

الابتكار في المؤسسات الناشئة لدعم النشاط السياحي في الجزائر: بين الواقع والمأمول.

Innovation in startups to support tourism activity in Algeria: between reality and expectations.

راقم نورة¹

¹جامعة البليدة 02، rakemnora@gmail.com

تاريخ النشر: 2021/06/30

تاريخ القبول: 2021/05/30

تاريخ الاستلام: 2021/05/15

ملخص:

تهدف هذه الورقة البحثية، لتبيان واقع المؤسسات الناشئة بالجزائر في جميع القطاعات وخاصة قطاع السياحة والأهمية التي توليها الدولة لدعمها ومرافقة أصحاب المشاريع الناشئة المبتكرة، ومدى مساهمتها في دعم النشاط السياحي. تم التوصل إلى مجموعة من النتائج أهمها، الدور الذي تلعبه المؤسسات الناشئة في عصرنة ومواكبة التطورات في مختلف المجالات خاصة في مجال السياحة نظرا لخصوصيتها الابتكارية، بالإضافة لوعي الدولة بأهميتها وضرورة تنظيمها من خلال عدة إجراءات رغم كل المعوقات والتحديات التي تصادفها. **الكلمات المفتاحية:** الابتكار، المؤسسات الناشئة، النشاط السياحي.

Abstract:

This research document aims to show the reality of startups in Algeria in all sectors, in particular the tourism sector, the importance that the State attaches to the support and accompaniment of owners of innovative emerging projects, and the scope of its contribution to supporting tourism activity.

Where a set of results has been achieved, the most important being the role that emerging institutions play in Modernization and monitoring developments indifferent fields due to its innovative specificity, in more awareness of the state of its importance and the need to organize it in several procedures, even if these are obstacles and challenges encountered.

Keywords: Innovation, startups, tourism activity

I. مقدمة:

يعتبر قطاع السياحة منقذ مهم للعديد من اقتصاديات الدول، عن طريق توفير مناصب الشغل المباشرة وغير المباشرة، مما يؤدي إلى امتصاص البطالة، كما يضمن استقرار السكان في المناطق السياحية النائية، غير أن السوق السياحية تطورت وازدادت المنافسة لاختيار أقوى المقاصد والوجهات السياحية المغربية، وأصبحت تتطلب استخدام تكنولوجيا المعلومات، الرقمنة، والذكاء الاصطناعي، قصد تحسين التجربة السياحية للسياح.

وحتى يتسنى ترقية وتسويق وجهتنا السياحية، تسعى الدولة وتعمل على خلق واستغلال الفرص، من خلال القيام بإصلاحات داخل قطاع السياحة، وأخرى تتعدى القطاع لتشمل إصلاحات شاملة وهيكلية، بهدف تمكين القطاع من تحقيق أفضل ما يمكن تحقيقه، بالإضافة إلى ذلك من الضروري مواكبة التطورات والاتجاهات العالمية التي تتبنى تطبيقات الذكاء الاصطناعي وغيرها في قطاع السياحة لتعزيز التنافسية وجذب السياح، وهذا بالتوجه للاستثمار في المؤسسات الناشئة نظرا لخصوصيتها الابتكارية ومواكبتها لكل ما هو جديد ومتطور.

حيث تشكل المؤسسات الناشئة رهانا حقيقيا في نجاعة منظومة للاقتصاد الحديث والرقمي، الذي تعتمد عليه اقتصاديات عديد البلدان في العالم، وتعتبر من أهم الأسباب لتعزيز مداخل الدول من السيولة النقدية بالنظر إلى المكاسب العديدة التي تحققها في وقت بسيط، كما أنها غير مرتبطة بمصاريف كثيرة بحكم محدودية عدد عمالها، لذا وجب دعم المشاريع المبتكرة والمؤسسات الناشئة السياحية بالجزائر خاصة في مرحلة الإقلاع من خلال البرنامج المسطرة والتخطيط الجيد، تنظيم دورات تكوينية، وضمان مصادر الدعم والتمويل.

بناء على ما سبق ومعالجة الموضوع، ارتأينا طرح الإشكالية على النحو التالي:

ما واقع الابتكار في المؤسسات الناشئة السياحية؟ وما هي الآمال المتوقعة منها لدعم النشاط السياحي في الجزائر؟

وللإجابة على الإشكالية سنضع فرضية رئيسة لدراستنا والمتمثلة في الآتي:

يوجد إرادة للنهوض بالمؤسسات الناشئة في الجزائر خاصة المتعلقة بالقطاع السياحي لكن يوجد عدة نقائص يجب العمل عليها.

تكمن أهمية الدراسة في إبراز دور المؤسسات الناشئة لتطوير النشاط السياحي، وكذلك تمكنا من الإطلاع على مفاهيم الابتكار والمؤسسات الناشئة، ومساهماتها في تطوير السياحة المعاصرة، وتشخيص النشاط السياحي بالجزائر ومدى استيعاب الدولة لضرورة التغيير ومواكبة التطورات الحاصلة في العالم.

كما تسعى هذه الدراسة للوصول إلى مجموعة من الأهداف أهمها التعرف على مفاهيم الابتكار والمؤسسات الناشئة، التعرف على إستراتيجية الجزائر لتطوير المؤسسات الناشئة والتعرف على التحديات التي تواجه المؤسسات الناشئة في الجزائر. وللإلمام بجميع جوانب الدراسة ارتأينا التقسيم التالي:

- الإطار المفاهيمي حول الابتكار والمؤسسات الناشئة.
- الابتكار كحتمية لدعم المؤسسات السياحية بالجزائر.
- مساعي الجزائر لدعم الابتكار في المؤسسات الناشئة.
- المأمول من المؤسسات الناشئة المبتكرة لدعم النشاط السياحي.

II. اخور الأول: الإطار المفاهيمي حول الابتكار والمؤسسات الناشئة.

1. مفاهيم حول الابتكار:

الابتكار كان موجودًا منذ القدم، وتجلى ابتكار الإنسان من خلال تطوير الجهات الفاعلة (الأفراد والمنظمات) والمعرفة المتعددة (التقنيات والإدارة وما إلى ذلك)، وخلال تعاقب القرون قام الإنسان ببناء وتطوير النظم الإنتاجية كالنظام الحرفي للعبور الوسطى على أساس القوة الدافعة للحيوان أو الإنسان، والنظام الصناعي في القرن التاسع عشر مع ظهور المحرك البخاري والنظام الإنتاجي الحديث القائم على تكنولوجيا المعلومات. (FERNEZ-WALCH & ROMON, 2013, p5)

أ. تعريف الابتكار:

تعددت تعريفات الابتكار، إلا أنه ليس هناك إجماع على تعريف دقيق للمصطلح. ووفقا لـ (Rennings 2000)، مصدر الابتكار هو الكلمة اللاتينية "Novus" والتي تعني جديد، يشار إليها أحيانا بفكرة جديدة أو طريقة جديدة أو جهاز جديد أو عملية إنشاء شيء جديد. (BOUROUHA & MALIKI, 2020, p38)

ومن أبرز المفاهيم التي عرفها هذا المصطلح، كلمة ابتكار بشكل عام تستعمل للدلالة على كل ما هو جديد، مميز، وفريد من نوعه، وبشكل أدق الابتكار هو " العملية التي ينتج عنها كل ما هو جديد، ويمس مختلف أنواع المنتجات وكذا طرق الإنتاج". (بوحيش والبشير، 2017، ص166).

وتتفق معظم الأدبيات على ضرورة النظر إلى أنشطة الابتكار على أنها "عمليات" تؤثر على جميع مستويات الشركة حيث يتميز الابتكار بمجموعة من الخصائص ويشمل جميع مجالات الشركة، ولا يعد كتخصص فريد لقسم واحد. (KARAR, 2014, pp11-12)

ب. أهمية الابتكار:

في بيئة سريعة التغير، أصبح الابتكار جوهريا من أجل البقاء، ولأن بقاء المنظمة هدف إستراتيجي، تعد جميع الابتكارات إستراتيجية، فالمنظمة التي لا تمتلك القدرة على الابتكار في مجال عملها ستواجه بالتأكيد تحديات كبيرة وصعبة، وذلك لأن منافسيها وبساطة يقومون بالابتكار والتحسين المستمر لمنتجاتهم وخدماتهم وعملياتهم. (خيري، 2012، ص73)

ولا شك أن تطور التكنولوجيا من جهة وتطور السوق من جهة أخرى، أديا خلال العقدين الماضيين وسيؤديان بقدر متصاعد في المستقبل إلى أن يصبح الابتكار والإبداع بعدا أساسيا من أبعاد الأداء الإستراتيجي شأنه شأن التكلفة، الجودة، المرونة والإعتمادية، والواقع أن المؤسسات تدرك أكثر من أي وقت مضى بأن الابتكار والإبداع هما المصدر الأكثر قوة في تحقيق الميزة التنافسية. (رادى، 2014، ص138)

2. مفاهيم أساسية حول المؤسسات الناشئة السياحية.

قطاع السياحة يتميز بخاصية الموسمية ويحتاج إلى مؤسسات سريعة الناشئة والتطور بالنظر إلى حجمها وتطورها في وقت قياسي وبدء ربحيتها في اقصر مدة ممكنة أي أهمية الوقت وهذه الخاصية تميز المؤسسات الناشئة.

أ. تعريف المؤسسات الناشئة:

تعرف المؤسسة الناشئة "Startup" اصطلاحا حسب القاموس الإنجليزي: على أنها مشروع صغير بدأ للتو، وكلمة "Startup" تتكون من جزأين "Start" وهو ما يشير إلى فكرة الانطلاق و"up" وهو ما يشير لفكرة النمو القوي، وبدأ استخدام مصطلح بعد الحرب العالمية الثانية مباشرة، وذلك مع بداية ظهور شركات رأس مال المخاطر (capital-risque) ليشيع استخدام

المصطلح بعد ذلك، وفي أيامنا الحالية يوجد المصطلح ويعرفه القاموس الفرنسي "la rousse" على أنها "المؤسسات الشابة المبتكرة، في قطاع التكنولوجيا الحديثة". (بوضياف وزويير، 2020، ص90)

بينما عرفها Paul Graham في مقاله المشهور حول النمو "growth" على أنها "شركة صممت لتنمو بسرعة (growth = startup)"، وكونها تأسست حديثاً لا يجعل منها شركة ناشئة (Startup company) في حد ذاتها، كما أنه ليس من الضروري أن تكون الشركات الناشئة تعمل في مجال التكنولوجيا أو أن تمول من قبل مخاطر أو مغامر (venture funding)، أو أن يكون لها نوع من خطط الخرج، الأمر الوحيد الذي يهم هو النمو، وأي شيء آخر يرتبط بالشركات الناشئة يتبع النمو. (بوالشعور، 2018، ص420)

من خلال التعاريف المذكورة يمكن القول أن المؤسسة الناشئة هي مشروع صغير لخلق منتج جديد أو خدمة جديدة مبتكرة صممت لتنمو بسرعة في ظل حالة من المخاطرة.

ب. الخصائص المميزة للمؤسسات الناشئة:

تتميز المؤسسات الناشئة Startups بعدة خصائص نذكر منها: (بورنان وصولي، 2020، ص73-74)

- تتميز الشركات الناشئة بكونها شركات شابة يافعة وأمامها خياران، إما التطور والتحول إلى شركات ناجحة، أو إغلاق أبوابها والخسارة؛
- الشركة الناشئة هي الشركة التي تتمتع بإمكانية الارتقاء بعملها التجاري بسرعة أي زيادة الإنتاج والمبيعات من دون زيادة التكاليف، كنتيجة على ذلك ينمو هامش الأرباح لديها بشكل يبعث على الدهشة، وهذا يعني أن الشركات الناشئة لا تقتصر بالضرورة على أرباح أقل لأنها صغيرة، بل على العكس هي شركات قادرة على توليد أرباح كبيرة جداً؛
- شركات تتعلق بالتكنولوجيا وتعتمد بشكل رئيسي عليها، وتتميز الـ Startup بأنها شركة تقوم أعمالها التجارية على أفكار رائدة Innovative، وإشباع لحاجات السوق بطريقة ذكية وعصرية؛
- يعتمد مؤسسو الشركات الناشئة على التكنولوجيا للنمو والتقدم، والعثور على التمويل من خلال منصات Startups على الإنترنت، ومن خلال الفوز بمساعدة ودعم من قبل حاضنات الأعمال؛
- شركات تتطلب تكاليف منخفضة: يشمل معنى الشركة الناشئة Startup على أنها شركة تتطلب تكاليف صغيرة جداً بالمقارنة مع الأرباح التي تحصل عليها، وعادة ما تأتي هذه الأرباح بشكل سريع وفجائي بعض الشيء ومن الأمثلة على Startup نذكر أمازون Apple، جوجل، مايكروسوفت... الخ.

ت. الابتكار في المؤسسات الناشئة السياحية:

الابتكار هو وسيلة هامة لإبقاء المؤسسة في وضعية جيدة لفترة طويلة نسبياً، ولأجل ذلك من الضروري على المؤسسات وضع على أرض الواقع إدارة تكنولوجية مبنية على إستراتيجيتين رئيسيتين للابتكار هما: إستراتيجية الابتكار الجذري أو الكلي، وإستراتيجية الابتكار التدريجي. (وهاب ورادي، 2016، ص113)

وتعتبر السياحة دافع قوي للابتكار سواء عن طريق سلوكيات الشركات مثل دور شركة Express American في تعميم استخدام البطاقات الالكترونية والتي كان لها الفضل الكبير في تطوير وتسهيل النشاط السياحي، أو من خلال تدخل

الدولة واقتراح سياسة تطوير سياحي على المستوى الكلي، مثلا إعادة تجديد مدن أثرية وتحويلها إلى أقطاب سياحية، الأمر الذي يساهم حتما في تكثيف الجهود وتسخير مختلف الابتكارات. (مقراني، 2018، ص 68)

وقد ظهرت شركات السياحة الناشئة مع ظهور الويب 2.0، وهي شركات ناشئة تختص بتطبيقات سياحية جديدة وخدمات مبتكرة مكرسة للسياح المتصلين بشدة الذين يعتمدون على استخدام الإنترنت لجمع معلومات عن عرض سياحي. (TEKFI & LAOUEDJ, 2019, p3)

III. المحور الثاني: الابتكار كحتمية لدعم المؤسسات السياحية بالجزائر.

قطاع السياحة قطاع أفقي يتماشى مع جميع القطاعات، فهو يحتاج لتطوير جميع القطاعات بالتوازي لاسيما البنى التحتية، التي تؤثر بشكل كبير على الحركة السياحية ومن الضروري السعي من أجل ترفيتها وتطوير شبكاتها، وإكسابها ثوبا عصريا جذابا ومنافسا لنظيراتها في الدول الأخرى، ويعتبر الاستثمار في المؤسسات الناشئة في جميع الميادين مهم جدا لإعطاء الاقتصاد الوطني دفعة قوية.

1. مساهمة الاستثمار السياحي بالجزائر في دعم الاقتصاد الوطني:

تعتبر الجزائر من البلدان التي تمتلك مقومات طبيعية وتاريخية كبيرة، فهي تعتبر من أهم الدول المطلة على حوض البحر الأبيض المتوسط وتتمتع بموقع استراتيجي مهم وجغرافي، ولعل أهم ما يميز الجزائر هو التنوع سواء الثقافي أو الجغرافي، بما تمتلكه من مناطق متنوعة بداية بالشريط الساحلي الممتد على أكثر من 1200 كلم إضافة إلى منطقة السهول والهضاب العليا، وكذا المناطق الجبلية المتمثلة في كل من سلسلة الأطلس التلي والأطلس الصحراوي، وصولا لمنطقة الصحراء الكبرى التي تعتبر من أجمل الصحاري الموجودة في العالم، كل هذه الإمكانيات جعلت القائمين على قطاع السياحة في الجزائر يسعون لجذب أكبر عدد من السياح. (بن تركية، 2017، ص 284).

كما يساهم قطاع السياحة في الحد من البطالة وتوفير مناصب شغل سواء مباشرة أو غير مباشرة والمساهمة في الناتج المحلي الخام خارج قطاع المحروقات، والجدول التالي يوضح عدد مناصب الشغل التي يوفرها القطاع السياحي في بعض مؤسساته.

جدول 1. التوظيف في قطاع السياحة للفترة 2014-2018، (فرع فنادق، المقاهي، المطاعم).

السنة	2014	2015	2016	2017	2018
مناصب الشغل في القطاع السياحي	261289	265803	270317	300000	308027

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية (2020). لوحة القيادة لإحصائيات السياحة والصناعة التقليدية،

الموقع: <https://2u.pw/cmYqW>، تاريخ الاسترداد 05 24، 2020.

تشير الإحصائيات في الجدول الصادرة عن الديوان الوطني للإحصائيات والمعدلة في الوزارة السياحة إلى تقدير مناصب الشغل التي وفرها القطاع السياحي، والتي وصلت إلى 308 027 منصب خلال سنة 2018 على المستوى الوطني، وهو عدد غير معتبر، وقد يرجع السبب إلى قلة المؤسسات السياحية وضعف نشاطها.

كما أن لقطاع السياحة حصة من الناتج المحلي الخام خارج قطاع المحروقات، كما هو موضح في الجدول الموالي:

جدول 2. حصة قطاع السياحة في الناتج المحلي الخام، (فرع فنادق، المقاهي، المطاعم).

2018	2017	2016	2015	السياح
1.7	1.6	1.4	1.3	% حصة السياحة من الناتج المحلي الخام

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية (2020). لوحة القيادة لإحصائيات السياحة والصناعة التقليدية، الموقع: <https://2u.pw/cmYqW>، تاريخ الاسترداد 05 24، 2020.

من خلال إحصائيات الجدول نسجل أن حصة قطاع السياحة (فرع فنادق، المقاهي، المطاعم)، يساهم في الناتج المحلي الخام، حيث نسجل سنة 2015 مساهمة القطاع بنسبة 1.3%، ليتطور بالتدرج ويصل سنة 2018 إلى 1.7%، وهي مساهمة ضعيفة مقارنة بالقدرات السياحية التي تزخر بها البلاد، والتي يمكن أن تكون داعم للإقتصاد الوطني.

IV. محور الثالث: مساعي الجزائر لدعم الابتكار في المؤسسات الناشئة.

نظرا للدور الكبير الذي تلعبه المؤسسات الناشئة في دعم الاقتصاد عموما والسياحة خصوصا، ونظرا لخصوصيتها حيث لا تحتاج لرأسمال كبير، وتنمو وتحقق أرباح بسرعة في حال نجاحها، فقد أولت الجزائر اهتمام لهذا النوع من الاستثمار، من خلال استحداث وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمؤسسات الناشئة واقتصاد المعرفة، قصد تولى ودعم الاستثمار في المؤسسات الناشئة.

1. إستراتيجية الجزائر لتطوير المؤسسات الناشئة:

تعكف وزارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمؤسسات الناشئة واقتصاد المعرفة، على إحداث إطار قانوني وتنظيمي ووظيفي للشركات الناشئة لاسيما السياحية منها، من خلال وضع خارطة طريق لدعم وتمويل هذا النوع من المؤسسات، وتمكينها من لعب دور هام في الاقتصاد الوطني، وقد تم إتخاذ عدة قرارات لتجسيد هذه الإستراتيجية تتمثل فيمايلي: (عبد الرزاق، 2020)

- إنشاء صندوق استثماري مخصص لتمويل ودعم المؤسسات الناشئة؛
- إنشاء مجلس أعلى للابتكار والذي سيكون حجر الزاوية للتوجه الاستراتيجي في مجال تميمين الأفكار والمبادرات المبتكرة والإمكانات الوطنية للبحث العلمي؛
- وضع الإطار القانوني الذي يحدد مفاهيم المؤسسات الناشئة والحاضنات وكذا المصطلحات الخاصة بالنظام البيئي لاقتصاد المعرفة؛
- تحويل الوكالة الوطنية لترقية الحظائر التكنولوجية وتطويرها، إلى وزارة المؤسسات الصغيرة والمؤسسات الناشئة واقتصاد المعرفة؛
- تحويل قطب الامتياز الجهوي التكنولوجي للمؤسسات الناشئة، الذي يجري إنجازه من قبل شركة "سوناطراك" على مستوى حديقة الرياح الكبرى "دنيا بارك"، إلى وزارة المؤسسات الصغيرة والمؤسسات الناشئة واقتصاد المعرفة؛
- تمكين حاملي المشاريع المبتكرة والمؤسسات الناشئة، من الاستفادة من المساحات المتاحة داخل المؤسسات التابعة لقطاعي الشباب والتكوين المهني على المستوى الوطني؛

● تهيئة الجماعات المحلية لمساحات مخصصة للمؤسسات الناشئة مع إعطاء الأولوية للمناطق التي تتوفر فيها إمكانات كبيرة من حامللي المشاريع المبتكرة.

2. إرادة الهيئات الوطنية للنهوض بالمؤسسات الناشئة:

تتظافر جهود الهيئات المختصة في هذا المجال للنهوض بالمؤسسات الناشئة بإجراء ندوات علمية ووطنية ودولية، نذكر أهمها التي انعقدت بتاريخ 16 نوفمبر 2019، حيث هدفت هذه الندوة الدولية إلى ما يلي: (وزارة الداخلية والجماعات المحلية والتهيئة العمرانية، 2019)

- دعم المؤسسات الناشئة؛
- وضع خريطة وطنية لتطوير أرضية رقمية للمؤسسات الناشئة عبر الإنترنت؛
- تطوير واستهداف حلول لعصرنة المرفق العمومي السياحي؛
- تحسين الخدمات المقدمة للمواطنين؛
- وضع بطاقة وطنية للمؤسسات الناشئة التي تغطي الاحتياجات تحت تصرف الجماعات الإقليمية والقطاعات الوزارية. كما عرفت هذه الندوة تنظيم خمس ورشات موضوعاتية، تعد جميع محاورها داعمة للنشاط السياحي بطرق مباشرة وغير مباشرة، تتمحور حول: (وزارة الداخلية والجماعات المحلية والتهيئة العمرانية، 2019)
- تسيير المرافق العمومية الجوية والمعلومة الجيومكانية؛
- رقمنة الخدمات العمومية، الطاقات المتجددة والبيئة؛
- تهيئة وجاذبية الإقليم وتسيير المخاطر الكبرى والمدن الجديدة.

وقد خلصت الندوة إلى عدة توصيات فيما يتعلق بالمنظومة والتنسيق بين الفاعلين في مجال المؤسسات الناشئة، التمويل ومخطط الأعباء، التكوين والتدريب المتخصص، التعاون الدولي وتبادل خبرات النخبة المهاجرة والجالية في الخارج في مجال مرافقة وتطوير المؤسسات الناشئة، وإدراج محور المؤسسات الناشئة والابتكار في اتفاقيات وبروتوكولات التعاون الثنائي والمشارك، لاسيما مع الاتحاد الأوروبي، اتحاد الإفريقي، واتحاد دول المغرب العربي. (وزارة الداخلية والجماعات المحلية والتهيئة العمرانية، 2019)

3. التسهيلات المتاحة لإنشاء المؤسسات الناشئة السياحية بالجزائر:

نظمت وزارة السياحة بالجزائر بتاريخ 07 ديسمبر 2019، ملتقى وطني حول المؤسسات الناشئة في قطاع السياحة والصناعات التقليدية تحت شعار "السياحة والصناعة التقليدية.. مستقبل واعد للمؤسسات الناشئة" شارك فيه أصحاب المؤسسات الناشئة ذات المشاريع الواعدة في قطاع السياحة والصناعة التقليدية. (بن طاهر، 2019)، لاسيما أنه أكثر من 700 مؤسسة ناشئة حاليا في قطاع السياحة، وتساهم في توفير مناصب الشغل والثروة، حيث أن الدولة عازمة على ترقية إدماج المؤسسات الناشئة في القطاع الاقتصادي عموما والسياحة بشكل خاص، لأن الأمر يتعلق بمؤسسات مبتكرة وخلاقة للنمو. (وزارة السياحة والصناعة التقليدية، 2019)

ومن بين التوصيات التي خلص إليها اللقاء، ضرورة إنشاء إطار قانوني وتنظيمي يحدد وضعية المؤسسات الناشئة، ومناخ مناسب وتحفيز المتعاملين العموميين والخواص للجوء إلى الحلول المبتكرة التي تنشئها تلك المؤسسات، فضلا عن ترقية دور المحاضن على مستوى النظام المدمج للمؤسسات المصغرة، لاسيما على مستوى الجامعات والمؤسسات والبنوك. (وزارة السياحة والصناعة التقليدية، 2019)

- كما تعمل الدولة على تقديم الدعم لمستثمري المؤسسات الناشئة وقد جاء في قانون المالية لسنة 2020 مايلى:
- تضمنت المادة 131 من قانون المالية لسنة 2020، المعدلة والمتمة بالمادة 68 من قانون المالية التكميلي لسنة 2020، إنشاء حساب تخصيص خاص في الخزينة رقمه 150-302 وعنوانه "صندوق دعم وتطوير المنظومة الاقتصادية للمؤسسات الناشئة" Startup". (الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، 2020، ص 17)
 - كما تضمنت المادة 131 قانون المالية لسنة 2020 المعدلة والمتمة، في باب النفقات مايلى: (الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، 2020، ص 17)
 - تمويل دراسات الجدوى؛
 - تمويل تطوير خطة العمل؛
 - تمويل المساعدات التقنية؛
 - تمويل التكاليف المتعلقة بإنشاء نموذج أولي؛
 - تمويل التكوين؛
 - احتضان للمؤسسات الناشئة "Startup"؛
 - الترويج للمنظومة الاقتصادية للمؤسسات الناشئة "Startup".
 - الإعفاءات الجبائية وتسهيلات التمويل لفائدة الشركات الناشئة: جاء في المادة 33 من قانون المالية التكميلي لسنة 2020 المعدلة للمادة 69 من قانون المالية لسنة 2020 مايلى: (الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، 2020، ص 12)
 - تعفى الشركات الناشئة من الرسم على النشاط المهني والضريبة الدخل الإجمالي أو الضريبة على أرباح الشركات لمدة ثلاث سنوات إبتداء من تاريخ بداية النشاط؛
 - تعفى من الضريبة الجزائرية الوحيدة وضمن نفس الشروط الشركات الناشئة الخاضعة لنظام الضريبة الجزائرية الوحيدة؛
 - تعفى من الرسم على القيمة المضافة، المعدات التي تفتتها الشركات الناشئة بعنوان إنجاز مشاريعها الاستثمارية.

V. المحور الرابع: المأمول من المؤسسات الناشئة المبتكرة لدعم النشاط السياحي.

- يمكن تلخيصها في مايلى مع مقارنتها ببعض الدول العربية:
- كثير من الدول تعتبر قطاع السياحة رافد لاقتصادها، على عكس الجزائر التي يساهم قطاع السياحة بها (فرع فنادق، المقاهي المطاعم)، في الناتج المحلي الخام، بنسبة 1.7% سنة 2018. (وزارة السياحة والصناعة التقليدية، 2020)، وهي مساهمة ضعيفة بالنظر للقدرات السياحية التي تزخر بها البلاد، ونجد في نفس السنة على سبيل المثال، قطاع الساحة بالأردن يساهم بنسبة 12.5%، وحوالي 40% من إيرادات القطاع تأتي من الأردنيين المقيمين بالخارج، وهذا يشير للأهمية التي يوليها الأردن لقطاع السياحة. (منتدى الإستراتيجيات الأردني، 2018، ص 5)
 - نظمت مصر سنة 2019، المسابقة الوطنية للشركات الناشئة في مجال السياحة، والتي تنظمها وزارة السياحة بالتعاون مع منصة RiseUp لريادة الأعمال، وذلك لاختيار مشروعات وتطبيقات إلكترونية لإلقاء الضوء على المعالم والأماكن السياحية في مصر والترويج للسياحة المصرية بطرق جديدة ومبتكرة. (وزارة السياحة المصرية، 2019)، هذا ما يستوجب على الجزائر استحداث مسابقة وطنية سنوية "أفضل مؤسسة ناشئة سياحية" بغرض تشجيع الابتكار في الحلول الذكية، بهدف تحسين

وعصرنة المرافق العمومية الجوية، مع إثراء المنصة الالكترونية للمؤسسات الناشئة التي وضعتها وزارة الداخلية وفتحها أمام حاملي الأفكار المبتكرة قصد تمكينهم من تجسيد أفكارهم في شكل مشاريع سياحية حقيقية.

● المؤسسات الناشئة تحتاج إلى النظر في البنية القانونية، فالجزائر لم تسن تشريعات تعرف وتنظم المؤسسات الناشئة، مقارنة ببعض الدول أين أصدرت تشريعاتها وتعمل على تطوير هذه المؤسسات، وعلى سبيل المثال نجد أن تونس كانت سباقة في هذا المجال، حيث أصدرت في سنة 2018، القانون عدد 20 لسنة 2018 مؤرخ في: 17 أبريل 2018، يتعلق بالمؤسسات الناشئة. (الرائد الرسمي للجمهورية التونسية، 2018، ص1236)

● وفقاً لتقرير منصة "ماجنت" MAGNiTT للاستثمار المخاطر في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا لعام 2018، المتخصصة في بيانات للمستثمرين ورواد الأعمال والشركات، في 2018 احتلت الإمارات المركز الأول في الاستثمارات في الشركات الناشئة، حيث حصلت على نسبة 30% من صفقات الاستثمار، تليها مصر بنسبة 22% من الاستثمارات، وجاءت لبنان بعد مصر حيث وصلت حصتها في السوق إلى 10%، الأردن 8%، والسعودية 7%. (إبداع مصر، 2018)، و عليه يتوجب على الجزائر تشجيع ودعم إقامة علاقات تعاون بين المؤسسات الناشئة الجزائرية ونظيراتها الأجنبية، لتبادل الخبرات والتفتح بطرق مبتكرة على أفق سياحية دولية.

VI- الخاتمة:

تمحورت هذه الدراسة حول الابتكار في المؤسسات الناشئة، حيث حاولنا إعطاء صورة عامة عن تنظيمها ومساهمتها في دعم النشاط السياحي في الجزائر، للإجابة على الفرضية الموضوعية سلفاً والمتمثلة في "يوجد إرادة للنهوض بالمؤسسات الناشئة في الجزائر خاصة المتعلقة بالقطاع السياحي، لكن يوجد عدة نقائص يجب العمل عليها"، ويمكن القول أنها صحيحة وأبرزنا في دراستنا أن الجزائر تساهم في تفعيل هذا المحرك إلا أن هناك بعض التحديات التي يجب العمل لتجاوزها.

ومن خلال دراستنا توصلنا إلى مجموعة من النتائج، يمكن حصر أهمها فيما يلي:

● السياحة بالجزائر قطاع واعد ينبغي أن يكون أحد أهم المحركات الرئيسية للاقتصاد الوطني، غير أنه بعد القراءة الإحصائية للمؤشرات السياحية للجزائر سجلنا، ضعف مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الخام نظرا لنقص الاستثمار وعدم الاستغلال الجيد للمقومات السياحية الموجودة.

● وجود إرادة سياسية مواتية تساعد على نمو المؤسسات الناشئة من خلال تقديم العديد من التسهيلات لهاته المؤسسات، لكنها تحتاج إلى اكتمال الحلقة التشريعية التي تناسب كيانها، وخاصة أن التشريعات والقوانين سياحية بالجزائر الحالية غير محدثة ولا تتناسب مع الوضع الراهن وعمل المؤسسات الناشئة السياحية.

● ضعف الحوافز المقدمة للمستثمرين في مجال المؤسسات الناشئة المبتكرة، وقلة الدعم والتوجيه للمؤسسات العاملة في القطاع السياحي، وضعف فرص الحصول على التمويل لهذه المؤسسات بالإضافة لضعف التكوين خاصة السياحي والفندقي، حيث أنه لا يتمشى مع احتياجات السياح والسوق السياحية.

● تحتاج الشركات الناشئة إلى استثمار في التكوين والأبحاث السوقية لتحديد الطلب على المنتج أو الخدمة حيث يتطلب من المؤسسات الناشئة إيجاد خطة عمل شاملة تحدد الرؤى والأهداف المستقبلية، بالإضافة إلى استراتيجيات الإدارة والتسويق.

● التأخر في تفعيل صندوق دعم وتطوير المنظومة الاقتصادية للمؤسسات الناشئة، وقلة حاضنات الأعمال التي تترافق المؤسسات الناشئة.

وعلى ضوء نتائج الدراسة يمكن تقديم التوصيات التالية:

- من الضروري تامين وتشجيع قطاع السياحة، ليصبح مساهم قوي في إنعاش الاقتصاد الوطني.
 - قطاع السياحة قطاع أفقي يتقاطع مع العديد من القطاعات، ولضمان النهوض به واستدامته، يجب تحقيق التشاور والتنسيق مع جميع القطاعات بما يخدم الصالح العام.
 - يجب وضع ورقة طريق واضحة للاستثمار السياحي، استنادا على التخطيط، وتسطير أهداف متفق عليها مع مختلف الفاعلين، من شأنها المساعدة في تحقيق إستراتيجية مواتية للقطاع السياحي.
 - يتوجب إعتماد اللامركزية في التعاملات مع المستثمرين في مجال المؤسسات الناشئة وتقديم التسهيلات الاستثمارية في جميع القطاعات وخاصة قطاع السياحة، بهدف مرافقة وبناء الثقة اتجاه المستثمرين المحليين لتصبح كعامل أساسي لتشجيع الاستثمار.
 - يتوجب إعادة النظر في شروط الحصول على التمويل السياحي لاسيما للمؤسسات الناشئة.
- كما يمكن تلخيص ما هو ضروري للنهوض بالمؤسسات الناشئة المبتكرة والنشاط السياحي على حد سواء فيما يلي:**
- تشجيع والسهر على وضع منظومة مندججة للمؤسسات الناشئة السياحية تتشكل من كافة الفاعلين أو المتدخلين بمختلف فئاتهم.
 - إنشاء وكالة وطنية مكلفة بتنسيق وكذا ترقية ومرافقة المؤسسات الناشئة المبتكرة في المجال السياحي.
 - خلق فضاءات التبادل والتشاور بين مختلف الفاعلين في المنظومة وتحفيزهم لإعطاء أفضل ما يمكن توقعه من أفكار ومشاريع جديدة.
 - تطوير تجربة نقاط الاتصال الرقمي على مستوى الـ57 ولاية، من أجل ضمان دور المسهل والوسيط بين المؤسسات الناشئة من جهة والجماعات المحلية من جهة أخرى، مع تحقيق تكافؤ الفرص للترويج للجزائر كوجهة سياحية وطنية ودوليا.

قائمة المراجع:

- أسامة محمد خيرى. (2012). إدارة الإبداع و الابتكارات. عمان- الأردن، دار الياية للنشر والتوزيع.
- خالدية بوجحيش، وعبد الكريم البشير. (2017). دور تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في تطوير مخرجات الابتكار(دراسة مقارنة بين الجزائر وتونس. مجلة إقتصاديات شمال إفريقيا، 13(17)، صفحة 166.
- شريفة بوالشعور. (2018). دور حاضنات الأعمال في دعم المؤسسات الناشئة Startup - دراسة حالة الجزائر. مجلة البشائر الإقتصادية، 4(2)، صفحة 420.
- عبد الهادي مقراني. (2018). دور الابتكار في تفعيل القطاع السياحي وتطوير المنتجات السياحية “نموذج كلارك وأبرناتي”. مجلة الإبتكار والتسويق، 5(1)، صفحة 68.
- علاء الدين بوضياف، و محمد زويبر. (2020). دور حاضنات الأعمال التكنولوجية في دعم المؤسسات الناشئة بالجزائر. مجلة شعاع للدراسات الإقتصادية، 4(1)، صفحة 90.
- محمد وهاب، و نورالدين رادي. (2016). واقع المؤسسة المصغرة في الجزائر في ظل إصرار القطاع غير الرسمي وحتمية الابداع والابتكار. مجلة الإبتكار والتسويق، 3(3)، صفحة 113.
- مصطفى بورنان، وعلي صولي. (2020). الاستراتيجيات المستخدمة في دعم وتمويل المؤسسات الناشئة - حلول لإنجاح المؤسسات الناشئة. مجلة دفاتر إقتصادية، 11(3)، صفحات 73-74.

- نجاة بن تركية. (2017). السياحة الرياضية رافد لتنشيط السياحة الداخلية في الجزائر. مجلة العلوم الإدارية والمالية، 1(1) صفحة 284.
- نورالدين رادي. (2014). الإبداع والإبتكار في المنظمات الحديثة - دراسة تجارب عالمية. مجلة الإبتكار والتسويق، 1(1) صفحة 138.
- منتدى الإستراتيجيات الأردني. (2018). تعزيز تنافسية قطاع السياحة: الآفاق والتكيف مع المستجدات. الأردن. وزارة السياحة المصرية. (2019). انطلاق فعاليات المسابقة الوطنية الأولى التي تنظمها وزارة السياحة للشركات الناشئة في مجال السياحة بالتعاون مع منصة RiseUp لريادة الأعمال لريادة الأعمال. مصر.
- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية. (04 06, 2020). القانون رقم 07-20 المؤرخ في 4 يونيو 2020، يتضمن قانون المالية التكميلي لسنة 2020. (العدد81)، صفحة 12.
- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية. (04 06, 2020). القانون رقم 07-20 المؤرخ في 4 يونيو 2020، يتضمن قانون المالية التكميلي لسنة 2020. (العدد81)، صفحة 17.
- الرائد الرسمي للجمهورية التونسية. (17 04, 2018). قانون عدد 20 لسنة 2018 مؤرخ في 17 أبريل 2018، يتعلق بالمؤسسات الناشئة (32)، صفحة 1236.
- إبداع مصر. (2018). الشركات الناشئة في مصر الأسرع نمواً في المنطقة لعام 2018، الموقع: <https://2u.pw/SUISr>، تاريخ الاسترداد 05 15 2020.
- ب عبد الرزاق. (2020). الحكومة تعلن عن 8 قرارات لدعم المؤسسات الناشئة، موقع الشروق اون لاين: <https://2u.pw/scjqA>، تاريخ الاسترداد 04 29 2020.
- نادية بن طاهر. (2019). وزارة السياحة تنظم لقاء وطني حول المؤسسات الناشئة اليوم، موقع النهار اون لاين: <https://2u.pw/ALvpR>، تاريخ الاسترداد 05 23 2020.
- وزارة الداخلية والجماعات المحلية والتهيئة العمرانية. (2019). الندوة الدولية لدعم المؤسسات الناشئة، موقع <https://2u.pw/MYape>، تاريخ الاسترداد 05 05 2020.
- وزارة السياحة والصناعة التقليدية والعمل العائلي. (2019). لقاء وطني حول المؤسسات الناشئة في قطاع السياحة، موقع <https://2u.pw/AzcxB>، تاريخ الاسترداد 05 23 2020.
- وزارة السياحة والصناعة التقليدية والعمل العائلي. (2020). لوحة القيادة لإحصائيات السياحة والصناعة التقليدية، الموقع: <https://2u.pw/cmYqW>، تاريخ الاسترداد 05 24 2020.

Bibliography List

- FERNEZ-WALCH, S., & ROMON, F. (2013). *Management de l'innovation - De la stratégie aux projets* (éd. 3). paris: Magnard-Vuibert.p.5.
- BOUROUAHA, A., & MALIKI, S. B. (2020). *Innovation in Mena region : descriptive analysis among firms of Mena region. Review of Finance and Markets*, 7(1), p. 38.
- KARAR, A. (2014). *Le management de l'innovation, ses conditions et compétences. revue chercheur économique*, 2(2), pp. 11-12.

TEKFI, S., & LAOUEDJ, Z. (2019). Les Startups touristiques : un fer de lance pour le tourisme interne en ALGERIE (Cas de la Startup Nbatou. Revue l'Ijtihad D'études Juridiques et Economiques, 8(3), p.3.