

دراسة تحليلية لأهم المعوقات التي تواجه المقاولات السياحية الجزائرية *Analysis study of the most important obstacles that are facing entrepreneurship aspect of Algerian tourism*

وردة عبدلايدوم¹

1 جامعة محمد خيضر بسكرة، warda.abdelaidoum@univ-biskra.dz

تاريخ الاستلام: 2024/11/26 تاريخ القبول: 2024/12/26 تاريخ النشر: 2024/12/31

Abstract :

-The study aims to identify the most important obstacles that are facing the Algerian tourism agencies and hindering their activity, by searching for the factors causing this through conducting a theoretical analytical study that contributes to developing proposals that can be used to support the tourism in Algerian.

Keywords: entrepreneurship tourism, Tourism, organizational obstacles, Travel agencies

الملخص:

تهدف هذه الدراسة الى معرفة أهم المعوقات التنظيمية التي تواجه الوكالات السياحية الجزائرية وتعرقل من نشاطها، من خلال البحث عن العوامل المسببة في ذلك، عن طريق اجراء دراسة نظرية تحليلية تسهم لوضع اقتراحات يمكن الاستفادة منها لدعم القطاع السياحي في الجزائر.

الكلمات المفتاحية: المعوقات التنظيمية، السياحة، المقاولات السياحية، الوكالات السياحية

■ مقدمة:

أصبحت السياحة ظاهرة عالمية لها أبعاد اقتصادية وثقافية واجتماعية، خاصة أنها تعد من بين أهم المداخل الرئيسة التي تستند عليها الدول لتحقيق التنمية الاقتصادية. وهذا ما جعل معظم دول العالم تتنافس وتتسابق لجعلها من بين صناعاتها الرائدة، فظهرت المقاولات كآلية تعمل على رفع مستوى الناتج الوطني، والذي يعود على أفراد المجتمع بالرفاهية الاجتماعية وتحسين معدل الحياة الاجتماعية.

وبما أن الجزائر من الدول التي تتمتع بمعالم طبيعية وجغرافية وتاريخية من شأنها أن تجعل منها قطبا سياحيا بامتياز، وذلك باتخاذها العديد من الإجراءات قصد تشجيع الأفراد على إنشاء مؤسساتهم الخاصة، مع وضع خطط استراتيجية للنهوض بالقطاع السياحي.

ومن أجل تحقيق النجاح والتنمية في هذا القطاع لابد من تقديم العديد من الخدمات في المستوى للزبون أو السائح من بداية ممارسته للنشاط السياحي إلى غاية إشباع رغبته في السياحة وعودته إلى موطنه الأصلي.

إلا أن الواقع العملي يثبت وجود العديد من الصعوبات التي تحد من نشاط المقاولات السياحية، تم تسليط الضوء على أهم المعوقات التنظيمية للمقاولات السياحية الجزائرية.

ومن خلال هذا يمكن طرح التساؤل التالي: ما هي أبرز المشكلات التنظيمية التي تواجه القطاع السياحي الجزائري؟ وما هي أهم الآليات والإستراتيجيات الداعمة للمقاولات؟

أولا . الاطار العام للدراسة:

01. أهمية البحث:

تتيح هذه الدراسة كسب الأهمية من الناحية النظرية، حيث تقدم توعية للشباب للاستثمار والاهتمام بالسياحة وتنميتها باعتبارها أحد أهم المحركات الرئيسية التي تسهم في نمو القطاع الاقتصادي والتخطيط المستقبلي، وفي نفس الوقت تمكنهم من التعرف على أهم الصعوبات التي قد يمكن أن تواجههم أثناء قيامهم بهذا النشاط لإدراكها وأخذها بعين الاعتبار، مع وضع اقتراحات كحل لتجاوز تلك العراقيل لتحقيق التنمية المستدامة.

02. أهداف البحث:

- تحديد الإطار المفاهيمي لكل من: المقاولاتية السياحية، المعوقات التنظيمية.
- التعرف على أهمية المقاولاتية السياحية وأسباب تدهورها في الجزائر.
- الوقوف على أهم العوائق التنظيمية التي تواجه المقاولاتية السياحية في الجزائر.
- التوصل إلى بعض الاقتراحات حول آليات دعم المقاولاتية السياحية في الجزائر.

03. تحديد مفاهيم البحث:

1.3 المقاولاتية السياحية

قبل التطرق إلى تعريف المقاولاتية السياحية لابد أولاً من توضيح بعض المفاهيم:

✓ تعريف السياحة:

- عرفها Guyer و Freuller بأنها: "ظاهرة من الظواهر العصرية التي تنشأ من الحاجة المتزايدة للحصول على الراحة والاستجمام، وتغيير الجو والإحساس بالطبيعة وتذوقها والشعور بالبهجة والمتعة من الإقامة في مناطق ذات طبيعة خاصة".
- وعرفها أيضاً Kraft و Hunziker: "هي المجموع الكلي للعلاقات والظواهر الطبيعية التي تنتج من إقامة السائحين، وأن هذه الإقامة لا تؤدي إلى إقامة دائمة وممارسة أي نوع من العمل سواء كان عملاً دائماً أو مؤقتاً. (محمري، جوان 2018، صفحة 127)
- يتضح مما سبق أن السياحة عملية يقوم بها السائح أو الشخص برغبته، ويعيش بشكل مؤقت خارج مكان سكناه الأصلي بدوافع متنوعة وتتعدد فقد تكون: سياحة لقضاء الاجازات والعطل، أو لغرض العمل المؤقت، للعلاج، للتعليم وللتدريب، للهوايات، للمؤتمرات والاجتماعات، لزيارة الآثار والأماكن التاريخية أو لدوافع أخرى.

✓ تعريف المقاولاتية:

- عرفت المقاولاتية بأنها: "حركة إنشاء واستغلال فرص الأعمال من طرف فرد أو عدة أفراد وذلك عن طريق إنشاء منظمات جديدة من أجل خلق القيمة" (أشواق و محمد، جانفي 2011، صفحة 348)

- وفي تعريف آخر يقصد بها: "أوضاع سوقية أو منتجات جديدة، خدمات، مواد أولية أو طرق تنظيمية، تقوم باستغلالها وبيعها بسعر أعلى من تكلفة إنتاجها" (صبرية و علي، 2022، صفحة 556)

يتضح مما سبق بأن المقاولاتية تشير إلى تلك العمليات الاجتماعية التي يقوم بها المقاول أي ذلك الشخص الذي يملك الإرادة والقدرة على الابداع، والمعارف والمعلومات الهامة، من أجل إنشاء مؤسسة جديدة وتطويرها في إطار القانون لتحقيق عوائد مالية أو ثروة تعود عليه بالمنفعة، وذلك عن طريق التعرف على فرص الاعمال ومتابعتها وتحسينها على أرض الواقع، انطلاقا من أخذ المبادرة وتحمل المخاطر.

إن المقاولاتية السياحية هي: "مجموعة الأنشطة المرتبطة بإنشاء واستغلال مؤسسة سياحية قانونية، هذه المؤسسة القانونية تسعى لتحقيق الربح وتبحث عن إرضاء حاجات ورغبات السياح والزوار، تمارس هذه المؤسسات مهامها ضمنيا بين الفنادق، بيوت السياحة، وكالات السفر، والمحيط العملي، فالمقاولاتية تضمن المحافظة على القيم والثقافات التي تعد من عوامل نجاح وتطور الأعمال" (مهرى، جوان 2018، صفحة 127)

2.3 تعريف المعوقات التنظيمية:

- عرفها روبرت ميرتون بأنها: "تلك النتائج التي يمكن ملاحظتها والتي تحد من تكيف النسق أو توافقه." (عامر، 2010، صفحة 219)
 - عرفت بأنها: "العوامل التي تؤدي إلى الانحراف عن النموذج المثالي للتنمية وتحول دون تحقيق الأهداف التي يسعى إليها التنظيم" (خاطر، 2005، صفحة 167)
- يتضح مما سبق أن المعوقات التنظيمية تشير إلى تلك العوامل التي تعيق عملية التنظيم وتحقيق الأهداف، وقد تتحدد تلك العوامل في: عدم التوافق بين أعضاء المؤسسة حول تحديد الأدوار والمسؤوليات والأهداف، كذلك عدم توفر الموارد الكافية (مالية، بشرية، المعدات...)، عدم توفر بيئة ملائمة كوجود قوانين صارمة تعوق التنظيم وتقيّد الابتكار، الافتقار للمعرفة وعدم امتلاك المهارات المؤهلة لتحقيق نتائج فعالة، ضعف عملية التواصل بين الأعضاء والتي تؤدي إلى عدم فهم التعليمات وبالتالي صعوبة في التنفيذ.

ثانيا. أهمية المقاولاتية السياحية:

للمقاولاتية السياحية دور فعال في تحقيق التنمية المستدامة، فهي أداة لاستقطاب المستثمرين الخواص، مما يسمح بخلق فرص عمل وتحقيق إيرادات عالية، ويمكن ذكر أهم المساهمات في التنمية المحلية فيما يلي:

1. الأهمية:

- توفير مناصب عمل والقضاء على مشكلة البطالة وتحسين الظروف الاجتماعية.
- تفعيل القطاع الفلاحي الذي له دور استراتيجي في التنمية المحلية المستدامة.
- مساهمة المقاولاتية في الحصول على عائدات جبائية تتحصل عليها الجماعات المحلية تتمثل في الضرائب والرسوم.
- مساهمة المقاولاتية في القطاع السياحي من خلال تأهيل الجزائر لأن تكون ناشطة في هذا المجال، باعتبارها بلد يحظى بالكثير من المناطق الطبيعية والأثرية التي تؤهلها لأن تخلق جو سياحي متكامل.
- تساهم في رفع جودة الخدمات في ظل احتدام المنافسة. (بلعابد و سويسي، جوان 2023، الصفحات 1081-1082)

2. أسباب تدهور السياحة في الجزائر:

- توصلت دراسة د. بن موفق زروق وآخرون بعد زيارتهم الميدانية إلى جملة من النقائص السياحية وتم تحديد أسباب تدهورها في النقاط التالية: (بن موفق، شليحي، و عساس، ديسمبر 2019، صفحة 39)
- غياب نظرة للمنتجات السياحية الجزائرية.
 - خدمات إيواء وفندقة جد ضعيفة وذات نوعية رديئة وبأسعار مبالغ فيها
 - نقص التحكم في التقنيات الحديثة لاستشراف 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 تكنولوجيا الاعلام والاتصال في السياحة
 - وسائل نقل ضعيفة النوعية

- أمن صحي وغذائي غير كافي
- تسيير وتنظيم غير ملائمين للسياسة العصرية
- التسبب والبيروقراطية واللامبالاة
- عجز كبير في تسويق وجهة الجزائر

3. المعوقات التنظيمية للمقاولات السياحية

يمكن تصنيف المعوقات التي تواجه القطاع السياحي إلى معوقات داخلية وخارجية، وفيما يلي سيتم التفصيل في كل صنف: (ريم، 2019/2020، الصفحات 159-170)

1.3 معوقات تنظيمية داخلية: وتنقسم بدورها إلى

1.1.3 معوقات تتعلق بعملية التخطيط: والذي يعتبر جزء أساسي في نجاح المقاولاتية

السياحية، فبالاعتماد على هذه العملية تضمن:

* وضوح الأهداف

* توفير الوقت والجهد والاستغلال الأمثل للموارد البشرية والمادية

* رسم البرامج بخطوات واضحة كفيل بتطبيقها بفعالية، وتفادي التكرار في الأنشطة

والأعمال.

ولهذا على الوكالة أن تتخذ بعين الاعتبار ضمن مخططاتها مجموعة من الخدمات أهمها: (خدمات النقل، الإيواء، الاستقبال والإرشاد، حجز التذاكر... وغيرها من الخدمات الضرورية التي تضمن إلى حد ما نجاح البرنامج السياحي، إلا أن الواقع يفرض وجود صعوبات تعرقل سير عملية التخطيط تتمثل في:

- ضعف أو غياب الإبداع للمقاول السياحي والقائمين معه في عملية التخطيط للبرامج السياحية.
- انعدام الاستقرار الاقتصادي مما يؤدي إلى الزيادة في أسعار النقل الجوي والبحري مما يؤثر على الوافدين.
- صعوبة التنبؤ برغبات السائحين وتغير التوقعات باتجاهاتهم في المستقبل.
- صعوبة إرضاء السياح
- غياب التنسيق بين مختلف أطراف النشاط السياحي خاصة أصحاب الفنادق.

2.1.3 معوقات تتعلق بعملية التوظيف:

- أكبر عائق في عملية التوظيف هي المحسوبية أو التوجه نحو توظيف أفراد العائلة، اعتقادا من أصحاب المقاولات أن الموظف الذي ينتمي إلى العائلة سيُشعر بالمسؤولية تجاه المقولة كأنها ملك له، ولا يضعون في عين الاعتبار مبدأ الشخص المناسب في المكان المناسب والذي يتحدد بـ: المهارات، القدرات، الخبرات، المستوى التعليمي. والذي تجعل منه يستحق الوظيفة.
- بما أن وكالات السياحة تنتمي أغلبها إلى القطاع الخاص، فإن الموظفين يشعرون بالقلق حيال مستقبلهم الوظيفي لأن هذه الوضعية تؤثر سلبا عن العمل وأداء الموظفين.
- انتشار اللامبالاة والتسيب الوظيفي لدى الموظفين لعدم شعورهم بالمسؤولية تجاه الوكالة لأنها ليست ملكيتهم.
- تدني مستوى المهارات لدى بعض الموظفين في الوكالات والذين ليس لديهم القابلية لرفع مستوياتهم ومواكبة التطورات السريعة.

3.1.3 معوقات تتعلق بعملية الاتصال:

- بما أن لعملية الاتصال أهمية في المقولة السياحية من حيث التعريف بالبرامج السياحية، النشاطات المنظمة، الخدمات المقدمة، نشر الوعي السياحي، التنسيق مع المنشآت السياحية الأخرى، الاطلاع على المهام الإضافية وغيرها من عملية تبادل المعلومات وتوضيحها وتوصيلها بين الأطراف وبالتالي فإن تعرض الاتصال لإحدى هذه المشكلات فحتما ستعيق من سير العملية، ومن أهم هذه الصعوبات:
- عدم ملائمة الرسالة للجهة المستقبلة لها أو استخدام مصطلحات غير مفهوما يشوبها الغموض، أو أنها تحتمل عدة تفسيرات.
- الاختلاف بين المرسل والمستقبل من حيث الجوانب النفسية والشخصية يؤدي إلى الاختلاف في فهم مضمون الرسالة.
- التأخر في وصول المعلومات بين الوكالة وزبائنها أو بين الوكالات السياحية.

2.3 معوقات تنظيمية خارجية:

1.2.3 معوقات تتعلق بالزبون:

- ضعف القدرات الشرائية للزبون، هذا الضعف يتعارض مع الأسعار المرتفعة لبعض الخدمات التي تقدمها وكالات السياحة.
- غياب وعي الزبائن - المجتمع المحلي بصفة عامة - بالثقافة السياحية.
- غياب أسلوب الجذب والاستقطاب
- غياب المعلومات أو غموضها حول رضا الزبائن عن برامج الوكالات السياحية والخدمات التي تضمنها له.

توقيت البرامج السياحية قد لا يتلاءم مع الزبائن

2.2.3 معوقات تتعلق بالشركاء الاجتماعيين:

- نقص المرافق بسبب ضعف دعم الدولة للمستثمرين السياحيين
- غياب التسهيلات والمساعدات من قبل الفنادق للوكالات السياحية
- غلاء الأسعار.
- إشكال النقل.

3.2.3 معوقات تتعلق بالجهات الرسمية:

- يعد نظام الرقابة أحد أشكال المعوقات التنظيمية، بحيث وجود ضعف في هذا النظام قد يؤدي إلى الاحتيال على الزبائن.
- إشكالية التأشيرة والتي تعتبر صعبة جدا.
- مما سبق تبين بأن المقاولات السياحية تتعرض للعديد من الصعوبات والعراقيل والتي تشكل ضغط على نشاطها وتعرقل من وظيفة الوكالات السياحية والتي ستؤثر لا محال على بقية المتعاملين

■ الخاتمة

من الملاحظ أن الدولة الجزائرية تزخر بإمكانات سياحية ومقومات طبيعية هائلة من حيث تنوعها بالموارد الطبيعية والموارد الجغرافية (مناطق جبلية - صحراوية- حمامات معدنية) إلى جانب تراثها الثقافي والديني والتاريخي، والتي قد تجعل منها مقصدا سياحيا عالميا، إلا أن وجود العديد من النقائص أو بالأحرى إهمال هذا الجانب وعدم الاهتمام به بشكل خاص خلق عدة عراقيل وصعوبات ساهمت في تدهور هذا القطاع، لذا وجب على السلطات المعنية الاهتمام و الارتقاء بالسياحة الجزائرية لما تحققه من تنمية مستدامة، وانطلاقا مما تم عرضه سابقا من معلومات، ومن خلال ادراك أهم الأسباب والعوامل التي أدت إلى تدهور المقاولاتية السياحية وبناء على ذلك يمكن وضع مجموعة من الاقتراحات كاستراتيجيات داعمة وحلول لتنمية وتطوير وتعزيز السياحة في الجزائر أهمها:

- أولا توعية الشباب بأهمية السياحة كمصدر للتنمية الاقتصادية والاجتماعي عن طريق عملية التحسيس.
- تفعيل المخطط السياحي في الجزائر من خلال دراسة المشروع دراسة قائمة على الابداع والتميز.
- تقديم التسهيلات والمساعدات للوكالات السياحية
- دعم الدولة للمستثمرين السائحين
- تفعيل دور الوكالات السياحية لعملية الترويج والاشهار للسياحة الداخلية والخارجية
- العمل على نشر الوعي السياحي لدى أفراد المجتمع حفاظا على التراث الجزائري والمعالم التاريخية
- العمل على جذب الزبائن من خلال التعريف بالبرامج والخدمات السياحية المقدمة عن طريق الإعلان السياحي.
- كذلك استخدام السياحة الالكترونية بغرض انجاز وترويج الخدمات السياحية والفندقية عبر الأنترنت.
- القدرة على التنبؤ برغبات السائحين والعمل عليها.

- توفير وسائل النقل والخدمات الضرورية.
- ضرورة تفعيل عملية الاتصال بين الوكالة والزبائن أو بين الوكالات السياحية
- توظيف أشخاص ذات مهارات وقدرات عالية مما يساهم في تنمية المشروع.
- تدريب الموظفين على رفع كفاءتهم وأدائهم لتحقيق التطور في القطاع السياحي

■ قائمة المراجع:

- أحمد مصطفى خاطر، تنمية المجتمعات المحلية، المكتب الجامعي الحديث، (الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، 2005)
- بن قدور أشواق، و بالخير محمد، أهمية نشر ثقافة وانعاش الحسّن المقولاتي في الجامعة، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، العدد 11، (جانفي 2011).
- ريم، ل.، المعوقات التنظيمية للمقاولات السياحية في الجزائر - دراسة ميدانية للوكالات السياحية في مدينة باتنة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باتنة 1، باتنة، 2019-2020.
- زروق بن موفق، الطاهر شليحي، و مريم عساس، المقاولاتية ومساهمتها في تنمية القطاع السياحي في الجزائر: الواقع والآفاق، مجلة اقتصاد المال والأعمال، المجلد 3، العدد 4، ديسمبر 2019.
- سيدي صالح صبرية، و لونيس علي، المقاولاتية: المفهوم، الآليات والقرارات المتخذة من طرف الدولة الجزائرية، مجلة الساور للدراسات الإنسانية والاجتماعية، المجلد 8، العدد 2، 2022
- عبد المالك محري، المقاولاتية السياحية كمدخل لتنمية السياحة في الجزائر، مجلة دراسات في الاقتصاد وإدارة الأعمال، العدد 1، جوان 2018.
- فايزة بلعابد، و الربيع سويس، دراسة تحليلية لواقع المقاولاتية السياحية في تطوير القطاع السياحي بالجزائر خلال الفترة (2000-2022م)، مجلة المنهل الاقتصادي، المجلد 6، العدد 1، جوان 2023..
- مصباح عامر، علم الاجتماع الرواد والنظريات، دار الأمة، (الجزائر، دار الأمة، 2010).