

عنوان المداخلة: القطاع الخاص كأداة لتنمية القطاع السياحي بولاية قالمة

الدكتور: حريد رامي

أستاذ مساعد

المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف -ميلة-

البريد الإلكتروني: rami-harid@hotmail.fr

الدكتور: بخاخشة موسى

أستاذ محاضر

جامعة 8 ماي 1945 -قالمة-

البريد الإلكتروني: /

الملخص:

يشكل الاستثمار السياحي أحد الأدوات والبدائل الجديدة للتنمية الاقتصادية من خلال العوائد المحققة في كثير من البلدان التي تشهد جذبا سياحيا، إلا أنه في الجزائر، لا تزال هاته العوائد محتشمة، نتيجة غياب المساهمات والحوافز خاصة للقطاع الخاص الذي يشكل رهانات جديدة من خلال نشاط الوكالات السياحية، وإقامة الفنادق ومختلف الخدمات المقدمة والتي تشكل في مجملها بنى تحتية لتغطية الطلب السياحي في الجزائر. وهو ما سنساهم به من خلال الوقوف على مدى اسهامات القطاع الخاص من خلال المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تنشط في المجال السياحي.

الكلمات المفتاحية: السياحة، القطاع الخاص، التنمية السياحية، الخدمات السياحية.

Abstract:

An investment in tourism, one of the tools of the new alternatives for economic development through revenues in many countries experiencing a tourist attraction, but in Algeria, still uncovered proceeds modestly, as a result of the absence of contributions and incentives for the private sector, which constitutes a new bets through the activity of tourist agencies and hotels and the various services provided, which together constitute the infrastructure to cover tourism demand in Algeria. Which is gone through the stand on the extent of the contributions of the private sector through small and medium-sized enterprises, which are active in the field of tourism.

Keywords: Tourism, Private sector, Tourism development, Tourism services.

تمهيد

أصبحت السياحة تشكل جزءاً هاماً من التنمية الاقتصادية ومصدر للمداخيل بالعملية الصعبة واستقطاب الاستثمارات الأجنبية وكذلك من عوامل التنمية المحلية وتقليص الديون الخارجية وقد أوضح تقرير للمنظمة العالمية للسياحة أنه من المنتظر أن تتطور السياحة في العالم بنسبة 4% إلى غاية 2020، أي بمعدل زيادة يفوق 20 مليون سائح سنوياً في العالم. ويرجع ذلك إلى الجهود المبذولة من طرف الدول - بما فيها الجزائر- لإعطاء هذا القطاع بعداً استراتيجياً جديداً في إطار تنويع الصادرات من خلال مخطط تهيئة السياحة وذلك بإجراء تعديلات في الخطة التنموية من خلال تغيير المسار المنتهج واستغلال الموارد المتوفرة أحسن استغلال كالغابات، الصحراء والشواطئ إضافة إلى المؤسسات السياحية.

غير أن نمو وتطوير القطاع السياحي لا يكون بمعزل عن القطاعات الأخرى لما لها من ارتباط بالمؤسسات الصناعية، الزراعية وكذا الخدمات الأخرى، فمن جملة المؤسسات التي تمارس هذا النشاط نجد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (القطاع الخاص) التي تأخذ عدة أشكال منها الفنادق، المطاعم، وكالات السياحة والسفر وغيرها.

وعليه فإن هاته الورقة البحثية تأتي للإجابة على الإشكال التالي:

كيف يمكن أن يساهم القطاع الخاص في تنمية القطاع السياحي بولاية قلمة؟

وتهدف الدراسة: إلى معرفة ما إذا كان القطاع الخاص (المؤسسات الصغيرة والمتوسطة) يساهم فعلاً في تنمية القطاع السياحي بولاية قلمة.

وتنطلق الدراسة من فرضيات مفادها: أن نمو وتطور القطاع الخاص (المؤسسات الصغيرة والمتوسطة السياحية) سيسهم في تنمية القطاع السياحي بولاية قلمة.

ومن أجل الإحاطة قدر الإمكان بمختلف جوانب البحث ارتأينا أن نتناول الموضوع من خلال المحاور التالية:

أولاً: عموميات حول السياحة.

ثانياً: مكونات التنمية السياحية، عوامل نجاحها ومبادئها.

ثالثاً: ماهية القطاع الخاص (المؤسسات الصغيرة والمتوسطة).

رابعاً: دور القطاع الخاص (المؤسسات الصغيرة والمتوسطة) في تنمية القطاع السياحي بولاية قلمة.

أولاً: عموميات حول السياحة

السياحة ظاهرة اجتماعية وإنسانية عرفها الإنسان منذ القدم، و زادت أهميتها في العقود الأخيرة حيث أصبح عائدها ينافس عائدات الكثير من الصناعات لما حققته و تحققة من إيرادات. و بالفعل أصبحت مصدراً أساسياً من مصادر العملة الصعبة، كما أنها تخلق فرص عمل جديدة إضافة إلى دورها في تحقيق التوازن الاقتصادي و الاجتماعي.

1- مفهوم السياحة وتعريفها: للسياحة تعريفات عدة، فهي تعني في اللغة الذهاب والسير في الأرض، والتنقل من بلد إلى بلد طلباً للترفيه أو الاستطلاع. ولعل هذا المعنى هو الذي أخذ منه مصطلح السياحة في العصر الحاضر، حيث يذهب السائح في أرجاء الأرض وينتقل من مكان إلى آخر. وكان الإنجليز هم أول من أطلق كلمة سياح (*Tourists*) على المشاركين في الرحلة الكبرى (*Grand tour*)، وهي رحلة ثقافية وفنية، ظهرت فكرتها في أوروبا في القرن السابع

عشر الميلادي. وجاء بعد ذلك الفرنسيون ليوسعوا من مفهوم السياحة ليشمل السفر بغرض الترفيه؛ ثم اتسع المفهوم أكثر من ذلك ليشمل كل ما له علاقة بالسفر والانتقال¹.

عرفها **Freuller و Gruyer** بأنها: "ظاهرة من الظواهر العصرية التي تنشأ عن الحاجة المتزايدة للحصول على الراحة والإستحمام، وتغيير الجو والإحساس بجمال الطبيعة وتذوقها، والشعور بالبهجة والمتعة من الإقامة في مناطق ذات طبيعة خاصة"².

وعرف **Hunziker و Kraft** السياحة على أنها: "المجموع الكلي للعلاقات والظواهر الطبيعية التي تنتج من إقامة السائحين، وأن هذه الإقامة لا تؤدي إلى إقامة دائمة، وممارسة أي نوع من العمل سواء كان عملاً دائماً أو عملاً مؤقتاً"³.

وتعرف السياحة في أدبيات منظمة السياحة العالمية* (**UNWTO**)، بأنها: "أنشطة الأشخاص الذين يسافرون لأماكن خارج بيئتهم المعتادة، وقيمون فيها مدة لا تزيد عن سنة واحدة، طلباً للإستحمام أو التجارة أو أي أغراض أخرى"⁴. من خلال التعاريف السابقة للسياحة نستنتج النقاط التالية:

✓ أن السياحة تنشأ من الحاجة للحصول على الراحة؛

✓ أن السياحة لا يكون القصد من ورائها الحصول على العمل؛

✓ يجب أن لا تؤدي السياحة إلى إقامة دائمة.

وتقسم السياحة عادة حسب المصدر والوجهة إلى ثلاثة أنواع : داخلية ووطنية ودولية .وتصنف السياحة الداخلية بدورها إلى محلية ووافدة، والسياحة الوطنية إلى محلية ومغادرة، والدولية إلى وافدة ومغادرة .ويوضح الجدول (01) تعريف هذه الأنواع الستة بالنسبة للجزائر.

الجدول رقم (01): أنواع السياحة

النوع	الوصف
الوافدة	سياحة سكان الدول الأخرى في داخل حدود الجزائر.
المحلية	سياحة سكان الجزائر (مواطنين ومقيمين) ضمن حدودها.
المغادرة	سياحة سكان الجزائر (مواطنين ومقيمين) خارج حدودها.
الداخلية	سياحة سكان الجزائر وغيرهم داخل حدودها (مجموع السياحة الوافدة والمحلية).
الوطنية	سياحة سكان الجزائر سواء داخل حدودها أو خارجها (مجموع السياحة المحلية والمغادرة).
الدولية	السياحة عبر الحدود الدولية (مجموع السياحة الوافدة والمغادرة).

المصدر: الهيئة العامة للسياحة والآثار، توثيق تجربة الهيئة العامة للسياحة والآثار في تطوير قطاع اقتصادي جديد، السعودية، 2012، ص 22 (بتصرف).

* - منظمة السياحة العالمية هي المؤسسة الدولية المتخصصة في مجال السياحة والسفر، وتعمل بمثابة منتدى دولي للقضايا السياحية، ومصدر أساس للإحصاءات والبيانات السياحية. وتهدف المنظمة، من خلال السياحة، إلى حفز النمو الاقتصادي، وإيجاد فرص عمل، وتحفيز حماية البيئة والتراث الثقافي، وترويج السلام والازدهار واحترام حقوق الإنسان. وقد أصبحت المنظمة وكالة متخصصة تابعة للأمم المتحدة في عام 2003 م.

3- مفهوم السائح: يمارس غالبية البشر التنقل سواء داخل الوطن أو خارجه، فمنهم من ينتقل للحصول على عمل ومنهم من يهاجر، وآخرون لزيارة الأقارب، وآخرون لأغراض سياسية،.. الخ. وهكذا تتعدد الفئات البشرية التي تنتقل من مكان لآخر، والمهم البحث عن الفئات التي تنتقل لأغراض سياحية وهم السياح.

فقد عرف **Tinard** السائح بأنه: "كل شخص يتنقل خارج مكان إقامته المعتادة لمدة لا تقل عن **24** ساعة ولا تزيد عن **04** أشهر، وذلك لأسباب ترفيهية، أو صحية، أو دراسية، أو الخروج للمهمات والاجتماعات"⁵.

كما عرف "مؤتمر الأمم المتحدة للسفر والسياحة الدوليين بروما" سنة **1963** السائح على أنه: "أي شخص يزور دولة أخرى غير الدولة التي اعتاد الإقامة فيها، لأي سبب غير السعي وراء عمل يجزى منه في الدولة التي يزورها"⁶. حيث صنف هذا التعريف السياح إلى فئتين من الزائرين هما السائحون، ومسافري الرحلات السريعة.

✓ **السائحون (Touristes):** وهم الزائرون المؤقتون الذين يقيمون أكثر من **24** ساعة في الدولة التي يزورونها.

✓ **مسافري الرحلات السريعة (Excursionnistes):** وهم الزائرون المؤقتون لمدة تقل عن **24** ساعة في الدولة التي يزورونها.

من خلال التعريفين السابقين نستنتج ما يلي:

☞ أن انتقال السائح يكون بطرق مشروعة؛

☞ أن فترة الإقامة للسائح تكون من **24** ساعة إلى سنة.

3- خصائص السياحة وتأثيرها المضاعف والمتشابك على الاقتصاد الوطني: نتناول خلال هذا المبحث الخصائص المميزة للأنشطة السياحية بالإضافة إلى إبراز تأثيرها المضاعف والمتشابك على الاقتصاد الوطني وقطاعاته.

3-1- خصائص الخدمات السياحية: يصنف القطاع السياحي ضمن قطاع الخدمات، لكنه يختلف عن باقي الأنشطة الخدمية الأخرى، كون النشاط السياحي منتج مركب، يتشكل من سلع مادية و سلع غير مادية، لذلك تم تصنيفه ضمن الخدمات المختلفة، فهو يشترك في بعض خصائصه مع الخصائص العامة للخدمات، بالإضافة إلى وجود خصائص أخرى تميزه عن باقي الخدمات. وتتميز الخدمات السياحية بمجموعة من الخصائص، منها ما هو مشترك مع الخصائص العامة للخدمات (المعنوية، عدم التشابه، قابلية الفناء)، ومنها ما تميز المنتج السياحي لوحده، أهمها:⁷

✓ الإنتاج والاستهلاك يحدثان في نفس الوقت والمكان؛

✓ الخدمات السياحية مشروطة بحضور الزبون (المنتج السياحي لا ينقل ولا يرسل)، الأمر الذي يتطلب توفير وسائل النقل الكافية؛

✓ استحالة نقل أو تخزين المنتج السياحي، فبالنسبة للنقل فإنه يتم نقل السائح إلى مكان المنتج وليس العكس كما في حالة المنتجات المادية وحتى بعض الخدمات الأخرى، كما أن معظم مكونات المنتج السياحي لا يمكن خزنها كالطاقات الإيوائية أو مقاعد الطائرة ولا يمكن نقلها من مكان إلى آخر فمشكلة التخزين تعود إلى طبيعة المنتج السياحي الذي يتكون من سلع مادية، و سلع غير مادية، جعلته منتج غير قابل للتخزين، مما يجبر العارض (الدولة السياحية، المؤسسة) بذل مجهودات وتوفير إمكانيات معتبرة، لجلب الزبون وكسب ثقته؛

✓ إمكانية الإحلال، كاستبدال بعض المنتجات السياحية بأخرى: استبدال وسيلة النقل (الطائرة بالباخرة) باعتبار النقل جزء من المنتج السياحي، استبدال مكان الإيواء (الفندق بالمخيم)...

✓ عدم مرونة العرض السياحي في المدى القصير: صعوبة تحويل الموارد المستخدمة في السياحة إلى استخدام آخر، أي لا يمكن تحويل فندق إلى مطار في وقت قصير، أو عدم إمكانية بناء منشآت سياحية وخدمات في وقت قصير لأنها تحتاج إلى تجهيزات ومكائن ومواقع وأيدي عاملة مدربة وماهرة؛

✓ تأثر السوق السياحية بالموسمية: تتأثر الأسواق السياحية بالموسمية إذ يوجد ما يطلق عليه موسم الذروة وهو موسم الطلب السياحي وازدياد السياح والذي يوفر أفضل فرص تسويقية وتشغيلية ونسبة أشغال عالية، وموسم الكساد الذي ينخفض فيه الطلب السياحي وقد ينعدم نهائياً، وموسم وسط الذي يتذبذب فيه الطلب من يوم إلى آخر، ما عدا بعض المناطق المعينة في العالم إذ يكون الجو فيها معتدل على مدار السنة ولا يتأثر بالموسمية؛

3-2- التأثير المضاعف والمتشابك لقطاع السياحة على الاقتصاد الوطني وقطاعاته: يتميز قطاع السياحة بتأثيره الكبير والمضاعف على جميع جوانب الاقتصاد الوطني وقطاعاته. فتأثير الإنفاق على الخدمات السياحية، كما يوضح الشكل (01)، لا يقتصر على القطاعات السياحية ذات العلاقة المباشرة بالنشاط السياحي مثل وكالات السفر والسياحة، والمنافذ الجوية والبرية والبحرية، والفنادق والوحدات السكنية، والمطاعم، واستراحات الطرق؛ بل يمتد ليشمل عددا كبيرا من الأنشطة الاقتصادية التي يحفزها النشاط السياحي مثل خدمات نقل الركاب، ومحلات التمويل، وأصحاب الحرف والصناعات التقليدية وغيرها من الأنشطة المتشابكة مع القطاعات السياحية.

الشكل رقم (01): الآثار المضاعفة لقطاع السياحة على جميع جوانب الاقتصاد الوطني



ثانياً: مكونات التنمية السياحية، عوامل نجاحها ومبادئها

تعتبر قضية التنمية السياحية عند الكثير من دول العالم، من القضايا المعاصرة، كونها تهدف إلى الإسهام في زيادة الدخل الفردي الحقيقي، وبالتالي تعتبر أحد الروافد الرئيسية للدخل القومي، وكذلك بما تتضمنه من تنمية حضارية شاملة لكافة المقومات الطبيعية والإنسانية والمادية. ومن هنا تكون التنمية السياحية وسيلة للتنمية الاقتصادية، و لا يمكن فهم التنمية السياحية المحلية بمعزل عن التنمية السياحية ككل. وتعرف التنمية السياحة على أنها: "توفير التسهيلات والخدمات لإشباع حاجات ورغبات السياح، وتشمل كذلك بعض تأثيرات السياحة مثل: إيجاد فرص عمل جديدة ودخول جديدة"⁸.

1- مكونات التنمية السياحية: تتكون التنمية السياحية من عناصر عدة أهمها:⁹

- ✓ عناصر الجذب السياحي: وهي تتمثل في العناصر الطبيعية (مثل المناخ، الطبيعة... الخ) وعناصر من صنع الإنسان (كالمتنزهات، المناطق الأثرية والتاريخية)؛
- ✓ النقل: بأنواعه المختلفة البري، البحري والجوي؛
- ✓ أماكن النوم: سواء التجاري منها كالفنادق أو أماكن النوم الخاص، مثل بيوت الضيافة وشقق الإيجار؛
- ✓ التسهيلات المساندة: بجميع أنواعها كالإعلان السياحي والإدارة السياحية والأشغال اليدوية والبنوك... الخ؛
- ✓ خدمات البنية التحتية: كالمياه والمجاري والكهرباء والاتصالات، ويضاف إلى هذه العناصر جميعها الجهات المنفذة للتنمية السياحية، وتنفذ عادة من قبل القطاع العام أو الخاص أو الاثنين معاً.

2- عوامل نجاح التنمية السياحية: إن تنمية الصناعة السياحية تحكمها عدة اعتبارات لابد من مراعاتها، وهي على النحو التالي:¹⁰

- ✓ تدريب الجهاز البشري اللازم الذي يحتاج إليه القطاع السياحي، حتى تتمكن المنشآت السياحية من القيام بدورها بالشكل المطلوب؛
- ✓ الاستغلال الجيد للموارد السياحية المتاحة مع توفير المرونة لها، لتمكين من مواكبة احتياجات الطلب السياحي المحلي والعالمى؛
- ✓ إجراء دراسة شاملة للتأكد من الجدوى الاقتصادية للاستثمارات السياحية المقترحة؛
- ✓ دعم الدولة للقطاع السياحي، وذلك عبر مساعدة القطاع الخاص في تنفيذ البرامج السياحية، ويكون ذلك عبر خطة إعلانية تسويقية متكاملة؛
- ✓ ترافق خطة التنمية السياحية مع خطة اقتصادية لتحقيق نمو متوازن في القطاعات الأخرى الزراعية والصناعية والاجتماعية؛
- ✓ تحديد المشاكل التي قد تعترض تنمية الصناعة السياحية، ثم وضع خطط بديلة في حال حدوث طارئ معين؛
- ✓ دراسة السوق السياحية المحلية من أجل معرفة نوعية السياح الوافدين، وما هي تفضيلاتهم للسعي إلى تأمينها قدر الإمكان؛

- ✓ توفير شبكة من الفنادق المناسبة لكل شكل من أشكال الدخل، ولكل نماذج الرغبات، خاصة المناسبة منها لذوي الدخل المحدود، فحركة السياحة لم تعد مقتصرة على الأغنياء فقط؛
- ✓ تؤدي النظافة والخدمات السياحية دورا مهما في تطوير التنمية السياحية، حيث أن الحفاظ على نظافة الشوارع والشواطئ والآثار وغيرها من عوامل الجذب السياحي، تجعل السائح يرغب في العودة إلى هذا البلد.
- 3- مبادئ التنمية السياحية:** تحتوي التنمية السياحية على جملة من المبادئ هي: ¹¹
- ✓ يتعين على الوكالات والشركات والأفراد احترام المبادئ الأخلاقية وغيرها من المبادئ التي تحترم الثقافة والبيئة في المنطقة المضيفة والاقتصاد، وكذا طريقة العيش التقليدية والسلوك التقليدي والخاص بالجماعة والقيادة والشركاء السياسيين؛
- ✓ يجب التفكير بتوزيع الفوائد والتكاليف بشكل منصف بين مروجي السياحة والسكان المضيفين والمناطق؛
- ✓ يجب توفير المعلومات الجيدة والأبحاث والتواصل حول طبيعة السياحة وأثارها على البيئة البشرية والثقافية وذلك قبل التنمية وخلافا، لاسيما بالنسبة للسكان المحليين كي يتمكنوا من المشاركة والتأثير إلى أقصى حد في الاتجاه الذي تتخذه التنمية وأثارها على المصلحة الفردية والعامه؛
- ✓ تشجيع السكان المحليين على لعب دور القيادة في التخطيط والتنمية بمساعدة المصالح الحكومية والتجارية والمالية ومصالح أخرى؛
- ✓ يجب القيام بتحليل التخطيط البيئي والاجتماعي والاقتصادي المتكامل قبل الشروع في المشاريع الأساسية مع النظر عن كثر في الأنواع المختلفة لتنمية السياحة، وفي سبل ربطها بالاستعلامات الحالية وطرق العيش والاعتبارات البيئية؛
- ✓ يجب الاعتماد على التقييم المدروس والمراقبة للسياح وللسكان المحليين وغيرهم من أجل الاستفادة من الفرص أو التعامل مع المتغيرات.

ثالثا: ماهية القطاع الخاص (المؤسسات الصغيرة والمتوسطة)

- المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (القطاع الخاص) هي مؤسسات ذات رأس مال صغير نسبيا، تدار في الغالب من قبل مالكيها، وتمارس نشاط اقتصادي باستخدام عدد قليل من العمال.
- ومن أهم المعايير التي يتم الرجوع إليها لتحديد طبيعة حجم المؤسسة ما يلي:
- ✓ عدد العمال في المؤسسة؛
 - ✓ حجم رأس المال؛
 - ✓ حجم الانتاج والمبيعات؛
 - ✓ الهيكل الاداري وطبيعة ملكية المؤسسة.
- ويختلف تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب هذه المعايير من دولة لأخرى، بل وداخل البلد الواحد. فالبنك الدولي يصنف المؤسسة الصغيرة إذا كان عدد عمالها لا يزيد عن 50 عاملا، وإجمالي أصولها وإجمالي مبيعاتها لا يتجاوز 3 مليون دولار، أما المؤسسة المتوسطة فهي تلك المؤسسة التي لا يتجاوز إجمالي أصولها وإجمالي مبيعاتها 15 مليون دولار وعدد عمالها لا يزيد عن 300 عاملا¹². أما منظمة جنوب شرق آسيا فتصنف المؤسسة الصغيرة إذا قل عدد العمال فيها عن 49 عاملا، وبأنها مؤسسة متوسطة الحجم إذا كان عدد العمال يزيد عن 50 عاملا ويقل عن 99 عاملا¹³.

وفي الجزائر، تعرف المؤسسة الصغيرة والمتوسطة مهما كانت طبيعتها القانونية بأنها مؤسسة إنتاج السلع و/أو الخدمات، والتي تشغل من 1 إلى 250 شخصا، وأن لا يتجاوز رقم أعمالها السنوي مليار (02) دينار، أو لا يتجاوز مجموع حصيلتها السنوية خمسمائة (500) مليون دينار، وتستوفي معايير الإستقلالية¹⁴.

وتتميز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ببعض الخصائص، نذكر منها:

✓ **سهولة الإنشاء والتنفيذ:** حيث يمكن لأي شخص عادي، وبرأس مال محدود جدا، أن يقيم عملا يدر عليه دخلا كافيا لإعالة أسرته، فهو يستطيع الحصول على الترخيص بسهولة، وبدون الحاجة إلى دراسات ووثائق، كما لا تحتاج أيضا إلى أنظمة معقدة لإدارة العمل، حيث يمكنه ببساطة خدمة منطقة صغيرة¹⁵.

✓ **الحرية المتاحة للمؤسسين والإدارة في التعامل مع المواقف المختلفة:** إن هذه الخاصية تجعل العديد من المستثمرين والأجراء والمجموعات تفضل إقامة صناعات صغيرة خاصة بهم بدلا من العمل كموظفين وأجراء لدى الغير، حيث أن هذه الحرية نجدها متحسدة بالعديد من المزايا مثل اختيار أسلوب الإدارة ومنهجها، كما تتيح إمكانية العمل وفق الطريقة الملائمة، وكذلك ميزة الاستفادة من العائد والأرباح المتحققة¹⁶.

✓ **تحقق الأمان الوظيفي:** إن الدولة لا تقوم بتعيين المتخرجون من الجامعة إلا نادرا، وبالتالي فإن المشكلة التي تواجه آلاف بل ملايين المتخرجين الآن هي إيجاد وظيفة، وعلى هذا فإن الفرد عندما يفكر وهو طالب في مشروع صناعي صغير، فهو بهذا يحل أهم مشكلة في حياته الآن وهي الحصول على فرصة وظيفية متميزة، وبالطبع إذا توافرت هذه الفكرة يكون قد حقق الأمان الوظيفي لنفسه ولغيره فيما بعد¹⁷.

✓ **المنهج الشخصي في التعامل مع العمال:** هناك ميزة خاصة تتميز بها المؤسسات الصناعية الصغيرة والمتوسطة تجعلها تتفوق على المؤسسات الكبيرة، وهي العلاقات الشخصية القوية التي تربط صاحب المؤسسة بالعمال نظرا لقلّة عدد العمال وأسلوب وطريقة اختيارهم والتي تقوم على اعتبارات شخصية إلى درجة كبيرة، كما أن صغر عدد العمال يؤدي إلى الإشراف المباشر عليهم من طرف صاحب المؤسسة، والذي يجعل التصرفات سريعة والقرارات فورية تتلاءم مع طبيعة المشكلة أو الموقف¹⁸.

✓ **القدرة الكبيرة على الابتكار والتجديد:** تحتاج المنافسة الشرسة في اقتصاد السوق وخاصة مع الشركات متعددة الجنسيات وفروعها في الأسواق المحلية إلى ضرورة قيام المؤسسات الصناعية الصغيرة والمتوسطة بدور فعال في التجديد والابتكار وتمييز المنتجات والخدمات حتى تصبح ذات علامة تجارية وخصائص وطابع مميز، وهو المسار الذي سلكته هذه المؤسسات وذلك باعتمادها في الكثير من الأحيان على الابتكار والإبداع في منتجاتها، ومساهمتها في التطور التكنولوجي والبحث العلمي خاصة في مجالات التكنولوجيا الجديدة من خلال تركيزها على التفوق في مجالات العمل، وتشجيع العمال على الاقتراح وإبداء الرأي والاستفادة من مقترحات العملاء وتجارب الآخرين¹⁹، ومن جهة أخرى ارتفاع قدرة أصحابها أيضا على الابتكارات الذاتية في مشروعاتهم ففي اليابان مثلا تعود نسبة 52% من الابتكارات إلى أصحاب هذه المؤسسات²⁰.

وتنبع الأهمية الاقتصادية للمؤسسات الصناعية الصغيرة والمتوسطة من خلال الأدوار الاقتصادية التي تقوم بها على المستويات التالية:

- ✓ توفير فرص عمل جديدة تسهم في خفض معدلات الفقر، وخفض نسبة البطالة؛
 - ✓ رفع الكفاءة الانتاجية وتنوع الهيكل الاقتصادي وذلك عن طريق إيجاد صناعات جديدة وزيادة صافي الصادرات؛
 - ✓ دعم الشركات الكبيرة وتحسين فعاليتها عن طريق التعاقد من الباطن وتصنيع بعض مكونات منتجات الشركات الكبيرة؛
 - ✓ سد العجز في بعض السلع والخدمات وتوفيرها بأسعار رخيصة لتلبية حاجات المجتمع؛
 - ✓ تدعيم دور المشاركة الوطنية في تنمية الاقتصاد الوطني؛
 - ✓ إتاحة الفرصة لرواد الأعمال للإبداع والابتكار؛
- وقد شهدت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر نموا في السنوات الأخيرة؛ حيث ارتفع عدد المشايخ من نحو **376767** مشروع في عام **2006** إلى حوالي **747934** مشروع في نهاية السداسي الأول من سنة **2013**. والجدول الموالي يوضح ذلك:

الجدول رقم (02): تطور عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب طبيعة ملكيتها في الجزائر (2009-2013)

السنوات	القطاع الخاص		النشاطات الحرفية		القطاع العام	
	العدد	النسبة (%)	العدد	النسبة (%)	العدد	النسبة (%)
2009	455398	77.51	131505	22.38	591	0.10
2010	482892	78.00	135623	21.91	557	0.09
2011	511856	77.64	146881	22.28	572	0.09
2012	550511	77.34	160764	22.58	557	0.08
*2013	578586	77.36	168801	22.57	547	0.07
المجموع	2579243	77.57	743574	22.34	2824	0.09

Source: Ministère de l'Industrie, de la Petite et Moyenne Entreprise et de la Promotion de l'Investissement, Bulletin d'information statistique les années 2009 à 2013.

* - معطيات 2013 تخص السداسي الأول فقط.

نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول أن القطاع الخاص يستحوذ على ما نسبته **77.57%** من إجمالي عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، يليه في المرتبة الثانية النشاطات الحرفية بـ **22.34%**، ثم يأتي القطاع العام في المرتبة الثالثة بـ **0.09%**، هذا الأخير إلى جانب ضآلة حصته فإنه قد سجل تراجعاً كبيراً خلال الفترة الممتدة من سنة **2009** وحتى السداسي الأول من سنة **2013**، وهذا راجع أساساً إلى عمليات الخصخصة والاتجاه نحو الاعتماد على القطاع الخاص. وقد نالت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة التي تنشط في قطاع الخدمات* حصة الأسد بالمقارنة مع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة التي تنشط في القطاع الصناعي** (أنظر الجدول رقم **06**)، على الرغم من أن هذه الأخيرة هي التي تباشر الاستثمار الحقيقي وتخلق القيمة المضافة، إلى جانب أنها السبيل لتحقيق استراتيجية إحلال الواردات، مع التأكيد على أهمية قطاع الخدمات في توليد الدخل وخلق فرص العمل وتحقيق إيرادات الدخل الأجنبي. وقد يرجع سبب ضآلة عدد الصناعات الصغيرة والمتوسطة إلى الامكانيات الضخمة التي تحتاجها الاستثمارات في القطاع الصناعي والتي لا يقوى القطاع الخاص في كثير من الأحيان على توفيرها.

* - الخدمات: النقل والمواصلات، التجارة، الفنادق والأطعام، خدمات للمؤسسات والعائلات، مؤسسات مالية، أعمال عقارية، خدمات للمرافق العامة.
 ** - الصناعة: المناجم، الحديد، مواد البناء، كيمياء - بلاستيك، الصناعة الغذائية، صناعة النسيج، صناعة الجلد، صناعة الخشب والورق، صناعة مختلفة.

الجدول رقم (03): توزيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة حسب قطاع النشاط في الجزائر (2010-2013)

2013	2012	2011	2010	قطاع النشاط
4458	4277	4006	3806	الزراعة والصيد البحري
117	111	106	101	المياه والطاقة
751	626	599	580	المحروقات
321	313	293	272	خدمات الأشغال البترولية
1028	1002	958	917	المناجم والمحاجر
147005	142222	135752	129762	البناء والأشغال العمومية
10875	10350	9900	9556	الحديد والصلب
9337	8802	8225	7854	مواد البناء
2989	28003	2603	2446	كيمياويات-مطاط-بلاستيك
21022	20198	19172	18394	الصناعة الغذائية
5430	5082	4727	4493	صناعة النسيج
1834	1764	1718	1677	صناعة الجلد
15157	14510	13701	13063	صناعة الخشب والورق
4196	4008	3844	3745	صناعة مختلفة
41722	39426	36620	33848	النقل والمواصلات
80863	76050	69837	64962	التجارة
23649	22590	21251	20401	الفنادق والأطعام
34463	31476	26595	23541	خدمات المؤسسات
30982	29064	26977	25403	خدمات العائلات
1599	1512	1329	1209	مؤسسات مالية
1397	1292	1124	1040	أعمال عقارية
2769	2769	2639	2424	خدمات للمرافق العامة
441964	420247	391979	369494	المجموع

Source: Ministère de l'Industrie, de la Petite et Moyenne Entreprise et de la Promotion de l'Investissement. Bulletin d'information statistique les années 2010 à 2013.

هذا وتنشط المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خاصة في: ²¹ أولاً، المجال الصناعي: يتسع القطاع الصناعي للعديد من المؤسسات الصناعية الصغيرة والمتوسطة من: المؤسسات ذات المنتجات سريعة التلف (مثل صناعة الثلج، الألبان، الخبز والحلويات والفطائر، تعبئة العصائر، صناعة حفظ الخضار...)؛ المؤسسات التي تنتج سلع ذات مواصفات خاصة حسب الطلب المستهلك (مثل خياطة الملابس والأثاث الخشبي والمعدني، البلاط...)؛ المؤسسات ذات الأنشطة التي تعتمد دقة العمل اليدوي (مثل الملابس المشغولة والمطرزة، صناعة الخزف والفخار والأواني الزجاجية)؛ المؤسسات ذات المنتجات التي تكون مدخلاتها منتشرة في أماكن متعددة (مثل المطاط، تقطيع الأشجار، أعمال المقاولات...)؛ أخرى (مثل صناعة الألبسة الجاهزة والأحذية الجلدية والبلاستيكية والأدوات والأواني المنزلية، لعب الأطفال، مواد النظافة...)؛ ثانياً، الزراعة والثروة الحيوانية والسمكية: ينحصر عمل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في هذا المجال في: المشروعات الزراعية (مثل الفواكه، الخضار، الحبوب، المشاتل...)؛ مشروعات المنتجات الحيوانية (مثل تربية المواشي، الدواجن...)؛ الثروة السمكية

(مثل صيد الأسماك، إقامة مزارع لتربية الأسماك...)؛ ثالثاً، المجال التجاري: يعتبر أكثر المجالات التي تتناسب وطبيعة الأعمال الصغيرة والمتوسطة وتشمل: التجارة العامة، تجارة الجملة، تجارة التجزئة، تجارة الخدمات، التجارة المخصصة؛ رابعاً، الخدمات: وتشمل الفنادق، الأنشطة السياحية، الصيرفة، الصيانة...

رابعاً: دور القطاع الخاص (المؤسسات الصغيرة والمتوسطة) في تنمية القطاع السياحي بولاية قالمة

تعتبر ولاية قالمة الوجهة الرئيسية لكثير من السواح سواء من داخل الوطن أو خارجه وتمثل أكبر جاذبية سياحية للولاية في تضاريسها وطبيعتها إضافة إلى ثروتها المتميزة بالمعالم الأثرية التي يصل عددها لما يزيد عن 500 موقع ومعلم، كما أنها تتميز بحماماتها المعدنية منها حمام دباغ وحمام النبائل... فهي مقصد للاستحمام و الراحة خاصة وأن ولاية قالمة معروفة وغنية بالمياه والشلالات المعدنية الساخنة والتي تستخدم في علاج الكثير من الأمراض خاصة تلك التي لها علاقة بالعظام.

1- أنواع السياحة في الولاية:

1-1- السياحة الحموية: تحتل الحمامات المعدنية في قالمة مكانة هامة لأهميتها الاستجمامية والاستشفائية وما توفره من راحة للزوار وخاصة كبار السن. حيث يشهد حمام دباغ المعروف بحمام مسخوطين الذي يبعد عن عاصمة الولاية بـ 25 كلم استقطاب العائلات والسياح من مختلف مناطق القطر الجزائري وخارجه يتوافدون إليه للتداوي من عدة أمراض، منها الروماتيزم وضغط الدم وأمراض الجلد والحساسية بالاستحمام بمياهه الحارة التي تبلغ 90 درجة. بالإضافة لمركب حمام دباغ بنجد حمام أولاد علي الذي يبعد عن عاصمة الولاية بـ 15 كلم، الذي يتوفر على أربعة ينابيع حموية، ويوجد بها مركبان معدنيان، مركب البركة ومركب بوشهرين، بالإضافة للمركب البلدي القديم الذي ما زال يعاني من نقص في التحسين والاهتمام.

الشكل رقم (02): صور المنابع العلاجية لولاية قالمة



منابع حمام المسخوطين أو حمام الدباغ

1-2- السياحة المناخية: إن تنوع الثروات الطبيعية في الولاية كالسلاسل الجبلية، والغابات الشاسعة، والمستنقعات الرطبة التي تستقبل الطيور المهاجرة، وشبكة معتبرة من الوديان والسدود ستسمح مستقبلاً بتطوير هذا النوع من السياحة في ولاية قالمة نذكر منها: محمية بني صالح، سد بوهمدان، وجبل ماونة الذي يبلغ ارتفاعه 1500م، حيث تقع المدينة على سفح هذا الجبل الذي يتميز بمناظره الخلابة التي تكاد تنطق بجمالها الساحر كما أنه يعتبر أكبر مناطق الاستحمام للسياح الذين يتمتعون بنسيم هوائه خاصة في فصل الصيف كما أنه يتميز بغاباته الكثيفة وحيواناته المتنوعة.

الشكل رقم (03): صور الثروة الطبيعية لولاية قالمة



سد بوهمدان

جبل ماونة

محمية بني صالح

1-3- السياحة الثقافية: يقصد بها كل استجمام يكون الدافع الرئيسي فيه هو البحث عن المعرفة من خلال اكتشاف تراث عمراني على غرار المعالم التاريخية والدينية، أو تراث روحي على غرار التقاليد والعادات الوطنية والمحلية²². ويعتبر المسرح الروماني لمدينة قالمة الذي ما زال قائما حتى اليوم شاهدا على ماض حافل بالأعمال العظيمة، فهذا المسرح يعد بحق تحفة فنية في الهندسة المعمارية، وتكمن أهميته خاصة في محافظته على كيانه حتى اليوم بالصورة التي كان عليها منذ آلاف السنين رغم أشغال الترميم التي طالته أكثر من مرة. يذكر المؤرخون أن هذا المعلم التاريخي الهام بنته ما بين القرن الثاني عشر والثالث عشر راهبة معبد المدينة، وتدعى (آنيا إيليا ريستيتوتا) وقد بلغت تكاليف بنائه حوالي ثلاثين ألف قطعة ذهبية.

الشكل رقم (04): صور المعالم التاريخية



المسيح الروماني

المسرح الروماني

2- الاستثمار السياحي:

تعتبر الفنادق ووكالات السياحة والأسفار مؤسسات مصغرة، صغيرة ومتوسطة نظرا لتطابق شروطها مع هذا النوع من المؤسسات (عدد العمال، رقم الأعمال، الحصيلة السنوية ورقم الأعمال ومعيار الاستقلالية). وفيما يلي سنحاول تسليط الضوء على المشاريع السياحية المنجزة وتلك التي هي في طور الانجاز في ولاية قالمة.

1-2- المشاريع السياحية المنجزة: وتشمل المؤسسات الفندقية ووكالات السياحة والأسفار.

✓ **الفنادق المعتمدة على مستوى ولاية قالمة:** يظهر الشكل الموالي عدد الفنادق المعتمدة والمصنفة على مستوى ولاية قالمة، وكذا عدد الوافدين الجزائريين والأجانب، وذلك للفترة الممتدة من 2000 إلى 2013.

الجدول رقم (04): قائمة الفنادق المعتمدة والمصنفة على مستوى ولاية قالمة

السنة	قدرات الاستقبال الاجمالية	عدد الفنادق المعتمدة	عدد الفنادق المصنفة	عدد الوافدين الجزائريين	عدد الوافدين الأجانب
2000	592	2	2	15380	28
2001	592	2	2	9900	56
2002	592	2	2	14076	60
2003	823	10	2	69577	351
2004	1048	10	2	60272	623
2005	1025	11	2	79360	856
2006	1010	11	2	60723	752
2007	1043	11	2	76097	495
2008	1264	11	2	66951	675
2009	1360	11	2	81030	932
2010	1425	11	2	93006	1030
2011	1425	11	2	94682	1389
2012	1425	11	2	106651	1505
2013	1425	11	2	95034	1472

المصدر: مديرية السياحة لولاية قالمة.

نلاحظ من الجدول أن عدد الفنادق المعتمدة والمصنفة على مستوى ولاية قالمة قد انتقل من فندقين (02) سنة 2000 إلى إحدى عشر (11) فندق سنة 2013، وقد وصلت قدرات الاستقبال الاجمالية إلى 1425 سرير بعد أن كانت 592 سرير سنة 2000، كما نلاحظ أيضا أن عدد الوافدين الجزائريين والأجانب قد انتقل من 15380 و 28 وافد سنة 2000 إلى 95034 و 1472 وافد سنة 2013 على التوالي.

ويظهر الشكل الموالي اسم المؤسسات الفندقية المعتمدة على مستوى ولاية قالمة (من 2000 إلى 2013)، نمطها، تصنيفها، عدد غرفها، عدد أسرتها، وعنوانها.

الجدول رقم (05): هياكل الإيواء والاستقبال المعتمدة على مستوى ولاية قالمة

الرقم	اسم المؤسسة	نمط المؤسسة	التصنيف	عدد الغرف	عدد الأسرة	العنوان
01	فندق مرمورة	حضري	*3	71	144	01 شارع علي شرفي - قالمة.
02	المركب المعدني الشلالة	حموي	*2	170	625	بلدية حمام الدباغ
03	نزل هواره	نزل الطريق	في طريق التصنيف في الرتبة نجمتان	26	38	بلدية الشمالية - قالمة.
04	فندق التاج	حضري	في طريق التصنيف في الرتبة بدون نجوم	21	30	شارع أول نوفمبر 54 - قالمة.
05	المركب المعدني البركة	حموي	في طريق التصنيف في الرتبة بدون نجوم	90	200	حمام أولاد علي هيليوبوليس - قالمة.
06	المركب المعدني بوشهرين	حموي	في طريق التصنيف في الرتبة بدون نجوم	90	236	حمام أولاد علي هيليوبوليس - قالمة.
07	فندق بن ناجي	حموي	في طريق التصنيف في الصنف هيكل معد	21	54	بلدية حمام الدباغ - قالمة.
08	مؤسسة معدة للفندقة	حضري	هيكل مع للفندقة	17	27	19 شارع سليمان

					(نجمة)	
عمار - قالمة.						
05 ساحة عبدي مبروك - قالمة.	30	14	هيكل معد للفندقة	حضري	مؤسسة معدة للفندقة (طارق)	09
23 شارع أول نوفمبر 54 - قالمة.	25	15	هيكل معد للفندقة	حضري	مؤسسة معدة للفندقة	10
24 شارع سليمان عمار - قالمة.	16	12	هيكل مع للفندقة	حضري	مؤسسة معدة للفندقة (الكرامة)	11
	1425	547				

المصدر: مديرية السياحة لولاية قالمة.

نلاحظ من الجدول أن المركب المعدني الشلالة المصنف في الرتبة نجمتان والذي يقع ببلدية حمام دباغ يحتل المرتبة الأولى من حيث عدد الغرف والأسرة التي يحتويها، حيث يتوفر على 170 غرفة و625 سرير، يليه في المرتبة الثانية المركب المعدني بوشهرين بـ 90 غرفة و236 سرير، ثم في المرتبة الثالثة المركب المعدني البركة بـ 90 غرفة و200 سرير. كما نلاحظ أن نمط المؤسسات الفندقية حموي وحضري ماعدا نزل هوارة الذي هو عبارة عن نزل طريق.

✓ **وكالات السياحة والأسفار:** تتمركز في ولاية قالمة عشرة وكالات للسياحة والأسفار مهمتها تنظيم الأسفار داخل وخارج الوطن إلا أن السفريات نحو الخارج تنحصر في رحلات إلى البقاع المقدسة، ويظهر الشكل الموالي قائمة وكالات السياحة والأسفار المعتمدة على مستوى ولاية قالمة.

الجدول رقم (06): وكالات السياحة والأسفار

الرقم	اسم الوكالة	نوع النشاط	العنوان
01	مرمورة نور	السياحة الاستقبالية والوطنية	06 شارع 01 نوفمبر 54 قالمة
02	صارة تور	السياحة الاستقبالية والوطنية	حي مخانشة عبد اللطيف رقم: 32 - قالمة.
03	مسك تور	سياحة موفدة للسياح	05، ساحة عابدي مبروك - قالمة.
04	ماونة للسياحة والأسفار	سياحة موفدة للسياح	تحصيص 02 رقم: 55 هيليوبوليس - قالمة.
05	أميمة تور	سياحة موفدة للسياح	تحصيص 19 جوان رقم: 217 - قالمة.
06	فرع وكالة ملاك تور	سياحة موفدة للسياح	22 طريق 08 ماي 45 - قالمة.
07	رتاج للسياحة والسفر	سياحة موفدة للسياح	حي أومدور عبد الحق طريق بلخير ولاية قالمة
08	وكالة السد	سياحة موفدة للسياح	حي حسن الاستقبال شارع عيسات إيدير رقم: 07 بلدية قالمة.
09	فهيم ترافل	سياحة موفدة للسياح	تحصيص 19 جوان 2 ولاية قالمة.
10	الماسة للسياحة والأسفار	سياحة موفدة للسياح	حي 57 مسكن عمارة 01 ولاية قالمة.

المصدر: مديرية السياحة لولاية قالمة.

نلاحظ من الجدول أن هناك عشرة (10) وكالات للسياحة والأسفار مهمتها تنظيم الأسفار داخل وخارج الوطن إلا أن السفريات خارج الوطن تنحصر معظمها في رحلات إلى البقاع المقدسة.

2-2- **المشاريع السياحية في طور الانجاز:** سوف يتم تناول المشاريع السياحية في طور الانجاز في كل من: بلدية حمام دباغ، بلدية قالمة، وبلديات أخرى.

✓ المشاريع السياحية في طور الانجاز في بلدية حمام دباغ: يظهر الشكل الموالي عدد المشاريع السياحية التي هي في طور الانجاز في بلدية حمام دباغ.

الجدول رقم (07): المشاريع السياحية في طور الانجاز في بلدية حمام دباغ

الرقم	تاريخ إيداع الملف	تسمية المشروع	الموقع	مناصب الشغل	المساحة	مدة الانجاز	الأسرة	المساهمة
01	2012/01/03	مركب سياحي	حمام دباغ	260	5207.00م ²	36ش	376س	100%
02	2013/04/15	مركب سياحي*3	حمام دباغ	94	3600.00م ²	18ش	154س	100%
03	2013/04/18	مركب معدني*4	حمام دباغ	120	10824.01م ²	36ش	123س	100%
04	/	فندق واحد	حمام دباغ	35	1711.86م ²	18ش	66س	/
05	/	فندق واحد	حمام دباغ	40	1870.67م ²	/	90س	100%
				549			809س	

المصدر: مديرية السياحة لولاية قالمة.

نلاحظ من الجدول أن هناك خمسة (05) مشاريع سياحة في طور الإنجاز ببلدية حمام دباغ، حيث أن هذه المشاريع ستوفر 809 سرير جديد، كما ستساهم في خلق 549 منصب شغل جديد لسكان البلدية الذين يعانون من شبح البطالة.

✓ المشاريع السياحية في طور الانجاز في بلدية قالمة: يظهر الشكل الموالي عدد المشاريع السياحية التي هي في طور الانجاز في بلدية قالمة.

الجدول رقم (08): المشاريع السياحية في طور الانجاز في بلدية قالمة

الرقم	تاريخ إيداع الملف	تسمية المشروع	الموقع	مناصب الشغل	المساحة	مدة الانجاز	الأسرة	المساهمة
01	2011/05/25	فندق	قالمة	75	5000.00م ²	24ش	180س	100%
05	2012/11/07	فندق	قالمة	50	815.00م ²	24ش	70س	100%
				125			250س	

المصدر: مديرية السياحة لولاية قالمة.

نلاحظ من الجدول أن هناك مشروعان (02) سياحيان ببلدية قالمة سيدخلان حيز الخدمة قريبا، وبذلك سيوفران 250 سرير جديد تضاف إلى المجموع الكلي ليصبح 522 سرير، كما سيساهمان في خلق 125 منصب شغل جديد.

✓ المشاريع السياحية في طور الانجاز في بلديات أخرى: يظهر الشكل الموالي عدد المشاريع السياحية التي هي في طور الانجاز في عدة بلديات تابعة لولاية قالمة.

الجدول رقم (09): المشاريع السياحية في طور الإنجاز في بلدية قالمة

الرقم	تاريخ إيداع الملف	تسمية المشروع	الموقع	مناصب الشغل	المساحة	مدة الإنجاز	الأسرة	المساهمة
01	2011/07/03	فندق	بوحمدان	35	6000م ²	18ش	37س	100%
02	2011/06/26	مركب متعدد الخدمات	وادي زناتي	153	7268.39م ²	/	292س	100%
03	/	مركب حموي	عين العربي	/	/	/	90س	/
05	/	نزل	قلعة بوضيع	40	2940م ²	24ش	90س	100%
				228			509س	

المصدر: مديرية السياحة لولاية قالمة.

نلاحظ من الجدول أن هناك أربعة (04) مشاريع سياحية في طور الإنجاز في كل من بلدية بوحمدان، واد زناتي، عين العربي، وقلعة بوضيع حيث ستوفر 509 سرير جديد، كما أنها ستساهم في خلق 228 منصب شغل جديد.

الخلاصة:

من خلال ما سبق يمكن أن نستخلص مجموعة من النتائج:

- ✓ تدرج كل المؤسسات الفندقية ووكالات السياحة والأسفار المعتمدة على مستوى الولاية ضمن قطاع المؤسسات الصغيرة، الصغيرة و المتوسطة لتطابق طبيعتها مع معايير هذا النوع من المؤسسات؛
- ✓ إن درجة الاستغلال للثروة السياحية في ولاية قالمة لم ترقى بعد إلى المستوى المطلوب، فهناك من الموارد خارج مناطق التوسع السياحي غير مستغلة خاصة منها المنابع العلاجية والغابات؛
- ✓ تشرف المؤسسات الصغيرة، الصغيرة و المتوسطة على النشاط السياحي سواء بشكل مباشر من خلال الفنادق، ووكالات السياحة و الأسفار، أو بشكل غير مباشر من خلال مؤسسات النقل والاتصال؛
- ✓ لم ترقى المؤسسات الصغيرة، الصغيرة والمتوسطة الفندقية في ولاية قالمة إلى مستوى التميز، و لا فندق منها بلغ درجة 5 نجوم، فمنها من هي مدرجة في مستوى نجمة إلى ثلاثة (03) نجوم؛
- ✓ نسبة الطلب السياحي على المنتج السياحي في ولاية قالمة ضئيلة مقارنة بالطلب السياحي الإجمالي للوطن وخاصة منه الأجنبي نظرا لمحدودية الترويج السياحي على مستوى المؤسسات الصغيرة، الصغيرة والمتوسطة الفندقية؛
- ✓ إن نسبة مساهمة المؤسسات السياحية الفندقية الصغيرة، الصغيرة والمتوسطة في تنمية القطاع السياحي في ولاية قالمة محدودة، ويرجع ذلك بالدرجة الأولى إلى عزوف المستثمرين عن الاستثمار في هذا القطاع؛

الهوامش:

1- الهيئة العامة للسياحة والآثار، توثيق تجربة الهيئة العامة للسياحة والآثار في تطوير قطاع اقتصادي جديد، السعودية، 2012، ص 22.

2- محمد الحمادي، كمال درويش، رؤية عصرية للترويج وأوقات الفراغ، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، مصر، 1997، ص 249.

3- مثنى طه الحوري، إسماعيل محمد علي الدباخ، مبادئ السفر والسياحة، مؤسسة النشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2001، ص 41.

4- الهيئة العامة للسياحة والآثار، مرجع سبق ذكره، 22.

5- Y. Tinard, *Le Tourisme: Economie et Management*, Mc Graw-Hill, Paris, 1992, p: 01.

6- فراح رشيد، بودة يوسف، دور التسويق السياحي في دعم التنمية السياحية والحد من أزمات القطاع، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، العدد الثاني عشر، جامعة بسكرة، 2012، ص 100.

- 7- مبارك بلالطة، خالد كواش، سوق الخدمات السياحية، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد رقم 04، جامعة سطيف، 2005، ص ص 153-154.
- 8- محمد قرزير، القطاع الخاص والتطوير السياحي في الجزائر في ظل التحديات التنافسية، مداخلة مقدمة الى الملتقى الوطني حول السياحة والتسويق السياحي في الجزائر-الامكانيات والتحديات التنافسية، جامعة قلمة، 28/27 أكتوبر 2009، ص 06.
- 9- مسمش نجاة، بن عبدة فريدة، دور التخطيط السياحي في التنمية السياحية، مداخلة مقدمة إلى الملتقى الوطني حول السياحة والتسويق السياحي في الجزائر، جامعة قلمة، يومي 27-28 أكتوبر 2009، ص 04.
- 10- بن نافلة قدور، مرزوق عاشور، التنمية السياحية في خدمة الدول المتقدمة والنامية، مداخلة مقدمة للملتقى الدولي حول اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، يومي 09-10 مارس 2010، جامعة محمد خيضر- بسكرة، الجزائر، ص 07.
- إبراهيم يظاظو، السياحة البيئية وأسس إستدامتها، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2010، ص 102.11
- 12- مؤسسة التمويل الدولية (IFC)، دليل المعرفة المصرفية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، واشنطن، الو-م-أ، 2009، ص 11.
- 13- طيب خليج، دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تنمية أقطار المغرب العربي، مداخلة مقدمة الى الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 18/17 أبريل 2006، ص 162.
- 14- المادة 04 من القانون رقم 18/01 مؤرخ في 2001/12/12، يتضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الجريدة الرسمية، العدد 77 الصادرة بتاريخ 2001/12/15، ص 05.
- 15- سعاد نائف برونوطي، إدارة الأعمال الصغيرة- أبعاد للريادة، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2005، ص 79.
- 16- طاهر محسن منصور الغالي، إدارة واستراتيجية منظمات الأعمال المتوسطة والصغيرة، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2009، ص 28.
- 17- عبد الحميد مصطفى ابوناعم، إدارة المشروعات الصغيرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، الطبعة الأولى، 2002، ص 19.
- 16- توفيق عبد الرحمن يوسف، إدارة الأعمال التجارية الصغيرة، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2009، ص 27.
- 17- عبد الله بلوناس، الم الص والم والقدرة على المنافسة في ظل اقتصاد السوق بالإسقاط على الحالة الجزائرية، مداخلة مقدمة الى الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل الم الص والم في الاقتصاديات العربية، جامعة الشلف، 18/17 افريل، 2006، ص 127.
- 18- محمد هيكل، مهارات إدارة المشروعات الصغيرة، مجموعة النيل العربية، القاهرة، مصر، الطبعة الأولى، 2003، ص 21.
- 19- نبيل جواد، مرجع سبق ذكره، ص ص 51-53.
- 20- عبد الوهاب دادن، الثقافة السياحية للمجتمع ودورها في تنمية السياحة الصحراوية، الملتقى الدولي الثاني حول دور السياحة الصحراوية في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر- بسكرة، 11 و 12 مارس 2012، ص 03.