

## الثقافة السياحية واستراتيجيات التنمية المستدامة بين الضرورة الإستراتيجية وخصوصية الفرد الجزائري - قطاع السياحة نموذجا -

د. عيوني نجم الدين  
جامعة عنابة

الملخص :

شهدت المنطقة العربية خاصة في السنوات الأخيرة تحولات سياسية وأمنية كبرى أدت إلى آثار انعكاسية على اقتصادياتها ، امتد ذلك إلى صورتها لدى العالم الخارجي ، فكانت من أبرز القطاعات المتضررة السياحة ، كما هو الحال في تونس ، مصر ، اليمن ، سوريا ، العراق ... التي كانت تشكل محورا لاقتصاد عديد هذه الدول . و بالمقابل الجزائر تعيش أوضاعا اقتصادية غير مستقرة في ظل تراجع أسعار البترول العمود الفقري للاقتصاد الوطني ، وبداية التفكير في إيجاد بدائل للنهوض بالاقتصاد واجتناب أزمة اقتصادية وخيمة الآثار . وبالفعل شرع في تفعيل بعض الإجراءات لترقية قطاع السياحة ، والمقاولة كحل أثبتنا فعاليتها واقعيا ، وفي متناول السلطات الرسمية

لكن الأمر لا يتوقف فقط على إرادة السلطة والدعم المادي بل يحتاج إلى وجود ثقافة مشجعة للسياحة والمقاولة لدى المجتمع الجزائري لتوفير مناخ يخدم كل الأطراف ، خاصة فئة الشباب هذه الفئة التي إن وجدت الدعم اللازم فلا شك أنها ستلعب دورا رئيسيا في تحقيق التنمية المستدامة والنهوض بعجلة الاقتصاد الوطني .  
الكلمات المفتاحية : السياحة ، المقاولة ، ثقافة السياحة ، ثقافة المقاولة .

Summary:

The Arabic region has witnessed in recent years political transformations, major security led to the effects of reflexive on their economies, extended to its image in the outside world, was one of the most prominent sectors affected tourism, as is the case in Tunisia, Egypt, Yemen, Syria, Iraq, ... That was the focus of the economy of many of these countries.

And on the other hand, Algeria Lives economic conditions to unstable in light of the retreat of oil prices the backbone of the national economy, and the beginning of thinking in finding alternatives to the advancement of the economy to avoid an economic crisis consequences. Indeed initiated in activating some measures to upgrade the tourism sector, and entrepreneurship proved their effectiveness and realistic, and accessible to the official authorities but depends not only on the will of the Authority and material support but needed to the existence of a culture of encouraging entrepreneurship and tourism in Algerian society to provide a climate that caters to all parties, especially the young people of this category that found the necessary support, there is no doubt that it will play key role in achieving sustainable development and the advancement of the wheel of the national economy.

Keywords: tourism, entrepreneurship, culture of tourism, culture of entrepreneurship.

مقدمة :

تشكل السياحة دورا مهما في اقتصاد عديد الدول العربية على غرار المغرب ، تونس ، مصر و الأجنبية ، مستفيدة بذلك مما تحوزه من إمكانيات طبيعية ، تاريخية ، ثقافية ، علاجية ، ... لجذب السياح. فهي وسيلة لتحقيق التنمية المحلية المستدامة ، لما تدره سنويا من عملة صعبة ، وفرص العمل التي تتيحها لليد العاملة في مختلف المهن ، خاصة هذه الأخيرة من خلال ما يعرف بالمقاولة ، التي أثبتت نجاعتها كأسلوب لرفع الدخل الفردي من جهة ، وفضاء لتمكين المهتمين من إثبات أنفسهم والمشاركة في تحريك عجلة الاقتصاد والتطور .

لكن وفي ظل التي عرفتها أغلب الدول التي كانت مقصدا سياحيا مميزا لمريدي الترفيه والاستراحة ؛ أهمها تردي الوضع الأمني لاسيما في الدول العربية ، والوضع الكارثي الذي أصبحت عليه اقتصاديا ، انسانيا واجتماعيا . إلى جانب تراجع أسعار البترول المعيل الأول للاقتصاد الجزائري بنسبة 97 % ، والدعوة لانتهاج سياسة التقشف التي لن تكون عواقبها محمودة على كل الفئات في حالة تأزم الأوضاع أكثر واستمرار أسعار البترول في الانخفاض .

هذه العوامل وأخرى جعلت ضرورة العمل على الاستثمار في الأقطاب السياحية المتوفرة بالجزائر والتي تضاهي أو تفوق ما تمتلكه عديد الدول جمالا وندرة طوال السنة ، أمرا ملحا ولا نقاش فيه ، إلى جانب التعويل على الكفاءات المحلية لقيادة الاقتصاد الوطني ، وتنويع مصادر الدخل والاستثمار في الأفكار الابتكارية للشباب المقاوم المؤهل علميا ومهنيا ، الذي تزداد أرقامه سنويا وبالمقابل تناقص فرص التوظيف في القطاع العمومي .

ورغم الخطاب الرسمي والأكاديمي الراعي في المدة الأخيرة لفكرة جعل السياحة والمقاولة قطاعان رائدان في الاقتصاد الوطني لحل عديد المشاكل الاقتصادية والاجتماعية كالبطالة ، والتبعية للمحروقات ، إلا أن الأمر لن يكون سهلا ويتوقف نجاح هذه الاستراتيجية على عديد العوامل المادية ، واللامادية خاصة هذه الأخيرة والتي نقصد بها ثقافة السياحة ، وثقافة المقاولة كثنائي يكملان بعضهما ، لاسيما بالنسبة للمجتمع الجزائري الذي مر بفترات زمنية مختلفة لم يكن فيها اعتماده على المبادرات الفردية أمرا رائجا نتيجة تبني مقاربات اقتصادية كانت تبدو الأنجع في وقتها ، لكنها أفرزت جيلا متواكلا ، فاقد لروح الجماعة والاعتماد على الذات في نفس الوقت .  
وعليه فالسؤال الذي يتبادر إلى أذهاننا :

هل تتوفر الجزائر على ثقافة تشجع على الاستثمار في السياحة والمقاولة ؟

1/ ماهية السياحة:

- لقد تعددت التعاريف السياحة لتعدد وجهات النظر والجوانب والقطاعات التي تهتم بالسياحة وعليه نذكر بعضها كالآتي: (1)
- السياحة هي أنشطة المسافرين إلى مكان خارج بيئته المألوفة لفترة معينة من الوقت لا تزيد عن سنة بغير انقطاع للراحة أو لأغراض أخرى (تعريف W. O. T) .
  - السياحة هي ذاك النشاط الحضاري و الاقتصادي و التنظيمي بانتقال الأفراد من بلد لآخر غير بلدهم و إقامتهم فيه لمدة لا تقل عن 24 ساعة لأي غرض ما عدا العمل .
  - السياحة نشاط يحتوي على عمليتي إنتاج و استهلاك تستلزم تنقلات خاصة بها خارج مقر الإقامة الأصلي لليلة على الأقل، حيث يكون السبب هو التسلية أو التداوي أو زيارة المقدسات الدينية أو تجمعات رياضية إلى غير ذلك (تعريف Michaud) .

من خلال التعاريف السابقة نلاحظ فعلا أن تعاريف السياحة تختلف على حسب الزاوية التي ينظر منها إليها، فالبعض يتعامل معها على أنها ظاهرة اقتصادية و الأخر على أنها ظاهرة اجتماعية ذات بعد ثقافي و غير ذلك . فالسياحة هي الأنشطة الحضارية التي يقوم بها الشخص المسافر إلى مكان خارج بيئته المعتادة لمدة زمنية قصيرة وألا يكون الغرض من السفر ممارسة نشاط يكتسب منه دخلا.

2/ أنواع السياحة : (2)

1/1/ حسب الهدف من السفر :

1. السياحة الترويجية: يلجأ لها السائح للترويج عن نفسه، بهدف الخروج من الحياة الروتينية التي يعيشها واستعادة نشاطه، سواء كانت في أماكن خلوية أو شاطئية أو جبلية... الخ . وقد تكون أسبوعية أو شهرية أو سنوية. ويمكن للسائح في هذا النمط من ممارسة العديد من الأنشطة الترفيهية. وقد تكن في مكان معتاد متكرر، أو في أماكن متعددة في كل مرة.
2. السياحة الثقافية: وتعد من أهم أنواع السياحة لإشباع الرغبة المعرفية، كحضور الندوات والمؤتمرات ومعارض الكتب، ومسابقات الشعر، والندوات الفكرية والحوارية، وقد تكون لأماكن تاريخية يعرف خلالها تاريخ حضارة ما .
3. السياحة الاجتماعية: حيث يلجأ لها غالبا أبناء الوطن المهاجرين للخارج وأبنائهم ، لزيارة أقاربهم والتعرف على التغيرات التي حدثت في الوطن. ويطلق على هذا النوع من السياحة سياحة الجذور أو الأصول العرقية.
4. سياحة المشتريات أو التسوق: بحيث يكون الشراء والتبضع من أهم أهداف السائح في رحلته السياحية، وعادة ما تسعى الدول لان تكون سوقا تجاريا رائجة، تعرض فيها المنتجات بأسعار منافسة، وذلك لجذب السياح.
5. سياحة الهوايات: تمثل الهوايات كالرياضة وزيارة المتاحف والمعارض مجالا خصبا للسياحة ،وتقوم شركات السياحة على تنظيم تلك السياحة.
6. سياحة التعليم والتدريب: حيث تجذب الجامعات والكليات والمعاهد العلمية ومراكز التدريب عددا من السياح على مستوى العالم .
7. سياحة المهرجانات والأعياد: حيث تخطط على مستوى عالٍ من التشويق والإثارة، ويعلن عنها قبل أوقات كافية حتى تستقطب أعدادا كبيرة من السياح، حيث يستمتعون بالعروض الشعبية وما تتميز به من عادات وتقاليدها تبهير السائحين.
8. السياحة العلاجية: وتكون عادة في الدول المتقدمة سياحيا، خاصة إذا توافرت المياه المعدنية أو الكبريتية، أو جو صحي مستقر، أو المجمعات الصحية الفندقية ذات الكفاءات العلمية المؤهلة والمدربة على العلاج التقليدي أو الطبيعي. ولها نوعان : (سياحة استشفائية - سياحة وقائية حرة) وكانت بالسابق حكرا على الأغنياء، أما الآن ومع تحسن الوضع المادي للكثير ولانتشار التأمين الصحي فقد أصبح يمارسها الطبقات الوسطى.
9. السياحة الدينية: سواء الداخلية أو الدولية، وتقوم على العاطفة الدينية لدى الكثير من الناس، وأبرز الأماكن التي تزار عند المسلمين الحرمين الشريفين بمكة والمدينة. كما توجد أماكن دينية تزار من ملل ونحل غير إسلامية.
10. السياحة الرياضية: حيث تهدف إلى إشباع رغبات السائحين في ممارسة رياضتهم المختلفة، سواء عن طريق استغلال الطبيعة كرياضة التزلج على الجليد ، أو القنص أو الغطس أو السفاري.. الخ. أو قد يكون السائح من هواة المشاهدة دون المشاركة الفعلية، وبرز المناسبات السياحية كاس العالم للرياضات المتعددة.
11. سياحة المؤتمرات: وازدهرت بعد الحرب العلمية الأولى، حيث انتشرت المؤتمرات الدولية للهيئات والمنظمات، وارتفاع أهمية الحوار بالعالم .

### 3/ الظاهرة المقاولتية :

1/3 المفهوم: لقد استعمل هذا المصطلح للدلالة على عدة معاني عبر التاريخ ، وأصبح متداولاً بشكل أوسع بعد أن تناول العديد من الاقتصاديين والإداريين مسألة المبادرة الفردية والمقاول، ويعد بيتر دراكر من الأوائل الذين أشاروا إلى ذلك في سنة 1985 من خلال إشارته إلى تحول الاقتصاديات الحديثة من اقتصاديات التسيير إلى اقتصاديات مقاولاتية. حيث استخدم مفهوم المقاول على نطاق واس في عالم الأعمال اليابانية أين تنتشر مؤسسات الأعمال المقاولاتية نتيجة التقدم التكنولوجي والسعي والخدمي، فلقد كانت المقاول تعني دائما الاستحداث، أما في حقل إدارة الأعمال فيقصد بها

إنشاء مشروع جديد أو تقديم فعالية مضافة إلى الاقتصاد. دون أن ننسى جهود جوزيف شومبيتر (Shumpeter) كأحد الرواد البارزين في هذا الميدان ، الذي أتى بفكرة التدمير الخلاق في معرض حديثه عن دور المقاوم كمحرك للاقتصاد بنظمه ومتغيراته الحديثة .

ويمكن تعريف المقاوم بأنها: " حركية إنشاء واستغلال فرص الأعمال من طرف فرد أو عدة أفراد وذلك عن طريق إنشاء منظمات جديدة من أجل خلق القيمة." (3)

في حين ألان فايول (Alain Fayolle) يعرفها بأنها حالة خاصة يتم من خلالها خلق ثروات اقتصادية واجتماعية ، لها خصائص تتصف بعدم الأكادة ، أي تواجد الخطر ، والتي تدمج فيها أفراد ينبغي أن تكون لهم سلوكيات ذات قاعدة تتخصص بتقبل التغيير وأخطار مشتركة ، والأخذ بالمبادرة والتدخل الفردي وهذه الحالات يمكن ان ترتبط ب :

❖ انشاء مؤسسة أو نشاط من طرف أفراد مستقلين أو من طرف مؤسسات .  
❖ استعادة نشاط أو مؤسسة ، تكون في صحة جيدة " سليمة " أو تواجه صعوبات من طرف أفراد مستقلين أو من طرف مؤسسات .

❖ تطوير وإدارة بعض المشاريع المخطرة في مؤسسات.

❖ القيام بتسيير بعض الوظائف أو المسؤوليات داخل المؤسسات.(4)

2/3 أهمية المقاومية في الجزائر :

ويأتي تركيز الجزائر في الآونة الأخيرة على قطاع المقاوم وانشاء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالنظر إلى ما تتمتع به هذه المنظمات من خصائص متعددة نذكر منها : (5)

❖ خلق فرص عمل متزايدة، و تساعد بذلك على حل مشكلة البطالة.

❖ نشر الرفاهية الاقتصادية، و تحسين مستويات المعيشة، و توزيع عوائد التنمية على مناطق الدولة المختلفة.

❖ يؤدي إمعانها في التخصص إلى تخفيض تكاليف الإنتاج.

❖ ارتفاع قدرتها على الابتكار وذلك لإرتفاع قدرة أصحابها على الإبتكارات الذاتية في مشروعاتهم.

❖ ارتفاع المستوى المهاري للعمالة المشتغلة فيها نظرا للتخصص الدقيق، وقيام برامج التعاون بينها و بين المؤسسات الكبيرة على أساس التعاقد من الباطن.

❖ القدرة على جذب المدخرات الصغيرة، و استخدامها بطريقة فعالة، تتلاءم وظروف و طبيعة الدول النامية.

❖ الفعالية و الكفاية سواء من حيث القدرة على تحقيق الأهداف الاقتصادية لأصحابها، أو من حيث قدرتها على إشباع رغبات و احتياجات العميل.

❖ مناسبة لخدمة أسواق الدول النامية، التي تتصف بصغرها أو محدوديتها وتنشئتها في نفس الوقت.

❖ القدرة على الانتشار في كل فروع النشاط الاقتصادي، و تجنب تلوث البيئة.

❖ المرونة و القابلية للتكيف في مواجهة الظروف غير الطبيعية خاصة في أوقات الانكماش أو الكساد الاقتصادي، و هذا ما تعجز عنه المؤسسات الكبيرة العملاقة، حيث تتسم المؤسسات الصغيرة بمرونة الإدارة.

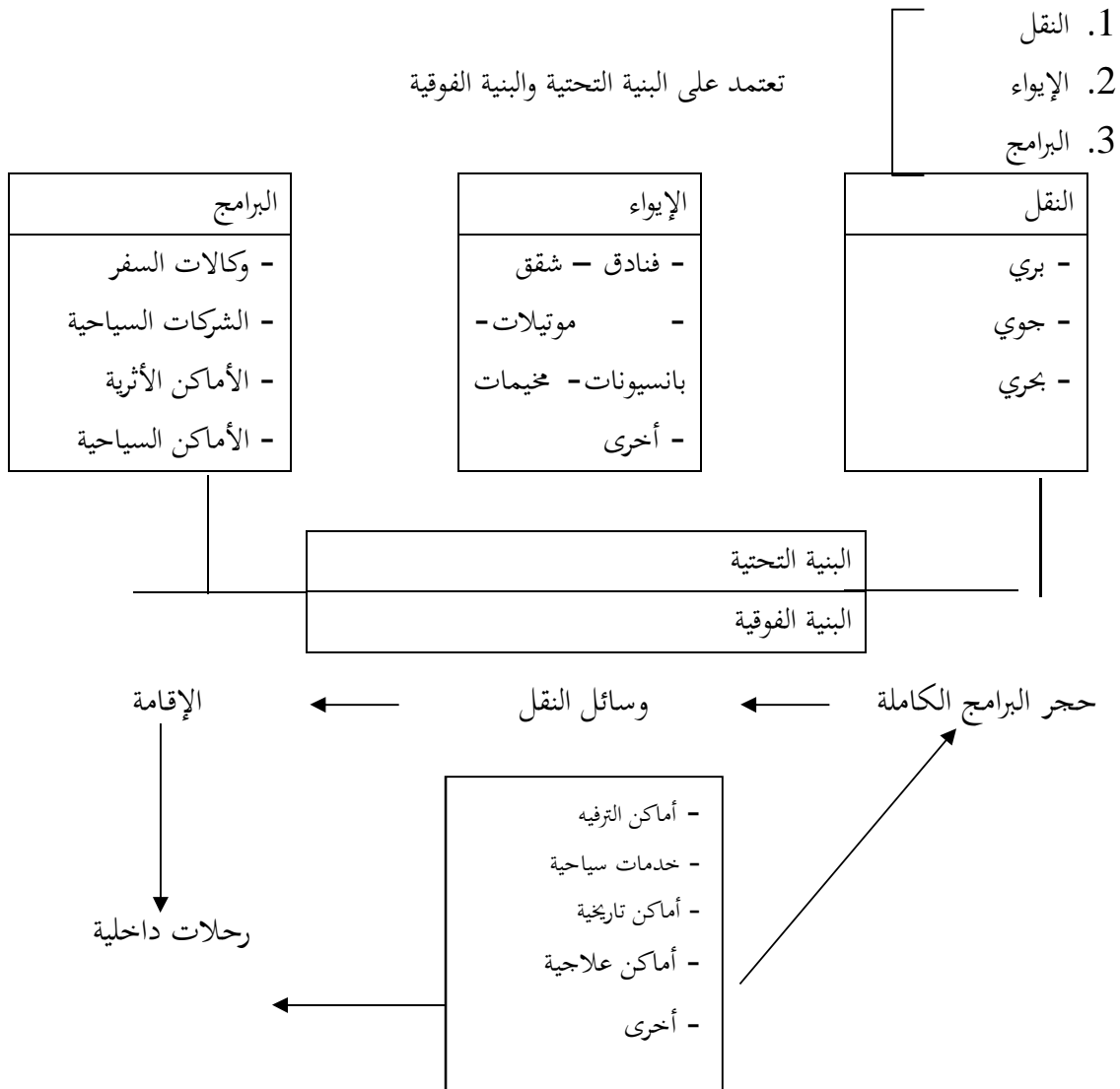
❖ تقديم خدمة متميزة لها طابع شخصي بسبب قربها من العميل و المورد، مما يزيد من درجة رضا العميل، وكذا إرضاء المورد.

❖ معاونة المؤسسات الكبيرة على تدبير احتياجاتها من مستلزمات الإنتاج السلعية.

- ❖ قدرتها على النمو المستمر، وتقوية الأواصر الإجتماعية وخدمة المجتمع.
- ❖ سهولة التأسيس.
- ❖ إدارة التدريب الذاتي.
- ❖ التكيف مع المتغيرات الحديثة.
- ❖ جودة الإنتاج..

❖ تتميز المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بوجود علاقة قوية بين رجال الإدارة العليا فيها والأفراد العاملين بها، مما يساعد على إيجاد تفاهم و تعاون مشترك بينهما، وهذا بدوره يقلل من المنازعات بينهما. في جميع القطاعات بما فيها السياحة خاصة إذا علمنا أن المنظومة السياحية تحتوي عديد العناصر والنشاطات التي تستدعي الاستثمار فيها ويمكن للمؤسسات الصغيرة، الصغيرة والمتوسطة سدها كما هو موضح في المخطط التالي : (6)

شكل رقم 1 : أركان السياحة



المصدر : ماهر عبد العزيز توفيق : "صناعة السياحة" ، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان ، الأردن 1997 ، ص 43

4/ الثقافة السياحية :

1/4/ تعريف الثقافة السياحية :

هي امتلاك لقدر من المعارف والمعلومات والمفاهيم والمهارات والاتجاهات والقيم ، التي تمثل في مجملها خلفية مناسبة لكي يسلك سلوكا سياحيا رشيدا نحو كل ما له علاقة بالمظاهر السياحية ، وكذلك العمليات اللازمة للتخطيط والتنظيم والتعامل مع المؤسسات والأماكن السياحية والسياح .(7)

2/4/ مبادئ الثقافة السياحية:

تقوم الثقافة السياحية على مجموعة من المبادئ : (8)

- ❖ تعد الثقافة السياحية عملية متكاملة معرفيا مهارتي ووجدانيا .
- ❖ على الدولة ومؤسساتها أن يهتموا بتنمية الثقافة السياحية لدى الأفراد.
- ❖ مشاركة الهيئات والمؤسسات في تنفيذ برامج الثقافة السياحية .
- ❖ إقامة خطط مستقبلية خاصة ببرامج التنمية الشاملة للثقافة السياحية لدفع عجلة التنمية .
- ❖ الثقافة السياحية تهتم بالجوانب الثقافية والاجتماعية للمجتمع .
- ❖ إشراك أفراد المجتمع والمتقنين في إعداد برامج تنمية الثقافة السياحية .

3/4/ أهمية الثقافة السياحية : (9)

- ❖ فهم و تنمية التراث: إن الذاكرة التاريخية لأي دولة هي تراثها الحضاري، و التي تعمل الثقافة السياحية على تنميته و المحافظة عليه من تعريف المجتمع به، و كيفية المحافظة عليه و استغلاله بطريقة أمثل، و زيادة الوعي لدى المجتمع بأهميته.
- ❖ عالمية الثقافة السياحية: صارت الثقافة السياحية تقدم المعلومات و المفاهيم و المهارات و الاتجاهات لجميع أفراد المجتمع، محليا و دوليا، و ذلك من خلال ما أصبح اليوم يسمى بظاهرة العولمة.
- ❖ احتياج المجتمع للتغيير: إن المجتمع في حاجة إلى التغيير في أنماط العلاقات الاجتماعية، و التي لا يمكن أن تحدث إلا من خلال التدخل على المستوى الاجتماعي، الثقافي و الاقتصادي.
- ❖ ضرورة الثقافة السياحية للتنمية: تعمل على إحلال قيم و تقاليد جديدة، تتماشى مع البيئة المحيطة بالفرد، و التي هدفها التغيير و رفع مستوى المعيشة.
- ❖ الثقافة السياحية نشاط اجتماعي: الثقافة السياحية ضرورية لإعداد و تنفيذ خطط التنمية السياحية و مشاركة الجماهير في إعداد برامج لتنمية الثقافة السياحية جد مهم.

5/ السياحة و ثقافة المجتمع :

لظالما كان الفضول هو المحرك الأساسي للفرد ، ورغبته في الاطلاع على تجارب جديدة والتقرب إلى شعوب وتقاليد مختلفة ، ورغم ما تتيحه السياحة من فرص للتبادل الثقافي و ربط العلاقات بين الأفراد وحتى الدول إلا أنها قد تحمل آثارا عكسية خاصة على الصعيد الثقافي. إذ قد تتسبب في انتشار قيم وتقاليد جديدة وغير مألوفة بصورة سريعة ومفاجئة بالنسبة لسكان هذه المناطق تختلف عن موروثاتهم الحضارية والاجتماعية التي نشئوا وتربوا عليها مما يؤدي إلى تحولات وتغييرات جذرية في هذه المجتمعات . مما قد يتسبب في حدوث تصادم ثقافي نتيجة التعارض والاختلاف بين الأفكار والأساليب الغالبة في المجتمع ، والقادمة من الخارج وأحيانا لسلوك بعض السائحين وتصرفاتهم التي لا تعبر بالضرورة عن أسلوب حياتهم اليومية في

بلادهم وإنما ذلك راجع لأسباب منها الميل إلى حب المغامرة وحب الاستطلاع ، الأمر الذي يؤدي إلى إثارة الشعب المضيف وضيقة (10) وهذا الضيق والرفض قد ينعكس سلبا على السياحة وربما يؤدي إلى حدوث مشاكل مع السياح قد تهدد سلامتهم ، وتسبب في تأزم الأوضاع الدبلوماسية بين الدول ما يعود بالسلب على الاقتصاد ككل كما حدث في تونس صيف 2015، بغض النظر عن الأبعاد الأيديولوجية، السياسية والأمنية للحدث .

وتأتي إشارتنا لهذه النقطة بالنظر لخصوصية الفرد الجزائري وطبيعة شخصيته المحافظة والمتمسكة بعاداته وقواعد تنشئته المتوارثة ، التي تميزها العصبية ، الغيرة على العرض أو الشرف ، التمسك بالدين ، الحياء ، ورغم الانفتاح الفكري للشخصية الجزائرية بحكم التطور التكنولوجي ، و التعليم ، والاحتكاك بثقافات أخرى والاطلاع على أساليب حياة شعوب أخرى نتيجة العمل أو الدراسة أو نحوها ، وأنماط السلوك التي قد تظهر لدى البعض وتفسر على أنها تقليد للآخر أو غير ذلك خاصة لدى الأجيال الحديثة - إن أمكننا إطلاق هذا المصطلح- تبقى الأساسيات التي تربي عليها ويرأها في محيطه الذي يكبره سنا والذي يتخذة قدوة له من جهة ، ورأي الأغلبية من جهة أخرى ، توظف سلوكه وتكيفه مع البيئة العامة التي يتواجد بها .

#### 6/ السياحة وثقافة المقاول:

تعتبر السياحة صناعة خدمات لعمل مكثف ومصدر للتوظيف سواء بشكل مباشر داخل قطاع السياحة ذاته ، أي ما يتصل باستغلال المقاصد السياحية ، كالعائلة المتخصصة للنقل السياحي ، و الإرشاد السياحي ، حماية السياح ، حفظ شؤونهم ، أو بشكل غير مباشر ، بالمساهمة في توفير فرص عمل بالقطاعات التي تمد السياحة باحتياجاتها من السلع و الخدمات ، كالعاملين في البنى الأساسية ، والزراعة و تجارة المواد الغذائية و الصحة.

و في الجزائر تعتبر الفنادق و الأسرة من المؤشرات التي يمكن الاعتماد عليها في عملية التوظيف، حيث شهدت سنة 2008 نموا ملحوظا في العمالة الخاصة بالفنادق و المطاعم حيث قدر عدد العاملين فيها 320 ألف وظيفة أي بنسبة 6,56% مقابل 4,204 ألف وظيفة في عام 2007 .

تقدر عدد المشاريع المسجلة لدى الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار لفترة 2002-2012 في قطاع السياحة ب 59 مشروع . (11)

المبلغ: المليون دينار جزائري

عدد مناصب الشغل	المبلغ	عدد المشاريع	قطاع النشاط
49780	781962	409	قطاع السياحة

المصدر: موقع الالكتروني الرسمي للوكالة الوطنية لترقية الاستثمار (andi) .

وتبقى هذه الأرقام متواضعة وتحتاج إلى تدعيمها ، وفتح المجال أكثر أمام الاستثمار الخاص أو المقاول لفةة الشباب خاصة خريجي معاهد الفندقية أو من يحملون شهادات جامعية أو مهنية في التخصصات ذات العلاقة بالسياحة حسب خصوصية كل منطقة ، على أن يكون هذا الدعم ليس بالأموال والإمداد اللوجستيكي فقط وهو ما تقوم به منذ سنوات الهياكل المسئولة عن تشجيع وترقية الاستثمار ومنه الاقتصاد بأنواعها على غرار الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب ، صندوق ضمان القروض (FGAR) ، صندوق ضمان قروض الاستثمار (CGCI PME) ، الوكالة الوطنية لتطوير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (ANDI PME) . وإلى جانب ذلك تم إنشاء الصندوق الخاص بتأهيل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الحاضنات والمشاريع المختلفة. إذ ينبغي أن تولي اهتماما أكثر بالتحسيس والترويج للفكر المقاولاتي طالما كل الظروف تدعم هذا الطرح في مقدمتها كثرة العرض من الكفاءات الشبابية مقابل قلة المناصب المفتوحة . فالاستثمار في الثقافة المقاولتية أولا

قبل الحديث عن الأمور المادية التي تمثل، بمجمل المهارات والمعلومات المكتسبة من فرد أو مجموعة من الأفراد ومحاولة استغلالها وذلك بتطبيقها في الاستثمار في رؤوس الأموال وذلك بإيجاد أفكار مبتكرة (جديدة)، إبداع في مجمل القطاعات الموجودة إضافة إلى وجود هيكل تسييري تنظيمي. وهي تتضمن التصرفات، التحفيز، ردود أفعال المقاولين، بالإضافة للتخطيط واتخاذ القرارات التنظيم والمراقبة. كما أن هناك أربع أماكن يمكن أن ترسخ فيها هذه الثقافة هي: العائلة، المدرسة، المؤسسة والمحيط. (12)، فهي " مزيج من القيم والاعتقادات والافتراضات والمعاني والتوقعات التي يشترك فيها أفراد أو جماعة أو وحدة معينة ، ويستخدمونها في توجيه سلوكهم وحل المشكلات ". (13)

حيث تشير بعض الدراسات إلى أن إدراك رغبة (Perception de désirabilité) الفرد في الانخراط في عالم المقاوله تتحكم فيه جملة من المتغيرات من بينها العوامل الاجتماعية والثقافية التي تؤثر على نظام القيم للأفراد. فكلما كان المجتمع يولي أهمية للإبداع، المخاطرة، الاستقلالية الذاتية، كلما زاد عدد المؤسسات المنشأة. ويتشكل نظام القيم من خلال تأثير العائلة خاصة الأبوين اللذان يلعبان دور مهم في تكوين الرغبة، بالإضافة للتجارب السابقة والفشل في تجارب مقاولاتية سابقة، كلها عوامل تساعد على تقوية الرغبة لدى الشخص. (14) وتوجيهه نحو المقاوله وتحفيزه للالتزام بمبادئ هذا العمل الذي يختلف كثيرا عن أي مشروع أو مؤسسة ربحية عادية ، فالمقاوله تنافس أفكار إبداعية هدفها الدائم التجديد ، الخلق وعدم الاكتراث للمخاطرة والمغامرة .

#### 17/ قراءة في الإستراتيجية السياحية الجزائرية في آفاق 2025:

تنقسم هذه الإستراتيجية على ثلاث مراحل، المدى القصير (2009) ، على المدى المتوسط (2015) وعلى المدى الطويل (2025) في إطار التنمية المستدامة من أجل جعل الجزائر بلد مستقبل على أن يتم خلال هذه الفترة ما يلي : (15)

- ❖ تحديد وسائل وضعه حيز التنفيذ و تحديد شروط قابلية تجسيده ( برنامج ترقية السياحة).
- ❖ ضمان في إطار التنمية المستدامة توازن الإنصاف الاجتماعي و الفعالية الاقتصادية و حماية البيئة.
- ❖ تقويم الثروة الطبيعية و الثقافية و التاريخية للبلاد ، ووضعها في خدمة السياحة الجزائرية من أجل رفعها إلى صف الوجهات السامية في المنطقة الأوروبية المتوسطة.

يحدد بهذا للبلد أكمله و لكل منطقة من التراب الوطني التوجيهات الإستراتيجية للتهيئة السياحية في إطار التنمية المستدامة. حيث يركز المخطط الوطني لتهيئة الإقليم على 5 ديناميكيات :

- ❖ تقويم وجهة "الجزائر" لتعزيز جلب فرص الاستثمار و التنافس.
- ❖ تنمية الأقطاب و القرى السياحية السامية و ذلك بترشيد الاستثمار.
- ❖ إعداد برامج نوعية سياحية.
- ❖ تنسيق العمل وذلك بتعزيز السلسلة السياحية و إقامة شراكة عمومية و خاصة .
- ❖ تحديد و وضع حيز التنفيذ مخطط تمويل عملي من أجل دعم النشاطات السياحية وكذا المطورين و جلب كبار المستثمرين و المتعاملين.

في إطار آفاق التنمية السياحية ،قامت السلطات العمومية بإنشاء سبعة (7) أقطاب سياحية بهدف تلبية طلب السوق إذ ستمتع هذه الأقطاب بالاستقلالية الكافية التي ستجعلها تتألق سواء على الصعيد الوطني أو الدولي، وتتمثل هذه الأقطاب السياحية في : (16)



## ❖ القطب السياحي المتميز شمال شرق :

يضم سكيكدة ،قلمة ،عنايه ،الطارف ،سوق أهراس ،تبسه ، ويتميز بأكثر من 300 كلم من الساحل و874.000 هكتار من الغابات . كما يعتبر نقطة ارتكاز ومثابة القاطرة للتنمية السياحية على المستوى الجهوي ،يتوفر هذا القطب على إمكانيات كبيرة لتطوير السياحة في الجبال.

## ❖ القطب السياحي المتميز شمال وسط :

يتكون من الجزائر العاصمة ،تيازة ،البليدة ، بومرداس ، الشلف ، عين الدفلى ،المدية ، البويرة ، تيزي وزو ،وبجاية حيث ، يتميز هذا القطب بموقعه في وسط البلاد وعلى واجهة البحر الأبيض المتوسط يمتد على مسافة 615 كلم ، أي 51% من الشريط الساحلي الجزائري ، وهذا يخدم البنية التحتية التي تمثل أساس التنمية ، كما يضم وسائل الراحة الاستثنائية على المستوى الوطني والدولي يقدم خدمات متنوعة لأقطاب النشاطات الصناعية ولما له من إمكانيات تساعد على جذب السياح.

## ❖ القطب السياحي المتميز شمال غرب :

يضم كلا من وهران ،عين تيموشنت ، تلمسان ،مستغانم ،معسكر ،سيدي بلعباس وغلزيان بموقعه الجغرافي الاستراتيجي الهام الذي يقع على أقل من ساعتين من السوق الرئيسي لهواة السياحة لأوروبا ( إسبانيا ) . هذا القطب صاحب مساحة 35.000 كلم<sup>2</sup> متنوع ببنية التحتية متطورة ويضم معدات معتبرة على المستوى الوطني والدولي ،خدمات ، صناعة ثقيلة، إمكانيات ثرية ومتنوعة مما يشجع جاذبية اكبر و شغور غير مدروس لبعض الفضاءات السياحية.

## ❖ القطب السياحي المتميز جنوب غرب :

يضم (أدرار ، بشار ) يغطي مساحة تقدر ب 603000 كلم<sup>2</sup> " توات - غورارة " و هو قطب تراث ذو بعد عالمي .

## ❖ القطب السياحي المتميز الكبير :

يتمثل في الهقار ، و يقع في ولاية إليزي ويغطي مساحة تقدر بحوالي 284.618 كم مربع ، به ثروات طبيعية ، ثقافية ، و آثار تمثل 3 أصول رئيسية تساهم في تنمية السياحة في المستقبل ، المساحة الكبيرة في هذا القطب المتميز تشمل لوحات الكهوف تعبر عن قيمتها التاريخية العالية . هذا التراث الثقافي محمي من طرف الحظيرة الوطنية بالطاسيلي وقد صنفت كتراث عالمي من قبل اليونسكو عام 1981م.

## ❖ القطب السياحي المتميز الكبير :

(الأهقار) يغطي مساحة تقدر بحوالي 456200 كلم<sup>2</sup> من التراب الوطني هذا القطب محاط بولاية تمنراست و هو إقليم واسع يزخر بالكثير من الثروات الطبيعية والثقافية. كما يمكن أن ينظر إليها على أنها قطب استراتيجي، وارتفاع القيمة في تنمية السياحة في المنطقة. التراث الأثري، الطبيعي و الثقافي المتمثل في الهقار هو جدير بأن يستغل ليس فقط على الصعيد السياحي ولكن أيضا على الصعيد الاقتصادي والاجتماعي.

الملاحظ على هذه الإستراتيجية هو التركيز على تطوير السياحة الداخلية والخارجية في إطار مساعي تحقيق التوازن الجهوي ، أي انطلاقا من الفاعلين الاقتصاديين العموميين والخواص على مستوى كل منطقة سياحية ، بالاستثمار في خصوصية كل منطقة وهو من شأنه أن يخلق منافسة إيجابية بين هذه الأقطاب السياحية المتباينة بشكل كبير ، ففي ظل تقديم التسهيلات الإدارية لتجاوز مشكل المحسوبة و البيروقراطية الذي قضى على عديد المشاريع في مهدها من جهة ، والدعم المالي والجبائي

من خلال مختلف أجهزة الدعم الموجهة لمختلف فئات المجتمع ينتظر أن تكون هناك نهضة في هذا القطاع إذا ما جسد الخطاب الرسمي ميدانيا ، وكان هناك إجماع على تحقيق التنمية وتحمل المسؤولية كل من موقعه .

8/ الإمكانيات السياحية لولاية سوق أهراس:

1/8 الإمكانيات الطبيعية:

برأي عديد المهتمين بالجانب السياحي فإن المعدل الكبير والهائل من الغطاء النباتي (22 بالمائة من المساحة الإجمالية للولاية عبارة عن غابات) والذي يتكون من أشجار الفلين والزان والصنوبر الحلي أن تشكل فضاء نقيًا صالحًا لاستحداث صناعة سياحية استجمامية ، وسياحة خضراء بامتياز. ومن بين هذه الجهات منطقة عين الزانة الحدودية (40 كلم عن شرق عاصمة الولاية وهي المنطقة المحاورة لغار الدماء التونسية حيث توجد بها منطقة تسمى بـ "الماء الأحمر" غاية في الجمال ، ولها من المؤهلات لتصبح مركز تريض للرياضيين على غرار «عين الدراهم» التونسية. فهذه المنطقة تتوفر على كل الشروط الطبيعية لإقامة مركبات رياضية تمارس فيها مختلف أنواع الرياضة ككرة القدم والتنس والغولف وسباق الخيل والعدو الريفي والتزلج الفني على الثلج.

فضلا عن المشروحة التي هي إحدى دوائر الولاية وقد سميت في فترة الاحتلال الفرنسي للجزائر "لافاردير" وهي تحوي عدة مناطق طبيعية جميلة ، وأثار من الحقبة الاستعمارية من أهمها المركز الرئيسي لقيادة القاعدة الشرقية خلال فترة حرب التحرير الوطني في دشرة المزرعة.

وما زالت هذه الجهة تتوفر على مناطق لم تكتشف بعد لوعورة مسالكها. وهي تحتاج لمستثمرين للكشف عن الخصوصية التي تنفرد بها "المشروحة" في مجال علاج أمراض الربو والأمراض الصدرية بصفة عامة.

وبالنظر إلى هذا التنوع والنقاوة في الجو اختارها الشاعر التونسي أبو القاسم الشابي قبل وفاته كمكان لتداوي والاسترخاء وقام هناك بكتابة بعض أشعاره بالنظر إلى سحر المكان. كما من شأن إنشاء حديقة للتسلية وتربية الحيوانات أن يكون قطبا يستلهم الشرق الجزائري قاطبة خصوصا بعد اختيار منطقة التوسع السياحي "المغاسل" وسط هذا النسيج الغابي الكثيف وكذا قربها من حاجز مائي. وفضلا عن ذلك سيسمح تجسيد دراسة وتهيئة المنبع الحموي "لحميين" بخلق سياحة متكاملة بهذه المنطقة سواء سياحة استجمامية أو ترفيهية أو تاريخية.

وتضم بلدية المشروحة كذلك منطقة "المزرعة" التي تحوي غطاء نباتيا كثيفا بالإضافة إلى كونها معبرا هاما لبعض الحيوانات النادرة على غرار "الأيل البربري". وقد أصبحت عديد أنواع الحيوانات على غرار الأيل البربري والحجل والأرانب وطائر الحسون التي كانت موجودة بأعداد كبيرة على مستوى غابات ولاية سوق أهراس "أيلة إلى الزوال والانقراض".

أما بحيرة "بورقاس" أو بحيرات «الشهيد بومعروف ألسبتي» ببلدية "تاورة" الغنية بالرياحين وحشائش نباتية زاهية الألوان. فهي لا تقل جمالا أو أهمية عن سابقتها خاصة في فصل الربيع (17) وغيرها من المنابع الحموية والمعدنية .

2/8 المواقع الأثرية بولاية سوق أهراس :

من أشهر هذه المواقع الأثرية بولاية سوق أهراس التي تعد مسقط رأس القديس سانت أوغستين ، قلعة "مادور" التي تشكل من أثار رومانية وهي قلعة دون نظير تمثل الوجه الحقيقي للثقافة السياحية بالولاية.

و تعتبر هذه القلعة من أشهر المدن الأثرية والتاريخية العالمية العتيقة حيث زاول القديس أوغستين دراسته بإحدى مدارسها آنذاك. ويضم هذا الموقع الأثري "مادور" المتربع على 45 هكتار معالم أثرية من بينها مسرح قدم يتسع لـ 1.200 متفرج فضلا عن حمامات. ومن بين المواقع الأثرية أيضا التي التي تعد المنتج الوحيد المعروف لدى الكثير من السياح بسوق أهراس موقع شجرة "زيتونة أوغستين" ويعود تاريخها إلى حوالي 2900 سنة قبل الميلاد، وهي مقصد للسياح المحليين والأجانب (18)

في حين يعتبر موقع خميسة الشهير بمسرحه، من بين أروع المسارح في شمال أفريقيا من حيث طاقة استيعابه المقدرة بـ3500 مقعد لا تزال إلى الآن في حالة جيدة إلى جانب مباني تتمثل في ساحتين عموميتين "الفوروم القديم" الذي بني مع إنشاء مدينة خميسة و"الفوروم الجديد" الذي استحدث بعد النمو السكاني بها.

وبلغ عدد السياح الأجانب الذين توافدوا على الولاية، خلال العام 2013، حوالي 600 سائح زاروا هذه المواقع الأثرية والدينية والتاريخية، كما قاموا بجولات سياحية وسط مدينة طاغست، دون نسيان تناول أطباق تقليدية داخل المواقع الأثرية أو حتى بالمطاعم التي تقدم أطباقا شهية فيما وصل عدد السياح الوطنيين 25521 سائح، ليسجل خلال الـ4 أشهر الأولى من العام 2014 في إطار السياحة الثقافية لمسار القديس سانت أوغستين دخول حوالي 100 سائح، مقابل 3960 سائح العام 2012، منهم 500 سائح قدموا من فرنسا وبريطانيا وروسيا وكندا وسويسرا وتركيا وتونس والنيجر.

ومما ساعد على هذا الارتفاع في عدد السياح ارتفاع عدد الوكالات السياحية بالولاية من وكالتين (2) العام 2011 إلى خمس (5) وكالات حاليا وهو رقم مرشح للارتفاع في ظل وجود مساعي جديدة لفتح وكالات أخرى. (19)

9/ واقع مرافقة المشاريع السياحية في ولاية سوق أهراس:

تختلف أهداف المرافقة باختلاف طبيعة الهيكل المرافق ومن أهم مساعيها ما يلي:

- ◀ خلق مناصب شغل .
- ◀ التطوير الاقتصادي واقتناص الفرص .
- ◀ تنويع القطاع الصناعي .
- ◀ ترقية بعض القطاعات أو الجماهير المستهدفة .
- ◀ نقل التكنولوجيا والاستفادة من نتائج البحث .
- ◀ تطوير الفكر المقاوالاتي الجماعي وإنشاء المؤسسات. (20)

أما عن مرافقة المشاريع ذات الطابع السياحي بمدينة سوق أهراس وبعد استعراضنا لكل الإمكانيات الطبيعية والتاريخية التي تتوفر عليها، وإطلاعنا على حصيلة الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب على سبيل المثال، وجدنا غيابا تاما لهذا النوع من المشاريع سواء في تلك المودعة أو الممولة فمن بين أكثر من 9900 مشروع منذ 2014 إلى غاية الثلاثي الأول من 2016 (21) لم يسجل أي رغبة في الاستثمار في القطاع السياحي على مستوى الولاية - باستثناء الأعمال الحرفية التقليدية - ولكنها لا ترقى إلى مستوى مشروع سياحي أو هدفها الأساسي ليس المساهمة في تطوير المجال السياحي بالمنطقة. وهو الأمر الذي يدفعنا للتساؤل عن أسباب عزوف الشباب عن المبادرة في هذا القطاع الغني بالفرص القابلة للتجسيد، بقليل من الإرادة و الصبر. ومن خلال احتكاكنا بفئة المقاولين بالمنطقة نستطيع القول أن السبب الرئيسي يعود لعدم الرغبة في المخاطرة، وتفضيل الاستثمار الآمن في الأنشطة التي أثبتت مردوديتها مع أشخاص آخرين قبلهم، وهي النظرة التي لا بد من العمل على تغييرها، والتخلص من عقدة الخوف فخطوة الألف ميل تبدأ بخطوة ونفس الشيء هنا إن أردنا إحداث التغيير الشامل (اقتصاديا)، فلا بد من وجود محاولات فردية قد تبدو للبعض انتحارا لكن أثرها سيظهر مع مرور الوقت.

خاتمة

قبل التفكير في تعريف العالم الخارجي بالمكتسبات السياحية التي تتوفر عليها الجزائر لا بد من محاولة العمل على تغيير اتجاهات السكان المحليين لأنفسهم ومورثوهم السياحي وفق إستراتيجية دقيقة يشترك في إعدادها وتنفيذها خبراء اجتماعيون، نفسانيون، مختصون في الاتصال، الاقتصاد، السياحة.

فمعرفة الفرد لقيمه واعتزازه بما يدفعه لاحقا للعمل على الاستثمار فيها وترقيتها، ذلك أن جعل هذا الميدان مصدرا لرزق الفرد ليس بالأمر السهل في ظل جهله ونقص المعلومات لديه حول الاحتمالات المتاحة أمامه لخدمة نفسه والمساهمة في

التنمية المحلية . وفيما يلي بعض الخطوات العملية التي بالإمكان من خلالها المساهمة في تكوين الوعي السياحي لدى الفرد من جهة و تشجيع المقاول :

- ❖ الاستفادة من مزايا الإعلام ، وتنظيم الحملات التحسيسية الرامية لنشر الوعي السياحي في المناطق ذات الإمكانيات السياحية- أي عبر الوطن- واستغلال التطور التكنولوجي ، و المنظومة الإعلامية الآخذة في الانفتاح منذ سنوات من إذاعات ، فضائيات ، صحف ورقية و إلكترونية ، اللوحات الاشهارية واللافتات... إلخ . والاعتماد على مختلف الأساليب وتقنيات الإقناع كالبرامج و الأفلام الوثائقية، الرسوم المتحركة... وغيرها من المنتجات السمعية البصرية ذات الجودة.
- ❖ فتح تخصصات لتكوين الطلبة في السياحة في الجامعات في المناطق السياحية والاستفادة من البحوث العلمية المقدمة في هذا الميدان.
- ❖ تشجيع الاستثمار في القطاع السياحي وزيادة التحفيز الضريبي وتسهيل الدخول في هذا المجال عن طريق مختلف هيئات الدعم والعمل أكثر على الترويج للفكر المقلولاتي طوال السنة في مختلف الفضاءات والتقرب أكثر للأشخاص في مختلف الهيئات من مدارس ، جامعات ، معاهد تكوين ، مراكز إعادة التأهيل في إطار إعادة الإدماج الاجتماعي .
- ❖ تفعيل دور الجمعيات والمنظمات غير الربحية المتخصصة في السياحة ، والمقاول و زيادة نشاطها لتغيير اتجاهات السكان المحليين نحو فكرة السياحة والتعريف بفوائدها وإيجابياتها الاقتصادية ، الاجتماعية والثقافية وتصحيح المفاهيم الخاطئة التي يحملها البعض عنها . هذا من جهة ومن جهة أخرى الاستفادة من خدمات مواقع التواصل الاجتماعي للتعريف بخصوصية الموروث السياحي الحضاري والثقافي والتاريخي الذي تتوفر عليه كل منطقة . كخطوة لجذب السياح في الداخل والخارج .
- ❖ تحويل الخطاب الرسمي إلى خطط عملية والحرص على تنفيذ كل التعليمات للنهوض بقطاع السياحة باختيار الشخص المناسب في المكان المناسب .
- ❖ تشجيع الصناعات التقليدية والحرف اليدوية ودعم تسويق منتجاتها ؛ فهي من القطاعات الهامة في السياحة والمقاول معا ، فهي من جهة تجسيد للثقافة المحلية ، ومن جهة ثانية حل لتوظيف اليد العاملة الموهوبة مع العلم أن هذا النوع من المهن في طريقه للزوال أمام العزوف عنه . والنظرة السلبية له .
- ❖ غرس ثقافة المغامرة وحب الاطلاع لدى تلاميذ المدارس بمختلف المستويات من خلال تنظيم زيارات للمواقع السياحية في منطقتهم ، قبل الانتقال إلى مناطق أخرى حتى يكونوا سفراء للتعريف بمميزاتهم .
- ❖ عقد ندوات وملتقيات ، وتظاهرات حول موضوع السياحة لفائدة الأطفال وبالإمكان إشراكهم في تنشيط هذه اللقاءات وتوعيتهم بأهمية الاستثمار في هذا القطاع الدائم ، ونفس الشيء بالنسبة للمقاول كحل استراتيجي للتطور والنمو .
- ❖ أهم عائق يواجه اتجاه الشباب نحو عالم المقاول هو مدى شرعية المشروع من الناحية الدينية ، نتيجة وجود نسبة من الفوائد تسدد إلى جانب القرض الذي يستفيد منه المقاول ، ويصنفه البعض في خانة الربا ، وأمام اختلاف الآراء الفقهية بين من يحلل ومن يحرم توجد عديد الأفكار حبيسة أذهان أصحابها رغم القيمة المضافة التي قد تجلبها للنسيج الاقتصادي المحلي والوطني .

قائمة الهوامش

- (1) بكاي ميلود وبن شريك عمر : " مستقبل السياحة في الجزائر في ظل المقاومة الاجتماعية والثقافية - دراسة ميدانية - " ، مداخلة ضمن المؤتمر الدولي حول التنمية السياحية في الدول العربية تقييم واستشراف ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، المركز الجامعي غرداية ، الجزائر ، (26 ، 27) فيفري 2013 ، ص ص (4 ، 5) .

- (2) المرجع السابق ، ص ص ( 5 - 7 ) .
- (3) كمال زيتوني وكرم جايي : " المرافقة المقاتلية كأسلوب فعال للنهوض بالمشروعات المصغرة في الجزائر " ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة المسيلة ، الجزائر ، ( د،ت،ن ) ، ص 3
- (4) صندرة سايب : " سيرورة انشاء المؤسسة -أساليب المرافقة - " ، دار المقاتلية ، جامعة منتوري ، قسنطينة ، الجزائر ، 2009-2010 ، ص 6 .
- (5) زرزار العياشي : " دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في التنمية المستدامة - حالة الجزائر - " ، مداخلة ضمن الملتقى الوطني الخامس حول اقتصاد البيئة وأثره على التنمية المستدامة ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، جامعة 20 أوت 1955 ، سكيكدة ، الجزائر ، ( 11 ، 12 ) نوفمبر 2008 ، ص ص ( 6 ، 7 ) .
- (6) ماهر عبد العزيز توفيق : " صناعة السياحة " ، دار زهران للنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن 1997 ، ص 43.
- (7) دادن عبد الغني و تلي سعيدة : " نحو تفعيل الثقافة السياحية البيئية لتحقيق سياحة بيئية مستدامة " ، مداخلة ضمن المؤتمر الدولي حول التنمية السياحية في الدول العربية تقييم واستشراف ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، المركز الجامعي غرداية ، الجزائر ، ( 26 ، 27 ) فيفري 2013 ، ص 7 .
- (8) المرجع السابق و صفحة نفسها .
- (9) المرجع السابق ، ص 8 .
- (10) قرة ابتسام : " دور المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تطوير القطاع السياحي بالجزائر - دراسة حالة ولاية مستغانم- " ، مذكرة ماجستير ، تخصص تسويق دولي ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة أبو بكر بلقايد ، الجزائر ، 2011-2012 ، ص ص ( 122 ، 123 ) .
- (11) برحومة عبد الحميد وبن تومي سارة : " مستقبل السياحة العلاجية في الجزائر - بين تحدي التنمية وهران الاستدامة - " ، مداخلة ضمن المؤتمر الدولي حول التنمية السياحية في الدول العربية تقييم واستشراف ، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير ، المركز الجامعي غرداية ، الجزائر ، ( 26 ، 27 ) فيفري 2013 ، ص 11 .
- (12) سلامي منيرة : " التوجه المقاتل للشباب في الجزائر بين متطلبات الثقافة وضرورة المرافقة - تجربة وكالة الوساطة والضبط العقاري وتجربة الحظيرة التكنولوجية بالجزائر - " ، مداخلة ضمن الملتقى الوطني حول استراتيجيات التنظيم ومرافقة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة ، ( 18 ، 19 ) أبريل 2012 ، ص 3 .
- (13) حسين رحيم : " إدارة المنظمات - منظور كلي - " ، ط 2 ، دار الحامد ، عمان ، 2009 ، ص 258.
- (14) سلامي منيرة ، مرجع سابق ، ص 5 .
- (15) <http://www.andi/index/php/ar/secteur-du-tourisme.7/8/2015.19:33>.
- (16) المرجع السابق .
- (17) ع.ل : " السياحة تنتعش من جديد في سوق أهراس - حظيرة الترفيه والتسلية متنفس للعائلات .. واستثمارات هامة للرفع من قدرات الإيواء " : اطلع عليه في : [www.akhersaa-dz.com.6/9/2015.10:43](http://www.akhersaa-dz.com.6/9/2015.10:43) .
- (18) <http://ELMASSAR-AR.COM.6/9/2015.10:47>.
- (19) [www.aps.dz.6/9/2015.10:48](http://www.aps.dz.6/9/2015.10:48).
- (20) Labex Entreprendre « livre blanc sur les structures d'accompagnement à la création d'entreprises en France » ، mars 2014.p31.
- (21) إحصائيات الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب - سوق أهراس .