

الفكر المقاولاتي وأهميته في تنشيط قطاع السياحة

Entrepreneurial thought and its importance in revitalizing the tourism sector

د. فضيلة بوطورة^{1*} ، ط.د. هالة يحيايوي²

1 جامعة العربي التبسي - تبسة، fadila.boutora@univ-tebessa.dz

2 جامعة العربي التبسي - تبسة، halayahiaoui2018@gmail.com

تاريخ القبول: 2020/05/28

تاريخ الاستلام: 2020/03/25

ملخص: تهدف هذه الدراسة الى ابراز دور الفكر المقاولاتي الذي يتصف بالإبداع، المخاطرة، القدرة على إقتناص الفرص وخلق القيمة، في تحقيق التنمية على جميع القطاعات الاقتصادية. والسياحة باعتبارها من القطاعات الأقدر على الجمع بين التنمية الاقتصادية والتنمية الاجتماعية وخلق الثروة، أخذت المشاريع الاستثمارية فيها قدرا كبيرا من العناية، لذا كان لزاما على الدول العمل على ترسيخ وزيادة فعالية المقاولانية فيها من خلال توفير متطلباتها وتذليل كافة الصعاب التي تواجهها.

كلمات مفتاحية: المقاولانية، السياحة، النشاط السياحي.

تصنيف JEL: I21.I23.C25.M13

Abstract: This study aims to highlight the role of entrepreneurial thinking that is characterized by creativity, risk-taking, and the ability to seize opportunities and create value, in achieving development in all economic sectors. Tourism, as one of the sectors most capable of combining economic development, social development and wealth creation, investment projects in them took a great deal of care, so it was imperative for countries to work to establish and increase the effectiveness of contracting in them by providing their requirements and overcoming all the difficulties they face.

Keywords : Entrepreneurial, Tourism, Tourist Activity.

Jel Classification Codes : I21.I23.C25.M13

*المؤلف المراسل: فضيلة بوطورة، الإيميل المهني: fadila.boutora@univ-tebessa.dz

1. مقدمة

1.1 الدراسات السابقة

1.1.1 دراسة: (قاسمي، 2017) (المرافقة المقاوлатية وتنشيط المشروعات الاستثمارية في الجزائر، السنة الجامعية 2016-2017). تناولت هذه الدراسة موضوع المرافقة المقاوлатية وتنشيط المشروعات الاستثمارية في الجزائر ومدى فعالية المرافقة المقاوлатية في تنشيط الاستثمار، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج نذكر منها أن هناك هيئات وآليات المرافقة في الجزائر توفر موارد مالية وجبائية هامة للمقاولين واستطاعت أيضا هذه الوكالات من مساعدة عدة شباب حاملي المشاريع على تجسيد أفكارهم في الواقع وذلك بتقديم الدعم المالي والجباي لإنشاء مشاريعهم.

2.1.1 الجودي محمد علي: "تحو تطوير المقاوлатية من خلال التعليم المقاولاتي" (الجودي، 2015) أطروحة دكتوراه في علوم التسيير 2014-2015، تم فيها طرح الإشكالية التالية: ما مدى مساهمة التعلم المقاولاتي في تطوير روح المقاوлатية لدى طلبة الجامعات؟ حيث توصلت إلى جملة من النتائج أهمها: وجود روح مقاوлатية لدى الطلبة، وجود علاقة بين التعلم العالي وروح المقاوлатية لكنها علاقة ضعيفة ما يفسر ضرورة تعديل برنامج التعليم المقاولاتي، وهو ما خلصت إليه التوصيات وكان وأهمها ضرورة إدراج مقاييس المقاوлатية في جميع التخصصات على مستوى الجامعة، كما تم اقتراح برنامج لماستر مقاولاتية على ضوء الدراسة الميدانية.

3.1.1 محمد قوجيل "دراسة وتحليل سياسات دعم المقاولاتية في الجزائر دراسة ميدانية" (قوجيل، 2016) أطروحة دكتوراه في علوم التسيير 2015-2016، تم فيها طرح الإشكالية التالية: ما مدى فعالية السياسات الحكومية في دعم وتنمية البروز المقاولاتي في الجزائر؟ حيث توصلت إلى النتائج التالية: أظهرت الدراسة الميدانية أن سياسات دعم المقاولاتية في الجزائر لا تؤثر بشكل فعال على البروز المقاولاتي، كما أظهر نتائج التحليل عدم فعالية أداء هيئات الدعم والمرافقة في أداء دورها المطلوب، وقد تم تأكيد النتائج باستخدام نموذج الانحدار المتعدد الذي توصل من خلالها إلى أهم التوصيات وهو أن تطور دعم المقاولاتية في الجزائر يجب أن يركز على سياسة شاملة تقوم على أساس تطوير ثقافة المقاولاتية من خلال مختلف وسائل السياسة العمومية وعلى رأسها نظام التعليم، وسائل الإعلام، توفير بيئة أعمال مشجع على التوجه والنجاح المقاولاتي.

4.1.1 دراسة (MARYSE BOIVIN, M.R 2016)

DES ÉTUDES SUR LE TOURISME DURABLE ET SA CONTRIBUTION "Entitled: AU DÉVELOPPEMENT RÉGIONAL" (موريس بوفين 2016) بعنوان: "دراسات حول السياحة المستدامة ومساهمتها في التنمية الحضرية". هدفت هذه الدراسة إلى فهم تأثير التحولات الأخيرة في التنمية الحضرية المستدامة على السياحة، من خلال القيام بدراسة حالات مدينتي كيبيك وبوردو، عن طريق نموذج نظري يمزج الجاذبية السياحية مع الاقتصادية والبيئية والاجتماعية وثقافة التنمية المستدامة، وخلصت إلى إيجاد تصور للجهات الفاعلة للمظهر المستدام للمدن وإقامة روابط معينة بين الخصائص الحضرية والسياحة في المدينة. دون الحاجة بالفعل دمج السياحة في إستراتيجية التنمية المستدامة الأولية، أهم نتائجها كانت أن هناك أربعة مستويات من جاذبية المدينة (السياق، الضميمة، عوامل الجذب التكميلية والأساسية)، البعد الثقافي الذي يشمل المتغيرات المتعلقة بالبيئة المعيشية الحضرية هو الذي يهم السياح أكثر، يليه البيئة، الروابط المنسوجة من قبل الزوار، أن نهج التنمية المستدامة في المدينة يلعب دورا بشكل عام في جاذبية السياحة الحضرية، كما أن تكثيف الجهود المتعلقة بالتنمية المستدامة والتواصل بشأنها الجوانب يمكن للجهات الفاعلة الحضرية والسياحية التأمل في توليد جديد تدفق السياح وجذب الزوار الضميري للبيئة والمجتمع، جعل الناس يزورون المدينة بشكل مختلف بالإضافة إلى تمديد الإقامة، تقدم التنمية المستدامة نفسها كحل لإدامة صناعة السياحة الحضرية من خلال تزويد الزوار بجديد وجهات نظر للعيش في الحضر.

1.1.5 BRUYAT Christian : Création d'entreprise : Epistémologiques et Modalisation

(Christian, 1993) .

هدفت هذه الدراسة إلى اقتراح نموذج ونظرية عامة لتفسير عملية إنشاء المؤسسات من أجل فهم ظاهر المقاولاتية وتطوير الممارسات المتعلقة بها، ومساعدة المهنيين العاملين في هيئات الدعم والمرافقة في إنشاء المؤسسات، وفي النهاية توصل الباحث إلى بناء نموذج لا يهدف إلى التنبؤ ولكنه يوفر إطارا مفاهيميا وأدوات لممارسي المرافقة المقاولاتي وتحسين فعالية وكفاءة عملية إنشاء المؤسسة وتعزيز استقلالية المقاول.

1. الإطار المفاهيمي للسياحة

تلعب السياحة دورا بارزا في تنشيط اقتصاديات الدول، حيث أصبحت تمثل مصدرا رئيسيا للدخل الوطني نتيجة إنفاق السواح، والذي يكون على أشكال متعددة.

1.1 تعريف، وأهمية السياحة

1.1.1 تعريف السياحة

نذكر من بين التعاريف المتعددة مايلي:

- السياحة " هي عملية انتقال الانسان من مكان لآخر لفترة زمنية بطريقة مشروعة، تحقق المتعة النفسية" (زيد، 2008، الصفحات 15-16) .

- السياحة تمثل " الأنشطة التي يقوم بها الأشخاص أثناء رحلاتهم وتظل في أماكن خارج بئتهم المعتادة لفترة متعاقبة لا تتجاوز سنة واحدة لأغراض التسلية والأعمال وغيرها من الأغراض" (

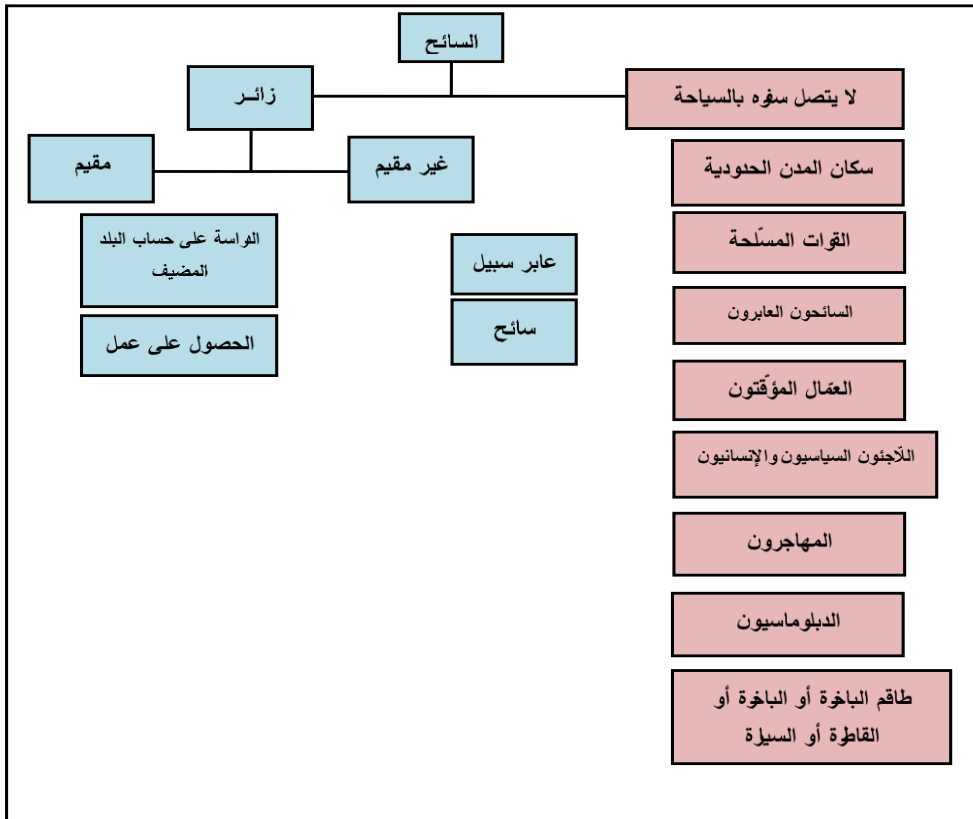
écouter d'été- RRI,30 août 2012

- السياحة عرفها الألماني جويير فرويلر Guier Freuler عام 1905، بأنها " ظاهرة من ظواهر العصر التي تنبثق من الحاجة المتزايدة للحصول على الراحة والاستجمام وتغيير الجو والإحساس بجمال الطبيعة، وهي ثمرة تقدم وسائل النقل" (توفيق، 1997، صفحة 22).

- وعرف الاقتصادى النمساوي شوليرن شراتنهوفن Schuleren Schrutenhofen السياحة بأنها " مجموعة من التفاعلات الاقتصادية المباشرة وغير المباشرة الناتجة عن توافد وانتشار زوار في إقليم أو دولة بعيدا عن موطنهم الأصلي، لإشباع حاجياتهم المختلفة خلال فترة إقامتهم " (الزوكة، 1998، صفحة 19).

والسائح: هو زائر مؤقت ولفترة محدودة على الأقل 24 ساعة، لأسباب ولدوافع مختلفة؛ المتعة والترفيه، زيارة الأهل والأقارب، قضاء عطلة، التداوي أو العلاج، الدراسة، ممارسة الشعائر الدينية، الرياضة، أشغال ومهم وأعمال... إلخ. (سماعيني، 2014، صفحة 09)، والشكل الموالي يبين تصنيف السائحين.

الشكل 1: تصنيف السائحين



المصدر: (وزاني، 2011)

2.1.1 أهمية السياحة

تعتبر السياحة أحد أهم القطاعات الاقتصادية التي تؤثر بشكل مباشر في اقتصاديات العديد من الدول لاسيما تلك التي تتمتع بمقومات الجذب السياحية، فلطالما أشارت الإحصائيات الصادرة من المنظمة العالمية للسياحة وغيرها من الجهات المهمة أن صناعة السياحة أضحت ظاهرة اقتصادية واجتماعية تستحق الاهتمام والدراسة والتحليل.

فمن منظور اقتصادي تمثل الإيرادات السياحية جانبا مهما من الدخل الوطني لهذه الدول ومصدرا رئيسيا من مصادر النقد الأجنبي الذي يغذي ميزان المدفوعات ويدفع عجلة التنمية الاقتصادية والاجتماعية (الطائي، 2002، صفحة 44)، من جهة أخرى فإن صناعة السياحة تعد المشغل الأول

للعاملة في العالم، فحسب المنظمة العالمية للسياحة فإنه يتوقع أن تزيد نسبة العمالة إلى 26487010 موظف خلال سنة 2020 (مولاي، 2016، صفحة 71).

ومن منظور اجتماعي وحضاري فإن السياحة تشكل حركة ديناميكية ترتبط بشكل وثيق بالجوانب الثقافية والحضارية للفرد، فهي جسر متواصل بين الثقافات والمعارف الإنسانية للأمم والشعوب، ومحصلة طبيعية لتطور المجتمعات وارتفاع مستوياتهم المعيشية. (عبد الرحمن السحيباني، ص.1) وعلى الصعيد البيئي أصبح يُنظر إلى السياحة على أنها صناعة نظيفة من طراز متفرد سلباتها على البيئة أقل بكثير من الصناعات الأخرى (دعبس، 2002، صفحة 07)، فالبيئة والتنمية السياحية مرتبطتان ببعضهما البعض ارتباطا وثيقا ويدعم كل منهما الآخر، ومن الجائز القول إن السياحة تعد عاملا بارزا في حماية البيئة عندما يتم تكييفها مع المجتمع المحلي (حداد، 2009، صفحة 27).

2.1 أشكال وأنواع السياحة

1.2.1 أشكال السياحة

يمكن تقسيمها إلى ثلاثة أشكال أساسية هي (leonard J. Lickorish, 1997, p. 34):

- **السياحة المحلية:** وتتضمن المقيمين في البلد والذين يسافرون على أماكن داخل هذا البلد نفسه
 - **السياحة الواردة:** وتتضمن غير المقيمين الذين يسافرون إلى البلد المضيف.
 - **السياحة الصادرة:** وتشمل المقيمين الذين يسافرون إلى بلد آخر غير بلادهم.
- هذه الأشكال الثلاثة يمكن وصفها من منظور آخر كما يلي:
- **السياحة الداخلية:** وتتضمن السياحة المحلية والسياحة الواردة.
 - **السياحة الوطنية:** وتشمل كل من السياحة المحلية والسياحة الصادرة.
 - **السياحة الدولية:** وتتضمن كل من السياحة الوافدة والسياحة الصادرة.

2.2.1 أنواع السياحة

وتتمثل أهم أنواع السياحة فيما يلي:

- **السياحة الترفيهية:** ويقصد بها توجه السائح إلى أماكن تتوفر فيها مقومات الترويح عن النفس والاستمتاع وتجديد النشاط ويقصدها عادة في أوقات الفراغ، ويعد هذا النوع من السياحة من أقدم الأنواع السياحية وأكثرها انتشارا، حيث تصل نسبتها من السياحة الدولية إلى 80 % في معظم دول العالم، وتشير الكثير من الدراسات إلى أن السياحة الترفيهية تسير بمعدل أسرع من الأشكال الأخرى في الكثير من الدول السياحية. وبالرغم من أن سياحة الترفيه تركز بشكل أكبر على أوقات الفراغ

حيث تقتصر فترة مكوث السائح للترفيه غالبا على مدة قصيرة من الزمن، إلا أن سوق سياحة الترفيه تعد السوق الأوسع بالنسبة لمعظم الوجهات السياحية في العالم. وتعتبر دول حوض البحر المتوسط من أكثر المناطق اجتذابا لحركة السياحة الترفيهية، وذلك لما تتمتع به من مقومات كثيرة كاعتدال المناخ، بالإضافة إلى الشواطئ الخلابة، والتي تفرعت منها الأنواع الأخرى كالسياحة الرياضية مثلا، وتكون السياحة الترفيهية بغرض الاستمتاع والترفيه عن النفس وليس لغرض آخر، ويتم ممارسة الأنواع الأخرى من السياحة معها والهوايات المختلفة مثل صيد السمك والغوص تحت الماء والذهاب إلى المناطق الصحراوية والجبلية والزراعية.

- **السياحة الثقافية:** والغرض منها هو التعرف والاطلاع على آثار وحضارات الشعوب وتاريخها (فضل أحمد يونس، 1993، ص.26). بالإضافة إلى مجموعة المعتقدات، والقيم والتقاليد، وأساليب الحياة، وتتجسد ثقافات الشعوب غالبا. وتحتل السياحة الثقافية بين 8 إلى 20% من السوق السياحي (Tourism culturel, 2017). ومن غير المعقول أن تعرف السياحة الثقافية أي نوع من التراجع، فهي تعد استثمارا ثقافيا إنسانيا وفي الوقت ذاته تسمح بالانفتاح على ثقافات الآخرين ولغاتهم، وذلك من خلال التعرف على مواقع الآثار المكتشفة والمتحف والقصور وزيارة المدن والاطلاع على تطورها لحضاري والمعاصر. وكثيرة هي المدن التي تزخر بمواقع تاريخية ومعالم أثرية وحضارية ضخمة كبرج إيفل، أهرامات الجيزة، تاج محل. وغيرها. ومن أهم أشكال السياحة الثقافية كذلك السياحة الدينية التي من أبرز مظاهرها توافد المسلمين لأغراض الحج والعمرة وزيارة مرقد وآثار الأنبياء والمساجد التي تزخر بالعطاء الروحي وتشع بالإيمان (السياحة الثقافية وأبعاده الحضارية، 2001) كذلك حج المسيحيين الذي يعد الفاتيكان أقدس مقصد لهم الذي يتوافد إليه العديد من السياح من كل بقاع الأرض لغرض أداء شعائهم الدينية.

- **سياحة الأعمال:** وتمثل واحدة من أقدم أشكال السياحة حيث كان الأشخاص يسافرون لأغراض تتعلق بأعمالهم سيما في التجارة منذ قديم العصور (Swarbrooke, 2001, p. 01)، أما اليوم فهي تعد أكثر الأنماط ازدهارا ويرجع ذلك لارتباطها ارتباطا كبيرا بالتقدم والتطور الاقتصادي والاجتماعي العالمي، وتشمل هذه السياحة الأنشطة المختلفة للمستثمرين وأولئك الذين يسافرون لعقد اجتماعات أعمال، أو زيارة معارض أو حضور مؤتمرات دولية.

- **السياحة العلاجية:** زادت أهمية هذا النوع حديثا نظرا لزيادة وتنوع الأمراض في هذا العصر الصناعي، وهي سياحة تهدف إلى العلاج من أمراض الجسد مع الترويح عن النفس وتمل بدورها على

عدة أنواع منها: السياحة بمياه البحر والرمل، سياحة الراحة والاستجمام، سياحة المعالجة بالحمامات المعدنية. وتعتمد السياحة العلاجية غالبا على العناصر الطبيعية مثل الينابيع المعدنية والكبريتية والرمال والشمس ومياه البحر، بالإضافة إلى المراكز والمستشفيات الحديثة بما فيها من تجهيزات طبية وكوادر بشرية مؤهلة.

3.1 الخدمات التي يقدمها القطاع السياحي (حداد، 2009، صفحة 33):

طبقا لتصنيف الأمم المتحدة تشمل السياحة والأنشطة المرتبطة بها مجموعة من الخدمات نورها على النحو التالي:

- خدمات الفنادق والمطاعم: وتمل الفنادق والخدمات الأخرى المرتبطة بآماكن الاقامة.
- خدمات التزويد بالأطعمة: تنقسم إلى تقديم الوجبات مع خدمة كاملة، وتقديم الوجبات مع خدمات ذاتية وخدمات تزويد أخرى.
- خدمات المشروبات: وتنقسم على تقديم المشروبات مع برامج التسلية، وتقديم مشروبات دون ذلك.
- خدمات المتاحف: وتنقسم إلى خدمات تشمل الأماكن الأثرية والتاريخية، وخدمات تشمل الأماكن الأثرية والتاريخية.
- خدمات وكالات السفر ومنظمي الرحلات وخدمات الإرشاد السياحي.

4.1 مصطلحات مرتبطة بالسياحة

من أجل التوضيح أكثر لظاهرة السياحة لا بد من تحديد بعض المصطلحات التي ترتبط بها وتعريفها، ومن أهم هذه المصطلحات ما يلي (الشرقاوي، 2009، الصفحات 09-10):

- الزائر: وهو الشخص الذي يزور بلد غير تلك البلد الذي يقيم فيها لأي سبب غير السعي وراء العمل.

- المتنزهون: هم الأشخاص الذين يزورون مناطق لأقل من 24 ساعة، وهؤلاء لا يدخلون ضمن تقسيم السياح وإنما يعتبرون متنزهون.

- النشاط السياحي: هو مجموعة الأنشطة التي تتعلق بالسياحة والمقصود بها النشاط الفني والإداري الذي تقدمه وتقوم به الأجهزة والهيئات والمنشآت السياحية المختلفة داخل الدولة سواء كافة عامة أو خاصة على أن ترضى السائحين وتشبع متطلباتهم أو أنواقهم. والنشاط السياحي يحتاج بالضرورة إلى كافة الخدمات الإدارية والفنية والصحية والاتصالات والخدمات البنكية والأسواق بالإضافة إلى

مشروعات البنكية الأساسية. ويتعين توفير مثل هذه الخدمات بعيدا عن المغريات السياحية مع توفير سرعة الربط بينهما.

- **الليالي السياحية:** يقصد بها مجموعة ليالي المبيت التي يقصدها السائحون خارج أوطانهم في أي وسيلة من وسائل الإقامة المخصصة لسائحين.

- **الإيرادات السياحية:** تمثل إجمالي الإيرادات التي تحقق في أي دولة من الدول السياحية كنتيجة مباشرة أو غير مباشرة للأنشطة السياحية المختلفة بها.

- **الإنفاق السياحي:** يقصد به إجمالي إنفاق السائحين على الخدمات والمشتريات السياحية المختلفة كوسائل الانتقال والإقامة والاتصال والمشتريات السياحية إلى غير ذلك داخل دولة الزيارة، ومن الواضح أيضا أنّ كمّ الإنفاق يرتبط بمستوى السائح ومهنته وسنه وثقافته والمستوى المعيشي الخاص به (الحربي، 2012، صفحة 25).

5.1 علاقة السياحة بعلم الاقتصاد

تلعب السياحة دورا هاما في تنشيط اقتصاديات دول كثيرة حيث أصبحت تمثل مصدرا رئيسيا للدخل القومي بها نتيجة إنفاق السائحين الذين يأخذون صورا متعدّدة منها الإقامة واستخدام وسائل النقل والغذاء والترفيه والمشتريات... إلخ. لذلك فإنّ النهوض بالسياحة يستلزم دراسة كافة المتغيرات الاقتصادية التي تتعلق بها فيما يختص بتدفق النقد الأجنبي ومعدّل الإنفاق وعلاقته بميزان المدفوعات والميزان التجاري والعمالة والاستثمار وكيفية تعظيم العائد الاقتصادي عن طريق توظيف العناصر المتاحة بالدرجة التي تحقق رخاء المجتمع ورفاهيته، وهو أمر مرتبط بعلم الاقتصاد الذي يهتم بالنواحي المادية للمجتمع ووسائل تنمية ثرواته وموارده وكيفية تداولها وتوزيعها واستهلاكها وما يتصل بذلك من سلع وخدمات وأسعار وكذا العوامل المؤدية لانخفاضها أو ارتفاعها وغيرها من الأمور التي يتيح التعرف عليها نتائج أفضل عند القيام بالأنشطة السياحية المختلفة (زيد، 2008، الصفحات 26-27).

6.1 آليات دعم المقاولاتية في القطاع السياحي

تتفق تعريف المقاولاتية على كونها نشاط إنساني اقتصادي بالدرجة الأولى تجتمع فيه إمكانيات القدرة على المبادرة في إنشاء واستغلال الموارد المادية والبشرية المتاحة، وخلق فرص الإبداع والعمل وتنظيمها من أجل تحسين عمليات الإنتاج وخلق قيمة مضافة (مناد، 2014، صفحة 13).

1.6.1 التحسين في المتغيرات السياحية (Chouam Bouchama, p. 60)

وتكمن في تحسين المتغيرات التالية:

- دراسة جدوى المشروع السياحي (التسويقية، الفنية، والمالية) القبلية والبعدية؛ فالقبلية في إطار التحضير لمشروع سياحي أو خلق وإنشاء مؤسسة سياحية والبعدي يكون في المؤسسات القائمة في حد ذاتها.

- قوة المنتج السياحي لمنطقة معينة على جذب السياح.

مستوى الخدمات المقدمة المختلفة للسياح.

جودة وأسعار السلع السياحية والخدمات المقدمة.

مدى الوعي السياحي لدى المواطنين والعاملين في الحقل السياحي.

الإجراءات الإدارية والجمركية المتبعة من طرف المؤسسات والأجهزة المعنية في الدول المضيفة للسياح.

العلاقات السياسية بين الدول، بالإضافة إلى الظروف الأمنية التي يمكن أن توفرها الدول المستقطبة للسياح.

إدخال ضوابط الجودة (للفنادق والمطاعم، ...)

2.6.1 تحسين ظروف الاستثمار في القطاع السياحي

لابد من الدمج بين خطط واستراتيجيات تشجيع تكوين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في المجال السياحي وتحسن مناخ العمل المقاوлатي، ويمكن الحديث إستراتيجية ترقية العمل الاستثماري في المجال السياحي من خلال جملة من الإجراءات التي يجب أن تسهر الدولة على تطبيقها من خلال (ابرعم، 2017، صفحة 244):

1.2.6.1 تأهيل العنصر البشري الكفاء

باعتبار المورد البشري الذي يعد الروح أو المحرك الرئيسي للبرامج الاقتصادية، لذا يجب التوجه نحو الاستثمار في الموارد البشرية من خلال تكوينها وتأهيلها وحتى إعادة تأهيلها إن لزم الأمر، بهدف تقديم وتسيير البرامج التنموية خاصة في القطاع السياحي.

2.2.6.1 رفع حجم الاستثمارات الموجهة للقطاع السياحي

فمثلا فيمن بين المشاكل التي يعاني منها القطاع السياحي في الجزائر ضعف الاستثمارات المخصصة له، حيث أن إجمالي الاستثمارات الموجه لهذا القطاع لم يتجاوز 3 ملايين دولار، حيث بلغت 1.6089 مليار دولار سنة 2015 كما أن مخصصات الحكومة في البرنامج التكميلي لدعم

النمو الاقتصادي لم تتجاوز 0.07% وهي نسبة ضعيفة جدا. لذا يجب رفع حجم الاستثمارات الموجهة للاستثمار السياحي.

3.2.6.1 توجيه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للاستثمار في القطاع السياحي

ذلك ببناء إستراتيجية اقتصادية خاصة بهذه المؤسسات بما يخدم الاقتصاد أي تكيفها وفقا للحاجات الاقتصادية، وعليه توجيه هذه المؤسسات نحو الاستثمار في القطاع السياحي بهدف تربيته.

3.6.1 ترقية مناخ الاستثمار الأجنبي المباشر وتوجيهه نحو الاستثمار في القطاع السياحي

كحل مشكلة العقار السياحي في الجزائر، وتقديم امتيازات وتحفيزات جبائية للاستثمارات السياحية سواء للمستثمر الوطني أو الأجنبي. القضاء على البيروقراطية والفساد الإداري، و إنشاء البنى التحتية (رصف الطرق وإقامة الموانئ والمطارات والمرافق العامة) الذي يوفر فرص نجاح اكبر للمشروعات السياحية للقطاع الخاص بل إن الحكومات عادة ما تقدم تسهيلات مادية للأفراد والشركات مثل توفير الأرض بأسعار مخفضة لإقامة المنتجعات عليها وتوفير المرافق العامة ورصف الطرق وربطها بباقي المناطق في البلاد، وكلها عوامل تجعل من الاستثمارات العامة عاملا محفزا ومشجعا للاستثمارات الخاصة للولوج في الاستثمار السياحي وتحقيق فرص الربح المنشود وتعظيمه

4.6.1 المقاولاتية كأداة للتنمية السياحية: لقد استطاعت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أن تبرز أهميتها كإحدى دعائم التنمية الأساسية للاقتصاد والسياحة في أي دولة من دول العالم، وذلك من خلال دورها الفعال في التطور والنمو وتحقيق الأهداف الإنمائية الأساسية، وخلق مناصب عمل، كونها تمثل العمق الإستراتيجي للمؤسسات الكبيرة (شاوي، 2016، صفحة 55). وتعتبر المقاولاتية عامل حاسم في السياحة، وهي عامل محوري في الاستمرار والنجاح وتطوير الصناعة، على حد سواء العالمية وحتى الإقليمية. (all, 2013, p. 842)

2. الفكر المقاوлатي وأساسيات نجاحه في القطاع السياح

1.2 ماهية المقاولاتية

عرف كل من peter et Hisrich (1991) المقاولاتية على أنها نوع من السلوك يتمثل في السعي نحو الابتكار، تنظيم وإعادة تنظيم الآليات الاقتصادية والاجتماعية من أجل استغلال موارد وحالات معينة، تحمل المخاطرة وقبول الفشل، إنه مسار يعمل على خلق شيء ما مختلف والحصول على قيمة بتخصيص الوقت والعمل الضروري، مع تحمل الأخطار المالية والنفسية والاجتماعية المصاحبة لذلك، والحصول على نتائج في شكل رضا مالي وشخصي (قوجيل، 2016، صفحة 15). كما عرفت

المقاولاتية على أنها حركية إنشاء واستغلال فرص الأعمال من طرف فرد أو عدة أفراد، وذلك عن طريق إنشاء منظمات جديدة من أجل خلق القيمة (صكري، صفحة 13) وتعرف أيضا بأنها ظاهرة انبثاق واستغلال فرصة جديدة خالقة للقيمة الاقتصادية والاجتماعية نتيجة للمبادرة والابتكار وتغييرات المقاول الذي يتفاعل مع محيطه (Coster, 2009, p. 19).

وللمقاولاتية عدة جوانب رئيسية تمثلت في (سلامي و ملواح، 2017، صفحة 02):

- هي عملية إنشاء شيء جديد ذو قيمة؛

- تخصيص الوقت، الجهد والمال؛

- تحمل الخسائر المختلفة الناجمة عن المخاطرة؛

- الحصول على العوائد الناجمة عن المخاطرة.

وتتميز المقاولاتية بمجموعة من الخصائص يمكن ذكرها في النقاط التالية (شقرن، 2015، صفحة 09):

- تتسم المقاولاتية بأنها عملية إنشاء أو خلق مؤسسة أو مشروع.

- تتميز بالإبداع وهو عامل جوهري ورهان نجاح المقاولاتية.

- يوجد قائد هو المقاول الذي يعتبر القوة المحركة.

- ارتفاع نسبة المخاطرة في المقاولاتية لأنها تقدم منتجات جديدة مرهونة إلى حد كبير بمدى نسبة قبولها في السوق.

- تتسم المقاولاتية بالفردية وروح المبادرة.

- تحتاج المقاولاتية من المقاول رسم وتطوير الإستراتيجية وتحقيقها وتطبيقها على أرض الواقع من أجل ضمان نجاح مشروعها.

- للمقاولاتية مهمة تتمثل في خلق الثروة والقيمة المضافة ورفع مستوى النمو وخلق مناصب الشغل. المقاولاتية هي نموذج اقتصادي، وهي تساهم في حركية وانتعاش اقتصادي وهذا من خلال ماتقدمه من مشاريع جديدة.

2.2 عوامل نجاح الفكر المقاولاتي في مجال السياحة

تتمثل أبرزها في مايلي:

1.2.2 البحث العلمي التطبيقي

هو منبع الأفكار الإبتكارية التي تعبر بالدول نحو التنافسية العالمية والتقدم العلمي، ويعد البحث العلمي كأى استثمار اقتصادي يعتمد على معايير تقييم الجدوى والكفاءة، فالبحث نشاط علمي تكنولوجي مؤسسي يقوم على توجيه مخطط للإنفاق الاستثماري وفق معايير الجدوى الاقتصادية، وذلك لتعزيز المعرفة العلمية في المجالات كافة وربطها بوسائل الاختبار والتطبيق والإنتاج، بما يضمن تطويرا أو ابتكارا واختراعا لتوليد أجهزة أولموا أو أساليب إنتاج أو منتجات جديدة أو محسنة لرفع الكفاءة الإنتاجية (الشميمري، 2019، صفحة 47). والجامعة تمثل المكان الأمثل للفكر المقاولاتي بالنظر إلى المقومات الفكرية والبشرية التي تميز المؤسسات الجامعية وبالنظر كذلك لأهداف المنتطرة من التعليم والتكوين في علاقاته بالمحيط الاقتصادي والاجتماعي، من جهة أخرى فإن الجامعة تلعب دورا أساسيا في الاقتصاد على اعتبار أنها محرك قوي للإبداع والتغيير الاقتصادي (Rajhi, 2011, p. 199)

2.2.2 البنية التحتية للمقاولاتية السياحية

إن مشروعات البنية التحتية ضرورية لنجاح ثقافة ريادة الاعمال، وخاصة في السوق المحلي مثل المواصلات، والكهرباء، والطرق، والبريد، والنقل، والخدمات المساندة، فإن توافر المعلومات الحديثة والدقيقة أمر ضروري لدعم بيئة ريادة الأعمال والمساعدة على عملية إتخاذ القرار الاستثماري، وأصبح لوسائل الإعلام الاجتماعي تأثير كبير في تبادل المعلومات ونشر الثقافة الشبكية في تطوير الأفكار ونشرها وترويجها والتسويق لها وبيعها أيضا، ومن عناصر البنية التحتية للسياحة والتي تمثل الدعائم الرئيسية لتنمية القطاع السياحي وتطويره، ونذكر منها (غنيم، 2004، صفحة 246): عناصر الجذب السياحي: وتشمل العناصر الطبيعية، وعناصر من صنع الانسان، كالمتنزهات أماكن الراحة والنوم. التسهيلات المساندة في جميع أنواعها كالإعلان والترويج السياحي والإدارة السياحية والمصارف وتسهيلات في عمليات الايداع والسحب للأجانب. والبنية التحتية الخاصة بالنقل بجميع أنواعه: البري والبحري والجوي لتسهيل حركة التنقل. وخدمات البنية التحتية الأخرى: كتوفر المياه الصالحة للشرب، وعدم إنقطاع الكهرباء، وتوافر وسائل الإتصالات الحديثة والشبكات اللاسلكية (WIFI). وعناصر مؤسساتية تتضمن سن التشريعات والقوانين والهيكل التنظيمية العامة، ودوافع جذب الإستثمار في القطاع السياحي، وبرامج تعليم الموظفين في القطاع السياحي وتدريبهم.

بالإضافة لخدمات مختلفة: مثل مراكز المعلومات السياحية ووكالات السياحة والسفر، ومراكز صناعة المنتجات التقليدية واليدوية وبيعها، والمرشدين السياحيين، بالإضافة الى وجود عنصر اخر يتفاعل مع العناصر السابقة، هو الموارد البشرية والكوادر المؤهلة.

3.2.2 الثقافة السياحية

لها دور كبير في تبادل وانتقال ثقافات الشعوب، وعليه فالثقافة السياحية مسؤولية كل المؤسسات السياحية الموجودة في المجتمع، بالإضافة إلى الأسرة والمدرسة، لأن الثقافة السياحية عملية مستمرة وليست مقيدة بوقت أو مرحلة عمرية مميزة (هدير، 2006، صفحة 73).

4.2.2 التطور التقني وتكنولوجيا المعلومات في قطاع السياحة

هناك العديد من خدمات شبكة الإنترنت للقطاع السياحي، ونذكر أهم هذه الخدمات (Garrido, 2008, p. 69) البريد الإلكتروني وخدمات توفير المعلومات في قواعد البيانات. وخدمة تحديد المواقع المكانية المواقع السياحية والفنادق والمطاعم والمنتجعات والمنتزهات على الخرائط عن طريق شبكة الإنترنت، والخدمات الترفيهية وتوفير المعلومات لهواة السفر والسياحة. وإتباع الأساليب العلمية الحديثة في الدعاية والترويج والتسويق السياحي مما زاد الدافع لزيارة هذه الأماكن (صالح، 2008، صفحة 91).

5.2.2 البيئة المؤسسية

يتم تحديد البيئة المؤسسية من خلال الإطار القانوني والإداري الذي يتفاعل من خلاله الأفراد والشركات والحكومات لتوليد الدخل والثروة (Forum, 2010).

6.2.2 استقرار الاقتصاد الكلي

يعتبر من العوامل المساعدة على تنمية ريادة الأعمال من خلال وضع السياسات الاقتصادية الداعمة، حيث أن الهدف الأساسي من وضع السياسات الكلية في الدولة هو تحقيق الاستقرار الاقتصادي، ومن أمثلة هذه السياسات: تخفيض نسبة التضخم، وتحديد أسعار فائدة منخفضة والحفاظ على مستوى أسعار تبادل مستقرة، وإن من أهداف سياسات الاقتصاد الكلي تخفيض درجة البيروقراطية التي تواجه إنشاء المشروعات الصغيرة مثل تطوير الأنظمة الضريبية الداعمة للمشروعات الصغيرة، والإجراءات، وإن سهولة الوصول للسوق على درجة عالية من الأهمية، حيث يكمن دور السياسات الاقتصادية الكلية في إيجاد فرص استثمار للمشروعات الصغيرة والمتوسطة، على سبيل المثال في اليابان الشركات

الكبيرة مطالبة نظاما ببناء تحالف إستراتيجي مع المنشآت الصغيرة باعتبارهم موردين ومقاولين من الباطن (2009, (GEM)).

3.2 المتطلبات المؤسسية للمقاوлатية السياحية

يمكن ايجازها في مايلي (السميع، 2005، الصفحات 287-290):

1.3.2 المتطلبات التنظيمية

وهي التي تحدد القواعد وتنظم العمل السياحي داخل الدولة مثل الوزارة والمديريات والدواوين والوكالات الوطنية الخاصة بدعم النشاط السياحي الجهوي التي من شأنها أن تدعم النشاط المقاوлатي السياحي.

2.3.2 المتطلبات الإدارية

أي كل ما يتعلق بإدارة النشاط السياحي والعاملين فيه خاصة فيما يتعلق بالفنادق والنقل والترفيه وضرورة الاهتمام بمطابقة المواصفات والمعايير الدولية.

3.3.2 المتطلبات العامة

وتتمثل المتطلبات العامة فيما يلي:

- الاهتمام بالأسلوب العلمي في التخطيط السياحي لتحقيق التنمية السياحية.
- وضع خطة سياحية شاملة لجميع القطاعات والتنسيق لتنمية سياحية مستدامة.
- ارتباط خطة التنمية السياحية بالخطة العامة للدولة.
- التوسع في تشجيع القطاع الخاص، خاصة في الدول الفقيرة حتى تقوم بالتنمية السياحية بفضل تشجيع الاستثمار عن طريق الإعفاءات الجمركية على الواردات السياحية.
- ضرورة ربط عملية التنمية السياحية بتنمية وتكوين الكفاءات البشرية بإنشاء مدارس وهيئات التكوين بمستوى عالمي.

4.3.2 المتطلبات البيئية

وهي كل ما يتخصص بحماية البيئة والحفاظ عليها حتى نستطيع استغلال الموارد والمقومات الطبيعية استغلالا عقلانيا ونورثها للأجيال القادمة.

5.3.2 متطلبات البيئة التمكينية

وتشمل متطلبات البيئة التمكينية ما يلي:

- **بيئة الأعمال:** تجسد بيئة الأعمال مدى توفر البلد على بيئة أعمال مواتية للشركات للقيام بالأعمال التجارية، مثل حماية حقوق الملكية وكفاءة الإطار القانوني وفعالية النظام الضريبي والسياسات المنافسة بما في ذلك المنافسة على المستويين المحلي والدولي.
- **الصحة والنظافة:** تحسين مياه الشرب والصرف الصحي مهم لراحة وصحة المسافرين، وتوافر الأطباء في المستشفيات لها تأثير على إنتاجية القوى العاملة.
- **السلامة والأمن:** هي العامل الحاسم لتحديد القدرة التنافسية للصناعة السياحية في البلاد، هنا يؤخذ بعين الاعتبار انتشار الجريمة والعنف وكذلك الإرهاب، وإلى أي مدى يمكن الاعتماد على أجهزة الشرطة في توفير الحماية من الجريمة.
- **الموارد البشرية وسوق العمل:** يعد من مقتضيات المقاوлатية السياحية توفر موارد بشرية عالية المهارات من خلال التعليم والتدريب وتعزيز سوق العمل من خلال توزيع أفضل لتلك المهارات بكفاءة، وقدرتها على تخصيص الموارد البشرية لاستخدام أفضل.
- **تكنولوجيا المعلومات والاتصالات:** إن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تعتبر أمرا بالغ الأهمية لجميع القطاعات وخاصة القطاع السياحي.
- **تحديد أولويات للسياحة والسفر:** يمثل مدى الأهمية التي تعطيها الحكومة لقطاع السياحة كأولوية وتوجيه الأموال لمشاريع التنمية الأساسية وتنسيق الجهات الفاعلة والموارد اللازمة لتطوير هذا القطاع، وكذا مدى توجيه الحكومة للإمكانيات وضع سياسة تؤثر على قدرة القطاع على جلب المزيد من الاستثمارات الخاصة ودورها في جذب السياح مباشرة من خلال الحملات التسويقية، وتوقيت واكتمال تقديم بيانات للمنظمات الدولية وهذا يدل على أهمية قطاع السياحة من أولويات استراتيجية الحكومة.

3. خاتمة

تلعب السياحة دورا هاما في اقتصاديات الدول وتحتل مكانا مرموقا واهتماما عاليا من طرف الحكومات التي أخذت في تطوير وتنمية القطاع السياحي وتحسين الهيكل الاقتصادي، فهي تلعب دورا هاما كونها مصدر هاما للعملة الصعبة على الخصوص، بالإضافة إلى خلق فرص العمل مباشرة في مختلف الأنشطة السياحية، وفرص عمل غير مباشرة داخل القطاعات الأخرى لقطاع الصناعة والزراعة وزيادة الدخل الوطني، بالإضافة إلى تنشيط الاستثمار وتطوير وتنمية المناطق السياحية. ولقد أصبحت في العصر الحديث من الصناعات الهامة، وترجع أهميتها إلى أنها صناعة كثيفة العمل، فالسياحة كنشاط اقتصادي تتميز بقدرتها على خلق فرص عمل للشباب وتساهم في حل مشكلة من

المشكلات المؤرقة وهي مشكلة البطالة خاصة بين الخريجين من الشباب المتعلم الذي يتجه إلى العمل في مجالات السياحة، حيث يعتمد النشاط السياحي في جانب هام منه على تشغيل هذه الفئة المتعلمة، وتساهم السياحة في توفير فرص متزايدة من التوظيف والعمالة لهم تتيح من فرص كبيرة للعمل والدخل وما تتيح من التوزيع العادل للعمل، لذلك تتنافس الدول المختلفة فيما بينها على جذب السائحين وتزايد أعدادهم لما تحققه من عوائد ومميزات كبيرة، من أجل ذلك اعتبرت السياحة من القطاعات الإنتاجية الهامة في اقتصاديات كثيرة من الدول سواء المتقدمة أو النامية، حيث يعتبرها أحد الباحثين من بنود الصادرات غير المنظورة ومن ثم تعد محركاً أساسياً للتنمية الاقتصادية. وعليه يعد تطبيق المنهج المقاولاتي في القطاع السياحي بديل عن الطرق التقليدية المتبعة للنهوض بهذا القطاع، والنجاح في ترسيخها مبادئ وأفكاره في الاستثمارات السياحية من شأنه أن يساهم في تحقيق مختلف المفاهيم التنموية السياحية واستدامتها.

4. قائمة المراجع

1.4 المراجع العربية:

1.1.4 الكتب

1- أحمد بن عبد الرحمن الشميمري، مبادئ ريادة الأعمال-المفاهيم والتطبيقات الأساسية لغير المختصين-، نشر وتوزيع العبيكان، الرياض، 2019.

1- الزوكة محمد خميس، صناعة السياحة، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، الطبعة 02، 1998.

2- زيد منير سلمان، الاقتصاد السياحي، دار الزاوية، عمان، الأردن، الطبعة 01، 2008.

3- صبري عبد السميع، اقتصاديات صناعة السياحة، دار الهاني للنشر، مصر، 2005.

4- غادة صالح، اقتصاديات السياحة، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، مصر، 2008.

5- ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، دار زهران للنشر، عمان، الأردن، الطبعة 01، 1997.

2.1.4 الملتقيات

1- المؤتمر الدولي للسياحة الثقافية، دمشق، سوريا، أيام 9_11 سبتمبر 2001 .

2- سلامي أسماء، ملوح مريم، "المقاولالية المستدامة ورهان التنمية الشاملة في الجزائر- الواقع والآفاق"-، مداخلة ضمن الملتقى الدولي الأول حول: المقاولالية ركيزة أساسية لتحقيق التنويع

الاقتصادي خارج قطاع المحروقات، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، يومي 11- 12 أكتوبر، 2017.

3- حميد الطائي، المفهوم المجتمعي للتسويق في صناعة السياحة، الملتقى الدولي للتسويق في الوطن العربي، الشارقة، الإمارات، أيام 15_ 16 أكتوبر 2002.

4- عبد الرحمن السحبياني، حبيب الهبر، دليل مفهوم السياحة المستدامة وتطبيقاتها، الدليل الإرشادي للسياحة المستدامة في الوطن العربي، برنامج الأمم المتحدة للبيئة، جامعة الدول العربية.

5- يسرى دعبس، العولمة السياحية وواقع الدول المتقدمة والدول النامية، الملتقى المصري للإبداع والتنمية، الإسكندرية، مصر، 2002.

3.1.4 الأطروحات

1- سماعيل نسيبة، دور السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في إدارة الأعمال، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة وهران، 2014.

2- شقرون محمد، "دور المقاوالاتية في ترقية المشاريع الصغيرة المنتجة"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير في العلوم التجارية، تخصص الإبداع والمقاوالاتية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2015.

3- نرجس حداد، نمو النشاط السياحي كمؤشر لقياس التنافسية - دراسة حالة المؤسسات الفندقيتين: الأوراسي، والجزائر، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة تبسة، 2009.

4- محمد قوجيل، "دراسة وتحليل سياسات دعم المقاوالاتية في الجزائر - دراسة ميدانية-"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، تخصص تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2016.

4.4.1 المقالات

1- سامية ابريغم، المقاوالاتية ومشاريع الاستثمار السياحي في الصحراء وفق معايير الحوكمة، مجلة اقتصاديات المال والأعمال JFBE، 2017.

2- عبد الرزاق مولاي، خالد بورحلي، متطلبات تنمية القطاع السياحي في الاقتصاد الجزائري، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، العدد 4، 2016.

2.4 المراجع الأجنبية:

- 1- Chouam Bouchama, Belkacem Faiza, **L'entrepreneuriat touristique les mécanismes de son soutien pour le développement du secteur du tourisme**, Faculté de la science de l'économie, Université d'Oran.
 - 2- John Swarbrooke, Susan Horner, **Business Travel and Tourism**, Oxford Butterworth-Heinemann, 2001.
 - 3- . Lickorish, Carson L. Jenking, An introduction to tourism, Oxford, **Butterworth-Heinemann**, Biddles Ltd, 1997.
 - 4- Medina Garrido, José, Salesian Martínez-Fierro, Jose Ruiz-Navarro, **Cases on Information Technology Entrepreneurship**, IGI Publishing, New York, 2008.
 - 5-Nadia Rajhi, **Conceptualisation de l'esprit entrepreneurial et identification des facteurs de son développement dans l'enseignement supérieur tunisien**, thèse de doctorat, université de Grenoble, 2011
 - 6- Sayed Morteza Bagherifard & all, **Tourism entrepreneursh challenges and opportunities in MAZANDARAN**, Journal basic and applied scientific research, 2013.
- 3.4 المواقع الالكترونية
- 1-http://www.islamictourism.com/Arabic_Articles/articles.php?issue=2
 - 2[https://www.textroad.com/pdf/JBASR/J.%20Basic.%20Appl.%20Sci.%20Res.,%203\(4\)842-846,%202013.pdf](https://www.textroad.com/pdf/JBASR/J.%20Basic.%20Appl.%20Sci.%20Res.,%203(4)842-846,%202013.pdf).
 - 3- ecole d'été- RRI, 30 août 2012.