



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة 8 ماي 1945 قالمة



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر تخصص

اتصال جماهيري ووسائط جديدة

تحت عنوان:

المقاولاتية ودورها في تطوير القطاع السياحي في الجزائر -وكالات السياحة بقالمة نموذجا-

إشراف الأستاذ الدكتور:

* حملاوي حميد

من إعداد الطلبة:

روابع إلهام

حملاوي أميرة

لجنة المناقشة

رئيسا	أ.د. فمامشة رايح
مشرفا ومقرا	أ.د. حملاوي حميد
ممتحنا	د. بن زارة أمينة

السنة الجامعية: 2024-2025

﴿وَأَخِرُّ وَغَوَّاهُمْ أَنِ الْحَمْدُ لِلَّهِ﴾

رَبِّ الْعَالَمِينَ﴾

شكر وتقدير

قال الله تعالى: (لئن شكرتم لأزيدنكم) سورة إبراهيم - الآية 07-

بعد إتمام هذا العمل العلمي نحمد الله عز وجل على فضله الواسع، ونعمه التي لا تحصى، نتقدم بأسمى عبارات الشكر والعرفان إلى من ساندنا ووقف إلى جانبنا طيلة فترة إنجاز هذا العمل.

نتوجه بجزيل الشكر للأستاذ الفاضل "حميد حملاوي" الذي كان دائما مثالا في العطاء والحرص على مصلحتنا ولم يبخل علينا بنصائحه العلمية والقيمة التي كانت بمثابة منارات أضاءت لنا طريقنا في إنجاز هذا العمل.

كما نتقدم بالشكر والامتنان لكل من ساعدنا واستقبلنا في دراستنا الميدانية وأخص بالذكر موظفي ومسؤولي الوكالات السياحية الذين تعاونوا معنا بما قدموه لنا من معلومات حول موضوع دراستنا .

نشكر كل من مد لنا يد العون لإتمام هذا العمل وكل من ساهم ولو بكلمة طيبة أو نصيحة صادقة، لكم منا كل الاحترام والتقدير.

إهداء

الحمد لله حمدا كثيرا طيبا مباركا فيها، ها قد انطوت صفحة من صفحات الحياة التي كان الجهد والاجتهاد عنوانها فالحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، ومهما كتبت لن أجد أصدق من قوله تعالى: يرفع الله الذين آمنوا منكم والذين أوتوا العلم درجات

إلى روح غالية فارقتني وأنا لا زلت متعلقة بها، إلى روح انتزعت من روحي، إلى روح فجعتني برحيلها، إلى بسملة لا تغيب عن البال، بقيت مخلدا في قلبي من بعد أن أبعدتنا الأماكن وضمك التراب، دمت بنعيم رب حتى نلتقي يا أبي. هذا النجاح هو جزء من ميراثك في قلبي جزء من تعبك أهديه إليك لعله يكون دعاء آخر يرفع باسمك إلى السماء رحمك الله يا قطعة من قلبي وأسكنك فسيح جنانه.

إلى أمي إلى من جعلك الله سببا في وجودي وسندا في حياتي دعائك كان حصني ورضاك كان طريقي، وحبك كان نوري، إلى من أرشدتني ورافقتني في كل مشاوير حياتي، ولا تزال تفعل إلى الآن. أمي الحبيبة أسأل الله أن يجازيك خير الجزاء وأن يجعل هذا العمل في ميزان حسناتك كما جعلتني في حياتك كل همك

إلى نفسي التي قالت أنا لها سأنالها وأخيرا ها أنا اليوم أقف على عتبة تخرجي، أطفئ ثمار تعبي وأرفع قبعتي بكل فخر.

إلى روح أخي الحبيب "حسام" رحمه الله، كنت النور الذي أثار دربي في أصعب أيامي وملهمي الأول، سندي وأبي الثاني، ها أنا اليوم أطفئ ثمرة تشجيعك لي، أهدى هذا النجاح لذكرى أخي التي لم تفارقني وحنانه الذي رافقني في كل خطوات فرحي وحزني.

إلى من قال الله فيهم سنشد عضدك بأخوتك، إلى زهرتي قلبي "شيماء وأمينة" أختي وضلعي الثابت الذي لا يميل، أهدى هذا النجاح إلى حيكما الذي لا يضاهيه شيء.

إلى صديقتي رفيقة الأيام الحلوة والمرّة أختي التي لم تلدها أمي وسندي في أيام الجامعة الصعبة "أميرة"، كنت النور في عتمة التعب والضحكة التي تخفف عن قلبي كل هم.

إلى كل من يجيني بصدق وإخلاص

إلى كل من تلقيت منه النصح والدعم

إلى أمي

إهداء

إلى من كانوا نور طريقي وسندي الحقيقي في كل خطوة نبض قلبي وروحي، أنتم من غرستم في الإصرار
ورببتموني على القيم فلکم کل الامتنان والحب.

والديّ العزيزين

إلى حضني الدافئ وقت الشدة وفرحتي وقت النجاح، كنتم دائما الدافع لأكمل فشكرا لأنکم عائلتي.

عائلتي العزيزة

إلى شريك أيامي القادمة، سندي ونصفي الثاني، شكرا لوجودك، لصبرك، ولحبك الذي يمنحني القوة
كل يوم.

خطيبي الحبيب

إلى عائلة لعلامي الكريمة، أكن لكم احتراماً كبيراً وتقديراً لا يوصف.

إلى صديقتي الغالية "إلهام" أختي التي لم تلدها أمي، رفيقة دربي، وضحكتي في كل لحظة وإلى عائلتها
الرائعة التي كانت دوماً لي داراً ثانية.

لكم جميعاً أهدي هذا العمل المتواضع، عربون حب وامتنان في قلب لا ينساكم أبداً.

أميرة

تتمحور هذه الدراسة حول دور المقاولاتية في تطوير القطاع السياحي في الجزائر، لذا جاءت دراستنا للتعرف على ماهية المقاولاتية والسياحة والمقاولاتية السياحية، كما تهدف لمعرفة الدور الذي تلعبه المقاولاتية في ابراز القطاع السياحي وايضا التعرف على واقع السياحة في الجزائر عامة وولاية قلمة خاصة والوقوف على أهم النتائج التي تحققتها المقاولاتية للنهوض بالقطاع السياحي. حيث وصلت دراستنا الى ان المقاولاتية تلعب دورا بارزا في تطوير القطاع السياحي حيث ان هذا الاخير من أبرز القطاعات التي يهتم بها معظم دول العالم وجعله ركيزة اساسية لإنعاش الاقتصاد الوطني.

اذ تلعب المقاولاتية دورا محوريا في تطوير القطاع السياحي من خلال إحداث مشاريع مبتكرة تستجيب لحاجيات السياح وتعزز من جودة الخدمات. كما تساهم في تنوع العروض السياحية، استغلال الموارد المحلية، وتشجيع الاستثمار، مما يؤدي إلى تنمية اقتصادية مستدامة ورفع جاذبية الوجهات السياحية.

فالعلاقة بين المقاولاتية والسياحة علاقة ترابطية من خلال خلق فرص عمل: المقاولاتية تتيح إنشاء مشاريع سياحية جديدة (فنادق، مطاعم، جولات...). وتنوع الخدمات فالمقاولون يبتكرون أفكار جديدة لجذب السياح (تجارب محلية، سياحة بيئية...). وتطوير المناطق إذ تشجع السياحة المقاولات في المناطق الريفية والداخلية، مما ينعش الاقتصاد المحلي. فالمقاولاتية تطور السياحة، والسياحة تفتح فرص للمقاولين. ولذلك قمنا بإجراء دراسة ميدانية لعينة من وكالات السياحة المتواجدة بولاية قلمة للتعلم أكثر في الموضوع، واعتمدنا على استخدام المنهج الوصفي في هذه الدراسة وتوظيف استمارة الاستبيان والمقابلة كأدوات جمع البيانات، اما بالنسبة للعينة اعتمدنا على العينة القصدية وانتهت دراستنا بتقديم مجموعة من الاقتراحات والتوصيات لإثراء الموضوع أكثر.

الكلمات المفتاحية: المقاولاتية، السياحة، القطاع السياحي، الوكالات السياحية

Study summary:

This study revolves around the role of entrepreneurship in developing the tourism sector in Algeria. It aims to explore the concepts of entrepreneurship, tourism, and tourism-related entrepreneurship. The study also seeks to understand the role entrepreneurship plays in enhancing the tourism sector, while analyzing the current state of tourism in Algeria in general, and in the province of Guelma in particular. It highlights the main outcomes achieved by entrepreneurship in advancing the tourism industry.

Our research found that entrepreneurship plays a significant role in the development of the tourism sector, which is considered one of the most important sectors worldwide and a key pillar for revitalizing national economies. Entrepreneurship contributes to the creation of innovative projects that meet tourists' needs and improve service quality. It also helps diversify tourism offerings, leverage local resources, and encourage investment, ultimately leading to sustainable economic development and increased attractiveness of tourist destinations.

There is a strong interdependent relationship between entrepreneurship and tourism. Entrepreneurship creates new tourism projects (such as hotels, restaurants, guided tours), diversifies services through innovative ideas (local experiences, eco-tourism), and promotes the development of rural and inland areas, thereby boosting local economies. In short, entrepreneurship fosters tourism, and tourism opens new opportunities for entrepreneurs.

To delve deeper into the topic, we conducted a field study with a sample of travel agencies in the province of Guelma. We adopted the descriptive method for this study and used questionnaires and interviews as data collection tools. A purposive sample was selected, and the study concluded with a set of suggestions and recommendations to further enrich the subject.

Keywords : Entrepreneurship, Tourism, Tourism Sector, Travel Agencies.

Résumé de l'étude :

Cette étude porte sur le rôle de l'entrepreneuriat dans le développement du secteur touristique en Algérie. Elle vise à définir les concepts d'entrepreneuriat, de tourisme et d'entrepreneuriat touristique, ainsi qu'à comprendre le rôle que joue l'entrepreneuriat dans la valorisation du secteur touristique. L'étude examine également la situation du tourisme en Algérie en général, et dans la wilaya de Guelma en particulier, tout en mettant en lumière les principaux résultats que permet d'atteindre l'entrepreneuriat pour faire progresser ce secteur.

Notre recherche a révélé que l'entrepreneuriat joue un rôle essentiel dans le développement du secteur touristique, considéré comme l'un des secteurs les plus importants au niveau mondial et un pilier fondamental pour dynamiser l'économie nationale. L'entrepreneuriat permet la création de projets innovants répondant aux besoins des touristes et améliore la qualité des services. Il contribue aussi à la diversification de l'offre touristique, à l'exploitation des ressources locales et à la promotion de l'investissement, ce qui mène à un développement économique durable et renforce l'attractivité des destinations touristiques.

La relation entre entrepreneuriat et tourisme est interdépendante : l'entrepreneuriat favorise la création de nouveaux projets touristiques (hôtels, restaurants, circuits...), la diversification des services grâce à des idées novatrices (expériences locales, écotourisme...), et le développement des zones rurales et de l'intérieur du pays, stimulant ainsi l'économie locale. En résumé, l'entrepreneuriat développe le tourisme, et le tourisme crée des opportunités pour les entrepreneurs.

Pour approfondir notre sujet, nous avons mené une étude de terrain auprès d'un échantillon d'agences de voyages situées dans la wilaya de Guelma. Nous avons adopté la méthode descriptive et utilisé le questionnaire et l'entretien comme outils de collecte de données. L'échantillon a été choisi de manière intentionnelle, et notre étude s'est conclue par une série de propositions et de recommandations pour enrichir davantage le sujet.

Mots-clés : Entrepreneuriat, Tourisme, Secteur touristique, Agences de voyages.

شكر وعرهان

إهداء

أ..... مقدمة

الإطار المنهجي للدراسة

4	تمهيد:
5	<u>1. إشكالية الدراسة:</u>
6	<u>2. التساؤلات الفرعية:</u>
6	<u>3. فرضيات الدراسة:</u>
6	<u>4. أسباب اختيار الموضوع:</u>
7	<u>5. أهمية الدراسة:</u>
8	<u>6. أهداف دراسة:</u>
8	<u>7. تحديد مفاهيم الدراسة:</u>
12	<u>8. المقاربة النظرية للدراسة:</u>
14	<u>9. الدراسات السابقة:</u>

الفصل الأول: مدخل للمقاولاتية

20.....	تمهيد:
21.....	المبحث الأول: الإطار النظري للمقاولاتية
21.....	أولا: مفهوم المقاولاتية
22.....	ثانيا: أهمية المقاولاتية
23.....	ثالثا: أنواع المقاولاتية Types of Entrepreneurship
24.....	المبحث الثاني: ماهية المقاول
24.....	أولا: مفهوم المقاول
24.....	ثانيا: خصائص المقاول ومميزاته
26.....	ثالثا: مهام وأدوار المقاول
27.....	المبحث الثالث: واقع المقاولاتية في الجزائر
27.....	أولا: متطلبات نجاح المقاولاتية وعوامل فشلها
29.....	ثانيا: الآثار الاقتصادية والاجتماعية للمقاولاتية
30.....	ثالثا: التحديات التي تواجه المقاولاتية في الجزائر
33.....	خلاصة:

الفصل الثاني: المقاولاتية السياحية في الجزائر

35.....	تمهيد:
36.....	المبحث الأول: ماهية السياحة
36.....	أولا: مفهوم السياحة
36.....	ثانيا: خصائص السياحة

37.....	ثالثا: أهمية السياحة
38.....	المبحث الثاني: أنواع السياحة في الجزائر
38.....	أولا: السياحة الشاطئية
39.....	ثانيا: السياحة الصحراوية
39.....	ثالثا: السياحة الجبلية
39.....	المبحث الثالث: المقومات السياحية للجزائر
40.....	أولا: المقومات الطبيعية
40.....	ثانيا: المقومات الثقافية والتاريخية والدينية
41.....	ثالثا: المقومات المادية
41.....	المبحث الرابع: أجهزة مرافقة ودعم المقاولاتية السياحية في الجزائر
42.....	أولا: أجهزة المرافقة
42.....	ثانيا: أجهزة الدعم
44.....	ثالثا: أجهزة دعم ومرافقة تابعة لوزارة السياحة والصناعات التقليدية والعمل العائلي:
47.....	خلاصة:

الإطار التطبيقي للدراسة

49.....	<u>1</u> . منهج الدراسة:
50.....	<u>2</u> . مجتمع وعينة الدراسة:
50.....	<u>3</u> . أدوات جمع البيانات:
52.....	<u>4</u> . التعريف بمكان الدراسة:

52.....	<u>5</u> .مجالات الدراسة:
53.....	<u>6</u> .تحليل نتائج الاستبيان والمقابلة:
97.....	<u>7</u> .عرض نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات:
98.....	<u>8</u> .عرض النتائج العامة للدراسة:
99.....	<u>9</u> .التوصيات والاقتراحات:
102	خاتمة
103	قائمة المصادر والمراجع
109	الملاحق

قائمة الجداول

<u>الصفحة</u>	<u>العنوان</u>	<u>الرقم</u>
53	بوضح توزيع عينة الدراسة حسب الجنس	<u>01</u>
54	بوضح توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي	<u>02</u>
56	بوضح توزيع عينة الدراسة حسب توجه الوكالة	<u>03</u>
57	بوضح توزيع عينة الدراسة حسب الخبرة	<u>04</u>
58	خصائص العينة	<u>05</u>
60	رأي أفراد العينة بخصوص البيئة الاستثمارية الحالية في الجزائر محفزة لإنشاء مؤسسات سياحية ناشئة	<u>06</u>
61	رأي أفراد العينة بخصوص تتوفر التسهيلات الإدارية لفتح وكالة سفر أو مؤسسة سياحية ناشئة	<u>07</u>
62	رأي أفراد العينة حول كيفية تدعيم الهيئات الحكومية للمستثمرين في السياحة	<u>08</u>
63	يوضح كيفية تقييم واقع المقاولات السياحية في الجزائر حاليا من طرف أفراد العينة	<u>09</u>
64	أبرز العراقيل التي تواجه المؤسسات السياحية الناشئة من وجهة نظر المبحوثين	<u>10</u>
65	إن كان المبحوثين قد تلقوا دعما من برامج حكومية و كيفية تقييمهم لهذا الدعم	<u>11</u>

66	مدى إمكانية مساهمة تشجيع المقاولاتية في تطوير السياحة الجزائرية من وجهة نظر المبحوثين	<u>12</u>
67	الأنشطة السياحية التي يرى فيها المبحوثين فرصا حقيقية للاستثمار المقاولاتي	<u>13</u>
68	يوضح مقترحات المبحوثين لتحسين مساهمة المقاولاتية في تطوير السياحة الوطنية	<u>14</u>

قائمة الأشكال

<u>الصفحة</u>	<u>العنوان</u>	<u>الرقم</u>
54	توزيع عينة الدراسة حسب الجنس	<u>01</u>
55	توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي	<u>02</u>
56	توزيع عينة الدراسة حسب توجه الوكالة	<u>03</u>
57	توزيع عينة الدراسة حسب الخبرة	<u>04</u>
59	رأي أفراد العينة بخصوص أهم العوامل التي تساهم في نجاح مشروع سياحي في الجزائر	<u>05</u>
60	رأي أفراد العينة بخصوص البيئة الاستثمارية الحالية في الجزائر محفزة لإنشاء مؤسسات سياحية ناشئة	<u>06</u>
61	رأي أفراد العينة بخصوص تتوفر التسهيلات الإدارية لفتح وكالة سفر أو مؤسسة سياحية ناشئة	<u>07</u>
62	رأي أفراد العينة حول كيفية تدعيم الهيئات الحكومية للمستثمرين في السياحة	<u>08</u>
63	يوضح كيفية تقييم واقع المقاولات السياحية في الجزائر حاليا من طرف أفراد العينة	<u>09</u>
64	أبرز العراقيل التي تواجه المؤسسات السياحية الناشئة من وجهة نظر المبحوثين	<u>10</u>

66	مدى إمكانية مساهمة تشجيع المقاولاتية في تطوير السياحة الجزائرية من وجهة نظر المبحوثين	<u>11</u>
67	الأنشطة السياحية التي يرى فيها المبحوثين فرصا حقيقية للاستثمار المقاولاتي	<u>12</u>
69	مقترحات المبحوثين لتحسين مساهمة المقاولاتية في تطوير السياحة الوطنية	<u>13</u>

مقدمة

في عالم يشهد تطورا سريعا وتحولات اقتصادية متلاحقة أصبحت المقاولاتية من أهم المفاهيم التي تستقطب الحكومات والباحثين والشباب الطموحين على حد سواء. اذ تعتبر المقاولاتية من أهم محركات الاقتصاد في العالم المعاصر، ومع ازدياد معدل البطالة وتراجع قدرة القطاع العام على توظيف الخريجين أصبحت المقاولاتية حلا عمليا، حيث تُساهم في خلق ثروة وفرص عمل وتنوع الاقتصاد، وتسهل للشباب افكارهم والتحرر من النمط التقليدي للوظائف من خلال تشجيعهم على إنشاء مشاريعهم ومؤسستهم الخاصة. وقد أدركت العديد من الدول أهمية ذلك فسعت إلى ادماج ثقافة المقاولاتية في المناهج التعليمية وتوفر الدعم المالي والتقني والتكويري للمشاريع الناشئة. وفي هذا السياق تأتي دراسة المقاولاتية كضرورة لفهم آلياتها وخصائص رواد الأعمال والتحديات التي تواجههم والفرص التي يمكن اغتنامها لبناء اقتصاد أكثر مرونة وهنا تكمن أهمية المقاولاتية في قدرتها على إيجاد حلول مبتكرة لمشاكل السوق، والمساهمة في التنمية المحلية والوطنية.

و من جهة أخرى، فقد شهدت السياحة تطورا كبيرا في السنوات الاخيرة فقد ساعدت وسائل التواصل الحديثة والتكنولوجيا الرقمية على تسهيل حركة السياح مما ساهم على ازدهار قطاع السياحة في مختلف أنحاء العالم، وأضحت السياحة اليوم ليست فقط مجرد ترفيه واستجمام بل نشاط اقتصادي يدخل ضمن استراتيجية التنمية لدى العديد من الدول لما يحققه من مداخل بالعملة الصعبة وتنشيط القطاعات المرتبطة به مثل النقل و الفنادق والصناعات التقليدية و الخدمات، إذ تُعد السياحة من القطاعات الحيوية التي تمتلك إمكانات كبيرة للنمو وجعلها بديلا للقطاع الاقتصادي، خاصة في بلد مثل الجزائر التي تتمتع بتنوعها الطبيعي، الثقافي، والتاريخي. فرغم المؤهلات السياحية الكبيرة، لا يزال هذا القطاع يعاني من ضعف الاستثمار والاستغلال الكافي. الذي يجعل منه قطاع يمكن الاعتماد عليه كبديل كامل للرفع من الاقتصاد الوطني. وعند جمع هاذين القطاعين (الاقتصاد والسياحة) تبرز فكرة المقاولاتية السياحية كمجال يجمع بين ريادة الأعمال و الاستثمار في القطاع السياحي، فلمقاولاتي السياحية تجسد بشكل عملي قدرة الأفراد خاصة الشباب على استغلال المؤهلات السياحية المتوفرة في مناطقهم و تحويلها لمشاريع مبتكرة تلبي حاجيات السياح من أجل تطوير خدمات سياحية جديدة، و خلق مناصب شغل، ودفع عجلة الاقتصاد ، ومع تطور التكنولوجيا الحديثة أصبحت آفاق المقاولاتية السياحية أكثر تنوعا حيث ظهرت منصات الحجز الإلكتروني و الترويج الرقمي و تجارب الواقع الافتراضي وغيرها من الوسائل التي تسمح للمقاول بتحقيق الانتشار و الوصول إلى شرائح واسعة من الزبائن عبر العالم دون الحاجة لموارد ضخمة

مقدمة

كالبنى التحتية التقليدية فالمقاولاتية السياحية تمثل اليوم فرصة حقيقية لإبراز الوجه السياحي لأي بلد في العالم بطريقة مبتكرة ومستدامة و إنعاش الاقتصاد و تهمين الهوية الوطنية.

الإطار المنهجي للدراسة

إشكالية الدراسة

تساؤلات الدراسة

فرضيات الدراسة

أسباب اختيار الموضوع

أهمية الدراسة

أهداف الدراسة

تحديد مفاهيم الدراسة

الدراسات السابقة

المقاربة النظرية للدراسة

تمهيد:

سنحاول في هذا الفصل من الجانب المنهجي التطرق إلى المدخل العام لدراستنا وذلك بعرضنا لإشكالية الدراسة وتساؤلاتها وفرضياتها مع ذكر اهم اسباب اختيارنا لهذا الموضوع والإشارة إلى اهمية واهداف هذه الدراسة مع تحديدنا للمفاهيم المتعلقة بالدراسة وعرض الدراسات السابقة للموضوع والمقاربة النظرية لها.

1. إشكالية الدراسة:

أضحى موضوع المقاولاتية والمؤسسات الناشئة يحتل أهمية كبيرة ومرتفعة في الوقت نفسه سواء كان ذلك بالنسبة للدول المتطورة أو النامية، وقد أصبحت هذه رافدا فعليا للتنمية الاقتصادية والاجتماعية، حيث شهدت الساحة الاقتصادية سلسلة من التحولات التي اتسمت باهتمام مختلف الباحثين وكذلك مختلف دول العالم في مجال المقاولاتية والذي بدوره أصبح من أفضل وسائل التطور الاقتصادي نظرا لسهولة تكيفه ومرونته وجمعه بين التنمية الاقتصادية وفتح مناصب الشغل وإمكانية على الابتكار والابداع والتجديد وتطوير منتجات وخدمات جديدة لذا وجب على الدول النامية ومنها الجزائر العمل على زيادة فعالية المقاولاتية وتوفير كافة المؤسسات والقوانين التي تدعمها وتشجع عليها.

وباعتبار السياحة واحدة من اهم مصادر الدخل في الاقتصاد الوطني للعديد من الدول في العالم وتمثل بيئة خصبة للمقاولين في الاستثمار وفتح مؤسسات سياحية للنهوض بهذا القطاع. وعلى الاساس تم الاتفاق من اغلب رواد الفكر الاقتصادي السياحي بأن آليات تطوير القطاع السياحي في اي دولة كانت نامية او متقدمة تتمثل في المقاولاتية السياحية أو الاستثمار السياحي والتي تتنوع بين مؤسسات الفندقية، المرشدين السياحيين وكالات السفر ومكاتب الخدمات السياحية ومؤسسات الإطعام ومؤسسات التمويل ومؤسسات النقل السياحي والمحميات الطبيعية مع اكتسائها معايير الجودة العالمية حتى تتحسن نوع المنتج السياحي.

إذ تمتلك الجزائر مؤهلات ومقومات سياحية هائلة متعددة ومتكاملة نادرا ما نجدتها في دولة واحدة تجعل منها قطبا سياحيا رائدا في الحوض المتوسط وعلى مستوى العالم مما دفعها إلى المحاولة لتنمية القطاع السياحي من خلال آلية المقاولاتية السياحية في ظل العوائق التي تؤثر على مناخ الاستثمار في هذا المجال القانونية والاقتصادية والإدارية وبالرغم من الإصلاحات والتسهيلات التي قامت بها الحكومة الجزائرية التي منحها للمستثمرين الا ان القطاع السياحي الجزائري لا زال بعيدا عن المستوى المطلوب حتى يحقق الريادة كما هو الحال بالنسبة للقطاع السياحي في بعض الدول .

ومن هذا المنطلق نتطرق لطرح التساؤل الرئيسي التالي:

- ما دور المقاولاتية في تطوير القطاع السياحي بالجزائر؟

2. التساؤلات الفرعية:

وعليه تتفرع الإشكالية إلى مجموعة من الأسئلة الفرعية التالية:

- ما هي العوامل التي تحدد نجاح المقاولاتية وكيف يمكن تعزيز بيئة المقاولاتية في الجزائر؟
- ما هو واقع النشاط المقاولاتية في القطاع السياحي الجزائري؟
- ما دور النشاط المقاولاتي في تعزيز القطاع السياحي بالجزائر؟

3. فرضيات الدراسة:

من خلال طرحنا للإشكالية وتساؤلاتها توصلنا إلى مجموعة من الفرضيات لهذه الدراسة، انطلاقا من فرضية أساسية مفادها:

أن دور المقاولاتية في تطوير القطاع السياحي بالجزائر تتمثل في كونها محركا رئيسيا للابتكار وتنوع الخدمات السياحية.

ومن هذا المنطلق تعددت الفرضيات الجزئية على حسب ما يلي :

- تعدد العوامل التي تحدد نجاح المقاولاتية ومن خلال تحسين هذه العوامل يمكن تعزيز بيئة المقاولاتية في الجزائر و زيادة فرص نجاح المشاريع الريادية.
- النشاط المقاولاتي في القطاع السياحي في الجزائر يمر بعدة تحديات ومعوقات إلى جانب آثاره الإيجابية على الاقتصاد الجزائري.
- تساهم المقاولاتية في تعزيز النشاط السياحي في الجزائر من خلال المشاريع السياحية والتي تساهم في الترويج لهذا القطاع المهم.

4. أسباب اختيار الموضوع:

موضوع المقاولاتية السياحية من أهم المواضيع الشيقة للدراسة وما دفعنا لاختياره مجموعة من الأسباب الموضوعية والذاتية وهي كالتالي :

- الإطار المنهجي -

■ الأسباب الموضوعية:

- موضوع المقاولاتية من المواضيع الحديثة في العلوم الإنسانية بصفة عامة وفي الاتصال بصفة خاصة كونه يركز على الجانب الاتصالي والاقتصادي في نفس الوقت.
- الفضول العلمي للتعرف على أبعاد موضوع المقاولاتية باعتباره أحد أهم عوامل نجاح مؤسسة ناشئة.
- معرفة تأثير المقاولاتية والمشاريع الجديدة على تنمية القطاع السياحي الجزائري وباعتبار الجزائر من بين الدول التي بها مقومات طبيعية سياحية فتساهم في تطوير هذا القطاع.
- كون الدراسة من أهم وأبرز المواضيع الجديدة في تخصصنا وقلة وجود دراسات سابقة في هذا الموضوع.
- موضوع المقاولاتية من بين المواضيع الجديدة بالاهتمام.

■ الأسباب الذاتية:

- الميل إلى البحوث التي تغطي المواضيع المتعلقة بالمقاولاتية والسياحة.
- الاهتمام الشخصي المقاولاتية السياحية.
- الإهتمام بالقطاع السياحي الذي يمكن اعتماده بديلا للقطاع الاقتصادي.
- الرغبة في الوقوف على مختلف التطورات التي حدثت في المقاولاتية وفي القطاع السياحي.
- باعتبار ولاية قلمة بها معالم سياحية مختلفة.
- الرغبة في إثراء معارفنا العلمية في مجال المؤسسات الناشئة والمقاولاتية.

5. أهمية الدراسة:

تعتبر دراسة موضوع المقاولاتية من الدراسات الحديثة، خاصة إذا تم ربطها مع موضوع السياحة في الجزائر، وتكمن أهمية اختيار هذا الموضوع في إبراز دور المقاولاتية في دفع عجلة التنمية في القطاع السياحي، لاسيما في ظل اهتمام الحكومة الجزائرية بالاستثمار في مجال المقاولاتية، وهو ما أدى إلى إنشاء العديد من الهياكل والمؤسسات والقوانين الخاصة بترقية هذا القطاع. كما تكمن أهمية الدراسة في إثراء البحوث والدراسات العلمية من خلال المقاربة النظرية التي تفسر وتحلل أسباب نجاح وفشل المؤسسات الصغيرة الناشئة من الناحية الاجتماعية والسياحية، خاصة وأن أغلب الدراسات السابقة ركزت على الجانب الاقتصادي. إضافة إلى ذلك، تسعى الدراسة إلى إبراز إمكانية المقاولاتية في توفير إمكانيات وآليات وبرامج لمساعدة الشباب العاطلين عن العمل على إنشاء مؤسسات ناشئة صغيرة وتجسيد أفكار مشاريعهم المقاولاتية على أرض الواقع، وهو ما يسمح بخلق فرص عمل والمساهمة في

- الإطار المنهجي -

تنمية الاقتصاد الوطني. كما تهدف إلى إبراز دور الاستثمارات الخاصة في النهوض بقطاع السياحة ومعرفة مدى تأثيرها على ترقية السياحة في الجزائر.

6. أهداف دراسة:

- التعرف على طرق دعم المقاولاتية للقطاع السياحي .
- التعرف على الواقع السياحي في الجزائر عامة وولاية قلمة على وجه الخصوص.
- الوقوف على أهم النتائج التي تحققت المقاولاتية والنهوض بالقطاع السياحي.
- محاولة معرفة العلاقة بين المقاولاتية والمنشآت الصغيرة ودورها في تطوير القطاع السياحي.
- محاولة الكشف عن مدى تأثير المؤسسات الصغيرة بالمحيط السياحي الذي يتفاعل فيه المقاول.
- محاولة إظهار إمكانية المقاولين الجدد والدور الذي يلعبه على الساحتين الاقتصادية والسياحية.

7. تحديد مفاهيم الدراسة:

1.7. تعريف المنظمة :

لغة:

يشير قاموس أوكسفورد إلى التنظيم يعني العضوية أو إعطاء الشيء هيكلًا عضويًا وجعله بنية وذلك يعني مصدر الفعل التنظيم الهيئة أو المنظمة أو النظام.

إصطلاحا:

يعرف الدكتور مؤيد السالم المنظمة بأنها وحدة اجتماعية هادفة وأنها تكوين اجتماعي منسق بوعي يتفاعل فيه الأفراد ضمن حدود محددة وواضحة نسبيا من أجل تحقيق أهداف مشتركة.

ويقول Robens بأن التنظيم هو كيان اجتماعي منسق بوعي وله حدود او مجموعة واضحة المعالم ويعمل على أساس دائم لتحقيق هدف معين أو مجموعة أهداف.

ويعرفها محمد شاكر عصفور بأنها: الإطار الذي يجمع العاملين والوسائل والإمكانات التي بواسطتها يستطيع الإداري تنفيذ خطته، وأنها جماعة من الناس يعملون معا لا داء عمل ما وهذا العمل يحمل عنوانا ما، يسميه البعض الهدف، ويسميه الآخرون الغرض او الغاية. (حميد حملاوي، 2022، ص15)

إجرائياً:

فالمنظمة هي كيان اجتماعي او مجموعة من الأفراد يعملون معا بشكل منظم ومنسق لتحقيق أهداف مشتركة، باستخدام موارد محددة مثل: المال، الوقت والمعدات، ضمن هيكل تنظيمي يحدد الأدوار والعلاقات والمسؤوليات، ويمكن أن تكون منظمات ربحية كالشركات، أو غير ربحية كالجمعيات الخيرية، أو حكومية مثل الوزارات.

2.7. تعريف المقاولاتية:

لغة:

المقاول لغة هي مشتقة من كلمة المقاول فتشير خاصة إلى الخطر أو المغامرة الي تميز توظيف الأموال في النشاط الاقتصادي. (رشيدة، قواسمي. 2020، ص 160)

اصطلاحاً:

هي ديناميكية إنشاء واستغلال فرص الأعمال من طرف فرد أو عدد من الأفراد عبر إنشاء مؤسسة جديدة تهدف إلى خلق قيمة وقد اعتبر JM TOULOUSE نهاية 1980 أن المقاول هو منجز المشاريع، فهو شخص يرى فرصة معينة ويتخيل طريقة للاستجابة لهذه الحاجة قبل أن يقوم أشخاص آخرون. (زروق، بن موفق وآخرون. 2021، ص 24)

والمقاولاتية هي نوع من السلوك يتمثل في السعي نحو الريادة والابتكار وتنظيم وإعادة تنظيم الآليات الاقتصادية والاجتماعية من أجل الاستغلال الأمثل للموارد، وتحمل المخاطرة وقبول النجاح أو الفشل، كما أنه مسار يعمل على خلق قيمة مضافة بتخصيص الوقت والجهد، مع تحمل الأخطار المالية والنفسية والاجتماعية المصاحبة، بهدف الحصول على عوائد مالية أو شخصية.

وعرفت بأنها مجموعة من أساليب التعليم النظامي الذي يقوم على إعلام وتدريب وتعليم أي فرد يرغب بالمشاركة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية بمشروع يهدف إلى تعزيز الوعي الريادي، وتأسيس مشاريع العمال أو تطوير مشاريع العمال الصغيرة والمتوسطة. (هوارى، منصورى. 2021، ص 44)

إجرائياً:

فالمقاولاتية هي عملية إنشاء مشروع أو نشاط اقتصادي جديد، يتحمل فيه الفرد أو مجموعة من الأفراد المخاطر المالية والإدارية، بهدف تقديم منتج أو خدمة مبتكرة وتحقيق الربح. وهي القدرة على تحويل فكرة إلى مشروع فعلي من خلال الابتكار، التخطيط، التمويل، والتنفيذ وغالباً ما ترتبط بروح المبادرة والاعتماد على النفس.

3.7. تعريف السياحة:

لغة:

جاء في الدليل الفقهي للشيخ فهد الهمام أن السياحة لغة مأخوذة من (ساح الماء سياحة) إذا جرى على وجه الأرض وذهب وساح الإنسان بمعنى ذهب في الأرض. للعبادة أو التزهب أو تغير غرض وصار يقصد بمصطلح السياحة في العصر الحاضر التنقل من بلد إلى بلد. (المعجم الوسيط، 2008، ص 467)

السياحة: معناها الذهاب في الأرض للعبادة والتزهب وساح في الأرض يسبح سياحة وسيوحاً وسيحاً وسيحاناً أي ذهب، وعن قوله تعالى: (التَّائِبُونَ الْعَابِدُونَ الْحَامِدُونَ السَّائِحُونَ) سورة التوبة، الآية 112.
(مُسْلِمَاتٍ مُؤْمِنَاتٍ قَانِتَاتٍ تَائِبَاتٍ عَابِدَاتٍ سَائِحَاتٍ ثَيِّبَاتٍ وَأَبْكَارًا). سورة التحريم، الآية 5.

قال الزجاج السائحون في قول أهل التنفيس واللغة جميعاً الصائمون، وقيل: إنما قبل للصائم سائح لأن الذي يسبح متعبداً يسبح ولا زاد معه، إنما يطعم إذا وجد الزاد (خالد بن عبد الرحمان، آل دغيم، 2014، ص 12).

أما في اللغة الإنجليزية فنجد أن " Tour " يعني أن يجول أو يدور، أما "Tourisme" أي السياحة فمعناها الانتقال والدوران.

اصطلاحاً:

ولإعطاء تعريف موحد وشامل من قبل الباحثين، فقد ركز كل باحث على جانب معين، فمنهم من اعتبرها ظاهرة اقتصادية وأخرى اجتماعية، ومنهم ثقافية ونفسية، وفيها يلي سنعرض بعض التعاريف:

- الإطار المنهجي -

عرف الأستاذ علي أحمد هارون السياحة: بأنها مجموعة الأنشطة الحضارية والاقتصادية والتنظيمية الخاصة بانتقال الأفراد إلى بلاد غير بلادهم وإقامتهم لمدة لا تقل عن 24 ساعة لأي غرض كان ما عدا العمل الذي يدفع أجره داخل البلد المزار. (حمزة درادكه وآخرون، 2017، ص 18)

تعريف هونزيكير السويسري: هي مجموع العلاقات والظواهر التي تترتب مع سفر وعلى إقامة مؤقتة لشخص أجنبي في مكان ما طالما هذه الإقامة المؤقتة دائمة وطالما لم ترتبط هذه الإقامة بنشاط يغلب ربحا لهذا الأجنبي. (مصطفى يوسف، كافي. 2016، ص 45)

كما عرفها ابن رجب الحنبلي في (أزمة السياحة ومستقبلها)، بأنها ظاهرة من ظواهر النشاط الإنساني، عرفت منذ القدم على أنها عمليات الانتقال الوقتية التي يقوم بها الأشخاص فيكون مواطنهم أو مجال إقامتهم إلى أماكن أو بلاد أخرى لأغراض غير الإقامة على سبيل الاعتياد ". (خالد بن عبد الرحمان، آل دغيم. 2014، ص 14)

إجرائيا:

فتعرف سياحة على أنها نشاط انساني يقوم به الفرد في التنقل من مكان لآخر مؤقتا داخل وطنه او السفر حول العالم قصد الراحة، الترفيه، الاستجمام والتعرف على ثقافات اخرى او حتى العلاج فالسياحة قطاع مهم لأنها تساهم في تنشيط الاقتصاد.

تعريف المقاولاتية السياحية:

تعرف بأنها مجموعة الأنشطة المرتبطة بإنشاء واستغلال مؤسسة سياحية قانونية، وهذه الأخيرة تسعى لتحقيق الربح وإرضاء حاجات ورغبات السياح والزوار كما تمارس مهامها ضمنا بين الفنادق بيوت السياحة وكالات السفر والمحيط العملي فالمقاولاتية تضمن المحافظة على القيم والثقافات التي تعد من عوامل نجاح وتطور الأعمال. (عبد المالك مهري، 2018، ص 127)

وهي أيضا عبارة عن وحدة إنتاج أو توزيع أو تحويل سلع أو خدمات ذات هدف ربحي مهما كان تصنيفها القانوني تتشكل كشخصية اعتبارية خاضعة لنظام الربح الحقيقي.

- الإطار المنهجي -

وبصورة عامة هي المكان المعد لاستقبال السياح وتقديم المأكولات والمشروبات فيه، وكذلك وسائل النقل المخصصة لنقل السياح في رحلات برية أو بحرية أو تهرية أو جوية. (فايزة بلعابد، الربيع سويسبي، 2023، ص1081)

التعريف الإجرائي للمقاولاتية السياحية :

يقصد بالمقاولاتية السياحية، مجموع الأنشطة والمبادرات التي يقوم بها الأفراد أو الجماعات من خلال إنشاء مؤسسات أو مشاريع صغيرة ومتوسطة وهي التي تقديم خدمات أو منتجات ذات طابع سياحي، بهدف تحقيق الربح والمساهمة في تنمية القطاع السياحي وتطوير الأماكن السياحية داخل الوطن . ويشمل ذلك استثمار الموارد السياحية المتاحة، مثل المواقع الطبيعية، التراث الثقافي، أو الفعاليات الترفيهية، في إطار من الابتكار والاستدامة، وبالاعتماد على القوانين والتشريعات الوطنية الخاصة بالمقاولاتية والسياحة.

8. المقاربة النظرية للدراسة:

تطلق أي دراسة من أساس نظري يؤطرها وتتلخص دراستنا في فكرة مفادها أن المقاولاتية بنية اقتصادية واجتماعية ناشئة تؤدي وظيفة أساسية في معالجة مشاكل اجتماعية، كالبطالة والركود الاقتصادي، من خلال خلق مشاريع إنتاجية وخدمانية. وفي الجزائر، تكتسب المقاولاتية أهمية في تفعيل القطاع السياحي والذي يعد بدوره بنية اقتصادية واعدة لكنها غير مستغلة بالشكل الكافي. ويبرز التكامل الوظيفي بين المقاولاتية والسياحة في كون الأولى تساهم في تطوير خدمات النقل، الايواء، الارشاد والترويج، مما يمنح السياحة ديناميكية جديدة. إن هذا التفاعل البنوي يعكس وظيفة مشتركة تهدف إلى تحقيق التنمية المحلية، خلق فرص العمل، وتحقيق التوازن داخل النسق الاجتماعي، مما يعزز استقراره واستدامته.

1.8. نظرية البنائية الوظيفية:

تشير البنائية الوظيفية إلى تحديد عناصر التنظيم والعلاقات التي تقوم بين هذه العناصر، والوظيفية تحدد الأدوار التي يقوم بها كل عنصر في علاقته بالتنظيم الكل، وهو مدى مساهمة العنصر في النشاط الاجتماعي الكلي ويحقق الثبات والاتزان من خلال توزيع الأدوار على العناصر، في شكل متكامل وثابت. (مي، عبد الله. 2006، ص 175)

- الإطار المنهجي -

والتنظيم في رأي هذه النظرية هو غاية كل بناء في المجتمع، حتى يحافظ هذا البناء على استقراره وتوازنه. ولا يسمح التنظيم بوجود أي خلل في هذا البناء سواء من حيث العلاقات أو الوظائف، يؤثر على التوازن والاستقرار.

■ المسلمات الخاصة بهذه النظرية:

- أن أفضل طريقة للنظر إلى المجتمع هي اعتباره نظاماً لأجزاء مترابطة.
- يميل هذا المجتمع بشكل طبيعي نحو حالة من التوازن الديناميكي. (نضال فلاح الضالعين وآخرون، 2016، ص 196)
- كل عناصر النظام والأنشطة المتكررة فيه تقوم بدورها في المحافظة على استقرار النظام.
- الأنشطة المتكررة في المجتمع تعتبر ضرورة لاستمرار وجوده. وهذا الاستمرار مرهون بالوظائف التي يحددها المجتمع للأنشطة المتكررة تلبية لحاجاته. (مي، عبد الله، 2006، ص 175)

2.8. نظرية الاستخدامات والإشباع:

وتسمى نظرية الاستعمالات والرضا تهتم هذه النظرية بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة وهي ترى أن الجماهير فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل ومضمون وسائل الإعلام. (نضال فلاح الضالعين وآخرون، 2016، ص 245)

وتهتم بتفسير استخدامات الإعلام انطلاقاً من احتياجات وضروريات الحياة اليومية التي يسعى الاستخدام الفردي والجماعي إلى إشباعها. (مصطفى يوسف كافي، 2015، ص 214)

■ فروض النظرية:

إن الجمهور يشارك بفعالية في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدم وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاته.

يستطيع أفراد الجمهور دائماً تحديد حاجاتهم ودوافعهم (النفسية والاجتماعية)، وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.

- الإطار المنهجي -

يعبر استخدام وسائل الاتصال على الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية، وعوامل التفاعل الاجتماعي، وتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.

التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال؛ وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد؛ أي أن الجمهور المتلقي هو صاحب المبادرة في التعرض للوسيلة الإعلامية وذلك بما يتوافق مع حاجاتهم ورغباتهم. (نضال فلاح الضلاعين وآخرون، 2016، ص 245)

ومن منظور نظرية الاستخدامات والإشباع، يمكن فهم دور المقاولاتية في تطوير القطاع السياحي في الجزائر من خلال تركيزها على كيفية استخدام الوسائط الإعلامية لتحقيق حاجات وإشباع الجمهور. فالمقاولون في المجال السياحي لا يقتصر دورهم على تقديم الخدمات، بل يتعدى ذلك إلى توظيف وسائل الاعلام خاصة الرقمية للترويج للمواقع السياحية واستقطاب الزوار، وهو ما يشبع حاجاتهم المعرفية كالتعرف على الوجهات السياحية، الترفيهية (الاستمتاع بالمحتوى المعروض)، والاجتماعية (مشاركة التجارب). كما أن الجمهور السياحي يعتبر نشطا، فهو دائم البحث عن المحتوى الذي يحقق له توقعاته ويعينه على اتخاذ قراراته السياحية، وهو ما يدفع المقاولين في مجال السياحة إلى بناء رسائل اتصالية بناء على تحليل استخدامات الجمهور وإشباعاته. ومن خلال هذا التفاعل بين المقاولاتية والسائح عبر الوسائط الاتصالية، يحقق ديناميكية جديدة تسهم في ترقية السياحة المحلية، وتحسين صورة الجزائر كوجهة سياحية، مما ينعكس إيجابا على الاقتصاد الوطني ويعزز من مكانة المقاولاتية كفاعل أساسي في التنمية السياحية.

9. الدراسات السابقة:

- الدراسة الأولى :

دراسة الجودي محمد علي، بعنوان "نحو تطوير المقاولاتية من خلال التعليم المقاولاتي" اطروحة مقدمة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه في علوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير ، 2014-2015.

- الإطار المنهجي -

تتمحور هذه دراسة حول: ما مدى مساهمة التعليم المقاولاتي في تطوير روح المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين؟ وما هو واقع المقاولاتية في الجزائر؟ وماهي استراتيجيات التعليم المقاولاتي؟ وماهي برامج التعليم المقاولاتي؟ وماهي محتواها؟ وإلى أي مدى يقوم التعليم المقاولاتي بالجامعة بتهيئة الطالب وتعزيز روح المقاولاتية لديه؟

حيث تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على استراتيجيات وبرامج التعليم المقاولاتي والتعرف على محتويات برامج التعليم المقاولاتي والتعرف فيما إذا كانت المعارف والمؤهلات التي تقدمها البرامج الحالية في التعليم المقاولاتي تسمح للطلاب بان يشرع في تأسيس مشروع صغير وتسييره وفق الأساس التي تجعل منه عملا ناجحا، وكذلك البحث عن وجود ارتباط معنوي بين تعليم الطالب وروح المقاولاتية لديه، وايضا اقتراح برنامج تعليم مقاولاتي على ضوء المعطيات والبرامج التدريسية الحالية بجامعة الجلفة. واعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي.

من بين أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة:

- تعتبر المقاولاتية ظاهرة متعددة الأبعاد تتمحور أساسا حول روح الإبداع والمخاطرة، ولقد تطرقت مختلف المقاربات لها لتبيان مفهومها فركزت المقاربة الاقتصادية على وظائف المقاول لشرحها بينما المقاربة السيكولوجية اهتمت بدراسة خصائصه أما مقاربة النشاط المقاولاتي فقد اهتمت بالكل وذلك بدراسة دور المقاول في الاقتصاد والمجتمع ككل.

- هناك مجموعة من الخصائص الشخصية السلوكية والإدارية التي تتداخل فيما بينها لتشكيل شخصية المقاول والتي تتمحور حول عوامل سيكولوجية اجتماعية، ثقافية واقتصادية

- إن الدولة الجزائرية عملت على إرساء مبادئ الاقتصاد الحر بتشجيع المبادرة الفردية وحرية المنافسة، وذلك بإصدار مجموعة من القوانين لتوفير الإطار التشريعي المناسب لترقية المقاولاتية، وتعتبر أجهزة الدعم والمرافقة التي تبنتها الدولة أحد أهم السبل للتسهيل على المقاولين إنشاء مؤسساتهم وتطويرها لما تقدمه هذه الهيئات والأجهزة من خبرات ومرافقة لهؤلاء المقاولين

- من خلال الإحصائيات رأينا تزايد أعداد الأنشطة المقاولاتية في مختلف القطاعات الاقتصادية، وتسجيلها لأرقام هامة في تدعيم معطيات النشاط الاقتصادي كالصادرات خارج المحروقات، مناصب الشغل، وتطور الناتج الداخلي الخام والقيمة المضافة.

- وتعتبر هذه الدراسة سندا لدراستنا الموسومة (المقاولاتية ودورها في تطوير القطاع السياحي في الجزائر) فعلاقتها بدراستنا الحالية: ان الدراسة متشابهة مع دراستنا من ناحية المفهوم الاساسي حيث ان دراستنا

- الإطار المنهجي -

وهذه الدراسة تنطلقان من تعريف المقاولاتية كمفهوم اقتصادي واجتماعي يعتمد على المبادرة الفردية والإبداع وعن فرص جديدة.

- كما ان هتين الدراستين تشبهان في تشكيل وخلق الثروة وفرص عمل اي ان كلا المذكرتين يركزان على خلق مناصب شغل ومحاربة البطالة وتحقيق التنمية الاقتصادية
- كما تشتركان في فكرة روح الابتكار إذا تناولنا اهمية الابتكار في تطوير افكار مشاريع ناجحة وتلبية احتياجات السوق.

- الدراسة الثانية :

دراسة محمد قوجيل بعنوان "دراسة وتحليل سياسات دعم المقاولاتية في الجزائر" اطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراة في علوم التسيير تخصص تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير 2015-2016.

تتمحور هذه دراسة حول: ما مدى فعالية السياسات الحكومية في دعم وتنمية البروز المقاولاتي في الجزائر؟ وماهي العوامل المؤثرة في البروز المقاولاتي؟ وما مدى تكاملها واهمية كل منهما؟ وكيف تساهم السياسات الحكومية في تنمية البروز المقاولاتي؟ وما مدى فعالية اداء هيئات الدعم والمرافقة المقاولاتية في البروز المقاولاتي في الجزائر؟ حيث تهدف هذه الدراسة في التعرف على مختلف العوامل المؤثرة على البروز المقاولاتي، وكيف تساهم السياسات الحكومية في تفعيلها؟ وكذلك تحديد أهم العناصر التي يجب التركيز عليها لتنمية ثقافة المقاولاتية في الجزائر، وايضا تقييم البيئة الاقتصادية والتشريعية وتحديد الايجابيات والنقائص بغرض الوصول إلى مناخ أعمال مشجع على النشاط المقاولاتي، وكذلك تشخيص أداء عينات الدعم والمرافقة المقاولاتية في الجزائر لضمان فعاليتها وبالتالي النجاح واستمرارية المؤسسات الناشئة وتحقيق أهدافها ومحاولة بناء نموذج لتفعيل مساهمة مختلف العوامل في تحقيق البروز المقاولاتي في الجزائر.

من بين النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة ما يلي :

- تمثلت أهم النتائج العامة للدراسة في أن استراتيجية دعم المقاولاتية يجب أن تقوم على سياسة شاملة يشترك فيها جميع الفاعلين، ولا تقتصر على هيئة أو وزارة واحدة تتحمل هذه المسؤولية، كما أظهرت هذه الدراسة ضعف فعالية سياسات دعم المقاولاتية في الجزائر حيث توصلنا إلى أن المقاولاتية تواجه قيودا كثيرة

- الإطار المنهجي -

في الجزائر، من حيث الدعم الاجتماعي والثقافي، البيروقراطية والفساد الإداري، إشكالية التمويل وضعف النظام المالي المهارة أو التكوين صعوبة تطبيق الإجراءات في الواقع، وعلى الرغم من الجهود التي تبذلها الحكومة لتشجيع وتسهيل المقاولاتية، فإن مرتبة الجزائر أخذت بالانخفاض في ترتيب البنك الدولي باستمرار في السنوات الأخيرة من المرتبة 116 في عام 2007 إلى المرتبة 154 في عام 2015

نتائج اختبار الفرضيات:

كانت الفرضية الأساسية لهذه الدراسة تنص على أن سياسات دعم المقاولاتية في الجزائر لا تؤثر بشكل فعال على البروز المقاولاتي، وقد تم تأكيد هذه الفرضية من خلال الفرضيات الإحصائية التالية :

الفرضية الأولى: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين ثقافة المقاولاتية في الجزائر والبروز المقاولاتي.

وتوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين ثقافة المقاولاتية في الجزائر والبروز المقاولاتي.

الفرضية الثانية: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين البيئة التشريعية والاقتصادية في الجزائر والبروز المقاولاتي، وتوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين البيئة التشريعية والاقتصادية في الجزائر والبروز المقاولاتي .

الفرضية الثالثة: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين هيئات الدعم والمرافقة والبروز المقاولاتي في الجزائر وتوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين هيئات الدعم والمرافقة والبروز المقاولاتي في الجزائر .

اذ استندنا على هذه دراسة كونها مشابهة لدراستنا تحت عنوان (المقاولاتية ودورها في تطوير القطاع السياحي في الجزائر) وعلاقتها بدراستنا ما يلي:

رغم اختلاف مجال التركيز لهتين الدراستين الا ان هناك نقاط تشابه جوهرية فكلاهما ينطلق من اهمية المقاولاتية كآلية فعالة لتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية ويؤكدان على ضرورة وجود سياسات واضحة ودعم لتشجيع روح المبادرة لدى الشباب كما تؤكد الدراستان على دور الدولة ومؤسسات الدعم في توفير بيئة مناسبة لنمو المشاريع الصغيرة والناشئة سواء من الإطار العام للمقاولاتية او في إطار السياحة، كما يشتركان في إبراز التحديات التي تعيق تطور المقاولاتية.

○ الدراسة الثالثة :

زروق بن موفق، الطاهر شليحي، مريم عساس، 2019، المقاولاتية ومساهمتها في تنمية القطاع السياحي في الجزائر: الواقع والآفاق، مقال منشور بمجلة اقتصاد المال والاعمال.

تتمحور هذه الدراسة حول: ما هو واقع النشاط المقاولاتي في القطاع السياحي الجزائري؟ وهل خطة التهيئة السياحية كفيلة بجعل الجزائر وجهة سياحية عالمية؟

ومن أهم النتائج التي توصلت لها هذه الدراسة ما يلي :

- ضرورة التركيز على القطاعات المرافقة لقطاع السياحة.
- تنمية الصناعات الصغيرة والحرفية ذات الطابع التراثي وتلك المرتبطة بشكل مباشر بدعم الصناعة السياحية وتحديد المواقع المخصصة والصالحة للاستثمار السياحي وتسهيل سبل إقامتها لما تشكله من أهمية وروابط التغذية للسياحة.
- الاعتماد على السياحة الإلكترونية ودراسات التسويق السياحي لتطوير قطاع السياحة.
- تشجيع الاستثمار السياحي بدون فوائد للوصول إلى انجاز 1000 فندق في الجزائر حتى يمكننا الحديث بعدها عن تطوير السياحة علما أن مدنا صغيرة مثل دبي بالإمارات العربية المتحدة تتوفر لوحدها على 1000 فندق بتصنيفات عالية.
- وضع ميكانيزمات على المدى الطويل وفتح فروض ضخمة مع فتح قروض فندقية لتمديد حياة الفنادق.
- حماية البيئة الطبيعية وتنمية مواردها من خلال التنسيق مع الجهات المعنية للحفاظ على الموروث الحضاري لما تشكلها الطبيعة من أهمية باعتبارها أحد عناصر البيئة ووجوب حمايتها وتنميتها.

وتعتبر هذه الدراسة سندا لدراستنا الحالية تحت اسم " المقاولاتية ودورها في تطوير القطاع السياحي في الجزائر " اذ تشابهتا في الكلمات المفتاحية الموضوع (المقاولاتية، السياحة، القطاع السياحي) وكذلك مفهوم كل منهم وتؤكد كلتا الدراستين على واقع وافاق المقاولاتية السياحية في الجزائر وعلى خلق فرص عمل للشباب في مجال السياحة وجعلها قطاعا للتنمية بعد الاقتصاد و إبراز أهمية المبادرة المقاولاتية أن تساهم في تنشيط وتطوير القطاع السياحي في الجزائر، كما ان كلتا الدراستين توصلتا إلى أن المقاولاتية لها إمكانيات كبيرة للنهوض بالقطاع السياحي في الجزائر بشرط توفر الدعم و وجود بيئة مشجعة و تسهيلات مالية و تكوين مستمر.

الفصل الأول: مدخل للمقاولاتية

المبحث الأول: الإطار النظري للمقاولاتية.

المبحث الثاني: ماهية المقاول.

المبحث الثالث: واقع المقاولاتية في الجزائر.

تمهيد:

شهد النظام الاقتصادي العالمي تطورات كبيرة أدت إلى تباين مكانة المقاولاتية، حيث لم تلقَ اهتمام الباحثين والاقتصاديين إلا حديثاً، بسبب تفوق نموذج المؤسسة الكبيرة في السابق. ومع مرور الوقت، بدأ الاهتمام يتزايد بإنشاء المؤسسات الصغيرة، نظراً لدورها المهم في اقتصاديات الدول وبرامج التنمية المستقبلية، بغض النظر عن مستوى تطور هذه الدول.

في الجزائر، ظهرت المقاولاتية نتيجة للإصلاحات الاقتصادية التي بدأت عام 1988، بعد تغييرات داخلية وخارجية أجبرت البلاد على تبني تنظيم اقتصادي جديد يقوم على تشجيع المبادرات الفردية. فبعدما كانت الدولة هي المقاول الوحيد، أصبح من الضروري غرس الروح المقاولاتية ومساعدة أصحاب الأفكار الجديدة على تحويل أفكارهم إلى مؤسسات قائمة، بدعم من الدولة عبر توفير المناخ الملائم وتطبيق الإصلاحات اللازمة.

سنتناول هذا الفصل ثلاث مباحث الأول يتعلق بالإطار النظري للمقاولاتية والثاني متعلق بماهية المقاول أما المبحث الثالث والأخير فيتعلق بواقع المقاولاتية في الجزائر.

المبحث الأول: الإطار النظري للمقاولاتية

أولاً: مفهوم المقاولاتية

ارتبط مصطلح المقاولاتية كمفهوم تطبيقي Entrepreneurship بالاقتصاد الفرنسي منذ منتصف القرن السابع عشر الميلادي، وارتبط بالشخص الذي يباشر بإنشاء مشروع جديد لسلعة أو خدمة ذات مزيج جديد يتضمن مخاطرة، إذ يقصد بالكلمة ال فرنسية Entrepreneur المقاول الذي هو الفرد المغامر الذي يتولى إدارة مشروع ونشاط مهم. (بلال هاشم، النصور عبد الحميد الخراية. 2021، ص 27)

عرف كل من Thurik Wenekers المقاولاتية بأنها إدراك وتكوين فرص اقتصادية جديدة مع اتخاذ القرار واستثمار الموارد، وقد وسع McClurg و Boschee مفهوم المقاولاتية ليعني به البدء من لا شيء أكثر من مجرد فكرة أو نموذج أصلي، مع قابلية الريادي إلى سحب الأعمال إلى الموضوع الذي يمكن أن تعزز فيه ذاتها، عن طريق توليد داخلي للتدفق النقدي. (مصطفى يوسف، كافي. 2016، ص 15)

والمقاولاتية هي عملية ابتكار شيء جديد ذي قيمة، وتوفير الوقت والجهد والمال اللازم للمشروع وتحمل المخاطر المرتبطة، واستقبال المكافئة الناتجة. وهي عملية ديناميكية لتأمين تراكم الثروة، وهذه الثروة تقدم عن طريق الأفراد الذين يتخذون المخاطر في رؤوس أموالهم، والالتزام بالتطبيق لإضافة قيمة إلى بعض المنتجات والخدمات، وقد تكون أو لا تكون هذه المنتجات أو الخدمات جديدة أو فريدة، لكن يجب أن يضيف الريادي إليها قيمة من خلال تخصيص الموارد، والمهارات الضرورية. (ريم، رمضان. 2013، ص 270)

كما عرف الاقتصادي الفرنسي Jean-Baptiste Say المقاولاتية بأنها القدرة العالية على إدارة موارد المنظمة بغض النظر عن تخصصها المهني، ويرى أن الريادي يتميز بولائه الكامل للعمل، وتمثل المقاولاتية ذلك النشاط الذي يتولى استثمار فرصة جديدة مبتكرة وفريده وهذا ما يطلق عليه الريادة الخارجية؛ لأن المنظمة تستقطب الفرصة من خارج المنظمة اما إذا كانت تلك الفرصة تمثل إعادة تجديد لفرص حقيقية موجودة داخل المنظمة فهي تعتبر ريادة داخلية. (بلال هاشم، النصور، عبد الحميد الخراية. 2021، ص 27)

باختصار المقاولاتية هي عملية إنشاء وتطوير مشروع جديد يقوم على فكرة مبتكرة، بهدف تحقيق الربح أو إحداث تأثير إيجابي في المجتمع. يُعرف المقاول بقدرته على استكشاف الفرص، وجمع الموارد، وتحمل المخاطر المرتبطة بتأسيس مشروع خاص. وتعتبر المقاولاتية محركاً أساسياً للنمو الاقتصادي، حيث تساهم في خلق مناصب

عمل جديدة وتعزيز الابتكار في مختلف القطاعات. كما تتطلب روح المبادرة والإصرار والقدرة على التكيف مع التغيرات، بالإضافة إلى مهارات التخطيط والتنظيم. بشكل عام، تُعد المقاولاتية أداة فعّالة لتحويل الأفكار إلى واقع ملموس يساهم في تنمية الاقتصاد والمجتمع.

ثانياً: أهمية المقاولاتية

تساهم المقاولاتية بجملة من المنافع أهمها:

- خلق الثروة من خلال توفير منتجات سلع وخدمات متفوقة لتلبية حاجات متقدمة للزبائن، ومن ثم توسع ونمو المنظمات، وتطوير المناطق التي تتواجد فيها.
- إيجاد أعمال وأنشطة اقتصادية جديدة، توفر فرص عمل، وتخلق أسواق جديدة.
- تفعيل عوامل الإنتاج من خلال استثمار القابليات الريادية في المجتمع.
- تحقيق رضا وولاء زبون متفوق بامتلاك المرونة الاستراتيجية اللازمة لتشجيع الابتكار. (مصطفى يوسف، كافي. 2016، ص 17)

- تجديد النسيج الاقتصادي من خلال تعويض المؤسسات الفاشلة وإعادة التوازن للأسواق.
- وسيلة لإعادة الاندماج الاجتماعي للعمال الذين فقدوا مناصب عملهم نتيجة أسباب اقتصادية خارجة عن نطاقهم.
- تشكل متنفساً يسمح للمقاولين بالخروج من نموذج العمل المأجور الذي سيطر على الأذهان لفترة طويلة من الزمن واللجوء للعمل الحر. (محمد أمين علون، وسيلة السبتي. 2019، ص، ص 4-5)

بالإضافة إلى أن المقاولاتية تُعد عنصراً جوهرياً في بناء اقتصاد قوي ومتنوع، حيث تفتح المجال أمام الأفراد لتحويل أفكارهم إلى مشاريع حقيقية تخلق فرص عمل جديدة وتدفع بعجلة الابتكار. فهي لا تقتصر فقط على تحقيق الربح الشخصي، بل تساهم أيضاً في تحريك النشاط الاقتصادي، وتقوية النسيج الاجتماعي من خلال تعزيز روح المبادرة والمسؤولية. بفضل المقاولاتية، تتجدد الأسواق وتتطور الخدمات والمنتجات بما يواكب حاجات المجتمع وتغيراته، مما يجعل منها محركاً أساسياً للنمو المستدام والتقدم الاجتماعي. كما أن دعم المقاولاتية يشكل وسيلة فعّالة لمواجهة البطالة، وميداناً رحباً لإبراز الكفاءات والقدرات الإبداعية، مما يجعل من رائد الأعمال فاعلاً حقيقياً في صناعة المستقبل وبناء مجتمع أكثر ديناميكية وازدهاراً.

ومن جهة أخرى، تسهم المقاولاتية في تعزيز التنافسية الاقتصادية بين الدول، حيث أصبحت الدول التي تشجع على روح المبادرة والابتكار أكثر قدرة على التكيف مع المتغيرات العالمية. ولهذا، فإن الاستثمار في تنمية الثقافة المقاولاتية، ودعم المشاريع الناشئة، وتوفير بيئة ملائمة للأعمال، أصبح ضرورة حتمية لتحقيق تنمية شاملة ومستدامة، قادرة على مواجهة تحديات العصر وبناء اقتصاد معرفي متطور.

ثالثاً: أنواع المقاولاتية **Types of Entrepreneurship**:

يمكن أن ينطوي مفهوم المقاولاتية على منظور داخلي وآخر خارجي يمثلان أهم أنواعها كما يأتي :

— **المقاولاتية الخارجية Exopreneurship**: وتمثل الابتكار خارج حدود المنظمة ضمن شبكات خارجية كالمخاطرة المشتركة، والمقاولات الثانوية، والتحالفات الاستراتيجية. (مصطفى يوسف، كافي. 2016، ص 21) ومن أشكال المقاولاتية الخارجية:

❖ **إنشاء مؤسسة جديدة**: تعتبر إنشاء مؤسسة جديدة عملية معقدة وغير متجانسة، تختلف دوافعها من مقالٍ لآخر، فهناك من تبلور لديه الفكرة عبر الزمن وبعد دراسة مختلف الاحتمالات والبدائل يقوم باتخاذ قرار إنشاء مؤسسته الخاصة، ويمكن أن تتم إنشاء مؤسسة جديدة وفق عدة طرق: إنشاء مؤسسة من عدم، إنشاء مؤسسة عن طريق التفريغ (الدعم والمرافقة)، الحصول على امتياز، إنشاء الفروع.

❖ **شراء عمل قائم**: إن شراء مؤسسة قائمة يختلف عن إنشاء مؤسسة جديدة لأن المؤسسة موجودة في الأساس ولا حاجة لإنشائها، في هذه الحالة يمكن الاعتماد على ما تمتلكه المؤسسة من إمكانيات في الحاضر على تاريخها السابق وأيضاً على هيكلها التنظيمي مما يقرر من درجة عدم اليقين ومستوى الخطر وفي هذا النوع من النشاط تميز تواجد حالتين هما: شراء مؤسسة في حالة جيدة، شراء مؤسسة تواجه صعوبات. (محمد لين علون، وسيلة السبتي. 2019، ص 5)

— **المقاولاتية الداخلية Interpreneurship**: يكون المقاول داخل منظمة قائمة فعلاً. وتمثل المقاولاتية داخل المنظمة القائمة وتتعامل مع الموارد الداخلية التي تمتلكها وتشكل المقاولاتية الداخلية أحد مقاييس الأداء الريادي إلى جانب مؤشرات العائدات والتحكم والبقاء؛ فيما تعرف ريادة الشركة بأنها عملية إيجاد أعمال جديدة ضمن المنظمات القائمة وتهدف إلى تحسين الربحية التنظيمية وتعزيز الموضع التنافسي أو إعادة التجديد الاستراتيجي للأعمال القائمة. (مصطفى يوسف، كافي. 2016، ص 21)

ببساطة المقاولاتية اليوم أصبحت أداة فعالة للتغيير والنمو، سواء داخل مؤسسات أو على مستوى الأفراد، لأنها تجمع بين الإبداع، الطموح، والعمل من أجل تحقيق تأثير اقتصادي واجتماعي ملموس .

المبحث الثاني: ماهية المقاول

أولاً: مفهوم المقاول

لقد أعطي المقاول عدد من التعاريف نذكر منها :

حسب Cantillon. R فإن المقاول هو شخص يخاطر بأمواله الخاصة أو المفترضة الموظفة في ظل حالة عدم التأكد — دون ضمانات — من تحقيق أرباح ناتجة من بيع أو عوائد عوامل الإنتاج من شأنها تغطية تكاليف عوامل الإنتاج ، متحتملاً بذلك مختلف أنواع المخاطر سواء المالية ، العامة النظامية ، أو الخاصة غير النظامية. (صبرينة سيدي صالح، علي لونيس، 2022، ص 555)

والمقاول هو الشخص الذي لديه فكرة ويسعى لتجسيدها على أرض الواقع، ولديه القدرة على تحدي جميع الصعوبات التي تواجهه من أجل خلق مشروع ويتصف هذا الأخير بالجرأة، الثقة بالنفس، الإبداع وتحمل المخاطر. (رشيدة، قواسمي. 2020، ص 162)

وعرف Adam Smith المقاول بأنه الفرد الذي يتولى تكوين منظمة ما لغرض اقتصادي، ولهذا فإنه مبتكر يفرض مخاطرة غالباً ما ترتبط مع بدء مغامرة جديدة، إضافة إلى المهارة في جميع الموارد من ضمنها الأفكار والطرائق والاختراعات والأفراد والمديرون ورأس المال. (مصطفى يوسف، كافي. 2016، ص 15)

إذن فالمقاول هو شخص مبدع ومبتكر لديه القدرة والقابلية للاستثمار في موارده المتوفرة وفي أفكاره، فهو يحدد فرصة تجارية ويأخذ زمام المبادرة في تنظيم الموارد (المالية والبشرية) لإطلاق مشروع أو منتج جديد قصد تحقيق أرباح، متحتملاً بذلك مختلف أنواع المخاطر سواء المالية منها أو غيرها.

ثانياً: خصائص المقاول ومميزاته

كما اختلف الباحثون في تعريفهم للريادة وتحديد مفهومها فقد اختلفوا في تعدادهم لخصائصه وسماته، ولعل أبرزها يمكن تلخيصه في التالي:

1. الخصائص السلوكية :

أ. الشغف: هو قوة داخلية تدفع رواد الأعمال للسعي المستمر لتحقيق أفكارهم رغم الصعوبات. ينبع الشغف من تراكم المعرفة والاهتمام بفكرة معينة، ويظهر في التفاؤل والاهتمام الدائم بالموضوع. لكن الشغف المفرط قد يسبب مشاكل مثل اتخاذ قرارات خاطئة، الحساسية الزائدة للنقد، رفض الشركاء المناسبين، والسعي للسيطرة المطلقة على التمويل. لذلك يجب موازنة الشغف بالحكمة تجنباً لمخاطره ولضمان نجاح المشروع. (سعيد، اوكيل. 2017، ص 63)

ب. الثقة بالنفس: هي وعي الإنسان بقدراته وإيمانه بها لتنفيذ أفكاره مهما كانت الصعوبات. ضعف الثقة قد يسبب شعوراً بالنقص، وزيادتها المفرطة قد تؤدي للغرور وأخطاء في القرار. النساء غالباً يظهرن ثقة أقل لكنها تزداد مع التجربة. في الأزمات، الثقة العالية تدعم الأداء، ولتعزيز الثقة ينصح بالتخطيط المسبق، جمع المعلومات، تجنب الغرور، مناقشة الفرص مع شبكة واسعة من الأشخاص. (سعيد، اوكيل. 2017، ص 64)

2. التحكم الذاتي الداخلي internal locus of control :

إن مهمة بدء عمل جديد تتطلب من الفرد الريادي أن يكون لديه إيمان بالمستقبل وأنه قادر على الضبط والسيطرة على العوامل الخارجية المؤثرة به. وهذه الخارجية المؤثرة إلى درجة سيطرتها عليه في قراراته. سمة عكس سمة التحكم الخارجي التي تجعل من صاحبها متأثراً بالعوامل. (مصطفى يوسف، كافي. 2016، ص 18)

3. الحاجة إلى الإنجازات Need to Achieve:

هي شعور داخلي يدفع الفرد لفعل شيء يساهم به إيجابياً في محيطه، وتركز على الفعل وتحقيق الأهداف، سواء كانت كبيرة أو بسيطة. الإنجاز يعزز الثقة بالنفس ويشعر الفرد بالراحة والفخر، كما أن الشعور بفهم الموضوع بعمق يزيد من دافع النجاح. (سعيد، اوكيل. 2017، ص 66)

4. الاستعداد والاندفاع نحو المخاطر :

وذلك من خلال استغلال الفرص الاستثمارية بجرأة ومرونة، خاصة في المنظمات الصغيرة حيث يسهل إطلاق الابتكارات مقارنة بالمنظمات الكبيرة التي تتجنب نجاحاً أكبر نظراً لحجم أصولها وطول فترة ارتباطها

بالمشاريع. الشجاعة والقدرة على مواجهة المخاطر مع اتخاذ الاحتياطات تعد من أبرز صفات الريادي الناجح. (بلال هاشم، النسور، عبد الحميد الخرابية، 2021، ص 43)

5. الوعي بمرور الوقت :Awareness of Passing Time

المقاول شخص غير صبور يتمتع بإحساس بالاستعجال، فهو يريد إنجاز الأعمال اليوم وكأن غدا لن يأتي، فهو ينتهز اللحظة من الوقت لكونها لها معنى عنده. (مصطفى يوسف، كافي. 2016، ص 19)

6. الخصائص الإدارية: تتضمن مجموعة من المهارات أهمها:

1.6. المهارات الإنسانية: تركيز على إنسانية العاملين، وظروفهم الاجتماعية وبناء بيئة عمل تركز على الجانب السلوكي والإنساني.

2.6. المهارات الفكرية: تتطلب إدارة المشروعات وامتلاك المعارف والجوانب العملية والقدرة على صياغة الأهداف على أسس الرشيد والعقلانية.

3.6. المهارات الفنية: وتتمثل في المهارات الأدائية ومعرفة طبيعة العلاقات بين المراحل الإنتاجية والمراحل التصميمية للسلعة ومعرفة كيفية تركيب الأجزاء وصيانة بعض المعدات والآلات .

ثالثا: مهام وأدوار المقاول (سعيد أوكيل، 2017، 152)

انطلاقاً من هذه الخصائص التي يتميز بها المقاول، مثل روح المبادرة، والإبداع، والقدرة على اتخاذ القرار، تظهر بوضوح الأدوار المتعددة التي يقوم بها في مسار مشروعه. فهذه الصفات لا تظل مجرد سمات شخصية، بل تنعكس مباشرة في المهام التي يتحملها، والتي تشكل جوهر عمله اليومي وتحدد نجاح مشروعه أو فشله. ومن المهام التي يلعبها نذكر منها:

- الإقدام على مزولة النشاطات القانونية والمرخصة، بما فقط.
- إعطاء الأولوية للنشاطات المصرح بها، الموجودة على الساحة المحلية أو الموقع، أو في حق الدولة، أي البحث عن المشاكل وحلّ المشكلات دون إهمال التطبيقات ذات البعد الدولي.
- تسجيل المنشأة حسب الأصول، ومزولة النشاطات بشكل قانوني واضح.
- دفع الرسوم ومسك الحسابات بصورة جيدة وشفافة.

- تأمين المنشأة ضد الكوارث والحوادث.
- تحمّل مسؤولية إدارة المنشأة، وحماية الموظفين.
- أداء المسؤولية الاجتماعية.
- المحافظة على ترقية وجزاء وسلوك العاملين.
- المحافظة على التشغيل المهني أو المهني بمهارات وظيفية تطبيقية.
- الانتماء إلى جمعية مهنية أو وظيفية تعمل على تعزيز تجمع ريادة الأعمال.
- ضمان التواصل مع العالم الخارجي قصد المعرفة والتبادل.

المبحث الثالث: واقع المقاوالتية في الجزائر

أولاً: متطلبات نجاح المقاوالتية وعوامل فشلها

أ. متطلبات نجاح المقاوالتية:

يتوقف نجاح المشاريع المقاوالتية على ضرورة توافر مجموعة من المقومات بعضها يرجع إلى الجهات الحكومية، وبعضها يرجع إلى أصحاب هذه المشروعات وذلك على النحو التالي:

1. على المستوى الحكومي :

يتطلب نجاح المشاريع المقاوالتية تدخلاً حكومياً فعالاً يوفر بيئة ملائمة لنمو هذه المشاريع. ويشمل ذلك إنشاء هيئات أو إدارات حكومية مختصة تقدم الدعم المالي والفني، وتوفر المعلومات الضرورية ودراسات الجدوى لأصحاب المشاريع الصغيرة. كما يجب على الحكومات دعم التعليم الفني ليتماشى مع احتياجات السوق، وتعزيز الطلب المحلي على منتجات المشاريع الصغيرة من خلال حملات إعلامية ومعارض تسويقية. إضافة إلى ذلك، ينبغي نشر ثقافة العمل الحر، وتوسيع انتشار حاضنات الأعمال لتقديم الاستشارات والتدريب. كما أن تشجيع البحوث التطبيقية لتطوير الموارد المحلية يعد ضرورياً، إلى جانب تقديم الدعم الفني والمعنوي المستمر للمشاريع، وتوفير إشراف ومتابعة من الجهات الممولة مع منح فترات سماح مالية في بداية المشروع. (مصطفى يوسف، كافي،

2016، ص ص 66 - 67)

2. بالنسبة لصاحب المشروع:

نجاح المشروع المقاولاتي يرتبط بشكل مباشر بجاهزية وكفاءة صاحبه. من المهم أن يبدأ بإعداد دراسة جدوى دقيقة وواقعية تشمل الجوانب التسويقية والتمويلية وتحليل العائد المتوقع. كما يجب عليه وضع أنظمة واضحة للعمل تمنع العشوائية والمجاملات، إلى جانب امتلاكه مهارات إدارية وفنية تؤهله لقيادة مشروعه بكفاءة. كذلك، ينبغي اختيار التمويل المناسب بعناية، وتجنب الاقتراض غير الضروري. ويُعد التسويق المبني على أسس علمية من عوامل النجاح الأساسية، بالإضافة إلى السعي الدائم نحو التطوير والتحسين. إتقان العمل وتقديم منتجات أو خدمات ذات جودة عالية، وأخيرًا التواجد الشخصي لصاحب المشروع في الميدان لمتابعة التفاصيل واتخاذ القرارات المناسبة في الوقت المناسب، كلها عناصر أساسية لضمان استمرارية المشروع ونجاحه. (مصطفى يوسف، كافي، 2016، ص 68)

ب. عوامل فشل المشاريع المقاولاتية: (فريد راهم، 2022، ص، ص 403، 402)

يمكن تحديد هذه العوامل كالتالي:

- **المشاكل المالية:** وتشمل عدم كفاية رأس مال الشركات الناشئة، وقيود السيولة وقضايا إدارة الديون باعتبارها قضايا مالية رئيسية تؤدي إلى فشل مؤكد. كما أن الاستهانة بالمتطلبات المالية، وعدم وجود أهداف وخطط مالية محددة ومسك الدفاتر، وعدم وجود خطة طوارئ للتنفيذ في الصعوبات المالية، وضعف العلاقات مع أصحاب رؤوس الأموال .
- **المشاكل مع الموظفين والعملاء:** وتؤدي إلى فشل المشروع، يعتبر السلوك السلي للموظفين وافتقارهم للخبرة والمهارة، وعدم الأمانة، وقلة الانضباط من أسباب فشل المشروع. كما تمثل المشكلات المتعلقة بالعميل كعدم الثقة في الشركة أو منتجاتها وخدماتها، والتأخير في المدفوعات للشركة، بالإضافة إلى فشل الشركة في التركيز على عملائها، والنقص في العملاء. من أهم عوامل الفشل المقاولاتي.
- **نقص أو عدم كفاية تخطيط الأعمال وعدم وجود أهداف عمل محددة:** إذ يمكن التخطيط وصياغة الاستراتيجية من التقليل من احتمالات الفشل المقاولاتي .
- **نقص خبرة المديرين والمالكين:** تعتبر المعرفة غير الكافية وعدم وجود تدريب مناسب، وضعف القدرات والخبرات الإدارية مثل: إساءة استخدام الثقة والسلطة، وعدم القدرة على خلق الوضوح والتوازن داخل

- الفريق، وعدم القدرة على التكيف في الأزمات، والقرارات غير الدقيقة، وعدم القدرة على الحفاظ على علاقات جيدة مع أصحاب المصلحة من أسباب الفشل المقاولاتي. كما أن امتلاك مهارات وظيفية في مجالات التسويق والعمليات والتمويل والموارد البشرية أو المهارات الشخصية مثل القدرة على تحديد نقاط الضعف والقوة الخاصة بالفرد وغيرها من المهارات القيادية التي تساعد في تقليل فرص الفشل المقاولاتي .
- يتركز السبب الخامس للفشل حول القضايا المتعلقة بالمنتج أو الخدمة إلى إخراج الشركة من السوق. بالإضافة إلى ذلك، يمكن للمشكلات المتعلقة بتصميم المنتج أو الخدمة، وتوقيت إطلاق المنتج / الخدمة، وأساليب التوزيع والبيع غير المناسبة، والاعتماد المفرط على أنواع معينة من العملاء، بالإضافة إلى الفشل في تحديد مكان السوق المناسب للمنتج أو الخدمة.
- يمكن أن تؤدي التحديات البيئية الخارجية إلى الفشل المقاولاتي بشكل عام، أي تأثيرها يكون على كل المشاريع كظروف السوق السيئة، ضعف النمو، وضع الاقتصاد العام، الثقافة الاجتماعية السلبية، السياسات الحكومية، ضعف مشاركة المعلومات من قبل الحكومة، البيروقراطية، التكتيكات غير الأخلاقية التي يستخدمها المنافسون، ووجود المنافسون الأكبر أو الأجانب ذوو المزايا الكبيرة .

ثانيا: الآثار الاقتصادية والاجتماعية للمقاولاتية

أدت المشكلات الكبيرة التي لم تستطع المشروعات الكبيرة التغلب عليها إلى توجه الحكومات نحو الاهتمام بالمشروعات الصغيرة اعترافاً منها بدور هذه المشروعات في المساهمة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية وقد أظهرت التطبيقات العلمية للصناعات الصغيرة أن الحاجة تقتضي وجود مثل هذا النوع من الصناعات بغض النظر عن نسبة ومراحل التطور والتقدم الاقتصادي والاجتماعي في المجتمع على الرغم من أهمية الصناعات الكبيرة ودورها الاقتصادي والاجتماعي ونلخص آثار المشاريع المقاولاتية اقتصاديا واجتماعيا في النقاط التالية:

1- الآثار الاقتصادية للمقاولاتية: (علي عزوز، حسناء قاسم، 2019، ص 57)

تلعب المقاولات دوراً أساسياً في دفع عجلة الاقتصاد من خلال زيادة متوسط دخل الفرد وإحداث تغييرات إيجابية في هيكل الأعمال والمجتمع. فهي تساهم في خلق الثروة عبر توسيع قاعدة المستفيدين من مكاسب التنمية، ما يعزز العدالة الاقتصادية. كما تساهم في تنمية الصادرات سواء بشكل مباشر أو غير مباشر من خلال تزويد الشركات الكبرى بالمواد الوسيطة، مما يخفف من تكاليف الإنتاج ويعزز القدرة التنافسية في الأسواق العالمية. إلى

جانب ذلك، تشكل المقاولاتية ركيزة مهمة للنمو الاقتصادي السليم، إذ تدعم الابتكار والإبداع، وتمكن المؤسسات الكبيرة من التركيز على أنشطتها الرئيسية، وتوفر الخدمات في المناطق الأقل حظًا، وتفتح المجال أمام الأفراد للعمل الحر وتطوير قدراتهم الإدارية.

2- الآثار الاجتماعية للمقاولاتية :

لا تقتصر آثار المقاولاتية على الجانب الاقتصادي فقط، بل تمتد إلى الجوانب الاجتماعية بشكل كبير، حيث تساهم في تحقيق عدالة التنمية وتوزيع الثروة عبر خلق توازن تنموي بين مختلف أقاليم الدولة وتقليص الفوارق الإقليمية. كما تلعب دورًا مهمًا في تمكين المرأة، من خلال توفير فرص عمل مرنة ومناسبة لطبيعتها، وتشجيعها على خوض تجربة ريادة الأعمال. إضافة إلى ذلك، تساعد المقاولاتية على الحد من الهجرة من الريف إلى المدن من خلال توفير فرص عمل محلية، ما يساهم في استقرار السكان وتخفيف الضغط على البنية التحتية والخدمات في المناطق الحضرية، ويعزز من بناء طبقة متوسطة في الأرياف .

ثالثًا: التحديات التي تواجه المقاولاتية في الجزائر. (عبد الله العياشي، 2014، ص ص، 184 - 185)

رغم الأهمية المتزايدة للمقاولاتية في تحسين النمو الاقتصادي وتوفير فرص العمل، فإن المقاولين في الجزائر يواجهون العديد من التحديات التي تعيق تطوير مشاريعهم وتحد من تأثيرها الإيجابي على الاقتصاد وجودة الحياة. هذه التحديات تشمل البيروقراطية المعقدة، نقص التمويل العوائق القانونية، وضعف الوعي بثقافة ريادة الأعمال، ووفقا للدراسة أجرتها جامعة الجزائر، تشكل هذه العوائق عالما كبيرا أمام تحقيق الفائدة الكاملة لريادة الأعمال في تحسين جودة الحياة.

1- البيروقراطية:

إحدى أكبر التحديات التي تواجه رواد الأعمال في الجزائر في البيروقراطية يشتمل على العديد من رواد الأعمال من أن الإجراءات الإدارية المعقدة والوقت الطويل الذي يتطلبه الحصول على التراخيص الضرورية لتأسيس المشاريع يشكلان عائقا كبيرا أمامهم في بعض الأحيان، قد يتطلب الأمر شهورا للحصول على التراخيص الضرورية، مما يؤدي إلى تأخير في تنفيذ المشاريع وربما فقدان فرص استثمارية مهمة التعقيب: التشجيع ريادة الأعمال، من الضروري تحسين بيئة العمل الإداري في الجزائر من خلال تبسيط الإجراءات وتقليل الوقت اللازم

للحصول على التصاريح إذا تم تقليل التعقيدات البيروقراطية، سيزداد عدد المشاريع الناشئة، ما يسهم بشكل كبير في تحسين جودة الحياة من خلال خلق المزيد من فرص العمل والابتكار.

2- نقص التمويل:

نقص التمويل يمثل تحدياً رئيسياً آخر يواجه رواد الأعمال في الجزائر رغم وجود بعض برامج التمويل الحكومية مثل ANSEJ سابقاً، إلا أن العديد من رواد الأعمال يواجهون صعوبات كبيرة في الحصول على القروض اللازمة لتمويل مشاريعهم المؤسسات المالية، وخاصة البنوك، تكون مترددة في منح القروض الرواد الأعمال الشباب أو أولئك الذين لا يمتلكون سجلاً تجارياً قوياً التعقيب: يجب أن يكون هناك نظام تمويل أكثر مرونة وملاءمة لدعم رواد الأعمال في الجزائر إنشاء صناديق استثمارية متخصصة الدعم المشاريع الريادية وتقديم قروض بفوائد منخفضة أو ضمانات حكومية يمكن أن يسهم بشكل كبير في حل مشكلة نقص التمويل وتعزيز جودة الحياة من خلال تشجيع للمزيد من الشباب على الدخول في المقاولاتية.

3- العوائق القانونية:

العوائق القانونية تمثل أيضاً مشكلة كبيرة أمام رواد الأعمال القوانين التي تحكم تأسيس وإدارة المشاريع في الجزائر غالباً ما تكون غير واضحة أو متناقضة مما يجعل من الصعب على رواد الأعمال الامتثال لها. بالإضافة إلى ذلك، قد تكون هناك صعوبات في حماية الملكية الفكرية أو التعامل مع حقوق العمال والضرائب التعقيب من الضروري تحسين الإطار القانوني لريادة الأعمال في الجزائر ينبغي أن تكون القوانين أكثر وضوحاً وشفافية لضمان أن رواد الأعمال قادرين على الامتثال للقوانين دون مواجهة العقيدات غير ضرورية. هذا يمكن أن يسهم في خلق بيئة أعمال أكثر استقراراً ودعمًا للمشاريع الريادية، مما يساهم في تعزيز النمو الاقتصادي وتحسين جودة الحياة.

4- ضعف الوعي بثقافة ريادة الأعمال:

في الجزائر، لا يزال هناك ضعف في الوعي بثقافة ريادة الأعمال، خاصة في المجتمعات الريفية والطبقات الفقيرة التي تميل إلى الاعتماد على التوظيف الحكومي كخيار أساسي هذا يؤدي إلى نقص في التوجيه والتدريب الذي يحتاجه الشباب لبدء مشاريعهم الخاصة التعقيب: تعزيز ثقافة ريادة الأعمال من خلال الحملات التوعوية في المدارس والجامعات يمكن أن يسهم في تشجيع الشباب على تبني هذه الثقافة. يمكن أن يؤدي ذلك إلى زيادة عدد

المشاريع الجديدة، وبالتالي تحسين جودة الحياة من خلال توفير المزيد من الوظائف والابتكارات التي تعود بالنفع على المجتمع.

5- الافتقار إلى الدعم والتدريب:

من العوائق الأخرى التي تواجه رواد الأعمال هو نقص التدريب والدعم التقني اللازمين لبدء وإدارة المشاريع رغم وجود بعض البرامج الحكومية التي تقدم التدريب، إلا أن معظم رواد الأعمال يجدون صعوبة في الحصول على الدعم الذي يساعدهم على تطوير مهاراتهم التعقيب ينبغي للحكومة والمنظمات غير الحكومية تقديم مزيد من الدعم التقني والتدريب المتخصص لرواد الأعمال، مما يمكنهم من تطوير أفكارهم وتحويلها إلى مشاريع ناجحة التدريب المستمر والتوجيه يمكن أن يساهم في زيادة معدلات نجاح المشاريع الريادية، وبالتالي تحسين جودة الحياة من خلال تمكين الأفراد اقتصادياً وزيادة فرص العمل.

تُعد التحديات التي تواجه ريادة الأعمال في الجزائر قابلة للتجاوز، لكنها تتطلب تنسيقاً فعالاً وتعاوناً وثيقاً بين الحكومة، والقطاع الخاص، والمجتمع المدني. من خلال تبسيط الإجراءات الإدارية، وتحسين سبل التمويل، وتوفير الدعم القانوني والتدريب المستمر، يمكن خلق بيئة حاضنة ومحفزة لرواد الأعمال. كما أن تشجيع ثقافة الابتكار، وتوسيع شبكات الدعم والتوجيه، وتسهيل الوصول إلى الأسواق، عوامل ضرورية لتعزيز ديناميكية المشاريع الناشئة. إن معالجة هذه العقبات لا تساهم فقط في تنشيط الاقتصاد الوطني، بل تفتح آفاقاً جديدة لتحسين جودة الحياة، وخلق فرص عمل، وتعزيز الابتكار. وبذلك، يمكن للجزائر أن تستثمر قدرات شبابها وتُرسخ دعائم اقتصاد متنوع ومستدام، قادر على مواجهة التحديات المستقبلية بثقة وفعالية؛ وفي هذا السياق تبرز مبادرة "الجزائر الرقمية" التي تم إطلاقها مؤخراً تعد مثلاً بارزاً على جهود دعم ريادة الأعمال في الجزائر، حيث تهدف إلى تعزيز الابتكار في قطاع التكنولوجيا. توفر المبادرة بيئة حاضنة للشركات الناشئة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، من خلال تقديم مساحات عمل مشتركة، تدريب متخصص، ودعم مالياً للمشاريع المبتكرة. كما تسهل الوصول إلى التمويل عبر شراكات مع بنوك ومؤسسات مالية محلية ودولية، مما يعزز فرص نجاح المشاريع ويحفز رواد الأعمال. هذه المبادرة تمثل خطوة إيجابية نحو تحسين بيئة ريادة الأعمال في الجزائر، وتفتح آفاقاً جديدة للأجيال الشابة وتساهم في بناء اقتصاد مستدام ومتعدد القطاعات.

خلاصة:

تعتبر ريادة الأعمال أداة فعّالة لتحسين جودة الحياة في الجزائر، إذ تساهم بشكل مباشر في التصدي للتحديات الاقتصادية والاجتماعية التي تواجه المجتمع. من خلال دعم الابتكار وفتح آفاق جديدة للتشغيل، تُمكن المشاريع الصغيرة والمتوسطة من خلق فرص عمل حقيقية وتحقيق تنوع اقتصادي يقلل من التبعية لقطاع المحروقات. كما تلعب هذه المشاريع دورًا محوريًا في رفع مستويات الدخل وتحسين الظروف المعيشية، ما ينعكس إيجابًا على الحياة اليومية للمواطنين.

ورغم الإمكانيات الكبيرة التي توفرها ريادة الأعمال، لا تزال هناك عقبات تحول دون تحقيق أثرها الكامل، أبرزها الصعوبات المرتبطة بالتمويل. فالكثير من رواد الأعمال يواجهون تحديات في الوصول إلى رؤوس الأموال اللازمة لتأسيس مشاريعهم أو توسيعها. ولهذا، يصبح من الضروري تطوير آليات تمويل فعالة، سواء عبر تعزيز دور المؤسسات الحكومية أو من خلال تشجيع الشراكات بين القطاعين العام والخاص، بما يخلق بيئة أكثر دعمًا للمبادرة والاستثمار المحلي.

الفصل الثاني: المقاولاتية السياحية

في الجزائر

المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول السياحة.

المبحث الثاني: أنواع السياحة في الجزائر.

المبحث الثالث: المقومات السياحية في الجزائر.

المبحث الرابع: أجهزة مرافقة ودعم المقاولاتية السياحية في الجزائر

تمهيد:

تعد السياحة واحدة من أهم مصادر الدخل في الاقتصاد الوطني للعديد من دول العالم، حيث تمثل أحد أهم مكونات الصادرات الخدمية ذات التأثير الكبير في ميزان المدفوعات، كما أنها من الأنشطة التي تساهم بفعالية في زيادة الناتج المحلي الإجمالي وزيادة إيرادات النقد الأجنبي، وتمثل السياحة صناعة متطورة ومتعددة الاتجاهات والتشابكات مع مجمل الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية سواء بشكل مباشر أو غير مباشر.

إذ تمتلك الجزائر مؤهلات ومقومات سياحية عائلية متعددة ومتكاملة نادرا ما تجدها مجتمعة في دولة واحدة (سواحل صحاري مرتفعات غابات، ثلوج، مناخ... الخ) تؤهلها لأن تكون قطبا سياحيا رائدا في حوض المتوسط وعلى المستوى العالمي بامتياز.

سنتناول في هذا الفصل ثلاث مباحث المبحث الأول متعلق بماهية السياحة والمبحث الثاني بعنوان أنواع السياحة في الجزائر أما المبحث الثالث والأخير فيتعلق بالمقومات السياحية للجزائر.

المبحث الأول: ماهية السياحة

أولاً: مفهوم السياحة

■ تعريف السياحة:

تعريف E.Guyer Freuller : أول تعريف عام 1905 يعرف السياحة بأنها: "ظاهرة من ظواهر العصر التي تنبثق من الحاجة للحصول على الراحة والاستجمام وتغير الجو والإحساس بجمال الطبيعة وتذوقها والشعور بالبهجة والمتعة في الإقامة في مناطق ذات طبيعة خاصة وهي ثمرة تقدم وسائل النقل: تلاحظ من هذا التعريف أنه اهتم فقط بالجوانب الإنسانية والنفسية وأهمل الجانب الاقتصادي والثقافي. (مصطفى يوسف، كافي، 2016، ص 45)

عرف Jean Baptiste Toubou السياحة هي نشاط يهتم باستقبال وسفر الأفراد خارج أماكن إقامتهم الرئيسية لمدة تتراوح ما بين 24 ساعة إلى 4 أشهر وذلك من أجل الترفيه، الصحة الاجتماعية، أو في إطار الرحلات المدرسية" وهو تعريف يعتبر السياحة كنشاط. (خالد بن عبد الرحمان، آل دغيم، 2014، ص 12)

أما تعريفها إجرائياً: فالسياحة هي انتقال الإنسان من مكان إقامته إلى مكان آخر داخل بلده أو خارجه، بقصد الترفيه أو الراحة أو الاستكشاف أو التعرف على ثقافات جديدة، وتكون هذه الرحلة لفترة مؤقتة. وتعد السياحة من الأنشطة المفيدة للفرد والمجتمع، فهي تمنح الإنسان فرصة لتجديد طاقته والتخلص من ضغوط الحياة اليومية، كما تساهم في تنشيط الاقتصاد المحلي للبلدان السياحية من خلال توفير فرص العمل وزيادة الدخل، بالإضافة إلى تعزيز التفاهم والتبادل الثقافي بين الشعوب.

ثانياً: خصائص السياحة

تعتبر السياحة صناعة متميزة باعتبارها متعددة أهمها:

— تقدم المعلومة للسياح والمسافرين ليتعلموا ليس فقط عن المواقع السياحية التي يقصدونها وإنما أيضاً للمساعدة في المحافظة على الخصائص والمعطيات البيئية لها.

- تعلم السياح والزوار كيفية التعامل باحترام مع عادات وتقاليد السكان وقيمهم الثقافية، وتؤدي إلى زيادة الوعي بين السكان المحليين لتحقيق التناغم بين السكان المحليين والسياح والزوار.
- تحافظ على الميزات المحلية للمواقع السياحية والمتمثلة بالنواحي المعمارية والتراثية والإيكولوجية. (حمزة درادكه وآخرون، 2017، ص ص 76-77)
- تعتبر السياحة صادرات غير متطورة، فهي لا في ناتج مادي يمكن نقله من مكان إلى آخر وهي 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، كما هو الحال بالنسبة للمنتجات الأخرى التي تتطلب بالإضافة إلى تكاليف إنتاجها وتكاليف نقلها.
- إن المنتج السياحي المتمثل في عوامل الجذب السياحي "الموارد السياحية الطبيعية التاريخية الأثرية" لا تباع إلا من خلال السياحة، فهذه الموارد لا تدر عائدا بطبيعتها إلا إذا بيعت في شكل منتج سياحي، وهذا المنتج لا يباع في معظم الأحوال من غير وجود سلع وخدمات مساعدة التي تتمثل في التسهيلات السياحية التي يجب أن تتواجد جنبا إلى جنب مع الموارد السياحية.
- إن السياحة الدولية منتج تصديري، يتعرض في بعض الأحيان إلى درجة من عدم الاستقرار لأنه يتعلق بتأثيرات من القوة الخارجية، ومرونة عالية بالنسبة لكل من السعر والدخل بالإضافة إلى مشكل الموسمية التي تؤثر على النشاط السياحي. (مصطفى يوسف كافي، 2016، ص ص 49-50)

ثالثا: أهمية السياحة

إن للسياحة أهمية خاصة اكتسبتها من كونها تعمل على تحقيق مجموعة متكاملة من الأهداف، وفي نفس الوقت تستمد أهميتها من ذاتها والتي تتبع من طبيعة الممارسة، ويمكن التعرف على أهم الجوانب الأخرى في النقاط التالية:

- الاتصال والاندماج الاجتماعي واكتشاف ثقافات ومعارف وتجارب جديدة إنسانية واجتماعية.
- الإسهام في إيجاد فرص عمل متزايدة ومتجددة للشباب وتطوير نسبة للقوى العاملة في المجال السياحي.
- التشجيع على الحرف والصناعات التقليدية والمتوارثة. (خالد بن عبد الرحمان آل دغيم، 2014، ص

- تحقيق مجال اقتصادي آمن، حيث تعد أماكن ممارسة السياحة البيئية من أكثر الموارد ندرة في العالم. (فؤاد بن غضبان، 2015، ص 86)
- تعمل على نشر المعرفة وزيادة تأثيرها على تطوير وتقديم البرامج السياحية ونشر ثقافة المحافظة على البيئة، والمحافظة على الموروث والتراث الثقافي الإنساني، ثقافة الحضارة والمواقع التاريخية، وصناعة الأحداث والمناسبات الثقافية والعمل على الاستفادة من الثقافة المحلية مثل الفنون الجميلة والآداب والفولكلور وسياحة الندوات واللقاءات الثقافية.
- تعد نشاطا إنسانيا تعمل على توفير الحياة الجميلة للإنسان حيث تقدم له العلاج من القلق والتوتر وتوفر له الراحة والاستجمام واستعادة الحيوية والنشاط والتوازن العقلي والعاطفي وشفاء النفس وعلاج لأمراض العصر. (فؤاد بن غضبان، 2015، ص 88)

المبحث الثاني: أنواع السياحة في الجزائر

تعتبر الجزائر بلد يزخر بالإمكانيات الطبيعية، فهي تجمع بين البحر والجبال والصحراء، بالإضافة إلى العديد من المقومات التي تجعلها بلدا للتنوع السياحي بامتياز مما جعلها تتوفر على أنواع سياحية مختلفة ونذكر منها:

أولا: السياحة الشاطئية

تزخر الجزائر بشريط ساحلي هام، يطل على البحر المتوسط، و يمتد على أكثر من 1200 كلم، يتميز بتنوع شواطئه فنجد الشواطئ الرملية والصحريّة، بالإضافة إلى مناطق ساحلية قرب الغابات، منها مناطق غابية تجمع بين منطقة بيئية مناخية رطبة وسط نظام غابي و بحري محمي ، تحتوي على ثروة حيوانية و غابية هامة ومتنوعة.

كما تحتوي الجهة البحرية الشرقية على مرج مائية و شعب المرجانية و بحيرات رطبة و محمية خاصة بمدينة القالة، بالإضافة إلى حظيرة قورايا (بجاية) التي تتوفر على مناظر رائعة و خلابة، حظيرة تازة (جيجل) التي تحتوي على مغارات بحرية ذات أشكال متنوعة و نادرة.

إلى جانب مجموعة أخرى من الجزر كجزر أجليس و جزر رشقون والجزيرة الكبيرة بالعوانة (جيجل) التي

تعد مواقع بحرية هامة. (فؤاد بن غضبان، 2015، ص 229)

ثانيا: السياحة الصحراوية

تمثل الصحراء أكثر من 80% من مساحة الجزائر، حيث تصل مساحة المناطق الصحراوية إلى حوالي 2 مليون كلم²، موزعة على خمس مناطق كبرى في الجنوب هي: أدرار، إليزي، تمنراست، تندوف، وادي ميزاب .
(فؤاد بن غضبان، 2015، ص 230)

وتعد السياحة الصحراوية من أهم أنواع السياحة التي تسعى الجزائر إلى تطويرها، بفضل تنوع الصحراء الكبيرة والواسعة التي تشكل جزءا مهما من جغرافيتها. بالإضافة إلى التنوع الثقافي الذي يتمثل في حياة البدو، والموروث الشعبي المتعلق بالصحراء. وتنوع الأنشطة السياحية في الصحراء الجزائرية وتمثل في رحلات السفاري، التزلج على الرمال، التخميم الصحراوي، ركوب الجمال، والتجارب الثقافية. (مراد رضاني، 2024، ص 5)

ثالثا: السياحة الجبلية

تحتوي الجزائر على ثروات سياحية جبلية هامة كالمناظر الطبيعية الخلابة والمغارات والكهوف التي أوجدتها الطبيعة، لكن أصبحت النظرة إلى السياحة الجبلية تكاد تتقدم وتقتصر فقط على الترحلق على الثلج في منطقة تيكجدة (ولاية البويرة)، وتلاغليف ولاية تيزي وزو) الشريعة (ولاية البليدة). لكن من الخطأ حصر السياحة الجبلية في الترحلق فقط و إنما هناك ثروات أخرى لها أهميتها للسائح مثل الحيوانات المتنوعة والطيور النادرة والينابيع المائية العذبة، كل هذه تعتبر بمثابة عوامل جذب للسائح، فالسياحة الجبلية لا تحتاج إلى استثمارات ضخمة وهيكل مكلفة بل يكفي تحديد المواقع التي تتمتع بجاذبية للسائح بالاعتماد على الإشهار وتقديم الأشرطة حول هذه المواقع وضمان سلامة السائح. (فرح رواقات، 2023، ص 843)

المبحث الثالث: المقومات السياحية للجزائر

تمتلك الجزائر مجموعة من المقومات السياحية، ما يؤهلها لإنشاء صناعة سياحية كبيرة و مزدهرة، هذه الإمكانيات تتمثل في الجمال و تنوع المناظر الطبيعية الذي تتمتع به الجزائر (الصحراء و الجبال و البحر و غيرها.) بالإضافة إلى هذه الإمكانيات السياحية الطبيعية، فالجزائر تتميز بموقع جغرافي متميز، و إرث حضاري و ثقافي متنوع ، فضلا عن الآثار المتنوعة التي تتواجد على كامل التراب الوطني.

إن تطوير القطاع السياحي وسيلة مهمة للتعريف بالبلاد وتاريخها وتقاليدها تناقشتها من جهة، ومن جهة أخرى عاملا من عوامل التنمية الاقتصادية وتوفير مناصب الشغل والعمل الصعبة، لذا وجب على الجزائر رفع هذا التحدي من أجل زيادة وتنويع مداخيلها للتخلص من الاعتماد الاقتصادي الكامل على المحروقات. ويمكن تقسيم هذه المقومات إلى:

أولا: المقومات الطبيعية

تعتبر المقومات الطبيعية عنصرا أساسيا من عناصر الجذب السياحي، والجزائر لا تفتقر إلى هذا العامل الهام، فهي تتمتع بثروات تتنوع من منطقة إلى أخرى، إذ تمنح للزائر مناظر خلابة عبر جبالها الشاخمة، وسواحلها وصحرائها بالإضافة إلى اختلاف مناخها ونباتاتها من منطقة إلى أخرى.

فالجزائر تمتلك مساحة شاسعة في القارة الإفريقية بعد السودان، حيث تمتد من البحر المتوسط شمالا إلى أعماق الصحراء الكبرى جنوبا، وتتوفر على مقومات متنوعة تتمثل في الشريط الساحلي الذي يمتد على طول 1200 كم من السواحل الرملية، كما تتميز بمناخ متوسطي معتدل، تتخلله رؤوسا وخليجانا، ومن أهم شواطئها: وهران، الجزائر، عنابة، جيجل، سكيكدة والقالة. (فرح رواقات، 2023، ص 843)

ثانيا: المقومات الثقافية والتاريخية والدينية

تتميز الجزائر بتنوع ثقافية وتاريخي مهم يرجع بالأساس إلى تعدد الحضارات والثقافات التي مرت على الجزائر (الفينيقية، الرومانية البيزنطية الوندالية المسلمين والأتراك، وأخيرا الفرنسيين، حيث تركت كل منها بصماتها على الإرث العمراني والثقافية للجزائر ما أكسبها غنى في هذا المجال.

وهو ما جعل العديد من هذه المناطق مصنفة ضمن التراث العالمي لليونسكو وتذكر منها:

- المدن الرومانية مثل تيمقاد التي تم إنشاؤها من طرف الإمبراطور ترجان سنة 100 م وهي تقع بباتنة، بالإضافة إلى تيبازة جميلة وغيرهما.
- الطاسيلي، وتحتوي على أكثر من 15000 لوحة تعكس تحولات المناخ وهجرة الحيوانات وتطور الحياة البشرية منذ 6000 سنة قبل الميلاد.
- قلعة بني حماد: تقع بالقرب من المسيلة تأسست سنة 1007 م كعاصمة للدولة الحمادية.

- المدن الميزابية: أنشأت من طرف الإباضيين.
- قسبة الجزائر: التي بنيت في العهد التركي.

كما نجد أيضا إضافة إلى هذه المعالم المصنفة كتراث عالمي هناك معالم كثيرة تعبر عن حقبة تاريخية فنجد في كل من شرشال تبسة، مداوروش قالمة...، ما يعبر عن الرومان الذين عمروا قرابة خمسة قرون إضافة إلى الحقبة الإسلامية التي تبقى معالمها شاهدة كقلعة بني حماد المساجد العتيقة بالعاصمة والمنصورة بولاية تلمسان. إضافة إلى الزوايا التي أنجبت علماء في الدين الإسلامي، دون أن ننسى الحقبة الاستعمارية حيث أنشأ المستعمر عدة فنادق من أجل راحة المستوطنين الأوروبيين ناهيك عن المواقع الحربية ومواقع أخرى أصبحت مناطق أثرية، مع ما تحتوي عليه المتاحف المنتشرة في العديد من الولايات من آثار وتحف تعبر عن تاريخ وثقافة الشعب الجزائري.

وبذلك تعتبر الجزائر من شرقها إلى غربها ومن شمالها إلى جنوبها بلد غني بالمعالم التاريخية والأثرية التي تعبر عن أصالتها وراثتها. (فؤاد بن غضبان، 2015، ص ص 236، 237)

ثالثا: المقومات المادية

لا تقتصر المقومات السياحية على الإمكانيات الطبيعية، الحضارية والتاريخية فحسب بل تدعم هذه الإمكانيات بأخرى مادية تتمثل في توفير طاقة فندقية باختلاف تصنيفاتها لتتماشى مع المستويات الاقتصادية للسائح إضافة إلى البنية التحتية كالطرق، المطارات، الموانئ، وشبكة الاتصالات التي تساهم في استقطاب المزيد من السياح وإطالة مدة إقامتهم بالبلد السياحي المضيف، إلا أن الدولة الجزائرية عملت على تركيز المؤسسات الفندقية في المدن مثل الجزائر العاصمة، وهران، عنابة، سكيكدة، ثم يليها المنتجع البحري، وكذلك المنتجع الصحراوي ولكن مع ذلك يبقى الاهتمام لا يرقى لمستوى ما هو متوفر من الطاقات الطبيعية والمادية ولو بالقليل. كما لا يحظى المنتجع الصحراوي والجبلي بالهياكل الكافية على الرغم من اهتمام بعض الخواص بهذا الجانب بعد أن فتح لهم مجال الاستثمار التي لا تزال تشوبه بعض العراقيل. (الهذبة منأجلية، 2017، ص ص 6-7)

المبحث الرابع: أجهزة مرافقة ودعم المقاولتية السياحية في الجزائر

عموما النشاط المقاولتي يتسم بدرجة مخاطرة معينة، الذي من الضروري استحداث أجهزة وهيئات مرافقة ودعم للتقليل من نسبة المخاطرة وبالمقابل العمل على رفع نسبة نجاح النشاط المقاولتي (وضمنيا المقاولتية السياحية ستستفيد من هاته الأجهزة تحت طائلة الاستثمار).

أولاً: أجهزة المرافقة

وهي هيئات تتكفل بمرافقة المنظمات المستحدثة في إطار الاستثمار لضمان البقاء والاستمرار في سوق يتسم تنافسية شديدة من بينها:

1- حاضنات الأعمال :

هي هيئات تهدف إلى مساعدة المؤسسات المبدعة الناشئة ورجال الأعمال الجدد وتوفير لهم الوسائل والدعم اللازمين، الخبرات، الأماكن، الدعم المالي لتخطي أعباء ومراحل الانطلاق والتأسيس، كما تقوم بعمليات تسويق ونشر منتجات هذه المؤسسات. (زبيري نورة وآخرون، 2020، ص 54)

2- مراكز التسهيلات :

هي مؤسسات عمومية ذات طابع اداري وتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، أنشأت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 79/3 المؤرخ في 25 فيفري 23 وتعمل تحت وصاية الوزارة المكلفة بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، من بين مهامها:

- دراسة الملفات ومتابعتها، والعمل على تجاوز العراقيل في أثناء مرحلة التأسيس.
- مرافقة أصحاب المشاريع في مجال التكوين والتسيير.
- تقديم الاستشارات في مجال الموارد البشرية والتسويق، والتكنولوجيا والابتكار. (لويزة فرحاتي، 2021،

ص 378)

ثانياً: أجهزة الدعم

1- الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار (ANDI) : هي مؤسسة حكومية جزائرية أنشئت لتشجيع وتسهيل الاستثمارات داخل الجزائر. تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، وتعمل تحت إشراف الوزير المكلف بالاستثمار .

تهدف الوكالة إلى دعم المستثمرين من خلال تقديم التسهيلات والمعلومات، ومرافقتهم في مختلف مراحل مشاريعهم، سواء كانوا جزائريين أو أجانب، أفراداً أو مؤسسات. كما تسعى إلى تحسين مناخ الاستثمار وتنفيذ سياسة الدولة في هذا المجال.

حسب النصوص القانونية، تعتبر الوكالة مؤسسة عمومية ذات طابع إداري أو خاص (حسب الصيغة القانونية المعتمدة)، ومهمتها خدمة عمومية تتمثل في ترقية وتطوير الاستثمار. (ياسمينه خروبي، 2017، ص 605)

2- الوكالة الوطنية لدعم وتشغيل الشباب NESDA : هي مؤسسة عمومية، تساعد في خلق مشاريع وتطويرها لفائدة الشباب الفاعلين في النشاطات المنتجة للسلع والخدمات، التي لا تتجاوز أعمارهم 40 سنة، تسعى لمرافقة الشباب البطل لإنشاء وتوسيع مؤسسات مصغرة في مجال انتاج السلع والخدمات، وإلى ترقية ونشر الثقافة المقاولتية، وتمنح اعانات مالية وامتيازات جبائية خلال كل مراحل المرافقة، حيث تعمل بالتنسيق مع البنوك العمومية وكل الفاعلين على المستويين الوطني والمحلي. (فارس قريبي، 2021، ص 79)

3- الصندوق الوطني للتأمين (CNAC): أنشأ بمقتضى المرسوم التشريعي 09/94 الصادر في 26 ماي 1996، والمرسوم التنفيذي 94/188 المؤرخ في 06 جويلية 1999، ويعتبر الركيزة لحماية المهنيين بفقدان مناصب العمل بطريقة غير إرادية لأغراض اقتصادية، لكن مع تفاقم الأزمة الاقتصادية وتزايد عدد العمال البطالين تم تعديل صندوق NACC بمقتضى المرسوم التنفيذي 01/04 المؤرخ في 03/01/2004 المتمم للمرسوم التنفيذي 188/94. (هوارى منصورى، 2021، ص 47)

4- الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر ANGEM: الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر هي منظمة ذات طابع خاص، وُضعت تحت وصاية وزارة التضامن الوطني والأسرة وقضايا المرأة، من أجل ضمان تنفيذ السياسة المسندة إليها على أحسن وجه. تهدف إلى ترقية نموذج النشاط المصغر، والذي يتمثل في نسج شبكات قروض (أربعة مكونات أو شعبتين)، بإضافة إلى 49 وكالة ولاية تغطي كافة التراب الوطني مع شبكة 548 شباكاً للمرافقة على مستوى كل دائرة، كما أنها تابعة لجهاز القرض المصغر المركزي والمشروع العام (الوكالات الولائية) والمنعقد في الفرع الجهوي. وتقوم هذه الهيئة الوطنية على حوالي خمس (05) تنسيقيات وهي تقوم بدور التنسيق، التقدير ومتابعة الأنشطة، حيث هناك شبكة تضم 04 فروع جهوية تندرج على محمل التنسيقيات الولائية. (محمد ملين قناروس، بلال حمدوش، 2021، ص 257)

5- المعاهد المتخصصة والجامعة: فضاءات التعليم العالي مثل المعاهد المتخصصة في مجال السياحة أو المقاولتية تبقى مرافقا وداعماً أساسياً لتطوير مهارات المقاولتية عموماً وفي المجال السياحي تحديداً عن

طريق تكريس مضامين منهجية تحث على الابتكار والابداع والتحديد. (عياشي سنوسي، إسماعيل بوقنور، 2021، ص 26)

ثالثا: أجهزة دعم ومرافقة تابعة لوزارة السياحة والصناعات التقليدية والعمل العائلي:

هناك العديد من المرافق التابعة لوزارة السياحة، لها صلاحيات ومهام مرافقة وترقية المشاريع السياحية ومن بين هذه المرافق ترصد ما يلي:

1- الديوان الوطني للسياحة :

هو أداة للوزارة المكلفة بالسياحة لتصور وتحقيق ترقية سياحية ودراسة السوق والعلاقات العامة، مما يعني تكليفه بوظيفة تسويقية و ترويجية بحثة، ومن بين مهام الديوان ما يلي:

- إنجاز دراسات عامة المناطق التوسع السياحي.
- متابعة الاستثمارات السياحية.
- توجيه وارشاد المقاولين في مجال الاستثمار السياحي
- الترويج للمنتج السياحي الجزائري، والتسويق لوجهة الجزائر السياحية، مما يساهم في جذب الاستثمارات السياحية (بمعنى إعطاء دفع للمقاولاتية السياحية). (ابتسام بلغري، محمد راتول، 2021، ص.ص 44، 43)

2- الوكالة الوطنية للتنمية السياحية :

هي مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي تعمل تحت وصاية وزارة السياحة والصناعات التقليدية، تتمتع بجملة من الصلاحيات على المستوى الوطني، فهي تتكفل على وجه الخصوص بعمليات توفير العقار السياحي داخل مناطق التوسع والمواقع السياحية بطرق قانونية إما عن طريق الاقتناء الودي كأصل عام، وإما عن طريق الشفعة أو نزع الملكية للمنفعة العمومية كاستثناء عن ذلك. (حكيمه كحيل، نميشة حشود، 2021، ص 84)

3- المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية :

مؤسسة ذات طابع صناعي تجاري، أنشئت بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 98-94 المؤرخ في 10 مارس 1998 والذي يتضمن المهام الموكلة لها، ومن بينها:

- إنجاز الدراسات السياحية.
- القيام بدراسات التهيئة السياحية والمعدنية.
- مراقبة المشاريع التنموية
- المراقبة ووضع الخبرة للمجمعات السياحية والفندقية والمعدنية
- تأسيس بنك للمعلومات لأجل التهيئة والتنمية السياحية. (خليل عبد القادر، يوسف شرع، 2025، ص69)

4- اللجنة الوطنية لتسهيل الأنشطة السياحية :

هي هيئة أنشئت بموجب المرسوم التنفيذي رقم 94-39 المؤرخ في 25 جانفي 1994، وتتمثل مهامها في:

- إقامة علاقات تعاون بين مختلف الفاعلين في القطاع السياحي
- إعطاء رأيها في الملفات المتعلقة بالاستثمارات السياحية المعروضة عليها.
- تقييم مختلف الإجراءات المتخذة لتشجيع النشاطات السياحية.

وتتكون هذه اللجنة من ممثلين عن عدة قطاعات وزارية ومؤسسات، ويعين أعضاؤها بقرار من الوزير

المكلف بالسياحة لمدة 3 سنوات قابلة للتجديد. (مراد بوعيشاوي، 2021، ص 85)

5- المديرية الولائية للسياحة:

تمثل جهاز دعم ومرافقة على المستوى المحلي على مستوى كل ولاية تعد ممثل وزارة السياحة محليا. تعمل على تسهيل وتنشيط السياحة المحلية، وهي المسؤولة على منح رخص الاستثمار السياحي وكذا متابعة ومعاينة المشاريع والاستثمارات السياحية المحلية وفرض العقوبات في حالة مخالفة القوانين من أبرز مهامها:

- اعداد مخطط عمل سنوي يخص النشاط السياحي العلي.
- اقتراح إجراءات ومبادرات لتحفيز التنمية السياحية المستدامة محليا.

- تحفيز الشراكة مع القطاع الخاص.
- توجيه مشاريع الاستثمار السياحي ومتابعتها بالتنسيق مع مختلف المصالح المعنية.
- الحرص على ضمان ومطابقة معايير الجودة المعمول بها في مجال الاستثمار السياحي.
- العمل على انشاء قاعدة بيانات واحصائيات معينه تخص النشاط السياحي المحلي تكون بمثابة دليل ارشاد للمقاول السياحي على المستوى المحلي. (عياشي سنوسي، إسماعيل بوقنور، 2021، ص 27)

خلاصة:

يمكن القول إن المقاولاتية السياحية في الجزائر تمثل مجالاً واعداً لكنه لا يزال في طور التفعيل الفعلي على أرض الواقع. فرغم وجود إطار قانوني وتنظيمي يسعى لدعم هذا القطاع، إلا أن التحديات المرتبطة بالتمويل، البيروقراطية، ونقص الترويج السياحي ما زالت تؤثر سلباً على تطوره. ومع ذلك، فإن الإمكانيات الطبيعية والثقافية التي تتمتع بها الجزائر تشكل قاعدة قوية لبناء مشاريع سياحية ناجحة، خاصة في ظل توفر أجهزة الدعم والمرافقة. وعليه، فإن النهوض بالمقاولاتية السياحية يتطلب تفعيلاً أكثر جدية للإصلاحات وتنسيقاً أفضل وتطلعات لآفاق أكثر فعالية لتحقيق التنمية المستدامة وجعلها قطبا يعتمد عليه بجانب الاقتصاد الوطني.

الإطار التطبيقي للدراسة

منهج الدراسة

مجتمع وعينة الدراسة

أدوات جمع البيانات

التعريف بمكان الدراسة

مجالات الدراسة

تحليل نتائج الاستبيان والمقابلة

النتائج على ضوء الفرضيات

النتائج العامة للدراسة

التوصيات والاقتراحات

1. منهج الدراسة:

يعد اختيار المنهج المناسب في أي دراسة خطوة أساسية لضمان الوصول إلى نتائج موثوقة، ويقصد بالمنهج الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسة موضوع ما. ويعرف المنهج في البحث العلمي بأنه أسلوب للتفكير والعمل يعتمد على الباحث لتنظيم أفكاره وتحليلها وعرضها وبالتالي الوصول إلى نتائج وحقائق معقولة حول الظاهرة موضوع الدراسة. (محمد سرحان علي المحمودي، 2015، ص 35)

كما يعرف بأنه: "فن التنظيم الصحيح لسلسلة الأفكار العديدة، إما من أجل الكشف عن حقيقة في العلوم حينما نكون جاهلين بواسطة طائفة من القواعد العامة التي تسيطر على سير عقل الباحث وتحدد عملياته حتى تقبل، أو من أجل البرهنة عليها للآخرين حينما نكون بها عارفين". (محمود أحمد درويش، 2016، ص 61)

وقد اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي، باعتبار أنه يعتمد على الوصف الدقيق للظاهرة محل الدراسة وبما أن دراستنا تحت عنوان المقاولاتية ودورها في تطوير القطاع السياحي في الجزائر، فهذا المنهج الأنسب لطبيعة موضوع البحث، حيث يمكننا من وصف دور المقاولاتية في تطوير القطاع السياحي والتعرف على مختلف جوانبه، وساعدنا في تحليل أجوبة المبحوثين وتفسير النتائج، ويتيح لنا تحليل الظاهرة المدروسة بدقة بشكل منهجي وواقعي دون التداخل في تفسيرها بشكل شخصي. وقد ساعدنا هذا المنهج على جمع معلومات واعية من خلال أدوات مثل الاستبيانات والمقابلة مما أتاح لنا فهما أعمق للمشكلة البحثية وتقديم نتائج دقيقة موثقة. ويعرف المنهج الوصفي بأنه: طريقة لوصف الموضوع المراد دراسته من خلال منهجية علمية صحيحة وتصوير النتائج التي يتم التوصل إليها على أشكال رقمية معبرة يمكن تفسيرها.

وهناك من يعرفه بأنه: "محاولة الوصول إلى المعرفة الدقيقة والتفصيلية لعناصر مشكلة أو ظاهرة قائمة، للوصول إلى فهم أفضل وأدق أو وضع السياسات المستقبلية الخاصة بها". (محمد سرحان علي المحمودي، 2015، ص 46)

كما يعرفه شفيق علي أنه "الطريقة المنتظمة لدراسة حقائق جديدة أو التأكد من صحة حقائق قديمة والعلاقات التي تتصل بها وتفسيرها وكشف الجوانب التي تحملها، ويقصد به أيضا عملية جمع البيانات عن الظاهرة ووصف الظروف والممارسات المختلفة وتحليل هذه البيانات واستخلاص الاستنتاجات ومقارنة المعطيات مما يسمح من إمكانية تعميما في إطار معين". (كمال دشلي، 2016، ص 18)

2. مجتمع وعينة الدراسة :

يقتصر نجاح أي بحث على التحديد الصحيح والدقيق لمجتمع البحث أي مجتمع الدراسة. ويقصد بمجتمع الدراسة جميع الأفراد أو العناصر الذين ينطبق عليهم موضوع البحث، ويشكلون الإطار العام الذي يستمد منه الباحث العينة. ويتمثل مجتمع دراستنا في موظفي ومسؤولي مجموعة من وكالات السياحة بولاية قلمة.

■ عينة الدراسة :

يعتبر اختيار العينة من أهم المراحل التي يقوم بها الباحث فب دراسته، فالعينة هي الجزء الذي تم اختياره من المجتمع الكلي لتمثيله في الدراسة، إذا فان اختيار العينة هو أحد أهم المراحل التي يقوم بها الباحث العلمي في دراسته فالعينة جزء من مجتمع الدراسة لها خصائص وصفات المجتمع الذي تنتمي إليه.

لذا اعتمدنا في دراستنا على العينة القصدية نظرا لصعوبة مسح كل مجتمع الدراسة حيث وقع اختيارنا على 14 وكالة من مجمل الوكالات السياحية المتواجدة بولاية قلمة لإجراء الدراسة عليها.

و تعرف العينة القصدية تحت أسماء متعددة مثل العينة الفرضية أو العينة العمدية أو العينة النمطية ، وهي أسماء تشير كلها إلى العينة التي يقوم الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكمية لاجمال فيها للصدفة ، بل يقوم هو شخصيا باقتناء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات و بيانات ، و هذا لإدراكه المسبق ومعرفته الجيدة لمجتمع البحث و لعناصره الهامة التي تمثله تمثيلا صحيحا و بالتالي لا يجد صعوبة في سحب مفرداتها بطريقة مباشرة مثلا فإذا قام الباحث بتحليل موضوع إعلامي معين في دورية معينة خلال فترة محددة . وبعد الدراسة الجيدة لمجتمع البحث يتبين له أن الجريدة تناولت هذا الموضوع في بعض أعدادها بكيفية وافية معمقة. وهي بالنسبة للجوانب المستهدفة بالبحث أكثر تمثيلا من المفردات الأخرى الصادرة خلال الفترة نفسها لذا يقوم باقتناء هذه الأعداد مباشرة لشكل العينة القصدية للدراسة. (أحمد بن مرسل، 2003، ص.ص 197، 198)

3. أدوات جمع البيانات:

تعتبر أدوات جمع البيانات من الركائز الأساسية في أي دراسة علمية، إذ تمكن الباحث من الحصول على معلومات دقيقة وموثوقة تتعلق بموضوع البحث. وفي دراستنا، استخدمنا المقابلة والاستبيان، باعتبارها الوسائل

- الإطار التطبيقي -

الأنسب لطبيعة الظاهرة المدروسة، حيث ساهمت في توفير بيانات كمية ونوعية تساعد على تحليل المشكلة البحثية وتحقيق أهداف الدراسة.

3-1 تعريف الاستبيان: هو كلمة مشتقة من الفعل استبان الأمر، بمعنى أوضحه وعرفه والاستبيان بذلك هو التوضيح والتعريف لهذا الأمر في البحث العلمي، فالاستبيان هو تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في إطار الخطة الموضوعية، تقدم إلى المبحوث من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة، لتوضيح الظاهرة المدروسة، وتعريفها من جوانبها المختلفة. (أحمد بن مرسل، 2003، ص 240)

■ الهيكل العام للاستبيان:

قمنا بتوزيع استبيان بعنوان المقاولاتية ودورها في تطوير في تطوير القطاع السياحي في الجزائر. موجه لموظفي الوكالات السياحية، وتتضمن أربع محاور أساسية شملت (14) سؤال موزعة كالاتي:

— المحور الأول: هو محور البيانات الشخصية تضمن الجنس، المستوى التعليمي، توجه الوكالة، الخبرة (عدد سنوات العمل).

— المحور الثاني: هو محور خاص بالعوامل المؤثرة في نجاح المقاولاتية السياحية وتعزيز بيئة الاستثمار، تضمن (04) أسئلة .

— المحور الثالث: هو محور خاص بواقع النشاط المقاولاتي في القطاع السياحي ويتضمن (03) أسئلة.

— المحور الرابع: هو محور خاص بدور المقاولاتية في تعزيز وتطوير القطاع السياحي، ويتضمن (03) أسئلة.

3-2 تعريف المقابلة: تدخل المقابلة ضمن أدوات البحث العلمي، حيث يستخدمها الباحث في جمع المعلومات من الأشخاص الذين يملكون هذه المعلومات والبيانات غير الموثقة في أغلب الأحيان، في إطار إنجازها للبحث.

والمقابلة لغة: هي مشتقة من الفعل قابل بمعنى واجه. أي مقابلته وجها لوجه من أجل التحدث إليه في شكل حوار يأخذ شكل طرح أسئلة من طرف الباحث، وتقديم الأجوبة من طرف المبحوث حول الموضوع المدروس. ومن ذلك فإن المقابلة في البحث العلمي هي اللقاء المباشر، الذي يجري بين الباحث والمبحوث الواحد أو أكثر من ذلك في شكل مناقشة حول موضوع معين، قصد الحصول على حقائق معينة، أو آراء ومواقف محددة. (أحمد بن مرسل، 2003، ص. ص 213، 214)

4. التعريف بمكان الدراسة:

يمكن تعريف وكالات السياحة على أنها: مؤسسات تجارية تدار من قبل شخص طبيعي أو معنوي، والذي يقترح للعملاء خدمات سياحية تتمثل أساسا في السفر، الإقامة الجماعية، تقديم خدمات نقل، حجوزات الفنادق أو استقبال سياحي خاص بالمؤتمرات أو التظاهرات. (ليلي، حيشاوي. 2011، ص 19)

وعرف المشروع الجزائري وكالات السياحة بأنها: كل مؤسسة تجارية تمارس بصفة دائمة نشاطا سياحيا يتمثل في بيع رحلات وإقامات فردية أو جماعية وكل أنواع الخدمات المرتبطة بها، بطريقة مباشرة أو غير مباشرة. (مصطفى، زواقي. 2019، ص 243)

الوظائف الرئيسية لوكالات السياحة :

- تنظيم وتسويق رحلات سياحية وإقامات فردية وجماعية.
- تنظيم جولات وزيارات رفقة مرشدين تحت تصرف السياح.
- وضع خدمات المترجمين والمرشدين تحت تصرف السياح.
- إيواء أو حجز غرف في مؤسسات الإيواء وتقديم الخدمات المرتبطة بها .
- النقل أو تسليم أية تذكرة نقل أو حجز أماكن في وسائل النقل المشتركة.
- كراء سيارات بسائق أو بدون سائق، نقل الأمتعة، كراء البيوت المنقولة وغيرها من معدات التخيم.
- تمثيل وكالات محلية أو أجنبية أخرى قصد تقديم مختلف الخدمات باسمها ومكانها .
- تنظيم رحلات الحج والعمرة.
- حجز المواعيد الخاصة بالحصول على التأشيرات على مستوى مختلف القنصليات بالجزائر. (عادل أمين، مهمل. 2019، ص 5 ص 6)

5. مجالات الدراسة:

وتشمل كل من المجال الزماني والمكاني والبشري:

أ. المجال المكاني: أجريت هذه الدراسة في 14 وكالة سياحية من وكالات ولاية قلمة.

- الإطار التطبيقي -

- ب. المجال الزمني: تتمثل الفترة الزمنية التي استغرقتها في إجراء دراستنا بالنسبة للجانب المنهجي والنظري
أواخر شهر جانفي 2025/ 01/27 إلى غاية 2025/04/21.
- ج. أما الجانب التطبيقي فاستغرقت مدة إجرائه من 2025/05/04 إلى 2025/05/21.
- د. المجال البشري: تمثل في مجموعة من مسؤولي وموظفي الوكالات السياحية لولاية قلمة التي اعتمدنا عليها لإجراء دراستنا.

6. تحليل نتائج الاستبيان والمقابلة:

أ. تحليل نتائج الاستبيان:

- أولاً: مناقشة وتحليل نتائج الجزء الأول من الدراسة الميدانية الخاص بمحور البيانات الشخصية
1. توزيع عينة الدراسة حسب الجنس: يتوزع أفراد عينة الدراسة حسب طبيعة جنسهم إلى ذكر وأنثى، وهذا ما يوضحه الجدول والشكل التاليين:

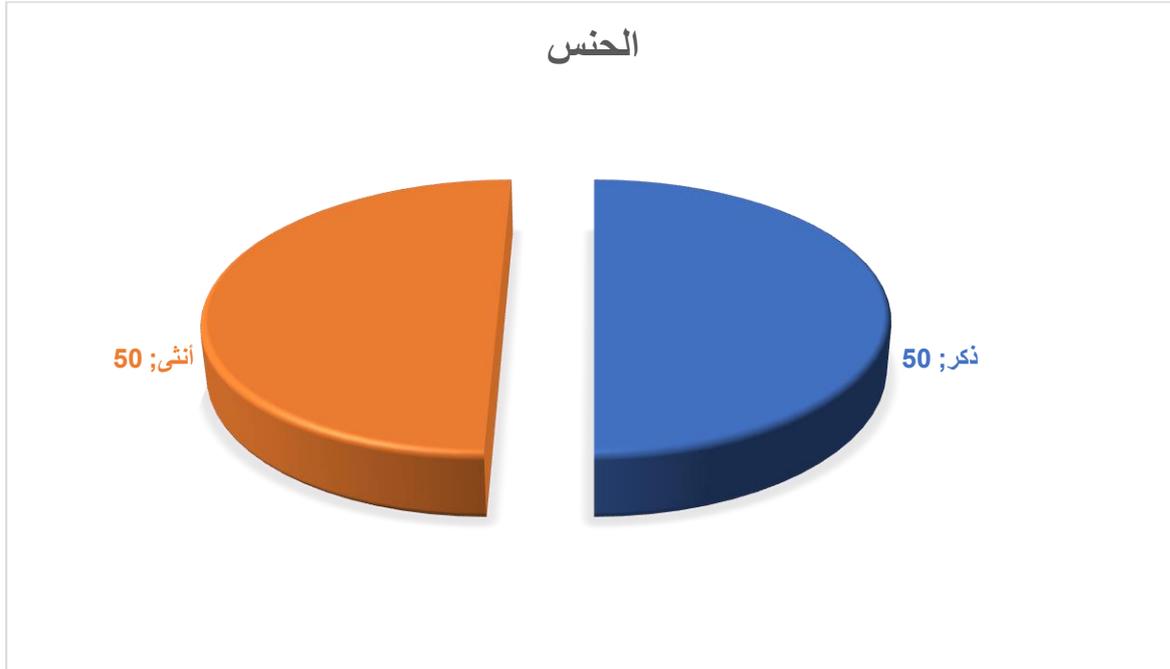
الجدول رقم (01): بوضوح توزيع عينة الدراسة حسب الجنس

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية (%)
ذكر	10	50
أنثى	10	50
المجموع	20	100

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على نتائج برنامج الـ (spss)_{v25}.

- الإطار التطبيقي -

الشكل رقم (01): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الجنس



المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على بيانات الجدول.

يتضح من الجدول والشكل أعلاه أن توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس جاء متكافئاً تماماً، حيث بلغ عدد الذكور 10 أفراد بنسبة 50%، وهو نفس عدد الإناث والنسبة المئوية المقابلة لها، ويعكس هذا التوزيع المتوازن رغبة الباحثين في تحقيق الحياد والموضوعية في تمثيل الجنسين داخل العينة، بما يعزز من مصداقية النتائج المتحصّل عليها، كما أن هذا التوازن يتيح إمكانية الوقوف على مدى تباين أو تقارب تصورات الذكور والإناث حول مساهمة المقاولاتية في تطوير القطاع السياحي، دون أن يكون هناك تحيّز ناتج عن هيمنة جنس معين على العينة.

2. توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي: يتوزع أفراد عينة الدراسة وفقاً لمستواهم التعليمي على

النحو التالي:

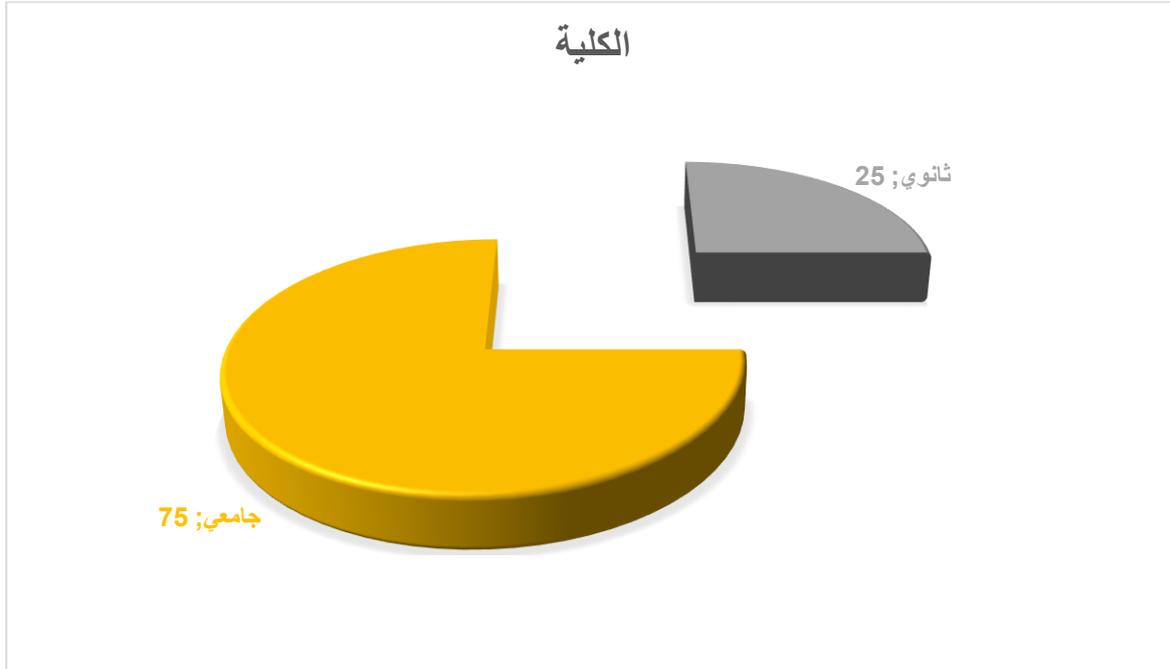
الجدول رقم (02): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية (%)
إبتدائي	00	00
متوسط	00	00
ثانوي	05	25
جامعي	15	75
المجموع	20	100

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على نتائج برنامج الـ (spss)v25.

- الإطار التطبيقي -

الشكل رقم (02): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي



المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على بيانات الجدول.

من خلال تحليل توزيع العينة حسب المستوى التعليمي، يظهر أن الغالبية الساحقة من أفراد العينة يتمتعون بمستوى تعليمي جامعي، حيث بلغ عددهم 15 فردًا، أي ما يمثل نسبة 75% من مجموع العينة، في حين بلغ عدد من يحملون مستوى تعليميًا ثانويًا 5 أفراد فقط، بنسبة 25%، ولم تُسجّل أي حالات لمستوى تعليمي ابتدائي أو متوسط ضمن العينة المدروسة.

ويُعدّ هذا التوزيع دالًا ومتناغمًا مع طبيعة الإطار الذي تنتمي إليه الدراسة، والمتمثل في الوكالات السياحية باعتبار أن النشاط المقاولاتي في القطاع السياحي غالبًا ما يتطلب مستوى معينًا من الكفاءة العلمية والمعرفية، خاصة في مجالات التسيير، التسويق، والتعامل مع الزبائن والسياح من خلفيات ثقافية متعددة.

3. توزيع عينة الدراسة حسب توجه الوكالة: يتوزع أفراد عينة الدراسة حسب توجه الوكالة كما هو موضح

في الجدول والشكل التاليين:

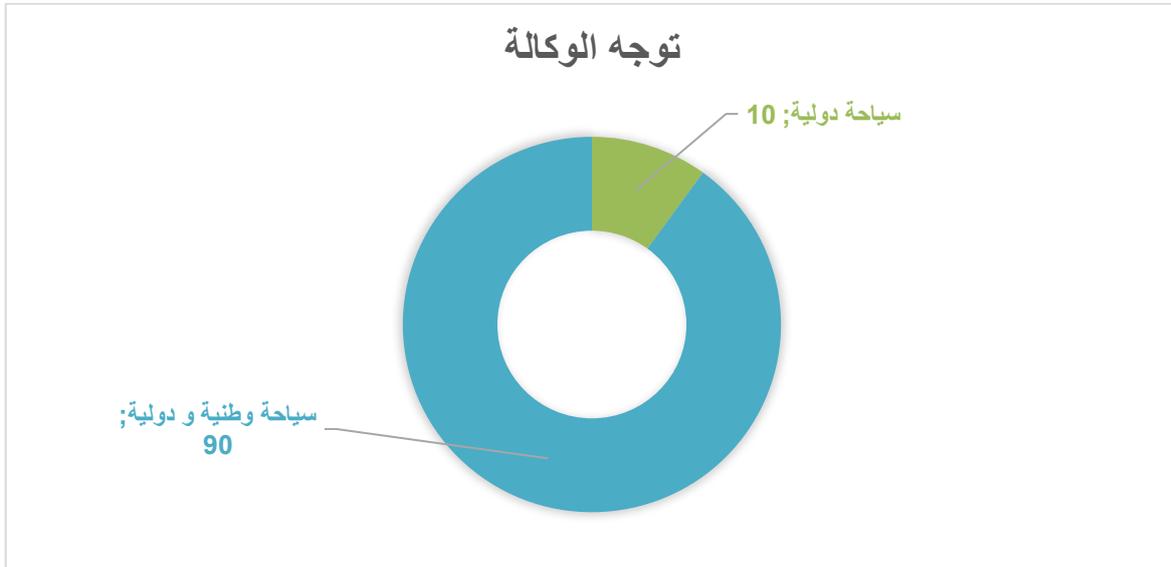
- الإطار التطبيقي -

الجدول رقم (03): بوضوح توزيع عينة الدراسة حسب توجه الوكالة

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية (%)
سياحة وطني	00	00
سياحة دولية	2	10
سياحة وطنية ودولية	18	90
المجموع	20	100

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على نتائج برنامج الـ (spss)_{v25}.

الشكل رقم (03): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب توجه الوكالة



المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على بيانات الجدول.

من خلال تحليل توزيع العينة حسب توجه الوكالة، يتبين أن النسبة الغالبة من الوكالات السياحية بولاية قالمة والبالغة 90% من إجمالي العينة، تعتمد توجهًا مزدوجًا يجمع بين السياحة الوطنية والدولية، في حين اقتصرت نسبة الوكالات التي تركز على السياحة الدولية فقط على 10%، ولم تُسجّل أي وكالة تقتصر خدماتها على السياحة الوطنية فحسب.

يعكس هذا التوزيع توجه أصحاب الوكالات السياحية نحو تنوع عروضهم السياحية وتوسيع نطاق نشاطهم بما يتيح لهم الاستفادة من الفرص المتاحة في السوقين المحلي والدولي، كما يشير إلى وجود وعي بأهمية الانفتاح على الأسواق الخارجية من جهة، وتلبية حاجيات السياحة الداخلية من جهة أخرى.

- الإطار التطبيقي -

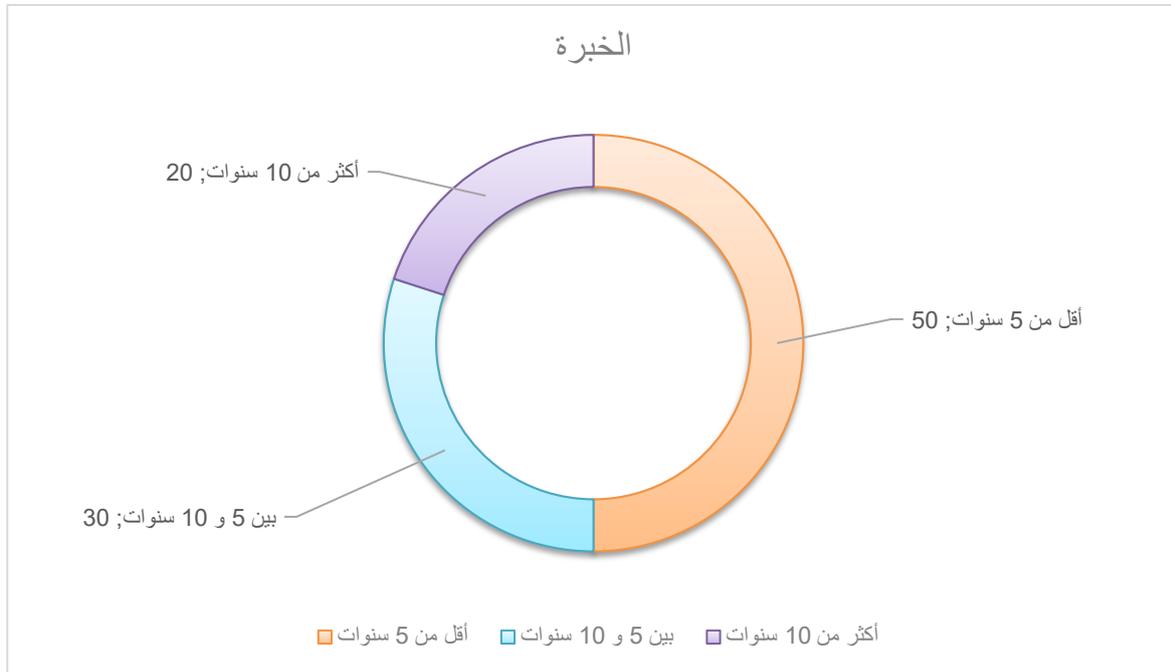
4. توزيع عينة الدراسة حسب الخبرة: يتوزع أفراد عينة الدراسة حسب الخبرة (عدد السنوات) كما هو موضح في الجدول والشكل التاليين:

الجدول رقم (04): بوضوح توزيع عينة الدراسة حسب الخبرة

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية (%)
أقل من 5 سنوات	10	50
بين 5 و 10 سنوات	6	30
أكثر من 10 سنوات	4	20
المجموع	20	100

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على نتائج برنامج الـ (spss) v25.

الشكل رقم (04): بوضوح توزيع عينة الدراسة حسب الخبرة



المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على بيانات الجدول.

يتضح من الجدول والشكل أعلاه أن أفراد عينة الدراسة يتوزعون بشكل متفاوت من حيث سنوات الخبرة في المجال السياحي، حيث تشير النتائج إلى أن نصف أفراد العينة يملكون خبرة تقل عن 5 سنوات، مما يعكس حضوراً قوياً للعنصر المقاولاتي الشاب أو حديث العهد بالنشاط السياحي، بينما نجد أن 30% من أفراد العينة تتراوح خبرتهم بين 5 و 10 سنوات، في حين يمثل أصحاب الخبرة التي تفوق 10 سنوات نسبة 20% فقط.

- الإطار التطبيقي -

يعكس هذا التوزيع ديناميكية واضحة داخل قطاع الوكالات السياحية بولاية قالمة، راجع لدخول مستمر لمقاولين جدد إلى السوق، وهو ما يمكن ربطه بزيادة الوعي بأهمية الاستثمار السياحي من جهة، وتوسّع فرص العمل المقاولاتي من جهة أخرى.

ثانيا: مناقشة وتحليل نتائج الجزء الثاني من الدراسة الميدانية الخاصة بمحاور الدراسة

✓ محور العوامل المحددة لنجاح المقاولات السياحية وتعزيز بيئة الاستثمار.

1. النتائج الخاصة بتحليل سؤال "في رأيكم، ما هي أهم العوامل التي تساهم في نجاح مشروع سياحي

في الجزائر؟": سيتم تحليل هذا السؤال بالاعتماد على مضمون إجابات المستجوبين، وذلك كما هو موضح في الجدول والشكل الآتيين:

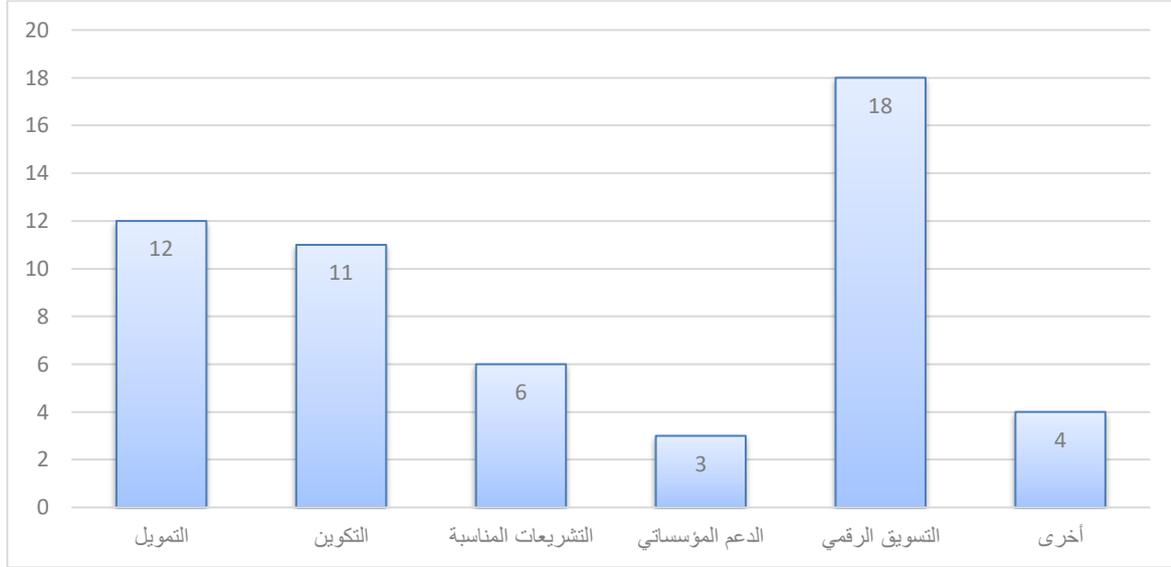
الجدول رقم (05): بوضوح رأي أفراد العينة بخصوص أهم العوامل التي تساهم في نجاح مشروع سياحي في الجزائر

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية (%)
التمويل	12	22.2
التكوين	11	20.4
التشريعات المناسبة	6	11.1
الدعم المؤسسي	3	5.6
التسويق الرقمي	18	33.3
أخرى	4	7.4
المجموع	54	100

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على نتائج برنامج الـ (spss)v25

- الإطار التطبيقي -

الشكل رقم (05): يوضح رأي أفراد العينة بخصوص أهم العوامل التي تساهم في نجاح مشروع سياحي في الجزائر



المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على بيانات الجدول.

يتضح من الجدول والشكل السابقين أن أفراد عينة الدراسة عبّروا عن تصورات متباينة بخصوص أهم العوامل التي تساهم في نجاح المشروع السياحي في الجزائر، حيث جاءت "التسويق الرقمي" في صدارة العوامل الأكثر تأثيراً بنسبة 33.3%، وهو ما يعكس الوعي المتزايد لدى الفاعلين في القطاع بأهمية الترويج الإلكتروني كأداة فعالة للوصول إلى الزبائن المحليين والدوليين، ومواكبة التحولات الرقمية التي يشهدها قطاع السياحة عالمياً. في المرتبة الثانية، جاء عامل "التمويل" بنسبة 22.2%، ما يشير إلى أن توفير الموارد المالية يُعدّ ركيزة أساسية لإطلاق المشروع السياحي و ضمان و الحفاظ على إستمراره، يليه "التكوين" بنسبة 20.4%، مما يبرز الحاجة إلى تأهيل الكفاءات البشرية وتزويدها بالمعارف والمهارات الكفيلة بتقديم خدمات ذات جودة عالية. أما "التشريعات المناسبة" فقد نالت نسبة 11.1%، مما يدل على إدراك بعض أفراد العينة لأهمية البيئة القانونية والتنظيمية كعامل محفز أو معرقل للعمل المفاوضي السياحي، في حين اعتبر عدد قليل من المستجوبين أن "الدعم المؤسسي" يمثل عاملاً مهمّاً، وهو ما قد يعكس إما ضعف الثقة في فعالية الدعم المقدم أو محدودية التجارب الإيجابية في هذا المجال، كما أشار 7.4% من الأجوبة إلى عوامل "أخرى".

2. النتائج الخاصة بتحليل سؤال "هل تعتبر البيئة الاستثمارية الحالية في الجزائر محفزة لإنشاء مؤسسات

سياحية ناشئة؟": سيتم تحليل هذا السؤال استناداً إلى مضمون إجابات المبحوثين وفقاً للنتائج المتحصل عليها في الجدول والشكل التاليين:

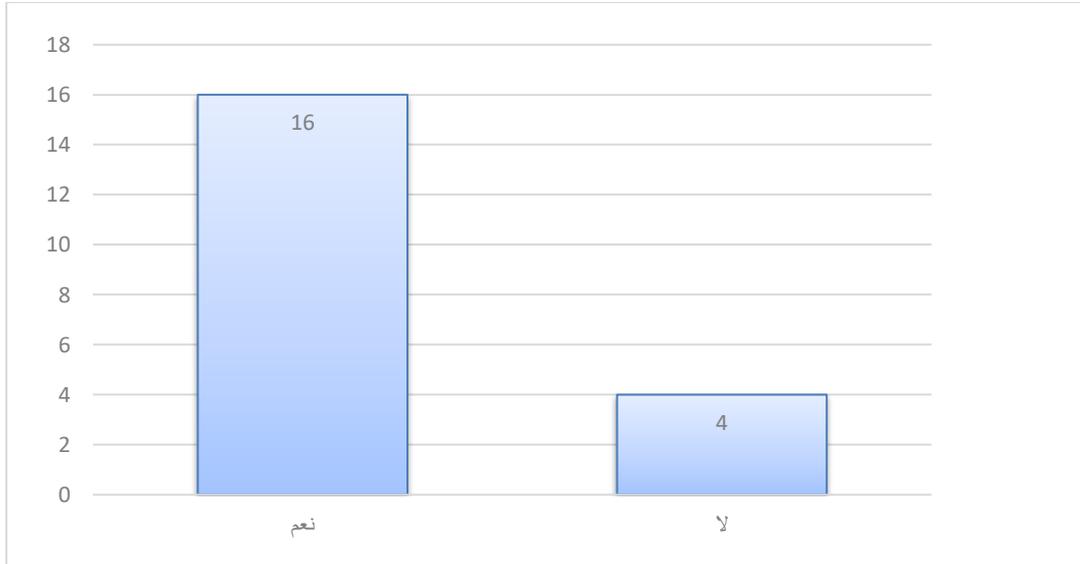
- الإطار التطبيقي -

الجدول رقم (06): بوضوح رأي أفراد العينة بخصوص البيئة الاستثمارية الحالية في الجزائر محفزة لإنشاء مؤسسات سياحية ناشئة

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية (%)
لا	04	20
نعم	16	80
المجموع	20	100

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على نتائج برنامج الـ (spss)v25

الشكل رقم (06): بوضوح رأي أفراد العينة بخصوص البيئة الاستثمارية الحالية في الجزائر محفزة لإنشاء مؤسسات سياحية ناشئة



المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على بيانات الجدول.

يتضح من الجدول السابق والشكل المرافق له أن غالبية أفراد العينة، بنسبة 80%، يرون أن البيئة الاستثمارية الحالية في الجزائر محفزة لإنشاء مؤسسات سياحية ناشئة، مقابل 20% فقط عبّروا عن رأي مخالف، ويعكس هذا التوجه الإيجابي تفاعلاً عاماً لدى الفاعلين في القطاع السياحي لولاية قلمة بإمكانية تحقيق مشاريع ناجحة ضمن الإطار الاستثماري الراهن.

ويُفسّر هذا التفاعل بعدة عوامل محتملة، من بينها توجه الدولة نحو دعم المقاولاتية وتشجيع الاستثمار السياحي من خلال برامج تمويل مختلفة، تسهيلات إدارية نسبياً، بالإضافة إلى الإمكانيات السياحية المتنوعة التي تزخر بها ولاية قلمة خاصة والجزائر.

- الإطار التطبيقي -

في المقابل، فإن نسبة 20% التي ترى بأن البيئة الاستثمارية غير محفزة قد تُعبر عن وجود تحديات لا تزال قائمة، مثل ضعف البنية التحتية السياحية في بعض المناطق، ما يتطلب المزيد من الإصلاحات لضمان مناخ استثماري أكثر جاذبية.

3. النتائج الخاصة بتحليل سؤال "هل تتوفر التسهيلات الإدارية لفتح وكالة سفر أو مؤسسة سياحية

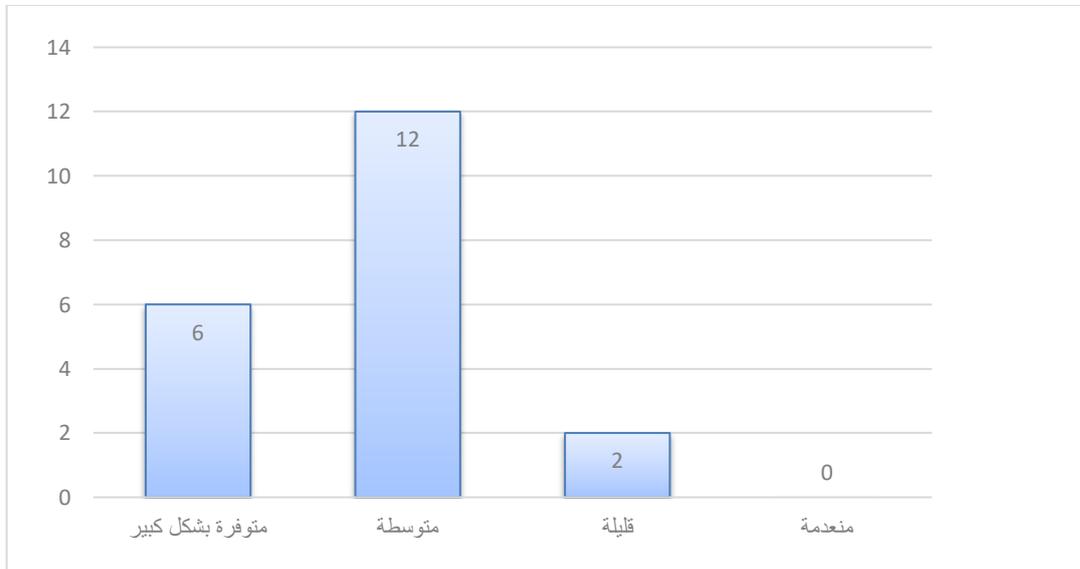
ناشئة؟": سيتم تحليل هذا السؤال استنادًا إلى مضمون إجابات المبحوثين وفقا للنتائج المتحصل عليها في الجدول والشكل التاليين:

الجدول رقم (07): بوضوح رأي أفراد العينة بخصوص تتوفر التسهيلات الإدارية لفتح وكالة سفر أو مؤسسة سياحية ناشئة

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية (%)
متوفرة بشكل كبير	06	30
متوسطة	12	60
قليلة	02	10
منعدمة	00	00
المجموع	20	100

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على نتائج برنامج الـ (spss)v25

الشكل رقم (07): بوضوح رأي أفراد العينة بخصوص تتوفر التسهيلات الإدارية لفتح وكالة سفر أو مؤسسة سياحية ناشئة



المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على بيانات الجدول.

- الإطار التطبيقي -

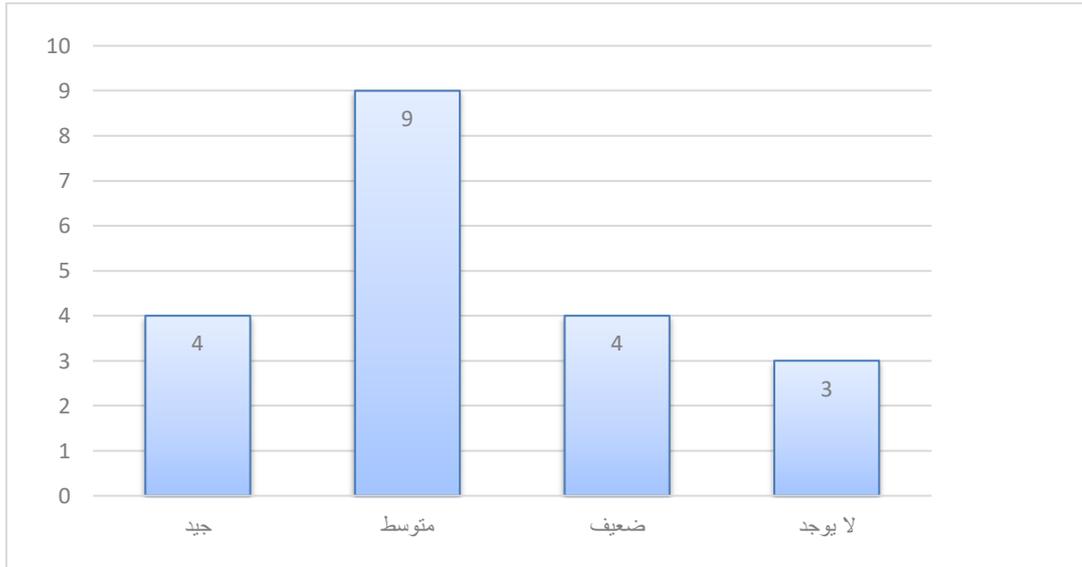
يتضح من الجدول السابق والشكل المرافق له أن آراء أفراد العينة حول مدى توفر التسهيلات الإدارية لفتح وكالة سفر أو مؤسسة سياحية ناشئة جاءت متفاوتة، إلا أنها ذات توجه عام إيجابي نسبيًا، حيث أفاد 60% من أفراد العينة بأن التسهيلات متوفرة بدرجة متوسطة، بينما اعتبر 30% أنها متوفرة بشكل كبير، في حين أشار 10% فقط إلى أنها قليلة، ولم تُسجل أي حالة تعتبر التسهيلات منعدمة.

4. النتائج الخاصة بتحليل سؤال "كيف تدعم الهيئات الحكومية للمستثمرين في السياحة؟": سيتم تحليل هذا السؤال استنادًا إلى مضمون إجابات الباحثين وفقًا للنتائج المتحصل عليها في الجدول والشكل التاليين: الجدول رقم (08): بوضوح رأي أفراد العينة حول كيفية تدعيم الهيئات الحكومية للمستثمرين في السياحة

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية (%)
جيد	04	20
متوسط	09	45
ضعيف	04	20
لا يوجد	03	15
المجموع	20	100

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على نتائج برنامج الـ (spss)v25

الشكل رقم (08): بوضوح رأي أفراد العينة حول كيفية تدعيم الهيئات الحكومية للمستثمرين في السياحة



المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على بيانات الجدول.

يتضح من الجدول السابق والشكل المرافق له أن تقييم أفراد العينة لكيفية تدعيم الهيئات الحكومية للمستثمرين في القطاع السياحي جاء متباينًا، مع ميل واضح نحو التقدير المتوسط، حيث أفاد 45% من الباحثين بأن الدعم الحكومي لا يزال دون مستوى التطلعات والطموحات التي يحملها المستثمرون في هذا المجال، في المقابل، عبّر

- الإطار التطبيقي -

20% من أفراد العينة عن رضاهم نسبيًا واعتبروا أن الدعم جيد، في حين اعتبر 20% آخرون أن هذا الدعم ضعيف، وذهب 15% إلى القول بأنه غير موجود تمامًا.

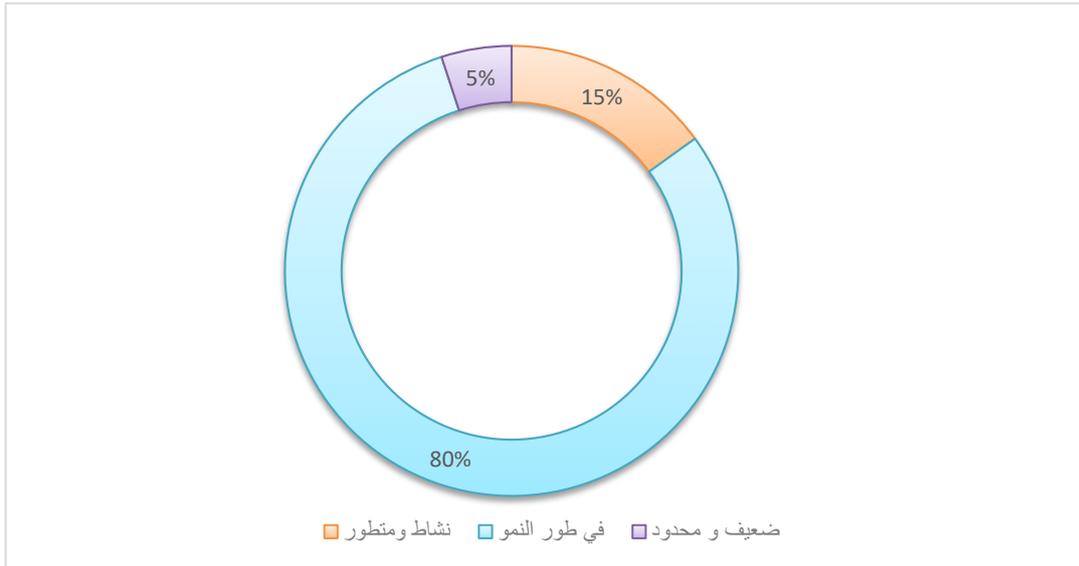
✓ محور واقع النشاط المقاولاتي في القطاع السياحي.

1. النتائج الخاصة بتحليل سؤال "كيف تقيمون واقع المقاولاتية السياحية في الجزائر حاليًا؟": سيتم تحليل هذا السؤال استنادًا إلى مضمون إجابات الباحثين وفقا للنتائج المتحصل عليها في الجدول والشكل التاليين: الجدول رقم (09): يوضح كيفية تقييم واقع المقاولاتية السياحية في الجزائر حاليًا من طرف أفراد العينة

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية (%)
نشاط ومتطور	03	15
في طور النمو	16	80
ضعيف و محدود	01	05
المجموع	20	100

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على نتائج برنامج الـ (spss)v25

الشكل رقم (09): يوضح كيفية تقييم واقع المقاولاتية السياحية في الجزائر حاليًا من طرف أفراد العينة



المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على بيانات الجدول.

يتضح من الجدول والشكل المرفق أن النسبة الأكبر من أفراد العينة 80%، قِيموا واقع المقاولاتية السياحية في الجزائر على أنه "في طور النمو"، مما يعكس تصورًا عامًا بأن هذا القطاع يشهد تطورًا تدريجيًا ولم يبلغ بعد مرحلة النضج الكاملة، في المقابل، اعتبر 15% من الباحثين أن المقاولاتية السياحية في الجزائر تعرف وضعًا "نشطًا ومتطورًا"، وهو ما قد يُعبّر عن تجارب فردية ناجحة أو ارتباط بأقاليم أكثر نشاطًا سياحيًا أو دعما مؤسسيًا فعّالًا.

- الإطار التطبيقي -

أما النسبة المتبقية، 5% فقط، فقيمت الواقع بأنه "ضعيف ومحدود"، وهو تقييم يشير إلى وجود بعض العراقيل الهيكلية أو المعوقات الميدانية التي لا تزال تؤثر سلبيًا على هذا القطاع في بعض الحالات أو المناطق.

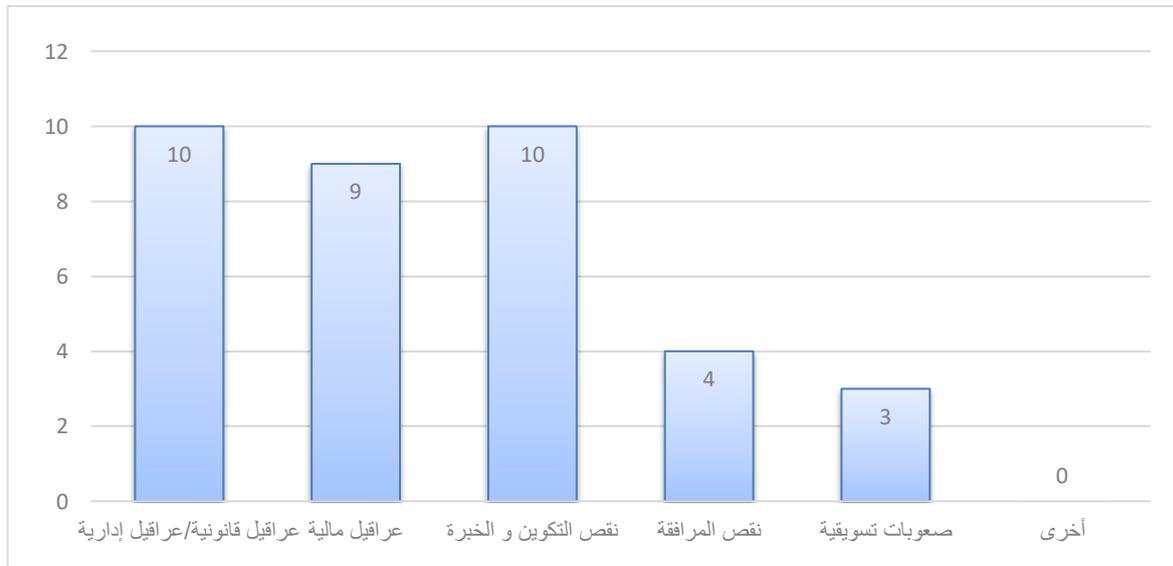
2. النتائج الخاصة بتحليل سؤال "ما هي أبرز العراقيل التي تواجه المؤسسات السياحية الناشئة؟": سيتم تحليل هذا السؤال استنادًا إلى مضمون إجابات الباحثين وفقًا للنتائج المتحصل عليها في الجدول والشكل التاليين:

الجدول رقم (10): يوضح أبرز العراقيل التي تواجه المؤسسات السياحية الناشئة من وجهة نظر الباحثين

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية (%)
عراقيل قانونية/عراقيل إدارية	10	27.8
عراقيل مالية	09	25.0
نقص التكوين و الخبرة	10	27.8
نقص المرافقة	04	11.1
صعوبات تسويقية	03	08.3
أخرى	00	00
المجموع	36	100

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على نتائج برنامج الـ (spss)v25

الشكل رقم (10): يوضح أبرز العراقيل التي تواجه المؤسسات السياحية الناشئة من وجهة نظر الباحثين



المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على بيانات الجدول.

- الإطار التطبيقي -

يتضح من الجدول والشكل المرافق أن المؤسسات السياحية الناشئة في الجزائر تواجه مجموعة متنوعة من العراقيل، تصدّرتها العراقيل القانونية والإدارية ونقص التكوين والخبرة، بنسبة متساوية بلغت 27.8% لكل منهما، ما يعكس بوضوح أن المعوقات ذات الطابع المؤسسي والبشري تعد من أهم التحديات التي تعيق تطور هذه المؤسسات. أما العراقيل المالية، فقد جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة 25%، وهو ما يدل على أن التمويل يعد من أهم المعوقات الرئيسية للمستثمرين، سواء من حيث صعوبة الحصول على القروض، أو محدودية البرامج التمويلية الموجهة خصيصاً للقطاع السياحي.

في حين حظي نقص المرافقة بنسبة 11.1%، والصعوبات التسويقية بنسبة 8.3%، مما يشير إلى أهمية تحسين سياسات الدعم والمرافقة المؤسساتية، وتعزيز التكوين في مجالات التسويق السياحي، خاصة في ظل التحولات الرقمية المتسارعة.

3. النتائج الخاصة بتحليل سؤال "هل سبق أن تلقيتم دعماً من برامج حكومية مثل (NESDA، ANGEM، CNAC) إلخ...؟ إذا كانت الإجابة نعم، كيف تقيمون هذا الدعم؟": سيتم تحليل هذا السؤال استناداً إلى مضمون إجابات الباحثين وفقاً للنتائج المتحصل عليها في الجدول والشكل التاليين:
الجدول رقم (11): يوضح إن كان الباحثين قد تلقوا دعماً من برامج حكومية و كيفية تقييمهم لهذا الدعم

		إذا كانت الإجابة نعم، كيف تقيمون هذا الدعم؟			المجموع
		إيجابي	جيد	لا	
هل سبق أن تلقيتم دعماً من برامج حكومية مثل (NESDA، ANGEM، CNAC) إلخ...؟	لا	00	00	17	17
	نعم	01	02	00	03
المجموع		01	02	17	20

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على نتائج برنامج الـ (spss)_{v25}

يتضح من الجدول المرافق أن الغالبية العظمى من أفراد العينة، أي 17 من أصل 20 مبحوثاً بنسبة 85%، لم يسبق لهم أن تلقوا دعماً من برامج حكومية مثل (NESDA، ANGEM، CNAC) وغيرها، وهو ما يعكس

- الإطار التطبيقي -

ضعف استفادة المؤسسات السياحية الناشئة من آليات الدعم العمومي المتوفرة، سواء بسبب نقص في الوعي بهذه البرامج، أو صعوبة في الولوج إليها، أو تعقيد الشروط والإجراءات المرتبطة بها. أما نسبة المبحوثين الذين أكدوا تلقيهم لهذا النوع من الدعم فكانت محدودة، إذ بلغ عددهم 3 فقط بنسبة 15%، ومن بين هؤلاء قِيم 02 منهم الدعم بأنه "جيد"، في حين اعتبره مبحوث واحد 01 فقط "إيجابياً"، مما يدل على أن تجارب المستفيدين من دعم الحكومة كانت إيجابية.

✓ محور دور المقاولاتية في تعزيز وتطوير القطاع السياحي.

1. النتائج الخاصة بتحليل سؤال "هل تعتقدون أن تشجيع المقاولاتية يمكن أن يساهم في تطوير السياحة

الجزائرية؟": سيتم تحليل هذا السؤال استناداً إلى مضمون إجابات المبحوثين وفقاً للنتائج المتحصل عليها

في الجدول والشكل التاليين:

الجدول رقم (12): يوضح مدى إمكانية مساهمة تشجيع المقاولاتية في تطوير السياحة الجزائرية من وجهة

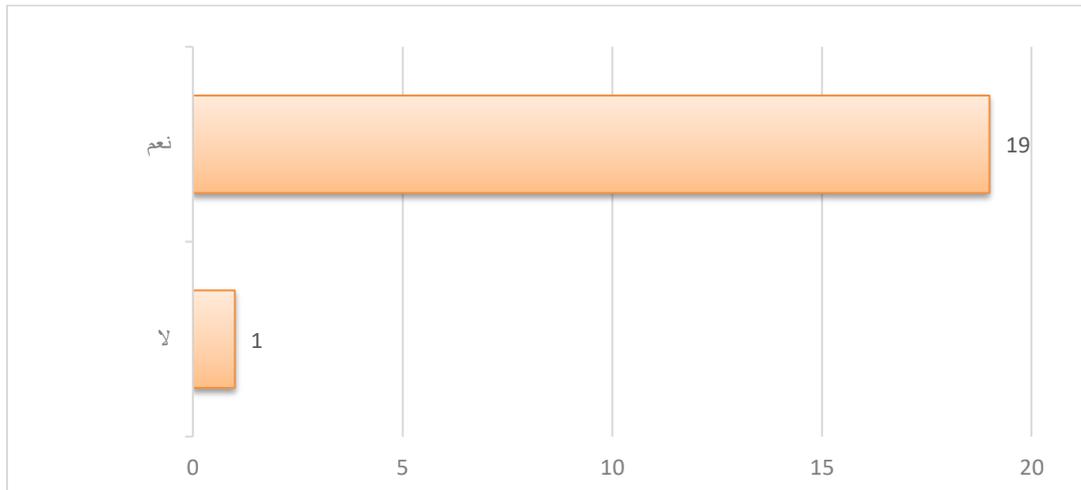
نظر المبحوثين

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية (%)
لا	01	05
نعم	19	95
المجموع	20	100

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على نتائج برنامج الـ (spss)_{v25}

الشكل رقم (12): يوضح مدى إمكانية مساهمة تشجيع المقاولاتية في تطوير السياحة الجزائرية من وجهة

نظر المبحوثين



المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على بيانات الجدول.

- الإطار التطبيقي -

يتضح من الجدول والشكل المرفق أن الأغلبية الساحقة من أفراد العينة 95% يرون أن تشجيع المقاولاتية يمكن أن يساهم بشكل فعال في تطوير السياحة الجزائرية، في حين أن نسبة ضئيلة فقط 5% لا تتفق مع ذلك وتعكس هذه النتائج قناعة واسعة بين المبحوثين في القطاع السياحي بقدرة المقاولاتية على لعب دور محوري في تنشيط وتوسيع قاعدة الخدمات السياحية.

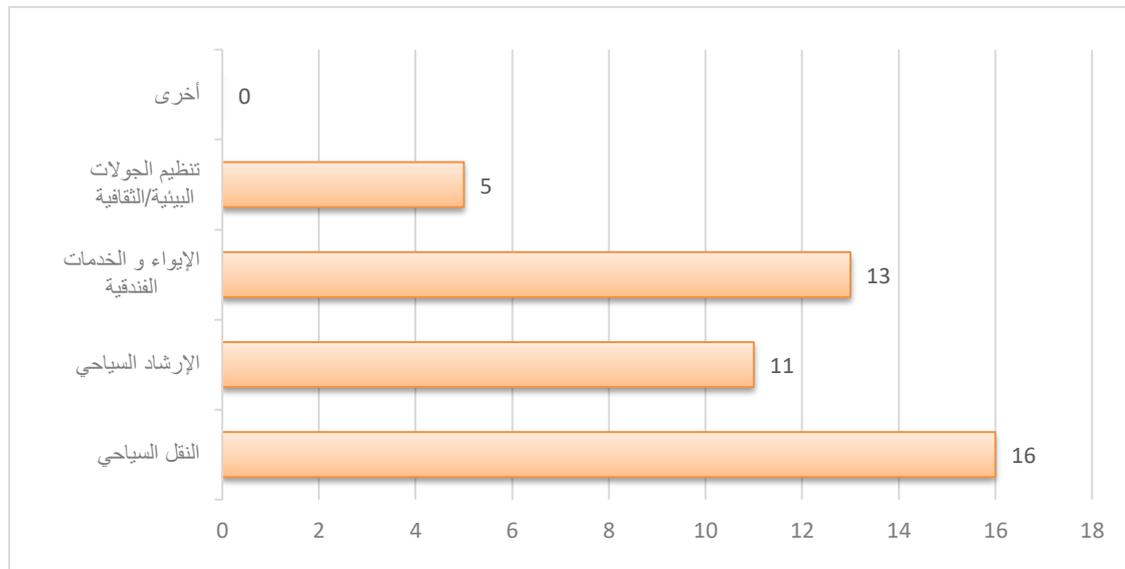
2. النتائج الخاصة بتحليل سؤال "ما هي الأنشطة السياحية التي ترون فيها فرصًا حقيقية للاستثمار المقاولاتي؟": سيتم تحليل هذا السؤال استنادًا إلى مضمون إجابات المبحوثين وفقا للنتائج المتحصل عليها في الجدول والشكل التاليين:

الجدول رقم (13): يوضح الأنشطة السياحية التي يرى فيها المبحوثين فرصا حقيقية للاستثمار المقاولاتي

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية (%)
النقل السياحي	16	36.6
الإرشاد السياحي	11	24.4
الإيواء و الخدمات الفندقية	13	28.9
تنظيم الجولات البيئية/الثقافية	05	11.1
أخرى	00	00
المجموع	45	100

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على نتائج برنامج الـ (spss)_{v25}

الشكل رقم (13): يوضح الأنشطة السياحية التي يرى فيها المبحوثين فرصا حقيقية للاستثمار المقاولاتي



المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على بيانات الجدول.

- الإطار التطبيقي -

يتضح من معطيات الجدول أعلاه والشكل المرافق له أن أفراد العينة يرون أن هناك تنوعاً في الفرص الاستثمارية ضمن القطاع السياحي، حيث جاءت خدمة النقل السياحي في المرتبة الأولى بنسبة 36.6%، ما يعكس إدراكاً لأهمية هذه الخدمة كحلقة أساسية في سلسلة الخدمات السياحية، خاصة في ظل النقص الملحوظ في وسائل النقل على مستوى العديد من المناطق السياحية الجزائرية.

أما الإيواء والخدمات الفندقية فقد احتلت المرتبة الثانية بنسبة 28.9%، ما يدل على وجود وعي بضرورة تحسين القدرة الإيوائية والنوعية الخدمية لاستيعاب التدفق السياحي المحتمل، سواء عبر إنجاز هياكل جديدة أو تطوير النزل التقليدية.

وجاء الإرشاد السياحي في المرتبة الثالثة بنسبة 24.4%، أما تنظيم الجولات البيئية/الثقافية فقد نال نسبة 11.1%، وهو ما يشير إلى وجود وعي محدود نوعاً ما بأهمية هذه الجولات السياحية، رغم إمكانات الجزائر الكبيرة في هذا المجال.

3. النتائج الخاصة بتحليل سؤال "ما اقتراحاتكم لتحسين مساهمة المقاولاتية في تطوير السياحة

الوطنية؟": سيتم تحليل هذا السؤال بالاعتماد على مضمون إجابات المستجوبين، وذلك كما هو موضح في الجدول والشكل الآتيين:

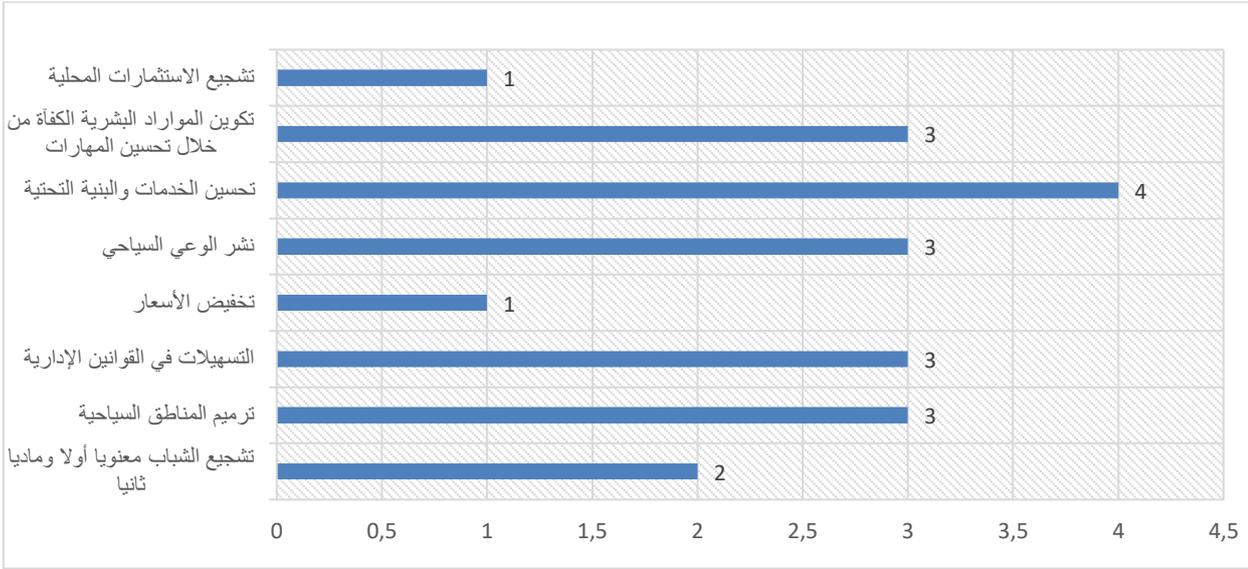
الجدول رقم (14): يوضح مقترحات المبحوثين لتحسين مساهمة المقاولاتية في تطوير السياحة الوطنية

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية (%)
تشجيع الشباب معنوياً أولاً ومادياً ثانياً	2	10
ترميم المناطق السياحية	3	15
التسهيلات في القوانين الإدارية	3	15
تخفيض الأسعار	1	05
نشر الوعي السياحي	3	15
تحسين الخدمات والبنية التحتية	4	20
تكوين الموارد البشرية الكفأة من خلال تحسين المهارات	3	15
تشجيع الاستثمارات المحلية	1	5
المجموع	20	100

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على نتائج برنامج الـ (spss)v25

- الإطار التطبيقي -

الشكل رقم (14): يوضح مقترحات المبحوثين لتحسين مساهمة المقاولاتية في تطوير السياحة الوطنية



المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على بيانات الجدول.

يتضح من معطيات الجدول أعلاه والشكل المرافق له أن أفراد العينة قدموا مجموعة متنوعة من الاقتراحات الهادفة إلى تحسين مساهمة المقاولاتية في تطوير السياحة الوطنية، وهو ما يعكس وعيهم بالتحديات والفرص التي تواجه هذا القطاع الحيوي.

ففي صدارة الاقتراحات جاءت "تحسين الخدمات والبنية التحتية" بنسبة 20%، وهو ما يبرز إدراكًا واضحًا لدى المبحوثين بأهمية توفير بيئة جاذبة للسياح، تشمل شبكات النقل، الاتصالات، المرافق السياحية، والتهيئة الحضريّة للمواقع السياحية، باعتبارها أساسًا لأي استثمار سياحي ناجح.

كما حصلت كل من "ترميم المناطق السياحية" و"نشر الوعي السياحي" و"التسهيلات في القوانين الإدارية" و"تكوين الموارد البشرية الكفأة" على نسبة متساوية قدرة بـ 15% لكل منها، ما يشير إلى وعي جماعي بأهمية إعادة الاعتبار للوجهات السياحية المهملة، وخلق ثقافة سياحية في المجتمع، وتبسيط الإجراءات الإدارية التي تشكل حاجزًا أمام المبادرات المقاولاتية، بالإضافة إلى التركيز على العنصر البشري كركيزة لأي تطوير سياحي مستدام.

أما اقتراح "تشجيع الشباب معنويًا ومادياً" فقد جاء بنسبة 10%، مما يؤكد على ضرورة خلق بيئة حاضنة للمبادرات الشبابية، من خلال المرافقة والدعم النفسي إلى جانب توفير الآليات التمويلية، في حين نالت مقترحات "تشجيع الاستثمارات المحلية" و"تخفيض الأسعار" نسبةً قدرة بـ 5%، وهو ما قد يعكس اهتمامًا أقل بها مقارنة بباقي التحديات.

ب. تحليل نتائج المقابلة:

1- تحليل مقابلة مع وكالة Dergham travel services :

بعد الدراسة الميدانية التي قمنا بها لجمع المعلومات بخصوص موضوع دراستنا، بإجراء مقابلة مدير الوكالة وطرحنا عليه مجموعة من الأسئلة المذكورة في دليل المقابلة.

بالنسبة لجواب السؤال الأول: عرفنا المدير بوكالته حيث صرح أن الوكالة هي فرع لشركة سياحية مقرها في الجزائر العاصمة تم إنشائها سنة 2024 من قبل مدير الشركة الأم التابعة لها. تعمل تحت وصاية وزارة السياحة مباشرة وتعاملها دولي، تقدم خدمات سياحية من بينها التأشيرات، حجز تذاكر الطيران، حجوزات فندقية، سياحة دينية (العمرة) وتساهم في الترويج للسياحة الدينية في مختلف ربوع الوطن وبوجه الخصوص ولاية قالمة.

أما جواب السؤال الثاني: فقد صرح أن واقع المقاولاتية السياحية في الجزائر يتجه نحو التطور والنمو، ولكن هذا التطور بطيء نوعا ما وذلك راجع إلى الوزارة الوصية أي وزارة السياحة فهي لا تستحدث القوانين التي تساهم في نمو نشاط المقاولاتية السياحية ولا تواكب التطور الحاصل لذلك فواقع المقاولاتية السياحية يعتمد بالدرجة الأولى على تطوير الوزارة لسياستها التي تدعم الشباب المقاول بصفة ضعيفة ولا تقدم تسهيلات كثيرة لهم.

و صرح في جواب السؤال الثالث: أن أبرز العراقيل التي تواجه المقاولين في مجال السياحة هي قوانين وزارة السياحة التي تفرضها ، و التي تحتوي على ثغرات قانونية كما أنها ليست مرنة في التجدد و لا تتماشى مع التطور الحاصل فهي لا تزال قديمة نوعا ما، مما جعلها تعرقل سيرورة عمل المقاولين و تضيق عليهم ، و أضاف أن : العرض على الخدمات السياحية لا يتوازن مع الطلب ، فتوجد العديد من الوكالات السياحية و التي تقدم مختلف الخدمات و البرامج ، لكن الطلب ضعيف إلى حد ما نظرا لعدم انتشار الثقافة السياحية بشكل واسع بين أوساط الجمهور الذي يتلقى هذه الخدمات و البرامج.

جواب السؤال الرابع: صرح أن التشريعات والقوانين الحالية ليست مشجعة على الاستثمار السياحي بشكل جيد فهي قديمة ولذلك من الأفضل أن تعمل وزارة السياحة على تجديد هذه القوانين لمواكبة التقدم الحاصل في الوقت الحالي، وأيضا صرح أن القوانين التي تفرضها الوزارة تعاني من العديد من الثغرات مما يصعب تفسيرها حالها حال العديد من التشريعات في مختلف المجالات، واقترح إضافة وثيقة رسمية (عقد السفر) تضمن حقوق المسافر وتحميه من النصب والاحتيال مما ينظم المعاملات القانونية بين الوكالات وزبائنها.

- الإطار التطبيقي -

وفي جواب السؤال الخامس: أخبرنا أن الدولة تدعم بشكل متوسط المبادرات في المقاولات السياحية، وأن الوزارة تكتفي بالتأطير عن طريق سن القوانين ومتابعة عمل الوكالات، ووضح أيضا أن شركتهم الأم لم تتلق أي دعم أو تكوين من طرف وزارة السياحة. وقال: الدعم والتكوين بشكل عام متوفر ولكنه غير كافي، وحبذا أن ترفع منه الدولة لتشجيع الشباب على الاستثمار في هذا المجال.

وفي جواب السؤال السادس: يرى أن ثقافة المقاولاتية في المجال السياحي تنتشر بصفة جيدة بين الشباب في هذه السنوات مقارنة بالسنوات السابقة، وهناك إقبال لا بأس به من الشباب للعمل في المقاولاتية السياحية وخاص خريجي الجامعات والذي كان معظم اهتمامهم يتجه للعمل في القطاع العمومي.

وأما جواب السؤال السابع: تمثل في أن المؤسسات الناشئة تلعب دورا مهما في النهوض بالقطاع السياحي وذلك بتوعية المسافر بالوجهات السياحية وتفاصيل هذه الوجهات وتوجيهه في رحلته من انطلاقه إلى عودته، فدور هذه المؤسسات إنتاجي وهي من أسس الإنتاج في المجال السياحي، وتساهم في استقطاب أكبر عدد من المسافرين وترغيبهم في السياحة داخل الوطن وذلك عن طريق برامجها التي تعتمد عليها، ولكنها تساهم في تصدير السياح أكثر من مساهمتها في جذبهم من خارج الوطن ويعود هذا إلى صعوبة الحصول على تأشيرة السفر للجزائر.

صرح في جواب عن السؤال الثامن: أن المجالات السياحية الأكثر جذبا للمقاولين هو مجال الفنادق والإيواء، أما أكثر أنواع السياحة التي تجذبهم هي السياحة الدينية والتي تعتبر من الخدمات التي يكون طلب الزبائن عليها مرتفعا ومن أهم الأنواع الرائجة بين أوساط المجتمع الجزائري عكس الرحلات السياحية التي يكون الطلب عليها منخفضا.

ويرى في جواب السؤال التاسع: أنه يمكن تعزيز المقاولاتية السياحية لتساهم بشكل أكبر في تنمية السياحة الوطنية عن طريق تحسين الخدمات السياحية والبنية التحتية والتي تعاني من نقص كبير، وأيضا الأخذ بعين الاعتبار بتجربة الزبائن وشكاويهم حول خدمة معينة، والعمل على إيجاد حلول للمشاكل حتى لا تتكرر وكذا تقديم الخدمات بشكل أفضل، والعمل على خلق سمعة جيدة للمؤسسة بين الزبائن وذلك بالتحلي بالمصادقية وإتباع أخلاق المهنة، وهذا من شأنه أن يساهم في استقطاب الزبائن بشكل أفضل.

- الإطار التطبيقي -

وكانت إجابته على السؤال على السؤال 10: هي أن الابتكار والإبداع من شأنه أن يحسن من الخدمات السياحية عبر المقاولات عن طريق استحداث برامج سياحية بين الفترة والأخرى والعمل على التحسين من جودة الخدمات المقدمة بالاعتماد على الرقمنة ومواقع التواصل الاجتماعي والتي أصبحت تساهم بشكل كبير في التعريف بالوجهات السياحية في الجزائر.

أما في السؤال 11: فوضح لنا أن نجاح أي مؤسسة وبوجه الخصوص المؤسسات المقاولاتية يعتمد على دراسة صحيحة لجدوى المشروع للابتعاد عن الاندفاع دون دراسة مفصلة، وقال أي مشروع فاشل سببه دراسة فاشلة. وصرح أن التجارب الناجحة في مجال المقاولاتية السياحية والتي ساهمت في تطوير السياحة لا تتواجد بكثرة لكن هناك بعض المقاولين نجحوا ويعود ذلك للاجتهاد الشخصي ودراسة مشاريعهم بدقة والعمل على تطويرها واكتساب الخبرات .

وفي السؤال 12: أجاب أن بإمكان المقاولاتية المساهمة في تحسين صورة الجزائر كوجهة سياحية عن طريق التجديد في البرامج والخدمات المقدمة، والاعتماد على الرقمنة للتعريف بوجهات الجزائر، وحسن معاملة الزبائن لاستقطابهم، ووضح أن هذه المساهمة لن تتحسن إلا إذا أعطت الدولة الصلاحية للمؤسسات السياحية وسهلت القوانين والتشريعات التي تقيد عمل الوكالات السياحية .

واقترح في جواب السؤال 13: لتشجيع الشباب على إنشاء مؤسسات سياحية ناشئة التحلي بالإرادة والاجتهاد في العمل، ودراسة المشروع بدقة قبل الشروع فيه، وكذلك التكوين الجيد في المجال للنجاح فيه.

ويرى في السؤال 14: أن مستقبل المقاولاتية السياحية في الجزائر خلال السنوات القادمة يمكن أن يتطور، وذلك لوجود إقبال كبير من الشباب على العمل في هذا الميدان، ويمكن أن يتطور أكثر إذا قامت الوزارة بتعديل قوانينها لخلق بيئة عمل واستثمار محفزة ومشجعة على الإنتاج.

2- مقابلة مع وكالة L'art du voyage :

في جواب السؤال الأول: عرفنا مدير الوكالة بوكالته حيث صرح أن الوكالة هي وكالة أم تعمل تحت وصاية مديرية السياحة والصناعات التقليدية لولاية قالمة تم إنشاؤها سنة 2018 من قبل مدير الوكالة، تقدم خدمات سياحية من بينها التأشيرات وحجز تذاكر الطيران، وحجوزات فندقية ورحلات سياحية خارجية.

- الإطار التطبيقي -

وصرح في إجابة السؤال الثاني: أن واقع المقاولاتية السياحية في الجزائر حاليا يواجه صعوبات، خاصة بعد مرور فترة جائحة كورونا ولا يزال يعاني بسبب الخسائر التي تعرض لها في تلك الفترة وعودة الوزارة غير المحققة بشأن التعويض عن الخسائر التي تعرض لها، وأيضا المقاولاتية السياحية تنمو ببطء بسبب هشاشة البنية التحتية المؤسساتية للقطاع.

وأخبرنا في جواب السؤال الثالث: أن من بين العراقيل التي تواجه المقاولين في مجال السياحة العراقية القانونية وأيضا ضعف قدرة المؤسسات الناشئة على الصمود في وجه الأزمات وذكر لنا الخسائر التي تعرضت لها هذه المؤسسات الناشئة خلال جائحة كورونا والتي بينت افتقار المؤسسات لآليات الصمود في وجه الأزمات وغياب الدعم المالي من الدولة وأيضا القوانين والتشريعات الوزارية القديمة التي لا تواكب التطور الحاصل في الوقت الحالي.

أفاد مدير الوكالة في جواب السؤال الرابع: أن القوانين والتشريعات الحالية تعتبر عادية لا تحتوي على تحفيزات كافية، كما أنها لا تضيق عمل الوكالات السياحية ولا تعرقل عملها بل تكفي بمتابعة عملها، لكنها تفتقر للمرونة للتكيف مع عجلة التطور مما جعلها عائق لتطور العمل.

أشار المدير في جواب السؤال الخامس: أن النجاح في هذا المجال عادة ما يكون اجتهاد فردي من المقاولين وليس نتيجة لتكوين رسمي أو دعم منظم، فالوزارة فقط تكفي بالمتابعة وتأطير عملهم، ويعكس ذلك غياب لسياسة وطنية واضحة لتكوين وتوجيه الشباب في مجال المقاولاتية السياحية رغم وجود سياسات داعمة إلا أنها غير كافية وتحتاج إلى التطور والنمو.

كما أكد مدير الوكالة في جوابه على السؤال السادس: أن هناك إقبالا من الشباب على العمل في المجال السياحي، وأن الشباب يطمحون ويرغبون في إنشاء مؤسسات ناشئة في المجال السياحي، باعتبار السياحة أحد القطاعات الاقتصادية التي تسير في طريق النمو وتحقق لهم مكاسب مالية جيدة وتعزز من الخبرة والكفاءة المهنية، لكنه أوضح أن هذه الرغبة تحتاج إلى دعم فعلي حتى تتحول هذه المشاريع إلى مشاريع مستدامة.

ذكر المدير في إجابة السؤال السابع: أن المؤسسات الناشئة تلعب دورا مهما في النهوض بالقطاع السياحي وذلك من خلال الاعتماد على تحسين جودة الخدمات السياحية تطويرها، واستخدام الرقمنة ومواقع التواصل الاجتماعي في نشر الإعلانات والبرامج التي تبناها الوكالة لجذب أكبر عدد من السياح. وذكر لنا تجربتهم

- الإطار التطبيقي -

خلال جائحة كورونا عندما أصبح الاهتمام بالسياحة الداخلية أكثر من قبل فقامت وكالتهم باستحداث برامج ورحلات داخلية واعتمدت على موقعها الرسمي في نشر هذه الخدمات والبرامج مما ساهم في تنشيط السياحة الداخلية التي تعاني من الركود.

وكشف في جواب السؤال الثامن: أن مجال الفنادق والايواء من أكثر المجالات جذبا للمقاولين لأن الزبائن يهتمون كثيرا بخدمات الفنادق في أي رحلة لهم سواء كانت داخلية أو خارجية، لأن جودة الفنادق توفر لهم الراحة وتسهل رحلتهم مما يشجعهم على النشاط السياحي.

اقترح في جواب السؤال التاسع: تقديم تسهيلات لفتح الوكالات السياحية، وأيضا استغلال الشريط الساحلي الجزائري استغلالا جيدا فهو يرى أنه مهملا ولا يحظى بالاهتمام الذي يستحقه، واقترح فتح المجال أكثر للاستثمار في المؤهلات السياحية المهمشة، كما اقترح تنظيم القوانين التي يخضع لها المقاولون في المجال السياحة وتوضيحها لتلائم ظروف عملهم وتمويلهم بالشكل اللازم، للدفع بعجلة التنمية في السياحة الوطنية والنهوض بالقطاع السياحي.

وشدد في جواب السؤال 10: على أهمية استخدام التكنولوجيا والبرامج الحديثة لتحسين جودة الخدمات، مما يرفع من ثقة الزبائن ويزيد من المصداقية، فالابتكار يعتبر وسيلة أساسية لتطوير المؤسسات السياحية، فالتكنولوجيات الجديدة تساعد على التعريف بصورة الجزائر السياحية، مما يساهم في استقطاب السياح، كما أن الابتكار والإبداع في الخدمات السياحية يخلق صورة سياحية جيدة وحديثة للوجهات السياحية مما يرغب الزبائن في تبني هذه الخدمات لتميزها بالحدثة.

أفاد مدير الوكالة في جواب السؤال 11: أن هناك العديد من التجارب التي فشلت وذلك لنقص الإمكانيات أو الخبرة غير الكافية في العمل في هذا المجال والتي سببها غياب التكوين، لكن هناك مؤسسات تمكنت من النجاح بفضل الخبرة الواسعة بالمجال والعلاقات الشخصية التي سهلت من عملها، مما يعكس أهمية التكوين والدعم المالي والتأهيل لضمان نجاح أي مؤسسة.

صرح المتحدث في جواب السؤال 12: أن المقاولاتية يمكن أن تساهم في تحسين الجزائر كوجهة سياحية من خلال تقديم خدمات ذات جودة عالية والعمل على تحديثها لمواكبة النمو لكن هذه المساهمة لن تتم إلا إذا تم دعم المؤسسات الناشئة بشكل فعلي.

- الإطار التطبيقي -

اقترح في جواب السؤال 13: على الشباب الاستثمار في المجال السياحي باعتباره قطاع مريح ومليء بالفرص ويتمتع المستثمرون في هذا المجال بمكانة اجتماعية جيدة، كما أن السياحة مجال اقتصادي حيوي يؤثر على النمو الاقتصادي والتنمية المستدامة.

3- مقابلة مع وكالة الماسة للسفر:

صرحت مديرة الوكالة في جوابها على السؤال الأول: أن الوكالة تأسست سنة 2012، وهي متخصصة في خدمات السفر الدولية، وخاصة تسهيل الحصول على التأشيرات، وحجوزات الرحلات والفنادق.

وفي جواب السؤال الثاني: صرحت أن المقاولات السياحية في الجزائر تعرف تطورا ملحوظا مقارنة بالسنوات السابقة، فالوكالات السياحية أصبحت أكثر قدرة على مساعدة الزبائن، وهناك انتقالات تدريجية نحو تحسين جودة الأداء وتنويع الخدمات المقدمة.

أوضحت في جواب السؤال الثالث: أن الوكالة واجهت عدة صعوبات أبرزها نقص التكوين والخبرة في البداية، إلى جانب ضعف السياحة الداخلية، مما خلق نوعا من الاعتماد شبه الكلي على السياحة الخارجية، وكذلك من أبرز العراقيل غياب سياسة واضحة لتأطير المقاولين في المجال.

وأشارت في جواب السؤال الرابع: أن القوانين التي تفرضها مديرية السياحة ليست صارمة وتعد مساعدة للمقاولين، وهناك مرونة في التسيير من طرف مديرية السياحة وهذا يسهل عمل الوكالات ولا يضيق عملها ويشجع على الاستثمار السياحي.

وفي إجابة السؤال الخامس: صرحت أن الدولة لا تقدم دعما مباشرا للمبادرات المقاولاتية في السياحة، وأن ما حققته وكالتهم كان نتيجة اجتهاد شخصي، فهناك نقص في برامج الدعم من طرف مديرية السياحة، كما أن التكوين في هذا المجال متوفر لكن لا يزال يعاني من نقص ملحوظ ولا يتناسب مع التطور الحاصل.

أما بخصوص السؤال السادس: أكدت أن ثقافة المقاولاتية بدأت تنتشر بين الشباب في المجال السياحي وذكرت أن هناك الكثير من الشباب يهتمون بالتكوين في المجال السياحي وأن الوكالات السياحية انتشرت على نطاق واسع سواء في ولاية قلمة أو في الجزائر. غير أن الإمكانيات المحدودة وغياب التسهيلات يشكلان عائقا لانطلاقهم في المشاريع وهذا يتطلب توفير آليات دعم حقيقية مثل التكوين والتمويل.

- الإطار التطبيقي -

بالنسبة لجواب السؤال السابع: لعبت الوكالة دورا مهما في النهوض بالقطاع السياحي في الجزائر خاصة قبل جائحة كورونا فقد كانت تنافس من خلال برامجها السياحية العديد من الوكالات في المنطقة وذلك باعتمادها على الرقمنة وتحديث تقنيات التسويق للخدمات التي تقدمها. وهذا ما ساهم في جذب أكبر عدد من الزبائن للحصول على خدمات سياحية جيدة.

في جواب السؤال الثامن: أن من أهم المجالات السياحية التي تجذب المقاولين هي الفنادق والإيواء، وذكرت أن السياحة الخارجية من أهم الأنواع وأكثرها انتشارا بين الزبائن مما جعلها أكثر جذبا للمقاولين لضمان تحقيق أرباحهم .

وصرحت في جواب السؤال التاسع: يمكن تعزيز المقاولاتية لتساهم بشكل أكبر في تنمية السياحة الوطنية وذلك عن طريق تطوير القوانين والبرامج الوزارية لتسهيل عمل المقاولين، وأيضا التحسين من البنية التحتية للسياحة وتقنين الأسعار خاصة في الخدمات الأساسية كالإيواء والنقل والإطعام والعمل تحسين جودة الخدمات السياحية.

وأجابت في السؤال 10: أن الابتكار والإبداع من شأنه أن يؤثر على تحسين الخدمات السياحية عبر المقاولات وذكرت أن في الوقت الحالي أصبح الاعتماد على الرقمنة أمر لا بد منه، فالزبائن دائما ما يتجهون للوكالة التي تعرض برامج وخدمات سياحية متطورة والتي دائما ما تتجدد كما أن الخدمة التي تكون محصورة لدى وكالة واحدة تجعل منها مختلفة عن المنافسين لاكتسابها خاصية فريدة.

كما ذكرت في جواب السؤال 11: أن هناك تجارب ناجحة في الوكالة، ويرجع ذلك إلى المصداقية في التعامل وسمعة المؤسسة، وهي عناصر جوهرية لبناء ثقة الزبائن وتحقيق ولاء دائم، خصوصا في قطاع حساس مثل السياحة.

أجابت في السؤال 12: أن المقاولاتية يمكن أن تساهم في تحسين صورة الجزائر كوجهة سياحية من خلال العمل على عرض خدمات سياحية ذات جودة عالية، وكذلك اقتراح برامج تساعد على التعريف بصورة الجزائر ومقوماتها السياحية.

- الإطار التطبيقي -

أما في إجابة السؤال 13: لم تُشجّع الشباب على فتح وكالة في ولاية قلمة، نظرًا لما تراه من خطر الريح والخسارة في السوق المحلي، ما يعني أن المناخ الاستثماري في الولاية لا يزال هشًا، خاصة في غياب دعم واضح أو حركة سياحية نشطة.

وترى في جواب السؤال 14: أن للمقاولات السياحية مستقبل واعد، خاصة إذا تم دعم الشباب وتشغيلهم وخلق فرص عمل حقيقية. هذا يؤكد على أن القطاع السياحي يمكن أن يتحول إلى محرك للتنمية المحلية إذا استثمر فيه بذكاء.

4- مقابلة مع وكالة Dora Travel :

أجابت مسؤولة الوكالة في السؤال الأول: تأسست سنة 2022 وتقدم خدمات متعددة تشمل تنظيم الرحلات إلى أي وجهة، سواء داخلية أو خارجية، بل وتسهم في تنظيم رحلات من الخارج إلى الخارج أيضًا. كما تقدم خدمات التأشيرات والحجوزات، ما يجعلها وكالة شاملة في نشاطها ولديها طابع دولي يعزز موقعها التنافسي. وصرحت في جواب السؤال الثاني: واقع المقاولات السياحية يُوصف بأنه في تطور مستمر، ويبدو أن هناك اهتمامًا واضحًا من طرف الشباب نحو هذا المجال، مما يُنبئ بإمكانات قوية إذا ترافقت مع دعم فعلي وتكوين عملي جيد.

كما أشارت في جواب السؤال الثالث: العراقيل الأساسية التي تعاني منها الوكالة ليست تنظيمية أو مالية، بل ثقافية، حيث لاحظت نقصًا في ثقافة الاعتماد على الوكالات السياحية في ولاية قلمة. الزبائن ما زالوا يفضلون الترتيبات الفردية، وهذا ما يجعل عمل الوكالة أصعب من حيث الإقناع والتسويق للخدمة.

ووضحت في جواب السؤال الرابع: القوانين الحالية تشجع على الاستثمار في المجال السياحي ولا تُضيق العمل، ما يدل على وجود مناخ قانوني ملائم يمكن أن يساهم في توسع الوكالات إذا استثمر بالشكل الصحيح.

صرحت في جواب السؤال الخامس: بالنسبة للتكوين، فقد استفادت الوكالة من البرامج التكوينية التي توفرها الوزارة، أما التمويل فوكالتهم حالها حال الكثير من الوكالات والتي لم تلتق التمويل من الدولة بل كان اجتهادا شخصيا من أصحاب الوكالات، ما يدل على وجود مبادرات فردية من أصحاب الوكالات، حتى وإن كانت الدولة توفر بعض الدعم التكويني.

- الإطار التطبيقي -

أجابت في السؤال السادس: ثقافة المقاولاتية السياحية موجودة بين الشباب، لكن الدافع غالبًا مادي أو بحث عن فرصة عمل فقط، وليس بدافع الشغف أو حب الميدان، مما قد يؤثر على جودة المشاريع والمثابرة داخلها. غياب الحافز الذاتي يُقلل من فرص الاستمرارية.

صرحت في جواب السؤال السابع: تلعب الوكالة دورًا مهمًا في تنشيط السياحة من خلال تنظيم رحلات خارج الوطن بأسعار مناسبة، وخدمات مضمونة فيما يخص التأشيرات والحجوزات، مع الحرص على راحة الزبون. هذا يُعطي الوكالة سمعة جيدة بين الزبائن ويجعلها أكثر قدرة على المنافسة.

أجابت في السؤال الثامن: المجالات السياحية الأكثر جذبًا تتغير حسب اهتمامات المستثمرين، لكن السياحة الخارجية تبقى الأكثر طلبًا من طرف الزبائن، وهذا يُوجه غالبية الوكالات نحو هذا النشاط، ما يترك السياحة الداخلية في وضع أضعف.

صرحت في جواب السؤال التاسع: تعزيز المقاولاتية السياحية حسب الوكالة يتطلب دعمًا وتسهيلات من الدولة، إضافة إلى تدعيم البنية التحتية السياحية، وهي عناصر أساسية لتحفيز النمو في القطاع.

أجابت في السؤال 10: توجد تجارب ناجحة كثيرة في الميدان، ويعود ذلك إلى حب المهنة والشغف، مما يعني أن الإرادة الشخصية تلعب دورًا كبيرًا في نجاح المؤسسة السياحية بغض النظر عن حجم العراقيل.

صرحت في جواب السؤال 11: المقاولاتية يمكن أن تساهم في تحسين صورة الجزائر السياحية، إذا تم تحسين مستوى الخدمات والترويج الجيد للمقومات السياحية؛ العمل الجاد على الجودة يُمكن الجزائر من التمتع كوجهة جديدة بالاهتمام في المنطقة.

أجابت في السؤال 12: من بين أهم الاقتراحات التي قدّمتها لتأسيس وكالة ناجحة: الصبر والتعلم الجاد. هذه القيم الأساسية تشكّل قاعدة نجاح لأي مشروع مقاولاتي وخاصة في السياحة.

صرحت في جواب السؤال 13: مستقبل المقاولاتية السياحية في طور النمو، خاصة مع الاعتماد المتزايد على مواقع التواصل الاجتماعي، التي أصبحت أداة تسويق أساسية للوصول إلى الزبائن بسرعة وفعالية.

5-مقابلة مع وكالة منجي أسفار:

أجاب مدير الوكالة في السؤال الأول: الوكالة بدأت نشاطها سنة 2021، لكن مؤسسها يتمتع بخبرة تمتد إلى 27 سنة، مما يُكسب المشروع قاعدة متينة من الفهم العميق للسوق السياحي. النشاط يتركز على السياحة الوطنية والدولية. هذه الخلفية تمنح الوكالة قوة في التعامل مع التحديات رغم حداثة تأسيسها.

صرح في جواب السؤال الثاني: أن واقع السياحة ما زال ضعيفًا ويحتاج إلى فترة زمنية للتطور، لأن المشكل لا يكمن فقط في الوكالات، بل في كامل المنظومة السياحية، من بنية تحتية، خدمات، تسويق، وتكوين.

وأشار في جواب السؤال الثالث: أنه رغم عدم وجود عراقيل تقنية أو قانونية، فإن الثقافة المجتمعية غير المنفتحة على السياحة تُعتبر التحدي الأكبر. المجتمع لم يعتد بعد على اعتبار السياحة ضرورة اقتصادية واجتماعية، مما يُقلل من حجم الإقبال المحلي ويجعل الترويج للسياحة الداخلية أكثر صعوبة.

أجاب في السؤال الرابع: أن القوانين لا تُشكل عائقًا، بل تُسهل العمل الميداني في مجال السياحة. هذا مؤشر إيجابي على وجود بيئة تنظيمية مرنة تدعم المقاولين في هذا القطاع.

صرح في جواب السؤال الخامس: يوجد تكوين وتمويل من طرف الدولة حاليًا، وهو أمر يعكس تطورًا في سياسة الدعم الحكومي مقارنة بتجارب سابقة. هذا النوع من المرافقة من شأنه أن يعزز تأسيس مشاريع جديدة واستدامتها، خاصة من طرف فئة الشباب.

أجاب في السؤال السادس: أن ثقافة المقاولاتية أصبحت منتشرة بشكل جيد بين الشباب، وهناك توجه متزايد نحو خوض مغامرة إنشاء مؤسسات سياحية، وهو أمر يعكس تغييرًا تدريجيًا في العقلية وتشجيعًا على العمل الحر.

صرح في جواب السؤال السابع: أن أحد أهم الأدوار التي ترى الوكالة ضرورة التركيز عليها هو التعريف بالوجهات السياحية الجزائرية وتشجيع المواطنين على الاستثمار في السياحة الداخلية. هذا يشير إلى وعي استراتيجي بأهمية إعادة اكتشاف السياحة الوطنية، لا فقط الاعتماد على السوق الأجنبية.

أجاب في السؤال الثامن: من المجالات السياحية الأكثر جذبًا للمستثمرين: الفنادق، التخييم، والقرى السياحية. هذه الفضاءات تلعب دورًا محوريًا في تحسين تجربة السائح من حيث الراحة والخدمات المقدمة.

- الإطار التطبيقي -

صرح في السؤال التاسع: أنه للنهوض بالسياحة يجب تخفيض الأسعار، وتوفير الخدمات، واتباع المعايير العالمية. فالسياحة الجزائرية تعاني من ارتفاع التكاليف مقارنة بجودة الخدمات، وبالتالي تحسين التوازن بين السعر والجودة أمر ضروري لجذب الزبائن.

أجاب في السؤال 10: الابتكار والإبداع ضروريان، ومواقع التواصل الاجتماعي تُعد أداة رئيسية في الترويج للسياحة. كما أن التطوير المستمر في نوعية العروض يُعتبر مفتاحًا لتميز الوكالات السياحية.

صرح في جواب السؤال 11: يوجد تجارب ناجحة خاصة في منطقة القبائل، مما يدل على وجود بيئات محلية يمكن أن تحتضن مشاريع سياحية ناجحة إذا توفرت لها الظروف المناسبة.

أجاب في السؤال 12: المقاولاتية يمكن أن تحسّن صورة الجزائر السياحية من خلال تحسين الخدمات، واتباع المعايير الدولية، وتطوير العروض السياحية. الجودة العالية هي أساس كسب ثقة الزبون سواء المحلي أو الأجنبي.

اقترح في جواب السؤال 13: لتشجيع الشباب على دخول هذا المجال: تكوين جيد، تعلم كيفية استقطاب الزبائن، والعمل بجد وتطوير دائم. فالشباب المقاول يحتاج أدوات عملية ومهارات تسويقية ليثبت نفسه في هذا القطاع.

أجاب في السؤال 14: مستقبل المقاولاتية السياحية يُعتبر واعدًا ومتطورًا، وهو في طريق النمو. هناك حركة فعلية نحو الإبداع وخلق القيمة في السوق السياحي الجزائري.

6- مقابلة مع وكالة The One and Only Travel :

أجاب مدير الوكالة في السؤال الأول: أن الوكالة بدأت نشاطها سنة 2018، وتركز عملها في مجالات حجوزات الفنادق، التأشيرات، وتذاكر السفر، مع طابع عالمي. هذا يُظهر أن الوكالة حاولت منذ البداية أن تكون منفتحة على الأسواق الدولية وتقدم خدمات متكاملة رغم تحديات التأسيس، وهو أمر طموح ويحتاج خبرة في التعامل مع متطلبات السوق العالمية.

صرح في جواب السؤال الثاني: أن واقع المقاولاتية السياحية حاليًا في طور النمو. هناك ديناميكية لكنها لم تبلغ بعد مرحلة النضج الكامل، والقطاع لا يزال بحاجة إلى تهيئة حقيقية في البنية التحتية والخدمات لتدعمه.

- الإطار التطبيقي -

أجاب في السؤال الثالث: أنه من أبرز العراقيل التي تواجه الوكالة هي عدم وجود وسيط فيما يخص تذاكر الطيران، مما يجعل الحصول على تصريح البيع صعبًا ويتطلب دفع عمولات مالية. بالإضافة إلى ذلك، هناك عقبات بنكية لأن البنوك لا تتعامل بنماذج تسهّل عمل وكالات السفر، ما يُعطل الأداء ويخلق فجوة بين ما يحتاجه السوق وما هو متوفر قانونيًا وماليًا، خاصة لو كانت تعمل بمفردها (فرع وحيد).

وأشار في جواب السؤال الرابع: أن القوانين لا تعرقل العمل بشكل كبير، لكنها في المقابل تفرض إجراءات معينة مثل التصريح الذي هو قانوني ومنظم. وهذا يعكس نوعًا من التوازن، فالقانون لا يمنع ولكنه يتطلب التقيد بإجراءات قد تكون ثقيلة أو بيروقراطية أحيانًا، خاصة لو كانت غير مدعومة.

كما صرح في جواب السؤال الخامس: أن الدولة لم تقدم أي دعم سواء من حيث التمويل أو التكوين، مما جعل النجاح ثمرة اجتهاد شخصي. وهذا الوضع يُبرز غياب سياسة حقيقية لمرافقة مشاريع المقاولات السياحية، حيث يكتفي المسؤولون فقط بتأطير قانوني دون تقديم أدوات فعلية للنمو والتطوير.

وأجاب في السؤال السادس: أن ثقافة المقاولات السياحية منتشرة إلى حد ما، لكنها ليست قوية بما يكفي لتحدث فرقًا واضحًا في السوق. هناك وعي أولي لكن ما زالت الذهنيات والممارسات بحاجة إلى ترسيخ فكرة الاستثمار في السياحة كمجال منتج ومستدام.

ووضح في جواب السؤال السابع: أن الوكالة لا تلعب دورًا كبيرًا في السياحة الداخلية، والسبب في ذلك يعود إلى ضعف البنية التحتية السياحية في ولاية قالمة من: نقص المرافق، غلاء الأسعار، وسوء الخدمات. هذا يجعل من الصعب تقديم تجربة سياحية محلية مرضية، وبالتالي يُجزم السياح أو الوكالات عن الاستثمار في هذه الوجهات.

يرى في السؤال الثامن: أن الفنادق تظل المجال الأكثر جاذبية، وذلك نظرًا لنقص الفنادق ذات الجودة والطلب المتزايد عليها. فتوفر بنية فندقية محترمة هو أول ما يجذب السائح، والمقاولون يدركون أن هذا القطاع مريح وقابل للتطور السريع مقارنة بقطاعات أخرى أكثر تعقيدًا.

أشار مدير الوكالة في جواب السؤال التاسع: لتعزيز المقاولات السياحية لتساهم بشكل أكبر في تنمية السياحة الوطنية على وزارة السياحة دعم المقاولين وتكوينهم بالشكل اللازم وكذلك التحسين من البنية التحتية للسياحة في الجزائر والارتقاء بالخدمات السياحية للمستوى الذي يناسب معايير السياح والاعتماد على الرقمنة .

- الإطار التطبيقي -

وكانت إجابة السؤال 10: أن الابتكار والابداع عنصر مهم في تحسين الخدمات السياحية وهو ضروري لجذب العملاء والمحافظة على زبائن الوكالة الأوفياء الذين يطمحون إلى خدمات متجددة وذات جودة عالية.

أكدت الوكالة في جواب السؤال 11: وجود العديد من تجارب ناجحة في المجال السياحي، ما يدل على أن إمكانية النجاح متوفرة لكنها تتطلب جهداً وإبداعاً، خصوصاً في ظل غياب الدعم الرسمي. هذه النجاحات تمثل نماذج تحفيزية للمقاولين الجدد.

صرح في جواب السؤال 12: أنه رغم العراقيل التي تتعرض لها الوكالة، إلا أنها تساهم في النهوض بالسياحة من خلال وسائل التواصل الاجتماعي، حيث يتم الترويج للعروض والوجهات، وهو أسلوب حديث وفعال في التسويق، خاصة مع تنامي تأثير المنصات الرقمية على قرارات المستهلك.

ومن بين الاقتراحات التي طرحتها الوكالة في جواب السؤال 13: لتشجيع الشباب على انشاء مؤسسات سياحية: ضرورة بناء علاقات قوية في المجال، المشاركة في المعارض، التكوين المستمر، والتسويق الجيد للمنتجات والخدمات. فالعلاقات والشبكات هي مفاتيح حيوية لأي مشروع سياحي ناجح.

في جواب السؤال 14: الرؤية المستقبلية للوكالة متفائلة، حيث تتمنى أن يكون المسار من حسن إلى أحسن، وأن يتطور القطاع تدريجياً بفضل المبادرات الفردية وزيادة الوعي بقيمة السياحة كمصدر اقتصادي هام.

7- مقابلة مع وكالة Click and Fly :

بالنسبة لجواب السؤال الأول: بدأت الوكالة نشاطها في سنة 2023 وتعمل على المستويين: الداخلي والعالمي، مما يدل على أن رؤيتها شاملة وتستهدف مختلف أنواع السياحة (محلية ودولية)، وتسعى لأن تكون حاضرة في السوقين معاً، وهو تحدٍ كبير يتطلب مرونة وخبرة في التعامل مع الزبائن من خلفيات متنوعة.

قيمت مسؤولية الوكالة في جواب السؤال الثاني: واقع المقاولات السياحية أنه جيد نسبياً، مع توفر الامكانيات للتطور، إذا توفرت البيئة المناسبة من حيث الدعم، التكوين، والانفتاح الاقتصادي والتكنولوجي.

وفي جواب السؤال الثالث: العراقيل قليلة حسب تقييمهم، وهو مؤشر على حسن التنظيم ووضوح الأهداف داخل الوكالة؛ ربما يعود ذلك إلى حداثة التجربة أو إلى قدرتهم على تجاوز التحديات بسلاسة، ما يُظهر نوعاً من الاستعداد الجيد والاحترافية في التسيير.

- الإطار التطبيقي -

أشارت في جواب السؤال الرابع: إلى أن القوانين لا تُشكل عائقًا، بل يتم احترامها وتطبيقها دون تأثير سلبي على سير العمل، ما يدل على أن النشاط السياحي أصبح أكثر تنظيمًا وإدماجًا ضمن الإطار القانوني الجزائري، وهذا يُعد عاملاً مطمئنًا للمستثمرين الجدد في المجال السياحي.

أجابت في السؤال الخامس: التكوين تم عن طريق التجربة الذاتية وليس عبر دعم الدولة، ما يُبين غياب التكوين الرسمي في هذا المجال، رغم أهميته. ويُعزز في نفس الوقت أهمية المبادرة الفردية والاجتهاد في تعلم المهنة من الواقع والميدان.

أشارت في جواب السؤال السادس: أن الثقافة المقاولاتية في الجزائر شهدت تطورًا ملحوظًا، خاصة بين الشباب، مقارنة بالسنوات السابقة. أصبح هناك وعي أكبر بفرص العمل الحرّ في مجال السياحة، وهذا مؤشّر إيجابي على تعيّر الذهنيات وتطور مناخ الأعمال.

أجابت في السؤال السابع: تؤدي المؤسسة دورًا فعالًا من خلال تنظيم الرحلات التي تنشط السياحة الداخلية، إلى جانب إعداد برامج تُساهم في تنشيط السياحة الخارجية، مما يعكس توازنًا في الخدمات واستراتيجية تستهدف الترويج المزدوج للوجهات المحلية والعالمية.

صرحت في جواب السؤال الثامن: أن الفنادق تبقى المجال الأكثر جذبًا للاستثمار والمقاولين في قطاع السياحة، لما لها من أهمية في توفير الإقامة والراحة للزبائن، خصوصًا في ظل ندرتها أو نقص الجودة في بعض المناطق، ما يجعلها فرصة مربحة.

أجابت في السؤال التاسع: من أجل تعزيز المقاولاتية السياحية، يجب تسهيل الحصول على التأشيرات وتطوير الثقافة السياحية العامة، لأن هناك نقصًا في وعي الناس بأهمية السياحة كقطاع اقتصادي وخدمي، وهذا يؤثر سلبًا على الإقبال وعلى نوعية الخدمات المقدمة.

في جواب السؤال 10: تؤمن الوكالة بأهمية الابتكار والتجديد، حيث تعتبر أن أي فكرة جديدة أو تحسين في الخدمات من شأنه أن يجذب الزبائن ويزيد من ثقتهم، كما أن التسويق الجيد والخروج عن النمط التقليدي هو سر من أسرار النجاح في هذا المجال.

- الإطار التطبيقي -

وأشارت في جواب السؤال 11: إلى وجود تجارب ناجحة في المجال السياحي، ولكن النجاح مرتبط بالاجتهاد المستمر والتجديد في البرامج وتحسين جودة الخدمات، ووجود عقلية متفتحة على التطوير الدائم والحرص على تلبية احتياجات الزبائن.

من وجهة نظر المسؤولة في جواب السؤال 12: ترى أن المشاركة في المؤتمرات والمعارض الدولية تُعتبر فرصة حقيقية للتعريف بصورة الجزائر السياحية عالمياً، وكذلك تقديم خدمات ذات جودة عالية، والمتابعة الدقيقة للزبائن باعتبار الوكالة وسيطاً موثوقاً بين الزبون والخدمات السياحية، هذا النوع من العلاقة يخلق ولاء للعلامة التجارية ويزيد من احتمالية إعادة التعامل؛ وهي خطوة ذكية من طرف الوكالة تُظهر وعياً بأهمية العلاقات الخارجية في دعم السياحة الوطنية

واقترحت في جواب السؤال 13: لتشجيع الشباب على انشاء مؤسسات سياحية ناشئة العمل على انشاء علاقات عمل مع مقاولين في هذا المجال، التكوين والتطور باستمرار لاكتساب خبرة في المجال السياحي، العمل باجتهاد والتخطيط بدقة.

في إجابة السؤال 14: ترى الوكالة أن مستقبل المقاولاتية السياحية واعد لكنه لا يزال في طور النمو فهناك ديناميكية وحركية، لكنها تتطلب بعض الوقت والدعم لتبلغ المستوى المطلوب من النضج والتنافسية.

8- مقابلة مع وكالة الحاج ياسين للسفر:

بالنسبة لجواب السؤال الأول: تأسست هذه الوكالة في سنة 2020 وتعمل في مجال السياحة الداخلية والخارجية. ما يعني أنها تقدم خدمات متنوعة تشمل تنظيم رحلات داخل الجزائر وخارجها، وهو ما يعكس رغبة في تغطية أكبر شريحة من الزبائن وتلبية مختلف الأذواق.

في جواب السؤال الثاني: تقيم الوكالة واقع المقاولاتية السياحية حسب الفصول، فهو متذبذب؛ يعرف نشاطاً جيداً في الصيف، لكنه يضعف كثيراً في باقي الفصول. كما أن السياحة الخارجية هي الأكثر تداولاً حالياً من حيث الطلب مقارنة بالسياحة الداخلية، التي لا تزال تعاني من ضعف البنية والخدمات.

- الإطار التطبيقي -

صرحت مسؤولة الوكالة في جواب السؤال الثالث: أن أبرز العراقيل التي تواجهها الوكالة تتعلق بالزبائن أنفسهم، خاصة في ولاية قلمة، حيث ذكرت أن الزبون في الغالب يكون متسرعًا أو غير ملم بتفاصيل الخدمة. هذا السلوك يُصعب عملية التفاهم والاتفاق، ويجعل مهمة الوكالة أكثر تعقيدًا من الناحية الإدارية والتنظيمية.

في جواب السؤال الرابع: القوانين في نظرهم ليست عائقًا، بل تسهّل العمل وتوفر إطارًا قانونيًا يساعد الوكالة على ممارسة نشاطها بشكل منظم وشفاف، وهذا يعتبر من النقاط الإيجابية التي تشجع على الاستثمار في هذا المجال.

أجابت في السؤال الخامس: أن الدولة لم توفر تكوينًا أو دعمًا ماليًا لهم، وكان الاعتماد الأساسي على الجهود الذاتية، مما يبرز افتقار المنظومة لدعم حقيقي للمبادرات الفردية رغم التصريحات الرسمية التي تدعو لتشجيع المقاولاتية.

في جواب السؤال السادس: ترى الوكالة أن الشباب في المنطقة لا يملكون خبرة كافية في المجال السياحي، وعدد قليل منهم فقط يهتم فعليًا بالعمل ضمن وكالات السفر. وهذا يعكس نقص التكوين والتوعية بأهمية هذا القطاع كمجال واعد للشغل والاستثمار.

أشارت في السؤال السابع: أن الوكالة تلعب دورًا مهمًا في جذب الزبائن من خارج ولاية قلمة إلى داخلها، مما يساهم في تنشيط السياحة المحلية ويخلق حركية اقتصادية في المنطقة. هذا الدور يعكس قدرة الوكالة على المساهمة في الترويج للمناطق المهمشة سياحيًا.

أجابت في السؤال الثامن: أن الفنادق هي المجال الأكثر جذبًا للمقاولين حسب رأي الوكالة، نظرًا لأنها بنية تحتية أساسية للسياحة، ولا تزال قليلة نسبيًا مقارنة بالحاجة المتزايدة، خاصة في المناطق الداخلية.

صرحت في جواب السؤال التاسع: من أجل تعزيز المقاولاتية السياحية، يجب تسهيل الحصول على التأشيرات وتحسين البنية التحتية السياحية (طرق، فنادق، مرافق...) لأنها الركائز الأساسية لنجاح أي مشروع سياحي، داخليًا أو خارجيًا.

في جواب السؤال 10: الوكالة تؤمن بأهمية الابتكار، خاصة في عصر التكنولوجيا ومواقع التواصل الاجتماعي، والتي تعتبر أدوات فعالة في التسويق، الترويج، وحتى تقديم الخدمات بطريقة أكثر مرونة وحيوية.

- الإطار التطبيقي -

صرحت في جواب السؤال 11: التجارب الناجحة موجودة في مجال وكالات السفر، لكن نجاحها ليس فوراً بل يتطلب وقتاً واستمرارية في تقديم خدمات بجودة عالية وبأسعار مناسبة، إلى جانب الصبر والإصرار.

أجابت في السؤال 12: يمكن للمقاولاتية أن تحسن صورة السياحة في الجزائر، وذلك من خلال الترويج للمناطق السياحية التي لا تزال مجهولة أو غير مستغلة، وتسويقها داخلياً وخارجياً باستخدام تقنيات حديثة وأساليب جذب مبتكرة.

في جواب السؤال 13: توصي الوكالة بضرورة التكوين الجيد في المجال السياحي، مع فهم طبيعة الزبون واحتياجاته، إلى جانب بناء شبكة من العلاقات المهنية واكتساب مؤهلات تنظيمية وتسويقية قوية لتقديم خدمة احترافية.

أجابت في السؤال 14: أن مستقبل المقاولاتية السياحية يسير في منحى تصاعدي، وتشهد تحسناً عاماً من حيث عدد المبادرات والمشاريع الجديدة، لكن يبقى المجال بحاجة إلى وقت واستقرار لتجسيد هذا النمو على أرض الواقع.

9- مقابلة مع وكالة حيمر للسفر:

عرفنا مدير الوكالة بوكالته في السؤال الأول: فقد تأسست الوكالة سنة 2018، وتعمل في مجال السياحة العالمية، أي أنها لا تقتصر على الوجهات الداخلية، بل تشمل تنظيم رحلات وخدمات خارجية كذلك. هذا يمنحها مجالاً واسعاً للنشاط مقارنة بوكالات محلية محدودة.

صرح في جواب السؤال الثاني: أن واقع المقاولاتية السياحية في الجزائر، حسب رأيهم، "جيد وفي طريق النمو"، خصوصاً مع ظهور منصات رقمية جديدة تسهل الخدمات السياحية وتفتح الباب أمام الفاعلين الجدد لتوسيع نشاطهم.

صرح في جواب السؤال الثالث: أن المشكلة الأبرز التي تواجه الوكالة هي المنافسة الكبيرة بين الوكالات، ما يصعب من فرص التميز، خصوصاً في بيئة لا تشهد كثافة عالية في الطلب السياحي، المنافسة قد تؤدي إلى ضغط على الأسعار، وتطلب جهوداً تسويقية كبيرة لجذب الزبائن.

- الإطار التطبيقي -

أجاب في السؤال الرابع: أن القوانين الحالية لا تعرقل سير عملهم، بل تعتبر مساعدة من حيث كونها تحفظ حقوق الوكالات وتضبط التعاملات بشكل قانوني ومنظم، ما يمنح الوكالة بيئة عمل مستقرة من ناحية قانونية.

صرح في جواب السؤال الخامس: أن الوكالة لم تتلقَ أي دعم مباشر من الدولة لا من حيث التمويل ولا من حيث التكوين. ما تحقق هو نتيجة اجتهاد خاص، ما يعكس ضعف تدخل الدولة في دعم الوكالات الناشئة أو العاملة في هذا المجال.

في جواب السؤال السادس: يرى مدير الوكالة أن مجال السياحة جذاب ومحبب لدى الشباب، كونه مجالاً ديناميكياً ومتجدداً ويمنح حرية في العمل والتواصل مع الزبائن، لكن رغم ذلك ليس كل الشباب يمتلكون الخبرة أو الرؤية الكافية لاقتحام هذا المجال بفعالية.

صرح في جواب السؤال السابع: أن الوكالة تلعب دوراً في تنظيم برامج خارجية لنقل السياح من ولاية إلى أخرى، مما يساهم في تنشيط الحركة السياحية بين المناطق ويخلق نوعاً من التواصل الثقافي والاقتصادي بين الولايات الجزائرية.

أجاب في السؤال الثامن: أن الفنادق هي المجال الأكثر جذباً بالنسبة للمقاولين، حسب رأي الوكالة، نظراً لقلّة عددها وتوفر الطلب عليها من السياح، ما يجعل الاستثمار فيها أكثر أماناً وواعداً.

أشار المدير في جواب السؤال التاسع: أن المقاولاتية السياحية بحاجة إلى تطوير في عدة جوانب؛ أهمها تحسين نوعية الخدمات، وتوفير فرص التكوين المهني للعاملين فيها، بالإضافة إلى مراجعة الأسعار لتكون في متناول فئات أوسع من الزبائن حتى تساهم بشكل أكبر في تنمية السياحة الوطنية.

ووضح في جواب السؤال 10: أن الابتكار مهم جداً في هذا المجال، خصوصاً فيما يتعلق بإعداد برامج سياحية جديدة تناسب اهتمامات الزبائن المختلفة، وكذلك استعمال وسائل التواصل والإعلانات لجذب الزبائن بطريقة فعالة وحديثة.

- الإطار التطبيقي -

صرح في جواب السؤال 11: رغم أن قلمة تُعتبر ضعيفة من حيث النشاط السياحي، إلا أن هناك تجارب ناجحة في مجال وكالات السفر، وهو ما يدل على أن الإرادة والاحترافية يمكن أن تصنع الفرق حتى في بيئة ضعيفة سياحياً.

أجاب في السؤال 12: يمكن تحسين صورة السياحة في الجزائر من خلال تحسين الخدمات المقدمة للسياح، وأيضاً ترميم وتحديث المناطق السياحية لتصبح جذابة أكثر وتليق بتوقعات الزوار المحليين والأجانب.

في جواب السؤال 13: تنصح الوكالة بعدم فتح وكالة في ولاية قلمة تحديداً بسبب ضعف النشاط السياحي فيها، وتوصي بالتنوع في تقديم الخدمات مثل التأشيرات، الحجوزات، وعقود الطيران، إضافة إلى توسيع العلاقات المهنية من خلال المعارض والمشاركة في شبكات مهنية.

وفي الإجابة على السؤال الأخير: يأمل المدير بأن مستقبل المقاولاتية السياحية سيكون أفضل، مع تطور السوق وزيادة الوعي السياحي، لكن هذا يبقى مرهوناً بتحسين البنية التحتية وتوفير الدعم.

10- مقابلة مع وكالة مسك تور للسياحة والسفر:

في جواب السؤال الأول: عرفنا مدير الوكالة بها حيث صرح أنها تأسست جوان 1996، مما يجعلها من أقدم الوكالات في ولاية قلمة، ويُفهم من هذا أن لديها خبرة طويلة في المجال السياحي ومكانة متميزة في السوق المحلية.

أجاب في السؤال الثاني: أن واقع المقاولاتية السياحية في الجزائر ضعيف جداً، حيث أن أغلب من يفتح وكالات سياحية لا علاقة لهم بالمجال، ويكتفون بدور الوسيط فقط، دون تقديم خدمات ذات قيمة مضافة. هذا يعكس غياب التخصص والاحترافية في المجال، ويعني أن الدخول فيه ليس نتيجة شغف أو تكوين بل بحثاً عن ربح سريع.

صرح في جواب السؤال الثالث: صرّحت أن العراقيل الأساسية التي تواجههم تقنية فقط، وتمثل في ضعف شبكة الإنترنت، ما يعرقل أداء العمليات اليومية المرتبطة بالحجوزات الإلكترونية، ما يؤكد أن البنية التحتية الرقمية لا تزال عائقاً في القطاع.

- الإطار التطبيقي -

أشار في جواب السؤال الرابع: أن القوانين لا تشجع على الاستثمار بل فقط تنظم القطاع، وهذا يوحي بأن الإطار القانوني الحالي لا يُحفز المبادرات الجديدة أو الابتكار في المجال السياحي.

أجاب في السؤال الخامس: أن الدولة لم تقدم أي دعم في مجال المقاولات السياحية، لا على مستوى التمويل ولا من خلال التكوين أو المرافقة، ما يدفع أصحاب الوكالات للاعتماد على مجهوداتهم الذاتية فقط.

في جواب السؤال السادس: اعتبر أن فئة الشباب تنظر إلى القطاع فقط كمصدر للمال أو للحصول على تأشيرات، دون وعي حقيقي بإمكانيات المجال السياحي أو رغبة في تطويره، ما يبرز غياب الوعي المقاولاتي الحقيقي.

أما في السؤال السابع: صرح أن سمعة الوكالة الجيدة تعود لتاريخها الطويل وخبرتها، كما أنها تساهم في توعية الزبائن وتثقيفهم، وهو ما يجعلها تحظى بثقة العملاء رغم التحديات.

وفي السؤال الثامن: المجالات السياحية الأكثر جذبا للمقاولين هو مجال الفنادق لأن البنية التحتية للسياحة تفتقر للفنادق مما جعل أسعارها مرتفعة ولا تناسب الزبائن فالاستثمار في مجال الفنادق يساعد على تطوير العرض السياحي المحلي وجذب السياح.

صرح في جواب السؤال التاسع: يمكن تعزيز المقاولات السياحية من خلال التطوير من البنية التحتية للسياحة في الجزائر خاصة الفنادق، والمنتجعات والحدائق السياحية، وأيضا توفير التكوين الملائم للمقاولين في المجال السياحي للنهوض بالقطاع وتطويره .

أجاب في السؤال 10: أن التجارب الناجحة تُبنى من خلال تقييمات وتعليقات الزبائن، ما يدل على اهتمامهم بجودة الخدمة والتفاعل الإيجابي مع الملاحظات، وهو عامل مهم لتطوير الخدمات.

في السؤال 13: صرح المدير بعدم نصحه بالدخول لهذا المجال في ولاية قلمة، نظراً لصعوبة السوق وكثرة العراقيل، ما يعكس نظرة تشاؤمية على مستقبل الوكالات في هذه المنطقة.

أجابت في السؤال 14: يرى أن تقييم المقاولات السياحية في الجزائر سلمي جداً، حيث لا وجود لاستثمارات حقيقية في هذا القطاع، ما يدل على غياب الاهتمام به من طرف الفاعلين الاقتصاديين والمؤسسات.

11- مقابلة مع وكالة نوميديا ترافل سيرفس:

- الإطار التطبيقي -

أجابت نائبة مدير الوكالة في السؤال الأول: أن الوكالة تأسست سنة 2017، أي أنها تملك تجربة تفوق الست سنوات، ما يجعلها ذات خبرة متوسطة في السوق، ويُفترض أنها عايشة مختلف التحولات التي طرأت على قطاع السياحة خلال هذه الفترة، خاصة في مرحلة ما بعد جائحة كورونا. تهتم بالعمل في الحصول على تهتم بالعمل في الحصول على التأشيرات، وحجوزات تذاكر الطيران والفنادق، وأيضا العمرة.

أما في جواب السؤال الثاني: التقييم الشخصي للمقاولاتية السياحية في الجزائر كان غائبا من طرف الممثلة، إذ صرحت بأنها لا تملك فكرة دقيقة عن الموضوع. وهذا يدل على ضعف التكوين والتأطير أو حتى غياب النقاش المهني حول المقاولاتية داخل بعض الوكالات.

صرحت في جواب السؤال الثالث: أن أبرز العراقيل التي تواجه المقاولين في مجال السياحة هي غياب التكوين من الوزارة بل تكتفي بتأطيرهم ومتابعتهم من خلال القوانين والتشريعات، وكذلك افتقار المواطنين لثقافة السياحة، وضعف البنية التحتية للسياحة الوطنية وعلى وجه الخصوص ولاية قلمة.

جواب السؤال الرابع: أكدت أن القوانين لا تعرقل سير العمل، بشرط أن يكون العمل قانونيا والوثائق سليمة. هذه الإجابة تعكس تجربة عملية تُثبت أن الالتزام بالمسار القانوني يُسهّل كثيرا من الإجراءات، وهو أمر إيجابي في محيط يُتهم فيه أحيانا التعقيد الإداري بعرقلة المبادرات.

أجابت في السؤال الخامس: أن الوكالة تابعة لفرع خاص في قسنطينة، ولا تستفيد من أي دعم تمويلي من طرف الدولة، ما يدل على اعتمادها الكلي على الموارد الذاتية أو الخاصة. وهذا يشير إلى أن تمويل المقاولات السياحية لا يزال نقطة ضعف في سياسة الدولة، رغم الحاجة إلى تطوير هذا المجال.

وفي جواب السؤال السادس: أوضحت أن مجال السياحة غير منتشر كثيرا بين الشباب، ما يبرز ضعف ثقافة المقاولاتية السياحية، خاصة عندما يتعلق الأمر بالإيمان بهذا المجال كمصدر رزق واستثمار حقيقي، وليس مجرد وظيفة مؤقتة.

أجابت في السؤال السابع: أن الوكالة تلعب دورا في تنشيط السياحة الداخلية عبر تنظيم الرحلات، كما تستخدم وسائل التواصل الاجتماعي للترويج، وتنشر صور المسافرين وتوثق الأنشطة، ما يُعد شكلا حديثا من التسويق السياحي يعتمد على المحتوى البصري والتفاعل الرقمي.

- الإطار التطبيقي -

في جواب السؤال 13: لم تنصح بالاستثمار في المجال السياحي بولاية قلمة بسبب قلة الإقبال وصعوبة الريح، لكنها تؤكد أن صورة المؤسسة تلعب دورًا محوريًا في الترويج والاستمرار، وهو ما يُبرز أهمية الاحترافية والسمعة الجيدة.

في إجابة السؤال 14: نظرتها المستقبلية إيجابية، حيث ترى أن القطاع يمكن أن يتطور تدريجيًا مع مرور الوقت، خاصة إذا تم توفير برامج دعم للمؤسسات الصغيرة، مما يفتح الأبواب أمام المبادرات الفردية والشباب الطموح.

12- مقابلة مع وكالة سيف الدين للسياحة :

في جواب السؤال الأول: صرحت مسؤولة الوكالة أنها تأسست في سنة 2021، وأنها تهتم بالمعاملات الخاصة بالرحلات خارج الوطن من حجوزات الفنادق، شراء تذاكر الطيران وأيضا التأشيرات.

بالنسبة لجواب السؤال الثاني: فقد قيمت واقع المقاولاتية في الجزائر على أنه متوسط النمو وينمو ببطء، لأن المجتمع يفتقر للثقافة السياحية، ما يشكل عائقًا أمام تطور المؤسسات السياحية هناك، بسبب ضعف الطلب أو الجهل بخدمات الوكالات

أشارت المتحدثة في جواب السؤال الثالث: إلى أن العراقيل كانت مالية فقط، دون مواجهة مشاكل تنظيمية، مع مديرية السياحة أوفي التعامل مع الزبائن، فوكالاتهم وجدت صعوبة في التمويل الذاتي وصعوبة الوصول إلى مصادر تمويل خارجية خاصة في مراحل تأسيسها الأولى.

وصفت جواب السؤال الرابع: القوانين والتشريعات الحالية بأنها صارمة وغير مسهلة، لكنها في الوقت ذاته تخدم الوكالات، ما يعني أن تطبيقها يضمن المنافسة العادلة ولكنها قد تكون معقدة عند التنفيذ.

صرحت المتحدثة في جواب السؤال الخامس: أن الوكالة لم تحصل على التمويل من الدولة لكنها استفادت من التكوين فقد درست تخصص السياحة في الجامعة أي أنها تحصلت على تكوين في المجال السياحي.

وفي جواب السؤال السادس: ترى أن ثقافة المقاولاتية في المجال السياحي بدأت تنتشر بين الشباب كفرصة لخلق مناصب عمل، وأصبح اهتمام الشباب بالعمل الحر يعرف تزايدًا وخاصة مجال السياحة باعتباره مجال حيوي ومهم في الاقتصاد الوطني.

- الإطار التطبيقي -

صرحت في جواب السؤال السابع: أن وكالتهم لم تلعب دورا بارزا في النهوض بالقطاع السياحي، وأرجعت السبب إلى نقص الثقافة السياحية بين المواطنين، وضعف الإقبال أو ضعف الثقة في الخدمات السياحية.

أوضحت في جواب السؤال الثامن: أن المجالات الأكثر جذبا للمقاولين هو مجال الفنادق نظرا لافتقار البنية التحتية للفنادق وذلك سبب ارتفاع أسعارها لذلك فهي تعد مجالا مهما للاستثمار فالزبائن يهتمون بالإيواء كأهم خدمة سياحية.

أشارت في جواب السؤال التاسع: أنه يمكن تعزيز المقاولاتية السياحية لتساهم بشكل أكبر في تنمية السياحة الوطنية من خلال فرض قوانين تتماشى مع التطور الحاصل في السنوات الأخيرة لتسهيل عمل المقاولين، تدعيم البنية التحتية للسياحة الوطنية وكذلك التحسين من جودة الخدمات السياحية لتلائم المعايير العالمية.

ترى في جواب السؤال 10: أن الابتكار والابداع من شأنه تحسين صورة الوجهات السياحية الجزائرية والتعريف بها خاصة على المستوى الخارجي، مما يساهم في استقطاب أكبر عدد من السياح الأجانب.

أقرت في جواب السؤال 11: بوجود تجارب ناجحة في مجال الوكالات السياحية، ما يعكس أن النجاح ممكن رغم الصعوبات، إذا توفرت شروط معينة وذكرت لنا تجربة شاب جزائري استطاع فتح شركة طيران خاصة.

في جواب السؤال 12: ترى المتحدثة أن التنافس الحقيقي يحتاج إلى وكيل سياحي يجب عمله وبيني سمعته من خلال إرضاء الزبائن، أي أن تحسين صورة السياحة يبدأ من جودة الخدمات والمعاملة وكل هذه المميزات تساهم في تحسين صورة الجزائر كوجهة سياحية.

واقترحت في جواب السؤال 13: لتشجيع الشباب على انشاء مؤسسات سياحية ناشئة، التكوين المستمر لاكتساب الخبرة في المجال، العمل على توسيع شبكة العلاقات العامة خاصة مع أشخاص ذوي خبرة في المجال، الاجتهاد وتجنب الاندفاع دون تخطيط مسبق.

في جواب السؤال الأخير: تفاءلت المتحدثة بوجود مستقبل جيد لمجال المقاولاتية السياحية خلال السنوات القادمة، إذا تم تدارك النقائص التي يعاني منها المجال، وتطورت الخدمات السياحية وتحسنت البنية التحتية.

13- مقابلة وكالة نور سين للسياحة:

بالنسبة لجواب السؤال الأول: عرفنا مدير الوكالة بما حيث تأسست سنة 2024، تهتم بحجوزات الفنادق وبيع تذاكر الطيران للرحلات داخل الوطن لحدثة نشأتها.

في جواب السؤال الثاني: وصف واقع المقاولات السياحية في الجزائر بأنه في تطور ونمو مستمرين، ما يعكس ثقة في المستقبل رغم العراقيل الحالية التي يعاني منها المقاولون.

وشرح في جواب السؤال الثالث: أن أبرز العراقيل التي تواجههم حاليا في مجال السياحة هي التطبيقات والمنصات الإلكترونية مثل تلك الخاصة بالخطوط الجوية الجزائرية، التي أصبحت تمكن الزبائن من القيام بالحجوزات بأنفسهم، ما يؤدي إلى سحب الزبائن من الوكالات السياحية.

وفي جواب السؤال الرابع: وصف القوانين بأنها غير صارمة ومساعدة، ما يسهل التأسيس القانوني والتشغيل بشرط الالتزام بالإجراءات، ووصف القوانين أنها تؤطر عملهم وتوجههم إلى الطريق الصحيح في العمل.

شرح في جواب السؤال الخامس: أن التكوين في المقاولات السياحية متوفر لكنه غير كافي ولا يواكب التطور الرقمي الحاصل، كما أن الدعم المالي موجود ولكنه لا يتحقق بسهولة بل هو مشروط بإجراءات صعبة، مكلفة للوقت والجهد، ووضح أن وكالته تأسست نتيجة اجتهاد شخصي بالكامل دون مساعدة من الدولة، لا من حيث الخبرة ولا التدريب.

أجاب في السؤال السادس: أن ثقافة المقاولاتية منتشرة بين الشباب في المجال السياحي، خاصة مع التطورات التكنولوجية الحاصلة وانتشار الثقافة السياحية في مواقع التواصل الاجتماعي واهتمام الدولة بالقطاع السياحي في السنوات الأخيرة محاولة للنهوض به وتطويره.

أشار في جواب السؤال السابع: أن المؤسسات الناشئة تلعب دورا مهما في النهوض بالقطاع السياحي خاصة بالرحلات التي تنظمها والترويج للسياحة الداخلية عن طريق برامجها السياحية المتجددة ومحاولاتها لتحسين جودة الخدمات السياحية مما يساهم في جذب الزبائن وخلق صورة جيدة للسياحة الداخلية بين أوساط الجمهور الجزائري، وصرح أن وكالته لم تلعب بعد دورا مؤثرا في القطاع لأنها حديثة العهد ولم تستقر بعد.

- الإطار التطبيقي -

أما في جواب السؤال الثامن: فأكد أن أكثر المجالات السياحية التي تجذب المقاولين هو مجال الفنادق، ومجال الارشاد السياحي، فالبنية السياحية للجزائر تعاني من نقص في الفنادق مما يجعل الفنادق محط اهتمام المستثمرين لأن الطلب عليها من طرف الزبائن مرتفع مقارنة بالخدمات السياحية الباقية، أما مجال الارشاد السياحي فيجذبهم لأنه لا يكلفهم تمويلا كبيرا مقارنة بباقي المجال.

في جواب السؤال التاسع: لتعزيز المقاولاتية السياحية لتساهم بشكل أكبر في تنمية السياحة الوطنية اقترح تحديث القوانين لتسهيل عمل المقاولين والإجراءات الإدارية، والعمل على تزويد القطاع السياحي بالمرافق الضرورية التي يفتقر لها.

صرح في جواب السؤال 10: أن الابتكار والابداع من أهم العناصر المؤثرة في تحسين الخدمات السياحية عبر المقاولات. وذكر لنا وجود منصات رقمية تسهل عمليات الحجوز والدفع وتتعاقد وكاتهم مع هذه المنصات إلكترونية وتعتمد عليها في شحن رصيد للقيام بمعاملات شراء تذاكر الطيران، مما يشير إلى اتجاه نحو الرقمنة رغم التحديات .

في جواب السؤال 11: أكد المتحدث وجود تجارب ناجحة، خاصة في السياحة الدينية (العمرة) والتي تعتبر أكثر المجالات جذبا للزبائن مقارنة بباقي الخدمات التي تعاني تذبذبا في الطلب بين فترة وأخرى، ما يعكس أن هذا الفرع من السياحة أكثر استقرارا ورجحية.

وأشار في جواب السؤال 12: أن المقاولاتية السياحية يمكن أن تساهم في تحسين صورة الجزائر كوجهة سياحية من خلال الترويج للمعالم والوجهات السياحية الغنية التي لا تلقى الاهتمام الكافي، والعمل تحسين جودة الخدمات السياحية والتطوير من التشريعات الوزارية التي تعد تقليدية لا تواكب التطور الحاصل .

اقترح في جواب السؤال 13: لتشجيع الشباب على إنشاء مؤسسات سياحية ناشئة بوجه الخصوص وكالة سياحة بالبدء تحت إشراف وكالات أقدم لاكتساب الخبرة والسمعة تدريجيا، بدل البدء مباشرة من الصفر لصعوبة تكوين السمعة والخبرة في المجال السياحي.

في إجابة السؤال 14: الوكالة ترى أن المجال يحمل فرصا كبيرة للتطوير، ما يعكس نظرة متفائلة رغم حداثة التجربة، لكن التقلبات القانونية في الجزائر قد تؤثر عليه سلبا أو إيجابا.

14- مقابلة مع وكالة Mister Travel & Events :

بالنسبة لجواب السؤال الأول: عرفنا المسؤول بوكالته حيث صرح أنها تأسست سنة 2015. تعمل في مجال بيع تذاكر الطيران، حجوزات الفنادق، التأشيرات، والعمرة، بالإضافة إلى برامج جديدة مثل رحلات نحو روسيا والصين.

وفي جواب السؤال الثاني: قيم واقع المقاولات السياحية في الجزائر بأنها غير ناجحة حاليا، وأشار إلى أن ديوان السياحة ومديرية السياحة لا يواكب النمو والتطور، وانتقد مسيري هذين الأخيرين لعدم فتح المجال للشباب.

وصرح في جواب السؤال الثالث: أن أبرز العراقيل التي تواجههم في مجال السياحة صعوبات من جهة الزبائن لنقص الوعي بالثقافة السياحية وانعدام الثقة، عراقيل إدارية كالبيروقراطية أو التأخير في المعاملات الإدارية، أما المالية فتتمثل في صعوبة طرق الدفع.

في جواب السؤال الرابع: وضح أن القوانين تسهّل فقط الرحلات الداخلية، لكنها لم تُذكر كعامل مساعد فعلي لباقي مجالات السياحة، وذكر لنا أن القوانين تسهل الاستثمار السياحي مما جعل أشخاص لا يمتلكون خبرة أو كفاءة يقحمون أنفسهم في هذا المجال.

ذكر في جواب السؤال الخامس: أن الوكالة لم تتلقّ أي دعم من الدولة، سواء في التكوين أو التمويل، وكل ما تحقق هو نتيجة اجتهاد شخصي. إلا أنه صرح بوجود مبادرات من طرف الوزارة والدولة لتمويل المقاولين وذكر وكالة NESDA ووكالة CNAC، وأيضا توفر برامج حكومية تكوينية كمراكز التكوين والتمهين والمعهد الوطني للسياحة.

أشار في جواب السؤال السادس: أن ثقافة المقاولات في مجال السياحة ليست منتشرة بصفة كبيرة بين الشباب، ويرى أن هذا المجال لم يلقى اهتماما بالقدر المناسب بالرغم من أهميته في الاقتصاد الوطني.

أما في جواب السؤال السابع: صرح أن وكالات السياحة تلعب دورا مهما في الترويج للسياحة الداخلية والتعريف بالوكالات السياحية، لكن هذا الدور محدود التأثير وذلك لأن الجزائر تعاني نقصا في السياح الأجانب عكس البلدان المجاورة لها. لذلك فقد قيم دور المؤسسات الناشئة في النهوض بالقطاع السياحي بعدم النجاح.

- الإطار التطبيقي -

صرح في جواب السؤال الثامن: أن الفنادق من أهم المجالات جذبا للمقاولين لما تدره من ربح ولأهميتها البالغة واهتمام الزبائن بخدمة الايواء بالدرجة الأولى قبل باقي الخدمات السياحية وأضاف مجال الارشاد السياحي الذي اعتبره غير مكلف خاصة وأنه لا يستلزم إنشاء مقر للعمل.

اقترح في جواب السؤال التاسع: لتعزيز المقاولاتية السياحية لتساهم بشكل أكبر في تنمية السياحة الوطنية، التطوير من القوانين والتشريعات التي يعمل تحت وصيتها المقاولون، تطوير الخدمات السياحية والبنية التحتية للسياحة، وفتح المجال أكثر للطاقات الشبابية واستغلالها لتطوير القطاع السياحي ومواكبة التطور الرقمي الحاصل.

في جواب السؤال 10: يرى أن الابتكار والابداع عنصر مهم في تحسين صورة الجزائر كوجهة سياحية لأن السياح والزائرون ينجذبون إلى الخدمات السياحية المتطورة ويفضلونها عن التقليدية لأن عرض الخدمات في المجال السياحي مرتفع لذلك أصبحت الجودة والتطور هي الميزة التي يبحث عنها الزبائن.

أشار في جواب السؤال 11: أن التجارب الناجحة موجودة لكنها مرتبطة بالاجتهاد الفردي، ما يعني غياب منظومة دعم فعالة.

صرح في جواب السؤال 12: أنه يمكن للمقاولاتية السياحية أن تساهم في تحسين صورة الجزائر كوجهة سياحية من خلال التنوع في الخدمات السياحية والعمل على تحسين جودتها وتدعيم البنية التحتية السياحية للجزائر خاصة الفنادق والنقل، الاهتمام ببعض الجهات والمعالم السياحية المهمشة، وأضاف أن هذه المساهمة لن تكون الا إذا تم التنسيق بين القطاع السياحي الخاص والجهات الحكومية المسؤولة على تأطيره وتسييره.

في جواب السؤال 13: لم ينصح أو يشجع الشباب بدخول المجال السياحي وخاصة في ولاية قالمة، نظرا لكثرة الوكالات وقلة الإقبال من طرف المواطنين.

أما في السؤال الأخير: فيرى أن المقاولاتية السياحية في الجزائر تتجه إلى التطور والنمو ولكن يبقى هذا التطور بطيء نوعا ما.

يظهر من خلال المقابلات التي أجريناها مع الوكالات السياحية التنافسية، وتظهر عملية التنافس بين الوكالات بتقديم خدمات مميزة السعر والجودة.

7. عرض نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات:

• الفرضية الرئيسية:

تتضمن الفرضية الرئيسية أن "دور المقاولاتية في تطوير القطاع السياحي بالجزائر يتمثل في كونها محركا رئيسيا للابتكار وتنوع الخدمات السياحية"، فمن خلال النتائج المتوصل إليها ثبت لنا صحة هذه الفرضية وذلك من خلال الخدمات السياحية المتنوعة التي تقدمها المقاولاتية بالاعتماد على الوكالات السياحية، وكذلك تصريح معظم الوكالات السياحية بالدور الذي يلعبه الابتكار في النهوض بالقطاع السياحي، وقد تبين لنا أن المقاولاتية تساهم بشكل واسع في تفعيل وتطوير القطاع السياحي.

• الفرضية الأولى:

مضمون الفرضية الأولى يتناول "تعدد العوامل التي تحدد نجاح المقاولاتية ومن خلال تحسن هذه العوامل يمكن تعزيز بيئة المقاولاتية في الجزائر وزيادة فرص نجاح المشاريع الريادية"، حيث ثبت لنا من خلال النتائج المتحصل عليها صحة الفرضية الأولى نسبيا، ومنه استنادا على المعطيات التي تحصلنا عليها والتي تثبت أن تحسن العوامل الأساسية مثل التمويل، التكوين، والتسويق الرقمي يمكن أن يعزز من فرص نجاح المشاريع الريادية في الجزائر بالرغم من أن التشريعات والدعم المؤسسي قد يكون لهما تأثير أقل في الوقت الحالي إلا أن تحسينها يمكن أن يسهم أيضا في تحسن بيئة المقاولاتية على المدى البعيد.

• الفرضية الثانية:

ومفادها "النشاط المقاولاتي في القطاع السياحي في الجزائر يمر بعدة تحديات ومعوقات إلى جانب آثاره الإيجابية على الاقتصاد الجزائري"، على ضوء معطيات الدراسة ثبت لنا صحة هذه الفرضية، إذ تبين أن الوكالات السياحية تواجه العديد من التحديات مما يؤدي إلى عرقلة سير عملها بالرغم من الدور المهم الذي تلعبه في النهوض بالقطاع السياحي، ومن خلال المعطيات التي تحصلنا عليها يتضح أن الوكالات السياحية في الجزائر تواجه عراقيل في العديد من المجالات، خاصة في الجانب القانوني والعراقيل الإدارية، والتي تمثل أكثر من ربع التحديات، بالإضافة إلى العراقيل المالية مما يؤدي إلى تأخير وتعطيل تطور القطاع السياحي ونموه، لكن بالرغم من هذه التحديات لا يمكن إغفال التأثير الإيجابي الذي يمكن أن يحققه القطاع إذا تم التغلب على هذه المعوقات.

• الفرضية الثالثة:

تتضمن الفرضية الثالثة "تساهم المقاولاتية في تعزيز النشاط السياحي في الجزائر من خلال المشاريع السياحية والتي تساهم في الترويج لهذا القطاع المهم" حيث اتضح لنا من خلال النتائج التي توصلنا إليها صحة هذه الفرضية: باعتبار أن الوكالات السياحية تلعب دورا مهما في استقطاب المسافرين عن طريق تنويع الخدمات السياحية وتطويرها وتحسين من جودتها، كما أنها تستخدم الرقمنة ومواقع التواصل الاجتماعي لجذب أكبر عدد من الزبائن والتعريف بالوجهات السياحية، إضافة إلى أن الوكالات السياحية تقدم برامج ومشايخ سياحية وتنظم الرحلات بطرق مستحدثة لكسب رضا الزبائن ودفعهم لإعادة تجربة السفر، مما ساهم في النهوض بالقطاع السياحي الجزائري ونموه.

8. عرض النتائج العامة للدراسة:

من بين اهم النتائج التي توصلنا إليها من خلال دراستنا بشقيها النظري والتطبيقي ما يلي:

- تشجيع المقاولاتية يساهم في تطوير القطاع السياحي في الجزائر، مما يعكس قناعة واسعة بدورها المحوري في تنشيط الخدمات السياحية.
- يتوقف نجاح المقاولاتية على فكرة مبتكرة قابلة للتطبيق وتخطيط وادارة مالية فعالة مع توفير الكفاءات وتسويق متقن وابتكار مستمر ويمكن تعزيزها من خلال الدعم التعليمي وبيئة حاضنة وتمويل ميسر.
- القطاع السياحي يتطور بشكل بطيء بسبب القوانين القديمة وغير المرنة ما يعطل نموت المقاولاتية السياحية في الجزائر.
- القوانين الحالية تحتوي على ثغرات تعيق التقدم فيجب تحديثها بما يتماشى مع التطور
- الدعم الحكومي للمقاولاتية السياحية متوفر ولكن غير كافي فالوزارة لا تقدم الدعم المباشر للمقاولين او التدريب الازم.
- المؤسسات الناشئة تلعب دورا في توعية المسافرين وترويج السياحة المحلية ولكن تواجه صعوبة في جذب السياح الدوليين بسبب التأشيرات.
- تعزيز المقاولاتية يتطلب تحسين الخدمات والبنية التحتية والاستماع لشكاوي الزبائن لتحسين الخدمة المستقبلية.

- الإطار التطبيقي -

- المقاولاتية تساهم في تحسين صورة الجزائر وذلك من خلال المؤسسات السياحية التي تعتمد على الابتكار وجودة خدماتها والرقمنة.
- اعتماد الوكالات على استراتيجية مزدوجة للسياحة الوطنية والدولية، مما يعكس وعياً بأهمية تنويع العروض.
- تعد العراقيل القانونية والإدارية ونقص التكوين والخبرة أكبر تحديات المؤسسات السياحية الناشئة في الجزائر تليها العراقيل المالية مما يشير إلى أن المشكلات المؤسسية والبشرية والتمويلية هي المعوقات الرئيسية.
- ضعف الوصول إلى ثقافة السياحة في الجزائر خاصة السياحة الداخلية.
- أبرز الفرص الاستثمارية في السياحة بولاية قلمة تتركز في النقل والإيواء مع وعي أقل بإمكانات الجولات البيئية والثقافية.
- ضعف البنية التحتية وجودة الخدمات مقارنة بالأسعار الباهظة هو المحطم للسياحة في الجزائر.
- ان الاعتماد على الرقمنة والتكنولوجيا يساهم في الترويج السياحي وجعل الجزائر وجهة سياحية.
- فتح مناصب شغل في هذا المجال يساعد على إقبال المقاولين الشباب خاصة خريجي الجامعات.
- تعتبر السياحة الدينية والفندقية الأكثر طلباً من الزبائن بينما السياحة الترفيهية أقل جذباً.
- تعد العلاقات العامة والتسويق الإلكتروني من أكثر المحفزات على نجاح وكالة سياحية.

9. التوصيات والاقتراحات:

- تشجيع الشباب على الاستثمار في القطاع السياحي من خلال برامج دعم والتمويل خاصة بالمشاريع السياحية الناشئة.
- توفير تكوين متخصص في مجال المقاولاتية السياحية لرفع كفاءة رواد الأعمال وتمكينهم من تسيير مشاريعهم بفعالية.
- تسهيل الإجراءات الإدارية للمستثمرين السياحيين، خصوصاً المقاولين الجدد، لتسهيل إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- الاستغلال الأمثل للمؤهلات السياحية المحلية (كالمواقع الأثرية، الطبيعية، والثقافية) عبر مشاريع مبتكرة ومستدامة.
- دعم الابتكار الرقمي في السياحة (مثل التطبيقات السياحية، الحجوزات الإلكترونية، الجولات الافتراضية) لرفع جودة الخدمات السياحية.

- الإطار التطبيقي -

- تعزيز الشراكة بين القطاعين العام والخاص لتطوير بنية تحتية سياحية قوية تدعم مشاريع المقاولات السياحية.
- ترقية السياحة في المناطق الداخلية والريفية عبر تحفيز المقاولين على الاستثمار هناك وتقديم تسهيلات خاصة.
- تنظيم معارض وملتقيات دورية تجمع المقاولين السياحيين لتبادل الخبرات والتجارب وتحفيز الإبداع في المجال.
- إدماج برامج المقاولاتية في المناهج التعليمية بمختلف المراحل، خاصة في التخصصات السياحية، لتحفيز روح المبادرة منذ الصغر.
- إنشاء حاضنات ومسرّعات أعمال متخصصة في السياحة لدعم الأفكار المبتكرة وتوجيه المقاولين الجدد نحو النجاح.
- تحسين وسائل التسويق والترويج السياحي محليًا ودوليًا، مع التركيز على إبراز المشاريع المقاولاتية الصغيرة كجزء من العرض السياحي.
- تشجيع السياحة البيئية والثقافية من خلال مشاريع مقاولاتية تحافظ على التراث وتدعم التنمية المستدامة.
- تفعيل دور الجمعيات والمنظمات المهنية لدعم المقاولين السياحيين وتمثيلهم أمام الجهات الرسمية.
- توفير بيانات وإحصائيات دقيقة عن القطاع السياحي وأداء المشاريع المقاولاتية لتسهيل اتخاذ القرارات وتوجيه الدعم.
- العمل على تحسين البنية التحتية الرقمية في المناطق السياحية لتسهيل التواصل والخدمات الإلكترونية المقدمة للسياح.
- توفير الفنادق والمرافق السياحية اللازمة وتخفيض الأسعار لتناسب جودة الخدمات.

خاتمة

في ختام هذه الدراسة، يمكن ان نستنتج ان المقاولاتية تُعد من أهم الآليات الحديثة لدفع عجلة التنمية الاقتصادية والاجتماعية، خصوصًا في قطاع السياحة الذي يمتلك إمكانات كبيرة في الجزائر و لم تُستغل بعد بالشكل الكافي. لقد بيّنت نتائج البحث أن روح المبادرة والابتكار التي تميز المقاولين تساهم في تقديم خدمات سياحية جديدة، وتطوير الهياكل، واستقطاب السياح المحليين والأجانب، مما يؤدي إلى تنشيط الاقتصاد الوطني وخلق فرص عمل خاصة في المناطق الداخلية والريفية.

كما أن دعم المقاولاتية السياحية من خلال تسهيلات مالية، تكوين متخصص، وبيئة تنظيمية ملائمة، يمكن أن يجعل من الجزائر وجهة سياحية واعدة. وبالتالي، فإن تشجيع روح المقاولاتية في مجال السياحة ليس خيارًا، بل ضرورة لتحقيق تنمية سياحية مستدامة تُعزز من صورة الجزائر على الساحة الدولية.

اذ تمثل المقاولاتية رافعة حقيقية لتطوير القطاع السياحي في الجزائر، نظرًا لقدرتها على خلق مشاريع مبتكرة تستجيب لمتطلبات السوق السياحية المتجددة. إنّ تعزيز هذا التوجه يُمكن أن يساهم بشكل فعّال في تنويع الاقتصاد الوطني والتقليل من الاعتماد على القطاعات التقليدية مثل المحروقات.

كما أن تشجيع الشباب على الاستثمار في السياحة من خلال آليات الدعم والتمويل والتكوين، سيساعد في إبراز المؤهلات السياحية التي تزخر بها الجزائر، ويجعل من القطاع السياحي محركًا حقيقيًا للتنمية المحلية والمستدامة. وعليه فإن دمج المقاولاتية في الاستراتيجية السياحية الوطنية يُعد خيارًا استراتيجيًا يجب تبنيه بجدية، لما له من أثر إيجابي مباشر على الاقتصاد والمجتمع.

قائمة المصادر والمراجع

(1) القرآن الكريم

■ سورة التوبة – الآية 112.

■ سورة التحريم – الآية 05.

(2) القواميس والمعاجم:

■ مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، مكتبة الشروق الدولية، جمهورية مصر العربية، ط4، 2004.

(3) الكتب:

■ أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ب ط، الجزائر، 2003.

■ بلال هاشم النسور، عبد الحميد الخزازية، ريادة الأعمال، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2021.

■ حمزة درادكة وآخرون، مبادئ السياحة، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2014.

■ حميد حملاوي، علم اجتماع المنظمات، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2022.

■ خالد عبد الرحمان، آل دغيم. الإعلام السياحي وتنمية السياحة الوطنية، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2014.

■ سعيد أوكيل، ريادة الأعمال أو المقاولاتية: مقارنة شاملة وعملية، ديوان المطبوعات الجامعية، ب ط، الجزائر، 2017.

■ عمرو علاء الدين زيدان، ريادة الأعمال: القوة الدافعة للاقتصادات الوطنية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، ط1، جمهورية مصر العربية، 2007.

■ عياشي سنوسي، إسماعيل بوقنور (2021)، المقاولاتية السياحية في الجزائر: الفرص والتحديات، كتاب جماعي حول: تنمية المقاولاتية السياحية في الجزائر. سبيل المؤسسات الناشئة لترقية قطاع السياحة، الجزائر: جامعة قاصدي مرباح ورقلة، ص.ص 2920.

■ فارس قريني (2021)، فعالية مؤسسة الدعم (L'ANSEJ): في مرافقة المقاول لترقية مشاريعه المقاولاتية؛ كتاب جماعي حول: تنمية المقاولاتية السياحية في الجزائر _ سبيل المؤسسات الناشئة لترقية قطاع السياحة _، الجزائر، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، ص. ص 91.78

■ فؤاد بن غضبان، السياحة البيئية المستدامة بين النظرية والتطبيق، دار الصفاء للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2015.

المصادر والمراجع

- محمد سرحان علي المحمودي، مناهج البحث العلمي، دار الكتب، ط3، الجمهورية اليمنية، 2015.
- كمال دشلي، منهجية البحث العلمي، منشورات جامعة حماة كلية الاقتصاد، مديرية الكتب والمطبوعات الجامعية، ب ط، 2016.
- مراد رمضان، السياحة الصحراوية في الجزائر، دار العيون للنشر الالكتروني، ط1، الجزائر، 2024.
- مصطفى يوسف كافي، ريادة الأعمال وإدارة الأعمال الصغيرة، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2016.
- مصطفى يوسف كافي، مدخل إلى علم السياحة، ألفا للوثائق، ط1، الأردن، 2016.
- مي عبد الله، نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، ط1، لبنان، 2006.
- نضال فلاح الضلاعين وآخرون، نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2016.
- هوارى منصورى (2021)، هيئات دعم وتمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كداعم لتطوير المقاولاتية وتحقيق التنمية في الجزائر، كتاب جماعي حول: تنمية المقاولات السياحية في الجزائر _ سبيل المؤسسات الناشئة لترقية قطاع السياحة، الجزائر، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، ص. ص 42. 51.
- محمود أحمد درويش، مناهج البحث في العلوم الإنسانية، مؤسسة الأمة العربية للنشر والتوزيع، ب ط، 2016.

(4) المجلات:

- ابتسام بلغري، محمد راتول(2021)، دور الوكالات السياحية في تسويق الخدمات السياحية في الجزائر الديوان الوطني للسياحة كنموذج، المجلة الاورومتوسطية لاقتصاديات السياحة والفندقة، المجلد 03، العدد 03.
- الهذبة مناجلية (2017)، الإمكانيات والمقومات السياحية في الجزائر، مجلة دراسات وأبحاث، المجلد 09، العدد 26.
- حكيمة كحيل (2021)، نسيم حشود، دور الوكالة الوطنية للتنمية السياحة في توفير وتهيئة العقار السياحي، مجلة القانون العقاري، المجلد 08، العدد 03.

المصادر والمراجع

- خليل عبد القادر، يوسف شرع(2025)، مخططات التنمية السياحية وواقع الإنجازات الحقيقية دراسة تقييمية مع الإشارة للمخطط التوجيهي للهيئة السياحي SDAT 2025، مجلة التنظيم والعمل، المجلد 04، العدد 4(7).
- رشيدة قواسمي(2020)، التأصيل النظري للمقاولاتية كمشروع والنظريات ونماذج المفسرة للتوجه المقاولاتي. مجلة المنتدى للدراسات والأبحاث الاقتصادية، المجلد 04، العدد 02.
- ريم رمضان.(2013)، عناصر البيئة الخارجية وعلاقتها بالبنية الريادية لطلاب الجامعات باستخدام المرصد العلمي لريادة الأعمال، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 29، العدد 01.
- زروق بن موفق وآخرون، المقاولاتية ومساهمتها في تنمية القطاع السياحي في الجزائر: الواقع والآفاق، مجلة اقتصاد المال والأعمال، المجلد 03، العدد 04، الجزائر، 2019.
- سناء مرغاد وآخرون (2017)، دور المؤسسات السياحية في الترويج للمنتج السياحي في الجزائر، دراسة جالة الديوان الوطني للسياحة، مجلة العلوم الإنسانية. جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 48.
- صبرينة سيدي صالح، علي لونيس (2022)، المقاولاتية: المفهوم والقرارات المتخذة من طرف الدولة الجزائرية، مجلة الساورة للدراسات الإنسانية والاجتماعية، المجلد 08، العدد 02.
- عادل أمين مهمل (2019)، واقع وكالات السياحة والأسفار في الجزائر ودورها في التنشيط السياحي - دراسة حالة، المجلد 6، العدد 2.
- عبد الله العياشي (2024)، دور ريادة الأعمال في تحسين جودة الحياة لدى المجتمع الجزائري: دراسة تحليلية لتأثير الابتكار والمشاريع الصغيرة، مجلة السراج في التربية وقضايا المجتمع، المجلد 08، العدد 04.
- عبد المالك مهري (2018)، المقاولاتية السياحية كمدخل لتنمية الصناعة السياحية في الجزائر، مجلة دراسات في الاقتصاد وإدارة الأعمال، العدد 01.
- علي عزوز، حسناء قاسم (2019)، مجلة تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، أهمية المقاولاتية في النشاط الاقتصادي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، المجلد 01، العدد 01.
- فايزة بلعابد، الربيع سويسي (2019)، دراسة تحليلية لواقع المقاولاتية السياحية في تطوير القطاع السياحي بالجزائر خلال الفترة (2000-2022)، مجلة المنهل الاقتصادي، المجلد 06، العدد 04، جامعة الشهيد حمزة لخضر بالوادي، الجزائر.
- فرح رواقات (2023)، السياحة في الجزائر: إمكانيات وتحديات، مجلة الحقوق والعلوم السياسية جامعة خنشلة، المجلد 10، العدد 01.

المصادر والمراجع

- فريد راهم (2023)، أسباب الفشل المقاوлатي لدى الشباب المقاوول بولاية تبسة، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، المجلد 09، العدد 01.
- لوزية فرحاتي (2021)، هيئات المرافقة المقاوالاتية واستراتيجياتها لدعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، مجلة اقتصاد المال والأعمال، المجلد 06، العدد 02.
- محمد عبد الوهاب الصيرفي وآخرون (2020)، ريادة الأعمال: المفهوم والنشأة والأهمية، مجلة كلية التربية، العدد 2.
- محمد أمين أفناروس (2021)، بلال حمدوش، دور الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر في اندماج الشباب اجتماعيا، المجلة الدولية للآداء الاقتصادي، المجلد 04، العدد الخاص.
- محمد أمين علون، وسيلة السبتي (2019)، المقاوالاتية؛ بين الفكرة وعوامل النجاح، مجلة النمو الاقتصادي وريادة الأعمال، المجلد 02، العدد 01.
- مراد عيشاوي (2020)، السياحة بالجزائر امكانيات ضخمة ومعوقات عديدة، مجلة آفاق للبحوث والدراسات، المجلد 04، العدد 01، الجزائر.
- مريم غزال، نصيرة براهيم (2019)، المقاوالاتية ودورها في تطوير القطاع السياحي . دراسة حالة ولاية سيدي بلعباس، مجلة نور للدراسات الاقتصادية، المجلد 05، العدد 01.
- مصطفى زواقي (2019)، النظام القانوني لوكالات السياحة والأسفار في التشريع الجزائري، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد 8، العدد 2.
- نورة زيري وآخرون، دور حاضنات الاعمال غي دعم وترقية المؤسسات الناشئة بالإشارة الى حالة الجزائر، مجلة البحوث الإدارية والاقتصادية، 2020.
- ياسمينه خروبي، النظام القانوني للوكالة الوطنية في ترقية الاستثمار، مجلة العلوم الإدارية والمالية، المجلد 01، العدد 01، 2017.

(5) الرسائل والأطروحات الجامعية:

- ليلي حيشاوي، الاستثمار في السياحة كنشاط مقنن دراسة حالة وكالات السياحة والاسفار، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر 1، 2011.

المصادر والمراجع

- محمد علي الجودي، نحو تطوير المقاولاتية من خلال التعليم المقاولاتي _دراسة على عينة من طلبة جامعة الجلفة_، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014 2015.
- محمد قوجيل، دراسة وتحليل سياسات دعم المقاولاتية في الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، تخصص تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2015 2016.

الملاحق



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 08 ماي 1945 قالمة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات

تخصص: اتصال جماهيري والوسائط الجديدة



استمارة استبيان

المقاولاتية ودورها في تطوير القطاع السياحي في الجزائر

__الوكالات السياحية لولاية قالمة نموذجاً__

بعد التحية والتقدير

أقدم بين أيديكم استمارة استبيان حول الموضوع المذكور أعلاه في إطار انجاز مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال جماهيري والوسائط الجديدة لذا نرجو منكم ان تتفضلوا بالإجابة على الأسئلة هذا الاستبيان بكل صدق وموضوعية ودقة .

* ملاحظة: معلومات الاستمارة سرية وخاصة بالبحث العلمي

إشراف الأستاذ :

أ.د. حملاوي حميد

إعداد الطلبة:

. روابح إلهام

. حملاوي أميرة

السنة الجامعية: 2025/2024

■ المحور الأول: البيانات الشخصية.

1. الجنس: ذكر أنثى
- 2- المستوى التعليمي: ابتدائي متوسط ثانوي جامعي
- 3- توجه الوكالة: سياحة وطني سياحة دولية سياحة وطنية ودولية
- 4- الخبرة (عدد السنوات): أقل من 5 سنوات بين 5 و10 سنوات أكثر من 10 سنوات

■ المحور الثاني: العوامل المحددة لنجاح المقاولاتية السياحية وتعزيز بيئة الاستثمار

5- في رأيكم، ما هي أهم العوامل التي تساهم في نجاح مشروع سياحي في الجزائر؟

التمويل

التكوين

التشريعات المناسبة

الدعم المؤسسي

التسويق الرقمي

أخرى تذكر..... :

6- هل تعتبر البيئة الاستثمارية الحالية في الجزائر محفزة لإنشاء مؤسسات سياحية ناشئة؟ نعم

لا

7. هل تتوفر التسهيلات الإدارية لفتح وكالة سفر أو مؤسسة سياحية ناشئة؟

متوفرة بشكل كبير

متوسطة

قليلة

منعدمة

8- كيف تدعم الهيئات الحكومية للمستثمرين في السياحة؟

جيد

متوسط

ضعيف

لا يوجد

■ المحور الثالث: واقع النشاط المقاوالاتي في القطاع السياحي

9- كيف تقيمون واقع المقاوالاتية السياحية في الجزائر حالياً؟

نشط ومتطور

في طور النمو

ضعيف ومحدود

10- ما هي أبرز العراقيل التي تواجه المؤسسات السياحية الناشئة؟

عراقيل قانونية / عراقيل إدارية

عراقيل مالية

نقص التكوين والخبرة

نقص المرافقة

صعوبات تسويقية

أخرى: تذكر

11- هل سبق أن تلقيتم دعماً من برامج حكومية مثل (NESDA، ()، ANGEM، CNAC)

إلخ...؟

نعم

لا

*إذا كانت الإجابة نعم، كيف تقيمون هذا الدعم؟.....

■ المحور الرابع: دور المقاولاتية في تعزيز وتطوير القطاع السياحي

12- هل تعتقدون أن تشجيع المقاولاتية يمكن أن يساهم في تطوير السياحة الجزائرية؟

نعم

لا

13- ما هي الأنشطة السياحية التي ترون فيها فرصاً حقيقية للاستثمار المقاولاتي؟

النقل السياحي

الإرشاد السياحي

الإيواء والخدمات الفندقية

تنظيم الجولات البيئية/الثقافية

أخرى:

14- ما اقتراحاتكم لتحسين مساهمة المقاولاتية في تطوير السياحة الوطنية؟

.....

الملحق الثاني: دليل المقابلة:

الأسئلة:

■ المحور الأول: واقع المقاولاتية السياحية في الجزائر

- س1. هل يمكن أن تعرفنا بوكالتكم؟
- س2. كيف تقيّمون واقع المقاولاتية السياحية في الجزائر حالياً؟
- س3. ما هي أبرز العراقيل التي تواجه المقاولين في مجال السياحة؟
- س4. هل ترون أن التشريعات والقوانين الحالية تشجع على الاستثمار السياحي؟ ولماذا؟
- س5. هل يتوفر التكوين والدعم للمبادرات المقاولاتية في السياحة؟
- س6. هل ترى أن ثقافة المقاولاتية منتشرة بين الشباب في المجال السياحي؟

■ المحور الثاني: مساهمة المقاولاتية في تطوير القطاع السياحي

- س7. برأيكم، ما هو الدور الذي تلعبه المؤسسات الناشئة في النهوض بالقطاع السياحي؟
- س8. ما هي المجالات السياحية التي ترون أنها الأكثر جذباً للمقاولين؟
- س9. كيف يمكن تعزيز المقاولاتية السياحية لتساهم بشكل أكبر في تنمية السياحة الوطنية؟
- س10. هل يؤثر الابتكار والإبداع في تحسين الخدمات السياحية عبر المقاولات؟
- س11. هل توجد تجارب ناجحة في الجزائر لمؤسسات مقاولاتية ساهمت في تطوير السياحة؟
- س12. كيف يمكن للمقاولاتية أن تساهم في تحسين صورة الجزائر كوجهة سياحية؟
- س13. ما هي اقتراحاتكم لتشجيع الشباب على إنشاء مؤسسات سياحية ناشئة؟

س14. كيف ترون مستقبل المقاولاتية السياحية في الجزائر خلال السنوات القادمة؟

الملحق الثالث: نتائج برنامج التحليل الإحصائي Spss:

Statistiques

		الجنس	المستوى_التعليمي	توجه_الوكالة	الخبرة
N	Valide	20	20	20	20
	Manquant	0	0	0	0

الجنس

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	ذكر	10	50,0	50,0	50,0
	أنثى	10	50,0	50,0	100,0
Total		20	100,0	100,0	

المستوى_التعليمي

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	ثانوي	5	25,0	25,0	25,0
	جامعي	15	75,0	75,0	100,0
Total		20	100,0	100,0	

توجه_الوكالة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	سياحة دولية	2	10,0	10,0	10,0
	سياحة وطنية ودولية	18	90,0	90,0	100,0
Total		20	100,0	100,0	

الخبرة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	أقل من 5 سنوات	10	50,0	50,0	50,0
	ما بين 5 و10 سنوات	6	30,0	30,0	80,0
	أكثر من 10 سنوات	4	20,0	20,0	100,0

الملاحق

Total	20	100,0	100,0
-------	----	-------	-------

Récapitulatif de l'observation

	Observations				Total	
	Valide		Manquant		N	Pourcentage
	N	Pourcentage	N	Pourcentage	N	Pourcentage
السؤال 5 ^a	20	100,0%	0	0,0%	20	100,0%

a. Groupe de dichotomies mis en tableau à la valeur 1.

السؤال 5 \$ fréquences

	Réponses	Réponses		Pourcentage d'observations
		N	Pourcentage	
العوامل التي تساهم في نجاح مشروع سياحي ^a	التمويل	12	22,2%	60,0%
	التكوين	11	20,4%	55,0%
	التشريعات المناسبة	6	11,1%	30,0%
	الدعم المؤسساتي	3	5,6%	15,0%
	التسويق الرقمي	18	33,3%	90,0%
	أخرى	4	7,4%	20,0%
Total		54	100,0%	270,0%

a. Groupe de dichotomies mis en tableau à la valeur 1.

هل تعتبر البيئة الاستثمارية الحالية في الجزائر محفزة لإنشاء مؤسسات سياحية ناشئة

Valide	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage	
			valide	cumulé
لا	4	20,0	20,0	20,0
نعم	16	80,0	80,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

هل تتوفر التسهيلات الإدارية لفتح وكالة سفر أو مؤسسة سياحية ناشئة

Valide	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage	
			valide	cumulé
متوفرة بشكل كبير	6	30,0	30,0	30,0
متوسطة	12	60,0	60,0	90,0
قليلة	2	10,0	10,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

كيف تدعم الهيئات الحكومية للمستثمرين في السياحة؟

Fréquence	Pourcentage	Pourcentage	
		valide	cumulé

الملاحق

Valide	جيد	4	20,0	20,0	20,0
	متوسط	9	45,0	45,0	65,0
	ضعيف	4	20,0	20,0	85,0
	لا يوجد	3	15,0	15,0	100,0
Total		20	100,0	100,0	

كيف تقيمون واقع المقاولاتية السياحية في الجزائر حالياً؟

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نشيط ومتطور	3	15,0	15,0
	في طور النمو	16	80,0	95,0
	ضعيف ومحدود	1	5,0	100,0
Total		20	100,0	100,0

Récapitulatif de l'observation

	Observations				Total	
	Valide	Manquant				
	N	Pourcentage	N	Pourcentage	N	Pourcentage
السؤال \$10 ^a	20	100,0%	0	0,0%	20	100,0%

a. Groupe de dichotomies mis en tableau à la valeur 1.

السؤال \$10 fréquences

	Réponses	Pourcentage	
		N	Pourcentage
ما هي أبرز العراقيل التي تواجه المؤسسات ^a	عراقيل قانونية/ عراقيل إدارية	10	27,8%
	عراقيل مالية	9	25,0%
	نقص التكوين والخبرة	10	27,8%
	نقص المراقبة	4	11,1%
	صعوبات تسويقية	3	8,3%
Total		36	100,0%

a. Groupe de dichotomies mis en tableau à la valeur 1.

Récapitulatif de traitement des observations

	Observations				Total	
	Valide	Manquant				
	N	Pourcentage	N	Pourcentage	N	Pourcentage

الملاحق

تنظيم الجولات_البنية الثقافية	5	11,1%	25,0%
Total	45	100,0%	225,0%

a. Groupe de dichotomies mis en tableau à la valeur 1.

ما اقتراحاتكم لتحسين مساهمة المقاتلات في تطوير السياحة الوطنية؟

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	تشجيع الشباب معنويا أولا وماديا ثانيا	2	10,0	10,0	10,0
	ترميم المناطق السياحية	3	15,0	15,0	25,0
	التسهيلات في القوانين الإدارية	3	15,0	15,0	40,0
	تخفيض الأسعار	1	5,0	5,0	45,0
	نشر الوعي السياحي	3	15,0	15,0	60,0
	تحسين الخدمات والبنية التحتية	4	20,0	20,0	80,0
	تكوين الموارد البشرية الكفأة من خلال تحسين المهارات	3	15,0	15,0	95,0
	تشجيع الاستثمارات المحلية	1	5,0	5,0	100,0
Total		20	100,0	100,0	

