Dirassat & Abhath
The Arabic Journal of Human and Social Sciences

مجلة دراسات وأبحاث
المجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية

EISSN: 2253-0363
ISSN : 1112-9751

التوجه العقلاني للشباب نحو المقاولاتية السياحية في الجزائر

-دراسة ميدانية على عينة من الشباب المقاولين (بمنطقتي تيشي، أوقاس) بولاية بجاية-

The rational orientation of young people towards tourism entrepreneurship in Algeria

Field study on a sample of young entrepreneurs (in the areas of Tichy, -Aokas) in the state of Bejaia

قروي رفيق GROUI Rafik
جامعة محمد لمين دباغين سطيف 2 University of Mohamed Lamine Debaghine Setif 2
مخبر المجتمع الجزائر المعاصر Detective Algerian Contemporary Society
garouirafik@gmail.com

عمراوي حادة AMRAOUI Hadda
2 جامعة محمد لمين دباغين سطيف University of Mohamed Lamine Debaghine Setif 2
مخبر المجتمع الجزائر المعاصر Detective Algerian Contemporary Society
haddaamraouia@gmail.com

المؤلف المرسل: عمراوي حادة AMRAOUI Hadda الإيميل: haddaamraouia@gmail.com

تاريخ الاستلام : 2019-02-03 تاريخ القبول : 2019-09-19

ملخص:

تبحث الدراسة عن العامل المسبب في توجه الشباب نحو المقاولاتية السياحية في الجزائر، انطلاقا من بناء المقاربة السوسيولوجية الفعلانية لفهم الظاهرة الراهنة ضمن هذا الإطار وربطها بعلاقة سببية بمتغير الحاجات الاجتماعية، مستهدفا الكشف عن طبيعة العلاقة واتجاهها من خلال إجراء دراسة ميدانية على عينة من الشباب المقاولين بولاية بجاية؛ تنقسم الدراسة إلى شق نظري يتضمن الفاعلون الاقتصاديون في مجال السياحة، ودور المقاولة السياحية في تفعيل النشاط وأهم التحديات التي تواجهها في الجزائر، ويستعرض الشق الميداني تحليل البيانات المتحصل عليها بأداة الاستمارة متبنيا منهج وصفي، واختتامها بالنتائج المتوصل إليها والتوصيات.

حيث أكدت النتائج على وجود علاقة سببية ارتباطية بين الحاجات الاجتماعية والتوجه العقلاني للشباب نحو المقاولاتية السياحية، وأن المقاول الشاب يتخذ قراراته عن إرادته الشخصية.

كلمات مفتاحية: الحاجات الاجتماعية، العقلانية، الشباب، المقاول، المقاولاتية السياحية.

Abstract:

The study examines the factor behind the youth orientation towards tourism entrepreneurship in Algeria, based on the construction of the sociological approach to understanding the current phenomenon within this framework and linking it with a causal relation to the social needs variable. The aim is to uncover the nature of the relationship and its direction through conducting a field study on a sample of young entrepreneurs Bejaia; the study is divided into a theoretical section that includes the economic actors in the field of tourism, the role of tourism entrepreneurship in activating the activity and the most important challenges facing them in Algeria. The field analysis reviews the data obtained by the form tool Adopting a descriptive approach, and concluding with conclusions and recommendations.

Where the results confirmed the existence of causal relationship between social needs and the rational orientation of young people towards tourism entrepreneurship, and that the youth entrepreneur makes decisions of his own will.

Keywords: Social needs, Rationality, youth, entrepreneur, Tourism entrepreneurship.

مقدمة:

لقد ساهمت الديناميكية الاقتصادية التي عرفتها معظم دول العالم في الآونة الأخيرة ببروز توجهات جديدة، أبرزها وضع استراتيجيات لتنمية قطاع السياحة باعتباره نسيجا اقتصاديا مميزا إلى جانب القطاعات الأخرى، وهذا انطلاقا من منح الصلاحيات وإصدار إجراءات قانونية تسمح بإنشاء مقاولة سياحية في مختلف الأنشطة في إطار الإعفاءات الضريبية والجمركية على واردات قطاع السياحة، وبدورها تساهم في زيادة الدخل الوطني، وتوفير فرص الشغل، وتحسين ميزان المدفوعات؛ ولقد عرفت بعض الدول شمال إفريقيا (المغرب، مصر، تونس) تجارب ناجحة في مجال السياحة الذي ساهم في تحسين الأوضاع الاقتصادية، وحتى الجزائر حاولت الاهتمام بهذا القطاع من خلال مخططات عدة أهمها مخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025.

لقد ساهمت الثورة الصناعية في أواخر القرن الثامن عشر في بروز النهضة السياحية، التي بدورها حركت نبض الاقتصاد، وساهمت في تحقيق التنمية المستدامة على كافة الأصعدة، وهذا ما جعلها موضع اهتمام العديد من الدول وأولها فنلندة عام 1887 وتليها الدنمارك، ولو نتحدث عن السياحة في الجزائر فقد كان قطاعا مهمشا إلى غاية فترة التسعينات، وهذا رغم أن الجزائر من الدول الرائدة التي تتنوع بمناطقها السياحية (الجبلية، الساحلية، الصحراوية، العلاجية، التراثية)، وكسياسة لتجاوز الأزمة المالية التي كان سببها انخفاض أسعار النفط، توجهت الدولة إلى تدعيم هذا القطاع، فبرزت العديد من المقاولات السياحية في مختلف الأنشطة سواء كانت تجارية أو وسائل نقل أو فندقة أو وكالات سياحية، التي تسهر على تقديم الخدمات للسياح سواء محليين أو أجانب مع حسن المعاملة لهم ومحاولة كسب ثقتهم.

تعد فئة الشباب مكسبا أساسيا في تحديد مصير أي مجتمع، فالتفريط فيه يسبب خسائر في مختلف المجالات، ويؤثر على درجة تطوره ونموه، وأصبح توجه الشباب نحو المقاولاتية السياحية رهانا أساسيا بالنسبة للدولة الجزائرية، لما تحققه من مكاسب وميزة تنافسية أمام منافسيها من الدول المجاورة، وعلى هذا الأساس تعتبر المقاولة السياحية من المواضيع التي أثارت نقاش العديد من المفكرين، بحيث يفسر الاتجاه الماركسي توجه الشباب نحو التقاول بالوعي الاجتماعي، وتأثر الفرد بما حوله من أراء وسلوكيات، وتطور معرفته لعالمه الواقعي واستيعابه للقضايا المحيطة تدفع به للمشاركة الفعلية في الاستثمار وإنشاء مقاولة سياحية، فهو دائما يسعى لإحداث التغير من أجل تحسين الأوضاع، في حين يرى الاتجاه الإسلامي أن توجه للمقاولة السياحية عمل شريف فهو يسعى لكسب الحلال، ويعمل لمرضاة الخالق لكن شريط الابتعاد عن الفساد ومعاملة السياح معاملة حسنة دون تمييز أو عنصرية، أم الاتجاه السيكولوجي فيرتكز على الخصائص السيكولوجية للمقاول كالصفات الشخصية والدوافع، التي تعتبر مصدر توجهه نحو المقاولاتية السياحية، كما يمكن إرجاعها لمساراتهم وأصولهم الاجتماعية.

ومن هذا المنطلق يمكن تحديد موضوع توجه الشباب نحو المقاولة السياحية بمفهومه السوسيولوجي، اعتمادا على الفعلانية متضمن فكر كل من ماكس فيبر الذي يرى أن لكل فاعل اجتماعي عدة أهداف (الحاجات الاجتماعية) يسعى إلى تحقيقها سواء كليا أو جزئيا، لكن أن تكون بطريقة مقبولة اجتماعيا مع التركيز على الإجراءات العقلانية لتقرير أفعاله، فإذا كان التوجه نحو المقاولاتية السياحية يحقق مصالحه من الاستقلالية في العمل وحاجة للإنجاز والتمتع بهامش الحرية، إن المقاولة السياحية تعد من المنظمات التي توفر للسياح احتياجاتهم، من خلال طرح مختلف المنتجات والسلع، مع استثمار الكثير من الأموال والوقت لتقديم صورة سياحية إيجابية، والشباب بدورهم يتمتعون بعقلانية في اتخاذ القرار التوجه نحو المقاولة السياحية، وتجسيد أفكارهم الإبتكارية في الواقع؛ في نفس الوقت يلعب الترويج السلع ونشر صور عن أهم المناطق السياحية في مختلف المواقع (المواقع التواصل الاجتماعي، في جذب السياح لزيارة مختلف المناطق.

أولا: الجانب المنهجي للدراسة:

1.إشكالية الدراسة:

فإنه كشخص واعي سيخاطر برأس ماله، ويحاول تجسيد أفكاره الإبتكارية في الواقع الاجتماعي؛ إذ هو يتخذ مواقف ويدخل في علاقات بناء على قراراته حسب ما جاء به هربرت سيمون، فالفاعل الاجتماعي على دراية بالإجراءات والقوانين، والسلع والخدمات، والمنافع التي سيحصل عليها مستقبلا من خلال المخاطرة في إنشاء مقاولة سياحية، لكن هناك عوامل تؤثر على الفاعل تجعل قراراته محدودة لعدم قدرته على إلمام بجميع المعلومات حول المقاولاتية، كما أنه قد تجاوز فكرة تحقيق أهداف غيره حسب ميشال كروزيه، وبل أنه يسعى لبناء استراتيجيات جديدة رغبة منه في إشباع حاجاته المحددة من قبل، مع التصرف بقناعته الشخصية في تحقيق غاياته.

من خلال هذا الفهم يظهر أن الدراسة الراهنة تدفعنا لقراءة الموضوع عبر البحث عن شروط إنتاجه التي تتمتع بصفة عقلانية، وعليه سنطرح التساؤل الرئيسي التالي:

- هل توجد علاقة إرتباطية بين الحاجات الاجتماعية والتوجه العقلاني للشباب نحو المقاولاتية السياحية في الجزائر؟

ويتفرع عنه التساؤلات التالية:

- هل توجد علاقة بين الحاجة إلى الاستقلالية وسلوك المخاطرة ؟
- هل توجد علاقة بين الحاجة إلى الانجاز وسلوك الابتكارية ؟

2. فرضيات الدراسة:

الفرضية الرئيسية: توجد علاقة ارتباطية بين الحاجات الاجتماعية والتوجه العقلاني للشباب نحو المقاولاتية السياحية في الجزائر.

ويتفرع عنها الفرضيات التالية:

- توجد علاقة بين الحاجة إلى الاستقلالية وسلوك المخاطرة.
- توجد علاقة بين الحاجة إلى الانجاز وسلوك الابتكارية.

3. أهداف الدراسة: تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف والتي تدور حول ما يلي:

- الرغبة في معرفة العلاقة الارتباطية الموجودة بين الحاجات وتوجه الشباب نحو المقاولاتية السياحية في الجزائر.
- الرغبة في معرفة العلاقة الموجودة بين الحاجة للاستقلالية وسلوك التوجه للمخاطرة.
- الرغبة في معرفة العلاقة المجودة بين الحاجة للانجاز وسلوك التوجه للابتكارية.
- محاولة التعرف على درجة توجه الشباب نحو المقاولاتية.
- اقتراح توصيات حول موضوع توجه الشباب نحو المقاولاتية السياحية في الجزائر، من خلال إجراء دراسة ميدانية على عينة من الشباب بولاية بجاية.

4. أهمية الدراسة:

تكتسب هذه الدراسة أهمية كبيرة من الناحية النظرية والميدانية، حيث أن توجه الشباب نحو المقاولاتية السياحية تتيح فرصة لليد العاملة في شغل الوظائف الشاغرة، وفي نفس الوقت التوعية الفردية لهؤلاء الفاعلين بأهمية السياحة؛ كما تمكن أهميتها باعتبارها من مواضيع الحديثة التي أثارت اهتمام الباحثين الاقتصاديين والسوسيولوجيين على حد سواء، وطرحها كظاهرة سوسيواقتصادية في أغلبية الملتقيات والمؤتمرات على رأسها ملتقى دولي "دور رأس المال الاجتماعي المحلي في التنمية السياحية المستدامة"، بالإضافة إلى مساهمة المقاولة السياحية المسيرة من قبل الشباب في تحقيق التنمية المستدامة، واعتبار قطاع السياحة كأحد آليات لتجاوز الأزمة المالية التي تعاني منها الجزائر، والتي سببها انخفاض أسعار النفط، الأمر الذي جعل الدولة تحفز وتدعم الشباب على التقاول والاستثمار، عن طريق إنشاء مختلف هيئات وأجهزة الدعم والمرافقة، مع التركيز على فئة الشباب التي تتمتع بالحركية والروح الابتكار في مختلف الأنشطة السياحية، والقدرة على كسب ثقة السياح سواء أجانب أو محليين.

5. تحديد المفاهيم:

مفهوم السياحة tourism :هي "ظاهرة اجتماعية تتمثل في انتقال الفرد مؤقتا من البلد الذي يقيم فيه إلى بلد آخر أو منطقة أخرى لأي غرض غير الهجرة أو قبول العمل بأجر"[1]. ولم

تعد السياحة ذلك الشخص الذي يحمل حقيبة، ويسافر إلى بلد ما ليقضي عدة ليال في أحد الفنادق ليتجول بين معالم البلد الأثرية، لقد تبدل الحال وتخطت السياحة تلك الحدود الضيقة لتدخل بقوة إلى كل مكان لتؤثر فيه وتتأثر به، وهذا التنوع هو نتائج تطور صناعة السياحة ونتائج زحفها إلى مقدمة القطاعات الاقتصادية في العالم؛ فالسياحة صناعة مرتبطة بالرغبة الإنسانية في المعرفة وتخطي الحدود[2].

وكتعريف إجرائي للسياحة هي نشاط إنساني تنظيمي، يتمثل في انتقال شخص أو عدة أشخاص من منطقة إلى أخرى داخل البلاد الواحد أو من بلد إلى أخر مؤقتا، لغرض ليس للعمل أو الهجرة وإنما للاستجمام أو للترفيه أو للعلاج أو للتثقيف.

مفهوم المقاولاتية السياحية tourism entreprenechip: قبل ما نعرف المقاولاتية السياحية، سنتطرق لمفهوم المقاول، وهو الفاعل الذي يتولى تكوين منظمة ما لغرض اقتصادي، ولهذا فإنه مبتكر يفترض مخاطرة غالبا ما يرتبط مع بدء مغامرة جديدة، إضافة غالبا ما ترتبط مع بدء مغامرة جديدة، إضافة إلى المهارة في جمع الموارد من ضمنها الأفكار والطرائق والاختراعات والأفراد والمديرون ورأس المال[3].

في حين يقصد بالمقاولة بأنها"نشاط موجه نحو غايات اقتصادية مسيرة من طرف مقاول، بمعنى شخص محفز لمتابعة مختلف الأهداف، والذي يحرص على المحافظة على المؤسسة ونموها"[4]، كما عرفت على أنها"وحدة اقتصادية تتمتع باستقلالية قانونية تجمع بين عوامل الإنتاج (العمل ورأس المال) لإنتاج السلع والخدمات ليتم بيعها في السوق"[5].

والمقاولاتية السياحية عبارة "عن وحدة إنتاج أو تحويل أو توزيع سلع أو خدمات ذات هدف ربحي مهما كان تصنيفها القانوني تتشكل كشخصية اعتبارية خاضعة لنظام الربح الحقيقي"[6]، وتتمثل أهم الخدمات التي تقدمها المقاولة السياحية فيما يلي:

- الطعام والشراب (المطاعم بمختلف أنواعها، المقاهي، الحانات)
- النقل وكراء السيارات.
- تنظيم الرحالات مع توفر مرشدين سياحيين.
- الإيواء (فنادق، منازل وشقق، خيم عائلية
- محلات للتسلية والصيد البحري.

ويمكن تعريف **المقاولاتية السياحية إجرائيا** على أنها المبادرة التي تبدأ بفكرة مشروع وتتحول إلى تقديم منتج أو خدمة أو سلعة للزبون، من خلال المخاطرة برأس المال، وتحمل كامل المخاطر التي يتعرض لها الفاعل (المقاول)، والمساهمة في كسب ثقة السياح بمكافأتهم وحسن معاملتهم وهذا بهدف ربحي وتحقيق الحاجات الاجتماعية.

مفهوم الشباب youth : إن لكل مجتمع قيمة وعقله الجمعي الذي ينضبط إليه ويحتكم إليه، فإن له مفهوما خاصا للشباب وتحديدا اجتماعيا لخصائصه وتحولاته، بل نجد داخل المجتمع الواحد أكثر من مفهوم للشباب وذلك كله في اتصال وثيق مع ما يعتمل داخل هذا المجتمع ويتفاعل فيه، ومنه نصل إلى التأكيد على أن لكل شباب قضاياه التي تتنوع بتنوع المجتمعات وهذا يعطي للمقاربة السوسيولوجية لمفهوم الشباب وجاهة نسبية[7]. فيعرف الشباب بالمرحلة بين مرحلة المراهقة والبلوغ، ويشكلون هذه المرحلة المتوسطة التي يتم خلالها تنظيم التنشئة الاجتماعية للفرد، وهذا يفسر أهميته المجتمعية ومصالح السلطات العامة[8].

في حين عرف المشرع الجزائري الشباب" على أنه بلوغ الثامنة عشرة كاملة، حاليا من العاهات، والذي يعتبره قانون العقوبات الجزائري قد امتلك الأهلية، ويعاقب على كل فعل اعتبره قانون العقوبات سلوكًا مخالفا للسلوك العام"[9].

ويمكن أن نعرف **الشباب إجرائيا** على أنهم الفاعلون العقلانيون الذين تتراوح أعمارهم بين سن 18 إلى 45 سنة (استناد إلى المجال الذي حددته أجهزة الدعم تشغيل الشباب) سواء ذكور أو إناث، والذين يتمتعون بالديناميكية والنشاط، والقدرة على تقديم قيمة مضافة للمجتمع.

الحاجات الاجتماعية Social needs : يمتاز كل فاعل بعدد معين من الحاجات المعبرة عن تبعيته لمحيطه الخارجي، وتلبيته الحاجات يعبر عنه بالوفرة، في حين أن عدم تلبيتها يرافق مع مسالك عدائية تجاه العوائق الفعلية أو المفترضة التي تحول دون التلبية، والحاجات الاجتماعية ليست موضوعية ولا صُنعية، وسبب ذلك صعوبة التطابق بين الاستهلاك الموصوف أو المنشود، والاستهلاك المتحقق فعلا. ولكن وصف الحاجات الاجتماعية بأنها غير موضوعية وغير مصطنعة، لا يعني أنها غير واقعية، فهي تعبر

عن عادات تبنى تدريجيا وتكتسب شرعيتها بالاستناد إلى المثل أو إلى الأهواء العامة[10].

يقصد بالحاجات الاجتماعية في بحثنا هذا هي حالة من التوتر التي تدفع بالفاعل بالتوجه نحو الهدف، باعتقاده أنه سيساهم في إشباع حاجته للانجاز بالاعتماد على نفسه، وبذل الجهد وتحمله للمسؤولية، وعدم الرغبة في العمل لدى الغير، والسعي للتحرر من قيود المالكي وسائل الإنتاج.

6. الدراسات السابقة:

دراسة **قايدي أمينة (2017)**، التي تهدف إلى التعرف على مدى مساهمة التكوين في تطوير التوجهات المقاولاتية للطلبة الجامعيين، وقد وزعت عينة الدراسة المتمثلة في 100 طالب ما بين طلبة من تخصصات الاقتصاد والتسيير وطلبة من تخصصات العلوم غير تجارية، وتمثلت نتائج الدراسة في عدم تطور التوجه المقاولاتي للطلبة من الزمن t0 إلى الزمن t2، وفيما يخص مسابقات التوجه المقاولاتي، فقد شهد التمكين المقاولاتي والخوف من الفشل تطورا من الزمن t0 إلى الزمن t2 لكلا العينتين[11].

دراسة **مفاتيح يمينة** (2018)، وتهدف هذه الدراسة إلى معالجة إشكالية تنمية السياحة في الجزائر ومعرفة أثر الابتكار السياحي كحل لتنمية سياحة، حيث وزعت 40 إستبانة بإقليم الأهقار و11 إستبانة بإقليم دوز، على وكالات السياحة والأسفار، كما اختبار نموذج نظام الابتكار القائم على الجذب attractor بالإقليمين، حيث خلصت الدراسة إلى أن هناك علاقة بين الابتكار السياحي والتنمية السياحية بالإقليمين، وأن مجال الابتكار العملياتي هو الذي يؤثر بنسبة اكبر في تنمية الإقليمين، ولكن الابتكار على مستوى الوكالة لا يكفي لذا يجب تفاعل ومشاركة جميع المؤسسات المتواجدة بالإقليم، وهذا بتطبيق نموذج نظام الابتكار القائم على الجذب attractor على إقليم الأهقار والذي أظهر بان عناصر النموذج كلها متوفرة بإقليم الأهقار يبقى في كيفية تفاعل هذه العناصر، وفي نتيجة هذا التفاعل[12].

ثانيا:مقاربة الفعل عند ماكس فيبر والدراسة الراهنة

يشكل الفهم والتفسير منبع التعقيد في سوسيولوجية فيبر، إضافة إلى أن التأويل العقلاني بالغاية له مكانة متميزة بفضل مستوى البداهة العالي الذي يميزه وإن كنا لا نستطيع اختزال جميع الأفعال فيه، ويشكل السلوك القابل للتأويل العقلاني في غالب الأحيان النمط المثالي الأكثر ملائمة[13].ففي الكثير من الأحيان نجد الفاعل نفسه ذوي التوجه نحو المقاولاتية في مرحلة الشباب، "فالاستقلالية هي القدرة على إمكانية اتخاذ القرار وإدارة الأمور من قبل الشباب، والتي تجعلهم يتحملون المسؤوليات بأنفسهم. فهم ينفذون القرارات التي اتخذوها من منظورهم والمعطيات التي تحصلوا عليها[14]. وإن تحويل أفكار مقاولاتية إلى حقيقة تعد مهمة صعبة لا يمكن ضمان نجاحها بأي حال من الأحوال، على الرغم من أن أخذ المخاطر هو سمة حتمية لتنظيم المشاريع، إلا أنه يمكن السيطرة عليه وخفضه. تحتاج إلى الوصول لمعلومات موضوعية متوازنة حول ما يعنيه لتشغيل المشروع.على سبيل المثال يحتاج الشباب إلى معرفة أن إدارة أعمالهم يمكن أن تنطوي على دخل منخفض وساعات طويلة من العمل غير القياسي[15].

كلما شعر الفاعل الاجتماعي بأنه تعرف على الموضوع جيدا أو أدركه أو فهمه بعمق كلما ساعد ذلك على المضي لتحقيق الهدف والغاية، وقد يكون هناك فرق في البيئة العربية بين الفاعلين في الحاجة إلى الإنجازات وفق جنسهم وجنسيتهم، كما في حالة دولة الإمارات العربية المتحدة أين دلت دراسة على أن الأجانب والإناث أعلى طموحا من الغير المواطنين في العينة المعتبرة[16].إن ردود أفعال الإنسان تكون إرادية أو مقصودة أي أنها ناجمة عن قرار واعي نتيجة للتفكير العميق، تقريبا أن كل شيء نفعله نتيجة الاختيار الحر للقيام بفعل بطريقة أو أخرى، علاوة على أن يكون نتيجة اختيار هادف أو موجة عقلانية، فنحن نختار بين مجموعة من الأفعال لأننا كبشر قادرين على وضع هدف أو غاية لنأخذ فعلا مناسبا لتحقيق ذلك، وتقريبا كل فعل إنساني هو فعل مقصود[17].

ثالثا:الفاعلون الاقتصاديون في مجال السياحة

يتنوع الفاعلون الاقتصاديون الذين يعملون على تطوير المجال السياحي نذكر فيما يأتي:

- الديوان الوطني الجزائري للسياحة: أنشئ سنة 1962 يعد أول مؤسسة سياحية، غرضها تنمية القطاع السياحي، يعمل تحت وصاية وزارة السياحة ويرمي إلى الترويج بالمناطق السياحة ومنها الصحراوية.

- النادي السياحي الجزائري: أنشئ سنة 1962 أصبح متعامل اقتصادي سنة 1980 من خلال النشاطات التي يقدمها في ميدان الترفيه والتخيم وخدمات العمرة والحج، لديه 42 وكالة موزعة على التراب الوطني.
- وكالة السياحة والأسفار والهياكل الأخرى: يقدر عددها بـ 348 وكالة سياحية وأسفار في 1999[18].

رابعا:إستراتيجية المقاولة السياحية الجزائرية في تفعيل النشاط الاقتصادي

- الانخراط في مخطط الجودة السياحي:

الجدول رقم (1): يمثل عدد المنخرطين في مخطط الجودة السياحي خلال الفترة (2015/2017)

السنة	2015		2016		2017
عدد المنخرطين في مخطط الجودة (العدد التراكمي)	المؤسسات السياحية المستغلة	المشاريع السياحية	المؤسسات السياحية المستغلة	المشاريع السياحية	المؤسسات السياحية المستغلة
	421 مؤسسة سياحية	55 مشاريع سياحية فرع مشروع مؤسسات فندقية	429 مؤسسة سياحية	65 مشاريع سياحية فرع مشروع مؤسسات فندقية	446 مؤسسة سياحية

Source : site officiel du ministère du tourisme et de l'artisanat, direction plan qualité, www.mta.gov.dz

من خلال المعطيات الموجودة في الجدول أعلاه نلاحظ أن عدد المنخرطين في مخطط الجودة السياحية في تزايد مستمر، حيث بلغ عدد المؤسسات السياحية المستغلة سنة 2015 كانت حوالي 421 مؤسسة سياحية، من بينها 179 وكالات السياحة والأسفار و7 محطات حموية و18 مطاعم، أما المشاريع السياحية قدرت 55 مشروع سياحي فيفرع الفندقة، في حين بلغ عدد المؤسسات السياحية المستغلة سنة 2017 حوالي 446 مؤسسة سياحية، من بينها 199 وكالات سياحية و7 محطات حموية و18 مطاعم، وترجع هذه الزيادة والحركية إلى الوعي الذاتي للمقاولين بأهمية مخطط الجودة السياحية في تحقيق التنمية المستدامة، فكلما كانت تلك المخططات تحقق منفعة كلما زاد عدد المنخرطين فيها، فكل فاعل يسعى لتحقيق أهدافه العقلانية.

-تطور حصة قطاع السياحة في الناتج المحلي الخام (فرع فنادق، المقاهي، المطاعم):

جدول رقم (02): يمثل تطور حصة قطاع السياحة في الناتج المحلي الخام خلال فترة (2015–2017)

السنة	2015	2016	2017
حصة السياحة في الناتج	1.3	1.4	1.6

-تحسين ميزان المدفوعات: على الرغم من صعوبة قياس أثر المنافع السابقة على ميزان المدفوعات بصورة مباشرة، فإن السياحة يمكن أن تساهم كصناعة تصدير في تحسين ميزان المدفوعات الخاص بالدولة، ويتحقق هذا نتيجة لتدفق الأموال الأجنبية المستثمرة في المشروعات السياحية، والإيرادات التي تقوم بتحصيلها من جمهور السائحين، وخلق استخدامات جديدة للموارد الطبيعية والمنافع الممكن تحقيقها نتيجة خلق علاقات اقتصادية بين مختلف القطاعات[19].

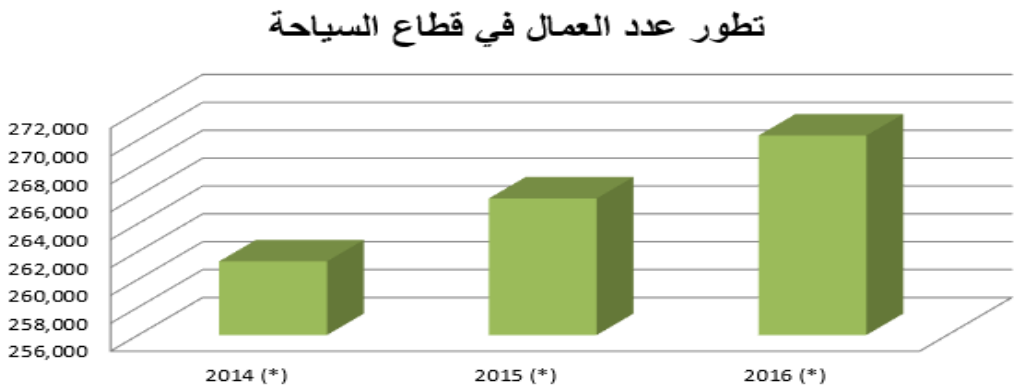
المحلي الخام (%)			

Source : site officiel du ministère du tourisme et de l'artisanat, direction plan qualité, .www.mta.gov.dz

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة الحصة السياحة في الناتج المحلي الخام في تزايد مستمر خلال السنوات 2015، 2016، 2017، لكن تبقى تلك النسبة ضئيلة جدا حيث لم تتجاوز نسبة 1.6% في فرع الفنادق والمقاهي والمطاعم، مقارنة

-مساهمة المقاولات السياحية في التشغيل: يختلف تأثير النشاط السياحي باختلاف أهميته في الدخل الوطني، وتربيته ضمن القطاعات الإنتاجية التي يتم الاستثمار فيها، ولا يقتصر دور السياحة على استحداث وظائف داخل المجالات المرتبطة بالعمل

شكل رقم (01):تطور عدد العمال في القطاع السياحي في الجزائر خلال الفترة (2016/2014)



Source : site officiel du ministère du tourisme et de l'artisanat, direction plan qualité, www.mta.gov.dz

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن عدد العمال في تزايد مستمر خلال الفترة 2014 و2016، وهذا راجع إلى تزايد عدد المقاولات السياحية في مختلف الأنشطة، التي تساهم بدورها في امتصاص اليد العاملة، وتحاول دمجهم في سوق العمل والاستفادة من مؤهلاتهم الإبداعية، لكن تبقى بنسبة ضئيلة على

خامسا:التحديات التي تواجه المقاولات السياحية في الجزائر

-غياب سياسة قطاعية واضحة: إن الجزائر تعاني من نقص فادح في الاستثمارات، من حيث استحداث المرافق الإيوائية الفاخرة، والاستثمارات من حيث استحداث المرافق الإيوائية بالدول المتقدمة أو بالأحرى الدول المجاورة من بينها تونس والمغرب، وهذا راجع إلى الاعتماد المفرط على إيرادات قطاع المحروقات.

السياحي فقط، كقطاع الفندقة، بل يتعدى ذلك إلى استحداث فرص عمل في القطاعات التي ترتبط بالأنشطة السياحية من الاستثمارات، كبناء القرى السياحية والمقاولات الصناعية والزراعية[20].

الرغم من المقومات الطبيعية والتاريخية التي تتمتع بها الجزائر، ومخططات التمويل التي وضعتها لدعم الاستثمار السياحي كقطاع بديل لقطاع المحروقات، إلا أن الاستثمار في هذا النشاط يعاني من قلة الاهتمام وجذب اهتمام المقاولين.

الفاخرة، حيث تمتلك الجزائر 283 فندقا وحوالي 888694 سريرا مقارنة بتونس التي تتوفر على 305 فندق و230 ألف سرير[21]، وهذا رغم الجهود المبذولة من قبل الدولة في سياسة دعم المقاولات السياحية وتقديم قروض مالية.

- **الإجراءات القانونية والأمنية :** رغم تمتع الجزائر بأمن متمكن في كافة الأصعدة، إلا أن القطاع السياحي مهشما من الناحية الأمنية، ففي الآونة الأخيرة يتعرض السياح سواء المحليين أو الأجانب إلى المضايقة الأخلاقية والسلوكية، وقد وصل الحد إلى القتل والضرب والتهديد بالسلاح الأبيض، وهذا عائد إلى هوية المقاولين من جهة، فهناك من يدعي أنه مرشد سياحي وأخر أنه صاحب المرأب، كما نجد تلاعب بالأسعار واختراق قانون العرض والطلب واحتكار السلعة، ومن جهة أخرى غياب الحراسة المشددة في المناطق السياحية، وبالتالي غياب المتابعة القانونية والأمنية يجعل السائح يشعر بعدم الأمان، وأخذ صور سيئة عن المنطقة أو البلد رغم المناطق السياحية الجذابة التي يتمتع بها؛ كما تعاني المقاولات السياحية من تعقد الإجراءات القانونية في إنشاء المقاولة والحصول على عقار للاستثمار فيه،" كما اعترف الوزير حاج سعيد بتلقي السياح الأجانب صعوبات على مستوى السفارات الجزائرية في الخارج، التي تستغرق كثيرا من الوقت للإجابة على طلب التأشيرة، وهو مشكل ينبغي التصدي له لأن تأثيره مباشر على تدفق السياح الأجانب إلى الجزائر، وغالبا ما يشتكي الزوار الأجانب من أن التأشيرة الجزائرية تعد من بين الأصعب في العالم"[22].

- **ثقافة المقاولة السياحية :** غياب الثقافة السياحية في المجتمع الجزائر، ففي كل سنة يتخرج ألاف من الطلبة في مختلف التخصصات، ويكون توجههم مرتبط بالهجرة للخارج أو التوظيف لدى القطاع العمومي، إذ يعتقد الشاب الجزائري أن الاستثمار في مشروع سياحي يتطلب منه وقت ورأس مال، لكن هذا ينبغي استغلاله في بناء حياته الشخصية، بمعنى آخر يعد تضييع للوقت والجهد، وغياب الوعي بقيمة الصناعات التقليدية والاستثمار فيها.

- **ضعف تنافسية المقاولات السياحية:** تتم المقارنة بين الأسواق بناءا على الأسعار المقدمة للسياح، حيث يسمح تحليل أهم الأسواق المنافسة، من حيث الأسعار بتحديد الأسواق الواعدة للساحة الجزائرية، وحسب تقرير السياحة والسفر العالمي لسنة 2013 تحتل الجزائر 132 عالميا بعد أن كانت تحتل المرتبة 113 سنة 2011[23]، ويمكن إرجاع سبب هذا الترتيب المتدني إلى ضعف الترويج بالمنتجات المحلية سواء التقليدية أو التراثية أو التاريخية، وقلة الخبرة في جذب السياح وتقديم أحسن الخدمات من إرشاد وإيواء.

سادسا: الإطار الميداني

1.منهج الدراسة: نظرا لطبيعة الإشكالية المطروحة في هذه الدراسة وفرضياتها، جعلتنا نعتمد على المنهج الوصفي بغية إيجاد العلاقة السببية بين الأحداث، والمنهج الوصفي يعمل على تحليل وتفسير الظاهرة المدروسة كما هي في الواقع.

2.أداة جمع بيانات الدراسة: هناك العديد من أدوات الدراسة التي يستعين بها الباحث في جمع البيانات المتعلقة بالدراسة، التي تختلف باختلاف طبيعة الظاهرة المدروسة، وعلى هذا دفعتنا أهداف الدراسة إلى اختيار أداة الاستمارة، باعتبارها الأداة المناسبة لجمع المعطيات من ميدان الدراسة، وتتمثل الاستمارة في مجموعة من الأسئلة تخص موضوع الدراسة، والتي تحتوي على 37 عبارة موزعة على ثلاثة محاور:

المحور الأول: يمثل محور البيانات الشخصية للمبحوث والتي تضم 07 أسئلة من السؤال 01 إلى السؤال 07.

المحور الثاني: مرتبط هذا المحور بالحاجة إلى الاستقلالية وسلوك المخاطرة ويضم 16 عبارة من العبارة 08 إلى العبارة 23.

المحور الثالث: يتعلق هذا المحور بالحاجة إلى الإنجاز وسلوك الإبتكارية ويضم 14 عبارة من العبارة 24 إلى العبارة 37.

لقد اعتمدنا في هذه الدراسة على مقياس ليكرت الثلاثي حيث يقابل كل عبارة في المحاور عبارة موافق، محايد، غير موافق.

3.عينة الدراسة: بعد تحديدنا لمجتمع الدراسة المتمثل في بلديتين (أوقاس، تيشي) الأكثر سياحة بولاية بجاية، يتعين علينا تحديد العينة التي نتبنها في هذه الدراسة، ونظرا لصعوبة معرفة عدد مفردات المجتمع الدراسة والعثور على مقاولات يديرها شباب، ارتأينا إلى اختيار عينة الدراسة المتسارعة (كرة الثلج)، والتي تتطلب تحديد عدد مبدئي من الأفراد ذو الخصائص المطلوبة وهؤلاء بدورهم يطلب لهم بترشيح أسماء أخرى من المهتمين وهكذا على التوالي حتى يكبر حجم العينة، وبلغ عدد المقاولين الشباب الذين أجابوا على الاستمارة 18 مفردة، منهم 17 شاب وشابة واحدة، وتم توزيعها على مختلف المقاولات السياحية المصغرة والصغيرة (01 وكالة سياحية، 03 مقاهي،01 فنادق، 07 مطاعم، 05 محلات لبيع الصناعات التقليدية، 01)

4.الأساليب الإحصائية: تم الاعتماد على العديد من الأساليب الإحصائية، بغرض تحقيق أهداف الدراسة، منها الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية spss، من خلال إدخال البيانات المتحصل عليها من ميدان الدراسة إلى الحاسوب الآلي، مع تحديد قيمة المقياس الثلاثي بحيث قيمة 1 غير موافق، قيمة 2 محايد، قيمة 3 موافق.

- **التكرارات والنسب المئوية**، لأجل تحديد استجابات المفردات وأرائهم حول المحاور الدراسة.
- **المتوسط الحسابي**، مدى انخفاض أو ارتفاع توجهات المبحوثين عن محاور الدراسة، كما يساعدنا على معرفة مدى صدق الفرضية.
- **كا^2 ومعامل الارتباط سبيرمان براون**، لمعرفة إذا ما هناك علاقة بين المتغيرات وقوة الارتباط بين محاور الدراسة.

5. عرض ومناقشة وتفسير فرضيات الدراسة:

1.5. عرض ومناقشة وتفسير نتائج الفرضية الجزئية الأولى:

جدول رقم (03): يبين النسب المئوية والمتوسطات الحسابية للفرضية الجزئية الأولى

الرقم	العبارة	النسبة المئوية %			المتوسط الحسابي	درجة التقدير	قيمة كا^2	درجة الحرية	مستوى معنوي	القرار
		موافق	محايد	غير موافق						
01	أعتمد على ذاتي	72.2	16.7	11.1	2.61	مرتفع	12.33	2	0.002	دال
02	لا أقبل الشراكة في أعمالي	72.2	5.6	22.2	2.50	مرتفع	13.00	2	0.002	دال
03	أتحكم في شؤون العاملين	77.8	16.7	5.6	2.72	مرتفع	16.33	2	0.000	دال
04	لا أرغب في العمل لدى الآخرين	77.8	5.6	16.7	2.61	مرتفع	16.33	2	0.000	دال
05	أنجز المهام بوضوح	77.8	5.6	16.7	2.61	مرتفع	16.33	2	0.000	دال
06	أرغب في تجسيد أفكاري في الواقع	83.3	5.6	11.1	2.72	مرتفع	20.33	2	0.000	دال
07	أسعى لتحقيق الثراء	55.6	27.8	16.7	2.38	مرتفع	4.33	2	0.115	غير دال
08	أتمتع بالحرية في تسيير شؤون العمل	72.2	11.1	16.7	2.55	مرتفع	12.33	2	0.002	دال
09	أجري تغيير في المنتجات	72.2	16.7	11.1	2.61	مرتفع	12.33	2	0.002	دال
10	أحقق رضا السياح بشكل مستمر	83.3	5.6	11.1	2.72	مرتفع	20.33	2	0.000	دال

11	أجازف برؤوس أموالي في توفير رغبات السياح	77.8	11.1	11.1	2.66	مرتفع	16.00	2	0.000	دال
12	أمتلك موقعا تنافسيا قويا يجعلني أتصدى لتهديدات السوق	66.7	5.6	27.8	2.61	مرتفع	10.33	2	0.006	دال
13	أميل إلى مشاريع عالية و أرغب في الاستثمار فيها	72.2	22.2	5.6	2.50	مرتفع	13.00	2	0.002	دال
14	قمت بطرح خدمات جديدة خلال الفترة السابقة	83.3	11.1	5.6	2.72	مرتفع	20.33	2	0.000	دال
15	أسعى لتلبية احتياجات السياح	88.9	11.1		2.77	مرتفع	10.88	1	0.001	دال
16	أقضي معظم أوقاتي في كشف احتياجات السياح المهمة الحالية والمستقبلية	77.8	5.6	16.7	2.72	مرتفع	16.33	2	0.000	دال

من خلا ل المعطيات الموضحة في الجدول أعلاه نلاحظ أن أغلبية المبحوثين أجابوا بموافق على أغلبية العبارات، حيث وصلت أعلى نسبة إلى 88.9 % والتي تنص على أن المبحوثين يسعون لتلبية احتياجات السياح، في حين بلغت النسبة الأعلى للمبحوثين الذين أجابوا بغير موافق 22%.

يمكن تفسير هذا بأن استراتيجيات المقاول الشاب هو الحفاظ على مركزه بين المنافسين، وبالتالي تحقيق متطلبات السياح يعد مكسب بالنسبة له، فاستمرارية المقاولة السياحية مرتبطة بجذب السياح لاقتناء السلع والمنتجات، فمنطقتي تيشي وأوقاس من أكثر المناطق التي تستقطب عدد كبير من السياح سواء المحليين أو الأجانب، حيث تتمتع بشريط ساحلي متميز وخدمات متنوعة، كما أن المقاولين الشباب يتمتعون بالحركية ولهم أفكار إبتكارية دائما يسعون لتجسيدها فالواقع، بإتباع مختلف الطرق التي تجعل السائح ينبهر منها، فحسب نظرية القرارات لهربرت سيمون، فإن المقاول لما يتخذ قرار التوجه نحو المقاولاتية والمخاطرة برأس المال عليه أن يتخذه بناء على معلومات كانت متوفرة لديه مسبقا، فهو يعتمد على ذاته، لكن لا يمكن أن تتوفر كل المعلومات لديه وبالتالي عقلانيته تبقى محدودة.

إن عدم قدرة الاستثمار في مشاريع عالية لا يرجع لعدم رغبة المقاول في ذلك، وإنما عوائق أخرى لها تأثير في عرقلة الاستثمار، فحسب أراء المبحوثين فهم يواجهون مشكلة عقارية إذ لا يملكون أماكن واسعة لفتح فروع جديدة، وفي نفس الوقت غلاء الكراء في المناطق السياحية، وعلى الرغم من المشاكل التي يواجهونها أثناء ممارستهم للعمل ، إلا أنهم محبون لمهنهم وأغلبيتهم لا يقبلون العمل لدى الآخرين، حتى لو اقترحوا عليهم وظائف جديدة وفي القطاع العمومي (العمل المأجور).

إن المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد عينة الدراسة، قد تراوحت ما بين (2.38-2.77)، حيث جاءت العبارة رقم (15) والتي تنص على "أسعى لتلبية احتياجات السياح" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ 2.77، في حين جاءت العبارة رقم (7) والمتمثلة في "أسعى لتحقيق الثراء" بالمرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي قدر 2.38 %، مما يعني أن أغلبية العبارات حصلت على متوسطات حسابية تقع في درجة الموافقة، كما أن جميع عبارات الدالة على السلوك المخاطرة تحصلت على درجة تقدير مرتفعة والمتمثلة في العبارة رقم (09)، (10)، (11)، (12)، (13)، (14)، (15)، (16) وهي تقع في درجة الموافقة، مما يعني أن وجهات نظر المقاولين الشباب حول سلوك المخاطرة مرتفعة.

ومن أجل التحقق من الفرضية الأولى المتعلقة إذا ما هناك علاقة بين الحاجة إلى الاستقلالية وسلوك المخاطرة، قمنا بحساب قيمة كا^2 لحسن المطابقة، فوجدنا أن أغلبية العبارات دالة بمستوى معنوي أقل من 0.05، وهذا ما يدل على وجود علاقة بين المتغيرين، أما لمعرفة نوع العلاقة لفرضية الجزئية الأولى ارتأينا لحساب درجة الارتباط بالاعتماد على معامل

الارتباط سبيرمان براون طبعا بعدما حققنا من طبيعة التوزيع وهو توزيع غير طبيعي، وقد بلغت قيمة معامل الارتباط 0.38، وهي علاقة طردية ضعيفة بين الحاجة للاستقلالية وسلوك المخاطرة، فكلما زادت الحاجة للاستقلالية كلما زادت درجة المخاطرة لدى المقاولين الشباب، وهذا ما يدل على تحقق الفرضية الجزئية الأولى التي مفادها توجد علاقة بين الحاجة إلى الاستقلالية وسلوك المخاطرة.

2.5. عرض ومناقشة وتفسير الفرضية الجزئية الثانية:

جدول رقم (04) : عرض البيانات ومناقشة النتائج الفرضية الجزئية الثانية

الرقم	العبارة	النسبة المئوية %			المتوسط الحسابي	درجة التقدير	قيمة كا^2	درجة الحرية	مستوى معنوي	القرار
		موافق	محايد	غير موافق						
17	أجري تعديلات على الخدمات التي أقدمها للسائح	72.2	11.1	16.7	2.55	مرتفع	12.33	2	0.002	دال
18	أروج السلعة بطريقة مباشر	55.6	16.7	27.8	2.27	متوسط	4.33	2	0.115	غير دال
19	أقدم مكافأة للسائح الذي يكرر اقتناءه للسلعة	83.3	5.6	11.1	2.72	مرتفع	20.33	2	0.000	دال
20	أعمل على جذب السائح لاقتناء السلعة	77.8	11.1	11.1	2.66	مرتفع	16.00	2	0.000	دال
21	أقدم الشرح المفصل حول السلعة أو الخدمة	83.3	11.1	5.6	2.77	مرتفع	20.33	2	0.000	دال
22	أعتمد على تقنيات جديدة في تقديم الخدمة	72.2	16.7	72.2	2.61	مرتفع	12.33	2	0.000	دال
23	أشارك في المعارض أو الحفلات المختلفة	44.4	00	55.6	1.88	متوسط	0.22	1	0.637	غير دال
24	أقدم مقترحات جديدة	77.8	11.1	11.1	2.66	مرتفع	16.00	2	0.000	دال
25	أتحمل الصعاب التي أتعرض لها أثناء ممارسة العمل	88.9	5.6	5.6	2.83	مرتفع	25.00	2	0.000	دال
26	أتحمل مسؤولية أعمالي	83.3	16.3	00	2.83	مرتفع	8.00	1	0.005	دال
27	أريد أن أكون متميز في العمل	83.3	11.1	5.6	2.77	مرتفع	20.33	2	0.000	دال
28	أسعى لتحقيق أهدافي	88.9	00	11.1	2.77	مرتفع	10.88	1	0.001	دال
29	أثق بالقدرات التي أمتلكها	88.9	11.1	00	2.88	مرتفع	10.88	1	0.001	دال
30	أبذل جهد في العمل	88.9	11.1	00	2.88	مرتفع	10.88	1	0.001	دال

انطلاقا من المعطيات أعلاه نلاحظ أن أغلبية العبارات حصلت على درجة الموافقة، حيث بلغت أعلى نسبة بـ 88.9 % للعبارة (25)، (28)، (29)، (30)، في حين بلغت نسبة عدم الموافقة حوالي 27.8% للعبارة رقم (18) التي تنص على " أروج السلعة بطريقة مباشرة".

إن المقاول حسب أراء المبحوثين في أغلب الأحيان يسعى حتى يكون متميز في عمله، ويبني لنفسه مكانة اجتماعية بين المنافسين في سوق العمل، ولدى السياح الذين يقصدون المنطقة، وذلك بمختلف الطرق سواء بترويج السلعة أو بتقديم هدايا ومكافآت للسياح، مما يتسنى له كسب ودهم واحترامهم، فحسب نظرية التوقع فإن المقاول الشاب يتوقع من أن الجهد المبذول من طرفه له علاقة ارتباطية إيجابية بتحقيق أهدافه وإشباع حاجته المهمة بالنسبة إليه، انطلاقا من تحديد مهامه بوضوح، مما يحفزه على ابتكار أفكار أو منتجات أو سلع جديدة، ويدعم ميشال كروزيه الفكرة بقوله أن المقاول يتصرف بقناعته الشخصية ليحقق مصالحه.

يحاول المقاول الشاب الابتعاد عن التقليد في تقديم الخدمات، إذ أنه يبدع في عرض المنتجات، بالاعتماد على تقنيات أكثر حداثة، وإحداث تعديل في الأدوات المستعملة والديكورات خاصة في المطاعم، أين يبحث عن أحدث ديكور لجذب السائح مع الاهتمام بنظافة المكان، فإذا ما أراد الفاعل النجاح عليه بناء إستراتيجية لتحقيق أهدافه، فهو لم يعد الأداة التي يعتمد عليها في تحقيق مصالح التنظيم حسب التصور التايلور، وإنما يعد رأس الفكرة والمدبر في تسيير شؤون العاملين، والتمتع بالحرية في إطار قانوني.

إن المتوسطات الحسابية الفرضية الجزئية الثانية قد تراوحت ما بين (1.88- 2.88)، وأن أغلبية العبارات سواء كانت متعلقة بسلوك الابتكارية أو الحاجة إلى الإنجاز تحصلت على متوسطات حسابية مرتفعة، حيث جاءت العبارة رقم (29)، (30) اللتان تنصان على "أثق بالقدرات التي أمتلكها" و"أبذل جهد في العمل" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي مرتفع بلغ (2.88)، في حين بلغ الحد الأدنى للمتوسط الحسابي 1.88 وهو للعبارة (23) والتي تشير إلى"أشارك في المعارض أو الحفلات المختلة "، وهنا نستنتج الاتجاه العام الإيجابي للمقاولين الشباب نحو سلوك الابتكارية من خلال العبارات رقم (17)، (18)، (19)، (20) الذي سجل متوسط حسابي مرتفع.

أما فيما يخص قيمة كا^2 لكل عبارة التي تتعلق بمحور الثالث الحاجة للانجاز وسلوك الابتكارية، فيتضح أن أغلبية العبارات بمستوى معنوي أقل من 0.05 مما يدل على أن هناك دلالة إحصائية وللتأكد من وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرين وطبيعتها، وذلك من خلال استخدام معامل الارتباط سبيرمان براون بعدما تأكدنا أن التوزيع غير طبيعي، حيث تشير نتيجة معامل الارتباط إلى وجود علاقة بين المتغيرين الحاجة إلى الإنجاز وسلوك الاستقلالية، وهي علاقة طردية ضعيفة حيث بلغت قيمة الارتباط0.40، مما يدل على تحقق الفرضية الجزئية الثانية التي مفادها توجد علاقة بين الحاجة إلى الإنجاز وسلوك الابتكارية، حيث كلما زادت الحاجة للإنجاز كلما زاد المقاول إبتكارية في مجال المقاولاتية، وكلما نقص الحاجة للإنجاز كلما ضعف درجة الابتكار.

6.مناقشة نتائج الدراسة الراهنة في ضوء المقاربة الفعلانية:

سنحاول في هذا العنصر مناقشة نتائج الدراسة الحالية في ضوء أفكار المقاربة السوسيولوجية الفعلانية، التي تعتبر من أهم المداخل التنظيمية التي يعتمد عليها في الدراسات السوسيولوجية؛ ولقد توصلنا في هذه الدراسة إلى وجود علاقة طردية بين الحاجات الاجتماعية والتوجه العقلاني للشباب نحو المقاولاتية السياحية، فكلما زادت الحاجة للاستقلالية والإنجاز زادت درجة الابتكار والمخاطرة، عقلانية بغايتها، حيث تشكل تطلعات المقاول تعد بمثابة وسائل لبلوغ الغايات المحددة وذلك بطريقة عقلانية، فقرارات المقاول الشاب لا تتأثر بالمحيط الخارجي إنما صادرة عن الفكر العقلاني، كما أن الأهداف غير مرتبطة بالجنس أو الجماعات التي ينتمي إليه بل بطبيعة الحاجات المحددة من قبله.

هناك اختلاف واسع بين المؤسسات الأجنبية التي أجريت عليها الدراسات وظهرت عليها المقاربة الفعلانية وبين المقاولات الجزائرية، سواء في المكان أو الزمان أو الثقافة، غير أن الفكر الذي جاء به الاتجاه الفعلاني ينطبق بشكل نسبي على المقاولات السياحية الجزائرية، وهذا يرجع كون أفعال الفاعلين (المقاولين الشباب) مرتبطة بالدرجة الأولى بالحاجات الاجتماعية المخطط عليها مسبقا استنادا إلى المعلومات المتوفرة.

خاتمة:

في ختام هذه الدراسة نلخص إلى أن المقاول الشاب الجزائر يتمتع بعقلانية ووعي فرداني في تحديد الأهداف التي يسعى لتحقيقها، فتوجهه نحو المقاولة السياحية لم يكن صدفة أو إثر تأثره بالبيئة التي ينتمي إليها، وإنما عن إرادة منه كونها تحقق له حاجاته الاجتماعية من الاستقلالية والاعتماد على ذاته من جهة والحاجة للإنجاز من جهة أخرى، فهو دائما يسعى إلى اتخاذ القرارات التي تحقق مصالحه الشخصية، ودائما يبني استراتيجيات باستغلال هامش الحرية وبناء تحالفات مصلحية تساعده على بلوغ الغايات لكن بدون المساس بالقواعد واللوائح القانونية، ومع هذا يتعرض المقاول إلى مختلف المعوقات (عقارات، إدارية، قانونية، تنظيمية).

انطلاقا من البيانات الأولية التي تحصلنا عليها من ميدان الدراسة باستخدام أداة الاستمارة، وتحليلها ومناقشتها توصلنا إلى عدة **نتائج** أهمها:

- تبين نتائج الفرضية الجزئية الأولى بوجود علاقة بين الحاجة إلى الاستقلالية وسلوك المخاطرة لدى المقاولين الشباب.
- وجود علاقة طردية بين المغيرين كلما زادت الحاجة للاستقلالية كلما زاد مستوى المخاطرة، لكن تبقى هذه العلاقة ضعيفة
- تبين نتائج الفرضية الجزئية الثانية وجود علاقة بين الحاجة إلى الإنجاز وسلوك الابتكارية لدى المقاولين الشباب.
- وجود علاقة طردية موجبة بين المتغيرين كلما زادت الحاجة إلى الإنجاز زادت درجة الابتكار.
- تحقق الفرضية الجزئية الأولى والثانية مما يعني تحقق بدورها الفرضية الرئيسة التي مفادها توجد علاقة ارتباطية بين الحاجات الاجتماعية والتوجه العقلاني للشباب نحو المقاولاتية السياحية.
- إن أغلبية اتجاهات المقاولين نحو المقاولاتية السياحية تميل نحو الموافقة، وبالتالي درجة توجههم نحو الممقاولاتية السياحية حسب المتوسطات الحسابية مرتفعة حيث بلغ المتوسط الحسابي العام لسلوك المخاطرة حوالي 2.66 وبالنسبة لسلوك الابتكار بـ 2.51، وبالتالي فدرجة التوجه العقلاني للشباب نحو المقاولاتية السياحية قدرت بـ 2.58 وبدرجة تقدير مرتفعة.

تم تقديم جملة من **التوصيات والمقترحات** والمتمثلة فيما يلي:

- التوعية الاجتماعية والفردية بأهمية القطاع السياحي، وضمان تنميته المستمرة، انطلاقا من امتلاك الإرادة القوية للاستثمار في شتى النشاطات، وإنشاء مقاولات سياحية في كافة المناطق توفر احتياجات السياح.
- أغلبية المقاولات نجدها على الشريط الساحلي وموسمية مما يحد من السياحة في ولاية بجاية، في حين يتوجب تنويع السياحة في مختلف المناطق.
- قيام مراكز تدريب المقاولين السياحيين وتزويدهم بمهارات ومعارف تخص مجال المقاولة السياحية وطرق التعامل مع السياح، والسهر على تحقيق الراحة والأمان.
- تسهيل عملية الإنشاء من الناحية القانونية وإعطاء الصلاحية في التسيير، ومنح عقارات لإنشاء المشاريع السياحية مع القدرة في توسيعها.
- وضع استراتيجيات ومخططات استشرافية لحل المخاطر التي تواجه المقاولات السياحية من جميع النواحي، وتشجيع البنوك على تخصيص نسبة من تمويلاتها لدعم المقاولات.

- الاهتمام بالتعليم المقاولاتي في قطاع السياحة ليس فقط في الجامعة وإنما في جميع المراحل الدراسية، حتى يكتسب الفرد ثقافة مقاولاتية وروح المبادرة.
- إجراء دراسات ميدانية حول المعوقات الاجتماعية والتنظيمية التي تؤثر على المقاولاتية السياحية.

قائمة المراجع:

- جان بيّار دوران، روبير فايل، علم الاجتماع المعاصر، ترجمة: ميلود طواهري، دار الروافد الثقافية ناشرون، بيروت، لبنان، ط1، 2012.
- خليل أحمد خليل، المفاهيم الأساسية في علم الاجتماع، دار الحداثة للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، ط1، 1984.
- سعيد أوكيل، ريادة الأعمال أو المقاولاتية مقاربة شاملة وعلمية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، دط، 2017.
- العايد سميرة، لعراف فايزة، صناعة السياحة في الجزائر: الواقع وسبل النهوض، ملتقى وطني حول فرص ومخاطر السياحة الداخلية في الجزائر، جامعة الحاج خيضر باتنة، الجزائر، 2012.
- عدمان رقية، الاستثمار الخاص ودوره في تنمية روح المقاولة السياحية لدى أصحاب المشاريع في الجزائر، مجلة الحكمة للدراسات الاجتماعية، المجلد 4، العدد 8، (د.س).
- عراب عبد العزيز، إستراتيجية النهوض بالقطاع السياحي في الجزائر، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، العدد 8، 2012.
- علي بوعناقة، الشباب ومشكلاته الاجتماعية في المدن الحضرية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان،ط1، 2007.
- علي فلاح الزعبي، التسويق السياحي والفندقي (مدخل صناعة السياحة والضيافة)، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2013.
- فاطمة الزهراء طلحي، بوفاس الشريف، محددات ومعوقات المقاولاتية السياحية في الجزائر، ملتقى دولي حول المقاولاتية ودورها في تطوير القطاع السياحي في الجزائر، جامعة قالمة، الجزائر، 2015.
- فيليب جونر، النظريات الاجتماعية والممارسة البحثية، ترجمة : محمد ياسر الخواجة، مصر العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2010.
- قايدي أمينة، تطور التوجه المقاولاتي للطلبة الجامعيين، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، تحت إشراف: بن ثابت بوزيان، جامعة مصطفى إسطنبولي معسكر، الجزائر، 2017.
- محمد حسن النقاش، صناعة الرحلات السياحية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، ط1، 2013.
- محمد سيدمو، التأشيرة الجزائرية في 72 ساعة للسياح الأجانب، مقال منشور بيومية الخبر الصادرة بتاريخ 13 فيفري 2014.
- مراح حياة، إشكالية المقاول الجزائري الجديد، دراسات اجتماعية، الجزائر، جانفي 2010.
- مصطفى يوسف كافي، ريادة الأعمال وإدارة المشاريع الصغيرة، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016.
- مفاتيح يمينة، أثر الابتكار السياحي على التنمية السياحية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تحت إشراف: محمد حمزة بن قريبة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، 2018.
- منصوري رقية، تفعيل المقاولاتية في القطاع السياحي بالجزائر: التحديات والفرص، ملتقى دولي حول المقاولاتية ودورها في تطوير القطاع السياحي في الجزائر، جامعة قالمة، الجزائر، 2015.
- Alain beitone, estelle hemdane, la définition de l'entreprise dans les manuels de sciences économiques et sociales en classe de seconde, Skhole, hors-série1, I U F M de l'académie d Aix Marseille, 2005.
- Credoc, les jeunes d'aujourd'hui : quelle société pour demain ?, paris, 2013.
- European youth forum, prise de position sur l'entreprenariat des jeeunes, adopte au conseil des membres, assemblee générale extraordinaire , Portugal, 2011,P 10

- site officiel du ministère du tourisme et de l'artisanat, direction plan qualité, www.mta.gov.dz

هوامش:

[1] محمد حسن النقاش، صناعة الرحلات السياحية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، ط1، 2013، ص19.

[2] علي فلاح الزعبي، التسويق السياحي والفندقي (مدخل صناعة السياحة والضيافة)، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2013، ص86.

[3] مصطفى يوسف كافي، ريادة الأعمال وإدارة المشاريع الصغيرة، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016، ص15.

[4] مراح حياة، إشكالية المقاول الجزائري الجديد، دراسات اجتماعية، الجزائر، جانفي 2010، ص27.

[5] Alain beitone, estelle hemdane, la définition de l'entreprise dans les manuels de sciences économiques et sociales en classe de seconde, Skhole, hors-série1, I U F M de l'académie d Aix Marseille, 2005, p30.

[6] ولد حام الطالب مصطفى، دور المقالات في تطوير وتنمية القطاع السياحي في موريتانيا، حوليات جامعة قالمة للعلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 14، مارس 2016، ص66.

[7] سهير عبد الجيد وآخرون، نحو صياغة خطة شاملة لتنمية الشباب، مؤسسة الأمير محمد بن فهد للتنمية الإنسانية، المملكة العربية السعودية، دط، 2017، ص7.

[8] Credoc, les jeunes d'aujourd'hui : quelle société pour demain ?, paris, 2013, p01.

[9] علي بوعناقة، الشباب ومشكلاته الاجتماعية في المدن الحضرية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان،ط1، 2007، ص40.

[10] خليل أحمد خليل، المفاهيم الأساسية في علم الاجتماع، دار الحداثة للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، ط1، 1984، ص ص91، 92.

[11] قايدي أمينة، تطور التوجه المقاولاتي للطلبة الجامعيين، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، تحت إشراف: بن ثابت بوزيان، جامعة مصطفى إسطنبولي معسكر، الجزائر، 2017.

[12] مفاتيح يمينة، أثر الابتكار السياحي على التنمية السياحية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تحت إشراف: محمد حمزة بن قريبة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، 2018.

[13] جان بيّار دوران، روبير فايل: علم الاجتماع المعاصر، ترجمة: ميلود طواهري، دار الروافد الثقافية ناشرون، بيروت، لبنان، ط1، 2012، ص93.

[14] سعيد أوكيل: ريادة الأعمال أو المقاولاتية مقاربة شاملة وعلمية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، دط، 2017، ص66.

[15] European youth forum: prise de position sur l'entreprenariat des jeeunes, adopte au conseil des membres, assemblee générale extraordinaire , Portugal, 2011,P 10.

[16] سعيد أوكيل، مرجع سابق، ص67.

[17] فيليب جونر: النظريات الاجتماعية والممارسة البحثية، ترجمة : محمد ياسر الخواجة، مصر العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2010، ص60.

[18] عدمان رقية، الاستثمار الخاص ودوره في تنمية روح المقاولة السياحية لدى أصحاب المشاريع في الجزائر، مجلة الحكمة للدراسات الاجتماعية، المجلد 4، العدد8، (د.س)، ص19.

[19] فاطمة الزهراء طلحي، بوفاس الشريف، محددات ومعوقات المقاولاتية السياحية في الجزائر، ملتقى دولي حول المقاولاتية ودورها في تطوير القطاع السياحي في الجزائر، جامعة قالمة، الجزائر، 2015، ص ص08، 09.

[20] العايد سميرة، لعراف فايزة، صناعة السياحة في الجزائر: الواقع وسبل النهوض، ملتقى وطني حول فرص ومخاطر السياحة الداخلية في الجزائر، جامعة الحاج خيضر باتنة، الجزائر، 2012، ص06.

[21] عراب عبد العزيز، إستراتيجية النهوض بالقطاع السياحي في الجزائر، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، العدد 8، 2012، ص148.

[22] محمد سيدمو، التأشيرة الجزائرية في 72 ساعة للسياح الأجانب، مقال منشور بيومية الخبر الصادرة بتاريخ 13 فيفري 2014، ص06.

[23] منصوري رقية، تفعيل المقاولاتية في القطاع السياحي بالجزائر، التحديات والفرص، ملتقى دولي حول المقاولاتية ودورها في تطوير القطاع السياحي في الجزائر، جامعة قالمة، الجزائر، 2015، ص12.