جامعة ابن خلدون – تيارت –
كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير
قسم العلوم تجارية

مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر

مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تحقيق التنمية السياحية

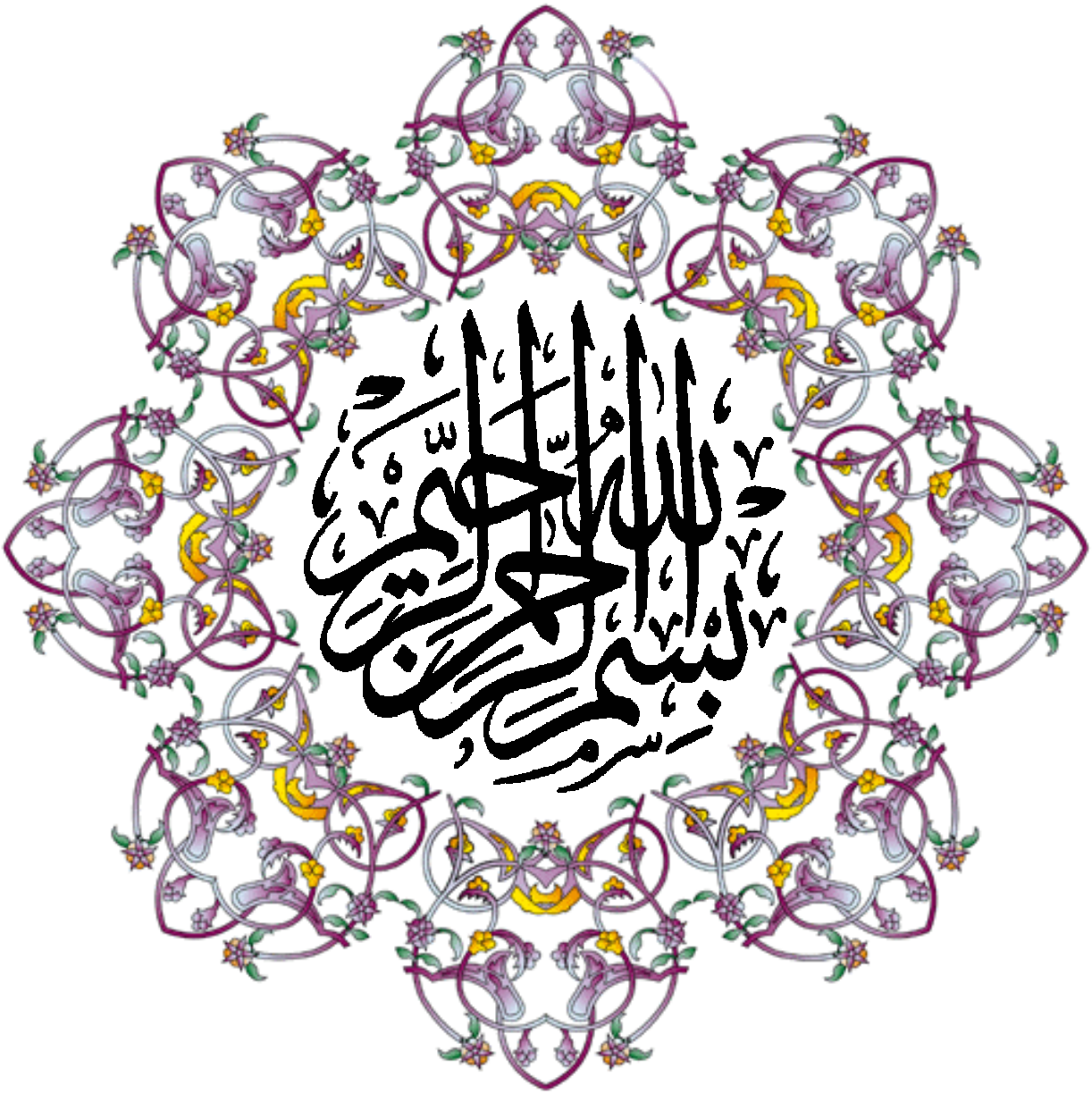
– حالة الجزائر–

تخصص : علوم مالية

من إعداد:
– امال حدو
– عائشة بوطيش

تحت إشرف:
د. عبد الرحيم ليلى

السنة الجامعية : 2016 / 2017


بسم الله الرحمن الرحيم

تشكر

الشكر أولا وأخيرا لله عز وجل ثم أستاذي الفاضل الدكتور عزوز الميلود الذي قدم لي فكرة هذا البحث وأشرف عليه ولم يبخل عليا بالنصح والإرشاد والتوجيه إلى ما يخدم البحث ويثريه

وأتوجه بجزيل الشكر والإمتنان إلى كل من ساعدنا من قريب أو من بعيد

إلى كل من حملتهم ذاكرتي ولم تحملهم مذكرتي

إهداء

الحمد للّه رب العالمين و الصلاة و السلام على خاتم الأنبياء و المرسلين.

أهدي هذا العمل إلى:

إلى من كان دعائهما سر نجاحي وحنانهما إلى أغلى الحبايب

أمي الحبيبة وأبي الحبيب

إلى من عرفت معهم معنى الحياة إلى جدي و جدتي

إلى إخوتي: أسامة، سفيان، ابراهيم ،عبد الرزاق، هشام ،مخطار ،يوسف ،عبد النور ،بشرى ،أميرة ،فتحي

الى خالاتي و عماتي بالأخص مخطارية

إلى من تحلو بالإخاء وتميزوا بالوفاء والعطاء ورافقوني في طريق النجاح صديقاتي شهرة، أمال ،أسمى ،نور هدى ،مسيكة ،رشدة ،ياسمين ،عائشة ، نجاة، آية ،لبنة.....

آمال

ملخص

شـــــكر

قال تعال في كتابة العزيز : ﴿ **لَئِن شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ**﴾ سورة إبراهيم، الآية 09

فاللهم لك الحمد حتى ترضى و لك الحمد إذا رضيت و لك الحمد بعد الرضا

نتقدم بالشكر الجزيل لله سبحانه وتعالى لتوفيقه لنا في إتمام هـ العمل ونسأله المزيد من فضله.

كما نتقدم بالشكر الجزيل إلى الدكتورة **عبد الرحيم ليلى** على قبولها الاشراف على هذا العمل رغم انشغالاتها الكبيرة وما قدمته لنا من توجيهات قيمة ،كما نسجل شكرنا وتقديرنا للدكتورة **حري مخطارية** ولكل من قدم لنا يد المساعدة من قريب أو من بعيد كما لا ننسى كل من شجعنا بالكلمة الطبية وبالابتسامة وبالدعاء

إلى كل هؤلاء نقول: شكرا

الملخص:

تهدف المذكرة إلى مدى مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تحقيق التنمية السياحية في الجزائر.

تعد المؤسسات الحرفية والخدمات السياحية موقًعا هاًما في عالمنا المعاصر نتيجة التحولات العالمية والتي تعتبر من أبرز أشكال المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي ترتبط بالتنمية السياحية، وهي تمتلك قدرة فعالة في تسريع سيرورة تقديم الخدمات والاستجابة لتطلعات السياح ومن هذا المنطلق قامت الجزائر تشجيع الاستثمار في قطاع السياحة.

غير أن المجهودات المبذولة لا تزال بعيدة عن مستوى القدرات والإمكانيات المتاحة وذلك للواقع المتردي الذي تعيشه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في قطاع السياحة وهذا ما حال دون تحقيق التنمية السياحية المستدامة بها، لذا لابد من إعادة القطاع للنهوض بالصناعة السياحية وتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

الكلمات المفتاحية: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ،السياحة، التنمية السياحية.

Abstract:

This thesis aims to show us the contribution of small and medium enterprises to the development of tourism in Algeria.

Craft institutions and tourist services are considered to be one of the most important forms of small and medium enterprises which are associated with the development of tourism . They have the ability to accelerate the process of service delivery and respond to tourists' expectations. Therefore, Algeria has encouraged investment in the tourism sector.

However, the available efforts made are still far from the level of capacities and the abilities lived by small and medium enterprises in the tourism sector, which prevent the achievement of sustainable tourism development.

As matter of fact, we have to re promote the tourism industry and take care of small and medium enterprises sector and develop it.

Keywords: small and medium enterprises, tourism, tourism development.

فهرس المحتويات

الفهـــــرس

شكر

قائمة الجداول والأشكال

المقدمة 02

الفصل الأول

مفاهيم عامة للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة

المبحث الأول: ماهية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة 09

المطلب الأول: معايير تحديد تعريف المؤسسات الصغيرة و المتوسطة 09

المطلب الثاني: مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.....12

المطلب الثالث: تصنيفات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.....16

المبحث الثاني: خصائص ومزايا المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وأهميتها.....22

المطلب الأول: خصائص ومزايا المؤسسات الصغيرة و المتوسطة 22

المطلب الثاني: أهمية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة 23

المطلب الثالث :عوامل إنتشار المؤسسات الصغيرة والمتوسطة 27

المبحث الثالث: معوقات المؤسسات الصغيرة و المتوسطة**.....**29

المطلب الأول: مصادر تمويل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة 29

المطلب الثاني: المشاكل التي تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.....31

المطلب الثالث: الحلول المقترحة لمشاكل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة 33

خلاصة الفصل: 35

الفصل الثاني

السياحة و التنمية السياحية

المبحث الأول: الاطار النظري للسياحة 38
المطلب الأول: مفهوم السياحة والسائح 38
المطلب الثاني: دوافع وخصائص السياحة 41
المطلب الثالث: أنواع السياحة 44
المبحث الثاني: الأهمية الاقتصادية والاجتماعية للسياحة وأهدافها 47
المطلب الأول: الأهمية الاقتصادية للسياحة وآثارها 47
المطلب الثاني: الآثار الاجتماعية والثقافية للسياحة 53
المطلب الثالث: أهداف السياحة 56
المبحث الثالث: التنمية السياحية 58
المطلب الأول: التنمية ومحدداتها 58
المطلب الثاني: مفهوم التنمية السياحية ،عناصرها وأهدافها.....60
المطلب الثالث: محددات التنمية السياحية ومعوقاتها.....63
خلاصة الفصل :.....67

الفصل الثالث

دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في التنمية السياحية- الجزائر-

المبحث الأول: واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر واستراتيجيات دعمها.....70
المطلب الأول: نبذة تاريخية عن ظهور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر.....70
المطلب الثاني: تطور عدد المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر 74
المطلب الثالث:استراتيجية النهوض بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة العاملة في القطاع السياحي في الجزائر...77
المبحث الثاني: واقع مقومات السياحة في الجزائر.....81
المطلب الأول: الامكانيات السياحية في الجزائر.....81

المطلب الثاني: أنواع السياحة بالجزائر.....84
المطلب الثالث: مؤشرات السياحة بالجزائر 87
المبحث الثالث: مساهمة القطاع في بعض المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية **.....**96
المطلب الأول: مساهمة القطاع السياحي في المتغيرات الاقتصادية.....96
المطلب الثاني: مساهمة القطاع السياحي في المتغيرات الاجتماعية 102
المطلب الثالث: معوقات النهوض بالقطاع السياحي الجزائري.....106
خلاصة الفصل.....109
الخاتمة 111
قائمة المراجع.....115

قائمة الجداول

1.قائمة الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
(01-01)	تصنيف المؤسسات حسب القانون التوجيهي بالجزائر عام 2001	14
(02-01)	تصنيف المؤسسات الصغيرة و المتوسطة على أساس أسلوب تنظيم العمل	19
(01-03)	تطور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر في الفترة (2004-2014)	74
(02-03)	تطور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الجزائرية حسب طبيعتها خلال الفترة (2004-2014)	75
(03-03)	تطور الطاقة الفندقية في الجزائر خلال الفترة (2004-2014)	88
(04-03)	تطور عدد الليالي السياحية للمقيمين	90
(05 -03)	تطور عدد الليالي السياحية لغير المقيمين	92
(06-03)	تطور عدد السياح الوافدين إلى الجزائر خلال الفترة (2004-2014).	94
(07-03)	مساهمة السياحة في الناتج المحلي الاجمالي (PIB) الجزائري للفترة (2004-2014)	97
(08-03)	تطور الايرادات السياحية في الجزائر خلال الفترة (2004-2014)	99
(09-03)	تطور الميزان السياحي الجزائري للفترة (2004-2014)	101
(10-03)	تطور مساهمة السياحة والسفر الجزائري في التشغيل خلال الفترة (2004-2014)	103
(11-03)	تطور مساهمة القطاع السياحي الجزائري في تحسين المستوى المعيشي للسكان خلال الفترة الممتدة (2004-2014).	105

قائمة الأشكال

2.قائمة الأشكال البيانية

الرقم	العنوان	الصفحة
(01-02)	دوافع السفر والسياحة	41
(01-03)	تطور تعداد المؤسسات الصغيرة و المتوسطة حسب طبيعتها في الفترة (2004 -2014)	76
(02-03)	تطور عدد الأسرة للفترة (2004-2014)	89
(03-03)	تطور عدد الليالي السياحية للمقيمين	91
(04-03)	تطور عدد الليالي السياحية لغير المقيمين	93
(05-03)	تطور عدد السياح الوافدين إلى الجزائر	95
(06 -03)	تطور نسبة المساهمة المباشرة لقطاع السياحة في الناتج المحلي الاجمالي (PIB) للفترة (2004-2014)	98
(07-03)	تطور الايرادات السياحية في الجزائر خلال الفترة (2004-2014)	100

مقدمة

المقدمة:

إن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، أحدثت تحولات كبيرة في علاقات وقيم العمل والإنتاج ،والجزائر من الدول الداعمة لقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لإدراكها لأهمية دور هذا القطاع في توسيع قاعدة الاقتصاد الوطني لا سيما بعد التجارب الأول التي انتهت بتصفية العديد من المؤسسات، ومع ذلك مازال قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة العمومية في الجزائر هشًا ومعرضًا للعديد من الضغوطات التي لا تزال تعرقل التنمية وفعالية هذه المؤسسات وذلك لعدة مشاكل وصعوبات.

تعتبر السياحة من بين أكبر الصناعات في العالم وذلك بالنظر لما تذره من تدفقات وإيرادات سياحية كبيرة، خاصة ما تعلق منها بالعملة الصعبة وهذا دع الدول إلى ضرورة إدراج القطاع السياحي ضمن أولوياتها، ولذلك نلاحظ تغير النظرة لهذا القطاع، من قطاع ترقية واستجمام واتنقل إلى قطاع حيوي وفعال من شأنه دفع عجلة التنمية وضمان الازدهار في الشعوب، ويعتبر من أبرز الأنشطة الاقتصادية في العالم إذ تشكل أهم مكونات الصادرات الخدمية لكثير من الدول لتأثيرها الكبير على ميزان المدفوعات ،وكما أنها تساهم في خلق مناصب العمل والرفع من قيمة الناتج المحلي الإجمالي ،والجزائر رغم أنها تمتلك كل المقومات الطبيعية والتاريخية والثقافية التي تسمح لنا بناء صناعة سياحية مستدامة.

إذ تعتبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كمنظومة هامة في دعم وتنمية قطاع السياحة فهي تشكل النواة الإرتكازية له و بتالي يمكن إبراز واقع التنمية السياحية وتحديد الدور الذي يضطلع به المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تنميتها.

الإشكالية:

ونظًرا لهذه المعطيات هذا يقودنا إلى طرح الإشكالية التالية والتي تكون محور بحثنا هذا:

إلى أي مدى تساهم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تحقيق التنمية السياحية في الجزائر؟

ولتوضيح هذه الإشكالية أكثر بطرح التساؤلات النوعية التالية:

1- ماهي المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؟ وماهي أهدافها؟ وما هو دورها؟

2- ما المقصود بالتنمية السياحية؟

3- ما هو واقع السياحية في الجزائر؟

4- ما هو دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التنمية السياحية بالجزائر؟

الفرضيات :

وعلى ضوء هذه التساؤلات يمكن صياغته الفرضيات التالية:

الفرضية الأولى :للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة مجموعة من الخصائص والمميزات تجعلها ذات أهمية كبيرة وتؤهلها للقيام بدور تنموي فعال بغية تحقيق الأهداف المرجوة منها.

الفرضية الثانية: تساهم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بنسبة كبيرة في التنمية السياحية، إذ تكتسي أهمية في تعظيم آثارها الاقتصادية.

الفرضية الثالثة : للسياحة دور مهم في عملية التنمية وإقصاؤه يؤدي إلى ضعف الأداء الاقتصاد الوطني.

أسباب اختبار الموضوع:

- من بين الأسباب التي دفعتنا لاختيار هذا الموضوع هناك أسباب موضوعية وأخرى ذاتية تتمثل في:

أسباب ذاتية:

- ميولنا الشخصي إلى البحث في قطاع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة.
- محاولة الوعي لاكتشاف وزيادة فهم دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة.

أسباب موضوعية:

- يعتبر هذا الموضوع أحداهم المواضيع الحديثة.
- يندرج الموضوع ضمن مجال تخصص (مالية).
- مساعدة الطلبة الباحثين في الموضوع في الحصول على مراجع تتناسب مع تخصصهم، كما دفعنا نقص المراجع بمكتبتنا في الموضوع إلى إثرائها ببحثنا هذا.

منهج البحث:

اعتمدنا في بحثنا هذا على المنهج الوصفي والمنهج التحليلي وذلك لملائمة طبيعة الموضوع، من خلال عرض أهم النقاط المتعلقة بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتوضيح مختلف العناصر الجذب السياحي في الجزائر، ثم التطرق لتحليل دور المؤسسات صغيرة ومتوسطة في تفعيل الاستثمار السياحي وبتالي تنشيط القطاع السياحي في الجزائر:

المقدمة:

أدوات البحث:

اعتمدنا في دراستنا على مراجع مختلفة تمثلت في كتب ومنتديات وكذلك ملتقيات وبحوث باللغتين العربية والأجنبية ومذكرات ماجيستير ودكتوراه.

أهمية البحث:

أهمية المؤسسة الصغيرة والمتوسطة والدور الفعال التي تلعبه في مختلف اقتصاديات دول العالم كونها أصبحت قاطرة الاقتصاد، نظرا للمزايا العديدة التي تقدمها للمجتمع وأفراده، كقدرتها على ولوج مختلف القطاعات الاقتصادية ومنها القطاع السياحي، هذا الأخير الذي يعد مجالاً خصباً لهذه المؤسسات التي تشكل عاملا مهما لتطوير العائدات الاقتصادية من جهة، وتشغيل اليد العاملة من جهة أخرى:

أهداف البحث:

تسعى من خلال دراسة هذا الموضوع إلى تحقيق الأهداف التالية:

- معرفة ماهية المؤسسات ص وم ودورها في الاقتصاد.
- علاقة المؤسسات ص وم بالتنمية السياحية.
- التعرف على التنمية السياحية وخصائها.
- التعرف على أهمية السياحة في الرفع في معدلات النمو، ودعم التنمية في ظل الموارد الطبيعية.
- دراسة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر ومساهمتها في التنمية السياحية.
- محاولة إلقاء الضّوء على واقع المؤسسات ص وم ومساهمتها في تفعيل القطاع السياحي الجزائري وتنشيطه.

أدوات دراسات السابقة:

اعتمدنا على مجموعة من الدراسات تمثلت في:

- خالد كواش ،**أهمية السياحية في ظل التحولات الاقتصادية- حالة الجزائر2003/2004**، رسالة دكتوراه كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم السير، جامعة الجزائر ،والتي تناول فيها إبراز الدور المستقبلي الذي يمكن أن يؤديه قطاع السياحة في التنويع قاعدة الاقتصاد الوطني في خصم التحديات والرهانات التي تواجه قطاع المحروقات، وزيادة القدرة الإنتاجية مما ينعكس إيجابا على موازين الخارجية والداخلية ويسهم في توفير فرص الوظيفة لأعداد متزايدة من قوى العاملة الوطني، من جهة ومن جهة أخرى الأهمية التي بدأت توليها

الجزائر للقطاع السياحي من خلال استراتيجية تطوير القطاع و قد توصل الباحث الى انه بالرغم من توفر الجزائر على امكانيات و موارد مختلفة و متنوعة الا ان قطاع السياحة لم يؤدي الدور المنتظر في التنمية.

- عبد القادر عوينات، **السياحة في الجزائر الإمكانات والمعوقات 2000 - 2025 في ظل استراتيجيات السياحية الحديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية sdat 2025** ،أطروحة دكتوراه تخصص نقود ومالية، جامعة الجزائر، 2013 ،تناول فيها إبراز المقومات بالصورة الرائعة ومخلدة للسياح في سياق المخطط التوجيهي لتهيئة السياحية لأفاق 2025 لتحسين وترقية السياحة الجزائرية بامتياز ،من خلال قدرتها على التنافس وجذب السياح في كل الكرة الأرضية وبناء مختلف الأقطاب والقرى السياحية ،دعم مختلف المشاريع السياحية القائمة من أجل هدف التنمية السياحية وقد توصل الباحث إلى أن قطاع السياحة قد تعرض الى عقبات و عراقيل حالت دون تطوره ،و أهمها الخيارات الاستراتيجية للتنمية الاقتصادية بعد الاستقلال ،كما توصل إلى أن البداية الفعلية للنهوض بااقطاع السياحي وترقية كان مع بداية سنوات الألفيات ،وهذا بوضع استراتيجية جديدة في ظل المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة الذي تعتبر تتويجا لمسار طويل ، وبمشاركة الفاعلين في القطاع السياحي.

- نور الدين هرمز، **التخطيط السياحي والتنمية السياحية**، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية، سلسلة العلوم الإقتصادية والقانونية، المجلد 28 ،العدد03 ،ديسمبر2006 ،التي تناول فيها الدور الكبير الذي تساهم فيه السياحة من خلال مساهمتها في جلب العملة الصعبة وتحسين ميزان مدفوعات وقدرتها على خلف فرص عمل و توليد الدخل بفضل روابطه الخلفية والأمامية التي تجعل منها قطاعا هاما في تنويع الاقتصاد ونمو، وكذلك دوره في التخطيط السياحي والتنمية السياحية.

حدود الدراسة:

واجهنا في هذه الدراسة مجموعة من الحدود الزمانية والمكانية:

الزمانية:

نظرا لضيق الوقت اقتصرت دراستنا على تقديم بعض الأرقام والإحصائيات الخاصة بكل من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وكذا السياحة وهذا للفترة 2004- 2014.

المقدمة:

المكانية:

تناولت الدراسة واقع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة وكذا القطاع السياحي في الجزائر.

صعوبات البحث:

خلال إعدادنا لهذا البحث صادفتنا جملة من الصعوبات تذكر منها:

- صعوبة الحصول على المراجع والمصادر.
- ندرة الإحصائيات الدقيقة حول قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وكذا الأرقام المتعلقة بالقطاع السياحي.
- صعوبة إيجاد تعريف موحد للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

خطة البحث:

ولمعالجة إشكالية البحث وأهداف الموضوع قمنا بتقسيم البحث إلى ثلاثة فصول:

الفصل الأول: مبني على مفاهيم عامة حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وفي المبحث الأول ماهية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمبحث الثاني خصائص ومزايا المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وأهميتها أما في المبحث الثالث إلى معوقات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

كما تناولنا في الفصل الثاني: المعنون بالسياحة والتنمية السياحية، تطرقنا في المبحث الأول إلى الإطار النظري للسياحة والمبحث الثاني الأهمية الاقتصادية والاجتماعية والمبحث الثالث التنمية السياحية.

أما الفصل الثالث فهو مساهمة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في القطاع السياحي من خلال التطرق إلى واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر واستراتيجيات دعمها في المبحث الأول، واقع مقومات السياحة في الجزائر في المبحث الثاني، أما آخر مبحث أهم مؤشرات مساهمة القطاع السياحي في عناصر التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

الفصل الأول

ماهية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

تمهيد:

إن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة هي إحدى المؤسسات التي يهتم بها متخذي القرار الاقتصادي لتحقيق النمو والتفوق والنهوض بالأنشطة الانتاجية والتنمية الاقتصادية، نتيجة للنجاح الذي حققته هذه المؤسسات في عدة دول ولما تقدمه من خدمات الدعم للمؤسسات الكبرى في مجال التكامل بين الفروع الاقتصادية من جهة، ولما تضمنه في حد ذاتها من نمو على مستوى الاقتصاد من جهة ثانية فيمكنها التحول من نشاط إلى آخر بدون خسارة كبيرة عكس المؤسسات الكبيرة وبوجود خبرة وتجارب من الدول الرائدة اقتصاديا يمكنها أن تتطور وذلك بوجود ظروف ملائمة اقتصاديا واجتماعيا.

المبحث الأول: ماهية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

المبحث الثاني: خصائص و مزايا المؤسسات الصغيرة و المتوسطة وأهميتها

المبحث الثالث: معوقات المؤسسات الصغيرة و المتوسطة

المبحث الأول: ماهية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة

يعتبر قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة احدى المعالم المحققة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية حيث يتجلى ذلك من خلال ما يقدمه هذا القطاع من دخل الوطني إلا أن مفهوم هذه المؤسسات مازال يثير جدلا كبيرا يتعذر معه تحديد تعريف محدد متفق عليه.

المطلب الأول: معايير تحديد تعريف المؤسسات الصغيرة و المتوسطة

يشكل تعدد المعايير و اختيار الأنسب منها صعوبة في تحديد مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة سواء في تحديد المؤسسات على اختلاف أوجه النشاط التي تنتمي إليه باستعمال معايير كمية الحجم (صغر أو كبر كل مؤسسة) أو تميزها عن باقي المؤسسات الأخرى (الحرفية و المؤسسات الكبرى) أو باستعمال معايير النوعية باعتبارها تسمح بشرح طبيعة كل تنظيم[1].

أولا: المعايير الكمية: إن تعريف المؤسسات الصغيرة و المتوسطة يخضع لجملة من المعايير والمؤشرات الكمية لقياس حجمها و محاولة تمييزها عن باقي المؤسسات و من بين هذه المعايير نذكر:

1. حجم العمالة
2. حجم المبيعات
3. قيمة الموجودات
4. التركيب العضوي لرأس المال
5. القيمة المضافة
6. الطاقة المستعملة
7. رقم الأعمال
8. رأس المال المستثمر.....إلخ.

رغم تعدد المعايير الكمية إلا أن أكثرها استخداما عند وضع تعريف للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة هما كلا من معايير حجم العمالة ومعيار رأس المال نظرا لسهولة الحصول على المعلومات المتعلقة بهذين العنصرين لذا سنحاول التطرق لكل منهما بشيء من التفصيل.

[1] يوسف قرشي ،**سياسة تمويل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر**، دراسة ميدانية أطروحة دكتوراه ، علوم اقتصادية ،2005 ،ص17

أ. حجم العمالة: و حسب هذا المعيار تقسم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الى ثلاثة انواع و هي:

- **المؤسسات الاقتصادية الكبرى:** وهي مؤسسات توظف أعدادا هائلة من العمال يتجاوز عددهم الآلاف أو حتى المئات في بعض الأحيان و ينقسم هذا النوع من المؤسسات إلى[1]:

* المؤسسات الكبرى دولية النشاط

* المؤسسات الكبرى محلية النشاط

- **المؤسسات المصغرة أو وحدات استغلال الفرد:** وتغطي هذه المؤسسات كافة أوجه النشاط الاقتصادي ومختلف مجالاته و فروعه و تشترك كلها في خاصية واحدة تتمثل في قيام صاحب المؤسسة بإدارتها بصفة أساسية ويستعين ببعض العمال عند الحاجة شرط أن لا يزيد عددهم عن العشرة عمال ،ويمكن أن ندمج ضمن هذا الصنف كلا من:

* الصناعات الحرفية والتقليدية.

* الصناعات المنزلية والأسرية (الوحدوية).

- **المؤسسات الصغيرة و المتوسطة:** وهي تحتل موقعا وسطا بين النوعين السابقين حيث أنها توظف ما بين عشرة عمال وخمسة مائة عامل على الأغلب إلا أن هناك صعوبة في تعريفها باستخدام ها المعيار ويرجع ذلك للأسباب التالية:

* اختلاف ظروف البلدان و تباين مستويات النمو.

* اختلاف ظروف الصناعة من فرع لآخر في نفس البلد.

* المستوى التكنولوجي المستخدم والذي يميل إلى تكثيف العمالة على رأس المال في البلدان النامية.

ب. المعيار المالي أو النقدي: إلى جانب المعيار البشري نجد المعيار النقدي الذي يستند إلى كل من:

- رأس المال
- رقم الأعمال
- حجم المبيعات

إن الاعتماد على هذا المعيار وحده في تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يعترضه عنصر الاختلاف في الحصيلة المالية بسبب اختلاف المبيعات النقدية من عام لآخر باتجاه الزيادة أو النقصان خاصة إذا حدث

[1] رابح خوني ،حسان رقية ،**المؤسسات الصغيرة والمتوسطة و مشكلات تمويلها**، ط 1،إتراك ،جامعة بسكرة ،الجزائر، 2008 ،ص 19 .

ارتفاع في معدل التضخم فما نعتبره مؤسسة صغيرة أو متوسطة في هذا العام قد لا يكون كذلك في العام المقبل و العكس صحيح [1] .

ثانيا: المعايير النوعية: إن المعايير الكمية وحدها لا تكفي لوضع وتحديد تعريف شامل للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة نظرا لأهميتها النسبية باختلاف درجات النمو والمستوى التكنولوجي ؛مما أوجد تباينا واضحا بين التعاريف المختلفة ولأجل توضيح أكثر للحدود الفاصلة بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة و باقي المؤسسات الاقتصادية الأخرى وجب إدراج جملة من المعايير النوعية و التي من أهمها ما يلي:

1.الإستقلالية

2.الملكية

3.الحصة السوقية

4.محلية النشاط

1. الاستقلالية: ونعني بها استقلالية المشروع عن أي تكتلات اقتصادية وبذلك نستثني فروع المؤسسات الكبرى و يمكن أن نطلق على هذا المعيار اسم المعيار القانوني و أيضا استقلالية الإدارة و العمل وأن يكون المدير هو المالك دون تدخل هيئات خارجية في عمل المؤسسة بمعنى أنه يحمل الطابع الشخصي و تفرد المدير في اتخاذ القرارات و أن يتحمل صاحب أو أصحاب المؤسسة المسؤولية كاملة فيما يخص التزامات المشروع اتجاه الغير.

2. الملكية: تتميز المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بالملكية الفردية و غير التابعة لأي مؤسسة كبرى أو معظمها تابع للقطاع الخاص في شكل مؤسسات أو شركات أموال و قد تكون ملكيتها ملكية عامة كمؤسسات الجماعات المحلية (مؤسسات ولائية، بلدية .....الخ) و قد تكون الملكية مختلطة[2].

3. الحصة من السوق: إن الحصة السوقية تكون محدودة بالنسبة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وذلك للأسباب التالية:

- صغر حجم المؤسسة .
- صغر حجم الإنتاج.

---

[1] توفيق عبد الرحيم يوسف ،**إدارة الأعمال التجارية الصغيرة** ،ط1 ،دار الصفاء،عمان ،الأردن 2002 ،ص 18.

[2] عثمان لخلف ،**دور و مكانة الصناعات الصغيرة و المتوسطة في التنمية الاقتصادية حالة الجزائر** ،رسالة ماجيستر معهد العلوم الاقتصادية ،جامعة الجزائر 1995 ،ص9.

- ضالة حجم رأس المال.
- محلية النشاط.
- الإنتاج موجه للأسواق المحلية التي تتميز بنشا.
- المنافسة الشديدة بين المؤسسات الصغيرة و المتوسطة للتماثل في الإمكانيات والظروف.

ونظرا لهذه الأسباب لا يمكن للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة أن تفرض هيمنتها وسيطرتها على الأسواق ولا تستطيع أن تفرض أي نوع من الاحتكار في السوق وذلك عكس المؤسسات الكبرى التي بإمكانها أن تفرض الاحتكار.

4. محلية النشاط: يقتصر نشاطها على منطقة أو مكان واحد وتكون معروفة فيه وأن تمارس نشاطها إلا من خلال عدة فروع تشكل حجما صغيرا نسبيا في قطاع الإنتاج الذي تنتمي إليه المنطقة وهذا طبعا لا يمنع امتداد النشاط التسويقي للمنتجات إلى مناطق أخرى في الداخل أو الخارج.

المطلب الثاني: مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

أولا: تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

إن اختلاف الاتجاهات الاقتصادية والعوامل الخاصة بكل دولة صعب من عملية ايجاد تعريف شامل وموحد للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ،مما جعل العديد من الباحثين والهيئات والمنظمات الدولية في ايجاد تعريف موحد وتعود الصعوبة الى اختلاف النقاط الفاصلة والمميزة بين هذه المؤسسات والمؤسسات الكبيرة ومن بين تعاريف نذكر منها:

تعريف (م ص م)*من وجهة نظر علم الاقتصاد ،بأنها "استثمار بوجه الانتاج لتحديد عائد الربح نفعي على المجتمع ،ويتميز بانخفاض في حجم رأس المال المستثمر والتكنولوجية البسيطة المستخدمة"[1].

وقد أصدر الكونغرس الأمريكي عام 1953 قانون المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الذي عرفته في ضوء قدرته على الهيمنة على قطاعه بكونه "عملا مملوك ويدار بشكل مستقل وهو غير مهيمن في مجال عمله"[2].

(م ص م) * المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ، ويقابل المصطلح الفرنسي PME.

[1] محمد هيكل، **مهارات ادارة المشروعات الصغيرة**، ط1، مجموعة النيل العربية، مصر ،2003، ص11.

[2] سعاد نائق البرتوطي، **ادارة الأعمال الصغيرة**، ط1، دار وائل، الاردن، 2005، ص 32.

وتعرف لجنة الأمم المتحدة لتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (Unido) *كما يلي:

1. المؤسسات الصغيرة التي يعمل فيها من 15 إلى 19 فردا.

2.المؤسسات المتوسطة هي التي يعمل فيها من 20 إلى 99 فردا

3.المؤسسات الكبيرة هي التي يعمل فيها أكثر من 99 فردا.

ويعرف الاتحاد الأوروبي المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كما يلي:[1]

أ. المؤسسات الصغيرة جدا أو المصغرة من 1 – 9 عمال.

ب. المؤسسات الصغيرة من 10 – 99 عمال.

ج. المؤسسات المتوسطة من 100 – 499 عامل

د. المؤسسات الكبيرة أكثر من 500 عامل

وتعرف الهند المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كالتالي:

كانت الهند تعرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على معيار رأس المال المستثمر وعدد العمال بحيث وضعت حدا أقصى لا يتجاوز 50 عامل مما ادى إلى عدم المساعدة في التحقيق من مدة مشكلة البطالة ومن ثم قامت الحكومة سنة 1967 بقص التعريف على رأس المال وحده وبالتالي أصبحت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الهند اذ لم يتجاوز رأس مالها 750 ألف روبية أو ما يعادل 000 000 1 دولار أمريكي و بدون وضع حد أقصى لعدد العمال الذين توظفهم المؤسسة.[2]

أما هولندا تعتبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ذات عشر أجزاء (عمال)[3].

في حين نجد أن الأردن تعرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أنها:" مؤسسات المقترحة لتصنيف المنظمات حاليا بها فتعتبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يعمل بها من (5- 9) عاملا".[4]

---

[1] اسماعيل شعباني، **ماهية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتطورها في العالم**، مداخلة مقدمة في الملتقى الدولي حول تحويل المشروعات الصغيرة وتطوير دورها في الاقتصاديات ، المغاربية جامعة فرحات عباس سطيف(كلية العلوم الإقتصادية و علوم التسيير)، 2003، ص 63.

[2] صفوت عبد السلام عوض الله، **اقتصاديات الصناعات الصغيرة ودورها في تحقيق التنمية**، النهضة العربية، القاهرة، 2005، ص 21.

[3] جمعة وآخرون، **الريادة وادارة الأعمال الصغيرة**، ط1، دار حامد، الأردن، 2006، ص 60.

[4] ضعاك نجية، **للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة** ،بين الأمس واليوم آفاق تجربة الجزائر، ملتقى دولي حول متطلبات تأهيل م ص م في دول عربية، جامعة شلف 17-18 أفريل، ص 137.

**(UNIDO) United nation indestrial developement organisation.

كما قد عرفت على أنها :"عبارة عن خط انتاجي صغير ينتج سلع كاملة الصنع أو غير كاملة (سلع وسطية) تدخل في عملية انتاجية لسلعة أخرى ،أما المؤسسات المتوسطة فهي المؤسسات الأكبر حجما وانتاجا وتنظيميا من المؤسسات الصغيرة، فالمؤسسات المتوسطة قد تتكون من خط انتاجي أو أكثر لانتاجه لسلعة أو أكثر".

ثانيا: مفهوم المؤسسة الصغيرة والمتوسطة في الجزائر والتطور التاريخي لظهورها:

عرف المشرع الجزائري المؤسسة الصغيرة والمتوسطة سنة 2000 وذلك تزامنا مع توقيع الجزائر على ميثاق العالمي حول المؤسسة الصغيرة والمتوسطة وتم على أنها "كل مؤسسة انتاج سلع أو خدمات ننتقل من 01 إلى 250 م شخصا ولا يتجاوز رقم أعمالها السنوي 02 مليار دينار أو لا يتجاوز مجموع حصيلتها السنوية 500 مليون دينار كما تتوفر على الاستقلالية بحيث لا يمتلك رأسمالها بمقدار 25 % فما أكثر من قبل المؤسسة أو مجموعة مؤسسات أخرى، لا يطبق عليها تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة"[1].

وقد تم وضع هذا التعريف اعتمادا على تعريف الاتحاد الأوروبي والذي يعتبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أنها:«كل مؤسسة تضم أقل من 250 أجير رقم أعمالها أقل من 50 مليون ون أو مجموع الميزانية لما يتجاوز 27 مليون من أو التي لا تكون في حد ذاتها ممتلكة نسبة 35% 25% من قبل المؤسسة أخرى لا تنطبق عليها هذه المعايير». وقد تم تمييز بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لعام 2001 م ،والجدول التالي يبين ذلك:

الجدول (01-01): تصنيف المؤسسات حسب القانون التوجيهي بالجزائر عام 2001

المواصفات	المتوسطة	الصغيرة	المصغرة
عدد العمال	250 – 50	59 – 10	9 - 1
رقم الأعمال	200 مليون – 2 مليار	200 مليون	20 مليون
الحصيلة السنوية	1 000 – 500 مليون	100 مليون	10 مليون

المصدر: الجريدة الرسمية، القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الجزائر،2001، ص ص:08 – 09.

[1] خيابة عبد الله، **المؤسسات الصغيرة والمتوسطة آلية لتحقيق التنمية المستدامة** ،دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، 2011، ص ص : 13 -15.

ثالثا: صعوبة تعريف المؤسسات الصغيرة و المتوسطة:

تكمن صعوبة إيجاد التعريف الموحد في صعوبة وضع الحدود الفاصلة بين مؤسسة وأخرى أو قطاع وآخر ،إذ باختلاف النشاط تختلف الحدود الفاصلة أو مقارنة مؤسسات القطاع بين بلدان ذات مستويات التنمية المختلفة. وكذا اختلاف المكان ومجال النشاط فالاقتصاد الأمريكي أو الياباني يختلف تماما عن الاقتصاد الجزائري أو السوري أو أي بلد نامي آخر من حيث مستويات النمو والتكنولوجيا المستخدمة والتطور الاقتصادي والاجتماعي والمحيط الذي تعمل ضمنه هذه المؤسسات.

ومن بين العوامل التي تتحكم في إيجاد التعريف الموحد لهذه المؤسسات هي :

1. عوامل اقتصادية
2. عوامل فنية
3. عوامل سياسية

1. العوامل الاقتصادية: وتضم ما يلي:

أ. **اختلاف مستوى النمو:** اختلاف درجة النمو بين الدول الصناعية المتقدمة و الدول النامية يعكس التطور الذي وصلت إليه كل دولة و أيضا وزن الهياكل الاقتصادية (مؤسسات و وحدات اقتصادية).فالمؤسسة الصغيرة في اليابان أو الولايات المتحدة الأمريكية أو في أي بلد مصنع يمكن اعتبارها مؤسسة متوسطة أو كبيرة في دولة نامية مثل الجزائر و ذلك حسب اختلاف وضعيتها الاقتصادية و النقدية و الاجتماعية، كما إن شروط النمو الاقتصادي و الاجتماعي تتباين من فترة إلى أخرى، فما يمكن أن نسميها بالمؤسسة الكبيرة الآن قد تصبح مؤسسة صغيرة أو متوسطة في فترة لاحقة ويؤثر المستوى التكنولوجي الذي يحدد بدوره أحجام المؤسسات الاقتصادية و يعكس التفاوت في مستوى التطور الاقتصادي.

ب. **تنوع الانشطة الاقتصادية:** عند المقارنة بين المؤسسات لفروع مختلفة نجد ان بعض قطاعات النشاط تتميز بكثافة رأسمالية أقل من قطاعات أخرى وبالتالي يقل عنصر العمل بها، على سبيل المثال مؤسسة تضم 500 عامل تعتبر كمؤسسة كبيرة في قطاع النسيج، في حين تصنف كمؤسسة صغيرة في قطاع صناعة السيارات، لهذا من الصعب أمام اختلاف النشاط الاقتصادي إيجاد تعريف واحد للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة يقوم على أساس عدد العمال .

ج. **اختلاف فروع النشاط الاقتصادي:** تختلف كل مؤسسة فروع النشاط الذي تنتمي إليه.

مثال ذلك ينقسم النشاط الصناعي إلى مؤسسات الصناعة الاستراتيجية ومؤسسات الصناعة التحويلية وهذا الأخير يضم بدوره عددا من الفروع الصناعية، من صناعات غذائية وصناعة الغزل والنسيج والصناعات المعدنية و صناعة الورق والخشب ومنتجاته ولذا تختلف كل مؤسسة من حيث كثافة اليد العاملة وحجم الاستثمارات الذي يتطلبه نشاطها، فالمؤسسة الصغيرة أو المتوسطة، تنشط في صناعة السيارات تختلف عن المؤسسة الأخرى عن الصناعة الغذائية من حيث الحجم، فهذه الأخيرة قد تعتبر متوسطة أو كبيرة.

2. العوامل التقنية: و يتلخص هذا العامل في مستوى الاندماج بين المؤسسات، فحيثما تكون هذه الأخيرة أكثر اندماجا يؤدي إلى توحد عملية الإنتاج و تمركزها في مصنع واحد وبالتالي يتجه حجم المؤسسات إلى الكبر بينما عندما تكون العملية الإنتاجية مجزأة وموزعة إلى عدد كبير من المؤسسات يؤدي ذلك إلى ظهور عدة مؤسسات صغيرة ومتوسطة.

3.العوامل السياسية : وتتمثل في مدى اهتمام الدولة ومؤسساتها بقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومحاولة تقديم مختلف المساعدات له وتذليل الصعوبات التي تعترض طريقه من أجل توجيه وترقيته ودعمه وعلى ضوء العامل السياسي يمكن تحديد التعريف وتباين حدوده والتمييز بين المؤسسات حسب رؤية واضعي السياسات الاستراتيجية التنموية والمهتمين بشؤون هذا القطاع.

المطلب الثالث: تصنيفات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

تأخذ المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أشكالا باختلاف المعايير التي صنفت على أساسها ومن هذه المعايير:

- طبيعة توجه المؤسسة.
- طبيعة المنتجات.
- طبيعة تنظيم العمل.
- الصناعة التكاملية.
- الشكل القانوني.

أولا: التصنيف على أساس طلبية التوجه

ويمكن أن نميز بين عدة أشكال:

- المؤسسة العائلية.
- المؤسسة التقليدية
- المؤسسة المتطورة وشبه المتطورة

1. المؤسسة العائلية:

مايميز هذا النوع أن مكان اقاميتها هو المنزل، وتعتمد على أعضاء الأسرة اللذين يساهمون في انشائها وتستخدم فنون انتاج بسيطة نسبيا لتواكب مع وفرة العمل وقلة رأس المال.

2. المؤسسة التقليدية:

تختلف عن المؤسسة العائلية في كونها لا تعتمد على عمل اعضاء الاسرة فحسب ،اذ تلجأ الاستعانة بعمال أجراء كما تتميز باستقلالية العمل عن المنزل مع اعتمادها على وسائل يدوية و تكنولوجية بسيطة .

3.المؤسسة المتطورة وشبه متطورة:

تختلف عن نوعية السابقين في كونها تلجأ إلى وسائل الانتاج حديثة سواء من ناحية التوسع في استخدام رأس المال الثابت لو من ناحية تنظيم العمل ويتم الانتاج بطريقة منظمة وطبقا لمقاييس صناعة حديثة.

ثانيا: التصنيف حيث طبيعة المنتجات

1.مؤسسات انتاج السلع الاستهلاكية:

تعتمد المؤسسة في هذا النظام على تضع المنتجات التالية:

أ. المنتجات الغذائية

ب. المنتجات الجلود والأغذية والنسيج

ج. المنتجات الفلاحية

د. الورق ومنتجات الخشب ومشتقاته.

2. مؤسسات الصغيرة والمتوسطة المنتجة للسلع الوسيطية:

تمثل كل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تدخل ضمن صناعات التالية:

أ. الصناعات الميكانيكية والكهربائية

ب. الصناعات الكيميائية والبلاستيكية

ج .المحاجر والمناجم

د.صناعة مواد البناء.

3. المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المنتجة للسلع التجهيز:

تتطلب صناعة التجهيز تكنولوجيا مركبة ويد عاملة مؤهلة ورأس مال أكبر مقارنة بالصناعات السابقة وهو مايجعل مجال تدخل المؤسسات ضعيف ؛حيث أنه يشمل بعض الفروع البسيطة فقط في بلدان الصناعية أما في البلدان النامية فتتكفل هذه المؤسسات بتصليح وتركيب الآلات المعدات الخاصة ووسائل النقل (السيارات، العربات، المعدات وأدوات الفلاحة، وغيرها) وهي تمارس عملية تركبية تجمعية انطلاقا من استيراد اجزاء المنتوج النهائي (قطع غيار) وانتاج بعضها، ثم القيام بعملية التجميع للحصول على المنتوج النهائي.

ثالثا: التصنيف حسب طبيعة تنظيم العمال:

يمكن أن نميز بين وحدات الانتاج على أساس أسلوب تنظيم العمل:

1. المؤسسة المصنعة:

يتميز هذا الأسلوب بتقييم العمل وتعقيد العمليات الانتاجية أو استخدام الأساليب الحديثة في التسيير من حيث طبيعة السلعة واتساع أسواقها.

2. المؤسسة غير المصنعة:

يجمع هذا النوع بين نظام الانتاج العائلي والحرفي العائلي الموجود لاستهلاك الذاتي أما الحر فهو نشاط دوري يعد سلفا للزبائن، حسب احتياجاتهم.

الجدول رقم (01-02): تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على أساس أسلوب تنظيم العمل

الإنتاج العائلي	النظام المصرفي		النظام الصناعي		نظام المصنع		
الانتاج المخصص للاستهلاك النهائي	عمل في المنزل	ورشات حرفية	عمل صناعي في المنزل	ورشة شبه مستقلة	مصنع صغير	مصنع متوسط	مصنع كبير
1	2	3	4	5	6	7	8

Source *:* TAby & R. Morse. La petite industrie modern et le développement, Tome 1 ENAL, Alger 1985 p23

رابعا: تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب الصناعات التكميلية:

تمثل الرابط الهيكلي بين مؤسسة رئيسية تكون غالبا مؤسسة كبيرة وأخرى تتميز بحجم صغير ،حيث يمنحها القدرة على التكيف مع شروط التعاون ويكون هذا التعاون بصورة مباشرة أو غير مباشرة.

1. التعاون المباشر:

وتكون المؤسسة الصغيرة تتيح سلعا وسيطية للمؤسسة الكبيرة إما عن طريق:

أ. تعاقد المؤسسات صغيرة ومتوسطة مع المصنع الكبير وترتبط بكامل انتاجها .

ب. تعاقد المؤسسات صغيرة ومتوسطة مع أكثر من مصنع لها الحرية الكاملة وتسمح بخلق المناصب شغل كبيرة.

هناك أشكال أخرى ملكية المؤسسات صغيرة ومتوسطة كالترخيص والمقاولة من الباطن التي عرفت انتشارا واسعا بعد الحرب العالمية الثانية:

- الترخيص أو الامتياز التجاري.
- المقاولة من الباطن.

2. التعاون بصورة غير مباشرة:

لايؤدي هذا النوع من التكامل إلى تقييم العمل والتخصص فالمؤسسة الصغيرة والمتوسطة تنتج سلعا معينة لا تنتجها المؤسسة الكبيرة اذ تتميز منتجاتها بنوعية أدنى وسعر منخفض[1].

[1] درايعية منيرة، **حاضنات الأعمال كآلية لدعم المؤسسات الصغيرة ومتوسطة**، مذكرة التخرج لنيل شهادة ماستر، تخصص مالية، كلية العلوم التجارية والاقتصادية وعلوم التسيير، تيسمسيلت، 2012 – 2013 ، ص ص : 11 – 15.

خامسا: تصنيف المؤسسات الصغيرة و المتوسطة حسب الشكل القانوني:

إن الشكل القانوني للمؤسسات يتفق على طبيعة النظام السائد، فهي الأنظمة الليبرالية تسود أشكال الملكية الخاصة، بينما في الأنظمة الاقتصادية الموجهة يكون تدخل الدولة كبيرا تسود أشكال الملكية العامة والتعاونية مع وجود أشكال فردية في نطاق محدود في بعض الأنشطة كالزراعة والخدمات.

1. المؤسسات الخاصة:

هي مؤسسات تخضع للقانون الخاص ويمكن ادراجها ضمن صنفين:

أ. المؤسسات الفردية: وهي المؤسسات التي تقود ملكيتها بالدرجة الأولى لشخص واحد يشرف على جميع الأعمال الادارية والفنية ومطالب بتوفير الأموال الضرورية للممارسة النشاط كما انه مسؤول عن مختلف التصوير والمتاجر و تمتاز هاته المؤسسات باجراءات تأسيس بسيطة والمرونة في ممارسة النشاطات الادارية الفنية.

ب. مؤسسة الشركات: الشركة عقد يلتزم بمقتضاه شخصين أو أكثر بأن يساهم كل منهم مشروع مالي بتقديم حصة مال أو عمل يقتسمون الارباح وقد وضع المشرع شروط موضوعية عامة وهي ذات الرضا الأهلية، العمل ،السبب وأما الشروط الموضوعية خاصة تتمثل في:

- تعدد الشركاء
- تقييم الحصص
- النية في المشاركة

وتنقسم مؤسسات الشركات إلى ثلاثة أنواع وهي:

- شركات الأشخاص:

هذا النوع من الشركات يقوم على أساس الاعتبار الشخصي والدقة والمبادلة بين الأطراف المشاركة مما يكون له أثر ايجابي ،على نشاط المؤسسة وهي ثلاثة أنواع:

*** شركات التضامن:** هي عقد بين شخصين أو أكثر يتحملون فيما بينهم مسؤولية تضامنية وغير محدودة من النشاطات والأعمال التي تمارس داخل المؤسسة و الإدارية التضامنية تعني المشاركة في الأعمال والنشاطات مع التزام الشركاء بالوفاء بمختلف الالتزامات المادية المترتبة على شركتهم والمسؤولية غير المحدودة.

*** شركات المحاصة:** تعتمد على اتفاق كتابي أو شفوي أكثر من الشركاء للقيام بنشاط اقتصادي خلال فترة زمنية محدودة لتحقيق ربح معين، يتم تقاسمه بين الشركاء حسب اتفاقهم ومع نهاية النشاط الاقتصادي الذي اقيمت لأجله، تنتهي شركة محاصة.

*** التوصية البسيطة:** هي من شركات الأشخاص تقوم على الاعتبار الشخصي ولاتختلف على شركة التضامن إلا من ناحية واحدة وهي أن الشركة تضم نوعين من الشركاء:

- شركاء متضامنون يسألون عن اموال الشركة في أموالهم الخاصة.
- شركاء موصون لا يسألون عن أموال الشركة إلا في حدود حصصهم.

- شركات ذات مسؤولية محدودة:

يقوم عدد من مستثمرين مشاريع الصغيرة والمتوسطة على شكل شركات ذات مسؤولية محدودة للتخلص من عيوب شركات التضامن، وتتميز هذه الشركات بما يلي:

- مسؤولية الشريك محصورة بحدود مساهمته في رأسمال الشركة
- يوزع رأس المال شركته إلى حصص متساوية ويمكن لشريك شراء حصة أو أكثر كما يمكن بيع حصته لغير شركاء.
- لايقبل في عدد شركات الاشخاص الطبيعين

تكون الادارة فيها من طرف الشريك أو أكثر أو من طرف شخص خارجي.

- شركات الأموال: تتضمن:

*** شركات المساهمة:** يقسم رأس المال الشركة الى حصص متساوية تسمى بالأسهم تطرح في السوق العملية لاكتساب بما يمكن تداولها ببورصة الأوراق المالية دون الرجوع إلى الشركة وموافقة المساهمين.[1]

[1] Xavier, greffe : Les percèrent-ils. Des emplois? Economic à paris, 1985 p 9 – 10.

المبحث الثاني: خصائص ومزايا المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وأهميتها.

هناك مجموعة من الخصائص التي تميز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة عن باقي المؤسسات الاخرى نظرا للدور الذي تستمده .

المطلب الأول: خصائص ومزايا المؤسسات الصغيرة و المتوسطة

إن للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة مجموعة من الخصائص تميزها عن غيرها من المؤسسات يمكن ذكرها فيما يلي [1]:

1. سهولة التأسيس (النشأة):

تستمد المؤسسات الصغيرة و المتوسطة عنصر السهولة في انشائها من انخفاض مستلزمات رأس المال المطلوب لانشائها ويعتمد على جذب وتفعيل مدخرات الأشخاص من أجل تحقيق منفعة تلبي حاجات محلية في أنواع متعددة في أنواع من النشاط الاقتصادي.

2. الاستقلالية في الادارة:

تتركز معظم القرارات الادارية لهذه المؤسسات في شخصية مالكها ،مما يسهل من قيادة هذه المؤسسات وتحديد الأهداف التي يعمل المشروع على تحقيقها ،يتوقف نجاح المؤسسة على قدرة الشخص على التحكم وادارة أعمال المؤسسة.

3. سهولة وبساطة التنظيم:

تظهر هذه الخاصية أكثر في المؤسسات المتوسطة بها عدد أكبر من العمال مقارنة بالصغيرة والمصغرة وذلك من خلال توزيع الاختصاصات بين أقسام المشروع بالتحديد الدقيق للمسؤوليات وتوضيح المهام، التوفيق بين المركزية لأغراض التخطيط والرقابة وبين اللامركزية لأغراض سرعة التنفيذ.

4. مركز التدريب الذاتي:

تعتبر مركزا ذاتيا للتدريب والتكوين لمالكيها والعاملين فيها وذلك جراء مزاولتهم لنشاطهم الانتاجي باستمرار، هذا ما يساعدهم على الحصول على المزيد من المعلومات والمعرفة ويؤهلهم لقيادة عمليات استثمارية وتوسيع نطاق فرص العمل المتاحة.

[1] خبابة عبد الله، مرجع سبق ذكره ،ص ص : 36 – 39

5. تتوفر على نظام معلومات داخلي يتميز بقلة التعقيد:

وهو ما يسمح بالاتصال السريع صعودا ونزولا بين ادارة المؤسسة وعمالها، أما خارجيا فنظام المعلومات يتميز بدوره بالبساطة نتيجة قرب السوق جغرافيا.

6. جودة الانتاج:

ان التخصص الدقيق والمحدد لمثل هذه المؤسسات يسمح لها بتقديم انتاج ذو جودة عالية تستجيب بشكل مباشر لأذواق واحتياجات المستهلكين.

7. توفير الخدمات للصناعات الكبرى:

وذلك بتوفير مستلزمات معينة للصناعات الكبيرة حيث تتم هذه العملية وفق التعاقد من الباطن (المناولة).

8. قصر فترة الاسترداد:

وهي عبارة عن الفترة المطلوبة لاسترداد تكاليف استثمار مشروع من واقع تدفقاته النقدية لصغر حجم رأس المال المستثمر، وسهولة التسويق، زيادة دورات البيع وقصر دورة الانتاج.

9. أحد آليات دمج المرأة في النشاط الاقتصادي:

ان اقامة المشروعات الصغيرة تعتبر مكانة هامة يسمح للمرأة من أن تصبح أداة انتاجية فاعلة من خلال المشاركة في مشاريع صغيرة والمساهمة في العملية الانتاجية.

المطلب الثاني: أهمية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة

ان الاهتمام بالمؤسسات الصغيرة و المتوسطة يعود إلى أهمية البالغة لهذا الشكل من المؤسسات ولعل أهميتها تكمن في النقاط التالية:

1. استيعاب القدرة الكامنة لدى الأفراد خاصة منهم ذوي الكفاءات والمهارات.
2. احداث التوازن الجهوي ذلك أن هذا النوع من المؤسسات سهل انشاء في المناطق المنعزلة والنائية.
3. تدعيم النسيج الاقتصادي وخلق بعض التكامل لأن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تنشط في مجالات مختلفة فلاحية وخدماتية ما يجعل الاقتصاد الوطني يتسم ببعض التوازن.
4. تساعد على الاستقرار الاجتماعي لكثير من الأفراد عن طريق خلق مناصب عمل.
5. تدعيم المؤسسات الكبرى في نشاطها عن طريق ما يعرف بالمناولة.

6. تفاعلها المباشر مع المستهلك يجعلها قادرة أكثر على توفير وتلبية رغباته الأساسية.

7. الابداع والابتكار.

8. مساهمة هذه المؤسسات في حماية البيئة لأن العديد منها يعتمد على مخرجات ونفايات الصناعية الكبرى.

9. خلق قيمة مضافة في الاقتصاد الوطني وبالتالي المساهمة في احداث تنمية اقتصادية واجتماعية[1].

أولا : الأهمية الاقتصادية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

و تنبع هذه الأهمية من خلال ما تحققه من نتائج في تدعيم:

1.المتغيرات الكلية:

من حيث مساهمتها في الناتج القومي الإجمالي فإنها تساهم بـ 40% من الناتج القومي الإجمالي للولايات المتحدة الأمريكية و تبلغ حصة القطاع الخاص 50% أما من حيث مساهمتها في رقم الأعمال فتبلغ حصتها 65% من مجموع رقم أعمال المشروعات في الإتحاد الأوربي، فمثلا في فرنسا حققت هذه المؤسسات رقم أعمال قدر بـ 850 مليار فرنك عام 1994 م كما تساهم المؤسسات التي تستخدم أقل من 100 عامل بنحو 25% من حجم المبيعات الأمريكية عند أواسط الثمانينات[2].

2. تدعيم الكيانات الاقتصادية الكبرى:

فاعتماد المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بدرجة أكبر على البحث والتطوير وتركزها في القطاعات فائقة التطور ،جعل منها مصدرا أساسيا لتقديم خدمات كبيرة وغير عادية للكيانات الاقتصادية العملاقة ،خاصة بالنسبة للمؤسسات المتخصصة في إنتاج السلع المعمرة كالسيارات والأجهزة المنزلية أو التي تقوم بإنتاج المعدات الأساسية كالآلات الصناعية والزراعية ،فهي تعتمد أكثر على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تزويدها بالقطع والمكونات التي تدخل في المنتج النهائي وغياب هذه المؤسسات يؤثر سلبا على المكاسب التي تحققها الكيانات الكبرى، لذا تسعى هذه الأخيرة إلى جذب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة إلى جانبها.

3. تحقيق التنمية المتوازنة جغرافيا :

بين الريف و المدن ومساهمتها في إعادة التوزيع السكاني وخلق مجتمعات إنتاجية جديدة في المناطق النائية والحفاظ على البيئة في المدن الكبرى على وجه الخصوص.

---

[1] خبابة عبد الله، مرجع سبق ذكره، ص ص: 35 – 36.

[2] وفاء عبد الباسط ،**مؤسسة رأس المال المخاطر ودورها في تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة** ،دار النهضة العربية ،مصر ،2001 ،ص18.

4. تساهم في تنمية الصادرات وتقليص الواردات :

مما يؤثر إيجابيا على ميزان المدفوعات للدول النامية ففي بلدان شرق آسيا يقدر صادراتها 40% من مجموع الصادرات وهو ما يمثل ضعف نسبة صادرات هذه المشروعات في بلدان منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية (OCDE) *كما تساهم في إنتاج القيمة المضافة وتزايد حصتها في إجمالي الناتج الوطني الخام.

5.القدرة على الارتقاء بمستوى الادخار و الاستثمار :

وتسيير وتعبئة رؤوس الأموال الوطنية من مصادر متعددة (الادخار ،الأفراد ،العائلات ،التعاونيات، الهيئات غير الحكومية) وبالتالي تعبئة موارد مالية كانت موجهة للاستهلاك الفردي غير المنتج.

ثانيا: الأهمية الاجتماعية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

إلى جانب الأهمية والدور الاقتصادي الذي تلعبه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة دورا على الصعيد الاجتماعي يمكن إجمال أهمها في النقاط التالية[1]:

1. تكوين حلقات وثيقة مع المستهلكين في المجتمع :

إن المؤسسات الصغيرة و المتوسطة وبحكم قربها من المستهلكين تسعى جاهدة إلى العمل على اكتشاف احتياجاتهم مبكرا والتعرف على طلباتهم بشكل تام وبالتالي تقديم السلع والخدمات ،إن ربط العلاقات مع المستهلكين تكون علاقات وطيدة بين المنتج والمستهلك وبالتالي يعطي درجة كبيرة من الولاء لهذه المؤسسة أو تلك وهذا ما لا نلاحظه بنفس الدرجة لدى المؤسسات الكبرى.

2. المساهمة في التوزيع العادل للدخول :

وهذا في ظل وجود عدد هائل من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المتقاربة في الحجم والتي تعمل في ظروف تنافسية واحدة ويعمل بها أعداد هائلة من العمال يؤدي ذلك إلى تحقيق العدالة في توزيع الدخول المتاحة وهذا النمط من التوزيع لا يوجد في ظل عدد قليل من المؤسسات الكبيرة والتي لا تعمل في ظروف تنافسية.

*(OCDE) Organisation de coopération et de développement économiques.

[1] رابح خوني ،حسن رقية ،مرجع سبق ذكره ،ص 54 .

3. تحقيق من المشكلات الاجتماعية :

و ذلك من خلال ما توفره هذه المؤسسات من مناصب للشغل سواء لصاحب المؤسسة أو لغيره وبتالي تساهم في حل مشكلة البطالة وما تنتجه من سلع و خدمات موجها إلى الفئات الاجتماعية الأكثر حرمانا وفقرا وبذلك توجد علاقات للتعامل مما يزيد الإحساس بأهمية التآزر والتآخي بصرف النظر عن الدين واللون والجنس .

4.إشباع رغبات و احتياجات الأفراد :

إن للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة فرصة للأفراد لإشباع حاجاتهم ورغباتهم من خلال التغيير من ذواتهم وآرائهم وترجمة أفكارهم وخبراتهم وتطبيقها من خلال هذه المؤسسات في أداة لتحقيق الذات لدى الأفراد و تحقيق الإشباع النفسي وتحقيق القوة والسلطة.

5. تقوية العلاقات و الأوامر الاجتماعية :

إن الاتصال المستمر بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وعملاتها وزبائنها في جو من الإخاء والود والتآلف والعمل على استمرارية مصالح الطرفين وتحقيق المنافع المشتركة وعادة ما يكون عملاء المؤسسة هم أنفسهم الأصدقاء والأهل مما يسهل التعامل ويزيد الترابط الاجتماعي بينهم.

6. زيادة إحساس الأفراد بالحرية و الاستقلالية :

إن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تعظم إحساس الأفراد بالحرية واستقلالية وذلك عن طريق الشعور الإنفرادي في اتخاذ القرارات دون سلطة وصية والشعور بالحرية المطلقة في العمل دون قيود وشروط الإحساس بالتملك والسلطة وتحقيق الذات من خلال إدارة هذه المؤسسة والسهر على استمرارية نجاحها.

7. خدمة المجتمع :

تؤدي المؤسسات الصغيرة و المتوسطة خدمة جليلة للمجتمع من حيث ما تقدمه من سلع و خدمات متناسبة مع قدراته وإمكانيته وزيادة قدراته الاستهلاكية وتحسين مستوى معيشته وتحسين مستوى الرفاهية وتعزيز العلاقات الاجتماعية ،أيضا تساهم هذه الأخيرة في خدمة الحي وتجميل المنطقة إضافة إلى العائد الاقتصادي المتحقق وهذا ما يزيد درجة الولاء لهذه المؤسسات من قبل المجتمع المحلي.

المطلب الثالث :عوامل إنتشار المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

إذا دقننا الملاحظة فإننا نجد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أكثر انتشار من المؤسسات الصناعية الكبرى. ويرجع ذلك إلي [1]:

أولا: العوامل الخاصة

1. عدم رغبة الكثير من االأفراد في الوقت الحاضر في العمل لدي الشركاء الكبرى.

في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ينظر إلي العاملين علي أنهم ملاك لهذه المشروعات فهي تقوم بإشرك العاملين في أرباح مؤسسة وهذا يهدف إلى زيادة انتمائهم إلي هذه ١لشركات .حيث يكون في المؤسسات الصغيرة الاتصال المباشر بين الإدارة والعمال واستشارة العمال فإن العمال يحسون بنوع من الثقة وبالتالي يقوم بالبذل والتضحية بعكس المؤسسات الكبرى يري العامل نفسه مجرد آلة ليس لديه قرار.

2. مرونة إتخاد القرارات الخاصة بالإنتاج والأسعار.

أ. وجود مرونة بين قسم التسويق وقسم الإنتاج وهذا يسهل اتخاد القرارات اللازمة

ب. تنسيق بين الإنتاج والبيع وهذا يساهم تحديد أسعار البيع

ج. هناك تنسيق بين التموين والإنتاج والتوزيع

3. قلة رأس مال المستثمر

أ. تتميز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ببساطة رأسمال المستثمر

ب. سهولة إقامة مؤسسات في كل مكان مثل مناطق الزراعية

ج. مؤسسات صغيرة والمتوسطة يجعل المستثمر في منطقة ولا يهاجر

د. توفير مناصب الشغل

ثانيا: العوامل العامة

1.المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تهتم بكل النشاطات

أ. مؤسسات الصغيرة والمتوسطة تهتم بكل أشكال النشاطات (فلاحيه ،صناعية ،خدماتية،....الخ

ب. تنشأ في أي مكان مهما كانت مميزته وخصائصه في الريف أو المدينة

ج. تساهم في امتصاص البطالة

---

[1] رحموني أحمد ،**المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودورها في إحداث التنمية الشاملة في اقتصاد جزائري**،ط1 ،مكتبة مصرية،2011.ص28 .

د. مساهمة فعالة في رفع الناتج الوطني وتحقيق الاكفاء الذاتي

2. المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لا تطلب يد عاملة ماهرة

أ. المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لا تطلب يد عاملة ماهرة ومتخصصة ومتكونة عاليا فهي تتطلب يد عاملة بسيطة؛ وهذا لا يجعلها تفكر في الاستثمار في الموارد البشرية ولا تسديد نفقات عالية مما يسهل عملية استثمارها.

ب. تطور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة البديل للصناعات المصنعة

3. سهولة إقامة المؤسسات

إقامة المشاريع مصغرة هو أسهل بكثير من إقامة مشروع أو مؤسسة كبيرة وذلك لأن مؤسسة كبيرة تطلب تهيئة الأرضي وإعداد هياكل القاعدية عكس مؤسسات الصغيرة والمتوسطة لا يتطلب التكاليف الباهضة وهذا ما دفع المستثمرين من الإقبال عليها.

المبحث الثالث: معوقات المؤسسات الصغيرة و المتوسطة

فهي تحد من امكانية انطلاق المشروعات وتختلف من حيث شدتها وتطورها وصدق تأثيرها على مسار المشروعات وتهديدها لوجودها.

المطلب الأول: مصادر تمويل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة

تلجأ المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في البداية إلى التمويل الذاتي والذي يتم عن طريق الأموال الذاتية والمدخرات الشخصية لصاحب المؤسسة ولكن يتصف قطاع المشروعات الصغيرة والمتوسطة في معظم الدول خاصة النامية منها بانخفاض القدرة على الادخار، مما يحد من التمويل الذاتي المتاح، فيلجأ أصحاب هذه المشروعات إلى مصادر تمويل أخرى تتمثل في[1]:

أولا: مصادر غير رسمية

وذلك من خلال القنوات التي تعمل في الغالب خارج اطار النظام القانوني الرسمي في الدولة كالإقراض من الأهل والاصدقاء ومدينو الرهونات ووكلاء المبيعات وجمعيات الادخار والإئتمان... الخ يقدم التمويل غير رسمي غالبا معظم الخدمات المالية للمشروعات الصغيرة.

ثانيا: مصادر رسمية

وذلك من خلال المؤسسات المالية الرسمية وتتمثل في الجهات التالية[2]:

1. البنوك التجارية (التمويل المصرفي):

حيث يقوم البنك بتقديم قروض للمؤسسات لسد حاجاتها التمويلية مقابل حصول البنك على فائدة مقابل هذا القرض وهذا وفق شروط وضمانات متفق عليها من الطرفين أو تنقسم هذه القروض إلى قروض إستثمارية طويلة لمواجهة احتياجات المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الآتية:

2. الهيئات والمؤسسات المتخصصة:

أحيانا تدخل القروض الممنوحة من طرف هذه الهيئات والمؤسسات الخاصة ضمن القروض البنكية إلا أن مصدرها ليس البنوك وانما جهات متخصصة في دعم المؤسسات الصغيرة و المتوسطة فقد تكون حكومية أو

---

[1] حديد كامل آل شيب، **ادارة مالية لشركات المتقدمة**، دار اليازوري، الأردن، 2010، ص 49.

[2] خبابه عبد الله، مرجع سبق ذكره ص،35 -36 .

شبه حكومية أو غير حكومية ويكون من أبرز أهدافها التنمية الاقتصادية وهدفها الأساسي ليس الربحية وانما المصلحة العامة ويكون نشاطها منصب في تقديم الدعم اللمؤسسات الصغيرة و المتوسطة.

ويجب الاشارة إلى أن أنواع التمويل المتاح للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة تتمثل في:

أ. التمويل التجاري: حيث يعتبر التمويل التلقائي أو طبيعي لأنه نتج من العمليات التجارية العادية للمؤسسة.

ب. التمويل الاسلامي (البنوك الاسلامية): يعد نظام التمويل في البنوك الاسلامية نظاما مستقرا ومرن يهدف الى ترسيخ مبدأ التعاون والحرية، حيث تحكمه قيم وقواعد تعود بالمنفعة على طرفي التبادل وبالتالي لايربح طرف على حساب الآخر ويعتبر التمويل الاسلامي بمثابة تقنيات تمويلية بديلة للنظام المعمول به في البنوك الكلاسيكية المبني أساسا على سعر الفائدة على سبيل المثال نذكر من الصيغ التمويلية ما يلي:

- الاستثمار أو التمويل بالمضاربة: البنك هو الممول والمستثمر صاحب الفكرة.
- التمويل بالمشاركة: البنك يساهم في التمويل.
- التمويل بالمرابحة: البنك يتكفل بشراء التجهيزات ووسائل الانتاج

ج.التأجير التمويلي (التمويل بالاستئجار): وهي عبارة عن تقنية تمويل الاستثمارات، تتم عن طريق عقد بين المؤجر والمستأجر لتأجير أصل منقول أو عقار خلال مدة معينة، مقابل التزام مستأجر بدفع الأقساط[1].

د. التمويل عن طريق رأس المال المخاطر: ويعرف تمويل رأسمال المخاطر بأنه التغيير الهيكلي في الادارة المالية للمؤسسة الفردية أو العائلية من خلال عميل له صفة شريك في المؤسسة يمول ويوجه قرارات استراتيجية للمشروع ويهدف في المقابل إلى تحقيق مردودية على مدى طويل[2].

هـ.التمويل عن طريق السوق المالي (البورصة): ويكون اما عن طريق التمويل باصدار أسهم عادية أو ممتازة يعتبر من قبيل المشاركة في رأس المال أو عن طريق التمويل باصدار سندات فهو تمويل بالمديونية طويلة الأجل.

[1] مصطفى رشيد شحية ،**النقود والمصارف الإئتمان** ،ط1، دار الجامعية الحديثة ،الاسكندرية، ص 314.

[2] AZOULAY.Rervé,Kreigei :de l'entreprise traditionnelle a la start-up : adition d'organisation broché,guy poullion 13décember 2000.

المطلب الثاني: المشاكل التي تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في العالم الكثير من المشكلات والعراقيل التي أظهرتها الدراسات والتحليل وقع منشآت الأعمال الصغيرة والمتوسطة في عديد من دول العربية خاصة أن هناك عراقيل تواجه نموها وتطورها وارتقائها في جميع بلدان العالم تقريبا وهي:

أولا: تكلفة رأس المال

إن هذه المشكلة تنعكس مباشرة على ربحية هذه المؤسسات من خلال الطلب من المشروعات الصغيرة والمتوسطة بدفع سعر فائدة مرتفع مقارنة بالسعر الذي تدفعه المنشأة الكبيرة اضافة إلى ذلك تعتمد المنشأة الصغيرة والمتوسطة على الاقراض من البنوك مما يؤدي إلى زيادة الكلفة التي تتحملها[1].

ثانيا: عدم وجود تعريف محدد

للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة يتسبب في الكثير من المشاكل لدى الاجهزة والوزارات التي تعتني بشؤونها ويشكل هذا عقبة أمام تطوير وتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لذلك يجب أن يوفر جهاز حكومي يختص بالمؤسسات[2].

1. انكماش النشاط الاقتصادي وركود حركة تبادل التجاري وانشطة المقاولات وعدم تمكنها من الاستفادة من الحوافز الاستثمارية واعفاءات جمركية وضريبية أو حصول على أراضي مجانية أو بأسعار منخفضة.

2. زيادة عرض الانتاج الوطني وصعوبة التصدير باضافة إلى منافسة المنتجات الأجنبية لانتاج الوطني خاصة في ظل الاقتصاد حر يؤدي إلى تراكم المخزون السلعي لدى منشآت الأعمال الصغيرة والمتوسطة.

3. ارتفاع عبء المحروقات والنفقات الثابتة غير مباشرة التي تتحملها المنشآت بغض النظر عن حجم النشاط ورقم الأعمال مثل الايجارات المباني ،رواتب الموظفين.

4. عدم منح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة قروض ائتمانية وذلك عند تمويل الخارجي ،شريطة ما لم تكن المنشآت السابقة الذكر صاحبه شهرة أو قائمة على ضمان شخصية معروفة .

5. اهمال معظم المنشآت الاعمال الصغيرة والمتوسطة مما يؤدي إلى تجنيب لاحتياطات المطلوبة والمنصوص احكامها في قواعد المحاسبة والمالية، الأمر الذي يؤدي الى التقليل من مصادر التمويل الذاتية المتاحة للمشروع.

---

[1] ليث عبد الله القهيلوي، **مشاريع الريادية الصغيرة والمتوسطة ودورها في عملية التنمية**، ط1، دار الحامد، الأردن، 2012، ص 35.

[2] فتحي العيد عبده أبو السيد، **الصناعات الصغيرة والمتوسطة ودورها في التنمية المحلية**، مؤسسة شباب الجامعة، الاسكندرية، 2005، ص 95.

6. دوافع المستهلك العاطفية المائلة إلى تفضيل المنتجات الأجنبية والقائمة على ارتباطه كذلك بالسلع المستوردة لفترة زمنية طويلة أو تقليد النمط الأوروبي والجمركي.

7. مشكل عدم اهتمام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بدراسة السوق المتوقعة لتصريف سلعهم وخدماتهم ناهيك عن اهمالهم في اجراء دراسات التنبؤ الطلب على منتجات منشأة .

8. مشكلة نقص الثقة بين المدير والعاملين ومايترتب عليها من انخفاض مستوى أداء العاملين.

9. نقص المعلومات عن المنشآت المنافسة في السوق من حيث عددها وطاقتها الانتاجية ومواصفات السلع التي تتعامل فيها والأسعار التي تبيع بها.

ثالثا: مشاكل السياسات والتوجهات الاقتصادية والسياسية:

أولى مخططو وواضعو السياسات الاقتصادية للبلدان النامية اهتماما متزايد للمؤسسات الكبيرة وبالقطاع العام عموما كخيار استراتيجي لعملية التنمية الاقتصادية، ومقارنة بذلك أهملت هذه السياسات أوضاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والقطاع الخاص ككل، ولم تقدم هذه الحكومات في معظم البلدان النامية ونذكر منها:

1.صعوبة الحصول على ترخيص ممارسة النشاط

2. عدم وجود هيئات حكومية تعني هذا القطاع وتدعم وجوده وتحافظ على استمرار وتقدم له كل المساعدات المالية وادارية.

3. عدم وضع تشريعات تتلائم وأوضاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

رابعا: المشاكل الادارية ومشاكل نقص المعلومات والخبرة التنظيمية:

تتلخص أهم المشاكل الادارية في كل من اهمال التخطيط والتوجيه والرقابة الادارية[1].

1. تبدأ مظاهر سوء الادارة في اهمال التخطيط والمتمثل في تخطيط الطاقة الانتاجية المخططة للموارد الأزمة للتشغيل (المواد/العمال/ الآلات وأموال...الخ).

2. ضعف التوجيه والتحفيز واستشارة هموم العاملين لبذل المزيد من الجهد وتحقيق أهداف الجميع (أهداف شخصية أو أهداف المؤسسة)[2]:

[1] خبابة عبد الله، ،مرجع سبق ذكره، ص ص :50– 58.

[2] ماجدة العطية، **ادارة المشروعات الصغيرة**، ط 2، دار المسيرة، عمان، 2016، ص 58.

3. غياب الرقابة والمتابعة وتفقد سير العمل والاشراف لسد كل الثغرات الادارية في الوقت المناسب اضافة إلى جملة من المعوقات الادارية كنقص الخبرة وعدم القدرة على اتخاذ القرار.

المطلب الثالث: الحلول المقترحة لمشاكل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

أولا: تسيير وتعميق ثقافة المؤسسة

إن تقافة المؤسسة تبدأ أساسا من تحسين الادارة التي لها دور كبير في تطوير ا المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتخلص من عقلية الاتكالية وكراهية القطاع الخاص وتفهم ميكانيزمات اقتصاد السوق المبنية على العمل والربح والمردودية[1] .

ثانيا: تطوير جهاز الاعلام الاقتصادي

يعاني قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من غياب جهاز اعلامي متخصص يكون مصدرا أوليا وموحدا للمعلومة الاقتصادية والمتوسطة بغية النهوض بها ودعمها والتنسيق بين مختلف الجهات التي تستمد منها المعلومة لدعم واعداد سياسة جديدة في مجال الاعلام الاقتصادي على غرار برنامج يرمي إلى وضع نظام اعلامي اقتصادي شامل لقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ؛و من أهدافه مايلي:

1. انشاء بنك للمعلومات الاقتصادية خاص بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
2. مسك جدول استبدالي يترجم تطور المؤشرات المميزة للقطاع.
3. سهولة تنقل وتنسيق المعلومات بين القطاعات المتخصصة.
4. انشاء حقول للمعلومات لاستثماراتها من طرف المستثمرين المحليين الاقتصاديين.

ثالثا: ترقية وتطوير آليات التمويل

يكتسب التمويل أهمية بالغة الأثر في تنمية وترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ولذلك بتوجب اعداد سياسات تمويل تأخذ في الحسبان احتياجات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وخصائصها.

1. وبما أن التمويل المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة يعد أبرز المشكلات التي تواجه قيامها ولايجاد أمر الذي يواجهنا لايجاد حلول لهذه المشكلات فإننا نقدم بعض التوصيات على صعيد تحسين ودعم التمويل والمشاريع الصغيرة والمتوسطة والتي يمكن أن تشكل في مجملها استراتيجية مقترحة لتحقيق هذه الأهداف.
2. زيادة الوعي لأهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتوضيح دورها في التنمية الاقتصادية .

[1] رابح خوني، رقية حساني، ، مرجع سبق ذكره، ص 60.

3. اعداد دراسة عن المتطلبات التمويلية لدعم تأسيس المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

4. اجراء دراسات مقارنة حول مدى مساهمة المؤسسات المالية في تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

5. تأسيس قاعدة بيانات منخفضة بشروط وتفاصيل أنظمة تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

6. اجراء مسح دوري لهذه المؤسسات لتجميع الاحصائيات الخاصة بها في مجالات الانتاج والقوى العاملة ورأس المال وغيرها بهدف مساعدة الجهات المسؤولة في انقاذ القرار المناسب لتطوير هذه المؤسسات تشخيص احتياجاتها التمويلية المختلفة.

7. توطيد علاقات التعاون بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والسلطات العمومية.

8. محاولة انشاء مراكز بحث وتطوير يختص نظامها جمالا في تحسين أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة و العناية بتشخيص المشاكل التي تواجهها .

9. تنسيق دعم الكتروني للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة عن طريق العمل على دفع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة على شغل مواقع الكترونية على شبكة الانترنت لتدعيم الميزة التنافسية و سهولة الوصول الى مستهلك العالمي .

10. وضع اقتراحات لحماية السلع الوطنية عن طريق تحسين الكفاءة الانتاجية تماشيا ولو نسبيا بالمقاييس والمواصفات الدولية وتكييف السلع مع المنتجات العالمية[1].

[1] خيثر هواري، **تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة ماجيستير، جامعة تيارت، تخصص: تسيير واقتصاد المؤسسات، سنة 2008-2009، ص: 155.

خلاصة الفصل:

إن مصطلح المؤسسات الصغيرة و المتوسطة يبقى صعب التحديد و يظهر ذلك في :

تتسم المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بالتعقيد وعدم الإنساق وهناك العديد من المفاهيم التي تستخدم حاليا من قبل مختلف الدول والهيئات العامة في هذا المجال ،تختلف باختلاف ظروف كل دولة، ويمكننا أن نستنتج عدم إمكانية الوصول إلى تعريف موحد للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لجملة من الأسئلة تتمثل أهمها فيما يلي :

- فارق بين تركيبة قوى الإنتاج المميزة للاقتصاد العالمي
- اختلاف النشاط الصناعي
- تعدد معايير التصنيف
-اختلاف درجة النمو

إن صعوبة إعطاء مفهوم على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أدى الباحثين إلى الاعتماد على عدة معايير لتعريفها ،حيث قسمت تلك المعايير:

-معايير كمية و تتمثل معايير عدد العاملين ورأس المال، وحجم الإنتاج ودرجة الانتشار وحجم الاستهلاك السنوي .

- معايير تعتمد على ظروف الوظيفة و تشتمل نمط اللكية السائد و مكونات التنظمية.

- تعرف المساهمات المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الاقتصاد و المتوسطة في الاقتصاد الجزائري مجموعة من العراقيل تحول دون تنمية و ترقية هذا القطاع و تحقيقه للأهداف المسطرة و أهم هذه المعوقات:

- انتشار البيروقراطية و ضعف جانب التشويهي و التنظيمي.
- عدم تنظيم آليات الحصول على العقار الصناعي
- المشاكل المتعلقة بالمحيط و نقص المعلومات الاقتصادية حول هذا القطاع و أهم المجالات الخصبة التي يمكن الاستثمار فيها.

نظرا للأهمية التي أولتها السلطات العمومية الجزائرية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة كان من الضروري العمل على القضاء على كل المشاكل التي تعاني منها و لاسيما التمويلة و على هذا الأساس يجب بناء استراتيجي دائم أساسه البقاء و التطوير و تحقيق الاختيار الاستراتيجي الأمثل.

الفصل الثاني

السياحة و التنمية السياحية

تمهيد :

تعكس السياحة مدى التقدم الحضاري والاجتماعي والعلمي للشعوب لما لها من أبعاد إقتصادية اجتماعية فهي ظاهرة انسانية تتصف بحركة العالم الخارجي.

فالسياحة تعد أكثر القطاعات أهمية و ديناميكية فهي قادرة على جلب مداخيل هامة من العملة الصعبة وتساهم في امتصاص البطالة ،ولهذا فالكثير من الدول جعلت هذا القطاع حجر أساس لاقتصادها الوطني ،من هنا جاء هذا الفصل للحديث عن السياحة وأهميتها والختام للحديث عن ما يعرف بالتنمية السياحية وهذا من خلال ثلاث مباحث :

المبحث الأول: الإطار النظري للسياحة

المبحث الثاني: الأهمية الاقتصادية و الاجتماعية للسياحة و أهدافها

المبحث الثالث: التنمية السياحية

المبحث الأول: الاطار النظري للسياحة

إن السياحة تعد أحد القطاعات الأكثر أهمية و ديناميكية عبر العالم ،فهي قادرة على جلب مداخيل هامة من العملة الصعبة و امتصاص البطالة و ترقية مناطق بأكملها ،ولهذا فكثير من الدول جعلت من هذا القطاع حجر أساس اقتصادها الوطني ،وأصبح ناتجها الداخلي الخام يرتكز بشكل كبير على النشاط السياحي عبر مداخيل شبكاتها السياحية.

المطلب الأول: مفهوم السياحة والسائح

أولا: تعريف السياحة

تختلف تعاريف السياحة باختلاف الزاوية التي ينظر إليها منها ،فمنهم من يعرفها كظاهرة اجتماعية ،والبعض الآخر يعرفها كظاهرة اقتصادية ،ومنهم من يرى بأنها عامل لبعث العلاقات الانسانية والتنمية الثقافية ويمكن ذكر أول تعريف للألماني "جويبر فرويلر" عام 1905 ،والذي عرفها كما يلي:

السياحة ظاهرة من ظواهر عصرنا تنبثق من الحاجة المتزايدة إلى الراحة وتغير الهواء ،وإلى مولد الاحساس بجمال الطبيعة ونمو هذا الاحساس والشعور بالبهجة والمتعة ،والاقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة وأيضا نمو الاتصالات وخاصة بين الشعوب وأوساط مختلفة من الجماعات الانسانية ،وهي الاتصالات التي كانت ثمرة إتساع نطاق التجارة والصناعة سواء كانت كبيرة أو متوسطة أو صغيرة وثمرة تقدم وسائل النقل[1].

حسب تعريف"شوليرت شراتنهوفن Schullard.h.v" النمساوي عام1910:السياحة هي الاصطلاح الذي يطلق على أي عمليات خصوصا العمليات الاقتصادية التي تتعلق بوفود واقامة وانتشار الأجانب داخل وخارج منطقة معينة أو أية بلدة تربطهم ارتباطا مباشرا[2].

كما نشر في نفس السنة مقالا "إدموند بكاد" "Edmond picard" وهو أستاذ الجامعة بروكسل ،تحت "عنوان صناعة" ،وصف فيه مهمة السياحة ودورها كصناعة ،بقوله :" أن المهمة التي تقوم بها السياحة والمدى الواسع التي تعمل فيه كل فروعها لا يتضح فقط من وجهة نظر أولئك السياحين ولكن من الوجهة المالية ،أي من جهة الأموال الوفيرة التي ينفقها السائح وينتفع بها أولئك الذين ينتقل إليها السائح ويتجول في

[1] أحمد الجلاد، **التخطيط السياحي والبيئي بين النظرية والتطبيق**، ط01 ،عالم الكتاب ، القاهرة 1988، ص 108.

[2] ريان درويش، **الاستثمارات السياحية في الأردن**، رسالة ماجيستير، معهد العلوم الاقتصادية ،جامعة الجزائر ، 1996، ص 11.

بلدانهم وتكون الفائدة مباشرة لصناعة الفنادق وغير مباشرة عن طريق المصاريف التي ينفقها السائح لإشباع رغباته سواء من أجل التعليم أو المتعة [1].

السياحة حسب تعريف "جون ميشو":وهو مسؤول في المجلس الأعلى للسياحة الفرنسي ،عرف السياحة كما يلي :"السياحة هي نشاط يحتوي على عمليتين انتاج واستهلاك تحتم تنقلات خاصة بها خارج مقر الاقامة الأصلي ليلة على الأقل ،حيث يكون السبب هو التسمية ،التداوي ،اجتماعات ،زيادة المقدسات الدينية ،تجمعات رياضية... الخ"[2].

تعريف السياحة حسب المجلس الاقتصادي والاجتماعي الفرنسي في قراره الصادر في 1972:

يعرفها تعرف السياحة على أنها :" فن تلبية الرغبات الشديدة التنوع التي تدفع إلى التنقل خارج المجال اليومي"[3].

تعريف المنظمة العالمية للسياحة(OMT)* : وضعت المنظمة العالمية للسياحة مجموعة من التعاريف ،والتي تتحكم في كافة الاحصاءات التفصيلية حول السياحة ،وكان ذلك عام 1963 ،في مؤتمر نظمته حول السياحة الدولية ،وهذه التعاريف هي[4] :

1. الزائر: هو كل شخص يتوجه إلى بلد يقيم فيه لأغراض مختلفة وليس ممارسة مقابل أجر ويخص فئتين من الزوار:

أ. السواح: تكون أسباب زيارتهم هي الترفيه ،الراحة ،قضاء العطل ،الصحة ،الدراسة ،الرياضة ،أو زيارة الأقارب ،ويمكثون على الأقل 24 ساعة في البلد الذي يزورونه.

ب. المتنزهون: هم الذين لا تتعدى إقامتهم 24 ساعة وهم:

- الأشخاص الذين يسافرون لحضور اجتماعات أو أداء مهمات.
- المشتركون في الرحلات البحرية على ظهور السفن ،حتى وإن تعدت مدة إقامتهم 24 ساعة.
- المسافرون الذين يتوقفون في الطرق ولو زادوا على 24 ساعة.

---

[1] محمد مرسي الحريري، **جغرافية السياحة**، دار المعرفة الجامعية، مصر،1991، ص 18.

[2] G.P la zoto, **géographique du tourisme**, maison paris, 1990, p :13.

[3] أحمد لشهب، **السياسة السياحية في الجزائر من 1962 إلى 1982**،رسالة ماجيستير،كلية العلوم الإقتصادية والتسيير،جامعة الجزائر،1987، ص14.

*(O.M.T) Organisation mondial du tourisme

[4] Gerard gwibilato: **economic touristique**, Delta et Spes, Suise, * 1983,10

نظرة الجزائر في تعريف السياحة: وقد بينت الجزائر نفس التعاريف السابقة (الزائر ،السائح ،المتنزه...) وأضافت بعض التعاريف هي[1]:

1. الدخول: كل مسافر عبر الحدود ،وداخل التراب الوطني خارج مساحة العبور ،يعتبر دخيلا.

2. المقيمين: هم المسافرون غير المتنزهون والعابرين بالجزائر باستثناء المتنزهون في الرحلة البحرية.

3. غير المقيمين: كل زائر مؤقت تمنح له في الحدود تأشيرة عبور مدتها 05 أيام للعابرين جوا

4. المتنزهون عن طريق الجولة البحرية: هم زوار يستعملون الباخرة نفسها ذهابا وإيابا ويقطنون بها طول مدة الرحلة بحيث لا يعتبرون مقيمين.

ثانيا: تعريف السائح

لايزال تعريف السائح موضوع جدل ،فلتعريف السائح أهمية كبرى من نواحي عدة كالناحية الاحصائية التي تهتم بجمع المعلومات والبيانات الاحصائية ،اذ لا يمكن تحديد إحصائيات وجمع بيانات عن أعداد السياح واصنافهم وقابليتهم للصرف وفترة بقائهم إلا بعد أن يكون للإحصائي خلفية كاملة عن مفهوم السائح وشروطه كي يميزه عن بقية الفئات الأخرى ،أما الناحية الادارية والتنظيمية فلا بد من تحديد فئة السياح ومعرفة الأماكن والمنشآت التي تستضيفهم وتقدم الخدمات لهم أي يتم تشكيلها لاستقبالهم[2].

تطور مفهوم السائح مثلما تطور مفهوم السياحة عبر الزمن ،فعرفته اللجنة الاحصائية التابعة لعصبة الأمم سنة 1973 عل أنه :"كل شخص يسافر من 24 ساعة أو أكثر لمكان غير الذي يقيم فيه بصفة دائمة لأسباب عديدة : تمتعيه ،صحية ،دينية ...الخ[3].

أما الأكاديمية الدولية للسياحة تقتصر على تعريف واحد للسائح وهو أنه "شخص يسافر للمتعة".

---

[1] المجموعة الاحصائية السنوية للجزائر، الديوان الوطني للإحصائيات، نشرة 1991، ص 264.

[2] ماهر عبد العزيز، **صناعة السياحة**، دار زهوان، مصر، 1997، ص 25.

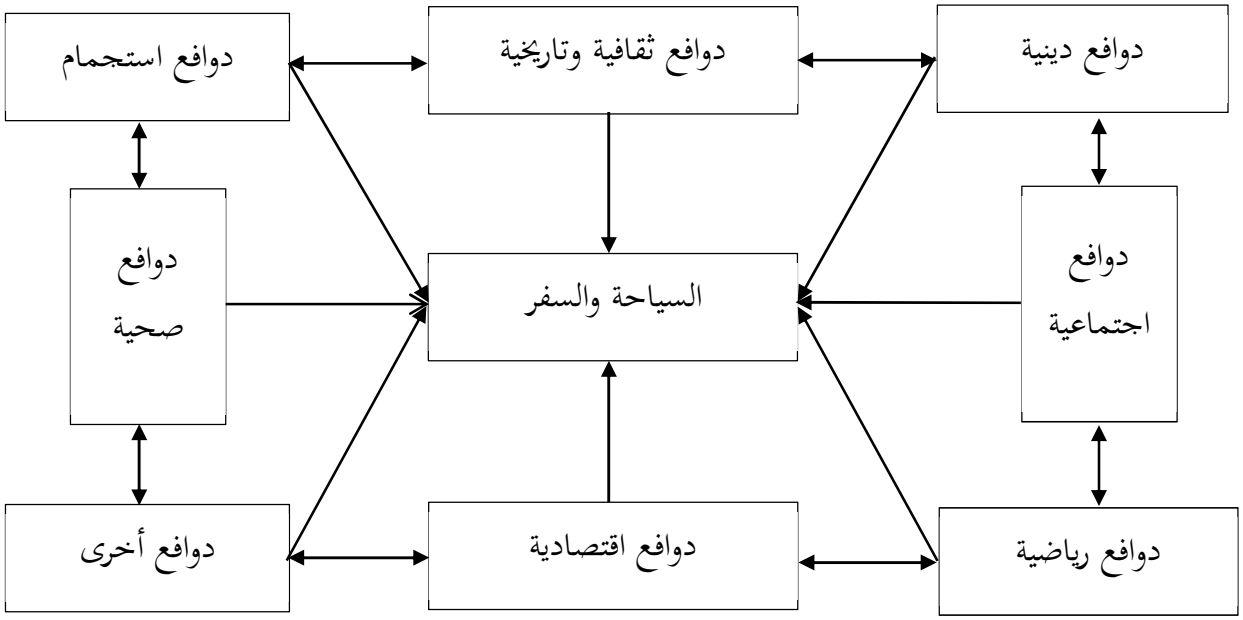
[3] يسرى دعبس، **العولمة السياحية وواقع الدول المتقدمة والدول النامية**، الملتقى المصري للإيداع والتنمية، ط 01،اسكندرية، 2002، ص 19.

المطلب الثاني: دوافع وخصائص السياحة

أولا: دوافع السياحة

يقصد بدافع السياحة هنا الرغبة والميول اللذان يدفعان بالإنسان إلى التنقل من منطقة إلى مناطق معينة دون غيرها ،لأجل اشباع حاجات في نفسه ،وتختلف السياحة من شخص إلى آخر ،فقد تكون هذه الدوافع اقتصادية ،أو اجتماعية ،دينية ،أو صحية...الخ ،فهنالك العديد من الدوافع ليست على مستوى واحد من الأهمية ،وعليه سنحاول تقديم هذه الدوافع في مجموعات يوضحها المخطط الموالي:

الشكل رقم (02-01): دوافع السفر والسياحة



المصدر: ماهر توفيق عبد العزيز ،صناعة السياحة ،دار زهوان ، الأردن ،1997 ،ص 51.

من خلال المخطط السابق تتضح أهم الدوافع التي تؤدي إلى قيام النشاط السياحي والتي على ضوئها تتحدد أنواع السياحة وتتمثل هذه الدوافع في[1]:

1. دوافع ثقافية وتاريخية: وترتبط هذه الدوافع:

أ. مشاهدة المعالم التاريخية والآثار والتعرف على تاريخ الحضارات القديمة ومشاهدة المعالم الحضارية والمشاركة في المناسبات الثقافية.

[1] خالد كواش، **السياحة: مفهومها، أركانها، انواعها**، ط 01 ،دار التنوير، الجزائر، 2007، ص 77.

ب. الاطلاع على حياة الناس في البلدان الأخرى والتعرف عليها وعلى أعمالهم وثقافتهم ونمط وطريقة معيشتهم الاجتماعية.

ج. مشاهدة المواقع الحضارية المهمة والمشهورة في العالم مثل: زيارة تمثال الحرية في نيويورك

د. معرفة أخبار الساعة وما ينجر عنها من تعرف على مدى التقدم العلمي وعلى ما يدور في العالم.

2. دوافع دينية: تتمثل هذه الدوافع في:

أ. زيارة الأماكن المقدسة كزيارة المسجد الأقصى ،كذلك زيارة الكعبة المشرفة في أوقات الحج والعمرة من كل سنة.

3. دوافع اجتماعية: وتشمل على:

أ. زيارة الأقارب والاصدقاء لتجديد الروابط الأسرية.

ب. زيارة البلد الأم إن كان السائح يعيش في غير بلده الاصلي.

ج. الرغبة في زيارة أماكن سبق أن زارها الاصدقاء في بلد الأم وتركت انطباعا معينا لديهم.

4. دوافع صحية: وتكون السياحة بهدف:

أ. السفر لغرض العلاج والتداوي وذلك بزيارة المنابع والحمامات المعدنية والعيون الكبريتية.

ب. البحث عن طقس يلائم المريض كأن يبتعد عن الجو البارد بحثا عن الجو الدافئ أو العكس.

ج. البحث عن الراحة النفسية والتمتع بالهواء النقي والاسترخاء بعد الشفاء من مرض معين.

5. دوافع اقتصادية: وتكون السياحة بسبب:

أ. الأعمال وعقد الصفقات التجارية ،كذلك حضور الاجتماعات والمؤتمرات والندوات العلمية.

ب. حالة انخفاض في الأسعار البلد السياحي نجد أن التدفق السياحي يزداد ،وذلك بغرض التمتع بالخدمات السياحية المقدمة.

ج. فرق العملة الناتج عن التحويل يؤدي إلى تدفق السياح إلى بلدها ،تكون عملته منخفضة لغرض التمتع بالخدمات السياحية.

6. دوافع رياضية: وتقوم هذه الدوافع على:

أ. المشاركة في الألعاب الأولمبية أو مشاهدتها ،مشاهدة المباريات الرياضية.

ب. السياحة بغرض ممارسة بعض الرياضات كرياضة التزحلق.

7. دوافع الاستجمام: ويندرج تحت هذا الدافع:

أ. الرغبة في الاستجمام والراحة ،البحث عن الهدوء والبعد عن المصاعب التي تواجه الفرد في حياته.

ب. الرغبة في مشاهدة الطبيعة والتعرف على خباياها ،والحيوانات التي تعيش بها.

8. دوافع أخرى: وتكون السياحة هنا لعدة أهداف لم تصنف سابقا وهي كالتالي [1]:

أ. حب المغامرة

ب. العلم كدراسة بعض الظواهر

ج. حب التفاخر والمباهاة.

ثانيا: خصائص السياحة

تهدف السياحة إلى استثمار الموارد الطبيعية والبشرية المتاحة في المنطقة أو الدولة كالشواطئ الرملية أو المناخ المعتدل أو المناطق الجبلية أو الغطاءات الجليدية أو الاماكن الدينية أو التاريخية والأثرية ،وهي بذلك لا تختلف عن الأنشطة الاقتصادية الأخرى التي تسعى إلى استغلال الموارد الطبيعية المتاحة كالموارد المعدنية والغابات ويمكن حصر أهم خصائص صناعة السياحة فيما يلي [2] :

1. تعد السياحة نشاطا اقتصاديا متزايدا أو متضاعف الطبيعة وبصورة مطردة وخاصة فيما يتعلق بالدخل والاستخدام السياحي.

2. تتأثر صناعة السياحة بعاملي أسعار السفر والخدمات السياحية ومستوى المداخيل للأفراد بصورة كبيرة ،أي تتغير بسهولة في قرارات السياح وتوجهاتهم ،بالتغيرات التي تحدث في كل من تكاليف أنشطة السياحة ومستوى المداخيل.

3. تعتبر السياحة صادرات غير منظورة ،فهي لا تتمثل في ناتج مادي يمكن نقله من مكان إلى آخر.

4. ان المنتج السياحي المتمثل في عوامل الجذب السياحي (الطبيعية ،التاريخية ،الأثرية) هي موارد لا تدر عائدا بطبيعتها إلا إذا بيعت في شكل منتج سياحي.

5. ان المنتج السياحي منتج مركب ،فهو مزيج مشكل من مجموعة عناصر متعددة تتكامل مع بعضها البعض ،وتؤثر وتتأثر بالقطاعات الأخرى في المجتمع.

---

[1] كواش خالد، مرجع سبق ذكره ، ص ص 78-79.

[2] محمد خميس الزوكة، **صناعة السياحة من منظور جغرافي**، ط 02 ،دار المعرفة الجامعية، اسكندرية، 1995، ص 264.

6. ان السياحة الدولية منتج تصديري ،يتعرض في بعض الأحوال إلى درجة من عدم الاستقرار لأنه يتعلق بتأثيرات من القوى الخارجية ،ومرونة عالية بالإضافة إلى مشكل الموسمية.

7. عدم قابلية المنتج السياحي للتخزين أو النقل من مكان إلى آخر كما في العديد من الصناعات الأخرى التي تصلح منتجاتها للتخزين لفترات زمنية معينة بما يتفق وحجم العرض والأسعار.

8. صعوبة استقطاب السياح وتعذر ضمان جذبهم سنويا نظرا لكثرة للمغريات السياحية في مناطق العالم المختلفة ،مما يعني اتساع العرض السياحي العالمي وبالتالي ضعف إمكانية تردد السائح على نفس المنطقة السياحية أكثر من مرة واحدة.

المطلب الثالث: أنواع السياحة

تختلف أنواع السياحة وتتعدد تبعا للتنوع الرغبات والاحتياجات المختلفة ،كم ساهم التطور العلمي والاقتصادي والاجتماعي على هذا التنوع ،فظهرت بذلك أنواع جديدة للسياحة لم تكن من قبل كسياحة المؤتمرات والمعارض والحوافز وغيرها ،وقد صنفت أنواع السياحة تبعا للمعايير الآتية:

أولا :حسب عدد الأشخاص: هناك عدة أنواع حسب هذا المعيار وهي[1]:

1.السياحة الفردية: هي سياحة لا تعتمد على برنامج منظم أو محدد وهي غير منظمة ويقوم بها مجموعة أو شخص واحد لزيارة بلد أو مكان ما ،وتتراوح مدة إقامتهم حسب تمتعهم بالمكان أو حسب وقت الفراغ المتوفر لديهم.

2.السياحة الجماعية: وهي عكس الاولى فهي منظمة ،حيث يتم ترتيب وتنظيم كل شيء مسبقا من طرف الشركات السياحية.

ثانيا: حسب وسيلة النقل المستعملة: بالنسبة لهذا المعيار نجد ما يلي[2]:

1.سياحة برية.

2.سياحة بحرية أو نهرية.

3.سياحة جوية.

[1] ماهر عبد العزيز، مرجع سبق ذكره، ، ص 52.

[2] يسرى دعيس، **السياحة**، الملتقى المصري للإبداع والتنمية، القاهرة، 2001، ص 113.

ثالثا: حسب السن: طبقا لهذا المعيار نجد[1]:

1.سياحة الطلائع: وترتبط بالسن من 07 – 14 سنة ،وهي عادة ما تكون في إطار رحلات استكشافية ،أو رحلات تعلم السياحة أو التعرف على الطبيعة وتنظم من طرف الشركات أو النقابات أو الجمعيات الخيرية.

2.سياحة الشباب: في هذا النوع يكون هناك البحث عن الاثارة ،والبحث عن الحياة الاجتماعية وهذا لارتباطه بالسن الذي يتراوح ما بين 15 – 21 سنة.

3.سياحة الناضجين :وهي موجهة للذين تتراوح أعمارهم ما بين 35 – 55 سنة ،وهي سياحة المتعة والبحث عن الراحة والاستجمام.

4.سياحة المتقاعدين: يشارك فيها كبار السن وتكون لفترات طويلة وأسعار مرتفعة.

رابعا: حسب مدة الاقامة:

1.السياحة الموسمية: وهي سياحة تتعلق بقضاء السائح لعطلته في مكان وموسم معين ومدتها شهر إلى ثلاثة أشهر ،وتتميز بالدورية والتكرار.

2.السياحة العابرة: وتكون عن طريق تنقل السواح بالطرق البرية ومرورهم الاضطراري في طريقهم على بلد معين ،أو الهبوط الاضطراري لطائرة في مطار ما.

خامسا: حسب الجنس: هناك نوعان:

1.سياحة الرجال.

2.سياحة النساء.

سادسا: حسب مستوى الانفاق والطبقة الاجتماعية:

1.سياحة الذين لديهم دخل مرتفع فهم يسافرون بوسائلهم الخاصة.

2.سياحة الطبقة المتميزة التي تستخدم النوعيات الممتازة من الخدمات ،فنادق خمسة نجوم ومقاعد الدرجة الأولى في الطائرات...الخ[2].

3.السياحة الاجتماعية أو العامة لذوي الدخول المحدودة.

---

[1] يسرى دعيس، **السياحة** ، مرجع سبق ذكره ،ص 128.

[2] كواش خالد، **أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية**، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2003-2004، ص 44.

سابعا: حسب المناطق الجغرافية:

1. السياحة الداخلية: وهي تنقل الأفراد داخل البلد نفسه ،وهو يحتاج إلى نوع معين من الخدمات والاسعار.

2. السياحة الخارجية: وتعتمد على السياح الأجانب ،وتسعى كل دولة على تشجيع هذا النوع من السياحة لجلب العملة الصعبة ،ويعتمد على عناصر جذب داخلي بشكل سليم ،وخاصة البنى التحتية والأمن والاستقرار وكذا الانخفاض في الأسعار.

ثامنا :حسب أماكن النوم: تقييم السياحة حسب أماكن النوم إلى الأنواع الآتية [1]:

1. السياحة في الفنادق: تستخدم للنوم للإقامة وهي أكثر الأنواع استخداما وتفضيلا.

2. السياحة في الموتيلات: هي اختصار لكلمتين "موتور" و "اوتيل" ،والموتيل يمثل فندق للسياح الذين يصطحبون معهم مركباتهم أثناء السفر ،و بنيت على جوانب الطرق الطويلة ليستريح فيها المسافرون ويصلحون مركباتهم.

3. السياحة في القرى السياحية: ظهرت في فرنسا والنمسا ،وكانت مخصصة لأعضاء النوادي السياحية واصبحت حاليا مواقع سياحية لجميع السياح بنيت فيها المرافق الحديثة.

[1] مروان محسن السكر ،**السياحة مضمونها وأهدافها**، سلسلة الاقتصاد السياحي –ج1–، الأردن، 1994، ص 15.

المبحث الثاني: الأهمية الاقتصادية والاجتماعية للسياحة وأهدافها

السياحة نشاط يتعلق بالسفر و البقاء لفترة خارج المكان المعتاد لغرض التسلية و الترفيه ،و بالتالي أي نشاط له آثار و انعكاسات و أهداف إجابية أو سلبية سواء على الناحية الاقتصادية ،الاجتماعية أو البيئية.

المطلب الأول: الأهمية الاقتصادية للسياحة وآثارها

السياحة هي عملية انتقال العملات من الدول المصدرة إلى الدول المستوردة للسياح ،عن طريق السياح أنفسهم. ولابد أن ينجر عن عملية انتقال الأموال هذه عدة آثار على اقتصاديات الدول ،وبصفة عامة صارت نشاط اقتصادي يؤثر ويتأثر بفعل عوامل يمكن أن نجملها في النقاط التالية [1] :

1. طبيعة عوامل الجذب الرئيسية أو المغريات السياحية (مستوى العرض السياحي) وعلاقتها بالتدفق السياحي.
2. كثافة وحركة الانفاق السياحي في الأقاليم المستقبلة أو المقصودة (الدول المضيفة).
3. مستوى التنمية الاقتصادية في الدول و الأقاليم المستقبلة أو المقصودة.
4. حجم وقوة القاعدة الاقتصادية في الدول المقصودة (الدول المستقبلة للسائحين).
5. مستوى استثمار ودوران الانفاق السياحي في الدول المستقبلة.
6. استراتيجيات وأسس التغلب على موسمية الطلب السياحي في البلدان المصدرة.
7. أسعار الخدمات السياحية بالمناطق المقصودة ،ومقارنتها بأسعار الخدمات في المناطق المجاورة.
8. طبيعة القوانين والنظم والتشريعات التي تنظم أنشطة السياحة.

ويمكن لنا أن نحدد أهمية السياحة من خلال دراسة الآثار التي تعكسها على الاقتصاد ،والتي بدورها تقسم إلى قسمين رئيسين وهما: آثار مباشرة وأخرى غير مباشرة.

[1] يسرى دعبس، **السياحة** ،مرجع سبق ذكره، ص 514.

أولا: الآثار المباشرة للسياحة

أهم الآثار المباشرة التي تعكسها السياحة على الاقتصاد ،تتمثل في :

1. أثر السياحة على ميزان المدفوعات:

تساهم السياحة كصناعة تصديرية في تحسين ميزان المدفوعات الخاص بالدولة ويتحقق هذا نتيجة تدفق رؤوس الأموال الأجنبية المستثمرة في المشروعات السياحية والايرادات السياحية التي تقوم الدولة بتحصيلها من السائحين وخلق استخدامات جديدة للموارد الطبيعية والمنافع الممكن تحقيقها نتيجة خلق علاقات اقتصادية بين قطاع السياحة والقطاعات الأخرى[1].

إن الدخل يؤثر على الميزان التجاري الذي يشكل جزء منه ،من الصادرات غير المنظورة تأثيرا مباشرا ،ويتحدد هذا الأثر بالقيمة المضافة للميزان السياحي ونسبته إلى النتيجة الصافية للميزان التجاري سواء كانت سلبية أو ايجابية ويتوقف تأثير السياحة على الميزان التجاري على عدة متغيرات نذكر منها[2]:

أ. حجم الدخل ونصيب الدولة منه والنسبة المئوية للدخل السياحي إلى جملة الدخل الوطني.

ب. مدى استقرار الدخل السياحي والذي يتوقف على طبيعة الموارد السياحية المتاحة في دول العرض السياحي ومستوى المنافسة التي تواجهها من دول العرض السياحي الأخرى وطبيعة الموقع الجغرافي للدولة ومدى قر بها من الأسواق الرئيسية المصدرة للسياح.

ومن بين الدول التي تسجل ميزان سياحي ايجابي بلدان OCDE منها الولايات المتحدة الأمريكية 43 مليار دولار تليها إسبانيا بـ 35 مليار دولار ،فرنسا بـ 13 مليار دولار ومن البلدان الأقل تطورا تركيا حيث سجل ميزان المدفوعات السياحي 11 مليار ،إيطاليا 8.8 مليار ،تايلند بـ 6.3 مليار دولار[3] .

2. أثر السياحة على العمالة:

يعتبر عنصر العمل من أهم العناصر التي تساهم في العملية الانتاجية لأي نشاط اقتصادي كان ،لذلك يعتبر من الركائز الاساسية في خطط التنمية الاقتصادية والاجتماعية ،وبصفة القطاع السياحي يشتمل على أنواع عديدة من النشاطات التجارية والخدمية ،والتي لا زالت تعتمد على اليد العاملة البشرية

[1] آسيا محمد إمام الأنصاري، ابراهيم خالد عواد، **إدارة المنشآت السياحية**، ط01، دار صفاء، الأردن، 2002، ص 32.

[2] محمد خميس زوكة، مرجع سبق ذكره، ص 291.

[3] Alain Mesphier, pierre bloc-duraffour, **le tourisme dans le monde**, Bréal, France, 9ème édition 2015, P 52.

اعتمادا رئيسيا. فهي تهدف إلى تشغيل الأيدي العاملة والقضاء على البطالة هذا من جهة، ومن جهة أخرى القطاع السياحي مرتبط ارتباطا وثيقا بالقطاعات الانتاجية الأخرى ،وهذا يعني أن امكانية السياحة على توليد فرص العمل تفوق حدود القطاع السياحي وتمتد لتصل حدود القطاعات الأخرى التي تجهز السياحة بمستلزمات الانتاج ،لذلك فهو يشغل أو يخلق فرص عمل إضافية وجديدة في كافة القطاعات الاقتصادية للدولة[1].

وباعتبار السياحة قطاع متعدد ومتشعب النشاطات والفروع ،وعلى علاقة ارتباط مع القطاعات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية ،فهي بذلك تساهم بطريقة مباشرة وغير مباشرة في خلق العديد من مناصب الشغل بالمنطقة التي تنشأ فيها المرافق والمركبات السياحية والمرافق المكملة لهما ولإبراز دور السياحة في تحديد حجم ونوعية القرى العاملة لا بد من إلقاء الضوء على المتغيرات المؤثرة في ذلك[2] :

أ. حجم رأس المال المستثمر في قطاع السياحة والذي يوجد فرص جديدة للعمل في هذا القطاع وفي الخدمات القائمة عليه.

ب. نوعية فرص العمل التي توفرها صناعة السياحة والتي تتباين بين العمالة غير الماهرة وأصحاب الكفاءات.

ج. نوعية الخبرات المتوفرة في الدولة السياحية ومستوى أدائها.

د. التغير الذي تحدثه العمالة في الخريطة الوطنية للقوى العاملة وتوزيعها على الأنشطة الاقتصادية والخدمات.

هـ. عدد العاملين الفعليين في صناعة النقل والسفر لارتباطها الوثيق بأنشطة السياحة.

3. أثر السياحة على توزيع الدخل:

تؤدي السياحة إلى تطوير وتنمية المناطق السياحية التي تتوافر بها مزايا طبيعية ومناخية كالشواطئ والجبال ومنابع المياه والبحيرات وغالبا ما تكون هذه المناطق محرومة من الإعمار والسياحة بامتدادها إلى هذه المناطق البعيدة تعيذ التوازن إليها نتيجة الاستثمارات التي تصطحب الدخول في المشاريع السياحية وبالتالي تزيد من دخل المنشآت والأفراد في هذه المناطق نتيجة نشوء نشاطات فرعية تقوم على السياحة ويترتب على ذلك

[1] منى طه الحوري، اسماعيل محمد الدباغ، **اقتصاديات السفر والسياحة**، ط 01، مؤسسة الوراق ،عمان، ، 2000، ص 149.

[2] محمد خميس زوكه، مرجع سبق ذكره، ص 270.

إعادة توزيع الدخل بين المدن ومراكز العمران والتنمية الرئيسية وبين المراكز السياحية الجديدة وينتج عن ذلك إيقاف النزوح الريفي [1] .

4. أثر السياحة على المستوى العام للأسعار

يؤدي رواج صناعة السياحة في منطقة معينة إلى تزايد معدلات الانفاق السياحي فيها مما ينتج عنه في النهاية ارتفاع متباين المستوى في أسعار السلع والخدمات المتاحة في المنطقة ،وتنطبق نفس الحقيقة[2] عليها وخاصة على سيارات الأجرة ووسائل النقل التقليدية وإيجار المساكن والمحلات وخاصة ذات الموقع المتميز وكذلك بالنسبة للأسعار الأراضي الخاصة بإقامة المشاريع السياحية.

ثانيا: الآثار غير المباشرة

ليس من السهل تحديد أو حصر المجالات التي يعود فيها النشاط السياحي بطريقة غير مباشرة بالنفع والخير على الاقتصاد الوطني ومن أهم هذه الآثار نجد[3] :

1. أثر المضاعف للسياحة:

الدخل السياحي لا تقتصر آثاره الاقتصادية على المبلغ المحدد به هذا الدخل فقط تتعدى إلى مضاعفاته نتيجة الطبيعة الخاصة بالإنفاق السياحي وتداخل المنشآت السياحية من فنادق وغيرها في معاملات ذات طبيعة متباينة في قطاعات أخرى حيث أن أثر المضاعف هو أن المبلغ الذي يدخل قطاع السياحة ،يدور في حركة الاقتصاد الوطني دورات تتعدد بحسب قوة هذا الاقتصاد ،يكون أثرها أكبر من قيمة المبلغ الأصلي ،وتفصيل ذلك أنه بالإضافة إلى زيادة حجم العمالة وزيادة حجم المرتبات والمكافآت التي تمثل قوة شرائية جديدة نتيجة السياحة والعملات التي تتحصل عليها الدولة السياحية تستخدم في استيراد بضائع ومواد ،ويختلف تقدير حجم أثر المضاعف من دولة لأخرى بحسب حجم المعاملات التي تتم.

2. أثر السياحة على تنمية المرافق الأساسية:

تحتاج المرافق الأساسية لمبالغ مرتفعة من أجل تشييدها ،وتعتبر السياحة عامل جد مهم من أجل إنشاء هذه المرافق ،حيث أن السياحة تقوم بزيادة الحركة السياحية بصورة منتظمة ،وما يترتب على ذلك بين دخل

---

[1] متولي عبد العاطي، **التقييم الاقتصادي لاستراتيجيات تنشيط الطلب السياحي في زمن الأزمات**، رسالة للحصول على درجة العضوية في العلوم الادارية، أكاديمية السادات للعلوم الادارية، المعهد القومي للإدارة العليا، مصر، 2000، ص 31.

[2] صبري عبد السميع، **نظرية السياحة، الطوبجي**، القاهرة، 1992، ص 52.

[3] متولي عبد العاطي، مرجع سبق ذكره، ص 32.

سريع بالعملة الصعبة تزيد من قدرة الدولة على زيادة كفاءة مرافقها الأساسية وينعكس ذلك على ارتفاع حقيقي لمستوى معيشة المواطنين.

3. أثر السياحة على سوق بعض السلع:

أبرزت الأبحاث والدراسات السياحية التي قامت بها المنظمة العالمية للسياحة أن السياح يحتفظون بجزء كبير من ميزانياتهم السياحية وهو حوالي الثلث لإنفاقها على المشتريات في الدولة التي يزورونها ليس لشراء الهدايا والتذكارات السياحية فقط بل شراء بعض المنتجات المحلية التي يجدونها مناسبة وبالتالي يتم التأثير على أسعار تلك السلع.

4. أثر السياحة في زيادة الاستثمار الوطني والاجنبي:

تساهم السياحة في زيادة فرص الاستثمار الوطني الأجنبي من خلال كونها صناعة من ضمن الصناعات المتضمنة العديد من الأنشطة أو كصناعة مركبة فهي بذلك توفر مجالات متعددة للاستثمار كمراكز الاستشفاء ،المطاعم ،الملاهي ،ومراكز الرياضة والقرى السياحية والشركات السياحية ووكلات السفر ووسائل النقل السياحي بالإضافة للمشاريع الكبرى كتهيئة مناطق سياحية جديدة وبالتالي يتم استقطاب رؤوس أموال كبيرة [1].

5. المساهمة في التهيئة العمرانية:

بقدر اهتمام البلد السياحي من الاستفادة من السياحة في الاعلام بقدر ما يدفعها ،ذلك دفعا إلى النهوض بالمناطق السياحية فيها بصفة خاصة وبسائر بلادها بصفة عامة عمرانيا وحضاريا.

إن نشاط الحركة السياحية يكون مسبوق بالإعداد العمراني والحضاري ،كما أن الدخل السياحي يساهم هو الآخر في تغطية نفقات هذا التعمير والتهيئة التي تساهم في دعم وتنشيط الحركة الاقتصادية كإنشاء منشآت سياحية في مناطق معزولة تتطلب توفير شبكات النقل ،شبكات صرف المياه... هذه الأخيرة ليستفاد منها ليس فقط النشاط السياحي بل مختلف الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية [2].

[1] متولي عبد العاطي مرجع سبق ذكره ،ص 33.

[2] محمد خميس الزوكه، مرجع سبق ذكره، ص 326.

6. أثر السياحة على قطاعي المواصلات والاتصالات:

يعتبر النقل عاملا مهما في تطوير السياحة والعكس صحيح ،حيث أنه يرون توفر وسائل النقل لا يمكن أن يحدث أي تطور سياحي ،وذلك بفعل عدم تنقل السياح إلى المناطق التي تعاني من مشكلة وسائل أو قلة تجهيزات النقل ،كما أن التطور الحاصل في قطاعي المواصلات والاتصالات قد أحدث قفزة نوعية في قطاع السياحة بفضل تطوير السيارة والقطار والسفينة والطائرة.

وكمثال على ذلك ،نأخذ جزر موريس التي كانت تشكو من نقص في أسطولها للنقل الجوي ،وبفعل تنامي السياحة الجماعية وإقبال أعداد كبيرة من السياح ،دفع هذا الأمر بالسلطات الموريسية إلى افشاء العشرات من الطائرات ،وبالتالي فإن السياحة سمحت بتطوير قطاع النقل فيها[1].

7. تنمية العلاقات بين القطاعات الاقتصادية والخدمية:

ان التوسع في انشاء المشروعات السياحية وكذلك تطوير المشروعات الحالية بإمكانه أن يحقق إلى درجة معينة نوعا من التكامل الرأسي الأمامي والخلفي والتكامل الأفقي الذي يتمثل في دخول المنظمة السياحية في انجاز نوع محدد من النشاطات مثل التوسع في انشاء الفنادق ،ويحدث هذا التكامل بين قطاع السياحة والقطاعات الاقتصادية الأخرى بافتراض زيادة المشاريع السياحية ،حيث أن هذا يتبعه ظهور مشروعات جديدة في قطاعات أخرى لمواجهة الزيادة في عدد السائحين ،ونستطيع أن نطبق هذه الحالة على قطاع النقل فبزيادة عدد السياح ينتج طلب جديد على الحافلات السياحية مما يؤدي إلى الزيادة في انتاجها وكذلك الزيادة في عدد المطاعم وإنتاج المواد الغذائية[2].

8. المساهمة في تنمية وتحقيق التوازن الاقتصادي والاجتماعي بين الأقاليم:

إن قيام الدولة بتوجيه وتوزيع المشاريع السياحية الجديدة سواء كانت خاصة أو عامة ،وطنية أو أجنبية بين الأقاليم المختلفة ،قد يؤدي إلى تنمية وتطوير هذه الأقاليم ،وذلك يخلق فرص عمل جديدة وتحسين مستوى المعيشة للسكان وايصال هذه المناطق بالمناطق المتقدمة بالإضافة إلى إعادة توزيع الدخول بين المناطق الحضرية والريفية ،وللدولة عدة أساليب وأدوات من أجل تحقيق هذه السياسة كمنح المستثمرين في المناطق

---

[1] شبوطي حكيم، **الدور الاقتصادي للسياحة مع الاشارة لحالة الجزائر**، جامعة الدكتور يحي فارس، مجلة البحوث والدراسات العلمية، المدية، ط 05، ص 77.

[2] أحمد عبد السميع علام، **علم الاقتصاد السياحي**، ط1، دار الوفاء لدنيا الاسكندرية، 2007-2008، ص ص 353-356.

الريفية والنائية امتيازات جبائية ومالية وفنية وبالتالي ينتج عن هذا التوازن الاقتصادي للدول حل الكثير من المشاكل الاجتماعية[1].

المطلب الثاني: الآثار الاجتماعية والثقافية للسياحة

يقصد بالآثار الاجتماعية والثقافية للنشاط السياحي رصد كل النتائج الاجتماعية والثقافية لصناعة السياحة ،والملامح الخاصة بالسكان وسلوكهم وعلاقاتهم والخصائص الثقافية المتعلقة بالأنشطة والعادات والتقاليد والفنون والآداب واللغات والأدبيات [2].

وتطور النشاط السياحي ينتج عنه آثار وانعكاسات ايجابية على الجانب الاجتماعي والثقافي ،كما قد تكون لها آثار سلبية.

أولا: الأثار الإيجابية

تحرص الدول السياحية على زيادة التأثير الإيجابي للسياحية و التي تؤدي إلى تطور المجتمع و رقيه و من بين الآثار الإيجابية ما يلي:

1. التوازن الاجتماعي:

إن الازدهار المستمر للسياحة يقضي على العديد من المشاكل كالبطالة والركود الاقتصادي ،ويؤدي إلى إعادة توزيع السكان بشكل أفضل وذلك بالمشروعات السياحية التي تقام في المجتمعات العمرانية السياحية الجديدة[3]. كما تتقارب الطبقات الاجتماعية من بعضها البعض نتيجة لزيادة الدخول للأفراد والعاملين في القطاع السياحي بشكل مباشر أو غير مباشر.

2.النمو الحضاري:

تكثيف وتوسيع النشاط السياحي يوجه الأنظار إلى الاهتمام الدائم والرقى بالقيم الحضارية والمعالم السياحية ،وبذلك تعتبر السياحة من أسباب من أسباب الرقي الحضاري من حيث الاهتمام بالمقومات السياحية الأثرية والطبيعية.

---

[1] أحمد ماهر، عبد السلام أبو قحف، **تنظيم وإدارة المنشآت السياحية الفندقية**، ط 02، المكتب العربي الحديث الاسكندرية، ، 1999، ص 31.

[2] محمد خميس زوكة، **صناعة السياحية من المنظور الجغرافي**، دار المعارف، الاسكندرية، 1995، ص 241.

[3] نعيم الظاهر، سراب الياس، **مبادئ السياحة**، ط 02 ،دار الميسرة ، الأردن، ، 2007، ص 85.

فالسياحة هي سفير الحضارات ونشاطاتها كالصناعة تحقق هدفا إنسانيا كبيرا ألا وهو تلاقي هذه الحضارات وتمازجها بشكل يخدم الانسانية في هذا العالم الفسيح الذي تحول إلى قرية صغيرة بفضل صناعة السياحة أولا باعتبارها السياقة إلى ذلك ،وإلى ثورة المعلوماتية ثانيا باعتبارها جاءت متأخرة فالحضارات عادات وتقاليد وإرث الأمم والشعوب ،وهي حضارات راسخة ومتباينة زمنيا ساهمت في السياحة في تقريبها والتعريف بها[1].

3.التحول الطبقي:

والمقصود بالتحول الطبقي انتقال بعض فئات المجتمع التي يرتبط نشاطها بالسياحة سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة من طبقة اجتماعية أدنى إلى طبقة اجتماعية أعلى من خلال ما يحققونه من مكاسب وأرباح ناتجة عن العمل السياحي بمختلف مجالاته فتتغير سلوكيات وأنماط حياة أفرادها تبعا للتغير الناشئ في أحوالهم الاقتصادية المترتبة عن السياحة[2].

4.تبادل الثقافات:

تعتبر السياحة نافذة تطل منها الشعوب المختلفة على بعضها البعض ،حيث تساهم في توفير الاحتكاك المباشر بين الشعوب ،ويعد الوعي بالتبادل الثقافي أحد أهم التأثيرات الايجابية للسياحة حيث يعمل على تنمية التفاهم بين الشعوب والذي أصبح الآن فرصة متاحة للتبادل المعرفة والأفكار ،كما أن أبناء هذه الشعوب المضيفة يتعرفون على عادات وسلوكيات الزائرين ولذلك تتقارب المسافات الاجتماعية بينهم وهذا بدوره يعمل على دعم التراث الانساني ،واتساع الحلقة الحضارية على مستوى العالم ،ولم تعد السياحة اشباعا للفضول وحسب وإنما تعمل على اكتساب الاحترام والتعاون المتبادل وتبادل المعارف والقيم الثقافية[3].

كما تساهم السياحة في تحقيق الآثار الايجابية التالية[4]:

---

[1] حميدة عبد النبي الطائي، **أصول صناعة السياحة**، الوراق ، عمان، 2009 ،ص 134.

[2] عامر عيساني، **الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة حالة ا لجزائر**، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر، 2009-2010، ص 39.

[3] حميدة بوعموشة ،**دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق تنمية مستدامة**، مذكرة ماجيستير في العلوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2011-2012، ص 40.

[4] هباس رجاء الحربي، **التسويق السياحي في المنشآت السياحية**، ط01 ،دار أسامة، أردن، ، 2012، ص 21.

أ. السياحة تؤدي إلى تنمية الوعي السياحي والثقافي لدى المواطنين وزيادة ارتباطهم وشعورهم بالانتماء لأوطانهم المحافظة على تراثه وآثاره.

ب. النهوض بالمستوى الاجتماعي والسلوكي لدى أفراد الدول اتجاه السياح.

ج.زيادة محصلة المعارف الخاصة والعامة لدى الأفراد.

د.يعمل النشاط السياحي على تحقيق هدف سياسي بتحقيق الصورة الذهنية للدولة المضيفة ونشر البيانات التي تؤكد توافر الأمن والاستقرار فيها كما أن القواعد السياسية في الدولة المضيفة هي التي تحدد وتنظم النشاط السياحي فيها.

هـ.تعزيز فرص التفاهم والتواصل وتعميق أواصر التبادل الثقافي والتفكير بين الشعوب.

ثانيا: الآثار السلبية

كما ذكرنا سابقا السياحة نشاط انساني في الدرجة الأولى وظاهرة اجتماعية تسود المجتمعات فتحدث فيها انعكاسات وآثار ايجابية كما يحدث آثار سلبية من بين الآثار السلبية للسياحة نجد:

1. التدهور الاجتماعي:

السياحة ذات خطورة عالية ،اذا لم تلق التخطيط والتنظيم والرقابة الفعالة لتكون متناسقة مع الانماط الاجتماعية السائدة ،فتدفق السياح من المناطق الغنية إلى مناطق أخرى فقيرة غالبا ما يؤدي إلى مشاكل اجتماعية كبيرة مثل الخيانة والغش والاحتيال والجريمة والشعور بعقدة النقص وهذا بدوره يؤدي غالبا إلى الفساد الاجتماعي[1].

2. التصادم الثقافي:

تتعارض وتختلف الأفكار والأساليب الغالبة في المجتمع والقادمة من الخارج نتيجة لسلوك بعض السائحين ،وتصرفاتهم التي لا تعبر بالضرورة عن أسلوب حياتهم اليومية في بلادهم وإنما ذلك راجع لأسباب منها الميل إلى حب المغامرة وحب الاستطلاع ،الأمر الذي يؤدي إلى إثارة وضيق أفراد البلد المضيف رفضهم للسياحة[2].

[1] خالد مقابلة، **فن الدلالة السياحية**، ط 02 ،دار وائل، عمان، ، 2003، ص 34.

[2] عامر عيساني، مرجع سبق ذكره، ص 40-41.

3. التحولات الاجتماعية:

النشاط السياحي يتطلب الاهتمام بالمناطق السياحية المختلفة وتعميرها وتنميتها واعدادها لاستقبال السائحين بما في ذلك من أماكن اقامة مختلفة (قرى سياحية ،فنادق ومنتجعات) ويتولد عن ذلك قيم وتقاليد جديدة وغير مألوفة بصورة سريعة ومفاجئة بالنسبة لسكان هذه المناطق تختلف عن موروثاتهم الحضارية والاجتماعية التي نشأوا وتربو عليها مما يؤدي إلى تحولات وتغيرات جذرية في هذه المجتمعات[1].

4. الآثار على المجتمعات المحلية:

السياحة تؤدي إلى تفاقم الاختلال في التوازن داخل المجتمعات وتؤدي بذلك إلى الفقر النسبي ،بالإضافة إلى ذلك تزيد السياحة من الطلب المحلي على السلع والخدمات بما في ذلك الأغذية ،مما يؤدي إلى ارتفاع الأسعار وإلى احتمال تناقص المقدار المتاح منها للسكان المحليين[2].

المطلب الثالث: أهداف السياحة

ان قطاع السياحة كأي قطاع آخر على جدوى وغايات تجعل منه قطاعا فعالا ،يحقق أهداف شتى ترضى الطالب للنشاط السياحي وعارضها. ومن بين هذه الأهداف نذكر[3]:

أولا: الأهداف السياسية

وهي التي ترمي إلى تحسين العلاقات بين الدول لتحقيق الاستقرار الداخلي والخارجي.

1. فبالنسبة للاستقرار الداخلي: تساهم السياحة في تحقيق الأمن والحماية للمناطق المعرضة للخطر وذلك بإنشاء مشروعات سياحية وتعميرها بالسكان ،وبعث الحيوية فيها من خلال توفير المتطلبات الضرورية للحياة.

2. فبالنسبة للاستقرار الخارجي: وهو كسر التوترات وسوء العلاقات بين الدول ،اذ أن التبادل الدولي السياحي يخلق تعاطف الشعوب بالاحتكاك فيما بينهم وهذا ما قد تحترمه الحكومات المتضاربة ،فيساعد على الاستقرار السياسي بين هذه الدول.

---

[1] نعيم الظاهر، سراب الياس، مرجع سبق ذكره، ص 97.

[2] حسام حسن الصعيدي، **نظم المعلومات السياحية**،، ط01 ، دار الراية، عمان ، 2010، ص 118.

[3] هشام مغربي، **مساهمة القطاع السياحي في تحقيق التنمية المستدامة**، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر، تخصص تجارة دولية، جامعة بسكرة، 2013، ص 20.

ثانيا: الأهداف الاجتماعية

بما أن القطاع السياحي يعتبر القطاع الانتاجي الثالث بعد الصناعة والزراعة فهو يحقق لنا:

1. تشغيل اليد العاملة: وذلك بخلق مناصب شغل نظامية أو حرة مما يساعد للقضاء على الكثير من الانحرافات والجرائم الناتجة عن الفراغ وعدم العمل.

2. اعادة توزيع السكان: وذلك من خلال إعمار مناطق جديدة عن طريق تهيئة هذه المناطق بإنشاء الفنادق والمرافق الضرورية ،وتجميع السكان مما يؤدي إلى توزيع السكان حولها هذا بدوره يؤدي إلى إعادة توطين حضاري قد يغير رسم الخريطة الجغرافية.

3. المساهمة في الرفع من المستوى المعيشي: عن طريق زيادة الدخل الفردي الذي يتسبب فيه قطاع السياحة

ثالثا: الأهداف الاقتصادية

وتتمثل في:

1. تحقيق وتدعيم ايرادات الخزينة العمومية.
2. زيادة الدخل الفردي والوطني.
3. تحسين وضعية ميزان المدفوعات.
4. تحريك دواليب التنمية الاقتصادية.
5. المساهمة في تنشيط القطاعات الأخرى.
6. توسيع الاستثمار في القطاع السياحي من خلال عوائده.
7. تشجيع الصناعة السياحية.

المبحث الثالث: التنمية السياحية

تعتبر قضية التنمية السياحية من القضايا المعاصرة كونها تهدف إلى الزيادة المستمرة المتوازنة في الموارد السياحية وتعميق وترتيب الانتاجية والاسهام في زيادة الدخل الفردي باعتبارها أحد الروافد الرئيسية للدخل القومي وكذا بما تتضمنه من تنمية حضارية شاملة لكافة المقومات الطبيعية والانسانية والمادية كما تحقق التنمية الاقليمية بكل تبعاتها الاقتصادية والاجتماعية ومن هنا تكون التنمية السياحية وسيلة للتنمية الاقتصادية.

المطلب الأول: التنمية ومحدداتها

أولا: تعريف التنمية وأركانها

1. تعريف التنمية:

تعرف التنمية على أنها :"العملية التي من خلالها تتحقق زيادة في مستوى نصيب الفرد من الدخل الحقيقي ،والتي تحدث من خلال التغيرات في كل من هيكل الانتاج ونوعية السلع والخدمات المنتجة ،بالإضافة إلى إحداث تغيير في هيكل توزيع الدخل لصالح الفقراء[1].

ويعرفان "مائير وبلدوان Meir & Baldwin" التنمية على أنها :"سياسة اقتصادية طويلة المدى لتحقيق النمو الاقتصادي ،وأنها عملية يزداد بواسطتها الدخل الوطني الحقيقي للاقتصاد خلال مدة زمنية طويلة ،وإن كان معدل التنمية أكثر من معدل نمو السكان ،فان متوسط دخل الفرد الحقيقي سيرتفع[2].

كما يمكن القول أن التنمية في البلدان النامية – حسب الدكتور كاظم حبيب–"عملية تستهدف تحقيق تغيير جذري شامل وثوري ومخطط في العلاقات الاقتصادية القائمة ،في القاعدة الاقتصادية والبنى الفوقية ،في هيكل الاقتصاد الوطني المشوه ،وفي التركيب الطبقي للمجتمع ،عملية إقامة بناء اقتصاد وطني متوازن وديناميكي متطور باستمرار ،عملية تعتمد على الامكانيات والقدرات الفعلية الكافية في الاقتصاد والمجتمع ،وتفيد في العلاقات الاقتصادية الدولية ،عملية تستند إلى دور الدولة القيادي وقطاعها الاقتصادي المهيمن على العملية الاقتصادية ،وإلى المشاركة الديمقراطية للجماهير في عملية التعمير" [3].

---

[1] محمد عبد العزيز عجميمة وإيمان عطية ناصف، **التنمية الاقتصادية : دراسات نظرية وتطبيقية**، الاسكندرية، 2003، ص 76.

[2] رابح حمدي باشا، **أزمة التنمية والتخطيط في ظل التحولات الاقتصادية العالمية**، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2007، ص 227.

[3] كاظم حبيب، **مفهوم التنمية الاقتصادية**، دار الفارابي، بيروت، 1980، ص 38.

أما حسب تعريف الفكر الاسلامي فالتنمية :"عبارة عن نشاط موجه إلى تحقيق الحد الاقصى من الرفاهة الانسانية في كل مظاهرها المباحة وإلى بناء قوة الأمة في المجالات المطلوبة شرعا لكي تقوم بدورها في العالم"[1].

2. أركان التنمية: الاركان الثلاثة للتنمية:

أ. تنمية أفراد:

يجب على كل مجتمع أن يستثمر في قدرات أفراده كي يتسنى لهم أداء دورهم الكامل في الحياة الاقتصادية والسياسة والاجتماعية لبلدهم ومع زيادة الاهتمام بهذا الجانب سيكون لتنمية الناس وصقل مهاراتهم دور متزايد الأهمية في تمكينهم من أن يقوموا بجهد منتج خلاق يساعد على تحقيق النجاح الاقتصادي.

ب. التنمية من أجل أفراد:

فهم المستفيدون بالتنمية ولا تكون التنمية تنمية بشرية حقيقية إلا إذا أشبعت كل حاجات الفرد وأتاحت الفرص للجميع واتخذت الاجراءات الوقائية الضرورية من الناحية الاجتماعية.

ج.تنمية بواسطة أفراد:

يجب أن يشترك الناس مشاركة كاملة في الجهد التنموي وفي تخطيط استراتيجيات التنمية وتنفيذها وذلك من خلال الهياكل الملائمة لاتخاذ القرارات.

التنمية هو توفير عمل منتج ونوعية من الحياة الأفضل لجميع الشعوب وهو ما يحتاج إلى نمو كبير في الانتاجية والدخل وتطوير للمقدرة البشرية وحسب هذه الرؤيا فان هدف التنمية ليس مجرد تطوير القدرات وليست عملية تعظيم المنفعة أو الرفاهية الاقتصادية فقط بل الارتفاع بالمستوى الثقافي والاجتماعي والاقتصادي[2].

[1] وليد خاليد الشابجي، **مدخل إلى المالية العامة الاسلامية**، ط 01 ،دار النفائس،، عمان، 2005، ص 411.

[2] دخال مصطفى قاسم، **إدارة البيئة والتنمية المستدامة في ظل العولمة**، ط 2007،كلية الادارة والتكنولوجيا، الدار الجامعية، مصر، ص 19.

ثانيا: محددات التنمية

1. الاسواق المحلية:

يرى الاقتصادي كيند لوبوغر أن للأسواق المحلية أهمية كبيرة في عملية التنمية لأنه يرى أن التصنيع لا بد أن يعتمد في بدايته على الأسواق المحلية لأن فرص التصدير تكون محدودة في البداية بسبب المنافسة الدولية التي تتطلب مواجهتها كفاية انتاجية عالية في المراحل الأولى للتصنيع.

وقد يؤدي في ضيق الأسواق المحلية إلى تقييد حجم المشروعات ووجود فائض غير منشغل في طاقتها الانتاجية مما يؤدي إلى ارتفاع تكاليف الانتاج وعدم الانتفاع بمزاياه.

2. الموارد الطبيعية:

ان توفر الموارد الطبيعية وتنوعها يشكل عاملا مساعدا على سرعة تحقيق التنمية الاقتصادية ويهيئ لها فرصة أفضل ،وقد لا يؤدي النقص في بعض الموارد إلى الوقوف في وجه تحقيق التنمية ،إذا كان إحلال عامل آخر ،إذ وعن طريق التجارة والتبادل يمكن الحصول على بعض الموارد النادرة.

ويرى الاقتصادي الهندي "كوريهارا " الاقتصاد يتمتع بوفرة الموارد الطبيعية ولكن لنقص التكنولوجيا أو رؤوس أموال اللازمة لتنمية هذه الموارد [1].

المطلب الثاني: مفهوم التنمية السياحية ،عناصرها وأهدافها.

أولا: تعريف التنمية السياحية

تعرف على أنها "توفير التسهيلات والخدمات لإشباع حاجات ورغبات السياح ،وتشمل كذلك بعض التأثيرات مثل: ايجاد فرص عمل جديدة ودخول جديدة[2]".

كما يقول بخصوص التنمية السياحية د. أحمد الجلاد[3] ويشير إليها باعتبارها مصطلح يمثل "مختلف البرامج التي تهدف إلى تحقيق الزيادة المستمرة والمتوازنة في الموارد السياحية وتعميق وترشيد الانتاجية في القطاع السياحي."

---

[1] حاجي عبد القادر، **المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أداة لتحقيق التنمية الاقتصادية**، مذكرة ماستر، كلية العلوم الإقتصادية و علوم التسيير ورقلة، 2011، ص 65.

[2] نور الدين هرمز، **التخطيط السياحي والتنمية السياحية**، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية، سلسة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 28، العدد 03، ديسمبر 2006، ص 16.

[3] عبد الإله أبو عياش وحميد عبد النبي الطائي، **التخطيط السياحي**، مؤسسة الوراق ،الأردن، 2004، ص ص 18 – 19.

كما يمكن إعطاء تعريف عام أو شامل للتنمية السياحية إذ تعني "التكامل الطبيعي والوظيفي بين كافة العناصر الطبيعية والبيئية المتاحة والموجودة في المنطقة بالإضافة إلى الخدمات والتيسيرات والمرافق التي تساعد على إقامة المشروعات والاستثمارات بهدف الاستغلال الأمثل لعناصر المنتج السياحي[1]".

ثانيا: عناصر التنمية السياحية

تشمل عناصر التنمية السياحية ما يلي[2]:

1. عناصر الجذب السياحي: وتشمل العناصر الطبيعية مثل أشكال السطح والمناخ والحياة والغابات وعناصر من صنع الانسان ،كالمنتزهات والمتاحف والمواقع الأثرية التاريخية.

2. النقل: بأنواعه المختلفة البري والبحري والجوي

3. أماكن إقامة: سواء التجارية منها كالفنادق والموتيلات أو أماكن النوم الخاصة مثل بيوت الضيافة وشقق الايجار.

4. التسهيلات: التسهيلات المساندة بجميع أنواعها كالإعلان السياحي والادارة السياحية والأشغال اليدوية والبنوك.

5. خدمات البنية التحتية: كالمياه والكهرباء ،والاتصالات والأمن.

إضافة إلى الجهات التي تضطلع هذه التنمية: القطاع العام والخاص.

ومما لا شك فيه أن القطاع السياحي يعمل كسائر القطاعات الأخرى ،حيث تحقق الاستثمارات السياحية العديد من الفوائد للاقتصاد الوطني ،خاصة في مجال خلق المناصب العمل ،حيث تشير التقديرات إلى أن وظيفة واحدة في صميم صناعة السياحة تخلق نحو وظيفة واحدة ونصف وظيفة إضافية أو غير مباشرة في الاقتصاد المتعلق بالسياحة ،وجاء في تقرير منظمة العمل الدولية سنة 2008 أن عدد العاملين في هذا المجال بلغ 230 مليون شخص أو 8% من إجمالي القوة العاملة على مستوى العالم[3].

---

[1] محمد العطا محمد عمر، **التنمية السياحية في السودان (ولاية نهر النيل نموذجا)**، مداخلة مقدمة ضمن وقائع أعمال المؤتمر الدولي لتطوير السياحة والفندقة في الوطن العربي جامعة الشرق الأوسط أيام 6– 7– 9/8، 2012، الأردن، ص 542.

[2] مسمش نجاة، بن عبيد فريد، **دور التخطيط السياحي في التنمية السياحية**، الملتقى الدولي حول اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، يومي 09-10 مارس 2010، ص 13.

[3] برنامج الأمم المتحدة للبيئة (unep)،**نحو إقتصاد اخضرمسارات إلى التنمية المستدامة والقضاء على الفقر**، مرجع لواضعي السياسات، 2011،ص19Htttp:\www.onep.org/greeneconomy

كما تسمح السياحة بتوسيع معارف سكان المناطق الساحلية عن طريق احتكاكهم بالزوار ،كما تستفيد هذه المناطق من مد شبكات الكهرباء والغاز والمياه الصالحة للشرب ،وبالتالي رفع المستوى المعيشي للموظفين بهذه المناطق وإعطائهم فرص للتشغيل.

ثالثا: أهداف التنمية السياحية

تسعى التنمية السياحية إلى تحقيق مجموعة من الأهداف منها[1]:

1. تهدف إلى تحقيق زيادة متوازنة ومستمرة في الموارد السياحية.
2. ترشيد وتعميق درجة الانتاجية في قطاع السياحة.
3. تحسين وضع ميزان المدفوعات.
4. تحقيق التنمية الاقليمية خصوصا إيجاد فرص عمل جديدة في المناطق الريفية.
5. توفير خدمات البنية التحتية.
6. زيادة مستويات الدخل.
7. زيادة ايرادات الدولة من الضرائب.
8. توفير تسهيلات ترقية واستجمام للسكان المحليين.
9. حماية واشباع الرغبات الاجتماعية للأفراد والجماعات.
10. المحافظة على البيئة ومنع تدهورها ووضع إجراءات حماية مشددة لها.
11. نشر الثقافات وزيادة التواصل بين الشعوب.
12. تطوير العلاقات السياسية بين الحكومات في الدول السياحية.

[1] بن فرج زوينة، **الفنادق الخضراء: أحد المداخل لتحقيق التنمية السياحية**، ورقة بحث مقدمة لليوم الدراسي حول التهيئة السياحية ودورها في التنمية المحلية، المنعقد بدار الثقافة محمد بوضياف ببرج بوعريريج، 21 ديسمبر 2009، ص ص 98- 101.

المطلب الثالث: محددات التنمية السياحية ومعوقاتها

أولا: محددات التنمية السياحية

لكل نشاط اقتصادي محددات وشروط يجب توفرها قبل إدراجه في التنمية الشاملة ،فأهم محددات التنمية السياحية تتمثل فيما يلي[1]:

1. توفير التسهيلات السياحية:

تستدعي التنمية السياحية توفر المرافق الأساسية بصورة كافية ،من مياه وكهرباء وقنوات الصرف الصحي ،وتوفر الأمن ،وتوفر شبكة الطرق وحركة النقل ،وتوفر وسائل الاتصال ،وتوفر التسهيلات المتعلقة بالإقامة والإطعام والإشراب ،وخدمات بيع الهدايا والتذكارات.

2. الموقع الجغرافي:

يعتبر الموقع الجغرافي عنصر مهم في التدفق السياحي ،ويعتبر الموقع السياحي المناسب القريب من الأسواق الرئيسية المصدرة للسياحة (الجزائر تعتبر من الدول التي تتمتع بالموقع الجغرافي المناسب نظرا لقربها من الأسواق المصدرة للسياح وخاصة أوروبا ،إلا أنها لم تستقطب العدد المناسب من السياح) ،عاملا أساسيا للتنمية ،نظرا لكون نفقات النقل من وإلى المنطقة السياحية تمثل أهمية نسبية كبيرة في نفقات الرحلات السياحية وعليه فان الموقع الجغرافي للمنطقة السياحية يلعب دورا كبيرا في حركة السياحة الدولية ،لاعتبارات توفير الوقت ،وانخفاض التكلفة ،وتنوع وسائل المواصلات.

3. طبيعة ومصدر الاستثمارات في السوق السياحي:

يتطلب النشاط السياحي موارد مالية ضخمة لإنشاء المرافق والمنشآت السياحية الأساسية ،كالفنادق والمراكز السياحية وغيرها من المشاريع التي تخدم القطاع السياحي ،ونظرا لكون الاستثمارات التي تخدم القطاع السياحي بصورة مباشرة تتطلب حجما كبيرا من التمويل ،مما يجعل القطاع الخاص في الدول النامية متردد للقيام بالاستثمار السياحي ،نظرا لبقاء الاستثمار في أصول ثابتة لمدة طويلة (من 20 إلى 25 سنة) ،مع ما يحدث من اضطرابات في السوق السياحي والتغيرات السياسية والاجتماعية ،بالإضافة إلى مشكل موسمية الطلب

[1] نبيل الروبي، **التخطيط السياحي**، مؤسسة الثقافة الجامعية، القاهرة، 1987، ص 22.

السياحي ،لذلك عملت العديد من الدول النامية إلى تقديم قروض طويلة الأجل ،والاستفادة من الشركات السياحية المتعددة الجنسيات.

4. تقديم حوافز للمشاريع السياحية:

تعمد الدول النامية إلى تقديم حوافز وتشجيعات لدعم الاستثمارات السياحية ،وتتراوح هذه الاجراءات بين تهيئة المناخ المناسب للاستثمارات الخاصة ،إلى تقديم مساعدات مالية ،وتستهدف هذه الحوافز تشجيع القطاع الخاص على الاستثمار في المشاريع السياحية والفندقية ،وتتنوع صور هذه التحفيزات كما يلي:

أ. **الاعانات:** تنقسم إلى إعانات نقدية وإعانات عينية:

– **الاعانات النقدية:** هي عبارة عن مبالغ نقدية تقدمها الحكومة للمستثمرين للمساعدة على إقامة وانجاز المشاريع السياحية في المناطق والمواقع السياحية المراد تنميتها ،وتكون هذه الاعانات في شكل نسبة من تكاليف المشروع السياحي.

– **الاعانات العينية:** وتتمثل هذه الإعانات في توفير الأراضي التي تقام عليها المشاريع السياحية ،وتتخذ عدة أشكال ،فقد تكون في شكل تقديم الأرض دون مقابل ،أو تقديمها بأسعار منخفضة ،وقد تكون في شكل حق الانتفاع لمدة معينة وبشروط مقبولة.

ب. **القروض طويلة الاجل:** تمثل هذه الصورة من المساعدات أهمية خاصة في الدول النامية على اعتبار أن إنشاء المشاريع السياحية يتطلب مبالغ ضخمة ،وعليه تلجأ العديد من الدول النامية إلى تقديم قروض طويلة الأجل وبمعدلات فائدة مخفضة ،من خلال وكالات متخصصة أو البنوك التجارية ،وتتراوح آجال القرض من 20 إلى 25 سنة ،كما يتراوح معدل الفائدة من 2 إلى 3%.

ج. **الاعفاءات الضريبية والجمركية:** من اجل التنمية السياحية قررت بعض الدول النامية ،تقديم إعفاءات ضريبية كاملة (ضرائب على الدخل والضرائب العقارية) لمدة تتراوح بين 5 – 10 سنوات وأحيانا تقرر إعفاءات جزئية في السنوات الموالية ،ومن جهة أخرى تقرر بعض الدول النامية إعفاءات جمركية على الواردات من السلع والتجهيزات والمعدات الموجهة للمشاريع السياحية وتجهيز المنشآت السياحية والفندقية.

د. **المساعدات الفنية:** تقدم بعض الدول النامية مساعدات فنية إلى مستثمري القطاع الخاص من خلال مساعدتهم في دراسة الجدوى الاقتصادية والفنية للمشاريع السياحية والفندقية ،وتكوين العاملين في القطاع السياحي في المعاهد والمدارس السياحية من أجل رفع كفاءتهم.

هـ. **تقديم مزايا للاستثمارات الأجنبية:** تسعى الدول النامية إلى جذب رؤوس الأموال الأجنبية للاستثمار السياحي ،ولهذا الغرض تقدم لهم حوافز متنوعة ،منها توفير المناخ المناسب للاستثمار السياحي الأجنبي وارساء عوامل الاستقرار الاقتصادي والسياحي ،لحماية رؤوس الأموال من التأميم والمصادرة مع وضع القواعد التي تسمح بتحويل الأرباح بسهولة.

5. كفاءة الادارة السياحية والتنظيم الفعال:

يشترط في التنمية السياحية توفر جهاز إداري يتميز بالمرونة وسرعة في اتخاذ القرارات ،فالسياحة باعتبارها قطاع مركب من عدة صناعات ونشاطات تحتاج إلى معالجة خاصة تختلف عن معالجات القطاعات الانتاجية الأخرى ،ويقع على عاتق المسؤولين عن الادارة السياحية مهمة التنسيق المستمر بين المشاركين في الادارة السياحية والوحدات السياحية وكذلك مع القطاعات الأخرى التي يكون عملها مرتبط بالعمل السياحي ،كما أن اتساع السوق السياحي عامة والطلب السياحي خاصة يتطلب تنظيم سياحي جيد وفعال يعمل على تطوير السياحة ،ويختلف هيكل التنظيم حسب الأهمية التي توليها الدولة للسياحة ،والظروف السياسية والاقتصادية.

6. التسويق السياحي الفعال:

يعتبر التسويق السياحي من العوامل المهمة في بيع المنتج السياحي ،فمن خلال الدعاية والاعلان يجعل المستهلك على اتصال دائم بالمنتج السياحي.

7. التعاون السياحي الجهوي والدولي:

إن التعاون السياحي على المستويين الاقليمي والدولي ،يساعد على تطوير السياحة ويبرر قيام هذا التعاون عدة عوامل أهمها:

أ. اتساع وتعدد أنشطة المنظمات الدولية والاقليمية المهتمة بالسياحة ،وتعتبر المشاركة في المؤتمرات الدولية والاقليمية التي تعقدها هذه المنظمات (كالمؤتمر السنوي الذي تنظمه المنظمة العالمية للسياحة المصادف لـ 27 سبتمبر من كل سنة ،والذي نظم في الجزائر خلال سنة 2003) ،إحدى صور هذا التعاون وعادة ما تكون الدول النامية في حاجة إلى المساعدات المالية والفنية التي تقدمها هذه المنظمات.

ب. امكانية تحقيق التكامل السياحي بين الدول التي تكون معا منطقة سياحة واحدة (كدول المغرب العربي مثلا) ،ويتم ذلك من خلال الترتيبات السياحية التي تنظم وحصول كل بلد على مزايا سياحية ،بحيث يحل التكامل محل المنافسة.

ج. تسهيلات الرحلات السياحية الطويلة التي تتم عبر عدة دول ،وذلك تلبية للاتجاه السياحي المتزايد في زيادة أكثر من دولة في الرحلة الواحدة[1].

ثانيا معوقات التنمية السياحية:

سنحاول الوقوف على أهم معوقات التنمية السياحية عموما في[2]:

1. عدم مواكبة العديد من القوانين الخاصة بالمنشآت السياحية والفندقية للتطور السريع للعصر الحديث ،مما يتطلب تعديل هذه القوانين ووضع الصياغة التشريعية المناسبة التي تسمح بتطبيق هذه القوانين في القطاع السياحي.

2. صعوبة الحصول على العقارات اللازمة لإقامة المشاريع السياحية.

3. ارتفاع معدلات الضريبة المفروضة على الفنادق والانشطة السياحية الأخرى.

4. صعوبة وتعدد العديد من الاجراءات للموافقة على طلبات المستثمر السياحي مما يؤدي إلى تعطيل وإعاقة الاستثمار السياحي في العديد من المناطق السياحية.

5. افتقاد العديد من المناطق السياحية المهمة إلى مطارات دولية.

[1] نبيل الروبي ،مرجع سبق ذكره، ص 37.

[2] كواش خالد، **واقع السياحة في الجزائر وآفاق تطورها**، أطروحة تندرج ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه، جامعة الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، فرع التخطيط، 2003-2004، ص 185.

خلاصة الفصل :

مما سبق يتضح بأن السياحة أصبحت أكبر وأهم الظواهر الاقتصادية و الاجتماعية في عالم اليوم ،فبعد أن كانت نشاطا يقتصر على فئة قليلة من الأثرياء أصبحت ظاهرة جماهرية في معظم البلدان .

و يستفاد أيضا أن السياحة هي صناعة قائمة ومتكاملة تتضمن التخطيط و الاستثمار في المرافق التي لها علاقة بالنشاط السياحي.

إن التطور الكبير لمفهوم السياحة والأهمية الكبيرة للقطاع السياحي من الناحية الاقتصادية والاجتماعية عجل بظهور مفهوم جديد و هو التنمية السياحية والناتج عن النشاطات السياحية الكثيفة وكذا الآثار الاقتصادية و الاجتماعية لها مما أدى إلى توجيه الاهتمام إلى ضرورة تنظيم و ضبط هذه النشاطات للوصول إلى الأهداف المرجوة .

الفصل الثالث

دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في التنمية السياحية- الجزائر-

تمهيد :

تعتبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مدخلا هاما من مداخل النمو الإقتصادي حيث ثمة اتفاق على أهميتها في النشاط الاقتصادي نتيجة للنجاح الذي تحققه هذه المؤسسات في العديد من الدول ولما تقدمه من خدمات دعم للمؤسسات الكبرى .

ويعد قطاع السياحة من أكثر القطاعات نموا وتزداد أهميته لدى أغلب الاقتصاديات العالمية وخاصة في ظل النمو المطرد وتحسن الدخول في أغلب الدول ،مما حتم على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أن تحاول إيجاد مكان لها في هذا القطاع الذي أصبح يساهم كثيرا في الاقتصاد الوطني ،من هنا جاء هذا الفصل في محاولة لتقديم واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر وكذا الحديث عن السياحة في الجزائر وأخيرا ذكر أهم مساهمات القطاع السياحي في الاقتصاد الجزائري ،وهذا من خلال ثلاث مباحث:

المبحث الأول: واقع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر و إستراتيجيات دعمها.

المبحث الثاني: واقع السياحة في الجزائر.

المبحث الثالث: مساهمة القطاع السياحي في بعض المتغيرات الاقتصادية و الاجتماعية

المبحث الأول:واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر واستراتيجيات دعمها.

لقد أدركت جميع دول العالم وخاصة النامية منها، أهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة آخذين بعين الاعتبار، التفاوت النسبي الكبير بين تلك المؤسسات في البلدان الصناعية المتقدمة قياسيا بوضعيتها في البلدان النامية من حيث رأس المال، وقد أعطت الجزائر أهمية كبيرة لقطاع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة نظرا لأهميته الكبيرة في دفع عجلة التنمية.

المطلب الأول: نبذة تاريخية عن ظهور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر

تعود نشأة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر إلى فترة الاستعمار، حيث تلعب دورا فرعيا ملحقا للشركات الكبرى الفرنسية وابتداء من سنة 1958 وفي اطار المخطط الاستعماري المعروف بمخطط قسنطينة أصبحت هذه المؤسسات تعمل لأجل تطوير صناعة محلية تخدم المستعمر، وذلك من خلال الأرباح التي تحققها بسبب انخفاض تكلفة اليد العاملة بالإضافة إلى توفير السلع للمعمرين والابقاء على تبعية الاقتصاد الجزائري لاقتصاد فرنسا[1].

ويمكن تقسيم مراحل تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر إلى ثلاث مراحل:

- المرحلة الأولى من 1963 إلى 1982
- المرحلة الثانية من 1982 إلى 1988
- المرحلة الثالثة من 1988 إلى غاية يومنا هذا.

أولا: تطور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الفترة 1963-1982

كان قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يتكون بعد الاستقلال من مؤسسات الصغيرة والمتوسطة تم اسنادها للجان التسيير بعد رحيل ملاكها الأجانب كما أنها ومنذ 1967 أصبحت ضمن أملاك الشركات الوطنية.

تم اصدار القانون الأول للاستثمار في 1963، وهذا لمعالجة عدم الاستقرار المحيط الذي عقب الاستقلال ولم يكن له أثر ضعيف تطور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

[1] بوزيان عثمان، قطاع **المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر**، ملتقى متطلبات بتأهيل المؤسسات ص و م في الوطن العربي، جامعة الشلف، الجزائر، 17 و 18 أفريل 2006، ص 767.

أما قانون الاستثمار الذي صدر سنة 1966، كان يهدف إلى تحديد وضعية الاستثمار الخاص الوطني في إطار التنمية الاقتصادية الحيوية.

واعتبرت في الحقيقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة دائما كمكمل للقطاع العام الذي كان له الدور المحرك للسياسة الاقتصادية وتنمية الدولة طبقا لاستراتيجية التنمية المعتمدة على الصناعات المصنعة في الاقتصاد المركزي آنذاك وخلال كل هذه الفترة 1963-1982 لم تكن هناك سياسة واضحة تجاه القطاع الخاص والذي لم يعرف سوى بعض التطور على هامش المخططات الوطنية بالإضافة إلى ذلك فإن تشريع العمل كان صارما، والأكثر من هذا فقد تم إغلاق التجارة الخارجية في وجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

هذه الوضعية أدت إلى الحذر التكتيكي لرأس المال الخاص المستثمر حسب الظروف التي توجه السياحة، كانت المجالات الخاصة التي تم الاستثمار فيها تحتاج إلى تحكم تكنولوجي قليل وتحتاج أيضا إلى عدد ضئيل من اليد العاملة المؤهلة وبصفة عامة التوجه كان ملائما نحو قطاعات التجارة والخدمات أين استمر الخواص الاستثمار فيها، أما في الصناعة فان رأس المال تبنى استراتيجية لاستيراد للمواد الاستهلاكية النهائية المواد الغذائية والنسيج، مواد البناء[1].

ثانيا: تطور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خلال المرحلة 1982-1988

خلال هذه الفترة و حسب الأهداف المسطرة والمخططة فان هناك ادارة للتأطير وتوجيه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة واتضحت هذه الوضعية والتي ترجمت في إطار صدور قانون التنظيم الجديد والمتعلق بالاستثمار الاقتصادي الخاص الوطني قانون (1982/08/21) الذي منح للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بعض الاجراءات منها:

1. حق التحويل الضروري للحصول على التجهيزات وفي بعض الحالات المواد الأولية.
2. القبول المحدد للترخيصات الشاملة للاستيراد، وكذلك لنظام الاستيراد بدون دفع.

وفي عام 1983 تم انشاء ديوان للتوجيه لمتابعة الاستثمار الخاص وكان تحت وصاية التخطيط والتهيئة العمرانية في نفس الوقت وكان من مهامه الأساسية.

[1] ناصر دادي عدون، عبد الرحمن بابنات، **التدقيق الاداري وتأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر**، دار المحمدية العامة، الجزائر، 2008، ص ص 122-123.

انطلاقا من سنة 1990 برز تدريجيا مبدأ جديد قائم على الحرية والمساواة في المعاملة لتحقيق التنمية إذ أن المؤسسات الجزائرية العمومية منها الخاصة ستعامل من الآن فصاعدا نفس المعاملة بعد إلقاء كل الاحتكارات وتحرير التجارة الخارجية وقد أنشأت وزارة خاصة بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة بموجب المرسوم التنفيذي رقم 211-94 المؤرخ 18 جويلية 1994[1].

ومن أجل القيام بالتصحيحات الضرورية وإعطاء نفس جديدة لترقية الاستثمارات أصدرت السلطات العمومية في 2001 الأمر المتعلق بتطوير الاستثمار رقم 01-03 في2001/08/20 وقانون توجيه ترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالإضافة إلى ذلك تم خلق صندوق لدعم الاستثمار والوكالة الوطنية لتطوير الاستثمارات وهذا من أجل:

1. استقبال واعلام ومساعدة المستثمرين المقيمين وغير المقيمين
2. تقديم خدمات إدارية.

أما قانون توجيه وترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ،فانه يعرف ويحدد اجراءات التسهيلات الادارية في مرحلة إنشاء المؤسسة كما تم انشاء صندوق لضمان القروض المقدمة من طرف البنوك للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

اتباع الدولة لهذه السياسة لمساعدة ودعم من أجل النهوض بهذا القطاع وتوجه الجزائر إلى دعم هذا القطاع يعود لتميزه بعدة مميزات في دفع عجلة التنمية الاقتصادية ونذكر من هذه المميزات ما يلي:

1. أنها تستعمل تقنيات بسيطة.
2. قدرتها على توفير العمل بين هذه المؤسسات أكثر قدرة على امتصاص العمالة نظرا لانخفاض تكلفة خلق فرص العمل، كما أنها توفر فرص للعمالة الأقل مهارة ،إضافة إلى أنها أصبحت ملاذا لخريجي الجامعات في ظل تغير مفاهيم العمل الحر، وانتشار ثقافة الاستثمار[2].
3. توجه الاستثمار الخاص الوطني نحو نشاطات مناطق يمكنها الاستجابة لاحتياجات التنمية وتأمين تكاملها مع القطاع العمومي.

---

[1] عبد اللاوي مفيد، جميلة الجوزي، **الاجراءات المتبعة لتفعيل دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وواقعها في الجزائر**، مداخلة مقدمة ضمن الملتقى الوطني حول واقع وآفاق النظام المحاسبي والمالي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، جامعة الوادي (الجزائر)، 05 و 06 ماي 2013، ص 03.

[2] ناصر دادي عدون، عبد الرحمان بابنات، مرجع سبق ذكره، ص ص126-127.

4. تأمين تكامل أحسن للإستثمار الخاص بسيرورة التخطيط.

ومن قانون الاستثمارات لسنة 1988 اعترفت بأن القطاع الخاص ولأول مرة بعد الاستقلال له دوره في تجسيد أهداف التنمية الوطنية.

ان استثمار المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة قد استمر في التوجه أساسا نحو فروع الأنشطة من الواردات من السلع الاستهلاكية النهائية ومن ناحية أخرى عرفت المناولة تطورا ضعيفا كان من المفروض أن تكون مجالات نشاط المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وخلال الفترة الممتدة من (1963-1988) لم تعرف أي ترابط أو التحام للقطاعات العمومية والخاصة والذي يسمح لها بتنمية علاقة الشراكة في مجالات المناولة[1].

ثالثا: تطور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خلال المرحلة 1988 إلى غاية يومنا هذا

في 1988، ومع تفاقم الأزمة الاقتصادية التي عصفت بالجزائر، تم اختيار التوجه نحو اقتصاد السوق وبالتالي تم وضع إطار تشريعي جديد بالإضافة إلى الإصلاحات الهيكلية، هذا الاطار وضح الأهداف العامة التالية[2]:

1. تعويض الاقتصاد الموجه باقتصاد السوق.
2. البحث عن استقلالية المؤسسات العمومية واخضاعها للقواعد التجارية.
3. تحديد الأسعار.
4. استقلالية البنوك التجارية وبنك الجزائر.

عرفت هذه المرحلة صدور العديد من القوانين التي كان لها انعكاس على واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وأهمها:

1. قانون رقم 29/88 المؤرخ في 1989/07/19 الذي وضع الاحتكار المؤسسات العمومية على التجارة الخارجية وفتح أبوابه على وجه القطاع الخاص.
2. قانون رقم 10/90 المؤرخ في 1990/04/14 المتعلق بالنقد والقرض الذي يضم حركات رؤوس الأموال وتشجيع على أشكال الشركات دون أي استثناء.

---

[1] بوهزة محمد بن يعقوب، **تمويل المشروعات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر**، مداخلة في الدورة التدريبية حول: تمويل المشروعات الصغيرة والمتوسطة وتطويرها في الاقتصاديات المغاربية، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، ماي، 2003، ص ص 03-05.

[2] ناصر دادي عدون، عبد الرحمان بابنات، مرجع سبق ذكره، ص 125.

3. تتشكل أغلبية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر من المؤسسات الخاصة حيث شهد عددها تطورا في بالغ الاهمية ابتداءا من سنة 2000 وذلك بفعل تسهيل الاجراءات أمام نشأتها من جهة أخرى[1].

المطلب الثاني: تطور عدد المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر

للمؤسسات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر أهمية كبيرة في الاقتصاد الوطني خاصة منذ سنة 2001 مع صدور القانون التوجيهي رقم 01-18 ،والذي شكل نقطة تحول جذرية في هذا القطاع، ويشمل الحديث عن هذه الأهمية التطور في تعداد هذه المؤسسات والذي يعد مؤشرا على الدور الكبير الذي تلعبه في الاقتصاد الوطني، إضافة إلى الجوانب الأخرى المرتبطة بذلك وتقدم هي الأخرى مساهمتها ،ويتعلق الأمر بتوزيعها القطاعي.

الجدول رقم (03-01): تطور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر خلال الفترة (2004-2014)

السنوات	عدد المؤسسات الصغيرة و المتوسطة	نسبة التطور
2004	312956	/
2005	342788	0,095
2006	376767	0,099
2007	410959	0,09
2008	519526	0,264
2009	587494	0,13
2010	619072	0,053
2011	659309	0,064
2012	687386	0,042
2013	747934	0,088
2014	852053	0,122

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على :

- Ministère du développement industriel et de la promotion de l'investissement, Bulletin d'information statistique de la PME données du 1er semestre 2013, N23, novembre 2013, P 06.
- Ministère de l'industrie, de la petite et moyenne entreprise de la promotion de l'investissement, Bulletin d'information statistique de la PME année 2012, N02, Avril, 2013, P 07.
- Ministère de l'industrie, de la petite et moyenne entreprise et de la promotion de l'investissement, Bulletin d'information statistique de la PME donnée 2011, N 20, Mars 2012, P 02.

[1] قدي عبد المجيد، **مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التنمية الاقتصادية بالجزائر**، مداخلة مقدمة ضمن الملتقى الوطني حول استراتيجيات التنظيم ومراقبة المؤسسات ص و م في الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الوادي، الجزائر، 18 و 19 أفريل 2012، ص 04.

أما الجدول التالي يبين تطور قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية حسب القطاع الذي تنتسب إليه خلال الفترة (2004-2014)

الجدول رقم (03-02): تطور قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية حسب طبيعتها في الفترة 2004- 2014

السنوات	القطاع الخاص	القطاع العام	الصناعات التقليدية	المجموع
2004	225449	778	86732	312956
2005	245842	874	96072	342788
2006	269806	739	106222	376767
2007	293946	666	116347	410959
2008	392013	626	126887	519526
2009	455398	591	131505	587494
2010	482872	597	135623	619072
2011	511856	572	146881	659309
2012	532702	561	154123	687386
2013	578586	547	168801	747934
2014	656949	542	194562	852053

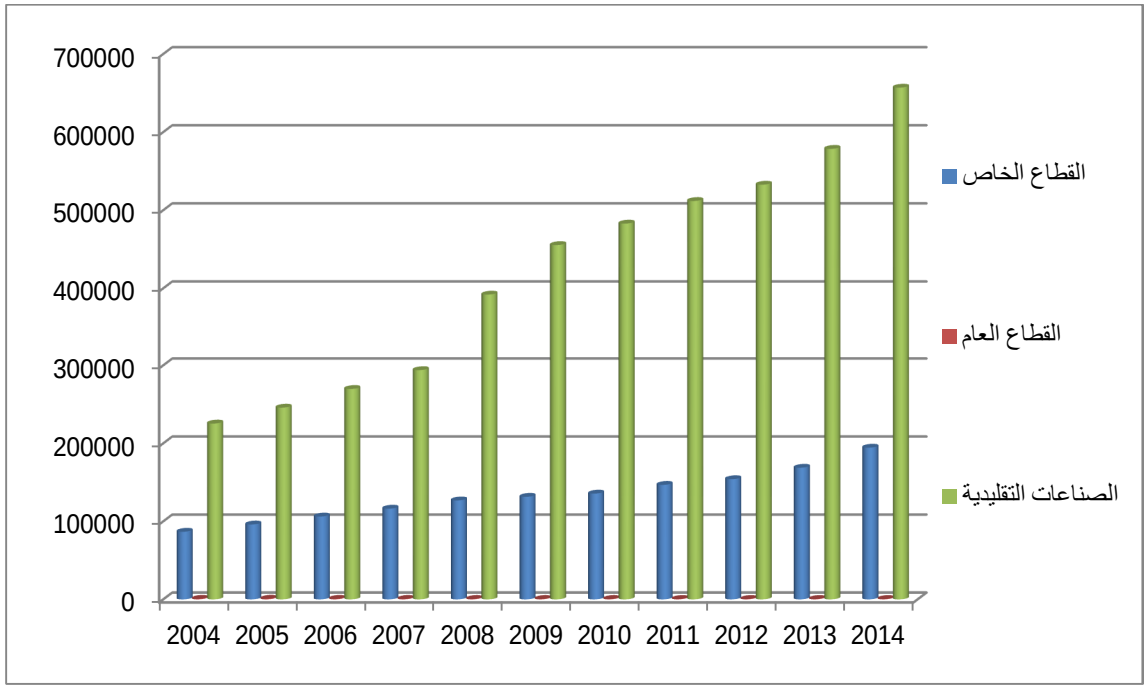
المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على:

- Ministère du développement industriel et de la promotion de l'investissement, Bulletin d'information statistique de la PME données du 1er semestre 2013, op.cit, P10.
- Ministère de l'industrie, de la petite et moyenne entreprise de la promotion de l'investissement, Bulletin d'information statistique de la PME année 2012, op.cit, P 10.
- Ministère du développement industriel et de la promotion de l'investissement, Bulletin d'information statistique de la PME données 2011, op.cit, P11.

يبدو وبوضوح من خلال الجدول أعلاه التطور المضطرد لعدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية من سنة إلى آخر خاصة في القطاع الخاص الذي تتجاوز مساهمته سنويا أكثر من 70% من مجموع هذه المؤسسات سنويا ،في مقابل تراجع مساهمة القطاع العام ،ويعرف ذلك توجه متعاملي القطاع الخاص إلى الاستثمار في هذه المؤسسات والاقبال على انشائها، إلى جانب خوصصة المؤسسات العمومية، ما يفسر انخفاض عددها خاصة في سنة 2010.

وللتوضيح أكثر يمكن التعبير عن تطور قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية حسب طبيعتها من خلال المنحنى البياني الممثل في الشكل الموالي:

الشكل رقم (03-01): تطور تعداد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب طبيعتها في الفترة 2004-2014



المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على معطيات الجدول رقم (03-02)

المطلب الثالث: استراتيجية النهوض بالمؤسسات الصغيرة و المتوسطة العاملة في القطاع السياحي في الجزائر

مع بداية سنوات 2000 شهد الاقتصاد الجزائري زيادة معتبرة في الانفاق الحكومي نتيجة الزيادة في مداخيل المحروقات، حيث ارتفعت نسبة هذا الانفاق إلى 119.9% لتصل قيمته 4152.8 % مليار دج بعد ان كانت 2052 مليار دج لذات الفترة. والقطاع السياحي لم يخرج من ذات السياق، إذ شهد هذا الأخير سنة 2000 تخصيص مبلغ 455.8 مليون دج بما يعادل نسبة 0.023% من قيمة الميزانية الاجمالية مقارنة بـ 0.053% المسجلة سنة 1999[1]، وهي نسبة ضعيفة مخصصة لقطاع استراتيجي يقدم فرصا تنموية مهمة.

ويعد من القانون رقم 03–01 المتعلق بالتنمية المستدامة للسياحة نقطة تحول جوهرية في القطاع السياحي الجزائري ،إذ يهدف هذا القانون إلى رفع قدرات الانتاج السياحي خاصة عن طريق الاستثمار السياحي مع الحرص على تثمين التراث السياحي الوطني، خلال منح المساعدات والامتيازات المالية والجبائية وكذا تثمين الموارد البشرية المرتبطة بالنشاط السياحي من خلال الإدماج المكثف لحرف السياحة ضمن المنظومة الوطنية للتكوين المهني وإنشاء مؤسسات تكوينية جديدة في مختلف الشعب السياحية سواء كانت عمومية أو خاصة، إلى جانب المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025 (SDAT 2025) الذي منح لكل قطب من الأقطاب السياحية للامتياز التوجهات الاستراتيجية الخاصة به في إطار التنمية المستدامة وفي سياق ترقية مورد اقتصادي بديل عن المحروقات.

وتعتبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من أهم المتعاملين في القطاع السياحي كون هذا الأخير يتميز بالانفتاح والتنوع المستمر والمتجدد للأنشطة السياحية، وهذا ما يتيح لهذه المؤسسات التواجد في هذا القطاع بأشكال مختلفة بما يتماشى وخصوصياتها خاصة تلك المتعلقة بالجانب التمويلي، والذي قد يمنعها من الاستثمار بشكل كفء في قطاعات ومجالات أخرى.

[1] Aidli Lakehal, **les rôles des dépenses publiques dans les performances touristiques en Algérie**, colloque international : Evaluation des effets des programmes d'investissements publics 2001-2014 et leurs retombées sur l'emploi, l'investissement et la croissance économique, Faculté des sciences économiques, commercials et science de gestion, université Sétif 1, 11 – 12 Mars 2013, p 03.

ونظرا لهذه الأهمية فقد قدمت السلطات الجزائرية مجموعة من التدابير والاجراءات تهدف إلى تشجيع الاستثمار في القطاع السياحي، وحظيت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بإجراءات خاصة بها خاصة في الجانب المالي، ونذكر منها[1]:

1. يتكفل صندوق دعم الاستثمارات والترقية ونوعية النشاطات السياحية ،بالنفقات المرتبطة بالترقية السياحية وكل النفقات الأخرى الخاصة بدعم إنجاز مشاريع استثمارية سياحية.

2. تخضع النشاطات السياحية للضريبة على أرباح الشركات بنسبة 19% في حين تخضع النشاطات الأخرى لنسبة 25% من هذه الضريبة.

3. تستفيد الاستثمارات في المشاريع السياحية التي تنجز على مستوى ولايات الشمال والجنوب على التوالي من تخفيض بـ 03% و 4.5% من نسبة الفائدة المطلقة على القروض البنكية.

4. أما عمليات تحديث المؤسسات السياحية والفندقية التي تنجز على مستوى ولايات الشمال وولايات الجنوب، في إطار "مخطط نوعية السياحية"، قد تستفيد على التوالي من تخفيض 3% و4.5 % من نسبة الفائدة المطبقة على القروض البنكية.

5. الاعفاء من الضريبة على أرباح الشركات لمدة 10 سنوات بالنسبة للمؤسسات السياحية التي ينشئها المقاولون الوطنيون أو الأجانب، باستثناء وكالات السياحية والأسفار، وكذا شركات الاقتصاد المختلط التي تنشط في قطاع السياحة.

6. الاعفاء الدائم من الرسم على النشاط المهني للأنشطة السياحية، الفندقية والحموية.

7. تطبيق النسبة المنخفضة 7% من الرسم على القيمة المضافة، إلى غاية 31 ديسمبر 2019 ،فيما يخص الخدمات المرتبطة بالنشاطات السياحية والفندقية والحموية، وكذا نشاطات المطاعم السياحية المصنفة، والأسفار وتأجير سيارات النقل السياحي.

8. من أجل التحفيز على تطوير قطاع السياحة على مستوى الجنوب والهضاب العليا، تستفيد عمليات منح الامتياز على القطع الأرضية الضرورية لإنجاز المشاريع الاستثمارية السياحية من تخفيض بنسبة تقدر على التوالي بـ 50% و 80% .

[1] تدابير الدعم حسب القطاع، قطاع السياحة، متوفر بتاريخ 2016/12/18 على الموقع الالكتروني:
http://www.andi.dz/index.php/on/mesures-d-appui-par-secteurs-d-activities

وإلى جانب هذه التدابير المتعلقة بالاستثمار في القطاع السياحي، فقد تم سن تدابير أخرى تقدم تسهيلات للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتشجعها على الاستثمار ،ويتعلق الأمر بتدابير دعم التمويل النقطة الجوهرية التي لطالما شكلت عائقا يقف أمام فتح أبواب الاستثمار أمام هذه المؤسسات في كافة أوجهه وخاصة منها الاستثمار السياحي ، ويمكن إيجاز ذلك فيما يلي[1]:

1. تخفيض نسبة الفائدة للقروض الممنوحة من قبل البنوك للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ففي حالة استحداث النشاط وتوسيعه، يتم منح التخفيضات على النحو التالي:

أ. الجزائر، وهران وعنابة: 25.0%.

ب. ولايات الجنوب والهضاب العليا: 5.1%.

ج. الولايات الأخرى: 01%.

2. رفع مستوى الأدنى للضمان المالي الممنوح من قبل صندوق الضمان للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة من 50 إلى 250 مليون دينار.

3. انشاء الصندوق الوطني للاستثمارات الذي زود برأسمال يقدر بـ 150 مليار دينار، يضم الضمان الممنوح من قبل صندوق ضمان القروض للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة (FGAR)، البنوك والمؤسسات المالية من أجل تغطية القروض الاستثمارية التي تمنحها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، يماثل ضمان الدولة.

4. انشاء صناديق للاستثمارات على مستوى الولايات ،ساهم في رأس مال مؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي ينشئها المقاولون الشباب.

5.إعفاء الحرفيين والمؤسسة المصغرة الخاضعين للقانون الجزائري من كفالة حسن التنفيذ ،عندما يتدخلان في العمليات العمومية لترميم الأملاك الثقافية.

6. رفع المخصص المالي لصندوق الضمان للوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب من 20 إلى 40 مليار دينار.

7.منح قروض بدون فوائد تتباين وفق كلفة استثمار انجاز المشروع، بحيث لا تتجاوز:

أ. 25% من الكلفة الاجمالية للاستثمار إذا كانت هذه الأخيرة أقل أو تساوي مليوني دينار.

[1] تدابير لدعم التمويل، متوفر بتاريخ 2016/12/20 الموقع الالكتروني:
http://www.andi.dz/index.php/on/mesures-d-appui-au-financemant-des-entreprises.

ب.20% من الكلفة الاجمالية للاستثمار اذا كانت هذا الأخيرة تتجاوز مليوني دينار وتقل أو تساوي 5 ملايين دينار.

9. منح قروض بدون فوائد تصل إلى نسبة 22% بالنسبة للاستثمارات التي تنجز في مناطق خاصة في ولايات الجنوب والهضاب العليا.

المبحث الثاني: واقع مقومات السياحة في الجزائر

تعتبر المقومات السياحية عنصر من العناصر الأساسية المكونة للعرض السياحي ،فهي تعتمد اعتماد كليا عليها، وهي في واقع الأمر تمثل تلك الامكانيات الطبيعية والمادية والصناعية التي يتوفر عليها أي بلد، مما يستلزم تثمينها وحمايتها للاستفادة منها، والجزائر من الدول التي أنعم الله عليها بموقع جغرافي هام تنوع بين الجبال والبحر والصحراء ولهذا أردنا في هذا البحث أن نعطي نظرة عن المقومات السياحية في الجزائر من خلال تطرقنا للإمكانيات السياحية في الجزائر ومؤشراتها وكذا أنواعها.

المطلب الأول: الامكانيات السياحية في الجزائر

ان التعدد والاختلاف الموجود في الموارد السياحية، خاصة منه الجانب الطبيعي يسمح بوجود عرض سياحي متنوع ومختلف قادر على تلبية كل طلبات السياح.

أولا: المقومات الطبيعية

يعتبر كل من الموقع الجغرافي المهم وتنوع التضاريس والمناخ السائد من المعطيات الأساسية للمقومات الطبيعية التي تلعب دورا هاما في تطوير السياحة وسوف نتطرق إليها من خلال:

1. الموقع الجغرافي: تقع الجزائر في الضفة الجنوبية الغربية لحوض البحر الأبيض المتوسط وتحتل مركزا محوريا وهي[1]:

تتربع على مساحة شاسعة تقدر بـ 2.381.741 كلم^2 يحدها من الشمال البحر الأبيض المتوسط ومن الشرق تونس والجماهيرية الليبية ومن الجنوب مالي والنيجر ومن الغرب المغرب الأقصى ومن الجنوب الغربي موريتانيا والجمهورية الصحراوية. فهي بذلك تتوسط بلاد المغرب العربي الكبير ،حيث يبلغ امتدادها الشمالي من البحر الأبيض المتوسط إلى أعماق الصحراء جنوبا 1900 كلم، أما امتدادها الشرقي الغربي فيتراوح ما بين 1200 كلم على خط الساحل و 1800 كلم على خط تندوف غدامس.

[1] كواش خالد، **مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر**، مجلة اقتصاد شمال إفريقيا، العدد 01، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، ص 215.

لموقع الجزائر أهمية استراتيجية وخصائص حيوية تجمع بين مميزات نادرة استمدتها من موقعها المتوسط في خريطة العالم فهي جسر اتصال ومحور التقاء بين أوروبا وافريقيا وبين المغرب العربي والشرق الأوسط وممرا حيويا للعديد من طرق الاتصال برا وبحرا وجوا[1].

ثانيا: المناخ

تتميز الجزائر من شمالها إلى جنوبها بثلاثة أنواع من المناخ نذكرها فيما يلي[2]:

1. المناخ الصحراوي:

يتميز المناخ بأمطار قليلة وغير منتظمة وبجو جاف حار تبلغ درجة حرارته 40 درجة مئوية فما فوق، كما تتميز بموسم طويل حار يمتد من شهر ماي إلى سبتمبر أما باقي الأشهر فتتميز بمناخ متوسط ودافئ، وهذا ما ينشط حركة السواح في فصل الشتاء.

2. مناخ الإستيبس:

يغطي هذا المناخ مناطق الهضاب العليا وهو مناخ انتقالي بين المناخ المتوسطي والمناخ الصحراوي ويتميز بموسم طويل بارد ورطب في الفترة من شهر أكتوبر إلى شهر ماي.

3. مناخ البحر الأبيض المتوسط:

يشمل المناطق الساحلية من الشرق إلى الغرب بدرجات حرارة سنوية متوسطة عموما من شهر أكتوبر إلى شهر أفريل تتميز بفصلين الأول ممطر ودافئ وطويل في الشتاء والثاني يكون جاف وحار وقصير في الصيف.

ثالثا: التضاريس

تتميز الجزائر بتتابع أنواع مختلفة من التضاريس من الشمال إلى الجنوب وهي أقاليم مختلفة تتمثل في:

---

[1] موقع الجزائر الجغرافي وأهميته في العالم نقلا عن الموقع:http//achourziane,yoo7.com/t355-topic تاريخ الاطلاع (2017/03/16 (11:50).

[2] محمد الهادي لعروق، **أطلس العالم بالجزائر**، دار الهدى، عين مليلة، بدون سنة نشر، ص 12.

1. الساحل الجزائري:

تطل الجبال مباشرة على البحر لتعطي الصفة الصخرية التي ساعدت على ظهور الموانئ والخلجان مثل ميناء سيدي فرج (الجزائر)، أرزيو (وهران)، بجاية، سكيكدة، عنابة ...الخ. حيث يمتد الساحل على طول أكثر من 1200 كلم كما يتوفر على مناطق سياحية أهمها: تنس، الغزاوات ،عين الترك ،مستغانم...الخ[1].

2. الأطلس التلي والهضاب العليا:

يمتد الأطلس التلي على شكل مجموعات السلاسل الجبلية فهناك سلسلة الأطلس التلي وسلسلة الأطلس الصحراوي بينها جيوب ساحلية أشهرها سهم متيجة (وهران) وعنابة وكذلك هناك سهول داخلية أشهرها سهل تلمسان وسيدي بلعباس ونجد مجموعة سلاسل جبلية متفاوتة الارتفاع فنجد أعلى قمة في جبل الأوراس وقمة لالا خديجة بجرجرة والونشريس وغيرها من الجبال التي تعتبر مناطق سياحية يمكن استغلالها لممارسة السياحة الجبلية بممارسة بعض الرياضات أما الهضاب العليا فيتراوح علوها ما بين 900 و 1000 متر، تمثل هضاب الحضنة الحد الفاصل بين الهضاب الشرقية والغربية بها العديد من المنخفضات أهمها سطيف وتبسة[2].

3. الصحراء والأطلس الصحراوي:

تعتبر الصحراء من الصحاري التي تتوفر عليه الجزائر، تتربع على مساحة شاسعة تعادل 80% من المساحة الكلية للبلاد وهي أكبر صحراء في العالم مما يجعلها القبلة الأولى للسياح الأجانب تتميز بروعة جبالها ذات المصدر البلوري الشفاف وذات التكوين البركاني ورمالها الذهبية، وواحاتها الخلابة المتنوعة عبر مناطقها إلى جانب غابات النخيل وتربتها الخصبة وكثبانها الرملية، أما الأطلس الصحراوي فهو عبارة عن كتلة مترابطة موازية للأطلس التلي تمتد شرقا من جبال النمامشة إلى الغرب جبال الحضنة[3].

---

[1] الدليل الاقتصادي والاجتماعي، المؤسسة الوطنية ، الجزائر، 1989، ص ص 10-12.

[2] محمد الهادي لعروق، مرجع سبق ذكره، ص 12.

[3] الديوان الوطني للسياحة الجزائري، الهقار والتاسيلي الجزائر، منشورات الديوان للسياحة الجزائرية، ص 03، نقلا عن الموقع http//ont.dz/wp-content/upleads/hoggar-tassili.pdf (19-03-2017) (15:35).

هذا وتتمتع الجزائر بمجموعة من المحميات الطبيعية حيث نجد[1]:

أ. الحظيرة الوطنية للقالة: وتقع في ولاية الطارف تتربع على مساحة 80 ألف هكتار، وهي تتكون من فسيفساء بيئية خاصة تتميز بوجود المناطق الرطبة ومكوناتها، كما نجد المياه العذبة والبحيرات.

ب. حظيرة جرجرة: ومساحتها 500 18 هكتار، تم إدراجها ضمن المحميات الطبيعية من قبل اليونيسكو لما تحتويه من غطاء نباتي متنوع فيه غابات كثيفة وثروة حيوانية مختلفة وبها أعلى قمة وهي قمة "لالا خديجة".

ج.الحظيرة الوطنية بلزمت: تقع الحظيرة على بعد 7 كلم شمال غرب باتنة، وهي متواجدة على أرضية صخرية تحتوي على سلسلة نباتية فريدة من نوعها وأنواع مختلفة من الطيور بلغ عددها أكثر من 106 طير و7 أنواع من الزواحف ،وحظيرة ثنية الحد مساحتها 163 6 هكتار، وحظيرة تازا وتبلغ مساحتها حوالي 807 2 هكتار وتقع على بعد 30 كلم من جيجل.

رابعا: الثروة الحموية المعدنية

بحكم الطبيعة الساحرة للجزائر والقدرات السياحية الهائلة لها، فهي تعتبر بلد غني يتوفر على حمامات معدنية لها أهمية بالغة، يقدر عددها بـ 202 منبع للمياه الحموية الجوفية تتميز بالخاصيات العلاجية المؤكدة، أشهرها: حمام بوحنيفية (معسكر)، حمام بوغرارة (تلمسان) ،وحمام بوحجر (عين تموشنت)، حمام الصالحين (خنشلة)، وحمام زلفانة (غرداية)، وحمام قرقور (سطيف)، وحمام ريغة بالإضافة إلى مركز وحيد للعلاج بمياه البحر بسيدي فرج[2].

المطلب الثاني: أنواع السياحة بالجزائر

تزخر الجزائر بمنتوج سياحي مختلف ومتنوع قادر على تلبية رغبات كل طلبات السياح المحليين والدوليين وعليه يمكن التمييز بين أنواع مختلفة وعديدة للسياحة لكل نوع منها خصائص ومميزات خاصة به نذكرها فيما يلي:

[1] الديوان الوطني للسياحة الجزائري، الحضائر الوطنية ،نقلا عن الموقع http://ont.dz/de couvrir-l'Algérie/parcs nationaux (13-03-2017) (22:00).

[2] الدليل الإقتصادي و الإجتماعي ،مرجع سبق ذكره ،ص339

أولا: السياحة الترفيهية الشاطئية

يقصد عدد كبير من الجزائر المدن الشاطئية بحثا عن الترفيه والاستجمام وذلك بفضل ما تتمتع به الجزائر من شواطئ خلابة على طول الساحل الذي يمتد على مسافة 200 1 كلم يتخللها غابات كثيفة، وسلاسل جبلية متنوعة، وبالرغم من هذه الامكانيات إلى أن فاعليتها لاتزال دون المستوى المطلوب وهذا لغياب المنافسة وقلة الاستثمارات المخصصة لهذا القطاع بالإضافة إلى عدم وجود رؤية صحيحة وسياسة واضحة اتجاه السياحة في الجزائر وعليه يجب تفعيل هذا النوع من السياحة بتوفير ما يلي[1]:

1. الحفاظ على نظافة الشواطئ، واشعار السواح بمراعاة ذلك عن طريق نشر الثقافة بواسطة النشريات المختصرة والواضحة وبلغات متعددة.
2. الحيلولة دون حدوث سلوكيات منافية للآداب العامة من السياح ومن عامة الناس.
3. إنشاء مساكن سياحية منفردة وعلى نسق مدروس ،بحيث تتناسب مع السياحة الفردية والعائلية وبكيفية يمكن التحكم في تسييرها وتوفير الأمن فيها.
4. توفير وجبات غذائية خفيفة وكاملة وفق المقاييس المعمول بها دوليا.
5. توفير محلات تجارية تعرض كل ما يحتاج إليه السائح.
6. انشاء ملاعب للرياضات وأماكن ترفيه بهدف جذب السياح.

ثانيا: السياحة الصحراوية

تتوفر الجزائر على صحراء شاسعة بها كل المقومات الضرورية لإقامة سياحة ناجحة، ومن هذه المكونات وحاتها المنتشرة عبر ارجائها ،ومبانيها المتميزة بهندستها ،والسلاسل الجبلية ذات الطبيعة البركانية في الهقار حيث تتجلى عظمة الطاسيلي الشاهد على الحضارة الراقية والمجسدة في الرسوم المنقوشة على الصخور لا زالت تروي الأجيال المتعاقبة حكايات شيقة وأنماط عيش متميزة للإنسان التارقي تلك الأزمة الضاربة في أعماق التاريخ ،وثمة عامل آخر يلعب دورا حيويا في تنشيط الحركة السياحية والتظاهرات الثقافية وهو ما يعرف بسفن الصحراء (الجمال) التي تثير حب الفضول للسائح الغربي.

[1] عبد القادر عوينات، **السياحة في الجزائر الامكانات والمعوقات 2000- 2025 في ظل الاستراتيجيات السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية Sdat 2025**، أطروحة دكتوراه ،تخصص نقود ومالية ،جامعة الجزائر ،2013، ص 147.

ان اتساع الصحراء الجزائرية تستلزم تبني استراتيجيات تختلف عما يمكن يبنيه في المناطق الشمالية، وإذا كانت هناك عوامل قد يقع عليها إجماع مثل الهياكل والأمن والخدمات، فإن هناك قضايا أكثر إلحاحا بالنسبة للسياحة الصحراوية أهمها النقل البري والجوي ولتجاوز هذا المشكل يستوجب تخصيص استثمارات كافية لترقية المرافق الضرورية كشف الطرق وتخصيص طائرات للرحلات الجوية الداخلية بين المناطق التي يتوافد عليها السياح، وفتح خطوط دولية مباشرة لتسهيل تنقل المسافرين من وإلى هذه المناطق[1].

ثالثا: السياحة الجبلية

اذا كانت السياحة الساحلية قادرة على جذب أعداد معتبرة من السياح ،فان الأمر يختلف بالنسبة للسياحة الجبلية ،خاصة في الظروف الأمنية الراهنة، ومهما كان الأمر، فإن الأمر في الاستقرار وعودة السلم قائما، حيث تحتوي مناطقتنا الجبلية على ثروات سياحية هامة ،مثل المناظر الطبيعية الخلابة والمغارات والكهوف التي خلفتها الطبيعية منذ العصور الجيولوجية الغابرة، غير نمه للأسف فان النظرة إلى السياحة الجبلية تكاد تنعدم ليقتصر هذا النوع من السياحة بالتزحلق على الثلج في مناطق تيكجدة وتلاغيف والشريعة. في حين أن السياحة الجبلية لا تقتصر على التزحلق على الثلوج فقط بل هناك مغارات وكهوف تمتد على مسافات طويلة ولا تعرف عنها شيء وهناك أيضا ثروات أخرى بها أهميتها للسائح مثل الحيوانات المتنوعة والطيور النادرة والينابيع المائية العذبة التي تتميز بالبرودة صيفا والفتور شتاءا فيها تعتبر عوامل جذب للسياح اذ تثير فيهم الفضول والرغبة في اكتشاف المكونات السياحية التي تتوفر عليها مختلف مناطق الجزائر وهذا بالاعتماد على الاشهار وتقديم الاشرطة الوثائقية حول هذه المواقع[2].

---

[1] طالب دليلة وهراني عبد الكريم، **السياحة أحد محركات التنمية المستدامة ،نحو تنمية سياحة مستدامة**، الملتقى الوطني حول السياحة في الجزائر الواقع والآفاق، معهد العلوم الاقتصادية، المركز الجامعي البويرة، 11 و 12 ماي، 2010.ص 16

[2] صالح فلاحي، **النهوض بالسياحة في الجزائر كأحد شروط الاندماج الاقتصادي الجزائري في الاقتصاد العالمي**، الملتقى الدولي حول تسيير وتمويل الجماعات المحلية في ضوء التحولات الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العقيد لخضر، باتنة، 26-27 أفريل 2003، ص 05.

رابعا: السياحة الحموية

هي السياحة المتعلقة بالعلاج الجسمي والنفسي وأمراض أخرى ،تمارس من أجل الشفاء التام أو التخفيف في الآلام والأوجاع، وتستخدم فيها الينابيع المعدنية كواسطة أساسية للعلاج عن طريق الاستحمام أو الشرب وتلعب المياه المعدنية أهمية بالغة في السياحة الداخلية حيث تتوفر الجزائر على 202 منبع مائي تم إحصاؤه على المستوى الوطني [1].

المطلب الثالث: مؤشرات السياحة بالجزائر

بالإضافة إلى ما تزخر به الجزائر من إمكانات طبيعية وتاريخية وثقافية مهمة غير أنها تبقى غير كافية من أجل صناعة السياحة وعليه لابد من دعم هاته المقومات بإمكانات مادية لتسهيل النشاط السياحي وذلك من خلال توفير طاقة فندقية وتحسين الخدمات للسياح.

أولا: الطاقات الفندقية في الجزائر

تمثل المقومات الفندقية إحدى المؤشرات المهمة في قياس مدى تطور القطاع السياحي في أي بلد، والجزائر من بين الدول التي تعمل جاهدة على تحسين قدرات الاستقبال.

1.تطوير عدد الأسرة للفترة (2004-2014):

عرفت الجزائر خلال السنوات القليلة الماضية تسارع في تطوير قطاع السياحة، بما في ذلك الجانب الفندقي، فقد بلغ عدد الأسرة قبل الاستقلال 922 5 سرير[2]، والجدول التالي يوضح طاقة الايواء خلال الفترة (2004-2014).

[1] بوفارس الشريف، بن خديجة منصف، **ترقية تسويق المنتوج السياحي في الجزائر، الواقع والتحديات**، الملتقى الأول حول المقاولاتية وتفعيل التسويق السياحي في الجزائر، جامعة الشريف مساعدية، سوق أهراس، 22 و 23 أفريل 2014، ص 05.

[2] Belcacem hadar,**role socio-economique du tourisme en Algérie**, edition EWAP/EWAL/OPU, Alger, 1988, P 48.

جدول رقم (03-03): تطور الطاقة الفندقية في الجزائر خلال الفترة الممتدة (2004-2014)

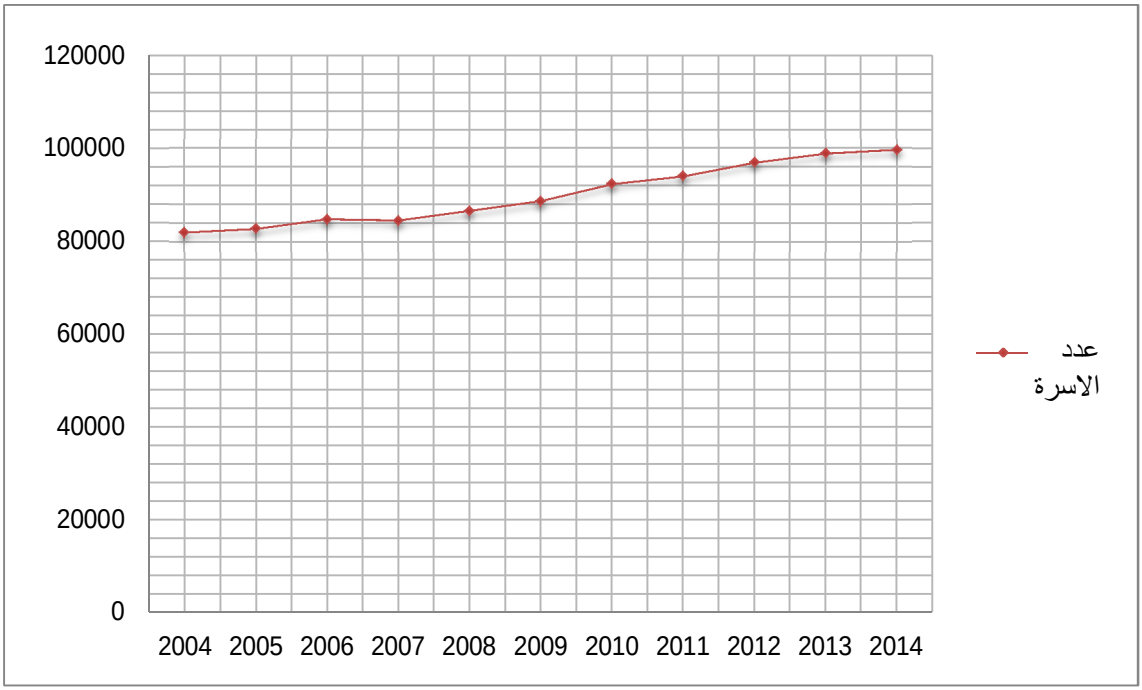
الوحدة: عدد الأسرة

السنوات	عدد الاسرة	نسبة التغير
2004	82034	/
2005	82808	0,94
2006	84869	2,48
2007	84559	-0,36
2008	86642	2,46
2009	88694	2,36
2010	92377	4,15
2011	94021	1,78
2012	96898	3,06
2013	98804	1,96
2014	99605	0,81

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على بيانات مقدمة من طرف وزارة التهيئة العمرانية والسياحة والصناعة التقليدية

من خلال البيانات المقدمة في الجدول نلاحظ أن عدد الأسرة في الفترة من 2004 إلى 2013 كان في تزايد مستمر ولكن بمعدل بطئ حيث بلغت طاقة الايواء لسنة 2004 034 82 سرير لتصل طاقة الايواء سنة 2014 إلى 605 99 بإجمالي عدد فنادق بلغ 185 1 فندق، ومقارنة بعدد الأسرة في دول الجوار نجد هذا العدد ضعيف لتلبية احتياجات الزبائن، كما هو موضح في الشكل التالي:

شكل رقم (02-03): تطور عدد الأسرة للفترة (2004-2014)



المصدر: من إعداد الطالبيتين بالاعتماد على معطيات الجدول رقم (03-03)

ثانيا: الليالي السياحية في المؤسسات الفندقية

مدة إقامة السائح في مختلف المؤسسات لفندقية في البلد المضيف، تمثل الليالي السياحية وتتنوع هته الليالي في المؤسسات الفندقية الجزائرية بين ليالي سياحية للمقيمين وغير المقيمين ،غير أن ما يميز هاته الليالي في الجزائر هو أنها محدودة بالنسبة للسياح الوافدين إليها سواء المقيمين أو غير المقيمين.

1. تطور الليالي السياحية للمقيمين:

والتي تعبر عن إجمالي الليالي التي يقضيها السياح في المؤسسات الفندقية ويمكن توضيح ذلك من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (03-04): تطور الليالي السياحية للمقيمين

الوحدة: ليلة سياحية

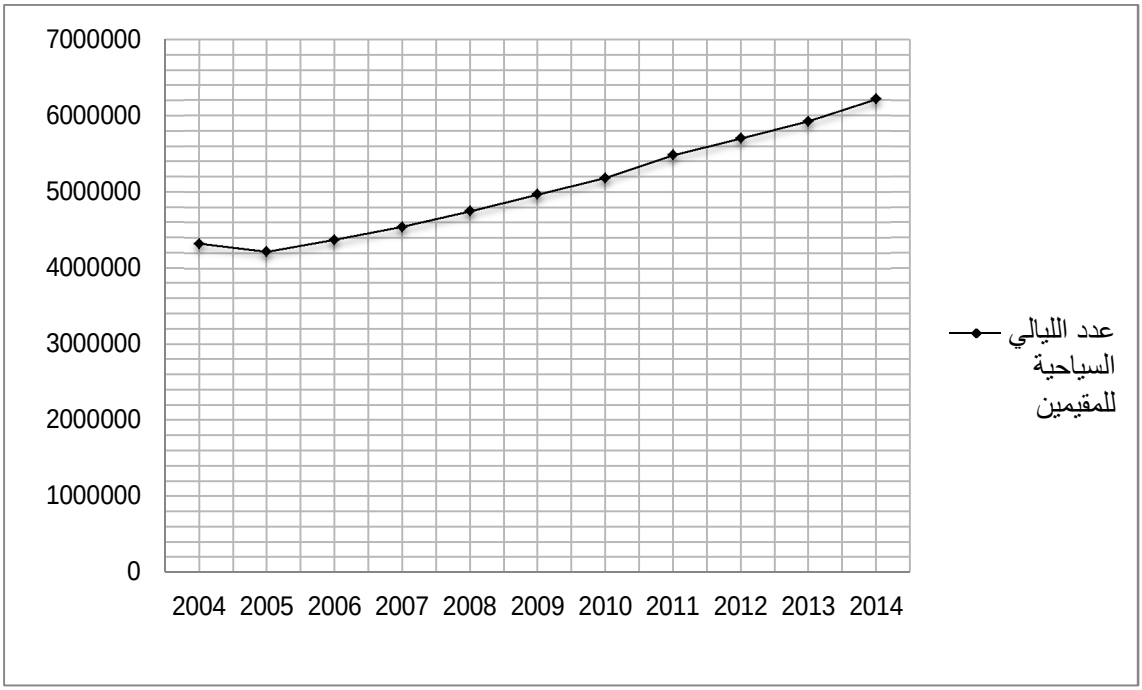
السنوات	عدد الليالي السياحية للمقيمين
2004	4329426
2005	4222305
2006	4376625
2007	4546085
2008	4750796
2009	4971372
2010	5185231
2011	5484105
2012	5703550
2013	5926968
2014	6215932

Source : http//www.ons.dz.them-sta.htm

وزارة السياحة والصناعات التقليدية

من خلال الجدول نلاحظ أن تطور الليالي السياحية للمقيمين بالجزائر أو الأجانب فنلاحظ ارتفاع عدد الليالي السياحية بشكل متواصل وهذا ما يبينه الشكل التالي:

الشكل رقم (03-03): تطور عدد الليالي السياحية للمقيمين



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على معطيات الجدول رقم (03-04)

نلاحظ من خلال الشكل أن الليالي السياحية للمقيمين بالجزائر في ارتفاع متواصل، حيث كانت قرابة 426 439 ليلة سياحية سنة 2004 لتصل بعد ذلك إلى أكثر من 05 مليون ليلة سياحية في نهاية سنة 2014 وهذا راجع لاهتمام السكان المحليين بالسياحة الداخلية بعد تحسن الوضع الأمني، غير أن الأمر يختلف بالنسبة للأجانب المقيمين حيث كان هناك تذبذب في تطور الليالي السياحية وهذا راجع بالأساس إلى عدم اهتمام السلطات بقطاع السياحة وجعله قطاعا ثانويا مما ساعد في تراجع عدد السياح الأجانب، ضف إلى ذلك الوضع الأمني السائد آنذاك ليعود بالتحسن تدريجيا ليصل عدد الليالي السياحية لسنة 2014 إلى 421 443 2 ليلة سياحية.

2.تطور الليالي السياحية لغير المقيمين:

وهذا ما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (03-05): تطور الليالي السياحية لغير المقيمين

الوحدة: ليلة سياحية

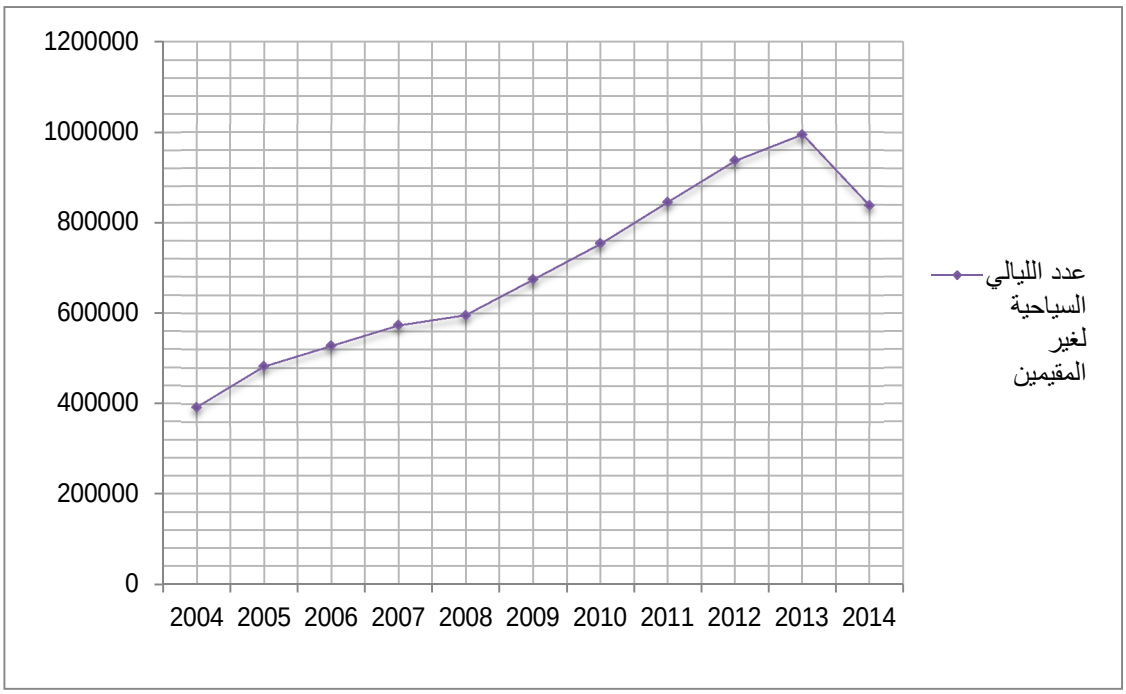
السنوات	عدد الليالي السياحية لغير المقيمين
2004	393631
2005	483332
2006	528591
2007	573855
2008	595747
2009	674467
2010	754103
2011	845367
2012	936631
2013	994266
2014	837812

Source : http//www.ons.dz.them-sta.htm
Ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et tourisme

من خلال الجدول نلاحظ تقلبات في عدد الليالي السياحية لغير المقيمين من سنة لأخرى خلال الفترة من 2004 إلى 2014، حيث وبعد أن بلغ عدد الليالي السياحية أدنى مستوياته بسبب الأزمة الأمنية التي عانت منها الجزائر، إلا أنه عاود الارتفاع بشكل طفيف ليستمر الارتفاع إلى أن وصل في نهاية سنة 2014 إلى قرابة 900 000 ليلة سياحية وهو ما يعتبر مؤشر جيد لعودة السياحة في الجزائر.

ويمكن توضيح ذلك أكثر من خلال الشكل التالي:

شكل رقم (03-04): تطور عدد الليالي السياحية لغير المقيمين



المصدر: من إعداد الطالبتين بناءا على معطيات الجدول رقم (03-05).

التدفقات السياحية الوافدة إلى الجزائر:

يعد الجذب السياحي عامل رئيسي حيث أصبح فنا وعلما مرتبط بكافة مرافق الخدمات، وكلما كان تنوع في عناصر الجذب السياحي فانه يعمل على رفع معدل التدفقات السياحية الوافدة إلى البلد.

والجزائر بلد لم يكن يهتم بحركة السياحة الدولية الوافدة إليها ،فأخذت في التناقص نتيجة لعدم الاستقرار خلال الفترة الاستعمارية، وما زاد الأوضاع سوءا هو تردي الأوضاع الامنية والسياسية مما أثر بشكل ملحوظ على حركة السياح وسرعان ما تحسنت الأوضاع بسبب الاستقرار الأمني والسياسي فأصبحت حركة السياح الأجانب في تحسن مستمر وان كان بسيط من سنة لأخرى حسب ما يوضح الجدول التالي:

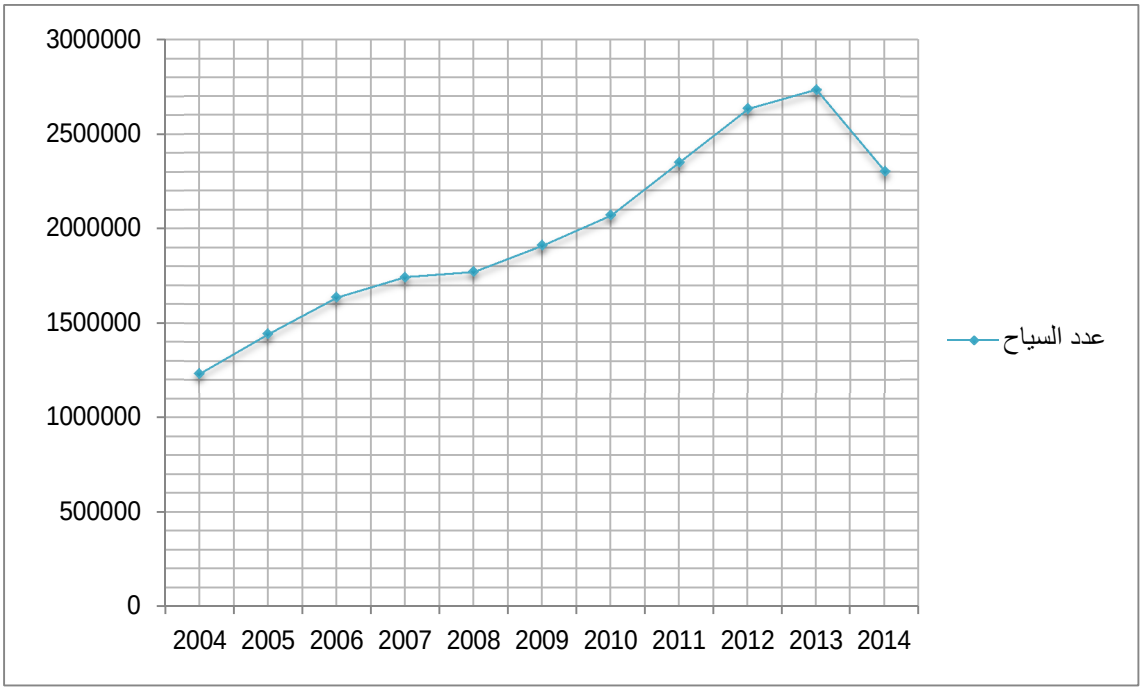
جدول رقم (03-06): تطور عدد السياح الوافدين إلى الجزائر خلال الفترة (2004-2014)

السنوات	عدد السياح	معدل التغير
2004	1233719	/
2005	1443090	16,97
2006	1637582	13,47
2007	1743084	6,44
2008	1771749	16,44
2009	1911506	7,88
2010	2070496	8,31
2011	2349887	13,49
2012	2634056	12,09
2013	2732731	3,74
2014	2301373	15,78

Source : http//www.ons.dz.them-sta.htm
Ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et tourisme

نلاحظ من الجدول رقم (03- 06) أن الحركة السياحية الدولية الوافدة خلال الفترة 2004-2014 عرفت تذبذبا بين صعود وهبوط من سنة لأخرى وهو ما يبينه أكثر الشكل الموالي:

شكل رقم (03-05): تطور عدد السياح الوافدين إلى الجزائر



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على معطيات الجدول رقم (03-06)

من خلال هذه البيانات يمكن أن نستنتج أن هناك تذبذب في حركة السياح الوافدين حيث كان معدل التغير متوسط، بدأ التحسن في عدد السياح الوافدين إلى الجزائر من 1 233 719 سائح لسنة 2004 ليصل عددهم في سنة 2014 إلى 2 301 373 سائح ولكن يبقى نصيب الجزائر من السياحة الوافدة ضئيلا مقارنة بدول الجوار، وهذا بسبب اعتبارات كثيرة لعل أهمها ما يتعلق بالبنية الأساسية التي لا تلبي مستوى الطلب عليها.

المبحث الثالث: مساهمة القطاع في بعض المتغيرات الاقتصادية والاجتماعية

يلعب القطاع السياحي دور هام في انعاش الوضع الاقتصادي والاجتماعي للبلد من خلال مساهمته الفعالة في جميع المتغيرات المرتبطة بهاذين الجانبين وسنحاول في هذا المبحث التطرق إلى مساهمة القطاع السياحي في بعض المتغيرات الاقتصادية وكذا التطرق إلى بعض المعوقات التي يواجهها في سبيل تنميته.

المطلب الأول: مساهمة القطاع السياحي في المتغيرات الاقتصادية

أولا: مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي (PIB):

تساهم السياحة بقدر وافر في الناتج الاجمالي للكثير من البلدان وهذا ما جعل معظم الدول تولي اهتماما بالغا لهذا النشاط في مختلف الخطط التنموية، على عكس ذلك نجد الجزائر من البلدان التي تتوفر على إمكانيات وقدرات كبيرة ولكنها غير مستغلة بكفاءة مقارنة بالفرص المتاحة ولم يتوصل القطاع السياحي بعد إلى لعب دور هام في الاقتصاد الوطني، وهذا ما يتضح من خلال مساهمة القطاع في الناتج المحلي الاجمالي والمبينة في الجدول التالي:

الجدول رقم (03-07): مساهمة السياحة في الناتج المحلي الاجمالي (PIB) الجزائري للفترة (2004-2014)

(الوحدة: مليار دولار أمريكي- قيمة حقيقية-)

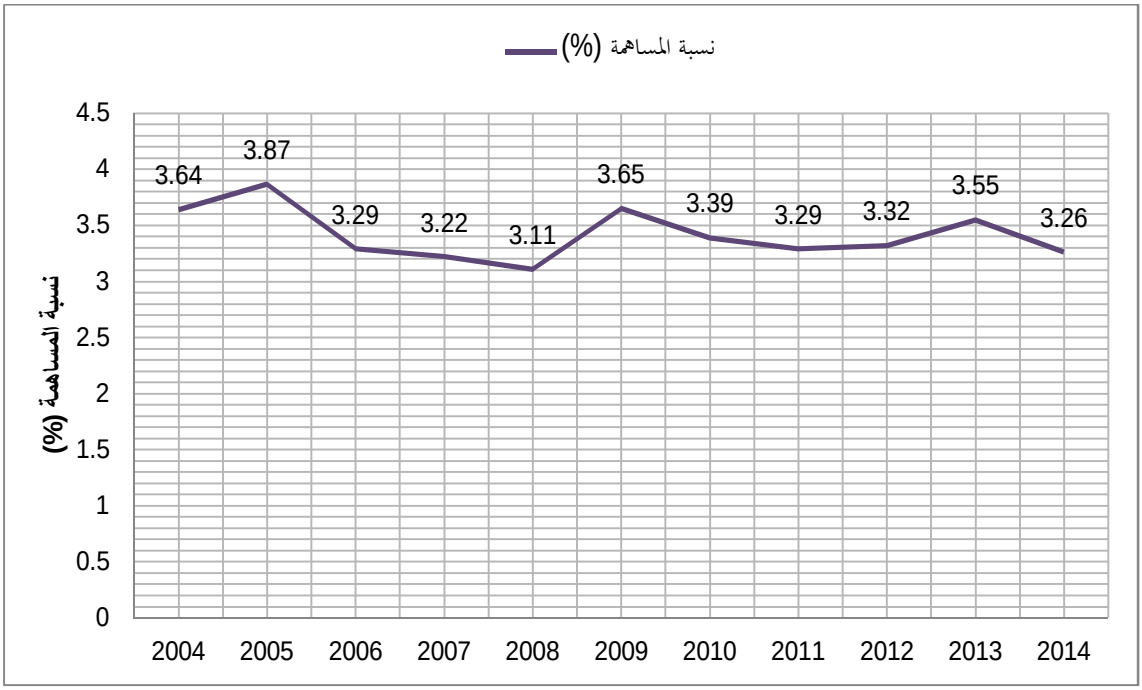
السنوات	المساهمة الاجمالية	نسبة المساهمة (%)	المساهمة المباشرة	نسبة المساهمة (%)
2004	9,52	8	4,33	3,64
2005	9,64	7,64	4,88	3,87
2006	9,89	7,71	4,22	3,29
2007	10,6	7,58	4,27	3,22
2008	9,23	6,8	4,22	3,11
2009	10,68	7,74	5,04	3,65
2010	9,85	6,89	4,85	3,39
2011	9,48	6,45	4,83	3,29
2012	7,78	6,44	5,05	3,32
2013	10,55	6,76	5,54	3,55
2014	10,18	6,26	5,3	3,26

Source: World travel & tourism Council:
http://www.wttc.org/datagateway/ (25-11-2016) (10 h 45)

بالتطلع على بيانات الجدول أعلاه يتضح بأن مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي الاجمالي الجزائري الكلية والمباشرة عرفت استقرار من حين لآخر مع وجود ارتفاع طفيف خلال السنوات الأخيرة، اذ نجد أن المساهمة الاجمالية، انتقلت من 8% ما يعادل 9.52 مليار دولار أمريكي ($US) سنة 2004 لتصبح بنسبة 6.26% ما يعادل 10.18 مليار دولار أمريكي ($US) سنة 2014، غير أن هذه المساهمة تبقى بعيدة كل البعد عن المتوسط العالمي لمساهمة السياحة والسفر في (PIB) البالغ 10%، وتبقى غير مقنعة إذا ما

قورنت بالإمكانيات والمؤهلات السياحية التي تزخر بها الجزائر، وللتوضيح أكثر يمكن التعبير عن تطور نسب المساهمة للسياحة والسفر من خلال المنحنى البياني الممثل في الشكل الموالي:

الشكل رقم (03-06): تطور لنسبة المساهمة المباشرة لقطاع السياحة الجزائري في الناتج المحلي الاجمالي (PIB) للفترة (2004-2014)



المصدر : من إعداد الطالبتين بالاعتماد على معطيات الجدول السابق رقم (03-07)

من خلال الشكل رقم (03-06) يتضح بأن مساهمة السياحة والسفر في الناتج المحلي الاجمالي (PIB) شهدت ارتفاعا طفيفا ومتذبذبا خلال الفترة الممتدة من 2004 إلى 2014، بحيث نجد أن نسبة المساهمة المباشرة، ارتفعت من3.64% كحد أقصى لسنة 2004 لتبلغ سنة 2005 حدها الأعلى بنسبة قدرت بـ3.87%، كما أشير إلى أن نسبة المساهمة المباشرة بلغت حوالي 5.30% أي ما يعادل 633.1% مليار دينار جزائري سنة 2014 في احصائيات تقرير المجلس العالمي للسياحة والسفر (wwtc)، وبالرغم من وجود تغيرات ايجابية الناجمة عن بعض الجهود المبذولة، إلا أن النتائج المحققة تعكس مدى محدودية مساهمة القطاع السياحي في (PIB)، وهذا قد يعود إلى كون الدولة الجزائرية لم تثمن قطاع السياحة ولم تعره أهمية كبيرة ضمن استراتيجياتها التنموية لاعتمادها على قطاع المحروقات بالدرجة الأولى فهي تعد بلد منتج ومصدر للبترول، وهذا ما رجح إلى أن تكون النتائج المحققة ضعيفة.

ثانيا: مساهمة القطاع السياحي الجزائري في تحقيق الايرادات السياحية.

ترتبط الايرادات السياحية بشكل كبير بعدد السياح الأجانب، فكلما ارتفع تدفق الزائرين والسياح الأجانب في البلد السياحية صاحبه دخول التدفقات النقدية بالعملة الأجنبية، وبالعودة للجزائر فقد نجدها عرفت تطور بطيء في حركة السياحة الوافدة اليها، وهذا ما سنلاحظه في الجدول الموالي المتمثل في تطور الايرادات السياحية للجزائر خلال الفترة 2004-2014[1]

الجدول رقم (03-08): تطور الايرادات السياحية للجزائر خلال الفترة 2004-2014

السنوات	الايرادات السياحية	نسبة التغير (%)
2004	178 000 000	/
2005	477 000 000	167,97
2006	393 000 000	-17,61
2007	334 000 000	-15,01
2008	473 000 000	41,61
2009	361 000 000	-23,67
2010	324 000 000	-10,24
2011	300 000 000	-7,4
2012	295 000 000	-1,67
2013	326 000 000	10,5
2014	347 000 000	6,44

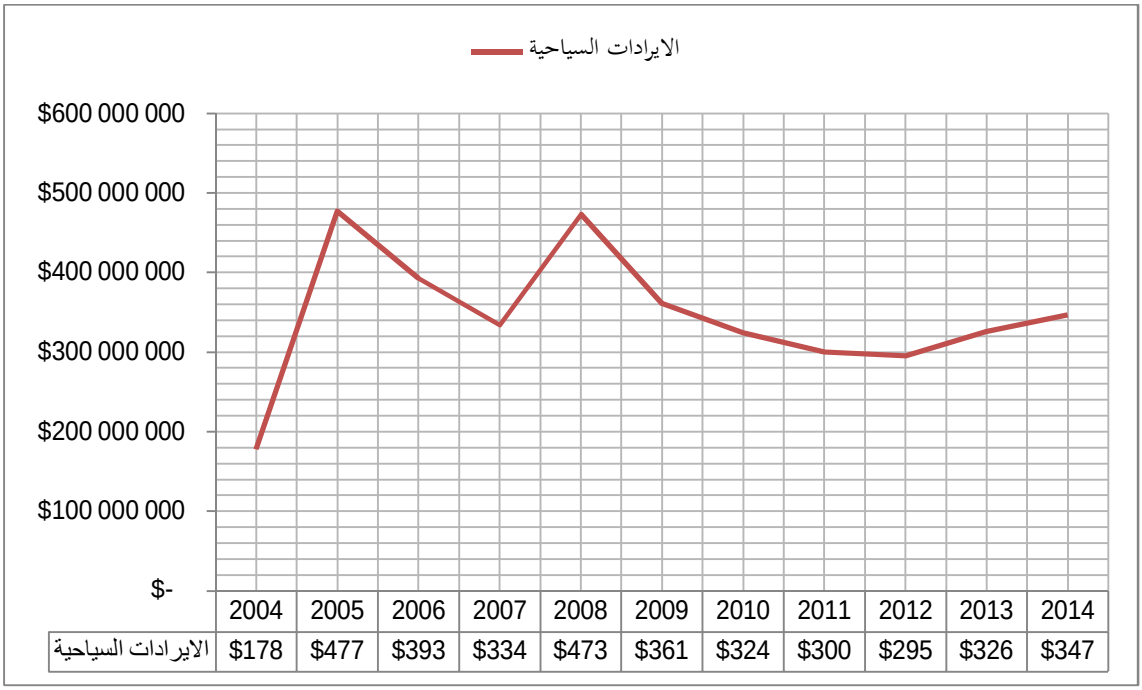
المصدر: البنك لدولي، البيانات، السياحة الدولية (الايرادات) تم الاطلاع على الموقع:

http://data.albankaldawli.org/indicator/St.INT.Rcpt.CD (27-11/2016) (14h)

[1] حري مخطارية ، **دور الإستثمار الأجنبي المباشر في ترقية القطاع السياحي في دول المغرب العربي**، دكتوراه علوم ،تخصص علوم إقتصادية ، جامعة حسيبة بن بوعلي شلف 2017/2016 ص ص 204 – 205.

بالنظر إلى معطيات الجدول رقم (03-08) يبين لنا أن الايرادات السياحية المحققة في الجزائر شهدت تذبذبا بحيث عرفت معدلات تغير سالبة خلال الفترة الممتدة من 2006 إلى غاية 2012 إذ انتقلت من 393 إلى 295 مليون دولار أمريكي، باستثناء سنة 2008 التي عرفت تطورا ايجابيا بحيث بلغت الايرادات السياحية 473 مليون دولار أمريكي، وللتوضيح أكثر تمثل هذه المعطيات في الشكل الموالي:

الشكل رقم (03-07): يبين تطور الايرادات السياحية للجزائر خلال الفترة 2004-2014



	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
الايرادات السياحية	$178	$477	$393	$334	$473	$361	$324	$300	$295	$326	$347

المصدر : من إعداد الطالبتين بالاعتماد على معطيات الجدول رقم (03-08)

من خلال الشكل نرى أن الايرادات السياحية الجزائرية عرفت نموا ايجابيا في فترات معينة، اذ بلغت كأكبر قيمة لها لسنة 2005 قدرت بـ 477 مليون دولار أمريكي (US$)، ولكن تبقى هذه المداخيل المحققة في مجال السياحة ضعيفة جدا ولا تعبر عن المؤهلات والامكانيات التي تملكها الجزائر، خاصة إذا ما قورنت بما تحصل عليه دول الجوار من حجم عائدات السياحة الدولية المحققة في العالم، وقد يعود هذا الضعف إلى صعوبات جمة يشهدها القطاع وإلى غياب اهتمام الدولة بالقطاع السياحي لاعتمادها على قطاع المحروقات بالدرجة الأولى، ومن المنتظر أن ترتفع نسبة الايرادات السياحية على مدى السنوات المقبلة وهذا بسبب الجهود المبذولة من قبل الدولة لإصلاح القطاع لجعله مورد استراتيجي بديل للمحروقات.

ثالثا: مساهمة القطاع السياحي الجزائري في دعم ميزان المدفوعات

تسعى الكثير من الدول وراء تحقيق فائض في ميزان مدفوعاتها أو التوصل إلى التوازن بين الايرادات السياحية والنفقات السياحية، فالجزائر حققت نتائج لا تدعو إلى التفاؤل نتطرق لها في الجدول الموالي:

الجدول رقم (03-09): تطور الميزان السياحي الجزائري للفترة (2004-2014).

(الوحدة: الدولار أمريكي(- أسعار جارية-)

السنوات	الايرادات السياحية	النفقات السياحية	المصدر
2004	178 000 000	341 000 000	-163 000 000
2005	477 000 000	660 000 000	-183 000 000
2006	393 000 000	414 000 000	-21 000 000
2007	334 000 000	502 000 000	-168 000 000
2008	473 000 000	613 000 000	-140 000 000
2009	361 000 000	574 000 000	-213 000 000
2010	324 000 000	716 000 000	-392 000 000
2011	300 000 000	595 000 000	-295 000 000
2012	295 000 000	598 000 000	-303 000 000
2013	326 000 000	532 000 000	-206 000 000
2014	347 000 000	685 000 000	-338 000 000

المصدر: حري مختارية، دور الاستثمار الأجنبي المباشر في ترقية القطاع السياحي في دول المغرب العربي، دكتوراه علوم تخصص علوم إقتصادية ،جامعة حسيبة بن بوعلي – شلف (2016/2017)، **ص** 214

يتضح من المعطيات المبينة في الجدول أعلاه أن الميزان السياحي خلال الفترة الممتدة 2004 إلى غاية 2014 شهد عجزا طول الفترة بحيث سجل أكبر عجزا له سنة 2014 قدر بـ (338) مليون دولار أمريكي

(US$) وهذا نتيجة لارتفاع النفقات السياحية الجزائرية عن ايراداتها والذي سينعكس سلبا على ميزان المدفوعات إما بمساهمته في زيادة العجز لميزان المدفوعات أو التقليل من الفائض المحقق، وقد تعود هذه النتائج ككل إلى ارتفاع النفقات السياحية نتيجة لارتفاع نسبة السياحة العكسية مقارنة بالإيرادات السياحية المحققة، فالجزائر تعد بلدا مصدرا للسياح لا مستقطب.

المطلب الثاني: مساهمة القطاع السياحي في المتغيرات الاجتماعية

أولا: مساهمة القطاع السياحي الجزائري في التشغيل

السياحة قطاع كثيف التشابك بحيث ترتبط بالعديد من القطاعات الأخرى وهذا ما يجعله من القطاعات الأكثر تأمينا لفرص العمل سواء المباشرة والمتمثلة في المناصب المتوفرة في القطاع نفسه أو الغير المباشرة والمتوفرة في القطاعات الأخرى ذات الصلة بالنشاط السياحي ،كما أن حجم العمل في السياحة يرتبط بدرجة كبيرة بمدى تطوير القطاع وترقيته، ففي الجزائر نجد أن نسبة التشغيل في القطاع السياحي الجزائري تتطور بصفة ضعيفة مقارنة بما تمتلكه الجزائر من مقومات ،إذ يمكن إبراز عدد المستخدمين في القطاع السياحي الجزائري وفق الجدول الموالي : [1]

[1] حري مختارية ، مرجع سبق ذكره، ص 222-223 .

الجدول رقم (03-10): تطور مساهمة السياحة والسفر الجزائري في التشغيل خلال الفترة (2004-2014)

(**الوحدة: ألف عامل**)

السنوات	المساهمة المباشرة	النسبة المئوية من مجموع العمالة (%)	المساهمة الكلية	النسبة المئوية من مجموع العمالة (%)
2004	227,51	2,91	518,1	6,64
2005	258,85	3,16	527,95	6,45
2006	239,02	2,69	576,25	6,49
2007	225,41	2,62	546,19	6,35
2008	227,66	2,48	515,04	5,62
2009	269,18	2,84	593,12	6,26
2010	254,09	2,61	539,54	5,54
2011	266,57	2,77	535,43	5,58
2012	292,23	2,87	583,01	5,73
2013	321,38	2,97	634,45	5,87
2014	305,91	2,82	604,42	5,57

Source : http://data.worldBank.org/data-catalog/world-developement-indicators (01/01/2017) (09h)

انطلاقا من المعطيات الموجودة في الجدول رقم (03-10) يتبين بأن العمالة في القطاع السياحي في الجزائر تزايدت بشكل مستمر خلال الفترة 2004 إلى 2014، فقد تمكن القطاع السياحي من خلق 604

ألف وظيفة سنة 2014 بنسبة 5.57% من إجمالي اليد العاملة الوطنية منها 305.91 ألف وظيفة مباشرة بلغت نسبتها إجمالي اليد العاملة 2.82% ، ويمكن أن يعود هذا إلى زيادة المشاريع السياحية ضمن السياسات والاستراتيجيات المتبناة من طرف الدولة قصد النهوض بالقطاع السياحي على المدى المتوسط والبعيد تشجيع الاستثمارات، لكن تبقى هذه الحصة ضئيلة مقارنة بما تملكه الجزائر من مقومات وإمكانيات غير مستغلة ويعود هذا الضعف إلى عدة عوامل نذكر منها:

1. العجز في هياكل الايواء السياحي وغياب المنافسة.
2. اللجوء إلى التشغيل غير المصرح به لا سيما على مستوى القطاع الخاص.
3. نقص التأهيل في أوساط العاملين في ميدان التشغيل في القطاع السياحي.

ثانيا: مساهمة القطاع السياحي الجزائري في تحسين المستوى المعيشي للسكان

ترتبط مساهمة السياحة في تحسين المستوى المعيشي للفرد ارتباطا وثيقا بنسبة الايرادات السياحية المحققة من طرف الدول السياحية والتي تساهم بدورها في تكوين الدخل القومي، إلى جانب مدى إمكانية القطاع من توفير فرص العمل المباشرة والغير المباشرة التي تضمن العيش الأفضل للفرد ،فالجزائر تعرف نقص في مساهمة قطاعها السياحي في تحسين المستوى المعيشي لسكانها وهذا يتضح من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (03-11): تطور مساهمة القطاع السياحي الجزائري في تحسين المستوى المعيشي للسكان خلال الفترة الممتدة (2004-2014)

(الوحدة: دولار أمريكي)

السنوات	نصيب الفرد من الايرادات
2004	5,42
2005	14,33
2006	11,64
2007	9,74
2008	13,58
2009	10,19
2010	8,99
2011	8,17
2012	7,87
2013	8,53
2014	8,91

Source : http://data.worldBank.org/data-catalog/world-developement-indicators (01/01/2017) (11h45)

بالتمعن إلى الأرقام الموجودة في الجدول أعلاه يتبين أن نصيب الفرد الواحد من الايرادات السياحية الدولية المحققة خلال الفترة الممتدة من 2004-2014 عرف نموا متذبذبا، غير أن هذه المساهمة تعد ناقصة، أي غير كافية تعود سلبا على تدني المستوى المعيشي للسكان، وقد يرجع هذا النقص إلى قلة تدفقات السياح الوافدين والمؤسسات، فالسياحة الجزائرية غير قادرة على المساهمة في تحسين المستوى المعيشي للأفراد، نتيجة إلى الاوضاع التي يعيشها القطاع السياحي من غياب الاهتمام به والنقص في التسيير الذي أدى إلى نقص الطلب السياحي في الجزائر.

المطلب الثالث: معوقات النهوض بالقطاع السياحي الجزائري

فيما يلي نحصر أهم المشاكل التي حالت دون تطور القطاع السياحي الجزائري[1]:

1. ضعف تدفق عدد السياح إلى الجزائر:

وذلك راجع إلى مجموعة من الاسباب منها عدم القدرة على اختراق الأسواق الأجنبية واستقطاب السياح بفعل غياب برامج تسويقية، بالإضافة إلى عدم القدرة على مسح الصورة الذهنية السلبية تشكلت لدى السياح اتجاه الجزائر كوجهة سياحية غير آمنة.

2. عدم القدرة على التغلل في الاسواق الدولية:

هناك خلل في هيكل توزيع السياح المتوافدين إلى الجزائر حيث أن 66% من السياح مصدرهم دولتين فقط هما تونس فرنسا وأن أي اضطراب بهما سوف يؤثر بشكل سلبي على توافد السياح الأجانب إلى الجزائر ،هذه الوضعية تتطلب تخطيط برامج لترويج المنتج السياحي الجزائري في الخارج بشكل يحفز السياح الأجانب داخل الاسواق المختلفة، لكن هذا يجب أن يسبقه تحسين في الهياكل السياحية من حيث طاقتها الايوائية ومن حيث جودة الخدمات المقدمة، إلا أن أي عجز في تغطية الطلب من حيث الحجم أو النوع من شأنه أن يسئ إلى الجزائر كوجهة سياحية.

3. طاقات غير كافية وذات نوعية بيئية بالنسبة لهياكل الايواء:

ما يميز السوق السياحي الجزائري هو العجز الواضح في الطاقة الاستيعابية لهياكل الايواء، وهي غير قادرة على تغطية الطلب في حال ارتفاعه بشكل سريع ومفاجئ نتيجة بعض الظروف مثل حالة عدم الاستقرار السياسي التي شهدتها بعض الدول العربية، وهذا يعتبر ضعفا كبيرا في أحد أهم مكونات العرض السياحي الجزائري.

4. عدم القدرة على المنافسة:

نوعية المنتج السياحي والخدمات التي توفرها الهياكل الفندقية في الجزائر تتميز بضعف جودتها ولا ترقى إلى مستوى منافسة الأسواق الأجنبية القريبة، فأغلب المواقع السياحية الجزائرية غير خاضعة للصيانة وغير مثمنة

1 سمير سالمي وعمر بوجميعة، **السياحة في الجزائر: مشكل تسويق أم مشكل قطاعي عام؟**.، ملتقى القطاع الخاص ودوره في تنمية السياحة، يومي 27 – 28 سبتمبر 2015، ص 15 - 18

بشكل كافي، هذه الوضعية تتطلب إعادة النظر في مكونات العرض السياحي ليتماشى مع المقاييس الدولية كأحد مفاتيح النهوض بالقطاع السياحي الجزائري.

5. نقص في تأهيل ومهنية المستخدمين:

من أهم أسباب ضعف الخدمات السياحية المقدمة هو النقص المسجل على مستوى تأهيل وتكوين المستخدمين في المؤسسات والهياكل السياحية.

6. ضعف التحكم في التقنيات السياحية بالنسبة للوكالات السياحية:

ما يميز مختلف الوكالات السياحية الجزائرية هو عدم معرفتها بالتقنيات السياحية المعمول بها على المستوى العالمي، وهو ما أدى بهذه الوكالات إلى عدم التكيف مع الطرق الحديثة للتسيير الالكتروني للخدمات السياحية، إضافة إلى عدم وجود تنظيم لهذه الوكالات وميثاق يحكم هذه المهنة.

7. ضعف الاعتماد على تكنولوجيا الاعلام والاتصال في المجال السياحي:

تم تسجيل ضعف كبير من طرف الجهات الرسمية فيما يخص استعمال مواقع الانترنيت من أجل إبراز المنتجات السياحية التي تتمتع بها الجزائر، إضافة إلى صعوبة التكيف مع الوزن المتزايد لاستعمال الوسائط الإعلامية في المجال السياحي.

8. عدم الانفتاح السياحي:

لا يزال المجتمع الجزائري بعيدا عن ثقافة خدمة الغير وروح الضيافة وهو ما جعله منغلق سياحيا، خاصة مع الظروف الأمنية التي مرت بها البلاد سنوات الأزمة الأمنية، وحسب تقرير التنافسية العالمية لقطاع السفر والسياحة لسنة 2013 الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي جاءت الجزائر حسب مؤشر الصلة بقطاع السياحي في الرتبة 137 عالميا من أصل 140 دولة شملها التصنيف[1].

9. ضعف نوعية النقل والمواصلات:

ما يميز خدمات النقل هو عدم قدرتها على مواكبة الطلب كما و نوعا، فزيادة الطلب السياحي يجب أن يقابلها القدرة على إشباع هذا الطلب، ويعتبر النقل أجزاء هذا الطلب لذلك لا بد من توفيره وبكل أشكاله.

[1] Jennifer Blancke, Thea Chiesa, **The travel and tourism competitiveness report 2013** (Reducing barriers to economic growth and job creation), world econ economic forum, Geneva, 2011, P 89.

10. بنوك وخدمات مالية تقليدية:

تميز السوق الجزائرية بعدم ملائمة وضعف في وسائل الدفع الحديثة على مستوى البنوك والمؤسسات المستقبلة للسائح، وهو ما يؤثر على حجم التوافد السياحي على الجزائر نظرا لغياب هذه الخدمات.

11. مسألة الأمن:

يعتبر الاستقرار وتوفير الأمن أكثر العوامل المساهمة في جذب السياح، ففي الجزائر تم تسجيل حوادث متكررة تتعلق أحيانا بغياب الأمن الصحي والغذائي، واحيانا أخرى تتعلق بوقوع اضطرابات ذات خلفية سياسية، وتشير إلى أن صورة الجزائر كوجهة سياحية لا زالت متراجعة بسبب الظروف الأمنية التي سادت البلاد بين سنوات 1990 و 2000.

12. تسيير وتنظيم غير متكيف مع السياحة العصرية:

ان طريقة التنظيم المعمول بها والاجراءات الإدارية التي تتطلبها تشكل عائقا أما تطور السياحة الجزائرية، فالمعروف على الإدارة الجزائرية مبالغتها في إجراءات استخراج تأشيرات الدخول إلى الجزائر، ومن جانب آخر فإن غياب أدوات لتقييم ومتابعة تطور السياحة على المستوى الوطني يعيق جهود النهوض بالقطاع السياحي.

13. ضعف تسويق الوجهة السياحية داخليا وخارجيا:

وهذا العجز سببه ضعف الاتصال الداخلي والخارجي وضعف التعاون بين مختلف القطاعات والشركاء في القطاع السياحي، إضافة إلى العجز في الإعلام والاتصال الايجابي وهو ما نتج عنه مشكل حقيقي خاص بترويج الصورة السياحية للجزائر، وعلى الصعيد الداخلي تم تسجيل غياب أنشطة التسويق الجواري.

14. عدم وجود استراتيجية واضحة:

مخططات النهوض بالقطاع السياحي تتميز بالضعف الواضح وعدم الاستمرارية، وبهذا الصدد فإن المخطط التوجيهي هي للتهيئة السياحية آفاق 2025 التي وضعته الجزائر لسنة 2008 وسطرت له برنامجا زمنيا محددا يعرف تأخرا كبيرا في تحقيق أهدافه كما لم يتم تقييم أو توضيح درجة التقدم التي وصل إليها.

خلاصة الفصل:

تطرقنا في هذا الفصل إلى واقع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر والتي تعتبر من أهم الرهانات التي يعتمد عليها الاقتصاد الجزائري لدفع عجلة التنمية الاقتصادية و الاجتماعية وهي تشكل اليوم رافدا مهما

يتميز بخصوصيات متعددة تجعلها قادرة على مواجهة التغيرات التي تعرفها بيئة الاعمال على المستوى المحلي ،ومجابهة التحديات التي تفرض عليها توسيع مجالات نشاطها ،وهنا يتجلى القطاع السياحي كأحد القطاعات التي تبرز فيها المؤسسات الصغيرة و المتوسطة وتقدم أداءا متميزا يعتمد على حسن استغلال واستثمار مختلف عوامل الجذب السياحي التي تتميز بها الجزائر ،غير أن هذا القطاع لا يؤدي بشكل كاف الأدوار المنوطة به رغم مساهمته في الكثير من المتغيرات مثل التشغيل ،الناتج المحلي ،المستوى المعيشي إلا أن هذه المساهمة تبقى ضعيفة مقارنة بما تملكه الجزائر من إمكانيات سياحية ،وهو ما يتطلب جهودا مضاعفة من الدولة لدعم المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الناشطة في المجال السياحي.

خاتمة

الخاتمة:

يعتبر قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من أهم الرهانات التي يعتمد عليها الاقتصاد الجزائري لدفع عجلة التنمية الاقتصادية والاجتماعية وهي تشكل اليوم رافدا مهما يتميز بخصوصيات متعددة تجعلها قادرة على مواجهة التغيرات المتسارعة التي تعرفها بيئة الأعمال على المستوى المحلي والدولي على حد سواء ومجابهة للتحديات التي تفرض عليها توسيع مجالات تدخلها وأنشطتها الاقتصادية ،وهنا يتجلى القطاع السياحي كأحد القطاعات التي يمكن أن تبرز فيها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتقدم أداءا مميزا يعتمد بالدرجة الأولى على حسن استغلال واستثمار مختلف العوامل الخاصة بالجذب السياحي التي يمكن تمييزها مع ترامي أطراف البعد القاري للجزائر.

هذا ويعتبر قطاع السياحة من أكثر القطاعات جذبا للاستثمارات ،مما يسمح بإمكانية توسع نشاط المؤسسات الصغيرة و المتوسطة ،مما يمكن أن يكون مدخلا مناسبا لخلق تنمية سياحية مستدامة أساسها إستغلال المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للإمكانيات السياحية للبلاد.

إختبار الفرضيات :

الفرضية الأولى: تلعب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة دورا هاما ومحوريا في تحقيق التنمية في مختلف المجالات منها المجال السياحي الذي أصبح من أهم القطاعات نظرا لأثاره الكبيرة على مختلف المتغيرات الاقتصادية مثل الإيرادات ،التشغيل ،الناتج المحلي و غيرها .

الفرضية الثانية :تمثل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة آلية مالية محورية لتحقيق الفعالية الاستراتيجية التنموية وذلك بناءا على الثقل الذي أحرزته هذه المنظومة بالنظر إلى جملة الخصائص التي تتميز بها .

الفرضية الثالثة: تشهد اقتصاديات العالم تغيرات عديدة وعميقة فرضت جملة من التحديات أفرزت حتمية تطوير النشاط السياحي للعديد من الدول باعتباره قطاع مهم للقيام بتنمية شاملة لمختلف القطاعات بناءا على مدى قدرة القطاع السياحي على التأثير في هذه القطاعات.

النتائج:

من خلال دراستنا المعمقة لبحثنا توصلنا إلى مجموعة من النتائج يمكن حصرها فيما يلي :

- المؤسسات الصغيرة و المتوسطة من أهم القطاعات التي أظهرت مؤخرا قدرة كبيرة على النهوض بالاقتصاد الوطني بالنظر إلى أهميتها الكبيرة في المجتمع و الأهداف التي تؤديها.

الخاتمة:

- تواجه المؤسسات الصغيرة و المتوسطة العديد من المشاكل مثل عدم التخصص ،نقص التمويل ، عدم الإهتمام و غيرها.

- القطاع السياحي يعتبر من أهم البدائل التي من شأنها حل مشاكل التبعية البترولية في الجزائر.

- تتميز الجزائر بمقومات سياحية ضخمة تجعل منها وجهة سياحية ممتازة.

- تستطيع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الاستثمار في المجال السياحي و تحقيق أهداف مبهرة بالنظر إلى خصائص كلا القطاعين و إمكانية تكاملهما حيث أن الإثمار في المجال السياحي لا يتطلب مؤسسات كبيرة و إنما مؤسسات صغيرة ومتوسطة .

- تلعب الساحة دورا محوريا هاما في التمية الشاملة سواء اقتصادية أو اجتماعية من خلال الأدوار التي تلعبها في مختلف المؤشرات تمثل الدخل الوطني ،ميزان المدفوعات ، التشغيل ، و الرفع من المستوى المعيشي.

التوصيات :

بناءا على ما سبق يمكن تقديم جملة من الاقتراحات و التوصيات التالية :

- تبق المؤسسات الصغيرة و المتوسطة من أهم البدائل المتاحة للنهوض بالاقتصاد الجزائري في السنوات الأخيرة إلا أنها تبقى في حاجة ماسة لدعم الدولة عن طريق سن العديد من القوانين لتحفيز المستثمرين في هذا المجال.
- على الدولة الجزائرية الاهتمام بالمنشأة السياحية و المواقع الأثرية و محاولة التعريف بها و التشجيع على قدوم السياح الأجانب للجزائر عن طريق تسهيل إجراءات الدخول للوطن و الخروج منه و كذا توفير الأمن الازم للنهوض بالقطاع السياحي .
- على المسؤولين على السياسات الاقتصادية إعطاء القطاع السياحي أهمية كبيرة و جعله المرتكز الرئيسي للقيام بالتنمية الشاملة لمختلف القطاعات .
- يجب خلق تكامل كبير بين القطاع السياحي و بقية القطاعات مثل الصناعات التقليدية، الأشغال العمومية و هذا حتى تزداد مداخيل كل قطاع .
- إن الدولة مطالبة بدعم و تنمية الشغل في الميدان السياحي و تعزيز الحماية القانونية لهذا القطاع .

الخاتمة:

أفاق البحث:

يمكن ذكر المواضيع التالية و جعلها كأفاق مستقبلية للبحث:

- مساهمة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في النهوض بالقطاع السياحي .
- أهمية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير الاستثمار السياحي في الجزائر للقيام بالتنمية السياحية.

قائمة المراجع

قائمة المصادر و المراجع

أولا: المراجع باللغة العربية

الكتب:

1. أحمد الجلاد، **التخطيط السياحي والبيئي بين النظرية والتطبيق**، ط01، عالم الكتاب، القاهرة، 1988.
2. أحمد عبد السميع علام، علم الاقتصاد السياحي ،ط01 ،دار الوفاء ، الاسكندرية ، 2007-2008.
3. أحمد ماهر، عبد السلام أبو قحف، تنظيم وإدارة المنشآت السياحية الفندقية، ط 02،المكتب العربي الحديث ،الاسكندرية، 1999.
4. آسيا محمد إمام الأنصاري، ابراهيم خالد عواد،إدارة المنشآت السياحية،ط01،دارصفاء، الأردن، 2002.
5. توفيق عبد الرحيم يوسف، إدارة الأعمال التجارية الصغيرة ،ط01 دار الصفا ،عمان، الأردن 2002
6. جمعة وآخرون، الريادة وادارة الأعمال الصغيرة، ط01، دار حامد، الأردن، 2006.
7. حديد كامل آل شيب، ادارة مالية لشركات المتقدمة، دار اليازوري، الأردن، 2010
8. حسام حسن الصعيدي، نظم المعلومات السياحية،ط01، دار الراية، عمان،2010.
9. حميد عبد النبي الطائي، أصول الصناعة السياحة، الوراق ، عمان، 2009.
10. خالد كواش، السياحة: مفهومها، أركانها، انواعها،ط01، دار التنوير، الجزائر، 2007.
11. خالد مقابلة، فن الدلالة السياحية، ط02،دار وائل، عمان، 2003.
12. خبابة عبد الله، المؤسسات الصغيرة و المتوسطة آلية لتحقيق التنمية المستدامة، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، 2011.
13. خبابة عبد الله، المؤسسات الصغيرة و المتوسطة آلية لتحقيق التنمية المستدامة، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، 2013
14. دخال مصطفى قاسم، إدارة البيئة والتنمية المستدامة في ظل العولمة، كلية الادارة والتكنولوجيا، الدار الجامعية،مصر ،2007.
15. الدليل الاقتصادي والاجتماعي، المؤسسة الوطنية ، الجزائر، 1989.
16. رابح خوني، رقية حساني، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومشكلات تمويلها،ط01، اتراك، جامعة بسكرة، الجزائر 2008.

17. رحموني أحمد ،المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و دورها في إحداث التنمية الشاملة في الإقتصاد الجزائري ط،01 المكتبة المصرية 2011 .

18. سعاد نائق البرتوطي، ادارة الأعمال الصغيرة، ط01، دار وائل، الأردن، 2005.

19. صبري عبد السميع، نظرية السياحة، الطوبجي ، القاهرة، 1992.

20. صفوت عبد السلام عوض الله، اقتصاديات الصناعات الصغيرة ودورها في تحقيق التنمية، النهضة العربية، القاهرة، 2005.

21. عبد الإله أبو عياش وحميد عبد النبي الطائي، التخطيط السياحي، مؤسسة الوراق ، الأردن، 2004.

22. فتحي السيد عبده أبو السيد، الصناعات الصغيرة والمتوسطة ودورها في التنمية المحلية، مؤسسة شباب الجامعة، الاسكندررية، 2005.

23. كاظم حبيب، مفهوم التنمية الاقتصادية، دار الفارابي، بيروت، 1980.

24. ليث عبد الله القهيلوي ،المشاريع الريادية الصغيرة والمتوسطة ودورها في عملية التنمية، ط01، دار الحامدة، الأردن، 2012.

25. ماجدة العطية، ادارة المشروعات الصغيرة، ط02، دار المسيرة، عمان 2016.

26. ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، دار زهوان، مصر، 1997.

27. محمد الهادي لعروق، أطلس العالم بالجزائر، دار الهدي، عين مليلة، بدون سنة نشر، الجزائر.

28. محمد خميس الزوكة، صناعة السياحة من منظور جغرافي،ط02، دار المعرفة الجامعية، إسكندرية، 1995.

29. محمد عبد العزيز عجيمة ،ايمان عطية ناصف،التنمية الاقتصادية: دراسات نظرية وتطبيقية،الاسكندرية، 2003.

30. محمد مرسي الحريري، جغرافية السياحة، مصر، دار المعرفة الجامعية، 1991.

31. محمد هيكل، مهارات ادارة المشروعات الصغيرة، ط01، مجموعة النيل العربية، مصر ،2003.

32. مروان محسن السكر ،السياحة مضمونها وأهدافها سلسلة الاقتصاد السياحي –ج1-، الأردن، 1994.

33. مصطفى رشيد شيحة، النقود والمصارف الائتمان،ط01، دار الجامعية الحديثة، الاسكندرية.

34. منى طه الحوري، اسماعيل محمد الدباغ، اقتصاديات السفر والسياحة،ط01 ،مؤسسة الوراق ، عمان، 2000.

35. ناصر دادي عدون،عبد الرحمن بابنات، التدقيق الاداري و تاهيل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر، دار المحمدية العامة، الجزائر، 2008.

36. نبيل الروبي، التخطيط السياحي، مؤسسة الثقافة الجامعية، القاهرة، 1987.

37. نعيم الظاهر، سراب إلياس، مبادئ السياحة،ط02، دار الميسرة، الأردن، 2007.

38. هباس رجاء الحربي، التسويق السياحي في المنشآت السياحية،ط01، دار أسامة ،الأردن، 2012.

39. لنهضة العربية ،مصر 2001.

40. وليد خالد الشبابجي، مدخل إلى المالية العامة الاسلامية،ط01، دار النفائس، عمان، 2005.

41. أطروحات ومذكرات:

42. أحمد لشهب، السياسة السياحية في الجزائر من 1962 إلى 1982، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، 1987.

43. حاجي عبد القادر، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أداة لتحقيق التنمية الاقتصادية، مذكرة ماستر، ورقلة،2011.

44. حري مخطارية، دور الاستثمار الاجنبي المباشر في ترقية القطاع السياحي في دول المغرب العربي،دكتوراه علوم ، تخصص علوم اقتصادية ، جامعة حسيبة بن بوعلي،شلف،2016-2017.

45. حميدة بوعموشة، دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق تنمية مستدامة، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2011-2012.

46. خيثر هواري ،تأهيل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة ماجيستر، جامعة تيارت ، تخصص تسيير و إقتصاد المؤسسات ، سنة 2008 – 2009 .

47. خيثر هواري، تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة ماجستير، جامعة تيارت، تخصص: تسيير واقتصاد المؤسسات، سنة 2008-2009.

48. درابعية منيرة ،الأعمال كآلية لدعم المؤسسات الصغيرة و المتوسطة ، مذكرة تخرج لنيل ماجيستر، تخصص مالي ،كلية العلوم التجارية و الإقتصادية و علوم التسيير ، تيسمسيلت 2012 -2013 .

49. رابح حمدي باشا، أزمة التنمية والتخطيط في ظل التحولات الاقتصادية العالمية، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2007

50. ريان درويش، الاستثمارات السياحية في الأردن ،رسالة ماجستير، معهد العلوم الاقتصادية – جامعة الجزائر-1996.

51. عامر عيساني، الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة حالة ا لجزائر، أطروحة دكتوراه في علوم النشر، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر، 2009-2010.

52. عبد القادر عوينات، السياحة في الجزائر الامكانات والمعوقات 2000-2025 في ظل الاستراتيجيات السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحيةSdat 2025 ،أطروحة دكتوراه، تخصص نقود ومالية، جامعة الجزائر، 2013.

53. عثمان لخلف ،دور و مكانة الصناعات الصغيرة و المتوسطة في التنمية الإقتصادية حالة الجزائر ، رسالة ماجستر، معهد العلوم الإقتصادية ، جامعة الجزائر 1995 .

54. كواش خالد، واقع السياحة في الجزائر وآفاق تطورها، أطروحة تندرج ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه، جامعة الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، فرع التخطيط، 2003-2004.

55. كواش خالد،أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية،أطروحة دكتوراه ،جامعة الجزائر،2003-2004.

56. مالية، كلية العلوم التجارية والاقتصادية وعلوم التسيير، تيسمسيلت، 2012 – 2013.

57. متولي عبد العاطي، التقييم الاقتصادي لاستراتيجيات تنشيط الطلب السياحي في زمن الأزمات، رسالة للحصول على درجة العضوية في العلوم الادارية، أكاديمية السادات للعلوم الادارية، المعهد القومي للإدارة العليا، مصر، 2000.

58. هشام مغربي، مساهمة القطاع السياحي في تحقيق التنمية المستدامة، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر، تخصص تجارة دولية، جامعة بسكرة، 2013.

59. يوسف قريشي ،سياسة تمويل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر ،دراسة ميدانية أطروحة دكتوراه في العلوم الإقتصادية في سنة 2005 .

الملتقيات والمؤتمرات :

1. اسماعيل شعباني ،**ماهية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتطورها في العالم** ،مداخلة مقدمة في الملتقى الدولي حول تحويل المشروعات الصغيرة وتطوير دورها في الاقتصاديات المغاربية، جامعة فرحات عباس سطيف ،كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير2003.

2. بن فرج زوينة، **الفنادق الخضراء: أحد المداخل لتحقيق التنمية السياحية**، ورقة بحث مقدمة للملتقى الدراسي حول التهيئة السياحية ودورها في التنمية المحلية، المنعقد بدار الثقافة محمد بوضياف ببرج بوعريريج، 21 ديسمبر 2009.

3. بوفارس الشريف، بن خديجة منصف، **ترقية تسويق المنتوج السياحي في الجزائر، الواقع والتحديات،** الملتقى الأول حول المقاولاتية وتفعيل التسويق السياحي في الجزائر، جامعة الشريف مساعدية، سوق أهراس، 22 و 23 أفريل2014.

4. بوزيان عثمان، **قطاع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر**،ملتقى متطلبات بتاهيل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الوطن العربي ، جامعة شلف، 17و18 افريل 2006.

5. بوهزة محمد بن يعقوب، **تمويل المشروعات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر**، مداخلة في الدورة التدريبية حول: تمويل المشروعات الصغيرة و المتوسطة وتطويرها في الاقتصاديات المغاربية، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، ماي، 2003.

6. سمير سالمي وعمر بوجمعية، **السياحة في الجزائر: مشكل تسويق أم مشكل قطاعي عام ؟**، ملتقى القطاع الخاص ودوره في تنمية السياحة، يومي 27 – 28 سبتمبر 2015.

7. صالح فلاحي، **النهوض بالسياحة في الجزائر كأحد شروط الاندماج الاقتصادي الجزائري في الاقتصاد العالمي**، الملتقى الدولي حول تسيير وتمويل الجماعات المحلية في ضوء التحولات الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العقيد لخضر، باتنة، 26-27 أفريل 2003.

8. ضعاك نجية، **(م ص م) بين الأمس واليوم آفاق تجربة الجزائر**، ملتقى دولي حول متطلبات تأهيل(م ص م) في دول عربية، جامعة شلف 17-18 أفريل.

9. طالب دليلة وهراني عبد الكريم، **السياحة أحد محركات التنمية المستدامة**، نحو تنمية سياحة مستدامة، الملتقى الوطني حول السياحة في الجزائر الواقع والآفاق، معهد العلوم الاقتصادية، المركز الجامعي البويرة، 11 و 12 ماي، 2010.

10. عبد اللاوي مفيد، جميلة الجوزي، **الاجراءات المتبعة لتفعيل دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة وواقعها في الجزائر**، مداخلة ضمن الملتقى الوطني حول واقع وآفاق النظام المحاسبي والمالي في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر، جامعة الوادي (الجزائر)، 05 و 06 ماي 2013.

11. قدي عبد المجيد، **مساهمة الصغيرة و المتوسطة في التنمية الاقتصادية، بالجزائر**، مداخلة مقدمة ضمن الملتقى الوطني حول استراتيجيات التنظيم ومراقبة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الوادي، الجزائر، 18 و19 أفريل 2012.

12. محمد العطا محمد عمر، **التنمية السياحية في السودان (ولاية نهر النيل نموذجا)**، مداخلة مقدمة ضمن وقائع أعمال المؤتمر الدولي لتطوير السياحة والفندقة في الوطن العربي جامعة الشرق الأوسط أيام 6 – 7- 8- 9، 2012، الأردن.

13. مسمش نجاة، بن عبيد فريد، **دور التخطيط السياحي في التنمية السياحية**، الملتقى الدولي حول اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، يومي 09-10 مارس 2010.

14. يسرى دعبس ،**العولمة السياحية و واقع الدول المتقدمة و الدول النامية**، الملتقى المصرفي للابداع و التنمية، ط01، اسكندرية،2002.

15. يسرى دعبس، **السياحة**، الملتقى المصري للإبداع والتنمية، القاهرة، 2001.

الجرائد والمجالات:

شبوطي حكيم، الدور الاقتصادي للسياحة مع الاشارة لحالة الجزائر، جامعة الدكتور يحي فارس، مجلة البحوث و الدراسات العلمية ، المدية، ط05.

المواقع:

كواش خالد، مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر، مجلة اقتصاد شمال إفريقيا، العدد 01، جامعة حسيبة وعلي، الشلف، الجزائر.

المجموعة الاحصائية السنوية للجزائر، الديوان الوطني للإحصائيات، نشرة 1991.

نور الدين هرمز، التخطيط السياحي والتنمية السياحية، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية، سلسة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 28، العدد 03، ديسمبر 2006

1. موقع الجزائر الجغرافي وأهميته في العالم : http//achourziane,yoo7.com/t355-topic

2. برنامج الأمم المتحدة للبيئة (unep)، نحو اقتصاد اخضر، مسارات إلى التنمية المستدامة والقضاء على الفقر، مرجع لواضعي السياسات، 2011.

http://www.unep.org/green economy

3. تدابير الدعم حسب القطاع، قطاع السياحة http://www.andi.dz/index.php/on/mesures-d-appui-par secteurs-d-Activites.

4. تدابير لدعم التمويل : http://www.andi.dz/index.php/on/mesures-d-appui-au-financement-des_entreprises.

5. الديوان الوطني للسياحة الجزائري، الهقار والتاسيلي الجزائر http//ont.dz/wp-content/upleads/hoggar-tassili.pdf

6. الديوان الوطني للسياحة الجزائري، الحظائر الوطنية: http://ont.dz/de couvrir-l'Algérie/parcs nationaux

7. http://data.albankaldawli.org/indicator/st.int.rcpt.cd
8. http://data.worldbank.org/data-catalog/world-developemt-indicators
9. http://data.worldbank.org/data-catalog/world-developemt-indicators
10. Ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et tourisme
11. http://www.ons.dz.them-ste.htm

12. وزارة السياحة والصناعات التقليدية http://www.ins.dz.them-ste.them

13. Ministère de l'aménagement du territoire de l'environnement et tourisme
14. http://www.ons.dz.them-ste.htm
15. Ministère du développement industriel et de la promotion de l'investissement, Bulletin d'information statistique de la PME données.
16. Ministère de l'industrie, de la petite et moyenne entreprise de la promotion de l'investissement, Bulletin d'information statistique de la PME données.
17. Ministère du développement industriel et de la promotion de l'investissement, Bulletin d'information statistique de la PME données.

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية:

1. Aidli Lakehal, **les rôles des dépenses publiques dans les performances touristiques en Algérie,** colloque international : Evaluation des effets des programmes d'investissements publics 2001-2014 et leurs RETOMBEES sur l'emploi, l'investissement et la croissance économique, Faculté des sciences économiques, commercial et science de gestion, université Sétif 1, 11 – 12 Mars 2013.
2. AlaIN Mesphier, pierre bloc-duraffour, **le tourisme dans le mande**, bréal ,France 9 ème edition 2015.
3. Belcacem hadar,**role socio-economique du tourisme en Algérie**, edition EWAP/EWAL/OPU, Alger, 1988.
4. G.P la zoto, **géographique du tourisme**, maison paris, 1990.
5. Gerard gwiibilato: **economic touristique**, Delta et Spes, Suise, 1983.

6. Jennifer Blancke, Thea Chiesa, **The travel tourism competitiveness report 2013 (Reducing barriers economic growth and job creation**, world economic forum, Geneva, 2011.
7. Tab&er, morse, **la petite industrie moderne et le développement**, tome 1, Enal, Alger1985.
8. Xavier, greffe ; **les percerent - ild, des emplois ?** économic a paris1985.
9. Azoulay, rervé, kreigei: **de l'entreprise traditionnelle a la start up**: addition d'organisation broché 10. Guy Pouillon ,13 décembre 2000.