

المقاولاتية ومساهمتها في تنمية القطاع السياحي في الجزائر: الواقع والآفاق

*The entrepreneurship and its contribution in the development of the tourism sector in Algeria: Reality and prospects*د. بن موفق زروق^{1*} & د. شليحي الطاهر³ & د. عساس مريم³كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجلفة، bzarrok40@gmail.comكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجلفة، proftahar@yahoo.frكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قسنطينة، meriem.finance@gmail.com

النشر: 2019/12/31

القبول: 2019/11/20

الاستلام: 2019/10/21

مستخلص:

تعد المقاولاتية السياحية من أهم الأنسجة الاقتصادية التي يعول عليها في تنمية القطاع السياحي في الجزائر، بالنظر لما قد يساهم به هذا النسيج في تحسين واجهة الجزائر السياحية و عروضها السياحية و تغطية الطلب السياحي...، غير أن أداء هذا القطاع لا يزال ضعيفا وغير مستقر في الجزائر بسبب اعتماد الدولة الجزائرية على العائدات النفطية، ومن هنا يبرز طرح القطاع السياحي كأحد البدائل لقطاع المحروقات، ودعوة أصحاب القرار إلى ضرورة النهوض بهذا القطاع الاستراتيجي، لذلك تم إعداد مشروع ضخم يعرف بالمخطط الوطني للتهيئة السياحية الذي يمتد على مدى ربع قرن، والذي تسعى من خلاله إلى تحسين صورة الجزائر وتلميعها من أجل الوصول إلى درجة الامتياز السياحي فتكون الجزائر الوجهة السياحية المتوسطة، العربية، الإفريقية والعالمية.

الكلمات المفتاحية: المقاولاتية، السياحة، القطاع السياحي، المخطط الوطني.

تصنيف JEL : L26 ؛ L83

Résumé: L'entrepreneuriat touristique est parmi le plus important tissu économique pour le développement du secteur du tourisme en Algérie, considérant ce qu'elle peut contribuer à elle ce tissu pour améliorer l'interface Algérie tourisme et leur offres touristiques et la couverture de la demande touristique ..., Quoi que la performance de ce secteur reste faible et non stable en Algérie en raison de la dépendance de l'état aux revenus pétroliers, de ce fait. Le secteur du tourisme apparait comme étant l'une des alternatives au secteur des hydrocarbures en invitant les décideurs à comprendre la nécessité de promouvoir ce secteur stratégique, donc pour cette raison, un grand projet a été préparé. Il est connu comme le plan national pour le tourisme qui se prolonge plus d'un quart de siècle, Et qui vise à améliorer et à polir l'image de l'Algérie. Ainsi, l'Algérie sera la destination touristique des pays méditerranéens, arabes, africains et mondiaux.

Key words: entrepreneuriat , le tourisme, le secteur du tourisme.**JEL Classification :** L26 ; L83

1 - تمهيد :

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

إذ تمتلك الجزائر مؤهلات ومقومات سياحية هائلة متعددة ومتكاملة نادرا ما نجدها مجتمعة في دولة واحدة (سواحل، صحاري، مرتفعات، غابات، ثلوج، مناخ... الخ) تؤهلها لأن تكون قطبا سياحيا رائدا في حوض المتوسط وعلى المستوى العالمي بامتياز، ولبلوغ ذلك وضعت الجزائر مخططا لذلك SDAT وهو نتاج لمجموعة من المشاورات مع الأطراف الفاعلة والمرتبطة بالقطاع، إلا أن تطبيق هذا البرنامج يحتاج إلى تضافر الجهود للوصول إلى النتائج المرجوة.

إشكالية الدراسة:

أما هذا العرض المتداخل تبرز إشكالية الدراسة على النحو التالي : ما هو واقع النشاط المقاولاتي في القطاع السياحي الجزائري؟ وهل خطة التهيئة السياحية كفيلة بجعل الجزائر وجهة سياحية عالمية؟ و للإجابة على هذه الإشكالية تم تقسيم هذا البحث إلى ثلاث محاور أساسية هي:

- الإطار النظري للمقاولاتية.

- الإطار النظري والقانوني للمقاولاتية السياحية في الجزائر.

- واقع وآفاق المقاولاتية السياحية في الجزائر.

1 - الإطار النظري للمقاولاتية

1-1. المقاولاتية: المقاولاتية هي "ديناميكية إنشاء واستغلال فرص الأعمال من طرف فرد أو عدة الأفراد عبر إنشاء مؤسسة جديدة تهدف إلى خلق قيمة (ZAMMAR,2009,p2 Rachid) وقد اعتبر JM Toulouse نهاية 1980 أن المقاول "هو منجز المشاريع، فهو شخص يرى فرصة معينة ويتخيل طريقة للاستجابة لهذه الحاجة قبل أن يقوم بذلك أشخاص آخرون. الشخص الذي هو في حالة إشكالية يطور مشروعا، ونظرتة تحول المشكلة إلى فرصة عمل (Rachid ZAMMAR,p3). ومن هنا نلاحظ إمكانية الاكتشاف والإنشاء الخاصة بالمقاول. و يمكن تعريف المقاولاتية انطلاقا من:

- **تعريف انطلاقا من مفهوم الفرصة : Opportunité** تحين الفرص هو الميزة الأساسية للتعريف بالمقاولاتية والتي تختلف عن المسير والإداريين الذين يحاولون الحصول على أحسن استغلال للموارد المتاحة لديهم.

وفي 1990 ظهر تعريف المقاولاتية بأنها سيرورة تحويل الفرص إلى انطلاق أعمال، " فالمقاولاتية كمجال بحث،

يتمثل في البحث عن فهم كيف يتم اكتشاف الفرص لإنتاج مواد وخدمات لا توجد حاليا ويتم تحقيقها واستغلالها؟

ومن طرف من؟ وما هي آثار ذلك؟(3يحيوي مفيدة، 2010، ص2) فالشيء المهم هنا، هو الالتقاء بين الفرص والمقاولين الذين يكتشفونها ويستغلونها. فالفرص لا تصل " كمفتاح في اليد " في سوق إنشاء المؤسسة، ومن جهة أخرى فالأشخاص لا يحصلون بشكل متساوي على المعلومات الضرورية لاقتنائها، وإن حصلوا عليها فلا يستغلونها بنفس الطريقة. و هذه النقطة الأخيرة تستمر فيما بعد في العلاقات بين المقاول والأطراف المتعاملة معه خاصة المستثمرين، بحيث عادة ما يكون للمقاول معلومات أكثر منهم وبالتالي يمتنعون عن مساعدته خوفا منه، و هنا تظهر، مرة أخرى، قدرات المقاول في إقناع هؤلاء الأطراف.

- **تعريف المقاولاتية كظاهرة تنظيمية:** في إطار هذا النوع من التعاريف توضع قضية إنشاء المؤسسة في لب الظاهرة المقاولاتية، ففي المقاربة السلوكية التي تركز على تصرفات المقاول قبل شخصيته، فإن " المقاول هو الشخص الذي بعد اكتشافه فرصة عمل، ينشئ منظمة لاستغلالها. "فبالنسبة ل William Gartner فإنه قد اهتم لما يحصل أثناء الفترة التي خلالها تكون هذه المؤسسة المستقبلية ليس لها إطارا قانونيا بعد و هي متواجدة في المحيط، فبالنظرة هناك فرق بين المؤسسة المتواجدة ومؤسسة ناشئة ومؤسسة جديدة لا توجد فعلا.

فالمقاولاتية هي " ظاهرة معقدة وشكلا خاصا للتنظيم مدفوعا من طرف مقاول الذي يتصرف ليحاول تحقيق في داخل الهيئة المتواجدة بها النظرة التي يراها عن هذه المنظمة، فهو يحاول جاهدا أن يعدها موافقة للتمثيل الذي يراه(يحيوي مفيدة، ص 2).

✓ تسمح المقاولاتية بالاندماج الاقتصادي من خلال الإرادة في حجز مكانة في فرع معين بفضل مشروع حقيقي مبني على التلاؤم بين المنتج والسوق ووضع عقلاني للموارد الموجهة لتحقيق المشروع، إضافة إلى اندماج اجتماعي سواء كان إراديا أم لا، والتي يكون هدفها تطبيق معرفة لحسابها الخاص والحصول على دخل مقبول للعيش والحصول على مكانة اجتماعية.

تعتبر المقاولاتية ميدانيا في أوج التوسع وهي لا تتعلق بمنشئي المؤسسات ومشاريعهم فقط وإنما مساهماتهم على مستوى البحث وكيفية إيجاد الحلول للمشاكل واقتراح طرق بسيطة وفعالة للحل (يحيوي مفيدة، ص2) إن المقاولاتية لها ثلاثة أبعاد وهي: (Thierry Verstraete et Estèle Jouison-Laffitte, 2009, p 14-15) المقاولاتية هي أولا " تطبيق " يمكن استخدامها في عدة مجالات: اجتماعية، سياسية واقتصادية.

✓ المقاولاتية كذلك تعتبر "كمادة تعليمية " وهذا نتيجة المساهمة النفعية التي تقدمها اليوم، والمتمثلة وبطريقة تعليمية أكثر عقلاني «l'esprit entreprise» في الدفع إلى روح خلق المؤسسة.

✓ المقاولاتية - على العموم " مجال للبحث " مستغل من طرف العديد من الباحثين.

و تجدر الإشارة إلى أنه هناك فرق بين المقولة و المؤسسة الصغيرة و المتوسطة، عموما يمكن حصر هذا الفرق في ثلاث نقاط أساسية هي:

- **النمو** : إن المقاولات تملك إمكانية النمو قوية أكثر من الأعمال الصغيرة، فالمشروعات الصغيرة والمتوسطة قد تكون فريدة فقط من الناحية المحلية فهي في الغالب محدودة في إمكانية النمو.
- **الإبداع** : قد يكون إبداع مثلا :منتج جديد، طريقة جديدة في تقديم المنتج أو الخدمة،... إلخ، حيث يركز نجاح المقاولات على الإبداع، أما المؤسسات الصغيرة، فتؤسس وتقدم المنتج أو الخدمة، وهذا لا يعني أنها لا تقوم بشيئا جديدا ولكنها تميل إلى المحلية، ولا تعمل إلى التوجه نحو العالمية.
- **الأهداف الإستراتيجية** : إن المشروع المقاولاتي عادة يذهب إلى أبعد من الأعمال الصغيرة في الأهداف، فهو 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.

بالإضافة إلى ما سبق:

- تتسم المقاولاتية بأنها إنشاء مؤسسة غير نمطية، فهي تتميز بالإبداع.
- ارتفاع نسبة المخاطرة في المقاولاتية لأنها تأتي بالجديد، وبمعدلات عوائد مرتفعة في حالة قبول المنتج في السوق.
- أرباح احتكارية ناتجة عن حقوق الابتكار قبل تقليدها مقارنة بالمؤسسة النمطية التي تطرح منتجات عادية- .
- تتميز المقاولاتية بالفردية النسبية المبادرة مقارنة بإنشاء المؤسسات هذه الأخيرة التي يمكن إنشاؤها مع مجموعة الشركاء .

هذا ما يمكن المقاول من ممارسة التسيير بشكل مباشر ومستقل بذل الاعتماد على مجلس للإدارة، وهو ما يسمح له بتجسيد أفكاره على أرض الواقع.

1-2. العوامل المحفزة على المقاولاتية

يمكن ذكر أربع عوامل محفزة على المقاولاتية هي:

- **العوامل النفسية** : يرى A. Shapro أن دافع الرغبة في الحرية والاستقلالية يمثل الدافع القوي والرئيسي لدى منشئ المقاولات، فالمقاول يبحث دائماً أن يكون سيد نفسه ومتحرراً من القيود والعلاقات التنظيمية التي يسير عليها تنظيم العمل (T. Gaudin, 1963, p 61) ويقترح الباحث (A. Honday) لمجموعة من السمات الشخصية التي يتمتع بها المقاولون وهي "الثقة بالنفس، تحمل المخاطر، التحدي، الإبداع، روح المبادرة، التكيف، الاتصال (T. Gaudin, p63)، فحسب هذا الباحث تعد هذه السمات كافية لإنشاء المقولة الخاصة بهم.
- **العوامل السوسيوثقافية**: ونقصد بها الوسط الاجتماعي الذي يعيش فيه الفرد، حيث تلعب هذه الأوساط (العائلة، المدرسة، الجامعة، المهنة، المحيط) دوراً جوهرياً في تنمية حس المقولة، فنشأة الأبناء في وسط عائلي مرتبط بعالم الأعمال والمؤسسة يسمح لهم بالانصهار فيه ، مما ينمي الرغبة لديهم ويجعلهم مهئين لإنشاء المقولة الخاصة بهم.
- **الدوافع الاقتصادية**: ونقصد بها المختلفة الموارد و الإمكانيات المتاحة والتي من دونها لا يمكن أن تتحقق المقولة على أرض الواقع .فإنشاء المقولة يعني التحكم في هاته الموارد ، غير أنه غالباً ما تكون موارد المقاول محدودة مقارنة بالمتطلبات اللازمة.
- **الدوافع الذاتية**: وهي التغير المفاجئ الذي يحدث في حياة الفرد نتيجة لأسباب سلبية كالتسريح عن العمل، البطالة، حادث مهني، مشكل عائلي كالطلاق، أو وفاة قريب على سبيل المثال، أو نتيجة لأسباب ايجابية، مثل التعرف على شريك مستقبلي مهم، أو الحصول على إعانات مالية معتبرة، فهؤلاء الأفراد لم يكونوا مقاولين سابقين ولم يبحثوا عن المقولة كممارسة ولم يستعدوا لها، وإنما الأوضاع والظروف القهرية، أجبرتهم على هذا الفعل (T. Gaudin, p70).

II - الإطار النظري والقانوني للمقاولاتية السياحية في الجزائر

II - 1. مفاهيم أساسية حول السياحة:

تجسد السياحة نموذجاً للعلاقات المختلفة بين شعوب العالم وحضاراتهم المتعددة وذلك لتبادل المعرفة والتقارب الفكري وإحلال التفاهم بين هذه الشعوب.. كما أنها تعتبر كبوابة تساعد على الإطلاع الفكري

والتنوع الحضاري والثقافي وحتى الاقتصادي، لهذا من الضروري اعتبارها كعنصر فعالا في التغيير الاجتماعي وتطوير العلاقات بين أفراد الجيل الواحد وحتى الأجيال القادمة.

- **ماهية السياحة :** تعرف السياحة بأنها سفر الإنسان أو ترحاله أو قيامه برحلة للإقامة مؤقتاً ولفترة محدودة في مكان آخر بعيد عن مكان إقامته الأصلي سواء في بلده أو في بلد أجنبي، بغرض الترويح الذهني و/أو الجسمي، وهي تتأثر بعدة عوامل كالمواصلات، ودخل الفرد وثقافته ودرجة تحضره، الموقع، البيئة، وتوافر المعالم السياحية.

كما أنها تمثل جميع أشكال السفر والإقامة للسكان غير المحليين، و انتقال الأفراد خارج الحدود السياسية للدولة التي يعيشون فيها مدة تزيد على أربع وعشرين ساعة وتقل عن عام واحد، على أن لا يكون الهدف من وراء ذلك الإقامة الدائمة أو العمل أو الدراسة أو مجرد العبور الدولة الأخرى(عثمان محمود غنيم وبنيتا نبيل سعد، 2003، ص-ص: 22 - 23). ومن جهة أخرى يمكن أن تكون السياحة عبارة عن استخدام محدد لوقت الفراغ ولكل أشكال الاستجمام، وأنها تشمل معظم أشكال السفر، وما هي إلا حركة مؤقتة للسكان أو للناس إلى مناطق معينة خارج مناطق سكنهم وإقامتهم الدائمة، بحيث تشمل جميع النشاطات التي تمارس في المناطق المستهدفة وكذلك جميع الخدمات والتسهيلات التي تم توفيرها لممارسة هذه النشاطات.

ويمكن أن تعرف السياحة على أنها تشمل أشكال السفر المرتبطة بالمهنة والعلاج والسياحة المهنية وسياحة النقاها، وكذلك كل أشكال السفر الحر الذي يهدف إلى الاستجمام والترفيه بالمفهوم العام وهي مجموعة من العلاقات المتبادلة التي تنشأ بين الشخص الذي يتواجد بصفة مؤقتة في مكان ما، وبين الأشخاص الذين يقيمون في هذا المكان، وهذه العلاقات والخدمات تكون ناجمة عن التغيير المؤقت والإرادي لمكان الإقامة دون أن يكون الباعث على ذلك أسباب العمل أو المهنة (مثنى طه الحوري، إسماعيل محمد علي الدباغ، 2001، ص47).

ومن خلال العديد من التعاريف المقدمة للتعريف بالسياحة فإنه يمكن اعتبارها على أنها عبارة عن حركة ونشاط اجتماعي، ثقافي واقتصادي يقوم به العديد من الأفراد باختلاف جنسياتهم وأعمارهم ومست وياتم المادية، شرط أن تكون لمدة تزيد على أربع وعشرين ساعة وتقل عن عام واحد، ويكون الهدف من وراء ذلك مجرد الترفيه والاستجمام.

كما أن محاولات العديد من المتخصصين للوصول إلى تعريف دقيق للسياحة، تشير إلى أن جميعها تتفق على أن هناك عنصرين أساسيين يحددان السياحة هما " الانتقال و الغاية"

- **خصائص السياحة:** تأسسها على التعاريف السابقة التي توضح بأن السياحة تشمل كافة الأنشطة التي تتعلق بصفة مباشرة أو غير مباشرة بتقديم مجموعة من الخدمات المختلفة للسياح، فإن هذه التعاريف تؤكد على خصائص السياحة التالية: (ماهر عبد العزيز توفيق، 1997، ص23)

- أنها من أهم القطاعات الخدمية التي أصبحت تشكل مصدرا رئيسيا للدخل الوطني في الاقتصاديات الحديثة، لأنها تمثل منظومة متكاملة من الأنشطة المختلفة.

- نطاق المنافسة التي يتحرك فيه القطاع السياحي يمتد إلى خارج النطاق الإقليمي للدولة الواحدة، لهذا فهو أيضا يتأثر بالتغيرات التي تطرأ على البيئة العالمية.

- مقومات العرض السياحي تتميز بالندرة الشديدة والحساسية الشديدة للتغيرات التي تطرأ على قطاعات النشاط الإنساني الأخرى في المجتمع، سواء تعلق الأمر بالهبات الطبيعية التي تتمتع بها الدولة، الموروثات الحضارية القديمة والحديثة أو بالمكتسبات الحضارية المعاصرة من بنى أساسية وخدمات تكميلية.

إضافة إلى خصائص أخرى نذكر منها: (سعيد محمد المصري، 2001)

- السوق المستهدف لقطاع السياحة هو سوق متنوع الخصائص والانتماءات والأنماط السلوكية، لأنه يمتد من مواطني الدولة الواحدة إلى مواطني الدول الأخرى.

- كل فئات المجتمع تساهم في تشكيل الطابع أو الصورة المميزة لمزيج الخدمات السياحية المقدمة للسائح من طرف الدولة، لأنها كلها تشترك في تقديم الخدمات السياحية بطريقة مباشرة أو غير مباشرة.

- أثر هذا القطاع على القطاعات الأخرى يأخذ طابع تأثير المضاعف أي أن هذا الأثر يكون مركبا ومتوسعا بصفة دائمة.

- عدم إمكانية إحتكار المقومات السياحية في الكثير من الأحيان خاصة بالنسبة لبعض المقومات السياحية النادرة، إضافة إلى صعوبة القيام بإنتاج سلع سياحية بديلة.

3- أنواع السياحة :

يعد قطاع السياحة من أهم قطاعات النشاط الإنساني في الدولة الحديثة، وهناك عدة أنواع للسياحة طبقاً للمعايير التي تؤخذ في تصنيف السياح وفيما يلي نذكر أهمها: (أحمد ماهر وعبد السلام أبو قحف، 1999، ص14)

أ- **أنواع السياحة على أساس الموقع والحدود:** هناك نوعان أساسيان هما: سياحة دولية (خارجية) وهناك سياحة داخلية (محلية) وهناك نوع آخر يُعرف بالسياحة الإقليمية: كإقليم أميركا اللاتينية وشرق آسيا.

ب-أنواع السياحة على أساس فترة إقامة السائح وخصائص المنطقة السياحية: هناك سياحة دائمة: وهي سياحة تتم على مدار السنة (سياحة ثقافية، دينية) وهناك سياحة موسمية: تقتصر على فترة من السنة كالسياحة الصيفية أو الشتوية.

ج -أنواع السياحة على أساس مناطق الجذب السياحي: توجد ثلاثة أنواع هي :
-سياحة ثقافية: وتشمل هذه السياحة زيارة الأماكن التاريخية والمواقع الأثرية والدينية والمتاحف، وهذه السياحة غالباً ما تكون دائمة إذا ما توافرت الظروف المناخية الملائمة لحركة السياح وتقلاتهم.
-سياحة طبيعية: وهي سياحة متعددة الوجوه (مناخية، نباتية، طبيعية، عامة) ومتنوعة الأغراض (ترويحية، علمية، إستشفائية) ولكن يُعد المناخ عنصرها الأساسي ومحركها الفعال.
-سياحة اجتماعية: وهي سياحة متعددة الجوانب، فهي سياحة علاقات اجتماعية وسياحة تروييح وترفيه عن النفس وربما تكون سياحة المدن ضمن هذه السياحة.

د-أنواع السياحة على أساس الهدف: هناك سياحة ترويحية، وسياحة ثقافية، وسياحة علاجية، ودينية، ورياضية، وسياحة المؤتمرات، وسياحة رجال الأعمال.

هـ- أنواع السياحة على أساس التنظيم: هناك ثلاثة أنواع سياحة عائلية أو فردية وقد تكون جماعية (مجموعات سياحية).

و- أنواع السياحة على أساس أعمار السياح: هناك ثلاثة أنواع أيضاً هي: سياحة الشباب بين 16-30 سنة، وسياحة الناضجين بين 30-60 سنة، وسياحة كبار السن (المسنين) أي سياحة من تجاوز 60 سنة وسياحة هؤلاء تزداد أهميتها كلما ازداد الوعي الصحي وطال عمر الإنسان .

ز-أنواع السياحة حسب وسيلة النقل: هناك السياحة الجوية عن طريق الطيران، ا ولسياحة البرية عن طريق السيارات والقطارات، والسياحة البحرية عن طريق السفن واليخوت، وهناك نوع جديد من السياحة يُسمى سياحة الفضاء وهذه السياحة محصورة حتى الآن ببعض الأشخاص القلائل جداً حيث تكلف الرحلة ملايين الدولارات.

II -2. تطور الإطار القانوني في مجال المقاولاتية السياحية

اختارت الجزائر عشية الاستقلال نمودجا تنمويا طموحا بغية بناء قاعدة صناعية ثقيلة للقضاء على التخلف الذي ورثته عن الفترة الاستعمارية، حيث اعتمد الاقتصاد الجزائري على المشروعات الضخمة، وكما اختارت المؤسسة العمومية كأداة لتنمية هذا النموذج، حيث يحاول بناء جهاز إنتاجي يقوم على قاعدة صناعية عصرية، وخلق مناصب شغل وتوقيف النزوح الريفي، وكذا مد الصناعة بالمواد الأولية (مراد محفوظ، 2001، ص 121)

أما بالنسبة لقطاع السياحة، فلم يحظى بالاهتمام الكافي خلال هذه المرحلة على الرغم من المؤهلات السياحية المميزة، حيث كانت بداية الاهتمام بوضع ميثاق السياحة لسنة 1966 والذي رسم الخطوط الأولى للسياحة الجزائرية، ثم توالى بعده المخططات الوطنية 1967 إلى غاية 1989، والتي حققت نتائج إيجابية في زيادة عدد الهياكل السياحية التي لا تزال ليومنا هذا، ولكنها لم تكن كافية لتحسين صورة المنتج السياحي الجزائري وترقيته محليا أو دوليا (ماضي بلقاسم، 2013، ص 01).

لقد بذلت الدولة خلال مرحلة التسعينات جهودا معتبرة لتهيئة مناخ ملائم للاستثمار في جميع القطاعات ومنها القطاع السياحي، حيث بادرت بإصدار عدة نصوص قانونية تهدف إلى تشجيع الاستثمار، حيث كانت البداية بإصدار قانون النقد والقرض رقم 10 - 90 المؤرخ في 14 أفريل 1990 (القانون 10/90 المتعلق بالقرض والنقد 1990، ص 520) الذي يهدف إلى تقديم تسهيلات ائتمانية للمؤسسات الاقتصادية وجعل البنوك في خدمتها، كما اهتم بتوجيه وتشجيع الاستثمارات الخاصة الوطنية والأجنبية بالمساهمة في البنوك والمؤسسات المالية الخاضعة للقانون الجزائري وتشجيع كل أشكال الشراكة دون قيود.

كما تم إصدار قانون للاستثمار وفق المرسوم التشريعي رقم 12-93 المؤرخ في 05 أكتوبر 1993 (المرسوم التشريعي 93/21، 1993، ص 03) والذي منح امتيازات جديدة للقطاع الخاص من خلال نصه على مجموعة من المبادئ الداعمة للاستثمار تشمل:

- تحقيق المساواة بين المستثمر المحلي و الأجنبي،
 - تقليص آجال دراسة الملفات والعقود وتسريع التحويلات وتعزيز الضمانات،
 - إنشاء وكالة ترقية ودعم الاستثمارات بهدف دعم التدابير التحفيزية و التشجيعية.
- وتضمنت هذه المرحلة أيضا وضع الإطار القانوني للخصوصية وفقا للأمر رقم 22 - 95 المؤرخ في 26 أوت 1995 (الأمر 95/22، خصوصية المؤسسات العمومية، 1995، ص 03)، وتهدف هذه العملية إلى الارتقاء بالمؤسسة الخاصة و خاصة تلك التي تكون في شكل مؤسسات صغيرة ومتوسطة.
- وتم خلال هذه المرحلة أيضا تهيئة المناخ الاقتصادي الذي ينمو ويتطور ضمنه القطاع الخاص، وقد مست هذه التهيئة القطاعات التالية: (عثمان بوزيان، 2006، ص 177)
- النظام المصرفي من خلال الإجراءات المتخذة ابتداء من سنة 1992 الهادفة إلى تحرير البنوك، و تقديم التسهيلات للقطاع الخاص، وتخفيض أسعار الفائدة؛
 - التشريعات الجبائية التي شهدت تعديلات من خلال قوانين المالية 1992-1998.

- السياسة الجمركية التي أبدت تجاوبا وذلك في إطار تحرير التجارة الخارجية من خلال تخفيض الرسوم الجمركية وتسهيل المعاملات المالية وفتح السوق الجزائرية على الخارج؛
- إنشاء سوق مالية لتبادل الأوراق المالية سنة 1993
- إلا أنه على الرغم من المجهودات المبذولة غير أن المؤشرات الاقتصادية بقيت تشير إلى تبعية الاقتصاد الجزائري لقطاع المحروقات، ولهذا قررت الدولة المضي في عملية إدماج وترقية القطاع الخاص حتى يقوم بالدور المنوط به، خاصة في ظل تحسن الأوضاع المالية مع بداية الألفية الجديدة .
- يتضح الاهتمام بالقطاع خلال هذه المرحلة من خلال نقطتين:
- 1- **تحسين مناخ الإستثمار والتأكيد على أهمية القطاع الخاص:** ويتضح ذلك من خلال: (سكينة بوفامة، ورايح حمدي باشا، ص 10)
- ✓ إحلال الوكالة الوطنية لترقية ودعم الاستثمار بالوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار سنة 2001 مع إدخال اللامركزية في نشاطها وذلك بإنشاء مكاتب محلية؛
- ✓ إنشاء المجلس الوطني للاستثمار؛
- ✓ الإشارة ضمن برامج الحكومة لفعالية القطاع الخاص في التشغيل وإمكانيات النمو وتواجد ثروات معتبرة لم يتم استغلالها بعد؛
- ✓ تأكيد خبراء المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي في مختلف التقارير على ضرورة دعم القطاع الخاص لتفعيل دوره في التنمية.
- 2- **إصدار القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تحت رقم 18 - 01 - المؤرخ في 12 ديسمبر 2001.** (القانون التوجيهي 01/81 لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، 2001، ص 04) والذي يعتبر نقطة تحول حاسمة في مسار المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، فقبل هذا القانون كان تطور المؤسسات مرتبط بغياب إطار تنظيمي وتشريعي فعال يسمح بتحديد دقيق لمؤسسات القطاع إلى أن تم صدور القانون الذي شكل الانطلاقة الفعلية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر.
- وهناك مزايا أخرى ممنوحة لترقية المقاولاتية السياحية منها ما جاء في قانون التنمية المستدامة رقم 01 - 03 المؤرخ في 17 فيفري 2003 (القانون 03/10 المتعلق بالتنمية المستدامة، 2003، ص 6)، حيث تنص المادة 04 من القانون على أنه يستفيد المستثمر في قطاع الصناعة السياحة من دعم الدولة والجماعات الإقليمية، وحسب المادة 07 توفر الدولة كل الشروط الضرورية لترقية ودعم المستثمرين على انجاز المشاريع السياحية في المناطق التي تحتل مكانة إستراتيجية تؤهلها لأن تكون قبلة للعديد من السياح. ووفق المادة 11 من نفس القانون، يقع على عاتق الدولة إعداد الدراسات وأشغال التهيئة لمناطق التوسع

السياحي، كما يستفيد المستثمرون من سهولة اقتناء العقار السياحي الذي لا يكون محل بيع إلا إذا كان لفائدة الإستثمار السياحي.

أما وفق قوانين المالية فالامتيازات والحوافز الممنوحة لتشجيع المقاولاتية السياحية فهي متعددة، ونذكر منها: (يدو محمد، وبوخاري سمية، 2014، ص-ص: 9، 10)

✓ تستفيد الخدمات المقدمة في المحطات الاستشفائية المعدنية من تخفيض الرسم على القيمة المضافة ب 7% حسب المادة 18 من القانون رقم 22 - 03 المؤرخ في 28 ديسمبر 2003 المتضمن في قانون المالية لسنة 2004 ؛

✓ تحدد نسبة الضريبة على أرباح الأنشطة السياحية ب 19% في حين تخضع النشاطات الأخرى لنسبة 25% حسب المادة 05 من الأمر رقم 02 - 08 المؤرخ في 24 جويلية 2008 ؛

✓ كما يطبق الاهتلاك المالي التنازلي على المباني والمحلات التي تستعملها مؤسسات قطاع الصناعة السياحية في ممارسة نشاطها السياحي حسب المادة 07 من نفس الأمر؛

✓ تستفيد الاستثمارات في المشاريع السياحية المنجزة على مستوى ولايات الشمال والجنوب على التوالي من تخفيض نسبته 3% و 4.5% من معدل الفائدة المطبقة على القروض البنكية حسب المادة 79 من نفس الأمر؛

✓ تستفيد عمليات التنازل عن الأراضي لإنجاز مشاريع الاستثمار السياحي على مستوى الهضاب العليا والجنوب من تخفيض نسبته 50% و 80% حسب المادة 82 من نفس الأمر؛

✓ تستفيد الأعمال المتعلقة بعصرنة المؤسسات السياحية والفندقية المقرر إنجازها في ولايات الشمال والجنوب في إطار " مخطط الجودة " من تخفيض بنسبة 3% و 4.5% من معدل الفائدة المطبقة على القروض البنكية حسب الأمر رقم 01 - 09 المؤرخ في 22 جويلية 2009 ؛

✓ تستفيد الشركات المستثمرة في ولايات إليزي وتندوف وأدرار وتمنراست من تخفيض بنسبة 50% من مبلغ الضريبة على الدخل الإجمالي والضريبة على أرباح الشركات مدة 05 سنوات حسب المادة 15 من القانون رقم 09 - 09 المؤرخ في 30 ديسمبر 2009 المتضمن في قانون المالية لسنة 2010 ؛

✓ تستفيد من الإعفاء لمدة 10 سنوات المؤسسات السياحية المستحدثة من قبل مستثمرين وطنيين أو أجانب باستثناء الوكالات السياحية والسفر وكذا الشركات السياحية المختلطة حسب الفقرة 03 من المادة 10 من القانون رقم 13 - 03 المؤرخ في 29 ديسمبر 2010 ؛

✓ كما تستفيد من الإعفاء لمدة 03 سنوات ابتداء من تاريخ بداية ممارسة النشاط ووكالات السياحة والأسفار وكذا المؤسسات الفندقية حسب الفقرة 04 من المادة 10 من نفس القانون .

III- واقع وآفاق المقاولاتية السياحية في الجزائر

III-1. وضعية المقاولاتية السياحية في الجزائر خلال الفترة 1990-2012:

الجزائر كبلد سائر في طريق النمو وكبكية دول العالم تبحث عن مكانة لها بين الدول التي تهتم بالقطاع السياحي من أجل التخلص من التبعية الاقتصادية لقطاع المحروقات كقطاع استخراجي فقط آيل للزوال قريبا، من خلال المخططات الاقتصادية قبل الألفية الثانية، ثم التخطيط في آفاق 2030 من أجل جعل الجزائر قطبا سياحيا مهما في أفريقيا والبحر المتوسط، محاولة وبخطى بطيئة لكنها مستمرة بالبحث عن حلول ووسائل أكثر تطورا للوصول إلى درجة تشغيل شبه كامل للقطاع.

1- المقاولاتية السياحية خلال فترة الانتقال إلى اقتصاد السوق

يعتبر عقد التسعينات مرحلة تحول سياسي واقتصادي شهدته الجزائر شمل كل المجالات، أهمها التخلي عن النهج الاشتراكي ودخول البلاد اقتصاد السوق، وذلك تماشيا مع التحولات السياسية والاقتصادية التي يشهدها العالم. وما يميز هذه الفترة هو تقلص دور القطاع العام في النشاط الاقتصادي، وفتح المجال للقطاع الخاص الوطني والأجنبي للاستثمار بشكل واسع في كل القطاعات بما فيها القطاع السياحي. وفي الفترة الممتدة من سنة 1990 إلى 2000 كان تطور المشاريع الاستثمارية السياحية في الجزائر كما يوضحه الجدول الموالي:

الجدول رقم 1: تطور عدد المشاريع الاستثمارية السياحية خلال الفترة 1990-2000

السنوات	العدد	معدل التطور %
1990	380	-
1991	480	26.31
1992	493	2.71
1993	510	3.45
1994	605	18.63
1995	653	7.93
1996	659	0.92
1997	740	12.29
1998	781	5.54
1999	800	2.43
2000	827	3.37

المصدر: قرومي حميد، وبن بتيش بلال (يومي 26 و 27 نوفمبر 2014)، واقع وآفاق الإستثمار السياحي في الجزائر، الملتقى الد ولي العلمي الثاني الإستثمار السياحي في الجزائر ودوره في تحقيق التنمية المستدامة، المركز الجامعي تيبازة، ص10

يتضح من الجدول التطور المستمر في عدد المشاريع الاستثمارية السياحية، حيث أن أكبر معدل تطور سجل سنة 1991 بنسبة 26% ، وقد عرفت النسبة انخفاض مستمر، حيث وصلت إلى 3,37% سنة 2000 وهي نسبة ضعيفة، وذلك راجع بالدرجة الأولى إلى عدم مساهمة القطاع الخاص ونقص الأموال المخصصة من طرف الدولة لتطوير القطاع السياحي. أما عن حجم طاقة الإيواء السياحي، فقد عرف تطورا ملحوظا خلال هذه الفترة بعد انتهاء جملة الإجراءات والتدابير القانونية لتحسين الاستثمار في القطاع، ويوضح الجدول الموالي تطور طاقة الإيواء السياحي خلال الفترة 1990-2000.

الجدول رقم 2: تطور طاقة الإيواء السياحي للفترة 1990-2000

السنوات	عدد الأسرة	معدل التطور %
1990	53812	-
1991	54986	2,18
1992	55924	1,70
1993	57290	2,44
1994	60235	5,14
1995	62000	2,93
1996	64695	4,35
1997	65704	1,56
1998	70981	8,03
1999	76000	7,07
2000	77424	1,87

المصدر: عشي صليحة (2005)، الآثار التنموية للسياحة دراسة مقارنة بين الجزائر، تونس والمغرب ، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة باتنة، ص 57

يتضح من الجدول أن طاقة الإيواء السياحي بمعيار عدد الأسرة للفترة 1990-2000 قد شهدت تطورا معتبرا، حيث انتقلت طاقة الاستقبال من 53812 سرير سنة 1990 لتبلغ 77424 سرير سنة 2000 ، أي بمعدل نمو متوسط سنوي يقدر ب 3,98% وهي نسبة ضعيفة، ولاشك أن الأحداث السياسية التي مرت بها الجزائر والمتمثلة في عدم الاستقرار السياسي وتركيز الدولة على معالجة الأزمات كان لها أثر واضح على توقيف وتيرة التنمية في مختلف القطاعات ومنها القطاع السياحي.

2-وضعية المقاولاتية السياحية خلال فترة الإنعاش الاقتصادي 2001-2012:

انتهجت الجزائر منذ مطلع الألفية الثالثة إستراتيجية وطنية شاملة قائمة على النهوض بجل القطاعات التي تؤثر على الدخل القومي للاقتصاد الوطني، وفي هذا الإطار قدمت الحكومة برامج استثمارية متنوعة منذ سنة 2001 ، خصصت لها مبالغ مالية معتبرة. وقد حظي قطاع السياحة خلال هذه الفترة بمجموعة كبيرة من البرامج والمشاريع، وأطلقت استثمارات بمبالغ ضخمة ضمن مختلف إلى برامج لتنمية القطاع إلى جانب فتح المجال أمام القطاع الخاص الوطني والأجنبي للاستثمار، وهذا ما انعكس على تطور الاستثمار السياحي وزيادة عدد المشاريع السياحية، وسيتم استعراض مختلف الانجازات التي تحققت في قطاع السياحة خلال فترة تطبيق برامج الإنعاش الاقتصادي من خلال الجدول الموالي:

الجدول رقم 3: تطور عدد المشاريع الاستثمارية السياحية خلال الفترة 2001-2011

السنوات	العدد	معدل التطور %
2001	924	-
2002	981	6,17
2003	1042	6,22
2004	1057	1,44
2005	1105	4,54
2006	1134	2,62
2007	1140	0,53
2008	1147	0,61
2009	1151	0,35
2010	1152	0,09
2011	1184	2,78

source:

- ✓ Office national des Statistiques, l'Algérie en quelques chiffres- résultats 2001-2012-,site internet : www.ons.dz.
- ✓ Ministère du tourisme et de l'artisanat, Situation du parc hôtelier national ,site internet : www.mta.gov.dz.

يتضح من الجدول أن حصيلة المشاريع الإستثمارية السياحية قد شهدت تحسنا ملحوظا خلال الفترة 2001 - 2011، حيث انتقل عدد المشاريع من 924 مشروع سنة 2001 إلى 1184 مشروع سنة 2011، أي بمعدل نمو متوسط سنوي يقدر ب % 2,56 لهذه الفترة.

أما بالنسبة طاقات الإيواء السياحي فقد عرفت تطورا معتبرا خلال فترة تطبيق برامج الإنعاش الاقتصادي، حيث انتقلت طاقة الاستقبال من 72485 سرير سنة 2001 لتبلغ 96497 سرير سنة 2012 ، أي بمعدل نمو متوسط سنوي يقدر بـ 2,76% إلا أنه على الرغم من هذا التطور تبقى طاقات الإيواء المنجزة لا تلبي احتياجات الطلب المحلي و الأجنبي وخاصة أن معظمها لا يستجيب للمقاييس العالمية.

III-2. آفاق ونقائص المقاولاتية السياحية في الجزائر

1- المخطط التوجيهي SDAT والمخطط الإقليمي SNAT

يشكل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2025 الإطار الاستراتيجي المرجعي للسياسة السياحية في الجزائر .وهو يمثل نظرتها للسياسة الوطنية على المدى القصير 2009، والمتوسط 2015، والطويل 2025، في إطار التنمية المستدامة، وهو يحدد الأدوات الكفيلة بتنفيذها وشروط تحقيقها .وهو جزء من المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية SNAT 2025 الذي يبرز الكيفية التي تريد من خلالها الدولة ضمان التوازن الثلاثي :العدالة الاجتماعية، الفعالية الاقتصادية، الدعم التكنولوجي في إطار التنمية المستدامة. ويشرح أهداف الدولة السياحية على مدى السنوات القادمة في أفق 2025 ، للوصول إلى درجة الامتياز السياحي في منطقة الأورو متوسطية. وهو نموذج متكامل ناتج عن مشاورات مع جميع الفاعلين وعلى مختلف المستويات (إطارات فندقية، أصحاب مطاعم وكالات سياحية، المرشدين المتعاملين، الجمعيات ... الخ).

2- أهداف السياسة السياحية في الجزائر :

تعتبر السياحة المستدامة اليوم المحرك للتنمية المستدامة من خلال الآثار المترتبة عنها على مختلف القطاعات والمجالات. وتهدف السياسة السياحية الجديدة في الجزائر إلى تحقيق ثلاث أهداف رئيسية:

✓ تحسين التوازنات الاقتصادية الكلية؛

✓ توسيع الآثار المترتبة عن هذه السياسة إلى القطاعات الأخرى كالزراعة والنقل الصناعة التقليدية، الخدمات الصناعية والتشغيل؛

✓ المساعدة على مجمعة المبادلات والانفتاح سواء على الصعيد الوطني أو الدولي. فالسياحة لم تعد خيارا وإنما ضرورة فهي تعتبر بديلا للمحروقات.

وهذا وفقا للخطوط الرئيسية الخمسة للتوجهات الإستراتيجية للمخطط الوطني لتهيئة الإقليم SNAT 2025 : (وزارة تهيئة الإقليم البيئة والسياحة، 2008 ، ص ص 24-25)

▪ ضمان اقليم مستدام؛

▪ خلق حركية التوازن الإقليمي؛

- ضمان جاذبية وتنافسية الأقاليم؛
- تحقيق العدالة الإقليمية؛
- ضمان حكم إقليمي راشد.

3- الأقطاب السياحية الجزائرية وفقا لمخطط التهيئة السياحية :

في إطار الجزائر السياحية تم تسطير تهيئة سبع أقطاب سياحية .من خلال تسطير 80 مشروعا جديدا، وتهيئة الفنادق والأسرة

✓ القطب السياحي شمال شرق سطر له 23 مشروعا، الفنادق الجديدة 5965 سرير بين الفنادق الفخمة والشبكة والمعمارية. وهو يضم الولايات التالية: عنابة، الطارف، سكيكدة، سوق اهراس، قالمة، تبسة؛

✓ القطب السياحي شمال وسط سطر له 32 مشروعا، 9295 سريرا، ويضم الجزائر العاصمة، تيزي وزو، تيبازة، البليدة، الشلف، عين الدفلى، البويرة، بجاية، المدية، بومرداس؛

✓ القطب السياحي شمال غرب سطر له 18 مشروعا، 10146 سريرا، ويضم وهران، عين تيموشنت، مستغانم، تلمسان، غليزان، معسكر، سيدي بلعباس؛

✓ القطب السياحي جنوب شرق الواحات سطر له 04 مشاريع 2092 سريرا، ويظم غرداية، بسكرة، المنيعه والوادي؛

✓ الجنوب الكبير جنوب غرب (توات القرارة) سطر له مشروعا 1513 سريرا، ويضم القصور، تيميمون، بشار، أدرار؛

✓ الجنوب الكبير الأهقار سطر له مشروع، 225 سريرا، ويضم تمنراست؛

✓ الجنوب الكبير الطاسيلي لم يسطر له أي مشروع، 150 سرير، ويضم جانات واليزي(وزارة تهيئة الإقليم البيئة والسياحة، ص 10)

الجدول رقم 04 : خطة الأعمال بالأرقام آفاق 2025.

السنة	2007	2025
عدد السواح	1,7 مليون	2,5 مليون
عدد الأسرة	84 869 يعاد تأهيلها	75000 سرير فخم
إيرادات (مليون دولار)	250	1500 إلى 2000
المساهمة في الناتج المحلي الخام	1,7 %	3%
مناصب الشغل مباشرة وغير مباشرة	200 000	400 000
تكوين مقاعد بيداغوجية	51 200	91 600

المصدر: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية برنامج الأعمال ذات الأولوية، ص 18.

نلاحظ أن مستوى التطور الخاص بعدد السواح المتوقع مع نهاية الفترة كان في حدود 1,47 ضعف ما هو محقق سنة 2007، أما عدد الأسرة فإن مستوى التطور المستهدف حدد بـ1,8 ضعف ما هو متاح حاليا لتصبح الطاقة الإجمالية مساوية لـ 69 1598 سريرًا. أما مساهمة القطاع في الناتج المحلي الخام (PIB) فكانت بمعدل تطور الزيادة في الإيرادات السياحية بما يقارب 7 إلى 9 مرات أضعاف مقارنة بسنة 2007، بينما قدرت الزيادة في عدد المناصب التي يوفرها قطاع السياحة في حدود الضعف مقارنة بما هو موجود سنة 2007، كما وضعت الخطة تصور لتطوير اليد العاملة المؤهلة في نهاية الفترة لتبلغ المناصب البيداغوجية المتاحة 142800 مقعدا بيداغوجيا. (عشي صليحة، 2005، ص 11)

- 4-نقائص السياحة في الجزائر وأسباب تدهورها:** بعد الزيارات الميدانية والوقوف على الحقائق في إطار وضع المخطط التوجيهي للسياحة تم تحديد النقاط التالية:
- غياب نظرة لمنتجات السياحة الجزائرية؛
 - خدمات إيواء و فندقه جد ضعيفة وذات نوعية رديئة وبأسعار مبالغ فيها،
 - نقص التحكم في التقنيات الجديدة لاستشرف السوق من طرف القائمين على وكالات الأسفار السياحية التي تصدر ولا تستورد السياح؛
 - نقص في التأهيل وأداء المستخدمين؛
 - ضعف نوعية المنتجات والخدمات السياحية الجزائرية؛
 - ضعف تغلغل تكنولوجيات الإعلام والاتصال في السياحة؛
 - وسائل نقل وتواصلية ضعيفة النوعية؛
 - بنوك وخدمات مالية غير ملائمة؛
 - أمن صحي وغذائي غير كافي؛
 - تسيير وتنظيم غير ملائمين للسياحة العصرية؛
 - التسيب و البيروقراطية واللامبالاة؛
 - عجز كبير في تسويق وجهة الجزائر.

IV. الخاتمة:

اليوم وبعد تراجع أسعار البترول و تراجعت معها الموارد المالية، تغيرت المفاهيم وأصبحت جل الدول البترولية ومنها الجزائر تفكر في " ما بعد البترول " ولأن السياحة مصدر دائم ولأن الطبيعة حبت بلدنا بنصيب وافر من الجمال الطبيعي الأمر الذي جعل الجزائر تتجه إلى تسطير إستراتيجية وطنية لترقية السياحة وتحسين وجهة الجزائر على آفاق سنة 2025 غير أن العراقيل التي يواجهها المستثمر الوطني في قطاع السياحة قد ترهن تطور هذا القطاع و ترهن معه نجاح هذه الإستراتيجية المسطرة.

وأهم النتائج التي يمكن الخروج بها من هذه الدراسة ما يلي:.

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

- قائمة المصادر والمراجع :

أ - المراجع باللغة العربية:

1. يحيوي مفيدة، (6-8-أفريل 2010) إنشاء المؤسسة و المقاولاتية :هل هي قضية ثقافة؟، الملتقى الدولي الأول حول المقاولاتية، جامعة بسكرة، 2010، ص 2.
2. عثمان محمود غنيم و بنينا نبيل سعد(2003) :التخطيط السياحي في سبيل تخطيط مكاني شامل ومتكامل، الطبعة الثانية، دار صفاء للنشر والتوزيع، ص، ص: 22-23.
3. مثنى طه الحوري، إسماعيل محمد علي الدباغ(2001). مبادئ السفر والسياحة، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، ص47.
4. ماهر عبد العزيز توفيق صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1997، ص 23.
5. سعيد محمد المصري(2001): إدارة وتسويق الأنشطة الخدمية" المفاهيم والإستراتيجيات"، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، ص 11.
6. أحمد ماهر وعبد السلام أبو قحف:(1999) تنظيم وإدارة المنشآت السياحية والفندقية، المكتب العربي، الطبعة الثانية، الإسكندرية، مصر ، ص14.
7. مراد محفوظ(2001)، التحول من القطاع العام إلى القطاع الخاص حالة الجزائر، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، ص 121
8. ماضي بلقاسم(2013)، تقييم المسار التنموي لقطاع السياحة في الجزائر من 62 - الى يومنا، الملتقى الدولي الأول حول: التسويق السياحي وتنمين صورة الجزائر تحت شعار ' الجزائر وجهة الغد'، جامعة عنابة، ص 01.
9. القانون رقم 10 - 90 المتعلق بالقرض و النقد المؤرخ في 14 أفريل 1990 ، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد16، ص 205 .
10. المرسوم التشريعي رقم 21 - 93 المؤرخ في 05 أكتوبر 1993 يتعلق بترقية الإستثمار، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 64 ،ص 03.
11. الأمر رقم 22 - 95 المؤرخ في 26 أوت 1995 يتعلق بخصوصية المؤسسات العمومية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 48 ، ص 03.
12. عثمان بوزيان(2006 يومي 17 و 18 أفريل)، قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر :متطلبات التكيف وآليات التأهيل، الملتقى الدولي متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، جامعة الشلف، ص 177.
13. سكيبة بوفامة، وراج حمدي باشا(2006)، واقع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر، مركز البحوث في الاقتصاد التطبيقي للتنمية، العدد 76 ، ص 10.
14. القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة رقم 81 - 01 المؤرخ في 12 ديسمبر 2001 ، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ، العدد 77 ، ص. 4
15. القانون رقم 10 - 03 المؤرخ في 17 فيفري 2003 المتعلق بالتنمية المستدامة، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد11، ص 06.

16. يدو محمد، وبوخاري سمية (يومي 26 و 27 نوفمبر 2014)، الاستثمارات السياحية كمحرك للتنمية السياحية المستدامة حالة الجزائر، الملتقى الدولي العلمي الثاني حول الاستثمار السياحي في الجزائر ودوره في تحقيق التنمية المستدامة، المركز الجامعي تيبازة، ص ص 9-10.
17. وزارة تهيئة الإقليم البيئة والسياحة (2008)، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، الكتاب الأول، مرجع سبق ذكره، ص ص 24-25.
18. وزارة تهيئة الإقليم البيئة والسياحة، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، الكتاب الثالث: الأقطاب السياحية السبعة للامتياز، ص ص 7-110.
19. عشي صليحة (2005)، الآثار التنموية للسياحة دراسة مقارنة بين الجزائر، تونس والمغرب، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة باتنة، الجزائر، ص 11.

ب- المراجع باللغة الأجنبية:

1. Rachid ZAMMAR, (2009) **Initiation à l'entrepreneuriat**, Université Mohammed V-Agdal, Maroc, p3.
2. Thierry Verstraete et Estèle Jouison-Laffitte, (2009) **business model pour entreprendre, le modèle GRP : théorie et pratique**, De Boeck Supérieur, Paris, p 14-15.
3. T. Gaudin, **qu'est ce qu'un entrepreneur?**, (1963), CPE, France, p 61.