

عنوان البحث:

محددات ومعوقات المقاولاتية السياحية في الجزائر

محور المشاركة: المحور الثالث: الإطار المفاهيمي للمقاولاتية والمقاولاتية السياحية وآليات دعمها لتحسين القدرة التنافسية للنسيج المقاولاتي من جهة وتطوير وتنمية القطاع السياحي من جهة ثانية

الإسم و اللقب: د. فاطمة الزهراء طلحي* & د. بوفاس الشريف*

ملخص البحث:

لقد شهدت صناعة السياحة في الآونة الأخيرة نموا مستداما ونالت اعتراف العالم كقطاع رئيسي ، وكانت لها انعكاسات اقتصادية واجتماعية وثقافية وبيئية واسعة في كل بقعة من بقاع الأرض تقريبا، ومع تزايد الإقبال والاهتمام في الدول الحديثة بالممارسة المقاولاتية باعتبارها أهم وابرز مصادر النمو ، فهي غالبا ما تترن هذه الممارسة المقاولاتية بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ، فالعالم اليوم يشهد إهتماما كبيرا بمجال المقاولاتية السياحية لما لها من دور فعال في عملية التنمية الإجتماعية والإقتصادية .

يهدف هذا البحث إلى إبراز أهم المعوقات والمحددات التي تحول دون تشجيع ممارسة المقاولاتية السياحية وخاصة في الدول النامية بما فيها الجزائر والتي قامت مؤخرا بإصدار تشريعات تقنن عمل المؤسسات الصغيرة المقاولاتية ، فنتج عن ذلك التوسع في نشاطها ليشمل العديد من النشاطات بما فيها السياحة والتي تتطلب نوع خاص في الممارسة وذلك راجع لإختلاف الطبيعة البشرية باعتبار السائح هو الجانب الأساسي الذي يتوقف عليه نجاح أو فشل القطاع السياحي.

الكلمات المفتاحية: المقاولاتية، السياحة، التنمية السياحية، القطاع السياحي ، المقاولاتية السياحية.

Abstract :

Tourism industry witnessed a sustainable development during last decades, it was recognised as principal sector. This industry has economic social, cultural and environmental reflexion. All over the world. The increase of attendance and interest in modern countries with the practice of entrepreneurship which considered the most important source of progress, it usually lincd to SME, so the world today witnesses great interests with tourism entrepreneurship, that has effective role in social and economic development process.

This reachaimed to show the most important contrainsts and obstacles affects the practice of tourism entrepreneurship, especially in developing countries including Algeria at issues a legislation regulate the work of small entrepreneurship entreprises. this results on it sactivitiesinc luding the tourism which required special kind of practice because the deference in humain nature of tourist. This side is very important in the success or failure of touristic sector.

Key words : entrepreneurship tourism, touristic development, touristic sector, touristic entrepreneurship.

* أستاذة محاضرة قسم "ب"، كلية العلوم الاقتصادية ، جامعة سوق أهراس البريد الإلكتروني fatmazohra.talhi@yahoo.fr

** أستاذ محاضر ب، كلية العلوم الاقتصادية ، جامعة سوق أهراس ، البريد الإلكتروني achraf1boufas@yahoo.f

مقدمة:

تقتضي الطبيعة البشرية من الفرد التطلع للأفضل والبحث عن الأحسن لتوفير جو من الراحة والاستمتاع بالطبيعة، فمن غير الممكن توفير كل تلك الأجواء في مكان واحد، لذا يضطر الفرد للتنقل والترحال بحثا عن المكان الذي يجد فيه الراحة، تسوده المعرفة، روائع الكون، الصحة، الثقافة، الدين وحتى الاستقرار السياسي و الاقتصادي، غير أن السائح يعتمد في قيامه بالنشاط السياحي على وسائل تعتبر بمثابة مقومات لذلك النشاط السياحي، فمنها من هي طبيعية (الشواطئ، الغابات، حموات معدنية) و منها مؤسسات قاعدية (ملاعب، مقاهي، متاحف، فنادق، مطاعم) حيث أن معظمها يندرج ضمن مؤسسات سياحية، فمنها من يمكن تصنيفها ضمن مؤسسات كبيرة مثلا الفنادق الفخمة ذات خمس نجوم، ومنها من يمكن تصنيفها ضمن مؤسسات صغيرة و متوسطة مثلا وكالات السياحة والأسفار فنادق والتي يستطيع السائح الاعتماد عليها لتحقيق غرضه، حيث

تحتل المقاولات الصغرى والمتوسطة مكانة إستراتيجية في عملية التنمية. إذ تكون الجزء الأعظم من النسيج الصناعي، وتؤمن قسطا وفيرا من فرص العمل، كما تشارك في إنتاج القيمة المضافة.

الإشكالية:

على ضوء ما ذكر سابقا من معطيات تتمحور إشكالية البحث على النحو التالي:

إلى أي مدى يمكن أن تساهم المقاولات الصغيرة والمتوسطة في ترقية ونمو القطاع السياحي في الجزائر وما هي أبرز واهم المعوقات والمحددات التي تؤول دون تحقيق ذلك ؟

أهمية البحث:

- ✓ التحديات و الرهانات التي تواجه الاقتصاد الجزائري كون قطاع المحروقات في خطر و بالتالي من المستوجب الاهتمام بالموارد الأخرى منها قطاع السياحة.
- ✓ تعد المقاولات من بين المؤسسات التي تسهم في الاقتصاد الوطني لذلك يجب الاهتمام بها من خلال إعداد الأبحاث و الدراسات الميدانية لها .
- ✓ التعرف على نماذج من المعوقات والمحددات التي تواجهها المقاولات الصغيرة و المتوسطة والبحث فيها للكشف عنها.

تقسيمات البحث:

للإجابة على إشكالية الدراسة قسمنا البحث الى المحاور التالية:

أولا: مفاهيم عامة عن المقاولاتية.

ثانيا: دعائم وتصنيفات المقاولات السياحية في الجزائر.

ثالثا: محددات ومعوقات المقاولاتية السياحية.

أولا: مفاهيم عامة عن المقاولاتية.

1- مفهوم المقاولاتية:

تعتبر المقاولاتية من أهم مجالات الأعمال التي تزايد الاهتمام بها في جل دول العالم، حيث أصبحت أبرز منبع للتنمية الاقتصادية والاجتماعية على حد السواء، و التي غالبا ما تقرر بالمؤسسات الصغيرة و المتوسطة التي تعتبر أهم قاطرات نمو المجتمع، و في الجزائر قامت الدولة بتبني إستراتيجية هامة قامت من خلالها بمنح امتيازات ضريبية و اقتصادية للشباب الراغبين في ممارسة مقاوله خاصة بهم من خلال إنشاء أجهزة دعم و ترقية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة لكن و بالرغم من الجهود التي قامت بها الدولة حيال هذا النوع من المؤسسات إلا أنها تواجه العديد من المشكلات التي قد تؤدي إلى فشلها.

من بين مختلف الأعمال التي درست المقاولاتية توجد ثلاث مدارس فكرية رئيسية ذات أهمية كبيرة في يومنا هذا ، تعرف المقاولاتية حسب تصورات مختلفة ووجهات نظر متعددة.

1-1- إنشاء مؤسسات جديدة:

الاتجاه الأول الذي يتزعمه Gartner يعتبر أن المقاولاتية هي عملية إنشاء منظمات جديدة ، وحتى يتسنى لنا فهم هذه الظاهرة يتوجب علينا دراسة العملية التي تؤدي إلى ولادة وظهور هذه المنظمات، بمعنى آخر مجموع النشاطات التي تسمح للفرد بإنشاء مؤسسة جديدة¹.

يرى هذا الاتجاه أن عملية إنشاء مؤسسة جديدة هي ظاهرة تنتج عن التأثير المتبادل للعديد من العوامل المختلفة مثل الأفكار، الخبرة، والتي يصبح لها معنى بواسطة تنظيم جديد، ويركز Gartner أساسا على مسألة ظهور هذه المنظمة وكيف تتمكن هذه الأخيرة من البروز والتحول إلى كيان موجود حقا بعدما كانت مجرد فكرة، ويشيد أيضا بقدرة المقاول الكبيرة على تحويل الأحلام إلى حقيقة ملموسة مجسدة في شكل مشروع جديد².

1-2- التعرف على الفرص واستغلالها:

حسب هذا الاتجاه يعرف Shane و Venkataraman المقاولاتية بأنها العملية التي يتم من خلالها اكتشاف وتثمين واستغلال الفرص التي تسمح بخلق منتجات وخدمات مستقبلية .

يركز هذا الاتجاه على دراسة ظهور نشاط اقتصادي جديد ، والذي ليس بالضرورة مرتبط بظهور مؤسسة جديدة، ويطرح أيضا هذا الاتجاه بعض المشاكل الرئيسية في تصوره للمقاولاتية، حيث يفترض أن الفرص توجد في الطبيعة كما هي ، و يكفي امتلاك القدرة على معرفتها حتى نتمكن من امتلاكها وتحويلها لحقيقة اقتصادية، ولكن في الحقيقة يمكن أن تتشكل الفرص المقاولاتية من خلال عملية إنشاء النشاط وليست هي بذاتها نقطة انطلاق³.

1-3- الازدواجية بين الشئائية الفرد-القيمة:

حسب هذا الاتجاه تتمحور المقاولاتية حول دراسة العلاقة التي تربط بين الفرد والقيمة التي أنشأها ويتزعمه Bruyat فبالنسبة إليه يتمثل الموضوع العلمي المدروس في مجال المقاولاتية في الشئائية الفرد وخلق القيمة.⁴ يمكن اعتبار أن هذه الاتجاهات الثلاثة متكاملة حيث لا يكفي أي اتجاه لوحده لتعريف المقاولاتية، وبصفة عامة يمكن تعريفها كالتالي:

المقاولاتية هي مجموع النشاطات التي تسمح بإنشاء مؤسسة جديدة من خلال اكتشاف ، تامين واستغلال الفرصة المتاحة في السوق وذلك بتوفير الوقت، العمل، رأس المال ومختلف الموارد الأخرى الضرورية ، وكل ذلك بهدف تقديم قيمة معينة.

2-مراحل المسار المقاولاتي:

يتكون المسار المقاولاتي من مجموعة من المراحل المتسلسلة حيث أن نهاية كل مرحلة هي بداية للمرحلة الأخرى وهي كالتالي:⁵

1. النزعة المقاولاتية أو (الميل نحو المقاول):

وهي توليفة من الخصائص النفسية و الخبرات المهنية التي تزيد من احتمال اختيار بعض الأفراد للمقاول كمسار مهني.

2. التوجه المقاولاتي:

و هو قرار الفرد حول احتمال الانتقال في يوم من الأيام نحو العمل المقاولاتي ، و يفرق بعض الباحثين بين المرحلتين بوجود فكرة أو مشروع أعمال و الشروع الشخصي للفرد في مسار إنشاء مؤسسة.

3-تمثل القرار:

وتعني أن الفرد تقابل مع توجهه المقاولاتي فالفرد قد أكمل تشكيل فكرة المشروع بتحديد أدق التفاصيل و تعبئة مختلف الموارد (المالية،التسويقية).

4 العمل المقاولاتي:

تدل على الانطلاق الفعلي (المادي) للنشاط و الذي يكون بانجاز أول السلع و الخدمات.

3-خصائص المقاول.

إن نجاح المشروع الجديد يعتمد على خصائص معينة مطلوبة توفرها في المقاول لتمكنه من إقامة مشاريع و حسن إدارتها ، حيث أن المقاول يصبح مسيرا جيدا إذا أحسن دمج خصائص شخصيته المقاولاتية مع القدرة على التحكم في الأنشطة الإدارية و التقنية ،ومن بين المهارات المطلوب توفرها في المقاول هي ما يلي:⁶

1. الحاجة إلى الانجاز:

تعني الرغبة في تقديم أفضل انجاز، وذلك من خلال تحمل مسؤولية بلوغ الهدف بجدارة الميل إلى تحمل الصعاب و السعي إلى قياس النجاح بالقابلية في بلوغ الأهداف.

2. الرغبة في الاستقلالية:

أي عدم الاعتماد على الآخرين في بلوغ الأهداف .

3. الثقة بالنفس :

والتي هي أساسية لانطلاقهم في تنفيذ الأعمال الجديدة لأنها تنشط الجوانب الإدراكية و التصورية لديهم ،وذلك لما يجعلهم أكثر اتجاه المتوقع من أعمالهم الجديدة .

4. الرؤيا الواسعة و البعيدة للإحاطة من خلالها بمعظم العوامل التي تؤثر على عمل المشروع:

و التي تمكن من التنبؤ بالمستقبل و العمل على تحقيقه من خلال وضع الخطط المدروسة و الحلول السليمة باستمرار.

ثانيا: دعائم وتصنيفات المقاولات السياحية في الجزائر:

كي يحقق السائح الغرض الأساسي من تنقله و ترحاله خلال رحلة سياحية فإنه ليس بالإمكان أن يوفر لنفسه جميع الشروط الأساسية لذلك يستعين بوسطاء التي من خلالها يحصل على مأوى، طعام الترفيه، العلاج والراحة فتمثل هذه الوساطة في المؤسسات السياحية التي تقدم له الدعم و كذا المنتج السياحي، فمنها من هي مؤسسات كبيرة الحجم كالفنادق الفاخرة ذات الخمس نجوم، ومنها من هي صغيرة و متوسطة.

2-1- تصنيف المؤسسات السياحية:

قبل تصنيف المؤسسات السياحية يجب التعرف أولا على ماهية المؤسسة السياحية.

✓ **تعريف المؤسسة السياحية:** هذا المصطلح حسب معجم المصطلحات السياحية و الفندقية يطلق على منشأ الإقامة (الفنادق، الموتيلات، مخيمات) و كذا مشاريع الاستقبال السياحي و مكاتب المعلومات السياحية، وكلاء السفر الشركات السياحية، مكاتب إيجار السيارات، مترجمين، أدلاء سياحيين، المنظمات السياحية، المسارح الملاعب السينمات، وهذه الخدمات تختلف من بلد لآخر و حسب مستوى تقدم البلد السياحي، وتعتبر كالبنية الفوقية للسياحة وتستطيع التقدم و الاستمرار في تقديم خدمات سياحية مميزة".⁷

هناك عدة معايير لتصنيف المؤسسات السياحية* و من أهم تلك المعايير نجد:

1- مؤسسات الوساطة و تسويق المنتجات و الخدمات:

تتمثل فيما يلي:

أ-وكالات الأسفار و السياحة: عرفها القانون الجزائري رقم 06-99 مؤرخ في 18 ذي الحجة عام 1419 الموافق ل 4 أبريل سنة 1999 على أنها "كل مؤسسة تمارس بصفة دائمة نشاطا سياحيا يتمثل في بيع مباشر أو غير مباشر رحلات وإقامات فردية أو جماعية و كل أنواع الخدمات المرتبطة بها".⁸

ب- **المتعاملون السياحيين (المرشدين السياحيين):** هم الأشخاص اللذين يتولون الشرح و الإرشاد لسائح في أماكن الآثار أو المتاحف أو المعارض مقابل أجر، فهم بذلك يمثلون وجه البلد و سفرائه الدائمون، حيث يقومون بشرح الآثار و المعالم السياحية الموجودة بالمقاصد السياحية للسياح و الرد على استفساراتهم التي يواجهونها بجميع اللغات التي يتقنونها.⁹

2- مؤسسات السكن الفندقية:

هناك عدة مؤسسات مصنفة ضمن السكن الفندقية .

أ- **الفنادق السياحية:** حسب المرسوم التنفيذي رقم 46-2000 مؤرخ في 25 ذي القعدة عام 1420 الموافق لأول مارس 2000 فإن المؤسسة الفندقية هي "كل مؤسسة تمارس نشاطا فندقيا و يعد نشاطا فندقيا كل استعمال بمقابل للهياكل الأساسية الموجهة أساسا للإيواء و تقدم الخدمات المرتبطة به وتتكون هذه الهياكل الأساسية من مؤسسات إيواء والمحددة في عدة أشكال حيث يستأجرها الزبون ليقيم بها من أسبوع واحد إلى شهر دون أن يتخذها سكنا له".¹⁰

ب- **الفندق:** "هو مبنى مستقل أو جزء من مبنى له مدخل مستقل، به عدد من الغرف المجهزة للإقامة وهذه الغرف قد يلحق بها حمامات داخلية، و قد لا يلحق بها كما يزود المبنى ببعض الخدمات التي يحتاجها النزيل ووفقا لمقدار الخدمات التي يوفرها الفندق للنزلاء يتم تحديد الدرجة السياحية و تقدم الفنادق للنزلاء الضيافة والطعام والراحة لفترات غير منتظمة من الوقت".¹¹

3- مؤسسات السكن ما حول الفندقية: و المتمثلة في:

أ- **المخيمات:** "هي مبنى مستقل أو جزء من مبنى له مدخل مستقل به عدد من الغرف المجهزة، للإقامة المؤقتة و هذه الغرف قد يلحق بها حمامات داخلية و قد لا يلحق بها، كما يزود المبنى ببعض الخدمات التي يحتاجها النزيل، ووفقا لمقدار الخدمات التي يوفرها الفندق للنزلاء يتم تحديد الدرجة السياحية للفندق، و تقدم للنزلاء الضيافة و الطعام والراحة لفترات غير منتظمة عن الوقت".¹²

ب- **بيوت الشباب:** "هو مبنى مستقل به العديد من الغرف المجهزة للإقامة المؤقتة و يتبع جمعيات الشباب وتتوفر فيه خدمات الفنادق ذات النجمة الواحدة أو النجمتان و أسعار الإقامة تناسب الشباب ذوي الدخل المحدد ويشترط للإقامة به أن يكون النزيل مشارك في جمعية بيوت الشباب الدولية".¹³

ج- **الشاليهات و الفلات:** "هي مباني مكونة من دور أو دورين و يجب أن تتوفر فيه خدمات الفنادق ذات النجمتين أو أكثر".¹⁴

4- مؤسسات النقل: تتعدد هذه المؤسسات بحسب وسيلة النقل المستعملة:15

أ- **مؤسسة الطيران:** هي التي تقدم الخدمة للسياح و المسافرين من خلال بيع تذاكر و الحصول على ربح مناسب و المحافظة على بقائها في السوق و مواجهة المنافسة من مؤسسات الطيران الأخرى بتقديمها أفضل الخدمات.

ب- **النقل البحري و النهري:** تتمثل في الانتقال عن طريق البواخر ذات الخطوط المتوسطة و القصيرة و قد تستغرق الرحلة ليلة أو ربما عدة ليالي، فإذا أردت المنظمة السياحية أن تستفيد من هذه الصناعة فلا بد لها أن تستخدم بواخر مريحة، مع ضرورة وجود مغريات سياحية و نقاط إستراحات تقدم فيها أوجه الترفيه أوروبما تتيح مشتريات في المناطق الحرة، كما يجب أن يكون في ذهن المخطط إذا أراد استخدام هذه النوعية من وسائل النقل و يضع في الاعتبار أن روادها لا يستخدمون الإقامة في الفنادق

ج- **مؤسسة النقل البري:** و هي التي تقدم وسائل النقل السيارات، الحافلات و السكك الحديدية للانتقال للأماكن السياحية، حيث تكون معظم الرحلات كاملة تبدأ من مكان الإقامة إلى منطقة سياحية أو أكثر ثم تعود مرة أخرى إلى نقطة الأصل، حيث يمثل النقل السياحي المتعلق بالسيارات الخاصة نحو 75% من إجمالي النقل السياحي في أوروبا بينما يبلغ حوالي 85% في الولايات المتحدة الأمريكية.

2-2- خصائص و وظائف المؤسسات السياحية:

تتميز المؤسسات السياحية بعدة خصائص و هذه الخصائص تنبثق من خصائص المنتج السياحي بحد ذاته هذا ما يؤهلها للقيام بعدة وظائف و التي من خلالها تهدف للوصول للغرض الذي أنشأت من أجله في تحقيق الربح وإرضاء السائح. فالمنتج السياحي هو " مجموعة من التقنيات و الوسائل الملموسة و الغير ملموسة.

1- **خصائص المنتج السياحي:** يتميز المنتج السياحي بعدة خصائص و التي تساعد المؤسسات السياحية للقيام بوظائفها.

✚ الخدمات السياحية هي مزيج من الخدمات الملموسة و الغير ملموسة؛

✚ الخدمات السياحية المتنوعة؛

✚ -تأثر النشاط السياحي بأذواق المستهلكين؛

✚ جغرافيا النشاط السياحي؛

✚ موسمية النشاط السياحي؛

✚ -عدم قابلية المنتج السياحي للتخزين؛

✚ -التعامل النقدي السريع؛

✚ الاعتماد على النشاط البشري؛

- ✚ السياحة أداة فعالة و مؤثرة على النظام العام؛
- ✚ -المنتج السياحي قابل للإحلال و المفاضلة؛
- ✚ -عدم سيادة المنافسة الكاملة؛
- ✚ عدم قابلية فصل الإنتاج عن الاستهلاك؛
- ✚ منتج ذو جودة متطورة.

2- وظائف المؤسسة السياحية و الآثار الاقتصادية و الاجتماعية لها :

- ✓ تؤدي المؤسسات السياحية عدة وظائف لتحقيق أغراضها الاقتصادية و الاجتماعية و المتمثلة في 17 :
- ✓ **تدفق رؤوس الأموال الأجنبية:** من الممكن أن يساهم القطاع السياحي بدرجة ملموسة في توفير جزء من النقد الأجنبي اللازم لتنفيذ خطط التنمية الشاملة و ذلك من خلال الإنفاق اليومي للسائحين مقابل الخدمات السياحية الأساسية و التكميلية مثل الإنفاق في المطاعم و الفنادق
- ✓ **نقل التقنيات التكنولوجية:** إن السماح لشركات الدولية بالدخول في المشروع الإستثمار السياحي يمكن أن يحقق درجة من التقدم التكنولوجي و ذلك عن طريق نقل الفنون و الأنظمة الحديثة بالفنادق، إدخال تجهيزات تطوير و تحسين طرق العمل الحالية في الأنشطة السياحية بإتباع برامج تدريب القوى العاملة، القيام ببحوث التنمية و التحديث في مجالات مختلفة لنشاط السياحي، إضافة إلى القيام بأعمال التنقيب عن الآثار و ترميمها.
- ✓ **خلق علاقات عامة بين القطاعات الاقتصادية، الخدمية و بين قطاع السياحة:** وذلك من خلال:
 - تشجيع استثمار رؤوس الأموال الوطنية و تنويع استخداماتها في مشروعات جديدة.
 - خلق فرص عمل جديدة.
 - استغلال الموارد الطبيعية و خلق استخدامات جديدة لها
 - تشجيع و تنمية القطاعات الخدمية الأخرى المساعدة للقطاع السياحي
 - زيادة مقدرة للحكومة على إنشاء مشروعات جديدة.
- ✓ **المساهمة في التنمية و تحقيق التوازن الاقتصادي و الاجتماعي للمحافظات:** إن التوسع في إنشاء المشروعات السياحية يؤدي إلى تنمية و تطوير المحافظات (محلية أو أجنبية) و بالتالي تنمية مجتمعات حضارية جديدة أو إعادة توزيع الدخل بين المناطق الحضرية و الريفية .
- ✓ **تحسين ميزان المدفوعات:** على الرغم من صعوبة قياس أثر المنافع السابقة على ميزان المدفوعات بصورة مباشرة، فإن السياحة يمكن أن تساهم كصناعة تصدير في تحسين ميزان المدفوعات الخاص بالدولة و يتحقق هذا

نتيجة لتدفق الأموال الأجنبية المستثمرة في المشروعات السياحية، والإيرادات التي تقوم بتحصيلها من جمهور السائحين و خلق إستخدامات جديدة للموارد الطبيعية والمنافع الممكن تحقيقها نتيجة خلق علاقات اقتصادية بين قطاع السياحة و القطاعات الأخرى.

ثالثا: محددات ومعوقات المقاولاتية السياحية:

3-1- المقاولاتية والمشاريع الصغيرة والمتوسطة:

تلعب كل من المقاولاتية والمشاريع الصغيرة والمتوسطة دورا هاما في التنمية الاقتصادية والاجتماعية للدول، فهي تلعب أدوارا قيادية وبارزة في تفعيل مختلف العمليات الاقتصادية إلا أن هناك من يرى انه ثمة جملة من النقاط تشكل فارقا بين المقاولاتية والمشروعات الصغيرة والمتوسطة نوجزها في ما يلي:

- "الإبداع: يرتكز نجاح المقاولات على الإبداع ، فقد يكون إبداع تكنولوجيا مثل منتج جديد، طريقة جديدة في تقديم المنتج أو الخدمة، أو التسويق أو التوزيع، أو سلسلة القيمة بين المنظمات المختلفة، أما المنظمات الصغيرة فتؤسس وتقدم المنتج أو الخدمة، ويميل إلى الإنتاج بالطريقة التي تؤسسها وهذا لا يعني أنها لا تعمل شيئا جديدا ولكنها تميل إلى المحلية ، ولا تعمل إلى التوجه نحو العالمية".¹⁸

غير أن هذا الأمر لا ينطبق على كل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، حيث أصبحت معايير مثل التكنولوجيا، وكيفية تقديم الخدمات وتسويق المنتجات وتوزيعها والإبداع في هذه العمليات ضرورة حتمية ، باعتبار أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من خصائصها المرونة ومواكبة التطورات .

- "إمكانية النمو: إن الاعتماد على حجم الأعمال دليل ضعيف على زيادة الأعمال أم لا ؟ فالتعريف الحقيقي هو التوجه الذي يأخذه المشروع، فالمقاولات تملك علاقة قوية من إمكانية النمو أكثر من الأعمال الصغيرة، وكذلك تركز على الإبداع، بينما المشروعات الصغيرة والمتوسطة قد تكون فريدة فقط من الناحية المحلية فهي في الغالب محدودة من ناحية النمو".¹⁹

- الأهداف الإستراتيجية: إن المشروع المقاولاتي عادي يذهب إلى ابعده من الأعمال الصغيرة في الأهداف ، حيث نراه يملك أهداف إستراتيجية ترتبط بالنمو، تطوير السوق، الحصة السوقية، المركز السوقي، رغم أن المشروعات الصغيرة والمتوسطة تملك بعض الأهداف تكون عادة مرتبطة بالمبيعات وبعض الأهداف المالية".²⁰

3-2- التقييم الشخصية للمقاول الجزائري:

تتداخل عدة عوامل لتشكيل قيما شخصية لأي مقاول أنشأ نشاطه الخاص تأتي سواء من شخصيته أو مؤهلاته أو البيئة التي نشأ فيها، نذكر منها ما يلي:

- شخصية المقاول يجب أن تكون ملمة بمجموعة خصائص أهمها أن يتخيل الجديد ولديه ثقة كبيرة بنفسه.

- يجب أن يتحلى بالشخصية الذكية سعة الفكر والقدرة على إتخاذ القرار .
- المؤهلات الشخصية فبالرغم من وجود الكثير من إنشاء مؤسسات صغيرة والنجاح فيها.
- الميزات الشخصية للمقاول والتي جاء بها هنري فايول وقسمها إلى ست صفات وهي:
"الصحة والقدرة الجسمية ،الذكاء والقوة العلمية، القيم الأخلاقية، بمعنى الانضباط في العمل ، الثقافة العامة، المعرفة الإدارية، معرفة متخصصة حول منصب العامل بحد ذاته".
- هذا ما ينطبق على المقاول الجزائري الذي بقي متشبثا ، بما تشبع من دين، عادات وتقاليد، حيث أن المقاولين الجزائريين باختلاف صورهم يتقاسمون حقيقة واحدة وهي الاستعانة بالشبكة العائلية والإجتماعية في سير المؤسسة ، علما بان المورد البشري في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة غالبا ما يوظف بعيدا عن منطق الأهلية والكفاءة .

3-3- محددات ومعوقات المقاولاتية السياحية في الجزائر:

- مع مرحلة الانفتاح الإقتصادي وباعتبار أن السوق الجزائرية سوق بكر ومجال خصب للاستثمار ، فإنها تنطوي على جملة من المصاعب والعقبات لا سيما في مجال المقاولات السياحية ، لذا يجب على المقاولين والمستثمرين معرفتها حق المعرفة ومحاولة التغلب عليها ، تتمثل هذه المحددات في ما يلي:
- انتهاج الجزائر سياسة سياحية من خلال المخططات التنموية منذ 1969 والمواثيق السياحية والبرامج التخطيطية، غير أن نتائجها كانت بعيدة عن الأهداف المسطرة كون القطاع السياحي مهمش وثانوي حيث أن نسبة مساهمته في الدخل الوطني لا تتعدى 2% من الدخل الإجمالي.²¹
- تذبذب السوق الوطنية والارتفاع الفاحش في الأسعار.
- غياب الإطار التشريعي في مجال السياحة.
- نقص الخدمات المقدمة.
- أهم مشكلة تعانها المقاولات السياحية في الجزائر هو عدم الاستقرار السياسي الذي يؤثر على الطلب السياحي.
- تذبذب المنتج السياحي في الجزائر فقد احتل القطاع السياحي الجزائري عام 2007 المرتبة 147 من بين 174 دولة وذلك حسب ما صرحت به المنظمة العالمية للسياحة.
- رغم كل الامتيازات و الإصلاحات و القوانين كقانون ترقية الاستثمار لسنة 1993 الذي كان من بين أبرز مبادئه إلغاء التفرقة بين المستثمر الأجنبي و المحلي، حرية الاستثمار، ضمان تحويل رؤوس الأموال للمتعاملين الأجانب، حماية الملكية الخاصة، العمل بإجراءات التحكيم العالمية، إنشاء وكالة وطنية لرقابة و حماية الاستثمار APSI المكلفة بكل الشكليات و الهيئات المتعلقة بإنجاز المشاريع و كذا التعريف بالمزايا الجمركية و الضريبية المتعلقة به. لكنها لم تجد نفعا للقطاع السياحي حيث لم تسجل إلا ستة مشاريع ذات طبيعة سياحية من سنة

1994 إلى سنة 1996 و هذا يعود إلى الظروف التي اجتازتها الجزائر خاصة الأمنية و عدم الاستقرار السياسي. و في ظل هذه الوضعية عرف القطاع السياحي تدهورا لم يشهده من قبل حيث انخفض عدد السياح الأجانب من 685800 إلى 93491 سائح سنة 1996.²²

- ضرورة امتلاك السلطات العمومية لإرادة سياسية قوية للنهوض بهذا القطاع، وضمان تنميته بشكل دائم ومستمر مثل الإرادة السياسية التي تتوفر لدى سلطات عمومية لبلدان مجاورة يمكن مقارنتها في هذا المجال.
- وجوب وجود تشريع وتنظيم واضح يحكم هياكل وعلاقات العناصر المختلفة التي تنشط ضمن القطاع.
- وضع مخططات سياحية تضبط وترتب أولويات النشاطات السياحية على مستوى التراب الوطني.
- النقص في تامين الموارد البشرية العاملة بالقطاع وضرورة ترقيتها بشكل مستمر، حسب خطط علمية مدروسة.
- عدم وضع معايير تسيير القطاع السياحي، وفقا للمعايير الدولية المعمول بها في مختلف المستويات أفقيا وعموديا.
- نقص الثقافة السياحية لدى أفراد الشعب الجزائري، بحيث تمكنهم من استيعاب الآثار الاقتصادية لازدهار القطاع السياحي، وعلاقتها بتنمية الفرد الجزائري، ورفع مستوى معيشته.
- تلقي السياح الأجانب صعوبات على مستوى السفارات الجزائرية في الخارج التي تستغرق كثيرا من الوقت للإجابة على طلب التأشيرة، و هو مشكل يجب معالجته نظرا لتأثيره المباشر على تدفق السياح الأجانب إلى الجزائر. و غالبا ما يشتكي الزوار الأجانب من أن التأشيرة الجزائرية تعد من بين الأصعب في العالم.²³
- لا تزال أغلبية مناطق التوسع السياحي واقعة بالشريط الساحلي مما يحد من السياحة في الجزائر و يجعلها موسمية بالدرجة الأولى في حين تسعى الجزائر إلى تنويع السياحة من خلال تشجيع السياحة الحموية و الدينية و الإيكولوجية و غيرها للمساعدة على جعل الجزائر وجهة سياحية²⁴.

خاتمة:

يجب على السياسة الوطنية للسياحة أن تركز على مخطط رئيسي للتنمية على المدى الطويل بالسهر على توافرها مع عناصر الاستشراف المتعلقة بالقطاعات الاقتصادية والاجتماعية على الصعيدين القبلي والبعدي للنشاط السياحي حيث يجب تشجيع ممارسة المقاولاتية السياحية بإصدار تشريعات تقنن عمل المؤسسات الصغيرة المقاولات، مما سيؤدي إلى التوسع في نشاطها ليشمل العديد من النشاطات بما فيها السياحة والتي تتطلب نوع خاص في الممارسة وذلك راجع لإختلاف الطبيعة البشرية باعتبار السائح هو الجانب الأساسي الذي يتوقف عليه نجاح أو فشل القطاع السياحي.

1-A-Fayolle ,**Entrepreneuriat** ,Dunod, Paris,2004,p 29.

2-E.M.Laviolette et C.Loue, les compétences entrepreneuriales : définition et construction d'un référentiel, **le congrès internationale francophone en entrepreneuriat et PME, l'internalisation des PME et ses conséquences sur les stratégies entrepreneuriales** ,Haute école de gestion Fribourg, suisse,25-27 octobre,2006,p 5.

3-A-Fayolle ,**Entrepreneuriat** ,Op-Cit, pp 29- 30

4-ibd, p 30.

5- مهديد فاطمة الزهراء، فراحتية العيد: " دور المقاولات الصغيرة و المتوسطة في تحقيق التنمية الاقتصادية"، مداخلة حول آليات دعم و مساندة إنشاء المؤسسات في الجزائر ، ضمن الأيام العلمية 05/04/03 ماي 2011 جامعة محمد بوضياف، المسيلة، ص 04.

6- المرجع نفسه، ص 04.

7- زيد منير سليمان عبودي، معجم المصطلحات السياحية والفندقية، دار الكنوز للمعرفة والنشر والتوزيع، 2006، ص 110

8- القانون رقم 06-99 مؤرخ سنة 1999، يحدد القواعد التي تحكم نشاط وكالات السياحة و الأسفار

9- فلاق عربوات مرتم، "الترجمة و الاتصال السياحي"، جامعة الجزائر، آلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، تخصص الترجمة، مذكرة ماجستير 2000 ، ص125.

10- المرسوم التنفيذي رقم 46 - 2000 المؤرخ في 1 مارس 2000 يعرف المؤسسات الفندقية ويحدد تنظيمها و سيرها و كذا كيفية استغلالها 2000

11- يسرى عبس، "صناعة السياحة بين النظرية و التطبيق - دراسات و بحوث في أنتربولوجيا السياحة-"، الملتقى المصري للإبداع و التنمية، مصر ، 2004، ص201

12- يسرى عبس، مرجع سابق، ص 201

13 نفس المرجع، ص 201.

14- نفس المرجع، ص 202.

15- نفس المرجع، ص 202.

16- Stafford Jean, **Microéconomie du tourisme**, édition presses de l'université du Québec, 1996

17- أسيا محمد إمام الأنصاري، إبراهيم خالد الدعواد، إدارة المنشآت السياحية، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2002، ص62

18- توفيق خذري، حسين بن الطاهر، المقاولاتية كخيار فعال لنجاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية، الملتقى الوطني حول واقع وآفاق النظام المحاسبي المالي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ، جامعة الوادي، يومي 05-06 ماي 2013، ص 5

19- المرجع نفسه ، ص 5

20-- المرجع نفسه ، ص 5

21- حمدي باشا رايح، التنمية السياحية بالجزائر الواقع والطموحات، مجلة علوم الإقتصاد والتسيير والتجارة، العدد 12، 2005، ص 170.

22- لحسين عبد القادر: " استراتيجية تنمية مستدامة للقطاع السياحي في الجزائر: على ضوء ما جاء به المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025 - الآليات و البرامج- "، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، العدد 02 / 2012، ص 09.

23- محمد سيدمو: " التأشيرة الجزائرية في 72 ساعة للسياح الأجانب "، مقال منشور بيومية الخبر الصادرة بتاريخ 13 فيفري 2014، ص 06.

24- لحسين عبد القادر: " استراتيجية تنمية مستدامة للقطاع السياحي في الجزائر: على ضوء ما جاء به المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025 - الآليات و البرامج- "، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية،جامعة قاصدي مرباح ورقلة، العدد 02 / 2012، ص 09.