جامعة قالمة 8 ماي 1945
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم العلوم السياسية

الموضوع:

المقاولاتية ودورها في تفعيل القطاع السياحي في الجزائر

مذكرة مكملة للحصول على درجة الماستر في العلوم السياسة

تخصص: إدارة الأعمال السياحية

من إعداد الطالب:

- حفصـي محمد

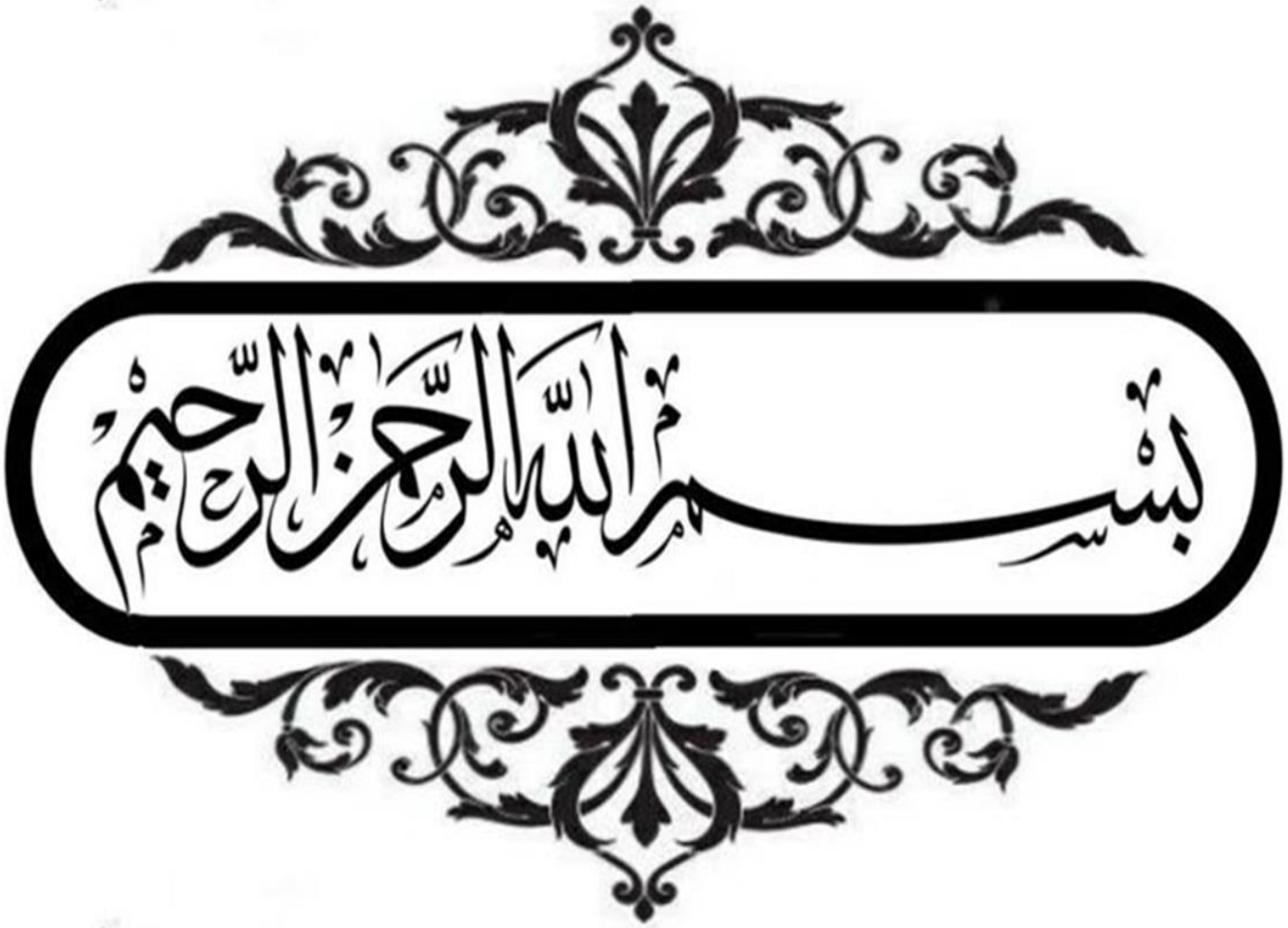
تحت إشراف الأستاذ:

د. الياميـن بن سعدون مشرفا رئيسيا
أ.د. توفيق بوستي مشرفا مساعدا

لجنــة المناقشــة

الإسم واللقب	الرتبة	مؤسسة الإنتماء	الصفة
د. محمد الصالح جمال	أستاذ محاضر "ب"	جامعة 8 ماي 1945 قالمة	رئيســـــــا
د الياميـن بن سعدون	أستاذ محاضر أ	جامعة 8 ماي 1945 قالمة	مشرفا ومقررا
أ.د. توفيق بوستي	أستاذ التعليم العالي	جامعة 8 ماي 1945 قالمة	مشرفا مساعدا
د . ليندة لفحل	أستاذ محاضر "أ"	جامعة 8 ماي 1945 قالمة	عضوا ممتحنا

السنة الجامعية: 2024 - 2025


بسم الله الرحمن الرحيم

شكر وعرفان

نحمد الله تعالى حمدًا كثيرًا على نعمه وعظيم فضله، فبتوفيقه تذللت الصعاب وأتممنا هذا البحث لله الحمد والشكر على ما وفقنا إليه .أتقدم بخالص الشكر وعظيم التقدير للأستاذين الفاضلين اليامين بن سعدون وتوفيق بوستي المشرفين على هذا العمل، لجهودهما المخلصة وإرشاداتهما القيمة،

كما أخص بالشكر أعضاء لجنة المناقشة الموقرة على قبولهم مناقشة هذا العمل، وجميع أساتذة قسم العلوم السياسية، وعلى رأسهم السيد رئيس القسم، لما قدموه من تسهيلات ودعم . يتجدد الشكر والإمتنان لكل فرد في جامعتنا، من إداريين وعاملين، على سعة صدرهم وتعاونهم اللامحدود في تقديم المعلومات وتذليل العقبات .وأخيرًا، أتوجه بالشكر الجزيل لكل من مد يد العون وساهم في إنجاز هذه الدراسة، سواء من قريب أو بعيد.

إهداء

بعد حمد الله وشكره على توفيقه لي في إنجاز هذا العمل، يسعدني أن أُهدي ثمرة جهدي وعملي هذا إلى: من كانت نعم العون والسند لي، أمي الحبيبة، التي سهرت الليالي ورعتني دون كلل أو ملل، فكانت صاحبة الفضل في وصولي إلى ما أنا عليه اليوم .أبي الغالي، يا من أنرت دربي وأزلت عنه الصعاب، وعلمتني معنى الشموخ والعزيمة، وكرست حياتك من أجلنا لتصل بنا إلى أعلى المراتب، إلى إخوتي، أنتما السند والعون في هذه الحياة وإلى أصدقائي.

ملخص:

تُعد المقاولاتية السياحية من الآليات الحيوية لتعزيز وتنشيط القطاع السياحي في الجزائر، خاصة في ظل الإمكانيات الطبيعية والثقافية التي تزخر بها البلاد. تسهم هذه المقاولاتية في خلق مشاريع سياحية مبتكرة، وتوفير مناصب شغل، وتنويع مصادر الدخل، مما يجعلها محركًا اقتصاديًا واعدًا.

إلا أن هذا المجال يواجه عدة تحديات، أبرزها ضعف ثقافة المقاولاتية السياحية لدى الشباب، نقص التكوين والمرافقة، وضعف البنية التحتية السياحية، إضافة إلى قلة الدعم المؤسساتي وغياب بيئة مشجعة للاستثمار.

تلعب حاضنات الأعمال دورًا مهمًا في دعم المقاولين الشباب من خلال التوجيه، التكوين، وتوفير بيئة عمل تساعد على تحويل الأفكار إلى مشاريع قابلة للتنفيذ، لكن يبقى تأثيرها محدودًا بسبب تركيزها غالبًا على الشركات الناشئة في قطاعات أخرى غير السياحة.

إن تفعيل دور المقاولاتية السياحية يتطلب سياسات داعمة، تنسيقًا بين القطاعات، وتمكينًا للمبادرات المحلية من أجل تحويل السياحة إلى رافد تنموي حقيقي.

الكلمات المفتاحية: المقاولاتية السياحية، القطاع السياحي، ريادة الأعمال، حاضنات الأعمال

Abstract:

Tourism entrepreneurship is a vital mechanism for enhancing and revitalizing the tourism sector in Algeria, especially given the country's abundant natural and cultural potential. This entrepreneurship contributes to the creation of innovative tourism projects, job creation, and diversification of sources of income, making it a promising economic driver.

However, this sector faces several challenges, most notably the weak culture of tourism entrepreneurship among young people, a lack of training and support, weak tourism infrastructure, in addition to a lack of institutional support and an environment conducive to investment.

Business incubators play an important role in supporting young entrepreneurs through guidance, training, and providing a work environment that helps transform ideas into viable projects. However, their impact remains limited due to their focus on startups in sectors other than tourism.

Activating the role of tourism entrepreneurship requires supportive policies, coordination between sectors, and empowering local initiatives to transform tourism into a true development driver.

Keywords: Tourism entrepreneurship, tourism sector, entrepreneurship, business incubators

خطة البحث

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والنظري للمقاولاتية والسياحة في الجزائر

مقدمة

المبحث الأول: ماهية المقاولاتية

المطلب الأول: مفهوم المقاولاتية

المطلب الثاني: أبعاد وآثار المقاولاتية

المطلب الثالث: مقومات المقاولاتية

المطلب الرابع: العوامل المحفزة على المقاولاتية

المبحث الثاني: ماهية السياحة

المطلب الأول: مفهوم السياحة

المطلب الثاني: خصائص السياحة

المطلب الثالث: أنواع السياحة

المطلب الرابع: مؤشرات السياحة

المبحث الثالث: المقاولاتية السياحية

المطلب الأول: تعريف المقاولاتية السياحية

المطلب الثاني: أهمية المقاولاتية السياحية

المطلب الثالث: المقاولاتية كأداة للتنمية السياحية

الفصل الثاني: واقع المقاولاتية السياحية في الجزائر

المبحث الأول: أنواع ومجالات المقاولاتية السياحية في الجزائر

المطلب الأول: تصنيف أنواع المقاولاتية السياحية في الجزائر

المطلب الثاني: إستعراض مجالات المقاولاتية السياحية في الجزائر

المبحث الثاني: البيئة القانونية والتنظيمية والمؤسسات الداعمة المقاولاتية السياحية في الجزائر

المطلب الأول: القوانين والتشريعات المنظمة للإستثمار السياحي

المطلب الثاني: الحوافز والتسهيلات

المطلب الثالث: المؤسسات الحكومية والخاصة الداعمة للمقاولاتية

الفصل الثالث: دور قطب الإبتكار والشغل جامعة 8 ماي 1945 قالمة (حاضنة الأعمال) في تفعيل القطاع السياحي في الجزائر

المبحث الأول: تقديم بالمؤسسة

المطلب الأول: التعريف ونشأة حاضنة الأعمال

المطلب الثاني: التطور التاريخي للمؤسسة

المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي للمؤسسة

المبحث الثاني: تحليل النتائج

المطلب الأول: عينة الدراسة والأدوات المستخدمة

المطلب الثاني: دراسة نتائج الإستبيان

خاتمة

مقدمة

المقدمة

أصبحت السياحة في العصر الحديث من أبرز القطاعات التي تعوّل عليها الدول لتحقيق تنمية إقتصادية مستدامة، بالنظر إلى دورها في خلق الثروة، وتوفير مناصب الشغل، وتحريك عجلة الإستثمار المحلي، فقد لم تعد السياحة تقتصر على كونها نشاطًا ترفيهيًا فقط، بل أصبحت صناعة قائمة بذاتها، تتداخل فيها جوانب إقتصادية، إجتماعية، وثقافية، وتُسهم بشكل فعّال في تنمية المجتمعات وتحسين ظروف عيشها.

في هذا الإطار، ظهرت المقاولاتية السياحية كمدخل عملي ومبتكر للنهوض بالقطاع السياحي، خاصة في الدول التي تسعى إلى تنويع إقتصادها مثل الجزائر، فالمقاولاتية السياحية تعتمد على روح المبادرة لدى الأفراد، وتشجع على إقامة مشاريع صغيرة ومتوسطة في مجالات متنوعة كالإيواء، الإطعام، النقل السياحي، الإرشاد، والصناعات التقليدية، مما يُسهم في خلق ديناميكية جديدة داخل المنظومة السياحية.

الجزائر بمقوماتها الطبيعية والثقافية الفريدة، وبموقعها الجغرافي المتنوع، تملك من الإمكانات ما يجعلها وجهة سياحية بإمتياز، غير أن هذه الثروة السياحية لم تُستغل بعد بالشكل المطلوب بسبب عدة تحديات، منها ما هو مرتبط بالبنية التحتية، ومنها ما يتعلق بنقص الإستثمارات الخاصة وضعف المبادرة المقاولاتية، وهنا تبرز أهمية تشجيع المقاولاتية السياحية كخيار إستراتيجي لتفعيل هذا القطاع الحيوي، وتوسيع قاعدة الإستثمار فيه، عبر دعم المشاريع المحلية والمبادرات الشبابية القادرة على تقديم خدمات سياحية مبتكرة تستجيب لحاجيات السائح المحلي والأجنبي.

إن دراسة موضوع المقاولاتية السياحية لا تأتي من باب الإهتمام الأكاديمي فقط، وإنما تنبع من قناعة راسخة بأن دعم المبادرة الحرة وتمكين الشباب من دخول عالم الأعمال السياحية يمثل أحد المفاتيح الأساسية لإعادة الإعتبار لهذا القطاع، وتحقيق نقلة نوعية في دوره التنموي، ومن هذا المنطلق يحاول هذا البحث تسليط الضوء على واقع المقاولاتية السياحية في الجزائر والفرص التي تتيحها، والعراقيل التي تحد من تطورها، مع إقتراح جملة من الآليات الكفيلة بتعزيز هذا التوجه في إطار رؤية وطنية شاملة للتنمية السياحية.

إشكالية الدراسة

إنطلاقًا مما سبق، يمكن طرح الإشكالية التالية:

كيف تمكن المقاولاتية من تفعيل القطاع السياحي في الجزائر؟

الأسئلة الفرعية:

1. ما المقصود بالمقاولاتية السياحية وما خصائصها؟
2. ما واقع السياحة في الجزائر وما هي أبرز التحديات التي تواجهها؟
3. ما دور المقاولاتية السياحية في معالجة الإختلالات التي يعاني منها القطاع السياحي في الجزائر؟
4. ما هي الآليات والسياسات المتبعة لدعم المقاولاتية السياحية في الجزائر؟

الفرضيات:

1. المقاولاتية السياحية تمثل شكلاً من أشكال المبادرة الحرة في القطاع السياحي، وتتميز بالمرونة والإبتكار والإرتباط بالواقع المحلي
2. السياحة في الجزائر تعاني من ضعف في الأداء نتيجة تحديات متعددة أبرزها نقص البنية التحتية، وضعف الترويج السياحي، وغياب التنسيق المؤسساتي
3. المقاولاتية السياحية تساهم في معالجة إختلالات القطاع السياحي من خلال خلق مشاريع مبتكرة، وإستحداث مناصب شغل، وتنشيط الوجهات المحلية
4. توجد سياسات وآليات لدعم المقاولاتية السياحية في الجزائر، لكنها تفتقر إلى الفعالية الكافية بسبب العراقيل البيروقراطية وضعف المتابعة

أسباب إختيار الموضوع: توجد عدة أسباب يمكن إجمالها فيما يلي:

أسباب موضوعية:

- أهمية السياحة كقطاع اقتصادي بديل في الجزائر.
- الحاجة إلى تسليط الضوء على آليات جديدة وفعّالة لتفعيل الاستثمار السياحي.
- ندرة الدراسات الأكاديمية التي تتناول المقاولاتية السياحية كمدخل للتنمية السياحية.

أسباب ذاتية:

- إهتمام الباحث بالمجال السياحي واقتناعه بدوره في دعم الإقتصاد الوطني

- الرغبة في المساهمة في إيجاد حلول تطبيقية لمشاكل الاستثمار السياحي في الجزائر
- توظيف التكوين الأكاديمي والإهتمام المهني في مجال المقاولاتية لخدمة القطاع السياحي

أهمية الدراسة

تكتسي هذه الدراسة أهمية نظرية وتطبيقية، يمكن إجمالها فيما يلي:

نظريًا: إثراء الرصيد المعرفي والأكاديمي في مجال المقاولاتية السياحية وربطها بالتنمية المحلية

عمليًا: تقديم توصيات لصناع القرار والمستثمرين لدعم روح المبادرة المقاولاتية في المجال السياحي، مع إظهار التحديات وإقتراح سبل تجاوزها

أهداف الدراسة

1. توضيح المفاهيم المرتبطة بالمقاولاتية السياحية ودورها في التنمية.
2. تشخيص واقع السياحة في الجزائر والوقوف على نقاط القوة والضعف.
3. تحليل الإطار المؤسساتي والقانوني لدعم المشاريع السياحية المقاولاتية.
4. اقتراح آليات عملية لتفعيل المقاولاتية السياحية كمدخل للنهوض بالقطاع السياحي.

المنهج المتبع في الدراسة

إعتمدت الدراسة على عدة مناهج، **كالمنهج الوصفي التحليلي** من خلال جمع المعلومات حول مفاهيم المقاولاتية والسياحة وتحليل العلاقة بينهما، بالإضافة إلى **منهج دراسة حالة** من خلال التركيز على أمثلة من المشاريع السياحية المقاولاتية في الجزائر على غرار تناول دور قطب الإبتكار والشغل جامعة 8 ماي 1945 قالمة (حاضنة الأعمال) في تفعيل القطاع السياحي في الجزائر، إلى جانب **المنهج الإحصائي** عبر الإستعانة بالبيانات الإحصائية والتقارير الرسمية والدراسات الأكاديمية لتفسير الظواهر والنتائج.

الإطار النظري للدراسة

- نظرية ريادة الأعمال: الكشف عن الفرص ,الإبتكار, والمخاطرة
- نظرية الموارد و القدرات: الموارد المادية مثل البنية التحتية و الموارد الغير مادية مثل المعرفة ,الضيافة ,القدرات, العلامات التجارية
- نظرية المؤسسات: تأثير البنية المؤسسية مثل القوانين , الأعراف الإجتماعية و الثقافية

- نظرية النظم البيئية لريادة الأعمال: التفاعيل بين مختلف الجهات الفاعلة في بيئة ريادة الأعمال
- نظرية رأس المال الاجتماعي: مساهمة الشبكات الاجتماعية والعلاقات في نجاح رواد الأعمال

حدود الدراسة:

ركزت الدراسة على دور المقاولاتية السياحية في تفعيل القطاع السياحي في الجزائر ومن أجل حصر متغيرات الدراسة والاجابة الدقيقة والمحددة على إشكالية الدراسة وفرضياتها تم التركيز على دراسة حالة تتمثل في التركيز على دور قطب الإبتكار والشغل جامعة 8 ماي 1945 قالمة (حاضنة الأعمال) في تفعيل القطاع السياحي في الجزائر.

الحدود المكانية: تنحصر الحدود المكانية للدراسة على الجزائر عبر التركيز على دور المقاولاتية السياحية في تفعيل القطاع السياحي في الجزائر

الحدود الزمانية: يمكن حصر الحدود الزمنية للدراسة من 2002 إلى غاية 2024 وذلك بالنظر للبيانات والاحصائيات التي تم إستخدامها في الدراسة

هيكلة الدراسة

وقصد الإلمام بالموضوع في حدود الاستطاعة قسم البحث إلى ثلاث فصول:

- **الفصل الأول:** الإطار المفاهيمي والنظري للمقاولات والسياحة في الجزائر وتناولتا فيه ثلاثة مباحث، المبحث الأول ماهية المقاولاتية أما المبحث الثاني ماهية السياحة، أما المبحث الثالث: المقاولاتية السياحية.
- **الفصل الثاني:** واقع المقاولاتية السياحية في الجزائر وتناولتا فيه مبحثين، المبحث الأول أنواع ومجالات المقاولاتية السياحية في الجزائر أما المبحث الثاني البيئة القانونية والتنظيمية والمؤسسات الداعمة المقاولاتية السياحية في الجزائر والمبحث الثالث عادات المسافرين في عصر الهاتف المحمول
- **الفصل الثالث:** دراسة حالة قطب الإبتكار والشغل جامعة 8 ماي 1945 قالمة (حاضنة الأعمال) وتناولتا فيه مبحثين، المبحث الأول تقديم بالمؤسسة، أما المبحث الثاني تحليل النتائج
- **أما بالنسبة للخاتمة:** فكانت حوصلة عامة لمختلف النتائج.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والنظري للمقاولاتية والسياحة في الجزائر

تمهيد:

تُعدّ المقاولاتية من المفاهيم الحديثة التي فرضت نفسها بقوة في النقاشات الإقتصادية والإجتماعية، نظراً لدورها المحوري في تحقيق التنمية المستدامة وتعزيز الإبتكار وخلق فرص العمل، كما أصبحت السياحة من القطاعات الإقتصادية الواعدة التي تحظى بإهتمام متزايد في مختلف الدول، بالنظر إلى قدرتها على تنشيط الإقتصاد المحلي، وجذب الإستثمارات، وتحفيز المبادلات الثقافية.

في السياق الجزائري، تبرز أهمية الربط بين المقاولاتية والسياحة كخيار إستراتيجي لدفع عجلة التنمية وتنويع مصادر الدخل بعيداً عن الإعتماد المفرط على المحروقات، إذ تمتلك الجزائر مقومات سياحية غنية ومتفردة، تتنوع بين الصحاري الشاسعة، والجبال الخلابة، والسواحل الممتدة، والمواقع الأثرية العريقة، وهو ما يفتح آفاقاً واسعة أمام المقاولين الشباب لإطلاق مشاريع سياحية مبتكرة تستجيب لحاجيات السوق وتعزز جاذبية البلاد كوجهة سياحية.

المبحث الأول: ماهية المقاولاتية

تُعدّ المقاولاتية من المفاهيم الديناميكية التي إكتسبت أهمية كبيرة في ظل التحولات الإقتصادية والإجتماعية التي يشهدها العالم، خاصة مع تزايد الحاجة إلى خلق الثروة ومناصب الشغل خارج الأطر التقليدية، فهي ليست مجرد عملية تأسيس مشروع إقتصادي، بل تمثل ثقافة قائمة على روح المبادرة، والإبتكار، والقدرة على تحمل المخاطر وإستغلال الفرص المتاحة، وبذلك تشكل المقاولاتية ركيزة أساسية لبناء إقتصاد قائم على المبادرة الفردية والإبداع في إيجاد الحلول، لا سيما في الدول الساعية إلى تنويع مصادر النمو كحال الجزائر[1].

المطلب الأول: مفهوم المقاولاتية

تُعتبر المقاولاتية من المفاهيم الحديثة نسبياً في الفكر الإقتصادي، وقد برزت بقوة مع بداية القرن الحادي والعشرين، نظراً لدورها في تنشيط الإقتصاد وتحقيق النمو خارج الأطر التقليدية، ويقصد بها في أبسط صورها:" تلك العملية التي يقوم من خلالها الأفراد أو المجموعات بإنشاء مشاريع إقتصادية أو خدماتية إنطلاقًا من فكرة جديدة، مع تحمل جزء كبير من المخاطر، في سبيل تحقيق أرباح وخلق قيمة مضافة للمجتمع والإقتصاد معاً، فهي لا تقتصر على مجرد إطلاق مشروع، بل تشمل الرؤية المستقبلية، وحسن إدارة الموارد، والقدرة على الإبتكار والمواجهة الفعالة للتحديات"[2].

من الناحية النظرية تتعدد تعاريف المقاولاتية بتعدد الزوايا التي نظر إليها الباحثون، فهناك من يربطها بالقدرة على الإبتكار وخلق أسواق جديدة، كما ورد عند الإقتصادي "**جوزيف شومبيتر**"، الذي إعتبر المقاول فاعلاً إقتصادياً يحدث تغييراً في دورة الإنتاج عبر تقديم منتوج جديد أو طريقة

[1] عبد الكريم بوخاري، المقاولاتية ودورها في تحقيق التنمية الإقتصادية، دار الهدى للنشر والتوزيع، 2019، ص 17

[2] نفس المرجع، ص 18

إنتاج جديدة أو فتح سوق لم تُستغل من قبل، بهذا المعنى تصبح المقاولاتية محركاً للتغيير الإقتصادي والإجتماعي عبر كسر الروتين وإدخال عناصر التجديد"[1].

أما في السياق المؤسساتي، فتُعرّف المقاولاتية بأنها:" الآلية التي تتيح للأفراد إستغلال الفرص الكامنة في محيطهم الإقتصادي والإجتماعي، من خلال إقامة مشاريع تستجيب لحاجيات السوق، وتستثمر الإمكانيات المتاحة، وهي بذلك تشجع على ثقافة الإعتماد على الذات، وتكسر منطق التوظيف الكلاسيكي في القطاع العام، خصوصاً في الدول التي تعاني من بطالة مرتفعة وسط الشباب"[2].

وعلى مستوى السياسات العامة، تُعد المقاولاتية وسيلة لتحقيق التنمية المحلية المستدامة، خاصة في البيئات التي تتوفر على موارد طبيعية وسياحية غير مستغلة، فهي تساهم في تحويل هذه الموارد إلى فرص إستثمارية، ما يُسهم في خلق مناصب شغل وتحسين مستوى المعيشة لدى السكان، ويعزز الإندماج الإقتصادي والإجتماعي"[3].

المطلب الثاني: أبعاد وآثار المقاولاتية

تُعدُّ المقاولاتية أحد المحاور الأساسية في دفع عجلة التنمية الإقتصادية والإجتماعية، حيث أصبحت اليوم أكثر من مجرد إنشاء مشاريع، بل تُجسّد روح المبادرة والإبتكار وتحمل المخاطر.

1. البُعد الإقتصادي: قاطرة للتنويع والتحرر من الإقتصاد الريعي

تلعب المقاولاتية دورًا مركزيًا في إرساء قواعد إقتصاد متنوع ومستدام، خاصة في السياقات التي تعاني من هشاشة البنية الإقتصادية وتبعية مفرطة للريع، مثلما هو الحال في الجزائر، لذلك فإن المقاولة بإعتبارها وحدة إنتاجية مرنة ومبتكرة، تفتح المجال لإعادة هيكلة القاعدة الإقتصادية

[1] جوزيف شومبيتر، نظرية التنمية الاقتصادية، ترجمة: عبد العزيز فهمي، دار النهضة العربية، 2005، ص 112

[2] نادية منصوري، المقاولاتية كخيار إستراتيجي لمعالجة البطالة، مجلة إقتصاديات المال والأعمال، العدد 7، 2021، ص 35

[3] فاطمة الزهراء بن عياد، دور المقاولاتية في تحقيق التنمية المحلية، مجلة العلوم الإقتصادية، جامعة قسنطينة، العدد 15، 2020، ص 66

عبر إدخال أنشطة جديدة ومجالات واعدة، فهي تتيح رفع القدرة التنافسية للإقتصاد الوطني، وتخلق فرص عمل خارج القطاع العمومي، وتُقلل من نسب البطالة لاسيما في أوساط الشباب.

كما تُعد الأداة الفعلية لتحفيز النمو الاقتصادي الداخلي من خلال تعبئة الموارد المحلية، سواء كانت طبيعية، بشرية أو مالية، وإعادة إستثمارها داخل النسيج الإقتصادي، وبالتالي تساهم المقاولاتية في تحقيق الإستقلال الإقتصادي التدريجي، والحد من التبعية لأسواق الخارج، عبر تعظيم القيمة المضافة الوطنية[1].

2. البُعد الإجتماعي: آلية للعدالة الإجتماعية والإدماج المهني

إن البعد الإجتماعي للمقاولاتية يتجلى من خلال مساهمتها في تحقيق الدمج الإقتصادي للفئات الهشة والمهمشة، مثل الشباب العاطل عن العمل، النساء، وسكان المناطق الريفية والجنوبية، فالمقاولة ليست فقط أداة لتحقيق الربح، بل فضاء لتحقيق الذات وتعزيز الكفاءة والإستقلالية بفضل البرامج الحكومية والمبادرات المحلية، أصبحت المقاولاتية قناة بديلة للشغل، حيث تمنح الأفراد إمكانية الإنخراط في الدورة الإنتاجية وفق شروطهم الخاصة، بعيدا عن الروتين الإداري والبيروقراطية، كما تُعزز هذه المشاريع من الترابط الاجتماعي، إذ تساهم في خلق وظائف محلية، وتوفير خدمات حيوية في مناطق تعاني من التهميش، مما يدعم التوازن الجهوي ويُقلص من الهجرة الداخلية نحو المدن الكبرى.[2]

3. البُعد الثقافي والتحويلي: بناء عقلية المبادرة وتحرير الطاقات

يمثل البعد الثقافي أحد أكثر الأبعاد تأثيرًا على إستمرارية المقاولاتية، إذ لا يمكن الحديث عن بيئة ريادية فعّالة دون توفر ثقافة تحفّز على الإبداع، المغامرة، والعمل الذاتي، فالمقاولاتية ليست فقط سلوكًا إقتصاديًا، بل هي فلسفة حياة، تقوم على تجاوز التردد والخوف من الفشل، وتبنّي رؤية إيجابية تجاه التغيير من خلال إنتشار نماذج النجاح، والترويج لقيم الريادة في التعليم والإعلام،

[1] مصطفى بن عيسى، المقاولاتية كآلية لتحقيق النمو الإقتصادي في الجزائر، دار الخلدونية، الجزائر، 2021، ص 41

[2] نسرين بن حليمة، المقاولاتية الإجتماعية وآثارها على التنمية المجتمعية، مجلة الإقتصاد والتنمية الإجتماعية، جامعة باتنة، العدد 12، 2020، ص 67

تتشكل ثقافة جديدة قائمة على الإنجاز، المسؤولية، والإستقلال، هذا التحول في العقليات يُسهم في تحرير الطاقات الشبابية من الإنتظار، ويعيد توجيهها نحو التغيير الإيجابي عبر المبادرة الفردية والجماعية[1].

4. البُعد التكنولوجي والمعرفي: رافعة للإبتكار والإقتصاد الذكي

تُعتبر المقاولاتية اليوم قناة رئيسية لتسريع التحول الرقمي، ودفع عجلة الإبتكار في جميع قطاعات الإقتصاد، فبفضل رواد الأعمال الشباب ظهرت مؤسسات ناشئة تعتمد على الحلول الرقمية والذكاء الإصطناعي لتلبية حاجات الأسواق المحلية والدولية، هذه المقاولات التكنولوجية تُساهم في سد الفجوة بين مخرجات التعليم العالي ومتطلبات السوق، كما تُعزز من الإستقلالية التقنية والمعرفية للدولة، علاوة على ذلك تمثل هذه المشاريع فرصة لإكتساب المهارات المستقبلية، مثل البرمجة، تحليل البيانات، وتطوير التطبيقات، ما يُسهم في بناء إقتصاد معرفي تنافسي قادر على التفاعل مع التحديات العالمية[2].

5. البُعد البيئي والتنمية المستدامة: مقاولة مسؤولة بيئيًا

في ظل التحديات البيئية المتزايدة، بات من الضروري أن تتكامل المقاولاتية مع مبادئ التنمية المستدامة، وقد بدأت في الجزائر تظهر مشاريع ناشئة تعتمد على إعادة التدوير، إستعمال الطاقات المتجددة، والمحافظة على التنوع البيولوجي، مما يُعطي بعدًا بيئيًا متقدمًا للعمل المقاولاتي، المقاول الصديق للبيئة لا يكتفي بالبحث عن الربح، بل يلتزم بإحداث أثر إيجابي على محيطه، وهذا التوجه يُسهم في تحسين جودة الحياة، ويُعزز من صورة المقاولة كمكون إجتماعي مسؤول، له دور في الحفاظ على الأجيال القادمة[3].

---

[1] عبد الحكيم بوترعة، الثقافة المقاولاتية كأداة لبناء مجتمع ديناميكي، منشورات جامعة تبسة، 2022، ص 92

[2] ياسين فخار، المقاولاتية التكنولوجية في الجزائر: الواقع والآفاق، مجلة دراسات الإبتكار، جامعة ورقلة، العدد 5، 2023، ص 55

[3] سمير رحالي، المقاولاتية والتنمية المستدامة: نحو نموذج إقتصادي أخضر، دار الرشاد للنشر، الجزائر، 2021، ص 60

6. البُعد الجهوي والتنمية المحلية: أداة لفك العزلة وتحقيق التوازن المجالي

تُعتبر المقاولاتية إحدى الوسائل العملية لتحقيق التنمية المحلية المتوازنة، خاصة في البلدان التي تعاني من تركز الإستثمارات في المدن الكبرى، ففي الجزائر برزت الحاجة الملحّة لإدماج المناطق الداخلية والجنوبية في الدورة الإقتصادية، وهو ما تسعى إليه الدولة من خلال تشجيع الشباب على إنشاء مؤسسات مصغّرة في مناطقهم الأصلية، فالمقاولة في هذا السياق تتحول إلى أداة لفك العزلة، وتوفير خدمات وسلع كانت مفقودة أو نادرة، كما تُسهم في تثبيت السكان في بيئاتهم الطبيعية، والحد من النزوح الجماعي نحو المراكز الحضرية، هذا البُعد يُعيد توزيع الثروة والفرص بشكل أكثر عدالة بين جهات الوطن[1].

7. البُعد التعليمي والمعرفي: ربط التعليم بالإنتاج

تمثل المقاولاتية جسرًا فعالًا بين المنظومة التعليمية وسوق العمل، حيث تُشجع الطلبة والخريجين على تحويل أفكارهم ومشاريع تخرجهم إلى مؤسسات منتجة ومبتكرة، هذا الربط بين التعليم والمقاولة يُقلل من الفجوة بين التكوين النظري والتطبيق العملي، ويمنح للمعارف الأكاديمية بعدًا إقتصاديًا ومجتمعيًا، كما تفتح المقاولاتية بابًا أمام الجامعات ومراكز البحث لتلعب دورًا أكثر فعالية في دعم الإبتكار، وتوجيه البحث العلمي نحو حلول إقتصادية ملموسة، تُترجم عبر مشاريع ريادية تخدم المجتمع[2].

8. البُعد التمويلي والإستثماري: تنشيط الدورة الإقتصادية

تُساهم المقاولاتية في ضخ أموال جديدة في الدورة الإقتصادية، سواء من خلال رؤوس الأموال الخاصة، أو عبر آليات الدعم العمومي والبنوك، كما تُنشط آليات التمويل الأصغر، وصناديق دعم الشباب، مما يخلق حركة مالية ديناميكية تفتح المجال لتدفق رؤوس أموال إضافية، وزيادة الطلب على المواد الأولية والخدمات، من جهة أخرى تُشجع المقاولاتية على ثقافة الإستثمار

[1] منيرة مسعودي، المقاولاتية والتنمية المحلية في الجزائر: تحديات وآفاق، مجلة الدراسات الإقتصادية، جامعة أم البواقي، العدد 14، 2020، ص 103

[2] راضية بوحوش، التعليم العالي والمقاولاتية: نحو تكامل الأدوار في الجزائر، مجلة التربية والإقتصاد، جامعة الجزائر 2، العدد 9، 2021، ص 87

المحلي، خاصة لدى الجاليات الجزائرية في الخارج، حيث يمكن لهؤلاء تمويل مشاريع ناشئة في مناطقهم الأصلية، ما يعزز من التدفقات المالية نحو الإقتصاد الوطني[1].

9. البُعد السياسي والإداري: تكريس الحوكمة الإقتصادية من القاعدة

تُعد المقاولاتية وسيلة فعالة لتجسيد اللامركزية الإقتصادية، حيث يتم نقل القرار التنموي من مركز الدولة إلى الفاعلين المحليين مثل الجمعيات والمقاولين الشباب، وهذا يعزز من الحوكمة الإقتصادية، ويكرّس مبادئ التشاركية، والشفافية، والمساءلة، كما تُسهم المقاولاتية في الحد من البيروقراطية عبر خلق بدائل ذاتية خارج الإطار التقليدي للإدارة، مما يُعيد الثقة بين المواطن والدولة، ويُرسخ ثقافة المسؤولية والمبادرة[2].

يتضح من خلال ما سبق أن المقاولاتية ليست مجرد نشاط إقتصادي يهدف إلى تحقيق الربح، بل هي مشروع حضاري وتنموي متكامل، يتشابك فيه البعد الإقتصادي مع الإجتماعي، والثقافي مع البيئي، والسياسي مع التمويلي، في السياق الجزائري تظهر المقاولاتية كآلية إستراتيجية فعالة لمواجهة التحديات التنموية الكبرى، من بطالة وركود إقتصادي، إلى إختلال التوازنات الجهوية، فهي تُمكّن الشباب من إستثمار طاقاتهم في بيئاتهم المحلية، وتفتح لهم آفاق الإبتكار والإعتماد على الذات، كما تُسهم في تفعيل دور المؤسسات الجامعية والبحثية، وتُحرك عجلة التمويل والإستثمار، وتُكرّس الحوكمة المحلية، لذلك فإن النهوض بالمقاولاتية يتطلب مقاربة شاملة، تجمع بين التكوين، والتحفيز، والمتابعة، والتسهيل، من أجل تحويلها إلى رافعة حقيقية للتنمية المستدامة[3].

[1] عبد الجليل عماري، التمويل المقاولاتي في الجزائر: واقع وتحديات، دار الفكر الجامعي، 2022، ص 114

[2] فؤاد زروقي، المقاولاتية والحوكمة المحلية: أفق جديد للتنمية في الجزائر، مجلة العلوم السياسية، جامعة الجزائر3، العدد 6، 2023، ص 59

[3] عبد القادر عليوي، دور المقاولاتية في تحقيق التنمية المستدامة في الجزائر، مجلة دراسات التنمية الإقتصادية، جامعة البليدة 2، العدد 18، 2021، ص 134

المطلب الثالث: مقومات المقاولاتية

تُعد المقاولاتية محركًا أساسيًا للتنمية والإبتكار، لكنها لا تنجح إلا بتوفر مجموعة من المقومات الضرورية، فلكي يتمكن المقاول من تحويل فكرته إلى مشروع ناجح، لا بد من إمتلاكه لمهارات شخصية كروح المبادرة والإبتكار، إلى جانب بيئة إقتصادية وتنظيمية داعمة، ومجتمع يشجع روح الريادة.

1. رأس المال البشري: عماد النشاط المقاولاتي ومحرك الإبتكار

يُعد رأس المال البشري المكوّن الأساسي الذي تعتمد عليه المقاولة في مختلف مراحل تطورها، إذ يشمل ليس فقط أصحاب الأفكار والمبادرات، وإنما أيضًا فرق العمل المؤهلة التي تمتلك الكفاءات الفنية والمهارات الإبداعية والإدارية، فنجاح المقاولة لا يتوقف فقط على الفكرة بل على كيفية تنفيذها، وهو ما يتطلب توظيف عقول قادرة على التكيف مع المتغيرات التكنولوجية والتسويقية. وفي السياق الجزائري، يُلاحظ ضعف الإستثمار في العنصر البشري، سواء من حيث التكوين أو من حيث تحفيز الكفاءات، الأمر الذي يستوجب إعادة النظر في سياسات التعليم والتدريب المهني لربطها بالحاجيات الحقيقية لسوق المقاولة[1].

2. الإطار القانوني والمؤسسي: دعامة جوهرية للإستقرار وتحفيز المبادرة

يمثل الإطار القانوني إحدى الركائز الأساسية في قيام بيئة مقاولاتية صحية، إذ يضمن حماية حقوق المستثمرين ويوفر الشروط الضرورية لتأسيس وتسيير المشاريع دون عراقيل بيروقراطية، لكن في الجزائر رغم وجود ترسانة من القوانين التي تشجع المبادرة الحرة، لا تزال الممارسة تعاني من تضارب النصوص، وتعقيد الإجراءات، وغياب التنسيق بين الهيئات المعنية بالمقاولاتية، مما يجعل الكثير من رواد الأعمال يعيشون في جو من عدم الإستقرار القانوني، لذلك من المهم العمل

[1] بوحنية قوي، رأس المال البشري كمدخل لتحقيق التنمية المقاولاتية في الجزائر، مجلة أبحاث إقتصادية، جامعة ورقلة، العدد 11، 2022، ص 130

على مراجعة هذه القوانين وتحديثها بما يتماشى مع متطلبات السوق المعاصر، مع تعزيز دور العدالة الإقتصادية.[1]

3. التمويل المقاولاتي: قاطرة إنطلاق المشاريع وشرط الإستمرارية

يُعتبر التمويل من أهم المعوقات التي تعترض طريق المقاولين في الجزائر، خاصة في مراحل الإنطلاق والتوسع، فالكثير من أصحاب المبادرات لا يملكون الموارد المالية الكافية لتنفيذ أفكارهم، كما أن البنوك التقليدية تُظهر تحفظًا شديدًا في تمويل المشاريع الناشئة، لغياب الضمانات وإرتفاع منسوب المخاطرة، ورغم توفر بعض الآليات مثل جهاز **ANADE** أو مؤسسات دعم القروض، إلا أن الإجراءات غالبًا ما تكون بطيئة وغير شفافة، لذلك فإن التحول إلى بدائل جديدة مثل التمويل التشاركي أو رأس المال المغامر، أصبح ضرورة ملحة لتشجيع الديناميكية المقاولاتية[2].

4. البنية التحتية واللوجستية: الحاضنة المادية لنجاح المقاولة

تلعب البنية التحتية دورًا حاسمًا في تمكين المقاولة من النمو والتوسع، حيث تشمل التهيئة العقارية، الطرق، شبكات الإتصال، الخدمات اللوجستية، والحاضنات التكنولوجية وفي الجزائر، هناك تفاوت واضح في توفّر هذه البنى بين المناطق الساحلية والمناطق الداخلية أو الصحراوية، مما يخلق خللًا في فرص الإستثمار المقاولاتي، كما أن ضعف التغطية بالأنترنت في بعض المناطق يشكّل عائقًا كبيرًا أمام الرقمنة وتطوير مشاريع رقمية ناشئة، إذن الإستثمار في البنية التحتية المقاولاتية ينبغي أن يُصنّف ضمن أولويات الدولة لتحقيق العدالة الإقتصادية وتحفيز المبادرة المحلية[3].

---

[1] محمد قندوز، واقع البيئة القانونية للمقاولاتية في الجزائر، مجلة القانون والتنمية، جامعة الجزائر، العدد 16، 2021، ص 87

[2] أسماء بوغزالة، إشكالية تمويل المشاريع المقاولاتية في الجزائر، مجلة علوم المال والأعمال، جامعة سطيف، العدد 9، 2023، ص 102

[3] لامية تواتي، أثر البنية التحتية على تنمية المقاولاتية في الجزائر، مجلة إقتصاديات التنمية، جامعة المسيلة، العدد 14، 2022، ص 117

5. الثقافة المقاولاتية: بناء ذهنيات جديدة تنبذ التوظيف التقليدي

الثقافة المقاولاتية هي الأساس النفسي والإجتماعي الذي يدفع الفرد إلى خوض غمار الأعمال الحرة، وتقبّل المخاطرة، والسعي إلى الإبتكار، بدل البحث عن الأمان في الوظيفة العمومية، إلا أن هذه الثقافة ما تزال ضعيفة في المجتمع الجزائري، بسبب عوامل تاريخية ونفسية وإجتماعية، من بينها النظرة السلبية للفشل، والخوف من الغموض القانوني، والميل إلى الريع الإقتصادي لهذا، يتعين على المنظومة التربوية أن تُعيد تشكيل وعي الشباب من خلال زرع روح المبادرة، وتحفيزهم على إنشاء مشاريعهم الخاصة بدل إنتظار فرص التوظيف[1].

6. البيئة الإقتصادية المحلية: محفز أو معرقل للجهود المقاولاتية

البيئة الإقتصادية تُعد من الشروط الجوهرية لنمو المقاولات، إذ تشمل مدى إستقرار الأسواق، توفر فرص الشراكة، ووضوح سياسات الضرائب والتحفيزات في الجزائر، تتأثر المقاولات الصغيرة والمتوسطة بتقلبات أسعار النفط وبتبعية الإقتصاد للقطاع العمومي، مما يجعل بيئة الإستثمار عرضة للمخاطر وعدم اليقين ومن أجل تحفيز المقاولاتية، يجب تنويع الإقتصاد وخلق سوق تنافسية متوازنة تدفع الشباب للإنخراط في مشاريع ذات جدوى وقيمة مضافة[2].

7. التكوين المقاولاتي: لبنة تأسيسية لبناء رواد أعمال ناجحين

لا يمكن الحديث عن مقاولة ناجحة دون تكوين مؤسسي فعّال يُزوّد الشباب بالمعارف اللازمة حول كيفية إعداد دراسة الجدوى، التخطيط المالي، التسويق، والإدارة، إذ يشكل التكوين المقاولاتي إحدى الأدوات الوقائية للحد من فشل المشاريع الناشئة، ورغم المجهودات المبذولة في الجزائر عبر برامج مثل "مدرسة المقاولاتية" في الجامعات، إلا أن التكوين لا يزال نظريًا في كثير من الأحيان،

[1] عبد الله زروقي، الثقافة المقاولاتية كرافعة للإقتصاد الوطني، مجلة التوجهات الحديثة في الإقتصاد، جامعة قسنطينة، العدد 7، 2020، ص 94

[2] نادية مرازقة، تأثير البيئة الإقتصادية على تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، مجلة التنمية الإقتصادية، جامعة الوادي، العدد 10، 2022، ص 81

ما يحدّ من فاعليته، لذلك من الضروري تبني مناهج تطبيقية تتضمن المحاكاة والإحتكاك الواقعي بعالم المال والأعمال[1].

8. آليات المرافقة والدعم: من التوجيه إلى التمكين

تُعد آليات المرافقة التقنية والإدارية والمالية من الأسس الحيوية التي تضمن إستمرارية المشاريع المقاولاتية في مراحلها الأولى، وتشمل هذه الآليات الإرشاد، التكوين المستمر، الحاضنات، الدعم في التسويق، والتسهيلات الجبائية في الجزائر، توجد مؤسسات دعم مثل **ANADE**، **ANGEM**، و**CNAC**، غير أن فعالية هذه الهياكل غالبًا ما تتأثر بالبيروقراطية وقلة المتابعة بعد تمويل المشروع، من هنا يصبح من الضروري إرساء آليات تقييم دورية لهذه الأجهزة وإدماج القطاع الخاص في منظومة المرافقة لضمان جدوى التدخلات[2].

9. الإنفتاح على الأسواق الدولية: توسعة آفاق المقاولة الجزائرية

في ظل العولمة والتكامل الإقتصادي، أصبحت قابلية المشروع المقاولاتي للتوسع خارج الحدود من أهم مقومات النجاح، خاصة عبر التجارة الإلكترونية أو التصدير المباشر، غير أن المقاولات الجزائرية تعاني من ضعف الإنفتاح على الأسواق الدولية بسبب غياب ثقافة التصدير، نقص المعلومات حول الفرص الخارجية، والقيود البيروقراطية في الإجراءات الجمركية، وبالتالي فإن تحفيز الرواد على إعتماد مقاربة دولية يستدعي دعم الدولة من خلال إنشاء منصات معلوماتية وربط المقاولين بشبكات دولية[3].

10. رقمنة المقاولاتية: التحول نحو النماذج الذكية

في عالم يتجه بخطى سريعة نحو الرقمنة، أصبحت التكنولوجيا الرقمية أداة فعالة لتقليص التكاليف، تحسين الوصول إلى الزبائن، وتقديم منتجات مبتكرة، لكن واقع الرقمنة في المقاولات

---

[1] فوزي بوعلام، فعالية التكوين المقاولاتي في ترقية روح المبادرة لدى الطلبة الجامعيين، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، جامعة الجلفة، العدد 19، 2023، ص 105

[2] محمد رحماني، دور أجهزة الدعم في ترقية المؤسسات الناشئة في الجزائر، مجلة إقتصاديات الأعمال، جامعة عنابة، العدد 6، 2021، ص 92

[3] ليلى بن سميشة، إشكالية إنفتاح المقاولات الجزائرية على السوق الدولية، مجلة دراسات إقتصادية، جامعة البليدة، العدد 12، 2023، ص 123

الجزائرية لا يزال محدودًا، إذ تواجه المؤسسات الصغيرة صعوبات في التكيف مع أنظمة التجارة الإلكترونية، الحماية السيبرانية، والتسويق الرقمي، وبالتالي فإن التحول الرقمي يجب أن يكون في قلب السياسات العمومية الموجهة للمقاولات، من خلال تحفيز إستخدام التكنولوجيا وتقديم خدمات رقمية مبسطة عبر منصات موحدة[1].

المطلب الرابع: العوامل المحفزة على المقاولاتية

أصبحت المقاولاتية خيارًا إستراتيجيًا للكثير من الأفراد، بفضل تعدد العوامل المحفزة التي تدفعهم نحو إنشاء مشاريعهم الخاصة، فبين دافع تحقيق الإستقلال المالي، والبحث عن فرص جديدة في السوق، إلى جانب الدعم المؤسسي والمجتمعي، تتكامل هذه العوامل لتخلق بيئة مشجعة على روح المبادرة والإبتكار.

1. التحفيز الذاتي والطموح الشخصي

يعد التحفيز الذاتي حجر الزاوية في إنطلاق أي مشروع مقاولاتي، إذ ينبع من قناعة داخلية لدى الفرد تدفعه نحو التجريب والتغيير، بعيدًا عن التوظيف التقليدي وإنتظار الفرص، غالبًا ما يرتبط هذا الدافع برغبة قوية في تحقيق الإستقلال المالي وصناعة مسار مهني ذاتي، وهو ما يمنح المقاول شعورًا بالسيطرة على حياته المهنية، كما أن الطموح الشخصي يعزز الصبر والمثابرة في مواجهة الصعوبات، وهو ما يميز المقاولين عن غيرهم، إذ يحولون التحديات إلى فرص للتعلم والنمو[2].

2. دعم الأسرة والمحيط الإجتماعي

يلعب الدعم العائلي والمجتمعي دورًا جوهريًا في تحفيز الشباب على خوض تجربة المقاولاتية، خاصة في البيئات التي لا تزال تفضل الوظيفة العمومية التشجيع اللفظي، الدعم المعنوي، وحتى التمويل العائلي، كلها عوامل تسهم في تعزيز الثقة بالنفس وتخفيف المخاطر التي قد يواجهها

[1] نسيم عياشي، الرقمنة كآلية لترقية المقاولاتية في الجزائر، مجلة الإقتصاد الرقمي، جامعة سوق أهراس، العدد 4، 2022، ص 77

[2] نسرين قريشي، أثر الخصائص النفسية في تبني السلوك المقاولاتي، مجلة دراسات إقتصادية، جامعة وهران، العدد 16، 2020، ص 77

المقاول الناشئ، كما أن وجود نماذج مقاولاتية ناجحة داخل الأسرة أو الجوار القريب، يمثل عنصرًا محفزًا وداعمًا على إقتحام عالم الأعمال من خلال تقليد هذه النماذج أو الإستفادة من تجاربها[1].

3. التحفيز الحكومي والمؤسساتي

تُعتبر السياسات الحكومية المشجعة من أبرز المحركات التي تدفع الشباب نحو إنشاء مشاريعهم الخاصة، يتجلى ذلك من خلال برامج الدعم المالي، كالقروض دون فوائد، ومنح إنشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، إلى جانب الإعفاءات الضريبية والتسهيلات الإدارية، هذه الحوافز تُعد بمثابة آليات لإمتصاص البطالة، وتحفيز النشاط الإقتصادي المحلي، وتُظهر إهتمام الدولة بتشجيع روح المبادرة لدى الشباب، غير أن فعالية هذه الآليات تظل مرهونة بجودة التسيير، والشفافية، والتكفل الفعلي بمرافقة الشباب المقاول[2].

4. توفر فرص السوق والحاجات غير الملبّاة

إن توفر حاجات سوقية غير ملباة يُعد من أهم المحفزات التي تدفع الشباب نحو التفكير المقاولاتي، خاصة في البيئات التي تعرف تحولات إقتصادية وإجتماعية متسارعة، فكل نقص في منتج أو خدمة هو فرصة إستثمارية تنتظر من يغتنمها، المقاول الناجح هو من يتمتع بحس استباقي، يقرأ التغيرات، ويستجيب لها بذكاء، من خلال تقديم حلول مبتكرة أو محسّنة، التوجيه الفعّال نحو تحليل السوق وإستكشاف فجواته يُمثل خطوة إستراتيجية لبناء مشروع تجاري ناجح ومستدام.[3]

---

[1] سمير كحلول، التأثير الإجتماعي والعائلي على قرار المبادرة المقاولاتية، مجلة العلوم الإنسانية والإجتماعية، جامعة الأغواط، العدد 10، 2021، ص 102

[2] هاجر بوترعة، دور الدولة في ترقية روح المقاولاتية: دراسة لبرامج الدعم الجزائرية، مجلة الإقتصاد والإدارة، جامعة الجزائر 3، العدد 12، 2022، ص 118

[3] عبد المجيد لعور، أهمية تحليل السوق في تحديد الفرص المقاولاتية، مجلة الإقتصاد الحديث، جامعة المسيلة، العدد 9، 2021، ص 93

5. التعليم والتكوين المقاولاتي

التعليم والتكوين المتخصص في مجال ريادة الأعمال أصبح ضرورة لا غنى عنها، خاصة في الجامعات التي تسعى إلى إعداد الطلبة للإندماج في الحياة الإقتصادية، فالتكوين المقاولاتي الجيد يتيح للطلبة تعلم مهارات التخطيط، التسويق، إدارة الموارد، وتسيير المخاطر، ما يعزز لديهم الثقة في إمكانية تحويل أفكارهم إلى مشاريع قابلة للتطبيق، كما أن إشراك الطلبة في ورشات تطبيقية، ومشاريع محاكاة، يساعدهم على إكتساب تجربة عملية قبل ولوج السوق الحقيقي، مما يزيد من إستعدادهم النفسي والمهني لخوض التجربة المقاولاتية[1].

6. النمو التكنولوجي والتحول الرقمي

وفّرت الثورة التكنولوجية والرقمية فضاءً رحبًا لممارسة المقاولاتية، خاصة للشباب الذين يتمتعون بقدرات عالية على التعامل مع الوسائط الحديثة. المنصات الإلكترونية، التجارة الرقمية، والتطبيقات الذكية أصبحت أدوات قوية لتسويق الأفكار وتنفيذ المشاريع بأقل التكاليف الممكنة، هذا التحول الرقمي خفف من القيود التقليدية التي كانت تحول دون دخول الشباب عالم الأعمال، وفتح آفاقًا واسعة أمام المقاولات الصغيرة والمتناهية الصغر، بما فيها تلك التي تدار من المنزل أو عبر الإنترنت[2].

7. نماذج النجاح والتجارب السابقة

تمثل قصص النجاح والتجارب السابقة مصدر إلهام عميق للشباب الذين يخطون خطواتهم الأولى في عالم المقاولاتية. مشاهدة أقرانهم ينجحون في مشاريع ذات موارد بسيطة أو إنطلاقة متواضعة، يجعل حلم المقاولة أكثر واقعية وأقل خطورة في نظرهم، هذه النماذج تنقل المعرفة من

[1] إيمان بن حليمة، فعالية التكوين المقاولاتي الجامعي في تنمية روح المبادرة، مجلة التعليم العالي والبحث العلمي، جامعة عنابة، العدد 6، 2022، ص 127

[2] عادل سليماني، أثر التحول الرقمي في تعزيز المقاولاتية الناشئة، مجلة التكنولوجيا وريادة الأعمال، جامعة البليدة 2، العدد 3، 2023، ص 60

خلال المثل الحي، وتزرع الثقة بأن النجاح ليس حكرًا على فئة معينة، بل هو متاح لكل من يتحلى بالإرادة والعزيمة والتخطيط السليم[1].

[1] فاطمة بوسماحة، دور قصص النجاح في تنمية الحس المقاولاتي، مجلة التنمية البشرية، جامعة سكيكدة، العدد 4، 2021، ص 86

المبحث الثاني: ماهية السياحة

تُعد السياحة من أقدم الظواهر الإجتماعية والإقتصادية التي عرفها الإنسان، إذ رافقته منذ بداياته الأولى حين كان ينتقل بدافع الإكتشاف أو التبادل، ومع تطور المجتمعات، أصبحت السياحة نشاطًا منظّمًا يرتبط إرتباطًا وثيقًا بالتحضر وإرتفاع مستوى المعيشة وتقدم وسائل النقل، فهي ليست مجرد تنقّل من مكان إلى آخر، بل منظومة متكاملة تتداخل فيها الأبعاد الثقافية والإقتصادية والإجتماعية، بما يجعلها قطاعًا حيويًا ذا تأثير واسع على التنمية المحلية والعالمية، وتكتسب السياحة اليوم أهمية متزايدة بإعتبارها أحد أبرز محركات النمو الإقتصادي وفرص التشغيل في مختلف البلدان[1].

المطلب الأول: مفهوم السياحة

تُعد السياحة ظاهرة إنسانية عابرة للزمن والجغرافيا، نابعة من حاجة داخلية لدى الإنسان للتجديد والهروب من الروتين اليومي، فهي تُعبر عن الرغبة العميقة في التغيير وإكتشاف عوالم جديدة ومختلفة، بما يحقق التوازن النفسي والوجداني، فالسائح لا ينتقل فقط من مكان إلى آخر، بل يخوض تجربة داخلية تفتح له آفاقًا فكرية وروحية أوسع، وتمنحه فرصة التفاعل مع بيئات ثقافية وإجتماعية متنوعة[2].

وقد تطورت السياحة في العصر الحديث لتتحول إلى قطاع إقتصادي حيوي يُساهم في تحريك عجلة التنمية عبر ما توفره من مداخيل مالية معتبرة، وإستحداث فرص عمل دائمة وموسمية، فضلًا عن دورها في تنشيط الأسواق المحلية وتحفيز الإستثمار في الهياكل والخدمات المرتبطة بها، وهو ما يجعلها قطاعًا إستراتيجيًا في كثير من الدول التي تسعى إلى تنويع مصادر دخلها الوطني[3].

ولا تقتصر السياحة على بعدها الإقتصادي فقط، بل تُمثل أيضًا وسيلة ثقافية وتواصليّة فعّالة، فهي تُقرّب الشعوب من بعضها البعض وتُعزز قيم التسامح والإنفتاح من خلال التبادل

[1] عبد القادر بوزيد، مدخل إلى إقتصاديات السياحة. دار الهدى، الجزائر، 2019، ص 15

[2] سميرة بوترعة، السياحة والتنمية الثقافية، دار الفتح، الجزائر، 2020، ص 22

[3] محمد عبد اللاوي، إقتصاديات السياحة ودورها في التنمية، دار الهدى، الجزائر، 2018، ص 37

الثقافي والحضاري المباشر، إذ يتمكن السائح من التفاعل مع العادات والتقاليد المحلية، ويعود غالبًا محمّلًا برؤية أوسع للعالم، في حين يستفيد المجتمع المضيف من هذه الزيارات من خلال الترويج لهويته وموروثه الثقافي، مما يُساهم في ترسيخ صورته عالميًا[1].

وتكمن أهمية السياحة كذلك في كونها قطاعًا مركبًا يتداخل مع قطاعات أخرى مثل النقل، الفندقة، الصناعة التقليدية، والخدمات، ما يجعل من نجاحه رهينًا بتنسيق الجهود بين مختلف الفاعلين من القطاعين العام والخاص، مع إشراك فعّال للمجتمع المحلي في رسم ملامح التنمية السياحية[2].

وفي ظل التوجهات العالمية المعاصرة، أصبحت السياحة تحتل مكانة رئيسية في إستراتيجيات التنمية المستدامة، من خلال تبني أنماط جديدة كالسياحة البيئية، والسياحة الثقافية، والسياحة المجتمعية، التي تراعي خصوصيات البيئة المحلية وتحافظ على الموارد الطبيعية والثقافية، مع ضمان إستفادة السكان المحليين من عوائد النشاط السياحي بطريقة عادلة ومتوازنة، مما يعكس دور السياحة ليس فقط كمصدر للدخل، بل كوسيلة لبناء تنمية متكاملة وإنسانية[3].

تشكل السياحة اليوم أحد أبرز الظواهر الإجتماعية والإقتصادية التي تُجسد تطور المجتمعات وتحولاتها، فهي ليست فقط حركة إنتقال الأفراد من منطقة إلى أخرى بهدف الترفيه أو الإستجمام، بل أصبحت تعبيرًا عن ديناميكية حضارية تعكس درجة إنفتاح الدولة ومدى جاهزيتها لإستقبال الآخر، فبقدر ما يتطور قطاع السياحة، يتضح مدى تقدم البنية التحتية ومستوى الخدمات والوعي المجتمعي بالضيافة والتسامح[4].

ومن الناحية المفاهيمية، يمكن إعتبار السياحة نشاطًا إقتصاديًا وإجتماعيًا مركبًا، يقوم على تنظيم تنقل الأفراد من مناطق إقامتهم إلى مناطق أخرى لمدة مؤقتة لا تتجاوز سنة واحدة، دون

[1] فاطمة الزهراء رزيق، السياحة كآلية للتنمية الثقافية والإجتماعية، دار المعرفة، الجزائر، 2021، ص 44

[2] منير بلحاج، إستراتيجيات تطوير السياحة في الجزائر، دار اليمامة، الجزائر، 2017، ص 51

[3] حكيم بن عيسى، السياحة المستدامة وآفاق التنمية المحلية، دار الكوثر، الجزائر، 2019، ص 63

[4] أسماء زروقي، الإتصال السياحي وتطوير صورة الوجهة، دار الخلدونية، الجزائر، 2020، ص 28

هدف مادي مباشر (كالأجر أو العمل)، ويشمل هذا التنقل الإقامة، الترفيه، الإستهلاك، التفاعل الثقافي، والأنشطة الأخرى المرتبطة بالمجتمع المضيف[1].

ومع تطور التكنولوجيا وسهولة وسائل النقل والإتصال، أصبحت السياحة أكثر إنتشارًا وإنفتاحًا، مما أدى إلى إزدهار أنواع جديدة من السياحة، مثل السياحة البيئية، الثقافية، العلاجية، وحتى السياحة الإفتراضية، وقد أدى هذا التوسع إلى إعادة تعريف السياحة كصناعة قائمة بذاتها، تتطلب إدارة، تخطيطًا، وتطويرًا مستمرًا، لتستجيب لتطلعات السياح ومتطلبات الإستدامة البيئية والإقتصادية[2].

كما ساهمت السياحة في تعزيز الإندماج الثقافي بين الأمم، وكسرت الحواجز النفسية بين الشعوب، فهي بوابة للإكتشاف والتعايش، حيث يقترب السائح من المجتمعات المحلية، فيتعرّف على الموروث الثقافي، ويتذوق المأكولات التقليدية، ويشارك أحيانًا في الطقوس والعادات المحلية، مما يخلق تفاعلًا إنسانيًا راقيًا، تتجاوز فيه العلاقات الأبعاد الإقتصادية إلى أبعاد حضارية[3].

المطلب الثاني: خصائص السياحة

تُعد السياحة من أهم الأنشطة الإقتصادية والإجتماعية في العالم، وتمتاز بجملة من الخصائص التي تميزها عن باقي القطاعات، كطابعها الخدمي وتنوع أشكالها، إلى جانب إرتباطها بالمواسم وتأثيرها المباشر على الإقتصاد والثقافة، هذه الخصائص تجعل من السياحة مجالًا حيويًا يتطلب تخطيطًا وإستثمارًا مستدامًا لضمان إستمراريته وتطوره.

1. خاصية التنوع والتعدد

السياحة ليست نشاطًا موحدًا، بل تتصف بالتنوع الكبير من حيث الأشكال والأنواع، مثل السياحة الثقافية، الشاطئية، البيئية، الدينية، العلاجية، والرياضية، هذا التنوع يجعلها قطاعًا متعدد الأوجه قادرًا على تلبية رغبات شريحة واسعة من السياح بإختلاف إهتماماتهم، كما يسمح هذا

[1] أحمد لعموري، مدخل إلى صناعة السياحة، دار الأمة، الجزائر، 2016، ص 13

[2] سمير شنوف، الإتجاهات الحديثة في السياحة المستدامة، دار النشر الجامعي، الجزائر، 2019، ص 45

[3] نزيهة زهير، الثقافة والسياحة: تفاعلات وتحديات، دار الهدى، الجزائر، 2022، ص 61

التنوع بتحقيق الإستدامة السياحية من خلال تقليل الضغط على وجهات بعينها وتوزيع العائدات على مختلف المناطق[1].

2. خاصية القابلية للتأثر بالظروف الخارجية

السياحة من أكثر القطاعات الإقتصادية تأثرًا بالأزمات السياسية، الصحية والبيئية، فمثلًا جائحة كوفيد-19 أدت إلى شلل شبه تام لحركة السفر العالمية، وهو ما كشف هشاشة البنية السياحية في العديد من الدول، وبذلك تستدعي السياحة وجود سياسات مرنة لإدارة المخاطر والتعافي السريع[2].

3. خاصية موسمية النشاط السياحي

تتأثر السياحة بالمواسم المناخية والدينية والثقافية، حيث تعرف بعض الوجهات ذروة النشاط في فصل الصيف أو خلال مناسبات دينية معينة، هذا التذبذب الموسمي يشكل تحديًا في تسيير الموارد البشرية والمالية ويؤثر على إستقرار المؤسسات السياحية، ولهذا تتجه بعض الدول إلى تطوير سياحة خارج المواسم لتقليل الفوارق[3].

4. خاصية التفاعل الثقافي والاجتماعي

تتيح السياحة فرصًا ثمينة للتقارب بين الشعوب، حيث يكتشف السائح ثقافات جديدة ويتفاعل معها، مما يعزز من التسامح والتفاهم المتبادل، غير أن هذا التفاعل قد يحمل آثارًا سلبية أحيانًا مثل التداخل الثقافي أو تآكل الهوية المحلية، إذا لم يتم تسييره بحكمة[4].

---

[1] سامية بوطالب، الإقتصاد السياحي وتحديات التنمية، دار الهدى، الجزائر، 2020، ص 44

[2] عبد الحكيم بوعلام، إدارة الأزمات في قطاع السياحة، دار الفجر، الجزائر، 2021، ص 91

[3] أمين لعور، الموسمية السياحية: المفهوم والتحديات، دار الخلدونية، الجزائر، 2019، ص 58

[4] نصيرة درارجة، السياحة والتبادل الثقافي، دار الفكر المعاصر، الجزائر، 2018، ص 66

5. خاصية التكامل الإقتصادي

تُعتبر السياحة قطاعًا محركًا لعجلة الإقتصاد الوطني، لما لها من تأثير مباشر وغير مباشر على مختلف القطاعات كالنقل، الفلاحة، الصناعة التقليدية، والخدمات، وبالتالي فإن الإستثمار في السياحة يُعد إستثمارًا في التنمية الشاملة، خاصة إذا تم في إطار رؤية متكاملة ومستدامة[1].

6. خاصية الإعتماد على العنصر البشري

تُعد الموارد البشرية من أهم مقومات نجاح النشاط السياحي، حيث تلعب جودة الخدمات والضيافة دورًا أساسيًا في رضا السائح وتكرار زيارته، ومن هنا تظهر الحاجة إلى التكوين المستمر للعاملين في القطاع السياحي من أجل تحسين الأداء والرفع من مستوى الإحترافية[2].

7. خاصية الإعتماد على الموارد الطبيعية والثقافية

تعتمد السياحة بدرجة كبيرة على الإمكانات الطبيعية (كالشواطئ، الجبال، الصحاري) والثقافية (كالمعالم التاريخية، الموروث الشعبي، المهرجانات)، وهو ما يجعلها مرتبطة إرتباطًا وثيقًا بحماية البيئة والهوية الثقافية، فالإستغلال غير الرشيد لهذه الموارد قد يؤدي إلى تدهورها وفقدان جاذبيتها السياحية، لذا فإن أي تخطيط سياحي لا بد أن يُدرج البُعد البيئي والثقافي ضمن أولوياته[3].

8. خاصية الكثافة المعلوماتية والاتصالية

مع التطور التكنولوجي والإنتشار الواسع للإنترنت، أصبحت السياحة قطاعًا شديد الإرتباط بالتكنولوجيا، سواء في الترويج الإلكتروني، الحجز الرقمي، أو تقييمات الزبائن، وأصبحت المعلومات السياحية متاحة لحظيًا، ما يفرض على الفاعلين في المجال تطوير محتواهم الإعلامي والإستجابة السريعة لحاجات السائح الرقمية[4].

---

[1] علي زروقي، القطاع السياحي كمحرك للتنمية الإقتصادية، دار الأمل، الجزائر، 2022، ص 83

[2] يوسف بلعربي، التكوين المهني في القطاع السياحي، دار التقدم، الجزائر، 2017، ص 49

[3] محمد هني، السياحة والتنمية المستدامة، دار المحترف، الجزائر، 2021، ص 72

[4] نادية مسعودي، التحول الرقمي في قطاع السياحة، دار العلوم، الجزائر، 2022، ص 38

9. خاصية التداخل بين القطاعين العام والخاص

تتسم السياحة بكونها نشاطًا يتداخل فيه كل من القطاع العام (من خلال السياسات والإستراتيجيات والبنى التحتية) والقطاع الخاص (من خلال الفنادق، الوكالات، النقل...). وتُعتبر هذه العلاقة ضرورية لإنجاح أي منظومة سياحية، شرط أن تكون مبنية على التكامل والشراكة الحقيقية[1].

10. خاصية التبعية للأمن والإستقرار

لا يمكن الحديث عن تنمية سياحية في غياب الأمن والإستقرار، فالسائح يبحث دائمًا عن بيئة آمنة لقضاء عطلته، وتُعد صورة الوجهة السياحية عاملًا حاسمًا في إتخاذ قرار السفر، لذلك فإن الأمن السياحي عنصر محوري في الإستراتيجيات السياحية المعاصرة[2].

11. خاصية التأثير في الهجرة المؤقتة

تُحدث السياحة نوعًا من الهجرة المؤقتة، سواء تعلق الأمر بالسياح أو بالعمال الموسميين في القطاع، مما يُنتج ديناميكية إجتماعية وإقتصادية خاصة في المناطق السياحية، لكن هذه الظاهرة قد تخلق ضغوطًا على الخدمات والبنية التحتية المحلية، إذا لم تُدار بشكل مناسب[3]

[1] عبد الجليل قريشي، الحوكمة السياحية في الجزائر، دار الأمان، الجزائر، 2020، ص 55

[2] كمال حماني، السياحة والأمن: أبعاد العلاقة، دار البديل، الجزائر، 2019، ص 69

[3] خديجة بن عودة، الديناميكيات الإجتماعية للسياحة، دار الفكر الجامعي، الجزائر، 2021، ص 60

الجدول رقم (01): خصائص السياحة

الرقم	الخاصية	الشرح
01	الطابع الخدمي	السياحة تعتمد على تقديم الخدمات (الإيواء، الإطعام، النقل، الترفيه...).
02	الطابع غير المادي	المنتج السياحي غير ملموس، فهو تجربة تُستهلك في لحظة تقديمها ولا يمكن تخزينه.
03	التنقل المؤقت	يتطلب انتقال السائح من مكان إقامته إلى وجهة سياحية لفترة مؤقتة.
04	الارتباط بالموسمية	تتأثر السياحة بعوامل موسمية (مناخ، أعياد، عطلات مدرسية...).
05	التنوع الكبير	تشمل أنواعا مختلفة (ثقافية، بيئية، شاطئية، دينية، علاجية...).
06	التكامل بين القطاعات	تتداخل مع قطاعات النقل، البناء، الاتصالات، الصناعة التقليدية، الفندقة...
07	التأثير الاقتصادي والاجتماعي	تسهم في خلق فرص عمل، تنمية المناطق، وتحسين دخل الدولة.
08	الحساسية للأمن والاستقرار	السياحة تتأثر بسرعة بأي اضطراب سياسي، صحي، أو أمني.
09	العلاقة بالبيئة	تعتمد على الموارد الطبيعية والمناظر، وتتطلب الحفاظ على الاستدامة البيئية.
10	الاعتماد على الترويج والتسويق	نجاح الوجهات السياحية يتوقف على الحملات الترويجية والسمعة الجيدة.

المصدر: من إعداد الطالب

المطلب الثالث: أنواع السياحة

تتعدد أنواع السياحة وفقًا للغرض الذي يسعى إليه السائح، أو حسب النشاط الممارس، أو حسب الموقع الجغرافي، ويُعد هذا التنوع في أنواع السياحة إنعكاسًا مباشرًا للتطور في الحاجات والرغبات الفردية والجماعية، إضافة إلى التغيرات التي تطرأ على نمط حياة الأفراد والمجتمعات.

1. السياحة الترفيهية:

تُعد السياحة الترفيهية من أكثر أنواع السياحة شيوعًا وإنتشارًا على المستوى العالمي، حيث تهدف إلى الترفيه والإستجمام والإبتعاد عن الضغوط اليومية، عادةً ما يُقبل السياح على المناطق الساحلية أو الطبيعية أو الأماكن التي توفر خدمات الرفاهية والراحة، تندرج ضمنها رحلات الصيف نحو الشواطئ أو التوجه نحو المنتجعات الجبلية أو الصحراوية[1].

2. السياحة الثقافية:

يُقبل السائح في هذا النوع على إكتشاف التراث الحضاري والتاريخي للشعوب، وزيارة المعالم الأثرية والمتاحف، والتفاعل مع العادات والتقاليد المحلية، وتُعتبر السياحة الثقافية وسيلة فعّالة للحوار بين الحضارات، ونشر قيم التفاهم والإنفتاح في الجزائر، تشمل زيارة مواقع مثل تيمقاد، جميلة، وقصور الجنوب الكبير.[2]

3. السياحة البيئية:

تركز السياحة البيئية على استكشاف المناطق الطبيعية المحمية، كالجبال، الغابات، الصحاري، والبحيرات، مع إحترام النظم البيئية والحد من تأثير الإنسان يتفاعل السائح مع الطبيعة من دون الإضرار بها، وتشجع هذه السياحة على الإستدامة البيئية في الجزائر، بتنوعها البيئي من التاسيلي إلى الحظائر الوطنية، تشكل وجهة واعدة لهذا النوع[3].

4. السياحة الدينية:

[1] سامي بن عمار، مقدمة في علم السياحة، دار الثقافة، الجزائر، 2019، ص 48

[2] نادية زروقي، السياحة الثقافية في الجزائر، دار المعرفة، الجزائر، 2021، ص 66

[3] حياة بوعلام، السياحة الإيكولوجية: البديل المستدام، دار الهدى، الجزائر، 2022، ص 81

تتمثل في زيارة الأماكن المقدسة وأداء الشعائر الدينية أو التعبدية، مثل الحج والعمرة، أو زيارة الأضرحة والمقامات في الجزائر، توجد مقاصد روحية عديدة مثل زاوية الهامل أو ضريح سيدي عبد الرحمن الثعالبي[1].

5. السياحة العلاجية:

تهدف إلى تحسين الصحة النفسية أو الجسدية للسائح، من خلال زيارة مراكز العلاج الطبيعي، مثل الحمامات المعدنية، أو المنتجعات الطبية، أو العيادات المتخصصة في الجزائر تحتوي على عدة حمامات معدنية ذات خصائص علاجية في كل من قالمة، سطيف، بسكرة.[2]

6. السياحة الرياضية:

يتنقل السائح في هذا النوع لممارسة أو متابعة أنشطة رياضية، مثل تسلق الجبال، التزلج على الرمال، أو حضور الفعاليات الرياضية الكبرى، وقد أصبحت الجزائر وجهة لبعض الرياضات الصحراوية والجبلية، مثل رالي الصحاري وسباقات الهجن[3].

7. سياحة الأعمال والمؤتمرات:

تنتقل فئة من السائحين لحضور مؤتمرات، ملتقيات، أو معارض مهنية، ورغم أن هذا النوع يتركز في الدول المتقدمة، إلا أن الجزائر بدأت في السنوات الأخيرة بتطوير البنية التحتية لإحتضانه، من خلال قاعات المؤتمرات والفنادق الكبرى[4].

8. السياحة الريفية:

[1] عبد القادر العمري، السياحة الدينية ودورها في بناء الهُوية الثقافية، دار الإمام، الجزائر، 2020، ص 37

[2] فتيحة لخضر، السياحة العلاجية في الجزائر: الإمكانيات والتحديات، دار الفجر، الجزائر، 2021، ص 53

[3] إلياس سحنون، السياحة والرياضة: آفاق التكامل، دار البديل، الجزائر، 2019، ص 60

[4] عبد العزيز منصوري، السياحة المهنية في الجزائر: الإمكانات والرهانات، دار الأمة، الجزائر، 2020، ص44

تهدف إلى إحياء المناطق الريفية من خلال إستقبال السياح الباحثين عن التجربة الأصيلة البسيطة، مثل المبيت في القرى، المشاركة في الأنشطة الزراعية، وتذوق الأكلات المحلية، وهي وسيلة لدعم التنمية المحلية وتشجيع الشباب على البقاء في الريف[1].

9. السياحة الصحراوية:

من الأنواع الفريدة التي تنفرد بها الجزائر بفضل شساعتها الصحراوية، حيث يجذب الجنوب الجزائري الزوار بطبيعته الصحراوية الخلابة، وهندسته المعمارية، وثقافته العريقة، تعتبر تمنراست، جانت، والمنيعة من أبرز وجهات هذا النوع[2].

المطلب الرابع: مؤشرات السياحة

تُعد مؤشرات السياحة أداة أساسية لقياس أداء القطاع السياحي وتقييم مدى مساهمته في الإقتصاد الوطني، فهي تعكس حجم النشاط السياحي من خلال معطيات مثل عدد السياح، العائدات المالية، معدلات الإشغال، وغيرها من البيانات الكمية والنوعية، مما يساعد في وضع السياسات وتوجيه الإستثمارات بشكل فعّال ومستدام.

1. عدد السياح الوافدين:

يُعتبر عدد السياح الوافدين إلى بلد معين من المؤشرات الأساسية لتقييم مدى جاذبية الوجهة السياحية على المستوى الدولي، إذ يعكس هذا المؤشر ليس فقط أداء القطاع السياحي، بل يُعد أيضًا مرآة تعكس مدى الإستقرار السياسي والأمني في البلاد، وجودة البنية التحتية السياحية، وسهولة الإجراءات الإدارية كالحصول على التأشيرة، إضافة إلى كفاءة الحملات الترويجية، كما

[1] فوزية درار، السياحة الريفية والتنمية المستدامة، دار الأصالة، الجزائر، 2022، ص 38

[2] رابح ساعد، السياحة الصحراوية في الجزائر، دار التنوير، الجزائر، 2020، ص70

يساهم هذا المؤشر في دعم خطط التنمية السياحية، وتوجيه الإستثمارات نحو الوجهات التي تشهد تزايدًا في عدد الزوار[1].

2. الإيرادات السياحية:

تُعد الإيرادات السياحية الناتجة عن إنفاق السياح من أبرز المؤشرات التي تقيس الأثر الإقتصادي المباشر للقطاع السياحي، حيث تشمل هذه الإيرادات مداخيل الفنادق، المطاعم، وسائل النقل، والمواقع السياحية، وتزداد أهمية هذا المؤشر عندما يتم ربطه بتحقيق التنمية المحلية في المناطق السياحية من خلال خلق الثروة ودعم المشاريع الصغيرة والمتوسطة، كما أنه يلعب دورًا مهمًا في تقوية ميزان المدفوعات الوطني من خلال جلب العملة الصعبة، وتقليص العجز التجاري[2].

3. متوسط مدة الإقامة:

يُعد متوسط مدة إقامة السائح مؤشرًا حاسمًا في تحديد مدى قدرة الوجهة السياحية على الاحتفاظ بالسياح، ويعكس مدى تنوع الأنشطة السياحية ومستوى الراحة والبنية التحتية المقدمة، كلما طالت مدة الإقامة، زادت الإيرادات الناتجة عن الإنفاق الفردي، وهو ما يدفع الجهات السياحية إلى الإستثمار في تحسين البرامج الثقافية والترفيهية لضمان إطالة بقاء الزائر، كما يمكن أن يكون هذا المؤشر دليلاً على مستوى رضا السياح وجودة الخدمات المقدمة[3].

4. معدل إشغال المؤسسات الفندقية:

يمثل هذا المؤشر نسبة استغلال الطاقات الإيوائية المتاحة في الفنادق ومرافق الإقامة الأخرى، ويعد من المؤشرات التشغيلية التي تعكس النشاط السياحي اليومي والسنوي، فإرتفاع هذا المعدل يدل على إنتعاش الطلب، وبالتالي فهو دليل على فاعلية التسويق السياحي، ونجاعة عروض الإقامة، وتزامنها مع الأحداث الموسمية كالمهرجانات أو العطل الرسمية، كما يُستخدم هذا المؤشر من قبل المستثمرين لتقدير مردودية مشاريع الإيواء السياحي[4].

---

[1] نادية زروقي، التحليل الإحصائي للسياحة في الجزائر، دار المعرفة، الجزائر، 2021، ص 55

[2] حياة بوعلام، السياحة كمحرك للنمو الإقتصادي، دار الهدى، الجزائر، 2022، ص 69

[3] رفيق بن شارف، مؤشرات أداء القطاع السياحي في الجزائر، دار البديل، الجزائر، 2020، ص 40

[4] عبد العزيز منصوري، تقييم الإستثمار السياحي، دار الأمة، الجزائر، 2020، ص 75

5. الميزان السياحي (الفرق بين السياحة الوافدة والسياحة المغادرة):

يمثل الميزان السياحي الفرق بين إيرادات السياحة الوافدة والنفقات التي ينفقها المواطنون في السياحة الخارجية، ويُعتبر مؤشرًا إستراتيجيًا لتحديد مدى مساهمة السياحة في دعم الإقتصاد الوطني، كلما كانت السياحة الوافدة أكبر من المغادرة، إرتفعت مساهمة القطاع في توفير العملات الأجنبية، وإرتفع مستوى الإكتفاء الذاتي السياحي، ويمكن لهذا المؤشر أن يوجه السياسات العمومية لتعزيز السياحة الداخلية وتحسين العرض المحلي[1].

6. مؤشرات جودة الخدمات السياحية:

لا تقتصر مؤشرات تقييم السياحة على الكم بل تشمل النوع، حيث أصبحت جودة الخدمة من العوامل الحاسمة في جذب السياح والحفاظ عليهم. تشمل هذه الجودة حسن الإستقبال، النظافة، إحترافية العاملين، توفر المعلومة السياحية، وفاعلية الشكاوى، كما تعتمد المنظمات السياحية الحديثة على مراجعات السياح الإلكترونية ومؤشرات رضا العملاء لتقويم الأداء وتحسينه، فالجودة اليوم تُعدّ عنصرًا تنافسيًا في ظل التشابه الكبير في المقاصد السياحية[2].

7. فرص العمل السياحي:

تعتبر السياحة من القطاعات التي تولّد عددًا كبيرًا من فرص العمل، سواء مباشرة في الفنادق والوكالات، أو غير مباشرة في قطاعات كالنقل والحرف اليدوية، لذلك فإن تتبع هذا المؤشر يساعد في قياس الدور الإجتماعي للسياحة في تقليص البطالة وتحقيق الإندماج المهني، خاصة بين الشباب والنساء، كما يسهم في تقوية الإقتصاد المحلي وتحقيق العدالة المجالية من خلال خلق فرص عمل في المناطق الريفية والجبلية[3].

8. مؤشرات الإستدامة البيئية في السياحة:

[1] فتيحة لخضر، الميزان السياحي وأثره على الإقتصاد الوطني، دار الفجر، الجزائر، 2021، ص 58

[2] إلياس سحنون، تجربة السائح وجودة الخدمات، دار البديل، الجزائر، 2019، ص 82

[3] فوزية درار، السياحة والتشغيل المحلي في الجزائر، دار الأصالة، الجزائر، 2022، ص 64

برزت أهمية هذا المؤشر في السنوات الأخيرة مع تزايد الوعي بالحفاظ على البيئة والموارد الطبيعية، ويقيس مدى إلتزام النشاط السياحي بعدم الإضرار بالمنظومة البيئية، من خلال مراقبة إستهلاك الطاقة، إدارة النفايات، الحفاظ على التنوع البيولوجي، والمساهمة في توعية السياح، كما تكتسب السياحة البيئية إهتمامًا عالميًا، ما يجعل من هذا المؤشر أحد معايير التقييم الدولية لجودة الوجهة السياحية[1].

9. نسبة تكرار زيارة السائح لنفس الوجهة:

هذا المؤشر يُستخدم لقياس مدى رضا السائح عن تجربته السابقة في الوجهة السياحية، وهو من أكثر المؤشرات دقة في تقييم جودة الخدمات ومدى جاذبية الوجهة، فالسائح الذي يقرر العودة مرة أخرى غالبًا ما وجد قيمة حقيقية في العرض السياحي، سواء من حيث جودة الإقامة، الأمان، أو التنوع الثقافي والترفيهي، فنسبة التكرار العالية تعكس ولاءً سياحيًا يصعب تحقيقه في بيئات تنافسية[2].

10. عدد الرحلات السياحية الداخلية:

يمثل هذا المؤشر مدى إقبال المواطنين المحليين على إستكشاف بلدهم، ويعد من المؤشرات الحيوية لتقييم نجاح سياسات السياحة الداخلية، فزيادة عدد الرحلات الداخلية يعني إرتفاع الوعي الثقافي والمجتمعي بأهمية السياحة، كما يعكس توفر بنية تحتية مناسبة وأسعارًا في متناول الزائر المحلي، هذا المؤشر يساعد أيضًا على تخفيف الضغط عن الوجهات التقليدية وتوزيع النشاط السياحي بشكل أكثر عدالة[3].

11. التنوع في جنسيات السياح:

[1] رابح ساعد، السياحة المستدامة والتوازن البيئي، دار التنوير، الجزائر، 2020، ص 46

[2] سمير بن عبو، ولاء السائح وجودة الخدمات السياحية، دار النجاح، الجزائر، 2021، ص 92

[3] خديجة عبد الحق، السياحة الداخلية والتنمية المستدامة، دار المحيط، الجزائر، 2020، ص 71

يُعد هذا المؤشر علامة على الإنفتاح العالمي للدولة المضيفة، ويُقاس من خلال تنوع الجنسيات القادمة للسياحة، فكلما زاد هذا التنوع، زادت دلالة الجاذبية الدولية للوجهة السياحية، كما يُشير إلى نجاح الحملات الترويجية خارج الأسواق التقليدية، إضافةً إلى ذلك فإن التنوع الثقافي يخلق ديناميكية إقتصادية وفكرية غنية، ويعزز من ثقافة التعايش والتسامح[1].

12. نسبة النمو السنوي في عدد السياح:

هذا المؤشر يُظهر تطور القطاع السياحي من سنة لأخرى، ويُعد من بين أهم المقاييس التي تُعتمد في وضع السياسات العمومية المستقبلية، فالنمو الإيجابي والمستمر يشير إلى فعالية الإستراتيجيات المنتهجة، في حين أن الإنخفاض قد يكون مؤشرًا على أزمات إقتصادية أو سياسية أو حتى على تدهور نوعية الخدمات[2].

13. معدل الإنفاق الفردي للسائح:

من أهم المؤشرات الإقتصادية، إذ يُقاس متوسط ما ينفقه كل سائح خلال إقامته، ويشمل ذلك الإقامة، التنقل، الطعام، والتسوق، هذا المؤشر يُساعد على تحديد نوعية السياحة المستقطبة: هل هي سياحة رفاهية، أم سياحة إقتصادية؟ ويُمكن من خلاله تطوير العروض السياحية لتتناسب مع فئات ذات قدرة شرائية أعلى، ما يعود بالفائدة على الإقتصاد الوطني[3].

14. عدد المواقع السياحية المسجلة ضمن التراث العالمي:

يمثل عدد المواقع السياحية والثقافية والطبيعية المدرجة في قائمة اليونسكو مؤشراً هاماً على القيمة التاريخية والبيئية التي تحوزها الدولة، فكلما إرتفع هذا العدد زادت القيمة الرمزية والجاذبية السياحية للبلد، وإرتفع تصنيفه عالمياً، كما تؤثر هذه المواقع بشكل إيجابي على تدفق السياح المهتمين بالثقافة والتراث[4].

---

[1] محمد قرفي، التسويق السياحي والتنوع الثقافي، دار الرواد، الجزائر، 2022، ص 58

[2] مراد خليفي، مؤشرات التنمية السياحية في الجزائر، دار التقدم، الجزائر، 2021، ص 66

[3] جميلة مهني، سلوك السائح وتحليل الإنفاق السياحي، دار البيان، الجزائر، 2022، ص 84

[4] طارق صايم، السياحة الثقافية وحماية التراث، دار الفنون، الجزائر، 2019، ص 49

المبحث الثالث: المقاولاتية السياحية

تُعد المقاولاتية السياحية إحدى الركائز الحديثة لدفع عجلة التنمية الإقتصادية المحلية والوطنية، حيث تمثل التقاءً بين روح المبادرة الفردية والفرص المتاحة في القطاع السياحي، فقد بات من الواضح أن السياحة لم تعد مقتصرة على الدولة كمستثمر وحيد، بل أصبح للقطاع الخاص والمبادرات الفردية دور محوري في تطوير عروض سياحية مبتكرة، تلبي تطلعات الزوار وتواكب التحولات العالمية، كما تُوفر المقاولاتية السياحية بيئة خصبة لخلق فرص العمل وتعزيز الإستثمار في المناطق الريفية والحضرية، بما يساهم في تنمية متوازنة وشاملة[1].

المطلب الأول: تعريف المقاولاتية السياحية

تُشير المقاولاتية السياحية إلى عملية إنشاء وتطوير مشاريع اقتصادية صغيرة أو متوسطة الحجم في القطاع السياحي، تكون مبنية على روح المبادرة الفردية، وتستند إلى إبتكار خدمات أو منتجات تلبي إحتياجات السياح، مع مراعاة خصوصيات الوجهة السياحية المستهدفة، وهي تُمثل ديناميكية إقتصادية ترتكز على إستثمار الموارد المحلية (كالثقافة، والتاريخ، والطبيعة) من طرف أفراد أو مجموعات، تسعى لتحقيق أرباح مع المساهمة في تنشيط الإقتصاد المحلي[2].

[1] ناصر بوخاري، المقاولاتية السياحية ورهان التنمية المحلية، دار الهدى، الجزائر، 2021، ص 12

[2] سمير بن خلاف، ريادة الأعمال في السياحة: مدخل للتنمية المحلية المستدامة، دار الخلدونية، الجزائر، 2020، ص 45

من جانب آخر، تُعتبر المقاولاتية السياحية منهجًا يجمع بين الفكر الريادي والقدرة على إستكشاف الفرص المتاحة في القطاع السياحي، سواء من خلال إنشاء وكالات سفر، أو مشاريع للإيواء الريفي، أو أنشطة ترفيهية مستحدثة، ويشمل ذلك إستحداث أفكار مبتكرة في التسويق، والعرض السياحي، والتجارب الثقافية، بما يسهم في تنويع العرض السياحي وجذب شرائح جديدة من السياح[1].

كما أن المقاولاتية السياحية تُعد ركيزة لتنمية مستدامة، إذ تتيح توظيف الشباب وتُعزز من دور المرأة في الإقتصاد المحلي، خاصة في المناطق ذات الجذب السياحي غير المستغل، فهي تُمكّن الأفراد من خلق مشاريع ترتكز على بيئتهم وموروثهم الثقافي، ما يساهم في الحفاظ على الهوية المحلية وتعزيز التماسك الإجتماعي[2].

1. المقاولاتية السياحية كآلية لتحريك الإقتصاد المحلي:

تُجسد المقاولاتية السياحية توجهاً إقتصادياً إستراتيجياً يقوم على توظيف روح المبادرة الفردية لإستغلال المؤهلات السياحية المتوفرة محلياً، كالمواقع الطبيعية، والمعالم التاريخية، والعادات والتقاليد، فهي تساهم في تحريك عجلة الإقتصاد المحلي عبر خلق فرص عمل مباشرة وغير مباشرة، وتنويع مصادر الدخل، خاصة في المناطق الريفية أو المناطق التي تعاني من التهميش التنموي[3].

2. المقاولاتية السياحية كرافد للإبتكار السياحي:

لا تقتصر المقاولاتية السياحية على تكرار نماذج تقليدية للنشاط السياحي، بل تعتمد في جوهرها على الإبداع والإبتكار، إذ يسعى رائد الأعمال السياحي إلى تقديم تجربة سياحية متفردة

[1] أحمد بوضياف، المقاولاتية في قطاع السياحة: الواقع والآفاق، المؤسسة الوطنية للفنون المطبعية، الجزائر، 2019، ص 71

[2] فاطمة الزهراء لطرش، أثر المقاولاتية السياحية في التنمية الريفية، دار هومة، الجزائر، 2022، ص 89

[3] عبد القادر بوحالة، دور المقاولاتية السياحية في تحفيز الإقتصاد المحلي، دار الجامعي، الجزائر، 2020، ص 33

ومتكاملة، تتماشى مع متطلبات السياح العصريين، سواء من خلال تصميم مسارات سياحية غير مألوفة، أو عبر تقديم خدمات ضيافة تتسم بالأصالة والجودة[1].

3. المقاولاتية السياحية في ظل التحول الرقمي:

أصبحت التكنولوجيا الرقمية أداة رئيسية في تطوير المقاولاتية السياحية، حيث أتاح التحول الرقمي لرائد الأعمال فرصًا واسعة لتسويق خدماته عبر الإنترنت، وإنشاء تطبيقات للحجز الفوري، والترويج الرقمي للمناطق السياحية، وهذا ما وسع دائرة الوصول إلى الزبائن، وعزز التنافسية حتى في المشاريع الصغيرة[2].

4. المقاولاتية السياحية والتنمية المستدامة:

تمثل المقاولاتية السياحية خيارًا ملائمًا لتحقيق التنمية المستدامة، لأنها تدفع نحو إستغلال الموارد المحلية بشكل عقلاني، وتعزز المحافظة على البيئة والموروث الثقافي، وتدفع بالسكان المحليين ليكونوا شركاء في العملية التنموية، لا مجرد مستفيدين منها[3].

المطلب الثاني: أهمية المقاولاتية السياحية

تُعتبر المقاولاتية السياحية من الركائز الأساسية لتطوير قطاع السياحة وتعزيز دوره الإقتصادي والإجتماعي في المجتمعات.

1. دعم الإقتصاد المحلي وتنشيط الدورة الإقتصادية:

تُعد المقاولاتية السياحية رافعة حقيقية لتحريك عجلة الإقتصاد المحلي، خصوصاً في المناطق التي تمتلك مؤهلات طبيعية وثقافية لكنها تفتقر للإستثمار الكبير، فهي توفر فرص عمل مباشرة في قطاعات الإيواء، والإطعام، والنقل السياحي، بالإضافة إلى فرص غير مباشرة في الحرف

[1] هاجر درارجة، الإبتكار السياحي والمقاولاتية: مقاربة تكاملية، مجلة إقتصاديات السياحة، جامعة وهران، العدد8، 2021، ص 52

[2] ناصر زروقي، ريادة الأعمال السياحية في العصر الرقمي، دار الأمل، الجزائر، 2022، ص 60

[3] ليلى يعلاوي، السياحة المستدامة ودور ريادة الأعمال في تفعيلها. مجلة التنمية السياحية، جامعة سطيف، العدد 5، 2020، ص 39

والصناعات التقليدية، هذا التنوع في خلق الأنشطة الإقتصادية يؤدي إلى تدوير المال داخل المجتمع المحلي وتقليل الإعتماد على القطاعات التقليدية[1].

2. خلق روح المبادرة وتعزيز ثقافة المقاولاتية لدى الشباب:

من أبرز الأدوار التي تلعبها المقاولاتية السياحية أنها تشجع الشباب على الإبتكار وتحمل المسؤولية، من خلال إنشاء مشاريع صغيرة قائمة على أفكار محلية مستوحاة من التراث أو البيئة الطبيعية، وهذا يسهم في تقليص نسب البطالة ويحفز على بروز جيل جديد من رواد الأعمال المحليين القادرين على التكيف مع التغيرات السياحية[2].

3. المساهمة في إستدامة التنمية السياحية:

تُعد المقاولاتية السياحية آلية فعالة لتحقيق التنمية السياحية المستدامة، كونها تشجع على إستغلال الموارد المحلية دون إستنزافها، مع الحفاظ على الطابع الثقافي والبيئي للمناطق السياحية، كما أن المشاريع المقاولاتية غالباً ما تتبنى نماذج صديقة للبيئة وتسهم في تعزيز الوعي البيئي لدى الساكنة والزوار[3].

4. دعم التنوع السياحي وتطوير عروض سياحية جديدة:

تسمح المقاولاتية السياحية بتقديم منتجات وخدمات مبتكرة تتماشى مع تطورات الطلب السياحي، مثل السياحة البيئية، والسياحة الثقافية، وسياحة المغامرة، وهذا التنوع يُمكّن من جذب شرائح متعددة من السياح، سواء المحليين أو الأجانب، ويوسع خارطة الوجهات السياحية داخل الدولة[4].

---

[1] هاجر درارجة، الإبتكار السياحي والمقاولاتية: مقاربة تكاملية، مجلة إقتصاديات السياحة، جامعة وهران، العدد 8، 2021، ص 58

[2] عبد القادر بوحالة، دور المقاولاتية السياحية في تحفيز الإقتصاد المحلي، دار الجامعي، الجزائر، 2020، ص 41

[3] ليلى يعلاوي، السياحة المستدامة ودور ريادة الأعمال في تفعيلها، مجلة التنمية السياحية، جامعة سطيف، العدد 5، 2020، ص 44

[4] ناصر زروقي، مرجع سابق، ص 66

5. تعزيز الهوية الثقافية والترويج للتراث المحلي:

تعمل المقاولاتية السياحية على إبراز الموروث الثقافي والهوية المحلية من خلال مشاريع قائمة على التقاليد، والمطبخ المحلي، والحرف اليدوية، مما يعزز من جاذبية الوجهة السياحية، كما أنها تمنح السكان المحليين دورًا محوريًا في تقديم ثقافتهم وإرثهم بطريقة منظمة ومدرة للدخل[1].

6. تشجيع الإندماج الإجتماعي وتمكين الفئات الهشة:

تلعب المقاولاتية السياحية دورًا مهمًا في دمج الفئات المهمشة كالشباب العاطلين عن العمل، والنساء الريفيات، والأشخاص ذوي الإحتياجات الخاصة، من خلال منحهم فرصًا لخلق مشاريع صغيرة ومتوسطة تتماشى مع قدراتهم ومؤهلاتهم، هذا الإندماج يعزز الإستقرار الإجتماعي ويقلل من التفاوتات الإجتماعية داخل المجتمعات السياحية[2].

7. تشجيع الشراكة بين القطاعين العام والخاص:

تُعتبر المقاولاتية السياحية نقطة التقاء بين المبادرات الفردية والدعم المؤسساتي، ما يخلق أرضية خصبة للشراكة بين الدولة والمستثمرين الخواص، خصوصًا في مجالات البنية التحتية، التكوين، الترويج السياحي، وتمويل المشاريع، هذه الشراكة تُفضي إلى توسيع قاعدة الإستثمار وتنويع مصادر التمويل[3].

8. تطوير المهارات وتعزيز رأس المال البشري:

[1] سهام حملاوي، السياحة الثقافية والتنمية المحلية، مجلة التراث والتنمية، جامعة تبسة، العدد 6، 2021، ص 29

[2] نادية بوشامة، تمكين المرأة الريفية عبر المقاولاتية السياحية، مجلة قضايا التنمية، جامعة باتنة، العدد 3، 2020، ص 52

[3] عبد الكريم قريشي، الشراكة العمومية–الخاصة كآلية لدعم السياحة المقاولاتية، دار الخلدونية، الجزائر، 2021، ص 61

توفر المقاولاتية السياحية مجالًا واسعًا للتكوين والتدريب، سواء في مجالات التسيير، الفندقة، الإرشاد السياحي، أو التسويق الرقمي، وهذا يُسهم في رفع كفاءة العاملين في القطاع السياحي ويعزز من جاهزيتهم لمواكبة متطلبات السوق الوطنية والدولية[1].

9. الحد من الهجرة القروية والمحافظة على التوازن الجغرافي:

من خلال خلق مشاريع سياحية محلية تضمن دخلاً مستقرًا، تساهم المقاولاتية السياحية في تثبيت السكان في مواطنهم الأصلية، خصوصًا في المناطق الريفية والجبلية، وهذا يُساعد على الحد من النزوح نحو المدن ويحافظ على التوازن الجغرافي بين الأقاليم[2].

10. تحفيز الإبتكار التكنولوجي في المجال السياحي:

أصبحت المقاولاتية السياحية رافعة لتطوير الحلول التكنولوجية، مثل التطبيقات السياحية، الحجز الإلكتروني، الخرائط التفاعلية، والواقع الإفتراضي، وتفتح هذه الإبتكارات آفاقًا جديدة لتجربة سياحية أكثر إحترافية، وتُسهم في تحسين جودة الخدمات المقدمة للسياح[3].

11. إستغلال وتثمين التراث الثقافي والطبيعي المحلي:

تُساهم المقاولاتية السياحية في إبراز التراث الثقافي غير المادي والمادي من خلال تحويله إلى منتج سياحي مربح، مثل تنظيم الجولات الثقافية، أو إعادة توظيف المباني التاريخية كمرافق

---

[1] سمية بن عمر، تنمية الموارد البشرية في السياحة الجزائرية، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، جامعة ورقلة، العدد 14، 2020، ص 80

[2] حسين طواهرية، المقاولاتية السياحية وأثرها على إستقرار السكان في الأرياف، مجلة الإقتصاد الجهوي، جامعة المدية، العدد 9، 2022، ص 37

[3] مراد شابي، التحول الرقمي في السياحة الجزائرية: نحو رؤية مقاولاتية، مجلة الدراسات المستقبلية، جامعة الجزائر 3، العدد 7، 2021، ص 90

سياحية، أو الترويج للحرف التقليدية، وهذا يُؤدي إلى الحفاظ على الهوية الثقافية المحلية مع تحقيق مردودية إقتصادية[1].

12. تنشيط الإقتصاد المحلي وتحقيق الدورة الإقتصادية الداخلية:

من خلال المقاولات السياحية الصغيرة والمتوسطة، يتم تنشيط مختلف القطاعات المرتبطة بها مثل النقل، الحرف، الزراعة، والصناعات التقليدية، هذا التداخل يخلق ما يُعرف بالدورة الإقتصادية المحلية التي ترفع من مستوى الدخل العام وتحفز على تنمية مستدامة متكاملة[2].

13. تعزيز التنافسية السياحية للوجهات المحلية:

بفضل الإبداع الذي تقدمه المقاولاتية السياحية في تقديم خدمات وتجارب جديدة، ترتفع قدرة المناطق السياحية على المنافسة محليًا ودوليًا، ما يُسهم في تحسين جودة العرض السياحي ويزيد من إستقطاب السياح الأجانب[3].

14. خلق فرص للعمل الموسمي والدائم:

[1] عبد الحق حشيشي، السياحة الثقافية كخيار إستراتيجي في الإقتصاد المقاولاتي، مجلة التراث والتنمية، جامعة سوق أهراس، العدد 4، 2022، ص 74

[2] أمينة بوخاري، أثر المقاولاتية السياحية على الإقتصاد المحلي في الجزائر، دار الأمل، وهران، 2020، ص 101

[3] نوال زروقي، تعزيز التنافسية السياحية من خلال ريادة الأعمال المحلية، مجلة السياحة والإبتكار، جامعة تيزي وزو، العدد 2، 2021، ص 59

تُوفر المقاولاتية السياحية وظائف متعددة، سواء موسمية خلال فترات الذروة السياحية، أو دائمة في مشاريع الإيواء، النقل، الإرشاد، والضيافة، وهذا يقلل من البطالة، خاصة في المناطق السياحية الريفية أو الساحلية[1].

15. الإسهام في تحسين صورة الجزائر كوجهة سياحية:

تلعب المقاولاتية السياحية دورًا في بناء صورة إيجابية عن الجزائر من خلال المشاريع المبتكرة التي تقدم تجارب أصيلة وآمنة للسياح، وتُسهم في الترويج الذاتي عبر الإعلام الرقمي والسوشيال ميديا[2].

المطلب الثالث: المقاولاتية كأداة للتنمية السياحية

تُعتبر المقاولاتية (ريادة الأعمال) من الأدوات الحيوية والأساسية في تعزيز التنمية السياحية، حيث تلعب دورًا محوريًا في خلق فرص جديدة، وتحسين جودة الخدمات، وتنويع المنتجات السياحية.

[1] فتيحة بوعنان، العمل الموسمي في القطاع السياحي وآفاقه المقاولاتية، مجلة الإقتصاد والسياحة، جامعة مستغانم، العدد 8، 2022، ص 91

[2] عبد الجليل حجاج، الدبلوماسية السياحية والمقاولاتية: نحو إعادة تسويق الجزائر سياحيًا، مجلة السياسة والعلاقات الدولية، جامعة الجزائر 1، العدد 3، 2023، ص 43

الجدول رقم(02): المقاولاتية كأداة للتنمية السياحية

الرقم	مجال التأثير	دور المقاولاتية
01	خلق فرص العمل	إنشاء مؤسسات صغيرة (فنادق، مطاعم، وكالات سفر...) تُوفر مناصب شغل محلية.
02	تنمية المناطق الريفية	استغلال الموارد السياحية المحلية (تراث، طبيعة، تقاليد) عبر مشاريع مقاولاتية.
03	الابتكار في الخدمات	تطوير حلول رقمية (تطبيقات حجوزات، إرشاد سياحي، تسويق إلكتروني).
04	جذب السياح	تحسين تجربة السائح عبر خدمات جديدة ومخصصة (جولات سياحية، سياحة المغامرة...).
05	استغلال التراث المحلي	إنشاء مشاريع تُعيد إحياء الصناعات التقليدية والمنتجات الثقافية.
06	التنمية المستدامة	دعم مشاريع سياحية بيئية تحافظ على الموارد وتحترم الثقافة المحلية.
07	تحسين البنية التحتية	مشاركة المقاولين في بناء أو إدارة مرافق سياحية (نزل، مراكز معلومات، مواقف سيارات).
08	تحقيق اللامركزية السياحية	خلق مشاريع سياحية في المناطق غير المعروفة، مما يخفف الضغط عن المدن الكبرى.
09	تنويع العروض السياحية	إطلاق أنماط جديدة (سياحة رياضية، سياحة فلاحية، سياحة صحراوية...).
10	تعزيز صورة الجزائر	المساهمة في بناء علامة سياحية جزائرية متميزة من خلال المبادرات الشبابية المبتكرة.

المصدر: من إعداد الطالب

1. دعم التنمية الإقتصادية المحلية:

تُعتبر المقاولاتية السياحية من أبرز الأدوات المساهمة في تحريك العجلة الإقتصادية المحلية، خصوصًا في المناطق التي تزخر بموارد طبيعية وثقافية لكنها تفتقر إلى إستثمار فعّال، فالمقاولون المحليون يُعيدون توزيع الثروات داخل المجتمعات، عبر إنشاء مؤسسات صغيرة ومتوسطة تُقدّم خدمات سياحية كالضيافة التقليدية، النقل المحلي، والإرشاد الثقافي، ما يؤدي إلى تنشيط الحركية الإقتصادية المحلية ويقلّل من الإعتماد على مراكز القرار المركزية، كما تُساهم هذه المشاريع في رفع مداخيل السكان وتحسين قدرتهم الشرائية[1].

2. خلق فرص العمل ومكافحة البطالة:

تلعب المقاولاتية دورًا مهمًا في تخفيف ضغط البطالة المتزايدة، خصوصًا في المجتمعات الشبابية، فهي تتيح المجال أمام تأسيس مشاريع مرنة وصغيرة تُناسب مختلف المستويات التعليمية والمهارية في السياحة، يمكن للمقاولاتية أن تفتح أبواب التوظيف في قطاعات عديدة كالفندقة، الإيواء الريفي، الترفيه، والصناعات التقليدية، كما أن مرونة المشاريع السياحية تسمح بتوسيع قاعدة المستفيدين من فرص العمل، بما فيهم النساء والأشخاص في وضعيات هشة[2].

3. إستدامة الموارد الطبيعية والثقافية:

لا ترتبط المقاولاتية السياحية فقط بالربح الإقتصادي، بل تُرسّخ أيضًا ثقافة الحفاظ على الموارد، فالمشاريع السياحية المستدامة، التي يؤسسها رواد أعمال واعون بالبيئة، تُركّز على تقديم تجربة سياحية تراعي التوازن الإيكولوجي، وتحمي المعالم التاريخية والتقاليد المحلية، وهذا ينعكس في تزايد المشاريع التي تُعتمد فيها الطاقة المتجددة، والتقنيات البيئية، وإعادة تدوير الموارد، إلى جانب ذلك يتم إشراك المجتمعات المحلية في النشاط السياحي، مما يعزز إنتماءهم للتراث[3].

4. تحفيز الإبداع والإبتكار في العرض السياحي:

---

[1] خديجة بوزيان، "المقاولاتية السياحية كرافعة للإقتصاد المحلي"، مجلة الإقتصاد والتنمية، جامعة المسيلة، العدد 15، 2021، ص 88

[2] سامي مرابط، التشغيل المقاولاتي في القطاع السياحي بالجزائر، دار الهدى، الجزائر، 2020، ص 67

[3] ليلى قريشي، "السياحة المستدامة والمقاولاتية البيئية"، مجلة الإقتصاد الأخضر، جامعة البليدة، العدد 6، 2022، ص 49

تُتيح المقاولاتية هامشًا كبيرًا للإبتكار في المجال السياحي، حيث لا ترتبط بالبيروقراطية أو الإجراءات التقليدية، فالعديد من المقاولين الشباب إبتكروا تجارب سياحية فريدة، مثل الجولات الثقافية التفاعلية، الإقامات التقليدية داخل القصبات، أو تطبيقات رقمية تربط السائح بالساكن المحلي، هذه الإبتكارات تمنح الوجهة السياحية هوية خاصة، وتُحسّن من مستوى الخدمات السياحية وتزيد من جاذبيتها التنافسية في الأسواق العالمية[1]

5. تقليص الفوارق الجهوية وتحقيق العدالة المجالية:

تُساهم المقاولاتية السياحية في التخفيف من الفوارق التنموية بين المناطق، من خلال توجيه الإستثمار نحو المناطق الريفية والصحراوية والجبلية التي غالبًا ما تكون مهمّشة، إذ يستثمر رواد الأعمال المحليون في تطوير أماكن لم تكن مدرجة على الخريطة السياحية، وهو ما يُعيد توزيع الفرص الإقتصادية ويُخفف الضغط عن المناطق السياحية التقليدية، وبهذا يتحقق التوازن التنموي الذي تسعى إليه سياسات التنمية المستدامة[2].

6. تشجيع الشراكة بين القطاعين العام والخاص:

تشجع المشاريع السياحية المقاولاتية على بروز نوع من الشراكة الهيكلية بين الفاعلين العموميين (كالبلديات، المديريات الولائية) والفاعلين الخواص، حيث تُقدم السلطات تسهيلات إدارية ومالية، بينما يُنفّذ الخواص المشاريع الميدانية، هذا التعاون يُنتج مشاريع ذات جدوى إقتصادية وإجتماعية أكبر، ويسمح بالإستفادة من الخبرات المحلية والدولية في التخطيط والتنفيذ والتقييم[3].

7. توسيع قاعدة الجاذبية السياحية للبلد:

بفضل مرونة المقاولاتية وقدرتها على إكتشاف فرص جديدة، أصبحت العديد من المناطق غير المعروفة سابقًا وجهات سياحية جذابة، فالمقاولين يخلقون نقاط جذب جديدة قائمة على عناصر محلية مثل الطبخ التقليدي، الفنون الشعبية، أو جمال الطبيعة، مما يمنح السائح بدائل

[1] زينب بن مرزوق، "الإبتكار السياحي في المشاريع المقاولاتية الناشئة"، مجلة ريادة الأعمال، جامعة سطيف، العدد 3، 2021، ص 60

[2] أحمد غربي، أثر المقاولاتية في التنمية الجهوية السياحية بالجزائر، دار المعرفة، الجزائر، 2022، ص 93

[3] ناصر حمداني، "الحوكمة السياحية وتعزيز الإستثمار المقاولاتي"، مجلة السياسات العمومية، جامعة الجزائر 3، العدد 7، 2023، ص 77

متنوعة ويطيل من مدة إقامته، كما أن هذه الوجهات الجديدة تُخفف من الضغط السياحي على المدن الكبرى وتُحقق نوعًا من التوازن في توزيع التدفقات السياحية[1].

[1] عبد المجيد زيتوني، "الوجهات السياحية غير التقليدية: دور المبادرات المحلية"، مجلة السياحة والإقتصاد، جامعة قسنطينة، العدد 4، 2021، ص 58

خلاصة الفصل:

يُبرز الفصل الأول أهمية الإطارين المفاهيمي والنظري للمقاولاتية والسياحة بإعتبارهما ركيزتين أساسيتين للتنمية الإقتصادية في الجزائر، حيث تم تسليط الضوء على المقاولاتية كآلية فعالة لتحفيز المبادرة الفردية وخلق الثروة، وعلى السياحة كقطاع حيوي قادر على تنشيط الإقتصاد الوطني إذا تم استغلال مقوماته الطبيعية والثقافية بشكل فعّال، كما أظهر الفصل كيف يمكن للمقاولاتية السياحية أن تدمج بين الطموح الفردي والفرص المتاحة، بما يعزز من دور المشاريع الصغيرة في دعم الوجهة السياحية الجزائرية وتحقيق تنمية محلية مستدامة.

الفصل الثاني: واقع المقاولاتية السياحية في الجزائر

تمهيد:

في ظل توجه الدولة الجزائرية نحو تنويع الإقتصاد بعيدًا عن الريع النفطي، بدأت تظهر مبادرات عديدة لتشجيع الإستثمار السياحي، وتوسيع دائرة المقاولاتية في هذا القطاع، لاسيما من خلال دعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وتمكين الشباب من إنشاء مشاريع سياحية مبتكرة تواكب التحولات العالمية، مثل السياحة الإيكولوجية، والسياحة الصحراوية، والسياحة الثقافية، ومع ذلك فإن واقع المقاولاتية السياحية في الجزائر لا يزال يحتاج إلى دراسة تحليلية معمقة للكشف عن نقاط القوة والضعف، والوقوف على مدى نجاعة السياسات العمومية والتدابير التحفيزية الموجهة لهذا المجال الحيوي.

ويندرج هذا البحث ضمن هذا الإطار، حيث يسعى إلى تسليط الضوء على واقع المقاولاتية السياحية في الجزائر من خلال إستعراض الإطار المفاهيمي للمصطلح، وتحليل مختلف مجالاته وأنواعه، وكذا دراسة الحوافز والمؤسسات الداعمة له، بالإضافة إلى رصد التحديات والمعوقات التي تحول دون تطوره، وذلك من أجل تقديم رؤية واضحة تساعد صناع القرار والباحثين على رسم إستراتيجيات أكثر فاعلية للنهوض بالمقاولاتية السياحية في البلاد.

المبحث الأول: أنواع ومجالات المقاولاتية السياحية في الجزائر

تلعب المقاولاتية السياحية دورًا حيويًا في دعم الإقتصاد الوطني وتنمية المناطق المحلية، خصوصًا في بلد مثل الجزائر الذي يمتلك تنوعًا طبيعيًا وثقافيًا فريدًا، فقد أضحت السياحة من أبرز القطاعات الواعدة التي يمكن أن تُشكل قاعدة صلبة لريادة الأعمال، لما توفره من فرص إستثمارية متنوعة في مجالات متعددة كالإيواء، الإطعام، النقل السياحي، والتنشيط الثقافي، وتكمن أهمية المقاولاتية السياحية في قدرتها على خلق مناصب شغل، وتحفيز المبادرات المحلية، وجذب الإستثمارات، مع المحافظة على الموروث الثقافي والطبيعي للبلاد[1].

المطلب الأول: تصنيفات وأنواع المقاولاتية السياحية في الجزائر

تُعد السياحة من القطاعات الإقتصادية الواعدة في الجزائر، نظراً لما تزخر به البلاد من تنوّع طبيعي وثقافي وتاريخي كبير، وفي هذا الإطار بدأت المقاولاتية السياحية تفرض نفسها كرافد مهم للتنمية المحلية وتوليد فرص العمل، خاصة مع تزايد الإهتمام بالمبادرات الفردية والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وتتنوع أشكال المقاولاتية السياحية في الجزائر حسب نوع النشاط والموقع الجغرافي والموارد المتاحة، ما يستدعي تصنيفها لتحديد خصائصها ودورها في دعم الإقتصاد الوطني وتعزيز الجاذبية السياحية للبلاد.

[1] بوخاري نادية، دور المقاولاتية السياحية في تحقيق التنمية المحلية المستدامة، دراسة حالة الجزائر، مجلة الإقتصاد والتنمية، جامعة البليدة 2، العدد 17، 2051، ص 98

الجدول رقم(03): تصنيف أنواع المقاولاتية السياحية في الجزائر

النوع	الوصف	أمثلة في السياق الجزائري
مقاولاتية خدمات الإيواء	إنشاء أو تسيير فنادق، نُزل، بيوت ضيافة، إقامات ريفية أو صحراوية	بيوت الضيافة في تيميمون، فنادق صغيرة في جيجل أو الطارف
مقاولاتية الإطعام السياحي	مطاعم تقليدية، مقاهي سياحية، تقديم أكلات محلية للسياح	مطاعم تقدم أكلات قبائلية أو طوارقية للسياح الأجانب والمحليين
مقاولاتية النقل السياحي	توفير خدمات نقل مخصصة للسياح (حافلات، سيارات رباعية الدفع...)	وكالات تأجير سيارات سياحية في تمنراست أو بجاية
مقاولاتية الإرشاد السياحي	خدمات مرشدين سياحيين معتمدين، تنظيم جولات ثقافية أو بيئية	أدلاء سياحيون في القصبة، جولات مشي في قصور غرداية
مقاولاتية رقمية سياحية	تطوير تطبيقات، مواقع للحجز، أدلة رقمية، محتوى ترويجي	تطبيقات تعريفية بمناطق سياحية جزائرية، قنوات يوتيوب للسياحة
مقاولاتية السياحة البيئية	مشاريع تهدف لاستغلال الطبيعة بطريقة مستدامة	إقامات بيئية في القرى الجبلية، جولات في الحدائق الوطنية
مقاولاتية الصناعات التقليدية	إنتاج وتسويق منتجات يدوية سياحية: فخار، زربية، مجوهرات تقليدية	بيع الزرابي في غرداية، الفخار في تلمسان، الفضة في جانت
مقاولاتية السياحة الثقافية	تنظيم مهرجانات، عروض فنية، جولات تراثية	تنظيم زيارات للمواقع الأثرية الرومانية في تيبازة أو جميلة
مقاولاتية السياحة الصحراوية	تنظيم رحلات ومخيمات في الصحراء، عروض جمال، إقامة تقليدية	رحلات التخييم في تاسيلي، سباقات الجمال في أدرار

المصدر: من إعداد الطالب

1. المقاولاتية الفندقية والإيوائية

تُعد المقاولاتية الفندقية أحد أهم المجالات التي تُشكل العمود الفقري للبنية التحتية السياحية في الجزائر، نظرًا لما توفره من خدمات أساسية للسائح، أهمها الإقامة والراحة، وتتمثل هذه المقاولات في إنشاء وتسيير الفنادق، الإقامات السياحية، بيوت الضيافة، المخيمات الصحراوية، وحتى المنتجعات الساحلية، وتُعتبر هذه المشاريع من أكثر المشاريع جذبًا للإستثمار، خاصة في المدن

الكبرى كالعاصمة ووهران وعنابة، وأيضًا في المناطق السياحية النامية مثل تاغيت، جانت، وتيميمون، ويعتمد نجاح هذه المقاولات على الموقع الجغرافي، مستوى الخدمات، الطابع المعماري، وجودة الإستقبال.

في السنوات الأخيرة، إتجه العديد من رواد الأعمال الشباب إلى الإستثمار في نماذج جديدة من الإقامة، مثل الفنادق البيئية والإقامات التقليدية ذات الطابع المحلي، لتلبية رغبات السائح الباحث عن تجربة أصيلة ومختلفة، كما ساهم الدعم الحكومي الموجه للمشاريع الصغيرة والمتوسطة في تسهيل ولوج الشباب لهذا النوع من المقاولات[1].

2. المقاولاتية في مجال الإطعام السياحي

يعتبر الإطعام السياحي من المجالات الحيوية التي تلعب دورًا مزدوجًا، فهو من جهة يلبّي حاجات السائح الغذائية، ومن جهة أخرى يُعرفه بالثقافة الغذائية المحلية، فالمقاولاتية في هذا المجال تشمل المطاعم، المقاهي، الخدمات المتنقلة، المأكولات التقليدية، وحتى مشاريع تقديم الوجبات في الفضاءات المفتوحة كالواحات أو المناطق الجبلية.

يمثل هذا القطاع فرصة كبيرة للمقاولين الشباب، خاصة أولئك الذين يمتلكون مهارات في الطبخ أو إدارة الأعمال، لإنشاء مشاريع مبتكرة مثل مطاعم على الطريقة الأمازيغية أو مطابخ مفتوحة للزوار لتجريب إعداد الأطباق المحلية بأنفسهم، هذه المشاريع تعزز من قيمة التجربة السياحية وتمنحها بعدًا تفاعليًا وثقافيًا، كما تساهم في تثمين المنتوج الغذائي المحلي وتحقيق دخل إضافي للسكان المحليين[2].

3. المقاولاتية في السياحة البيئية والإيكولوجية

تُعتبر السياحة البيئية أحد الإتجاهات الحديثة في القطاع السياحي العالمي، وهي قائمة على إحترام البيئة، وإستكشاف الطبيعة دون الإضرار بها، فالمقاولاتية في هذا المجال تُترجم عبر مشاريع

---

[1] بن فريحة سامية، المقاولاتية السياحية كخيار إستراتيجي لتنمية السياحة الصحراوية في الجزائر، مجلة الإقتصاد الجديد، جامعة ورقلة، العدد 11، 2022، ص 112

[2] غريب مصطفى، دور المطبخ التقليدي في تفعيل السياحة الثقافية بالجزائر، مجلة التراث والسياحة، جامعة الجزائر 2، العدد 5، 2020، ص 76

صديقة للبيئة مثل النزل البيئية، رحلات المشي في الطبيعة، مراقبة الطيور، الزراعة البيئية، وحتى إعادة إكتشاف العادات الريفية الأصيلة.

في الجزائر، تزخر مناطق مثل الأوراس، جبال الشريعة، والجنوب الكبير بموارد طبيعية غنية تُمكن من إقامة مشاريع إيكولوجية ناجحة، فالمقاول البيئي هنا لا يكتفي بتقديم خدمات سياحية، بل يتبنى فلسفة الحفاظ على التراث الطبيعي، ويشرك السكان المحليين في التنمية، هذه المقاربة تُعزز من البعد التشاركي والإنساني للمشروع المقاولاتي، مما يجعله أكثر قبولًا وإستدامة[1].

4. المقاولاتية في السياحة الثقافية والتراثية

تُشكل السياحة الثقافية جسرًا حيويًا بين الماضي والحاضر، وهي فرصة للمقاولين لتثمين التراث اللامادي من خلال مشاريع تنقل الزائر إلى عمق الهوية الجزائرية، ويمكن أن تأخذ هذه المقاولات أشكالًا متعددة، كتنظيم جولات في المواقع الأثرية، إقامة مهرجانات ثقافية، تقديم عروض فلكلورية، أو حتى فتح متاحف خاصة تُعرض فيها قطع من التراث المحلي.

كما يمكن للمقاول أن يُعيد تهيئة بيت تقليدي وتحويله إلى مركز ثقافي صغير يقدم ورشات في الفنون التقليدية أو دروس في الطبخ المحلي، هذا النوع من المقاولات يُساهم في إبراز التنوع الثقافي الجزائري، ويشجع على إستمرارية الحرف التقليدية التي تواجه خطر الإندثار، مع توفير فرص عمل جديدة في الوسط المحلي[2].

5. المقاولاتية الرقمية في السياحة

مع الإنتشار الواسع لتكنولوجيا المعلومات والإتصال، برزت مقاولات سياحية رقمية تُعيد تشكيل العلاقة بين السائح والخدمة السياحية، وتتمثل هذه المقاولات في إنشاء منصات إلكترونية لحجز الرحلات، أو تطبيقات تفاعلية ترشد السائح داخل المدن، أو مواقع تُروج للوجهات السياحية المحلية بالصور والفيديوهات.

---

[1] عيسى كمال، ريادة الأعمال البيئية كرافد لتطوير السياحة المستدامة في الجزائر، مجلة العلوم الإقتصادية والتجارية، جامعة تيزي وزو، العدد 18، 2021، ص 134

[2] بوحنية قوي، أثر المقاولاتية الثقافية في تعزيز التنمية السياحية، حالة الجنوب الجزائري، مجلة البحوث الإقتصادية المتقدمة، جامعة أدرار، العدد 7، 2019، ص 90

رواد الأعمال في هذا المجال هم غالبًا من فئة الشباب الجامعي المتخصص في الإعلام الآلي أو التسويق الرقمي، ويملكون القدرة على فهم سلوك السائح الحديث، هذه المشاريع تُسهم في تحسين صورة الجزائر عالميًا، وتجعلها في متناول الزوار من مختلف أنحاء العالم، كما تُساعد المقاولات التقليدية على تسويق خدماتها بطريقة أكثر فعالية[1].

6. المقاولاتية في النقل السياحي

يُعد النقل السياحي عنصرًا أساسيًا في إنجاح أي منتوج سياحي، فهو لا يقتصر فقط على نقل السائح من نقطة إلى أخرى، بل يُشكل جزءًا من التجربة السياحية ذاتها، فالمقاولاتية في هذا القطاع تشمل تنظيم رحلات موجهة، تأجير المركبات المجهزة، توفير وسائل نقل في المناطق الوعرة، أو إنشاء خدمات نقل جماعية نحو المعالم السياحية.

في السياقات الصحراوية أو الجبلية، يُمكن للمقاولين إنشاء خدمات خاصة بإستخدام سيارات الدفع الرباعي، أو حتى الجمال والدواب في بعض المناطق التقليدية، هذا النمط من المقاولات يتطلب معرفة دقيقة بالمجال الجغرافي وخدمة الزبون، كما يحتاج إلى تنسيق مع الفاعلين المحليين لضمان سلامة السائح وراحته[2].

7. المقاولاتية في الحرف والصناعات التقليدية

تُعد الحرف التقليدية عنصرًا أساسيًا في الهوية الثقافية الجزائرية، وتمثل فرصة مهمة للمقاولاتية السياحية من خلال إدماج هذه الحرف ضمن تجربة الزائر، ويمكن للمقاول إنشاء ورشات حرفية مفتوحة أمام السائح، أو عرض المنتجات التقليدية في معارض محلية، أو حتى إدماجها ضمن هدايا تذكارية مميزة.

---

[1] زهواني ليلى، التحول الرقمي وآثاره على المقاولاتية السياحية في الجزائر، مجلة الإقتصاد الرقمي، جامعة سطيف 1، العدد 3، 2013، ص 41

[2] بوشيخي عبد القادر، مساهمة النقل السياحي في إنعاش المقاولاتية المحلية، دراسة حالة ولاية تمنراست، مجلة دراسات سياحية، جامعة الأغواط، العدد 9، 2022, ص 66

يساهم هذا النوع من المقاولات في دعم الحرفيين المحليين وتثمين منتجاتهم، مع ضمان نقل المعارف الحرفية إلى الأجيال القادمة، كما يعزز من البعد الإجتماعي والإقتصادي للسياحة، ويدفع بعجلة التنمية المحلية خاصة في المناطق الريفية[1].

8. المقاولاتية في تنظيم الفعاليات السياحية

تنظيم الفعاليات السياحية مثل المهرجانات، المعارض، اللقاءات الثقافية، والرحلات الجماعية يشكل مجالًا خصبًا للمبادرات المقاولاتية، ويُعتبر هذا المجال مناسبًا للشباب ممن يملكون مهارات في التنسيق والإدارة والإتصال، حيث يمكنهم إبتكار برامج سياحية موجهة لمناسبات معينة أو مواسم سياحية.

هذا النوع من المقاولات يسهم في إنعاش الوجهات السياحية خلال فترات الركود، ويزيد من جاذبيتها سواء للسياح المحليين أو الأجانب، كما يعزز روح التعاون بين الفاعلين السياحيين والمؤسسات الثقافية والبلديات[2].

المطلب الثاني: إستعراض مجالات المقاولاتية السياحية في الجزائر

تعد المقاولاتية السياحية أحد الروافد الإقتصادية التي بدأت تحظى بإهتمام متزايد في الجزائر، خاصة في ظل التحولات الإقتصادية العالمية وتوجه الدولة نحو تنويع مصادر الدخل، وتمثل السياحة مجالاً واعداً يمكن أن يُحدث حركية في الإقتصاد المحلي، ويعتمد على روح المبادرة والإبتكار لدى الشباب من أجل تطوير مشاريع سياحية متنوعة تلائم خصوصيات البيئة الجزائرية.

1. المجال الفندقي والإيواء السياحي

ما تزال في الجزائر الخدمات الفندقية غير كافية من حيث الكم والنوع، خصوصًا في الولايات الداخلية والجنوبية، حيث يضطر السياح إلى اللجوء إلى حلول غير منظمة مثل الإيواء العشوائي

[1] رزوق فريدة، الصناعات التقليدية كرافد لتعزيز السياحة الثقافية في الجزائر، مجلة التنمية المحلية، جامعة باتنة، العدد 6، 2021، ص 58

[2] قندوز نادية، دور الفعاليات الثقافية في دعم السياحة الداخلية، دراسة حالات محلية، مجلة السياحة والمجتمع، جامعة مستغانم، العدد 4، 2020، ص 27

أو الإقامة عند العائلات، من هنا تفتح المقاولاتية الباب أمام الشباب لإبتكار أنماط جديدة من الإيواء تتماشى مع إحتياجات السوق وتراعي الخصوصيات المحلية.

ويمكن مثلاً إطلاق مشاريع صغيرة مثل "البيوت السياحية" أو "الإقامات الريفية" التي تدمج بين الطابع العائلي الأصيل والمرافق العصرية، ويُفضل أن تكون هذه المنشآت مصممة بطريقة تحترم المعمار المحلي، وتُدار من طرف شباب مُكوّن في السياحة والخدمة الفندقية، هذا المجال لا يتطلب إستثمارات ضخمة دائمًا، بل يعتمد على الذكاء في إستغلال المساحات المتوفرة والخبرة في التعامل مع الزبائن[1].

2. وكالات السفر وخدمات الإرشاد السياحي

ما تزال وكالات السياحة في الجزائر تعتمد على نمط تقليدي يفتقر إلى الإبتكار، ما يشكل فرصة أمام شباب المقاولين لطرح خدمات جديدة تعتمد على التخصص والتميز، ويمكن إنشاء وكالات سياحية موجهة خصيصًا للسياح الداخليين الراغبين في إكتشاف بلدهم بطريقة آمنة ومنظمة، مع دمج التكنولوجيا لتسهيل الحجز والدفع والإستعلام، كما أن خدمات الإرشاد السياحي تعد من المجالات الواعدة، خاصة مع قلة الأدلاء المحليين المدربين، فالمقاول يمكنه تكوين فريق متعدد اللغات، مدرب على تقديم شروحات غنية عن التاريخ، الثقافة، المعمار، والأساطير المحلية، ما يجعل تجربة الزائر أعمق وأكثر إرتباطًا بالمكان، وهذا النوع من المقاولاتية لا يُثمر فقط على المستوى الإقتصادي، بل يُعيد الإعتبار للتراث والذاكرة الجماعية[2].

3. السياحة البيئية والريفية

تشهد السياحة البيئية إقبالًا عالميًا متزايدًا، ويمثل هذا التوجه فرصة حقيقية للجزائر بالنظر إلى تنوعها البيولوجي والجغرافي، في هذا الإطار يمكن للشباب المقاولين الإستثمار في مشاريع سياحية تُقدم للزائر تجربة طبيعية متكاملة، مثل الإقامة في بيوت طينية، التجول في مسارات جبلية مرسومة، أو زيارة محميات بيئية ومزارع عضوية، ومن الأفكار القوية كذلك ما يُعرف بـ "السياحة الفلاحية" التي تتيح للزائر الإنخراط في الأنشطة الزراعية اليومية، مثل جني الزيتون، الرعي، أو

[1] طواهرية ناصر، الإستثمار السياحي في الجزائر: الواقع والآفاق، دار الهدى، الجزائر، 2016، ص 91

[2] دريوش نبيل، دور المقاولاتية السياحية في التنمية المحلية، دار الخلدونية، الجزائر، 2019، ص 113

صناعة مشتقات الحليب، هذه المشاريع لا تحتاج إلى بنى تحتية ضخمة، بل إلى رؤية واضحة تقوم على التوازن بين النشاط الإقتصادي والحفاظ على البيئة والطابع الريفي الأصيل[1].

4. الصناعات التقليدية والحرف السياحية

يمثل هذا المجال همزة وصل بين السياحة والهوية الثقافية، إذ أن الزائر يبحث دائمًا عن شيء يربطه بالمكان، ويمكن للشباب الحرفيين أن يؤسسوا مشاريع صغيرة لصناعة منتجات يدوية لها قيمة جمالية وتاريخية، مع إمكانية تطويرها لتناسب الأذواق المعاصرة، فعلى سبيل المثال يمكن تحويل النقوش الأمازيغية إلى تصاميم تزين الملابس، الحقائب، وأدوات الزينة، كما أن إنشاء فضاءات عرض حي للصناعات التقليدية، مثل ورشات النسيج أو الفخار، يتيح للسائح مشاهدة مراحل الإنتاج والمساهمة فيها، ما يمنحه تجربة أصيلة يصعب نسيانها، بهذا الشكل تتحول الحرفة من مجرد نشاط إقتصادي إلى وسيلة ترويج ثقافي وذاكرة حية للتراث المحلي[2].

5. السياحة الثقافية والدينية

تمتلك الجزائر إرثًا ثقافيًا ودينيًا فريدًا لم يُستغل بعد بالشكل الكافي، وهنا يمكن للمقاولاتية أن تلعب دورًا رائدًا في إستثمار هذا الرصيد الحضاري من خلال إعداد جولات سياحية مخصصة للمواقع التاريخية، مثل القصور الصحراوية، المساجد العتيقة، والزوايا الصوفية، كما يمكن تنظيم مهرجانات محلية تُبرز العادات والتقاليد، الحكايات الشعبية، الأهازيج، واللباس التقليدي.

أما فيما يخص السياحة الدينية، فهناك إمكانية لإنشاء مسارات حج داخلي لزيارة مقامات الأولياء، مع ضمان إحترام الجوانب الروحية والتنظيمية، فالمقاول هنا لا يبيع منتجًا فقط، بل ينقل قصة، ويحافظ على ذاكرة جماعية ترتبط إرتباطًا وثيقًا بالهوية الجزائرية[3].

---

[1] بن شعبان فتيحة، السياحة البيئية كخيار للتنمية المستدامة في الجزائر، مجلة الباحث، جامعة البليدة 2، العدد 12، 2021، ص 140

[2] بوغالية سمير، الصناعات التقليدية والسياحة الثقافية في الجزائر، دار المعرفة، الجزائر، 2017، ص 84

[3] قشي يوسف، السياحة الثقافية والدينية في الجزائر، الإمكانات والتحديات، منشورات جامعة سطيف، 2020، ص 62

6. المطاعم السياحية والمأكولات التقليدية

الطعام هو أحد أبرز عناصر الهوية، وغالبًا ما يكون المطبخ المحلي سببًا رئيسيًا في رضا السائح أو خيبة أمله في الجزائر، لدينا ثروة غنية من الأطباق المحلية التي تختلف بإختلاف المناطق، من هنا يمكن للمقاول السياحي أن يبتكر مطعمًا يقدم مأكولات تقليدية بطريقة عصرية، من حيث التقديم والديكور والخدمة، كما يمكن إنشاء فضاءات تذوق مفتوحة في الأسواق السياحية، أو حتى تنظيم ورشات لتعليم الطبخ المحلي للزوار، هذه المشاريع تتيح للسائح التفاعل مع الثقافة الغذائية للمجتمع الجزائري، وتشجع على إستهلاك المنتجات المحلية، مما يعزز الإقتصاد الدائري في المناطق السياحية[1].

7. السياحة الصحراوية والمغامرات

الجنوب الجزائري يُعد كنزًا سياحيًا حقيقيًا، بمناخه الدافئ، وسحر كثبانه، وغنى ثقافته الصحراوية، غير أن هذا الكنز ما يزال بعيدًا عن الترويج والتهيئة الكافية، فالمقاولين الشباب يمكنهم المساهمة في تحويل هذا الفضاء إلى قبلة للسياحة المغامراتية من خلال تنظيم رحلات إستكشافية بالصحراء، التخييم، جولات الجِمال، أو حتى سباقات الدراجات الصحراوية، ومن الممكن أيضًا خلق مسارات للرحالة، أو توفير إقامة على الطريقة التارقية داخل خيمات تقليدية، هذا النوع من المشاريع يتطلب شراكات محلية قوية، وإحترامًا كبيرًا للبيئة والتقاليد الصحراوية، لكنه بالمقابل يفتح مجالًا واسعًا لسياحة نوعية وذات مردودية مرتفعة[2].

8. السياحة الرقمية والترويج السياحي الإلكتروني

في عصر التكنولوجيا، لا يمكن أن تنجح أي مبادرة سياحية بدون دعم رقمي قوي، وهنا تبرز المقاولاتية الرقمية كحل لتغطية هذا النقص، عبر إنشاء مواقع إلكترونية وتطبيقات ذكية تجمع معلومات وافية عن الوجهات الجزائرية، وتُسهل على السائح إتخاذ قراراته، الحجز، والتواصل،

[1] بوشارب نادية، دور المطاعم التقليدية في تنشيط السياحة المحلية، مجلة إقتصاديات السياحة، جامعة الجزائر 3، العدد 7، 2022، ص 94

[2] بلخيري عبد الرزاق، السياحة الصحراوية في الجزائر، بين المقومات والمعوقات، دار الإشعاع، 2018، ص 121

يمكن كذلك إستثمار وسائل التواصل الإجتماعي لإنتاج محتوى مرئي يبرز جمالية الجزائر بأسلوب عصري وجذاب، ومن المجالات الصاعدة أيضًا تنظيم جولات إفتراضية للمواقع الأثرية بإستخدام تقنية الواقع الإفتراضي، وهي خدمة تهم السياح المحتملين الذين يريدون الإطلاع المسبق على الوجهة، هذا المجال لا يتطلب موارد مادية ضخمة بقدر ما يتطلب كفاءة رقمية وإبداعًا في التصميم والتسويق[1].

9. السياحة العلاجية والإستشفائية

تمتلك الجزائر مواقع طبيعية مؤهلة لتطوير السياحة العلاجية، خاصة الحمامات المعدنية التي تنتشر في عدة ولايات مثل قالمة، سطيف، وبويرة، هذه الحمامات تستقطب آلاف الزوار سنويًا للعلاج من أمراض الروماتيزم، الجلد، والجهاز التنفسي، يمكن للمقاول السياحي أن يستثمر في هذا المجال عبر إنشاء مراكز علاجية موجهة خصيصًا للسياح، تجمع بين الخدمات الطبية والإيواء الفندقي والخدمة الرفيعة، كما يمكن توفير خدمات إضافية مثل النقل الطبي، الحجز الإلكتروني، والإستشارات عن بعد، مما يمنح المشروع بُعدًا إحترافيًا، هذا المجال يجمع بين الصحة والسياحة، ويستجيب لطلب متزايد محليًا ودوليًا[2].

10.السياحة الرياضية

تُعد السياحة الرياضية من المجالات الجديدة نسبيًا، لكنّها تحمل إمكانيات كبيرة، خصوصًا في الولايات ذات البنية التحتية الرياضية الجيدة أو المناطق الطبيعية المناسبة للرياضات الخارجية، فالمقاولاتية في هذا المجال يمكن أن تشمل تنظيم رحلات لمحبي التزلج في جبال تيكجدة، أو للركض والدرّاجات الهوائية في مناطق القبائل والهضاب العليا، أو حتى التخييم الرياضي واللياقة البدنية في واحات الجنوب، كما يمكن الإستثمار في تهيئة ملاعب مصغرة، صالات لياقة، أو

[1] سويكي حنان، دور التحول الرقمي في تطوير السياحة الجزائرية، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، جامعة قسنطينة، العدد 15، 2023، ص 149

[2] بوديب سامي، السياحة العلاجية في الجزائر، دراسة حالة حمام دباغ. مجلة التنمية السياحية، جامعة عنابة، العدد 5، 2022، ص 78

فضاءات لممارسة اليوغا في الهواء الطلق، هذا المجال يجذب فئة واسعة من الشباب، ويعزز النشاط البدني والسياحي معًا[1].

11.تنظيم الفعاليات والمهرجانات

تلعب الفعاليات الثقافية والمهرجانات دورًا مهمًا في جذب السياح، خصوصًا عندما تكون مدروسة وتروّج للهوية المحلية، فالمقاول السياحي يمكنه إطلاق شركة متخصصة في تنظيم تظاهرات ثقافية مثل مهرجانات الموسيقى الشعبية، الأعراس التقليدية النموذجية، أسابيع الذوق الأمازيغي أو العروض المسرحية في الهواء الطلق، هذه الأنشطة تُنشّط السياحة في الأوقات الراكدة، وتحرك الدورة الإقتصادية محليًا، كما يمكن التنسيق مع البلديات أو مديريات الثقافة لإدراج هذه الفعاليات ضمن أجندة الترويج السياحي الرسمي، مما يفتح آفاقًا للإستثمار والشراكة[2].

12.السياحة التكوينية والتعليمية

وهي نوع من السياحة يهدف إلى الجمع بين السفر والتعلم، وتُعد فرصة استثمارية جديدة أمام المقاولين الشباب. يمكن إنشاء مؤسسات أو وكالات تُنظم رحلات تعليمية للطلبة الجزائريين أو الأجانب بهدف تعلم اللغة العربية، الفنون التقليدية، أو تقنيات الزراعة الصحراوية. كما يمكن تنظيم معسكرات تعليمية صيفية موجهة للأطفال أو فئات خاصة مثل ذوي الهمم، ضمن بيئة آمنة وجذابة. هذا النوع من المشاريع يتطلب شراكة مع مدارس، معاهد أو جامعات، ويضيف قيمة علمية وثقافية إلى النشاط السياحي.[3]

13.خدمات النقل السياحي

النقل السياحي ما يزال يعاني من ضعف كبير في الجزائر، حيث يضطر السياح للاعتماد على وسائل غير متخصصة، ما يؤثر على جودة التجربة السياحية. المقاول يمكنه إنشاء شركة

---

[1] بوشامة مروان، السياحة الرياضية كآلية لتنمية الوجهات السياحية في الجزائر، مجلة الرياضة والعلوم، جامعة الجزائر 3، العدد 8، 2021، ص 101

[2] بوشيبة عبد العالي، دور الفعاليات الثقافية في تطوير السياحة الجزائرية، منشورات جامعة تبسة، 2020، ص 69

[3] شريف كريمة، السياحة التعليمية في الجزائر، الواقع والتحديات، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة باتنة 1، العدد 14، 2022، ص 123

صغيرة للنقل السياحي تستجيب لمتطلبات الزوار، سواء عبر تأجير مركبات مريحة مع سائقين مدربين، أو تنظيم رحلات منتظمة إلى الوجهات السياحية البعيدة. كما يمكن إطلاق تطبيق ذكي يسمح للزائر باختيار وسيلة النقل، المسار، وحجز المقعد، مع توفير مرشد سياحي ضمن الخدمة. هذا النوع من المقاولاتية مهم لتكامل حلقات السلسلة السياحية.[1]

14.السياحة الحضرية (المدنية)

في كثير من الأحيان، لا يدرك السائح المحلي أو الأجنبي الجاذبية الكامنة في المدن الجزائرية، التي تزخر بأسواق تقليدية، معالم معمارية، وحدائق عمرانية تاريخية، فالمقاولاتية السياحية في المجال الحضري تشمل تنظيم جولات مشي مرشدة داخل الأحياء العتيقة مثل القصبة، باب الوادي، سيدي الهواري في وهران، أو الأسواق القديمة في قسنطينة، كما يمكن إنشاء تطبيقات رقمية تتيح للسائح التنقل الذاتي مع خريطة تفاعلية ومعلومات فورية، هذا النوع من المشاريع يُعيد الحياة للمدينة القديمة ويعزز روح المواطنة والإهتمام بالتراث[2].

المبحث الثاني: البيئة القانونية والتنظيمية والمؤسسات الداعمة المقاولاتية السياحية في الجزائر

تُعد البيئة القانونية والتنظيمية من الركائز الأساسية التي تؤثر بشكل مباشر على تطور المقاولاتية السياحية في الجزائر، إذ تُحدد الإطار العام الذي تتحرك فيه المبادرات الإستثمارية، وتوجهها نحو الأهداف المنشودة للتنمية السياحية، كما أن المؤسسات الداعمة تلعب دورًا جوهريًا في تحفيز روح المبادرة لدى الشباب وتمكينهم من إنشاء مشاريع سياحية مبتكرة، ومن هذا المنطلق تبرز أهمية دراسة هذه البيئة القانونية والتنظيمية والمؤسساتية بإعتبارها عنصراً فاعلاً في إنجاح المقاولاتية السياحية، خاصة في ظل التحديات الإقتصادية التي تواجه البلاد، والحاجة إلى تنويع مصادر الدخل الوطني[3].

---

[1] غلاب سفيان، دور النقل في تنمية السياحة الداخلية في الجزائر، مجلة النقل واللوجستيك، جامعة وهران، العدد 3، 2023، ص 88

[2] عبد العزيز فاطمة الزهراء، السياحة الحضرية وآفاق تطويرها في الجزائر، مجلة عمران للعلوم الإجتماعية، العدد 6، 2021، ص 134

[3] بن نعمان سمير، دور البيئة القانونية والمؤسسات الداعمة في ترقية المؤسسات السياحية الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، دار الهدى، الجزائر، 2020، ص 18

المطلب الأول: القوانين والتشريعات المنظمة للإستثمار السياحي

يُعتبر الإطار القانوني من العوامل الأساسية التي تؤثر بشكل مباشر على مدى نجاح أو تعثر الإستثمار في أي قطاع إقتصادي، ولا سيما قطاع السياحة الذي يتسم بخصوصيات متعددة، منها إرتباطه بالتراث الطبيعي والثقافي، وحاجته إلى بنية تحتية قوية، وإنفتاحه على المعايير الدولية للجودة والخدمة، ومن هذا المنطلق أولت الجزائر أهمية كبيرة لصياغة ترسانة قانونية تسمح بتنظيم النشاط السياحي وتحفيز المستثمرين، من أجل خلق بيئة إستثمارية تنافسية وآمنة.

أولًا: قانون الإستثمار الجديد رقم 22-18 المؤرخ في 24 يوليو 2022

يمثل قانون الإستثمار 22-18 نقلة نوعية في السياسة الإقتصادية الجزائرية، وقد جاء في سياق إصلاحي شامل هدفه تصحيح الإختلالات السابقة المرتبطة بجذب الإستثمارات وتوجيهها نحو القطاعات الإستراتيجية مثل السياحة، ويُركّز هذا القانون على إحداث قطيعة مع الممارسات البيروقراطية التي كانت تُعطل المبادرات، من خلال إنشاء شباك وحيد تابع للوكالة الجزائرية لترقية الإستثمار، يُشكل همزة وصل مباشرة بين المستثمر والإدارة.

كما أنه صنّف قطاع السياحة ضمن الأنشطة ذات الأولوية التي تستفيد من إمتيازات إضافية، كالإستفادة من الأراضي السياحية في مناطق التوسع السياحي، والإعفاءات الجبائية على المعدات والمواد الأولية المستوردة، إضافة إلى تسهيلات في تحويل الأرباح نحو الخارج بالنسبة للمستثمرين الأجانب، ويهدف هذا القانون في جوهره إلى جعل الجزائر بيئة إستثمارية جاذبة تتماشى مع التحولات الإقتصادية العالمية، لا سيما في المجال السياحي الذي يملك إمكانيات واعدة لم تُستغل بعد بالشكل الكافي[1].

ثانيًا: القانون التوجيهي للسياحة رقم 03-01 المؤرخ في 17 فبراير 2003

يُعد هذا القانون حجر الأساس في سياسة الدولة لتنظيم وتطوير القطاع السياحي، وقد تم تصميمه ليتماشى مع خصوصية السياحة كمجال مركب ومتعدد الأبعاد، إذ يربط القانون بين أهداف السياحة الإقتصادية والإجتماعية والثقافية، مع الحفاظ على الموروث البيئي والحضاري،

[1] الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 50، 2022، ص7

ويحدد القانون دور كل فاعل في المنظومة السياحية، سواء الدولة أو الخواص أو الجماعات المحلية، كما يمنح أهمية كبيرة للمخططات التوجيهية للتهيئة السياحية التي تُعد أدوات لتخطيط وتنظيم النشاط السياحي على المدى المتوسط والبعيد.

وتقوم هذه المخططات على تحديد المناطق السياحية ذات الأولوية، وتوجيه الاستثمارات نحوها، وتحقيق التوازن بين تنمية النشاط الاقتصادي وحماية الفضاء السياحي من التدهور. ويولي القانون أهمية خاصة للجودة في الخدمات الفندقية والسياحية من خلال تنظيم التصنيف واعتماد دفتر شروط صارم للمؤسسات السياحية.[1]

ثالثًا: قانون التوجيه العقاري رقم 90-25 المؤرخ في 18 نوفمبر 1990

في السياحة، العقار ليس فقط أرضًا تُستثمر، بل هو مورد إقتصادي حساس يرتبط بالموقع، والمنظر الطبيعي، والقرب من الموارد الثقافية أو البيئية، ولهذا فإن قانون التوجيه العقاري رقم 90-25 جاء ليضبط العلاقة بين الدولة والمستثمر في ما يتعلق بإستغلال الأراضي التابعة للأملاك العمومية يضع القانون إطارًا عامًا لإستغلال العقار في مختلف النشاطات، ويفتح المجال أمام المستثمرين السياحيين للحصول على قطع أرضية عن طريق نظام الإمتياز لمدة طويلة قد تصل إلى 99 سنة، وهو ما يُمثل ضمانًا للإستقرار والأمن القانوني للمشاريع.

كما يسعى القانون إلى عقلنة إستغلال العقار من خلال تحديد المناطق القابلة للتعمير والتهيئة، ويمنع التعدي على المناطق الطبيعية أو الفلاحية المحمية، ورغم ذلك فإن أحد أبرز التحديات يكمن في تعقيد الإجراءات الإدارية الخاصة بمنح العقار، وتضارب الصلاحيات بين الهيئات المحلية والمركزية، مما يستدعي مراجعة تطبيق هذا القانون ميدانيًا بما يضمن مرونة وفعالية أكثر[2].

رابعًا: قانون حماية البيئة في إطار التنمية المستدامة رقم 03-10 المؤرخ في 19 يوليو 2003

[1] الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 11، 2003، ص3

[2] الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 52، 1990، ص14

يُمثل هذا القانون إنعكاسًا لتوجه الجزائر نحو ترسيخ ثقافة التنمية المستدامة في مختلف القطاعات، وعلى رأسها السياحة، بالنظر إلى طبيعتها البيئية والحساسة، فقد أصبح من غير المقبول في العصر الحديث تطوير مشاريع سياحية دون أخذ البعد البيئي بعين الإعتبار، سواء من حيث الحفاظ على التنوع البيولوجي أو الموارد الطبيعية، يُلزم القانون المستثمرين السياحيين بإجراء دراسات تقييم الأثر البيئي قبل الشروع في التنفيذ.

كما يمنح الإدارة صلاحية رفض المشاريع التي تُسبب ضررًا لا يُمكن تداركه، ويُشجع القانون على تبني مشاريع سياحية صديقة للبيئة، من خلال إستخدام الطاقات المتجددة ومعالجة المياه المستعملة وتقليل إنبعاث الغازات، إن تفعيل هذا القانون في السياحة يُعد خطوة ضرورية لجعل الجزائر وجهة سياحية مسؤولة تحترم المعايير الدولية وتُراعي التوازن البيئي، خاصة في المناطق الصحراوية والغابية التي تُعد ثروات وطنية يجب حمايتها[1].

خامسًا: القوانين التنظيمية والمراسيم المكملة

لا تكتمل المنظومة القانونية للسياحة دون الإشارة إلى حزمة المراسيم التنفيذية والقرارات التنظيمية التي تُفصّل وتُفسّر النصوص القانونية الكبرى، فمثلًا هناك مراسيم تنظم كيفيات منح العقار السياحي، ومعايير تصنيف الفنادق، ودفتر الشروط الخاص ببناء وإستغلال المركبات السياحية، كما توجد نصوص تنظم العلاقة بين المستثمر وأجهزة الدعم، كصندوق دعم الإستثمار السياحي أو الوكالة الوطنية لتنمية السياحة.

هذه النصوص تُحدد بوضوح واجبات وحقوق كل طرف، وتُساهم في خلق شفافية ووضوح في التعامل، غير أن تعدد النصوص وتضارب بعض موادها قد يؤدي أحيانًا إلى تعقيد فهم الإطار القانوني، وهو ما يقتضي إعادة مراجعة شاملة وتوحيد المرجعيات القانونية لتكون أكثر بساطة وفعالية للمستثمرين، خصوصًا الشباب والمقاولين الصغار الذين غالبًا ما يفتقرون للخبرة القانونية[2].

[1] الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 43، 2003، ص9

[2] وزارة السياحة والصناعة التقليدية، دليل القوانين المنظمة للنشاط السياحي، الجزائر، 2022، ص21

سادسًا: إصلاحات التشريع السياحي في إطار المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2030

أطلقت الجزائر المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT 2030) في إطار رؤية وطنية شاملة لتحويل السياحة إلى قطاع إقتصادي منتج للثروة ومولد لمناصب الشغل، وقد تضمن هذا المخطط مجموعة من الأهداف والآليات التي تطلبت بدورها إصلاحات قانونية مستعجلة، من بينها تسريع عملية منح العقار، وتبسيط منح التراخيص، وتحسين بيئة الأعمال من خلال رقمنة الإجراءات.

كما تم التنصيص على أهمية إشراك القطاع الخاص في تمويل المشاريع الكبرى عن طريق الشراكة بين القطاعين العام والخاص (**PPP**)، مما تطلب إصدار مراسيم تنظيمية جديدة تؤطر هذا الشكل من التعاون. يهدف **SDAT** إلى تكييف الإطار القانوني مع المعايير الدولية لجذب رؤوس الأموال الأجنبية وتفعيل البعد الجهوي للسياحة من خلال إسناد صلاحيات أكبر للولايات والبلديات[1].

سابعًا: الإتفاقيات الدولية وانعكاساتها على التشريعات السياحية

تسعى الجزائر، بصفتها عضوًا في العديد من المنظمات الإقليمية والدولية مثل منظمة السياحة العالمية ومنظمة الأمم المتحدة للبيئة، إلى ملاءمة تشريعاتها الوطنية مع الإلتزامات الدولية التي وقّعت عليها، ويظهر ذلك جليًا في التعديلات الأخيرة لبعض القوانين البيئية والإستثمارية، التي أخذت بعين الإعتبار المبادئ الدولية مثل السياحة المسؤولة، وإحترام حقوق المجتمعات المحلية، وحماية المعالم الأثرية والتراث الثقافي.

كما أن الإنخراط في إتفاقيات دولية مثل إتفاق باريس حول المناخ، يدفع الجزائر إلى إلزام المستثمرين السياحيين بإحترام معايير الإستدامة وتبني سياسات إقتصادية خضراء، وهو ما ينعكس على دفتر الشروط الخاص بالمشاريع السياحية الجديدة[2].

ثامنًا: العدالة الجبائية والمالية في التشريع السياحي

[1] وزارة السياحة والصناعة التقليدية، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030، الجزائر، 2018، ص34

[2] وثائق وزارة الشؤون الخارجية، الجزائر، قسم الاتفاقيات الدولية، 2021، ص42

رغم الإعفاءات والتحفيزات التي تضمنتها القوانين، فإن التحدي الأكبر هو خلق توازن بين تحفيز الإستثمار وضمان العدالة الجبائية، فقد تم تعديل العديد من النصوص القانونية التي كانت تُثقل كاهل المستثمرين الجدد، خصوصًا فيما يتعلق بالرسم العقاري، والرسم على النشاط المهني (**TAP**)، والضرائب المحلية، كما تم السماح في بعض الولايات السياحية بإقامة "مناطق نشاط سياحي" تخضع لنظام ضريبي خاص، من أجل جذب المستثمرين نحو المناطق الداخلية والصحراوية التي تحتاج إلى تنمية، فهذه العدالة الجبائية أصبحت تُكرس تدريجيًا ضمن النصوص التنظيمية المعتمدة محليًا[1].

تاسعًا: البعد الجهوي واللامركزية في التشريع السياحي

أدركت السلطات العمومية أن المقاربة المركزية لم تعد كافية لضبط الحركية السياحية، خصوصًا في بلد واسع مثل الجزائر، لذلك بدأت عملية تدريجية لإعادة توزيع الصلاحيات على المستوى المحلي، من خلال تمكين الولايات من إعداد برامجها السياحية الخاصة، والمصادقة على مخططات التهيئة المحلية، وإصدار رخص إستغلال المشاريع الصغيرة والمتوسطة.

كما أصبحت الجماعات المحلية شريكًا مباشرًا في تسيير بعض الموارد السياحية، كالشواطئ والمواقع الأثرية، مما يتطلب وجود أطر قانونية جديدة تحكم هذه العلاقة، وقد صدرت عدة تعليمة وزارية مشتركة تنص على تشجيع البلديات السياحية على إنشاء مكاتب محلية للترويج والتسيير السياحي.[2]

عاشرًا: دفتر الشروط الخاص بالأنشطة السياحية

يُعد دفتر الشروط من أهم الأدوات التنظيمية التي تعتمدها الدولة لتقنين النشاط السياحي، حيث يحدد بدقة شروط إنشاء وإستغلال الهياكل الفندقية والسياحية، من حيث المساحة، المعايير التقنية، معايير السلامة، شروط النظافة، وحقوق الزبائن، كما يفرض هذا الدفتر على المستثمرين إحترام القيم الثقافية للبلد وعدم المساس بالبيئة أو التراث، وقد تم تحيين العديد من دفاتر الشروط

[1] قانون المالية لسنة 2023، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 89، 2022، ص57

[2] وزارة الداخلية والجماعات المحلية، دليل اللامركزية وتسيير المشاريع السياحية، الجزائر، 2021، ص18

في السنوات الأخيرة، بما يتماشى مع أهداف الإستدامة وجودة الخدمة، هذا الإجراء يهدف إلى تنظيم المنافسة وتحقيق مبدأ الإنصاف بين المستثمرين[1].

حادى عشر: النصوص المنظمة للإستثمار الأجنبي في القطاع السياحي

يخضع الاستثمار الأجنبي في السياحة الجزائرية إلى ضوابط دقيقة منصوص عليها في القانون العام للاستثمار، مع بعض المزايا الموجهة للقطاعات الاستراتيجية. ووفقًا لقانون 22-18، أصبح من الممكن للمستثمر الأجنبي تملك أغلبية الأسهم في مشاريع سياحية، بشرط احترام خصوصيات السوق الوطنية والقوانين البيئية والثقافية. كما يشترط القانون المرور عبر الوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار (**AAPI**) التي تدرس جدوى المشروع وتُصدر الموافقة.[2]

ثاني عشر: التوجيهات الرئاسية والوزارية الخاصة بتسهيل الإستثمار السياحي

إلى جانب القوانين، أصدرت السلطات العليا في الدولة توجيهات متكررة لتسهيل إجراءات الإستثمار السياحي، وذلك في إطار الرؤية الوطنية لتعزيز الإقتصاد غير النفطي، حيث شددت الحكومة على تقليص آجال دراسة الملفات الإدارية، ومحاربة البيروقراطية، وتفعيل الشباك الموحد، كما تم إصدار عدة تعليمات وزارية مشتركة بين وزارتي السياحة والداخلية لتسريع تخصيص العقار السياحي ورفع العراقيل الإدارية[3].

ثالث عشر: التهيئة السياحية كمجال تنظيمي مستقل

تم الإعتراف بالتهيئة السياحية كفرع تنظيمي مستقل داخل القانون التوجيهي للسياحة، وهي تعني إعداد الفضاءات الطبيعية والعمرانية بما يسمح بإقامة المشاريع السياحية دون الإضرار بالتوازنات البيئية والإجتماعية، وتشمل التهيئة تهيئة الشواطئ، المناطق الجبلية، الواحات، والمواقع التاريخية، وذلك ضمن خطط جهوية تراعي خصوصية كل منطقة، وقد صادقت الجزائر على عدة مخططات توجيهية جهوية تُدرج ضمنها مشاريع التهيئة السياحية المستقبلية[4].

---

[1] وزارة السياحة والصناعة التقليدية، دفتر الشروط المتعلق بالفنادق والمؤسسات السياحية، الجزائر، 2020، ص12

[2] الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، قانون الإستثمار 22-18، العدد 50، 2022، ص 11

[3] رئاسة الجمهورية الجزائرية، التوجيهات الرئاسية حول تفعيل الاستثمار السياحي في الجزائر، 2021، ص 6

[4] وزارة السياحة والصناعة التقليدية، الإطار القانوني للتهيئة السياحية في الجزائر، الجزائر، 2019، ص 29

رابع عشر: تسوية وضعية المشاريع السياحية المجمدة أو المتوقفة

من بين الإشكالات التي تعيق تطور الإستثمار السياحي في الجزائر، نجد عددًا من المشاريع التي تم إطلاقها في سنوات سابقة لكنها توقفت بسبب مشاكل عقارية، تمويلية، أو قانونية، وقد بادرت الدولة بإصدار مراسيم لتسوية وضعية هذه المشاريع، وتم إنشاء لجنة وطنية لتطهير ملف العقار السياحي، تهدف هذه الإجراءات إلى إعادة دمج المشاريع المتوقفة ضمن الدورة الإقتصادية، وتحقيق الأثر التنموي المنتظر منها[1].

المطلب الثاني: الحوافز والتسهيلات

أولًا: الإعفاءات الجبائية والجمركية في مرحلة الإنجاز

تسعى الحكومة الجزائرية إلى تشجيع إقامة مشاريع سياحية جديدة من خلال منح إمتيازات جبائية وجمركية معتبرة خلال مرحلة الإنجاز، وهي المرحلة الأهم من حيث التكاليف الأولية، ويستفيد المستثمر من إعفاء كلي من الرسوم الجمركية على المعدات والتجهيزات التي لا تُنتَج محليًا، بشرط أن تكون مخصصة حصريًا للنشاط السياحي.

كما يُعفى المشروع من الضريبة على القيمة المضافة **(TVA)**، سواء عند إقتناء العتاد من السوق المحلية أو عند إستيراده، مما يُخفض من الأعباء المالية ويزيد من الجدوى الإقتصادية للمشروع، هذه الإعفاءات موجهة بشكل خاص نحو المؤسسات الفندقية، القرى السياحية، المنتجعات البيئية، ومرافق الترفيه والتسلية، مما يعكس رغبة الدولة في خلق بيئة إستثمارية تنافسية إقليمية[2].

ثانيًا: الإعفاءات الجبائية في مرحلة الإستغلال

بعد إنتهاء أشغال الإنجاز وبدء النشاط، يواصل المستثمر الإستفادة من تسهيلات جبائية معتبرة تمتد لعدة سنوات، يتم إعفاء المشروع من الضريبة على أرباح الشركات **(IBS)** والضريبة على الدخل الإجمالي **(IRG)** لفترة تصل إلى 10 سنوات، خاصة في المناطق ذات الأولوية السياحية، مثل المناطق الجبلية والصحراوية والساحلية البكر.

[1] وزارة السياحة، تقرير وطني حول وضعية المشاريع السياحية المجمدة، الجزائر، 2022، ص 17

[2] الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، مرجع سبق ذكره، ص 14

كما يُمنح إعفاء من الرسم العقاري على الأملاك المستعملة في المشروع، ويهدف ذلك إلى تمكين المستثمر من تحقيق توازن مالي في السنوات الأولى التي تكون غالبًا صعبة من حيث الإيرادات والمصاريف التشغيلية[1].

ثالثًا: تسهيلات الحصول على العقار السياحي

تُعد وفرة العقار المهيأ والمناسب من العوامل الحاسمة في جذب المستثمرين، لذلك قامت الدولة بتهيئة مناطق التوسع السياحي (**ZET**) التي تُعد أوعية عقارية مخصصة حصريًا لإنشاء مشاريع سياحية، وتم تفعيل آلية الشباك الموحد العقاري لتقليص الوقت وتبسيط الإجراءات، كما يتم منح الإمتياز على الأراضي التابعة لأملاك الدولة بعقود تصل إلى 33 سنة قابلة للتجديد، بدلًا من البيع المباشر، مما يحافظ على ملكية الدولة وفي نفس الوقت يمنح المستثمر مرونة الإستغلال.

كما سُمح في بعض الحالات بإنشاء مشاريع سياحية على الأراضي الفلاحية المصنفة ضمن مناطق الإمتياز السياحي، بعد دراسة الجدوى والضمانات البيئية[2].

رابعًا: الدعم المالي من البنوك وآليات الضمان

أدركت الدولة أن التمويل يمثل أحد أكبر التحديات أمام المستثمرين في القطاع السياحي، خاصة مع ضعف القدرة التمويلية الذاتية، لهذا الغرض تم توجيه البنوك العمومية لإقتراح قروض بنكية بشروط تفضيلية، بفوائد منخفضة، خاصة في المناطق ذات الأولوية.

ولتقليل المخاطر التي قد تواجه المستثمر أثناء التمويل، تم إنشاء الصندوق الوطني لضمان قروض الإستثمار السياحي الذي يغطي نسبة من مبلغ القرض في حال فشل المشروع لأسباب خارجة عن إرادة المستثمر، مثل الأزمات الصحية أو الكوارث الطبيعية[3].

خامسًا: الشباك الموحد لتسهيل الإجراءات الإدارية

[1] وزارة السياحة والصناعة التقليدية، دليل المستثمر السياحي، الجزائر، 2022، ص 19

[2] وزارة السياحة والصناعة التقليدية، دليل التسيير العقاري السياحي في الجزائر، الجزائر، 2021، ص 24

[3] وزارة المالية، التسهيلات البنكية الموجهة للاستثمار السياحي، الجزائر، 2020، ص 31

تعاني المشاريع الإستثمارية في الجزائر من ثقل الإجراءات البيروقراطية، لذا أُنشئ الشباك الوحيد لدى الوكالة الجزائرية لترقية الإستثمار **(AAPI)** ليكون وسيطًا فعالًا بين المستثمر ومختلف الإدارات المعنية، يمكن للمستثمر عبر هذا الشباك تقديم ملفه الإستثماري، طلب الإمتياز العقاري، الحصول على التراخيص والموافقات، وحتى متابعة تنفيذ المشروع.

وجود فروع جهوية للوكالة سمح بتقريب الخدمة من المستثمرين في الداخل، كما توفر الوكالة إستشارات قانونية وتقنية لمرافقة المشروع منذ فكرته الأولى إلى مرحلة الإستغلال[1].

سادسًا: حوافز خاصة في المناطق ذات الأولوية

تولي الجزائر أهمية خاصة للإستثمار السياحي في المناطق الأقل نموًا، مثل الجنوب الكبير والهضاب العليا، لذلك تمنح لهذه المشاريع حوافز إضافية تشمل: إعفاءات ضريبية لمدة أطول، تمويل جزئي للبنية التحتية (مثل الطرق والكهرباء والمياه)، الأولوية في منح العقار السياحي، وتخفيض رسوم الدراسة والرخص، هذا التوجه يندرج ضمن سياسة وطنية تسعى لتحقيق العدالة المجالية، وتقليص الفوارق التنموية بين شمال الوطن وجنوبه[2].

سابعًا: التكوين والتأهيل لفائدة المستثمرين

إضافة إلى الدعم المالي والجبائي، تواكب الدولة المستثمر بمنحه فرصة تكوين مهني لأعوانه في المجالات المتعلقة بالسياحة، تقدم المعاهد الوطنية للفندقة والسياحة برامج خاصة موجهة للمستثمرين الجدد، تشمل دورات في التسيير الفندقي، التسويق السياحي، خدمات الإستقبال، الأمن الغذائي وغيرها، والهدف من ذلك هو ضمان جودة الخدمة السياحية منذ البداية، والرفع من تنافسية المؤسسات الجزائرية أمام التحديات الإقليمية والدولية[3].

ثامنًا: التسهيلات المرتبطة بإنشاء الشركات السياحية

[1] الوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار، خدمات الشباك الموحد، الجزائر، 2023، ص 8

[2] وزارة السياحة، الإستراتيجية الوطنية لتنمية السياحة في الجنوب الجزائري، الجزائر، 2022، ص 37

[3] المعهد الوطني للفندقة والسياحة – بوسعادة، برنامج التكوين المهني لفائدة المستثمرين، الجزائر، 2021، ص11

في إطار سياسة تحسين مناخ الأعمال، حرصت الجزائر على تسهيل عملية ولوج المستثمرين لعالم المقاولاتية السياحية، خاصة لفائدة الشباب حاملي المشاريع، فقد تم تقليص عدد الوثائق الإدارية المطلوبة لتأسيس شركة سياحية من 12 وثيقة في الماضي إلى 3 أو 4 فقط حاليًا، وهي خطوة مهمة للحد من البيروقراطية، كما تم إطلاق المنصة الرقمية للمركز الوطني للسجل التجاري التي تتيح للمستثمر تسجيل شركته، وإختيار إسمها التجاري، ودفع الرسوم، والحصول على الرقم التعريفي الجبائي—all في ظرف يومين فقط دون التنقل.

هذه التسهيلات، إلى جانب رقمنة المسار الإداري، ساعدت في تقليص الكلفة الزمنية والمادية، وشجّعت على ظهور مبادرات جديدة في مجالات الوكالات السياحية، السياحة البيئية، والإيواء الريفي، خاصة في ولايات مثل بجاية، تيميمون، وتيزي وزو[1].

تاسعًا: دعم الدولة للبنية التحتية المرافقة للمشاريع السياحية

تُدرك السلطات الجزائرية أن إستقطاب الإستثمارات السياحية يتطلب أولًا توفير بيئة مناسبة من حيث البنية التحتية، لذلك أطلقت برامج لتعبيد الطرق المؤدية إلى المواقع السياحية ذات الجاذبية، مثل شواطئ الطارف، وكثبان جانت، والواحات التاريخية في بسكرة، كما تُخصص الدولة ميزانيات سنوية من خلال صناديق الجماعات المحلية لربط الأراضي المخصصة للمشاريع السياحية بشبكات الكهرباء، الصرف الصحي، والإنترنت عالي السياحي

ومن خلال التنسيق بين وزارات السياحة، والنقل، والطاقة، يتم إعفاء المستثمرين من تكاليف إنجاز هذه الشبكات الأساسية إذا كانت ضمن مناطق التوسع السياحي، وهو ما يخفّض الكلفة الإجمالية للمشروع بنسبة قد تصل إلى 30%[2].

عاشرًا: التسهيلات الضريبية الموجهة للإبتكار السياحي

تعمل الجزائر على تطوير قطاع السياحة بطريقة متكاملة ومستدامة، لذلك فقد وُضعت حوافز جبائية خاصة لمشاريع السياحة التي تتبنى الإبتكار، فعلى سبيل المثال فالمشاريع التي تستخدم

[1] المركز الوطني للسجل التجاري، الدليل المبسط لإنشاء الشركات في الجزائر، الجزائر، 2023، ص 17

[2] وزارة السياحة والصناعة التقليدية، تقرير عن مساهمة الدولة في دعم البنى التحتية السياحية، الجزائر، 2021، ص 22

نظم الحجز الرقمي، أو تقنيات الذكاء الإصطناعي لتحليل سلوك الزبائن، تستفيد من إعفاءات مؤقتة من الرسم على النشاط المهني (**TAP**) لمدة ثلاث سنوات.

كما أن السياحة البيئية أصبحت محور إهتمام، حيث يتم إعفاء المشاريع التي تحترم المعايير البيئية من الضريبة على أرباح الشركات (**IBS**) لمدة قد تصل إلى خمس سنوات، بالإضافة إلى تخفيضات على الجمارك بالنسبة لإستيراد التجهيزات الصديقة للبيئة كالألواح الشمسية أو تجهيزات تدوير المياه[1].

حادي عشر: إنشاء مناطق التوسع السياحي ومناطق النشاطات السياحية

خصصت الدولة أكثر من 200 منطقة توسع سياحي عبر مختلف ولايات الوطن، خاصة في المناطق ذات المؤهلات الطبيعية والثقافية العالية، كجنوب تيميمون وتاغيت، وسواحل مستغانم وبجاية، يتم تهيئة هذه المناطق وفقًا لمخططات عمرانية خاصة تأخذ بعين الإعتبار حجم النشاط السياحي المتوقع، والقدرة الإستيعابية البيئية.

من أهم ما يميز هذه المناطق: توفير عقار سياحي طويل الأمد (عن طريق الإمتياز) بأسعار رمزية، وتسهيل الحصول على رخص البناء والتراخيص البيئية والصحية في ظرف لا يتجاوز شهرين، إضافة إلى إعطاء الأولوية للمشاريع المقامة في هذه المناطق في الحصول على تمويلات من البنوك العمومية[2].

ثاني عشر: الدعم المؤسساتي من خلال الوكالات العمومية

تضطلع وكالات الدولة بعدة أدوار مهمة في مرافقة المستثمر السياحي، بدءًا من مرحلة بلورة الفكرة إلى غاية تشغيل المشروع، فمثلًا الوكالة الجزائرية لترقية الإستثمار (**AAPI**) توفر للمهتمين بيانات إحصائية عن الحركة السياحية في المنطقة المستهدفة، وتقدم خدمات إلكترونية لطلب الإمتياز العقاري، والحصول على شهادة تشجيع الإستثمار، وإيداع ملف التمويل البنكي.

[1] وزارة البيئة والطاقات المتجددة، برنامج دعم المؤسسات السياحية الخضراء، الجزائر، 2022، ص 9

[2] وزارة السياحة، مخطط تطوير مناطق التوسع السياحي في الجزائر، الجزائر، 2020، ص 33

كما أن الوكالة الوطنية لتطوير السياحة (**ANDT**) تضع تحت تصرف المستثمرين نماذج دراسات فنية ومالية للمشاريع الناجحة، وتنسق مع المعاهد السياحية لتوفير يد عاملة مؤهلة، مما يُقلّص من تكاليف التكوين ويوفر كفاءة ميدانية للمشروع[1].

ثالث عشر: منح الجوائز التقديرية والدعم المعنوي

لا يقتصر دعم الدولة على الجانب المالي والإداري فقط، بل يمتد إلى التشجيع المعنوي للمشاريع الناجحة، وذلك من خلال جوائز تحفيزية تُنظم وزارة السياحة سنويًا "الجائزة الوطنية للتميز السياحي" التي تُمنح لرواد القطاع الذين قدّموا مشاريع ذات جودة عالية وذات أثر إيجابي على التشغيل أو البيئة المحلية.

الفائزون بهذه الجوائز غالبًا ما يستفيدون من تغطية إعلامية وطنية، ودعم للمشاركة في المعارض الدولية، ما يعزز من جاذبية مشاريعهم للشركاء والممولين، كما أن هذه الجوائز تمثل إعترافًا رسميًا بالجهود المبذولة، وتلعب دورًا معنويًا في دعم الإستدامة والتميز في الممارسات السياحية[2].

المطلب الثالث: المؤسسات الحكومية والخاصة الداعمة للمقاولاتية

تلعب المؤسسات الحكومية والخاصة دورًا محوريًا في دعم وتطوير المقاولاتية، بإعتبارها محركًا رئيسيًا للنمو الإقتصادي وخلق فرص العمل، خاصة في أوساط الشباب وفي الجزائر، برزت خلال السنوات الأخيرة عدة آليات ومؤسسات تُعنى بمرافقة المشاريع الريادية وتمويلها وتوفير التكوين والدعم التقني، تشمل هذه المؤسسات أجهزة حكومية مثل الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية(**ANADE**) ، والصندوق الوطني للتأمين عن البطالة(**CNAC**) ، إلى جانب مبادرات خاصة وحاضنات أعمال تعمل على تشجيع روح المبادرة وخلق بيئة ملائمة لريادة الأعمال المستدامة.

[1] الوكالة الجزائرية لترقية الإستثمار، دليل خدمات AAPI لصالح المستثمرين في القطاع السياحي، الجزائر، 2023، ص 12

[2] وزارة السياحة، الجائزة الوطنية للتميز السياحي في الجزائر، الجزائر، 2022، ص 5

أولًا: الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية (ANADE)

لا يمكن الحديث عن النهوض بالمقاولاتية في الجزائر دون التوقف عند الدور الحيوي الذي تلعبه الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية، فهذه الهيئة لم تعد مجرّد جهة تمويلية كما كانت في بداياتها، بل تحوّلت إلى مؤسسة متعددة الأدوار ترافق المقاول منذ مرحلة الفكرة إلى مرحلة تثبيت المشروع في السوق، فهي توفر ورشات تكوين تستهدف تعزيز مهارات ريادة الأعمال لدى الشباب، كما تسهّل عملية إعداد مخططات الأعمال ودراسات الجدوى، مع الحرص على ملاءمتها للسياقات الإقتصادية المحلية، وقد إعتمدت **ANADE** على سياسة اللامركزية من خلال فروعها المنتشرة في ولايات الوطن، ما ساعد في تقريب الخدمة من طالبيها وخفض نسب فشل المشاريع[1].

ثانيًا: الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة (CNAC)

من مؤسسة ذات طابع إجتماعي إلى فاعل إقتصادي قوي، نجح صندوق **CNAC** في إعادة تعريف دوره من مجرد أداة لمعالجة البطالة إلى شريك فعلي في بناء نسيج مقاولاتي وطني، إذ يستهدف الصندوق فئة عمرية غالبًا ما يتم تهميشها في سياسات الدعم التقليدية، أي الذين تجاوزوا سن الثلاثين، وهو ما يفتح بابًا ثانيًا أمام من تأخّروا في الإنخراط في سوق العمل، ويتميّز الصندوق بمنهجية مرافقة دقيقة، إذ لا يكتفي بتقديم التمويل بل يضمن أيضًا متابعة ميدانية للمشروع ويقدّم إستشارات تقنية وقانونية، كما يحرص على تخصيص تمويلات تفضيلية للمشاريع ذات البعد المحلي أو تلك التي تستثمر في الموارد الطبيعية والثقافية للمناطق الداخلية[2].

ثالثًا: وكالة دعم الإستثمار (AAPI)

في ظل التوجه نحو تنويع الإقتصاد الوطني والحد من التبعية للريوع الطاقوية، برزت **AAPI** كهيئة محورية لتوجيه الإستثمار نحو قطاعات واعدة كالسياحة والصناعة الرقمية، تتميز الوكالة بمنظومة رقمية متكاملة تسمح للمستثمر بالحصول على المعلومات اللازمة والإمتيازات المتاحة لكل نوع من المشاريع حسب المنطقة الجغرافية، كما تلعب **AAPI** دورًا دبلوماسيًا داخليًا، إذ تتكفل

[1] الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية، التقرير السنوي حول نشاطات الدعم والمرافقة، الجزائر، 2022، ص 14

[2] وزارة العمل والتشغيل والضمان الإجتماعي، دليل الإستثمار عبر جهاز CNAC، الجزائر، 2021، ص 21

بتنسيق العلاقة بين المستثمر والإدارات الأخرى كالجمارك، الضرائب، والأملاك الوطنية، الأمر الذي يحدّ من البيروقراطية ويمنح المستثمر رؤية واضحة لطريقه نحو تجسيد مشروعه، وتسعى الوكالة أيضًا إلى تشجيع الإستثمار في المناطق الحدودية والمحرومة من خلال تقديم إمتيازات مضاعفة مقارنة ببقية مناطق الوطن[1].

رابعًا: جهاز "كناك بانك" (Crédit Jeunes Promoteurs)

من بين أبرز الآليات التمويلية التي تمكّن الشباب من خلق مشاريع خاصة بهم هو ما يعرف بـ"قرض الشباب"، وهو قرض ثلاثي الأقطاب تشترك فيه الدولة بنسبة معينة من رأس المال، ويكفل فيه البنك الجزء المتبقي بضمان الدولة، بينما يلتزم المقاول بالإدارة والتسيير، ما يميز هذا الجهاز أنه يراعي الوضعية الإجتماعية والمالية لطالبي القروض، فلا يُشترط وجود ضمانات عقارية أو مالية معقدة كما هو الحال في القروض التجارية التقليدية، كما يتم تخصيص نافذة خاصة داخل البنوك لمعالجة ملفات حاملي المشاريع، ما يقلص من آجال الإنتظار ويعطي للملف طابعًا خاصًا يراعي الطابع التنموي للمشروع[2].

خامسًا: المؤسسات الخاصة لحاضنات الأعمال (Incubateurs privés)

دخلت الحاضنات الخاصة مجال دعم المقاولاتية من بوابة التخصص، حيث باتت تشكل فضاءً خصبًا لتجريب الأفكار، تطوير النماذج الإقتصادية، وبناء المهارات الريادية، هذه المؤسسات –التي يتركّز نشاطها بالأساس في المدن الكبرى– تُقدم باقات متكاملة من الخدمات تشمل التكوين المكثف، الإرشاد عبر مرشدين متخصصين، والإستفادة من شبكات الأعمال (**Networking**)، وتمكنت بعض الحاضنات من ربط علاقات تعاون مع جهات أجنبية، ما أتاح للمقاولين الناشئين فرصًا للمشاركة في برامج إحتضان دولية، ومن أبرز المجالات التي تنشط فيها الحاضنات الخاصة: التكنولوجيا الخضراء، السياحة المستدامة، والخدمات الرقمية، وهو ما يعكس تحول بيئة الإستثمار نحو الإبتكار[3].

[1] الوكالة الجزائرية لترقية الإستثمار، المنصة الرقمية للمستثمر، الجزائر، 2023، ص 8

[2] وزارة المالية، منشور حول آليات تمويل الشباب المقاول، الجزائر، 2021، ص 12

[3] مجلة المقاولاتية الجزائرية، ملف خاص حول حاضنات الأعمال، العدد 06، الجزائر، 2022، ص 25

سادسًا: القطاع البنكي العمومي والخاص

رغم الإنتقادات التي طالما وُجّهت للقطاع البنكي في الجزائر بشأن تعقيد الإجراءات وغياب المبادرة، إلا أن السنوات الأخيرة شهدت تطورًا ملحوظًا في تعاطي البنوك مع فئة المقاولين، فتم إحداث نوافذ مخصصة لإستقبال ملفات المشاريع المدعومة من أجهزة الدولة، وتم إدماج خدمات بنكية رقمية لتسهيل التعامل، كما شرعت بعض البنوك في إعداد منتجات تمويلية مخصصة للقطاعات الناشئة مثل الإقتصاد الرقمي والسياحة البيئية، وهي خطوة تهدف إلى تقليص الفجوة بين النظام البنكي ومتطلبات السوق الحديثة، وعلى الرغم من أن القطاع لا يزال بحاجة لإصلاحات أعمق، إلا أن المؤشرات الحالية تُظهر تحولًا تدريجيًا نحو دعم المقاولاتية بشكل ملموس[1].

سابعًا: دور الجامعات ومراكز البحث في دعم المقاولاتية

أصبحت الجامعات الجزائرية، في السنوات الأخيرة، فاعلًا إستراتيجيًا في دعم روح المقاولاتية لدى الطلبة والباحثين، حيث تم إدراج مادة "المقاولاتية" ضمن العديد من التخصصات، مع إنشاء خلايا للمرافقة داخل المؤسسات الجامعية، كما سعت بعض الجامعات إلى تطوير نماذج من "الحاضنات الجامعية" التي تتيح للطلبة تطوير مشاريعهم إنطلاقًا من أفكار تخرّجهم، وربطهم بشبكات المستثمرين والشركاء الإقتصاديين، هذه المقاربة عززت من فكرة أن الجامعة لم تعد فقط فضاءً نظريًا، بل باتت بيئة حيوية لتوليد المبادرات الإقتصادية والإبداعية، كما أنّ مراكز البحث العلمي بدأت تضع ضمن أهدافها تحويل مخرجاتها إلى نماذج أعمال قابلة للتسويق، خاصة في ميادين الزراعة، البيئة، وتكنولوجيا المعلومات[2].

ثامنًا: الجمعيات الشبانية ومبادرات المجتمع المدني

برزت في المشهد المقاولاتي الجزائري العديد من الجمعيات الشبانية التي تسعى إلى تمكين الشباب من دخول عالم الأعمال من خلال التكوين، التحفيز، وتنظيم المسابقات والملتقيات، هذه الجمعيات، التي غالبًا ما تُدار من طرف شباب مرّوا بتجارب مقاولاتية سابقة، تلعب دورًا تربويًا وتحفيزيًا عميقًا، إذ تشجع على ثقافة المبادرة الفردية وتُزيل الحواجز النفسية المرتبطة بالخوف من

[1] بنك الجزائر، دليل البنوك حول تمويل المؤسسات الصغيرة، الجزائر، 2022، ص 17

[2] وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، دليل الخلايا الجامعية للمقاولاتية، الجزائر، 2023، ص 9

الفشل، كما تعمل هذه الجمعيات على ربط الشباب بمصادر التمويل، وتوجههم نحو الإجراءات الإدارية والتقنية التي قد تكون مبهمة لديهم. ومن أبرز هذه المبادرات: جمعية "جزائريون فاعلون"، و"جمعية رُوّاد الأعمال الشباب"، وغيرها من الشبكات التي تنشط على مستوى محلي وجهوي[1].

تاسعًا: المبادرات الرقمية والمنصات الإلكترونية المرافقة للمقاولين

شهدت الجزائر في السنوات الأخيرة طفرة في إنشاء منصات إلكترونية متخصصة في دعم المقاولين الناشئين، سواء عبر تقديم تكوينات عن بعد، أو نشر معلومات قانونية وإجرائية مبسّطة، أو تسهيل التشبيك مع المستثمرين والخبراء، هذه المنصات، التي تطوّرها شركات ناشئة أو جمعيات رقمية، تستهدف سدّ الفجوة المعلوماتية التي يعاني منها كثير من حاملي الأفكار، وتُعدّ منصة "**FikraTech**" و"**StartUp Algeria**" من أبرز هذه المبادرات التي توفر فضاءات حوار ومواكبة لأصحاب المشاريع، خاصة في مجالات الإبتكار، التقنية، والتسويق الرقمي[2].

عاشرًا: دور مراكز التكوين المهني في ترسيخ ثقافة المقاولاتية

لم تعد مراكز التكوين المهني في الجزائر تقتصر على توفير المهارات التقنية فحسب، بل تحوّلت إلى فاعل مباشر في دعم المقاولاتية، خاصة في الأوساط الريفية والمحرومة، فبالتوازي مع التكوين في التخصصات اليدوية والمهنية، يتم تقديم ورشات في كيفية إعداد مشروع مصغّر، تسييره، وكيفية الإستفادة من أجهزة الدعم، كما تتيح بعض المراكز إمكانية إستغلال الورشات كمحضن تجريبي لتنفيذ أولى مراحل المشروع، ما يقلل من تكلفة البداية ويمنح ثقة أكبر للمتكون، هذا التوجه يعكس فهمًا جديدًا لدور التكوين المهني في محاربة البطالة عبر خلق الثروة بدل البحث عنها[3].

الحادي عشر: دور المجالس الولائية والبلدية المنتخبة في تحفيز المقاولاتية المحلية

في السنوات الأخيرة، بدأت بعض المجالس الشعبية البلدية والولائية تلعب دورًا مهمًا في تحريك عجلة المقاولاتية على المستوى المحلي، خصوصًا في المناطق الريفية والمهمّشة، فبعض

[1] شبكة رواد الأعمال الشباب، التقرير السنوي للنشاطات الجمعوية، الجزائر، 2022، ص 13

[2] تقرير رقمي حول ريادة الأعمال في الجزائر، منصة FikraTech، الجزائر، 2023، ص 6

[3] الديوان الوطني للتكوين والتعليم المهنيين، كتيب "المقاولاتية في التكوين المهني"، الجزائر، 2022، ص 18

البلديات أطلقت مبادرات لدعم أصحاب المشاريع من خلال توفير العقار الصناعي بأسعار رمزية، أو تنظيم معارض دورية لعرض منتجات المشاريع المصغرة، كما ساهمت هذه الهيئات في تسهيل الإجراءات الإدارية المرتبطة بالحصول على التراخيص والوثائق الضرورية، وهو ما قلّل من البيروقراطية التي تعيق العديد من المبادرات الناشئة[1].

الثاني عشر: الشركة الجزائرية لتأمين وتمويل الصادرات (CAGEX)

تلعب شركة **CAGEX** دورًا حيويًا في مرافقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تطمح للتوسع نحو الأسواق الخارجية، فهي تتيح آليات تأمين على الصادرات ضد المخاطر التجارية والسياسية، وهو ما يطمئن المقاولين الجدد ويشجعهم على خوض غمار التجارة الخارجية، كما توفر الشركة تكوينات تقنية حول التصدير، ومساعدة على التفاوض في العقود الدولية، وهو ما يسهم في توسيع أفق المستثمر الجزائري خارج السوق المحلي[2].

الثالث عشر: دور الوكالة الوطنية لتثمين نتائج البحث والتنمية التكنولوجية (ANVREDET)

رغم أن معظم التركيز ينصب على دعم المقاولات التقليدية، إلا أن **ANVREDET** تمثل آلية مهمة لربط البحث العلمي بالمقاولاتية التكنولوجية، فهي تعمل على تحويل براءات الإختراع والبحوث العلمية إلى مشاريع تجارية قابلة للتسويق، كما ترافق الباحثين والمخترعين في إعداد نماذج أولية، وإيجاد شركاء صناعيين وممولين، هذا الدور يعزز بيئة الإبتكار ويخلق إقتصادًا قائمًا على المعرفة[3].

الرابع عشر: دور المجمعات الإقتصادية الكبرى في دعم سلاسل القيمة للمؤسسات الناشئة

أصبحت بعض المجمعات الإقتصادية الوطنية مثل مجمع "سوناطراك" أو "صيدال" تشجّع المؤسسات الناشئة على الدخول في شبكات التوريد الخاصة بها، حيث يتم إطلاق برامج "مشتريات من المقاولات المصغرة" والتي تتيح للمقاولين المحليين فرصة بيع منتجاتهم أو خدماتهم للشركات

[1] معهد التنمية المحلية، دراسة حول دور الجماعات المحلية في دعم المقاولاتية، الجزائر، 2021، ص. 17

[2] CAGEX، التقرير السنوي 2022، الجزائر، ص 33

[3] الوكالة الوطنية لتثمين نتائج البحث، دليل تحويل الإبتكار إلى مؤسسة ناشئة، 2020، ص 12

الكبرى، ما يضمن لهم دخلاً ثابتًا وفرصة لإكتساب الخبرة في التسيير، هذا التوجه يعزز من الإندماج العمودي ويشجع على تنمية مقاولات محلية ذات قدرة تنافسية[1].

الخامس عشر: صندوق تمويل الإبتكار التابع لوزارة إقتصاد المعرفة (FSI)

أنشئ هذا الصندوق حديثًا ليكون أداة تمويل موجهة للمؤسسات الناشئة في ميادين الذكاء الإصطناعي، التكنولوجيا الحيوية، والطاقة المتجددة، يتميز الصندوق بمنهجية إستثمار رأسمالي مرن، حيث لا يقتصر على التمويل التقليدي بل يدخل كشريك في رأس المال، هذا التوجه يهدف إلى تخفيف عبء القروض عن المقاولين المبتكرين، وتحفيزهم على المغامرة في مشاريع ذات طابع عالي التقنية[2].

[1] وزارة الصناعة، تقرير حول دمج المؤسسات المصغرة في سلاسل القيمة، الجزائر، 2023، ص 24

[2] وزارة اقتصاد المعرفة، نشرة الإبتكار السنوية، العدد 2، 2024، ص 8

خلاصة الفصل:

يتبيّن من خلال هذا الفصل أنّ المقاولاتية السياحية في الجزائر تمثل خيارًا إستراتيجيًا واعدًا لتحقيق التنمية الإقتصادية المستدامة وتنويع مصادر الدخل الوطني، خاصة في ظل الإمكانيات السياحية الكبيرة التي تزخر بها البلاد، سواء من حيث المواقع الطبيعية أو التراث الثقافي أو التنوع المناخي والجغرافي، ورغم تزايد الوعي بأهمية هذا القطاع في السنوات الأخيرة، إلا أن المقاولاتية السياحية لا تزال تواجه جملة من التحديات الهيكلية والمؤسساتية، أبرزها ضعف التمويل المخصص للمشاريع السياحية، تعقيد الإجراءات الإدارية، غياب التكوين المتخصص، والنقص في الترويج السياحي الممنهج.

لقد تم التطرق في هذا الفصل إلى مختلف مجالات المقاولاتية السياحية، من الإيواء والخدمات، إلى السياحة البيئية والصحراوية والثقافية، مع إستعراض التصنيفات المختلفة لنماذج المقاولاتية حسب الحجم والمجال الجغرافي، كما تم تحليل الحوافز والتسهيلات التي تقدمها الدولة، سواء على المستوى القانوني أو المالي أو المؤسسي، عبر عدد من الأجهزة والهيئات العمومية والخاصة الداعمة.

وعليه، فإن ترقية المقاولاتية السياحية في الجزائر تتطلب تفعيلًا حقيقيًا للسياسات العمومية، وخلق بيئة أعمال ملائمة، إلى جانب تعزيز ثقافة الريادة والتكوين، وتوفير الدعم المستمر لأصحاب المشاريع السياحية، لاسيما في المناطق الداخلية والهشة، ومن شأن ذلك أن يجعل من المقاولاتية السياحية محركًا فعليًا للتنمية المحلية، ومجالًا خصبًا للإستثمار الوطني والأجنبي في آن واحد.

الفصل الثالث: دور قطب الإبتكار والشغل جامعة 8 ماي 1945 قالمة (حاضنة الأعمال) في تفعيل القطاع السياحي في الجزائر

المبحث الأول: تعريف والتطور التاريخي لقطب الإبتكار

المطلب الأول التعريف

في إطار سعي جامعة 8ماي 1945لتعزيز الرابط بين التعليم العالي وبيئته الاقتصادية والاجتماعية تبنت جامعة 8ماي 1945مبادرة رائدة تمثلت في إنشاء القطب الإحترافي pol pro يعد هذا القطب هيكلا محوريا صمم ليكون واجهة حيوية ونقطة إتصال هامة بين الجامعة والشركات والمؤسسات والاقتصادية المحلية والوطنية دوره ستمحو الدور الأساسي للقطب الإحترافي حول مرافقة الطلبة الحاليين والمتخرجين لجامعة 8 ماي 1945 في إدماجهم المهني من خلال إعدادهم لدخول عالم العمل أو إعدادهم لتأسيس مؤسساتهم ومشاريعهم الخاصة وهذا يتضمن تزويدهم بالمهارات والقدرات اللازمة وربطهم بفرص العمل

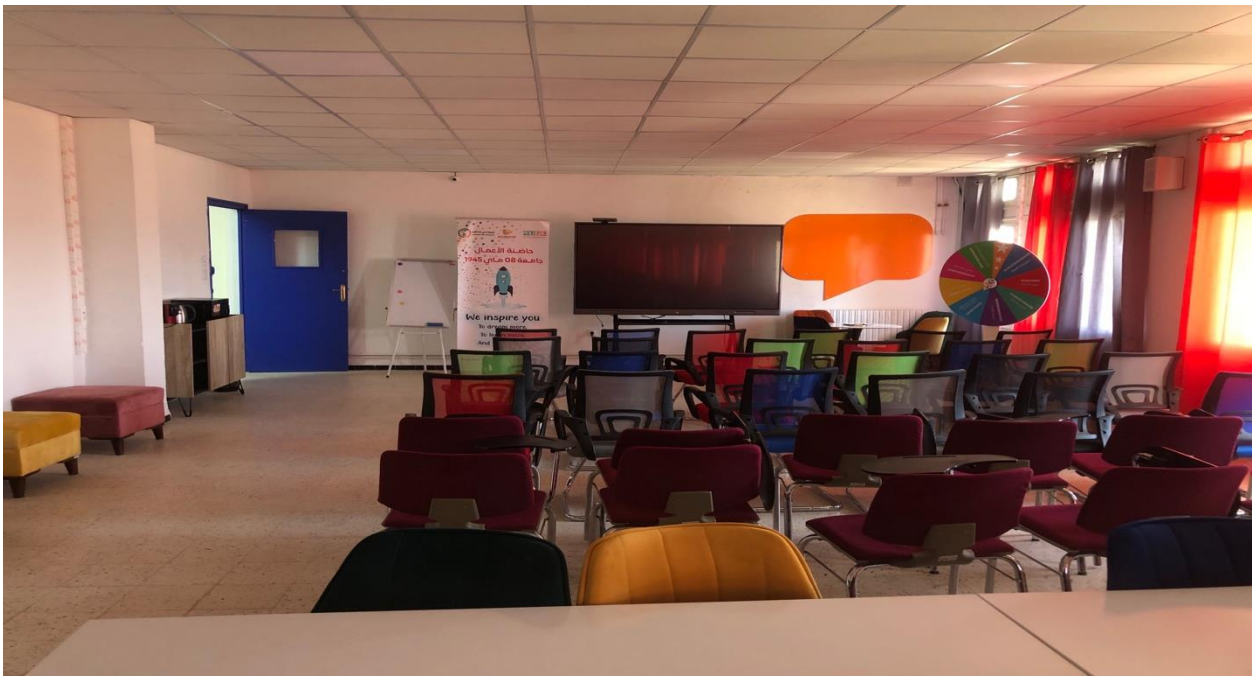
الصورة رقم(01): قطب الإبتكار والشغل جامعة 8 ماي 1945 قالمة

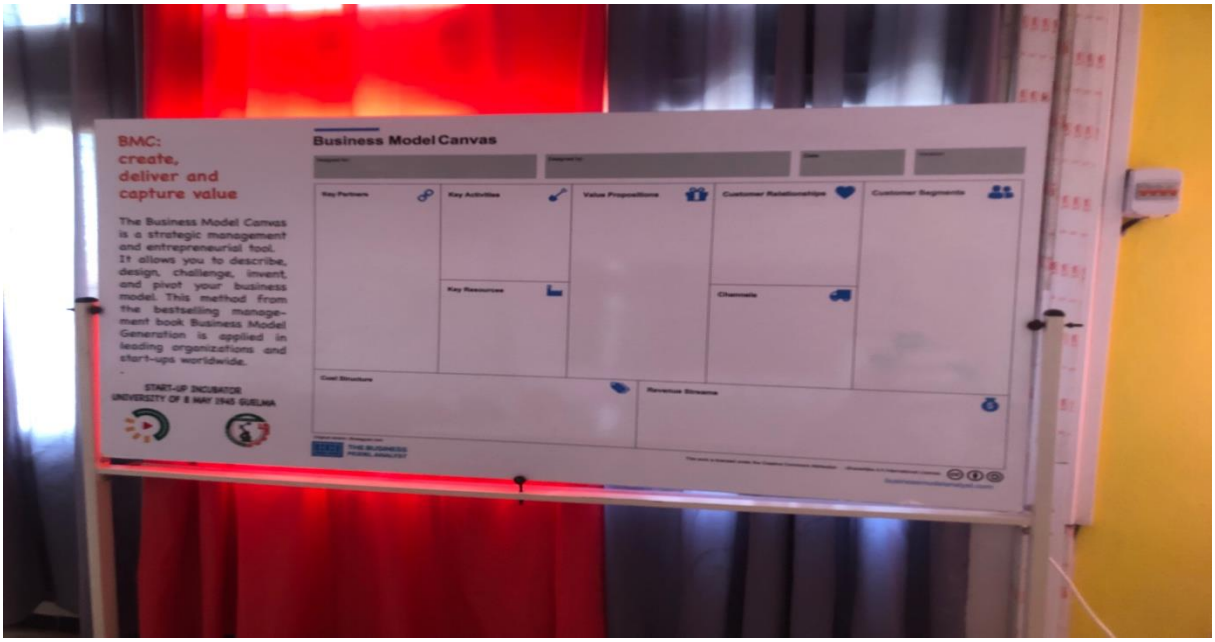
المصدر: من القطب الإبتكار و الشغل جامعة 8ماي 1945

وهنا يأتي دور حاضنة الأعمال L'Incubateur

الحاضنة هي هيكل الإستقبال ومساندة مشروع إبتكاري ذي صلة مباشرة بابحث وتساعد صاحب المشروع على تحقيق فكرته وثبات إماكنية تطبيقها في المدى البعيد وتقديم الدعم لأصحاب المشاريع في مجال التكوين الإستشارة والتمويل مع مرافقتهم إلى غاية إنشاء المؤسسة

صورة رقم (02): صور من الحاضنة


We inspire you


BMC:
create,
deliver and
capture value
The Business Model Canvas is a strategic management and entrepreneurial tool. It allows you to describe, design, challenge, invent, and pivot your business model. This method from the bestselling management book Business Model Generation is applied in leading organizations and start-ups worldwide.
Business Model Canvas
Key Partners
Key Activities
Value Propositions
Customer Relationships
Customer Segments
Key Resources
Channels
Cost Structure
Revenue Streams

المطلب الثاني : التطور التاريخي للقطب الإحترافي

2011 المركز الجامعي للإعلام حول الشغل CUIE

يسعى المركز إلى الرفع من الحظوظ التشغيلية للطالب وخريج الجامعة، كما يهدف إلى تمكين الطالب من التعرف على الواقع المهني وعلى آليات التشغيل المتوفرة على المستويين المحلي والوطني الاعلام عن عروض العمل مختلف المهن وفرص التشغيل المتاحة ومساعدته على التعرف على سوق الشغل ومختلف هيئاته المركز الجامعي للإعلام حول التشغيل ارتقى الى مركز المسارات المهنية سنة

2013 مركز الموارد المقاولاتية و التنمية الدولية CREDI

تأسس مركز الموارد للمقاولاتية و التنمية الدولية في إطار المشروع الأوربي تامبس بهدف تعزيز الروابط مع المؤسسات، وتوفير الوسائل البيداغوجية لدعم ماستر مقاولاتية من جهة والتكوين المستمر من جهة أخرى

2014 دار المقاولاتية ME

تهدف دار المقاولاتية إلى تعزيز الفكر المقاولاتي في الوسط الجامعي، وذلك من خلال المهام الأساسية التالية:
نشر الثقافة المقاولاتية من خلال التحسيس تكوين الطلبة في المقاولاتية ومرافقة الطلبة حاملي المشاريع
تأسست دار المقاولاتية في إطار اتفاقية تعاون مع الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية – انساج سابقا

2016 مرصد العلاقات و متابعة إدماج الخريجين ORSPID

يهدف المرصد إلى متابعة الادماج المهني لخريجي الجامعة وتحسين التوجيه المهني للطلبة، فهو أداة مساعدة على اتخاذ القرار تسمح بتحسين المطابقة بين عروض التكوين الجامعية ومتطلبات سوق العمل
تتدرج مهام المركز في انجاز دراسات متابعة الخرجي الجامعة، توفير المعلومات والمؤشرات المفتاحية فيما يخص التوجيه والإدماج المهني، نشر كل نتائج دراسات المتابعة إلى كل الفاعلين في سوق الشغل

2018 نادي البحث عن الشغل CRE

نادي البحث عن الشغل هو هيكل دعم أنشئ في إطار مشروع توظيف :01 من الجامعة إلى عالم الشغل، تحت إشراف المكتب الدولي للعمل بالجزائر. يستهدف حاملي الشهادات الجامعية الذين هم في وضعية صعبة للبحث عن الشغل

يهدف النادي إلى جعل الباحثين عن الشغل مستقلين ونشطين في عملية البحث من خلال تعزيز مهاراتهم في تقنيات البحث عن الشغل والمهارات الشخصية

2019مركز دعم التكنولوجيا و الإبتكار CATI

مركز دعم التكنولوجيا والابتكار هو هيكل مرافقة الأساتذة الباحثون والطلبة في مجال الملكية الصناعية

من خلال الخدمات التالية: الولوج إلى قواعد البيانات لبراءات الاختراع المساعدة والمشورة في إدارة الملكية الفكرية صياغة براءات الاختراع تسويقها، ...) والمساعدة والمشورة في إنشاء المؤسسات فيما يخص العلامات التجارية الرسوم والنماذج الصناعية تأسس المركز في إطار اتفاقية تعاون مع المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية

2019حاضنة الأعمال

الحاضنة هيكل لاستقبال ومساندة مشروع ابتكاري ذي صلة مباشرة بالبحث تساعد صاحب المشروع على تحقيق فكرته وإثبات إمكانية تطبيقها في المدى البعيد، وتقدم الدعم لأصحاب المشاريع في مجال التكوين والاستشارة والتمويل مع مرافقتهم إلى غاية إنشاء المؤسسة

2021مركز المهارات المهنية CDC

المسارات المهنية هو مركز دعم الطلبة في الإدماج المهني، يهدف إلى تطوير كفاءاتهم، معارفهم والاتصالات اللازمة للوصول والنجاح في عالم الشغل يقدم المركز مجموعة من الخدمات التالية: التكوين ورشات تقنيات البحث عن الشغل التوجيه المهني صالون الشغل زيارات ميدانية للمؤسسات التربصات الشبكات المهنية

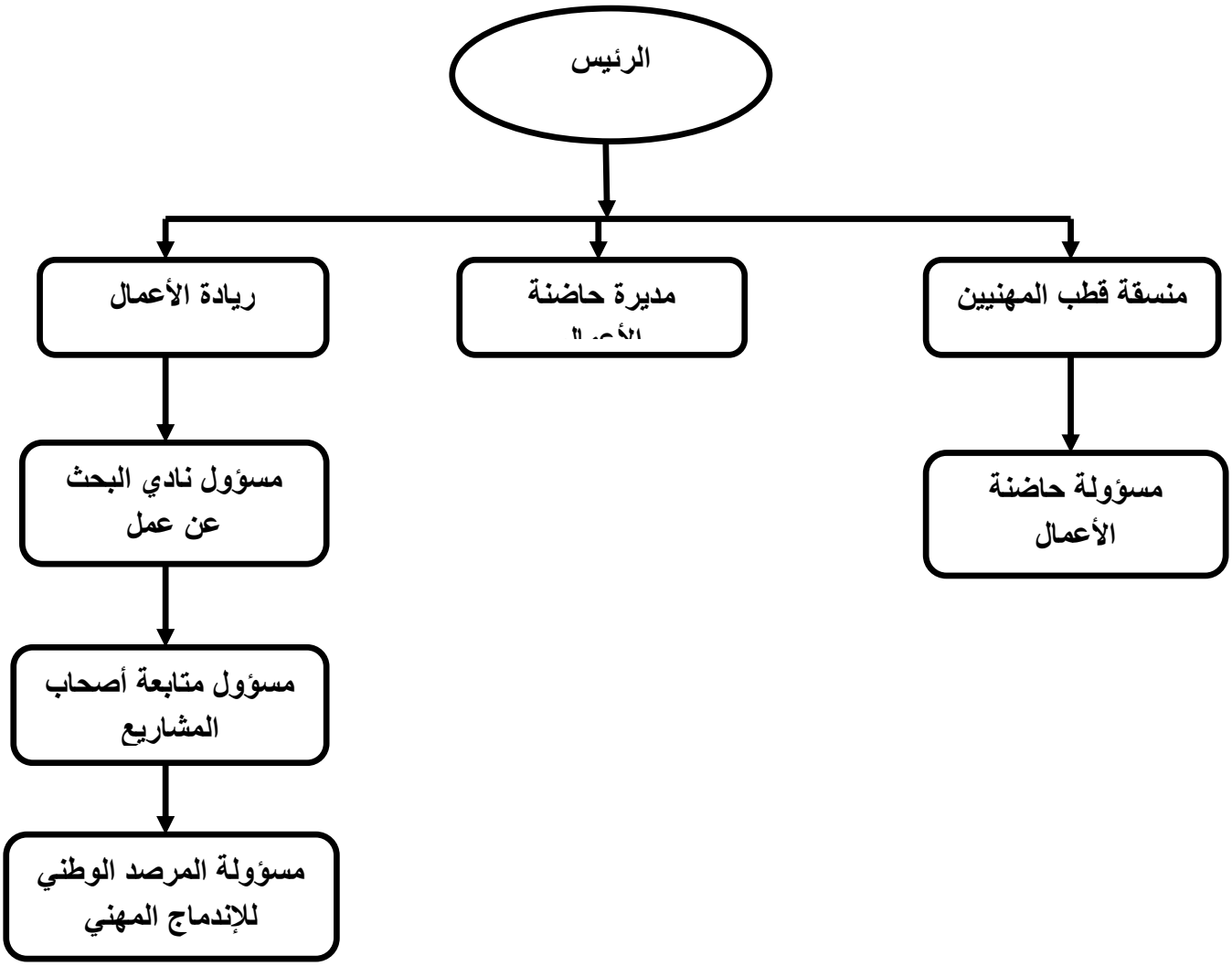
2021 مكتب نقل المعرفة KTO

مركز نقل المعرفة هو الرابط بين الجامعة ومحيطها السوسيو اقتصادي من خلال تبادل المعارف، والتي تشمل كل من التكنولوجيا المهارات الكفاءات والخبرات من أجل تطبيقات تجارية وغير تجارية يؤدي المركز مهمته من خلال نقل التكنولوجيا، تعاون في تبادل المعارف، نشر المعارف والابتكار والمقاولاتية أسس المركز في إطار مشروع الاروبي ايرسموس + انستارت

الصورة رقم(03):

المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي لحاضنة الأعمال

الشكل رقم (01): الهيكل التنظيمي لحاضنة الأعمال



المصدر من داخل حاضنة الأعمال

المبحث الثاني: تحليل النتائج

أثناء تناولنا لموضوع المقاولاتية السياحية ودورها في تفعيل القطاع السياحي في الجزائر، افترضنا أسلوب العينات(نظرية المعاينة) (SAMPLE THEORY) على اعتبارها الأسلوب الأنسب لمثل هذا النوع من الدراسات.

المطلب الأول: عينة الدراسة والأدوات المستخدمة

الفرع الأول: عينة الدراسة.

بعد أن ذكرنا سالفا مختلف الهياكل المادية والبشرية بالمؤسسة محل الدراسة، وقصد دراستنا للجوانب المختلفة للموضوع قمنا باختيار عينة عشوائية (ECHANTION ALLEATOIRE) طبقية حيث كانت عشوائية أين لم نظهر التحيز خلال اختيارها، وطبقية أين تم مس جميع الشرائح العاملة بالمؤسسة.

واعتمدنا في دراستنا على عينة من العمال قدر عدد أفرادها بـ 04 شخص تم استجوابهم.

الفرع الثاني: الأدوات المستخدمة في الدراسة

كما سبقت الإشارة إليه فقد عمدنا إلى اختيار أسلوب المعاينة وبالتحديد تقنية (الاستمارة)على اعتبارها الوسيلة المثلى لمثل هذا النوع من الدراسات بالإضافة إلى استخدام أسلوب الملاحظة المباشرة.

فبخصوص استمارة الاستبيان فقد قسمناها إلى سبعة أسئلة رئيسية تناول:

1. تناولنا العمر.
2. المنصب الوظيفي في حاضنة الأعمال
3. عدد سنوات الخبرة في حاضنة الأعمال
4. المؤهل العلمي
5. هل لديك أي خبرة في مجال السياحة؟
6. عدد طلبات المشاريع ذات العلاقة بالمقاولاتية السياحية
7. ماهي التحديات الرئيسية التي تواجه حاضنة الأعمال في دعم وتطور المشاريع السياحية؟

المطلب الثاني: دراسة نتائج الإستبيان

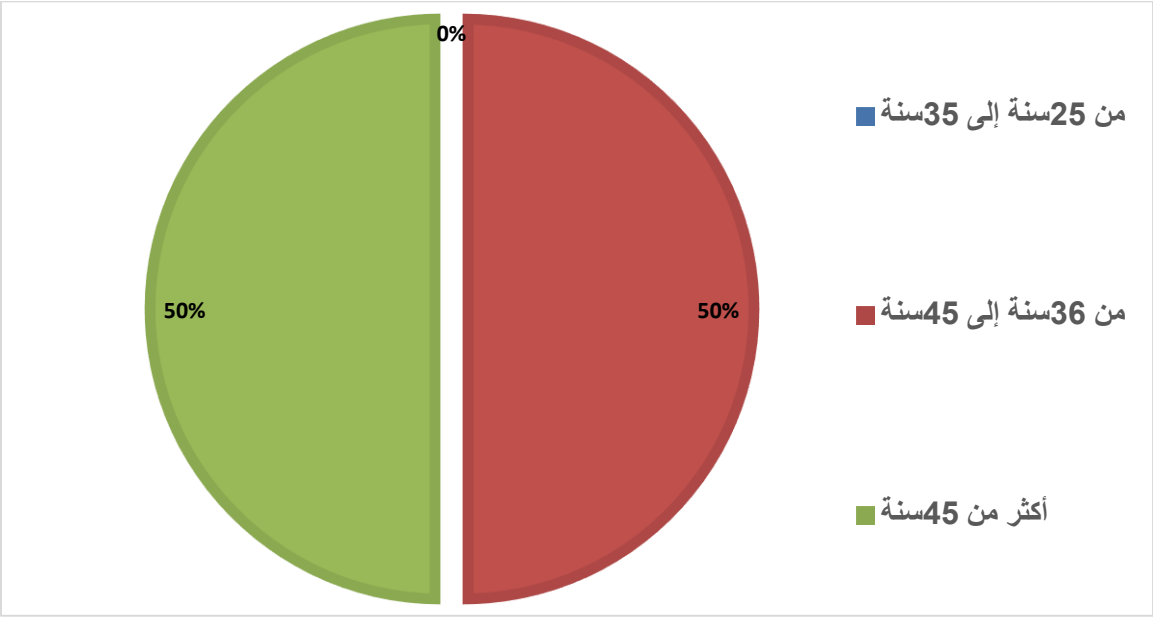
1. العمر

الجدول رقم(04): يمثل توزيع أفراد العينة حسب العمر

العينة	التكـرار	النسبة المئوية
من 25 سنة إلى 35 سنة	00	%00
من 36 سنة إلى 45 سنة	02	%50
أكثر من 45 سنة	02	%50
المجموع	04	100%

المصدر : من إعداد الطالب

الشكل رقم(02): الدائرة النسبية تمثل توزيع أفراد العينة حسب العمر



المصدر: من إعداد الطالب بإعتماد على إستمارة الإستبيان

التحليل:

يتضح من خلال بيانات الجدول أن ما نسبة50% من أفراد العينة عمرها من 36سنة إلى 45سنة ، بينما ما نسبته 50% أكثر من 45سنة.

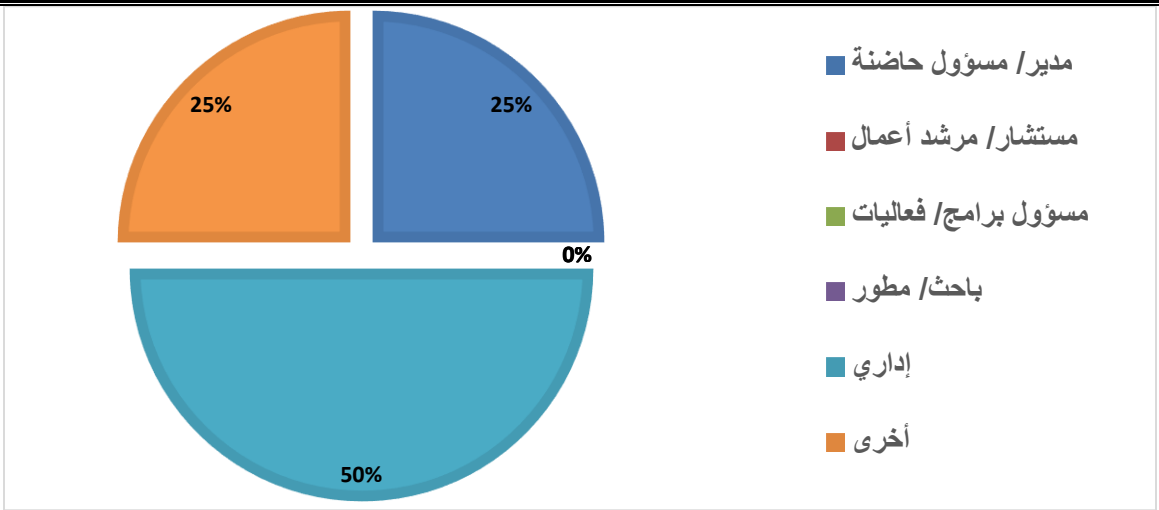
2. المنصب الوظيفي في حاضنة الأعمال

الجدول رقم(05): يوضح إجابات أفراد العينة على المنصب الوظيفي في حاضنة الأعمال

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
مدير/ مسؤول حاضنة	01	%25
مستشار/ مرشد أعمال	00	%00
مسؤول برامج/ فعاليات	00	%00
باحث/ مطور	00	%00
إداري	02	%50
أخرى	01	%25
المجموع	04	%100

المصدر : من إعداد الطالب

الشكل رقم(03): الدائرة النسبية تمثل إجابات أفراد العينة على المنصب الوظيفي في حاضنة الأعمال



المصدر: من إعداد الطالب بإعتماد على إستمارة الإستبيان

التحليل:

يتضح من خلال بيانات الجدول أن ما نسبة50% من أفراد العينة صرحوا بأن المنصب الوظيفي في حاضنة الأعمال إداري ، بينما صرح ما نسبته 25% مدير/ مسؤول حاضنة، بينما صرح ما نسبته 25% أخرى.

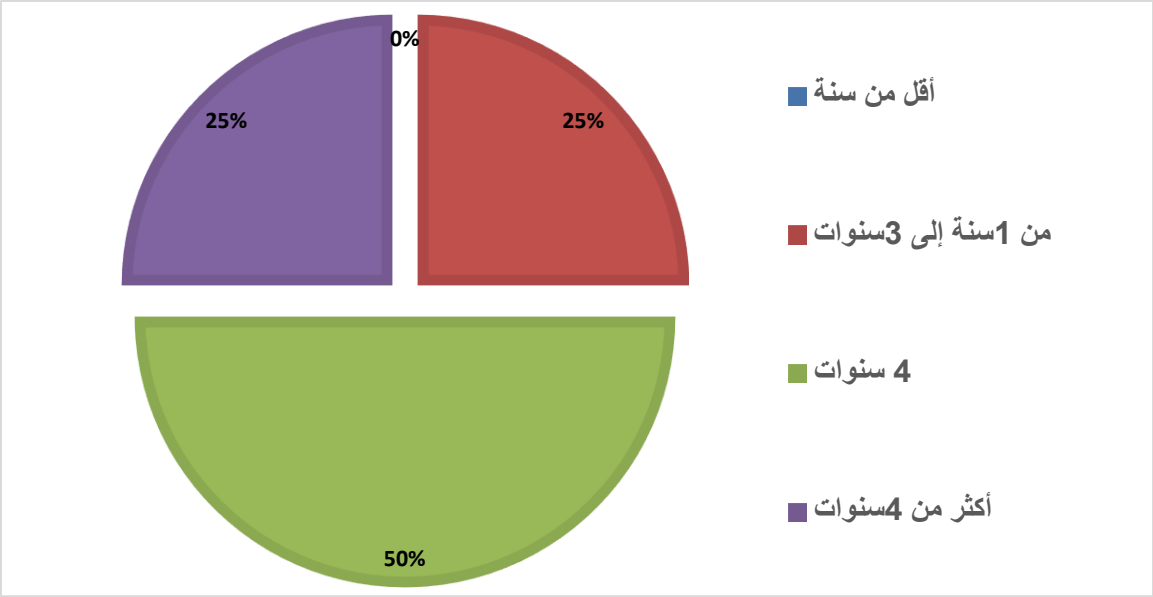
3. عدد سنوات الخبرة في حاضنة الأعمال

الجدول رقم(06): يوضح إجابات أفراد العينة على عدد سنوات الخبرة في حاضنة الأعمال

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
أقل من سنة	00	%00
من 1سنة إلى 3سنوات	01	%25
4 سنوات	02	%50
أكثر من 4سنوات	01	%25
المجموع	04	%100

المصدر : من إعداد الطالب

الشكل رقم(04): الدائرة النسبية تمثل إجابات أفراد العينة على عدد سنوات الخبرة في حاضنة الأعمال



المصدر: من إعداد الطالب بإعتماد على إستمارة الإستبيان

تعليق:

يتضح من خلال بيانات الجدول أن ما نسبته 50 % من أفراد العينة صرحوا بأن عدد سنوات الخبرة في حاضنة الأعمال 4 سنوات ، في حين أن ما نسبته 25% من 1سنة إلى 3سنوات ، بينما أن مانسبته 25% أكثر من 4سنوات.

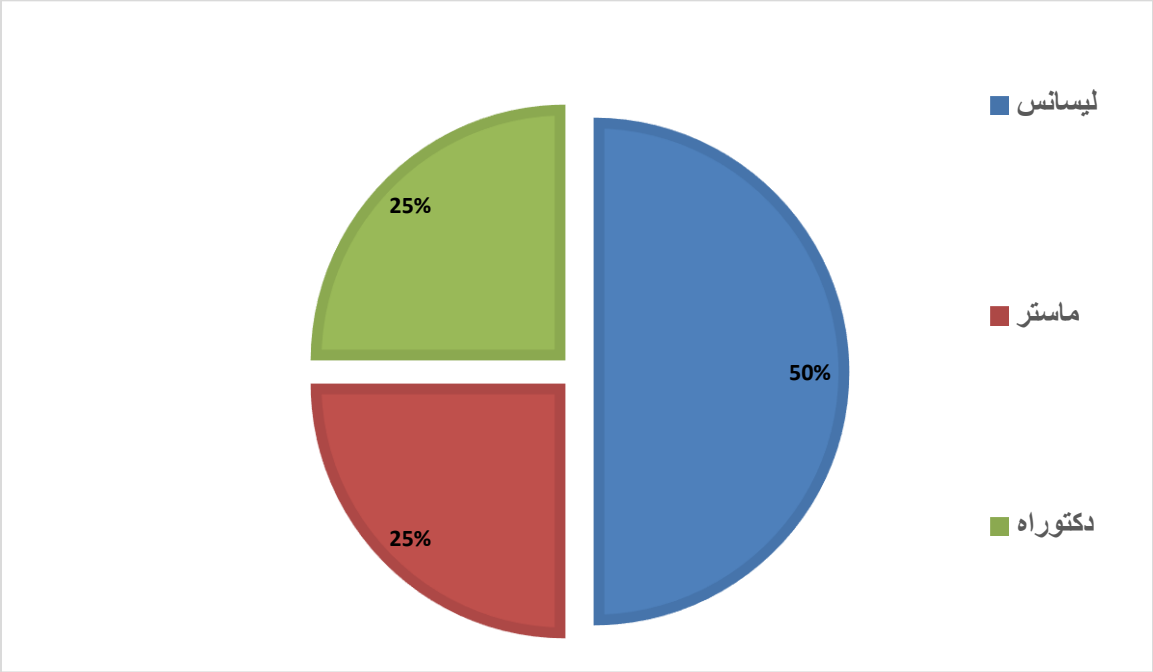
4. المؤهل العلمي

الجدول رقم(07): يوضح المؤهل العلمي

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
ليسانس	02	%50
ماستر	01	%25
دكتوراه	01	%25
المجموع	04	%100

المصدر: من إعداد الطالب

الشكل رقم(05): الدائرة النسبية تمثل المؤهل العلمي



المصدر: من إعداد الطالب بإعتماد على إستمارة الإستبيان

التحليل:

يتضح من خلال بيانات الجدول أن ما نسبته 50% من أفراد صرحوا بأن المؤهل العلمي هو ليسانس و 25% ماستر ، في حين شكلت ما نسبته 25% دكتوراه.

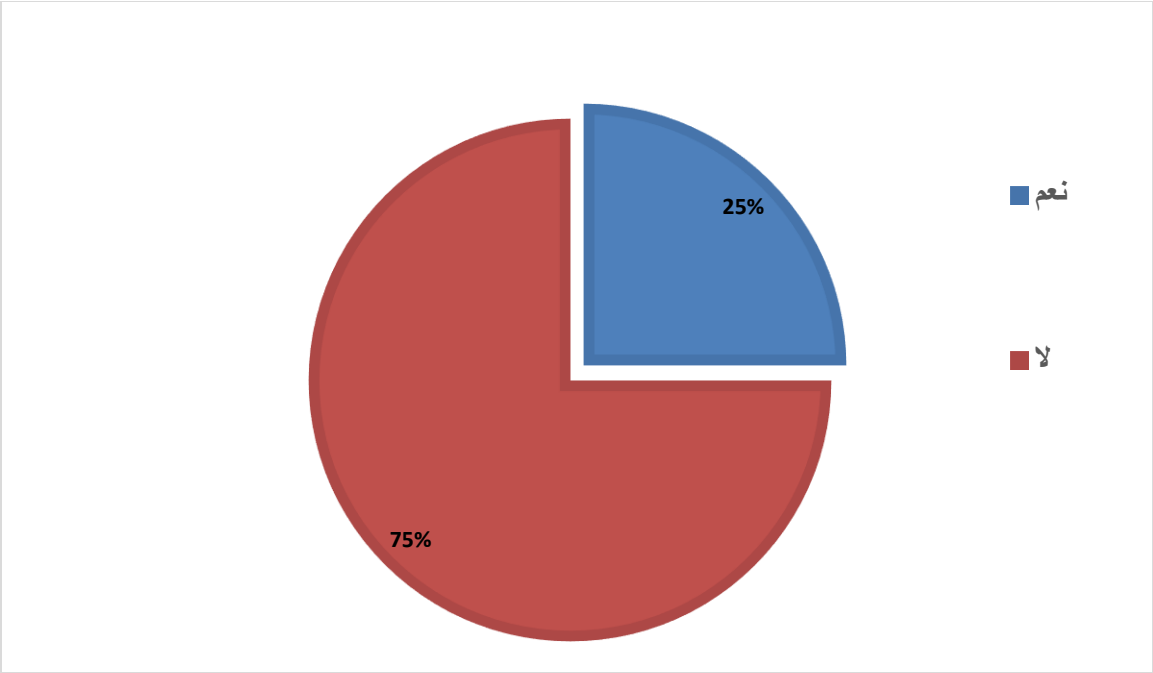
5. هل لديك أي خبرة في مجال السياحة؟

الجدول رقم(08): يوضح إجابات أفراد العينة على لديك أي خبرة في مجال السياحة

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	01	%25
لا	03	%75
المجموع	04	%100

المصدر: من إعداد الطالب

الشكل رقم(06): الدائرة النسبية تمثل إجابات أفراد العينة على لديك أي خبرة في مجال السياحة



المصدر: من إعداد الطالب بإعتماد على إستمارة الإستبيان

التحليل:

يصرح ما مقداره 25% من أفراد العينة أنه لديهم أي خبرة في مجال السياحة، في ما ينفي 75% من الأفراد ذلك بمعنى ليس لديهم أي خبرة في مجال السياحة.

6. عدد طلبات المشاريع ذات العلاقة بالمقاولاتية السياحية

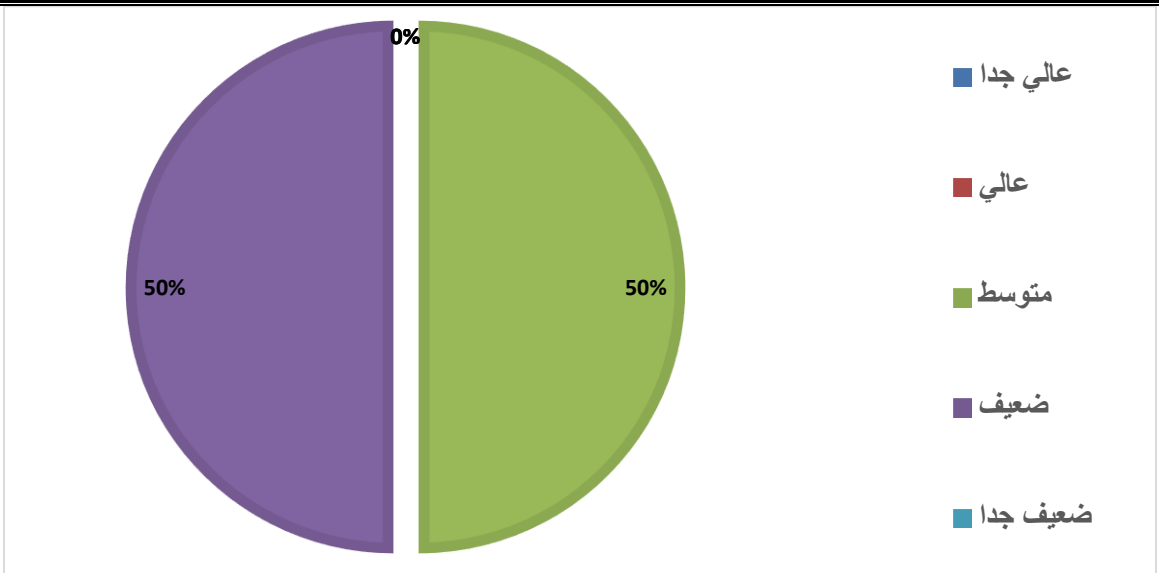
الجدول رقم(09): يوضح إجابات أفراد العينة على عدد طلبات المشاريع ذات العلاقة بالمقاولاتية السياحية

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
عالي جدا	00	%00

عالي	00	%00
متوسط	02	%50
ضعيف	02	%50
ضعيف جدا	00	%00
المجموع	04	%100

المصدر: من إعداد الطالب

الشكل رقم(07): الدائرة النسبية تمثل إجابات أفراد العينة على عدد طلبات المشاريع ذات العلاقة بالمقاولاتية السياحية



المصدر: من إعداد الطالب بإعتماد على إستمارة الإستبيان

التحليل:

يتضح من خلال بيانات الجدول أن نسبة 50% من أفراد العينة صرحوا أنهم على عدد طلبات المشاريع ذات العلاقة بالمقاولاتية السياحية متوسط ، بينما ما نسبته 50% ضعيف.

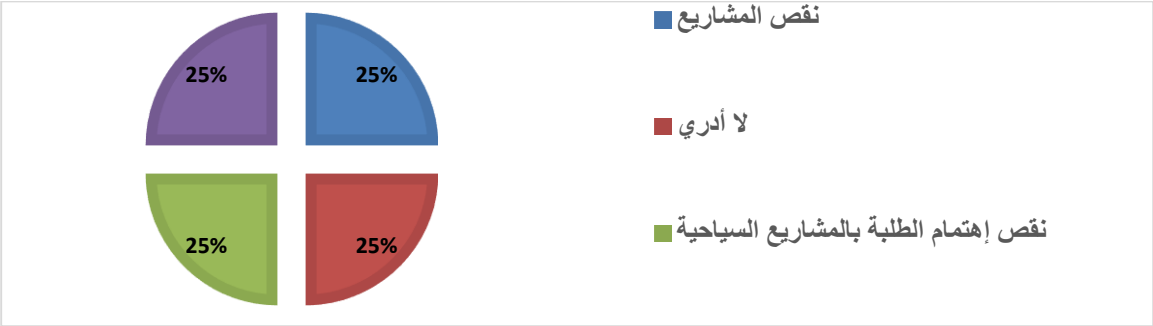
7. ماهي التحديات الرئيسية التي تواجه حاضنة الأعمال في دعم وتطور المشاريع السياحية؟

الجدول رقم(10): يوضح إجابات أفراد العينة على التحديات الرئيسية التي تواجه حاضنة الأعمال في دعم وتطور المشاريع السياحية

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نقص المشاريع	01	%25
لا أدري	01	%25
نقص إهتمام الطلبة بالمشاريع السياحية	01	%25
المشكل متعلق ضعف القطاع السياحي في الجزائر، كما حاضنة الأعمال تركز على الشركات الناشئة وبالتالي أصعب من المقاولاتية التقليدية	01	%25
المجموع	04	%100

المصدر: من إعداد الطالب

الشكل رقم(08): الدائرة النسبية تمثل إجابات أفراد العينة على التحديات الرئيسية التي تواجه حاضنة الأعمال في دعم وتطور المشاريع السياحية



المصدر: من إعداد الطالب بإعتماد على إستمارة الإستبيان

التحليل:

يتضح من خلال بيانات الجدول أن نسبة 25% من أفراد العينة صرحوا أنهم التحديات الرئيسية التي تواجه حاضنة الأعمال في دعم وتطور المشاريع السياحية نقص المشاريع، بينما ما نسبته 25% لا أدري، بينما ما نسبته 25% نقص إهتمام الطلبة بالمشاريع السياحية، بينما ما نسبته 25% المشكل متعلق ضعف

القطاع السياحي في الجزائر، كما حاضنة الأعمال تركز على الشركات الناشئة وبالتالي أصعب من المقاولاتية التقليدية.

خلاصة الفصل:

يتبين من نتائج الاستبيان أن أغلب أفراد العينة يتراوح عمرهم بين 36 سنة وما فوق، ويشغلون مناصب إدارية في حاضنة الأعمال، مع خبرة مهنية غالبها 4 سنوات. المؤهل العلمي السائد هو الليسانس. كما أن معظمهم لا يملكون خبرة في مجال السياحة. أما بخصوص طلبات المشاريع السياحية، فقد وصف نصفهم الطلب بالمتوسط والنصف الآخر بالضعيف. وأخيرًا، تباينت التحديات الرئيسية التي تواجه الحاضنة، حيث شملت نقص المشاريع، ضعف الاهتمام الطلابي، وضعف القطاع السياحي في الجزائر.

خاتمة

يتبيّن من خلال الدراسة أن المقاولاتية السياحية تمثل رافعة استراتيجية أساسية لتنشيط القطاع السياحي في الجزائر، لا سيما في ظل التحديات الاقتصادية الراهنة ورغبة الدولة في تنويع مصادر الدخل الوطني بعيدًا عن الريع البترولي. فقد كشفت التجربة الجزائرية عن وجود إمكانيات سياحية كبيرة ومتنوعة، تشمل السياحة الصحراوية، والساحلية، والثقافية، والدينية، والبيئية، وهي مجالات قادرة على جذب الاستثمارات الصغيرة والمتوسطة وخلق آلاف مناصب الشغل، إذا ما تم تأطيرها ودعمها بمبادرات مقاولاتية مبتكرة.

ورغم التقدم النسبي في هذا المجال، إلا أن المقاولاتية السياحية في الجزائر ما تزال تواجه عقبات متعددة، أبرزها صعوبة الولوج إلى التمويل، وضعف التكوين والتأطير، وتعقيد الإجراءات الإدارية، وغياب تنسيق فعّال بين مختلف الفاعلين. كما تفتقر أغلب المشاريع السياحية الناشئة إلى مقومات الاستدامة والابتكار التكنولوجي، مما يقلل من قدرتها التنافسية.

إن تفعيل القطاع السياحي في الجزائر لن يتحقق إلا من خلال تبني مقاربة تعتمد على المقاولاتية كأداة استراتيجية للتنمية، قادرة على تعبئة الطاقات المحلية، واستغلال الثروات الطبيعية والثقافية بطريقة مسؤولة، وتحقيق الاندماج الاقتصادي والاجتماعي. ومن هنا، فإن دعم هذا التوجه يستدعي إرادة سياسية واضحة، وتنسيقًا مؤسسيًا محكمًا، واستثمارًا ذكيًا في الموارد البشرية والتكنولوجية.

النتائج المتوصل إليها: من خلال الدراسة توصلنا إلى النتائج التالية:

- تبيّن أن المقاولاتية السياحية تلعب دورًا محوريًا في خلق القيمة المضافة وتعزيز الاندماج المحلي في سلاسل النشاط السياحي.
- تؤدي المقاولات السياحية الصغيرة والمتوسطة إلى تحسين الخدمات السياحية وتنويع العروض، خصوصًا في المناطق الداخلية.
- تساهم المشاريع السياحية المقاولاتية في خلق فرص العمل وتحقيق التنمية الريفية المستدامة.
- لوحظ وجود فجوة بين المبادرات الفردية والدعم المؤسسي، ما يُضعف من فعالية المشاريع.
- تبين أن ضعف التكوين في المجال المقاولاتي السياحي يؤثر سلبًا على استمرارية ونجاح المشاريع.

الإقتراحات والتوصيات: إستنادا لهذه الدراسة يمكن عرض الاقتراحات والتوصيات التالية:

- وضع خريطة استثمار سياحي وطنية لتوجيه المقاولين الشباب إلى المناطق ذات الجاذبية السياحية الحقيقية.
- إنشاء مراكز حاضنات متخصصة في المقاولاتية السياحية لتقديم الدعم التقني والمالي والإرشادي.
- دعم مشاريع السياحة الرقمية والافتراضية كآلية مبتكرة لتعزيز الوجهات السياحية الجزائرية.
- تشجيع الشراكة بين القطاع العام والخاص في إنجاز مشاريع سياحية مستدامة.
- اعتماد مقاربة تشاركية تدمج الجماعات المحلية والمجتمع المدني في إنجاح المبادرات السياحية المقاولاتية.
- ضرورة مراجعة الإطار القانوني المتعلق بالاستثمار السياحي لتبسيط الإجراءات وتقليص العراقيل الإدارية.
- دعم الشباب من خلال برامج تمويل موجهة خاصة بالمقاولات السياحية، مثل أجهزة "أونساج" و"أناد" مع التركيز على المتابعة بعد التمويل.
- إدراج مادة المقاولاتية السياحية ضمن المناهج التكوينية في المعاهد والمدارس العليا للسياحة.
- توفير منصات رقمية وطنية للترويج للمشاريع السياحية الصغيرة وتمكينها من الوصول إلى الزبائن والأسواق العالمية.
- تعزيز دور الإعلام في نشر ثقافة السياحة المحلية وتشجيع روح المبادرة في هذا المجال.

قائمة المصادر

والمراجع

أولاً: الكتب

1. بلحاج، منير .إستراتيجيات تطوير السياحة في الجزائر .دار اليمامة، الجزائر، 2017.
2. بلخيري، عبد الرزاق .السياحة الصحراوية في الجزائر، بين المقومات والمعوقات .دار الإشعاع، 2018.
3. بن خلاف، سمير .ريادة الأعمال في السياحة: مدخل للتنمية المحلية المستدامة .دار الخلدونية، 2020.
4. بن شارف، رفيق .مؤشرات أداء القطاع السياحي في الجزائر .دار البديل، 2020.
5. بن عيسى، حكيم .السياحة المستدامة وآفاق التنمية المحلية .دار الكوثر، 2019.
6. بن مرزوق، زينب .الابتكار السياحي في المشاريع المقاولاتية الناشئة .دار ريادة الأعمال، 2021.
7. بوترعة، سميرة .السياحة والتنمية الثقافية .دار الفتح، 2020.
8. بوخاري، عبد الكريم .المقاولاتية ودورها في تحقيق التنمية الاقتصادية .دار الهدى، 2019.
9. بوخاري، ناصر .المقاولاتية السياحية ورهان التنمية المحلية .دار الهدى، 2021.
10. زروقي، علي .القطاع السياحي كمحرك للتنمية الاقتصادية .دار الأمل، 2022.
11. زروقي، أسماء .الاتصال السياحي وتطوير صورة الوجهة .دار الخلدونية، 2020.
12. زهير، نزيهة .الثقافة والسياحة: تفاعلات وتحديات .دار الهدى، 2022.
13. شومبيتر، جوزيف .نظرية التنمية الاقتصادية .ترجمة: عبد العزيز فهمي، دار النهضة العربية، 2005.
14. قريشي، عبد الجليل .الحوكمة السياحية في الجزائر .دار الأمان، 2020.
15. قرفي، محمد .التسويق السياحي والتنوع الثقافي .دار الرواد، 2022.
16. لعموري، أحمد .مدخل إلى صناعة السياحة .دار الأمة، 2016.
17. مهني، جميلة .سلوك السائح وتحليل الإنفاق السياحي .دار البيان، 2022.
18. هني، محمد .السياحة والتنمية المستدامة .دار المحترف، 2021.

ثانيًا: المجلات العلمية المحكمة

1. بن حليمة إيمان .فعالية التكوين المقاولاتي الجامعي في تنمية روح المبادرة .مجلة التعليم العالي والبحث العلمي، جامعة عنابة، 2022.
2. بن خلاف، سمير .ريادة الأعمال في السياحة .مجلة الاقتصاد والتنمية الاجتماعية، 2020.

3. بن سميشة، ليلى .إشكالية انفتاح المقاولات الجزائرية على السوق الدولية .مجلة دراسات اقتصادية، 2023.

4. بن شعبان، فتيحة .السياحة البيئية كخيار للتنمية المستدامة .مجلة الباحث، 2021.

5. بن فريحة، سامية .المقاولاتية السياحية كخيار استراتيجي لتنمية السياحة الصحراوية .مجلة الاقتصاد الجديد، 2022.

6. بن مرزوق، زينب .الابتكار السياحي في المشاريع المقاولاتية الناشئة .مجلة ريادة الأعمال، 2021.

7. بوحنية، قوي .رأس المال البشري كمدخل لتحقيق التنمية المقاولاتية .مجلة أبحاث اقتصادية، 2022.

8. بوعلام، فوزي .فعالية التكوين المقاولاتي في ترقية روح المبادرة لدى الطلبة الجامعيين .مجلة علوم الإنسان والمجتمع، 2023.

9. بوزيان، خديجة .المقاولاتية السياحية كرافعة للاقتصاد المحلي .مجلة الاقتصاد والتنمية، 2021.

10. درارجة، هاجر .الابتكار السياحي والمقاولاتية: مقاربة تكاملية .مجلة اقتصاديات السياحة، 2021.

11. شابي، مراد .التحول الرقمي في السياحة الجزائرية .مجلة الدراسات المستقبلية، 2021.

12. زهواني، ليلى .التحول الرقمي وآثاره على المقاولاتية السياحية .مجلة الاقتصاد الرقمي، 2013.

13. يعلاوي، ليلى .السياحة المستدامة ودور ريادة الأعمال في تفعيلها .مجلة التنمية السياحية، 2020.

ثالثًا: مؤسسات رسمية ووزارات

1. وزارة السياحة والصناعة التقليدية

- المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2030، الجزائر، 2018.
- دليل المستثمر السياحي، الجزائر، 2022.
- دليل القوانين المنظمة للنشاط السياحي، .2022
- دفتر الشروط المتعلق بالفنادق والمؤسسات السياحية، .2020

2. الوكالة الجزائرية لترقية الاستثمار (AAPI)

- المنصة الرقمية للمستثمر، .2023
- خدمات الشباك الموحد، .2023
- دليل خدماتAAPI ، .2023

3. الديوان الوطني للتكوين والتعليم المهنيين

- كتيب المقاولاتية في التكوين المهني، 2022.

4. وزارة المالية، وزارة الصناعة، وزارة البيئة، وزارة التعليم العالي، وزارة الداخلية...

- تقارير سنوية وأدلة وإستراتيجيات دعم.

رابعًا: الجريدة الرسمية

1. الجريدة الرسمية، العدد 11، 2003.
2. الجريدة الرسمية، العدد 43، 2003.
3. الجريدة الرسمية، العدد 50، 2022.
4. قانون الاستثمار 22-18، الجريدة الرسمية، العدد 50، 2022.
5. قانون المالية لسنة 2023، الجريدة الرسمية، العدد 89، 2022.
6. الجريدة الرسمية، العدد 52، 1990.

خامسًا: تقارير ومراكز وهيئات

1. CAGEX، التقرير السنوي، 2022، الجزائر.
2. المركز الوطني للسجل التجاري، الدليل المبسط لإنشاء الشركات، 2023.
3. الوكالة الوطنية لتثمين نتائج البحث، دليل تحويل الابتكار إلى مؤسسة ناشئة، 2020.
4. الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية، التقرير السنوي، 2022.
5. وزارة اقتصاد المعرفة، نشرة الابتكار السنوية، العدد 2، 2024.

ملاحق

المقاولاتية السياحية

استبيان حول المقاولاتية السياحية لعمال حاضنة الأعمال لولاية قالمة

1. العمر

من 25سنة إلى 35سنة ☐

من 36سنة إلى 45سنة ☐

أكثر من 45سنة ☐

2. المنصب الوظيفي في حاضنة الأعمال

مدير/ مسؤول حاضنة ☐

مستشار/ مرشد أعمال ☐

مسؤول برامج/ فعاليات ☐

باحث/ مطور ☐

أخرى .....

3. عدد سنوات الخبرة في حاضنة الأعمال

أقل من سنة ☐

من 1سنة إلى 3سنوات ☐

4 سنوات ☐

أكثر من 4سنوات ☐

4. المؤهل العلمي

ليسانس ☐

ماستر ☐

دكتوراه ☐

5. هل لديك أي خبرة في مجال السياحة؟

نعم ☐ لا ☐

6. عدد طلبات المشاريع ذات العلاقة بالمقاولاتية السياحية

عالي جدا ☐

عالي ☐

متوسط ☐

ضعيف ☐

ضعيف جدت ☐

7. ماهي التحديات الرئيسية التي تواجه حاضنة الأعمال في دعم وتطور المشاريع السياحية؟

.....

.....

.....

.....

.....

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

العنوان	الصفحة
البسملة	
شكر وعرفان	
إهداء	
مقدمة	أ-ج
الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والنظري للمقاولاتية والسياحة في الجزائر	
تمهيد	07
المبحث الأول: ماهية المقاولاتية	08
المطلب الأول: مفهوم المقاولاتية	08
المطلب الثاني: أبعاد وآثار المقاولاتية	09
المطلب الثالث: مقومات المقاولاتية	14
المطلب الرابع: العوامل المحفزة على المقاولاتية	18
المبحث الثاني: ماهية السياحة	22
المطلب الأول: مفهوم السياحة	22
المطلب الثاني: خصائص السياحة	24
المطلب الثالث: أنواع السياحة	28
المطلب الرابع: مؤشرات السياحة	31

المبحث الثالث: المقاولاتية السياحية	36
▣ المطلب الأول: تعريف المقاولاتية السياحية	36
▣ المطلب الثاني: أهمية المقاولاتية السياحية	38
▣ المطلب الثالث: المقاولاتية كأداة للتنمية السياحية	43
خلاصة الفصل	48
الفصل الثاني: واقع المقاولاتية السياحية في الجزائر	
تمهيد	50
المبحث الأول: أنواع ومجالات المقاولاتية السياحية في الجزائر	51
▣ المطلب الأول: تصنيف أنواع المقاولاتية السياحية في الجزائر	51
▣ المطلب الثاني: إستعراض مجالات المقاولاتية السياحية في الجزائر	56
المبحث الثاني: البيئة القانونية والتنظيمية والمؤسسات الداعمة المقاولاتية السياحية في الجزائر	62
▣ المطلب الأول: القوانين والتشريعات المنظمة للإستثمار السياحي	63
▣ المطلب الثاني: الحوافز والتسهيلات	69
▣ المطلب الثالث: المؤسسات الحكومية والخاصة الداعمة للمقاولاتية	75
خلاصة الفصل	82
الفصل الثالث: دور قطب الإبتكار والشغل جامعة 8 ماي 1945 قالمة (حاضنة الأعمال) في تفعيل القطاع السياحي في الجزائر	
المبحث الأول: تقديم بالمؤسسة	84
▣ المطلب الأول: التعريف ونشأة حاضنة الأعمال	84

المطلب الثاني: التطور التاريخي للمؤسسة	87
المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي للمؤسسة	89
المبحث الثاني: تحليل النتائج	90
المطلب الأول: عينة الدراسة والأدوات المستخدمة	90
المطلب الثاني: دراسة نتائج الإستبيان	91
خلاصة الفصل	100
خاتمة	102
قائمة المصادر والمراجع	105
الملاحق	109
فهرس الموضوعات	
قائمة الجداول	
قائمة الأشكال	
قائمة الصور	

قائمة الجداول

الرقم	المحتوى	الصفحة
الجدول (01)	خصائص السياحة	28
الجدول (02)	المقاولاتية كأداة للتنمية السياحية	44

الجدول (03)	تصنيف أنواع المقاولاتية السياحية في الجزائر	52
الجدول (04)	يمثل توزيع أفراد العينة حسب العمر	91
الجدول (05)	يوضح إجابات أفراد العينة على المنصب الوظيفي في حاضنة الأعمال	92
الجدول (06)	يوضح إجابات أفراد العينة على عدد سنوات الخبرة في حاضنة الأعمال	93
الجدول (07)	يوضح المؤهل العلمي	94
الجدول (08)	يوضح إجابات أفراد العينة على لديك أي خبرة في مجال السياحة	95
الجدول (09)	يوضح إجابات أفراد العينة على عدد طلبات المشاريع ذات العلاقة بالمقاولاتية السياحية	96
الجدول (10)	يوضح إجابات أفراد العينة على التحديات الرئيسية التي تواجه حاضنة الأعمال في دعم وتطور المشاريع السياحية	98

قائمة الأشكال:

الرقم	المحتوى	الصفحة
الشكل (01)	الهيكل التنظيمي لحاضنة الأعمال	89
الشكل (02)	الدائرة النسبية تمثل توزيع أفراد العينة حسب العمر	91

الشكل (03)	الدائرة النسبية تمثل إجابات أفراد العينة على المنصب الوظيفي في حاضنة الأعمال	92
الشكل (04)	الدائرة النسبية تمثل إجابات أفراد العينة على عدد سنوات الخبرة في حاضنة الأعمال	93
الشكل (05)	الدائرة النسبية تمثل المؤهل العلمي	94
الشكل (06)	الدائرة النسبية تمثل إجابات أفراد العينة على لديك أي خبرة في مجال السياحة	95
الشكل (07)	الدائرة النسبية تمثل إجابات أفراد العينة على عدد طلبات المشاريع ذات العلاقة بالمقاولاتية السياحية	97
الشكل (08)	الدائرة النسبية تمثل إجابات أفراد العينة على التحديات الرئيسية التي تواجه حاضنة الأعمال في دعم وتطور المشاريع السياحية	98

قائمة الصور:

الرقم	المحتوى	الصفحة
الصورة (01)	قطب الإبتكار والشغل جامعة 8 ماي 1945 قالمة	84
الصورة (01)	صور من الحاضنة	85

الصورة (03)		88