

نحو ضبط إبستمولوجي للمقاولاتية السياحية: قراءة في المرجعيات النظرية والتحولت المفاهيمية

Towards an Epistemological Framework for Tourism Entrepreneurship: A Review of Theoretical References and Conceptual Shifts

مريم يوسف، جامعة باتنة 1 الحاج لخضر، الجزائر، meriem.youcef@univ-batna.dz

Received: 15/04/2026

Accepted: 26/05/2026

Published: 10/06/2026

الملخص: تستقصي هذه الدراسة الإطار المفاهيمي للمقاولاتية السياحية، متتبعة تحولها من منظور 'تحمل المخاطر' التقليدي إلى نموذج 'اليقظة الابتكارية' في الاقتصاد المعاصر. يهدف البحث إلى فك الاشتباك الاصطلاحي بين الفعل المقاولاتي والإدارة التقليدية، معرّفاً المقاول السياحي كفاعل استراتيجي يركز على صناعة 'التجربة السياحية'. وباستخدام المنهج التحليلي الاستنباطي، تحلل الدراسة المحددات الهيكلية للبيئة التمكينية وتحديات الاستدامة في ظل الموسمية والتقلبات الجيوسياسية. وتخلص النتائج إلى أن استدامة هذا القطاع ترهن بالموازنة بين الربحية الاقتصادية والمسؤولية تجاه الموروث الطبيعي والثقافي. كما توصي الدراسة بضرورة رقمنة المسارات الإدارية، وتفعيل 'العناقيد السياحية' (Tourism Clusters)، وتعزيز الابتكار التشاركي بين الجامعة والمحيط الاقتصادي؛ لضمان تحويل الموارد المحلية إلى ميزة تنافسية تضمن مرونة المؤسسات الناشئة أمام التحولات العالمية المتسارعة.

الكلمات المفتاحية: المقاولاتية السياحية؛ الابتكار؛ الاستدامة؛ التنافسية.

Abstract: This study explores the conceptual framework of tourism entrepreneurship, tracing its evolution from classical "risk-taking" to "innovative alertness" within contemporary economic dynamics. It seeks to clarify the terminological distinction between entrepreneurship and traditional management, positioning the tourism entrepreneur as a strategic actor who crafts value-added "tourist experiences." Employing a deductive analytical approach, the paper examines the structural and institutional determinants of the enabling environment, while addressing challenges of seasonality and geopolitical volatility. The findings suggest that sustainability in this sector depends on balancing economic profitability with responsibility toward natural and cultural heritage. The study recommends digitalizing administrative processes, fostering collaborative innovation between academia and the economic environment, and activating "tourism clusters" to transform local resources into a competitive developmental pillar, ensuring the resilience of startups amidst rapid global shifts.

Keywords: Tourism Entrepreneurship; Innovation; Sustainability; Competitiveness

JEL Codes: L83, L26, O31.

Citation: youcef meriem, (2026). Towards an Epistemological Framework for Tourism Entrepreneurship: A Review of Theoretical References and Conceptual Shifts, *Journal of economics studies and researches in renewable energies*, 13(01), 162-175.

مقدمة:

شهد الاقتصاد العالمي المعاصر تحولات بنيوية عميقة أدت إلى بروز المقاولاتية كقاطرة رئيسية للنمو، ولم يعد قطاع السياحة بمنأى عن هذه التحولات؛ بل أضحت تمثل المختبر الأكثر ديناميكية لتطبيق الفكر المقاولاتي الحديث. إن التقاطع المعرفي بين علم الإدارة بمقاربتة المقاولاتية وعلم السياحة بخصوصيته الخدمية، أنتج حقلاً بينياً متخصصاً يعرف بـ "المقاولاتية السياحية" (Tourism Entrepreneurship) وتتجلى أهمية هذا التقاطع في قدرة الفعل المقاولاتي على تحويل الموارد السياحية الخام إلى قيم مضافة ومزايا تنافسية مستدامة، من خلال آليات اقتناص الفرص في بيئة تتسم بشدة المخاطرة وعدم التأكد؛ فبينما توفر السياحة الميدان الخصب والمجال الجغرافي والثقافي، تضيف المقاولاتية الصبغة الاستراتيجية والروح التنظيمية التي تضمن استمرارية المقاصد السياحية وتجدد دورة حياتها.

1. تحديد المشكلة البحثية:

تتجلى إشكالية الدراسة في محاولة ضبط المرجعية النظرية للمقاولاتية السياحية وتحديد الروابط التأسيسية التي تجعل من الفعل المقاولاتي محركاً أساسياً في الصناعة السياحية؛ حيث تكمن المعضلة البحثية في فهم كيفية إسقاط المبادئ المقاولاتية العامة على قطاع يتميز بخصوصية خدمية ومكانية فريدة.

وبناءً على ما سبق، تتمحور مشكلة الدراسة حول التساؤل الجوهرية التالي: "ما هي الأسس النظرية والمفاهيمية التي يقوم عليها نموذج المقاولاتية السياحية، وكيف تساهم المقاربات الإدارية والاقتصادية في تفسير سلوك المقاول في البيئة السياحية؟"

2. مراجعة الأدبيات وتحديد الفجوة البحثية:

تعد مراجعة التراث البحثي والدراسات السابقة ركيزة أساسية في البحث العلمي، حيث تتيح للباحث استكشاف الزوايا التي تناولها الباحثون الآخرون وفهم التطور المفاهيمي والميداني لموضوع "المقاولاتية السياحية". ونظراً للدور المتنامي الذي تلعبه هاته الأخيرة كقاطرة للنمو الاقتصادي، فقد حظي هذا القطاع باهتمام واسع محلياً ودولياً، سعياً لإيجاد حلول ابتكارية توازن بين الجدوى الاقتصادية والحفاظ على الموارد البيئية والثقافية.

تتنوع الدراسات التي سيتم استعراضها لتشمل تجارب محلية (في الجزائر وولاية سطيف) وأخرى دولية (اليونان وإيطاليا)، مما يساهم في تشكيل رؤية شاملة حول المتغيرات المؤثرة في نجاح المشاريع المقاولاتية السياحية. وسيتم عرض هذه الدراسات وفق المنهجية العلمية المتبعة، مع التركيز على الأهداف، المنهجية، وأبرز النتائج التي تم التوصل إليها، وصولاً إلى تحديد الفجوة البحثية التي يسعى البحث الحالي لتغطيتها.

أ. دراسة (بن موفى زروق وآخرون، 2019): "المقاولاتية ومساهمتها في تنمية القطاع السياحي في الجزائر: الواقع والآفاق"

➤ هدف الدراسة: ركزت على تشخيص واقع المقاولاتية السياحية في الجزائر وتقييم دور المخطط التوجيهي

للتهيئة السياحية (SDAT) في دعم هذا القطاع كبديل اقتصادي.

➤ **المنهجية:** اعتمدت المنهج الوصفي التحليلي من خلال تحليل المعطيات الإحصائية والتشريعات المنظمة للمقاولات السياحية في الجزائر.

➤ **النتائج:** خلصت إلى وجود ضعف في أداء المقاولات السياحية نتيجة البيروقراطية وضعف التمويل، رغم وجود إرادة سياسية ومؤهلات طبيعية ضخمة.

ب. دراسة (محمد بوقروة ومراد مرمي، 2025): "المقاولات السياحية ودورها في تحقيق التنمية المستدامة - دراسة مجموعة من المقاولات السياحية بولاية سطيف"

➤ **هدف الدراسة:** بحث أثر أبعاد المقاولاتية (الابتكار، خلق القيمة، المخاطرة، اقتناص الفرص) في تحقيق التنمية المستدامة بأبعادها البيئية والاجتماعية والاقتصادية.

➤ **المنهجية:** استخدمت المنهج الوصفي التحليلي، واعتمدت على الاستبيان كأداة لجمع البيانات من عينة شملت مسؤولي المقاولات السياحية في ولاية سطيف.

➤ **النتائج:** أكدت وجود علاقة ارتباطية قوية بين ممارسات المقاولاتية السياحية وتحقيق الاستدامة، وأوصت بضرورة تبني الابتكار كأداة للمحافظة على الموارد.

ج. دراسة: (Eleni & Stefanos, 2018) Exploring entrepreneurship, innovation and tourism development under a sustainable perspective: Evidence from Greece

➤ **هدف الدراسة:** هدفت إلى توضيح العلاقة التبادلية بين الابتكار المقاولاتي والتنمية السياحية المستدامة مع إبراز دور المجتمعات المحلية.

➤ **المنهجية:** طبقت المنهج النوعي القائم على دراسة الحالة لمجموعة من المشاريع السياحية في اليونان لتحليل أثر الابتكار على النمو المحلي.

➤ **النتائج:** أظهرت أن الابتكار المستدام هو المحرك الرئيسي لتنافسية الوجهات السياحية، وأن دمج التكنولوجيا مع التراث الثقافي يعزز من فرص نجاح المقاولين.

د. دراسة: (Silvia Baiocco et al., 2023) Entrepreneurship for sustainable development: co-evolutionary evidence from the tourism sector

➤ **هدف الدراسة:** سعت لفهم كيفية مساهمة المقاولين السياحيين في الاستدامة عبر رصد العوامل المساعدة والمعيقة لنشاطهم ضمن بيئاتهم المحلية.

➤ **المنهجية:** اعتمدت المنهج النوعي (المقابلات المعمقة) مع مقاولين سياحيين في إيطاليا، وحللت البيانات وفق منظور "التطور المشترك" بين المؤسسة والبيئة.

➤ **النتائج:** بينت أن الاستدامة لا تتحقق بجهد فردي من المقاول، بل تتطلب بيئة مؤسسية داعمة وتفاعلاً مستمراً مع المجتمع المحلي، مع التأكيد على أهمية التدريب المتخصص.

من خلال القراءة التحليلية للتراث البحثي المعروض، يتضح وجود اهتمام محوري بدراسة الأبعاد التشغيلية والأثر الميداني للمقاولاتية السياحية، لاسيما في علاقتها بالتنمية المستدامة والنمو المحلي، حيث ركزت الدراسات السابقة (مثل دراسة

بن موفق، وبوقرة ومرمي) على قياس فاعلية المقاولاتية في وجهات جغرافية محددة باستخدام مناهج وصفية وكمية رصدت تحديات التمويل والبيروقراطية. ومع ذلك، تبرز **الفجوة البحثية** التي تسعى الدراسة الحالية لسدها في افتقار المكتبة العربية والأجنبية -على حد سواء- لمقاربة تُعنى بـ "**الضبط الإستراتيجي**" الصنف لهذا النشاط؛ فبينما توقفت الدراسات السابقة عند توصيف "ماذا" تقدم المقاولاتية، تتجاوزها الورقة الحالية للبحث في "كيف" يتشكل الفعل المقاولاتي سياحياً من خلال تتبع التحولات المفاهيمية من منظور "تحمل المخاطر" إلى نموذج "البقطة الابتكارية" وصناعة التجربة السياحية. ويتمثل التميز المنهجي لهذا البحث في فك الاشتباك الاصطلاحي بين الإدارة السياحية التقليدية والفعل المقاولاتي الاستراتيجي، منتقلاً من التوصيف المكاني المحدود إلى بناء إطار نظري تأصيلي يستوعب المحددات الهيكلية للبيئة التمكينية وتحديات الاستدامة في ظل التقلبات العالمية المعاصرة".

3. أهداف البحث:

تسعى الدراسة إلى تحقيق حزمة من الأهداف المعرفية المتكاملة، بدءاً من **تأصيل مفهوم المقاولاتية السياحية** وضبط حدوده الاصطلاحية ضمن أدبيات علم الإدارة المعاصر، مع إبراز الخصوصية البنوية التي تميزه عن المقاولاتية التقليدية، وصولاً إلى **تفكيك المرجعيات والنظريات المفسرة** للفعل المقاولاتي في السياق السياحي عبر تحليل المقاربات السلوكية والاقتصادية التي تضبط سياقات نشوء المشاريع السياحية. وعلاوة على ذلك، يهدف البحث إلى استقراء النماذج النظرية المحددة لمسار المقاول السائح، والكشف عن طبيعة الفرص والمخاطر المرتبطة بهذا القطاع، لبناء إطار نظري شامل يساهم في فهم آليات استدامة المشاريع المقاولاتية وقدرتها على التكيف مع تقلبات البيئة السياحية.

4. أهمية البحث:

تتجلى أهمية الدراسة في قدرة الفعل المقاولاتي على تحويل الموارد السياحية الخام إلى قيم مضافة ومزايا تنافسية مستدامة، من خلال آليات اقتناص الفرص في بيئة تتسم بشدة المخاطرة وعدم التأكد، مما يضمن استمرارية المقاصد السياحية وتجدد دورة حياتها.

5. المنهجية المتبعة:

تماشياً مع طبيعة الموضوع والإشكالية المطروحة، اعتمدت الدراسة على **المنهج الوصفي التحليلي**، كونه المنهج الملائم للدراسات النظرية التي تستهدف التأصيل المفاهيمي؛ حيث تم الاعتماد على الأداة الوصفية لتحديد وضبط المصطلحات وتتبع تطورها في الفكر الإداري، بينما تم استخدام الأداة التحليلية لاستنتاج المقاربات والنماذج النظرية المفسرة للفعل المقاولاتي في القطاع السياحي، وذلك بهدف بناء إطار فكري متكامل يوضح محددات وخصوصيات هذا النشاط الاقتصادي.

6. خطة الدراسة:

لمعالجة هذا الطرح، تم تقسيم الدراسة إلى المحاور التالية:

- **المحور الأول:** التأصيل المعرفي والماهية المفاهيمية للمقاولاتية السياحية.
- **المحور الثاني:** البيئة التمكينية للمقاولاتية السياحية: دراسة في المحددات الهيكلية، الآليات التشغيلية وتحديات الاستدامة.

1. المحور الأول: التأصيل المعرفي والماهية المفاهيمية للمقاولاتية السياحية

يُعد الضبط الإيستمولوجي للمقاولاتية مدخلاً حتمياً لفك الاشتباك مع الأنماط الإدارية التقليدية؛ فهي ليست مجرد فعلٍ إداري لتأسيس المشاريع، بل إطارٌ استراتيجيٌ تطور من 'تحمل المخاطر' الكلاسيكي إلى 'اليقظة الابتكارية' المعاصرة، متميزاً عن دور 'المسير' بكونه محركاً جوهرياً للتغيير. وفي هذا السياق، تكتسب المقاولاتية السياحية دلالة استراتيجية تتجاوز إدارة الموارد نحو صياغة 'تجربة سياحية' تنموية ومستدامة. لذا، يسعى هذا المحور إلى تتبع الجذور الفلسفية للمفهوم، ورصد تحولاته في أدبيات الرواد، وصولاً إلى استنباط الخصائص التي تجعل من المقاول السياحي فاعلاً تنموياً قادراً على تحويل الموارد المادية والثقافية إلى قيمة اقتصادية مضافة.

1. التطور التاريخي لمفهوم المقاولاتية:

شهد مفهوم المقاولاتية تحولاً جذرياً عبر ثلاث محطات تاريخية كبرى، انتقل فيها الثقل من 'المخاطرة المادية' إلى 'الفعل الإنشائي' ثم إلى 'اليقظة الاستراتيجية':

أ. المرحلة الكلاسيكية: المقاول كحامل للمخاطر (القرن 18)

يعود الفضل في تأصيل المصطلح اقتصادياً إلى ريتشارد كانتيلون (Richard Cantillon) في مؤلفه عام 1755. أرسى كانتيلون دعائم المفهوم بربطه بـ "المخاطرة الاقتصادية" في ظل عدم اليقين، فهو يرى أن المقاول هو الفرد الذي يمتلك الجراءة على الشراء بأسعار معلومة (تكاليف الإنتاج) والبيع بأسعار غير مؤكدة (تقلبات السوق)، ميزت هذه المرحلة بين "الأجير" الذي يتقاضى أجراً ثابتاً، وبين "المقاول" الذي يعيش حالة من عدم اليقين، مما جعل المخاطرة هي الصفة الجوهرية للمقاول (Cantillon, 1931، الصفحات 48-52).

ب. المرحلة النيوكلاسيكية: المقاول كمحرك للتغيير (شومبيتر)

أحدث جوزيف شومبيتر (Joseph Schumpeter) ثورة بنقله من مجرد "تحمل المخاطر" إلى "قيادة التغيير". طرح شومبيتر نظرية "التدمير الخلاق". حيث أن المقاول لدى شومبيتر هو "المبادر" الذي يكسر حالة التوازن الساكن في الاقتصاد عبر تقديم "تركيبات جديدة" للموارد.

بفضل شومبيتر (Schumpeter, 1934)، لم يعد المقاول مجرد تاجر، بل أصبح "قائداً إبداعياً" يعيد صياغة الواقع الاقتصادي عبر خلق منتجات أو طرق إنتاج لم تكن موجودة.

ج. المرحلة المعاصرة: المقاول كمستكشف للفرص (شايان وفنكاتارامان)

مع مطلع الألفية، انتقل التركيز من "سمات المقاول" إلى "العملية المقاولاتية" ذاتها. يبرز هنا تعريف (Shane & Venkataraman) الذي يعد اليوم المرجع الأكثر اقتباساً. حيث اعتبر أن المقاولاتية هي العملية التي يتم من خلالها "تحديد وتقييم واستغلال الفرص". المقاول هو الشخص الذي يمتلك "يقظة ذهنية" تمكنه من رؤية ثغرات في السوق لا يراها الآخرون، فأصبح المقاول "محترفاً للفرص"، يمتلك القدرة الاستراتيجية على تحويل تلك الفرص إلى كيان اقتصادي مستدام (Schumpeter, 1934, pp. 65-66).

2. تعريف المقاولاتية (الضبط الاصطلاحي)

تُعرف المقاولاتية في جوهرها بأنها المسار التنفيذي الذي يسلكه الأفراد أو المجموعات لترجمة فكرة مبتكرة إلى واقع استثماري أو خدمي، مع الاستعداد التام لتحمل جزء كبير من المخاطر في سبيل توليد أرباح وخلق قيمة مضافة للمجتمع والاقتصاد معا (منصوري، 2025، صفحة 51). فهي تتجاوز مجرد التأسيس لتشمل الرؤية الاستراتيجية، والتوظيف الأمثل للموارد، والقدرة العالية على مواجهة التحديات بمرونة إدارية (عياد، 2020، صفحة 66).

3. مفهوم المقاولاتية السياحية:

بعد أن استعرضنا الإطار المرجعي للمقاولاتية عبر مسارها التاريخي، تبرز ضرورة التساؤل عن كيفية إسقاط هذه المبادئ على قطاع الخدمات السياحية لابد لنا، أولاً من تحديد تعريف للسياحة.

أ. تعريف السياحة:

تُعرف السياحة كنمط استثنائي من النشاط البشري القائم على الانتقال المؤقت خارج نطاق مكان الإقامة المعتاد، سعياً وراء تحقيق غايات متنوعة تشمل الترفيه، والاستشفاء، والتحصيل العلمي، أو المهني. وفي هذا السياق، تؤكد منظمة السياحة العالمية (Tourism Definitions) (UNWTO) على البعد الحركي للظاهرة، واصفة إياها بمجموعة الرحلات الرامية إلى تلبية حاجات السائح، سواء تعلق الأمر بالأعمال، أو الحج الديني، أو السياحة الترفيهية. وإلى جانب البعد الحركي، تتجاوز السياحة مفهومها الفردي لتصبح شبكة معقدة من التفاعلات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية الناشئة عن هذا التداخل الجغرافي. ويُعَمِّق (N. Tukhliev) هذه الرؤية واصفاً السياحة بأنها 'نظام كلي' متغلغل في كافة مفاصل التنمية، حيث تتداخل فيه الأنشطة الخدمية والقطاعية على امتداد النطاقين الإقليمي والدولي. وبناءً على ما تقدم، نجد أن هذه التعريفات—على تباين زوايا طرحها—تتفق في إبراز الطبيعة النظامية المركبة للسياحة، مؤكدة أنها ليست مجرد انتقال جغرافي، بل هي ظاهرة متعددة الأبعاد تتأثر وتؤثر في محيطها السوسيو-اقتصادي (kiz, 2025, p. 44).

على الصعيد الوطني، تبنى المشرع الجزائري—لاسيما في القانون رقم 03-01 المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة—رؤية وظيفية للنشاط السياحي؛ حيث ابتعد عن التعريفات السوسبولوجية العامة لصالح تعريف إجرائي يُخضع السياحة لمنطق 'الخدمات التعاقدية'. فبموجب المادة الثالثة من هذا القانون، أُدرجت السياحة ضمن منظومة الأنشطة التجارية والخدماتية التي تستوجب التنظيم والرقابة، إذ يُنظر إليها كنشاط يركز على تسويق الأسفار واستغلال المنشآت الفندقية بمقابل مادي. وتؤسس هذه المقاربة لنموذج سياحي يقوم على 'العلاقة التعاقدية' بين مقدم الخدمة والمستفيد، مما يضفي على السياحة في الجزائر صبغة النشاط المنظم (Regulated Activity) الذي يخضع للضبط الإداري، سعياً لتحقيق التوازن بين حرية المبادرة الاقتصادية وحماية حقوق السائح (القانون رقم 03-01 و المؤرخ في 17 فبراير 2003، 2003)

ب. تعريف المقاولاتية السياحية:

على ضوء هذا التوصيف النظري والتقنين الوظيفي للنشاط السياحي، يبرز تساؤلٌ جوهري يتعلق بمدى كفاية الأطر المقاولاتية الكلاسيكية لاستيعاب طبيعة هذا القطاع؛ إذ لا يمكن استثمار الخصوصية التعاقدية والخدماتية للسياحة دون إعادة صياغة المفهوم المقاولاتي ذاته ليصبح أكثر ملائمة لطبيعة التجربة السياحية ومجالها الحيوي.

إن الانتقال من المقاولاتية بمعناها الواسع إلى "المقاولاتية السياحية" لا يمثل مجرد تغيير في "محل التطبيق"، بل هو تحول في "طبيعة المورد" و"شكل القيمة المضافة".

إذا كانت المقاولاتية في جوهرها هي "عملية استغلال الفرص"، فإن الفرصة في السياحة ترتبط ارتباطاً وثيقاً بـ "المكان" (Place) و"التجربة" (Experience). فالمقاول السائح لا يستغل الموارد المادية الخام فحسب، بل ينسج من عناصر البيئة، والثقافة، والتراث، والضيافة، "تجربة خدمية" يصعب تخزينها أو نقلها. هذا التحول يفرض تحدياً إضافياً على المقاول السياحي؛ فهو لا يعمل في فراغ، بل يعمل ضمن نظام بيئي (Ecosystem) معقد يضم المجتمع المحلي، والسياح، والسلطات. لذا، تتطلب "اليقظة المقاولاتية" في السياحة قدرة فائقة على الموازنة بين متطلبات الربحية الاقتصادية وبين الحفاظ على أصالة الموارد المحلية (التي هي أساس الجذب السياحي).

علاوة على ذلك، تتميز المقاولاتية السياحية بكونها تعتمد بشكل مفرط على "رأس المال الاجتماعي"؛ إذ أن نجاح المقاول في هذا القطاع يرتبط بقدرته على بناء شبكة من العلاقات مع المجتمع المحلي، والموردين، والسلطات المحلية، مما يجعل الفعل المقاولاتي هنا "فعل تعاوني" أكثر منه فردياً. إن هذا التحول من المقاولاتية التقليدية (التي قد تركز على الإنتاج المادي) إلى المقاولاتية السياحية (التي تركز على الخدمة والتجربة)، يفرض علينا تبني "منظور مرن" يدمج بين منطق السوق وبين المسؤولية تجاه المكان. (Getz, 2000, pp. 547-560)

ويمكن تعريف المقاولاتية السياحية بأنها المنظومة المتكاملة للأنشطة القانونية التي تهدف إلى تأسيس وإدارة مشاريع فاعلة داخل القطاع السياحي. وفي حين تتقاطع مفاهيم 'المشاريع الصغيرة' مع 'المقاولاتية' في الممارسة الميدانية، يشدد الباحثون، مثل (Venkataraman) (Ateljevic, & Page, 2009, p. 77)، على التمييز الجوهري بينهما؛ حيث تُعرف المقاولاتية بكونها عملية استراتيجية تتجاوز مجرد إدارة عمل تجاري بسيط بهدف تأمين نمط حياة (Lifestyle business)، لتشمل الابتكار المستمر والتخطيط الاستراتيجي الرشيد.

ويواجه المقاولون في هذا القطاع تحدياً مزدوجاً في ظل التغيرات المتسارعة في طلبات المستهلكين وتصادد هيمنة الشركات عابرة القارات؛ إذ يبرز دورهم كقوة محركة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية المحلية. ويتجلى ذلك من خلال قدرتهم على إحداث توازن نوعي؛ فهم من جهة يعملون على الحفاظ على الأصالة عبر تعزيز الاتصال المباشر بالمجتمعات والتقاليد المحلية، ومن جهة أخرى، يساهمون في تعظيم القيمة الاقتصادية للموارد المحلية وتحويلها إلى منتجات وخدمات سياحية ذات جودة تنافسية عابرة القارات. (Roberts & Hall, 2003, p. 114)

وبناءً عليه، فإن "المقاول السائح" هو ذاك الذي يمتلك القدرة على تحويل الفضاء (سواء كان طبيعياً أو تراثياً) إلى "وجهة سياحية" ذات قيمة، مستثمراً في علاقاته الاجتماعية بقدر استثماره في رأسماله المادي، ومواكباً للتغيرات في أنماط الطلب السياحي التي تطلب اليوم "المعنى" و"الاستدامة" أكثر من أي وقت مضى.

ومما سبق يمكن تعريف المقاولاتية السياحية على أنها سيروية استراتيجية ومنظمة، تبدأ بيقظة الفرد (أو المنظمة) لاقتناص الفرص الكامنة في الفضاءات السياحية، وتتجسد في مبادرة لإنشاء أو تجديد كيان خدماتي يهدف إلى تحويل الموارد المكانية والثقافية إلى "تجربة سياحية" ذات قيمة مضافة. وهي فعل يوازن بين "تحمل مخاطر عدم التأكد" وبين "المسؤولية تجاه التنمية المستدامة" للوجهة السياحية، بعيداً عن مجرد الإدارة الروتينية للخدمات.

ج. أهمية المقاولاتية السياحية:

تكتسي المقاولاتية السياحية أهمية استراتيجية بالغة في السياقين الاقتصادي والاجتماعي المعاصر، حيث تجاوزت كونها مجرد نشاط تجاري لتصبح قاطرة حقيقية للتنمية (Sergiu & Florin). ويمكن تبين هذه الأهمية من خلال محورين متكاملين:

➤ البعد التنشيطي والارتقاء بالمنظومة السياحية:

تُعد المقاولاتية السياحية المحرك الديناميكي لقطاع السياحة، إذ تساهم في إحداث نقلة نوعية من خلال:

- **ديناميكية العرض:** تضطلع المقاولاتية بدور جوهري في تحسين وتطوير الواجهات السياحية، وتكيف العروض لتلبية الطلب المتزايد والمتغير، مما يعزز من تنافسية الوجهة السياحية (بلعابد و سويسي ، 2023، صفحة 176).

- **التجديد المؤسساتي:** تعمل كرافعة لخلق واستحداث أنشطة تجارية مبتكرة، مما يساهم في تنويع المنتج السياحي، فضلاً عن دورها في ترسيخ "الثقافة المقاولاتية" لدى الشباب، وتحفيز انخراطهم في هذا القطاع الحيوي (قروي و عمراوي ، 2019، صفحة 295).

➤ الأبعاد السوسيو-اقتصادية وتأثيراتها التنموية

تنبؤاً المقاولاتية السياحية موقعاً مركزياً في استراتيجيات التنمية، خاصة في الدول النامية، نظراً لقدرتها على تحقيق مخرجات تنموية مستدامة تتمثل في:

- **المساهمة في النمو الكلي:** تشكل المقاولاتية رافداً أساسياً لخلق الثروة وتنويع مصادر الدخل الوطني، مع دفع عجلة نمو القطاع الخاص (بن موفق و وآخرون، 2019، صفحة 23).
- **الآثار الاجتماعية والتنموية:** لا تقتصر آثارها على الجانب الاقتصادي فحسب، بل تمتد لتكون أداة فعالة للسياسات الاجتماعية، من خلال توفير فرص عمل للشباب، وتطوير البنية التحتية الأساسية، والمساهمة في تعزيز الأمن الاجتماعي من خلال إدماج المجتمعات المحلية في مسارات التنمية (Wendy Carranza، و et.al، 2021، صفحة 194).

II. المحور الثاني: البيئة التمكينية للمقاولاتية السياحية: دراسة في المحددات الهيكلية، الآليات التشغيلية

وتحديات الاستدامة

تعد المقاولاتية السياحية ظاهرة اقتصادية مركبة، لا تتوقف فعاليتها على المبادرة الفردية فحسب، بل ترتكز أساساً على نضج البيئة الهيكلية والمؤسسية الحاضنة لها؛ فالتناغم بين البنى التحتية المتطورة والأطر التشريعية المرنة يمثل حجر الزاوية لتوفير مناخ تمكيني يضمن استدامة المشاريع الناشئة. ومن هذا المنطلق، يسعى هذا المحور إلى تحليل المحددات الاستراتيجية (الكلية والمؤسسية) التي تمنح المقاول السياحي القدرة على المنافسة، مع استعراض الآليات والخطوات الجوهرية اللازمة لبناء نموذج مقاولاتي ناجح —بدءاً من تخصص الأسواق وصولاً إلى هندسة القيمة. وختاماً، يسلط المحور الضوء على جملة التحديات والمعوقات (الموسمية، الرقمية، والجيوسياسية) التي تعترض مسار الفعل المقاولاتي، وكيفية التكيف معها لضمان البقاء والنمو في سوق سياحي يتسم بالديناميكية والتحول المستمر".

1- المحددات الهيكلية والمؤسسية لدعم المبادرات المقاولاتية في القطاع السياحي

تتوقف فاعلية التوجه المقاولاتي في الصناعة السياحية على منظومة متكاملة من الركائز التي تتجاوز مجرد الاستثمار المالي، لتشمل بيئة حاضنة تقوم على مستويين أساسيين:

أ. المتطلبات الكلية (Macro-Requirements)

تتوقف فاعلية المقاولاتية السياحية على نضج المنظومة الهيكلية والمؤسسية التي تحتضنها، حيث يمثل التناغم بين البنية التحتية والبيئة التشريعية الركيزة الأساسية لضمان استدامة المشاريع الناشئة. ومن هذا المنطلق، نستعرض فيما يلي أهم المحددات الاستراتيجية التي تشكل البيئة التمكينية للمقاول السياحي وتحدد قدرته على المنافسة (بوظرة و يحيوي ، 2020، الصفحات 66-68)

➤ الدور المحوري للمؤسسات الأكاديمية والبحثية:

تتجاوز الجامعة دورها التعليمي التقليدي لتصبح النواة الصلبة للفكر المقاولاتي؛ فهي الحاضنة التي توفق بين المخرجات المعرفية والاحتياجات الاقتصادية. ومن خلال البحث العلمي التطبيقي، تساهم في تحديث القطاع السياحي عبر رفده بابتكارات وحلول تقنية تعزز من تنافسية الوجهات السياحية.

➤ البنية التحتية واللوجستية المتكاملة:

يمثل التطور الإنشائي والخدمي القاعدة التي يرتكز عليها نجاح المشاريع السياحية الناشئة، وتتوزع هذه القاعدة على عدة مسارات:

- **لوجستيات الوصول:** وتشمل كفاءة وسائط النقل (متعددة الوسائط) وشبكات الطرق التي تضمن سلاسة تنقل السياح.
- **الخدمات الحيوية والرقمية:** ضرورة استمرارية تدفق الموارد الأساسية (طاقة، مياه) مع توفير تغطية اتصالات لاسلكية واسعة النطاق (Wi-Fi) لدعم التجربة السياحية الرقمية.
- **الخدمات المالية والترويجية:** تسهيل العمليات المصرفية العابرة للحدود، وتفعيل قنوات التسويق السياحي المبتكرة.

➤ التجذير المجتمعي للثقافة السياحية:

تعد الروح المقاولاتية في السياحة نتاجاً لوعي مجتمعي تشاركي؛ حيث تساهم الأسرة والمؤسسات التربوية في غرس قيم الضيافة والوعي السياحي، مما يحول البيئة الاجتماعية إلى عنصر جذب وتفاعل إيجابي مع المشاريع المقاولاتية.

➤ الحوكمة الرقمية وتكنولوجيا المعلومات:

أصبح توظيف التقنية معياراً حاسماً للمفاضلة بين الوجهات، وذلك عبر تفعيل أنظمة المعلومات الجغرافية (GIS)، وقواعد البيانات التفاعلية التي تتيح للسائح الوصول الفوري للمعلومات والخدمات الترفيهية، مما يحفز الطلب السياحي ويدعم استراتيجيات الترويج العلمي.

➤ البيئة المؤسساتية والسياسات الاقتصادية

■ **الأطر التشريعية والتنظيمية:** تتحدد جودة المناخ المقاولاتي بمدى مرونة القوانين والإجراءات الإدارية التي تحكم العلاقة بين القطاعين العام والخاص، مما يضمن تدفق الاستثمارات وتوليد القيمة المضافة في الاقتصاد الوطني.

■ **استقرار مؤشرات الاقتصاد الكلي:** لا يمكن للمقاولاتية السياحية أن تزدهر في بيئة اقتصادية متذبذبة؛ لذا تسعى السياسات النقدية والمالية إلى توفير ضمانات للمستثمرين عبر:

- كبح جماح التضخم وضمان استقرار أسعار الصرف.
- تبني سياسات ضريبية تحفيزية تخفف الأعباء عن المشاريع الناشئة في مراحلها الأولى.
- توفير بيئة ائتمانية بأسعار فائدة مشجعة لتمويل الأفكار المقاولاتية.

ب. الركائز المؤسساتية للمقاولاتية السياحية

تتشكل البيئة المؤسساتية الداعمة للنشاط المقاولاتي في السياحة من خلال مجموعة من الأطر التنظيمية والوظيفية التي تضمن حوكمة القطاع وتوجيهه، وتتمثل في:

➤ الإطار التنظيمي والهيكل:

ويقصد به المنظومة القانونية والإدارية التي ترسم السياسات العامة للقطاع، وتتجسد في الهيئات المركزية كالوزارات، والدوائر الإقليمية، والوكالات المتخصصة التي تضبط قواعد العمل المقاولاتي السياحي.

➤ المقومات الإدارية والتشغيلية:

ترتبط بكفاءة تسيير المرافق السياحية (الفندقة، الإطعام، النقل، والترفيه)، مع ضرورة موازنة هذه الخدمات للمعايير والمواصفات الدولية لضمان الجودة والتنافسية.

➤ التوجهات الاستراتيجية العامة:

وتتضمن تبني المنهج العلمي في التخطيط، وضمان التكامل بين الاستراتيجية السياحية والخطة التنموية الشاملة للدولة، مع ضرورة تحفيز الاستثمار الخاص وتأهيل الموارد البشرية لتحقيق تنمية مستدامة.

➤ المحددات البيئية والاستدامة:

ترتكز على الاستغلال الرشيد للمقدرات الطبيعية وحماية النظم البيئية، لضمان استمرارية الموارد السياحية كميراث للأجيال القادمة.

➤ بيئة التمكين التشغيلية:

وهي حزمة المعايير التي ترفع من جاذبية الوجهة السياحية، وتشمل جودة مناخ الأعمال، مستويات الصحة والنظافة، منظومة الأمن والسلامة، وتطور البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

2- آليات بناء العمل المقاولاتي السياحي وتحدياته

يرتبط نجاح المبادرة المقاولاتية السياحية بتنفيذ سلسلة من الخطوات الاستراتيجية المترابطة التي تمنح المشروع طابعاً تنافسياً في السوق.

أ. العناصر الجوهرية للمقاولات السياحية:

تحدد المعالم الرئيسية للمشروع المقاولاتي الناجح من خلال العناصر الآتية:

➤ استهداف الأسواق المتخصصة: (Niche Markets)

تبدأ أولى خطوات النجاح من خلال الانتقال من السياحة العامة إلى "التخصص الدقيق". ونظراً لكثافة المنافسة، يتعين على المقاول التركيز على شرائح معينة؛ كتقديم تجارب "سياحة المغامرات" (المشي الطويل، التخييم في المناطق البكر، الرياضات المائية)، مما يخلق قيمة مضافة فريدة تتبع من شغف المقاول وتلبي احتياجات غير مشبعة في السوق.

➤ صياغة نموذج القيمة: (Value Proposition)

ويتجسد في بناء عرض سياحي متميز وواضح يشرح للسائح المكاسب والفوائد التي سيحصل عليها، وبشكل يجعله يفضل هذا العرض على بدائل المنافسين.

➤ هندسة الاستراتيجيات التسويقية:

يعتبر التسويق المحرك الأساسي لبناء الوعي بالعلامة المقاولاتية وجذب فئات سياحية جديدة عبر قنوات تواصل مبتكرة.

➤ التدبير المالي والاستدامة:

يمثل التمويل عصب المشروع، سواء عبر القروض أو التمويل التشاركي. ويتطلب ذلك إعداد خطة عمل مالية دقيقة تتنبأ بالتدفقات النقدية، مع الاستعانة بخبرات استشارية لضمان الاستقرار المالي على المدى الطويل.

➤ التميز في جودة الخدمة:

يظل السائح هو المحور؛ لذا وجب تقديم تجارب تتخطى التوقعات التقليدية عبر التخصيص، والاستجابة الفورية، والاحترافية في معالجة الملاحظات، مما يضيف طابعاً عصرياً وفريداً على الخدمة.

➤ استقطاب الكفاءات البشرية:

مع اتساع نطاق النشاط، تبرز الحاجة لبناء فريق عمل يمتلك المهارة والشغف السياحي، لضمان تنفيذ العمليات التشغيلية بأعلى درجات الانسيابية والمهنية.

ب. معوقات وتحديات النشاط المقاولاتي في القطاع السياحي:

تواجه المقاولاتية السياحية حزمة من التحديات المركبة التي تبرز بين الصعوبات التشغيلية الداخلية والمتغيرات الخارجية العنيفة؛ إدارة التدفقات النقدية والمواجهة مع الكيانات العملاقة المستقرة في السوق ليست إلا جزءاً من معادلة المخاطرة. وتبرز أهم هذه العقبات فيما يلي:

➤ معضلة الموسمية واختلال الطلب:

يعد قطاع السياحة من أكثر القطاعات تأثراً بالتقلبات الزمنية، حيث يعاني المقاول السياحي من ظاهرة "الموسمية" التي تخلق فجوات حادة في الإيرادات بين فترات الذروة وفترات الركود. هذا التذبذب يفرض ضغطاً هائلاً على القدرة التمويلية للمشاريع الناشئة ويصعب من عملية الاحتفاظ بالعمالة المؤهلة طوال العام (Richard و Pender، 2005، صفحة 234).

➤ حدة التنافسية السوقية والتحول الاستهلاكية:

يواجه المقاولون الجدد تحدي إثبات الذات في سوق تهيمن عليه علامات تجارية دولية تمتلك موارد ضخمة. علاوة على ذلك، يمثل "التغير المتسارع في سلوك وتفضيلات السياح" تحدياً معرفياً؛ حيث يتطلب الأمر مرونة عالية وابتكاراً مستمراً لمواكبة التحول من السياحة النمطية إلى السياحة التجريبية والرقمية.

➤ التعقيدات الإجرائية والبيئة التنظيمية:

تُشكل "البيروقراطية الإدارية" عائقاً جوهرياً، حيث يواجه المقاول سلسلة من التعقيدات المرتبطة باستصدار التراخيص، والامتثال الصارم لمعايير الأمن والسلامة، والتشريعات المتغيرة، مما قد يؤدي إلى إبطاء وتيرة التنفيذ وزيادة التكاليف غير المباشرة.

➤ قصور البنى التحتية والفجوة الرقمية:

ترتبط فاعلية المشروع المقاولاتي بجودة المحيط اللوجستي؛ حيث يؤدي ضعف شبكات النقل السياحي، أو نقص مرافق الإقامة المتخصصة، أو رداءة خدمات الاتصال والإنترنت في المناطق السياحية النائية، إلى تقليص فرص نجاح المبادرات المقاولاتية وقدرتها على الوصول إلى الأسواق الدولية.

➤ عدم الاستقرار الجيوسياسي والتقلبات الماكرو-اقتصادية:

تتأثر المقاولاتية السياحية بشدة بالعوامل الخارجية الخارجة عن السيطرة، مثل الأزمات السياسية، والاضطرابات الأمنية، أو الكوارث الطبيعية. كما أن "عدم الاستقرار الاقتصادي" المتمثل في تذبذب أسعار الصرف وارتفاع معدلات التضخم يؤدي إلى تآكل الهوامش الربحية ويهدد استدامة المشاريع السياحية. (Pender & Richard, 2005, p. 240)

ختاماً، يتضح أن المقاولاتية السياحية ليست مجرد نشاط اقتصادي عابر، بل هي منظومة استراتيجية متكاملة تتقاطع فيها الرؤى الإبداعية مع متطلبات التنمية المستدامة. لقد كشفت هذه المداخلة عن مسارٍ تحوليٍّ عميق، انتقل فيه الفكر المقاولاتي من مرحلة 'تحمل المخاطر' الكلاسيكية إلى 'البقطة الاستراتيجية' التي تقتنص الفرص في الفضاءات السياحية المعقدة. ومع ذلك، يظل نجاح هذه المقاولاتية مرهوناً ببيئةٍ هيكلية ومؤسسيةٍ داعمة، قادرةٍ على توفير البنى التحتية الذكية، والأطر التشريعية المرنة، والمناخ الائتماني المشجع.

وعليه، فإن مواجهة التحديات الراهنة—من موسمية حادة، وتقلبات جيوسياسية، وفجوة رقمية متزايدة—تتطلب من 'المقاول السائح' تبني فلسفة 'التجديد الدائم' والموازنة بين الربحية الاقتصادية والمسؤولية تجاه الموروث الطبيعي والثقافي. إن مستقبل المقاولاتية السياحية، ولاسيما في السياق الجزائري، لا يكمن فقط في تعظيم العوائد المالية، بل في قدرة المشاريع الناشئة على تحويل الثروات الكامنة إلى 'تجارب سياحية' ذات قيمة تنافسية تفرض حضورها في السوق الدولية، مع الحفاظ على الأصالة المحلية كأصلٍ استراتيجيٍّ غير قابل للنضوب. إن المقاولاتية السياحية بذلك، ليست إلا قاطرةً للتغيير، تضع التنمية في مسارها الإنساني والمكاني الصحيح.

تأسيساً على ما سبق، نوصي بضرورة اعتماد إدارة سياحية ذكية عبر رقمنة المسارات التنظيمية لتقليص البيروقراطية، مع تفعيل شراكات استراتيجية بين الجامعات ومراكز البحث والمقاولين لترجمة الابتكار الأكاديمي إلى منتجات سياحية تنافسية. كما ندعو إلى إقرار حزم تحفيزية مرنة، كالإعفاءات الضريبية والتسهيلات الائتمانية، لدعم المشاريع التي تكسر حدة

الموسمية. علاوة على ذلك، نؤكد على أهمية تشكيل عناقيد سياحية تدمج المجتمعات المحلية في سلاسل القيمة لضمان استدامة الأصول الثقافية، مع توجيه الاستثمارات العامة نحو البنية التحتية اللوجستية والرقمية لربط الجهات الناشئة بالأسواق العالمية، بما يضمن بناء اقتصاد سياحي مرن وقادر على التكيف مع المتغيرات الدولية.

قائمة المراجع:

- Ateljevic, J., & Page, S. (2009). . *Tourism and Entrepreneurship – International Perspectives*. Elsevier Butterworth-Heinemann, 77.
- Cantillon, R. (1931). *Essai sur la Nature du Commerce en Général*. London: Macmillan: trans. Henry Higgs.
- Getz, D. C. (2000). "Characteristics and goals of family and owner-operated businesses in the tourism and hospitality sectors. *Tourism Management*, 21(6), 547-560.
- kiz, E. A. (2025, February). THE DEFINITION OF LOCAL TOURISM AND ITS ROLE IN THE COUNTRY'S ECONOMY. :*Journal of analysis and inventions*, 3(2), 44.
- Pender, L., & Richard, S. (2005). . *The Management of Tourism*. . London: SAGE Publications.
- Roberts, L., & Hall, D. R. (2003). *Tourism and Recreation: Principles to Practice*. CABI. Publishing.
- Schumpeter, J. (1934). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Sergiu, R., & Florin, L. (s.d.). *Entrepreneurship and small business in tourism*, [Online], Available at:. Consulté le 02 27, 2026, sur <https://www.researchgate.net/publication/322437154-entrepreneurship-and-small-business-in-tourism>
- Tourism Definitions*. (s.d.). Consulté le 03 09, 2026, sur UNWTO Official Website: <https://www.unwto.org>
- Wendy, D., Carranza, Q., & et.al., (2021). Evaluation of the Self-efficacy of entrepreneurship and innovation capacities in entrepreneurs of the tourism service. *innova research journal*, 6(3), 194.
- القانون رقم 03-01، و المؤرخ في 17 فبراير 2003،. (19 فيفري، 2003). المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة، المادة 3. *الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية*(3). الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية: الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية.
- رفيق قروي، و حادة عمراوي . (2019). التوجه العقلاني للشباب نحو المقاولاتية السياحية في الجزائر-دراسة ميدانية على عينة من الشباب المقاولين (بمنطقتي تيشي، أوقاس) بولاية بجاية. *المجلة العربية للأبحاث والدراسات في العلوم الإنسانية*، 11(04).
- زروق بن موفق، و وآخرون. (2019). المقاولاتية ومساهمتها في تنمية القطاع السياحي في الجزائر: الواقع والآفاق . *مجلة اقتصاد المال والأعمال*، 03(04)، 23.
- فاطمة الزهراء بن عياد. (2020). دور المقاولاتية في تحقيق التنمية المحلية. *مجلة العلوم الاقتصادية*(51)، 66.

- فايزة بلعابد ، و الربيع سويسبي . (2023). راسة تحليلية لواقع المقاوالتية السياحية في تطوير القطاع السياحي بالجزائر خلال الفترة (2000-2020). (جامعة حمه لخضر ، الوادي ، المحرر) مجلة المنهل الإقتصادي، 06(01)، 176.
- فضيلة بوطورة ، و هالة يحيايي . (2020). الفكر المقاوالتية وأهميته في تنشيط قطاع السياحة. مجلة دراسات في الإقتصاد وإدارة الأعمال، 03(05)، 66-68.
- نادية منصوري. (2025). المقاوالتية كخيار استراتيجي لمعالجة البطالة. مجلة اقتصاديات المال والأعمال(01)، 51.