



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة أبي بكر بلقايد

-تلمسان-



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

مدرسة الدكتوراه: التسيير الدولي للمؤسسات

تخصص: تسويق دولي

مذكرة لنيل شهادة الماجستير

دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر

(دراسة حالة) - ولاية مستغانم -

تحت إشراف:

أ.د بن بوزيان محمد

من إعداد الطالبة:

قارة ابتسام

أعضاء لجنة المناقشة

د. مليكي سمير بهاء الدين أستاذ محاضر جامعة تلمسان رئيسا

أ.د بن بوزيان محمد أستاذ محاضر جامعة تلمسان مشرفا

د. بوهنة علي أستاذ محاضر جامعة تلمسان مناقشا

د. بوثلجة عبد الناصر أستاذ محاضر جامعة تلمسان مناقشا

السنة الجامعية: 2011-2012

دعاء

يا ربه ... لا تدعني أصاب بالغرور إذا نجحت و لا أصاب باليأس إذا فشل

بل ذكرني دائما بأن الفضل هو التجارب التي تسبق النجاح.

يا ربه ... علمني أن التسامح هو أكبر مراتب القوة و أن حب الانتقام هو

أول مظاهر الضعف.

يا ربه ... إذا جردتني من المال فأترك لي الأمل ، وإذا جردتني من

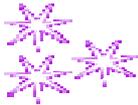
النجاح فأترك لي قوة العناد ، حتى أتغلب على الفضل ، و إذا جردتني من

نعمة الصحة أترك لي نعمة الإيمان.

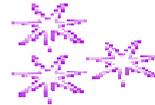
يا ربه ... إذا أساء إلي الناس أعطيني شجاعة الاعتذار و إذا أساء لي

الناس أعطيني شجاعة العفو.

يا ربه ... إذا نسيتك لا تنساني.



رخاك يا ربه



كلمة شكر

بسم الله الرحمن الرحيم

﴿ربّ أوزعني أن أشكر نعمتك التي أنعمت عليّ وعلى والديّ وأن

أعمل صالحاً ترضاه وأدخلني برحمتك في عبادك الصّالحين﴾

صدق الله العظيم

اللهم أنت وليّ الحمد فلك الحمد الذي تراه يقادر قدرك ويوازن

نعمك ويكافئ منك فإنني لا أحصي ثناء عليك كما أثنيت على نفسك

فلك الحمد والشكر يا ربّ.

الحمد لله الذي أمانني بالعلم وزينني بالعلم وأكرمني بالتقوى

واحملني بالعافية

أتقدم بأصدق عبارات الشكر والامتنان للأستاذ المشرف الأستاذ

الدكتور «محمد بن بوزيان» على كل مل قدمه لي من عون وإتمام

هذا العمل المتواضع، كما أتقدم بأسمى عبارات الاحترام والتقدير

لكل أساتذة مدرسة دكتوراه «التسيير الدولي للمؤسسات».

إلى كل من علمني حرفاً فصرت له عبداً

شكراً

إهداء

إلى كل من يصلي على أفضل خلق الله محمد المصطفى
صلى الله عليه وسلم

إلى كل فكر خالص إلى العلم من أجل العلم وكفى
إلى كل نفس عظيمة تواقة إلى الحكمة و المعرفة
إلى كل قلب عاشق نابض بحب الأخوة و العفة
إلى كل عقل حصين تواق إلى البحث و الثقافة
إلى كل إنسان لم تسمح له الظروف بالتعلم و أقول له أن
امتحان الدنيا أصعب من بلادة الفلسفة
أهدي هذا العمل المتواضع

التيه

الفهرس

الفصل الأول: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

المبحث الأول: ماهية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

المطلب الأول: الدراسة الأدبية لموضوع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

المطلب الثاني: إشكالية تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

المطلب الثالث: تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وخصائصها

المطلب الرابع: مجالات تواجد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة و العوامل المؤثرة في قطاعها

المبحث الثاني: أهمية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة

المطلب الأول: مظاهر الاهتمام بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والأطروحات المدافعة عنها

المطلب الثاني: الاهتمام الدولي بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

المطلب الثالث: الدور الاقتصادي و الاجتماعي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

المطلب الرابع: عوامل نجاح و أسباب فشل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

المبحث الثالث: المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و العولمة

المطلب الأول: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ظل الاقتصاد الجديد

المطلب الثاني: تأثير العولمة على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

المطلب الثالث: التحديات التي تواجه المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في عصر العولمة

المطلب الرابع: وسائل نجاح المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في ظل تحديات العولمة

الفصل الثاني: واقع السياحة في الجزائر و آفاق تطورها

المبحث الأول: الاتجاه النظري للسياحة

المطلب الأول: التطور التاريخي لظاهرة السياحة

المطلب الثاني: تعريف السياحة و السائح

المطلب الثالث: خصائص السياحة و أنواعها

المطلب الرابع: أركان السياحة و مقوماتها

المبحث الثاني: أهمية السياحة

المطلب الأول: السوق السياحي

المطلب الثاني: الاستثمار السياحي

المطلب الثالث: حركة السياحة الدولية

المطلب الرابع: الآثار الناجمة عن السياحة

المبحث الثالث: المنظمات و المؤسسات السياحية

المطلب الأول: المنظمات العالمية للسياحة

المطلب الثاني: شروط إنشاء المنظمات العالمية للسياحة و أهم أهدافها

المطلب الثالث: تعريف المنشآت السياحية و أنواعها

المطلب الرابع: وظائف، خصائص و أهمية المنشآت السياحية

الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر

دراسة حالة - ولاية مستغانم -

المبحث الأول: نظرة حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر

المطلب الأول: البيئة القانونية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

المطلب الثاني: واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومساهمتها في الاقتصاد الوطني

المطلب الثالث: المعوقات التي تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

المطلب الرابع: برنامج تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

المبحث الثاني: السياحة في الجزائر

المطلب الأول: الإمكانيات السياحية في الجزائر

المطلب الثاني: واقع وأهمية القطاع السياحي في الجزائر

المطلب الثالث: آفاق التنمية السياحية في الجزائر

المطلب الرابع: معوقات القطاع السياحي في الجزائر

المبحث الثالث: دراسة إحصائية حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للقطاع السياحي

بولاية مستغانم

المطلب الأول: القطاع السياحي لولاية مستغانم

المطلب الثاني: قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لولاية مستغانم

المطلب الثالث: الإطار العام للدراسة التطبيقية

المطلب الرابع: تحليل نتائج الدراسة التطبيقية

المقدمة العامة

المقدمة العامة:

أفرزت التحولات الاقتصادية الدولية توجهات جديدة في بعض جوانب نظريات التنمية الاقتصادية، و من ذلك بروز دور و أهمية قطاع " المؤسسات الصغيرة والمتوسطة" في التنمية الاقتصادية للدول باعتباره نسيجاً قطاعياً مميزاً له القدرة على التأقلم و سرعة التغيير و التقليل من الانعكاسات السلبية للمؤسسات الكبيرة، و زاد اهتمام المنظمات الدولية في مختلف بلدان العالم بنشاط و فعالية أداء هذه المؤسسات حتى باتت محور برامجها التنموية لما تلعبه من دور في تدعيم باقي القطاعات الاقتصادية الأخرى، حيث أن درجة تقدم و ازدهار الدول تعتمد بالدرجة الأولى على مدى تحكمها بهذه القطاعات الاقتصادية، أين يعد قطاع الخدمات القطاع الذي تعتمد عليه الكثير من الدول لما له من أهمية سواء للمجتمع أو للاقتصاد ككل، حيث تعد السياحة من الأنشطة المدرجة ضمن قطاع الخدمات و الذي تولى له الاهتمام العديد من دول العالم وذلك بوصف السياحة بالظاهرة الاجتماعية و الثقافية، هدفها العام المعرفة، المتعة، الراحة، الاستجمام و التضامن الدولي، و لم تعد مجرد ظاهرة اجتماعية و إنسانية كما كانت في الماضي بل أصبحت صناعة مركبة من الصناعات الهامة التي تعتمد على مشاريع التنمية و تطوير الموارد الاقتصادية بهدف تحقيق الاستقرار و النمو الاقتصادي والاجتماعي المتوازن، حيث أن الكثير من الدول المتقدمة تعتمد في تحصيل إيراداتها على القطاع السياحي منها "فرنسا التي احتلت المرتبة الأولى عالمياً سنة 2004".

لم تقتصر السياحة على الدول المتقدمة فحسب بل شملت دول العالم الثالث التي تعد قبلة للسياحة لما لها من معالم أثرية، تاريخية و دينية إضافة إلى المؤسسات السياحية، حيث يساهم هذا القطاع في المداخل الوطنية مثل "مصر، تونس، المغرب"، بينما تعتمد الجزائر في صادراتها بالدرجة الأولى على قطاع المحروقات و هذا نظراً لسياسة الدولة منذ 1973، و هذا يشكل خطراً على إيراداتها و خاصة بعد الدراسات التنبؤية التي توصلت إلى أن مورد البترول مورد زائل لا يمكن الاعتماد عليه بشكل مؤبد، لذلك يجب إعادة النظر في مورد جديد كالقطاع السياحي الذي وضع في هامش القطاعات.

فقد كانت الأزمة البترولية 1986 و مع كل ما ترتب عنها من انعكاس على تنمية الاقتصاد الوطني دور لإعطاء هذا القطاع بعدا استراتيجيا جديدا في إطار تنويع الصادرات من خلال مخطط تهيئة السياحة و ذلك بإجراء تعديلات في الخطة التنموية من خلال تغيير المسار المنتهج و استغلال الموارد المتوفرة أحسن استغلال كالغابات، الصحراء و الشواطئ إضافة إلى المؤسسات السياحية، غير أن نمو و تطوير القطاع السياحي لا يكون بمعزل عن القطاعات الأخرى لما لها من ارتباط بالمؤسسات الصناعية، الزراعية و كذا الخدمات الأخرى، فمن جملة المؤسسات التي تمارس هذا النشاط نجد المؤسسات الصغيرة و المتوسطة التي تأخذ عدة أشكال منها الفنادق، المطاعم، وكالات السياحة و السفر و غيرها.

و منه تكتسي المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بالجزائر أهمية كبرى نظرا لما يخصص لها من اهتمام و ذلك من خلال إنشاء وزارة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، إعداد برنامج « MEDA » لتأهيلها و تمويلها، فتح مراكز بحث و دراسات لها مثل ماجستير تخصص تسيير المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بولاية بومرداس، تساعد على مساهمتها في الاقتصاد الوطني و توسيع نشاطها ليشمل العديد من المجالات بما فيها السياحة التي تتطلب نوع خاص من الممارسة و ذلك راجع للطبيعة البشرية باعتبار أن السائح هو الجانب الأساسي الذي يتوقف عليه نجاح أو فشل القطاع السياحي.

في ظل هذه الوقائع، و نظرا لخصائص المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الجزائرية وخصائص المحيط المحلي الذي تعيش فيه بما في ذلك الجانب السياحي فإننا نطرح الإشكالية التالية:

ما مدى مساهمة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة السياحية الجزائرية في تطوير القطاع السياحي؟

و ضمن الإطار العام لهذه الإشكالية نطرح جملة التساؤلات الفرعية التالية:

ü ماذا نقصد المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و لماذا تركز التوجهات الاقتصادية

الحالية بشدة على هذه المؤسسات؟

- ü ماهو الدور الذي تلعبه هذه الأخيرة في التنمية الاقتصادية؟
- ü ما المقصود بالسياحة و ما هو واقعها في الاقتصاد الجزائري؟
- ü كيف يتم تطويرها و ما دور و مساهمة المؤسسة الصغيرة و المتوسطة في ذلك؟

فرضيات الدراسة:

ü تلعب المؤسسات الصغيرة و المتوسطة دورا هاما و أساسيا في النهوض باقتصاديات الدول، و ذلك بحكم أنها تمثل الحصة الكبرى في تكوين القطاعين الخاص و العام، و أنها تشكل قاطرة التنمية المعاصرة لكثير من دول العالم نظرا للخصوصيات التي تتميز بها.

ü تعتبر السياحة من أهم القطاعات الخدمائية، و تمتلك الجزائر عدة مؤهلات وإمكانيات سياحية تشرف عليها مديريات السياحة للولايات والتي تعمل بالتنسيق مع أصحاب الوكالات و المؤسسات الصغيرة و المتوسطة السياحية التي تساهم بنسبة ضئيلة في هذا القطاع بسبب عدم ملائمة مواصفات هذه المؤسسات لمتطلباته.

أهمية الدراسة:

تظهر أهمية الدراسة من خلال جانبين:

الأهمية العلمية (النظرية):

- ضبط المفاهيم الأساسية للموضوع: المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، السياحة.
- يجمع الموضوع بين عنصرين حديثين لكل منهما أهمية بالغة في قضايا الوقت الراهن.
- محاولة إثراء المكتبة الجزائرية التي تفتقر لهذه المواضيع خاصة باللغة العربية.

الأهمية الميدانية (التطبيقية):

- التعرف على واقع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الجزائرية.

• التعرف على مدى التوجه نحو القطاع السياحي في ظل الظروف الراهنة للاقتصاد الجزائري.

• قد تؤدي نتائج هذا البحث إلى توجيه انتباه المسؤولين و الباحثين إلى ضرورة إجراء أبحاث و دراسات ميدانية أعمق في هذا الموضوع.

أسباب اختيار الموضوع:

أسباب ذاتية:

إضافة إلى حداثة الموضوع و ارتباطه بالتخصص العلمي الذي ندرسه، سنحاول توطيد معرفتنا بالمؤسسات الصغيرة و المتوسطة السياحية حتى نمتلك الدراية الكافية لإنشاء أو تسيير إحداها في المستقبل.

أسباب موضوعية:

تسليط الضوء على السياحة باعتبارها من بين القطاعات التي يجب إعادة النظر فيها و الاهتمام بها بعد قطاع المحروقات.

الإشارة إلى أن عمل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة لا يقتصر على الصناعة و الحرف التقليدية أو المقاوله، بل يتعدى ذلك ليصل للسياحة.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة عموما إلى تحقيق ما يلي:

ü الإجابة على التساؤلات الفرعية لمحاولة إثبات صحة فرضيات الدراسة أو نفيها، و منه معرفة ما إذا كانت المؤسسات الصغيرة و المتوسطة تساهم فعلا في تطوير القطاع السياحي.

ü التعرف على كل جوانب المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و واقعها في الجزائر.

ü تسليط الضوء على القطاع السياحي الجزائري و معرفة واقعه و آفاقه.

ü أما الجانب الميداني فسيكون محاولة لتطبيق ما تم تحصيله في الجانب النظري و إسقاطه على أرض الواقع لتحديد الاختلافات و الفجوات بين الجانبين و الاحتمالات الممكنة للقضاء عليها تدريجيا.

حدود الدراسة:

تشمل الحدود النظرية أهم الدراسات الأكاديمية و التجريبية التي تطرقت إلى جوانب الموضوع أي المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، السياحة و دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في السياحة. أما الحدود الميدانية فتتمثل في دراسة عينة من المؤسسات الصغيرة و المتوسطة السياحية لولاية مستغانم.

منهجية و أدوات الدراسة:

إن أهمية الموضوع و طبيعة و نوع المعلومات المتوفرة عنه تتطلب العمل وفق منهج يتناسب مع الأهداف المراد تحقيقها و هذا المنهج يتمثل في المنهج الوصفي و التحليلي لكلا الجانبين (النظري و التطبيقي) للدراسة. سوف يتم الاعتماد في هذه الدراسة على جملة من المصادر و المراجع المتنوعة و المتمثلة في:

- ◆ الكتب، الملتقيات والمقالات، و المجالات العلمية.
- ◆ التقارير والبيانات الإحصائية.
- ◆ معلومات مأخوذة من مديريات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والحرف التقليدية والسياحة بالمنطقة محل الدراسة.
- ◆ وثائق، دفاتر، وسجلات المؤسسات محل الدراسة.
- ◆ بعض المواقع على شبكة الانترنت.
- ◆ المقابلات الشخصية(استبيان).
- ◆ بعض أدوات التحليل الإحصائي (SPSS).

هيكل البحث:

لغرض الإجابة على الإشكاليات المطروحة و معالجة فرضيات الدراسة و اختبار صحتها أو نفيها قسمنا الدراسة إلى جزئين:

الجزء النظري يحتوي على فصلين: الفصل الأول نعرض فيه الدراسة الأدبية لموضوع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وبعض تعاريفها إضافة إلى خصائصها ومدى مساهمتها في الاقتصاد، أما في الفصل الثاني فسنتطرق إلى الدراسة التاريخية لظاهرة السياحة وكل ما يتعلق بها.

الجزء التطبيقي يتضمن محاولة مطابقة ما تم التوصل إليه في الجزء النظري على أرض الواقع وبالتحديد على عينة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة السياحية الجزائرية (دراسة حالة ولاية مستغانم).

و في الأخير تطرح الخاتمة أهم ما توصلت إليه هذه الدراسة من نتائج.

الفصل الأول

المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

تمهيد:

إن تجربة نمو شرق آسيا ونجاحها في غزو الأسواق العالمية عن طريق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة جعلت العالم يتجه إلى الاهتمام بهذه الصناعات وذلك من أجل تحقيق معدلات نمو متزايدة للاقتصاد يصاحبها بالتالي ارتفاع في مستويات المعيشة وزيادة مستوى الرفاهية لأفراد المجتمع.

لذلك أصبحت هذه المؤسسات محط اهتمام من قبل أفراد المجتمع كافة لمالها من أهمية كبيرة في تطوير الاقتصاد الوطني ، كما أن التطور الحالي الذي حدث في مختلف دول العالم كان نتيجة لعوامل متعددة أهمها ظهور مشروعات صغيرة باستمرار وتوظيف نسب كبيرة من القوى العاملة الكلية ، فإذا كانت المشروعات الكبيرة الحجم تشكل الركيزة الأساسية في مسيرة التنمية الاقتصادية من خلال إسهامها في تحقيق معدلات نمو سريعة، إلا أن الاعتقاد السائد حالياً لدى الكثير من صانعي السياسات الاقتصادية والمؤسسات الدولية المعنية والمهتمة بشؤون التنمية الاقتصادية في الدول النامية يعترف بأهمية الدور البارز للمشروعات الصغيرة في عملية التنمية وذلك بعد أن تبينت محدودية التأثيرات الإيجابية للمشروعات كبيرة الحجم كثيفة رأس المال في رفع الطاقة الاستيعابية للعمالة بصورة مطردة وتخفيف حدة الفقر وتحقيق الدفع الذاتي لعملية النمو الاقتصادي، و للتعرف أكثر على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة سنقسم هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث:

المبحث الأول: ماهية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة

المبحث الثاني: أهمية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة

المبحث الثالث: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة و العولمة

المبحث الأول: ماهية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة:

لقد أثار مفهوم المؤسسات الصغيرة و المتوسطة جدلا كبيرا في المجال الاقتصادي، إذ لم يحسم إلى حد الآن في وضع تعريف متفق عليه عالمي يحدد بدقة ماهية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، و إن اختلفت المعايير بين الدول، فإنها كذلك قد تختلف داخل الدولة الواحدة، بما يؤدي إلى التداخل فيما بينها و بين الصناعات الحرفية أو القطاع الخاص في بداية تشكله، بل يمكن أن تعرف كقطاع غير رسمي أو كصناعة تقليدية، "فهناك دراسة أعطت أكثر من خمسين تعريفا في خمس و سبعين دولة"، و يزداد تعريف المؤسسات الصغيرة و المتوسطة غموضا بعد ظهور ما يعرف بالمؤسسات المصغرة، التي أصبحت تنتشر بشكل عام في كافة دول العالم.¹

سنحاول من خلال هذا المبحث التطرق إلى أهم تيارات البحث التي تابعت هذا الموضوع لنحاول تحديد أسباب تعدد تعاريفها و المعايير المعتمد في ذلك لنتمكن من سرد و تصنيف هذه المؤسسات و الخصائص التي تميزها عن غيرها و التي تسمح لها بالتميز ضمن مجالات محددة.

المطلب الأول: الدراسة الأدبية لموضوع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة:1/ مبررات البحث:

حسب OLIVIER Torrés يمكن أن نجد ثلاث أنواع من المبررات:²

(أ) المبررات التجريبية: (المؤسسات الصغيرة و المتوسطة كحقل للتحليل):

تشكل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة تحديا من اجل البدء في مكافحة البطالة أو كما عبر عنه شعار أحد الحملات الإيطالية (Berlusconi) «3 ملايين عاطل 3 ملايين مؤسسة». هذه المؤسسات ذات البعد الإنساني تمتلك كافة الخصائص (الحركية و المرنة) اللازمة للتكيف مع الأزمات، و بالتالي فإن المؤسسات الصغيرة و المتوسطة تشكل رهانا اقتصاديا يبرر الدراسات التي كرسنا من أجلها.

(ب) المبررات المنهجية: المؤسسات الصغيرة و المتوسطة كأداة تحليل:

¹ و صاف سعيدي، المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و تنمية الصادرات مع الإشارة لحالة الجزائر، الملتقى الوطني الأول حول المؤسسات الصغيرة و المتوسطة ودورها في التنمية، الأوغاط، 8-9 أبريل 2002، ص 01.

² TORRES Olivier, vingt-cinq ans de recherche en PME : une discipline entre courants et contre-courants, publié sur le site www.oliviertorres.net/travaux/pdf/ot9pme.PDF.

حسب Marchesnay 1993 فإن البحث في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يسمح بالتوضيح بصفة ملموسة وظاهرة للمراقب كل ما هو مخفي، صعب الفهم والتفسير في المنظمات الكبرى. ويؤيد بذلك في الرأي Sarnin 1990 الذي استند إلى دراسة استقصائية لتحديد أثر التغييرات الإستراتيجية في سياسات التكوين في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و التي طرحت إشكالية التعرف على هذه الأخيرة بالمقارنة مع المؤسسات الكبرى.

ج) المبررات النظرية: المؤسسات الصغيرة و المتوسطة كموضوع تحليل:

من الناحية الاقتصادية حسب (Pierre Julien 1993) توجد العديد من النظريات التي تبرز ظهور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة «دور المقاول»، «نظرية الفجوة»، «الانتقادات المتعلقة بالاقتصاديات السلمية»، الحاجة للمرونة و التغييرات المفاجئة في أنظمة الإنتاج كلها مبررات نظرية تدافع لإعادة إحياء نظرية اقتصادية قائمة على عدم الاستقرار أكثر من البحث عن التوازن. كل هذه المبررات التجريبية، المنهجية و النظرية أنتجت عدة فوائد و تساؤلات، أدت الإجابة عنها إلى ظهور عدة تيارات في عدة مراحل، سوف نعرض في ترتيب زمني مختلف هذه المراحل التي مر بها تيار البحث في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة.

2/ المراحل التي مر بها تيار البحث في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة:

أ) البدايات (1965-1975) أساسيات التقسيم حسب الحجم: حسب (Brooksbank) فإنه قبل تحديد مفهوم المؤسسة الصغيرة و المتوسطة، يجب الإجابة على سؤالين أوليين: ما هو الحجم و كيف يقاس؟ أين تكمن الحدود بين المؤسسات الكبيرة و الصغيرة؟¹

أ) - تحديد أثر الحجم:

من بين الأعمال التي سلطت الضوء على تأثير الحجم على المنظمة في الستينات مدرسة ASTON التي غالبا ما كانت رائدة خاصة في بداية التحاليل المقارنة التي تهدف إلى اكتشاف المشاكل المشتركة و المحددة للمنظمات من جميع الأنواع، و كانت النتائج الأساسية لهذه المدرسة تؤيد فكرة أن: «حجم المنظمة يشكل عاملا جوهريا محددًا لهيكلها التنظيمي.»

¹ Yves Simon sous la coordination de Olivier TORRES, collection recherche en gestion, PME de nouvelles approches, vingt-cinq ans de recherche en PME : une discipline entre courants et contre-courants présentée par Olivier TORRES, Ed. ECONOMICA, Paris, 1998, P 20- 24.

حسب (Brooksbank 1991) فإن البحث في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة يعتمد أساسا على فكرة وجود حدود فاصلة بين عالم المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و المؤسسات الكبرى. لكن أين تكمن هذه الحدود؟

(أ) 2- تحديد الحدود الفاصلة:

في بداية السبعينات ظهر تيار بحث كامل يتمحور حول موضوع مشترك: نمو المؤسسة، حيث كانت الفكرة الرئيسية لكل هذه الأبحاث هي تسليط الضوء على ظاهرة انفصام المنظمة بالتدرج من حيث تطورها. حسب (Mintzberg 1982) " هناك العديد من العناصر التي تدل أنه على أساس أن المؤسسات تكبر فإنها تمر بفترات انتقال أو تغير هيكلية. و هذه الانتقالات هي تغير في الطبيعة أكثر منها في الدرجة." و عليه فعلى أساس نمو المؤسسات في الحجم فإنها تتحول، ومنه ننتقل من نشأة المؤسسة (تغير في الدرجة) إلى التطور (تغير في الطبيعة). و مع ذلك فإن هذه التحولات تعتبر أكثر صحة نظريا من إثباتها فعليا على الصعيد التجريبي، لأن فترات التحول يصعب قياسها، و بالتالي فهي مجرد نتيجة لتفسيرات نظرية. و بالتالي لا فائدة من التحديد الدقيق للحدود الفاصلة. توالت الأبحاث التجريبية لتحديد الحدود الفاصلة، لكن لم تستطع أي منها تحقيق إجماع حولها، كما لم يستطع أي نموذج من نماذج النمو المقدمة أن يحقق الإجماع أو أن يكون نموذج شامل، و منه لا يوجد نموذج نمو شامل و إنما نماذج نمو تتكيف مع مواقف محددة. هذا ما فتح المجال أمام بحث جديد حيث لم يصبح الهدف هو إيجاد نموذج شامل من خلال تعميم الأعمال النظرية و إنما حصره على تطور المؤسسة في موقف خاص محدد يبحث عن نسبية النتائج النظرية و التحقق التجريبي لها.¹

(ب) الأسس (1975-1985):

في منتصف السبعينات ظهر تيارين تخصصا في تحليل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة:²

(ب) 1- تيار التميز (1975-1985):

¹ Yves Simon sous la coordination de Olivier TORRES, collection recherche en gestion, PME de nouvelles approches, vingt-cinq ans de recherche en PME : une discipline entre courants et contre-courants présentée par Olivier TORRES, op-cité, P 24- 27. Cette partie est grandement inspirée par la synthèse effectuée par Godener concernant les modèles de métamorphoses.

² TORRES Olivier, vingt-cinq ans de recherche en PME : une discipline entre courants et contre-courants, op-cité.

في نهاية السبعينات أخذ البحث في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة منحى جديدا حيث ظهر العديد من الكتاب الذين لم يعتبروها نموذجا من المؤسسات الكبرى بل كمؤسسة لها خصوصيتها حيث أصبحت بالتدريج موضوع بحث لكن هذا لم يكن في استقلالية عن المقارنة بالمؤسسات الكبرى حيث اعتبر العديد أن هذه المقارنة تنتج الفروقات بينهما وهذه الفروقات تعتبر كخصائص مميزة للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة.

و بالتالي فإن هدف هذا التيار هو: "الانتقال من مرحلة النظر في ظاهرة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة التي تعتبر كتتنظيم خاص رأسمالي إلى مرحلة التقسيم حيث الحقيقة تدور حول اعتبار المؤسسة الصغيرة كمؤسسة مثالية." هذا ما تحدث عنه Marchesnay في مقاله "Is Small So beautiful" سنة 1982.¹

أعطى هذا التيار أهمية بالغة لفكرة التماثل "l'uniformité" الناتجة عن الحجم الصغير. فالبرغم من التباين الذي قد يعرفه عالم المؤسسات الصغيرة و المتوسطة فإن كل باحث يركز على الخصائص المشتركة، لأن هذا التشابه هو الذي يمثل أساس فكرة تميز المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و هذا ما عبر عنه (Marchesnay et Julien 1988) بالقول: "إن عالم المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في حد ذاته يعتبر عالما معقدا، يتطرق إلى هذا النوع من المؤسسات كل واحدة على حدا، و لكي يأخذ هذه المؤسسات كما هي لا بد من دراسة المتغيرات، الأبعاد و المؤشرات التي تحيط بها." هذا ما أدى إلى إيجاد نظريات جديدة غير موجودة، و أطر تحليلية جديدة تدمج خصائص المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و كان ذلك في العديد من المقالات نذكر منها:

Pour une théorie de l'organisation PME ; Gervais ; 1978.

Pour une taxonomie de l'hypo firme ; Candau ; 1981.

Pour un modèle de l'hypo firme ; Marchesnay ; 1982.

إن أعمال (M. Bauer 1993) تمثل العمل الأفضل الذي حاول معالجة قضية المغالاة لتيار التميز، فلم يتردد في إبراز مخاطر التسليم لمحاولات صياغة قانون أساسي يقوم على فكرة التميز. وعليه تظل أطروحة التميز عاجزة على تقديم المؤسسات الصغيرة و المتوسطة

¹ Marchesnay Michel, Is small so beautiful ?, Revue d'économie industrielle. Vol. 19. 1er trimestre 1982. pp. 110-114, publié sur le site www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/rei_0154-3229_1982_num_19_1_2041.

كموضوع بحث مستقل وهذا لضرورة إجراء المقارنة من أجل إعطاء الدليل العلمي لفكرة التميز، في نفس الوقت، قدمت العديد من التعديلات لهذا التيار من البحث، نذكر منها أعمال P.L.Léo 1987¹ " إن الأمر الذي يميز عالم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة هو عدم التجانس l'hétérogénéité".

(ب)2- تيار التنوع (1975-1985):

في كثير من الأحيان نميل لاعتبار المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ككتلة متجانسة عند عرضها في مواجهة المؤسسات الكبرى. في ظل هذه الظروف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ليست فئة متجانسة و لكن تسمية مناسبة تصف حقيقة متعددة قادرة على التميز عن طريق النشاط، شكل الملكية، الإستراتيجية المتبعة، طرق الإدارة.....إلخ.

من الصعب الحديث عن نظرية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في حين أنها في غاية التباين لأن هذا يضعنا في مقاربة ظرفية. (Julien , 1994) و المقاربة الظرفية تميل إلى اعتبار كل مؤسسة كحالة فريدة من نوعها و بالتالي يكون من الصعب بل من المستحيل تعميم أو وضع نظرية خاصة بالمؤسسات الصغيرة و المتوسطة.

فإذا كان الباحثون يسعون إلى أخذ عدم تجانس المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بعين الاعتبار فإن المشكل هو أن عدد الحالات النظرية الممكنة من خلال التنسيق بين مختلف العوامل يتعدى التباين الواقعي للمؤسسات.

و يعرض هذا التيار استقلالية كبيرة في البحث مقارنة بالأعمال المتعلقة بالمؤسسات الكبرى، و منه لا يمكن المقارنة بين المؤسسات الصغيرة و المؤسسات الكبيرة.²

وبالتالي يمكن أن ينقسم البحث في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة إلى تيارين منفصلين لأن التعاكس يصل إلى حد الأهداف التي وضعوها. وبهذا تكون البحوث حول المؤسسات الصغيرة و المتوسطة مختلفة و مع ذلك متكاملة.

(ج) التعمقات (1985-1995):

¹ P.L.Léo, Les milieux régionaux de PMI : une approche statistique et régionalisée des choix stratégiques des PMI à partir de l'EAE, Revue d'Economie Régional et Urbaine n° 3, 1987. Publié sur le site : <http://reru.gretha.ubordeaux4.fr/>.

² TORRES OLIVIER, Pour une approche contingente de la spécificité de la PME, publié sure le site : <http://www.oliviertorres.net/travaux/pdf/ot12ripme.PDF>.

مع تزايد التعارض في البحث في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة (العالمية ضد الظرفية و التميز ضد التنوع) نحصل توجهين ممكنين للتعلم، الأول يسعى لتحقيق التنوع في عالمية تميز المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، هذا هو تيار *La synthèse* التركيب، والثاني اعتبر أن تميز المؤسسات الصغيرة و المتوسطة مرهون بإطار صلاحية محدد و هذا هو تيار *La dénaturation* التغيير.¹

(ج) 1- تيار التركيب *La synthèse* (منتصف 80-بداية 90):

هذا الوعي بضرورة إدماج التنوع في الأعمال المتعلقة بالتميز عرف تطورا حقيقيا في نهاية الثمانينات و قدم هذا التوجه النموذجي ميزة هائلة للقدرة على تسهيل تجميع المعارف و هيكلية البحث حول نظام حقيقي فمن الواضح أنه فقط عندما يكون أكبر عدد من الباحثين في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة يتشاركون فكرة أن المؤسسات الصغيرة و المتوسطة يمكن أن تكون كيانا متميزا يصبح ممكنا تنظيم و هيكلية البحث في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بطريقة نظام بحثي حقيقي. لكن هذا التوجه النموذجي لا يخلو من المشاكل: فحسب Chalmers في مثل هذه النظرية، الفشل في حل لغز معين سينظر إليه كفشل علمي أكثر من كونه ضعفا أو نقصا في النموذج و الألباز التي لا يمكن حلها تعتبر كشدوذ أكثر منها كخلل أو خطأ في النموذج.

إن العدد المعترف للنماذج يسمح بالأخذ بعين الاعتبار عدم تجانس عالم المؤسسات الصغيرة و المتوسطة لأن النماذج بطبيعتها تكون غامضة لتشمل في داخلها مجموعة متنوعة من الحالات²، لكن من الواضح ضمنا أن كل هذه النماذج تقدم نقطة مشتركة و هي تميز طريقة عمل المؤسسات التي تظهر على شكل مؤسسات صغيرة و متوسطة بمعنى آخر التنوع في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة لا يتعدى أبدا إطار التميز. لذا فبالرغم من الأخذ بعين

¹ TORRÈS Olivier, Thirty Years of Research into SMEs :A Field of Trends And Counter-trends, cahiers de recherche de Centre des Entrepreneurs E.M.LYON, N° Novembre 2003, p 21-33, publié sur le site : <http://www.em-lyon.com/%5Cressources%5Cge%5Cdocuments%5Cpublications%5Cwp%5C2003-06.pdf>.

² Torre Olivier s, LE MANAGEMENT STRATÉGIQUE EN PME : ENTRE SPÉCIFICITÉ ET DÉNATURATION, publié sur le site : <http://www.strategie-aims.com/events/conferences/17-vieme-conference-de-l-aims/communications/1095-le-management-strategique-en-pme-entre-specificite-et-denaturation/download>

الاعتبار التنوع نجد أن تيار التركيب *la synthèse* يتماشى مع النهج العالمي على مر الأبحاث في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة منذ بدايتها. و بالتالي يمكن اعتباره هذا التيار عالميا. فالتنوع ليس إلا تغييرات في الدرجة في الإطار العالمي للتمييز الذي أصبح نواة البحث الذي تعتمد عليه كل البحوث في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة.

يمكن للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة أن تكون مميزة ضمن تيار التركيب لأن تنوع أنواع هذه المؤسسات لا يتعدى أبدا إطار التميز، حتى لو تم الحكم على بعض الأنواع أنها تمثل حالات شاذة، تبقى دائما منتمية إلى نموذج التميز و لا يكون التغير إلا في الدرجة.

و منه، هل نستطيع أو لا، في حالة معينة أن نرى أن هذه التغيرات في الدرجة لا تقترن بتغيرات في الطبيعة؟ هذا ما يحاول تيار التغير الإجابة عنه.

ج) 2- تيار التغير *La dénaturation* (منتصف التسعينات):

في ظل أي شروط نستطيع قبول نظرية التميز وانطلاقا من أي لحظة تنتهي صلاحية هذا المفهوم؟ طرح هذا السؤال يؤدي إلى عدم النظر إلى نظرية التميز باعتبارها شيئا مسلما به بل كفرضية بحث بسيطة يمكن تنفيذها أي أن عقيدة التميز لم تعد الإطار المطلق للبحث في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و إنما المباشرة في اختبار نقدي لهذه النظرية.

حتى يصبح موضوع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة موضوع بحث حقيقي، يجب ليس فقط تعريفه بل أيضا تحديد حدوده، لذا من المناسب اعتماد طريقة ظرفية للتمييز. لكن هذا لا يعنى التشكيك في نظرية التميز بل مجرد إتباع نهج نقدي وبالضرورة ظرفي في الموضوع. فالأخذ بعين الاعتبار الظرفية يقتصر على الإطار النظري المحدد من طرف نموذج التميز، حيث يمكننا النظر في واقع أنه في حالة ما التغيرات في الدرجة يمكن أن تقترن بتغير في الطبيعة. ومنه يقوم نهج التغير *la dénaturation* على فكرة أن المؤسسات الصغيرة و المتوسطة مميزة و لكن يعترف أيضا أنها قد لا تتفق مع المفهوم الكلاسيكي لهذه المؤسسات كما وصفها الأدبيات. هنا اقترح ¹ Alice GUILHON تعريفا للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة يركز على مفهوم التحكم *contrôlabilité* يقول: "المؤسسات الصغيرة و المتوسطة تعرف انطلاقا من مفهوم التحكم الذي أصبح المرتكز الرئيسي لمختلف أجزاء

¹ Yves Simon sous la coordination de Olivier TORRES, collection recherche en gestion, PME, vers une nouvelle définition de la pme à partir du concept de contrôlabilité, présentée par Alice GUILHON. Op.cité, p 55-67.

هيكلها التنظيمي". وعلى عكس تيار التميز، تيار التغيير لا يقوم على أساس الحجم أي أن الإشارة إلى المؤسسات الكبرى لم يعد ضروريا.

في الواقع أصبح التساؤل حول هوية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ليس بالمقارنة إلى التصنيف حسب الحجم بل مقارنة بخصائصها المميزة. في ظل هذه الشروط، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ستصبح كائن بحث مطلق، إضافة إلى ذلك تسليط الضوء على السياقات المعارضة لمفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لا يعني أنها غير مفيدة بل تقييم بطريقة نقدية لدرجة عموميتها أكثر منه تشكيك في أهميتها.

المطلب الثاني: إشكالية تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

قد يبدو بان تعريف العمل الصغير هو قضية بسيطة إلا أنها ليست كذلك، فالعلماء والباحثين وحتى الحكومات تختلف في تعريفه.¹ حيث يمثل تحديد تعريف شامل ودقيق للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة خطوة رئيسية في طريق معالجة لهذا الموضوع خاصة مع العلم أن تحديد هذا التعريف يشكل عائقا كبيرا أمام مختلف الأطراف المهتمة بهذا القطاع وذلك باعتراف العديد من الباحثين والمؤلفين وأيضا باعتراف الهيئات والمنظمات الدولية المهتمة بالتنمية الاقتصادية وترقية وإنماء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وهذا كله راجع إلى عدة أسباب سنتطرق إليها بعد التعرض إلى الغرض من وجود التعريف.

(1) الغرض من وجود التعريف:

يعتبر التعريف أمرا أساسيا لكافة المهتمين بالقطاع وهو لا يتطلب معايير معقدة أو غامضة إذ يعتمد على بعض المبادئ الهامة وهي:² (عدد العاملين، بنود بيان الدخل من حيث إجمالي المبيعات (رقم الأعمال)، بنود الميزانية من حيث إجمالي الأصول والأصول الرأسمالية، طبيعة النشاط والملكية).

(2) أسباب صعوبة تحديد تعريف للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

¹ سعاد نانف البرنوطي، إدارة الأعمال الصغيرة (أبعاد للريادة)، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، الأردن، 2005، ص 30.
² سعيد عماد داتو، إستراتيجية تطوير المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، رسالة ماجستير، المنظمة و التدقيق الاستراتيجي و اتخاذ القرار، جامعة تلمسان، الجزائر، 2007-2008، ص 19.

هناك عدة قيود تتحكم في إيجاد ووضع تعريف شامل وموحد للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة من أهمها:¹

- (أ) إختلاف مستويات النمو: يتمثل في التفاوت في درجة النمو بين مختلف الدول والذي يعكس مستوى التطور التكنولوجي ووزن الهياكل الاقتصادية لكل دولة، وينجم عن ذلك اختلاف النظرة إلى هذه المؤسسات والهياكل من بلد لآخر فنظرة البلدان المصنعة (أمريكا) تختلف عن البلدان السائرة في طريق النمو (الجزائر).

- (ب) تنوع الأنشطة الاقتصادية: إن اختلاف الأنشطة الاقتصادية يغير من أحجام المؤسسات ويميزها من نوع لآخر، فالمؤسسات الصغيرة و المتوسطة التي تنتمي إلى القطاع الصناعي غير التي تعمل في القطاع التجاري حيث تعتبر مؤسسات كبيرة بالنسبة لها.

- (ج) اختلاف فروع النشاط الاقتصادي: يتفرع كل نشاط اقتصادي حسب طبيعته إلى عدد كبير من الفروع الاقتصادية، ومنه فإن كل مؤسسة تختلف حسب النشاط الذي تنتمي إلى أحد فروعه من حيث كثافة اليد العاملة، ورأس المال الموجه للاستثمار.²

- (د) تعدد معايير التعريف: إن كل محاولة لتحديد تعريف شامل ودقيق للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة تصطدم بوجود عدد هائل ومتنوع من المعايير، لذلك وقع شبه إجماع بين الكتاب والمؤسسات ومختلف الأطراف المهتمة بهذا القطاع على إمكانية تقسيم المعايير التي يتم على أساسها التعريف إلى نوعين هما:³

• المعايير الكمية: إن تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يخضع لجملة من المعايير والمؤشرات الكمية والإحصائية لقياس أحجامها ومحاولة تمييزها عن باقي المؤسسات، ويمكن تقسيم هذه المعايير إلى مجموعتين، تضم المجموعة الأولى المؤشرات التقنية والاقتصادية المتمثلة في(عدد العمال، حجم الإنتاج، القيمة المضافة، حجم الطاقة المستعملة)، أما المجموعة الثانية فتشمل

¹ محمد رشدي سلطاني ، التسيير الاستراتيجي في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بالجزائر، رسالة ماجستير علوم تجارية تخصص إستراتيجية، جامعة المسيلة، الجزائر، 2005-2006، ص 41.

² ليلي لولاشي، التمويل المصرفي للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة، رسالة ماجستير علوم اقتصادية تخصص نقود و مالية، جامعة بسكرة، الجزائر، 2004-2005، ص 44.

³ فايز جمعة، عبد الستار محمد علي، الريادة و إدارة الأعمال الصغيرة، الطبعة الأولى، دار الحامد، الأردن، 2006، ص 62.

المؤشرات النقدية المتمثلة في (رأس المال المستثمر ورقم الأعمال).¹ إلا أن هناك صعوبات في استخدام المعايير الكمية وذلك لاختلاف مستويات النمو بين البلدان، واختلاف ظروف الصناعة من فرع لآخر، وكذلك الاختلاف في الحصيلة المالية بسبب المبيعات النقدية من عام إلى آخر.... إلخ وبالتالي فإن هذه المعايير وحدها لا تكفي لتحديد تعريف شامل للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لذلك يجب الاهتمام بالمعايير النوعية كذلك.

المعايير النوعية: يرى البعض أنه ينبغي تكملة المعيار الكمي ببعض المعايير النوعية التي تخص بعض الصفات التي تميز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة عن المؤسسات الكبرى بصرف النظر عن حجم المنشأة، كما أنه من الأحسن عدم الاعتماد كلية على معيار كمي بمفرده حتى لا يكون ذلك مظللاً.² وتتمثل المعايير النوعية في (الملكية، المسؤولية، استقلالية المؤسسة، حصة المؤسسة من السوق).

3/ التعاريف المختلفة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يتحدد بالغرض الذي وضعت من أجله فقد يكون الغرض تنظيمياً أو إحصائياً أو تخطيطياً، ونظراً لصعوبة وضع تعريف موحد لهذه المؤسسات على المستوى الدولي فقد اتجهت بعض الهيئات إلى وضع تعريف لتلك المؤسسات لكل دولة على حدة.

تعرف بعض الدول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كما يلي:³

- الولايات المتحدة الأمريكية: تعرفها على أنها المؤسسات التي يعمل بها 250 عامل و يمكن أن يصل العدد إلى 1500 و لا تزيد قيمة الأموال المستثمرة فيها عن 9 ملايين دولار.
- فرنسا¹: هي كل المؤسسات التي لا يزيد عدد عمالها عن 250 عامل، وهي تضم المؤسسات الصغيرة جداً والتي لا يفوق عدد عمالها 20 عامل (وتضم بدورها

¹ عثمان لخلف، دور و مكانة الصناعات الصغيرة و المتوسطة في التنمية الاقتصادية، رسالة ماجستير علوم اقتصادية تخصص تسيير، جامعة الجزائر، 1994-1995، ص 06.

² فتحي السيد عبده، الصناعات الصغيرة و دورها في التنمية، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 2005، ص 50.

³ نصيرة أوبختي، القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة في ظل العولمة، رسالة ماجستير تخصص تسيير الموارد البشرية، جامعة تلمسان، الجزائر، 2010-2011، ص 10-11.

المؤسسات المجهرية التي توظف أقل من 10 عمال)، المؤسسات الصغيرة (من 20 إلى 49 عامل)، والمؤسسات المتوسطة (من 50 إلى 249 عامل).

- كندا²: تعرفها بأنها مستثمرات تجارية هدفها الربح وهي تضم أقل من 500 عامل بحصيلة سنوية تقدر بـ 50 مليون دولار على الأقل، وهذه المؤسسات تمثل 96% من المؤسسات في كندا، أي ما يقدر بـ 1.4 مليون مؤسسة حسب إحصائيات سنة 2004.

- تركيا³: لا يوجد تعريف محدد لهذا النوع من المؤسسات ولكنها على العموم تحدد المؤسسات الصغيرة بعدد العمال الذين يشتغلون فيها ويتراوح عددهم بين 10 و 49 شخص والمؤسسات المتوسطة بين 50 و 250 عامل.

- تونس⁴: لم يوضع تعريف رسمي لها إلا أنه وضعت بعض المعايير مثل قيمة الاستثمار التي لا تتجاوز 03 ملايين دينار تونسي، وعدد العمال 10 عمال فما أكثر.

- الجزائر: لقد عرفها القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الصادرة في 12 ديسمبر 2001 بأنها كل مؤسسة إنتاج سلع أو خدمات تشغل من 01 إلى 250 عامل و لا يتجاوز رقم أعمالها السنوي 2 مليار دينار أو لا يتجاوز مجموع حصيلتها السنوية 500 مليون دينار، كما لا يمتلك رأسمالها بمقدار 25% فما أكثر من قبل مؤسسة أخرى لا ينطبق عليها التعريف المطبق في الجزائر. الجدول التالي يبين ما ذكر سابقا:

الجدول رقم 01: تصنيف المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر.

الصفحة	عدد الأجراء	رقم الأعمال	الحصيلة السنوية
مؤسسة مصغرة	من 01 إلى 09	أقل من 20 مليون دج	أقل من 10 مليون دج
مؤسسة صغيرة	من 10 إلى 49	أقل من 200 مليون دج	أقل من 100 مليون دج

¹ Bressy. G, C.Konkuyt, Economie d'entreprise, Dolloz, 8 Edition, Paris, 2006, P 25.

²Riding A, Orjer. B, Les petites et moyennes entreprise du Québec, Programme de recherche sur le financement des PME, CANADA, Août 2007, P 01.

³ خديجة لدرع، الاعتماد التجاري كأحد بدائل تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، رسالة ماجستير علوم تجارية تخصص: اقتصاد دولي، جامعة مستغانم، 2007-2008 ص 87.

⁴ يوسف قريشي، سياسات تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، أطروحة دكتوراه دولة في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير تخصص علوم التسيير، جامعة الجزائر 2004-2005، ص 21.

مؤسسة متوسطة	من 50 إلى 250	من 200 مليون دج إلى 02	من 100 مليون دج إلى 500 مليار دج
--------------	---------------	------------------------	----------------------------------

المصدر: القانون رقم 01-18 المؤرخ في 2001/12/12 المتضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، المادتين 4 و 20.

تعرف بعض المنظمات الدولية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة كما يلي:¹

- منظمة العمل الدولية: هي الصناعات التي يعمل بها 50 عامل، و تحدد مبلغا لا يزيد عن 1000 دولار لكل عامل تصل إلى 5000 دولار في بعض الصناعات على أن لا يزيد رأس مال المنشأة عن 100 ألف دولار.

- البنك الدولي للإنشاء و التعمير يعرفها بأنها المنشآت التي يعمل بها أقل من 50 عامل و رأس مالها أقل من 500 ألف دولار بعد استبعاد الأراضي و المباني.

- أما اللجنة الاقتصادية للأمم المتحدة لشؤون شرق آسيا و الشرق الأوسط فتعرفها بأنها منشآت تشغل عمالا بأجور و لا يتعدى عدد المشتغلين بالمنشأة التي لا تستخدم أي قوى محركة عن 50 مشتغلا أو 20 مشتغلا إذا كانت تستخدم قوى محركة.

المطلب الثالث: تصنيف المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و خصائصها:

في العادة يستخدم مفهوم الأعمال الصغيرة و المتوسطة ككتلة متجانسة في مقابل الشركات و الأعمال الكبيرة، لكن هذا لا يلغي التباين الذي يميز عالم المؤسسات الصغيرة و المتوسطة حيث يمكن تقسيم هذه المؤسسات إلى عدة أنواع، تختلف أشكالها باختلاف المعايير.

1/ تصنيف المؤسسات الصغيرة و المتوسطة:

أ) تصنيف المؤسسات الصغيرة و المتوسطة على أساس توجهها:

يعتبر قطاع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، قطاعا شاملا نميز فيه بين العديد من الأشكال أو الأنواع وذلك حسب توجهها ، و من بين أهم هذه الأنواع:²

(المؤسسات العائلية، المؤسسات التقليدية، المؤسسات المتطورة و شبه المتطورة).

¹ فتحي السيد عبده، مرجع سبق ذكره، ص 54.

² عثمان لطف ، واقع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة وسبل دعمها و تنميتها في الجزائر، أطروحة دكتوراه دولة في العلوم الاقتصادية، الجزائر 2003-2004، ص 33،32.

(ب) تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على أساس أسلوب تنظيم العمل: ترتب وحدات الإنتاج على أساس أسلوب تنظيم العمل، بحيث نفرق بين نوعين من المؤسسات:¹

_المؤسسات غير المصنعية : تجمع المؤسسات غير المصنعية بين نظام الإنتاج العائلي والنظام الحرفي، إذ يعتبر الإنتاج العائلي الموجه للاستهلاك الذاتي أقدم شكل من حيث تنظيم العمل، ومع ذلك يبقى يحتفظ بأهميته حتى في الاقتصاديات الحديثة.

_المؤسسات المصنعية: يتميز عن صنف المؤسسات غير المصنعية من حيث تقسيم العمل و تعقيد العمليات الإنتاجية واستخدام الأساليب الحديثة في التسيير وأيضا من حيث طبيعة السلع المنتجة واتساع أسواقها.

يتوسط المؤسسات غير المصنعية والمؤسسات المصنعية نظام المؤسسات المنزلية أو الورشات المتفرقة، الذي يعتبر مرحلة سابقة (تمهيدية) نحو نظام المصنع، ومع ذلك يحتل مكانة كبيرة في اقتصاد البلدان النامية، وحتى في بعض البلدان المصنعة.

(ج) تصنيف المؤسسات الصغيرة و المتوسطة حسب معيار طبيعة المنتجات:

تقسم المؤسسات الصغيرة و المتوسطة حسب طبيعة المنتجات التي تتخصص في إنتاجها إلى ما يلي:²

_ مؤسسات إنتاج السلع الاستهلاكية: والمتمثلة في: المنتجات الغذائية، منتجات الجلود والأحذية والنسيج، تحويل المنتجات الفلاحية، الورق ومنتجات الخشب ومشتقاته، وغيرها من المنتجات الاستهلاكية.

_ مؤسسات إنتاج السلع الوسيطة: هذه المؤسسات تركز أعمالها في مجال الصناعات الوسيطة والتحويلية، والمتمثلة في تحويل المعادن، الصناعات الكيماوية والبلاستيكية، والصناعات الميكانيكية والكهربائية، وصناعة مواد البناء والمحاجر والمناجم. وتعتبر من أهم الصناعات التي تمارسها المؤسسات الصغيرة و المتوسطة خاصة في الدول المتطورة.

¹ عثمان خلف ، واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وسبل دعمها وتنميتها في الجزائر ، مرجع سبق ذكره، ص 34،35.
² نفس المرجع، ص 35،36.

_ مؤسسات إنتاج سلع التجهيز: تتميز هذه المؤسسات عن المؤسسات السابقة، باحتياجها إلى الآلات والمعدات الضخمة التي تتمتع بتكنولوجيا عالية للإنتاج، ورؤوس الأموال الكبيرة التي تستلزمها، وهذا ما لا يتماشى مع إمكانيات المؤسسات ص م، مما يضيق عليها دائرة النشاط في هذا المجال، إذ ينحصر نشاطها في بعض الأنشطة البسيطة مثل التركيب وصناعة التجهيزات البسيطة، وهذا في الدول المتقدمة. أما في الدول النامية فلا يتعدى نشاطها مجال الصيانة والإصلاح لبعض الآلات والتجهيزات كوسائل النقل.

(د) تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب طبيعة نشاطها:

حسب هذا المعيار يمكن تصنيف المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بالاستناد إلى النشاط الاقتصادي الذي تنتمي إليه إلى:¹

- مؤسسات التنمية الصناعية: يقصد بمؤسسات التنمية الصناعية الإنتاجية تحويل المواد الخام إلى مواد مصنعة أو نصف مصنعة أو مواد كاملة التصنيع وتعبئتها وتغليفها.
- مؤسسات التنمية الزراعية: وتمس النشاطات التالية (مؤسسات الثروة الزراعية، مؤسسات الثروة الحيوانية، مؤسسات تنمية الثروة السمكية)
- مؤسسات التنمية الخدمية والتجارية: تضم

. مؤسسات التنمية الخدمية وتشمل المؤسسات التي تقوم بالخدمات المصرفية، الفندقية، السياحية، خدمات الصيانة، خدمات النظافة، خدمات النقل والتحميل والتفريغ، خدمات النشر والإعلان أو خدمات الكمبيوتر، خدمات الاستشارية، المستودعات والمخازن المبردة، الأسواق المركزية والمراكز التجارية أو المطاعم المتميزة.

. المؤسسات التجارية وتشمل أيضا المتاجر بجميع أنواعها مثل المتاجر العامة، والمتاجر المتخصصة في نوع معين من السلع مثل الأثاث، ومتاجر السوبر ماركت.

¹ فاطمة الزهراء عبادي، مقومات تحقيق الأداء المتميز للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة، مذكرة ماجستير علوم تسيير تخصص إدارة أعمال، جامعة البليدة، الجزائر، 2007، ص 37،38.

- مؤسسات المقاوله: تعتبر المقاوله الباطنيه من أهم أشكال التكامل الصناعي الحديث وتعني تجسيد التعاون بين المؤسسات الكبيره و المؤسسات الصغيره و المتوسطة وتأخذ الأشكال التاليه:

- . تنفيذ الأشغال ويتمثل هذا النوع في قيام المؤسسات الصغيره و المتوسطة بتنفيذ أشغال لصالح جهات ومؤسسات أخرى وذلك خلال مدة محددة بمقابل.
- . الانتاج: تقوم المؤسسات في هذه الحاله بانتاج قطع الغيار وبعض المعدات حسب الخصائص والمواصفات المتفق عليها.
- . تقديم الخدمات: حيث تقوم المؤسسات الصغيره و المتوسطة بتقديم مجموعه من الخدمات لفائدة جهات مختلفه مثل الدراسه وتقديم الاستشارات الفنيه.

ه) تصنيف المؤسسات الصغيره و المتوسطة حسب التوجه القانوني:

إن الشكل القانوني للمؤسسات يتفق وطبيعة النظام السياسي السائد، ففي الأنظمة الليبرالية تسود أشكال الملكية الخاصة، بينما في الأنظمة الاقتصادية الموجهة يكون تدخل الدولة كبيراً، و تكون المؤسسة إما: ملكية عامة، تعاونية، ملكية خاصة.¹

2/ خصائص المؤسسات الصغيره و المتوسطة:

تمتاز المؤسسات الصغيره و المتوسطة بعدة خصائص و مزايا من خلال جمعها بين التنمية الاقتصادية والاجتماعية، فلها عدة خصائص تتميز بها عن سائر المؤسسات الكبرى وتعكس هذه الخصائص نقاط قوة تتمتع بها من خلال ما يلي:²

أ) الضالة النسبية لرأس المال وتكلفة العامل: تحتاج عادة المؤسسات الصغيره لرأس مال ضئيل وحجم المال المستثمر محدود كما لا يتطلب تشغيلها تكاليف وتجهيزات ضخمة بالمقارنة مع المشاريع الكبرى. وقد أثبتت الدراسات أن تكلفة العامل في المؤسسات الصغيره الحجم هي أقل بكثير من المؤسسات الكبرى وهذا يعود لكمية

¹ عثمان لخلف ، واقع المؤسسات الصغيره و المتوسطة وسبل دعمها وتنميتها في الجزائر ، مرجع سبق ذكره، ص 37- 41.

² Wtterwulge Robert, LA PME une entreprise humaine, De Boeck Université, Paris, 1998, P 18.

رأس المال المستثمر وطبيعة النشاط، فحجم رأس المال لتشغيل فرد قد يعادل خمسة أفراد في المؤسسات الكبرى.

ب) المرونة ومركزية القرار: تمتاز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالمرونة، ونقصد بالمرونة القدرة على التغيير أو التعديل في حالة رواج أو كساد، وخصوصيات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة هي قلة حجم المشروع وسرعة اتخاذ القرار وبالتالي تتمكن من تكييف نشاطها أو أسلوب عملها حسب احتياجات السوق لأن أغلبية هذا القطاع يعتمد على التكنولوجيات البسيطة ورأس المال المنخفض.

ج/ الملكية والاستقلالية: إن المشروعات الصغيرة والمتوسطة حافز أساسي للأشخاص الذين لديهم الرغبة في إنشاء مشاريع خاصة بهم، ولذا لها دور أساسي في إشباع الحاجات المتنوعة للأفراد، كما تتيح الفرصة للأفكار وطموحات المختصين، فملكية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لا تتوقف على شخص بل يمكن أن تتعدى أشكال متعددة سواء كانوا أسرة أو أصدقاء أو أقرباء. أما في ما يخص الاستقلالية فقد ركز عدة كتاب مثل Hollander على الاستقلالية في تعريف المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و هذا ما يساعدها على المرونة والتكيف مع الأوضاع الاقتصادية المحلية والوطنية، ويمكن أن تكون دولية في ظل العولمة والتفتح الاقتصادي العالمي.

د/ التجديد: إن المشروعات الصغيرة والمتوسطة هي المصدر الرئيسي للأفكار الجديدة والاختراعات فكثير من براءات الاختراع تعود إلى أفراد وأغلبهم يعملون في مشروعات صغيرة، كما أن هذه المشروعات التي يديرها أصحابها تتعرض إلى التجديد والتحديث أكثر من المؤسسات العامة لأن العاملين الذين يعملون على ابتكار أفكار جديدة تؤثر على أرباحهم ويجدون بذلك حوافز تدفعهم بشكل مباشر للعمل.¹

كما تتميز هذه المؤسسات أيضا ب:

- تكون في شكل مؤسسات عائلية، بسيطة الهيكل التنظيمي، وتستعمل طرق غير معقدة للتسيير، وينشط الكثير منها في مجال المقاولات من الباطن Sous-traitance لذلك

¹ توفيق عبد الرحيم يوسف، إدارة الأعمال التجارية الصغيرة، دار الصفاء، الطبعة الأولى، الأردن، 2009، ص 29.

تعتبر موردا هاما لمؤسسات الكبرى، بما أن القرار يتخذ من طرف المالك المسير فهذا يعني أن تطبيقه يتم بسرعة (قلة التدرج الوظيفي)، على عكس المؤسسات الكبرى خاصة وأن الاقتصاد يتميز بالمنافسة الشديدة وبالتالي فإن سرعة اتخاذ القرار وتطبيقه تعتبر جد هامة.

- قدرة هذه المؤسسات على تضيق الفجوة بين مستويات النمو في المناطق المختلفة خاصة النائية منها، فهي تعتبر أهم وسيلة للنهوض بهذه المناطق حيث أنها لا تتطلب مشاريع استثمارية ذات التكلفة العالية، وقادرة على التكيف مع الأوضاع المحلية والجهوية لأي منطقة تبعا لدرجة و فرة عناصر إنتاج.

- تساعد على تنويع هيكل الإنتاج الصناعي لأي بلد لأنها لا تعتمد على إنتاج سلعة واحدة، بل إنها منتشرة في معظم أنماط الصناعات وأشكالها المختلفة، و كذلك فإنها تصلح لكافة القطاعات الصناعية.¹

- ما يلاحظ على هذا النوع من المؤسسات، أنه يعتمد بشكل كبير على التمويل الذاتي، أو القروض المقدمة من الأصدقاء أو أفراد العائلة، أي أن الاعتماد على التمويل البنكي ضعيف و هذا راجع إلى:²

. عدم القدرة على تقديم ملفات مشاريع تخضع للشروط المطلوبة.

. عدم توفر الضمانات البنكية المطلوبة للحصول على القروض.

المطلب الرابع: مجالات تواجد المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و العوامل المؤثرة في

قطاعها:

1/ مجالات تواجد المؤسسات الصغيرة و المتوسطة:

تشير البحوث و الدراسات إلى تواجد منظمات الأعمال المتوسطة والصغيرة في أغلب القطاعات والمجالات وكذلك قد يكون هناك قطاعات أكثر جذبا للأعمال الصغيرة الجديدة

¹ أيمن على عمر، إدارة المشروعات الصغيرة، مدخل بيئي مقارن، الدار الداخلية، مصر، 2007، ص 39.
² عبد الله بن حمو، تمويل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، مذكرة ماجستير التسيير الدولي للمؤسسات تخصص تسويق دولي، جامعة تلمسان، الجزائر، 2010، ص 69.

لكونها واعدة في نموها وتطورها، ومن أهم المجالات التي تعمل فيها المنظمات المتوسطة و الصغيرة Production and manufacturing business الانتاج و التصنيع.¹

أ/ منظمة الإنتاج و التصنيع:

توجد الأعمال المتوسطة والصغيرة في القطاع الصناعي لإنتاج السلع الملموسة وإيجاد منفعة للزبائن والمجتمع. والأعمال هنا هي منظمات صناعية تنتج سلع مادية ملموسة، وتلعب هذه المنظمات دوراً مهماً في الاقتصاديات الصناعية المتقدمة، أما في الدول النامية فيلاحظ قلة أعداد المنظمات الصناعية الصغيرة بسبب كون الاستثمارات في هذا القطاع تحتاج إلى رؤوس أموال كبيرة وخبرات عالية، لذلك فإن الطابع الانتاجي الحرفي أو التصنيع البسيط أو التجميع الأولي يمكن أن يكون هو السائد في الدول النامية، يضاف لذلك وجود الصناعات الفولاذية أو التراثية، وعادة ما تخدم هذه المنظمات الأعمال والشركات الكبيرة وتتكامل بالعمل معها. ويوجد العديد من المنظمات الصغيرة و المتوسطة في مجالات (التصنيع و التجميع، التعدين و التقطيع، التجارة و تصنيع الأخشاب، صيد الأسماك، الزراعة).

ب/ منظمات التوزيع و النقل Distribution and transportation organization:

و تشمل أنواع عديدة من الأعمال على درجة كبيرة من الاختلاف والتنوع مثل تجارة الجملة وتجارة التجزئة وخدمات النقل والمواصلات، وهذا المجال من أوسع المجالات لأن الجهات الحكومية لا يمكن لها أن تغطي مثل هذه الأعمال لذلك فالفرص متاحة وأجزاء مهمة من السوق تبقى غير مغطاة و غير مخدومة بما فيه الكفاية من قبل المنظمات الكبيرة.

ج/ منظمات الخدمات Services organizations: إن الغالبية العظمى من الأعمال

الصغيرة توجد في قطاع الخدمات ويصل إلى نصف مجموع الأعمال الصغيرة في الولايات المتحدة الأمريكية، وهذه المنظمات تظم خدمات متعددة مثل الصحة و الخدمات الطبية والمطاعم والفنادق وخدمات التنظيف وخدمات تصليح الأجهزة على اختلاف أنواعها وغيرها من الخدمات الأخرى، ويمكن لمنظمات الخدمات أن تقدم خدماتها إلى الشركات الصناعية الإنتاجية، مثل الخدمات المحاسبية و الاستشارية و القانونية أو تصليح الأجهزة والمعدات.

د/ منظمات البناء و التشييد Construction Organization:

¹ طاهر محسن منصور الغالبي، إدارة و استراتيجية منظمات الأعمال الصغيرة و المتوسطة، الطبعة الأولى، دار وائل، الأردن، 2009، ص 65.

توجد العديد من الأعمال الصغيرة والمتوسطة في هذا القطاع الحيوي، وتعمل هذه المنظمات في مجال المقاولات والبناء وترميم المباني وإقامة المطارات وطرق سكك الحديدو الجسور وغيرها، وفي دولنا النامية تعمل هذه المنظمات كمشاريع مقاولات أساسية أو مقاولين فرعيين، ولدى أصحابها خبرات نتيجة بداية عملهم مع منظمات في مجالات البناء أو الكهرباء أو التجارة والحدادة وغيرها.

ه/ المنظمات التجارية *commercial organization*:

التجار هم الوسطاء في قنوات التوزيع وهم الذين يعتبرون حلقة وصل بين المنتج والمستهلك، وأهم أشكال الوسطاء تجار البيع بالجملة و تجار البيع بالتجزئة.¹

(2) العوامل المؤثرة في قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

تخضع المؤسسات دائماً إلى قوى التغيرات ذات طبيعة اقتصادية، تنافسية، بيئية أو سياحية حيث تواجه هذه الأخيرة الترددات والصعوبات المختلفة المتعلقة بالعناصر التالية:

- العولمة المتزايدة.

- الاتفاقيات التجارية المتعددة الأطراف، تكنولوجيا الإعلام.

- الطلب الجديد للزبائن والموردين.

وبالتالي هناك عوامل داخلية وخارجية تؤثر على المؤسسة نلخصها فيما يلي:

أ/ العوامل الداخلية: تسمح العوامل الداخلية بتحليل الموارد الداخلية لتنظيم المؤسسة وبالتالي

تحديد العوامل الرئيسية ذات الانعكاسات على المؤسسة:²

- إشكالية تطابق منتجات هذه المؤسسات للمعايير الدولية.

- مشكلة إتباع الطلب المحلي ذوق المستهلك إلى المنتجات ذات تكنولوجيا حديثة، ومن

هنا تظهر إشكالية إعادة النظر في التطور التقني... الخ.

- الموارد الداخلية للمؤسسة (الموارد البشرية، الأنظمة، المناهج والأهلية في التسيير).

- مدخلات المؤسسة (الاستثمار، يد العاملة، العتاد، الآليات والإعلام).

¹توفيق عبد الرحيم يوسف، مرجع سبق ذكره، ص 31.

² نصيرة أوبختي، القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة في ظل العولمة، مرجع سبق ذكره، ص 44.

- الإنتاج: يتأثر الإنتاج بعدة عوامل، كتجهيزات الإنتاج والإعداد، استخدام القدرة التخزين، مراقبة النوعية، الصيانة، براءة اختراع، إجازة العلامة التجارية وأيضا المناهج، طرق العمل وتكنولوجيا الخدمات.
- التسويق، البحث والتنمية: يتأثر بالبحث و الاستعلامات، تنمية السوق، فعالية عملاء البيع، منهجية البحث والتنمية، تمركز المبيعات، العلامة الاسمية والصورة.
- الإدارة: تتأثر بجميع وظائفها (وظيفة المحاسبة، وظيفة المالية، وظيفة تسيير الموظفين، النظام الأجرى، النظم و المناهج ووظيفة الشراء).
- العوامل المؤثرة على المدخلات: أما في ما يتعلق بالعوامل المؤثرة على المدخلات فهي تتعلق باليد العاملة، الآلات و العتاد، رأس المال، الإعلام، المهارة، المواد الأولية والمركبات، الوقود والطاقة، عدد المنافسين وتمركزهم، أهمية المؤسسة بالنسبة للموردين وقدرة المؤسسة على التعاقد مع الموردين.

ب/ العوامل الخارجية: يمكن حصرها في: ¹

*البيئة التي تتواجد فيها المؤسسة: تسمح دراسة بيئة المؤسسة بتحديد العوامل التي تؤثر على المؤسسة وتشمل: سياسة الحكومة، العوامل الاجتماعية، الديمغرافية، التكنولوجية والاقتصادية.

*الزبائن والأسواق التي تقوم من خلالها المؤسسة بتصريف المؤسسة منتجاتها: تتأثر المؤسسة باحتياجات الزبائن حاضرا ومستقبلا، بعدد الزبائن الذين يمثلون نصف نسبة المبيعات، بدرجة القدرة على التفاوض مع الزبائن، بالعدد الإجمالي للزبائن وعدد الزبائن اللذين يمثلون المبيعات، كما تتأثر وضعية المؤسسة في الأسواق بتطور المبيعات، النسبة المئوية للمبيعات الإجمالية، الأرباح الصافية، النسبة المئوية من المبيعات الإجمالية، نمو الأسواق (الماضية والمستقبلية) نمو متوسط المبيعات وبالميول نحو كل من أسواق المؤسسة.

*المنافسة ومركز المؤسسة ووضعيتها التنافسية:² تتأثر المؤسسة ب: اقتصاديات السعة، الحجم الأعظم للوحدة الوظيفية، القيود عند الدخول، القيود عند الخروج، ديناميكية

¹Bonhours. P, La monnaie finance institutions et mécanismes, éd Ellipses, paris, 1993, P 309.

² The global competitiveness report 2005-2006, <http://forum.maplecroft.com>.

الاختراعات، رافعة الزبائن والموردين، كثافة رأس المال، معامل اليد العاملة، التخزين الضروري وتكلفة تغيير رأس المال). وتتأثر المؤسسة أيضا بالمنافسة من خلال، عدد المنافسين وتمركز المنافسة، الكثافة التنافسية، الهيمنة المسبقة للأسواق من طرف المنافسين، المنافسة الأجنبية، منافسة المنتجات والخدمات البديلة، الدخول الجديد للمنافسين.

*العوامل المؤثرة على نتائج المؤسسة: تتأثر نتائج المؤسسة بإستراتيجية التسويق المعتمد من طرفها، وذلك من خلال: (الخدمات، الأسعار، المبيعات، التوزيع، الخدمات بعد البيع).

ج/ إغراق الأسواق وتدهور سعر الصرف: و فيها نجد¹

*إغراق الأسواق المحلية بالسلع الأجنبية و التي تباع بأسعار جد منخفضة بالأسواق المحلية. الإحصائيات وتحديد الحصص: غياب الإحصائيات الصحيحة المتعلقة بالمنتجات التي من شأنها أن تساهم في تحديد الحصص لحماية الإنتاج الوطني وهذا ما يؤدي إلى تحديدها بالتقارب وينتج عن ذلك الإسراف (مما يؤدي إلى تكديس البضائع بالمؤسسات) أو الندرة.

*تدهور سعر الصرف: باعتماد سياسة سعر صرف أعلى من قيمته، تؤدي إلى تشجيع الطلب على السلع المستوردة بسبب تزايد أسعارها بأقل سرعة من تلك المتعلقة بزيادة الأسعار الداخلية، وتزيد كل هذه العوامل من شدة الضغط على ميزان المدفوعات وعلى الحساب الجاري، فتضطر السلطات إلى زيادة القيود الجمركية والقيود الإدارية على هذا النوع من الواردات قصد حماية بعض المنتجات المحلية.

المبحث الثاني: أهمية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة:

تحثل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة مكانة متميزة في الاقتصاديات الحديثة و قد تعدت هذه الأهمية في السنوات الأخيرة لتصل إلى أن تكون مصدرا لتنمية الدخل و خلق فرص العمل و الدليل على ذلك الإحصائيات التي تنص على أن عدد هذه المؤسسات أصبح يمثل ما يقارب 90 % من مجموع المؤسسات الصناعية في الدول المتقدمة.

كثيرة هي الدول التي تولي أهمية قصوى لهذا النوع من المؤسسات حتى أن رئيس الولايات المتحدة الأمريكية يقدم تقريرا سنويا عن حالة المنشآت الصغيرة و المتوسطة للكونغرس.²

¹ The global competitiveness report 2005-2006, ibid., P 22.

² قويدر عياش، المؤسسات الصغيرة و المتوسطة كميزة تنافسية و التحديات الاقتصادية العالمية الجديدة، الملتقى الوطني الأول حول المؤسسات الصغيرة و المتوسطة ودورها في التنمية، الأغواط، 8-9 أبريل 2002، ص 01.

المطلب الأول: مظاهر الاهتمام بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والأطروحات المدافعة

عنها:

1) مظاهر الاهتمام بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

لقد اخذ الاهتمام بهذه المؤسسات يظهر ويبرز ابتداء من الخمسينات من القرن الماضي، وبالضبط بعد انتهاء الحرب العالمية الثانية، وهو الاهتمام الذي ظل يشغل منذ تلك الفترة الكثير من الباحثين المفكرين الاقتصاديين، وخصوصا المهتمين بمشاكل التنمية النمو، وكذا المساهمين مقرري السياسات التنموية سواء في البلدان المتطورة أو في البلدان النامية حديثة العهد بالاستقلال وكذا الهيئات والمؤسسات العالمية الدولية التي نشأت بعد الحرب العالمية الثانية. و يتزامن هذا الاهتمام:¹

أولا: بالتطور الذي عرفه الاقتصاد العالمي بعد الحرب العالمية الثانية الذي تميز بعدة مظاهر خست أساسا البلدان المتطورة نذكر منها:

- مسألة بناء أوروبا بعد الحرب العالمية الثانية تبني أسرع وأحسن السبل لذلك، فبرز النقاش في تلك الفترة حول تجنيد الطاقات والإمكانات المتاحة.

- التطور الغير متساوي للبلدان الرأسمالية وبداية بروز تباين في النمو الاقتصادي فيما بينها، (بروز الولايات المتحدة و اليابان و ألمانيا الغربية) سابقا، و تقهقر مكانة كل من إنجلترا وفرنسا والبلدان الأخرى، وهنا أصبحت الثورة العلمية والتقنية تلعب دورا كبيرا في هذا التباين، وخاصة باعتماد أساليب تسيير حديثة وتكنولوجيا متطورة كان للصناعة الصغيرة و المتوسطة دورا كبيرا في تحقيقها بفضل الديناميكية والقدرة على الإبداع و الابتكار التي تتميز بها.

- أدت حركة التصنيع الحديثة إلى تطور النشاط الصناعي و تنوعه، حيث عرفت إدخال فروع صناعية جديدة شجعت على طلب السلع و المنتجات الوسيطة، و كانت بدورها دافعا لظهور نشاطات جديدة، توسعت معها النشاطات التكاملية و التعاون بين المؤسسات عن طريق المقولة

¹ د. محمد يعقوبي، مكانة و واقع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الدول العربية، الملتقى الدولي: متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الدول العربية، 17 و 18 أبريل 2006، ص 46،47.

الباطنية التي لعبت فيها الصناعات الصغيرة و المتوسطة دورا كبيرا بمساهمتها الفعالة في تغطية الطلب المتزايد من قطع الغيار، و مكونات و إجراء مختلف الصناعات.

ث -المظهر الرابع هو الأزمات التي عرفتها البلدان المصنعة و الاقتصاد العالمي ابتداء من السبعينات خاصة أزمة الطاقة و الموارد الأولية 1974-1976 خلالها أظهرت الصناعات الصغيرة و المتوسطة صمودا قويا أمام الركود الذي مس الاقتصاد العالمي، حيث ساهمت بفضل ديناميكيتها في إنعاش الاقتصاد و إعادة بعثه، فكانت مجالا خصبا لإنشاء مناصب العمل و تلبية الحاجيات من السلع الوسيطة و الاستهلاكية. الأمر الذي جعل العديد من الاقتصاديين في مختلف البلدان المتطورة يعتبر المرحلة الحالية هي سنوات المؤسسات الصناعية الصغيرة و المتوسطة خاصة بعد أن عرف النشاط الصناعي انخفاضا في مركزه، فقد توصلت العديد من الدراسات التي أجريت في الولايات المتحدة و بريطانيا و فرنسا إلى نتائج تقول بأن الصناعات الصغيرة و المتوسطة قد برهنت على ديناميكية متفوقة على المشاريع الكبرى فيما يتعلق بخلق فرص العمل الجديدة.

ففي الولايات المتحدة تعتبر هذه المشاريع في صميم التجديد الصناعي، و إن تفضيلها قد لوحظ حديثا للتغلب على البطالة، حيث تشكل 97% من الأعمال و تساهم بنسبة % 43 من الناتج الوطني الإجمالي، كما أن المشاريع التي توفر الاستخدام الجديد هي مشاريع حديثة عمرها (أقل من 4 سنوات).

و في اليابان % 56 من العاملين يشتغلون في مؤسسات تستخدم أقل من 100 شخص، و في فرنسا تشغل الصناعات الصغيرة و المتوسطة % 55 من العاملين في الصناعة، و كما جاء في تقرير المجلس الأعلى للقطاع العام بفرنسا أن تراجع الاستخدام في المشاريع الكبيرة هو حقيقة واقعة و أن المشاريع الصغيرة و المتوسطة وحدها هي التي تخلق فرص العمل الجديدة و القدرة على امتصاص البطالة، أما في بريطانيا فرغم أنها كانت مهد الصناعة العالمية خاصة ما تعلق بالصناعات الصغيرة و المتوسطة، إلا أن الاهتمام الرسمي بها لم يظهر بصورة جلية إلا مع بداية السبعينات و بالضبط سنة 1971 و هو تاريخ نشر تقرير Bolton المتعلق بالمؤسسات الصغيرة و المتوسطة البريطانية، و هو التقرير الذي كان متبوعا باقتراحات تخص السياسة الصناعية الجديدة.

ج - و المظهر الأخير، هو بروز حركة صناعية حديثة مشابهة لما حدث في البلدان الأوروبية و اليابان تنزعها بلدان جنوب شرق آسيا و بعض بلدان أمريكا اللاتينية التي تعرف بالبلدان المصنعة حديثا (NPI : Nouveaux Pays Industrialisés) التي حققت قفزة نوعية في التنمية الاقتصادية بفضل الإستراتيجية الصناعية التي اعتمدها و التي كانت للصناعات الصغيرة و المتوسطة دورا كبيرا فيها (النموذج التايواني الذي أكد على دور الصناعات الصغيرة و المتوسطة في التنمية الصناعية التي عرفتها هذه الدولة، حيث شهدت تايوان حركة صناعية واسعة بفعل توسع نشاط المؤسسات الصناعية الصغيرة و المتوسطة و التي انتقل عددها من 7000 مؤسسة سنة 1961 إلى 95000 مؤسسة عام 1987 ، نصفها تشغل أقل من 4 أشخاص و % 33 منها ما بين 5 و 19 شخص).

ثانيا :يتزامن هذا الاهتمام أيضا:

بحصول عدد كبير من الدول المستعمرة على الاستقلال السياسي بعد فترة طويلة أو قصيرة من الاستعمار، فخرجت باقتصاد متخلف و هش البنية، فاتحة بذلك مجالا للنقاش الواسع حول مسألة التنمية و التطور الاقتصادي، فاختلقت الاجتهادات النظرية و العلمية للاقتصاديين بتقديم نماذج للتنمية اختلفت فيما بينها في الاختيار بين الصناعات الثقيلة التي تمثل الصناعات الكبيرة و الصناعات الصغيرة في تحيدي سياسة التصنيع الملائمة للدول النامية و نمط الأولويات المرتبطة بهذه السياسة، حيث تشير الدراسات الاقتصادية إلى أن هناك نمطين: نمط نمو رأسمالي و نمط نمو اشتراكي.

نمط النمو الرأسمالي :و هو ذلك النمط الذي ساد في دول أوروبا الصناعية، و يندفع هذا النمط تحت تفاعل القوى التلقائية للسوق، وينتج عنه نوع من التتابع الزمني للصناعات تبدأ بالصناعات الاستهلاكية فالوسيطية ثم الصناعات الثقيلة ، و قد عرض BROZEN وجهة النظر هذه فقال :المراحل المبكرة للتنمية بصفة عامة ينبغي تشجيع المؤسسات من النوع الذي يؤدي إلى تنمية روح التنظيم، و من المرجح أن تؤدي المؤسسات التي تستخدم أساليب الإنتاج البدائية و التي تدر عائدا سريعا إلى تحقيق ذلك في المراحل المبكرة .أما المؤسسات التي تعمل على نطاق واسع و تستخدم أساليب فنية أكثر تعقيدا و تدر عائداها بعد أجل طويل، فيجب أن

تنتظر إلى مرحلة تالية عندما يتم اكتساب و تعلم طرق و مهارات التنظيم. و اعتمدت على هذا النموذج العديد من البلدان النامية نذكر منها بالخصوص بلدان شرق آسيا و الهند و تركيا. أما النمط الثاني: فهو نمط النمو الاشتراكي، و هو النمط الذي ساد في الاتحاد السوفيتي (سابقا) و أوروبا الشرقية و بعض البلدان النامية كالجزائر، كوبا، مصر و غيرها، و فيه تقوم الدولة بتوجيه الموارد عن طريق جهاز التخطيط، و يأخذ نمط التصنيع فيه إعطاء الأولوية لقطاع الصناعة الثقيلة التي تعتمد على التقنية المعقدة و كثافة رأس المال، حيث تحققت في العديد من البلدان عن طريق المركبات و المصانع الكبيرة.

(2) الأطروحات المدافعة عن المؤسسات الصغيرة و المتوسطة:

لقد تعددت الحجج التي يمكن أن تساق دعما للصناعات الصغيرة و المتوسطة بالإضافة إلى الدور الذي يمكن أن تلعبه في تثمين اليد العاملة (قوة مساهمتها في الاستخدام) فإن هناك مجموعة من الحجج و الأطروحات المدافعة عن هذا القطاع نلخصها فيما يلي:¹

أ/ المؤسسات الصغيرة و المتوسطة كعمل لتثمين اليد العاملة:

ترتبط أهمية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بالدور الذي تلعبه على مستوى الاستخدام، فيظهر أن لها مساهمة كبيرة في الاستخدام و الأمر لا يقف عند هذا الحد فالعديد من المدافعين عنها يعتبر ، (réservoir potentiel d'emploi) حيث تعتبر مخزن العمالة أن الأغلبية الساحقة من القوى العاملة الصناعية مستخدمة في هذه المؤسسات، و يركز أصحاب هذا الرأي على الأدلة التجريبية التي تبين أن هذه المؤسسات تستخدم تكنولوجيا تبلغ فيها كثافة اليد العاملة درجة كبيرة، و هو ما جعلها أداة أساسية لاستيعاب العرض المتزايد من القوى العاملة في بلدان عديدة و خاصة في البلدان النامية التي كما هو معروف تتميز بالتوفر النسبي لليد العاملة على حساب رأس المال، فمن الأنسب لها الاعتماد على هذه المؤسسات كونها عموما أقل امتصاصا لرأس المال و أكثر امتصاصا لليد العاملة.

ب/ المؤسسات الصغيرة و المتوسطة كعامل للتنمية الجهوية:

يستند المدافعون عن دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في التنمية الجهوية على واقع البلدان النامية التي تعرف صعوبات عديدة كانهخفاض الدخل النقدي المتوسط و ارتفاع المتعطلين من

¹ د. محمد يعقوبي، مكانة و واقع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الدول العربية، مرجع سبق ذكره، ص 47 و 48.

القوى العاملة و انخفاض مستوى التعليم و التكوين، و تشخيص هذه الأوضاع المتردية أكثر في المناطق الريفية حيث نجد هيكلها يخضع بصفة واسعة للعلاقات العينية، و يكاد يكون مقطوعا من الهيكل الاقتصادي لمناطق المدن الذي يعتبر أكثر تطورا.

تعتبر المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في مثل هذه الوضعيات الأسلوب المفيد نظرا لما تتمتع به من خصائص تجعلها تتلاءم مع خصوصيات المناطق الريفية. إن هذه الحجة جعلت الجزائر تنتهج نفس الأسلوب في محاولة النهوض بالمناطق الداخلية بوضع برامج للتصنيع المحلي ابتداء من المخطط الرباعي الأول، و كانت تهدف من ورائه نشر التنمية الاقتصادية و الاجتماعية على مختلف القطر الوطني، و قد تم في هذا الإطار إعداد برنامج خاص لتنمية و تطوير الصناعات الصغيرة و المتوسطة، و الذي أوكلت مهمة تنفيذه للجماعات المحلية، غير أنه عوض أن تتجه هذه الصناعات إلى المناطق الداخلية و الأرياف نجدها تتركز في المدن الكبرى و حول الأقطاب الصناعية، و قد يعود سبب ذلك إلى توفر الشروط الاجتماعية و الثقافية و الاقتصادية في المدن أكثر من الأرياف التي قد نعدم في بعضها الشروط المذكورة.

ج/ أطروحة التكاليف الإضافية و تبذير الموارد:

تستند هذه الأطروحة إلى معيار التوفر النسبي لعوامل الإنتاج، فمن المعلوم أن الدول النامية تعرف عجزا كبيرا في الموارد المالية على عكس اليد العاملة، فأمام ارتفاع سعر رأس المال فيها (سعر الفائدة) يتطلب منها مراعاة الدقة في اختيار الاستثمارات و تجنب التبذير . و حسب منظمة التعاون و التنمية الاقتصادية OCDE فإن اللجوء إلى الاعتماد على الصناعات الصغيرة و المتوسطة من شأنه تقليص الأخطاء المكلفة جدا و الناجمة عن سوء اختيار المواد التي من المفروض تصنيعها و الأساليب المطبقة و فترة الإنتاج، فحتى و إن كانت أخطاء في اعتماد الصناعات الصغيرة و المتوسطة فإنه بالإمكان تصحيحها بسرعة و إعادة التوجه للقطاعات المواتية.

د/ أطروحة تنويع الإنتاج الصناعي:

من بين الحجج التي تساق دعما للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة هي مرونة الإنتاج الصناعي و قدرة تكيفه و تغير ظروف السوق حيث تلعب الصناعة الصغيرة و المتوسطة دورا كبيرا في تنويع الإنتاج و توزيعه على مختلف الفروع الصناعية، فتفكك الاستثمارات الكبيرة من شأنه

المساهمة في إنشاء العديد من الوحدات الصناعية التي تقوم بإنتاج تشكيلة من السلع و الخدمات تلبية الحاجيات الجارية للسكان خاصة بالنسبة للسلع الاستهلاكية، و هو ما أكد عليه برنامج تنمية و ترقية الصناعات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر، و ذلك عكس المؤسسات الكبيرة التي يصطدم إنتاجها الكبير بضيق السوق المحلي خاصة بالنسبة للدول النامي، و هو الأمر الذي يطرح أمامها مشكل تصريف سلعها أمام المنافسة الأجنبية و تلبية المعايير الدولية و يجعلها عرضة للانكماش الاقتصادي الذي تشهده هذه الدول في الآونة الأخيرة.

المطلب الثاني: الاهتمام الدولي بالمؤسسات الصغيرة و المتوسطة:

1) ارتفاع المكانة الدولية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة:

لقد أصبح دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و دور أصحاب المبادرات من الأمور المعترف بها حاليا على امتداد العالم في الدول الصناعية المتقدمة، و كذلك في الاقتصاديات النامية لتشكل مصدرا رئيسيا للديناميكية الاقتصادية و الإبداع و النمو الاقتصادي. و قد تم تعريف هذه المجموعة من المؤسسات على أنها المسؤولة عن توفير معظم الوظائف في دول منظمة التعاون الاقتصادي و التنمية (OECD) و كذلك في معظم الدول النامية في العقد الأخير، حيث قدمت مساهمة هامة في حقول الإبداع و الإنتاجية و النمو الاقتصادي. تكمن أهمية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بدورها في النمو الاقتصادي في مراحل مختلفة من التطور الاقتصادي و الاجتماعي حيث تساهم في المخرجات و تلبية الأهداف الاجتماعية و توفر عملات أجنبية للدولة بشكل ملحوظ، كما لها أهمية خاصة في توفير فرص التوظيف. و تعود هذه المساهمة الحيوية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة في عملية التنمية للخصائص التي تتميز بها هذه المؤسسات.

و يمكن للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة كذلك أن تستثمر في قطاعات من سلسلة الإنتاج و الأعمال المتكاملة (Value Chain) التي تسمح لها بالاستفادة من أسواق إنتاج جديدة. إن الاستغلال المنظم لسلاسل القيم المتكاملة في الإنتاج و معالجة المنتجات الزراعية التقليدية (مثل: القهوة، المنتجات البحرية، الفواكه الاستوائية..... إلخ) أو في صناعة مكونات منتجات معينة متقدمة تكنولوجيا بشكل أكبر و ذات كثافة عمل تمكن المؤسسات الصغيرة و المتوسطة من استغلال الفرص العالمية المتاحة لتوسيع أسواقها. و يشكل استغلال السلاسل

المتكاملة جانبا هاما من إستراتيجية تطوير المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في صناعات و قطاعات رئيسة للعديد من الدول النامية.¹

و من هنا أصبحت المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الشغل الشاغل للدراسات الجامعية في دول الشمال، و تبنت العديد من الحكومات سياسة خاصة و مكملة لرفع قدرتها التنافسية و الحد من العقبات التي تواجهها. و هي تعمل الآن على إيجاد السبل بمختلف المستويات لتنمية قدرتها التصديرية في الأسواق الدوليو من بعض الإحصائيات تظهر مكانة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في اقتصاديات دول العالم المتقدم، ذلك لأنها أصبحت تشكل من 90% إلى 80% من مجموع المؤسسات و هي تحقق أغلبية الدخل و العمالة.² و يبدو من خلال المعطيات الإحصائية لهذه المؤسسات في مختلف الدول النامية و المتقدمة أن ظهورها في تزايد مستمر بل أن معظم المؤسسات تنتمي إلى هذا القطاع، و يعود ذلك لارتفاع عددها في النسيج الاقتصادي و يراه بعض الكتاب لأسباب منها:

أ/ ارتفاع حجم الخدمات: إن ظهور المؤسسات الصغيرة حديث في قطاع الخدمات يعود إلى ثورة المعلومات و تكنولوجيا الاتصالات. و قد حصل قطاع الخدمات في الدول الصناعية خصوصا على مكانة هامة جراء ارتفاع ابتكارات و خدمات حديثة في الأسواق المحلية و الدولية.

تتفرد الخدمات بمزايا عن باقي القطاعات الأخرى، لأنها لا تحتاج إلى الموارد المالية الكثيفة مما يجعلها ضعيفة المخاطرة نسبيا. كما أن المؤسسات الصغيرة الخدمية وجدت أسواق جديدة منها تسيير بعض الأمور و تقديم الأشغال و توفير الدعم الفني و الإداري للمشروعات الجديدة.

ب/ النمو السكاني: ليس بإمكان الدولة أن تلبي كل طلبات سوق العمل بطرق مباشرة خصوصا بعد زيادة التحرر الاقتصادي المبني على منطق السوق، و هذا مهما اختلفت المؤهلات العلمية و الميدانية للأفراد. كما أن النمو السكاني هو عامل في ارتفاع الطلب في أسواق العمل، الأمر الذي يؤدي إلى ندرة في الحصول على مناصب شغل في الأجهزة أو

¹ المكتب الوطني الاستشاري، تطوير المؤسسات الصغيرة و المتوسطة دراسة مقارنة لبرامج تطوير المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في دول مختارة، دار الخيرة، ليبيا، أبريل 2008، ص 02.

² سمير سحنون، إشكالية تمويل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، رسالة ماجستير اقتصاد التنمية، جامعة تلمسان، الجزائر، 2004-2005، ص 24، 23.

في الإدارة الحكومية، هذا الوضع دفع العديد من أفراد المجتمع للتفكير جدياً في إنشاء أعمال و نشاطات خاصة بهم.

ج/ المحيط المؤسسي و السياسة المتبعة: إن خوصصة المنشآت الصناعية العمومية في بعض البلدان كان حافزاً في ارتفاع عدد المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و القطاع الخاص (كتجربة بريطانيا)، كما أن العروض المقدمة (العقود و الامتيازات) ساهمت في تطور مكانة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة خاصة التدخل الحكومي و مساهمته في دخول منتجين جدد في السوق و توفير مختلف أشكال الدعم للبحث و التطوير.¹

(2) المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الدول المتقدمة:

تمثل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة المبدأ الجوهري للتطور الاقتصادي المبدع كما يدعوه الاقتصادي النمساوي الكبير "شمبتر" " التدمير الخلاق". و في الولايات المتحدة الأمريكية يتم سنوياً تأسيس حوالي 330 ألف مؤسسة صغيرة و متوسطة من قبل أصحاب المبادرات فيما تغادر سوق العمل حوالي 300 ألف. و تعد هذه الديناميكية تعبير جوهري عن اقتصاد مبدع و منافس يجسد المبدأ الذي يدعو إليه الاقتصادي شمبتر. و اليابان دولة أخرى تظهر خصائص مشابهة في قطاع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الخاص بها، و إن بدرجة أقل من الولايات المتحدة حيث أن الإطار التشريعي في الولايات المتحدة أكثر ليبرالية و يسمح لمؤسسات جديدة نظراً لتدني موانع الدخول و كذلك سهولة خروج المشاريع الفاشلة. و في كل الاقتصاديات تظهر مؤسسات جديدة و تختفي بأعداد معتبرة بشكل منتظم.

و تشكل المؤسسات الصغيرة 99% من مؤسسات في إيطاليا التي تقف عند أعلى المعدل في نسبة المؤسسات و تنتهي عند 80% في أدناه لدى الولايات المتحدة و أيرلندا و جمهورية سلوفاكيا. و تشكل مؤسسات التصنيع التي توظف 100 عامل أو أكثر ما بين 1% و 4% من مؤسسات التصنيع في دول منظمة التعاون الاقتصادي و التنمية (OECD) باستثناء جمهورية سلوفاكيا و أيرلندا و الولايات المتحدة حيث تصل مساهمتها إلى 10% و 9% و 7% على التوالي.² في أوروبا التي تشكل 25 دولة يوجد فيها 23 مليون مؤسسة صغيرة و

¹ سمير سحنون ، إشكالية تمويل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، مرجع سبق ذكره، ص 25.
² المكتب الوطني الاستشاري، تطوير المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، مرجع سبق ذكره، ص 3-6.

متوسطة (أقل من 250 موظف) توفر 66% من وظائف القطاع الخاص. و يظهر الدليل على مساهمتها في نمو التوظيف جليا في حالة النمسا، حيث سجل توظيف المؤسسات الصغيرة و المتوسطة نموا بمعدل 8.1% بين 1995 - 2003. و قد ارتفعت مساهمة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في قطاع الأعمال الاسترالي منذ مطلع الثمانينات. و تشير الدلائل إلى أن المؤسسات الصغيرة و المتوسطة ساهمت فيما بين 63% و 78% من صافي نمو التوظيف خلال عقد التسعينات في أستراليا. تسجل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة (أقل من 250 موظف) مساهمة كبيرة في التوظيف في قطاع الصناعة في العديد من دول منظمة التعاون الاقتصادي و التنمية. وعلى سبيل المثال تمثل النسبة أكثر من 75% في ايطاليا، البرتغال واسبانيا، وكذلك تسجل المؤسسات الصغيرة (أقل من 50 موظفا) مساهمة جوهرية في التوظيف في قطاع الصناعة: أكثر من 50% في ايطاليا واسبانيا، مع أنها أقل بدرجة ملحوظة في بعض الدول مثل 15% في جمهورية سلوفاكيا و 22% في ألمانيا و ايرلندا.

وفي الأنشطة الخدمية، تسجل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة مساهمة كبيرة جدا في التوظيف في العديد من الأنشطة، و في قطاع الفنادق و المطاعم على سبيل المثال، فإن المؤسسات في الولايات المتحدة التي بها 100 موظف أو أكثر تمثل 56% من إجمالي هذه الفئة، وفي المملكة المتحدة فإن المؤسسات التي بها أكثر من 250 موظفا تشكل 40% من الوظائف. وفي أنشطة البحث و التطوير، فإن المؤسسات الكبيرة تسجل مساهمة ملموسة في التوظيف، وتسجل المؤسسات التي بها أكثر من 500 موظف نسبة أعلى من 50% من التوظيف لعدد من الدول بما فيها ألمانيا، هولندا، المملكة المتحدة و الولايات المتحدة. وفي المملكة المتحدة تظهر إحصائيات قطاع الصناعة أن 98% من المؤسسات توظف أقل من 100 موظف. ومع أن عدد المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في المملكة المتحدة هو أربعة ملايين تقريبا فإن 99% منها توظف أقل من 50 شخص، وتوفر تلك المؤسسات الصغيرة و المتوسطة 46% من وظائف القطاع الخاص، كما تولد هذه المؤسسات 36% من مخرجات التصنيع و التي بدورها تشكل 20% من الصادرات.

(3) المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الدول النامية:

على الرغم من أهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول النامية كما تبين من حيث مساهمتها في إجمالي التوظيف، فإن مساهمتها الفعلية في القيمة المضافة، الصادرات والاستثمارات في القطاعات الاقتصادية سريعة النمو تميل لأن تكون أكثر تواضعا مقارنة مع الدول المتقدمة. ويعود ذلك إلى كون المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تميل إلى التركيز على الصناعات التقليدية المتدنية الإنتاجية مثل الصناعات الغذائية و الصناعات الحرفية، و الخدمية كالإنشاءات كثيفة العمالة و تجارة التجزئة.¹

و هناك مستوى متدني من الاستثمارات الرأسمالية في المؤسسات التي تستخدم تكنولوجيا تقليدية حيث تركز على الأسواق المحلية و إسهامها في التجارة الدولية بسيط، و قليل منها يركز على أفكار أو آليات إنتاج جديدة. و على سبيل المثال، فإن قطاع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تركيا، بما في ذلك الخدمات تسجل حوالي 99% من إجمالي عدد المؤسسات، و توفر فرص عمل إلى 77% من إجمالي التوظيف في الاقتصاد. و مع ذلك، فإن إجمالي مساهمات المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الاستثمار الرأسمالي في هذا القطاع يقل عن 38%، و تصل القيمة المضافة إلى حوالي 26.5% وما يقارب 10% من الصادرات كما أن 5% فقط من إجمالي الاعتمادات البنكية هي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

تكون المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الأردن حوالي 99% من إجمالي المؤسسات وهي موزعة بشكل أساسي على قطاعات الخدمات، التجزئة، الزراعة والتصنيع.

و توظف هذه المؤسسات 70% من إجمال قوة العمل لكنها توفر حوالي الثلث فقط من إجمالي الإنتاج. و في مصر فإن أكثر من 70% من إجمالي قوة العمل هي في المؤسسات الصغيرة جداً، والصغيرة والمتوسطة والتي تشهد على قدرة هذه المؤسسات على خلق الوظائف.

لكنه وبحسب البيانات المتعلقة بالقطاعات الاقتصادية والأنشطة فإن توزيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يتركز بشكل أساسي في تجارة التجزئة كما هو الحال في ليبيا، وتضم تجارة التجزئة حوالي 61% من إجمالي المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في مصر والتي عددها

¹ المكتب الوطني الاستشاري، تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مرجع سبق ذكره، ص 6 - 10.

أكثر من 1.6 مليون مؤسسة، ويمثل قطاع الخدمات % 19 من هذه المؤسسات، يتبعه قطاعي التصنيع والعقارات بنسبة % 17 و % 3 على التوالي.

تشير الدراسات والأبحاث التي قامت بها الجامعات والمنظمات الدولية حول تطور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على المستوى العالمي إلى مجموعة عوامل تحد من تطور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومن روح المبادرة والتي ينبغي معالجتها . وهناك عدد من الأنشطة التي يمكن إدراجها في عمليات المعالجة، ويتوقف اختيار هذه الأنشطة على الحاجة ونوع إعادة الهيكلة المطلوبة لتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والتي تختلف من دولة إلى أخرى ومن قطاع إلى آخر . ونظراً لكون هذه الأنشطة تم تصميمها استجابة لأولويات إصلاح محددة في دول محددة فإنه من غير الممكن تقديم وصف كامل لكل منها .

إن من شأن سياسة وبيئة قانونية داعمة للمؤسسات الصغيرة بحسب منظمة العمل الدولية خفض التكلفة اللازمة لتأسيس وإدارة الأعمال، وهذا يتطلب:

- استخدام إجراءات تسجيل وترخيص مبسطة، توفير قواعد وتشريعات ملائمة، تسهيل الوصول إلى المشتريين التجاريين، توفير المزيد من الاعتمادات المالية، ضمان الحماية القانونية، التأكد من تنفيذ العقود، تحسين فرص الحصول على للتكنولوجيا وآليات الدعم والعملات الأجنبية إضافة إلى إتاحة الفرص للوصول إلى الأسواق المحلية والدولية.
- لا تتدخل حكومات الدول المتقدمة في اختيار قطاعات أو مشاريع محددة لتقديم مساعدة خاصة، وإنما تترك الأمر للرياديين لتقرير أي المشاريع التي يرغبون بالاستثمار بها والافتراض الأساسي هو أن المعلومات حول فرص الاستثمار المجدية متوفرة للمستثمرين وعلى الحكومات أن لا تتدخل في دعم قطاعات أو مشاريع محددة، ومع ذلك فإن الدول النامية ليس لديها بنية أو مؤسسات يمكن من خلالها لمستثمري القطاع الخاص وبالتحديد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحصول على معلومات دقيقة حول فرص الاستثمار. وقد حاولت معظم الدول النامية مواجهة هذا الفشل المعلوماتي من خلال دراسات مساندة أجرتها معاهد متخصصة بما فيها جامعات لملى هذا الفراغ.

المطلب الثالث: الدور الاقتصادي و الاجتماعي للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة:

إن أهم ما تمتاز به المشروعات الصغيرة هو أنها تقدم القاعدة اللازمة لتحقيق النمو الاقتصادي، و من ثم التنمية، و ذلك من خلال إقامة المشروعات التي يجد إنتاجها سوقا رابحة لأنها تلبي حاجة ملحة في الدول خاصة النامية، مما يجعلها قاعدة انطلاق لمشروعات أكثر تقدما من خلال نموها نموا طبيعيا متفاعلا مع البيئة الاجتماعية و الاقتصادية و ربما السياسية أيضا.¹

(1) الدور الاقتصادي للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة:

إن إمبراطورية اليابان تم تحويلها من دولة مهزومة تعاني من مشكلات اقتصادية إلى دولة عملاقة اقتصاديا عن طريق المشروعات الصغيرة. و بالتالي فإن التجربة اليابانية تعطي المثل لما يمكن أن يؤدي إليه الاهتمام بالمشروعات الصغيرة و التي تعد الدعامة و الركيزة الأساسية للبناء الاقتصادي لأي دولة. و قد بدأ الاهتمام يتجه نحو المشروعات الصغيرة لأنها تمتاز بكثرة عددها و انتشارها الواسع و خاصة في دول العالم الثالث الذي يعتمد اقتصاده فعلا على هذا الحجم من المشروعات التي تنتشر في مختلف القطاعات الاقتصادية، الصناعية و التجارية و غيرها.²

أ/ المساهمة في التنمية المحلية:

تسعى المؤسسات الصغيرة و المتوسطة إلى تنمية المناطق المحلية عن طريق³:

- توسيع تشكيلية منتجاتها بإنتاج أو بيع منتج مكمّل.
- تعدد وحدات الإنتاج أو البيع عن طريق تعدد المناطق الجغرافية.
- الانتقال من مؤسسة حرفية إلى مؤسسة إنتاج أو بيع.
- إنتاج أو بيع منتج جديد أو تطبيق تكنولوجيا جديدة أو إتباع أسلوب جديد في الإنتاج أو البيع... ويكون المسير هو صاحب القرار.

ب/ المساهمة في مجال المقاوله من الباطن:

المقاوله من الباطن هي عملية لجوء مؤسسات إلى مؤسسات أخرى طالبة منها تنفيذ جزء من عملياتها الإنتاجية، وذلك لاعتبارات وأسباب اقتصادية، قانونية وإستراتيجية. فهي

¹ مروة أحمد، نسيم برهم، الريادة و إدارة المشروعات الصغيرة، الشركة العربية المتحدة للتسويق و التوريدات، 2008، ص 92.

² مروة أحمد، نسيم برهم، مرجع سبق ذكره، ص 89.

³ Marchesnay Michel et al. , Gestion des PME/PMI, Ed, MATHAN, Paris 1997, pages 256-260.

بذلك تحقق تكاملاً اقتصادياً بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمؤسسات الكبيرة من خلال فرصة الإمداد بالمكونات والأجزاء التي تدخل في المنتج النهائي أو تنفيذ أعمال مكملة للأنشطة المؤسسات الكبرى.¹

ج/ المساهمة في مجال الإبداع و البحث و التطوير:

تمارس المؤسسات الاقتصادية الحديثة خاصة المؤسسات ص.م نوعين أو شكلين أساسيين للبحث والتطوير، أولها داخلي ينفذ داخل المؤسسة، وثانيها خارجي ينجز من قبل مؤسسات المتعاقد معها، في إطار عملية المقابلة من الباطن أو عن طريق مراكز بحث، للاستغلال كل ما تتيحه البيئة العلمية والتكنولوجية من الإمكانيات لممارسة نشاطات البحث والتطوير.

و يتمثل الإبداع في أحد الطرق التالية: اكتشاف فكرة جديدة، إنتاج منتج جديد، تقديم خدمة جديدة أو تحسينها. و لقد أبرزت دراسة قامت بها وزارة الصناعة الفرنسية حول الإبداع التكنولوجي في الصناعة، أن الممارسة المختلفة لنشاطات البحث والتطوير في المؤسسات ص.م مصدر أساسي للإبداع.

د/ مساهمة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في التشغيل:

تساهم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بدور فعال في توفير فرص العمل إذ تعتبر من أهم القطاعات الاقتصادية الخالقة لمناصب شغل جديدة، فهي تتجاوز حتى المؤسسات الصناعية الكبيرة في هذا المجال رغم صغر حجمها والإمكانيات المتواضعة التي تتوفر عليها، ويلقي هذا الدور صدى واسعاً في الدول المتقدمة والنامية، فباضطراب الزيادة في معدلات البطالة تكون المؤسسات الصغيرة والمتوسطة هي الأقدر على القضاء على جانب كبير من البطالة². فقد أثبتت العديد من الدراسات التي أجريت في هذا المجال أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تميل إلى تكثيف عنصر العمل عن المؤسسات الكبيرة، أي أنها تتطلب استثمارات أقل لكل فرصة في المتوسط عن المؤسسات الكبيرة³.

¹ يوسف قريشي، سياسات تمويل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر، مرجع سبق ذكره، ص 34.

² GREFFE XAVIER : Les PME CREENT-ELLE DES EMPLOIS? ECONOMICA, PARIS 1984. p9-10

³ صفوت عبد السلام عوض الله: اقتصاديات الصناعات الصغيرة والمتوسطة ودورها في تحقيق التصنيع والتنمية، دار النهضة العربية، 1993 ص41.

- تعاني معظم الدول النامية من النمو السريع للسكان وزيادة قوة العمل، فضلا عن عدم وجود مجال يوظف أعداد العمالة الهائلة وغير المدربة في مختلف القطاعات، وبصفة خاصة بعد أن أصبح القطاع الزراعي في هذه الدول ضعيف القدرة على استيعاب العمالة.

- تساعد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على حل المشكلة الرئيسية في معظم الدول النامية وهي ندرة رأس المال، ومن ثم فهي تخفض التكلفة الاستثمارية اللازمة لخلق فرص العمل وقد أثبتت إحدى الدراسات أن متوسط تكلفة العمل في المؤسسات الصغيرة تقل 3 مرات عن متوسط تكلفة العمل في المؤسسات الكبيرة.¹

ه/ مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في جذب وتعبئة المدخرات:

تعتبر المؤسسات الصغيرة والمتوسطة هي أحد مجالات جذب المدخرات وتحويلها إلى استثمارات في مختلف القطاعات، حيث أنها تعتمد أساسا على محدودية رأس المال مما يعد عنصرا لجذب صغار المدخرين لأن مدخراتهم القليلة تكون كافية لإقامة هذه المؤسسات، ومن ناحية أخرى فإنها تتوافق وتفضيل صغار المدخرين الذين لا يميلون لنمط المشاركة التي لا تمكنهم من الإشراف المباشر على استثماراتهم.

و/ مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تحقيق التكامل الصناعي:

من المؤكد أن تواجد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والكبيرة معا وتكاملها يعتبر ظاهرة صحية، تدفع عملية التنمية إلى الأمام. فالمؤسسات الكبيرة تسود في النشاطات ذات الكثافة الرأسمالية العالية، بينما المؤسسات الصغيرة تسود في تلك النشاطات التي لا تظهر فيها أهمية وفورات الحجم لأسباب تتعلق بطبيعة المنتج ذاته أو طبيعة العملية الإنتاجية، أو بسبب ضيق السوق الكلية للسلعة.

إذن لا بد من وجود تكامل وسطي وتداخل بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة و الكبيرة ومثال ذلك: "شركة تويوتا تعتمد على تجميع الأجزاء المختلفة لسيارتها على

¹ تقس المرجع، ص 42.

المشروعات الصغيرة التي تمدها بالمكونات المختلفة للسيارة و كذلك الحال بالنسبة لشركة IBM التي تتعاقد مع ثلاثمائة شركة صغيرة في مختلف أنحاء العالم لتقديم خدمات الصيانة لعملائها.¹

ز / تحقيق التوازن الجهوي و اللامركزية في التنمية:

تشير الشواهد الإحصائية إلى أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تتصف بانتشارها جغرافيا مقارنة بالمؤسسات الكبيرة التي تتركز في بعض المدن أو المناطق كثيفة النشاطات الاقتصادية، مما يمكنها من القيام بدور هام في تحقيق أهداف تنمية من أهمها:

- إن انتشار المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بين الأقاليم يمكن من ووقف حركة الهجرة المستمرة من الريف إلى المدن، والتي أدت إلى تكديس المدن أو المناطق التي يتركز بها النشاط الاقتصادي، وسرعان ما ظهرت السلبيات نتيجة الضغوط على خدمات المرافق المختلفة والتي فاقت الوفورات التي يحققها التجمع في منطقة واحدة.

- إن إنعاش المنطق الداخلية بالاعتماد على نشاط المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، فهو يحقق نوعا من التأكيد والدعم للروابط بين الزراعة والصناعة والفوائد المترتبة على ذلك .

- تحقيق التوزيع العادل للدخل، فبانتشار المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بين مختلف المدن يمكن من جعل النشاط الاقتصادي قريبا من الأعداد الهائلة من الأفراد والتخفيف من حدة الفقر في المناطق النائية والريفية، وتقليل الفروق القائمة بين المناطق الحضرية والمناطق الداخلية، وبين القطاع التقليدي والقطاع الحديث الذي يؤدي الانفصال بينهما في بعض الحالات إلى حد الازدواجية في بنية الاقتصاد الوطني ككل.

ح/ تأثير المؤسسات الصغيرة و المتوسطة على مؤشرات الاقتصاد الكلي:

سوف نتناول أهم مؤشرات الاقتصاد الكلي التي يمكن للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة أن تؤثر فيها:

¹ نهال فريد مصطفى، نبيلة عباس، أساسيات الأعمال في ظل العولمة، الدار الجامعية، مصر، 2005، ص 92.

زيادة الناتج الوطني : نلاحظ من الانتشار الواسع و النشاط الهائل للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في كافة المجالات الصناعية الزراعية و الخدمية أنها تساهم بشكل مباشر و بنسب عالية في الناتج الوطني الإجمالي أكثر مما تساهم به المؤسسات الكبيرة في الدول المتقدمة و النامية، و هذا يتضح من خلال رفع مستوى التوظيف لعنصر العمل الذي هو أبرز عناصر الإنتاج وبالتالي مما يرفع من مستوى الطلب الكلي الفعال على السلع الاستهلاكية و الاستثمارية، فكلما زاد التوظيف أدى ذلك إلى زيادة الدخل لأفراد المجتمع، فجزء من هذا الدخل يوجه للاستهلاك مباشرة من الأسواق . أما الجزء لمتبقي فيوجه للاستثمار في مشاريع صغيرة أو يدخر في المؤسسات المالية التي توجهه بدورها إلى الاستثمار . كما أن المؤسسات الصغيرة و المتوسطة تساعد على رفع معدلات الإنتاجية لمختلف عوامل الإنتاج التي تستخدمها، كما تعمل على زيادة دورة المبيعات مما يقلل من تكاليف التخزين و التسويق بما يساعد على وصول المنتجات للمستهلك بأقل تكلفة ممكنة . و تؤدي هذه العوامل التي سبق ذكرها إلى زيادة حجم الناتج الوطني و تنوعه لشمولية هذه المؤسسات العديد من القطاعات الاقتصادية.

تعبئة الادخار: تعتبر المؤسسات الصغيرة و المتوسطة وحدات إنتاجية ومراكز استثمارية تعمل على تعبئة المدخرات الخاصة بالأفراد لتشغيلها داخل الاقتصاد الوطني حيث تعد قناة إضافية لجذب المدخرات للمساهمة في تمويل الاستثمار على مستوى الاقتصاد الوطني مما يؤدي إلى زيادة مساهمة الادخار الخاص في تمويل التنمية , و يخفض من درجة الاعتماد على الاقتراض سواء من الداخل أو الخارج.

زيادة حجم الاستثمار و الاستهلاك: تتميز هذه المؤسسات بارتفاع معدل دوران رأس المال بما يجعل هذه المؤسسات نواة للمؤسسات الكبيرة خاصة في مجال الصناعة مما يؤدي إلى زيادة حجم الاستثمار الكلي في الاقتصاد الوطني وهذا يضمن ارتفاع معدلات النمو الاقتصادي من خلال عمل مضاعف الاستثمار والعمل.

ك/ دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تنمية الصادرات:

تعاني معظم الدول النامية من وجود عجز في الميزان التجاري، ويمكنها أن تواجه هذا العجز عن طريق زيادة حجم الصادرات وخفض الواردات وذلك من خلال توفير سلع

تصديرية قادرة على المنافسة أو توفير سلع تحل محل السلع المستوردة وتشير تجارب العديد من الدول إلى أهمية منتجات الصناعات الصغيرة في هيكل الصادرات. وقد سبق وأشرنا إلى أن الصناعات الصغيرة تعتمد على قنوات إنتاجية كثيفة العمل وهو العنصر المتوفر في معظم البلدان النامية مما يسفر عنه انخفاض تكلفة الوحدة المنتجة كما وأن المنشآت الصناعية الصغيرة التي يعمل بها أقل من عشرة عمال والتي يغلب عليها الطابع الحرفي يمكنها أن تعدل من برامج إنتاجها طبقا لاحتياجات السوق الخارجية لما تتمتع به من مرونة متمثلة في تواضع رأس المال المستثمر ومن ثم تكون أقدر على تلبية احتياجات أسواق التصدير.¹

(2) الدور الاجتماعي للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة:

تلعب المؤسسات الصغيرة و المتوسطة دورا مهما في إنشاء فرص العمل الجديدة، خاصة بالنسبة للدول المتجهة نحو اقتصاد السوق (من بينها الجزائر)، لأنه في ظل هذا النظام الدولة لم تعد تخلق الوظائف بشكل مباشر، كما أن المؤسسات الكبرى هي مؤسسات استقرت آلتها الصناعية، ولن تساهم هي الأخرى مساهمة جدية في خلق مناصب العمل، وبذلك فإن الأمل معقود على المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، خاصة أن هذه المؤسسات تمثل النسبة الأكبر من حيث العدد في العالم.

و من المعروف أن للمشروعات الصغيرة أهمية اجتماعية تظهر في نشر الوعي الصناعي، وتعمل على التحرر من أساليب الإنتاج التقليدية، والتي لازمت المجتمعات الريفية لفترات طويلة، فالمشروعات الصغيرة تتميز بأنها تنتشر في طول البلاد وعرضها، ومن هناك كانت للمشروعات الصغيرة دور كبير في التأثيرات على سلوك الأفراد وعاداتهم وتفكيرهم، حيث تم نقل التكنولوجيا البسيطة بطريقة تدريجية سهلة، كما أنها ساهمت في الإفادة من وقت الفراغ الضائع، والذي يترتب عليه نقشي الظواهر السيئة في المجتمعات، وانتشار أنماط من السلوك الاجتماعي غير السوي.²

¹ فتحى السيد عبده، الصناعات الصغيرة و دورها في التنمية، مرجع سبق ذكره، ص 71.
² ليلي لولاشي، التمويل المصرفي للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة، مرجع سبق ذكره، ص 59-61.

وتظهر أهمية الدور الاجتماعي للمشروعات الصغيرة في الآتي:¹

أ/ إعداد طبقة من الوطنيين الصناعيين: للمشروعات الصغيرة دور اجتماعي، يظهر في المشاركة الوطنية في تنمية الاقتصاد القومي للدول، لأن هذه المشروعات يمكن أن تنمو بالاعتماد على رأس المال الوطني والمدخرات الوطنية، وهذا يعني من ناحية أخرى البعد عن اجتذاب رؤوس الأموال الأجنبية.

ب/ تكوين نسق كامل في أداء الأعمال: يظهر الدور الاجتماعي للمشروعات الصغيرة، في أنه يخلق قيما لدي الأفراد تظهر في الانتماء في أداء العمل الحرفي إلى نسق أسري متكامل، وذلك في الحرف التي تمارس في داخل إطار الأسرة الواحدة، الأمر الذي يترتب عليه تكوين فئة من العمالة المنتجة، والتي تعمل في النسق الواحد.

ج/ تطوير المشروعات التقليدية: تظهر الأهمية الاجتماعية للمشروعات الصغيرة أيضا من خلال تطور المشروعات الصغيرة التقليدية البدائية، وتحولها إلى مشروعات صغيرة حديثة ويظهر ذلك من خلال تنمية القدرات الذاتية للأفراد (حرفيين وصناع تقليديين) على تسويق المنتجات داخليا وخارجيا و التشجيع على القيام بخدمات وأنشطة صناعية جديدة، تتماشى مع احتياجات الاقتصاد الحديث، بالإضافة إلى تحقيق مجتمعات متطورة من خلال تحول المشروعات الصغيرة التقليدية والممثلة في المشروعات المنزلية، والريفية اليدوية، إلى جانب المشروعات البيئية إلى مشروعات تستخدم أساليب التكنولوجيا الحديثة تباعا وذلك نتيجة تفضيلهم للعمل في مشروعات بيئية ومتطورة، عن ممارستهم لأنشطة أصبحت من وجهة نظرهم ذات إنتاجية منخفضة لقطاع غير اقتصادي.

كما تساهم المشروعات الصغيرة في تدعيم دور المرأة، وخصوصا الريفية، في النشاط الاقتصادي، حيث تستوعب هذه المشروعات عمالة نسائية في أعمال كثيرة منها صناعة الملابس الجاهزة، والتطريز، أو المشروعات التي تمارس بمعرفة الأسر المنتجة، الأمر الذي يحقق الاستغلال الأمثل للقوى العاملة من النساء، ويدعم مشاركتهم في النشاط الاقتصادي، وبالتالي يحد من بطالة النساء وربما يساعد ذلك على الحد من النمو السكاني.

¹ أيمن علي عمر، إدارة المشروعات الصغيرة (مدخل بيني مقارن)، الدار الجامعية، مصر، 2007، ص 129 - 131.

المطلب الرابع: عوامل نجاح و أسباب فشل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة:**1) عوامل نجاح المؤسسات الصغيرة و المتوسطة:**

يمكن القول أن فرص النجاح بصفة عامة تزداد إذا تم الاهتمام بالخصائص و المفردات التالية:

أ/ الخصائص و المهارات الشخصية و الإدارية للمالك: الدراسات الإدارية تعطي مكانة أولى للاستعدادات و المؤهلات النفسية و لشخصية لصاحب العمل الصغير، و المعارف و المهارات الإدارية التي يحتاجها حتى يقيم و يدير عملا ناجحا، أي أنها تبين بأنه ليس كل شخص مؤهل لأن يكون صاحب عمل ناجح، ولكن الشخص الذي يتمتع بهذه المؤهلات يحتاج معارف و مهارات محددة. و سبب ذلك هو أن صاحب المشروع الصغير مضطر أن يتولى بنفسه الكثير من الوظائف التي غالبا ما تسند إلى متخصصين في الأعمال الكبيرة، فهو مضطر أن يتولى بنفسه الاهتمام بكل وظائف المنظمة.

ب/ تحديد الأهداف من طرف المالك: يجب أن يعرف مدير العمل تحديد أهداف واضحة و صريحة لذلك العمل، إن هذه المعرفة تتجسد بوجود إجابات دقيقة و واضحة عن العديد من الأسئلة: ما هي الأهداف العامة للمنظمة؟ لماذا وجدت المنظمة؟ ما هي أهدافها في المدى القصير؟. إذا لم تكن هذه الأسئلة قد عرضت بوضوح و تمت مناقشتها مع العاملين قصد استيعابها، فإن المنظمة ستكون معاقة في طريق نموها و ازدهارها.

ج/ المعرفة الممتازة بالسوق: تستطيع المنظمات الصغيرة و المتوسطة بواسطة منتجاتها و سلوكيات عاملها، وردود أفعال المنافسين تحقيق النجاح أو الفشل في خلق زبائنها الخاصين بها، و يرى العديد من الباحثين أن العلاقة بين الأعمال الصغيرة و الزبائن هي السبب وراء نجاح هذه الأعمال، حيث أن هذا النمط من العلاقات يسمح للأعمال الصغيرة بتقديم خدمات شخصية و ليست خدمات قائمة على أساس معرفة الآراء، إن الأعمال الصغيرة لها المرونة و القدرة على تلبية احتياجات الزبائن ضمن جزء محدود من السوق Niche و التي في حقيقتها جزء من سوق أو مجموعات من الزبائن قد لا تكون جذابة للشركات الكبيرة.

د/ قدرة المنظمة على تقديم شيء متميز: تقدم المنظمة شيء جديد للسوق حتى لو بدا مزدهرا بالمنافسين و المنتجات المعروضة، تستطيع المنظمة أن تميز نفسها عن المنافسين لها من خلال المنتج و التكنولوجيا الجديدة أو باستخدام خاص و منفرد لطرق التوزيع المعروفة، يفترض أن يكون من النادر أن يبدأ العمل دون القدرة على الإبداع و التجديد أو تصور رؤية يستطيع أن يجسدها هذا العمل في أنشطته المختلفة.

ه/ إدارة متكيفة مع التطور: إن الأعمال الصغيرة إذا ما أريد لها الاستمرارية فإنها يجب أن تستند عل فهم جيد للتطور المرتبط بالجوانب التنظيمية و الإدارية و التي يعبر عنها البعض بالآليات لكونها تساعد على البدء بالخطوة الصحيحة، إن معرفة حجم السوق يساهم في تحديد رأس المال الكافي للبدء بالأعمال، و يتطلب الأمر أن يكون صاحب العمل مبدع في الحصول على المال اللازم للقيام بالعمل و في الغالب تكون القروض من الأصدقاء و المعارف أو الائتمان من البنوك و الاتحادات المالية، و هذه الوسائل تساهم إما بنجاح المنظمة الصغيرة أو عكس ذلك إذا لم تدرس بعناية.

و/ الحصول على عاملين أكفاء و المحافظة عليهم: إن الأعمال الصغيرة قد لا يوجد لديها الوقت الكافي لعمليات الاختيار المعقدة و المطولة للعاملين لذلك يتطلب الأمر أن تعير هذه الجوانب أهمية بالغة لكون نجاح العمل يرتبط بقدرة إدارته التي تعتمد على حسن الاختيار والتدريب و التحفيز لهؤلاء العاملين.

إن العاملين اليوم هم أهم الموارد في المنظمة عكس السابق، لأنهم يلعبون دور مهم في تحقيق ميزة تنافسية للمنظمة، ويعبر اليوم عنها بكونها رأس المال الفكري الذي يتضمن المهارات و المعرفة و القدرة على التعامل مع المعلومات وتحقيق نجاح المنظمة.

الجدول رقم (02): أهم العوامل المؤثرة في نجاح المشروعات الصغيرة و المتوسطة

عوامل مرتبطة بمالك / مدير المشروع	عوامل مرتبطة بالأنشطة الوظيفية و الإدارية
-----------------------------------	---

خلال أول ثلاث سنوات من عمر المشروع لابد من

توافر:

- الثقة بالنفس
- التفرغ الكامل للعمل
- العمل بجد لفترة طويلة خلال اليوم مع القدرة على التوقف عن العمل في الوقت المناسب
- المعرفة السابقة لطبيعة المنتجات /الخدمات التي سيتم التعامل فيها.

خصائص رائد الأعمال الناجح:

- الصحة، الحس الجيد
- بالزمن، الثقة، الابتكار، الاستقلال ، الأخلاق، التكيف، الحكم الجيد، التخيل.
- -العمر: يتراوح من 31 - 50 سنة
- التعليم: متوسط فترة التعليم 14 سنة
- الخبرة: متوسط الخبرة في مجال العمل 13 سنة
- توافر خبرة إدارية وإعطاء الجزء الأكبر من وقت العمل للمهام الإدارية.
- الإستراتيجية وتفويض المهام الروتينية.

العوامل التي تؤثر على الأداء الجيد للمدير /المالك:

*الوقت المقضي مع العميل

*الوقت المقضي في التخطيط

*الوقت المقضي في العمل

الاهتمام بالتخطيط المسبق

بالنسبة لخصائص التشغيل يجب توافر:

- القدرة على ابتكار تكنولوجيا إنتاج جديدة
- توافر الموارد اللازمة للتكيف مع التكنولوجيا الجديدة
- القدرة على توفير العمالة المناسبة عند مستوى أجور تنافسي

بالنسبة لاستراتيجيه المنافسة:

- لابد من توافر ميزة تنافسية خاصة ب:
- التخصص في المنتجات
- التخصص في العملاء
- كلاهما (المنتجات و العملاء).

المصدر: عبد الرحمان بن عنتر، ندير عليان، عوامل نجاح وفشل المشروعات الصغيرة في ظل التحديات المعاصرة، الملتقى الدولي: متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الدول العربية، 17 و 18 أبريل 2006، جامعة الشلف، ص 670.

(2) عوامل فشل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة:

إن نمو وتطور قطاع المشروعات الصغيرة والمتوسطة في كافة أنحاء العالم يواجه مجموعة من المشاكل، وهذه قد تكون مختلفة من منطقة لأخرى ومن قطاع لآخر ولكن هناك بعض المشاكل التي تعتبر مشاكل موحدة أو متعارف عليها تواجه المشروعات الصغيرة والمتوسطة في كافة أنحاء العالم. وتعتبر طبيعة المشاكل التي تتعرض لها المشروعات الصغيرة والمتوسطة متداخلة مع بعضها البعض. وبشكل عام يعتبر جزء من هذه المشاكل داخلي وهي المشاكل التي تحدث داخل المؤسسة أو بسبب صاحبها، في حين أنها تعتبر مشاكل خارجية إذا حدثت بفعل وتأثير عوامل خارجية أو البيئة المحيطة بهذه المنشآت. ومن خلال مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة بهذا الخصوص، كان بالإمكان تلخيص أهم المشاكل التي تواجه المشروعات الصغيرة والمتوسطة وبشكل عام في كافة أنحاء العالم:¹

أ/ كلفة رأس المال: إن هذه المشكلة تنعكس مباشرة على ربحية هذه المشروعات من خلال الطلب من المشروعات الصغيرة والمتوسطة بدفع سعر فائدة مرتفع مقارنة بالسعر الذي تدفعه المنشآت الكبيرة. إضافة إلى ذلك تعتمد المنشآت الصغيرة والمتوسطة على الاقتراض من البنوك مما يؤدي إلى زيادة الكلفة التي تتحملها.

ب/ التضخم: من حيث تأثيره في ارتفاع أسعار المواد الأولية وكلفة العمل مما سيؤدي حتماً إلى ارتفاع تكاليف التشغيل. وهنا تعترض هذه المنشآت مشكلة رئيسية وهي مواجهتها للمنافسة من المشروعات الكبيرة مما يمنعها ويحد من قدرتها على رفع الأسعار لتجنب أثر ارتفاع أجور العمالة وأسعار المواد الأولية.

¹ ماهر حسن المحروق، الدكتور أيهاب مقابله، المشروعات الصغيرة والمتوسطة أهميتها ومعوقاتها، مركز المنشآت الصغيرة والمتوسطة، الأردن، أيار 2006، ص 5-4.

ج/ الإجراءات الحكومية: وهذه مشكلة متعاظمة في الدول النامية خصوصاً في جانب الأنظمة والتعليمات التي تهتم بتنظيم عمل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

د/ الضرائب : يعتبر نظام الضرائب أحد أهم المشاكل التي تواجه المشروعات الصغيرة والمتوسطة في جميع أنحاء العالم. وتظهر هذه المشكلة من جانبين سواء لأصحاب المشروعات الصغيرة والمتوسطة من حيث ارتفاع الضرائب وهي كذلك مشكلة للضرائب، نظراً لعدم توفر البيانات الكافية عن هذه المنشآت مما يضيق عمل جهاز الضرائب.

هـ/ المنافسة : المنافسة والتسويق من المشاكل الجوهرية التي تتعرض لها المشروعات الصغيرة والمتوسطة، وأهم مصادر المنافسة هي الواردات والمشروعات الكبيرة.

و/ ندرة المواد الأولية: من حيث الندرة الطبيعية وعدم القدرة على التخزين وضرورة اللجوء الى الاستيراد وتغيرات أسعار الصرف

ي/ عدم أهلية الإدارة: تتمثل في ضعف الكفاءة و ضعف القدرة على اتخاذ القرارات و عدم إمكانية توظيف الموارد المالية و البشرية في مجالات تعظم مخرجاتها، فضلاً عن عدم وجود فلسفة إدارية واضحة المعالم و الأبعاد كما أن المدراء في هذه الأعمال لا يمتلكون القدرة على تأدية مهامه بنجاح، حيث يتصف المالك بضعف قدرته القيادية و عدم توفر المعرفة الضرورية لإدارة الأعمال، و إن العديد من مدراء هذه المشروعات لا يعرفون ما ينبغي اتخاذه أو اعتماده بهدف تحقيق الكفاءة والنمو في هذه الأعمال.¹

ز/ النقص في الخبرة: فمن البديهي أن مدراء الأعمال الصغيرة إنما يحتاجون إلى الخبرة المتنامية في المجال الذي يرمون الدخول فيه، وممارسة أنشطتهم الاقتصادية فيه حيث أن الحاجة قائمة وبشكل مستمر لاكتساب الخبرة العملية بالإضافة إلى المعرفة حول طبيعة الأعمال، حيث أن هذه الخبرة تساهم في تفعيل القدرات وتوجيهها نحو خدمة المشروع وزيادة القدرة على استقراء السوق ودراسة وتحليل المتغيرات البيئية المختلفة، كما تعمل على إرساء جزء من دعائم المشروع ونجاحاته المستقبلية خاصة في ظل توظيفها للموارد المتاحة بشكل صحيح، وعليه فإن هذه الخبرة يمكن أن توضح الفرق بين النجاح و الفشل. و لذلك اهتمت العديد من الدراسات الإدارية بما يسمى بمنحنى الخبرة، حيث أن تزايد

¹ فلاح حسن الحسيني، إدارة المشروعات الصغيرة، الطبعة الأولى، دار الشروق، عمان-الأردن، 2006، ص 31.

الخبرة سوف ينعكس ايجابيا على تحسين الأداء في مجالات متعددة و يحقق النجاحات المتميزة.¹

المبحث الثالث: المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و العولمة:

يشهد الاقتصاد العالمي منذ عدة سنوات تحولات و تطورات كبيرة ناتجة عن ظاهرة العولمة و التكتلات السياسية و الاقتصادية التي أصبحت تمثل تحديا كبيرا في وجه الدول المتقدمة و النامية على السواء . هذه الظاهرة أدت برجال الأعمال إلى إعادة النظر في تدخلاتهم الاقتصادية خاصة في مجال الاستثمار حيث أصبحت معظم توجهاتهم الاستثمارية تتوجه نحو المؤسسات الصغيرة و المتوسطة التي تتميز بقدرة التأقلم السريع مع التحولات و التغييرات التي قد يشهدها النشاط الاقتصادي بدلا من الهياكل الاقتصادية الضخمة التي كثيرا ما انهارت من جراء الأزمات الاقتصادية التي يشهدها العالم الحديث. لكن مشكل الاهتمام بالمؤسسات الصغيرة و المتوسطة لم يعد أمرا سهلا في ظل ظهور تحديات جديدة والتي تتمثل في مختلف التحديات التي تفرضها العولمة بكل ما تحمله من مفاهيم سياسية و اقتصادية خاصة لدى الدول النامية التي أصبحت تواجه مشكلتين التنمية و العولمة.²

المطلب الأول: المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في ظل الاقتصاد الجديد:

تظهر العولمة على الصعيد الاقتصادي في سهولة انسياب السلع و الخدمات و عناصر الإنتاج المتمثلة في الأفراد و رؤوس الأموال و سرعة انتشار المعلومات، هذه العمليات التي تقوم أساسا على اتساع قدرة الشركات متعددة الجنسيات و تغلغلها في الاقتصاد العالمي. و هذا التخفيض و الإزالة للعوائق الجمركية على السلع و فتح أسواق الخدمات يضع تحديات كبيرة أمام نجاح قطاعات كثيرة من الإنتاج المحلي خصوصا المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في مواجهة منافسة الواردات و المنافسة في الأسواق العالمية لصادرات البلد. و

¹ نفس المرجع، ص 32.

² سيد علي بلحمدي، المؤسسات الصغيرة و المتوسطة كأداة لتحقيق للتنمية الاقتصادية في ظل العولمة، رسالة ماجستير علوم تسيير تخصص إدارة أعمال، البلدة، الجزائر، 2006، ص 16.

تعتبر المؤسسات الصغيرة و المتوسطة من أهم المتضررين من العولمة و ذلك لما تفرضه هذه الأخيرة من تحديات في وجهها، خاصة في ظل زحف الشركات المتعددة الجنسيات التي تعتبر من أهم مقومات الاقتصاد الجديد.¹

ظهر الاقتصاد الجديد نتيجة توغل التكنولوجيا الحديثة في النشاط الاقتصادي في مستواه الكلي و الجزئي، هذا الاقتصاد الجديد الذي يتميز بالإنتاج الغير مادي (المعلومات)، وخاصة النقل الآني لها مع تنامي دمج الأنشطة الاقتصادية في علاقات تقوم على أساس غير مادي وهو شبكة المعلومات. إن التكنولوجيا الجديدة حملت معها تغييرات مسبقة لكل أنشطة المؤسسة، مما دفع بالمؤسسات إلى مواكبة هذه التحولات، و ذلك بالتخلي عن التسيير التقليدي و استخدام التسيير الحديث، و الذي يعرف بأنه عملية إدماج للتكنولوجيا الحديثة للإعلام و الاتصال في مجمل عمليات و أنشطة المؤسسة. و يشمل مجال تأثير الاقتصاد الجديد جميع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة التي تستخدم التكنولوجيات الحديثة للإعلام و الاتصال، و هكذا فالمؤسسة الصغيرة و المتوسطة التقليدية تقع أيضا في مجال تأثير هذا الاقتصاد الجديد عندما تنشأ موقعا لها على شبكة الانترنت أو تستخدم الشبكة الداخلية Intranet أو الشبكة الخارجية Extranet.²

وفي هذا الإطار يمكن تبين الوسائل الأساسية لتطبيق التسيير الحديث في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (03): المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في ظل الاقتصاد الجديد

التسيير الحديث	التسيير في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة	التسيير التقليدي	
يرتكز على المعلومات و المعرفة	لا تستطيع التنسيق بين رأس المال و العمل.	يركز على عوامل رأس المال و العمل	مبادئ تنظيمية
	التحركات التنافسية الجديدة موجهة بحذر نحو رأس المال، العمل،		

¹ نفس المرجع، ص 101.

² زين الدين بروش، اقتصاد و تسيير المؤسسة في ظل الاقتصاد الجديد، الملتقى الدولي حول: تقوية فعالية التسيير في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة (الإبداع، تكنولوجيا الإعلام و الاتصال، التكوين)، قسم علوم التسيير، جامعة بسكرة، 12-13 أفريل 2004، ص 05.

	المعرفة.		
تسيير الموارد البشرية يعتمد على المواهب	تسيير الموارد البشرية يعتمد على العلاقات العائلية الكفاءات و المواهب موجودة و لكن غير مستغلة	تسيير الموارد البشرية يعتمد الكفاءات	
الإبداع و التدريب	وفورات الحجم لا تتعلق بالعمليات كثرة موارد الإبداع، و عمليات التدريب و السعة	مصدر الميزة التنافسية يرتكز على وفورات الحجم	
الصيغة الإستراتيجية: التخصص وفق القواعد العالمية	التنوع محدود في معظم المؤسسات الصغيرة و المتوسطة مع استعمال التكنولوجيات الحديثة للإعلام و الاتصال، و التخصص على المستوى الوطني و العالمي.	صيغة الإستراتيجية التنوع وفق القواعد الوطنية	
الخيارات الإستراتيجية تركز على: -التميط. -التكامل الكلي و التكيف المحلي. -الجودة و السرعة. -السيطرة عن طريق التكاليف و تمييز المنتجات.	غياب الخيارات الإستراتيجية، و انفتاح التحرر القابل للاستجابة للعرض الحركي. ظواهر التحالف و الشراكة و التعاضد الوطني، سمحت بالخيار الاستراتيجي.	الخيارات الاستراتيجية تركز على: -التميط وفق القياس. -التكامل الكلي أو التكيف المحلي. -الجودة و السرعة. -السيطرة عن	الخصائص الإستراتيجية

		طريق التكاليف أو تمييز المنتجات.	
--	--	--	--

Source : Leila MELBOUCI, Du management vers le e-management : (ou se situent les PME/PMI Algériennes ?), première rencontre interentreprises-Zibans « Dynamisation de la gestion de la PME : Innovation, TIC, formation », Département de sciences de gestion, Université de BISKRA, 12-13 Avril 2004, P 06.

إضافة إلى هذا تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في جميع أرجاء العالم ضغوطاً تنافسية متزايدة مقرونة بعدم تكافؤ في الاستفادة من التكنولوجيات والموارد العلمية المتقدمة، وواقع الأمر هو أن هناك قلة فقط من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة قادرة على استغلال الفرص التي تخلقها العولمة، وهذه " المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الحديثة " هي التي تتمتع بالنمو وإمكانيات التصدير، وهي تشكل جزءاً صغيراً من فئات الحجم " المتوسط " ، بل وجزءاً أصغر حتى، من فئات الحجم " الصغير " ، فعلى سبيل المثال، لا تشكل المؤسسات التي تطور التكنولوجيا وتلك التي تتبناها، على أفضل تقدير، أكثر من نسبة 20 % من المؤسسات الأوروبية الصغيرة والمتوسطة؛ ومن المؤكد أن هذه النسبة المئوية أقل بين الدول النامية، وتشير تجربة آسيا وجنوب شرق آسيا إلى سوء أداء غالبية المؤسسات الصغيرة في الأسواق العالمية، وبالعودة إلى المؤسسات متوسطة الحجم، سنجد أن المؤسسات الموجهة نحو النمو، والتي يوجد لديها ميل لاستخدام التكنولوجيا والتدريب، والتي تخدم أسواقاً متخصصة معدة لاستقبال منتجاتها هي وحدها التي تمكنت من الازدهار بل وحتى من المساهمة بنسبة ضخمة في صادرات بلدانها على سبيل المثال 43 % من صادرات كوريا¹، ومن غير المرجح على الإطلاق أن تتمتع المؤسسات متناهية الصغر بموقع متميز في الاقتصاد العالمي طالما أنها مستمرة في توفير احتياجات البقاء لأصحابها، باستخدام تكنولوجيات بسيطة وإدارة سيئة لعملياتها.

في ظل هذه الظروف لجأت العديد من الدول النامية إلى تطبيق برنامج التصحيح الهيكلي الذي يعين الظروف الملائمة للانتقال إلى اقتصاد السوق و الاندماج في الاقتصاد العالمي وازداد اهتمام الحكومات و الباحثين بموضوع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، إدراكاً

¹ OCDE, , « perspectives de l'OCDE de sur les PME » Op-Cit , p86

لدورها المحوري في بعث التنمية الاقتصادية و من جهة أولى و لما يتميز به من ديناميكية ومرونة تؤهلها إلى سرعة التكيف مع المتغيرات الناتجة بفعل مستجدات العولمة. و عليه تمت عملية انطلاق الاستثمارات الصغيرة و المتوسطة في الدول النامية على غرار الدول المتقدمة من خلال برامج متنوعة لتوفير التمويل اللازم، و المعرفة التقنية، إذ ارتفعت القيمة المضافة لهذه المؤسسات في كافة الدول العربية من حوالي 26.2 مليار دولار عام 1980 إلى 40 مليار دولار عام 1990 لتصل إلى حوالي 53.3 مليار دولار عام 1993 و منه أثبتت المؤسسات الصغيرة و المتوسطة أنها بمثابة المحرك الرئيسي للقطاع الصناعي في الدول الصناعية حديثة التصنيع إذ تمثل على سبيل المثال نحو 98% من إجمالي المنشآت الصناعية في كوريا الجنوبية كما لعبت دورا أساسيا في تحقيق الانطلاقة الأولى للتصنيع في اليابان حيث استوعبت هذه المؤسسات 80% من اليد العاملة بينما كان نصيب الصناعات الكبرى هو 20% فقط. و بالتالي فقد أسهمت التغيرات التي مست الأنظمة الاقتصادية في العقد الأخير في إعادة تشكيل معادلة القوى الاقتصادية عالميا، مما سيؤدي إلى حدوث تعديلات جذرية على توجهات منظمات الأعمال خاصة الصغيرة منها و التي أصبح لزاما عليها التكيف مع تحديات القرن الجديد من أجل البقاء و الاستمرارية.¹

المطلب الثاني: تأثير العولمة على المؤسسات الصغيرة و المتوسطة:

أثرت التطورات الاقتصادية العالمية في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بوسائل شتى، فمن جهة، قدمت لبعض المؤسسات فرصا للتوسع والنمو؛ ومن جهة أخرى، سوف تعاني المؤسسات التي ستتخلف قدرتها التنافسية عن الركب من التعرض لمنافسة ضارية في كل أنحاء العالم، وللعولمة أيضا تأثير تمييزي على المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الدول المتقدمة وتلك الموجودة في الدول النامية.

(1) الفرص المتاحة للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة:

¹ نصيرة أوبختي، التنافسية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة في ظل العولمة، مرجع سبق ذكره، ص 74-75.

في الوقت الذي عانت فيه كثير من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، حتى في الدول المتقدمة، من تدهور قدرتها التنافسية، وجدت مؤسسات أخرى طرقاً عززت بها فعلياً موقعها في السوق العالمية، وتضمنت هذه الطرق الاستراتيجيات التالية¹:

إستراتيجية التحديث: يتجسد أهم مصدر للمعرفة والتحديث في الاقتصاد العالمي الحالي في البحث والتطوير، وعلى الرغم من أن الاستثمار في المعرفة الجديدة نشاط محفوف بالمخاطر لا تستطيع أن تبرره معظم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، حتى في الدول المتقدمة؛ فإن هناك مصادر أخرى تستطيع أن تستفيد منها بعض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، خاصة تلك الموجودة في الدول المتقدمة، وتتضمن تلك المصادر درجة عالية من تطوير رأس المال البشري، وقوة عاملة ماهرة، إلى جانب وجود قوي للعلماء والمهندسين.

إستراتيجية الأسواق الملائمة: يؤدي الاندفاع نحو الأسواق الكبيرة، إلى عدم حصول العديد من شرائح السوق الصغيرة على ما تستحق من انتباه. وتوفر هذه الأسواق فرصاً للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تمتلك مستوى ملائماً من التكنولوجيا، إلى جانب المرونة وسرعة التحرك الضرورية لخدمة أسواق محدودة نسبياً، ولكنها متنوعة جغرافياً، وقد كانت هذه هي الإستراتيجية التي تبنتها المؤسسات الألمانية الصغيرة والمتوسطة التي ركزت على سوق محددة محدودة توفرت لها فيها ميزة تنافسية، ثم ركزت كل مواردها في المحافظة على الريادة في هذه السوق. ويتسم الإنتاج والعمليات عادة بمستوى عالٍ من القدرة على تكييف المنتجات حسب احتياجات الزبائن والتفاعل معهم بغية المحافظة على الريادة في السوق.

المرونة التخصصية: يعزز استخدام المعدات ذات الأغراض العامة من قدرة المؤسسة على الاستجابة للمواصفات وطلبات الزبائن المتغيرة.

إقامة الشبكات: تقيم المؤسسة هنا شبكة من العلاقات مع المؤسسات الأخرى الكبيرة أو الصغيرة من خلال مجموعة متنوعة من وسائل الربط الرسمية وغير الرسمية مثل التعاقد من الباطن.

¹ عثمان لخلف، واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وسبل دعمها وتمهيتها في الجزائر، مرجع سبق ذكره، ص 76-77.

التجمعات الصناعية: في إستراتيجية تكوين التجمعات، تستفيد المؤسسات من الربط مع المؤسسات القريبة منها جغرافيا، ويتيح لها ذلك جني مزايا وفورات الحجم مثال لذلك مجالات الإنتاج، والتسويق المشترك، إلخ .

إستراتيجية الاستثمار الأجنبي المباشر: وفقاً لمنظمة التعاون والتنمية الاقتصادية، فقد تزايد تدويل نشاط المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بمرور الوقت، إذ تمكنت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في دول عديدة مثل إيطاليا، وهولندا، واليابان من زيادة قيمة استثماراتها المباشرة الأجنبية بفعالية من الناحيتين النسبية والمطلقة¹.

(2) أثر العولمة على تدويل نشاط المؤسسات الصغيرة و المتوسطة:

لقد أجريت دراسة في كندا سنة 1994 حول تأثير العولمة على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، و كانت الإشكالية حول كيفية مواجهة هذه المؤسسات للزيادة المتوقعة في المنافسة الدولية، و كشف التحليل أن هذه المؤسسات اتخذت الإجراءات داخل الإطار الأوسع للعولمة الاقتصادية، و تبنت خطوات لتدعيم مركزها التنافسي في ضوء التجارة الدولية العامة، و من ثم كان تركيزها على التكيف للمنافسة العالمية، عن طريق تصميم استراتيجيات تطوير أسواق محددة.

و النتيجة المهمة التي كشفتها هذه الدراسة، أنه عندما تكون المؤسسات الصغيرة و المتوسطة قادرة على رد الفعل تجاه إزالة الحواجز الدولية من التجارة بين دولتين، يكون الإجراء غير كاف، مقارنة بالإجراء الذي يوسع فكرة القدرة التنافسية في ضوء الأسواق المحلية والدولية، وتؤكد الاكتشافات بأن عددا متزايدا من هذه المؤسسات تحاول مواجهة التحديات الجديدة الناشئة عن عولمة السوق، و ذلك باستخدام تكنولوجيات إنتاج جديدة، و إنشاء اختلافات متميزة من خلال الابتكار على مستوى السوق الدولية و المحلية.

إن المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الراضة لتبني المحيط الدولي الجديد أثناء العمل في أسواق مفتوحة، سوف تجد أنه من الصعب عليها الاستمرار و النمو، لذلك يجب عليها معرفة و فهم طبيعة المحيط في السياق المحلي و تطورات و تغيرات العولمة. إن ظاهرة

¹ OCDE, , « perspectives de l'OCDE de sur les PME » Op.cit, p 25-26.

تدويل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة هي ظاهرة متعددة الأشكال و تخص العديد من الوظائف المختلفة، و تتضح هذه الظاهرة في ظهور الشركات المتعددة الجنسيات، المنتجات الأجنبية، التصدير، الاستيراد، المقاوله من الباطن الدولية، و الأساليب الجديدة للاستثمار الدولي الذي يعتمد على نقل المعارف.

و تبعا لتدويل المؤسسة، هنالك أثر مبني على تنظيم المؤسسة، و بالأخص على مستوى المركزية، حيث عرض كاليكا¹ KALIKA في سنة 1986، بأن النشاط العالمي غير من شكل المؤسسات الكبيرة دون التأثير على هيكل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، و بين أن الخاصية المميزة لمشاكل التصدير هي كون أن المسير يكون مرغما على تطبيق ميزة اللامركزية في أسلوب التسيير الذي يعتمد والذي يكون أكثر مرونة و أكثر ميول لتعويض المسؤوليات.

إن المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، تتجه إلى امتلاك هياكل تنظيمية أقل مركزية من المؤسسات الغير مصدره حيث يمكن اعتبار بأن الانفتاح على العالم أدى بالضرورة بالمقاول إلى تفويض جزء من سلطاته، و لكي تزيد المؤسسات الصغيرة و المتوسطة من مستوى اللامركزية بها، تعمل على إنشاء وحدات للتسويق أو للإنتاج في العديد من الدول.

(3) تأثير المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بالمنافسة الدولية و المحلية:

مع الانتشار المكثف للتكنولوجيات الإعلام و الاتصال، و التطور المذهل الذي عرفه قطاع المعلومات، تأثرت المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بالمنافسة الدولية و المحلية على حد سواء، ووفق هذه الرهانات فإنه لابد من تطوير تنافسية الاقتصاد الوطني لمواجهة المنافسة الدولية، و ذلك بتكامل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة لكي لا تتأثر بالعملة، و العمل على تحقيق جزء مهم من رقم أعمالها من التصدير، و تنافسها على سوق الخدمات، أما فيما يخص مواجهة المنافسة الوطنية فإنه لابد من تطوير أداء النسيج الاقتصادي الوطني، حيث

¹ من مقالة:

Kalika, M. (1986), "La structuration par l'internationalisation", Revue Française de Gestion, janvier-février, p. 77-84

أنه لا بد أن يتوقف عمل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة على عدد محدود من الزبائن الوطنيين و الجهويين.

المطلب الثالث: التحديات التي تواجه المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في عصر العولمة:

لقد أسهمت التغيرات التي مست الأنظمة والأدوات الاقتصادية في العقد الأخير من القرن العشرين في إعادة تشكيل معادلة القوى الاقتصادية عالميا، فما يشهده العالم من تغيرات في التكنولوجيا و الاتصال، والمنافسة سيؤدي إلى حدوث تعديلات جذرية على توجهات منظمات الأعمال خاصة التي تنشط في المحيط العربي، والتي أصبح لزاما عليها التكيف مع تحديات القرن الجديد من أجل البقاء و الاستمرارية¹.

(1) ثورة المعلومات:

تميز النظام الاقتصادي العالمي الجديد بوجود ما يطلق عليه باسم الثورة الصناعية الثالثة، والتي تمثل ثورة علمية في المعلومات والاتصالات والمواصلات، و التكنولوجيا الكثيفة المعرفة، وعليه فقد أصبحت ثورة المعلومات تمثل الأساس المادي للنظام الاقتصادي الجديد، إذ أنها تلعب دورا محوريا في تشكيله ومحرك التغيير في جميع أجزائه².

و الدلالة التي تعكسها مخرجات ثورة المعلومات بالنسبة لأسواق العالم هو تقارب هذه الأسواق بشكل كبير، وتغيير شكل الملكيات، وتشجيع الاندماجات بين الشركات الصغيرة في محاولة منها للاستجابة لمتطلبات البيئة العالمية، والتي من أهمها الإنتاج المتخصص بالحجم الكبير، لتحقيق ما يطلق عليه بوفورات الحجم ومن ثمة تخفيض التكلفة وزيادة المقدرة التنافسية على المستوى العالمي³.

(2) التطور التكنولوجي:

لقد أدى التقدم التكنولوجي إلى تسهيل عمليات الاتصال و الانتقال بين الدول وسرعة في أداء المعاملات الاقتصادية الدولية سواء التجارية أو المالية، كما أدى إلى تجاوز الحدود السياسية للدول، واتساع الأسواق بصورة جعلت المنتجات تأخذ الصفة العالمية، كما أدى إلى تشابه أنماط

¹ نعيمة برودي ، التحديات التي تواجه المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الدول العربية و متطلبات التكيف مع المستجدات العالمية، الملتقى الدولي: متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الدول العربية، 17 و 18 أبريل 2006، جامعة الشلف، ص 117-119.

² عبد الحميد عبد المطلب " النظام الاقتصادي العالمي الجديد و آفاقه المستقبلية بعد أحداث 11 سبتمبر "مجموعة النيل العربية، الطبعة الأولى 2003 ، ص.50

³ عادل المهدي " عولمة النظام الاقتصادي العالمي و منظمة التجارة العالمية " الدار المصرية اللبنانية 2003 ،ص26 .

الاستهلاك في العالم بين شعوب مختلفة الثقافات، وهذه التطورات هي نتاج حقيقي لما يعرف بالثورة الصناعية الثالثة.

كما أدى التقدم التكنولوجي بالمؤسسات للاهتمام بتنمية و نشر الأساليب الإنتاجية التي تعتمد على التكنولوجيا العالية بهدف الزيادة من جودة المنتجات، ورفع إنتاجية الأداء داخل المؤسسات، مما يحسن و يدعم المزايا التنافسية التي تتمتع بها مقارنة بالمنافسين.

(3) عالمية الاتصال:

لقد أدى التقدم الفني في مجال الاتصالات والمواصلات، وتبادل المعلومات والتقنيات الحديثة والفضائيات إلى طي المسافات هذا ما جعل العالم قرية صغيرة تلاشت فيها المسافات جغرافيا وحضاريا، وأصبحت الشركات والمؤسسات تعمل في بيئة عالمية شديدة التنافس، فالمنتج الذي يظهر في دولة ما نجده و في نفس اللحظة يطرح في جميع أسواق دول العالم سواء من خلال الفضائيات والأقمار الصناعية، أو من خلال شبكات الانترنت.

(4) عالمية التجارة:

سعت دول العالم إلى توسيع دائرة التجارة الدولية و جعلها عالمية و ذلك من خلال إنشاء الاتفاقية العامة للتجارة والتعريفات الجمركية والتي حلت محلها منظمة التجارة العالمية في سنة 1995، والتي تهدف إلى تحرير التجارة العالمية. وبصفة أساسية تحرير تجارة السلع الزراعية والصناعية، وكذا تحرير الخدمات بالإضافة إلى الملكية الفكرية والاستثمار، و بالتالي فإنها تعتبر من أبرز رموز العولمة، و هي تفرض من خلال اتفاقياتها عدة تحديات على المؤسسات الصغيرة و المتوسطة.¹

(5) عالمية الجودة:

ترتب عن ازدياد المنافسة العالمية ظهور ما يعرف بمتطلبات الجودة، و ذلك من اجل تهذيب التجارة العالمية على نحو يحافظ على ارتفاع مستوى ما يتداول فيها.

¹ عبد الكريم عبيدات ، حاضنات الأعمال كآلية لدعم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في عصر العولمة ،مذكرة ماجستير تخصص: نقود،مالية وبنوك، جامعة البليدة، الجزائر، 2006، ص 78.

وبنشوء الجودة العالمية أصبحت كل شهادات الجودة الممنوحة من منظمات عالمية للتوحيد القياسي مثل International Organization for Standardisation بمثابة جواز مرور دولي للتجارة العالمية، وبالتالي أصبح بمقدور الدول الأعضاء في المنظمة أن تحد من دخول السلع و الخدمات المتدنية الجودة إلى أسواقها دون أن يتعارض ذلك مع وثيقة المنظمة.¹

(6) **الخصخصة:**

و التي تعني أن الإطار العام لمسيرة الاقتصاد العالمي في القرن الواحد و العشرين هو نظام شبه واحد قائم على عمل آليات السوق و فعاليات جهاز الثمن و تفاعل قوى العرض و الطلب.

(7) **عالمية الحد من التلوث :**

لقد أصبح التلوث من أخطر التحديات التي تواجه الشركات، إذ أصبح لزاما عليها ترشيد استخدامها للموارد، و وضع استراتيجيات خاصة لحماية البيئة من المخلفات الإنتاجية، واستخدام الموارد غير الضارة بصحة الأفراد، و كذا الحد من استعمال المركبات والألوان الصناعية إضافة إلى إعادة استخدام المنتجات والمخلفات في الإنتاج.²

(8) **زيادة التكتلات الاقتصادية و الاتجاه نحو الاندماج و الاستحواذ :**

تميزت الساحة العالمية بتوجه العديد من الدول للدخول في اتفاقيات اقتصادية و تكتلات لزيادة القوة التنافسية لهذه الدول، فالسوق الأوروبية الموحدة و بدء قيامها أغرى العديد من الدول للدخول في تكتلات لمواجهة الكيانات الاقتصادية الجديدة.

كما تميز عالم الأعمال بزيادة التركيز على الاندماج أو الاستحواذ و التحالف، و قد يعكس هذا الاتجاه الرغبة في زيادة الموقف التنافسي للشركات عن طريق تجميع الموارد وزيادة الفاعلية و الوصول إلى اقتصاديات الحجم المناسب.

إن بروز مثل هذه التكتلات يعد من أهم المستجدات الدولية، و ذلك لأن توحيد السياسات يؤدي بالتكتل إلى أعلى مراحل و هي مرحلة الاندماج الاقتصادي التي تقود إلى الوحدة السياسية. و من أهم خصائص التكتلات الاقتصادية نجد التفكيك الجمركي و الذي يلعب دورا هاما في حماية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة إذ مما لا شك فيه أن من أهم الانعكاسات

¹ سمير محمد عبد العزيز " السياسات الاقتصادية للمستقبل مدخل اتخاذ القرارات " مركز الإسكندرية للكتاب، ص9 .
² محمد صالح حناوي، محمد فريد الصحن ، محمد سعيد السلطان " مقدمة في المال و الأعمال " الدار الجامعية 1999 ، ص136 .

على المدى القصير للاتفاقيات الدولية المتعلقة بتأسيس التجارة الحرة احتمال انسحاب العديد من المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بسبب إنخفاض أسعار الواردات التي تصبح منافسة للمنتجات المحلية مما يؤدي إلى تصفية بعض الشعب الإنتاجية.¹

(9) ملامح البيئة الصناعية الجديدة كتحدى:

يمكن تلخيصها في:²

*تزايد حدة و شدة المنافسة العالمية: بازدياد حدة المنافسة العالمية أخذت المؤسسات الكبيرة العمل بالمنظور الكوني أو العالمي لعملياتها انطلاقا من فرضية أن العالم أصبح سوقا واحدة. لذلك تسعى الشركات العالمية حاليا إلى تحقيق الاستغلال العالمي لمواردها المختلفة الرأسمالية، البشرية و التنظيمية من اجل تعزيز قدرتها على التنافس في الأسواق العالمية.

*التركيز على وضع استراتيجيات للتنافس تحقيقا للميزة التنافسية: مع تزايد الاتجاه نحو العالمية أصبح العملاء على استعداد لشراء احتياجاتهم من أي مكان في العالم، مما أدى إلى ازدياد الاهتمام بالمنتجات المبتكرة ذات الدرجة العالية من الوثوق بها بشرط أن يتم توافرها وبيعها بالسعر الملائم.

و في ظل هذه الظروف تغيرت ديناميكيات المنافسة و العوامل المحركة لها داخل العديد من الصناعات العالمية، جعلت الشركات العالمية تركز اهتمامها على مفهوم الميزة التنافسية باعتبارها عنصرا أساسيا و جوهريا للنجاح في خلق القيمة لمشتري منتجاتها و خدماتها، لذا وجهت الشركات اهتمامها أولا نحو إجراء تحليلات إستراتيجية للصناعة و دراسة الأطراف الرئيسية المشاركة داخل هذه الصناعة و تشمل : الشركات المنافسة و الموجودة حاليا في السوق، الشركات المنافسة و المحتمل دخولها إلى السوق، الشركات التي تنتج المنتجات البديلة، الموردين، المشتريين، وبعد إجراء هذه التحليلات تقوم الشركات بصياغة و وضع استراتيجياتها للمنافسة تهدف تحقيق ميزة تنافسية مستمرة و متواصلة.

¹ سيد علي بلحمدي، مرجع سبق ذكره، ص 102-103.

² نبيل مرسي خليل " الميزة التنافسية في مجال الأعمال " مركز الإسكندرية للكتاب، 1998، ص 17.

*ظهور المنافسة المعتمدة على عنصر الزمن: استجابة لعالمية الأسواق برزت نوعية جديدة من المنافسة تقوم على أساس تخفيض عنصر الزمن لصالح المستهلك أو العميل، و من ثم تحسين القدرة التنافسية للشركات. و يمكن بلورة أبعاد المنافسة على أساس الزمن من خلال عدة عناصر أهمها:

-تخفيض زمن تقديم المنتجات الجديدة للأسواق و يتحقق ذلك من خلال اختصار زمن دورة حياة المنتج يعرف ذلك الزمن على انه الفترة المنقضية بين شراء المدخلات من المواد وإنتاج المنتج النهائي، و يترتب عن ذلك تخفيض المساحات المخصصة للمخزون، تخفيض تكاليف الإنتاج، و أيضا تخفيض المساحات المخصصة لعمليات التوزيع.

-تخفيض زمن الدورة للعميل، و يقصد بها الفترة المنقضية بين طلب العميل للمنتج و تسليمه إياه.

-تخفيض زمن تحويل أو تغيير العمليات بهدف الوصول إلى الإنتاج و التخزين في الوقت المحدد (just -in- time) لتحقيق المرونة في عمليات التصنيع.

*تزايد معدلات الابتكار و التغيير التكنولوجي: أدى تزايد معدلات الابتكار التكنولوجي إلى تخفيض دورة حياة المنتج هذا ما جعل الشركات تسرع في تقديم منتجات جديدة إلى الأسواق مركزة في ذلك على الاهتمام بعمليات تصميم المنتجات التي تتم بسرعة و بكفاءة عالية.

*التركيز على عمليات و نظم التصنيع الحديثة: في ظل بيئة التصنيع الحديثة يتم التركيز على نظم مختلفة في التصنيع مثل تكنولوجيا التصنيع المتقدم، وذلك بغرض التحول من عنصر الكفاءة كأساس للميزة التنافسية إلى عنصر الفعالية في تحقيق ميزة تنافسية متواصلة.

فالهدف من تكنولوجيا التصنيع المتقدم و نظم التصنيع المرنة هو السماح لعمليات التصنيع بالتغيير السريع من إنتاج منتج معين إلى إنتاج منتج آخر و التكيف مع إنتاج منتجات متنوعة بأحجام كبيرة مع الاحتفاظ بمزايا عمليات الإنتاج المستمر.

*توجيه الاهتمام نحو إدارة العلاقات مع الموردين: إن السمة الغالبة على المستوى العالمي هي تزايد الاعتماد على مصادر التوريد الخارجية في تدبير احتياجات الشركات العالمية من المواد

و المكونات، و من هنا يتم توجيه مزيد من الاهتمام نحو الجوانب الخاصة بعمليات الشراء و تحقيق علاقات جيدة مع الموردين، و الاقتراب منهم باعتبارهم مكون أساسي ومحوري في العملية الإنتاجية.

* التركيز على مفاهيم إدارة الجودة الكلية: يمثل التركيز على الجودة أهم التطورات في البيئة الصناعية حاليا، حيث تعد الجودة هدفا استراتيجيا داخل معظم المؤسسات الصناعية أو الخدمية لذلك بدأت معظم الشركات بإعداد برامج تحسين الجودة بهدف تطوير الطريقة التي تعمل بها، فمثل تلك البرامج تستهدف إحداث التغيير و التطوير على مستوى المنظمة ككل.

* التوجه نحو فلسفة الوقت المحدد: ترجع جذور هذا المفهوم (Just -in- time) إلى فكرة أساسية و هي انه يمكن النظر إلى عملية التصنيع أساسا باعتبارها عملية تدفق لعناصر المدخلات و المخرجات، و انطلاقا من فلسفة الوقت المحدد فإنه يمكن تحقيق قيمة مضافة للمدخلات من المواد والمكونات كلما أمكن تخفيض عنصر الزمن. و نظريا يمكن القول بأنه لن يوجد مخزون نظرا لأن المواد الخام يتم الحصول عليها في حالة الحاجة إليها كما أن المنتجات النهائية يتم بيعها فورا.

المطلب الرابع: وسائل نجاح المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في ظل تحديات العولمة:

إن التطورات المعاصرة في ظل العولمة بكل أشكالها خاصة في العلوم الإدارية و تأثير التغيرات التكنولوجية و المعرفية في أساليب الإنتاج و ازدياد التأثيرات الدولية على نشاط المؤسسات، وتسارع التطور التكنولوجي مع بروز دور متميز لنظم المعلومات الإستراتيجية وتكنولوجيا المعلومات، و غيرها من التحديات التنافسية التي أصبحت تواجه المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، أصبح من الضروري تأهيل هذه المؤسسات و السعي باستمرار لبناء مركز إستراتيجي و تنافسي متميز يضمن لها على الأقل الأهداف الإستراتيجية لأي مؤسسة اقتصادية من البناء و النمو و كذا تحسين الأداء في ظل البيئة التي تعمل فيها.

كما يتوجب على الدول النامية أن تستفيد من الفترة المتاحة أمامها لتأهيل اقتصادياتها قبل الانضمام إلى المنظمة العالمية للتجارة، أو عقد الشراكة مثل الجزائر مع الإتحاد الأوروبي . و هذا من خلال دعم المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و تأهيل هيكلها التنظيمية و الإنتاجية بما

يتماشى مع المتغيرات الاقتصادية العالمية خاصة في الدول المتطورة . و فيما يلي بعض الآليات التي تجعل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة تستطيع الصمود أمام التحديات السابقة¹:

1) ترقية مستوى المنتجات و تعزيز المعرفة التكنولوجية:

على المؤسسات الصغيرة و المتوسطة أن تقوم بإنتاج السلع و الخدمات وفقا لاختيارات الأسواق الدولية، كما تحاول تلبية حاجات المستهلكين المتنوعة و المتزايدة بأقل الأثمان، و بالتالي يتوجب أن تكون على معرفة تامة بالسوق الدولي و المحلي و تقلباته. كما تسعى للحصول على شهادة الإيزو التي تساعد منتجاتها على المنافسة، في وقت أصبح عنصر الجودة من أهم العناصر التي تضمن تسويق المنتجات و الخدمات، و بالتالي استمرار المؤسسة . لضمان ما سبق من مستوى الجودة و الاستمرار في الحياة الاقتصادية يجب على المؤسسات الصغيرة و المتوسطة تعزيز المعرفة التكنولوجية المستخدمة في العمليات الإنتاجية . إذ تعتبر التكنولوجيا أحد أهم عناصر الإنتاج في العصر الحديث. يعتبر من الضروري أن تسعى هذه المؤسسات إلى مواكبة التطورات التكنولوجية العالمية و الاستفادة منها قدر المستطاع و في أقل مدة زمنية ممكنة و ذلك من خلال التطوير و البحث و ليس التقليد فقط.

2) تطوير الإدارة و الموارد البشرية:

بما أننا أشرنا إلى أهمية نقل التكنولوجيا و تطويرها فهذا يستلزم يد عاملة مؤهلة، و من هنا تظهر أهمية الموارد البشرية كعنصر فعال في العملية الإنتاجية و التنظيمية في المؤسسة. لأن الكثير من قوى العولمة مثل ثورة المعلومات و سياسات التخصيص و هيمنة الشركات متعددة الجنسيات و بروز أنماط جديدة من العمل ، تعمل كلها على إعادة تشكيل سوق العمل و نقل من التركيز على العمالة غير الماهرة و تعزيز في الوظائف التي تعطي الأولوية للتعليم و المهارات و المرونة. و في هذا إشارة أن مشكل التدريب مطروح بشدة في الدول النامية إذ أننا نلاحظ آلاف المتخرجين بالشهادات العليا من مئات الجامعات و المعاهد لكنها لا تلبى حاجات المؤسسات الاقتصادية و من هنا نستنتج أن هذه الدول لا تحرص على توفير الموارد البشرية بالتنوع المطلوبة في سوق العمل و إنما توفرها بالكميات. إن نقل التكنولوجيا و تطويرها يستلزم توفر

¹ سيد علي بلحمدي، مرجع سبق ذكره، ص 103-106.

اليد العاملة المؤهلة التي تستطيع التعامل مع الآلات و الأساليب الإنتاجية الجديدة و المتطورة باستمرار، و مما لا شك فيه أن الاهتمام بنقل التكنولوجيا و تأهيل الموارد البشرية يتطلب توفر جهاز إداري مؤهل و كفاء في المؤسسة، لأن تحقيق الأهداف التي تسعى إليها المؤسسة تستلزم الرفع من الكفاءات التسييرية و هذا عن طريق اعتماد منهجية تسييرية تتوافق و المؤسسة الاقتصادية الحديثة التي تستجيب لمعطيات المرونة و الفعالية في الأداء، و استعمال التكنولوجيا المعلوماتية في عملية التسيير. فإذا أرادت المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الصمود في وجه المنافسة الشديد في ظل تفتح الأسواق يجب عليها وضع إستراتيجيات واضحة و متكاملة و هذا لا يتحقق إلا بتوفر جهاز إداري متفوق . وهذا يعني تطبيق الإدارة الإستراتيجية بحذافيرها و التي تعتبر الوسيلة الفعالة لإنقاذ المؤسسات من الانهيار.

(3) ترقية البحث العلمي و دراسات السوق:

إن التغير المستمر في الأفكار و الأدواق و المنتجات يعد من التحديات التي تواجه المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في ظل العولمة، و لضمان مركز تنافسي متميز لهذه المؤسسات في خضم هذا التغير المتسارع يجب الاهتمام بالبحث العلمي و التطوير التكنولوجي الذي يعتبر ضروريا لتحقيق عنصر الجودة.

كما أن عملية التسويق أصبحت من التحديات التي يتوجب على المؤسسات الاقتصادية باختلاف أحجامها التفوق في تطبيقها و هذا عن طريق إجراء بحوث التسويق و دراسة السوق باستمرار، لمواكبة كافة التغيرات و التنبؤ بها قبل الوقوع و هذا لمواجهة أي تقلب في الأسعار أو الأدواق أو غيره . فإذا كانت الوسائل السابقة من بين الوسائل التي يجب على المؤسسات الصغيرة و المتوسطة تبنيها لضمان نجاحها في ظل البيئة الاقتصادية الجديدة فهناك بعض الوسائل التي تقوم بها الدولة لمساعدة هذه المؤسسات على الاستمرار و مواجهة حدة المنافسة من خلال:

- توفير نظام جبائي محفز و فعال، يساعد على توفير محيط استثماري ملائم.
- محاولة الاستفادة من التجارب العالمية في مجال ترقية و تأهيل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة.

- توفير التسهيلات المصرفية و تحرير العمليات المالية بما يتلاءم و السرعة التي يعرفها عصر العولمة.
- تحسين مستوى الهياكل القاعدية بما يتماشى مع متطلبات التطور الصناعي الحديث، خاصة في مجال النقل.
- توفير التسهيلات القانونية و التشريعية و القضاء على البيروقراطية بالاستفادة من تجارب الدول المتطورة.

(4) وضع إستراتيجية لتنمية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة:

تهدف هذه الإستراتيجية أساسا إلى رفع الكفاءة الإنتاجية لقطاع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة وتحديثه، وتطويعه ليجاري المستجدات الحديثة، بحيث يؤدي هذا التحديث إلى زيادة الإنتاج، و تخفيض التكاليف، و الرفع من الجودة، و زيادة الأرباح ، و بالتالي يصبح أكثر قدرة على المنافسة. و يتم ذلك بتشجيع إقامة وحدات جديدة في مجالات محددة مختارة عن طريق إدخال النظم الحديثة و المتطورة في الإنتاج و الإدارة، و إعادة توجيه الموارد إلى المجالات و الأنشطة التي تتمتع بإمكانية النمو.¹

و تركز هذه الإستراتيجية على المبادئ التالية:²

- تحديث المنتجات التي تنتجها المؤسسات الصغيرة و المتوسطة.
- تحديث فنون الإنتاج عن طريق اختيار التكنولوجيا الملائمة.
- تحديث الأساليب الإدارية في مجال التسويق و التدريب.

(5) وضع برامج شاملة و متكاملة لتنمية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة:

أ/ وضع نظام الأولويات:

يعتبر نظام الأولويات أحد أهم عناصر برامج تنمية المؤسسات الصغيرة ففي ضوء هذا النظام يجب تحديد كل المنتجات و العمليات الصناعية ذات الأهمية بالنسبة للقطاع الصناعي و التنمية الاقتصادية، و كذلك الموقع الذي يفضل إقامة هذه الأنشطة فيه لمنحها فرصة أكبر للنجاح ،

¹ نعيمة برودي ، مرجع سبق ذكره، ص 121.
² فتحي السيد عبده أبو سيد أحمد، مرجع سبق ذكره، ص 172 .

أخذين بعين الاعتبار أن معايير التوطين الصناعي بالنسبة للمنشآت الصغيرة تتحدد بالمفاضلة بين أهمية التواجد بالقرب من مصادر المواد الخام، وبالقرب من الأسواق أو القرب من مناطق النشاط الصناعي.

ب/ تقديم المساعدات و الخدمات الصناعية:

تعد المساعدات و الخدمات ذات الطابع الاستثماري و التوجيهي و الفني من العناصر التي تتضمنها برامج تنمية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة سواء في مرحلة ما قبل أو أثناء التشغيل، ففي مرحلة ما قبل التشغيل تقدم المساعدات الاستثمارية و التوجيهية فيما يخص دراسات الجدوى الاقتصادية أو فيما يتعلق في إعداد خطوط جديدة للإنتاج في المستقبل، أو التوسع في الخطوط القائمة واختيار المنطقة أو المكان الملائم وكذا تقدير الطلب في الأسواق المختلفة.

و نظرا لافتقار أصحاب المنشآت الصغيرة في الدول العربية القدرة على متابعة التطورات التكنولوجية في مختلف أنحاء العالم، يأتي هنا دور تحديد الجهات المسؤولة عن تقديم المساعدة في اختيار التكنولوجيا الملائمة بعد دراسات البدائل التكنولوجية القابلة للاستخدام في الوحدات الصغيرة، و التعاقد على استيرادها واستخدامها في الأنشطة المختلفة.

و تقوم بهذا الدور حاضنات الأعمال إذ تعتبر من بين الآليات الفعالة في دعم منشآت الأعمال الصغيرة فهي تقوم بـ¹:

-تقديم المساعدات و المشورة في مجالات التنظيم و الإدارة خاصة في مرحلة الإنشاء و مرحلة النمو، أما في مرحلة النضوج فإن ما يتم تقديمه من مساعدات إدارية و تنظيمية إنما يهدف إلى المحافظة على بقاء و استمرار المنشأة.

-تقديم مساعدات مالية مباشرة، أو التعريف بفرص و مصادر التمويل المتاحة أمام المنشآت، و كذا توفير الفرص الخاصة بالحصول على الآلات و التجهيزات الرأسمالية للمستثمرين الجدد.

-تقديم الخدمات التقنية المساعدة.

-توفير فرص البيع التأجيرى للآلات و المعدات

¹ نعيمة برودي، مرجع سبق ذكره، ص 121-122.

ج/ تسهيل الحصول على التمويل:

يعتبر الحصول على التمويل بجميع مراحلها أحد المتطلبات الأساسية لأي برنامج يهدف إلى تنمية المؤسسات الصغيرة، و لتحقيق ذلك يمكن إتباع الوسائل و الأساليب التمويلية التالية:¹

- يجب على الدول إقامة مؤسسات مالية متخصصة للتعامل مع المؤسسات الصغيرة في ظل شروط سهلة وميسرة للإقراض تتماشى مع قدرة هذه الصناعات على الوفاء بذلك.

-تشجيع البنوك التجارية على تحقيق الشروط التي تضعها للإقراض وأخذ ضمانات أخرى غير الضمانات المادية.

-استحداث هيئات للضمان تتولى ضمان المؤسسات الصغيرة، فبموجب نظام هيئات الضمان يمكن للمؤسسات الحصول على التمويل اللازم، و تستلزم تلك الهيئات سداد الدين نيابة عن المنشآت الصغيرة في حالة توقفها عن السداد.

كما يجب أن تولي البنوك لقطاع الصناعات الصغيرة و المتوسطة اهتماما خاصا خاصة من خلال المحورين التاليين:

-أن لا يتوقف دور البنك الصناعي و المؤسسات التمويلية الأخرى على النواحي التمويلية البحتة فقط، بل يجب أن تقوم بمبادرة لخلق و ترويج المشاريع الصناعية الجديدة، و التي تتفق مع السياسات الصناعية للدولة كجزء من خطة التنمية الاقتصادية الشاملة، هذا بالإضافة إلى متابعة التنفيذ الفني للمشاريع الممولة و ذلك بغرض توفير فرص أكبر لنجاحها من جهة ، و لضمان استرداد مبالغ التمويل من جهة أخرى.

-خلق بعض التدابير و الحوافز التشجيعية لتمويل الاستثمارات في القطاع الصناعي خاصة الصناعات الصغيرة و المتوسطة من خلال تقديم قروض متوسطة و طويلة الأجل، و بأسعار فائدة منخفضة خاصة بالنسبة للصناعات ذات العائد المنخفض و التي يعتبر وجودها ضروري للمجتمع و الاقتصاد القومي.

¹ فتحي السيد عبده أبو سيد أحمد، مرجع سبق ذكره، ص 175- 176.

د/ تسويق منتجات المؤسسات الصغيرة:

على الدول العربية أن تهتم ببناء أجهزة قوية لتسويق منتجاتها و ذلك بوضع سياسات تسويقية تتناسب مع ظروف المستهلك وذلك عن طريق¹:

- تطوير المنتجات و ذلك لضمان تسويقها على أسس علمية بما يتلاءم مع حاجات ورغبات المستهلكين.

- الاهتمام بالدعاية و الإعلان لمنتجات المؤسسات الصغيرة و المتوسطة.

- العمل على تنشيط مبيعات منتجات المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الأسواق المحلية والخارجية.

6) توفير بيئة ملائمة لتنمية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة:

إن وجود البيئة الملائمة هو شرط أساسي لتنمية الصناعات الصغيرة، و عليه فإن كفاءة تنفيذ سياسة أو إستراتيجية لتنمية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة يتوقف إلى حد كبير على وجود بنیان مؤسس ملائم ومتكامل يحيط بهذه المؤسسات بالرعاية و الاهتمام، و يعمل على رفع مستوى أدائها، كما ينبغي توافر بيئة ملائمة في مجالات مختلفة:

- البيئة التعليمية : و التي تؤثر على تكوين الموارد البشرية ، فالتدريب هو السبيل الأمثل للتغلب على الثغرات الموجودة بين الكفاءة المتوفرة و بين الاحتياجات الفردية للمشروعات الصغيرة من خبرات فنية.

- البيئة الاقتصادية : مثل هيكل السوق، و نسب أحجام الصناعات و السياسات النقدية...

- البيئة التكنولوجية و العلاقات بين المؤسسات الكبيرة و المؤسسات الصغيرة.

- البيئة السياسية : تحدد فلسفة المؤسسات الصغيرة ودور القطاع الخاص في التنمية الشاملة.

بيئة معلومات : فمن الضروري بناء قواعد بيانات فعالة و مراكز تدعم القرارات الخاصة بالمؤسسات الصغيرة وتوفر الميزة المطلوبة للنهوض بها².

¹ نعيمة برودي ، مرجع سبق ذكره، ص 122.
² نفس المرجع، ص 122 - 123.

خلاصة

من خلال هذا الفصل تظهر أهمية المشروعات الصغيرة في تفعيل النشاط الاقتصادي من خلال محاور أساسية تتناسب مع واقعنا المعاصر في ظل التحديات الراهنة والمنافسة الرهيبة الناتجة عن بدء تنفيذ اتفاقية تحرير التجارة العالمية والتي من خلالها سيصبح العالم سوقا كبيرا البقاء فيه للأقوى من حيث الجودة العالمية والسعر المنخفض والتطوير المستمر.

لذلك أصبحت المشروعات الصغيرة محور مهما في التقدم الاقتصادي للمجتمع ورفع مستوى رفاهية أفراده، حيث يظهر بأن المشروعات الصغيرة تساهم في خلق نسبة كبيرة من الناتج الوطني الإجمالي للسلع والخدمات وتوظيف القسم الأكبر من القوى العاملة الكلية فيها، كما أنها تعتبر المصدر الرئيسي للابتكار والتجديد وأداة للمحافظة على استمرارية المنافسة وتدعيمها، وتتميز بتكيفها السريع وبتكلفة أقل للتغيرات التي تطرأ على السلع والخدمات والعمليات والأسواق.

الفصل الثاني

واقع السياحة في الجزائر وأفاق تطورها

تمهيد:

تعتمد قوة الاقتصاد في أي بلد بشكل أساسي على فعاليات قطاعاته الاقتصادية المختلفة والتي تعتبر السياحة العنصر الأساسي فيها، فقد أضحت السياحة صناعة متكاملة تتضمن التخطيط والاستثمار والتشييد والتسويق والترويج، فهي صناعة متعددة المراحل، تعتمد على قطاعات الاقتصاد الأخرى، و بالتالي تعتبر عاملا مساعدا لعملية التنمية الاقتصادية خصوصا في مجال البنية التحتية للاقتصاد.

ومنه أصبحت أحد الأنشطة الاقتصادية التي تتمتع بأهمية كبيرة في عالم اليوم، وتقوم عليها اقتصاديات كثير من دول والتي تنطلق من المكانة التي وصلت إليها كصناعة قائمة بذاتها لها مدخلاتها ومخرجاتها الأمر الذي جعلها تمثل مصدرا رئيسيا للدخل في عدد كبير من دول العالم، كما يتميز المردود المادي لصناعة السياحة عن غيره مردودات المرافق الإنتاجية بأنه مردود متفرع ومتشعب، وتستفيد منه مختلف النشاطات الإنسانية.

و نظرا لهذه الأهمية التي يكتسبها موضوع السياحة سنحاول في هذا الفصل التطرق إلى مختلف جوانبه من خلال المباحث الثلاثة التالية:
المبحث الأول: الاتجاه النظري للسياحة.
المبحث الثاني: أهمية السياحة.
المبحث الثالث: المنظمات و المؤسسات السياحية.

المبحث الأول: الاتجاه النظري للسياحة:

المطلب الأول: التطور التاريخي لظاهرة السياحة:

لقد عرفت ظاهرة السفر منذ القدم بوصفها ظاهرة طبيعية تحتم على الإنسان الانتقال من مكان لآخر لأسباب متعددة، و كانت ظاهرة السفر في فجر التاريخ بسيطة و بدائية، ثم تطورت هذه الظاهرة البسيطة حتى أصبحت في هذا العصر تشكل علما يدرس و له أسسه و مبادئه و قواعده و تأثيراته المباشرة و غير المباشرة على مختلف شؤون الحياة.¹ و يمكن التمييز بين أربعة مراحل مرت بها السياحة و هي:²

1/ مرحلة الحضارات القديمة: منذ نشأة الإنسان وهو يحاول التنقل من مكان إلى آخر، حيث كان هذا جزء من حياته، ولم تكن هناك قوانين تنظم تصرفاته سوى الطبيعة، فلم تكن هناك وسائل نقل ولم يكن لعنصر الوقت أهمية بالنسبة إليه، وعندما قامت الحضارات أصبح السفر وسيلة للتجارة والثقافة والمنفعة، فكان للفينيقيين السبق في الاهتمام بالتجارة والتنقل، ويعدون من أشهر الشعوب القديمة التي اتسمت بحب المخاطرة والاهتمام بالترحال البحري بحثا عن المعرفة والكسب المادي، والتي تعد من أهداف السياحة بمفهومها الحديث، ومن أبرز الرحلات السياحية في تلك الفترة كانت في بلاد الإغريق عندما كانت تقد جماعات من اليونانيين القدماء وبعض سكان الأقاليم الأوروبية المجاورة إلى منطقة جبل أولمبيا، لمشاهدة الألعاب الأولمبية التي شرع في تنظيمها عام 776 قبل الميلاد مع كثرة التردد على المسارح من أجل المتعة والترويح عن النفس، ومن أبرز الرحالة الإغريق وأكثرهم شهرة المؤرخ هيرودوت (425-485 قبل الميلاد) الذي سجل أسفاره في تسعة مؤلفات.

أ/ دوافع السفر في هذه المرحلة: يمكن تحديد دوافع السفر في هذه المرحلة كما يأتي:³

◆ **دافع تجاري:** ظهور المقايضة والنقود ومنه التبادل التجاري الذي نتجت عنه عملية انتقال التجار بين الدول من أجل التجارة.

◆ **دافع ديني:** لقد تبلورت بعض المعتقدات الدينية في ذهن الإنسان، ثم تطورت نتيجة ظهور الأديان وظهور الأنبياء وتم بناء المعابد والعتبات المقدسة حيث ظهر دافع لدى الناس للقيام برحلات لزيارة العتبات.

¹ ابراهيم بظاظو، السياحة البيئية و أسس استدامتها، دار الوراق، عمان، الطبعة الأولى، 2010، ص 24.

² خالد كواش، السياحة، دار التنوير، الجزائر، الطبعة الأولى، 2007، ص 10.

³ نعيم ظاهر، سراب إلياس، مبادئ السياحة، دار الميسرة، عمان، الطبعة الأولى، 2001، ص 13، بتصرف.

- ◆ دافع حب الاستطلاع: قيام أناس كثر بالسفر من أجل إرضاء تطلعاتهم وللاستطلاع أو التعرف على العادات والتقاليد عند الشعوب الأخرى.
- ◆ دافع المتعة: اعتبر الرومان أول من سافروا بهدف المتعة والاستجمام، خصوصا في الفترة الأخيرة من زمن الإمبراطورية الرومانية.
- ◆ دافع العلاج: عرف الرومانيون المزايا العلاجية لبعض العيون المعدنية التي كانوا يقصدونها لأغراض العلاج وهو ما يعرف بالسياحة العلاجية.¹
- ◆ دوافع رياضية: اليونانيون أول من عرفوا السفر بدافع الرياضة بالاشتراك في الألعاب الأولمبية.
- ◆ دافع الهجرة: و الأمثلة كثيرة على ذلك كهجرة أقوام شبه الجزيرة العربية إلى منطقة الهلال الخصيب ومصر.
- ◆ دافع تحسين العلاقات و تقويتها: تعني تبادل الزيارات بين الملوك والنبلاء بهدف تعزيز العلاقات بين الدول والأقوام.
- ◆ دوافع عسكرية.
- ◆ الانتقال بهدف إيصال البريد إلى الإمبراطورية كافة.

2/ مرحلة العصور الوسطى: تمتد هذه الفترة بين حوالي القرن الخامس ونهاية القرن الخامس عشر الميلاديين، واتسمت هذه المرحلة بالنشاط وتعدد الرحلات التي قام بها الأوروبيين والعرب، فقد اقتصر نشاط الرحلات والسياحة في أوروبا خلال أوائل هذه المرحلة على الرحلات ذات الطابع الديني، في حين تجاوزت رحلات السفر في مرحلة تالية حدود القارة لتعدد الرحلات الدينية إلى الأماكن المقدسة في فلسطين، ونشطت الرحلات البحرية الأوروبية خلال القرن الخامس عشر مع بداية حركة الاكتشافات الجغرافية. أما

¹ نعيم ظاهر، سراب إلياس، مرجع سبق ذكره، ص 14-15، بتصرف.

بالنسبة للعرب فقد تميزت رحلاتهم في بداية العصور الوسطى بقطع مسافات طويلة، بحرية وبرية، وتزايد نشاط الترحال واتسعت دائرة الرحلات العربية منذ القرن الثامن ميلادي بعد ظهور الإسلام وانتشاره، وامتداد الدولة الإسلامية خلال القرن الثامن ميلادي بين شبه القارة الهندية في الشرق وشمال إفريقيا وجنوبي أوروبا في الغرب، وقد تجاوزت الرحلات البحرية والقارية للعرب حدود الدولة الإسلامية، كما أن الرواج الاقتصادي والأمن والرغبة في المعرفة والاستطلاع في هذا العصر كلها عوامل ساهمت في رواج السياحة. ومع ظهور الجامعات العريقة في أوروبا مثل جامعة أكسفورد في إنجلترا وجامعة السربون في فرنسا، أصبح السفر من أجل الدراسة والتعلم ظاهرة من ظواهر القرن السادس عشر.¹ وفي نهاية العصور الوسطى كانت حياة الإنسان قد تطورت وأصبح هناك ما يعرف بالطبقة الوسطى بالإضافة إلى الغنية مما زاد من أعداد السياح كثيرا وبدأت السياحة الجماعية من هنا، وهذا أكثر ما ميز نهاية هذه الحقبة الزمنية، مما كان له الأثر الواضح والكبير على صناعة السياحة وتطورها حيث أننا نعلم أن الإنسان هو أهم العناصر لنجاح السياحة.² وقد اتسمت هذه المرحلة بعدم وجود قيود أو قوانين منظمة للانتقال، كما لم يكن هناك وسائل نقل متطورة ولم يظهر أثر لكلمة السياحة لا من حيث التعريف ولا من حيث المدلول.³

أ/ دوافع السفر في هذه المرحلة: يمكن تحديد دوافع السفر في هذه المرحلة كما يأتي:⁴

◆ **دافع التجارة:** إذ انتقل مركز التجارة من روما إلى بيزنطة، ثم إلى الدولة العربية الإسلامية وكانت بغداد وقرطبة تشكلان مركز التجارة العالمية.

◆ **دافع ديني:** شهد تطورا كبيرا عند جميع الأديان المقدسة، وكان هناك دمج بين الأهداف الدينية وأهداف المتعة.

¹ خالد كواش، السياحة، مرجع سبق ذكره، ص 13-15.

² نائل موسى محمود سرحان، مبادئ السياحة، جامعة البلقاء التطبيقية، الأردن، الطبعة الأولى، 2003، ص 6، 5. بتصرف.

³ خالد كواش، السياحة، نفس المرجع السابق، ص 15-16.

⁴ نعيم ظاهر، سراب إلياس، مرجع سبق ذكره، ص 17-20، بتصرف.

◆ دافع الرحلات والاستكشاف: كان الرحالة العرب الثقل الأساسي في هذا الجانب، كما أن الأثر الحقيقي للاستكشافات الجغرافية أنعش بشكل ايجابي ظاهرة السفر والسياحة في المراحل اللاحقة حتى يومنا هذا.

◆ دافع طلب العلم: ظهور طلاب العلم والسفر إلى المراكز العلمية بهدف الالتحاق بالمدارس والجامعات.

3/ المرحلة الحديثة: في العصر الحديث تطور الإنسان تطورا كبيرا في فكره وعلمه ونمط حياته الاجتماعية، وبدأت النهضة في حياة الإنسان الحديثة، والتي شملت كذلك صناعة السياحة، حيث يمكننا القول بأن السياحة الحقيقية قد بدأت في هذه المرحلة من التاريخ (القرن التاسع عشر)، وأخذت تتطور تطورا سريعا وملحوظا واكب تطور المجتمعات والدول،¹ هذا كان انعكاس طبيعي لما أحدثته الثورة الصناعية. وقد تأثرت صناعة السياحة كثيرا في هذه المرحلة بعد أن مرت بركود كبير أثناء الحروب، إلا أنها ازدهرت وتطورت كثيرا عما سبق بعد انتهاء الحروب العالمية حيث أن كل الاختراعات من طائرات وسفن وسيارات التي استعملت أثناء الحرب تم استغلالها بعد ذلك في الحياة المدنية، مما ساهم في تطور وسائل النقل والمواصلات بشكل كبير وبالتالي انعكس ايجابيا على صناعة السياحة في العالم. وأكثر ما يميز هذا العصر، تزايد أعداد السياح الملحوظ وبشكل جماعي وهنا ظهر نوع جديد من السياحة وهو سياحة رجال الأعمال و التي كانت تقترن في الأغلب بالعمل والترفيه عن النفس في نفس الوقت.²

أ/ مميزات السياحة في العصر الحديث: يمكن اجمالها فيما يلي:³

◆ عدم اقتصار السفر والسياحة على طبقة الأغنياء، وأصبحت الأجهزة السياحية في مختلف البلدان تهتم باستقطاب الطبقة العاملة إليها.

◆ انخفاض تكاليف السفر نسبيا، وتوافر وسائل النقل السريعة والمريحة.

¹ نائل موسى محمود سرحان، مرجع سبق ذكره، ص 6.

² نائل موسى محمود سرحان، مرجع سبق ذكره، ص 7-8، بتصرف.

³ نعيم ظاهر، سراب إلياس، مرجع سبق ذكره، ص 23-24.

- ◆ تطور أماكن الإيواء وتعددتها وتنوعها واتساع الرقعة الجغرافية لها.
- ◆ أخذت الرحلات السياحية تتجه من السياحة الفردية نحو السياحة الجماعية، واتخذت طابعا منظما يشرف عليه وكالات السفر والسياحة الواسعة الانتشار في العالم.
- ◆ أصبحت ظاهرة السفر والسياحة بما تحققه من مكاسب مادية كبيرة ظاهرة مؤثرة في اقتصاديات البلدان.
- ◆ في هذه الفترة، وفي بداية عقد الستينات ظهر لأول مرة علم السياحة إلى الوجود بوصفه علما مستقلا ومتكاملا ومعترفا به. وتم إنشاء المدارس والمعاهد والجامعات المتخصصة بتدريس هذا العلم. واستحدثت منظمات سياحية عالمية متعددة تشرف على النشاط السياحي في العالم وعلى رأسها المنظمة العالمية للسياحة W.T.O التابعة لهيئة الأمم المتحدة. وتم إصدار العديد من الأبحاث والكتب والنشرات السياحية.
- ◆ اعتبرت السياحة فن تقديم الخدمة.
- ◆ استعمال الوسائل الحديثة في برمجة هذه الصناعة السياحية والتخطيط لها.
- 4/ المرحلة المعاصرة: تبدأ هذه المرحلة مع بداية القرن العشرين الذي تطورت خلاله السياحة بصورة لم تشهدها من قبل، حيث استقرت الأوضاع السياسية وازدهرت الأوضاع الاقتصادية، وزاد الاهتمام بالجوانب الاجتماعية والنفسية للبشر في العديد من أقاليم العالم التي سنت فيها القوانين والتشريعات التي تحمي العامل والإنسان. و يعتبر القرن العشرين بمثابة العصر الذهبي للسياحة لعدة اعتبارات أهمها:¹
- ◆ التطور والتقدم الكبير في وسائل النقل المختلفة البرية والبحرية والجوية في مجال الأمان والسرعة والراحة.

¹ خالد كواش، السياحة، مرجع سبق ذكره، ص 18-19، بتصرف.

- ◆ التطور والتقدم الكبير في وسائل الإعلام والاتصال (المرئية، المسموعة، المقروءة) مع السهولة والسرعة في نقل الأخبار للعالم (الانترنت، الفاكس).
- ◆ التحسن الملحوظ في ارتفاع مستوى المعيشة وزيادة المداخل التي تؤدي إلى فائض يوجه الجزء الأكبر منه نحو السياحة.
- ◆ تزايد أوقات الفراغ والعطل السنوية المدفوعة الأجر، وارتفاع المستوى الثقافي والاجتماعي والعلمي الذي انعكس على اتجاه السياحة.
- ◆ اهتمام الدول بالسياحة والحرص على تنميتها وتطويرها ساهم في انتعاش الحركة السياحية.
- ◆ قيام وظهور العديد من المنظمات الدولية والإقليمية التي تهتم بالسياحة من تنظيم وتفعيل وتوعية وترقية.

أ/ مستقبل السياحة المعاصرة:

- حققت السياحة تطورا كبيرا من حيث الدخل على الرغم من الضغوط السلبية التي تعاني منها الدول السياحية.
- بالرغم من الظروف الاقتصادية وارتفاع أسعار الوقود فإن أعداد السياح في تزايد مستمر.
- ازدياد المنافسة بين شركات النقل والخطوط الجوية على السعر والخدمة والسرعة والبرامج.
- تزايد ظهور السلاسل الفندقية واشتهرت من حيث التجديد التوسع وإدخال الإدارة والتكنولوجيا وتنوعت حسب الغرض.
- التوسع العمراني والحضري في تجديد وبناء قرى ومنتجعات وفنادق على مختلف مستوياتها.

المطلب الثاني: تعريف السياحة و السائح:**1/ ماهية السياحة:**

تطور مفهوم السياحة من فترة زمنية لأخرى وفقا لتطور الظاهرة نفسها وقد ظهرت العديد من التعاريف في هذا السياق، فالاقتصادي يؤكد على النواحي الاقتصادية وما تجلبه من موارد مالية وتأثير ذلك على الدخل الوطني وميزان المدفوعات، بينما رجال الإعلام ينظرون إليها من وجهة نظر سياسية تحقق إمكانية التعرف على قضايا وطنهم عن قرب بالاحتكاك المباشر.¹

السياحة من حيث هي ظاهرة تعني عملية انتقال وقتية يقوم بها عدد كبير من سكان الدول المختلفة، فيتركون محل إقامتهم الدائمة منطلقين إلى أماكن أخرى داخل حدود بلدهم أو بلدان أخرى.

والسائح في البلد المضيف يقوم بوظيفة استهلاكية، حيث يقبل على شراء الخدمات السياحية المختلفة والمتمثلة في (خدمات: النقل، الإيواء، الطعام والشراب، اللهو والتسلية وخدمات و سلع أخرى)، ومن خلال عملية الشراء فهو يمارس الإنفاق السياحي الذي يعد بالنسبة للبلد المضيف عائدا سياحيا يشكل جزءا من الدخل القومي وله تأثيراته الفعالة المباشرة وغير المباشرة في الاقتصاد القومي.

2/ الهدف من تعريف السياحة:

لابد قبل الدخول في تفاصيل تعريف السياحة من الوقوف على الأهداف الكامنة وراء تعريف أي ظاهرة بشكل عام، وظاهرة السياحة بشكل خاص. ويمكن القول أن الوصول إلى تعريف دقيق ومتكامل لظاهرة السياحة يحقق الأغراض التالية:²

غرض تعليمي: من الضروري أن يعرف الطلاب المتخصصون في الدراسات السياحية معنى ظاهرة السياحة فتطوير هذه الأخيرة يتطلب بالضرورة الوقوف على معالمها وأبعادها وعناصرها.

¹ حيزية حاج الله، الاستثمارات السياحية في الجزائر، مذكرة ماجستير تخصص نقود، مالية و بنوك، قسم علوم اقتصادية، جامعة البليدة، الجزائر، 2006.

² نعيم ظاهر، سراب إلياس، مرجع سبق ذكره، ص 27-28، بتصرف.

غرض إحصائي: إن الوصول إلى تعريف موحد ومتكامل ومتفق عليه لظاهرة السياحة يسهل مهمة الباحثين في قياس هذه الظاهرة، بحيث يجنبهم الخلط القائم بين ظاهرة السفر بشكل عام والظاهرة السياحية بشكل خاص.

غرض تشريعي وإداري: إن التشريعات والقوانين الإدارية تتطلب بالضرورة التعمق في الظاهرة السياحية، وبالتالي رسم أبعاد النشاط السياحي وحدوده وفصلها عن الأنشطة الأخرى بهدف التأكد من أن التشريعات والقوانين تصيب الهدف المطلوب فعلا، فأصدار تشريع خاص للإعفاء الضريبي من أجل تطوير النشاط السياحي يتطلب بالضرورة تحديد الأنشطة السياحية المشمولة بهذا الإعفاء.

3/ لفظ السياحة:

(أ) لفظ السياحة في اللغات الأجنبية: يعود أصل لفظ السياحة إلى اللغة اللاتينية: وهو لفظ مستحدث فيها والمعروف بكلمة *Tourisme* فهو لفظ مشتق في اللغة الإنجليزية من كلمة *to tour* والمعروف في اللغة الفرنسية بلفظ *Tourner* وكلاهما مشتق من لفظ لاتيني *Tornare* الذي يؤدي نفس المعنى.¹ لقد تزايد عدد الزوار الأجانب الوافدين من بلدان مختلفة لفرنسا في القرن السابع عشر الميلادي، واستدعى الأمر تقديم كافة التسهيلات لهم منها إصدار دليل عام 1672 من قبل سان موريس بعنوان الدليل الأمين للأجانب في الرحلة إلى فرنسا ثم تطور المصطلح بتسمية الشباب الإنجليز الذين كانوا يقومون برحلة لإتمام تعليمهم *Touriste* سياح. ثم استخدم المصطلح نفسه في فرنسا للتعبير عن كل شخص كان يقوم برحلة ما لتحقيق متعة شخصية.²

(ب) لفظ السياحة في اللغة العربية: كلمة السياحة هي كلمة عربية معروفة عند العرب منذ القدم وتعني السير في الأرض و التنقل في أرجائها و هي مأخوذة من السبح و هو الجري على وجه الأرض و الذهاب فيها، وقد وردت هذه الكلمة في القرآن الكريم في ثلاثة مواضع، اثنان منها في سورة التوبة و الثالثة في سورة التحريم، أما في سورة التوبة فقد وردت في الآية الثانية لقوله تعالى: ﴿فسيحوا في الأرض أربعة أشهر و

¹ نائل موسى محمود سرحان، مرجع سبق ذكره، ص 9.

² نعيم ظاهر، سراب إلياس، مرجع سبق ذكره، ص 28، بتصرف.

اعلموا أنكم غير معجزى الله و أن الله مخزى الكافرين ﴿ و معنى الآية هنا خطاب للمشركين بأن يسيروا في الأرض آمنين غير خائفين لمدة أربعة أشهر، أما الموضع الثاني في نفس السورة في الآية الثانية عشر بعد المائة في قوله تعالى: ﴿التائبون العابدون الحامدون السائحون الراكعون الساجدون آمرون بالمعروف و الناهون عن المنكر و الحافظون لحدود الله و بشر المؤمنين﴾ و السائحون تعني الصائمون استنادا لقول رسول الله (صلى الله عليه و سلم): «سياحة أمتي الصوم» و يقول المفسرون أن السياح هم المسافرون للجهاد أو لطلب العلم.¹ و في سورة التحريم في الآية الخامسة في قوله تعالى: ﴿عسى ربه إن طلقك أن يبدله أزواجا خيرا منكن مسلمات مؤمنات قانتات تائبات عابدات سائحات ثيبات و أبكارا﴾² و السائحات تعني الصائمات.

و هكذا نرى أن اللفظات القريبة من لفظة السياحة عند العرب لم يكن يقصد بها السفر بهدف المتعة و الترويح عن النفس. و من ذلك نستنتج أن لفظة السياحة دخلت إلى العربية مؤخرا مقتبسة من اللغات الأخرى.

4/ تعريف السياحة و السائح:

(أ) السياحة: جرت عدة محاولات من قبل الباحثين لإعطاء تعريف موحد و شامل للسياحة و كل باحث ركز على جانب معين أو على ظاهرة معينة، وقد أطلق عليها عدة تسميات منها صناعة القرن العشرين أو الصناعة المتداخلة أو المركبة أو الصناعة المتكاملة أو بتزول القرن الواحد و العشرين.....إلخ.

و من هنا سنعرض تعاريف لبعض الكتاب و العلماء:

هيرمان فون شوليرون HERMAN Von Sholleron: عالم نمساوي عرف السياحة عام 1910 على أنها «الاصطلاح الذي يطلق على كل العمليات المتداخلة و خصوصا العمليات

¹ نفس المرجع، ص 29.

² حيزية حاج الله، مرجع سبق ذكره، ص 40.

الاقتصادية المتعلقة بدخول الأجانب و إقامتهم المؤقتة و انتشارهم داخل حدود منطقة أو دولة معينة.¹

روبرت لونكارد *ROBERT Lanquard*: عرف السياحة كما يلي «السياحة عبارة عن مجموع الأنشطة البشرية التي تتعلق بالسفر، و صناعة تهدف إلى إشباع حاجات السائح».²

ميشود *J.L. Michaud*: جغرافي و مسؤول إداري في المجلس الأعلى للسياحة الفرنسي عرف السياحة كما يلي «السياحة تضم مجموعة نشاطات إنتاج و استهلاك تستلزم تنقلات خاصة بها، خارج مقر السكن اليومي، ليلة على الأقل حيث سبب الخروج هو التسلية، الأعمال، الصحة، اجتماعات مهنية، رياضية أو دينية».³

كرافت و هانزكر *KRAFET & HUNSIKER*: ظهر كتاب بعنوان (النظرية العامة للسياحة) في عام 1943 توصل فيه الكاتبين إلى تعريف السياحة بشكل يشمل كل الروابط و التأثير و الظواهر الطبيعية و العلاقات المادية و غير المادية التي تنطبق على حقيقة الإقامة المؤقتة للسائحين، فقالوا أن السياحة هي «المجموع الكلي للعلاقات و الظواهر الطبيعية التي تنتج من إقامة السائحين شريطة أن لا تؤدي إلى إقامة دائمة أو ممارسة أي نوع من العمل سواء كان عملا دائما أو عملا مؤقتا»، أي أن هذا التنقل لا يدخل في إطار النشاط الإنساني المريح.

فيليب و ايزابال *Philippe & Isabelle*: السياحة يقصد بها ترك مؤقت لكان العيش اليومي المعتاد من أجل العيش خارجا في مكان أو أماكن غير معتادة أماكن بنيت من و لأجل السياح و المكرسة للاستجمام فقط.⁴

و فيما يلي بعض التعاريف الصادرة عن المنظمات و المؤتمرات و الأكاديميات:

مؤتمر الأمم المتحدة للسياحة و السفر الدولي: انعقد في روما عام 1963 و قرر أن السياحة هي «ظاهرة اجتماعية و انسانية تقوم على انتقال الفرد من مكان اقامته الدائمة إلى مكان آخر لفترة مؤقتة لا تقل عن أربع و عشرين ساعة و لا تزيد عن اثني عشر شهرا

¹ زيد منير عبوي، فن إدارة الفنادق و النشاط السياحي، دار كنوز المعرفة، الطبعة الأولى، مصر، 2007، ص 169، بتصريف.

² خالد كواش، مرجع سبق ذكره، ص 24.

³ خالد كواش، السياحة، مرجع سبق ذكره، ص 25.

⁴ Duhamel Philippe ; Isabelle SACAREAU ; Le tourisme dans le monde ; Armand Colin ; PARIS ; 1998 ; بتصريف; p 07

يهدف السياحة الترفيهية أو العلاجية أو التاريخية، و السياحة كالتأثير لها جناحان هما السياحة الخارجية و السياحة الداخلية»¹.

مؤتمر أوتواوا بكندا جوان 1991: عرف السياحة بأنها «هي الأنشطة التي يقوم بها الشخص المسافر إلى مكان خارج بيئته المعتادة لمدة أقل من فترة معينة من الزمن و أن لا يكون غرضه من السفر ممارسة نشاط يكتسب منه دخلا في المكان الذي يسافر إليه»².

إتحاد السياحة العربي: يعرف عبد الرحمان أبو رباح الأمين العام للإتحاد السياحة بأنها «تغيير مؤقت إلى بلد أو مكان يرتبط بعملية التعرف على بلدان أخرى على الثقافة و الحياة الإجتماعية أو طبيعية لغرض الإتصال والإحتكاك بهم»³.

المنظمة العالمية للسياحة: تعرفها على أنها «مجموعة الأنشطة التي يمارسها الناس أثناء سفرهم و بقاءهم في أماكن تقع خارج بيئتهم المعتادة لغرض قضاء أوقات الفراغ أو من أجل الأعمال و الأغراض الأخرى»⁴.

نظرة الجزائر في تعريف السياحة: وقد تبنت الجزائر نفس التعاريف السابقة و أضافت بعض التعاريف هي:

الدخول: كل مسافر عبر الحدود، و دخل التراب الوطني خارج مساحة العبور يعتبر دخيلا.

المقيمين: هم المسافرون غير المنتزهون و العابرين بالجزائر باستثناء المنتزهون في الرحلة البحرية.

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

المنتزهون عن طريق الجولة البحرية: هم زوار يستعملون الباخرة نفسها ذهابا و إيابا و يقطنون بها طوال مدة الرحلة بحيث لا يعتبرون مقيمين.

(ب) السائح: إن لتحديد مفهوم السائح أهمية كبرى، إذ لا يمكن تحديد إحصائيات و جمع بيانات عن أعداد السياح و أصنافهم و فترة بقاءهم إلا بعد أن يكون للإحصائي خلفية كاملة عن مفهوم السائح و شروطه كي يميزه عن بقية الفئات الأخرى، و بالتالي الوصول إلى

¹ محيي محمد مسعد، الإطار القانوني للنشاط السياحي و الفندقية، المكتب العرب الحديث، مصر، 2002، ص 62: بتصريف.

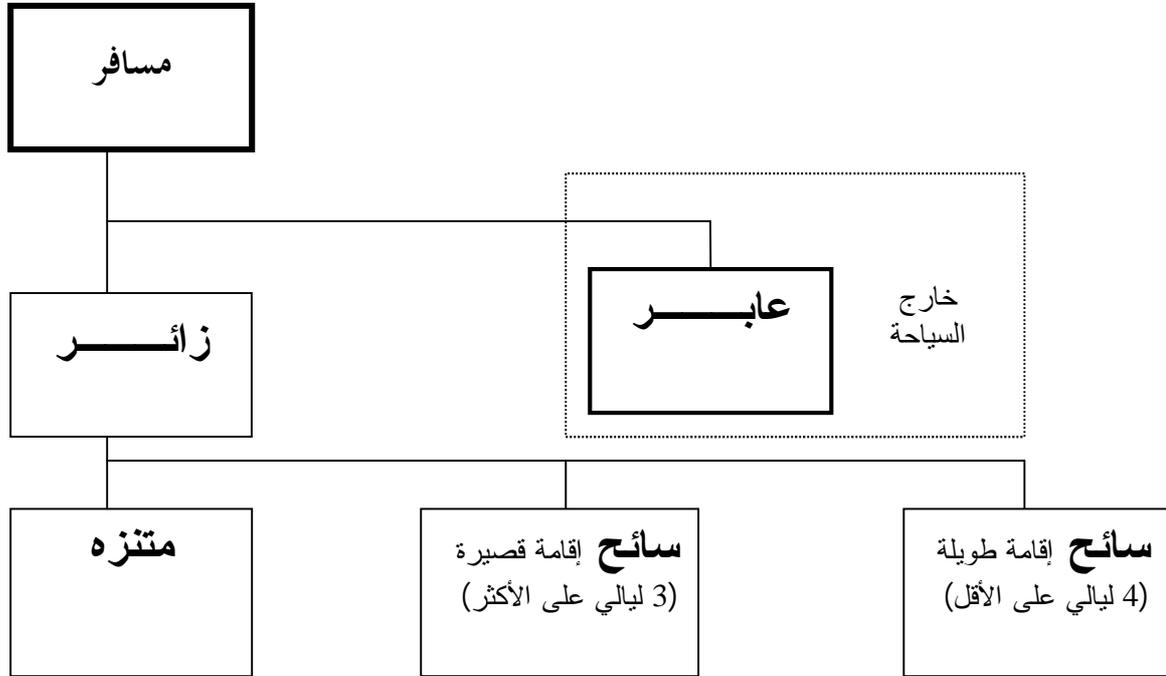
² محيي محمد مسعد، مرجع سبق ذكره، ص 62.

³ نعيم ظاهر، سراب إلياس، مرجع سبق ذكره، ص 31.

⁴ LOZATO-Giotart Jean-Pierre, Balfet Michel, Management du Tourisme, Parson, France, 2^e édition, 2007, p 04, بتصريف.

أرقام دقيقة في هذا المجال. تطور مفهوم السائح مثلما تطور مفهوم السياحة عبر الزمن حيث تم الانتقال من مصطلح المسافر إلى مصطلح السائح كما هو موضح في الشكل التالي:

الشكل (01): من مسافر إلى سائح



المصدر: LOZATO-Giotart Jean-Pierre, BALFET Michel, MANAGEMENT DU TOURISME, PARSON, France, 2^e édition, 2007, p 06.

سنة 1954: وصل مؤتمر الأمم المتحدة الخاص بالتسهيلات الحركية للسفر إلى تعريف السائح كما يلي «كل شخص بدون تمييز لعنصر أو جنس أو لغة أو دين يدخل منطقة دولة طرف في اتفاقية غير الدولة التي اعتاد الإقامة فيها، و يبقى لفترة لا تقل عن 24 ساعة لا تزيد عن ستة أشهر و ذلك في خلال اثني عشر شهرا لأغراض مشروع غير الهجرة».¹

سنة 1961: عرف القاموس السياحي الدولي الصادر عن الأكاديمية الدولية للسياحة بمونت كارلو السائح على أنه: «الشخص الذي يسافر من أجل المتعة مبتعدا عن موطنه المعتاد لفترة تزيد عن 24 ساعة، حيث أن التنقلات التي تقل عن 24 ساعة تعد بمثابة رحلات».²

¹ حيزية حاج الله، مرجع سبق ذكره، ص 44.

² أحمد محمود مقابلة، صناعة السياحة، الطبعة الأولى، دار كنوز المعرفة، الأردن، 2007، ص 11.

سنة 1963: اعتمد المجلس الاقتصادي التاسع لهيئة الأمم المتحدة في قراره الصادر في الاجتماع المنعقد في روما في شأن تعريف السائح على أنه «كل شخص يقيم خارج موطنه المعتاد خلال فترة تزيد على 24 ساعة و تقل عن عام واحد».¹

كما يعتبر السائح «كل شخص يقيم خارج موطنه المعتاد لفترة تزيد عن 24 ساعة على أن لا تتحول هذه الإقامة إلى إقامة دائمة بحيث لا تزيد عن سنة كاملة. و ينتقل فيها لزيارة أو مهرجان أو علاج و لا يدخل في التعريف (المهاجرون، البعثات الدبلوماسية، أطقم الطائرات)».²

5/ مفاهيم سياحية:

أ/ الليالي السياحية: هي مجموعة ليالي المبيت التي يقضيها السائحون خارج أوطانهم في أي وسيلة من وسائل الإقامة المخصصة للسائحين.

ب/ التسويق السياحي: هو النشاط الإداري و الفني الذي تقوم به المنظمات و المنشآت السياحية داخل الدولة و خارجها للتعرف على الأسواق السياحية الحالية و المرتقبة و التأثير فيها بهدف تنمية الحركة السياحية الدولية القادمة إليها.

ج/ المعالم السياحية: و هي عناصر الجذب السياحي المتوفرة في بلد المقصد سواء كانت عناصر طبيعية (جبال، أشجار، غابات...) أو عناصر جذب بشرية (آثار، تراث، مدن ألعاب...)..³

المطلب الثالث: خصائص السياحة و أنواعها:

1/ خصائص السياحة:

تهدف السياحة إلى استثمار الموارد الطبيعية والبشرية المتاحة في المنطقة أو الدولة، كالشواطئ الرملية أو المناخ المعتدل أو المناطق الجبلية أو الأغنية الجليدية أو الأماكن الدينية والتاريخية والأثرية، وهي بذلك لا تختلف عن الأنشطة الاقتصادية الأخرى التي

¹ نفس المرجع ، ص 11.

² تعريف منظمة السياحة العالمية المقدم إلى هيئة الأمم المتحدة و أقرته اللجنة الإحصائية للأمم المتحدة في 1968.

³ أكرم عاطف رواشده، السياحة البيئية، الرؤية، الطبعة الأولى، الأردن، 2009، ص 23-25.

تسعى إلى استغلال الموارد الطبيعية المتاحة كالموارد المعدنية والغابات، ويمكن حصر أهم خصائص صناعة السياحة فيما يلي:¹

- تعد السياحة نشاطا اقتصاديا متزايدا أو متضاعف الطبيعة وبصورة مطردة خاصة فيما يتعلق بالدخل والاستخدام السياحيين، وتفسير ذلك هو إقدام السياح على الإنفاق وتحويل نقودهم إلى عملات الدولة التي يزورها من أجل تسديد تكاليف الخدمات التي يحتاجونها، إلى جانب مشترياتهم، وفيما يتعلق بالعمالة السياحية المتزايدة فهي من خصائص صناعة السياحة التي تتصف بها نظرا لاحتياجها إلى أعداد كبيرة من العاملين.

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

- تعتبر السياحة صادرات غير منظورة، وهي تعتبر واحدة من الصناعات القليلة التي يقوم فيها المستهلك، بالحصول على المنتج بنفسه من مكان إنتاجه، وعليه فإن الدولة المصدرة للمنتج السياحي "الدولة المضيضة" لا تتحمل نفقات النقل، كما هو الحال بالنسبة للمنتجات الأخرى.

- إن المنتج السياحي المتمثل في عوامل الجذب السياحي: الموارد السياحية (الطبيعية، التاريخية، الأثرية) لا تباع إلا من خلال السياحة، فهذه الموارد لا تدر عائدا بطبيعتها، إلا إذا بيعت في شكل منتج سياحي.

وهذا المنتج لا يباع في معظم الأحوال من غير وجود التسهيلات السياحية، التي يجب أن تتواجد جنبا إلى جنب مع الموارد السياحية وتتمثل هذه التسهيلات السياحية، في أربع مجموعات:²

¹ خالد كواش، مرجع سبق ذكره، ص 44-50، بتصرف.
² نبيل الروبي، التخطيط السياحي، مؤسسة الثقافة الجامعية، القاهرة، 1987، ص 12.

- توفر الهياكل الأساسية "القاعدية": كشبكات النقل، الخدمات المرفقة (المياه، الكهرباء...)، وسائل الاتصال، توفر الأمن والاستقرار.
 - توفر منشآت الإقامة: الهياكل الفندقية وغيرها من وسائل الإقامة التكميلية (المخيمات، القرى السياحية).
 - توفر النقل: البري، البحري، الجوي.
 - توفر المنشآت السياحية الترويجية: كدور اللهو، التسلية، محلات بيع الهدايا التذكارية والسلع السياحية.
- إن المنتج السياحي منتج مركب، فهو مزيج مشكل من مجموعة عناصر متعددة تتكامل مع بعضها البعض، وتؤثر وتتأثر بالقطاعات الأخرى في المجتمع.
- إن السياحة الدولية منتج تصديري، يتعرض في بعض الأحوال إلى درجة من عدم الاستقرار، لأنه يتعلق بتأثيرات من القوى الخارجية، ومرونة عالية بالنسبة لكل من السعر والدخل بالإضافة إلى مشكل الموسمية التي تؤثر على النشاط السياحي كما يلي:¹
- تعرض الطلب السياحي للتأثيرات الخارجية: قد تتعرض السياحة الدولية لتأثيرات من خارج الدولة، كوجود اضطرابات سياسية أو تغيرات في أسعار الصرف، أو التغيرات المناخية غير المنتظرة.
 - تتميز السياحة بمرونة عالية، لكل من السعر والدخل.
 - موسمية النشاط: إن النشاط السياحي في غالبية نشاط موسمي فهناك عوامل تؤدي إلى الموسمية أهمها تركز العطل المدرسية والعطل في المنشآت الصناعية وغيرها في موسم معين، كما أن العوامل المناخية والجغرافية في كل الدول المصدرة والمستقبلة للسياح تدعو إلى هذه الظاهرة.

¹ نبيل الروبي، مرجع سبق ذكره، ص 13، 14.

- عدم قابلية المنتج السياحي للتخزين أو النقل من مكان إلى آخر أو من فترة لأخرى، لذا تسعى المؤسسات السياحية والفندقية إلى ضرورة تحقيق أرباح كافية خلال فترة الموسم وادخار جزء من العائد السياحي لمواجهة التراجع خلال الفترات الباقية من السنة.

- صعوبة استقطاب السياح وتعذر ضمان جذبهم سنويا نظرا لكثرة المغريات السياحية في مناطق العالم المختلفة، مما يعني اتساع العرض السياحي العالمي.

أ/ السياحة كنظام: يرى (Forester, 2003)، أن معالجة السياحة كنظام يعني النظر إليها كوحدة تنظيمية متكاملة، وتتضمن هذه الوحدة عناصر ذات تنوع واسع لكنها مندمجة مع بعضها البعض بشبكة من الروابط المتداخلة والعلاقات المتبادلة والحركة الدائمة، وقد استخدم Forester أسلوب النظام في دراسة البيئة السياحية، لتحديد المكونات الرئيسية للنظام السياحي التي يعتقد أنها الأساس في عملية توجيه التنمية السياحية، وعلاقة هذه المكونات وتفاعلاتها مع بعضها البعض.¹

يعتقد (Mckrecher, 1999)، بأن صناعة السياحة بطبيعتها متشابكة، ويتضمن النظام السياحي أربعة أنظمة فرعية:²

1- الموارد السياحية.

2- التنظيمات السياحية.

3- الأسواق السياحية.

4- البيئة.

أما (Leiper, 1984) يقدم تعريفا أكثر دقة وشمولا فهو يرى أن السياحة نظام مفتوح يتألف من خمسة عناصر تتفاعل مع بعضها بعلاقات متبادلة التأثير هي:
أولا: العنصر البشري ويشمل السياح.

¹ إبراهيم بظاظو، مرجع سبق ذكره، ص 40.

² نفس المرجع، ص 41، بتصرف.

ثانيا: العناصر الجغرافية وتشمل:¹ (بلد السائح الأصلي، الدول التي يتوقف عندها السائح أثناء زيارته، جهة القصد).

ثالثا: العنصر الاقتصادي وصناعة السياحة نفسها Tourism Industry

ب/ خصائص صناعة السياحة في الاقتصاد الحديث: إن للسياحة خصائص اقتصادية تميزها

عن غيرها من الصناعات، ويظهر حصر هذه الخصائص لصناعة السياحة فيما يلي:²

1. إن الدول التي تتوفر على كافة الشروط والمتطلبات لهذه الصناعة، فهذه الدول يرتفع دخلها السياحي نتيجة لتحضيرها لهذه الصناعة.

2. تمتاز هذه الصناعة بحاجتها الماسة إلى الأيدي العاملة، كما تمتاز هذه الصناعة بنشاط أعمال أخرى ترتبط بها وتضمن استمرارها.

3. تتميز هذه الصناعة دائما بالبحث عن الأسواق السياحية الجديدة وإيجاد طرق جديدة وقنوات أكبر وخدمات أكثر حتى تضمن استقلاليتها عن الدول المصدرة للسياح.

4. تحتاج هذه الصناعة إلى وجود علاقة خاصة وذات سمعة طيبة بين الدول المصنعة للسياحة والدول الأخرى، وأن تمتاز هذه الدول بالأمن والاستقرار السياسي.

2/ أنواع السياحة:

تختلف أنواع السياحة و تتعدد تبعا لتنوع الرغبات و الاحتياجات المختلفة، حيث ساهم التطور العلمي و الاقتصادي و الاجتماعي في هذا التنوع، فظهرت بذلك أنواع جديدة للسياحة لم تكن من قبل، و قد صنفت أنواع السياحة تبعا لعدة معايير كما يلي:

(أ) حسب عدد الأشخاص: هناك عدة أنواع حسب هذا المعيار وهي:³

- سياحة فردية: هي سياحة لا تعتمد على برنامج منظم أو محدد و يقوم بها مجموعة أو شخص واحد لزيارة مكان ما، وتتراوح مدة إقامتهم حسب تمتعهم بالمكان أو وقت الفراغ المتوفر لديهم.

¹ إبراهيم بظاظو، نفس المرجع السابق، ص 42.

² يومدين كشكوش، التسويق السياحي مقارنة اقتصادية و اجتماعية، رسالة ماجستير علوم اقتصادية تخصص تسويق، الجزائر، 2003، ص 37-39، بتصرف.

³ ماهر عبد العزيز، صناعة السياحة، دار زهران، مصر، 1997، ص 52.

- السياحة الجماعية: و هي عكس الأولى، فهي منظمة، حيث يتم ترتيب و تنظيم كل شيء مسبقا من طرف الشركات السياحية.

(ب) حسب وسيلة النقل المستعملة: بالنسبة لهذا المعيار نجد ما يلي:¹ (سياحة برية، سياحة بحرية أو نهريّة، سياحة جوية)

(ج) حسب السن: طبقا لهذا المعيار نجد:

- سياحة الطلائع: و ترتبط بالسن من 07-14 سنة، وهي عادة ما تكون في إطار رحلات استكشافية، أو رحلات التعرف على الطبيعة و تنظم من طرف الشركات أو النقابات أو الجمعيات الخيرية.

- سياحة الشباب: في هذا النوع يكون هناك البحث عن الإثارة، و البحث عن الحياة الاجتماعية و هذا لارتباطه بالسن الذي يتراوح بين 15 - 21 سنة.

سياحة الناضجين: وهي موجهة للذين تتراوح أعمارهم ما بين 35-55 سنة، وهي سياحة المتعة و البحث عن الراحة و الاستجمام.

- سياحة المتقاعدين: يشارك فيها كبار السن و تكون لفترات طويلة و أسعار مرتفعة.

(د) حسب مدة الإقامة:

- السياحة الموسمية: و هي سياحة تتعلق بقضاء السائح لعطلته في مكان و موسم معين و مدتها من شهر إلى ثلاثة أشهر، و تتميز بالدورية و التكرار.

- سياحة عابرة: و تكون عن طريق تنقل السواح بالطرق البرية و مرورهم الاضطراري في طريقهم على بلد معين، أو الهبوط الاضطراري لطائرة في مطار ما.

(هـ) حسب الجنس: هناك نوعان: (سياحة الرجال، سياحة النساء)

(و) حسب مستوى الإنفاق و الطبقة الاجتماعية:

- سياحة الذين لديهم دخل مرتفع فهم يسافرون بوسائلهم الخاصة.

- سياحة الطبقة المتميزة التي تستخدم النوعيات الممتازة من الخدمات، فنادق خمسة نجوم

ومقاعد الدرجة الأولى في الطائرات و غيرها من وسائل النقل.¹

¹ يسرى دعبس ، السياحة ، الملتقى المصري للإبداع والتنمية – القاهرة ، 2001 ، ص 11 .

- السياحة الاجتماعية أو العامة لذوي الدخل المحدودة.

(ي) حسب المناطق الجغرافية:

- السياحة الداخلية: وهي تنقل الأفراد داخل البلد نفسه.

- السياحة الخارجية: وتعتمد على السياح الأجانب، عناصر الجذب الداخلي، البنى التحتية، الأمن، الاستقرار و كذا الإنخفاض في الأسعار.

(ن) حسب الجنسية:

- سياحة الأجانب: تنظم لجذب السواح الأجانب، بتلبية رغباتهم المختلفة.

- سياحة المقيمين خارج البلد: تنظم رحلات سياحية لزيارة البلد.

(خ) حسب أغراض السياحة:

- سياحة المتعة (الترفيه و الاستجمام): وهي لقضاء العطل، وتعد من أقدم أنواع السياحة.

- السياحة الثقافية: بزيارة الأماكن الأثرية و المتاحف و المعابد.

- السياحة الاستشفائية: تهدف إلى العلاج أو قضاء فترات النقاهة.

- السياحة الرياضية: تهدف إلى ممارسة الأنشطة الرياضية في بلدان أخرى.

- السياحة التجارية: يقوم بها رجال الأعمال و التجار.

- السياحة الدينية: زيارة الأماكن المقدسة و ذات الطابع التاريخي كمكة المكرمة .

(ح) حسب أماكن النوم: تقسيم السياحة حسب أماكن النوم إلى الأنواع الآتية:²

- السياحة في الفنادق: تستخدم للنوم و الإقامة و هي من أكثر الأنواع استخداما و تفضيلا،

خاصة من طرف السياح كبار السن و المتزوجين، و تؤمن راحة عالية و تقدم خدمات سياحية متكاملة تشمل الخدمات الأساسية.

- السياحة في الموتيلات: أصل كلمة موتيل أمريكي، هي اختصار للكلمتين " موتور و

أوتيل"، و الموتيل يمثل فندق للسياح الذين يصطحبون معهم مركباتهم أثناء السفر، و يكون على

¹ خالد كواش، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2003/2004، ص 44.
² مروان محسن السكر، السياحة مضمونها و أهدافها، الاقتصاد السياحي، دار مجدلاوي، الأردن، 1994، ص 15.

جوانب الطرق الطويلة ليستريح فيها المسافرين و يصلحون مركباتهم، و مدة إقامة المسافرين قليلة لا تزيد في العادة على ليلة واحدة.

- السياحة في القرى السياحية: تشمل كل المرافق الحديثة.

- السياحة في البانسيونات: و هي فنادق صغيرة في شكل بنايات كبيرة متكاملة، تتواجد بشكل كبير في فرنسا و إيطاليا و اليابان.

- السياحة في المخيمات: هذا النوع من السياحة يتطور بسرعة كبيرة جدا، و سبب هذا التطور هو أن الناس يحبون الاقتراب من الطبيعة و الابتعاد عن الضجيج.

المطلب الرابع: أركان السياحة و مقوماتها:

1/ أركان السياحة: تتمثل أركان السياحة في:¹

(أ) النقل: ترتبط صناعة السياحة ارتباطا وثيقا بصناعة النقل و يعتبر أحد الأركان الأساسية للنشاط السياحي، فبدون النقل و المواصلات لا وجود للنشاط السياحي.

(ب) الإيواء: لا يوجد سياحة بالمعنى الحقيقي دون وجود أماكن الإيواء، لأن أول ما يبحث عنه السائح عند وصوله للدولة محل السياحة هو مكان الإقامة.

(ج) البرنامج: لا تتجح أي سياحة دون برنامج معين يتمتع به السائح و يحجز له مسبقا أو عند وصوله للبلد، و هذه البرامج تشمل زيارة المتاحف و الأماكن الأثرية و التاريخية و أماكن الترفيه و المناطق العلاجية أو الدينية أو الطبيعية.

(د) البنية التحتية للسياحة: و تتمثل في الخدمات الأولية أو القاعدية الواجب توفرها لقيام أي مشروع سياحي أو منطقة سياحية و منها شبكات المياه و شبكات الصرف الصحي، الكهرباء، الغاز، الطرق و المواصلات، الخدمات الصحية، البنوك...فانعدام هذه البنية لا تسمح لأي مشروع سياحي القيام بخدماته بصورة كاملة. ومنه تعتمد صناعة السياحة بصورة أساسية على البنية التحتية.

¹ ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، دار زهران للنشر و التوزيع، الأردن، 1997، ص 14.

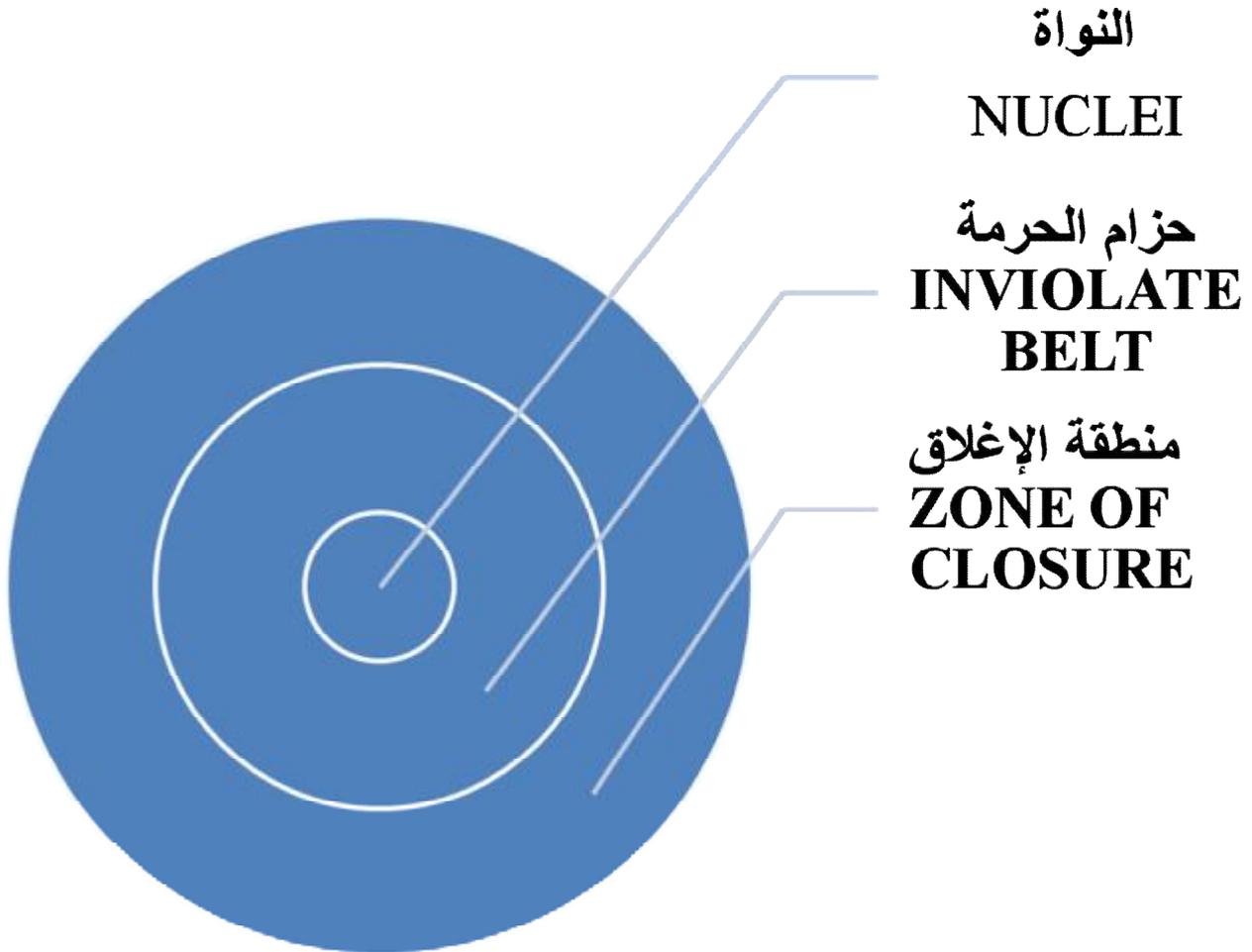
(و) البنية الفوقية للسياحة: تتمثل في منشآت الإقامة و الإيواء و مشاريع الاستقبال السياحي و مكاتب المعلومات السياحية كالوكالات السياحية و السفر، الشركات السياحية، مكاتب إيجار السيارات، المترجمين، المنظمات السياحية، المسارح، الملاعب، السينما.....

(ي) الجذب السياحي: ترتبط دراسة مفهوم الجذب السياحي على السؤال: لماذا الناس يختارون وجهة معينة دون أخرى؟ هذه المسألة تتعلق بمفهوم الدافع - الذي هو مصدر الكثير من البحوث العلمية- وعملية اختيار الوجهة السياحية -التي هي الآن قضية مركزية في صناعة السياحة-، وقد عرف Gunn (1972,1988) عملية الجذب السياحي على أنها نظام يتألف من ثلاثة عناصر هي : السائح أو العنصر البشري، النواة أو العنصر المركزي العنصر المعلوماتي. يتحقق الجذب السياحي عندما يتم وصل العناصر الثلاثة. وقد اقترح نموذجا تفسيريا لهذه العملية يتكون من ثلاثة أجزاء منفصلة و لكن متكاملة:¹

- النواة أو قلب عملية الجذب nuclei: فمثلا النواة في مناطق الشلالات هي سقوط الماء.
- حزام الحرمة inviolate belt: المساحة اللازمة لوضع النواة في سياق سياحي و حمايتها من العناصر التجارية لمنطقة الإغلاق.
- منطقة الإغلاق zone of closure: تتضمن الخدمات الإدارية والتجارية اللازمة لضمان السير الحسن لعملية الجذب وهي بمثابة البنية التحتية لها (الإقامة، المطاعم.....).

الشكل(02): نموذج GUNN لمكونات عملية الجذب السياحي.

¹Botti Laurent, Nicolas Peypoch, Bernardin Solonandrasana, Ingénierie du tourisme, De Boeck, 1^{er} édition, bruxelles, 2008, p42,43, بنصرف.



المصدر: Laurent Botti, Nicolas Peypoch, Bernardin Solonandrasana, Ingénierie du tourisme, De Boeck, 1^{er} édition, bruxelles, 2008, p43.

2/ مقومات السياحة:

تنقسم إلى:¹

أ) المقومات الطبيعية: أهمها:

¹ نعيم ظاهر، سراب إلياس، مرجع سبق ذكره، ص 145-147، بتصرف.

- المناخ: حيث يفضل السائحون المناطق المعتدلة و الجافة، حيث يكون الانتقال إلى المناطق الدافئة شتاء و المناطق الجبلية و شواطئ البحار صيفا.

- عيون المياه المعدنية: لا يقتصر ارتياد هذه العيون على المرضى بأمراض معينة، و إنما تشمل كذلك الأصحاء الذين يرغبون في إراحة أعصابهم و اللجوء إلى مكان تتوافر فيه أسباب الراحة و المتعة.

- شواطئ البحار و البحيرات و الأنهار و الجبال إضافة إلى الصحاري و الواحات و الغابات و الشلالات... الخ.

(ب) المقومات التاريخية و الأثرية: تعتبر المقومات السياحية و الأثرية مغريات سياحية مهمة. فالتعرف على الحضارات و التاريخ الإنساني من خلال المعالم الأثرية يعتبر متعة ذهنية رفيعة. فليست مشاهدة الآثار أو دراستها مجرد وسيلة للهروب من الحاضر أو التنقيب عن الماضي، و لكن بالمفهوم الصحيح هي وسيلة لزيادة فهمنا لنفوسنا فبالطلع إلى الوراثة على طول الطريق الذي قطعناه نكون أكثر فهما للمستقبل.

(ج) المقومات الاجتماعية و الدينية: فالمقومات الاجتماعية يقصد بها طريقة حياة الشعوب و سلوكها، و هي التي قد تجمع بين القديم الرائع و الحديث المتقدم، إضافة إلى النظم الاجتماعية التي تعيش في ظلها. أما الجوانب الدينية المختلفة فتتمثل في الأماكن المقدسة و الآثار الدينية كالمساجد و المزارات و الأديرة و الكنائس.

(د) المقومات الحديثة: و هي المقومات التي تمثل علامات التطور الحضاري الحديث مثل المشروعات الفخمة ذات التأثيرات و التحولات الاقتصادية و الاجتماعية في المجتمعات المختلفة كالسد العالي و قناة السويس في مصر.

المبحث الثاني: أهمية السياحة:

المطلب الأول: السوق السياحي:

عندما أصبحت السياحة شكل من أشكال التطور للعلاقات الاقتصادية بين الدول في العالم و ذلك في النصف الثاني من القرن العشرين و بداية القرن الواحد و العشرين ظهرت أهمية دراسة السوق السياحي كشكل مستقل من العلاقات الاقتصادية.

1/ مفهوم السوق السياحي: وهو عبارة عن مجموعة الأبحاث والتحليل، وعملية التنبؤ بالطلب المستقبلي وكذا إعداد دراسة وإعطاء اقتراحات خاصة بالبرامج التسويقية فالسوق السياحية تمثل عادة مجموعة من الأفراد والذين:¹

1- يحتاجون ويريدون خدمة معينة .

2- لديهم القدرة (القوة الشرائية) لشراء الخدمات الفندقية والسياحية.

3- لهم الرغبة لإنفاق ما لديهم للحصول على الخدمة .

4- لديهم الصلاحية لشراء الخدمة.

والنشاط السياحي يمثل منتجا يتمثل عادة في خدمة معينة تقدم إلى الذين يترددون على

المراكز السياحية.

إن تشكيل كلمة السوق السياحي يعتمد على عدة معطيات أساسية هي:²

أولاً: كجزء من السوق البضائعي فالسوق السياحي يعتمد على مفهوم القوانين الاقتصادية للإنتاج البضائعي والتسويق البضائعي ، والتي تكون على شكل منتجات أو صناعات تقليدية. ثانياً: صرف البضائع والخدمات التي تلبي حاجة المجتمع من السياحة وعلى هذا الأساس يأخذ شكل مستقل.

ثالثاً: مجموعة من العلاقات الاقتصادية والآلية مرتبطة بمكان وزمان الظروف الملائمة

لهذا التصريف.

والسوق السياحي ظهر متأخراً مقارنة مع الأسواق البضائية الأخرى ، أين أصبح لطلب السياح تأثيراً ملحوظاً على إنتاج البضائع والخدمات السياحية، لهذا السوق ميزة تميزه عن سوق البضائع هي عدم تحرك البضاعة بل على العكس لكي تتم عملية البيع والشراء ، يتحرك المستهلك السائح لمكان البضاعة ويستهلكها في مكانها. فالسوق السياحي هو دراسة الطلب الحاضر بالتنبؤ بالمستقبل، بالإضافة إلى إعداد برامج التسويق هدفها ترقية وتنمية

¹ علي موفق، أهمية القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني، مذكرة ماجستير تخصص تخطيط وتنمية، جامعة الجزائر، 2001-2002، ص 31،32.

² ريان درويش: الاستثمارات السياحية في الأردن والآفاق المستقبلية: رسالة ماجستير علوم اقتصادية -جامعة الجزائر سنة 1996 ص:31/

المنتج السياحي مستقبلا ويتم قياس الطلب بعدد الزوار الذي يقضون ولو ليلة واحدة في البلد المستقبل.¹

2/ أنواع السوق السياحي:

إن أنواع الأسواق السياحية متداخلة فيما بينها وتوجد بينها علاقة مرتبطة، ومعرفة أنواع الأسواق السياحية وتحديد خطورة مهمة لدراساتها بشكل مفصل ومعرفتها وأهم أنواع السوق السياحي هي:

(أ) حسب طبيعة السياح: (سوق سياحي داخلي، سوق سياحي خارجي، سوق سياحي ملحوظ الطلب، سوق سياحي ملحوظ العرض).

(ب) حسب نوع الخدمة: (سوق خدمات المواصلات، سوق الخدمات الفندقية، سوق التحف السياحية، السوق المتعلق بالعلاج و ممارسة الرياضة).

(ج) حسب موسمية النشاط: بالاعتماد على العوامل التي تحدد وقت تسويق البضائع والخدمات السياحية ممكن أن ينظر إليه أنه على مدار السنة أو فصلي على سبيل المثال : سوق خدمات المواصلات سنوي وكذلك سوق الخدمات الفندقية ، أما سوق خدمات المخيمات السياحية وسوق الرحلات الجماعية المدروسة بسعر موحد وغيرها فهو فصلي.

(د) حسب المساحة الجغرافية:

1. سوق سياحي صغير (العرض والطلب لموقع سياحي معين).

2. سوق سياحي لناحية أو ولاية.

3. سوق سياحي وطني للعرض والطلب السياحي على مستوى دولي أو عالمي.

(هـ) حسب الثروات السياحية:

أي بالنظر إلى أنواع الثروات السياحية للموقع المعني، وبالنظر للبنية السياحية التحتية المستخدمة لاستغلاله ويمكن تقسيم عدة أنواع من الأسواق السياحية المستقلة: (سوق سياحي بحري، سوق سياحي جبلي، سوق سياحي علاجي، سوق سياحي نهري، سوق سياحي ترفيهي وغيرها).

3/ أساسيات السوق السياحي:

¹ Tessa AHMED; Economie touristique et aménagement du territoire ; O.P.U ; 1993 ; p 45.

(أ) الطلب السياحي: من أحد التعاريف الواردة بشأن الطلب السياحي أنه «مجموع الاتجاهات و الرغبات و ردود الفعل اتجاه منطقة معينة. و طالما أن هذه الرغبة في السفر هي دافع مكتسب و متأخر نوعا ما في سلم الدوافع النفسية، إذ يأتي دوره بعد الدوافع الأصلية التي تقوم على أساسيات بيولوجية متعلقة بحياة الإنسان، مثل الجوع و العطش و الملابس و المسكن و ما إلى ذلك، فإن الدافع إلى السفر يخضع لمؤثرات متنوعة تؤدي إلى وجود متغيرات متعددة في آراء الناس.»¹، لكن الطلب السياحي لا يمثل مجموعة متجانسة من الأفراد يقومون بالسفر بدوافع متطابقة أو متشابهة و إنما بدوافع مختلفة و متنوعة و في بعض الأحيان متناقضة، و منه يمكننا القول بأن الطلب السياحي يتمثل في كمية السلع و الخدمات المستهلكة من قبل السائح في مكان و زمان معينين و يقاس بالنسب التالية:²

المعدل الصافي للسفر = عدد المسافرين (المغادرين) / إجمالي عدد السكان . 100

المعدل الخام للسفر = عدد السفريات (الرحلات) // إجمالي عدد السكان . 100

معدل تكرار السفر = المعدل الصافي للسفر / المعدل الخام للسفر . 100

* يمكن التمييز بين ثلاثة أنواع من الطلب السياحي:³

• الطلب السياحي العام: و يقصد به الطلب العام على إجمالي الخدمات السياحية أو على السياحة بشكل عام، و ليس بنوع محدد منها أو برنامج خاص من برامجها.

• الطلب السياحي الخاص: يرتبط هذا النوع من الطلب ببرنامج سياحي معين يجده السائح لإشباع رغباته و احتياجاته الخاصة.

• الطلب السياحي المشتق: يرتبط هذا النوع من الطلب بالخدمات السياحية المكملة أو المكونة للبرنامج السياحي، و تسعى كل الدول إلى تحويل الطلب المشتق إلى طلب خاص ثم عام من خلال توفير برامج سياحية متنوعة و مختلفة بأسعار متنوعة.

¹ محمد يسري دعيبس، التربية السياحية و التنمية الشاملة، دار المعارف، القاهرة، 1993، ص 57.

² مبارك بلالطة، د.كواش خالد، سوق الخدمات السياحية، مجلة العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة سطيف، العدد 04 / 2005،

ص 158.

³ نفس المرجع، ص 160، بتصرف.

* و يتميز الطلب السياحي بالخصائص التالية:

- المرونة: و تعني درجة استجابة الطلب السياحي للتغيرات في الظروف الاقتصادية السائدة في السوق و لمدى التغير الطارئ على التراكيب السعرية للخدمات السياحية و الأحداث السياسية في الدولة المستقبلية لسائحين، و هذا ما حصل نتيجة حرب الخليج و انعكاساتها السلبية على السياحة العربية، حيث شهد عدد الوافدين من السياح إلى المنطقة العربية تراجعاً بنسبة 7% عام 1991 مقارنة بعام 1990 كما كان لأحداث 11 سبتمبر عام 2001 تأثيراً واضحاً في تدهور الطلب السياحي العالمي بنسبة 1.3% لعام 2001 عما كان عليه في عام 2000.¹
- الموسمية: يسود الطلب السياحي خاصية الموسمية التي تؤثر على اتجاهاته و حجمه في فترات الذروة و فترات الركود، و أسباب الموسمية هي المناخ، العوامل التنظيمية التي تشمل العطل المدرسية و مواسم الأعياد و غيرها.
- المنافسة: عدم سيادة المنافسة الصافية في كثير من الحالات، خاصة الدول التي تمتلك آثار قديمة أو تمتلك مقومات من صنع الخالق مما يصعب على الدول الأخرى منافستها.
- عدم التكرار: أي أن تحقق درجة عالية من الإشباع و الرضا لدى السياح لا يعني قيامهم بتكرار نفس الزيارة إلى نفس المنطقة ففي حال توفر الفرصة الملائمة فإنه يفضل زيارة منطقة لم يزرها من قبل.

* التنشيط السياحي يشمل كل من الدعاية و الإعلان و العلاقات العامة ففي تكامل هذه العناصر تتكون سياسة التنشيط السياحي.

(ب) العرض السياحي: يعتبر العرض السياحي عاملاً جوهرياً في جذب الحركة السياحية أو ما يسمى بالطلب السياحي، و تم تعريف العرض السياحي على أنه خليط من العناصر غير

¹ دناجي التوني، دور و آفاق القطاع السياحي في اقتصاديات الأقطار العربية، المعهد العربي للتخطيط، ماي 2001، ص7، على الموقع www.arab-api.org/wps0105، بتصرف.

المتجانسة التي تؤخذ مستقلة عن بعضها البعض لتشكل العرض السياحي الوطني أو الدولي،¹ أي أنه مجموع المعالم الطبيعية و عناصر الجذب المختلفة في منطقة معينة، بالإضافة إلى الخدمات و التسهيلات المتنوعة و التي من شأنها خلق رغبة لدى السائحين و إقناعهم بزيارة هذه المنطقة.

* و حتى يمكننا الوصول إلى تحديد المنتج أو العرض السياحي، سنقوم بعرض لمختلف التصنيفات التي قدمها مختصي السياحة في هذا الشأن:²

• تصنيف Robert Lanquard: صنف المنتج السياحي في ثلاثة عناصر :

- مجموعة التراث المتكون من الموارد الطبيعية، الثقافية، الصناعية و التاريخية.

- مجموعة الوسائل و التجهيزات التي لا تعتبر العامل الأساسي في جلب السياح، غير أن عدم توفرها يمنع السائح من السفر.

- مجموعة الإجراءات الإدارية المتعلقة بتسهيلات السفر.

• تصنيف المنظمة العالمية للسياحة O.M.T: صنفته في سبعة عناصر:

- التراث الطبيعي: المناظر الطبيعية، الحالات الجغرافية، منابع المياه، الشواطئ و الأنهار، الصحاري، الجبال،.....

- التراث الطاقوي.

- التراث البشري: المعطيات الديمغرافية، ظروف الحياة، العادات و التقاليد و المعطيات الثقافية الأخرى....

- الجوانب التنظيمية و الدستورية و السياسية (القانونية، الإدارية).

¹ صليحة عشي، الآثار التنموية للسياحة، مذكرة ماجستير تخصص اقتصاد تنمية، جامعة باتنة، الجزائر، 2004/2005، ص 19.
² مبارك بلاطة، د.كواش خالد، مرجع سبق ذكره، ص 149-151، بتصرف.

- الجوانب الاجتماعية: التركيبات و البنيات الاجتماعية و العرقية للبلد، التربية، الإعلام و الإشهار.

- وسائل الخدمات (النقل، الإيواء، الإطعام....).

- الأنشطة الاقتصادية و المالية.

- إن المنتج السياحي ذا طبيعة مركبة، فهو لا ينتهي بعرض سرير في الفندق أو تقديم وجبة غذائية فقط، فهناك مكونات أخرى تضمن من طرف آخر المحيط الاقتصادي، الاجتماعي، التكنولوجي و البيئي و تتمثل هذه المكونات في:¹(الموارد السياحية، النقل و المواصلات، إمكانيات الإيواء الإضافية، التجهيزات المكتملة، التنمية الصحية، التسهيلات، مستوى الخدمات المالية و التجارية، المستوى العام للأسعار).

- للمنتج السياحي خصائص معينة تملّي على السوق السياحي تحديات و قيود إضافية على اعتبار أن القطاع السياحي يصنف ضمن قطاع الخدمات فهو يشترك في بعض خصائصه مع الخصائص العامة للخدمات بالإضافة إلى وجود خصائص أخرى تميز المنتج السياحي عن باقي الخدمات، و تلخص خصائص الخدمة بصفة عامة في أنها: معنوية (غير ملموسة)، التلازم (عدم إمكانية الفصل)، التغير (عدم التشابه)، قابلية الفناء و الطلب المتجدد.

أما الخصائص التي تميز المنتج السياحي فهي إضافة إلى خصائص الخدمة: 2:

- استحالة نقل أو تخزين المنتج السياحي.

- الخدمات السياحية مشروطة بحضور الزبون.

- الإنتاج و الاستهلاك يحدثان في نفس الوقت و المكان.

¹ مبارك بلاطة ، د.كواش خالد، مرجع سبق ذكره، ص 152، بتصرف.

² نفس المرجع ، ص 154، بتصرف.

- إمكانية الإحلال كاستبدال منتج سياحي بآخر: كاستبدال وسيلة نقل بأخرى.

- تأثر السوق السياحية بالموسمية.

- تعدد جهات الإنتاج كون السياحة صناعة متداخلة و مركبة و تحتوي العديد من الخدمات و التي يعتبر بعضها صناعة كبيرة و مستقلة بحد ذاتها كصناعة الفنادق و النقل.

(ج) التسويق السياحي: يقصد به ذلك النشاط الإداري و الفني الذي تقوم به هيئات و مؤسسات داخل الدولة و خارجها، للتعرف على الأسواق السياحية الحالية و المحتملة، و التأثير فيها لتنمية الحركة السياحية الدولية القادمة منها.

(د) الإنفاق السياحي: لاشك أنه كلما زاد تدفق حجم الحركة السياحية زاد حجم الإنفاق العام على السلع و الخدمات السياحية، وبالتالي ارتفاع في معدلات الادخار مما ينشط الصناعات و الخدمات المرتبطة بصناعة السياحة، و ينظر إلى الإنفاق السياحي الدولي من وجهة تقدير الدولة المعنية بهذا الإنفاق، فإذا كانت مستقبلة للسياح فإن هؤلاء يعد إنفاقهم بمثابة عائدات سياحية لهذه الدولة، و يدون في جانب المتحصلات بميزان المدفوعات و هنا تعد صفقات دائنة. و في الحالة العكسية فإن الإنفاق السياحي يعد بمثابة مدفوعات تتحملها الدولة المعنية، و هي صفقات مدينة تدون في جانب المدفوعات من هذا الميزان للبلد المعني.¹

(هـ) الإيرادات السياحية: تمثل الإيرادات السياحية مصدرا هاما للعملات الأجنبية لكثير من الدول المتقدمة و النامية التي أولت أهمية للقطاع السياحي. و تعرف الإيرادات السياحية على أنها كافة ما تحققه الدولة من إيرادات من السائحين و ما تحققه السياحة كنشاط اقتصادي و كوعاء ضريبي.

يتوقف تحقيق هذه الإيرادات على حجم و أهمية الاستثمارات المخصصة للقطاع السياحي ضمن الاستثمارات الإجمالية في المناطق السياحية.

المطلب الثاني: الاستثمار السياحي:

¹ محيا زيتون ، السياحة و مستقبل مصر بين إمكانيات التنمية و مخاطر الهدم، دار الشروق، القاهرة، 2002، ص 94-95.

تعد المشاريع السياحية من أكثر المشاريع جلبا لرؤوس الأموال بالنسبة للمستثمرين الأجانب والمحليين، حيث أن الاستثمار السياحي تتعدد مجالاته مثل أماكن الإيواء الفندقية، القرى السياحية، مراكز الاستشفاء والعلاج، أماكن الترفيه والترويج، المراكز الرياضية والمطاعم... الخ. يتطلب تطوير السياحة استثمارات مالية كبيرة خصوصا المرافق الخاصة بالإقامة والخدمات والبنية التحتية، وتساهم الدراسات في تحديد سياسات الاستثمار في المناطق السياحية المختلفة وما يلزم لتحريك كافة أوجه التنمية المطلوبة، حيث لابد من دراسة فرص الاستثمار المحلية والعالمية المتاحة.¹

لقد تعددت المفاهيم الواردة في تحديد ماهية الاستثمار تبعا لتعدد أهدافه وأنواعه. و من هنا يمكن النظر إليه على أنه «إجمالي تكوين رأس المال الثابت و المتغير في المخزون».²، ويعرف أيضا بأنه «أي استعمال لرأس المال سعيا لتحقيق الربح مهما كان شكل الاستعمال، كإنشاء مصنع، مشغل، مزرعة، فندق، ملكية عقارية».³

1/ دور الدولة: تتحدد طريقة تدخل الدولة حسب القواعد الأساسية لتدخلها في الاقتصاد ككل، فمشاركتها في انجاز منشآت سياحية تريد من ورائها إيجاد مكانة للمناطق التي تمتلك موارد سياحية جيدة والتي لا تمثل مناطق جذب بالنسبة للقطاع الخاص خاصة في المراحل الأولى من تطويرها. ويقع القسم الأكبر من مهام التنمية السياحية على أنشطة القطاع الخاص لكن هناك جوانب من الضروري أن تنفذها الدولة، ففي حالات عديدة لا يكون لدى القطاع الخاص رأس المال والإمكانات لتنفيذ تجهيز موقع لأن السياحة تتسم بضخامة استثماراتها و طول فترة الإنشاء، كما قد يكون الموقع جديد أو غير معروف وتستهدف الدولة من تجهيزه أغراضا اجتماعية، فتبادر بالقيام بالعملية التنموية بنفسها فتخطط وتنفذ وقد تكتفي بإنشاء البنية التحتية وتقوم بنشاط التأهيل والتدريب وتقديم حوافز للمستثمرين، لكن هناك مشاريع تتطلب قيام الدولة بتنفيذها كاملة كالمطارات والموانئ وشبكة الطرق.... الخ.⁴

¹ منال عبد المنعم مكية، السياحة تشريعات و مبادئ، دار صفاء للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2002، ص 26.

² صليحة عشي، مرجع سبق ذكره، ص 25، عن الأمانة العامة لجامعة الدول العربية "التقرير الاقتصادي الموحد" سبتمبر 1994، ص 186.

³ نفس المرجع، ص 25، عن مصطفى حمارنة، الاقتصاد الأردني، مركز الدراسات الاستراتيجية، الأردن، 1994، ص 409.

⁴ صلاح الدين خربوطلي، السياحة صناعة العصر، دار حازم، الطبعة الأولى، دمشق، 2002، ص 267.

2/ دوافع الاستثمار السياحي: تجتمع العديد من الدوافع والأسباب للاستثمار في المجال السياحي سواء على المستوى المحلي أو الإقليمي، بهدف زيادة الدخل وتنويع مصادره وتقليل عجز ميزان المدفوعات ومن بين هذه الدوافع التي تقف وراء الأخذ بالاستثمار السياحي ما يلي:

* التنمية الاقتصادية و التقريب بين المستويات الاقتصادية الإقليمية: فإذا كانت الدولة تعاني من قلة نصيبها النسبي في التجارة الدولية تظهر الاستثمارات السياحية كتعويض عن ذلك خاصة إن كانت هذه الأخيرة تتمتع بمقومات و عناصر جذب سياحي عديدة مغرية و دائمة، فهي لا تحتاج لعناصر معقدة خاصة التكنولوجية منها، كما أنها تعمل على تحفيز المزيد من الأعمال و المشاريع كالصناعات التقليدية و الحرف مما يحافظ على تراث البلد و يعمل على خلق فرص عمل جديدة كما أن أسعارها منخفضة في الدول النامية مما يضفي عليها ميزة نسبية.

فإذا ما أولت الدول النامية عناية لمجالات الاستثمار في القطاع السياحي فذلك حتما سيؤدي دورا بارزا في الإنماء الاقتصادي والاجتماعي الذي يقود إلى التنمية الشاملة، كما أن توزيع المشاريع السياحية على الأقاليم المختلفة للدولة وبالذات الأقاليم ذات المستويات التنموية المنخفضة سيعمل على تميتها وتطويرها، من خلال خلق فرص عمل جديدة وتحسين مستوى المعيشة للسكان فيها مما يؤدي إلى سد الفجوة التنموية الاقتصادية بين الأقاليم المتطورة وغير المتطورة داخل الدولة.¹

* زيادة الدخل الوطني و دعم ميزان المدفوعات: تحدث السياحة تحولا في بعض الأنشطة التقليدية في البناء الاقتصادي للمجتمع عن طريق الاستثمار في المناطق المختلفة، فتزيد مداخيل القوى العاملة في هذا المجال وبالتالي زيادة الدخل الوطني عن طريق مختلف القطاعات الإنتاجية التي تتحرك بصورة ديناميكية متفاعلة منتجة للإنفاق والاستهلاك السياحي الذي يخلق دائرة اقتصادية مركبة تؤثر ايجابيا على تحريك وتنشيط الدورة الاقتصادية على المستوى المحلي والوطني. أما عن دور الاستثمارات السياحية في ميزان المدفوعات ومكانة الإيرادات من الحركة السياحية، فهي تظهر في بند حساب رأس المال والذي يشمل الاستثمارات التي

¹ عثمان محمد غنيم، نبيل سعد بنيتا، التخطيط السياحي، دار الصفاء، الأردن، 2003، ص 42، بتصرف.

حصلت عليها الدولة من الخارج، والموجودة لديها والاستثمارات التي قدمتها الدولة للخارج كمدفوعات وما عليها من التزامات فهي تساهم مساهمة فعالة في تغطية جزء من عجز ميزان المدفوعات.¹

* صناعة السياحة أقل منافسة من الصناعات الأخرى: يكون معدل التغيير في السوق السياحي بدرجة أقل مما يقلل من درجة و حدة المنافسة مقارنة مع القطاعات الأخرى التي يعتمد فيها على التكنولوجيا العالية و هذا ما يلائم أوضاع الدول النامية.

3/ محددات نمو الاستثمار السياحي: يتأثر الاستثمار السياحي بعوامل تحدد نموه مستقبلا من حيث حجمه و طبيعته و مصدر تمويله، كما أن للتسهيلات و الضمانات الموضوعه أثر عليه قد تدفع بنموه أو تأخره:

طبيعة الاستثمار و الموقع الجغرافي: يؤدي قرب البلد من الأسواق التي لها دور كبير في حركة السياحة الدولية إلى زيادة حجم التدفق السياحي، بسبب توفير الوقت وانخفاض التكلفة فضلا عن تنوع وسائل النقل خاصة على مستوى السياحة الإقليمية من خلال برامج المجموعات السياحية. كما أن تمتع السوق السياحي بمقومات سياحية يعد سببا لنمو الاستثمارات في هذا المجال فهي التي تعمل على اجتذاب السياح وتنشيط السياحة و تفعيلها، وهي تجمع جغرافية وتنوع تضاريس البلد وجمال مرافقه الطبيعية وتميزها وما يزرخ به البلد من مواقع ومعالم تاريخية هامة وتراث حضاري عريق.²

التسهيلات و الحوافز المقدمة: تبحث الاستثمارات دائما عن ركيزتين أساسيتين لمباشرة نشاطها و هما الضمانات و الحوافز شأنها في ذلك شأن أي نشاط استثماري، و يمكن أن نلخصها في:

- التسهيلات السياحية (الحوافز و الإعفاءات المقدمة: الإعانات، القروض الطويلة الأجل بأسعار فائدة منخفضة، الإعفاءات الضريبية و الجمركية).
- الوسائل التي تدفع بنمو الاستثمارات السياحية (تخطيط سياحي علمي شامل، الترويج لفرص الاستثمار السياحي الموجودة، التنظيم الفعال للاستثمارات السياحية).

¹ حيزية حاج الله، مرجع سبق ذكره، ص 73، بتصرف.

² نبيل الروبي، مرجع سبق ذكره، ص 67، بتصرف.

4/ معوقات الاستثمار السياحي: أهم ما يعيق الاستثمار في مجال السياحة ما يلي:¹

- النقص الملحوظ في العمل المؤسساتي للسياحة كصناعة متطورة على الصعيد المحلي والإقليمي والدولي، إذ أن عدم تواجد تنظيم هيكلي للسياحة قادر على مواجهة التحديات والاستفادة من الفرص يعتبر عائقا أساسيا في تقدمه، ويجعل هذا النشاط ضعيفا محليا في مواجهة السياحة بأماكن أخرى ويصبح العائد متواضعا.
- تأثيرات الدخول تشكل بعض التعقيدات المعيقة للسياحة.
- خطوط النقل الجوي وضريبة الدخول فعدم توافر خطوط نقل جوية حديثة ومؤهلة وبأسعار تنافسية أمر يعيق الاستثمار السياحي.
- عدم تحديث الفنادق وأماكن الإقامة المتوفرة وعدم إضافة خدمات جديدة وتجهيزات وأمر مكملة للسياحة.
- عدم تأهيل القوى البشرية.
- عدم تحسين البنية الأساسية أو انعدامها.
- ارتفاع الأسعار.
- عدم توافر خطة سياحية مرجعية بمعنى أن قيام منطقة سياحية دون خطة متكاملة تعيق وتؤخر الاستثمار، حيث أن كل مستثمر يتردد لعدم وضوح الرؤية لما سيحصل بمساحة الأرض المجاورة للمشروع.
- عدم الاستقرار الأمني والسياسي.
- صعوبة وتعقد الإجراءات البيروقراطية بما فيها إجراءات التسجيل والحصول على ترخيص.
- العائد الصافي من الاستثمارات السياحية في حدود (10 - 15) % وهو معدل لا يغري المستثمرين الذين يرغبون في تحقيق معدلات أكبر.

المطلب الثالث: حركة السياحة الدولية:¹ حيزية حاج الله، مرجع سبق ذكره، ص 77-78، بتصرف.² نبيل الروبي، اقتصاديات السياحة، مؤسسة الثقافة الجامعية، الاسكندرية، 1991، ص 26.

1) السياحة الدولية و اتجاهاتها:

تشهد صناعة السياحة تطورا ملحوظا ومتزايدا للسياحة الدولية حيث يبقى الطابع الغالب فيها بمفهومها الحديث الطابع الدولي العالمي أكثر من المحلي، وتشكل العائدات من السياحة الدولية بالنسبة للدول عاملا هاما من عوامل النمو لدفع عجلة التنمية فيها حيث فاق عائدها عائد التجارة الدولية، ويتجه العالم تدريجيا بتطبيق اتفاقية التجارة الحرة في الخدمات (الجاتس) إلى ما يطلق عليه بالعملة السياحية التي تعني أن أسواق الدول السياحية تصبح مفتوحة دون قيد أو شرط لممارسة الأنشطة السياحية أمام المنشآت والهيئات السياحية الوطنية والأجنبية العاملة في القطاع، مما يتطلب حجما كبيرا من الاتصالات والتعاون بين الحكومات والجماعات المضيفة بأسلوب جماعي، وبسبب هذه الحاجة أنشئت عدة منظمات عالمية تتكامل في تكوين صناعة السياحة.¹

أ/ العوامل المؤثرة في السياحة الدولية: تمثل السياحة الدولية الباب الذي يمكن أن تطرقه هذه الدول النامية للنهوض باقتصادياتها لما لهذا النوع من مزايا وأثار هامة على التنمية، وهناك عوامل عديدة تؤثر على التدفق السياحي الدولي إيجابا أو سلبا.

* العوامل الإيجابية: تتعدد العوامل التي تؤثر في زيادة التدفق السياحي الدولي مما يؤدي إلى زيادة نمو حركة السياحة الدولية التي تحقق فوائد ومنافع عديدة، وأهم هذه العوامل ما يلي²:

- اهتمام الدولة بالسياحة و العمل على تخطيطها وتنميتها وتشجيعها وإعطائها الأولوية، باعتبارها نقطة ارتكاز للتنمية الاقتصادية مما ينعكس على زيادة عدد السائحين والارتفاع بمتوسط مدة إقامتهم.
- الميول الطبيعي للأفراد في السفر ورغبتهم في زيادة العلم والمعرفة ومشاهدة البلاد والشعوب الأخرى، وحاجتهم للراحة الذهنية والترفيه خاصة مع زيادة فرص التعليم وما يترتب عليها من ارتقاء للمستوى الفكري.
- إتباع الأساليب العلمية الحديثة في الدعاية والترويج والتسويق السياحي، فضلا عن تنوع المنتج السياحي المعروض وظهور أنماط جديدة لها مقوماتها و جاذبيتها الخاصة.

¹ حيزية حاج الله، مرجع سبق ذكره، ص 93، بتصرف.

² يسري دعبس، مرجع سبق ذكره، ص 78.

- التطور الكبير والمستمر في كافة نواحي الحياة وبصفة خاصة في وسائل النقل المختلفة التي ترتبط بالسياحة وتؤثر فيها بصفة مباشرة، فتوفير عدة إمكانيات للوصول إلى تخفيض الأسعار نسبيا في مواسم معينة يشكل عاملا هاما في زيادة التدفق السياحي.¹
- ارتفاع مستوى الدخل ومستوى معيشة الأفراد في كثير من الدول الصناعية والمتقدمة.
- وجود حظيرة فندقية مكيفة مع رغبات وميول السائح حيث أنه يرغب في إيجاد بعض العناصر المريحة التي تسمح له بالمحافظة على عاداته، فزيادة التدفق السياحي الدولي تعزى إلى تمتع البلد بفنادق ذات معايير دولية.²
- كما أن الدور الفعال الذي تؤديه وكالات السياحة والسفر ومنظمي الرحلات واعتمادهم على التقنيات الحديثة وتطوير أساليبهم في الترويج والتسويق والبيع أدى إلى زيادة التدفق السياحي الدولي.³

* العوامل السلبية: هناك عوامل عديدة تؤثر سلبا على السياحة الدولية، حيث أنها تجعل من الدولة مكانا غير مرغوب في زيارته أو بالأحرى لا يثير اهتمام أعداد كبيرة من السياح، وأهم هذه العوامل تتمثل في⁴:

- الاضطرابات والصراعات العسكرية والسياسية والحروب سواء كانت بين الدول أو داخل الدولة.
- انخفاض مستوى المعيشة والفقر وزيادة السكانية التي تعاني منها الدول النامية أدى إلى توجيه غالبية الاستثمارات إلى البنية الأساسية والحاجات الضرورية اللازمة للمجتمع من إ طعام، إسكان، تعليم، علاج وهذا ما أثر على حجم الاستثمار في المجال السياحي بها.
- الظروف البيئية والمناخية والطبيعية والصحية السائدة في بعض الدول النامية، وازدياد نسبة تلوث الماء والهواء بها، فضلا عن انخفاض مستوى الخدمات السياحية المقدمة.

Paris, France, 1994, p 36. ¹ Yves Tinard, Le tourisme économie et management, Mc Graw Hill,

² Yves Tinard, i-bid, p 37.

³ Yves Tinard, op-cité, p 38.

⁴ حيزية حاج الله، مرجع سبق ذكره، ص 99، بتصرف.

- عدم اهتمام الدول النامية الكافي بالتسويق السياحي وبأدوات التنشيط ووسائل الإعلان والدعاية، مع قصور الاعتماد المخصص للإنفاق على هذه الأوجه مما أثر على كفاءتها ونتائجها في الأسواق المستهدفة للسياحة العالمية.
- زيادة حدة المنافسة بين الدول والمناطق السياحية المختلفة، مما أدى إلى كثرة العرض للمنتج السياحي.
- ارتفاع معدل التضخم وتراجع النمو الاقتصادي في بعض الدول المتقدمة، انعكس ذلك على المستوى المعيشي مما سبب ارتفاع نسبة البطالة وانخفاض مستوى الدخل وقلة المدخرات وبالتالي انخفاض معدل السياحة خارج الوطن.¹
- ارتفاع أسعار الخدمات السياحية في الكثير من البلدان المقصودة وكذلك ارتفاع أسعار النقل الجوي، وبعد المسافات عن الأسواق المصدرة للسائحين والبلدان يؤدي إلى زيادة تكلفة الرحلة السياحية.
- عدم انتظام مواعيد الرحلات الجوية وعدم الاهتمام بالإجراءات في المطارات للركاب المغادرين والواصلين وركاب العبور، بالإضافة إلى صعوبة الإجراءات الروتينية في الجمارك كتعطيل منح تأشيرة الدخول أو الخروج...الخ.
- عدم احترام البرامج المسطرة للرحلات وإخلال طرف من الأطراف بواجبه مما يؤدي إلى تعطيل أو إلغاء البرنامج الذي يكون السائح متشوقا للقيام به.

ب/ نمو السياحة الدولية:

يمثل القطاع السياحي قطاعا رئيسيا في النشاط الاقتصادي للعديد من الدول والمصدر الرئيسي للدخل خاصة للدول التي تفتقر إلى المواد الأولية المستعملة في الصناعة، والسياحة الدولية قطاع اقتصادي هام جدا حيث شكل سنة 2004 أكثر من 10% من إجمالي الناتج الداخلي العالمي ويوفر 8.1% من إجمالي مناصب العمل العالمية، كما أن حجم رأس المال المستثمر في القطاع يقدر بنسبة 9.4% من الاستثمارات العالمية.²

¹ يسري دعبس، مرجع سبق ذكره، ص 79.

²World Travel and Tourism Council, Progress and priorities 2004/05, 2004.

في سنة 2011 كانت نتائج النصف الأول من السنة أفضل مما كان متوقعا، على الأقل من حيث حجم النمو، فقد كان نمو حركة النقل الجوي العالمي و عدد السياح الدوليين ايجابيا حيث استمر هذا الانتعاش منذ النصف الثاني لسنة 2009، لكن هذا التطور الحالي يعد هامشيا مقارنة بالنمو القوي خلال سنة 2010.

لقد زاد عدد السياح الدوليين بنسبة 4.5% خلال الأشهر الثمانية الأولى لسنة 2011 و هذا وفقا للبيانات التي جمعتها المنظمة العالمية للسياحة، و يبدو أن آسيا و أوروبا و المحيط الهادي من أفضل المناطق أداءا هذا العام من حيث عدد الرحلات الدولية.¹ و من الملاحظ أن نمو السياحة الدولية يرتبط ارتباطا وثيقا بالتطورات التي تطرأ على اتجاهات الاقتصاد العالمي. فيؤدي تسارع نمو الاقتصاد العالمي، لا سيما في البلدان الصناعية الرئيسية التي تمثل أهم الأسواق السياحية، إلى ارتفاع عدد السياح الوافدين. إلا أن ظهور الكساد الاقتصادي و الذي يؤدي إلى ارتفاع معدلات البطالة و انخفاض دخل الفرد، يساهم في انخفاض معدلات السياحة الدولية. و بالإضافة إلى ذلك، يعتبر استقرار الأوضاع السياسية هو أيضا، عاملا هاما في التأثير على تطورات قطاع السياحة.²

(2) حركة السياحة العربية:

رغم تمتع الأقطار العربية بميزة نسبية من حيث جلب السياح من خلال الزخم الكبير للمواقع التاريخية والثقافية والتراثية والدينية من ناحية وأسعارها المنخفضة من ناحية أخرى، إلا أن نصيبها من السياحة العالمية لا يزال أدنى بكثير من إمكاناتها وطاقاتها الكامنة، وما زال قطاع السياحة في معظم الأقطار العربية يواجه معوقات كبيرة تحد من نموه، منها قلة الاستثمارات في البنية التحتية والخدمات الأساسية ونقص الإطارات البشرية المتخصصة، بل الأهم من ذلك الافتقار إلى سياسة موجهة لتنمية قطاع السياحة وترويج وتسويق منتجاته. ولا يخفى على أحد أن قطاع السياحة في الوطن العربي كان وما زال عرضة للتأثر بالتطورات السياسية السائدة في

¹ World Travel and Tourism Council, Economic Impact Of Travel & tourism update November 2011, p 2,3.

² د. ناجي التونسي، مرجع سبق ذكره، ص 6.

المنطقة، كما أن ظهور أسواق سياحية جديدة خاصة في جنوب آسيا وشرقها يعتبر مصدر للمنافسة الحادة للأسواق السياحية العربية.

وقد كان الاهتمام بالسياحة العربية عموما منوطا بالمجلس الاقتصادي والاجتماعي العربي حتى مارس 1996 ، أين أصدر المجلس قراره بإنشاء مجلس وزراء السياحة العرب بهدف دعم العمل العربي المشترك في هذا القطاع الحيوي الهام¹، ولقد برزت في السنوات الأخيرة وعلى ضوء تطورات سياسية إقليمية ودولية الأهمية الملحة لتفعيل مستويات قطاعات السياحة في الدول العربية وأهمية الخدمات السياحية باعتبارها تأتي في مقدمة مساهمة إجمالي قطاع الخدمات في الناتج الإجمالي العربي، كما برزت على ضوء ذلك الهوة الشاسعة بين معطيات أرقام السياحة العالمية وبين أرقام الحصة العربية من السياحة العالمية.

أ/ خصائص السياحة العربية:

يشكل الوطن العربي من مشرقه الآسيوي إلى مغربه الإفريقي كتلة جلب سياحي رئيسية ومرشحة لتكون مركز الجلب الأول على خريطة السياحة العالمية، ولكن إذا استكملت قطاعات السياحة العربية كافة بناها التحتية ووفرت الخدمات الأساسية الداعمة، وهيأت المناخ الاستثماري الملائم على مختلف الأصعدة مثل الأنظمة والتشريعات والقوانين، ارتفاع مستوى الوعي البيئي والوعي السياحي العام وغير ذلك من العناصر المطلوبة، وقد لا تتوافر عوامل الجذب السياحي الأساسية لأماكن أخرى في العالم كما يتمتع به الوطن العربي من عوامل، فهو بموقعه الجغرافي الإستراتيجي من المحيط الأطلسي غربا إلى الخليج العربي شرقا ومن حوض المتوسط شمالا إلى خط الاستواء جنوبا يحتل موقع القلب وهمزة وصل بين القارات، ويتفاعل الموقع الجغرافي للوطن العربي مع عمقه الحضاري والتاريخي كمهد للحضارات القديمة مما يضيف إلى وجوده السياحي ميزة فريدة، تجعله مقصدا هاما ومتنوعا يشد إليه حركة السياحة العالمية ويلبي رغبات مختلف الجنسيات مهما تنوعت ثقافتهم وأذواقهم.²

وليس هذا فحسب فإن موقع الوطن العربي وثراء تراثه الإنساني يحقق لسكانه إلى جانب المردودات الاقتصادية نتائج لا تقل أهمية وذلك مما تثمره حركة السياحة منه وإليه من تواصل

¹ الدليل السياحي العربي، السياحة العربية البينية الواقع والطموحات على الموقع: www.pataq.com/services/index.asp?contents32=1#6, 20-12-2004

² الدليل السياحي العربي، مرجع سبق ذكره.

إنساني ولقاء حضارات، وإسهام رئيسي في توجه عالمي اليوم نحو إرساء أسس السلام وتوثيق العلاقات بين الشعوب وتبادل وتعزيز التنمية المشتركة والمساهمة في حماية البيئة العالمية. إن نصيب البلاد العربية من مجمل السياحة العالمية ضئيل جدا مع أن إمكاناتها ضخمة وكنوزها عظيمة، والتوجه إلى زيادة هذه النسبة يرتبط ارتباطا وثيقا بالعمل على زيادة نسبة السياحة البيئية العربية إلى السياحة البعيدة الوافدة من مناطق خارج الوطن العربي، وذلك لأسباب ومبررات عديدة من بينها أن السياحة البعيدة سريعة التأثير بالأحداث والمتغيرات والإشاعات التي تروجها في معظم الأحوال وسائل الإعلام، التي تضخم من الحدث البسيط قصد التأثير السلبي الشديد على حجم السياحة الأجنبية الوافدة في حين أن المواطن والسائح العربي لا يتأثران بتلك الأحداث والإشاعات بل على العكس من ذلك.

ب/ تطبيق اتفاقية التجارة في الخدمات في الدول العربية:

يواجه مشغلي السياحة في الدول العربية مشكلة رئيسية والتي تواجه غيرها من البلدان النامية، وتتمثل في مشكل نوعية الخدمات المقدمة لمستواها الحالي لا يسمح لها بالمنافسة على النطاق العالمي لذا عليها اتخاذ عدة تدابير لمواجهة العولمة السياحية إضافة إلى بعض الشروط التي يفرضها الاتفاق العام للتجارة في الخدمات ويمكن أن نجمل هذه التدابير في ما يلي:

- يجب تأهيل وإعداد الإطارات البشرية القادرة على إدارة آليات صناعة السياحة بمفهومه الجديد وفق مفاهيم الإدارة الفعالة الإستراتيجية.
- ضرورة إعطاء الإدارة في مختلف المجالات السياحية مزيدا من الحرية في اتخاذ القرارات السليمة والمناسبة لمواجهة المواقف المختلفة، و تطوير هذا النشاط لإيجاد المناخ المناسب للإبداع والتطوير.
- زيادة حوافز الاستثمار السياحي لتشجيع رؤوس الأموال الوطنية والأجنبية للدخول بجدية، وبدون خوف أو تردد في مجالاته المختلفة بشكل يخدم احتياجات واتجاهات الطلب السياحي العالمي.
- التركيز على إعطاء العنصر البشري في القطاع السياحي الأولوية من حيث تأهيله وتدريبه ورفع مستوى أدائه.

- الاهتمام بحل المشكلات التي تواجه قطاع السياحة حلا جذريا وأهمها المرافق الأساسية والخدمات السياحية ومشكلة التلوث بأنواعه، الجرائم السياحية... الخ.
- تطوير الصناعات المرتبطة بالسياحة لما تحققه من عوائد اقتصادية للبلد في الخارج.
- الاهتمام بالتسهيلات السياحية وتطويرها مثل:

* الرقابة على الخدمات السياحية.

* النهوض بمرافق البنية التحتية الأساسية.

* زيادة منافذ الوصول " المطارات."

* الأخذ بآليات التسويق المعاصر.

* تطوير مراكز المعلومات السياحية.

- إن الجودة هي معيار السبق في عالم اليوم والفوز بمستقبل أفضل في عالم السياحة، لذا يجب على البلدان العربية الأخذ بأساليب الجودة وتطوير الخدمات ورفع كفاءاتها، وتقديم برامج متميزة ومتنوعة من خلال شركات متخصصة عالمية ومحلية، وأن تعمل على تبادل المعلومات الفنية والإدارية والتسويقية حتى يمكنها زيادة التدفق السياحي إليها.¹ كما ينبغي أن تتعاون الأقطار العربية مع المنظمة العالمية للسياحة التي تقدم المساعدة للبلدان الأعضاء فيها عند التفاوض بشأن التزاماتها بموجب الاتفاق العام للتجارة في الخدمات، وينبغي كذلك التعاون خلال فترة المفاوضات وأن تعزز موقفها التفاوضي، وينبغي أن تشهد هذه الجهود تأسيس منظمة عربية إقليمية للسياحة بهدف تنسيق السياسات المتعلقة بالسياحة وتنسيق المواقف خلال المفاوضات ليس فقط فيما يتعلق بالاتفاق العام للتجارة في الخدمات بل كذلك خلال المؤتمرات والاجتماعات العربية الإقليمية والدولية الأخرى.

المطلب الرابع: الآثار الناجمة عن السياحة:

1/ الآثار الإيجابية:

(أ) 1- الآثار الاقتصادية:

¹ يسري دعبس، مرجع سبق ذكره، ص 155.

- توفير فرص عمل كثيرة: بما أن البطالة هي التحدي الاقتصادي الاجتماعي الرئيسي الذي واجه حكومات العالم حيث حاولت بشتى الطرق إيجاد فرص عمل، و مع ندرة الفرص و محدوديتها في القطاعات التقليدية تظهر صناعات الخدمات مخرجا رئيسيا، نظرا لما تقدمه من وظائف جديدة.¹

- السياحة و التنمية الاقتصادية: تلعب السياحة دورا مهما في تحقيق التنمية الاقتصادية من خلال ما تحققه من فوائد عديدة تعود على المجتمع بواسطة الاستثمارات الموجهة للسياحة. و باعتبار السياحة مصدر من مصادر الدخل القومي التي تساهم في حل بعض المشكلات الاقتصادية و الاجتماعية مما جعلها مرتبطة بالتنمية الاقتصادية لأنها تمثل أحد الصادرات المهمة غير المنظورة، لذا اهتمت بها المنظمات العالمية الاقتصادية التي أصبحت تنظر إلى السياحة على أنها عامل مهم من عوامل التقريب بين الثقافات العالمية.

- السياحة مصدر من مصادر العملات الأجنبية: السياحة بكل أنواعها تشكل مصدرا رئيسيا من مصادر اكتساب العملات الأجنبية بما ينفقه السائح على السلع و الخدمات من عملات أجنبية.² ويمكن تلخيص بعض أنواع التدفقات من النقد الأجنبي الناتج عن السياحة في الآتي:³

- مساهمة رؤوس الأموال الأجنبية في الاستثمارات الخاصة بقطاع السياحة (بناء الفنادق القرى السياحية .. الخ) .
- المدفوعات السياحية التي تحصل عليها الدولة مقابل منح تأشيرات الدخول إلى البلاد.
- فروق تحويل العملة و الإنفاق اليومي للسائحين مقابل الخدمات السياحية.

¹ نعيم ظاهر، سراب إلياس، مرجع سبق ذكره، ص 79-80، بتصرف.

² نعيم ظاهر، سراب إلياس، مرجع سبق ذكره، ص 82-84، بتصرف.

³ علي موفق، مرجع سبق ذكره، ص 15.

– «السياحة عنصر أساسي في ميزان الحسابات و الازدهار المالي للدول، فهي تحافظ على سعر الصرف و الظروف النقدية عن طريق دخول العملات الأجنبية لخزائن الدول السياحية»¹.

(أ) 2- الآثار الاجتماعية:

- السياحة والتنمية الاجتماعية: أصبحت السياحة أكثر من صناعة لأن للعنصر البشري فيها أهمية كبيرة فإذا كانت الصناعة تستهدف الاستجابة لمطالب الإنسان فالسياحة هي حياة الإنسان نفسه لأنها تستهدف استعادة لياقته الذهنية والعصبية فالسياحة صناعة بشرية من الدرجة الأولى وتحقق الرفاهية للمجتمع كما تمثل أهمية بالغة في تأكيد حق الإنسان بوقت الفراغ وتعتبر أداة لتعميق الانتماء وتنمية الوعي القومي والاعتزاز بالوطن، وتساهم في بناء شخصية الإنسان كما تعتبر السياحة وسيلة حضارية لتنمية الثقافة بين الشعوب والمجتمعات المختلفة حيث تكتسب الدول السياحية المهارات الثقافية والخبرات المختلفة من سائحي الدول القادمين إليها مثل اللغة، وأيضا تعمل السياحة على تقليل الفوارق بين الأفراد مما يحقق التطور الاجتماعي، كما تعمل على تنمية الاهتمام بالقيم الحضارية في الدول المستقبلية للسائحين (المعالم الفنية البارزة) والمعالم الحضارية المرتبطة بالنمو والازدهار السياحي، كما ينشأ التطور الاجتماعي بين أفراد المجتمع في الدول المستقبلية للسائحين نتيجة الاحتكاك المباشر بين السائحين أنفسهم وبين أفراد المجتمع سواء في أماكن الإقامة (الفنادق... إلخ) أو المحلات العادية والسلع السياحية أو في أثناء التجول في

¹ Weiler A. Le tourisme, facteur économique mondial ,Annales de Géographie. 1932, t. 41, n°232. p. 402-405. Publie sur : http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/geo_0003-4010_1932_num_41_232_10797. بتصرف.

المناطق السياحية، ويأخذ هذا التطور أشكالاً مثل اكتساب أفراد المجتمع لعادات وقيم سليمة من السائحين مثل احترام القوانين والنظام وآداب السلوك.¹

أ) 3- الآثار السياسية:

يقول د/ بطرس غالي الأمين العام للأمم المتحدة السابق أن السياحة لم تعد من الرفاهية بل يجب اعتبارها عنصراً مهماً في تواصل المجتمع الدولي، و تضامن الأسرة الدولية. فالسياحة تعزز فرص السلام و التفاهم من حيث تأثيرها في تعزيز سبل التواصل الإنساني و التفاعل الحضاري و الثقافي. من هذا المنطلق ظهرت أهمية السياحة و تأثيرها السياسي الكبير في تحقيق التفاهم و التجاوب و التلاحم بين شعوب الدول المختلفة على الرغم مما فيها من جنسيات مختلفة و مذاهب اقتصادية و سياسية متعددة.

و قد انعقد في عمان مؤتمر دولي تحت شعار السياحة من أجل السلام، و دعي إليه كبار القائمين على صناعة السياحة في العالم كمنظمة السياحة العالمية و المجلس العالمي للسياحة و السفر و المعهد الدولي للسلام من أجل السياحة.²

أ) 4- الآثار البيئية:

هناك سبب هام لتوجيه اهتمام خاص إلى السياحة داخل سياق السياسات العامة البيئية، و هو تلك العلاقات الخاصة المتبادلة بين صناعة السياحة و البيئة. فعلى خلاف معظم الأنشطة الاقتصادية الأخرى، يعتمد ازدهار صناعة السياحة بذاته بشدة على نوعية البيئة. ذلك أن السياح يبحثون بصورة متزايدة عن الأماكن الجذابة غير الملوثة لكي يقوموا بزيارتها، كما أن الانخراط في السياحة يمكن أن يجعل السكان المحليين أكثر إدراكاً للحاجة إلى الحفاظ على البيئة، إضافة إلى أن البيئة المرتفعة الجودة جزء رئيسي من المنتج السياحي، فيمكن أن تكون حليفاً لعملية حفظ البيئة و قوة اقتصادية و سياسية داعمة لها.³

من أجل تطبيق نظام بيئي متكامل، و وصولاً للسياحة المستدامة التي تهدف لتحقيق الالتزام بالقوانين البيئية المحلية، و تخفيض مصاريف التشغيل من خلال الاستخدام الأمثل للموارد

¹نعيم ظاهر، سراب إلياس، مرجع سبق ذكره، ص 85-88، بتصرف.

²نعيم ظاهر، سراب إلياس، مرجع سبق ذكره، ص 94، 95، بتصرف.

³أحمد محمود مقابلة، مرجع سبق ذكره، ص 118، بتصرف.

الطبيعية و لتحسين صورة المنشأة أمام السائحين ظهرت اتجاهات حديثة في الاهتمام بالبيئة تحت شعار حماية البيئة اليوم استثمار الغد، و من بين هذه الاتجاهات الحديثة نجد:¹(شهادة السياحة الخضراء، شواطئ الراية الزرقاء، الفنادق الخضراء، فكرة الفندق البيئي، شهادة الإيزو 14000 لضمان الجودة البيئية).

2/ الآثار السلبية:

تعمل السياحة على خلق آثار اقتصادية سلبية في بعض الأحيان أهمها:

- تجذب السياحة أعداد كبيرة من العمالة من قطاعات أخرى كالصناعة والزراعة، كونها توفر رواتب وظروف عمل أفضل كما أن هناك مشكل العمالة الموسمية.
- تمركز المعطيات السياحية في مناطق دون أخرى داخل الدولة يؤدي إلى زيادة الفوارق الاقتصادية والاجتماعية بين هذه المناطق.
- تتراجع الفوائد الاقتصادية للسياحة إذا كانت المرافق ملكا لمستثمر أجنبي و يعمل بها عمال وافدون والخدمات والمواد اللازمة للنشاط مستوردة من الخارج.
- تعتبر السياحة مصدرا هاما للعملات الصعبة في الدول السياحية لكن تشتكي الدول غير السياحية من أنها تلاحظ نقصا في رؤوس أموالها دون مقابل أو عائد.

من الآثار السلبية اجتماعيا وثقافيا نجد:²

- التحولات الاجتماعية: النشاط السياحي يتطلب الاهتمام بالمناطق السياحية المختلفة و تعميرها و تتميتها و إعدادها لاستقبال السائحين بما في ذلك من أماكن إقامة مختلفة و يتولد

¹ نعيم ظاهر، سراب إلياس، نفس المرجع السابق، ص 95، 96 .

² نعيم ظاهر، سراب إلياس، مرجع سبق ذكره، ص 97-99 .

عن ذلك قيم و تقاليد جديدة و غير مألوفة بصورة سريعة و مفاجئة بالنسبة لسكان هذه المناطق تختلف عن موروثاتهم الحضارية و الاجتماعية التي نشئو و تربوا عليها مما يؤدي إلى تحولات و تغييرات جذرية في هذه المجتمعات.

- انتشار عوامل الفساد و التدهور الاجتماعي و الأخلاقي: بعض الدول تعاني من انخفاض مستويات المعيشة، و نقص الإمكانيات المتاحة في الوقت الذي تقد إلى هذه الدول أنماط مختلفة من السائحين بعاداتهم الاستهلاكية و قدراتهم المالية مما يؤدي إلى اتجاه نسبة من أبناء هذه الدول إلى محاولة تحقيق مكاسب مادية سريعة و إن كانت بوسائل غير مشروعة، فتظهر عند كافة الوسطاء و المستغلين للسائح في مختلف المجالات و المروجين بعض صور الانحراف تحت مسميات متعددة مثل التسلية و الترفيه و المتعة و الراحة.

- التصادم الثقافي: نتيجة التعارض و الاختلاف بين الأفكار و الأساليب الغالبة في المجتمع و القادمة من الخارج و أحيانا لسلوك بعض السائحين و تصرفاتهم التي لا تعبر بالضرورة عن أسلوب حياتهم اليومية في بلادهم و إنما ذلك راجع لأسباب منها الميل إلى حب المغامرة، و حب الاستطلاع، الأمر الذي يؤدي إلى إثارة الشعب المضيف و ضيقه، و هذا الضيق و الرفض سلبي للسياحة بكل معانيها.

أما فيما يتعلق بالآثار السلبية للسياحة على البيئة نجد:¹

- انبعاث غازات الدفيئة و الملوثات الأخرى مما يسهم في الإضرار العالمي و تغيير المناخ و الإضرار بنوعية الهواء المحلي. و ينتج ذلك بصورة رئيسية عن استخدام النقل الجوي و البري لأغراض السياحة. و تشير التقديرات إلى أن السياحة يمكن أن تسهم بنسبة تصل إلى 5.3% من انبعاث غازات الدفيئة الاصطناعية، و يعزي إلى النقل 90% من هذا الإجمالي.

- إقامة مرافق سياحية في البيئات الحساسة مما يؤدي إلى التدهور المادي للأراضي و فقدان التنوع البيولوجي، و تدمير المناظر الطبيعية. كما أن فقدان البيئات السياحية الطبيعية هي الأشد خطورة من بين نتائج النمو السياحي.

- تشغيل مرافق السياحة يؤدي إلى استخدام الموارد غير المتجددة أو الثمينة كالمياه العذبة و أنواع الوقود الأحفوري و بالتالي توليد الملوثات و النفايات.

¹ أحمد محمود مقابلة، مرجع سبق ذكره، ص118-119، بتصرف.

المبحث الثالث: المنظمات و المؤسسات السياحية:المطلب الأول: المنظمات العالمية للسياحة:

أدى التطور الكبير في مجال السياحة العالمية إلى البحث عن نظام علاقات دولية منظمة لغرض التنسيق فيما بينها في مجال التخطيط والبحوث والتسويق العالمي للسياحة، ومع تعاظم دور السياحة واتساع رقعتها تعاظمت المشاكل التي تواجه القائمين عليها في مختلف الدول كما جلبت في نفس الوقت اهتمام أصحاب الرأي والقرار فيها إلى أهمية التعاون الدولي في هذا المجال مما أدى إلى الاعتماد على المنظمات الفاعلة فيه، وأهم دواعي إنشاء هذه المنظمات ما يلي:¹

- تعاظم الحركة السياحية الدولية واشتداد المنافسة وفرص الاحتكاك الدولي.
- مشكل النقود التي تتميز بها السياحة كصادرات غير منظورة دون غيرها، حيث أن الأموال تنتقل في جيوب السياح من بلد لآخر وليس على الورق بواسطة اعتمادات مصرفية أو اتفاقيات.
- مشاكل الجمارك والجوازات والتأشيرات مسألة قائمة بالنسبة للسياح بصفتهم أشخاصا طبيعيين وليسوا سلعة مادية.
- مفهوم المنظمة الدولية: تنشأ المنظمة الدولية بمقتضى اتفاقية تعقد بين الدول الموقعة و المنظمة لها (الدول الأعضاء). و الأعضاء هم الدول المختلفة أو الجهات التي تنتمي لهذه الدول و تمثلها تمثيلا كاملا.
- و يكون للمنظمة الدولية ثلاثة أجهزة:²

- الجهاز العام للمنظمة: تمثل فيه الدول الأعضاء على قدم المساواة.
- الجهاز التنفيذي: تمثل فيه الدول بشكل محدود، و يتولى مسؤولية اتخاذ القرارات المختلفة.
- الجهاز الإداري: و يختص هذا الجهاز بإعداد الاجتماعات و الجلسات و متابعة تنفيذ القرارات المختلفة.

¹ منال عبد النعم مكية، السياحة تشريعات و مبادئ، دار الصفاء للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2000، ص 109.

² نعيم ظاهر، سراب إلياس، مرجع سبق ذكره، ص 49، 48.

* تنقسم المنظمات الدولية إلى منظمات حكومية و أخرى غير حكومية.

1/ المنظمات الحكومية:

تتمثل المنظمات الحكومية في هيئات دائمة يتم إنشاؤها بموجب اتفاق دولي، تتمتع بإرادة ذاتية و مزودة بنظام قانوني متميز وبأجهزة مستقلة تمارس المنظمات من خلالها نشاطها لتحقيق الهدف المشترك الذي من أجله تم إنشاؤها، ومن أهمها ما يلي¹:

المنظمة العالمية للسياحة (WTO):

تعتبر المنظمة العالمية للسياحة أكبر منظمة متخصصة في مجال السياحة في العالم، تأسست سنة 1946 في لندن حيث أطلق عليها اسم الاتحاد الدولي لمنظمي السفر (IUOTO) وأصبحت تسمى المنظمة العالمية للسياحة بداية من سنة 1974 مقرها مدريد بإسبانيا وهي وكالة تنفيذية لبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي التابع للأمم المتحدة، و تضم 144 دولة و 7 أقاليم و 300 عضو منظم إليها يمثلون القطاع الخاص ومؤسسات التعليم والجمعيات المهنية المختصة في السياحة والسلطات السياحة المحلية. تعقد المنظمة اجتماعها كل عامين، و هو لقادة العالم و خبراء السياحة لتبادل الأفكار و الخبرات حول أحدث اتجاهات السياحة و استراتيجيات تنميتها.

الاتحاد الدولي للنقل الجوي (I.A.T.A):

بعد الحرب العالمية الثانية و لازدياد عدد المسافرين بالطائرات و لتسيير خطوط جوية دولية عبر القارات و بين مختلف بلدان العالم و لتعدد شركات الطيران التي تقوم بالنقل الجوي بين الدول المختلفة كان من الضروري وجود منظمة دولية ترعى مصالح كل من شركات الطيران و المسافرين على خطوطها و حقوقهم. لذلك أنشأت منظمة الأياتا عام 1945 في هافانا- كوبا و مقرها حاليا كندا و يفوق عدد أعضائها 250 عضوا، و الأياتا منظمة ديمقراطية غير سياسية و العضوية فيها اختيارية.²

الاتحاد الدولي لوكالات السفر (UFTAA):

¹ حيزية حاج الله، مرجع سبق ذكره، ص 95، بتصرف.
² نعيم ظاهر، سراب إلياس، مرجع سبق ذكره، ص 50، بتصرف.

يعتبر من أهم المنظمات الدولية الكبرى العاملة في مجال تنظيم العلاقات المهنية بين قطاعات السياحة والنقل والفنادق على أسس وقواعد قابلة للتطبيق دولياً، كما يعنى بتنظيم العلاقات بين القطاع السياحي والفندقي ومنظمات وهيئات السياحة الرسمية، يضم اتحاد شركات السياحة في البلدان الأعضاء وأكبر شركات السياحة والفنادق والنقل، يعقد الاتحاد اجتماعات دورية يتناول فيها العلاقات بين شركات السياحة والفنادق والنقل وتنظيم عملية تسوية عمولات الحجز وأساليبه وضمانات حديثة ووسائل تنمية وتنشيط السياحة الدولية خاصة في ظل المتغيرات الدولية الراهنة¹. لقد تأسس هذا الاتحاد سنة 1966 باندماج منطمتين دوليتين هما الاتحاد الدولي لوكلاء السياحة و المنظمة الدولية لوكلاء السفر، و يعتبر هذا الاتحاد الممثل الوحيد في العالم لوكلاء السفر و مقره في بروكسل- بلجيكا.

لجنة السفر الأوروبية (E.C.T):

أنشئت سنة 1948 للمساعدة في بناء اقتصاد دول أوروبا الغربية بعد الحرب العالمية الثانية، وشكلت قسماً خاصاً للتنسيق بين المنظمات السياحية الوطنية للدول الأعضاء وعددهم 23 دولة، وتعمل في مجال بحوث وتسويق وتوحيد السياسات بينها في المجال السياحي².

المنظمة الدولية للطيران المدني (I.C.A.O):

أنشئت هذه المنظمة عام 1944 في شيكاغو بالولايات المتحدة الأمريكية، و هي منظمة حكومية للطيران المدني، تعتبر منظمة متخصصة في مهمة التعاون على وضع قواعد الطيران المدني وتهدف إلى توحيد الملاحة الجوية ووسائل الأمان الجوي والمطارات الدولية بالإضافة إلى تسهيل الدخول والخروج من المطارات. تتبع هذه المنظمة منظمة الأمم المتحدة³.

2/ المنظمات غير الحكومية:

تنشأ هذه المنظمات بدون معاهدة دولية ويشترك فيها هيئات وشركات ومؤسسات ومصالح كما يمكن للحكومات المشاركة بصفتها الشخصية لا الرسمية، يشترط فيها أن لا تهدف إلى تحقيق

¹ محي محمد مسعد، الإطار القانوني للنشاط السياحي و الفندقي، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية-مصر، 2002، ص 148، بتصرف.

² منال عبد المنعم مكية، مرجع سبق ذكره، ص 113.

³ نعيم ظاهر، سراب إلياس، مرجع سبق ذكره، ص 54، بتصرف.

ربح مادي وأن لا تكون على شكل شركات تجارية كما أنها تخضع للقانون المحلي للبلد الذي تقع فيه¹، وأهم هذه المنظمات نجد:

الجمعية الدولية للفنادق (I.H.A.R):

أنشئ في عام 1964 بمدينة انجلترا، و لقد حل محل الاتحاد الدولي للفندقين المؤسس منذ عام 1869²، و هي عبارة عن منظمة فندقية دولية خاصة مقرها الدائم باريس تضم عضويتها معظم الفنادق في العالم، و هي منظمة مهنية دولية تستهدف تسهيل الاتصالات وتبادل الأفكار بين الفنادق والمطاعم في مختلف دول العالم، بالإضافة إلى قيامها بدراسات وبحوث في مختلف نواحي الفندقة³.

الأكاديمية الدولية للسياحة (I.A.T):

تأسست سنة 1951 تهتم بإعداد الدراسات السياحية وما يساهم في تطوير السياحة وتنشيطها، وهي تضم أعضاء من الشخصيات البارزة في عالم السياحة يصل عددهم إلى 30 عضوا بالإضافة إلى خبراء في المجال⁴. و تهدف إلى الاهتمام بالأنشطة السياحية و تشجيع الأنماط المتنوعة للسياحة و بدعم التعليم السياحي و الدراسات و النشرات و القواميس السياحية الدولية.

المجلس العالمي للسياحة و السفر (W.T.T.C):

تأسس سنة 1990 يتألف من شركات عالمية رائدة في مجال الطيران، الفنادق، النقل ومكاتب السفر، ويهدف كمنظمة قطاع خاص لإحداث تعامل مع القطاع العام وتحسين التعريف بأهمية السياحة بالإضافة إلى إلغاء العوائق التي تحد من نمو النقل الجوي⁵ و المجلس عبارة عن تحالف عالمي لكبار صناع القرار في كل قطاعات صناعة السياحة و السفر على مستوى العالم في فروع النقل و الإعاشة والترويج و الخدمات السياحية.

الاتحاد الدولي للخبراء الاختصاصيين العلميين في السياحة (A.I.E.S.T):

¹ منال عبد المنعم مكية، نفس المرجع، ص 114.

² نعيم ظاهر، سراب إلياس، نفس المرجع السابق، ص 61، بتصرف.

³ محي محمد مسعد، مرجع سبق ذكره، ص 149، بتصرف.

⁴ حيزية حاج الله، مرجع سبق ذكره، ص 97.

⁵ صلاح الدين خربوطلي، مرجع سبق ذكره، ص 284.

لقد أنشئ في عام 1949 بسويسرا، و يهدف إلى تنظيم المؤتمرات المختلفة التي تهتم بالعمل السياحي و تناقش مشكلات و طرق القضاء عليها أو علاجها و إلى دعم الأنشطة و المعاهد السياحية، و العمل على زيادة عددها، و إلى تنمية التعاون و تبادل الخبرات العلمية و المتخصصة في مجال السياحة. و تضم عضوية الاتحاد عددا من الخبراء و الأساتذة البارزين في عالم السياحة إضافة إلى الأعضاء العاديين و الأعضاء الفخريين.¹

الاتحاد الدولي للصحفيين و الكتاب السياحيين (F.I.J.E.T):

أنشئ في عام 1945 و مقره باريس، و يهدف إلى تنظيم متنوع لأعضائه للمناطق و المنشآت السياحية الجديدة، و الاهتمام بالمؤتمرات و الندوات و اللقاءات التي تعنى بالسياحة و أنشطتها و مشكلاتها إضافة إلى تيسير المهام المختلفة التي يكلف بها الصحفيون و الكتاب السياحيون.

* الهيئات و المنظمات الإقليمية الحكومية و غير الحكومية العاملة في مجال السفر و السياحة:²

- الاتحاد الإفريقي للنقل الجوي.
- الاتحاد العربي للنقل الجوي.
- الهيئة العربية للطيران المدني.
- المجلس الوزاري للسياحة.
- منظمة الشرق الأوسط و البحر الأبيض المتوسط للسفر و السياحة.
- اتحاد المنظمات السياحية لأمريكا اللاتينية.
- اتحاد السفر لشرق آسيا.
- اتحاد السفر لمنطقة الباسفيك
- الاتحاد العربي للسياحة و الفنادق.
- الاتحاد العربي لمنظمات و وكالات السياحة و السفر.

¹ نعيم ظاهر و سراب إلياس، مرجع سبق ذكره، ص 65.
² نفس المرجع، ص 67-75، بتصرف.

- اتحاد الكتاب السياحيين العرب.

المطلب الثاني: شروط إنشاء المنظمات العالمية للسياحة و أهم أهدافها:

1/ شروط إنشاء المنظمات العالمية للسياحة:

يرى أساتذة القانون أن هناك عدة شروط لابد من توافرها في المنظمة الدولية منها:¹

- المشروعية: أي أن تكون أهدافها متفقة مع أحكام القوانين الدولية المختلفة و العرف و القيم و التقاليد العالمية السائدة.

- التنظيم: و يتضمن عنصرين أولهما هو الاستمرارية و الدوام، فلا يمكن أن توجد منظمة دولية إلا إذا كان لها وضع يستمر ما دام ميثاقها قائما، و الثاني هو الإدارة المستقلة للمنظمة في حدود اختصاصاتها و أهدافها التي ينص عليها ميثاقها الصادر عن الدولة المؤسسة لها أو الأعضاء، و تعتبر هذه الإدارة المستقلة للمنظمة الصفة التي تميزها عن المؤتمرات الدولية.

- الدولية: و المقصود بها أن تتكون عضوية المنظمة من الدول المختلفة أو من جهات تنتمي لهذه الدول و تمثلها تمثيلا كاملا.

* إضافة إلى هذه الشروط تضع كل منظمة حكومية كانت أو غير حكومية شروط تسمى بشروط الانضمام تتوافق مع أغراض و أهداف قيام هذه الأخيرة.

2/ الأهداف العامة لقيام المنظمات الدولية:

يتلخص الدور الذي تقوم به المنظمات السياحية في الآتي:

- رسم السياسة العامة لصناعة السفر و السياحة.
- تنشيط الأنشطة السياحية و تنميتها.
- دراسة التسهيلات الخاصة بالنشاط السياحي.
- التعاون و التشاور بين أعضاء المنظمة فيما يتعلق بالنشاط السياحي.
- المحافظة على مصالح الأعضاء.
- تبادل المعلومات و الخبرات الخاصة بنشاط المنظمات.

¹ نعيم ظاهر و سراب إلياس، مرجع سبق ذكره، ص 49.

- المساهمة في حل المشاكل و حل النزاع بين الأعضاء.
 - التعرف على التطورات الحديثة في الصناعة.
 - القيام بالدراسات و البحوث الخاصة بالنشاط السياحي.
 - التعاون مع المنظمات الأخرى و الحكومات بشأن النشاط السياحي.
- إضافة إلى هذا تعمل هذه المنظمات على:¹

- جمع الأطراف المعنية بالسياحة لتحديد مشاكلهم والاتفاق على وسائل التغلب عليها لغرض المصلحة العامة لهم.
- تهذيب المنافسة خاصة بين الدولة التي تربطها علاقات الجوار، حيث تقوم هذه الدول بجهود إعلامية مشتركة ثم تجتهد كل دولة في جلب السياح إليها لتفادي نتائج المنافسة الضارة بينهم.
- توحيد الأسس الإحصائية في جميع الدول.
- إيجاد التشريعات السياحية الدولية المشتركة التي تكمل القوانين المحلية لكل دولة.
- رفع مستوى المهنة والعاملين بها ونشر الدراسات العلمية للسياحة.
- تقديم المعلومات والإرشادات حيث تتيح الفرصة لموقع جديد أن يستفيد من خبرات و تجارب مواقع أقدم، ومن استشارة المهنيين الخبراء في السياحة.
- تقديم دعم مباشر حيث أن التنمية السياحية تحتاج إلى استثمارات ضخمة في مجالات عديدة كتحسين البنية التحتية، تأهيل وتدريب الموارد البشرية، الإسكان، الترويج، وهذه الأموال تفوق قدرات الدولة عادة مما يجعلها تطلب الدعم والمساعدة من طرف هذه المنظمات.²

3/ أهم إنجازات بعض المنظمات الدولية:

أهم إنجازات منظمة الأيأتا:³

ü وحدت لغة التخاطب بين شركات الطيران العالمية و جعلتها اللغة الانجليزية.

¹ منال عبد المنعم مكية، مرجع سبق ذكره، ص 110.

² صلاح الدين خربوطلي، مرجع سبق ذكره، ص 278.

³ نعيم ظاهر و سراب إلياس، مرجع سبق ذكره، ص 52، بتصرف.

- ü توحيد المطبوعات و المستندات المستخدمة في مجال السفر مثل شكل التذكرة.
 - ü وحدت الرموز الدولية المستخدمة في شركات الطيران.
 - ü وضعت لوائح و قوانين لتنظيم العلاقة بين المسافرين و شركة الطيران و بين شركات الطيران و بعضها بعضا و وحدت مسؤولية شركات الطيران المالية و التعويضات من قبل الركاب و جعلت من تذكرة السفر عقدا بين المسافر و شركة الطيران.
 - ü وحدت إلى حد كبير الخدمة و الواجبات المقدمة على الطائرات.
 - ü وضعت ضوابط لشركات السياحة في العالم التي تطلب العضوية في المنظمة.
- * أهم إنجازات المنظمة العالمية للسياحة:¹
- ü ترويج وتطوير السياحة كوسيلة تساهم في نشر السلام والتفاهم العالمي والتنمية الاقتصادية والتجارة الدولية.
 - ü تطوير الاتجاهات الإستراتيجية العالمية للسياحة الدولية والمحلية.
 - ü التعاون التقني للدول الأعضاء في مجال السياحة والسفر.
 - ü العمل على تقوية التعاون الدولي في مجال السياحة والسفر.
 - ü النهوض بالسياحة العالمية بكافة الوسائل وتحسين الأحوال السياحية والربط بين الهيئات السياحية المختلفة وتسهيل تبادل المعلومات السياحية للدول الأعضاء.
 - ü الاتصال الوثيق بوكالات الأمم المتحدة المتخصصة والتعاون معها في مجال برامج التنمية السياحية.
 - ü إعداد الإحصائيات السياحية المتعلقة بالدول الأعضاء.

المطلب الثالث: تعريف المنشآت السياحية و أنواعها:

1/ تعريف المنشآت السياحية:

هذا المصطلح حسب معجم المصطلحات السياحية و الفندقية يطلق على منشأ الإقامة و كذا مشاريع الاستقبال السياحي و مكاتب المعلومات السياحية، وكلاء السفر و الشركات السياحية، مكاتب إيجار السيارات، مترجمين، أدلاء سياحيين، المسارح، الملاهي، السينمات، و هذه

¹ حيزية حاج الله، مرجع سبق ذكره، ص 95.

الخدمات تختلف من بلد لآخر و حسب مستوى تقدم البلد، و تعتبر كالبنية الفوقية للسياحة، و تستطيع التقدم و الاستمرار في تقديم خدمات سياحية متميزة.¹

2/ أنواع المنشآت السياحية:

أ- شركات الطيران: هي الوسيلة الناقلة للسياح من مكان لآخر، من خلال توفير نقل جوي فيه الراحة و الأمان و الخدمات المكملة مثل التلفزيون و الهاتف و النوم....إلخ. و تعتبر شركات الطيران أهم طرق الترويج العالمي و تعتبر هذه المنشآت سفيرة لبلدها، حيث تهبط كل يوم في مطار بلد غير بلدها و تحمل معها كل حضارة بلدها و قيمها فهي الواجهة الحقيقية للبلد.² و يعتمد عامل الربحية في النقل الجوي على حمولة الطائرة أي معدل الأعمال إضافة إلى وزن أمتعة المسافرين.

و تنقسم شركات الطيران إلى:³

- مكتب المدينة: و يقسم إلى:
 - قسم خدمة العملاء (قسم الحجز، قسم التذاكر، قسم المبيعات).
 - قسم إدارة الشركة (القسم المالي، القسم الإداري).
- مكتب المطار: و يقسم إلى:
 - مكتب المراجعة، إدارة الشحن، مكتب الحقايب المفقودة.
- مكتب خدمة خاص بعمليات الشركة: و يقسم إلى:
 - قسم ضبط الحمولة، الصيانة، الضيافة، الوثائق.

ب- الأدلاء السياحيون: الدليل هو بمنزلة السفير لبلده المضيف حيث يكون الواجهة الحقيقية للبلد أمام الضيوف و هو الذي يعطي الانطباع الأول و الأخير للمضيف لأنه يتكلم بلغته الأم، لذا لا بد أن يتم اختياره من قبل وزارة السياحة التي تضع شروطا حتى يتم اجتيازهم للامتحان (اللغات و الثقافة و الخلاق و مدى انتمائه

¹ زيد سليمان عبودي، معجم المصطلحات السياحية و الفندقية، دار كنوز المعرفة للنشر و التوزيع، 2006، ص 110.

² زيد منير عبوي، إدارة المنشآت السياحية و الفندقية، دار الراجحة للنشر و التوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2008، ص 13.

³ حسين عطيير و آخرون، إدارة المنشآت السياحية، دار المسيرة للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2002، ص 14-16، بتصرف.

للوطن) كل هذا يتم تحت اختبار خاص ليستطيع الحصول على رخصة مزاوله عمل الدليل السياحي.¹

و من مميزات الدلال السياحي الناجح:²

- مهارات الاتصال مع الضيوف.

- الأمانة الشخصية.

- التنفيذ و الترتيب و التخطيط.

- قوة الشخصية و الثقة في النفس.

- حب الفكاهة و المفاجآت.

- حب العمل و الوطن.

- التنبؤ و معالجة المشاكل.

- سرعة البديهة و الملاحظة.

و يهدف الدليل السياحي إلى:

- مساعدة الزائرين على تنمية وعيهم بمنطقة الزيارة.

- تحقيق إدراك المواطنين لأهداف وطنية و مدى أهمية الموقع بالنسبة للزوار.

- تحقيق أهداف إدارية عن طريق الاستغلال الأمثل للموارد السياحية و

المحافظة على أهمية التراث و تسويقه.

و الأدلاء السياحيون يتبعون مدير قسم السياحة في شركات السياحة و حسب

التعليمات الواردة في القوانين الدولية يصنف الأدلاء إلى:

- دليل عام (لكافة المناطق في المملكة).

- دليل محلي (لموقع سياحي محدد).

ج- المكاتب السياحية: و تتضمن كل من:³

¹ نفس المرجع، ص 19.

² زيد منير عبوي، مرجع سبق ذكره، ص 19.

³ حسين عطير و آخرون، مرجع سبق ذكره، ص 17، بتصرف.

- وكالة السفر و السياحة: و هي المكان الذي يقدم خدمات و معلومات استشارية و فنية و يعمل الترتيبات اللازمة لربط السفر برا و بحرا و جوا إلى أي مكان في العالم.

- موردو الخدمات السياحية: و هم كل من منظمي الرحلات السياحية، شركات الطيران، شركات النقل البحري، منشآت الإيواء، وكالات إيجار السيارات، المطاعم و البارات..إلخ.

* وكيل السفر و السياحة يمثل موردو الخدمات السياحية و يعتبر وكيلهم و يكون ارتباطه معهم بشكل قانوني أما إذا كان هذا الارتباط غير قانوني فيعتبر سمسارا و ليس وكيلًا.

د- المطاعم: يعتبر قسم الأطعمة و المشروبات القلب النابض للفندق و هو من الأقسام المنتجة الرئيسة لأنه يحقق إيرادات كبيرة كما أنه عامل جذب رئيسي للضيوف لما يوفره من خدمات. و يتم التركيز على هندسة المطاعم و تصميمها لأنها تعتبر مسألة أساسية إضافة إلى الجو المناسب من حيث الترتيب و الديكور و الإنارة و الأثاث. و بما أن الخدمة ضرورية جدا خاصة في المطاعم ذات خمسة نجوم، تسعى هذه الفنادق لتدريب عمال الخدمة على إدارة هذا النوع من المطاعم و خدمتها. توجد العديد من المطاعم و التي تختلف بين مطاعم الخدمة السريعة، المطاعم المتخصصة، المطاعم الشرقية، المطاعم الفرنسية، المطاعم الايطالية و المشويات.¹

إن المطاعم المخصصة فعلا لخدمة السياح في المقام الأول مطالبة بتقديم خدمة مميزة و استقبال الزبائن و القيام على راحتهم و تلبية احتياجاتهم ضمن مفهوم الكفاءة في الخدمة و النوعية المميزة في مستوى الخدمات التي تقدمها المطاعم و الاستراحات السياحية.

لهذا يشترط توفر بعض المواصفات في هذه المطاعم منها:

- أن تكون فيها الكراسي و المناضد و اللمبات سليمة.

- أن تكون الإضاءة و التهوية جيدة.

¹ زيد منير عبوي، مرجع سبق ذكره، ص 16.

- أن تكون جدرانها ذات ديكورات و ألوان جذابة.
- أن تكون الأدوات المستخدمة فيها متينة و خفيفة الوزن.
- ه - الفنادق: بما أن الفندق هو أحد مستلزمات الحضارة الحديثة لذا لا يمكن تصور بلد متحضر بدون فنادق و ليس هناك سياحة بدون فنادق و لا فنادق بدون سياحة. حيث تلعب الفنادق الدور الرئيسي في تنمية السياحة، فالسائح يقضي أكبر و أطول مدة في الفنادق من أي مكان آخر في البلد الذي يزوره و هو الانطباع الأول له من حيث الغرفة و الأثاث و الوقت الذي سيقضيه في الغرفة أي بعد انطباعاته عن المطار أو البناء لأنها جميعها مسائل عابرة، كما أن إنفاق السائح في الفندق يصل إلى 50% حتى 70%¹.
- يعرف الفندق على أنه بناية أو مؤسسة تقدم فيها خدمة الطعام و الشراب و الإقامة و خدمات أخرى لعامة الناس لقاء أجر معين.
- تصنف الفنادق حسب عدة اعتبارات منها:²
 - تصنيف الفنادق من حيث المواقع و يشمل فنادق المدن و السواحل و المطارات و الموتيلات.
 - تصنيف الفنادق من حيث النجوم و يشمل سبعة نجوم و ستة و خمسة و أربعة و ثلاثة و نجمتان و نجمة واحدة.
 - تصنيف الفنادق من حيث الخدمات و تشمل الفنادق التجارية و المقامرة و بيوت الشباب و الفنادق المتحركة و العلاجية و الرياضية.
 - تصنيف الفنادق من حيث أسعارها عالية و متوسطة و رخيصة.
 - تصنيف الفنادق من حيث عدد غرفها و تشمل فنادق كبيرة الحجم و متوسطة و صغيرة.
- و- السلاسل الفندقية: عمل السلاسل الفندقية ليس جديدا في صناعة السياحة، و السلسلة الفندقية معناها إدارة عدة فنادق من شركة واحدة.

¹ حسين عطير و آخرون، مرجع سبق ذكره، ص 22، بتصرف.
² زيد منير عبوي، مرجع سبق ذكره، ص 17-18.

لقد كان هذا تطبيقا اعتياديا لفترة طويلة من الزمن فقد جنى النمو العظيم في السلاسل توسعا خلال السنوات الأخيرة من الحرب العالمية الثانية و بعدها.

أول السلاسل التي بدأت بالنمو بسرعة هي سلسلة شيراتون و سلسلة هيلتون حيث اتخذتا طريقة سريعة للنمو هي شراء الفنادق القائمة بحد ذاتها، و كلا السلسلتين اشتروا أو باعوا فنادق بسرعة حتى تمت الإشارة لهما في الوهلة الأولى بأنهما سمسرة عقارات فنادق عوضا عن إدارة فنادق و قد عانوا كثيرا لإثبات أنفسهم على أنهم مديري فنادق بدل سمسرة.¹

و بسبب ضغط المنافسة من قبل السلاسل الفندقية على الفنادق المستقلة الأخرى واجهت هذه الفنادق تحديا كبيرا في إدارة أعمالها و كانت المواجهة مضاعفة من جهة السلاسل و الموتييلات التي خطت خطوات سريعة و واسعة في تطوير أعمالها. لعبت التطورات في المجالات المالية و الادارية دورا مهما في توسيع عمل السلاسل الفندقية.

• الإيجابيات الساسية لسياسة سلسلة الفنادق:²

- الشراء: يتم شراء كل الحاجيات الضرورية بكميات كبيرة من قبل الشركة الأم ثم توزع على الفنادق التابعة للسلسلة و هذا بدوره يساعد على توفير كميات كبيرة من الأموال نتيجة الحصول على الخصم.
- الأفراد: تستطيع السلسلة أن توفر إطارات متخصصة لكل عمل من أعمال الفندق و يكون ذلك سهلا و بأقل التكاليف بسبب توزيع مصاريفه على كل الفنادق التابعة للسلسلة.
- التسويق: تستطيع سلسلة الفنادق التمتع بالإعلان في المجالات و الصحف على مستوى الدولة كلها بتكاليف قليلة نسبيا، فالإعلان عن فندق سلسلة معينة هو لإعلان عن كل فنادق السلسلة لأنها تحمل اللإسم التجاري نفسه و تقدم مستوى متقارب من الخدمات.

¹ حسين عطير و آخرون، مرجع سبق ذكره، ص 23، بتصرف.
² حسين عطير و آخرون، مرجع سبق ذكره، ص 25-27، بتصرف.

ي - المدن و القرى السياحية: تعرف المدينة السياحية بأنها عبارة عن تجمعات سياحية، حيث يحوي كل مجمع على ما لا يقل عن 500 غرفة للسكن و مشيدة من مواد لها قابلية الاستعمال لفترة طويلة، و تهدف لتقديم أفضل الخدمات السياحية و الفندقية لإشباع رغبات السائح.¹ أما القرية السياحية فتعرف بأنها قرية قائمة بحد ذاتها حسب طاقاتها الاستيعابية التي تكون أقل من المدينة السياحية. تعتبر هذه المدن و القرى السياحية ظاهرة حديثة أخذت تنمو بسرعة في الدول النامية كجزء ناجح و متقدم من برنامج التنمية السياحية لديها.²

المطلب الرابع: وظائف، خصائص و أهمية المنشآت السياحية:

1/ وظائف المنشآت السياحية: يمكن تلخيصها في ما يلي:

- تزويد المسافرين بالمعلومات الضرورية (النقل، الطعام، الإقامة، القوانين، تبديل العملة.....)
- بيع تذاكر السفر برا، بحرا و جوا.
- الحجز بالفنادق.
- نقل الأمتعة و شحنها.
- تأجير السيارات السياحية.
- تزويد السياح بكافة المعلومات عن تاريخ البلد المضيف و حضارته و آثاره و طبيعته عن طريق اللغة الأم للسياح.
- مرافقة الزوار إلى كافة الأماكن و نقل الصورة الصحيحة عن الحدث.
- إنتاج و تقديم الطعام و الشراب.
- إقامة الحفلات و المناسبات و المؤتمرات.
- تنظيم رحلات خاصة إلى مناطق الجذب السياحي إما بشكل فردي أو جماعي.
- الاهتمام و التركيز على خدمة العنصر البشري.

¹ زيد منير عبوي، مرجع سبق ذكره، ص 18، بتصرف.
² حسين عطير و آخرون، نفس المرجع السابق، ص 29، 30.

- الخدمات الترفيهية (رياضة، ثقافة، أسواق..).

- خدمات السكرتارية (فاكس، انترنت، ترجمة، مصرف).¹

2/ خصائص المنشآت السياحية:

تتميز المؤسسات السياحية بعدة خصائص و هذه الخصائص تنبثق من خصائص المنتج السياحي بحد ذاته هذا ما يؤهلها للقيام بعدة وظائف و التي من خلالها تهدف للوصول إلى

الغرض الذي أنشأت من أجله و هو تحقيق الربح و إرضاء السائح.²

- الخدمات السياحية هي مزيج من الخدمات الملموسة و الغير ملموسة.

- الخدمات السياحية متنوعة: حيث تعددت تلك الخدمات ما بين الإمكانيات و القدرات لجذب و إثارة العميل لمواقع و أماكن الإقامة و الإطعام بالإضافة إلى أنشطة و خدمات مساعدة مثل النقل و الترفيه.

- تأثر النشاط السياحي بأذواق المستهلكين: حيث يعتبر السائح نقطة جد حساسة للنشاط السياحي لما له من تأثير بالخدمات المقدمة له.

- جغرافية النشاط السياحي: فالنشاط السياحي يتمركز في مناطق جبلية، غابات، مناطق أثرية، شواطئ، مراكز ثقافية، ملاعب رياضية...إلخ.

- موسمية النشاط السياحي: حيث يرتبط أساسا بالعطل، المناخ، استلام الأجر، غير أن هناك بعض الأنشطة السياحية تكون دائمة كالرياضة و المؤتمرات.

- عدم قابلية المنتج السياحي للتخزين: حيث يتم استهلاك الخدمة السياحية في مكان إنتاجها من طرف السائح لذلك لا تتحمل الدولة المضيفة نفقات النقل خارج الحدود.

- التعامل النقدي السريع: النشاط السياحي ذو مرونة سعرية عالمية باعتباره نشاط ذو ارتباط كبير بالسيولة النقدية، فالسائح يستطيع تغيير رأيه عن فندق بمجرد سماعه سعر الليلة الواحدة مثلا.

¹ حسين عطير و آخرون، مرجع سبق ذكره، ص 34-36، بتصرف.
²دليلة مسدوي ، دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تطوير القطاع السياحي -دراسة حالة- ولاية بومرداس، رسالة ماجستير علوم التسيير تخصص: تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الجزائر، 2009، ص 66.

- الاعتماد على النشاط البشري: فالنشاط السياحي يتطلب المهارات و الكفاءات و المواصفات التي تتوفر في العملاء و مقدمي الخدمات.
- السياحة أداة فعالة و مؤثرة على النظام العام: و ذلك لخلق التكامل الاجتماعي و الحضاري على المستوى الدولي و هي سبيل لتنمية الصناعات الأخرى.
- المنتج السياحي قابل للإحلال و المفاضلة: حيث للسائح الحرية في تفضيل خدمة عن أخرى و إحلال منتج عن آخر كإحلال السفر في الباخرة بدلا عن الطائرة أو تفضيل الغابة عن الشاطئ.
- عدم سيادة المنافسة الكاملة: أو حتى احتكار القلة في كثير من الأحيان خاصة لبعض المقومات و الموارد السياحية النادرة، و صعوبة قيام بعض الدول بإنتاج سلع سياحية بديلة مثلا: الصحراء.¹
- عدم قابلية فصل الإنتاج عن الاستهلاك: يكون إنتاج الخدمات السياحية و استهلاكها غير قابلين للفصل، فلا يمكن إنتاج خدمات سياحية في أحد المواقع و استهلاكها في موقع آخر.
- منتج ذو جودة متطورة: فنظرا لكون المنتج السياحي خاضع للدوافع البشرية و هي بدورها تتطور باستمرار، فإن العارض للمنتج يطور منتجه ليتناسب مع الأذواق المتجددة للمستهلكين.

3/ أهمية المنشآت السياحية و شروط استغلالها:

(أ) أهمية المنشآت السياحية: يمكن تلخيصها في:²

- إن المنشآت السياحية تعتبر مكملة لبعضها البعض من حيث تعدد جهات الإنتاج في هذا المجال.
- تكامل المنشآت السياحية و تعدد جهات الإنتاج يجعل من السياحة صناعة متداخلة.
- تخلق المنشآت السياحية إطارات مؤهلة و قادرة على إدارة قطاع حساس يخلق الانطباع الأول و الأخير في نفسية الضيف.

¹ عبد السلام أبو قحف، صناعة السياحة في مصر، المكتب العربي الحديث، الاسكندرية، 1992، ص 17.
² زيد منير عبوي، مرجع سبق ذكره، ص 13.

• تهيئة المنتج المتعدد الجهات و تطوير السياحة الداخلية عبر المحافظة على المقومات الحضارية.

• ترقية السياحة الداخلية تساعد على نجاح السياحة الخارجية التي تجلب الإيرادات العالية من عملات صعبة و تبادل الثقافات و نشر السلام.¹

(ب) شروط استغلال المنشآت السياحية و تسييرها:

(ب)1- شروط الاستغلال: هناك جملة من الشروط التي يجب أن ينفذها صاحب المشروع حتى تكون أعماله في إطار قانوني و المتمثلة:²

- يجب على كل ملاك المؤسسات السياحية أو وكلائها أن يضعوا على كل منها شارة خارجية مشعة تبين نوعها و لافتة تتعلق بصنفها.

- يجب أن تعلق أسعار كراء الغرف و أثمان المأكولات و المشروبات في مداخل المؤسسات السياحية و في مكاتب الاستقبال و الدفع و في الغرف و قاعات الطعام طبقا للنظام الداخلي.

- ينبغي أن يفحص جميع عمال مؤسسات السياحة عند التوظيف و أن يراقبوا صحيا كل سنة.

- يجب على ملاك المؤسسات السياحية أو وكلائها أن يسهروا عند استغلالها على احترام القواعد المقررة في مجال النظافة و الصحة العمومية و الأمن.

- يجب على كل مؤسسة سياحية أن يكون لها سجل ظاهر للملاحظات و الاقتراحات يدعم و يرقم و ترسله كل شهر إلى مصالح مديرية الولاية المكلفة بالسياحة.

- يتعين على ملاك مؤسسات الإيواء أو وكلائها أن يرسلوا كل شهر إلى مديرية السياحة كشوف إحصائية تبين جنسية السائح و جنسه و مهمته و مدة إقامته في مؤسستهم.

¹ حسين عطير و آخرون، مرجع سبق ذكره، ص 34.
² دليلة مسدوي ، مرجع سبق ذكره، ص 70.

- يتم إيداع أمتعة المسافرين أو السياح أو ممتلكاتهم الثمينة في صناديق مؤسسة الإيواء مقابل وصل يبين فيه هوية الشيء المودع و نوعه و قيمته عند الاقتضاء و ساعة الإيداع و تاريخه.

- يجب أن تدون جميع الخدمات التي تقدمها مؤسسات السياحة في فاتورة طبقا للتنظيم المعمول به في مجال الأسعار.

(ب)2- تسيير المنشآت السياحية: يعتبر اصطلاح التسيير في المؤسسة السياحية من المصطلحات التي تحضى باستخدام كبير في المجال السياحي خلال وقتنا الحاضر إلا أن شيوع هذا الاستخدام أدى إلى الخلط بين القدرات المطلوبة لتسيير المشروع السياحي و القدرات المطلوبة لتنفيذ هذا العمل.

و هناك اتفاق عام في الوقت الحاضر على أن التسيير في المؤسسة السياحية في جانب منها فن إلا أن هذا الفن يظل دائما في حاجة إلى القدرة على فهم الأشياء و المواقف و القدرة على اتخاذ القرار وفقا لهذه المواقف و كذا معرفة شروط استغلال الامكانيات.

يشير «لوثر كولينك» إلى أن التسيير في المؤسسة السياحية يجب أن يشمل على التخطيط، التنظيم، التوجيه، التنسيق، المتابعة و الميزانية و ذلك وفقا للمواصفات التالية:¹

- التخطيط: يجب على مدير المؤسسة السياحية أن يقرر في البداية نوع العمل المطلوب أدائه و ذلك من واقع الأهداف المختلفة للتنظيم ثم عليه أن يقرر وسائل إنجاز هذا العمل و توفير القدرة على التنبؤ القائم على إدراك الظروف الاقتصادية و الاجتماعية و السياسية للمجتمع المحلي، بالإضافة إلى الإلمام بحصر الموارد المطلوبة لتحقيق الأهداف، و الميزانية تعتبر أيضا نوع من التخطيط باعتبار أنها تمثل خطة اتفاق اعتمادات محددة لتنفيذ أهداف المؤسسة.

- التنظيم: و تحدد أهداف المشروع السياحي نوع الخبرات و المهارات المطلوبة لإنجازها و من خلال التنظيم يصبح على المدير توزيع مسؤوليات العمل على التخصصات المختلفة، إلا أنه مع التقدم العلمي للتسيير و التنظيم تعقدت التنظيمات و

¹ دليلة مسدوي ، مرجع سبق ذكره، ص 70.

تعددت التخصصات بحيث أصبح من الضروري تحقيق نوع من الارتباط بينها، و من ثم أصبح التنسيق جزءا من التنظيم و ليس مجرد وظيفة محددة.¹

- التوظيف: على مدير المؤسسة السياحية أن يقوم بترشيح الأفراد المؤهلين للمناصب المختلفة وفقا للتنظيم القائم و مراعيًا في ذلك اختيار أنسب المرشحين لكل عمل، و عملية التوظيف ليست محددة بوقت معين، ذلك أن كلا من التنظيم و التوظيف يعتبران من العوامل الديناميكية التي لها صفة الاستمرار طالما أن هناك تغيرات تطرأ على الخطط أو الأهداف مما يترتب عليه ضرورة إدخال تغييرات في التنظيم نفسه.
- التوجيه: نظرا لصعوبة التنبؤ بنوع و حجم المشاكل التي تواجه العمل اليومي للمشروع السياحي فإن مدير المؤسسة السياحية عليه توجيه بيان بالحد الأدنى من المشاكل، كما أنه يجب عليه أن يتدخل أحيانا و بصورة مباشرة لتوجيه مساعديه لما يجب عمله بالتحديد.
- المتابعة: في مجال التسيير فإن مدير المؤسسة السياحية يوضح لمساعديه طبيعة عملهم و يساعدهم لاستخراج أفضل ما في طاقتهم، و في مجال المتابعة فإنه يحدد إلى أي مدى يتحقق العمل المطلوب.
- الابتكار: إذا كان هدف مدير المؤسسة السياحية هو مجرد القيام بالعمل بنفس الأساليب السابقة فإن الأمر الأكثر احتمالا هو عدم تطور المنظمة بل و ربما تتعرض للتدهور و ذلك في ظل المنافسة القائمة. فهناك طرق عديدة للابتكار فمدير المؤسسة السياحية يستطيع أن يجمع بعض الأفكار القديمة جنبا إلى جنب بعدد من الأفكار الحديثة، كما يستطيع أن يتبنى بعض الاتجاهات الحديثة حتى من ميادين أخرى ليجعلها في خدمة المنظمة.²
- التمثيل: و أخيرا فإن واجبات مدير المؤسسة السياحية تتضمن أيضا قيامه بتمثيل المؤسسة السياحية لدى: الحكومة، الاتحادات، المراكز المالية و الشركات الأخرى التي يتعاون معها الموردون، العملاء و الجمهور عموما.

¹ نفس المرجع، ص 71.

² دليلة مسدوي، مرجع سبق ذكره، ص 72، بتصرف.

خلاصة:

تلعب السياحة دورًا هامًا في اقتصاديات الدول و تحتل مكانًا مرموقًا و اهتمامًا عالميًا من جانب الحكومات و الخبراء، حيث أن الدولة التي أخذت في تطوير و تنمية القطاع السياحي فيها تأخذ طريقها نحو التنمية الاقتصادية و تحسين الهيكل الاقتصادي. و تحظى السياحة بتلك المكانة المهمة ضمن قطاع الخدمات في عدد كبير من الدول، لما يمكن أن تساهم به في الناتج المحلي الإجمالي و معدلات النمو الاقتصادي، و ما تدره من عملات أجنبية و ما تولده من فرص عمل بالإضافة إلى أن تنمية الإنفاق السياحي الاستثماري يساهم في تنمية عدد من القطاعات التي تغذي قطاع السياحة بما يحتاجه من سلع و خدمات.

تعتبر السياحة من ابرز القطاعات في التجارة الخارجية الدولية وهي من أكثر الصناعات نموًا في العالم وذلك من خلال احتلالها للمراتب الأولى بين الصناعات الأخرى، فالسياحة من القطاعات التي تلعب دورًا بارزًا في جلب العملات الصعبة وبالتالي تحسين ميزان المدفوعات وهي من القطاعات الإنتاجية التي لها مكانة كبيرة في الاقتصاد، إضافة إلى ذلك يؤدي هذا القطاع إلى دفع عجلات التنمية إلى الأمام، فالنهوض بهذا القطاع عامل أساسي لدعم القطاعات الاقتصادية الأخرى، فتوفر إمكانيات و مقومات سياحية طبيعية و تراثية و استغلال هذه الموارد و المقومات و الإمكانيات يؤدي إلى بناء صناعة سياحية متقدمة و متطورة تؤدي دورها على أتم وجه، فتأهيل المقومات السياحية ينعكس إيجابًا على استدامة السياحة التي أصبحت منهجًا و أسلوبًا تعتمد عليه الكثير من المؤسسات السياحية العالمية.

الفصل الثالث

دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر

دراسة حالة - ولاية مستغانم-

تمهيد:

بعد تطرقنا لموضوع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة السياحية من الجانب النظري، سوف نحاول في هذا الفصل إسقاط ما تم تناوله نظريا على ما هو موجود في الميدان، ونعني بذلك عينة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على مستوى ولاية مستغانم وذلك بانجاز دراسة إحصائية على هذه العينة من المؤسسات (عينة مكونة من مجموعة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تنشط في المجال السياحي لولاية مستغانم)، هدفها الوقوف أمام دور هذه المؤسسات في المجال السياحي للولاية وذلك بعد إلقاء نظرة شاملة على واقع هذا النوع من المؤسسات والتهديدات والفرص التي يوفرها له المحيط الخارجي المحلي بصفة عامة والمحيط السياحي بصفة خاصة، وباطلاعنا على هذا الواقع نكون قد وضعنا لأنفسنا إطار ومرجعية نرتكز عليها لإنجاز هذه الدراسة الإحصائية على عينة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة محل البحث وذلك حتى يكون لنا تحليل منطقي لنتائج هذه الدراسة.

المبحث الأول: نظرة حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر

المطلب الأول: البيئة القانونية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

إن عملية الانضمام المرتقبة إلى المنظمة العالمية للتجارة، واتفاقية الشراكة مع الاتحاد الأوروبي شكلت تحديا أمام المؤسسات الوطنية، فقام المشرع الجزائري بإصدار مجموعة من التشريعات والتنظيمات من أجل تحقيق التنمية الاقتصادية وإنعاش الاقتصاد الوطني، وذلك

الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر دراسة حالة - ولاية مستغانم-

بوضع سياسة تنافسية وطنية شاملة، تساعد على زيادة القدرة التنافسية للمؤسسات، وبالأخص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة. فعلى المستوى السياسي، نلمس إرادة واضحة وحقيقية لتفعيل دور هذا القطاع في الاقتصاد الوطني، وهذا ما تشهد عليه مختلف الإجراءات التشجيعية والتشريعات المنظمة لنشاط المؤسسات العمومية والاستثمار الوطني والأجنبي، والتي تمت مراجعتها منذ بداية التسعينيات، إضافة إلى قيام الدولة بإنشاء منظومة مؤسسية تعمل على متابعة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتميئتها.

1/ تطور الإطار التشريعي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

نشأت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر وتطورت وفق أطر قانونية عديدة، حيث تم تنظيم المؤسسات العمومية وفق القوانين و الإجراءات التي تنظم تدخل الجماعات المحلية في الحياة الاقتصادية والاجتماعية، و قد تجسد ذلك في قانوني البلدية و الولاية، أما المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة فقد نشأت وتطورت بدورها وفق قوانين الاستثمارات، التي حددت مجال تحركها و تدخلها في المجال الاقتصادي، وذلك منذ الاستقلال إلى هذه الفترة عبر فترات نلخصها كما يلي:¹

(أ) المرحلة الأولى: و تنقسم إلى فترتين:

الفترة ما بين 1962-1982: في هذه الفترة أعطت الحكومة الأهمية الكبرى إلى المشاريع الثقيلة والمؤسسات الوطنية كبيرة الحجم ومن خلال هذا الواقع عانت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من التهميش بحيث اعتبرت دائما مكملا للقطاع العمومي الذي حظي بالدور الأساسي في السياسة الاقتصادية لتنمية البلاد. وتميزت هذه الفترة بعدة تعديلات في التشريعات والقوانين التي كانت موجهة أساسا إلى الاستثمارات ومن أهمها:

- قانون رقم 36/277 في 1963/07/26 وكان موجهها أساسا للمستثمرين الأجانب و معالجة استقرار المحيط الاقتصادي الذي صاحب الاستقلال.

- قانون رقم 66-284 في 1966/09/15 ويشكل مع النصوص التي يستند إليها قانون الاستثمار وقد كان هدفه سد الثغرات و النقائص التي كانت تشوب قانون 1963.

¹ هشام بو علي ، الشراكة الأورو- متوسطة وإعادة تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (تجربة الجزائر)، مذكرة ماجستير تحليل اقتصادي، جامعة تلمسان، الجزائر، 2008، ص 76-78، بتصرف.

الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر دراسة حالة - ولاية مستغانم-

- لم يعرف القطاع الخاص في هذه الفترة إلا تنمية طفيفة على هامش المخططات الوطنية حيث تم تأسيس حوالي 600 وحدة.

الفترة ما بين 1982-1988: تتجسد هذه المرحلة في هذين القانونين:

- قانون رقم 11-82 المؤرخ في 21 أوت 1982 حيث ولأول مرة حظي القطاع الخاص بدور في تحقيق التنمية الوطنية عبر تحديد الأدوار المنوطة بالاستثمارات الاقتصادية للقطاع الخاص الوطني وكذا إطار ممارسة النشاطات الناجمة عنها.

- قانون رقم 25-88 المؤرخ في 12 جويلية 1988 حيث ومن خلال هذا القانون بدأت التشريعات الخاصة بالاستثمار تشهد مرونة اتجاه الاستثمارات الخاصة الوطنية، فقد تم بموجب أحكام هذا القانون تحرير سقف الاستثمار و سمح للخواص بإنجاز مشاريع في قطاعات متعددة ما عدا تلك التي تعتبرها الدولة قطاعات استراتيجية.

ب) المرحلة الثانية 1988-2000: تبني إقتصاد السوق في هذه المرحلة استلزم وضع إطار قانوني و اصلاحات هيكلية حيث تم في هذا الصدد:¹

- صدور قانون 10/90 المتعلق بالنقد و القرض في 14/04/1990 مكرسا مبدأ حرية الاستثمار الأجنبي بفتح الطريق لكل أشكال مساهمة الاستثمار الرأسمال الأجنبي.

- صدور مرسوم تنفيذي رقم 91-37 المؤرخ في 19/02/1991 المتضمن تحرير التجارة الخارجية، مع أخضاع القطاعين العام والخاص إلى نفس الشروط والمعايير.

- صدور قانون الاستثمار: مرسوم تنفيذي رقم 93-12 المؤرخ في 05/10/1993 لتعزيز إرادة تحرير الاقتصاد عن طريق ترقية، تشجيع و ضمان الاستثمارات.

ج) المرحلة الثالثة انطلاقا من 2000: عرف القطاع تحسنا نسبيا في تزايد عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وقد أتت هذه الوضعية نتيجة للتحويلات النوعية التي عرفها هذا القطاع بناء على القوانين التي عرفتها هذه الفترة أهمها قانون رقم 01-03

¹ هشام بوعلي ، مرجع سبق ذكره، ص 78-79.

المؤرخ في 20 أوت 2001 و المتعلق بترقية الاستثمار والذي ركز خصوصا على القضاء على التمييز بين الاستثمارات العمومية والخاصة، ويليه القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة بتاريخ 2001/12/12 والذي يعتبر منعرجا للقطاع.¹

2/ تطور الإطار التنظيمي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

إن الإصلاحات التي خاضتها الجزائر منذ الثمانينات، والتي أدت بها إلى التغيير التدريجي للسياسة الاقتصادية، بالاعتماد على قوى السوق قد سمحت بإعادة الاعتبار للمؤسسات الخاصة، وقد كان نتيجة ذلك بروز قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كقاطرة نمو حقيقية للنمة الاقتصادي، وفي هذا السياق برزت عدة هياكل وآليات تهدف إلى إنعاش الاستثمارات وترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والتي منها:

(أ) وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: بذلت الحكومة الجزائرية جهدا كبيرا في دعم قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على مدى السنوات الماضية. ومن حيث الإصلاح المؤسسي والسياسات، أنشأت وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة عام 1994²، وهي أول دولة عربية تنشئ وزارة خاصة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة. وقد حددت وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وطبقت إستراتيجية متكاملة لتحسين البيئة الشاملة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتطويرها.³ وقد أنشأت تحت إدارة الوزارة، العديد من المؤسسات المتخصصة في ترقية هذا القطاع، منها المشاتل و مراكز التسهيل، وذلك وفق المادتين 12، 13 من القانون التوجيهي:

*المشاتل: حسب المرسوم التنفيذي رقم 03-78 المؤرخ في 23 فيفري 2003 المتضمن القانون الأساسي للمشاتل «مشاتل المؤسسات هي مؤسسات عمومية ذات طابع صناعي وتجاري تتمتع بالشخصية المعنوية و الاستقلالية المالية»⁴ و تأخذ المشاتل أحد الأشكال الآتية:

المحضنة: هيكل دعم يتكفل بحاملي المشاريع في قطاع الخدمات.

¹ فاطمة الزهراء نزي، أفاق تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر (تحليل أثر برنامج التأهيل)، مذكرة ماجستير تخصص تحليل اقتصادي، جامعة تلمسان، الجزائر، 2010، ص 207، بتصرف.

² المرسوم التنفيذي رقم 94-211 المؤرخ في 18 جويلية 1994.

³ المكتب الوطني الاستشاري، تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مرجع سبق ذكره، ص 63.

⁴ المرسوم التنفيذي رقم 03-78 المؤرخ في 23 فيفري 2003 المتضمن القانون الأساسي للمشاتل، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 13، 26 فيفري 2003، ص 13.

الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر دراسة حالة - ولاية مستغانم-

ورشة الربط: هيكل دعم يتكفل بحاملي المشاريع في قطاع الصناعة الصغيرة والمهن الحرفية.

نزل المؤسسات: هيكل دعم يتكفل بحاملي المشاريع المنتمين إلى ميدان البحث.

كما يمكن إنشاء مشاتل المؤسسات أيضا في شكل شركة ذات أسهم تخضع للقانون التجاري.

بعد دخول اتفاق الشراكة مع الاتحاد الأوروبي في 1 سبتمبر 2005 يتوقع خروج العديد من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من السوق خاصة غير القادرة على المنافسة، لذا تعتبر الحاضنات الآلية الملائمة والقادرة على تأسيس عدد من المؤسسات الناجحة والقادرة على تحقيق قيمة مضافة عالية تحفز النمو الاقتصادي والقادرة على المنافسة لأنها تشجع على الابتكار وبالتالي ظهور طبقة عريضة من رجال الأعمال الجدد والمبادرين الاقتصاديين الذين لديهم القدرة على تسخير الموارد المحلية واستثمارها بالصورة الصحيحة، وذلك من خلال مشروعات ناجحة مملوكة ذاتيا.¹

*مراكز التسهيل: تعتبر هيئات استقبال وتوجيه للمؤسسات المنشأة، وتسعى هذه المراكز من خلال المهام الموكلة إليها، إلى إقامة الدعم المالي في مجمل القطاعات الموجهة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة من أجل تسهيل عملية دعم التمويل نذكر منها:²

الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر (ANGM): تشرف على صندوق الضمان المشترك للقروض المصغرة التي تقدمها البنوك التجارية والمؤسسات المالية للمستفيدين منها.

صندوق ضمان قروض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: تم إنشاء هذا الصندوق من أجل معالجة أهم مشاكل المؤسسات و المتمثلة في الضمانات الضرورية للحصول على القروض البنكية، كما انه يندرج ضمن الفعالية الاقتصادية والاستخدام الأمثل للموارد العمومية، وذلك بتحول الدولة إلى ضمانة للقروض المقدمة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

*المجلس الوطني الاستشاري لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: وهو جهاز استشاري يسعى إلى ترقية الحوار و التشاور بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وجمعياتهم المهنية من جهة، والهيئات الحكومية من جهة أخرى.

(ب) وكالة ترقية و دعم الاستثمارات والوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار:

¹ عبد الكريم عبيدات ، مرجع سبق ذكره، ص 159، بتصرف.

² هشام بوعلي ، مرجع سبق ذكره، ص 82، بتصرف.

الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر دراسة حالة - ولاية مستغانم-

* وكالة ترقية ودعم الاستثمارات (APSI): أنشأت هذه الوكالة بموجب قانون الاستثمار رقم 93-12، وهي هيئة حكومية تنشط تحت وصاية رئيس الحكومة، تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، وهي مكلفة بمساعدة المستثمرين في استيفاء التسهيلات اللازمة لإنجاز استثماراتهم والسهر على احترام الأجل القانونية للأنشطة من خلال إنشاء شكل شبك وحيد يضم الإدارات والمصالح المعنية بالاستثمار، كما تقوم هذه الوكالة بمتابعة الاستثمارات الوطنية والأجنبية وضمان ترقيتها وتطويرها.¹

* الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار (ANDI): تم إنشاؤها بموجب القانون رقم 01-03 المؤرخ في 20 أوت 2001 و القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وكانت على شكل شبك موحد يضم كل الهيئات ذات علاقة بالاستثمار.

المطلب الثاني: واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومساهمتها في الاقتصاد الوطني:

1/ الواقع الحالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

عرفت الجزائر في العشرية الخيرة من القرن الماضي تحولا في السياسة الاقتصادية المنتهجة، مما أفرز تغيرات هامة، خاصة في هياكل الاقتصاد الوطني. على ضوء التجارب غير الناجحة في مجال تنظيم وتسيير المؤسسات أعطت الدولة أهمية كبرى ومجالا واسعا لدعم نمو وترقية قطاع المؤسسات والصناعات الصغيرة والمتوسطة الحجم. وعليه تم إصدار الأمر 01-18 المتضمن القانون التوجيهي لترقية هذا القطاع، مما مكن من القدرة على تصنيف هذا النوع و إحصائه، وللوقوف على واقع هذا القطاع نورد أهم تطوراته من خلال النتائج الإحصائية التالية:

جدول (04): تطور عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر (1991-2010)

السنوات	عدد المؤسسات	السنوات	عدد المؤسسات
1991	22382	2003	288587
1992	20207	2004	312959
1993	23207	2005	342788
1994	26212	2006	376767

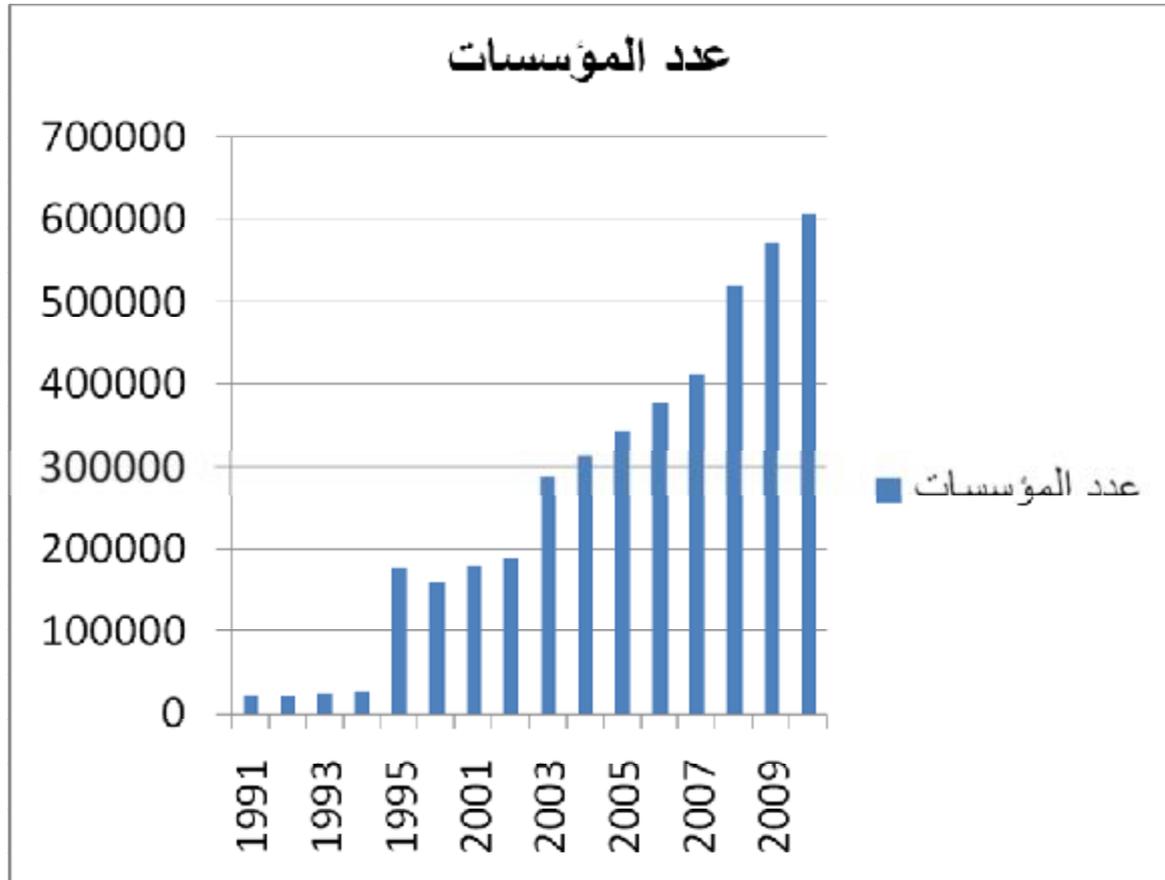
¹ محمد رشدي سلطاني ، مرجع سبق ذكره، ص 85-86، بتصرف.

الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر
دراسة حالة - ولاية مستغانم -

410959	2007	177365	1995
519526	2008	159507	1999
570838	2009	179893	2001
607297	2010	188564	2002

المصدر :- (1991-2002): بوسنة كريمة، البنوك الأجنبية كمصدر لتمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر، مذكرة ماجستير تخصص مالية دولية، جامعة تلمسان، الجزائر، 2010/2011، ص 124، 123.
- samia GHARBI, LES PME/PMI EN ALGERIE, cahiers de laboratoire de recherche sur l'industrie et l'innovation, université du littoral côte d'opale, N°238, mars 2011, p 07.

الشكل رقم (03): تطور عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الفترة 1991-2010



المصدر: من إعداد الطالبة استنادا إلى معطيات الجدول رقم (04).

تعتبر سنة 1988 فترة تحول في الاقتصاد الجزائري نحو اقتصاد السوق، هذا التحول أدى إلى إنشاء علاقات مع المنظمات العالمية كصندوق النقد الدولي و البنك العالمي بهدف احتواء أزمة الديون ووضع نظم و سياسات نقدية، مالية وتجارية استلزمت خصوصية العديد من

الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر دراسة حالة - ولاية مستغانم-

المؤسسات العمومية، هذه الخطوة التي ساهمت في تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، هنا ظهر إطار تشريعي جديد كقانون تطوير الاستثمار في 05 أكتوبر 1993 والنتائج المرضية لهذا القانون دفعت الدولة لإصدار مراسيم مكملة مثل المرسوم التنفيذي رقم 03/01 المؤرخ في 20/08/2001 والمرسوم رقم 18/01 المؤرخ في 12/12/2001 الأمر الذي أدى إلى التسهيل الإداري لمراحل إنشاء المؤسسات خاصة الصغيرة والمتوسطة منها. انطلاقا من سنة 2000 ارتفع وزن المؤسسات والصناعات الصغيرة والمتوسطة، حيث وصل عددها إلى ضعف ما كان عليه وتشير الإحصائيات المبينة في الجدول رقم (04) إلى أن أكثر من نصف هذا العدد تم إنشاؤه في الفترة ما بين 2001 و 2007.¹ وبالتالي فإنه وبفضل القانون التوجيهي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة لسنة 2001 وصل عدد هذه المؤسسات إلى 179893 مؤسسة في هذه السنة بعد أن كان 22382 في سنة 1991 في نهاية 2010، شهد عدد المؤسسات والصناعات الصغيرة والمتوسطة الخاصة زيادة ملحوظة حيث سجلت حوالي 606737 مؤسسة بينما كانت 207949 مؤسسة في 2003 وهذا على عكس المؤسسات العمومية التي سجلت انخفاض 228 مؤسسة في 7 سنوات، في حين أن مجموع النشاطات التقليدية خلال هذه الفترة عرف ارتفاعا من 79850 مؤسسة سنة 2003 إلى 162085 مؤسسة في نهاية السداسي الأول لسنة 2009 و الأشكال التالية توضح هذه التغيرات.

الجدول رقم (05): تطور عدد المؤسسات الصغيرة و المتوسطة حسب طبيعة نشاطها

السنوات	خاصة	عمومية	نشاطات تقليدية
2003	207 949	788	79 850
2004	225 449	778	86 732
2005	245 842	874	96 072

¹ GHARBI Samia, LES PME/PMI EN ALGERIE, cahiers de laboratoire de recherche sur l'industrie et l'innovation, université du littoral côte d'opale, N°238, mars 2011, p 07.

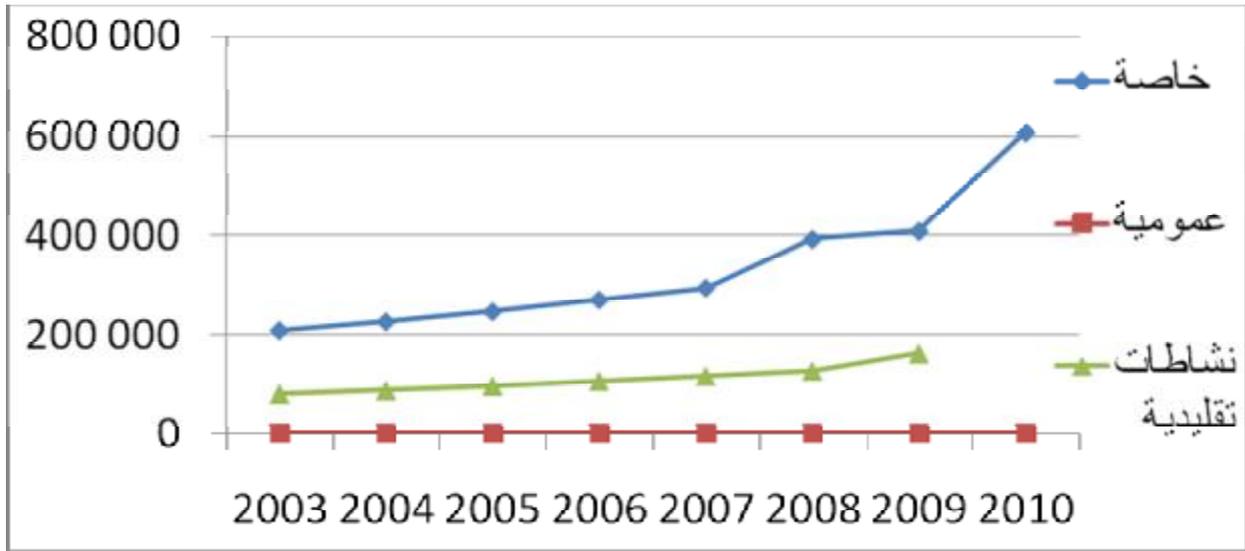
الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر
دراسة حالة - ولاية مستغانم -

2006	269 806	739	106 222
2007	293 946	666	116 347
2008	392 013	626	126 887
2009	408 155	598	162 085
2010	606 737	560	/

المصدر: samia GHARBI, LES PME/PMI EN ALGERIE, cahiers de laboratoire de

recherche sur l'industrie et l'innovation, université du littoral côte d'opale, N°238, mars 2011, p 07.

الشكل رقم (04): تطور عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب طبيعة نشاطها



المصدر: من إعداد الطالبة استنادا إلى معطيات الجدول رقم (05).

والجدول الموالي (جدول رقم 06) يمثل عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة العمومية حسب القطاع الذي تعمل فيه:

جدول رقم (06): عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة العمومية حسب القطاع

القطاع	عدد المؤسسات سنة 2007
صناعة	224
خدمات	253
الأشغال العمومية	62

الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر
دراسة حالة - ولاية مستغانم-

الزراعة	114
المناجم	13
المجموع	666

المصدر: الدليل الاقتصادي و الاجتماعي للجزائر، الطبعة الأولى، 2009، ص 74.

نلاحظ أن مجموع عدد المؤسسات الصغيرة و المتوسطة العمومية قد انخفض من 788 إلى 666 مع نهاية 2007 واستمر في الانخفاض حتى نهاية سنة 2010 أين وصل عددها 560 مؤسسة، كما نلاحظ هيمنة كل من قطاع الصناعة والخدمات على هذا النوع من المؤسسات.¹

و يوضح الجدول رقم 07 عدد المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الخاصة في مختلف قطاعات النشاط مرتبة ترتيبا تصاعديا.

جدول رقم (07): عدد المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الخاصة في مختلف قطاعات

القطاع	عدد المؤسسات سنة 2007
الموارد المائية	84
أشغال بترولية المناجم	215
المحروقات	544
المناجم	722
وكالات عقارية وترقية	816
مؤسسات مالية	934
صناعة الجلود	1628
خدمات المجموعات المحلية	1833
كيمياء - بلاستيك	2084
الزراعة و الصيد	3401
صناعات مختلفة	3446

¹ الدليل الاقتصادي و الاجتماعي للجزائر، الطبعة الأولى، 2009، ص 73.

الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر
دراسة حالة - ولاية مستغانم-

4152	صناعة النسيج
6748	مواد البناء
11059	صناعة الخشب والورق
16109	الصناعة الغذائية
16310	خدمات مؤسساتية
17178	الفندقة والمطاعم
20829	خدمات منزلية
26487	النقل والاتصالات
50764	التجارة
100250	البناء والأشغال العمومية
293946	المجموع

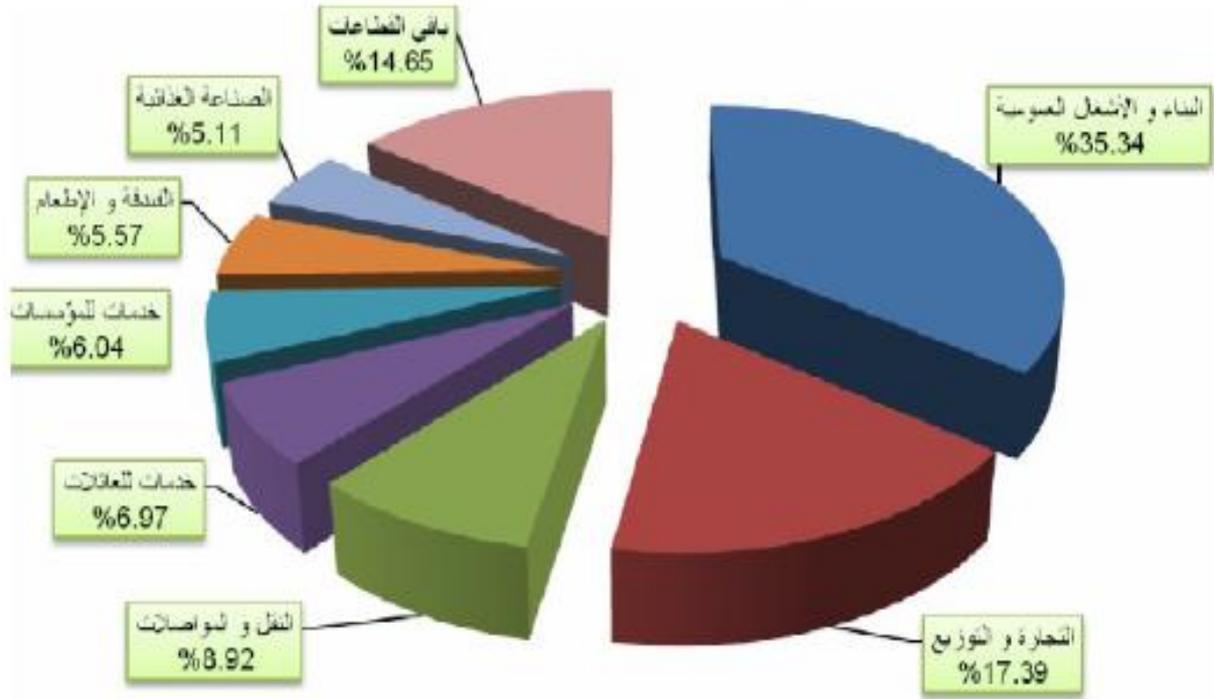
المصدر: الدليل الاقتصادي و الاجتماعي للجزائر، الطبعة الأولى، 2009، ص 75.

يمثل هذا الجدول توزيع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الخاصة حسب قطاع النشاط الذي تعمل فيه مرتب ترتيبا تصاعديا حيث يظهر أن قطاع البناء والأشغال العمومية له الحصة الأكبر من إجمالي المؤسسات الخاصة ب 100250 مؤسسة بنسبة 34.1% ليليه قطاع التجارة ب 50764 مؤسسة بنسبة 17.27% بينما يمثل عدد المؤسسات في الأنشطة المتبقية نسبة ضئيلة تتراوح من (1 إلى 9) % .

و يؤكد الشكل رقم 05 أن توزع المؤسسات حسب القطاعات لم يتغير في سنة 2009 عما كان عليه في سنة 2007 إلا أننا نلاحظ من خلاله ارتفاع في نسب هذه المؤسسات في مختلف القطاعات.

الشكل رقم (05): توزيع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة على القطاعات لسنة 2009.

الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر
دراسة حالة - ولاية مستغانم-



المصدر: بن حمو عبد الله، تدويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة ماجستير التسيير الدولي للمؤسسات، جامعة تلمسان، الجزائر، 2010-2011، ص 185.
نلاحظ أن أكثر من الخمسين بالمائة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية تشتغل في قطاعي البناء والأشغال العمومية والتجارة والتوزيع، ويرجع ذلك إلى الانتعاش الذي تشهده هذه القطاعات إضافة إلى عامل الربح و سهولة مزاوله هذه الأعمال مقارنة بالنشاطات الأخرى.

2/ مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الاقتصاد الوطني:

لا أحد يستطيع إنكار دور وأهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الاقتصاد ككل، حيث تسمح هذه الأخيرة بالمساهمة في التنمية والتطوير الاقتصادي من خلال:

- خلق مناصب العمل.
- خلق القيمة المضافة.
- المساهمة في توزيع الدخل.

أ/ خلق مناصب عمل:

في هذه السنوات الأخيرة، تتوجه البطالة في الجزائر بصفة عامة نحو تسجيل انخفاض مستمر، ويرجع ذلك إلى مساهمة قطاع المؤسسات والصناعات الصغيرة والمتوسطة في

الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر دراسة حالة - ولاية مستغانم-

خلق فرص العمل، ولا سيما من جانب القطاع الخاص وقطاع الصناعة التقليدية، هكذا وقد شهدت بيانات معدلات البطالة في الجزائر انخفاضا ملحوظا خلال العامين المتتاليين 2005 و 2006 من 15.3% إلى 12.3% مقابل زيادة طفيفة قدرها 1.5% في عام 2007. هذه الديناميكية الاقتصادية ترجع أساسا إلى الاستثمار في مجال الصناعة والذي يواجه العديد من التحديات كنقص الموارد المالية، التكاليف المرتفعة، تمركز الصناعة... إلخ، وللتغلب على هذه الصعوبات، من الحكمة اللجوء إلى خلق وحدات صغيرة تابعة للشركات الكبرى والمقولة الباطنية، هذه العملية تسمح ببناء العديد من الوحدات القادرة على الاستجابة للطلب المتزايد على فرص العمل، من خلال خلق مناصب دائمة بتكلفة أقل¹. والجزائر كغيرها من الدول قد اعترفت بأهمية المؤسسات والصناعات الصغيرة والمتوسطة ومساهمتها الكبيرة في مجال توفير فرص العمل و البيانات المبوبة في الجدول التالي توضح ذلك:

جدول رقم (08): مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التشغيل (2004-2010)

السنوات	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
المؤسسات الخاصة	225449	245842	269806	293946	392013	408155	606737
المؤسسات العمومية	778	874	739	666	626	593	560
النشاطات التقليدية	86732	96072	106222	116347	116347	162085	
المجموع	312959	342788	376767	410959	519526	570838	607297

¹ SAMIA GHARBI,op-cité , p 08.

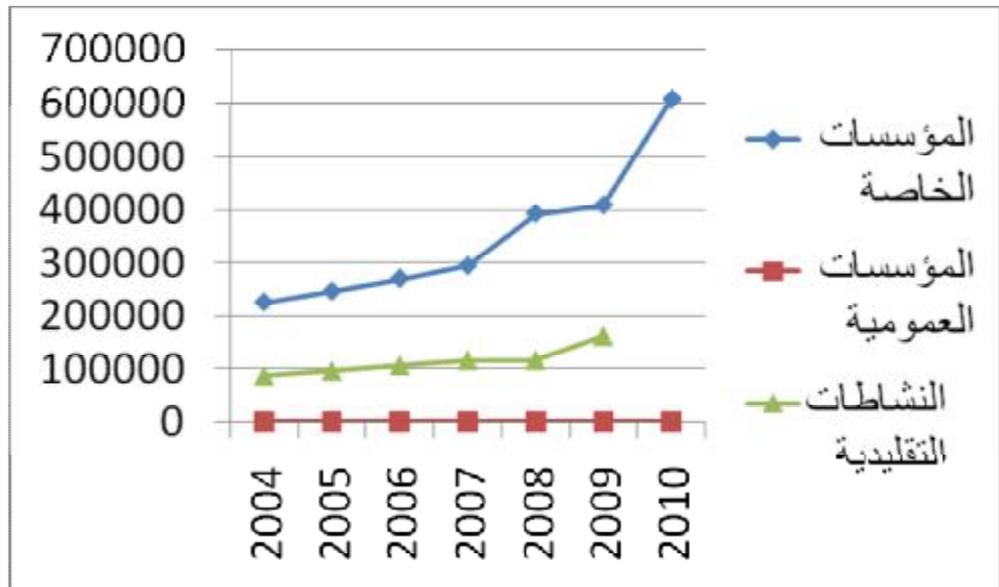
الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر دراسة حالة - ولاية مستغانم-

المصدر: samia GHARBI, LES PME/PMI EN ALGERIE, cahiers de laboratoire de recherche sur l'industrie et l'innovation, université du littoral côte d'opale, N°238, mars 2011, p 09.

الأرقام المقدمة في الجدول تبين بوضوح زيادة معتبرة وتطور ملحوظ لفرص العمل المتولدة عن القطاع الخاص و الصناعات التقليدية على عكس القطاع العام الذي سجل خلال الفترة من 2004 إلى 2010 انخفاضا واضحا يرجع في المقام الأول إلى الخصخصة التي يملها قانون اقتصاد السوق.

ولتوضيح تطور مناصب العمل التي تخلقها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة نقدم الرسم البياني التالي:

شكل رقم (06): مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التشغيل (2004-2010)



المصدر: من إعداد الطالبة استنادا إلى معطيات الجدول رقم (08).

ب/ خلق القيمة المضافة: تقاس القيمة المضافة من خلال الفرق بين السلع المباعة و السلع التي تم شراؤها لإنتاج هذه السلع المباعة.

الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر دراسة حالة - ولاية مستغانم-

في سنة 1994 كانت القيمة المضافة المحققة من قبل القطاع العام 617.4 مليار دينار أي ما يمثل 53.5% من الإجمالي الوطني، بينما بلغت هذه القيمة في القطاع الخاص 538.1 مليار دينار أي 46.5% من الإجمالي الوطني.¹

انطلاقاً من سنة 1998 انقلبت الموازين حيث حقق القطاع الخاص قيمة مضافة 1178.4 مليار دينار أي 53.6% و القطاع العام 1019.8 مليار دينار أي 46.4% إضافة إلى ذلك يجدر بنا الإشارة إلى أن أكثر من 65% من القيمة المضافة و العمالة في الدول المتقدمة مصدرها المؤسسات و الصناعات الصغيرة و المتوسطة، ومنه أصبح على كل بلد يطمح في التنمية أن يلجأ إلى سياسة اقتصادية قائمة على تعزيز وخلق وإعادة تشغيل واستغلال المؤسسات والصناعات الصغيرة و المتوسطة.

جدول رقم (09): تطور توزيع القيمة المضافة حسب القطاع القانوني (1994-1998)

النسبة	1998		1997		1996		1995		1994		الشكل القانوني
	النسبة	القيمة المضافة									
46.4	1019.8	54.3	1201.5	54.3	1111.9	54.7	857.1	53.5	617.4	عمومي	
53.6	1178.4	45.7	1010.2	45.7	935.7	45.3	711.6	46.5	538.1	خاص	
100	2198.2	100	2211.7	100	2047.6	100	1568.7	100	1155.5	المجموع	

المصدر: لخلف عثمان، واقع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة وسبل دعمها و تنميتها في الجزائر، أطروحة دكتوراه دوله في العلوم الاقتصادية، الجزائر 2003-2004، ص 217. من خلال الجدول نلاحظ أن المؤسسات الصغيرة و المتوسطة قد حققت قفزة نوعية من حيث مساهمتها في القيمة المضافة، وهو أمر يعتبر إنجازاً تاريخياً حققه هذا القطاع، حيث حتى نهاية 1997 كانت المؤسسات العمومية صاحبة الحصة الأولى من القيمة المضافة لكن انعكست الأدوار ابتداءً من سنة 1998.²

ج/ المساهمة في الناتج الداخلي الخام:

¹Samia op-cité, p 09.

² عثمان لخلف، مرجع سبق ذكره، ص 218.

**الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر
دراسة حالة - ولاية مستغانم-**

للوقوف بصورة أكثر إشرافاً ووضوحاً على الدور الذي تؤديه هذه المؤسسات في النمو الاقتصادي للجزائر ولاسيما تلك التي تعود إلى القطاع الخاص، ومدى مساهمتها في الناتج الداخلي الخام للمدة (2001-2005) نورد الجدول التالي:

الجدول رقم (10): مساهمة القطاع العام والخاص في الناتج الداخلي الخام (خارج قطاع المحروقات)

السنة	2001		2002		2003		2004		2005	
	القيمة	%	القيمة	%	القيمة	%	القيمة	%	القيمة	%
ق، عام	418.5	23.6	505.0	23.1	550.6	22.9	548.65	21.8	651.0	21.59
ق، خاص	1560.2	76.4	1679.1	76.9	1884.2	77.1	2146.75	78.2	2364.5	78.41
المجموع	2041.7	100	2184.1	100	2434.8	100	2745.4	100	3015.5	100

المصدر: نزعي فاطمة الزهراء، آفاق تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر (تحليل أثر برنامج التأهيل)، مذكرة ماجستير تخصص تحليل اقتصادي، جامعة تلمسان، الجزائر، 2010، ص 204، بتصرف.

نلاحظ أنه سنة 2001 ومكانة القطاع الخاص في الناتج الداخلي الخام خارج المحروقات تحضى بنسبة عالية من القطاع العام وذلك لأن مؤسسات القطاع العام في تناقص من سنة لأخرى نتيجة لخصوصيتها وتحولها لقطاع خاص بالإضافة إلى المؤسسات الخاصة المنشأة كل عام فهي تمثل ما يقارب 71% حتى نهاية السداسي الأول من سنة 2007 و 0.18% مؤسسات عمومية و 28.22% صناعات تقليدية خاصة، ومنه فإن القطاع الخاص مثل ما قيمته 78.41% من الناتج الداخلي الخام خارج المحروقات في نهاية سنة 2005 والقطاع العام استحوذ على نسبة 21.59%، إلا أن نسبة مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الناتج الداخلي الخام الإجمالي تبقى متواضعة نظراً لاستحواذ قطاع المحروقات على نسبة

عالية من الناتج الداخلي فقد تطورت ما بين 45.7% إلى 47% خلال سنتي 2001-2005.¹

المطلب الثالث: المعوقات التي تواجه المؤسسات الصغيرة و المتوسطة:

1/ المعوقات:

أ- جمود المحيط الإداري: تتطلب الإجراءات الإدارية عناية تامة لضمان تطابقها مع السياسات والتشريعات و النظم ذات الصلة ، وتشكل هذه الإجراءات مساحة للالتقاء بين الكومة من جهة وأصحاب المشاريع من جهة أخرى. وباعتبار أن نشاط المؤسسة يتطلب الاستجابة الإدارية السريعة تنظيما وتنفيذا خاصة قطاع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الذي يتميز بالديناميكية. و الملاحظ أن الإدارة الجزائرية لا تزال بنفس الروتين الرسمي الممل، فهناك الكثير من مشاريع الاستثمار عطلت أو لم يوافق عليها في وقتها المحدد مما ضيع على أصحابها وعلى الاقتصاد الوطني فرصا لا تعوض ويعود ذلك إلى²:

- أن الذهنيات لم تنهيا لهضم وفهم خصوصية هذا النوع من المؤسسات ومن ثم التعامل معها بما تتطلبه من سرعة في إنجاز الإجراءات الإدارية.
- السرعة في إصدار النصوص واتخاذ القرارات لا يواكبها حركية مماثلة في أداء وتفعيل الجهاز التنفيذي.

فالمتمعن في قوانين الاستثمار المتتابعة يلاحظ أن السلطات الجزائرية اتخذت قرارات كبيرة لتشجيع الاستثمار غير أن الواقع يثبت العكس، حيث يوجد العديد من الممارسات المليئة بالصعوبات تثبط من عزيمة المستثمر.

أما الآجال المتوسطة لانطلاق مشروع في الجزائر فتقدر به 5 سنوات حسب الغرفة الجزائرية للتجارة والصناعة، وبسنتين حسب المستثمر وذلك بمساعدة خبير، وحسب تحقيق قامت به وزارة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة فإن مدة إنشاء مؤسسة يتراوح بين 6 أشهر و 3 سنوات حسب طبيعة النشاط.

ولالإشارة فإن الوقت الذي يستغرقه انطلاق مشروع في ألمانيا يتراوح بين يوم و 24 أسبوعا،

¹ فاطمة الزهراء نزعى، مرجع سبق ذكره، ص 205، بتصرف.

² عبد الله بن حمو، مرجع سبق ذكره، ص 169، بتصرف.

الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر دراسة حالة - ولاية مستغانم-

وفي البرازيل بين 4 و 7 أسابيع، أما اسبانيا فبين أسبوع و 28 أسبوعا و السويد بين 2 و 4 أسابيع.

ب- المشاكل المتعلقة بالعقار و العقار الصناعي: المجال العقاري في الجزائر يعتبر من المجالات المعقدة وذلك لتعدد الهيئات المتدخلة و العديد من النصوص القانونية، وإلى حد الساعة لم تتحرر سوق العقارات بشكل يحفز على الاستثمار بحيث مازالت رهينة للعديد من الهيئات التي تتزايد باستمرار مثل وكالة دعم وترقية الاستثمارات المحلية والتي ضمت إلى الشباك الوحيد على مستوى وكالة تطوير الاستثمار، وقد عجزت عن تسهيل إجراءات الحصول على العقار اللازم لإقامة المشروعات الصغيرة و المتوسطة وذلك لـ:¹

- غياب سلطة اتخاذ القرار حول تخصيص الأراضي وتسيير المساحات الصناعية.
- محدودية الأراضي المخصصة للنشاط الصناعي و طغيان المضاربة على العقار الصناعي، حيث تم تحويل عدد معتبر من العقارات الصناعية إلى وجهة غير استثمارية كالبناء، وقد أدى ذلك إلى بروز عامل الندرة ومحدودية العرض.
- عجز التعليم الوزاري رقم 28 المؤرخة في 15 مارس 1994 المتعلقة بآليات تسهيل منح الأراضي إلى المستثمرين عن تسوية مشكل العقار الصناعي، حيث ساهمت هذه التعليم في تحويل مساحات مهمة من العقار الصناعي لصالح نشاطات عمرانية وتجارية، كما أنها عجزت عن توفير عقار صناعي قابل للاستغلال.

ج- مشاكل التمويل: تواجه المؤسسات الصغيرة و المتوسطة صعوبات في مجال التمويل ويمثل ذلك إشكالا حقيقيا يحد من تطور القطاع، ويبقى أحد العوامل المعقدة والشائكة في حياة المؤسسة، حتى وان سجلت المنظومة المصرفية بعض التطور فإن سلوك البنوك يبقى متخوفا إزاء جميع الاستثمارات غير المدعمة من طرف الدولة، وتبقى ملفات الاستثمار معطلة و آجال التنفيذ طويلة.

فمن جهة تعاتب البنوك المؤسسات على ضعف تنظيمها وتسييرها وانعدام الشفافية بها، ومن جهة أخرى تعاتب المؤسسات البنوك على قلة اهتمامها بالمؤسسات الصغيرة و المتوسطة و غياب هياكل متخصصة لمعالجة الملفات .

¹ الأمر الوزاري رقم 28 المؤرخ في 15 ماي 1994 المتعلق بكيفيات المساعدة والتسهيلات في مجال منح الأراضي للمستثمرين.

الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر دراسة حالة - ولاية مستغانم-

و ترجع مشاكل تمويل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة إلى عدة أسباب أهمها¹:

- ضعف تكييف النظام المال المحلي مع متطلبات المحيط الاقتصادي الجديد، ففي الوقت الذي يتحدث فيه الخطاب الرسمي عن إجراءات الدعم المالي وتشجيع الاستثمارات والشراكة، فإن الواقع يشير إلى اصطدام كل هذه التطورات بالتعقيدات ذات الطابع المالي.
- غياب أو نقص شديد في ميدان التمويل الطويل المدى، ذلك أن معظم موارد البنوك في الجزائر تعتبر قصيرة المدى، أما فيما يخص تمويل دورة الإنتاج فان البنك يمول 15 يوما من دورة الإنتاج فقط.
- المركزية في منح القروض.
- نقص في المعلومات المالية خاصة فيما يتعلق بالجوانب التي تستفيد منها المؤسسة.
- القروض البنكية المقدمة من البنوك العمومية لا تمنح على أساس حجم التدفقات المالية المستقبلية، بل تمنح غالبا على أساس تاريخ الزبون و الضمانات المقدمة.
- ضعف الشفافية في تسيير عملية منح القروض رغم أن الأصل في القرض خاضع للإشهار إضافة إلى البطء الشديد في معالجة ملفات طلبات تمويل المشاريع الاستثمارية حيث تستغرق معالجة ملف طلب القرض من شهر إلى شهرين على المستوى الجهوي، ومن 3 إلى 5 أشهر على المستوى المركزي .
- محدودية صلاحية الوكالات البنكية في عملية منح القروض بسبب عدم الاستقلالية النسبية وذلك راجع لنمط التنظيم المصرفي المتميز بقرارات مركزية.
- محدودية المنتجات المصرفية.
- غياب هيئات مالية متخصصة في تمويل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و غياب تمويل تنافسي كافي.

¹ عبد الله بن حمو، مرجع سبق ذكره، ص 171، بتصرف.

الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر دراسة حالة - ولاية مستغانم-

و من أهم و أخطر المشاكل التي تواجه تطور منظومة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة نجد مشكلة التمويل و ذلك بسبب الجهاز المصرفي الجزائري الذي يتميز بمحدوديته على المستويات التالية:¹

- محدودية التمويل المصرفي المتعلقة بالتكاليف و الضمانات.

- محدودية التمويل المتعلقة بالصيغ و الإجراءات.

- محدودية التمويل المتعلقة بالحجم و الأولويات.

وحسب تحقيق قام به مركز الأبحاث CREAD كشف أن من مجموع 775 مؤسسة طلبت قروض من البنوك فإن 66 % فقط تلقت جوابا بالقبول.

د / غياب التحفيزات الجبائية وشبه الجبائية: تعتبر الأعباء الضريبية التي تتحملها المؤسسات الصغيرة و المتوسطة عامل لا يساعد بأي حال من الأحوال على العمل الإنتاجي، بل تؤدي إلى تعدد وتنامي الأنشطة الموازية التي تصب في خانة التهرب الضريبي فبالرغم من سياسة الإصلاح الجبائي التي كان من أهم أهدافها التخفيف من حدة الأعباء و العراقيل البيروقراطية الكبيرة التي مست النظام الجبائي في السنوات السابقة، إلا أنه لا يزال يتسم بكثير من التعقيدات وعدم الاستقرار و التدابير الاستثنائية، ما خلق حالة من عدم الشفافية و بطء عمل الإدارة الضريبية نتيجة عدم تعميم الإعلام الآلي، وعدم قدرة الإدارة الضريبية اعتماد فكرة الزبونية في علاقتها مع الغير.

هـ / مشاكل التمويل: إن التمويل بالمواد الأولية و المنتجات نصف المصنعة خاصة المستوردة منها يمثل احد المشاكل الحقيقية التي تعاني منها المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، ذلك أن معظمها يفتقد إلى الخبرة في تسيير عمليات الاستيراد خاصة الحديثة النشأة، فبعد تحرير التجارة الخارجية ظهرت مؤسسات خاصة تمارس عملية الاستيراد و التي اهتمت باستيراد السلع الاستهلاكية السريعة النفاذ في السوق المحلية، الأمر الذي أثر على تمويل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة التي أصبحت تعاني من مشكل نقص التمويل وارتفاع أسعار المواد الأولية المتوفرة وقطع الغيار و التجهيزات الإنتاجية، وذلك نتيجة مشاكل الصرف .

و / ضعف تنافسية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر و عدم حماية المنتج الوطني:

¹ عبد الله بن حمو، مرجع سبق ذكره، ص 173، بتصرف.

الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر دراسة حالة - ولاية مستغانم-

تواجه معظم المنشآت الصغيرة و المتوسطة خاصة في الدول النامية قدرا متزايدا من المنافسة و الضغوط الحادة، ذلك أن قوى التدويل و العولمة تضغط على الشركات بمختلف أنواعها و أحجامها، بما في ذلك المؤسسات الصغيرة و المتوسطة. ففي غالبية الدول النامية تظل هذه المؤسسات تعمل في أنشطة تقليدية تتسم بانخفاض الإنتاجية و ضعف الجودة و صغر الأسواق المحلية التي تخدمها و قلة الديناميكية التكنولوجية. و تتميز المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر بنفس هذه الخصائص باعتبار أن معظمها حديث النشأة، إذ تصنف أغلبية هذه المؤسسات من طرف الأجهزة التنظيمية و التسييرية الوصية عليها بأنها تحت المستوى الأدنى الاقتصادي المطلوب الذي يجب أن تتمتع به هذه المؤسسات في ظل متطلبات اقتصاد السوق.¹ و يعود ضعف المردودية الاقتصادية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر إلى الصعوبات و المشاكل الحادة التي تواجه هذه الأخيرة و الانفتاح الاقتصادي غير المدروس على الأسواق العالمية و عدم استحداث طرق و ميكانيزمات لحماية المنتج الوطني من منافسة المنتجات الأجنبية التي تتميز بالجودة العالمية و انخفاض الأسعار. و قد تأثرت المؤسسة الجزائرية من إجراءات تحرير التجارة الخارجية دون أية مراقبة، و قد أدى ذلك إلى ظهور ظاهرة الاستيراد الفوضوي و التي شملت كل شيء.

إضافة إلى هذه التهديدات التي تواجه المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في محيطها الخارجي المحلي، يمكن إضافة مشاكل هيكلية نجملها فيما يلي:

- غياب المعرفة الكافية عن المؤسسات الصغيرة و المتوسطة نظرا لعدم وجود دراسات جادة في معرفة خصائص و قدرات هذه المؤسسات بصورة دقيقة.
- غياب المتخصصين في اقتصاديات المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و تنميتها.
- ضعف روح المقاولات التي تعني قدرة فرد أو مجموعة من الأفراد على استثمار أموالهم و تقبل مجموعة من المخاطر بعرض منتجات في السوق بهدف تحقيق الربح.
- غياب ثقافة مؤسسية لدى المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر، لذلك يجب العمل على إدخال هذا الفكر في تسيير و تنظيم هذه المؤسسات و ذلك عن طريق ربطها بمراكز البحث و التكوين.

¹ عبد الله بن حمو، مرجع سبق ذكره، ص 175، بتصرف.

2 / الفرص:

رغم كثرة التهديدات و الصعوبات التي تواجه المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الجزائرية، فإنه أمام هذه المؤسسات بعض الفرص و المحفزات التي تساعدها على النجاح في محيطها المحلي، و التي تساعدها أيضا على دخول تجربة ناجحة على مستوى الأسواق الدولية. هذه الفرص و المحفزات تتمثل في برامج التأهيل التي اتخذتها الدولة على عاتقها و التي تهدف إلى تحسين موقع المؤسسة في إطار الاقتصاد التنافسي ورفع أدائها الاقتصادي والمالي.¹

المطلب الرابع: برنامج تأهيل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة:

إن عالمية التبادلات والتغيرات الحاصلة في الميدان الاقتصادي في ظل هيمنة التجمعات الاقتصادية الكبرى على الأسواق العالمية تفرض علينا إيجاد الطرق الحديثة والناجعة في عملية التأهيل التي لا تقتصر على حل مشاكل المؤسسات فحسب بل تتعدى ذلك إلى المحيط الاقتصادي ككل.

ولتمكين مؤسسات القطاع من مواكبة التطورات الحاصلة في الميدان الاقتصادي، ولكي تصبح منافسة لنظيراتها في العالم، وبالنظر للتحديات المذكورة آنفا التي تنتظرها، أعدت الوزارة برنامجا وطنيا لتأهيل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، وقبل التطرق إلى هذا البرنامج ارتأينا أن ندرس ماهية ومستلزمات التأهيل في هذا الحديث.

1/ ماهية برنامج التأهيل في الجزائر:

إن التأهيل بالنسبة للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية وخاصة منها الصغيرة و المتوسطة، وسيلة فعالة لتحقيق اندماج الاقتصاد الجزائري ضمن حركية الاقتصاد العالمي.

ويمكن تحديد مفهوم برنامج التأهيل للمؤسسة الاقتصادية في الجزائر، والذي ينطبق على المؤسسات الصغيرة و المتوسطة من خلال مستويين:²

أ/ على المستوى الكلي:

¹ عبد الله بن حمو، مرجع سبق ذكره، ص 177.
² عبد الرحمن بن عنتر، واقع مؤسساتنا الصغيرة و المتوسطة و آفاقها المستقبلية، مجلة العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، العدد 01، 2002، ص 167.

الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر دراسة حالة - ولاية مستغانم-

يرتبط برنامج التأهيل بدرجة كبيرة، بمتابعة وتعميق الإصلاحات الاقتصادية من طرف الدولة، ولهذا فإن من واجب الدولة أن تواصل مسار مرافقتها للمؤسسات الاقتصادية عن طريق تحديد سياسة إنتاجية قومية قادرة على متابعة التوجهات الكبرى للاقتصاد العالمي، وضمان الشروط الضرورية لتطور هذه المؤسسات.

ب/ على المستوى الجزئي:

أي على مستوى المؤسسة، فإن التأهيل يجب أن يعرف على أنه إجراء جد دقيق ومركز، بحيث يتعلق هذا الإجراء ويخص مجمل المجالات الواجب تقييمها قبل الانطلاق في سلسلة من الإجراءات في جميع النواحي (التقنية، التنظيمية، المالية والتسييرية) من أجل تحسين التنافسية للمؤسسة.

إذن، فبرنامج التأهيل للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية عبارة عن: « مجموعة الإجراءات التي تتخذها الدولة قصد تحسين موقع المؤسسة في ظل الاقتصاد التنافسي، أي أن يصبح لها هدف اقتصادي ومالي على المستوى الدولي خاصة في إطار عولمة المبادلات وترابط العلاقات الاقتصادية الوطنية مع السياسات الاقتصادية الدولية، ولا يمكن تحقيق برنامج التأهيل إلا من خلال تبني المؤسسة في حد ذاتها لإجراءات وإصلاحات داخلية على المستويات التنظيمية، الإنتاجية، الانتاجية، الاستثمارية والتسويقية »

يمكن القول كذلك « أن التأهيل يقتصر على زيادة ورفع القيم، وتطبيقات التسيير، وتحسين الأداء لبلوغ مستوى المنافسين المستقبليين وذلك ضمن آجال محددة ودقيقة »

إذن، فالهدف من التأهيل هو « السماح للمؤسسة بالعمل والمكافحة من أجل ضمان استمراريتها وتطورها في محيط اقتصادي مستقبلي منفتح تحكمه عدة متطلبات وأنه جد تنافسي »

2/ أهداف برنامج التأهيل الجزائري:

تتمثل أهداف التأهيل في:¹

أ/ تحسين تسيير المؤسسات: تسعى برامج التأهيل إلى رفع الكفاءة الإنتاجية للمؤسسات حتى تستطيع الحفاظ على حصتها في السوق المحلي في مرحلة أولى والبحث عن أسواق خارجية

¹ هشام بوعلي ، مرجع سبق ذكره، 183.

الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر دراسة حالة - ولاية مستغانم -

في مرحلة مواءمة، ويتم ذلك بإدخال مجموعة من التغيرات الهامة على أساليب وطرق التسيير والإنتاج بغية الاستخدام الأمثل للقدرات الإنتاجية المتاحة، وتنمية الكفاءات البشرية، والتنمية والبحث في وظيفة التسويق.

- تنمية مشاريع الشراكة مع المؤسسات الخارجية.

- ترقية المؤهلات المهنية.

- استخدام تقنيات التحليل المالي في تدبير الأموال وتوظيفها.

- ترقية الابتكار التكنولوجي وتشجيع استعمال المؤسسات للتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال.

- تفعيل وظيفة البحث والعمل على إنشاء مخابر بالتعاون مع الجامعات ومخابر البحث المتخصصة على النسق المعمول به في الدول المتقدمة.

- اكتساب التكنولوجيا.

- تحسين الجودة أو النوعية للحيازة على المعايير العامة للنوعية العالمية للايزو.

ب/ تحسين تنافسية المؤسسات: إن هدف الوصول إلى تعزيز وتحسين القدرة التنافسية يعتبر من الأهداف الهامة التي يسعى القطاع إلى الوصول إليها، فإذا قمنا بمراجعة المادة 18 من القانون التوجيهي لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة¹، سنلاحظ أن عملية التأهيل يهدف أساسا إلى زيادة القدرة التنافسية للمؤسسات لأن عنصرا أو عامل التنافسية ضروري لأي مؤسسة في وقتنا الحالي للحفاظ على مكانتها وتطويرها، وتتم عملية تحسي التنافسية من خلال اعتماد أحدث الطرق في مجالي التسيير والتنظيم وهذا للتحكم في التكاليف والالتزام بالموصفات والمقاييس الدولية المتعلقة بالنوعية، وتحسين القدرة التسييرية لدى مسيري المؤسسات وهذا بتزويدهم بمفهوم « ثقافة المؤسسة والنقاول »² من جهة، وبتوفير محيط ملائم لها من جهة أخرى، وذلك بإجراء تعديلات في جميع مكوناته، وتوفير المعلومات الاقتصادية لتطوير تنافسية المؤسسة الصغيرة والمتوسطة.

الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر دراسة حالة - ولاية مستغانم-

يترتب على التأهيل زيادة درجة المنافسة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مما يؤدي إلى توليد حفز على التجديد، وتساعد على ظهور منظمين وإداريين أكثر كفاءة على إدارة المؤسسات.

ونتيجة لهذه التغييرات فإنه من المتوقع نظريا أن يتولد على عملية التأهيل زيادة الكفاءة الإنتاجية أو القدرة التنافسية إما في شكل زيادة في الإنتاج باستخدام نفس القدر من المورد أو تقليل كمية المدخلات اللازمة للحصول على نفس حجم الإنتاج أو أكثر أو في شكل تحسين نوعية الإنتاج.

ج/ توفير مناصب الشغل: تعاني الجزائر كبقية البلدان النامية من مشاكل البطالة، وكون المؤسسة الصغيرة والمتوسطة أثبتت قدرتها على التخفيف من حدث هذه الظاهرة بخلق فرصا منتجة للعمل، تحاول الحكومة أن تهئ جميع الظروف المواتية لإنشاء ومرافقة وتأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لتساعدها على المساهمة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، فالاهتمام المعطى للمؤسسة يهدف ليس فقط إلى الحفاظ على مناصب التشغيل الحالية، بل يهدف إلى خلق وظائف جديدة وذلك لاعتمادها على اليد العاملة أكثر من اعتمادها على رأس المال من جهة وأيضا لسهولة إقامتها وتوزيعها على نطاق واسع.

3/توجهات برنامج التأهيل الجزائري:

* يستفيد من البرنامج كل من¹:

(أ) الأعوان الخواص للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة: يقصد بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تمارس نشاطها في القطاعات التالية: المواد الغذائية و الفلاحية، الصناعات المائية، الصيدلة، مواد البناء، السلع المصنعة، ويستثنى منها قطاعات الزراعة، التجارة والخدمات .

(ب) الهيئات المالية والمشرفين الماليين الخواص: تتمثل هذه الهيئات في البنوك والهيئات المالية والمشرفين والخواص الذين يهدفون إلى خلق وترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بصفة عامة، وباستخدام أدوات جديدة مثل القرض الإيجاري، رأسمال المخاطر، ... الخ.

¹ عبد الله بن حمو ، مرجع سبق ذكره، ص 180 بتصرف.

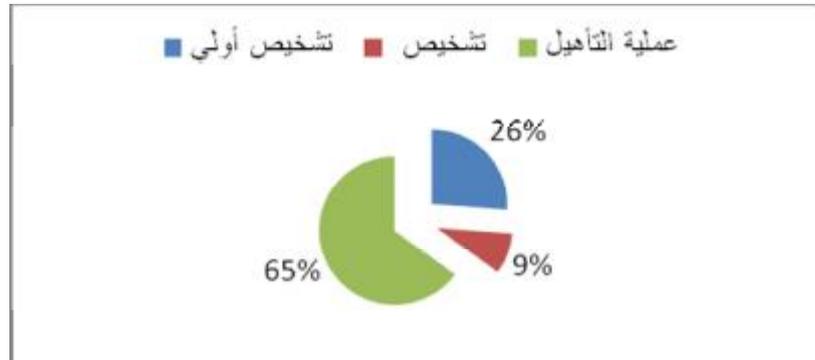
الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر دراسة حالة - ولاية مستغانم-

ج) هيئات وأجهزة دعم المؤسسات: يدمج هذا البرنامج كل الوحدات العمومية أو الخاصة التي لها القدرة على الترقية و التأطير والمساندة تحت الأشكال التالية : أجهزة الدعم التقني والتكنولوجي، الإدارات المركزية الاقتصادية، الهيئات العمومية لخدمة المؤسسات، غرف التجارة والصناعة، بورصة المناولة والشراكة، جمعيات أرباب العمل، مراكز ومعاهد التكوين، ممثلي الشبكة الوطنية للمعلومات الاقتصادية.

4/تحليل وتقييم إجمالي للبرنامج:

من خلال تتبع المسار الذي مر به برنامج دعم و تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر ومن خلال النتائج المحققة والدراسات التي أقيمت في هذا الشأن كانت النتائج كما يلي:

شكل (07): درجة تقدم المؤسسات في مسار التأهيل



المصدر: نزعي فاطمة الزهراء، آفاق تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر (تحليل أثر برنامج التأهيل)، مذكرة ماجستير تخصص تحليل اقتصادي، جامعة تلمسان، الجزائر، 2010، ص 214.

من بين 685 مؤسسة صغيرة ومتوسطة التي سبق لها وأن قامت أو دخلت في عملية تشخيص أو تشخيص أولي نلاحظ أن:

- 179 مؤسسة توقفت عن العملية بعد مرحلة التشخيص الأولي.

الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر دراسة حالة - ولاية مستغانم-

- 61 مؤسسة صغيرة ومتوسطة خاصة لم تتعدى مرحلة التشخيص.

- 445 مؤسسة دخلت في عملية ومسار التأهيل.

و ترجع الأسباب الرئيسية للمؤسسات التي تخلت عن العملية إلى:

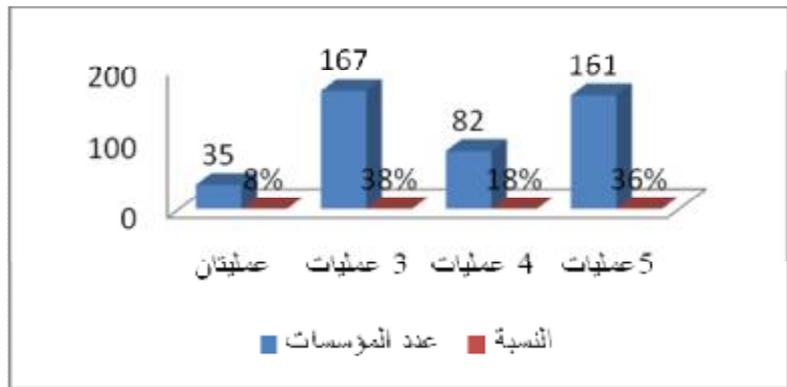
* تردد صاحب المؤسسة في مواصلة العملية.

* عدم وجود شخص كفؤ وقادر في المؤسسة على إتمام أول عملية تأهيل.

* صعوبة واستحالة تمويل العملية من طرف المؤسسة.

أما فيما يخص عدد العمليات المحققة فنلاحظ من خلال الشكل 07 أن 92% من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تخطت على الأقل عمليتين للتأهيل، من بينها 36% من مجموع المؤسسات التي دخلت في عملية التأهيل تعدت 05 عمليات للتأهيل، و18% أنجزت 04 عمليات، و38% أنجزت 03 عمليات للتأهيل، بينما 08% من المؤسسات لم تتعدى عمليتين للتأهيل، ومن هنا يمكن القول أن معظم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة التي دخلت في عملية ومسار التأهيل هي مهتمة بهذه العملية بدون النظر إلى المؤسسات التي تخلت عن التأهيل منذ العملية الأولى، كما يجب التتويه إلى أن مجموع كل هذه العمليات للتأهيل التي تمت قد تمت في إطار برنامج MEDA و لم تدخل فيها العمليات التي قامت بها المؤسسات بنفسها في خارج البرنامج والتي تدخل ضمن نشاطها المعتاد في تحسين أدائها السنوي.

الشكل (08) توزع عدد المؤسسات الخاضعة للتأهيل حسب عدد العمليات المحققة



المصدر: نزعي فاطمة الزهراء، آفاق تنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، مذكرة ماجستير تحليل اقتصادي، جامعة تلمسان، 2010، ص 215.

و العملية الأولى التي لها الأهمية الكبرى هي عملية التسيير و تسيير الإنتاج، فهذه المؤسسات هي أكثر حاجة للعمليات المتعلقة بالتسيير والإنتاج من أجل التوسع أكثر و

الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر دراسة حالة - ولاية مستغانم-

بسرعة في الإنتاجية. فقد تم إحصاء 38% من مجموع عمليات التأهيل ما عدا العمليات المتعلقة بالتمويل على مستوى 445 مؤسسة قامت بالتأهيل هي متعلقة بالتسيير ثم تليها 35% عمليات إنتاج و 15% للجودة و 11% للتسويق و 01% للمالية والمحاسبة.

5/ النتائج المستخلصة من البرنامج:

لقد أقيمت عدة دراسات لتحليل أهم تأثيرات برنامج التأهيل وأهمها تلك الدراسة المعدة من طرف الخبيرين الأوروبيين Mr Philippe GILLE و Mr Michel BOIDIN برعاية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والصناعات التقليدية الجزائرية واللجنة الأوربية والوكالة الوطنية لدعم وتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في نهاية 2006 والتي مست ما يقارب 609 مؤسسة صغيرة ومتوسطة مستها عملية التأهيل حيث تم طرح ما يقارب 716 سؤال عليها ما بين مقابلة مباشرة وأسئلة مفتوحة وأسئلة مغلقة محدودة وغير محدودة، ولقد تمت الإجابة بنسبة 100% بالنسبة للمقابلات المباشرة، وأما الأسئلة المتبقية فقد تم الإجابة عنها من طرف 70% من المؤسسات و 30% المتبقية من المؤسسات منها من لم تجب على كافة الأسئلة و منها من امتنعت عن الإجابة، وقد كان الهدف من هذا الاستبيان دراسة تأثيرات عملية التأهيل و القيام بتحليل أولي سمح بتحديد أهم الخصائص لعمليات التأهيل والمؤسسات من أجل التحضير للتصنيف العملي، وقد سمح تحليل الاستبيانات باستخلاص أهم النتائج التالية:¹

- التأهيل يسمح بالاختلاف، أي هناك تغيير على مستوى المؤسسات التي مسها التأهيل.
- هذا التأثير الإيجابي كان ملموسا أساسا في التطور التسييري، تنظيم المؤسسة، وكذلك إلزام الأفراد بقرارات التأهيل يساهم في جعل المؤسسة أكثر ديناميكية.
- بالنسبة للعديد من رؤساء المؤسسات فإن عمليات التأهيل لازالت لم تدرك إلى حد كبير على مستوى المؤسسة فيما يخص الجودة الشاملة والتي من شأنها خلق قيمة مضافة للمؤسسة.

¹ فاطمة الزهراء نزعى، مرجع سبق ذكره، ص 236، بتصرف.

الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر دراسة حالة - ولاية مستغانم-

• بالنسبة لعدد من رؤساء المؤسسات فإن تنافسية المؤسسة تبقى صعبة بربطها بفوائد التأهيل.

• الإنشغالين الكبيرين المعبر عنهما من طرف جميع المؤسسات يتعلقان بالأجال والتمويل.

بعض المؤسسات تعتبر أن برنامج التأهيل المقترح لا يلبي أهم إنشغالاتهم.

المبحث الثاني: السياحة في الجزائر

الجزائر تعد من بين البلدان التي تتميز بطبيعة خاصة جعلتها محل اهتمام الباحثين والرحالة العرب والغرب، وهذا ما يؤكد الدكتور عبد الله ركيبي في مؤلفه «الجزائر في عيون الرحالة الانجليز» الذي ذكر العديد من الرحالة الذين زاروا الجزائر وكتبوا عنها، أمثال: hilton simon في كتابه رحلة في ربوع الأوراس (1912-1920)، وكذلك R.V.C.Bodlley في كتابه «ريح الصحراء» (1944) و M.D.Stot في «كتاب الجزائر على حقيقتها»¹، وغيرهم من كتاب الغرب الذين وصفوا الجزائر بأنها فسيفساء حضاري وثقافي وتحفة نادرة.

المطلب الأول: الإمكانيات السياحية في الجزائر:

تتطلب التنمية السياحية توفر جملة من الشروط الموضوعية والأساسية، تتمثل هذه الشروط في المادة الخام (الموارد السياحية)، والإمكانيات المادية والبشرية المسخرة لاستغلال تلك الموارد السياحية، تتمثل الموارد أساسا في المعطيات الجغرافية كالمناظر الطبيعية، أماكن الراحة، الترفيه، الجبال، الأنهار، الشواطئ والغابات، الصحاري بالإضافة إلى الموارد التاريخية المعمارية، الدينية والصناعات التقليدية، الفلكلور، الفنون الشعبية المختلفة، العادات والتقاليد. وتعتبر هذه الموارد أساس النشاط السياحي، فبدونها لا وجود للنشاط السياحي.

1/ المقومات الطبيعية للجزائر:

تتميز الجزائر بالإمكانيات الطبيعية التالية:

¹ عبد الله ركيبي، الجزائر في عين الرحالة الإنجليزي، الجزء الأول، دار الحكمة، الجزائر، 1999، ص113.

الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر دراسة حالة - ولاية مستغانم-

(أ) الموقع والمناخ: تقع الجزائر شمال القارة الإفريقية وهي تتوسط بلاد المغرب العربي الكبير يحدها من الشمال البحر المتوسط ومن الشرق تونس وليبيا ومن الغرب المغرب الأقصى وموريتانيا ومن الجنوب النيجر و مالي. تتربع الجزائر على مساحة تقدر بـ 2381741 كلم²، ويبلغ عدد سكانها 36.6 مليون نسمة حسب إحصائيات فيفري 2010.

وتتميز الجزائر من شمالها إلى جنوبها بثلاثة أنواع من المناخ:¹

- مناخ متوسطي على السواحل الممتدة من الشرق إلى الغرب و درجة الحرارة متوسطة عموما في هذه المناطق من شهر أكتوبر إلى أفريل وتقارب 18 درجة، أما في شهر جويلية وأوت فتصل إلى أكثر من 30 درجة، ويكون الجو حارا ورطبا.
- مناخ شبه قاري في مناطق الهضاب العليا يتميز بموسم طويل بارد ورطب في الفترة من أكتوبر إلى ماي وتصل درجة الحرارة أحيانا إلى 5 درجات أو أقل في بعض المناطق أما باقي أشهر السنة فتميز بحرارة جافة وتصل إلى أكثر من 30 درجة.
- مناخ صحراوي في مناطق الجنوب والواحات ويتميز بموسم طويل حار من شهر ماي إلى سبتمبر حيث تصل درجة الحرارة أحيانا إلى أكثر من 40 درجة أما باقي أشهر السنة فتميز بمناخ متوسطي ودافئ، هذا ما يمكن نشاط حركة السياح في الشتاء.

(ب) الساحل الجزائري: يمتد الساحل الجزائري على مسافة 1200 كلم، ويتميز بارتفاعه وتكونه الصخري وتوجد به عدة فضاءات سياحية نادرة و من أهم المناطق السياحية الممتدة على هذا الساحل نجد: القالة، تيقزيرت، سيدي فرج، تنس، بني صاف.²

(ج) المناطق الجبلية: أهم ما يميز المناطق الجبلية في الجزائر وجود سلسلتي الأطلس التلي والأطلس الصحراوي واللذان تعطيان فرص الاكتشاف والصيد، وأهم المرتفعات

¹ محمد وزاني ، السياحة المستدامة واقعتها وتحدياتها بالنسبة للجزائر، مذكرة ماجستير تسويق الخدمات، جامعة تلمسان، الجزائر، 2011، ص117.
² عيسى مرازقة، شخشاخ محمد الشريف، دراسة أداء وفاعلية المؤسسات السياحية في الجزائر، الملتقى الدولي اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، بسكرة، الجزائر، مارس 2010، ص 9.

الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر دراسة حالة - ولاية مستغانم-

السياحية نجد محطة الشريعة التي تمارس فيها رياضة التزلج على الثلج إضافة إلى محطة تيكجدة.

(د) المناطق الصحراوية: تبلغ مساحة الصحراء الجزائرية حوالي 2 مليون كلم² موزعة على خمسة مناطق كبرى هي: أدرار، إليزي، وادي ميزاب، تمنراست، تندوف.¹

(هـ) الحظائر السياحية الوطنية: تمتلك الجزائر العديد من الحظائر الوطنية المتواجدة في مختلف أرجاء الوطن وهي كالتالي:

- حظيرة الوطنية للقالا 78000 هكتار تضم 3 شواطئ و 3 محميات تحوي 50 نوع من الطيور و أنواع من الحيوانات الأخرى.

- حظيرة جرجرة 500.18 هكتار تستقر فيها الثلوج من ديسمبر إلى فيفري.

- حظيرة غابات الأرز 616.3 هكتار تقع إلى حافة سلسلة الونشريس بالأطلس التلي.

- حظيرة الطاسلي 100 هكتار تتميز بمختلف النقوش والرسومات الصخرية.

- الحظيرة الوطنية للهقار تضم هضبتي الأتاكور، الحظيرة النباتية والحظيرة الحيوانية بالإضافة إلى المنحوتات الأثرية التي يعود تاريخها إلى 12 ألف سنة.

(د) الحمامات المعدنية: تسخر الأرض الجزائرية بعشرات الأحواض والحمامات المعدنية الطبيعية، تعتمد عليها السلطات في بناء قاعدة متينة لسياحة حمامات معدنية تجذب السياح المحليين والأجانب. ويتوفر بالجزائر 202 منبع للمياه الحموية الجوفية صنفت حسب طبيعتها الفيزيائية والكيميائية على النحو التالي:²

- 136 مورد مياه حراري ذات أهمية محلية.

- 55 مورد لمياه معدنية حرارية ذات أهمية جهوية.

- 11 مورد مياه معدنية حرارية ذات أهمية وطنية.

¹ نفس المرجع السابق، ص 9.

² دور القطاع السياحي في تنمية قطاع الصناعات التقليدية والحرف في الجزائر، مجلة الدراسات الاقتصادية، العدد الثالث، دار الخلدونية، الجزائر، 2004، ص109.

الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر دراسة حالة - ولاية مستغانم-

من أهم الحمامات المعدنية: حمام بوغرارة بتلمسان، حمام بوحجر بعين تيموشنت، حمام بوحنيقية بمعسكر، حمام الشلالة بقالمة، حمام قرقور بسطيف، حمام الصالحين ببسكرة، إضافة إلى محطة العلاج بمياه البحر بسيدي فرج. وتمثل المنابع الحموية الغير مستغلة ما يفوق 60% من المنابع المحصاة.¹

2/ المقومات التاريخية والحضارية للجزائر:

إن المعالم التاريخية والحضارية المتنوعة التي تتفرد بها الجزائر جعلتها مهدا للحضارة الإنسانية وشاهدا حيا على انتمائها للفضاء الإسلامي، المتوسطي والإفريقي فالمعالم الأثرية، المتاحف والوثائق التاريخية الموجودة في الجزائر تشهد على عراقة وعظمة الحضارات المتعاقبة.

وأهم المواقع التاريخية والحضارية التي تتوفر عليها الجزائر « موقع التاسيلي » الذي يعتبر من أهم وأروع المواقع العالمية من حيث طبيعته الجيولوجية، وتتجلى عظمته من حفرياته التي كشفت عن بقايا الحيوانات والنباتات التي كانت تعيش في هذه المنطقة.

وأیضا ثمة حي القصبة العريق بالجزائر العاصمة والتي شيدها العثمانيون في القرن السادس عشر تمثل احدي أجمل المعالم الهندسية في المنطقة المتوسطة.

وادي ميزاب بغرداية ويعود تاريخ بنائه إلى القرن العاشر ميلادي، يحيط به خمسة قصور ذات تصاميم بطابع صحراوي، وهي عبارة عن قرى محصنة ذات هندسة بسيطة.

تعتبر قلعة بني حماد من المواقع الأثرية الهامة فهي تتوفر على آثار رومانية كالأسوار والقبور القديمة و آثار للدولة الحمادية ودولة الموحدین يوجد هذا الموقع ببجاية.

موقع جميلة بولاية سطيف الذي كان يعرف قديما باسم كويكول وهي تسمية ذات أصل نوميدي لمدينة رومانية ويتشابه تصميم هذه المدينة مع نظيره لمدينة تيمقاد الأثرية.

إضافة إلى مجموعة من المتاحف منها:²

- متحف باردو الوطني تعرض به حفريات تعود لعصور ما قبل التاريخ.

- المتحف الوطني زبانة تعرض به حفريات عن أصل الشعوب.

¹ موسى سعداوي، حكيم بوجطو، أهمية مقومات السياحة الجزائرية في التنمية الاقتصادية للدولة، الملتقى الدولي اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، بسكرة، الجزائر، مارس 2010، ص 11، بتصرف.

² محمد وزاني، مرجع سبق ذكره، ص 119-121، بتصرف.

الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر دراسة حالة - ولاية مستغانم-

- المتحف الوطني للمجاهد تتمثل معروضاته في آثار عن الثورة التحريرية.
 - المتحف الوطني للفنون الجميلة تعرض به ألوان من الفن العصري.
 - المتحف الوطني للفنون الشعبية يعرض ألوان من الصناعة التقليدية والفنون الشعبية.
 - متحف تيمقاد يضم قطعاً من الفسيفساء و آثار قديمة منها نقود و تماثيل.
 - متحف هيبون يحتوي على آثار قديمة تعبر عن تاريخ هذه المدينة النوميدية الرومانية.
- إضافة إلى هذه الموارد الثقافية فإن الحضارات التي توالى بالجزائر على مر العصور تركت إرثاً ثقافياً وتاريخياً ودينياً يتواجد في أغلب مناطق الجزائر ويمكن ذكر أهم المراحل من خلال ما يلي:¹
- الحضارة الرومانية: عمرت قرابة خمسة قرون وتوجد آثارها في العديد من المدن أهمها تيمقاد، جميلة، تيبازة، شرشال، قالمة و تبسة.
 - الحضارة الإسلامية: من أهم المعالم القديمة في الحضارة الإسلامية التي لا تزال شامخة في العديد من المواقع الأثرية نجد قلعة بني حماد بالمسيلة والمنصورة بتلمسان والجزائر العاصمة بمساجدها العتيقة هذا دون أن ننسى الزوايا والتي من أهمها الزاوية التيجانية، الرحمانية، زاوية كوننة والتي تعتبر منتج سياحي رائع.
 - المرحلة الاستعمارية: شيد الاستعمار عدة فنادق كانت موجهة للمستوطنين الأوروبيين، بالإضافة لهذه فإن المواقع الحربية والمعنقات أصبحت مناطق أثرية تاريخية.
- و يوضح الجدول التالي أهم المواقع الأثرية الجزائرية المدرجة في قائمة التراث العالمي.

¹ عيسى مرازقة، شخشاخ محمد الشريف، مرجع سبق ذكره، ص 10.

الجدول رقم (11): المواقع التراثية في الجزائر

المواقع التراثية	نوع التراث	تاريخ إدراجه
قلعة بني حماد	ثقافي	1980
جميلة	ثقافي	1982
وادي ميزاب	ثقافي	1982
تسالي ناجير	مختلط	1982
تيمقاد	ثقافي	1982
تيازة	ثقافي	1982
قصبة الجزائر	ثقافي	1992

المصدر: موسى سعداوي، حكيم بوجطو، أهمية مقومات السياحة الجزائرية في التنمية الاقتصادية للدولة، الملتقى الدولي اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، بسكرة، الجزائر، مارس 2010، ص 12.

3/ الخصائص (الهيكل) القاعدية:

تمتلك الجزائر هياكل قاعدية هامة تتمثل في ما يلي:¹

(أ) النقل: لقد تم الاهتمام بالنقل وتجسيده في المنجزات الخاصة بشبكات الطرق و المطارات والموانئ، فكثافة شبكات الطرق البحرية، الجوية والبرية المحققة في الجزائر تشكل عامل هام لتشجيع السياحة في مختلف المناطق.

- شبكة الطرقات: يصل طول شبكة الطرقات بالجزائر إلى 109452 كلم، تتميز بتركزها في المنطقة الشمالية للبلاد، حيث يصل طولها إلى حوالي 96684 كلم مقسمة كما يلي:

¹ محمد وزاني، مرجع سبق ذكره، ص 122.

- الطرق الوطنية 28275 كلم.

-الطرق الفرعية الولائية 23926 كلم.

-الطرق البلدية 57251 كلم.

وتجدر الإشارة إلى مشروع القرن في الجزائر والجاري انجازه وهو الطريق السياح شرق غرب الذي يمتد من شرق البلاد إلى غربها على مسافة 1216 كلم، وهو أكبر طريق سياح في العالم.

• شبكة السكك الحديدية: طول السكك الحديدية تقارب 4500 كلم تعبر حوالي 200 محطة تغطي على الخصوص شمال البلاد و تتكون هذه الشبكات:

- 1435 كلم طريق عادي.

- 1055 كلم طريق ضيق.

- 305 كلم طريق مزدوج.

- 299 كلم طريق مكهربة.

وتملك الشركة الوطنية للنقل 200 محطة مفتوحة لنقل السلع والمسافرين و 200 فرع تربط الوحدات والمناطق الصناعية بأهم الموانئ، وأهم محطات تصدير المحروقات.

• النقل الجوي: إن الهياكل القاعدية الخاصة بالنقل الجوي بالجزائر قد شهدت تطورا ملحوظا تميز في انجاز 53 مطار على مختلف التراب الوطني، كما تجدر الإشارة إلى أن 13 من بين هذه المطارات ترقى إلى المقاييس الدولية ومنها:

- 05 مطارات دولية من الدرجة الأولى: الجزائر، وهران، قسنطينة، عنابة، غرداية.

- 07 مطارات دولية من الدرجة الثانية: حاسي مسعود، عين أمناس، تلمسان، تيارت، أدرار، تبسة، تمنراست.

- 08 مطارات وطنية: بشار، بجاية، الوادي، ورقلة، عين صالح، جانت، بسكرة، إليزي.

- 19 مطار ذو استعمال محدود منها 04 مطارات مرتبط نشاطها بالبحث و الاستغلال في مجال المحروقات و المناجم.

• النقل البحري: إن العمل البحري في الجزائر يعتمد على 13 ميناء للعديد من الخدمات كالتجارة و الصيد البحري، إضافة إلى ميناءين متخصصين في المحروقات بالإضافة إلى العديد من الموانئ الصغيرة التي تستعمل للصيد البحري و الترفيه، كما تحتوي على حجرات للإشارات البحرية لأمن الملاحة و محصنات الدفاع الساحلي. و تميز التبادلات التجارية الدولية في الجزائر على تعاملها بالأساس عن طريق المجال البحري و تضمن ذلك مؤسسات متخصصة في نقل السلع و مشتقات البترول و أهم الموانئ: الجزائر، وهران، عنابة و جن جن التي تضمن 75% من نسبة حركة الملاحة.¹

ب) الطاقة: تتجاوز تغطية الدولة فيما يخص الطاقة الكهربائية نسبة الـ 97% بما يعادل أكثر من 160000 كلم خط، حيث تستفيد حوالي خمسة ملايين و ثلاثمائة ألف عائلة من خدمات الشبكة الكهربائية التي تشرف على توزيعها مؤسسة سونلغاز.

ت) وسائل الإعلام والاتصال: تتنوع الساحة الإعلامية الجزائرية بشكل معتبر، حيث تزخر بحوالي 30 يومية و أكثر من 150 نشرية أسبوعية و شهرية، و تحظى الصحافة الخاصة بحصة الأسد ضمن الصحافة المكتوبة، علما بأن هذا القطاع يسحب يوميا ما مجموعه أكثر من 1.3 مليون نسخة صحيفة بالعربية و الفرنسية.

المطلب الثاني: واقع و أهمية القطاع السياحي في الجزائر:

1/ واقع القطاع السياحي في الجزائر:

نظرا لما تملكه الجزائر من رخاء و تنوع للإرث السياحي هذا ما خلق لها موقعا مهما و طموحا كبيرا لدى الطبقة السياسية كي تجعل من السياحة موردا هاما و مساهما في آليات

¹ محمد وزاني، مرجع سبق ذكره، ص 125.

الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر دراسة حالة - ولاية مستغانم-

التنمية حيث جعلها تخرج من عزلها لتصبح قطبا سياحيا هاما. فالجزائر تتوفر على طاقات سياحية لا نظير لها على مستوى حوض البحر الأبيض المتوسط فهي تزخر بطاقات في الساحل وفي الجنوب الكبير الذي يبهر الزوار بجماله وتنوعه، إلا أن سياسة الاقتصاد المخطط في السابق لم تسمح بتطوير هذا القطاع، إلا أن الوضع بدأ بالتغير منذ وضع استراتيجية تنموية تهدف إلى بعث سياحة كبديل لاستغلال ثروات البلاد (المحروقات) الجدول رقم(12): ترتيب الجزائر حسب المجالات لسنة 2008

الرتبة	المجال
113	السياسات والتشريعات والقوانين
82	مناخ الضبط في الجزائر
74	السلامة والأمن
53	الصحة والنظافة
109	استراتيجية الأسفار والسياحة

المصدر: غالم عبد الله، صناعة السياحة في الوطن العربي مفتاح التنمية المستدامة، الملتقى الدولي اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، بسكرة، الجزائر، مارس 2010، ص 08.

(أ) الإطار التنظيمي للقطاع: شهدت سنة 2003 إصدار ثلاثة قوانين تنظيمية تهدف إلى إعادة تنظيم القطاع السياحي الجزائري والمتمثلة فيما يلي:

- المرسوم التنفيذي رقم 03-75 الذي يحدد صلاحيات وزير السياحة.

- المرسوم التنفيذي رقم 03-76 الذي يتضمن اقدارة المركزية في وزارة السياحة.

- المرسوم التنفيذي رقم 03-77 المتضمن تنظيم المفتشية العامة في وزارة السياحة.

إضافة إلى عدة قوانين أخرى من أهمها قانون التنمية السياحية المستدامة رقم 03-01 المؤرخ في 2003/02/17 و الذي يقضي بمطابقة تهيئة المناطق السياحية مع قانون التهيئة

الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر دراسة حالة - ولاية مستغانم-

الإقليمية الشاملة والحفاظ على البيئة والساحل¹ إضافة إلى قانون الحفاظ والنهوض بالتراث الثقافي المحلي بما في ذلك التراث الحرفي التقليدي².

إضافة إلى هذه القوانين يعتمد القطاع السياحي على مجموعة من المؤسسات التي يكمن دورها في تنفيذ السياسة السياحية الموضوعة من طرف السلطات ونذكر منها:³

- وزارة تهيئة الإقليم والبيئة والسياحة.

- الديوان الوطني للسياحة.

- الوكالة الوطنية للتنمية السياحية.

- الدواوين المحلية للسياحة.

- مديريات السياحة

- الوكالات السياحية و مؤسسات التسيير السياحي والفندقي.

- الجمعيات السياحية ومؤسسات التكوين السياحي.

ب) المؤشرات الحالية للقطاع: عرف القطاع السياحي تحسنا ملحوظا منذ سنة 2000 بعد

الاهتمام الذي أصبح يحظى به قبل السلطات العمومية.

- الطاقة الفندقية: في الفترة الممتدة من 1999-2008 كان تطور الطاقة الفندقية في

الجزائر بمعيار عدد الأسرة كما يوضحه الجدول التالي:

جدول رقم (13) تطور الطاقة الفندقية في الجزائر من 1999 إلى 2010

2008	2007	2006	2005	2000	1995	1990	السنوات عدد الأسرة
85876	85000	84869	83895	77424	62000	53812	إجمالي عدد الأسرة

¹ القانون رقم 02-02 المؤرخ في 05 فيفري 2002 الخاص بالحفاظ و الترويج للساحل.

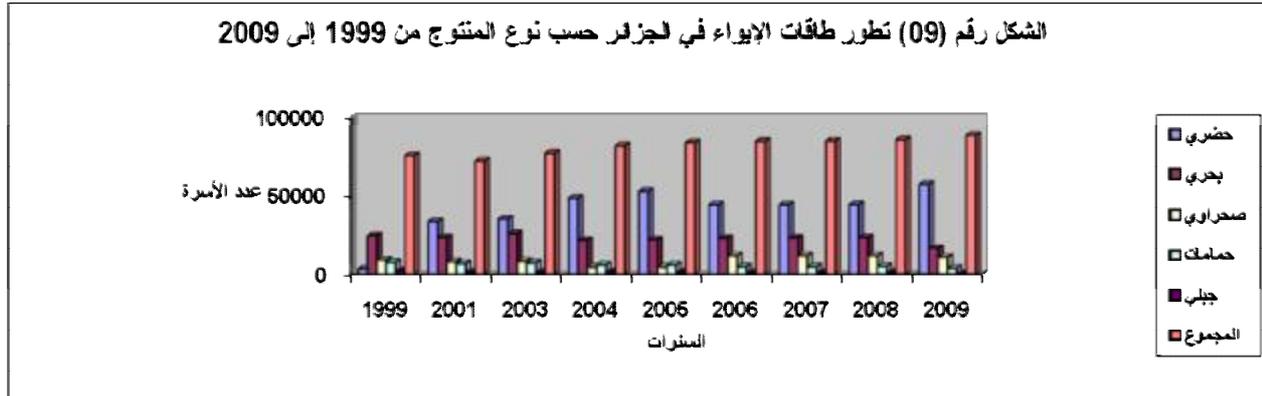
² القانون رقم 04-98 المؤرخ في 15 جوان 1998 الخاص بالحفاظ على التراث الثقافي.

³ عيسى مرازقة، شخشاخ محمد الشريف، مرجع سبق ذكره، ص 13، 12، بتصرف.

**الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر
دراسة حالة - ولاية مستغانم -**

1.03	0.15	1.16	7.2	24.88	15.21	-	معدل التغير
------	------	------	-----	-------	-------	---	-------------

المصدر: عشي صليحة، الأداء والأثر الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر وتونس والمغرب، رسالة دكتوراه تخصص اقتصاد تنمية، باتنة، الجزائر، 2011، ص 100.
و حسب نوع المنتج السياحي، فإن الطاقة الفندقية للجزائر للفترة 1999-2009 وزعت كما هو مبين في الشكل رقم (09).



المصدر: عشي صليحة، الأداء والأثر الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر وتونس والمغرب، رسالة دكتوراه تخصص اقتصاد تنمية، باتنة، الجزائر، 2011، ص 104.

- التدفقات البشرية: بلغ عدد السياح عالميا 842 مليون سائح في 2006 أي بزيادة قدرها 4.5% مقارنة بـ 2005 وبلغت أرباحها 623 مليار دولار في 2004 و 800 مليار دولار في 2006، ويتوقع بلوغ 1.6 مليار سائح في 2020 ويتوقع أن ينفقوا أكثر من 2000 مليار أورو. أما بالنسبة للجزائر فقد سجلت تحسنا ملحوظا في عدد السياح والجدول أدناه يوضح ذلك:

الجدول رقم (14) تطور عدد السياح في الجزائر خلال الفترة 1995-2010

السنوات	1995	2000	2005	2006	2010
عدد السياح	519600	866000	1443000	1640000	2500000

المصدر: عيسى مرزوقة، شخشاخ محمد الشريف، دراسة أداء وفاعلية المؤسسات السياحية في الجزائر، الملتقى الدولي اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، بسكرة، الجزائر، مارس 2010، ص 15.

2/ أهمية القطاع السياحي في الجزائر:

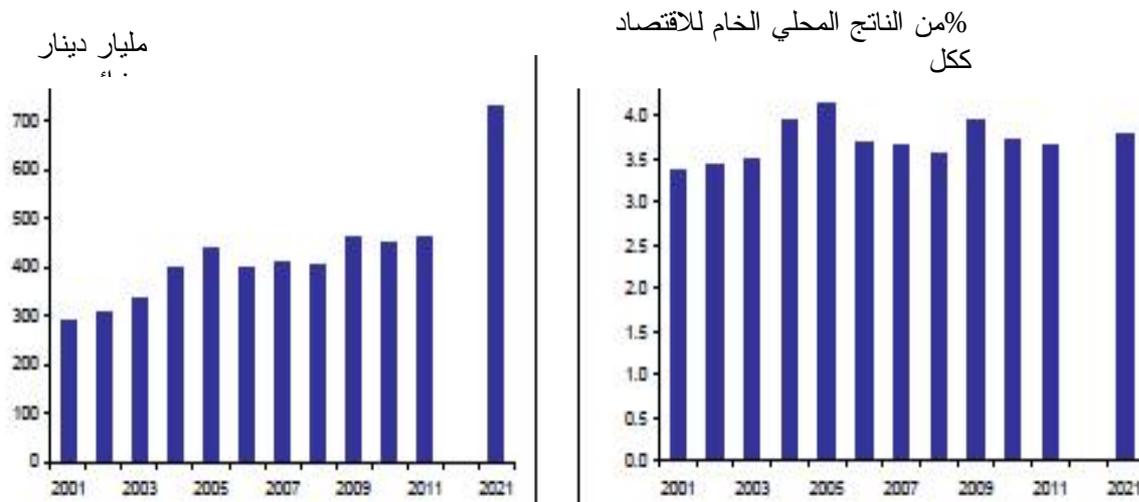
الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر دراسة حالة - ولاية مستغانم-

(أ) إسهامات القطاع السياحي في ميزان المدفوعات: بلغت الإيرادات المسجلة في ميزان المدفوعات 2837.7 مليون دولار في سنة 2007 من الخدمات و 218.9 مليون دولار من الأسفار بواقع 1140 فندق منها 13 فندق ذات خمسة نجوم و 54 لفئة أربعة نجوم و 145 لفئة ثلاثة نجوم و 157 لفئة نجمتين و 97 لفئة نجمة واحدة و 674 فندق غير مصنّف وهو ما يعادل إيواء 85000 أسرة بواقع 1743084 سائح أجنبي.

(ب) إسهامات القطاع السياحي في الناتج المحلي الإجمالي: ومن المتوقع أن تصل المساهمة المباشرة للسياحة والسفر في الناتج المحلي الإجمالي إلى 461.2 مليار دينار جزائري في عام 2011 (3.7% من الناتج المحلي الإجمالي). وهذا يعكس في المقام الأول النشاطات الاقتصادية التي تولدها صناعات مثل الفنادق ووكلاء السفر، شركات الطيران وغيرها من خدمات نقل الركاب ، و يشمل أيضا، على سبيل المثال، أنشطة المطاعم والترفيه المدعمة مباشرة من قبل السياح.¹

الشكل التالي يوضح تطور مساهمات القطاع السياحي في الناتج المحلي الخام الجزائري خلال الفترة 2001-2011.

الشكل رقم (10) تطور مساهمات السياحة في الناتج المحلي الخام 2001-2011



¹ Travel & tourism economic impact 2011 algeria , World Travel & Tourism Council, LONDON, UK, 2011, p 5.

الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر دراسة حالة - ولاية مستغانم -

المصدر: Travel & tourism economic impact 2011 Algeria , World Travel & Tourism Council,

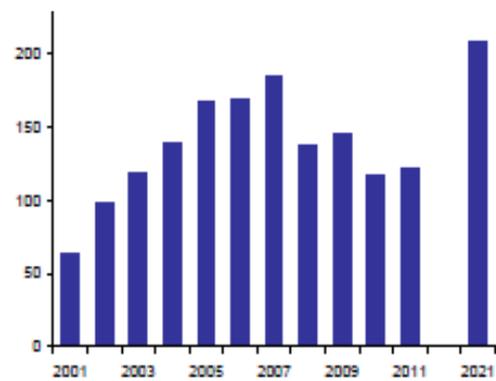
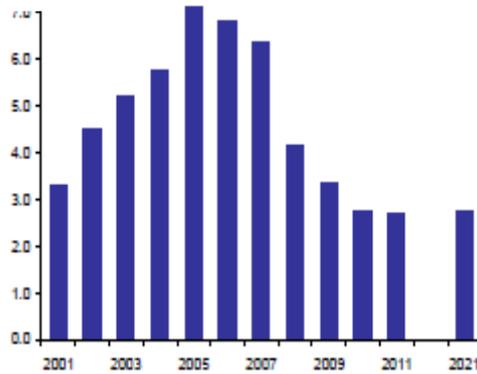
LONDON, UK, 2011, p 5

(ج) حصة السياحة و السفر من الاستثمارات: من المتوقع أن تجذب السياحة و السفر رأس مال استثمار 121.6 مليار دينار جزائري، لترتفع بنسبة 5.5% سنويا إلى 207.9 مليار دينار جزائري وهذا يعني أن حصة السياحة و السفر من مجموع الاستثمار الوطني سيرتفع إلى 2.7% في عام 2011 ، و الشكل التالي يوضح ذلك:

الشكل رقم (11) تطور قيمة رأس مال الاستثمارات في القطاع السياحي 2001-2021

النسبة المئوية من
الاستثمارات الكلية

مليار دينار
جزائري

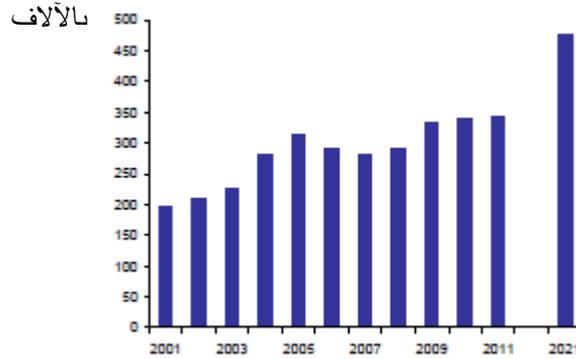


المصدر: Travel & tourism economic impact 2011 Algeria , World Travel & Tourism Council,

LONDON, UK, 2011, p7.

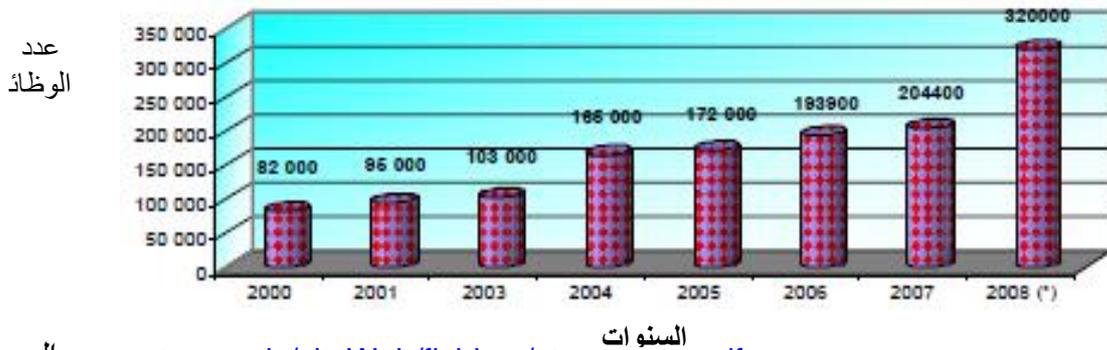
(د) إسهامات القطاع السياحي في التوظيف: ومن المتوقع للسياحة و السفر أن تولد 344000 وظيفة مباشرة في عام 2011 (3.3% من مجموع العمالة). ويشمل هذا الوظائف التي توفرها الفنادق ووكلاء السفر وشركات الطيران وغيرها من خدمات نقل الركاب، ويتضمن أيضا، على سبيل المثال، أنشطة صناعات المطاعم والترفيه التي تدعم مباشرة من قبل السياح، بحلول عام 2021، سوف يحقق قطاع السياحة و السفر 474000 فرصة عمل مباشرة، أي بزيادة قدرها 130,000 (37.8%) على مدى السنوات العشر القادمة كما هو مبين في الشكل التالي:

الشكل رقم (12): مساهمة القطاع السياحي في التوظيف بالجزائر



المصدر: Travel & tourism economic impact 2011 Algeria, World Travel & Tourism Council, LONDON, UK, 2011, p6.

الشكل رقم (13) تطور التوظيف في قطاع الفنادق، المقاهي والمطاعم 2008-2000



المصدر: www.mta.gov.dz/siteWeb/fichiers/staverimpior.pdf

يمثل العمل في قطاع الفنادق، المقاهي والمطاعم 1.8% من مجموع العمال في الجزائر، حيث سجلت سنة 2008 ارتفاعا يقدر ب 56.6% أين وصل العدد إلى 320000 وظيفة مقابل 204400 وظيفة سنة 2007.

هذا ولا ننسى النسبة الهامة التي يساهم بها قطاع الحرف التقليدية في توفير مناصب العمل حيث تم خلق ما يقارب 4140000 منصب في الفترة ما بين 2003 و 2010 بمعدل نمو

3.5%، و تأمل الوزارة المعنية بتحقيق 960.000 منصب بحلول سنة 2020 بمعدل نمو يقدر بـ 7%¹.

المطلب الثالث: آفاق التنمية السياحية في الجزائر:

1/ آفاق 2013:

بعد مضي سنتين من تنفيذ مخطط التنمية المستدامة للسياحة في الجزائر آفاق 2010 كان من الضروري إدخال بعض التعديلات اللازمة من أجل تثبيت المكتسبات وضبط الآفاق وذلك بالنظر للتطورات الجديدة الحاصلة على المستويين الداخلي والخارجي، لذلك جاء هذا البرنامج تحت عنوان «تصور تطوير قطاع السياحة للفترة 2004-2013» والذي يستمد محتواه من المبادئ الأساسية المكرسة في النصوص التشريعية الصادرة خلال شهر فيفري 2003 والمتعلقة خاصة بالتنمية المستدامة للسياحة ومناطق التوسع السياحي باستعمال واستغلال الشواطئ لأغراض سياحية، وهذا البرنامج يتضمن توضيحا لأهم العناصر الديناميكية المرتقب حصولها في القطاع من خلال:

(أ) الأهداف النوعية: تتمثل هذه الأهداف فيما يلي²:

- تنمية الطاقات الطبيعية والثقافية والدينية والحضارية.
- تحسين نوعية الخدمات السياحية.
- تحسين صورة الجزائر السياحية وإحلال منتوجاتها في الدورات السياحية الدولية.
- تحسين أداء قطاع السياحة من خلال الشراكة بالتسيير.
- إعادة الاعتبار للمؤسسات الفندقية والسياحية.
- المساهمة في التنمية المحلية والمحافظة على البيئة لتوسيع السياحة البيئية.
- تلبية حاجات الطلب الوطني المتزايد باستمرار قصد تقليص عدد المتوجهين إلى الخارج.

¹ Lettre d'information, Algérie Tourisme et Artisanat, éditée par le Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, N° 01 Juillet – Août 2011.

² حيزية حاج الله، مرجع سبق ذكره، ص 176.

الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر دراسة حالة - ولاية مستغانم-

ب) الأهداف الكمية: شكل حجم مشاريع الاستثمار في القطاع السياحي في السنوات الأخيرة انطلاقة لتعزيز الانتعاش المستدام للقطاع الذي لم يساهم سوى بـ 1% من الناتج الداخلي الخام خلال العشرية الماضية، وأهم المؤشرات القطاعية ما يلي:

- زيادة التدفقات السياحية البشرية: يمكن تقسيمها إلى مرحلتين:

المرحلة 2004-2007: بتطبيق نسبة نمو متوسط للزيادة بـ 10% خلال هذه المرحلة للثلاث سنوات التالية (2000-2001-2002) سجل مجموع 1700000 سائح في نهاية 2007 ، حيث بلغ عدد السياح الأجانب 511000 سائح.

- المرحلة 2008-2013: تم الحصول على التدفق خلال هذه المرحلة بتطبيق نسبة نمو متوسط عند بداية العشرية 10% أعيد تعديلها سنويا بنصف نقطة (0.5%) ابتداء من سنة 2008 لتصل التدفقات إلى 2500000 سائح في 2010، وإذا اعتبرنا أن نمو تدفقات السياح الأجانب يعرف إعادة تعديل بانخفاض يقدر بـ 3.5% فإننا سوف نحصل على 1.200.000 سائح، وعليه فإن العدد المرتقب في آفاق سنة 2013 سيقارب 3.100.000 سائح منهم 1.900.000 سائح أجنبي¹.

- تنمية الاستثمار السياحي: سيعرف الاستثمار السياحي وتيرة توسع عبر مرحلتين مختلفتين بسبب ضعف عوامل تنمية القطاع على مدى السنوات السابقة من جهة، وفي تنفيذ جملة من الإجراءات الموصى بها لإعادة تفعيله من جهة أخرى، فنمو القطاع في المرحلة الأولى مرهون بالمشاريع المسجلة والمتوفرة والتي يتوقع إنهاؤها خلال هذه المرحلة، وتدعم هذه الوتيرة عن طريق الشروع في مشاريع جديدة مع بداية سنة 2008 (شراكة واستثمار أجنبي) نتيجة لرفع العقبات المرتبطة بالحصول على العقار والقرض البنكي والعمل الترويجي الذي سيبادر به القطاع، وتتمثل هاتان المرحلتان في:

- المرحلة 2004-2007: تم بلوغ طاقة إيواء تقدر بـ 85000 سرير بمعنى أن الاستثمارات فاقت 82.5 مليار في نهاية هذه المرحلة.

- المرحلة 2008-2013:

¹ حيزية حاج الله، مرجع سبق ذكره، ص 177، بتصرف.

الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر دراسة حالة - ولاية مستغانم-

المشاريع المنجزة لهذه الفترة كانت من النوع المتوسط والرفيع لتصل طاقة الإيواء إلى 100000 سرير بفضل استثمار أكثر من 150 مليار دج وعليه سيصل الاستثمار خلال الفترة 2004-2013 إلى حوالي 232.5 مليار دج دون احتساب قيمة الأرض، حيث عرفت هذه المرحلة تدشين عدد معتبر من المرافق السياحية و القرى السياحية والفنادق:¹

تدشين أول نزل إيبيس IBIS في الجزائر للمجموعة الفرنسية أكور ACOR في إطار الشراكة مع رجل الأعمال الجزائري جيلالي مهري، تهدف إلى إنجاز عشرات الفنادق في المدن الكبرى.

و في إطار الاستثمارات الأجنبية أفاد وزير السياحة والصناعة التقليدية خلال لقاء وطني جمع مديري السياحة وإطارات الوزارة والمؤسسات السياحية وغرف الصناعات التقليدية، أن المشروع الخاص بنظام المعلوماتية الذي يتم بتمويل من الاتحاد الأوروبي وعرضه خبراء بفندق مزافران بزرالدة، تقدر قيمته بـ 700000 أورو ويشمل التكوين في مجال المعلوماتية إنجاز المشروع وكذا المتابعة خلال الخدمة.²

(ج) أدوات تنفيذ المخطط: إضافة إلى إعداد مشاريع النصوص القانونية السابقة الذكر، هناك عمليات ميدانية تقوم بها الوزارة من أجل إعداد مخطط التنمية السياحية:

* إنشاء وكالة وطنية لتنمية السياحة : وأسندت لها المهام التالية:

- السهر على المحافظة على مناطق التوسع السياحي.
- إعداد الدراسات و إنجاز الأشغال لتنمية السياحة.
- ممارسة حق الشفعة ونزع الملكية بالنسبة للأماكن المتواجدة داخل مناطق التوسع السياحي

- اقتناء الأراضي الضرورية

* استحداث الصندوق لدعم الاستثمار السياحي:

¹ الدليل الاقتصادي والاجتماعي للجزائر، مرجع سبق ذكره 2009، ص 78، بتصرف.
² يومية الشروق الجزائرية، تصنيف الفنادق قبل 31 جوان ونظام معلوماتي لاستقطاب السياح، العدد 3566، 2012/02/15.

الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر دراسة حالة - ولاية مستغانم-

- ويتم إنشاء هذا الصندوق بموجب قانون المالية لسنة 2002 وزود بمبلغ 200 مليون

دينار جزائري بجانب منح غلاف مالي يقدر بـ 140 مليون دينار جزائري موجه

لإنجاز دراسات خاصة بتهيئة مناطق التوسع السياحي.

هذا الصندوق يعد لبنة إضافية معتبرة ستكون لها حتما انعكاسات إيجابية على الاستثمار السياحي في الجزائر.

* مرسوم إنشاء مجلس وطني للسياحة:

وتأتي هذه المبادرة من جراء تجارب العديد من البلدان التي تبنت التنمية السياحية وأنشأت

فضاءات تشاور مماثلة تدعى "لجان التسهيلات" أو "المرصد الوطني للسياحة" كما أن خلق هذه

الفضاءات يدخل في إطار الجمعية العامة للمنظمة العالمية للسياحة وينتظر المجلس ما يلي:¹

- التكفل بجميع الجوانب المتعلقة بالتنمية وترقية السياحة الجزائرية.

- توسيع التمثيل ضمن المجلس لكافة المؤسسات والأجهزة المرتبطة مباشرة بالتنمية

وترقية النشاطات السياحية.

* إعداد نص تنظيمي لتدعيم تنظيم الديوان الوطني للسياحة:

حظيت الترقية السياحية كونها أداة مميزة لتثمين الطاقات السياحية التي تزخر بها

الجزائر بعناية فائقة في مخطط العمل الخاص بالقطاع، وفي هذا الصدد تم إعداد نص

تنظيمي لتدعيم وتنظيم الديوان الوطني للسياحة والسماح له بالتكفل الفعلي بوظيفة الترقية

من خلال تنمية الإعلام السياحي بواسطة كل الدعائم والوسائل.

د/ تقييم برنامج آفاق 2013:

- الجوانب الإيجابية للبرنامج:

لا يخف على أحد الآثار الاقتصادية والاجتماعية الإيجابية للتنمية السياحية، فهي تساهم

بشكل مباشر أو غير مباشر في زيادة الدخل الوطني والفردى، من خلال جلب العملة الصعبة

وخلق مناصب شغل جديدة بالإضافة إلى تحريك القطاعات الأخرى، لأن السياحة كما رأينا

سابقا قطاع مكمل ومتكامل مع القطاعات الاقتصادية الأخرى، والجزائر من خلال مخطط

¹ الجزائر سياحة، مجلة إعلامية تصدر عن الديوان الوطني للسياحة، العدد 19، ص 11.

التطوير لأفاق 2013 ، عازمة على الاستفادة من هذه الآثار من خلال زيادة مناصب الشغل ومضاعفة الإيرادات ويمكن تلخيص أهم هذه الجوانب في ما يلي:¹

- زيادة مناصب الشغل وطاقات الإيواء: إن النسبة المعتمدة من طرف المنظمة العالمية للسياحة تبين أن إنجاز سرير واحد يعني إنشاء 0,5 منصب شغل مباشر، و 1,5 منصب شغل غير مباشر، وذلك حسب المنشأة السياحية، وعليه فإن مؤشر تقدير مناصب الشغل المحدثة في السياحة متعلق بعدد الأسرة المنجزة من طرف الدولة، وحسب برنامج التطوير السياحي في الجزائر لأفاق 2013، فإن طاقات الإيواء، يقدر أن تصل 187000 سرير في سنة 2013 ، بنسبة نمو تقدر بـ 5.56 %، بعدما كان مقدرا في سنة 2010 بحوالي 157 ألف سرير ، بنسبة نمو تقدر بـ 80 , 6 % وعليه فإن مناصب الشغل التي سيتم استخدامها لسنة 2013 هي 57500 منصب شغل مباشر و 172500 منصب شغل غير مباشر، أي بمجموع يصل إلى 230000 منصب عمل.

- زيادة الإيرادات السياحية: إن ارتفاع نسبة الوافدين إلى الجزائر حسب برنامج 2013 والذي يتوقع أن يصل 3098531 سائح في سنة 2013 ، بنسبة نمو تقدر بـ 13 % بإمكانه أن يزيد من تطور الإيرادات من خلال التقدير الذي ارتكز على أساس 133 مليون دولار أمريكي مسجلة سنة 2000، والتي اعتمدت كمرجع أساسي لتحديد مؤشر النفقات المتوسطة السنوية لكل سائح، أما إيرادات الجزائريين المقيمين بالخارج فلا يمكن التحكم فيها، وعليه فإن المداخل السنوية المتوقعة الوصول إليها في سنة 2013 هي 1,3 مليار دولار أمريكي ، وذلك من خلال تطبيق الإنفاق المتوسط لكل سائح والمقدر بـ 520 دولار أمريكي بزيادة تقدر بـ 03 % سنويا، بناء على 133

¹ عبد القادر هدير ، مرجع سبق ذكره، ص 194.

مليون دولار المحققة في سنة 2000، وإجمالاً فإنه سيصل مجموع إيرادات النظرية

المحصلة إلى 4, 6 مليار دولار في أفق 2013 .

- الجوانب السلبية للبرنامج:

انطلاقاً من التجارب السياحية لبعض الدول العربية المتقدمة في المجال السياحي، مقارنة بالجزائر، يمكن أن نلاحظ ما يلي¹:

- في الوقت الذي تسعى فيه مصر للوصول إلى 26.3 مليون سائح سنة 2017

و 16.3 مليون سائح سنة 2011 ، من خلال الاستراتيجية المسطرة، وتونس التي

تستقطب حالياً أكثر من 5 ملايين سائح، رغم صغر مساحتها ، والمغرب التي تتوقع

أن يصل السواح بها إلى 10 ملايين سائح في أفق 2010 ، نجد الجزائر تتوقع أن

تستقطب 3, 1 مليون سائح فقط وذلك في أفق 2013، بالرغم من انفرادها بمميزات

أحسن من هذه الدول بكثير.

- وفيما يخص طاقات الإيواء، نجد مصر أنجزت أكثر من 187 ألف سرير سنة

1999 وتونس وصلت إلى إنجاز أكثر من 191 ألف سنة 2000 ، والمغرب تتطلع

لإنجاز 230 ألف في أفق 2010، نجد برنامج التطوير السياحي الجزائري لأفاق

2013، خطط للوصول إلى 187 ألف سرير فقط.

- وكذلك هو الحال بالنسبة للعمالة، فإن زيادة طاقات الإيواء وزيادة توافد السياح

سيؤدي إلى تطوير العمالة، وزيادة التدفقات النقدية، فمصر سطرت برنامجاً للوصول

إلى 20 مليار دولار في سنة 2011، و 34.6 مليار دولار في سنة 2017 ،

وتونس وصل عدد العمال فيها في قطاع السياحة إلى أكثر من 03 ملايين، وحققت

02 مليار دينار تونسي في سنة 1999 ، والمغرب التي تسعى للوصول خلق 600

ألف منصب شغل، وتحقيق مداخيل قدرها 80 مليار درهم مغربي في المجال

¹ عبد القادر هدير، مرجع سبق ذكره، ص 196.

الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر دراسة حالة - ولاية مستغانم-

- السياحي، وذلك في أفق 2010 ، نجد برنامج 2013 الجزائري سيحقق 230 ألف منصب شغل مباشر وغير مباشر ، وإيرادات تصل إلى 6.4 مليار دولار، وهذا الرقم جد ضئيل إذا ما قورن بهذه الدول وبالخصائص السياحية الجزائرية.
- عدم توفير الأراضي لإقامة المشروعات السياحية، وإن وجدت فهي غالية الأثمان وصعبة الحصول عليها، والتي نجدها في مصر مثلا بيعت بدولار رمزي للمتر.
 - عدم تحفيز المستثمرين بالشكل التنافسي من خلال تبسيط الإجراءات وتوفير البنى التحتية اللازمة، وإصلاح النظام المصرفي.
 - ارتفاع معدلات الضريبة على الأنشطة السياحية والفنادق، وعدم التركيز على الإعفاءات الجمركية.
 - عدم توفير القروض الاستثمارية السياحية.
 - عدم وضع برنامج لتدريب الكوادر العاملة في السياحة.
 - عدم توفير الحوافز للمشاريع الموافق عليها.
 - عدم التنسيق بين كافة الفروع الاقتصادية التي تهتم بالسياحة والتي لها تضارب في الاختصاصات بين وزارة السياحة والعديد من الوزارات الأخرى للموافقة على المشاريع الاستثمارية.
 - عدم رصد ميزانية واضحة لتحقيق البرنامج في الوقت الذي نجد فيه المغرب مثلا رصدت 80 مليار درهم لتحقيق برنامجها في أفق 2010 ، وكذلك عدم وجود هيئة أو لجنة لمراقبة ومتابعة تنفيذ البرنامج.
 - عدم إعطاء أهمية لإنشاء المطارات الدولية والطرق السريعة.
 - غياب خريطة التوسع السياحي، ومناطق الاستثمار السياحي.

2 / أفق 2025:

الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر دراسة حالة - ولاية مستغانم-

تسعى الجزائر إلى إعادة الاعتبار للقطاع السياحي الذي شهد ركودا خاصة في فترة التسعينات نتيجة تدهور الوضع الأمني، وانعدام الهياكل القاعدية والمنشآت المرافقة ورداءة الخدمات ونقص المرافق السياحية.

الاستراتيجية الجديدة تسعى وعلى المدى الطويل إلى خلق صناعة سياحية باستثمار 50 مليار دولار في قطاع السياحة (استثمارات أجنبية ووطنية) تهدف إلى استقطاب 10 مليون سائح والرفع من قدرة الإيواء إلى 900 ألف سرير (85 ألف حاليا) وخلق نصف مليون منصب شغل.

ترتكز السياحة الجديدة على:¹

- تطوير الخدمات ونوعيتها وإبرام عقود الجودة واحترام المقاييس الدولية.
- انجاز المنشآت وفق المواصفات الدولية.
- تأهيل المنشآت والبنية التحتية.
- دعم التعاون بين القطاع العام والخاص.
- الترويج للوجهة الجزائرية في الخارج.
- تطوير الاستثمار في القطاع السياحي.
- اعتماد تحفيزات جبائية للمستثمرين وتسهيل الحصول على القروض.

يساهم المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025 في مسعى شامل ومنسجم في تنمية الإقليم الجزائري ويستهدف هذا الميثاق تسهيل بروز سياسة حقيقية للتنمية السياحية المستدامة، وترقية اقتصاد بديل يحل محل المحروقات.

يساهم في التوازنات الاقتصادية والمالية الكبرى بتفعيل الآثار المحفزة على التوازنات الكبرى والآثار المترتبة عنها على القطاعات الأخرى من خلال:²

- تثمين صورة الجزائر.

¹ الدليل الاقتصادي والاجتماعي للجزائر، مرجع سبق ذكره، ص 77.
² عيسى مزازقة، شخشاخ محمد الشريف، مرجع سبق ذكره، ص 11.

- تثمين التراث التاريخي، الثقافي والشعائري.

- التوفيق بين ترقية السياحة والبيئة.

هذا وقد صرح المدير العام للديوان الوطني للسياحة بأن الحكومة لديها مخطط وطني للتهيئة السياحية يمتد على 15 سنة تسمى آفاق 2025 ويتعلق الأمر بثورة لينة تجري في هدوء. كما اعتبر المدير العام للديوان الوطني للسياحة أن الجزائر يلزمها 75000 سرير ذا نوعية جيدة، وقال بالنسبة للأقطاب ذات الأولوية أدرجنا حوالي نصف طاقة الاستقبال الجديدة المقررة أي 40000 سرير في المعيار الدولي منها 30000 سرير ذي نوعية جد عالية على المدى القصير و 10000 سرير إضافي على المدى المتوسط، وأبرز الحرص على التكفل بالمسائل المتعلقة بحماية الوسط الطبيعي من خلال تبني عمليات سياحية أكثر احتراماً للنظام البيئي وإطار المعيشة ومعايير ومواد أكثر احتراماً للبيئة.¹

وحسب هذا المخطط الممتد من 2009 لاستقطاب استثمارات سياحية كما قدم امتيازات خاصة لأصحاب الاستثمارات في هذا القطاع. هذا المخطط التوجيهي لتطوير السياحة في الجزائر يحدد المعالم السياحية الكبرى لترسيخ مفهوم جديد ومقاربة خاصة للسياحة، كونها محركاً للتنمية المستدامة ودعم للنمو الاقتصادي ومصدراً لخلق الثروة وإنشاء مناصب شغل إضافة إلى توظيف كامل القدرات والمزايا لجعل الجزائر مقصد ووجهة سياحية متميزة في غضون 2025 .

وتهدف الجهات الوصية على هذا القطاع جعل السياحة كإحدى البدائل الأساسية للموارد المتأتية من المحروقات. هذه الأهداف والتطورات تدعمت من خلال الإطار القانوني والتشريعي الذي حدده المخطط التوجيهي للسياحة والقانون 02-01 الصادر في ديسمبر 2001 والمتعلق بتهيئة الإقليم والتنمية المستدامة. كما تدعمت هذه التدابير بمخطط الجودة المعتمد وتشجيع الاستثمار في مجال المنشآت والبنى التحتية لتدارك التأخر المسجل وتتضمن

¹ يومية المساء الجزائرية، المدير العام للديوان الوطني للسياحة: الجزائر أضحت وجهة جديدة، العدد 3867، 2009/11/10.

الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر دراسة حالة - ولاية مستغانم-

العروض الخاصة بالاستثمار إمكانية إنجاز هياكل جديدة سياحية وفندقية ومن بين البرامج المقترحة برنامج استثمار على مستوى 22 منطقة توسع سياحي استفادت من دراسات تهيئة أعقبتها عروض استثمار متنوعة في المناطق الصحراوية والساحلية.

تنصيب لجنة متابعة تطبيق المخطط السياحي للجودة :

تم تنصيب هذه اللجنة من طرف الوزارة الوصية على القطاع ومن بين مهامها¹:

- تقييم العديد من المنشآت والفنادق وحتى المطاعم وتشكل هذه اللجنة من ممثلين عن قطاع السياحة وجمعيات مهنية وخبراء ومختصين حيث تعمل هذه اللجنة على التعريف بمحتوى مخطط الجودة والامتياز في السياحة وتحديد مناهج وطرق تحقيق النوعية ومتابعة المؤسسات السياحية التي تسعى إلي الحصول على شهادة الجودة والنوعية وتطوير نوعية العرض في السياحة.

وفي سياق هذه السياسة تم إطلاق برامج تكوين متخصصة في مجال الجودة والامتياز لفائدة مسيري وكالات الأسفار والسياحة والفنادق.... إلخ

وبموجب المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية تستفيد العديد من المرافق السياحية في الجزائر من تدعيم في الكفاءات البشرية والمؤهلات التي تجعلها محل استقطاب السياح المحليين والأجانب لجعلها مطابقة للشروط والمقاييس الدولية واعتماد أصول وتقنيات استقبال السياح على مدى الخمس سنوات المقبلة حيث ستشكل السنوات 2010-2015 نقطة تحول محورية بالنسبة للوجهة السياحية الجزائرية من خلال:

• تدعيم الحظيرة الفندقية وإنجاز المشاريع والبرامج المعتمدة لضمان إنشاء أكثر من 50 ألف سرير إضافي.

• توسيع نطاق الشراكة واشتراك القطاع الخاص الوطني والأجنبي.

• الانتهاء من إقامة الأقطاب السياحية ذات الامتياز.

¹ لخضر مرغاد ، قريد عمر، شنشونة محمد، صناعة السياحة في الجزائر (المقومات والمعوقات)، الملتقى الدولي اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، بسكرة، الجزائر، مارس 2010، ص 11، بتصرف.

• توسيع نطاق التعريف والترويج للوجهة السياحية الجزائرية.

كل هذه الإجراءات تهدف إلى¹:

- تطوير المزايا التنافسية التي تتمتع بها الجزائر.
- تدارك الأخطاء والنقائص والتركيز على تطوير الخدمات وتأهيل الموارد البشرية.
- رفع حركة تدفق السياح من 866 ألف سنة 2000 إلى أكثر من 03 ملايين سائح في 2013.
- إنشاء ما يقارب 344000 منصب عمل.
- تسجيل عائد بالعملة الصعبة متوقعه في غضون 2012 تصل إلى 1.6 مليار دولار.

المطلب الرابع: معوقات القطاع السياحي في الجزائر:

رغم البرامج الطموحة المعدة من طرف الجهات الوصية على قطاع السياحة إلا أن هذا الأخير تشوبه العديد من نقاط الضعف خاصة فيما يتعلق بالنقص في الإستثمارات وغياب ثقافة سياحية وضعف مناخ الأعمال ونقص تأهيل اليد العاملة وفيما يلي أهم نقاط ضعف هذا القطاع.

1/ نقص في السياحة الوطنية واتجاه الجزائريين أكثر فأكثر للخارج:

وذلك بحثا على العلاقة(سعر - جودة) حيث أن هذه الثنائية قلما تتوفر في الجزائر وهذا ما يفسر اتجاه حوالي مليون ونصف مليون سائح جزائري خلال موسم الإصطياف إلى الجارة تونس بعد أن وصل عدد الجزائريين الذين فضلوا الوجهة لتونس مليون ومائة ألف سنة 2008 ورغم الأزمة المالية والإقتصادية تطمح تونس في زيادة هذا العدد خاصة مع تراجع أعداد السياح الأوروبيين.

¹ لخضر مرغاد ، فريد عمر ، شنشونة محمد، مرجع سبق ذكره، ص 12، بتصرف.

الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر دراسة حالة - ولاية مستغانم-

وفي هذا الصدد أصبحت تونس الوجهة المفضلة لكثير من الجزائريين بسبب الأسعار المعقولة والتي تتماشى مع دخل العائلات الجزائرية خاصة فيما يتعلق بالإيواء ومستوى الخدمات ونوعية الهياكل والمنشآت فيما تبقى الجزائر تعاني من نقص في هياكل الإستقبال وغلاء الخدمات فيها بالرغم ما تزخر به الجزائر من إمكانيات طبيعية لا وجه للمقارنة بيننا وبين تونس. وحسب الإحصائيات فإن السائح الجزائري ينفق ما بين 400 و 2000 أورو مع إحتساب كافة النفقات حيث جنت تونس من السياح الجزائريين 270 مليون دولار عام 2007 وأكثر من 300 مليون دولار سنة 2008 .

وبلغة الأرقام دائما فإن لكل أورو متأتية من السياح الأجانب يقابلها خروج 100 أورو ينفقها السياح الجزائريين في الخارج. فإذا كانت الجهات الوصية على هذا القطاع قد أعلنت أن أكثر من 500000 ألف أجنبي قد زار الجزائر سنة 2008 ، فإذا تم التدقيق في هذا الرقم نجد أن جزء أكبر منه يمثل عدد المغتربين من أصول جزائرية ويحملون الجنسية الفرنسية. وكذا جزء يمثل الأجانب العاملين في الصحراء واليد العاملة الأسيوية في الأشغال العمومية كذلك يجب الأخذ بالاعتبار التونسيين الذين يتسوقون في أسواق سوق أهراس، وتبسة علما أن المنتجات الصينية الرخيصة غير مرخص بها في الجارة تونس وعليه فإن الرقم الذي يبيده المختصون في هذا المجال هو: 10000 سائح زاروا الجزائر خلال نفس السنة. فإذا اعتبرنا مبلغ 500 أورو كمتوسط ما ينفقه السائح الجزائري في الخارج في كل سنة نجد أن 500 مليون أورو تغادر البلاد مقابل 10000 سائح أجنبي تجني السياحة من ورائهم 5 مليون أورو ،أي أن الفارق يقدر ب 495 مليون أورو، وهذا النزيف يزداد عام بعد عام.¹

أما عن المغتربين والذين يقدر عددهم حسب الإحصائيات الرسمية ب 07 مليون هذا الرقم يعادل كل السياح من كل الجنسيات الذين زاروا تونس سنة 2008 فبعد أن شهدت فترة التسعينات نقص في حركة المهاجرين بين صفتي المتوسط فإن هذه الحركة تزداد عام بعد

¹ لخضر مرغاد ، قريد عمر، شنشونة محمد، مرجع سبق ذكره، ص 13.

الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر دراسة حالة - ولاية مستغانم-

عام نظرا لتحسن الظروف الأمنية، هؤلاء المهاجرين الذين يتصرفون كالسياح فمن الطبيعي أن نجدهم مثلا يقارنون الأسعار بين مختلف شركات النقل التي تنقلهم إلى الجزائر أو حتى إلى بلدان مجاورة خاصة تونس. فخلال السنوات الأولى للعشرية الألفينات وتحت إغراء الأسعار المنخفضة نجدهم يحلون بموانئ ومطارات تونس قبل دخول الجزائر.

وفي سنوات لاحقة نجدهم يقضون بضعة أيام في المنتجعات التونسية نظرا لمناسبة السعر وجودة الخدمات العالية قبل الدخول إلى الجزائر. وفي السنوات القليلة الماضية ونظرا لتوفر الثنائية(سعر- جودة) في تونس فإن مجيئهم سيقصر فقط على زيارة تونس ودعوتهم لأقربائهم لقضاء العطلة معهم هناك.

2/ ضعف المواصلات في الجزائر:

ولنركز فقط على النقل الجوي الذي ينقل حوالي 80% من السياح في العالم حيث أن تطور السياحة في العالم يرجع بشكل كبير إلى تطور النقل الجوي والذي للأسف يعتبر أول عائق أمام الذين يسوقون للوجهة الجزائرية فمن حيث السعر يرى المختصون بأن أسعار الخطوط الجوية الجزائرية تعتبر من بين الأعلى عالميا , ففي المتوسط تشكل تكلفة النقل الجوي 80% من مجموع تكاليف قضاء أسبوع سياحة في الجزائر. ففي تسعينيات القرن الماضي ومع مقاطعة عدة شركات طيران خاصة الفرنسية منها الوجهة الجزائرية سنة 1994 تحول السفر إلى الجزائر إلى مشقة حقيقية ومع مجيء الشركة الخاصة الخليفة وبمعزل عن الفضائح التي شهدتها في حياتها القصيرة فقد أعطت نوعا من الحيوية والجودة في هذا المجال. ومع توقف هذه الشركة عادت الأوضاع إلى النقطة الصفر مع خدمات الخطوط الجوية الجزائرية التي تتطور بمتتالية حسابية والأسعار التي تزيد بمتتالية هندسية.¹

3/ المرافق السياحية في الجزائر: القلة، الغلاء، وتدهور مستوى الخدمات:

¹ Kezzar Mourad, Algérie à recherche de son tourisme, éditions saec liberté. Alger.2009.p15.

الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر دراسة حالة - ولاية مستغانم-

حيث تعتبر الحظيرة الفندقية في الجزائر الأقل في المنطقة من حيث عدد الاسرة المتوفرة وجودة الخدمات المقدمة، فحسب الإحصائيات الرسمية تتوفر هذه الحظيرة على 85 ألف سرير و 10 فنادق فقط مصنفة 05 نجوم و 22 مصنفة 04 نجوم و 67 مصنفة 03 نجوم، فعلى سبيل المثال نجد أن فنادق تتوفر على أكثر من 100 غرفة مصنفة 04 نجوم وليست لديها حظيرة للسيارات ولا مسبح، أما الفنادق التي تتواجد على الساحل فهي أليا مصنفة 03 نجوم حتى إذا كانت لا تحوز لا على مصعد للوصول إلى الطابق الثالث ولا توجد بالغرف لا تلفاز ولا ثلاجة فما بالك بالتكييف. وشهدت العشرية 2000 تشييد عدة مشاريع سياحية وفنادق معظمها في شمال البلاد أي في المدن التي تعرف حيوية إقتصادية(الجزائر وهران عنابة) ومع نهاية التسعينات ومع رجوع المؤسسات الأجنبية عرفت هذه المنشآت معدل حجز كبير مع إزدهار سياحة الأعمال والتي لا يعود إزدهارها إلى مجهودات متعاملي قطاع السياحة ولكن لزيادة نشاط قطاعات أخرى مثل المحروقات الإتصالات.... إلخ.

أما عن الأسعار المطبقة في هذه الفنادق فيمكن القول أنه في المتوسط فإن سعر قضاء ليلة واحدة يعادل الأجر الأدنى المضمون أو يتجاوزه في أغلب الأحيان¹.

4/ الأمن السياحي:

إن تفعيل طاقة المنتج السياحي إلى حدودها القصوى لا تتحقق إلا في مناخ الحرية و الإنفتاح على الآخر و التسامح و نبذ العنف ، أي بإختصار في ظل الأمن الإجتماعي بمفهومه العام . و منها يتبين بأن المنتج السياحي إذا إرتبط بأمن سياحي مناسب لا يجلب السياح فحسب، بل يزيد من فرص الإستثمار السياحي الوطني و الأجنبي، الأمر الذي ينعكس إيجابا على الدخل الوطني، و بالتالي على مستوى المعيشة. تعتبر أحداث 11 سبتمبر 2001 أشد الأحداث التي تعرض لها العالم الغربي، و كان لعنصر المباغته أثر غير عادي على حركة السياحة و السفر، ليس فقط بالنسبة للأمريكيين بل و للعالم بأكمله .حيث أظهرت المعطيات الخاصة

¹Kezzar Mourad, ibid, p 41.

الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر دراسة حالة - ولاية مستغانم-

بالطيران و شركات السياحة قيام عدد كبير من السائحين بإلغاء حجوزاتهم في شركات الطيران و الفنادق وقطع الكثير من الأجانب لسياحتهم في الخارج و العودة إلى بلدهم.

فحتى تكون السياحة مزدهرة فلا بد من توفير الأمن لعناصرها:¹

- أمن السائح.

- أمن المنشآت السياحية.

- أمن المرفق السياحية.

- أمن الأماكن السياحية.

- أمن المجتمع في الجرائم التي قد يرتكبها السائح.

إضافة إلى هذه المعوقات نجد أيضا:²

- عناصر الجذب السياحي التي حبنا بها الله سبحانه و تعالى ليست مستغلة كما ينبغي،

في الوقت الذي تتفوق علينا دول أخرى في هذا المجال و لا تمتلك ما نمتلكه.

- النقص الفادح في هياكل الإيواء و العراقل التي يواجهها المستثمرون.

- عدم الإهتمام باليد العاملة المتخصصة، مما أدى بها للبحث عن العمل في مجالات

أخرى غير القطاع السياحي الذي من المفروض أن تسعى إلى تطويره و تنميته.

- إضافة إلى الثقافة السياحة التي يفتقرها الكثيرين و قلة الوعي بالقطاع.

- الوضع الأمني الغير مستقر أدى إلى تراجع صورة الجزائر السياحية.

¹مراد زايد ، السياحة كصناعة في الاقتصاد الوطني (حالة الجزائر)، الملتقى الدولي اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، بسكرة، الجزائر، مارس 2010، ص 12.

² وهيبه ليازيد ، السياحة بالجزائر إمكانيات ضخمة ومعوقات عديدة، الملتقى الدولي اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، بسكرة، الجزائر، مارس 2010، ص 13.

الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر دراسة حالة - ولاية مستغانم-

هذه العوامل و أخرى أدت إلى عزوف الكثير من السياح عن القدوم إلى الجزائر، بل عملت على تدهور السياحة الداخلية، وقيام بعض المواطنين بإختيار الدول المجاورة كمقصد سياحي عوضا عن جهات أخرى في الوطن تعتبر أفضل منها من ناحية المقومات الطبيعية، لكن عدم الإهتمام بهذا القطاع أدى بنا إلى هذا الحال.

وقد أشار تقرير صادر عن عدد كبير من الخبراء ومشاركة الوكالة الفرنسية للاستثمارات الدولية، أن القطاع السياحي بمنطقة المتوسط يمثل % 10 من الناتج المحلي الخام، إلا أنه يظل تحت المستوى في عدد من الدول من بينها الجزائر؛ التي يبقى القطاع فيها غير مستغل بصورة كبيرة مقارنة بالقدرات والفرص المتاحة. واستنادا إلى إحصائيات المنظمة العالمية للسياحة، فإن القطاع السياحي يمثل % 3,9 من قيمة الصادرات و % 9,5 من نسبة الاستثمارات المنتجة و % 8,1 من الناتج المحلي الخام. وتصنف الجزائر من حيث حصة السياحة في الناتج المحلي الخام في الرتبة 147 من مجموع 174 دولة، بعيدا وراء تونس في الرتبة 39 والمغرب في الرتبة 42.

وحدد التقرير نقاط الضعف والقوة في السياحة الجزائرية، مشيرا بأن نوعية الخدمات غير تنافسية، والقدرة على التكيف من الناحية النوعية والكمية ضعيفة، وعروض الإيواء متواضعة، يضاف إلى ذلك قلة الاحترافية مشيرا بأن قدرات الإيواء لم تتجاوز 81 ألف سرير (2002-2004) ولا يزال وزن القطاع العام وثقل ووزن الإدارة يشكل عبئا أيضا.

المبحث الثالث: دراسة احصائية حول المؤسسات الصغيرة و المتوسطة للقطاع السياحي

ولاية مستغانم

المطلب الأول: القطاع السياحي لولاية مستغانم:

تتميز ولاية مستغانم بمناخ متوسطي، وتتنوع تضاريسها إلى سهول منخفضة بالمنطقة الغربية وهضاب، وسهول المنطقة الشرقية وامتداد جبال الظهرة، وحيث تعتبر منطقة المقطع من أهم المناطق الرطبة في الجهة الغربية تعد ملاجئ لاستقبال الطيور المهاجرة.

الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر دراسة حالة - ولاية مستغانم-

كما تغطي الولاية مساحة قدرها 2269 كلم²، أكثر من 14% منها غابات، وبطول شريطها الساحلي 124 كلم، الذي يضم 21 شاطئ مفتوح للسباحة، وأخرى لا تزال على حالتها الطبيعية بالتناوب مع المنحدرات الصخرية والغابات الساحلية، تشكل روعة للناظر والزائر، جعلت منها قبلة للمصطافين، كما تضم 16 ستة عشر منطقة توسع سياحي، ما زاد من إقبال المتعاملين السياحيين والمستثمرين من أجل تنمية المقصد المستغانمي.

إضافة إلى الهياكل القاعدية المتمثلة في ميناءين للصيد وميناء تجاري وشبكة طرقات ، التي يمكن أن تلعب دورا هاما في التنمية الاقتصادية، بالإضافة إلى ميدان الفروسية ومسرح الهواء الطلق والمكتبة الولائية والجامعة وكذا الإذاعة الجهوية، وعدد من المواقع التاريخية والأثرية وإرث إسلامي مغاربي واسع وتراث مادي وروحي وتاريخ يدل على عراقتها.

1) أنواع السياحة في الولاية:

أ/ السياحة الشاطئية:

هي أكثر الأنواع انتشارا بحكم العدد الكبير لشواطئ الولاية وشساعتها وجمال رمالها الذهبية منها 21 شاطئ مفتوح للسباحة. الشكل (14): شواطئ مستغانم



الجدول (15): الشواطئ المسموحة للسباحة : 21 شاطئ

01	- شاطئ سيدي منصور 1	(بلدية فرناكة)
02	- شاطئ استيديا	(بلدية استيديا)
03	- شاطئ استيديا شرقا	(بلدية استيديا)
04	- شاطئ اوريعة	(بلدية مزگران)
05	- شاطئ صبلات 1	(بلدية مزگران)

الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر
دراسة حالة - ولاية مستغانم -

06	- شاطئ صبلات 2	(بلدية مزهران)
07	- شاطئ خروبة " سيدي المجدوب "	(بلدية مستغانم)
08	- شاطئ شليف " سوناكتار "	(بلدية مستغانم)
09	- شاطئ الصخرة	(بلدية بن عبد المالك رمضان)
10	- شاطئ بن عبد المالك رمضان 1 " المرسي "	(بلدية بن عبد المالك رمضان)
11	- شاطئ بن عبد المالك رمضان 2 " كلوفيس "	(بلدية بن عبد المالك رمضان)
12	- شاطئ الشعابية 1	(بلدية بن عبد المالك رمضان)
13	- شاطئ حجاج 1	(بلدية حجاج)
14	- شاطئ حجاج 2	(بلدية حجاج)
15	- شاطئ عين إبراهيم 1	(بلدية سيدي لخضر)
16	- شاطئ عين إبراهيم 2	(بلدية سيدي لخضر)
17	- شاطئ الميناء الصغير	(بلدية سيدي لخضر)
18	- شاطئ الميناء الصغير الجهة الشرقية	(بلدية سيدي لخضر)
19	- شاطئ سيدي العجال	(بلدية خضرة)
20	- شاطئ البحارة	(بلدية أولاد بوغالم)
21	- شاطئ سيدي عبد القادر	(بلدية عشعاشة)

المصدر: مديرية السياحة لولاية مستغانم

- الشواطئ الممنوعة للسباحة: 27 شاطئ .

لاحظنا أن العامل الطبيعي وكذا البشري بالإضافة إلى إقبال المصطافين تسبب في ظهور عدد كبير من الشواطئ ،حيث تم تسجيل 26 شاطئ ممنوع ،على أنه سيتم العمل على إيجاد الآليات الكفيلة لمنع السباحة على مستواها (وضع الإشارات الدالة عليها ،...) .

الجدول (16): الشواطئ الممنوعة للسباحة

01	- شاطئ صلامندر	" خطر التلوث والصخور "	(بلدية مستغانم)
02	- شاطئ لكريك	" خطر التلوث والصخور "	(بلدية مزهران)

الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر
دراسة حالة - ولاية مستغانم -

03	- شاطئ نقطة القراصنة	" خطر الصخور "	(بلدية مستغانم)
04	- شاطئ الاخوة الثلاثة	" خطر الصخور "	(بلدية مستغانم)
05	- شاطئ مطحنة بيقور	" خطر الصخور "	(بلدية مستغانم)
06	- شاطئ سوناكتار شرقا	" عدم توفر الشروط اللازمة "	(بلدية مستغانم)
07	- شاطئ صبلات غربا (أوريعة شرقا)	" عدم توفر الشروط اللازمة "	(بلدية مزهران)
08	- شاطئ استيديا شرقا رقم 02	" خطر الصخور "	(بلدية استيديا)
09	- شاطئ إيلو	" خطر الصخور "	(بلدية استيديا)
10	- شاطئ الصخرة شرقا	" عدم توفر الشروط اللازمة "	(بلدية بن عبد المالك رمضان)
11	- شاطئ الشعاببية رقم 02	" عدم توفر الشروط اللازمة "	(بلدية بن عبد المالك رمضان)
12	- شاطئ رأس إيفي غربا	" عدم وجود مسلك "	(بلدية بن عبد المالك رمضان)
13	- شاطئ رأس إيفي شرقا	" عدم توفر الشروط اللازمة "	(بلدية بن عبد المالك رمضان)
14	- شاطئ دكاره غربا	" عدم توفر الشروط اللازمة "	(بلدية بن عبد المالك رمضان)
15	- شاطئ دكاره شرقا	" عدم توفر الشروط اللازمة "	(بلدية بن عبد المالك رمضان)
16	- شاطئ شلف شرقا (شرق منطقة واد شلف)	" عدم توفر الشروط اللازمة "	(بلدية بن عبد المالك رمضان)
17	- شاطئ كاف الاصفر	" عدم وجود مسلك "	(بلدية سيدي لخضر)
18	- شاطئ واد الرمان " سيدي	" عدم توفر الشروط	(بلدية سيدي لخضر)

الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر
دراسة حالة - ولاية مستغانم-

	اللازمة "	الظاهر "	
(بلدية سيدي لخضر)	" عدم توفر الشروط اللازمة "	- شاطئ واد الشهداء	19
(بلدية سيدي لخضر)	" عدم توفر الشروط اللازمة "	- شاطئ سداوة	20
(بلدية سيدي لخضر)	" خطر الصخور "	- شاطئ الميناء الصغير غربا	21
(بلدية حجاج)	" عدم توفر الشروط اللازمة "	- شاطئ الكاف الواعر	22
(بلدية حجاج)	" عدم توفر الشروط اللازمة "	- شاطئ حجاج شرقا	23
(بلدية خضرة)	" عدم توفر الشروط اللازمة "	- شاطئ كاف قادوس	24
(بلدية خضرة)	" عدم توفر الشروط اللازمة "	- شاطئ النخلة	25
(بلدية أولاد بوغاليم)	" خطر الصخور "	- شاطئ ميناء بحارة القديم) مرسى الشيخ	26
(بلدية عشعاشة)	" عدم توفر الشروط اللازمة "	- شاطئ لالة عابدة	27

المصدر: مديرية السياحة لولاية مستغانم

ب/ الموارد الطبيعية: إن أغنى منطقة في مستغانم هي المنطقة الساحلية حيث تتوفر على مؤهلات سياحية؛ خاصة السواحل التي تزخر بالشواطئ الصخرية، أضف إلى ذلك الغابات الممتدة على بعض الشواطئ، المناطق الأثرية والغابات ذات القيمة السياحية المعتبرة.

- تشكل الأرض: المنطقة الساحلية بالولاية تتوفر على مناظر خلابة وبساتين تطل على الشواطئ والمرتفعات الزراعية في أقصى غرب الولاية نجد الغابات المطلة على البحر.

الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر دراسة حالة - ولاية مستغانم-

- الري: من هذه الناحية الري يظهر بمنطقتين المنطقة الشرقية تتخللها شبكة من الوديان التي تصب في البحر و تتمثل في واد كراميس الذي يعتبر منبعه خارج الولاية، و الذي يصب في واد الرمان، واد العبيد ، واد سدواة، واد زريفة، أما المنطقة الغربية يسيطر عليها واد الشلف الذي يمثل منبع ماء مستمر .

- الغابات و النباتات:

الغابات :إن غابات الولاية تظم ثروة حيوانية هائلة يمكن تلخيصها في :الخنازير، الأرناب، أرناب برية، وبما أن صيد الحيوانات ألغي في السنوات الأخيرة، مما سمح لهذه الأنواع بالتكاثر، وبالتالي تنمية الصيد السياحي وتنظيمه .هناك ثلاثة أنواع أخرى محمية من الانقراض تتمثل في فقرة الضربان، الشيهم، كلب الماء .

النباتات :تمتلك مستغانم ثروة نباتية هائلة ومتنوعة، نذكر من أهمها النباتات التي تشكل الغابات، أشجار الماريتيم، الصنوبر الحلبي، الكاليتوس، الزيتون، المساحة الغابية تقدر ب 341.54 هكتار .الغابات التي تقع في مناطق المدينة تنقص تدريجيا¹.

ج (الجانب الثقافي الفني:

- الجانب الفني :لا يمكننا الحديث على مستغانم دون التطرق إلى تراثها الثقافي وتنوعها الفني وتنوع رجال الفن المشهورين على مستوى الولاية، من بينهم ولد عبد الرحمان عبد القادر الملقب بكافي الدراماتيكي، الفنان المعروف بالغناء البدوي الشيخ حمادة، عميد الأغنية الشعبية معزوز بوعجاج.

- الجانب الثقافي :من بين النشاطات الثقافية التي اشتهرت بها الولاية، المهرجان الوطني للمسرح المدرسي، مهرجان سيدي لخضر بن خروف بلدية سيدي لخضر : يحتفل به بعين المكان كل شهر أوت من كل سنة و الذي يكون مخصص لأشعار الفنان نفسه، المهرجان الوطني للتراث العيساوي، الذي ينظم كل صائفة، وهو نوع من الفلكلور المحلي ،مهرجان الشعر والموسيقى البدوية، يحتفل به في كل شهر سبتمبر من كل سنة بعين تادلس تكريما للفقيه الشيخ حمادة والشيخ الجيلالي عين

¹ وهبية بن زعيط ، دياب نجوى، أهمية التسويق في تنشيط القطاع السياحي، الملتقى الدولي اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، بسكرة، الجزائر، مارس 2010.

الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر دراسة حالة - ولاية مستغانم -

تادلس، اللقاء الوطني للموسيقى التقليدية والبدوية نشير إلى أن هذه التظاهرات كانت محلية ثم تحولت إلى وطنية وهذا راجع للتدعيمات والمشاركات الوطنية.

- تراث ثقافي: تحتوي ولاية مستغانم على 172 مسجدا و 201 قاعة صلاة. في ميدان البحث والعلوم الإسلامية منطقة مستغانم أعطت ولادة عدت أولياء صالحين سيدي سعيد، سيدي يحي، سيدي لخضر بن خلوف، سيدي بلقاسم بوعسرية، سيدي شريف، بن سيدي جيلالي بن تكوك.

- المعالم الأثرية التاريخية: إن مجموعة البقايا المتواجدة عبر تراث الولاية يبرر عدة حضارات في أبعادها الزمنية، ولم يشهد أية بقايا من عصر ما قبل التاريخ يوجد عدة مناطق أثرية محمية من بين أهمها منطقة خروبة بشرق الولاية أين وجدت مجموعة من الأدوات الحجرية، وهي موجودة حاليا في متحف زبانة (وهران) مغارات ماسرة التي تضم مجموعة من النحوت.

- الفترة التركية: متمثلة في المدينة القديمة، تيجديت، المطمر، الطبانة، نوع العمران فيها يعود إلى القرن السادس والسابع و الثامن عشر.

الشكل (15): صور التراث الثقافي لولاية مستغانم



مهرجان سيدي لخضر بن خلوف



سيدي لخضر بن خلوف



منارة رأس إيفي



المدينة القديمة: تيجديت

د/ السياحة الحموية :

يرتكز هذا النوع من السياحة على استعمال المياه المعدنية لأغراض علاجية .

- الحمام المعدني لعين النويصي: يقع في بلدية عين النويصي، يستعمل هذا الحمام مياه المنبع الحموي سيدي المخفي ، حيث تقوم حاليا الوكالة الولائية للتسيير و التنظيم العقاريين الحضاريين لمستغانم بإعادة تهيئته.

الشكل (16): صور المنابع العلاجية لولاية مستغانم



كما يوجد في الولاية منبعين :

- منبع مكبرتة: يقع ببلدية سيرات، حيث تصل درجة حرارة مياهه 25 درجة مئوية ، رغم سهولة الوصول إليه ، فهو قليل الاستعمال، و يعتبر ماؤه نافع للأمراض الجلدية.



- منبع سيدي بشاعة: يقع ببلدية سيدي علي، الوصول إليه صعب، ويعتبر منبع غير مستغل.

الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر
دراسة حالة - ولاية مستغانم-



يبقى على البلديات المعنية إنشاء حمامات واستغلال هذه المنابع لتحسين مداخلها .

و/ السياحة المناخية والعلمية:

إن تنوع الثروات الطبيعية في الولاية كالسلاسل الجبلية، و الغابات الشاسعة، والمستنقعات الرطبة التي تستقبل الطيور المهاجرة، وشبكة معتبرة من الوديان والسدود ستسمح مستقبلا بتطوير هذا النوع من السياحة في ولاياتنا نذكر منها :

- غابة زريقة، غابة استيديا، غابة بن عبد المالك رمضان، غابة شواشي سيدي لعربي.
- جبل الديس.
- واد و مغارات سداوة ببلدية سيدي لخضر و مغارات الكاف لصفور.
- حظيرة "المقطع".
- سد كراميس.

الشكل(17): صور الثروة الطبيعية لولاية مستغانم



سد كراميس

الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر
دراسة حالة - ولاية مستغانم-



مغارات الكاف لصفير



غابة بن عبد المالك رمضان

إن المناطق الريفية على مستوى الولاية تضم الكثير من المزارع ومنشآت لإنتاج الخمور (CAVE) المتواجدة منذ العهد الفرنسي و التي بالإمكان تطوير السياحة الريفية ، باستغلالها بعد تهيئتها لاستقبال السياح الأجانب خاصة.

(2) مناطق التوسع السياحي:

يضم ساحل الولاية (16) ستة عشر منطقة توسع سياحي حيث تبلغ المساحة الإجمالية لهذه المناطق 4339,1 هكتار, منها 1797,1 هكتار مساحة قابلة للبناء. تتمثل هذه المناطق في:

الجدول (17): مناطق التوسع السياحي لولاية مستغانم

منطقة التوسع السياحي	البلدية	منطقة التوسع السياحي	البلدية	منطقة التوسع السياحي	البلدية
المقطع	فرنناكة	رأس ايفي	ب ع م	زريفة	خضرة
ستيديا	ستيديا	بن ع م رمضان	رمضان	كاف قادوس	
اوربعة-صبلات	مزگران	الصخرة		سيدي عبد القادر	عشعاشة
خروبة	مستغانم	كاف الأصفر	سيدي	بحارة	اولاد بوغالم
شلف شاطئ		الميناء الصغير	لخضر		
حجاج	حجاج	عين ابراهيم			

المصدر: مديرية السياحة لولاية مستغانم

الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر دراسة حالة - ولاية مستغانم -

في سنة 1987 بادرت ولاية مستغانم بالشروع في دراسة تهيئة أول قطب نموذجي للاستثمار السياحي بالولاية بمنطقة صبلات الذي يحتل مساحة 42 هكتار، منها 32 هكتار قابلة للبناء، و الذي يمثل الآن القطب السياحي الوحيد الذي تتركز فيه المشاريع السياحية، منها (10) عشر مشاريع منجزة و التي توفر طاقة إيواء تقدر ب 884 سرير بالإضافة إلى المشاريع التي هي في طور الإنجاز و أخرى مبرمجة.

و قد قامت الوكالة الوطنية للتنمية السياحية (ANDT) بدراسة تهيئة منطقتي التوسع السياحي "بن عبد المالك رمضان" و "رأس إيفي" اللتين انتهتا و تم المصادقة عليهما في انتظار الشروع في عملية تهيئة المنطقتين.

(3) الاستثمار السياحي:

أ/ المشاريع السياحية المنجزة (في انتظار تسوية الملفات الإدارية لمنحها رخص استغلال):

- 03 فنادق بسعة 198 سرير، وهي: فندقين بمنطقة صبلات، وفندق حضري.

-04 اقامات سياحية بسعة 700 سرير ، بمنطقة صبلات ومنطقة التوسع السياحي بن عبد المالك رمضان.

- 01 نزل طريق (موتيل) بسعة 28 سرير ، بأوريعه.

ب/ المشاريع السياحية في طور الانجاز:

عددها (38) مشروع، تقدر سعة الإستقبال بها بـ 5189 سرير مقابل خلق حوالي 796 منصب شغل منها (32) مشروع سياحي بقطب صبلات، (03) فنادق حضرية ببلدية مستغانم، مركز عطل تابع للحرس البلدي بين عبد المالك رمضان و آخر تابع للإدارة المحلية للولاية بالميناء الصغير، و نزل طريق بلدية سيرات.
النسبة المتوسطة لتقدم الأشغال بهذه المشاريع تقدر بـ 50%.

* مقارنة بسنة 2005 ، حيث كان عدد المشاريع يقدر بـ 24 مشروع ارتفع سنة 2010 إلى (38) مشروع ،بزيادة (14) مشروع، تم انطلاقه منذ سنة 2008 بقطب صبلات بفضل تعليمات السيدة الوالي بإعادة تنشيط عمل اللجنة الولائية المكلفة بترقية و تدعيم الاستثمار (CALPIREF).

ج/ المشاريع السياحية المبرمجة:

**الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر
دراسة حالة - ولاية مستغانم -**

تقدر ب (10) مشاريع متواجدة كلها بقطب صبلات و التي ستوفر طاقة إيواء تقدر بحوالي 2400 سرير .

د/ المشاريع السياحية المتوقفة:

نشير إلى أن عدد المشاريع المتوقفة بالنسبة للسنة الفارطة انخفض من (17) إلى (02) مشروعين بعد توجيه إعدارات لأصحابها .

- (05) خمس مشاريع لم تنطلق بها الأشغال تحصل أصحابها على الأراضي بقطب صبلات ما بين سنتي 1998 و 2002م و التي نحن بصدد متابعتها من أجل إعادة انطلاق الأشغال بها.

ه/ طلبات الإستثمار السياحي :

سجلت مديرية السياحة (31) ملف طلب استثمار سياحي، بسعة استقبال إجمالية تقدر ب 10523 سرير و توفر 3333 منصب عمل، تنتوزع على عدة مناطق توسع سياحية بالولاية على غرار قطب صبلات، إلا أنها تتركز خاصة بمنطقتي التوسع السياحي رأس إيفي و بن عبد المالك رمضان، منها (17) ملف استثمار سياحي كامل بطاقة إيواء 7650 سرير مقابل إنشاء حوالي 2836 منصب شغل، تم تحويله إلى الوزارة الوصية من اجل دراسته ، وباقي الملفات لم تستكمل بعد .

و/ الحصيلة الإجمالية لمشاريع الإستثمار السياحي بالولاية:

في أفق سنة 2014 سوف نصل إلى 80 ثمانين مشروع سياحي منجز شريطة احترام أصحاب المشاريع مدة الإنجاز، و الذي سيوفر طاقة إيواء تقدر بـ 9487 سرير مقابل إنشاء أكثر من 1500 منصب شغل دائم.

قطب الامتياز - صبلات - :

تم المصادقة على مخطط شغل الأراضي لقطب الامتياز ببلدية مزهران - صبلات - ، حيث يضم هذا القطب من بين المنشآت المبرمجة 04 فنادق ذات مقاييس دولية و طاقة استيعاب كبيرة .

(4) هياكل الاستقبال :

أ/ المؤسسات الفندقية:

الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر دراسة حالة - ولاية مستغانم -

يوجد حاليا على مستوى ولاية مستغانم 11 فندق و 01 موتيل و 02 إقامة سياحية بسعة 688 سرير، حيث يبقى 04 مؤسسات فندقية مغلقة للأسباب التالية:

- فندقين (فندق البدر ، فندق السنوسية) بسبب أشغال التهيئة .
 - فندق الجزائر بسبب سحب رخصة الاستغلال.
 - نزل عائلي (النزل العائلي الشمس الواقع ببلدية بن عبد المالك رمضان) مغلق بقرار ولائي بسبب عدم تطابقه مع المعايير الفندقية وكذا بسبب الإخلال بالآداب والنظام العام.
- هذا و في انتظار تسوية الوضعية الإدارية للمؤسسات الفندقية التي تم انتهاء الأشغال بها والجاهزة لاستقبال الزبائن ، الموجودة بمنطقة صبلات ، وكذا بن عبد المالك رمضان. على أنه بالنسبة لعملية تصنيف الفنادق ، تم القيام بخرجات تفتيشية إلى المؤسسات المعنية ، نحن بصدد دراسة طلبات التصنيف .

على أنه بالنسبة للمؤسسات الفندقية المستغلة والمبينة قبل سنة 1985 ، والتي لا يمكنها أن تساير المعايير المنصوص عليها في المرسوم التنفيذي 130/2000 المؤرخ في 11 يونيو 2000 الذي يحدد معايير تصنيف المؤسسات الفندقية إلى رتب و شروط ذلك ، فإنه تم إصدار قرار وزاري جديد يعرف هذه المؤسسات على أنها " مؤسسات أخرى معدة للفندقة " مؤرخ في 10 سبتمبر 2009 يحدد شروط وكيفيات ومقاييس استغلال الهياكل الاخرى المعدة للفندقة.

ب/ التخييم:

- 14 مخيم صيفي بسعة 3930 سرير.
- 16 مركز عائلي بسعة 3986 سرير .



ج/ وكالات السياحة والاسفار:

يوجد حاليا على مستوى ولاية مستغانم ثمانية (08) وكالات سياحية ، بعد أن كان عددها 06 السنة الماضية ، حيث تشغل هذه الأخيرة 34 عاملا، من مختلف المستويات ، منهم 25 دائمون، و 09 مؤقتون.

الجدول (18): قائمة لوكالات السياحة والسفر على مستوى الولاية

اسم وكالة الإِسفار والسياحة	تاريخ بداية الاستغلال
01 ادريسيا	1993/10/23
02 الامل سفر	1993/08/17
03 توراف اجنسي	2003/07/22
04 اوديسي	1993/07/07
05 سوفريكات	2005/02/15
06 بن زين تور	2008/04/19
07 مجاهر	2008/04/19
08 موستا تور	2010

المصدر: مديرية السياحة لولاية مستغانم

نلاحظ أن وكالات السياحة والاسفار يقتصر نوع منتوجها على بيع الاسفار والتذاكر، والبعض منها يقوم بعمليات تنظيم رحلات ، وكذا الاستقبال.

كما يوجد 06 طلبات رخصة استغلال على مستوى مصالحنا ، في انتظار تعديل المرسوم التنفيذي رقم 2000-48 ، لتحسين وتطوير أداء وعمل وكالات السياحة والاسفار ، ووضع جملة من التحفيزات وإلزامها باستخدام التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال في نشاطها قصد دفعها إلى المساهمة في تطوير السياحة الوطنية.

الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر
دراسة حالة - ولاية مستغانم -

د/ الحركة الجمعوية:

يوجد على مستوى ولاية مستغانم 02 ديوانين محليين وجمعيتين للسياحة:

- الديوان السياحي المحلي لبلدية سيرات.

- الديوان السياحي المحلي لبلدية سيدي لخضر.

- جمعية التبادل والثقافة AZUR.

- جمعية مسك الغنائم.

أما بالنسبة للديوان السياحي لبلدية مستغانم فهو لا ينشط ، نظرا لأن الأعضاء غير مؤهلين لتسيير الديوان وترقية السياحة ، كما أنهم غير معتمدين من طرف مديرية التنظيم و الشؤون العامة، بالإضافة إلى أن مقر الديوان التابع لأملاك ديوان الترقية والتسيير العقاري (OPGI) في حالة جد متدهورة بسبب الإهمال واللامبالاة.

توافد المصطافين:

حيث وصل عدد المصطافين لهذا الموسم 10.674.600 مصطاف، إضافة إلى الإقبال الكبير على الشواطئ غير المحروسة :

الجدول(19): عدد المصطافين لولاية مستغانم

		سنة 2010	سنة 2009	سنة 2008	
		10674600	10408550	10300968	
سنة 2010	جوان	جويلية	أوت	سبتمبر	المجموع
عدد المصطافين	546665	7346500	2746765	34670	10674600
عدد الجرحى	59	288	100	1	448
عدد الغرقى المنقذين	53	542	103	/	698
عدد التدخلات	112	830	203	1	1146
عدد المتوفين في المناطق المحروسة	/	1	/	/	1
عدد المتوفين في المناطق	1	6	3	/	10

**الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر
دراسة حالة - ولاية مستغانم -**

المنوعة

المصدر: مديرية السياحة لولاية مستغانم

المطلب الثاني: قطاع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة لولاية مستغانم:

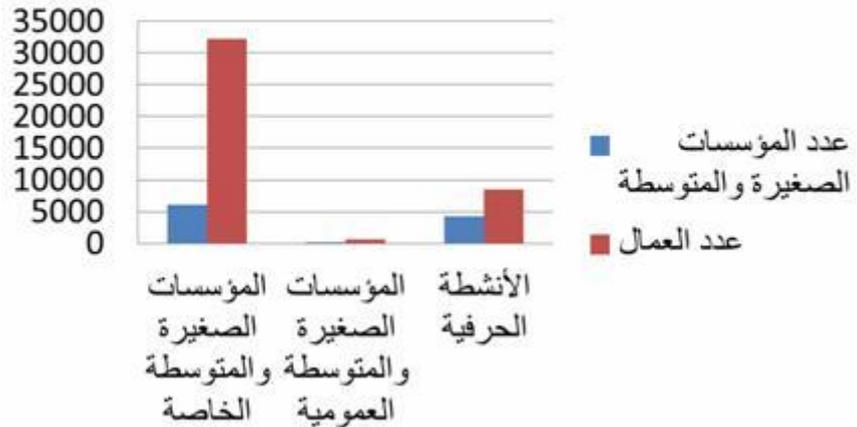
في سنة 2010، وصل عدد المؤسسات الصغيرة و المتوسطة المقسمة حسب طبيعتها كما يلي:

الجدول (20): عدد المؤسسات الصغيرة و المتوسطة للولاية لسنة 2010

عدد العمال	%	عدد المؤسسات الصغيرة و المتوسطة	طبيعة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة
32178	58,90%	6119	المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الخاصة
605	0,18%	19	المؤسسات الصغيرة و المتوسطة العمومية
8502	40,92%	4251	الأنشطة الحرفية
40559	100%	10389	المجموع

المصدر: مديرية الصناعة و الحرف التقليدية لولاية مستغانم

عدد المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و عدد عمالها لولاية مستغانم



قطاع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة للولاية كما هو موضح في الشكل أعلاه حسب اللجنة الوطنية للنشاط الاجتماعي CNAS وكالة مستغانم، يتميز بهيمنة القطاع الخاص بـ 6119 مؤسسة تمثل 58.90% من مجموع هذه الأخيرة.

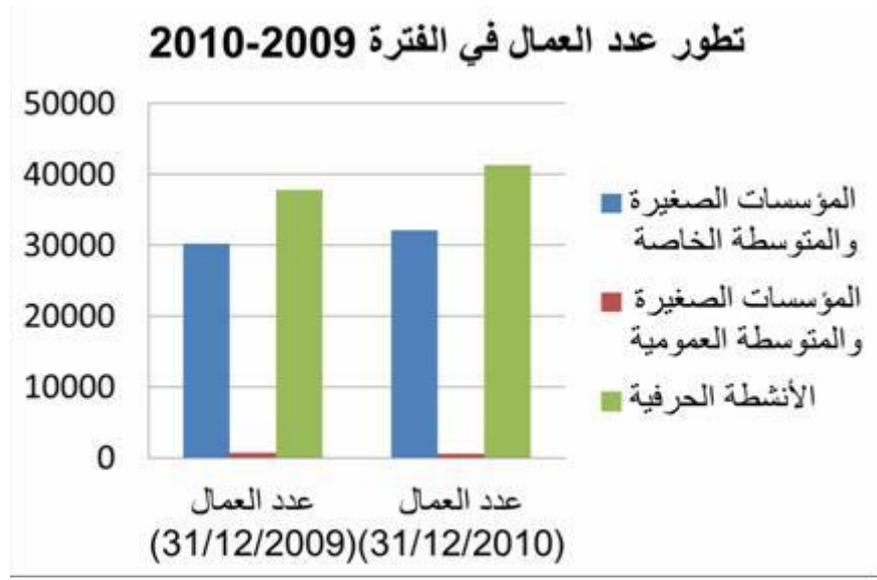
العدد الإجمالي لمناصب العمل هو 41285 منصب.

الجدول (21): تطور عدد العمال في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة لولاية مستغانم

الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر
دراسة حالة - ولاية مستغانم -

طبيعة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة	عدد العمال (2009/12/31)	عدد العمال (2010/12/31)	التطور	%
المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الخاصة	30301	32178	1877	6,19%
المؤسسات الصغيرة و المتوسطة العمومية	694	605	-89	-12,82%
الأنشطة الحرفية	6856	8502	1646	24,01%
المجموع	37849	41285	3436	9,08%

المصدر: مديرية الصناعة و الحرف التقليدية لولاية مستغانم



يؤكد هذا الجدول و الشكل المرافق له على ما جاء في الجدول السابق حيث تظهر هيمنة القطاع الخاص على المؤسسات الصغيرة و المتوسطة سواء من حيث عدد المؤسسات أو من حيث مساهمتها في خلق فرص العمل.

يوضح الجدول الموالي أهم القطاعات التي تنشط بها المؤسسات الصغيرة و المتوسطة للولاية.

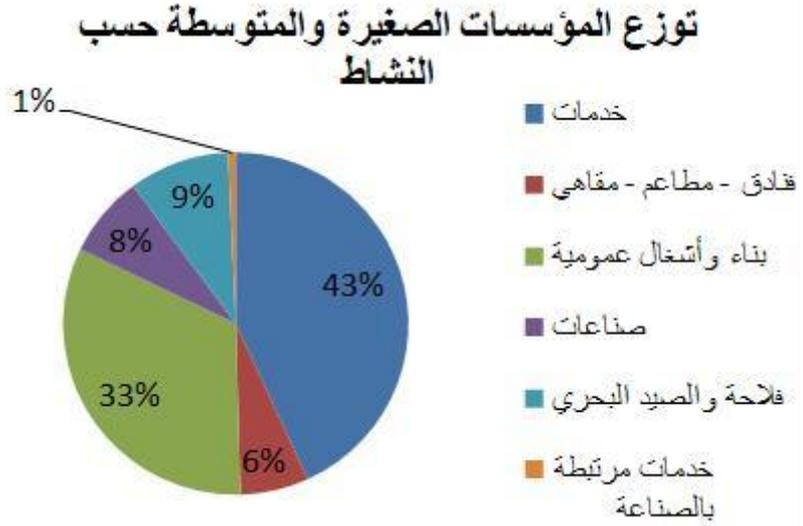
الجدول (22): توزيع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة حسب الأنشطة

الأنشطة	عدد المؤسسات الصغيرة و المتوسطة
خدمات	2649
فنادق - مطاعم - مقاهي	394
بناء و أشغال عمومية	2000
صناعات	473

الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر
دراسة حالة - ولاية مستغانم-

578	فلاحة والصيد البحري
44	خدمات مرتبطة بالصناعة
6138	المجموع

المصدر: مديرية الصناعة والحرف التقليدية لولاية مستغانم



نلاحظ من خلال الشكل أن قطاع الخدمات يهيمن على مجموع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للولاية بـ 3034 مؤسسة من بينها 394 مؤسسة عبارة عن فنادق، مطاعم ومقاهي، ثم يليه قطاع البناء والأشغال العمومية بـ 2000 مؤسسة.

الجدول (23): تطور مناصب العمل في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خلال سنة 2010

العدد الإجمالي إلى غاية 2010/12/31	نشاطات سنة 2010			قطاع النشاطات
	%	تطور	إزالة	
3681	17,84%	319	22	الفلاحة والصيد البحري
97	0,22%	4	-	الطاقة والمياه
51	0,45%	8	-	المحروقات
68	-	-	-	الخدمات والأشغال العمومية البترولية
36	-	-	-	المناجم والمحاجر
431	3,13%	56	6	
615	0,00%	0	3	مواد البناء، الفخار والزجاج
10458	33,22%	594	-	البناء والأشغال

الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر
دراسة حالة - ولاية مستغانم -

					العمومية
176	- %0,17	3-	12	9	كيمياويات، المطاط والبلاستيك
677	%2,01	36	10	46	الصناعات الغذائية، تبغ، كبريت
73	%0,17	3	-	3	صناعات نسيجية
36	%0,00	-	-	-	صناعات الجلود والأحذية
136	%0,50	9	2	11	صناعة الخشب، الورق، الطباعة
220	-	-	-	-	صناعات مختلفة
2425	%10,46	187	12	199	النقل والمواصلات، الاتصالات
4201	%6,26	112	1	113	التجارة
1912	%1,45	26	-	26	فنادق، مطاعم ومقاهي
933	%2,85	51	28	79	خدمات مقدمة للمؤسسات
5273	%1,79	32	-	32	خدمات تجارية مقدمة للعائلة
124	%0,06	1	-	1	الهيئات المالية
35	%0,06	1	-	1	أعمال عقارية
1125	%19,69	352	-	152	خدمات غير تجارية مقدمة للجماعات المحلية
32783		1788	96	1884	المجموع

المصدر: مديرية الصناعة والحرف التقليدية لولاية مستغانم

لقد تم خلق 1884 منصب خلال سنة واحدة (2010) كانت الحصة الأوفى فيها لقطاع البناء والشغال العمومية بـ 33.22% حيث كان نصيب قطاع الفنادق، المطاعم والمقاهي 5.83% بـ 1912 منصب عمل مقابل 7.40% لقطاع النقل والمواصلات بـ 2425 منصب.

تم تسجيل 4251 نشاط حرفي بولاية مستغانم، وقد كان تطور هذه الأخير خلال سنة 2010 كما هو موضح في الجدول التالي:

الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر
دراسة حالة - ولاية مستغانم -

الجدول (24): عدد الحرفيين والمؤسسات الحرفية للولاية

طبيعة النشاط		خلق	إزالة
الحرف التقليدية	حرفيين	83	6
	تعاونيات حرفية	-	-
	مؤسسات حرفية	-	-
الحرف الإنتاجية	حرفيين	213	31
	تعاونيات حرفية	-	-
	مؤسسات حرفية	1	-
الحرف الخدمائية	حرفيين	526	85
	تعاونيات حرفية	-	-
	مؤسسات حرفية	-	-
المجموع		823	122

المصدر: مديرية الصناعة والحرف التقليدية لولاية مستغانم

أما من حيث المشاريع الاستثمارية في قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة فيعبر عنها الجدول التالي:

الجدول (25): عدد المشاريع الاستثمارية في قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للولاية

فروع النشاط	عدد المشاريع	%	عدد العمال	%
الفلاحة والصيد والبحري	31	2,81%	432	2,60%
المحروقات	1	0,09%	7	0,04%
الخدمات والأشغال العمومية البترولية	3	0,27%	59	0,36%
صناعة الحديد، المعادن، الميكانيك، الكهرباء، الإلكترونيك	11	1,00%	601	3,62%
مواد البناء، الفخار والزجاج	12	1,09%	401	2,42%
البناء والأشغال العمومية	300	27,17%	7210	43,43%
كيمياويات، المطاط والبلاستيك	8	0,72%	155	0,93%
الصناعات الغذائية، تبغ، كبريت	13	1,18%	895	5,39%
صناعة النسيج	4	0,36%	38	0,23%
صناعة الخشب، الورق، الطباعة	3	0,27%	47	0,28%
صناعات مختلفة	4	0,36%	114	0,69%
النقل والمواصلات، الاتصالات	581	52,63%	4029	24,27%
فنادق - مطاعم - مقاهي	20	1,81%	708	4,26%
خدمات مقدمة للمؤسسات	36	3,26%	796	4,79%

الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر دراسة حالة - ولاية مستغانم -

5,06%	840	5,34%	59	خدمات تجارية مقدمة للعائلة
1,63%	271	1,63%	18	خدمات غير تجارية مقدمة للجماعات المحلية
	1660		1104	المجموع
	3			

المصدر: مديرية الصناعة والحرف التقليدية لولاية مستغانم

يوضح هذا الجدول أن قطاع النقل والاتصالات كان القطاع المهيمن بـ 581 مشروع أي ما نسبته 52.63% ليليه قطاع البناء والأشغال العمومية بـ 300 مشروع أي 27.17% بينما كانت حصة قطاع الفنادق، المطاعم والمقاهي 20 مشروعا بنسبة 1.81%.

المطلب الثالث: الإطار العام للدراسة التطبيقية:

حتى تكون الدراسة ذات مدلول صحيح كان من الواجب أن ترفق بالدراسة التطبيقية والتي تجعل من الأفكار النظرية نتائج واقعية وذلك وفقا لخطوات متسلسلة تؤدي الغرض في تبيين الموضوع، فاختيرت ولاية مستغانم لدراسة تطبيقية كونها منطقة سياحية تتولى مديرية السياحة إلى جانب المؤسسات الفندقية وغيرها من النشاط الترقوي.

(1) منهجية دراسة حالة:

قبل أن نشرع في عرض وتحليل المعلومات التي تمكنا من الحصول عليها من الدراسة الميدانية كان لا بد من الإشارة إلى منهجية الدراسة التي قمنا بإتباعها والتي تتمثل خطواتها فيما يلي:

أ- مجال وحدود الدراسة: يتمثل في الإطار الزمني والمكاني للدراسة فيما يلي:

- الحدود الزمنية: تمحورت الدراسة خلال الفترة (2003- 2010) لأن الإحصائيات الموجودة تتعلق بهذه الفترة.
- الحدود المكانية: يتمثل المجال المكاني للدراسة في عينة من المؤسسات الفندقية لولاية مستغانم وذلك بالتنسيق مع مديرية السياحة للولاية.
- الحدود البشرية: لقد شملت العينة مسؤولي فنادق الولاية وكذا المسؤولين في مديرية السياحة.

ب- أدوات الدراسة (تقنيات جمع وتحليل معطيات الدراسة): بما أن موضوع البحث يتعلق بتبيان دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة السياحية في ترقية ونمو القطاع

الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر دراسة حالة - ولاية مستغانم-

السياحي، فقد استخدمنا المنهجين الوصفي والتحليلي، وكذا منهج دراسة حالة الشيء الذي استوجب منا اللجوء إلى أدوات الدراسة التالية:

- المعاينة.

- المقابلة.

- الاستمارة (الاستبيان).

● المعاينة: في حالة دراستنا هذه فالعينة المختارة هي مجموعة من المؤسسات الفندقية، المطاعم والمقاهي وكالات السياحة والسفر التابعة لولاية مستغانم وهذا راجع لطبيعة الموضوع من خلال تبيان دور هذه المؤسسات في ترقية ونمو القطاع السياحي بالولاية حيث كانت العينة مكونة من 09 فنادق من أصل 14 فندق ووكالتين سياحيتين من أصل 08 إضافة إلى بعض المطاعم والمقاهي والإقامات.

● المقابلة: فلقد تم إجراء مقابلة مع أفراد العينة المختارة من مجتمع الدراسة (مسئولي الفنادق) بالإضافة إلى المقابلات مع مفتشي وإطارات مديرية السياحة بالولاية بهدف الحصول على المعلومات اللازمة لإتمام الدراسة.

● الاستبيان: لقد عمدنا إلى استعماله كونه الطريقة التي يمكن من خلالها جمع البيانات والمعلومات عن الدراسة كما حاولنا التحكم في البحث من خلال طرح الأسئلة التي إجمالها منصب على الإجابة على الإشكال المطروح، حيث تم تسليم الاستبيان شخصيا لمسئولي الفنادق والوكالات والمطاعم وباقي أفراد العينة وكانت أحسن الطرق المختارة، لأن بعضهم لم يتمكن من معرفة المطلوب من السؤال، وكذا التخوف من نشر المعلومات في صحف أو مجلات، والبعض الآخر يظن أن المعلومات تسلم إلى مديرية الضرائب وغيرها من الاعتقادات، هذا ما أدى إلى رفض البعض منهم الإجابة لذا كنا مضطرين للمقابلة الشخصية بهدف إزالة الغموض وتبيان مجال استعمال المعلومات التي تم الحصول عليها وبالتالي كانت عينة الدراسة 20 مؤسسة أجابت من مجموع 32 مؤسسة استلمت الاستبيان، الذي تمت صياغته في 16 سؤال موزعة على ثلاثة محاور أساسية:

- نوع المؤسسة وتحديد نشاطها.

الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر دراسة حالة - ولاية مستغانم-

- السوق السياحية (المنافسة): درجتها، طبيعتها، تأثيرها.
- أهداف وعراقيل المؤسسة.

أما فيما يخص نوع الأسئلة التي تم وضعها فهي:

- الأسئلة المغلقة: هناك جملة من الأسئلة المغلقة كان الهدف منها التتويح في الأسئلة.
- الأسئلة المفتوحة: كان الهدف منها التقرب أكثر إلى معرفة الدور الأساسي في الظاهرة المدروسة.

- ترتيب الأسئلة: إن تسلسل الأسئلة لم يكن عشوائيا إنما كان وفقا لمنهج الدراسة النظرية.

و لقد تم الحصول على الإجابة من خلال مقابلة إلى ثلاث مقابلات مع مسؤولي كل مؤسسة في ظرف 20 يوم.

و قد تم اختيار 16 سؤالا لا على سبيل الاختصار إنما على سبيل الاختصار وذلك لجعل العينة المدروسة تضع لكل سؤال جواب دون إملالها أو إحراجها، لأن التمديد يدفع إلى عدم الإجابة من جهة والإجابة العشوائية من جهة أخرى، فتفاديا لذلك تم الاختصار.

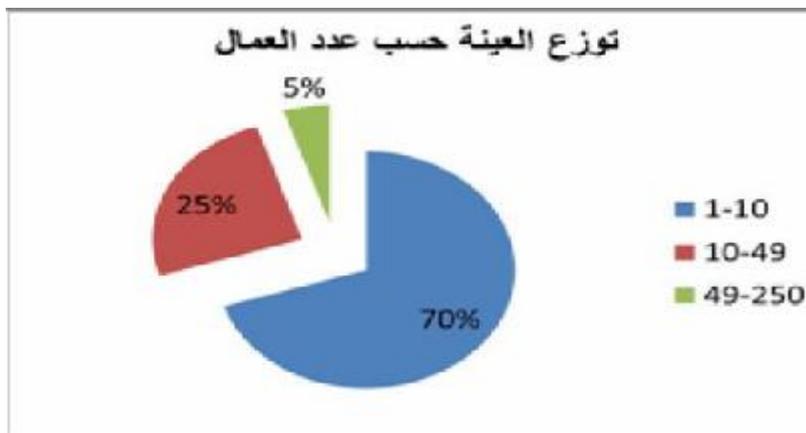
- الأدوات الإحصائية: تمت معالجة بيانات الاستبيان من خلال برنامج Excel وبرنامج

SPSS إصدار 19 حيث كان ثبات صدق المقياس المتبع $\infty = 0.57$.

المطلب الرابع: تحليل نتائج الدراسة الميدانية:

(1) التحليل الوصفي للعينة:

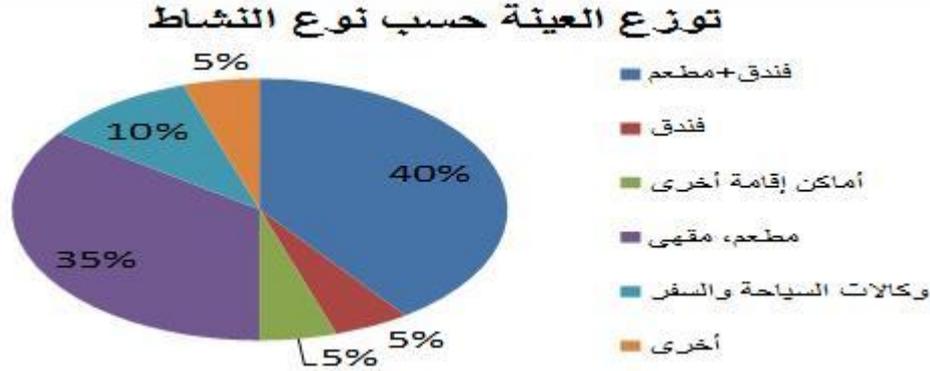
سؤال 01: هل تعتبر مؤسستكم مؤسسة صغيرة ومتوسطة؟



الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر دراسة حالة - ولاية مستغانم-

نلاحظ من الشكل أن 70% من العينة المدروسة هي مؤسسات مصغرة وهذا حسب معيار عدد الأجراء الذي يحدده القانون رقم 01-18 المؤرخ في 2001/12/12 المتضمن القانون التوجيهي لترقية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لا سيما المادتين 4 و 20، أما إذا أخذنا بعين الاعتبار رقم الأعمال و الحصيلة السنوية لهذه المؤسسات فنجد أكثر من 65% منها هي مؤسسات صغيرة بينما 30% فقط هي مؤسسات مصغرة.

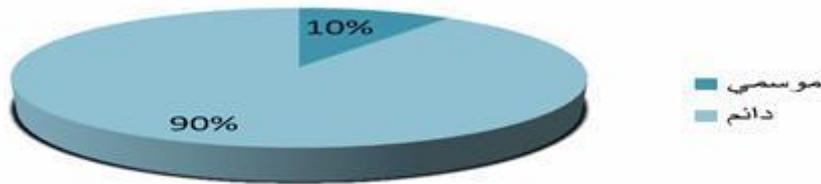
سؤال 02: في أي نشاط تعمل المؤسسة بالتحديد ؟



من خلال الشكل نجد أن 75% من العينة المدروسة تعمل في مجال الفنادق، المطاعم والمقاهي و 10% في مجال وكالات السياحة والسفر أما الباقي فتتوزع على أماكن الإقامة الأخرى وسنعرف أسباب اختيار هذه المجالات لاحقا (السؤال 5).

سؤال 03: أين تقع المؤسسة ؟

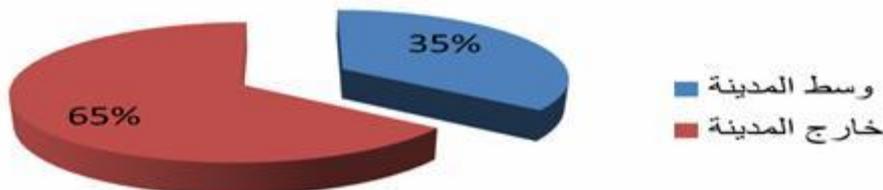
توزيع العينة حسب موسمية النشاط



90% من العينة إختارت أن يكون نشاطها دائما في حين إختارت 10% المتبقية موسمية النشاط وهذا حسب رأيها لتتبع المواسم التي يكون فيها الطلب مرتفعا.

سؤال 04: ما نوع النشاط ؟

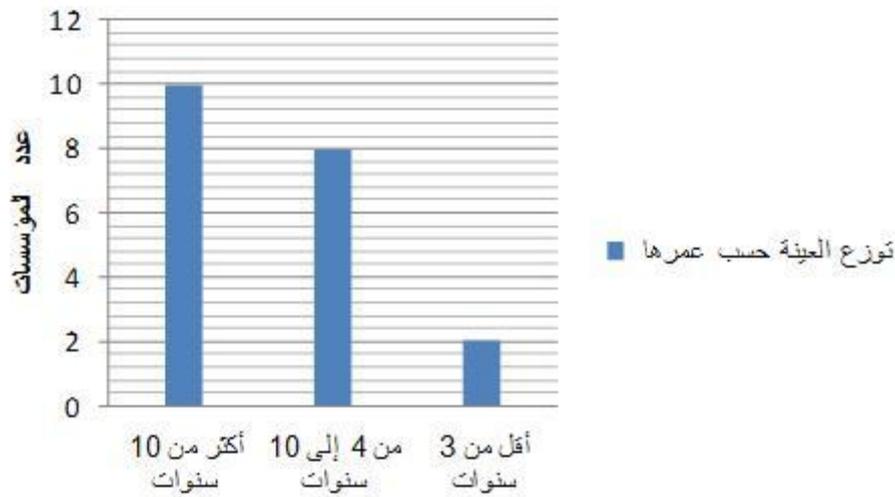
توزيع العينة حسب موقعها



الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر دراسة حالة - ولاية مستغانم-

نلاحظ من خلال الشكل أن 65% من المؤسسات المدروسة تقع خارج المدينة وهذا قصد أن تتواجد في أماكن الجذب السياحي التي تتميز بها الولاية وهي بصفة عامة الشواطئ بالنسبة للفنادق والمطاعم، والغابات بالنسبة لبعض أماكن الإقامة الأخرى، أما 35% الأخرى والمتمثلة في وكالات السفر والمطاعم فنجدها تفضل البقاء وسط المدينة لتكون قريبة من مختلف مراكز التسهيل و الزبائن.

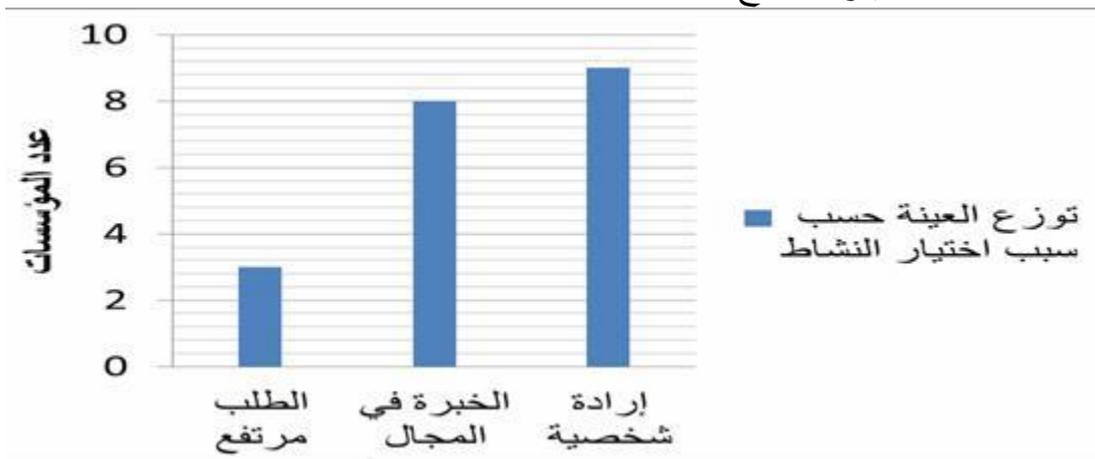
سؤال 05: منذ متى تمارس مؤسستكم هذا النشاط؟



نصف المؤسسات المدروسة يتعدى عمرها 10 سنوات أي أنها مؤسسات ذات خبرة في المجال السياحي للولاية، أما المؤسسات التي لم يتعدى عمرها 3 سنوات فهي مؤسستان فقط من مجموع 20 مؤسسة وهذا يدل على قلة نسبة خلق المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في المجال السياحي للولاية.

(2) نشأة المؤسسة:

سؤال 06/أ: سبب اختيار القطاع؟



الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر
دراسة حالة - ولاية مستغانم-

بعد تفرغ بيانات هذا السؤال في الشكل التالي نجد أن الإرادة الشخصية كانت السبب الأساسي لاختيار 45% من المؤسسات المدروسة للمجال السياحي وهذا حسب رأيهم راجع لطبيعة الولاية و موقعها، أما فيما يخص سبب الخبرة في المجال فقد كان اختيار 40% من المؤسسات والتي تنتمي إلى مؤسسات الأعمال العائلية.

سؤال 06/ب: طريقة التمويل ؟

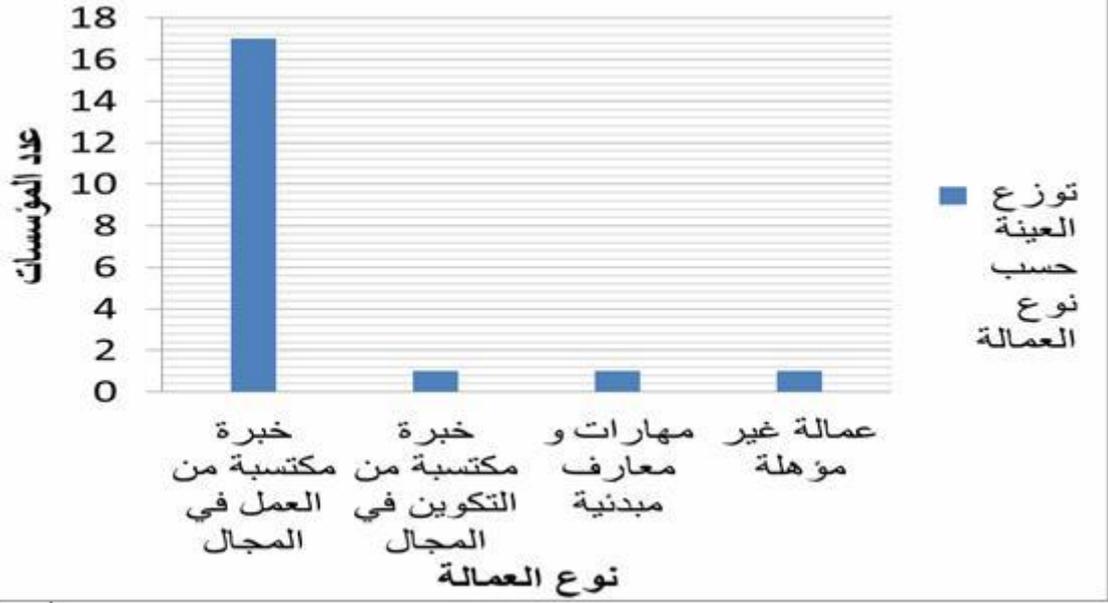


يعتمد 90% من أفراد العينة على التمويل الشخصي وسنتطرق إلى أسباب ذلك في السؤال 09.

حتى نتمكن من تحديد مدى اهتمام أصحاب هذه المؤسسات بمجال السياحة وتدعيمه قمنا بطرح السؤال التالي حول الشروط الواجب توفرها في العمالة فكانت الإجابة موزعة كما هو موضح في الشكل:

سؤال 06/ج: نوعية العمالة ؟

الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر
دراسة حالة - ولاية مستغانم-

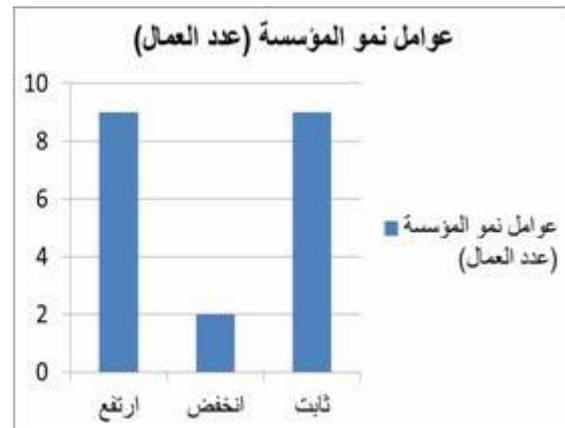
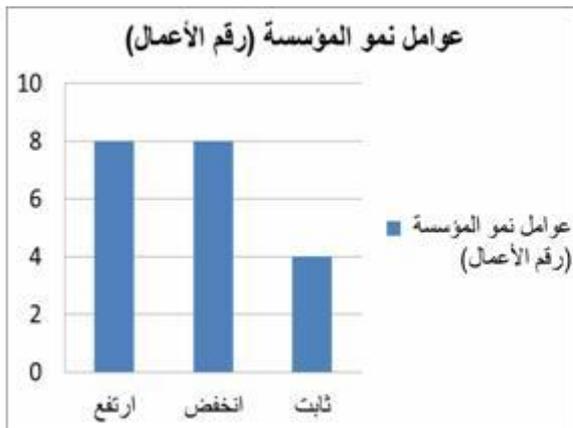


من هذا الشكل نخلص إلى ان عامل الخبرة المكتسبة من العمل في المجال هو أهم عامل يجب توفره حسب رأي أصحاب المؤسسات المدروسة في ظل غياب مؤسسات التكوين في هذا المجال.

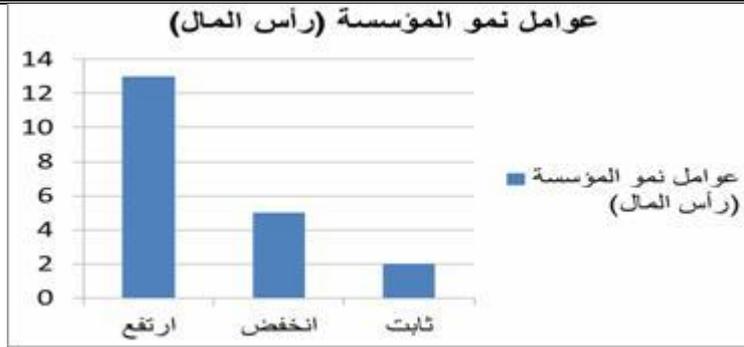
(3) عوامل نمو المؤسسات:

إن الهدف من طرح هذا السؤال ليس تشخيص المؤسسات بقدر ما هو تشخيص للمجال السياحي للولاية من خلال المؤسسات التي تنشط فيه.

سؤال 07: عوامل نمو المؤسسة: عدد العمال، رقم الأعمال، رأس المال؟



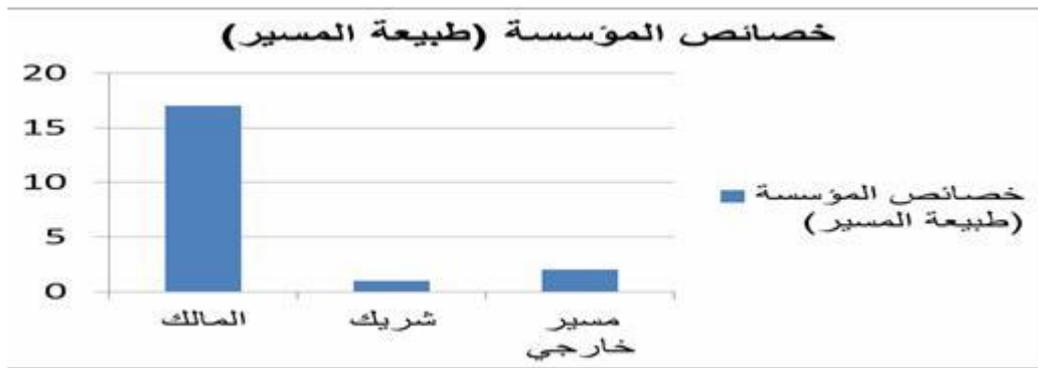
الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر دراسة حالة - ولاية مستغانم-



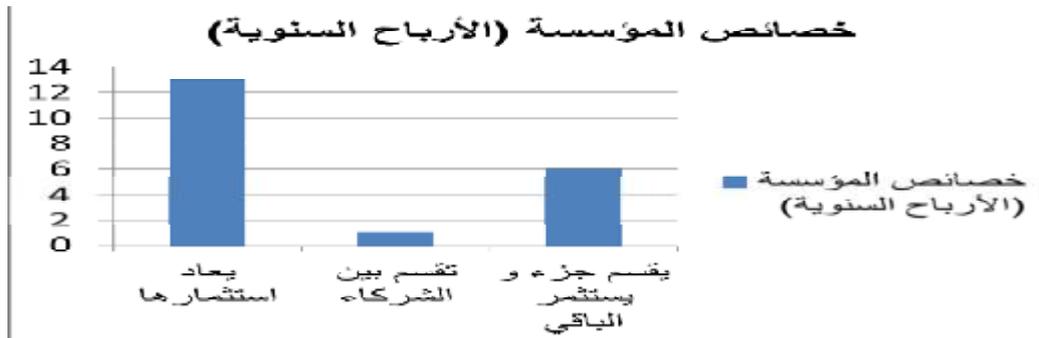
حسب الأشكال التي نتجت عن تفريغ البيانات المجموعة من الإجابة على هذا السؤال يمكننا القول بأن المجال السياحي للولاية بدأ يلقي نصيبه من الاهتمام لكن مازال أمامه الكثير حتى يتم استغلاله كما يجب.

4) التحليل الوصفي للسياحة بالولاية من خلال مؤسسات العينة المدروسة:

سؤال 08: خصائص المؤسسة: طبيعة المسير، الأرباح السنوية؟



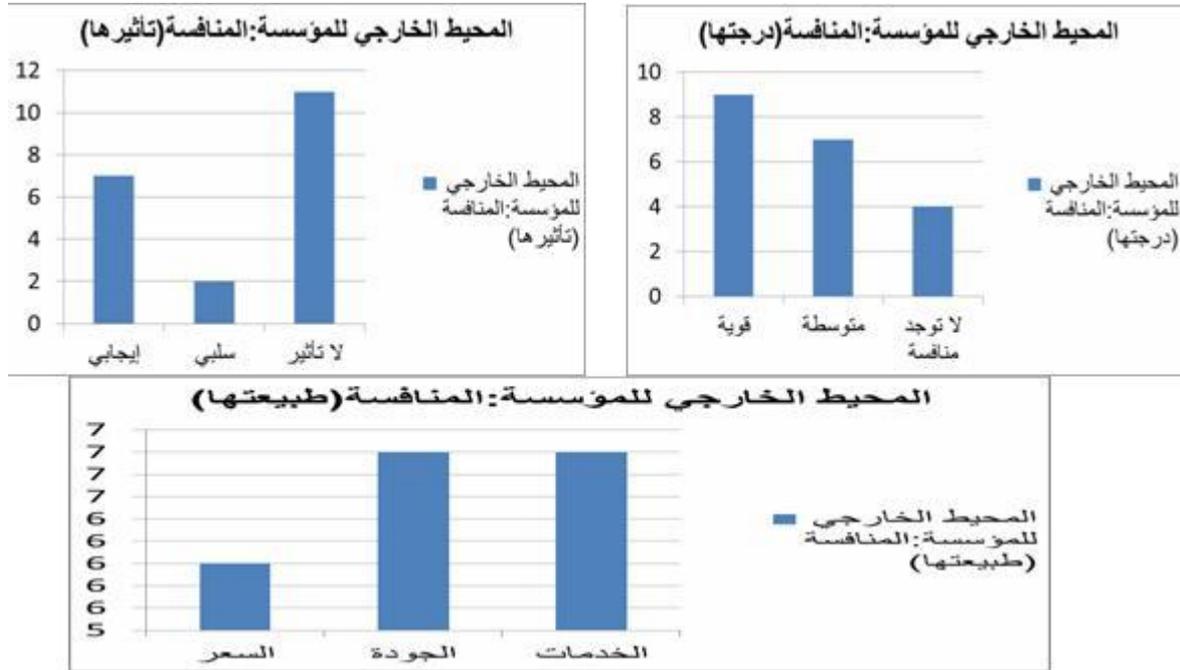
85% من أفراد العينة تعتمد في تسييرها على المالك ذلك أن معظمها هي مؤسسات عائلية خاصة فيما يتعلق بالمطاعم ووكالات السياحة والسفر.



كانت نتائج هذا السؤال تأكيدا لنتائج السؤال السابع حول ما يمكننا انتظاره من المجال السياحي الواعد للولاية حيث أن 65% من المؤسسات المدروسة تعيد استثمار أرباحها في توسيع نشاطها وتحسين خدماتها نظرا لما لذلك من تأثير إيجابي على أرباحها.

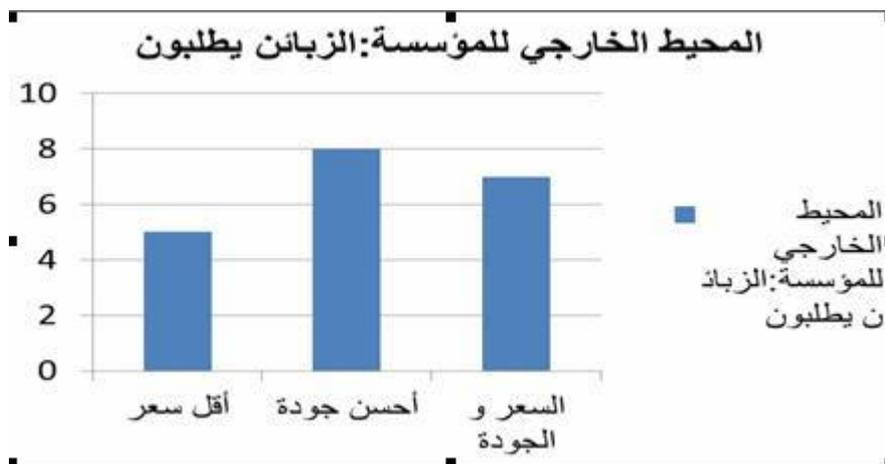
الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر دراسة حالة - ولاية مستغانم-

وللتعرف أكثر على مستوى تطور المجال السياحي قمنا بطرح السؤال التالي حول المنافسة، الزبائن، الهيئات المالية، السياسة الاقتصادية للدولة.
سؤال 09/أ: المحيط الخارجي للمؤسسة: المنافسة؟



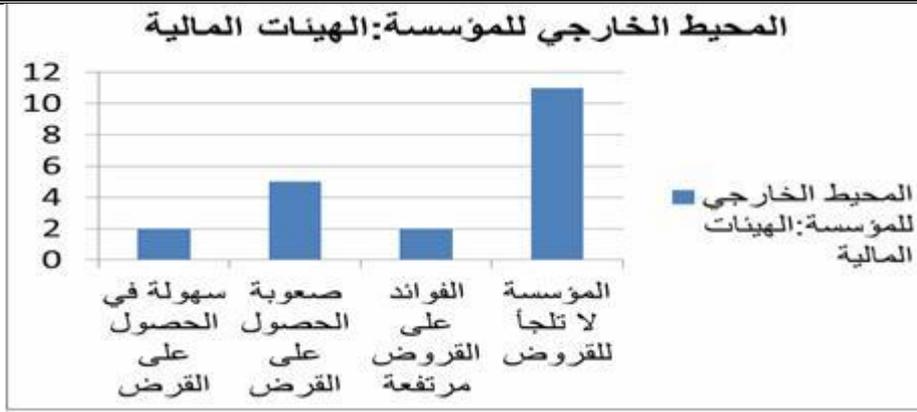
نلاحظ من هذه الأشكال أن المنافسة قوية كون أغلب المؤسسات المدروسة تقع في قطب سياحي واحد وهو قطب صابلات، حيث تتوزع الإجابات عن طبيعة المنافسة بالتساوي بين الخدمات و جودتها ذلك أن الأسعار شبه موحدة.

سؤال 09/ب: المحيط الخارجي للمؤسسة: الزبائن؟



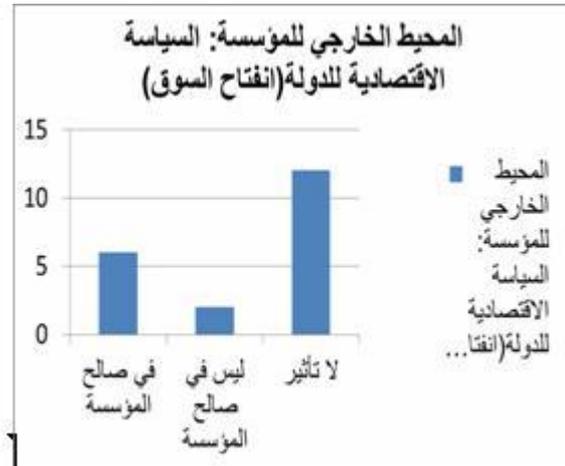
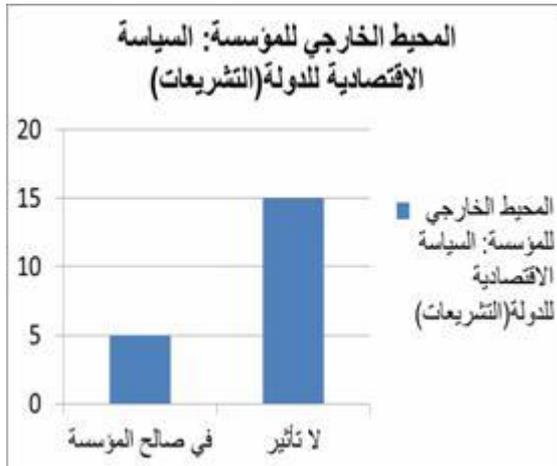
أما فيما يخص الزبائن فأكثر من 50% منهم يهتمون بأنواع الخدمات المقدمة و مدى جودتها دون أخذ السعر بعين الاعتبار لأنه غالبا ما يكون معقولا.
سؤال 09/ج: المحيط الخارجي للمؤسسة: الهيئات المالية؟

**الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر
دراسة حالة - ولاية مستغانم-**



55% من المؤسسات المدروسة لا تلجأ للقروض وتعود أسباب ذلك حسب البعض منهم إلى صعوبة الحصول عليه أو عدم الحاجة إليه.

سؤال 09/د: المحيط الخارجي للمؤسسة: السياسة الاقتصادية للدولة؟



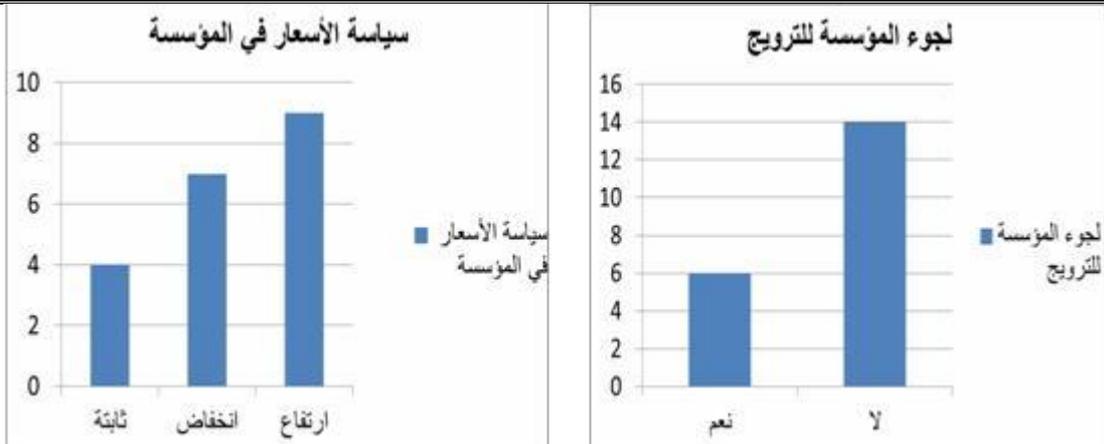
أما فيما يخص السياسة الاقتصادية للدولة فقد انفق 60% إلى 70% من أفراد العينة على عدم تأثرهم بالسياسة الاقتصادية للدولة سواءا تعلق الأمر بالانفتاح أو التشريعات، فحسب رأيهم الجزائر بصفة عامة لا تحظى بنسبة كبيرة من الأجانب سواءا كانوا سياحا أو مستثمرين لذا فانفتاح السوق لا يؤثر على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تعمل بالمجال السياحي.

سؤال 10: هل تقومون بأي حملات ترويجية؟

سؤال 11: هل الأسعار طولة السنة ثابتة أم هناك تغييرات في مواسم معينة؟

ولتحديد مدى وعي هذه المؤسسات بأهمية التسويق السياحي طرحنا تساؤلين حول كل من سياسة الترويج وسياسة التسعير فكانت الإجابات كما هو موضح في الأشكال التالية:

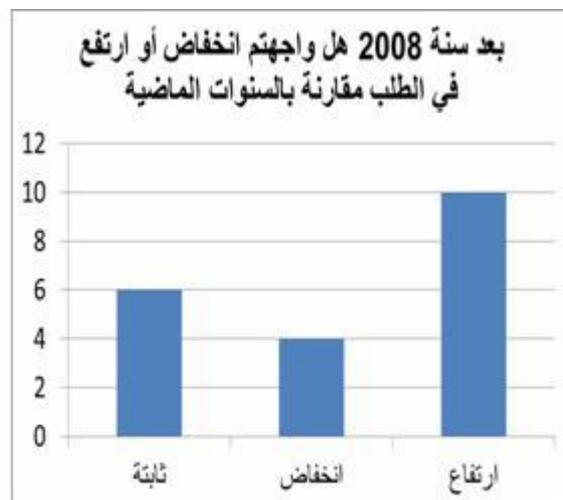
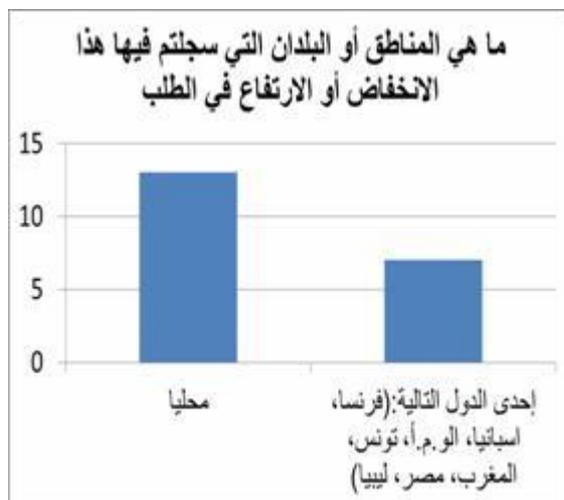
الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر دراسة حالة - ولاية مستغانم-



70% من المؤسسات لا تلجأ إلى الترويج وهذا حسب رأيهم يعود إما لعدم حاجة المؤسسة لذلك أو أن المستوى السياحي للولاية لا يسمح بذلك، أما 30% التي تلجأ إلى الترويج فإنها تعتمد وسائل بسيطة (بطاقات الزيارة، فتح موقع على الانترنت، علاقات عامة جيدة مع الزبائن). أما فيما يخص السعر فإنه يتغير حسب الطلب السياحي للفترة فيرتفع أحيانا و ينخفض أخرى.

سؤال 12: بعد سنة 2008 هل واجهتم انخفاض أو ارتفاع في الطلب مقارنة بالسنوات الماضية ؟

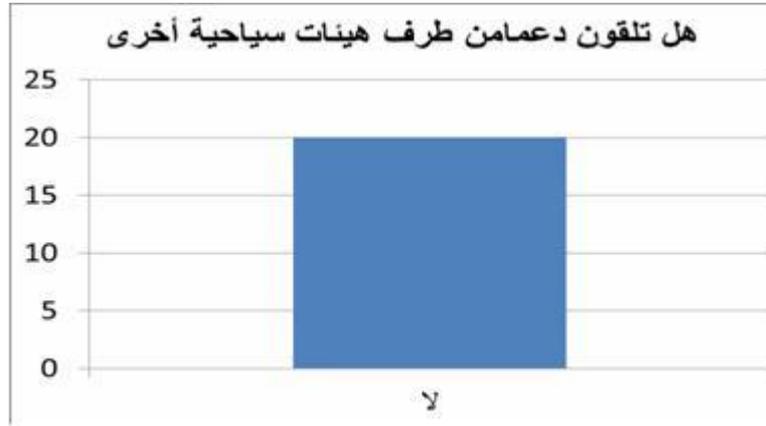
سؤال 13: ما هي المناطق أو البلدان التي سجلتم فيها هذا الانخفاض أو الارتفاع في الطلب ؟ كان هذا السؤال محاولة لتحديد مدى تأثير الأحداث الدولية على السياحة و المؤسسات السياحية (أحداث الرياضة مع مصر، ثورة تونس) فكانت الإجابة كما هو موضح في الشكلين التاليين:



الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر
دراسة حالة - ولاية مستغانم-

50% من المؤسسات ارتفع فيها الطلب و كانت نسبة الطلب المحلي 65 % حيث يفسر أصحاب المؤسسات هذا الارتفاع بتحول الطلب السياحي للجزائريين من الوجهة التونسية و المصرية إلى الجزائر وكذلك الحال بالنسبة للسياح الأجانب رغم قلة عددهم.

سؤال 14: هل تلقون دعما من طرف هيئات سياحية أخرى ؟



لقد كان هناك إجماع من العينة المدروسة على عدم تلقيها أي دعم من الهيئات السياحية للولاية بل يتعدى الأمر إلى اعتبارها أحد العوائق بالنسبة إليهم، خاصة فيما يتعلق بالفنادق التي تمر في الفترة الراهنة بمرحلة إعادة التصنيف في إطار تطبيق برنامج مخطط جودة السياحة (PQT).

خلاصة:

بداية الدراسة الميدانية كانت باستعراض واقع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في المجال السياحي الجزائري، وذلك بهدف وضع إطار منهجي و مرجعية للدراسة الإحصائية التي قمنا بها بعد ذلك، هذه الأخيرة بعد قيامنا بها توصلنا إلى بعض النتائج و الملاحظات يمكننا أن نجملها في النقاط التالية:

- تتدرج كل مؤسسات العينة المدروسة ضمن قطاع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة وكذا المصغرة لتتطابق طبيعتها مع معايير هذا النوع من المؤسسات.
- لم ترقى فنادق الولاية إلى مستوى التميز، ولا فندق منها بلغ درجة 5 نجوم، فمنها من هي مدرجة في مستوى نجمة واحدة إلى نجمتين، وهذا ما جعل أسعارها إجتماعية.
- تمتلك الولاية ثروة سياحية لا يستهان بها غير أن درجة الاستغلال لم تبلغ الحد الأنسب فهناك من الموارد خارج مناطق التوسع السياحي غير مستغلة خاصة منها الشواطئ والغابات حيث تتمركز معظم المشاريع المبرمجة بقطب صابلات بـ 32 مشروع من مجموع 38 مشروع على مستوى الولاية.
- نسبة الطلب السياحي ضئيلة مقارنة بالطلب السياحي الإجمالي للوطن وخاصة الأجنبي نظرا لمحدودية الترويج السياحي على مستواها.
- تعد نسبة المساهمة الترقية للمؤسسة الصغيرة و المتوسطة و المصغرة السياحية ضئيلة كونها مختصرة في بطاقات الزيارة، مواقع الانترنت وغيره، لكن ذلك يعد غير كاف أمام ما تملكه الولاية من ثروات سياحية من جهة، والمنافسة المحلية والأجنبية من جهة أخرى.
- إن عدم الاهتمام بالجانب الترويجي أدى إلى محدودية مساهمة القطاع السياحي للولاية في الرفع من القيمة المضافة ذلك أن مستوى مؤسساتها لا يؤهلها لذلك.
- التنسيق بين الهيئات السياحية يعد ناقص كونه منحصر في اتفاقيات بين الفنادق ووكالات السياحة والسفر.

الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر
دراسة حالة - ولاية مستغانم-

- النشاط السياحي في الولاية متمركز على السياحة الشاطئية غير أن هناك سياحة غابية، حموية و ثقافية إلا أن نسبة استغلالها ضعيفة بسبب نقص الاهتمام بها.
- تعد الآفاق السياحية المخططة من طرف وزارة السياحة محدودة كونها تتمثل في مشروعين: مشروع فندق تابع لسلسلة Eden و مشروع مركز التوجيه والإعلام السياحي.

رئخاتمة العامة

الخاتمة العامة:

تلعب المؤسسات الصغيرة والمتوسطة دورا هاما في النهوض باقتصاديات الدول ذلك نظرا للعدد الهائل من هذه المؤسسات باقتصاد أي دولة أضف إلى ذلك عدد العمالة الذي يشتغل بهذا النوع من المؤسسات ونظرا أيضا للخصوصيات التي تتميز بها من مرونة وعدم تأثرها بشكل كبير بالتغيرات الاقتصادية الكبرى وأيضا سهولة تسييرها.....إلخ.

وفي ظل التغيرات الاقتصادية الجارية في العالم وفي ظل انضمام الجزائر إلى المنظمة العالمية للتجارة وإيرامها عقد الشراكة مع الإتحاد الأوربي، الأمر الذي يعني تحرير التجارة وإلغاء الرسوم الجمركية لمؤسسات الدول الأعضاء في المنظمة العالمية للتجارة ولدول الإتحاد الأوربي، أصبح أمام هذه المؤسسات جملة من التحديات على الصعيد المحلي والدولي ولعل أهم هذه التحديات هو المنافسة ومنه لا بد على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية أن تجهز نفسها للوقوف في وجه هذه التهديدات ويجب عليها أن توسع مجال أعمالها ليشمل مختلف الأنشطة الاقتصادية، أين يظهر القطاع السياحي من أبرز القطاعات التي يجب التشجيع على حمايتها، تنميتها وحسن استغلالها ما دام يساهم بدور فعال في المداخل المحلية، فالسياحة تعد ذلك النشاط الذي يؤثر ويتأثر بجميع الأنشطة الاقتصادية، الزراعية، الصناعية وكذا الخدماتية سواء بطريقة مباشرة في المطاعم، الفنادق، النقل بأنواعه والاتصال وغير المباشرة من خلال تحريك عجلة الإنتاج، التشغيل والتجارة وغيرها، لذلك يعد من بين الأنشطة ذات الأهمية على الصعيد المحلي والخارجي.

فبالرغم من أن الجزائر تزخر بثروات سياحية هائلة تجعلها مؤهلة أكثر من غيرها في المغرب العربي الكبير لمكانتها المتميزة على صعيد السياحة الدولية لكن بالرغم من ذلك الرصيد الطبيعي الكبير يبقى قطاع السياحة منسيا ومهملا مما جعله اليوم يفتقر إلى العناصر الأساسية التي تمكنه من مسايرة حركة السياحة الدولية خاصة وأن السياحة ثروة لا تزول عكس المحروقات وهي أثرى من المحروقات من حيث فرص الشغل بالإضافة إلى المداخل التي يمكن تحصيلها من مختلف الاستثمارات السياحية.

إن تأخر السياحة في بلادنا هو تحصيل حاصل للتأخر الذي تتميز به كل القطاعات الاقتصادية الأخرى للبلاد، لأن كل منتجات هاته القطاعات بمساوئها ومحاسنها تصب حتما في قطاع السياحة، الشيء الذي يجعل هذا الأخير مرآة تتعكس فيها صحة الاقتصاد الوطني

ووضعية المجتمع الجزائري ككل، هذه الوضعية تكشف أن الجزائر وبالرغم من مخزونها السياحي الطبيعي الممتاز إلا أنه لا تحصل إلا على حصة صغيرة جدا من الموارد المالية للسوق الدولية للسياحة التي تهيمن عليها مجموعة من الفنادق الدولية، وفي هذا الإطار لا يفوتنا التذكير أن السياحة في بلادنا وجدت نفسها أمام مجموعة من القيود المعيقة التي ساهمت في تأخر السياحة والاستثمار السياحي خاصة نذكر من بينها تذبذب السوق الوطنية والارتفاع الفاحش للأسعار، غياب الأطر التشريعي في مجال السياحة، نقص الخدمات المقدمة مع عدم تكيف نظام النقل الجوي والبري أساسا مع ضروريات السياحة وضعف مجال الترقية والإعلام، إضافة إلى النقائص التقنية والقانونية.

وهذا ما أكدنا منه بعد تسليط ضوء دراستنا على السياحة بولاية مستغانم بصفة عامة وعلى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تنشط في هذا المجال بصفة خاصة.

نتائج البحث:

لقد استخلصنا من هذا العمل مجموعة من النتائج التي سمحت لنا بتأكيد أو نفي الفرضيات التي تم طرحها في بداية البحث، وتتمثل أهم تلك النتائج في:

من الجانب النظري:

- مازال إلى حد اليوم لم تلقى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تعريفا دقيقا يتفق عليه جميع الدول، هذا الخلاف سببه كثرة التباينات الموجودة بين هذه الدول وبين عدة مجالات كاختلاف درجة النمو وتنوع الأنشطة الاقتصادية بالإضافة إلى تعدد معايير التصنيف من دولة لأخرى، إلا أن هذا لم يمنع من وجود بعض التجارب التي سعت جاهدة لإيجاد تصور يعطي صورة واضحة نسبيا حول مفهوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

- لقد أصبحت المؤسسات الصغيرة والمتوسطة تلعب دورا محوريا في اقتصاديات الدول المتطورة بالنظر إلى مساهمتها الفعالة في دفع عجلة التنمية الاقتصادية والاجتماعية الشيء الذي انعكس على مستوى تطور هذه الدول.

- تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة جملة من التحديات والرهانات تتعدد في أشكالها و أنواعها و أبعادها، بحيث فرضت عليها جملة مخاطر جديدة تتبع أساسا من

الطبيعة و الخصوصية التي تميز هذه المؤسسات عن المؤسسات الكبيرة، الشيء الذي أوجب عليها ضرورة الاستعداد الجيد لمواجهتها.
على إثر هذه الملاحظات تؤكد صحة الفرضية الأولى.

- تعد السياحة سيف ذو حدين فإذا كان استغلال الموارد الطبيعية والإمكانيات استغلالا عقلانيا كانت لها فوائد وذلك يكون في صالح المجتمع الاقتصادي، أما إذا كان الاستغلال عشوائي كالإفراط في استغلال الطبيعة، السماح للسياح الأجانب الذين يحملون أمراض معدية أو يحملون ثقافة غير ملائمة بالدخول فسيكون له انعكاس سلبي على البلد المضيف.
- يمارس النشاط السياحي من طرف المؤسسات الاقتصادية منها الصغيرة والمتوسطة التي تشرف على تقديم المنتج السياحي للسائح من خلال وكالات السياحة والأسفار، دواوين وجمعيات، مطاعم وفنادق.

الجانب التطبيقي:

- بعد دراستنا للمحيط الخارجي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية توصلنا إلى أنه يوجد عدة تهديدات تواجه هذه المؤسسات في مختلف القطاعات بصفة عامة وفي القطاع السياحي بصفة خاصة، في حين تبقى الفرص المتواجدة لهذه المؤسسات من الصعب الاستفادة منها، بالرغم من الأهمية التي يتمتع بها قطاع الخدمات في الجزائر وبالرغم مما تتميز به الجزائر من ثروات سياحية.
- تشرف مديريات السياحة على ترقية وتطوير القطاع السياحي إلى جانب المؤسسات الاقتصادية الكبيرة منها والصغيرة والمتوسطة، غير أن مساهمة هذه الأخيرة (المؤسسات الصغيرة والمتوسطة) تعد ضئيلة، وهذا ما يؤكد توزيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية على القطاعات الاقتصادية لاحظنا أن طبيعة هذا التوزيع تستبعد فكرة مساهمة هذه المؤسسات في تطوير القطاع السياحي، ذلك أن قطاع البناء والأشغال العمومية يستحوذ على 35% من العدد الإجمالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في حين لا يغطي قطاع الفنادق والإطعام سوى 5.5% والنقل والمواصلات 8.9%.

- إن نسبة مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة السياحية نسبة محدودة وهذا راجع لطبيعتها (رأسمالها، حجمها، ثقافتها) فكون أنشطة التنمية والتطوير تعتمد بصفة أساسية في هذا القطاع على الترقية والترويج الذي يتطلب ميزانيات معتبرة هذا ما لم يكن بإمكان تلك المؤسسات توفيره وهذا حسب مسؤوليتها خاصة في ظل غياب النشاط الترقوي والترويجي بالقطاع السياحي الجزائري بصفة عامة وعلى مستوى الولاية بصفة خاصة.

على إثر هذه الملاحظات نكون قد أثبتنا صحة الفرضية الثانية.

- تعد ولاية مستغانم من بين ولايات الوطن المدرجة ضمن الولايات السياحية نظرا لما تتميز به من عرض سياحي إلا أن المؤسسات السياحية التابعة للولاية تتدرج معظمها إن لم نقل كلها ضمن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وكذا المصغرة، لذا و في ظل سياسة عدم الاستغلال الأمثل للموارد السياحية تبقى مساهمة هذه المؤسسات وغيرها في تطوير هذا القطاع ضعيفة.

أفاق البحث:

لقد كانت هذه الدراسة محاولة للإحاطة بكل جوانب الموضوع في حدود الإشكالية المطروحة وحسب المعلومات والمعطيات المتوفرة والتي أمكننا الحصول عليها إلا أن هذا لم يكن ممكنا نظرا لشساعة الموضوع وثرأه الفكري كونه يدرس جانبيين هما السياحة كأحد أهم القطاعات الاقتصادية في الوقت الحالي والجانب الثاني يمثل أحد أنواع المؤسسات الاقتصادية وهي المؤسسات الصغيرة والمتوسطة و من هذا المنطلق نود اقتراح بعض المواضيع التي يمكن أن تكون مواضيع لدراسات مستقبلية:

- تسويق الخدمات السياحية من طرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

- القطاع السياحي في ظل مخططات التنمية الشاملة بالجزائر (SDAT 2025).

- واقع وآفاق السياحة الدينية في الدول العربية.

وفي الأخير نأمل أن نكون قد وفقنا في اختيار الموضوع وفي جمع مادته العلمية و في دراسته

و عرضه بالشكل الذي يخدم الغرض منه، ونختم بقول سيدنا محمد عليه الصلاة والسلام:

«اللهم علمني ما ينفعني وانفعني بما علمتني وزدني علما والحمد لله على كل حال».

مصدر الجع

المراجع

الكتب باللغة العربية:

- 1) براهيم بظاظو، السياحة البيئية و أسس استدامتها، دار الوراق، عمان، الطبعة الأولى، 2010.
- 2) أحمد محمود مقابلة، صناعة السياحة، الطبعة الأولى، دار كنوز المعرفة، الأردن، 2007.
- 3) أكرم عاطف رواشده، السياحة البيئية، الرؤية، الطبعة الأولى، الأردن، 2009.
- 4) توفيق عبد الرحيم يوسف، إدارة الأعمال التجارية الصغيرة، دار الصفاء، الطبعة الأولى، الأردن، 2009.
- 5) حسين عطير و آخرون، إدارة المنشآت السياحية، دار المسيرة للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2002.
- 6) خالد كواش، السياحة، دار التتوير، الجزائر، الطبعة الأولى، 2007.
- 7) زيد سليمان عبودي، معجم المصطلحات السياحية و الفندقية، دار كنوز المعرفة للنشر و التوزيع، 2006.
- 8) زيد منير عبوي، إدارة المنشآت السياحية و الفندقية، دار الرؤية للنشر و التوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2008.
- 9) زيد منير عبوي، فن إدارة الفنادق و النشاط السياحي، دار كنوز المعرفة، الطبعة الأولى، مصر، 2007.
- 10) سعاد نائف البرنوطي، إدارة الأعمال الصغيرة (أبعاد للريادة)، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، الأردن، 2005.
- 11) سمير محمد عبد العزيز " السياسات الاقتصادية للمستقبل مدخل اتخاذ القرارات " مركز الإسكندرية للكتاب.
- 12) صفوت عبد السلام عوض الله: اقتصاديات الصناعات الصغيرة والمتوسطة ودورها في تحقيق التصنيع والتنمية، مرجع سبق ذكره.
- 13) صلاح الدين خربوطلي، السياحة صناعة العصر، دار حازم، الطبعة الأولى، دمشق، 2002.
- 14) طاهر محسن منصور الغالبي، إدارة و استراتيجية منظمات الأعمال الصغيرة و المتوسطة، الطبعة الأولى، دار وائل، الأردن، 2009.

- 15) عادل المهدي " عولمة النظام الاقتصادي العالمي و منظمة التجارة العالمية " الدار المصرية اللبنانية 2003 .
- 16) عبد المطلب عبد الحميد " النظام الاقتصادي العالمي الجديد و آفاقه المستقبلية بعد أحداث 11 سبتمبر " مجموعة النيل العربية، الطبعة الأولى 2003 .
- 17) عبد السلام أبو قحف، صناعة السياحة في مصر، المكتب العربي الحديث، الاسكندرية، 1992.
- 18) عثمان محمد غنيم، نبيل سعد بنيتا، التخطيط السياحي، دار الصفاء، الأردن، 2003.
- 19) فايز جمعة، عبد الستار محمد علي، الريادة و إدارة الأعمال الصغيرة، الطبعة الأولى، دار الحامد، الأردن، 2006.
- 20) فتحي السيد عبده، الصناعات الصغيرة و دورها في التنمية، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 2005.
- 21) فلاح حسن الحسيني، إدارة المشروعات الصغيرة، الطبعة الأولى، دار الشروق، عمان-الأردن، 2006.
- 22) ماهر حسن المحروق، الدكتور أيهاب مقابله، المشروعات الصغيرة والمتوسطة أهميتها ومعوقاتهما، مركز المنشآت الصغيرة والمتوسطة، الأردن، أيار 2006.
- 23) ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، دار زهران للنشر و التوزيع، الأردن، 1997.
- 24) محمد صالح حناوي، محمد فريد الصحن ، محمد سعيد السلطان " مقدمة في المال و الأعمال "الدار الجامعية 1999 .
- 25) محمد يسري دعيس، التربية السياحية و التنمية الشاملة، دار المعارف، القاهرة، 1993.
- 26) زيتون محيا، السياحة و مستقبل مصر بين إمكانيات التنمية و مخاطر الهدم، دار الشروق، القاهرة، 2002.
- 27) مروان محسن السكر، السياحة مضمونها و أهدافها، الاقتصاد السياحي، دار مجدلاوي، الأردن، 1994 .
- 28) مروة أحمد، نسيم برهم، الريادة و إدارة المشروعات الصغيرة، الشركة العربية المتحدة للتسويق و التوريدات، 2008.

29) منال عبد النعم مكية، السياحة تشريعات و مبادئ، دار الصفاء للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2000.

30) نائل موسى محمود سرحان، مبادئ السياحة، جامعة البلقاء التطبيقية، الأردن، الطبعة الأولى، 2003.

31) نبيل الروبي، اقتصاديات السياحة، مؤسسة الثقافة الجامعية، الاسكندرية، 1991.

32) نبيل الروبي، التخطيط السياحي، مؤسسة الثقافة الجامعية، القاهرة، 1987.

33) نبيل مرسي خليل " الميزة التنافسية في مجال الأعمال " مركز الإسكندرية للكتاب، 1998.

34) نعيم ظاهر، سراب إلياس، مبادئ السياحة، دار الميسرة، عمان، الطبعة الأولى، 2001.

الملتقيات، المقالات و المجالات باللغة العربية:

35) بلالطة مبارك، د.كواش خالد، سوق الخدمات السياحية، مجلة العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة سطيف، العدد 04 / 2005.

36) زين الدين بروش، اقتصاد و تسيير المؤسسة في ظل الاقتصاد الجديد، الملتقى الدولي حول: تقوية فعالية التسيير في المؤسسات الصغيرة و المتوسطة (الإبداع، تكنولوجيا الإعلام و الاتصال، التكوين)، قسم علوم التسيير، جامعة بسكرة، 12-13 أبريل 2004.

37) عبد الرحمن بن عنتر - واقع مؤسساتنا الصغيرة و المتوسطة و آفاقها المستقبلية - مجلة العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، العدد 01، 2002.

38) عيسى مرزوقة، شخشاخ محمد الشريف، دراسة أداء وفاعلية المؤسسات السياحية في الجزائر، الملتقى الدولي اقتصاديات السياحة و دورها في التنمية المستدامة، بسكرة، الجزائر، مارس 2010.

39) قويدر عياش، المؤسسات الصغيرة و المتوسطة كميزة تنافسية و التحديات الاقتصادية العالمية الجديدة، الملتقى الوطني الأول حول المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و دورها في التنمية، الأغواط، 8-9 أبريل 2002.

40) لخضر مرغاد، قريد عمر، شنشونة محمد، صناعة السياحة في الجزائر (المقومات والمعوقات)، الملتقى الدولي اقتصاديات السياحة و دورها في التنمية المستدامة، بسكرة، الجزائر، مارس 2010.

41) محمد يعقوبي، مكانة و واقع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الدول العربية، الملتقى الدولي: متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الدول العربية، 17 و 18 أفريل 2006.

42) مراد زايد، السياحة كصناعة في الاقتصاد الوطني (حالة الجزائر)، الملتقى الدولي اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، بسكرة، الجزائر، مارس 2010.

43) موسى سعداوي، حكيم بوجطو، أهمية مقومات السياحة الجزائرية في التنمية الاقتصادية للدولة، الملتقى الدولي اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، بسكرة، الجزائر، مارس 2010.

44) ناجي التوني، دور و آفاق القطاع السياحي في اقتصاديات الأقطار العربية، المعهد العربي للتخطيط، ماي 2001.

45) نعيمة برودي، التحديات التي تواجه المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الدول العربية و متطلبات التكيف مع المستجدات العالمية، الملتقى الدولي: متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الدول العربية، جامعة الشلف، 17 و 18 أفريل 2006.

46) وصاف سعدي، المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و تنمية الصادرات مع الإشارة لحالة الجزائر، الملتقى الوطني الأول حول المؤسسات الصغيرة و المتوسطة ودورها في التنمية، الأغواط، 8-9 أفريل 2002.

47) وهيبه بن زعيط، دياب نجوى، أهمية التسويق في تنشيط القطاع السياحي، الملتقى الدولي اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، بسكرة، الجزائر، مارس 2010.

48) وهيبه ليازيد، السياحة بالجزائر إمكانيات ضخمة ومعوقات عديدة، الملتقى الدولي اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، بسكرة، الجزائر، مارس 2010.

49) مجلة الجزائر سياحة، مجلة إعلامية تصدر عن الديوان الوطني للسياحة، العدد 19.

50) مجلة الدراسات الاقتصادية، العدد الثالث، دار الخلدونية، الجزائر، 2004.

51) مجلة العلوم الاقتصادية و علوم التسيير جامعة سطيف، العدد 04/ 2005.

52) مجلة الدليل الاقتصادي و الاجتماعي للجزائر، الطبعة الأولى، 2009.

53) مجلة المكتب الوطني الاستشاري، دار الخبرة، ليبيا، أفريل 2008.

54) يومية الشروق الجزائرية، العدد 3566، 2012/02/15.

55) يومية المساء الجزائرية، العدد 3867، 2009/11/10.

(56) المرسوم التنفيذي رقم 94-211 المؤرخ في 18 جويلية 1994.

(57) المرسوم التنفيذي رقم 03-78 المؤرخ في 23 فيفري 2003 المتضمن القانون الأساسي للمشاتل، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 13، 26 فيفري 2003، ص 13.

(58) القانون رقم 02-02 المؤرخ في 05 فيفري 2002 الخاص بالحفاظ و الترويج للساحل.

(59) القانون رقم 98-04 المؤرخ في 15 جوان 1998 الخاص بالحفاظ على التراث الثقافي.

(60) مديرية السياحة لولاية مستغانم.

(61) مديرية الصناعات والحرف التقليدية لولاية مستغانم.

رسائل الماجستير والدكتوراه باللغة العربية:

(62) كشكوش بومدين، التسويق السياحي مقارنة اقتصادية و اجتماعية، رسالة ماجستير علوم اقتصادية تخصص تسويق، الجزائر، 2003.

(63) حيزية حاج الله، الاستثمارات السياحية في الجزائر، مذكرة ماجستير تخصص نقود، مالية و بنوك، قسم علوم اقتصادية، جامعة البليدة، الجزائر، 2006.

(64) كواش خالد، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2004/2003.

(65) لدرع خديجة، الاعتماد التجاري كأحد بدائل تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، رسالة ماجستير علوم تجارية تخصص: اقتصاد دولي، جامعة مستغانم، 2007-2008.

(66) ريان درويش : الاستثمارات السياحية في الأردن والآفاق المستقبلية : رسالة ماجستير علوم اقتصادية -جامعة الجزائر سنة1996.

(67) داتو سعيد عماد، إستراتيجية تطوير المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، رسالة ماجستير، المنظمة و التدقيق الاستراتيجي و اتخاذ القرار، جامعة تلمسان، الجزائر، 2007-2008.

(68) سحنون سمير، إشكالية تمويل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، رسالة ماجستير اقتصاد التنمية، جامعة تلمسان، الجزائر، 2004-2005.

69) سيد علي بلحمدي، المؤسسات الصغيرة و المتوسطة كأداة لتحقيق للتنمية الاقتصادية في ظل العولمة، رسالة ماجستير علوم تسيير تخصص إدارة أعمال، البلدية، الجزائر، 2006.

70) عشي صليحة، الآثار التنموية للسياحة، مذكرة ماجستير تخصص اقتصاد تنمية، جامعة باتنة، الجزائر، 2005/2004.

71) بن حمو عبد الله، تدويل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، مذكرة ماجستير التسيير الدولي للمؤسسات تخصص تسويق دولي، جامعة تلمسان، الجزائر، 2010-2011.

72) عبيدات عبد الكريم، حاضنات الأعمال كآلية لدعم المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في عصر العولمة، مذكرة ماجستير تخصص: نقود، مالية وبنوك، جامعة البلدية، الجزائر، 2006.

73) لخلف عثمان، واقع المؤسسات الصغيرة و المتوسطة وسبل دعمها وتنميتها في الجزائر، أطروحة دكتوراه دوله في العلوم الاقتصادية، الجزائر 2003-2004.

74) عثمان لخلف، دور و مكانة الصناعات الصغيرة و المتوسطة في التنمية الاقتصادية، رسالة ماجستير علوم اقتصادية تخصص تسيير، جامعة الجزائر، 1994-1995.

75) علي موفق، أهمية القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني، مذكرة ماجستير تخصص تخطيط و تنمية، جامعة الجزائر، 2001-2002.

76) فاطمة الزهراء عبادي، مقومات تحقيق الأداء المتميز للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة، مذكرة ماجستير علوم تسيير تخصص إدارة أعمال، جامعة البلدية، الجزائر، 2007.

77) نزعي فاطمة الزهراء، آفاق تنمية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر (تحليل أثر برنامج التأهيل)، مذكرة ماجستير تخصص تحليل اقتصادي، جامعة تلمسان، الجزائر، 2010.

78) ليلي لولاشي، التمويل المصرفي للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة، رسالة ماجستير علوم اقتصادية تخصص نقود و مالية، جامعة بسكرة، الجزائر، 2004-2005.

79) وزاني محمد، السياحة المستدامة واقعا وتحدياتها بالنسبة للجزائر، مذكرة ماجستير تسويق الخدمات، جامعة تلمسان، الجزائر، 2011.

80) أوبختي نصيرة، القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة في ظل العولمة، رسالة ماجستير تخصص تسيير الموارد البشرية، جامعة تلمسان، الجزائر، 2010-2011.

81) بوعلي هشام، الشراكة الأورو- متوسطة وإعادة تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (تجربة الجزائر)، مذكرة ماجستير تحليل اقتصادي، جامعة تلمسان، الجزائر، 2008.

82) يوسف قريشي، سياسات تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر، أطروحة دكتوراه دولة في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير تخصص علوم التسيير، جامعة الجزائر 2004-2005

الكتب باللغة الفرنسية:

- 83) P.Bonhours, La monnaie finance institutions et mécanismes, éd Ellipses, paris, 1993
- 84) Laurent Botti, Nicolas Peypoch, Bernardin Solonandrasana, Ingénierie du tourisme, De Boeck, 1^{er} édition, bruxelles, 2008
- 85) G.Bressy, C.Konkuyt, Economie d'entreprise, Dolloz, 8 Edition, Paris, 2006
- 86) Philippe Duhamel ; Isabelle SACAREAU ; Le tourisme dans le monde ; Armand Colin ;PARIS ; 1998
- 87) LOZATO-Giotart Jean-Pierre, BALFET Michel, MANAGEMENT DU TOURISME, PARSON, France, 2^e édition, 2007
- 88) XAVIER. GREFFE : Les PME CREENT-ELLE DES EMPLOS? ECONOMICA, PARIS 1984.
- 89) Mourad Kezzar, Algérie à recherche de son tourisme, éditions saec liberté. Alger. 2009.
- 90) Michel Marchesnay et al. , Gestion des PME/PMI, Ed, MATHAN, Paris 1997
- 91) Yves Simon sous la coordination de Olivier TORRES, collection recherche en gestion, PME de nouvelles approches, vingt-cinq ans de recherche en PME : une discipline entre courants et contre-courants présentée par Olivier TORRES, Ed. ECONOMICA, Paris, 1998
- 92) Tinard Yves , Le tourisme économie et management, Mc Graw Hill, Paris, France, 1994
- 93) AHMED Tessa ; Economie touristique et aménagement du territoire ; O.P.U ; 1993
- 94) Robert Wtterwulghé, LA PME une entreprise humaine, De Boeck Université, Paris, 1998

الملتقيات، المقالات و المجالات باللغة الفرنسية:

- 95) samia GHARBI, LES PME/PMI EN ALGERIE, cahiers de laboratoire de recherche sur l'industrie et l'innovation, université du littoral côte d'opale, N°238, mars 2011
- 96) Travel & tourism economic impact 2011 algeria , World Travel & Tourism Council, LONDON, UK, 2011
- 97) Lettre
d'information, Algérie Tourisme et Artisanat, éditée par le Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, N° 01 Juillet – Août 2011.
- 98) Michel Marchesnay, Is small so beautiful ?, Revue d'économie industrielle. Vol. 19. 1er trimestre 1982. pp. 110-114
- 99) P.L.Léo, Les milieux régionaux de PMI : une approche statistique et régionalisée des choix stratégiques des PMI à partir de l'EAE, Revue d'Economie Régional et Urbaine n° 3, 1987
- 100)Olivier TORRÈS, Thirty Years of Research into SMEs :A Field of Trends And Counter-trends, cahiers de recherche de Centre des Entrepreneurs E.M.LYON, N° Novembre 2003
- 101)A.Riding, B.Orjer, Les petites et moyennes entreprise du Québec, Programme de recherche sur le financement des PME, CANADA, Août 2007
- 102)Weiler A. Le tourisme, facteur économique mondial ,Annales de Géographie. 1932, t. 41, n°232.

مواقع الانترنت:

- 103) www.oliviertorres.net/travaux/pdf/ot9pme.PDF
- 104) www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/rei_0154-3229_1982_num_19_1_2041.
- 105) <http://reru.gretha.ubordeaux4.fr/>.
- 106) <http://www.oliviertorres.net/travaux/pdf/ot12ripme.PDF>.
- 107) <http://www.emlyon.com/%5Cressources%5Cge%5Cdocuments%5Cpublications%5Cwp%5C2003-06.pdf>.
- 108) <http://www.strategie-aims.com/events/conferences/17-vieme-conference-de-l-aims/communications/1095-le-management-strategique-en-pme-entre-specificite-et-denaturation/download>

109) <http://forum.maplecroft.com>

110) www.arab-api.org/wps0105

111) http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/geo_0003-4010_1932_num_41_232_10797

جداول المودلا

الصفحة	جدول المواد
أ	الدعاء
ب	كلمة شكر
ج	الإهداء
د - و	الفهرس
06-01	المقدمة العامة
75 - 07	الفصل الأول: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
07	تمهيد
08	المبحث الأول: ماهية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
08	المطلب الأول: الدراسة الأدبية لموضوع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
08	1/ مبررات البحث
09	2/ المراحل التي مر بها تيار البحث في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
17	المطلب الثاني: إشكالية تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
17	1/ الغرض من وجود التعريف
17	2/ أسباب صعوبة تحديد تعريف للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة
19	3/ التعاريف المختلفة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة
21	المطلب الثالث: تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وخصائصها
21	1/ تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
24	2/ خصائص المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
26	المطلب الرابع: مجالات تواجد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة و العوامل المؤثرة في قطاعها
26	1/ مجالات تواجد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
28	2/ العوامل المؤثرة في قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
31	المبحث الثاني: أهمية المؤسسات الصغيرة و المتوسطة
31	المطلب الأول: مظاهر الاهتمام بالمؤسسات الصغيرة و المتوسطة و الأطروحات المدافعة عنها
31	1/ مظاهر الاهتمام بالمؤسسات الصغيرة و المتوسطة
34	2/ الأطروحات المدافعة عن المؤسسات الصغيرة و المتوسطة
36	المطلب الثاني: الاهتمام الدولي بالمؤسسات الصغيرة و المتوسطة
36	1/ ارتفاع المكانة الدولية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة
38	2/ المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الدول المتقدمة
40	3/ المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الدول النامية

42	المطلب الثالث: الدور الاقتصادي و الاجتماعي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة
42	1/ الدور الاقتصادي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة
48	2/ الدور الاجتماعي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة
49	المطلب الرابع: عوامل نجاح و أسباب فشل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
49	1/ عوامل نجاح المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
52	2/ عوامل فشل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
55	المبحث الثالث: المؤسسات الصغيرة و المتوسطة و العولمة
55	المطلب الأول: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ظل الاقتصاد الجديد
59	المطلب الثاني: تأثير العولمة على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
60	1/ الفرص المتاحة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة
61	2/ أثر العولمة على تدويل نشاط المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
62	3/ تأثير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالمنافسة الدولية والمحلية
63	المطلب الثالث: التحديات التي تواجه المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في عصر العولمة
63	1/ ثورة المعلومات
63	2/ التطور التكنولوجي
64	3/ عالمية الاتصال
64	4/عالمية التجارة
64	5/عالمية الجودة
65	6/ الخصخصة
65	7/ عالمية الحد من التلوث
65	8/ زيادة التكتلات الاقتصادية والاتجاه نحو الاندماج والاستحواذ
66	9/ ملامح البيئة الصناعية الجديدة كتحدي
68	المطلب الرابع: وسائل نجاح المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في ظل تحديات العولمة
69	1/ ترقية مستوى المنتجات وتعزيز المعرفة التكنولوجية
69	2/ تطوير الإدارة والموارد البشرية
70	3/ ترقية البحث العلمي ودراسات السوق
71	4/ وضع إستراتيجية لتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
71	5/ وضع برامج شاملة ومتكاملة لتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
71	وضع نظام الأولويات
72	تقديم المساعدات والخدمات الصناعية
73	تسهيل الحصول على التمويل

74	تسويق منتجات المؤسسات الصغيرة
74	6/ توفير بيئة ملائمة لتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
75	خلاصة
147-76	الفصل الثاني: واقع السياحة في الجزائر وآفاق تطورها
76	تمهيد
77	المبحث الأول: الاتجاه النظري للسياحة
77	المطلب الأول: التطور التاريخي لظاهرة السياحة
77	1/ مرحلة الحضارات القديمة
78	2/ مرحلة العصور الوسطى
80	3/ المرحلة الحديثة
82	4/ المرحلة المعاصرة
83	المطلب الثاني: تعريف السياحة و السائح
83	1/ ماهية السياحة
84	2/ الهدف من تعريف السياحة
84	3/ لفظ السياحة
86	4/ تعريف السياحة والسائح
90	5/ مفاهيم سياحية
91	المطلب الثالث: خصائص السياحة و أنواعها
91	1/ خصائص السياحة
95	2/ أنواع السياحة
98	المطلب الرابع: أركان السياحة و مقوماتها
98	1/ أركان السياحة
101	2/ مقومات السياحة
102	المبحث الثاني: أهمية السياحة
102	المطلب الأول: السوق السياحي
102	1/ مفهوم السوق السياحي
103	2/ أنواع السوق السياحي
104	3/ أساسيات السوق السياحي
110	المطلب الثاني: الاستثمار السياحي
110	1/ دور الدولة
111	2/ دوافع الاستثمار السياحي

112	3/ محددات نمو الاستثمار السياحي
113	4/ معوقات الاستثمار السياحي
114	المطلب الثالث: حركة السياحة الدولية
114	1/ السياحة الدولية واتجاهاتها
118	2/ حركة السياحة العربية
121	المطلب الرابع: الآثار الناجمة عن السياحة
121	1/ الآثار الإيجابية
125	2/ الآثار السلبية
127	المبحث الثالث: المنظمات و المؤسسات السياحية
127	المطلب الأول: المنظمات العالمية للسياحة
128	1/ المنظمات الحكومية
130	2/ المنظمات غير الحكومية
132	المطلب الثاني: شروط إنشاء المنظمات العالمية للسياحة و أهم أهدافها
132	1/ شروط إنشاء المنظمات العالمية للسياحة
133	2/ الأهداف العامة لقيام المنظمات الدولية
134	3/ أهم إنجازات بعض المنظمات الدولية
135	المطلب الثالث: تعريف المنشآت السياحية و أنواعها
135	1/ تعريف المنشآت السياحية
135	2/ أنواع المنشآت السياحية
141	المطلب الرابع: وظائف، خصائص و أهمية المنشآت السياحية
141	1/ وظائف المنشآت السياحية
141	2/ خصائص المنشآت السياحية
143	3/ أهمية المنشآت السياحية وشروط استغلالها
147	خلاصة
248-148	الفصل الثالث: دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر دراسة حالة - ولاية مستغانم -
148	تمهيد
149	المبحث الأول: نظرة حول المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في الجزائر
149	المطلب الأول: البيئة القانونية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة
149	1/ تطور الإطار التشريعي للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة
151	2/ تطور الإطار التنظيمي للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة

154	المطلب الثاني: واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومساهمتها في الاقتصاد الوطني
154	1/ الواقع الحالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة
161	2/ مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الاقتصاد الوطني
167	المطلب الثالث: المعوقات التي تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
167	1/ المعوقات
172	2/ الفرص
172	المطلب الرابع: برنامج تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة
173	1/ ماهية برنامج التأهيل في الجزائر
174	2/ أهداف برنامج التأهيل الجزائري
176	3/ توجهات برنامج التأهيل الجزائري
177	4/ تحليل وتقييم إجمالي للبرنامج
179	5/ النتائج المستخلصة من البرنامج
180	المبحث الثاني: السياحة في الجزائر
180	المطلب الأول: الإمكانيات السياحية في الجزائر
181	1/ المقومات الطبيعية للجزائر
183	2/ المقومات التاريخية والحضارية للجزائر
186	3/ الهياكل القاعدية
189	المطلب الثاني: واقع وأهمية القطاع السياحي في الجزائر
189	1/ واقع القطاع السياحي في الجزائر
192	2/ أهمية القطاع السياحي في الجزائر
196	المطلب الثالث: آفاق التنمية السياحية في الجزائر
196	1/ آفاق 2013
203	2/ آفاق 2025
207	المطلب الرابع: معوقات القطاع السياحي في الجزائر
207	1/ نقص في السياحة الوطنية واتجاه الجزائريين أكثر فأكثر للخارج
209	2/ ضعف المواصلات في الجزائر
210	3/ المرافق السياحية في الجزائر: القلة، الغلاء وتدهور مستوى الخدمات
211	4/ الأمن السياحي
213	المبحث الثالث: دراسة إحصائية حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للقطاع السياحي بولاية مستغانم
213	المطلب الأول: القطاع السياحي لولاية مستغانم

214	1/ أنواع السياحة في الولاية
222	2/ مناطق التوسع السياحي
223	3/ الاستثمار السياحي
225	4/ هياكل الاستقبال
228	المطلب الثاني: قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لولاية مستغانم
234	المطلب الثالث: الإطار العام للدراسة التطبيقية
234	1/ منهجية دراسة الحالة
237	المطلب الرابع: تحليل نتائج الدراسة التطبيقية
237	1/ التحليل الوصفي للعينة
239	2/ نشأة المؤسسة
241	3/ عوامل نمو المؤسسات
242	4/ التحليل الوصفي للسياحة بالولاية من خلال مؤسسات العينة المدروسة
247	خلاصة
252-249	الخاتمة العامة
	قائمة المراجع
	جدول المواد
	قائمة الجداول والأشكال
	الملاحق

قائمة الأشكال

الرقم	العنوان	الصفحة
01	من مسافر إلى سائح	89
02	نموذج GUNN لمكونات عملية الجذب السياحي	100
03	تطور عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (1991-2010)	155
04	تطور عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب طبيعة نشاطها	157
05	توزيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على القطاعات لسنة 2009	161
06	مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التشغيل (2004-2010)	164
07	درجة تقدم المؤسسات في مسار التأهيل	177
08	توزع عدد المؤسسات الخاضعة للتأهيل حسب عدد العمليات المحققة	178
09	تطور طاقات الإيواء في الجزائر حسب نوع المنتج من 1999 إلى 2009	191
10	تطور مساهمة السياحة في الناتج المحلي الخام 2001-2011	193
11	تطور قيمة رأس مال الاستثمارات في القطاع السياحي 2001-2011	194
12	مساهمة القطاع السياحي في التوظيف بالجزائر	195
13	تطور التوظيف في قطاع الفنادق، المقاهي والمطاعم 2000-2008	195
14	صور لبعض شواطئ مستغانم	214
15	صور التراث الثقافي لولاية مستغانم	219
16	صور لمنابع علاجية لولاية مستغانم	220
17	صور الثروة الطبيعية لولاية مستغانم	221-222

قائمة الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
01	تصنيف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر	20
02	أهم العوامل المؤثرة في نجاح المشروعات الصغيرة والمتوسطة	51-52
03	المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ظل الاقتصاد الجديد	56-57
04	تطور عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر (1991-2010)	154
05	تطور عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب طبيعة نشاطها	157
06	تطور عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة العمومية حسب القطاع	158
07	تطور عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الخاصة حسب القطاع	159
08	مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التشغيل (2004-2010)	163
09	تطور توزيع القيمة المضافة حسب الإطار القانوني (1994-1998)	165
10	مساهمة القطاع العام والخاص في الناتج المحلي الخام خارج قطاع المحروقات	166
11	المواقع التراثية في الجزائر	186
12	ترتيب الجزائر حسب المجالات	189
13	تطور الطاقة الفندقية في الجزائر 1999-2010	191
14	تطور عدد السياح في الجزائر 1995-2010	192
15	الشواطئ المسموحة للسباحة بولاية مستغانم	215-214
16	الشواطئ الممنوعة للسباحة بولاية مستغانم	217-215
17	مناطق التوسع السياحي بولاية مستغانم	222
18	قائمة لوكالات السياحة والسفر بولاية مستغانم	226
19	عدد المصطافين بولاية مستغانم	227
20	عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية مستغانم لسنة 2010	228
21	تطور عدد العمال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لولاية مستغانم	229
22	توزيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة حسب الأنشطة	230
23	تطور مناصب العمل في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة خلال سنة 2010	232-231
24	عدد الحرفيين والمؤسسات الحرفية لولاية مستغانم	233
25	عدد المشاريع الاستثمارية في قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للولاية	234-233

ملاحق

جامعة أبو بكر بلقايد
كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير

مدرسة دكتوراه: التسيير الدولي للمؤسسات

ماجستير: التسويق الدولي للمؤسسات

في إطار اتمام الدراسات العليا لما بعد التدرج من خلال تحضير رسالة ماجستير تحت عنوان
«دور المؤسسات الصغيرة و المتوسطة في تطوير القطاع السياحي -دراسة حالة ولاية مستغانم-»، و
يهدف إسقاط الجانب النظري من الدراسة على الواقع العملي، أي تبيان دور المؤسسات الصغيرة و
المتوسطة التي تنشط في مجال السياحة في تطوير هذا القطاع عن طريق إجراء مقابلة شخصية مع
مسؤولي بعض هذه المؤسسات (فنادق، مطاعم) إضافة إلى بعض المؤسسات المصغرة (وكالات
السياحة و السفر) و طرح الأسئلة التالية:

1/ هل تعتبر مؤسستكم مؤسسة صغيرة و متوسطة؟

- أ- نعم عدد العمال : 1-10
49-10
250-49
ب- لا

2/ في أي نشاط تعمل المؤسسة بالتحديد؟

- فندق+مطعم فندق ماكن إقامة أخرى مطعم، مقهى
خدمة سيارات الأجرة وكالات السياحة و السفر أخرى

3/ أين تقع المؤسسة؟

- وسط المدينة
خارج المدينة

4/ ما نوع النشاط؟

- موسمي
دائم

5/ منذ متى تمارس مؤسستكم هذا النشاط؟

- أكثر من 10 سنوات
من 4 إلى 10 سنوات
أقل من 3 سنوات

6/ نشأة المؤسسة:

أ- اختيار القطاع: الطلب مرتفع

التكنولوجيا بسيطة

الخبرة في المجال

الدعم من الدولة

المنافسة محدودة

إرادة شخصية

ب- طريقة التمويل: تمويل شخصي

شريك

قرض بنكي

قرض إيجار

ج- العمالة: خبرة مكتسبة من العمل في المجال خبرة مكتسبة من التكوين في المجال

مهارات و معارف مبدئية عمالة غير مؤهلة

7/ عوامل نمو المؤسسة:

أ- عدد العمال: ارتفع انخفض ثابت

ب- رقم الأعمال: ارتفع انخفض ثابت

ت- رأس المال: ارتفع انخفض ثابت

8/ خصائص المؤسسة:

أ- طبيعة المسير: المالك شريك مسير خارجي

ب- الأرباح السنوية: يعاد استثمارها تقسم بين الشركاء يقسم جزء و يستثمر الباقي

9/ المحيط الخارجي للمؤسسة:

أ- المنافسة: درجتها: قوية ضعيفة متوسطة لا توجد منافس

تأثيرها: إيجابي سلبي لا تأثير

طبيعتها: السعر الجودة الخدمات

ب- الزبائن يطلبون: أقل سعر أحسن جودة السعر و الجودة متقلب

ت- الهيئات المالية: سهولة في الحصول على القرض صعوبة الحصول على القرض

الفوائد على القروض مرتفعة الملف معقد

المؤسسة لا تلجأ للقروض

ث - السياسة الاقتصادية للدولة:

- انفتاح السوق: في صالح المؤسسة ليس في صالح المؤسسة لا تأثير لا تأثير
- التشريعات: في صالح المؤسسة ليس في صالح المؤسسة لا تأثير لا تأثير

10/ هل تقومون بأي حملات ترويجية؟

نعم ماهي.

لا لماذا؟.

11/ هل الأسعار طولة السنة ثابتة أم هناك تغييرات في مواسم معينة؟

ثابتة انخفاض ارتفاع

12/ بعد سنة 2008 هل واجهتم انخفاض أو ارتفاع في الطلب مقارنة بالسنوات الماضية ؟

ارتفاع انخفاض ثابت

13/ ما هي المناطق أو البلدان التي سجلتم فيها هذا الانخفاض أو الارتفاع في الطلب؟

محليا

إحدى الدول التالية: (فرنسا، اسبانيا، الو.م.أ، تونس، المغرب، مصر، ليبيا)

14/ هل تلقون دعما من طرف هيئات سياحية أخرى؟

نعم ماهي؟

لا

15/ ماهي الأهداف التي تسعى للوصول إليها؟

16/ ماهي أهم المشاكل التي تواجهونها في تسيير مؤسساتكم؟

الملخص:

في ظل التغيرات الاقتصادية الجارية في العالم، بما في ذلك انضمام الجزائر إلى المنظمة العالمية للتجارة وإبرامها عقد الشراكة مع الاتحاد الأوروبي، ما يعني تحرير التجارة وإلغاء الرسوم الجمركية لمؤسسات الدول الأعضاء، أصبح أمام هذه المؤسسات جملة من التحديات على الصعيد المحلي والدولي، ولعل أهم هذه التحديات هو المنافسة التي سوف تشكلها مؤسسات هذه الدول، ومنه لا بد على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية أن تجهز نفسها للوقوف في وجه هذه التحديات، ويجب عليها أن توسع مجال أعمالها ليشمل جميع المجالات بما فيها المجال السياحي لما له من دور في تنمية الاقتصاد الوطني من خلال الإيرادات السياحية، حيث أنه يعتمد بالدرجة الأولى على السائح من خلال انتقاله والإسهام في تنمية العلاقات الاجتماعية والتطور الثقافي والحضاري بين شعوب العالم كما يعتمد أيضا على انتقال المنتج من خلال المؤسسات الاقتصادية على اختلاف أنواعها بما فيها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تساهم في تسويق ذلك المنتج سواء بطريقة مباشرة (الفنادق، المطاعم، وكالات السياحة والسفر) أو غير مباشرة (النقل، الاتصال، المصانع) بهدف تحقيق النمو السياحي وبالتالي النمو الاقتصادي على المستويين الوطني والدولي.

الكلمات المفتاحية: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، السياحة.

Résumé :

à la lumière des changements économiques qui s'opèrent dans le monde, y compris L'adhésion de l'Algérie à l'OMC et l'accord avec l'Union européenne, ce qui signifie que la libéralisation des échanges et la suppression des droits de douane pour les entreprises des États membres de l'OMC et les États de l'Union européenne, est devenu le visage de ces entreprises une série de défis au niveau local et international, et peut-être le plus important de ces défis est la concurrence qui sera posée par les entreprises de ces pays. Les PME algériennes doivent s'équiper pour faire face de ces menaces, et ils devraient étendre leurs activités pour inclure tout les domaines et inclus même le tourisme par rapport à son rôle dans l'économie nationale à partir des intérêts du tourisme, car elle d'une part compte en grande partie sur le touriste a travers de ses voyages et sa détermination d'enrichir et agrandir les rapports et liens sociaux et le développement culturel entre les peuples du monde, et d'autre part sur le déplacement du produits travers tous type d'entreprises économique même les pme qui participe directement (hôtels, restaurants, agences touristique et de voyage) ou indirectement (transport, communication, usines) à la commercialisation du produit dans le but d'obtenir une croissance touristique ainsi qu'économique sur le niveau national et mondial.

Mots clé : les petites et moyennes entreprises, le tourisme.

Abstract :

in light of economic changes taking place in the world, including Algeria's accession to the WTO and the agreement with the European Union, which means that trade liberalization and removal of tariffs for the enterprises of the Member States of the WTO and the countries of the European Union, became the face of these enterprises a series of challenges at local and international, and perhaps most important of these challenges is the competition that will be posed by the enterprises of these countries. Algerian SMEs must be equipped to face these threats, and they should extend their activities to include all sectors even the touristic one because of the important role of this sector in the national and international economic development.

The tourisme activity is based on people (tourist) who travelled from a country to another either to discover new culture, traditions or just for entertainment. For along time ago, tourism was viewed as the travel of people from a place to another. However, nowadays it reflects the product movement in the tourism market. The tourism enterprises are responsible of the tourism activities, even the SME one either directly (hotels, tourist agency and travelling) or indirectly (transport, communication, companies), this enterprises use different tourism promotions to attract a long audience, therefore, it increase the tourism demand, thus, the national and international economic development flourish.

Key words : small and medium enterprises, the tourism.