

## المؤسسات الصغيرة والمتوسطة كأداة لدعم وتأهيل قطاع الخدمات السياحية

في الجزائر

روابحية مريم

علوم الإعلام والإتصال

أستاذة مساعدة

جامعة باجي مختار عنابة

سطوطال سميرة

علوم الإعلام والإتصال

أستاذة محاضرة أ

جامعة باجي مختار عنابة

### الملخص:

تعد السياحة ظاهرة اقتصادية واجتماعية وكذا ثقافية، لما لها من دور في تنمية الاقتصاد الوطني من خلال الإيرادات السياحية كما أنها تعتمد بالدرجة الأولى على الفرد (السائح) من خلال انتقاله، والإسهام في تنمية العلاقات الاجتماعية، والتطور الثقافي والحضاري بين شعوب العالم، فلم يعد حاليا ينظر إلى السياحة كونها انتقال الأفراد بل وأصبحت أيضاً عبارة عن انتقال المنتوج حيث تشرف المؤسسات الاقتصادية على اختلاف أنواعها بما فيها المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على تسويق ذلك المنتوج سواء بطريقة مباشرة (فنادق، مطاعم، وكالات السياحة والأسفار) أو غير مباشر (النقل، الاتصال، المصانع) وتعتمد في ذلك على نشاط الترقية السياحية بهدف تحقيق النمو السياحي وبالتالي النمو الاقتصادي على المستويين الوطني والدولي.

**الكلمات المفتاحية:** المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، القطاع السياحي، السياحة الجزائرية.

### Résumé:

Le tourisme est un phénomène économique ,sociale et culturel ,il a un rôle dans de développement économique national et international ,et il a des revenues du aux efforts fournis .L'activité touristique est basé sur le personnage) touriste (qui se déplace d'un pays a un autre ,ce déplacement résulte de connaissances dans tous les domaines.

Auparavant ,l'idée du tourisme était comme une personne qui se déplace ,mais Actuellement c'est le déplacement du produit dans le marché touristique.

Les entreprises touristiques ce sont elles qui s'occupent de l'activité ,même les petites et moyennes y participent soit direct ,exemple : hôtel ,Agence touristique et de voyage ,ou indirecte exemple transport ,communications, elles utilisent la promotion touristique dans le but de l'évaluation du tourisme ceux-ci nous mène aux develop-

pements national et international.

**Les mots clés :** Petites et Moyennes entreprises ,Le secteur du tourisme ,Le tourisme Algérien.

#### المقدمة العامة:

تعد درجة التقدم وازدهار الدول بالدرجة الأولى على مدى تحكمها في القطاعات الاقتصادية (الزراعة، الصناعة، الخدمات) وبعد القطاع الخدمي القطاع الذي تعتمد عليه الكثير من الدول لما له من أهمية سواء للمجتمع أو للاقتصاد ككل، حيث تعود السياحة من بين الأنشطة المدرجة ضمن قطاع الخدمات والذي توالي له الاهتمام العديد من دول العالم وذلك بوصف السياحة بالظاهرة الاجتماعية والثقافية، هدفها العام المعرفة، المتعة، الراحة الاستجمام والتضامن الدولي، ولم تعد مجرد ظاهرة اجتماعية والثقافية، هدفها العام المعرفة، المتعة، الراحة الاستجمام والتضامن الدولي، ولم تعد مجرد ظاهرة اجتماعية وإنسانية كما كانت في الماضي بل أصبحت صناعة مركبة من الصناعات الهامة التي تعتمد عليها مشاريع التنمية والتطوير الموارد الاقتصادية بهدف تحقيق الاستقرار والنمو الاقتصادي الاجتماعي المتوازن، كما يعاد الإنسان أي السائح نقطة الأساس التي تتحدد على أساسه جميع الأنشطة.

فالسياحة لم تستثنى الدول المتقدمة فحسب بل وأيضا دول العالم الثالث، إذ تعد تونس، مصر والمغرب قبلة للسياحة لما لها من معالم أثرية، تاريخية، دينية إضافة إلى المؤسسات السياحية، حيث يسهم هذا القطاع في المداخيل الوطنية، بينما الجزائر تعتمد في صادرتها بالدرجة الأولى على قطاع المحروقات وهذا يشكل خطرا على إيراداتها وخاصة بعد الدراسات التنبؤية التي توصلت إلى أن مورد البترول مورد زائل لا يمكن الإعتماد عليه بشكل مؤبد، لذلك يجب إعادة النظر في مورد جديد كالقطاع السياحي والذي وضع في هامش القطاعات.

فقد كان نمو وتطوير القطاع السياحي لا يكون بمفرأ عن القطاعات الأخرى لما لها من ارتباط بالمؤسسات الصناعية، الزراعية وكذا الخدمات الأخرى، فمن جملة تلك المؤسسات التي تمارس هذا النشاط المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والتي تأخذ عدة أشكال منها فنادق، مطاعم، وكالات سياحة والأسفار وغيرها. فتعد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من بين المؤسسات التي لها أهمية لما تساهم به في الاقتصاد الوطني لذل ذلك خصص لها نوع من الاهتمام، وذلك من خلال إنشاء وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، إعداد برنامج « MEDA » لتأهيلها وتمويلها وفتح مراكز بحث والدراسات، وإصدار تشريعات تقنن عمل هذه المؤسسات، فتنتج عن ذلك التوسيع في نشاطها ليشمل العديد من النشاطات بما فيه السياحة والتي تتطلب نوع خاص في الممارسة وذلك راجع لاختلاف الطبيعة البشرية باعتبار السائح هو الجانب الأساسي الذي يتوقف عليه نجاح أو فشل القطاع السياحي.

والجزائر على غرارها من بلدان الدول النامية تمتلك مؤهلات وإمكانيات سياحية التي تشرف عليها مديريات السياحة في مختلف

الولايات بالتنسيق مع وزارة هيئة الإقليم والبيئة والسياحة وكذا أصحاب المؤسسات والوكالات السياحية التي تدرج ضمن المؤسسات صغيرة ومتوسطة، إلى أن درجة التحكم في قطاع السياحة من طرف هذه المؤسسات يبقى يشكل علامة استفهام.

**ما مدى مساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية ونمو القطاع السياحي؟**

يندرج ضمن التساؤل الرئيسي جملة من التساؤلات الفرعية:

1- ماذا نعني بالسياحة وما هي أنواعها؟

2- ما هو واقع السياحة في الاقتصاد الجزائري؟

3- ما هي مدى إسهام المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ترقية ونمو القطاع السياحي في الجزائر؟

ولهيدف الإجابة على هذه التساؤلات جاءت هذه الورقة لتلقي الضوء على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودورها في تنمية

قطاع الخدمات السياحية، وذلك من خلال المحاور التالية:

I. السياحة والخدمات السياحية.

II. ماهية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

III. العولمة والسياحة.

IV. التحديات التي تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في عصر العولمة.

V. دور ومساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تطوير القطاع السياحي في الجزائر.

VI. واقع السياحة الجزائرية وآفاق تنموتها من طرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

I. السياحة والخدمات السياحية:

تعتبر السياحة من أكثر الصناعات نموا في العالم، فقد أصبحت اليوم من أهم القطاعات في التجارة الدولية، وهي من منظور اقتصادي قطاع انتاجي يلعب دورا مهما في زيادة الدخل القومي وتحسين ميزان المدفوعات، ومصدرا للعملات الصعبة، وفرصة لتشغيل الأيدي العاملة، وهدفا لتحقيق برامج التنمية.

1- مفهوم السياحة:

تختلف تعريف السياحة باختلاف الزاوية التي ينظر منها، فمنهم من يعرفها كظاهرة اجتماعية، والبعض الآخر يعرفها كظاهرة اقتصادية، ومنهم من يرى بأنها عامل لبعث العلاقات الإنسانية والتنمية الثقافية، ويمكن ذكر أول تعريف للألماني Frouiller Jowieber عام 1905، والذي عرفها كما يلي: «السياحة ظاهرة من ظواهر عصرنا تنبثق من الحاجة المتزايدة إلى الراحة وتغير الهواء، وإلى مولد الإحساس بجمال الطبيعة ونمو الاتصالات وخاصة بين الشعوب وأوساط مختلفة من الجماعات الإنسانية، وهي الاتصالات التي كانت ثمرة اتساع نطاق التجارة والصناعة سواءً أكانت كبيرة أو متوسطة أو صغيرة وثمرة تقدم وسائل النقل»<sup>1</sup>.

كما عرفت بأنها: «ذلك النشاط الحضاري والاقتصادي والتنظيمي بانتقال الأفراد إلى بلد غير بلدتهم، وإقامتهم فيه لمدة لا تقل عن 24 ساعة لأي غرض ما عدا العمل الذي يدفع أجره داخل البلد المزار»<sup>2</sup>

وعرفت منظمة السياحة العالمية السائح بأنه: «كل زائر مؤقت يقيم في البلد الذي يزوره 24 ساعة على الأقل بحيث أسباب الزيارة «السفر» تكون من أجل: الترفيه، الراحة، الصحة، قضاء العطل، الدراسة، الديانة، الرياضة، أو من أجل القيام بأعمال عائلية، حضور مؤتمرات، ندوات علمية، ثقافية وسياسية».<sup>3</sup>

وللسياحة عدة أنواع حسب المعايير التي صنفت بها وتعتبر أهم أنواعها: السياحة الدينية، السياحة العلاجية، السياحة الاجتماعية، سياحة السيارات والدراجات، سياحة المعارض، سياحة المؤتمرات، السياحة البيئية، السياحة العلمية، سياحة السباقات والمهرجانات، سياحة السفاري والمغامرات، السياحة الرياضية، سياحة التجوال، سياحة التسوق، السياحة الترفيهية، السياحة الثقافية (السياحة الأثرية والتاريخية)، السياحة الشاطئية.<sup>4</sup>

## 2- أبعاد السياحة حسب المنظمة العالمية للسياحة:

لم تغفل المنظمة العالمية للسياحة بعد الاقتصادي، البشري، الاجتماعي والثقافي للسياحة، عند إعداد القانون العالمي لأخلاقيات السياحة في شهر أكتوبر سنة 1999 بستياغو (الشيلي)، والذي نص على المبادئ العشر التالية:<sup>5</sup>

- مساهمة السياحة في التفاهم بين الإنسان والمجتمع والاحترام المتبادل بينهما.
- السياحة عامل تنمية مستدامة.
- السياحة تشغل التراث الثقافي والبشري وتساهم في إثرائه.
- السياحة نشاط ذو منفعة للبلد والمستقبل.
- التزامات الفاعلين في مجال التنمية السياحية.

- الحق في السياحة (السياحة للجميع).

- حقوق العاملين والمستثمرين في الصناعة السياحية.

- تطبيق مبادئ القانون العالمي لأخلاقيات السياحة.

### **3- أنواع السياحة:**

من بين أهم أنواع السياحة ما يلي:<sup>6</sup>

\* **السياحة الدينية:** تهدف إلى زيارة الأماكن الدينية المقدسة للحج أو أداء الطقوس الدينية (مكة، المدينة المنورة، القدس والفاتيكان).

\* **السياحة الرياضية:** هي إنتقال السائحين إلى بلاد أخرى لممارسة رياضاتهم المفضلة كصيد الأسماك والحيوانات البرية والغطس تحت الماء والتزلق على الجليد والتجديف والتخييم في الغابات والصحاري.

\* **سياحة المؤتمرات:** تهدف إلى حضور المؤتمرات والندوات والمجتمعات العلمية والمهنية، الإقتصادية أو السياسية.

\* **السياحة العلاجية:** تعتبر من بين أهم السياحة نظراً لحصرها في أماكن محددة من العالم، حيث يقوم بها المريض لتوفير العلاج من الأمراض التي يعاني منها، متوجه إلى المناطق تتميز بمناخها الصحي وغناها بالمياه المعدنية أو الأعشاب الطبيعية، والعيون الساخنة وحمامات الرمل وغيرها التي تتميز ببعض الخصائص العلاجية.

\* **السياحة التاريخية:** هي سياحة أماكن التي شهدت أحداث تاريخية معينة، سياحة الآثار والمعابد التاريخية.

\* **سياحة التعلم والتدريب:** حيث يهدف من وراء السفر الدراسة في الجامعات والمعاهد أو الترخيص لدورات تعليمية أو تدريبية.

\* **السياحة الترفيهية أو الإصطيفافية:** وهي التي يراد منها التمتع بالمناخ أو جمال الطبيعة الأمر الذي ينشأ لديهم الرغبة الدائمة في زيارة هذه المناطق والتمتع بها.

\* **السياحة الفنية:** وتكون في الغالب لحضور الحفلات الفنية أو عروض الأزياء أو حضور المسارح.

### **4- مفهوم الخدمة السياحية:**

تعرف الخدمات بأنها «النشاطات التي تكون غير مادية أو غير ملموسة والتي يمكن تقديمها بشكل منفصل أو مستقل، وتتوفر

إشباع الرغبات وال حاجات ولن يست بالضرورة أن ترتبط مع بيع منتج أو خدمة أخرى وعند تقديم الخدمة قد لا يتطلب نقل الملكية».<sup>7</sup>

وعبر خبراء السياحة على أن: « المنتج السياحي عبارة عن خليط من عناصر غير متجانسة تؤخذ مستقلة عن بعضها البعض لتشكل العرض السياحي المحلي أو الدولي، وعليه فالمنتج السياحي هو تلك الخدمة التي تحقق رغبات السواح أثناء إقامتهم وجولتهم السياحية».<sup>8</sup>

## 5- أنواع الخدمات السياحية:

يتفق جميع الكتاب والباحثين على تصنيف الخدمات السياحية، فجميعهم يركزون على الخدمات التي تعمل على إشباع حاجات ورغبات السائح أو الزائر عند قيامه بالرحلات أو الجولات السياحية أو الزيارات الدينية، لذلك بالإمكان تصنيف الخدمات السياحية بما يأتي:<sup>9</sup>

- أ- خدمات النقل: وذلك بجميع ما تشمله هذه الخدمات من النقل البري والبحري والجوي.
- ب- خدمات السكن: وتشمل الفنادق بأنواعها والقرى والمدن السياحية وبيوت الشباب...
- ج- خدمات الأطعمة والمشروبات: وتشمل جميع ما يلبي حاجة السياح من الطعام والشراب.
- د- خدمات التسلية والترفيه: وتشمل الخدمات الرياضية والثقافية والاجتماعية وغيرها.
- هـ- الخدمات المساعدة الأخرى: وتشمل خدمات الماء والكهرباء والهاتف والخدمات الصحية والدفاع المدني، والصيانة، والخدمات المصرفية وغسل الملابس ومستلزمات الأمان والطمأنينة، وتوفير موقع السيارات وخدمات الحلاقة والتصوير والمرافق الصحية والإشارات التوضيحية...

## II. ماهية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة السياحية:

### 1- تعريف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

في هذا المجال ظهرت العديد من التعريفات لجهات وهيئات على المستوى الحكومي والخاص، تحدد ماهية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ومن أبرز هذه التعريفات ذكر ما يلي:

- **تعريف الكنفدرالية العامة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة:** اعتمدت الكنفدرالية العامة في تعريف هذه المؤسسات على المعايير النوعية، إذ عرفتها بأنها مؤسسات يكون فيها رئيس أو مدير المؤسسة هو المشرف شخصيا وبطريقة مباشر على

تسير الوظائف المالية، التقنية والإجتماعية... للمؤسسة مهما كان شكلها القانوني.<sup>10</sup>

- تعريف منظمة العمل الدولية: تعرف منظمة العمل الدولية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بأنها تضم وحدات صغيرة الحجم تنتج سلعاً وخدمات، تتتألف غالباً من منجين مستقلين يعملون لحسابهم الخاص في المناطق الحضرية في البلدان النامية.<sup>11</sup>

- تعريف الاتحاد الأوروبي: عرف الاتحاد الأوروبي المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في أبريل 1996 باتفاق معظم الدول الأعضاء على أنها: مؤسسات تنتج سلع أو خدمات مهما كان شكلها القانوني، وتشغل من 1 إلى 250 عامل، حيث المؤسسة الصغيرة هي التي توافق معايير الإستقلالية وتشغل أقل من 50 عامل، وتحقق رقم أعمال سنوي أقل من 7 مليون أورو وحصيلتها السنوية لا تتجاوز 5 مليون أورو، في حين المؤسسات المتوسطة هي بدورها توافق معايير الإستقلالية وتشغل أقل 250 عامل، وتحقق رقم أعمال سنوي أقل من 40 مليون أورو وحصيلتها السنوية لا تتجاوز 27 مليون أورو.

## 2- أهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

لقد أصبح تزايد الاهتمام العالمي بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة يشكل ظاهرة لافتة للنظر، من أبرز ملامح هذا الاهتمام وانعكاساته هو النمو الكثيف والواسع في أعداد هذه المؤسسات في جميع دول العالم، حيث أدركت تلك الدول أهميتها وقدرتها على تحقيق عوائد إقتصادية مجده وتحويلها إلى قوى عمل حقيقة ومنتجة من خلال إنخراطها في حركة الإنتاج، وأنها تقوم بالدور الأساسي والمحرك للتنمية والتشغيل وتساهم في الاستخدام الأمثل للموارد المحلية كما لها دور ملحوظ في زيادة الناتج المحلي الخام وال الصادرات كذلك التجديد والابتكار علاوة على دورها في التكامل مع المؤسسات الكبيرة خاصة في ظل التحولات التي يشهدها المحيط الاقتصادي السياسي والاجتماعي الحالي.<sup>12</sup>

فإذا لاحظنا على سبيل المثال الاتحاد الأوروبي الذي تتمتع بتجربة ناجحة في هذا المجال نجد أن عدد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة فيما يعادل 23.25 مليون مؤسسة (أقل من 250 عامل)، تشغل 66% من اليد العاملة وبذلك تعتبر الأداة الأكثر نجاعة في تحقيق التنمية الإقتصادية وإرساء ركائزها وإستيعاب نسبة كبيرة من اليد العاملة بمستوياتها المختلفة.<sup>13</sup>

هذه الأهمية نابعة من خصائص هذه المؤسسات المتعددة، أهمية متقارنة بين جميع الدول، تبحث في تبني طرق ووسائل لتطويرها ولتجاوز عقباتها المتعددة خاصة المالية، وفي النقاط التالية الركائز التي زادت من أهميتها:<sup>14</sup>

- تحتاج إلى إستثمارات منخفضة مقارنة بما تحتاجه المؤسسات الكبرى، لأنها تعتمد على تكثيف العمل، عكس المؤسسات الكبرى التي تعتمد على تكثيف رأس المال، وبتكلفة منخفضة نسبياً مقارنة منها في الكبيرة مما يخفف العبء على ميزانيات الدول النامية، كما تتلاءم هذه الوضعية مع البلدان التي تعاني من قلة الموارد المالية.

- تتيح الفرص لجميع شرائح المجتمع ولجميع المناطق، حيث لهم دورا فعالا ومؤثرا في خلق التوازن الاجتماعي والاقتصادي.
- توزيع جغرافي يشمل جميع المناطق (المدن والمناطق الريفية) تساهم بذلك في تقليل الفوارق، التخفيف في النزوح الريفي وتحقيق التنمية المتوازنة في المجتمع.
- تساهم في تحقيق التكامل مع المؤسسات الكبرى، حيث يمكن أن تقوم المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بإنتاج إحتياجات مستلزمات المؤسسات الكبرى من الموارد الأولية وبالتالي مصدر لتغذيتها.

### 3- آفاق تطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الجزائر:

لتطوير وتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يمكن الاعتماد على مجموعة من الإستراتيجيات نوجزها فيما يلي:<sup>15</sup>

#### أ- وضع إستراتيجية لتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

تهدف هذه الأخيرة إلى رفع الكفاءة الإنتاجية لقطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتحديثه، وتطويعه ليجاري المستجدات الحديثة، بحيث يؤدي هذا التحديث إلى زيادة الإنتاج وتخفيف التكاليف، ورفع الجودة والأرباح، وبالتالي يصبح أكثر قدرة على المنافسة ويتم ذلك من خلال إقامة وحدات جديدة في مجالات محددة مختارة عن طريق إدخال النظم الحديثة والمتقدمة في الإنتاج والإدارة، وإعادة توجيه الموارد إلى المجالات والأنشطة التي تتمتع بالنمو. وترتکز هذه الإستراتيجية على المبادئ التالية:

- تحديث المنتجات التي تنتجهما المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- تحديث فنون الإنتاج عن طريق اختيار التكنولوجيا الملائمة.
- تحديث الأساليب الإدارية في مجال التسويق والتدريب.

#### ب- توفير بيئة ملائمة لتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

إن وجود البيئة الملائمة هو شرط أساسي لتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وعليه فإن كفاءة تنفيذ هذه الإستراتيجية يتوقف إلى حد كبير على وجود بنية مؤسس ملائم ومتكملا يحيط بهذه المؤسسات بالرعاية والإهتمام، ويعمل على رفع مستوى أدائها كما ينبغي توافر بيئة ملائمة في مجالات مختلفة.

#### ج- إستراتيجية التجديد التكنولوجي:

تهدف هذه الإستراتيجية إلى دعم القدرات التنافسية الفنية للمؤسسات بصورة مستمرة بغرض مواجهة مختلف الإضطرابات

المحتملة من المحيط، والتي من شأنها التأثير سلباً على قدرتها التنافسية، ولا يكون الهدف من التجديد دوماً تنمية حصة المؤسسة السوقية أو الرفع من مستوى أرباحها، بل قد يكون الهدف هو الحفاظ على الوضع الحالي للمؤسسة خاصةً إذا كانت تواجهها تهديدات بالزوال، وتحتل إستراتيجية التجديد مكان الصدارة ضمن إستراتيجيات المؤسسة ذلك لأنها تعتبر القلب الذي ينبع منها، ولذا أصبح التجديد خياراً إستراتيجياً لا مفر منه فهو السبيل الوحيد لرفع القدرة التنافسية للمؤسسة وللاقتصاد ككل، وعليه يجب أن يكون التجديد شاملًا أي أن يشمل مختلف الجوانب المرتبطة بإدارة المؤسسة، التجديد في المنتجات، التجديد في العمليات، التجديد التنظيمي، التجديد في الموارد البشرية.

### III. العولمة والتنمية السياحية:

تعد السياحة أحد مظاهر العولمة، من خلال حركة السياح عبر العالم وتنقلهم المستمر، وكذلك لأن السياحة هي نوع من التبادل الثقافي الذي يمكن الشعوب والدول من معرفة ثقافات وعادات شعوب أخرى وأماكن أخرى، وعليه فإن هذا الاتصال المباشر أو الغير المباشر للأفراد يقلل من الفوارق الثقافية وجعل العديد من الأفراد على علم بثقافة الآخرين، كما تعمل السياحة على دمج المناطق السياحية ضمن الأنماط الثقافية العالمية، ويوجد في الواقع العديد من الأمثلة التي تبيّن تدعيم السياحة للعولمة، كتقديم وميل الفنادق إلى تقديم الوجبات السائدة في بلاد النشأة، وهذا في المراحل الأولى من التطوير السياحي ثم مع الوقت يتعود السواح على أكل المأكولات الموجودة في البلد المضيف، وتعتمد العديد من دول العالم الثالث في تخطيطها السياحي على خبراء، وواعضي برامج من البلاد المولدة للسياح ضماناً لنجاح المشروع السياحي، والاستعانة بالمعدات والتجهيزات من الدول التي يأتي منها هؤلاء السياح، كتوفير السيارات وغيرها.

ويعتمد النشاط السياحي على النشاط السياحي على نشاط مصرفي معين، وعليه فإن دول المقصد السياحي تعمل على وجود بنوك مناظرة موجودة في الدول التي يأتي منها السواح، كالبنك العربي الذي يوجد له فروع في دول العالم.

ومن المظاهر التي تؤكد تلازم السياحة والعولمة، ما يلاحظ في العديد من دول العالم وهو الانتشار الواسع لمطاعم الأكلات السريعة الأمريكية، كمطعم «Macdonald Quick»، ومطعم «Quick» فهو مظهر من مظاهر العولمة، بالإضافة إلى أنواع الفنادق العالمية المنتشرة في العديد من الدول.

وكذلك من عوامل تأثير العولمة نمو وتطور أنظمة عالمية تدعم السياحة مثل نظم التوزيع العالمية، وثورة المعلومات التي أصبحت عند أطراف أصحاب المستخدمين للحسابات الآلية، وشبكة المعلومات الدولية، وتقسيم المسافات وتسهيل السفر والتبادل.<sup>16</sup>

يمكن أن يكون للسياحة أثر مزدوج على العولمة سلبياً أو إيجابياً، باعتبار أن السياحة صناعة رأسمالية، فلا بد أن تشار المشكلات، خصوصاً بين بلاد المنشأ السياحي والتي تعد غنية عموماً، وبعض المقاصد السياحية، والتي تتميز نسبياً بالفقر، هذا من شأنه أن يثير الصراعات خصوصاً من حيث هيمنة الدول الغنية والمتقدمة على الدول النامية، وهيمنة جماعات على أخرى،

وهذا ما يتطابق مع الآثار السلبية للعولمة.

وتعد أوروبا البلد الأول في العالم من حيث المنشأ السياحي، ومن حيث كونه سوق سياحي، وذلك حسب إحصاءات سنة 2002، وتمثل القارة الأوروبية نسبة 58٪ من عوائد السياحة العالمية، و18٪ لكل من آسيا والمحيط الهادى، ونسبة 17٪ للأمريكتين، و4٪ بالنسبة لقارة إفريقيا وكذا 3٪ للشرق الأوسط، وعموما فقد ارتبط مصطلح العولمة خصوصا بأمريكا، حتى سماها البعض بالأمركة بدل العولمة، فهي بذلك أيضا صانعة للسياحة العالمية، إذ ما قارنا الحجم المتحصل عليه من النشاط السياحي، إذ نجدتها على قمة الدول، ويزيد دخل الولايات المتحدة الأمريكية على دخل كل من دول كندا والنمسا واليونان وتركيا والمسكوك وهونغ كونغ وأستراليا وسويسرا مجتمعين وذلك سنة 2001.<sup>17</sup>

#### IV. التحديات التي تواجه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في عصر العولمة:

رغم كل ما يقال عن مميزات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وعلى نحو يرغب الكثير في إقامتها إلا أنه في نفس الوقت تثار توليفة واسعة من المشكلات التي قد تعيق، بل تحد من إمكانية إنطلاق هذه المشروعات وتختلف هذه المشكلات من حيث شدتها وخطورتها ومدى تأثيرها على مسار هذه المشروعات وتهديداتها لوجودها واحتمالات نموها، ويعتبر التعرف عليها أمرا ضروريا لإيجاد أفضل السبل والوسائل لمعالجتها، ويمكن تلخيص هذه التحديات في النقاط التالية:<sup>18</sup>

##### 1) ثورة المعلومات والتطور التكنولوجي:

أصبحت ثورة المعلومات تمثل الأساس المادي للنظام الاقتصادي الجديد، إذ أنها تلعب دورا محوريا في تشكيله، ومحرك التغيير في جميع أجزائه، والدلالة التي تعكسها مخرجات ثورة المعلومات بالنسبة لأسوق العالم.

##### 2) التجارة الإلكترونية:

إن ثورة الإتصالات قد ألغت المسافات وأصبح الفضاء الإلكتروني سوقا وأرضا للمعركة، فمن خلاله يمكن المتاجرة حول العالم عن طريق إنشاء On-Shop كما يمكن شراء أي شيء أو البحث عن أي شيء من خلال الانتقال من السوق المادي إلى السوق الرقمي، وهو ما يطلق عليه بالتجارة الإلكترونية وهذا لا يعني إلغاء السوق المادي، ولكن ظهور السوق الرقمي يمثل إضافة درجة كبيرة من المرونة للتوزيع في بيئه الأعمال على المستوى الكوني نظرا لزيادة عدد الأسواق والعملاء.

##### 3) عاملية الجودة:

ترتب عن إزدياد المنافسة العالمية ظهور ما يعرف بمتطلبات الجودة، وذلك من أجل تهذيب التجارة العالمية على نحو يحافظ على إرتقاء مستوى ما يتداول فيها، وبنشره الجودة العالمية أصبحت كل شهادات الجودة المنوحة من منظمات عالمية للتوكيد

القياسي مثل الإيزو « ISO » تعد بمثابة مفتاح النقاد للأأسواق العالمية، ومع ذلك نجد أن عدد المؤسسات بما فيها الكبيرة التي حازت على هذه الشهادة « ISO » لا تتعدي في الجزائر 154 مؤسسة، أي ما يعادل 0.0046 وأن المتخصصة منها في النشاط الأنتاجي لا تتعدي 7 مؤسسات.

**(4) عالمية التجارة:**

سعت دول العالم إلى توسيع دائرة التجارة الدولية وجعلها عالمية، وذلك من خلال إنشاء الاتفاقية العالمية للتجارة والتعريفة الجمركية والتي حلّت محلّها منظمة التجارة العالمية في 1998 والتي تهدف إلى تحرير التجارة العالمية، وبصفة أساسية تحرير تجارة السلع الصناعية والزراعية، وكذا تحرير الخدمات بالإضافة إلى الملكية الفكرية ... الخ.

**(5) تحدي ثورة المعلوماتية:**

تشير الدلائل على أن السمة البارزة للقرن الواحد والعشرين هي المعلوماتية، وتؤكد أبحاث Romer بأن المعلومات ستشكل عنصر إنتاجي جديد سيتوفر على عناصر الإنتاج الأخرى التقليدية (العمل ورأس المال والتنظيم)، وستصبح العنصر الحاسم في النمو الاقتصادي الحديث، وهذا ما يضع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أمام وجوب الإعتماد على تكنولوجيا الإعلام والإتصال ووسائلها المتقدمة بقصد توسيع وتطوير خدماتها بما يحقق التأقلم مع الاحتياجات المستقبلية للمتعاملين معها.

**(6) التحديات الخاصة بالموارد الأولية: وتمثل في:**

- عدم إنتظام تدفق المواد الأولية لعدم القدرة على منافسة المؤسسات الكبيرة في الحصول عليها خصوصا تلك التي يوجد طلب عالٌ عليها والعرض منها محدود؛
- شراء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة للمواد الأولية بكميات محدودة بسبب إرتفاع كلفتها؛
- لا يوجد هناك ضمان لمستوى جودة المراد الأولية لضعف القدرة في السيطرة وفي التفاوض مع الموردين، وهذا يعود لمحدودية الكميات المشتراء مقارنة مع المؤسسات الكبيرة.

**7. دور ومساهمة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تطوير القطاع السياحي في الجزائر:**

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 أيضاً للخصوصيات التي تميز بها من مرونة وعدم تأثيرها بشكل كبير بالتغييرات الاقتصادية الكبرى وأيضاً سهولة تسييرها... الخ.

وفي ظل التغيرات الاقتصادية الجارية في العالم وفي ظل انضمام الجزائر إلى المنظمة العالمية للتجارة وإبرامها عقد الشراكة مع الإتحاد الأوروبي، الأمر الذي يعني تحرير التجارة وإلغاء الرسوم الجمركية لمؤسسات الدول الأعضاء في المنظمة العالمية للتجارة ولدول الإتحاد الأوروبي، أصبح أمام هذه المؤسسات جملة من التحديات على الصعيد المحلي والدولي ولعل أهم هذه التحديات هو المنافسة ومنه لابد على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية أن تجهز نفسها للوقوف في وجه هذه التهديدات ويجب علمها أن توسيع 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 المداخيل المحلية، فالسياحة تعد ذلك النشاط الذي يؤثري ويتأثر بجميع الأنشطة الاقتصادية، الزراعية، الصناعية وكذا الخدمية 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 مسيرة حركة السياحة الدولية خاصة وأن السياحة ثروة لا تزول عكس المحروقات من حيث فرص الشغل بالإضافة إلى المداخيل التي يمكن تحصيلها من مختلف الاستثمارات السياحية.

إن تأخر السياحة في بلادنا هو تحصيل حاصل للتأخر الذي تميز به كل القطاعات الاقتصادية الأخرى للبلاد، لأن كل منتجات هاته القطاعات بمساويها ومحاسنها تصب حتما في قطاع السياحة، الشيء الذي يجعل هذا الأخير مرآة تعكس فيها صحة الاقتصاد الوطني ووضعية المجتمع الجزائري ككل، هذه الوضعية تكشف أن الجزائر وبالرغم من مخزونها السياحي الطبيعي الممتاز إلا أنها لا تحصل إلا على حصة صغيرة جدا من الموارد المالية للسوق الدولية للسياحة في بلادنا وجدت نفسها أمام مجموعة من القيود المعيبة التي ساهمت في تأخر السياحة والاستثمار السياحي خاصة نذكر من بينها تذبذب السوق الوطنية والارتفاع الفاحش للأسعار، غياب الإطار التشريعي في مجال السياحة، نقص الخدمات المقدمة مع عدم تكيف نظام النقل الجوي والبحري أساسا مع ضروريات السياحة وضعف مجال الترقية والإعلام، إضافة إلى النقصان التقنية والقانونية.

وهذا ما تأكينا منه من خلال نتائج لعدة دراسات حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وعلاقتها بالقطاع السياحي في الجزائر حيث خلصت إلى مجموعة من النتائج التي تتمثل أهمها فيما يلي:<sup>19</sup>

- 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 وتتنوع 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 دوراً محورياً في اقتصاديات الدول المتطرفة بالنظر إلى مساهمتها الفعالة في دفع عجلة التنمية الاقتصادية والاجتماعية الشيء الذي انعكس على مستوى تطور هذه الدول.
- تعد السياحة سيف ذو حدين فإذا كان استغلال الموارد الطبيعية والإمكانيات استغلالاً عقلانياً كانت لها فوائد وذلك يكون في صالح المجتمع الاقتصادي، أما إذا كان الاستغلال عشوائياً 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.
- يوجد هناك 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.
- تشرف مديريات السياحة على ترقية وتطوير القطاع السياحي إلى جانب المؤسسات الاقتصادية الكبيرة منها والصغرى والمتوسطة، غير أن مساهمة هذه الأخيرة تعد ضئيلة، وهذا ما يؤكد توزيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية على القطاعات الاقتصادية إذ أن طبيعة هذا التوزيع يستبعد فكرة مساهمة هذه المؤسسات في تطوير القطاع السياحي.
- 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 مسئوليها خاصة في ظل غياب النشاط الترقيوي والترويجي بالقطاع السياحي الجزائري بصفة عامة وعلى مستوى الولاية بصفة خاصة.

## **٧٦. واقع السياحة الجزائرية وأفاق تنموتها من طرف المؤسسات الصغيرة والمتوسطة:**

أن دراستنا الواقع السياحة وأفاق تنموتها سواء على المستوى الوطني أو حتى على الصعيد الدولي أظهرت لنا أن السياحة أصبحت ظاهرة دولية صلبة لا يمكن تجاهلها، هذا بالنظر لعدة عوامل منها الاستقرار الأمني، والتطور في وسائل النقل والاتصالات، فأصبحت السياحة اليوم مطلباً ملحاً من مطالب الإنسان الحديث للتعبير عن التغيير، وبدأت المنظمات والدول تهتم بما يعرف بصناعة السياحة وصارت السياحة أحد السبل لحل المشكلات الاقتصادية للعديد من الدول. «خصوصاً أن القطاع السياحي لا يحتاج بشكل كبير إلى العلوم والتكنولوجيات على غرار القطاعات الاقتصادية الأخرى، هذا ما سهل على الدول النامية إمكانية تطوير هذا القطاع ومنافسة الدول المتقدمة، والجزائر معنية في هذا المجال إذ يجب عليها

إعطاء أهمية أكثر للقطاع السياحي، لأنها تملك إمكانيات لا يستهان بها إلا أن طاقتها غير مستغلة بشكل كامل، هذا ما جعل القطاع السياحي الجزائري يتخطى في مشاكل عديدة بالرغم من قيام السلطات الجزائرية بعده مبادرات لتطوير القطاع، بدءاً من ميثاق السياحة لسنة 1966، والذي يعد لبنة لبناء السياسية السياحية في الجزائر ثم جاء بعده المخططات الوطنية التي حققت نتائج يمكن وصفها بالإيجابية، لكنها بقيت بعيدة عن متطلبات السوق السياحية العالمية، وبعد الانفتاح الاقتصادي الذي عرفته الجزائر والسعى للانضمام للمنظمة العالمية للتجارة، تم إصدار المزيد من التشريعات والقوانين التي تحفز على الاستثمار في القطاع السياحي الجزائري.<sup>20</sup>

#### 1- معوقات السياحة الجزائرية:<sup>21</sup>

- عدم وجود إستراتيجية واضحة لتطوير القطاع السياحي وذلك لتبني الجزائر سياسة الصناعات المصنعة والتي تتطلب أموال كبيرة لجلب التجهيزات والمعدات، وكان بنظر للقطاع السياحي بأنه قطاع ثانوي.
- سوء تسيير المؤسسات السياحية والفندقية، وهو ناتج أساساً عن التدخل الكبير للدولة، وارتباط عمليات التمويل بالخزينة العمومية، وبعد العجز الذي عرفته هذه المؤسسات قامت الدولة بمنع الاستقلالية للمؤسسات العمومية الجزائرية.
- غياب تشريعات وقوانين تحل مشكل العقار السياحي، وإن وجدت فهي غير مطبقة.
- عدم وجود تمويل كافي للمشاريع الاستثمارية في المجال السياحي، بالرغم من قيام الدولة بمجموعة من الإجراءات لتحفيز المستثمرين لكنها بقيت بعيدة عن المستوى المطلوب.
- غياب ثقافة سياحية لدى المواطنين الجزائريين، وذلك راجع للظروف الصعبة من جهة، وغياب أساليب ترويجية من جهة أخرى.

#### 2- بعض الحلول للنهوض بالقطاع السياحي الجزائري:

من أجل النهوض بالقطاع السياحي الجزائري، من خلال تطوير طاقات الاستقبال وترقية نوعية الخدمات، وتحسين صورة الجزائر في المحافل الدولية، قامت السلطات الجزائرية بتسخير برامج لبلوغ هذه الأهداف، وتمثلت في برنامج التطوير لافتتاح 2010، ونتيجة للتغيرات التي تعرفها الأسواق العالمية، رأت السلطات الجزائرية ضرورة تطوير البرنامج السابق تحت اسم إستراتيجية السياحة الجزائرية لافتتاح 2013، والذي رسم معالم السياسة السياحية الجزائرية إلى غاية 2013، ولكن بالمقارنة مع بعض الدول المجاورة وجدنا بأن هذه الإستراتيجية لن تعطي للقطاع السياحي الجزائري مكانته الحقيقة كمساهم في تفعيل النشاط الاقتصادي الجزائري، وبناءً على ذلك يمكننا اقتراح بعض الحلول التي تتمثل فيما يلي:<sup>22</sup>

- يجب إعطاء القطاع السياحي أهمية لا تقل عن باقي القطاعات الأخرى.
  - تخصيص إمكانية مادية وبشرية خاصة لتطوير القطاع.
  - إصدار المزيد من التحفizات الاستثمارية والإعفاءات الضريبية.
  - إنشاء بنك متخصص في تمويل الاستثمار السياحية.
  - تشجيع التعاون والشراكة في المجال السياحي، وذلك من خلال مراجعة قوانين الاستثمار في القطاع السياحي وجعلها أكثر مرونة لجلب المستثمرين.
  - ضرورة تشجيع القطاع الخاص للاستثمار في المجال السياحي، وتبقى الدولة كمراقب للمشاريع.
  - إرساء ثقافة سياحية لدى المجتمع الجزائري لتشجيع السياحة الداخلية من جهة، ومن أجل إيجاد توافق بين السواح المحليين والأجانب من جهة أخرى.
  - نقترح إدخال مادة التربية السياحية، ومادة السياحة البيئية في المقررات التربوية والاقتصاد السياحي في الجامعة.
  - يجب على الدولة الاهتمام بالبني التحتية وتحديثها خصوصاً الطرق، المطارات والسكك الحديدية... إلخ.
- أخيراً نأمل أن تحول الجزائر إلى قبلة للسواح وتكون لها مكانة مرموقة محلياً ودولياً تنافس السياحة الجهوية والعالمية، وتكون للسياحة مساهمة فعلية في التنمية الاقتصادية وبدلاً اقتصادياً فعلياً، وهذا لن يكتب له النجاح إلا بتضافر جهود الجميع والرغبة الفعلية في تطوير القطاع، والصرامة في تنفيذ المشاريع المسطرة لتنمية القطاع السياحي، وعدم الوقوع في الأخطاء السابقة، بالإضافة إلى تخصيص إيرادات مالية معتبرة لبعث مشاريع البنية التحتية، والتكون في المجال الفندقي والسياحي.

خاتمة:

صحيح أن الجزائر تزخر بثروات سياحية هائلة، تجعلها مؤهلة أكثر من غيرها في المغرب العربي الكبير لمكانتها المتميزة على صعيد السياحة الدولية ولاستقبال أفواج من السياح الأجانب، لكن بالرغم من ذلك الرصيد الطبيعي الكبير بقي قطاع السياحة منسياً ومهماً مما جعله اليوم يفتقر إلى العناصر الأساسية التي تمكّنه من مسيرة حركة السياحة الدولية خاصة وأن السياحة ثروة لا تزول عكس المحروقات وهي أخرى من المحروقات من حيث فرص الشغل، وبالإضافة إلى المداخيل التي يمكن تحصيلها من مختلف الاستثمارات السياحية.

والشيء الأكيد هو أن تأخر السياحة في بلادنا هو تحصيل حاصل للتأخر الذي تميز به كل القطاعات الاقتصادية الأخرى للبلاد، لأن كل منتجات هاته القطاعات بمساواهها ومحاسنها تصب حتماً في قطاع السياحة، الشيء الذي يجعل هذا الأخير مرآة تنعكس فيه صحة الاقتصاد الوطني ووضعية المجتمع الجزائري ككل.

هذه الوضعية تكشف أن الجزائر وبالرغم من مخزونها السياحي الطبيعي الممتاز إلا أنها لا تحصل إلا على حصة صغيرة جداً من الموارد المالية للسوق الدولية للسياحة التي تهيمن عليها شبكة من الفنادق الدولية، وفي هذا الإطار لا يفوتنا التذكير أن السياحة في بلادنا وجدت نفسها أمام مجموعة من القيود المعيبة التي ساهمت في تأخر السياحة والاستثمار السياحي خاصة، نذكر منها تذبذب السوق الوطنية والارتفاع الفاحش للأسعار، غياب الإطار التشريعى في مجال السياحة، نقص الخدمات المقدمة مع عدم تكيف نظام النقل الجوى والبرى أساساً مع ضروريات السياحة وضعف مجال الترقية والإعلان، إضافة إلى النقص التقنية والقانونية.

ويعتبر تسليط ضوء دراستنا على النشاط السياحي الجزائري جاء كونه يعد من أبرز القطاعات التي يجب التشجيع على حمايتها، تنميتها وبقائها مادام يساهم بدور فعال في الزيادة في المداخيل المحلية. ففي الوقت الراهن لم تعد الدول تفكير في المورد الجديد للاقتصاد إنما أصبحت تفكير في المورد الجديد وال دائم الذي تستطيع من خلاله بناء إستراتيجية تنموية للدخل الوطن. فمثلاً النشاط السياحي الذي يمارس من طرف المؤسسات الاقتصادية منها الصغيرة والمتوسطة التي تشرف على تقديم المنتوج السياحي للسائح من خلال وكالات السياحة والأسفار، دواوين وجمعيات، مطاعم وفنادق، لأن المؤسسات الاقتصادية على اختلاف أنواعها (كبيرة وصغيرة ومتوسطة) تشرف على النشاط السياحي سواء بشكل مباشر من خلال فنادق، وكالات السياحة والأسفار ومطاعم، أو غير مباشر من خلال مؤسسات النقل والمواصلات والاتصال.

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 ممكناً نظراً لشساعة الموضوع وثراءه الفكري كونه يدرس جانبيين هما السياحة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومن 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
- واقع وآفاق السياحة الدينية في الدول العربية.

#### المواضيع

1- أحمد الجلاد، التخطيط السياحي والبيئي بين النظرية والتطبيق، عالم الكتاب طبعة الأولى، القاهرة، 1988 ، ص 108

2 حمدي عبد العظيم، السياحة، مكتبة زهراء الشرق، القاهرة، 1996، ص 15.

3 Gerard Guibilato :Economie Touristique ,Delta et Spes ,Suise, 1983 ,p10.

4 الأنماط السياسية في العالم من موقع: [htm.tourismalloverworld/traveltripsrelaxation/lifestyle/net.feedo.www://http](http://htm.tourismalloverworld/traveltripsrelaxation/lifestyle/net.feedo.www://http) بتاريخ: 12-06-2015.

5 مشروع التقرير حول مساهمة من أجل إعادة تحديد السياسة السياحية الوطنية - المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي - الدورة السادسة عشر، نوفمبر، 2000 ، ص 14.

6 محسن أحمد الخضيري، السياحة البيئية، مجموعة النيل المصرية، مصر، 2005، ص 67.

7 مروان أبو رحمة وأخرون، تسويق الخدمات السياحية، دار البركة للنشر والتوزيع، ط 1، عمان-الأردن، 2001 ، ص 13.

8 هدير عبد القادر، واقع السياحة في الجزائر وأفاق تطورها، رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسويق، جامعة الجزائر، 2005-2006

9 آمال كمال حسن البرزنجي، خلود وليد جاسم العكيلي، إدارة الخطر وأثرها في الخدمات السياحية والفندقية، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الدولي السنوي السابع: إدارة المخاطر واقتصاد المعرفة، جامعة الزيتونة الأردنية، عمان الأردن 18-16 أفريل 2007

10 Olivier Torres ,des PME ,daminos flamarinos France ,1999 ,p.16

11 عبد الرحمن يسرى أحمد، تنمية الصناعات الصغيرة ومشكلات تمويلها، الدرا الجامعية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 1996، ص 17.

12 OCDE, « perspectives de l'ocde sur les pme », 2000, page 75.

13 OCDE, « perspectives de l'ocde sur les pme et l'entreprenariat », page 10.

14 بن طلحة صليحة، معoshi بوعلام، الدعم المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودورها في القضاء على البطالة، الملتقى الدولي حول متطلبات تأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في الدول العربية، ص 335.

15 ناجي بن حسين، مزايا الاستثمار في المشروعات الصغيرة وأفاق تطويرها في الجزائر، ملتقى دولي حول تمويل المشروعات الصغيرة والمتوسطة وتطوير دورها في الاقتصاديات المغاربية، جامعة فرحات عباس سطيف، الجزائر، 2004، ص 351-350.

16 محمد مدحت جابر، جغرافية السياحة والترويج، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، الطبعة الأولى، 2004، ص 55.

17 قويدر الوبية، «السياحة من منظور اقتصادي وسبل ترقيتها في الجزائر»، جامعة الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسويق، تخصص تحليل اقتصادي، مذكرة ماجستير، 2002، ص 66.

18 الشريف بقة، المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد الأول، المركز الجامعي العربي التبسي تبسة الجزائر، 2007، ص 55.

19 هدير عبد القادر، واقع السياحة بالجزائر وأفاق تطورها، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية التسويق، جامعة الجزائر، 2006، ص 76.

20 عبد الجبار جباري، السياسة السياحية في الجزائر 2009-2025، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم السياسية، جامعة الجزائر، 2009، ص 98.

21 كواش خالد، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسويق، جامعة الجزائر، 2004، ص 122.

22 نفس المرجع السابق، ص 125.