

دور المؤسسات الاقتصادية في ترقية ونمو القطاع السياحي

دراسة حالة ولاية مستغانم

*he role of economic institutions in the promotion and growth of the tourism sector
case study in mostaganem state*

بن جدو عائشة -طالبة دكتوراه- جامعة معسكر-

د. بن يمينة كمال - جامعة مستغانم-

aichambf.46@gmail.com

Kamel-27@hotmail.fr

ملخص:

تهدف هذه الورقة البحثية إلى إبراز دور المؤسسات الاقتصادية في ترقية و نمو القطاع السياحي، وذلك من خلال الدور الذي تلعبه هذه المؤسسات في تسيير المنشآت الاقتصادية والتي تعد من أهم مكونات القطاع السياحي وضرورة لقيام صناعة سياحية.

ولتحقيق أهداف الدراسة، تم تصميم استبيان وتوزيعه على عينة مكونة من خمسة وثلاثين (35) مؤسسة اقتصادية لولاية مستغانم، كما تم استخدام عدد من الأساليب الإحصائية في برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS version 20) لعرض وتحليل نتائج الدراسة.

وأثبتت نتائج الدراسة أن السياحة تعد أحد القطاعات الأكثر أهمية، و ذلك من خلال ما تدريه من مداخل للعملة الصعبة، و امتصاص البطالة وآثرها على باقي القطاعات من استثمار و نقل وغيرها من القطاعات الأخرى. و لتفعيل ذلك يتطلب تدافر الجهود بين جميع القطاعات والهيئات و المؤسسات، إذ تعتبر المؤسسات الاقتصادية الهيكل الرئيسي لتطوير و تنمية هذا القطاع من خلال الأدوار المسندة إليه.

الكلمات المفتاحية: المؤسسات الاقتصادية، السياحة، القطاع السياحي.

Abstract :

This paper aims to display the role of economic institutions in the promotion and growth of the tourism sector, including through the role played by these institutions in the conduct of economic enterprises and which are the most important components of the tourism sector and the need for the tourist industry.

In order to achieve the objectives of the study, a questionnaire was designed and distributed to a sample of thirty-five (35) economic foundation of Mostaganem, and using a number of statistical methods in statistical package program for social science (SPSS version 20) to view and analyze the results of the study.

The results of the study demonstrated that tourism is one of the most important sectors, and through everyday of entries for hard currency, and absorb unemployment and its impact on other sectors of investment and transport and other sectors. And that requires a concerted effort between all sectors, bodies and institutions, economic institutions are the main structure for the development and the development of this sector through the roles assigned to him.

Keywords: economic institutions, tourism, the tourism sector.

مقدمة:

تعد السياحة ظاهرة اجتماعية وثقافية واقتصادية ملازمة لحياة البشر منذ القدم، ومن أكثر العناصر المميزة للعصر الحديث. كما هي مؤشر يعكس تطور المجتمع و ثقافته، حيث شهدت السياحة تغيرات كثيرة خلال العقود الأخيرة و هذا نتيجة لزيادة الطلب عليها بكل انواعها سواء سياحة الأعمال أو الترفيه أو العلاج و غيرها مما استوجب توفر منتجات وخدمات سياحية التي تلبي متطلبات و رغبات السياح. كما تعتبر من أهم الاقتصاديات فهي عبارة عن نشاط اقتصادي الذي يعمل على تحقيق التنمية الاقتصادية سواء من خلال تحسين في ميزان المدفوعات و ذلك لاعتبارها صادرات غير منظورة وتأثيرها في إجمالي الناتج القومي ووعاء لامتناص اليد العاملة، كما لها أثار على تدفق رؤوس الأموال والاستثمار و نقل التكنولوجيا وغيرها من المجالات ولهذا استوجب وجود امكانيات سواء اقليمية أو مالية لتطويرها.

ولتطوير هذا القطاع الحساس و النهوض به يتوجب تكثيف الجهود و عدة إجراءات من إنشاء شركات التي تعمل على تطوير لاستخراج إمكانيات و الموجودات السياحية المختلفة، بالإضافة إلى تحقيق بنى تحتية و تطوير مختلف القطاعات الأخرى و أصحاب المصالح والمؤسسات و الوزارات و السلطات المحلية و المهنيين و جمعيات و غيرها و مراجعة القوانين المتعلقة بهذا القطاع.

تعد المؤسسات السياحية من أهم مكونات القطاع السياحي وضرورة لقيام صناعة سياحية وأداة لتنفيذ السياسة السياحية الموضوعة من طرف السلطات المعنية. كما تعتبر من أهم عوامل الجذب المساعدة على قيام صناعة سياحية ناجحة، و يجب توفير هذه المؤسسات بأعداد و أحجام تتناسب مع الطلب السياحي و بدرجات جودة تتناسب مع ذوي الدخول المختلفة، كما يجب أن توفر هذه المؤسسات خدمات سياحية متنوعة و تسهيلات يحتاجها السائح.

فتوسع النشاط السياحي و زيادة دوره الاقتصادي أدى الى تعدد المؤسسات التي تقدم الخدمات السياحية و التي تضم العديد من الأنواع منها الفنادق و القرى السياحية و المطاعم و الوكالات السياحية والأسفار و غيرها من المؤسسات التي تختلف من بلد لآخر حسب نوع النشاط السياحي المفر و حسب المقومات السياحية لكل بلد .

كما تتأثر المؤسسة السياحية بكيانات بيئية مختلفة منها البيئة الخاصة و التي تضم كل من المنافسين ومقدار الفرص التسويقية أما البيئة العامة و تشمل بدورها الظروف الاقتصادية و الظروف السياسية والطبيعية و التكنولوجية و الاجتماعية و غيرها. بالإضافة الى ذلك تعتبر إدارة المؤسسة السياحية أحد أهم المهام الرئيسية في تشغيل العمليات السياحية وتشمل كل من إدارة الموارد البشرية و الرقابة وعمليات التسويق و التخطيط و التنمية و في كل الأعمال أصبح الأسلوب الإداري المبني على البعد عن الروتين

الإداري و المرونة، السرعة في اتخاذ القرارات وتحقيق الجودة وهذا الأمر الفاعل في نجاح المؤسسة السياحية بصفة خاصة و القطاع السياحي بصفة خاصة.

و عليه فإن مقالنا هذا يحاول الإجابة على الإشكالية التالية:

✓ ما مدى مساهمة المؤسسات الاقتصادية في ترقية ونمو القطاع السياحي ؟

للإجابة على هذه الإشكالية قمنا بتقسيم المقالة إلى ثلاث محاور كالتالي:

أولاً: مفاهيم عامة حول المؤسسة الاقتصادية.

ثانياً: عموميات حول السياحة.

ثالثاً: دور المؤسسات الاقتصادية في ترقية ونمو القطاع السياحي لولاية مستغانم.

المحور الأول: مفاهيم عامة حول المؤسسة الاقتصادية

تعتبر المؤسسة الاقتصادية المحرك الأساسي والهيكل الذي يقوم عليه كل نشاط اقتصادي باعتبارها النواة الأساسية فيه، إذ تمارس نشاطها وسط بيئة متغيرة ومتحركة باستمرار وتواجه من خلالها المخاطر والتحديات وتخلق من خلالها فرص الأعمال.

أولاً- ماهية المؤسسة الاقتصادية

تختلف المفاهيم حول المؤسسة باختلاف وجهات النظر، حيث أعطيت تعاريف وخصائص عديدة

لها، والتي تمثلت فيما يلي:

1- تعريف المؤسسة الاقتصادية:

قبل أن نذكر بعض التعاريف للمؤسسة لابد من التعرف على مفهوم كلمة المؤسسة:

فكلمة مؤسسة هي في الواقع ترجمة لكلمة : ENTERPRISE كما يمكن استعمالها ترجمة للكلمتين

التاليتين: FIRM و UNDERTAKING¹.

كما أنّ هناك تعاريف متعددة للمؤسسة، يمكن أن نذكر البعض منها كما يلي:

التعريف الأول: " تعرف المؤسسة كمنظمة اقتصادية واجتماعية مستقلة نوعاً ما، تؤخذ فيها القرارات حول

تركيب الوسائل البشرية، المالية، والمادية والإعلامية بغية خلق قيمة مضافة حسب الأهداف في نطاق

زمكاني².

التعريف الثاني: "هي نظام اجتماعي نسبي، وإطار تنسيقي عقلائي، بين أنشطة مجموعة من الناس

تربطهم علاقات مترابطة ومتداخلة، يتجهون نحو تحقيق أهداف مشتركة، وتتنظم علاقاتهم بهيكلية محددة،

في وحدات إدارية وظيفية ذات خطوط محددة السلطة والمسؤولية³.

¹ عمر صخري، اقتصاد المؤسسة، ديوان المطبوعات للمؤسسة، الجزائر، الطبعة الثالثة، 2003، ص24.

² عبد الرزاق بن حبيب، اقتصاد وتسيير المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، الطبعة الثالثة، 2006، ص28.

³ محمد أكرم العدلوني، العمل المؤسسي، دار ابن خلدون للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، الطبعة الأولى، 2002، ص14.

التعريف الثالث: "هي وحدة اقتصادية مستقلة، تجمع بين مختلف عوامل الإنتاج، تنتج السلع والخدمات بهدف البيع، وتقوم بتوزيع العائدات مقابل استعمال هذه العوامل"⁴.

التعريف الرابع: "هي النظام الذي يستخدم مختلف الوسائل التقنية على النحو الأمثل لتحقيق الأهداف التي وضعتها، من أجل إنتاج وتسويق السلع والخدمات"⁵.

التعريف الخامس: "هي مجموعة عناصر الإنتاج البشرية والمالية التي تستخدم وتسير بهدف إنتاج المواد والسلع والخدمات، وكذلك بيعها وتوزيعها."⁶

التعريف السادس: "هي جميع أشكال المنظمات الاقتصادية المستقلة ماليا، هدفها توفير الانتاج لغرض التسويق، وهي منظمة ومجهزة بكيفية توزع فيها المهام والمسؤوليات"⁷.

من خلال التعاريف السابقة نستنتج أن المؤسسة هي مجموعة من الموارد البشرية والمادية، التي تشغل فيما بينها وفق طريقة معينة حيث تخضع لأهداف دقيقة، إذ تتجسد مهامها بصفة عامة، في إنتاج السلع أو تقديم الخدمات الموجهة لإشباع حاجيات المستهلكين، بصورة مباشرة أو غير مباشرة.

ثانيا: خصائص المؤسسة الاقتصادية:

من خلال التعاريف السابقة للمؤسسة، يمكن استخلاص الصفات أو الخصائص التالية التي تتصف بها المؤسسة الاقتصادية⁸:

1- للمؤسسة شخصية قانونية مستقلة من حيث امتلاك الحقوق والصلاحيات، أو من حيث واجباتها ومسؤولياتها؛

2- القدرة على الإنتاج أو أداء الوظيفة التي وجدت من أجلها؛

3- أن تكون المؤسسة قادرة على البقاء بما يكفل لها من تمويل كاف وظروف سياسية مواتية وعمالة كافية، وقادرة على تكيف نفسها مع الظروف المتغيرة؛

4- التحديد الواضح للأهداف والسياسة والبرامج وأساليب العمل فكل مؤسسة تضع أهدافا معينة تسعى إلى تحقيقها: أهداف كمية ونوعية بالنسبة للإنتاج، تحقيق رقم أعمال معين...؛

5- ضمان الموارد المالية لكي تستمر عملياتها، ويكون ذلك إما عن طريق الاعتمادات، أو عن طريق الإيرادات الكلية، أو عن طريق القروض، أو الجمع بين هذه العناصر كلها أو بعضها حسب الظروف؛

⁴ Deuxième année DEUG: ", Cours d'économie de l'entreprise Francis L. Gamsore , Editions L'Harmattan , paris, France, 2006, P05." et études de cas corrigées

⁵ G. DUTHIL, D.VANHAECKE, les fondements de l'économie d'entreprise, Editions L'Harmattan , paris, France, 1993, P08.

⁶ سعيد أوكيل، وظائف ونشاطات المؤسسة الصناعية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992، ص2.

⁷ اسماعيل عراجي، اقتصاد المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1996، ص11.

⁸ عمر صخري، اقتصاد المؤسسة، مرجع سبق ذكره، ص25.

- 6- لا بد أن تكون المؤسسة مواتية للبيئة التي وجدت فيها وتستجيب للتغيرات التي تطرأ عليها، فالمؤسسة لا توجد منعزلة، فإذا كانت ظروف البيئة مواتية فإنها تستطيع أداء مهمتها في أحسن الظروف، أما إذا كانت معاكسة فإنها يمكن أن تعرقل عملياتها المرجوة وتفسد أهدافها؛
- 7- المؤسسة وحدة اقتصادية أساسية في المجتمع الاقتصادي، فبالإضافة إلى مساهمتها في إنتاج ونمو الدخل الوطني، فهي مصدر رزق الكثير من الأفراد؛
- 8- يجب أن يشمل إصلاح مؤسسة بالضرورة فكرة زوال المؤسسة إذا ضعف مبرر وجودها أو تضاعلت كفاءتها.

المحور الثاني: عموميات حول السياحة

تعد السياحة من القطاعات الاقتصادية التي تلعب دورا مهما في الاقتصاد العالمي من خلال المساهمة الفعالة في عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية، كما تعتبر أحد قواعد إرساء التنمية الاقتصادية.

أولا: تعريف السياحة

تعددت تعريفات السياحة نظرا للجوانب التي تنسب إليها فالبعض يعتبرها ظاهرة اقتصادية لما لها من آثار اقتصادية على الاقتصاد من تحقيق نمو اقتصادي و امتصاص للبطالة، والبعض الآخر يرى انها ظاهرة اجتماعية وفقا لما تحققه من تعارف على الثقافات و اندماج للمجتمعات في حين يعرفه الاعلاميون على انها وسيلة للإعلام⁹

يعود أصل كلمة السياحة Tourism في اللغات الأوروبية الى الكلمة اليونانية "tornos" و هو اسم لأله يشبه شكل الفرجار، وادخلت الى اللغة اللاتينية ليقصد به المسمار الدائري و يعكس هذا المسمار مفهوم حركة السياحة التي تنطلق من نقطة لتعود إليها مرة اخرى. أما في اللغة العربية السياحة و السائح مشتقة من فعل ساح¹⁰

التعريف الاول: يعرفها الألماني "جوير فرولر" عام 1905 بأنها ظاهرة من ظواهر العصر التي تنبثق من الحاجة المتزايدة للحصول على الراحة و الاستجمام و كإحساس بجمال الطبيعة و تذوقها و الشعور بالبهجة والمتعة من الإقامة في المناطق ذات الطبيعة الخاصة.

التعريف الثاني: - كما عرفها ليبير عام 1981 ((Leiper 1981) السياحة تتضمن خمسة عناصر هذه العناصر: الإقليم المولد للسياحة، جهة القصد، دول طريق الرحلة، العنصر الإقتصادي، صناعة السياحة نفسها. جاءت هذه العناصر مرتبطة على أساس الارتباط الوظيفي المكاني و أيضا على أساس التفاعل مع البيئة المادية و التكنولوجية و الإجتماعية و الثقافية و الاقتصادية و السياسية و العنصر

⁹ رحيم حسين رحيم حسين، مانع عمار، بن منصور موسى، زنكري ميلود و براهيم شواوش توفيق، "السياحة و التنمية السياحية"، جيطلي للنشر، الجزائر، 2013، ص18.

¹⁰ ابراهيم بظاظو، "السياحة البيئية و أسس استدامتها"، مؤسسة الوراق، ط2010، 1، الأردن، عمان، ص24.

الأهم و الأكثر ديناميكية في هذا المضمار هو العنصر الخاص بالناس المستفيعين من الخدمة (المسافرين أو السياح) الذين يمكنهم خارج مساكنهم ليلة واحدة على الأقل بحثا عن المتعة و التسلية والاستجمام¹¹ .

التعريف الثالث: كما عرفها ماكننتوش و زملائه عام 1994 (Mcintosh et al) "هي مجموعة الظواهر والعلاقات الناتجة العمليات التفاعل بين السياح و منشأة الأعمال ،ودول و المجتمعات المضيفة و ذلك بهدف استقطاب و استضافة هؤلاء السياح و الزائرين¹² .

من خلال التعريف السابقة يتضح لنا أن السياحة هي عبارة عن عملية تنقل أو ترحال للأفراد من مكان اقامتهم الى أماكن أخرى بغرض الترفيه و التنزه و خلال مدة زمنية لا تفوق السنة و لا تكون بغية تحقيق الربح و بالتالي هناك عدة أبعاد للسياحة.

ثانيا: خصائص السياحة

نظرا لمكانة قطاع السياحة بين القطاعات الأخرى فهي تتميز بعدة خصائص و من بينها :

- 1- تعد السياحة على أنها شكل من أشكال الصناعة و ذلك من خلال¹³ أنها تستغل موارد الطبيعة (المناخ، الغابات، التنوع في أشكال سطح الأرض) و البشرية (المواقع الأثرية، المتاحف، الأماكن المقدسة و المواقع و المزارات الدينية) من أجل العمل على ايجاد مواقع سياحية تجذب السياح إليها، بالإضافة الى ذلك صناعة السياحة تقوم على عناصر مهمة على هي¹⁴ العمل، رأس المال، المادة الأولية و التنظيم الذي يقوم به المشرفون و النقل ، بنى التحتية.
- 2- عدم سيادة المنافسة خاصة لبعض المقومات أو الموارد السياحية النادرة و صعوبة قيام بعض الدول بإنتاج سياحة بديلة¹⁵.
- 3- ترتبط صناعة السياحة بقضايا التنمية الاقتصادية و السياحية في كثير من الدول و خاصة النامية و بالتالي تعتبر وسيلة جيدة للنهوض بالمواقع البعيدة عن أماكن التجمعات الحضرية و الصناعة، فالسياحة تعمل على رفع مستوى معيشة و دخل السكان في تلك المواقع و تؤدي الى خلق فرص عمل جديدة، و يسهم في قيام و تنشيط صناعات جانبية كثيرة كما تساهم في تنشيط صناعات أخرى كالصناعة المنتوجات و الأخشاب، التشييد و الصناعات الغابية و غيرها¹⁶

¹¹ ابراهيم بظاظو ،مرجع سبق ذكره،ص28.

¹² مصطفى يوسف الكافي، "الأمن السياحي" ،دار ومكتبة حامد للنشر، عمان، الأردن، ط2015، 1، ص17.

¹³ ابراهيم بظاظو ،مرجع سابق ،ص 38.

¹⁴ مصطفى يوسف الكافي ، مرجع سبق ذكره ، ص22-23.

¹⁵ بدر حميد عساف بدر حميد عساف ، "جغرافيا السياحة" دار الرياية ،عمان الأردن، ط 2016، 01، ص18

¹⁶ ابراهيم بظاظو ،مرجع سبق ذكره ،ص 39.

4- تتميز السياحة بالموسمية أي أنها تمر بثلاث مواسم حيث يتذبذب الطلب على الخدمات السياحية وهذه المواسم هي ¹⁷:

4-1 **موسم الذروة:** يعتبر هذا الموسم موسم ازدياد الطلب السياحي ففيه يزداد عدد السياح و يعتبر هذا الموسم الأفضل من حيث الفرص التسويقية و التشغيلية .تكون أسعار الخدمات السياحية و أجور الإقامة فيه مرتفعة.

4-2 **موسم الوسط:** هذا الموسم يتذبذب الطلب على الخدمات السياحية و يكون عدد السياح متوسط والأسعار فيه أقل من الموسم الذروة ماعدا مناطق معينة من العالم التي لا تتأثر بالموسمية مثل جزر الكاريبي و جزر الهاواي.

4-3 **موسم الكساد:** فيه يقال الطلب على الخدمات السياحية و قد ينعدم نهائيا ،في هذه الحالة تلجأ معظم المنشأة السياحية الى تخفيض الأسعار لتشجيع السياح على القدوم و يتم التركيز هنا على السياحة الداخلية.

5- تعمل على تغيير الاجتماعي نتيجة الحراك الاجتماعي لأنها تجعل الاتصال المباشر بين الدول (الأمم الفقيرة و الغنية في العالم ،كما نجد من الناحية الاجتماعية وسيلة للحصول على الراحة الجسمية و المتعة النفسية.

6- تساهم السياحة في تحسين البيئة و توفير الراحة للمواطنين الى جانب اسهامها في تعزيز و ابراز الأوجه الحضارية للشعوب.

7- كل فئات المجتمع تساهم في تشكل طابع أو صورة المميّزة لمزيج الخدمات السياحية المقدمة للسائح من طرف الدولة لأنها كلها تشترك في تقديم الخدمات السياحية بطريقة مباشرة أو غير مباشرة¹⁸.

8- للسياحة أثر في سرعة انتقال الأموال المستخدمة في السياحة دون موانع في دوره انفاق ينتج عنها تأثير مركبا في تنشيط الخدمات و الإنتاج في الدولة و هذا ما يطلق عليه بالأثر المضاعف Multiplier Effect كما ينتج هذا الأثر¹⁹ نتيجة تأثير هذا القطاع على القطاعات الاخرى ويكون مركبا و متوسعا بصفة دائمة.

9- تعتبر السياحة من الصادرات الغير منظورة هي من الصناعات القليلة التي تقوم بنقل المستهلك (السائح) الى مكان السياحة و ليس العكس. و بالتالي يمكن لها أن تصحح خلل هيكل الصادرات في البلدان الصناعية للتقدم بتنوع صادراتها من خلال تقديم منتجا سياحيا تصديري جديدا تهيمن بمفردها على أسعار داخلها.

17 رحيم حسين و آخرون ،مرجع سبق ذكره ،ص 23-24.

18 رحيم و آخرون ،مرجع سبق ذكره ،ص 23-24.

19 يوسف الكافي، مرجع سبق ذكره ،ص 23.

10- لا يتوقف الطلب السياحي على مدى توافر الموارد و تنوع القدرات و الخدمات فقط بل بينما يتوقف بصورة كبيرة على القدرة المادية للسائح كما يتأثر بمستوى الرفاهية الاقتصادية والتقدم التكنولوجي و العوامل الثقافية و السياسية التي يصعب على الدول التحكم فيها²⁰ و عليه فنطاق المنافسة يتوقف على عدة تأثيرات داخلية و يمتد خارج نطاق الدولة كمتغيرات في أسعار العملة، تغيرات مناخية أو قيود نقدية أخرى. فانخفاض سعر عملة ما سوف يؤدي الى زيادة اقبال السياح عليها و العكس في حالة ارتفاعه.

11- السياحة نشاط يحتاج الى عمالة متزايدة، أي أنها تحتاج الى عدد كبير من العاملين وبذلك فهي توفر فرص العمل لأعداد كبيرة من العمال أصحاب الكفاءات و الخبرات المتخصصة.

المحور الثالث: دور المؤسسات الاقتصادية في ترقية ونمو القطاع السياحي لولاية مستغانم

أولاً: القطاع السياحي لولاية مستغانم

تغطي الولاية مساحة قدرها 2269 كلم²، أكثر من 14% منها غابات، وبطول شريطها الساحلي 124 كلم، الذي يضم 21 شاطئ ومفتوح للسباحة، وأخرى لا تزال على حالتها الطبيعية بالتناوب مع المنحدرات الصخرية والغابات الساحلية، جعلت منها قبلة للمصطافين، كما تضم 16 منطقة توسع سياحي، ما زاد من إقبال المتعاملين السياحيين والمستثمرين من أجل تنمية المقصد المستغانمي.

1- أنواع السياحة في الولاية:

ولاية مستغانم من المناطق الساحلية التي يمكن اعتبارها من المناطق السياحية الهامة، ويمكن ذكر أنواع للسياحة التي يمكن أن تتوفر عليها المنطقة، ومنها²¹:

1-1- السياحة الشاطئية:

هي أكثر الأنواع انتشارا بحكم العدد الكبير لشواطئ الولاية وشساعتها، منها 21 شاطئ مفتوح للسباحة.

1-2- السياحة الثقافية :

إن مجموعة المعالم الأثرية المتواجدة عبر تراث الولاية يبرر تناوب عدة حضارات في أبعادها الزمنية، وكذا المهرجانات الدينية والشعائرية والنشاطات الثقافية التي تزخر بها الولاية، أدى إلى تطور هذا النوع من السياحة في ولايتنا، نذكر منها:

- مغارات ماسرة التي تضم مجموعة من النحوت؛
- الميناء القديم من عهد الرومان المتواجد ببجارة، بلدية اولاد بوغاليم؛

²⁰ بدر حميد عساف، مرجع سبق ذكره، ص18.

²¹ دواح عائشة، دراسة جاذبية المنطقة السياحية في الجزائر، التوقع المرتقب دراسة حالة ولاية مستغانم"، رسالة ماجستير في التسيير الدولي للمؤسسات تخصص تسويق، جامعة تلمسان، 2010/2009، ص ص 120-125.

- المهرجان الوطني للمسرح المدرسي؛

- مهرجان سيدي لخضر بن خلوف؛

- المهرجان الوطني للتراث العيساوي ومهرجان الشعر والموسيقى البدوية؛

- منارة "رأس إفي" الذي أنشئ سنة 1878 في عهد الإحتلال الفرنسي.

3-1- السياحة الحموية:

يرتكز هذا النوع من السياحة على استعمال المياه المعدنية لأغراض علاجية، منها:

- الحمام المعدني لعين النويصي: يقع في بلدية عين النويصي، يستعمل هذا الحمام مياه المنبع الحموي

سيدي المخفي، يبلغ تفق مياهه 02/ل/ثا، كما يوجد في الولاية منبعين:

- منبع مكبرتة: يقع ببلدية سيرات، حيث تصل درجة حرارة مياهه 25 درجة مئوية، رغم سهولة

الوصول إليه، فهو قليل الاستعمال، و يعتبر ماؤه نافع للأمراض الجلدية؛

- منبع سيدي بشاعة: يقع ببلدية سيدي علي، الوصول إليه صعب، ويعتبر منبع غير مستغل.

يبقى على البلديات المعنية إنشاء حمامات واستغلال هذه المنابع لتحسين مداخيلها .

1-4- السياحة المناخية والعلمية:

إن تنوع الثروات الطبيعية في الولاية كالسلاسل الجبلية، والغابات الشاسعة، والمستنقعات الرطبة

التي تستقبل الطيور المهاجرة، وشبكة معتبرة من الوديان والسدود ستسمح مستقبلا بتطوير هذا النوع من

السياحة في الولاية، نذكر منها:

- غابة زريفة، وغابة استيديا وغابة بن عبد المالك رمضان، غابة شواشي سيدي لعربي؛

- جبل الديس؛

- واد ومغارات سداوة ببلدية سيدي لخضر ومغارات الكاف لصفور؛

- حظيرة "المقطع"؛

- سد كراميس.

1-5- السياحة الريفية:

إن المناطق الريفية على مستوى الولاية تضم الكثير من المزارع ومنشآت لإنتاج الخمور (CAVE)

المتواجدة منذ العهد الفرنسي والتي بالإمكان تطوير السياحة الريفية، باستغلالها بعد تهيئتها لاستقبال

السياح الأجانب خاصة.

1-6- سياحة الذاكرة:

هذا النوع من السياحة موجه لاستقبال الأقدام السوداء لزيارة المناطق والأمكنة التي عاشوا فيها،

والتي تلعب بعض وكالات السياحة والأسفار بالولاية دور هام في تطويرها.

2.2- مناطق التوسع السياحي:

يضم ساحل الولاية (16) ستة عشر منطقة توسع سياحي، تبلغ المساحة الإجمالية لهذه المناطق 4339,1 هكتار، منها 1797,1 هكتار مساحة قابلة للبناء بسعة 42734 سرير.

ثانيا: أهمية المؤسسات الاقتصادية في تنمية القطاع السياحي لولاية مستغانم

سنحاول في هذا المحور التعرف أهمية المؤسسات الاقتصادية في تنمية القطاع السياحي لولاية مستغانم. حيث بلغ حجم العينة 35 مؤسسة اقتصادية.

كما تم توزيع الاستمارات على عينة من المؤسسات الاقتصادية المتواجدة بولاية مستغانم. بعد توزيع الاستمارات، تم جمعها ومراجعتها وإدخالها إلى الحاسوب، و ذلك بالاستعانة بالنظام الإحصائي spss ذات الإصدار 20، والبرنامج excel.

كما تضمنت الاستمارة 55 سؤالاً مقسمة إلى ثلاثة أقسام هي:

القسم الأول: ويتعلق هذا القسم بمعلومات خاصة بالمؤسسة أي تم إبراز أهم تصنيفاتها من حيث طبيعة الملكية، عدد العمال والعمر؛

القسم الثاني: حُصص من أجل قياس القطاع الصحي لولاية مستغانم؛

القسم الثالث: حُصص من أجل التعرف على أهمية المؤسسات الاقتصادية في ترقية ونمو القطاع السياحي لولاية مستغانم؛

ثالثا: الوصف الإحصائي لعينة الدراسة وفق خصائص المؤسسة الاقتصادية

لغرض التعرف على خصائص المؤسسات الاقتصادية عينة الدراسة، تناول القسم الأول من الاستبيان بعض البيانات الأولية حول المؤسسة الاقتصادية، وهي: تصنيف المؤسسات حسب طبيعة الملكية، حسب عدد العمال، حسب عمرها.

1- تصنيف المؤسسات حسب طبيعة الملكية: يمكن توضيح تصنيف المؤسسات عينة الدراسة حسب طبيعة الملكية في الجدول (01) الموالي:

الجدول (01): تصنيف المؤسسات حسب طبيعة الملكية

العينة طبيعة الملكية	أفراد	التكرار	النسبة المئوية	النسبة المئوية التراكمية
عامة	15	42,86%	42,86%	
خاصة	17	48,57%	91,43%	
مختلطة	03	8,57%	100%	
المجموع	35	100%		

المصدر: من إعداد الباحثين بناءً على نتائج الاستبيان.

يتضح من خلال الجدول (01)، أن أكبر نسبة من أفراد عينة الدراسة تمثلهم مؤسسات خاصة وذلك بنسبة (48.57%)، ثم تليها نسبة (42.86%) التي تمثلها مؤسسات عامة، في حين تأتي أقل نسبة (8.57%) التي تمثلها مؤسسات مختلطة. وهذا يبين انتعاش القطاع الخاص في الجزائر.

2- تصنيف المؤسسات حسب عدد العمال: يمكن توضيح تصنيف المؤسسات عينة الدراسة حسب عدد العمال في الجدول (02) الموالي:

الجدول (02): تصنيف المؤسسات حسب عدد العمال

النسبة المئوية التراكمية	النسبة المئوية	التكرار	أفراد العينة عدد العمال
8,57 %	8,57 %	03	من 01 إلى 09 عمال
22,86 %	14,29 %	05	من 10 إلى 49 عاملاً
71,43 %	48,57 %	17	من 50 إلى 250 عاملاً
100 %	28,57 %	10	أكثر من 250 عاملاً
	100 %	35	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين بناءً على نتائج الاستبيان.

يتضح من خلال الجدول (02) أعلاه، أن معظم أفراد عينة الدراسة (48.57%) تمثلها مؤسسات متوسطة، ثم تليها نسبة (28.57%) التي تمثل مؤسسات كبيرة، ثم تليها نسبة (14.29%) التي تمثل مؤسسات صغيرة. في حين نسجل أقل نسبة (8.57%) التي تمثلها مؤسسات مصغرة.

3- تصنيف المؤسسات حسب عمرها: يمكن توضيح تصنيف المؤسسات عينة الدراسة حسب العمر في الجدول (03) الموالي:

الجدول (03): تصنيف المؤسسات حسب عمرها

النسبة المئوية التراكمية	النسبة المئوية	التكرار	أفراد العينة عمر المؤسسة
0,00 %	0,00 %	00	أقل من سنة
5,71 %	5,71 %	02	من سنة إلى 5 سنوات
17,14 %	11,43 %	04	من 6 سنوات إلى 10 سنوات
100 %	82,86 %	29	أكثر من 10 سنوات
	100%	35	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين بناءً على نتائج الاستبيان.

يتبين من خلال الجدول (03)، أن معظم المؤسسات عينة الدراسة تزاوّل نشاطها أكثر من 10 سنوات وذلك بنسبة (82.86%). ثم تليها الفئة التي تزاوّل نشاطها [من 6 سنوات إلى 10 سنوات] بنسبة (11.43%)، ثم تأتي الفئة التي تزاوّل نشاطها [من 1 سنوات إلى 5 سنوات] بنسبة (5.71%). في حين لا نسجل أي نسبة فيما يخص المؤسسات التي عمر نشاطها أقل من سنة.

رابعا: قياس مدى مساهمة المؤسسات الاقتصادية في ترقية ونمو القطاع السياحي لولاية مستغانم: ستم في هذا العنصر التعرف على علاقة المؤسسات الاقتصادية السياحية بترقية ونمو القطاع السياحي، وذلك بحساب معاملات الارتباط (لبيرسون) كما هي موضحة في الجدول (04) الموالي:

الجدول (04): علاقة المؤسسات الاقتصادية السياحية بترقية ونمو القطاع السياحي

المؤسسات الاقتصادية السياحية		المتغير التابع	المتغير المستقل
معامل التحديد (R^2)	معامل الارتباط (R)		
0.944	0.972	قياس نمو وترقية القطاع السياحي	

المصدر: من إعداد الباحثين بناءً على نتائج الاستبيان

تظهر نتائج الجدول (05)، تأثير المتغير المستقل المتمثل في المؤسسات الاقتصادية السياحية على المتغير التابع المتمثل في المؤشرات التي تقيس نمو وترقية القطاع السياحي، وتشير النتائج إلى أن هناك علاقة طردية بينهما وارتباط قوي، بحيث بلغ معامل الارتباط الإجمالي بينهما ($R=0.967$)، كما كان معامل التحديد ($R^2=0.935$) الذي يقيس التباين في المتغير التابع الذي يفسره المتغير المستقل بحدود 93.5% وهي نسبة عالية.

خاتمة:

لقد قمنا في هذا المقال بإسقاط ما جاء في النظري حول دور المؤسسات الاقتصادية في ترقية ونمو القطاع السياحي على إحدى ولايات الجزائر وهي ولاية مستغانم. حيث وجدنا أن ولاية مستغانم تتوفر على جملة من الإمكانيات التي تؤهلها لتكون قطب استثماري محفز ومشجع خاصة للأفراد المحليين من خلال إقامة مشروعاتهم وعناصر فعال في تحقيق متطلبات التنمية المستدامة على الصعيد الوطني.

كما سجلنا من خلال هذه الدراسة أن ترقية قطاع السياحي يتوقف على مدى تطور و تفعيل المؤسسات الاقتصادية . فكلما زاد عدد المؤسسات الاقتصادية السياحية كلما أدى إلى زيادة و تطور النشاط السياحي و بالتالي فالعلاقة طردية بين المؤسسات السياحية و منه هناك تطور في النشاط الاقتصادي ككل.

فنتيجة الصناعة السياحية تتطلب تضافر كل من جهود المؤسسات الاقتصادية على اختلاف أنواعها وأحجامها وذلك للمشاركة في صناعة عروض سياحية بغية ترقية القطاع السياحي ، ولذا اخذت الدولة على عاتقها آليات من أجل ترقية هذه المؤسسات نتيجة تأثيرها على نمو و ترقية القطاع السياحي، و من بين هذه الإجراءات المتخذة هي إنشاء صناديق الاستثمار و التحفيز الجبائي الممنوح لهذه المؤسسات، بالإضافة إلى ذلك التخفيضات في معدلات الفائدة وهذا ما تضمنه المخطط التوجيهي للتنمية السياحية.

قائمة المراجع:

- ابراهيم بظاظو، "السياحة البيئية و أسس استدامتها"، مؤسسة الوراق، ط1، 2010، الأردن، عمان.
- اسماعيل عراجي، اقتصاد المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1996.
- بدر حميد عساف، "جغرافيا السياحة"، دار الراية، عمان الأردن، ط01، 2016.
- دواح عائشة، دراسة جاذبية المنطقة السياحية في الجزائر، التموقع المرتقب دراسة حالة ولاية مستغانم، رسالة ماجستير في التسيير الدولي للمؤسسات تخصص تسويق، جامعة تلمسان، 2010/2009.
- رحيم حسين رحيم حسين، مانع عمار، بن منصور موسى، زكري ميلود و براهيم شاوش توفيق، "السياحة و التنمية السياحية"، جيطلي للنشر، الجزائر، 2013.
- سعيد أوكيل، وظائف ونشاطات المؤسسة الصناعية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992.
- عبد الرزاق بن حبيب، اقتصاد وتسيير المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، الطبعة الثالثة، 2006.
- عمر صخري، اقتصاد المؤسسة، ديوان المطبوعات للمؤسسة، الجزائر، الطبعة الثالثة، 2003.
- محمد أكرم العدلوني، العمل المؤسسي، دار ابن خلدون للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، الطبعة الأولى، 2002.
- مصطفى يوسف الكافي، "الأمن السياحي"، دار ومكتبة حامد للنشر، عمان، الأردن، ط1، 2015.
- Francis L. Gamsore, Cours d'économie de l'entreprise " Deuxième année DEUG: Eléments de cours et études de cas corrigées", Editions L'Harmattan , paris, France, 2006.
- G. DUTHIL, D.VANHAECKE, les fondements de l'économie d'entreprise, Editions L'Harmattan , paris, France, 1993.