



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 8 ماي 1945 قالمة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير



مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر

شعبة: علوم تجارية

تخصص: تسويق فندقي وسياحي

دور المؤسسات الناشئة في تنشيط السياحة الداخلية في الجزائر

دراسة حالة مؤسسة Nbatou

إشراف الأستاذ:

أ.د مشعلي بلال

إعداد الطالب:

-هيثم جعلاب

السنة الجامعية: 2024/2025م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وتقدير

الحمد لله الذي هدانا لهذا وما كنا لنهتدي لولا أن هدانا الله.

إنه ليشفرفني أن أسجل أسمى آيات الاحترام والتقدير وأخلص عبارات العرفان والتوقير إلى أستاذي الدكتور: مشعلي بلال، الذي سعدت بإشرافه على بحثي هذا والذي غمرني بالرعاية الصادقة والتوجيهات السديدة.

كما لا يفوتني أن أتوجه بالشكر الخالص إلى عائلتي وعلى رأسهم أمي حفظها الله، وإلى كل من قدم لي يد العون طيلة مسيرة هذا البحث.

وختاماً شكر خاص لأعضاء لجنة المناقشة على قبولهم قراءة ومناقشة هذا البحث.



الفهرس

الصفحة	العنوان
/	بسملة
/	شكر وتقدير
/	الفهرس
3/2	المقدمة
الفصل الأول: مدخل إلى المؤسسات الناشئة	
4	تمهيد
5	المبحث الأول : ماهية المؤسسات الناشئة
5	المطلب الأول :مفهوم المؤسسات الناشئة
7	المطلب الثاني: أهمية المؤسسات الناشئة
9	المطلب الثالث : الفرق بين المؤسسات الناشئة والمؤسسات التقليدية
10	المبحث الثاني : أساسيات حول المؤسسات الناشئة
11	المطلب الأول :النظام البيئي للمؤسسات الناشئة.
18	المطلب الثاني : اليات تمويل المؤسسات الناشئة.
21	المطلب الثالث : دورة حياة المؤسسات الناشئة.
22	المبحث الثالث: توجهات المؤسسات الناشئة
22	المطلب الأول : دور حاضنات الأعمال في دعم المؤسسة الناشئة
27	المطلب الثاني : عوامل نجاح المؤسسات الناجحة
27	المطلب الثالث : المعوقات التي تواجه المؤسسات الناجحة وكيفية معالجتها

36	خلاصة
الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة الداخلية والمؤسسات الناشئة السياحية	
37	تمهيد
38	المبحث الأول : مدخل السياحة
38	المطلب الأول: ماهية السياحة (تعريف ، خصائص، أهمية)
45	المطلب الثاني : التطور التاريخي للسياحة
47	المطلب الثالث : أسس السياحة وأنواعها
50	المبحث الثاني : السياحة الداخلية
49	المطلب الأول : تعريف السياحة الداخلية وأبرز مميزاتها
51	المطلب الثاني : أهمية وأهداف السياحة الداخلية
52	المطلب الثالث : متفرقات حول السياحة الداخلية
56	المبحث الثالث: المؤسسات الناشئة السياحية
56	المطلب الأول : مفهوم المؤسسات الناشئة السياحية وأهميتها
59	المطلب الثاني : أنواع المؤسسات الناشئة السياحية ودورها في دعم القطاع السياحي
60	المطلب الثالث : تحديات المؤسسات الناشئة السياحية وأبرز النماذج الناجحة
65	خلاصة
الفصل الثالث:واقع المؤسسات الناشئة السياحية في الجزائر مع الإشارة الى حالة مؤسسة Nbatou	
67	المبحث الاول :السياحة الداخلية في الجزائر
67	المطلب الاول :أنواع السياحة في الجزائر

72	المطلب الثاني: مؤهلات السياحة الداخلية في الجزائر
72	المطلب الثالث: مقومات السياحة الداخلية في الجزائر
75	المبحث الثاني: المؤسسات الناشئة في الجزائر
78	المطلب الاول : أهم الاستراتيجيات المقررة للمؤسسات الناشئة في الجزائر
78	المطلب الثاني :أفاق المؤسسات الناشئة في الجزائر
80	المطلب الثالث :التحديات التي تواجهها المؤسسات الناشئة في الجزائر
83	المبحث الثالث: دور مؤسسة Nbatou في تنشيط السياحة الداخلية في الجزائر
84	المطلب الاول: تعريف مؤسسة Nbatou
85	المطلب الثاني : أهداف مؤسسة Nbatou
86	المطلب الثالث :دور مؤسسة Nbatou في تنشيط السياحة الداخلية في الجزائر
87	خلاصة
88	خاتمة
89	ملخص
91	قائمة المصادر والمراجع



مقدمة

مقدمة

تعتبر السياحة ظاهرة اجتماعية واقتصادية وثقافية بامتياز؛ تحتل مكانة مرموقة في اقتصاديات الدول المتقدمة وحتى النامية بالنظر الى مساهمتها الفعالة في زيادة الدخل الوطني الخام.

حيث يعتبر قطاع السياحة منقذ مهم للعديد من اقتصاديات الدول، عن طريق توفير مناصب الشغل المباشرة وغير المباشرة، مما يؤدي إلى امتصاص البطالة، كما يضمن استقرار السكان في المناطق السياحية النائية، غير أن السوق السياحية تطورت وازدادت المنافسة لاختيار أقوى المقاصد والوجهات السياحية المغربية، وأصبحت تتطلب استخدام تكنولوجيا المعلومات، الرقمنة والذكاء الاصطناعي، قصد تحسين التجربة السياحية للسياح.

وحتى يتسنى ترقية وتسويق وجهتنا السياحية تسعى الدولة وتعمل على خلق واستغلال الفرص، من خلال القيام بإصلاحات داخل قطاع السياحة، وأخرى تتعدى القطاع لتشمل إصلاحات شاملة وهيكلية، بهدف تمكين القطاع من تحقيق أفضل ما يمكن تحقيقه، بالإضافة إلى ذلك من الضروري مواكبة التطورات والاتجاهات العالمية التي تتبنى تطبيقات الذكاء الاصطناعي وغيرها في قطاع السياحة لتعزيز التنافسية وجذب السياح، وهذا بالتوجه للاستثمار في المؤسسات الناشئة نظرا لخصوصيتها الابتكارية ومواكبتها لكل ما هو جديد ومتطور.

بحيث ان المؤسسات الناشئة لاقت اهتماما بالغاً لمعظم دول العالم؛ بما لها من خصائص وأدوار في تنمية وتطوير اقتصادياتها؛ ومنها الجزائر التي توجهت نحو انتهاج سياسة اقتصادية بديلة لتحقيق التنمية والرقى بالاقتصاد الوطني؛ وترك فضاء لحرية الإبداع والابتكار والسماح بتنويع الاقتصاد؛ من خلال تشجيع حركة إنشاء هذه المؤسسات؛ وفتح نطاق الحرية في عالم الأعمال؛ في بيئة اقتصادية سليمة تواكب دفع الحركة التنموية والاستثمارية المراد تحقيقها؛ كبديل حقيقي لخلق الثروة واتساع نطاقها خارج الاعتماد عن المحروقات والربع الاقتصاد. ونظرا للأهمية الكبيرة التي تلعبها المؤسسات الناشئة في الدول السائرة فهي بذلك توفر فرص العمل حقيقية لمكافحة مشكلة البطالة حيث تتميز بالقدرة العالية فتوفر فرص في العمل، إضافة إلى قدرتها في استيعاب وتوظيف عمالة بخبرة قليلة أو حتى بدون خبرة حيث لجأت الدولة الجزائرية إلى آليات مستحدثه من خلال أجهزة مختلفة وهيئات دعم ومراقبة هذه المؤسسات في جميع المراحل لتحقيق الاستثمار والنمو كالوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب (ANSEJ) الوكالة الوطنية لترقية الاستثمار (ANDI)، مؤسسة Nbatou. هذه الأخيرة هي مؤسسة ناشئة جزائرية متخصصة في مجال السياحة مؤسسة ناشئة، تقدم لمستخدمي الإنترنت منازل وشقق وحتى "خيمات" في جميع

أنحاء التراب الوطني غير أن هذا النوع من المؤسسات يواجه العديد من العراقيل حتى في الدول المتقدمة نتيجة تبنيه الأفكار مستحدثة هذا ما أدى إلى فشل وزوال العديد منها.

إشكالية الدراسة:

ما هو دور المؤسسات الناشئة في تنشيط السياحة الداخلية في الجزائر؟

وعليه تحاول هذه الدراسة الإجابة على التساؤلات التالية:

1_ ما هو واقع السياحة الداخلية في الجزائر؟

2_ ما أهمية المؤسسات الناشئة في الجزائر؟ وما هي التحديات التي تواجهها؟

3_ ما هي الصعوبات والتحديات التي تواجهها المؤسسات السياحية في الجزائر؟

4_ ما دور المؤسسات الناشئة السياحية Nbatou في تنشيط السياحة الداخلية في الجزائر؟

أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة من أهمية الموضوع الذي تتناوله والذي يهتم بضرورة تفعيل المؤسسات الناشئة من خلال هيئات المرافقة التي تكتسي أهمية بالغة، لأنها تشكل أحد الوسائل الناجحة والفعالة في تطوير هذه المؤسسات.

أهداف الدراسة :

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية: الالمام بالجانب النظري للمؤسسات الناشئة والتعرف على آليات تمويلها، إبراز الجهود التنظيمية التي انتهجتها الجزائر لتجسيد المؤسسات الناشئة، تسليط الضوء على إسهامات هيئات المرافقة والدعم للمؤسسات الناشئة في الجزائر

صعوبات الدراسة:

_نقص في الأبحاث والدراسات الأكاديمية المتاحة حول هذا الموضوع المحدد، مما يجعل جمع البيانات والمعلومات تحديا كبيرا

_إدارة الوقت بشكل فعال لإنجاز كافة مراحل البحث من جمع البيانات وتحليلها وكتابة المذكرة ضمن الجدول الزمني المحدد.

_عدم وجود نصوص كافية تنظم مجال الدراسة.

الفصل الأول: مدخل إلى المؤسسات الناشئة

الفصل الأول: مدخل إلى المؤسسات الناشئة

تمهيد:

تلعب المؤسسات الناشئة دوراً هاماً في جميع دول العالم، كونها مؤسسات شابة تسعى للنمو والتقدم مستغلة الأفكار المبتكرة لإيجاد حلول إبداعية، ومن أجل تحقيق أهدافها تعمل على العثور على الحصول مصادر تمويلية متنوعة.

وقد تواجه المؤسسات الناشئة العديد من العقبات والتحديات، مما يجعلها رهينة خيارين، إما تجاوز المشكلات والمواصلة في النمو والتحول إلى مؤسسات (شركات) ناجحة و هو خيار أبرز المؤسسات الناشئة عالمياً اليوم ، أو إغلاق أبوابها والخسارة.

الفصل الأول: مدخل إلى المؤسسات الناشئة

المبحث الأول: ماهية المؤسسات الناشئة

تزايد مؤخرًا الاهتمام بموضوع المؤسسات الناشئة لما أحدثته من ضجة في الوسط الإعلامي و الوسط الجامعي، إلا أن الباحثون لا يزالون يواجهون صعوبات فيما يتعلق بتحديد تعريف موحد و مناسب لها للفصل بينها وبين باقي المؤسسات.

المطلب الأول: مفهوم المؤسسات الناشئة

تعددت التعاريف التي تصب في معنى المؤسسات الناشئة و اختلفت باختلاف وجهات نظر الخبراء إليها، فكل خبير في هذا المجال يركز على معايير معينة في وضع التعريف المناسب حسبه.

أولاً: تعريف المؤسسات الناشئة

لعل أبرز ما قدم عن المؤسسات الناشئة من تعاريف هو مايلي:

- معنى المؤسسة الناشئة "start-up" اصطلاحاً حسب القاموس الانجليزي: على أنها مشروع صغير بدأ للتو، وكلمة Start-Up تتكون من جزأين "Start" وهو ما يشير إلى فكرة الانطلاق و "Up" وهو ما يشير لفكرة النمو القوي؛ بدأ استخدام المصطلح بعد الحرب العالمية الثانية مباشرة وذلك مع بداية ظهور شركات رأس المال المخاطر ليشيع استخدامه حتى اليوم ويعرفه القاموس الفرنسي على أنه المؤسسات الشابة المبتكرة في قطاع التكنولوجيات الحديثة.¹
- هي مؤسسة لا تزال في المرحلة المبكرة من دورة حياتها أي في المرحلة التي ينتقل فيها رائد الأعمال من مرحلة الفكرة إلى مرحلة التمويل مصممة للنمو السريع و تعتمد على رأس المال المتأتي من الملاك المستثمرين أو شركات رأس المال الاستثماري من أجل وضع هيكل العمل و بدء العمليات لتحقيق أهدافها.²
- المؤسسة الناشئة هي مؤسسة مصممة لتتو بسرعة، فكون المؤسسة حديثة التأسيس لا يجعلها بالضرورة مؤسسة ناشئة، كما أنه ليس من الضروري أن تعمل المؤسسة الناشئة في مجال التكنولوجية، أو أن تحصل على التمويل رأس مال المخاطر،

¹ بو الشعور شريفية، دور حاضنات الأعمال في دعم و تنمية المؤسسات الناشئة Start-Up: دراسة حالة الجزائر، مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد 04، العدد 02، 2018، ص 420.

² مزعاش هبية، دور حاضنات الأعمال في دعم وتمويل المؤسسات الناشئة في الجزائر-دراسة حالة الحاضنة التكنولوجية بسيدي عبد الله، الملتقى الوطني الافتراضي حول المؤسسات الناشئة و التجارة الالكترونية في الجزائر بين التوجه الاقتصادي للدولة و تحديات الواقع، جامعة عباس لغرور-خنشلة، ص 4.

الفصل الأول: مدخل إلى المؤسسات الناشئة

الشيء الأساسي الوحيد هو "النمو" وكل شيء آخر نربطه بالمؤسسات الناشئة ينبع من النمو.¹

انطلاقاً من التعاريف السابقة يمكن القول أن المؤسسة الناشئة هي تجسيد لفكرة مبتكرة في شكل مشروع حديث النشأة بالاعتماد على رؤوس أموال مخاطرة مجال عملها قطاع التكنولوجيات الحديثة أو أي قطاع يتيح لها التوسع و الانتشار هدفها الأساسي النمو، فإذا حققت النمو معناه أن كل شيء آخر يسير كما تم التخطيط له.

ثانياً: خصائص المؤسسات الناشئة

للمؤسسات الناشئة مجموعة من الخصائص التي تنفرد بها و تميزها عن الأنواع الأخرى من المؤسسات و التي وردت في مختلف التعاريف:²

- ✓ مؤسسة حديثة التكوين، شابة و مؤقتة: معظم المؤسسات الناشئة نجدها في السوق التجريبية بحيث من المعروف أنها تبدأ كأفكار مفترضة من قبل صاحب المشروع، أي من عملية التفكير الذي يؤدي إلى الخروج إلى العمل (قبل أن تسجل قانونياً) وبالتالي هي شابة و تكون لفترة معينة ثم تنتقل للتخرج "Scale-up" لتصبح مؤسسة كبيرة أو تتعرض للفشل و تنتقل إلى فرصة أخرى؛
- ✓ الابتكار: من مميزات المؤسسات الناشئة القدرة على الإبداع و الابتكار و التطوير الدائم بحيث تكون لها القدرة على خلق منتج جديد أو تطوير منتج قديم بمواصفات جديدة، بخدمة جديدة، وطريقة توريد جديدة وما إلى ذلك؛
- ✓ القدرة العالية على النمو و التطور: أكثر صفة تتشارك بها المؤسسات الناشئة هي القدرة على النمو و اكتساح الأسواق و تحقيق إيرادات سريعة و كبيرة جداً مقارنة بتكاليف التأسيس و العمل و هي ما يشجع أصحاب الأموال على تمويلها، فهي مؤسسات تتطور سريعاً و لها القدرة على توليد أرباح كبيرة جداً؛
- ✓ الخطر: و هي العمل في ظل عدم التأكد الشديد لأنها تتركز على الابتكار في سوق غير موجود و إن وجد فهو غير مشبع، وبالتالي صعوبة القيام بأبحاث السوق نظراً لقلة المعلومات، إذ تجد المؤسسات الناشئة نفسها تعمل في المجهول؛

¹ <https://www.paulgraham.com/growth.html>, consulté le:29/04/2025, à 16:30.

² بظاهر بختة، المؤسسات الناشئة و مدى مساهمتها في دعم البعد الاقتصادي للتنمية المستدامة، الملتقى الوطني الأول حول التوجه نحو الاستثمار في المؤسسات الناشئة في ظل اقتصاد المعرفة-هران لتحقيق التنمية المستدامة-جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 02 و 03 نوفمبر 2022، ص ص 102، 103.

الفصل الأول: مدخل إلى المؤسسات الناشئة

- ✓ التنوع السوقي: إن المؤسسات الناشئة فقد تألقت في مجال التقنية و التكنولوجيا فقد اتجهت نحو الأسواق الرقمية ،أما بانتشارها فهي حاليا تخترق أسواق تقليدية مثل الفلاحة و الصناعة و التعليم و غيرهم؛
- ✓ المجموعة: يقوم المقاول بتكوين فريق بهدف تخصيص الإمكانيات كل حسب مهارته في مجاله، خاصة أن أغلب أصحاب المؤسسات الناشئة شباب جامعي أو خريج جامعات عادة ما تكون خبرته قليلة حيث يعملون على تحقيق التكامل بين أعضاء الفريق لإنجاح الفكرة و إطلاق مؤسستهم؛
- ✓ التركيز على منتج/خدمة واحدة: في هذه الحالة يتم تركيز المقاول على الفكرة المبتكرة و يطورها حتى لا يتشتت ذهنهم من أجل الوصول للمطلوب، كون التعامل مع الابتكار حساس و يتطلب الكثير من الجهد؛
- ✓ رؤوس الأموال و المستثمرون: عادة ما يبدأ المقاول بالاعتماد على التمويل الذاتي أو من طرف الأصدقاء و العائلة، لكن كل مؤسسة ناشئة تقوم في اقتصاد المعرفة نجدها تتجه نحو نوعين من المستثمرين خاصة "أصحاب رأس المال المخاطر وملائكة الأعمال" Business Angel، حيث يوفرون لها رؤوس أموال تسمح لها بالنمو و التطور.

المطلب الثاني: أهمية المؤسسات الناشئة

تواجه بلدان العالم السائرة في طريق النمو تحديات هائلة لعل أبرزها التجهيز الصناعي المنعدم تقريبا ، البطالة المتفشية، الفقر، مستويات تعليم و تدريب تحتاج إلى ترقية بالإضافة إلى ارتفاع تكاليف المعيشة وبالرغم من استثمارها للملايير في أعمال بناء الهياكل القاعدية أهملت قطاعات اجتماعية هامة،فتوجه الخبراء في المجال الاقتصادي إلى البحث عن ما يمكن أن تقدمه المؤسسات الناشئة من حلول لمواجهة هذه التحديات وكذا مساهمتها في الرفع من الناتج المحلي الإجمالي و معدلات النمو، ويمكن تلخيص أهمية المؤسسات الناشئة في الدول السائرة في طريق النمو في عدة نقاط أبرزها ما يلي:¹

- ✓ توفير فرص عمل حقيقية منتجة و مكافحة لمشكلة البطالة: حيث تتميز بالقدرة العالية على توفير فرص في العمل، إضافة إلى قدرتها على استيعاب و توظيف عمالة بخبرة قليلة أو حتى بدون خبرة وهو ما يمتص طالبي العمل خاصة أصحاب الشهادات، أصحاب الأفكار و خريجي الجامعات؛ وبالتالي الرد المباشر على مشكلة

¹ حسين يوسف، صديقي اسماعيل، دراسة ميدانية لواقع إنشاء المؤسسات الناشئة في الجزائر، حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، المجلد 08، العدد 01، 2021، ص ص 102، 103.

الفصل الأول: مدخل إلى المؤسسات الناشئة

- البطالة حيث تكافح الدول نفسها لخلق ظروف عمل على الرغم من سيرها في طريق النمو؛
- ✓ الابتكار في البحث و التطوير: ولاسيما في مجال التكنولوجيا، وهو أداة ضرورية أكثر من أي وقت مضى لتنمية أي بلد في العالم و القدرة على ابتكار و تطوير منتجات بتكلفة أقل ب24 مرة مقارنة بالمؤسسات الكبرى؛
- ✓ زيادة الإنتاجية و الحفاظ على التنافسية: حيث لعبت دورا محوريا في العشرينات و السنوات الماضية وذلك باستخدامها لأدوات ووسائل وكذا تقنيات إنتاجية حديثة قللت من التكاليف ورفعت من مستوى جودة المنتجات مما ساعدها على ذلك تبنيها "للاستراتيجية التكنولوجية" التي أكسبتها ميزة تنافسية؛
- ✓ نشر القيم الايجابية في المجتمع: تعالج أهم المشاكل الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية من خلال الأبحاث التي تقوم بها المؤسسات الناشئة، لتطوير و كذا إدخال قيم جديدة للمجتمع و المساهمة في تطوير ثقافة المستهلك و تشجيعه على تقبل التغيير؛
- ✓ المساهمة في التطوير النسبي الاقتصادي: تعالج القضايا الاقتصادية من خلال أبحاثها و تساهم المؤسسات الناشئة في نشر القيم و المبادئ الاقتصادية و التنظيمية كالمبادرة، الإبداع، الابتكار، إدارة الوقت الكفاءة و الفعالية؛ كما تساهم في إنتاج سلع و خدمات مبتكرة و جديدة مما يؤدي إلى التنوع في المنتجات و المساهمة في تطوير إنشاء الأنسجة الاقتصادية الجديدة الأخرى التي تدعم الأنسجة التقليدية كالزراعة؛
- ✓ استثمار المدخرات و تعزيز و جذب المستثمرين و رأس المال الأجنبي: القدرة على توظيف مدخرات صاحب أو أصحاب المشروع بدلا من بقائها مكتنزة أو موظفة في مجالات لا تخلق قيمة مضافة، مما يسمح بإحداث تراكم رأسمالي و كذا نقل شريحة من الأفراد من دخل أقل إلى دخل أعلى (إعادة توزيع الدخل) و جذب المستثمرين المحليين و الأجانب؛
- ✓ المساهمة في النمو الاقتصادي: نظرا لما توفره من خلق وظائف جديدة على المدى الطويل و نمو دخلها السنوي الذي يساهم في خلق الثروة و المساهمة في الناتج الداخلي الخام، إضافة إلى كون غالبية هذه المؤسسات تحتاج أسواق عالمية و بالتالي جذب عملة أجنبية؛
- ✓ مرونتها و قدرتها على التأقلم و الاستجابة السريعة: من خلال مرونة عملياتها و سلاسة الحلول التي تجلبها، تأتي المؤسسات الناشئة بحل مشاكل تكاليف الإنتاج

الفصل الأول: مدخل إلى المؤسسات الناشئة

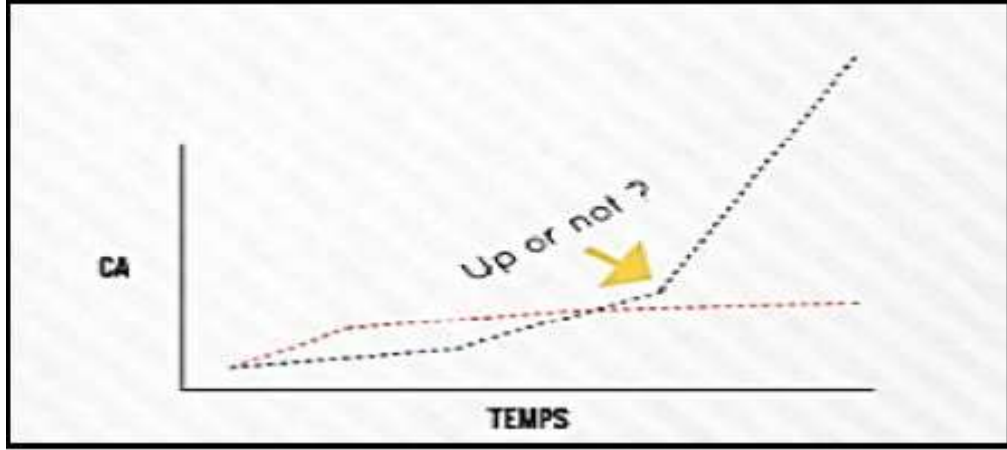
للشركات الكبرى و الحلول للمشاكل الثقيلة التي كثيرا ما تفرضها الدول على السكان.

المطلب الثالث: الفرق بين المؤسسات الناشئة "Start-up" و المؤسسات التقليدية "الكلاسيكية"

أن تكون مؤسسة ناشئة هو وضع مؤقت، إما بسبب عدم تحقيق نموذج الأعمال وبالتالي فإن المؤسسة الناشئة تفشل أو تختفي أو بسبب أنها نجحت و تم امتصاصها أو تحولها إلى مؤسسة كلاسيكية أو تقليدية تقريبا؛

و التحول من شركة ناشئة إلى شركة كبيرة يعبر عن اللحظة التي يقرر فيها "النمو" مستقبل المؤسسة الناشئة" يوضحه الشكل التالي:¹

الشكل رقم(01): منحنى حياة المؤسسة الناشئة Start-Up و المؤسسة الكلاسيكية.



المصدر: بو الشعور شريفة، دور حاضنات الأعمال في دعم و تنمية المؤسسات الناشئة SART-UP: دراسة حالة الجزائر، مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد 04، العدد 02، 2018، ص 422.

الشكل أعلاه يوضح الفرق بين مسار نمو المؤسسة الناشئة و المؤسسة التقليدية، حيث يعبر الخط الأسود عن مسار نمو مؤسسة ناشئة، بينما يمثل الخط باللون الأحمر مسار نمو مؤسسة كلاسيكية، وعليه فإن أهم عنصر يصنع الاختلاف بين المؤسسة الناشئة و كلاسيكية هو النمو الكبير.

ويمكن حصر أهم نقاط الاختلاف في الجدول التالي:

الجدول رقم(01): أهم الفروق بين المؤسسة الناشئة و المؤسسة الكلاسيكية.

¹ بو الشعور شريفة، مرجع سبق ذكره، ص 422.

الفصل الأول: مدخل إلى المؤسسات الناشئة

المؤسسات الناشئة	المؤسسات الكلاسيكية
نشأت حديثاً	قد تكون حديثة أو قديمة
مؤقت قم بعد ذلك تتخرج	يتم إنشاؤها في شكل معين (إما صغيرة أو متوسطة أو كبيرة) وتحافظ عليه وقد تقرر التوسع أو الانكماش
أساسها الابتكار	الابتكار غير أساسي لوجودها
النمو السريع	قد تتأخر لتصل مرحلة النضج والذروة
نقص المعلومات كون الفكرة حديثة	توفر المعلومات كون الفكرة موجودة من قبل بكثرة
تخترق السوق أو تخلقه	تخترق السوق
تواجه العديد من المخاطر نتيجة لقلة المعلومات	مخاطر أقل نتيجة لتوفر المعلومات
تعيش في بيئة مقاولاتية	تعيش في بيئة أعمال تقليدية
تعمل في مكان خاص بشخصية الشركة كالمكاتب المفتوحة و الأرائك المريحة... الخ، وتعتمد على الفريق	تعمل في مكان رسمي، أكثر بيروقراطية
هيكلها التنظيمي أفقي	هيكلها التنظيمي عمودي
صعوبة إيجاد اليد العاملة المؤهلة	اليد العاملة المؤهلة متوفرة
تشجع التغيير و تعمل بمحيط غير مستقر	لا تقبل التغيير، تشجع على الاستقرار
اللجوء للمستثمرين للتمويل	غالبا رأس مالها من ممتلكات شخصية أو عن طريق الشراكة
البحث عن حاجات جديدة لم تلبي أو لم تكتشف	تلبية حاجات الزبائن

المصدر: ربيع خداج، قبطان شوقي، واقع المؤسسات الناشئة: عرض تجارب دولية و عربية، مجلة الدراسات القانونية و الاقتصادية، المجلد 06، العدد 03، 2023، ص 119، 120.

المبحث الثاني: أساسيات حول المؤسسات الناشئة

تلعب المؤسسات الناشئة دورا فعالا في دفع عجلة الاقتصاد، إذ تنشأ من غالبا من أفكار جديدة تسعى لحل مشكلات قائمة بطرق مبتكرة، ولتحقيق النجاح فيها لابد من معرفة بعض الأساسيات عنها كنظامها البيئي، آليات تمويلها و دورة حياتها.

الفصل الأول: مدخل إلى المؤسسات الناشئة

المطلب الأول: النظام البيئي للمؤسسات الناشئة

تنشط المؤسسات الناشئة وسط "نظام بيئي" تؤثر و تتأثر بمكوناته، ولكي تلقى هذه المؤسسات النجاح المخطط له، لابد من توفر معايير الكفاءة في هذا النظام.

أولاً: الإطار النظري للنظام البيئي للمؤسسات الناشئة

يعرف النظام البيئي للمؤسسات الناشئة على أنه منطقة محدودة تقريبا ضمن نطاق 50 كيلومترا أو سفرة لمدة ساعة واحدة، تتكون من رواد الأعمال و مؤسساتهم الناشئة بالإضافة إلى أنماط مختلفة من المؤسسات الداعمة، يتفاعلون كنظام معقد لإنشاء مؤسسات ناشئة جديدة و تطوير المؤسسات القائمة ، ويعد النظام البيئي للمؤسسات الناشئة نظام معقد بسبب طبيعته الغير متجانسة و ديناميكي متكيف بناءا على تغير و تطور الأفراد والمؤسسات المكونة له.¹

ثانياً: مكونات النظام البيئي للمؤسسات الناشئة

يتكون النظام البيئي للمؤسسات الناشئة من نظام بيئي جزئي (Micro-Ecosystem) و نظام بيئي كلي (Macro-Ecosystem) ويشمل كل منهما مجموعة من العوامل يمكن توضيحها كالتالي:

1. النظام البيئي الجزئي (Micro-Ecosystem)

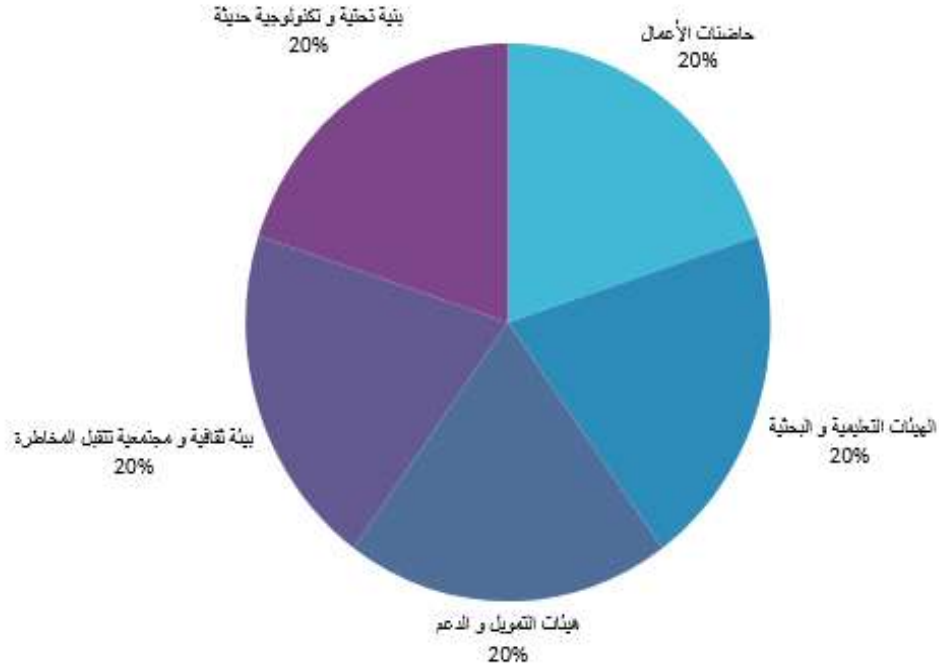
لكي تلقى المؤسسة الناشئة نجاحات و رواج و تحقق القيمة الاقتصادية و اجتماعية المرجوة، يجب أن يتوفر في نظامها البيئي جملة من المتطلبات تنحصر في النقاط التالية:²

¹ مزن ياسمين، النظام البيئي الريادي الداعم للمؤسسات الناشئة في الجزائر-دراسة تحليلية، مجلة اقتصاد المنظمات و التنمية المستدامة، المجلد 02، العدد 02، 2023، ص 31.

² عبد الحيد بشير، بوخاتم لخضر، رماش ياسين، نحو تطوير النظام البيئي لريادة الأعمال من خلال الجامعات الريادية-جامعة بير كلي نموذجاً، مجلة الحدث للدراسات المالية و الاقتصادية، العدد 2024، 13، ص 5، 6.

الفصل الأول: مدخل إلى المؤسسات الناشئة

الشكل رقم (02): النظام البيئي الجزئي للمؤسسات الناشئة.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على (عبد الحيد بشير، بوخاتم لخضر، رماش ياسين، نحو تطوير النظام البيئي لريادة الأعمال من خلال الجامعات الريادية-جامعة بيركلي نموذجاً، مجلة الحدث للدراسات المالية و الاقتصادية، العدد 2024، 13)

- ✓ حاضنات الأعمال: تعرف بأنها عبارة عن هيئات و منظمات تقدم الدعم من أجل المساهمة في نجاح و تسريع المؤسسات الناشئة و الصغيرة، عبر مجموعة متكاملة من الخدمات، كما تعمل على تقديم الدعم و المرافقة لمختلف المشاريع الريادية في كل مراحلها من أجل الاستمرار و النمو؛
- ✓ هيئات التمويل و الدعم: يلعب التمويل دوراً حاسماً في نجاح و انتشار ريادة الأعمال (البنوك، الصناديق الاستثمارية، الرأس مال المخاطر)، فكلما توفر المال ساعد ذلك على تحويل الأفكار إلى مؤسسات ابتكارية؛
- ✓ الهيئات التعليمية و البحثية: تمثل الهيئات و المراكز البحثية على غرار الجامعات، المعاهد، مراكز البحث و المختبرات عنصراً استراتيجياً في تطوير ريادة الأعمال، حيث تساهم في تطوير الأفكار، تعليم الفكر الريادي، احتضان الأفراد المبتكرين ومساعدتهم على تطوير مشاريعهم خاصة من الناحية الفنية و التقنية؛

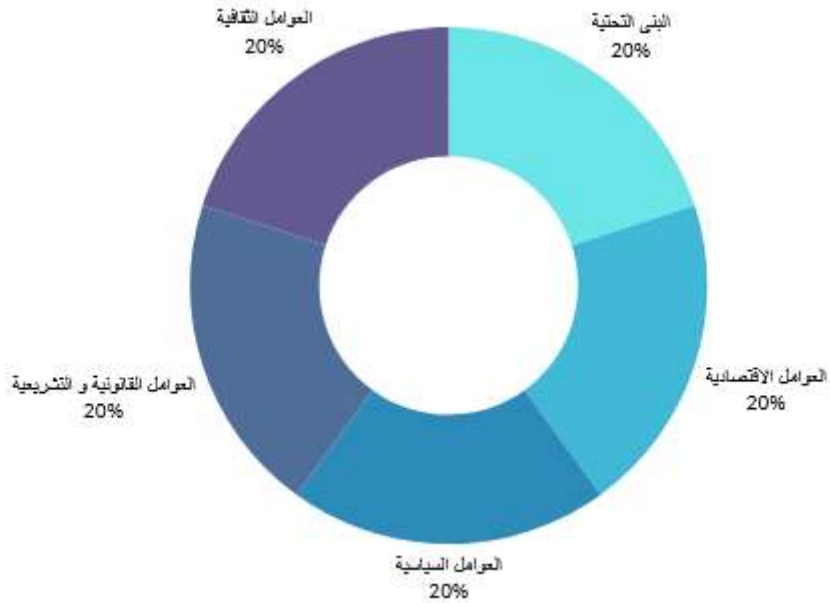
الفصل الأول: مدخل إلى المؤسسات الناشئة

- ✓ بنية تحتية و تكنولوجية حديثة: لا يمكن أن تنجح ريادة الأعمال و تنتشر في بيئة لا توفر بنية تحتية متميزة تساعد على الإمدادات المتنوعة من جهة و توزيع المنتجات و الخدمات من جهة أخرى؛
- ✓ بيئة ثقافية و مجتمعية تتقبل المخاطرة: يجب أن يتميز المجتمع بوجود أفراد (رواد أعمال) يبحثون على الفرص لاستغلالها عبر تقديم منتجات و خدمات مبتكرة، كما يجب عليهم عدم التركيز على الوظائف التقليدية فقط.

2. النظام البيئي الكلي (Macro-Ecosystem)

يشمل النظام البيئي الكلي العوامل التالية:¹

الشكل رقم(03): النظام البيئي الكلي للمؤسسات الناشئة.²



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على (ناصر المبيريك وفاء، جاسر الجاسر نورة، النظام البيئي لريادة الأعمال في المملكة العربية السعودية، المؤتمر السعودي الدولي لجمعيات و مراكز ريادة الأعمال: نحو بيئة داعمة لريادة الأعمال في الشرق الأوسط، الرياض، 09 سبتمبر 2014).

- ✓ العوامل الثقافية: تلعب الثقافة بمجموع مكوناتها دورا هاما و حاسما في نمو ريادة الأعمال، إذ أن سيادة مفهوم الثقافة الريادية يعتبر اتجاها اجتماعيا ايجابيا نحو

¹ ناصر المبيريك وفاء، جاسر الجاسر نورة، النظام البيئي لريادة الأعمال في المملكة العربية السعودية، المؤتمر السعودي الدولي لجمعيات و مراكز ريادة الأعمال: نحو بيئة داعمة لريادة الأعمال في الشرق الأوسط، الرياض، 09 سبتمبر 2014، ص-ص 25-32.

الفصل الأول: مدخل إلى المؤسسات الناشئة

المغامرة الشخصية التجارية "Personal Enterprise" يساعد و يدعم النشاط الريادي و يؤكد Batman أن الاقتصاديات التي شهدت نمو و ازدهارا في أواخر القرن العشرين تشترك في تمتعها بثقافة أعمال "Business Culture" وهي الثقافة التي يمكن أن توصف بالثقافة الريادية؛ حيث تعتبر هذه الأخيرة من العوامل العملاقة التي تحدد اتجاهات الأفراد نحو مبادرات ريادة الأعمال، حيث أن الثقافة التي تشجع و تقدر السلوكيات الريادية كالمخاطرة، الاستقلالية، الإنجاز و غيرها تساعد في الترويج لإمكانية حدوث تغيرات و ابتكارات جذرية في المجتمع، وبالمقابل فإن الثقافات التي تدعم مفاهيم التقليد و الانصياع و الاهتمام بالجماعة و الرقابة و السيطرة على الأحداث المستقبلية لا نتوقع أن تنتشر منها سلوكيات التحمل و المخاطرة و الإبداع أو بمعنى آخر سلوكيات ريادة الأعمال؛

✓ العوامل القانونية و التشريعية: إن التشريعات و القوانين هي احد المصادر الرئيسية التي تهئ البيئة المستديمة لريادة الأعمال، وتتميز معظم التدابير التشريعية المحفزة لأنشطة ريادة الأعمال و الاقتصاد المعرفي في العالم المتقدم أنها لا تتخذ شكل قوانين تقليدية وإنما تتخذ شكل أدوات تشريعية أكثر بساطة و أكثر مرونة من القوانين التقليدية (الأنظمة)، كالقرارات التعميمية التي يتم إصدارها تنفيذا للسياسة العامة الاقتصادية أو للسياسة الخاصة بقطاع معين من قطاعات الاقتصاد، كالاقتصاد المعرفي؛ و تتنوع مضامين و أشكال هذه القوانين بدرجة كبيرة بين هذه المجموعة من الدول:

- في الدول الناشئة دور القوانين المحفزة لهذا النوع من الاقتصاد حول توفير الهياكل الإدارية و العلمية لوضع إستراتيجية الابتكار و البحث و العمل على تنفيذها كما هو الحال في بلدان المغرب العربي، حيث أنشأت الجزائر مثلا وكالات متخصصة في مجالات معينة للبحث العلمي و تضمن قانونها للتعليم العالي الصادر عام 1999م جزءا خاص بالبحث العلمي و الابتكار؛
- في الدول التي لديها القدر الكافي و المناسب من الهياكل العلمية و الإدارية لتوجيه أعمال البحث العلمي و الابتكار نجد أنها تخصص قوانين محفزة للابتكار يتركز غرضها في توفير مصادر تمويل للبحث كقانون تنمية الإنتاجية و الابتكار السنغافوري و قانون الابتكار الكوري؛
- دول أخرى اتخذت تدابير تحفيزية لريادة الأعمال عن طريق سن قوانين تقرر بموجبها إعفاءات ضريبية لأنشطة محددة كما هو الحال في البرازيل؛

الفصل الأول: مدخل إلى المؤسسات الناشئة

■ السويد وضعت خططها للتنمية في شكل قانون تجري مراجعته كل أربع سنوات يركز بشكل عام على موضوع تمويل الأبحاث العلمية، كما يركز على عاملين أساسيين لتشجيع البحث العلمي و هما استقلالية الباحث من جهة و المنافسة من جهة أخرى و ترتبط خطة التمويل بين جودة البحث و مسألة التمويل ،حيث الاستمرار في التمويل من عدمه لمراكز البحث حسب جودة ما يصدر عنها من أبحاث؛

■ أما في فرنسا هناك تشريعات تسمح بحرية انتقال الباحثين إلى الشركات الخاصة، سواءا للعمل أو للإدارة أو لتأسيس شركات جديدة، بالإضافة إلى وضع نظام لإيجاد آليات لتحويل نتائج الأبحاث إلى منتجات اقتصادية و أخرى تفعل التعاون بين مراكز الأبحاث العامة و الشركات ومنح مزايا ضريبية لشركات الابتكار؛

✓ العوامل السياسية: من القرارات السياسية الهامة أن تقوم الدول بإنشاء هيئات أو مرجعيات عليا لتنظيم و متابعة منظومة ريادة الأعمال، و تشجيع التعاون و التنسيق و التكامل مابين الجهات الوطنية الداعمة لرواد الأعمال و التواصل بين المجتمعات العالمية المعنية و توفير إمكانيات تبادلها أفضل الممارسات؛

ومن التوجهات السياسية أيضا إعطاء الأولوية للدعم الريادي للطلبات المقدمة من المؤسسات التي يتفرغ أصحابها لإدارتها، والعمل على تسويق و ترويج منتجات و خدمات المؤسسات داخل و خارج الدولة من خلال تنظيم المعارض و المشاركة فيها بالتنسيق مع الجهات المعنية، وإنشاء مراكز و حاضنات أعمال للمؤسسات في مختلف المدن؛

كما أن السياسات الحكومية الداعمة لبيئة ريادة الأعمال تركز على نقل التقنية من مركزها الأساسي إلى أي مكان آخر لغرض الاستخدام المباشر أو استغلالها تجاريا و تحويلها إلى منتجات أو خدمات جديدة أو محسنة ويتم ذلك من خلال منح التراخيص و العلامات التجارية و الاستثمارات الأجنبية المباشرة و الشراء المباشر و برامج التعاون الدولي كالاتفاقيات الدولية و التدريب و التعليم في الخارج و التطوير المشترك؛

✓ العوامل الاقتصادية: من العوامل المساعدة على تنمية ريادة الأعمال هو وضع سياسات لاقتصادية داعمة، سواءا كانت:

■ السياسات الاقتصادية الكلية Macro-economic، تهدف لتنمية الاستقرار الاقتصادي للدولة، تخفيض درجة البيروقراطية التي

الفصل الأول: مدخل إلى المؤسسات الناشئة

تواجه إنشاء المشاريع الصغيرة مثل تطوير الأنظمة الضريبية الداعمة للمشاريع الصغيرة، سهولة الوصول إلى السوق، خلق فرص استثمارية للمشاريع الصغيرة و المتوسطة؛

- سياسات اقتصادية الجزئية Micro-economic، تهدف لتطوير و دعم المنافسة من خلال خلق بيئة استثمارية صحية حيث يمكن توفير برامج دعم مادية (تقديم تسهيلات بنكية للمشروعات الصغيرة، التمويل الحكومي، المباني، المعدات و غيرها) و برامج دعم معنوية (تشمل التعليم، مهارات التأسيس و غيرها)
- ولعل أبرز العوامل الاقتصادية الداعمة لنمو ريادة الأعمال التوسع في الصناديق الحكومية المانحة للقروض لرواد الأعمال، بحيث تكون تلك القروض بدون فائدة و ذات أمد طويل لتسديدها وفق تسهيلات دفع ميسرة و إجراءات نظامية متوازنة ؛ و من جانب آخر فإن وجود صناديق أشبه ما تكون بصناديق القروض الحسنة (Angel Funding) يعد أمرا مكملًا للدور الاقتصادي، حيث تتحمل هذه الصناديق مسؤولية المخاطرة في طرح المنتجات الجديدة أو تسويق الاختراعات، وهذا ما يسميه بعض المختصين بالمستثمر الملاك؛

✓ البنى التحتية: إن مشاريع البنى التحتية ضرورية لنجاح ثقافة ريادة الأعمال و خاصة في السوق المحلي مثل المواصلات، الكهرباء، الطرق، البريد، النقل و الخدمات المساندة وأخيرا فإن توفر المعلومات الحديثة و الدقيقة أمر ضروري لدعم بيئة ريادة الأعمال و المساندة في عملية اتخاذ القرار الاستثماري؛

كما أن ظهور الانترنت و تطبيقاتها أحدثت ثورة في مفهوم مشاريع رواد الأعمال فقد ساهمت أساليب الشراء الإلكترونية الفعالة في فتح أسواق كبرى أمام رواد الأعمال، كما تسهل للمنشآت الصغيرة فرصة تخطي الحدود و الانفتاح على أسواق عالمية كبرى؛ بل قد فتحت التجارة الإلكترونية المجال لشركات صغرى أن تتنافس الشركات الكبرى في مجالات مختلفة؛ كما أصبح لوسائل الإعلام الاجتماعي تأثير كبير في تبادل المعلومات و نشر الثقافة الشبكية في تطوير الأفكار و نشرها و ترويجها و التسويق لها و بيعها أيضا؛ ومن المتطلبات الأساسية للبنى التحتية لمنظومة ريادة الأعمال الكلية وجود "الواحاح العلمية" و التي يطلق عليها أحيانا "مناطق تقنية" أو "حدائق

الفصل الأول: مدخل إلى المؤسسات الناشئة

تقنية"، والتي عرفتها الجمعية العالمية لحدائق العلوم بأنها: "منظمة يديرها مهنيون متخصصون هدفهم الرئيسي زيادة ثروة المجتمع عن طريق الترويج لثقافة الابتكار و للمنافسة بين الأعمال المرتبطة بها و المؤسسات القائمة على تقدم المعرفة"، ويتمثل دورها فيما يلي:

- إنعاش و تنظيم سريان المعرفة و التقنية بين الجامعات و مؤسسات البحوث و التطوير و الشركات و الأسواق؛
- تسهيل إنشاء وتنمية الشركات القائمة على الابتكار خلال عمليات حضانتها و تفرغها؛
- تقديم خدمات إضافية قيمة على جانب توفير مكان راق و مرافق عالية الجودة.

ثالثا: النظام البيئي الكفاء و السليم للمؤسسات الناشئة

ككل الأنظمة قد يكون النظام البيئي سليما و ربما لا، لذلك سنعرض عليكم أهم الشروط الواجب توفرها حتى نصف نظاما ما بأنه سليم، وهذه الشروط هي:¹

- ✓ أن يكون النظام مصمم بما يتوافق مع المنطقة، فالنظام في الولايات المتحدة يختلف عن ألمانيا، وفي آسيا يختلف عن الخليج العربي، وعلى النظام أن لا يسعى ليكون "وادي السيليكون القادم"، بل ينبغي عليه أن ينبع من البيئة المحيطة ويتصف بما يميزها؛
- ✓ أن تكون البيئة ذات عقبات بيروقراطية قليلة أو معدومة، وأن تدعم السياسات الحكومية احتياجات أصحاب المشاريع و رواد الأعمال؛
- ✓ سهولة الحصول على دعم رؤوس الأموال الكبيرة و المخاطرة، وأن يحصل عليها دون وجود عوائق كبيرة؛
- ✓ أن تكون البيئة خالية من التحيزات الثقافية ضد الفشل في إدارة الأعمال، أو قدرة على تغيير هذه التحيزات في حال وجودها؛
- ✓ أن تكون البيئة داعمة و معززة للنجاحات، والتي بدورها تجذب مشاريع جديدة؛
- ✓ أن تدعم البيئة الحوار بين مختلف مكوناتها وعناصرها.

¹ مشعلي بلال، نحو نظام بيئي كفؤ لريادة الأعمال من أجل تطوير المؤسسات الناشئة في الجزائر، مجلة دراسات في الاقتصاد و إدارة الأعمال، المجلد 06، العدد 01، 2023، ص 82.

الفصل الأول: مدخل إلى المؤسسات الناشئة

المطلب الثاني: آليات تمويل المؤسسات الناشئة

على العموم هناك عدة آليات لتمويل المؤسسات الناشئة نذكر منها:¹

✓ التمويل الذاتي: يكون الاعتماد هنا على المال الخاص لصاحب النشاط، ومعظم رواد الأعمال الجدد يلجئون لهذه الوسيلة خاصة في بداية النشاط حيث لا تزال التكاليف محدودة نسبياً ، ويمكن أن تغطي المدخرات الشخصية البسيطة مصاريف التشغيل الأولى، من أهم مميزات هذه الطريقة أنها تحافظ على كامل ملكية الشركة عليها لصاحبها دون الحاجة للتفريط في حصة منها أو جزء من إدارتها لشركاء خارجيين، لكنها تزيد الأعباء المادية و النفسية على كاهل صاحب النشاط، فهو يصبح مسؤولاً مسؤولية كاملة عن كل جوانبه وسط غموض مصير الفكرة و كيفية استقبالها في السوق؛

ينصح صاحب النشاط في هذه الحالة بتقليل التكاليف إلى أدنى الحدود الممكنة بعدم المبالغة في اختيار مقر الشركة أو عدد الموظفين و غيرها من مستلزمات الأعمال بحسب إحصائيات فإن ثلث الشركات الناشئة تبدأ برأس مال لا يتجاوز 5000 دولار، لذلك لا جرم أن نسبة كبيرة من رواد الأعمال يقررون تمويل مشاريعهم بأنفسهم بشكل كامل أو جزئي ، حيث تصل نسبتهم إلى 77%؛

✓ التمويل الجماعي: كما يشير الاسم، التمويل الجماعي يقوم على جمع الأموال من مجموعة كبيرة من الناس، وقد أصبح هذا ممكناً بفضل التكنولوجيات الحديثة، إذ أن هناك منصات متخصصة في التمويل الجماعي، حيث يمكنك أن تضع فكرتك على إحدى تلك المنصات، و توضح نموذج العمل و إمكانيات النمو و إن اقتنع الناس بفكرتك فسيقدمون الدعم المالي لتنفيذ الفكرة؛

هذا الخيار مهم ، ويجب أن تدرسه بعناية فهناك الكثير من الأشخاص الذين يملكون المال ولكن لا يملكون الأفكار ، هذه المنصات تشكل حلقة وصل بين أصحاب الأموال و أصحاب الأفكار أتقول الإحصائيات أنه يجمع ما يفوق 17 مليار دولار سنوياً في شمال أمريكا وحدها من التمويل الجماعي، وقد كانت حوالي 6455080 حملة للتمويل الجماعي عبر العالم و هذه الأرقام في تصاعد مستمر ، من بين منصات التمويل الجماعي

(EquityNet, SeedUps, peerbackers, RocketHub, SeedInvest)

✓ قروض المشروعات الصغيرة: يهدف الائتمان الأصغر إلى معالجة حواجز السوق و الحواجز الثقافية في نفس الوقت، حيث تقوم البنوك التجارية بالإقراض مقابل

¹ عقون عادل، برياش عنتر، بيلي حمزة، آليات دعم و تمويل المؤسسات الناشئة للمساهمة في تحقيق التنمية المستدامة: قراءة تحليلية و تجارب دولية، مجلة التنمية و الاقتصاد التطبيقي، جامعة المسيلة، المجلد 07، العدد 2023، ص-ص 42-45.

الفصل الأول: مدخل إلى المؤسسات الناشئة

توفير ضمانات ومع وضع نوع من الأعمال في الاعتبار لا يتناسب بالضرورة مع ذلك الذي يديره المهاجرون أو النساء أو رواد الأعمال الشباب، وإذا اقترنت القروض الصغيرة بالتثقيف المالي و المشورة في مجال الأعمال فمن الممكن أن تعالج عوائق المهارات التي تحول دون الحصول على التمويل أيضا؛ معظم البنوك حاليا توفر برامج لتمويل المشروعات الصغيرة، ومن مزايا هذه الوسيلة كسابقته أنها تبقى على ملكية الشركة لصاحبها فلا ينازعه فيها أي طرف آخر، لكن البنوك تتطلب العديد من الاشتراطات و الالتزامات المفروض على الشخص الوفاء بها خلال فترات محددة، كما أنها تحتاج لتقديم وف مفصل لقنوات إنفاق هذه التمويلات البنكية و هو ما يصعب التنبؤ به في المراحل المبكرة من الشروع؛

✓ رأس المال الاستثماري: يعد التمويل برؤوس المال الاستثمارية مثاليا للشركات الناشئة العاملة في مجال التكنولوجيا، و التي تتمتع بفرص كبيرة للنمو؛ يستثمر أصحاب رأس المال الاستثماري في شركتك الناشئة مقابل الحصول على حصة من أسهم الشركة لصالح أطراف خارجية، كما يتوقع أصحاب رأس المال الاستثماري عائدا كبيرا على الاستثمار و نموا سريعا ؛ من فوائد هذا النوع من التمويل أن أصحاب رؤوس الأموال الاستثمارية عادة ما يتمتعون بخبرة كبيرة في الأعمال ،و سيقدمون لك المساعدة عبر التدريب، التوجيه و العلاقات العامة و هي أمور مهمة لنجاح مشروعك؛

كقاعدة عامة، يوصى بتجنب رؤوس المال الاستثمارية في المراحل الأولى من المشروع، و يفضل أن تتجنبه ما لم تكن بحاجة إلى رأس مال كبير، لأن المستثمرين سيأخذون حصة من أسهم الشركة، وهذا سيؤدي إلى إضعاف تحكمك بالشركة؛

✓ التمويل الملائكي: هذا النوع من المستثمرين هم في العادة أفراد أثرياء أو مدراء تنفيذيون متقاعدون يستثمرون مباشرة في الشركات الصغيرة الناشئة المملوكة للآخرين و غالبا ما يتمتعون بخبرة و مكانة كبيرة في مجال عملهم؛

لا يساهم المستثمرون الملائكيون بأموالهم و خبراتهم و شبكة علاقاتهم و حسب، بل يساهمون أيضا بشكل مباشر في إدارة الشركة عبر خبراتهم و معارفهم التقنية و الإدارية، ويميل المستثمرون الملائكيون إلى تمويل المشاريع في المراحل الأولى باستثمارات تتراوح بين 25000 دولار و 100000 دولار في مقابل المخاطرة بأموالهم ،فإنهم يحتفظون بالحق في المشاركة في إدارة الشركة ، لذلك فغالبا ما يطالبون بمقعد في مجلس الإدارة؛

✓ حاضنات الأعمال: يمكن أن تكون شركات أو جامعات أو مؤسسات أو منظمات ترغب في تزويدك بالموارد لبدء مشروعك ، تشمل هذه الموارد المساحات المكتبية

الفصل الأول: مدخل إلى المؤسسات الناشئة

أو المختبرات أو التسويق أو الاستشارات أو المال أو أي شيء آخر قد تحتاجه في المقابل تتطلب المسرعات عادة حصة من الأسهم في الشركة؛
تركز حاضنات الأعمال (أو "المسرعات") بشكل عام على قطاع التكنولوجيا المتقدمة، حيث توفر الدعم للشركات الناشئة في مختلف مراحل التطوير، لكن قد تجد حاضنات محلية يمكن أن تحتضن مشاريع في مجالات أخرى، مثل خلق فرص العمل، الثقافة و الخدمات؛

✓ المنح و الإعانات الحكومية: تعد البرامج الحكومية التي توفر رؤوس المال للمواطنين لبدء مشاريعهم الخاصة وسيلة ممتازة لتمويل مشروعك، يتعين عليك تقديم خطة يمكن قبولها من قبل لجنة المنح، وبمجرد أن يتم التدقيق في خطتك و الموافقة عليها، سيتم تزويدك بالأموال اللازمة لبدء عملك؛
الحصول على المنح الحكومية يمكن أن يكون صعباً، فهناك الكثير من التصلب و البيروقراطية الإدارية، كما ستجد على الأرجح منافسة شديدة، كما أن معايير التقديم للمنح تكون صارمة للغاية؛

✓ التمويل الإسلامي: لقد حدثت طفرة في الآونة الأخيرة في عدد المؤسسات المالية الإسلامية في جميع أنحاء العالم، وخاصة البنوك و الصناديق، على الرغم من أنها فضلت حتى الآن العمليات الاستثمارية الكبيرة على إقراض رجال الأعمال، وتختلف العديد من الدول عن اللعبة من حيث عدد مؤسسات التمويل الإسلامي و حجم الإقراض الذي تقدمه؛

حيث يمكن لصناع السياسات في أوروبا أن يساهموا في عكس هذا الاتجاه من خلال دعم طح المنتجات المالية المتوافقة مع الشريعة الإسلامية داخل البنوك التجارية الكبرى، ومن المرجح أن يتطلب هذا تدريب موظفي القروض المكلفين بتقديم منتجات التمويل الإسلامي، وقد لا يكون رواد الأعمال على دراية بالمنتجات الجديدة المتوافقة مع الشريعة الإسلامية في سوق الائتمان، في حين تحتاج المؤسسات المالية التي تقدم هذه المنتجات إلى المساعدة في إقراضهم؛
يمكن للتمويل الإسلامي أن يؤثر بشكل إيجابي على اندماج رواد الأعمال الذين يصعب الوصول إليهم و الذين لا يبحثون عن الائتمان ما لم يلتزم بمعتقداتهم الدينية

الفصل الأول: مدخل إلى المؤسسات الناشئة

المطلب الثالث: دورة حياة المؤسسات الناشئة

تمر هذه المؤسسات بعدة مراحل أثناء نشأتها نذكر منها:¹

الشكل رقم : منحني المؤسسة الناشئة



المصدر: قصوري إنصاف، حاضنات الأعمال التكنولوجية و دورها غي دعم الإبداع و الابتكار بالمؤسسة الناشئة الجزائرية، مجلة عائدات الاقتصاد و إدارة الأعمال، المجلد 19، العدد 02، 2020، ص 19.

✓ المرحلة الأولى (مرحلة التأسيس): تبدأ قبل انطلاق المؤسسة الناشئة حيث يقوم شخص ما أو مجموعة من الأفراد بطرح نموذج أولي لفكرة إبداعية أو حتى مجنونة، خلال هذه المرحلة يتم التعمق في البحث ودراسة الفكرة جيدا ودراسة السوق و السلوك و أذواق المستهلك المستهدف للتأكد من إمكانية تنفيذها على أرض الواقع و تطويرها و استمرارها في المستقبل؛ و البحث عن التمويل وعادة ما يكون التمويل في المراحل الأولى ذاتي مع إمكانية الحصول على بعض المساعدات الحكومية؛

✓ المرحلة الثانية (مرحلة الانطلاق): في هذه المرحلة يتم إطلاق الجيل الأول من المنتج أو الخدمة، حيث تكون غير معروفة و ربما أصعب شيء يمكن أن يواجهه المقاول في هذه المرحلة هو أن يجد من يتبنى الفكرة على أرض الواقع و يمولها ماديا ،وعادة ما يلجأ رائد الأعمال في هذه المرحلة ما يعرف بFFF (Friends, Family, Fools) فغالبا ما يكون الأصدقاء و العائلة المصدر

¹ حسين يوسف، صديقي اسماعيل، مرجع سبق ذكره، ص 102، 101.

الفصل الأول: مدخل إلى المؤسسات الناشئة

الأول الذي يلجأ إليهم المقاول للحصول على التمويل، أو يمكن الحصول على التمويل أو يمكن الحصول على التمويل من قبل الحمقى و هم الأشخاص المستعدين للمقامرة بأموالهم إذا صح القول ،خاصة عند البداية حيث تكون درجة المخاطرة عالية؛

✓ المرحلة الثالثة (مرحلة مبكرة من الإقلاع و النمو): يبلغ فيها المنتج الذروة ويكون هناك حماس مرتفع، ثم ينتشر العرض و يبلغ المنتج الذروة، في هذه المرحلة يمكن أن يتوسع النشاط إلى خارج مبتكريه الأوائل، فيبدأ الضغط السلبي حيث يتزايد عدد المعارضين للمنتج و يبدأ الفشل أو ظهور عوائق أخرى ممكن أن تدفع المنحنى نحو التراجع؛

✓ المرحلة الرابعة (الانزلاق في الوادي): و بالرغم من استمرار الممولين المغامرين بتمويل المشروع إلا أنه يستمر في التراجع حتى يصل إلى مرحلة يمكن تسميتها وادي الحزن أو وادي الموت، و هو ما يؤدي إلى خروج المشروع من السوق في حالة عدم التدارك خاصة و أن معدلات النمو في هذه المرحلة تكون جد منخفضة؛

✓ المرحلة الخامسة (تسلق المنحدر): يستمر رائد الأعمال في هذه المرحلة بإدخال تعديلات على منتجه و إطلاق إصدارات محسنة لتبدأ الشركة الناشئة في النهوض من جديد بفضل الاستراتيجيات المطبقة و اكتساب الخبرة لفريق العمل، ويتم إطلاق الجيل الثاني من المنتج و ضبط سعره، وتسويقه على نطاق أوسع؛

✓ المرحلة السادسة (مرحلة النمو المرتفع): في هذه المرحلة يتم تطوير المنتج بشكل نهائي و يخرج من مرحلة التجربة و الاختبار و طرحه في السوق المناسبة، وتبدأ الشركة الناشئة في النمو المستمر و يأخذ المنحنى بالارتفاع ، حيث يحتمل من 20% إلى 30% من الجمهور المستهدف قد اعتمد الابتكار الجديد، لتبدأ مرحلة اقتصاديات الحجم و تحقيق الأرباح الضخمة.

المبحث الثالث: توجهات المؤسسات الناشئة

المطلب الأول: دور حاضنات الأعمال في تعزيز إطلاق و دعم المؤسسات الناشئة
انتشر مؤخراً في الوسط الجامعي مراكز تسمى بـ "حاضنات الأعمال" والتي تضم العديد من أصحاب المشاريع (الأفكار) المبتكرة و تزايد الاهتمام بها لما تقدمه من خدمات و رعاية لهذه المشاريع.
أولاً: تعريف حاضنات الأعمال

الفصل الأول: مدخل إلى المؤسسات الناشئة

رغم أنه لا يوجد تعريف محدد يشمل كافة أنواع الحاضنات، بحيث لا توجد حاضنة أعمال قياسية بمواصفات محددة يمكن الاقتداء بها، إلا أن هناك عدة تعريف توضح مفهوم "الحاضنات" لعل أبرزها ما يلي:

– تشير جمعية حاضنات الأعمال الوطنية (الأمريكية) إلى حاضنة الأعمال بأنها: "عملية دعم الأعمال التي تعجل التطور الناجح للشركات المبتدئة، التي ينمو ريشها عن طريق توفير منظومة من الموارد و الخدمات المستهدفة لرواد الأعمال، وهي عادة تقدم هذه الخدمات أو تنظمها من قبل إدارة الحاضنة، أو من خلال شبكة اتصالاتها و يكون الهدف الرئيس لحاضنات الأعمال إنتاج شركات ناشئة و التي تترك البرنامج وهي قادرة ماليًا وقائمة بذاتها".¹

– عرفت الحاضنة بأنها: "وحدة خدمية تهدف إلى تحويل الأفكار و الابتكارات إلى مشروعات اقتصادية منتجة، وذلك من خلال تقديم عدد من خدمات التأهيل و الدعم المادي و المعنوي و الاستضافة و الإرشاد لرواد الأعمال".²

– تعرف بأنها "مؤسسات تعمل على دعم الرياديين، الذين تتوافر عندهم الأفكار الطموحة و الدراسة الاقتصادية السليمة و بعض المواد اللازمة لتحقيق طموحاتهم، بحيث توفر لهم بيئة عمل مناسبة خلال السنوات الأولى الحرجة من عمر المشروع و زيادة فرصة النجاح من خلال استكمال النواحي الفنية و الإدارية بتكلفة رمزية و دفع صاحب المشروع إلى التركيز على جوهر العمل وذلك إلى مدة محدودة تتضاءل بعدها العلاقة لتتحول إلى مبادرة جديدة".³

انطلاقاً مما سبق يمكن تعريف "حاضنة الأعمال" على أنها: مركز يعمل على سقل الأفكار المبتكرة المراد تحويلها إلى مشاريع، بالاعتماد على فريق إدارة الحاضنة أو على شبكة اتصالاتها اللذان يعملان على توفير كل من التأهيل، العم المادي و المعنوي لرواد الأعمال و الوقوف على حسن سير مشاريعهم طيلة السنوات الأولى (03 سنوات)، وهذا مقابل تكلفة رمزية.

ثانياً: الخدمات المقدمة من طرف حاضنات الأعمال

¹ الشميمري أحمد بن عبد الرحمان، سرور سرور علي إبراهيم، حاضنات الأعمال و الواحات العلمية: المفاهيم و التطبيقات في الاقتصاد المعرفي، العبيكان للنشر، الطبعة الأولى، المدينة المنورة، 2020، ص33.

² المبيريك وفاء بنت ناصر، الشميمري أحمد بن عبد الرحمان، ريادة الأعمال، العبيكان للنشر، الطبعة الأولى، الرياض، 2019، ص50.

³ مطلق الدوري زكريا، صالح أحمد علي، إدارة الأعمال الدولية: منظور سلوكي و استراتيجي، اليازوري للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، 2019، ص465.

الفصل الأول: مدخل إلى المؤسسات الناشئة

غالباً لا تقل فترة احتضان الأعمال الجديدة عن 03 سنوات، توفر خلالها الحاضنة العديد من الخدمات للمنشآت الصغيرة الناشئة والتي تساعد على الانطلاق و التوسع، ومن أبرز هذه الخدمات:¹

- ✓ الوصول إلى مصادر التمويل، والتي من أبرزها رأس المال المخاطر؛
- حيث يدرس المشرفون على هذه الحاضنات الجدوى الاقتصادية لتلك الأفكار، ثم مخاطبة المستثمرين للحصول على التمويل؛
- ✓ توفير الخدمات القانونية المتمثلة في الحصول على التراخيص اللازمة و الحماية الفكرية؛
- ✓ تقديم خدمات إدارية و تدريبية و فنية و خدمات التخطيط الاستراتيجي و التسويقي، كما توفر البنية التحتية من مباني و معامل و تقنيات اتصال؛
- ✓ عقد الندوات و ورش العمل مع المستثمرين و أصحاب المشاريع؛

ثالثاً: مراحل احتضان المؤسسات من قبل حاضنات الأعمال

تتم رعاية و متابعة المشروعات الملتحقة بالحاضنة خلال المراحل المختلفة من عمر هذه المشروعات على ثلاث مراحل كما يوضحها المخطط التالي:²

✓ المرحلة الأولى: قبل الاحتضان

تتعلق هذه المرحلة أساساً بمساعدة رائد الأعمال لتطوير فكرة الأعمال، ويكون ذلك قبل التحاق المؤسسة الناشئة بالحاضنة، إذ لابد من إجراء لقاء بين رائد الأعمال و إدارة الحاضنة وذلك بهدف تحليل الفكرة و تقييم مدى صلاحيتها، و تقييم الإبداع من خلال كفاءات داخلية و لجان خارجية ؛ كذلك تساعد حاضنة الأعمال رائد الأعمال على تعريف فكرة أعماله بشكل دقيق و وضع نموذج أعمال، من خلال الإجابة على التساؤلات التالية: منهم المستهلكين المستهدفين؟ ما هي قنوات التوزيع؟ من ينشئ و يمول المشروع؟ وإعداد خطة الأعمال: تكون بإتمام خطط الأعمال و التقديرات المالية؛ والتدريب في هذه المرحلة يتعلق بالمهارات الإدارية و مواضيع أكثر تخصص (حقوق الملكية، القوانين، التشريعات الإدارية...) كما سبق الإشارة إليه فليس من الضروري أن يكون المقاول ذو درجة أكاديمية؛

✓ المرحلة الثانية: مرحلة الاحتضان أو انضمام المشروع للحاضنة

¹ الناصر محمد سعد، رأس المال المخاطر: نموذج واعد لتمويل المشروعات الريادية في المملكة العربية السعودية، سابق لدراسات الأسواق المالية الإسلامية، الطبعة الأولى، السعودية، 2012، ص 22.

² بوالشعور شريفة، مرجع سبق ذكره، ص ص 425، 426.

الفصل الأول: مدخل إلى المؤسسات الناشئة

تستمر هذه المرحلة من مرحلة البدء في تنفيذ فكرة المشروع و إلى غاية بلوغ مرحلة النضج و التوسع(من سنة إلى ثلاث سنوات)، و تعمل الحاضنة خلال هذه المرحلة على تقديم كل الخدمات التي من شأنها أن تسهل على رائد الأعمال تنفيذ فكرته على أرض الواقع بأقل التكاليف، فبعد تعاقد المقاول مع الحاضنة وانضمامه إليها يمكنه الاستفادة من البنى التحتية (مكاتب، و مرافق) التي توفرها الحاضنة بأسعار معقولة، وعموما تختلف الخدمات المقدمة خلال هذه المرحلة باختلاف طبيعة الحاضنة، وكذلك طبيعة المشروع، كما تعمل الحاضنة على حشد الموارد المالية من خلال جمع التبرعات "Fundraising" و التمويل الجماعي "Growd-funding"، بهدف توفير التمويل اللازم لتنفيذ الفكرة، كما يتم الإشراف و التوجيه خلال مراحل تنفيذ المشروع، وتقديم المساعدات و الاستشارات الفنية المتخصصة من قبل إدارة الحاضنة، كما سيستمر التدريب خلال هذه المرحلة أيضا؛ وكل الخدمات المقدمة من قبل الحاضنة من شأنها أن تساعد الشركة الناشئة على تحقيق معدلات نمو عالية؛

✓ المرحلة الثالثة: مرحلة التخرج من الحاضنة

وهي المرحلة النهائية بالنسبة للمشروعات داخل الحاضنة، بعد تحقيق الأهداف المرجوة و توسع نشاط الشركة الناشئة و نموها وبروزها في عالم الأعمال كفكرة خلاقة، ويتوسع سوقها من المحلية إلى العالمية، يتم وضع خطة للخروج التي يحددها برنامج الحاضنة(بعد العمل على تدويلها و تسويقها إلكترونيا)، و يكون ذلك وفق متطلبات التخرج حسب جملة من المعايير على غرار عوائد الشركة أو مستوى التوظيف بدلا من وقت البرنامج، وبالرغم من أنه في هذه المرحلة يصبح المشروع قائم و قادر على ممارسة نشاطه خارج الحاضنة، إلا أن ذلك لا يعني انقطاعه عن الحاضنة بشكل تام، بل يمكنه الاستمرار في الاستفادة من خدماتها حتى بعد التخرج.

رابعا: تشجيع خلق و تنمية المؤسسات الناشئة

أقيمت حاضنات المشروعات في الأساس لمواجهة الارتفاع الكبير في معدلات فشل و انهيار المشروعات الصغيرة الجديدة، وقد أظهرت بعض الدراسات أن قرابة 80%-90% من هذه المشاريع تفشل خلال سنتين إلى خمس سنوات من بداية نشاطها، نتيجة لقيامها على اجتهادات شخصية بعيدة عن الجانب التخطيطي و الاستشاري، وقد أثبتت حاضنات الأعمال قدرتها على رفع نسبة نجاح المشروعات الجديدة، حيث أشارت تقارير "الجمعية الأمريكية للحاضنات" إلى أن معدلات نجاح و استمرارية المشروعات الجديدة المقامة داخل الحاضنات وصلت إلى 88% مقارنة بنسبة النجاح التقليدية المنخفضة

الفصل الأول: مدخل إلى المؤسسات الناشئة

لهذه المشروعات، وبالتالي فإن دعم المشروعات الناشئة و رفع فرص نجاحها يعتبر الوظيفة الأولى للحاضنات، ويتم ذلك من خلال:¹

✓ توفير جميع أنواع الدعم المالي و الإداري و التسويقي، و الرعاية لهذه المشروعات في مرحلة النمو؛

✓ إنشاء قاعدة للمعلومات الفنية و التجارية؛

✓ كما تقوم الحاضنات الصغيرة بعمل الترتيبات اللازمة لتوفير متطلبات البنية التحتية للمنشآت المنتسبة لها عن طريق المشاركة أو التنسيق مع الجامعات و هيئات نقل الملكية التقنية، أو عن طريق الاستئجار

المطلب الثاني: عوامل نجاح المؤسسات الناشئة

قد تختلف عوامل النجاح من رؤية لأخرى، لكننا سنعرض لك أهم 7 نقاط، يندرج بداخلهم أغلب العوامل التي يحتاجها أي مشروع جديد للخروج إلى النور و الاستمرار حتى تحقيق المكاسب، لذا فإليك أهم عوامل نجاح الشركات الناشئة:²

1. تحديد الهدف:

للتواجد في السوق و اقتحامه من البداية، يجب أن تكون لديك فكرة جديدة و مبتكرة تلبي احتياجات السوق و تقدم حلولاً لمشكلات موجودة بالفعل، مع الحرص على أن تكون الفكرة قابلة للتنفيذ على أرض الواقع و أن يكون لها سوق محتمل كبير؛ وبالتالي تحديد هدف رئيسي الذي تعمل على تحقيقه، مع تحديد طريق قابلة للقياس للتقدم به؛

2. الفريق القوي:

بعد أن حددت هدفك الرئيسي قم بتقسيمه إلى أهداف أصغر و توزيعها على عدد من الأفراد، لذا اختر فريق يتمتع بالخبرة و المهارة اللازمة لتحويل الفكرة إلى واقع؛ ويجب أن يكون الفريق متكاملًا و متعاونًا و يمتلك مهارات متنوعة مثل: التسويق، المبيعات، العمليات المالية، التكنولوجيا وما يتطلبه الأمر؛

3. إستراتيجية وخطة العمل:

¹ كافي مصطفى يوسف، مسرعات الأعمال في إدارة المشاريع الريادية الصغيرة الناشئة، دار عاقل للنشر و الدراسات و الترجمة، الطبعة الأولى، 2022، ص195.

² <https://eccceg.com/%D8%B9%D9%88%D8%A7%D9%85%D9%84-%D9%86%D8%AC%D8%A7%D8%AD-%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%B1%D9%83%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%A7%D8%B4%D8%A6%D8%A9/>, consulté le 05/05/2025, à 19 :00.

الفصل الأول: مدخل إلى المؤسسات الناشئة

يجب أن يكون لدى الشركة الناشئة إستراتيجية و خطة عمل واضحة تحدد أهدافها و استراتيجياتها لتحقيق النجاح ، ويجب أن تتضمن خطة العمل تحليلا للسوق، المنافسة، التوقعات المالية، الخطة التسويقية، خطة للعمليات و المخاطر؛

4. خطة التمويل:

لتبدأ في شراء احتياجاتك من مواد خام، تجهيزات و أكثر، تحتاج إلى مصدر تمويل ومبلغ مالي لبدء الأعمال و تغطية النفقات التشغيلية؛ يمكن الحصول على التمويل من خلال عرض فكرتك على المستثمرين أو القروض من البنوك و المؤسسات المالية؛

5. التسويق و المبيعات:

بجانب الإستراتيجية العامة، يجب أن يكون لدى أي شركة ناشئة إستراتيجية تسويقية فعالة لجذب العملاء و الترويج لمنتجاتها أو خدماتها؛ و بالتالي يجب أن يكون لدى الشركة أيضا فريق مبيعات كفؤ، قادر على إقناع العملاء بشراء المنتج أو الخدمة؛

6. المرونة و التكيف:

بعد وضع الخطة و الإستراتيجية قد تتوقع النتائج مطابقة لهما، لكن لن يحدث ذلك إبل – وبنسبة كبيرة- لن تستطيع أن تستمر على نفس المنوال دون أن تكون على قدر من المرونة و قابلية للتكيف مع المتغيرات المختلفة في السوق، لذا استعد لتغيير خططك و استراتيجياتك حسب الحاجة؛

7. المثابرة و الاستمرارية:

بعد إتباعك كل المراحل السابقة، يجب أن يكون لديك شغف كبير و رغبة قوية في النجاح و على رأسهم الاستمرارية، المثابرة و الصبر للتعامل مع التحديات و الصعوبات التي ستواجهك، لذا فلا تتوقف عند أول خطأ تواجهه؛

كما يعتبر توقيت إطلاق الشركة عاملا مهما في نجاحها أو فشلها.

المطلب الثالث: المعوقات التي تواجه المؤسسات الناشئة وكيفية معالجتها- عرض تجارب ناجحة-

بالرغم من الأهمية البالغة للمشروعات الناشئة إلا أن تطورها ونموها تعترضه مجموعة من المشاكل و المعوقات و التي حالت دون أن تصل إلى مستويات أعلى لولا مواجهتها بجملة من الاستراتيجيات و السياسات المصممة خصيصا لمعالجة هذه العقبات، وساهمت في بروز أمثلة عن مشاريع ناشئة ناجحة عالميا.

الفصل الأول: مدخل إلى المؤسسات الناشئة

أولاً: المعوقات التي تواجه المؤسسات الناشئة

بالرغم من أن قائمة القيود و معوقات المؤسسات الناشئة طويلة و يصعب حصرها كلها أو تبويبها بطريقة واحدة، فيمكن لأغراض التحليل و بناءاً على الأدبيات ذات العلاقة تبويب هذه المعوقات في ثلاثة أقسام كالتالي:

1. المعوقات المؤسسية و التنظيمية:

تتعلق هذه المعوقات ب"اللوائح و التشريعات و القوانين و البنية التحتية التي تؤثر على بيئة و تكلفة الأعمال" حيث تتمثل المعوقات التشريعية و التنظيمية في:¹

✓ التعقيد في إجراءات إنشاء المؤسسات الناشئة و صعوبة الحصول على التراخيص الرسمية لها، حيث تعاني المؤسسات الناشئة من تعدد الجهات التفتيشية و الرقابية (الاقتصادية، الصحية، الضمان الاجتماعي، الدوائر الضريبية و الجمركية، دوائر المواصفات و المقاييس و غير ذلك)؛

✓ غياب التنسيق بين هذه الجهات و الجهات النازمة للمؤسسات الناشئة في حال وجدت؛

✓ تأثر المؤسسات الناشئة في القطاع الرسمي بشكل أكبر من غيرها بالمعوقات المؤسسية، نظراً إلى أن تلك المؤسسات لا تمتلك الإمكانات التي تمتلكها المؤسسات الكبيرة لتجاوز تلك العقبات أو التعامل معها، بينما لا تلتزم المؤسسات العاملة في القطاع غير الرسمي بالقوانين و القواعد الرسمية السائدة؛

2. المعوقات المرتبطة بقدرات المؤسسة:

يتمثل ضعف القدرات الداخلية للمؤسسات الناشئة بشكل رئيسي في ما يلي:²

- ✓ الخيارات المحدودة لأصحاب المشاريع؛
- ✓ عدم توفر المهارات اللازمة في أسواق العمل المحلية؛
- ✓ استهداف الأسواق المحلية المشبعة و ضعف إمكانات التصدير و التعامل مع الأسواق الخارجية؛
- ✓ قلة الإلمام بطبيعة الأسواق الداخلية و الخارجية؛

¹ هاني محمد و آخرون، المؤسسات الناشئة و دورها في الانعاش الاقتصادي في الجزائر، مخبر المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في التطوير المحلي-حالة منطقة البويرة-، جامعة أكلي محند أولحاج، ص 54، 53.

² مرجع نفسه، ص 54.

الفصل الأول: مدخل إلى المؤسسات الناشئة

- ✓ انحصار نطاق نشاطها في مجموعة صغيرة من الموردين و العملاء؛
- ✓ ضعف القدرة على الترويج للابتكارات الجديدة؛
- ✓ ضعف قدرتها على التعامل مع محيطها الخارجي خاصة فيما يتعلق بتكوين التحالفات و الشراكات مع المؤسسات الكبرى؛
- ✓ ضعف في تطبيق التشريعات و اللوائح التنظيمية في مجالات تسجيل الأصول و استصدار التراخيص الضريبية و قوانين العمل؛
- ✓ فضلا عن الصعوبات التي تجدها تلك المؤسسات في تلبية شروط القروض، خاصة من حيث الضمانات و الالتزام بشفافية المعلومات و مسك حسابات مالية منتظمة ومدققة.

3. المعوقات التمويلية:

يعتبر التمويل من أبرز التحديات التي تواجه المؤسسات الناشئة في الدول النامية، إذ يشكل الحصول على التمويل بمختلف أشكاله أهم تحدي لهذه المؤسسات سواء كان تمويل للبدء في المشروع أو تمويل لتوسيع الأعمال أو تمويل تسريع لزيادة النمو، وهذا راجع لعدم توافر الضمانات الكافية لمنح التمويل للمؤسسة الناشئة التي تتصف غالبا بانخفاض حجم أصولها الرأسمالية، كما أن المؤسسة الناشئة تفتقد إلى العديد من العوامل التي من شأنها اكتساب ثقة مؤسسات التمويل، فالثقة تعتبر من أهم العوامل التي تحكم مؤسسات التمويل مع عملائها، ويمثل عنصر الثقة بين مؤسسة التمويل و العميل محصلة لعدة مؤشرات أهمها الجدارة الائتمانية للعميل و بالتالي فإن العلاقة بين هذه المؤسسات و المؤسسة يشوبها الحذر الشديد، وهو ما يحول دون حصولها على التمويل الكافي هذا من جهة و من جهة أخرى يعد نقص خبرة المؤسسات الناشئة في أسس المعاملات البنكية و التي تعتبر أحد سمات المؤسسات الكبيرة، وزيادة على ذلك عدم قدرتها على الاستعانة بالخبرات المتخصصة في هذا المجال، وهذا نتيجة لافتقارها للسجلات المحاسبية.¹

ثانيا: معالجة معوقات نجاح المؤسسات الناشئة

من خلال الدروس المستفادة من التجارب الدولية لمعالجة معوقات نجاح المؤسسات الناشئة سيتم توضيح كيفية معالجة المعوقات الغير مرتبطة بالتمويل، ومن ثم التطرق إلى كيفية معالجة معوقات النفاذ إلى التمويل:

1. معالجة المعوقات غير التمويلية:

¹ خوجة أحمد يوسف، المؤسسات الناشئة كتوجه حديث للتنمية الاقتصادية في الدول النامية، مجلة الدراسات التنموية و ريادة الأعمال، المجلد 01، العدد 01، 2023، ص 60.

الفصل الأول: مدخل إلى المؤسسات الناشئة

وذلك من خلال:

- ✓ تحسين بيئة الأعمال: تفيد مسوحات المؤسسات في مختلف أنحاء العالم أن أكبر خمسة عوائق غير تمويلية، تشكو منها المؤسسات في مجال بيئة الأعمال هي عدم توفر خدمات الكهرباء، تعقيدات الإجراءات التنظيمية، ارتفاع معدلات الضريبة، الممارسات غير العادلة من جانب القطاع غير المنظم والفساد، وهذه بعض الإجراءات المقترحة للتغلب على تلك المعوقات من واقع التجارب الدولية:¹
- تبسيط إجراءات الدخول و الخروج من الأسواق و الضمانات و قوانين العمل؛
- تحسين البنية التحتية؛
- تخفيف الأعباء الضريبية و تحديدّها وفق خاصيات و طبيعة المؤسسات؛
- تحسين النفاذ إلى الأسواق؛
- تشجيع المساهمة في المناقصات العمومية الحكومية؛
- إدماج المؤسسات في القطاع الرسمي؛
- تقييم برامج تطوير المؤسسات الصغيرة و المتوسطة لتحسين أدائها؛
- ✓ تطوير قدرات المؤسسات الذاتية:

و ذلك ب"تطوير برامج لإنشاء و دعم المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الناشئة" من خلال:²

- تخصيص برامج لمساعدة رواد الأعمال على إطلاق مشاريعهم الخاصة، وتزويدهم بالمعلومات عن الأسواق و طرق الإدارة و التنظيم، وتقديم الدعم اللوجستي و المؤسسي لهم من خلال التدريب المناسب؛
- توفير دليل إرشادي لصغار المستثمرين و مساعدتهم على ترجمة أفكارهم إلى مشاريع قابلة للتنفيذ و الاستمرار؛
- مساعدة المؤسسات في عدم التعثر خلال السنوات الأولى من المشروع، تعتبر من الإجراءات الضرورية لتفعيل دور المؤسسات الناشئة في النمو و التشغيل خاصة في الدول النامية؛

¹ هاني محمد و آخرون، مرجع سبق ذكره، ص55.

² المرجع نفسه، ص56.

الفصل الأول: مدخل إلى المؤسسات الناشئة

– تنظيم دورات تدريبية حول مواضيع هامة بالنسبة للمؤسسة (مثل التسويق، إعداد البيانات المالية، إدارة التدفقات النقدية، كيفية إعداد وثائق المناقصات،...).

✓ اعتماد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات:

تتسارع الابتكارات التقنية بشكل غير مسبوق، ففي كل يوم هناك شيء جديد و بالذات في الذكاء الاصطناعي و التعلم الآلي بتجلياتهما المختلفة، وتفتح كل فرصة إلى الأمام فرصا جديدة بينما تهدد نماذج الأعمال القديمة، ويتعين على الشركات الناشئة التي تتطلع إلى المستقبل التكيف مع التقدم التكنولوجي من حيث:¹

- مواكبة التغيرات التكنولوجية السريعة: يجب على الشركات الناشئة مواكبة المشهد التكنولوجي المتطور باستمرار لتظل قادرة على المنافسة؛
- تكامل الذكاء الاصطناعي: يمكن أن يشكل دمج الذكاء الاصطناعي في العمليات التجارية و صنع القرار تحديا للشركات الناشئة و لكنه أمر ينبغي التغلب عليه لتبقى هذه الشركات في السوق؛
- تهديدات الأمن السيبراني: تعد حماية البيانات الحساسة و ضمان تطبيق تدابير الأمن السيبراني أمرا بالغ الأهمية بالنسبة للشركات الناشئة، وهو تحد آخر يجب التكيف معه.

✓ تثمين و تشجيع القدرات الابتكارية لدى المؤسسات الناشئة:

من بين المنظمات التي عكفت على هذا الموضوع هي منظمة التعاون الاقتصادي و التنمية التي قامت باقتراح عدد من السياسات الكفيلة بتشجيع الابتكار لدى المؤسسات الناشئة بناء على تجارب أربعين دولة في ذلك الخصوص، وصنفت أهم السياسات المقترحة في أربعة مجالات تتمثل في:²

- نشر ثقافة الأعمال و توفير الأعمال و توفير الظروف الملائمة؛
- تحسين النفاذ إلى معلومات والمعرفة؛
- تعزيز قدرات و كفاءات رواد الأعمال؛
- تحسين بيئة تطوير الأعمال و الابتكارات الاجتماعية.

¹ <https://www.aljazeera.net/ebusiness/2024/3/15/%D8%A3%D9%83%D8%A8%D8%B1-5-%D8%AA%D8%AD%D8%AF%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D8%AA%D9%88%D8%A7%D8%AC%D9%87-%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%B1%D9%83%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%A7%D8%B4%D8%A6%D8%A9-%D9%81%D9%8A>, consulté le :27/04/2025, à 17:30.

² هاني محمد و آخرون، مرجع سبق ذكره، ص56.

الفصل الأول: مدخل إلى المؤسسات الناشئة

2. تحسين النفاذ إلى التمويل:

تقول "نور المصري"، وهي رائدة أعمال وصاحبة شركة للتوظيف في الأردن "إن أهم تحد يواجه الشركات الناشئة هو صعوبة وجود التمويل الكافي أو العثور على المستثمرين المناسبين الراغبين في دعم هذه المشاريع"، وتضيف "بما أن العديد من رواد الأعمال هم من الشباب، فإن ذلك حد ذاته يشكل تحديا كبيرا لكسب ثقة المستثمرين، بسبب قلة الخبرة لدى هؤلاء، كما أن نجاح أي فكرة يتطلب وجود فريق مناسب من المهنيين الموهوبين القادرين من جهة على تطوير المنتج أو الخدمة، ومن جهة أخرى لديهم القابلية للتعلم و التطور مواكبة للنمو التكنولوجي و العلمي السريع الذي نعيشه"؛

ويمكن للشركات الناشئة أن تتغلب على هذه العقبة من خلال ما قدمه الخبير الاقتصادي "مارشال هارجريف" من نصائح لرواد الأعمال الشباب، من أهمها بناء مرونة مالية من حيث:¹

- تنويع مصادر الدخل، بحيث لا يكون كل بيضك في سلة واحدة؛
 - وضع خطط طوارئ للسيناريوهات الاقتصادية المختلفة؛
 - تأمين التكاليف الثابتة ما أمكن ذلك؛
 - الحفاظ على احتياطات نقدية لاستخدامها وقت الحاجة.
- ### 3. المساندة الحكومية لتمويل المشاريع الناشئة:

من منطلق إدراك أهمية قطاع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و خاصة الناشئة منها، قامت الحكومات باتخاذ تدابير متنوعة لمساعدة حصول هذه المؤسسات على التمويل اللازم، وتتراوح هذه التدابير بين:²

- ✓ إصلاح الحواجز القانونية/التنظيمية القائمة؛
- ✓ وضع إجراءات لتنمية و تطوير سوق تمويل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و الناشئة بصورة شاملة؛
- ✓ التدخل في السوق بصورة مباشرة لإعطاء دفعة أو قوة تحفيزية لإقراض المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و الناشئة؛

¹ <https://www.aljazeera.net/ebusiness/2024/3/15/%D8%A3%D9%83%D8%A8%D8%B1-5-%D8%AA%D8%AD%D8%AF%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D8%AA%D9%88%D8%A7%D8%AC%D9%87-%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%B1%D9%83%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%A7%D8%B4%D8%A6%D8%A9-%D9%81%D9%8A>, consulté le :27/04/2025, à 17 :30.

² هاني محمد و آخرون، مرجع سبق ذكره، ص57.

الفصل الأول: مدخل إلى المؤسسات الناشئة

ثالثاً: نماذج ناجحة عن المؤسسات العالمية الناشئة

شهدت العديد من المؤسسات الناشئة نمواً وتوسعا كبيرا، وهذا دليل على النجاح الباهر الذي حققته حيث أن العديد من هذه المشاريع تجاوز النطاق المحلي وأصبح معروفاً على المستوى العالمي، ولعل أهم المؤسسات الناشئة التي يجب تقديمها في هذا الصدد هي مايلي:

1. شركة فيسبوك

البعض يطلق على Facebook "الأب الروحي للشركات الناشئة"، نظراً لأنه بدأ بداية صغيرة عام 2003 من غرفة طالب اسمه "مارك زوكربيرج"، كان هدفه هو:¹

تسهيل التواصل بين زملائه في جامعة "هارفارد الأمريكية"، وفي عام 2012 تجاوز عدد مستخدمي "فيسبوك" عتبة المليار مستخدم، والذي أصبح أكبر شبكة تواصل اجتماعية في العالم، و اليوم "فيسبوك" لديه 2.45 مليار مستخدم شهري؛

لا يوجد أي حظ في رحلة تحول "فيسبوك" من موقع محلي بسيط إلى منصة عملاقة للتواصل و دخولها قائمة أفضل الشركات الناشئة بل على العكس تماماً، فما بين الدعاوي القضائية و فضائح تسريب معلومات المستخدمين يمكن أن نقول أن الحظ السيئ هو الملازم دائماً لهذه المنصة؛ لكن السبب الحقيقي في هذا النجاح و النمو هو التطوير المستمر الذي يمر به في الشكل و الأداء و الخصوصية، ببساطة إن كنت مستخدماً دائماً لفيسبوك في الخمس سنوات الماضية سوف تتذكر جيداً كيف كان وكيف أصبح، هذا هو سر نجاحه؛

فيسبوك و تحدي خصوصية المستخدمين على الرغم من أنه من المستحيل تحديد الطرق التي تساعد بها فيسبوك الأشخاص على التواصل، إلا أنه الآن لا يعد وسيلة بريئة للتواصل أو على الأقل وسيلة آمنة، وأظن أننا تعلمنا أمراً أو اثنين حول خصوصية البيانات و كيف يتعامل فيسبوك مع بيانات مستخدميه و أمنها؛

هذا الجانب من فيسبوك كان موجوداً منذ فترة ليست بالقصيرة، والعديد من خبراء تكنولوجيا المعلومات أبدوا تخوفهم منه من قبل لكنه بدأ في التجلي بشكل أكبر عندما فتح أكثر من تحقيق في فضيحة تسريب بيانات المستخدمين الشخصية، و التي كان المسؤول عنها شركة Cambridge Analytica (وهي شركة استشارات بريطانية)، في هذه الفضيحة تم الوصول إلى معلومات خاصة بـ 87 مليون مستخدم من مستخدمي

¹ لعمامرة صارة، تبيينات وفاء، المؤسسات الناشئة: نماذج عالمية ناجحة وواقع المؤسسات الناشئة في الجزائر-تحديات و عراقيل-، مجلة الاقتصاد و التجارة الدولية، المجلد 03، العدد 01، 2021، ص ص 86:85.

الفصل الأول: مدخل إلى المؤسسات الناشئة

الفيسبوك بدون علمهم، و اكتشفت شركة متخصصة في الأمن المعلوماتي أن بيانات 540 مليون مستخدم لم تكن محمية من قبل فيسبوك، هذا بخلاف اعتراف إدارة فيسبوك أن المخترقين قد قاموا بسرقة البيانات الشخصية الخاصة بـ 30 مليون مستخدم؛

هذه الحادثة أثرت على فيسبوك كثيرا و أفقدته ثقة العديد من مستخدميها حول العالم، لكنه لم ينهار بشكل كامل بل تعافى (نعم بشكل جزئي لكنه يظل أمرا جيدا)، بعد هذه الحادثة كل من مارك زوكربيرج و إدارة فيسبوك قدموا وعودا للمستخدمين بعدم تكرار هذا الحدث مجددا، وهذا أمر سوف نتأكد من صحته بمرور الأيام، والدرس المستفاد هنا: التربع على عرش النجاح لا يعني عدم وجود تحديات فاحترام المستخدم و الحرص على إرضائه و عدم إغضابه هو سر الاستمرار.

2. مؤسسة Ramp

هي مؤسسة أمريكية ناشئة في مجال إدارة الأموال تأسست عام 2019، لها منصة أتمتة مالية لمساعدة المؤسسات على إنفاق أموال أقل، جمعت المؤسسة تمويل قدره 1.4 مليار دولار أمريكي بحلول جانفي 2023، تهدف هذه المؤسسة إلى:¹

- ✓ مساعدة عملائها على التفاوض بشأن أفضل سعر للحصول على أي شيء
- ✓ شراؤه ببطاقة من السفر إلى البرمجيات؛
- ✓ توفير قديم استرداد نقدي بنسبة 1.5٪ على كل شيء؛
- ✓ مساعدة عملائها على تحديد طرق إنفاق أقل مثل: تحديد و إلغاء الاشتراكات المزدوجة، تحديد حالات التكرار في التراخيص، إعلام العملاء عند توفر أسعار أفضل؛
- ✓ تقدم للعملاء مساعدات واستشارات في كيفية إدارة النفقات بصورة فعالة؛
- ✓ يوجد حاليا أكثر من 300 ألف مستخدم للمنصة في 175 دولة مع دعم لأكثر من 80 عملة، بينما تعالج المؤسسة مدفوعات سنوية تزيد قيمتها عن 10 مليار دولار أمريكي.

3. مؤسسة فيتشر للطرود الذكية

هي مؤسسة ناشئة توفر خدمة شحن الطرود و الطلبات، تم تأسيسها سنة 2012 على يد إدريس الرفاعي، عمر يغمورو جوي عجلوني ، صمم لها تطبيق يحمل على الهواتف

¹ ربيع خداج، شوقي قبطان، مرجع سبق ذكره، ص 123.

الفصل الأول: مدخل إلى المؤسسات الناشئة

الذكية يهيئ كل الوسائل اللازمة لإرسال و تسليم الطرود و كذلك تحديد العناوين بدقة على الخرائط، هذا وحقت المؤسسة عدة نجاحات من أهمها ما يلي:¹

- ✓ حصلت المؤسسة على أول تمويل لها بقيمة 5.1 مليون دولار سنة 2013؛
- ✓ الحصول على استثمار قيمته 11 مليون دولار من وادي السيليكون من عدة مستثمرين سنة 2015؛
- ✓ أطلقت المؤسسة سنة 2016 خدمة sellr التي تتيح للمستخدمين بيع منتجاتهم بكل يسر عبر الانترنت؛
- ✓ سنة 2017 أصبح عدد المستثمرين 13 مستثمر ب 52 مليون دولار حسب فوريس كما احتلت المرتبة الأولى حسب تصنيف فوريس لأفضل 100 شركة عربية ناشئة.

4. مؤسسة Positive Carbon

- تأسست شركة Positive Carbon في عام 2022، مقرها دبلن، توفر للمطابخ التجارية:²
- ✓ تكنولوجيا مصممة لمراقبة هدر الطعام عن كثب و الحد منه،
 - ✓ تقوم الشركة بدمج أجهزة الاستشعار العلوية في المطابخ لتحليل و توثيق النفايات؛
- حتى الآن حصلت شركة Positive Carbon على تمويل إجمالي قدره 3 ملايين يورو للمساعدة في تقليل البصمة الكربونية للمطابخ التجارية.

¹ لعمامرة صارة، تبيانات وفاء، مرجع سبق ذكره، ص 84.

² عقون عادل، بريش عنتر، بعلي حمزة، مرجع سبق ذكره، ص 54.

خلاصة الفصل:

لاقت المؤسسات الناشئة حيزا من الاهتمام طيلة هذه السنوات الأخيرة، وزاد التشجيع نحو تبني هذا النوع من المؤسسات، نظرا لخصائصها المميزة، وأهميتها البالغة في جميع نواحي الحياة (على المستوى الثقافي، الاجتماعي و خاصة الاقتصادي).

وحتى تؤدي هذه المؤسسة دورها كما ينبغي، يجب عليها البحث عن مصادر تمويلية تتماشى مع احتياجاتها التمويلية الخاصة. ولكي تضمن المؤسسات الناشئة استمرارها في السوق، يجب عليها استغلال كافة عوامل النجاح لتحقيق أهدافها و مواجهة العوائق التي يمكن أن تعوقها عن أداء مهامها كما ينبغي.

الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة الداخلية والمؤسسات الناشئة السياحية

الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة الداخلية والمؤسسات الناشئة السياحية

تمهيد:

أصبح القطاع السياحي محور اهتمام أغلب بلدان العالم، وذلك رغبة منهم في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية "خاصة السياحة الداخلية منها"، حيث تسعى هذه البلدان جاهدة للنهوض بهذا القطاع الفعال من خلال فتح المجال لكل من القطاع الخاص و رواد الأعمال من الشباب الطموح و المبتكر بتقديم تسهيلات عدة من أجل إطلاق العديد من المؤسسات الناشئة التي تصب جميعها في النهوض بالقطاع.

الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة الداخلية والمؤسسات الناشئة السياحية

المبحث الأول: مدخل للسياحة

تعتبر السياحة أحد أهم الأنشطة الاقتصادية التي تتمتع بأهمية بالغة باعتبارها واحدة من أهم مصادر الدخل للعديد من البلدان، كما تعد أيضا وسيلة حضارية لتبادل و نقل الحضارات الثقافات بين مختلف شعوب العالم.

المطلب الأول: ماهية السياحة

عرف الإنسان ظاهرة السياحة منذ الأزل، غير أنها لم تكن بالمفهوم الموجود عليه الآن، فقد كانت بسيطة بسطة وسائلها و أهدافها، و عليه لابد من تطورها و تنوعها بتطور مقومات الحياة.

أولاً: تعريف السياحة

هناك آراء عديدة تدور حول تعريف السياحة و منها:

- جاء في اللغة العربية (كما وردت في لسان العرب) أن لفظ السياحة هي الجري على وجه الأرض، فيقال ساح الماء سحيا، وساح من الأرض سحيا، وسيوخا، وسياحة أي ذهب في الأرض للعبادة، و والسياحة لغة تعني الصائم الملازم للمساجد، وتعرف بأنها التنقل من بلد إلى آخر طلبا للتنزه و الاستطلاع و الكشف.¹
- من التعاريف الهامة للنشاط السياحي التعريف الذي قدمه الأستاذان السويسريان "هانز كار" و "كراف" إلى الجمعية الدولية للخبراء العلميين في السياحة، ويذهب هذا التعريف إلى أن السياحة هي: "مجموعة من الظواهر و العلاقات التي تنشأ نتيجة السفر و إقامة الشخص الأجنبي إقامة مؤقتة، بحيث لا تتحول إلى إقامة دائمة أو ترتبط بعمل مأجور".²

¹ السامرائي مجيد ملوك، الجغرافيا السياحية مرتكزاتها و تطبيقاتها، الطبعة الأولى، اليازوري للنشر و التوزيع، الأردن، 2022، ص 24.

² كافي مصطفى يوسف، وكالات و منظمات السياحة و السفر، الطبعة الأولى، دار و مؤسسة رسلان للطباعة و النشر و التوزيع، جرمانا، 2018، ص 9.

الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة الداخلية والمؤسسات الناشئة السياحية

- وصف تشولارد السياحة من وجهة نظره الاقتصادية قائلا: "مجموع العمليات ذات الطبيعة الاقتصادية و التي ترتبط مباشرة بالدخول والبقاء و التحرك الذي يقوم به الأجانب داخل أو خارج دولة معينة أو مدينة أو إقليم".¹

وعليه فإن السياحة عبارة عن نشاط يقوم به الإنسان من خلال انتقاله من مكان إقامته إلى مكان آخر لعدة أسباب منها الاستكشاف، الترفيه،... وهي مرتبطة وقت معين لا يتجاوز السنة وألا يكون انتقاله مرتبط بعمل مدفوع الأجر أو إقامة دائمة.

ثانيا: خصائص السياحة

تتميز السياحة بالخصائص التالية:²

- السياحة عبارة عن مزيج مركب و معقد يتكون م العديد من الظواهر و العلاقات الاقتصادية منها و الاجتماعية و الثقافية و الحضارية و الإعلامية ...الخ؛
- السياحة نشاط يتولد من حركة الأفراد من مناطق غير موطن إقامتهم الدائمة و هي بذلك تحتوي على عنصر حركي و هو الرحلة، و عنصر ثابت و هو الإقامة المؤقتة؛
- الأنشطة التي يمارسها السائح في أماكن القصد السياحية تختلف عن الأنشطة التي يمارسها في موطن إقامته الأصلي؛
- الإقامة وقتية و الحد الأدنى لها 24 ساعة و الحد الأعلى لها سنة، أما الأنشطة التي تترتب عن إقامة الأفراد لفترة تقل عن 24 ساعة يعد نشاطا ترويجيا و ليس سياحيا؛
- تعتبر السياحة صادرات غير منظورة، فهي تعتبر واحدة من الصناعات القليلة التي يقوم فيها المستهلك بالحصول على المنتج بنفسه من مكان إنتاجه، وعليه فإن الدولة المصدرة للمنتج السياحي "الدولة المضيفة" لا تتحمل نفقات النقل خارج حدودها

¹ بخاري عيلة عبد الحميد، اقتصاديات السياحة، الطبعة الأولى، جامعة الملك عبد العزيز، السعودية، 2012، ص5.
² مصنوعة أسماء، أثر استخدام السياحة الالكترونية في تنمية السياحة الداخلية-دراسة عينة من المؤسسات السياحية بالجزائر-، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الدكتوراه، تخصص التسويق السياحي و الفندق، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 2024، ص22.

الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة الداخلية والمؤسسات الناشئة السياحية

كما هو الحال بالنسبة للمنتجات الأخرى التي تتطلب بالإضافة إلى تكاليف إنتاجها و تكاليف نقلها؛

- إن المنتج السياحي المتمثل في عوامل الجذب السياحي "الموارد الطبيعية، التاريخية، الأثرية،... الخ" لا تباع إلا من خلال السياحة، فهذه الموارد لا تدر عائدا بطبيعتها إلا إذا بيعت في شكل منتج سياحي؛
- العرض السياحي لا يتوقف فقط على مدى توافر الموارد و تنوع المقومات و الخدمات و التجهيزات السياحية، بل و على غيرها من العوامل كأسعار الخدمات السياحية الأساسية و التكميلية؛
- إن الطلب السياحي يتوقف إلى حد كبير على القدرة المالية للسائح، خاصة أن الطلب السياحي في جملته لا يرتبط بإشباع الحاجات الضرورية، بل يرتبط غالبا بإشباع الحاجات الكمالية؛
- عدم إمكانية إنتاج المنتج السياحي مسبقا حيث يتم إنتاج و استخدام و استهلاك المنتج السياحي في الموقع الذي يتواجد فيه السائح؛
- إن للسياحة علاقات خلفية قوية تنشيطية بالزراعة(إنتاج الغذاء) و صناعات البناء و الأثاث(إنشاء الفنادق و المطاعم) فضلا عن الصناعات الصغيرة، كما يزيد الطلب على الخدمات الحكومية، كالشرطة للحراسة و الأمن و المطافئ و حتى عمال النظافة الخ، وهي في جملتها خدمات كثيفة العمالة؛
- إن عوائد السياحة(الدولية) هي العملات الصعبة التي تعد حلا جاهزا يوصف لحل أو علاج مشكلات ميزان المدفوعات في البلدان الفقيرة؛
- إن الطلب على السياحة سيستمر التزايد عليه في المستقبل بسبب الاتجاه نحو الساحة الجماعية و ازدياد الإجازات مدفوعة الأجر، و تراجع تكاليف السفر؛

الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة الداخلية والمؤسسات الناشئة السياحية

- إن احد أهم مزايا السياحة في البلدان الفقيرة بالمقارنة بقطاع التجارة السلعية للخارج تتمثل في قدرتها ملء فجوة التبادل التجاري الخارجي و الذي يسر غالبا في غير صالحها؛
- عدم سيادة المنافسة بالنسبة لبعض المقومات أو الموارد السياحية النادرة و صعوبة قيام بعض الدول بإنتاج بدائل لها؛
- إن السياحة منتج تصديري، يتعرض في بعض الأحوال إلى درجة عدم الاستقرار، لتعلقه ببعض التأثيرات الخارجية كالتغيرات و الاضطرابات السياسية و تغيرات أسعار الصرف ... الخ، و كذا تأثره بمرونة عالية بالنسبة للسعر و الخل و عنصر الموسمية؛
- تمثل السياحة حافزا للإبداع الثقافي و الاجتماعي ومجالا لاستخدام التكنولوجيا المتطورة، فهي تتطلب مستوى اكبر من الكفاءة و التأهيل في ظل وجود المنافسة الدولية.

ثالثا: أهمية السياحة

لقد أصبحت السياحة من أهم صناعات العالم، فهي تلعب دورا كبيرا في الاقتصاد العالمي، فلقد تنامت و ازدهرت حتى أصبحت الآن غذاء الروح و صناعة العصر و المستقبل، خاصة في ظل مفهوم التنمية المستدامة، حيث أصبحت السياحة الصناعة التي لا حدود لتطورها و الأكثر حضارة و الأقل تلويثا للبيئة؛ كما تلعب دورا هاما التنمية المستدامة على اعتبار أنها تبرر عمليات المحافظة على التوازن الثقافي في المواقع السياحية، وتحافظ على عناصر الجذب السياحي من حيث:¹

1. الأهمية البيئية و العمرانية: تساعد على تحقيق استغلال أمثل للموارد الطبيعية

و تدفع للمحافظة عليها و عدم إساءة استخدامها، على اعتبار أنها ثروة وطنية، كذلك تدفع النشاطات السياحية على تنظيم و تخطيط و تحديث استخدامات الأرض بالشكل الذي يحقق أقصى منفعة مع الاهتمام بالبيئة و بالبعد

¹ السيد ريهام يسرى، أسس صناعة السياحة، الطبعة الأولى، دار غيداء للنشر و التوزيع، مصر، 2020، ص-ص 315-318.

الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة الداخلية والمؤسسات الناشئة السياحية

الجمالي للمعطيات، سواء كانت طبيعية أم من صنع الإنسان، و تبرز هذه الأهمية خاصة من خلال:

✓ المحافظة على المعطيات العمرانية: تساعد السياحة في تبرير عمليات الحفاظ على المواقع الطبيعية الهامة، كتطوير العمليات الطبيعية وإنشاء الحدائق الوطنية والإقليمية، البنايات ذات الطابع الجمالي، ذلك لكونها عناصر جاذبة للسياح؛

✓ تحسين نوعية البيئة: توفر السياحة الحوافز لتنظيف البيئة من خلال مراقبة الهواء، الماء، التلوث، الضجيج، معالجة النفايات، كما تساهم في تحسين الصورة الجمالية للبيئة من خلال برامج تنسيق المواقع، التصاميم الإنشائية المناسبة، استخدام اللوحات التوجيهية و صيانة المباني؛

2. الأهمية الاجتماعية و الثقافية:

✓ من خلال السياحة يمكن تعلم ثقافة مختلف المناطق، وبالتالي يزداد التفاهم المشترك و الاحترام و تلاقي القيم و العادات قبولاً من الجانبين و تخلق روح الوحدة بين المجتمعات و تقرب المسافات الثقافية بينهم؛

✓ تمكن السياحة من معرفة ماضي الشعوب و تاريخها و حماية التراث التاريخي و الحضاري للشعوب، مما يزيد من حركة الاتصال و التواصل فيما بينها، مما يؤدي إلى تطوير السياحة المحلية في الكثير من دول العالم؛

✓ توفر السياحة الحوافز و تساعد الحوافز و تساعد على دفع تكاليف المحافظة على المواقع الأثرية و التاريخية، و التي إذا لم يتم الحفاظ عليها ستتعرض للدمار و التدهور؛

✓ المحافظة على الموروثات التاريخية و الثقافية و الأنماط المعمارية المعاصرة المميزة؛

✓ إحياء الفنون و المناسبات التقليدية و الصناعات التقليدية و بعض مظاهر الحياة المحلية؛

الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة الداخلية والمؤسسات الناشئة السياحية

✓ تساعد العائدات السياحية مختلف المتاحف و المرافق الثقافية المختلفة مثل المسارح، كذلك تنظيم المهرجانات و المناسبات الثقافية كونها عناصر جذب للسياحة الداخلية و الخارجية؛

✓ دعم التبادل الثقافي بين المجتمعات (السياح و السكان)؛

3. الأهمية الاقتصادية:

للسياحة العديد من الآثار الاقتصادية الأخرى و التي من ضمنها ما يلي:

✓ **تحقيق الرواج الاقتصادي:** إن المبالغ التي تدخل قطاع السياحة تدور في حركة الاقتصاد الوطني، فالاستثمار في القطاع السياحي يؤدي في كل الأحوال إلى زيادة العمالة التي بدورها تتحصل على رواتبها و التي تمثل قدرة شرائية جديدة، كما أن الأموال التي تدخل للدولة من السياحة تستخدم في غالب الأحيان لتنمية هذا القطاع، وبالتالي تدخل ضمن الدورة الاقتصادية للدولة، إضافة إلى أن الضرائب و الرسوم المفروضة على هذه البضائع و الخدمات المستوردة و كذا المدخول من إعادة بيع المنتج السياحي للمستهلكين و أصحاب الأعمال، تؤدي إلى دورات جديدة من الشراء و الإنفاق داخل الدولة، و بالتالي تؤدي إلى مضاعفة الدخل السياحي؛

✓ **تسويق بعض السلع:** غالبا ما يقدم السياح عند زيارة بلد ما على شراء سلع تذكارية أو سلع تشتهر بها تلك الدولة المستقبلة، و طبيعة هذا الإنفاق على هذه السلع يعد بمثابة تصدير لمنتجات وطنية دون الحاجة إلى شحن أو تسويق خارجي، فكلما زاد عدد السياح القادمين من الخارج كلما زادت الصادرات؛

✓ **تنمية المرافق الأساسية و البنى التحتية:** تحتاج السياحة حتى تؤدي مهمتها على أكمل وجه إلى بنى تحتية متنوعة كالطرق و مشروعات صرف المياه و مياه الشرب ووسائل النقل، بالإضافة إلى مطارات و موانئ مناسبة، إضافة إلى التطوير العمراني للمناطق الرئيسية من أجل الجذب السياحي، وبالتالي

الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة الداخلية والمؤسسات الناشئة السياحية

فإن زيادة الحركة السياحية تتطلب تطوير خدمات النقل و خدمات البنية التحتية الأخرى خصوصا مصادر المياه و شبكة الصرف الصحي و أنظمة التخلص من النفايات و الاتصالات من أجل تلبية حاجات قطاع السياحة؛

✓ زيادة الاستثمار الوطني و الأجنبي: تتضمن السياحة مجالات مختلفة

للاستثمارات مثل بناء الفنادق، المطاعم، الملاهي، مراكز الرياضة، القرى السياحية، شركات السياحة، وكالات السفر، وسائل النقل ، و بالتالي ترتفع الاستثمارات في هذا المجال، كما تؤدي السياحة إلى دعم الأنشطة الاقتصادية الأخرى في قطاعات الزراعة و الصناعة و الخدمات و ذلك من خلال زيادة الطلب على المنتجات الزراعية و الصناعية و الاستثمارات فيها؛

✓ تحسين ميزان المدفوعات: و ذلك من خلال تدفق رؤوس الأموال الأجنبية

للاستثمار في المشاريع السياحية و كذلك من خلال الاستخدامات الجيدة للموارد الطبيعية و ما ستحققه السياحة من موارد نتيجة إيجاد علاقات اقتصادية بينها وبين القطاعات الأخرى في الدولة، متزامنا مع ما تحصل عليه الدولة من منافع اقتصادية حيث من الإيرادات المتحققة من العملات الصعبة الناجمة عن الطلب السياحي للسياحة الخارجية و كذلك الداخلية مما يسهم في زيادة الناتج القومي للدولة بشكل مباشر و غير مباشر و بالتالي المساهمة في عملية البناء الاقتصادي فضلا عما تحققه هذه الصناعة من انتعاش شرائح واسعة من المجتمع؛

✓ توفير فرص عمل و حل مشكلة البطالة: ذلك أن التوسع في صناعة السياحة

و المشروعات المرتبطة بها يساهم في توفير فرص عمل جديدة مما يخفض من البطالة ، و بالتالي يؤدي ذلك ارتفاع مستوى الدخل و الرفاهية للمجتمع و زيادة معدل نمو الإنفاق و التأثير المباشر للسياحة في توفير فرص عمل يكون أولا من القطاع السياحي للقطاعات المرتبطة به.

الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة الداخلية والمؤسسات الناشئة السياحية

المطلب الثاني: التطور التاريخي للسياحة

يمكن اختصار التطور التاريخي للسياحة في ثلاث حقبة زمنية على النحو التالي:¹

أولاً: الحقبة الأولى قبل 1840م

كانت بدايتها من بداية ظهور الإنسان على وجه الأرض حتى 1840م، وكانت وسيلة النقل المتاحة في هذه المرحلة هي الوسيلة البدائية من الانتقال على قدميه أو باستعمال دواب الحمل (الحمار-الحصان- الجمل) للسير على الطرق البرية، أما القوارب و السفن الشراعية الصغيرة فكان يستخدمها في المساحات المائية، وهدفت عملية انتقال البشر في تلك الحقبة إلى:

- انتقال رجال الأعمال و التجار إلى الأسواق الجديدة سواء في داخل دولهم أو إلى الدول المجاورة بغرض التجارة و العمل من أجل بيع منتجاتهم البدائية؛
- انتقال أعداد كبيرة نسبياً إلى المعالم الدينية للأديان المختلفة و ذلك للحج و زيارة الأماكن المقدسة في مكة و المدينة للمسلمين و القدس و ردما للحجاج المسيحيين؛
- أبناء الملوك و الأمراء للدراسة و التعليم في المراكز العلمية العالمية في لندن، باريس، روما؛
- سفر الأغنياء و المليونيرات إلى أماكن الاستشفاء في مياه العيون المعدنية كالعيون المعدنية بألمانيا الغربية؛
- سفر الأغنياء أيضاً للتمتع بالطبيعة الساحرة و الجو المناسب للإنسان طلباً للشمس الساطعة و المناطق الدافئة في الشتاء و الماء و الهواء و الصيف و شواطئ البحر و البحيرات بحثاً عن "S"(Sun-Sea-Send)؛
- الانتقال إرضاء لفضول البشر و خاصة الأغنياء القادرين منهم على تحمل مصاريف السفر و الإقامة في الدول البعيدة لمشاهدة كل جديد و غريب في الدنيا سواء كانت هبات الطبيعة(شلالات و غابات و براكين) أو من صنع الإنسان(الأهرام و الآثار القديمة)، واكتسبت أماكن الزيارة شهرة واسعة في تلك

¹ السيسى ماهر عبد الخالق، مبادئ السياحة، الطبعة الأولى، مجموعة النيل العربية، مصر، 2001، ص-ص 15-17.

الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة الداخلية والمؤسسات الناشئة السياحية

الفترة و احتلت "عجائب الدنيا السبع" (هرم خوفو- حدائق بابل المعلقة- منارة الإسكندرية- تمثال رودس الكبير- تمثال زيوس- معبد أرتميس- مقبرة موزوليس) في ذلك الوقت مكانة عالية كأماكن لزيارة السائحين الأوائل، ولم يتبقى من هذه العجائب السبع حتى تاريخنا الحالي سوى هرم خوفو الكبير الذي مازال يحتفظ بمكانته كأهم المزارات السياحية في العالم وكانت مصر و اليونان أكثر المقاصد السياحية زيارة في ذلك الوقت؛

ثانيا: الحقبة الثانية 1840م-1914م

– زاد فيها انتقال البشر نتيجة لاختراع القطار و السيارة و تطور سعة و سرعة هذه المركبات و تطور وسائل النقل البحري إلى السفن العملاقة، وبدء تنظيم عمليات انتقال البشر؛

– بدأ قيام بعض الأفراد باستثمار و استغلال ظواهر انتقال البشر و التي زادت بتنظيم رحلات جماعية لهم، و كان أول من برز في هذا المضمار (توماس كوك الانجليزي) الذي نظم رحلات جماعية بالقطار داخل إنجلترا و الدول الأوروبية و نظم رحلات بحرية إلى أمريكا، كما نظم أولى الرحلات الطويلة (Grandtour) حيث وصل إلى بلاد الشرق و التي سميت (Eastern land of bible)، وبهذه الرحلات بدأت المفاهيم الجديدة للسياحة الحديثة حيث قام منظم الرحلة بمسؤولية تدبير وسائل السفر البرية و البحرية و الانتقال من دولة لأخرى و تدبير وسائل الإقامة و النقل داخل الدول التي تتم زيارتها؛

ثالثا: الحقبة الثالثة بعد 1914م

كان تحديد هذه الحقبة بسبب اختراع الطائرة، والتي بدأ استعمالها في الأغراض الحربية في الحرب العالمية الأولى التي بدأت سنة 1914م وانتهت 1919م، وتميزت بما يلي:

– دخول الطائرة في مجال النقل المدني و خاصة بعد تطور سرعتها ووسائل الأمان بها أصبح لها الدور الأول في السياحة، وإن كانت وسائل النقل البحري قد حاولت

الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة الداخلية والمؤسسات الناشئة السياحية

الإبقاء على دورها في السياحة...وقد ظهرت سياحة البحر (Cruises) وتتمثل في متعة السفر الطويل بالبحر مع زيارة الموانئ المختلفة؛

– ظهر في الدول المتقدمة علماء ومتخصصون في النشاط السياحي و أخضعوا هذا النشاط للعلم و الدراسة خصصوا له كليات و معاهد التي وصلت نحو 1000 جامعة و كلية على مستوى العالم،بالإضافة إلى مراكز التدريب التي لا حصر لها، و بدأ وضع إطار علمي للسياحة بعد أن أصبحت صناعة و علم، فظواهر الانتقال البدائية أصبحت تمثل أنواع السياحة الحديثة (دينية- علاجية- ثقافية- ترفيهية).

المطلب الثالث: أسس السياحة و أنواعها

للسياحة مجموعة من الأركان و الأسس التي تقوم عليها،كما تتنوع إلى عدة أنواع تعكس الهدف منها.

أولاً: أسس السياحة

تتمثل أسس أو أركان السياحة في ما يلي:¹

1. **النقل:** ترتبط السياحة ارتباطاً وثيقاً بالنقل و يعتبر أحد الأركان الأساسية للنشاط السياحي، فبدون النقل والمواصلات لا وجود للنشاط السياحي؛
2. **الإيواء:** لا يوجد سياحة بالمعنى الحقيقي بدون وجود أماكن الإيواء، فإن أول ما يبحث عنه السائح عند وصوله للدولة محل السياحة هو مكان الإقامة؛
3. **البرنامج:** لا تنجح أي سياحة بدون برنامج معين يتمتع به السائح و يحجز له مسبقاً أو عند وصوله للبلد، وهذه البرامج تشمل زيارة المتاحف والأماكن الأثرية و التاريخية و أماكن الترفيه و الراحة و المناطق العلاجية أو الدينية أو الطبيعية أو الرياضية...بالإضافة إلى الخدمات السياحية الأخرى كالمحلات، الأسواق، المنتزهات، المنتجات،...؛

¹ كواش خالد، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية-حالة الجزائر-، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الدكتوراه، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2004، ص27.

الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة الداخلية والمؤسسات الناشئة السياحية

4. **البنية التحتية للسياحة:** وتتمثل في الخدمات الأولية أو القاعدية الواجب توفرها لقيام أي مشروع سياحي أو منطقة سياحية و منها شبكات المياه و شبكات الصرف الصحي، الكهرباء، الغاز، الطرق و المواصلات، الخدمات الصحية، البنوك،... فانعدام هذه البنية لا تسمح لأي مشروع سياحي القيام بخدماته بصورة كاملة و تعتمد صناعة السياحة بصورة أساسية على البنية التحتية؛

5. **البنية الفوقية للسياحة:** تتمثل في منشآت الإقامة و الإيواء و مشاريع الاستقبال السياحي و مكاتب المعلومات السياحية كالوكالات السياحية و السفر، الشركات السياحية، مكاتب إيجار السيارات، المترجمين، المنظمات السياحية، المسارح، الملاعب، السينما،...

ثانيا: أنواع السياحة

تتفرع السياحة إلى عدة أنواع لعل أبرزها ما يلي: ¹

1. **السياحة الترفيهية:** تحظى السياحة الترفيهية بشعبية واسعة بين المسافرين، وتهدف إلى توفير تجربة شاملة للراحة و الاسترخاء و الاستمتاع بعيدا عن ضغوط الحياة اليومية، كما تتميز بتنوع و ثراء الأنشطة التي تقدمها ومن أبرز مقوماتها(الوجهات الطبيعية الخلابة، المرافق الترفيهية المتطورة، التجارب الثقافية و الاجتماعية، الرياضات و الهوايات)، وتعد جزر المالديف، جزر الكاريبي، مدينة دبي من أبرز الوجهات السياحية لهذا النوع؛

2. **السياحة الثقافية:** هي إحدى أنواع السياحة المختلفة التي تتضمن السفر لتجربة ثقافية و تراث وجه ما، وإنها طريقة لاستكشاف عادات و تقاليد و تاريخ مكان ما، وتشمل(الزيارات التاريخية، الاستكشاف الطهوي، جولات فنية و أدبية)، وتعد روما، مصر، أتيينا اليونان أشهر الوجهات السياحية في هذا النوع؛

¹ <https://alemnishokran.com/%D8%A7%D9%86%D9%88%D8%A7%D8%B9->

[/D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%8A%D8%A7%D8%AD%D8%A9](https://alemnishokran.com/%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%8A%D8%A7%D8%AD%D8%A9), consulté le :01/06/2025, à 16 :30.

الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة الداخلية والمؤسسات الناشئة السياحية

3. **السياحة البيئية:** هي نوع من السياحة تركز على السفر إلى المناطق الطبيعية مع الحفاظ على البيئة و تحسين رفاهية السكان المحليين، تنطوي على أنشطة مصممة لتقليل التأثير السلبي على البيئة و تعزيز جهود الحفاظ عليها، وتشمل (محميات الحياة البرية، مشاريع الحفاظ على البيئة)، تضم كل من الإكوادور، نيوزيلاند، كينيا كأشهر الوجهات السياحية فيها؛

4. **السياحة العلاجية:** هي صناعة متنامية تتضمن السفر إلى دولة أخرى لتلقي العلاج الطبي أو تحسين الصحة، وينقسم هذا النوع من السياحة إلى فئتين رئيسيتين (المنتجات الصحية، العلاجات الطبية في الخارج)، ويشمل هذا النوع (المنتجات الصحية و العلاجية، العلاجات الطبية في الخارج)، وتعد تركيا، تايلاند، التشيك أشهر الوجهات السياحية فيها؛

5. **السياحة الدينية:** هي نوع من السياحة التي تتضمن السفر لأغراض دينية أو لرؤية أشياء ذات أهمية دينية، وتعرف أيضا بالسياحة الإيمانية وتتضمن مجموعة واسعة من الأنشطة بما فيها (الحج و العمرة، الخلوات الروحية)، تعد مكة المكرمة، المدينة المنورة، القدس، الفاتيكان أشهر الوجهات؛

6. **السياحة التعليمية:** هي نوع من أنواع السياحة التي تتضمن السفر إلى وجهة ما بهدف تعلم شيء جديد، إنها طريقة ممتازة للأفراد لاكتساب المعرفة و المهارات أثناء تجربة ثقافات و بيئات جديدة، وتشمل (برامج التبادل الطلابي، رحلات بحثية)، وتعد جامعات تركيا و ماليزيا، كندا، ألمانيا أشهر الوجهات السياحية فيها.

المبحث الثاني: السياحة الداخلية

أدركت العديد من دول العالم أهمية السياحة الداخلية، فاعتمدت عليها بشكل رئيسي لدعم دخلها القومي و تحسين ميزان المدفوعات، ولم تعد السياحة مجرد نشاط ترفيهي، بل أصبحت صناعة وطنية تستثمر لخدمة الاقتصاد و المجتمع.

المطلب الأول: تعريف السياحة الداخلية و أبرز شروطها

توجد العديد من التعاريف الموضحة للسياحة الداخلية، و العديد من الشروط التي تحكمها.

الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة الداخلية والمؤسسات الناشئة السياحية

أولاً: تعريف السياحة الداخلية

– هي نشاط سياحي داخلي (داخل نفس الدولة)، أي من طرف سكان بلد معين و المسافرين من مكان إقامتهم لغرض السياحة لمسافة ثمانين كيلومترا على الأقل من منزلهم أو مكان إقامتهم داخل حدود البلد نفسه، وفي مدة لا تقل عن 24 ساعة، ولا تتجاوز حدود السنة مع العودة إلى مقر الإقامة الأصلي.¹

– يعرفها الدكتور أحمد الجلال على أنها: "مجموعة العلاقات و الخدمات الناجمة عن إقامة الشخص المؤقتة في بيئة جديدة و متميزة ايكولوجيا، بعيدا عن مقر إقامته المعتاد بغرض إشباع حاجاته أو تحقيقا لمصلحة ما طالما كانت هذه الإقامة لا تحقق له ربحا ماديا".²

– تعرف السياحة الداخلية بأنها النشاط السياحي الذي يتم من مواطني الدولة لمدنها المختلفة التي يوجد بها جذب سياحي أو معالم سياحية تستحق الزيارة، أي أن السياحة الداخلية هي صناعة تكون داخل حدود الدولة و لا تخرج عن نطاقها.³

من خلال ما سبق فإن السياحة الداخلية تعني انتقال مواطني الدولة من مناطق إقامتهم إلى مناطق أخرى داخل حدود تلك الدولة دون أن تحقق له تلك الزيارة ربح ماديا، بل إشباع معنوي نتيجة لزيارة مناطق تتميز بعناصر الجذب السياحي.

ثانياً: شروط السياحة الداخلية

هناك ثلاث شروط أساسية يجب توفرها في السياحة الداخلية و نوجزها فيما يلي:⁴

– شرط المكان: أن يبعد مسافة لا تقل عن 40 كلم من مكان إقامة السائح الداخلي؛

¹ مخزومي لطفي، مخزومي فيروز، عبد اللوي عقيبة، السياحة الداخلية في الجزائر: واقعها و سبل تطويرها، مجلة الدراسات المالية و المحاسبية، المجلد 01، العدد 01، 2022، ص 58.

² زروقي هشام، مقومات و مؤشرات السياحة الداخلية في الجزائر، المجلة الأوروبية لآقتصاديات السياحة و الفنادق، المجلد 04، العدد 04، 2022، ص 30.

³ بن تركية ناجة، السياحة الرياضية رافد لتنشيط السياحة الداخلية في الجزائر، مجلة العلوم الإدارية و المالية، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، الجزائر، المجلد 01، العدد 01، 2017، ص 282.

⁴ المرجع نفسه، ص ص 282، 283.

الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة الداخلية والمؤسسات الناشئة السياحية

- الإقامة: أن لا تقل مدة الإقامة عن ليلة واحدة، فإذا لم يتحقق ذلك انتفت صفة السياحة في هذه الحالة و تؤول إلى زيارة؛
- الغرض: أن يكون الغرض هو الترفيه أو الرياضة أو الاستجمام أو لأسباب دينية أو العلاج أو حضور ندوة أو مؤتمر، أما إذا كان الغرض هو العمل لكسب الرزق، فإنه في هذه الحالة تنتفي صفة السياحة الداخلية.

المطلب الثاني: أهمية و أهداف السياحة الداخلية

تتميز السياحة الداخلية بأهمية بالغة وأهداف خاصة تقدم إضافات هامة للبلد على جميع الأصعدة.

أولا أهمية السياحة الداخلية

تتلخص المزايا التي تتحقق عن السياحة الداخلية فيما يلي:¹

- ✓ زيادة الاستثمارات السياحية في مجال الفنادق و المطاعم و الرحلات العامة؛
- ✓ الانتعاش الاقتصادي للمناطق السياحية نتيجة لزيادة الإنفاق السياحي بها؛
- ✓ تخفيف حدة مشكلة البطالة في المناطق السياحية و خلق فرص عمل للعاطلين مما ينعكس ذلك على ارتفاع مستوى المعيشة في هذه المناطق؛
- ✓ ارتفاع مستوى المناطق السياحية بصفة عامة نتيجة الاهتمام بتطويرها و تجديدها لمواجهة الحركة المتزايدة للسياحة الداخلية؛
- ✓ رفع الوعي الثقافي و الفكري و السياحي لدى المواطنين أنفسهم؛
- ✓ تحقيق الارتباط الشديد بين السياحة الداخلية و الساحة الدولية من حيث أن الاهتمام بالمناطق السياحية و تشجيع السياحة الداخلية ينعكس على زيادة الحركة السياحية الدولية؛
- ✓ الترويج عن المواطنين و إزالة مظاهر التعب و الإرهاق عن نفوسهم مما يجعلهم أكثر حيوية و نشاطا و قدرة على العمل و الإنتاج؛

¹ السيسي ماهر عبد الخالق، مرجع سبق ذكره، ص45.

الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة الداخلية والمؤسسات الناشئة السياحية

- ✓ تنشيط الصناعات المختلفة ذات الارتباط المباشر و غير المباشر بالسياحة، مثل: النقل، البناء، الصناعات الغذائية و البيئية؛
- ✓ تنمية المناطق السياحية و انتعاشها الاقتصادي نتيجة إنفاق الزوار بها.

ثانياً: أهداف السياحة الداخلية

- تتعدد أهداف السياحة الداخلية و نذكر منها:¹
- ✓ زيادة الإنفاق السياحي المحلي (الإيرادات)؛
- ✓ تعزيز مستوى الثقافة السياحية داخل الوطن؛
- ✓ زيادة حجم السياحة المحلية؛
- ✓ تغني عن السياحة خارج الوطن و تكون بمثابة فرصة بديلة للسياحة؛
- ✓ تعزيز التدابير و الجهود الرامية إلى معالجة موسمية السياحة و أيضا العدالة في التركيز للمناطق السياحية (خلق التوازن في المناطق السياحية داخل الوطن)؛
- ✓ تنشيط الحركة الاقتصادية داخل الوطن و التفاعل بين جميع القطاعات الاقتصادية.

المطلب الثالث: متفرقات حول السياحة الداخلية

مرت السياحة الداخلية بعدة مراحل و تعرضت للعديد من العوامل التي ساعدت على انتشارها، غير أنها تستلزم في العديد من الأحيان و بصفة دورية لتحقيق جملة من المتطلبات التي تساعد على تنشيطها عند الركود.

أولاً: عوامل انتشار السياحة الداخلية

تعود أسباب و عوامل انتشار السياحة إلى ما يلي:²

- تقليل ساعات العمل نتيجة دخول الآلات و الأجهزة الحديثة أدى إلى زيادة أوقات الفراغ و أصبح ذلك فرصة للسفر؛

¹ مصنوعة أسماء، مرجع سبق ذكره، ص 44، 43.

² كافي مصطفى يوسف، مرجع سبق ذكره، ص 23، 22.

الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة الداخلية والمؤسسات الناشئة السياحية

- الانتقال من الريف إلى المدينة، أدى إلى زيادة الطلب على الخدمات في المدينة و انخراط الناس في الأعمال المكتبية الخاضعة للروتين، واستعمال الفكر و العقل بدلا من القوة الجسمية، كل هذا أدى إلى ضرورة التمتع بإجازة سنوية للهروب من جو الروتين و العمل في الحياة؛
- انتهاء الحرب العالمية الثانية و انتشار السلام بين العالم؛
- تلوث البيئة و خاصة جو المدن الصناعية أدى إلى هروب الناس فترة من الزمن إلى المناطق الأخرى؛
- تطور وسائل و طرق النقل و خاصة بعد الحرب العالمية الثانية و تطور الطائرات الحربية التي كانت تستعمل في الحرب إلى طائرات مدنية لنقل الركاب؛
- زيادة وحدات الإنتاج أدى إلى حصول فائض في الإنتاج و بدء التجار و الصناعيين في البحث عن أسواق جديدة لتصريف بضائعهم و هذا يحتاج للسفر؛
- التقدم العلمي في مجالات الطب و الأدوية و معالجة الأمراض و القضاء على الأوبئة ساعد على زيادة السياحة و عدم خوف السياح من تعرضهم للإصابة بالأمراض؛
- انتشار الحروب أدى بطريقة أو بأخرى إلى انتقال الأفراد و القوات المسلحة من مكان لآخر و أثناء إقامة أفراد القوات المسلحة في بلد ما يحدث تبادل ثقافي و اجتماعي و زواج بين هؤلاء الأفراد و المواطنين في البلد، أو رغبة الجنود في زيارة الأماكن التي حاربوا بها أو التي لهم فيها ذكريات؛
- زيادة الوعي الثقافي و الاجتماعي و الثقافة العامة و انتشار المعلومات أدت هذه الزيادة إلى الرغبة لدى الكثير من الناس إلى زيارة البلدان الأخرى لغرض الاطلاع على ثقافتهم و أمور معيشتهم؛
- تطور و تقدم وسائل الاتصالات الحديثة و التي ساهمت بشكل فعال السياحة و السفر، حيث أصبح الشخص يسافر إلى أبعد دولة في العالم.

الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة الداخلية والمؤسسات الناشئة السياحية

ثانيا: العوامل المؤثرة على السياحة الداخلية

تتأثر السياحة الداخلية بعدة عوامل منها عوامل داخلية و عوامل خارجية:¹

1. عوامل داخلية : تتمثل العوامل الداخلية في:

- وزارة السياحة: حيث يتمثل دورها في الإشراف على العمليات و الأنشطة السياحية، وكذا المشاركة في المؤتمرات الدولية الخاصة بتنمية و تطوير السياحة؛
- الفنادق و المطاعم السياحية: حيث تعتبر هذه الأخيرة من أهم مقومات المناطق السياحية و تتباين أسعارها و جودة خدماتها، وذلك لتلبية رغبات مختلف الشرائح الاجتماعية؛
- خدمات النقل البري و الجوي: حيث يؤثر مدى توفر هذه الخدمات و كذا جودتها على السياحة الداخلية، فيتوفر وسائل النقل بكثرة في كل الأوقات من و إلى المناطق السياحية سيكون لها أثر إيجابي على نمو السياحة الداخلية؛
- إدارة الأماكن السياحية: يجب توفر الكوادر اللازمة لإدارة المناطق السياحية سواء الإدارة العليا و حتى العمالة العادية، وذلك بخلق معاهد متخصصة في السياحة و تكوين هذه الكوادر؛
- العوامل اجتماعية و تشريعية: تؤثر العوامل الاجتماعية في السياحة الداخلية من خلال اعتزاز السائح ببلده و رغبته في معرفة كل مناطقه السياحية، كما تؤثر التشريعات في السياحة الداخلية من خلال تشريع رسوم خاصة و مميزة بالنسبة لأبناء البلد؛
- عوامل سياسية و اقتصادية: في حالة وجود استقرار أمني و اقتصادي فهذا يخلق الرغبة للسائح المحليين في الإنفاق السياحي و التحرك بكل أمان بين مختلف المناطق السياحية؛

¹ رحابلية سيف الدين، أولاد زاوي عبد الرحمان، المؤسسات الإذاعية كأداة فعالة لترويج السياحة الداخلية في الجزائر، الملتقى الوطني الأول حول: المقاولاتية و تفعيل التسويق السياحي في الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية و علوم التسيير، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، الجزائر، 2014، ص ص7،8.

الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة الداخلية والمؤسسات الناشئة السياحية

– تنوع المناخ و أنواع السياحة: يتوفر البلد على مناخات متعددة و أنواع سياحية مختلفة فهذا يمكن السائح المحلي من إشباع رغباته السياحية داخل دولته، وهذا ما ينشط السياحة الداخلية في مختلف الفصول؛

2. عوامل خارجية: تتمثل هذه العوامل في:

– المنافسة الدولية: حيث تعتبر من أكثر العوامل تأثيرا على السياحة الداخلية، حيث تقوم بلدان أخرى بتقديم خدمات سياحية أحسن من بلد السائح الأصلي مما يدفعه إلى الخروج إلى السياحة، و هذا ما يعرف بالسياحة الخارجية، وقد يكون التميز في تعدد المناخ أو الأسعار أو السياسات المطبقة؛

– الترويج السياحي: ونقصد بهذا العنصر قدرة الدولة على توصيل مميزاتها السياحية إلى المستهلكين سواء المحليين أو الأجبيين و جذبهم إلى البلد.

ثالثا: متطلبات تنشيط السياحة الداخلية

بغية تنشيط السياحة الداخلية و الارتقاء بها يستلزم توفر مجموعة من المتطلبات لتنفيذها سيتم عرضها كالآتي:¹

- ابتكار عروض جديدة و تحديد و تثمين المعالم السياحية عبر الوطن؛
- إدخال منتجات جديدة تغني عن السياحة الخارجية كالاهتمام بالسياحة الطبية؛
- نشر ثقافة السياحة الداخلية؛
- تقديم عروض سياحية للمناطق داخل الوطن بأسعار معقولة و في متناول الجميع؛
- تضافر الجهود بين القطاعات (النقل، الأمن، الأشغال العمومية،..) لتحقيق الإستراتيجية السياحية عامة و تحفيز السياحة الخارجية خاصة؛
- الاهتمام بالمرافق و المناطق السياحية (الحدائق، المنتزهات العمومية، المتاحف، المسرح،..) و ضمان تقديم أفضل الخدمات و بجودة عالية؛

¹ مصنوعة أسماء، مرجع سبق ذكره، ص ص46،47.

الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة الداخلية والمؤسسات الناشئة السياحية

- إدخال تكنولوجيا المعلومات في التسهيل للتواصل (الحجز عبر الانترنت، طلب خدمات، استفسارات،..)
- تسريع المشاريع و البرامج التي تستهدف السياحة عامة و السياحة الداخلية خاصة؛
- تطوير و تحسين خدمات وكالات السياحة و الأسفار عبر الوطن؛
- تحسين جودة البحوث السياحية عامة و السياحة الداخلية خاصة و ضرورة التنسيق بين الأكاديميين و أصحاب المصلحة.

المبحث الثالث: المؤسسات الناشئة السياحية

يعد إنشاء مؤسسات ناشئة سياحية ظاهرة منتشرة بكثرة و بشكل متزايد، ذلك تماشيا و التطور التكنولوجي لوسائل عرض المنتجات السياحية.

المطلب الأول: مفهوم المؤسسات الناشئة السياحية و أهميتها

في عصر تسوده التكنولوجيا و الابتكارات الإبداعية في شتى المجالات كان للقطاع السياحي النصيب منها، حيث استحدثت العديد من المؤسسات الناشئة أفكار جديدة تخدم القطاع واحتلت أهمية بالغة.

أولاً: مفهوم المؤسسات الناشئة السياحية

تعد المؤسسات الناشئة السياحية حديثة النشأة و انتشرت بانتشار الويب.

1. تعريف المؤسسات الناشئة السياحية

قدمت العديد من التعريفات حول المؤسسات الناشئة السياحية لعل أبرزها ما يلي:

- تعتبر المؤسسة الناشئة (Startup) شركة جديدة عادة ما تكون صغيرة الحجم، تركز على ابتكار منتجات أو خدمات جديدة و التوسع السريع في السوق، ففي قطاع السياحة تلعب لمؤسسات الناشئة دورا مهما في دفع عجلة الابتكار و تقديم حلول جديدة تساهم في تحسين تجربة السائح.¹

¹ مدفوني هنده، دور المؤسسات الناشئة في تطوير قطاع السياحة: دراسة نماذج و تحليل تأثيرها على تجربة السفر، مجلة اقتصاد المال و الأعمال، المجلد 10، العدد 01، 2025، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، الجزائر، 2025، ص706.

الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة الداخلية والمؤسسات الناشئة السياحية

– هي شركات ناشئة تبتكر تطبيقات سياحية جديدة و خدمات مبتكرة مخصصة للسائحين المتصلين بشكل كبير و الذين يعتمدون على استخدام الانترنت لجمع المعلومات عن العروض السياحية.¹

– هي مؤسسة تقدم خدمات الإقامة و السياحة للأشخاص في مناطق جغرافية محددة، يمكن أن يكون مقر هذه المؤسسات خارج الفنادق أي أنها تكون مؤسسة قائمة بذاتها، وعادة ما تقدم المؤسسات الناشئة السياحية خدمة أكثر تخصصا من مواقع حجز الفنادق التقليدية، ويمكن أن تكون أكثر فاعلية من حيث التكلفة أيضا، و هناك العديد من العناصر المشتركة التي تتصف بها المؤسسة الناشئة السياحية منها:²

- ✓ منتج أو خدمة فريدة من نوعها: يمكن أن يشمل ذلك نوعا جديدا من تجربة السفر، أو طريقة جديدة للحجز أو التخطيط لرحلة أو تقنية جديدة تعزز تجربة السفر؛
- ✓ السوق المستهدف: غالبا ما تركز المؤسسات الناشئة في صناعة السياحة في قطاع معين من السوق، مثل السفر المستدام أو سفر المغامرات أو السفر الفاخر؛
- ✓ نموذج العمل: عادة ما يكون لدى الشركات الناشئة خطة لكيفية توليد الإيرادات و تحقيق الربح، على سبيل المثال من خلال العولمة على الحجوزات أو عن طريق بيع مساحات إعلانية على منصتها؛
- ✓ فريق العمل: عادة ما يكون لدى المؤسسات الناشئة فريق صغير مخصص يكون مسؤول عن تطوير و إطلاق منتجات و خدمات جديدة في مجال السياحة؛
- ✓ التكنولوجيا: تستخدم المؤسسات الناشئة في صناع السياحة تكنولوجيا متطورة لإنشاء منتجات أو خدمات جديدة، مثل تطبيقات الهاتف المحمول أو المواقع الافتراضية أو تحليل البيانات.

و عليه يمكن القول أن المؤسسات الناشئة السياحية هي شركات حديثة التأسيس تعمل في قطاع السياحة، تعتمد على الأفكار و التقنيات المبتكرة لتقديم خدمات و منتجات سياحية لتلبي احتياجات المسافرين بشكل فعال وتساهم في تحسين التجارب السياحية عبر تطبيقات

¹ سليمان منيرة، لموي لأمينة، المؤسسات السياحية الناشئة-قراءة نظرية-، كتاب جماعي حول: تنمية المقولة السياحية في الجزائر-سبيل المؤسسات الناشئة لترقية قطاع السياحة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، ص17.

² مشعل بلال، معاوية عبد الرزاق، نموشي محمد أسامة، دور المؤسسات الناشئة في تنشيط السياحة الداخلية في ظل الاقتصاد الرقمي- دراسة حالة المؤسسة الناشئة «Nbatou» ، الملتقى الدولي: أهمية الذكاء الاقتصادي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة روى و تحديثات، ص07.

الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة الداخلية والمؤسسات الناشئة السياحية

الحجز الذكية و مختلف المنصات المتاحة عبر الانترنت التي تواكب جميع متطلبات السائح أو المسافرين.

2. خصائص المؤسسات الناشئة السياحية

من أبرز سماتها ما يلي:¹

- تتميز المؤسسات الناشئة في قطاع السياحة بكونها مرنة و ذات قدرة على التكيف مع تغيرات الطلب السريع؛
- أصبح السياح أكثر وعيا بالمسؤولية البيئية، مما يشجع الابتكار في الأنشطة السياحية المستدامة؛
- أصبحت التكنولوجيا عنصر مهم في قطاع السياحة لتوفير تجربة سفر محسنة و مخصصة؛
- تساعد التكنولوجيا الشركات السياحية على الوصول إلى جمهور أوسع و تحسين الاتصال مع السياح.

ثانيا: أهمية المؤسسات الناشئة السياحية

تقدم المؤسسات السياحية الناشئة لمستخدمي الانترنت عدة مزايا و هي كالتالي:²

- ✓ **تقديم محتوى عالي الجودة لمستخدمي الانترنت:** في مواجهة عالم رقمي، أصبحت جودة المحتوى و تنوعه (النصوص، الصور و خاصة مقاطع الفيديو) عالية جدا و مهم جدا في الاستجابة لطلبات العملاء الذين يعتمدون على الانترنت للحصول على المعلومات؛
- ✓ **إعطاء صوت للزوار و المقيمين:** غالبا ما تكون الإعلانات و الخطابات الرسمية للمؤسسات السياحية على شبكة الانترنت غير فعالة، بعد عدم الثقة من جانب مستخدمي الانترنت الذين يستشيرون بشكل كبير تقييمات و آراء و مشاركات أقرانهم، لذلك فإن أفضل سفير في السياحة هو الذي عاش التجربة، بالإضافة إلى ذلك فإن حشد السكان للترويج لوجهة ما يجعل من الممكن، من ناحية، إنتاج محتوى

¹ مدفوني هنده، مرجع سبق ذكره، ص706.

² سليمان منيرة، لموي لأمينة، مرجع سبق ذكره، ص17.

الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة الداخلية والمؤسسات الناشئة السياحية

(صور و مقاطع فيديو و آراء و توصيات و نصائح) تحظى بشعبية لدى الزوار المحتملين، من ناحية أخرى، فإن إشراك السكان المحليين لجعل وجهتك معروفة هو أفضل طريقة ممكنة للعمل من أجل قبول السياحة من قبل السكان المحليين و البدء في بناء ثقافة ضيافة حقيقية

المطلب الثاني: أنواع المؤسسات الناشئة السياحية و دورها في دعم القطاع السياحي
تتفرع أنواع المؤسسات الناشئة السياحية لتضم كل الأركان التي تقوم عليها السياحة، وتلعب دور فعال في النهوض بالقطاع.

أولاً: أنواع المؤسسات الناشئة

تتمثل أنواع المؤسسات الناشئة السياحية في: ¹

✓ مؤسسات ناشئة في مجال الإقامة (مثل تطبيقات الإقامة البديلة)

تطبيقات حجز الإقامة البديلة مثل Airbnb توفر خيارات إقامة مختلفة و أكثر مرونة؛
✓ مؤسسات ناشئة في مجال النقل و السفر (مثل تطبيقات حجز الرحلات و النقل المشترك)

تسهل تطبيقات حجز الرحلات و النقل المشترك مثل Uber و BlaBlaCar عملية السفر و النقل، وتتيح هذه التطبيقات الوصول إلى خيارات النقل المختلفة و الأكثر فعالية؛
✓ مؤسسات ناشئة في مجال الترفيه و الأنشطة السياحية (مثل تطبيقات الواقع المعزز و الجولات الافتراضية)

تقدم تطبيقات الواقع المعزز و الجولات الافتراضية تجربة سياحية غنية و ممتعة، كما تساهم هذه التطبيقات في توسيع معرفة السائح بالمواقع السياحية و الثقافية المحلية.

ثانياً: دور المؤسسات الناشئة السياحية في دعم القطاع السياحي

تساهم هذه المؤسسات فيما يلي: ²

¹ مدفوني هندة، مرجع سبق ذكره، ص 706، 707.

² المرجع نفسه، ص 709، 710.

الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة الداخلية والمؤسسات الناشئة السياحية

- تطوير منتجات و خدمات مبتكرة؛
- التركيز على شرائح سوقية محددة؛
- استخدام التكنولوجيا؛
- تعزيز التنمية الاقتصادية؛
- تحسين تجربة العملاء؛
- زيادة المنافسة و الابتكار؛
- تسهيل عملية التخطيط و الحجز؛
- تعزيز السياحة المحلية؛
- المرونة و التكيف السريع؛
- جذب الاستثمارات؛

هذه النقاط توضح الدور المحوري و المتعدد الأبعاد الذي تلعبه الشركات الناشئة في تطوير و تحديث القطاع السياحي، و تعزيز قدرته على المنافسة عالميا و تلبية الاحتياجات المتغيرة للمسافرين في العصر الرقمي.

المطلب الثالث: تحديات المؤسسات الناشئة السياحية -أبرز النماذج الناجحة-

توجد العديد من المؤسسات الناجحة في مجال المؤسسات الناشئة السياحية وعليه سنعرض جملة من هذه المؤسسات التي تقدم خدماتها عالميا ومحليا، وهذا لا يعني أن الطريق مبدع أمام هذه المؤسسات، بل هي تمر غالبا بالعديد من التحديات.

أولاً: تحديات المؤسسات الناشئة السياحية

توجد جملة من الحواجز يمكن حصرها في ما يلي:¹

- ❖ **الحواجز المالية و التمويل:** و تشمل (صعوبة الحصول على التمويل، ارتفاع المخاطر التشغيلية، الاعتماد على التمويل غير الرسمي، عدم توفر الحوافز الحكومية الكافية)؛

¹ المرجع نفسه، ص-ص711-713.

الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة الداخلية والمؤسسات الناشئة السياحية

- ❖ **الحواجز البشرية و رأس المال البشري:** ومنها) نقص المهارات الإدارية و التجارية، صعوبة توظيف الكفاءات، ضعف ثقافة ريادة الأعمال السياحية، عدم كفاية التعليم و التدريب)؛
- ❖ **الحواجز التنظيمية و القانونية:** ومنها) التشريعات المعقدة و الإجراءات البيروقراطية، ارتفاع الضرائب و الرسوم و زيادة التكاليف الضريبية و الرسوم الحكومية التي تحد من القدرة التنافسية للشركات الناشئة، ضعف دعم السياسات الحكومية، التحديات القانونية المرتبطة بالعقود و الملكية الفكرية)؛
- ❖ **الحواجز البيئية و التنافسية:** تتمثل في) المنافسة الشرسة من الشركات الكبرى، الاعتماد على الشبكات غير الرسمية، عدم استقرار السوق، تغير تفضيلات السياح)
- ❖ **الحواجز التكنولوجية و الابتكار:** وتتمثل في) نقص البنية التحتية الرقمية، ضعف تبني الأفكار، صعوبة الوصول إلى البيانات السياحية)؛
- ❖ **الحواجز الاجتماعية و الثقافية:** وتشمل) مقاومة المجتمع المحلي للمشاريع الجديدة، ضعف الوعي بريادة الأعمال في السياحة، التحديات المرتبطة بالاستدامة).

ثانيا: نماذج لأنجح المؤسسات الناشئة السياحية

1. نماذج غربية

مؤسسات ناشئة عديدة، منها:1

¹ <https://www.wamda.com/ar/marriott-testbed-me/2017/12/%D8%AA%D8%AD%D8%AA%D8%A7%D8%AC-%D8%A7%D9%84%D9%81%D9%86%D8%A7%D8%AF%D9%82-%D8%A5%D9%84%D9%89-%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%B1%D9%83%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%A7%D8%B4%D8%A6%D8%A9-%D8%A3%D9%83%D8%AB%D8%B1-%D9%85%D9%86-%D8%A3%D9%8A-%D9%88%D9%82%D8%AA-%D9%85%D8%B6%D9%89>, consulté le 02/06/2025, à 15:00.

الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة الداخلية والمؤسسات الناشئة السياحية

❖ **بيتشيل "beachil"**: هي ثالث شركة ناشئة تنضم إلى برنامج "تيست بيد" تقوم بتقديم خدمات فاخرة، حيث تطرح الشركة فراشا للبحر صحيا و صديقا للبيئة و يعمل بالطاقة الشمسية ، كما يمكن شحن الأجهزة المتنقلة، إلى جانب الحفاظ على برودة المشروبات في الجو الحار؛

❖ **جو إجازة "Go Ejaza"**: موقع الكتروني يقدم عروض رحلات سفر؛

❖ **يونيفايذ إن بوكس "Unifief Inbox"**: شركة ناشئة عبارة عن منصة تسمح لنزلاء الفنادق بالتواصل مع الفندق عن طريق الأجهزة الذكية، باستخدام تطبيقات المحادثة و الدردشة المفضلة لديهم، وذلك عبر رسائل نصية و صوتية؛

❖ **فيت باس "FittPass"**: تقوم هذه الشركة الناشئة بتوفير العضويات الرياضية باستهداف الفنادق حيث تتيح لنزلائها الحصول على باقات عروضهم.

بالإضافة إلى:1

❖ **"LokalTravel" و "ViSIT.org"**: شركات ناشئة تعمل على إعادة تعريف تجارب السفر من خلال تقديم خيارات السياحة المجتمعية التي تسمح للمسافرين بالتفاعل مع المجتمعات المحلية و دعم تنميتها الاقتصادية؛

❖ **"E-bikes" و "Lime"**: شركتين ناشئتين يعتبران ثورة في تجارب السفر من خلال توفير خيارات النقل المستدامة عبارة عن دراجات الكترونية و دراجات كهربائية للإيجار مما يسمح للمسافرين باستكشاف الوجهات بطريقة صديقة للبيئة و فعالة، حيث تستخدم هذه الوسائل في السفر لمسافات قصيرة، مما يقلل الاعتماد على وسائل النقل التقليدية و يعزز التنقل المستدام.

¹ <https://fastercapital.com/arabpreneur/%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%B1%D9%83%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%A7%D8%B4%D8%A6%D8%A9-%D9%81%D9%8A-%D9%85%D8%AC%D8%A7%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%8A%D8%A7%D8%AD%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B3%D8%AA%D8%AF%D8%A7%D9%85%D8%A9--%D9%82%D9%8A%D8%A7%D8%AF%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B7%D8%B1%D9%8A%D9%82-%D9%86%D8%AD%D9%88-%D8%B5%D9%86%D8%A7%D8%B9%D8%A9-%D8%B3%D9%81%D8%B1-%D8%A3%D9%83%D8%AB%D8%B1-%D9%85%D8%B3%D8%A4%D9%88%D9%84%D9%8A%D8%A9.html>, consulté le 02/06/2025, à 15 :00.

الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة الداخلية والمؤسسات الناشئة السياحية

2. نماذج في المملكة العربية السعودية

- من بين أبرز هذه النماذج هي ما يلي:¹
- ❖ **"تريبر أونلاين"**: هو تطبيق للرحلات السياحية و واجهة و نافذة لمزودي الخدمات السياحية في السعودية و للراغبين في الاستمتاع بالرحلات داخل المملكة، ويهدف التطبيق إلى تنوع الرحلات و الفعاليات و الإيواء السياحي و سهولة الحجز و دفع المبالغ بطرق الكترونية آمنة، و التأكد من سلامة الرحلات و ونظاميتها و إتاحة التقييم لجميع الرحلات من قبل العملاء؛
 - ❖ **"جاذر إن"**: تطبيق متخصص في حلول السكن و الإقامة و السكن التشاركي، ويسهم بالشراكة مع منصة "روح السعودية"، عبر تقديم العديد من الخيارات و البدائل للسكن و الإقامة المتنوعة، و يقدم تطبيق "جاذر إن" أماكن للضيافة بأسعار مميزة للسياح و الزوار، كما يتيح الحجز المسبق؛
 - ❖ **"جرس"**: تعد منصة سعودية مبتكرة تقدم حلولاً رقمية متكاملة لإدارة خدمات الضيافة في الفنادق و المرافق السياحية، حيث تمكن الشركة من جمع تمويل بقيمة 666 ألف دولار خلال 2024 في جولة التمويل الأولية، مما يعكس ثقة المستثمرين في قدرتها على تقديم خدمات عالية الجودة في قطاع الضيافة الرقمية.
- ### 3. نماذج جزائرية

توجد العديد من المؤسسات الناشئة في القطاع السياحي منها:

- ❖ **منصة "ساكودو"**: منصة رقمية للترويج بالموروث التاريخي و الثقافي الجزائري، في إطار تشجيع السياحة الداخلية و الخارجية، من خلال محتوى تفاعلي و ذكي يجسد ثراء الجزائر و تنوعها، ويعزز مكانتها كوجهة متميزة، كما تقدم المنصة خدمات متنوعة و التي تشمل الحجز السياحي و الترويج للأنشطة الثقافية

¹ <https://sharikatmubasher.com/media-hub/experts-thoughts/9637>, consulté le 02/06/2025 , à 10 :00.

الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة الداخلية والمؤسسات الناشئة السياحية

و الفنية، و دعم المنتجات المحلية، فضلا عن تسهيل التشبيك بين الفاعلين و المبدعين داخل الوطن و خارجه.¹

❖ منصة "حراير": مؤسسة ناشئة تقوم بكل ما يرتبط بالعادات و التقاليد من مطبخ، وصناعات حرفية، كما تنظم نشاط حرفيات و توسعه عن طريق ربطهن بزبائن

¹<https://elikhbaria.dz/%D8%B3%D8%A7%D9%83%D9%88%D8%AF%D9%88-%D9%85%D9%86%D8%B5%D8%A9-%D8%B1%D9%82%D9%85%D9%8A%D8%A9-%D9%84%D9%84%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%8A%D8%AC-%D9%84%D9%84%D9%85%D9%88%D8%B1%D9%88%D8%AB-%D8%A7%D9%84/>, consulté le 04/06/2025, à 10 :00.

الفصل الثاني: الإطار النظري للسياحة الداخلية والمؤسسات الناشئة السياحية

خلاصة الفصل:

مرت السياحة عبر حقبة تاريخية مختلفة جعلتها تتطور و تتوسع في أنواعها خاصة في الدول المتقدمة التي تسعى إلى إحداث التنمية المستدامة، ولم يكون هذا التطور محققا إلا بوجود أسس متمثلة في البنى التحتية و الفوقية، ولقد حاولنا في هذا الفصل تقديم الطرح النظري للسياحة و السياحة الداخلية، كما عرجنا إلى مفهوم المؤسسات الناشئة السياحي، أهميتها و أنواعها، مع التطرق إلى الإضافة التي تقدمها هذه المؤسسات للقطاع السياحي و الإشارة إلى أبرز التحديات التي تعرقل نموها و تطورها.

الفصل الثالث :واقع المؤسسات الناشئة السياحية في الجزائر

تعتبر المؤسسات الناشئة مصدرا رئيسيا للثروة وخلق مناصب شغل ونتيجة للتطورات التي شهدتها عولمة الاقتصاد خضعت هذه الاخيرة لاهتمام خاص من قبل السلطات العمومية حيث تكتسي المؤسسات الناشئة في الوقت الراهن اهمية بالغة في اقتصاديات الدول المتقدمة و حتى الدول الناشئة و النامية لما تتميز به من سرعة النمو والتطور و القدرة على تحويل المعرفة الى تكنولوجيا و ابتكارات تساعد على تحقيق التنافسية على الصعيد الدولي و النمو للدول

المبحث الاول: السياحة الداخلية في الجزائر

المطلب الاول: أنواع السياحة في الجزائر

تختلف أنواع السياحة وتتعدد تبعا لتنوع الرغبات والاحتياجات المختلفة، حيث ساهم التطور العلمي والاقتصادي والاجتماعي في هذا التنوع، وقد صنفت أنواع السياحة تبعا للمعايير التالية:¹

1. السياحة حسب المنطقة الجغرافية :

يتم تقسيم السياحة وفق معيار المنطقة الجغرافيا إلى:

أ_ سياحة داخلية:

وتعني سفر مواطني الدولة داخل حدود بلدانهم²، كما تشمل انتقال السائحين داخليا ويتم إنفاق العملة

المحلية، وتكمن أهمية السياحة الداخلية في³:

_تساعد على استغلال المنشآت السياحية.

_تساعد الصناعات الخفيفة على تسويق منتجاتها وبضائعها.

_تؤثر بشكل مباشر على القطاع الزراعي في بلدها.

_تساعد على زيادة الدخل القومي للسكان.

وهناك مجموعة من العوامل التي تؤثر على السياحة الداخلية منها:⁴

_وزارة السياحة ودورها في التخطيط والإشراف على عمليات وأنشطة التسويق السياحي للبلاد.

الفنادق والمطاعم السياحية.

¹ زيد سليمان العيوي، السياحة في الوطن العربي، دار الراية، عمان، 2008، ص20

² لطفي مخزومي، السياحة الداخلية في الجزائر: واقعها وسبل تطويرها، مجلة الدراسات المالية و المحاسبية، العدد 2020/01 ص 57

³ محمود الديماسي و اخرون، تخطيط البرامج السياحية، الطبعة الأولى، دار المسيرة، عمان، الأردن 2002 ص 138

⁴ عصام حسن الصعيدي، التسويق و الترويج السياحي و الفندق، دراسة التسويق السياحي و الفندق في الدول العربية، الطبعة الأولى، دار الراية للنشر و التوزيع المملكة الأردنية الهاشمية 2009 ص33.

الفصل الثالث: واقع المؤسسات الناشئة في الجزائر مع الإشارة الى حالة مؤسسة Nbatou

1_ خدمات النقل الجوي والبري.

ب_ سياحة إقليمية:

هي السفر والتنقل بين دول متجاورة تكون منطقة سياحية واحدة مثل الدول العربية الدول الإفريقية، دول المغرب العربي دول جنوب آسيا، وتتميز السياحة الإقليمية بانخفاض التكلفة الإجمالية للرحلة نظرا لعنصر المسافة التي يقطعها السائح².

ت_ سياحة خارجية:

وهي انتقال الأفراد أو السياح انتقالا مؤقتا من بلد لآخر من أجل السياحة التعرف على بلاد جديدة وعادات أهلها وطرق معيشتهم وتفكيرهم ومدى ما قدموه من انجازات³، وتساهم السياحة الخارجية في تعزيز العلاقات الاقتصادية الدولية من خلال:

_ عقد الاتفاقيات السياحية الدولية بين مختلف الدول والشركات السياحية.

_ استخدام رؤوس الأموال الأجنبية لبناء البنية التحتية لتلبية احتياجات السياحة الدولية.

_ تحسين نظام العلاقات المالية في السياحة الدولية.

_ توسيع التعاون وتعميقه، وتبادل المساعدات في مجال الدعاية.

_ السياحة والإعلان السياحي

2 _ السياحة حسب الهدف:

تنقسم السياحة حسب الهدف إلى:

أ. السياحة الدينية :

وتعتبر من أقدم أنواع السياحة وتتمثل في زيارة المواقع الدينية، ومن أشهر المواقع الدينية في العالم نجد مكة المكرمة والمدينة المنورة في المملكة العربية السعودية⁴، وهذا

² خالد مقابلة، فيصل الحاج ذيب، صناعة السياحة في الأردن، دار وائل للنشر، ط1، الأردن، 2000، ص89

³ صالح ونيس عبد النبية، المعتد في السياحة والآثار، الطبعة الأولى، منشورات اللجنة الشعبية العامة للثقافة والاعلام

الجمهورية العربية الليبية الشعبية الاشتراكية العظمى، 2006، ص17

⁴ محمود الديماسي و اخرون، المرجع السابق، ص140

الفصل الثالث: واقع المؤسسات الناشئة في الجزائر مع الإشارة الى حالة مؤسسة Nbatou

النوع من السياحة يهتم بالجانب الروحي للإنسان، وبالتالي فهي مزيج من التأمل الديني والثقافي، أو السفر من أجل الدعوة أو من أجل القيام بعمل خيري.

ب السياحة العلاجية:

وهي سياحة لإمتاع النفس والجسد معا بالعلاج وتعتمد على استخدام المراكز والمستشفيات الحديثة بما فيها من تجهيزات طبيعية وكوادر بشرية لديها من الكفاءات ما تساهم في علاج الأفراد الذين

يلجؤون إلى هذه المراكز...

ت السياحة الاستشفائية:

وهي زيارة المنتجعات السياحية التي خصصت لهذا الغرض¹، وتعتمد على العناصر الطبيعية في علاج المرضى وشفائهم مثل الينابيع المعدنية والكبريتية والرمال والشمس بغرض الاستشفاء من بعض الأمراض.

ث _ السياحة البيئية :

وهي السفر والانتقال من مكان إلى آخر بغرض الاستمتاع بروح المسؤولية للمناطق الطبيعية²، والتي تهدف جميعها إلى المحافظة على الموروثات السياحية الحضارية والأثرية والبيئة والطبيعة.

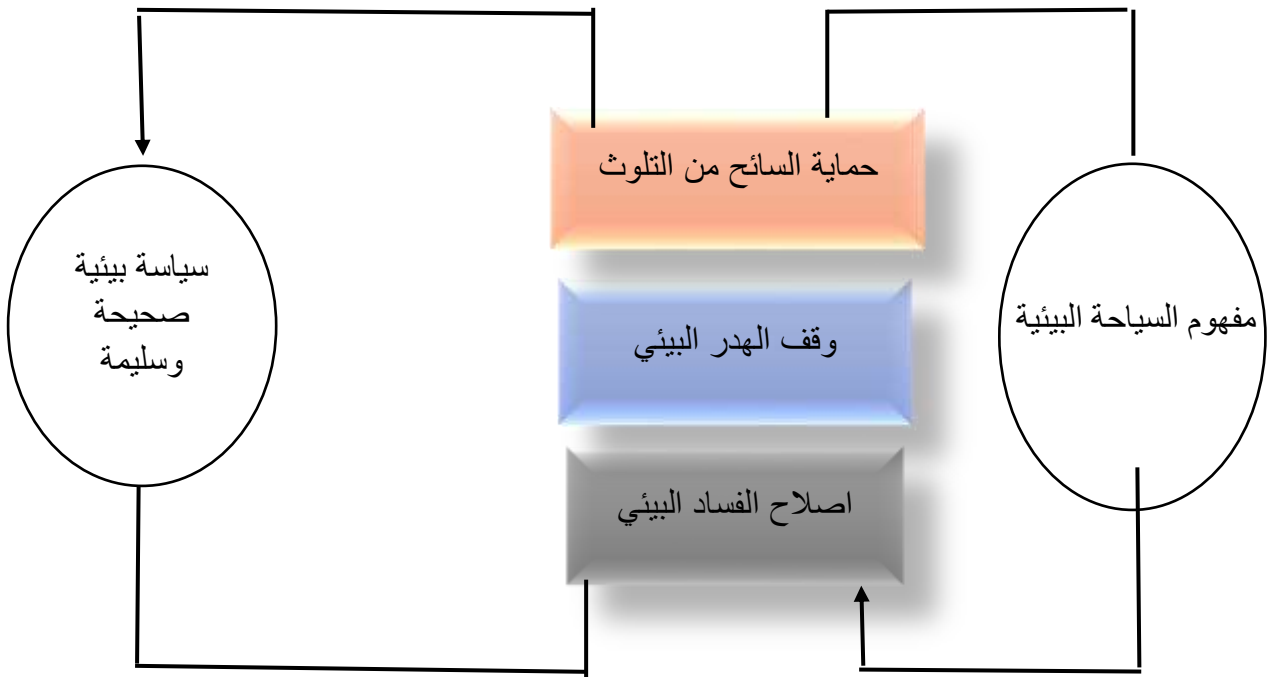
وكل عناصرها من مصادر المياه المعدنية ونباتات وحيوانات وطيور وغابات وفق خطة استراتيجية بعيدة المدى تعمل على خلق سياحة شاملة رفيقة بالبيئة، إذ أن الهدف من دراسة العلاقة بين السياحة والبيئة هو أن تكون السياحة هي من مكونات البيئة في المنطقة، والشكل التالي يوضح أبعاد السياحة البيئية.

¹ مروان محسن السكر، السياحة مضمونها وأهدافها، سلسلة الاقتصاد السياحي، الجزء الأول، الأردن، 1994، ص13

² العبودي زيد، منبر السياحة في الوطن العربي، ط1، دار الراية، الأردن، ص48

الفصل الثالث: واقع المؤسسات الناشئة في الجزائر مع الإشارة الى حالة مؤسسة Nbatou

الشكل رقم 1 1 : ابعاد السياحة البيئية سياسة بيئية صحيحة وسليمة



المصدر : محسن أحمد الحضيري، السياحة البيئية، مجموعة النيل العربية القاهرة مصر، 2005، ص 46

من خلال الشكل نلاحظ وجود ثلاث أبعاد السياحة البيئية وهي:
حماية السائح من التلوث وتعني توجيه السائح إلى الأماكن السياحية البعيدة عن العمران، والخالية من أخطار تهدد حياة السائح.

وقف الهدر البيئي وتعبر عن القيام بالأنشطة السياحية الرفيعة بالبيئة، ولا تسبب أي هدر وتلوث للموارد البيئية.

إصلاح الفساد البيئي وتعني إرجاع الوضع إلى ما كان عليه في السابق قبل حدوث الهدر والتلوث البيئي، والحث على التعامل السليم مع البيئة القائمة.

الفصل الثالث: واقع المؤسسات الناشئة في الجزائر مع الإشارة الى حالة مؤسسة Nbatou

ج - السياحة التاريخية :

يعد هذا النوع من أحسن أنواع السياحة حيث تجذب أفواج كبيرة من السياح، خاصة إذا توفرت هذه الآثار التاريخية على مراكز للراحة والترفيه وعلى كل ضرورات المحافظة عليها. كما أن للآثار السياحية دور مهم في تحقيق التفاهم وتقوية العلاقات، كما تتطلب استثمارات الرؤوس الأموال لتطويرها وحمايتها¹.

ح - السياحة الثقافية :

يهتم هذا النوع من السياحة بشريحة معينة من السائحين على مستويات مختلفة من الثقافة والتعليم، حيث يركز على زيادة الدول التي تتمتع بمقومات تاريخية وحضارية كثيرة، ويمثل هذا النوع نسبة 10% من حركة السياحة العالمية، ونجد هذا النوع من السياحة متمثل في الاستمتاع بالحضارات القديمة وأشهرها الحضارة الفرعونية المصرية القديمة والحضارات الإغريقية والرومانية والحضارات الإسلامية والمسيحية على مر التاريخ والعصور.

خ - السياحة الاجتماعية :

تسمى أيضا السياحة الشعبية أو سياحة الإجازات والسبب في تواجد مثل هذا النوع هو أن السياحة كانت مقتصرة في القدم على الطبقات الثرية فقط.

د - السياحة الترفيهية:

وهي من أقدم أنواع السياحة وأكثرها انتشارا، حيث يعتبر حوض البحر الأبيض المتوسط من أكثر المناطق اجتذابا لحركة السياحة الترفيهية، كما يتمتع به من مقومات كثيرة كاعتدال المناخ بالإضافة إلى الشواطئ الجاذبة للسياح وتكون السياحة الترفيهية بغرض الاستمتاع والترفيه عن النفس، ويطلق عليها بالهوايات مثل صيد السمك، الغوص، والتزلج والذهاب إلى المناطق الجبلية والصحراوية.

ذ - سياحة المؤتمرات :

ارتبط هذا النوع من السياحة بالعلاقات بين أغلب دول العالم، ويعتمد النهوض بهذا النوع من السياحة على توفر عوامل عدة منها اعتدال المناخ، وجود الفنادق والقاعات المجهزة لعقد الاجتماعات والمطارات الدولية.

ر - السياحة الرياضية :

¹ مصطفى عبد القادر، دور الإعلان في التسويق السياحي، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر، لبنان، ص 13

الفصل الثالث: واقع المؤسسات الناشئة في الجزائر مع الإشارة الى حالة مؤسسة Nbatou

يقصد بها الانتقال من مكان الإقامة إلى مكان آخر في دولة أخرى لفترة مؤقتة بهدف ممارسة الأنشطة الرياضية المختلفة أو الاستمتاع بمشاهدتها، ومثل هذه الأنواع نجد دورات الألعاب الأولمبية وبطولات العالم المختلفة، والشكل التالي يلخص أنواع السياحة.¹

المطلب الثاني: المؤهلات السياحية للجزائر:

الجزائر من البلدان التي تتميز بمقومات جغرافية طبيعية متميزة وتنوع معماري حضاري ثري يغري السواح لاستكشافها وزيارتها بدليل الإشادة الإعلامية بقيمة الجزائر السياحية من طرف المجلة الامريكية العالمية المتخصصة في شؤون الثقافة السياحية والمودة فوغ (Vogue)، إذ صنفها على رأس قائمة الوجهات السياحية المثيرة² لسنة 2019 إضافة لشهادة الرحالة البريطاني آدم لسوبر الذي يتوقع أن تكون الجزائر وجهة مستقبلية واعدة للسواح الأجانب في قادم السنوات وهذا بعد زيارته واكتشافه لأكثر من تسعين بلداً دون نسيان اشادة منظمة اليونيسكو بجمال غروب الشمس بمنطقة الأهقار وتحديدًا بقمة أسكرام ناحية تمنراست واعتباره الأجل عالمياً على الإطلاق.³

المطلب الثالث: مقومات السياحة الداخلية في الجزائر

تعتمد السياحة على العناصر المقومات الرئيسية التالية :

1- المقومات الطبيعية :

تتوفر الجزائر على المقومات الطبيعية التي تساعد على تطوير النشاط السياحي بها، من تنوع بيني ومناخي فريد من نوعه بالعالم من المناطق الساحلية، مناطق خضراء كثيفة بالهضاب العليا وصحراء مترامية الأطراف، فهي تحتوي على:

1- الشريط الساحلي:

يمتد الشريط الساحلي الجزائري من واد كيس (ouedkiss) ، ببلدية مرسى بن مهدي ولاية تلمسان في الحدود الجزائرية المغربية غربا إلى واد سواني السبع ببلدية "الصوارخ" ولاية الطارف في الحدود الجزائرية التونسية شرقا، مارا على 420 بلدية ساحلية، وهو مكون من حزام أرضي عرضه الأدنى 800 متر، ومن مجموعة من الجزر، والجزر الصغيرة، والأجراف القارية. وقد أكتشف بأن طول الساحل ليس بالـ

¹ خالد مقابلة، فيصل الحاج ذيب، صناعة السياحة في الأردن، دار وائل للنشر، ط1، الأردن، 2000 ص93

² صورية شني، تنمية السياحة الجزائرية وفق مبادئ الاستدامة، مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة و الضيافة، المجلد 17 2019 ص

124

³ صورية شني، المرجع السابق، ص125

الفصل الثالث: واقع المؤسسات الناشئة في الجزائر مع الإشارة الى حالة مؤسسة Nbatou

1200 كلم، وهو الرقم الموروث عن الاستعمار الفرنسي، بل تجاوزه ب 422 كلم، ليصبح : ¹

_ طول الشريط الساحلي: 1622.48 كلم على امتداد خطي يقارب 2198.44 كلم.

_ مساحته الأرضية 3929.41 كلم.

_ الجزء البحري منه يقدر ب 31927.41 كلم.

2- المحميات الوطنية والمساحات الخضراء :

صنفت هذه المحميات وتحمى بقرارات سامية، لحماية العينات الممثلة لتنوع المناظر الطبيعية، والغابات والنباتات والحيوانات التي تنفرد بها الجزائر، حيث تتواجد 10 محميات وطنية تحت وصاية وزارة الفلاحة عن طريق المديرية العامة للغابات، وزارة الثقافة الهدف منها : ²

الحفاظ على الحيوانات والنباتات والتربة، وما في باطن الأرض، والغلاف الجوي، والمياه، ورواسب المعادن والحفريات

الحفاظ على أي تنوع نادر خارج عن المؤلف يثير الانتباه، كالمواقع التاريخية، والتشكيلات الصخرية الاستثنائية، وأنقاض وبقايا النقوش على الصخور:

الحفاظ على هذه المناطق من أي تدخلات صناعية، وأثار التدمير والتدهور الطبيعي، التي من شأنها أن تؤثر على مظهرها وتكوينها وتطورها.

تنمية البنية التحتية السياحية، واستحداث أخرى جديدة بالمناطق المجاورة للحظائر بالتعاون مع الحكومة والمنظمات المعنية.

وقد قامت الجزائر ابتداء من سنة 1983م بتصنيف 10 محميات وطنية مساحتها الكلية 56565361 هكتار، أي ما يعادل 23.8% من المساحة الإجمالية للتراب الوطني، لكل منها طابعه وميزاته الخاصة، هي :

_ المحمية الوطنية للقالا الطارف): 76438 هكتار.

_ المحمية الوطنية بجر جرة تيزي وزو - البويرة): 18550 هكتار.

_ المحمية الوطنية لثنية الحد (تسمسيلات) 3424 هكتار.

¹ صورية شني، المرجع السابق، ص126

² صورية شني، المرجع السابق، ص127

الفصل الثالث: واقع المؤسسات الناشئة في الجزائر مع الإشارة الى حالة مؤسسة Nbatou

_المحمية الوطنية الشريعة البلدية - المدينة): 26587 هكتار.

_المحمية الوطنية بلزمة (باتنة): 26587 هكتار.

_المحمية الوطنية تازا (جيجل): 300 هكتار.

_المحمية الوطنية غوراية بجاية): 2080 هكتار.

_المحمية الوطنية تلمسان (تلمسان) : 8225.04 هكتار.

_المحمية الوطنية الهقار (تمنراست): 1140000 هكتار.

_المحمية الوطنية الطاسيلي (إليزي): 45000000 هكتار.

تشرف وزارة الفلاحة عن طريق المديرية العامة للغابات على (08) محميات الأولى، التي تغطي مساحة إجمالية قدرها 1665361 هكتار، أي ما يعادل 0.07% من المساحة الإجمالية للتراب الوطني، أما محميتي الطاسيلي والهقار، فتشرف عليهما وزارة الثقافة، ويتربعان على مساحة قدرها 56400000 هكتار، أي ما يعادل 23.7% من المساحة الإجمالية للجزائر

3 -الصحراء المترامية :

عبارة عن هضبة شبه مستوية تتربع على ما يفوق 2 مليون كلم، أي ما يعادل أربع أخماس المساحة الكلية للبلاد، تتميز برمالها المتناهية وجبالها الغرانييتية والبركانية، وواحاتها الخلابة المتناثرة عبر مناطقها، وبغابات النخيل وتربة خصبة وكثبان رملية وهضاب صخرية وسهول حجرية ممتدة في ولايات الجنوب على غرار بسكرة غرداية ورقلة تمنراست، أدرار وغيرها¹.

تعتبر الصحراء الجزائرية من أكبر الصحاري في العالم، وهي غنية جدا بالمقومات الطبيعية والتاريخية التي تمثل الذاكرة المحفوظة للمنطقة، فمناطق الجنوب الجزائري تمتلك إمكانات سياحية هائلة من خلال شاسعة تراثها، مما جعل منها مقصدا سياحيا لكافة المجتمعات خاصة المجتمع الأوربي وتعتبر المنطقة ذات جاذبية في الأسواق الساحلية الدولية.

4. _الحمامات المعدنية :

حسب بيانات وزارة السياحة تتوفر الجزائر لغاية 2020م على ما يناهز 282 منبع حموي منها 93 منبعاً حموياً متحصلاً على رخصة الاستغلال من أجل إقامة مركبات

¹ صورية شني، المرجع السابق، ص130

الفصل الثالث: واقع المؤسسات الناشئة في الجزائر مع الإشارة الى حالة مؤسسة Nbatou

استجمام ومحطات علاج، وهو مخزون يكفي الجزائر لكسب رهان تنافسية سوق السياحة الحموية على الأقل إقليميا، والجدول التالي يوضح حجم المؤهلات السياحية الحموية للجزائر خلال الفترة 2015-2020

الجدول رقم 7: حجم المؤهلات السياحية الحموية للجزائر خلال الفترة 2015_2020

السنة	عدد المنابع الحموية	عدد رخص الاس08تغلال	مركب حموي عمومي	مركب حموي خاص	مركز علاج بمياه البحر عمومي	مركز علاج بمياه البحر خاص
2015	282	57	08	10	01	01
2016	282	64	08	10	01	01
2017	282	74	08	13	02	01
2018	282	79	08	15	02	01
2019	282	92	08	17	02	01
2020	282	93	08	18	02	01

المصدر: من اعداد الباحث بتصرف من بيانات موقع وزارة السياحة والصناعات التقليدية

من خلال ال نلاحظ جدول رقم (07) منحى تصاعدي لمنح رخص استغلال المنابع الحموية، من 57

رخصة سنة 2015 وصولا الى 93 رخصة سنة 2020 في انتظار توسيع قائمة الرخص بالرغم من أن الرقم المذكور مقبول باعتبار العديد من المنابع الحموية موجودة في مناطق جبلية وعرة.

المبحث الثاني : المؤسسات الناشئة السياحية في الجزائر

المطلب الاول : أهم الاستراتيجيات المقررة للمؤسسات الناشئة السياحية في الجزائر

الفصل الثالث: واقع المؤسسات الناشئة في الجزائر مع الإشارة الى حالة مؤسسة Nbatou

عمد المشرع إلى تقرير جملة من الامتيازات الجبائية والإعفاءات الضريبية من أجل تخفيف العبء الضريبي حتى تتمكن المؤسسات الاقتصادية من القدرة على التمويل الذاتي لنفسها.
اولا: الإعفاءات الضريبية

يعتبر الاعفاء الضريبي أداة لتخفيف العبء على المواطنين والشركات خاصة الناشئة لهذا سعت الدولة الجزائرية لوضع مجموعة من الإعفاءات حيث نصت المادة رقم 86 من قانون المالية لسنة 2021 تعفى المؤسسات التي تحمل علامة " مؤسسة ناشئة " من الرسم على النشاط المهني والضريبة على الدخل الإجمالي أو الضريبة على أرباح الشركات لمدة 4 أربع سنوات ابتداء من تاريخ الحصول على علامة مؤسسة ناشئة مع سنة واحدة إضافية في حالة التجديد كما تعفى من الرسم على القيمة المضافة وتخضع للحقوق الجمركية بمعدل 5 بالمائة عن التجهيزات التي تفتنيها المؤسسات الحاملة لعلامة"

مؤسسة ناشئة " وتدخل مباشرة في انجاز مشاريعها الاستثمارية، تحدد شروط وكيفيات تطبيق هذه المادة عن طريق التنظيم ...¹

كما تنص المادة 87 من ذات القانون على أنه : تعفى الشركات التي تحمل " علامة الحاضنة من الرسم على النشاط المهني والضريبة على الدخل الإجمالي أو الضريبة على أرباح الشركات لمدة سنتين ابتداء من تاريخ الحصول على علامة الحاضنة، تعفى من الرسم على القيمة المضافة المعدات المقتناة من طرف الشركات الحاملة لعلامة الحاضنة والتي تدخل مباشرة في انجاز مشاريعها الاستثمارية، وتحدد شروط وكيفيات تطبيق هذه المادة عن طريق التنظيم.

تقوم المصالح الجبائية، بعد الاطلاع على الوثائق المذكورة بتسليم شهادة الإعفاء من الرسم على القيمة المضافة عند الاستيراد وتطبيق معدل 5 بالمائة من الحقوق الجمركية تقديم المؤسسة التي تحمل علامة مؤسسة ناشئة لمصالح الجمارك، وكذا شهادة الإعفاء من الرسم على القيمة المضافة.

تقديم المؤسسة المعنية شهادة الإعفاء من الرسم على القيمة المضافة، بالنسبة للتجهيزات المقتناة محليا من طرف المؤسسة التي تحمل علامة مؤسسة ناشئة أو علامة حاضنة.²

¹ بويصح مني، ميموني ياسين بوقطابة سفيان واقع وافاق المؤسسات الناشئة في الجزائر ، حوليات جامعة بشار في

العلوم الاقتصادية، المجلد 7 ، العدد 3 2021، ص ص 403-421

² لمادة 15 من قانون رقم 20-16 ، مؤرخ في 31 ديسمبر 2020 ، يتعلق بالقانون المالية لسنة 2021 المادة 11 من قانون المالية السابق.

الفصل الثالث: واقع المؤسسات الناشئة في الجزائر مع الإشارة الى حالة مؤسسة Nbatou

ثانيا : الامتيازات الجبائية

قامت الدولة الجزائرية بالتحفيز الجبائي للمؤسسات الناشئة من خلال إصدار مجموعة من القوانين:

فتطبيقاً لأحكام المادتين 86 و 87 من قانون المالية لسنة 2021 المذكورة أعلاه، صدر المرسوم التنفيذي رقم 21-170 ، حيث تستفيد المؤسسات الناشئة من المزايا الجبائية إذا توفرت الشروط التالية:

وجوب المصادقة على قائمة التجهيزات المقتناة من طرف المؤسسات التي تحمل علامة مؤسسة ناشئة المؤهلة للاستفادة من هذه المزايا المجلس العلمي والتقني لدى مؤسسة ترقية وتسيير هياكل دعم المؤسسات الناشئة¹.

نصت المادة 71 على انه : تخصم من الدخل أو الربح في حد حد أقصاه ثلاثون 30 بالمائة من مبلغ هذا الدخل أو الربح، وفي حدود سقف يساوي مائتي مليون دينار 200.000.000 دج²

- ✓ النفقات المصروفة في إطار البحث والتطوير داخل المؤسسة
- ✓ النفقات المصروفة في إطار برامج الابتكار المفتوح المحققة مع المؤسسات الحاصلة على علامة مؤسسة ناشئة "أو " حاضنة أعمال".
- ✓ في حالة ما إذا كانت النفقات المدفوعة تتعلق بالبحث والتطوير والابتكار المفتوح في آن واحد، لا يمكن أن يتجاوز المبلغ الإجمالي للنفقات مائتي مليون دينار
- ✓ تحدد أنشطة بحث التطوير في المؤسسة ونفقات البحث والتطوير التي تعتبر مؤهلة وكذلك النفقات المصروفة في إطار برامج الابتكار المفتوح بموجب قرار مشترك بين الوزير المكلف بالمالية والوزير المكلف بالبحث العلمي والوزير المكلف باقتصاد المعرفة.³

¹ المواد من 86-87 ، مرسوم تنفيذي رقم 21-170 ، مؤرخ في 28 أبريل 2021 ، يحدد شروط وكيفية الحصول على الامتيازات الجبائية الممنوحة للمؤسسات التي تحمل علامة مؤسسة ناشئة أو علامة حاضنة أعمال، ج. ر. ج. عدد 33، صادر بتاريخ 5 ماي 2021

² المادة 71 من قانون 22-24 المؤرخ في 25 ديسمبر سنة 2022، يتعلق بقانون المالية لسنة 2023

³ المادة 71 المرسوم التنفيذي رقم 21-170 ، مؤرخ في 28 أبريل 2021 ، يحدد شروط وكيفية الحصول على الامتيازات الجبائية الممنوحة للمؤسسات التي تحمل علامة مؤسسة ناشئة أو علامة حاضنة أعمال ج.ج.، عدد 33، صادر بتاريخ 5 ماي 2021

الفصل الثالث: واقع المؤسسات الناشئة في الجزائر مع الإشارة الى حالة مؤسسة Nbatou

المطلب الثاني : أفاق المؤسسات الناشئة السياحية في الجزائر

يعتبر موضوع الشركات الناشئة من أكثر المواضيع التي سلطت عليها الأضواء في بيئة الأعمال الجزائرية مؤخرا، قانون المالية لسنة 2020 جاء بتدابير وتحفيزات جبائية جديد. لفائدة اصحاب المؤسسات الناشئة لاسيما التي تنشط في المجالات الابتكار والتكنولوجيات الجديدة وذلك من خلال إعفائها من الضريبة على الأرباح والرسم على القيمة المضافة بهدف ضمان تطوير أدائها مما يسمح بتحقيق تنمية اقتصادية مستدامة لبلادنا على المدى المتوسط

في جانفي 2020 تم استحداث وزارة مكلفة بالمؤسسات الصغيرة والمؤسسات الناشئة واقتصاد المعرفة والمرسوم التنفيذي رقم 20-54 المؤرخ في 25 فبراير 2020 يحدد صلاحيات الوزير والذي يعد أصغر وزير في الحكومة الحالية وهو نفسه صاحب ومؤسس مؤسسة ناشئة.

المرسوم التنفيذي رقم 20-55 المؤرخ في 25 فبراير 2020 المؤرخ في 25 فبراير 2020 يتضمن تنظيم الإدارة المركزية لوزارة المؤسسات الناشئة و اقتصاد المعرفة.

في جوان 2020 تم الفصل بين المؤسسات الناشئة والمؤسسات المصغرة والحق الوزير المنتدب مكلف باقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة بالوزير الأول، الذي نظمت صلاحياته بموجب المرسوم التنفيذي رقم 20-30 المؤرخ في 15 سبتمبر 2020 المحدد لصلاحيات الوزير المنتدب للوزير الأول المكلف باقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة¹.

انشاء صندوق خاص بتمويل المؤسسات الناشئة بالتعاون مع البنوك العمومي وكان رئيس الجمهورية قد أمر خلال اجتماع الوزراء بإعداد برنامج استعجالي للمؤسسات الناشئة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة خاصة فيما يتعلق بإنشاء صندوق خاص او بنك موجهة لتمويلها وانشاء وزارة منتدبه خاصة بالمؤسسات الناشئة".

تسعى الجزائر في الآونة الاخيرة الى تغيير النموذج الاقتصادي والابتعاد نوعا ما عن الربع البترولي والذي اعتمدت عليه منذ عقود. الأمر الذي جعلها تدفع بعجلة التنمية والى زيادة الاهتمام ودعم المؤسسات الناشئة خاصة مع وجود ارادة سياسية حقيقية من طرف السلطات العمومية للتوجه لتنويع الاقتصاد والبحث عن بدائل حقيقية للمحروقات، بحيث

¹ أبو الشعور شريفة, دور حاضنات الاعمال في دعم وتنمية المؤسسات الناشئة startup, دراسة حالة الجزائر, مجلة البشائر الاقتصادية, المجلد 4, العدد 2, ص38

الفصل الثالث: واقع المؤسسات الناشئة في الجزائر مع الإشارة الى حالة مؤسسة Nbatou

لا ننكر ان كل هذه الاجراءات لم ترى النور الا مع فخامة رئيس الجمهورية الجزائري الحالي

عبد المجيد تبون و الذي بدوره نظم ندوات وطنية خاصة بالمؤسسات الناشئة و ابرزها التي كانت يوم 2020/09/02 و الاخرى كانت يوم 2024/01/6

و نظم ايضا المؤتمر السنوي للمؤسسات الناشئة و الذي سمي ب" الجيريا ديسرايت " المنعقد في طبعته الأولى شهر اكتوبر 2020 بالجزائر العاصمة و بهذه المناسبة اعلن رئيس الجمهورية عن الاطلاق الرسمي للصندوق الوطني لتمويل المؤسسات الناشئة براس مال قدره 1.2 مليار دج كاول الية عمومية لتمويل الشباب اصحاب المشاريع و ترأس الوزير الأول، السيد أيمن بن عبد الرحمان، يوم 05 مارس الماضي أشغال الطبعة الثانية للمؤتمر الوطني للمؤسسات الناشئة الجيريا ديسرايت 2022 بحضور أصحاب المشاريع المبتكرة و الشركات الناشئة والحاضنات، وكذا رؤساء المؤسسات وأساتذة جامعيين و خبراء و باحثين . وقد تم توفير البيئة القانونية ومن اهم الإجراءات المتخذة لدعمها:

__ وضع إطار قانوني وتنظيمي ووظيفي لبدء العمل وكذلك لتحديد الطرق والوسائل لتقييم أدائها ووضع خارطة طريق لتمويلها، سيشمل هذا التمويل سوق الاسهم ورأس مال المخاطر.

__ انشاء صندوق خاص بتمويل المؤسسات الناشئة بالتعاون مع البنوك العمومية.

__ مشروع إنشاء مجلس وطني للابتكار...

__ وضع خارطة طريق لتمويل هذا النوع من المؤسسات بإشراك البورصة ورأس الدال الاستثماري، وتحديد كيفية مساهمة المغتربين، وتطبيق آليات إعفاء ضريبي "شبوكلي"، لتمكن الشباب من الإسهام بفعالية في فك ارتباط الاقتصاد الوطن بالمحروقات . قانون المالية لسنة 2020 جاء بتدابير وتحفيزات جبائية جديدة لفائدة اصحاب المؤسسات الناشئة لاسيما التي تنشط في مجالات الابتكار والتكنولوجيات الجديدة وذلك من خلال إعفائها من الضريبة على الأرباح والرسم على القيمة المضافة بهدف ضمان تطوير أدائها لكي يسمح بتحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة لبلادنا على المدى المتوسط.

__ كما أوضح الوزير المنتدب للمؤسسات الناشئة واقتصاد المعرفة، خلال تقديمه لعرض حول افاق المؤسسات الناشئة، ان قطاعه يعمل على إحداث إطار قانوني وتنظيمي ووظيفي للشركات الناشئة، ووضع تعريف قانوني لذا وللحاضنات، وتحديد طرق تقييم أدائها كما أعلن عن وضع خارطة طريق لتمويل هذا النوع من المؤسسات، بإشراك البورصة ورأس

الفصل الثالث: واقع المؤسسات الناشئة في الجزائر مع الإشارة الى حالة مؤسسة Nbatou

المال الاستثماري، وتحديد كيفية مساهمة المغتربين، وتطبيق آليات إعفاء ضريبي شبه كلي"، لتمكين الشباب من الإسهام بفعالية في فك ارتباط الاقتصاد الوطني بالمحروقات كما تتضمن خارطة الطريق إنشاء مدينة الشركات الناشئة"، التي ستكون بمثابة مركز تكنولوجي متعدد الخدمات، بجاذبية عالية، ما يسمح بتعزيز مكانة الجزائر كقطب إفريقي للإبداع والابتكار¹.

المطلب الثالث: التحديات التي تواجهها المؤسسات الناشئة السياحية في الجزائر:

تخضع المؤسسات الناشئة خلال مزاولة نشاطها المجموعة من التحديات حيث تشمل ما يلي²:

1_ أن الشركات الناشئة في الجزائر تخشى من عدم تلقى رواتبها من قبل المؤسسات لأن هذه الأخيرة تمتلك كل القوة.. كما أن التشريع الجزائري لا يحمي الخدمات المبتكرة لذلك حتى لو رفعت الشركات الناشئة دعوى قضائية ضد الشركة الزبون لعدم دفعها نظير الخدمة سيكون ذلك عديم الفائدة بل يحتاج إلى وقت.

2_ إن الدور الذي تلعبه الصفقات عموماً، والصفقات الحكومية خصوصاً، فإذا كان التشريع المعمول به يعطي الحق لهذا النوع من المؤسسات في 20% من الصفقات العمومية فإنه يؤكد أنه "لم يطبق إلا في حدود ضيقة مما يؤدي بها إلى عدم القدرة على التعايش والاستمرار".

3_ أن أصعب ما تواجهه أي منظمة في عصرنا الراهن ، وخاصة المنظمات المنشئة حديثاً هو المنافسة" بالمعنى الواسع ، وبما يعنيه ذلك من المنافسة في الأسواق الداخلية والخارجية ، وجوده المنتجات ، ورضا العملاء و ضمان ولائهم لمنتجاتها ، غيرها من أنواع المنافسات المتعددة والمختلفة ، وحتى المنافسة في إجتذاب الكفاءات البشرية المتميزة في سوق العمل بل وأيضاً الحفاظ عليها دون إجتذاب المنافسين لتلك الكفاءات.

4- السوق الصغير :

مع أن الشركات الناشئة العربية عددها أقل من تلك الغربية إلا أن هذا له تبريره بصغر حجم السوق العربي عموماً، هناك عدة عوامل تلعب دور بجعله صغيراً سواء عدد السكان،

¹ بويسخ منى ميموني، ياسين بوقطابة سفيان، واقع وأفاق المؤسسات الناشئة في الجزائر، حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية، المجلد 7، العدد 3، 2021، ص 403
² بوضياف علاء الدين، مجلة الشعاع للدراسات الاقتصادية، 2020، ص 413

الفصل الثالث: واقع المؤسسات الناشئة في الجزائر مع الإشارة الى حالة مؤسسة Nbatou

نسبة انتشار الإنترنت، تسهيل الدفع الإلكتروني، ثقافة الشركات الناشئة بحد ذاتها، لكن في هذا السوق الصغير تبحث الشركات عن خدمة أوسع قطاع فيه.

5_ رواد أعمال بدون خبرة :

تأسيس شركة ناشئة أمر مختلف كل الاختلاف عن قراءة بضعة كتب وقصص نجاح ومشاهدة بعض الأفلام الوثائقية، الأمر يحتاج الخبرات متنوعة بنفس الشخص. فلو كنت مبرمجاً متقناً العملك وعدة لغات برمجية ولديك بالفعل عدة مواقع، لكن عليك أن تلم ببعض أساسيات الإدارة مثل الهيكل التنظيمي وفرق العمل والتسويق والاستراتيجية . وهذه الخبرة إن لم تكن متاحة لديك ستضطر أن تشتريها من خلال قبول تمويل من مستثمر لديه الخبرة اللازمة وشبكة العلاقات العامة بالإضافة لأن تعطيه حصة من شركتك. فالمعارض والمؤتمرات لا تصنع رواد أعمال بل هي وسيلة للتواصل وبناء العلاقات.

6_ فريق العمل :

يظهر هذا التحدي بداية من أنه لا يوجد قسم موارد بشرية في الشركة منوط به استقطاب الموظفين للعمل فيها، بل يبدأ الأمر بالبحث في دائرة المعارف والطلب منهم ترشيح بعض الموظفين وهنا يدخل عامل المحاباة بالمنتصف ليؤثر على مبدأ التوظيف بناءً على الكفاءة وليس المجاملة.

تعاني الشركات الناشئة التقنية تحديداً من عدم قدرتها بسرعة الحصول على موظف مناسب لإنجاز مشروع مستعجل، فقد تنشر عدة إعلانات لكن طالما هي شركة ناشئة لم يسمع بها الكثيرون فلن يظهر الإعلان للمهتمين فعلاً ، أحد الحلول لمثل هذا النوع من التحديات هو توظيف المستقلين نظراً لطبيعة المشروع المؤقتة، لكن كيف نصل لهؤلاء؟ هناك عدة طرق من أكثرها فعالية البحث في منصات العمل الحر مثل مستقل التي توفر تنوع مختلف من المهارات التي يمكنك طلبها والتعاقد معها لإنجاز العمل المطلوب بدقة واحترافية بفضل معرض الأعمال والتقييمات السابقة التي يمكن الاطلاع عليها . وبالواقع حتى أكاديمية حسوب كل الموظفين العاملين فيها مستقلين تم التعاقد معهم عن بعد سواء كمتترجمين أو كتاب أو إداريين، وكلهم يمكن الوصول إليهم عبر منصات العمل الحر.

7_ التمويل :

تتفق كل الشركات الناشئة بأن أبرز تحدي أمامها هو الحصول على التمويل بمختلف أشكاله. سواء كان تمويل بذرة للبدء بإطلاق الشركة أو تمويل نمو لتوسيع أعمالها أو تمويل تسريع لزيادة النمو بمعدل أسرع. ولحسن الحظ بدأت تظهر مبادرات وشركات استثمار

الفصل الثالث: واقع المؤسسات الناشئة في الجزائر مع الإشارة الى حالة مؤسسة Nbatou

مخاطر وحتى مسرعات نمو ولو بشكل تدريجي وخجول في المنطقة العربية لتشجيع وتسهيل الحصول على التمويل إلا أنه لا يكفي. هناك فجوة ما بين الشركات الناشئة المناسبة لتلقي النمو، والمستثمرين (أفراد أو شركات) الذين يعرضون أموالهم لضخها فيها. لكن التمويل لا يمثل مشكلة للجميع مع أنه تحدي مهم، هناك العديد من الشركات الناشئة العربية التي مولت نفسها بنفسها ورفضت عروض التمويل التي وصلتها كونها لم تتفق مع رؤيتها.

8_ التشريعات : 1

معظم دول العالم العربي لا تحوي قوانين الشركات الخاصة بها على أية مواد تتعلق بالشركات الناشئة بل معظمها قوانينها تعود لعقود مضت لم تكن قد ظهرت عبارة الشركات الناشئة

حتى ومعاملة الشركة الناشئة مثلها مثل أي شركة محدودة المسؤولية يضيف عليها أعباء لا تتناسب مع طبيعتها. مثلاً لا تحتاج الشركة الناشئة بالضرورة لمقر فيزيائي وموظفين متواجدين فيه، كما أنها ليست مطالبة بتحقيق أرباح، وحتى تقاسم الحصص بين الشركاء المؤسسين قد يخضع لتفاهات تختلف عن تلك الموجودة في الشركات التقليدية.

المبحث الثالث: دور مؤسسة في تنشيط السياحة الداخلية في الجزائر

Nbatou

المطلب الاول: تعريف مؤسسة Nbatou

Nbatou هي أول مؤسسة ناشئة جزائرية متخصصة في مجال السياحة تم انشاؤها بتاريخ 29 مارس 2016 من طرف الأخوين شايب أسامة وفيصل، تقدم المستخدمى الإنترنت منازل وشقق وحتى "خيمات" في جميع أنحاء التراب الوطني للإقامة من ليلة واحدة إلى 30 ليلة، وهي تغطي معظم الولايات الجزائرية حتى الصحراء الكبرى، منصة «Nbatou» تشبه في طريقة عملها منصات عالمية معروفة ومشهورة مثل (Tekfi & Laouedj, 2019, Zolo Airbnb Booking.com .. ومنه فهي العلامة التجارية الجزائرية الأولى التي تقدم حلول الإقامة وتضع تحت تصرف زبائنها مجموعة متنوعة من المنتجات عالية الجودة في جميع أنحاء الجزائر تعكس الثقافة والهوية الخاصة بكل

¹ بوضياف علاء الدين، المرجع السابق، ص416

الفصل الثالث: واقع المؤسسات الناشئة في الجزائر مع الإشارة الى حالة مؤسسة Nbatou

منطقة، إذ توفر مؤسسة «Nbatou» إمكانية قضاء عطلة في إقامة متكاملة ومتعددة الخدمات وأيضاً منزلاً يلبي جميع الاحتياجات اليومية¹.

(startup ranking)

يوجد عدة تعاريف للمؤسسات الناشئة فمن الصعب تحديد مفهوم موحد وشامل لها، ويرجع ذلك لاختلاف التفسيرات ووجهات النظر من دولة لأخرى ومن نظام اقتصادي لآخر، فالقاموس الإنجليزي Cambridge يجزئ المصطلح Start-up إلى كلمتين حيث Start: تشير إلى فكرة الانطلاق و up بمعنى النمو، وهو ما يفيد عند تركيب المعنى أن هذه المؤسسة عبارة عن مشروع صغير بدأ للحظة أو للتو وانطلق نموه

أما القاموس الفرنسي Larousse فيعرفها على أنها المؤسسات الشابة المبتكرة في قطاع التكنولوجيات الحديثة أي أنها عبارة عن مؤسسات ذات طابع تكنولوجي (LAROUSSE).

كما عرفها Eric Reis في كتابه: The Lean startup بأنها كيان بشري صمم لخلق منتج جديد أو خدمة جديدة في ظل ظروف عدم اليقين²

وعليه يمكن القول بأن المؤسسة الناشئة هي عبارة عن مؤسسة شابة وديناميكية تسعى لتسويق وطرح منتج جديد أو خدمة مبتكرة تستهدف بها سوق كبير، وذلك بغض النظر عن حجم الشركة أو قطاع أو مجال نشاطها، كما أنها تتميز بارتفاع حالة عدم التأكد ووجود مخاطرة عالية في مقابل تحقيقها لنمو قوي وسريع مع احتمال جنيها لأرباح ضخمة في حالة نجاحها.

المطلب الثاني : اهداف مؤسسة Nbatou

تحاول المؤسسات الناشئة كغيرها من المؤسسات الأخرى تحقيق تلك الأهداف مثلها مثل بعض المدارس النظرية الاقتصادية في التسعينيات، والتي كانت ترى أن الأهداف التي تعطيها للصناعات الثقيلة هي التي تعطيها الأسبقية في تحقيقها، ولكن بعد هذه الفترة ظهرت اتجاهات أخرى بالإضافة الى خلق فرص عمل دائمة والترويج والمنافسة العامة داخل السوق برزت التي ترى في المؤسسات الصغيرة وسيلة فعالة لتحقيق هدف المنافسة العامة، وهذا الهدف أساسي بخلق هذا النوع من المؤسسات لكي تكون أكثر فاعلية في الدول

¹ د مشعلي بلال واخرون، دور المؤسسات الناشئة في تنشيط السياحة الداخلية في ظل الاقتصاد الرقمي، جامعة 8ماي

1945، ص4

² محفوظ بلقيس، واقع المؤسسات الناشئة في الجزائر وتحدياتها، مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد 07

العدد01، ص 50

الفصل الثالث: واقع المؤسسات الناشئة في الجزائر مع الإشارة الى حالة مؤسسة Nbatou

السائرة في طريق التنمية نظرا لأن هذه المؤسسات لا تتطلب قدرة مالية أو مادية كبيرة ، وبما أنها تعتبر فكرة جيدة فان الهدف من إنشائها هو¹:

_تعزيز روح المبادرة الفردية والجماعية من خلال خلق أنشطة اقتصادية لسلع وخدمات لم تكن موجودة من قبل، وكذلك احياء الأنشطة الاقتصادية المهجورة بسبب أو لآخر مثل الصناعات التقليدية والتعاقد مع قطاعات الصناعة والبناء والأشغال العامة.

_خلق فرص عمل جديدة سواء بشكل مباشر من قبل مؤسسي المؤسسات، أو بشكل غير مباشر من خلال التوظيف

_اعادة ادماج المسرحين نتيجة اعادة الهيكلة أو الخصخصة، أو نتيجة افلاس المؤسسات العامة أو تخفيض عدد السكان العاملين.

_أن يصبح وسيلة فعالة لتوطين الأنشطة في المناطق النائية ووسيلة مهمة لتعزيز وتثمين الثروة المحلية وإحدى أدوات التكامل والاندماج بين المناطق.

_أن تكون حلقة وصل في الهيكل الاقتصادي من خلال جميع العلاقات مع المؤسسات التي تربطها علاقات والمتفاعلة التي تشترك في نفس المدخلات.

- تمكين العديد من شرائح المجتمع التي لديها أفكار استثمارية جيدة، ولكنها تفتقر إلى القدرة المالية والادارية التحويل تلك الأفكار إلى مشاريع واقعية.

المطلب الثالث : دور مؤسسة Nbatou في تنشيط السياحة الداخلية في الجزائر

تقوم مؤسسة «Nbatou» بعدة أدوار لتنشيط الحركة السياحية الداخلية في الجزائر تذكر منها²:

إطلاق تقنية حجز الإقامة والدفع الالكتروني بجميع ولايات الوطن، قريبا، إذ ستتيح الخدمة لمئات السياح ورجال الاعمال إمكانية الحجز من أي مكان حول العالم، كما أن تطبيق Nbatou الذي يمكن تحميله على الهواتف الذكية بكل سهولة ومجانا يوفر للسياح المحليين والأجانب عروض إقامة بديلة عن الفنادق، خاصة وأن الجزائر تعاني نقصا كبيرا في الفنادق ناهيك عن ارتفاع أسعارها مقارنة بالخدمات التي توفرها. مع مطلع سنة 2020

¹ مروي رمضاني كريمة بوقرة, تحديات المؤسسة الناشئة في الجزائر نماذج لشركات ناجحة عربيا مجلة حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية م 07 فيفري 2021 ص 280

² د مشعلي بلال واخرون ,دور المؤسسات الناشئة في تنشيط السياحة الداخلية في ظل الاقتصاد الرقمي ,جامعة 8 ماي 1945 ,ص 7

الفصل الثالث: واقع المؤسسات الناشئة في الجزائر مع الإشارة الى حالة مؤسسة Nbatou

المنصة الالكترونية Nbatou أصبحت تغطي أزيد من 87 بالمائة من التراب الوطني، وتوفر أزيد من 2000 منزل، مجهز بكل وسائل الراحة، مع إمكانية توفير مرافق سياحي إذا طلب الزبون ذلك، حيث تغطي المؤسسة 28 ولاية منها 7 ولايات ساحلية، على غرار الجزائر وهران بجاية عنابة، إضافة إلى ولايات الجنوب كتمنراست، الوادي، وغيرها من الولايات

وتسجل المنصة الكثير من العروض من كل مناطق الوطن من طرف مهتمين بكراء منازلهم، حيث يوجد معايير محددة يجب أن تتوفر في المنازل المعروضة حتى يتم قبولها، والمؤسسة تسهر على ضمان كل أساليب الراحة والأمان للزبون في السنوات الأخيرة سجل ارتفاع كبير في عدد العروض والطلبات التي تتلقاها المؤسسة، المنصة موجهة بالدرجة الأولى للراغبين في اكتشاف الجزائر بأبعادها وثقافتها الحقيقية، حيث أن العديد من العائلات الجزائرية أصبحت زبائن وفية للمؤسسة، وتحاول في كل سنة اختيار وجهة لقضاء عطلتها، فضلا عن السياح الأجانب من تركيا، تونس، فرنسا، وألمانيا وحتى الهند

الذين باتوا يثقون في الخدمات التي تقدمها المؤسسة والتي تشمل الإيواء، الإطعام (توفير لأكلات تقليدية، تنظيم خرجات سياحية مع أبناء المنطقة المستضيفة، وهذا ما سيفتح الباب لتوفير مناصب عمل إضافية. وقد نال المشروع نجاحا كبيرا، بدليل أن 95 بالمائة من السياح الذين استفادوا من خدمات المنصة الالكترونية قد سجلوا رضاهم عن الخدمات المقدمة والاقامات التي عرضت عليهم

حاليا المنصة هي أكثر من موقع للإعلانات الخاصة بالمنازل الموجهة للكراء، بل هي أرضية للبحث المتخصص وفق خصائص مفصلة (نوع السكن، المساحة، الأسعار، الميزانية ... الخ) ويقدم الموقع أيضا قائمة الخدمات والمصالح التي تحيط بالسكن الذي يراد كرائه على غرار الأسواق والمحلات التجارية، وسائل النقل والمواصلات العامة، الشواطئ الأقرب وخدمات أخرى (صيدليات مراكز صحية ملاعب ... الخ)

الفصل الثالث: واقع المؤسسات الناشئة في الجزائر مع الإشارة الى حالة مؤسسة Nbatou

ولقد حدد مؤسسو Nbatou شروط ومعايير للحجز على المنصة بشكل & Tekfi 2019-10 Laouedj واضح وهي كالتالي¹:

يحق للسائح إرسال طلبات الإقامة إلى عدة مضيفين في نفس الوقت؛ يتضمن طلب الإقامة معلومات عن السائح الراغب في الإقامة (الاسم واللقب العمر، الجنس ومدينة الإقامة)

عند استلام طلب الاستضافة يحق للمضيف قبوله أو رفضه، لدى المضيف موعد نهائي للرد على طلب الإقامة للمسافر، وهو 3 أيام، وإلا سيتم إلغاء طلب الإقامة. في حالة موافقة المضيف على الإقامة، سيقوم السائح بدفع ثمن الإقامة في المكتب الرئيسي التي تدير منصة "Turing Innovation Technology" لمؤسسة Nbatou أو عن طريق التحويلات إلى بنك المؤسسة خلال فترة لا تزيد عن 5 أيام.

¹ د مشعلي بلال وآخرون، دور المؤسسات الناشئة في تنشيط السياحة الداخلية في ظل الاقتصاد الرقمي، جامعة 8ماي 1945، ص8

الفصل الثالث: واقع المؤسسات الناشئة في الجزائر مع الإشارة الى حالة مؤسسة Nbatou

خلاصة الفصل :

في الأخير يمكن القول أن الإطار المفاهيمي للمؤسسات الناشئة؛ وكذا القانوني لمختلف الأحكام التي تضمنت ترقية وتطوير بيئة هذه المؤسسات وتشجيعها على الابتكار ؛ وأن التطرق إلى مفهوم الشركات الناشئة يعتبر من المفاهيم المستحدثة في النظام القانوني الجزائري ؛ وقد حاول هذا الأخير مواكبة مفاهيم متعددة

تلعب المؤسسات الناشئة دورا محوريا في تطوير وتحديث قطاع السياحة من خلال الابتكار والتكنولوجيا، وقد خلصت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج والتوصيات الهامة.

خاتمة

بناء على ما سبق يمكن القول بأن المؤسسات الناشئة تعتبر مؤسسات حديثة النشأة ومفيدة في عالم الأعمال، وهذا ما يؤكد مصطلح المؤسسات الناشئة والتي يتزايد دورها باستمرار وبالتالي يتطلب الأمر دراسة ومتابعة مفصلة لأنشطتها من أجل معرفة جميع الجوانب التي تساهم في انشائها لضمان استمراريتها واحتلالها مكانة في الأسواق المحلية والعالمية. أصبحت المؤسسات الناشئة خيارا استراتيجيا لأنها تخلق فرص عمل وتنمي المواهب والابتكار وتقضي على الخوف من البطالة، فالنتائج الايجابية في مختلف الأبعاد والمستويات تجعل من المؤسسات الناشئة ضرورة، ولذلك ونظرا لهذا الدور الفعال هناك حاجة للتركيز على المؤسسات الناشئة وتوجيه الشباب وتحفيزهم، وبالنظر الى الدور الفعال لابد من الاهتمام بمثل هذه المؤسسات وارشاد الشباب وتحفيزهم لتفجير طاقاتهم وخبراتهم وأفكارهم في مثل هذه المؤسسات والتنسيق مع جميع القطاعات بما يخدم الصالح العام.

1. النتائج الرئيسية

- تساهم في المنافسة والابتكار في القطاع، مما يؤدي إلى تحسين الخدمات وخفض الأسعار.
- تعزز السياحة المستدامة والمحلية من خلال تطوير حلول صديقة للبيئة وربط السياح بالمجتمعات المحلية.
- ضعف الحوافز المقدمة للمستثمرين في مجال المؤسسات الناشئة المبتكرة، وقلة الدعم والتوجيه للمؤسسات العاملة في القطاع السياحي، وضعف فرص الحصول على التمويل لهذه المؤسسات بالإضافة لضعف التكوين خاصة السياحي والفندقي، حيث أنه لا يتمشى مع احتياجات السياح والسوق السياحية.
- تحتاج الشركات الناشئة إلى استثمار في التكوين والأبحاث السوقية لتحديد الطلب على المنتج أو الخدمة حيث يتطلب من المؤسسات الناشئة إيجاد خطة عمل شاملة تحدد الرؤى والأهداف المستقبلية، بالإضافة إلى استراتيجيات الإدارة والتسويق.

التوصيات:

- القيام بمراجعة القوانين الخاصة بكل الهياكل والعمل على تجسيد فكرة المؤسسات الناشئة في تلك المناطق ومراقبتها.
- إلغاء الفوائد الربوية المفروضة على القروض الممنوحة من طرف الهيئات المتعلقة بدعم الشباب وتفعيل التمويل الاسلامي كحل بديل لها.

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة الى ابراز دور المؤسسات الناشئة السياحية في تنشيط السياحة في الجزائر

وذلك من خلال عرض أهم مؤشرات القطاع السياحي في الجزائر حيث أن لقطاع السياحة أهمية كبرى لارتباطه بالحياة الاجتماعية، إضافة إلى أنه يعد قطاع هام ومحرك للاقتصاديات

في العديد من الدول، لذلك تبرز أهمية هذا القطاع يمكن الاستفادة منه في الجزائر، حيث خلصت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها أن قطاع السياحة لازال متأخرا مقارنة بالدول التي تمتلك نفس مقومات الجزائر حيث من الضروري إعادة النظر في هذا القطاع.

Résumé de l'étude :

Cette étude vise à mettre en évidence le rôle des startups touristiques dans la dynamisation du tourisme en Algérie. Elle présente les principaux indicateurs du secteur touristique algérien. Ce secteur revêt une importance capitale en raison de son lien avec la vie sociale. De plus, il constitue un secteur important et un moteur économique dans de nombreux pays. Par conséquent, l'importance de ce secteur, qui peut être exploité en Algérie, est soulignée. L'étude conclut sur plusieurs constats, le plus important étant que le secteur touristique reste sous-développé par rapport à des pays aux capacités similaires à l'Algérie. Il est donc nécessaire de le réexaminer.

قائمة المصادر و المراجع :

الكتب:

- 1_ السامرائي مجيد ملوك، الجغرافيا السياحية مرتكزاتها و تطبيقاتها، الطبعة الأولى، اليازوري للنشر و التوزيع،الأردن،2022.
- 2_ السيد ريهام يسرى، أسس صناعة السياحة، الطبعة الأولى، دار غيداء للنشر و التوزيع، مصر،2020.
- 3_ السيسي ماهر عبد الخالق، مبادئ السياحة، الطبعة الأولى، مجموعة النيل العربية، مصر، 2001.
- 4_ الشميمري أحمد بن عبد الرحمان، سرور سرور علي ابراهيم، حاضنات الأعمال و الواحات العلمية: المفاهيم و التطبيقات في الاقتصاد المعرفي، العبيكان للنشر، الطبعة الأولى،المدينة المنورة،2020
- 5_ الناصر محمد سعد، رأس المال المخاطر: نموذج واعد لتمويل المشروعات الريادية في المملكة العربية السعودية، سابقك لدراسات الأسواق المالية الاسلامية، الطبعة الأولى، السعودية،2012.
- 6_ المبيريك وفاء بنت ناصر، الشميمري أحمد بن عبد الرحمان، ريادة الأعمال، العبيكان للنشر، الطبعة الأولى، الرياض، 2019
- 7_ بخاري عبلة عبد الحميد، اقتصاديات السياحة، الطبعة الأولى،جامعة الملك عبد العزيز،السعودية،2012.
- 8_ سليمان منيرة، لموي لأمينة، المؤسسات السياحية الناشئة-قراءة نظرية-، كتاب جماعي حول: تنمية المقولة السياحية في الجزائر-سبيل المؤسسات الناشئة لترقية قطاع السياحة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر.
- 9_ كافي مصطفى يوسف، مسرعات الأعمال في إدارة المشاريع الريادية الصغيرة الناشئة، دار عاقل للنشر و الدراسات و الترجمة، الطبعة الأولى، 2022.
- 10_ كافي مصطفى يوسف، وكالات و منظمات السياحة و السفر، الطبعة الأولى، دار و مؤسسة رسلان للطباعة و النشر و التوزيع، جرمانا،2018.
- 11_ مطلق الدوري زكريا، صالح أحمد علي، إدارة الأعمال الدولية: منظور سلوكي و استراتيجي، اليازوري للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، 2019

المجلات:

- 1_ العبودي زيد, منبر السياحة في الوطن العربي, ط1, دار الراية, الأردن, ص48
- 2_ أبو الشعور شريفة, دور حاضنات الاعمال في دعم وتنمية المؤسسات الناشئة startup, دراسة حالة الجزائر, مجلة البشائر الاقتصادية, المجلد 4, العدد 2.
- 3_ بويش مني, ميموني ياسين بوقطابة سفيان واقع وافاق المؤسسات الناشئة في الجزائر, حوليات جامعة بشار في
- 4_ العلوم الاقتصادية, المجلد 7, العدد 3 2021, ص ص 403-421
- 5_ بوضياف علاء الدين, مجلة الشعاع للدراسات الاقتصادية, 2020, ص 413
- 6_ بن تركية نجاه, السياحة الرياضية رافد لتنشيط السياحة الداخلية في الجزائر, مجلة العلوم الإدارية و المالية, جامعة الشهيد حمة لخضر, الوادي, الجزائر, المجلد 01, العدد 01, 2017.
- 7_ بو الشعور شريفة, دور حاضنات الأعمال في دعم و تنمية المؤسسات الناشئة-Start Up : دراسة حالة الجزائر, مجلة البشائر الاقتصادية, المجلد 04, العدد 02, 2018.
- 8_ حسين يوسف, صديقي اسماعيل, دراسة ميدانية لواقع إنشاء المؤسسات الناشئة في الجزائر, حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية, المجلد 08, العدد 01, 2021.
- 9_ خالد مقابلة, فيصل الحاج ذيب, صناعة السياحة في الأردن, دار وائل للنشر, ط1, الأردن, 2000 ص 89
- 10_ خوجة أحمد يوسف, المؤسسات الناشئة كتوجه حديث للتنمية الاقتصادية في الدول النامية, مجلة الدراسات التنموية و ريادة الأعمال, المجلد 01, العدد 01, 2023.
- 11_ زروقي هشام, مقومات و مؤشرات السياحة الداخلية في الجزائر, المجلة الأورومتوسطية لاقتصاديات السياحة و الفنادق, المجلد 04, العدد 04, 2022.
- 12_ زيد سليمان العيوي, السياحة في الوطن العربي, دار الراية, عمان, 2008, ص 20
- 13_ صالح ونيس عبد النبية, المعتد في السياحة والاثار, الطبعة الأولى, منشورات اللجنة الشعبية العامة للثقافة والاعلام الجماهيرية العربية الليبية الشعبية الاشتراكية العظمى, 2006, ص 17
- 14_ صورية شنبلي, تنمية السياحة الجزائرية وفق مبادئ الاستدامة, مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة و الضيافة, المجلد 17 2019 ص 124

15_ عبد الحيد بشير، بوخاتم لخضر، رماش ياسين، نحو تطوير النظام البيئي لريادة الأعمال من خلال الجامعات الريادية-جامعة بيركلي نموذجاً-، مجلة الحدث للدراسات المالية و الاقتصادية، العدد2024،13 .

16_ عصام حسن الصعيدي، التسويق و الترويج السياحي و الفندقى، دراسة التسويق السياحي و الفندقى في الدول العربية، الطبعة الأولى، دار الراية للنشر و التوزيع المملكة الأردنية الهاشمية 2009 ص33.

17_ عقون عادل، برباش عنتر، بعلي حمزة، آليات دعم و تمويل المؤسسات الناشئة للمساهمة في تحقيق التنمية المستدامة: قراءة تحليلية و تجارب دولية، مجلة التنمية و الاقتصاد التطبيقي، جامعة المسيلة، المجلد07، العدد2023،02.

18 _ لطفي مخزومي، السياحة الداخلية في الجزائر :واقعها وسبل تطويرها ,مجلة الدراسات المالية و المحاسبية ,العدد 2020/01 ص 57

19_ لعمامرة صارة، تبينات وفاء، المؤسسات الناشئة: نماذج عالمية ناجحة وواقع المؤسسات الناشئة في الجزائر-تحديات و عراقيل-، مجلة الاقتصاد و التجارة الدولية، المجلد03، العدد01، 2021.

20 _ محمود الديماسي و اخرون, تخطيط البرامج السياحية ,الطبعة الأولى ,دار المسيرة, عمان, الأردن 2002 ص 138

21_محفوظ بلقيس, واقع المؤسسات الناشئة في الجزائر وتحدياتها, مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية, المجلد 07 العدد01, ص

22_مخزومي لطفي, مخزومي فيروز، عبد اللاوي عقبة، السياحة الداخلية في الجزائر: واقعها و سبل تطويرها، مجلة الدراسات المالية و المحاسبية، المجلد01، العدد01، 2022.

23_مدفوني هنده، دور المؤسسات الناشئة في تطوير قطاع السياحة: دراسة نماذج و تحليل تأثيرها على تجربة السفر، مجلة اقتصاد المال و الأعمال، المجلد10، العدد01، 2025، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، الجزائر، 2025.

24 _ مروان محسن السكر, السياحة مضمونها وأهدافها ,سلسلة الاقتصاد السياحي, الجزء الأول ,الأردن ,1994 ,ص13

- 25_ مروي رمضاني كريمة بوقرة, تحديات المؤسسة الناشئة في الجزائر نماذج لشركات ناجحة عربيا مجلة حوليات جامعة بشار في العلوم الاقتصادية م07 فيفري 2021 ص 280
- 26_ مزنر ياسمين، النظام البيئي الريادي الداعم للمؤسسات الناشئة في الجزائر-دراسة تحليلية-، مجلة اقتصاد المنظمات و التنمية المستدامة، المجلد 02، العدد 02، 2023 .
- 27_ مشعلي بلال، نحو نظام بيئي كفؤ لريادة الأعمال من أجل تطوير المؤسسات الناشئة في الجزائر، مجلة دراسات في الاقتصاد و إدارة الأعمال، المجلد 06، العدد 01، 2023.
- 28_ د مشعلي بلال وآخرون, دور المؤسسات الناشئة في تنشيط السياحة الداخلية في ظل الاقتصاد الرقمي ,جامعة 8ماي 1945 , ص4
- 29_ مصطفى عبد القادر, دور الإعلان في التسويق السياقي, المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر, لبنان, ص 13
- 30_ هاني محمد و آخرون، المؤسسات الناشئة و دورها في الانعاش الاقتصادي في الجزائر، مخبر المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في التطوير المحلي-حالة منطقة البويرة-، جامعة آكلي محند أولحاج.

الملتقيات و المؤتمرات:

1. بطاهر بختة، المؤسسات الناشئة و مدى مساهمتها في دعم البعد الاقتصادي للتنمية المستدامة، الملتقى الوطني الأول حول التوجه نحو الاستثمار في المؤسسات الناشئة في ظل اقتصاد المعرفة-رهان لتحقيق التنمية المستدامة-جامعة العربي بن لمهيدي أم البواقي، 02 و 03 نوفمبر 2022.
2. رحايلية سيف الدين، أولاد زاوي عبد الرحمان، المؤسسات الإذاعية كأداة فعالة لترويج السياحة الداخلية في الجزائر، الملتقى الوطني الأول حول: المقاولاتية و تفعيل التسويق السياحي في الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية و علوم التسيير، جامعة 08ماي 1945، قالمة، الجزائر، 2014.
3. مزعاش هيبة، دور حاضنات الأعمال في دعم وتمويل المؤسسات الناشئة في الجزائر-دراسة حالة الحاضنة التكنولوجية بسيدي عبد الله-، الملتقى الوطني الافتراضي

حول المؤسسات الناشئة و التجارة الالكترونية في الجزائر بين التوجه الاقتصادي للدولة و تحديات الواقع، جامعة عباس لغرور-خنشلة.

4. مشعلي بلال، معايزية عبد الرزاق، نموشي محمد أسامة، دور المؤسسات الناشئة في تنشيط السياحة الداخلية في ظل الاقتصاد الرقمي-دراسة حالة المؤسسة الناشئة «Nbatou»، الملتقى الدولي:أهمية الذكاء الاقتصادي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة رؤى و تحديات.

5. ناصر المبيريك وفاء، جاسر الجاسر نورة، النظام البيئي لريادة الأعمال في المملكة العربية السعودية، المؤتمر السعودي الدولي لجمعيات و مراكز ريادة الأعمال: نحو بيئة داعمة لريادة الأعمال في الشرق الأوسط، الرياض، 09سبتمبر2014.

أطروحات الدكتوراه:

1 _كواش خالد، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية-حالة الجزائر-، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الدكتوراه، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2004.

2 _ مصنوعة أسماء، أثر استخدام السياحة الالكترونية في تنمية السياحة الداخلية-دراسة عينة من المؤسسات السياحية بالجزائر-، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الدكتوراه، تخصص التسويق السياحي و الفندقي، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 2024 .

المواقع:

1.<https://alemnishokran.com/%D8%A7%D9%86%D9%88%D8%A7%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%8A%D8%A7%D8%AD%D8%A9>,
consulté le :01/06/2025, à16 :30./

2.<https://eccceg.com/%D8%B9%D9%88%D8%A7%D9%85%D9%84-%D9%86%D8%AC%D8%A7%D8%AD-%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%B1%D9%83%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%A7%D8%B4%D8%A6%D8%A9/>,
consulté le 05/05/2025, à19 :00.

3. <https://elikhbaria.dz/%D8%B3%D8%A7%D9%83%D9%88%D8%AF%D9%88-%D9%85%D9%86%D8B5%D8%A9-%D8%B1%D9%82%D9%85%D9%8A%D8%A9-%D9%84%D9%84%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%8A%D8%AC-%D9%84%D9%84%D9%85%D9%88%D8%B1%D9%88%D8%AB-%D8%A7%D9%84/>, consulté le 04/06/2025, à 10 :00.

4. <https://fastercapital.com/arabpreneur/%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%B1%D9%83%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%A7%D8%B4%D8%A6%D8%A9-%D9%81%D9%8A-%D9%85%D8%AC%D8%A7%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%8A%D8%A7%D8%AD%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B3%D8%AA%D8%AF%D8%A7%D9%85%D8%A9--%D9%82%D9%8A%D8%A7%D8%AF%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%B7%D8%B1%D9%8A%D9%82-%D9%86%D8%AD%D9%88-%D8%B5%D9%86%D8%A7%D8%B9%D8%A9-%D8%B3%D9%81%D8%B1-%D8%A3%D9%83%D8%AB%D8%B1-%D9%85%D8%B3%D8%A4%D9%88%D9%84%D9%8A%D8%A9.html>, consulté le 02/06/2025, à 15 :00.

5. <https://sharikatmubasher.com/media-hub/experts-thoughts/9637>, consulté le 02/06/2025 , à 10 :00.

6. <https://www.aljazeera.net/ebusiness/2024/3/15/%D8%A3%D9%83%D8%A8%D8%B1-5-%D8%AA%D8%AD%D8%AF%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D8%AA%D9%88%D8%A7%D8%AC%D9%87-%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%B1%D9%83%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%A7%D8%B4%D8%A6%D8%A9-%D9%81%D9%8A>, consulté le :27/04/2025, à 17 :30.

7. <https://www.aljazeera.net/ebusiness/2024/3/15/%D8%A3%D9%83%D8%A8%D8%B1-5-%D8%AA%D8%AD%D8%AF%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D8%AA%D9%88%D8%A7%D8%AC%D9%87-%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%B1%D9%83%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%A7%D8%B4%D8%A6%D8%A9-%D9%81%D9%8A>, consulté le :27/04/2025, à 17 :30.

8. <https://www.annasronline.com/%D9%85%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%B9/239108-%D8%A3%D9%86%D8%B4%D8%A3%D8%AA%D9%87%D8%A7-%D8%B4%D8%A7%D8%A8%D8%A7%D8%AA-%D9%81%D9%8A-%D8%A5%D8%B7%D8%A7%D8%B1-%D9%85%D8%A4%D8%B3%D8%B3%D8%A7%D8%AA-%D9%86%D8%A7%D8%B4%D8%A6%D8%A9-%D9%85%D9%86%D8%B5%D8%A7%D8%AA-%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A%D8%A9-%D8%AA%D9%85%D9%86%D8%AD-%D8%AA%D8%AC%D8%B1%D8%A8%D8%A9-%D8%B3%D9%8A%D8%A7%D8%AD%D8%A9-%D8%B3%D9%87%D9%84%D8%A9-%D9%88%D9%85%D9%85%D9%8A%D8%B2%D8%A9>, consulté le 04/06/2025, à 15 :00

9. <https://www.paulgraham.com/growth.html>, consulté le:29/04/2025, à 16 :30.

10. <https://www.wamda.com/ar/marriott-testbed-mea/2017/12/%D8%AA%D8%AD%D8%AA%D8%A7%D8%AC-%D8%A7%D9%84%D9%81%D9%86%D8%A7%D8%AF%D9%82-%D8%A5%D9%84%D9%89-%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%B1%D9%83%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D9%86%D8%A7%D8%B4%D8%A6%D8%A9-%D9%81%D9%8A>

%D8%A3%D9%83%D8%AB%D8%B1-%D9%85%D9%86-
%D8%A3%D9%8A-%D9%88%D9%82%D8%AA-
%D9%85%D8%B6%D9%89, consulté le 02/06/2025, à :15 :0