطروحة وإثبات صحة الفرضيات المتبناة، اخترنا المنهج الوصفي والمنهج التحليلي فيما يخص المفاهيم العامة التي تشكل مدخلا للدراسة، والمنهج الإحصائي التحليلي فيما يخص باقي أجزاء البحث، وذلك بالإعتماد على الإستبيانوالزيارات الميدانية المتكررة (مديرية السياحة).

ي. الدراسات السابقة:

-شقرون محمد، دور المقاولاتية في ترقية المشاريع الصغيرة المنتجة "دراسة ميدانية للوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب لولاية بلعباس"، مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير في العلوم التجارية تخصص الإبداع والمقاولاتية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2015/2014؛

- عوينان عبد القادر، السياحة في الجزائر الإمكانيات والمعوقات (2025-2000) في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2025، أطروحة دكتوراه في العلوم الإقتصادية تخصص نقود ومالية، جامعة الجزائر 03، الجزائر العاصمة، 2013/2012؛

- حميدة بوعمشة، دور القطاع السياحي في تمويل الإقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة – دراسة حالة الجزائر- ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في إطار مدرسة الدكتوراه في العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير تخصص اقتصاد دولي والتنمية المستدامة،ن جامعة فرحات عباس، سطيف، 2012/2011؛

- بهاز الجيلالي، مساهمة القطاع السياحي في تحقيق التنمية المستدامة، مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات شهادة الماجستير فرع العلوم الإقتصادية تخصص اقتصار وتسيير البيئة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2008/01/23؛

- عبد القادر شلالي، عبد القدر عوينات، الواقع السياحي في الجزائر، وواقع النهوض به في آفاق 2025، الملتقى العلمي الوطني حول: "السياحة في الجزائر واقع وآفاق"، جامعة آكلي منحند أولحاج، البويرة، يومي 11 و12 ماي 2010؛

- الملتقى العلمي الدولي حول: السياحة في الجزائر بين الواقع والمأمول نحو الإستفادة من التجارب الدولية الرائدة، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، يومي 09 و10 نوفمبر 2016.

ز.**تقسيمات الدراسة:**

تم تقسيم الدراسة إلى ثلاثة فصول حيث: **الفصل الأول**تحت عنوان المقاولاتيةوالمشاريع الإستثمارية في القطاع السياحي والذي تمحور حول الأسس النظرية للمقاولاتيةوالمقاول، المشاريع الإستثمارية، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، إضافة إلى إحصائيات توزيع المشاريع في هذا القطاع، ثم **الفصل الثاني** السياحة وسبل تشجيع الإستثمار السياحي حيث تطرقنا فيه إلى عموميات حول السياحة حيث تطرقنا فيه إلى عموميات حول السياحة، المقومات السياحية للجزائر ودورها في تحقيق التنمية السياحية وواقع الإستثمار السياحي في الجزائر وسبل تشجيعه وفي الأخير **الفصل الثالث** تمثل في الدراسة الميدانية حالة مدينة غليزان حيث خصص لدراسة الواقع السياحي في الولاية، تناولنا فيه الإمكانيات والمقاصد السياحية لولاية غليزان، الإستثمار السياحي وتطوره من خلال التعرض لإحصائيات تطور الفنادق والوكالات السياحية بالولاية وأهم المشاريع الإستثمارية في هذا القطاع بالولاية.

تمهيد:

أصبحت المقاولاتية في معظم دول العالم محورا أساسيا للتطور، و يتجلي الاهتمام المتزايد بها في قدرتها على الرفع من مستويات الإنتاج، وزيادة العائدات الناتجة عن نشاط المؤسسات الجديدة التي تم إنشائها. وما يؤكد هذا تزايد الملتقيات العلمية والمؤتمرات الدولية التي تعالج هذا الموضوع وكذا الإعانات والتسهيلات التي تمنحها الدولة لتشجيعها.

فالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة تعتبر من المشاريع المتميزة في تحقيق التنمية وكبديل للمؤسسات كبيرة الحجم، وذلك نظرا لسهولة القدرة في التحكم فيها على الرفع من الكفاءة الإنتاجية والتقليص من البطالة والرفع من مستوى المعيشة و كدا تلبية حاجيات المتعاملين الاقتصاديين رغم أن معظم هذه المؤسسات تتعرض للفشل في السنوات الأولى من إنشائها بسبب نقص المهارات الإدارية وضعف الموارد المالية...الخ.

وبانتشار ظاهرة المقاولاتية وفكرة إنشاء مؤسسة، أصبحت من المشاريع التي يلجأ إليها الكثير من الشباب دون أن ننسى دور السلطات الجزائرية واهتمامها بهذا النوع من المؤسسات، والدعم الذي تقدمه لها خصوصا رغبتها في النهوض بالقطاع السياحي، من خلال الإصلاحات، المخططات والمشاريع التي قامت بها في هذا القطاع من أجل الإعتماد عليه ومساعدتها في رفع اقتصادها وتحقيقها لتنمية.

وقد قسمنا الدراسة إلى ثلاثة مباحث وهي كالآتي:

- **المبحث الأول: الأسس النظرية للمقاولاتية؛**
- **المبحث الثاني: المشاريع الإستثمارية والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛**
- **المبحث الثالث: إحصائيات توزيع المشاريع الإستثمارية في القطاع السياحي في الجزائر.**

المبحث الأول: الأسس النظرية للمقاولاتية.

أصبحت المقاولاتية حقل من حقول البحث في العلوم نظرا لأهميتها ، ودورها في رفع اقتصاديات الدول. لذا سنتطرق في هذا المبحث إلى مفهومها ومفهوم المقاول ومراحل إنشاء هذه المؤسسات المصغرة ودورها في التنمية الإقتصادية بالإضافة إلى المصطلحات التي لها علاقة بها.

المطلب الأول: ماهية المقاولاتية

نهدف من خلال هذا المطلب إلى تحديد مفهوم المقاولاتية وخصائصها وأهميتها.

أولا: مفهوم المقاولاتية:

يعد مفهوم المقاولاتية مفهوما قديما استعمل لأول مرة في اللغة الفرنسية في بداية القرن السادس عشر، وقد تضمن المفهوم آنذاك معنى المخاطرة وتحمل الصعاب التي رافقت حملات الاكتشاف العسكرية، ودخل مفهوم المقاولاتية إلى النشاطات الاقتصادية في مطلع القرن الثامن عشر من قبل (Richard Cantillon) الذي وصف التاجر الذي يشتري سلعا بسعر محدد لبيعها في المستقبل بسعر لا يعرفه مسبقا بأنه مقاول، ويعود الفضل لأحد الصناعيين وهو (J.B.SAY) الذي رأى في المقاول مقدرة فائقة على الإدارة و هنا يشير إلى أن المشروعات لا يمكن أن تزدهر إلا في مجتمع تتوفر فيه روح المقاولة وحب العمل الحر، وتوجد مجموعة من رجال الأعمال أصحاب المواهب الإدارية الخاصة من ذوي الاستعداد للمخاطرة، وتبني الأفكار الجديدة، وفهم آليات التنافس في السوق.[1]

ولإدراك أهمية تطور المقاولاتية في القرن الحادي والعشرون، قام (Kuratko) سنة 2009 بوضع تعريف متكامل ذكر فيه العوامل الحاسمة اللازمة لهذه الظاهرة، إذ عرفها بأنها عملية ديناميكية للرؤية والتغيير والخلق (الابتكار) وتقتضي وجود طاقة وعاطفة نحو إنشاء و تنفيذ أفكار جديدة وحلول مبتكرة. والمكونات الأساسية تشمل الاستعداد لمواجهة المخاطر المحسوبة، ووضع فريق ناجح للمشروع، وكذلك حشد الموارد اللازمة، وبناء خطة عمل واضحة، وأخيرا وضع رؤية للتعرف على الفرصة التي يرى الآخرون فيها الفوضى والتناقض والإرتباك.[2]

فالمقاولاتية هي القدرة والرغبة في تنظيم وإدارة العمال ذات الصلة بها. حيث يعتبر المشروع المقاولي الأساس في بناء وتطوير منظمات الأعمال القادرة على المنافسة والدخول إلى ا لأسواق الخارجية.[1]

وتعددت التعاريف ذات العلاقة بمفهوم وطبيعة المقاولاتية في الآونة الأخيرة وبالرغم من وجود الكثير من التقارب فيما بينها من حيث المعنى العام والمحتوى، فقد جاءت بعض التعاريف على أن الريادة هي القدرة والرغبة في تنظيم وإدارة ا لأعمال ذات الصلة بها، بالإضافة إلى شمول مثل هذه التعريفات على بعض المفاهيم الجديدة مثل: الابتكار والقدرة على تحمل المخاطرة. فالمقاولاتية هي عملية إنشاء شيء جديد ذو قيمة،

---

[1]- حامد كريم الحدراوي، **الريادة كمدخل لمنظمات الأعمال المعاصرة في ظل تبني مفهوم رأس المال الفكري دراسة ميدانية في مستشفى بغداد الفكري**، جامعة الكوفة/كلية الإدارة و الاقتصاد، العراق، العدد السابع و العشرون، 2009، ص 95.

[2]- مزنة بنت عوض النفيعي، **واقع استراتيجيات الريادة في الجامعات السعودية: دراسة ميدانية على جامعة الملك سعود**، مجلة الإدارة العامة، معهد الإدارة العامة، العدد الرابع، أوت 2015، ص.ص 671- 672.

[1]- زايد مراد، **الريادة و الإبداع في المشروعات الصغيرة و المتوسطة**، في إطار الملتقى الدولي حول: المقاولاتية: التكوين و فرص العمال، جامعة محمد خيضر، بسكرة، أيام 08/07/06 أفريل 2010، ص 6.

وتخصيص الوقت والجهد والمال اللازم للمشروع، وتحمل المخاطر المصاحبة، واستقبال المكافئة الناتجة، إنها عملية ديناميكية لتأمين تراكم الثروة، وهذه الثروة تقدم عن طريق الأفراد الذين يتخذون المخاطر في رؤوس أموالهم، والالتزام بالتطبيق لكي يضيفوا قيمة إلى بعض المنتجات أو الخدمات. وهذه المنتجات أو الخدمات قد تكون أو لا تكون جديدة أو فريدة، و لكن يجب أن يضيف المقاول لها قيمة من خلال تخصيص الموارد والمهارات الضرورية.[2]

Schumpeter تحدث عن خلق القيمة، فهي تدرج هذا المفهوم كمبدأ أساسي للمقاولة، والذي يتحدث عن درجة الإبداع، أو القيمة المخلوقة عن طريق المنظمة وبدفع من الفرد، الذي يدخل في حركية التغيير على المستوى الشخصي. ونقول عن الوضع بأنه مقاولاتي مادام هنالك حركية في التغيير المتلازم بين الفرد ووسائل خلق القيمة.[3]

وقد عرف Burch سنة 1986 مصطلح المقاولاتية على أنه مجموعة أنشطة تقدم على الإهتمام، وتوفير الفرص، وتلبية الحاجات، والرغبات من خلال الإبداع وإنشاء المنشآت.

أما في سنة 1995 عرفه Dolling بأنه عملية خلق منظمة اقتصادية مبدعة من أجل تحقيق الربح أو النمو تحت ظروف المخاطرة وعدم التأكد.[4]

أما بالنسبة للمشرع الجزائري فقد عرف المقاولاتية بموجب المادة 549 من القانون المدني على أنها "عقد بمقتضاه أحد المتعاقدين أن يصنع شيئا أو يؤدي عملا مقابل أجر يتعهد به المتعاقد الأخر". كما قد عرف القانون الأساسي للحرفي المقاولاتية على أنها استخدام وسائل الإنتاج في منظمة دائمة أسست على نشأة مادية، فالعمل يعتبر تجاريا إذا كان يتم على شكل مشروع، وهو موضوع يعتمد على فكرتي التكرار و التنظيم.

إذن فالمقاولاتية هي الأفعال والعمليات الاجتماعية التي يقوم بها المقاول، لإنشاء مؤسسة جديدة، أو تطوير مؤسسة قائمة في إطار القانون السائد، من أجل إنشاء ثروة، من خلال الأخذ بالمبادرة، والتعرف على فرص الأعمال،ومتابعتها وتجسيدها في ارض الواقع.[1]

ثانيا: خصائص المقاولاتية:

تتسم وينبثق من تعريف المقاولاتية أن لها جملة من الخصائص تتمثل في النقاط التالية:[2]

- تتسم المقاولاتية بأنها عملية إنشاء أو خلق مؤسسة أو مشروع غير نمطي فهي تتميز بالإبداع وهو عامل جوهري ورهان نجاح المقاولاتية لما له من تأثير ايجابي وقدرة على فرض وخلق مكانة لمنتوجات جديدة أو منتوجات محسنة في السوق؛

---

[2]- فايز جمعة النجار، عبد الستار محمد العلي، **الريادة و إدارة الأعمال**، الطبعة الثانية، دار الحامد، عمان، الأردن، 2009، ص.ص 27– 28.

[3]- منيرة سلامي، **التوجه المقاولاتي للشباب في الجزائر - بين متطلبات الثقافة و ضرورة المرافقة - "تجربة وكالة الوساطة و الضبط العقاري و تجربة الحظيرة التكنولوجية بالجزائر"**،استراتيجيات التنظيم و مرافقة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر، الجزائر، يومي 19/18 أفريل 2012،ص 2.

[4]- وفاء بنت ناصر المبيريك، أحمد بن عبد الرحمن الشميمري، **مبادئ ريادة الأعمال لغير المتخصصين**، الطبعة الأولى، مكتبة الملك فهد الوطنية، السعودية، 2016، ص 10.

[1]- مصطفى طويطي، **استراتيجيات قطاع التشغيل في دعم المبادرات المقاولاتية**، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، جامعة أكلي محند أولحاج، البويرة، العدد السابع، 2015، ص 13.

[2]- شقرون محمد، **دور المقاولاتية في ترقية المشاريع الصغيرة المنتجة "دراسة ميدانية للوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب لولاية بلعباس"**، مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير في العلوم التجارية تخصص الإبداع و المقاولاتية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2015/2014، ص 6.

- يوجد قائد هو المقتول الذي يعتبر القوة المحركة؛
- في روح المقاولاتية يوجد نظرة أو فكرة لأفضل من الحالة الحاضرة؛
- ارتفاع نسبة المخاطرة في المقاولاتية لأنها تقدم منتوجات أو خدمات جديدة مرهونة إلى حد كبير بمدى نسبة قبولها في السوق؛
- تحتاج المقاولاتية من المقاول رسم وتطوير نظرة واستراتيجية لكي يحققها و يطبقها على أرض الواقع ويضمن نجاح مشروعه؛
- تتميز المقاولاتية بالفردية وروح المبادرة؛
- الإبداع يعتبر عامل مهم لنجاح المقاولاتية وقد يكون الإبداع التكنولوجي، طريقة جديدة في تقديم المنتج أو الخدمة أو التسويق أو التوزيع؛
- المقاولاتية هي مولد لنمو الإقتصادي فهي تساهم في تجديد وتنويع النسيج الصناعي والإقتصادي وتشجيع التطور التكنولوجي وهذا بفضل ما تخلقه من مشاريع متنوعة في مختلف الميادين الإقتصادية الإنتاجية كانت أو الخدماتية؛
- للمقاولاتية مهمة تتمثل في خلق الثروة والقيمة المضافة ورفع مستوى النمو وخلق مناصب عمل؛
- المقاولاتية هي نموذج تفعيل اقتصادي فهي تساهم في بعث حركية وانتعاش اقتصادي وهذا من خلال ما تقدمه من مشاريع جديدة؛
- المقاولاتية هي بديل أصبحت الدول تشجعه وتستعمله من أجل خلق مناصب شغل وزيادة نموها الإقتصادي وتنويع الاقتصاد.

ثالثا: أهمية المقاولاتية:[1]

تعتبر المقاولاتية مهمة في المجتمعات المعاصرة، لما تحدثه من آثار إيجابية تتمثل فيما يأتي:

1. إحداث التغيير والتحول، إذ يعتبر الإبداع من أهم الخصائص المميزة للمقاولاتية، خاصة وأن المنظمات المقاولاتية تعمل كوكيل لتغيير من خلال ممارسة الأنشطة المقاولاتية؛
2. إيجاد العديد من المشروعات التي تعتبر مهمة لتطوير الاقتصاد وتنميته؛
3. إيجاد فرص العمل ذات الأهمية على المدى الطويل من أجل تحقيق النمو الاقتصادي؛
4. زيادة الكفاءة من خلال زيادة التنافس، إذ أنّ دخول منافسين جدد يحفز الآخرين للإستجابة كفؤ وفعّال؛
5. إحداث التغيير في هيكل السوق والعمل من خلال تبني الإبداع التنظيمي والتكنولوجيا الحديثة؛
6. احتمالية إدخال ابتكار جذري يترك أثرا إيجابيا في الاقتصاد بشكل كامل نتيجة البدء بإنشاء الشركات الجديدة؛
7. التنوع الكبير في الجودة والنوعية، إذ أنّ المشروعات الجديدة تقدم أفكارا جديدة، وإبداعا اقتصاديا.

المطلب الثاني: ماهية المقاول

[1]- مزهر شعبان العاني، شوقي ناجي، حسين عليان، هيثم علي حجازي، **إدارة المشروعات الصغيرة "منظور ريادي تكنولوجي"**، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص.ص 28 – 29.

سنتطرق في هذا المطلب إلى مفهوم المقاول، دوافعه الشخصية إضافة إلى سمات المقاول الناجح.

أولا: مفهوم المقاول:

بشكل عام يمكن القول: أن مصطلح المقاول Entrepreneur يشير إلى الشخص الذي يمتلك القدرة على اكتشاف الفرصة وإدراكها، وتحمل المخاطرة، والعزم على البدء بالمشروع، وتأمين المصادر والإمكانات اللازمة وتشغيلها من أجل إضافة قيمة إلى المنتج أو الخدمة أو الطريقة والإجراءات، وإيجاد ما هو جديد ومميز، وبشكل يلي حاجات الزبائن ورغباتهم، وبحيث تكون النتيجة إما الحصول على الفوائد المعنوية والمادية ، أو التعرض للخسارة المعنوية والمادية.[1]

خلال القرنين السادس والسابع عشر، كان يعتبر المقاول الفرد الذي يتجه إلى أنشطة المضاربة، فالمصطلح لا يعبر بعد عن عمل الصناعي ولا على السوق ولا على التفاوض، بل عموما الشخص الذي يجري **عقد مع الملك** من أجل بناء مبنى عمومي أو الذي **يضمن التموين للجيش**.[2]

يعتبر R.Cantillon سنة 1730 أول من وضع مفهوما للمقاول، ثم جاء بعده جملة من الباحثين من المدرسة التقليدية الفرنسية أمثال Turgot سنة 1776 وبعدها J.B Say مابين 1803 - 1829 و Trade سنة 1890، وكذلك كان الموضوع محل اهتمام المدرسة النمساوية وتمثل ذلك في أعمال كل منKnight سنة 1921، وMiss ما بين 1949 – 1985 وSchumpeter سنة 1934، وكذلك كل من Kirzner سنة 1973، Baumol سنة 1968، Csson سنة 1982 ويمكن تلخيص أهم تعاريفهم فيما يلي:

أ. "Cantillon": المقاول هو صاحب رأس المال الذي يتحمل المخاطر الناجمة عن اللايقين بالبيئة؛

ب. D.MC Clelland : المقاول هو الشخص الذي يخوض مخاطر محسوبة؛

ج. Knight : المقاول هو الذي يتصرف على أساس توقعاته لتقلبات السوق، و يتحمل اللايقين في ديناميكية عمل السوق.

و هنا يتفق الباحثون على أن المقاول يقوم بإنشاء مؤسسة أين يعمل في ظل لا يقين البيئة بصفة عامة و تقلبات الأسواق بصفة خاصة، و بتحمل المخاطر الناجمة عن ذلك.[3]

كما ركز Schumpeter سنة 1928 على الجانب الإبتكاري للمقاول، الذي يعتبر جوهر المقاولاتية في الإدراك و استغلال الفرص الجديدة في مجال الأعمال من تركيبات جديدة للموارد، التي تمكن من تنفيذ و تحقيق الأفكار التي توضح أن المقاول يشارك بشكل كبير في التنمية الاقتصادية.[4]

و قد عرف كل من Don & Donald سنة 2001 المقاول بأنه ذلك الشخص الذي يستطيع تمييز الفرص و اغتنامها بينما الآخرين لا يستطيعون ذلك.[1]

---

[1]- مزهر شعبان العاني، شوقي ناجي، حسين عليان، هيثم علي حجازي، مرجع سبق ذكره، ص 26.

[2]– صندرة سايبي، **محاضرات في إنشاء المؤسسة**، جامعة قسنطينة 2 "عبد الحميد مهري"، قسنطينة، 2015/2014، ص 7.

[3]- الجودي محمد علي، **نحو تطوير المقاولاتية من خلال التعليم المقاولاتي "دراسة عينة من طلبة جامعة الجلفة"**، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015/2014، ص 21.

[4]- Sous La Direction De FRANÇOISE DANY, Cadres et entrepreneuriat « Mythes et Réalités », **Le gdr CADRES « CADRES, DYNAMIQUES, REPRESENTATIONS, ENTREPRISES, SOCIETES »**, Gdr n° 2334 E.M. Lyon, Ecully, 06 juin 2002, P 7.

إذن فالمقاول هو الشخص المجدد الذي يزاول التغيير في الأسواق من خلال تقديم منتج جديد، طريقة إنتاج جديدة و المساهمة أيضا حتى في فتح أسواق جديدة.

ثانيا: الدوافع الشخصية للمقاول:

تتمثل الدوافع الشخصية للمقاول في:[2]

- **تحقيق الشخصية:** L'accomplissement personnel

المقاول قبل أي دافع آخر يرغب في تحقيق الرغبة و التنمية الشخصية، و أن تكون أيضا لديه رغبة في تحقيق الطموحات التي قد تكون مرتبطة بالحاجة إلى الإنجاز مع الرغبة في خلق شيء جديد أو تطبيق المعرفة المكتسبة سابقا؛

- **الإستقلال الشخصي**: L'indépendance personnelle

من خلال انتقاله إلى مقاول وتحقيقه للتنمية الشخصية، يمكن فهم العديد من الحواس أولها أن يرتبط مفهوم المقاول الجيد بالشخص الذي يحدد المهام ويعتزم الإجتماع لتحقيق النتائج المتوقعة ومن بعض السمات الشخصية التي يمكن لأصحاب المشاريع الإتصاف بها ضمان الإستقلال الذي هو الشيء الأكثر من المرغوب فيه في العالم.

ثم يجب على صاحب المشروع أن تكون لديه القدرة على التصرف وفقا لأفكاره والمبادرات الخاصة، لكن هذا لا يمنعه من الهروب من الضغوط المفرطة في بعض الأحيان، وهذا مشابه لتحقيق الشخصية بالنظر إلى أن ينظر إلى تغيير الوضع باعتباره هربا من ظروف العمل القاسية للغاية؛

- **الدوافع الأسرية:** Les motivations d'ordre familial

إن ثقل التقاليد العائلية يزن بشكل كبير على الدوافع المعلنة، حيث يمكن أن تمارس البيئة الأسرية تأثيرا مزدوجا على أصحاب المشاريع الجديدة. فمن ناحية يمكن أن يشجع على تقليد الشباب لأحد أفراد العائلة (عادة ما يكون الأب) ذلك بإنشاء شركته الخاصة، فهناك العديد من الشركات العائلية، فهذه البيئة الأكثر مواتاة لإنشاء شركة خاصة، فالبيئة الأسرية تجمع بين صوره إيجابية عن المشاريع الخاصة ومن ناحية أخرى تولي وتوسيع الأعمال التجارية للعائلة في الكثير من الأحيان؛

- **الدوافع المالية:** Les motivations d'ordre financier

✓ **البديل عن البطالة:** L'alternative au chômage

قد يكون للإقالة دورا وأثارا، خصوصا إذا كان مرتبطا مع فرصة لرفع قضية في الواقع، فيوجد بعض الأشخاص يائسة لتجنب البقاء عاطلين عن العمل والمقاول يسمح لهم بالهروب من القيود البيئية؛

✓ **الحوافز المالية:** Les incitants financiers

---

[1]- هاشم فوزي العبادي، أزهار نعمة أبو غنيم، حامد كريم الحداوي، **الريادة الإستراتيجية و دورها في صياغة إستراتيجية التسويق الريادي في منظمات الأعمال**، مجلة القدسية للعلوم الإدارية و الاقتصادية، جامعة الكوفة، العراق، العدد الرابع، 2010، ص 17.

[2] - Didier Van Caillie, Claire Lambrecht, **L'entrepreneur, ses motivations, sa vision stratégique, ses objectifs "Working Paper réalisé dans le cadre de la "Chaire PME 1995" de la Caisse Nationale du Crédit Professionnel de Belgique"**, l'Université de Liège, Belgique, Mai 1995, P 11-14.

البحث عن الثراء الشخصي، رغم أنه ليس السبب الرئيسي لأصحاب المشاريع وبعيد عن همومهم. وقد أظهرت الدراسات التجريبية حول هذا الموضوع أن بعض الأشخاص يكون بدافع البحث عن راتب أعلى أو التعويض المالي، وتظهر حالة المقاول للبعض كوسيلة لتحقيق الإستقلال المالي.

ثالثا: خصائص (سمات) المقاول الناجح:

يتميز المقاول الناجح بعدة خصائص تتمثل في:[1]

- القدرة على تحمل المخاطرة:

المقاول مخاطر، يقبل التحدي، يحسب المخاطر ويقيم البدائل، ويتخذ الإجراءات اللازمة للحد من المخاطر أو التحكم في النتائج؛

- المبادرة:

يقوم المقاول -من تلقاء نفسه -بأفعال تتجاوز متطلبات العمل، ينجز الأعمال قبل أن يطلب منه ذلك أو تفرضها عليه الأحداث و يعمل على توسيع العمل ليغطي منتجات أو خدمات جديدة؛

- الانتباه للفرص واقتناصها:

يبادر المقاول ويبحث عن الفرص ويتحمل المسؤولية الشخصية ويستثمر الفرص غير العادية للحصول على مساعدة أو توسيع للمنشأة؛

- الإصرار والمثابرة:

يتخذ المقاول قرارات لمواجهة العوائق والتحديات و يلجأ إلى إجراءات متكررة ومتواصلة لمواجهتها، ويتحمل المسؤولية الشخصية لاتخاذ الإجراء اللازم لتحقيق الأهداف؛

- الاهتمام بالجودة والنوعية:

يقوم المقاول بأعمال تطابق المواصفات أو تفوقها و ينتج منتجات بجودة عالية ثم يقارن ذ عمله أو عمل منشأته بأعمال المنشآت الناجح.

إضافة إلى هذا هناك بعض الباحثين أضافوا السمات الآتية:[1]

- تحمل المسؤولية:

يميل المقاولون إلى الاستقلالية في أعمالهم، لذلك ينجزون ويديرون أعمالهم بطريقة متميزة وبروح من المسؤولية العالية. وتنبع هذه المسؤولية من الروح القيادية التي يتمتعون بها وبقدرتهم على مواجهة المشكلات والتصدي لها لا للهروب منها؛

- الإندفاع للعمل:

---

[1]- احمد مصطفى عبد الله، جاد الله عزوز الطلحي، عبد العظيم احمد النطاح، عمر الشيخ محمد حسن، **المشروع العربي لدعم القدرات في مجال انشاء و تطوير المنشآت الصغيرة و المتوسطة (الريادي)**، الطبعة الأولى، دار الكتب الوطنية، بنغازي، ليبيا، بدون سنة، ص 9.

[1]– ياسر سالم المري، **ريادة الأعمال الصغيرة و المتوسطة و دورها في الحد من البطالة في المملكة العربية السعودية (دراسة تحليلية مقارنة)**، أطروحة مقدمة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة دكتوراه الفلسفة في العلوم الأمنية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ، الرياض، 2013، ص.ص 33-34.

يظهر المقاولون اندفاعا نحو العمل أعلى من الآخرين، حتى إن هذا الإندفاع يأخذ شكل الحدي والعناد لممارسة الأعمال الصعبة والشاقة والمرهقة دون كلل أو ملل. كما أن لديهم استعداد للعمل لساعات طويلة،
وفي الغالب يداومون طيلة أيام الأسبوع، ويعملون حتى أثناء مرضهم، حيث يرون أن العمل يساعد على سرعة شفائهم؛

- الالتزام:

يتعلم المقاولون من أخطائهم ويلتزمون بأهدافهم ولا يتخلون عن تخطيط أنشطتهم المختلفة، فنجاح الأعمال عندهم يعتمد على مدى التزامهم ومثابرتهم في العمل؛

- تعدد الجوانب:

نظرا لتعدد صفات المقاول وسعة ثقافته، فإن سلوكه وتصرفاته الإقتصادية تعكس قدرته على إيجاد بدائل متعددة لحل مشكلة واحدة والوصول لهدفه من أقصر طريق، حيث يتقن استخدام البدائل ويجد عددا من المصادر المعرفية والتمويلية؛

- القدرة على المنافسة:

المقاول الناجح هو الذي يملك القدرة على المنافسة من خلال معرفة أين ومتى وكيف وبماذا يبدأ مشروعه، بالإضافة إلى إتقان العمل بطريقة مبتكرة في ضوء قدرته على تحمل تداعيات كل جديد وثقته بنفسه وطموحه وقدرته على الإبداع والإبتكار، حيث تساعده هذه السمات على المنافسة الفعالة وقبول التحديات والتغلب على الصعوبات؛

- الثقة بالنفس:

تساعد الثقة بالنفس المقاول على النجاح في عمله من خلال القدرة على التغلب على المشكلات، وعدم الخوف من الوقوع في الأخطاء، والعمل على تصحيح الأخطاء والإنحرافات وعدم تكرارها والإبداع والتطوير وإضافة قيم جديدة للمجتمع؛

- القدرة على التفكير الإبتكاري والمعرفة الفنية والعلمية:

يتميز المقاولون بقدرتهم على التفكير الإبتكاري والتحليل الإستراتيجي للمواقف الحرجة التي يواجهونها، مما يمنحهم قدرة على استخدام الموارد الخارجية ة الإستفادة من خبرات الآخرين ومساعداتهم من أجل الأهداف المحددة بدقة وواقعية في ظل تمتعهم بخبرات فنية تساعدهم على تحديد أوجه الخلل والقصور، وفهم واستعاب التقارير المالية والرقمية، والحساسية في التعامل مع النقود لوضع كل مبلغ مالي في محله، بالإضافة إلى تمكنهم من المعرفة العلمية بفهم العمليات والمصطلحات الأساسية لمجالات عملهم؛

- المنهجية والتنظيم:

يتميز المقاولون وأصحاب الأعمال الصغيرة والمتوسطة بقدرتهم على ترتيب وتنظيم وقتهم بشكل جيد، فهم يرون الصورة بحجمها الكبير، وفي الوقت نفسه يعرفون جميع التفاصيل الدقيقة، فهم أصحاب منهجية وتنظيم مستمر لمواجهة المصاعب والمشكلات في العمل.

المطلب الثالث: مراحل إنشاء المشروعات الصغيرة ودورها في التنمية الإقتصادية.

من خلال هذا المطلب سوف نتعرف على استراتيجيات المقاولاتية وكيفية إنشاء المؤسسات ودور هذه المشروعات الصغيرة في تحقيق التنمية الإقتصادية.

أولا: استراتيجيات المقاولاتية:

ومن استراتيجيات المقاولاتية ما يلي:[1]

1. الإبداع: Innovation

يعني التجديد بوصفه إعادة تشكيل أو إعادة عمل الأفكار الجديدة لتأتي بشيء جديد، ويتم التوصل إلى حل خلاصة لمشكلة ما، أو إلى فكرة جديدة و تطبيقها، و إن الإبداع هو الجزء الملموس المرتبط بالتنفيذ أو التحويل من فكرة إلى المنتج وقد أشار الباحثون إلى أن الإبداع هو القدرة على الجمع أو مشاركة المعلومات بطرق تطوير أفكار جديدة. وبعبارة أخرى هو تطوير الأفكار الإبتكارية التي تعكس الحاجات المدركة وتستجيب للفرص في المنظمة، وهو يعتبر الخطوة الأولى للإبتكار ويساهم في نجاح المنظمة على المدى الطويل، كما انه يحسن من عملية صنع القرار من خلال تشجيع العصف الذهني كأحد الأساليب المستخدمة في جمع أعضاء الجماعة معا لتطوير أفكار جديدة بحرية وعفوية دون انتقاد.

2. الإبتكار: Creativity

هو الوصول إلى فكرة جديدة ترتبط بالتكنولوجيا وتؤثر في المؤسسات المجتمعية، والإبتكار هو الجزء المرتبط بالفكرة الجديدة وأن المنظمة الإبتكارية هي تلك المنظمة التي تبتكر أشياء ذات قيمة في الخدمات والأفكار والعمليات ضمن مجموعة من العاملين مع بعضهم بعضا في ظل الإطار الإجتماعي للمنظمة الذي يتكون من الأفراد والجماعات للتأثير في السلك الإبتكاري الذي يحدد الإبتكار التنظيمي للمنظمة.

3. أخد المخاطرة:

وهي أن يقوم المقاول بأخذ المجازفة في طرح منتجات جديدة بالأسواق آخذا بعين الإعتبار ما يوجد في السوق من مخاطر الغموض وعدم التأكيد.

4. التفرد:

[1]- بلال خلف السكارنه، **استراتيجيات الريادة و دورها في تحقيق الميزة التنافسية (دراسة ميدانية على شركات الإتصالات في الأردن)**، كلية بغداد للعلوم الإقتصادية، جامعة الإسراء الخاصة، بغداد، العدد السابع عشر، أيار 2008، ص.ص 89-90.

وهو إدخال طرق جديدة سواء كانت تكنولوجية أو منتجات جديدة أو طريقة جديدة في تقديم المنتج أو الخدمة أو في إدارة التنظيم و هيكلته و ذلك بصورة مختلفة عن الآخرين.

5. المبادأة:

وهي المشاركة في مشاكل المستقبل والحاجات والتغيرات، ومدى تقديم منتجات جديدة وتكنولوجية وتقنيات إدارية وتتكون المبادأة بتنفيذ الأعمال المقاولاتية، بحيث يكون آخذ هذه المخاطرة مسؤولا عن الفشل وعدم تحقيق النجاحات المتوقعة.

ثانيا: مراحل إنشاء المؤسسة:

تتميز عملية إنشاء المؤسسة بأربع خطوات وهي كالآتي:[1]

1. تقييم الفرص: l'évaluation de l'opportunité

تتحول الفكرة إلى خلق فرصة واقعية، وهذا يتطلب تحديد الفكرة الولية على وجه التحديد: ماذا أن نبيع؟ ولمن نريد البيع؟ وما هي القيمة التي يمكن الحصول عليها؟ وللإجابة على هذا علينا أن نبحث عن المعلومات ومعرفة أراء ونصائح الخبراء والمختصين ثم بعد ذلك اختبار هذه الفكرة مع أفراد المحيط الخارجي، ثم تحليل القيود والمعوقات للمشروع.

ولتقييم صحيح لفرصة إنشاء مؤسسة يجب:

- معرفة الحد الأدنى من الإبداع الذي يتحدد من الفكرة الأولية للمشروع التي تخلق فرصة جديدة للإنشاء؛
- إتقان بعض المفاهيم والأدوات التسويقية لنجاح العملية الإنتقالية بفكرة جيدة للمنتج أو الخدمة.

2. تصميم وصياغة المشروع: la conception et la formulation du projet

في هذه الخطوة من المشروع يجب أن تجرى دراسات مختلفة كدراسة السوق، دراسة جدوى المشروع من الناحية المالية والقانونية، كل هذه الدراسات تساعد على تطوير استراتيجية وخطة العمل وصياغة المشروع.

ومن بين النقاط الأساسية لإنشاء المشروع ما يلي:

- أن يكون المقاول واقعي وعملي؛
- أن يكون المقاول واضح اتجاه استراتيجية المشروع؛
- البحث عن مزايا تنافسية مستدامة.

3. التركيب القانوني والمالي للمشروع: le montage juridique et financement du projet

- التركيب القانوني هو اختيار الهيكل المثل الذي يحمي العلاقات بين جميع الأطراف (الموظفين، المستثمرين، الشركاء، الموردين والمقاول الفرعي) إضافة إلى هذا معرفة تقنيات الحماية وتثمين التفاوض الإبتكاري عندما يتعلق الأمر بخلق مؤسسة مبتكرة؛
- تسمح خطة العمل بالحوار مع المصرفيين والمستثمرين، ففي هذه المرحلة يجب على المصمم إتقان مشروعه للإجابة على جميع الأسئلة التي يطرحها الشركاء الماليين.

[1] - Rachid ZAMMAR, **Conférence « Initiation à l'entrepreneuriat »**, Centre d'Etudes Doctorales en Sciences et Technologies de Rabat (CEDESTR),Faculté des Sciences, Université Mohammed V- Agdal, Rabat, 2015, P 9.

4. انطلاق الأنشطة: le lancement des activités

للإنطلاق بنجاح في الأنشطة يجب:

- عدم تضييع الوقت؛
- الذهاب مباشرة إلى نقطة الحصول على الزبائن والطلبات؛
- إتباع خطة العمل.

ثالثا: دور المشروعات الصغيرة في التنمية الإقتصادية:

يمكن للمشروعات الصغيرة أن تساهم في التنمية الإقتصادية كما يلي:[1]

- ✓ تعد المشروعات الصغيرة لبنة أساسية للمشروعات الكبيرة ومنافذ توزيع بين المستهلك وبين المشروعات الإنتاجية، كما تساعد على زيادة المبيعات والتوزيع، مما يقلل تكاليف التخزين، ويؤدي إلى وصول السلعة إلى المستهلك بأقل تكلفة؛
- ✓ تعتبر المشروعات الصغيرة مناخا جيدا للإبداع والإبتكار والتطوير والتجديد وذلك لوجود حوافز مادية بعكس الوظائف الحكومية، وهذا ما يؤدي إلى ارتفاع معدل الإنتاجية والإنجاز، ويقال أن أكثر من ربع براءات الاختراع التي سجلت في الدول المتقدمة صناعيا كانت قد سجلت من قبل المشروعات الصغيرة؛
- ✓ تعمل المشروعات الصغيرة على تحسين الاستهلاك وترشيده، وتقضي على الإسراف والضياع الإقتصادي، كما تقضي على التضخم عن طريق الاستثمارات والتشغيل الإقتصادي للأموال غير المنتجة، وتعمل على توفير السلع والخدمات فيزيد الدخل القومي، وعليه فالمشروعات الصغيرة تساعد في زيادة فرص العمل وتحسين طرق استغلال الموارد الطبيعية المتاحة، كذلك تساهم في الحد من انتشار الفقر لأنها تتوزع على شريحة عريضة من المجتمع
- ✓ المشروعات الصغيرة لها القدرة على خدمة قطاعات المجتمع، قد لا تتمكن المشروعات الكبيرة القيام بها مثل خدمة مناطق البدو والريف والمناطق الصحراوية؛
- ✓ المشروعات الصغيرة مستمرة، رغم ما يقال أنها معرضة للاندثار، حتى في حالة إنشاء مشروع كبير سيكون هناك مشروعات صغيرة تخدم هذه المشروعات الكبيرة مثلا إذا ثم إنشاء مشروع كبير سرعان ما يولد حاجة لمشروعات صغيرة تخدم هذا المشروع الكبير.

[1]- مروة أحمد، نسيم برهم، **الريادة وإدارة المشروعات الصغيرة**، الطبعة الثانية، الشركة العربية للتسويق و التوريدات، القاهرة، 2010، ص.ص 91-92.

المبحث الثاني: المشاريع الإستثمارية والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

أصبحت للمشاريع الإستثمارية والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة أهمية كبيرة في تنويع الإقتصاد وخلق الثروة ومناصب الشغل. ومن خلال هذا المبحث نهدف إلى التطرق إلى المفاهيم المتعلقة بالمشاريع الإستثمارية والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بخصائصها وأنواعها، إضافة إلى مصادر تمويل المشروعات الصغيرة والأهمية الإقتصادية والإجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

المطلب الأول: مفاهيم متعلقة بالمشروع الإستثماري

نهدف من خلال هذا المطلب إلى التعرف على مفهوم المشروع الإستثماري خصائصه وأنواعه.

أولا: مفهوم المشروع الإستثماري:

لقد تعددت الآراء فيما يتعلق بتحديد معنى ومفهوم المشروع الإستثماري، فمعظم الإقتصاديين الذين تناولوا دراسة المشروع يركزون على مفهوم الإستثمار دون ذكر مفهوم المشروع الإستثماري، وهذا نظرا لعملية التكامل والارتباط الموجود بينهما، وعلى هذا الأساس فإن الفرق بين الإستثمار والمشروع الإستثماري يكمن في المرحلة الزمنية، فالمشروع يسبق العملية الإستثمارية، فهو تمهيد للإستثمار، أي هو كل ما يتعلق بالأفكار التي على أساسها سيقام المشروع الإستثماري، فالمشروع كمصطلح يعني فكرة مقترحة تخضع إلى الدراسة والتقييم الأمر الذي يعني احتمال الأخذ بها أو رفضها على الإطلاق، أو احتمال تنفيذها بعد إجراء القليل أو الكثير من التعديلات عليها.[1]

حسب (Bridie et Michailof) فإن المشروع الإستثماري هو مجموعة كاملة من النشاطات والعمليات التي تستهلك موارد محدودة سواء كانت تجهيزات أو موارد بشرية و المتمثلة في اليد العاملة أو موارد مالية خاصة الصعبة منها، حيث ينتظر من هذه العمليات تحصيل دخول أو منافع نقدية أو غير نقدية بالنسبة لأفراد المجتمع كله.[2]

---

[1]- بن مسعود نصر الدين، **دراسة و تقييم المشاريع الإستثمارية "دراسة حالة شركة الإسمنت بني صاف"**، مذكرة التخرج لنيل شهادة الماجستير في العلوم الإقتصادية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2010/2009، ص 35.

[2]- بن حسام حكيم، **دراسة الجدوى و معايير تقييم المشاريع الإستثمارية " دراسة حالة مؤسسة G.M.D La Belle " لصناعة الفرينة و السميد**، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير فرع لإدارة أعمال، جامعة الجزائر، الجزائر العاصمة، 2006/2005، ص 9.

كما عرفته الجمعية الفرنسية لإدارة المشاريع على أنه عملية موحدة تحتوي على مجموعة من النشاطات المترابطة و المحكمة خلال الفترة التي تبدأ من تاريخ البدء في تنفيذه إلى غاية الإنتهاء منه، بغرض هدف يتماشى وطلبات محددة.[1]

ويمكن تعريف المشروع الإستثماري أيضا على أنه: "كل كيان مستقل يديره منظم أو أكثر يقوم بدمج ومزج عناصر الإنتاج المتاحة بنسب معينة وبأسلوب معين، بهدف إنتاج سلعة أو خدمة تطرح في السوق لإشباع حاجات أو حاجات عامة خلال فترة معينة.[2]

ثانيا: خصائص المشاريع الإستثمارية:

يتميز كل مشروع بمجموعة من الخصائص تميزه عن أنشطة المشاريع الأخرى ومن أهم هذه الخصائص ما يلي:[3]

- ✓ **الغرض:** يعتبر تحديد الغرض أو الهدف المراد تحقيقه نقطة انطلاق وبداية لأي مشروع استثماري؛
- ✓ **دورة الحياة:** يعتبر المشروع بمثابة كائن عضوي له دورة حياة حيث تبدأ ببطء ثم تتزايد الأنشطة فيه حتى تصل إلى الذروة ثم تنخفض حتى تنتهي عند اكتمال المشروع؛
- ✓ **الإنفرادية:** يتميز المشروع بخصائص فريدة ومختلفة تميزه عن باقي المشاريع الأخرى؛
- ✓ **الصراع:** يواجه أي مشروع مواقف تتميز بالصراع، ومن هذه المواقف هو تنافس المشاريع فيما بينها للفوز بالعرض المحدود من الموارد البشرية والمالية والطبيعة المتاحة وكذلك تعدد الأطراف المهتمة به؛
- ✓ **التداخلات:** يواجه كل مشروع تداخلات مستمرة من الأقسام الوظيفية للمشروع كالتسويق، التمويل، التصنيع، ومن جهة أخرى نشوء علاقات ترابط وتداخل مع مشاريع أخرى.

ثالثا: أنواع المشاريع الإستثمارية:[1]

1. من حيث الهدف والملكية:

- مشروع خاص يخضع لملكية خاصة أو تعاونية؛
- مشروع عام يخضع لملكية الدولة أو الهيئة العامة؛
- مشروع مختلط يخضع لملكية كل من الدولة والأفراد.

---

[1]- نمري نصر الدين، **الموازنة الإستثمارية و دورها في ترشيد الإنفاق الإستثماري "دراسة حالة مشروع كهربة السكك الحديدية لضاحية الجزائر العاصمة"**، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير فرع مالية المؤسسة، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، 2009/2008، ص 14.

[2]- بن حسام حكيم، مرجع سبق ذكره، ص 7.

[3]- أوسرير منور، بن حاج جيلالي مغراوة فتيحة، **دراسة الجدوى البيئية للمشاريع الإستثمارية**، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، المركز الجامعي خميس مليانة "الجزائر"، العدد السابع، 2011، ص 331.

[1]- عبد الله حسين جوهر، **إدارة المشروعات الإستثمارية إقتصاديا – تمويليا – محاسبيا – إداريا**، مؤسسة شباب الجامعة، إسكندرية، 2011، ص.ص 19 – 20.

2. من حيث طبيعة ومجالات الأنشطة:

مشروعات صناعية، مشروعات زراعية، مشروعات تجارية، مشروعات خدمية، مشروعات تشييد وبناء، مشروعات استخراجية وتنصيب، مشروعات تحويلية.

3. من حيث النطاق المكاني للنشاط:

- مشروعات محلية؛
- مشروعات دولية.

4. من حيث النطاق الزمني للنشاط:

- مشروعات مستمرة؛
- مشروعات مؤمنة.

المطلب الثاني: ماهية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

سنتطرق في هذا المطلب إلى مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، خصائصها وأهم أنواعها.

أولا: مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

بالرغم من إدراك الدول لأهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة واقتناعهم بالدور الذي يمكن أن تقوم به في التنمية الإقتصادية، إلا أن واقع تحديد مفهوم دقيق وواضح لتلك المؤسسات بقي أمر في غاية الصعوبة، نظرا لتعدد القيود المتحكمة في وضع مفهوم موحد وشامل، إن وضع الحدود الفاصلة بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمؤسسات الكبيرة يطرح كمشكل أساسي أمام صياغة مفهوم موحد، حيث أن هذه الحدود ليست نفسها في كل الدول، وخاصة عند المقارنة بين الدول المتقدمة والنامية، ذلك لاختلاف درجة النمو، وعند المقارنة في نفس الدول بين المؤسسات التجارية والصناعية وذلك لاختلاف طبيعة النشاط.[1]

ونظرا لإختلاف المعايير والخصائص التي تساعد على تحديد مفهومها، أدرجت بعض التعريفات من بينها:

1. تعريف البنك الدولي:[2]

يتعامل البنك الدولي مع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على أساس التعريف الذي حددته دائرة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الذي يميز بين ثلاثة أنواع من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كما يوضحه الجدول التالي:

الجدول (1-1): أنواع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب البنك الدولي.

نوع المؤسسة	العمالة الموظفة (عامل)	الموجودات (دولار)	رقم الأعمال السنوي (دولار)
مؤسسة صغرى	9	100000	100000
مؤسسة صغيرة	49	3000000	3000000

[1]– قعيد إبراهيم، **دور الترويج في إنجاح السياسات التسويقية في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة دراسة حالة مؤسسة روائح الورود – الوادي -**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير فرع العلو الإقتصادية تخصص المؤسسات المتوسطة و الصغيرة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2009، ص 3.

[2]– قنيدرة سمية، **دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الحد من ظاهرة البطالة – دراسة ميدانية بولاية قسنطينة-**، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير فرع تسيير الموارد البشرية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2010/2009، ص.ص 55 – 56.

مؤسسة متوسطة	299	15000000	15000000

2. تعريف البنك الإحتياطي الفيدرالي:

يضع البنك تعريفا محددا للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة على أساس تقديم المساعدات لها فيعرفها على أنها المنشأة المستقلة في الملكية والإدارة، وتستحوذ على نصيب محدد من السوق.[3]

3. تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر:

تعرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مهما كانت طبيعتها القانونية بأنها مؤسسة إنتاج السلع والخدمات، تشكل من 1 إلى 250 شخصا، ولا يتعدى رقم أعمالها السنوي (02) مليار دينار جزائري أو لا يتعدى مجموع حصيلتها السنوية خمس مائة (500) مليون دينار جزائري و ذلك حسب ما جاء في القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الصادر في 2001/12/12.

- **المؤسسات المتوسطة:** تعرف بأنها مؤسسة تشغل ما بين 50 إلى 250 شخص ويكون رقم أعمالها ما بين مائتين وملياري دينار جزائري، أو يكون مجموع حصيلتها السنوية ما بين مائة وخمسمائة مليون دينار جزائري؛
- **المؤسسة الصغيرة:** تعرف بأنها مؤسسة تشغل ما بين 10 إلى 49 شخصا، ولا يتجاوز رقم أعمالها السنوي مائتي مليون دينار جزائري أو لا يتجاوز مجموع حصيلتها السنوية مائة مليون دينار جزائري؛
- **المؤسسة المصغرة:** تعرف بأنها مؤسسة تشغل من 01 إلى 09 شخصا ولها رقم أعمال أقل من 20 مليون دينار جزائري أو يكون مجموع حصيلتها السنوية لا يتجاوز 10 ملايين دينار جزائري.[1]

ثانيا: خصائص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

تتميز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالخصائص العامة التالية:[2]

- مؤسسات صغيرة أو متوسطة بمؤشر عدد العاملين، أي أنها تستخدم عددا محدودا من العاملين لا يفوق 250 عامل و/أو موظف، في أغلب الأحيان تهيمن الشخصية في تنظيمها مما يجعلها تتمتع بمرونة عالية

---

[3]- جلال عبد القادر، **المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و دورها في حل مشكلة البطالة –حالة الجزائر-**، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الإقتصادية فرع التحليل الإقتصادي، جامعة الجزائر، الجزائر العاصمة، 2009/200، ص 20.

[1]- زرفة بولقواس، **المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و دورها في تفعيل القطاع الخاص الجزائري – دراسة ميدانية بمؤسسات خاصة متنوعة بمدينة باتنة-**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في علم الإجتماع تخصص تنظيم و عمل، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012/2011، ص.ص 21 – 22.

[2]- سليمان ناصر، عواطف محسن، **قطاع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة كبديل تنموي للاقتصاد الجزائري خارج قطاع المحروقات (المعوقات و الحلول)**، الملتقى الدولي الأول حول تقييم استراتيجيات و سياسات الجزائر الإقتصادية لاستقطاب الإستثمارات البديلة للمحروقات في آفاق الألفية الثالثة بالجزائر، جامعة المسيلة، يومي 28 و 29 أكتوبر 2014، ص.ص 4 – 5.

والقدرة على التغيير، لأنها تملك تنظيما بسيطا لا يسمح بتخصص عال، وقد تكون هذه الميزة أحد أسباب الإنتشار الواسع للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛

- تمارس المؤسسة الصغيرة والمتوسطة نشاطا واحدا، وهذا ما يساعد في تقليل تعقيد متطلبات إدارة المؤسسة، مما يتطلب مهارات وطرق تسيير بسيطة يمكن لأي شخص مهما كانت درجة تعلمه وبرأس مال محدود جدا أن يقيم مشروعا صغيرا يؤمن له حياته؛
- تمتاز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بمعدلات فشل عالية ممثلة في الموت، الغلق أو التصفية مقارنة بالأعمال الكبيرة، وتهديد الفشل القائم على مدى حياة العمل الصغير، إلا أنه أعلى في سنوات التأسيس الأولى، ونسبته الأكبر هي نتيجة عدم رغبة أصحابه في الإبقاء عليه بسبب الخسائر المالية التي يعرضهم لها، مما يضطرهم لتصفيته؛
- تتميز إدارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بأداء عمل الرجل الواحد، حيث يقوم المدير (المالك) مع عدد قليل من المساعدين بوظائف الإنتاج، التمويل، الشراء، البيع والإتصالات الشخصية، كما أنه لا يوجد بها استشاريون للوظائف الإدارية المتخصصة، مما يؤدي بها إلى عدم الإستفادة من مزايا التخصص وتقسيم العمل؛
- صعوبة توفير ضمانات كافية للبنوك خاصة في المراحل الأولى من النشاط مما يجعلها تعتمد على التمويل الذاتي أو العائلي أساسا وتمويل نموها يكون من مصادر داخلية (المسير)؛
- صعوبة إعداد القوائم المالية لإفتقار المسير للخبرة المالية والمحاسبية؛
- قدرة محدودة على الإنتاج للتخزين نظرا لضعف الموارد المالية وعدم التحكم في السوق؛
- دورة حياة المؤسسة قصيرة إذ أنها تتأثر بأسباب بسيطة تضع حدا لنهاية نشاطها، وهذا راجع لهشاشتها مثلا: استقالة موظف أساسي، خسارة زبون مهم ... الخ.

ثالثا: أنواع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

تصنف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إلى:

3.1. تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب طبيعة المنتوج:

وتصنف على أساس هذا المعيار إلى ثلاثة أقسام:[1]

3.1.1. المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المنتجة للسلع الإستهلاكية:

يمثل نشاط المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ضمن هذا التصنيف في إنتاج السلع الإستهلاكية مثل المنتجات الغذائية والملابس والنسيج والمنتجات الجلدية والتبغ وبعض المنتجات الكيميائية وغير ذلك من السلع الإستهلاكية، وتدخل هذه المنتجات ضمن الصناعات التالية:

- الصناعة الغذائية؛
- الصناعات الفلاحية أو التحويلية الفلاحية؛

[1]– غدير أحمد سليمة، **تأهيل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر "دراسة تقييمية لبرنامج ميدا"**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير فرع العلوم الإقتصادية تخصص اقتصاد و تسيير المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2007/11/14، ص.ص 12 – 13.

- صناعة النسيج والجلد؛
- صناعة الورق وأنواعه.

ويرتكز هذا النوع من المنتجات الإستهلاكية في الأساس على تأقلمها مع خصائص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بحيث أن صناعة السلع الغذائية تعتمد على المواد الأولية متفرقة المصادر وبعض الصناعات الأخرى كصناعة الجلود والأحذية مثلا، وتعتمد فيها على استعمال تقنيات إنتاج بسيطة وكثيفة الإستخدام لليد العاملة.

3.1.2. المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المنتجة للسلع الوسيطية:

وتمثل كل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تدخل ضمن الصناعات التالية:

- الصناعة الميكانيكية والكهربائية؛
- الصناعة الكيميائية والبلاستيكية؛
- صناعة مواد البناء؛
- المحاجر والمناجم.

3.1.3. المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المنتجة لسلع التجهيز:

إن صناعة سلع التجهيز تتطلب تكنولوجيا مركبة، ويد عاملة مؤهلة، ورأس مال أكبر مقارنة بالصناعات السابقة، وهذا ما يجعل مجال تدخل هذا النوع من المؤسسات ضعيف، حيث انه يشمل بعض الفروع البسيطة فقط، وهذا خاصة في البلدان الصناعية أما في البلدان النامية فتتكفل هذه المؤسسات بتصليح وتركيب الآلات والمعدات، خاصة وسائل النقل فهي تمارس عملية تركيبية أو تجميعية انطلاقا من استراد أجزاء للمنتوج النهائي (قطع غيار) وإنتاج بعضها، ثم القيام بعملية التجميع للحصول على المنتوج النهائي.

3.2. تصنيف المؤسسات حسب توجهها:

يمكن تجزئة المؤسسة الصغيرة والمتوسطة على أساس توجهها إلى ما يلي:[1]

3.2.1. المؤسسة الصغيرة والمتوسطة التقليدية:

المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الممارسة للمهن الحرفية والتقليدية موجهة لتغطية متطلبات الحياة اليومية، وكذا الفلاحية وتنتج منتجات تقليدية أي منتجات استهلاكية ذات ميزة أو خاصة تقليدية كإنتاج الزيت الطبيعي، الورق، المنتجات الجلدية، وغير ذلك من المنتجات ذات الطابع التقليدي، كما تستهدف المؤسسات التقليدية بما تنتج من منتجات مصانع ومؤسسات صغيرة ومتوسطة أخرى ترتبط بها في شكل تعاقد تجاري وتتميز كذلك باعتمادها على أدوات يدوية بسيطة وتجهيزات قليلة في تنفيذ عملها.

3.2.2. المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الموجهة للمؤسسات الصناعية الكبرى:

المؤسسة التي تنتمي إلى هذا القطاع تكون مرتبطة بالمؤسسات الكبرى وتأخذ الأشكال التالية:

✓ **المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الفرعية:**

يعتبر كتقسيم للعمل بين المؤسسات الكبرى والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، حيث تقوم هذه الخيرة بالوظيفة التكميلية للمنتوج الوارد من المؤسسة الكبرى ويوجه مباشرة إلى المستهلك النهائي.

[1]–غدير أحمد سليمة، مرجع سبق ذكره، ص.ص 13 - 14.

✓ **المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشئة في مجال المقاولة:**

تعتبر المقاولة من أهم أشكال التعاون الصناعي في مجال المؤسسات الصناعية وهو شكل من الترابط الهيكلي والخلقي بين مؤسسة كبيرة ومؤسسة أخرى مقاولة تتميز بحجمها الصغير أو المتوسط حيث تقوم هذه الأخيرة بتلبية متطلبات وحاجيات المؤسسة الكبيرة فمخرجاتها تعتبر مدخلات المؤسسة الكبيرة ويحدد شكل التعاون بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الصناعية والمؤسسات الكبيرة الصناعية حسب المعايير التالية:

- طبيعة العمل المنجز لحساب المؤسسة الكبيرة؛
- إشكال التعاون المنصوص عليه في العقد.

3.3. التصنيف حسب المعيار القانوني:

الشكل القانوني Legal form هو الشكل الذي يأخذه العمل من الناحية القانونية عندما يحصل على ترخيص لإقامته وعند حصوله على وجود قانوني ورسمي، يحد من يملك العمل من الناحية القانونية، وما هي حقوق وواجبات كل من "المالكين" و"العمل" والعلاقة بينهما.[1]

أ. مؤسسات فردية:

هي تلك المؤسسات التي تمتلك وتمول وتسير من قبل شخص واحد هو المسؤول الوحيد عن نتائج نشاطها من ربح أو خسارة، وينتشر هذا النوع من المؤسسات في معظم الإقتصاديات.[2]

ب. الشركات:

تعرف على أنها عقد بين شخصين أو أكثر للقيام بعمل معين واقتسام ما ينشأ من ربح أو خسارة، إلا أنه لكل نوع من الشركات تعريف خاص بها، لأن لكل شركة خصوصيتها و تنقسم إلى نوعين هما: شركات الأشخاص وشركات الأموال.[1]

1. شركات الأشخاص:

وهي التي يكون للاعتبار الشخصي فيها أهمية كبرى ، فلولا الأشخاص وإلا لما أقدم الشركاء على التشارك فيها ولا يسمح فيها لأي شريك بيع حصته إلا بموافقة جميع الشركاء ولا ينسحب الشريك منها في أي وقت ؛ وإنما بعد إنهاء مدة الشركة أو بموافقة الأطراف الأخرى تتضمن شركات الأشخاص.[2]

- **شركات تضامن:**

---

[1]- دليلة حضري، **آليات تمويل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في شمل ايفريقيا خلال فترة 1995-2005**، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الإقتصادية تخصص نقود و مالية ، جامعة حسيبة بن بو علي، شلف،2007، ص43.

[2]- الحاج على حليمة، **إشكالية تمويل المؤسسات الصغيرة – دراسة حالة ولاية قسنطينة-**، مذكرة مقدمة استكمالا لمتطلبات الحصول على شهادة الماجستير في علوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2009/2008، ص 9.

[1]- دليلة حضري، مرجع سبق ذكره، ص43.

[2]- أحمد فاروق السيد حسنين، **التعريف بأنواع الشركات المختلفة**، الصفحة 01، ، http://www.aliahmedali.com/forum

وهي تقوم بين شريكين بصورة تضامنية تمتد إلى ممتلكاتهم الشخصية في حالة الإفلاس وعدم القدرة على سداد الديون ومن أهم السمات أن يكون كامل الأهلية أن يكون بالغان وعاقلان وأن يكون الشريكين غير موظفين وأن تكون البطاقة سارية لمدة سبعة سنوات.

- **شركات محاصة:**

وهي عبارة عن شركة بين أشخاص تقوم بينهم لتحقيق هدف معين ثم التصفية بمجرد تحقيق الهدف.[3]

- **شركة التوصية البسيطة:**

الشركة التي تعقد بين شريك واحد أو أكثر مسئولين ومتضامنين وبين شريك واحد أو أكثر يكونون أصحاب أموال فيها وخارجين عن الإدارة ويسمون موصين.[4]

2. شركات الأموال:

وهي الشركات التي تقوم أساسا على الإعتبار المالي ولا يكون لشخصية الشريك أثر فيها، فالعبرة في هذه الشركات بما يقدمه كل شريك من مال، ولهذا فإن هذه الشركات لا تتأثر بما قد يطرأ على شخص الشريك كوفاته أو إفلاسه أو الحجر عليه. وشركات الأموال لا تشمل سوى شركات المساهمة وهي الشركات التي يقسم رأس المال فيها إلى أسهم متساوية القيمة وقابلة للتداول بالطرق التجارية، ويسمى الشركاء في هذه الشركات بالمساهمين، وهم ليسوا تجارا ولا يسألون عن ديون الشركة إلا في حدود قيمة الأسهم التي يمتلكونها في الشركة ويمكن للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة أن تأخذ الأشكال التالية:

الشركة ذات المسؤولية المحدودة وشركة التضامن وهي الأشكال الأفضل ملائمة لها من بين أشكال الشركات نظرا لمسؤولية الشركاء، إضافة إلى المؤسسات الفردية .[1]

- **الشركات ذات المسؤولية المحدودة:**

هي الشركة التي تتكون من شريكين أو أكثر مسؤولين عن ديون الشركة بقدر حصصهم في رأس المال، ولا يزيد عدد الشركاء في هذه الشركة عن خمسين شخصاً. ولا يسأل الشريك عن ديون الشركة إلا بقدر حصته في رأس المال، ولكن يلاحظ أن مسؤولية الشركة ذات المسؤولية المحدودة ذاتها عن ديونها ليست محدودة بل هي مطلقة في جميع أموالها، ولكن مسؤولية الشركاء فقط هي المحدودة بقدر حصة كل منهم في رأس المال. ولا يجوز تأسيس شركة ذات مسؤولية محدودة عن طريق الاكتتاب العام، ويجوز للشريك أن يتنازل عن حصته للغير، كما يجوز للشركة ذات المسؤولية المحدودة أن تتخذ اسماً خاصاً مشتقاً من غرضها، كما يجوز لها أن تتخذ عنواناً يتضمن اسم شريك أو أكثر.[2]

المطلب الثالث: مصادر تمويل المشروعات الصغيرة والأهمية الإقتصادية والإجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

سنتطرق في هذا المطلب إلى مصادر تمويل المشروعات الصغيرة والأهمية الإقتصادية والإجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة .

---

[3]- احمد محمد عبدا لخالق حسن قابل، **أنواع الشركات مع شرح مبسط لكل نوع**، الصفحة 02، https://www.bayt.com

[4]- أسماء، **شركات التوصية البسيطة**، الصفحة 02، http://www.chechar.cc/vb/showthread.php?t=19198

[1]- محمود عثمان عبد الرزاق، **أنواع الشركات و خصائصها**، الصفحة 01، http://kenanaonline.com

[2]- الرياض، الفرق **بين الشركة التضامن و الشركات ذات المسؤوليات المحدودة**، الصفحة 01، http://www.alriyadh.com/129616

أولا: مصادر تمويل المشروعات الصغيرة:

يمكن لأصحاب المشروعات الصغيرة الحصول على التمويل اللازم من خلال المصادر التالية:[3]

1. حصص رأس المال: من مدخرات الشخصية وهي غالبا غير كافية بسبب انخفاض معدل الإدخار في الدول النامية، كما يمكن اللجوء للإقتراض من العائلة والأقارب والأصدقاء وهذا أيضا مصدر غير كاف إضافة إلى تدخل هؤلاء في شؤون المشروع، كما يمكن اللجوء إلى مشاركة الآخرين وفي هذه الحالة سيتم اقتسام الإدارة وإقتسام الأرباح؛

2. **الإقتراض:** من البنوك ومن المؤسسات المالية الأخرى، وهذه لا ترغب في منح الإئتمان بسبب المخاطر المرتفعة المصاحبة لهذا النوع من التمويل؛

3. الإئتمان التجاري: إن تكلفة هذا النوع من مصادر التمويل تصبح مرتفعة إذا لم يتمكن المشروع من الإستفادة من الخصم النقدي إضافة إلى أن المورد سيزيد في السعر في حال عدم الدفع النقدي،

4. الإئتمان التأجيري: إن هذا النوع من التمويل يصبح محدود الأهمية نظرا لأنه لا يفيد إلا في استئجار الأصول الثابتة؛

5. السوق المالي: وهذا المصدر محفوف بالعديد من المخاطر والمشاكل ويصبح مرتفع التكلفة في حالة التمويل الصغير.

ثانيا: الأهمية الإقتصادية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

إذا اختلفت الآراء والتوجهات حول وجود تعريف دقيق وموحد للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وكذا المعايير المستعملة في تصنيفها فإن هناك اتفاقا على أهميتها ودورها الريادي في تحقيق التنمية الإقتصادية والإجتماعية من خلال توفير مناصب الشغل وخلق الثروة وتقديم الدعم للمؤسسات الكبرى وتكمن أهميتها الإقتصادية في: [1]

1. المساهمة في توفير مناصب الشغل والتقليل من حدة البطالة:

أصبحت مشكلة البطالة السمة الرئيسية للإقتصاديات المعاصرة وأحد الإختلالات الهيكلية التي هي بمثابة أكبر تحدي لأصحاب القرار فبدأ الإهتمام بهذا الصنف من المؤسسات رغم ضآلة حجمه ومحدودية حصنه في السوق إلا أنه أصبح من الوسائل الفعالة في امتصاص البطالة والتقليل من الضغط الإجتماعي، وعلى هذا الأساس تم إعداد الكثير من البرامج والآليات لتنمية قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

2. المساهمة في زيادة الصادرات:

من أهم المشاكل التي تعاني منها اقتصاديات الدول خاصة النامية منها مشكل العجز في الميزان التجاري أو اعتمادها على محدودية السلع المصدرة، أي الإعتماد على سلعة معينة كما هو الحال بالنسبة للجزائر المرتبط اقتصادها بالمحروقات، فهذا الصنف من المؤسسات يمكنه توفير سلع تصديرية قادرة على المنافسة أو توفير سلع تحتل محل السلع المستوردة، أي تصنيع بدائل الواردات.

---

[3]- كنجو عبود كنجو، **استراتيجية الإستثمار و التمويل في المشروعات الصغيرة و المتوسطة- دراسة ميدانية للمشروعات الصغيرة في مدينة حلب-**، جامعة فيلاديفيا ، عمان، الأردن، 5/4 تموز 2007، ص.ص 11 – 12.

[1]– حجاوي أحمد، **إشكالية تطوير المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و علاقتها بالتنمية المستدامة**، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في العلوم الإقتصادية تخصص تحليل اقتصادي، جامعة أي بكر بلقايد، تلمسان، 2011/2010، ص.ص 21 – 23.

3. المساهمة في تحقيق التمية الإقليمية:

أصبحت التنمية الإقليمية ضرورة فرضتها واقع الدول لتعبئة الفائض الإقتصادي الموجود بين الريف وأقاليم الدولة، فبرامج التنمية والتخطيط، فالمهتمين بأمور التنمية غالبا ما يكون هناك إهمال للبعد المكاني لتوطن الأنشطة الإقتصادية فالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة تلعب دورا هاما في تحقيق التوازن الإقليمي لعملية التنمية أي توزيع التنمية جغرافيا، وذلك لما لها من خصائص ومزايا تؤهلها للإنتشار الجغرافي في جميع أقاليم الدولة وتحقيق نمو متوازن جهويا وإزالة الفوارق بين أقاليم الدولة وما يمكنها من تحقيق أهداف تنموية اجتماعية.

ثالثا: الأهمية الإجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

إلى جانب الأهمية والدور الإقتصادي الذي تلعبه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة فهي تلعب أدوارا على الصعيد الإجتماعي، يمكن إجمالها في النقاط التالية:[1]

1. تكوين علاقات وثيقة مع المستهلكين في المجتمع لأنها تسعى جاهدة للعمل على اكتشاف احتياجاتهم مبكرا والتعرف على طلباتهم بشكل تام، وبالتالي تقديم السلع والخدمات؛

2. التخفيف من المشاكل الإجتماعية وتقوية العلاقات الإجتماعية من خلال ما توفره المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من مناصب شغل تؤمن لأصحابها الإستقرار النفسي والمادي، وكذا توجيه السلع والخدمات إلى الفئات الأكثر حرمانا، وبالتالي توجد علاقات للتعامل، مما يزيد الإحساس بأهمية التآزر والتآخي ويسهم ذلك في التقليل من الآفات الإجتماعية؛

3. زيادة إحساس الأفراد بالحرية والإستقلال، فالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة تقوم بذلك عن طريق الشعور بالإنفراد في اتخاذ القرارات دون سلطة وصية والشعور بالحرية المطلقة في العمل دون قيود وشروط، والإحساس بالتملك والسلطة وتحقيق الذات من خلال إدارة هذه المؤسسة والسهر على استمرارية نجاحها؛

4. إشباع رغبات وحاجات الأفراد والمساهمة في التوزيع العادل للدخول بينهم حيث تعتبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة فرصة للأفراد في المجتمع لإشباع حاجاتهم ورغباتهم، حيث يؤدي تميزها بمرونة كبيرة على صعيد الإنتاج إلى تلبية الإحتياجات المتباينة لشرائح المجتمع المختلفة وهذا ما لا يوجد في المشاريع الكبيرة التي تعتمد على الإنتاج الثابت والكبير .

---

[1]– طالبي خالد، **دور القرض الإيجاري في تمويل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة – دراسة حالة الجزائر-**، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الإقتصادية تخصص التمويل الدولي و المؤسسات النقدية و المالية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2011/2010، ص.ص 16 – 17.

المبحث الثالث: مخططات وإحصائيات توزيع المشاريع الإستثمارية في القطاع السياحي في الجزائر

تبذل الجزائر جهود كبيرة لتطوير قطاعها السياحي، نظرا لتمتع السياحة الجزائرية بالعديد من المقومات الطبيعية والتاريخية والمادية التي تساعدها على القيم بالمشاريع والاستثمار في هذا القطاع. لذا سنتطرق في هذا المبحث إلى مخططات التهيئة السياحية وإحصائيات توزيع المشاريع في هذا القطاع، إضافة إلى مخطط جودة السياحة الجزائرية.

المطلب الأول: النهوض بالقطاع السياحي وآليات تدعيمه.

سنتطرق من خلال هذا المطلب إلى الخطط المستقبلية للنهوض بالقطاع السياحي لآفاق 2013، الآليات المتخذة لتشجيع الاستثمارات السياحية في الجزائر خلال الفترة (1995- 2015) وتحديات التي تواجه هذا القطاع.

أولا: الخطط المستقبلية للنهوض بالقطاع السياحي لآفاق2013:[1]

لقد تم صياغة خطة عمل تطوير قطاع السياحة في الجزائر لآفاق 2010 على شكل وثيقة تحت عنوان" مخطط أعمال التنمية المستدامة للسياحة للجزائر لآفاق " 2010 لكن بعد مرور سنتين من تنفيذه كان لزاما إدخال بعض التعديلات اللازمة من أجل تثبيت المكتسبات وضبط الآفاق وذلك بما يتماشى مع التطورات الجديدة الحاصلة على المستويين الداخلي والخارجي لتصبح" الإستراتيجية لآفاق " 2013 ويستمد هذا البرنامج محتواه على المبادئ الأساسية في النصوص التشريعية الصادرة خلال شهر فيفري والمتعلقة بالتنمية المستدامة للسياحة ومناطق التوسع السياحي باستعمال واستغلال الشواطئ لأغراض سياحية كما يتضمن لأهم العناصر الديناميكية المرتقب حصولها من خلال:

- الاختيارات المستقبلية المفضلة من خلال تثمين عقلاني للإمكانات التي تزخر بها البلاد من أن تصبح الجزائر مقصدا سياحيا؛
- الأهداف الكمية والنوعية المنتظرة لآفاق 2013؛
- التدابير والأدوات لتنفيذ العمليات المبرمجة بهدف الشروع في إنشاء سياحة حقيقية؛
- تقسيم الموارد اللازمة لتنفيذها.

أما بالنسبة للأهداف الكمية لآفاق 2013 فإن السلطات الوصية تأمل في الحصول على مايلي:

1. زيادة التدفقات السياحية:

[1]– عبد المالك توبي، بودربالة رفيق، **صناعة السياحة في الجزائر بين الآفاق و التحديات**، الملتقى العلمي الدولي حول: السياحة في الجزائر بين الواقع و المأمول نحو الإستفادة من التجارب الدولية الرائدة، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، يومي 09 و 10 نوفمبر 2016، ص.ص 18 – 19.

إن عدد السياح الوافدين للجزائر سنة 2002 قد قدر عددهم ب 988000 سائح من بينهم 251000 سائح أجنبي وهم يمثلون ما نسبة 25 %، وبالنسبة لتوقعات زيادة عدد السياح لآفاق 2013 فإنه يتم من خلال مرحلتين:

أ.**المرحلة الأولى (2004 -2007):** وفي هذه المرحلة ستكون نسبة الزيادة المتوسطة في ثلاث سنوات 2000، 2001، 2002 والمقدرة ب % 10 وبذلك يتوقع تسجيل 1591000 سائح في نهاية 2007، ويتوقع أن يبلغ عدد السياح الأجانب 679000 سائح نهاية 2007 وذلك بتطبيق نسبة زيادة قدرها 22% المحققة خلال بداية العشرية (2000 -2002)؛

ب. المرحلة الثانية: (2008 -2013): وفي هذه المرحلة يتوقع أن يصل السياح في نهاية 2013 إلى 1507000 سائح، وهذا بتطبيق معدل زيادة ثابتة قدرها 10 %، مع تطبيق 0.5 % بالنسبة لسنة 2008، أما عدد السياح الأجانب فيتوقع أن يصل عددهم 120000 سائح أجنبي خلال هذه المرحلة، وذلك بتطبيق نسبة زيادة مقدرة ب 3.5 %، أما بالنسبة للأعداد الإجمالية المرتقبة من السياح لآفاق 2013 فسوف يكون 3100000 سائح بينهم 19000 سائح أجنبي.

ثانيا: الآليات المتخذة لتشجيع الاستثمارات السياحية في الجزائر خلال الفترة (1995- 2015):

يعتبر التمويل احد الآليات الهامة لترقية الاستثمارات في جميع القطاعات لاسيما القطاع السياحي، وسعيا من الدولة الجزائرية في بعث القطاع والاستثمارات السياحي عملت من خلال وزارة السياحة وكحل مبدئي لمشكل التمويل بإبرام جملة من الاتفاقيات مع مؤسسات مالية وبنكية نذكر منها[1]:

- بنك التنمية المحلية (BDL)؛
- القرض الشعبي الجزائري (CPA)؛
- بنك الفلاحة والتنمية (BADR)؛
- الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط (CNEP)؛
- صندوق ضمان القروض للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة (FGAR)؛
- شركة الجزائر للاستثمار (SPA EL DJAZAIR ISTITHMAR).

ومن بين المزايا المتحصل عليها من خلال هذه الاتفاقيات في ما يلي:

- التمويل حتى 70 % من الاستثمارات؛
- تمديد مدة تسديد القروض بالنسبة للاستثمارات الهامة والمتميزة؛
- مدة دراسة الملف لا تتعدى 40 يوما لمشاريع الاستثمار؛
- تكفل صندوق ضمان القروض للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بضمان تمويل التجهيزات؛
- تقوم شركة الجزائر استثمار بدعم رؤوس أموال المستثمرين لتمكينهم من الحصول على القروض البنكية.

---

[1]– بوالفول هرون، عادل مستوي، **توجيه الإستثمار نحو القطاع السياحي أحد السبل الكفيلة لإنعاش الإقتصاد الجزائري رؤية تحليلية خلال الفترة (1995- 2015)**، الملتقى العلمي الدولي حول: السياحة في الجزائر بين الواقع و المأمول نحو الإستفادة من التجارب الدولية الرائدة، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، يومي 09 و 10 نوفمبر 2016، ص.ص 9 – 10.

من جهة أخرى فيما يخص دعم وتشجيع الاستثمارات السياحية في الجزائر باشرت الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار عدة تدابير لدعم قطاع السياحة والمقاولاتية السياحية تتمثل هذه التدابير فيما يلي:

- يتكفل صندوق دعم الإستثمارات، والترقية ونوعية النشاطات السياحية، بالنفقات المرتبطة بالترقية السياحية وكل النفقات الأخرى الخاصة بدعم إنجاز مشاريع إستثمارية سياحية؛
- تخفيض الضريبة للشركات التي تقوم بالنشاطات السياحية بنسبة 19% ، والعمل على إعفاء من الضريبة على أرباح الشركات لمدة 10 سنوات بالنسبة للمؤسسات السياحية التي ينشئها **المقاولون الوطنيون**

أو الأجانب، باستثناء وكالات السياحية والأسفار؛

- الاستفادة من تخفيض في القروض البنكية المتعلقة بالاستثمارات السياحية والمشاريع السياحية وأيضا عمليات تحديث المؤسسات السياحية و الفندقية التي تنجز على مستوى ولايات الشمال وولايات الجنوب، على التوالي من تخفيض ب 3 % و 4,5 % من نسبة الفائدة المطبقة على القروض البنكية؛
- الإعفاء الدائم من الرسم على النشاط المهني، بالنسبة للنشاطات السياحية، الفندقية والحموية؛
- تطبيق النسبة المخفضة ب 7 % من الرسم على القيمة المضافة، إلى غاية 31 ديسمبر 2019 فيما يخص الخدمات المرتبطة بالنشاطات السياحية والفندقية والحموية والخدمات الملحقة المتعلقة بها؛
- من أجل التحفيز على تطوير قطاع السياحة على مستوى الجنوب و الهضاب العليا، تستفيد عمليات منح الامتياز على القطع الأرضية الضرورية لإنجاز المشاريع الاستثمارية السياحية من تخفيض بنسبة تقدر، على التوالي ب 50 % و 80% إضافة إلى جملة من التحفيزات... الخ؛
- إنشاء صناديق الاستثمار الولائية.

ثالثا: التحديات التي تواجه قطاع السياحة في الجزائر:

يمكن الإشارة إلى جملة من التحديات التي تعتبر أساسية ويتوجب على صناع القرار أخذها بعين الإعتبار في إطار بناء استراتيجية مثلى للنهوض بقطاع السياحة في الجزائر ومن ثم الإستفادة من تأثيراته الإيجابية المباشرة وغير المباشرة على النشاط الإقتصادي الوطني:[1]

[1]– فارس فضيل، مرابط أحمد، **واقع قطاع السياحة في الجزائر من خلال قراءة مؤشرات التنافسية الدولية و آليات تطويره في ظل برنامج SDAT2025**، الملتقى العلمي الدولي حول: السياحة في الجزائر بين الواقع و المأمول نحو الإستفادة من التجارب الدولية الرائدة، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، يومي 09 و 10 نوفمبر 2016، ص.ص 16- 17.

1. زيادة الإنفاق الحكومي على قطاع السياحة:

إن تطور قطاع السياحة والسفر بالجزائر يتطلب بالضرورة أن يكون من بين اهتمامات وأولويات السياسة الإقتصادية في الجزائر، وذلك يكون من خلال زيادة حجم الإنفاق العام على هذا القطاع قصد التمكين من خلق قاعدة متينة يرتكز عليها وتسمح باستمرارية تطوره، حيث أن رقي هذا القطاع يتطلب سهر الهيئات العمومية على توفير أفضل الظروف التي تمكن من استقطاب السياح الأجانب، وذلك من خلال:

- بناء المنشآت الأساسية والبنى التحتية؛
- عقد اتفاقات شراكة وتعاون مع الدول المتطورة سياحيا للإستفادة من خبراء وتجارها؛
- إنشاء مشاريع سياحية؛
- تهيئة الإقليم وحماية المناظر العامة.

2. تنمية الفكر السياحي والثقافة السياحية في المجتمع:

تتعاظم أهمية الموارد البشرية خصوصا في القطاعات الخدماتية التي تعتمد على العنصر البشري في أدائها،وعلى هذا الأساس فإن تكوين العنصر البشري في مجال السياحة يعتبر أمرا ضروريا، قصد النهوض بمستوى الخدمات والرقي به لمستوى العالمية ،وبما يساهم من جهة أخرى أيضا في تحسين طرق التسيير السياحي وكذا خلق ثقافة السياحة في أوساط المجتمع والجزائر عملت منذ بداية الستينات على تأسيس مدارس خاصة بالتكوين السياحي من خلال مركزي لتكوين المهني في كل من وهران وقسنطينة، ثم معهدي تيزي وزو والمعهد العالي للفندقة بالجزائر العاصمة،لكن غياب الدعم والإشراف والإهتمام الحكومي زيادة على عدم وجود استراتيجية واضحة ترتكز عليها عملية التكوين ساهم في تراجع دور هذه الهيئات في عملية خلق موارد بشرية مؤهلة في المجال السياحي.

3. تطوير البنى التحتية والمنشآت الأساسية:

تثبت العديد من التجارب الدولية مدى أهمية الدور الذي تلعبه البنى التحتية في تطوير قطاع السياحة، حيث أنها توفر سهولة الحركة وربح الوقت والجهد ومن ثم توفير الراحة والطمأنينة في نفوس السياح، ورغم أن الجزائر ومنذ سنة 2001 شرعت في تطوير بنيتها التحتية إلا أن تلك الجهود لا زالت غير كافية ليكون لها تأثير كاف على تطور قطاع السياحة في الجزائر. فالجزائر أمام تحد تطوير منشآتها السياحية التي تتماشى وما تملكه من مواقع سياحية وهذا في إطار تعزيز توفير الخدمات التي ترافق عادة

النشاط السياحي، إذ انه لا معنى من توافر مواقع سياحية دون أن يواكبها خدمات النقل، والإطعام والمبيت وهذا كله لا يتأتى إلا من خلال تواجد منشآت وبنى تحتية تمكن من توفير ذلك ومواصفات عالمية. فالواقع يشير فيما يخص الفنادق إلى عجز في طاقات الإستقبال وعدم استجابة الكثير منها للمعايير الدولية، أما فيما يخص النقل فيسجل سوء الخدمات بشكل كبير خصوصا النقل الجوي (التأخر في الرحلات وسوء الربط بين المناطق السياحية المعروفة) وهو ما يدفع إلى ضرورة توسعة طاقات الإستقبال، توسعة الموانئ والمطارات وتهيئة شبكات الطرق والسكك الحديدية خصوصا بين مختلف المواقع السياحية المعروفة لتسهيل الحركة والتنقل.

4. تحسين الأطر القانونية والتنظيمية الخاصة بالقطاع:

إن احتلال الجزائر لمرتبة متدنية فيما يخص تنافسية الإطار التنظيمي يدل على تخلف الأطر التنظيمية والرقابية على مستوى هذا القطاع وبالتالي بروزها كعراقيل تساهم في الحد من رقيه وتطور مساهمته في النشاط الإقتصادي،حيث يتعين على الجزائر تحسين إجراءات الحصول على التأشيرات لتجنب التأخير وما لذلك من تفضيل للسياح الأجانب لوجهات سياحية في بلدان أخرى ذات تسهيلات أفضل، كما يتعين عليها وتماشيا مع المعايير الدولية تحسين وتبسيط إجراءات التأسيس والبدء في المشاريع الإستثمارية أمام القطاع الخاص بما يعزز من تطور الخدمات المقدمة.

5. تحسين الخدمات المرافقة للنشاط السياحي:

إن من أهم الأمور المؤثرة على توافد السياح ليس فقط المواقع السياحية، وإنما تمتد لتشمل حتى الخدمات المرافقة التي تسمح للسياح الأجانب بالإستمتاع بأوقاتهم وتجنب التعب وضياع الوقت والجهد، وفي الجزائر فإنه يسجل نقص كبير في هذا المجال وذلك من خلال:

- ضعف الخدمات المصرفية :حيث أن تخلف المنظومة المصرفية في الجزائر وعدم مواكبتها للتطورات الدولية انعكس سلبا على طبيعة الخدمات المصرفية المقدمة خصوصا من حيث وسائل الدفع والتي لا تتوافق في الغالب وطلبات الأجانب؛
- ضعف تكنولوجيا الإعلام و الإتصال التي تشهد تطورات كبيرة في العصر الحالي؛
- ضعف أداء وكالات الأسفار وعدم تكيفها ومواكبتها للتطورات الدولية.

6. إتباع سياسة ترويجية فعالة:

يتعين على الجزائر وقصد التعريف بتراثها السياحي و قدراتها في هذا المجال إتباع سياسة ترويجية تسمح بإيصال أفضل صورة عنها إلى الخارج، ونظرا للظروف الصعبة التي مرت بها الجزائر على المستوى الأمني فإنها مطالبة بإزالة كل الشكوك التي قد تتبادر إلى الأجانب حول مدى توفر السلامة والأمن فيها اعتبارهما عاملين جد مؤثرين على توافد السياح لأي بلد.وعلى هذا الأساس فإنه من الواجب العمل على تطوير الإستراتيجيات التسويقية، والتي ترتكز على استغلال جميع فضاءات الإتصال والمشاركة بقوة في التظاهرات والمعارض السياحية الدولية للتعريف بالتراث السياحي الجزائري ومختلف الخدمات والحوافز الموفرة للسياح المتوافدين عليها.

المطلب الثاني: إحصائيات توزيع المشاريع الإستثمارية في قطاع السياحة في الجزائر

سنتعرف من خلال هذا المطلب على توزيعات المشاريع الإستثمارية، إحصائيات وزارة السياحة إضافة إلى نصيب الجزائر من السياحة العالمية.[1]

أولا: توزيع المشاريع الإستثمارية:

1. حسب قطاع النشاط:

يوضح الجدول أدناه عدد المشاريع الموزعة في قطاع السياحة و عدد مناصب الشغل الذي يخلقها.

[1]- موقع التصفح: http://www.andi.dz/index.php/ar/secteur-du-tourisme ،

الجدول (2-1): عدد المشاريع الإستثمارية في قطاع السياحة ومناصب الشغل التي تخلقها.

النشاط	عدد المشاريع	%	القيمة بالمليون دينار	%	مناصب الشغل	%
السياحة	195	%1	135595	%5	3517	%1

المصدر: موقع التصفح: http://www.andi.dz/index.php/ar/secteur-du-tourisme ،

2. توزيع المشاريع الإستثمارية المنجزة الأجنبية:

يوضح الجدول أدناه عدد المشاريع المنجزة الأجنبية في قطاع السياحة إضافة إلى عدد مناصب الشغل التي يخلقها هذا الإستثمار.

الجدول (3-1): عدد المشاريع الإستثمارية المنجزة الأجنبية في قطاع السياحة ومناصب الشغل التي تخلقها.

النشاط	عدد المشاريع	%	القيمة بالمليون دينار	%	مناصب الشغل	%
السياحة	3	%1	15587	%2	11	%24

المصدر: موقع التصفح: http://www.andi.dz/index.php/ar/secteur-du-tourisme

3. مشاريع المؤسسات الحموية:[1]

19 مشروع حموي خاص في طور الإنجاز، طاقة إستعابها الإجمالية تقدر بـ 2268 سرير، الذي يحصّل عنه 595 منصب شغل، حيث أن القيمة الإجمالية لهذه المشاريع تقارب خمسة (05) ملايير دينار جزائري. (4 في قالمة، 3 في سطيف، 2 في بسكرة، 2 في جلفة، 2 في وهران، 1 في عين الدفلة، 1 في خنشلة، 1 في ميلة، 1 في ورقلة و1 لا في معسكر).

ثانيا: إحصائيات وزارة السياحة الجزائرية:[2]

- 1004 مؤسسة فندقية بسعة 81024 سرير؛
- 73 مؤسسة حكومية، 59 مؤسسة ملك للجماعات المحلية، 872 مؤسسة ملك للخواص؛

[1]- موقع التصفح: http://www.matta.gov.dz/index.php/ar/ ،

[2]- موقع التصفح: http://www.swissinfo.ch/ara ،

- لا يوجد أكثر من 10 مؤسسات من فنادق الخمسة نجوم و22 من فئة 4 نجوم و67 من فئة 3 نجوم و59 من فئة 2 نجوم و42 من فئة نجمة واحدة و804 بدون ترتيب.

أما بالنسبة للمشاريع الجديدة:

- مشروع قيد الإنجاز، 207 منها في المدن بسعة 30 ألف سرير، وهناك 250 مشروع متوقفة عن الانجاز بسب نقص التمويل؛
- عدد شركات السفر الخاصة 755، يضاف إليها 30 وكالة تابعة للديوان الوطني للسياحة و25 تابعة لنادي السياحي "تورينغ"؛
- يشغل قطاع السياحة إجمالا، حسب إحصائيات 2004، أكثر من 165 ألف عامل.

ثالثا: نصيب الجزائر من السياحة العالمية:[1]

لا زالت حصة الجزائر من سوق السياحة العالمية ضئيلة جدا بسبب العجز في هياكل الاستقبال التي لا توفر حاليا سوى 81 ألف سرير، 80% منها غير مصنفة، على حد تصريح وزير السياحة الجزائري نور الدين موسى، الذي أشار إلى أن "الإستراتيجية القطاعية إلى غاية سنة 2015 ستمكن بلادنا من استقبال 4 ملايين سائح، في حين سيبلغ عدد سياح حوض البحر الأبيض المتوسط 24 مليون سائح عام 2020."

وأشار تقرير صادر عن عدد كبير من الخبراء تحت إشراف فابريس هاتم، ومشاركة الوكالة الفرنسية للاستثمارات الدولية، أن القطاع السياحي بمنطقة المتوسط يمثل 10% من الناتج المحلي الخام، إلا أنه يظل تحت المستوى في عدد من الدول من بينها الجزائر، حيث يبقى القطاع غير مستغل بصورة كبيرة مقارنة بالقدرات والفرص المتاحة.

واستنادا إلى إحصائيات المنظمة العالمية للسياحة، فإن القطاع السياحي يمثل 3,9% من قيمة الصادرات و9,5% من نسبة الاستثمارات المنتجة و8,1% من الناتج المحلي الخام. وتصنف الجزائر، من حيث حصة السياحة في الناتج المحلي الخام، في الرتبة 147 من مجموع 174 دولة.

أما عن مستوى التشغيل، فإن القطاع يشغل أكثر من 200 ألف عامل ويمثل حوالي 6,5% من نسبة التشغيل المباشر وغير المباشر، ولم تسجل الجزائر، حسب التقرير، سوى 23,1 مليون دخول كسائح، ثلاثة أرباعهم من المغتربين، وإن سجّل، حسب التقرير، تحسّنا خلال السنتين الماضيتين، إلا أن الحصة الجزائرية لا تزال تقدر بـ 2,0% من التدفقات السياحية. وجنت الجزائر عائدات بلغت 105 مليون أورو مقابل 9,4 مليار أورو لمصر و1,3 مليار أورو للمغرب. وتمثل نفقات السياحة في الجزائر 8,4% من إجمالي نفقات السياحة في المنطقة.

[1]- موقع التصفح: http://www.swissinfo.ch/ara،

المطلب الثالث: مخطط جودة السياحة الجزائرية

سنتطرق من خلال هذا المطلب إلى مضمون مخطط الجودة السياحية الجزائرية وأهدافه. [1]

أولا: مضمون مخطط الجودة:

يطمح مخطط جودة السياحة الجزائرية إلى توحيد جميع المهنيين الجزائريين في قطاع السياحة من خلال الانتهاج الإرادي للجودة الحريص على تلبية حاجات الزبائن وإرضائهم وطنيين وأجانب، تم إعداد مخطط جودة السياحة الجزائرية مع مهني ومن اجلهم، طبقا للمعايير الدولية، يسمح مخطط الجودة بتحديد المسار من اجل تحسين التدريجي للخدمات والحصول على العلامة التجارية. جودة السياحة الجزائر

ويرتبط مخطط جودة السياحة الجزائرية بالنقاط التالية:

- ✓ تدعيم كفاءات الموارد البشرية؛
- ✓ تأسيس العلامة التجارية جودة السياحة الجزائر؛
- ✓ تحديث البنى التحتية؛
- ✓ تنظيم الأنشطة السياحية.

ثانيا: أهداف مخطط جودة السياحة الجزائرية:

يهدف مخطط جودة السياحة الجزائرية إلى:

1. دعم التنافسية الوطنية من خلال إدراج مفهوم الجودة في جميع مشاريع تنمية المؤسسات السياحية؛
2. بلوغ أفضل مهنية في جميع قطاعات العرض السياحي الوطن؛
3. تثمين المناطق السياحية الوطنية وثرواتها المحلية؛
4. خلق ديمومة العرض السياحي الجزائري من خلال تحسين صورة جودة الخدمات للزبائن الوطنيين والأجانب؛
5. إفادة المؤسسات السياحية الملتزمة بانتهاج مسار الجودة وذلك بتوفير الوسائل الملائمة لتحقيق تنميتها وخاصة بمرافقتها في عمليات التجديد وإعادة التأهيل والتحديث والتوسيع والتكوين؛
6. ضمان ترويج متزايد للمتعاملين المنخرطين في الجودة من خلال إدماجهم في شبكة المؤسسات الحاملة للعلامة التجارية "جودة السياحة الجزائر" وضمان اندماج أحسن في المجال التجاري وتموقع أفضل.

[1]–موقع التصفح: http://www.matta.gov.dz/index.php/ar/2015-08-20-15-26-50/2015-11-11-09-33-47،

خلاصة الفصل الأول:

من خلال هذا الفصل حاولنا حوصلة وذكر أهم المفاهيم والتعريفات التي تتعلق بماهية المقاولاتية والمقاول والمشاريع الإستثمارية والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لإضافة إلى أهم المخططات التي تخص المشاريع الإستثمارية في القطاع السياحي في الجزائر. وقد تناولنا هذه المفاهيم من خلال ثلاثة مباحث، الأول تعلق المقاولاتية حيث حاولنا سرد أهم التعاريف من وجهات نظر مختلفة، كما تعرضنا لخصائصها وأهميتها إضافة إلى مفهوم المقاول ودوافعه الشخصية وصفت المقاول الناجح. وكي نتعمق أكثر من عنوان بحثنا قدمنا مراحل إنشاء المشروعات الصغيرة ودورها في تحقيق التنمية الإقتصادية. ومن خلال المبحث الثاني حاولنا تقديم أهم التعاريف والمفاهيم الخاصة بالمشاريع الإستثمارية والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ، كما تطرقنا لأهم خصائصها وأنواعها ومصادر تمويلها، وحتى نبين دورها وأهميتها الإقتصادية والإجتماعية. ومن خلال المبحث الثالث حاولنا التعرج إلى أهم المخططات والإحصائيات والمشاريع الإستثمارية الموزعة على القطاع السياحي في الجزائر، كما وضحنا فيه مخطط التهيئة السياحية في آفاق 2025 بأهدافه وأهم ديناميكيات التهيئة الإقليمية، إضافة إلى الأقطاب السياحية التي شملها، كذلك تعرضنا لمخطط الجودة السياحية بمضمونه وأهدافه.

فالمقاولاتية هي نموذج تفصيل اقتصادي لا ينجح إلا بوجود المقاول الذي يتسم بصفات تأهله لكي يكون بمثابة روح المقاولاتية، فهي كبديل لطرق تقليدية لخلق فرص عمل والثروة. فالمشروعات الإستثمارية الصغيرة مكون أساسي لإقتصاد أي بلد يصبو إلى التطور و الازدهار وهذا ما نلاحظه من خلال ما طبقته الجزائر من مخططات وقيامها ببعض الإحصائيات للنهوض بالقطاع السياحي دون أن ننسى دورها في مرافقة المقاولين ودعمها لهذه المؤسسات المصغرة من مراحل إنشائها حتى إنطلاق المشروع.

تمهيد:

السياحة أحد الأنشطة الإقتصادية التي تتمتع بأهمية كبيرة في العالم وهي واحدة من أهم مصادر الدخل للإقتصاد الوطني للعديد من الدول، فهي تعد أيضا وسيلة حضارية لنقل وتبادل الثقافات بين شعوب العلم المختلفة.

لذا تعتبر الجزائر من الدول التي تتوفر على إمكانيات سياحية متنوعة لها مكانتها في السياحة الإقليمية والدولية، خاصة لدى الهيئات المختصة مثل اليونسكو، بما يؤهلها للنهوض بهذا القطاع إذا ما توفرت الجدية الكافية لتطوير الأنماط السياحية التي تمتلك مقوماتها كالسياحة الصحراوية والجبلية وسياحة الشاطئ.

والجزائر كغيرها تسعى لتحقيق التنمية في قطاع السياحة من أجل تحقيق الرفاه الإقتصادي والإجتماعي للمجتمع أيضا للإبتعاد عن التبعية النفطية والإهتمام بمجالات اقتصادية أخرى كالقطاع السياحي نظرا للإمكانيات التي تتوفر فيها إضافة إلى المجهودات التي أصبحت تبذلها السلطات الجزائرية للنهوض بهذا القطاع وتطويره.

وقد قسمنا الدراسة إلى ثلاثة مباحث وهي كالآتي:

- **المبحث الأول: عموميات حول السياحة؛**
- **المبحث الثاني: المقومات السياحية للجزائر ودورها في تحقيق التنمية السياحية؛**
- **المبحث الثالث: واقع الإستثمار السياحي في الجزائر وسبل تشجيعه.**

المبحث الأول: عموميات حول السياحة

تعتبر السياحة ظاهرة طبيعية، وأحد الأنشطة الإقتصادية ذات أهمية كبيرة في العالم وتقوم عليها اقتصاديات العديد من الدول، لذا سنتطرق في هذا المبحث إلى ماهية السياحة، أنواعها، أركانها وأشكالها، أهميتها الإقتصادية والإجتماعية ومعوقاتها.

المطلب الأول: ماهية السياحة

نهدف من خلال هذا المطلب إلى تحديد تاريخ نشأة السياحة، وماهية السياحة والسائح.

أولا: تاريخ نشأة السياحة:

لقد تطور مفهوم السياحة ومعناها مع تطور المجتمعات وسوف نستعرض بصورة مختصرة ثلاث مراحل من مراحل تطور السياحة وهي:

1. مرحلة العصور القديمة:

لفظ السياحة بمفهومه الحالي هو لفظ حديث ولم يكن معروفا في العصور القديمة، ولكن إذا أطلقنا لفظ السياحة على السياحة في العصور القديمة سنجد أن الإنسان قديما كان غير مستقر في مكان ثابت، وهذا لحاجته في البحث عن مصادر الرزق، وتمثل مرحلة الحضارات القديمة الفترة الأولى من حياة الإنسان أي العصر البدائي، حيث لم يكن هناك قوانين تحكم تصرف الإنسان سوى قوانين الطبيعة، وبالتالي كان الإنسان يتنقل من الأرض القاحلة إلى الأرض الخصبة، ومن المكان الغير الآمن إلى المكان الآمن، حيث كان السفر ظاهرة طبيعية مرتبطة بوجود الإنسان، والذي يهدف إلى إشباع نزواته واستفاء احتياجاته الشخصية، وعند قيام الدول والحضارات أصبح السفر وسيلة تجارية والقيام بالحملات العسكرية والتعلم والتعليم، وكان للفنيقين السبق في الإهتمام بالتجارة والتنقل، فقد عرفوا بحب المخاطرة والترحال البحري، ولعل أهم الرحلات السياحية في بلاد الإغريق ووفود اليونانيين القدماء وسكان الأقاليم الأوربية المجاورة التي تأتي إلى جبال المبيا لمشاهدة الألعاب الأولمبية التي شرع تنظيمها العام 776 قبل الميلاد، هذا التوافد شجع على بناء الفنادق لزوار أثينا، وكان ذلك خلال القرن الرابع عشر قبل الميلاد.[1]

2. مرحلة العصور الوسطى:

تبدأ هذه المرحلة بسقوط الإمبراطورية الرومانية حتى القرن الخامس عشر والمعروف أن الإمبراطورية الرومانية آخر إمبراطورية نشأت في العصور القديمة، وقد كانت مركز الإشعاع الفكري والحضاري والتجاري وكان لها الفضل الأكبر في تطوير حركة الأسفار عبر العالم، وقد كان اتجاه السياحة في تلك العصور إلى التجارة، الحج، رحلات الدراسة حيث انفرد العرب من الفترة الممتدة للفرن الرابع عشر والثامن عشر على تطوير مبادئ السياحة ووضع الأسس الأولى وكانت البلاد الإسلامية أكثر تقدما من أوروبا وبغداد وقرطبة التي كانت أكثر المدن ثراء من حيث التجارة ومركز الحياة الثقافية والحضارية وقد انطلق الرحالة العرب يجبون العالم ومن أشهرهم ابن بطوطة، ابنجبير، البيروني... وغيرهم، وقد أخذت السياحة الدينية أبعاد جديدة في العصور الوسطى، حيث

---

[1]- عوينان عبد القادر، **السياحة في الجزائر الإمكانيات و المعوقات (2000-2025) في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2025**، أطروحة دكتوراه في العلوم الإقتصادية تخصص نقود و مالية، جامعة الجزائر 03، الجزائر العاصمة، 2013/2012، ص.ص 4 – 5.

كان الحجاج على اختلاف أديانهم يقومون برحلاتهم الدينية إلى الأماكن المقدسة، وكثيرا منهم كتبوا أوصافا لرحلاتهم وفي نهاية العصور الوسطى ظهرت فئة طالبي العلم الذين يقيمون برحلات لغرض العلم والتعرف على آراء الغير والنظم السياسية الموجودة في الدول الأخرى، هذه الفترة بمثابة بداية الرحلات التي كانت قاصرة على طبقة الأرستقراطيين لأن السفر يتطلب وقت فراغ وأموال فائضة عن الحاجة.[1]

3. مرحلة العصر الحديث:

لم تعد هذه المرحلة مجرد حركة تنقل وسفر بل أصبحت ظاهرة لها أبعادها الإقتصادية والإجتماعية تستحق الإهتمام، خاصة أن التحولات الزراعية والصناعية والحضارية والثقافية التي شهدتها هذه المرحلة قد ساهمت بشكل كبير في بروز السياحة كنشاط إنساني وقطاع اقتصادي له دوره الذي لا يقل أهمية عن بقية القطاعات الإقتصادية الأخرى، كما شهدت الفترة 1700-1825م بدء الثورة الصناعية والماكنة البخارية الذي غيرت الإبحار الشراعي وبدأت مرحلة السكك الحديدية والبالونات الهوائية، كما بدأت الفنادق والمطاعم تزدهر في عواصم أوروبا، وكان يوم 05 يوليو 1841 هو اليوم الذي شهد مولد الرحلات السياحية سابقة الإعداد والتي تمثلت في رحلة الإنجليزي توماس كوك.[2]

ثانيا: مفهوم السياحة والسائح:

1. مفهوم السياحة:

تناولت العديد من الكتابات لصناعة السياحة وماهية ومفهوم السياحة ومكوناتها من عدة جوانب مثل الجوانب (الإقتصادية، الإجتماعية، الثقافية...الخ) مما ترتب عليه تعدد وتباين هذه التعاريف وفقا لرؤية كل باحث وفيما يلي سنستعرض أهم التعاريف للسياحة:

عرف جوير فرولر E- Guye Freulle السياحة بأنها ظاهرة من ظواهر العصر التي تنبثق من الحاجة المتزايدة للحصول على الراحة والاستجمام بجمال الطبيعة ورونقها والشعور بالبهجة والمتعة من الإقامة في مناطق ذات طبيعة خاصة.[1]

وحسب هنكسر وكربت (Hunsiker & crapt) فتعرف السياحة بأنها مجموعة من العلاقات والظواهر الناتجة عن السفر وإقامة أشخاص بحيث لا يكون مكان الإقامة الأصلي والدائم وليس مكان العمل الأساسي.[2]

تعريف المنظمة العالمية للسياحة (O.M.T): السياحة ظاهرة تعبير يطلق على الرحلات الترفيهية، وهي مجموع الأنشطة الإنسانية الموجهة لتحقيق هذا النوع من الرحلات، وهي صناعة تساعد على سد حاجات السائح.[3]

---

[1]– حميدة بوعمشة، **دور القطاع السياحي في تمويل الإقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة – دراسة حالة الجزائر -** ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في إطار مدرسة الدكتوراه في العلوم الإقتصادية و علو التسيير تخصص اقتصاد دولي و التنمية المستدامة،ن جامعة فرحات عباس، سطيف، 2012/2011، ص 15.

[2]– محمدي وافية، دور الترويج في ترقية الخدمات السياحية – دراسة حالة الديوان الوطني للسياحة-، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية تخصص إدارة و تسويق الخدمات، جامعة الجزائر 03، الجزائر العاصمة، 2012/2011، ص.ص 4 – 5.

[1]- أحمد الطاهر عبد الرحمن، **تسويق الخدمات السياحية**، الطبعة الأولى، دار الوفاء لدنيا الطباعة و النشر، الإسكندرية، 2012، ص 54.

[2]– قصاص فتيحة، قروج يوسف، **الفرص الإستثمارية لترقية السياحة الصحراوية في الجزائر**، مجلة الحكمة للدراسات الإقتصادية، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر و التوزيع، الجزائر، العدد السابع، السداسي الأول 2016، ص 38.

كما تبنت الجزائر تعريف المنظمة العالمية للسياحة، وأدخلت عليه بعض المفاهيم التي قامت بتحديدها وزارة السياحة، حيث عرفت السياحة كما يلي:

- **الداخل:** كل مسافر تطأ أقدامه أرض الجزائر خارج منطقة العبور؛
- **المسافر:** كل شخص يدخل التراب الوطني، مهما كان سبب تنقله أو دوافع دخوله، ومهما كانت جنسيته ومكان إقامته، باستثناء السواح في نزهة أو رحلة بحرية، والذين يقيمون في بواخرهم طول مدة إقامتهم في البلاد؛
- **الجوال في رحلة بحرية:** كل شخص يدخل الحدود البحرية الوطنية ويغادرها في نفس السفينة أو الباخرة التي دخل فيها، والتي يقيم على متنها طول مدة إقامته؛
- **الزائر:** كل شخص يدخل التراب الجزائري ولا يمارس نشاطا مأجورا. [1]

2. مفهوم السائح:

يمكن تعريف السائح على أنه كل شخص يغادر مكان إقامته المألوفة إلى مكان آخر بهدف إشباع رغبة معينة، خلال مدة زمنية لا تتعدى اثني عشر شهرا متصلة، دون أن تكون غايته البحث عن منصب عمل.[2]

وفي سنة 1932 حاولت **لجنة الخبراء السياحيين** إعطاء تعريف للسياحة دون التعرض إليها كظاهرة، بالتركيز على تعداد الطوائف من الأشخاص الذين يجب عدهم سياحا، وفي رأي اللجنة هم:

- الأشخاص الذين يقومون برحلة للمتعة أو لأغراض عائلية أو لأسباب صحية؛
- الأشخاص الذين يسافرون لحضور اجتماعات أو لأداء مهمات مختلفة (علمية، إدارية، دبلوماسية، رياضية، دينية)؛
- الأشخاص الذين يسافرون لإنجاز العمال؛
- المشاركون في الرحلات البحرية على السفن، حتى لو قلت المدة التي يقضونها في البلد الذي تزوره السفينة عن 24 ساعة.[3]

وهناك تعريف الإتحاد الدولي لمنظمات السفر الرسمي (LOUTO) والتي حاليا تسمى منظمة السياحة العالمية (OMT) الذي قدم إلى مؤتمر الأمم المتحدة في روما سنة 1963 **" السائح هو كل شخص يقيم خارج موطنه المعتاد لفترة تزيد عن 24 ساعة على أن تتحول هذه الإقامة إلى إقامة دائمة ".**[4]

---

[3]– هادية يحياوي، **السياحة و التنمية في المغرب العربي**،أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في العلوم السياسية تخصص تنظيمات سياسية و إدارية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012/2011، ص 19.

[1]- عوينان عبد القادر، مرجع سبق ذكره، ص.ص 10 – 11.

[2]- بوفليح نبيل، تقرورت محمد، **دراسة مقارنة لواقع السياحة في دول شمال ايفريقيا – حالة الجزائر ، تونس، المغرب** -، الملتقى الوطني الأول حول السياحة في الجزائر– الواقع و الآفاق-، المركز الجامعي، البويرة، يومي 11 و 12 ماي 2010،ص.ص 2 – 3.

[3]- بوعشاش سامية، **السياحة البيئية في المناطق الجبلية – حلة جبال تيكجدة بولاية البويرة: الجزائر**-، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في علوم التسيير تخصص الإدارة البيئية و السياحة، جامعة الجزائر 03، الجزائر، 2013/2012،ص 5.

[4]- ياسين مريخي، **التوازن البيئي و التنمية السياحية المستدامة لولاية عنابة**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم التهيئة العمرانية فرع التهيئة الإقليمية، جامعة منتوري، قسنطينة، جوان 2010، ص 14.

ثالثا: خصائص السياحة:

تأسيسا على التعريفات السابقة يتضح لنا أن السياحة تشمل كافة الأنشطة التي تتعلق بصفة مباشرة أو غير مباشرة بتقديم مجموعة من الخدمات المختلفة للسياح، ومنها يمكن استخلاص خصائص السياحة التالية:[5]

- ✓ السياحة من أهم القطاعات الخدمية التي أصبحت تشكل مصدرا رئيسيا للدخل القومي، لأنها تمثل منظومة متكاملة من الأنشطة المختلفة. ونطاق السياحة الذي يتحرك فيه القطاع السياحي يمتد إلى خارج النطاق الإقليمي للدولة الواحدة، لهذا فقطاع السياحة يتأثر أيضا بالمتغيرات التي تطرأ على البيئة العالمية؛
- ✓ مقومات العرض السياحي تتميز بالندرة الشديدة للتغيرات التي تطرأ على قطاعات النشاط الإنساني الأخرى في المجتمع، سواء تعلق الأمر بالهبات الطبيعية التي تتمتع بها الدولة، والمورثات الحضارية القديمة والحديثة أو بالمكتسبات الحضارية بنى أساسية وخدمات تكميلية؛
- ✓ السوق المستهدف لقطاع السياحة هو سوق متنوع الخصائص والإنتماءات والأنماط السلوكية، لأنه يمتد من مواطني الدولة الواحدة إلى مواطني الدولة الأخرى. وكل فئات المجتمع تساهم في تشكيل الطابع أو الصورة المميزة لمزيج الخدمات السياحية المقدمة للسائح من طرف الدولة، لأنها كلها تشترك في تقديم الخدمات السياحية بطريقة مباشرة أو غير مباشرة.

المطلب الثاني: أنواع السياحة، أركانها وأشكالها.

سنتطرق في هذا المطلب إلى أنواع السياحة، أركانها وأشكالها.

أولا: أنواع السياحة:

هناك عدة تصنيفات للسياحة أهمها:

1. السياحة الدينية:

تعتبر من أقدم أنواع السياحة وأكثرها رواجا لما تمثله من قيم روحية مما جعلها موضوع اهتمام من قبل الأمم والشعوب عبر الأزمان، ويقوم هذا النوع من السياحة على أساس تلبية نداء الدين وإشباع العاطفة الدينية وتشمل زيارة الآثار والمعلم الدينية وكذلك الأضرحة للتبرك بها وللاستشفاء الروحي والنفسي، وهناك مناطق مقدسة ولها مكانة خاصة عند زائريها كمكة المكرمة والمدينة المنورة بالنسبة للمسلمين، والفاتيكان بالنسبة للمسيحيين، إلى غير ذلك من الأماكن المقدسة؛[1]

---

[5]- صلاح زين الدين، **دراسة لفرص وتحديات التنمية السياحية المستدامة في مصر**، المؤتمر العلمي الدولي الثلث – القانون و السياحة -، كلية الحقوق لجامعة طنطا، مصر، يومي 26 و 27 أفريل 2016، ص7.

[1]– بودي عبد القادر، **أهمية التسويق السياحي في تنمية القطاع السياحي بالجزائر "السياحة بالجنوب الغربي"**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم التسيير، جامعة الجزائر، الجزائر، 2006/2005، ص 50.

2. السياحة الأثرية والتاريخية:

هي متعة للذهن والفكر والعلمية وحب للتطلع ومعرفة التراث الموجود في مختلف بقاع العام وكافة الإنجازات والحضارات التي تركها الأجيال السابقين مثل الأهرمات في مصر والنقوش الحجرية في الطاسيلي والهقار والآثار الرومانية بالجزائر والقصور القديمة وزيارة المتاحف والمكتبات ومختلف البنايات القديمة كالقصبة،

وتستقطب هذه السياحة العلماء والمثقفين والبحثين في الآثار والتاريخ بهدف تنمية المعارف العلمية وزيادة التحصيل العلمي والفكري واكتشاف الموروث الحضاري القديم للشعوب؛[1]

3. السياحة العلاجية:

لقد عرف الإنسان ا النوع من السياحة منذ أقدم العصور. فقد عرفت منذ عهد الرومان والإغريق الذين كانوا يقصدون العيون المعدنية من أجل الاستشفاء والعلاج. ولا يزال كثير من السائحين يقومون بالسياحة للهدف نفسه، كما يقصد السائحون المناطق الجبلية ذات الهواء النقي لاتقاء أمراض الجهاز التنفسي، كما يقصدون البحار وحمامات الصلصال لعلاج أمراض الروماتيزم، وتشمل هذه الزيارات المصحات وأماكن الاستشفاء؛[2]

4.السياحة الرياضية:

تتركز هذه السياحة على المساهمة، المشاهدة أو تشجيع رياضة من الرياضات التي يميل إليها الفرد، مثل رياضة كرة القدم التي تحضى بتنظيم أضخم تظاهرة رياضية والمتمثلة في كأس العلم لكرة القدم، حيث تتم التحضيرات لهذه المناسبة الرياضية طيلة مدة زمنية تسبق الأربع سنوات من التاريخ المبرمج لإجراء التظاهرة، وتمس هذه التحضيرات كافة القطاعات داخل الدولة المضيفة بدءا من مرافق رياضية، مؤسسات إيواء، وسائل نقل، برمجة رحلات شاملة، ومقابل هذا تجني الدولة المستضيفة مداخيل طائلة تساهم في تحسين ظروفها الإقتصادية؛[3]

5. سياحة الأعمال:

يتعلق هذا النوع من السياحة بتنقل الأفراد لأسباب مهنية ولو أنه يوجد جدال كبير حول الطابع السياحي لهذا النوع، إلا أن المنظمة العالمية للسياحة أخدت به واعتمدته وأصبح اليوم مكرسا في كل بلدان العالم ويشمل هذا النوع كل من السياحة المؤتمرات والملتقيات والندوات... وينبغي الإشارة هنا أيضا أن هذا النوع من السياحة غير منفصل عن الأنواع الأخرى لأن سياحة الأعمال تعتمد كذلك على السياحة الثقافية وسياحة المهرجانات والمعرض وسياحة الترفيه؛[1]

6. سياحة المعارض والمهرجانات:

حيث نجد أن السياح ينتقلون بغرض مشاهدة المعارض التي تقام في الدول المختلفة كالمعارض الصناعية والتجارية والفنية ومعارض الكتاب، فأصبحت المعارض نوافذ حضارية يطل منها الزائرون على الإنجازات العلمية

---

[1]- دحموني عبد الكريم، **تنمية و تطوير السياحة الصحراوية "دراسة حالة تمنراست"**، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير تخصص النظرية الإقتصادية، جامعة الجزائر، الجزائر، 2007/2006، ص 7.

[2]- سعيد صفي الدين الطيب، **مقومات التنمية السياحية في ليبيا "دراسة في الجغرافيا السياحية"**، رسالة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في الآداب من قسم الجغرافيا بكلية الآداب، جامعة القاهرة، مصر، 2001، ص 14.

[3]- هادية يحياوي، مرجع سبق ذكره، ص28.

[1]- شنيني عبد الرحيم، **دور التسويق السياحي في إنعاش الصناعة التقليدية و الحرفية "دراسة ميدانية حالة مدينة غرداية"**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير تخصص تسويق الخدمات، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2010/2009، ص 9.

والتكنولوجية والحضارية للدول المختلفة أما بالنسبة للمهرجانات تكون الزيارة بغرض الحضور أو المشاركة في المهرجانات المختلفة الثقافية، الفنية، الرياضية والتي تهدف إلى تحقيق الرواج العام والجذب السياحي.[2]

7. السياحة الترفيهية:

يعد هذا النوع من أقدم أنواع السياحة، إذ تجدب أكثر من 75% من السياح وتعني السياحة الترفيهية تغيير مكان الإقامة لفترة ما لغرض الإستمتاع والترفيه عن النفس،من خلال ممارسة الهوايات المختلفة كصيد السمك والغوص وزيارة المناطق الجبلية والصحراوية...الخ.[3]

ثانيا: أركان السياحة:

من خلال المخطط أدناه تتمثل أركان السياحة في:[4]

- **النقل:** ترتبط صناعة السياحة ارتباطا وثيقا بصناعة النقل، ويعتبر أحد الأركان الأساسية للنشاط السياحي، فبدون النقل والمواصلات لا وجود للنشاط السياحي؛
- **الإيواء:** لا يوجد سياحة بالمعنى الحقيقي بدون وجود أماكن الإيواء، فإن أول ما يبحث عنه السائح عند وصوله للدولة محل السياحة هو مكان الإقامة؛
- **البرنامج:** لا تنجح أي سياحة بدون برنامج معين يتمتع به السائح ويحجز له مسبقا أو عند وصوله للبلد، وهذه البرامج تشمل زيارة المتاحف والأماكن الأثرية والتاريخية وأماكن الترفيه والراحة والمناطق العلاجية أو الدينية أو الطبيعية أو الرياضية... بالإضافة إلى الخدمات السياحية الأخرى كالمحلات، الأسواق، المنتزهات، المنتجعات...؛
- **البنية التحتية للسياحة:** وتتمثل في الخدمات الأولية أو القاعدية الواجب توفيرها لقيام أي مشروع سياحي أو منطقة سياحية ومنها شبكات المياه وشبكات الصرف الصحي، الكهرباء، الغاز، الطرق والمواصلات، الخدمات الصحية، البنوك... فانعدام هذه البنية لا تسمح لأي مشروع سياحي القيام بخدماته بصورة كاملة وتعتمد صناعة السياحة بصورة أساسية على البنية التحتية؛
- **البنية الفوقية للسياحة:** تتمثل في منشآت الإقامة والإيواء ومشاريع الإستقبال السياحي ومكاتب المعلومات السياحية كوكالات السياحة والسفر، الشركات السياحية، مكاتب إيجار السيارات، المترجمين، المنظمات السياحية، المسارح، الملاعب، السينما...الخ.

---

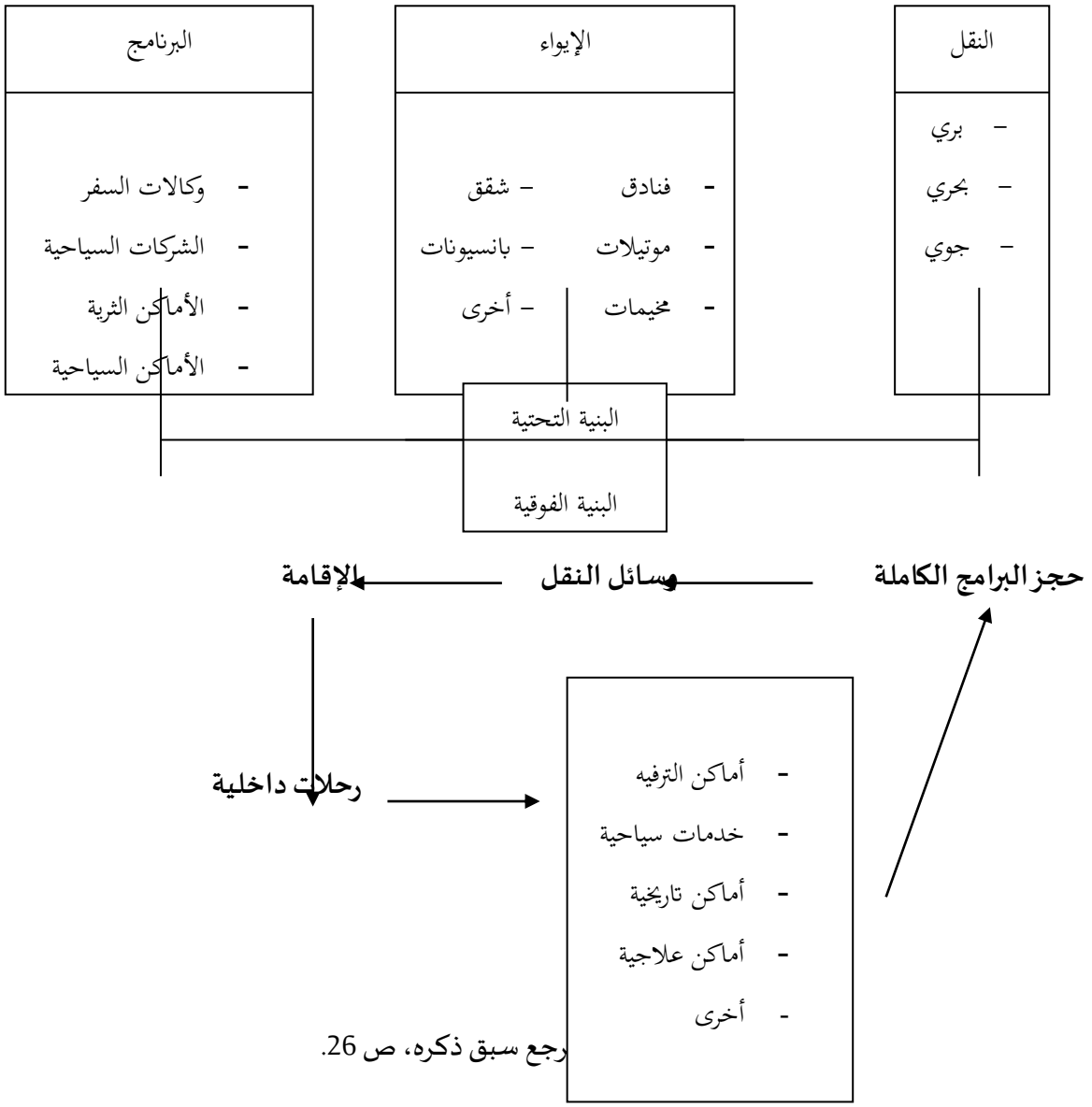
[2]- بهاز الجيلالي، **مساهمة القطاع السياحي في تحقيق التنمية المستدامة**، مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات شهادة الماجستير فرع العلوم الإقتصادية تخصص اقتصار و تسيير البيئة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2008/01/23، ص 32.

[3]- جميل نسيمة، **السياحة الثقافية و تثمين التراث من خلال البرامج التلفزيونية في الجزائر "دراسة وصفية تحليلية لبرامج حصة مرحبا"**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الإتصال تخصص علوم الإعلام و الإتصال، جامعة وهران، وهران، 2010/2009، ص 70.

[4]- كواش خالد، **أهمية السياحة في ظل التحولات الإقتصادية – حالة الجزائر-**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الإقتصادية فرع التخطيط، جامعة الجزائر، الجزائر، 2004/2003، ص 27.

ولتبيان أكثر أركان السياحة نقدم المخطط التالي:

الشكل (1-2): مخطط يوضح أركان السياحة.



رجع سبق ذكره، ص 26.

ثالثا: أشكال السياحة:

يمكن تقسيم السياحة إلى عدة أشكال حسب ما يلي:[1]

1. حسب فئات السياح، هناك:

- **السياحة المحلية:** وتشمل الأشخاص المقيمين في البلد المعني والمسافرين داخل هذا البلد؛
- **السياحة الوافدة:** وتشمل الأشخاص غير المقيمين في البلد ويسافرون إليه؛

[1]– عبد الهادي الرفاعي، **دراسة إحصائية لواقع السياحة في سورية**، مجلة جامعة تشرين للدراسات و البحوث العلمية، سورية، العدد الأول، 2005، ص.ص 2- 3.

- **السياحة الخارجية:** وتشمل الأشخاص المقيمين في البلد والمسافرين إلى الخارج.

2.حسب الطلب على السياحة، هنا:

- **السياحة الداخلية:** وتشمل السياحة المحلية؛
- **السياحة الوطنية:** وتشمل السياحة المحلية والسياحة الخارجية؛
- **السياحة الدولية:** وتشمل السياحة الوافدة والسياحة الخارجية.

المطلب الثالث: الأهمية الإقتصادية والإجتماعية للسياحة ومعوقاتها.

من خلال هذا المطلب سوف نتعرف على الأهمية الإقتصادية والإجتماعية للسياحة ومعوقاتها.

أولا: الأهمية الإقتصادية للسياحة:[2]

إن الهدف من إقامة صناعة السياحة وتشييد بناءها على قواعد ونظم وأساليب إدارية، هو الوصول إلى تعظيم الناتج الإقتصادي والإجتماعي لهذه الصناعة بالنسبة للدولة والمجتمع وبالنسبة للمواطن مع حماية الموارد الطبيعية والموارد السياحية، وتقاليد المجتمع وعاداته وفنونه من التأثر بفعل العوامل السلبية التي قد تنمو بعيدا عن التخطيط والتنمية الرشيدة. وقد أكد إعلان مانيلا عن السياحة العالمية سنة 1980م ضرورة وضع صناعة السياحة في مكانها الصحيح باعتبارها ذات دور هام في عالمنا الديناميكي شديد التغير مشيرا إلى مسؤوليات الدول والحكومة والمؤسسات السياحية للنظر إلى السياحة وفقا لأبعادها الحقيقية التي تتضمن المجالات الإقتصادية ة الثقافية والإجتماعية، كما أعلن المجلس العالمي للسفر والسياحة سنة 1994م وهو منظمة موثوق بها أن السياحة أصبحت أضخم صناعة في العالم متخطية صناعة السيارات والصلب والإلكترونيات

والنشاط الزراعي، وتعتبر السياحة في الوقت الحلي محركا رئيسيا من محركات التنمية الإقتصادية فهي مصدر دخل للعملات الحرة، وهذا يؤثر ايجابيا على ميزان المدفوعات، ويؤثر على حجم العمالة وعلى إعادة توزيع الدخل القومي داخل الدولة، وعلاوة على تشغيل الأيدي العاملة فإن للسياحة أيضا عائدات تنعكس بالفائدة على السكان من خلال زيادة النشاط الإقتصادي، فالضرائب التي يدفعها السياح تساعد الحكومات المحلية على تمويل التعليم والرعاية الصحية وغيرها من الخدمات.

[2]– تقي الدين قادري، **النشاط البدني الترويحي و دوره في تطوير السياحة الرياضية بالجزائر**، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماجستير في نظريات و منهجية التربية البدنية و الرياضية، جامعة الجزائر 03، الجزائر ، 2011، ص.ص 112 – 113.

ثانيا: الأهمية الإجتماعية للسياحة:

يقصد بالأهمية الإجتماعية للسياحة رصد كل النتائج الإجتماعية والثقافية لصناعة السياحة والتي تنعكس على الجوانب الجغرافية والديموغرافية، بالإضافة إلى الملامح الإجتماعية الخاصة بسلوكياتهم وعلاقاتهم والخصائص الثقافية المتعلقة بالعادات والتقاليد والفنون والآداب واللغات والأديان والخصائص العمرانية، وتتمثل النتائج الإجتماعية للسياحة فيما يلي:[1]

- خصائص السائح الوافد وحجم وطبيعة احتياجاته من الخدمات المختلفة بالإضافة إلى سماته الإجتماعية والثقافية؛
- ملامح سكان المناطق السياحية المضيفة ومدى تأثرهم بالأنشطة السياحية ومستوى تماسكهم الثقافي الذي يحدد مدى استعدادهم للتأثر بالآخرين؛
- طبيعة العلاقات المتبادلة بين السياح والسكان المحليين في المناطق السياحية؛
- مدى رواج صناعة السياحة وتعدد الأنشطة والخدمات المرتبطة بها؛
- تؤدي السياحة إلى خلق فرص جديدة للعمالة في الدول المضيفة للسياح بما يؤدي إلى رفع مستوى المعيشة ورفع المستوى الإجتماعي للدولة السياحية؛
- تشجيع السياحة وتسهيل التحرك الإجتماعي وتنقل كثير من العاملين في القطاع الزراعي إلى العمل في قطاع الخدمات مما يؤدي إلى تقليل الفوارق بين الدخول وزيادة فرص التعليم والتدريب ورفع مستوى الخدمات وبالتالي رفع مستوى الحياة في الدول السياحية؛
- تؤدي السياحة إلى بعث الفنون المحلية والصناعة التقليدية والنشاطات الحضارية للسكان المحليين في المنطق السياحية البعيدة عن المدن؛
- تعمل السياحة على إحياء التقاليد المعمارية المحلية مع احترام خصائص المنطقة والبيئة والتراث.

ثالثا: معوقات السياحة:

تواجه السياحة مشكلات وصعوبات تحد من نشاطها السياحي أو تؤثر على برامجها بصفة دائمة أو مؤقتة، وأهم هذه المعوقات مايلي:[1]

- الأوضاع السياسية والأمنية نتيجة للمقاطعة أو الحصار الذي يفرض على دولة ما، أو نتيجة للمعارضة أو الصراعات الداخلية يحول دون وفود السياح إليها؛
- نقص الخدمات السياحية وعدم توفر المرافق السياحية وعدم توفر المرافق الضرورية لاحتواء السياح، نتيجة لمحدودية عدد المطارات والموانئ ومحطات القطارات والفنادق والمطاعم وشركات النقل؛
- الأمراض والأوبئة التي تنتشر في بعض الدول بشكل مفاجئ والتي تشكل مانعا قويا يمنع السياحة؛
- الكوارث الطبيعية كلها تعد ظروفا طاردة للسياحة؛

---

[1]- شنيني عبد الرحيم، مرجع سبق ذكره، ص30.

[1]– زايد مراد، **السياحة كصناعة في الإقتصاد الوطني "حالة الجزائر"**، في إطار الملتقى الدولي حول: اقتصاديات السياحة و دورها في التنمية المستدامة، جامعة محمد خيضر، بسكرة، أيام 09 و 10 مارس 2010، ص 6.

- عدم التنوع في عرض المنتج السياحي، حيث أن الإقتصاد على بعض المنتجات أو البرامج ينعكس بصفة سلبية على خيارات السائح؛
- عدم وجود مكاتب سياحية خارجية تتولى عملية الترويج في كافة الدول، تظهر عوامل الجذب السياحية المتوفرة في الدولة و مستوى جودة الخدمات السياحية وكل ما يهم السائح.

المبحث الثاني: المقومات السياحية للجزائرودورها في تحقيق التنمية السياحية.

تعد الجزائر من البلدان التي تمتلك مقومات سياحية كبيرة جدًا التي تعد مقصدا لعدد هائل من الزوار، والذي يساهم بدوره في تحقيق التنمية السياحية وضرورة الإستثمار السياحي في هذا القطاع، لذا سنتطرق في هذا المبحث إلى أسس القطاع السياحي، التنمية السياحية والإستثمار السياحي.

المطلب الأول: أسس القطاع السياحي في الجزائر

نهدف من خلال هذا المطلب إلى التعرف المقومات الطبيعية، التاريخية والأثرية في الجزائر إضافة إلى أهم المناطق السياحية.

أولا:المقومات الطبيعية للجزائر:

تمتلك الجزائر مساحة شاسعة في القارة الإفريقية بعد السودان، تمتد مساحتها من البحر المتوسط شمالا إلى أعماق الصحراء الكبرى جنوبا، وتتوفر على مقومات متنوعة تتمثل في الشريط الساحلي الذي يمتد على طول 1200كلم من السواحل الرملية، تتميز بمناخ متوسط معتدل، تتخلله رؤوسا وخلجان، ومن أهم شواطئها:
وهران، الجزائر، عنابة، جيجل، سكيكدة والقالة. وتتربع الجزائر على أربع أنواع من التضاريس المتباينة من ناحية الإمتداد، وهي تتابع من الشمال إلى الجنوب، ففي الشمال تمتد سهول التل الجزائري، مثل سهول نتيجة، وهران
وعنابة، ويأتي بعدها حزام جبلي يحتوي على سلاسل جبلية، منها جبل "شيليا" بالأوراس، قمة "لالة خديجة" بجبال جرجرة بمنطقة القبائل الكبرى وغيرها من الجبال التي تتميز بها تضاريس الجزائر التي يمكن استغلالها في تطوير السياحة الجبلية وما ينطوي على هذا النشاط السياحي من متعة وترفيه وممارسة بعض الرياضات والتزحلق، خاصة وأن ه الجبال تتوفر على مقومات الجدب السياحي من جمال الطبيعة، غابات وثلوج مثل: "الشريعة" بولاية البليدة، "التيكجدا" بولاية البويرة و"تاغيلاف" بولاية تيزي وزو، وهي تعتبر محطات عامة للتزلج وممارسة هذه الهواية، كما تتخلل هذه الجبال وغيرها شعابا ومنابع مائية وحيوانات وطيور بمختلف الأشكال والألوان، مما يؤهل هذا المنتوج السياحي ليرقى إلى مستوى الطلب عليه وتلبية هواة السياحة الترفيهية والجبلية.
أما الجنوب فيمثله الأطلس الصحراوي، ويظهر في الصحراء الجزائرية الممتدة على مساحة شاسعة تشكل أكثر من 80 في المائة من المساحة الكلية للبلاد، وتحتوي على عدد كبير من الواحات المتناثرة عبر الصحراء، تتميز بغابات النخيل وتربة خصبة وكثبان رملية وهضاب صخرية وسهول حجرية، ومن هذه الناطق بسكرة، غرداية، أدرار، وادي سوف، عين صالح، ورقلة، تقرت، جانت وتمنراست. وأكثر ما يميز صحراء الجزائر منطقة "الأهقار" بتمنراست والتي تكتسي أهمية كبيرة من التراث الطبيعي للبلاد، نظرا لما يتوفر عليه من كنوز وشواهد تحمل

الكثير من خصوصيات هذه المنطقة المتميزة بتنوع تضاريسها ومناخها وبسلسلة جبالها الشاهقة التي صقلتها الرياح المحملة بالرمال التي تميزها قمة "تاهات"، كما تحتوي صخورها على بقايا حيوانية ونباتية تدل على وجود الحياة من العصور الجيولوجية القديمة تعود إلى أكثر من عشرة آلاف سنة، كالزرافة، وحيد القرن والفيلة، ويشهد على ذلك تلك الرسوم والنقوش الصخرية المنتشرة في معظم مناطق هذا المتحف الطبيعي والتاريخي.

وتعتبر صحراء الجزائر منتوجا سياحيا ثريا ومتنوعا يجب حمايته واستغلاله للنهوض بالسياحة الصحراوية، لتصبح مردودا لتحقيق إيرادات سياحية لخزينة الدولة إذا حضي باهتمام في التوجهات الإقتصادية المستقبلية للجزائر.[1]

ثانيا: المقومات التاريخية والأثرية للجزائر:

عرفت الجزائر الحضارة عبر مختلف العصور فقد عثر على أثار وبقايا نشاط إنساني تعود إلى نحو سبعة آلاف عام ق.م، واحتكت بعدة حضارات سجلها التاريخ كالحضارة الفينيقية التي تعامل معها الأمازيغيون سكان الجزائر آنذاك. وخضعت الجزائر في القرن السابع عشر ق.م لحكم قرطاج، ثم احتلها الرومان سنة 42ق.م وفي عام 682 م بدأ عصرها العربي الإسلامي. وبالرجوع إلى قائمة التراث العالمي المدرجة من طرف لجنة التراث العالمي في اليونسكو ضمن موقع التراث الدولية، التي يمكن أن تكون هذه المواقع طبيعية كالغابات وسلاسل الجبال، وقد تكون من صنع الإنسان كالبنايات والمدن.[2]

والجدول أدناه يبين بعض المواقع التراثية في الجزائر:

الجدول (1-2): المواقع التراثية في الجزائر

المواقع التراثية	نوع التراث	تاريخ إدراجه
قلعة بني حماد	ثقافي	1980
جميلة	ثقافي	1982
وادي ميزاب	ثقافي	1980
تسالي ناجير	مختلط	1982
تيمقاد	ثقافي	1982
تيبازا	ثقافي	1982
قصبة الجزائر	ثقافي	1992

[1]- عشي صليحة، **الآثار التنموية للسياحة "دراسة مقارنة بين الجزائر، تونس و المغرب"**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الإقتصادية تخصص اقتصاد تنمية، جامعة باتنة، باتنة، 2005/2004، ص.ص 30 – 31.

[2]- موسى سعداوي، حكيم بوجطو، **أهمية مقومات السياحة الجزائرية في التنمية الإقتصادية للدولة**، الملتقى العلمي الدولي حول: اقتصاديات السياحة و دورها في التنمية المستدامة، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 20010/2009، ص10.

ثالثا:المناطق السياحية في الجزائر:

يمكن حصر 06 مناطق سياحية في الجزائر تبعًا لتنوع المعطيات الجغرافية:[1]

أ. منطقة السواحل والسهول الشمالية وهضاب الأطلس الشمالي: وتتميز هذه المنطقة بطول شواطئها 1200 كلم، وبعدد كبير من المواقع الأثرية، والتي تعود إلى عهد الرومان والعرب المسلمين، وآثار تعود إلى عصور ما قبل التاريخ.

ب.منطقة السلسلة الأطلسية: والتي توجد بها أكبر قمة جبلية في الشمال "لالة خديجة" بـ 2308 مترًا، كما نجد جبال الأوراس، الونشريس، وسلسلة جبال موازية للساحل تتميز بإمكانيات كبيرة لتنمية أنواع سياحية عديدة، كالنشاطات الرياضية الشتوية (التزحلق، التسلق، الصيد...).

ت. منطقة الهضاب العليا: والتي تتميز بمناخها القاري، وبمواقعها الأثرية، وبضاعتها الحرفية والتقليدية المتنوعة.

ث.منطقة الأطلس الصحراوي: وهي المناطق الواقعة بين الهضاب العليا والصحراء الكبرى، والتي يمكن فيها تنمية السياحة المناخية، المعدنية، الصيد...الخ.

ج. منطقة واحات الصحراء: والتي تتميز باعتدال درجات الحرارة، فهي أقل درجة من الصحراء الكبرى، وبها تتركز الواحات بنخيلها وبحيراتها، وفيها عدّة صناعات تقليدية.

ح. منطقة الصحراء الكبرى: وهي المنطقة المعروفة بالجنوب الكبير (الهقار، التاسيلي)، وتتميز بالمساحات الشاسعة، والجبال الشامخة، وبالحرارة المعتدلة طوال فصول السنة، والتي تشكل مصدرًا هامًا للسياحة الشتوية، بفضل تنوع المناطق السياحية والمناخ في الجزائر، الأمر الذي يساعد على تنمية أنواع عديدة من السياحة، وهو ما يساعد كذلك على عدم تركز النشاط السياحي خلال فترة زمنية محددة، ويؤدي على استمرارية النشاط السياحي خلال كل فصول السنة (القضاء على الموسمية).

المطلب الثاني: التنمية السياحية

سنتطرق في هذا المطلب إلى مفهوم التنمية السياحية، محدداتها وأهدافها.

أولا: مفهوم التنمية السياحية:

تكتسب التنمية السياحية أهمية متزايدة، كونها تؤمن موارد مالية إضافية للسكان وتعمل على تحسين ميزان المدفوعات، فهي تمثل إحدى الصادرات الهامة غير المنظورة، وعنصرا أساسيا في عناصر النشاط الاقتصادي، ومنه يترتب على التنمية السياحية مجموعة من التأثيرات التنموية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبيئية في المقصد السياحي (الدول المستقبلة).[1]

وتم تعريفها على أنها: "وسيلة لبلوغ غاية لتكون مع غيرها من أوجه التنمية الإقتصادية والإجتماعية داخل الدولة سبيلا آمنا ومدروسا لتحقيق الإستقرار الإجتماعي والرخاء الإقتصادي المؤديان بدرجة كبيرة إلى الإستقرار

---

[1]– عبد القادر شلالي، عبد القدر عوينات، **الواقع السياحي في الجزائر ، وواقع النهوض به في آفاق 2025**، الملتقى العلمي الوطني حول: "السياحة في الجزائر واقع و آفاق"، جامعة آكلي منحند أولحاج، البويرة، يومي 11 و 12 ماي 2010، ص.ص 3 – 4.

[1]– بربيش السعيد، شابي حليمة، **دور التنويع الاقتصادي من خلال الصناعة السياحية في الجزائر لتحقيق التنمية و التقليل من البطالة**، ملتقى حول استراتيجية الحكومة في القضاء على البطالة و تحقيق التنمية المستدامة، جامعة المسيلة، المسيلة، يومي 16/15 نوفمبر 2011، ص 1.

السياسي".[2]

كما تعرف التنمية السياحية علة أنها: "نمو وازدهار في النشاط السياحي للبلد وهذا النمو يكون متواصلا ويعود بفائدة على الدولة، ويمكن تحديد التنمية السياحية من خلال الأهداف العامة أي وضع غايات وآمال وطموحات مستقبلية للوصول إليها من خلال تطبيق البرامج والمخططات التنموية التي يقوم بإعدادها المختصون.[3]

فالتنمية السياحية "هي مختلف البرامج التي تهدف إلى تحقيق الزيادة المستقرة المتوازنة في الموارد السياحية وتعميق وترشيد الإنتاجية في القطاع السياحي.[4]

ثانيا: محددات التنمية السياحية:

لتحقيق التنمية السياحية المرجوة لابد من مراعاة عدة جوانب:[1]

1. التسهيلات السياحية:

إضافة إلى مشروعات البنية الأساسية كالطرق ووسائل الإتصال وحركة التنقل وكفاءة خدمات المرفق من مياه وكهرباء وصحة والأمن، فإنه من الضروري توفير التسهيلات المتعلقة بالإقامة والإطعام والشرب

وخدمات النقل السياحي ومحلات بيع الهدايا والتذكارات، بحيث هذه الخدمات ذات نوعية جيدة وبأسعار تنافسية؛

2. الموقع الجغرافي:

يلعب الموقع دورا مهما في عملية التدفق السياحي، فالموقع الجغرافي يمثل عاملا أساسيا في تحديد نفقات النقل والرحلة، وبذلك فهو يدخل ضمن العوامل المؤثرة في حركة السياحة الدولية لاعتبارات التوفير في الوقت،

وانخفاض التكلفة فضلا عن تنوع وسائل المواصلات، كم يعد البعد عن أسواق التصدير السياحي في أوروبا وأمريكا نقطة ضعف لها خطورتها، وهي مشكلة أغلب الدول النامية، مما يترتب عليه ارتفاع تكاليف النقل الجوي، وبالتالي يجب على هذه البلدان تخفيض سعر المنتوج السياحي والتخفيض قدر الإمكان من التكلفة المرتفعة حتى تكون السعار تنافسية؛

3.الإمتيازات الممنوحة للمشروعات السياحية:

نظرا لأن النشاط السياحي يتطلب موارد كبيرة لإنشاء المرافق السياحية الأساسية، فنادق ومراكز سياحية... وغيرها من المشروعات التي تخدم القطاع السياحي، فإن مستثمري القطاع الخاص في الدول النامية يترددون عن الإستثمار السياحي وذلك لعدة أسباب من بينها مشاكل تمويل الإستثمارات السياحية، مشاكل الحصول على العقار السياحي، تأثر صناعة السياحة بالتغيرات السياحية والإجتماعية، إضافة إلى طبيعة الطلب السياحي.

---

[2]- دماد نوال، **الإستراتيجية الترويجية و إسهاماتها في تسويق السياحة الداخلية "دراسة حالة الديوان الوطني للسياحة"**، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الإقتصادية تخصص تسويق، جامعة دالي إبراهيم، الجزائر، 2010/2009، ص 8.

[3]– بهاز الجيلالي، مرجع سبق ذكره، ص81.

[4]- عيسى مرازقة، محمد شريف شخشاخ، **التنمية السياحية المستدامة في الجزائر" دراسة أداء و فعالية مؤسسات القطاع السياحي في الجزائر"**، الملتقى الدولي حول: اقتصاديات السياحة و دورها في التنمية المستدامة، جامعة محمد خيضر، بسكرة، يومي 10/09 مارس 2010، ص 6.

[1]– سعد بلمداني، **استراتيجية الإتصال في تنمية السياحة بالجزائر**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام و الإتصال تخصص اتصال استراتيجي، جامعة الجزائر "3"، الجزائر، 2011/2010، ص 69.

ثالثا: أهداف التنمية السياحية:

تهدف التنمية السياحية إلى تحقيق الزيادة المستمرة المتوازنة في الموارد السياحية وتعميق وترشيد الإنتاجية في القطاع السياحي وهي عملية مركبة متشعبة تضم عدة عناصر متصلة ببعضها البعض ومتداخلة وأهداف التنمية السياحية نوعان هما:[1]

1. الأهداف العامة:

وهي كل ما تعمل التنمية السياحية في الدولة على تحقيقه بصفة عامة مثل: النمو السياحي المتوازن، بحيث لا يترتب عليه خلخلة الإقتصاد القومي وتدعيم الآثار الإقتصادية للسياحة والمحافظة على تنمية نصيب الدولة من الأسواق السياحية في مواجهة المنافسة الدولية وزيادة الدخل السياحي الإجمالي زيادة كبيرة...الخ.

ولهذه الأهداف العامة خصائص يجب أن تتوافر فيها وهي:

- ✓ أن تكون أهدافا واقعية بمعنى أنها يمكن إدراكها وتحقيقها عن طريق الإستخدام الأمثل للموارد الفنية والمادية والبشرية المتاحة؛
- ✓ أن تكون أهدافا شاملة أي تشكل كل ما يراد تحقيقه من نتائج؛
- ✓ أن تكون أهداف مرنة أي تتسع بقدر الإمكان لاحتواء أي مشكلة طارئة لم تتوقع عند وضع خطة التنمية.

2. الأهداف المحددة:

أما الأهداف المحددة فهي تمثل نتائج واضحة المعالم يجب الوصول إليها ويسهل معها وضع جدول زمني لتنفيذ الأعمال المطلوبة لتحقيق تلك الأهداف، وهذه الأهداف المحددة تضع علامات على الطريق فهي في الواقع تفصيل وتحديد للأهداف العامة. إن التخطيط العلمي للتنمية السياحية هو السبيل الوحيد لتحقيق التنسيق والتوازن بين القطاعات المختلفة وتعظيم النتائج والآثار الإيجابية للتنمية السياحية مع تخفيف النتائج والآثار السلبية.

[1]- بشيرة عالية، **السياحة الجزائرية و دورها في كشف معوقات التنمية الإجتماعية للبناء االسوسيوثقافي**، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علة الإجتماع، جامعة الجزائر "2"، الجزائر، 2010/2009، ص 124.

المطلب الثالث: الإستثمار السياحي وشروط تطوير السياحة

سنتطرق في هذا المطلب إلى مفهوم الإستثمار السياحي، آثاره والشروط الأساسية لتطوير السياحة كصناعة.

أولا: مفهوم الإستثمار السياحي:

هناك مجموعة من التعاريف المتعلقة بهذا المفهوم، ومن بين هذه التعاريف ما يلي:

"الاستثمار السياحي هو عملية استخدام وتوجيه رؤوس الأموال لخلق أو تثمين منتوج سياحي أو خدمة ترد ضمن متطلبات الجذب السياحي بهدف تسويق هذه الخدمة وتحقيق عائد على رؤوس الأموال المستغلة".[1]

كما عرفت المنظمة العالمية للسياحة الاستثمار السياحي على أنه: "التنمية الاستثمارية للسياحة والتي تلبي احتياجات السياح، والمواقع المضيفة إلى جانب حماية وتوفير الفرص للمستقبل، أنها القواعد المرشدة في مجال إدارة الموارد بطريقة تحقق فيها متطلبات المسائل الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، ويتحقق معها التكامل الثقافي والعوامل البيئية، والتنوع الحيوي ودعم نظم الحياة".[2]

ويتمثل الإستثمار السياحي في مجموع ما ينفق على قطاع السياحة وما تستقطبه الدولة من استثمارات أجنبية موجهة لهذا القطاع، ويعتبر الاستثمار السياحي من الأنشطة الواعدة لما تتيحه من فرص كبيرة للنجاح وتحقيق عوائد مالية معتبرة، كما أن تطور الاستثمار السياحي يتوقف على مدى تدفق رؤوس الأموال المحلية والأجنبية للاستثمار في مجال السياحة، إلى جانب قوة المنتوج السياحي المعروض وحجم الطلب عليه في السوق السياحية ومدى اهتمام الدولة بعنصر التسويق السياحي للتعريف بالمنتوج السياحي.[3]

ثانيا: آثار الإستثمار السياحي:

إن الإستثمارات السياحية بشكل عام تشكل دعامة الإقتصاد الوطني، إلا أن الإستثمارات السياحية تلعب دورا كبيرا في تنمية عدة دول ويمكن تلخيص الآثار الناجمة عنها فيما يلي:[4]

1. الإستثمارات السياحية كعامل للتوازن الجهوي:

إذا عممت الإستثمارات السياحية في مختلف مناطق الدولة فإنها ستعمل على إظهار نوع من التوازن الجهوي من الناحية الإقتصادية والإجتماعية، خاصة أن المشاريع السياحية غالبا ما تقام بعيدا عن المناطق الصناعية والتجارية وتقترب من المواقع والمرافق السياحية والمتميزة بجمال الطبيعة. وغالبا ما تستوعب هذه المشروعات السياحية الجديدة سكان تلك المناطق وتعمل على توظيفهم، ويترتب على ذلك رفع مستواهم المعيشي نتيجة زيادة الإقبال على السياحتين الدولية والداخلية. فالإستثمارات السياحية تؤثر في التنمية الإقليمية باعتبارها مصدر دخل تلك المناطق، وهذا يقلل من فجوة الأجور بين الأقاليم المختلفة، ويعمل على تمسك السكان بأرضهم والتقليل من نزوحهم.

---

[1]- سارة بوسعيود، عبد الحميد بوشرمة، **دور الموارد البشرية في نجاح الإستثمارات السياحية**، الملتقى العلمي الدولي حول: السياحة في الجزائر بين الواقع و المأمول نحو الإستفادة من التجارب الدولية الرائدة، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، يومي 09 و 10 نوفمبر 2016، ص 2.

[2]- سارة بوسعيود، عبد الحميد بوشرمة، مرجع سبق ذكره، ص 2.

[3]– عمر بوجمعية، بلال معوج، **واقع و تحديات الإستثمار السياحي في الجزائر**، الملتقى العلمي الدولي حول: السياحة في الجزائر بين الواقع و المأمول نحو الإستفادة من التجارب الدولية الرائدة، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، يومي 09 و 10 نوفمبر 2016، ص 7.

[4]- نادي مفيدة، مغتات صبرينة، ختو العالية، **أهمية دراسة الجدوى الإقتصادية في المشاريع الإستثمارية السياحية "دراسة حالة حمام منتيلة بغليزان"**، مجلة الحكمة للدراسات الإقتصادية، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر و التوزيع، الجزائر، العدد السابع، السداسي الأول 2016، ص.ص 124 – 125.

2. دعم ميزان المدفوعات:

يظهر دور الإستثمارات عامة والسياحة خاصة في عنصر حساب رأس مال ميزان المدفوعات، والذي يشمل الإستثمارات بشقيها طويلة الجل وقصيرة الأجل التي حصلت عليها الدولة من الخارج، والمتوفرة لديها والتي قدمتها للخارج كمدفوعات وما عليها للخارج من التزامات. بهذا نجد أن الإستثمارات السياحية تساهم مساهمة فعالة في تغطية جزء من عجز ميزان المدفوعات وذلك بدل سداده على حساب احتياطاتها من الذهب أو العملة الصعبة والذي بدوره يؤثر على وضع العملة المحلية للدولة.

3.المحافظة على التراث الوطني:

تظم العديد من الدول مقومات وعناصر جدب سياحية عديدة مفيدة ودائمة وخاصة المتعلقة بالمزايا التاريخية والتراثية للدولة. وبما أن الإستثمارات السياحية لا تحتاج لعناصر معقدة في إبرازها وخاصة التكنولوجيا منها، فإنها تعمل على تحفيز المزيد من الأعمال والمشاريع كالصناعات التقليدية والحرف، وهذا ما يحافظ على التراث الوطني ويعمل على خلق فرص عمل جديدة، وإيجاد المزيد من الصناعات الخفيفة وتوفير مناصب شغل متنوعة. كما تتميز المشاريع الخدمية بمعدلات أسعار منخفضة مما يضفي عليها ميزة نسبية خاصة.

ثالثا: الشروط الأساسية لتطوير السياحة كصناعة:

لكي تكون السياحة صناعة فاعلة فانه ينبغي توفر الشروط الأساسية التالية:[1]

- إيمان وقناعة بالسياحة من أعلى المستويات في الدولة المضيفة؛
- أن تكون السياحة نشاطا منظما ومنضبطا؛
- أن تساهم السياحة في الحفاظ على البيئة الداخلية والخارجية، مثل الحفاظ على الطبيعة، والموروث الحضاري، والعادات والتقاليد والفولكلور الشعبي؛
- أن تتوفر لصناعة السياحة كوادر مؤهلة قادرة على إشباع رغبات السياح وتحقيق أعلى درجات الرضا لديهم؛
- أن تملك صناعة الضيافة أخلاقيات للمهنة أسوة بالمهن الأخرى مثل الطب، المحاماة والتعليم؛
- أن تكون جزءا لا يتجزأ من الاقتصاد الوطني، والاعتراف والإقرار بدورها كصناعة رائدة تكمل وتدعم الصناعات الأخرى في البلد المضيف؛
- أن تكون مبنية على أسس علمية وتكنولوجية صحيحة؛
- أن تتكيف مع المتغيرات بشكل ايجابي؛
- أن يتم تطويرها بشكل منظم ودوري؛
- أن تحقق التفاعل المنشود بين حضارات الشعوب من خلال العلاقات التفاعلية الصحيحة بين البلد المضيف والضيف الزائر؛
- أن تكون السياحة مخطط لها بشكل متقن، لأن التخطيط السياحي الجيد يحدد النجاح المنشود

[1]– حبيلي حياة، **ماهية الظاهرة السياحية**، الملتقى العلمي الدولي حول: السياحة في الجزائر بين الواقع و المأمول نحو الإستفادة من التجارب الدولية الرائدة، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، يومي 09 و 10 نوفمبر 2016، ص 9.

لمؤسسات السياحة والمنتفعين بخدماتها؛

- رسم الاستراتيجيات السياحية الصحيحة، والتعرف على مكامن القوة لاستغلالها والتمسك بها، وتشخيص مكامن الضعف للتخلص منها، ومعرفة الفرص والتهديدات.

المبحث الثالث: واقع الإستثمار السياحي في الجزائر وسبل تشجيعه.

تعتبر السياحة بديلا استراتيجيا لإستغلال الموارد السياحية، وعلى هذا تسعى الحكومة الجزائرية إلى جذب الاستثمارات في المجال السياحي. لذا سنتطرق في هذا المبحث إلى وضعية السياحة في الجزائر، سبل تشجيع ودعم الإستثمار السياحي فيها إضافة إلى طرق النهوض بالقطاع السياحي وآليات تدعيمه.

المطلب الأول: وضعية السياحة في الجزائر

نهدف من خلال هذا المطلب إلى التعرف على الوضعية الإقتصادية للسياحة في الجزائر، مكانة التمويل السياحي في مخططات التنمية وما بعدها، ومعوقات ونقائص صناعة السياحة في الجزائر.

أولا: الوضعية الإقتصادية للسياحة في الجزائر:[1]

تشير إحصاءات المجلس العالمي للسياحة والسفر إلى أن متوسط مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي PIB العالمي تصل إلى 10 %، أما متوسط مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي للجزائر في العقد الأول من الألفية الثالثة قدر بحوالي 1.7 %، وانخفضت هذه النسبة إلى 1.5% بين سنتي 2014 و2012 وهذه النتائج ما هي إلا دليل على محدودية مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي ، ويمكن تفسير ذلك إلى عدم اهتمام الدولة بتنمية هذا القطاع وإشراكه بشكل أساسي في عملية تحقيق التنمية الشاملة، واعتماده على قطاع المحروقات باعتباره الأكثر أهمية في تحقيق التنمية الاقتصادية للبلاد بوتيرة أسرع، وإذا قارن هذه النسبة مع نسبة مساهمة قطاع السياحة للناتج المحلي الإجمالي لبعض الدول العربية كالمغرب ومصر وتونس والبحرين والأردن لوجدنا عكس ذلك، حيث في سنة 2007 قدرت هذه النسبة لهذه الدول في المتوسط بحوالي 8.5% وهذا ما يقارب المتوسط العالمي.

كما سجلت سنة 2014 مداخل في مجال السياحة (الفندقية-المقاهي-المطاعم) بقيمة 237 مليار دينار وبحوالي261289 عامل 9 ملايين مبيت في الفنادق المصنفة بدون احتساب المرافق الغير مصنفة وصيغة الإيواء عند الخواص خاصة في موسم الاصطياف، ومن نفس السنة خصصت 84,7 مليار دينار جزائري كالقيمة مالية استثمارية للقطاع العام (عصرنة الحظيرة الفندقية الموجودة وتهيئة العقار السياحي)، أما القطاع الخاص خصصت له 234 مليار دينار جزائري تمثل القيمة المالية الاستثمارية للقطاع الخاص. في الحقيقة كل هذه النتائج هي دلالة على المحاولات العديدة للدولة لمختلف مراحل الإصلاحات الاقتصادية لتنمية والنهوض بقطاع السياحة، ولكن على الجزائر أن تسعى أكثر من أجل الخروج من التبعية النفطية والاعتماد على قطاع السياحة كمورد ثاني لتحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة.

---

[1]– بن زعرور شكري، ساطور رشيد، **السياحة و النمو الإقتصادي في الجزائر الأدلة من التكامل المشترك و تحليل السببية**، الملتقى العلمي الدولي حول: السياحة في الجزائر بين الواقع و المأمول نحو الإستفادة من التجارب الدولية الرائدة، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، يومي 09 و 10 نوفمبر 2016، ص.ص 175-176.

ثانيا: مكانة التمويل السياحي في مخططات التنمية وما بعدها:[1]

لم يحظى القطاع السياحي بالأولوية في التنمية الاقتصادية وقد اتسمت الاعتمادات المالية الموجهة لهذا القطاع بالانخفاض الشديد في مختلف مخططات التنمية، ففي المخطط الثلاثي (1967- 1969) تم برمجة القطاع السياحي في هذا المخطط وخصصت له 282 مليون دينار جزائري كاستثمارات سياحية، أي بنسبة 02.54% من الاعتمادات الكلية المخصصة لهذا المخطط أما المخطط الرباعي الأول (1970- 1973) فقد خصص له غلاف مالي يقدر ب 700 مليون دينار جزائري أي بنسبة 02.5% من إجمالي الاستثمارات في حين وصلت حجم الاستثمارات المرصودة للمخطط الرباعي الثاني (1974- 1977) حوالي 1230 مليون دينار جزائري، أي بزيادة تفوق 100% عما كان عليه الحجم في المخطط الرباعي الأول بنسبة 01.4% من إجمالي الاستثمارات. وخصص للمخطط الخماسي الأول (1940- 1984) غلاف مالي ب 3400 مليون دينار بنسبة 85.0% من إجمالي الاستثمارات وفي المخطط الخماسي الثاني (1985- 1989) برمجت عدة مشاريع سياحية خصصت لها غلاف مالي يقدر ب 1800 مليون دينار بنسبة 6.4 % من إجمالي الاستثمارات.

وخلال الفترة (1999- 2000) شهدت الجزائر تحولا من النظام الاشتراكي إلى اقتصاد السوق، وقد تميزت هذه المرحلة بتقلص دور الدولة في النشاط الاقتصادي وإفساح المجال للاستثمارات الخاصة الوطنية والأجنبية، وعلى غرار باقي القطاعات الأخرى، شرعت في خصخصة قطاع السياحة كما وضعت عدة امتيازات للاستثمار السياحي حسب قانون الاستثمار الصادر في 05 أكتوبر 1993.

وفي سنة 2000، بدأت الوزارة الوصية على قطاع السياحة في إعداد إستراتيجية من أجل تطوير قطاع السياحة في آفاق 2010، وخلصت إلى صياغتها النهائية سنة 2011 تحت عنوان: "مخطط أعمال للتنمية المستدامة للسياحة في الجزائر آفاق 2010 "، وأدخلت تعديلات عليه فأصبح مشروعا جديد في آفاق 2013. ومن أهداف هذا البرنامج تثمين الطاقات الطبيعية والثقافية والدينية والحضارية، وتحسين نوعية الخدمات السياحية، وكذا إعادة الاعتبار للمؤسسات الفندقية والسياحية، والمساهمة في التنمية المحلية، والمحافظة على البيئة الفضاءات الحسنة لتوسع السياحة البيئية. بالإضافة إلى تلبية حاجات الطلب الوطني المتزيد باستمرار. ورغم ذلك فان حجم الاستثمارات في القطاع السياحي لم يتعدى 1% من مجموع الاستثمارات الكلية بمبلغ 135595 مليون دينار في الفترة 2002-2012.

وقد جاء المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025 كتجسيد وترجمة لإدارة الدولة الفعلية والحقيقية في جعل السياحة أولوية وطنية، وجسد هذا المخطط الذي يعتبر الإطار المرجعي للسياحة الجزائرية، والإستراتيجية السياحية الجديدة للجزائر على المدى القصير والمتوسط والطويل في إطار التنمية المستدامة .

[1]– شتوان صونية، **Crowdfunding آلية بديلة لتطوير قطاع السياحة في الجزائر**، الملتقى العلمي الدولي حول: السياحة في الجزائر بين الواقع و المأمول نحو الإستفادة من التجارب الدولية الرائدة، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، يومي 09 و 10 نوفمبر 2016، ص.ص 11- 12.

ثالثا: معوقات ونقائص الصناعة السياحية في الجزائر:

تعترض صناعة وتنمية السياحية في الجزائر عدد من المعوقات والنقائص التي تؤخر وتقلص دورها في مجالات التنمية الاقتصادية والاجتماعية والتي من أهما:[1]

1. المعوقات الخاصة بالتخطيط السياحي:

وتتمثل في غياب النظام الجيد للمعلومات والإحصاء السياحي، فلا شك أن توفر المعلومات والبيانات الخاصة بمناطق الجذب السياحي أو المتعلقة بنشاط معين تعتبر أحد الأعمدة التخطيطية. فالنظام الإحصائي في بعض الدول خصوصًا العربية منها يتصف بعدم الشمول ويقتصر على بعض الأرقام الخاصة بتصنيف السائحين على حسب الجنسية) آخر إحصائيات الديوان الوطني عن السياحة في الجزائر يعود للفترة 2007-2011 وعدد السائحين موزعًا على شهور السنة وعدد الليالي السياحية، إن الجانب السلبي في هذا النظام يكمن في غياب الكثير من المعلومات المهمة واللازمة للباحثين أو القائمين بالتخطيط في مجال السياحة مثل:

- توزيع السياح على حسب طريقة الوصول إلى البلد (برا أو بحرا أو جوا)؛
- الغرض من القدوم؛

أماكن إقامة السياح (المدن، المصايف، الفنادق، القرى السياحية ، بيوت الشباب، الشقق والغرف المفروشة)؛

- الأماكن التي يزورها السائح؛
- تصنيف السياح على حسب السن والجنس وبلد القدوم؛
- تصنيف السياح في الرحلات السريعة أو الترانزيت على حسب الجنسية والمدة؛
- استطلاع رأي السياح في الأماكن السياحية.

2. سوء توجيه الاستثمارات في قطاع السياحة:

حيث يلاحظ في العديد من الدول السياحية أن بعض شركات الاستثمار السياحية الوطنية والأجنبية تركز استثماراتها في مجالات ضيقة قد لا يحتاجها السائح أو يرغب فيها كالنوادي ومحلات الترفيه الليلية .وذلك على حساب الاستثمارات التي تبرز ميزة المنتوج المحلي، كالتركيز مثلا على السياحة الصحراوية أو السياحة العلاجية (200 حمام معدني غير مستغلة الإستغلال الأمثل).

3. عدم فعالية التسويق السياحي:

يقوم التسويق السياحي بدور هام في بيع المنتج السياحي، فالتسويق السياحي من خلال الدعاية والإعلان يكون أمرًا ضروريًا بالنسبة لمنتج يعتمد على الرضا والمتعة التي يتوقعها المستهلك من عملية الشراء، والتسويق السياحي الناجح هو الذي يثير رغبة المستهلك ويولد القناعة لديه بأن المنتج السياحي المعلن عنه هو أفضل المتوفر في سوق السياحة العالمية ويلبي رغباته المطلوبة.

4. التضخم

[1]– هري بلال، سوفي نبيل، **صناعة السياحة في الجزائر كأداة لتحقيق التنويع الإقتصادي آفاق و تحديات**، الملتقى العلمي الدولي حول: السياحة في الجزائر بين الواقع و المأمول نحو الإستفادة من التجارب الدولية الرائدة، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، يومي 09 و 10 نوفمبر 2016، ص.ص 5 - 7.

يعتبر الارتفاع المستمر في أسعار السلع والخدمات وانخفاض قيمة العملة الوطنية، وفقدنها لقدرتها الشرائية أحد العوامل الاقتصادية المؤثرة على الطلب السياحي في بلد ما. وتعد الجزائر من أكثر الدول التي تعاني من الارتفاع المستمر في معدل التضخم السنوي، ويعود ذلك إلى عدة أسباب من أهمها انخفاض الإنتاجية وقلة العرض قياسًا بحجم الطلب.

5. **انخفاض مستوى الخدمات المساعدة للسياحة:**

رغم التحسن النسبي لطرق المواصلات ووسائل الاتصالات السلكية واللاسلكية الداخلية والخارجية في الكثير من دول العالم، إلا أن الدول المعنية بالسياحة في العالم الثالث مازالت تعاني من ضعف خدمات الاتصالات وكذلك من مشكلات أخرى تتعلق بمشاريع الصرف الصحي وشبكات المياه والكهرباء والإنارة وطرق المواصلات التي تربط بين المواقع والأماكن السياحية المتنوعة.

6. **الاستقرار السياسي والأمن الاجتماعي:**

رغم تعالي أصوات خبراء السياحة والاقتصاد بضرورة تمتع الدول السياحية بدرجة عالية من الاستقرار الأمني والسياسي، إلا أن العديد من دول العالم الثالث وعلى رأسها الجزائر ما زالت تعاني من قلة الاستقرار الأمني والسياسي نظرا لضعف القانون وتدهور الاقتصاد وانتشار البطالة وتفشي الجريمة والفساد فالجزائر ما زالت تعاني من غياب للأمن الصحي، والأمن الغذائي، بالإضافة إلى حالة الإستقرار التي تعاني منها دول الجوار واستفحال ظاهرة الإرهاب في هذه الدول.

7. **بنوك وخدمات مالية غير متكيفة:**

فالبنوك والخدمات المالية في الجزائر ضعيفة ومتخلفة عن الخدمات العصرية، سواء الخدمات المقدمة للمحليين أو للسياح الأجانب، كذلك قوانين لا تسمح بتوطين العمليات سواء بالنسبة للإستقبال أو إيفاد السياح إلى الخارج، وأيضا تعارض طريقة تمويل الإستثمار والنشاط السياحي مع طبيعة الإستثمار

8. **تسيير وتنظيم غير متكيف مع السياحة العصرية:**

إن المتمعن في أوضاع التسيير في الجزائر يدرك انعكاس سوء هذا التسيير على تسيير السياحة في الجزائر، كذلك غياب أدوات التقييم ومتابعة تطور السياحة على الصعيد الوطني والدولي، بالإضافة إلى البيروقراطية في إجراءات استخراج التأشيرات.

9. **ضعف نوعية المنتوج وخدمات السياحة الجزائرية:**

ضعف النظافة والصيانة الفضاءات العمومية والخاصة، خدمات مرتفعة في السعر بالنسبة للسكان المحليين وذات نوعية أقل للمنافسة الدولية(المغاربية)، غياب خدمات جذابة تبرز المنتجات المحلية. يضاف إلى ذلك نقص في تأهيل ومهنية المستخدمين في المؤسسات والخدمات السياحية والفنادق خاصة، ونوعية تكوين غير ملائمة مع متطلبات عرض سياحي بامتياز.

المطلب الثاني: سبل تشجيع ودعم الإستثمار السياحي في الجزائر.

سنتعرف من خلال هذا المطلب على التدابير المعتمدة لتشجيع الإستثمار السياحي في الجزائر، مصادر تمويل المشاريع السياحية والمؤسسات المالية الداعمة لهذا القطاع.

أولا: التدابير المعتمدة لتشجيع الإستثمار السياحي في الجزائر:

أ. امتيازات الاستثمار المتعلقة بالنظام العام:

يمكن تقسيم امتيازات الاستثمار المتعلقة بالنظام العام الممنوحة للمستثمرين إلى قسمين[1] :

1. عند مرحلة إنجاز الاستثمار:

تستفيد الاستثمارات في إطار النظام العام من امتيازات جبائية عند مرحلة الإنجاز، في مدة لا تتجاوز 3 سنوات وهي كما يلي:

- الإعفاء من ضريبة نقل الملكية بمقابل، بالنسبة لكل المشتريات العقارية المنجزة في إطار الاستثمار؛
- تطبيق رسم ثابت في مجال التسجيل، بنسبة منخفضة تقدر (5 ‰) تخص العقود التأسيسية والزيادات في رأس المال؛
- إعفاء الملكيات العقارية، التي تدخل في إطار الاستثمار من الرسم العقاري ابتداء من تاريخ الحصول عليه؛
- الإعفاء من الرسم على القيمة المضافة (TVA) على السلع والخدمات، التي تدخل مباشرة في إنجاز الاستثمار سواء أكانت مستوردة أو محلية؛
- تطبيق نسبة منخفضة، تقدر ب (3%) في مجال الرسوم الجمركية على السلع المستوردة التي تدخل مباشرة في إنجاز الاستثمار.

2. عند مرحلة الاستغلال:

كما يستفيد الاستثمار ابتداء من تاريخ الشروع في استغلاله من الامتيازات التالية:

- الإعفاء من ضريبة أرباح الشركات (IBS)؛
- الإعفاء من الرسم على النشاط المهني حاليا (TAP).

ب. الامتيازات الممنوحة استثنائيا:

1.الاستثمارات المنجزة في المناطق التي يجب ترقيتها :تستفيد هذه الاستثمارات مما يلي:

أ. بعنوان الإنجاز وحسب الآجال المتفق عليها:

- الإعفاء من دفع حقوق نقل الملكية بعوض فيما يخص كل المقتنيات العقارية التي تتم في إطار الاستثمار؛
- تطبيق حق ثابت في مجال التسجيل بنسبة مخفضة قدرها 2 بالألف فيما يخص العقود التأسيسية والزيادات في رأس المال؛
- تكفل الدولة جزئيا أو كليا بالمصاريف بعد تقييمها فيما يخص الأشغال المتعلقة بالمنشآت الأساسية اللازمة لإنجاز الاستثمار؛
- الإعفاء من الضريبة على القيمة المضافة فيما يخص السلع والخدمات غير المستثناة التي تدخل مباشرة في إنجاز المشروع سواء كانت مستوردة أو مقتناة محليا؛
- تطبيق النسبة المخفضة في مجال الحقوق الجمركية فيما يخص السلع غير المستثناة، المستوردة والتي تدخل مباشرة في إنجاز الإستثمار.

---

[1]– فاتح أحمية، نصيرة يحياوي، **التدابير الجبائية المعتمدة لتشجيع الإستثمار السياحي في الجزائر**، الملتقى العلمي الدولي حول: السياحة في الجزائر بين الواقع و المأمول نحو الإستفادة من التجارب الدولية الرائدة، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، يومي 09 و 10 نوفمبر 2016، ص.ص 7- 8.

ب. بعد معاينة إنطلاق الإستغلال من طرف مصالح الضرائب بناء على طلب من المستثمر:

- الإعفاء لمدة 10 سنوات من النشاط الفعلي من ضريبة أرباح الشركات، ومن الرسم على النشاط المهني؛
- الإعفاء لمدة 10 سنوات إبتداءا من تاريخ الإقتناء من الرسم العقاري على الملكيات العقارية التي تدخل في إطار الإستثمار؛
- منح مزايا إضافية من شأنها أن تحسن أو تسهل الإستثمار، مثل تأجيل العجز وآجال الإهلاك.

2. الإستثمارات ذات الأهمية الخاصة بالنسبة للإقتصاد الوطني:

الإمتيازات الممنوحة للإستثمارات ذات الأهمية الخاصة بالنسبة للإقتصاد الوطني لاسيما عندما تستعمل تكنولوجيا خاصة من شأنها أن تحافظ على البيئة وتدخر الطاقة وتفضي إلى تنمية مستدامة.

ويمكن أن تخص المزايا التي يمكن منحها لهذه الإستثمارات كلا أو جزء بما يلي:

أ. في مرحلة الإنجاز ولمدة أقصاها 5 سنوات:

- إعفاء من الرسوم والضرائب وغيرها من الإقتطاعات الأخرى ذات الطابع الجبائي المطبقة على الإقتناءات سواء عن طريق الإستيراد أو من السوق المحلية للسلع والخدمات الضرورية لإنجاز الإستثمار؛
- إعفاء من حقوق التسجيل المتعلقة بنقل الملكيات المخصصة للإنتاج وكذا الإشهار القانوني الذي يجب أن يطبق عليها؛
- إعفاء من حقوق التسجيل فيما يخص العقود التأسيسية للشركات والزيادات في رأس المال؛
- إعفاء من الرسم فيما يخص الملكيات العقارية المخصصة للإنتاج.

ب. في مرحلة الإستغلال ولمدة أقصاها 10 سنوات: ابتداء من تاريخ معاينة الشروع في الاستغلال التي تعدها المصالح الجبائية بطلب من المستثمر:

- الإعفاء من ضريبة أرباح الشركات؛
- الإعفاء من الرسم على النشاط المهني.

زيادة على المزايا المذكورة يمكن أن يقرر المجلس الوطني للإستثمار منح مزايا إضافية طبقا للتشريع المعمول به ويمكن الحصول على هذه الإمتيازات بالتقرب من الشبابيك الوحيدة اللامركزية للحصول على الإستمارات الخاصة بتصريح الإستثمار وطلب المزايا وكذا الحصول على كل المساعدات الضرورية لملئها، وكما يمكنهم الحصول على هذه الإستمارات من خلال الموقع الإلكتروني.

ثانيا: مصادر تمويل المشاريع السياحية:

يوجد مصدرين أساسين لتمويل المشاريع السياحية هما:[1]

1. المصادر الداخلية:

أ. الأرباح المحتجزة: غالبا ما تتحدد سياسة توزيع الأرباح السنوية على المساهمين في أي شركة سياحية كانت أو تجارية على معدل الأرباح المحتجزة من قبل إدارة الشركة حيث تعتبر الأرباح المحتجزة مصدرا رئيسيا لتمويل

[1]– حمزة العرابي، إيمان نوارة، **التمويل كركيزة أساسية لنجاح الإستثمارات السياحية**، الملتقى العلمي الدولي حول: السياحة في الجزائر بين الواقع و المأمول نحو الإستفادة من التجارب الدولية الرائدة، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، يومي 09 و 10 نوفمبر 2016، ص.ص 212- 215.

التوسع في المنشآت. وعلى الرغم من أن التوسع في أعمال الشركات مرغوب به فإن توزيع الأرباح على المساهمين هو الآخر مرغوب به وهذان الهدفان متعارضان: فارتفاع معدل توزيع الأرباح معناه أرباح محتجزة أقل وبالتالي معدل نمو أقل أو أبطأ في الأرباح المستقبلية وبالتالي في القيمة السوقية للأسهم وعلى ذلك يصبح من الضروري دراسة إلى أي مدى تستطيع الشركة توزيع الأرباح بدلا من احتجازها وهو ما يمكن التوصل إليه بتحليل العوامل المؤثرة في سياسة توزيع الأرباح والتي من بينها الحاجة إلى سداد الديون فعندما تقوم الشركة بسداد القروض فإنها تواجه بديلين :إما تسديد القرض عند الاستحقاق عن طريق عمل قرض جديد أو عمل ترتيبات لرد قيمة القرض من أموالها الذاتية، فإذا كان القرار هو استهلاك القرض تماما فإن ذلك يتطلب احتجاز الأرباح.

ب. الاستئجار: يعرف على انه عقد يلزم المستأجر دفع مبالغ محددة بمواعيد متفق عليها لمالك أصل من الأصول لقاء انتفاع الأول بالخدمات التي يقدمها الأصل المستأجر لفترة التعاقد والتي غالبا ما تكون 20 سنة

أو أكثر، وتقوم إدارة الشركة السياحية باستئجار أصل من الأصول لتنتفع من خدماته ولهذا فإن الاستئجار يعتبر مصدر من مصادر التمويل الطويلة الأجل لأصول محددة ويوجد تشابه في التمويل بين الاستئجار والدين من حيث يترتب على كل منهم التزامات تعاقدية ثابتة لذلك فإن مديونية المستأجر تزداد عندما يستأجر أصلا بمقدار الإيجار مما يرفع من مخاطره المالية، وهناك ثلاثة أنواع رئيسية لأشكال الاستئجار هي:

- **الاستئجار المباشر** :حيث تستفيد المؤسسة من منفعة أصل لا تملكه؛
- **البيع وإعادة الاستئجار** :في هذه الحالة يبيع الفندق أصلا من أصوله ثم يقوم باستئجاره من المشتري؛
- **الاستئجار الثلاثي** :وهنا توجد ثلاثة أطراف في العملية هي المؤجر، المستأجر والمقرض الذي يقوم بعملية تمويل شراء الأصل محل التأجير.

ج. الاستئجار التمويلي:يتميز الاستئجار التمويلي بعدم قابليته للفسخ أو الإلغاء إلا بموافقة طرفي العقد المؤجر والمستأجر، تكون عقود الاستئجار المالي لفترة زمنية محددة تتفاوت حسب نوع الأصل ففي حالة المعدات غالبا ما تكون مدة العقد نصف مدة الحياة الإنتاجية على الأقل، ولا يتضمن عقد الاستئجار التمويلي خدمات الصيانة بل يقع عبء تكاليفها على المستأجر وتسعى بعض المشاريع السياحية إلى استئجار الأجهزة والمعدات التي تحتاجها لعملية التشغيل مثل: (استئجار الزوارق الشراعية والبخارية التي تحتاجها القرى الساحلية) من المجهزين المتخصصين بناءا على عقد يثبت به عدد سنوات التأجير وإذا ما انتهت الفترة الزمنية يصبح أمر رد الأجهزة ملزما إلى الجهة المالكة وقد يكون للجهة المستأجرة الحق بشراء المعدات بسعر متفق عليه مسبقا وغالبا ما يكون أقل من سعرها الأصلي.

د. الاستئجار التشغيلي: إن هذا التأجير يكون لفترة محددة قصيرة الأجل لا تمتد لنهاية العمر الافتراضي للأصل، وأن أقساط الإيجار لا تغطي التكلفة الكلية للأصل المؤجر وإنما يتم تغطيته من خلال بيعه أو من خلال إعادة تأجيره مرة أخرى لأشخاص آخرين وبقيمة إيجاريه تختلف باختلاف ظروف الإيجار ومرونة الطلب على منفعة الأصل. وعادة تفضل المنشأة عقود التأجير التشغيلي عندما ترغب في عدم تملك الأصل المؤجر نظرا لإتباعها استراتيجية تقوم على تحديث أصولها والارتقاء بها بشكل مستمر.

2. **المصادر الخارجية:**

تتاح أمام المنشآت السياحية عدة بدائل خارجية للتمويل من بينها التمويل من البنوك التجارية واللجوء إلى صيغ التمويل الإسلامية.

1. التمويل من البنوك التجارية:

للبنوك دور أساسي في إمداد الاقتصاد بالأموال اللازمة لتنميته وذلك عن طريق تجميع الأموال من مصادر الادخار المختلفة ثم توزيعها في مجالات الاستثمار المختلفة وفق أسس وقواعد معينة سواء في مجال تجميع الأموال أو في مجال توزيعها، فالبنوك تقوم باستثمار الأموال وذلك بمنحها على شكل قروض للعملاء لإنشاء مختلف المشاريع سواء أكانت جديدة أو من اجل تطويرها.

يمكن تصنيف القروض التي تمنحها البنوك إلى عدة معايير منها معيار المدة (قصيرة، متوسطة، طويلة) الذي سيتم التفصيل فيه كما يلي:

أ.قروض طويلة الأجل :يوجه هذا النوع من القروض للمنشآت التي تحتاج إلى تمويل الاستثمارات مثل الحصول على عقارات، أراضي، مباني...الخ، والتي تفوق مدتها سبع سنوات ويمكن أن تمتد أحيانا إلى غاية عشرون سنة، تتميز هذه القروض بأنها تنطوي على مخاطر عالية بسبب طول مدتها ومبالغها الضخمة.

ب. قروض متوسطة الأجل: تتراوح آجالها بين سنة وخمس سنوات وهي تمنح بغرض تمويل الأنشطة الاستثمارية وخاصة بعض العمليات الرأسمالية للمشروعات مثل شراء آلات جديدة، عادة ما تكون هذه القروض مكفولة بضمان معين ويتم سدادها على دفعات من أجل حماية كل من المقرض والمقترض من خطر الانقطاع المفاجئ للمدين عن التسديد لأسباب مالية.

ج.قروض قصيرة الأجل: تعد من أفضل أنواع التوظيف لدى البنوك التجارية ونظرا لقصر أجل استحقاقها فإن أسعار الفائدة عليها تكون منخفضة مقارنة بباقي أنواع القروض، مدتها لا تزيد عن سنة وتستخدم أساسا في تمويل النشاط الجاري للمنشآت و قد تحدد برنامج زمني لتسديدها بحيث تحل تدريجيا محلها موارد العملاء الذاتية، وقد تقوم بتجديدها في تواريخ استحقاقها بشكل دوري من عام لآخر لكن قبل أن يقوم البنك بتجديدها لا بد من أن يتأكد من تناسبها من متطلبات العميل وبأنها تتوافق مع نشاطه، وإذا وجد بأنها لا تناسبه فإنه يقوم بتصفيتها حتى أنه يقوم بتعديل شروط التعاقد أو إلغاؤه حتى قبل تاريخ الاستحقاق.

2. صيغ التمويل الإسلامية:

البنوك الإسلامية ملزمة في نشاطاتها وتعاملاتها المختلفة بتطبيق قواعد الشريعة الإسلامية من عدل وإنصاف في المعاملات ودون الاستيلاء على حقوق البعض لحساب البعض الآخر، ويعد تمويل المشاريع السياحية إحدى المجالات التي تتدخل البنوك الإسلامية في تمويلها. حيث تطورت فكرة البنوك الإسلامية من حيث التنظير والممارسة انتشرت في مختلف الدول العربية ولقد أصبحت تتدخل في مجالات استثمارية كثيرة وهي لا تختلف من حيث المبدأ عن البنوك التجارية فيما يتعلق بمسألة الاستثمار في هذا القطاع، لكنها قبل قيامها بتنفيذ أي خطة استثمارية فإنها تخضع لموافقة كبار رجال الفقه الإسلامي من أجل التأكد من مدى انسجامها ومبادئ الشريعة الإسلامية، وحتى في مجال السياحة والسفر فهناك بعض المجالات السياحية التي لا يمكنها الدخول فيها بحكم تعارضها مع أحكام الشريعة مثل تمويل بعض المشاريع الترفيهية كالنوادي الليلية والأماكن التي يتم فيها تعاطي الكحوليات ...الخ. ويبقى الاستثمار متعلق ببعض المجالات السياحية كبناء المنشآت السياحية، المنتجعات والمساهمة في النقل بمختلف أنواعه، فالبنوك الإسلامية تقوم بتمويلها وفق الأدوات الإسلامية التي تمارسها. كما

أنها تستطيع توفير ما يحتاجه المسافر من شيكات مصرفية وشيكات سياحية للسياح وتؤمن لهم حاجاتهم من العملات عن طريق التحويل بالتلكس أو الكمبيوتر، بالإضافة إلى إصدار بطاقات الائتمان لكنها مازالت حديثة العهد في هذا المجال الاستثماري حتى يتم إعدادها بشكل لا يتعارض ومبادئ النظام المصرفي الإسلامي خاصة فيما يتعلق بفرض فوائد على عمليات استخدام هذا النوع من البطاقات " وقد ظهرت بعض بطاقات الائتمان وقد فرضت عليها رسوم طفيفة من أجل تغطية تكاليفها و المتمثلة جزئيا في الفرق بين قيام البنك الإسلامي في دفع مبالغ مشتريات حامل البطاقة نيابة عنه و بين استلام البنك لذلك المبلغ منه (حامل البطاقة) في وقت لاحق" كما يحصل البنك على عمولته المتمثلة في الفرق بين سعر صرف العملة الأجنبية و العملة المحلية، وهذه العملية تعتبر ربحا للبنك.

رغم ذلك فإن تجربة البنوك الإسلامية في مجال السياحة مازالت حديثة وقد يرجع ذلك إلى سببين رئيسيين:

- تركيز الجهود القائمين على هذه البنوك بتثبيت دعائم النظام المصرفي؛
- الحذر من الدخول والاستثمار في قطاع السياحة تفاديا من الوقوع في بعض المجالات المنافية لمبادئ الشريعة.

بالإضافة إلى المصادر السابقة الذكر توجد طرق أخرى يمكن اللجوء إليها للحصول على التمويل منها اللجوء إلى الأسهم والسندات ما يعني إمكانية اللجوء إلى السوق المالي.

ثالثا: المؤسسات المالية الداعمة للسياحة في الجزائر:

تمثلت فيم يلي: [1]

1. المجلس الوطني للسياحة:

أنشئ سنة 2002، وكلف بإبداء رأيه في السياسة الوطنية للسياحة، واقتراح كل التدابير والأدوات التي من شأنها تشجيع تنمية النشاطات السياحية وترقيتها، وتقديم تقييم دوري لتطوير حالة السياحة في الجزائر، كما كلف المجلس كذلك بالمساهمة في ترقية صورة الجزائر السياحية.

2. الديوان الوطني للسياحة:

أنشئ بموجب المرسوم رقم 214/88 المؤرخ في أكتوبر 1988، وتتمثل في المشاركة في إعداد السياسة الوطنية الخاصة بمجال السياحة، والمشاركة في التظاهرات الدولية المرتبطة بالسياحة المناخية والحمامات المعدنية.

3.الوكالة الوطنية للتنمية السياحية:

حسب المرسوم رقم 70/98 الصادر في 21 فيفري 1998، فهي مكلفة بحماية وصيانة مناطق الاستغلال السياحي، اقتناء الأراضي الضرورية وتخصيصها للمشاريع السياحية، وإجراء دراسة التهيئة للأراضي المخصصة للأنشطة السياحية الفندقية والمعدنية.

---

[1]– حجال سعيد، رجراج سليمة، **واقع السياحة الجزائرية كأحسن بديل لتنويع الإقتصاد الوطني خلال فترة (2000-2015)**، الملتقى العلمي الدولي حول: السياحة في الجزائر بين الواقع و المأمول نحو الإستفادة من التجارب الدولية الرائدة، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، يومي 09 و 10 نوفمبر 2016، ص 161.

المطلب الثالث: مخطط التهيئة السياحية في آفاق2025 في الجزائر

نهدف من خلال هذا المطلب إلى التعرف على أهداف مخطط التنمية السياحية، ديناميكيات التهيئة الإقليمية والأقطاب السياحية السبعة وفق مخطط التنمية.[1]

أولا: أهداف مخطط التهيئة السياحية في آفاق2025:

تعتبر جزء لا يتجزأ من المخطط الوطني لتهيئة الإقليم وإطار استراتيجي مرجعي لسياسة السياحة في الجزائر التي من خلالها تقوم الدولة بـ:

- عرض رؤيتها حول تطور السياحة على مستوى آفاق زمنية مختلفة سواء على المدى القصير (2009) أو على المدى المتوسط (2015) أو على المدى الطويل (2025) في إطار التنمية المستديمة من أجل جعل الجزائر بلد مستقبل؛
- تحديد وسائل وضعه حيز التنفيذ وتحديد شروط قابلية تجسيده؛
- ضمان في إطار التنمية المستديمة توازن الإنصاف الاجتماعي والفعالية الاقتصادية وحماية البيئة؛
- تقويم الثروة الطبيعية والثقافية والتاريخية للبلاد ووضعها في خدمة السياحة الجزائرية من أجل رفعها إلى صف الوجهات السامية في منطقة الأوروبية المتوسطية.

يحدد بهذا للبلد أكمله ولكل منطقة من التراب الوطني التوجهات الإستراتيجية للتهيئة السياحية في إطار التنمية المستدامة.

ثانيا: ديناميكيات التهيئة الإقليمية:

يرتكز المخطط الوطني لتهيئة الإقليم على خمسة ديناميكيات وهي:

1. تقويم وجهة "الجزائر" لتعزيز جلب فرص الاستثمار والتنافس؛
2. تنمية الأقطاب والقرى السياحية السامية وذلك بترشيد الاستثمار؛
3. إعداد برنامج نوعية سياحية؛
4. تنسيق العمل وذلك بتعزيز السلسة السياحية وإقامة شراكة عمومية وخاصة؛
5. تحديد ووضع حيز التنفيذ مخطط تمويل عملي من أجل دعم النشاطات السياحية وكذا المطورين وجلب كبار المستثمرين والمتعاملين.

كما حدد المخطط الوطني لتهيئة الإقليم 7 مناطق سياحية كبرى وفقا للمؤهلات الخاصة بكل منطقة من التراب الوطني: (المنطقة الشمالية/ وسط، المنطقة الشمالية/ شرق 1، المنطقة الشمال/ شرق 2، المنطقة الغربية، منطقة الهضاب العليا، منطقة الجنوب، منطقة الصحراء الكبرى).

وفي إطار آفاق التنمية السياحية ،قامت السلطات العمومية بإنشاء سبعة (7) أقطاب سياحية بهدف تلبية طلب السوق إذ ستتمتع هذه الأقطاب بالإستقلالية الكافية التي ستجعلها تتألق سواء على الصعيد الوطني أو الدولي.

ثالثا: الأقطاب السياحية السبعة (07) وفق مخطط التنمية:

شمل مخطط التنمية السياحية الأقطاب السياحية السبعة التالية:

[1]- موقع التصفح: http://www.andi.dz/index.php/ar/secteur-du-tourisme ، التاريخ: 2017/03/08.

1. **القطب السياحي المتميز شمال شرق:**

(سكيكدة ،قالمة ،عنابة ،الطارف ،سوق أهراس ،تبسة) يتميز بأكثر من 300 كلم من الساحل و874.000 هكتار من الغابات،كما يعتبر نقطة إرتكاز وبمثابة القاطرة للتنمية السياحية على المستوى الجهوي ،يتوفر هذا القطب على إمكانيات كبيرة لتطوير السياحة في الجبال.

2. **القطب السياحي المتميز شمال وسط:**

(الجزائر العاصمة ،تيبازة ،البليدة ،بومرداس ، الشلف ، عين الدفلى ،المدية ، البويرة ،تيزي وزو و بجاية)يتميز هذا القطب بموقعه في وسط البلاد وعلى واجهة البحر الأبيض المتوسط يمتد على مسافة 615 كلم ، أي 51% من الشريط الساحلي الجزائري ، وهذا يخدم البنية التحتية التي تمثل أساس التنمية ،كما يضم وسائل الراحة الإستثنائية على المستوى الوطني والدولي يقدم خدمات متنوعة لأقطاب النشاطات الصناعية ولما له من إمكانيات تساعده على جذب السياح.

3. **القطب السياحي المتميز شمال غرب :**

(وهران ،عين تيموشنت ، تلمسان ،مستغانم ،معسكر ،سيدي بلعباس و غليزان) بموقعه الجغرافي الاستراتيجي الهام الذي يقع على أقل من ساعتين من السوق الرئيسي لهواة السياحة لأوروبا (إسبانيا). هذا القطب صاحب مساحة 35.000 كلم² متنوع ببنية التحتية متطورة ويضم معدات معتبرة على المستوى الوطني والدولي، خدمات، صناعة ثقيلة، إمكانيات ثرية ومتنوعة مم يشجع جاذبية أكبر وشغور غير مدروس لبعض الفضاءات السياحية.

4. **القطب السياحي المتميز جنوب شرق:**

(غرداية ،بسكرة والوادى) يغطي مساحة تقدر ب160.000 كلم ² وعدد سكان يقدر بحوالي 1.5 مليون نسمة . علاوة على ذلك، مع غرداية باعتبارها مركزا رئيسيا وبوابة للصحراء.

5. **القطب السياحي المتميز جنوب غرب:**

(أدرار ، بشار) يغطي مساحة تقدر ب 603000 كلم ² " توات – غورارة " هو قطب تراث ذو بعد عالمي مع فضاء جديد ديناميكي متين (المنطقة الحدودية).

6. القطب السياحي المتميز الكبير: (الهقار)

"الهقار" يقع أساسا في ولاية إليزي ويغطي مساحة تقدر بحوالي 284.618 كلم ². به ثروات طبيعية، ثقافية وآثار تمثل 03 أصول رئيسية تساهم في تنمية السياحة في المستقبل، المساحات الكبيرة في هذا القطب المتميز تشمل لوحات الكهوف تعبر عن قيمتها التاريخية العالية. هذا التراث الثقافي محمي من طرف الحظيرة الوطنية (الحظيرة الوطنية بالطاسيلي) وقد صنف كتراث عالمي من قبل اليونسكو عام 1981 م.

7. القطب السياحي المتميز الكبير: (الأهقار)

(الأهقار) يغطي مساحة تقدر بحوالي 456200 كلم² من التراب الوطني هذا القطب محاط بولاية تمنراست و هو إقليم واسع يزخر بالكثير من الثروات الطبيعية والثقافية، كما يمكن أن ينظر إليها على أنها قطب إستراتيجي، وارتفاع القيمة في تنمية السياحة في المنطقة. التراث الأثري، الطبيعي والثقافي المتمثل في الهقار هو جدير بأن يستغل ليس فقط على الصعيد السياحي ولكن أيضا على الصعيد الإقتصادي والإجتماعي.

خاتمة الفصل الثاني:

من خلال المراحل التي مرت بها السياحة عبر الحضارات المختلفة اكتشفنا أنها كانت في بدايتها ترفا لكبار الأغنياء وبعض الباحثين والمهتمين بالآثار، ومع التطور الذي حدث في بداية القرن ال 20، صارت السياحة في متناول محبي الإطلاع والمعرفة، وبعد ذلك أصبحت السياحة كمحفز للمجالات الأخرى حيث أسست لها لجان وهيئات ومنظمات وصار ينظر إليها كعلم قائم بذلته على خصائص وأهمية اقتصادية واجتماعية.

فمن خلال هذا الفصل أردنا الإلمام بالمفاهيم الأساسية المتعلقة بالسياحة ودور هذا القطاع في الإقتصاد فتناولنا هذه المفاهيم من خلال ثلاثة مباحث، الأول يتعلق بالسياحة والسائح حيث حاولنا سرد أهم التعاريف الخاصة بهما كما تعرضنا لخصائصهما، وأنواع السياحة وأركانها وأشكالها وأهميتها الإقتصادية والإجتماعية ومعوقاتها. وكي نتعمق أكثر في عنوان بحثنا قدمنا من خلال المبحث الثاني المقومات السياحية للجزائر ودورها في تحقيق التنمية الإقتصادية من خلال تعرضنا لأسس هذا القطاع إضافة إلى الدور الذي تلعبه التنمية السياحية كونها تؤمن موارد مالية وتحسن من ميزان المدفوعات، وأهم محدداتها وأهدافها التي تحقق الزيادة المستمرة في الموارد السياحية، كذلك دور الإستثمار السياحي الذي يساهم في تطوير قطاع السياحة. من خلال المبحث الثالث حاولن التعرج إلى واقع الإستثمار السياحي في الجزائر ومكانة التمويل في مخططات التنمية وما بعدها إضافة إلى معوقات ونقائص الصناعة السياحية، فلهذا حاولنا التعرف على أهم التدابير المعتمدة لتشجيع الإستثمار السياحي من خلال الإمتيازات والمؤسسات الداعمة والخطط المستقبلية والآليات المتخذة لتشجيعه.

فالسياحة ذات أهمية اقتصادية واجتماعية وثقافية، وأحد السبل الهامة لحل المشكلات الإقتصادية في الجزائر لإمتلاكها مقومات وإمكانات هائلة للقيام بالصناعة السياحية.

تمهيد:

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

فولاية غليزان من المناطق السياحية في الجزائر، لما تملكه من مؤهلات طبيعية وتاريخية وثقافية، وباعتبار أن القطاع السياحي أحد دواليب التنمية لما يحتوي عليه من عوامل تعمل وتساهم في تنشيط جميع المجالات، فقد أعطي لهذا القطاع في الولاية أهمية نظرا لإحتوائها على الموارد التي تساهم في النهوض بهذا القطاع وتدعيمه من خلال المشاريع العامة طور الإنجاز والمشاريع الخاصة المنجزة وطور الإنجاز.كذلك فان التقييم الحقيقي لقطاع السياحة يجب أن يتعدى المؤشرات الكلية المتمثلة في مساهمته المباشرة في توليد الدخل المباشرة في توليد الدخل وتوفير فرص العمل حيث يجب النظر إلى هذا القطاع من خلال طبيعة الخدمات التي يوفرها وأهميتها في النشاط الاقتصادي ككل والعلاقات المتشابكة التي تربط هذا النشاط بباقي أنشطة الاقتصاد المحلي.

وقد قسمنا الدراسة إلى ثلاثة مباحث وهي كالآتي:

المبحث الأول: الإمكانيات والمقاصد السياحية لولاية غليزان؛

المبحث الثاني:الإستثمار السياحي في ولاية غليزان؛

المبحث الثالث: دراسة وتحليل الإستبيان.(الدراسة الميدانية)

المبحث الأول:الإمكانيات والمقاصد السياحية لولاية غليزان

تعتبر ولاية غليزان من المناطق السياحية في الجزائر، لما تملكه من مؤهلات طبيعية وتاريخية وثقافية،لذا سنتطرق من خلال هذا المبحث إلى تقديم ولاية غليزان، الموارد السياحية بهذا القطاع، المعالم التاريخية، المواقع السياحية ومناطق التوسع السياحي.

المطلب الأول:تقديم الولاية

نهدف من خلال هذا المطلب إلى تحديد الموقع الجغرافي والتقسيم الإداري للولاية، إطارها التاريخي ومواردها الطبيعية.

أولا- الموقع الجغرافي والتقسيم الإداري لولاية غليزان:[1]

تتمتع ولاية غليزان بموقع استراتيجي متميز أهلها أن تكون همزة وصل بين الغرب، الشرق، وجنوب البلاد، يعبرها الطريق الوطني رقم (04) حيث تبعد بحوالي 60 كلم عن ميناء مستغانم، 120 كلم عن مطار السانية (وهران) وب 90 كلم عن مطار أبو بكر بلقايد (الشلف) وب (280 كلم) عن العاصمة (الجزائر) .

تعتبر حسب المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية واحدة من بين (05) مدن رئيسية لمحور التكتل الأوسط للمدينة الميتروبولية (وهران) بها شبكة طرق هامة بالإضافة إلى الطريق الوطني رقم (04) يعبر إقليمها العديد من الطرق الوطنية الهامة ، نجد الطريق الوطني رقم (23) ، الطريق الوطني رقم (07) ، الطريق الوطني رقم (90) ، أضف إلى ذلك الطريق السريع (شرق-غرب) الذي يمتد على مسافة (87.4 كلم) بإقليم الولاية .

شبكة السكة الحديدية هي الأخرى شهدت تطورا هاما، نجد خطة السكة الحديدية (الجزائر- غليزان – وهران) تجري به الأشغال لتحديثه وتجهيزه .

خط السكة الحديدية (غليزان – تيارت – تيسمسيلت) المسمى سابقا (خط الحبوب) الذي سيتم إعادة الاعتبار له قديما .كل هذه العوامل ستساهم في تنمية السياحة محليا.

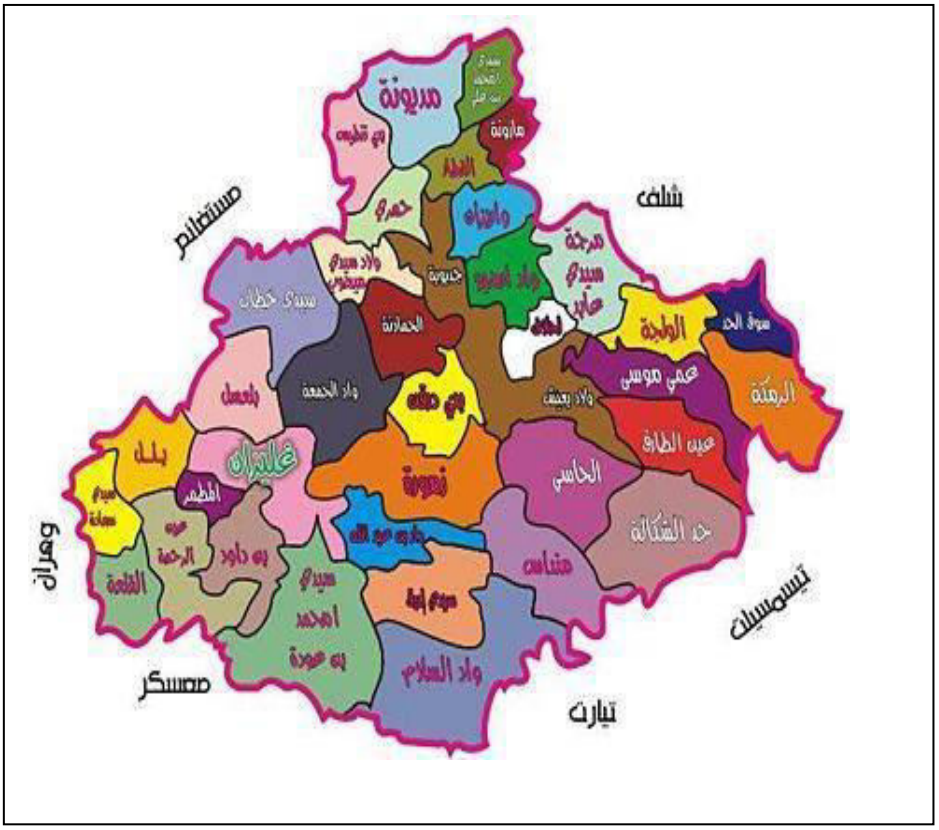
ولاية غليزان تغطي مساحة 4.851,21 كم^2 مكونة أساسا من مناطق ريفية تعادل 70% من المساحة الإجمالية للإقليم تحدها الولايات التالية :ولاية مستغانم شمالا، الشلف شرقا، معسكر غربا، تيسمسيلت وتيارت جنوبا .

تتكون الولاية من (38) بلدية موزعة على (13) دائرة، بشريا يقدر عدد سكانها بأكثر من 743.500 نسمة.

وتنقسم ولاية غليزان إلى كتلة تضاريسية متنوعة: مناطق جبلية تشمل جبال الونشريس في الجنوب والشرق، جبال الظهرة في الشمال وجبال بني شقران بالجنوب الغربي. وتحتضن هذه السلاسل الجبلية الثلاثة، مساحات تعد من أغنى سهول البلاد وهي سهل مينا وأسفل شلف.(أنظر الملحق 1)

[1]– مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية غليزان:" مونوغرافية إمكانيات ولاية غليزان في السياحة و الصناعة التقليدية"، 2015، ص 5.

الشكل (1-3): خريطة ولاية غليزان



المصدر: موقع التصفح: https://www.google.com/search ، تاريخ التصفح: 2018/03/04.

ثانيا: الموارد الطبيعة لولاية غليزان:[1]

بتضاريسها الغنية والمتنوعة تضم ولاية غليزان بين طياتها وعلى امتداد سلاسلها الجبلية الثلاث: الونشريس، الظهرة وبني شقران مواقع تاريخية أبدعها الخالق لتكون آيات من الجمال، الشيء الذي جعل هذه الولاية تكتنز من المؤهلات السياحية البيئية لاسيما الغطاء الغابي الكثيف الذي يكسو هذه الحبال وما تشمله من أنواع مختلفة للحيوانات وكل ما يدب في الحياة البرية، وهي بذلك توفر مساحات شاسعة للاستطلاع والتنزه والراحة، خاصة بالنسبة لهواة الصيد التواقين للمغامرات في الفظاءات الطبيعية العذراء حيث الهدوء، السكينة والهواء النقي ... الذي يعبق بأكسجين ألاف أشجار الصنوبر الحلبي والكاليتوس وأنواع عديدة من النباتات والأعشاب البرية. وهذا ما يجعل من غابات غليزان مقصدا لجميع الصيادين الذين عرفوا ثراء هذه الجبال وخصوبة غاباتها المنقطعة النظير وخاصة في فصل الخريف أين اعتاد الكثير منهم التوجه لجبال عمي موسى، زمورة ،القلعةوسيدي خطاب لطلق العنان لملذات الصيد والاسترخاء على وتيرة الحياة البرية الساحرة، إضافة إلى

[1]– مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية غليزان، مرجع سبق ذكره، ص 11.

المناطق الرطبة المنتشرة على ضفاف السدود، حيث تتزاوج خضرة الأحراش والأشجار مع زرقة المياه الهادئة الغنية بالأسماك .

المطلب الثاني:المعالم التاريخية، المواقع السياحية ومناطق التوسع السياحي للولاية.

من خلال هذا المطلب سوف نتعرف على المعلم التاريخية التي تملكها الولاية، مواقعها السياحية ومناطق التوسع السياحي.

أولا: المعالم التاريخية لولاية غليزان:[1]

من العصور الرومانية إلى التواجد الفرنسي بالمنطقة مرورا بالسلالات البربرية والدويلات الإسلامية، كانت غليزان على مر الأزمنة، محا اهتمام مختلف الحضاراتالمتعاقبة. وهي اليوم تحتضن بغيرة كبيرة عدد من الشواهد التاريخية عن تلك الحضارات وتحرص على تثمين أثارها التي تحكي الماضي المجيد للمنطقة، منها:

القلعة: أثار عثمانية وإسلامية كمسجد سيدي براهيم التازي، المقبرة العثمانية أين يوجد قبور لجنود وشخصيات عثمانية محفوظة بشكل جيد، والتي يقابلها مصلى في الهواء الطلق. إضافة إلى كهوف تاريخية، اشهرها مغارة سيدي دحمان ومغارة جبل بو منجل حيث يوجد منحوتات صخرية؛

زمورة: بقايا لأثار رومانية وجسر عتيق من العهد الفرنسي؛

عمي موسى: أثار رومانية (قصر كاوى مصنف 1901م)، أثار زيانية، قواعد للجيش التحرير الوطني ومقبرة بها 1061 شهيدا؛

مازونة: القصبة، المدرسة، المحكمة، ومسبح "تامدة"؛

غليزان: أطلال مينا "مدينة رومانية"، الجسر الروماني، السد الذي بني بوادي مينا خلال العصر العثماني والمسجد الكبير سنة 1891 "مسجد النور"؛

عين طارق: المدينة أو ما يعرف بالخربة، حيث توجد أثار لورشات صناعة الحديد والفخار.

ثالثا: المواقع السياحية بالولاية:

وتمثلت في:

أ. قلعة بني راشد: (القلعة المعرفة) [1]

المدينة العثمانية ذات الأصول البربرية. تتكون من 4 قرى (راس القلعة، السوخ، الكركوري، دار الشيخ) تتموقع على السهل الغربي من جبل "بربار" المنتمي لجبال بني شقران، خلف واد تحته الحدائق والذي يجتازه نهر "هيليل" يلل حاليا. بنيت المدينة على شكل طبقات، على رأسها المسجد، وزاوية سيدي إبراهيم التازي. يوجد العديد من الأضرحة نراها من المقبرة العثمانية أين نجد قبة سيدي احمد بومعزة والتي يقابلها مسجد مفتوح السطح شيد في عام 1734 من قبل العثمانيين، والذي لازال يستعمل لحد الآن للاحتفال بالأعياد الدينية. القلعة هي مدينة ال 360 قبة المشيدة تكريما للأولياء الصالحين الذين كانوا

[1]– مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية غليزان، مرجع سبق ذكره، ص 7.

[1]– الدليل السياحي لولاية غليزان، إعداد مديرية السياحة لولاية غليزان، 2015، ص 6.

يحرصون واحد تلو الأخر المدينة من كل هجوم عدوانيأعلاه، بجوار مسجد بناه الباي في سنة 1734 الذي يوجد به خزانة وهي عبارة عن مكتبة تحتوي على مئات من المخطوطات العلمية التي عاشت في القلعة، كما يوجد بها قبر إسحاق ابن يعقوب، شقيق بربروس.

ب.مازونة: (عاصمة البايليك...والمعرفة)[1]

عاصمة الغرب الجزائري خلال العهد العثماني. تتموقع على تلة صغيرة محاطة بأربع مرتفعات تتخللها أودية حيث بدت وكأنها جزيرة مقسمة بين منحدرين عميقة حيث الحدائق والبساتين المتمركزة أساسا أسفل المدينة القديمة. لعبت المدرسة دورا هاما في الإشعاع الثقافي بالإقليم الوهراني حيث بلغ صيتها بلدان تونس والمغرب نظرا لاستقبالها العديد من الطلبة المسافرين.

ج. المدينة القديمة "مازونة":

ما زالت تشهد على ماضيها العريق وتحتفظ بمعالم أثرية قيمة أهمها:

المدرسة: بناها الشيخ محمد سيدي أحمد بن الشريف في عام 1024 للهجرة وخدمها مدة 64 سنة؛

المحكمة القديمة: التي تقع بالقرب من المدرسة؛

القصبة الجميلة: بأزقتها الضيقة والمتعرجة وشموخ مآذنها الخمسة؛

مسجد سيدي عيسى: الذي بناه العثمانيون؛

مازونة مدينة العلم: هي أيضا مدينة الصناعة التقليدية حيث براعة النساء في غزل الصوف والنسيج وكذلك دباغة الجلود حيث نافست مازونة آنذاك سادة الحرفة في تلمسان؛

الموقع التاريخي: "مسبح تامدة" الذي يعود إلى العهد الروماني؛

الآثار الرومانية: (تالا والقلعة)؛

مغارة "تنيسري"

د. عمي موسى: (تاريخ تري وسياحة بيئية)[1]

بنيت هذه المدينة عمي موسى على سفوح منحدرة وصولا إلى ضفة واد رهيو الذي يصب بسد قرقار على يد السلطان حمو موسى الزياني، أين شكل أول تجمع سكاني سنة 1314 وفيها بنى قصره المسمى قصر حمو موسى والذي أصبح يطلق عليها عمي موسى حاليا ، تعاقبت عليها عدة حضارات حيث امتزجت الثقافة البربرية بالثقافة العربية الإسلامية مكونة عادات وتقاليد محلية متنوعة.

كما توجد بمنطقة عمي موسى العديد من الآثار من بينها:

- "قصر كاوة" المصنف سنة 1901، برج للمراقبة وحصن بناه "اوريليوسفازفان" عام 339 قبل الميلاد؛
- بقايا أثار رومانية، زيانية، تكنة عسكرية بناها الجنرال "بيجو" عام 1843 وبرج للمراقبة؛
- أثار ما قبل التاريخ (مغارة ماريوة)، قبور برية، أثار رومانية وقصر جران بمكناسة؛
- المستشفى العسكري السابق، مركز قيادة المنطقة 4 (الولاية 05 التاريخية ومقبرة شراطة 75 شهيد)؛

[1]– الدليل السياحي لولاية غليزان، مرجع سبق ذكره، ص7.

[1]– الدليل السياحي لولاية غليزان مرجع سبق ذكره ، 2015، ص 8.

- الحساينية(المنطقة القديمة 10 هكتار تحتوي على بقايا أثار رومانية مدفونة تحث الأرض، قصر عائشة، قصر وزغارةوقصر الغابة)؛
- أثار رومانية (قصر كباية).

كما تتميز المنطقة بغاباتها الكثيفة المليئة بالحيوانات البرية التي تعتبر طرائد صيدية كالخنزير البري، الأرنب وعدة أنواع من الطيور كالحجل والجوارح كالعقاب والصقور كما توجد بهذه الغابات أشجار الصنوبر، البلوط والفلين، ومما زاد من جاذبية المنطقة سياحيا منابع المياه الحموية الموزعة على أرجاء المنطقة اشهرها حمام منتيلة، المتموقع على ضفاف وادي ثلاثة ببلدية عمي موسى على حدود ولاية تيسمسيلت، ذات خصائص علاجية فريدة من نوعها نظرا لغناها بالكبريت، الكلور والصوديوم، كما أن تموقعها قرب ضفة الوادي وغابة مكناسة يؤهلها بان تكون قبلة للزوار المتعطشين للعلاج والاسترخاء والاستمتاع بالمنظر الطبيعية الخلابة، بالإضافة إلى العديد من المسطحات المائية التي تعيش بها عدة أنواع من اسماك المياه العذبة والطيور المهاجرة.

هـ. وعدة سيدي بوعبد الله:[1]

تحي منطقة واد ارهيو مرة كل عام، احتفالية شعبية ضخمة تسمى بوعدة سيدي بوعبد الله، والتي تتواصل لعدة أيام، بدءا من التحضيرات الأولى لهذه الوعدة إلى غاية توافد مواكب لخدام الولي الصالح، الحاملين للرايات مختلفة الألوان ليجبو مختلف شوارع مدينة واد ارهيو، معلنين بذلك انطلاقة هذا الحدث السنوي التقليدي على وقع إيقاعات فرق القرقابو التي تتصدر الحشود من وموردي الولي الصالح سيدي بوعبد الله.

وبالنظر للتوافد الشعبي الكبير الذي أخذت تعرفه هذه الوعدة في السنوات الأخيرة، أوكلت عملية تنظيمها لجمعية دينية محلية التي تحمل اسم الولي الصالح وهذا حتى يتم التكفل بالزوار في أحسن الظروف ولتحضر لأسباب نجاح هذا المعد الذي يتزامن مع نهاية موسم الحصاد وبداية موسم الحرث.

و. وعدة سيدي محمد بن عودة:[2]

تقام وعدة سيدي محمد بن عودة طيلة أسبوع من شهر سبتمبر من كل سنة وهي تظاهرة ذات طابع سياحي وديني، في جو اخوي بهيج تتداخل فيه العادات والتقاليد. ففي البداية يتم الإعلان عن موعد الاحتفال بالوعدة بعد اجتماع مشايخ الفروع والعروش ال 25 المكونة لقبيلة فليتة التي تشد الرحال 03 أيام قبل الوعدة في اتجاهمقام الولي الصالح سيدي أمحمد بن عودة، وفور الوصول يشرع في نصب الخيم، في حين تقوم النساء بإعداد الطعام (الكسكسي). ويوم الوعدة تكون قبيلة فليتة بأعراشها ال 25 حاضرة بالإضافة إلى الزوار الذين يتولى إطعامهم وإيوائهم سكان الزاوية (الخدام). ويتم يوم الأربعاء خياطة الخيمة بحيث تضم قطع القماش المنسوجة من الوبر الخام والتي تمثل كل واحدة عرشا وتتم خياطتها في مشهد شيق لتوحيد الصفوف والتآزر عند كل طارئ، بحيث تتنافس أعراش وفروع قبيلة فتيلة في مشهد تلقائي عجيب على نقل الخيمة ويحاول كل عرش الظفر بجمالها ونصبها في منافسة حميمية بالعصي وجو ممزوج بالصياحوأصوات ضرب العصي وزغاريد النساء، ولا يهدا الحال حتى نصب الخيمة بعدها يفسح المجال للفرق الفلكلورية التي تمتع الحاضرون بنغمات الزرنةوالقصبة ودقات الطبول

[1]- مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية غليزان، مرجع سبق ذكره، ص 16.

[2]- مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية غليزان، مرجع سبق ذكره، ص 17.

والحضرة. وبعد ذلك يتم تناول الغذاء الذي يتنافس أهل بلدة سيدي أمحمد بن عودة في إعداده، وبعدها ينتشر الوافدون لزيارة عدة أماكن كحجر الباز والعبادة، وبعد النزول منه يعرج الزوار على منبع المالحة للاغتسال ة الوضوء، وبعها يتجه الوافدون إلى العبادة التي هي عبارة عن مغارة، لترتيل القران الكريم تيمنا بالولي الصالح الذي كان يتخذ هذا المكان للعبادة. وأخيرا يوم الخميس الذي يتم فيه قيادة واستعراض أحسن فرس في كل عرش في إشارة لانطلاق ألعاب الفروسية، ثم سوق الربح الذي يجتمع فيه مشايخ قبيلة فتيلة في مكان لجمع التبرعات والصداقات ولحل النزاعات وتوحيد العرش وبين ألعاب الفروسية وسوق الربح يتفرغ الزوار لاقتناء بعض المنتوجات التقليدية المعروفة.

إضافة إلى هذا تزخر ولاية غليزان بالعديد من الينابيع الحموية التي تتميز بخصائص علاجية معروفة. وتنتشر هذه الينابيع على مختلف أنحاء الولاية خاصة منها المناطق الجبلية كجبال الونشريسوالظهرة وبني شقران وكذا على ضفاف الأودية، وقد تم انجاز دراسات عملية خصت أربعة عيون هي:

أ. حمام سيدس بو عبد الله:

يعتبر هذا الحمام مقصدا سياحيا مهما للعديد من العائلات التي تأتي من داخل الولاية والولايات المجاورة خاصة في فصل الربيع والصيف فسخونة مياهه مقدرة ب (51م°) وتشبعه بكمية كبيرة من المعادن جعل منه شفاء للكثير من الأمراض الجلدية، المعوية والروماتيزم، أمراض النساء، أمراض الجهاز الهضمي والجهاز التنفسي.

ب. حمام عين الجنية:

ويقع هو الأخر في دوار سيدي إبراهيم ويبلغ معدل تدفق مياهه 04 لترات في الثانية وتبلغ درجة حرارتها 48 درجة مئوية.

ج. حمام منتيلة:

تحتل المرتبة الأولى بالنظر لاحتوائها على معظم المعادن بنسبة (59غ/ل) لها ميزات علاجية متعددة فهي صالحة لمداواة: الأورام تحث الجلد، قرحة الساق، الندوب الناتجة عن الحروق والروماتيزم، قرحات الجلد والأغشية المخاطية، أمراض الجهاز التنفسي وكذا الأمراض النسائية.

د. حمام بني يسعد:

ويقع بدوار معامرية التابع لبلدية منداس نسبة تدفق مياهه 6 لترات في الثانية وهي غنية بالكلور الصوديوم وكبريتات الكالسيوم، درجة حرارتها تقارب 30 درجة مئوية. أما عن ميزاتها العلاجية فهي مناسبة لذوي الأمراض الجلدية، الأمراض الوريدية، الجهاز الهضمي، أمراض الأنف والحنجرة وأمراض النساء.

ثالثا: مناطق التوسع السياحي:[1]

يسجل مخطط التهيئة السياحية لولاية غليزان خمس مناطق للتوسع السياحي ويتعلق الأمر بمناطق المنابع الحموية ببني يسعد والمتواجدة ببلدية منداس والمنطقة الحموية بمنتيلة الواقعة ببلدية عمي موسى، هذا

[1]– مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية غليزان، مرجع سبق ذكره، ص19.

بالإضافة إلى المناطق المجاورة للسدود كتلك الواقعة بالقرب من سد قرقار ومساحة أخرى بالقرب من مرجة سيدي عابد التابعة لبلدية واد ارهيو، ومنطقة أخرى بمحاذاة سد السعادة ببلدية سيدي أمحمد بن عودة. كما سيتم تهيئة المناطق السياحية المتخمة للمنطق الرطبة لانطلاق مشاريع وفضاءات للراحة والتسلية، وذلك من خلال تطوير أنواع جديدة من ممارسات رياضية مائية ومختلف الأنشطة المرتبطة بالصيد السياحي، بالإضافة إلى تخصيص مساحات خضراء للراحة والاستجمام للعائلات التي تقصد المكان.

ومن المقرر أن تستفيد المنطقة أيضا من جملة من المشاريع المرافقة، كبناء مطاعم متخصصة في طهي سمك المياه العذبة حيث تعكف الجهات المختصة على إعداد دراسة خاصة لانجاز مركب للأنشطة المائية بمنطقة سيدي عابد، هذه المناطق السياحية تشتهر بمواردها المائية والحموية، سيتم عرضها على المستثمرين الذين يرغبون في ولوج عالم الاستثمار السياحي، لتقدم لهم هذه المناطق الطبيعية الرائعة، بهدف تحويلها إلى محطات حموية وبناء منشات استقبال ومراكز الراحة والاستجمام.

ويذكر أن حمام منتيلة الواقع بين السفوح العذراء لجبال الونشريس سيستفيد من مشروع منطقة سياحية حيث يتمركز بمنطقة ترتفع على مستوى سطح البحر بأكثر من ألف متر في وسط غابي خلاب تصنع خضرته كافة أشجار الصنوبر الحلبي ونباتات عديدة ومتنوعة الأمر الذي سيجعل من هذه المنطقة وجهة سياحية جذابة خاصة في فصل الصيف ليضاف هذا المعلم السياحي لرصيد المناطق السياحية التي تسخر بها الولاية من مواقع أثرية رومانية ونوميدية. ولعل العامل الذي سوف يدعم مثل هذه المشاريع يظل بكل تأكيد يتمثل في تلك الدراسات العلمية التي أثبتت الخصائص العلاجية الكبيرة لمياه حمام منتيلة الغنية بالمعادن والمكونات الكيميائية والتي تقد ب 59 غرام في اللتر والتي تشفي العديد من الأمراض بحيث تم تصنيف مياه منتيلة، من بين تسع منابع حموية في الجزائر والأعلى على المستوى الوطني من حيث نسبة المعادن، كما أعطيت له أهمية بالغة خاصة بعد ما حاء في المرتبة الثالثة بعد حمام الصالحين بولاية بسكرة وكسانة بولاية البويرة.

المطلب الثالث: قطاع السياحة بولاية غليزان

سنتطرق في هذا المطلب إلى الموارد السياحية للولاية، السياحةواقتصاد المحلي، إضافة إلى أسباب التنمية السياحية.

أولا: الموارد السياحية للولاية:

تزخر ولاية غليزان بقدرات وإمكانيات سياحية وطبيعية لا يستهان بها من طبيعة خلابة واختلاف المناظر إلى جانب تراث مادي ولامادي غني إلى جانب طيبة وكرم سكانها بعاداتهم وتقاليدهم التي لازالت نقية ووفية لتراثها الراسخ في القدم.وقدأصبح قطاع الخدمات السياحية من القطاعات المهمة داخل الاقتصاد المحلي للولاية نظرا لما يحدثه من تغيير وما يخلفه من فوائد ايجابية لها أثرها على النسق العام للولاية تنعكس بصورة أو بأخرى على مستويات الرفاهية ومستوى المعيشة للسكان المحليين لذا تسعى المصلح المسؤولة عن هذا القطاع إلى تثمين وتحسين مساهمته في الاقتصاد وسننظر هنا إلى واقع قطاع السياحة و الفوائد والآثار التي يخلفها في التنمية الاقتصادية للولاية .

ثانيا: السياحة والإقتصاد المحلي:

يساهم قطاع السياحة والفنادق في الناتج المحلي الإجمالي حيث يتولد لديه دخل من مجموع الدخول المتولدة من الاقتصاد المحلي، ويعمل بنفس القطاع (السياحة والفنادق والمطاعم ووكالات السياحة والأسفار) عدد من

العمال يتراوح مابين 960 عامل من جملة اليد العاملة محليا في حين يبلغ عدد المؤسسات الناشطة بالقطاع 399 مؤسسة وهو ما يمثل نسبة 8 %.إضافة لذلك ساهم القطاع السياحة في تحقيق حاصلات زيادة هامة في سنة 2010 بعد أن قفزت من سنة 1999 إلى سنة 2009 وذلك نتيجة جهود المصالح المعنية بتطوير القطاع وأيضا إلى جهود الدولة في تحقيق الأمن والاستقرار التي انعكست على حركة السياحة الوافدة إذ يلاحظ أن عدد السياح الأجانب ارتفع إلى 1111 سائح.

ثالثا: أسباب التنمية السياحية:

1.الموقع الجغرافي:

بحكم موقعها الجغرافي فان ولاية غليزان تلعب دورا تجاري وتبادلي هام.فهي نقطة التقاء بين الشرق والغرب والشمال الغربي والجنوب الغربي للبلاد.وتقع على بعد 120 كلم من وهران و60 كلم من مستغانم و280 كلم من العاصمة.

أما الموقع بالنسبة إلى المراكز الدافعة للسياح:

تعتبر غليزان بالنسبة للمخطط الوطني للتهيئة السياحية إحدى المدن الخمسة الكبرى بالمحور الأوسط للمجمع الحضري الوهراني (مغنية،تلمسان،سيديبلعباس،معسكر) وبانجاز المشاريع الكبرى المهيكلة كالطريق السيار شرق-غرب على امتداد 87.4 كلم وازدواجية وكهربة خط السكة الحديدية فان مدة الحالات ستكون وجيزة، مريحة ومفيدة.

2. التضاريس:

تتشكل ولاية غليزان من ثلاثة مناطق أساسية:

أ. السلاسل الجبلية: تمتد على نسبة 38%من تراب الولاية وتتألف في الشمال من جبال الظهرة التي تغطي مناطق مازونةوسيدي أمحمد بن علي. وفي جنوب سلسلة جبالالونشريس التي تمتد في الجنوب من شرق الولاية إلى غربها أما في الغرب فتتواجد جبال بني شقران .

ب. السهول: تشكل رواق مابين جبال الشمال والجنوب وتحتل وسط الولاية وتتشكل من سهل الشلف الأسفل وسهل مينا وتشكل نسبة 32 %من تراب الولاية.

ج. الهضاب: تشكل منطقة انتقال مابين السهول والمناطق الجبلية وتحتل ما نسبته 30% من تراب الولاية.

وقد مكن هذا التمايز من وجود مجاري للمياه تواجد أودية منها وادي الشلف الذي يخترق الولاية من الشرق إلى الغرب ثم وادي مينا وواد ارهيو اللذان يخترقان الولاية من الجنوب إلى الشمال و يصبان بوادي الشلف مما سمح بانجاز ثلاثة سدود كبرى هي سد قرقار وسد السعادة ومرجة سيدي عابد.

د.المناخ:يسود الولاية مناخ شبه قاري معتدل في الشمال والمناطق السهلية ومناخ قاري بارد وممطر شتاءا مع تساقط للثلوج وحار صيفا بجنوب الولاية .

3.المتاحات السياحية:وتمثلت في:

3.1. الموارد السياحية: منها:

أ. الطبيعية:

1. الثروة النباتية:

يمتد الغطاء النباتي على مساحة قدرها 138000 هكتار منها 51800 هكتار عبارة عن غابات 82 %منها بالجنوب الشرقي ويطغى عليها الصنوبر الحلبي بمساحة 28500 هكتار وتتكون غابات الولاية بالأخص من أشجار الصنوبر الحلبي، الكاليتوس، العرعار، الطاقة، البلوط الأخضر، البلوط السنديان، الزبوجوالضرو وتتميز الغابات الواقعة بالرمكة، سوق الحد، حد الشكالة، بور كبة،سيدي يحي، وادي لرجام ، قربوصة، زمورة ،عمي موس،سيدي خطاب بمناظر خلابة في حين تكسو الثلوج في الشتاء المناطق الجنوبية.

2. الثروة الحيوانية :

مع تنوع التضاريس والغطاء النباتي وتعدد الوديان والمستنقعات ذات النظم البيئية المختلفة فان تراب ولاية غليزان يعتبر مكان لتواجد وتكاثر عدد لا يحصى من أصناف الطيور والحيوانات البرية.كما تقصد مناطق الولاية أصناف من الطيور المهاجرة التي تأتي من المناطق القطبية إلى جانب البعض منها الذي هو مهدد بالانقراض.

ب. العيون الحموية:

لا يوجد بولاية غليزان محطات معدنية ولكن هذا لا يعني انه لا توجد عيون وينابيع معدنية وفي هذا المجال هناك دراسات أجريت من طرف المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية وشملت: حمام سيدس بوعيد الله (يقع ببلدية سيدي خطاب) وعين الجنية (بلدية سيدي خطاب) حمام بني يسعد (بلدية منداس) وهذه الحمامات المعدنية يقصدها مئات المواطنين للاستفادة من مياهها المعدنية التي تصلح حسب الدراسة المذكورة لعلاج أمراض الروماتيزم، الأعصاب، الأمراض التناسلية، أمراض الجهاز الهضمي الأمراض المعوية، مرض الربو والإمراض التنفسية، أمراض الجلد، الأورام تحت الجلدية وتقرحات الساق، بقايا الحروق، أمراض الحساسية، الاكزيما، التهابات الأنف والأذن والحنجرة، إلى جانب هذه العيون توجد عيون أخرى معدنية يقصدها المواطنون لغرض التداوي كعين المالحة (بلدية سيدي أمحمد بن عودة)، عين الحموية المعروفة بالمكبرتة (بلدية وادي السلام)، عين أولاد سيدي الطيب (بلدية الرمكة).

3.2. الموارد الثقافية والدينية: وتمثلت في:

- أثار القلعة والدبة (غار الكوة، المقابر العثمانية، المسجد القديم، مغارة سيدي دحمان، الخزانة)؛
- أثار مازونة التي اغلبها من العهد العثماني (المدرسة القرآنية القديمة، مسجد سيدي عيسى، اوعزوز، مسبح تامدة، المحكمة)
- أثار عمي موسى كقصر الكاوى (قصر يعود للعهد الروماني شيد سنة 339 قبل الميلاد)كما توجد بنفس المنطقة أثار بقايا لقصور ونقاط مراقبة تعود للعهد الروماني؛
- أثار سيدي أمحمد بن علي وهي أثار رومانية بمنطقة أم الطبول؛
- أثار غليزان وهي المدينة الرومانية (مينا).

المبحث الثاني:الإستثمار السياحي في ولاية غليزان

رغم ضالة الوزن النسبي للسياحة و الفنادقوالوكالات السياحية في الاقتصاد المحلي إلا انه لا يزال يعد من القطاعات الواعدة في الاقتصاد. وترتكز هذه الآمال على ما تملكه ولاية غليزان من مقومات الجذب السياحي تؤهلها لاحتلال موقع أكثر تقدما على خريطة السياحة الوطنية إضافة إلى أهمية هذا القطاع في زيادة موارد الولاية.لذا سنتطرق في هذا المبحث نبذة عم مديرية السياحة ومهامها،الإستثمار السياحي لولاية غليزان من فترة (2000 – 2016) ووضعية عمليات الإستثمار خلال سنة 2015.

المطلب الأول:مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية غليزان.

نهدفمن خلال هذا المطلب إلى إعطاء نبذة عن مديرية السياحة، مهامها، وهيكلها التنظيمي.

أولا: نبذة عن مديرية السياحة لولاية غليزان:[1]

بموجب المرسوم التنفيذي رقم 95-260 المؤرخ في 29 أوت 1995 الذي يتضمن إنشاء مصالح خارجية لوزارة السياحة والصناعات التقليدية ويحدد قواعد تنظيمها وسيرها ، وفي سنة 1998 تم إنشاء مفتشية السياحةوالصناعات التقليدية على مستوى ولاية غليزان ، بعد ذلك وفي سنة 2005 تم تحويلها إلى مديرية بموجب المرسوم التنفيذي رقم 05-216 المؤرخ في 11 جوان 2005 الذي يتضمن إنشاء مديرية السياحة بالولاية .

بعد ذلك تم إلغاء الهيكل وتسميتها مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية غليزان بموجب المرسوم 10-257 المؤرخ في 20 أكتوبر 2010 الذي يتضمن إنشاء المصالح الخارجية لوزارة السياحة والصناعات التقليدية ويحدد مهامها وتنظيمها .

ثانيا:مهام مديرية السياحة والصناعة التقليدية :

تتمثل مهام مديرية السياحة والصناعة التقليدية فيما يلي:[2]

1. مصلحة الإدارة والوسائل:

وتتكفل بما يلي :

- ✓ المساهمة في إعداد سياسة تطوير وسائل القطاع؛
- ✓ تقديم الاحتياجات في مجال اعتمادات التسيير والتجهيز للإدارة المركزية والمصالح غير ممركزة؛ والمؤسسات تحت الوصاية وتنفيذ ميزانيتي التسييروالتجهيز الممنوح للقطاع؛
- ✓ ضمان تسيير ومتابعة الإعانات وحسابات التخصيص الخاصة القطاعية طبقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما؛
- ✓ وضع أجهزة المراقبة الداخلية لإبرام الصفقات العمومية؛
- ✓ السهر على مطابقة إجراءات إبرام الصفقات العمومية؛
- ✓ اقتراح وتنفيذ سياسة التسيير الإدارية لمستخدمي الإدارة المركزية؛
- ✓ النصوص التشريعية والتنظيمية المتعلقة بالإدارة العامة والوسائل.

[1]– مكتب متابعة الاستثمار والتهيئة السياحية، مديرية السياحة لولاية غليزان.

[2]– مكتب متابعة الاستثمار والتهيئة السياحية، مرجع سبق ذكره.

وتنقسم إلى:

أ. مكتب المستخدمين والتكوين:

وتكفل بما يأتي:

- ✓ إعداد وتنفيذ ومتابعة مخطط تسيير الموارد البشرية للوزارة ومصالحها الخارجية والمؤسسات تحت الوصاية؛
- ✓ تنفيذ تسيير المسار المهني للمستخدمين ومتابعته؛
- ✓ تقييم الاحتياجات في الوسائل البشرية للإدارة المركزية والمصالح الخارجية؛
- ✓ ضمان وضع أجهزة استشارية في مجال تسيير المستخدمين وتنفيذ القرارات المتخذة؛
- ✓ مراقبة المطابقة القانونية لأعمال الخدمات الاجتماعية للإدارة المركزية؛
- ✓ ضمان تنظيم الامتحانات المهنية وسيرها؛
- ✓ اقتراح النصوص التشريعية والتنظيمية المتعلقة بتسيير الموارد البشرية.

ب. مكتب الميزانية والمحاسبة :

وتكفل بما يأتي:

- ✓ إعداد مشاريع ميزانيتي التسيير والتجهيز؛
- ✓ تنفيذ الميزانيات وإعداد حصائل التنفيذ والحسابات الإدارية المتعلقة بها؛
- ✓ ضمان مسك دفاتر المحاسبة التنظيمية؛
- ✓ إعداد وإبرام عقود الدراسة وعقود انجاز الأشغال وعمليات التجهيز؛
- ✓ إعداد دفاتر شروط العمليات المتعلقة بالمنشات الأساسية والتجهيز والدراسات؛
- ✓ السهر على مطابقة إجراءات إبرام الصفقات العمومية؛
- ✓ ضمان متابعة استعمال إعانات الموارد الممنوحة بعنوان صندوق دعم الاستثمار وترقية وجودة النشاطات السياحية والتقليدية ومسك محاسبة خاصة بهما.

ج. مكتب الوسائل العامة:

وتكفل بما يلي:

- ✓ تحديد احتياجات الإدارة المركزية فيما يخص العتاد والأثاث وضمان اقتنائها؛
- ✓ تقييم انجاز عمليات التجهيزات المركزية ومتابعته؛
- ✓ ضمان تسيير وصاية الأملاك المنقولة والعقارية وكذا حضيرة سيارات الإدارة؛
- ✓ ضمان التنظيم المادي للتظاهرات والزيارات والتنقلات؛
- ✓ متابعة وجرد أملاك وتجهيزات الإدارة.

2. مصلحة السياحة:

وتنقسم إلى:

أ. مكتب متابعة الاستثماروالتهيئة السياحية:

وتكفل بما يأتي:

- ✓ توجيه مشاريع الاستثمار السياحي ومتابعتها الاتصال مع الهيئات المعنية؛
- ✓ مرافقة المستثمرين؛
- ✓ متابعة إعداد مخططات التهيئة السياحية (ZET-PAT-SDAT)؛
- ✓ إعداد بنك معلومات للمناطق السياحية قصد التهيئة؛
- ✓ المشاركة في اللجان المختلفة الخاصة بالتهيئة العمرانية وكذا عقود التعمير؛
- ✓ إعداد بطاقات تقنية للمشاريع السياحية.

ب. مكتب دعم تنمية السياحة والإحصاء:

وتكفل بما يأتي:

- ✓ المبادرة بكل تدبير من شانه إنشاء محيط ملازم ومحفز لتنمية النشاطات السياحية المحلية؛
- ✓ السهر على التنمية المستدامة للسياحة المحلية من خلال ترقية السياحة البيئية والسياحة الثقافية والتاريخية؛
- ✓ تشجيع ظهور عروض سياحية متنوعة وذات نوعية وكذا ترقية المنتوجات السياحية المحلية وتسويقها؛
- ✓ دعم وتنمية نشاط المتعاملين والهيئات والجمعيات في السياحة والحمامات المعدنية؛
- ✓ جمع المعلومات والمعطيات الإحصائية حول النشاطات السياحية وتحليلها وتوزيعها وإعداد بطاقات ووثائق تتعلق بالقدرات السياحية والحموية المحلية؛
- ✓ السهر على تلبية حاجات المواطنين وطموحاتهم في مجال السياحة والاستجمام والتسلية؛
- ✓ إدماج النشاطات السياحية ضمن أدوات تهيئة الإقليم والعمران؛
- ✓ تثمين مناطق ومواقع التوسع السياحي؛
- ✓ متابعة تطابق النشاطات السياحية مع مقاييس التسيير وقواعد ممارسة النشاطات والمهن السياحية؛
- ✓ ضمان رقابة الأحكام التشريعية والتنظيمية التي تحكم النشاطات السياحية والحموية واحترامها؛
- ✓ المساهمة في تحسين الخدمات السياحية لاسيما تلك النشاطات السياحية واحترامها؛
- ✓ المساهمة في تحسين الخدمات السياحية لاسيما تلك التي لها صلة بالنظافة وحماية الصحة والأمن؛
- ✓ ضمان تنفيذ ميزانية التسيير والتنفيذ.

ج. مكتب مراقبة نشاطات السياحة والفندقية:

تتمثل مهامه في مراقبة نشاطات المؤسسات الفندقية المتواجدة على مستوى إقليم الولاية وكذلك مراقبة نشاطات وكالات السياحة والأسفار ومراقبة أيضا جمعيات ودواوين السياحة والحمامات المعدنية إذا كانت موجودة.وتضم مديرية السياحة والصناعة التقليدية ثلاث مصالح وكل مصلحة تتكون من مكتبين إلى ثلاث كما هو مبين في الهيكل التنظيمي للمديرية الملحق.

3. مصلحة الصناعة التقليدية:

وتنقسم إلى:

أ- مكتب تنمية الصناعة التقليدية والحرف:

وتكفل بما يأتي:

- ✓ إعداد مخطط عمل سنوي ومتعدد السنوات يتعلق بتطوير نشاطات الصناعة التقليدية؛
- ✓ المبادرة بكل إجراء من شأنه خلق جو ملائم للتنمية المستدامة لنشاط الصناعة التقليدية؛
- ✓ المساهمة في حماية تراث الصناعة التقليدية و المحافظة عليه ورد الاعتبار له؛
- ✓ المشاركة في متابعة عمليات الدعم بعنوان الصندوق الوطني لترقية نشاطات الصناعة التقليدية؛
- ✓ المشاركة في إعداد وتنفيذ تمويل نشاطات الصناعة التقليدية بصناديق الجنوب والهضاب العليا؛
- ✓ المشاركة في جهود إدماج نشاطات الصناعة التقليدية في المنظومة الاقتصادية المحلية؛
- ✓ تدعيم أعمال المنظمات والتجمعات المهنية والجمعيات والفضاءات الوسطية في ميدان الصناعة التقليدية وتنشيطها.

ب. مكتب مراقبة نشاطات الصناعة التقليدية:

وتكفل بما يأتي:

- ✓ السهر على تطبيق واحترام القوانين والتنظيمات والمقاييس والنماذج المتعلقة بالجودة في ميدان الإنتاج وممارسة أنشطة الصناعة التقليدية؛
- ✓ المشاركة في متابعة تنفيذ عمليات الدعة بعنوان الصندوق الوطني لترقية نشاطات الصناعة التقليدية؛
- ✓ المشاركة في إعداد وتنفيذ تمويل نشاطات الصناعة التقليدية بصناديق الجنوب والهضاب العليا؛
- ✓ تدعيم أعمال المنظمات والتجمعات المهنية والجمعيات والفضاءات الوسطية في ميدان الصناعة التقليدية وتنشيطها.

ج. مكتب الدراسات والإحصاء:

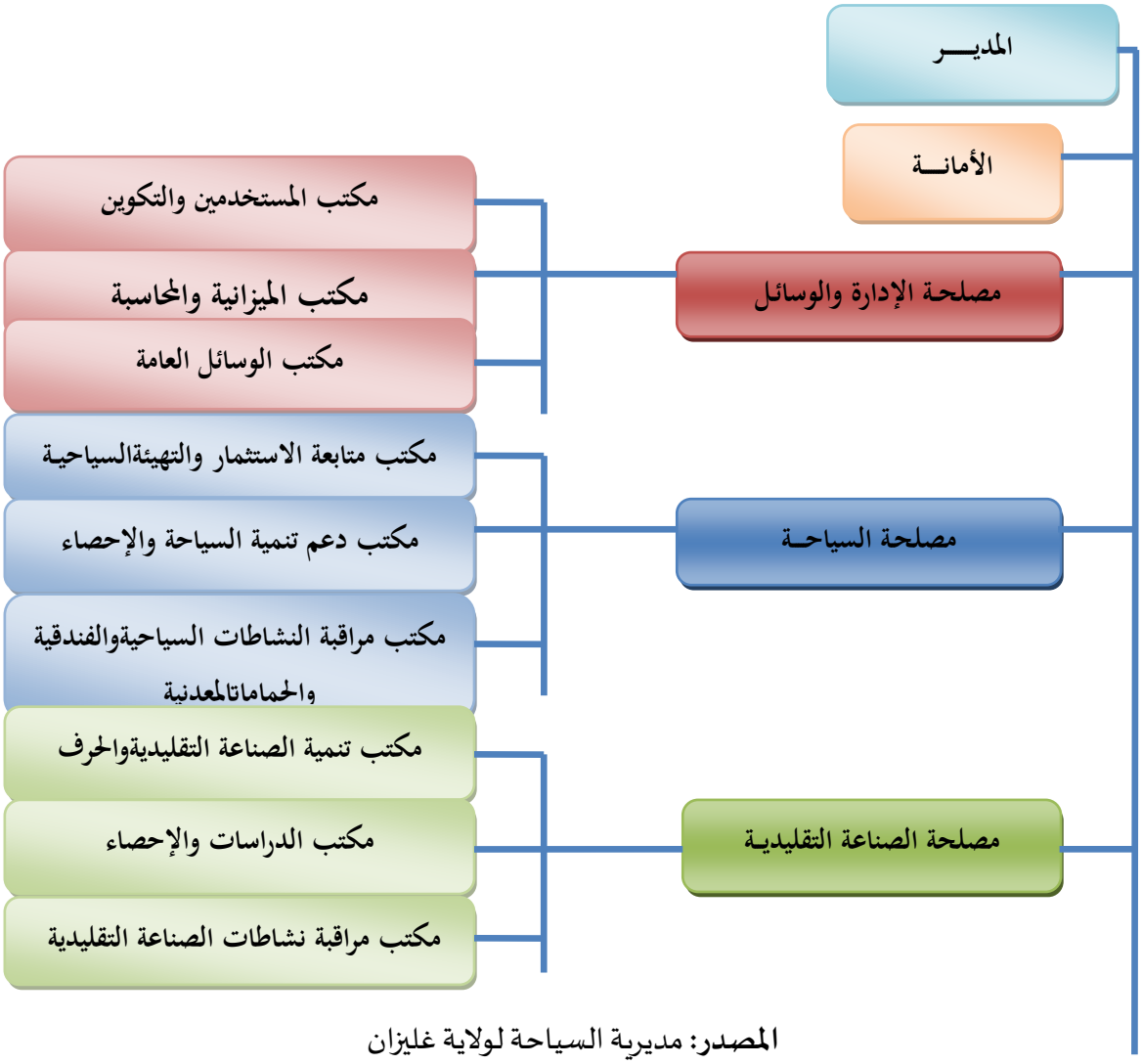
وتكفل بما يأتي:

- ✓ المبادة 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.

ثالثا: الهيكل التنظيمي لمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية غليزان.

تضم مديرية السياحة والصناعة التقليدية ثلاث مصالح وكل مصلحة تتكون من مكتبين إلى ثلاث مكاتب، والشكل التالي يوضح مخطط الهيكل التنظيمي للمديرية:

الشكل (3-2): الهيكل التنظيمي لمديرية السياحةو الصناعة التقليدية بغليزان



المصدر: مديرية السياحة لولاية غليزان

المطلب الثاني: حصيلة الإستثمار السياحي لولاية غليزان من فترة (2000 – 2016)

سنتطرق في هذا المطلب إلى المؤسسات السياحية المتواجدة بالولاية، تطور عدد الفنادق والوكالات السياحية من فترة (2000-2016).

أولا: المؤسسات السياحية المتواجدة في الولاية:

1. الحضيرة الفندقية:

يوضح الجدول أدناه أسماء و عنوان و تصنيف الحضيرة الفندقية المتواجدة بالولاية إضافة إلى طاقة الإيواء لكل فندق:

الجدول (1-3): الحضيرة الفندقية المتواجدة عبر الولاية

الرقم	المؤسسة الفندقية	العنوان	التصنيف	طاقة الإيواء	
				عدد الغرف	عدد الأسرة
01	مينا	حي الإنتصار بغليزان	في طور التصنيف فندق 1*	70	140
02	الإتحاد	بلهادي تامي واد ارهيو	هيكل معد للفندقة	18	36
03	المغرب	شارع الشهداء واد ارهيو	هيكل معد للفندقة	23	46
04	البرتقال	التفافحةط.و.رقم 04 واد الجمعة	هيكل معد للفندقة	14	29
05	الولجة	ط.و. رقم 04 المطمر	نزل طريق 1*	24	48
06	الظهرة	حي رحات الريح سيدي أمحمد بن علي	في طور التصنيف فندق بدون نجوم	10	20
07	الإقامة السياحية نجمة فتيحة	بوزقزقة بلدية بلعسل	في طور التصنيف نجمة واحدة	85+05 ملاحق	130

المصدر: مكتب دعم التنمية السياحية والإحصاء لمديرية السياحة بولاية غليزان.

2. وكالات السياحة والأسفار:

يوضح الجدول أدناه أسماء و عنوان الوكالات السياحية المتواجدة بولاية غليزان:

الجدول (3– 2): قائمة الوكالات السياحية المتواجدة على مستوى إقليم ولاية غليزان

الرقم	اسم الوكالة	العنوان
01	وكالة غليزان onat الديوان الوطني للسياحة	شارع محمد خميستي
02	وكالة السياحة والأسفار "المحسنون تور" "ب"	31 شارع العربي بن مهيدي واد ارهيو
03	وكالة السياحة والأسفار "الرجاء" "ب"	شارع بن نعمة مصطفى غليزان
04	وكالة السياحة والأسفار "بون فواياج" "ب"	02 شارع العقيد عميروش غليزان
05	وكالة السياحة والأسفار "واد ارهيو" "ب"	حي رقيق عبد القادر بلدية واد ارهيو
06	وكالة السياحة والأسفار "ايركرمان" "ب"	نهج الإمام عبدو، واد ارهيو
07	وكالة السياحة والأسفار "العافية" "ب"	شارع بلخنشر محمد واد ارهيو غليزان
08	وكالة السياحة والأسفار "القلعة" "ب"	حي سي زغلول سيدي محمد بن علي غليزان
09	فرع وكالة السياحة والأسفار "الزعاطشة" "أ"	نهج العربي تبسي رقم 23 غليزان
10	تامدة للسياحة والأسفار "ب"	حي سي طارق، محل رقم 03، سيدي أمحمد بن علي
11	وكالة السياحة والأسفار "شفة تور" "ب"	شارع باك أحمد، جديوية غليزان
12	وكالة السياحة والأسفار جديوية للسياحة والأسفار	شارع بوقطاية عابد جديوية
13	وكالة السياحة والأسفار "سي العربي فواياج" "ب"	شارع عثمان عبد القادر، واد ارهيو
14	فرع وكالة السياحة والأسفار "مجاهر تور" "ب"	شارع أول نوفمبر رقم 08 بلدية سيدي أمحمد بن علي
15	وكالة السياحة والأسفار "بون فواياج"	نهج الدكتور بوخلوة، رقم 43 غليزان
16	وكالة السياحة و الأسفار "بصباص ترافل"	نهج بن نعمة مصطفى رقم 01 غليزان
17	وكالة السياحة و الأسفار الجوري ترافل"	نهج بن جبار عواد رقم 22 غليزان

المصدر: مكتب دعم التنمية السياحية والإحصاء لمديرية السياحة بولاية غليزان

3. دور الشباب:

يوضح الجدول أدناه أسماء و عنوان دور الشباب بولاية غليزان:

اسم الدار	العنوان
دار الشباب واد ارهيو	شارع زغلول
دار الشباب زمورة	ط.و 4 زمورة
دار الشباب غليزان	المطمر
مخيم الشباب	بني زنطيس

الجدول (3-3): دور الشباب بالولاية

المصدر: الدليل السياحي لغليزان، مرجع سبق ذكره، ص.18

4. دواوين السياحة والجمعيات:

يوضح الجدول التالي أسماء و عنوان الدواوين و الجمعيات بولاية غليزان:

الجدول (4-3): الدواوين والجمعيات السياحية المتواجدة بالولاية

اسم الديوان أو الجمعية	العنوان
جمعية الظهرة للفن والسياحة والآثار	عين الجنة، بلدية مازونة
الديوان المحلي للسياحة، مازونة	عين الجنة، بلدية مازونة

المصدر: الدليل السياحي لغليزان، مرجع سبق ذكره، ص18.

ثانيا: تطور الفنادق في الولاية خلال الفترة الممتدة من (2000 – 2016):

يوضح الجدول أدناه تطور الفنادق في ولاية غليزان خلال الفترة الممتدة من (2000-2016):

الجدول (3–5): تطور الفنادق في الولاية من سنة (2000 – 2016).

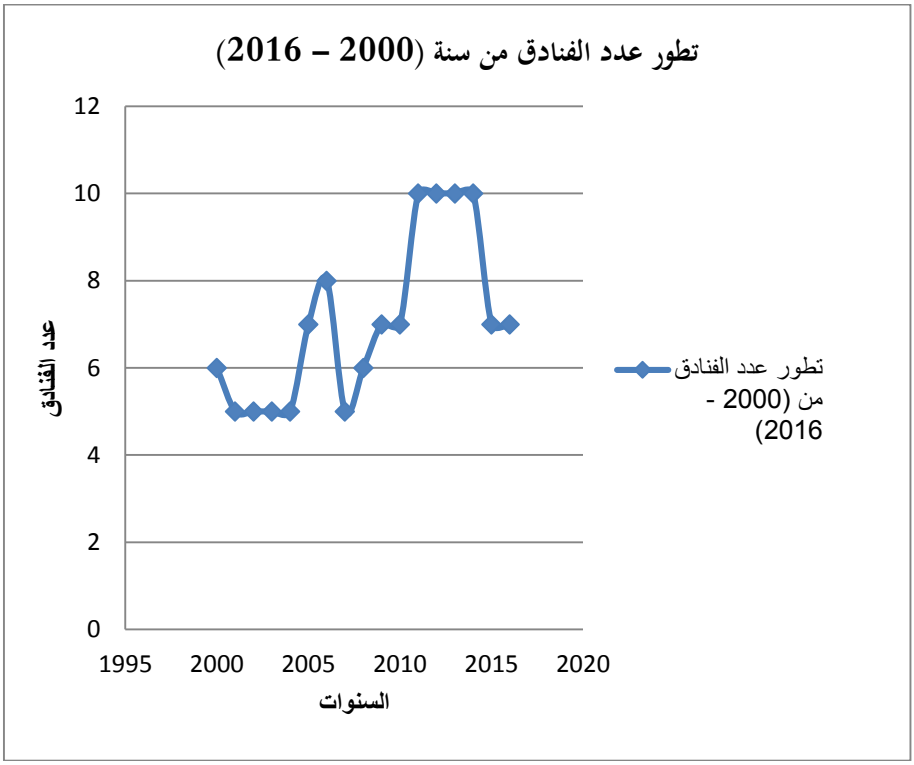
السنة	عدد الفنادق	عدد العمال	عدد الأسرة	عدد السياح		عدد الليالي	
				جزائريين	أجانب	جزائريين	أجانب
2000	06	31	236	38	1	21386	173
2001	05	18	214	/	/	16886	152
2002	05	18	177	38	/	16599	689
2003	05	18	177	/	/	17083	1064
2004	05	18	177	2014	111	17293	818
2005	07	34	296	8436	241	17473	803
2006	08	34	436	7560	242	18498	526
2007	05	34	314	5408	156	16238	1222
2008	06	66	360	12373	313	21396	2226
2009	07	78	408	1640	301	27793	947
2010	07	82	408	7247	89	14030	573
2011	10	86	449	21360	75	49784	315
2012	10	87	579	17248	260	50966	260
2013	10	88	579	15970	169	45665	171
2014	10	88	579	16290	188	48785	405
2015	07	78	449	19356	125	38212	322
2016	07	78	449	17450	117	35024	286

المصدر: مكتب دعم التنمية السياحية والإحصاء لمديرية السياحة بولاية غليزان.

1. تطور عدد الفنادق بالولاية:

يوضح الشكل أدناه تطور عدد الفنادق بالولاية:

الشكل (3-3): يوضح تطور عدد الفنادق من سنة (2000-2016)



المصدر: من إعداد الطالب باستخدام برنامج الإكسل 2007.

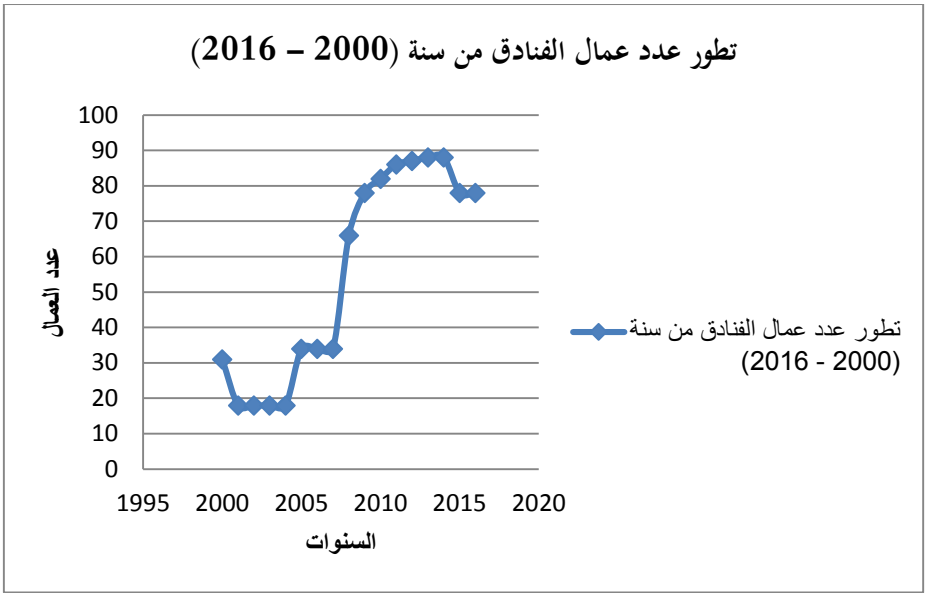
نلاحظ من خلال الشكل (1-3) أنه تم غلق فندقين سنة 2007 وإعادة افتتاح فندقيين سنة 2009 وفتح فندق سنة 2011 تم يليها غلق ثلاثة فنادق سنة 2015 إلى غاية 2016.

2. تطور عدد نمو عدد الفنادق:

نلاحظ من خلال الشكل (2-3) تراجع عدد عمال الفنادق من 31 عامل سنة 2000 إلى 18 عامل سنة 2001 ليستمر هذا التراجع إلى غاية 2004 بسبب غلق فندق واحد في هذه الفترة، بينما نلاحظ تزايد ملحوظ من سنة 2005 إلى غاية سنة 2016.

وهذا ما يوضحه الشكل أدناه:

الشكل (3-4): يوضح تطور عدد عمال الفنادق من سنة (2000-2016)

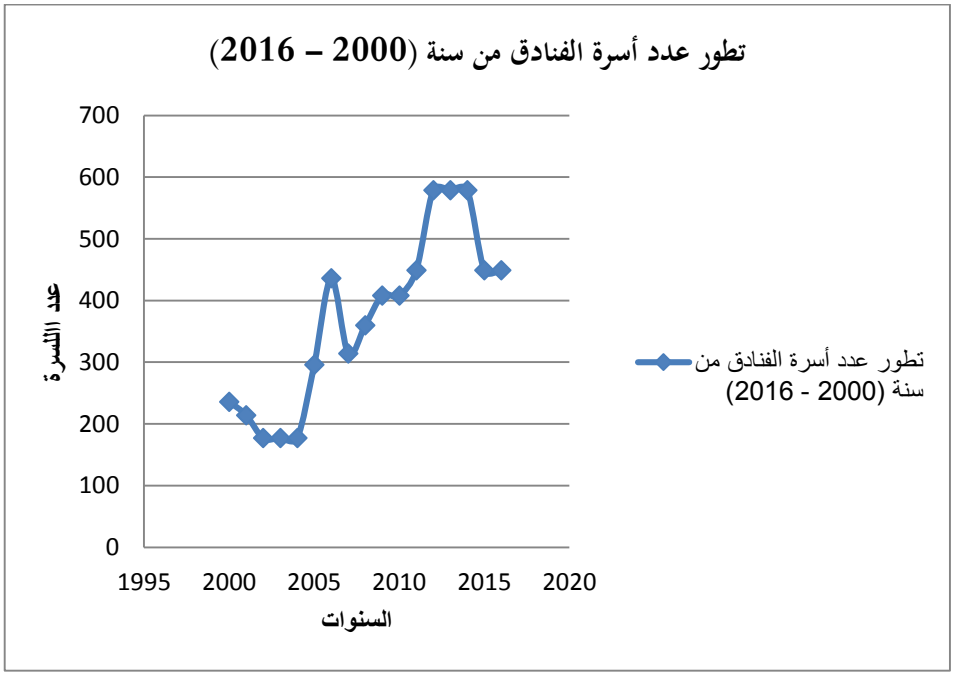


المصدر: من إعداد الطالبباستخدام برنامج الإكسل 2007.

3. تطور عدد أسرة الفنادق:

يوضح الشكل التالي تطور عدد أسرة الفنادق:

الشكل (3-5): يوضح تطور عدد أسرة الفنادق من سنة (2000-2016)



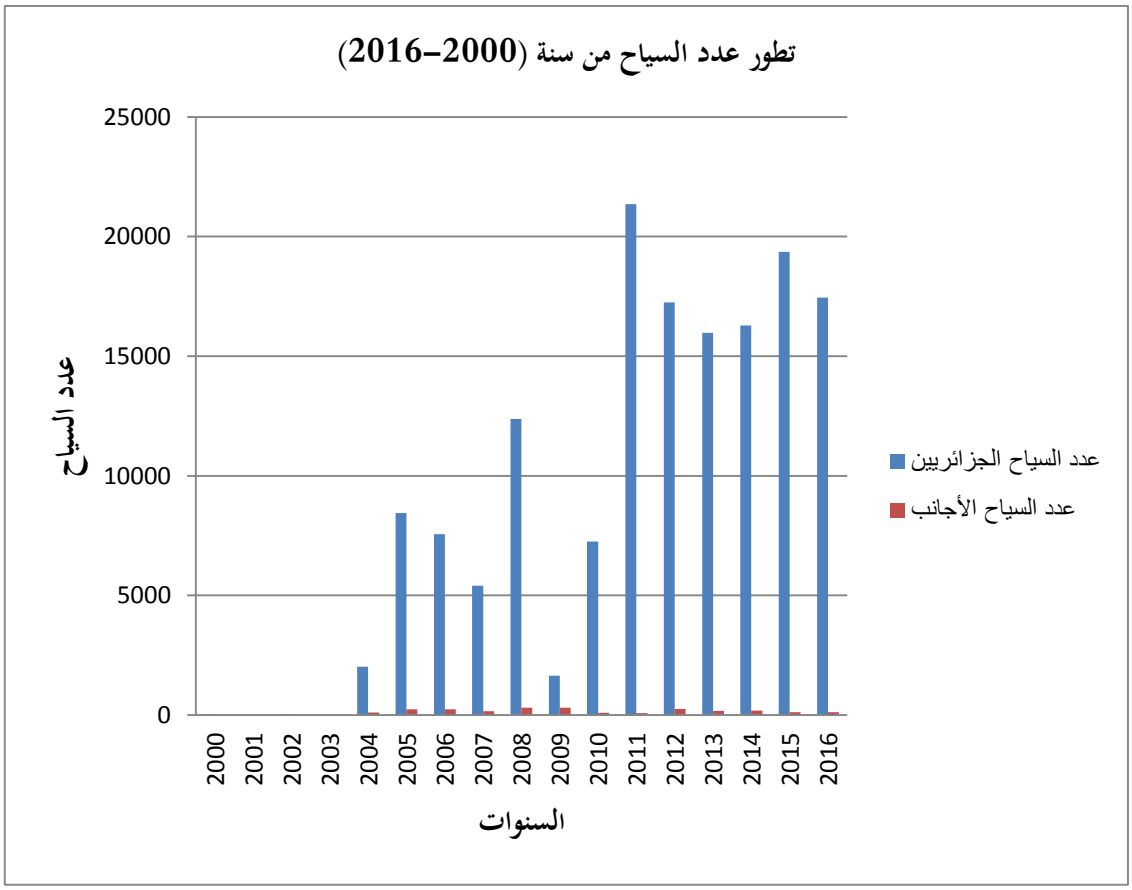
المصدر: من إعداد الطالب باستخدام برنامج الإكسل.

نلاحظ من خلال الشكل (3-5) أن عدد الأسرة مرتبط بعدد الفنادق، حيث نلاحظ أن عدد الأسرة كان سرير 336 سنة 2000 لينخفض إلى 177 سرير سنة 2002 بسبب غلق فندقين، وبعد افتتاح فندقين يرتفع عدد الأسرة إلى 296 سرير ليستمر بالتزايد إلى 579 سرير سنة 2012، تم ينخفض مجددا إلى 449 سرير بسبب غلق فندقين سنة 2015.

4. تطور عدد السياح الجزائريين والأجانب:

نلاحظ من خلال الشكل (3-6) أن عدد السياح الجزائريين ثابت من سنة 2000 إلى سنة 2003 (38 سائح) وهذا أيضا راجع إلى غلق فندق واحد، ليرتفع إلى 12373 سائح سنة 2008 تم ينخفض مجددا ليرتفع إلى 21 360 سائح سنة 2011 تم يستمر بالارتفاع إلى غاية 2016. أما بالنسبة لسياح الأجانب فقد تطور عدد السياح الأجانب من 1 سائح سنة 2000 إلى 111 سائح سنة 2004 تم ينخفض سنتي 2010 و2011 ليرتفع من سنة 2012 إلى غاية 2015، وهذا ما وضحه الشكل التالي:

الشكل (3-6): يوضح تطور عدد السياح الجزائريين والأجانب من سنة (2000-2016)

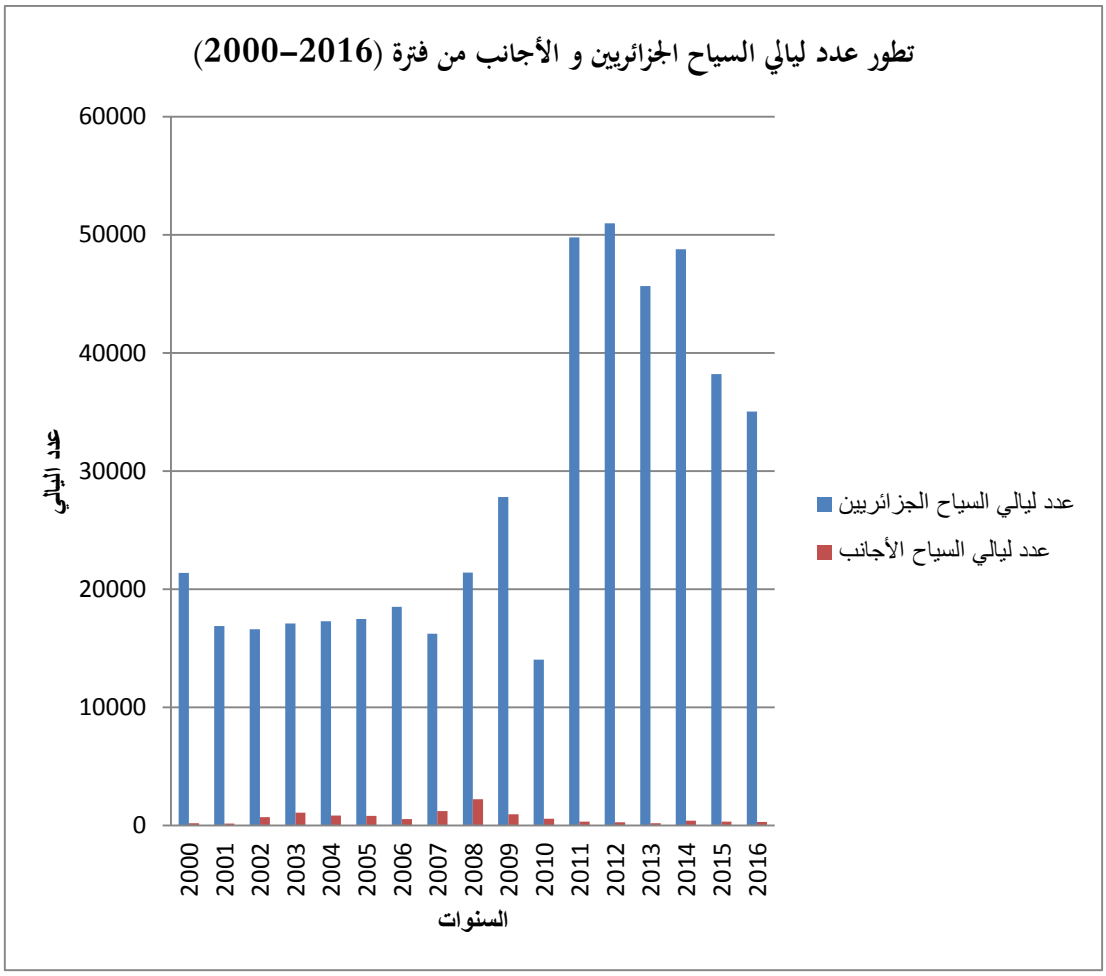


المصدر: من إعداد الطالب باستخدام برنامج الإكسل.

5. تطور عدد ليالي الجزائريين والأجانب:

يبين الشكل التالي تطور عدد ليالي الجزائريين و الأجانب في الفنادق بولاية غليزان خلال الفترة الممتدة من (2000-2016):

الشكل (7-3): يوضح تطور عدد ليالي الجزائريين والأجانب



المصدر: من إعداد الطالب باستخدام برنامج الإكسل 2007.

نلاحظ من خلال الشكل (5-3) انخفاض عدد ليالي الجزائريين إلى 16886ليلة سنة 2001 بعدما كان 21386 ليلة سنة 2000 وهذا راجع إلى غلق فندق واحد تم ارتفع إلى 17083 ليلة سنة 2005 بسبب فتح فندقين، تم انخفض سنة 2010 إلى 14030 ليلة تم عاد عدد الليالي للارتفاع لإلى غاية 2016. أما بالنسبة لليالي الأجانب بدأت بالارتفاع من سنة 2002 إلى 2008 لتعود للانخفاض من سنة 2008 إلى غاية 2016.

ثالثا: تطور الوكالات السياحية في الولاية خلال الفترة الممتدة من (2000 – 2016):

يوضح الجدول أدناه تطور الوكالات السياحية بولاية غليزان خلال الفترة الممتدة من (2000-2016):

الجدول (3–6): تطور الوكالات السياحية من سنة (2000 – 2016).

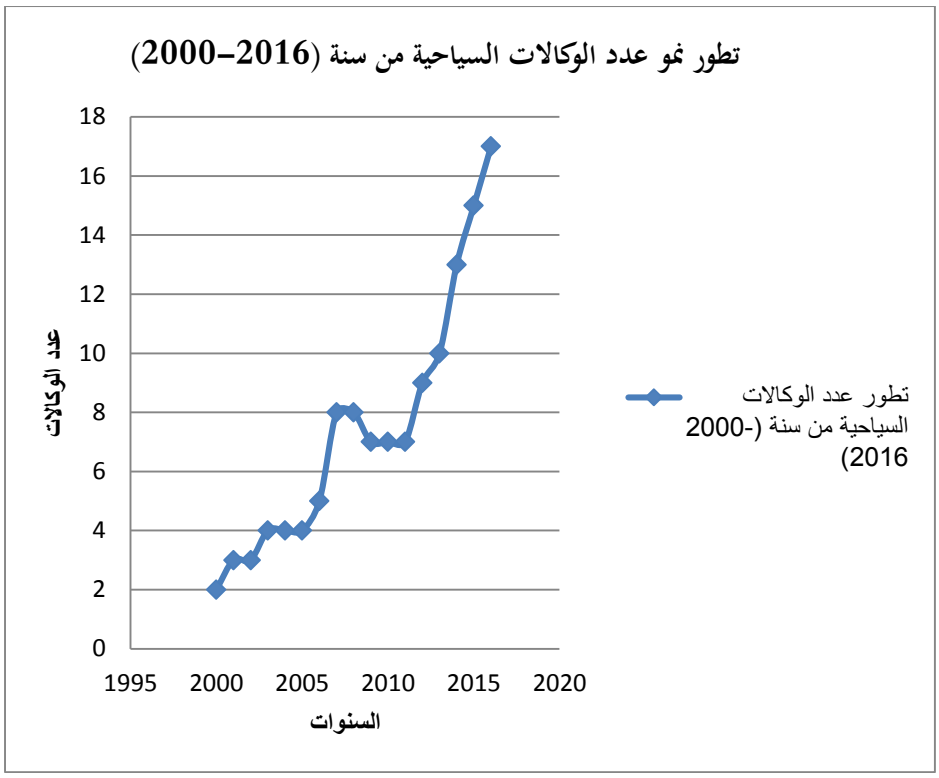
السنة	عدد الوكالات	عدد العمال	عدد السياح	
			جزائريين	أجانب
2000	02	05	2169	/
2001	03	07	3500	/
2002	03	07	3874	/
2003	04	10	2991	/
2004	04	10	2467	/
2005	04	10	3445	/
2006	05	12	2896	22
2007	08	19	3038	18
2008	08	19	2559	15
2009	07	17	2364	63
2010	07	17	9324	78
2011	07	17	9725	/
2012	09	19	12020	/
2013	10	21	9981	/
2014	13	28	9788	/
2015	15	33	10782	/
2016	17	36	13251	/

المصدر:مكتب دعم التنمية السياحية والإحصاء لمديرية السياحة بولاية غليزان.

1. تطور عدد الوكالات السياحية في الولاية:

يوضح الشكل أدناه تطور عدد الوكالات السياحية بالولاية:

الشكل (8-3): يوضح تطور عدد الوكالات السياحية من سنة (2000-2016)



المصدر: من إعداد الطالب باستخدام برنامج الإكسل 2007.

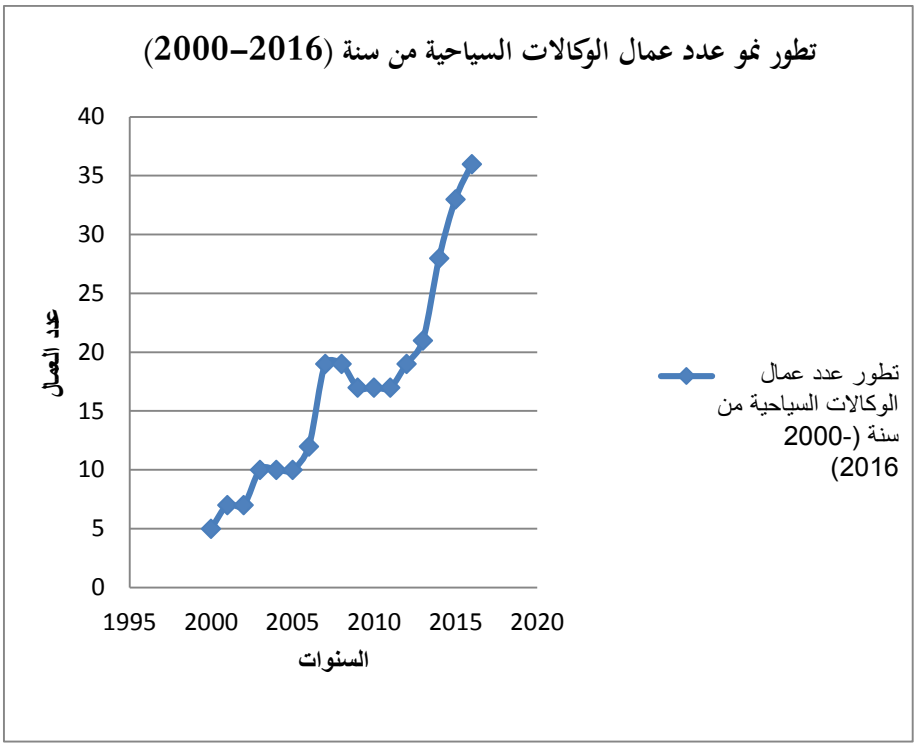
نلاحظ من خلال الشكل(6-3) ارتفاع عدد الوكالات من وكالتين في سنة 2000 إلى 08 وكالات سنة 2007 بينما تراجع إلى 07 وكالات في سنة 2009 بعد تم نقل وكالة سياحية من مقرها إلى ولاية أخرى. ليرتفع مجددا إلى 09 وكالات سنة 2012 ليستمر بالارتفاع إلى 17 وكالة سنة 2016.

2. تطور عدد عمال الوكالات السياحية:

نلاحظ من خلال الشكل (3-6) تطور عدد عمال الوكالات السياحية من 05 عمال سنة 2000 إلى 07 عمال سنة 2002 ثم 19 عامل سنة 2007، ليتراجع إلى 17 عامل سنة 2009 بعد نقل وكالة لنشاطها إلى ولاية أخرى. وبعد فتح 03 وكالات سنة 2013 ارتفع عدد العمال إلى 21 عامل مجددا ليستمر بالارتفاع إلى 36 عامل سنة 2016 بسب فتح 7 وكالات.

وهذا ما يوضحه الشكل أدناه:

الشكل (9-3): يوضح تطور عدد عمال الوكالات السياحية من سنة (2000-2016)



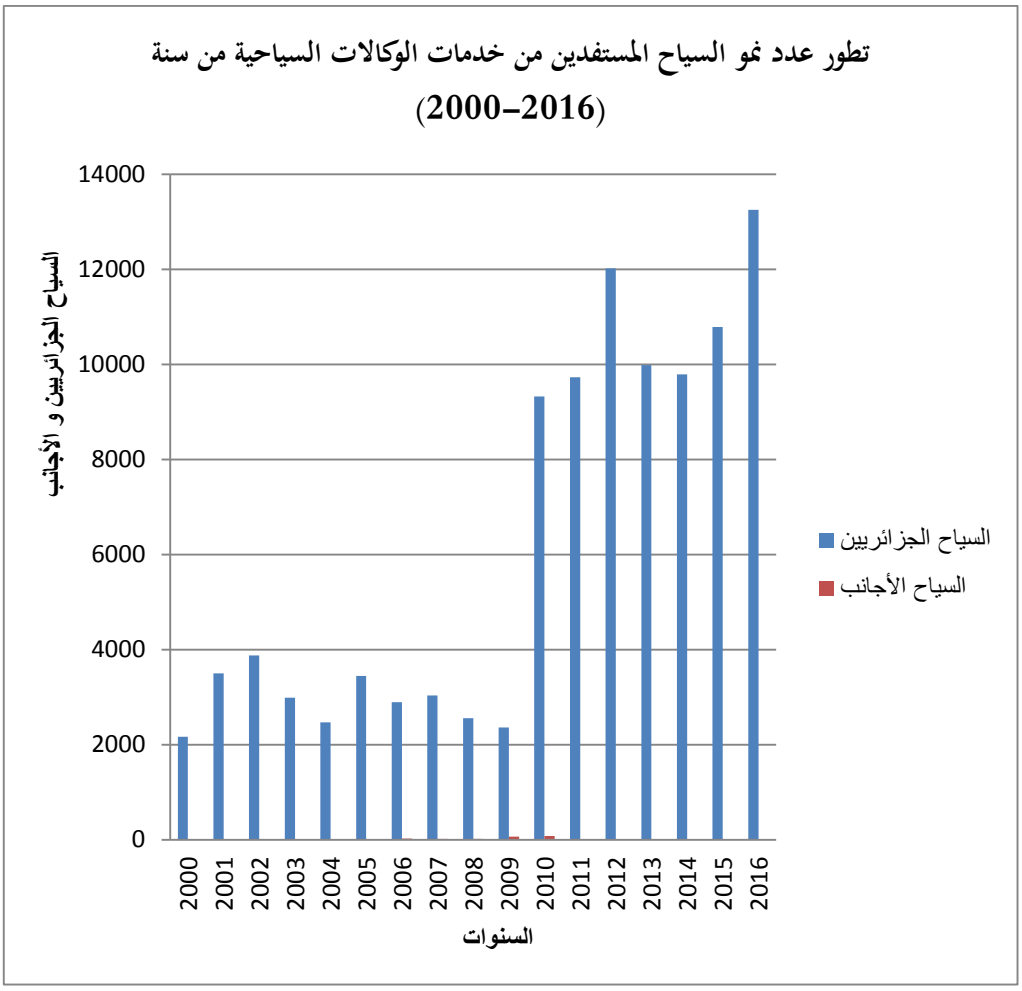
المصدر: من إعداد الطالب باستخدام برنامج الإكسل 2007.

نلاحظ من خلال الشكل (3-6) تطور عدد عمال الوكالات السياحية من 05 عمال سنة 2000 إلى 07 عمال سنة 2002 ثم 19 عامل سنة 2007، ليتراجع إلى 17 عامل سنة 2009 بعد نقل وكالة لنشاطها إلى ولاية أخرى. وبعد فتح 03 وكالات سنة 2013 ارتفع عدد العمال إلى 21 عامل مجددا ليستمر بالارتفاع إلى 36 عامل سنة 2016 بسب فتح 7 وكالات.

3. تطور عدد السياح المستفيدين من خدمات الوكالات السياحية:

نلاحظ من خلال الشكل (3-7) أن عدد السياح المستفيدين من خدمات الوكالات السياحية في تطور مستقر ارتبط بتحسن الوضع الأمني حيث سجل مابين سنتي 2000 و2007 عدد ما بين أكثر من 2000 و3038 سائح جزائري ليرتفع تصاعديا من سنة 2008 إلى سنة 2016 من 2559 إلى 13251 سائح جزائري. أما بالنسبة للسياح الأجانب فكان شبه معدوم من سنة 2000 إلى غاية سنة 2006 ليرتفع بنسبة قليلة إلى سنة 2010 لينعدم مجددا إلى غاية 2016. وهذا ما يوضحه الشكل التالي:

الشكل (10-3): يوضح عدد السياح الجزائريين والأجانب المستفيدين من خدمات الوكالات السياحية



المصدر: من إعداد الطالب باستخدام برنامج الإكسل 2007.

المطلب الثالث: وضعية عمليات الإستثمار خلال سنة 2015

سنتطرق في هذا المطلب إلى التقييم الإجمالي لمشاريع الإستثمار السياحي بالولاية، مواقع التوسع السياحي والسياحة الحموية وإضافة إلى المؤسسات السياحية والفندقية حسب الطابع القانوني.

أولا: التقييم الإجمالي لمشاريع الإستثمار السياحي لولاية غليزان:

- أغلبية المشاريع (10 مشاريع مسجلة) عبارة عن فنادق بسعة استعاب (624 سرير) حيث تم خلق (616) منصب عمل؛
- فيما يتعلق بالمشاريع ذات الطابع الحضري سجلنا (05 مشاريع)؛
- تم تسجيل مشروعين ذا طابع حموي في إطار لجنة المساعدة على ضبط العقار وترقية الإستثمار*(CALPIREF)في انتظار الحصول على الموافقة؛

*-Comète D'Assistance à La Localisation Et La Promotion De L'Investissement Et De La Régulation Des Foncés.

- (03) مشاريع ذات طابع ريفي مسجلة في إطار لجنة المساعدة على ضبط العقاروترقية الإستثمار (CALPIREF)في انتظار الحصول على عقد الإمتياز للعقار (توسع بالنسبة للإقامة سياحية
- الأخرى فندق-شقق- مركب سياحي (مدينة سينمائية)؛
- يبقى الإستثمار السياحي الخاص محدود رغم الإمكانيات والفرص المتاحة بالولاية؛
- الإستثمار الأجنبي غائب تماماً على مستوى الولاية؛
- جل المشاريع المسجلة تقع خارج مناطق التوسع السياحي المقترحة؛

كل المشاريع تابعة لقطاع الخاص حيث يقدر مبلغ الإستثمار الكلي بـ 340 794 134 1 دج.

ثانيا: مواقع التوسع السياحي والسياحة الحموية:

1. دراسة تحديد وتصنيف مناطق التوسع السياحي:

أ. الإستثمار العمومي:

- المرحلة الأولى: العملية مجمدة في المرحلة الأولى؛

- المرحلة الثانية: دراسة تهيئة المنبع الحموي (حمام منتيلة) (بلدية عمي موسى)؛

- المرحلة الثالثة: الدراسة انتهت لعملية إنجاز تهيئة المنبع (عملية الإنجاز مجمدة)، كما تمت دراسة تهيئة الموقع الطبيعي التاريخي تامدة(بلدية مازونة) الدراسة انتهت في انتظار المبلغ المستحق لإنجاز المشروع.

ب. الإستثمار الخاص: (مشاريع تحصلوا على عقد ملكية الأرض)

1. مشروع سيدي خطاب (مركب سياحي) (بلدية سيدي خطاب) في إطار الإنجاز (240 مليار) نسبة الإنجاز 5%؛
2. مشروع إنجاز فندق حي الإنتصار 4 نجوم (فندق منزلي) في إطار الإنجاز (190مليار) نسبة الإنجاز 5%؛
3. مشروع فندق حضاري (بلدية الحمادنة) (50 مليار) نسبة الإنجاز 0%؛
4. مشروع إنجاز رابط الطريق (بادية زمورة) (70 مليار).

وهذا كما يوضحه الجدول أدناه:

(الإستثمار الخاص في إطار لجنة المساعدة لتحديد و ترقية و تنظيم العقار)

الجدول(7-3): مناطق التوسع السياحي.

عدد المناطق	المنطقة	الموقع	الطابع السياحي	المساحة الإجمالية	نسبة الإنجاز
05	حمام منتيلة	سد قرقار	حموي	75 هكتار	الدراسة في مرحلتها الأولى(أمر بالخدمة (2014/06/14
	حمام سيدي بوعيد الله	سيدي خطاب			
	سد الأمل	مرجة سيدي عابد	بحيري		
	سد السعادة	سيدي أمحمد بن عودة			
	سد قرقار	لحلاف			

المصدر: مديرية السياحة والصناعة التقليدية.

2. السياحة الحموية:

تتوفر ولاية غليزان على العديد من المنابع الحموية حيث أحصت مديرية السياحة والصناعة التقليدية حوالي 29 ينبوع موزعة على كامل تراب الولاية، كل المنابع الحموية لا تتوفر على هياكل استقبال عصرية وهي قبلة للأوساط الشعبية من كل الشرائح الاجتماعية بحثاً عن الراحة والعلاج، تم إجراء دراسات خصت 04 منابع حموية بالولاية من طرف المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية 1984-1985، استفادت ولاية غليزان من مشروع تهيئة حمام عين منتيلة الواقع ببلدية عمي موسى والدراسة في مرحلتها الأخيرة. كما يوضحه الجدول التالي:

الجدول (8-3): السياحة الحموية

المصدر: مديرية السياحة والصناعة التقليدية.

عدد المنابع الحموية			عدد الطلبات على مستوى لجنة CALPIREF	المحطات الحموية		مراكز المعالجة بمياه البحر	
التي تم جردها	التي استفادت من التهيئة	التي استفادت من عقود الامتياز		خاص	عمومي	خاص	عمومي
29	**01**	**0**	**02**	**0**	**0**	**0**	**0**

ثالثا: المؤسسات الفندقية والسياحية حسب

الطابع القانوني لسنة 2015:

يوضح الجدول أدناه الحضيرة الفندقية حسب الطابع القانوني:

الجدول (3-9): الحضيرة الفندقية حسب الطابع القانوني.

القطاع القانوني	سنة 2015	
	عدد الفنادق	عدد الأسرة
عام	/	/
خاص	07	349
مختلط	/	/
المجتمعات المحلية	01	140
المجموع	08	485

المصدر: مديرية السياحة والصناعة التقليدية.

حيث عدد المنخرطين في مخطط جودة السياحة:

1. الحضيرة الفندقية:

- عدد الفنادق:07؛
- طاقة الإيواء: 449 سرير؛
- عدد الليالي :38212.

2. وكالات سياحة والأسفار: عدد الوكالات 12 وكالة سياحية.

3. عدد الجمعيات والدواوين السياحية: منها: 01 ديوان محلي للسياحة، 01 جمعية ذات طابع سياحي.

المبحث الثالث: التحليل الإحصائي لبيانات الإستبيان

بعد جمع استمارات الاستبيان الموزعة على العينة،سنقوم بدراسة وتحليل نتائج الاستبيان المتوصل إليها من خلال حساب التكرارات والنسب المئوية ورسم الأشكال البيانية والتعليق عليها، وهذا ما سنتطرق إليه في هذا المبحث.

المطلب الأول:الأدوات والأساليب المستخدمة في جمع المعلومات وتحليلها

نهدف من خلال هذا المطلب إلى وصف نموذج الدراسة، التعرف على أدوات جمع المعلومات و ووصف محتوى استمارة الإستبيان.

أولا:وصف نموذج الدراسة:

من خلال هذا المطلب نستعرض النموذج المقترح للدراسة ومختلف المتغيرات المكونة له، حيث سيعتمد هذا النموذج على متغير البيانات الشخصية لعينة الدراسة (الجنس، العمر، الشهادة العلمية)، ومتغيرات عامة عن الوكالة، إضافة إلى متغيرات الجانب التمويلي للمؤسسة ومتغيرات تقييم تجسيد فكرة المشروع ومتغير تقييم القطاع السياحي من وجهة نظر أصحاب الوكالات السياحية.

ثانيا: أدوات جمع المعلومات:

لقد تم استعمال استمارة الاستبيان في عملية جمع المعلومات "أنظر الملحق رقم 02".

حيث تعرف على أنها وسيلة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع بحث معين عن طريق إعداد استمارة يتم تعبئتها من قبل عينة من الأفراد وهي عبارة عن تجسيد عملي لموضوع الدراسة ، فقد كان الهدف من إعداد الاستبيان التعرف على مدى مساهمة المقاولات الصغيرة في تطوير قطاع السياحة.

وانطلاقا من الجانب النظري للدراسة قمنا بإعداد استمارة البحث التي تم عرضها على الأستاذ المشرف كمحكمة على المصداقية الموضوعية لهذه الأداة، وبعد الحصول على الموافقة منه تم صياغة الصورة النهائية للاستمارة، وقد تم توزيع استمارةالإستبيان على الوكالات السياحيةلبلديات ولاية غليزان،مع العلم أن وكالتين تابعتين للقطاع العام أي لا تدخل ضمن مجال الدراسة وهذا ما يوضحه الجدول أدناه:

الجدول (10-3): التوزيع الجغرافي للعينة المدروسة

البلديات	العدد	التكرار	النسب %
غليزان	6	5	%31.25
سيدي محمد بن علي	3	0	%0
واد ارهيو	5	2	%12.50
جديوية	2	0	% 0
المجموع	16	7	%43.75

المصدر: من إعداد الطالب بناءا على نتائج الإستبيان.

تتوزع فئات العينة تقريبًا على مستوى بعض بلديات الولاية من المجتمع المدروس، يمثل الجدول رقم (3-)الموضح أعلاه التوزيع الجغرافي للعينة، حيث تمثل غليزان أكبر تجمع للوكالات السياحية الناشطة على مستوى الولاية باعتبارها مركز توطن بشري واقتصادي بنسبة31.25 % من العينة للمجتمع المدروس، تليها بلدية واد ارهيو بنسبة 12.50%، في حين تأتي بلدية سيدي محمد بن علي، جديويةبنسبةمعدومة نسبيًا.

ثالثا:وصف محتوى استمارة الاستبيان:

المحور الأول: يحتوي على البيانات الأساسية المتعلقة بخصائص مفردات عينة الدراسة التي تتكون من الجنس، العمر والشهادة العلمية، وأسئلة عامة حول المؤسسة؛

المحور الثاني:يحتوي على أسئلة عامة عن الوكالات السياحية؛
المحور الثالث: يحتوي على سؤالين حول الجانب التمويلي للمؤسسة؛
المحور الرابع: يحتوي على تسعة أسئلة حول كيفية تجسيد فكرة المشروع؛
المحور الخامس:يحتوي على خمسة أسئلة حول القطاع السياحي في الجزائر.
وهذا ما يوضحه الشكل أدناه:

الشكل (3-11): مخطط يوضح المحاور الأساسية للإستبيان

وبغرض تحليل البيانات ومعالجتها إحصائيا تم استخدام البرنامجالإحصائي SPSS Statistics V23 من أجل التمكين من استعمال مجموعة من الأساليب والمقاييس الإحصائية المساعدة في تحليل ووصف خصائص العينة وتحديد اتجاهات المبحوثين وتأثيرها على متغيرات البحث.

المطلب الثاني: دراسة العينة

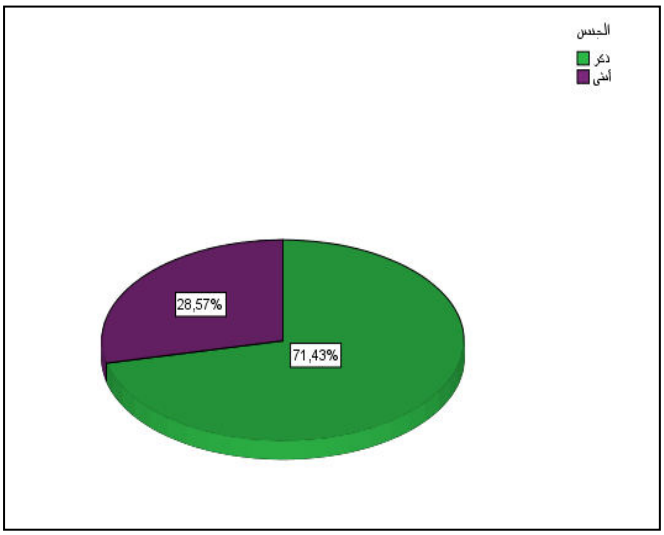
نهدف من خلال هذا المطلب إلى دراسة المعلومات الشخصية الخاصة بالمقاول،دراسة المعلومات العامة عن المشروع و دراسة العينة من حيث الجانب التمويلي.

أولا: دراسة المعلومات الشخصية الخاصة بالمقاول:

1. توزيع العينة من حيث الجنس:

لاحظنا أن الفئة الغالبة على مستوى المقاولين الشباب تستقطب الذكور أكثر من الإناث في إنشاء المؤسسات الصغيرة، إذ أن نسبة الذكور تمثل 71.43 % من الحجم الإجمالي للعينة، بينما الإناث لا تمثل سوى نسبة 28.57 %، وهذا ما يوضحه الشكل رقم (3-12):

الشكل رقم (12-3): يوضح توزيع العينة من حيث الجنس



المصدر: من إعداد الطالب بناء على نتائج تحليل الإستبيانبإستخدامSPSS Statistics V23

2. توزيع العينة من حيث هرم الأعمار:

تتوزع العينة من حيث هرم الأعمار حسب الجدول التالي:

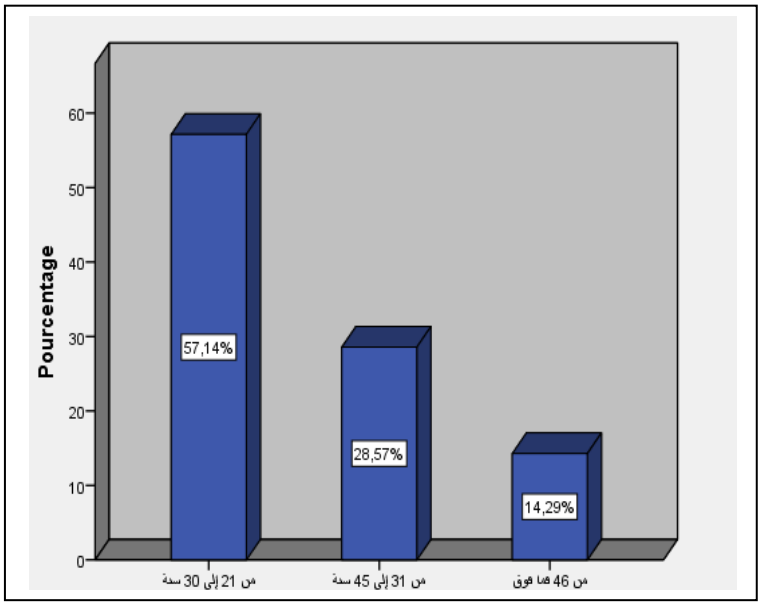
الجدول رقم (11-3): توزيع العينة من حيث هرم الأعمار

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	من 21 إلى 30 سنة	4	57,1	57,1	57,1
	من 31 إلى 45 سنة	2	28,6	28,6	85,7
	من 46 فمافوق	1	14,3	14,3	100,0
	Total	7	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الطالب بناءا على نتائج تحليل الإستبيان باستخدامSPSS Statistics V23

وتم توضيح هذه النتائج في الشكل أدناه:

الشكل رقم (3 - 13):يوضحتوزيع العينة من حيث هرم الأعمار



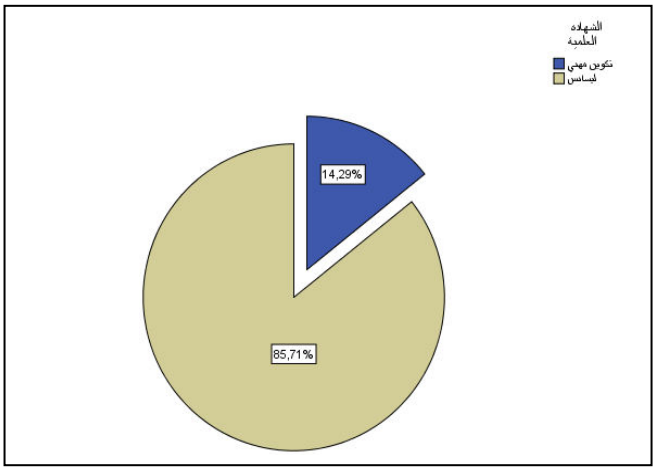
المصدر: من إعداد الطالبةاعتمادا على نتائج تحليل الإستبيان باستخدامSPSS Statistics V23

نلاحظ من الشكل (13-3) أن الفئة من 21 سنة إلى 30 سنةهي الأكثر ميلا لإنشاء المشاريع المصغرة أي أن الفئة الشبابية أكثر إقبالا على الدخول إلى مجال المقاولاتية بنسبة 57.14%،تم تليها الفئة من 31 سنة إلى سنة45 سنة بنسبة 28.57 %، وأخيرا الفئة الأكبر من 46 سنة بنسبة 14.28 %.

3. توزيع العينة من حيث المستوى التعليمي والتكوين:

تم توضيح نتائج العينة من حيث المستوى التعليمي والتكوين من خلال الشكل التالي:

الشكل (14-3): يوضح المستوى التعليمي والتكوين للعينة



المصدر: من إعداد الطالب بناءا على نتائج تحليل الإستبيانباستخدامSPSS Statistics V23

يبين لنا الشكل (3-14) أن النسبة الكبيرة أخذها مستوى التعليم الجامعي بنسبة 85.71 %من بين مجموع المقاولينوهذا ما يفسر إهتمامخريجي الجامعات بمجال المقاولاتية، تم يليها مستوى التكوين المهني بنسبة 29.14 %.

ثانيا دراسة المعلومات العامة عن المشروع:

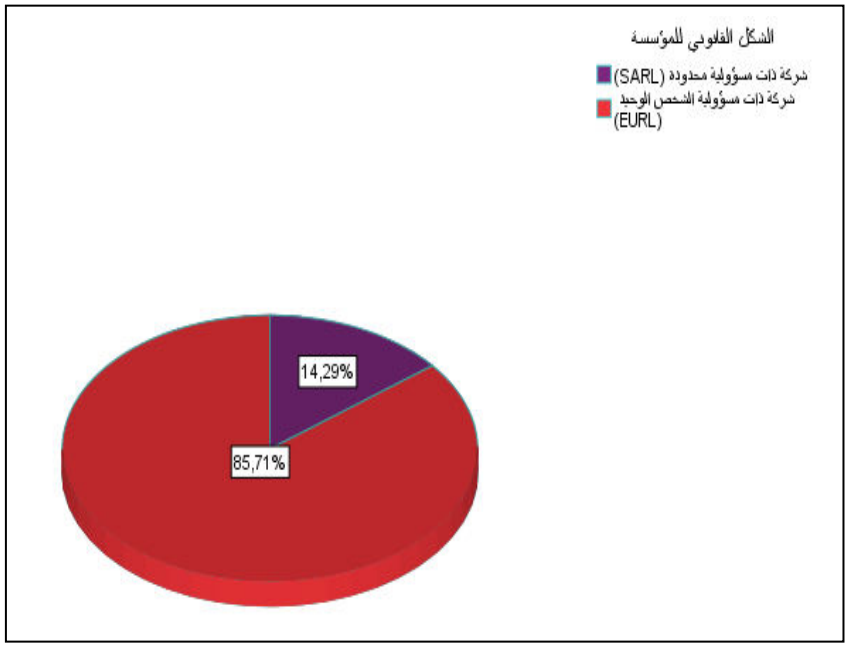
1. دراسة العينة من حيث نوع المؤسسة:

من خلال المعلومات المتحصل عليها من خلال استمارة الإستبيان تبين أن مجمل الوكالات السياحية المتواجدة بولاية غليزان تابعة للقطاع الخاص(مؤسسة خاصة).

2. دراسة العينة من حيث الشكل القانوني:

تم توضيح نتائج العينة من حيث الشكل القانوني للمؤسسة من خلال الشكل التالي:

الشكل (3-15): يوضحتوزيع العينة من حيث الشكل القانوني للمؤسسة



المصدر: من إعداد الطالب بناءا على نتائج تحليل الإستبيان باستخدامSPSS Statistics V23

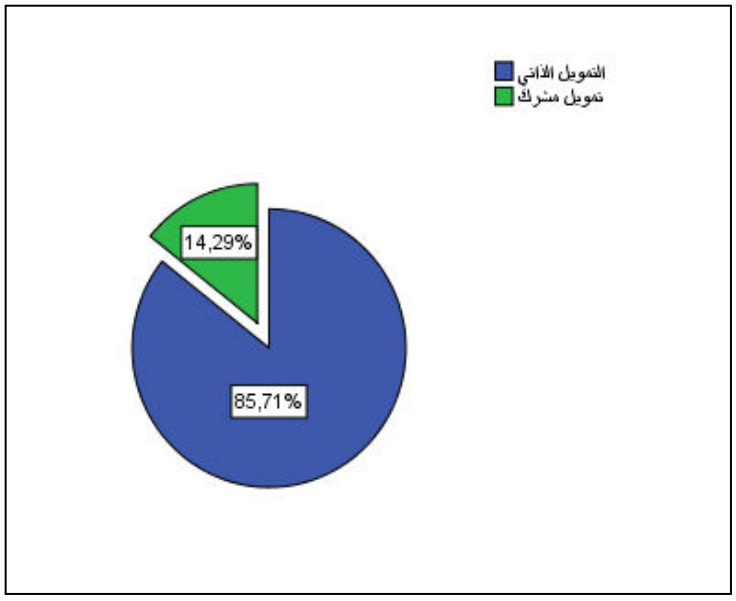
من خلال الشكل (3-15) نلاحظ ارتفاع نسبة المقاولين الذين يفضلون أن يكون شكل مؤسستهم من نوع الشركة ذات مسؤولية الشخص الوحيد حيث قدرت نسبتهم ب 85.71 %، بينما نلاحظ أن فئة قليلة منهم يفضلون أن تكون مؤسستهم شركة ذات المسؤولية المحدودة حيث قدرت نسبتهم ب 14.29%.

ثالثا. دراسة العينة من حيث الجانب التمويلي:

1. المصدر التمويلي للمشروع:

تم توضيح نتائج العينة من حيث مصدر التمويل الذي اعتمده المقاول في إنشاء مؤسسته من خلال الشكل التالي:

الشكل(16-3): يوضح مصدر تمويل المشروع



المصدر: من إعداد الطالب بناءا على نتائج تحليل الإستبيان باستخدامSPSS Statistics V23

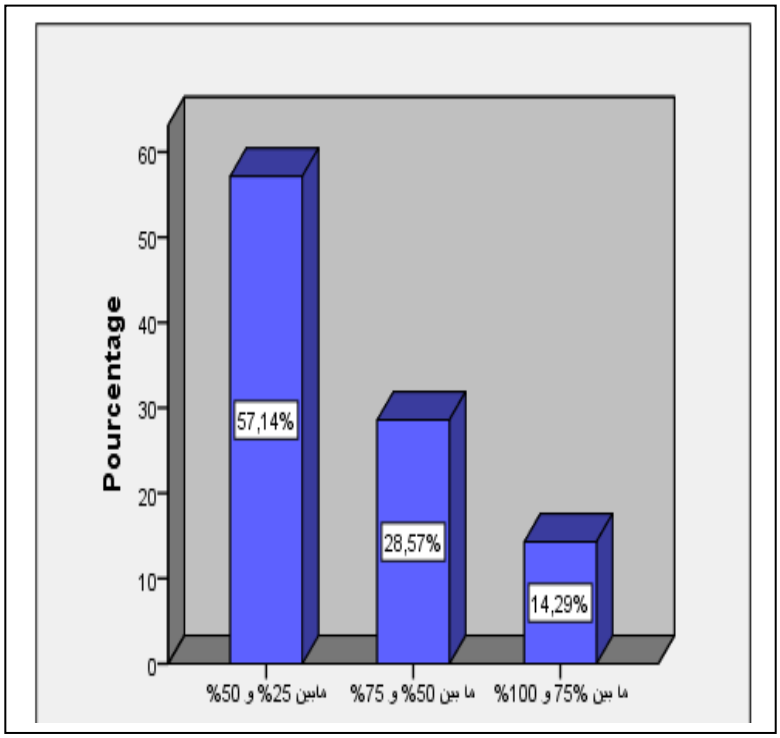
يبين لنا الشكل (3-16) أن أغلبية المقاولين إعتمدوا على التمويل الذاتي بنسبة 85.71 %، إلا إن بعضهم اعتمدوا على التمويل المشترك بنسبة 14.29 %، وهذا راجع لعدم وعي الشباب بالدعم التي الذي تقدمه السلطات الجزائرية لتمويل المشاريع المصغرة خصوصا في الآونة الأخيرة وهذا راجع أيضا لتخوفهم من عدم نجاح مشاريعهم.

2- نسبة تمويل المشروع:

من خلال الإجابات المتحصل عليها اتضح لنا أن أغلبية المقاولين اعتمدوا على التمويل الذاتي فكانت نسبة هذا التمويل مختلفة من مقاول إلى آخر، فأكبر عدد منهم كانت نسبة تمويل مشروعه ما بين 25%و50 % تم تليها المشاريع التي مولت بنسبة ما بين 50 %و75 % بينما فئة قليلة من هؤلاء المقاولين مولوا مشاريعهم بنسبة ما بين 75 %و100 %.

تم توضيح نتائج العينة من حيث نسبة تمويل المشروع الإستثماري من خلال الشكل التالي:

الشكل (17-3): يوضح نسبة تمويل المشروع



المصدر: من إعداد الطالب بناءا على نتائج تحليل الإستبيان باستخدام SPSS Statistics V23

المطلب الثالث: دراسة وتحليل فكرة تجسيد المشروع ونظرة المقاول في هذا القطاع.

أولا: دراسة العينة من حيث فكرة تجسيد المشروع:

أ. دراسة وتحليل العينة من حيث الأسباب التي تؤدي لإنشاء المؤسسة المصغرة:

كانت أسباب إنشاء المؤسسة المصغرة كالتالي:

الجدول (12-3): أسباب إنشاء المؤسسة المصغرة

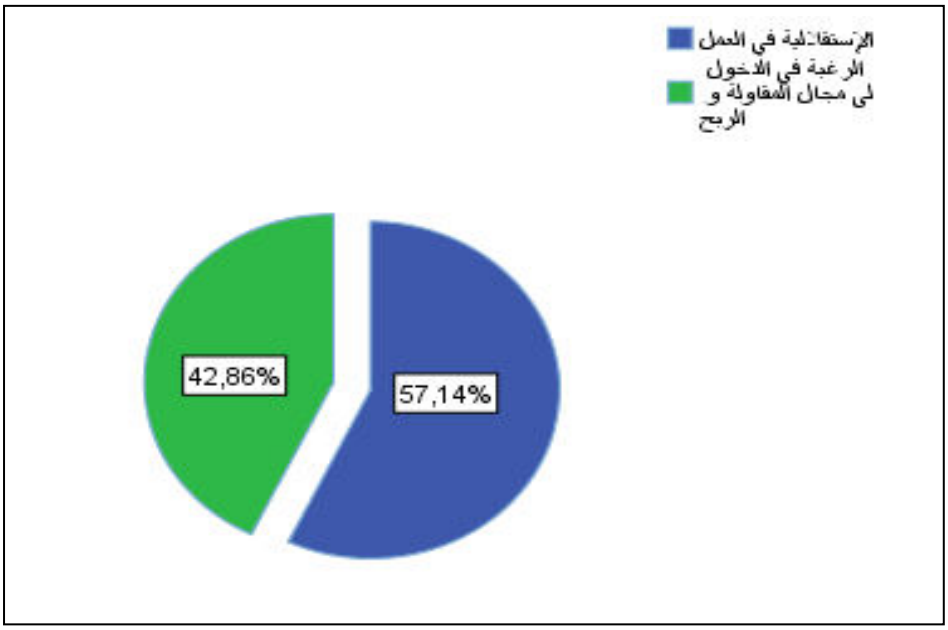
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	الإستقلاليةفيالعمل	4	57,1	57,1	57,1

الرغبةفيالدخولإلىمجالالمقاولةوالربح	3	42,9	42,9	100,0
Total	7	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الطالبةبناءا على نتائج تحليل الإستبيان باستخدامSPSS Statistics V23

تم توضيح نتائج العينة من حيث الأسباب المؤدية لإنشاء المؤسسة المصغرة من خلال الشكل التالي:

الشكل (18-3):يوضح أسباب إنشاء المشروع



المصدر: من إعداد الطالبةبناءا على نتائج تحليل الإستبيان باستخدامSPSS Statistics V23

استنادا على نتائج الجدول (12-3) والشكل (18-3) يتضح لنا أن أسباب إنشاء المشروع اختلفت من مقاول إلى أخر فكانت رغبة أغلبيتهم الإستقلالية في العمل حيث قدرت نسبتهم ب 57.14 %، بينما رغب آخرون في الدخول إلى مجال المقاولة والربح فقدرت نسبتهم ب 42.86 %، هذا ما يدل على أهمية المقاولاتيةوالدور الذي تلعبه سواء في تحقيق الربح لصاحب المشروع أو في تحقيق التنمية المحلية.

2. دراسة العينة من حيث نوع المرافقة التي خضع لها المشروع:

تبين أن الوكالات السياحية خضعت لأنواع من المرافقة هذا ما يوضحه الجدول أدناه:

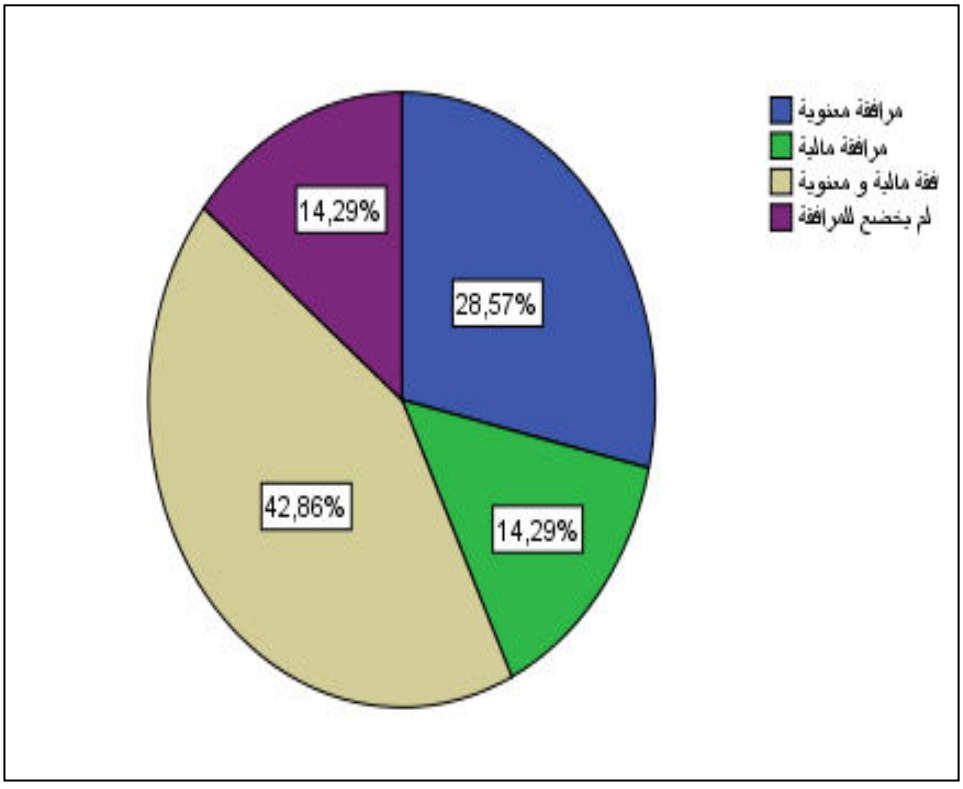
الجدول (13-3): نوع المرافقة التي خضع لها المشروع

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	مرافقةمعنوية	2	28,6	28,6	28,6
	مرافقةمالية	1	14,3	14,3	42,9
	مرافقةماليةومعنوية	3	42,9	42,9	85,7
	لا،لميخضعللمرافقة	1	14,3	14,3	100,0
	Total	7	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الطالببناءا على نتائج تحليل الإستبيان باستخدامSPSS Statistics V23

ونبين أكثر نوع هذه المرافقة قمنا بتوضيحها في الشكل التالي:

الشكل (19-3):يوضح نوع المرافقة التي يخضع لها المشروع



المصدر: من إعداد الطالببناءا على نتائج تحليل الإستبيان باستخدامSPSS Statistics V23

من خلال معطيات الجدول (3- 13) والشكل (19-3) أن المشاريع خضعت لنوع من المرافقة واختلفت هذه الأخيرة من مشروع إلى آخر، فقدرت نسبة المشاريع التي خضعت للمرافقة المالية المعنوية ب 42.86 % تم المشاريع التي خضعت للمرافقة المعنوية بنسبة 28.57 % تم المشروع خضع للمرافقة المالية بنسبة 14.29%، هذا ما يفسر وجود نوع من المرافقة تخضع لها المشروعات خلال مراحل إنشائها، كما لاحظنا أن هناك مشروع لم يخضع للمرافقة فقدرت نسبته ب 14.29 %.

3- دراسة العينة من حيث الصعوبات التي واجهت المقاول أثناء إنشاء المشروع:

من خلال دراستنا للعينة لاحظنا جملة من الصعوبات واجهت المقاولين أثناء إنشاء المشروع وهذا ما يوضحه الجدول التالي:

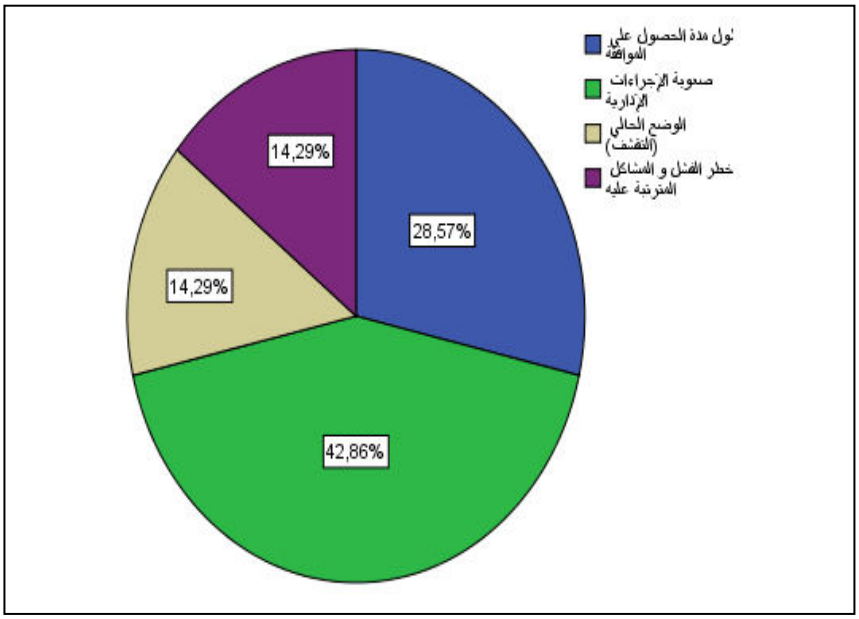
الجدول (14-3): صعوبات إنشاء المشروع

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	طولمدةالحصولعلىالموافقة	2	28,6	28,6	28,6
	صعوبةالإجراءاتالإدارية	3	42,9	42,9	71,4
	الوضعالحالي(التقشف)	1	14,3	14,3	85,7
	خطرالفشلوالمشاكلالمترتبة عليه	1	14,3	14,3	100,0
	Total	7	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الطالببناءا على نتائج تحليل الإستبيان باستخدامSPSS Statistics V23

وتم توضيح نتائج العينة من الصعوبات إنشاء المشروع من خلال الشكل التالي:

الشكل (3-20): يوضح صعوبات إنشاء المشروع

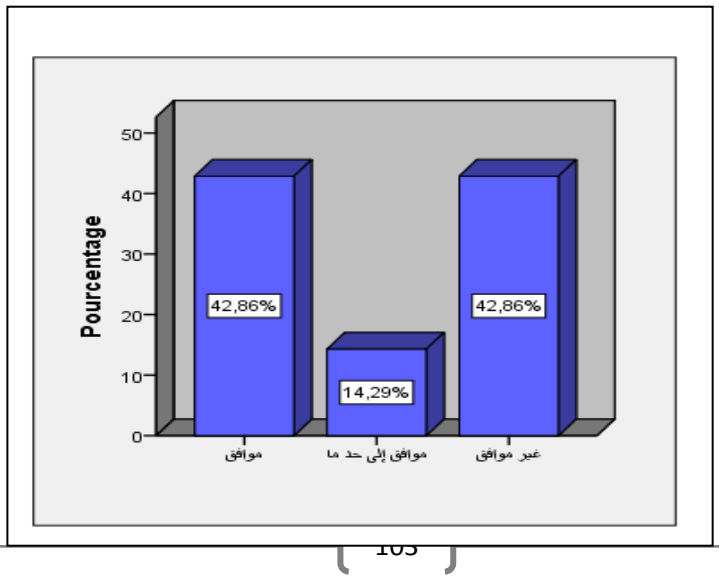


المصدر: من إعداد الطالببناءا على نتائج تحليل الإستبيان باستخدامSPSS Statistics V23

استنادا على معطيات الجدول (3- 14) والشكل (3-20) لاحظنا أن المشرعات تعرضت لجملة من الصعوبات فقدرت نسبة المشاريع التي واجهت صعوبة الإجراءات الإدارية ب 42.86 %وقدرت نسبة المشاريع التي واجهت صعوبة طول مدة الحصول على الموافقة ب 28.57 % بينما تساوت نسبة صعوبة إنشاء المشروع من حيث تخوف المقاول من خطر الفشل والمشاكل المترتبة عليه والوضع الحالي (التقشف) بنسبة 14.29 %.

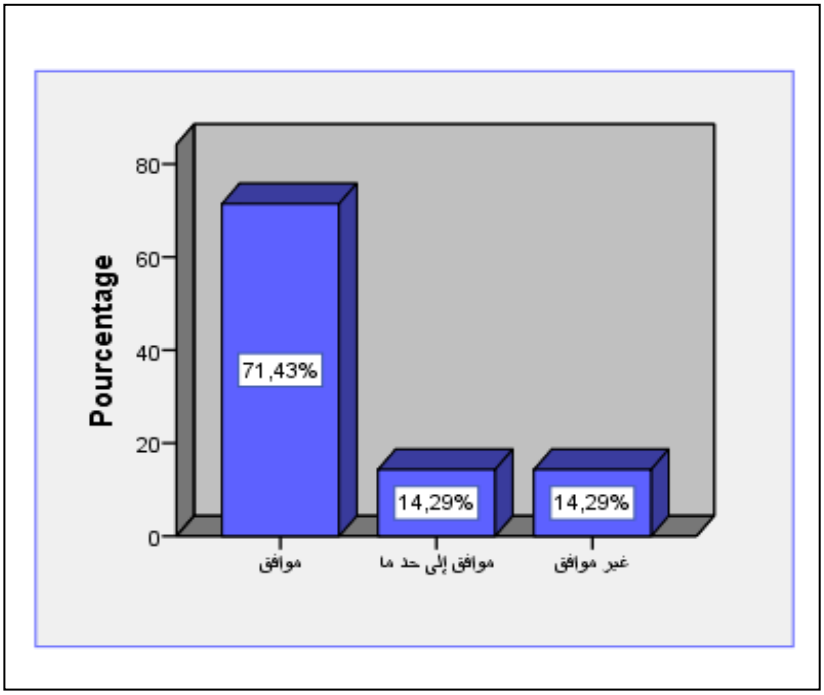
4. دراسة العينة من حيث الدعم والمرافقة التي تقدمها السلطات الجزائرية لإنشاء المشاريع المصغرة:

الشكل (3-21): يوضح الإستشارةوالتوجيه المقدم للمؤسسة المصغرة.



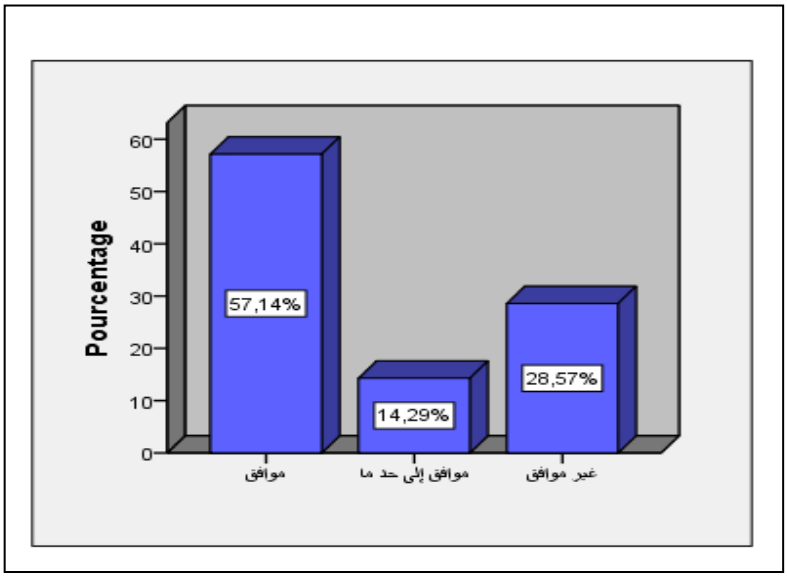
المصدر: من إعداد الطالبناءا على نتائج تحليل الإستبيان باستخدامSPSS Statistics V23

الشكل (22-3): يوضح الإمتيازاتالجبائية المقدمة للمقاول



المصدر: من إعداد الطالبناءا على نتائج تحليل الإستبيان باستخدامSPSS Statistics V23

الشكل(23-3): يوضح مدة إنشاء المشروع والموافقة عليه



المصدر: من إعداد الطالبناءا على نتائج تحليل الإستبيان باستخدامSPSS Statistics V23

يبين الشكل (3-21)، الشكل (3-22) والشكل (3-24) دور أجهزة الدعم والمرافقة التي تقدمها السلطات الجزائرية في دعم وإنشاء أصحاب الوكالات لمؤسساتهم الصغيرة فمن خلال الشكل (3-21) نلاحظ تساوي نسبة المقاولين الموافقين وغير موافقين على الدعم الذي تقدمه الدولة من حيث الإستشارة الضرورية والتوجيه لكيفية إنشاء المؤسسة حيث قدرت هذه النسبة ب 42.86 %وهذا ما يفسر اختلاف وجهة نظر أصحاب المشاريع في هذا النوع من الدعم والمرافقة، تم نسبة 14.29 % من المقاولين موافقين إلى حد ما، وهذا ما يستدعي تكثيف الجهود بتوفير خبراء الإرشاد والتوجيه ودورات تدريبية حول كيفية إنشاء المؤسسة المصغرة.كما بين الشكل (3-22) الإمتيازاتالجبائية المقدمة من طرف الدولة لمساعدة أصحاب المشروعات الصغيرة فكانت نسبة 71.43 % من المقاولين موافقين على هذا النوع من الإمتيازاتالجبائية، هذا ما يوضح جهود الدولة في تقديم المساعدات في سبيل النهوض بالقطاع السياحي وتطويره.ولاحظنا من خلال الشكل (3-24) الذي وضح مدة إنشاء المشروع والموافقة عليه تبين أن بعض المقاولين حصلوا على الموافقة لإنشاء المشروع بنسبة 57.14 %، بينما 28.57 % لم يحصلوا على الموافقة لإنشاء الشروع في مدة قصيرة، تم نسبة 14.29 % موافقين إلى حد ما من حيث قصر مدة المشروع والموافقة عليه.

5. **دراسة العينة من حيث مستوى الشخص ودوره في نجاح مشروعه:**

من خلال المعلومات المتحصل عليها من خلال استمارة الإستبيان تبين أن جميع أصحاب الوكالات السياحية أكدوا على أن لمستوى الشخص دور في نجاح مشروعه .

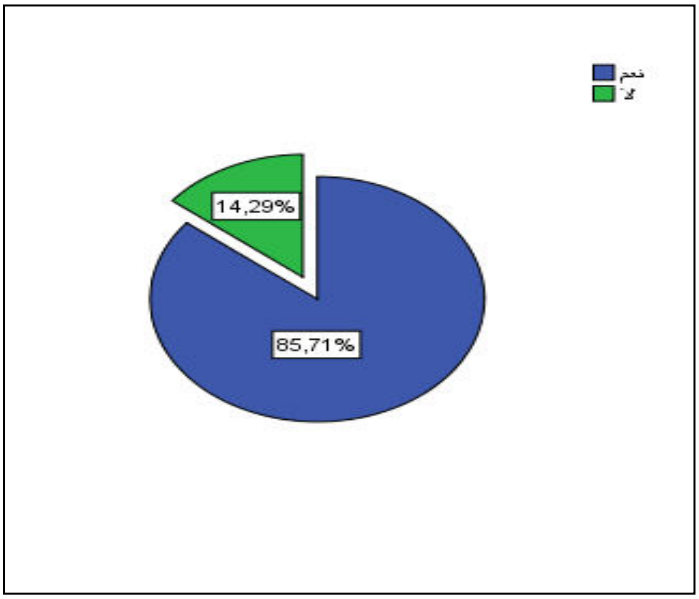
6. دراسة العينة من حيث الدافع الذي جعل المقاول يختارهذا المجال:

من خلال المعلومات المتحصل عليها من خلال استمارة الإستبيان تبين أن جميع أصحاب الوكالات السياحية كلهم لديهم خبرة في مجال السياحة فكان هذا دافعهم لإختيار هذا المجال.

7. دراسة العينة من حيث الخدمات التي تقدمها مديرية السياحة للمؤسسات الناشئة:

تم توضيح نتائج العينة من حيث الخدمات التي تقدمها لهم مديرية السياحة من خلال توجيههم للمعارض والصالونات التجارية لإبراز خدمات وكالاتهم ، كما هو موضح في الشكل التالي:

الشكل (3-24):يوضح خدمات مديرية السياحة للوكالات



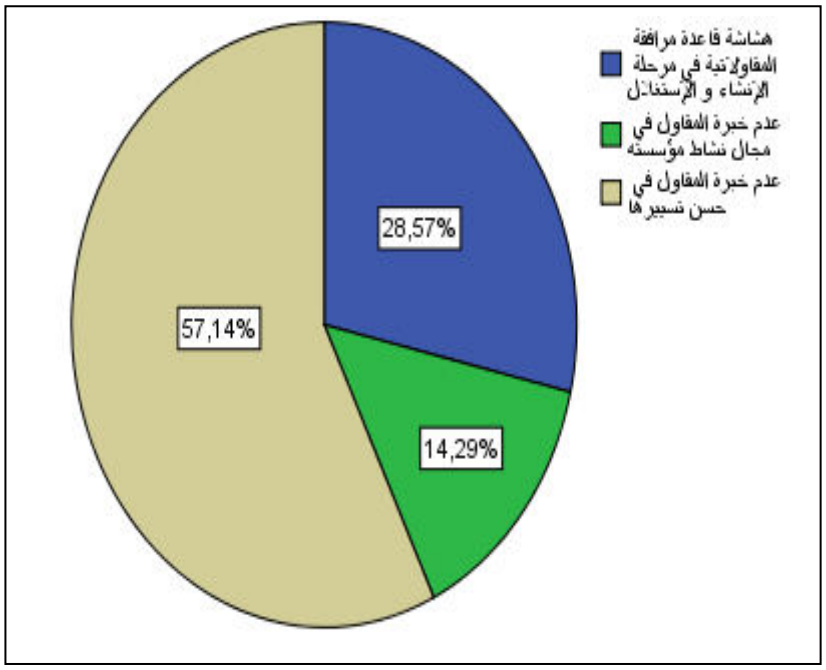
المصدر: من إعداد الطالبناءا على نتائج تحليل الإستبيان باستخدامSPSS Statistics V23

نلاحظ من خلال الشكل (3-24) أن نسبة 85.71 % من أصحاب الوكالات السياحية بالولاية موافقين على الخدمات التي تقدمها لهم مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية غليزان، بينما نسبة 14.29 % من أصحاب الوكالات غير راضيين عن الخدمات التي تقدمها لهم.

8. دراسة رأي أصحاب الوكالات السياحية في سبب فشل بعض المؤسسات المصغرة:

تم توضيح نتائج العينة من خلال رأي المقاول في سبب فشل بعض المؤسسات المصغرة من خلال الشكل التالي:

الشكل (3-25): يوضح سبب فشل بعض المؤسسات المصغرة



المصدر: من إعداد الطالبناءا على نتائج تحليل الإستبيان باستخدامSPSS Statistics V23

من خلال الشكل (3-25) وحسب أراء أصحاب الوكالات السياحيةأن أسباب فشل بعض المؤسسات المصغرة ترجع حسب إجابات أغلبيتهم إلى عدم خبرة المقاول في حسن تسيير المؤسسة بنسبة 57.14 % ، كما فسر بعضهم أن سبب الفشل هشاشة قاعدة مرافقة المقاولاتية في مرحلة الإنشاء والإستغلال بنسبة 28.57 % بينما كان رأي البعض الآخر أن سبب الفشل هو عدم خبرة المقاول في مجال إنشاء مؤسسته بنسبة 14.29 %.

ثانيا: دراسة وجهة نظر أصحاب الوكالات السياحية في قطاع السياحة في الجزائر:

1. دراسة العينة من حيث تشجيع السياحة في الجزائر:

من خلال المعلومات المتحصل عليها من خلال استمارة الإستبيان تبين أن جميع أصحاب الوكالات السياحية هم من مشجعي السياحة في الجزائر.

2. دراسة تقييم أصحاب الوكالات السياحية للسياحة في الجزائر:

يوضح الجدول أدناه تقييم أصحاب الوكالات السياحية لقطاع السياحة:

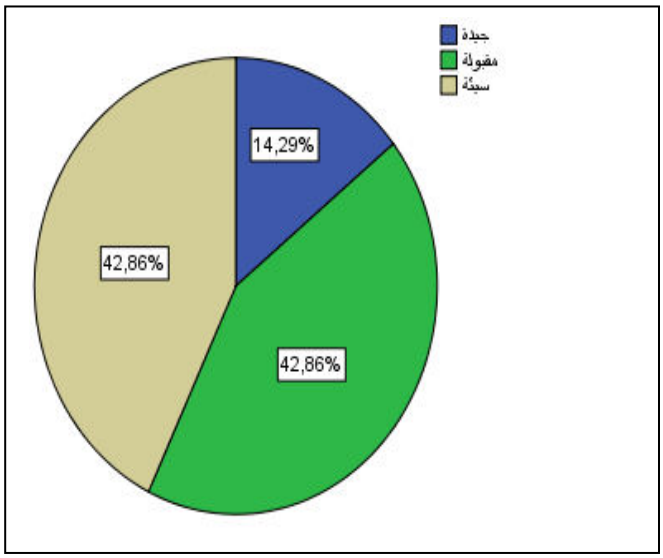
الجدول (15-3): تقييم السياحة في الجزائر

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	جيدة	1	14,3	14,3	14,3
	مقبولة	3	42,9	42,9	57,1
	سيئة	3	42,9	42,9	100,0
	Total	7	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الطالبناءا على نتائج تحليل الإستبيان باستخدامSPSS Statistics V23

تم توضيح نتائج تقييم أصحاب الوكالات السياحية لقطاع السياحة في الجزائر من خلال الشكل التالي:

الشكل (26-3): يوضح تقييم قطاع السياحة في الجزائر



المصدر: من إعداد الطالبناءا على نتائج تحليل الإستبيان باستخدامSPSS Statistics V23

من خلال الجدول (15-3) والشكل (26-3) نلاحظ من خلال تقييم أصحاب الوكالات السياحية للقطاع السياحي أن نسبة 42.86% يرون أن السياحة سيئة في الجزائر هذا ما يتطلب تحسين صورة السياحة في الجزائر والتوعية بثقافة السياحة المحلية والسعي لتطوير والرفع من جودة المنتوج السياحي الجزائري من كل

الجوانب، بينما أيضا نسبة 42.86 % من أصحاب الوكالات يرون أن السياحة مقبولة في الجزائر، كما أن نسبة 14.29 %وهي نسبة قليلة ترى أن السياحة جيدة في الجزائر.

3. دراسة رأي أصحاب الوكالات في خدمات المنشآت السياحية:

يبين الجدول التالي رأي أصحاب الوكالات السياحية في الخدمات التي تقدمها المنشآت السياحية:

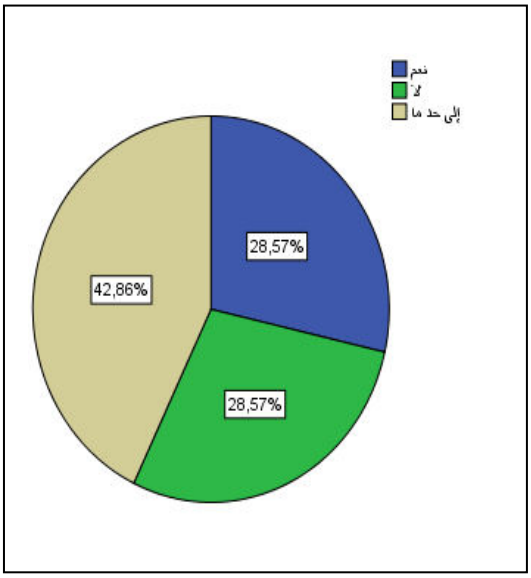
الجدول (3- 16): خدمات المنشآت السياحية

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	2	28,6	28,6	28,6
	لا	2	28,6	28,6	57,1
	إلىحدما	3	42,9	42,9	100,0
	Total	7	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الطالبةبناءا على نتائج تحليل الإستبيان باستخدامSPSS Statistics V23

تم توضيح نتائج تقييم أصحاب الوكالات السياحيةفي خدمات المنشآت السياحية الداخلية من خلال الشكل التالي:

الشكل (3-27): يوضح خدمات المنشآت السياحية الداخلية



المصدر: من إعداد الطالبةبناءا على نتائج تحليل الإستبيان باستخدامSPSS Statistics V23

استنادا على الجدول (3-16) والشكل (3-27) وحسب رأي أصحاب الوكالات السياحية في خدمات المنشآت السياحية الداخليةفكانت أكبر نسبة 42.86 % أجابوا أنها موجودة "إلى حد ما"، بينما تساوى عدد الذين أجابوا

ب "نعم"و"لا" بنسبة 28.57 % لكل منهم.وطبقا لما ذكر سابقا نستنتج أن المنشآت السياحية الداخلية لا تقوم بتقديم خدماتها على الوجه المطلوب.

4. دراسة دور الإعلام السياحي في تنشيط حركة السياحية:

يوضح الجدول التالي دور الإعلام في تنشيط حركة السياحة:

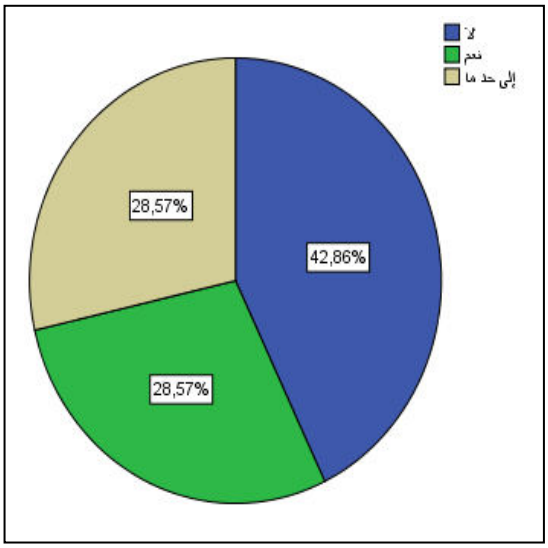
الجدول (17-3): دور الإعلام السياحي في تنشيط حركة السياحة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	لا	3	42,9	42,9	42,9
	نعم	2	28,6	28,6	71,4
	إلىحدما	2	28,6	28,6	100,0
	Total	7	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الطالبناءا على نتائج تحليل الإستبيان باستخدامSPSS Statistics V23

تم توضيح دور الإعلام السياحي في تنشيط حركة السياحية من خلال الشكل التالي:

الشكل (28-3): يوضح دور الإعلام السياحي في تنشيط حركة السياحة



المصدر: من إعداد الطالبناءا على نتائج تحليل الإستبيان باستخدامSPSS Statistics V23

نلاحظ من خلال الجدول (17-3) والشكل (28-3) أن نسبة 42.86 %والتي تمثل أكبر عدد من أصحاب الوكالات الذين كانت إجابتهم "لا" حول دور الإعلام في تنشيط حركة السياحة، كما نلاحظ تساوي عدد المقاولين الذين كانت إجابتهم "نعم"وإلى "حد ما" بنسبة 28.57 % لكل منهم.ومن هنا نستنتج غياب دور الإعلام في تنشيط حركة السياحة.

5. دراسة تطور قطاع السياحة في الجزائر:

يبين الجدول أدناه رأي أصحاب الوكالات السياحية حول تطور القطاع السياحي في الجزائر:

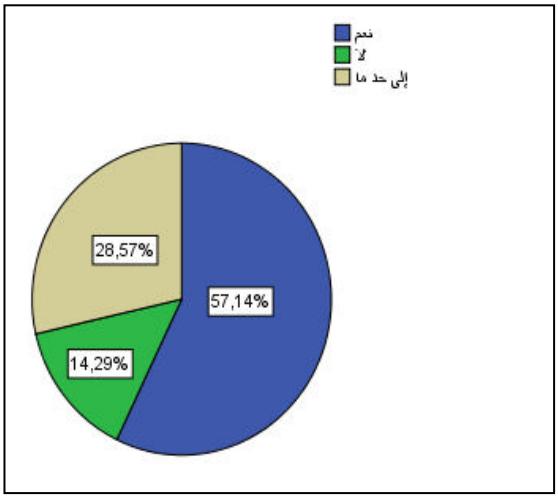
الجدول (3-18): تطور قطاع السياحة في الجزائر

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	4	57,1	57,1	57,1
	لا	1	14,3	14,3	71,4
	إلىحدما	2	28,6	28,6	100,0
	Total	7	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الطالبناءا على نتائج تحليل الإستبيان باستخدامSPSS Statistics V23

تم توضيح من خلال الشكل التالي:

الشكل (3-29): يوضح تطور قطاع السياحة في الجزائر



المصدر: من إعداد الطالبناءا على نتائج تحليل الإستبيان باستخدامSPSS Statistics V23

من خلال الجدول (3-18)والشكل (3-29) واستناد على رأي أصحاب الوكالات السياحية حول تطور قطاع السياحة في الجزائر أجاب أكبر عدد منهم أن هناك تطور في هذا القطاع بنسبة 57.14 %، بينما يرى البعض منهم أنه هناك تطور إلى حد ما بنسبة 28.57 %، كما لاحظ عدد منهم أنه لا يوجد أي تطور في هذا القطاع بنسبة 14.29 %. وبما أن أكبر عدد منهم لاحظ تطور في القطاع السياحي نستنتج أن الدولة تسعى وتبذل جهود في سبيل ترقية القطاع السياحي في الجزائر إلا أن هذا غير كاف للإرتقاء بهذا القطاع لبلوغ الأهداف المرجوة.

ثالثا: اختبار صحة الفرضيات:

من خلال النتائج المتوصل إليها من تحليلنا للعينة المدروسة تبين ما يلي:

- ✓ نثبت صحة الفرضية الأولى (سياسات تطويرالسياحة الجزائرية غير كافية للإرتقاء بأداء القطاع السياحي مما يتطلب رفعالتحديات لبلوغ الأهداف المسيطرة)، من خلال النتائج المتوصل إليها من خلال دراستنا للعينة محل الدراسة توصلنا إلى أن السياسة التي تنتهجها الدولة الجزائرية غير كافية للوصول إلى الأهداف المرجوة هذا ما يستدعي تكثيف الجهود و تطوير أساليب المتبعة لتحقيق التنمية و تطوير السياحة كصناعة بديلة في اقتصاد الدولة أي حل بديل عن الثروة النفطية.
- ✓ نثبت صحة الفرضية الثانية (لترقية وتطوير قطاع السياحة يجب اتخاذ استراتيجيات فعالة تساهم في تحقيق التنميةالسياحية)، فلعملية الاستثمار في هذا القطاع يجب الاستغلال الجيد لمقومات النهوض بالواقع السياحي من خلال استثمار وتوظيف رؤوس الأموال الوطنية وتوجيهها صوب المجالات المربحة اقتصاديا لما يمتلكه هذا القطاع من قدرة في تعزيز المزايا التنافسية للمشاريع السياحية وإيجاد الوسائل الممكنة في جذب السواح وإدخال أفضل أنواع التقنيات والتجهيزات وتحسين طرق وأداء وأساليب العمل وهنا يتطلب إشراف الدولة على صياغة إستراتيجية شاملة التي هي احد أهم بنود عناصر القطاع السياحي لتحقيق التنمية السياحية.
- ✓ نثبت صحة الفرضية الثالثة (تقديم الدعمللمقاولين الجدد له دور في تفعيل و تطوير قطاع السياحة في الجزائر)، فلاحظنا أن هناك نوع من الدعم تقدمه الدولة الجزائرية للمقاولين الناشطين في هذا القطاع من خلال المساعدات الجبائية و الإستشارة الضرورية المقدمة للمشاريع المصغرة منذ بداية المشروع إلى غاية انطلاقه.

خلاصة الفصل الثالث:

لقد قمنا من خلال هذا الفصل بالتعرف على ولاية غليزان من خلال التطرق لموقعها الجغرافي وتاريخها وأهم المواقع السياحية فيها، وإعطاء نبذة عن مديرية السياحة والصناعة التقليدية ومهام كل مصلحة فيها، كما أشرنا إلى الحضيرة الفندقية، الوكالات، دور الشباب والجمعيات والدواوين المتواجدة بالولاية ومن ثم تطرقنا أيا إلى حالة الإستثمار السياحي في الولاية من خلال تطور الفنادق والوكالات السياحية وتطور عدد العمال والسياح الأجانب والجزائريين لكل منهما في الولاية.

كما حاولنا استعراض وتبيان دور المقاولاتية في ترقية المشاريع الصغيرة، وهذا بدراسة حالة المشاريع الصغيرة (الوكالات السياحية) بولاية غليزان، وبعد تصميم المعطيات والبيانات على شكل جداول إحصائية وأشكال بيانية تبين لنا أن روح المقاولاتية ساعدت الشباب على خلق مشاريع صغيرة تساهم ولو بجزء صغير في تطوير القطاع السياحي في ولاية غليزان من خلال الخدمات التي تقدمها.

تناولت هذه الدراسة دور المقاولاتية في تطوير قطاع السياحة في الجزائر، ومن خلال الفصول المكونة لهذه الدراسة توصلنا إلى أن المقاولاتية أصبحت نموذج باتت الدول المتقدمة والأقل تقدما تهتم وتعمل به، وهذا لوعيها بأهميته الكبيرة. حيث لا يقتصر دورها على خلق الثروة ورفع مستويات الإنتاج وزيادة العائدات الناتجة عن نشاط المؤسسات الجديدة التي تم إنشائها فقط، بل يتعداه ليشمل دورها تحديد وتنويع النسيج الإقتصادي. وتعد المشاريع الصغيرة حجر الأساس في بناء المشاريع الإقتصادية الكبيرة. ومن خلال تقسيمنا لموضوع الدراسة، حاولنا تسليط الضوء على موضوعين مهمين هما المقاولاتية والمشاريع الصغيرة التي تساهم في تطوير القطاع السياحي في الجزائر

وضمانا لهذا الإعتبار حاولنا من خلال الفصل الأول تقديم المقاولاتية والمشاريع الإستثمارية في القطاع السياحي بينا فيه أهم النقاط والأبعاد كخطوة أساسية للخوض في موضوع بحثنا، ومن خلال الفصل الثاني حاولنا التطرق إلى السياحة وسبل تشجيع الإستثمار السياحي في الجزائر لتبيان الآثار الإقتصادية للسياحة على الإقتصاد وتوضيح مدى ارتباط تشجيع الإستثمار السياحي في هذا القطاع وتحقيق التنمية الإقتصادية. كما حاولنا نقل بعض السبل التي تعتمدها السلطات الجزائرية في سبيل النهوض بهذا القطاع، ومن خلال الفصل الثالث حاولنا القيام بدراسة ميدانية على مستوى مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية غليزان وبعض الوكالات السياحية المتواجدة بها قصد التعرف على مقومات السياحة بهذه الولاية والتطرق لأهم المشاريع السياحية فيها، بغية التعرف على دور هذه المقاولات ومساهمتها في ترقية القطاع السياحي بالولاية خاصة وللجزائر كبلد له مقومات عامة. وفعلا ومن خلال النتائج المتحصل عليها واختبارا لصحة الفرضية الثانية والثالثة تبين أن استراتيجيات وجهود الدولة الجزائرية تلعب دور إيجابي في خلق وتنمية هذا النوع من المشاريع من خلال المؤسسات الداعمة لهذا القطاع والدعم المادي والمعنوي للمقاولين الجدد والتسهيلات الممنوحة بمختلف أنواعها الذي له تأثير في ترقية وتطوير المشاريع المصغرة في ضوء النهوض بالقطاع السياحي، ومن جهة أخرى أيضا نثبت صحة الفرضية الأولى أي أن سياسات تطوير السياحة الجزائرية لا زالت غير كافية للإرتقاء ولبلوغ الأهداف اللازمة سواء من حيث جودة المنتوج السياحي أو خدماته، أو من نظرة البلدان الأخرى التي تجلب العملة الصعبة للجزائر كبلد سياحي له مقومات وحضارة على تحقيق التنمية الإقتصادية والتخلي عن التبعية النفطية

النتائج:

ولقد استخلصنا من هذا العمل مجموعة من النتائج من خلال دراستنا النظرية لموضوع بحثنا وتقييمنا لدور المقاولاتية في ترقية وتطوير القطاع السياحي وهذا من خلال الدراسة التطبيقية على المشروعات الصغيرة التي تساهم بدورها في دعم هذا القطاع، وتمثلت هذه النتائج في:

- ✓ ضعف الإهتمام الأكاديمي بدراسة موضوع المقاولاتية على المستوى الوطني حيث لاحظنا قلة البحوث الأكاديمية المتعلقة بالموضوع؛
- ✓ يتميز المقاول بمجموعة من الصفات والخصائص تجعله يتميز عن الغير وتمكنه من تحمل المخاطرة وخلق الإبداع؛
- ✓ لا يوجد تعريف نهائي ومحدد للمشروعات الصغيرة، وإنما هو تعريف نسبي يختلف من بلد إلى آخر ومن قطاع إلى آخر، وذلك وفقا للمحددات والمعايير؛
- ✓ تعتبر السياحة صناعة واعدة إن وفرت لها الإمكانيات اللازمة من بنى تحتية ومنشآت تخص القطاع والخدمات الأساسية المساعدة على القيام بهذا النشاط؛
- ✓ التنمية السياحية لا يجب أن تقوم على العفوية ولكن يلزمها تخطيط محكم من طرف الهيئات السياحية حتى تتمكن من تحسين صورة السياحة في الداخل والخارج وكذا المحافظة على الثروات الطبيعية والمورثات الثقافية والحضارية؛
- ✓ الإستثمار السياحي لا يتوقف على جملة من الجهود والتحفيزات وإنما رسم سياسات وطنية للنهوض بهذا القطاع؛
- ✓ تعتبر ولاية غليزان من المناطق السياحية في الجزائر وذلك لما تحوزه من إمكانات طبيعية، ثقافية، حضارية وتاريخية؛
- ✓ على الرغم من الجهود التي تقوم بها الولاية في مجال تطوير المنشآت السياحية ودعم المورث الثقافي والحضاري إلا أن هذا غير كاف للوصول إلى الإستغلال الأمثل للقدرات السياحية التي تزخر بها المنطقة؛
- ✓ إن إدخال مفهوم التنمية المستدامة على التنمية السياحية بالولاية من شأنه أن يؤثر إيجابا على مجموعة من الجوانب البيئية، الإقتصادية، الثقافية والحضارية؛
- ✓ تبين أن معظم المشروعات على مستوى الولاية مشروعات تابعة للقطاع الخاص وهذا ما يفسر قلة الإستثمار العمومي بالولاية؛
- ✓ مكنت المقاولاتية الشباب من خلق مشاريع صغيرة منتجة للخدمات السياحية ساهمت ولو بدعم قليل لهذا القطاع؛

- ✓ بالرغم من امتلاك الجزائر لمقومات سياحية هائلة إلا إن الشعب الجزائري يفضل السياحة الخارجية وهذا راجع إلى تدني مستوى المنتوج السياحي داخل الوطن.

الإقتراحات والتوصيات:

انطلاق مما تم استعراضه في البحث ونتائج الدراسة العلمية يمكن تقديم التوصيات التالية:

- ✓ نشر ثقافة المقاولاتية والسياحة في المجتمع؛
- ✓ ضرورة إعطاء المشروعات الصغيرة الإهتمام الأكاديمي الذي تستحقه على المستوى الوطني، من خلال تشجيع الجامعات والمعاهد ومراكز الأبحاث على إجراء الأبحاث الأكاديمية والدراسات المتعلقة بموضوع المشروعات الصغيرة؛
- ✓ تدريب أصحاب المشروعات الصغيرة على نظم الإدارة الحديثة للمشروعات من خلال توفير التدريب المهني وتقديم دورات بما يتلاءم وخصوصيات هذه المشروعات؛
- ✓ يجب محاكاة التجارب الناجحة في مجال تنمية المقاولاتية المشاريع الصغيرة خاصة في القطاع السياحي وفقا للإستراتيجيات المتبعة للنهوض بهذا القطاع؛
- ✓ اعتماد سياسة الحوافز لتشجيع الإستثمار السياحي من خلال منح القروض المسيرة للمشروعات الصغيرة، وأولوية الإعفاءات الجمركية والحماية من المنافسة الأجنبية؛
- ✓ دعم الفكر المقاولاتي لدى الشباب وتحفيزه على المبادرة وخلق مشاريع إنتاجية سياحية صغيرة كبديل عن المناصب الوطنية المختلفة، وذلك بتقديم مختلف التسهيلات المادية والمعنوية والإدارية للتقليل من البطالة؛
- ✓ تشجيع البنوك على تمويل المشروعات الصغيرة بأسعار فائدة منخفضة؛
- ✓ ضرورة الإهتمام بالإمكانيات السياحية المحلية وإعطائها الأهمية اللازمة من خلال الإستغلال الأمثل للموارد والإستفادة من تجارب الدول الناجحة في مجال السياحة خاصة التي تتوفر على نفس المميزات التاريخية والجغرافية؛
- ✓ يجب أن يساهم الإستثمار السياحي في تحقيق التنمية الإقتصادية؛
- ✓ انتهاج خطط تنموية تراعي الإستدامة في القطاع السياحي؛
- ✓ يجب أن ترفق استراتيجيات التنمية السياحية بمطلب أساسي وهو تحقيق التنمية المستدامة؛
- ✓ الإهتمام بالترويج السياحي للتعريف بالمنتوج المحلي وذلك عبر مختلف وسائل الإعلام؛
- ✓ توفير منتوج سياحي يتلاءم ومداخيل الأفراد.

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسييروالعلوم المالية والمحاسبة

قسم العلوم الإقتصادية

سنة ثانية ماستر **تخصص: تحليل اقتصادي و استشراف.**

الموضوع: المقاولاتية ودورها في تطوير قطاع السياحة في الجزائر

(دراسة حالة ولاية غليزان)

تحية طيبة و بعد:

نضع بين أيديكم هذا الإستبيان بغرض دراسة موضوع "**المقاولاتية و دورها في تطوير قطاع السياحة في الجزائر**" – دراسة حالة ولاية غليزان– ، لإتمام مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في العلوم ال، تخصص **تحليل اقتصادي و استشراف**

لذا نرجو من سيادتكم قراءة فقرات هذا الإستبيان بتأني والإجابة بموضوعية، ونؤكد لكم بأن البيانات المأخوذة من إجاباتكم ستستخدم لأغراض علمية بحثية.

لكم منا كل الاحترام والتقدير.

شكر جزيلا.

من إعداد الطالب:

- ✓ **بوعلام احمد.**

- **لمؤسسة المستقبلة:**

السنة الجامعية: 2017–2018

يرجى الإجابة على الأسئلة بوضع إشارة (X) في الدائرة المناسبة:

أولا: المعلومات الشخصية:

1- الجنس:

◯ ذكر؛ ◯ أنثى.

2- العمر:

◯ من 21 – 30 سنة؛

◯ من 31 – 45 سنة؛

◯ من 46 فما فوق.

3- الشهادة العلمية:

◯ تكوين مهني؛

◯ بكالوريا؛

◯ ليسانس؛

◯ دكتوراه؛

◯ شهادة أخرى أو مستوى آخر.

إذا كان الجواب شهادة أخرى ما هي: .....

ثانيا أسئلة عامة عن مؤسستكم:

1- ما هو اسم مؤسستكم: .....

2- نوع المؤسسة:

◯ عامة؛

◯ خاصة؛

◯ مختلطة.

3- الشكل القانوني للمؤسسة:

◯ شركة تضامن (SNC)؛

◯ شركة مساهمة(SPA)؛

◯ شركة ذات مسؤولية محدودة (SARL)؛

◯ شركة ذات مسؤولية الشخص الوحيد (EURL).

ثالثا: الجانب التمويلي:

1- ما هو مصدر التمويل الذي اعتمدتم عليه في إنشاء مؤسستكم؟

◯ التمويل الذاتي؛ ◯ قرض البنك؛ ◯ تمويل مشترك؛ ◯ إحدى الهيئات المختصة.

- إذا كان الجواب تمويل ذاتي ما هي نسبة ذلك.....

◯ أقل من 25%؛

◯ مابين 25% و 50%؛

◯ ما بين 50% و 75%؛

◯ ما بين 75% و 100%.

إذا كان الجواب الهيئات المختصة من هي هذه الهيئة.....

رابعا: تجسيد فكرة المشروع:

1- ما هي الأسباب التي أدت بك لإنشاء مؤسسة صغيرة؟

◯ التخلص من البطالة؛ ◯ الإستقلالية في العمل؛

◯ الرغبة في الدخول إلى مجال المقاولة و الربح.

2- هل خضع مشروعك للمرافقة، إذا كان نعم ما نوعها؟

◯ مرافقة معنوية؛ ◯ مرافقة مالية؛

◯ مرافقة مالية و معنوية؛ ◯ لا، لم يخضع للمرافقة

3- ما هي الصعوبات التي واجهتك خلال إنشاء مشروعك؟

◯ طول مدة الحصول على الموافقة؛ ◯ صعوبة الإجراءات الإدارية؛

◯ طول تقديم القروض؛ ◯ الوضع الحالي (التقشف)؛

◯ الإفتقار إلى الدعم و الخبرة ؛ ◯ خطر الفشل و المشاكل المترتبة عليه؛

◯ مشاكل أخرى؛ ◯ لا يوجد مشاكل.

إذا كان الجواب مشاكل أخرى ما هي.....

4- باعتبارك الآن مقاول، هل تعتبر أن أجهزة الدعم و المرافقة التي تقدمها السلطات الجزائرية لعبت دور مهم في مرافقتك و دعمك على إنشاء مؤسستك الصغيرة من خلال:

العبارات	موافق	موافق إلى حد ما	غير موافق
سهولة الحصول على التمويل اللازم			
الإستشارة الضرورية و التوجيه لكيفية إنشاء المؤسسة			
الإمتيازات الجبائية المقدمة من طرفها			
قصر مدة المشروع و الموافقة عليه			

5- هل تعتقد أن لمستوى الشخص دور في نجاح مشروعه؟

◯ نعم؛ ◯ لا.

6- ما الدافع الذي جعلك تختار مجال السياحة؟

◯ خبرة في هذا المجال؛

◯ قلة المشروعات بالولاية في هذا المجال؛

◯ أشياء أخرى.

إذا كان الجواب أشياء أخرى ما هي.....

7- هل تقوم مديرية الساحة بمساعدة مؤسساتكم الناشئة عن طريق توجيهها للمعارض و الصالونات التجارية لإبراز خدماتها؟

◯ نعم؛

◯ لا.

8- بعض المؤسسات المصغرة فشلت في تطوير نشاطها و وصلت إلى مراحل الإفلاس، بالنسبة لك كمقاول هل يرجع سبب فشل هذه الأخيرة إلى:

◯ هشاشة قاعدة مرافقة المقاولاتية في مرحلة الإنشاء و الإستغلال؛

◯ عدم خبرة المقاول في مجال نشاط مؤسسته؛

◯ عدم خبرة المقاول في حسن تسييرها.

9- برأيك ماذا سيحصل للمجتمع و ثقافة المقاولاتية و إنشاء المشاريع المصغرة في الجزائر مستقبلا؟

.....

.....

.....

خامسا: قطاع السياحة في الجزائر

1- هل أنت من مشجعي السياحة في الجزائر؟

◯ نعم؛

◯ لا.

2- ما هو تقييمك للسياحة في الجزائر؟

◯ جيدة؛

◯ مقبولة؛

◯ سيئة.

3- هل ترى أن المنشآت السياحية الداخلية قدمت خدماتها على الوجه المطلوب؟

◯ نعم؛

◯ لا؛

◯ إلى حد ما.

4- هل استطاع الإعلام السياحي تنشيط حركة السياحة الداخلية؟

◯ نعم؛

◯ لا؛

◯ إلى حد ما.

5- هل تشعر بوجود تطور في قطاع السياحة في الجزائر؟

◯ نعم؛

◯ لا؛

◯ إلى حد ما.

شكرا جزيلا على تعاونكم.

المراجع باللغة العربية:

أولا: الكتب:

- أحمد الطاهر عبد الرحمن، **تسويق الخدمات السياحية**، الطبعة الأولى، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2012.
- احمد مصطفى عبد الله، جاد الله عزوز الطلحي، عبد العظيم احمد النطاح، عمر الشيخ محمد حسن، **المشروع العربي لدعم القدرات في مجال إنشاء وتطوير المنشآت الصغيرة والمتوسطة (الريادي)**، الطبعة الأولى، دار الكتب الوطنية، بنغازي، ليبيا؛
- فايز جمعة النجار، عبد الستار محمد العلي، **الريادة وإدارة الأعمال**، الطبعة الثانية، دار الحامد، عمان، الأردن، 2009؛
- مروة أحمد، نسيم برهم، **الريادة وإدارة المشروعات الصغيرة**، الطبعة الثانية، الشركة العربية للتسويق والتوريدات، القاهرة، 2010؛
- مزهر شعبان العاني، شوقي ناجي، حسين عليان، هيثم علي حجازي، **إدارة المشروعات الصغيرة "منظور ريادي تكنولوجي"**، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010؛
- منيرة سلامي، **التوجه المقاولاتي للشباب في الجزائر- بين متطلبات الثقافة وضرورة المرافقة - "تجربة وكالة الوساطة والضبط العقاري وتجربة الحظيرة التكنولوجية بالجزائر"**،استراتيجيات التنظيم ومرافقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، الجزائر، يومي 19/18 أفريل 2012؛
- وفاء بنت ناصر المبيريك، أحمد بن عبد الرحمن الشميمري، **مبادئ ريادة الأعمال لغير المتخصصين**، الطبعة الأولى، مكتبة الملك فهد الوطنية، السعودية، 2016؛

ثانيا: الرسائل والأطروحات الجامعية:

- الحاج على حليمة، **إشكالية تمويل المؤسسات الصغيرة – دراسة حالة ولاية قسنطينة-**، مذكرة مقدمة استكمالا لمتطلبات الحصول على شهادة الماجستير في علوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2009/2008؛
- بن حسام حكيم، **دراسة الجدوى ومعايير تقييم المشاريع الإستثمارية " دراسة حالة مؤسسة G.M.D La Belle " لصناعة الفرينة والسميد**، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير فرع لإدارة أعمال، جامعة الجزائر، الجزائر العاصمة، 2006/2005؛
- بن مسعود نصر الدين، **دراسة وتقييم المشاريع الإستثمارية "دراسة حالة شركة الإسمنت بني صاف"**، مذكرة التخرج لنيل شهادة الماجستير في العلوم الإقتصادية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2010/2009؛
- بشيرة عالية، **السياحة الجزائرية ودورها في كشف معوقات التنمية الإجتماعية للبناء االسوسيوثقافي**، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علة الإجتماع، جامعة الجزائر "2"، الجزائر، 2010/2009.

- بوعشاش سامية، **السياحة البيئية في المناطق الجبلية – حلة جبال تيكجدة بولاية البويرة: الجزائر-**، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في علوم التسيير تخصص الإدارة البيئية والسياحة، جامعة الجزائر 03، الجزائر، 2013/2012؛
- بودي عبد القادر، **أهمية التسويق السياحي في تنمية القطاع السياحي بالجزائر "السياحة بالجنوب الغربي"**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم التسيير، جامعة الجزائر، الجزائر، 2006/2005؛
- بهاز الجيلالي، **مساهمة القطاع السياحي في تحقيق التنمية المستدامة**، مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات شهادة الماجستير فرع العلوم الإقتصادية تخصص اقتصار وتسيير البيئة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2008/01/23؛
- تقي الدين قادري، **النشاط البدني الترويحي ودوره في تطوير السياحة الرياضية بالجزائر**، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماجستير في نظريات ومنهجية التربية البدنية والرياضية، جامعة الجزائر 03، الجزائر ، 2011؛
- جميل نسيمة، **السياحة الثقافية وتثمين التراث من خلال البرامج التلفزيونية في الجزائر "دراسة وصفية تحليلية لبرامج حصة مرحبا"**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والإتصال تخصص علوم الإعلام والإتصال، جامعة وهران، وهران، 2010/2009؛
- جلال عبد القادر، **المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودورها في حل مشكلة البطالة –حالة الجزائر-**، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الإقتصادية فرع التحليل الإقتصادي، جامعة الجزائر، الجزائر العاصمة، 2009/200؛
- حجاوي أحمد، **إشكالية تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وعلاقتها بالتنمية المستدامة**، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في العلوم الإقتصادية تخصص تحليل اقتصادي، جامعة أي بكر بلقايد، تلمسان، 2011/2010؛
- حميدة بوعمشة، **دور القطاع السياحي في تمويل الإقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة – دراسة حالة الجزائر-** ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في إطار مدرسة الدكتوراه في العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير تخصص اقتصاد دولي والتنمية المستدامة،ن جامعة فرحات عباس، سطيف، 2012/2011؛
- دحموني عبد الكريم، **تنمية وتطوير السياحة الصحراوية "دراسة حالة تمنراست"**، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير تخصص النظرية الإقتصادية، جامعة الجزائر، الجزائر، 2007/2006؛
- دليلة حضري، **آليات تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في شمل ايفريقيا خلال فترة 1995-2005**، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الإقتصادية تخصص نقود ومالية ، جامعة حسيبة بن بوعلي، شلف،2007؛

- دماد نوال، **الإستراتيجية الترويجية وإسهاماتها في تسويق السياحة الداخلية "دراسة حالة الديوان الوطني للسياحة"**، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الإقتصادية تخصص تسويق، جامعة دالي إبراهيم، الجزائر، 2010/2009؛
- شقرون محمد، **دور المقاولاتية في ترقية المشاريع الصغيرة المنتجة "دراسة ميدانية للوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب لولاية بلعباس"**، مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير في العلوم التجارية تخصص الإبداع والمقاولاتية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2015/2014؛
- ياسر سالم المري، **ريادة الأعمال الصغيرة والمتوسطة ودورها في الحد من البطالة في المملكة العربية السعودية (دراسة تحليلية مقارنة)**، أطروحة مقدمة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة دكتوراه الفلسفة في العلوم الأمنية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ، الرياض، 2013؛
- نمري نصر الدين، **الموازنة الإستثمارية ودورها في ترشيد الإنفاق الإستثماري "دراسة حالة مشروع كهربة السكك الحديدية لضاحية الجزائر العاصمة"**، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير فرع مالية المؤسسة، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، 2009/2008؛
- قعيد إبراهيم، **دور الترويج في إنجاح السياسات التسويقية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة دراسة حالة مؤسسة روائح الورود – الوادي -**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير فرع العلوم الإقتصادية تخصص المؤسسات المتوسطة والصغيرة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2009؛
- قنيدرة سمية، **دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الحد من ظاهرة البطالة – دراسة ميدانية بولاية قسنطينة-**، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير فرع تسيير الموارد البشرية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2010/2009؛
- زرفة بولقواس، **المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودورها في تفعيل القطاع الخاص الجزائري – دراسة ميدانية بمؤسسات خاصة متنوعة بمدينة باتنة-**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في علم الإجتماع تخصص تنظيم وعمل، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012/2011؛
- غدير أحمد سليمة، **تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر "دراسة تقييمية لبرنامج ميدا"**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير فرع العلوم الإقتصادية تخصص اقتصاد وتسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2007/11/14؛
- كنجو عبود كنجو، **استراتيجية الإستثمار والتمويل في المشروعات الصغيرة والمتوسطة- دراسة ميدانية للمشروعات الصغيرة في مدينة حلب-**، جامعة فيلاديفيا ، عمان، الأردن، 5/4 تموز 2007؛
- طالبي خالد، **دور القرض الإيجاري في تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة – دراسة حالة الجزائر-** ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الإقتصادية تخصص التمويل الدولي والمؤسسات النقدية والمالية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2011/2010؛

- عوينان عبد القادر، **السياحة في الجزائر الإمكانيات والمعوقات (2025-2000) في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2025**، أطروحة دكتوراه في العلوم الإقتصادية تخصص نقود ومالية، جامعة الجزائر 03، الجزائر العاصمة، 2013/2012؛
- محمدي وافية، **دور الترويج في ترقية الخدمات السياحية – دراسة حالة الديوان الوطني للسياحة-**، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية تخصص إدارة وتسويق الخدمات، جامعة الجزائر 03، الجزائر العاصمة، 2012/2011؛
- هادية يحياوي، **السياحة والتنمية في المغرب العربي**،أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في العلوم السياسية تخصص تنظيمات سياسية وإدارية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012/2011؛
- ياسين مريخي، **التوازن البيئي والتنمية السياحية المستدامة لولاية عنابة**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم التهيئة العمرانية فرع التهيئة الإقليمية، جامعة منتوري، قسنطينة، جوان 2010؛
- سعيد صفي الدين الطيب، **مقومات التنمية السياحية في ليبيا "دراسة في الجغرافيا السياحية"**، رسالة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في الآداب من قسم الجغرافيا بكلية الآداب، جامعة القاهرة، مصر، 2001؛
- شنيني عبد الرحيم، **دور التسويق السياحي في إنعاش الصناعة التقليدية والحرفية "دراسة ميدانية حالة مدينة غرداية"**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير تخصص تسويق الخدمات، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2010/2009؛
- كواش خالد، **أهمية السياحة في ظل التحولات الإقتصادية – حالة الجزائر-**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الإقتصادية فرع التخطيط، جامعة الجزائر، الجزائر، 2004/2003؛
- عشي صليحة، **الآثار التنموية للسياحة "دراسة مقارنة بين الجزائر، تونس والمغرب"**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الإقتصادية تخصص اقتصاد تنمية، جامعة باتنة، باتنة، 2005/2004؛
- سعد بلمداني، **استراتيجية الإتصال في تنمية السياحة بالجزائر**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام والإتصال تخصص اتصال استراتيجي، جامعة الجزائر "3"، الجزائر، 2011/2010؛

ثالثا: الدوريات والملتقيات والمحاضرات:

- أوسرير منور، بن حاج جيلالي مغراوة فتيحة، **دراسة الجدوى البيئية للمشاريع الإستثمارية**، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، المركز الجامعي خميس مليانة "الجزائر"، العدد السابع، 2011
- بربيش السعيد، شابي حليمة، **دور التنويع الإقتصادي من خلال الصناعة السياحية في الجزائر لتحقيق التنمية والتقليل من البطالة**، ملتقى حول استراتيجية الحكومة في القضاء على البطالة وتحقيق التنمية المستدامة، جامعة المسيلة، المسيلة، يومي 16/15 نوفمبر 2011؛

- بلال خلف السكارنه، **استراتيجيات الريادة ودورها في تحقيق الميزة التنافسية (دراسة ميدانية على شركات الإتصالات في الأردن)**، كلية بغداد للعلوم الإقتصادية، جامعة الإسراء الخاصة، بغداد، العدد السابع عشر، أيار 2008؛
- بن زعرور شكري، ساطور رشيد، **السياحة والنمو الإقتصادي في الجزائر الأدلة من التكامل المشترك وتحليل السببية**، الملتقى العلمي الدولي حول: السياحة في الجزائر بين الواقع والمأمول نحو الإستفادة من التجارب الدولية الرائدة، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، يومي 09 و10 نوفمبر 2016؛
- بوالفول هرون، عادل مستوي، **توجيه الإستثمار نحو القطاع السياحي أحد السبل الكفيلة لإنعاش الإقتصاد الجزائري رؤية تحليلية خلال الفترة (1995- 2015)**، الملتقى العلمي الدولي حول: السياحة في الجزائر بين الواقع و المأمول نحو الإستفادة من التجارب الدولية الرائدة، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، يومي 09 و10 نوفمبر 2016؛
- بوفليح نبيل، تقرورت محمد، **دراسة مقارنة لواقع السياحة في دول شمال ايفريقيا – حالة الجزائر، تونس، المغرب -**، الملتقى الوطني الأول حول السياحة في الجزائر– الواقع والآفاق-، المركز الجامعي، البويرة، يومي 11 و12 ماي 2010؛
- الجودي محمد علي، **نحو تطوير المقاولاتية من خلال التعليم المقاولاتي "دراسة عينة من طلبة جامعة الجلفة"** ، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015/2014؛
- حامد كريم الحدراوي، **الريادة كمدخل لمنظمات الأعمال المعاصرة في ظل تبني مفهوم رأس المال الفكري دراسة ميدانية في مستشفى بغداد الفكري**، جامعة الكوفة/كلية الإدارة والاقتصاد، العراق، العدد السابع والعشرون، 2009؛
- حبيلي حياة، **ماهية الظاهرة السياحية**، الملتقى العلمي الدولي حول: السياحة في الجزائر بين الواقع والمأمول نحو الإستفادة من التجارب الدولية الرائدة، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، يومي 09 10 نوفمبر 2016؛
- حجال سعيد، رجراج سليمة، **واقع السياحة الجزائرية كأحسن بديل لتنويع الإقتصاد الوطني خلال فترة (2015-2000)**، الملتقى العلمي الدولي حول: السياحة في الجزائر بين الواقع والمأمول نحو الإستفادة من التجارب الدولية الرائدة، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، يومي 09 و10 نوفمبر 2016؛
- حمزة العرابي، إيمان نوارة، **التمويل كركيزة أساسية لنجاح الإستثمارات السياحية**، الملتقى العلمي الدولي حول: السياحة في الجزائر بين الواقع والمأمول نحو الإستفادة من التجارب الدولية الرائدة، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، يومي 09 و10 نوفمبر 2016؛
- الدليل السياحي لولاية غليزان، إعداد مديرية السياحة لولاية غليزان، 2015.
- زايد مراد، **الريادة والإبداع في المشروعات الصغيرة والمتوسطة**، في إطار الملتقى الدولي حول: المقاولاتية: التكوين وفرص العمال، جامعة محمد خيضر، بسكرة، أيام 08/07/06 أفريل 2010؛

- زايد مراد، **السياحة كصناعة في الإقتصاد الوطني "حالة الجزائر"**، في إطار الملتقى الدولي حول: اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، جامعة محمد خيضر، بسكرة، أيام 09 و10 مارس 2010؛
- سارة بوسعيود، عبد الحميد بوشرمة، **دور الموارد البشرية في نجاح الإستثمارات السياحية**، الملتقى العلمي الدولي حول: السياحة في الجزائر بين الواقع والمأمول نحو الإستفادة من التجارب الدولية الرائدة، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، يومي 09 و10 نوفمبر 2016؛
- سليمان ناصر، عواطف محسن، **قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كبديل تنموي للإقتصاد الجزائري خارج قطاع المحروقات (المعوقات والحلول)**، الملتقى الدولي الأول حول تقييم استراتيجيات وسياسات الجزائر الإقتصادية لاستقطاب الإستثمارات البديلة للمحروقات في آفاق الألفية الثالثة بالجزائر، جامعة المسيلة، يومي 28 و29 أكتوبر 2014؛
- شتوان صونية، **Crowdfunding آلية بديلة لتطوير قطاع السياحة في الجزائر**، الملتقى العلمي الدولي حول: السياحة في الجزائر بين الواقع والمأمول نحو الإستفادة من التجارب الدولية الرائدة، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، يومي 09 و10 نوفمبر 2016؛
- صلاح زين الدين، **دراسة لفرص وتحديات التنمية السياحية المستدامة في مصر**، المؤتمر العلمي الدولي الثلث – القانون والسياحة -، كلية الحقوق لجامعة طنطا، مصر، يومي 26 و27 أفريل 2016؛
- صندرة سايبي، **محاضرات في إنشاء المؤسسة**، جامعة قسنطينة 2 "عبد الحميد مهري"، قسنطينة، 2015/2014؛
- عبد القادر شلالي، عبد القدر عوينات، **الواقع السياحي في الجزائر، وواقع النهوض به في آفاق 2025**، الملتقى العلمي الوطني حول: "السياحة في الجزائر واقع وآفاق"، جامعة آكلي منحند أولحاج، البويرة، يومي 11 و12 ماي 2010؛
- عبد الله حسين جوهر، **إدارة المشروعات الإستثمارية إقتصاديا – تمويليا – محاسبيا – إداريا**، مؤسسة شباب الجامعة، إسكندرية، 2011؛
- عبد المالك توبي، بودربالة رفيق، **صناعة السياحة في الجزائر بين الآفاق والتحديات**، الملتقى العلمي الدولي حول: السياحة في الجزائر بين الواقع والمأمول نحو الإستفادة من التجارب الدولية الرائدة، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، يومي 09 و10 نوفمبر 2016؛
- عبد الهادي الرفاعي، **دراسة إحصائية لواقع السياحة في سورية**، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية، سورية، العدد الأول، 2005؛
- عمر بوجمعية، بلال معوج، **واقع وتحديات الإستثمار السياحي في الجزائر**، الملتقى العلمي الدولي حول: السياحة في الجزائر بين الواقع والمأمول نحو الإستفادة من التجارب الدولية الرائدة، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، يومي 09 و10 نوفمبر 2016؛

- عيسى مرازقة، محمد شريف شخشاخ، **التنمية السياحية المستدامة في الجزائر" دراسة أداء وفعالية مؤسسات القطاع السياحي في الجزائر"**، الملتقى الدولي حول: اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، جامعة محمد خيضر، بسكرة، يومي 10/09 مارس 2010؛
- فاتح أحمية، نصيرة يحياوي، **التدابير الجبائية المعتمدة لتشجيع الإستثمار السياحي في الجزائر**، الملتقى العلمي الدولي حول: السياحة في الجزائر بين الواقع والمأمول نحو الإستفادة من التجارب الدولية الرائدة، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، يومي 09 و10 نوفمبر 2016؛
- فارس فضيل، مرابط أحمد، **واقع قطاع السياحة في الجزائر من خلال قراءة مؤشرات التنافسية الدولية وآليات تطويره في ظل برنامج SDAT2025**، الملتقى العلمي الدولي حول: السياحة في الجزائر بين الواقع والمأمول نحو الإستفادة من التجارب الدولية الرائدة، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، يومي 09 و10 نوفمبر 2016؛
- قصاص فتيحة، قروج يوسف، **الفرص الإستثمارية لترقية السياحة الصحراوية في الجزائر**، مجلة الحكمة للدراسات الإقتصادية، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، العدد السابع، السداسي الأول 2016؛
- مزنة بنت عوض النفيعي، **واقع استراتيجيات الريادة في الجامعات السعودية: دراسة ميدانية على جامعة الملك سعود**، مجلة الإدارة العامة، معهد الإدارة العامة، العدد الرابع، أوت 2015؛
- مصطفى طويطي، **استراتيجيات قطاع التشغيل في دعم المبادرات المقاولاتية**، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، جامعة أكلي محند أولحاج، البويرة، العدد السابع، 2015؛
- موسى سعداوي، حكيم بوجطو، **أهمية مقومات السياحة الجزائرية في التنمية الإقتصادية للدولة**، الملتقى العلمي الدولي حول: اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 20010/2009؛
- مونوغرافية إمكانيات ولاية غليزان في السياحة والصناعة التقليدية"، 2015؛
- نادي مفيدة، مغتات صبرينة، ختو العالية، **أهمية دراسة الجدوى الإقتصادية في المشاريع الإستثمارية السياحية "دراسة حالة حمام منتيلة بغليزان"**، مجلة الحكمة للدراسات الإقتصادية، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، العدد السابع، السداسي الأول 2016؛
- هاشم فوزي العبادي، أزهار نعمة أبو غنيم، حامد كريم الحداوي، **الريادة الإستراتيجية و دورها في صياغة إستراتيجية التسويق الريادي في منظمات الأعمال**، مجلة القدسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، جامعة الكوفة، العراق، العدد الرابع، 2010؛
- هري بلال، سوفي نبيل، **صناعة السياحة في الجزائر كأداة لتحقيق التنويع الإقتصادي آفاق وتحديات**، الملتقى العلمي الدولي حول: السياحة في الجزائر بين الواقع والمأمول نحو الإستفادة من التجارب الدولية الرائدة، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، يومي 09 و10 نوفمبر 2016؛

رابعا: الأنترنت:

- أحمد فاروق السيد حسنين، **التعريف بأنواع الشركات المختلفة**، http://www.aliahmedali.com/forum؛
- احمد محمد عبدا لخالق حسن قابل، **أنواع الشركات مع شرح مبسط لكل نوع**،
- ، https://www.bayt.com؛
- أسماء، **شركات التوصية البسيطة**، http://www.chechar.cc/vb/showthread.php?t=19198؛
- محمود عثمان عبد الرزاق، **أنواع الشركات وخصائصها**، http://kenanaonline.com
- الرياض، الفرق **بين الشركة التضامن والشركات ذات المسؤوليات المحدودة**، http://www.alriyadh.com/129616
- موقع التصفح: http://www.andi.dz/index.php/ar/secteur-du-tourisme ،
- موقع التصفح: http://www.andi.dz/index.php/ar/secteur-du-tourisme ،
- موقع التصفح: http://www.matta.gov.dz/index.php/ar/2015-08-20-15-26-50 ،
- موقع التصفح: http://www.swissinfo.ch/ara ،
- موقع التصفح: http://www.swissinfo.ch/ara ،
- موقع التصفح: http://www.matta.gov.dz/index.php/ar/2015-7، تاريخ ا
- **المراجع باللغة الأجنبية:**

- Sous La Direction De FRANÇOISE DANY, Cadres et entrepreneuriat « Mythes et Réalités », **Le gdr CADRES « CADRES, DYNAMIQUES, REPRESENTATIONS, ENTREPRISES, SOCIETES »**, Gdr n° 2334 E.M. Lyon, Ecully, 06 juin 2002.
- Didier Van Caillie, Claire Lambrecht, **L'entrepreneur, ses motivations, sa vision stratégique, ses objectifs "Working Paper réalisé dans le cadre de la "Chaire PME 1995" de la Caisse Nationale du Crédit Professionnel de Belgique"**, l'Université de Liège, Belgique, Mai 1995.
- Rachid ZAMMAR, **Conférence « Initiation à l'entrepreneuriat »**, Centre d'Etudes Doctorales en Sciences et Technologies de Rabat (CEDESTR),Faculté des Sciences, Université Mohammed V- Agdal, Rabat, 2015.

الملخص:

تساهم المقاولاتية بدورا فعالا في تحقيق التنمية الإقتصادية، ومن خلال دراستنا حاولنا تبيان أهمية المقاولاتية ودورها في تطوير قطاع السياحة في الجزائر، مسلطين الضوء في ذلك على أهم المفاهيم المتعلقة بالمقاولاتية والسياحة، والمشاريع الإستثمارية والتنمية السياحية وأهم الطرق ووسائل الدعم التي تنتهجها الدولة في ظل النهوض بالقطاع السياحي في الجزائر. وشملت الدراسة الميدانية تشخيص حالة مدينة غليزان بالوقوف على أهم المشاريع السياحية المنجزة وطور الإنجاز في القطاع السياحي بالولاية، كما قمنا بدراسة عينة من هذه المشاريع معتمدين في ذلك على طرح بعض الأسئلة تم إعدادها على شكل إستبيان ولإثبات صحة الفرضيات أو رفضها تم استخدام برنامج SPSS. تم اتباع المنهج الوصفي التحليلي في إعداد هذه الدراسة

وتوصلت الدراسة إلى وجود روح المقاولاتية لدى الشباب في القطاع السياحي وأن هناك بعض التسهيلات والدعم الذي تمنحه الدولة للمقاولين في هذا القطاع. إلا أن الجهود التي بذلتها الدولة في هذا المجال لا زالت النتائج المرجوة من وراء هذا التوجه دون المستوى المطلوب.

الكلمات المفتاحية: المقاولاتية ، السياحة، الإستثمار السياحي.

Abstrait :

Dans cette étude, nous avons essayé de montrer l'importance de l'entrepreneuriat et son rôle dans le développement du secteur touristique en Algérie, en soulignant les concepts les plus importants liés à l'entrepreneuriat, au tourisme, aux projets d'investissement, au développement touristique et aux méthodes et moyens de soutien les plus importants. Adopté par l'Etat à la lumière de l'avancement du secteur du tourisme en Algérie. L'étude sur le terrain a inclus le diagnostic du statut de la ville de Relizane en se basant sur les projets touristiques les plus importants achevés et en développant la réalisation dans le secteur du tourisme dans l'état. Nous avons également étudié un échantillon de ces projets, en nous appuyant sur des questions préparées sous forme de questionnaire pour confirmer la validité des hypothèses ou les rejeter. L'étude a révélé qu'il existe un esprit d'entrepreneuriat parmi les jeunes du secteur du tourisme et que l'État offre des installations et du soutien aux entrepreneurs de ce secteur. Cependant, les efforts déployés par l'Etat dans ce domaine restent les résultats souhaités de cette tendance en deçà du niveau requis

Mots-clés : entrepreneuriat, tourisme, investissement touristique.

الجمهوريـــة الجزائريـــة الديمقراطيـــة الشعبيـــة

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسييروالعلوم المالية والمحاسبة

قسم العلوم الإقتصادية

مذكـرة تخـرج مقدمـة لنيل شهادة ماستر أكاديمـــي

الشعبة : علوم اقتصاديه التخصص : تحليل اقتصادي واستشراف

العنوان:

المقاولاتية و دورها في تطوير قطاع السياحة في الجزائر

دراسة حالة ولايـــة غليزان

مقدمـة من طرف الطالب: تحت إشـراف الأستـاذ:

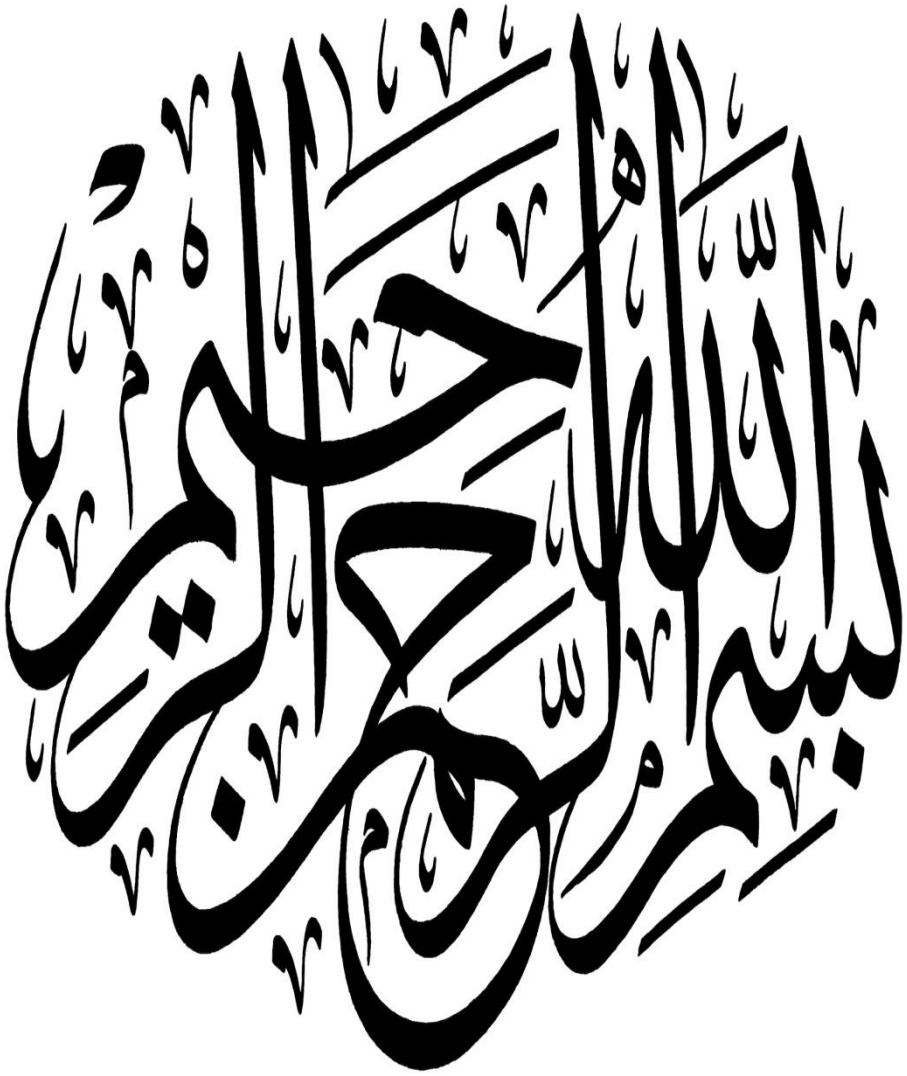
بوعلام احمد خليفة الحاج

نوقشت بتاريخ: 2018/06/24

أمام أعضـــاء لجنـــة المنـــاقـشـــة:

الصفة	الاسم واللقب	الرتبـــة	عـن جـــامعـــة
رئيـسًا	أ. أمعـارفيـــة الطيـــب	أستـــاذ مساعد	جـــامعة مستغـــانم
مـقـررًا	د. خليـــفـــة الحـــاج	أستـــاذ محاضر	جـــامعة مستغـــانم
مناقشًا	أ. قبايلي الحاجـة	أستـــاذة مساعدة	جـــامعة مستغـــانم

السنة الجـــامعيـــة: 2018/2017


بسم الله الرحمن الرحيم

شكر و عرفان:

بعد الحمد لله تعالى كما ينبغي لجلال وجهه و عظيم سلطانه الذي ألهمني الطموح و الصبر و سدد خطاي، بأن منى علي بإتمام هذه الدراسة و منَ علي بفضله و نعمه التي لا أحصيها، و الصلاة و السلام على سيدنا محمد وعلى اله و صحبه و جميع الأنبياء و المرسلين أما بعد:

يطيب لي بعد شكر الله عز وجل، أن أتقدم بالشكر الجزيل والعرفان إلى أستاذتي " خليفة الحاج " لتفضله بالإشراف على هذا البحث، وتوجيهاته السديدة التي كانت لها أكبر أثر في إنجاز هذا البحث و إخراجه على أكمل وجه.و لا يفوتني أن أتقدم بالشكر الموصول إلى كل الأساتذة بمعهد العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، سائلة أن يجعله الله في ميزان حسناتهم.

الإهداء:

إلى التي كانت دعواتها ستارا يحميني، إلى التي سهرت الليالي ووقفت إلى جانبي، إلى التي قاسمتني أفراحي وأحزاني، إلى التي جعل الله الجنة تحت أقدامها، إلى أغلى امرأة في الدنيا: "أمي الغالية" حفظها الله.

إلى الذي كان سببا في وجودي إلى الذي رعاني وتعب لأجلي في الحياة، إلى الذي علمني أن المرء موجودا إذ وجدت فيه حسن الخلق والطاعة، إلى الذي أوصاني بالعلم، إلى أغلى رجل في الدنيا: "أبي العزيز" حفظه الله ورعاه.

إلى الذين كانوا عونا في الحياة وساعدوني خالاتي حفظهم الله.

إلى كل الأهل والأقارب الذين وسعتهم ذاكرتي ولم تسعهم مذكرتي.

إلى كل طلبة المعهد خاصة طلبة الماستر تخصص تحليل

اقتصادي واستشراف

الفهرس:

العنوان	الصفحة
البسملة	IV
الشكر	IV
الإهداء	IV
الفهرس	IV
قائمة الجداول	IV
قائمة الأشكال البيانية	IV
المقدمة العامة	أ
الفصل الأول: المقاولاتية و المشاريع الإستثمارية في قطاع السياحة	
تمهيد	2
المبحث الأول: الأسس النظرية للمقاولاتية	
المطلب الأول:ماهية المقاولاتية	
أولا: مفهوم المقاولاتية	3
ثانيا: خصائص المقاولاتية	4
ثالثا: أهمية المقاولاتية	5
المطلب الثاني: ماهية المقاول	
أولا: مفهوم المقاول	6
ثانيا: الدوافع الشخصية للمقاول	7
ثالثا: خصائص المقاول (سمات المقاول)	8
المطلب الثالث: مراحل إنشاء المشروعات الصغيرة و دورها في التنمية الإقتصادية	
أولا: استراتيجيات المقاولاتية	12
ثانيا: دور المشروعات الصغيرة في التنمية الإقتصادية	12
المبحث الثاني: المشاريع الإستثمارية و المؤسسات الصغيرة و المتوسطة	
المطلب الأول: مفاهيم متعلقة بالمشروع الإستثماري	
أولا: مفهوم المشروع الإستثماري	13
ثانيا: خصائص المشاريع الإستثمارية	14

ثالثا: أنواع المشاريع الإستثمارية	14
المطلب الثاني: ماهية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة	
أولا: مفهوم المؤسسات الصغيرة و المتوسطة	15
ثانيا:خصائص المؤسسات الصغيرة و المتوسطة	16
ثالثا: أنواع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة	17
المطلب الثالث: مصادر تمويل المشروعات الصغيرة و الأهمية الإقتصادية و الإجتماعية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة	
أولا: مصادر تمويل المشروعات الصغيرة	21
ثانيا: الأهمية الإقتصادية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة	21
ثالثا: الأهمية الإجتماعية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة	22
المبحث الثالث: مخططات و إحصائيات توزيع المشاريع الإستثمارية في القطاع السياحي في الجزائر	
المطلب الأول: النهوض بالقطاع السياحي وآليات تدعيمه	
أولا: الخطط المستقبلية للنهوض بالقطاع السياحي لآفاق2013	23
ثانيا:الآليات المتخذة لتشجيع الاستثمارات السياحية في الجزائر خلال الفترة (1995- 2015)	24
ثالثا: التحديات التي تواجه قطاع السياحة في الجزائر	25
المطلب الثاني: إحصائيات توزيع المشاريع الإستثمارية في قطاع السياحة في الجزائر	
أولا: توزيع المشاريع الإستثمارية	27
ثانيا: إحصائيات وزارة السياحة الجزائرية	28
ثالثا: نصيب الجزائر من السياحة العالمية	29
المطلب الثالث: مخطط جودة السياحة الجزائرية	
أولا: مضمون مخطط الجودة	30
ثانيا: أهداف مخطط جودة السياحة الجزائرية	30
خاتمة الفصل الأول	31
الفصل الثاني: السياحة و سبل تشجيع الإستثمار السياحي في الجزائر	
تمهيد	33
المبحث الأول: عموميات حول السياحة	
المطلب الأول: ماهية السياحة	

أولا: تاريخ نشأة السياحة	34
ثانيا: مفهوم السياحة والسائح	35
ثالثا: خصائص السياحة	37
المطلب الثاني: أنواع السياحة، أركانها وأشكالها	
أولا: أنواع السياحة	37
ثانيا: أركان السياحة	39
ثالثا: أشكال السياحة	40
المطلب الثالث: الأهمية الإقتصادية والإجتماعية للسياحة ومعوقاتها	
أولا: الأهمية الإقتصادية للسياحة	41
ثانيا: الأهمية الإجتماعية للسياحة	42
ثالثا: معوقات السياحة	42
المبحث الثاني: المقومات السياحية للجزائر ودورها في تحقيق التنمية السياحية	
المطلب الأول: أسس القطاع السياحي في الجزائر	
أولا: المقومات الطبيعية للجزائر	43
ثانيا: المقومات التاريخية والأثرية للجزائر	44
ثالثا: المناطق السياحية في الجزائر	45
المطلب الثاني: التنمية السياحية	
أولا: مفهوم التنمية السياحية	45
ثانيا: محددات التنمية السياحية	46
ثالثا: أهداف التنمية السياحية	47
المطلب الثالث: الإستثمار السياحي وشروط تطوير السياحة	
أولا: مفهوم الإستثمار السياحي	48
ثانيا: آثار الإستثمار السياحي	48
ثالثا: الشروط الأساسية لتطوير السياحة كصناعة	49
المبحث الثالث: واقع الإستثمار السياحي في الجزائر وسبل تشجيعه	
المطلب الأول: وضعية السياحة في الجزائر	
أولا: الوضعية الإقتصادية للسياحة في الجزائر	50

ثانيا: مكانة التمويل السياحي في مخططات التنمية وما بعدها	51
ثالثا: معوقات ونقائص الصناعة السياحية في الجزائر	52
المطلب الثاني: سبل تشجيع و دعم الإستثمار السياحي في الجزائر	
أولا: التدابير المعتمدة لتشجيع الإستثمار السياحي في الجزائر	53
ثانيا: مصادر تمويل المشاريع السياحية	58
ثالثا: المؤسسات المالية الداعمة للسياحة في الجزائر	59
المطلب الثالث: مخطط التهيئة السياحية في آفاق 2025 في الجزائر	
أولا: أهداف مخطط التهيئة السياحية في آفاق 2025	59
ثانيا: ديناميكيات التهيئة الإقليمية	59
ثالثا: الأقطاب السياحية السبعة (07) وفق مخطط التنمية.	59
خلاصة الفصل الثاني	61
الفصل الثالث: دراسة ميدانية حالة مدينة غليزان	
تمهيد	63
المبحث الأول: الإمكانيات والمقاصد السياحية لولاية غليزان	
المطلب الأول:تقديم الولاية	
أولا: الموقع الجغرافي والتقسيم الإداري لولاية غليزان	64
ثالثا: الموارد الطبيعة لولاية غليزان	64
المطلب الثاني:المعالم التاريخية، المواقع السياحية ومناطق التوسع السياحي للولاية	
أولا: المعالم التاريخية لولاية غليزان	66
ثانيا: المواقع السياحية بالولاية	66
ثالثا: مناطق التوسع السياحي	69
المطلب الثالث: قطاع السياحة بولاية غليزان	
أولا: الموارد السياحية للولاية	70
ثانيا: السياحة والإقتصاد المحلي	70
ثالثا: أسباب التنمية السياحية	71
المبحث الثاني: الإستثمار السياحي في ولاية غليزان	
المطلب الأول:مديرية السياحة لولاية غليزان	

أولا: نبذة عن مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية غليزان	73
ثانيا: مهام مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية غليزان	73
ثالثا: الهيكل التنظيمي لمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية غليزان	77
المطلب الثاني: حصيلة الإستثمار السياحي لولاية غليزان من فترة (2000 – 2016)	
أولا: المؤسسات السياحية المتواجدة في الولاية	77
ثانيا: تطور الفنادق في الولاية خلال الفترة الممتدة من (2000 – 2016)	81
ثالثا: تطور الوكالات السياحية في الولاية خلال الفترة الممتدة من (2000 – 2016)	86
المطلب الثالث: وضعية عمليات الإستثمار خلال سنة 2015	
أولا: التقييم الإجمالي لمشاريع الإستثمار السياحي لولاية غليزان	89
ثانيا: مواقع التوسع السياحي والسياحة الحموية	90
ثالثا: المؤسسات الفندقية والسياحية حسب الطابع القانوني لسنة 2015	92
المبحث الثالث: التحليل الإحصائي لبيانات الإستبيان	
المطلب الأول: الأدوات والأساليب المستخدمة في جمع المعلومات وتحليلها	
أولا: وصف نموذج الدراسة	92
ثانيا: أدوات جمع المعلومات	93
ثالثا: وصف محتوى استمارة الاستبيان	93
المطلب الثاني: دراسة العينة	
أولا: دراسة المعلومات الشخصية الخاصة بالمقاول	94
ثانيا دراسة المعلومات العامة عن المشروع	97
ثالثا. دراسة العينة من حيث الجانب التمويلي	98
المطلب الثالث: دراسة وتحليل فكرة تجسيد المشروع ونظرة المقاول في هذا القطاع	
أولا: دراسة العينة من حيث فكرة تجسيد المشروع	99
ثانيا: دراسة وجهة نظر أصحاب الوكالات السياحية في قطاع السياحة في الجزائر	106
ثالثا: اختبار صحة الفرضيات	111
خلاصة الفصل الثالث	112
الخاتمة	114
قائمة المراجع	117

الملاحق	125
الملخص	

قائمة الأشكال البيانية:

رقم الشكل	العنوان	الصفحة
(1-2)	مخطط يوضح أركان السياحة	40
(1-3)	خريطة ولاية غليزان	65
(2-3)	الهيكل التنظيمي لمديرية السياحة و الصناعة التقليدية بغليزان	77
(3-3)	يوضح تطور عدد الفنادق من سنة (2000-2016)	82
(4-3)	يوضح تطور عدد عمال الفنادق من سنة (2000-2016)	83
(5-3)	يوضح تطور عدد أسرة الفنادق من سنة (2000-2016)	83
(6-3)	يوضح تطور عدد السياح الجزائريين والأجانب من سنة (2000-2016)	84
(7-3)	يوضح تطور عدد ليالي الجزائريين والأجانب	85
(8-3)	يوضح تطور عدد الوكالات السياحية من سنة (2000-2016)	87
(9-3)	يوضح تطور عدد عمال الوكالات السياحية من سنة (2000-2016)	88
(10-3)	يوضح عدد السياح الجزائريين والأجانب المستفيدين من خدمات الوكالات السياحية	89
(11-3)	مخطط يوضح المحاور الأساسية للإستبيان	94
(12-3)	يوضح توزيع العينة من حيث الجنس	95
(13-3)	يوضح توزيع العينة من حيث هرم الأعمار	96
(14-3)	يوضح المستوى التعليمي والتكوين للعينة	96
(15-3)	يوضح توزيع العينة من حيث الشكل القانوني للمؤسسة	97
(16-3)	يوضح مصدر تمويل المشروع	98
(17-3)	يوضح نسبة تمويل المشروع	99
(18-3)	يوضح أسباب إنشاء المشروع	100
(19-3)	يوضح نوع المرافقة التي يخضع لها المشروع	101
(20-3)	يوضح صعوبات إنشاء المشروع	103
(21-3)	يوضح الإستشارة والتوجيه المقدم للمؤسسة المصغرة	103

(3-22)	يوضح الإمتيازات الجبائية المقدمة للمقاول	104
(3-23)	يوضح مدة إنشاء المشروع والموافقة عليه	104
(3-24)	يوضح خدمات مديرية السياحة للوكالات	105
(3-25)	يوضح سبب فشل بعض المؤسسات المصغرة	106
(3-26)	يوضح تقييم قطاع السياحة في الجزائر	107
(3-27)	يوضح خدمات المنشآت السياحية الداخلية	108
(3-28)	يوضح دور الإعلام السياحي في تنشيط حركة السياحة	109
(3-29)	يوضح تطور قطاع السياحة في الجزائر	110

قائمة الجداول:

رقم الجدول	العنوان	الصفحة
(1-1)	أنواع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب البنك الدولي	15
(1-2)	عدد المشاريع الإستثمارية في قطاع السياحة ومناصب الشغل التي تخلقها	28
(1-3)	عدد المشاريع الإستثمارية المنجزة الأجنبية في قطاع السياحة ومناصب الشغل التي تخلقها.	28
(2-1)	المواقع التراثية في الجزائر	44
(3-1)	الحضيرة الفندقية المتواجدة عبر الولاية	78
(3-2)	قائمة الوكالات السياحية المتواجدة على مستوى إقليم ولاية غليزان	79
(3-3)	دور الشباب بالولاية	80
(3-4)	الدواوين والجمعيات السياحية المتواجدة بالولاية	80
(3-5)	تطور الفنادق في الولاية من سنة (2000 – 2016)	81
(3-6)	تطور الوكالات السياحية من سنة (2000 – 2016)	86
(3-7)	مناطق التوسع السياحي	91
(3-8)	السياحة الحموية	91
(3-9)	الحضيرة الفندقية حسب الطابع القانوني	92
(3-10)	التوزيع الجغرافي للعينة المدروسة	93
(3-11)	توزيع العينة من حيث هرم الأعمار	95
(3-12)	أسباب إنشاء المؤسسة المصغرة	99
(3-13)	نوع المرافقة التي خضع لها المشروع	101
(3-14)	صعوبات إنشاء المشروع	102
(3-15)	تقييم السياحة في الجزائر	107
(3-16)	خدمات المنشآت السياحية	108
(3-17)	دور الإعلام السياحي في تنشيط حركة السياحة	109
(3-18)	تطور قطاع السياحة في الجزائر	110

شهدت الساحة الإقتصادية سلسلة من التغيرات والتحولات التي اتسمت باهتمام مختلف الباحثين والإقتصاديين، وكذا دول العالم بمجال المقاولاتية الذي أصبح يلعب دور مهم في النشاط الإقتصادي، الأمر الذي جعله من أفضل وسائل الإنعاش الإقتصادي، نظرا لسهولة تكيفه ومرونته التي تجعله قادرا على الجمع بين التنمية الإقتصادية وتوفير مناصب الشغل فضلا عن إمكانية قدرته على الإبتكاروالإبداع والتجديدوتطوير منتجات جديدة. لذا كان لزاما على الدول خاصة النامية منها العمل على زيادة فعالية المقاولاتية وتذليل كافة الصعوبات التي تواجهها.

وبالنظر لما سبق فقد عملت العديد من الدول على إنشاء هيئات وأساليب من شأنها دعم ومرافقة المقاولاتية وإنشاء المؤسسات وتبني برامج لرعايتها وضمان البيئة المناسبة لاستمرار هذه المؤسسات من خلال الدعم والمرافقة التي تقدمها في السنوات الأولى من إنشائها وبداية نموها الذي يعد أمرا ضروريا.

فالبرغم من أن الجزائر تمتلك وتتمتع بمؤهلات سياحية مهمة ترتكز أساسا على التنويع الكبير في عوامل الجذب السياحية، استطاعت السلطات العمومية تبني مجموعة من الإستثمارات التي دعمت هذا القطاع فأصبحت له العديد من الهياكل القاعدية، أهمها مجموعة من الفنادق والمحطات الحموية بالإضافة إلى تهيئة الشواطئ والعديد من المناطق الترفيهية الذي جلب العديد من السواح الأجانب إلا أن الجهود المبذولة تبقى متأخرة بعض الشيء بالنظر إلى المؤهلات التي تملكها الجزائر. وهذا لما تشهده من نقائص ومشكلات والتي تبدأ من ثقافة المجتمع السياحية والتي تنتهي عند المفهوم العميق لسياحة كصناعة واستثمار واستراتيجية بإمكانها أن تساهم بفعالية في تحقيق التنمية.

ولدراسة هذا الموضوع وإبراز الإرتباط بين المقاولاتيةوالقطاع السياحي قمنا بصياغة السؤال التالي:

كيف يمكن تنمية القطاع السياحي من منظور المقاولاتية؟

ولتحليل هذه الإشكالية ودراستها بطريقة معمقة قمنا بطرح الإشكاليات الفرعية التالية:

- ما آثار التنمية السياحية على هذا القطاع ؟
- هل يوجد علاقة بين المقاولاتيةوقطاع السياحة في الجزائر ؟
- هل تدعم المقاولاتية القطاع السياحي وتساهم في تطويره ؟

أ. فرضيات الدراسة:

- سياسات تطوير السياحة الجزائرية لا زالت غير كافية للإرتقاء بأداء القطاع السياحي مما يتطلب رفع التحديات لبلوغ الأهداف المسيطرة؛
- لترقية وتطوير قطاع السياحة يجب اتخاذ استراتيجيات فعالة تساهم في تحقيق التنمية السياحية؛

- تقديم الدعم للمقاولين الجدد له دور في تفعيل وتطوير قطاع السياحة في الجزائر.

ب. مبررات اختيار الموضوع:

✓ **الأسباب الموضوعية:**

- معرفة تأثير المقاولاتيةوالمشاريع الجديدة على تنمية القطاع السياحي الجزائري الذي يحقق الوصول إلى التنمية الإقتصادية؛
- كون الدراسة من أهم وأبرز المواضيع الجديدة وقلة وجود دراسات سابقة في هذا الموضوع؛
- إغناء المكتبة العلمية بمختلف التطورات التي حدثت في المقاولاتيةوالسياحة، لكي يتمكن مختلف الباحثين الإستفادة من هذه الدراسة بشكل سهل وبسيط مما يوفر الجهد؛
- موضوع المقاولاتية من بين المواضيع الجديرة بالإهتمام.

✓ **الأسباب الذاتية:**

أما بالنسبة للأسباب الذاتية فتمثلت في:

- الميل إلى البحوث التي تغطي الموضوعات المتعلقة بالمقاولاتيةوالسياحة؛
- الإهتمام الحالي بهذا النوع من المشاريع التي تعتبر من التسهيلات المقدمة للشباب.

ج. أهداف الدراسة:

نسعى من خلال هذه الدراسة إلى الوصول إلى عدد من الأهداف التي يمكن توضيحها من خلال ما يلي:

- التعرف على طرق دعم المقاولاتية لقطاع السياحة؛
- التعرف على واقع السياحة في الجزائر عامة وولاية غليزان خاصة؛
- الوقوف على أهم النتائج التي تحققهاالمقاولاتية للنهوض بهذا القطاع

د. أهمية الدراسة:

تبرز أهمةاختيار هذا الموضوع في:

- إبراز دور المقاولاتية في دفع عجلة التنمية لقطاع السياحة؛
- إقامة العديد من الملتقيات والدورات العلمية والإتفاقيات حول المقاولاتية؛
- الإهتمام الحالي للسياسة الإقتصادية في الجزائر بهذا النوع من الإستثمارات والتي أسفرت علة إنشاء العديد من الهياكل والقوانين الخاصة بترقية هذا القطاع، ولعل أبرزها الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب Ansej؛

- الدور الذي تلعبه الإستثمارات الخاصة في النهوض بقطاع السياحة ومعرفة مدى نجاعتها في ترقية السياحة في الجزائر.

هـ. حدود الدراسة:

- ✓ **الحدود المكانية:** تمت الدراسة على مستوى مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية غليزان والوكالات السياحية المتواجدة بالولاية؛
- ✓ أما **الحدود الزمانية:** قمنا بدراسة تطور القطاع السياحي من خلال الفترة الممتدة من سنة 2000 إلى سنة 2016.

و. منهج الدراسة:

بالنظر إلى الموضوع محل الدراسة وبالإجابة على الإشكاليات المطروحة وإثبات صحة الفرضيات المتبناة، اخترنا المنهج الوصفي والمنهج التحليلي فيما يخص المفاهيم العامة التي تشكل مدخلا للدراسة، والمنهج الإحصائي التحليلي فيما يخص باقي أجزاء البحث، وذلك بالإعتماد على الإستبيانوالزيارات الميدانية المتكررة (مديرية السياحة).

ي. الدراسات السابقة:

-شقرون محمد، دور المقاولاتية في ترقية المشاريع الصغيرة المنتجة "دراسة ميدانية للوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب لولاية بلعباس"، مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير في العلوم التجارية تخصص الإبداع والمقاولاتية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2015/2014؛

- عوينان عبد القادر، السياحة في الجزائر الإمكانيات والمعوقات (2025-2000) في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2025، أطروحة دكتوراه في العلوم الإقتصادية تخصص نقود ومالية، جامعة الجزائر 03، الجزائر العاصمة، 2013/2012؛

- حميدة بوعمشة، دور القطاع السياحي في تمويل الإقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة – دراسة حالة الجزائر- ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في إطار مدرسة الدكتوراه في العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير تخصص اقتصاد دولي والتنمية المستدامة،ن جامعة فرحات عباس، سطيف، 2012/2011؛

- بهاز الجيلالي، مساهمة القطاع السياحي في تحقيق التنمية المستدامة، مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات شهادة الماجستير فرع العلوم الإقتصادية تخصص اقتصار وتسيير البيئة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2008/01/23؛

- عبد القادر شلالي، عبد القدر عوينات، الواقع السياحي في الجزائر، وواقع النهوض به في آفاق 2025، الملتقى العلمي الوطني حول: "السياحة في الجزائر واقع وآفاق"، جامعة آكلي منحند أولحاج، البويرة، يومي 11 و12 ماي 2010؛

- الملتقى العلمي الدولي حول: السياحة في الجزائر بين الواقع والمأمول نحو الإستفادة من التجارب الدولية الرائدة، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، يومي 09 و10 نوفمبر 2016.

ز.**تقسيمات الدراسة:**

تم تقسيم الدراسة إلى ثلاثة فصول حيث: **الفصل الأول**تحت عنوان المقاولاتيةوالمشاريع الإستثمارية في القطاع السياحي والذي تمحور حول الأسس النظرية للمقاولاتيةوالمقاول، المشاريع الإستثمارية، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، إضافة إلى إحصائيات توزيع المشاريع في هذا القطاع، ثم **الفصل الثاني** السياحة وسبل تشجيع الإستثمار السياحي حيث تطرقنا فيه إلى عموميات حول السياحة حيث تطرقنا فيه إلى عموميات حول السياحة، المقومات السياحية للجزائر ودورها في تحقيق التنمية السياحية وواقع الإستثمار السياحي في الجزائر وسبل تشجيعه وفي الأخير **الفصل الثالث** تمثل في الدراسة الميدانية حالة مدينة غليزان حيث خصص لدراسة الواقع السياحي في الولاية، تناولنا فيه الإمكانيات والمقاصد السياحية لولاية غليزان، الإستثمار السياحي وتطوره من خلال التعرض لإحصائيات تطور الفنادق والوكالات السياحية بالولاية وأهم المشاريع الإستثمارية في هذا القطاع بالولاية.

تمهيد:

أصبحت المقاولاتية في معظم دول العالم محورا أساسيا للتطور، و يتجلي الاهتمام المتزايد بها في قدرتها على الرفع من مستويات الإنتاج، وزيادة العائدات الناتجة عن نشاط المؤسسات الجديدة التي تم إنشائها. وما يؤكد هذا تزايد الملتقيات العلمية والمؤتمرات الدولية التي تعالج هذا الموضوع وكذا الإعانات والتسهيلات التي تمنحها الدولة لتشجيعها.

فالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة تعتبر من المشاريع المتميزة في تحقيق التنمية وكبديل للمؤسسات كبيرة الحجم، وذلك نظرا لسهولة القدرة في التحكم فيها على الرفع من الكفاءة الإنتاجية والتقليص من البطالة والرفع من مستوى المعيشة و كدا تلبية حاجيات المتعاملين الاقتصاديين رغم أن معظم هذه المؤسسات تتعرض للفشل في السنوات الأولى من إنشائها بسبب نقص المهارات الإدارية وضعف الموارد المالية...الخ.

وبانتشار ظاهرة المقاولاتية وفكرة إنشاء مؤسسة، أصبحت من المشاريع التي يلجأ إليها الكثير من الشباب دون أن ننسى دور السلطات الجزائرية واهتمامها بهذا النوع من المؤسسات، والدعم الذي تقدمه لها خصوصا رغبتها في النهوض بالقطاع السياحي، من خلال الإصلاحات، المخططات والمشاريع التي قامت بها في هذا القطاع من أجل الإعتماد عليه ومساعدتها في رفع اقتصادها وتحقيقها لتنمية.

وقد قسمنا الدراسة إلى ثلاثة مباحث وهي كالآتي:

- **المبحث الأول: الأسس النظرية للمقاولاتية؛**
- **المبحث الثاني: المشاريع الإستثمارية والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛**
- **المبحث الثالث: إحصائيات توزيع المشاريع الإستثمارية في القطاع السياحي في الجزائر.**

المبحث الأول: الأسس النظرية للمقاولاتية.

أصبحت المقاولاتية حقل من حقول البحث في العلوم نظرا لأهميتها ، ودورها في رفع اقتصاديات الدول. لذا سنتطرق في هذا المبحث إلى مفهومها ومفهوم المقاول ومراحل إنشاء هذه المؤسسات المصغرة ودورها في التنمية الإقتصادية بالإضافة إلى المصطلحات التي لها علاقة بها.

المطلب الأول: ماهية المقاولاتية

نهدف من خلال هذا المطلب إلى تحديد مفهوم المقاولاتية وخصائصها وأهميتها.

أولا: مفهوم المقاولاتية:

يعد مفهوم المقاولاتية مفهوما قديما استعمل لأول مرة في اللغة الفرنسية في بداية القرن السادس عشر، وقد تضمن المفهوم آنذاك معنى المخاطرة وتحمل الصعاب التي رافقت حملات الاكتشاف العسكرية، ودخل مفهوم المقاولاتية إلى النشاطات الاقتصادية في مطلع القرن الثامن عشر من قبل (Richard Cantillon) الذي وصف التاجر الذي يشتري سلعا بسعر محدد لبيعها في المستقبل بسعر لا يعرفه مسبقا بأنه مقاول، ويعود الفضل لأحد الصناعيين وهو (J.B.SAY) الذي رأى في المقاول مقدرة فائقة على الإدارة و هنا يشير إلى أن المشروعات لا يمكن أن تزدهر إلا في مجتمع تتوفر فيه روح المقاولة وحب العمل الحر، وتوجد مجموعة من رجال الأعمال أصحاب المواهب الإدارية الخاصة من ذوي الاستعداد للمخاطرة، وتبني الأفكار الجديدة، وفهم آليات التنافس في السوق.[1]

ولإدراك أهمية تطور المقاولاتية في القرن الحادي والعشرون، قام (Kuratko) سنة 2009 بوضع تعريف متكامل ذكر فيه العوامل الحاسمة اللازمة لهذه الظاهرة، إذ عرفها بأنها عملية ديناميكية للرؤية والتغيير والخلق (الابتكار) وتقتضي وجود طاقة وعاطفة نحو إنشاء و تنفيذ أفكار جديدة وحلول مبتكرة. والمكونات الأساسية تشمل الاستعداد لمواجهة المخاطر المحسوبة، ووضع فريق ناجح للمشروع، وكذلك حشد الموارد اللازمة، وبناء خطة عمل واضحة، وأخيرا وضع رؤية للتعرف على الفرصة التي يرى الآخرون فيها الفوضى والتناقض والإرتباك.[2]

فالمقاولاتية هي القدرة والرغبة في تنظيم وإدارة العمال ذات الصلة بها. حيث يعتبر المشروع المقاولي الأساس في بناء وتطوير منظمات الأعمال القادرة على المنافسة والدخول إلى ا لأسواق الخارجية.[1]

وتعددت التعاريف ذات العلاقة بمفهوم وطبيعة المقاولاتية في الآونة الأخيرة وبالرغم من وجود الكثير من التقارب فيما بينها من حيث المعنى العام والمحتوى، فقد جاءت بعض التعاريف على أن الريادة هي القدرة والرغبة في تنظيم وإدارة ا لأعمال ذات الصلة بها، بالإضافة إلى شمول مثل هذه التعريفات على بعض المفاهيم الجديدة مثل: الابتكار والقدرة على تحمل المخاطرة. فالمقاولاتية هي عملية إنشاء شيء جديد ذو قيمة،

---

[1]- حامد كريم الحدراوي، **الريادة كمدخل لمنظمات الأعمال المعاصرة في ظل تبني مفهوم رأس المال الفكري دراسة ميدانية في مستشفى بغداد الفكري**، جامعة الكوفة/كلية الإدارة و الاقتصاد، العراق، العدد السابع و العشرون، 2009، ص 95.

[2]- مزنة بنت عوض النفيعي، **واقع استراتيجيات الريادة في الجامعات السعودية: دراسة ميدانية على جامعة الملك سعود**، مجلة الإدارة العامة، معهد الإدارة العامة، العدد الرابع، أوت 2015، ص.ص 671- 672.

[1]- زايد مراد، **الريادة و الإبداع في المشروعات الصغيرة و المتوسطة**، في إطار الملتقى الدولي حول: المقاولاتية: التكوين و فرص العمال، جامعة محمد خيضر، بسكرة، أيام 08/07/06 أفريل 2010، ص 6.

وتخصيص الوقت والجهد والمال اللازم للمشروع، وتحمل المخاطر المصاحبة، واستقبال المكافئة الناتجة، إنها عملية ديناميكية لتأمين تراكم الثروة، وهذه الثروة تقدم عن طريق الأفراد الذين يتخذون المخاطر في رؤوس أموالهم، والالتزام بالتطبيق لكي يضيفوا قيمة إلى بعض المنتجات أو الخدمات. وهذه المنتجات أو الخدمات قد تكون أو لا تكون جديدة أو فريدة، و لكن يجب أن يضيف المقاول لها قيمة من خلال تخصيص الموارد والمهارات الضرورية.[2]

Schumpeter تحدث عن خلق القيمة، فهي تدرج هذا المفهوم كمبدأ أساسي للمقاولة، والذي يتحدث عن درجة الإبداع، أو القيمة المخلوقة عن طريق المنظمة وبدفع من الفرد، الذي يدخل في حركية التغيير على المستوى الشخصي. ونقول عن الوضع بأنه مقاولاتي مادام هنالك حركية في التغيير المتلازم بين الفرد ووسائل خلق القيمة.[3]

وقد عرف Burch سنة 1986 مصطلح المقاولاتية على أنه مجموعة أنشطة تقدم على الإهتمام، وتوفير الفرص، وتلبية الحاجات، والرغبات من خلال الإبداع وإنشاء المنشآت.

أما في سنة 1995 عرفه Dolling بأنه عملية خلق منظمة اقتصادية مبدعة من أجل تحقيق الربح أو النمو تحت ظروف المخاطرة وعدم التأكد.[4]

أما بالنسبة للمشرع الجزائري فقد عرف المقاولاتية بموجب المادة 549 من القانون المدني على أنها "عقد بمقتضاه أحد المتعاقدين أن يصنع شيئا أو يؤدي عملا مقابل أجر يتعهد به المتعاقد الأخر". كما قد عرف القانون الأساسي للحرفي المقاولاتية على أنها استخدام وسائل الإنتاج في منظمة دائمة أسست على نشأة مادية، فالعمل يعتبر تجاريا إذا كان يتم على شكل مشروع، وهو موضوع يعتمد على فكرتي التكرار و التنظيم.

إذن فالمقاولاتية هي الأفعال والعمليات الاجتماعية التي يقوم بها المقاول، لإنشاء مؤسسة جديدة، أو تطوير مؤسسة قائمة في إطار القانون السائد، من أجل إنشاء ثروة، من خلال الأخذ بالمبادرة، والتعرف على فرص الأعمال،ومتابعتها وتجسيدها في ارض الواقع.[1]

ثانيا: خصائص المقاولاتية:

تتسم وينبثق من تعريف المقاولاتية أن لها جملة من الخصائص تتمثل في النقاط التالية:[2]

- تتسم المقاولاتية بأنها عملية إنشاء أو خلق مؤسسة أو مشروع غير نمطي فهي تتميز بالإبداع وهو عامل جوهري ورهان نجاح المقاولاتية لما له من تأثير ايجابي وقدرة على فرض وخلق مكانة لمنتوجات جديدة أو منتوجات محسنة في السوق؛

---

[2]- فايز جمعة النجار، عبد الستار محمد العلي، **الريادة و إدارة الأعمال**، الطبعة الثانية، دار الحامد، عمان، الأردن، 2009، ص.ص 27– 28.

[3]- منيرة سلامي، **التوجه المقاولاتي للشباب في الجزائر - بين متطلبات الثقافة و ضرورة المرافقة - "تجربة وكالة الوساطة و الضبط العقاري و تجربة الحظيرة التكنولوجية بالجزائر"**،استراتيجيات التنظيم و مرافقة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر، الجزائر، يومي 19/18 أفريل 2012،ص 2.

[4]- وفاء بنت ناصر المبيريك، أحمد بن عبد الرحمن الشميمري، **مبادئ ريادة الأعمال لغير المتخصصين**، الطبعة الأولى، مكتبة الملك فهد الوطنية، السعودية، 2016، ص 10.

[1]- مصطفى طويطي، **استراتيجيات قطاع التشغيل في دعم المبادرات المقاولاتية**، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، جامعة أكلي محند أولحاج، البويرة، العدد السابع، 2015، ص 13.

[2]- شقرون محمد، **دور المقاولاتية في ترقية المشاريع الصغيرة المنتجة "دراسة ميدانية للوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب لولاية بلعباس"**، مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير في العلوم التجارية تخصص الإبداع و المقاولاتية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2015/2014، ص 6.

- يوجد قائد هو المقتول الذي يعتبر القوة المحركة؛
- في روح المقاولاتية يوجد نظرة أو فكرة لأفضل من الحالة الحاضرة؛
- ارتفاع نسبة المخاطرة في المقاولاتية لأنها تقدم منتوجات أو خدمات جديدة مرهونة إلى حد كبير بمدى نسبة قبولها في السوق؛
- تحتاج المقاولاتية من المقاول رسم وتطوير نظرة واستراتيجية لكي يحققها و يطبقها على أرض الواقع ويضمن نجاح مشروعه؛
- تتميز المقاولاتية بالفردية وروح المبادرة؛
- الإبداع يعتبر عامل مهم لنجاح المقاولاتية وقد يكون الإبداع التكنولوجي، طريقة جديدة في تقديم المنتج أو الخدمة أو التسويق أو التوزيع؛
- المقاولاتية هي مولد لنمو الإقتصادي فهي تساهم في تجديد وتنويع النسيج الصناعي والإقتصادي وتشجيع التطور التكنولوجي وهذا بفضل ما تخلقه من مشاريع متنوعة في مختلف الميادين الإقتصادية الإنتاجية كانت أو الخدماتية؛
- للمقاولاتية مهمة تتمثل في خلق الثروة والقيمة المضافة ورفع مستوى النمو وخلق مناصب عمل؛
- المقاولاتية هي نموذج تفعيل اقتصادي فهي تساهم في بعث حركية وانتعاش اقتصادي وهذا من خلال ما تقدمه من مشاريع جديدة؛
- المقاولاتية هي بديل أصبحت الدول تشجعه وتستعمله من أجل خلق مناصب شغل وزيادة نموها الإقتصادي وتنويع الاقتصاد.

ثالثا: أهمية المقاولاتية:[1]

تعتبر المقاولاتية مهمة في المجتمعات المعاصرة، لما تحدثه من آثار إيجابية تتمثل فيما يأتي:

1. إحداث التغيير والتحول، إذ يعتبر الإبداع من أهم الخصائص المميزة للمقاولاتية، خاصة وأن المنظمات المقاولاتية تعمل كوكيل لتغيير من خلال ممارسة الأنشطة المقاولاتية؛
2. إيجاد العديد من المشروعات التي تعتبر مهمة لتطوير الاقتصاد وتنميته؛
3. إيجاد فرص العمل ذات الأهمية على المدى الطويل من أجل تحقيق النمو الاقتصادي؛
4. زيادة الكفاءة من خلال زيادة التنافس، إذ أنّ دخول منافسين جدد يحفز الآخرين للإستجابة كفؤ وفعّال؛
5. إحداث التغيير في هيكل السوق والعمل من خلال تبني الإبداع التنظيمي والتكنولوجيا الحديثة؛
6. احتمالية إدخال ابتكار جذري يترك أثرا إيجابيا في الاقتصاد بشكل كامل نتيجة البدء بإنشاء الشركات الجديدة؛
7. التنوع الكبير في الجودة والنوعية، إذ أنّ المشروعات الجديدة تقدم أفكارا جديدة، وإبداعا اقتصاديا.

المطلب الثاني: ماهية المقاول

[1]- مزهر شعبان العاني، شوقي ناجي، حسين عليان، هيثم علي حجازي، **إدارة المشروعات الصغيرة "منظور ريادي تكنولوجي"**، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص.ص 28 – 29.

سنتطرق في هذا المطلب إلى مفهوم المقاول، دوافعه الشخصية إضافة إلى سمات المقاول الناجح.

أولا: مفهوم المقاول:

بشكل عام يمكن القول: أن مصطلح المقاول Entrepreneur يشير إلى الشخص الذي يمتلك القدرة على اكتشاف الفرصة وإدراكها، وتحمل المخاطرة، والعزم على البدء بالمشروع، وتأمين المصادر والإمكانات اللازمة وتشغيلها من أجل إضافة قيمة إلى المنتج أو الخدمة أو الطريقة والإجراءات، وإيجاد ما هو جديد ومميز، وبشكل يلي حاجات الزبائن ورغباتهم، وبحيث تكون النتيجة إما الحصول على الفوائد المعنوية والمادية ، أو التعرض للخسارة المعنوية والمادية.[1]

خلال القرنين السادس والسابع عشر، كان يعتبر المقاول الفرد الذي يتجه إلى أنشطة المضاربة، فالمصطلح لا يعبر بعد عن عمل الصناعي ولا على السوق ولا على التفاوض، بل عموما الشخص الذي يجري **عقد مع الملك** من أجل بناء مبنى عمومي أو الذي **يضمن التموين للجيش**.[2]

يعتبر R.Cantillon سنة 1730 أول من وضع مفهوما للمقاول، ثم جاء بعده جملة من الباحثين من المدرسة التقليدية الفرنسية أمثال Turgot سنة 1776 وبعدها J.B Say مابين 1803 - 1829 و Trade سنة 1890، وكذلك كان الموضوع محل اهتمام المدرسة النمساوية وتمثل ذلك في أعمال كل منKnight سنة 1921، وMiss ما بين 1949 – 1985 وSchumpeter سنة 1934، وكذلك كل من Kirzner سنة 1973، Baumol سنة 1968، Csson سنة 1982 ويمكن تلخيص أهم تعاريفهم فيما يلي:

أ. "Cantillon": المقاول هو صاحب رأس المال الذي يتحمل المخاطر الناجمة عن اللايقين بالبيئة؛

ب. D.MC Clelland : المقاول هو الشخص الذي يخوض مخاطر محسوبة؛

ج. Knight : المقاول هو الذي يتصرف على أساس توقعاته لتقلبات السوق، و يتحمل اللايقين في ديناميكية عمل السوق.

و هنا يتفق الباحثون على أن المقاول يقوم بإنشاء مؤسسة أين يعمل في ظل لا يقين البيئة بصفة عامة و تقلبات الأسواق بصفة خاصة، و بتحمل المخاطر الناجمة عن ذلك.[3]

كما ركز Schumpeter سنة 1928 على الجانب الإبتكاري للمقاول، الذي يعتبر جوهر المقاولاتية في الإدراك و استغلال الفرص الجديدة في مجال الأعمال من تركيبات جديدة للموارد، التي تمكن من تنفيذ و تحقيق الأفكار التي توضح أن المقاول يشارك بشكل كبير في التنمية الاقتصادية.[4]

و قد عرف كل من Don & Donald سنة 2001 المقاول بأنه ذلك الشخص الذي يستطيع تمييز الفرص و اغتنامها بينما الآخرين لا يستطيعون ذلك.[1]

---

[1]- مزهر شعبان العاني، شوقي ناجي، حسين عليان، هيثم علي حجازي، مرجع سبق ذكره، ص 26.

[2]– صندرة سايبي، **محاضرات في إنشاء المؤسسة**، جامعة قسنطينة 2 "عبد الحميد مهري"، قسنطينة، 2015/2014، ص 7.

[3]- الجودي محمد علي، **نحو تطوير المقاولاتية من خلال التعليم المقاولاتي "دراسة عينة من طلبة جامعة الجلفة"**، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015/2014، ص 21.

[4]- Sous La Direction De FRANÇOISE DANY, Cadres et entrepreneuriat « Mythes et Réalités », **Le gdr CADRES « CADRES, DYNAMIQUES, REPRESENTATIONS, ENTREPRISES, SOCIETES »**, Gdr n° 2334 E.M. Lyon, Ecully, 06 juin 2002, P 7.

إذن فالمقاول هو الشخص المجدد الذي يزاول التغيير في الأسواق من خلال تقديم منتج جديد، طريقة إنتاج جديدة و المساهمة أيضا حتى في فتح أسواق جديدة.

ثانيا: الدوافع الشخصية للمقاول:

تتمثل الدوافع الشخصية للمقاول في:[2]

- **تحقيق الشخصية:** L'accomplissement personnel

المقاول قبل أي دافع آخر يرغب في تحقيق الرغبة و التنمية الشخصية، و أن تكون أيضا لديه رغبة في تحقيق الطموحات التي قد تكون مرتبطة بالحاجة إلى الإنجاز مع الرغبة في خلق شيء جديد أو تطبيق المعرفة المكتسبة سابقا؛

- **الإستقلال الشخصي**: L'indépendance personnelle

من خلال انتقاله إلى مقاول وتحقيقه للتنمية الشخصية، يمكن فهم العديد من الحواس أولها أن يرتبط مفهوم المقاول الجيد بالشخص الذي يحدد المهام ويعتزم الإجتماع لتحقيق النتائج المتوقعة ومن بعض السمات الشخصية التي يمكن لأصحاب المشاريع الإتصاف بها ضمان الإستقلال الذي هو الشيء الأكثر من المرغوب فيه في العالم.

ثم يجب على صاحب المشروع أن تكون لديه القدرة على التصرف وفقا لأفكاره والمبادرات الخاصة، لكن هذا لا يمنعه من الهروب من الضغوط المفرطة في بعض الأحيان، وهذا مشابه لتحقيق الشخصية بالنظر إلى أن ينظر إلى تغيير الوضع باعتباره هربا من ظروف العمل القاسية للغاية؛

- **الدوافع الأسرية:** Les motivations d'ordre familial

إن ثقل التقاليد العائلية يزن بشكل كبير على الدوافع المعلنة، حيث يمكن أن تمارس البيئة الأسرية تأثيرا مزدوجا على أصحاب المشاريع الجديدة. فمن ناحية يمكن أن يشجع على تقليد الشباب لأحد أفراد العائلة (عادة ما يكون الأب) ذلك بإنشاء شركته الخاصة، فهناك العديد من الشركات العائلية، فهذه البيئة الأكثر مواتاة لإنشاء شركة خاصة، فالبيئة الأسرية تجمع بين صوره إيجابية عن المشاريع الخاصة ومن ناحية أخرى تولي وتوسيع الأعمال التجارية للعائلة في الكثير من الأحيان؛

- **الدوافع المالية:** Les motivations d'ordre financier

✓ **البديل عن البطالة:** L'alternative au chômage

قد يكون للإقالة دورا وأثارا، خصوصا إذا كان مرتبطا مع فرصة لرفع قضية في الواقع، فيوجد بعض الأشخاص يائسة لتجنب البقاء عاطلين عن العمل والمقاول يسمح لهم بالهروب من القيود البيئية؛

✓ **الحوافز المالية:** Les incitants financiers

---

[1]- هاشم فوزي العبادي، أزهار نعمة أبو غنيم، حامد كريم الحداوي، **الريادة الإستراتيجية و دورها في صياغة إستراتيجية التسويق الريادي في منظمات الأعمال**، مجلة القدسية للعلوم الإدارية و الاقتصادية، جامعة الكوفة، العراق، العدد الرابع، 2010، ص 17.

[2] - Didier Van Caillie, Claire Lambrecht, **L'entrepreneur, ses motivations, sa vision stratégique, ses objectifs "Working Paper réalisé dans le cadre de la "Chaire PME 1995" de la Caisse Nationale du Crédit Professionnel de Belgique"**, l'Université de Liège, Belgique, Mai 1995, P 11-14.

البحث عن الثراء الشخصي، رغم أنه ليس السبب الرئيسي لأصحاب المشاريع وبعيد عن همومهم. وقد أظهرت الدراسات التجريبية حول هذا الموضوع أن بعض الأشخاص يكون بدافع البحث عن راتب أعلى أو التعويض المالي، وتظهر حالة المقاول للبعض كوسيلة لتحقيق الإستقلال المالي.

ثالثا: خصائص (سمات) المقاول الناجح:

يتميز المقاول الناجح بعدة خصائص تتمثل في:[1]

- القدرة على تحمل المخاطرة:

المقاول مخاطر، يقبل التحدي، يحسب المخاطر ويقيم البدائل، ويتخذ الإجراءات اللازمة للحد من المخاطر أو التحكم في النتائج؛

- المبادرة:

يقوم المقاول -من تلقاء نفسه -بأفعال تتجاوز متطلبات العمل، ينجز الأعمال قبل أن يطلب منه ذلك أو تفرضها عليه الأحداث و يعمل على توسيع العمل ليغطي منتجات أو خدمات جديدة؛

- الانتباه للفرص واقتناصها:

يبادر المقاول ويبحث عن الفرص ويتحمل المسؤولية الشخصية ويستثمر الفرص غير العادية للحصول على مساعدة أو توسيع للمنشأة؛

- الإصرار والمثابرة:

يتخذ المقاول قرارات لمواجهة العوائق والتحديات و يلجأ إلى إجراءات متكررة ومتواصلة لمواجهتها، ويتحمل المسؤولية الشخصية لاتخاذ الإجراء اللازم لتحقيق الأهداف؛

- الاهتمام بالجودة والنوعية:

يقوم المقاول بأعمال تطابق المواصفات أو تفوقها و ينتج منتجات بجودة عالية ثم يقارن ذ عمله أو عمل منشأته بأعمال المنشآت الناجح.

إضافة إلى هذا هناك بعض الباحثين أضافوا السمات الآتية:[1]

- تحمل المسؤولية:

يميل المقاولون إلى الاستقلالية في أعمالهم، لذلك ينجزون ويديرون أعمالهم بطريقة متميزة وبروح من المسؤولية العالية. وتنبع هذه المسؤولية من الروح القيادية التي يتمتعون بها وبقدرتهم على مواجهة المشكلات والتصدي لها لا للهروب منها؛

- الإندفاع للعمل:

---

[1]- احمد مصطفى عبد الله، جاد الله عزوز الطلحي، عبد العظيم احمد النطاح، عمر الشيخ محمد حسن، **المشروع العربي لدعم القدرات في مجال انشاء و تطوير المنشآت الصغيرة و المتوسطة (الريادي)**، الطبعة الأولى، دار الكتب الوطنية، بنغازي، ليبيا، بدون سنة، ص 9.

[1]– ياسر سالم المري، **ريادة الأعمال الصغيرة و المتوسطة و دورها في الحد من البطالة في المملكة العربية السعودية (دراسة تحليلية مقارنة)**، أطروحة مقدمة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة دكتوراه الفلسفة في العلوم الأمنية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ، الرياض، 2013، ص.ص 33-34.

يظهر المقاولون اندفاعا نحو العمل أعلى من الآخرين، حتى إن هذا الإندفاع يأخذ شكل الحدي والعناد لممارسة الأعمال الصعبة والشاقة والمرهقة دون كلل أو ملل. كما أن لديهم استعداد للعمل لساعات طويلة،
وفي الغالب يداومون طيلة أيام الأسبوع، ويعملون حتى أثناء مرضهم، حيث يرون أن العمل يساعد على سرعة شفائهم؛

- الالتزام:

يتعلم المقاولون من أخطائهم ويلتزمون بأهدافهم ولا يتخلون عن تخطيط أنشطتهم المختلفة، فنجاح الأعمال عندهم يعتمد على مدى التزامهم ومثابرتهم في العمل؛

- تعدد الجوانب:

نظرا لتعدد صفات المقاول وسعة ثقافته، فإن سلوكه وتصرفاته الإقتصادية تعكس قدرته على إيجاد بدائل متعددة لحل مشكلة واحدة والوصول لهدفه من أقصر طريق، حيث يتقن استخدام البدائل ويجد عددا من المصادر المعرفية والتمويلية؛

- القدرة على المنافسة:

المقاول الناجح هو الذي يملك القدرة على المنافسة من خلال معرفة أين ومتى وكيف وبماذا يبدأ مشروعه، بالإضافة إلى إتقان العمل بطريقة مبتكرة في ضوء قدرته على تحمل تداعيات كل جديد وثقته بنفسه وطموحه وقدرته على الإبداع والإبتكار، حيث تساعده هذه السمات على المنافسة الفعالة وقبول التحديات والتغلب على الصعوبات؛

- الثقة بالنفس:

تساعد الثقة بالنفس المقاول على النجاح في عمله من خلال القدرة على التغلب على المشكلات، وعدم الخوف من الوقوع في الأخطاء، والعمل على تصحيح الأخطاء والإنحرافات وعدم تكرارها والإبداع والتطوير وإضافة قيم جديدة للمجتمع؛

- القدرة على التفكير الإبتكاري والمعرفة الفنية والعلمية:

يتميز المقاولون بقدرتهم على التفكير الإبتكاري والتحليل الإستراتيجي للمواقف الحرجة التي يواجهونها، مما يمنحهم قدرة على استخدام الموارد الخارجية ة الإستفادة من خبرات الآخرين ومساعداتهم من أجل الأهداف المحددة بدقة وواقعية في ظل تمتعهم بخبرات فنية تساعدهم على تحديد أوجه الخلل والقصور، وفهم واستعاب التقارير المالية والرقمية، والحساسية في التعامل مع النقود لوضع كل مبلغ مالي في محله، بالإضافة إلى تمكنهم من المعرفة العلمية بفهم العمليات والمصطلحات الأساسية لمجالات عملهم؛

- المنهجية والتنظيم:

يتميز المقاولون وأصحاب الأعمال الصغيرة والمتوسطة بقدرتهم على ترتيب وتنظيم وقتهم بشكل جيد، فهم يرون الصورة بحجمها الكبير، وفي الوقت نفسه يعرفون جميع التفاصيل الدقيقة، فهم أصحاب منهجية وتنظيم مستمر لمواجهة المصاعب والمشكلات في العمل.

المطلب الثالث: مراحل إنشاء المشروعات الصغيرة ودورها في التنمية الإقتصادية.

من خلال هذا المطلب سوف نتعرف على استراتيجيات المقاولاتية وكيفية إنشاء المؤسسات ودور هذه المشروعات الصغيرة في تحقيق التنمية الإقتصادية.

أولا: استراتيجيات المقاولاتية:

ومن استراتيجيات المقاولاتية ما يلي:[1]

1. الإبداع: Innovation

يعني التجديد بوصفه إعادة تشكيل أو إعادة عمل الأفكار الجديدة لتأتي بشيء جديد، ويتم التوصل إلى حل خلاصة لمشكلة ما، أو إلى فكرة جديدة و تطبيقها، و إن الإبداع هو الجزء الملموس المرتبط بالتنفيذ أو التحويل من فكرة إلى المنتج وقد أشار الباحثون إلى أن الإبداع هو القدرة على الجمع أو مشاركة المعلومات بطرق تطوير أفكار جديدة. وبعبارة أخرى هو تطوير الأفكار الإبتكارية التي تعكس الحاجات المدركة وتستجيب للفرص في المنظمة، وهو يعتبر الخطوة الأولى للإبتكار ويساهم في نجاح المنظمة على المدى الطويل، كما انه يحسن من عملية صنع القرار من خلال تشجيع العصف الذهني كأحد الأساليب المستخدمة في جمع أعضاء الجماعة معا لتطوير أفكار جديدة بحرية وعفوية دون انتقاد.

2. الإبتكار: Creativity

هو الوصول إلى فكرة جديدة ترتبط بالتكنولوجيا وتؤثر في المؤسسات المجتمعية، والإبتكار هو الجزء المرتبط بالفكرة الجديدة وأن المنظمة الإبتكارية هي تلك المنظمة التي تبتكر أشياء ذات قيمة في الخدمات والأفكار والعمليات ضمن مجموعة من العاملين مع بعضهم بعضا في ظل الإطار الإجتماعي للمنظمة الذي يتكون من الأفراد والجماعات للتأثير في السلك الإبتكاري الذي يحدد الإبتكار التنظيمي للمنظمة.

3. أخد المخاطرة:

وهي أن يقوم المقاول بأخذ المجازفة في طرح منتجات جديدة بالأسواق آخذا بعين الإعتبار ما يوجد في السوق من مخاطر الغموض وعدم التأكيد.

4. التفرد:

[1]- بلال خلف السكارنه، **استراتيجيات الريادة و دورها في تحقيق الميزة التنافسية (دراسة ميدانية على شركات الإتصالات في الأردن)**، كلية بغداد للعلوم الإقتصادية، جامعة الإسراء الخاصة، بغداد، العدد السابع عشر، أيار 2008، ص.ص 89-90.

وهو إدخال طرق جديدة سواء كانت تكنولوجية أو منتجات جديدة أو طريقة جديدة في تقديم المنتج أو الخدمة أو في إدارة التنظيم و هيكلته و ذلك بصورة مختلفة عن الآخرين.

5. المبادأة:

وهي المشاركة في مشاكل المستقبل والحاجات والتغيرات، ومدى تقديم منتجات جديدة وتكنولوجية وتقنيات إدارية وتتكون المبادأة بتنفيذ الأعمال المقاولاتية، بحيث يكون آخذ هذه المخاطرة مسؤولا عن الفشل وعدم تحقيق النجاحات المتوقعة.

ثانيا: مراحل إنشاء المؤسسة:

تتميز عملية إنشاء المؤسسة بأربع خطوات وهي كالآتي:[1]

1. تقييم الفرص: l'évaluation de l'opportunité

تتحول الفكرة إلى خلق فرصة واقعية، وهذا يتطلب تحديد الفكرة الولية على وجه التحديد: ماذا أن نبيع؟ ولمن نريد البيع؟ وما هي القيمة التي يمكن الحصول عليها؟ وللإجابة على هذا علينا أن نبحث عن المعلومات ومعرفة أراء ونصائح الخبراء والمختصين ثم بعد ذلك اختبار هذه الفكرة مع أفراد المحيط الخارجي، ثم تحليل القيود والمعوقات للمشروع.

ولتقييم صحيح لفرصة إنشاء مؤسسة يجب:

- معرفة الحد الأدنى من الإبداع الذي يتحدد من الفكرة الأولية للمشروع التي تخلق فرصة جديدة للإنشاء؛
- إتقان بعض المفاهيم والأدوات التسويقية لنجاح العملية الإنتقالية بفكرة جيدة للمنتج أو الخدمة.

2. تصميم وصياغة المشروع: la conception et la formulation du projet

في هذه الخطوة من المشروع يجب أن تجرى دراسات مختلفة كدراسة السوق، دراسة جدوى المشروع من الناحية المالية والقانونية، كل هذه الدراسات تساعد على تطوير استراتيجية وخطة العمل وصياغة المشروع.

ومن بين النقاط الأساسية لإنشاء المشروع ما يلي:

- أن يكون المقاول واقعي وعملي؛
- أن يكون المقاول واضح اتجاه استراتيجية المشروع؛
- البحث عن مزايا تنافسية مستدامة.

3. التركيب القانوني والمالي للمشروع: le montage juridique et financement du projet

- التركيب القانوني هو اختيار الهيكل المثل الذي يحمي العلاقات بين جميع الأطراف (الموظفين، المستثمرين، الشركاء، الموردين والمقاول الفرعي) إضافة إلى هذا معرفة تقنيات الحماية وتثمين التفاوض الإبتكاري عندما يتعلق الأمر بخلق مؤسسة مبتكرة؛
- تسمح خطة العمل بالحوار مع المصرفيين والمستثمرين، ففي هذه المرحلة يجب على المصمم إتقان مشروعه للإجابة على جميع الأسئلة التي يطرحها الشركاء الماليين.

---

[1] - Rachid ZAMMAR, **Conférence « Initiation à l'entrepreneuriat »**, Centre d'Etudes Doctorales en Sciences et Technologies de Rabat (CEDESTR),Faculté des Sciences, Université Mohammed V- Agdal, Rabat, 2015, P 9.

4. انطلاق الأنشطة: le lancement des activités

للإنطلاق بنجاح في الأنشطة يجب:

- عدم تضييع الوقت؛
- الذهاب مباشرة إلى نقطة الحصول على الزبائن والطلبات؛
- إتباع خطة العمل.

ثالثا: دور المشروعات الصغيرة في التنمية الإقتصادية:

يمكن للمشروعات الصغيرة أن تساهم في التنمية الإقتصادية كما يلي:[1]

- ✓ تعد المشروعات الصغيرة لبنة أساسية للمشروعات الكبيرة ومنافذ توزيع بين المستهلك وبين المشروعات الإنتاجية، كما تساعد على زيادة المبيعات والتوزيع، مما يقلل تكاليف التخزين، ويؤدي إلى وصول السلعة إلى المستهلك بأقل تكلفة؛
- ✓ تعتبر المشروعات الصغيرة مناخا جيدا للإبداع والإبتكار والتطوير والتجديد وذلك لوجود حوافز مادية بعكس الوظائف الحكومية، وهذا ما يؤدي إلى ارتفاع معدل الإنتاجية والإنجاز، ويقال أن أكثر من ربع براءات الاختراع التي سجلت في الدول المتقدمة صناعيا كانت قد سجلت من قبل المشروعات الصغيرة؛
- ✓ تعمل المشروعات الصغيرة على تحسين الاستهلاك وترشيده، وتقضي على الإسراف والضياع الإقتصادي، كما تقضي على التضخم عن طريق الاستثمارات والتشغيل الإقتصادي للأموال غير المنتجة، وتعمل على توفير السلع والخدمات فيزيد الدخل القومي، وعليه فالمشروعات الصغيرة تساعد في زيادة فرص العمل وتحسين طرق استغلال الموارد الطبيعية المتاحة، كذلك تساهم في الحد من انتشار الفقر لأنها تتوزع على شريحة عريضة من المجتمع
- ✓ المشروعات الصغيرة لها القدرة على خدمة قطاعات المجتمع، قد لا تتمكن المشروعات الكبيرة القيام بها مثل خدمة مناطق البدو والريف والمناطق الصحراوية؛
- ✓ المشروعات الصغيرة مستمرة، رغم ما يقال أنها معرضة للاندثار، حتى في حالة إنشاء مشروع كبير سيكون هناك مشروعات صغيرة تخدم هذه المشروعات الكبيرة مثلا إذا ثم إنشاء مشروع كبير سرعان ما يولد حاجة لمشروعات صغيرة تخدم هذا المشروع الكبير.

[1]- مروة أحمد، نسيم برهم، **الريادة وإدارة المشروعات الصغيرة**، الطبعة الثانية، الشركة العربية للتسويق و التوريدات، القاهرة، 2010، ص.ص 91-92.

المبحث الثاني: المشاريع الإستثمارية والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

أصبحت للمشاريع الإستثمارية والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة أهمية كبيرة في تنويع الإقتصاد وخلق الثروة ومناصب الشغل. ومن خلال هذا المبحث نهدف إلى التطرق إلى المفاهيم المتعلقة بالمشاريع الإستثمارية والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بخصائصها وأنواعها، إضافة إلى مصادر تمويل المشروعات الصغيرة والأهمية الإقتصادية والإجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

المطلب الأول: مفاهيم متعلقة بالمشروع الإستثماري

نهدف من خلال هذا المطلب إلى التعرف على مفهوم المشروع الإستثماري خصائصه وأنواعه.

أولا: مفهوم المشروع الإستثماري:

لقد تعددت الآراء فيما يتعلق بتحديد معنى ومفهوم المشروع الإستثماري، فمعظم الإقتصاديين الذين تناولوا دراسة المشروع يركزون على مفهوم الإستثمار دون ذكر مفهوم المشروع الإستثماري، وهذا نظرا لعملية التكامل والارتباط الموجود بينهما، وعلى هذا الأساس فإن الفرق بين الإستثمار والمشروع الإستثماري يكمن في المرحلة الزمنية، فالمشروع يسبق العملية الإستثمارية، فهو تمهيد للإستثمار، أي هو كل ما يتعلق بالأفكار التي على أساسها سيقام المشروع الإستثماري، فالمشروع كمصطلح يعني فكرة مقترحة تخضع إلى الدراسة والتقييم الأمر الذي يعني احتمال الأخذ بها أو رفضها على الإطلاق، أو احتمال تنفيذها بعد إجراء القليل أو الكثير من التعديلات عليها.[1]

حسب (Bridie et Michailof) فإن المشروع الإستثماري هو مجموعة كاملة من النشاطات والعمليات التي تستهلك موارد محدودة سواء كانت تجهيزات أو موارد بشرية و المتمثلة في اليد العاملة أو موارد مالية خاصة الصعبة منها، حيث ينتظر من هذه العمليات تحصيل دخول أو منافع نقدية أو غير نقدية بالنسبة لأفراد المجتمع كله.[2]

---

[1]- بن مسعود نصر الدين، **دراسة و تقييم المشاريع الإستثمارية "دراسة حالة شركة الإسمنت بني صاف"**، مذكرة التخرج لنيل شهادة الماجستير في العلوم الإقتصادية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2010/2009، ص 35.

[2]- بن حسام حكيم، **دراسة الجدوى و معايير تقييم المشاريع الإستثمارية " دراسة حالة مؤسسة G.M.D La Belle " لصناعة الفرينة و السميد**، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير فرع لإدارة أعمال، جامعة الجزائر، الجزائر العاصمة، 2006/2005، ص 9.

كما عرفته الجمعية الفرنسية لإدارة المشاريع على أنه عملية موحدة تحتوي على مجموعة من النشاطات المترابطة و المحكمة خلال الفترة التي تبدأ من تاريخ البدء في تنفيذه إلى غاية الإنتهاء منه، بغرض هدف يتماشى وطلبات محددة.[1]

ويمكن تعريف المشروع الإستثماري أيضا على أنه: "كل كيان مستقل يديره منظم أو أكثر يقوم بدمج ومزج عناصر الإنتاج المتاحة بنسب معينة وبأسلوب معين، بهدف إنتاج سلعة أو خدمة تطرح في السوق لإشباع حاجات أو حاجات عامة خلال فترة معينة.[2]

ثانيا: خصائص المشاريع الإستثمارية:

يتميز كل مشروع بمجموعة من الخصائص تميزه عن أنشطة المشاريع الأخرى ومن أهم هذه الخصائص ما يلي:[3]

- ✓ **الغرض:** يعتبر تحديد الغرض أو الهدف المراد تحقيقه نقطة انطلاق وبداية لأي مشروع استثماري؛
- ✓ **دورة الحياة:** يعتبر المشروع بمثابة كائن عضوي له دورة حياة حيث تبدأ ببطء ثم تتزايد الأنشطة فيه حتى تصل إلى الذروة ثم تنخفض حتى تنتهي عند اكتمال المشروع؛
- ✓ **الإنفرادية:** يتميز المشروع بخصائص فريدة ومختلفة تميزه عن باقي المشاريع الأخرى؛
- ✓ **الصراع:** يواجه أي مشروع مواقف تتميز بالصراع، ومن هذه المواقف هو تنافس المشاريع فيما بينها للفوز بالعرض المحدود من الموارد البشرية والمالية والطبيعة المتاحة وكذلك تعدد الأطراف المهتمة به؛
- ✓ **التداخلات:** يواجه كل مشروع تداخلات مستمرة من الأقسام الوظيفية للمشروع كالتسويق، التمويل، التصنيع، ومن جهة أخرى نشوء علاقات ترابط وتداخل مع مشاريع أخرى.

ثالثا: أنواع المشاريع الإستثمارية:[1]

1. من حيث الهدف والملكية:

- مشروع خاص يخضع لملكية خاصة أو تعاونية؛
- مشروع عام يخضع لملكية الدولة أو الهيئة العامة؛
- مشروع مختلط يخضع لملكية كل من الدولة والأفراد.

---

[1]- نمري نصر الدين، **الموازنة الإستثمارية و دورها في ترشيد الإنفاق الإستثماري "دراسة حالة مشروع كهربة السكك الحديدية لضاحية الجزائر العاصمة"**، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير فرع مالية المؤسسة، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، 2009/2008، ص 14.

[2]- بن حسام حكيم، مرجع سبق ذكره، ص 7.

[3]- أوسرير منور، بن حاج جيلالي مغراوة فتيحة، **دراسة الجدوى البيئية للمشاريع الإستثمارية**، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، المركز الجامعي خميس مليانة "الجزائر"، العدد السابع، 2011، ص 331.

[1]- عبد الله حسين جوهر، **إدارة المشروعات الإستثمارية إقتصاديا – تمويليا – محاسبيا – إداريا**، مؤسسة شباب الجامعة، إسكندرية، 2011، ص.ص 19 – 20.

2. من حيث طبيعة ومجالات الأنشطة:

مشروعات صناعية، مشروعات زراعية، مشروعات تجارية، مشروعات خدمية، مشروعات تشييد وبناء، مشروعات استخراجية وتنصيب، مشروعات تحويلية.

3. من حيث النطاق المكاني للنشاط:

- مشروعات محلية؛
- مشروعات دولية.

4. من حيث النطاق الزمني للنشاط:

- مشروعات مستمرة؛
- مشروعات مؤمنة.

المطلب الثاني: ماهية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

سنتطرق في هذا المطلب إلى مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، خصائصها وأهم أنواعها.

أولا: مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

بالرغم من إدراك الدول لأهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة واقتناعهم بالدور الذي يمكن أن تقوم به في التنمية الإقتصادية، إلا أن واقع تحديد مفهوم دقيق وواضح لتلك المؤسسات بقي أمر في غاية الصعوبة، نظرا لتعدد القيود المتحكمة في وضع مفهوم موحد وشامل، إن وضع الحدود الفاصلة بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمؤسسات الكبيرة يطرح كمشكل أساسي أمام صياغة مفهوم موحد، حيث أن هذه الحدود ليست نفسها في كل الدول، وخاصة عند المقارنة بين الدول المتقدمة والنامية، ذلك لاختلاف درجة النمو، وعند المقارنة في نفس الدول بين المؤسسات التجارية والصناعية وذلك لاختلاف طبيعة النشاط.[1]

ونظرا لإختلاف المعايير والخصائص التي تساعد على تحديد مفهومها، أدرجت بعض التعريفات من بينها:

1. تعريف البنك الدولي:[2]

يتعامل البنك الدولي مع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على أساس التعريف الذي حددته دائرة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الذي يميز بين ثلاثة أنواع من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كما يوضحه الجدول التالي:

الجدول (1-1): أنواع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب البنك الدولي.

نوع المؤسسة	العمالة الموظفة (عامل)	الموجودات (دولار)	رقم الأعمال السنوي (دولار)
مؤسسة صغرى	9	100000	100000
مؤسسة صغيرة	49	3000000	3000000

[1]– قعيد إبراهيم، **دور الترويج في إنجاح السياسات التسويقية في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة دراسة حالة مؤسسة روائح الورود – الوادي -**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير فرع العلو الإقتصادية تخصص المؤسسات المتوسطة و الصغيرة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2009، ص 3.

[2]– قنيدرة سمية، **دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الحد من ظاهرة البطالة – دراسة ميدانية بولاية قسنطينة-**، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير فرع تسيير الموارد البشرية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2010/2009، ص.ص 55 – 56.

مؤسسة متوسطة	299	15000000	15000000

2. تعريف البنك الإحتياطي الفيدرالي:

يضع البنك تعريفا محددا للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة على أساس تقديم المساعدات لها فيعرفها على أنها المنشأة المستقلة في الملكية والإدارة، وتستحوذ على نصيب محدد من السوق.[3]

3. تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر:

تعرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مهما كانت طبيعتها القانونية بأنها مؤسسة إنتاج السلع والخدمات، تشكل من 1 إلى 250 شخصا، ولا يتعدى رقم أعمالها السنوي (02) مليار دينار جزائري أو لا يتعدى مجموع حصيلتها السنوية خمس مائة (500) مليون دينار جزائري و ذلك حسب ما جاء في القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الصادر في 2001/12/12.

- **المؤسسات المتوسطة:** تعرف بأنها مؤسسة تشغل ما بين 50 إلى 250 شخص ويكون رقم أعمالها ما بين مائتين وملياري دينار جزائري، أو يكون مجموع حصيلتها السنوية ما بين مائة وخمسمائة مليون دينار جزائري؛
- **المؤسسة الصغيرة:** تعرف بأنها مؤسسة تشغل ما بين 10 إلى 49 شخصا، ولا يتجاوز رقم أعمالها السنوي مائتي مليون دينار جزائري أو لا يتجاوز مجموع حصيلتها السنوية مائة مليون دينار جزائري؛
- **المؤسسة المصغرة:** تعرف بأنها مؤسسة تشغل من 01 إلى 09 شخصا ولها رقم أعمال أقل من 20 مليون دينار جزائري أو يكون مجموع حصيلتها السنوية لا يتجاوز 10 ملايين دينار جزائري.[1]

ثانيا: خصائص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

تتميز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالخصائص العامة التالية:[2]

- مؤسسات صغيرة أو متوسطة بمؤشر عدد العاملين، أي أنها تستخدم عددا محدودا من العاملين لا يفوق 250 عامل و/أو موظف، في أغلب الأحيان تهيمن الشخصية في تنظيمها مما يجعلها تتمتع بمرونة عالية

---

[3]- جلال عبد القادر، **المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و دورها في حل مشكلة البطالة –حالة الجزائر-**، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الإقتصادية فرع التحليل الإقتصادي، جامعة الجزائر، الجزائر العاصمة، 2009/200، ص 20.

[1]- زرفة بولقواس، **المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و دورها في تفعيل القطاع الخاص الجزائري – دراسة ميدانية بمؤسسات خاصة متنوعة بمدينة باتنة-**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في علم الإجتماع تخصص تنظيم و عمل، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012/2011، ص.ص 21 – 22.

[2]- سليمان ناصر، عواطف محسن، **قطاع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة كبديل تنموي للاقتصاد الجزائري خارج قطاع المحروقات (المعوقات و الحلول)**، الملتقى الدولي الأول حول تقييم استراتيجيات و سياسات الجزائر الإقتصادية لاستقطاب الإستثمارات البديلة للمحروقات في آفاق الألفية الثالثة بالجزائر، جامعة المسيلة، يومي 28 و 29 أكتوبر 2014، ص.ص 4 – 5.

والقدرة على التغيير، لأنها تملك تنظيما بسيطا لا يسمح بتخصص عال، وقد تكون هذه الميزة أحد أسباب الإنتشار الواسع للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛

- تمارس المؤسسة الصغيرة والمتوسطة نشاطا واحدا، وهذا ما يساعد في تقليل تعقيد متطلبات إدارة المؤسسة، مما يتطلب مهارات وطرق تسيير بسيطة يمكن لأي شخص مهما كانت درجة تعلمه وبرأس مال محدود جدا أن يقيم مشروعا صغيرا يؤمن له حياته؛
- تمتاز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بمعدلات فشل عالية ممثلة في الموت، الغلق أو التصفية مقارنة بالأعمال الكبيرة، وتهديد الفشل القائم على مدى حياة العمل الصغير، إلا أنه أعلى في سنوات التأسيس الأولى، ونسبته الأكبر هي نتيجة عدم رغبة أصحابه في الإبقاء عليه بسبب الخسائر المالية التي يعرضهم لها، مما يضطرهم لتصفيته؛
- تتميز إدارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بأداء عمل الرجل الواحد، حيث يقوم المدير (المالك) مع عدد قليل من المساعدين بوظائف الإنتاج، التمويل، الشراء، البيع والإتصالات الشخصية، كما أنه لا يوجد بها استشاريون للوظائف الإدارية المتخصصة، مما يؤدي بها إلى عدم الإستفادة من مزايا التخصص وتقسيم العمل؛
- صعوبة توفير ضمانات كافية للبنوك خاصة في المراحل الأولى من النشاط مما يجعلها تعتمد على التمويل الذاتي أو العائلي أساسا وتمويل نموها يكون من مصادر داخلية (المسير)؛
- صعوبة إعداد القوائم المالية لإفتقار المسير للخبرة المالية والمحاسبية؛
- قدرة محدودة على الإنتاج للتخزين نظرا لضعف الموارد المالية وعدم التحكم في السوق؛
- دورة حياة المؤسسة قصيرة إذ أنها تتأثر بأسباب بسيطة تضع حدا لنهاية نشاطها، وهذا راجع لهشاشتها مثلا: استقالة موظف أساسي، خسارة زبون مهم ... الخ.

ثالثا: أنواع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

تصنف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إلى:

3.1. تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب طبيعة المنتوج:

وتصنف على أساس هذا المعيار إلى ثلاثة أقسام:[1]

3.1.1. المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المنتجة للسلع الإستهلاكية:

يمثل نشاط المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ضمن هذا التصنيف في إنتاج السلع الإستهلاكية مثل المنتجات الغذائية والملابس والنسيج والمنتجات الجلدية والتبغ وبعض المنتجات الكيميائية وغير ذلك من السلع الإستهلاكية، وتدخل هذه المنتجات ضمن الصناعات التالية:

- الصناعة الغذائية؛
- الصناعات الفلاحية أو التحويلية الفلاحية؛

[1]– غدير أحمد سليمة، **تأهيل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر "دراسة تقييمية لبرنامج ميدا"**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير فرع العلوم الإقتصادية تخصص اقتصاد و تسيير المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2007/11/14، ص.ص 12 – 13.

- صناعة النسيج والجلد؛
- صناعة الورق وأنواعه.

ويرتكز هذا النوع من المنتجات الإستهلاكية في الأساس على تأقلمها مع خصائص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بحيث أن صناعة السلع الغذائية تعتمد على المواد الأولية متفرقة المصادر وبعض الصناعات الأخرى كصناعة الجلود والأحذية مثلا، وتعتمد فيها على استعمال تقنيات إنتاج بسيطة وكثيفة الإستخدام لليد العاملة.

3.1.2. المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المنتجة للسلع الوسيطية:

وتمثل كل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تدخل ضمن الصناعات التالية:

- الصناعة الميكانيكية والكهربائية؛
- الصناعة الكيميائية والبلاستيكية؛
- صناعة مواد البناء؛
- المحاجر والمناجم.

3.1.3. المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المنتجة لسلع التجهيز:

إن صناعة سلع التجهيز تتطلب تكنولوجيا مركبة، ويد عاملة مؤهلة، ورأس مال أكبر مقارنة بالصناعات السابقة، وهذا ما يجعل مجال تدخل هذا النوع من المؤسسات ضعيف، حيث انه يشمل بعض الفروع البسيطة فقط، وهذا خاصة في البلدان الصناعية أما في البلدان النامية فتتكفل هذه المؤسسات بتصليح وتركيب الآلات والمعدات، خاصة وسائل النقل فهي تمارس عملية تركيبية أو تجميعية انطلاقا من استراد أجزاء للمنتوج النهائي (قطع غيار) وإنتاج بعضها، ثم القيام بعملية التجميع للحصول على المنتوج النهائي.

3.2. تصنيف المؤسسات حسب توجهها:

يمكن تجزئة المؤسسة الصغيرة والمتوسطة على أساس توجهها إلى ما يلي:[1]

3.2.1. المؤسسة الصغيرة والمتوسطة التقليدية:

المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الممارسة للمهن الحرفية والتقليدية موجهة لتغطية متطلبات الحياة اليومية، وكذا الفلاحية وتنتج منتجات تقليدية أي منتجات استهلاكية ذات ميزة أو خاصة تقليدية كإنتاج الزيت الطبيعي، الورق، المنتجات الجلدية، وغير ذلك من المنتجات ذات الطابع التقليدي، كما تستهدف المؤسسات التقليدية بما تنتج من منتجات مصانع ومؤسسات صغيرة ومتوسطة أخرى ترتبط بها في شكل تعاقد تجاري وتتميز كذلك باعتمادها على أدوات يدوية بسيطة وتجهيزات قليلة في تنفيذ عملها.

3.2.2. المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الموجهة للمؤسسات الصناعية الكبرى:

المؤسسة التي تنتمي إلى هذا القطاع تكون مرتبطة بالمؤسسات الكبرى وتأخذ الأشكال التالية:

✓ **المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الفرعية:**

يعتبر كتقسيم للعمل بين المؤسسات الكبرى والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، حيث تقوم هذه الخيرة بالوظيفة التكميلية للمنتوج الوارد من المؤسسة الكبرى ويوجه مباشرة إلى المستهلك النهائي.

[1]–غدير أحمد سليمة، مرجع سبق ذكره، ص.ص 13 - 14.

✓ **المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الناشئة في مجال المقاولة:**

تعتبر المقاولة من أهم أشكال التعاون الصناعي في مجال المؤسسات الصناعية وهو شكل من الترابط الهيكلي والخلقي بين مؤسسة كبيرة ومؤسسة أخرى مقاولة تتميز بحجمها الصغير أو المتوسط حيث تقوم هذه الأخيرة بتلبية متطلبات وحاجيات المؤسسة الكبيرة فمخرجاتها تعتبر مدخلات المؤسسة الكبيرة ويحدد شكل التعاون بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الصناعية والمؤسسات الكبيرة الصناعية حسب المعايير التالية:

- طبيعة العمل المنجز لحساب المؤسسة الكبيرة؛
- إشكال التعاون المنصوص عليه في العقد.

3.3. التصنيف حسب المعيار القانوني:

الشكل القانوني Legal form هو الشكل الذي يأخذه العمل من الناحية القانونية عندما يحصل على ترخيص لإقامته وعند حصوله على وجود قانوني ورسمي، يحد من يملك العمل من الناحية القانونية، وما هي حقوق وواجبات كل من "المالكين" و"العمل" والعلاقة بينهما.[1]

أ. مؤسسات فردية:

هي تلك المؤسسات التي تمتلك وتمول وتسير من قبل شخص واحد هو المسؤول الوحيد عن نتائج نشاطها من ربح أو خسارة، وينتشر هذا النوع من المؤسسات في معظم الإقتصاديات.[2]

ب. الشركات:

تعرف على أنها عقد بين شخصين أو أكثر للقيام بعمل معين واقتسام ما ينشأ من ربح أو خسارة، إلا أنه لكل نوع من الشركات تعريف خاص بها، لأن لكل شركة خصوصيتها و تنقسم إلى نوعين هما: شركات الأشخاص وشركات الأموال.[1]

1. شركات الأشخاص:

وهي التي يكون للاعتبار الشخصي فيها أهمية كبرى ، فلولا الأشخاص وإلا لما أقدم الشركاء على التشارك فيها ولا يسمح فيها لأي شريك بيع حصته إلا بموافقة جميع الشركاء ولا ينسحب الشريك منها في أي وقت ؛ وإنما بعد إنهاء مدة الشركة أو بموافقة الأطراف الأخرى تتضمن شركات الأشخاص.[2]

- **شركات تضامن:**

---

[1]- دليلة حضري، **آليات تمويل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في شمل ايفريقيا خلال فترة 1995-2005**، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الإقتصادية تخصص نقود و مالية ، جامعة حسيبة بن بو علي، شلف،2007، ص43.

[2]- الحاج على حليمة، **إشكالية تمويل المؤسسات الصغيرة – دراسة حالة ولاية قسنطينة-**، مذكرة مقدمة استكمالا لمتطلبات الحصول على شهادة الماجستير في علوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2009/2008، ص 9.

[1]- دليلة حضري، مرجع سبق ذكره، ص43.

[2]- أحمد فاروق السيد حسنين، **التعريف بأنواع الشركات المختلفة**، الصفحة 01، ، http://www.aliahmedali.com/forum

وهي تقوم بين شريكين بصورة تضامنية تمتد إلى ممتلكاتهم الشخصية في حالة الإفلاس وعدم القدرة على سداد الديون ومن أهم السمات أن يكون كامل الأهلية أن يكون بالغان وعاقلان وأن يكون الشريكين غير موظفين وأن تكون البطاقة سارية لمدة سبعة سنوات.

- **شركات محاصة:**

وهي عبارة عن شركة بين أشخاص تقوم بينهم لتحقيق هدف معين ثم التصفية بمجرد تحقيق الهدف.[3]

- **شركة التوصية البسيطة:**

الشركة التي تعقد بين شريك واحد أو أكثر مسئولين ومتضامنين وبين شريك واحد أو أكثر يكونون أصحاب أموال فيها وخارجين عن الإدارة ويسمون موصين.[4]

2. شركات الأموال:

وهي الشركات التي تقوم أساسا على الإعتبار المالي ولا يكون لشخصية الشريك أثر فيها، فالعبرة في هذه الشركات بما يقدمه كل شريك من مال، ولهذا فإن هذه الشركات لا تتأثر بما قد يطرأ على شخص الشريك كوفاته أو إفلاسه أو الحجر عليه. وشركات الأموال لا تشمل سوى شركات المساهمة وهي الشركات التي يقسم رأس المال فيها إلى أسهم متساوية القيمة وقابلة للتداول بالطرق التجارية، ويسمى الشركاء في هذه الشركات بالمساهمين، وهم ليسوا تجارا ولا يسألون عن ديون الشركة إلا في حدود قيمة الأسهم التي يمتلكونها في الشركة ويمكن للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة أن تأخذ الأشكال التالية:

الشركة ذات المسؤولية المحدودة وشركة التضامن وهي الأشكال الأفضل ملائمة لها من بين أشكال الشركات نظرا لمسؤولية الشركاء، إضافة إلى المؤسسات الفردية .[1]

- **الشركات ذات المسؤولية المحدودة:**

هي الشركة التي تتكون من شريكين أو أكثر مسؤولين عن ديون الشركة بقدر حصصهم في رأس المال، ولا يزيد عدد الشركاء في هذه الشركة عن خمسين شخصاً. ولا يسأل الشريك عن ديون الشركة إلا بقدر حصته في رأس المال، ولكن يلاحظ أن مسؤولية الشركة ذات المسؤولية المحدودة ذاتها عن ديونها ليست محدودة بل هي مطلقة في جميع أموالها، ولكن مسؤولية الشركاء فقط هي المحدودة بقدر حصة كل منهم في رأس المال. ولا يجوز تأسيس شركة ذات مسؤولية محدودة عن طريق الاكتتاب العام، ويجوز للشريك أن يتنازل عن حصته للغير، كما يجوز للشركة ذات المسؤولية المحدودة أن تتخذ اسماً خاصاً مشتقاً من غرضها، كما يجوز لها أن تتخذ عنواناً يتضمن اسم شريك أو أكثر.[2]

المطلب الثالث: مصادر تمويل المشروعات الصغيرة والأهمية الإقتصادية والإجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

سنتطرق في هذا المطلب إلى مصادر تمويل المشروعات الصغيرة والأهمية الإقتصادية والإجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة .

---

[3]- احمد محمد عبدا لخالق حسن قابل، **أنواع الشركات مع شرح مبسط لكل نوع**، الصفحة 02، https://www.bayt.com

[4]- أسماء، **شركات التوصية البسيطة**، الصفحة 02، http://www.chechar.cc/vb/showthread.php?t=19198

[1]- محمود عثمان عبد الرزاق، **أنواع الشركات و خصائصها**، الصفحة 01، http://kenanaonline.com

[2]- الرياض، الفرق **بين الشركة التضامن و الشركات ذات المسؤوليات المحدودة**، الصفحة 01، http://www.alriyadh.com/129616

أولا: مصادر تمويل المشروعات الصغيرة:

يمكن لأصحاب المشروعات الصغيرة الحصول على التمويل اللازم من خلال المصادر التالية:[3]

1. حصص رأس المال: من مدخرات الشخصية وهي غالبا غير كافية بسبب انخفاض معدل الإدخار في الدول النامية، كما يمكن اللجوء للإقتراض من العائلة والأقارب والأصدقاء وهذا أيضا مصدر غير كاف إضافة إلى تدخل هؤلاء في شؤون المشروع، كما يمكن اللجوء إلى مشاركة الآخرين وفي هذه الحالة سيتم اقتسام الإدارة وإقتسام الأرباح؛

2. **الإقتراض:** من البنوك ومن المؤسسات المالية الأخرى، وهذه لا ترغب في منح الإئتمان بسبب المخاطر المرتفعة المصاحبة لهذا النوع من التمويل؛

3. الإئتمان التجاري: إن تكلفة هذا النوع من مصادر التمويل تصبح مرتفعة إذا لم يتمكن المشروع من الإستفادة من الخصم النقدي إضافة إلى أن المورد سيزيد في السعر في حال عدم الدفع النقدي،

4. الإئتمان التأجيري: إن هذا النوع من التمويل يصبح محدود الأهمية نظرا لأنه لا يفيد إلا في استئجار الأصول الثابتة؛

5. السوق المالي: وهذا المصدر محفوف بالعديد من المخاطر والمشاكل ويصبح مرتفع التكلفة في حالة التمويل الصغير.

ثانيا: الأهمية الإقتصادية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

إذا اختلفت الآراء والتوجهات حول وجود تعريف دقيق وموحد للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وكذا المعايير المستعملة في تصنيفها فإن هناك اتفاقا على أهميتها ودورها الريادي في تحقيق التنمية الإقتصادية والإجتماعية من خلال توفير مناصب الشغل وخلق الثروة وتقديم الدعم للمؤسسات الكبرى وتكمن أهميتها الإقتصادية في: [1]

1. المساهمة في توفير مناصب الشغل والتقليل من حدة البطالة:

أصبحت مشكلة البطالة السمة الرئيسية للإقتصاديات المعاصرة وأحد الإختلالات الهيكلية التي هي بمثابة أكبر تحدي لأصحاب القرار فبدأ الإهتمام بهذا الصنف من المؤسسات رغم ضآلة حجمه ومحدودية حصنه في السوق إلا أنه أصبح من الوسائل الفعالة في امتصاص البطالة والتقليل من الضغط الإجتماعي، وعلى هذا الأساس تم إعداد الكثير من البرامج والآليات لتنمية قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

2. المساهمة في زيادة الصادرات:

من أهم المشاكل التي تعاني منها اقتصاديات الدول خاصة النامية منها مشكل العجز في الميزان التجاري أو اعتمادها على محدودية السلع المصدرة، أي الإعتماد على سلعة معينة كما هو الحال بالنسبة للجزائر المرتبط اقتصادها بالمحروقات، فهذا الصنف من المؤسسات يمكنه توفير سلع تصديرية قادرة على المنافسة أو توفير سلع تحتل محل السلع المستوردة، أي تصنيع بدائل الواردات.

---

[3]- كنجو عبود كنجو، **استراتيجية الإستثمار و التمويل في المشروعات الصغيرة و المتوسطة- دراسة ميدانية للمشروعات الصغيرة في مدينة حلب-**، جامعة فيلاديفيا ، عمان، الأردن، 5/4 تموز 2007، ص.ص 11 – 12.

[1]– حجاوي أحمد، **إشكالية تطوير المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و علاقتها بالتنمية المستدامة**، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في العلوم الإقتصادية تخصص تحليل اقتصادي، جامعة أي بكر بلقايد، تلمسان، 2011/2010، ص.ص 21 – 23.

3. المساهمة في تحقيق التمية الإقليمية:

أصبحت التنمية الإقليمية ضرورة فرضتها واقع الدول لتعبئة الفائض الإقتصادي الموجود بين الريف وأقاليم الدولة، فبرامج التنمية والتخطيط، فالمهتمين بأمور التنمية غالبا ما يكون هناك إهمال للبعد المكاني لتوطن الأنشطة الإقتصادية فالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة تلعب دورا هاما في تحقيق التوازن الإقليمي لعملية التنمية أي توزيع التنمية جغرافيا، وذلك لما لها من خصائص ومزايا تؤهلها للإنتشار الجغرافي في جميع أقاليم الدولة وتحقيق نمو متوازن جهويا وإزالة الفوارق بين أقاليم الدولة وما يمكنها من تحقيق أهداف تنموية اجتماعية.

ثالثا: الأهمية الإجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

إلى جانب الأهمية والدور الإقتصادي الذي تلعبه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة فهي تلعب أدوارا على الصعيد الإجتماعي، يمكن إجمالها في النقاط التالية:[1]

1. تكوين علاقات وثيقة مع المستهلكين في المجتمع لأنها تسعى جاهدة للعمل على اكتشاف احتياجاتهم مبكرا والتعرف على طلباتهم بشكل تام، وبالتالي تقديم السلع والخدمات؛

2. التخفيف من المشاكل الإجتماعية وتقوية العلاقات الإجتماعية من خلال ما توفره المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من مناصب شغل تؤمن لأصحابها الإستقرار النفسي والمادي، وكذا توجيه السلع والخدمات إلى الفئات الأكثر حرمانا، وبالتالي توجد علاقات للتعامل، مما يزيد الإحساس بأهمية التآزر والتآخي ويسهم ذلك في التقليل من الآفات الإجتماعية؛

3. زيادة إحساس الأفراد بالحرية والإستقلال، فالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة تقوم بذلك عن طريق الشعور بالإنفراد في اتخاذ القرارات دون سلطة وصية والشعور بالحرية المطلقة في العمل دون قيود وشروط، والإحساس بالتملك والسلطة وتحقيق الذات من خلال إدارة هذه المؤسسة والسهر على استمرارية نجاحها؛

4. إشباع رغبات وحاجات الأفراد والمساهمة في التوزيع العادل للدخول بينهم حيث تعتبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة فرصة للأفراد في المجتمع لإشباع حاجاتهم ورغباتهم، حيث يؤدي تميزها بمرونة كبيرة على صعيد الإنتاج إلى تلبية الإحتياجات المتباينة لشرائح المجتمع المختلفة وهذا ما لا يوجد في المشاريع الكبيرة التي تعتمد على الإنتاج الثابت والكبير .

---

[1]– طالبي خالد، **دور القرض الإيجاري في تمويل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة – دراسة حالة الجزائر-**، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الإقتصادية تخصص التمويل الدولي و المؤسسات النقدية و المالية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2011/2010، ص.ص 16 – 17.

المبحث الثالث: مخططات وإحصائيات توزيع المشاريع الإستثمارية في القطاع السياحي في الجزائر

تبذل الجزائر جهود كبيرة لتطوير قطاعها السياحي، نظرا لتمتع السياحة الجزائرية بالعديد من المقومات الطبيعية والتاريخية والمادية التي تساعدها على القيم بالمشاريع والاستثمار في هذا القطاع. لذا سنتطرق في هذا المبحث إلى مخططات التهيئة السياحية وإحصائيات توزيع المشاريع في هذا القطاع، إضافة إلى مخطط جودة السياحة الجزائرية.

المطلب الأول: النهوض بالقطاع السياحي وآليات تدعيمه.

سنتطرق من خلال هذا المطلب إلى الخطط المستقبلية للنهوض بالقطاع السياحي لآفاق 2013، الآليات المتخذة لتشجيع الاستثمارات السياحية في الجزائر خلال الفترة (1995- 2015) وتحديات التي تواجه هذا القطاع.

أولا: الخطط المستقبلية للنهوض بالقطاع السياحي لآفاق2013:[1]

لقد تم صياغة خطة عمل تطوير قطاع السياحة في الجزائر لآفاق 2010 على شكل وثيقة تحت عنوان" مخطط أعمال التنمية المستدامة للسياحة للجزائر لآفاق " 2010 لكن بعد مرور سنتين من تنفيذه كان لزاما إدخال بعض التعديلات اللازمة من أجل تثبيت المكتسبات وضبط الآفاق وذلك بما يتماشى مع التطورات الجديدة الحاصلة على المستويين الداخلي والخارجي لتصبح" الإستراتيجية لآفاق " 2013 ويستمد هذا البرنامج محتواه على المبادئ الأساسية في النصوص التشريعية الصادرة خلال شهر فيفري والمتعلقة بالتنمية المستدامة للسياحة ومناطق التوسع السياحي باستعمال واستغلال الشواطئ لأغراض سياحية كما يتضمن لأهم العناصر الديناميكية المرتقب حصولها من خلال:

- الاختيارات المستقبلية المفضلة من خلال تثمين عقلاني للإمكانات التي تزخر بها البلاد من أن تصبح الجزائر مقصدا سياحيا؛
- الأهداف الكمية والنوعية المنتظرة لآفاق 2013؛
- التدابير والأدوات لتنفيذ العمليات المبرمجة بهدف الشروع في إنشاء سياحة حقيقية؛
- تقسيم الموارد اللازمة لتنفيذها.

أما بالنسبة للأهداف الكمية لآفاق 2013 فإن السلطات الوصية تأمل في الحصول على مايلي:

1. زيادة التدفقات السياحية:

[1]– عبد المالك توبي، بودربالة رفيق، **صناعة السياحة في الجزائر بين الآفاق و التحديات**، الملتقى العلمي الدولي حول: السياحة في الجزائر بين الواقع و المأمول نحو الإستفادة من التجارب الدولية الرائدة، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، يومي 09 و 10 نوفمبر 2016، ص.ص 18 – 19.

إن عدد السياح الوافدين للجزائر سنة 2002 قد قدر عددهم ب 988000 سائح من بينهم 251000 سائح أجنبي وهم يمثلون ما نسبة 25 %، وبالنسبة لتوقعات زيادة عدد السياح لآفاق 2013 فإنه يتم من خلال مرحلتين:

أ.**المرحلة الأولى (2004 -2007):** وفي هذه المرحلة ستكون نسبة الزيادة المتوسطة في ثلاث سنوات 2000، 2001، 2002 والمقدرة ب % 10 وبذلك يتوقع تسجيل 1591000 سائح في نهاية 2007، ويتوقع أن يبلغ عدد السياح الأجانب 679000 سائح نهاية 2007 وذلك بتطبيق نسبة زيادة قدرها 22% المحققة خلال بداية العشرية (2000 -2002)؛

ب. المرحلة الثانية: (2008 -2013): وفي هذه المرحلة يتوقع أن يصل السياح في نهاية 2013 إلى 1507000 سائح، وهذا بتطبيق معدل زيادة ثابتة قدرها 10 %، مع تطبيق 0.5 % بالنسبة لسنة 2008، أما عدد السياح الأجانب فيتوقع أن يصل عددهم 120000 سائح أجنبي خلال هذه المرحلة، وذلك بتطبيق نسبة زيادة مقدرة ب 3.5 %، أما بالنسبة للأعداد الإجمالية المرتقبة من السياح لآفاق 2013 فسوف يكون 3100000 سائح بينهم 19000 سائح أجنبي.

ثانيا: الآليات المتخذة لتشجيع الاستثمارات السياحية في الجزائر خلال الفترة (1995- 2015):

يعتبر التمويل احد الآليات الهامة لترقية الاستثمارات في جميع القطاعات لاسيما القطاع السياحي، وسعيا من الدولة الجزائرية في بعث القطاع والاستثمارات السياحي عملت من خلال وزارة السياحة وكحل مبدئي لمشكل التمويل بإبرام جملة من الاتفاقيات مع مؤسسات مالية وبنكية نذكر منها[1]:

- بنك التنمية المحلية (BDL)؛
- القرض الشعبي الجزائري (CPA)؛
- بنك الفلاحة والتنمية (BADR)؛
- الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط (CNEP)؛
- صندوق ضمان القروض للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة (FGAR)؛
- شركة الجزائر للاستثمار (SPA EL DJAZAIR ISTITHMAR).

ومن بين المزايا المتحصل عليها من خلال هذه الاتفاقيات في ما يلي:

- التمويل حتى 70 % من الاستثمارات؛
- تمديد مدة تسديد القروض بالنسبة للاستثمارات الهامة والمتميزة؛
- مدة دراسة الملف لا تتعدى 40 يوما لمشاريع الاستثمار؛
- تكفل صندوق ضمان القروض للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بضمان تمويل التجهيزات؛
- تقوم شركة الجزائر استثمار بدعم رؤوس أموال المستثمرين لتمكينهم من الحصول على القروض البنكية.

---

[1]– بوالفول هرون، عادل مستوي، **توجيه الإستثمار نحو القطاع السياحي أحد السبل الكفيلة لإنعاش الإقتصاد الجزائري رؤية تحليلية خلال الفترة (1995- 2015)**، الملتقى العلمي الدولي حول: السياحة في الجزائر بين الواقع و المأمول نحو الإستفادة من التجارب الدولية الرائدة، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، يومي 09 و 10 نوفمبر 2016، ص.ص 9 – 10.

من جهة أخرى فيما يخص دعم وتشجيع الاستثمارات السياحية في الجزائر باشرت الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار عدة تدابير لدعم قطاع السياحة والمقاولاتية السياحية تتمثل هذه التدابير فيما يلي:

- يتكفل صندوق دعم الإستثمارات، والترقية ونوعية النشاطات السياحية، بالنفقات المرتبطة بالترقية السياحية وكل النفقات الأخرى الخاصة بدعم إنجاز مشاريع إستثمارية سياحية؛
- تخفيض الضريبة للشركات التي تقوم بالنشاطات السياحية بنسبة 19% ، والعمل على إعفاء من الضريبة على أرباح الشركات لمدة 10 سنوات بالنسبة للمؤسسات السياحية التي ينشئها **المقاولون الوطنيون**

أو الأجانب، باستثناء وكالات السياحية والأسفار؛

- الاستفادة من تخفيض في القروض البنكية المتعلقة بالاستثمارات السياحية والمشاريع السياحية وأيضا عمليات تحديث المؤسسات السياحية و الفندقية التي تنجز على مستوى ولايات الشمال وولايات الجنوب، على التوالي من تخفيض ب 3 % و 4,5 % من نسبة الفائدة المطبقة على القروض البنكية؛
- الإعفاء الدائم من الرسم على النشاط المهني، بالنسبة للنشاطات السياحية، الفندقية والحموية؛
- تطبيق النسبة المخفضة ب 7 % من الرسم على القيمة المضافة، إلى غاية 31 ديسمبر 2019 فيما يخص الخدمات المرتبطة بالنشاطات السياحية والفندقية والحموية والخدمات الملحقة المتعلقة بها؛
- من أجل التحفيز على تطوير قطاع السياحة على مستوى الجنوب و الهضاب العليا، تستفيد عمليات منح الامتياز على القطع الأرضية الضرورية لإنجاز المشاريع الاستثمارية السياحية من تخفيض بنسبة تقدر، على التوالي ب 50 % و 80% إضافة إلى جملة من التحفيزات... الخ؛
- إنشاء صناديق الاستثمار الولائية.

ثالثا: التحديات التي تواجه قطاع السياحة في الجزائر:

يمكن الإشارة إلى جملة من التحديات التي تعتبر أساسية ويتوجب على صناع القرار أخذها بعين الإعتبار في إطار بناء استراتيجية مثلى للنهوض بقطاع السياحة في الجزائر ومن ثم الإستفادة من تأثيراته الإيجابية المباشرة وغير المباشرة على النشاط الإقتصادي الوطني:[1]

[1]– فارس فضيل، مرابط أحمد، **واقع قطاع السياحة في الجزائر من خلال قراءة مؤشرات التنافسية الدولية و آليات تطويره في ظل برنامج SDAT2025**، الملتقى العلمي الدولي حول: السياحة في الجزائر بين الواقع و المأمول نحو الإستفادة من التجارب الدولية الرائدة، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، يومي 09 و 10 نوفمبر 2016، ص.ص 16- 17.

1. زيادة الإنفاق الحكومي على قطاع السياحة:

إن تطور قطاع السياحة والسفر بالجزائر يتطلب بالضرورة أن يكون من بين اهتمامات وأولويات السياسة الإقتصادية في الجزائر، وذلك يكون من خلال زيادة حجم الإنفاق العام على هذا القطاع قصد التمكين من خلق قاعدة متينة يرتكز عليها وتسمح باستمرارية تطوره، حيث أن رقي هذا القطاع يتطلب سهر الهيئات العمومية على توفير أفضل الظروف التي تمكن من استقطاب السياح الأجانب، وذلك من خلال:

- بناء المنشآت الأساسية والبنى التحتية؛
- عقد اتفاقات شراكة وتعاون مع الدول المتطورة سياحيا للإستفادة من خبراء وتجارها؛
- إنشاء مشاريع سياحية؛
- تهيئة الإقليم وحماية المناظر العامة.

2. تنمية الفكر السياحي والثقافة السياحية في المجتمع:

تتعاظم أهمية الموارد البشرية خصوصا في القطاعات الخدماتية التي تعتمد على العنصر البشري في أدائها،وعلى هذا الأساس فإن تكوين العنصر البشري في مجال السياحة يعتبر أمرا ضروريا، قصد النهوض بمستوى الخدمات والرقي به لمستوى العالمية ،وبما يساهم من جهة أخرى أيضا في تحسين طرق التسيير السياحي وكذا خلق ثقافة السياحة في أوساط المجتمع والجزائر عملت منذ بداية الستينات على تأسيس مدارس خاصة بالتكوين السياحي من خلال مركزي لتكوين المهني في كل من وهران وقسنطينة، ثم معهدي تيزي وزو والمعهد العالي للفندقة بالجزائر العاصمة،لكن غياب الدعم والإشراف والإهتمام الحكومي زيادة على عدم وجود استراتيجية واضحة ترتكز عليها عملية التكوين ساهم في تراجع دور هذه الهيئات في عملية خلق موارد بشرية مؤهلة في المجال السياحي.

3. تطوير البنى التحتية والمنشآت الأساسية:

تثبت العديد من التجارب الدولية مدى أهمية الدور الذي تلعبه البنى التحتية في تطوير قطاع السياحة، حيث أنها توفر سهولة الحركة وربح الوقت والجهد ومن ثم توفير الراحة والطمأنينة في نفوس السياح، ورغم أن الجزائر ومنذ سنة 2001 شرعت في تطوير بنيتها التحتية إلا أن تلك الجهود لا زالت غير كافية ليكون لها تأثير كاف على تطور قطاع السياحة في الجزائر. فالجزائر أمام تحد تطوير منشآتها السياحية التي تتماشى وما تملكه من مواقع سياحية وهذا في إطار تعزيز توفير الخدمات التي ترافق عادة

النشاط السياحي، إذ انه لا معنى من توافر مواقع سياحية دون أن يواكبها خدمات النقل، والإطعام والمبيت وهذا كله لا يتأتى إلا من خلال تواجد منشآت وبنى تحتية تمكن من توفير ذلك ومواصفات عالمية. فالواقع يشير فيما يخص الفنادق إلى عجز في طاقات الإستقبال وعدم استجابة الكثير منها للمعايير الدولية، أما فيما يخص النقل فيسجل سوء الخدمات بشكل كبير خصوصا النقل الجوي (التأخر في الرحلات وسوء الربط بين المناطق السياحية المعروفة) وهو ما يدفع إلى ضرورة توسعة طاقات الإستقبال، توسعة الموانئ والمطارات وتهيئة شبكات الطرق والسكك الحديدية خصوصا بين مختلف المواقع السياحية المعروفة لتسهيل الحركة والتنقل.

4. تحسين الأطر القانونية والتنظيمية الخاصة بالقطاع:

إن احتلال الجزائر لمرتبة متدنية فيما يخص تنافسية الإطار التنظيمي يدل على تخلف الأطر التنظيمية والرقابية على مستوى هذا القطاع وبالتالي بروزها كعراقيل تساهم في الحد من رقيه وتطور مساهمته في النشاط الإقتصادي،حيث يتعين على الجزائر تحسين إجراءات الحصول على التأشيرات لتجنب التأخير وما لذلك من تفضيل للسياح الأجانب لوجهات سياحية في بلدان أخرى ذات تسهيلات أفضل، كما يتعين عليها وتماشيا مع المعايير الدولية تحسين وتبسيط إجراءات التأسيس والبدء في المشاريع الإستثمارية أمام القطاع الخاص بما يعزز من تطور الخدمات المقدمة.

5. تحسين الخدمات المرافقة للنشاط السياحي:

إن من أهم الأمور المؤثرة على توافد السياح ليس فقط المواقع السياحية، وإنما تمتد لتشمل حتى الخدمات المرافقة التي تسمح للسياح الأجانب بالإستمتاع بأوقاتهم وتجنب التعب وضياع الوقت والجهد، وفي الجزائر فإنه يسجل نقص كبير في هذا المجال وذلك من خلال:

- ضعف الخدمات المصرفية :حيث أن تخلف المنظومة المصرفية في الجزائر وعدم مواكبتها للتطورات الدولية انعكس سلبا على طبيعة الخدمات المصرفية المقدمة خصوصا من حيث وسائل الدفع والتي لا تتوافق في الغالب وطلبات الأجانب؛
- ضعف تكنولوجيا الإعلام و الإتصال التي تشهد تطورات كبيرة في العصر الحالي؛
- ضعف أداء وكالات الأسفار وعدم تكيفها ومواكبتها للتطورات الدولية.

6. إتباع سياسة ترويجية فعالة:

يتعين على الجزائر وقصد التعريف بتراثها السياحي و قدراتها في هذا المجال إتباع سياسة ترويجية تسمح بإيصال أفضل صورة عنها إلى الخارج، ونظرا للظروف الصعبة التي مرت بها الجزائر على المستوى الأمني فإنها مطالبة بإزالة كل الشكوك التي قد تتبادر إلى الأجانب حول مدى توفر السلامة والأمن فيها اعتبارهما عاملين جد مؤثرين على توافد السياح لأي بلد.وعلى هذا الأساس فإنه من الواجب العمل على تطوير الإستراتيجيات التسويقية، والتي ترتكز على استغلال جميع فضاءات الإتصال والمشاركة بقوة في التظاهرات والمعارض السياحية الدولية للتعريف بالتراث السياحي الجزائري ومختلف الخدمات والحوافز الموفرة للسياح المتوافدين عليها.

المطلب الثاني: إحصائيات توزيع المشاريع الإستثمارية في قطاع السياحة في الجزائر

سنتعرف من خلال هذا المطلب على توزيعات المشاريع الإستثمارية، إحصائيات وزارة السياحة إضافة إلى نصيب الجزائر من السياحة العالمية.[1]

أولا: توزيع المشاريع الإستثمارية:

1. حسب قطاع النشاط:

يوضح الجدول أدناه عدد المشاريع الموزعة في قطاع السياحة و عدد مناصب الشغل الذي يخلقها.

[1]- موقع التصفح: http://www.andi.dz/index.php/ar/secteur-du-tourisme ،

الجدول (2-1): عدد المشاريع الإستثمارية في قطاع السياحة ومناصب الشغل التي تخلقها.

النشاط	عدد المشاريع	%	القيمة بالمليون دينار	%	مناصب الشغل	%
السياحة	195	%1	135595	%5	3517	%1

المصدر: موقع التصفح: http://www.andi.dz/index.php/ar/secteur-du-tourisme ،

2. توزيع المشاريع الإستثمارية المنجزة الأجنبية:

يوضح الجدول أدناه عدد المشاريع المنجزة الأجنبية في قطاع السياحة إضافة إلى عدد مناصب الشغل التي يخلقها هذا الإستثمار.

الجدول (3-1): عدد المشاريع الإستثمارية المنجزة الأجنبية في قطاع السياحة ومناصب الشغل التي تخلقها.

النشاط	عدد المشاريع	%	القيمة بالمليون دينار	%	مناصب الشغل	%
السياحة	3	%1	15587	%2	11	%24

المصدر: موقع التصفح: http://www.andi.dz/index.php/ar/secteur-du-tourisme

3. مشاريع المؤسسات الحموية:[1]

19 مشروع حموي خاص في طور الإنجاز، طاقة إستعابها الإجمالية تقدر بـ 2268 سرير، الذي يحصّل عنه 595 منصب شغل، حيث أن القيمة الإجمالية لهذه المشاريع تقارب خمسة (05) ملايير دينار جزائري. (4 في قالمة، 3 في سطيف، 2 في بسكرة، 2 في جلفة، 2 في وهران، 1 في عين الدفلة، 1 في خنشلة، 1 في ميلة، 1 في ورقلة و1 لا في معسكر).

ثانيا: إحصائيات وزارة السياحة الجزائرية:[2]

- 1004 مؤسسة فندقية بسعة 81024 سرير؛
- 73 مؤسسة حكومية، 59 مؤسسة ملك للجماعات المحلية، 872 مؤسسة ملك للخواص؛

[1]- موقع التصفح: http://www.matta.gov.dz/index.php/ar/ ،

[2]- موقع التصفح: http://www.swissinfo.ch/ara ،

- لا يوجد أكثر من 10 مؤسسات من فنادق الخمسة نجوم و22 من فئة 4 نجوم و67 من فئة 3 نجوم و59 من فئة 2 نجوم و42 من فئة نجمة واحدة و804 بدون ترتيب.

أما بالنسبة للمشاريع الجديدة:

- مشروع قيد الإنجاز، 207 منها في المدن بسعة 30 ألف سرير، وهناك 250 مشروع متوقفة عن الانجاز بسب نقص التمويل؛
- عدد شركات السفر الخاصة 755، يضاف إليها 30 وكالة تابعة للديوان الوطني للسياحة و25 تابعة لنادي السياحي "تورينغ"؛
- يشغل قطاع السياحة إجمالا، حسب إحصائيات 2004، أكثر من 165 ألف عامل.

ثالثا: نصيب الجزائر من السياحة العالمية:[1]

لا زالت حصة الجزائر من سوق السياحة العالمية ضئيلة جدا بسبب العجز في هياكل الاستقبال التي لا توفر حاليا سوى 81 ألف سرير، 80% منها غير مصنفة، على حد تصريح وزير السياحة الجزائري نور الدين موسى، الذي أشار إلى أن "الإستراتيجية القطاعية إلى غاية سنة 2015 ستمكن بلادنا من استقبال 4 ملايين سائح، في حين سيبلغ عدد سياح حوض البحر الأبيض المتوسط 24 مليون سائح عام 2020."

وأشار تقرير صادر عن عدد كبير من الخبراء تحت إشراف فابريس هاتم، ومشاركة الوكالة الفرنسية للاستثمارات الدولية، أن القطاع السياحي بمنطقة المتوسط يمثل 10% من الناتج المحلي الخام، إلا أنه يظل تحت المستوى في عدد من الدول من بينها الجزائر، حيث يبقى القطاع غير مستغل بصورة كبيرة مقارنة بالقدرات والفرص المتاحة.

واستنادا إلى إحصائيات المنظمة العالمية للسياحة، فإن القطاع السياحي يمثل 3,9% من قيمة الصادرات و9,5% من نسبة الاستثمارات المنتجة و8,1% من الناتج المحلي الخام. وتصنف الجزائر، من حيث حصة السياحة في الناتج المحلي الخام، في الرتبة 147 من مجموع 174 دولة.

أما عن مستوى التشغيل، فإن القطاع يشغل أكثر من 200 ألف عامل ويمثل حوالي 6,5% من نسبة التشغيل المباشر وغير المباشر، ولم تسجل الجزائر، حسب التقرير، سوى 23,1 مليون دخول كسائح، ثلاثة أرباعهم من المغتربين، وإن سجّل، حسب التقرير، تحسّنا خلال السنتين الماضيتين، إلا أن الحصة الجزائرية لا تزال تقدر بـ 2,0% من التدفقات السياحية. وجنت الجزائر عائدات بلغت 105 مليون أورو مقابل 9,4 مليار أورو لمصر و1,3 مليار أورو للمغرب. وتمثل نفقات السياحة في الجزائر 8,4% من إجمالي نفقات السياحة في المنطقة.

[1]- موقع التصفح: http://www.swissinfo.ch/ara،

المطلب الثالث: مخطط جودة السياحة الجزائرية

سنتطرق من خلال هذا المطلب إلى مضمون مخطط الجودة السياحية الجزائرية وأهدافه. [1]

أولا: مضمون مخطط الجودة:

يطمح مخطط جودة السياحة الجزائرية إلى توحيد جميع المهنيين الجزائريين في قطاع السياحة من خلال الانتهاج الإرادي للجودة الحريص على تلبية حاجات الزبائن وإرضائهم وطنيين وأجانب، تم إعداد مخطط جودة السياحة الجزائرية مع مهني ومن اجلهم، طبقا للمعايير الدولية، يسمح مخطط الجودة بتحديد المسار من اجل تحسين التدريجي للخدمات والحصول على العلامة التجارية. جودة السياحة الجزائر

ويرتبط مخطط جودة السياحة الجزائرية بالنقاط التالية:

- ✓ تدعيم كفاءات الموارد البشرية؛
- ✓ تأسيس العلامة التجارية جودة السياحة الجزائر؛
- ✓ تحديث البنى التحتية؛
- ✓ تنظيم الأنشطة السياحية.

ثانيا: أهداف مخطط جودة السياحة الجزائرية:

يهدف مخطط جودة السياحة الجزائرية إلى:

1. دعم التنافسية الوطنية من خلال إدراج مفهوم الجودة في جميع مشاريع تنمية المؤسسات السياحية؛
2. بلوغ أفضل مهنية في جميع قطاعات العرض السياحي الوطن؛
3. تثمين المناطق السياحية الوطنية وثرواتها المحلية؛
4. خلق ديمومة العرض السياحي الجزائري من خلال تحسين صورة جودة الخدمات للزبائن الوطنيين والأجانب؛
5. إفادة المؤسسات السياحية الملتزمة بانتهاج مسار الجودة وذلك بتوفير الوسائل الملائمة لتحقيق تنميتها وخاصة بمرافقتها في عمليات التجديد وإعادة التأهيل والتحديث والتوسيع والتكوين؛
6. ضمان ترويج متزايد للمتعاملين المنخرطين في الجودة من خلال إدماجهم في شبكة المؤسسات الحاملة للعلامة التجارية "جودة السياحة الجزائر" وضمان اندماج أحسن في المجال التجاري وتموقع أفضل.

[1]–موقع التصفح: http://www.matta.gov.dz/index.php/ar/2015-08-20-15-26-50/2015-11-11-09-33-47،

خلاصة الفصل الأول:

من خلال هذا الفصل حاولنا حوصلة وذكر أهم المفاهيم والتعريفات التي تتعلق بماهية المقاولاتية والمقاول والمشاريع الإستثمارية والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لإضافة إلى أهم المخططات التي تخص المشاريع الإستثمارية في القطاع السياحي في الجزائر. وقد تناولنا هذه المفاهيم من خلال ثلاثة مباحث، الأول تعلق المقاولاتية حيث حاولنا سرد أهم التعاريف من وجهات نظر مختلفة، كما تعرضنا لخصائصها وأهميتها إضافة إلى مفهوم المقاول ودوافعه الشخصية وصفت المقاول الناجح. وكي نتعمق أكثر من عنوان بحثنا قدمنا مراحل إنشاء المشروعات الصغيرة ودورها في تحقيق التنمية الإقتصادية. ومن خلال المبحث الثاني حاولنا تقديم أهم التعاريف والمفاهيم الخاصة بالمشاريع الإستثمارية والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ، كما تطرقنا لأهم خصائصها وأنواعها ومصادر تمويلها، وحتى نبين دورها وأهميتها الإقتصادية والإجتماعية. ومن خلال المبحث الثالث حاولنا التعرج إلى أهم المخططات والإحصائيات والمشاريع الإستثمارية الموزعة على القطاع السياحي في الجزائر، كما وضحنا فيه مخطط التهيئة السياحية في آفاق 2025 بأهدافه وأهم ديناميكيات التهيئة الإقليمية، إضافة إلى الأقطاب السياحية التي شملها، كذلك تعرضنا لمخطط الجودة السياحية بمضمونه وأهدافه.

فالمقاولاتية هي نموذج تفصيل اقتصادي لا ينجح إلا بوجود المقاول الذي يتسم بصفات تأهله لكي يكون بمثابة روح المقاولاتية، فهي كبديل لطرق تقليدية لخلق فرص عمل والثروة. فالمشروعات الإستثمارية الصغيرة مكون أساسي لإقتصاد أي بلد يصبو إلى التطور و الازدهار وهذا ما نلاحظه من خلال ما طبقته الجزائر من مخططات وقيامها ببعض الإحصائيات للنهوض بالقطاع السياحي دون أن ننسى دورها في مرافقة المقاولين ودعمها لهذه المؤسسات المصغرة من مراحل إنشائها حتى إنطلاق المشروع.

تمهيد:

السياحة أحد الأنشطة الإقتصادية التي تتمتع بأهمية كبيرة في العالم وهي واحدة من أهم مصادر الدخل للإقتصاد الوطني للعديد من الدول، فهي تعد أيضا وسيلة حضارية لنقل وتبادل الثقافات بين شعوب العلم المختلفة.

لذا تعتبر الجزائر من الدول التي تتوفر على إمكانيات سياحية متنوعة لها مكانتها في السياحة الإقليمية والدولية، خاصة لدى الهيئات المختصة مثل اليونسكو، بما يؤهلها للنهوض بهذا القطاع إذا ما توفرت الجدية الكافية لتطوير الأنماط السياحية التي تمتلك مقوماتها كالسياحة الصحراوية والجبلية وسياحة الشاطئ.

والجزائر كغيرها تسعى لتحقيق التنمية في قطاع السياحة من أجل تحقيق الرفاه الإقتصادي والإجتماعي للمجتمع أيضا للإبتعاد عن التبعية النفطية والإهتمام بمجالات اقتصادية أخرى كالقطاع السياحي نظرا للإمكانيات التي تتوفر فيها إضافة إلى المجهودات التي أصبحت تبذلها السلطات الجزائرية للنهوض بهذا القطاع وتطويره.

وقد قسمنا الدراسة إلى ثلاثة مباحث وهي كالآتي:

- **المبحث الأول: عموميات حول السياحة؛**
- **المبحث الثاني: المقومات السياحية للجزائر ودورها في تحقيق التنمية السياحية؛**
- **المبحث الثالث: واقع الإستثمار السياحي في الجزائر وسبل تشجيعه.**

المبحث الأول: عموميات حول السياحة

تعتبر السياحة ظاهرة طبيعية، وأحد الأنشطة الإقتصادية ذات أهمية كبيرة في العالم وتقوم عليها اقتصاديات العديد من الدول، لذا سنتطرق في هذا المبحث إلى ماهية السياحة، أنواعها، أركانها وأشكالها، أهميتها الإقتصادية والإجتماعية ومعوقاتها.

المطلب الأول: ماهية السياحة

نهدف من خلال هذا المطلب إلى تحديد تاريخ نشأة السياحة، وماهية السياحة والسائح.

أولا: تاريخ نشأة السياحة:

لقد تطور مفهوم السياحة ومعناها مع تطور المجتمعات وسوف نستعرض بصورة مختصرة ثلاث مراحل من مراحل تطور السياحة وهي:

1. مرحلة العصور القديمة:

لفظ السياحة بمفهومه الحالي هو لفظ حديث ولم يكن معروفا في العصور القديمة، ولكن إذا أطلقنا لفظ السياحة على السياحة في العصور القديمة سنجد أن الإنسان قديما كان غير مستقر في مكان ثابت، وهذا لحاجته في البحث عن مصادر الرزق، وتمثل مرحلة الحضارات القديمة الفترة الأولى من حياة الإنسان أي العصر البدائي، حيث لم يكن هناك قوانين تحكم تصرف الإنسان سوى قوانين الطبيعة، وبالتالي كان الإنسان يتنقل من الأرض القاحلة إلى الأرض الخصبة، ومن المكان الغير الآمن إلى المكان الآمن، حيث كان السفر ظاهرة طبيعية مرتبطة بوجود الإنسان، والذي يهدف إلى إشباع نزواته واستفاء احتياجاته الشخصية، وعند قيام الدول والحضارات أصبح السفر وسيلة تجارية والقيام بالحملات العسكرية والتعلم والتعليم، وكان للفنيقين السبق في الإهتمام بالتجارة والتنقل، فقد عرفوا بحب المخاطرة والترحال البحري، ولعل أهم الرحلات السياحية في بلاد الإغريق ووفود اليونانيين القدماء وسكان الأقاليم الأوربية المجاورة التي تأتي إلى جبال المبيا لمشاهدة الألعاب الأولمبية التي شرع تنظيمها العام 776 قبل الميلاد، هذا التوافد شجع على بناء الفنادق لزوار أثينا، وكان ذلك خلال القرن الرابع عشر قبل الميلاد.[1]

2. مرحلة العصور الوسطى:

تبدأ هذه المرحلة بسقوط الإمبراطورية الرومانية حتى القرن الخامس عشر والمعروف أن الإمبراطورية الرومانية آخر إمبراطورية نشأت في العصور القديمة، وقد كانت مركز الإشعاع الفكري والحضاري والتجاري وكان لها الفضل الأكبر في تطوير حركة الأسفار عبر العالم، وقد كان اتجاه السياحة في تلك العصور إلى التجارة، الحج، رحلات الدراسة حيث انفرد العرب من الفترة الممتدة للفرن الرابع عشر والثامن عشر على تطوير مبادئ السياحة ووضع الأسس الأولى وكانت البلاد الإسلامية أكثر تقدما من أوروبا وبغداد وقرطبة التي كانت أكثر المدن ثراء من حيث التجارة ومركز الحياة الثقافية والحضارية وقد انطلق الرحالة العرب يجبون العالم ومن أشهرهم ابن بطوطة، ابنجبير، البيروني... وغيرهم، وقد أخذت السياحة الدينية أبعاد جديدة في العصور الوسطى، حيث

[1]- عوينان عبد القادر، **السياحة في الجزائر الإمكانيات و المعوقات (2000-2025) في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2025**، أطروحة دكتوراه في العلوم الإقتصادية تخصص نقود و مالية، جامعة الجزائر 03، الجزائر العاصمة، 2013/2012، ص.ص 4 – 5.

كان الحجاج على اختلاف أديانهم يقومون برحلاتهم الدينية إلى الأماكن المقدسة، وكثيرا منهم كتبوا أوصافا لرحلاتهم وفي نهاية العصور الوسطى ظهرت فئة طالبي العلم الذين يقيمون برحلات لغرض العلم والتعرف على آراء الغير والنظم السياسية الموجودة في الدول الأخرى، هذه الفترة بمثابة بداية الرحلات التي كانت قاصرة على طبقة الأرستقراطيين لأن السفر يتطلب وقت فراغ وأموال فائضة عن الحاجة.[1]

3. مرحلة العصر الحديث:

لم تعد هذه المرحلة مجرد حركة تنقل وسفر بل أصبحت ظاهرة لها أبعادها الإقتصادية والإجتماعية تستحق الإهتمام، خاصة أن التحولات الزراعية والصناعية والحضارية والثقافية التي شهدتها هذه المرحلة قد ساهمت بشكل كبير في بروز السياحة كنشاط إنساني وقطاع اقتصادي له دوره الذي لا يقل أهمية عن بقية القطاعات الإقتصادية الأخرى، كما شهدت الفترة 1700-1825م بدء الثورة الصناعية والماكنة البخارية الذي غيرت الإبحار الشراعي وبدأت مرحلة السكك الحديدية والبالونات الهوائية، كما بدأت الفنادق والمطاعم تزدهر في عواصم أوروبا، وكان يوم 05 يوليو 1841 هو اليوم الذي شهد مولد الرحلات السياحية سابقة الإعداد والتي تمثلت في رحلة الإنجليزي توماس كوك.[2]

ثانيا: مفهوم السياحة والسائح:

1. مفهوم السياحة:

تناولت العديد من الكتابات لصناعة السياحة وماهية ومفهوم السياحة ومكوناتها من عدة جوانب مثل الجوانب (الإقتصادية، الإجتماعية، الثقافية...الخ) مما ترتب عليه تعدد وتباين هذه التعاريف وفقا لرؤية كل باحث وفيما يلي سنستعرض أهم التعاريف للسياحة:

عرف جوير فرولر E- Guye Freulle السياحة بأنها ظاهرة من ظواهر العصر التي تنبثق من الحاجة المتزايدة للحصول على الراحة والاستجمام بجمال الطبيعة ورونقها والشعور بالبهجة والمتعة من الإقامة في مناطق ذات طبيعة خاصة.[1]

وحسب هنكسر وكربت (Hunsiker & crapt) فتعرف السياحة بأنها مجموعة من العلاقات والظواهر الناتجة عن السفر وإقامة أشخاص بحيث لا يكون مكان الإقامة الأصلي والدائم وليس مكان العمل الأساسي.[2]

تعريف المنظمة العالمية للسياحة (O.M.T): السياحة ظاهرة تعبير يطلق على الرحلات الترفيهية، وهي مجموع الأنشطة الإنسانية الموجهة لتحقيق هذا النوع من الرحلات، وهي صناعة تساعد على سد حاجات السائح.[3]

---

[1]– حميدة بوعمشة، **دور القطاع السياحي في تمويل الإقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة – دراسة حالة الجزائر -** ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في إطار مدرسة الدكتوراه في العلوم الإقتصادية و علو التسيير تخصص اقتصاد دولي و التنمية المستدامة،ن جامعة فرحات عباس، سطيف، 2012/2011، ص 15.

[2]– محمدي وافية، دور الترويج في ترقية الخدمات السياحية – دراسة حالة الديوان الوطني للسياحة-، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية تخصص إدارة و تسويق الخدمات، جامعة الجزائر 03، الجزائر العاصمة، 2012/2011، ص.ص 4 – 5.

[1]- أحمد الطاهر عبد الرحمن، **تسويق الخدمات السياحية**، الطبعة الأولى، دار الوفاء لدنيا الطباعة و النشر، الإسكندرية، 2012، ص 54.

[2]– قصاص فتيحة، قروج يوسف، **الفرص الإستثمارية لترقية السياحة الصحراوية في الجزائر**، مجلة الحكمة للدراسات الإقتصادية، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر و التوزيع، الجزائر، العدد السابع، السداسي الأول 2016، ص 38.

كما تبنت الجزائر تعريف المنظمة العالمية للسياحة، وأدخلت عليه بعض المفاهيم التي قامت بتحديدها وزارة السياحة، حيث عرفت السياحة كما يلي:

- **الداخل:** كل مسافر تطأ أقدامه أرض الجزائر خارج منطقة العبور؛
- **المسافر:** كل شخص يدخل التراب الوطني، مهما كان سبب تنقله أو دوافع دخوله، ومهما كانت جنسيته ومكان إقامته، باستثناء السواح في نزهة أو رحلة بحرية، والذين يقيمون في بواخرهم طول مدة إقامتهم في البلاد؛
- **الجوال في رحلة بحرية:** كل شخص يدخل الحدود البحرية الوطنية ويغادرها في نفس السفينة أو الباخرة التي دخل فيها، والتي يقيم على متنها طول مدة إقامته؛
- **الزائر:** كل شخص يدخل التراب الجزائري ولا يمارس نشاطا مأجورا. [1]

2. مفهوم السائح:

يمكن تعريف السائح على أنه كل شخص يغادر مكان إقامته المألوفة إلى مكان آخر بهدف إشباع رغبة معينة، خلال مدة زمنية لا تتعدى اثني عشر شهرا متصلة، دون أن تكون غايته البحث عن منصب عمل.[2]

وفي سنة 1932 حاولت **لجنة الخبراء السياحيين** إعطاء تعريف للسياحة دون التعرض إليها كظاهرة، بالتركيز على تعداد الطوائف من الأشخاص الذين يجب عدهم سياحا، وفي رأي اللجنة هم:

- الأشخاص الذين يقومون برحلة للمتعة أو لأغراض عائلية أو لأسباب صحية؛
- الأشخاص الذين يسافرون لحضور اجتماعات أو لأداء مهمات مختلفة (علمية، إدارية، دبلوماسية، رياضية، دينية)؛
- الأشخاص الذين يسافرون لإنجاز العمال؛
- المشاركون في الرحلات البحرية على السفن، حتى لو قلت المدة التي يقضونها في البلد الذي تزوره السفينة عن 24 ساعة.[3]

وهناك تعريف الإتحاد الدولي لمنظمات السفر الرسمي (LOUTO) والتي حاليا تسمى منظمة السياحة العالمية (OMT) الذي قدم إلى مؤتمر الأمم المتحدة في روما سنة 1963 **" السائح هو كل شخص يقيم خارج موطنه المعتاد لفترة تزيد عن 24 ساعة على أن تتحول هذه الإقامة إلى إقامة دائمة ".**[4]

---

[3]– هادية يحياوي، **السياحة و التنمية في المغرب العربي**،أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في العلوم السياسية تخصص تنظيمات سياسية و إدارية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012/2011، ص 19.

[1]- عوينان عبد القادر، مرجع سبق ذكره، ص.ص 10 – 11.

[2]- بوفليح نبيل، تقرورت محمد، **دراسة مقارنة لواقع السياحة في دول شمال ايفريقيا – حالة الجزائر ، تونس، المغرب** -، الملتقى الوطني الأول حول السياحة في الجزائر– الواقع و الآفاق-، المركز الجامعي، البويرة، يومي 11 و 12 ماي 2010،ص.ص 2 – 3.

[3]- بوعشاش سامية، **السياحة البيئية في المناطق الجبلية – حلة جبال تيكجدة بولاية البويرة: الجزائر**-، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في علوم التسيير تخصص الإدارة البيئية و السياحة، جامعة الجزائر 03، الجزائر، 2013/2012،ص 5.

[4]- ياسين مريخي، **التوازن البيئي و التنمية السياحية المستدامة لولاية عنابة**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم التهيئة العمرانية فرع التهيئة الإقليمية، جامعة منتوري، قسنطينة، جوان 2010، ص 14.

ثالثا: خصائص السياحة:

تأسيسا على التعريفات السابقة يتضح لنا أن السياحة تشمل كافة الأنشطة التي تتعلق بصفة مباشرة أو غير مباشرة بتقديم مجموعة من الخدمات المختلفة للسياح، ومنها يمكن استخلاص خصائص السياحة التالية:[5]

- ✓ السياحة من أهم القطاعات الخدمية التي أصبحت تشكل مصدرا رئيسيا للدخل القومي، لأنها تمثل منظومة متكاملة من الأنشطة المختلفة. ونطاق السياحة الذي يتحرك فيه القطاع السياحي يمتد إلى خارج النطاق الإقليمي للدولة الواحدة، لهذا فقطاع السياحة يتأثر أيضا بالمتغيرات التي تطرأ على البيئة العالمية؛
- ✓ مقومات العرض السياحي تتميز بالندرة الشديدة للتغيرات التي تطرأ على قطاعات النشاط الإنساني الأخرى في المجتمع، سواء تعلق الأمر بالهبات الطبيعية التي تتمتع بها الدولة، والمورثات الحضارية القديمة والحديثة أو بالمكتسبات الحضارية بنى أساسية وخدمات تكميلية؛
- ✓ السوق المستهدف لقطاع السياحة هو سوق متنوع الخصائص والإنتماءات والأنماط السلوكية، لأنه يمتد من مواطني الدولة الواحدة إلى مواطني الدولة الأخرى. وكل فئات المجتمع تساهم في تشكيل الطابع أو الصورة المميزة لمزيج الخدمات السياحية المقدمة للسائح من طرف الدولة، لأنها كلها تشترك في تقديم الخدمات السياحية بطريقة مباشرة أو غير مباشرة.

المطلب الثاني: أنواع السياحة، أركانها وأشكالها.

سنتطرق في هذا المطلب إلى أنواع السياحة، أركانها وأشكالها.

أولا: أنواع السياحة:

هناك عدة تصنيفات للسياحة أهمها:

1. السياحة الدينية:

تعتبر من أقدم أنواع السياحة وأكثرها رواجا لما تمثله من قيم روحية مما جعلها موضوع اهتمام من قبل الأمم والشعوب عبر الأزمان، ويقوم هذا النوع من السياحة على أساس تلبية نداء الدين وإشباع العاطفة الدينية وتشمل زيارة الآثار والمعلم الدينية وكذلك الأضرحة للتبرك بها وللاستشفاء الروحي والنفسي، وهناك مناطق مقدسة ولها مكانة خاصة عند زائريها كمكة المكرمة والمدينة المنورة بالنسبة للمسلمين، والفاتيكان بالنسبة للمسيحيين، إلى غير ذلك من الأماكن المقدسة؛[1]

---

[5]- صلاح زين الدين، **دراسة لفرص وتحديات التنمية السياحية المستدامة في مصر**، المؤتمر العلمي الدولي الثلث – القانون و السياحة -، كلية الحقوق لجامعة طنطا، مصر، يومي 26 و 27 أفريل 2016، ص7.

[1]– بودي عبد القادر، **أهمية التسويق السياحي في تنمية القطاع السياحي بالجزائر "السياحة بالجنوب الغربي"**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم التسيير، جامعة الجزائر، الجزائر، 2006/2005، ص 50.

2. السياحة الأثرية والتاريخية:

هي متعة للذهن والفكر والعلمية وحب للتطلع ومعرفة التراث الموجود في مختلف بقاع العام وكافة الإنجازات والحضارات التي تركها الأجيال السابقين مثل الأهرمات في مصر والنقوش الحجرية في الطاسيلي والهقار والآثار الرومانية بالجزائر والقصور القديمة وزيارة المتاحف والمكتبات ومختلف البنايات القديمة كالقصبة،

وتستقطب هذه السياحة العلماء والمثقفين والبحثين في الآثار والتاريخ بهدف تنمية المعارف العلمية وزيادة التحصيل العلمي والفكري واكتشاف الموروث الحضاري القديم للشعوب؛[1]

3. السياحة العلاجية:

لقد عرف الإنسان ا النوع من السياحة منذ أقدم العصور. فقد عرفت منذ عهد الرومان والإغريق الذين كانوا يقصدون العيون المعدنية من أجل الاستشفاء والعلاج. ولا يزال كثير من السائحين يقومون بالسياحة للهدف نفسه، كما يقصد السائحون المناطق الجبلية ذات الهواء النقي لاتقاء أمراض الجهاز التنفسي، كما يقصدون البحار وحمامات الصلصال لعلاج أمراض الروماتيزم، وتشمل هذه الزيارات المصحات وأماكن الاستشفاء؛[2]

4.السياحة الرياضية:

تتركز هذه السياحة على المساهمة، المشاهدة أو تشجيع رياضة من الرياضات التي يميل إليها الفرد، مثل رياضة كرة القدم التي تحضى بتنظيم أضخم تظاهرة رياضية والمتمثلة في كأس العلم لكرة القدم، حيث تتم التحضيرات لهذه المناسبة الرياضية طيلة مدة زمنية تسبق الأربع سنوات من التاريخ المبرمج لإجراء التظاهرة، وتمس هذه التحضيرات كافة القطاعات داخل الدولة المضيفة بدءا من مرافق رياضية، مؤسسات إيواء، وسائل نقل، برمجة رحلات شاملة، ومقابل هذا تجني الدولة المستضيفة مداخيل طائلة تساهم في تحسين ظروفها الإقتصادية؛[3]

5. سياحة الأعمال:

يتعلق هذا النوع من السياحة بتنقل الأفراد لأسباب مهنية ولو أنه يوجد جدال كبير حول الطابع السياحي لهذا النوع، إلا أن المنظمة العالمية للسياحة أخدت به واعتمدته وأصبح اليوم مكرسا في كل بلدان العالم ويشمل هذا النوع كل من السياحة المؤتمرات والملتقيات والندوات... وينبغي الإشارة هنا أيضا أن هذا النوع من السياحة غير منفصل عن الأنواع الأخرى لأن سياحة الأعمال تعتمد كذلك على السياحة الثقافية وسياحة المهرجانات والمعرض وسياحة الترفيه؛[1]

6. سياحة المعارض والمهرجانات:

حيث نجد أن السياح ينتقلون بغرض مشاهدة المعارض التي تقام في الدول المختلفة كالمعارض الصناعية والتجارية والفنية ومعارض الكتاب، فأصبحت المعارض نوافذ حضارية يطل منها الزائرون على الإنجازات العلمية

---

[1]- دحموني عبد الكريم، **تنمية و تطوير السياحة الصحراوية "دراسة حالة تمنراست"**، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير تخصص النظرية الإقتصادية، جامعة الجزائر، الجزائر، 2007/2006، ص 7.

[2]- سعيد صفي الدين الطيب، **مقومات التنمية السياحية في ليبيا "دراسة في الجغرافيا السياحية"**، رسالة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في الآداب من قسم الجغرافيا بكلية الآداب، جامعة القاهرة، مصر، 2001، ص 14.

[3]- هادية يحياوي، مرجع سبق ذكره، ص28.

[1]- شنيني عبد الرحيم، **دور التسويق السياحي في إنعاش الصناعة التقليدية و الحرفية "دراسة ميدانية حالة مدينة غرداية"**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير تخصص تسويق الخدمات، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2010/2009، ص 9.

والتكنولوجية والحضارية للدول المختلفة أما بالنسبة للمهرجانات تكون الزيارة بغرض الحضور أو المشاركة في المهرجانات المختلفة الثقافية، الفنية، الرياضية والتي تهدف إلى تحقيق الرواج العام والجذب السياحي.[2]

7. السياحة الترفيهية:

يعد هذا النوع من أقدم أنواع السياحة، إذ تجدب أكثر من 75% من السياح وتعني السياحة الترفيهية تغيير مكان الإقامة لفترة ما لغرض الإستمتاع والترفيه عن النفس،من خلال ممارسة الهوايات المختلفة كصيد السمك والغوص وزيارة المناطق الجبلية والصحراوية...الخ.[3]

ثانيا: أركان السياحة:

من خلال المخطط أدناه تتمثل أركان السياحة في:[4]

- **النقل:** ترتبط صناعة السياحة ارتباطا وثيقا بصناعة النقل، ويعتبر أحد الأركان الأساسية للنشاط السياحي، فبدون النقل والمواصلات لا وجود للنشاط السياحي؛
- **الإيواء:** لا يوجد سياحة بالمعنى الحقيقي بدون وجود أماكن الإيواء، فإن أول ما يبحث عنه السائح عند وصوله للدولة محل السياحة هو مكان الإقامة؛
- **البرنامج:** لا تنجح أي سياحة بدون برنامج معين يتمتع به السائح ويحجز له مسبقا أو عند وصوله للبلد، وهذه البرامج تشمل زيارة المتاحف والأماكن الأثرية والتاريخية وأماكن الترفيه والراحة والمناطق العلاجية أو الدينية أو الطبيعية أو الرياضية... بالإضافة إلى الخدمات السياحية الأخرى كالمحلات، الأسواق، المنتزهات، المنتجعات...؛
- **البنية التحتية للسياحة:** وتتمثل في الخدمات الأولية أو القاعدية الواجب توفيرها لقيام أي مشروع سياحي أو منطقة سياحية ومنها شبكات المياه وشبكات الصرف الصحي، الكهرباء، الغاز، الطرق والمواصلات، الخدمات الصحية، البنوك... فانعدام هذه البنية لا تسمح لأي مشروع سياحي القيام بخدماته بصورة كاملة وتعتمد صناعة السياحة بصورة أساسية على البنية التحتية؛
- **البنية الفوقية للسياحة:** تتمثل في منشآت الإقامة والإيواء ومشاريع الإستقبال السياحي ومكاتب المعلومات السياحية كوكالات السياحة والسفر، الشركات السياحية، مكاتب إيجار السيارات، المترجمين، المنظمات السياحية، المسارح، الملاعب، السينما...الخ.

---

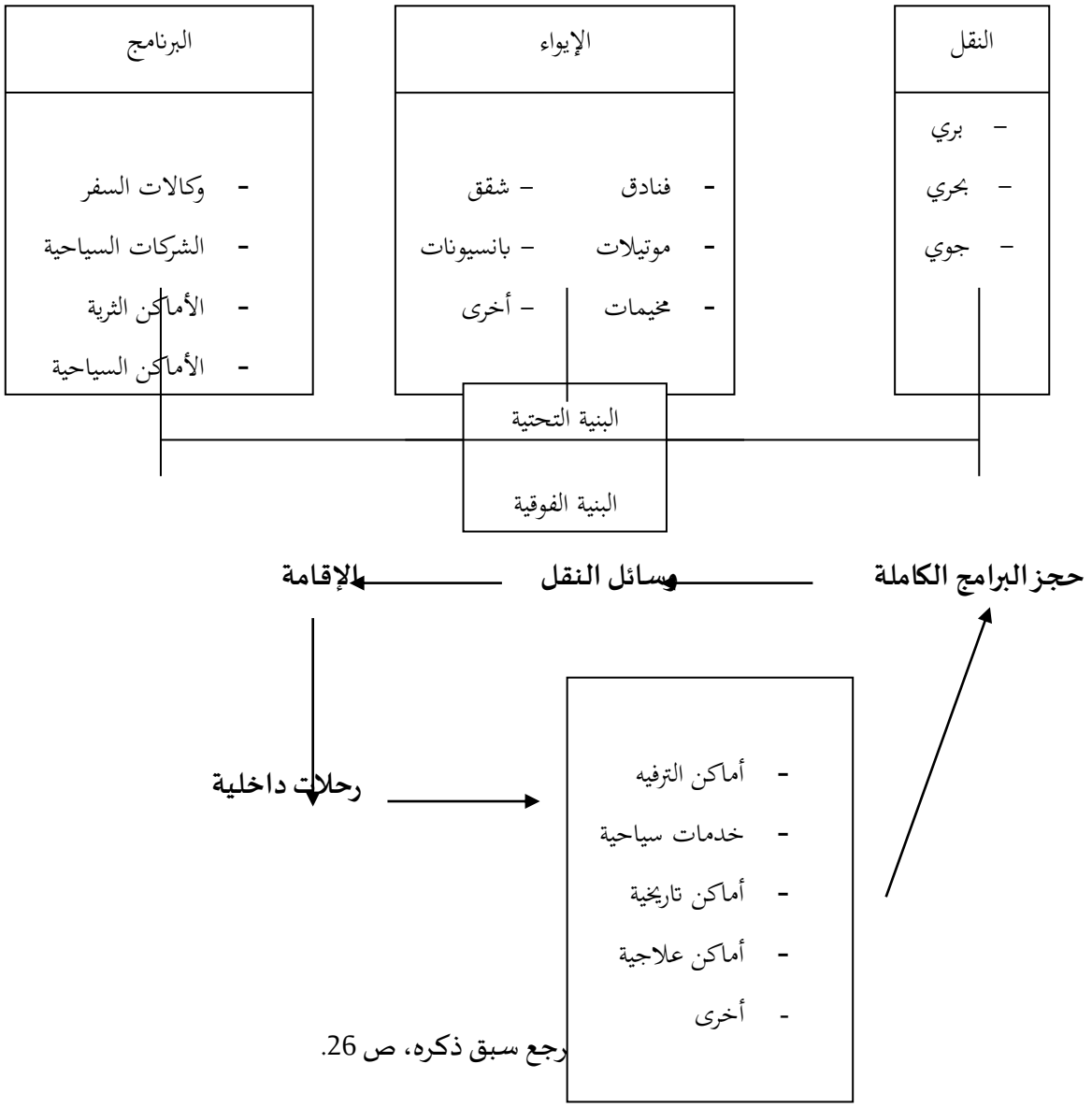
[2]- بهاز الجيلالي، **مساهمة القطاع السياحي في تحقيق التنمية المستدامة**، مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات شهادة الماجستير فرع العلوم الإقتصادية تخصص اقتصار و تسيير البيئة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2008/01/23، ص 32.

[3]- جميل نسيمة، **السياحة الثقافية و تثمين التراث من خلال البرامج التلفزيونية في الجزائر "دراسة وصفية تحليلية لبرامج حصة مرحبا"**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الإتصال تخصص علوم الإعلام و الإتصال، جامعة وهران، وهران، 2010/2009، ص 70.

[4]- كواش خالد، **أهمية السياحة في ظل التحولات الإقتصادية – حالة الجزائر-**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الإقتصادية فرع التخطيط، جامعة الجزائر، الجزائر، 2004/2003، ص 27.

ولتبيان أكثر أركان السياحة نقدم المخطط التالي:

الشكل (1-2): مخطط يوضح أركان السياحة.



رجع سبق ذكره، ص 26.

ثالثا: أشكال السياحة:

يمكن تقسيم السياحة إلى عدة أشكال حسب ما يلي:[1]

1. حسب فئات السياح، هناك:

- **السياحة المحلية:** وتشمل الأشخاص المقيمين في البلد المعني والمسافرين داخل هذا البلد؛
- **السياحة الوافدة:** وتشمل الأشخاص غير المقيمين في البلد ويسافرون إليه؛

[1]– عبد الهادي الرفاعي، **دراسة إحصائية لواقع السياحة في سورية**، مجلة جامعة تشرين للدراسات و البحوث العلمية، سورية، العدد الأول، 2005، ص.ص 2- 3.

- **السياحة الخارجية:** وتشمل الأشخاص المقيمين في البلد والمسافرين إلى الخارج.

2.حسب الطلب على السياحة، هنا:

- **السياحة الداخلية:** وتشمل السياحة المحلية؛
- **السياحة الوطنية:** وتشمل السياحة المحلية والسياحة الخارجية؛
- **السياحة الدولية:** وتشمل السياحة الوافدة والسياحة الخارجية.

المطلب الثالث: الأهمية الإقتصادية والإجتماعية للسياحة ومعوقاتها.

من خلال هذا المطلب سوف نتعرف على الأهمية الإقتصادية والإجتماعية للسياحة ومعوقاتها.

أولا: الأهمية الإقتصادية للسياحة:[2]

إن الهدف من إقامة صناعة السياحة وتشييد بناءها على قواعد ونظم وأساليب إدارية، هو الوصول إلى تعظيم الناتج الإقتصادي والإجتماعي لهذه الصناعة بالنسبة للدولة والمجتمع وبالنسبة للمواطن مع حماية الموارد الطبيعية والموارد السياحية، وتقاليد المجتمع وعاداته وفنونه من التأثر بفعل العوامل السلبية التي قد تنمو بعيدا عن التخطيط والتنمية الرشيدة. وقد أكد إعلان مانيلا عن السياحة العالمية سنة 1980م ضرورة وضع صناعة السياحة في مكانها الصحيح باعتبارها ذات دور هام في عالمنا الديناميكي شديد التغير مشيرا إلى مسؤوليات الدول والحكومة والمؤسسات السياحية للنظر إلى السياحة وفقا لأبعادها الحقيقية التي تتضمن المجالات الإقتصادية ة الثقافية والإجتماعية، كما أعلن المجلس العالمي للسفر والسياحة سنة 1994م وهو منظمة موثوق بها أن السياحة أصبحت أضخم صناعة في العالم متخطية صناعة السيارات والصلب والإلكترونيات

والنشاط الزراعي، وتعتبر السياحة في الوقت الحلي محركا رئيسيا من محركات التنمية الإقتصادية فهي مصدر دخل للعملات الحرة، وهذا يؤثر ايجابيا على ميزان المدفوعات، ويؤثر على حجم العمالة وعلى إعادة توزيع الدخل القومي داخل الدولة، وعلاوة على تشغيل الأيدي العاملة فإن للسياحة أيضا عائدات تنعكس بالفائدة على السكان من خلال زيادة النشاط الإقتصادي، فالضرائب التي يدفعها السياح تساعد الحكومات المحلية على تمويل التعليم والرعاية الصحية وغيرها من الخدمات.

[2]– تقي الدين قادري، **النشاط البدني الترويحي و دوره في تطوير السياحة الرياضية بالجزائر**، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماجستير في نظريات و منهجية التربية البدنية و الرياضية، جامعة الجزائر 03، الجزائر ، 2011، ص.ص 112 – 113.

ثانيا: الأهمية الإجتماعية للسياحة:

يقصد بالأهمية الإجتماعية للسياحة رصد كل النتائج الإجتماعية والثقافية لصناعة السياحة والتي تنعكس على الجوانب الجغرافية والديموغرافية، بالإضافة إلى الملامح الإجتماعية الخاصة بسلوكياتهم وعلاقاتهم والخصائص الثقافية المتعلقة بالعادات والتقاليد والفنون والآداب واللغات والأديان والخصائص العمرانية، وتتمثل النتائج الإجتماعية للسياحة فيما يلي:[1]

- خصائص السائح الوافد وحجم وطبيعة احتياجاته من الخدمات المختلفة بالإضافة إلى سماته الإجتماعية والثقافية؛
- ملامح سكان المناطق السياحية المضيفة ومدى تأثرهم بالأنشطة السياحية ومستوى تماسكهم الثقافي الذي يحدد مدى استعدادهم للتأثر بالآخرين؛
- طبيعة العلاقات المتبادلة بين السياح والسكان المحليين في المناطق السياحية؛
- مدى رواج صناعة السياحة وتعدد الأنشطة والخدمات المرتبطة بها؛
- تؤدي السياحة إلى خلق فرص جديدة للعمالة في الدول المضيفة للسياح بما يؤدي إلى رفع مستوى المعيشة ورفع المستوى الإجتماعي للدولة السياحية؛
- تشجيع السياحة وتسهيل التحرك الإجتماعي وتنقل كثير من العاملين في القطاع الزراعي إلى العمل في قطاع الخدمات مما يؤدي إلى تقليل الفوارق بين الدخول وزيادة فرص التعليم والتدريب ورفع مستوى الخدمات وبالتالي رفع مستوى الحياة في الدول السياحية؛
- تؤدي السياحة إلى بعث الفنون المحلية والصناعة التقليدية والنشاطات الحضارية للسكان المحليين في المنطق السياحية البعيدة عن المدن؛
- تعمل السياحة على إحياء التقاليد المعمارية المحلية مع احترام خصائص المنطقة والبيئة والتراث.

ثالثا: معوقات السياحة:

تواجه السياحة مشكلات وصعوبات تحد من نشاطها السياحي أو تؤثر على برامجها بصفة دائمة أو مؤقتة، وأهم هذه المعوقات مايلي:[1]

- الأوضاع السياسية والأمنية نتيجة للمقاطعة أو الحصار الذي يفرض على دولة ما، أو نتيجة للمعارضة أو الصراعات الداخلية يحول دون وفود السياح إليها؛
- نقص الخدمات السياحية وعدم توفر المرافق السياحية وعدم توفر المرافق الضرورية لاحتواء السياح، نتيجة لمحدودية عدد المطارات والموانئ ومحطات القطارات والفنادق والمطاعم وشركات النقل؛
- الأمراض والأوبئة التي تنتشر في بعض الدول بشكل مفاجئ والتي تشكل مانعا قويا يمنع السياحة؛
- الكوارث الطبيعية كلها تعد ظروفا طاردة للسياحة؛

---

[1]- شنيني عبد الرحيم، مرجع سبق ذكره، ص30.

[1]– زايد مراد، **السياحة كصناعة في الإقتصاد الوطني "حالة الجزائر"**، في إطار الملتقى الدولي حول: اقتصاديات السياحة و دورها في التنمية المستدامة، جامعة محمد خيضر، بسكرة، أيام 09 و 10 مارس 2010، ص 6.

- عدم التنوع في عرض المنتج السياحي، حيث أن الإقتصاد على بعض المنتجات أو البرامج ينعكس بصفة سلبية على خيارات السائح؛
- عدم وجود مكاتب سياحية خارجية تتولى عملية الترويج في كافة الدول، تظهر عوامل الجذب السياحية المتوفرة في الدولة و مستوى جودة الخدمات السياحية وكل ما يهم السائح.

المبحث الثاني: المقومات السياحية للجزائرودورها في تحقيق التنمية السياحية.

تعد الجزائر من البلدان التي تمتلك مقومات سياحية كبيرة جدًا التي تعد مقصدا لعدد هائل من الزوار، والذي يساهم بدوره في تحقيق التنمية السياحية وضرورة الإستثمار السياحي في هذا القطاع، لذا سنتطرق في هذا المبحث إلى أسس القطاع السياحي، التنمية السياحية والإستثمار السياحي.

المطلب الأول: أسس القطاع السياحي في الجزائر

نهدف من خلال هذا المطلب إلى التعرف المقومات الطبيعية، التاريخية والأثرية في الجزائر إضافة إلى أهم المناطق السياحية.

أولا:المقومات الطبيعية للجزائر:

تمتلك الجزائر مساحة شاسعة في القارة الإفريقية بعد السودان، تمتد مساحتها من البحر المتوسط شمالا إلى أعماق الصحراء الكبرى جنوبا، وتتوفر على مقومات متنوعة تتمثل في الشريط الساحلي الذي يمتد على طول 1200كلم من السواحل الرملية، تتميز بمناخ متوسط معتدل، تتخلله رؤوسا وخلجان، ومن أهم شواطئها:
وهران، الجزائر، عنابة، جيجل، سكيكدة والقالة. وتتربع الجزائر على أربع أنواع من التضاريس المتباينة من ناحية الإمتداد، وهي تتابع من الشمال إلى الجنوب، ففي الشمال تمتد سهول التل الجزائري، مثل سهول نتيجة، وهران
وعنابة، ويأتي بعدها حزام جبلي يحتوي على سلاسل جبلية، منها جبل "شيليا" بالأوراس، قمة "لالة خديجة" بجبال جرجرة بمنطقة القبائل الكبرى وغيرها من الجبال التي تتميز بها تضاريس الجزائر التي يمكن استغلالها في تطوير السياحة الجبلية وما ينطوي على هذا النشاط السياحي من متعة وترفيه وممارسة بعض الرياضات والتزحلق، خاصة وأن ه الجبال تتوفر على مقومات الجدب السياحي من جمال الطبيعة، غابات وثلوج مثل: "الشريعة" بولاية البليدة، "التيكجدا" بولاية البويرة و"تاغيلاف" بولاية تيزي وزو، وهي تعتبر محطات عامة للتزلج وممارسة هذه الهواية، كما تتخلل هذه الجبال وغيرها شعابا ومنابع مائية وحيوانات وطيور بمختلف الأشكال والألوان، مما يؤهل هذا المنتوج السياحي ليرقى إلى مستوى الطلب عليه وتلبية هواة السياحة الترفيهية والجبلية.
أما الجنوب فيمثله الأطلس الصحراوي، ويظهر في الصحراء الجزائرية الممتدة على مساحة شاسعة تشكل أكثر من 80 في المائة من المساحة الكلية للبلاد، وتحتوي على عدد كبير من الواحات المتناثرة عبر الصحراء، تتميز بغابات النخيل وتربة خصبة وكثبان رملية وهضاب صخرية وسهول حجرية، ومن هذه الناطق بسكرة، غرداية، أدرار، وادي سوف، عين صالح، ورقلة، تقرت، جانت وتمنراست. وأكثر ما يميز صحراء الجزائر منطقة "الأهقار" بتمنراست والتي تكتسي أهمية كبيرة من التراث الطبيعي للبلاد، نظرا لما يتوفر عليه من كنوز وشواهد تحمل

الكثير من خصوصيات هذه المنطقة المتميزة بتنوع تضاريسها ومناخها وبسلسلة جبالها الشاهقة التي صقلتها الرياح المحملة بالرمال التي تميزها قمة "تاهات"، كما تحتوي صخورها على بقايا حيوانية ونباتية تدل على وجود الحياة من العصور الجيولوجية القديمة تعود إلى أكثر من عشرة آلاف سنة، كالزرافة، وحيد القرن والفيلة، ويشهد على ذلك تلك الرسوم والنقوش الصخرية المنتشرة في معظم مناطق هذا المتحف الطبيعي والتاريخي.

وتعتبر صحراء الجزائر منتوجا سياحيا ثريا ومتنوعا يجب حمايته واستغلاله للنهوض بالسياحة الصحراوية، لتصبح مردودا لتحقيق إيرادات سياحية لخزينة الدولة إذا حضي باهتمام في التوجهات الإقتصادية المستقبلية للجزائر.[1]

ثانيا: المقومات التاريخية والأثرية للجزائر:

عرفت الجزائر الحضارة عبر مختلف العصور فقد عثر على أثار وبقايا نشاط إنساني تعود إلى نحو سبعة آلاف عام ق.م، واحتكت بعدة حضارات سجلها التاريخ كالحضارة الفينيقية التي تعامل معها الأمازيغيون سكان الجزائر آنذاك. وخضعت الجزائر في القرن السابع عشر ق.م لحكم قرطاج، ثم احتلها الرومان سنة 42ق.م وفي عام 682 م بدأ عصرها العربي الإسلامي. وبالرجوع إلى قائمة التراث العالمي المدرجة من طرف لجنة التراث العالمي في اليونسكو ضمن موقع التراث الدولية، التي يمكن أن تكون هذه المواقع طبيعية كالغابات وسلاسل الجبال، وقد تكون من صنع الإنسان كالبنايات والمدن.[2]

والجدول أدناه يبين بعض المواقع التراثية في الجزائر:

الجدول (1-2): المواقع التراثية في الجزائر

المواقع التراثية	نوع التراث	تاريخ إدراجه
قلعة بني حماد	ثقافي	1980
جميلة	ثقافي	1982
وادي ميزاب	ثقافي	1980
تسالي ناجير	مختلط	1982
تيمقاد	ثقافي	1982
تيبازا	ثقافي	1982
قصبة الجزائر	ثقافي	1992

[1]- عشي صليحة، **الآثار التنموية للسياحة "دراسة مقارنة بين الجزائر، تونس و المغرب"**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الإقتصادية تخصص اقتصاد تنمية، جامعة باتنة، باتنة، 2005/2004، ص.ص 30 – 31.

[2]- موسى سعداوي، حكيم بوجطو، **أهمية مقومات السياحة الجزائرية في التنمية الإقتصادية للدولة**، الملتقى العلمي الدولي حول: اقتصاديات السياحة و دورها في التنمية المستدامة، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 20010/2009، ص10.

ثالثا:المناطق السياحية في الجزائر:

يمكن حصر 06 مناطق سياحية في الجزائر تبعًا لتنوع المعطيات الجغرافية:[1]

أ. منطقة السواحل والسهول الشمالية وهضاب الأطلس الشمالي: وتتميز هذه المنطقة بطول شواطئها 1200 كلم، وبعدد كبير من المواقع الأثرية، والتي تعود إلى عهد الرومان والعرب المسلمين، وآثار تعود إلى عصور ما قبل التاريخ.

ب.منطقة السلسلة الأطلسية: والتي توجد بها أكبر قمة جبلية في الشمال "لالة خديجة" بـ 2308 مترًا، كما نجد جبال الأوراس، الونشريس، وسلسلة جبال موازية للساحل تتميز بإمكانيات كبيرة لتنمية أنواع سياحية عديدة، كالنشاطات الرياضية الشتوية (التزحلق، التسلق، الصيد...).

ت. منطقة الهضاب العليا: والتي تتميز بمناخها القاري، وبمواقعها الأثرية، وبضاعتها الحرفية والتقليدية المتنوعة.

ث.منطقة الأطلس الصحراوي: وهي المناطق الواقعة بين الهضاب العليا والصحراء الكبرى، والتي يمكن فيها تنمية السياحة المناخية، المعدنية، الصيد...الخ.

ج. منطقة واحات الصحراء: والتي تتميز باعتدال درجات الحرارة، فهي أقل درجة من الصحراء الكبرى، وبها تتركز الواحات بنخيلها وبحيراتها، وفيها عدّة صناعات تقليدية.

ح. منطقة الصحراء الكبرى: وهي المنطقة المعروفة بالجنوب الكبير (الهقار، التاسيلي)، وتتميز بالمساحات الشاسعة، والجبال الشامخة، وبالحرارة المعتدلة طوال فصول السنة، والتي تشكل مصدرًا هامًا للسياحة الشتوية، بفضل تنوع المناطق السياحية والمناخ في الجزائر، الأمر الذي يساعد على تنمية أنواع عديدة من السياحة، وهو ما يساعد كذلك على عدم تركز النشاط السياحي خلال فترة زمنية محددة، ويؤدي على استمرارية النشاط السياحي خلال كل فصول السنة (القضاء على الموسمية).

المطلب الثاني: التنمية السياحية

سنتطرق في هذا المطلب إلى مفهوم التنمية السياحية، محدداتها وأهدافها.

أولا: مفهوم التنمية السياحية:

تكتسب التنمية السياحية أهمية متزايدة، كونها تؤمن موارد مالية إضافية للسكان وتعمل على تحسين ميزان المدفوعات، فهي تمثل إحدى الصادرات الهامة غير المنظورة، وعنصرا أساسيا في عناصر النشاط الاقتصادي، ومنه يترتب على التنمية السياحية مجموعة من التأثيرات التنموية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبيئية في المقصد السياحي (الدول المستقبلة).[1]

وتم تعريفها على أنها: "وسيلة لبلوغ غاية لتكون مع غيرها من أوجه التنمية الإقتصادية والإجتماعية داخل الدولة سبيلا آمنا ومدروسا لتحقيق الإستقرار الإجتماعي والرخاء الإقتصادي المؤديان بدرجة كبيرة إلى الإستقرار

---

[1]– عبد القادر شلالي، عبد القدر عوينات، **الواقع السياحي في الجزائر ، وواقع النهوض به في آفاق 2025**، الملتقى العلمي الوطني حول: "السياحة في الجزائر واقع و آفاق"، جامعة آكلي منحند أولحاج، البويرة، يومي 11 و 12 ماي 2010، ص.ص 3 – 4.

[1]– بربيش السعيد، شابي حليمة، **دور التنويع الإقتصادي من خلال الصناعة السياحية في الجزائر لتحقيق التنمية و التقليل من البطالة**، ملتقى حول استراتيجية الحكومة في القضاء على البطالة و تحقيق التنمية المستدامة، جامعة المسيلة، المسيلة، يومي 16/15 نوفمبر 2011، ص 1.

السياسي".[2]

كما تعرف التنمية السياحية علة أنها: "نمو وازدهار في النشاط السياحي للبلد وهذا النمو يكون متواصلا ويعود بفائدة على الدولة، ويمكن تحديد التنمية السياحية من خلال الأهداف العامة أي وضع غايات وآمال وطموحات مستقبلية للوصول إليها من خلال تطبيق البرامج والمخططات التنموية التي يقوم بإعدادها المختصون.[3]

فالتنمية السياحية "هي مختلف البرامج التي تهدف إلى تحقيق الزيادة المستقرة المتوازنة في الموارد السياحية وتعميق وترشيد الإنتاجية في القطاع السياحي.[4]

ثانيا: محددات التنمية السياحية:

لتحقيق التنمية السياحية المرجوة لابد من مراعاة عدة جوانب:[1]

1. التسهيلات السياحية:

إضافة إلى مشروعات البنية الأساسية كالطرق ووسائل الإتصال وحركة التنقل وكفاءة خدمات المرفق من مياه وكهرباء وصحة والأمن، فإنه من الضروري توفير التسهيلات المتعلقة بالإقامة والإطعام والشرب

وخدمات النقل السياحي ومحلات بيع الهدايا والتذكارات، بحيث هذه الخدمات ذات نوعية جيدة وبأسعار تنافسية؛

2. الموقع الجغرافي:

يلعب الموقع دورا مهما في عملية التدفق السياحي، فالموقع الجغرافي يمثل عاملا أساسيا في تحديد نفقات النقل والرحلة، وبذلك فهو يدخل ضمن العوامل المؤثرة في حركة السياحة الدولية لاعتبارات التوفير في الوقت،

وانخفاض التكلفة فضلا عن تنوع وسائل المواصلات، كم يعد البعد عن أسواق التصدير السياحي في أوروبا

وأمريكا نقطة ضعف لها خطورتها، وهي مشكلة أغلب الدول النامية، مما يترتب عليه ارتفاع تكاليف النقل الجوي، وبالتالي يجب على هذه البلدان تخفيض سعر المنتوج السياحي والتخفيض قدر الإمكان من التكلفة المرتفعة حتى تكون السعار تنافسية؛

3.الإمتيازات الممنوحة للمشروعات السياحية:

نظرا لأن النشاط السياحي يتطلب موارد كبيرة لإنشاء المرافق السياحية الأساسية، فنادق ومراكز سياحية... وغيرها من المشروعات التي تخدم القطاع السياحي، فإن مستثمري القطاع الخاص في الدول النامية يترددون عن الإستثمار السياحي وذلك لعدة أسباب من بينها مشاكل تمويل الإستثمارات السياحية، مشاكل الحصول على العقار السياحي، تأثر صناعة السياحة بالتغيرات السياحية والإجتماعية، إضافة إلى طبيعة الطلب السياحي.

---

[2]- دماد نوال، **الإستراتيجية الترويجية و إسهاماتها في تسويق السياحة الداخلية "دراسة حالة الديوان الوطني للسياحة"**، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الإقتصادية تخصص تسويق، جامعة دالي إبراهيم، الجزائر، 2010/2009، ص 8.

[3]– بهاز الجيلالي، مرجع سبق ذكره، ص81.

[4]- عيسى مرازقة، محمد شريف شخشاخ، **التنمية السياحية المستدامة في الجزائر" دراسة أداء و فعالية مؤسسات القطاع السياحي في الجزائر"**، الملتقى الدولي حول: اقتصاديات السياحة و دورها في التنمية المستدامة، جامعة محمد خيضر، بسكرة، يومي 10/09 مارس 2010، ص 6.

[1]– سعد بلمداني، **استراتيجية الإتصال في تنمية السياحة بالجزائر**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام و الإتصال تخصص اتصال استراتيجي، جامعة الجزائر "3"، الجزائر، 2011/2010، ص 69.

ثالثا: أهداف التنمية السياحية:

تهدف التنمية السياحية إلى تحقيق الزيادة المستمرة المتوازنة في الموارد السياحية وتعميق وترشيد الإنتاجية في القطاع السياحي وهي عملية مركبة متشعبة تضم عدة عناصر متصلة ببعضها البعض ومتداخلة وأهداف التنمية السياحية نوعان هما:[1]

1. الأهداف العامة:

وهي كل ما تعمل التنمية السياحية في الدولة على تحقيقه بصفة عامة مثل: النمو السياحي المتوازن، بحيث لا يترتب عليه خلخلة الإقتصاد القومي وتدعيم الآثار الإقتصادية للسياحة والمحافظة على تنمية نصيب الدولة من الأسواق السياحية في مواجهة المنافسة الدولية وزيادة الدخل السياحي الإجمالي زيادة كبيرة...الخ.

ولهذه الأهداف العامة خصائص يجب أن تتوافر فيها وهي:

- ✓ أن تكون أهدافا واقعية بمعنى أنها يمكن إدراكها وتحقيقها عن طريق الإستخدام الأمثل للموارد الفنية والمادية والبشرية المتاحة؛
- ✓ أن تكون أهدافا شاملة أي تشكل كل ما يراد تحقيقه من نتائج؛
- ✓ أن تكون أهداف مرنة أي تتسع بقدر الإمكان لاحتواء أي مشكلة طارئة لم تتوقع عند وضع خطة التنمية.

2. الأهداف المحددة:

أما الأهداف المحددة فهي تمثل نتائج واضحة المعالم يجب الوصول إليها ويسهل معها وضع جدول زمني لتنفيذ الأعمال المطلوبة لتحقيق تلك الأهداف، وهذه الأهداف المحددة تضع علامات على الطريق فهي في الواقع تفصيل وتحديد للأهداف العامة. إن التخطيط العلمي للتنمية السياحية هو السبيل الوحيد لتحقيق التنسيق والتوازن بين القطاعات المختلفة وتعظيم النتائج والآثار الإيجابية للتنمية السياحية مع تخفيف النتائج والآثار السلبية.

[1]- بشيرة عالية، **السياحة الجزائرية و دورها في كشف معوقات التنمية الإجتماعية للبناء االسوسيوثقافي**، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علة الإجتماع، جامعة الجزائر "2"، الجزائر، 2010/2009، ص 124.

المطلب الثالث: الإستثمار السياحي وشروط تطوير السياحة

سنتطرق في هذا المطلب إلى مفهوم الإستثمار السياحي، آثاره والشروط الأساسية لتطوير السياحة كصناعة.

أولا: مفهوم الإستثمار السياحي:

هناك مجموعة من التعاريف المتعلقة بهذا المفهوم، ومن بين هذه التعاريف ما يلي:

"الاستثمار السياحي هو عملية استخدام وتوجيه رؤوس الأموال لخلق أو تثمين منتوج سياحي أو خدمة ترد ضمن متطلبات الجذب السياحي بهدف تسويق هذه الخدمة وتحقيق عائد على رؤوس الأموال المستغلة".[1]

كما عرفت المنظمة العالمية للسياحة الاستثمار السياحي على أنه: "التنمية الاستثمارية للسياحة والتي تلبي احتياجات السياح، والمواقع المضيفة إلى جانب حماية وتوفير الفرص للمستقبل، أنها القواعد المرشدة في مجال إدارة الموارد بطريقة تحقق فيها متطلبات المسائل الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، ويتحقق معها التكامل الثقافي والعوامل البيئية، والتنوع الحيوي ودعم نظم الحياة".[2]

ويتمثل الإستثمار السياحي في مجموع ما ينفق على قطاع السياحة وما تستقطبه الدولة من استثمارات أجنبية موجهة لهذا القطاع، ويعتبر الاستثمار السياحي من الأنشطة الواعدة لما تتيحه من فرص كبيرة للنجاح وتحقيق عوائد مالية معتبرة، كما أن تطور الاستثمار السياحي يتوقف على مدى تدفق رؤوس الأموال المحلية والأجنبية للاستثمار في مجال السياحة، إلى جانب قوة المنتوج السياحي المعروض وحجم الطلب عليه في السوق السياحية ومدى اهتمام الدولة بعنصر التسويق السياحي للتعريف بالمنتوج السياحي.[3]

ثانيا: آثار الإستثمار السياحي:

إن الإستثمارات السياحية بشكل عام تشكل دعامة الإقتصاد الوطني، إلا أن الإستثمارات السياحية تلعب دورا كبيرا في تنمية عدة دول ويمكن تلخيص الآثار الناجمة عنها فيما يلي:[4]

1. الإستثمارات السياحية كعامل للتوازن الجهوي:

إذا عممت الإستثمارات السياحية في مختلف مناطق الدولة فإنها ستعمل على إظهار نوع من التوازن الجهوي من الناحية الإقتصادية والإجتماعية، خاصة أن المشاريع السياحية غالبا ما تقام بعيدا عن المناطق الصناعية والتجارية وتقترب من المواقع والمرافق السياحية والمتميزة بجمال الطبيعة. وغالبا ما تستوعب هذه المشروعات السياحية الجديدة سكان تلك المناطق وتعمل على توظيفهم، ويترتب على ذلك رفع مستواهم المعيشي نتيجة زيادة الإقبال على السياحتين الدولية والداخلية. فالإستثمارات السياحية تؤثر في التنمية الإقليمية باعتبارها مصدر دخل تلك المناطق، وهذا يقلل من فجوة الأجور بين الأقاليم المختلفة، ويعمل على تمسك السكان بأرضهم والتقليل من نزوحهم.

---

[1]- سارة بوسعيود، عبد الحميد بوشرمة، **دور الموارد البشرية في نجاح الإستثمارات السياحية**، الملتقى العلمي الدولي حول: السياحة في الجزائر بين الواقع و المأمول نحو الإستفادة من التجارب الدولية الرائدة، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، يومي 09 و 10 نوفمبر 2016، ص 2.

[2]- سارة بوسعيود، عبد الحميد بوشرمة، مرجع سبق ذكره، ص 2.

[3]– عمر بوجمعية، بلال معوج، **واقع و تحديات الإستثمار السياحي في الجزائر**، الملتقى العلمي الدولي حول: السياحة في الجزائر بين الواقع و المأمول نحو الإستفادة من التجارب الدولية الرائدة، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، يومي 09 و 10 نوفمبر 2016، ص 7.

[4]- نادي مفيدة، مغتات صبرينة، ختو العالية، **أهمية دراسة الجدوى الإقتصادية في المشاريع الإستثمارية السياحية "دراسة حالة حمام منتيلة بغليزان"**، مجلة الحكمة للدراسات الإقتصادية، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر و التوزيع، الجزائر، العدد السابع، السداسي الأول 2016، ص.ص 124 – 125.

2. دعم ميزان المدفوعات:

يظهر دور الإستثمارات عامة والسياحة خاصة في عنصر حساب رأس مال ميزان المدفوعات، والذي يشمل الإستثمارات بشقيها طويلة الجل وقصيرة الأجل التي حصلت عليها الدولة من الخارج، والمتوفرة لديها والتي قدمتها للخارج كمدفوعات وما عليها للخارج من التزامات. بهذا نجد أن الإستثمارات السياحية تساهم مساهمة فعالة في تغطية جزء من عجز ميزان المدفوعات وذلك بدل سداده على حساب احتياطاتها من الذهب أو العملة الصعبة والذي بدوره يؤثر على وضع العملة المحلية للدولة.

3.المحافظة على التراث الوطني:

تظم العديد من الدول مقومات وعناصر جدب سياحية عديدة مفيدة ودائمة وخاصة المتعلقة بالمزايا التاريخية والتراثية للدولة. وبما أن الإستثمارات السياحية لا تحتاج لعناصر معقدة في إبرازها وخاصة التكنولوجيا منها، فإنها تعمل على تحفيز المزيد من الأعمال والمشاريع كالصناعات التقليدية والحرف، وهذا ما يحافظ على التراث الوطني ويعمل على خلق فرص عمل جديدة، وإيجاد المزيد من الصناعات الخفيفة وتوفير مناصب شغل متنوعة. كما تتميز المشاريع الخدمية بمعدلات أسعار منخفضة مما يضفي عليها ميزة نسبية خاصة.

ثالثا: الشروط الأساسية لتطوير السياحة كصناعة:

لكي تكون السياحة صناعة فاعلة فانه ينبغي توفر الشروط الأساسية التالية:[1]

- إيمان وقناعة بالسياحة من أعلى المستويات في الدولة المضيفة؛
- أن تكون السياحة نشاطا منظما ومنضبطا؛
- أن تساهم السياحة في الحفاظ على البيئة الداخلية والخارجية، مثل الحفاظ على الطبيعة، والموروث الحضاري، والعادات والتقاليد والفولكلور الشعبي؛
- أن تتوفر لصناعة السياحة كوادر مؤهلة قادرة على إشباع رغبات السياح وتحقيق أعلى درجات الرضا لديهم؛
- أن تملك صناعة الضيافة أخلاقيات للمهنة أسوة بالمهن الأخرى مثل الطب، المحاماة والتعليم؛
- أن تكون جزءا لا يتجزأ من الاقتصاد الوطني، والاعتراف والإقرار بدورها كصناعة رائدة تكمل وتدعم الصناعات الأخرى في البلد المضيف؛
- أن تكون مبنية على أسس علمية وتكنولوجية صحيحة؛
- أن تتكيف مع المتغيرات بشكل ايجابي؛
- أن يتم تطويرها بشكل منظم ودوري؛
- أن تحقق التفاعل المنشود بين حضارات الشعوب من خلال العلاقات التفاعلية الصحيحة بين البلد المضيف والضيف الزائر؛
- أن تكون السياحة مخطط لها بشكل متقن، لأن التخطيط السياحي الجيد يحدد النجاح المنشود

[1]– حبيلي حياة، **ماهية الظاهرة السياحية**، الملتقى العلمي الدولي حول: السياحة في الجزائر بين الواقع و المأمول نحو الإستفادة من التجارب الدولية الرائدة، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، يومي 09 و 10 نوفمبر 2016، ص 9.

لمؤسسات السياحة والمنتفعين بخدماتها؛

- رسم الاستراتيجيات السياحية الصحيحة، والتعرف على مكامن القوة لاستغلالها والتمسك بها، وتشخيص مكامن الضعف للتخلص منها، ومعرفة الفرص والتهديدات.

المبحث الثالث: واقع الإستثمار السياحي في الجزائر وسبل تشجيعه.

تعتبر السياحة بديلا استراتيجيا لإستغلال الموارد السياحية، وعلى هذا تسعى الحكومة الجزائرية إلى جذب الاستثمارات في المجال السياحي. لذا سنتطرق في هذا المبحث إلى وضعية السياحة في الجزائر، سبل تشجيع ودعم الإستثمار السياحي فيها إضافة إلى طرق النهوض بالقطاع السياحي وآليات تدعيمه.

المطلب الأول: وضعية السياحة في الجزائر

نهدف من خلال هذا المطلب إلى التعرف على الوضعية الإقتصادية للسياحة في الجزائر، مكانة التمويل السياحي في مخططات التنمية وما بعدها، ومعوقات ونقائص صناعة السياحة في الجزائر.

أولا: الوضعية الإقتصادية للسياحة في الجزائر:[1]

تشير إحصاءات المجلس العالمي للسياحة والسفر إلى أن متوسط مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي PIB العالمي تصل إلى 10 %، أما متوسط مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي للجزائر في العقد الأول من الألفية الثالثة قدر بحوالي 1.7 %، وانخفضت هذه النسبة إلى 1.5% بين سنتي 2014 و2012 وهذه النتائج ما هي إلا دليل على محدودية مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي ، ويمكن تفسير ذلك إلى عدم اهتمام الدولة بتنمية هذا القطاع وإشراكه بشكل أساسي في عملية تحقيق التنمية الشاملة، واعتماده على قطاع المحروقات باعتباره الأكثر أهمية في تحقيق التنمية الاقتصادية للبلاد بوتيرة أسرع، وإذا قارن هذه النسبة مع نسبة مساهمة قطاع السياحة للناتج المحلي الإجمالي لبعض الدول العربية كالمغرب ومصر وتونس والبحرين والأردن لوجدنا عكس ذلك، حيث في سنة 2007 قدرت هذه النسبة لهذه الدول في المتوسط بحوالي 8.5% وهذا ما يقارب المتوسط العالمي.

كما سجلت سنة 2014 مداخل في مجال السياحة (الفندقية-المقاهي-المطاعم) بقيمة 237 مليار دينار وبحوالي261289 عامل 9 ملايين مبيت في الفنادق المصنفة بدون احتساب المرافق الغير مصنفة وصيغة الإيواء عند الخواص خاصة في موسم الاصطياف، ومن نفس السنة خصصت 84,7 مليار دينار جزائري كالقيمة مالية استثمارية للقطاع العام (عصرنة الحظيرة الفندقية الموجودة وتهيئة العقار السياحي)، أما القطاع الخاص خصصت له 234 مليار دينار جزائري تمثل القيمة المالية الاستثمارية للقطاع الخاص. في الحقيقة كل هذه النتائج هي دلالة على المحاولات العديدة للدولة لمختلف مراحل الإصلاحات الاقتصادية لتنمية والنهوض بقطاع السياحة، ولكن على الجزائر أن تسعى أكثر من أجل الخروج من التبعية النفطية والاعتماد على قطاع السياحة كمورد ثاني لتحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة.

---

[1]– بن زعرور شكري، ساطور رشيد، **السياحة و النمو الإقتصادي في الجزائر الأدلة من التكامل المشترك و تحليل السببية**، الملتقى العلمي الدولي حول: السياحة في الجزائر بين الواقع و المأمول نحو الإستفادة من التجارب الدولية الرائدة، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، يومي 09 و 10 نوفمبر 2016، ص.ص 175-176.

ثانيا: مكانة التمويل السياحي في مخططات التنمية وما بعدها:[1]

لم يحظى القطاع السياحي بالأولوية في التنمية الاقتصادية وقد اتسمت الاعتمادات المالية الموجهة لهذا القطاع بالانخفاض الشديد في مختلف مخططات التنمية، ففي المخطط الثلاثي (1967- 1969) تم برمجة القطاع السياحي في هذا المخطط وخصصت له 282 مليون دينار جزائري كاستثمارات سياحية، أي بنسبة 02.54% من الاعتمادات الكلية المخصصة لهذا المخطط أما المخطط الرباعي الأول (1970- 1973) فقد خصص له غلاف مالي يقدر ب 700 مليون دينار جزائري أي بنسبة 02.5% من إجمالي الاستثمارات في حين وصلت حجم الاستثمارات المرصودة للمخطط الرباعي الثاني (1974- 1977) حوالي 1230 مليون دينار جزائري، أي بزيادة تفوق 100% عما كان عليه الحجم في المخطط الرباعي الأول بنسبة 01.4% من إجمالي الاستثمارات. وخصص للمخطط الخماسي الأول (1940- 1984) غلاف مالي ب 3400 مليون دينار بنسبة 85.0% من إجمالي الاستثمارات وفي المخطط الخماسي الثاني (1985- 1989) برمجت عدة مشاريع سياحية خصصت لها غلاف مالي يقدر ب 1800 مليون دينار بنسبة 6.4 % من إجمالي الاستثمارات.

وخلال الفترة (1999- 2000) شهدت الجزائر تحولا من النظام الاشتراكي إلى اقتصاد السوق، وقد تميزت هذه المرحلة بتقلص دور الدولة في النشاط الاقتصادي وإفساح المجال للاستثمارات الخاصة الوطنية والأجنبية، وعلى غرار باقي القطاعات الأخرى، شرعت في خصخصة قطاع السياحة كما وضعت عدة امتيازات للاستثمار السياحي حسب قانون الاستثمار الصادر في 05 أكتوبر 1993.

وفي سنة 2000، بدأت الوزارة الوصية على قطاع السياحة في إعداد إستراتيجية من أجل تطوير قطاع السياحة في آفاق 2010، وخلصت إلى صياغتها النهائية سنة 2011 تحت عنوان: "مخطط أعمال للتنمية المستدامة للسياحة في الجزائر آفاق 2010 "، وأدخلت تعديلات عليه فأصبح مشروعا جديد في آفاق 2013. ومن أهداف هذا البرنامج تثمين الطاقات الطبيعية والثقافية والدينية والحضارية، وتحسين نوعية الخدمات السياحية، وكذا إعادة الاعتبار للمؤسسات الفندقية والسياحية، والمساهمة في التنمية المحلية، والمحافظة على البيئة الفضاءات الحسنة لتوسع السياحة البيئية. بالإضافة إلى تلبية حاجات الطلب الوطني المتزيد باستمرار. ورغم ذلك فان حجم الاستثمارات في القطاع السياحي لم يتعدى 1% من مجموع الاستثمارات الكلية بمبلغ 135595 مليون دينار في الفترة 2002-2012.

وقد جاء المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025 كتجسيد وترجمة لإدارة الدولة الفعلية والحقيقية في جعل السياحة أولوية وطنية، وجسد هذا المخطط الذي يعتبر الإطار المرجعي للسياحة الجزائرية، والإستراتيجية السياحية الجديدة للجزائر على المدى القصير والمتوسط والطويل في إطار التنمية المستدامة .

[1]– شتوان صونية، **Crowdfunding آلية بديلة لتطوير قطاع السياحة في الجزائر**، الملتقى العلمي الدولي حول: السياحة في الجزائر بين الواقع و المأمول نحو الإستفادة من التجارب الدولية الرائدة، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، يومي 09 و 10 نوفمبر 2016، ص.ص 11- 12.

ثالثا: معوقات ونقائص الصناعة السياحية في الجزائر:

تعترض صناعة وتنمية السياحية في الجزائر عدد من المعوقات والنقائص التي تؤخر وتقلص دورها في مجالات التنمية الاقتصادية والاجتماعية والتي من أهما:[1]

1. المعوقات الخاصة بالتخطيط السياحي:

وتتمثل في غياب النظام الجيد للمعلومات والإحصاء السياحي، فلا شك أن توفر المعلومات والبيانات الخاصة بمناطق الجذب السياحي أو المتعلقة بنشاط معين تعتبر أحد الأعمدة التخطيطية. فالنظام الإحصائي في بعض الدول خصوصًا العربية منها يتصف بعدم الشمول ويقتصر على بعض الأرقام الخاصة بتصنيف السائحين على حسب الجنسية) آخر إحصائيات الديوان الوطني عن السياحة في الجزائر يعود للفترة 2007-2011 وعدد السائحين موزعًا على شهور السنة وعدد الليالي السياحية، إن الجانب السلبي في هذا النظام يكمن في غياب الكثير من المعلومات المهمة واللازمة للباحثين أو القائمين بالتخطيط في مجال السياحة مثل:

- توزيع السياح على حسب طريقة الوصول إلى البلد (برا أو بحرا أو جوا)؛
- الغرض من القدوم؛

أماكن إقامة السياح (المدن، المصايف، الفنادق، القرى السياحية ، بيوت الشباب، الشقق والغرف المفروشة)؛

- الأماكن التي يزورها السائح؛
- تصنيف السياح على حسب السن والجنس وبلد القدوم؛
- تصنيف السياح في الرحلات السريعة أو الترانزيت على حسب الجنسية والمدة؛
- استطلاع رأي السياح في الأماكن السياحية.

2. سوء توجيه الاستثمارات في قطاع السياحة:

حيث يلاحظ في العديد من الدول السياحية أن بعض شركات الاستثمار السياحية الوطنية والأجنبية تركز استثماراتها في مجالات ضيقة قد لا يحتاجها السائح أو يرغب فيها كالنوادي ومحلات الترفيه الليلية .وذلك على حساب الاستثمارات التي تبرز ميزة المنتوج المحلي، كالتركيز مثلا على السياحة الصحراوية أو السياحة العلاجية (200 حمام معدني غير مستغلة الإستغلال الأمثل).

3. عدم فعالية التسويق السياحي:

يقوم التسويق السياحي بدور هام في بيع المنتج السياحي، فالتسويق السياحي من خلال الدعاية والإعلان يكون أمرًا ضروريًا بالنسبة لمنتج يعتمد على الرضا والمتعة التي يتوقعها المستهلك من عملية الشراء، والتسويق السياحي الناجح هو الذي يثير رغبة المستهلك ويولد القناعة لديه بأن المنتج السياحي المعلن عنه هو أفضل المتوفر في سوق السياحة العالمية ويلبي رغباته المطلوبة.

4. التضخم

[1]– هري بلال، سوفي نبيل، **صناعة السياحة في الجزائر كأداة لتحقيق التنويع الإقتصادي آفاق و تحديات**، الملتقى العلمي الدولي حول: السياحة في الجزائر بين الواقع و المأمول نحو الإستفادة من التجارب الدولية الرائدة، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، يومي 09 و 10 نوفمبر 2016، ص.ص 5 - 7.

يعتبر الارتفاع المستمر في أسعار السلع والخدمات وانخفاض قيمة العملة الوطنية، وفقدنها لقدرتها الشرائية أحد العوامل الاقتصادية المؤثرة على الطلب السياحي في بلد ما. وتعد الجزائر من أكثر الدول التي تعاني من الارتفاع المستمر في معدل التضخم السنوي، ويعود ذلك إلى عدة أسباب من أهمها انخفاض الإنتاجية وقلة العرض قياسًا بحجم الطلب.

5. **انخفاض مستوى الخدمات المساعدة للسياحة:**

رغم التحسن النسبي لطرق المواصلات ووسائل الاتصالات السلكية واللاسلكية الداخلية والخارجية في الكثير من دول العالم، إلا أن الدول المعنية بالسياحة في العالم الثالث مازالت تعاني من ضعف خدمات الاتصالات وكذلك من مشكلات أخرى تتعلق بمشاريع الصرف الصحي وشبكات المياه والكهرباء والإنارة وطرق المواصلات التي تربط بين المواقع والأماكن السياحية المتنوعة.

6. **الاستقرار السياسي والأمن الاجتماعي:**

رغم تعالي أصوات خبراء السياحة والاقتصاد بضرورة تمتع الدول السياحية بدرجة عالية من الاستقرار الأمني والسياسي، إلا أن العديد من دول العالم الثالث وعلى رأسها الجزائر ما زالت تعاني من قلة الاستقرار الأمني والسياسي نظرا لضعف القانون وتدهور الاقتصاد وانتشار البطالة وتفشي الجريمة والفساد فالجزائر ما زالت تعاني من غياب للأمن الصحي، والأمن الغذائي، بالإضافة إلى حالة الإستقرار التي تعاني منها دول الجوار واستفحال ظاهرة الإرهاب في هذه الدول.

7. **بنوك وخدمات مالية غير متكيفة:**

فالبنوك والخدمات المالية في الجزائر ضعيفة ومتخلفة عن الخدمات العصرية، سواء الخدمات المقدمة للمحليين أو للسياح الأجانب، كذلك قوانين لا تسمح بتوطين العمليات سواء بالنسبة للإستقبال أو إيفاد السياح إلى الخارج، وأيضا تعارض طريقة تمويل الإستثمار والنشاط السياحي مع طبيعة الإستثمار

8. **تسيير وتنظيم غير متكيف مع السياحة العصرية:**

إن المتمعن في أوضاع التسيير في الجزائر يدرك انعكاس سوء هذا التسيير على تسيير السياحة في الجزائر، كذلك غياب أدوات التقييم ومتابعة تطور السياحة على الصعيد الوطني والدولي، بالإضافة إلى البيروقراطية في إجراءات استخراج التأشيرات.

9. **ضعف نوعية المنتوج وخدمات السياحة الجزائرية:**

ضعف النظافة والصيانة الفضاءات العمومية والخاصة، خدمات مرتفعة في السعر بالنسبة للسكان المحليين وذات نوعية أقل للمنافسة الدولية(المغاربية)، غياب خدمات جذابة تبرز المنتجات المحلية. يضاف إلى ذلك نقص في تأهيل ومهنية المستخدمين في المؤسسات والخدمات السياحية والفنادق خاصة، ونوعية تكوين غير ملائمة مع متطلبات عرض سياحي بامتياز.

المطلب الثاني: سبل تشجيع ودعم الإستثمار السياحي في الجزائر.

سنتعرف من خلال هذا المطلب على التدابير المعتمدة لتشجيع الإستثمار السياحي في الجزائر، مصادر تمويل المشاريع السياحية والمؤسسات المالية الداعمة لهذا القطاع.

أولا: التدابير المعتمدة لتشجيع الإستثمار السياحي في الجزائر:

أ. امتيازات الاستثمار المتعلقة بالنظام العام:

يمكن تقسيم امتيازات الاستثمار المتعلقة بالنظام العام الممنوحة للمستثمرين إلى قسمين[1] :

1. عند مرحلة إنجاز الاستثمار:

تستفيد الاستثمارات في إطار النظام العام من امتيازات جبائية عند مرحلة الإنجاز، في مدة لا تتجاوز 3 سنوات وهي كما يلي:

- الإعفاء من ضريبة نقل الملكية بمقابل، بالنسبة لكل المشتريات العقارية المنجزة في إطار الاستثمار؛
- تطبيق رسم ثابت في مجال التسجيل، بنسبة منخفضة تقدر (5 ‰) تخص العقود التأسيسية والزيادات في رأس المال؛
- إعفاء الملكيات العقارية، التي تدخل في إطار الاستثمار من الرسم العقاري ابتداء من تاريخ الحصول عليه؛
- الإعفاء من الرسم على القيمة المضافة (TVA) على السلع والخدمات، التي تدخل مباشرة في إنجاز الاستثمار سواء أكانت مستوردة أو محلية؛
- تطبيق نسبة منخفضة، تقدر ب (3%) في مجال الرسوم الجمركية على السلع المستوردة التي تدخل مباشرة في إنجاز الاستثمار.

2. عند مرحلة الاستغلال:

كما يستفيد الاستثمار ابتداء من تاريخ الشروع في استغلاله من الامتيازات التالية:

- الإعفاء من ضريبة أرباح الشركات (IBS)؛
- الإعفاء من الرسم على النشاط المهني حاليا (TAP).

ب. الامتيازات الممنوحة استثنائيا:

1.الاستثمارات المنجزة في المناطق التي يجب ترقيتها :تستفيد هذه الاستثمارات مما يلي:

أ. بعنوان الإنجاز وحسب الآجال المتفق عليها:

- الإعفاء من دفع حقوق نقل الملكية بعوض فيما يخص كل المقتنيات العقارية التي تتم في إطار الاستثمار؛
- تطبيق حق ثابت في مجال التسجيل بنسبة مخفضة قدرها 2 بالألف فيما يخص العقود التأسيسية والزيادات في رأس المال؛
- تكفل الدولة جزئيا أو كليا بالمصاريف بعد تقييمها فيما يخص الأشغال المتعلقة بالمنشآت الأساسية اللازمة لإنجاز الاستثمار؛
- الإعفاء من الضريبة على القيمة المضافة فيما يخص السلع والخدمات غير المستثناة التي تدخل مباشرة في إنجاز المشروع سواء كانت مستوردة أو مقتناة محليا؛
- تطبيق النسبة المخفضة في مجال الحقوق الجمركية فيما يخص السلع غير المستثناة، المستوردة والتي تدخل مباشرة في إنجاز الإستثمار.

---

[1]– فاتح أحمية، نصيرة يحياوي، **التدابير الجبائية المعتمدة لتشجيع الإستثمار السياحي في الجزائر**، الملتقى العلمي الدولي حول: السياحة في الجزائر بين الواقع و المأمول نحو الإستفادة من التجارب الدولية الرائدة، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، يومي 09 و 10 نوفمبر 2016، ص.ص 7- 8.

ب. بعد معاينة إنطلاق الإستغلال من طرف مصالح الضرائب بناء على طلب من المستثمر:

- الإعفاء لمدة 10 سنوات من النشاط الفعلي من ضريبة أرباح الشركات، ومن الرسم على النشاط المهني؛
- الإعفاء لمدة 10 سنوات إبتداءا من تاريخ الإقتناء من الرسم العقاري على الملكيات العقارية التي تدخل في إطار الإستثمار؛
- منح مزايا إضافية من شأنها أن تحسن أو تسهل الإستثمار، مثل تأجيل العجز وآجال الإهلاك.

2. الإستثمارات ذات الأهمية الخاصة بالنسبة للإقتصاد الوطني:

الإمتيازات الممنوحة للإستثمارات ذات الأهمية الخاصة بالنسبة للإقتصاد الوطني لاسيما عندما تستعمل تكنولوجيا خاصة من شأنها أن تحافظ على البيئة وتدخر الطاقة وتفضي إلى تنمية مستدامة.

ويمكن أن تخص المزايا التي يمكن منحها لهذه الإستثمارات كلا أو جزء بما يلي:

أ. في مرحلة الإنجاز ولمدة أقصاها 5 سنوات:

- إعفاء من الرسوم والضرائب وغيرها من الإقتطاعات الأخرى ذات الطابع الجبائي المطبقة على الإقتناءات سواء عن طريق الإستيراد أو من السوق المحلية للسلع والخدمات الضرورية لإنجاز الإستثمار؛
- إعفاء من حقوق التسجيل المتعلقة بنقل الملكيات المخصصة للإنتاج وكذا الإشهار القانوني الذي يجب أن يطبق عليها؛
- إعفاء من حقوق التسجيل فيما يخص العقود التأسيسية للشركات والزيادات في رأس المال؛
- إعفاء من الرسم فيما يخص الملكيات العقارية المخصصة للإنتاج.

ب. في مرحلة الإستغلال ولمدة أقصاها 10 سنوات: ابتداء من تاريخ معاينة الشروع في الاستغلال التي تعدها المصالح الجبائية بطلب من المستثمر:

- الإعفاء من ضريبة أرباح الشركات؛
- الإعفاء من الرسم على النشاط المهني.

زيادة على المزايا المذكورة يمكن أن يقرر المجلس الوطني للإستثمار منح مزايا إضافية طبقا للتشريع المعمول به ويمكن الحصول على هذه الإمتيازات بالتقرب من الشبابيك الوحيدة اللامركزية للحصول على الإستمارات الخاصة بتصريح الإستثمار وطلب المزايا وكذا الحصول على كل المساعدات الضرورية لملئها، وكما يمكنهم الحصول على هذه الإستمارات من خلال الموقع الإلكتروني.

ثانيا: مصادر تمويل المشاريع السياحية:

يوجد مصدرين أساسين لتمويل المشاريع السياحية هما:[1]

1. المصادر الداخلية:

أ. الأرباح المحتجزة: غالبا ما تتحدد سياسة توزيع الأرباح السنوية على المساهمين في أي شركة سياحية كانت أو تجارية على معدل الأرباح المحتجزة من قبل إدارة الشركة حيث تعتبر الأرباح المحتجزة مصدرا رئيسيا لتمويل

[1]– حمزة العرابي، إيمان نوارة، **التمويل كركيزة أساسية لنجاح الإستثمارات السياحية**، الملتقى العلمي الدولي حول: السياحة في الجزائر بين الواقع و المأمول نحو الإستفادة من التجارب الدولية الرائدة، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، يومي 09 و 10 نوفمبر 2016، ص.ص 212- 215.

التوسع في المنشآت. وعلى الرغم من أن التوسع في أعمال الشركات مرغوب به فإن توزيع الأرباح على المساهمين هو الآخر مرغوب به وهذان الهدفان متعارضان: فارتفاع معدل توزيع الأرباح معناه أرباح محتجزة أقل وبالتالي معدل نمو أقل أو أبطأ في الأرباح المستقبلية وبالتالي في القيمة السوقية للأسهم وعلى ذلك يصبح من الضروري دراسة إلى أي مدى تستطيع الشركة توزيع الأرباح بدلا من احتجازها وهو ما يمكن التوصل إليه بتحليل العوامل المؤثرة في سياسة توزيع الأرباح والتي من بينها الحاجة إلى سداد الديون فعندما تقوم الشركة بسداد القروض فإنها تواجه بديلين :إما تسديد القرض عند الاستحقاق عن طريق عمل قرض جديد أو عمل ترتيبات لرد قيمة القرض من أموالها الذاتية، فإذا كان القرار هو استهلاك القرض تماما فإن ذلك يتطلب احتجاز الأرباح.

ب. الاستئجار: يعرف على انه عقد يلزم المستأجر دفع مبالغ محددة بمواعيد متفق عليها لمالك أصل من الأصول لقاء انتفاع الأول بالخدمات التي يقدمها الأصل المستأجر لفترة التعاقد والتي غالبا ما تكون 20 سنة

أو أكثر، وتقوم إدارة الشركة السياحية باستئجار أصل من الأصول لتنتفع من خدماته ولهذا فإن الاستئجار يعتبر مصدر من مصادر التمويل الطويلة الأجل لأصول محددة ويوجد تشابه في التمويل بين الاستئجار والدين من حيث يترتب على كل منهم التزامات تعاقدية ثابتة لذلك فإن مديونية المستأجر تزداد عندما يستأجر أصلا بمقدار الإيجار مما يرفع من مخاطره المالية، وهناك ثلاثة أنواع رئيسية لأشكال الاستئجار هي:

- **الاستئجار المباشر** :حيث تستفيد المؤسسة من منفعة أصل لا تملكه؛
- **البيع وإعادة الاستئجار** :في هذه الحالة يبيع الفندق أصلا من أصوله ثم يقوم باستئجاره من المشتري؛
- **الاستئجار الثلاثي** :وهنا توجد ثلاثة أطراف في العملية هي المؤجر، المستأجر والمقرض الذي يقوم بعملية تمويل شراء الأصل محل التأجير.

ج. الاستئجار التمويلي:يتميز الاستئجار التمويلي بعدم قابليته للفسخ أو الإلغاء إلا بموافقة طرفي العقد المؤجر والمستأجر، تكون عقود الاستئجار المالي لفترة زمنية محددة تتفاوت حسب نوع الأصل ففي حالة المعدات غالبا ما تكون مدة العقد نصف مدة الحياة الإنتاجية على الأقل، ولا يتضمن عقد الاستئجار التمويلي خدمات الصيانة بل يقع عبء تكاليفها على المستأجر وتسعى بعض المشاريع السياحية إلى استئجار الأجهزة والمعدات التي تحتاجها لعملية التشغيل مثل: (استئجار الزوارق الشراعية والبخارية التي تحتاجها القرى الساحلية) من المجهزين المتخصصين بناءا على عقد يثبت به عدد سنوات التأجير وإذا ما انتهت الفترة الزمنية يصبح أمر رد الأجهزة ملزما إلى الجهة المالكة وقد يكون للجهة المستأجرة الحق بشراء المعدات بسعر متفق عليه مسبقا وغالبا ما يكون أقل من سعرها الأصلي.

د. الاستئجار التشغيلي: إن هذا التأجير يكون لفترة محددة قصيرة الأجل لا تمتد لنهاية العمر الافتراضي للأصل، وأن أقساط الإيجار لا تغطي التكلفة الكلية للأصل المؤجر وإنما يتم تغطيته من خلال بيعه أو من خلال إعادة تأجيره مرة أخرى لأشخاص آخرين وبقيمة إيجاريه تختلف باختلاف ظروف الإيجار ومرونة الطلب على منفعة الأصل. وعادة تفضل المنشأة عقود التأجير التشغيلي عندما ترغب في عدم تملك الأصل المؤجر نظرا لإتباعها استراتيجية تقوم على تحديث أصولها والارتقاء بها بشكل مستمر.

2. **المصادر الخارجية:**

تتاح أمام المنشآت السياحية عدة بدائل خارجية للتمويل من بينها التمويل من البنوك التجارية واللجوء إلى صيغ التمويل الإسلامية.

1. التمويل من البنوك التجارية:

للبنوك دور أساسي في إمداد الاقتصاد بالأموال اللازمة لتنميته وذلك عن طريق تجميع الأموال من مصادر الادخار المختلفة ثم توزيعها في مجالات الاستثمار المختلفة وفق أسس وقواعد معينة سواء في مجال تجميع الأموال أو في مجال توزيعها، فالبنوك تقوم باستثمار الأموال وذلك بمنحها على شكل قروض للعملاء لإنشاء مختلف المشاريع سواء أكانت جديدة أو من اجل تطويرها.

يمكن تصنيف القروض التي تمنحها البنوك إلى عدة معايير منها معيار المدة (قصيرة، متوسطة، طويلة) الذي سيتم التفصيل فيه كما يلي:

أ.قروض طويلة الأجل :يوجه هذا النوع من القروض للمنشآت التي تحتاج إلى تمويل الاستثمارات مثل الحصول على عقارات، أراضي، مباني...الخ، والتي تفوق مدتها سبع سنوات ويمكن أن تمتد أحيانا إلى غاية عشرون سنة، تتميز هذه القروض بأنها تنطوي على مخاطر عالية بسبب طول مدتها ومبالغها الضخمة.

ب. قروض متوسطة الأجل: تتراوح آجالها بين سنة وخمس سنوات وهي تمنح بغرض تمويل الأنشطة الاستثمارية وخاصة بعض العمليات الرأسمالية للمشروعات مثل شراء آلات جديدة، عادة ما تكون هذه القروض مكفولة بضمان معين ويتم سدادها على دفعات من أجل حماية كل من المقرض والمقترض من خطر الانقطاع المفاجئ للمدين عن التسديد لأسباب مالية.

ج.قروض قصيرة الأجل: تعد من أفضل أنواع التوظيف لدى البنوك التجارية ونظرا لقصر أجل استحقاقها فإن أسعار الفائدة عليها تكون منخفضة مقارنة بباقي أنواع القروض، مدتها لا تزيد عن سنة وتستخدم أساسا في تمويل النشاط الجاري للمنشآت و قد تحدد برنامج زمني لتسديدها بحيث تحل تدريجيا محلها موارد العملاء الذاتية، وقد تقوم بتجديدها في تواريخ استحقاقها بشكل دوري من عام لآخر لكن قبل أن يقوم البنك بتجديدها لا بد من أن يتأكد من تناسبها من متطلبات العميل وبأنها تتوافق مع نشاطه، وإذا وجد بأنها لا تناسبه فإنه يقوم بتصفيتها حتى أنه يقوم بتعديل شروط التعاقد أو إلغاؤه حتى قبل تاريخ الاستحقاق.

2. صيغ التمويل الإسلامية:

البنوك الإسلامية ملزمة في نشاطاتها وتعاملاتها المختلفة بتطبيق قواعد الشريعة الإسلامية من عدل وإنصاف في المعاملات ودون الاستيلاء على حقوق البعض لحساب البعض الآخر، ويعد تمويل المشاريع السياحية إحدى المجالات التي تتدخل البنوك الإسلامية في تمويلها. حيث تطورت فكرة البنوك الإسلامية من حيث التنظير والممارسة انتشرت في مختلف الدول العربية ولقد أصبحت تتدخل في مجالات استثمارية كثيرة وهي لا تختلف من حيث المبدأ عن البنوك التجارية فيما يتعلق بمسألة الاستثمار في هذا القطاع، لكنها قبل قيامها بتنفيذ أي خطة استثمارية فإنها تخضع لموافقة كبار رجال الفقه الإسلامي من أجل التأكد من مدى انسجامها ومبادئ الشريعة الإسلامية، وحتى في مجال السياحة والسفر فهناك بعض المجالات السياحية التي لا يمكنها الدخول فيها بحكم تعارضها مع أحكام الشريعة مثل تمويل بعض المشاريع الترفيهية كالنوادي الليلية والأماكن التي يتم فيها تعاطي الكحوليات ...الخ. ويبقى الاستثمار متعلق ببعض المجالات السياحية كبناء المنشآت السياحية، المنتجعات والمساهمة في النقل بمختلف أنواعه، فالبنوك الإسلامية تقوم بتمويلها وفق الأدوات الإسلامية التي تمارسها. كما

أنها تستطيع توفير ما يحتاجه المسافر من شيكات مصرفية وشيكات سياحية للسياح وتؤمن لهم حاجاتهم من العملات عن طريق التحويل بالتلكس أو الكمبيوتر، بالإضافة إلى إصدار بطاقات الائتمان لكنها مازالت حديثة العهد في هذا المجال الاستثماري حتى يتم إعدادها بشكل لا يتعارض ومبادئ النظام المصرفي الإسلامي خاصة فيما يتعلق بفرض فوائد على عمليات استخدام هذا النوع من البطاقات " وقد ظهرت بعض بطاقات الائتمان وقد فرضت عليها رسوم طفيفة من أجل تغطية تكاليفها و المتمثلة جزئيا في الفرق بين قيام البنك الإسلامي في دفع مبالغ مشتريات حامل البطاقة نيابة عنه و بين استلام البنك لذلك المبلغ منه (حامل البطاقة) في وقت لاحق" كما يحصل البنك على عمولته المتمثلة في الفرق بين سعر صرف العملة الأجنبية و العملة المحلية، وهذه العملية تعتبر ربحا للبنك.

رغم ذلك فإن تجربة البنوك الإسلامية في مجال السياحة مازالت حديثة وقد يرجع ذلك إلى سببين رئيسيين:

- تركيز الجهود القائمين على هذه البنوك بتثبيت دعائم النظام المصرفي؛
- الحذر من الدخول والاستثمار في قطاع السياحة تفاديا من الوقوع في بعض المجالات المنافية لمبادئ الشريعة.

بالإضافة إلى المصادر السابقة الذكر توجد طرق أخرى يمكن اللجوء إليها للحصول على التمويل منها اللجوء إلى الأسهم والسندات ما يعني إمكانية اللجوء إلى السوق المالي.

ثالثا: المؤسسات المالية الداعمة للسياحة في الجزائر:

تمثلت فيم يلي: [1]

1. المجلس الوطني للسياحة:

أنشئ سنة 2002، وكلف بإبداء رأيه في السياسة الوطنية للسياحة، واقتراح كل التدابير والأدوات التي من شأنها تشجيع تنمية النشاطات السياحية وترقيتها، وتقديم تقييم دوري لتطوير حالة السياحة في الجزائر، كما كلف المجلس كذلك بالمساهمة في ترقية صورة الجزائر السياحية.

2. الديوان الوطني للسياحة:

أنشئ بموجب المرسوم رقم 214/88 المؤرخ في أكتوبر 1988، وتتمثل في المشاركة في إعداد السياسة الوطنية الخاصة بمجال السياحة، والمشاركة في التظاهرات الدولية المرتبطة بالسياحة المناخية والحمامات المعدنية.

3.الوكالة الوطنية للتنمية السياحية:

حسب المرسوم رقم 70/98 الصادر في 21 فيفري 1998، فهي مكلفة بحماية وصيانة مناطق الاستغلال السياحي، اقتناء الأراضي الضرورية وتخصيصها للمشاريع السياحية، وإجراء دراسة التهيئة للأراضي المخصصة للأنشطة السياحية الفندقية والمعدنية.

---

[1]– حجال سعيد، رجراج سليمة، **واقع السياحة الجزائرية كأحسن بديل لتنويع الإقتصاد الوطني خلال فترة (2000-2015)**، الملتقى العلمي الدولي حول: السياحة في الجزائر بين الواقع و المأمول نحو الإستفادة من التجارب الدولية الرائدة، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، يومي 09 و 10 نوفمبر 2016، ص 161.

المطلب الثالث: مخطط التهيئة السياحية في آفاق2025 في الجزائر

نهدف من خلال هذا المطلب إلى التعرف على أهداف مخطط التنمية السياحية، ديناميكيات التهيئة الإقليمية والأقطاب السياحية السبعة وفق مخطط التنمية.[1]

أولا: أهداف مخطط التهيئة السياحية في آفاق2025:

تعتبر جزء لا يتجزأ من المخطط الوطني لتهيئة الإقليم وإطار استراتيجي مرجعي لسياسة السياحة في الجزائر التي من خلالها تقوم الدولة بـ:

- عرض رؤيتها حول تطور السياحة على مستوى آفاق زمنية مختلفة سواء على المدى القصير (2009) أو على المدى المتوسط (2015) أو على المدى الطويل (2025) في إطار التنمية المستديمة من أجل جعل الجزائر بلد مستقبل؛
- تحديد وسائل وضعه حيز التنفيذ وتحديد شروط قابلية تجسيده؛
- ضمان في إطار التنمية المستديمة توازن الإنصاف الاجتماعي والفعالية الاقتصادية وحماية البيئة؛
- تقويم الثروة الطبيعية والثقافية والتاريخية للبلاد ووضعها في خدمة السياحة الجزائرية من أجل رفعها إلى صف الوجهات السامية في منطقة الأوروبية المتوسطية.

يحدد بهذا للبلد أكمله ولكل منطقة من التراب الوطني التوجهات الإستراتيجية للتهيئة السياحية في إطار التنمية المستدامة.

ثانيا: ديناميكيات التهيئة الإقليمية:

يرتكز المخطط الوطني لتهيئة الإقليم على خمسة ديناميكيات وهي:

1. تقويم وجهة "الجزائر" لتعزيز جلب فرص الاستثمار والتنافس؛
2. تنمية الأقطاب والقرى السياحية السامية وذلك بترشيد الاستثمار؛
3. إعداد برنامج نوعية سياحية؛
4. تنسيق العمل وذلك بتعزيز السلسة السياحية وإقامة شراكة عمومية وخاصة؛
5. تحديد ووضع حيز التنفيذ مخطط تمويل عملي من أجل دعم النشاطات السياحية وكذا المطورين وجلب كبار المستثمرين والمتعاملين.

كما حدد المخطط الوطني لتهيئة الإقليم 7 مناطق سياحية كبرى وفقا للمؤهلات الخاصة بكل منطقة من التراب الوطني: (المنطقة الشمالية/ وسط، المنطقة الشمالية/ شرق 1، المنطقة الشمال/ شرق 2، المنطقة الغربية، منطقة الهضاب العليا، منطقة الجنوب، منطقة الصحراء الكبرى).

وفي إطار آفاق التنمية السياحية ،قامت السلطات العمومية بإنشاء سبعة (7) أقطاب سياحية بهدف تلبية طلب السوق إذ ستتمتع هذه الأقطاب بالإستقلالية الكافية التي ستجعلها تتألق سواء على الصعيد الوطني أو الدولي.

ثالثا: الأقطاب السياحية السبعة (07) وفق مخطط التنمية:

شمل مخطط التنمية السياحية الأقطاب السياحية السبعة التالية:

[1]- موقع التصفح: http://www.andi.dz/index.php/ar/secteur-du-tourisme ، التاريخ: 2017/03/08.

1. **القطب السياحي المتميز شمال شرق:**

(سكيكدة ،قالمة ،عنابة ،الطارف ،سوق أهراس ،تبسة) يتميز بأكثر من 300 كلم من الساحل و874.000 هكتار من الغابات،كما يعتبر نقطة إرتكاز وبمثابة القاطرة للتنمية السياحية على المستوى الجهوي ،يتوفر هذا القطب على إمكانيات كبيرة لتطوير السياحة في الجبال.

2. **القطب السياحي المتميز شمال وسط:**

(الجزائر العاصمة ،تيبازة ،البليدة ،بومرداس ، الشلف ، عين الدفلى ،المدية ، البويرة ،تيزي وزو و بجاية)يتميز هذا القطب بموقعه في وسط البلاد وعلى واجهة البحر الأبيض المتوسط يمتد على مسافة 615 كلم ، أي 51% من الشريط الساحلي الجزائري ، وهذا يخدم البنية التحتية التي تمثل أساس التنمية ،كما يضم وسائل الراحة الإستثنائية على المستوى الوطني والدولي يقدم خدمات متنوعة لأقطاب النشاطات الصناعية ولما له من إمكانيات تساعده على جذب السياح.

3. **القطب السياحي المتميز شمال غرب :**

(وهران ،عين تيموشنت ، تلمسان ،مستغانم ،معسكر ،سيدي بلعباس و غليزان) بموقعه الجغرافي الاستراتيجي الهام الذي يقع على أقل من ساعتين من السوق الرئيسي لهواة السياحة لأوروبا (إسبانيا). هذا القطب صاحب مساحة 35.000 كلم² متنوع ببنية التحتية متطورة ويضم معدات معتبرة على المستوى الوطني والدولي، خدمات، صناعة ثقيلة، إمكانيات ثرية ومتنوعة مم يشجع جاذبية أكبر وشغور غير مدروس لبعض الفضاءات السياحية.

4. **القطب السياحي المتميز جنوب شرق:**

(غرداية ،بسكرة والوادى) يغطي مساحة تقدر ب160.000 كلم ² وعدد سكان يقدر بحوالي 1.5 مليون نسمة . علاوة على ذلك، مع غرداية باعتبارها مركزا رئيسيا وبوابة للصحراء.

5. **القطب السياحي المتميز جنوب غرب:**

(أدرار ، بشار) يغطي مساحة تقدر ب 603000 كلم ² " توات – غورارة " هو قطب تراث ذو بعد عالمي مع فضاء جديد ديناميكي متين (المنطقة الحدودية).

6. القطب السياحي المتميز الكبير: (الهقار)

"الهقار" يقع أساسا في ولاية إليزي ويغطي مساحة تقدر بحوالي 284.618 كلم ². به ثروات طبيعية، ثقافية وآثار تمثل 03 أصول رئيسية تساهم في تنمية السياحة في المستقبل، المساحات الكبيرة في هذا القطب المتميز تشمل لوحات الكهوف تعبر عن قيمتها التاريخية العالية. هذا التراث الثقافي محمي من طرف الحظيرة الوطنية (الحظيرة الوطنية بالطاسيلي) وقد صنف كتراث عالمي من قبل اليونسكو عام 1981 م.

7. القطب السياحي المتميز الكبير: (الأهقار)

(الأهقار) يغطي مساحة تقدر بحوالي 456200 كلم² من التراب الوطني هذا القطب محاط بولاية تمنراست و هو إقليم واسع يزخر بالكثير من الثروات الطبيعية والثقافية، كما يمكن أن ينظر إليها على أنها قطب إستراتيجي، وارتفاع القيمة في تنمية السياحة في المنطقة. التراث الأثري، الطبيعي والثقافي المتمثل في الهقار هو جدير بأن يستغل ليس فقط على الصعيد السياحي ولكن أيضا على الصعيد الإقتصادي والإجتماعي.

خاتمة الفصل الثاني:

من خلال المراحل التي مرت بها السياحة عبر الحضارات المختلفة اكتشفنا أنها كانت في بدايتها ترفا لكبار الأغنياء وبعض الباحثين والمهتمين بالآثار، ومع التطور الذي حدث في بداية القرن ال 20، صارت السياحة في متناول محبي الإطلاع والمعرفة، وبعد ذلك أصبحت السياحة كمحفز للمجالات الأخرى حيث أسست لها لجان وهيئات ومنظمات وصار ينظر إليها كعلم قائم بذلته على خصائص وأهمية اقتصادية واجتماعية.

فمن خلال هذا الفصل أردنا الإلمام بالمفاهيم الأساسية المتعلقة بالسياحة ودور هذا القطاع في الإقتصاد فتناولنا هذه المفاهيم من خلال ثلاثة مباحث، الأول يتعلق بالسياحة والسائح حيث حاولنا سرد أهم التعاريف الخاصة بهما كما تعرضنا لخصائصهما، وأنواع السياحة وأركانها وأشكالها وأهميتها الإقتصادية والإجتماعية ومعوقاتها. وكي نتعمق أكثر في عنوان بحثنا قدمنا من خلال المبحث الثاني المقومات السياحية للجزائر ودورها في تحقيق التنمية الإقتصادية من خلال تعرضنا لأسس هذا القطاع إضافة إلى الدور الذي تلعبه التنمية السياحية كونها تؤمن موارد مالية وتحسن من ميزان المدفوعات، وأهم محدداتها وأهدافها التي تحقق الزيادة المستمرة في الموارد السياحية، كذلك دور الإستثمار السياحي الذي يساهم في تطوير قطاع السياحة. من خلال المبحث الثالث حاولن التعرج إلى واقع الإستثمار السياحي في الجزائر ومكانة التمويل في مخططات التنمية وما بعدها إضافة إلى معوقات ونقائص الصناعة السياحية، فلهذا حاولنا التعرف على أهم التدابير المعتمدة لتشجيع الإستثمار السياحي من خلال الإمتيازات والمؤسسات الداعمة والخطط المستقبلية والآليات المتخذة لتشجيعه.

فالسياحة ذات أهمية اقتصادية واجتماعية وثقافية، وأحد السبل الهامة لحل المشكلات الإقتصادية في الجزائر لإمتلاكها مقومات وإمكانات هائلة للقيام بالصناعة السياحية.

تمهيد:

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

فولاية غليزان من المناطق السياحية في الجزائر، لما تملكه من مؤهلات طبيعية وتاريخية وثقافية، وباعتبار أن القطاع السياحي أحد دواليب التنمية لما يحتوي عليه من عوامل تعمل وتساهم في تنشيط جميع المجالات، فقد أعطي لهذا القطاع في الولاية أهمية نظرا لإحتوائها على الموارد التي تساهم في النهوض بهذا القطاع وتدعيمه من خلال المشاريع العامة طور الإنجاز والمشاريع الخاصة المنجزة وطور الإنجاز.كذلك فان التقييم الحقيقي لقطاع السياحة يجب أن يتعدى المؤشرات الكلية المتمثلة في مساهمته المباشرة في توليد الدخل المباشرة في توليد الدخل وتوفير فرص العمل حيث يجب النظر إلى هذا القطاع من خلال طبيعة الخدمات التي يوفرها وأهميتها في النشاط الاقتصادي ككل والعلاقات المتشابكة التي تربط هذا النشاط بباقي أنشطة الاقتصاد المحلي.

وقد قسمنا الدراسة إلى ثلاثة مباحث وهي كالآتي:

المبحث الأول: الإمكانيات والمقاصد السياحية لولاية غليزان؛

المبحث الثاني:الإستثمار السياحي في ولاية غليزان؛

المبحث الثالث: دراسة وتحليل الإستبيان.(الدراسة الميدانية)

المبحث الأول:الإمكانيات والمقاصد السياحية لولاية غليزان

تعتبر ولاية غليزان من المناطق السياحية في الجزائر، لما تملكه من مؤهلات طبيعية وتاريخية وثقافية،لذا سنتطرق من خلال هذا المبحث إلى تقديم ولاية غليزان، الموارد السياحية بهذا القطاع، المعالم التاريخية، المواقع السياحية ومناطق التوسع السياحي.

المطلب الأول:تقديم الولاية

نهدف من خلال هذا المطلب إلى تحديد الموقع الجغرافي والتقسيم الإداري للولاية، إطارها التاريخي ومواردها الطبيعية.

أولا- الموقع الجغرافي والتقسيم الإداري لولاية غليزان:[1]

تتمتع ولاية غليزان بموقع استراتيجي متميز أهلها أن تكون همزة وصل بين الغرب، الشرق، وجنوب البلاد، يعبرها الطريق الوطني رقم (04) حيث تبعد بحوالي 60 كلم عن ميناء مستغانم، 120 كلم عن مطار السانية (وهران) وب 90 كلم عن مطار أبو بكر بلقايد (الشلف) وب (280 كلم) عن العاصمة (الجزائر) .

تعتبر حسب المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية واحدة من بين (05) مدن رئيسية لمحور التكتل الأوسط للمدينة الميتروبولية (وهران) بها شبكة طرق هامة بالإضافة إلى الطريق الوطني رقم (04) يعبر إقليمها العديد من الطرق الوطنية الهامة ، نجد الطريق الوطني رقم (23) ، الطريق الوطني رقم (07) ، الطريق الوطني رقم (90) ، أضف إلى ذلك الطريق السريع (شرق-غرب) الذي يمتد على مسافة (87.4 كلم) بإقليم الولاية .

شبكة السكة الحديدية هي الأخرى شهدت تطورا هاما، نجد خطة السكة الحديدية (الجزائر- غليزان – وهران) تجري به الأشغال لتحديثه وتجهيزه .

خط السكة الحديدية (غليزان – تيارت – تيسمسيلت) المسمى سابقا (خط الحبوب) الذي سيتم إعادة الاعتبار له قديما .كل هذه العوامل ستساهم في تنمية السياحة محليا.

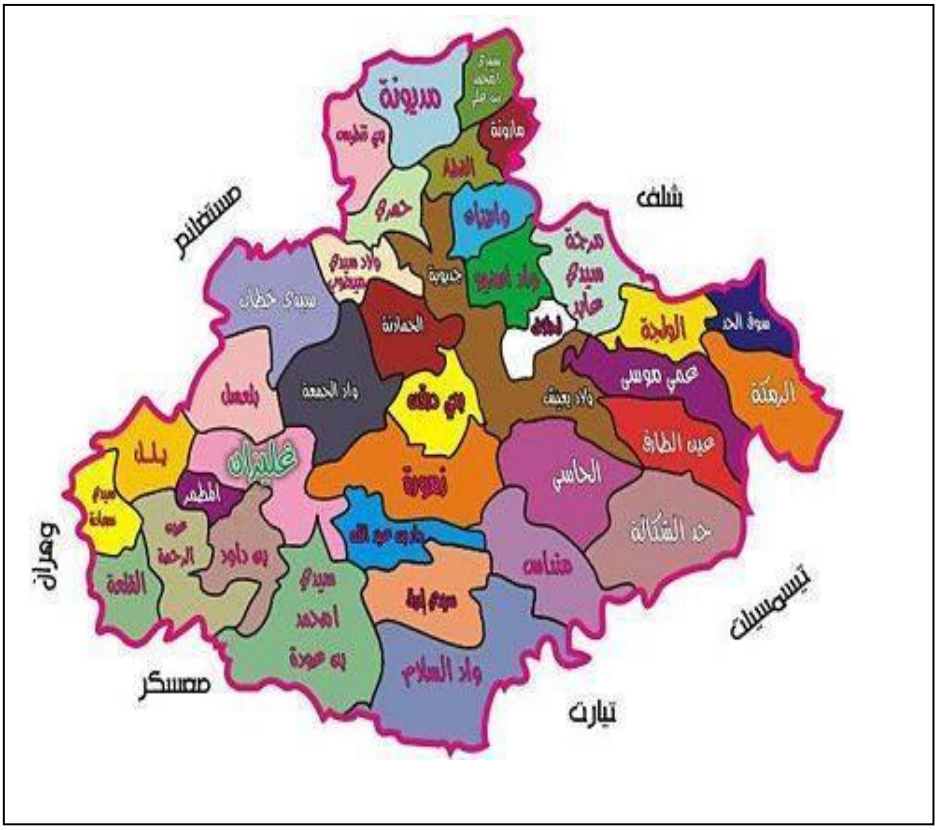
ولاية غليزان تغطي مساحة 4.851,21 كم^2 مكونة أساسا من مناطق ريفية تعادل 70% من المساحة الإجمالية للإقليم تحدها الولايات التالية :ولاية مستغانم شمالا، الشلف شرقا، معسكر غربا، تيسمسيلت وتيارت جنوبا .

تتكون الولاية من (38) بلدية موزعة على (13) دائرة، بشريا يقدر عدد سكانها بأكثر من 743.500 نسمة.

وتنقسم ولاية غليزان إلى كتلة تضاريسية متنوعة: مناطق جبلية تشمل جبال الونشريس في الجنوب والشرق، جبال الظهرة في الشمال وجبال بني شقران بالجنوب الغربي. وتحتضن هذه السلاسل الجبلية الثلاثة، مساحات تعد من أغنى سهول البلاد وهي سهل مينا وأسفل شلف.(أنظر الملحق 1)

[1]– مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية غليزان:" مونوغرافية إمكانيات ولاية غليزان في السياحة و الصناعة التقليدية"، 2015، ص 5.

الشكل (1-3): خريطة ولاية غليزان



المصدر: موقع التصفح: https://www.google.com/search ، تاريخ التصفح: 2018/03/04.

ثانيا: الموارد الطبيعة لولاية غليزان:[1]

بتضاريسها الغنية والمتنوعة تضم ولاية غليزان بين طياتها وعلى امتداد سلاسلها الجبلية الثلاث: الونشريس، الظهرة وبني شقران مواقع تاريخية أبدعها الخالق لتكون آيات من الجمال، الشيء الذي جعل هذه الولاية تكتنز من المؤهلات السياحية البيئية لاسيما الغطاء الغابي الكثيف الذي يكسو هذه الحبال وما تشمله من أنواع مختلفة للحيوانات وكل ما يدب في الحياة البرية، وهي بذلك توفر مساحات شاسعة للاستطلاع والتنزه والراحة، خاصة بالنسبة لهواة الصيد التواقين للمغامرات في الفظاءات الطبيعية العذراء حيث الهدوء، السكينة والهواء النقي ... الذي يعبق بأكسجين ألاف أشجار الصنوبر الحلبي والكاليتوس وأنواع عديدة من النباتات والأعشاب البرية. وهذا ما يجعل من غابات غليزان مقصدا لجميع الصيادين الذين عرفوا ثراء هذه الجبال وخصوبة غاباتها المنقطعة النظير وخاصة في فصل الخريف أين اعتاد الكثير منهم التوجه لجبال عمي موسى، زمورة ،القلعةوسيدي خطاب لطلق العنان لملذات الصيد والاسترخاء على وتيرة الحياة البرية الساحرة، إضافة إلى

[1]– مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية غليزان، مرجع سبق ذكره، ص 11.

المناطق الرطبة المنتشرة على ضفاف السدود، حيث تتزاوج خضرة الأحراش والأشجار مع زرقة المياه الهادئة الغنية بالأسماك .

المطلب الثاني:المعالم التاريخية، المواقع السياحية ومناطق التوسع السياحي للولاية.

من خلال هذا المطلب سوف نتعرف على المعلم التاريخية التي تملكها الولاية، مواقعها السياحية ومناطق التوسع السياحي.

أولا: المعالم التاريخية لولاية غليزان:[1]

من العصور الرومانية إلى التواجد الفرنسي بالمنطقة مرورا بالسلالات البربرية والدويلات الإسلامية، كانت غليزان على مر الأزمنة، محا اهتمام مختلف الحضاراتالمتعاقبة. وهي اليوم تحتضن بغيرة كبيرة عدد من الشواهد التاريخية عن تلك الحضارات وتحرص على تثمين أثارها التي تحكي الماضي المجيد للمنطقة، منها:

القلعة: أثار عثمانية وإسلامية كمسجد سيدي براهيم التازي، المقبرة العثمانية أين يوجد قبور لجنود وشخصيات عثمانية محفوظة بشكل جيد، والتي يقابلها مصلى في الهواء الطلق. إضافة إلى كهوف تاريخية، اشهرها مغارة سيدي دحمان ومغارة جبل بو منجل حيث يوجد منحوتات صخرية؛

زمورة: بقايا لأثار رومانية وجسر عتيق من العهد الفرنسي؛

عمي موسى: أثار رومانية (قصر كاوى مصنف 1901م)، أثار زيانية، قواعد للجيش التحرير الوطني ومقبرة بها 1061 شهيدا؛

مازونة: القصبة، المدرسة، المحكمة، ومسبح "تامدة"؛

غليزان: أطلال مينا "مدينة رومانية"، الجسر الروماني، السد الذي بني بوادي مينا خلال العصر العثماني والمسجد الكبير سنة 1891 "مسجد النور"؛

عين طارق: المدينة أو ما يعرف بالخربة، حيث توجد أثار لورشات صناعة الحديد والفخار.

ثالثا: المواقع السياحية بالولاية:

وتمثلت في:

أ. قلعة بني راشد: (القلعة المعرفة) [1]

المدينة العثمانية ذات الأصول البربرية. تتكون من 4 قرى (راس القلعة، السوخ، الكركوري، دار الشيخ) تتموقع على السهل الغربي من جبل "بربار" المنتمي لجبال بني شقران، خلف واد تحته الحدائق والذي يجتازه نهر "هيليل" يلل حاليا. بنيت المدينة على شكل طبقات، على رأسها المسجد، وزاوية سيدي إبراهيم التازي. يوجد العديد من الأضرحة نراها من المقبرة العثمانية أين نجد قبة سيدي احمد بومعزة والتي يقابلها مسجد مفتوح السطح شيد في عام 1734 من قبل العثمانيين، والذي لازال يستعمل لحد الآن للاحتفال بالأعياد الدينية. القلعة هي مدينة ال 360 قبة المشيدة تكريما للأولياء الصالحين الذين كانوا

[1]– مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية غليزان، مرجع سبق ذكره، ص 7.

[1]– الدليل السياحي لولاية غليزان، إعداد مديرية السياحة لولاية غليزان، 2015، ص 6.

يحرصون واحد تلو الأخر المدينة من كل هجوم عدوانيأعلاه، بجوار مسجد بناه الباي في سنة 1734 الذي يوجد به خزانة وهي عبارة عن مكتبة تحتوي على مئات من المخطوطات العلمية التي عاشت في القلعة، كما يوجد بها قبر إسحاق ابن يعقوب، شقيق بربروس.

ب.مازونة: (عاصمة البايليك...والمعرفة)[1]

عاصمة الغرب الجزائري خلال العهد العثماني. تتموقع على تلة صغيرة محاطة بأربع مرتفعات تتخللها أودية حيث بدت وكأنها جزيرة مقسمة بين منحدرين عميقة حيث الحدائق والبساتين المتمركزة أساسا أسفل المدينة القديمة. لعبت المدرسة دورا هاما في الإشعاع الثقافي بالإقليم الوهراني حيث بلغ صيتها بلدان تونس والمغرب نظرا لاستقبالها العديد من الطلبة المسافرين.

ج. المدينة القديمة "مازونة":

ما زالت تشهد على ماضيها العريق وتحتفظ بمعالم أثرية قيمة أهمها:

المدرسة: بناها الشيخ محمد سيدي أحمد بن الشريف في عام 1024 للهجرة وخدمها مدة 64 سنة؛

المحكمة القديمة: التي تقع بالقرب من المدرسة؛

القصبة الجميلة: بأزقتها الضيقة والمتعرجة وشموخ مآذنها الخمسة؛

مسجد سيدي عيسى: الذي بناه العثمانيون؛

مازونة مدينة العلم: هي أيضا مدينة الصناعة التقليدية حيث براعة النساء في غزل الصوف والنسيج وكذلك دباغة الجلود حيث نافست مازونة آنذاك سادة الحرفة في تلمسان؛

الموقع التاريخي: "مسبح تامدة" الذي يعود إلى العهد الروماني؛

الآثار الرومانية: (تالا والقلعة)؛

مغارة "تنيسري"

د. عمي موسى: (تاريخ تري وسياحة بيئية)[1]

بنيت هذه المدينة عمي موسى على سفوح منحدرة وصولا إلى ضفة واد رهيو الذي يصب بسد قرقار على يد السلطان حمو موسى الزياني، أين شكل أول تجمع سكاني سنة 1314 وفيها بنى قصره المسمى قصر حمو موسى والذي أصبح يطلق عليها عمي موسى حاليا ، تعاقبت عليها عدة حضارات حيث امتزجت الثقافة البربرية بالثقافة العربية الإسلامية مكونة عادات وتقاليد محلية متنوعة.

كما توجد بمنطقة عمي موسى العديد من الآثار من بينها:

- "قصر كاوة" المصنف سنة 1901، برج للمراقبة وحصن بناه "اوريليوسفازفان" عام 339 قبل الميلاد؛
- بقايا أثار رومانية، زيانية، تكنة عسكرية بناها الجنرال "بيجو" عام 1843 وبرج للمراقبة؛
- أثار ما قبل التاريخ (مغارة ماريوة)، قبور برية، أثار رومانية وقصر جران بمكناسة؛
- المستشفى العسكري السابق، مركز قيادة المنطقة 4 (الولاية 05 التاريخية ومقبرة شراطة 75 شهيد)؛

[1]– الدليل السياحي لولاية غليزان، مرجع سبق ذكره، ص7.

[1]– الدليل السياحي لولاية غليزان مرجع سبق ذكره ، 2015، ص 8.

- الحساينية(المنطقة القديمة 10 هكتار تحتوي على بقايا أثار رومانية مدفونة تحث الأرض، قصر عائشة، قصر وزغارةوقصر الغابة)؛
- أثار رومانية (قصر كباية).

كما تتميز المنطقة بغاباتها الكثيفة المليئة بالحيوانات البرية التي تعتبر طرائد صيدية كالخنزير البري، الأرنب وعدة أنواع من الطيور كالحجل والجوارح كالعقاب والصقور كما توجد بهذه الغابات أشجار الصنوبر، البلوط والفلين، ومما زاد من جاذبية المنطقة سياحيا منابع المياه الحموية الموزعة على أرجاء المنطقة اشهرها حمام منتيلة، المتموقع على ضفاف وادي ثلاثة ببلدية عمي موسى على حدود ولاية تيسمسيلت، ذات خصائص علاجية فريدة من نوعها نظرا لغناها بالكبريت، الكلور والصوديوم، كما أن تموقعها قرب ضفة الوادي وغابة مكناسة يؤهلها بان تكون قبلة للزوار المتعطشين للعلاج والاسترخاء والاستمتاع بالمنظر الطبيعية الخلابة، بالإضافة إلى العديد من المسطحات المائية التي تعيش بها عدة أنواع من اسماك المياه العذبة والطيور المهاجرة.

هـ. وعدة سيدي بوعبد الله:[1]

تحي منطقة واد ارهيو مرة كل عام، احتفالية شعبية ضخمة تسمى بوعدة سيدي بوعبد الله، والتي تتواصل لعدة أيام، بدءا من التحضيرات الأولى لهذه الوعدة إلى غاية توافد مواكب لخدام الولي الصالح، الحاملين للرايات مختلفة الألوان ليجبو مختلف شوارع مدينة واد ارهيو، معلنين بذلك انطلاقة هذا الحدث السنوي التقليدي على وقع إيقاعات فرق القرقابو التي تتصدر الحشود من وموردي الولي الصالح سيدي بوعبد الله.

وبالنظر للتوافد الشعبي الكبير الذي أخذت تعرفه هذه الوعدة في السنوات الأخيرة، أوكلت عملية تنظيمها لجمعية دينية محلية التي تحمل اسم الولي الصالح وهذا حتى يتم التكفل بالزوار في أحسن الظروف ولتحضر لأسباب نجاح هذا المعد الذي يتزامن مع نهاية موسم الحصاد وبداية موسم الحرث.

و. وعدة سيدي محمد بن عودة:[2]

تقام وعدة سيدي محمد بن عودة طيلة أسبوع من شهر سبتمبر من كل سنة وهي تظاهرة ذات طابع سياحي وديني، في جو اخوي بهيج تتداخل فيه العادات والتقاليد. ففي البداية يتم الإعلان عن موعد الاحتفال بالوعدة بعد اجتماع مشايخ الفروع والعروش ال 25 المكونة لقبيلة فليتة التي تشد الرحال 03 أيام قبل الوعدة في اتجاهمقام الولي الصالح سيدي أمحمد بن عودة، وفور الوصول يشرع في نصب الخيم، في حين تقوم النساء بإعداد الطعام (الكسكسي). ويوم الوعدة تكون قبيلة فليتة بأعراشها ال 25 حاضرة بالإضافة إلى الزوار الذين يتولى إطعامهم وإيوائهم سكان الزاوية (الخدام). ويتم يوم الأربعاء خياطة الخيمة بحيث تضم قطع القماش المنسوجة من الوبر الخام والتي تمثل كل واحدة عرشا وتتم خياطتها في مشهد شيق لتوحيد الصفوف والتآزر عند كل طارئ، بحيث تتنافس أعراش وفروع قبيلة فتيلة في مشهد تلقائي عجيب على نقل الخيمة ويحاول كل عرش الظفر بجمالها ونصبها في منافسة حميمية بالعصي وجو ممزوج بالصياحوأصوات ضرب العصي وزغاريد النساء، ولا يهدا الحال حتى نصب الخيمة بعدها يفسح المجال للفرق الفلكلورية التي تمتع الحاضرون بنغمات الزرنةوالقصبة ودقات الطبول

[1]- مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية غليزان، مرجع سبق ذكره، ص 16.

[2]- مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية غليزان، مرجع سبق ذكره، ص 17.

والحضرة. وبعد ذلك يتم تناول الغذاء الذي يتنافس أهل بلدة سيدي أمحمد بن عودة في إعداده، وبعدها ينتشر الوافدون لزيارة عدة أماكن كحجر الباز والعبادة، وبعد النزول منه يعرج الزوار على منبع المالحة للاغتسال ة الوضوء، وبعها يتجه الوافدون إلى العبادة التي هي عبارة عن مغارة، لترتيل القران الكريم تيمنا بالولي الصالح الذي كان يتخذ هذا المكان للعبادة. وأخيرا يوم الخميس الذي يتم فيه قيادة واستعراض أحسن فرس في كل عرش في إشارة لانطلاق ألعاب الفروسية، ثم سوق الربح الذي يجتمع فيه مشايخ قبيلة فتيلة في مكان لجمع التبرعات والصداقات ولحل النزاعات وتوحيد العرش وبين ألعاب الفروسية وسوق الربح يتفرغ الزوار لاقتناء بعض المنتوجات التقليدية المعروفة.

إضافة إلى هذا تزخر ولاية غليزان بالعديد من الينابيع الحموية التي تتميز بخصائص علاجية معروفة. وتنتشر هذه الينابيع على مختلف أنحاء الولاية خاصة منها المناطق الجبلية كجبال الونشريسوالظهرة وبني شقران وكذا على ضفاف الأودية، وقد تم انجاز دراسات عملية خصت أربعة عيون هي:

أ. حمام سيدس بو عبد الله:

يعتبر هذا الحمام مقصدا سياحيا مهما للعديد من العائلات التي تأتي من داخل الولاية والولايات المجاورة خاصة في فصل الربيع والصيف فسخونة مياهه مقدرة ب (51م°) وتشبعه بكمية كبيرة من المعادن جعل منه شفاء للكثير من الأمراض الجلدية، المعوية والروماتيزم، أمراض النساء، أمراض الجهاز الهضمي والجهاز التنفسي.

ب. حمام عين الجنية:

ويقع هو الأخر في دوار سيدي إبراهيم ويبلغ معدل تدفق مياهه 04 لترات في الثانية وتبلغ درجة حرارتها 48 درجة مئوية.

ج. حمام منتيلة:

تحتل المرتبة الأولى بالنظر لاحتوائها على معظم المعادن بنسبة (59غ/ل) لها ميزات علاجية متعددة فهي صالحة لمداواة: الأورام تحث الجلد، قرحة الساق، الندوب الناتجة عن الحروق والروماتيزم، قرحات الجلد والأغشية المخاطية، أمراض الجهاز التنفسي وكذا الأمراض النسائية.

د. حمام بني يسعد:

ويقع بدوار معامرية التابع لبلدية منداس نسبة تدفق مياهه 6 لترات في الثانية وهي غنية بالكلور الصوديوم وكبريتات الكالسيوم، درجة حرارتها تقارب 30 درجة مئوية. أما عن ميزاتها العلاجية فهي مناسبة لذوي الأمراض الجلدية، الأمراض الوريدية، الجهاز الهضمي، أمراض الأنف والحنجرة وأمراض النساء.

ثالثا: مناطق التوسع السياحي:[1]

يسجل مخطط التهيئة السياحية لولاية غليزان خمس مناطق للتوسع السياحي ويتعلق الأمر بمناطق المنابع الحموية ببني يسعد والمتواجدة ببلدية منداس والمنطقة الحموية بمنتيلة الواقعة ببلدية عمي موسى، هذا

[1]– مديرية السياحة و الصناعة التقليدية لولاية غليزان، مرجع سبق ذكره، ص19.

بالإضافة إلى المناطق المجاورة للسدود كتلك الواقعة بالقرب من سد قرقار ومساحة أخرى بالقرب من مرجة سيدي عابد التابعة لبلدية واد ارهيو، ومنطقة أخرى بمحاذاة سد السعادة ببلدية سيدي أمحمد بن عودة. كما سيتم تهيئة المناطق السياحية المتخمة للمنطق الرطبة لانطلاق مشاريع وفضاءات للراحة والتسلية، وذلك من خلال تطوير أنواع جديدة من ممارسات رياضية مائية ومختلف الأنشطة المرتبطة بالصيد السياحي، بالإضافة إلى تخصيص مساحات خضراء للراحة والاستجمام للعائلات التي تقصد المكان.

ومن المقرر أن تستفيد المنطقة أيضا من جملة من المشاريع المرافقة، كبناء مطاعم متخصصة في طهي سمك المياه العذبة حيث تعكف الجهات المختصة على إعداد دراسة خاصة لانجاز مركب للأنشطة المائية بمنطقة سيدي عابد، هذه المناطق السياحية تشتهر بمواردها المائية والحموية، سيتم عرضها على المستثمرين الذين يرغبون في ولوج عالم الاستثمار السياحي، لتقدم لهم هذه المناطق الطبيعية الرائعة، بهدف تحويلها إلى محطات حموية وبناء منشات استقبال ومراكز الراحة والاستجمام.

ويذكر أن حمام منتيلة الواقع بين السفوح العذراء لجبال الونشريس سيستفيد من مشروع منطقة سياحية حيث يتمركز بمنطقة ترتفع على مستوى سطح البحر بأكثر من ألف متر في وسط غابي خلاب تصنع خضرته كافة أشجار الصنوبر الحلبي ونباتات عديدة ومتنوعة الأمر الذي سيجعل من هذه المنطقة وجهة سياحية جذابة خاصة في فصل الصيف ليضاف هذا المعلم السياحي لرصيد المناطق السياحية التي تسخر بها الولاية من مواقع أثرية رومانية ونوميدية. ولعل العامل الذي سوف يدعم مثل هذه المشاريع يظل بكل تأكيد يتمثل في تلك الدراسات العلمية التي أثبتت الخصائص العلاجية الكبيرة لمياه حمام منتيلة الغنية بالمعادن والمكونات الكيميائية والتي تقد ب 59 غرام في اللتر والتي تشفي العديد من الأمراض بحيث تم تصنيف مياه منتيلة، من بين تسع منابع حموية في الجزائر والأعلى على المستوى الوطني من حيث نسبة المعادن، كما أعطيت له أهمية بالغة خاصة بعد ما حاء في المرتبة الثالثة بعد حمام الصالحين بولاية بسكرة وكسانة بولاية البويرة.

المطلب الثالث: قطاع السياحة بولاية غليزان

سنتطرق في هذا المطلب إلى الموارد السياحية للولاية، السياحةواقتصاد المحلي، إضافة إلى أسباب التنمية السياحية.

أولا: الموارد السياحية للولاية:

تزخر ولاية غليزان بقدرات وإمكانيات سياحية وطبيعية لا يستهان بها من طبيعة خلابة واختلاف المناظر إلى جانب تراث مادي ولامادي غني إلى جانب طيبة وكرم سكانها بعاداتهم وتقاليدهم التي لازالت نقية ووفية لتراثها الراسخ في القدم.وقدأصبح قطاع الخدمات السياحية من القطاعات المهمة داخل الاقتصاد المحلي للولاية نظرا لما يحدثه من تغيير وما يخلفه من فوائد ايجابية لها أثرها على النسق العام للولاية تنعكس بصورة أو بأخرى على مستويات الرفاهية ومستوى المعيشة للسكان المحليين لذا تسعى المصلح المسؤولة عن هذا القطاع إلى تثمين وتحسين مساهمته في الاقتصاد وسننظر هنا إلى واقع قطاع السياحة و الفوائد والآثار التي يخلفها في التنمية الاقتصادية للولاية .

ثانيا: السياحة والإقتصاد المحلي:

يساهم قطاع السياحة والفنادق في الناتج المحلي الإجمالي حيث يتولد لديه دخل من مجموع الدخول المتولدة من الاقتصاد المحلي، ويعمل بنفس القطاع (السياحة والفنادق والمطاعم ووكالات السياحة والأسفار) عدد من

العمال يتراوح مابين 960 عامل من جملة اليد العاملة محليا في حين يبلغ عدد المؤسسات الناشطة بالقطاع 399 مؤسسة وهو ما يمثل نسبة 8 %.إضافة لذلك ساهم القطاع السياحة في تحقيق حاصلات زيادة هامة في سنة 2010 بعد أن قفزت من سنة 1999 إلى سنة 2009 وذلك نتيجة جهود المصالح المعنية بتطوير القطاع وأيضا إلى جهود الدولة في تحقيق الأمن والاستقرار التي انعكست على حركة السياحة الوافدة إذ يلاحظ أن عدد السياح الأجانب ارتفع إلى 1111 سائح.

ثالثا: أسباب التنمية السياحية:

1.الموقع الجغرافي:

بحكم موقعها الجغرافي فان ولاية غليزان تلعب دورا تجاري وتبادلي هام.فهي نقطة التقاء بين الشرق والغرب والشمال الغربي والجنوب الغربي للبلاد.وتقع على بعد 120 كلم من وهران و60 كلم من مستغانم و280 كلم من العاصمة.

أما الموقع بالنسبة إلى المراكز الدافعة للسياح:

تعتبر غليزان بالنسبة للمخطط الوطني للتهيئة السياحية إحدى المدن الخمسة الكبرى بالمحور الأوسط للمجمع الحضري الوهراني (مغنية،تلمسان،سيديبلعباس،معسكر) وبانجاز المشاريع الكبرى المهيكلة كالطريق السيار شرق-غرب على امتداد 87.4 كلم وازدواجية وكهربة خط السكة الحديدية فان مدة الحالات ستكون وجيزة، مريحة ومفيدة.

2. التضاريس:

تتشكل ولاية غليزان من ثلاثة مناطق أساسية:

أ. السلاسل الجبلية: تمتد على نسبة 38%من تراب الولاية وتتألف في الشمال من جبال الظهرة التي تغطي مناطق مازونةوسيدي أمحمد بن علي. وفي جنوب سلسلة جبالالونشريس التي تمتد في الجنوب من شرق الولاية إلى غربها أما في الغرب فتتواجد جبال بني شقران .

ب. السهول: تشكل رواق مابين جبال الشمال والجنوب وتحتل وسط الولاية وتتشكل من سهل الشلف الأسفل وسهل مينا وتشكل نسبة 32 %من تراب الولاية.

ج. الهضاب: تشكل منطقة انتقال مابين السهول والمناطق الجبلية وتحتل ما نسبته 30% من تراب الولاية.

وقد مكن هذا التمايز من وجود مجاري للمياه تواجد أودية منها وادي الشلف الذي يخترق الولاية من الشرق إلى الغرب ثم وادي مينا وواد ارهيو اللذان يخترقان الولاية من الجنوب إلى الشمال و يصبان بوادي الشلف مما سمح بانجاز ثلاثة سدود كبرى هي سد قرقار وسد السعادة ومرجة سيدي عابد.

د.المناخ:يسود الولاية مناخ شبه قاري معتدل في الشمال والمناطق السهلية ومناخ قاري بارد وممطر شتاءا مع تساقط للثلوج وحار صيفا بجنوب الولاية .

3.المتاحات السياحية:وتمثلت في:

3.1. الموارد السياحية: منها:

أ. الطبيعية:

1. الثروة النباتية:

يمتد الغطاء النباتي على مساحة قدرها 138000 هكتار منها 51800 هكتار عبارة عن غابات 82 %منها بالجنوب الشرقي ويطغى عليها الصنوبر الحلبي بمساحة 28500 هكتار وتتكون غابات الولاية بالأخص من أشجار الصنوبر الحلبي، الكاليتوس، العرعار، الطاقة، البلوط الأخضر، البلوط السنديان، الزبوجوالضرو وتتميز الغابات الواقعة بالرمكة، سوق الحد، حد الشكالة، بور كبة،سيدي يحي، وادي لرجام ، قربوصة، زمورة ،عمي موس،سيدي خطاب بمناظر خلابة في حين تكسو الثلوج في الشتاء المناطق الجنوبية.

2. الثروة الحيوانية :

مع تنوع التضاريس والغطاء النباتي وتعدد الوديان والمستنقعات ذات النظم البيئية المختلفة فان تراب ولاية غليزان يعتبر مكان لتواجد وتكاثر عدد لا يحصى من أصناف الطيور والحيوانات البرية.كما تقصد مناطق الولاية أصناف من الطيور المهاجرة التي تأتي من المناطق القطبية إلى جانب البعض منها الذي هو مهدد بالانقراض.

ب. العيون الحموية:

لا يوجد بولاية غليزان محطات معدنية ولكن هذا لا يعني انه لا توجد عيون وينابيع معدنية وفي هذا المجال هناك دراسات أجريت من طرف المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية وشملت: حمام سيدس بوعيد الله (يقع ببلدية سيدي خطاب) وعين الجنية (بلدية سيدي خطاب) حمام بني يسعد (بلدية منداس) وهذه الحمامات المعدنية يقصدها مئات المواطنين للاستفادة من مياهها المعدنية التي تصلح حسب الدراسة المذكورة لعلاج أمراض الروماتيزم، الأعصاب، الأمراض التناسلية، أمراض الجهاز الهضمي الأمراض المعوية، مرض الربو والإمراض التنفسية، أمراض الجلد، الأورام تحت الجلدية وتقرحات الساق، بقايا الحروق، أمراض الحساسية، الاكزيما، التهابات الأنف والأذن والحنجرة، إلى جانب هذه العيون توجد عيون أخرى معدنية يقصدها المواطنون لغرض التداوي كعين المالحة (بلدية سيدي أمحمد بن عودة)، عين الحموية المعروفة بالمكبرتة (بلدية وادي السلام)، عين أولاد سيدي الطيب (بلدية الرمكة).

3.2. الموارد الثقافية والدينية: وتمثلت في:

- أثار القلعة والدبة (غار الكوة، المقابر العثمانية، المسجد القديم، مغارة سيدي دحمان، الخزانة)؛
- أثار مازونة التي اغلبها من العهد العثماني (المدرسة القرآنية القديمة، مسجد سيدي عيسى، اوعزوز، مسبح تامدة، المحكمة)
- أثار عمي موسى كقصر الكاوى (قصر يعود للعهد الروماني شيد سنة 339 قبل الميلاد)كما توجد بنفس المنطقة أثار بقايا لقصور ونقاط مراقبة تعود للعهد الروماني؛
- أثار سيدي أمحمد بن علي وهي أثار رومانية بمنطقة أم الطبول؛
- أثار غليزان وهي المدينة الرومانية (مينا).

المبحث الثاني:الإستثمار السياحي في ولاية غليزان

رغم ضالة الوزن النسبي للسياحة و الفنادقوالوكالات السياحية في الاقتصاد المحلي إلا انه لا يزال يعد من القطاعات الواعدة في الاقتصاد. وترتكز هذه الآمال على ما تملكه ولاية غليزان من مقومات الجذب السياحي تؤهلها لاحتلال موقع أكثر تقدما على خريطة السياحة الوطنية إضافة إلى أهمية هذا القطاع في زيادة موارد الولاية.لذا سنتطرق في هذا المبحث نبذة عم مديرية السياحة ومهامها،الإستثمار السياحي لولاية غليزان من فترة (2000 – 2016) ووضعية عمليات الإستثمار خلال سنة 2015.

المطلب الأول:مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية غليزان.

نهدفمن خلال هذا المطلب إلى إعطاء نبذة عن مديرية السياحة، مهامها، وهيكلها التنظيمي.

أولا: نبذة عن مديرية السياحة لولاية غليزان:[1]

بموجب المرسوم التنفيذي رقم 95-260 المؤرخ في 29 أوت 1995 الذي يتضمن إنشاء مصالح خارجية لوزارة السياحة والصناعات التقليدية ويحدد قواعد تنظيمها وسيرها ، وفي سنة 1998 تم إنشاء مفتشية السياحةوالصناعات التقليدية على مستوى ولاية غليزان ، بعد ذلك وفي سنة 2005 تم تحويلها إلى مديرية بموجب المرسوم التنفيذي رقم 05-216 المؤرخ في 11 جوان 2005 الذي يتضمن إنشاء مديرية السياحة بالولاية .

بعد ذلك تم إلغاء الهيكل وتسميتها مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية غليزان بموجب المرسوم 10-257 المؤرخ في 20 أكتوبر 2010 الذي يتضمن إنشاء المصالح الخارجية لوزارة السياحة والصناعات التقليدية ويحدد مهامها وتنظيمها .

ثانيا:مهام مديرية السياحة والصناعة التقليدية :

تتمثل مهام مديرية السياحة والصناعة التقليدية فيما يلي:[2]

1. مصلحة الإدارة والوسائل:

وتتكفل بما يلي :

- ✓ المساهمة في إعداد سياسة تطوير وسائل القطاع؛
- ✓ تقديم الاحتياجات في مجال اعتمادات التسيير والتجهيز للإدارة المركزية والمصالح غير ممركزة؛ والمؤسسات تحت الوصاية وتنفيذ ميزانيتي التسييروالتجهيز الممنوح للقطاع؛
- ✓ ضمان تسيير ومتابعة الإعانات وحسابات التخصيص الخاصة القطاعية طبقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما؛
- ✓ وضع أجهزة المراقبة الداخلية لإبرام الصفقات العمومية؛
- ✓ السهر على مطابقة إجراءات إبرام الصفقات العمومية؛
- ✓ اقتراح وتنفيذ سياسة التسيير الإدارية لمستخدمي الإدارة المركزية؛
- ✓ النصوص التشريعية والتنظيمية المتعلقة بالإدارة العامة والوسائل.

[1]– مكتب متابعة الاستثمار والتهيئة السياحية، مديرية السياحة لولاية غليزان.

[2]– مكتب متابعة الاستثمار والتهيئة السياحية، مرجع سبق ذكره.

وتنقسم إلى:

أ. مكتب المستخدمين والتكوين:

وتكفل بما يأتي:

- ✓ إعداد وتنفيذ ومتابعة مخطط تسيير الموارد البشرية للوزارة ومصالحها الخارجية والمؤسسات تحت الوصاية؛
- ✓ تنفيذ تسيير المسار المهني للمستخدمين ومتابعته؛
- ✓ تقييم الاحتياجات في الوسائل البشرية للإدارة المركزية والمصالح الخارجية؛
- ✓ ضمان وضع أجهزة استشارية في مجال تسيير المستخدمين وتنفيذ القرارات المتخذة؛
- ✓ مراقبة المطابقة القانونية لأعمال الخدمات الاجتماعية للإدارة المركزية؛
- ✓ ضمان تنظيم الامتحانات المهنية وسيرها؛
- ✓ اقتراح النصوص التشريعية والتنظيمية المتعلقة بتسيير الموارد البشرية.

ب. مكتب الميزانية والمحاسبة :

وتكفل بما يأتي:

- ✓ إعداد مشاريع ميزانيتي التسيير والتجهيز؛
- ✓ تنفيذ الميزانيات وإعداد حصائل التنفيذ والحسابات الإدارية المتعلقة بها؛
- ✓ ضمان مسك دفاتر المحاسبة التنظيمية؛
- ✓ إعداد وإبرام عقود الدراسة وعقود انجاز الأشغال وعمليات التجهيز؛
- ✓ إعداد دفاتر شروط العمليات المتعلقة بالمنشات الأساسية والتجهيز والدراسات؛
- ✓ السهر على مطابقة إجراءات إبرام الصفقات العمومية؛
- ✓ ضمان متابعة استعمال إعانات الموارد الممنوحة بعنوان صندوق دعم الاستثمار وترقية وجودة النشاطات السياحية والتقليدية ومسك محاسبة خاصة بهما.

ج. مكتب الوسائل العامة:

وتكفل بما يلي:

- ✓ تحديد احتياجات الإدارة المركزية فيما يخص العتاد والأثاث وضمان اقتنائها؛
- ✓ تقييم انجاز عمليات التجهيزات المركزية ومتابعته؛
- ✓ ضمان تسيير وصاية الأملاك المنقولة والعقارية وكذا حضيرة سيارات الإدارة؛
- ✓ ضمان التنظيم المادي للتظاهرات والزيارات والتنقلات؛
- ✓ متابعة وجرد أملاك وتجهيزات الإدارة.

2. مصلحة السياحة:

وتنقسم إلى:

أ. مكتب متابعة الاستثماروالتهيئة السياحية:

وتكفل بما يأتي:

- ✓ توجيه مشاريع الاستثمار السياحي ومتابعتها الاتصال مع الهيئات المعنية؛
- ✓ مرافقة المستثمرين؛
- ✓ متابعة إعداد مخططات التهيئة السياحية (ZET-PAT-SDAT)؛
- ✓ إعداد بنك معلومات للمناطق السياحية قصد التهيئة؛
- ✓ المشاركة في اللجان المختلفة الخاصة بالتهيئة العمرانية وكذا عقود التعمير؛
- ✓ إعداد بطاقات تقنية للمشاريع السياحية.

ب. مكتب دعم تنمية السياحة والإحصاء:

وتكفل بما يأتي:

- ✓ المبادرة بكل تدبير من شانه إنشاء محيط ملازم ومحفز لتنمية النشاطات السياحية المحلية؛
- ✓ السهر على التنمية المستدامة للسياحة المحلية من خلال ترقية السياحة البيئية والسياحة الثقافية والتاريخية؛
- ✓ تشجيع ظهور عروض سياحية متنوعة وذات نوعية وكذا ترقية المنتوجات السياحية المحلية وتسويقها؛
- ✓ دعم وتنمية نشاط المتعاملين والهيئات والجمعيات في السياحة والحمامات المعدنية؛
- ✓ جمع المعلومات والمعطيات الإحصائية حول النشاطات السياحية وتحليلها وتوزيعها وإعداد بطاقات ووثائق تتعلق بالقدرات السياحية والحموية المحلية؛
- ✓ السهر على تلبية حاجات المواطنين وطموحاتهم في مجال السياحة والاستجمام والتسلية؛
- ✓ إدماج النشاطات السياحية ضمن أدوات تهيئة الإقليم والعمران؛
- ✓ تثمين مناطق ومواقع التوسع السياحي؛
- ✓ متابعة تطابق النشاطات السياحية مع مقاييس التسيير وقواعد ممارسة النشاطات والمهن السياحية؛
- ✓ ضمان رقابة الأحكام التشريعية والتنظيمية التي تحكم النشاطات السياحية والحموية واحترامها؛
- ✓ المساهمة في تحسين الخدمات السياحية لاسيما تلك النشاطات السياحية واحترامها؛
- ✓ المساهمة في تحسين الخدمات السياحية لاسيما تلك التي لها صلة بالنظافة وحماية الصحة والأمن؛
- ✓ ضمان تنفيذ ميزانية التسيير والتنفيذ.

ج. مكتب مراقبة نشاطات السياحة والفندقية:

تتمثل مهامه في مراقبة نشاطات المؤسسات الفندقية المتواجدة على مستوى إقليم الولاية وكذلك مراقبة نشاطات وكالات السياحة والأسفار ومراقبة أيضا جمعيات ودواوين السياحة والحمامات المعدنية إذا كانت موجودة.وتضم مديرية السياحة والصناعة التقليدية ثلاث مصالح وكل مصلحة تتكون من مكتبين إلى ثلاث كما هو مبين في الهيكل التنظيمي للمديرية الملحق.

3. مصلحة الصناعة التقليدية:

وتنقسم إلى:

أ- مكتب تنمية الصناعة التقليدية والحرف:

وتكفل بما يأتي:

- ✓ إعداد مخطط عمل سنوي ومتعدد السنوات يتعلق بتطوير نشاطات الصناعة التقليدية؛
- ✓ المبادرة بكل إجراء من شأنه خلق جو ملائم للتنمية المستدامة لنشاط الصناعة التقليدية؛
- ✓ المساهمة في حماية تراث الصناعة التقليدية و المحافظة عليه ورد الاعتبار له؛
- ✓ المشاركة في متابعة عمليات الدعم بعنوان الصندوق الوطني لترقية نشاطات الصناعة التقليدية؛
- ✓ المشاركة في إعداد وتنفيذ تمويل نشاطات الصناعة التقليدية بصناديق الجنوب والهضاب العليا؛
- ✓ المشاركة في جهود إدماج نشاطات الصناعة التقليدية في المنظومة الاقتصادية المحلية؛
- ✓ تدعيم أعمال المنظمات والتجمعات المهنية والجمعيات والفضاءات الوسطية في ميدان الصناعة التقليدية وتنشيطها.

ب. مكتب مراقبة نشاطات الصناعة التقليدية:

وتكفل بما يأتي:

- ✓ السهر على تطبيق واحترام القوانين والتنظيمات والمقاييس والنماذج المتعلقة بالجودة في ميدان الإنتاج وممارسة أنشطة الصناعة التقليدية؛
- ✓ المشاركة في متابعة تنفيذ عمليات الدعة بعنوان الصندوق الوطني لترقية نشاطات الصناعة التقليدية؛
- ✓ المشاركة في إعداد وتنفيذ تمويل نشاطات الصناعة التقليدية بصناديق الجنوب والهضاب العليا؛
- ✓ تدعيم أعمال المنظمات والتجمعات المهنية والجمعيات والفضاءات الوسطية في ميدان الصناعة التقليدية وتنشيطها.

ج. مكتب الدراسات والإحصاء:

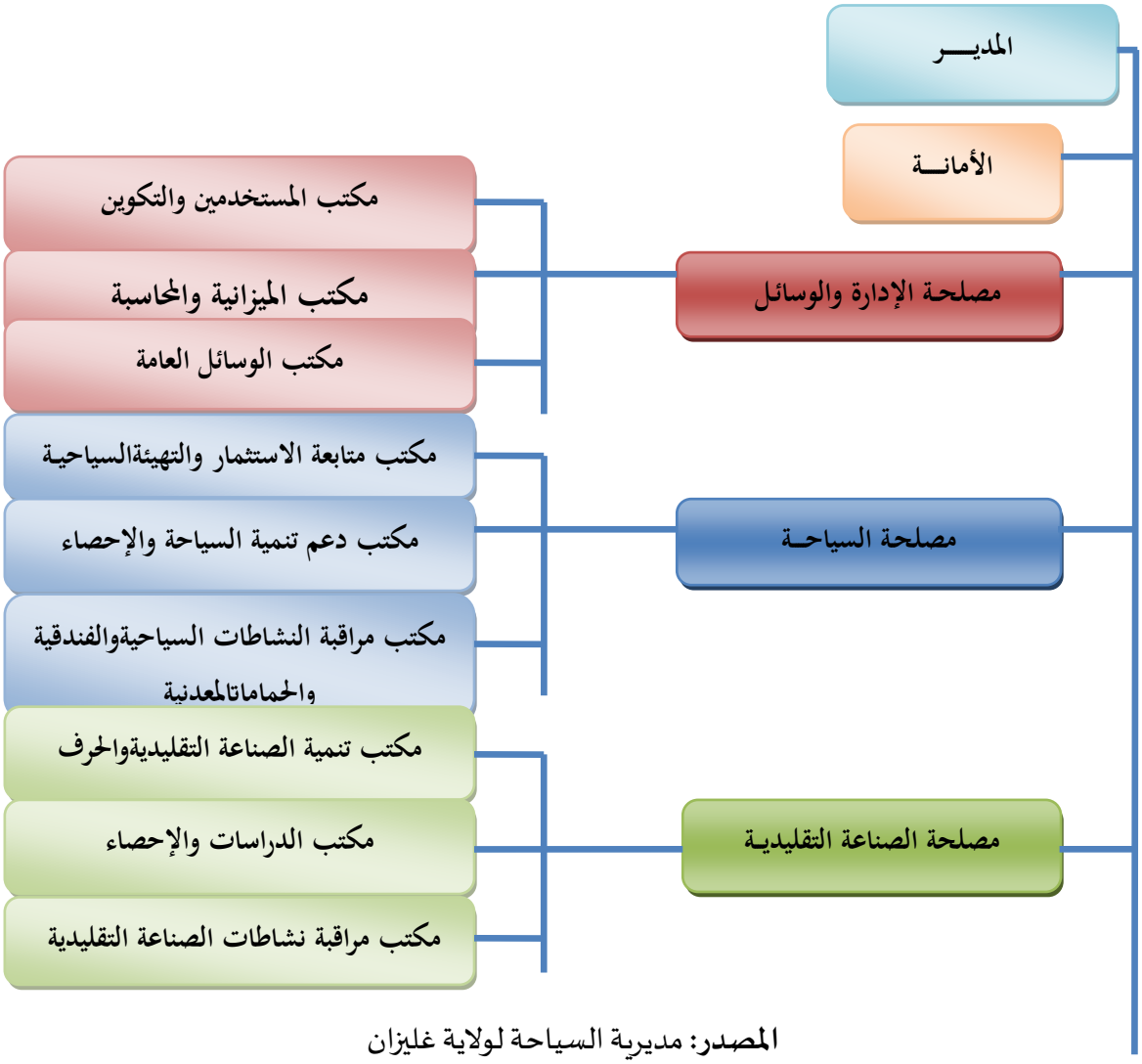
وتكفل بما يأتي:

- ✓ المبادة 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.

ثالثا: الهيكل التنظيمي لمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية غليزان.

تضم مديرية السياحة والصناعة التقليدية ثلاث مصالح وكل مصلحة تتكون من مكتبين إلى ثلاث مكاتب، والشكل التالي يوضح مخطط الهيكل التنظيمي للمديرية:

الشكل (3-2): الهيكل التنظيمي لمديرية السياحةو الصناعة التقليدية بغليزان



المصدر: مديرية السياحة لولاية غليزان

المطلب الثاني: حصيلة الإستثمار السياحي لولاية غليزان من فترة (2000 – 2016)

سنتطرق في هذا المطلب إلى المؤسسات السياحية المتواجدة بالولاية، تطور عدد الفنادق والوكالات السياحية من فترة (2000-2016).

أولا: المؤسسات السياحية المتواجدة في الولاية:

1. الحضيرة الفندقية:

يوضح الجدول أدناه أسماء و عنوان و تصنيف الحضيرة الفندقية المتواجدة بالولاية إضافة إلى طاقة الإيواء لكل فندق:

الجدول (1-3): الحضيرة الفندقية المتواجدة عبر الولاية

الرقم	المؤسسة الفندقية	العنوان	التصنيف	طاقة الإيواء	
				عدد الغرف	عدد الأسرة
01	مينا	حي الإنتصار بغليزان	في طور التصنيف فندق 1*	70	140
02	الإتحاد	بلهادي تامي واد ارهيو	هيكل معد للفندقة	18	36
03	المغرب	شارع الشهداء واد ارهيو	هيكل معد للفندقة	23	46
04	البرتقال	التفافحةط.و.رقم 04 واد الجمعة	هيكل معد للفندقة	14	29
05	الولجة	ط.و. رقم 04 المطمر	نزل طريق 1*	24	48
06	الظهرة	حي رحات الريح سيدي أمحمد بن علي	في طور التصنيف فندق بدون نجوم	10	20
07	الإقامة السياحية نجمة فتيحة	بوزقزقة بلدية بلعسل	في طور التصنيف نجمة واحدة	85+05 ملاحق	130

المصدر: مكتب دعم التنمية السياحية والإحصاء لمديرية السياحة بولاية غليزان.

2. وكالات السياحة والأسفار:

يوضح الجدول أدناه أسماء و عنوان الوكالات السياحية المتواجدة بولاية غليزان:

الجدول (3– 2): قائمة الوكالات السياحية المتواجدة على مستوى إقليم ولاية غليزان

الرقم	اسم الوكالة	العنوان
01	وكالة غليزان onat الديوان الوطني للسياحة	شارع محمد خميستي
02	وكالة السياحة والأسفار "المحسنون تور" "ب"	31 شارع العربي بن مهيدي واد ارهيو
03	وكالة السياحة والأسفار "الرجاء" "ب"	شارع بن نعمة مصطفى غليزان
04	وكالة السياحة والأسفار "بون فواياج" "ب"	02 شارع العقيد عميروش غليزان
05	وكالة السياحة والأسفار "واد ارهيو" "ب"	حي رقيق عبد القادر بلدية واد ارهيو
06	وكالة السياحة والأسفار "ايركرمان" "ب"	نهج الإمام عبدو، واد ارهيو
07	وكالة السياحة والأسفار "العافية" "ب"	شارع بلخنشر محمد واد ارهيو غليزان
08	وكالة السياحة والأسفار "القلعة" "ب"	حي سي زغلول سيدي محمد بن علي غليزان
09	فرع وكالة السياحة والأسفار "الزعاطشة" "أ"	نهج العربي تبسي رقم 23 غليزان
10	تامدة للسياحة والأسفار "ب"	حي سي طارق، محل رقم 03، سيدي أمحمد بن علي
11	وكالة السياحة والأسفار "شفة تور" "ب"	شارع باك أحمد، جديوية غليزان
12	وكالة السياحة والأسفار جديوية للسياحة والأسفار	شارع بوقطاية عابد جديوية
13	وكالة السياحة والأسفار "سي العربي فواياج" "ب"	شارع عثمان عبد القادر، واد ارهيو
14	فرع وكالة السياحة والأسفار "مجاهر تور" "ب"	شارع أول نوفمبر رقم 08 بلدية سيدي أمحمد بن علي
15	وكالة السياحة والأسفار "بون فواياج"	نهج الدكتور بوخلوة، رقم 43 غليزان
16	وكالة السياحة و الأسفار "بصباص ترافل"	نهج بن نعمة مصطفى رقم 01 غليزان
17	وكالة السياحة و الأسفار الجوري ترافل"	نهج بن جبار عواد رقم 22 غليزان

المصدر: مكتب دعم التنمية السياحية والإحصاء لمديرية السياحة بولاية غليزان

3. دور الشباب:

يوضح الجدول أدناه أسماء و عنوان دور الشباب بولاية غليزان:

اسم الدار	العنوان
دار الشباب واد ارهيو	شارع زغلول
دار الشباب زمورة	ط.و 4 زمورة
دار الشباب غليزان	المطمر
مخيم الشباب	بني زنطيس

الجدول (3-3): دور الشباب بالولاية

المصدر: الدليل السياحي لغليزان، مرجع سبق ذكره، ص.18

4. دواوين السياحة والجمعيات:

يوضح الجدول التالي أسماء و عنوان الدواوين و الجمعيات بولاية غليزان:

الجدول (4-3): الدواوين والجمعيات السياحية المتواجدة بالولاية

اسم الديوان أو الجمعية	العنوان
جمعية الظهرة للفن والسياحة والآثار	عين الجنة، بلدية مازونة
الديوان المحلي للسياحة، مازونة	عين الجنة، بلدية مازونة

المصدر: الدليل السياحي لغليزان، مرجع سبق ذكره، ص18.

ثانيا: تطور الفنادق في الولاية خلال الفترة الممتدة من (2000 – 2016):

يوضح الجدول أدناه تطور الفنادق في ولاية غليزان خلال الفترة الممتدة من (2000-2016):

الجدول (3–5): تطور الفنادق في الولاية من سنة (2000 – 2016).

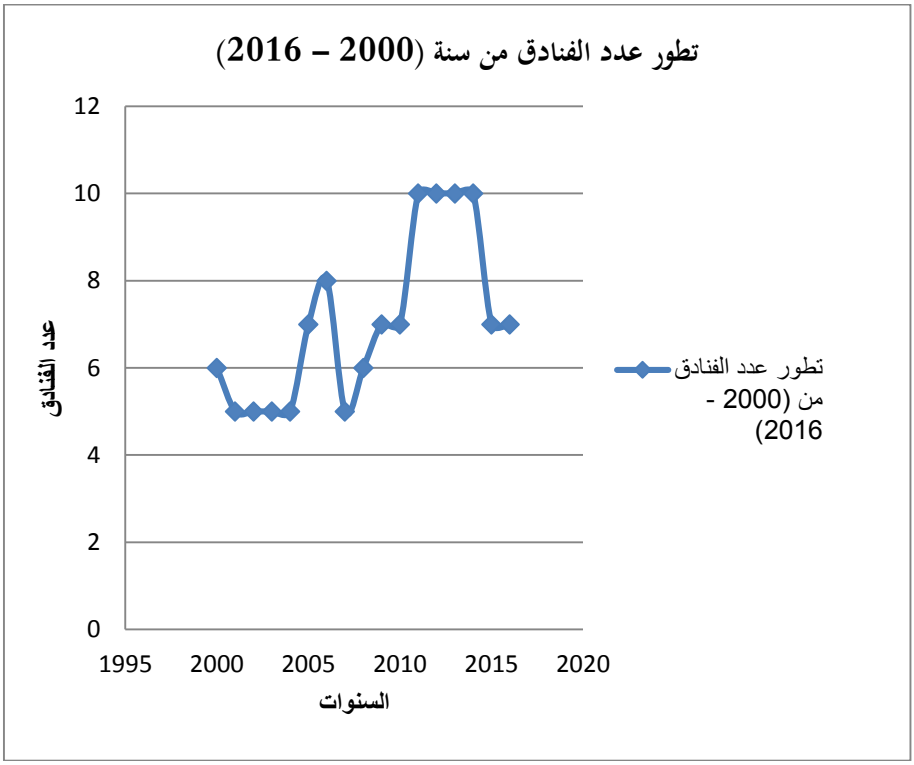
السنة	عدد الفنادق	عدد العمال	عدد الأسرة	عدد السياح		عدد الليالي	
				جزائريين	أجانب	جزائريين	أجانب
2000	06	31	236	38	1	21386	173
2001	05	18	214	/	/	16886	152
2002	05	18	177	38	/	16599	689
2003	05	18	177	/	/	17083	1064
2004	05	18	177	2014	111	17293	818
2005	07	34	296	8436	241	17473	803
2006	08	34	436	7560	242	18498	526
2007	05	34	314	5408	156	16238	1222
2008	06	66	360	12373	313	21396	2226
2009	07	78	408	1640	301	27793	947
2010	07	82	408	7247	89	14030	573
2011	10	86	449	21360	75	49784	315
2012	10	87	579	17248	260	50966	260
2013	10	88	579	15970	169	45665	171
2014	10	88	579	16290	188	48785	405
2015	07	78	449	19356	125	38212	322
2016	07	78	449	17450	117	35024	286

المصدر: مكتب دعم التنمية السياحية والإحصاء لمديرية السياحة بولاية غليزان.

1. تطور عدد الفنادق بالولاية:

يوضح الشكل أدناه تطور عدد الفنادق بالولاية:

الشكل (3-3): يوضح تطور عدد الفنادق من سنة (2000-2016)



المصدر: من إعداد الطالب باستخدام برنامج الإكسل 2007.

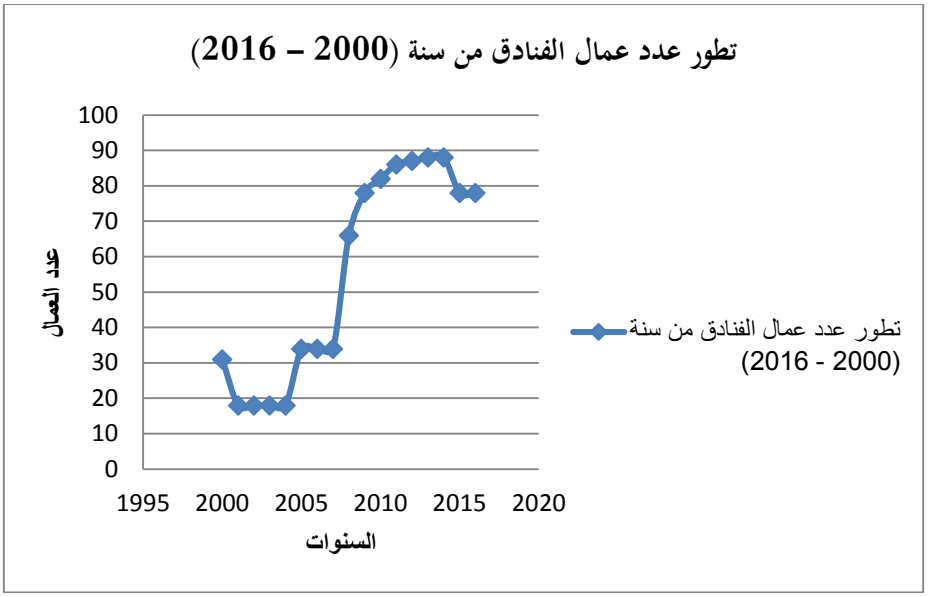
نلاحظ من خلال الشكل (1-3) أنه تم غلق فندقين سنة 2007 وإعادة افتتاح فندقيين سنة 2009 وفتح فندق سنة 2011 تم يليها غلق ثلاثة فنادق سنة 2015 إلى غاية 2016.

2. تطور عدد نمو عدد الفنادق:

نلاحظ من خلال الشكل (2-3) تراجع عدد عمال الفنادق من 31 عامل سنة 2000 إلى 18 عامل سنة 2001 ليستمر هذا التراجع إلى غاية 2004 بسبب غلق فندق واحد في هذه الفترة، بينما نلاحظ تزايد ملحوظ من سنة 2005 إلى غاية سنة 2016.

وهذا ما يوضحه الشكل أدناه:

الشكل (3-4): يوضح تطور عدد عمال الفنادق من سنة (2000-2016)

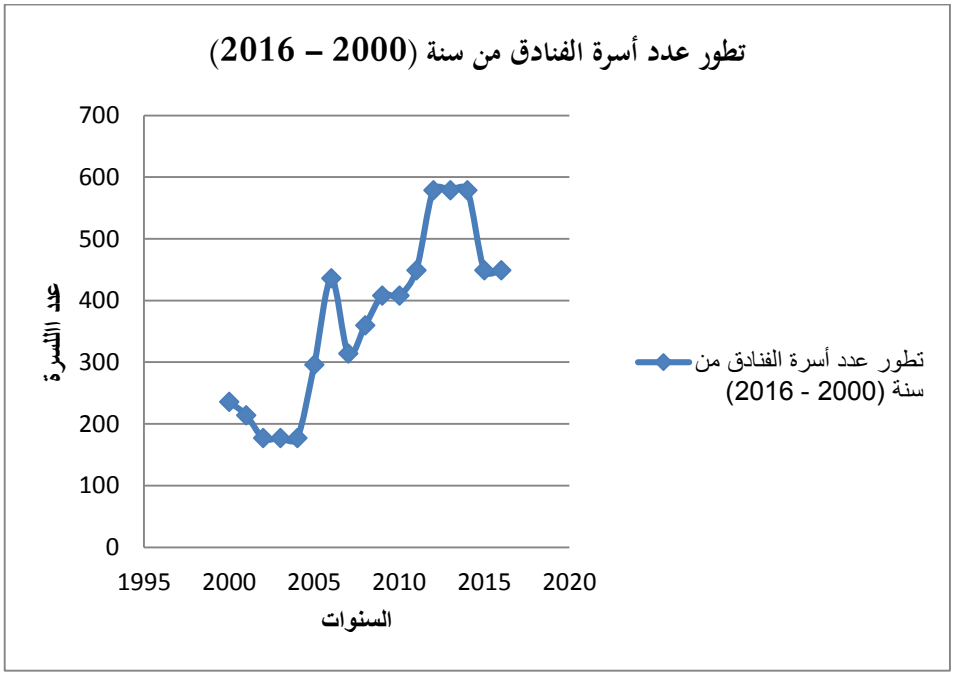


المصدر: من إعداد الطالبباستخدام برنامج الإكسل 2007.

3. تطور عدد أسرة الفنادق:

يوضح الشكل التالي تطور عدد أسرة الفنادق:

الشكل (3-5): يوضح تطور عدد أسرة الفنادق من سنة (2000-2016)



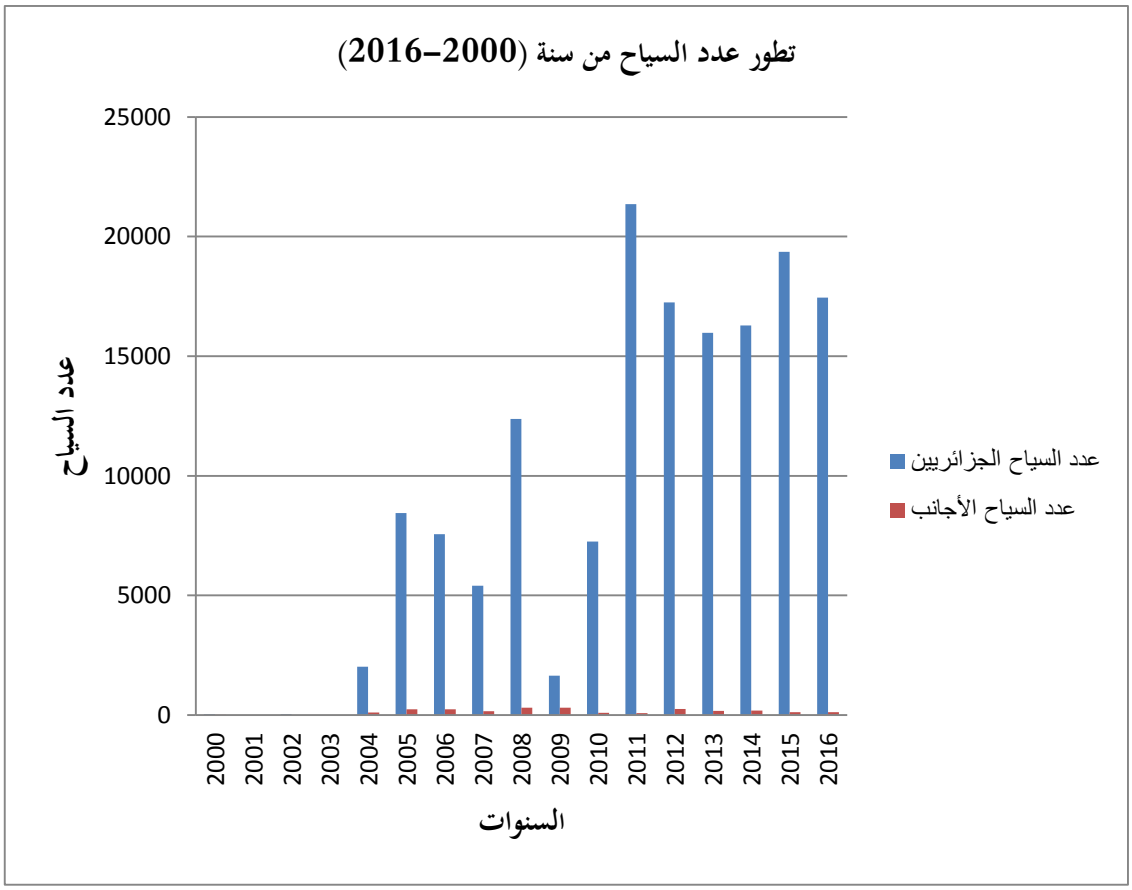
المصدر: من إعداد الطالب باستخدام برنامج الإكسل.

نلاحظ من خلال الشكل (3-5) أن عدد الأسرة مرتبط بعدد الفنادق، حيث نلاحظ أن عدد الأسرة كان سرير 336 سنة 2000 لينخفض إلى 177 سرير سنة 2002 بسبب غلق فندقين، وبعد افتتاح فندقين يرتفع عدد الأسرة إلى 296 سرير ليستمر بالتزايد إلى 579 سرير سنة 2012، تم ينخفض مجددا إلى 449 سرير بسبب غلق فندقين سنة 2015.

4. تطور عدد السياح الجزائريين والأجانب:

نلاحظ من خلال الشكل (3-6) أن عدد السياح الجزائريين ثابت من سنة 2000 إلى سنة 2003 (38 سائح) وهذا أيضا راجع إلى غلق فندق واحد، ليرتفع إلى 12373 سائح سنة 2008 تم ينخفض مجددا ليرتفع إلى 21 360 سائح سنة 2011 تم يستمر بالارتفاع إلى غاية 2016. أما بالنسبة لسياح الأجانب فقد تطور عدد السياح الأجانب من 1 سائح سنة 2000 إلى 111 سائح سنة 2004 تم ينخفض سنتي 2010 و2011 ليرتفع من سنة 2012 إلى غاية 2015، وهذا ما وضحه الشكل التالي:

الشكل (3-6): يوضح تطور عدد السياح الجزائريين والأجانب من سنة (2000-2016)

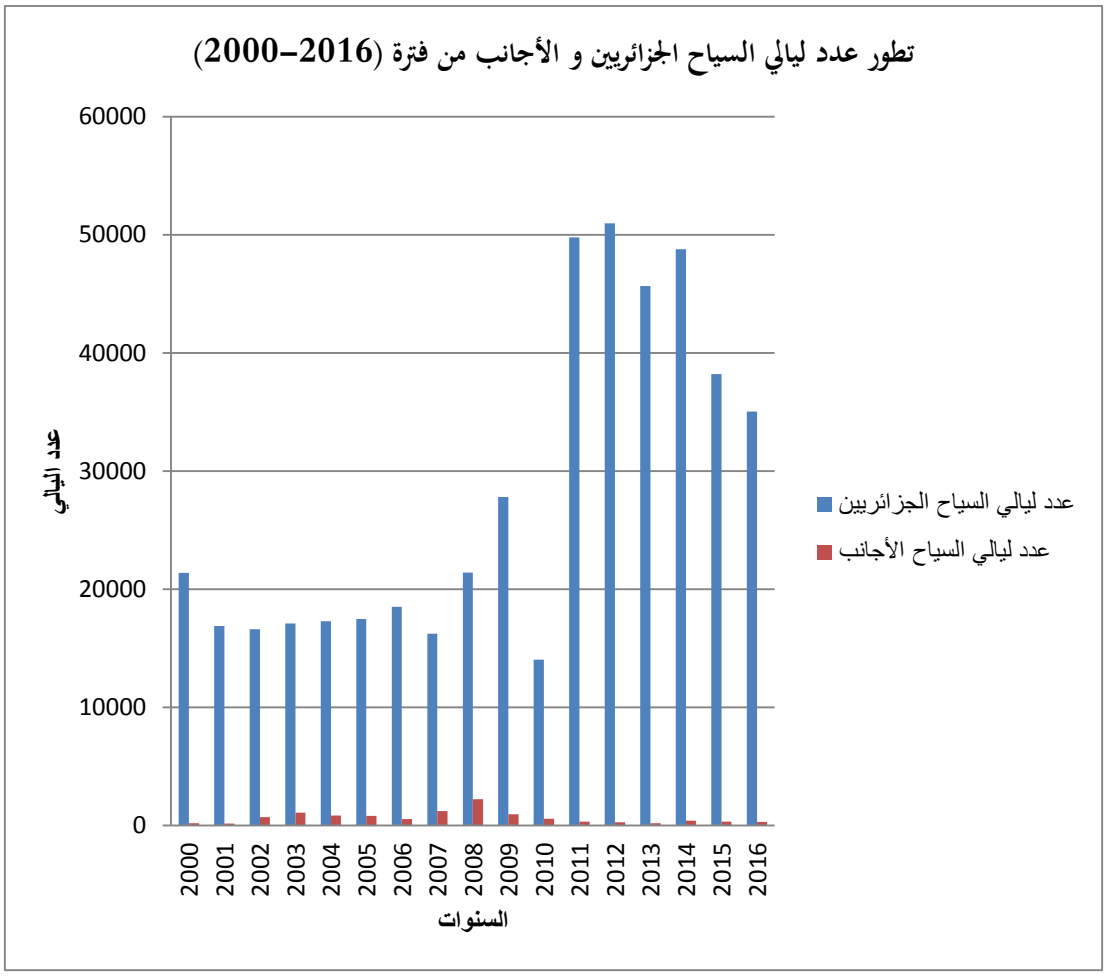


المصدر: من إعداد الطالب باستخدام برنامج الإكسل.

5. تطور عدد ليالي الجزائريين والأجانب:

يبين الشكل التالي تطور عدد ليالي الجزائريين و الأجانب في الفنادق بولاية غليزان خلال الفترة الممتدة من (2000-2016):

الشكل (7-3): يوضح تطور عدد ليالي الجزائريين والأجانب



المصدر: من إعداد الطالب باستخدام برنامج الإكسل 2007.

نلاحظ من خلال الشكل (5-3) انخفاض عدد ليالي الجزائريين إلى 16886ليلة سنة 2001 بعدما كان 21386 ليلة سنة 2000 وهذا راجع إلى غلق فندق واحد تم ارتفع إلى 17083 ليلة سنة 2005 بسبب فتح فندقين، تم انخفض سنة 2010 إلى 14030 ليلة تم عاد عدد الليالي للارتفاع لإلى غاية 2016. أما بالنسبة لليالي الأجانب بدأت بالارتفاع من سنة 2002 إلى 2008 لتعود للانخفاض من سنة 2008 إلى غاية 2016.

ثالثا: تطور الوكالات السياحية في الولاية خلال الفترة الممتدة من (2000 – 2016):

يوضح الجدول أدناه تطور الوكالات السياحية بولاية غليزان خلال الفترة الممتدة من (2000-2016):

الجدول (3–6): تطور الوكالات السياحية من سنة (2000 – 2016).

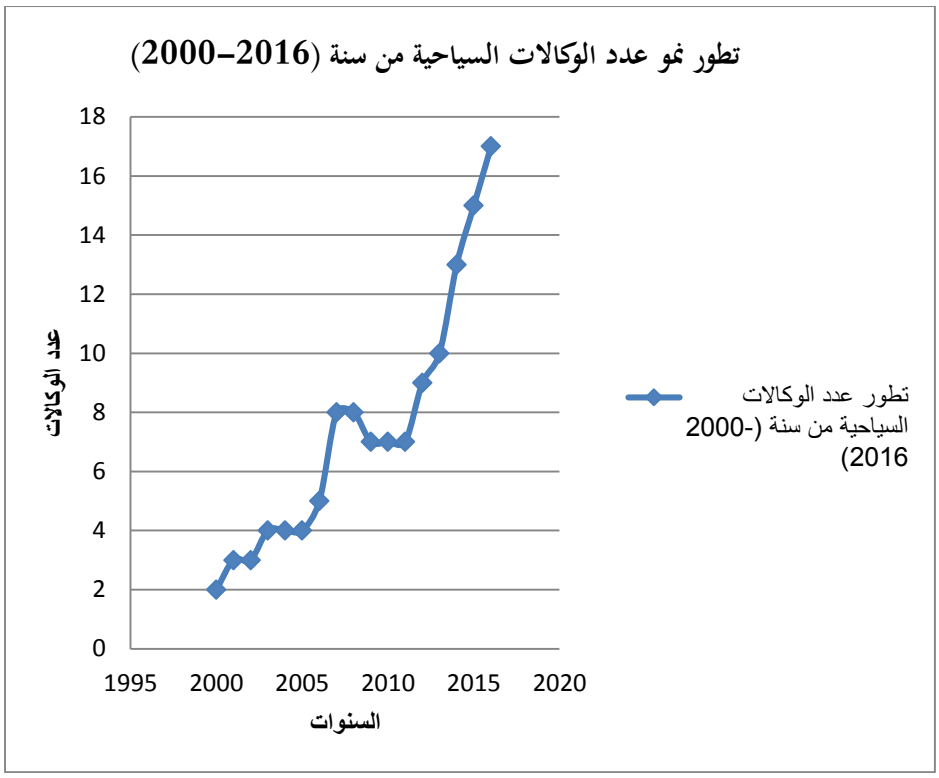
السنة	عدد الوكالات	عدد العمال	عدد السياح	
			جزائريين	أجانب
2000	02	05	2169	/
2001	03	07	3500	/
2002	03	07	3874	/
2003	04	10	2991	/
2004	04	10	2467	/
2005	04	10	3445	/
2006	05	12	2896	22
2007	08	19	3038	18
2008	08	19	2559	15
2009	07	17	2364	63
2010	07	17	9324	78
2011	07	17	9725	/
2012	09	19	12020	/
2013	10	21	9981	/
2014	13	28	9788	/
2015	15	33	10782	/
2016	17	36	13251	/

المصدر:مكتب دعم التنمية السياحية والإحصاء لمديرية السياحة بولاية غليزان.

1. تطور عدد الوكالات السياحية في الولاية:

يوضح الشكل أدناه تطور عدد الوكالات السياحية بالولاية:

الشكل (8-3): يوضح تطور عدد الوكالات السياحية من سنة (2000-2016)



المصدر: من إعداد الطالب باستخدام برنامج الإكسل 2007.

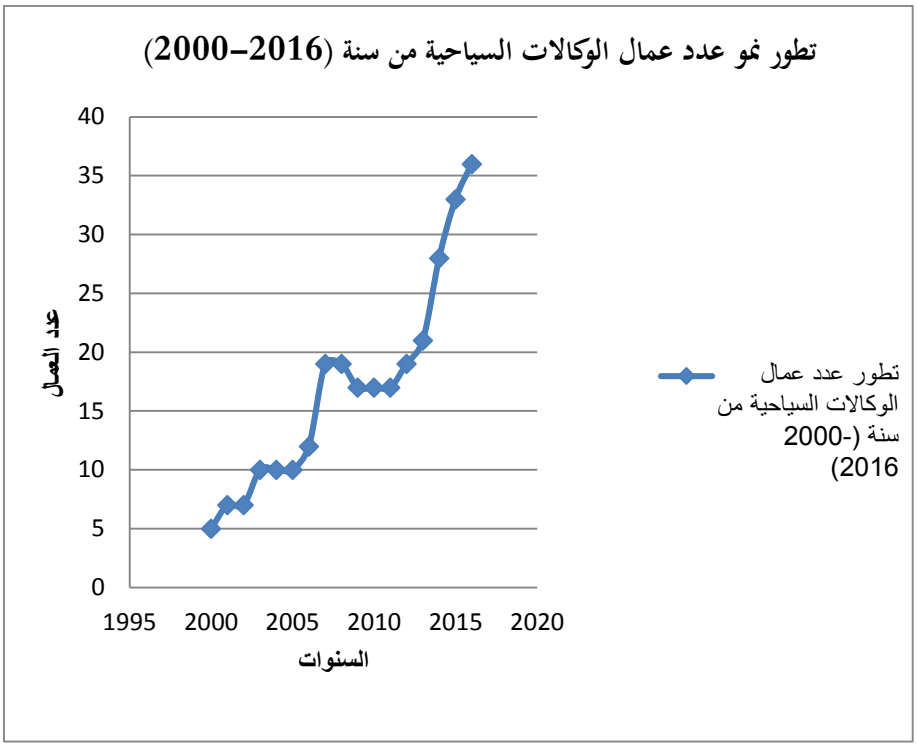
نلاحظ من خلال الشكل(6-3) ارتفاع عدد الوكالات من وكالتين في سنة 2000 إلى 08 وكالات سنة 2007 بينما تراجع إلى 07 وكالات في سنة 2009 بعد تم نقل وكالة سياحية من مقرها إلى ولاية أخرى. ليرتفع مجددا إلى 09 وكالات سنة 2012 ليستمر بالارتفاع إلى 17 وكالة سنة 2016.

2. تطور عدد عمال الوكالات السياحية:

نلاحظ من خلال الشكل (3-6) تطور عدد عمال الوكالات السياحية من 05 عمال سنة 2000 إلى 07 عمال سنة 2002 ثم 19 عامل سنة 2007، ليتراجع إلى 17 عامل سنة 2009 بعد نقل وكالة لنشاطها إلى ولاية أخرى. وبعد فتح 03 وكالات سنة 2013 ارتفع عدد العمال إلى 21 عامل مجددا ليستمر بالارتفاع إلى 36 عامل سنة 2016 بسب فتح 7 وكالات.

وهذا ما يوضحه الشكل أدناه:

الشكل (9-3): يوضح تطور عدد عمال الوكالات السياحية من سنة (2000-2016)



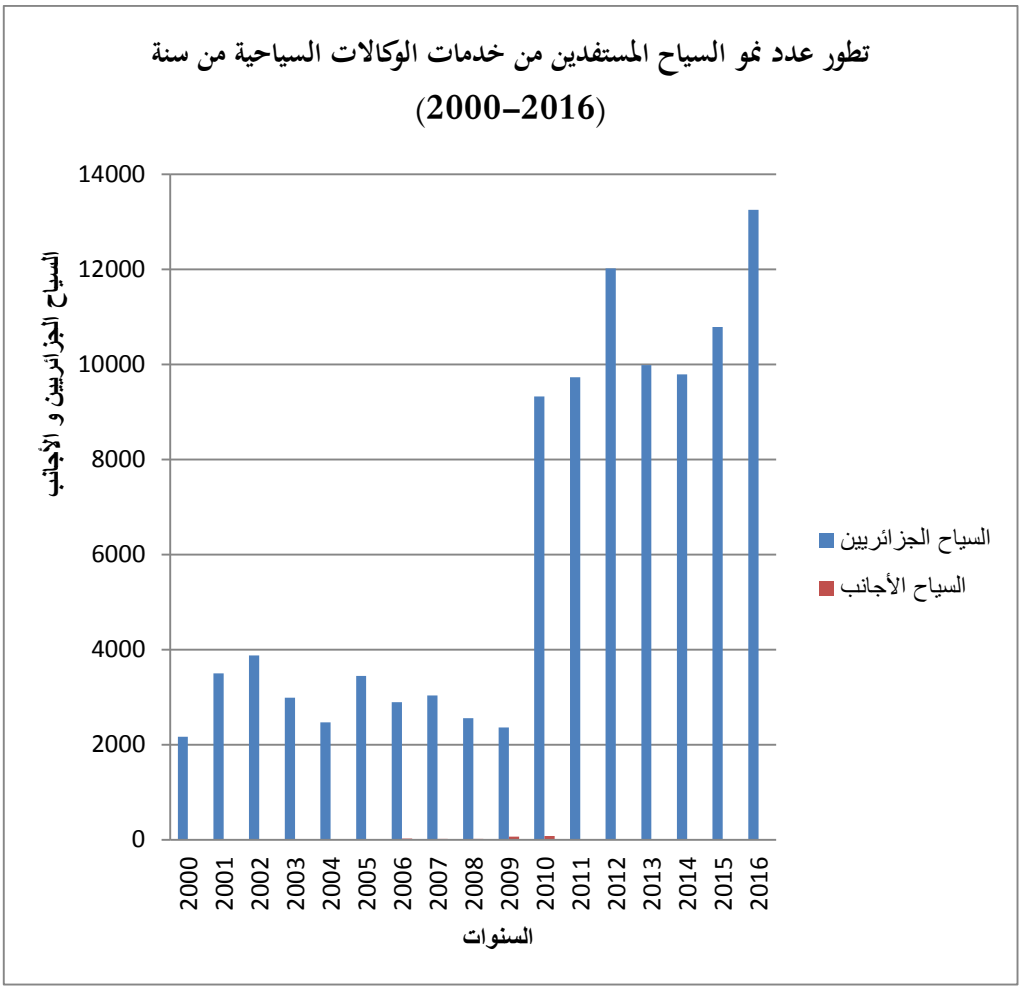
المصدر: من إعداد الطالب باستخدام برنامج الإكسل 2007.

نلاحظ من خلال الشكل (3-6) تطور عدد عمال الوكالات السياحية من 05 عمال سنة 2000 إلى 07 عمال سنة 2002 ثم 19 عامل سنة 2007، ليتراجع إلى 17 عامل سنة 2009 بعد نقل وكالة لنشاطها إلى ولاية أخرى. وبعد فتح 03 وكالات سنة 2013 ارتفع عدد العمال إلى 21 عامل مجددا ليستمر بالارتفاع إلى 36 عامل سنة 2016 بسب فتح 7 وكالات.

3. تطور عدد السياح المستفيدين من خدمات الوكالات السياحية:

نلاحظ من خلال الشكل (3-7) أن عدد السياح المستفيدين من خدمات الوكالات السياحية في تطور مستقر ارتبط بتحسن الوضع الأمني حيث سجل مابين سنتي 2000 و2007 عدد ما بين أكثر من 2000 و3038 سائح جزائري ليرتفع تصاعديا من سنة 2008 إلى سنة 2016 من 2559 إلى 13251 سائح جزائري. أما بالنسبة للسياح الأجانب فكان شبه معدوم من سنة 2000 إلى غاية سنة 2006 ليرتفع بنسبة قليلة إلى سنة 2010 لينعدم مجددا إلى غاية 2016. وهذا ما يوضحه الشكل التالي:

الشكل (10-3): يوضح عدد السياح الجزائريين والأجانب المستفيدين من خدمات الوكالات السياحية



المصدر: من إعداد الطالب باستخدام برنامج الإكسل 2007.

المطلب الثالث: وضعية عمليات الإستثمار خلال سنة 2015

سنتطرق في هذا المطلب إلى التقييم الإجمالي لمشاريع الإستثمار السياحي بالولاية، مواقع التوسع السياحي والسياحة الحموية وإضافة إلى المؤسسات السياحية والفندقية حسب الطابع القانوني.

أولا: التقييم الإجمالي لمشاريع الإستثمار السياحي لولاية غليزان:

- أغلبية المشاريع (10 مشاريع مسجلة) عبارة عن فنادق بسعة استعاب (624 سرير) حيث تم خلق (616) منصب عمل؛
- فيما يتعلق بالمشاريع ذات الطابع الحضري سجلنا (05 مشاريع)؛
- تم تسجيل مشروعين ذا طابع حموي في إطار لجنة المساعدة على ضبط العقار وترقية الإستثمار*(CALPIREF)في انتظار الحصول على الموافقة؛

*-Comète D'Assistance à La Localisation Et La Promotion De L'Investissement Et De La Régulation Des Foncés.

- (03) مشاريع ذات طابع ريفي مسجلة في إطار لجنة المساعدة على ضبط العقاروترقية الإستثمار (CALPIREF)في انتظار الحصول على عقد الإمتياز للعقار (توسع بالنسبة للإقامة سياحية
- الأخرى فندق-شقق- مركب سياحي (مدينة سينمائية)؛
- يبقى الإستثمار السياحي الخاص محدود رغم الإمكانيات والفرص المتاحة بالولاية؛
- الإستثمار الأجنبي غائب تماماً على مستوى الولاية؛
- جل المشاريع المسجلة تقع خارج مناطق التوسع السياحي المقترحة؛

كل المشاريع تابعة لقطاع الخاص حيث يقدر مبلغ الإستثمار الكلي بـ 340 794 134 1 دج.

ثانيا: مواقع التوسع السياحي والسياحة الحموية:

1. دراسة تحديد وتصنيف مناطق التوسع السياحي:

أ. الإستثمار العمومي:

- المرحلة الأولى: العملية مجمدة في المرحلة الأولى؛

- المرحلة الثانية: دراسة تهيئة المنبع الحموي (حمام منتيلة) (بلدية عمي موسى)؛

- المرحلة الثالثة: الدراسة انتهت لعملية إنجاز تهيئة المنبع (عملية الإنجاز مجمدة)، كما تمت دراسة تهيئة الموقع الطبيعي التاريخي تامدة(بلدية مازونة) الدراسة انتهت في انتظار المبلغ المستحق لإنجاز المشروع.

ب. الإستثمار الخاص: (مشاريع تحصلوا على عقد ملكية الأرض)

1. مشروع سيدي خطاب (مركب سياحي) (بلدية سيدي خطاب) في إطار الإنجاز (240 مليار) نسبة الإنجاز 5%؛
2. مشروع إنجاز فندق حي الإنتصار 4 نجوم (فندق منزلي) في إطار الإنجاز (190مليار) نسبة الإنجاز 5%؛
3. مشروع فندق حضاري (بلدية الحمادنة) (50 مليار) نسبة الإنجاز 0%؛
4. مشروع إنجاز رابط الطريق (بادية زمورة) (70 مليار).

وهذا كما يوضحه الجدول أدناه:

(الإستثمار الخاص في إطار لجنة المساعدة لتحديد و ترقية و تنظيم العقار)

الجدول(7-3): مناطق التوسع السياحي.

عدد المناطق	المنطقة	الموقع	الطابع السياحي	المساحة الإجمالية	نسبة الإنجاز
05	حمام منتيلة	سد قرقار	حموي	75 هكتار	الدراسة في مرحلتها الأولى(أمر بالخدمة (2014/06/14
	حمام سيدي بوعيد الله	سيدي خطاب			
	سد الأمل	مرجة سيدي عابد	بحيري		
	سد السعادة	سيدي أمحمد بن عودة			
	سد قرقار	لحلاف			

المصدر: مديرية السياحة والصناعة التقليدية.

2. السياحة الحموية:

تتوفر ولاية غليزان على العديد من المنابع الحموية حيث أحصت مديرية السياحة والصناعة التقليدية حوالي 29 ينبوع موزعة على كامل تراب الولاية، كل المنابع الحموية لا تتوفر على هياكل استقبال عصرية وهي قبلة للأوساط الشعبية من كل الشرائح الاجتماعية بحثاً عن الراحة والعلاج، تم إجراء دراسات خصت 04 منابع حموية بالولاية من طرف المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية 1984-1985، استفادت ولاية غليزان من مشروع تهيئة حمام عين منتيلة الواقع ببلدية عمي موسى والدراسة في مرحلتها الأخيرة. كما يوضحه الجدول التالي:

الجدول (8-3): السياحة الحموية

المصدر: مديرية السياحة والصناعة التقليدية.

عدد المنابع الحموية			عدد الطلبات على مستوى لجنة CALPIREF	المحطات الحموية		مراكز المعالجة بمياه البحر	
التي تم جردها	التي استفادت من التهيئة	التي استفادت من عقود الامتياز		خاص	عمومي	خاص	عمومي
29	**01**	**0**	**02**	**0**	**0**	**0**	**0**

ثالثا: المؤسسات الفندقية والسياحية حسب

الطابع القانوني لسنة 2015:

يوضح الجدول أدناه الحضيرة الفندقية حسب الطابع القانوني:

الجدول (3-9): الحضيرة الفندقية حسب الطابع القانوني.

القطاع القانوني	سنة 2015	
	عدد الفنادق	عدد الأسرة
عام	/	/
خاص	07	349
مختلط	/	/
المجتمعات المحلية	01	140
المجموع	08	485

المصدر: مديرية السياحة والصناعة التقليدية.

حيث عدد المنخرطين في مخطط جودة السياحة:

1. الحضيرة الفندقية:

- عدد الفنادق:07؛
- طاقة الإيواء: 449 سرير؛
- عدد الليالي :38212.

2. وكالات سياحة والأسفار: عدد الوكالات 12 وكالة سياحية.

3. عدد الجمعيات والدواوين السياحية: منها: 01 ديوان محلي للسياحة، 01 جمعية ذات طابع سياحي.

المبحث الثالث: التحليل الإحصائي لبيانات الإستبيان

بعد جمع استمارات الاستبيان الموزعة على العينة،سنقوم بدراسة وتحليل نتائج الاستبيان المتوصل إليها من خلال حساب التكرارات والنسب المئوية ورسم الأشكال البيانية والتعليق عليها، وهذا ما سنتطرق إليه في هذا المبحث.

المطلب الأول:الأدوات والأساليب المستخدمة في جمع المعلومات وتحليلها

نهدف من خلال هذا المطلب إلى وصف نموذج الدراسة، التعرف على أدوات جمع المعلومات و ووصف محتوى استمارة الإستبيان.

أولا:وصف نموذج الدراسة:

من خلال هذا المطلب نستعرض النموذج المقترح للدراسة ومختلف المتغيرات المكونة له، حيث سيعتمد هذا النموذج على متغير البيانات الشخصية لعينة الدراسة (الجنس، العمر، الشهادة العلمية)، ومتغيرات عامة عن الوكالة، إضافة إلى متغيرات الجانب التمويلي للمؤسسة ومتغيرات تقييم تجسيد فكرة المشروع ومتغير تقييم القطاع السياحي من وجهة نظر أصحاب الوكالات السياحية.

ثانيا: أدوات جمع المعلومات:

لقد تم استعمال استمارة الاستبيان في عملية جمع المعلومات "أنظر الملحق رقم 02".

حيث تعرف على أنها وسيلة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع بحث معين عن طريق إعداد استمارة يتم تعبئتها من قبل عينة من الأفراد وهي عبارة عن تجسيد عملي لموضوع الدراسة ، فقد كان الهدف من إعداد الاستبيان التعرف على مدى مساهمة المقاولات الصغيرة في تطوير قطاع السياحة.

وانطلاقا من الجانب النظري للدراسة قمنا بإعداد استمارة البحث التي تم عرضها على الأستاذ المشرف كمحكمة على المصداقية الموضوعية لهذه الأداة، وبعد الحصول على الموافقة منه تم صياغة الصورة النهائية للاستمارة، وقد تم توزيع استمارةالإستبيان على الوكالات السياحيةلبلديات ولاية غليزان،مع العلم أن وكالتين تابعتين للقطاع العام أي لا تدخل ضمن مجال الدراسة وهذا ما يوضحه الجدول أدناه:

الجدول (10-3): التوزيع الجغرافي للعينة المدروسة

البلديات	العدد	التكرار	النسب %
غليزان	6	5	%31.25
سيدي محمد بن علي	3	0	%0
واد ارهيو	5	2	%12.50
جديوية	2	0	% 0
المجموع	16	7	%43.75

المصدر: من إعداد الطالب بناءا على نتائج الإستبيان.

تتوزع فئات العينة تقريبًا على مستوى بعض بلديات الولاية من المجتمع المدروس، يمثل الجدول رقم (3-)الموضح أعلاه التوزيع الجغرافي للعينة، حيث تمثل غليزان أكبر تجمع للوكالات السياحية الناشطة على مستوى الولاية باعتبارها مركز توطن بشري واقتصادي بنسبة31.25 % من العينة للمجتمع المدروس، تليها بلدية واد ارهيو بنسبة 12.50%، في حين تأتي بلدية سيدي محمد بن علي، جديويةبنسبةمعدومة نسبيًا.

ثالثا:وصف محتوى استمارة الاستبيان:

المحور الأول: يحتوي على البيانات الأساسية المتعلقة بخصائص مفردات عينة الدراسة التي تتكون من الجنس، العمر والشهادة العلمية، وأسئلة عامة حول المؤسسة؛

المحور الثاني:يحتوي على أسئلة عامة عن الوكالات السياحية؛
المحور الثالث: يحتوي على سؤالين حول الجانب التمويلي للمؤسسة؛
المحور الرابع: يحتوي على تسعة أسئلة حول كيفية تجسيد فكرة المشروع؛
المحور الخامس:يحتوي على خمسة أسئلة حول القطاع السياحي في الجزائر.
وهذا ما يوضحه الشكل أدناه:

الشكل (3-11): مخطط يوضح المحاور الأساسية للإستبيان

وبغرض تحليل البيانات ومعالجتها إحصائيا تم استخدام البرنامجالإحصائي SPSS Statistics V23 من أجل التمكين من استعمال مجموعة من الأساليب والمقاييس الإحصائية المساعدة في تحليل ووصف خصائص العينة وتحديد اتجاهات المبحوثين وتأثيرها على متغيرات البحث.

المطلب الثاني: دراسة العينة

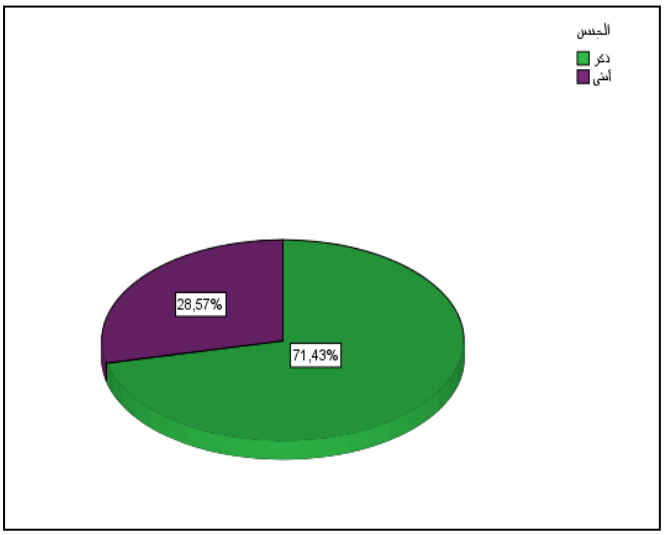
نهدف من خلال هذا المطلب إلى دراسة المعلومات الشخصية الخاصة بالمقاول،دراسة المعلومات العامة عن المشروع و دراسة العينة من حيث الجانب التمويلي.

أولا: دراسة المعلومات الشخصية الخاصة بالمقاول:

1. توزيع العينة من حيث الجنس:

لاحظنا أن الفئة الغالبة على مستوى المقاولين الشباب تستقطب الذكور أكثر من الإناث في إنشاء المؤسسات الصغيرة، إذ أن نسبة الذكور تمثل 71.43 % من الحجم الإجمالي للعينة، بينما الإناث لا تمثل سوى نسبة 28.57 %، وهذا ما يوضحه الشكل رقم (3-12):

الشكل رقم (12-3): يوضح توزيع العينة من حيث الجنس



المصدر: من إعداد الطالب بناء على نتائج تحليل الإستبيانبإستخدامSPSS Statistics V23

2. توزيع العينة من حيث هرم الأعمار:

تتوزع العينة من حيث هرم الأعمار حسب الجدول التالي:

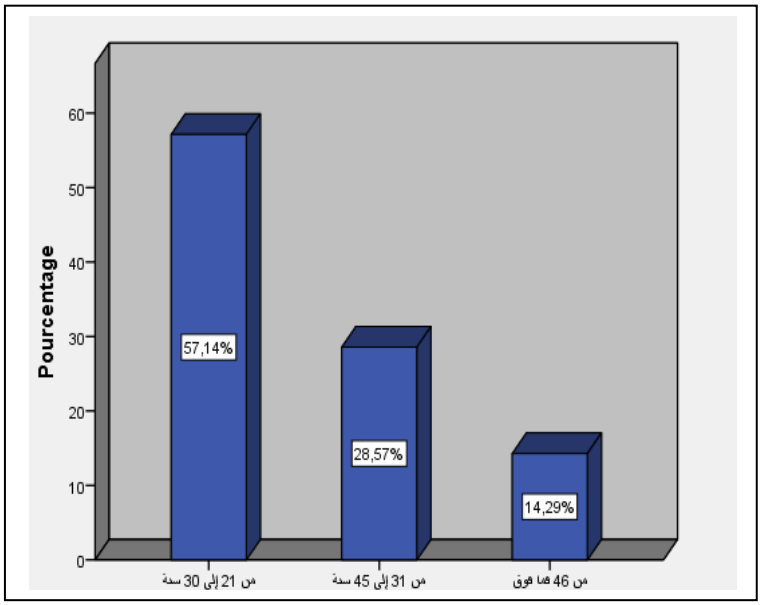
الجدول رقم (11-3): توزيع العينة من حيث هرم الأعمار

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	من 21 إلى 30 سنة	4	57,1	57,1	57,1
	من 31 إلى 45 سنة	2	28,6	28,6	85,7
	من 46 فمافوق	1	14,3	14,3	100,0
	Total	7	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الطالب بناءا على نتائج تحليل الإستبيان باستخدامSPSS Statistics V23

وتم توضيح هذه النتائج في الشكل أدناه:

الشكل رقم (3 - 13):يوضحتوزيع العينة من حيث هرم الأعمار



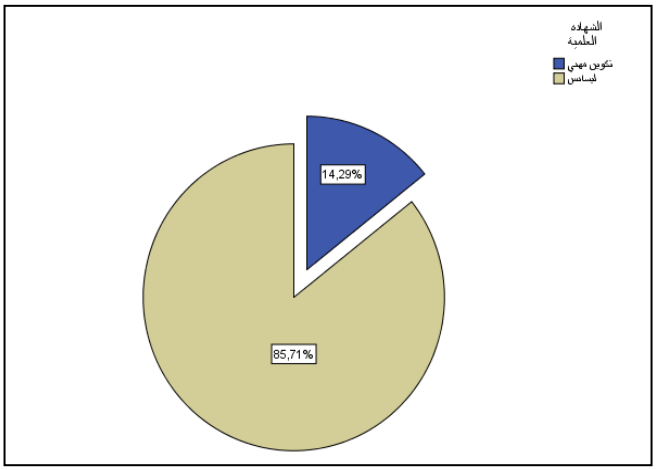
المصدر: من إعداد الطالبةاعتماد على نتائج تحليل الإستبيان باستخدامSPSS Statistics V23

نلاحظ من الشكل (13-3) أن الفئة من 21 سنة إلى 30 سنةهي الأكثر ميلا لإنشاء المشاريع المصغرة أي أن الفئة الشبابية أكثر إقبالا على الدخول إلى مجال المقاولاتية بنسبة 57.14%،تم تليها الفئة من 31 سنة إلى سنة45 سنة بنسبة 28.57 %، وأخيرا الفئة الأكبر من 46 سنة بنسبة 14.28 %.

3. توزيع العينة من حيث المستوى التعليمي والتكوين:

تم توضيح نتائج العينة من حيث المستوى التعليمي والتكوين من خلال الشكل التالي:

الشكل (14-3): يوضح المستوى التعليمي والتكوين للعينة



المصدر: من إعداد الطالب بناءا على نتائج تحليل الإستبيانباستخدامSPSS Statistics V23

يبين لنا الشكل (3-14) أن النسبة الكبيرة أخذها مستوى التعليم الجامعي بنسبة 85.71 %من بين مجموع المقاولينوهذا ما يفسر إهتمامخريجي الجامعات بمجال المقاولاتية، تم يليها مستوى التكوين المهني بنسبة 29.14 %.

ثانيا دراسة المعلومات العامة عن المشروع:

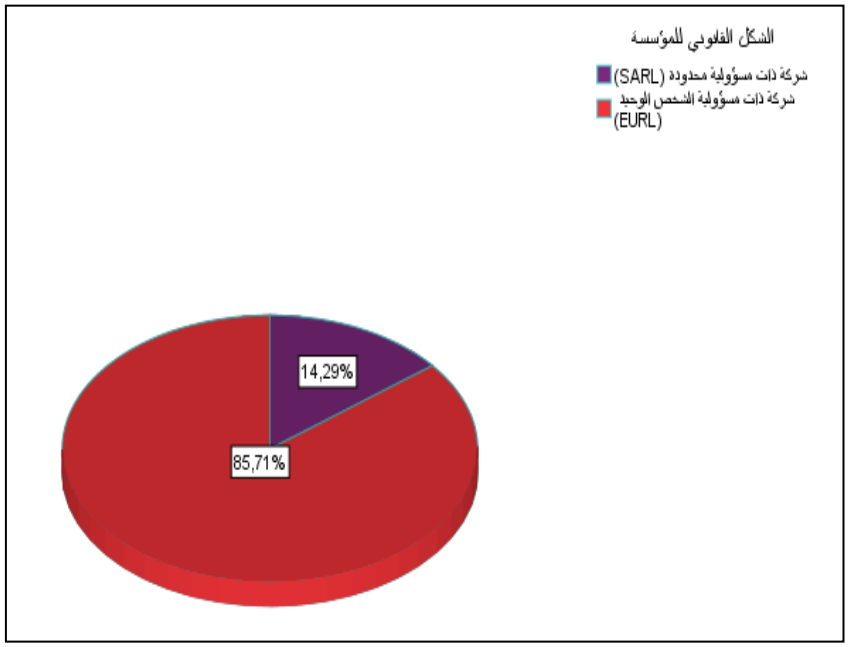
1. دراسة العينة من حيث نوع المؤسسة:

من خلال المعلومات المتحصل عليها من خلال استمارة الإستبيان تبين أن مجمل الوكالات السياحية المتواجدة بولاية غليزان تابعة للقطاع الخاص(مؤسسة خاصة).

2. دراسة العينة من حيث الشكل القانوني:

تم توضيح نتائج العينة من حيث الشكل القانوني للمؤسسة من خلال الشكل التالي:

الشكل (3-15): يوضحتوزيع العينة من حيث الشكل القانوني للمؤسسة



المصدر: من إعداد الطالب بناءا على نتائج تحليل الإستبيان باستخدامSPSS Statistics V23

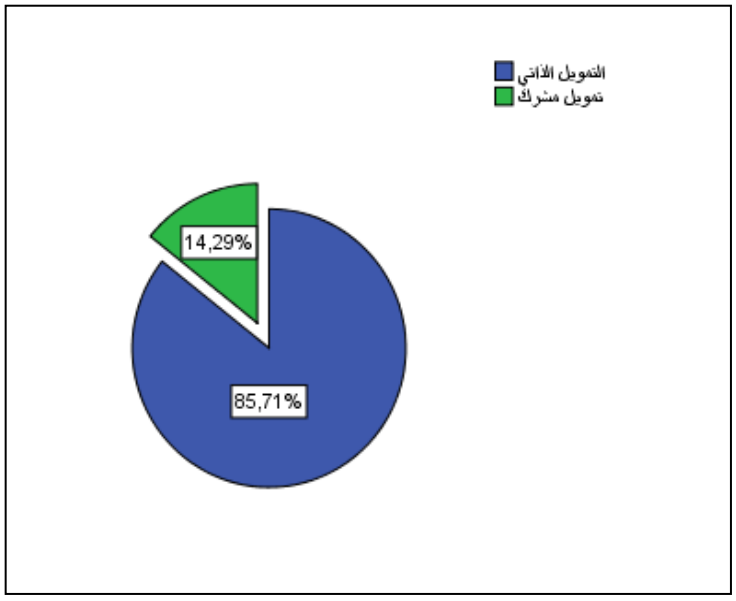
من خلال الشكل (3-15) نلاحظ ارتفاع نسبة المقاولين الذين يفضلون أن يكون شكل مؤسستهم من نوع الشركة ذات مسؤولية الشخص الوحيد حيث قدرت نسبتهم ب 85.71 %، بينما نلاحظ أن فئة قليلة منهم يفضلون أن تكون مؤسستهم شركة ذات المسؤولية المحدودة حيث قدرت نسبتهم ب 14.29%.

ثالثا. دراسة العينة من حيث الجانب التمويلي:

1. المصدر التمويلي للمشروع:

تم توضيح نتائج العينة من حيث مصدر التمويل الذي اعتمده المقاول في إنشاء مؤسسته من خلال الشكل التالي:

الشكل(16-3): يوضح مصدر تمويل المشروع



المصدر: من إعداد الطالب بناءا على نتائج تحليل الإستبيان باستخدامSPSS Statistics V23

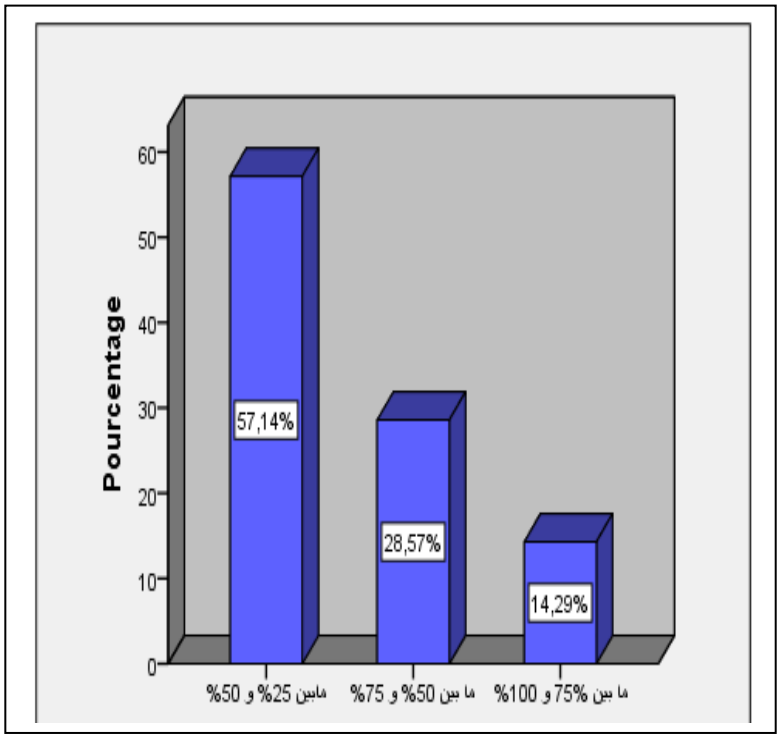
يبين لنا الشكل (3-16) أن أغلبية المقاولين إعتمدوا على التمويل الذاتي بنسبة 85.71 %، إلا إن بعضهم اعتمدوا على التمويل المشترك بنسبة 14.29 %، وهذا راجع لعدم وعي الشباب بالدعم التي الذي تقدمه السلطات الجزائرية لتمويل المشاريع المصغرة خصوصا في الآونة الأخيرة وهذا راجع أيضا لتخوفهم من عدم نجاح مشاريعهم.

2- نسبة تمويل المشروع:

من خلال الإجابات المتحصل عليها اتضح لنا أن أغلبية المقاولين اعتمدوا على التمويل الذاتي فكانت نسبة هذا التمويل مختلفة من مقاول إلى آخر، فأكبر عدد منهم كانت نسبة تمويل مشروعه ما بين 25%و50 % تم تليها المشاريع التي مولت بنسبة ما بين 50 %و75 % بينما فئة قليلة من هؤلاء المقاولين مولوا مشاريعهم بنسبة ما بين 75 %و100 %.

تم توضيح نتائج العينة من حيث نسبة تمويل المشروع الإستثماري من خلال الشكل التالي:

الشكل (17-3): يوضح نسبة تمويل المشروع



المصدر: من إعداد الطالب بناءا على نتائج تحليل الإستبيان باستخدام SPSS Statistics V23

المطلب الثالث: دراسة وتحليل فكرة تجسيد المشروع ونظرة المقاول في هذا القطاع.

أولا: دراسة العينة من حيث فكرة تجسيد المشروع:

أ. دراسة وتحليل العينة من حيث الأسباب التي تؤدي لإنشاء المؤسسة المصغرة:

كانت أسباب إنشاء المؤسسة المصغرة كالتالي:

الجدول (12-3): أسباب إنشاء المؤسسة المصغرة

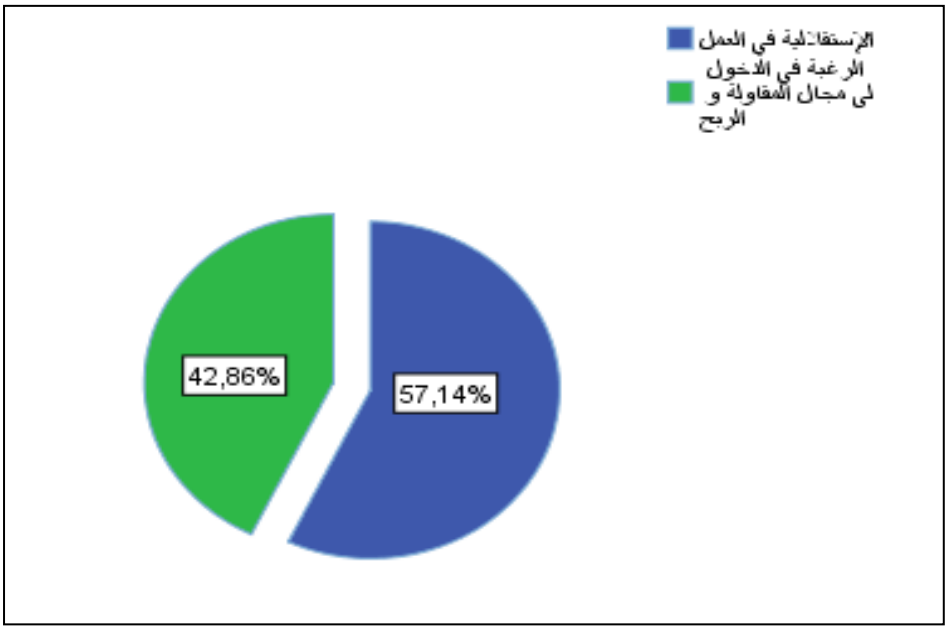
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	الإستقلاليةفيالعمل	4	57,1	57,1	57,1

الرغبةفيالدخولإلىمجالالمقاولةوالربح	3	42,9	42,9	100,0
Total	7	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الطالبناءا على نتائج تحليل الإستبيان باستخدامSPSS Statistics V23

تم توضيح نتائج العينة من حيث الأسباب المؤدية لإنشاء المؤسسة المصغرة من خلال الشكل التالي:

الشكل (3-18):يوضح أسباب إنشاء المشروع



المصدر: من إعداد الطالبناءا على نتائج تحليل الإستبيان باستخدامSPSS Statistics V23

استنادا على نتائج الجدول (3-12) والشكل (3-18) يتضح لنا أن أسباب إنشاء المشروع اختلفت من مقاول إلى أخر فكانت رغبة أغلبيتهم الإستقلالية في العمل حيث قدرت نسبتهم ب 57.14 %، بينما رغب آخرون في الدخول إلى مجال المقاولة والربح فقدرت نسبتهم ب 42.86 %، هذا ما يدل على أهمية المقاولاتيةوالدور الذي تلعبه سواء في تحقيق الربح لصاحب المشروع أو في تحقيق التنمية المحلية.

2. دراسة العينة من حيث نوع المرافقة التي خضع لها المشروع:

تبين أن الوكالات السياحية خضعت لأنواع من المرافقة هذا ما يوضحه الجدول أدناه:

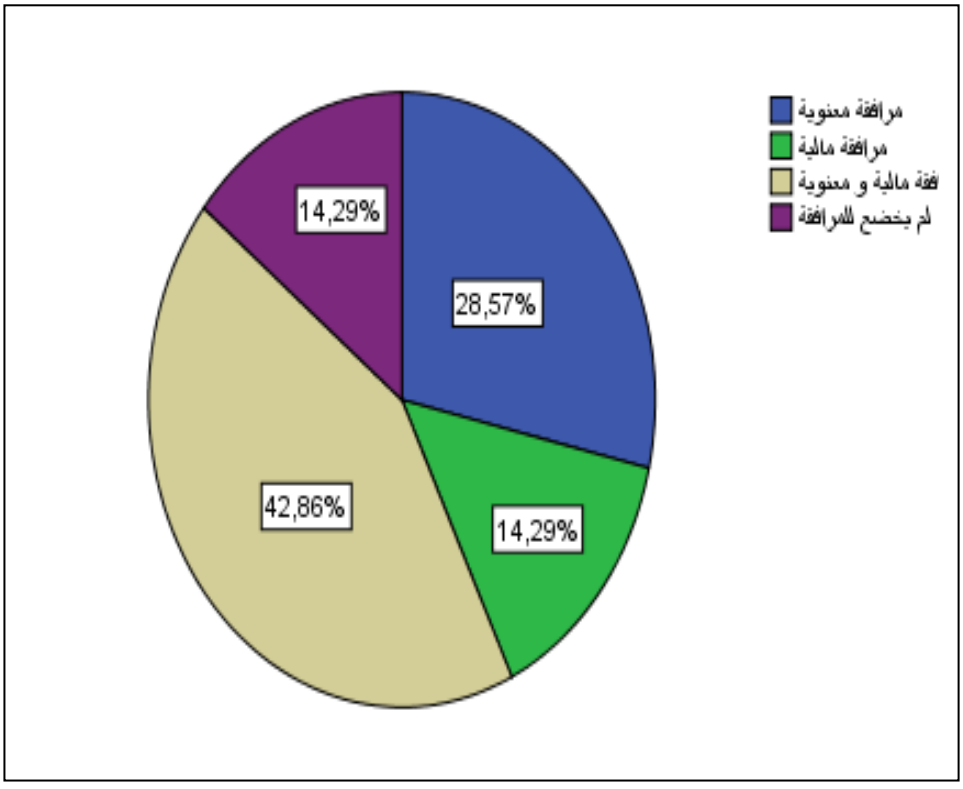
الجدول (13-3): نوع المرافقة التي خضع لها المشروع

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	مرافقةمعنوية	2	28,6	28,6	28,6
	مرافقةمالية	1	14,3	14,3	42,9
	مرافقةماليةومعنوية	3	42,9	42,9	85,7
	لا،لميخضعللمرافقة	1	14,3	14,3	100,0
	Total	7	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الطالببناءا على نتائج تحليل الإستبيان باستخدامSPSS Statistics V23

ونبين أكثر نوع هذه المرافقة قمنا بتوضيحها في الشكل التالي:

الشكل (19-3):يوضح نوع المرافقة التي يخضع لها المشروع



المصدر: من إعداد الطالببناءا على نتائج تحليل الإستبيان باستخدامSPSS Statistics V23

من خلال معطيات الجدول (3- 13) والشكل (19-3) أن المشاريع خضعت لنوع من المرافقة واختلفت هذه الأخيرة من مشروع إلى آخر، فقدرت نسبة المشاريع التي خضعت للمرافقة المالية المعنوية ب 42.86 % تم المشاريع التي خضعت للمرافقة المعنوية بنسبة 28.57 % تم المشروع خضع للمرافقة المالية بنسبة 14.29%، هذا ما يفسر وجود نوع من المرافقة تخضع لها المشروعات خلال مراحل إنشائها، كما لاحظنا أن هناك مشروع لم يخضع للمرافقة فقدرت نسبته ب 14.29 %.

3- دراسة العينة من حيث الصعوبات التي واجهت المقاول أثناء إنشاء المشروع:

من خلال دراستنا للعينة لاحظنا جملة من الصعوبات واجهت المقاولين أثناء إنشاء المشروع وهذا ما يوضحه الجدول التالي:

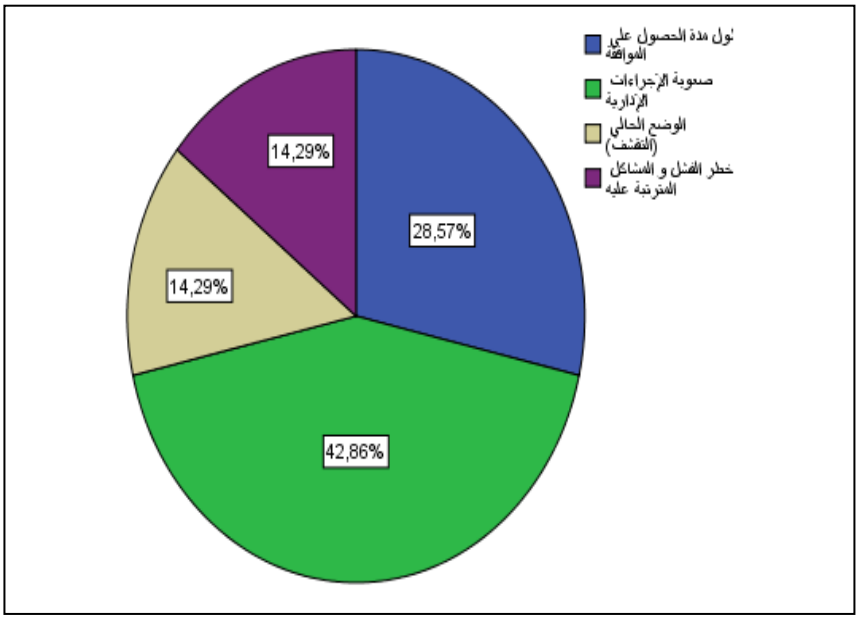
الجدول (14-3): صعوبات إنشاء المشروع

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	طولمدةالحصولعلىالموافقة	2	28,6	28,6	28,6
	صعوبةالإجراءاتالإدارية	3	42,9	42,9	71,4
	الوضعالحالي(التقشف)	1	14,3	14,3	85,7
	خطرالفشلوالمشاكلالمترتبة عليه	1	14,3	14,3	100,0
	Total	7	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الطالببناءا على نتائج تحليل الإستبيان باستخدامSPSS Statistics V23

وتم توضيح نتائج العينة من الصعوبات إنشاء المشروع من خلال الشكل التالي:

الشكل (3-20): يوضح صعوبات إنشاء المشروع

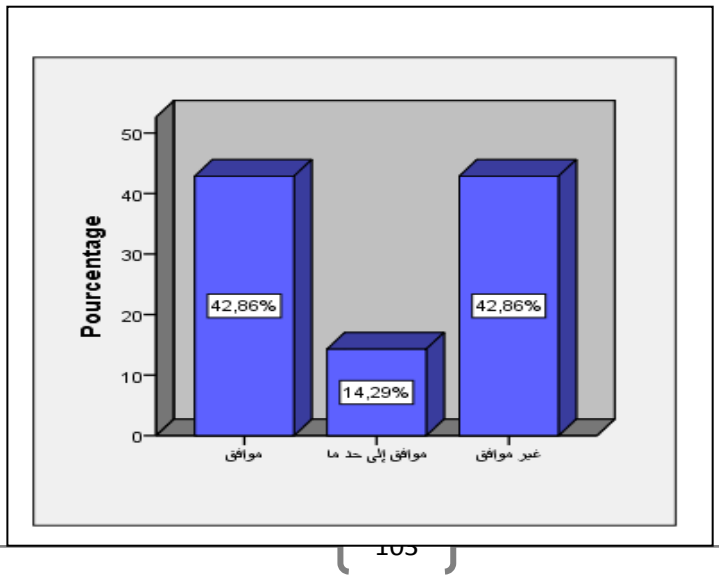


المصدر: من إعداد الطالببناءا على نتائج تحليل الإستبيان باستخدامSPSS Statistics V23

استنادا على معطيات الجدول (3- 14) والشكل (3-20) لاحظنا أن المشرعات تعرضت لجملة من الصعوبات فقدرت نسبة المشاريع التي واجهت صعوبة الإجراءات الإدارية ب 42.86 %وقدرت نسبة المشاريع التي واجهت صعوبة طول مدة الحصول على الموافقة ب 28.57 % بينما تساوت نسبة صعوبة إنشاء المشروع من حيث تخوف المقاول من خطر الفشل والمشاكل المترتبة عليه والوضع الحالي (التقشف) بنسبة 14.29 %.

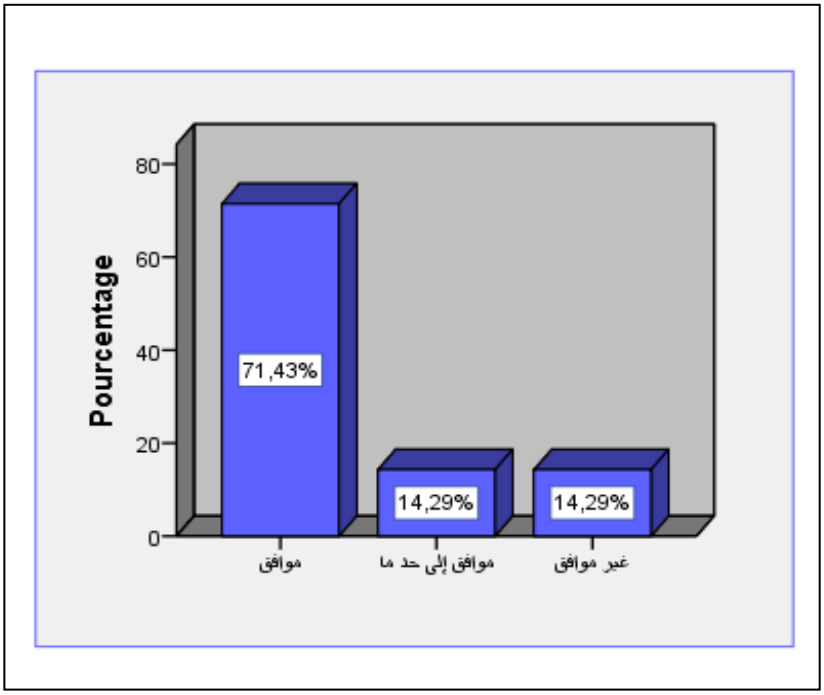
4. دراسة العينة من حيث الدعم والمرافقة التي تقدمها السلطات الجزائرية لإنشاء المشاريع المصغرة:

الشكل (3-21): يوضح الإستشارةوالتوجيه المقدم للمؤسسة المصغرة.



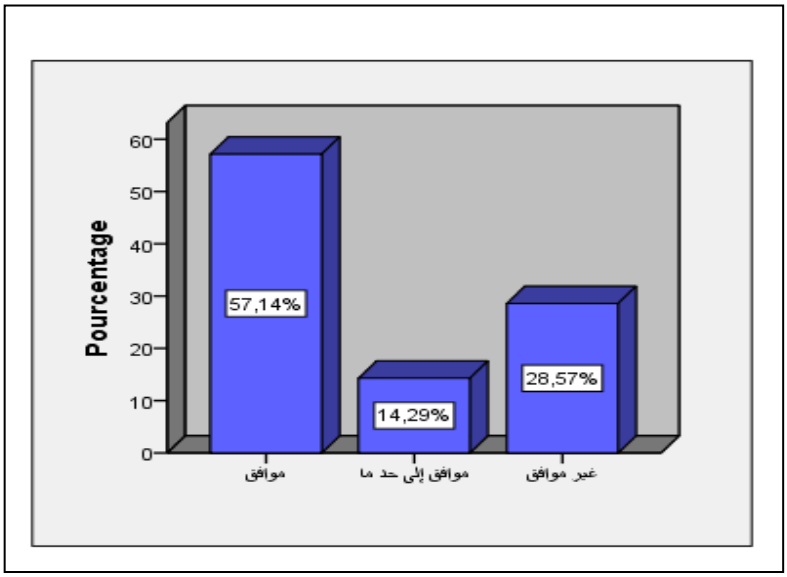
المصدر: من إعداد الطالبتاءا على نتائج تحليل الإستبيان باستخدامSPSS Statistics V23

الشكل (22-3): يوضح الإمتيازاتالجبائية المقدمة للمقاول



المصدر: من إعداد الطالبتاءا على نتائج تحليل الإستبيان باستخدامSPSS Statistics V23

الشكل(23-3): يوضح مدة إنشاء المشروع والموافقة عليه



المصدر: من إعداد الطالبتاءا على نتائج تحليل الإستبيان باستخدامSPSS Statistics V23

يبين الشكل (3-21)، الشكل (3-22) والشكل (3-24) دور أجهزة الدعم والمرافقة التي تقدمها السلطات الجزائرية في دعم وإنشاء أصحاب الوكالات لمؤسساتهم الصغيرة فمن خلال الشكل (3-21) نلاحظ تساوي نسبة المقاولين الموافقين وغير موافقين على الدعم الذي تقدمه الدولة من حيث الإستشارة الضرورية والتوجيه لكيفية إنشاء المؤسسة حيث قدرت هذه النسبة ب 42.86 %وهذا ما يفسر اختلاف وجهة نظر أصحاب المشاريع في هذا النوع من الدعم والمرافقة، تم نسبة 14.29 % من المقاولين موافقين إلى حد ما، وهذا ما يستدعي تكثيف الجهود بتوفير خبراء الإرشاد والتوجيه ودورات تدريبية حول كيفية إنشاء المؤسسة المصغرة.كما بين الشكل (3-22) الإمتيازاتالجبائية المقدمة من طرف الدولة لمساعدة أصحاب المشروعات الصغيرة فكانت نسبة 71.43 % من المقاولين موافقين على هذا النوع من الإمتيازاتالجبائية، هذا ما يوضح جهود الدولة في تقديم المساعدات في سبيل النهوض بالقطاع السياحي وتطويره.ولاحظنا من خلال الشكل (3-24) الذي وضح مدة إنشاء المشروع والموافقة عليه تبين أن بعض المقاولين حصلوا على الموافقة لإنشاء المشروع بنسبة 57.14 %، بينما 28.57 % لم يحصلوا على الموافقة لإنشاء الشروع في مدة قصيرة، تم نسبة 14.29 % موافقين إلى حد ما من حيث قصر مدة المشروع والموافقة عليه.

5. **دراسة العينة من حيث مستوى الشخص ودوره في نجاح مشروعه:**

من خلال المعلومات المتحصل عليها من خلال استمارة الإستبيان تبين أن جميع أصحاب الوكالات السياحية أكدوا على أن لمستوى الشخص دور في نجاح مشروعه .

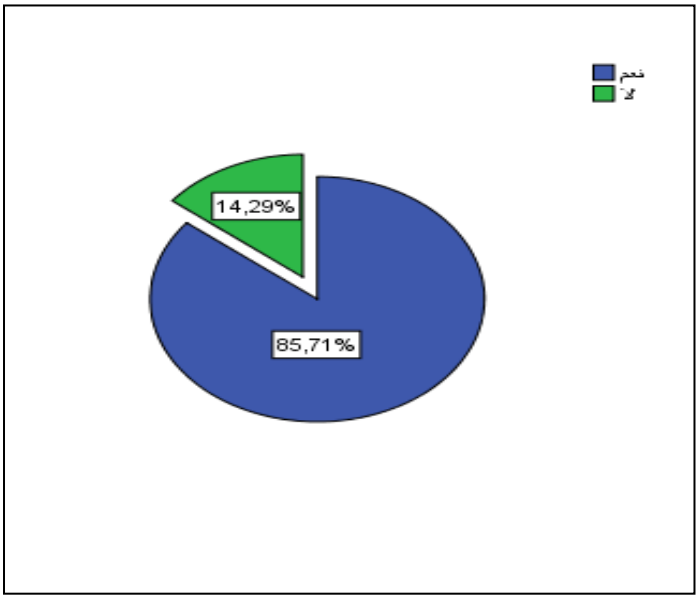
6. دراسة العينة من حيث الدافع الذي جعل المقاول يختارهذا المجال:

من خلال المعلومات المتحصل عليها من خلال استمارة الإستبيان تبين أن جميع أصحاب الوكالات السياحية كلهم لديهم خبرة في مجال السياحة فكان هذا دافعهم لإختيار هذا المجال.

7. دراسة العينة من حيث الخدمات التي تقدمها مديرية السياحة للمؤسسات الناشئة:

تم توضيح نتائج العينة من حيث الخدمات التي تقدمها لهم مديرية السياحة من خلال توجيههم للمعارض والصالونات التجارية لإبراز خدمات وكالاتهم ، كما هو موضح في الشكل التالي:

الشكل (3-24):يوضح خدمات مديرية السياحة للوكالات



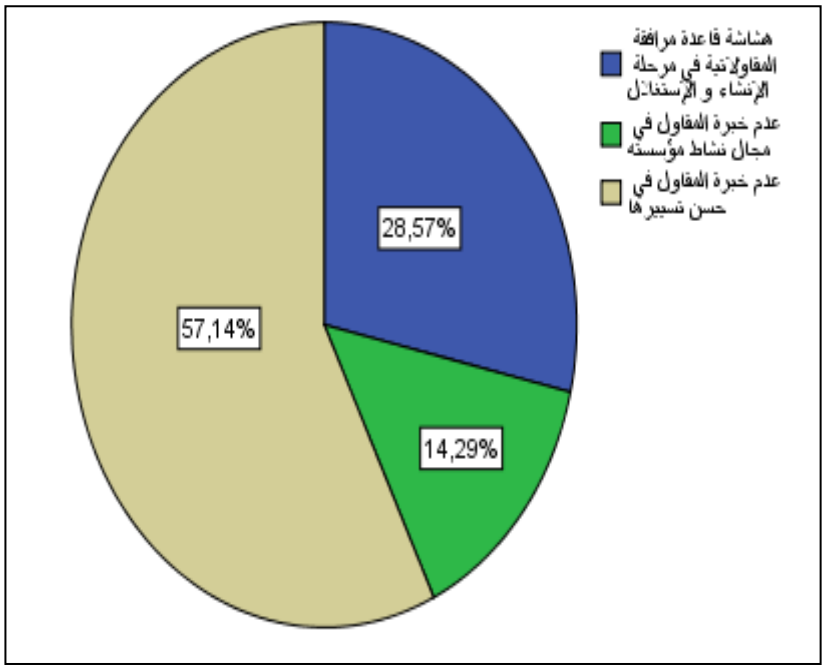
المصدر: من إعداد الطالبناءا على نتائج تحليل الإستبيان باستخدامSPSS Statistics V23

نلاحظ من خلال الشكل (3-24) أن نسبة 85.71 % من أصحاب الوكالات السياحية بالولاية موافقين على الخدمات التي تقدمها لهم مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية غليزان، بينما نسبة 14.29 % من أصحاب الوكالات غير راضيين عن الخدمات التي تقدمها لهم.

8. دراسة رأي أصحاب الوكالات السياحية في سبب فشل بعض المؤسسات المصغرة:

تم توضيح نتائج العينة من خلال رأي المقاول في سبب فشل بعض المؤسسات المصغرة من خلال الشكل التالي:

الشكل (3-25): يوضح سبب فشل بعض المؤسسات المصغرة



المصدر: من إعداد الطالبناءا على نتائج تحليل الإستبيان باستخدامSPSS Statistics V23

من خلال الشكل (3-25) وحسب أراء أصحاب الوكالات السياحيةأن أسباب فشل بعض المؤسسات المصغرة ترجع حسب إجابات أغلبيتهم إلى عدم خبرة المقاول في حسن تسيير المؤسسة بنسبة 57.14 % ، كما فسر بعضهم أن سبب الفشل هشاشة قاعدة مرافقة المقاولاتية في مرحلة الإنشاء والإستغلال بنسبة 28.57 % بينما كان رأي البعض الآخر أن سبب الفشل هو عدم خبرة المقاول في مجال إنشاء مؤسسته بنسبة 14.29 %.

ثانيا: دراسة وجهة نظر أصحاب الوكالات السياحية في قطاع السياحة في الجزائر:

1. دراسة العينة من حيث تشجيع السياحة في الجزائر:

من خلال المعلومات المتحصل عليها من خلال استمارة الإستبيان تبين أن جميع أصحاب الوكالات السياحية هم من مشجعي السياحة في الجزائر.

2. دراسة تقييم أصحاب الوكالات السياحية للسياحة في الجزائر:

يوضح الجدول أدناه تقييم أصحاب الوكالات السياحية لقطاع السياحة:

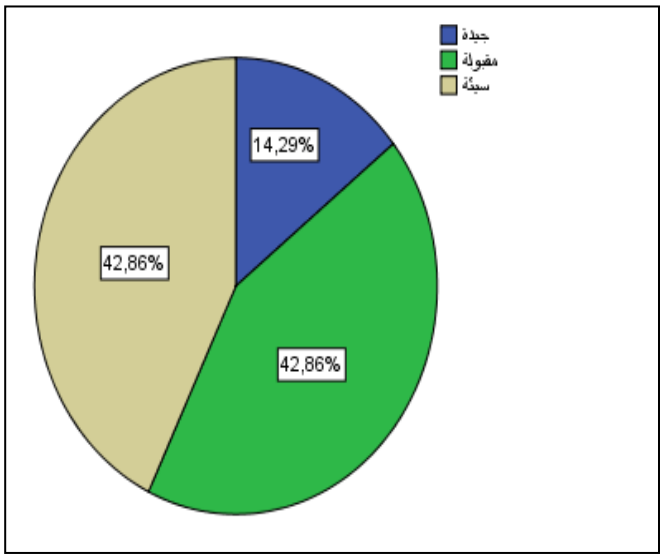
الجدول (3-15): تقييم السياحة في الجزائر

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	جيدة	1	14,3	14,3	14,3
	مقبولة	3	42,9	42,9	57,1
	سيئة	3	42,9	42,9	100,0
	Total	7	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الطالبناءا على نتائج تحليل الإستبيان باستخدامSPSS Statistics V23

تم توضيح نتائج تقييم أصحاب الوكالات السياحية لقطاع السياحة في الجزائر من خلال الشكل التالي:

الشكل (3-26): يوضح تقييم قطاع السياحة في الجزائر



المصدر: من إعداد الطالبناءا على نتائج تحليل الإستبيان باستخدامSPSS Statistics V23

من خلال الجدول (3-15) والشكل (3-26) نلاحظ من خلال تقييم أصحاب الوكالات السياحية للقطاع السياحي أن نسبة 42.86% يرون أن السياحة سيئة في الجزائر هذا ما يتطلب تحسين صورة السياحة في الجزائر والتوعية بثقافة السياحة المحلية والسعي لتطوير والرفع من جودة المنتوج السياحي الجزائري من كل

الجوانب، بينما أيضا نسبة 42.86 % من أصحاب الوكالات يرون أن السياحة مقبولة في الجزائر، كما أن نسبة 14.29 %وهي نسبة قليلة ترى أن السياحة جيدة في الجزائر.

3. دراسة رأي أصحاب الوكالات في خدمات المنشآت السياحية:

يبين الجدول التالي رأي أصحاب الوكالات السياحية في الخدمات التي تقدمها المنشآت السياحية:

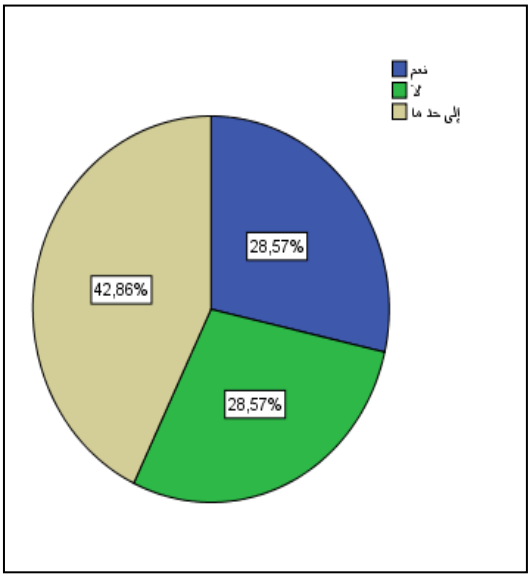
الجدول (3- 16): خدمات المنشآت السياحية

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	2	28,6	28,6	28,6
	لا	2	28,6	28,6	57,1
	إلىحدما	3	42,9	42,9	100,0
	Total	7	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الطالبةبناءا على نتائج تحليل الإستبيان باستخدامSPSS Statistics V23

تم توضيح نتائج تقييم أصحاب الوكالات السياحيةفي خدمات المنشآت السياحية الداخلية من خلال الشكل التالي:

الشكل (3-27): يوضح خدمات المنشآت السياحية الداخلية



المصدر: من إعداد الطالبةبناءا على نتائج تحليل الإستبيان باستخدامSPSS Statistics V23

استنادا على الجدول (3-16) والشكل (3-27) وحسب رأي أصحاب الوكالات السياحية في خدمات المنشآت السياحية الداخليةفكانت أكبر نسبة 42.86 % أجابوا أنها موجودة "إلى حد ما"، بينما تساوى عدد الذين أجابوا

ب "نعم"و"لا" بنسبة 28.57 % لكل منهم.وطبقا لما ذكر سابقا نستنتج أن المنشآت السياحية الداخلية لا تقوم بتقديم خدماتها على الوجه المطلوب.

4. دراسة دور الإعلام السياحي في تنشيط حركة السياحية:

يوضح الجدول التالي دور الإعلام في تنشيط حركة السياحة:

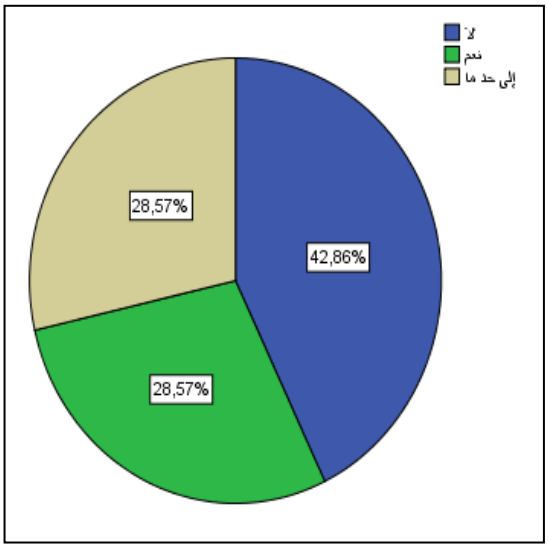
الجدول (17-3): دور الإعلام السياحي في تنشيط حركة السياحة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	لا	3	42,9	42,9	42,9
	نعم	2	28,6	28,6	71,4
	إلىحدما	2	28,6	28,6	100,0
	Total	7	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الطالبناءا على نتائج تحليل الإستبيان باستخدامSPSS Statistics V23

تم توضيح دور الإعلام السياحي في تنشيط حركة السياحية من خلال الشكل التالي:

الشكل (28-3): يوضح دور الإعلام السياحي في تنشيط حركة السياحة



المصدر: من إعداد الطالبناءا على نتائج تحليل الإستبيان باستخدامSPSS Statistics V23

نلاحظ من خلال الجدول (17-3) والشكل (28-3) أن نسبة 42.86 %والتي تمثل أكبر عدد من أصحاب الوكالات الذين كانت إجابتهم "لا" حول دور الإعلام في تنشيط حركة السياحة، كما نلاحظ تساوي عدد المقاولين الذين كانت إجابتهم "نعم"وإلى "حد ما" بنسبة 28.57 % لكل منهم.ومن هنا نستنتج غياب دور الإعلام في تنشيط حركة السياحة.

5. دراسة تطور قطاع السياحة في الجزائر:

يبين الجدول أدناه رأي أصحاب الوكالات السياحية حول تطور القطاع السياحي في الجزائر:

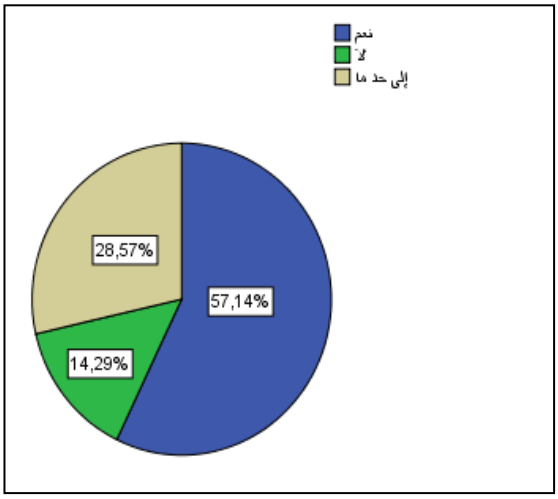
الجدول (3-18): تطور قطاع السياحة في الجزائر

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	4	57,1	57,1	57,1
	لا	1	14,3	14,3	71,4
	إلىحدما	2	28,6	28,6	100,0
	Total	7	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الطالبناءا على نتائج تحليل الإستبيان باستخدامSPSS Statistics V23

تم توضيح من خلال الشكل التالي:

الشكل (3-29): يوضح تطور قطاع السياحة في الجزائر



المصدر: من إعداد الطالبناءا على نتائج تحليل الإستبيان باستخدامSPSS Statistics V23

من خلال الجدول (3-18)والشكل (3-29) واستناد على رأي أصحاب الوكالات السياحية حول تطور قطاع السياحة في الجزائر أجاب أكبر عدد منهم أن هناك تطور في هذا القطاع بنسبة 57.14 %، بينما يرى البعض منهم أنه هناك تطور إلى حد ما بنسبة 28.57 %، كما لاحظ عدد منهم أنه لا يوجد أي تطور في هذا القطاع بنسبة 14.29 %. وبما أن أكبر عدد منهم لاحظ تطور في القطاع السياحي نستنتج أن الدولة تسعى وتبذل جهود في سبيل ترقية القطاع السياحي في الجزائر إلا أن هذا غير كاف للإرتقاء بهذا القطاع لبلوغ الأهداف المرجوة.

ثالثا: اختبار صحة الفرضيات:

من خلال النتائج المتوصل إليها من تحليلنا للعينة المدروسة تبين ما يلي:

- ✓ نثبت صحة الفرضية الأولى (سياسات تطويرالسياحة الجزائرية غير كافية للإرتقاء بأداء القطاع السياحي مما يتطلب رفعالتحديات لبلوغ الأهداف المسيطرة)، من خلال النتائج المتوصل إليها من خلال دراستنا للعينة محل الدراسة توصلنا إلى أن السياسة التي تنتهجها الدولة الجزائرية غير كافية للوصول إلى الأهداف المرجوة هذا ما يستدعي تكثيف الجهود و تطوير أساليب المتبعة لتحقيق التنمية و تطوير السياحة كصناعة بديلة في اقتصاد الدولة أي حل بديل عن الثروة النفطية.
- ✓ نثبت صحة الفرضية الثانية (لترقية وتطوير قطاع السياحة يجب اتخاذ استراتيجيات فعالة تساهم في تحقيق التنميةالسياحية)، فلعملية الاستثمار في هذا القطاع يجب الاستغلال الجيد لمقومات النهوض بالواقع السياحي من خلال استثمار وتوظيف رؤوس الأموال الوطنية وتوجيهها صوب المجالات المربحة اقتصاديا لما يمتلكه هذا القطاع من قدرة في تعزيز المزايا التنافسية للمشاريع السياحية وإيجاد الوسائل الممكنة في جذب السواح وإدخال أفضل أنواع التقنيات والتجهيزات وتحسين طرق وأداء وأساليب العمل وهنا يتطلب إشراف الدولة على صياغة إستراتيجية شاملة التي هي احد أهم بنود عناصر القطاع السياحي لتحقيق التنمية السياحية.
- ✓ نثبت صحة الفرضية الثالثة (تقديم الدعمللمقاولين الجدد له دور في تفعيل و تطوير قطاع السياحة في الجزائر)، فلاحظنا أن هناك نوع من الدعم تقدمه الدولة الجزائرية للمقاولين الناشطين في هذا القطاع من خلال المساعدات الجبائية و الإستشارة الضرورية المقدمة للمشاريع المصغرة منذ بداية المشروع إلى غاية انطلاقه.

خلاصة الفصل الثالث:

لقد قمنا من خلال هذا الفصل بالتعرف على ولاية غليزان من خلال التطرق لموقعها الجغرافي وتاريخها وأهم المواقع السياحية فيها، وإعطاء نبذة عن مديرية السياحة والصناعة التقليدية ومهام كل مصلحة فيها، كما أشرنا إلى الحضيرة الفندقية، الوكالات، دور الشباب والجمعيات والدواوين المتواجدة بالولاية ومن ثم تطرقنا أيا إلى حالة الإستثمار السياحي في الولاية من خلال تطور الفنادق والوكالات السياحية وتطور عدد العمال والسياح الأجانب والجزائريين لكل منهما في الولاية.

كما حاولنا استعراض وتبيان دور المقاولاتية في ترقية المشاريع الصغيرة، وهذا بدراسة حالة المشاريع الصغيرة (الوكالات السياحية) بولاية غليزان، وبعد تصميم المعطيات والبيانات على شكل جداول إحصائية وأشكال بيانية تبين لنا أن روح المقاولاتية ساعدت الشباب على خلق مشاريع صغيرة تساهم ولو بجزء صغير في تطوير القطاع السياحي في ولاية غليزان من خلال الخدمات التي تقدمها.

تناولت هذه الدراسة دور المقاولاتية في تطوير قطاع السياحة في الجزائر، ومن خلال الفصول المكونة لهذه الدراسة توصلنا إلى أن المقاولاتية أصبحت نموذج باتت الدول المتقدمة والأقل تقدما تهتم وتعمل به، وهذا لوعيها بأهميته الكبيرة. حيث لا يقتصر دورها على خلق الثروة ورفع مستويات الإنتاج وزيادة العائدات الناتجة عن نشاط المؤسسات الجديدة التي تم إنشائها فقط، بل يتعداه ليشمل دورها تحديد وتنويع النسيج الإقتصادي. وتعد المشاريع الصغيرة حجر الأساس في بناء المشاريع الإقتصادية الكبيرة. ومن خلال تقسيمنا لموضوع الدراسة، حاولنا تسليط الضوء على موضوعين مهمين هما المقاولاتية والمشاريع الصغيرة التي تساهم في تطوير القطاع السياحي في الجزائر

وضمانا لهذا الإعتبار حاولنا من خلال الفصل الأول تقديم المقاولاتية والمشاريع الإستثمارية في القطاع السياحي بينا فيه أهم النقاط والأبعاد كخطوة أساسية للخوض في موضوع بحثنا، ومن خلال الفصل الثاني حاولنا التطرق إلى السياحة وسبل تشجيع الإستثمار السياحي في الجزائر لتبيان الآثار الإقتصادية للسياحة على الإقتصاد وتوضيح مدى ارتباط تشجيع الإستثمار السياحي في هذا القطاع وتحقيق التنمية الإقتصادية. كما حاولنا نقل بعض السبل التي تعتمدها السلطات الجزائرية في سبيل النهوض بهذا القطاع، ومن خلال الفصل الثالث حاولنا القيام بدراسة ميدانية على مستوى مديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية غليزان وبعض الوكالات السياحية المتواجدة بها قصد التعرف على مقومات السياحة بهذه الولاية والتطرق لأهم المشاريع السياحية فيها، بغية التعرف على دور هذه المقاولات ومساهمتها في ترقية القطاع السياحي بالولاية خاصة وللجزائر كبلد له مقومات عامة. وفعلا ومن خلال النتائج المتحصل عليها واختبارا لصحة الفرضية الثانية والثالثة تبين أن استراتيجيات وجهود الدولة الجزائرية تلعب دور إيجابي في خلق وتنمية هذا النوع من المشاريع من خلال المؤسسات الداعمة لهذا القطاع والدعم المادي والمعنوي للمقاولين الجدد والتسهيلات الممنوحة بمختلف أنواعها الذي له تأثير في ترقية وتطوير المشاريع المصغرة في ضوء النهوض بالقطاع السياحي، ومن جهة أخرى أيضا نثبت صحة الفرضية الأولى أي أن سياسات تطوير السياحة الجزائرية لا زالت غير كافية للإرتقاء ولبلوغ الأهداف اللازمة سواء من حيث جودة المنتوج السياحي أو خدماته، أو من نظرة البلدان الأخرى التي تجلب العملة الصعبة للجزائر كبلد سياحي له مقومات وحضارة على تحقيق التنمية الإقتصادية والتخلي عن التبعية النفطية

النتائج:

ولقد استخلصنا من هذا العمل مجموعة من النتائج من خلال دراستنا النظرية لموضوع بحثنا وتقييمنا لدور المقاولاتية في ترقية وتطوير القطاع السياحي وهذا من خلال الدراسة التطبيقية على المشروعات الصغيرة التي تساهم بدورها في دعم هذا القطاع، وتمثلت هذه النتائج في:

- ✓ ضعف الإهتمام الأكاديمي بدراسة موضوع المقاولاتية على المستوى الوطني حيث لاحظنا قلة البحوث الأكاديمية المتعلقة بالموضوع؛
- ✓ يتميز المقاول بمجموعة من الصفات والخصائص تجعله يتميز عن الغير وتمكنه من تحمل المخاطرة وخلق الإبداع؛
- ✓ لا يوجد تعريف نهائي ومحدد للمشروعات الصغيرة، وإنما هو تعريف نسبي يختلف من بلد إلى آخر ومن قطاع إلى آخر، وذلك وفقا للمحددات والمعايير؛
- ✓ تعتبر السياحة صناعة واعدة إن وفرت لها الإمكانيات اللازمة من بنى تحتية ومنشآت تخص القطاع والخدمات الأساسية المساعدة على القيام بهذا النشاط؛
- ✓ التنمية السياحية لا يجب أن تقوم على العفوية ولكن يلزمها تخطيط محكم من طرف الهيئات السياحية حتى تتمكن من تحسين صورة السياحة في الداخل والخارج وكذا المحافظة على الثروات الطبيعية والمورثات الثقافية والحضارية؛
- ✓ الإستثمار السياحي لا يتوقف على جملة من الجهود والتحفيزات وإنما رسم سياسات وطنية للنهوض بهذا القطاع؛
- ✓ تعتبر ولاية غليزان من المناطق السياحية في الجزائر وذلك لما تحوزه من إمكانات طبيعية، ثقافية، حضارية وتاريخية؛
- ✓ على الرغم من الجهود التي تقوم بها الولاية في مجال تطوير المنشآت السياحية ودعم المورث الثقافي والحضاري إلا أن هذا غير كاف للوصول إلى الإستغلال الأمثل للقدرات السياحية التي تزخر بها المنطقة؛
- ✓ إن إدخال مفهوم التنمية المستدامة على التنمية السياحية بالولاية من شأنه أن يؤثر إيجابا على مجموعة من الجوانب البيئية، الإقتصادية، الثقافية والحضارية؛
- ✓ تبين أن معظم المشروعات على مستوى الولاية مشروعات تابعة للقطاع الخاص وهذا ما يفسر قلة الإستثمار العمومي بالولاية؛
- ✓ مكنت المقاولاتية الشباب من خلق مشاريع صغيرة منتجة للخدمات السياحية ساهمت ولو بدعم قليل لهذا القطاع؛

- ✓ بالرغم من امتلاك الجزائر لمقومات سياحية هائلة إلا إن الشعب الجزائري يفضل السياحة الخارجية وهذا راجع إلى تدني مستوى المنتوج السياحي داخل الوطن.

الإقتراحات والتوصيات:

انطلاق مما تم استعراضه في البحث ونتائج الدراسة العلمية يمكن تقديم التوصيات التالية:

- ✓ نشر ثقافة المقاولاتية والسياحة في المجتمع؛
- ✓ ضرورة إعطاء المشروعات الصغيرة الإهتمام الأكاديمي الذي تستحقه على المستوى الوطني، من خلال تشجيع الجامعات والمعاهد ومراكز الأبحاث على إجراء الأبحاث الأكاديمية والدراسات المتعلقة بموضوع المشروعات الصغيرة؛
- ✓ تدريب أصحاب المشروعات الصغيرة على نظم الإدارة الحديثة للمشروعات من خلال توفير التدريب المهني وتقديم دورات بما يتلاءم وخصوصيات هذه المشروعات؛
- ✓ يجب محاكاة التجارب الناجحة في مجال تنمية المقاولاتية المشاريع الصغيرة خاصة في القطاع السياحي وفقا للإستراتيجيات المتبعة للنهوض بهذا القطاع؛
- ✓ اعتماد سياسة الحوافز لتشجيع الإستثمار السياحي من خلال منح القروض المسيرة للمشروعات الصغيرة، وأولوية الإعفاءات الجمركية والحماية من المنافسة الأجنبية؛
- ✓ دعم الفكر المقاولاتي لدى الشباب وتحفيزه على المبادرة وخلق مشاريع إنتاجية سياحية صغيرة كبديل عن المناصب الوطنية المختلفة، وذلك بتقديم مختلف التسهيلات المادية والمعنوية والإدارية للتقليل من البطالة؛
- ✓ تشجيع البنوك على تمويل المشروعات الصغيرة بأسعار فائدة منخفضة؛
- ✓ ضرورة الإهتمام بالإمكانيات السياحية المحلية وإعطائها الأهمية اللازمة من خلال الإستغلال الأمثل للموارد والإستفادة من تجارب الدول الناجحة في مجال السياحة خاصة التي تتوفر على نفس المميزات التاريخية والجغرافية؛
- ✓ يجب أن يساهم الإستثمار السياحي في تحقيق التنمية الإقتصادية؛
- ✓ انتهاج خطط تنموية تراعي الإستدامة في القطاع السياحي؛
- ✓ يجب أن ترفق استراتيجيات التنمية السياحية بمطلب أساسي وهو تحقيق التنمية المستدامة؛
- ✓ الإهتمام بالترويج السياحي للتعريف بالمنتوج المحلي وذلك عبر مختلف وسائل الإعلام؛
- ✓ توفير منتوج سياحي يتلاءم ومداخيل الأفراد.

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسييروالعلوم المالية والمحاسبة

قسم العلوم الإقتصادية

سنة ثانية ماستر **تخصص: تحليل اقتصادي و استشراف.**

الموضوع: المقاولاتية ودورها في تطوير قطاع السياحة في الجزائر

(دراسة حالة ولاية غليزان)

تحية طيبة و بعد:

نضع بين أيديكم هذا الإستبيان بغرض دراسة موضوع "**المقاولاتية و دورها في تطوير قطاع السياحة في الجزائر**" – دراسة حالة ولاية غليزان– ، لإتمام مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في العلوم ال، تخصص **تحليل اقتصادي و استشراف**

لذا نرجو من سيادتكم قراءة فقرات هذا الإستبيان بتأني والإجابة بموضوعية، ونؤكد لكم بأن البيانات المأخوذة من إجاباتكم ستستخدم لأغراض علمية بحثية.

لكم منا كل الاحترام والتقدير.

شكر جزيلا.

من إعداد الطالب:

- ✓ **بوعلام احمد.**

- **لمؤسسة المستقبلة:**

السنة الجامعية: 2017–2018

يرجى الإجابة على الأسئلة بوضع إشارة (X) في الدائرة المناسبة:

أولا: المعلومات الشخصية:

1- الجنس:

◯ ذكر؛ ◯ أنثى.

2- العمر:

◯ من 21 – 30 سنة؛

◯ من 31 – 45 سنة؛

◯ من 46 فما فوق.

3- الشهادة العلمية:

◯ تكوين مهني؛

◯ بكالوريا؛

◯ ليسانس؛

◯ دكتوراه؛

◯ شهادة أخرى أو مستوى آخر.

إذا كان الجواب شهادة أخرى ما هي: .....

ثانيا أسئلة عامة عن مؤسستكم:

1- ما هو اسم مؤسستكم: .....

2- نوع المؤسسة:

◯ عامة؛

◯ خاصة؛

◯ مختلطة.

3- الشكل القانوني للمؤسسة:

◯ شركة تضامن (SNC)؛

◯ شركة مساهمة(SPA)؛

◯ شركة ذات مسؤولية محدودة (SARL)؛

◯ شركة ذات مسؤولية الشخص الوحيد (EURL).

ثالثا: الجانب التمويلي:

1- ما هو مصدر التمويل الذي اعتمدتم عليه في إنشاء مؤسستكم؟

◯ التمويل الذاتي؛ ◯ قرض البنك؛ ◯ تمويل مشترك؛ ◯ إحدى الهيئات المختصة.

- إذا كان الجواب تمويل ذاتي ما هي نسبة ذلك.....

◯ أقل من 25%؛

◯ مابين 25% و 50%؛

◯ ما بين 50% و 75%؛

◯ ما بين 75% و 100%.

إذا كان الجواب الهيئات المختصة من هي هذه الهيئة.....

رابعا: تجسيد فكرة المشروع:

1- ما هي الأسباب التي أدت بك لإنشاء مؤسسة صغيرة؟

◯ التخلص من البطالة؛ ◯ الإستقلالية في العمل؛

◯ الرغبة في الدخول إلى مجال المقاولة و الربح.

2- هل خضع مشروعك للمرافقة، إذا كان نعم ما نوعها؟

◯ مرافقة معنوية؛ ◯ مرافقة مالية؛

◯ مرافقة مالية و معنوية؛ ◯ لا، لم يخضع للمرافقة

3- ما هي الصعوبات التي واجهتك خلال إنشاء مشروعك؟

◯ طول مدة الحصول على الموافقة؛ ◯ صعوبة الإجراءات الإدارية؛

◯ طول تقديم القروض؛ ◯ الوضع الحالي (التقشف)؛

◯ الإفتقار إلى الدعم و الخبرة ؛ ◯ خطر الفشل و المشاكل المترتبة عليه؛

◯ مشاكل أخرى؛ ◯ لا يوجد مشاكل.

إذا كان الجواب مشاكل أخرى ما هي.....

4- باعتبارك الآن مقاول، هل تعتبر أن أجهزة الدعم و المرافقة التي تقدمها السلطات الجزائرية لعبت دور مهم في مرافقتك و دعمك على إنشاء مؤسستك الصغيرة من خلال:

العبارات	موافق	موافق إلى حد ما	غير موافق
سهولة الحصول على التمويل اللازم			
الإستشارة الضرورية و التوجيه لكيفية إنشاء المؤسسة			
الإمتيازات الجبائية المقدمة من طرفها			
قصر مدة المشروع و الموافقة عليه			

5- هل تعتقد أن لمستوى الشخص دور في نجاح مشروعه؟

◯ نعم؛ ◯ لا.

6- ما الدافع الذي جعلك تختار مجال السياحة؟

◯ خبرة في هذا المجال؛

◯ قلة المشروعات بالولاية في هذا المجال؛

◯ أشياء أخرى.

إذا كان الجواب أشياء أخرى ما هي.....

7- هل تقوم مديرية الساحة بمساعدة مؤسساتكم الناشئة عن طريق توجيهها للمعارض و الصالونات التجارية لإبراز خدماتها؟

◯ نعم؛

◯ لا.

8- بعض المؤسسات المصغرة فشلت في تطوير نشاطها و وصلت إلى مراحل الإفلاس، بالنسبة لك كمقاول هل يرجع سبب فشل هذه الأخيرة إلى:

◯ هشاشة قاعدة مرافقة المقاولاتية في مرحلة الإنشاء و الإستغلال؛

◯ عدم خبرة المقاول في مجال نشاط مؤسسته؛

◯ عدم خبرة المقاول في حسن تسييرها.

9- برأيك ماذا سيحصل للمجتمع و ثقافة المقاولاتية و إنشاء المشاريع المصغرة في الجزائر مستقبلا؟

.....

.....

.....

خامسا: قطاع السياحة في الجزائر

1- هل أنت من مشجعي السياحة في الجزائر؟

◯ نعم؛

◯ لا.

2- ما هو تقييمك للسياحة في الجزائر؟

◯ جيدة؛

◯ مقبولة؛

◯ سيئة.

3- هل ترى أن المنشآت السياحية الداخلية قدمت خدماتها على الوجه المطلوب؟

◯ نعم؛

◯ لا؛

◯ إلى حد ما.

4- هل استطاع الإعلام السياحي تنشيط حركة السياحة الداخلية؟

◯ نعم؛

◯ لا؛

◯ إلى حد ما.

5- هل تشعر بوجود تطور في قطاع السياحة في الجزائر؟

◯ نعم؛

◯ لا؛

◯ إلى حد ما.

شكرا جزيلا على تعاونكم.

المراجع باللغة العربية:

أولا: الكتب:

- أحمد الطاهر عبد الرحمن، **تسويق الخدمات السياحية**، الطبعة الأولى، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2012.
- احمد مصطفى عبد الله، جاد الله عزوز الطلحي، عبد العظيم احمد النطاح، عمر الشيخ محمد حسن، **المشروع العربي لدعم القدرات في مجال إنشاء وتطوير المنشآت الصغيرة والمتوسطة (الريادي)**، الطبعة الأولى، دار الكتب الوطنية، بنغازي، ليبيا؛
- فايز جمعة النجار، عبد الستار محمد العلي، **الريادة وإدارة الأعمال**، الطبعة الثانية، دار الحامد، عمان، الأردن، 2009؛
- مروة أحمد، نسيم برهم، **الريادة وإدارة المشروعات الصغيرة**، الطبعة الثانية، الشركة العربية للتسويق والتوريدات، القاهرة، 2010؛
- مزهر شعبان العاني، شوقي ناجي، حسين عليان، هيثم علي حجازي، **إدارة المشروعات الصغيرة "منظور ريادي تكنولوجي"**، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010؛
- منيرة سلامي، **التوجه المقاولاتي للشباب في الجزائر- بين متطلبات الثقافة وضرورة المرافقة - "تجربة وكالة الوساطة والضبط العقاري وتجربة الحظيرة التكنولوجية بالجزائر"**،استراتيجيات التنظيم ومرافقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، الجزائر، يومي 19/18 أفريل 2012؛
- وفاء بنت ناصر المبيريك، أحمد بن عبد الرحمن الشميمري، **مبادئ ريادة الأعمال لغير المتخصصين**، الطبعة الأولى، مكتبة الملك فهد الوطنية، السعودية، 2016؛

ثانيا: الرسائل والأطروحات الجامعية:

- الحاج على حليمة، **إشكالية تمويل المؤسسات الصغيرة – دراسة حالة ولاية قسنطينة-**، مذكرة مقدمة استكمالا لمتطلبات الحصول على شهادة الماجستير في علوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2009/2008؛
- بن حسام حكيم، **دراسة الجدوى ومعايير تقييم المشاريع الإستثمارية " دراسة حالة مؤسسة G.M.D La Belle " لصناعة الفرينة والسميد**، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير فرع لإدارة أعمال، جامعة الجزائر، الجزائر العاصمة، 2006/2005؛
- بن مسعود نصر الدين، **دراسة وتقييم المشاريع الإستثمارية "دراسة حالة شركة الإسمنت بني صاف"**، مذكرة التخرج لنيل شهادة الماجستير في العلوم الإقتصادية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2010/2009؛
- بشيرة عالية، **السياحة الجزائرية ودورها في كشف معوقات التنمية الإجتماعية للبناء االسوسيوثقافي**، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علة الإجتماع، جامعة الجزائر "2"، الجزائر، 2010/2009.

- بوعشاش سامية، **السياحة البيئية في المناطق الجبلية – حلة جبال تيكجدة بولاية البويرة: الجزائر-**، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في علوم التسيير تخصص الإدارة البيئية والسياحة، جامعة الجزائر 03، الجزائر، 2013/2012؛
- بودي عبد القادر، **أهمية التسويق السياحي في تنمية القطاع السياحي بالجزائر "السياحة بالجنوب الغربي"**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم التسيير، جامعة الجزائر، الجزائر، 2006/2005؛
- بهاز الجيلالي، **مساهمة القطاع السياحي في تحقيق التنمية المستدامة**، مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات شهادة الماجستير فرع العلوم الإقتصادية تخصص اقتصار وتسيير البيئة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2008/01/23؛
- تقي الدين قادري، **النشاط البدني الترويحي ودوره في تطوير السياحة الرياضية بالجزائر**، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماجستير في نظريات ومنهجية التربية البدنية والرياضية، جامعة الجزائر 03، الجزائر ، 2011؛
- جميل نسيمة، **السياحة الثقافية وتثمين التراث من خلال البرامج التلفزيونية في الجزائر "دراسة وصفية تحليلية لبرامج حصة مرحبا"**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والإتصال تخصص علوم الإعلام والإتصال، جامعة وهران، وهران، 2010/2009؛
- جلال عبد القادر، **المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودورها في حل مشكلة البطالة –حالة الجزائر-**، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الإقتصادية فرع التحليل الإقتصادي، جامعة الجزائر، الجزائر العاصمة، 2009/200؛
- حجاوي أحمد، **إشكالية تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وعلاقتها بالتنمية المستدامة**، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في العلوم الإقتصادية تخصص تحليل اقتصادي، جامعة أي بكر بلقايد، تلمسان، 2011/2010؛
- حميدة بوعمشة، **دور القطاع السياحي في تمويل الإقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة – دراسة حالة الجزائر-** ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في إطار مدرسة الدكتوراه في العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير تخصص اقتصاد دولي والتنمية المستدامة،ن جامعة فرحات عباس، سطيف، 2012/2011؛
- دحموني عبد الكريم، **تنمية وتطوير السياحة الصحراوية "دراسة حالة تمنراست"**، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير تخصص النظرية الإقتصادية، جامعة الجزائر، الجزائر، 2007/2006؛
- دليلة حضري، **آليات تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في شمل ايفريقيا خلال فترة 1995-2005**، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الإقتصادية تخصص نقود ومالية ، جامعة حسيبة بن بوعلي، شلف،2007؛

- دماد نوال، **الإستراتيجية الترويجية وإسهاماتها في تسويق السياحة الداخلية "دراسة حالة الديوان الوطني للسياحة"**، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الإقتصادية تخصص تسويق، جامعة دالي إبراهيم، الجزائر، 2010/2009؛
- شقرون محمد، **دور المقاولاتية في ترقية المشاريع الصغيرة المنتجة "دراسة ميدانية للوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب لولاية بلعباس"**، مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير في العلوم التجارية تخصص الإبداع والمقاولاتية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2015/2014؛
- ياسر سالم المري، **ريادة الأعمال الصغيرة والمتوسطة ودورها في الحد من البطالة في المملكة العربية السعودية (دراسة تحليلية مقارنة)**، أطروحة مقدمة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة دكتوراه الفلسفة في العلوم الأمنية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية ، الرياض، 2013؛
- نمري نصر الدين، **الموازنة الإستثمارية ودورها في ترشيد الإنفاق الإستثماري "دراسة حالة مشروع كهربة السكك الحديدية لضاحية الجزائر العاصمة"**، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير فرع مالية المؤسسة، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، 2009/2008؛
- قعيد إبراهيم، **دور الترويج في إنجاح السياسات التسويقية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة دراسة حالة مؤسسة روائح الورود – الوادي -**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير فرع العلوم الإقتصادية تخصص المؤسسات المتوسطة والصغيرة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2009؛
- قنيدرة سمية، **دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الحد من ظاهرة البطالة – دراسة ميدانية بولاية قسنطينة-**، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير فرع تسيير الموارد البشرية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2010/2009؛
- زرفة بولقواس، **المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودورها في تفعيل القطاع الخاص الجزائري – دراسة ميدانية بمؤسسات خاصة متنوعة بمدينة باتنة-**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في علم الإجتماع تخصص تنظيم وعمل، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012/2011؛
- غدير أحمد سليمة، **تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر "دراسة تقييمية لبرنامج ميدا"**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير فرع العلوم الإقتصادية تخصص اقتصاد وتسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2007/11/14؛
- كنجو عبود كنجو، **استراتيجية الإستثمار والتمويل في المشروعات الصغيرة والمتوسطة- دراسة ميدانية للمشروعات الصغيرة في مدينة حلب-**، جامعة فيلاديفيا ، عمان، الأردن، 5/4 تموز 2007؛
- طالبي خالد، **دور القرض الإيجاري في تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة – دراسة حالة الجزائر-** ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الإقتصادية تخصص التمويل الدولي والمؤسسات النقدية والمالية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2011/2010؛

- عوينان عبد القادر، **السياحة في الجزائر الإمكانيات والمعوقات (2025-2000) في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2025**، أطروحة دكتوراه في العلوم الإقتصادية تخصص نقود ومالية، جامعة الجزائر 03، الجزائر العاصمة، 2013/2012؛
- محمدي وافية، **دور الترويج في ترقية الخدمات السياحية – دراسة حالة الديوان الوطني للسياحة-**، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية تخصص إدارة وتسويق الخدمات، جامعة الجزائر 03، الجزائر العاصمة، 2012/2011؛
- هادية يحياوي، **السياحة والتنمية في المغرب العربي**،أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في العلوم السياسية تخصص تنظيمات سياسية وإدارية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2012/2011؛
- ياسين مريخي، **التوازن البيئي والتنمية السياحية المستدامة لولاية عنابة**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم التهيئة العمرانية فرع التهيئة الإقليمية، جامعة منتوري، قسنطينة، جوان 2010؛
- سعيد صفي الدين الطيب، **مقومات التنمية السياحية في ليبيا "دراسة في الجغرافيا السياحية"**، رسالة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في الآداب من قسم الجغرافيا بكلية الآداب، جامعة القاهرة، مصر، 2001؛
- شنيني عبد الرحيم، **دور التسويق السياحي في إنعاش الصناعة التقليدية والحرفية "دراسة ميدانية حالة مدينة غرداية"**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير تخصص تسويق الخدمات، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2010/2009؛
- كواش خالد، **أهمية السياحة في ظل التحولات الإقتصادية – حالة الجزائر-**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الإقتصادية فرع التخطيط، جامعة الجزائر، الجزائر، 2004/2003؛
- عشي صليحة، **الآثار التنموية للسياحة "دراسة مقارنة بين الجزائر، تونس والمغرب"**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الإقتصادية تخصص اقتصاد تنمية، جامعة باتنة، باتنة، 2005/2004؛
- سعد بلمداني، **استراتيجية الإتصال في تنمية السياحة بالجزائر**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام والإتصال تخصص اتصال استراتيجي، جامعة الجزائر "3"، الجزائر، 2011/2010؛

ثالثا: الدوريات والملتقيات والمحاضرات:

- أوسرير منور، بن حاج جيلالي مغراوة فتيحة، **دراسة الجدوى البيئية للمشاريع الإستثمارية**، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، المركز الجامعي خميس مليانة "الجزائر"، العدد السابع، 2011
- بربيش السعيد، شابي حليمة، **دور التنويع الإقتصادي من خلال الصناعة السياحية في الجزائر لتحقيق التنمية والتقليل من البطالة**، ملتقى حول استراتيجية الحكومة في القضاء على البطالة وتحقيق التنمية المستدامة، جامعة المسيلة، المسيلة، يومي 16/15 نوفمبر 2011؛

- بلال خلف السكارنه، **استراتيجيات الريادة ودورها في تحقيق الميزة التنافسية (دراسة ميدانية على شركات الإتصالات في الأردن)**، كلية بغداد للعلوم الإقتصادية، جامعة الإسراء الخاصة، بغداد، العدد السابع عشر، أيار 2008؛
- بن زعرور شكري، ساطور رشيد، **السياحة والنمو الإقتصادي في الجزائر الأدلة من التكامل المشترك وتحليل السببية**، الملتقى العلمي الدولي حول: السياحة في الجزائر بين الواقع والمأمول نحو الإستفادة من التجارب الدولية الرائدة، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، يومي 09 و10 نوفمبر 2016؛
- بوالفول هرون، عادل مستوي، **توجيه الإستثمار نحو القطاع السياحي أحد السبل الكفيلة لإنعاش الإقتصاد الجزائري رؤية تحليلية خلال الفترة (1995- 2015)**، الملتقى العلمي الدولي حول: السياحة في الجزائر بين الواقع و المأمول نحو الإستفادة من التجارب الدولية الرائدة، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، يومي 09 و10 نوفمبر 2016؛
- بوفليح نبيل، تقرورت محمد، **دراسة مقارنة لواقع السياحة في دول شمال ايفريقيا – حالة الجزائر، تونس، المغرب -**، الملتقى الوطني الأول حول السياحة في الجزائر– الواقع والآفاق-، المركز الجامعي، البويرة، يومي 11 و12 ماي 2010؛
- الجودي محمد علي، **نحو تطوير المقاولاتية من خلال التعليم المقاولاتي "دراسة عينة من طلبة جامعة الجلفة"** ، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015/2014؛
- حامد كريم الحدراوي، **الريادة كمدخل لمنظمات الأعمال المعاصرة في ظل تبني مفهوم رأس المال الفكري دراسة ميدانية في مستشفى بغداد الفكري**، جامعة الكوفة/كلية الإدارة والاقتصاد، العراق، العدد السابع والعشرون، 2009؛
- حبيلي حياة، **ماهية الظاهرة السياحية**، الملتقى العلمي الدولي حول: السياحة في الجزائر بين الواقع والمأمول نحو الإستفادة من التجارب الدولية الرائدة، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، يومي 09 10 نوفمبر 2016؛
- حجال سعيد، رجراج سليمة، **واقع السياحة الجزائرية كأحسن بديل لتنويع الإقتصاد الوطني خلال فترة (2015-2000)**، الملتقى العلمي الدولي حول: السياحة في الجزائر بين الواقع والمأمول نحو الإستفادة من التجارب الدولية الرائدة، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، يومي 09 و10 نوفمبر 2016؛
- حمزة العرابي، إيمان نوارة، **التمويل كركيزة أساسية لنجاح الإستثمارات السياحية**، الملتقى العلمي الدولي حول: السياحة في الجزائر بين الواقع والمأمول نحو الإستفادة من التجارب الدولية الرائدة، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، يومي 09 و10 نوفمبر 2016؛
- الدليل السياحي لولاية غليزان، إعداد مديرية السياحة لولاية غليزان، 2015.
- زايد مراد، **الريادة والإبداع في المشروعات الصغيرة والمتوسطة**، في إطار الملتقى الدولي حول: المقاولاتية: التكوين وفرص العمال، جامعة محمد خيضر، بسكرة، أيام 08/07/06 أفريل 2010؛

- زايد مراد، **السياحة كصناعة في الإقتصاد الوطني "حالة الجزائر"**، في إطار الملتقى الدولي حول: اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، جامعة محمد خيضر، بسكرة، أيام 09 و10 مارس 2010؛
- سارة بوسعيود، عبد الحميد بوشرمة، **دور الموارد البشرية في نجاح الإستثمارات السياحية**، الملتقى العلمي الدولي حول: السياحة في الجزائر بين الواقع والمأمول نحو الإستفادة من التجارب الدولية الرائدة، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، يومي 09 و10 نوفمبر 2016؛
- سليمان ناصر، عواطف محسن، **قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كبديل تنموي للإقتصاد الجزائري خارج قطاع المحروقات (المعوقات والحلول)**، الملتقى الدولي الأول حول تقييم استراتيجيات وسياسات الجزائر الإقتصادية لاستقطاب الإستثمارات البديلة للمحروقات في آفاق الألفية الثالثة بالجزائر، جامعة المسيلة، يومي 28 و29 أكتوبر 2014؛
- شتوان صونية، **Crowdfunding آلية بديلة لتطوير قطاع السياحة في الجزائر**، الملتقى العلمي الدولي حول: السياحة في الجزائر بين الواقع والمأمول نحو الإستفادة من التجارب الدولية الرائدة، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، يومي 09 و10 نوفمبر 2016؛
- صلاح زين الدين، **دراسة لفرص وتحديات التنمية السياحية المستدامة في مصر**، المؤتمر العلمي الدولي الثلث – القانون والسياحة -، كلية الحقوق لجامعة طنطا، مصر، يومي 26 و27 أفريل 2016؛
- صندرة سايبي، **محاضرات في إنشاء المؤسسة**، جامعة قسنطينة 2 "عبد الحميد مهري"، قسنطينة، 2015/2014؛
- عبد القادر شلالي، عبد القدر عوينات، **الواقع السياحي في الجزائر، وواقع النهوض به في آفاق 2025**، الملتقى العلمي الوطني حول: "السياحة في الجزائر واقع وآفاق"، جامعة آكلي منحند أولحاج، البويرة، يومي 11 و12 ماي 2010؛
- عبد الله حسين جوهر، **إدارة المشروعات الإستثمارية إقتصاديا – تمويليا – محاسبيا – إداريا**، مؤسسة شباب الجامعة، إسكندرية، 2011؛
- عبد المالك توبي، بودربالة رفيق، **صناعة السياحة في الجزائر بين الآفاق والتحديات**، الملتقى العلمي الدولي حول: السياحة في الجزائر بين الواقع والمأمول نحو الإستفادة من التجارب الدولية الرائدة، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، يومي 09 و10 نوفمبر 2016؛
- عبد الهادي الرفاعي، **دراسة إحصائية لواقع السياحة في سورية**، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية، سورية، العدد الأول، 2005؛
- عمر بوجمعية، بلال معوج، **واقع وتحديات الإستثمار السياحي في الجزائر**، الملتقى العلمي الدولي حول: السياحة في الجزائر بين الواقع والمأمول نحو الإستفادة من التجارب الدولية الرائدة، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، يومي 09 و10 نوفمبر 2016؛

- عيسى مرازقة، محمد شريف شخشاخ، **التنمية السياحية المستدامة في الجزائر" دراسة أداء وفعالية مؤسسات القطاع السياحي في الجزائر"**، الملتقى الدولي حول: اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، جامعة محمد خيضر، بسكرة، يومي 10/09 مارس 2010؛
- فاتح أحمية، نصيرة يحياوي، **التدابير الجبائية المعتمدة لتشجيع الإستثمار السياحي في الجزائر**، الملتقى العلمي الدولي حول: السياحة في الجزائر بين الواقع والمأمول نحو الإستفادة من التجارب الدولية الرائدة، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، يومي 09 و10 نوفمبر 2016؛
- فارس فضيل، مرابط أحمد، **واقع قطاع السياحة في الجزائر من خلال قراءة مؤشرات التنافسية الدولية وآليات تطويره في ظل برنامج SDAT2025**، الملتقى العلمي الدولي حول: السياحة في الجزائر بين الواقع والمأمول نحو الإستفادة من التجارب الدولية الرائدة، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، يومي 09 و10 نوفمبر 2016؛
- قصاص فتيحة، قروج يوسف، **الفرص الإستثمارية لترقية السياحة الصحراوية في الجزائر**، مجلة الحكمة للدراسات الإقتصادية، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، العدد السابع، السداسي الأول 2016؛
- مزنة بنت عوض النفيعي، **واقع استراتيجيات الريادة في الجامعات السعودية: دراسة ميدانية على جامعة الملك سعود**، مجلة الإدارة العامة، معهد الإدارة العامة، العدد الرابع، أوت 2015؛
- مصطفى طويطي، **استراتيجيات قطاع التشغيل في دعم المبادرات المقاولاتية**، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، جامعة أكلي محند أولحاج، البويرة، العدد السابع، 2015؛
- موسى سعداوي، حكيم بوجطو، **أهمية مقومات السياحة الجزائرية في التنمية الإقتصادية للدولة**، الملتقى العلمي الدولي حول: اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 20010/2009؛
- مونوغرافية إمكانيات ولاية غليزان في السياحة والصناعة التقليدية"، 2015؛
- نادي مفيدة، مغتات صبرينة، ختو العالية، **أهمية دراسة الجدوى الإقتصادية في المشاريع الإستثمارية السياحية "دراسة حالة حمام منتيلة بغليزان"**، مجلة الحكمة للدراسات الإقتصادية، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، العدد السابع، السداسي الأول 2016؛
- هاشم فوزي العبادي، أزهار نعمة أبو غنيم، حامد كريم الحداوي، **الريادة الإستراتيجية و دورها في صياغة إستراتيجية التسويق الريادي في منظمات الأعمال**، مجلة القدسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، جامعة الكوفة، العراق، العدد الرابع، 2010؛
- هري بلال، سوفي نبيل، **صناعة السياحة في الجزائر كأداة لتحقيق التنويع الإقتصادي آفاق وتحديات**، الملتقى العلمي الدولي حول: السياحة في الجزائر بين الواقع والمأمول نحو الإستفادة من التجارب الدولية الرائدة، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، يومي 09 و10 نوفمبر 2016؛

رابعا: الأنترنت:

- أحمد فاروق السيد حسنين، **التعريف بأنواع الشركات المختلفة**، http://www.aliahmedali.com/forum؛
- احمد محمد عبدا لخالق حسن قابل، **أنواع الشركات مع شرح مبسط لكل نوع**،
- ، https://www.bayt.com؛
- أسماء، **شركات التوصية البسيطة**، http://www.chechar.cc/vb/showthread.php?t=19198؛
- محمود عثمان عبد الرزاق، **أنواع الشركات وخصائصها**، http://kenanaonline.com
- الرياض، الفرق **بين الشركة التضامن والشركات ذات المسؤوليات المحدودة**، http://www.alriyadh.com/129616
- موقع التصفح: http://www.andi.dz/index.php/ar/secteur-du-tourisme ،
- موقع التصفح: http://www.andi.dz/index.php/ar/secteur-du-tourisme ،
- موقع التصفح: http://www.matta.gov.dz/index.php/ar/2015-08-20-15-26-50 ،
- موقع التصفح: http://www.swissinfo.ch/ara ،
- موقع التصفح: http://www.swissinfo.ch/ara ،
- موقع التصفح: http://www.matta.gov.dz/index.php/ar/2015-7، تاريخ ا
- **المراجع باللغة الأجنبية:**

- Sous La Direction De FRANÇOISE DANY, Cadres et entrepreneuriat « Mythes et Réalités », **Le gdr CADRES « CADRES, DYNAMIQUES, REPRESENTATIONS, ENTREPRISES, SOCIETES »**, Gdr n° 2334 E.M. Lyon, Ecully, 06 juin 2002.
- Didier Van Caillie, Claire Lambrecht, **L'entrepreneur, ses motivations, sa vision stratégique, ses objectifs "Working Paper réalisé dans le cadre de la "Chaire PME 1995" de la Caisse Nationale du Crédit Professionnel de Belgique"**, l'Université de Liège, Belgique, Mai 1995.
- Rachid ZAMMAR, **Conférence « Initiation à l'entrepreneuriat »**, Centre d'Etudes Doctorales en Sciences et Technologies de Rabat (CEDESTR),Faculté des Sciences, Université Mohammed V- Agdal, Rabat, 2015.

الملخص:

تساهم المقاولاتية بدورا فعالا في تحقيق التنمية الإقتصادية، ومن خلال دراستنا حاولنا تبيان أهمية المقاولاتية ودورها في تطوير قطاع السياحة في الجزائر، مسلطين الضوء في ذلك على أهم المفاهيم المتعلقة بالمقاولاتية والسياحة، والمشاريع الإستثمارية والتنمية السياحية وأهم الطرق ووسائل الدعم التي تنتهجها الدولة في ظل النهوض بالقطاع السياحي في الجزائر. وشملت الدراسة الميدانية تشخيص حالة مدينة غليزان بالوقوف على أهم المشاريع السياحية المنجزة وطور الإنجاز في القطاع السياحي بالولاية، كما قمنا بدراسة عينة من هذه المشاريع معتمدين في ذلك على طرح بعض الأسئلة تم إعدادها على شكل إستبيان ولإثبات صحة الفرضيات أو رفضها تم استخدام برنامج SPSS. تم اتباع المنهج الوصفي التحليلي في إعداد هذه الدراسة

وتوصلت الدراسة إلى وجود روح المقاولاتية لدى الشباب في القطاع السياحي وأن هناك بعض التسهيلات والدعم الذي تمنحه الدولة للمقاولين في هذا القطاع. إلا أن الجهود التي بذلتها الدولة في هذا المجال لا زالت النتائج المرجوة من وراء هذا التوجه دون المستوى المطلوب.

الكلمات المفتاحية: المقاولاتية ، السياحة، الإستثمار السياحي.

Abstrait :

Dans cette étude, nous avons essayé de montrer l'importance de l'entrepreneuriat et son rôle dans le développement du secteur touristique en Algérie, en soulignant les concepts les plus importants liés à l'entrepreneuriat, au tourisme, aux projets d'investissement, au développement touristique et aux méthodes et moyens de soutien les plus importants. Adopté par l'Etat à la lumière de l'avancement du secteur du tourisme en Algérie. L'étude sur le terrain a inclus le diagnostic du statut de la ville de Relizane en se basant sur les projets touristiques les plus importants achevés et en développant la réalisation dans le secteur du tourisme dans l'état. Nous avons également étudié un échantillon de ces projets, en nous appuyant sur des questions préparées sous forme de questionnaire pour confirmer la validité des hypothèses ou les rejeter. L'étude a révélé qu'il existe un esprit d'entrepreneuriat parmi les jeunes du secteur du tourisme et que l'État offre des installations et du soutien aux entrepreneurs de ce secteur. Cependant, les efforts déployés par l'Etat dans ce domaine restent les résultats souhaités de cette tendance en deçà du niveau requis

Mots-clés : entrepreneuriat, tourisme, investissement touristique.