



جامعة غرداية

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

مخبر التنمية الإدارية للإرتقاء بالمؤسسات الاقتصادية بولاية غرداية



أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في ميدان العلوم الاقتصادية، التسيير والعلوم التجارية

شعبة: العلوم التجارية، تخصص: تسويق سياحي

بعنوان:

مساهمة التكوين الجامعي في ترقية المقاولاتية السياحية -دراسة ميدانية لعينة من المؤسسات السياحية-

تحت إشراف:

■ أ.د/ شنيبي حسين

■ أ.د/ بن مويزة أحمد

من إعداد الطالب:

■ بوفاتح مصطفى

أعضاء لجنة المناقشة المكونة من السادة الأساتذة

رئيسا	جامعة غرداية	أستاذ	دحو سليمان
مشرفا ومقررا	جامعة غرداية	أستاذ	شنيبي حسين
مشرفا مساعدا	جامعة الأغواط	أستاذ	بن مويزة أحمد
مناقشا	جامعة غرداية	أستاذة	بهاز لويزة
مناقشا	جامعة غرداية	أستاذ محاضر أ	بولعوينات حياة
مناقشا	المركز الجامعي آفلو	أستاذ محاضر أ	شلالي الطاهر حسام الدين

السنة الجامعية: 2025/2024



وَقُلْ عَزَّ وَجَلَّ ذِي الْحِجَّةِ عَلَّامٌ

إهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى:

أعلى وأعظم إنسان في الوجود، إلى الرحمة المهداة والنعمة المسداة والسراج المنير، إلى حبيبنا

وسيدنا ومعلمنا محمد صلى الله عليه وسلم.

إلى روح أخي ... الأستاذ جمال رحمه الله وتغمده في فسيح جنانه.

إلى من كلله الله بالهيبة والوقار ... إلى من علمني العطاء بدون إنتظار... إلى من أحمل إسمه بكل

إفتخار ... إلى روح والدي رحمه الله وتغمده في فسيح جنانه.

إلى أعظم حضارة في الوجود ... إلى التي حبها ممدود بدون حدود ... إلى نبع الحنان والأمان ... أُمي

حفظها الله وأطال في عمرها.

إلى من بوجودهم أكتسب قوة وعزة ... إلى إخوتي وأخواتي.

إلى شريكة حياتي ... إلى سندي في الدنيا ... زوجتي الغالية.

إلى فلذات كبدي ... إلى الشموع التي تزين حياتي ... أبنائي رزان وسراج الدين ومارية

إلى الشهداء الأبرار الذين ضحوا بالنفس والنفيس من أجل أن تحيا الجزائر حرة مستقلة.

مصطفى

شكرو عرفان

عملاً بقول الله عز وجل {لئن شكرتم لأزيدنكم}

وعملاً بقول رسوله صلى الله عليه وسلم {من لم يشكر الناس لم يشكر الله}

أشكر الله عز وجل وأحمده على أن وفقني وهداني إلى إنجاز هذا العمل بما جاد به علينا من فضله ونعمته.

ثم أتقدم بخالص شكري وامتناني إلى:

الأستاذ الدكتور شنيي حسين الذي قبل الإشراف على هذا العمل ومتابعته خلال مراحلها، ولم يبخل علينا بالنصيحة والإرشاد أثناء إنجازه. نفع الله به العلم وطلابه، وجزاه الله عني كل خير.

وإلى الأستاذ الدكتور بن مويضة أحمد على توجيهاته ونصائحه القيمة.

كما أتقدم بالشكر والعرفان إلى الأستاذة الدكتورة بهاز لويضة نظير جهودها طوال فترة تكويننا في الدكتوراه، وإلى أساتذتنا الأفاضل أعضاء لجنة المناقشة الذين تكرموا عناء قراءة ومناقشة هذه الأطروحة.

مصطفى

ملخص :

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى مساهمة التكوين الجامعي في ترقية المقاولاتية السياحية، والكشف عما إذا وجدت فروق ذات دلالة إحصائية في تقدير مساهمة التكوين الجامعي في ترقية المقاولاتية السياحية تعزى لمتغيرات (الجنس، المؤهل العلمي، التخصص الجامعي، المهنة، الخبرة العملية)، ومن أجل تحقيق أهداف الدراسة قام الباحث باستخدام المنهج الوصفي في الجانب النظري، والمنهج التحليلي في الجانب الميداني من خلال الاعتماد على الاستبيان كأداة لجمع البيانات من عينة قوامها (162) عامل وعاملة حاملين لشهادات جامعية في المؤسسات السياحية (وكالات السياحة والأسفار، المؤسسات الفندقية) بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) أختيرت بطريقة قصدية، وبعد المعالجة الإحصائية للبيانات وإختبار الفرضيات بواسطة برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية Spss الإصدار 21، أسفرت الدراسة عن عدة نتائج نذكر منها:

- يوجد هناك تأثير ذو دلالة إحصائية للتكوين الجامعي في ترقية المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) عند مستوى دلالة 5%.

- لا توجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقدير مساهمة التكوين الجامعي في ترقية المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) تعزى لمتغيرات (الجنس، التخصص الجامعي، المهنة) عند مستوى دلالة 5%.

- توجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقدير مساهمة التكوين الجامعي في ترقية المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) تعزى لمتغيري (المؤهل العلمي، الخبرة العملية) عند مستوى دلالة 5%.

الكلمات المفتاحية: تكوين جامعي؛ جامعة؛ سياحة؛ مقاولاتية سياحية؛ مؤسسات سياحية.

Abstract:

This study aimed to identify the extent of university education's contribution to the promotion of tourism entrepreneurship, and to reveal whether there were statistically significant differences in the assessment of the contribution of university education to the promotion of tourism entrepreneurship attributable to the variables (gender, academic qualification, university specialization, profession, practical experience). In order to achieve the study's objectives, the researcher used the descriptive approach in the theoretical aspect, and the analytical approach in the field aspect by relying on the questionnaire as a tool for collecting data from a sample of (162) male and female workers holding university degrees in tourism establishments (tourism and travel agencies, hotel establishments) in the provinces of (Laghouat, Djelfa, Ghardaia, Aflou), which were chosen intentionally. After statistically processing the data and testing the hypotheses using the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) version 21, the study yielded several results, including:

- There is a statistically significant impact of university education on the promotion of tourism establishments in the provinces of (Laghouat, Djelfa, Ghardaia, Aflou) when 5% significance level.
- There are no statistically significant differences in the estimated contribution of university education to the development of tourism establishments in the provinces of Laghouat, Djelfa, Ghardaia, and Aflou, attributed to the variables (gender, university specialization, profession) at a 5% significance level.
- There are statistically significant differences in the estimated contribution of university education to the development of tourism establishments in the provinces of Laghouat, Djelfa, Ghardaia, and Aflou, attributed to the variables (academic qualification, practical experience) at a 5% significance level.

Keywords: university education; university; tourism; tourism entrepreneurship; tourism establishments.

فهرس المحتويات

الصفحة	المحتوى
	إهداء
	شكر وعرفان
I	ملخص الدراسة
IV	فهرس المحتويات
VII	فهرس الجداول
VIII	فهرس الأشكال
IX	فهرس الملاحق
1	مقدمة
	الفصل الأول: الإطار النظري للتكوين الجامعي
37	تمهيد
38	المبحث الأول: مفهوم التكوين الجامعي
38	المطلب الأول: تعريف التكوين الجامعي وأسس
42	المطلب الثاني: خصائص التكوين الجامعي ووظائفه
44	المطلب الثالث: أهمية التكوين الجامعي وأهدافه
47	المطلب الرابع: مكونات التكوين الجامعي ومساهماته
50	المبحث الثاني: واقع التكوين الجامعي في الجزائر
50	المطلب الأول: واقع الجامعة الجزائرية
53	المطلب الثاني: التحول الرقمي في الجامعات الجزائرية
56	المطلب الثالث: تحديات ورهانات التكوين الجامعي في الجزائر
58	المطلب الرابع: متطلبات تحسين التكوين الجامعي في الجزائر
60	المبحث الثالث: الأساس التنظيمي للتكوين الجامعي المقاولاتي في الجزائر
60	المطلب الأول: تعريف التكوين الجامعي المقاولاتي وأهميته
63	المطلب الثاني: أهداف التكوين الجامعي المقاولاتي ومساهماته
65	المطلب الثالث: القرار الوزاري رقم 1275 الأهمية والأهداف
70	المطلب الرابع: القرار الوزاري رقم 1275 المكاسب والآثار
74	خلاصة الفصل

الفصل الثاني: الإطار النظري للمقاولاتية السياحية	
76	تمهيد
77	المبحث الأول: المقاولاتية والمقاول
77	المطلب الأول: المقاولاتية والمصطلحات المرتبطة بها
83	المطلب الثاني: أهمية المقاولاتية وأهدافها
89	المطلب الثالث: المقاول والمصطلحات المرتبطة به
91	المطلب الرابع: خصائص ومهارات المقاول
94	المبحث الثاني: ماهية السياحة
95	المطلب الأول: تعريف السياحة والسائح
101	المطلب الثاني: مكونات النشاط السياحي
106	المطلب الثالث: فوائد وعيوب السياحة
111	المطلب الرابع: واقع السياحة في الجزائر
113	المبحث الثالث: مفهوم المقاولاتية السياحية
114	المطلب الأول: تعريف المقاولاتية السياحية وأهميتها
117	المطلب الثاني: أهداف المقاولاتية السياحية وخدماتها
118	المطلب الثالث: المتطلبات الكلية والمؤسسية للمقاولاتية السياحية
122	المطلب الرابع: عناصر المقاولاتية السياحية وتحديها
124	المبحث الرابع: واقع المقاولاتية السياحية في الجزائر
124	المطلب الأول: تعريف المقاول السياحي وخصائصه
126	المطلب الثاني: تقسيمات المقاولين السياحيين
127	المطلب الثالث: تحديات ومعوقات المقاولاتية السياحية في الجزائر
128	المطلب الرابع: إجراءات النهوض بالمقاولاتية السياحية في الجزائر
130	خلاصة الفصل
الفصل الثالث: الطريقة والأدوات	
132	تمهيد
133	المبحث الأول: مجتمع وعينة الدراسة
133	المطلب الأول: مدخل للمؤسسات السياحية في الجزائر

138	المطلب الثاني: تقديم للمؤسسات السياحية بولايات الأغواط والجللفة وغرداية والولاية المنتدبة آفلو
139	المطلب الثالث: مجتمع الدراسة
140	المطلب الرابع: عينة الدراسة
140	المبحث الثاني: أدوات الدراسة والأساليب الإحصائية المستخدمة فيها
140	المطلب الأول: أدوات الدراسة
143	المطلب الثاني: الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة
144	المطلب الثالث: صدق وثبات أداة الدراسة
151	المبحث الثالث: خصائص عينة الدراسة
151	المطلب الأول: خصائص عينة الدراسة حسب الجنس
153	المطلب الثاني: خصائص عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي والتخصص الجامعي
156	المطلب الثالث: خصائص عينة الدراسة حسب المهنة والخبرة العملية
160	خلاصة الفصل
الفصل الرابع: إختبار الفرضيات ونتائج الدراسة	
162	تمهيد
163	المبحث الأول: عرض نتائج الدراسة
164	المطلب الأول: التحليل الإحصائي لفقرات محور التكوين الجامعي
173	المطلب الثاني: التحليل الإحصائي لفقرات محور المقاولاتية السياحية
177	المبحث الثاني: إختبار فرضيات الدراسة
177	المطلب الأول: إختبار صحة الفرضية الرئيسية
178	المطلب الثاني: إختبار صحة الفرضيات الفرعية
194	المبحث الثالث: مناقشة نتائج الدراسة
194	المطلب الأول: مناقشة نتائج الفرضية الرئيسية
195	المطلب الثاني: مناقشة نتائج الفرضيات الفرعية
199	خلاصة الفصل
200	خاتمة
205	قائمة المصادر والمراجع
225	الملاحق

فهرس الجدول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
1.1	الطلبة المسجلين في الجامعات عبر العالم لسنتي 2023 و 2024	45
2.1	الشبكة الجامعية في الجزائر	52
3.1	شبكة البحث العلمي في الجزائر	53
4.1	حصيلة تنفيذ القرار 1275 خلال الموسم الجامعي 2022/2023	71
5.1	حصيلة تنفيذ القرار 1275 خلال الموسم الجامعي 2023/2024	71
1.2	الفرق بين المقاولاتية والمؤسسة الصغيرة	82
2.2	خصائص وسمات المقاول	92
3.2	الفرق بين السياحة التقليدية والسياحة الافتراضية	101
1.3	تطور عدد وكالات السياحة والأسفار من 2018 إلى 2023	135
2.3	وضعية الحظيرة الوطنية للمؤسسات الفندقية من 2018 إلى 2023	137
3.3	توزيع المؤسسات السياحية في ولايات الأغواط والجلفة وغرداية والولاية المنتدبة آفلو	139
4.3	إحصائيات الإستهبانات الموزعة والمسترجعة والقابلة للمعالجة	140
5.3	أبعاد وفقرات محاور الإستهبان	142
6.3	درجات مقياس ليكرت الخماسي	142
7.3	معاملات الارتباط لفقرات أبعاد المحور الأول	145
8.3	معاملات الارتباط لفقرات أبعاد المحور الثاني	147
9.3	معاملات ألفاكرونباخ لمحاور الإستهبان	150
10.3	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس	152
11.3	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي	154
12.3	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير التخصص الجامعي	155
13.3	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المهنة	157
14.3	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الخبرة العملية	158
1.4	مقياس تحديد مجال المتوسط الحسابي	163
2.4	إتجاهات آراء عينة الدراسة لفقرات البعد الأول عروض وبرامج التكوين	164
3.4	إتجاهات آراء عينة الدراسة لفقرات البعد الثاني طرق وأساليب التدريس	166

167	إتجاهات آراء عينة الدراسة لفقرات البعد الثالث التربصات ومشاريع التخرج	4.4
168	إتجاهات آراء عينة الدراسة لفقرات البعد الرابع الندوات والمؤتمرات	5.4
169	إتجاهات آراء عينة الدراسة لفقرات البعد الخامس مراكز تطوير المقاولاتية	6.4
171	إتجاهات آراء عينة الدراسة لفقرات البعد السادس حاضنات الأعمال	7.4
173	إتجاهات آراء عينة الدراسة لفقرات البعد الأول الجودة	8.4
174	إتجاهات آراء عينة الدراسة لفقرات البعد الثاني الابتكار	9.4
176	إتجاهات آراء عينة الدراسة لفقرات البعد الثالث المخاطرة	10.4
178	نتائج إختبار الفرضية الرئيسية	11.4
179	نتائج إختبار الفرضية الفرعية 1	12.4
184	نتائج إختبار الفرضية الفرعية 2	13.4
185	نتائج إختبار الفرضية الفرعية 3	14.4
186	نتائج إختبار الفرضية الفرعية 4	15.4
188	نتائج إختبار الفرضية الفرعية 5	16.4
189	إختبار تحليل التباين (ANOVA) للفروق بين متوسط إجابات أفراد العينة وفقا لمتغير المؤهل العلمي	17.4
190	إختبار تحليل التباين (ANOVA) للفروق بين متوسط إجابات أفراد العينة وفقا لمتغير التخصص الجامعي	18.4
192	إختبار تحليل التباين (ANOVA) للفروق بين متوسط إجابات أفراد العينة وفقا لمتغير المهنة	19.4
193	إختبار تحليل التباين (ANOVA) للفروق بين متوسط إجابات أفراد العينة وفقا لمتغير الخبرة العملية	20.4

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
47	أهداف التكوين الجامعي	1.1
49	مكونات التكوين الجامعي	2.1
60	متطلبات تحسين التكوين الجامعي	3.1
63	أهمية التكوين الجامعي المقاولاتي	4.1

64	الأهداف الفرعية للتكوين الجامعي المقاولاتي	5.1
68	مشروع القرار الوزاري رقم 1275	6.1
84	أشكال المقاولاتية	1.2
86	فوائد المقاولاتية	2.2
98	علاقة المفهوم السياحي بالزمن	3.2
99	مفهوم السياحة	4.2
108	فوائد السياحة من الجانب السياسي	5.2
109	فوائد السياحة من الجانب الإنساني	6.2
136	تطور عدد وكالات السياحة والأسفار من 2018 إلى 2023	1.3
138	تطور قدرة الإيواء للحظيرة الفندقية من 2018 إلى 2023	2.3
153	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس	3.3
155	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي	4.3
156	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير التخصص الجامعي	5.3
158	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المهنة	6.3
159	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الخبرة العملية	7.3

فهرس الملاحق

الصفحة	عنوان الملحق	رقم الملحق
226	المرسوم التنفيذي رقم 48-2000 الصادر في الجريدة الرسمية	01
228	المرسوم التنفيذي رقم 19-158 الصادر في الجريدة الرسمية	02
231	قائمة المؤسسات السياحية المعتمدة في ولايات الأغواط والجلفة وغرداية والولاية المنتدبة آفلو	03
243	الإستبيان الأولي	04
250	الإستبيان النهائي	05
254	قائمة الأساتذة المحكمين	06
255	معامل الارتباط بيرسون	07
260	إختبار ألفا كرونباخ	08
262	الجداول البسيطة	09
263	إتجاه محاور الدراسة	10

265	إختبار فرضيات الدراسة	11
-----	-----------------------	----

مقدمة

أصبح التكوين الجامعي يحظى بإهتمام كبير على مختلف الأصعدة المحلية، والعربية، والعالمية بإعتباره رافدا مهما لتقدم الدول وتطورها، وأحد أهم المراحل التعليمية التي تضطلع بإعداد الأفراد وتزويدهم بالمهارات والمعارف اللازمة لمواكبة متغيرات سوق العمل من جهة، ومن جهة أخرى المساهمة في الوصول إلى التنمية المستدامة بأبعادها الإقتصادية، والبيئية، والإجتماعية، والسياسية، وعلى الرغم من دوره المحوري إلا أنه يواجه في عصر المعرفة العديد من التحديات التي تختلف باختلاف المجتمعات.

كما أصبحت المقاولاتية تمثل في الدول المتقدمة والنامية على حد سواء رافدا مهما من روافد الإقتصاد العالمي، ووعاءا خصبا لجذب نسبة كبيرة من العمالة الوطنية¹، وقد ظهرت مؤخرا الحاجة إلى ضرورة دمج المقاولاتية في العروض والبرامج التكوينية، والتوسع فيما يعرف بالتكوين المقاولاتي في الجامعة الذي يهدف إلى جعل هذه الأخيرة صانعة لفرص العمل بدل الإعتماد على التوظيف الكلاسيكي، حيث يسعى التكوين المقاولاتي إلى خلق جيل من المقاولين قادرين على توفير العديد من فرص العمل².

والجزائر كغيرها من دول العالم سعت منذ إستقلالها لنشر التعليم وتعليمه في كامل ربوع الوطن والرفع من نسبة التمدرس، حيث بذلت من وراء ذلك الكثير من الجهود والطاقات، وقد أولت الدولة الجزائرية إهتماما كبيرا بقطاع التعليم العالي والبحث العلمي وذلك من أجل تعزيز التواصل بين الجامعة ومحيطها الإجتماعي والإقتصادي، وترقية الفكر المقاولاتي بين أوساط الطلبة الجامعيين وتطويره بواسطة توفير بيئة مشجعة على الإبداع، والإبتكار، ومساعدة على تنمية مستوى الرغبة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين³.

تعمل الدولة الجزائرية مؤخرا على تطوير إقتصادها وذلك من خلال البحث عن بدائل جديدة للدخل

¹ يحيى علي أحمد فقيهي، عرين فايز علي العبابنة، الإتجاه نحو ريادة الأعمال وعلاقته ببعض المتغيرات الأكاديمية لدى طالبات كلية العلوم الإدارية بجامعة نجران، مجلة الجامعة الإسلامية للعلوم التربوية والإجتماعية، المملكة العربية السعودية، الجزء الأول، العدد 11، 2022، ص 97.

² يوسفينا رزق سليمان، وآخرون، تقييم دور معاهد السياحة والفنادق في تنمية الثقافة الريادية لدى الطلاب، المجلة الدولية للدراسات السياحية والفندقية، جامعة 6 أكتوبر، مصر، المجلد 03، العدد 02، 2022، ص 222.

³ خردال محمد، جايدر حسان، دور التكوين الجامعي في تحسيس الرغبة المقاولاتية لدى الطلبة المقبلين على التخرج -دراسة مقارنة- (حالة جامعة زيان عاشور-الجلفة-)، مجلة إدارة الأعمال والدراسات الإقتصادية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، المجلد 06، العدد 01 مكرر، 2020، ص 464.

خارج قطاع المحروقات بما يحقق لها الوصول إلى التنمية المستدامة، ويمثل قطاع السياحة أحد هذه البدائل التي تحظى بأهمية كبرى لدى السلطات المعنية وهذا بالنظر للمقومات الطبيعية، والمادية التي تزخر بها الجزائر، فسعت بذلك إلى تشجيع المقاولاتية في القطاع السياحي من خلال دعم إنشاء مؤسسات سياحية ناشئة بحيث كلما زادت مشاريع الإستثمار السياحي كلما قابلها زيادة في معدلات السياحة الداخلية والخارجية¹.

الإشكالية الرئيسية:

وعلى ضوء ما سبق يمكن صياغة إشكالية الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي:

إلى أي مدى يساهم التكوين الجامعي في ترقية المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو)؟

ويتفرع عن هذا التساؤل الرئيسي مجموعة التساؤلات الفرعية التالية:

التساؤلات الفرعية:

- 1- ما مدى مساهمة أبعاد التكوين الجامعي (عروض وبرامج التكوين، طرق وأساليب التدريس، الترتيبات ومشاريع التخرج، الندوات والمؤتمرات، مراكز تطوير المقاولاتية، حاضنات الأعمال) في ترقية المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو)؟
- 2- ما مدى مساهمة التكوين الجامعي في ترقية جودة خدمات المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو)؟
- 3- ما مدى مساهمة التكوين الجامعي في تنمية روح الابتكار للمؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو)؟
- 4- ما مدى مساهمة التكوين الجامعي في الحد من المخاطرة للمؤسسات السياحية بولايات (الأغواط،

¹ أبريغم سامية، قريوة زينب، المقاولاتية ومشاريع الإستثمار السياحي في الصحراء وفق معايير الحكومة الاجتماعية، مجلة إقتصاد المال والأعمال، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف، ميلة، المجلد 01، العدد 02، 2017، ص 237.

الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو)؟

5- هل توجد فروق في تقدير مساهمة التكوين الجامعي في ترقية المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط،

الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) تعزى لمتغيرات (الجنس، المؤهل العلمي، التخصص الجامعي، المهنة،

الخبرة العملية)؟

فرضيات الدراسة:

يهدف الإجابة على الإشكالية الرئيسية وتساؤلاتها الفرعية، يتطلب منا صياغة جملة من الفرضيات

العلمية على النحو التالي:

الفرضية الرئيسية:

يوجد هناك تأثير ذو دلالة إحصائية للتكوين الجامعي في ترقية المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة،

غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) عند مستوى دلالة 5 %.

وتتفرع منها الفرضيات الفرعية التالية:

1- يوجد هناك تأثير ذو دلالة إحصائية لأبعاد التكوين الجامعي (عروض وبرامج التكوين، طرق وأساليب

التدريس، الترتيبات ومشاريع التخرج، الندوات والمؤتمرات، مراكز تطوير المقاولاتية، حاضنات الأعمال) في ترقية

المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) عند مستوى دلالة 5 %.

2- يوجد هناك تأثير ذو دلالة إحصائية للتكوين الجامعي في ترقية جودة خدمات المؤسسات السياحية بولايات

(الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) عند مستوى دلالة 5 %.

3- يوجد هناك تأثير ذو دلالة إحصائية للتكوين الجامعي في تنمية روح الابتكار للمؤسسات السياحية بولايات

(الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) عند مستوى دلالة 5 %.

4- يوجد هناك تأثير ذو دلالة إحصائية للتكوين الجامعي في الحد من المخاطرة للمؤسسات السياحية بولايات

(الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) عند مستوى دلالة 5 %.

5- توجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقدير مساهمة التكوين الجامعي في ترقية المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) تعزى لمتغيرات (الجنس، المؤهل العلمي، التخصص الجامعي، المهنة، الخبرة العملية) عند مستوى دلالة 5 %.

أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيسي من هذه الدراسة في التعرف على مدى مساهمة التكوين الجامعي في ترقية المقاولاتية السياحية.

كما تسعى الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف، والتي من أهمها:

- إستعراض الإطار النظري لمتغيرات الدراسة، التكوين الجامعي، والمقاولاتية السياحية.
- تشخيص واقع التكوين الجامعي، والمقاولاتية السياحية في الجزائر.
- التطرق للدور الذي يلعبه التكوين الجامعي المقاولاتي خاصة القرار الوزاري رقم 1275 في خلق مؤسسات ناشئة تساهم في الحد من البطالة.
- الوقوف على مستوى الجودة، والإبتكار، والمخاطرة في المؤسسات السياحية.
- الخروج بتوصيات وإقتراحات مناسبة يمكن أن تساعد متخذ القرار في الجزائر لفهم الدور الذي يمكن أن تساهم به المقاولاتية السياحية في خلق مناصب عمل، وكذلك الترويج للسياحة الداخلية، وترقية الخدمات السياحية.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في أنها:

- نابعة من كون أن التكوين الجامعي يمثل استثماراً حقيقياً في الموارد البشرية من أجل إعداد قوى بشرية

ذات كفاءة.

- تتزامن مع الإصلاحات الأخيرة التي أقرتها وزارة التعليم العالي والبحث العلمي والتي من بينها قرار توحيد عروض التكوين الجامعي، وقرار رقم 1275 (شهادة جامعية - مؤسسة ناشئة/شهادة جامعية - براءة اختراع)، وتتزامن أيضا مع إنشاء مراكز تطوير المقاولاتية وحاضنات الأعمال في جميع الجامعات الجزائرية والتي من شأنها أن تشجع الطلبة الجامعيين على ممارسة النشاط المقاولاتي بعد التخرج.
- نابعة من توجه الدولة الجزائرية نحو الاعتماد على السياحة كأحد البدائل لترقية الصادرات خارج قطاع المحروقات، ولتحسين ولتطوير البنية التحتية، ولتوفير العملة الأجنبية، ولتشجيع الاستثمار، ولخلق فرص عمل جديدة، وللمساهمة في الناتج المحلي وفي ميزان المدفوعات.
- من الممكن أن تفيد هذه الدراسة المسؤولين عن التكوين الجامعي وسياساته في التعرف على الجوانب المختلفة لمدخل حديث لترقية المقاولاتية السياحية عن طريق التكوين الجامعي.
- إضافة لبنة جديدة في مجال البحوث المقاولاتية في المنشآت السياحية بالجزائر.

أسباب اختيار الموضوع:

تنحصر الأسباب التي أدت إلى إختيارنا لموضوع دراستنا الحالية فيما يلي:

أولا: الأسباب الموضوعية:

- النقد المستمر والمتكرر للتكوين الجامعي من قبل المجتمع، والمؤسسات العمومية والخاصة في عدم قدرته على تقديم إطارات ذات كفاءة تتواءم ومتطلبات سوق العمل.
- توجه الدولة الجزائرية نحو الإهتمام بالمقاولاتية بين أوساط الطلبة الجامعيين.
- تعتبر المقاولاتية السياحية أهم البدائل والمصادر التي تعتمد عليها الدولة الجزائرية لتنويع إقتصادها، والخروج من دائرة المحروقات، وللنهوض بقطاع السياحة وتطويره.

ثانيا: الأسباب الذاتية:

- الرغبة في التعرف على الدور الذي يمكن أن يلعبه التكوين الجامعي في تنمية المهارات المهنية للخريجين.
- الرغبة في أن يكون الموضوع مفيداً للباحثين، والمقاولين السياحيين، والفاعلين في القطاع السياحي.
- محاولة إضافة قيمة علمية وإثراء الحقل العلمي من خلال البحث في هذا الموضوع.

حدود الدراسة:

أولاً: الحدود الموضوعية: تقتصر هذه الدراسة على دراسة التكوين الجامعي ومدى مساهمته في ترقية المقاولاتية السياحية.

ثانياً: الحدود المكانية: تمثلت في المؤسسات السياحية (وكالات السياحة والأسفار، والمؤسسات الفندقية) الناشطة بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو).

ثالثاً: الحدود الزمانية: إمتدت الفترة الزمنية للدراسة الميدانية من أوت 2024 إلى جانفي 2025.

رابعاً: الحدود البشرية: تمثلت في العاملين الحاملين لشهادات جامعية في المؤسسات السياحية (وكالات السياحة والأسفار، والمؤسسات الفندقية) الناشطة بالولايات المذكورة سابقا.

منهج الدراسة:

من أجل إجراء الدراسة والعمل العلمي على تحقيق أهدافها، والإجابة على التساؤلات المطروحة، وإختبار صحة الفرضيات المقدمة، إستخدمنا المنهج الوصفي التحليلي نظرا لملاءمته هذه الدراسة، فاستخدمنا المنهج الوصفي في عرض الأدبيات النظرية والدراسات السابقة للتكوين الجامعي، والمقاولاتية السياحية، كما إستخدمنا المنهج التحليلي في الدراسة الميدانية لمعرفة مدى مساهمة التكوين الجامعي في ترقية المقاولاتية السياحية لدى أفراد عينة الدراسة.

صعوبات الدراسة:

واجهت الباحث أثناء إنجاز هذه الدراسة بعض الصعوبات التي نذكر منها:

1- توفر دراسات قليلة تناولت المتغير التابع المقاولاتية السياحية.

2- قلة الدراسات السابقة التي تناولت المتغيرين مع بعضهما.

هيكل الدراسة:

اشتملت الدراسة على أربع فصول، بحيث تناولنا في المقدمة إشكالية الدراسة، وأسئلتها الفرعية، وفرضياتها وكذلك أهميتها وأهدافها، كما تناولنا منهج وحدود الدراسة، وكذا الدراسات السابقة التي لها صلة بالمتغيرين التكوين الجامعي، والمقاولاتية السياحية.

بعد ذلك تطرقنا في الفصل الأول للإطار النظري للتكوين الجامعي من خلال ثلاثة مباحث شملت مفهوم التكوين الجامعي، وواقع التكوين الجامعي في الجزائر، والأساس التنظيمي للتكوين الجامعي المقاولاتي في الجزائر، أما الفصل الثاني من الدراسة تناولنا فيه الإطار النظري للمقاولاتية السياحية عبر أربع مباحث تضمنت المقاولاتية والمقاول، وماهية السياحة، ومفهوم المقاولاتية السياحية، وواقع المقاولاتية السياحية في الجزائر، ثم تطرقنا في الفصل الثالث لطريقة الدراسة وأدواتها من خلال ثلاثة مباحث شملت مجتمع وعينة الدراسة، وأدوات الدراسة والأساليب الإحصائية المستخدمة فيها، وخصائص عينة الدراسة، ثم في الأخير تناولنا في الفصل الرابع إختبار الفرضيات ونتائج الدراسة عبر ثلاثة مباحث تضمنت عرض نتائج الدراسة، وإختبار فرضيات الدراسة، ومناقشة نتائج الدراسة.

الدراسات السابقة:

قام الباحث أدناه بعرض أهم الدراسات المتعلقة بموضوع الدراسة الحالية حسب تسلسل حدوثها من الأحدث إلى الأقدم.

أولاً: الدراسات السابقة المتعلقة بالتكوين الجامعي

1- الدراسات السابقة باللغة العربية

- دراسة (بجراح أحمد إبراهيم، عايب فاطمة الزهراء¹، 2024)، والمتمثلة في مقال بعنوان: توجه التكوين الجامعي نحو إنشاء المؤسسات الناشئة -دراسة حالة عينة من طلبة الماستر التابعين لقرار 1275 جامعة تبسة

يتمثل هدف هذه الدراسة في التعرف على مدى مساهمة برامج التكوين الجامعي في دعم الطلبة المقبلين على التخرج (طلبة الماستر) لإنشاء مؤسسات ناشئة، وعما كانت المعارف والكفاءات التي يكتسبها الطالب الجامعي كافية لإملاكه القدرة على إنشاء مؤسسة ناشئة، ومن أجل تحقيق أهداف الدراسة وإختبار فرضياتها، قام الباحثان بإعداد إستبيان وجه لعينة قوامها (40) طالب وطالبة ماستر من جامعة تبسة والذين اختاروا الحصول على شهادة مؤسسة ناشئة ضمن القرار الوزاري رقم 1275.

وإعتمد الباحثان في جمع البيانات وتحليلها على المنهج الوصفي التحليلي للوصول إلى النتائج التالية:

- وجود علاقة إرتباطية بين البرامج التكوينية المقدمة ورغبة الطلبة الجامعيين في إنشاء مؤسسات ناشئة.
 - مساهمة حاضنات الأعمال، ودار المقاولاتية، والأيام الدراسية، بجامعة تبسة في مرافقة ودعم طلبة الماستر خلال مساهمهم التكويني لإنشاء مؤسسات ناشئة وتذليل الصعوبات أمامهم.
 - دراسة (رمزي سمير شكشك²، 2023)، والمتمثلة في مقال بعنوان: أثر التعليم لريادة الأعمال على نية الطلبة لإنشاء المشاريع الريادية: دراسة حالة كلية مجتمع الأقصى للدراسات المتوسطة -قطاع غزة-
- جاءت هذه الدراسة للتعرف على أثر التكوين الجامعي المقاولاتي على توجه الطلبة الجامعيين في إنشاء

¹بجراح أحمد إبراهيم، عايب فاطمة الزهراء، توجه التكوين الجامعي نحو إنشاء المؤسسات الناشئة، دراسة حالة عينة من طلبة الماستر التابعين لقرار 1275 جامعة تبسة، مجلة آفاق علوم الإدارة والاقتصاد، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، المجلد 07، العدد 02، 2024.

²رمزي سمير شكشك، أثر التعليم لريادة الأعمال على نية الطلبة لإنشاء المشاريع الريادية: دراسة حالة كلية مجتمع الأقصى للدراسات المتوسطة -قطاع غزة- مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية والإدارية، غزة، فلسطين، المجلد 31، العدد 02، 2023.

مشاريعهم الخاصة، وفي سبيل تحقيق أهداف الدراسة قام الباحث بإستخدام المنهج الوصفي التحليلي، وبتطبيق الإستبانة على عينة مكونة من (386) طالب وطالبة أتموا مساقى ريادة الأعمال (1) ومساقى ريادة الأعمال (2) ضمن برنامج KAB والتي تمثل سدس العدد الإجمالي من طلبة كلية مجتمع الأقصى للدراسات المتوسطة بقاطع غزة بفلسطين.

وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها:

- وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين التكوين الجامعي المقاولاتي ونية الطلبة الجامعيين لإنشاء مشاريع ريادية لدى طلبة كلية مجتمع الأقصى للدراسات المتوسطة.
- وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين التكوين الجامعي المقاولاتي ونية الطلبة الجامعيين لإنشاء مشاريع ريادية لدى طلبة كلية مجتمع الأقصى للدراسات المتوسطة.
- يساهم التكوين الجامعي المقاولاتي بتغيير نمط التفكير لدى الطلبة الجامعيين في التوجه نحو إنشاء مشاريعهم الريادية الخاصة بدلاً من إنتظار التوظيف.
- تساهم الخطط الدراسية في الكليات والجامعات في تشجيع التكوين الجامعي المقاولاتي.
- دراسة (سومية هادف، نبيل بوزيد¹، 2022)، والمتمثلة في مقال بعنوان: مساهمة تحسين نوعية التكوين الجامعي في تحضير الطلبة إلى عالم الشغل-دراسة ميدانية على الطلبة المقبلين على التخرج (سنة ثالثة ليسانس، سنة أولى وثانية ماستر)

إستهدفت هذه الدراسة الوقوف على مدى مساهمة تحسين نوعية التكوين الجامعي في تحضير الطلبة الجامعيين إلى عالم الشغل، وذلك من خلال التعرف على مساهمة الجانب النظري، والجانب التطبيقي، وكذا

¹سومية هادف، نبيل بوزيد، مساهمة تحسين نوعية التكوين الجامعي في تحضير الطلبة إلى عالم الشغل-دراسة ميدانية على الطلبة المقبلين على التخرج (سنة ثالثة ليسانس، سنة أولى وثانية ماستر)، مجلة الجامع في الدراسات النفسية والعلوم التربوية، جامعة محمد بوضياف، مسيلة، المجلد 07، العدد 01، 2022.

الأساتذة في تحضير الطلبة الجامعيين إلى سوق العمل، وإستخدم الباحثان المنهج الوصفي التحليلي، حيث تكونت عينة الدراسة من (350) طالب وطالبة مقبلين على التخرج (سنة الثالثة ليسانس، سنة أولى وثانية ماستر) في تخصصات مختلفة عبر مجموعة من الجامعات الجزائرية حيث تم استطلاع آرائهم عبر إستبانة إلكترونية. وكشفت نتائج الدراسة على:

- عدم مساهمة الجانب النظري من التكوين الجامعي بدرجة كافية في تحضير الطلبة الجامعيين إلى سوق العمل.
- عدم مساهمة الجانب التطبيقي من التكوين الجامعي بدرجة كافية في تحضير الطلبة الجامعيين إلى سوق العمل.
- عدم مساهمة الأساتذة بالشكل الكافي في تحضير الطلبة الجامعيين إلى سوق العمل.
- وجود ضعف في العلاقة بين برامج وعناصر عملية التكوين الجامعي ومتطلبات سوق العمل.
- دراسة (بن حامد عبد الغني، بن حبرش محمد¹، 2021)، والمتمثلة في مقال بعنوان: جودة التكوين وأثرها في ريادة الأعمال لدى الخريجين الجامعيين "دراسة إمبريقية خصت خريجي المركز الجامعي إيليزي خلال الفترة "2018-2019"

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر جودة التكوين الجامعي في تفعيل نية المقاولاتية لدى الطلبة المقبلين على التخرج، وكذلك التطرق إلى الأطر النظرية لكل من التكوين الجامعي، والمقاولاتية، والمقاول، والتكوين الجامعي المقاولاتي، والنية الريادية، وأيضا إبراز مساهمة الجامعة الجزائرية في تنمية ثقافة المقاولاتية بين أوساط الطلبة الجامعيين، ولتحقيق أهداف الدراسة قام الباحثان بإجراء دراسة ميدانية بالمركز الجامعي بإيليزي على عينة عشوائية

¹ بن حامد عبد الغني، بن حبرش محمد، جودة التكوين وأثرها في ريادة الأعمال لدى الخريجين الجامعيين، دراسة إمبريقية خصت خريجي المركز الجامعي إيليزي خلال الفترة "2018-2019"، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، المجلد 08، العدد 01، 2021.

تتكون من (216) طالب وطالبة من المقبلين على التخرج (ليسانس والماستر) في ميدان العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، كما اعتمد الباحثان على المنهج الوصفي التحليلي وعلى الاستبانة في جمع البيانات. وقد تم توصل من خلال هذه الدراسة إلى:

- وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين التكوين الجامعي والنية المقاولاتية بين أفراد عينة الدراسة.
- وجود اتجاه موجب من طرف أفراد عينة الدراسة نحو النية المقاولاتية.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تصور أفراد عينة الدراسة حول درجة النية المقاولاتية تعزى إلى متغيرات الجنس، والعمر، والمستوى الدراسي.
- تساهم أنشطة دار المقاولاتية بدرجة ضئيلة في نشر الفكر المقاولاتي بين أوساط الطلبة الجامعيين.
- لا تؤثر مقررات وبرامج التكوين الجامعي بالمركز الجامعي بإيليزي بدرجة كافية، ولا تلقى الرضا الكافي لدى الطلبة الجامعيين.
- لا تعطي مقررات وبرامج التكوين الجامعي تدريباً عملياً حول العملية المقاولاتية وكيفية ممارستها في أرض الواقع، كما أنها لا تصقل الشخصية المقاولاتية بشكل كاف.
- دراسة (خرادل محمد، جايدر حسان¹، 2020)، والمتمثلة في مقال بعنوان: دور التكوين الجامعي في تحسين الرغبة المقاولاتية لدى الطلبة المقبلين على التخرج -دراسة مقارنة- (حالة جامعة زيان عاشور- الجلفة-)

سعت هذه الدراسة إلى معرفة مدى مساهمة التكوين الجامعي في تنمية الرغبة المقاولاتية لدى الطلبة المقبلين على التخرج، والكشف عما إذا كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين الذكور والإناث، ولتحقيق ذلك

¹خرادل محمد، جايدر حسان، دور التكوين الجامعي في تحسين الرغبة المقاولاتية لدى الطلبة المقبلين على التخرج -دراسة مقارنة- (حالة جامعة زيان عاشور-الجلفة-)، مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، المجلد 06، العدد 01 مكر 01، 2020.

تم إختيار عينة الدراسة من مجتمع الطلبة الجامعيين المقبلين على التخرج بجامعة الجلفة وهي متكونة من (72) طالب وطالبة منهم (36) ذكور و(36) إناث، وطبقت على هؤلاء الطلبة أداة الإستبيان كأداة لجمع البيانات. وقد توصل الباحثان إلى عدة إستنتاجات كان أهمها:

- مساهمة التكوين الجامعي بدرجة كبيرة من خلال المادة العلمية وطرق التدريس في تفعيل الرغبة المقاولاتية لدى الطلبة المقبلين على التخرج.

- يساهم المحيط الجامعي من خلال الأيام المقاولاتية التي تنظمها الجامعة والندوات العلمية والمحاضرات التي يقدمها الأساتذة المتخصصون في تفعيل الرغبة المقاولاتية لدى الطلبة المقبلين على التخرج.

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كل من الذكور والإناث.

- دراسة (عياد صالح، فودوا محمد¹، 2020)، والمتمثلة في مقال بعنوان: التكوين الجامعي وأثره على نية إنشاء مقالة لدى الطلبة: حالة طلبة ميدان العلوم الإقتصادية بجامعة أدرار

سعت هذه الدراسة إلى تبين مدى وجود أثر مباشر أو غير مباشر للتكوين الجامعي على النية المقاولاتية للطلبة الجامعيين، ولتحقيق أهداف الدراسة قام الباحثان بالإستعانة بثلاث متغيرات وسيطية هي الشخصية، والرغبة، والقدرة، وتكون مجتمع الدراسة من الطلبة المقبلين على التخرج (سنة الثالثة ليسانس وسنة أولى وثانية ماستر) بميدان العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بالمركز الجامعي بأدرار، ولقد تألفت العينة من (120) طالب وطالبة تم اختيارهم بصفة عشوائية، واستخدم الباحثان لإختبار الفرضيات أسلوب الإنحدار المتعدد وأسلوب تحليل المسار وكذلك إعتمدا على الإستبيان كأداة لجمع البيانات.

وخلصت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها:

- وجود تأثير مباشر وغير مباشر للتكوين الجامعي على النية المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين.

¹ عياد صالح، فودوا محمد، التكوين الجامعي وأثره على نية إنشاء مقالة لدى الطلبة: حالة طلبة ميدان العلوم الاقتصادية بجامعة أدرار، مجلة معهد العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر3، المجلد23، العدد01، 2020.

- يساهم التكوين الجامعي من خلال (التخصص الجامعي، التربصات الميدانية، مقاييس وبرامج التكوين)، بشكل جيد في إثارة رغبة الطلبة الجامعيين في إنشاء مقالة.

- يساهم التكوين الجامعي من خلال (الأيام التحسيسية والإعلامية والمكتبات العلمية) بشكل ضعيف في إثارة رغبة الطلبة الجامعيين في إنشاء مقالة.

- دراسة (بيض القول إبراهيم، بوفلجة غيات¹، 2020)، والمتمثلة في مقال بعنوان: دور التكوين الجامعي في إكتساب المهارات الأساسية والتوجه نحو المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين: دراسة مقارنة بين طلبة علوم الإقتصادية والعلوم الاجتماعية

حاولت هذه الدراسة التعرف على مدى مساهمة التكوين الجامعي في تفعيل روح المقاولاتية بين أوساط الطلبة الجامعيين، وكذلك الكشف عما إذا كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية في المهارات والتوجه نحو المقاولاتية تعزى إلى متغير التخصص بين طلبة العلوم الاجتماعية وطلبة العلوم الإقتصادية. استخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وطبقت الاستبانة كأداة لجمع البيانات على عينة عشوائية مكونة من (130) طالب وطالبة من كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، وكلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.

وأظهرت نتائج الدراسة أن:

- للتكوين الجامعي دور إيجابي في حث وتوجيه الطلبة الجامعيين نحو العمل المقاولاتي.
- الطلبة الجامعيين لديهم واقعية قوية في إنشاء مشاريع خاصة بهم.
- تساهم تنمية مهارات المقاولاتية (التعرف على الفرص، الإبداع، حل المشكلات، القيادة والاتصال

¹ بيض القول إبراهيم، بوفلجة غيات، دور التكوين الجامعي في إكتساب المهارات الأساسية والتوجه نحو المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين: دراسة مقارنة بين طلبة علوم الإقتصادية والعلوم الاجتماعية، مجلة آفاق للعلوم، جامعة زيان عاشور، الجلفة، المجلد 05، العدد 18، 2020.

والإبتكار والتواصل) بشكل كبير في تعزيز الروح المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين.

- وجود فروق ذات دلالة إحصائية في المهارات والتوجه نحو المقاولاتية عند متغير التخصص، حيث بينت النتائج أن طلبة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير لديهم الرغبة والنية أكبر للتوجه نحو المقاولاتية مقارنة بطلبة العلوم الإنسانية والعلوم الإجتماعية.

- دراسة (فضلون الزهراء¹، 2019)، والمتمثلة في مقال بعنوان: مدى استجابة برامج التكوين الجامعي لمتطلبات الشغل في عصر مجتمع المعرفة من وجهة نظر الطلبة -دراسة إستطلاعية بجامعة أم البواقي-

- قامت الباحثة بإجراء دراسة إستطلاعية بجامعة أم البواقي بهدف التعرف على مدى مساهمة التكوين الجامعي في الإستجابة لمتطلبات سوق العمل في عصر المعرفة، وإعتمدت الدراسة على عينة عشوائية قوامها (25) طالب وطالبة في العلوم الإجتماعية من المقبلين على التخرج (سنة أولى وثانية ماستر) بجامعة أم البواقي، حيث تم إستطلاع آرائهم من خلال إستمارة المقابلة، كما إستخدمت المنهج الوصفي من أجل الوصول للنتائج التالية:
- تخضع محتويات برامج التكوين الجامعي بدرجة ضعيفة للتجديد بالموازاة مع المتغيرات المعرفية والتقنية.
- إتساع الهوة بين برامج التكوين الجامعي ومتطلبات سوق العمل في عصر المعرفة والتكنولوجيا.
- توفر الجامعة بدرجة قليلة تربصات ميدانية لطلبة الماستر المقبلين على التخرج.
- عدم وجود مقاييس تكوينية تعمل على نشر ثقافة المقاولاتية بين أوساط الطلبة الجامعيين.
- تستجيب برامج التكوين الجامعي بالجامعة الجزائرية بدرجة غير كافية لمتطلبات الشغل في عصر المعرفة.

¹فضلون الزهراء، مدى إستجابة برامج التكوين الجامعي لمتطلبات الشغل في عصر مجتمع المعرفة من وجهة نظر الطلبة -دراسة استطلاعية بجامعة أم البواقي- مجلة المعيار، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، المجلد 23، العدد 45، 2019.

- دراسة (نوار سامية¹، 2019/2018)، والمتمثلة في أطروحة دكتوراه علوم موسومة ب: تقييم نوعية

التكوين الجامعي في الجزائر في ضوء العولمة

حاولت الباحثة في هذه الدراسة معرفة وجهات نظر أعضاء هيئة التدريس (الأساتذة) حول مدى إستجابة التكوين الجامعي في الجزائر في ظل العولمة وتدويل التعليم العالي لمتطلبات المعايير الدولية للتنوعية والمتمثلة في معيار الفعالية، ومعيار الفاعلية، ومعيار الإنصاف وتكافؤ الفرص.

ولتحقيق أهداف الدراسة قامت الباحثة بإتباع المنهج الوصفي وإستخدام الإستبيان كوسيلة لجمع البيانات من (120) أستاذ جامعي يزاولون مهنة التدريس في عشر كليات ومعاهد بجامعة أم البواقي.

وقد توصلت الباحثة إلى أن التكوين الجامعي في الجزائر من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس يستجيب بدرجة من متوسطة إلى عالية لمعيار الفعالية، ويستجيب بدرجة كبيرة لمعيار الفاعلية والإنصاف في ضوء العولمة.

- دراسة (نفيسة خميس، عواطف محسن²، 2017)، والمتمثلة في مقال بعنوان: دور التكوين الجامعي في

تفعيل النية المقاولاتية لدى الطلبة (دراسة ميدانية لعينة من الطلبة بجامعة ورقلة)

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى مساهمة التكوين الجامعي في تفعيل النية المقاولاتية لدى الطلبة المقبلين على التخرج، إضافة إلى معرفة ما إذا كانت المعارف والمؤهلات التي يقدمها التكوين الجامعي للطلبة كافية وتسمح لهم بإنشاء وتنفيذ مشاريعهم الخاصة، وتمت الدراسة على عينة عشوائية مكونة من (113) طالب وطالبة مقبلين على التخرج بنسبة (50%) مستوى ماستر، و(49%) مستوى ليسانس، و(1%) مستوى دكتوراه موزعين على ثلاثة تخصصات (علوم التسيير، العلوم التطبيقية، والعلوم الزراعية) بجامعة ورقلة، وقد إعتمدت الباحثتان على الإستبيان كأداة لجمع البيانات.

¹نوار سامية، تقييم نوعية التكوين الجامعي في الجزائر في ضوء العولمة، أطروحة دكتوراه علوم في علم النفس، جامعة قسنطينة 2 عبد الحميد مهري، 2019/2018.

²نفيسة خميس، عواطف محسن، دور التكوين الجامعي في تفعيل النية المقاولاتية لدى الطلبة (دراسة ميدانية لعينة من الطلبة بجامعة ورقلة)، مجلة رؤى إقتصادية، جامعة الوادي، المجلد 07، العدد 02، 2017.

وقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها:

- مساهمة التكوين الجامعي في تفعيل النية المقاولاتية بين أوساط الطلبة المقبلين على التخرج.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند متغيرات كل من الجنس، والمستوى الدراسي، والخبرة المهنية.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين التخصصات.
- تسهم الفعاليات المقاولاتية والأبواب المفتوحة على الجامعة في تفعيل النية المقاولاتية لدى الطلبة المقبلين على التخرج.
- عدم مساهمة دار المقاولاتية بجامعة ورقلة في تفعيل النية المقاولاتية لدى الطلبة المقبلين على التخرج.
- دراسة (هارون أسماء¹، 2010/2009)، والمتتمثلة في رسالة ماجستير بعنوان: دور التكوين الجامعي في ترقية المعرفة العلمية: تحليل نقدي لسياسة التعليم العالي في الجزائر نظام LMD

سعت هذه الدراسة إلى معرفة مدى مساهمة التكوين الجامعي في ترقية المعرفة العلمية لدى الطلبة الجامعيين، ولتحقيق هذا الهدف إتبعته الباحثة المنهج الوصفي المسحي بغية تشخيص واقع التكوين الجامعي في ظل الإصلاحات الجديدة لنظام التعليم العالي في الجزائر ل.م.د، وطبقت إستبانتان كأداة لجمع البيانات على عينة تم إختيارها عشوائياً مكونة من (60) أستاذ و(250) طالب وطالبة بنسبة مئوية مقدارها (10%) من ثلاث كليات (كلية العلوم وعلوم الهندسة، وكلية الحقوق والآداب والعلوم الاجتماعية، وكلية الاقتصاد وعلوم التسيير) بجامعة قلمة.

وقد أظهرت نتائج الدراسة أن:

- التكوين الجامعي في ظل نظام ل.م.د لم يساهم في إكساب الطلبة الجامعيين للمعارف النظرية والتطبيقية

¹ هارون أسماء، دور التكوين الجامعي في ترقية المعرفة العلمية: تحليل نقدي لسياسة التعليم العالي في الجزائر نظام LMD، رسالة ماجستير في علم إجتماع، جامعة منتوري، قسنطينة، 2010/2009.

التي تؤهلهم بأن يكونوا محل إستقطاب من طرف سوق العمل.

- التكوين الجامعي في ظل نظام ل.م.د لم يساهم في تنمية وترقية المعرفة العلمية لدى الطلبة الجامعيين بل زاد كم معلوماتهم على حساب نوعها وأبعدهم عن النقد والإبداع.
- لم يسهم التكوين الجامعي في ظل نظام ل.م.د في دمج المتخرجين في سوق العمل.

2- الدراسات السابقة باللغة الأجنبية

- دراسة (Ikechukwu, Sibusiso¹, 2023)، والمتمثلة في مقال بعنوان:

The impact of entrepreneurship education on tourism students' intention in south Africa

جاءت هذه الدراسة لتبحث في أثر التكوين الجامعي المقاولاتي على النية المقاولاتية بين أوساط طلبة تخصص سياحة في جنوب إفريقيا، وكذلك في التعرف عن رؤى هؤلاء الطلبة حول مدى رغبتهم في بدء عمل تجاري متعلق بالسياحة بعد التخرج، تم إستخدام إستمارة إستبيان كأداة لجمع البيانات من عينة قوامها (154) طالب وطالبة تم اختيارهم عشوائيا في جامعة شاملة في جنوب إفريقيا، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن التكوين الجامعي المقاولاتي يؤثر بشكل كبير على النوايا المقاولاتية بما في ذلك تصورات الطلبة الجامعيين حول رغبة وإمكانية بدء أعمال تجارية سياحية.

¹Ikechukwu onyekwere Ezeuduj, sibusiso David Ntshangase, The impact of entrepreneurship education on tourism students' entrepreneurial intention in south Africa, journal of Teaching travel & tourism, vol23, n°03, 2023.

– دراسة (Salia Dicko, & et.aL¹, 2023)، والمتمثلة في مقال بعنوان:

Le rôle de l'université dans le développement de l'intention entrepreneuriale chez les étudiants: cas de quelques universités privées de Bamako, Mali

حاولت هذه الدراسة تسليط الضوء على دور الجامعات الخاصة بالعاصمة المالية باماكو في تنمية النية المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين ولتحقيق هذا الهدف إستخدمت الدراسة المنهج الكمي، حيث تكونت عينة الدراسة من (150) طالب وطالبة يدرسون في السنة الثالثة ليسانس وتم إستطلاع آرائهم من خلال إستبانة وزعت عليهم عبر البريد الإلكتروني.

وقد أظهرت نتائج هذه الدراسة أن:

- البيئة الجامعية هي بيئة مواتية لتطوير مبادرات إنشاء الأعمال التجارية، وأن التدريب المقدم داخل هذه الجامعات يجعل من الممكن تحسين المهارات الأساسية لإنشاء الأعمال التجارية مع ضرورة أن تكون مصحوبة بدورات تدريبية حول الإجراءات الإدارية وهيكل الدعم لإنشاء الأعمال التجارية.
- الاجتماعات المتكررة للطلبة الجامعيين مع المقاولين يزيد من تحفيزهم وإلهامهم بأفكار لإنشاء المقاولات.

– دراسة (Nhleko, Vander westhuizen², 2022)، والمتمثلة في مقال بعنوان:

The role of higher education institutions in introducing entrepreneurship education to meet the demands of industry 4.0

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مساهمة التعليم العالي في تزويد الطلبة الجامعيين المقبلين على التخرج في مرحلة الليسانس بالمعارف التكنولوجية الكافية لتلبية متطلباتهم المقاولاتية في مجال الصناعة،

¹Mohamed Amadou Salia Dicko & et.aL, Le rôle de l'université dans le développement de l'intention entrepreneuriale chez les étudiants: cas de quelques universités privées de Bamako, Mali, international journal of economic studies and management, vol03, n°04, 2023.

²Yamkela Nhleko, Thea Vander Westhuizen, The role of higher education institutions in introducing entrepreneurship education to meet the demands of industry 4.0, Academy of Entrepreneurship journal, vol28, n°01, 2022.

وإستخدمت الدراسة المنهج الوصفي وإعتمدت على الإستبيان كأداة لجمع البيانات، وضمت عينة الدراسة (657) طالب وطالبة تخصص تجارة بكلية الإدارة وتكنولوجيا المعلومات والحوكمة بجامعة كوازولونatal في جنوب إفريقيا.

وقد كشفت النتائج المتعلقة بهذه الدراسة أن:

- الدورات التكوينية التي قدمتها جامعة كوازولونatal مكنت الطلبة الجامعيين من الحصول على مهارات مفيدة إلى حد ما، وفي المقابل يرى الطلبة أنه لا تزال هناك حاجة لتعديل هذه الدورات التكوينية وذلك بالتركيز أكبر على المهارات الأساسية للصناعة مثل: تحليل البيانات، ودمج التكنولوجيا الحديثة، والإبتكار الرقمي.

- التعاون بين الجامعة والمقاولات الصناعية لم يسفر عن تعليم علمي وبالتالي كان غير فعال كمنصة للتدريب على المقاولاتية.

- دراسة (Imran, & et.al¹, 2021)، والمتمثلة في مقال بعنوان:

Role of entrepreneurial education in shaping entrepreneurial intention among university students: testing the hypotheses using mediation and moderation approach

أجريت هذه الدراسة بهدف التعرف على مدى مساهمة التكوين الجامعي المقاولاتي في تشكيل النية المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين في الهند وذلك من خلال إستخدام الباحثون للكفاءة الذاتية كمتغير وسيط، والمواقف الريادية كمتغير معدل ولتحقيق ذلك إستندت الدراسة على إتباع تقنية العينة الملائمة والمنهج الوصفي التحليلي عبر تطبيق إستبانة على عينة مكونة من (663) طالب وطالبة موزعين على ثلاث جامعات.

¹Imram, & et.al, Role of entrepreneurial education in shaping entrepreneurial intention among university students: testing the hypotheses using mediation and moderation approach, journal of education for business vol97, n°01, 2021.

أسفرت نتائج الدراسة عن وجود أثر مباشر للتكوين الجامعي المقاولاتي على نية الطلبة لإنشاء مشاريع خاصة بهم، وأيضاً هناك أثر غير مباشر من خلال استخدام متغير الكفاءة الذاتية (المتغير الوسيط).

- دراسة (Nwokolo Echezona¹, 2015)، والمتمثلة في رسالة ماجستير موسومة بـ:

Entrepreneurship education as a strategy for the promotion of entrepreneurship culture and poverty reduction among university students

يتمثل الهدف الرئيسي لهذه الدراسة في التعرف على ما إذا كان الاعتماد على التكوين الجامعي المقاولاتي في جامعات جنوب إفريقيا يؤدي إلى تعزيز ثقافة المقاولاتية بين أوساط الطلبة الجامعيين وكذلك يؤدي إلى الحد من مشاكل الفقر، كما هدفت أيضاً إلى التحقق من مدى مساهمة التكوين الجامعي المقاولاتي في تعزيز الإستقلال الذاتي للطلاب الجامعي، وكذلك في تحديد أثر التكوين الجامعي المقاولاتي على تحسين كفاءات الطلبة الجامعيين في مجال المقاولاتية.

ولتحقيق أهداف الدراسة قامت الباحثة بإستخدام المنهج الكمي، كما تم إستخدام الإستبانة كأداة للتعرف على مدى مساهمة التكوين الجامعي المقاولاتي في تفعيل النية المقاولاتية بين أوساط عينة قوامها (374) طالب وطالبة من أصل (13331) طالب وطالبة في جامعة فورت هير في أليس إستيرن كيب بجنوب إفريقيا. أظهرت نتائج الدراسة عن:

- وجود اتجاه إيجابي نحو المقاولاتية بين أوساط طلبة جامعة فورت هير.
- التكوين الجامعي المقاولاتي يعزز على الإستقلال الذاتي وعلى الكفاءات المقاولاتية.
- يشجع التكوين الجامعي المقاولاتي على تنمية ثقافة المقاولاتية بين أوساط طلبة فورت هير وكذلك على الحد من الفقر.

¹Nwokolo Echezona, Entrepreneurship education as a strategy for the promotion of entrepreneurship culture and poverty reduction among university students, Adissertation submitted in Fulfillement of the Requirement for Masters Degree in Management and commerce, university of Fort hare, 2015.

ثانيا: الدراسات السابقة المتعلقة بالمقاولاتية السياحية

1- الدراسات السابقة باللغة العربية

- دراسة (بلعابد فايزة، سويسى الربيع¹، 2023)، والمتمثلة في مقال بعنوان: دراسة تحليلية لواقع المقاولاتية السياحية في تطوير القطاع السياحي بالجزائر خلال الفترة (2000-2022)م

قامت هذه الدراسة من خلال إعتقادها على المنهج الإستقرائي بتسليط الضوء على واقع الإستثمار والمقاولاتية السياحية بالجزائر خلال الفترة الزمنية الممتدة من 2000 إلى 2022، وذلك بهدف إبراز دور المقاولاتية السياحية في ترقية قطاع السياحة في الجزائر.

وتوصلت الدراسة إلى أن المقاولاتية السياحية في الجزائر تساهم بدرجة قليلة في ترقية قطاع السياحة، ويعود ذلك حسب الباحثان إلى وجود بعض العوائق التي تحول دون ذلك والتي من بينها:

- الظروف الإقتصادية للبلاد؛

- تراجع إحتياجات الدولة من العملة الصعبة؛

- ضعف جاذبية الإستثمار؛

- إختلال الإستقرار الإقتصادي.

- دراسة (بن سديرة عمار²، 2021)، والمتمثلة في مقال بعنوان: المقاولاتية السياحية: مدخل إستراتيجي لدعم التنمية السياحية في الإقتصاد الجزائري

أجريت هذه الدراسة بهدف معرفة مدى مساهمة المقاولاتية السياحية في تحقيق ودعم التنمية السياحية

¹ بلعابد فايزة، سويسى الربيع، دراسة تحليلية لواقع المقاولاتية السياحية في تطوير القطاع السياحي بالجزائر خلال الفترة (2000-2020)م، مجلة المنهل الإقتصادي، جامعة حمه لخضر، الوادي، المجلد 06، العدد 01، 2023.

² بن سديرة عمار، المقاولاتية السياحية: مدخل إستراتيجي لدعم التنمية السياحية في الإقتصاد الجزائري، مجلة التمويل والإستثمار والتنمية المستدامة، جامعة سطيف 1، المجلد 06، العدد 01، 2021.

في الجزائر، وإعتمدت في ذلك على المنهج الوصفي من خلال إستعراض الأدبيات النظرية وبعض المؤشرات السياحية.

وخلصت الدراسة إلى أن:

- المقاولاتية السياحية لم تساهم في تحقيق التنمية الإقتصادية والإجتماعية وذلك على عكس البلدان الأخرى التي إهتمت بتنميتها.
- المقاولاتية السياحية تساهم بشكل ضعيف جدًا في الناتج المحلي الخام.
- المقاولاتية السياحية تعتمد بشكل ضعيف جدًا على عنصر الجودة.
- دراسة (لونيسى ريم، عواج طهيرة¹، 2020)، والمتمثلة في مقال بعنوان: واقع علاقات العمل في المقاولات السياحية في الجزائر: "الوكالة السياحية نموذجًا" -دراسة ميدانية بمدينة باتنة-

جاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على واقع وطبيعة علاقات العمل في المقاولات السياحية، وذلك من خلال تحديد طبيعة علاقات العمل الخارجية للوكالات السياحية مع مختلف الشركاء الإجتماعيين، والكشف عن واقع السياحة والمقاولاتية السياحية في الجزائر، ولتحقيق أهداف الدراسة تم إختيار عينة عشوائية بلغ عددها (18) وكالة سياحية من أصل (36) وكالة سياحية متواجدة في ولاية باتنة أي بنسبة (50%) من المجتمع الكلي.

وقامت الباحثتان بإجراء مقابلات مع مسيري وكالات السياحة والأسفار وأعدتا استبيان يحتوي على

خمسة محاور، وأستخدمتا المنهج الوصفي من أجل الوصول إلى النتائج التالية:

- ضعف البنى التحتية في الجزائر خاصة المطاعم، والفنادق، وشبكات الطرق، ووسائل النقل.
- عدم تناسق علاقات العمل للوكالات السياحية وتميزها بالسطحية.

¹لونيسى ريم، عواج طهيرة، واقع علاقات العمل في المقاولات السياحية في الجزائر: "الوكالة السياحية نموذجًا"-دراسة ميدانية بمدينة باتنة- المجلة الجزائرية للأمن الإنساني، جامعة باتنة 1، المجلد 05، العدد 02، 2020.

- ضعف تكوين أصحاب الوكالات السياحية.
 - عدم الترويج والتسويق للمنتج السياحي الوطني.
 - محدودية المنافسة في المجال السياحي بسبب محدودية العمل ومحدودية ثقافة المقاولاتية وضعف الثقافة السياحية لدى الفرد الجزائري.
 - دراسة (لونيسى ريم¹، 2020/2019)، والمتمثلة في أطروحة دكتوراه علوم موسومة ب: المعوقات التنظيمية للمقاولاتية السياحية في الجزائر -دراسة ميدانية للوكالات السياحية في مدينة باتنة-
- حاولت هذه الدراسة الكشف عن المعوقات التنظيمية التي تواجه المقاولين السياحيين خلال بداية إنشائهم للوكالات السياحية، ولتحقيق أهداف الدراسة وإختبار صحة فرضياتها، إعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي من أجل وصف وتحديد المعوقات التنظيمية التي تواجه المقاولاتية السياحية في الجزائر تحديدا دقيقا وموضوعيا والتعبير عنها كميا وكيفيا.
- تم تناول هذه الدراسة في جزئين، الجزء النظري الذي تم من خلاله تسليط الضوء على مفهوم كل من المقاولاتية، والسياحة، والمقاولاتية السياحية، بالإضافة إلى تشخيص واقع السياحة والمقاولاتية السياحية في الجزائر، والجزء الميداني الذي تم من خلاله إعداد إستبيان وتوزيعه على (49) مقاول سياحي (أصحاب وكالات السياحة والأسفار) الناشطين في ولاية باتنة، وكذلك تم من خلال إجراء الباحثة لمقابلات (إلكترونية وشخصية) مع المسؤولين عن الوكالات السياحية بمديرية السياحة بولاية باتنة، ومع أصحاب الوكالات السياحية.
- وأسفرت نتائج الدراسة عن إمتلاك المقاولين السياحيين الجزائريين للروح المقاولاتية والتي تنطوي على الإبداع، والإبتكار، إلا أنهم يواجهون خلال إنشائهم للوكالات السياحية مجموعة من المعوقات التنظيمية منها:
- الإنسداد البيروقراطي وتعقد التشريعات المنظمة لهذا القطاع؛

¹لونيسى ريم، المعوقات التنظيمية للمقاولاتية السياحية في الجزائر-دراسة ميدانية للوكالات السياحية في مدينة باتنة- أطروحة دكتوراه علوم في علم إجتماع، جامعة باتنة 1، 2020/2019.

- غياب العمالة المؤهلة وتكنولوجيا المعلومات والإتصال؛
- صعوبة إرضاء الزبائن وصعوبة التنبؤ برغباتهم؛
- ضعف النظام الرقابي وقصور وسائله.
- دراسة (قروي رفيق، عمراوي حادة¹، 2019)، والمتمثلة في مقال بعنوان: التوجه العقلاني للشباب نحو المقاولاتية السياحية في الجزائر -دراسة ميدانية على عينة من الشباب المقاولين (بمنطقتي تيشي، أوقاس) بولاية بجاية-

جاءت هذه الدراسة لتبحث في أسباب توجه الشباب الجزائري نحو المقاولاتية السياحية في الجزائر، وقد إستخدم الباحثان المنهج الوصفي، كما تم إستخدام الإستبانة كأداة للكشف عن طبيعة العلاقة الإرتباطية الموجودة بين الحاجات الإجتماعية وتوجه الشباب نحو المقاولاتية السياحية في الجزائر من وجهة نظر المقاولين السياحيين، حيث تم تطبيق الإستبانة على عينة مكونة من (18) مقال سياحي منهم (17) مقال شباب وشابة ببلديتي تيشي وأوقاس بمدينة بجاية.

وبعد تحليل نتائج الدراسة خلص الباحثان إلى وجود علاقة طردية إرتباطية بين الحاجات الإجتماعية والتوجه العقلاني للشباب نحو المقاولاتية السياحية، وأيضاً توصلت إلى أن المقال الشاب يتخذ قراراته عن إرادته الشخصية ولا تتأثر بالمحيط الخارجي وإنما صادرة عن الفكر المقاولاتي.

¹قروي رفيق، عمراوي حادة، التوجه العقلاني للشباب نحو المقاولاتية السياحية في الجزائر-دراسة ميدانية على عينة من الشباب المقاولين (بمنطقتي تيشي، أوقاس) بولاية بجاية- المجلة العربية للأبحاث والدراسات في العلوم الإنسانية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، المجلد 11، العدد 04، 2019.

- دراسة (مهري عبد المالك¹، 2018)، والمتمثلة في مقال بعنوان: المقاولاتية السياحية كمدخل لتنمية

الصناعة السياحية في الجزائر

حاولت هذه الدراسة الكشف عن الدور الذي تلعبه المقاولاتية السياحية في تطوير قطاع السياحة في الجزائر وذلك من خلال تسليط الضوء على أهم المفاهيم المتعلقة بالسياحة، والمقاولاتية السياحية، بالإضافة إلى تحليل واقع التنمية السياحية في الجزائر، والتعرف على المحددات والمشاكل التي تواجه المقاولاتية السياحية. وأسفرت نتائج الدراسة عن:

- إعطاء أكبر مصداقية وشرعية للمقاولاتية السياحية وذلك لإعادة الاعتبار للتنافسية السياحية للجزائر بفضل إستراتيجية المقاولات السياحية لإعطاء رؤية وقراءة جديدة لصورة الجزائر.

- إبتكار علامة منتج مع تسجيله منتوجا سياحيا جزائريا مزودا بشعار.

- ضرورة إرتكاز المسعى الجديد لمخطط التنمية السياحية على خمس قواعد أساسية وضرورية (ثقافة وذهنية الإلتزام، الأدوات فضاءات الاتصال، المسعى).

- دراسة (ولد محمد عيسى محمد محمود²، 2016)، والمتمثلة في مقال بعنوان: دعم المقاولات السياحية

كآلية للنهوض بقطاع السياحة في البلدان المغاربية

تطرق الباحث في هذه الدراسة إلى واقع قطاع السياحة في البلدان المغاربية (الجزائر، المغرب، وتونس، وموريتانيا، وليبيا)، وأبضاً إلى جهود هذه البلدان في دعم المقاولات السياحية وهذا بهدف إلقاء الضوء على آليات دعم المقاولات السياحية في البلدان المغاربية.

¹مهري عبد المالك، المقاولاتية السياحية كمدخل لتنمية الصناعة السياحية في الجزائر، مجلة دراسات في الإقتصاد وإدارة الأعمال، جامعة تبسة، المجلد 01، العدد 01، 2018.

²ولد محمد عيسى محمد محمود، دعم المقاولات السياحية كآلية للنهوض بقطاع السياحة في البلدان المغاربية، حوليات جامعة قلمة للعلوم الإجتماعية والإنسانية، جامعة 8 ماي 1945، قلمة، العدد 14، 2019.

وتوصل الباحث إلى أن دعم المقاولات السياحية في البلدان المغاربية يؤدي إلى النهوض بقطاع السياحة المغاربي وتعزيز مساهمته في الإقتصاديات المغاربية.

وإنتهت الدراسة بجملة من النتائج أهمها:

- توفر البلدان المغاربية على مقومات سياحية كبيرة (طبيعية وثقافية).
- محدودية المقاولات السياحية في البلدان المغاربية.
- مساهمة قطاع السياحة في توفير العملة الصعبة، وفرص عمل جديدة مباشرة وغير مباشرة، وزيادة تحصيل الضرائب والرسوم.

2- الدراسات باللغة الأجنبية:

- دراسة (Jisha Rajendran, kavita Indapurkar¹, 2020)، والمتمثلة في مقال بعنوان:

Challenges in tourism Entrepreneurship –A thematic Analysis

حاولت هذه الدراسة تبيان المشكلات والتحديات التي تواجه المقاولين السياحيين في مستعمرة كاثوتلي في دلهي بالهند، كما حاولت الفصل بين المشكلات التي يواجهها المقاولين السياحيين بسبب العوامل الخارجية وتلك التي يواجهونها داخلياً، وسعت أيضاً إلى تقييم أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على المقاولات السياحية في منطقة الدراسة.

إتبعَت الدراسة المنهج الإستقراي، وإعتمدت في جمعها للبيانات على إجراء مقابلات لمدة تتراوح بين

45 دقيقة وساعة واحدة مع (15) مقاول سياحي من أصل (50) مقاول سياحي في مستعمرة كاثوتلي، وتم

تقييم البيانات التي تم الحصول عليها على أساس مبادئ النظرية البنائية.

أظهرت نتائج الدراسة أن:

¹Jisha Rajendran, Kavita Indapurkar, Challenges in Tourism Entrepreneurship –A Thematic Analysis, journal of test engineering and management, vol82, 2020.

- المقاولين السياحيين في مستعمرة كاثوتلي يواجهون مشكلات داخلية على غرار المشاكل الصحية، والإلتزامات العائلية والإجتماعية، وسوء إدارة العمل، ومشكلات خارجية تمثلت في قضايا الهجرة، ومشكلة الوسطاء.
- تكنولوجيا المعلومات والإتصال تساعد في القضاء على الوسطاء وتوفر سوقا سياحيا أوسع من خلال إتصال المقاولين السياحيين مباشرة بالمستهلكين المحتملين.
- دراسة (Daniela Polanco, & et.al¹, 2019)، والمتمثلة في مقال بعنوان:
Analisis del emprendimiento turistico en Ecuador y su impacto en la sociedad. Caso de estudio: empresas familiares en la parroquia de Mindo
 هدفت هذه الدراسة إلى تشخيص واقع المقاولاتية السياحية في منطقة أبرشية ميندو بالإكوادور من خلال متغيرات الثقة الفردية، والإبتكار، وتحمل المخاطر، وإتخاذ القرار، وإنشاء المشاريع، والعلاقات بين العملاء ومقدمي الخدمات والمنافسين، قام الباحثون بإتباع المنهج النوعي والكمي والوصفي عن طريق تطبيق إستبانة تحتوي على 31 سؤالاً مغلقاً موجهاً لمجموعة من المقاولين السياحيين بمنطقة الدراسة.
 وخلصت الدراسة في الأخير إلى أن:
 - الإبتكار عامل أساسي وعنصر غير محسوس في الديناميكية السياحية.
 - الإفتقار إلى التحليل الفني للمخاطر لا يوفر المعلومات ذات الصلة لإتخاذ القرارات الصحيحة.
 - العمل المشترك بين الفاعلين السياحيين لا يهدف إلى تحقيق أهداف مشتركة مما يولد عدم التوافق في القرارات التي تسمح بتطوير وجهة سياحية تنافسية.

¹Daniela Polanco, & et.al, Analisis del emprendimiento turistico en ecuador y su impacto en la sociedad. Caso de estudio: empresas familiars en la parroquia de Mindo, journal Scielo Analytics, vol07, n°01, 2019.

– دراسة (Chhanda Biswas, Mohammed Mamun -or- Rashid¹, 2018)، والمتمثلة في

مقال بعنوان:

The Role of Tourism Entrepreneurship businesses in the Economic Development an overview

هدف هذه الدراسة إلى التعرف على مساهمة المقاولات السياحية في خلق التنمية الاقتصادية، ولتحقيق أهداف الدراسة، إعتد الباحثان على وقائع المؤتمرات، والكتب، والرسائل العلمية المنشورة، والمؤلفات السابقة من خلال البحث في مصادر قواعد البيانات المختلفة عبر الإنترنت والتي شملت: Scopus, Google scholar, Springerlink, wiley...etc.

وأشارت نتائج الدراسة إلى أن المقاولات السياحية تساعد كثيراً الدول في خلق التنمية الاقتصادية وذلك

من خلال:

- توفير فرص عمل للخريجين الجامعيين.
- تحسين المستوى المعيشي للأفراد.
- تحفيز وجذب المستثمرين الأجانب.
- فك العزلة عن الريف وخاصة عن النساء.

ثالثاً: التعقيب على الدراسات السابقة

من خلال إطلاعنا على الدراسات السابقة باللغتين العربية والأجنبية ذي الصلة والعلاقة بموضوع دراستنا الحالية، إستعرض الباحث (26) دراسة بواقع دراسة واحدة عربية و(17) دراسة محلية و(08) دراسات أجنبية تراوحت ما بين فترة 2010 و2024.

¹chhanda Biswas, Mohammed Mamun – or – Rashid, The role of tourism entrepreneurship Businesse in the Economic Development: an overview, International journal of business and Tehnopreneurship, vol08, n°02, 2018.

1- جوانب إستفادة الدراسة الحالية من الدراسات السابقة

يمكن إجمال جوانب الإستفادة من الدراسات السابقة فيما يلي:

✓ التعرف على مجموعة من الجوانب، منها المنهجية العلمية، والأدوات العلمية المستخدمة فيها، والأساليب الإحصائية، وطرق معالجة المعلومات، والمراجع الأصلية وسواها من إهتمامات علمية وبحثية في هذا المجال.

✓ إعداد وبناء وإثراء الإطار النظري للدراسة، وفي إعداد إستبيان الدراسة، وفي مناقشة النتائج وتفسيرها.

2- تميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة

تتميز دراستنا الحالية عن الدراسات السابقة فيما يلي:

✓ تناولها للمتغيرين معًا (التكوين الجامعي والمقاولاتية السياحية)، حيث يوجد هناك ندرة في الدراسات السابقة - في حدود علم الباحث - التي تناولت المتغيرين معًا بشكل ثنائي.

✓ إن جميع الدراسات السابقة المتعلقة بالتكوين الجامعي قد تم تطبيقها ميدانيا على عينة من الطلبة الجامعيين المقبلين على التخرج في الجامعات، أما دراستنا الحالية فقد تميزت بتطبيقها الميداني على العاملين الحاملين لشهادات جامعية في المؤسسات السياحية (وكالات السياحة والأسفار، والمؤسسات الفندقية).

✓ ركزت جميع الدراسات السابقة المتعلقة بالمقاولاتية السياحية في جانبها التطبيقي على المقاولين السياحيين فقط، أما دراستنا الحالية فقد تميزت بتركيزها على العاملين الحاملين لشهادات جامعية بما فيهم المدراء، والمشرفين (المسيرين)، والموظفين.

3- مقارنة الدراسة الحالية بالدراسات السابقة

قام الباحث برصد أهم أوجه الإتفاق والإختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة من ناحية: متغيرات الدراسة، وهدف الدراسة، وعينة الدراسة، ومنهج وأداة الدراسة، والحدود الزمانية والمكانية للدراسة،

وميدان الدراسة.

أ- من ناحية متغيرات الدراسة

بناءً على نموذج دراستنا الحالية في الصفحة رقم (35)، فقد إعتمدنا التكوين الجامعي بأبعاده (عروض وبرامج التكوين، وطرق وأساليب التدريس، والتربصات ومشاريع التخرج، والندوات والمؤتمرات، ومراكز تطوير المقاولاتية، وحاضنات الأعمال) كمتغير مستقل، والمقاولاتية السياحية بأبعادها (الجودة، والإبتكار، والمخاطرة) كمتغير تابع، وذلك حسب ما توصلنا إليه من خلال إطلاعنا على الدراسات السابقة. أما فيما تعلق بالدراسات السابقة فتناولت كل متغير على حدى من متغيرات دراستنا الحالية دون إستغلال المتغيرين معًا بشكل ثنائي، ودون الربط بشكل واضح بين المتغيرين.

- بالنسبة للمتغير المستقل التكوين الجامعي

إتفقت دراسة (بجراح أحمد ابراهيم، عايب فاطمة الزهرة، 2024)، ودراسة (خرادل محمد، جايدر حسان، 2020)، ودراسة (عياد صالح، فودوا محمد، 2020)، وغيرهم، مع دراستنا الحالية في تناولها التكوين الجامعي كمتغير مستقل، أما دراسة (رمزي سمير شكشك، 2023)، و(Ikechukwu, Sibusiso, 2023)، ودراسة (Imran, & et.al, 2021)، فأختلفت مع دراستنا الحالية وذلك من خلال تسليطها للضوء على التكوين الجامعي المقاولاتي كمتغير مستقل بدل التكوين الجامعي، وقد يرجع سبب ذلك إلى توجه معظم دول العالم في الآونة الأخيرة نحو تشجيع الفكر المقاولاتي بين أوساط الطلبة الجامعيين في الجامعات.

- بالنسبة للمتغير التابع المقاولاتية السياحية

إتفقت دراستنا الحالية مع بعض الدراسات السابقة في إعتمادها على المقاولاتية السياحية كمتغير تابع على غرار دراسة (لونيسي ريم، عواج طهيرة، 2020)، ودراسة (لونيسي ريم، 2020/2019)، ودراسة (قروي رفيق، عمراوي حادة، 2019).

ب- من ناحية هدف الدراسة

تباينت وتلاقت أهداف دراستنا الحالية مع أهداف الدراسات السابقة وذلك حسب كل متغير على حدى، فأغلب الدراسات السابقة هدفت إلى التعرف على درجة مساهمة التكوين الجامعي وهو ما إتفقت فيه مع دراستنا الحالية، بينما اختلفت معهم فيما يخص جوانب تلك المساهمة كدراسة (بيض القول إبراهيم، بوفلجة غيات، 2020)، ودراسة (خرادل محمد، جايدر حسان، 2020)، ودراسة (نفيسة خميس، عواطف محسن، 2017).

ت- من ناحية عينة الدراسة:

تمثلت دراستنا الحالية في عينة من العاملين الحاملين لشهادات جامعية في المؤسسات السياحية (وكالات السياحة والأسفار، والمؤسسات الفندقية)، بينما تمحورت أغلب الدراسات السابقة سواء باللغتين العربية أو الأجنبية حول عينة من الطلبة الجامعيين المقبلين على التخرج وهو ما اختلفت فيه مع دراستنا الحالية كدراسة (رمزي سمير شكشك، 2023)، ودراسة (سومية هادف، نبيل بوزيد، 2022)، ودراسة (بن حامد عبد الغني، بن حبرش محمد، 2021)، وغيرهم، أما البعض الآخر من الدراسات السابقة فتمحور حول عينات من المقاولين السياحيين على غرار دراسة (Jisha Rajendran, Kaita Indapurkar, 2020)، وكذلك دراسة (Daniela Polanco, & et.al, 2019).

ث- من ناحية منهج وأداة الدراسة

إستخدمت دراستنا الحالية المنهج الوصفي نظراً لملاءمته لطبيعة الدراسة وأهدافها، وكذلك إستخدمت الإستبيان كأداة لجمع المعلومات والبيانات الميدانية فهي بذلك تتفق نوعاً ما مع أغلب الدراسات السابقة التي إتبعته المنهج الوصفي وإعتمدت على الإستبيان كدراسة (بيض القول إبراهيم، بوفلجة غيات، 2020)، ودراسة (نوار سامية، 2019/2018)، ودراسة (Nhleko, Vander Weslhuizen, 2022)، وغيرهم، بينما

تباينت الدراسات الأخرى ما بين المنهج الوصفي التحليلي، والمنهج الوصفي المسحي، والمنهج الكمي، والمنهج الإستقرائي، والمنهج النوعي والكمي.

ج- من ناحية الحدود الزمانية والمكانية

إمتدت دراستنا الحالية خلال الفترة الزمنية من أوت 2024 إلى جانفي 2025 بولايات الأغواط، والجللفة، وغرداية، والولاية المنتدبة آفلو، بينما أنجزت الدراسات السابقة في الفترة ما بين 2010 و 2024، وشملت الأماكن التالية: الجزائر، فلسطين (قطاع غزة)، جنوب إفريقيا، مالي، الهند، الإكوادور.

ح- من ناحية ميدان الدراسة

أجريت دراستنا الحالية في المؤسسات السياحية (وكالات السياحة والأسفار، والمؤسسات الفندقية)، أما الدراسات السابقة فأجريت أغلبها ما بين الجامعات والوكالات السياحية.

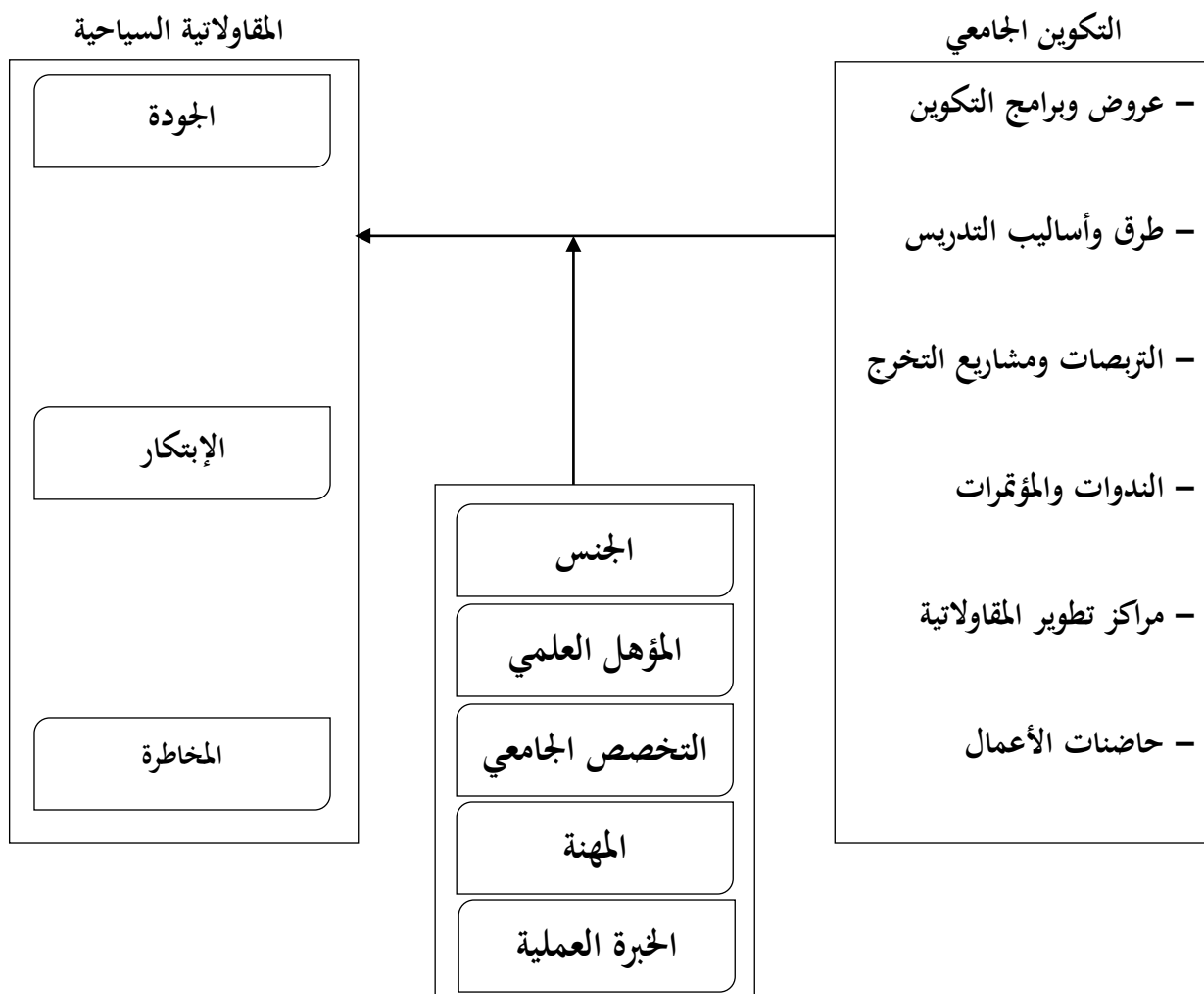
التعاريف الإجرائية لمتغيرات الدراسة

بناءً على التعاريف الواردة في الصفحات من (38) إلى (41)، ومن (114) إلى (115)، يعرف الباحث متغيرات الدراسة على النحو التالي:

- **التكوين الجامعي:** هو عملية تكوينية متخصصة تتم على مستوى الجامعة أو مؤسسات تعليمية أخرى معترف بها كمؤسسات للتعليم العالي من قبل السلطات الرسمية للدولة، وتتكون من الأستاذ والبرامج والوسائل التعليمية بالإضافة إلى الطالب، وتهدف إلى إعداد الطالب على إنتاج البحث العلمي أو تأهيله للإلتحاق بوظيفة ما أو دعمه ومرافقته على إنشاء مشروعه الشخصي.

- **المقاولاتية السياحية:** هي إنشاء وإستغلال مؤسسات سياحية (وكالات السياحة والأسفار، مؤسسات فندقية...) بشكل قانوني لتقديم خدمات سياحية مبتكرة، ومنتجات و سلع سياحية جديدة للسائح المحليين أو الأجانب بهدف تحقيق الربح، وإرضاء حاجات ورغبات الزبائن.

نموذج الدراسة:



المصدر: من إعداد الباحث

الفصل الأول

الإطار النظري

للتكوين الجامعي

تمهيد

يمثل التكوين الجامعي في مختلف دول العالم النامية والمتطورة على حد سواء حجر الزاوية لبناء رأس المال البشري وتأهيله في مختلف التخصصات ليكون فردا فاعلا في المجتمع، أما التكوين الجامعي المقاولاتي فهو من التوجهات الحديثة نسبيا، يهدف إلى تنمية وتعزيز روح الإبداع، والإبتكار، والمبادرة لدى الطلبة الجامعيين وكذلك تشجيعهم على إنشاء مشاريعهم الخاصة بدل الإعتماد فقط على التوظيف الكلاسيكي، فالجزائر على غرار باقي دول العالم سعت مؤخرا لإدراج مجموعة من البرامج والمقاييس المتعلقة بالمقاولاتية وإصدار جملة من القرارات لعل أبرزها القرار الوزاري رقم 1275 (شهادة جامعية - مؤسسة ناشئة/شهادة جامعية - براءة اختراع)، وذلك من أجل خلق جيل جديد من الطلبة المقاولين

بناء على ما سبق، قام الباحث بتقسيم هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث على النحو التالي:

المبحث الأول: مفهوم التكوين الجامعي.

المبحث الثاني: واقع التكوين الجامعي في الجزائر.

المبحث الثالث: الأساس التنظيمي للتكوين الجامعي المقاولاتي في الجزائر.

المبحث الأول: مفهوم التكوين الجامعي

يعتبر موضوع التكوين الجامعي من بين المواضيع التي إهتم بها الباحثين والدارسين السابقين والحاليين، ومن بين ما تناولته تلك الأبحاث والدراسات مفهوم التكوين الجامعي ودرجة مساهمته في تقديم مخرجات ذات جودة عالية تلبي إحتياجات سوق العمل.

المطلب الأول: تعريف التكوين الجامعي وأساسه

للتكوين الجامعي عدة تعريفات تختلف باختلاف رؤى الباحثين والدارسين له من جهة، وتختلف بتطور طرقه وأساليبه، وبتغير أهدافه من جهة أخرى، وللتكوين الجامعي أيضا مجموعة من الأسس يرتكز عليها للوصول إلى أهدافه.

أولا: تعريف التكوين الجامعي

يعد مصطلح التكوين الجامعي من بين المصطلحات التي يعتريها الغموض واللبس، وذلك لإحتوائه على الكثير من الرؤى والتوجهات، لذا فإن تحديد مفهوم شامل ودقيق للتكوين الجامعي ليس بالأمر السهل، بيد أن العلماء والباحثين حاولوا إزالة هذا الغموض وتحديد مفهوم علمي وأكاديمي لهذا المصطلح، فالتكوين في حد ذاته عبارة عن عملية منظمة ومستمرة تتم في إطار بيداغوجي يكتسب من خلالها الفرد مجموعة من المعارف، والمهارات، والقدرات، والأفكار، والآراء اللازمة لأداء عمل معين أو بلوغ هدف محدد¹.

- يعرف بن أشنهو مراد التكوين الجامعي بأنه التكوين التدريجي الذي يحتوي على كم من المعلومات التي تندرج في شكل دروس علمية مختلفة يستوعبها الطالب، بهدف إعطائه قدرة التحكم الجزئي على قطاع علمي أو تقني محدد، وينقسم هذا التكوين عند الضرورة إلى برامج وطرق تعليمية أو وسائل تربوية².

¹عبدلي حبيبة، جودة التكوين الجامعي كآلية لتفعيل سيورة الأداء الأكاديمي بالجامعات الجزائرية، مجلة تنمية الموارد البشرية للدراسات والأبحاث، المركز العربي الديمقراطي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والإقتصادية، برلين، ألمانيا، العدد 03، 2019، ص 77.

²بن أشنهو مراد، نحو الجامعة الجزائرية تأملات حول مخطط جامعي، ترجمة عائدة أديب بامية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1981، ص 05.

تطرق هذا التعريف إلى محتويات وعناصر التكوين الجامعي، وكذلك إلى الهدف من العملية التكوينية والذي يقتصر على إعداد وتأهيل الطالب الجامعي لشغل وظيفة محددة في أحد القطاعات الاقتصادية أو الاجتماعية أو التقنية، كما أهمل هذا التعريف دور أحد الأطراف الفاعلة في العملية التكوينية وهو الأستاذ.

- ويعرفه مصمودي زين الدين على أنه "الدراسة المتخصصة في الجامعات، ترتبط بمادة التخصص وما يرتبط بها من مواد عكس الدراسة في التعليم العام الذي يسبق التعليم الجامعي"¹.

أبرز هذا التعريف أن التكوين الجامعي يتميز عن غيره من المراحل التعليمية الأخرى التي تسبقه بالتخصص في المعرفة التي تتم على مستوى الجامعات.

- أما مذكور علي أحمد فيعرفه بأنه عملية تأهيل القوى البشرية العليا ورفيعة المستوى لكي تقوم بالترشيد، والبحث العلمي، وإنتاج المعرفة وتطبيقاتها العلمية المباشرة وتنظيم إدارة المجتمع والدولة سياسيا، وإقتصاديا، وإجتماعيا².

يرى هذا التعريف أن الملتحقين بالتكوين الجامعي هم أفراد ذوي مستوى رفيع، بحيث يتوقع منهم القيام بمجموعة من الوظائف التي تدرج ضمن أهداف العملية التكوينية.

- وحسب هارون أسماء فإن التكوين الجامعي هو "عملية تعليمية متخصصة يتفاعل فيها أستاذ يمتلك برامج دراسية ووسائل تعليمية مع طالب يمتلك قدرات معينة تترجم بعد فترة زمنية بشهادة جامعية تسمح له بتحقيق طموحاته المعرفية والعملية في إطار تنمية وتطور المجتمع"³.

هذا التعريف قام بتحديد وربط العملية التكوينية بمجال تخصص الطالب الجامعي، كما تطرق إلى عناصر التكوين الجامعي مبرزاً بذلك أهمية هذه العناصر سواء الأستاذ أو البرامج الدراسية والوسائل التعليمية أو الطالب الجامعي في إنجاح العملية التكوينية.

¹ هارون أسماء، دور التكوين الجامعي في ترقية المعرفة العلمية -تحليل نقدي لسياسة التعليم العالي في الجزائر نظام LMD، رسالة ماجستير في علم إجتماع، جامعة منتوري، قسنطينة، 2010/2009، ص 13.

² مذكور أحمد علي، الشجرة التعليمية: رؤية متكاملة للمنظومة التربوية، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 2000، ص 47.

³ هارون أسماء، مرجع سبق ذكره، نفس الصفحة.

- ويرى بن حامد عبد الغني وبن حبيرش محمد أن التكوين الجامعي هو عملية تعليمية منظمة وهادفة، تهدف إلى تنمية قدرات الطالب الجامعي على البحث العلمي، وإلى تزويده في مجال تخصصه بمجموعة من مهارات، ومعارف، وسلوكيات التي تساعد على أداء وظيفة ما بجودة وكفاءة أو إنشاء مشروع خاص به¹.

ركز هذا التعريف على الدور المحوري الذي يلعبه التكوين الجامعي في إعداد وتأهيل الطالب الجامعي إما:

✓ للبحث العلمي؛

✓ للحصول على وظيفة ما؛

✓ لإنشاء مشروع خاص به.

من خلال إستعراض التعاريف السابقة، يلاحظ الباحث أن تلك التعاريف تتشابه فيما بينها، كما يرى أيضا أن:

✓ هناك تحول في أهداف التكوين الجامعي، فمن إعداد وتأهيل الطالب الجامعي على البحث عن وظيفة ما إلى

إعداده وتأهيله على خلق فرص عمل.

✓ التكوين الجامعي أصبح يركز على الطالب الجامعي كباحث وليس كمستقبل للمعلومات فقط.

وبناء على ماسبق ذكره يستخلص الباحث أن التكوين الجامعي هو عملية تكوينية متخصصة موضوعها الطالب الجامعي بحيث:

✓ تتم على مستوى جامعة أو مؤسسات تعليمية أخرى معترف بها كمؤسسات للتعليم العالي من قبل السلطات الرسمية للدولة.

✓ تتكون من الأستاذ، والبرامج الدراسية، والوسائل التعليمية، ومن الطالب الجامعي.

✓ تهدف إلى إعداد الطالب الجامعي على إنتاج البحث العلمي.

✓ تهدف إلى إعداد وتأهيل الطالب الجامعي على الإلتحاق بوظيفة ما أو إنشاء مشروع خاص به.

¹ بن حامد عبد الغني، بن حبيرش محمد، جودة التكوين وأثرها في ريادة الأعمال لدى الخريجين الجامعيين "دراسة إمبريقية خصت خريجي المركز الجامعي إيليزي خلال الفترة 2018-2019"، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، المجلد 08، العدد 01، 2021، ص 135.

✓ تهدف إلى تنمية وتطوير المجتمع.

- أما التكوين الجامعي في الجزائر فيعرفه بيض القول إبراهيم وغيث بوفلجة بأنه ذلك التكوين الذي يضم ثلاث مراحل، مرحلة الليسانس بثلاث سنوات، ومرحلة الماستر بسنتين، ومرحلة الدكتوراه بثلاث سنوات، بحيث تضم كل مرحلة من هذه المراحل مسارات دراسية على شكل وحدات تعليمية تجمع في سداسيات¹.

ثانيا: أسس التكوين الجامعي

يجمع أغلب المهتمون بالجامعة من المفكرون والمهنيون على أن الهدف الشامل للتكوين الجامعي يتمثل في تنمية شخصية الطالب الجامعي بجميع أبعادها لتطوير العلم والمعرفة، ولخدمة المجتمع والإرتقاء به حضاريا، وذلك بالاعتماد على الأسس التالية²:

1- الشمول: يتناول مدى إحاطة الأهداف العامة للتكوين مجتمعة بكل المجالات التي يسعى التكوين في الجامعة إلى تحقيقها في مجال نمو الطالب الجامعي والمجتمع، فعندما يتناول الهدف شخصية الطالب الجامعي بأبعادها المختلفة النفسية والمعرفية والجسمية والاجتماعية فلا بد من الإحاطة بهذه الأبعاد المختلفة مجتمعة.

2- التكامل: يعني مدى ترابط هذه الأهداف العامة مع بعضها البعض، بحيث لا تكون متعارضة أو متناقضة فيما يتعلق بعلاقة المواطن بالمجتمع.

3- الواقعية: يؤكد على ضرورة إقتراب الأهداف العامة للتكوين الجامعي من الواقع، وأن لا تكون مثالية، إنما تستند إلى الوقائع وتعتمد على المنهجية العلمية.

4- المستقبلية: يتضمن الهدف دائما طموحا وتوقعا مستقبليا وتطويرا للأحوال الراهنة وتجديدا وإعتناء بها سواء على مستوى الفرد أو المجتمع.

¹ بيض القول إبراهيم، غيات بوفلجة، دور التكوين الجامعي في إكتساب المهارات الأساسية والتوجه نحو المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين: دراسة مقارنة بين طلبة علوم الإقتصاد والعلوم الاجتماعية، مجلة آفاق للعلوم، جامعة زيان عاشور، الجلفة، المجلد 05، العدد 18، 2020، ص 275.

² عويسي عيسى، فرحات نادية، التكوين الجامعي الواقع والآفاق، مجلة البحوث والدراسات العلمية، جامعة يحي فارس، المدية، المجلد 17، العدد 01، 2023، ص 1372.

5- القابلية للتطبيق: يؤكد على ضرورة صياغة الأهداف العامة للتكوين الجامعي بشكل قابل لأن يطبق ويتّرجم إلى الواقع العملي، ولا تبقى هذه الأهداف نظرية غير قادرة على الإستجابة لمتطلبات الواقع وأن تتحول إلى ممارسات وظيفية على أرض الواقع.

المطلب الثاني: خصائص التكوين الجامعي ووظائفه

تنفرد العملية التكوينية في الجامعة بجملة من الخصائص، ومجموعة من الوظائف التي تميزها عن غيرها من العمليات التكوينية الأخرى.

أولاً: خصائص التكوين الجامعي

يتميز التكوين الجامعي بجملة من الخصائص العامة، فضلاً عن مجموعة من الخصائص الأخرى التي ينفرد بها الشخص المكون، والمؤسسة التي تقوم بعملية التكوين، وعلاقتها ببقية المؤسسات القائمة في المجتمع، وفيما يلي عرض لتلك الخصائص¹:

1- التكوين الجامعي عملية ذات طبيعة هادفة، ومنظمة، ومخططة، ومدروسة، وواعية، ومقصودة، يحكمها عملاً ممنهجاً لأشكال التفكير، والإدراك والشعور، والسلوك، نظراً لإرتباطه بمبادئ، وإجراءات، وبرامج، وتقنيات، وطرق، وأبعاد، وأهداف، ومهام، وخطط، ووسائل، وتقويم، وإمكانيات مادية وبشرية.

2- التكوين الجامعي عملية ذات طبيعة وظيفية مهنية، أي تسعى نحو إكساب الطالب الجامعي مهارات ومعارف مهنية يستثمرها وقت الحاجة، ومن ثم يصير التكوين ذي مردودية، منتج منذ إعتماده، وليس مجرد نفقة، أو وسيلة ترقية إجتماعية فردية.

3- التكوين الجامعي عملية ذات طبيعة مستمرة، تؤدي إلى إحداث تغيير إرادي في سلوك الفرد تتسم بالتجديد والإستشراف، واليقظة، من أجل التغلب على المشاكل، والمعوقات التي قد تواجهه في المستقبل.

¹ شيماء جبر عبد الله جبر الحيشي، دور التكوين الجامعي للطالب في تحقيق الميزة التنافسية "جامعة الإسكندرية أنموذجاً"، دراسات تربوية ونفسية، مجلة كلية التربية بالزقازيق، مصر، العدد 107، الجزء 02، 2020، ص.ص 258.259.

4- التكوين الجامعي عملية ذات طبيعة مرنة، كنتيجة للسمة التي تسبقها، فلا بد وأن يتسم بالفاعلية، والديناميكية، حتى يرتفع مردوده بحيث يكون العائد منه يتناسب مع تكلفة التكوين، مما يتطلب التكيف مع مستجدات المجتمع في العلوم، والتكنولوجيا، والصناعة، والبحث العلمي، وغيرها.

5- التكوين الجامعي عملية ذات طبيعة شاملة، فالجامعة تقوم بتنمية الطالب الجامعي في جميع شخصيته المعرفية، والمهارية، والوجدانية، فهي تجربة حياتية متكاملة يعيشها الطالب الجامعي خلال سنوات دراسته بكل تفاصيلها، متفاعلا مع أنشطتها، ومستفيدا من برامجها في الحياة العملية بعد التخرج أو في أثناء إستكمالته لمشواره الدراسي فيما بعد.

6- التكوين الجامعي عملية ذات طبيعة معقدة، ومتشابكة، فهو يقع في قلب العلاقة بين النظام التربوي التعليمي من جهة، وبين النظام الإنتاجي أو سوق العمل من جهة أخرى فيما بعد التكوين، ويرتبط بأطراف كثيرة، مثل: سلطات حكومته، فضلاً عن تأثره بالجوانب الاقتصادية، والسياسية، والإجتماعية، والتكنولوجية، والثقافية، وكل ذلك جعل منه موضوعاً في غاية التعقيد.

ثانياً: وظائف التكوين الجامعي

يجمع المختصون في التعليم العالي ومن بينهم Epifanis Resposo على أن الجامعة تمثل مجتمعا علميا يهتم بالبحث عن الحقيقة، وأن وظائفها الأساسية تتمثل في: التكوين، والبحث العلمي فتقدم بذلك خدمة للمجتمع، بحيث أن هذه الوظائف حسب Horbison ترتبط بجوانب التنمية¹، وتختلف باختلاف المجتمعات وثقافتها والعلاقة التي تنظمها².

وبمرور الوقت، وإستجابة للتغيرات السياسية، والإقتصادية، والإجتماعية في ظل إقتصاد المعرفة، تطورت وظائف

¹ العبادي هاشم فوزي دباس، وآخرون، إدارة التعليم الجامعي مفهوم حديث في الفكر الإداري المعاصر، الطبعة الأولى، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص 565.

² صوالحية الزهرة، قاسمي فاطمة الزهراء، مساهمة الجامعة في البحث العلمي وتنمية المجتمع -قراءة تحليلية لوظائف الجامعة- أعمال الملتقى الدولي الجامعة والانفتاح على المحيط الخارجي "الإنظارات والرهانات"، الجزء الثاني، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2018، ص 361.

التكوين الجامعي¹، لتشمل²:

- تدريب الطلبة الجامعيين على الابتكار وتوليد الأفكار الجديدة.
- إعداد وتهيئة الأفراد للعمل وسط الإقتصاديات التنافسية وبيئات العمل المتجددة.
- التركيز على الجودة والنوعية في إعداد أجيال المستقبل.
- تقييم أداء الجامعات والعملية التكوينية وفق منهجية علمية جديدة متوافقة مع الرؤية والرسالة والغايات، ومنسجمة مع المعايير العالمية.
- تشجيع الطلبة الجامعيين على التوجه نحو المقاولاتية³.
- تخرج كفاءات قادرة على الابتكار وخلق مؤسستهم الخاصة التي تلبي إحتياجات المجتمع⁴.
- تكوين الطلبة الجامعيين على تنظيم نشاطهم المعرفي بشكل مستقل، وإستخدام قدراتهم وإستراتيجياتهم المعرفية بمهارة⁵.
- تحقيق مركز مرموق للجامعات ضمن التصنيفات العالمية⁶.

المطلب الثالث: أهمية التكوين الجامعي وأهدافه

تكتسي العملية التكوينية في الجامعة أهمية بالغة في تكوين الطالب الجامعي وتوجيهه وفي تحقيق أهدافه الخاصة والمهنية، وكذلك أهداف المجتمع الذي ينتمي إليه.

¹ بن شواط سمية، لعوج زواوي، مساهمة قطاع التعليم العالي بالجزائر في بحث وإرساء المقاولاتية، نموذج مقترح، مجلة البشائر الإقتصادية، جامعة طاهري محمد، بشار، المجلد 08، العدد 02، 2022، ص 322.

² قارة ساسية، التعليم العالي والتنمية الإجتماعية الصحية - المؤسسة الإستشفائية نموذجاً- أطروحة دكتوراه علوم في علم إجتماع، جامعة محمد ملين دباغين، سطيف 2، 2018/2019، ص 86.85.

³ خميس نفيسة، محسن عواطف، دور التكوين الجامعي في تفعيل النية المقاولاتية لدى الطلبة (دراسة ميدانية لعينة من الطلبة بجامعة ورقلة)، مجلة رؤى إقتصادية، جامعة حمه لخضر، الوادي، المجلد 07، العدد 02، 2017، ص 250.

⁴ بن شواط سمية، لعوج زواوي، مرجع سبق ذكره، ص 245.

⁵ Balashov. E, & et.al, Metacognitive Awareness and Academic self-Regulation of HEI students, international journal of cognitive research in science, Engineering and Education, 9(2), p164.

⁶ شيماء جبر عبد الله جبر الحبشي، مرجع سبق ذكره، ص 245.

أولاً: أهمية التكوين الجامعي

يعد التكوين الجامعي رصيذا ثقافيا وعلميا، يقوم بتنمية شخصية الطالب الجامعي، وتعزيز التحول الإقتصادي، والتكنولوجي، والإجتماعي، ويعمل على تشجيع المعرفة والبحث والإبتكار، وتزويد الطلبة الجامعيين بالمهارات اللازمة للإستجابة لأسواق العمل المتغيرة بإستمرار، كما يعتبر بالنسبة للطلبة الذين يعيشون في ظروف وأوضاع هشة بمثابة جواز سفر إلى الأمن الإقتصادي والمستقبل المستقر¹.

وتظهر أكثر أهمية التكوين الجامعي من خلال زيادة إلتحاق وتنقل الطلبة الجامعيين، فحسب التقرير السنوي لمنظمة الأمم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة "اليونسكو" (UNESCO) لسنة 2023²، فإن عدد الطلبة المسجلين في الجامعات حول العالم 235000000 طالب وطالبة بمعدل إلتحاق قدر بـ 40 في المائة، وأكثر من 6000000 طالب وطالبة يتابعون دراستهم خارج بلدانهم الأصلية، بينما ذكر نفس التقرير في سنة 2024³، أنه يوجد 254000000 طالب وطالبة مسجلين في الجامعات عبر جميع أنحاء العالم بمعدل إلتحاق قدر بـ 42 في المائة، وأكثر من 6400000 طالب وطالبة يتابعون دراستهم خارج بلدانهم الأصلية.

الجدول رقم 1.1: الطلبة المسجلين في الجامعات عبر العالم لسنتي 2023 و2024

السنوات	2023	2024
الطلبة المسجلين في الجامعات	235000000	254000000
معدل الإلتحاق	%40	%42
الطلبة المتابعين لدراساتهم خارج بلدانهم الأصلية	6000000	6400000

المصدر: من إعداد الباحث، إعتقادا على إحصائيات منظمة اليونسكو لسنتي 2023 و2024، متاحة عبر

الرابط: <https://www.unesco.org/en/higher-education/need-khow>

¹UNESCO, what you need to know about higher education, 20 April 2023, <https://www.unesco.org/en/higher-education/need-khow>

²Idem.

³Idem.

ثانيا: أهداف التكوين الجامعي

بالإضافة إلى الأهداف السابقة التي ذكرها الباحث في الصفحة رقم (37)، فإن للتكوين الجامعي العديد من الأهداف التربوية، والتعليمية، والاجتماعية، والثقافية، والاقتصادية، والوظيفية، وقد إقتصر الباحث في هذا العنصر إلى التطرق لبعض الأهداف التي تتماشى مع التوجهات الحالية والمستقبلية لعملية التكوين في الجامعة، وتتمثل هذه الأهداف في¹:

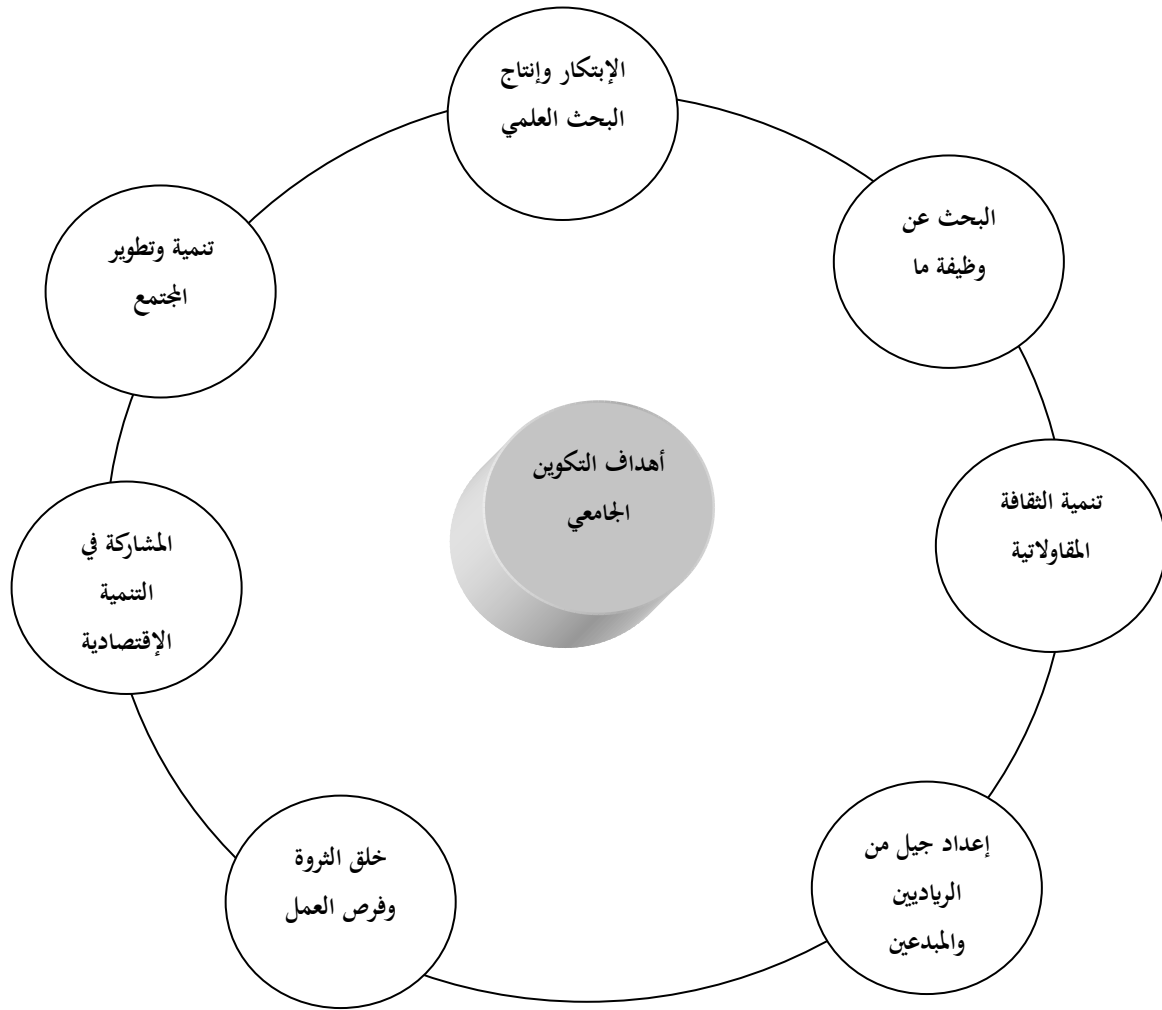
- توسيع مدارك الطالب الجامعي في مختلف المعارف المتعلقة بتخصصه.
- تزويد الطالب الجامعي بدروس ومهارات مرتبطة بموضوع المقاولاتية.
- أما عن أهداف التكوين الجامعي في الجزائر فتبرز في النقاط الآتية:
- جعل الجامعة كقادرة للإقتصاد الوطني.
- البحث العلمي والإبتكار.
- خلق الثروة ومناصب العمل.
- المشاركة في التنمية الإقتصادية وتحقيق برنامج الحكومة².
- تشغيل الخريجين وتنمية الثقافة المقاولاتية.
- الإنفتاح على المحيط الإجتماعي والإقتصادي.
- ترقية الحوكمة وتسيير الموارد³.

¹ خردال محمد، جايدر حسان، دور التكوين الجامعي في تحسين الرغبة المقاولاتية لدى الطلبة المقبلين على التخرج -دراسة مقارنة- (حالة جامعة زيان عاشور -الجلفة-)، مجلة إدارة الأعمال والدراسات الإقتصادية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، المجلد 06، العدد 01 مكرر 01، 2020، ص 479.

² جريدة البلاد، كمال بداري يرسم 7 عناصر أساسية لتحقيق أهداف قطاع التعليم العالي والبحث العلمي، تم الإطلاع عليه بتاريخ 2024/01/29، على الساعة 22:09، من الموقع: <https://www.elbilad.net/national/108202>

³ إلهام بولجي، جريدة الشروق، إصلاح التعليم العالي، ما الجديد؟، تم الإطلاع عليه بتاريخ 2024/01/29، على الساعة 22:20، من الموقع: <https://www.echoroukonline.com>

الشكل رقم 1.1: أهداف التكوين الجامعي



المصدر: من إعداد الباحث، إعتقاداً على ما سبق.

المطلب الرابع: مكونات التكوين الجامعي ومساهماته

يعتمد التكوين الجامعي على مجموعة من المكونات المترابطة والمتكاملة فيما بينها لإعداد كواد بشرية مؤهلة

تقوم بتلبية مختلف متطلبات المجتمع.

أولاً: مكونات التكوين الجامعي

لقد تباينت وإختلفت وجهات النظر عند الباحثين والكتاب حول مكونات التكوين الجامعي، من دون أن

يكون أو يسمح ب بروز إختلافات في فهمها وتعريفها، ومن بين تلك الكتابات التي حددت هاته المكونات فعلى

سبيل المثال لا الحصر، حددها الكاتب أحمد سيد مصطفى¹ بالطلبة، والبرامج التعليمية، وعضو هيئة التدريس، وطرق التدريس، والكتاب الجامعي، والقاعات التعليمية وتجهيزاتها، وإدارة الجامعة والتشريعات واللوائح الجامعية، والتمويل الجامعي وتقييم الأداء الجامعي.

أما منظمة الأمم المتحدة للطفولة² (UNICEF) The United Nations Children's Fund فحددها بالطلبة، والبيئة التعليمية، ومناهج وأساليب التدريس.

حددها نعيم الطاهر³ بالطلبة، وهيئة التدريس، والمناهج التعليمية، والعوامل المؤثرة في العملية التكوينية (الإمكانات المادية، والبشرية)، كما تطرقت وكالة ضمان الجودة للتعليم العالي⁴ Quality Assurance Agency (QAA) إلى مجموعة من المكونات منها: البيئة الجامعية، ومناهج التدريس، والهيكل التنظيمي، وأساليب التقييم (الإختبارات)، وهيئة التدريس، والطلبة، وتقنيات التعليم، والخطط التعليمية (البرامج).

يرى علاوي السعد مسلم ومنهل محمد حسين⁵ من خلال بحثهم في مكونات التكوين الجامعي أن المكونات التي حددتها وكالة ضمان الجودة للتعليم العالي QAA كانت أكثر تكاملاً وتفصيلاً، كما تضيف إلى سابقتها مكونات أخرى ذات أهمية بالنسبة لقدرة التكوين الجامعي على بلوغ أهدافه، من أهمها الموارد والتقنيات التعليمية. ومما سبق ذكره، فإن الباحث يرى أن التكوين الجامعي يعتمد بشكل مباشر في تقديمه لخدماته، وتحقيقه لأهدافه، وتأديته لوظائفه على الدور الفعال للمورد البشري (الطلبة، وهيئة التدريس)، ويوضح الشكل أدناه أن

¹ أحمد سيد مصطفى، إدارة الجودة الشاملة في التعليم الجامعي لمواجهة تحديات القرن الحادي والعشرين، مؤتمر إدارة الجودة الشاملة في تطوير التعليم الجامعي، كلية التجارة، جامعة الزقازيق، مصر، 1997، ص367.

² UNICEF, Defining Quality in Education, paper presented by UNICEF at the meeting of the international working group on education Florence, Italy, June, 2009, p04.

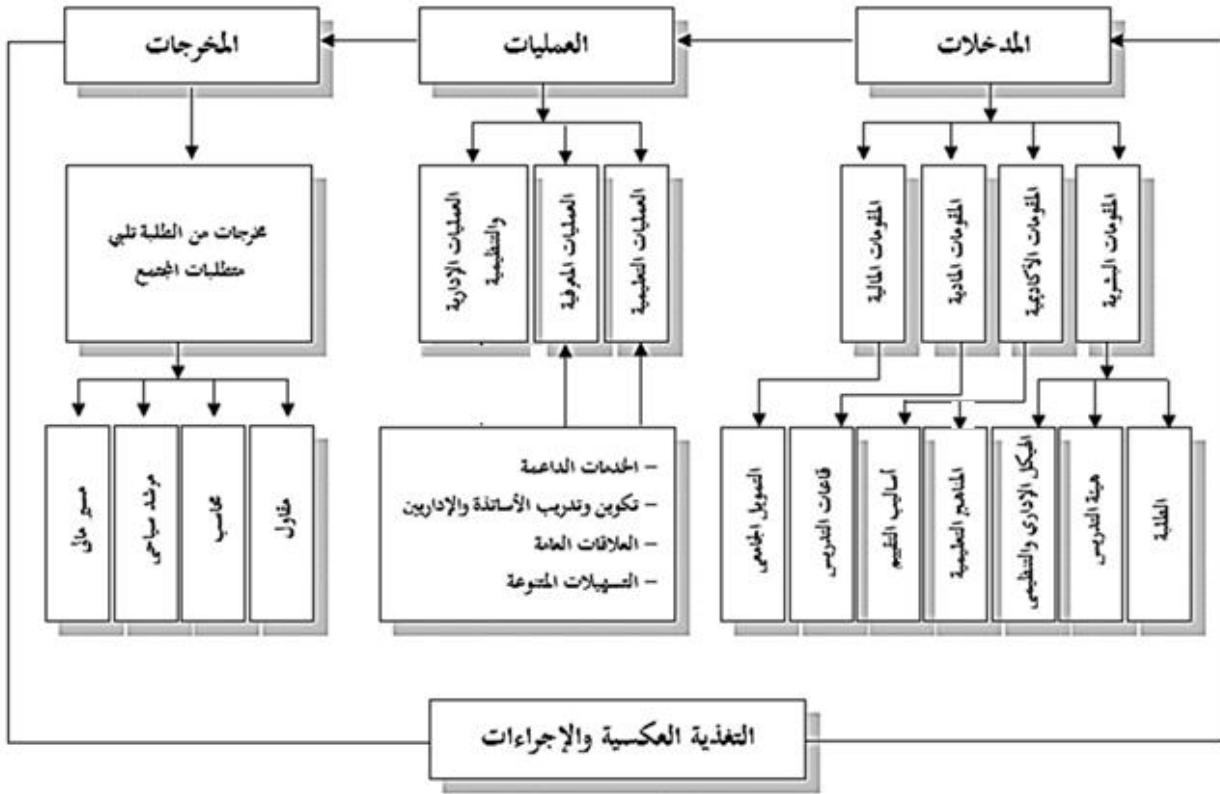
³ نعيم إبراهيم الطاهر، إدارة التعليم العالي، الطبعة الأولى، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص105.

⁴ كبطان حسين سالم، وآخرون، دراسة تجريبية لتقييم الفجوة بين تأثير مخرجات التعليم العالي في متطلبات سوق العمل، المؤتمر العربي الدولي الرابع لضمان جودة التعليم العالي، جامعة الزرقاء، الأردن، 1- 3 أبريل 2014، ص794.

⁵ علاوي السعد مسلم، منهل محمد حسين، جودة العملية التعليمية الجامعية ومتطلبات تحسينها دراسة حالة في جامعة البصرة، دراسات إدارية، المجلد 04، العدد 07، 2011، ص128.

مكونات التكوين الجامعي عبارة عن مجموعة من المدخلات والمخرجات المتفاعلة فيما بينها التي تهدف وفق خطوات متتابعة إلى تحويل المدخلات الجامعية الأساسية (الطلبة) إلى مخرجات ذات كفاءة ومهارة تتلاءم ومتطلبات المجتمع.

الشكل رقم 2.1: مكونات التكوين الجامعي



المصدر: من إعداد الباحث، اعتماداً على ما سبق.

ثانياً: مساهمات التكوين الجامعي

يسهم التكوين الجامعي عن طريق تنميته وإعداده للموارد البشرية في تحقيق التنمية المستدامة من خلال:

- زيادة الإنتاجية والقدرة التنافسية.
- الحد من البطالة وزيادة فرص العمل¹.
- الإستغلال الأفضل للموارد المتاحة والإستفادة الكلية منها في إشباع الحاجات الأساسية للمجتمع.

¹Jozef kabok, slabodan radisic & Bogdan kuzmanovic, cluster analysis of higher-education competitiveness in selected European countries, economic research-Ekonomska Istrazivanja, 2017, p.p 845.846.

- الإرتقاء بحركة التقدم العلمي والتكنولوجي والوصول إلى مصاف الدول المتقدمة.
- تحسين توزيع دخل الفرد.
- زيادة إنتاج الفرد (قيمة فردية).
- تحسين إنتاجية بقية الأفراد (قيمة إجتماعية).
- إعداد القيادات العلمية والفكرية التي تتولى قيادة المجتمع¹.

المبحث الثاني: واقع التكوين الجامعي في الجزائر

شهدت الجامعة الجزائرية خلال الفترة الأخيرة تطورا ملحوظا من حيث الزيادة في مؤسساتها وذلك تماشيا مع الطلب المتزايد على التكوين الجامعي، كما شهدت نفس الفترة الزمنية مواجهتها لمجموعة من التحديات سواء المعرفية أو التكنولوجية والتي تستلزم التكيف معها لتحسين جودة التكوين الجامعي ومخرجاته وكذلك تحسين ترتيب موقع الجامعات الجزائرية على المستوى الدولي.

المطلب الأول: واقع الجامعة الجزائرية

في ظل التطور الكبير والسريع الذي يشهده العالم في مجال التكنولوجيا، يعد التكوين الجامعي واجهة علمية ذات أهمية لأي دولة، فهو ركيزة أساسية للواقع العلمي والتربوي ونواة مهمة لأي مجتمع، كما تعتبر دراسة واقع التكوين الجامعي من الدراسات المهمة والواقعية، وذلك نظرا لأثرها الكبير في واقع الجامعات لاسيما من خلال التحديات الكبيرة التي تواجهها، ولأهمية مخرجاته في سوق العمل، وتنمية الحياة العلمية والإقتصادية والإجتماعية للفرد²، وما دمنا بصدد الحديث عن واقع الجامعة الجزائرية، فلا بد من ذكر بعض الإحصائيات المفيدة في هذا المجال.

منذ الإستقلال أدركت الجزائر أهمية تكوين إطارات من أبناء الوطن يتولون تسيير شؤون وهياكل الدولة،

¹ زقاي حميدي، رماس محمد أمين، دور التعليم العالي في تنمية الموارد البشرية في الدول العربية، مجلة نور للدراسات الإقتصادية، المركز الجامعي نور البشير، البيض، المجلد 05، العدد 01، 2019، ص- ص 01 - 06، (بتصرف).

² الطائي سعاد هادي حسن، واقع التعليم العالي والبحث العلمي في الوطن العربي (المعالجة والحلول)، مجلة أكاديمية البورك للعلوم الإنسانية والإجتماعية، المجلد 01، العدد 02، 2020، ص.ص 8.7.

حيث أنشأت أول جامعة جزائرية بمدينة السانية في وهران، لتتوالى بعد ذلك مسيرة تدعيم قطاع التعليم العالي والبحث العلمي بمجموعة من الهياكل والمنشآت عبر كامل ربوع الوطن، وعدة تخصصات على مدار العقود الستة الماضية، تتماشى والتوجهات الاقتصادية للدولة الجزائرية لتصل اليوم إلى مرحلة من التوسع والتطور من خلال أقطاب جامعية وتكنولوجية¹.

ويشير الجدول رقم (2.1) أدناه، أن الجزائر تحتوي على نسيج جامعي يضم 112 مؤسسة جامعية رسمية مقسمة تقسيما جهويا، وذلك بما يتماشى مع النسيج الإقتصادي، والإجتماعي، وأعداد الطلبة، فمنها 54 جامعة، وتسعة مراكز جامعية، و37 مدرسة وطنية عليا، و12 مدرسة عليا للأساتذة.

كما يوجد في الجزائر 17 مؤسسة خاصة للتكوين العالي مرخصة، منها المدرسة العليا للفندقة والإطعام بعين البنيان، والمعهد العالي للتجارة والإقتصاد بسطيف...، وتسع مؤسسات للتكوين العالي تابعة لدوائر وزارية أخرى وخاضعة للصاية البيداغوجية من قبل وزارة التعليم العالي والبحث العلمي من بينها وزارة السياحة والصناعة التقليدية، ووزارة العمل والتشغيل والضمان الإجتماعي،...

¹الإذاعة الجزائرية، 60 سنة من التعليم العالي في الجزائر ... تحديات وإنجازات، تم الإطلاع عليه بتاريخ 2023/09/30، على الساعة 08:35، من الموقع: <https://www.news.radioalgerie.dz/ar/node/15787>

الجدول رقم 2.1: الشبكة الجامعية في الجزائر

العدد	الشبكة الجامعية
54	جامعات
09	مراكز جامعية
37	مدارس وطنية عليا
12	مدارس عليا للأساتذة

المصدر: من إعداد الباحث، اعتمادا على إحصائيات وزارة التعليم العالي والبحث العلمي لسنة 2023، متاحة

عبر الرابط: [https://www.mesrs.dz/index.php/2022/03/Lenseignement-superieur-en-](https://www.mesrs.dz/index.php/2022/03/Lenseignement-superieur-en-algerie-apres-60-ans-ar/)

[algerie-apres-60-ans-ar/](https://www.mesrs.dz/index.php/2022/03/Lenseignement-superieur-en-algerie-apres-60-ans-ar/)

على صعيد آخر، فلم تكن الجامعة الجزائرية تتوفر إلا على 82 أستاذا جامعيًا لكل 1300 طالبا، ليصل الرقم اليوم مع الإصلاحات العديدة التي تبنتها الدولة الجزائرية إلى أكثر من 63000 أستاذا دائما منهم 44 في المائة من مصاف أستاذية يؤطرون 1700000 طالب وطالبة سنويا¹، منهم 400000 خريج سنويا² أي بمعدل 23.53 في المائة، كما سعت الدولة الجزائرية إلى تحسين نوعية التكوين في مختلف الأطوار والميادين والتخصصات، فبلغ عدد عروض التكوين الوطنية والتخصصات التي تقدمها مختلف الجامعات 9065 عرض تكويني³ وأكثر من 250 تخصص، بحجم إنفاق يقدر بـ 4.162 مليار دولار أمريكي لسنة 2022⁴.

¹ المرجع السابق.

² وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، التعليم العالي في الجزائر بعد ستين سنة، تم الإطلاع عليه بتاريخ 2023/09/30، على الساعة 09:14، من الموقع:

<https://www.mesrs.dz/index.php/2022/03/Lenseignement-superieur-en-algerie-apres-60-ans-ar/>

³ يومية الموعد اليومي، بداري: الإنفتاح على المحيط الدولي أضحى يشكل أهم تحديات الجامعة الجزائرية، تم الإطلاع عليه بتاريخ 2023/09/30، على

الساعة 09:30، من الموقع: بداري-الانفتاح-على-المحيط-الدولي-أضحى <https://www.elmaouid.dz/>

⁴ لؤي أحمد، 19 جامعة عربية من بين الأفضل عربيا وعالميا .. واقع التعليم العالي في الدول العربية بالأرقام، تم الإطلاع عليه بتاريخ 2023/09/30، على

الساعة 10:04، من الموقع: حجم-التعليم-العالي-في-الدول-العربية/2023/1/24 <https://www.aljazeera.net/politics/2023/1/24>

يشير الجدول رقم (3.1) أدناه إلى أن قطاع التعليم العالي والبحث العلمي في الجزائر تعزز بشبكة معتبرة من كيانات البحث العلمي، وذلك بفضل التوجهات الجديدة للجامعة الجزائرية والرؤية الإستشرافية للقطاع، فمنها 30 مركز، و43 وحدة، و75 مصلحة مشتركة، و31 محطة تجريبية، وأربع وكالات، يلاحظ كذلك أن عدد المخابر يمثل حصة الأسد من مجموع شبكة البحث العلمي بـ 1749 مخبر، إلا أنه يبقى مجرد إسم داخل الجامعة ظاهره ليس كباطنه، بحيث لا يؤدي الدور الذي أنشئ من أجله وهو تطوير البحث العلمي وخدمة الباحثين على التوصل إلى نتائج فعالة والتي من شأنها المساعدة في رقي الجزائر إقتصاديا، وإجتماعيا، وسياسيا، وثقافيا.

الجدول رقم 3.1: شبكة البحث العلمي في الجزائر

شبكة البحث العلمي	العدد
المخابر	1749
المراكز	30
الوحدات	43
المصالح المشتركة	72
المحطات التجريبية	31
الوكالات	04

المصدر: من إعداد الباحث، إعتمادا على إحصائيات وزارة التعليم العالي والبحث العلمي لسنة 2023،

مرجع سبق ذكره.

المطلب الثاني: التحول الرقمي في الجامعات الجزائرية

يعتبر التحول الرقمي أحد أبرز التوجهات الحديثة للمؤسسات الجامعية¹، حيث تشير العديد من الدراسات

¹Sandkuhl kurt & Lehmann holger, Digital transformation in higher education The Role of Enterprise Architectures

الحديثة كدراسة السيد خلود وليد سمر إلى أن التحول الرقمي في الجامعات أصبح يمثل في الوقت الحالي ضرورة مهمة، وحاجة ملحة، والتي إعتبرت جائحة كورونا بمثابة فرصة حقيقة ساعدت على التسريع في عملية التحول الرقمي¹.

كما يرى الباحثون Jamshed Khalid, & et.al أن هناك إعتقاداً خاطئاً حول من يتصور أن التحول الرقمي هو فقط إستخدام للتقنيات والأدوات الجديدة، بل هو في الحقيقة يعني الدور الواسع للتحول الرقمي في كل أنحاء المؤسسة الجامعية، وذلك دون التركيز على شراء التقنيات الحديثة فقط².

ويتوافق الرأي السابق مع رأي مصطفى أحمد أمين الذي هو بدوره يعتبر أن التحول الرقمي لا يعني تطبيق التكنولوجيا داخل المؤسسة فقط، بل هو برنامج شمولي كامل يمس المؤسسة وطريقة وأسلوب عملها داخلياً، ويمس كيفية تقديمها لخدماتها للجمهور المستهدف، وذلك لجعل خدماتها تتم بصورة أسهل وأسرع³.

إن التحول الرقمي للمؤسسات الجامعية بمفهومه الحقيقي يعني أن المؤسسة يجب أن تتحول بأكملها إلى بيئة حاضنة للتكنولوجيا المتطورة الإيجابية، وهذا ما يعرف بالجامعة الرقمية والتي تعتبر شكلاً من أشكال التكوين الجامعي المعاصر⁴.

إن تنفيذ عملية التحول الرقمي في الجامعات الجزائرية لم تخلو من الصعوبات والمعوقات سواء من الناحية التنظيمية، والتشريعية، والتنفيذية، والتمويلية أو من ناحية الكفاءات البشرية، إلا أن الجزائر إيماناً منها بأهمية هذه التقنية عملت على توفير المقومات المادية والغير المادية لوضع إستراتيجية لصناعة بيئة رقمية تضمن لها الانتقال من

and portals, Digital Enterprise computing 2017 lecture notes in informatics (LNI), Gesellschaft fur Informatic 2017, P49.

¹السيد خلود وليد سمر، واقع التحول الرقمي في الجامعات الأردنية من وجهة نظر الإداريين وأعضاء هيئة التدريس، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن، 2022، ص.ص 5.4.

²Jamshed Khalid, & et.al, promising digital University: a pivotal need for higher education transformation, Int.j.mangement in education, vol12, n°03, P269.

³مصطفى أحمد أمين، التحول الرقمي في الجامعات المصرية كمطلب لتحقيق مجتمع المعرفة، مجلة الإدارة التربوية، العدد 19، 2018، ص 14.

⁴المرجع السابق، ص 45.

حالة التسيير الإداري والبيداغوجي التقليدي إلى فضاء تكنولوجي رقمي¹.

قامت وزارة التعليم العالي والبحث العلمي في الجزائر بإستحداث مجموعة من المنصات الرقمية أو الأدوات الرقمية، والعمل أيضا على تطويرها لغرض تحسين الخدمات لصالح الأسرة الجامعية²، وتعد تلك المنصات الرقمية التي تم إنشاؤها جزءا من تنفيذ المخطط الرئيسي للرقمنة (SDN) le Schéma Directeur du Numérique التي إعتمدتها الوزارة، تتكون شبكة SDN من سبعة محاور إستراتيجية، و16 برنامجا إستراتيجيا، و102 برنامجا تنفيذيا، بحلول ديسمبر 2024³.

وحسب عبد الجبار داودي مستشار وزير التعليم العالي والبحث العلمي فإن المخطط الرئيسي للرقمنة الذي تم وضعه ساهم بشكل كبير في تحقيق التحول الرقمي الذي كانت تطمح إليه الجامعات الجزائرية ، كما أكد بأن وزارة التعليم العالي والبحث العلمي تعتبر من الوزارات الرائدة في مجال الرقمنة من خلال إحتوائها على فضاء رقمي يضم 54 منصة، وفي نفس السياق أعلن المستشار عن إطلاق منصة جديدة تعتمد على الذكاء الاصطناعي والتي تسمح لحاملي شهادة البكالوريا الجدد لسنة 2024 بالإختيار الأحسن للتخصصات⁴.

كما تسعى وزارة التعليم العالي والبحث العلمي من خلال عملية الرقمنة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف، أهمها⁵:

- تجويد التعليم العالي.

¹ عقابي آمال، إستراتيجية الجزائر في رقمنة التعليم العالي والبحث العلمي، مجلة هيودوت للعلوم الإنسانية والإجتماعية، مؤسسة هيودوت للبحث العلمي والتكوين، المجلد 07، العدد 03، 2023، ص.ص 198.199، (بتصرف).

² وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، بروغرس، تم الإطلاع عليه بتاريخ 2024/07/07، على الساعة 21:18، من الموقع: <https://www.mesrs.dz/index.php/progres-ar/>

³ Ministère de L'enseignement supérieur et de la recherche scientifique, E-plateforme, Portail des Plateformes Numeriques, 07 juillet 2024, <https://www.mesrs.dz/index.php/fr/platformes-mesrs/>

⁴ ب.زينب، مستشار وزير التعليم العالي والبحث العلمي، عبد الجبار داودي: "الجامعة الجزائرية حققت التحول الرقمي الذي كانت تطمح إليه"، جريدة الجزائر، تم الإطلاع عليه بتاريخ 2024/07/07، على الساعة 21:35، من الموقع:

<https://www.eldjazaironline.dz/Accueil/الرقمي-التحول-حققت-الجامعة-الجزائرية-حققت-التحول-الرقمي>

⁵ المرجع السابق.

- تحسين مرئية الجامعات الجزائرية.
- تسهيل الحياة الجامعية للطلاب أو الباحث أو الأستاذ أو الموظف.
- مساعدة حاملي شهادة البكالوريا الجدد على الاختيار الجيد لتخصصاتهم.
- تحسين مردود الطلبة.
- إرتفاع نسبة نجاح الطلبة.
- تقليص نسبة رسوب الطلبة من 38 في المائة إلى 16 و 18 في المائة.

المطلب الثالث: تحديات ورهانات التكوين الجامعي في الجزائر

إن التحدي هو تلك الثغرة التي تستلزم حل ومواجهة¹، فالتكوين الجامعي في العالم عموما يواجه في الوقت الراهن مجموعة من التحديات والثغرات المتمثلة في²:

- زيادة الطلب الاجتماعي على التكوين الجامعي.
- مسايرة التكوين الجامعي للتغيرات المعرفية والعلمية المتسارعة.
- إنفتاح الجامعة على المجتمع لتلبية متطلباته.
- الحاجة إلى نموذج تعليمي جديد.
- مواءمة الكفاءات والمهارات لمتطلبات سوق العمل.
- تحدي تمويل التكوين الجامعي.
- تحدي العولمة.

كغيرها من الجامعات في العالم، شهدت الجامعة الجزائرية قفزة كمية من حيث الزيادة في الهياكل البيداغوجية

¹البراشدية حفيظة بنت سليمان، الظفري سعيد بن سليمان، إتجاهات طلبة التعليم العالي بسلطة عمان نحو ريادة الأعمال وتحدياتها والحلول المقترحة، مجلة العلوم التربوية، جامعة قطر، العدد 21، 2023، ص 38.

²بودرداين آمنة، دور الجامعة في تكوين بعض المهارات الحياتية دراسة ميدانية على مستوى كليات جامعة قسنطينة²، أطروحة دكتوراه علوم في علوم التربية، جامعة قسنطينة²، 2021/2020، ص - ص 153 - 156، (بتصرف).

من جهة، وفي التعداد والتمويل من جهة أخرى، كما شهدت أيضا تطورا ملحوظا في نوعية البحث العلمي الجامعي، غير أن التكوين الجامعي عامة والجامعة الجزائرية خاصة تواجه العديد من التحديات¹، نذكر منها:

- خلق فرص عمل للشباب الجامعي من خلال تعزيز الفكر المقاوالاتي وتطوير الأنشطة المناسبة للتكوين في مجال المقاوالاتية ودعم المؤسسات الناشئة².

- خلق آليات لتعزيز دور الجامعات ومساهماتها في غرس روح الإبداع والابتكار لدى المتعلمين وتعزيز توجهاتهم المقاوالاتية³.

- تعميق ثقافة العمل الحر⁴.

على غرار التحديات السابقة، فقد تطرق وزير التعليم العالي والبحث العلمي السابق بن زيان عبد الباقي خلال الملتقى الوطني حول "التعليم العالي في الجزائر بعد ستين سنة" إلى التحديات التي تنتظر التكوين الجامعي، وتتمثل في⁵:

- إنشاء الوكالة الوطنية لضمان الجودة والاعتماد.

- الحرص على وضع نظام دائم للجودة في القطاع.

- تقييم المؤسسات الجامعية والبحثية.

- وضع مراجع وطنية للجودة.

- مشروع إنشاء الجامعة الجزائرية المفتوحة التي تتكفل بتطوير التكوين الجامعي عن بعد.

¹ مشطر حسين، المؤهلات المعرفية للخريج الجامعي وعلاقتها بالإدماج لسوق العمل، أعمال الملتقى الدولي الجامعة والانفتاح على المحيط الخارجي "الانتظارات والرهانات"، الجزء الثاني، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2018، ص 233.

² لوجان العالية، محرزى مليكة، إحتياجات الطلبة إلى التكوين في مجال المقاوالاتية، مجلة سلسلة الأنوار، جامعة وهران 2، المجلد 10، العدد 01، 2020، ص 374.375.

³ بوحروود فتيحة، قورين سعاد، التعليم المقاوالاتي الجامعي كآلية لدعم المقاوالاتية: عرض تجارب بعض الجامعات العربية والجزائرية، مجلة الإقتصاد والمناجنت، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، المجلد 20، العدد 01، 2021، ص 351.

⁴ المرجع السابق، ص 352.

⁵ وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، التعليم العالي في الجزائر بعد ستين سنة، مرجع سابق ذكره.

- إدخال تكنولوجيات الإعلام والاتصال في العملية التكوينية.

كما أوضح مرسلي لعرج المستشار الإعلامي لوزير التعليم العالي والبحث العلمي السابق أثناء نزوله ضيفا على الإذاعة الجزائرية أن القطاع يواجه بعض التحديات، منها¹:

- تحدي تحسين البحث العلمي والحوكمة.

- تحدي الإنفتاح على المحيط الإقتصادي والإجتماعي.

- تحدي عصرنة الجامعة ورقمنتها.

- تحدي تشغيل خريجي الجامعات الجزائرية.

أما وزير التعليم العالي والبحث العلمي بداري كمال، أكد أن الإنفتاح على المحيط الدولي أضحي يشكل أهم تحديات الجامعة الجزائرية في الوقت الراهن، وذلك من أجل تحقيق مسعى الجودة ومرئية الشهادات، حيث يسعى القطاع لتكثيف وتعزيز التبادلات الجامعية، وتنويع إتفاقيات التعاون والتوأمة مع الجامعات الأجنبية².

المطلب الرابع: متطلبات تحسين التكوين الجامعي في الجزائر

تسعى الدولة الجزائرية لتحسين التكوين الجامعي ومواجهة تحدياته من خلال تجسيد ما يلي³:

أولا: منح الإستقلالية للمؤسسات الجامعية، وذلك من خلال:

- إعطاء سلطة التقدير لمدراء الجامعات بهدف تكييف عروض التكوين والبحث العلمي مع هذه الرؤية الجديدة.

ثانيا: إستحداث قطاعات وزارية جديدة، وذلك من أجل:

- تمكين الطلبة وخريجي الجامعات أصحاب الفكر الابتكاري من تجسيد مشاريعهم للمساهمة في بناء وطنهم.

¹ الإذاعة الجزائرية، 60 سنة من التعليم العالي في الجزائر ... تحديات وإنجازات، مرجع سبق ذكره.

² نفسه.

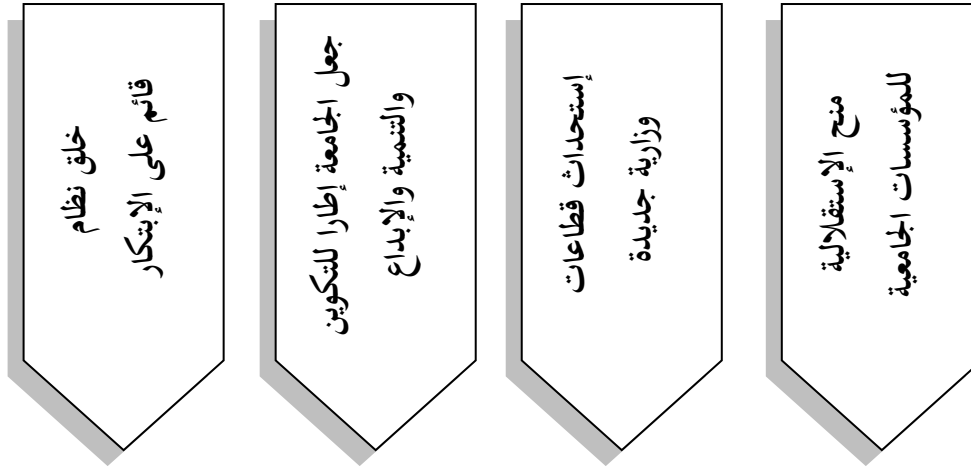
³ نفسه.

ثالثا: جعل الجامعة إطارا للتكوين، والتنمية، والإبداع، وذلك من خلال:

- تطوير أقطاب الإمتياز في تخصصات عديدة بالشراكة مع المؤسسات الاقتصادية وبما يتماشى والتطور العالمي العلمي والتكنولوجي وبما يلي احتياجات الإقتصاد الوطني.
 - مواصلة مراجعة خريطة التكوين.
 - تكثيف وتعزيز التبادلات الجامعية وتنويع الإتفاقيات والتوأمة مع مؤسسات جامعية أجنبية.
 - تشجيع السياحة العلمية.
 - تطوير البحث العلمي والتكنولوجي وإستغلال المنتج البحثي تحقيقا للعلاقة الرباعية "البحث العلمي، والإبتكار، والنمو الإقتصادي، وخلق مناصب شغل".
 - إعادة تنظيم الخدمات الجامعية وذلك لضمان إطار معيشي لائق ونوعي للطلبة الجامعيين لاسيما فيما يتعلق بالإيواء، والنقل، والأمن.
 - تشجيع إنشاء نوادي علمية، وثقافية، وفنية، ورياضية.
- رابعا: خلق نظام قائم على الإبتكار، وذلك من أجل¹:
- تحفيز الطلبة الجامعيين والأساتذة على تحويل أفكارهم المبتكرة إلى مشاريع إقتصادية خلاقة للثروة ومناصب العمل.
 - إيداع براءات إختراع، وهذا بالتعاون مع وزارة إقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة.
 - إعداد مذكرة تخرج قابلة للتحويل إلى مؤسسة ناشئة.

¹ يومية الموعد اليومي، بداري الإفتتاح على المحيط الدولي أضحي بشكل أهم تحديات الجامعة الجزائرية، مرجع سبق ذكره.

الشكل رقم 3.1: متطلبات تحسين التكوين الجامعي



المصدر: من إعداد الباحث، اعتمادا على ما سبق.

المبحث الثالث: الأساس التنظيمي للتكوين الجامعي المقاولاتي في الجزائر

يعتبر التكوين الجامعي المقاولاتي أحد أنماط التكوين الجامعي الذي إهتمت به الجزائر والعالم في الفترة الأخيرة، ويعد أيضا أحد السياسات الداعمة التي تعول عليها الدولة الجزائرية في نشر الفكر المقاولاتي وترقيته بين أوساط الطلبة الجامعيين ويظهر ذلك جليا من خلال إستحداث وزارة التعليم العالي والبحث العلمي للقرار الوزاري رقم 1275 المؤرخ في 27 سبتمبر 2022 (شهادة جامعية - مؤسسة ناشئة/شهادة جامعية - براءة اختراع)، والذي يمثل أحد أدوات هاته السياسات المشجعة والمساعدة والمرافقة على إنشاء المؤسسات الناشئة.

المطلب الأول: تعريف التكوين الجامعي المقاولاتي وأهميته

يمثل التكوين الجامعي المقاولاتي أحد أهم العمليات التكوينية التي ترافق وتدعم الطلبة الجامعيين خلال مشوارهم الدراسي لإنشاء مشاريع مقاولاتية.

أولا: تعريف التكوين الجامعي المقاولاتي

تعد الولايات المتحدة الأمريكية حسب العديد من المراجع العلمية أول دولة على مستوى العالم تبنت التكوين المقاولاتي في الجامعات، ويستشهد هؤلاء الكتاب والباحثون بأول مقرر في المقاولاتية قدمته جامعة هارفارد

(HARVARD) بواسطة البروفسور Myles Mace سنة 1947¹، أما الطرف الآخر الذي يمثلته Arasti, & et.al فيرون أن الياباني shigeru fijii من جامعة Kobe كان أول من قام بتدريس المقاولاتية سنة 1938². يختلف مصطلح التعليم المقاولاتي بين مختلف الدول باختلاف تفسيراته وخصوصياته، ففي المملكة المتحدة يستخدم مصطلح *entreprise education*، ويعني تنمية الفرد بالجوانب الشخصية والعقلية والمهارية، في حين تستخدم الولايات المتحدة الأمريكية مصطلح *entrepreneurship education*، ويعني السياق المحدد لإنشاء مشروع وعمل الفرد لحسابه الخاص، وفي سنة 2000 إستنتجت الباحثة أركيلا من خلال دراستها الموسومة ب: التعليم الريادي: رسم خرائط للمناقشات في الولايات المتحدة والمملكة المتحدة وفنلندا مفهوم أكثر شمولاً يوحد المصطلحين وأطلقت عليه التعليم المقاولاتي وهو المصطلح الأكثر شيوعاً وإستخداماً³.

- يعرفه آلان فايول (Alain fayolle) بأنه: "كل الأنشطة الرامية إلى تعزيز التفكير، السلوك والمهارات المقاولاتية وتغطي مجموعة من الجوانب كالأفكار، النمو والإبداع"⁴.

- وتعرفه السيد لمياء محمد أحمد وإبراهيم إيمان عبد الفتاح محمد على أنه إكتساب طلبة الجامعة إتجاهات ومهارات العمل الحر، وذلك لزيادة الوعي بإدراك الفرص الوظيفية وتدريبهم على مهارات الإبداع والإبتكار وتنمية الرغبة للمبادرة بإطلاق وممارسة العمل الحر والتوظيف الذاتي وجعل الخريجين خالقين لفرص العمل لا باحثين عنها، وتزويدهم بالقدرة على إدراك الطرق التي يستطيعون من خلالها المساهمة في التنمية، وفي رضاء مجتمعاتهم، وذلك لعلاج مشكلات البطالة

¹المخلافي عبد المالك بن طاهر، التعليم الحكومي لريادة الأعمال ودوره في تحقيق أهداف رؤية المملكة (2030): دراسة إستطلاعية على الجامعات الحكومية في مدينة الرياض، كتاب أبحاث مؤتمر دور الجامعات السعودية في تفعيل رؤية 2030، جامعة القصيم، السعودية، 2017، ص517.

²قايدي آمنة، تطور التوجه المقاولاتي للطلبة الجامعيين، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، جامعة مصطفى إسماعيل، معسكر، 2016/2017، ص105.

³المطيري صفاء، التعليم الريادي، سلسلة دورية تعنى بقضايا التنمية في الدول العربية، العدد 149، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، 2019، ص05.

⁴خلوفي سفيان، شريط كمال، سياسات وبرامج التعليم المقاولاتي في ضوء خبرة معهد ريادة الأعمال وإدارة ريادة الأعمال التقنية في المملكة العربية السعودية، مجلة الريادة لإقتصاديات الأعمال، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، المجلد 05، العدد 02، 2019، ص43.

والفقر، والعنف، والتهميش الاجتماعي¹.

- أما الجودي محمد علي فيعرف التكوين الجامعي المقاولاتي بأنه مجموعة من الأنشطة والأساليب التكوينية التي تهدف إلى غرس روح المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين من جهة، ومن جهة أخرى تزودهم بالمهارات اللازمة لتأسيس مشاريعهم الخاصة².

ثانيًا: أهمية التكوين الجامعي المقاولاتي

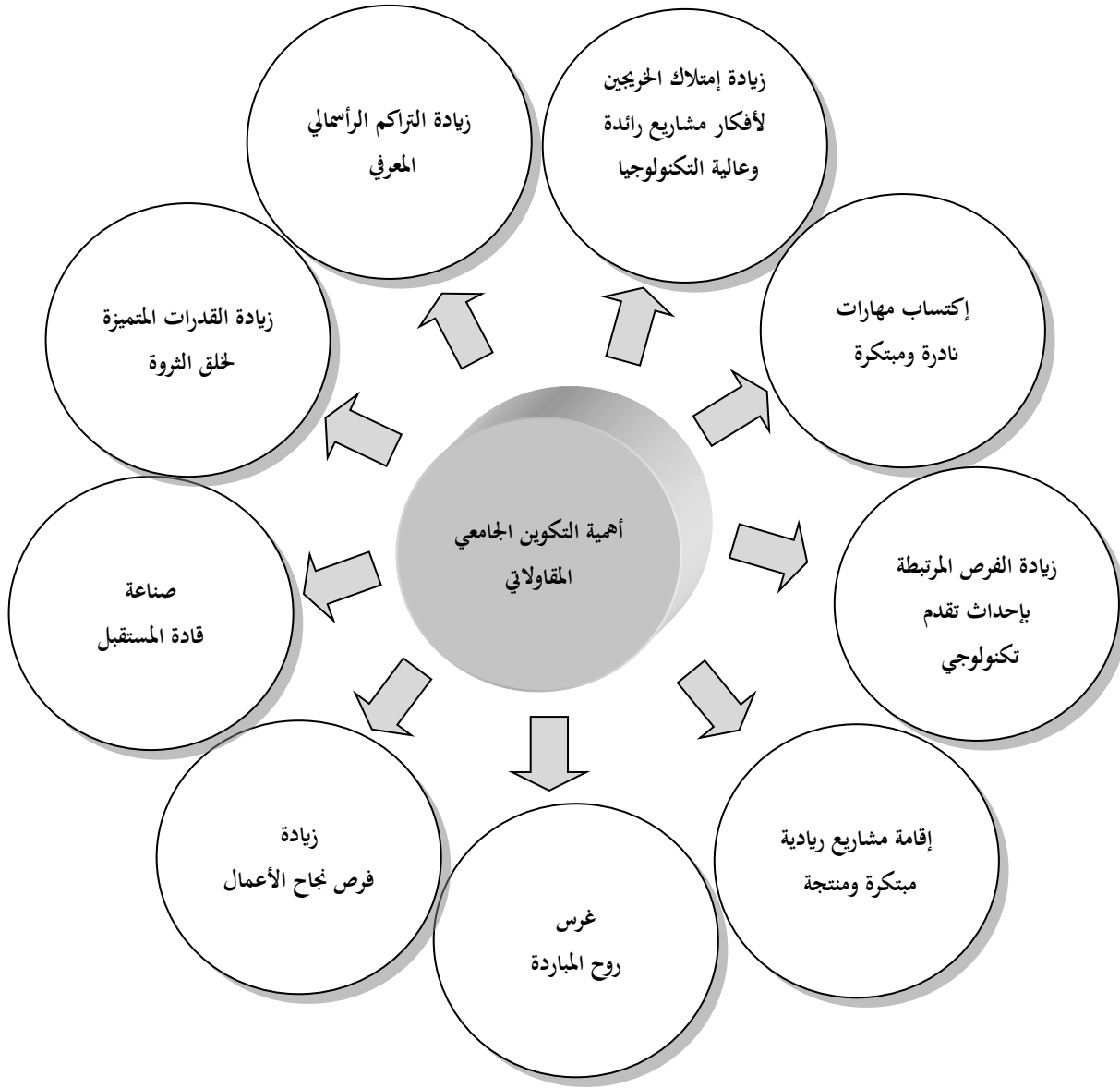
أصبح التكوين الجامعي المقاولاتي في الوقت الراهن يحظى بأهمية متميزة، وذلك بكونه يوفر مجموعة من المعارف والمهارات التي تساعد الطلبة الجامعيين على مواجهة التحديات الاقتصادية والاجتماعية وتؤهّلهم لعمل مشاريع ريادية وخلق فرص عمل ذاتية³، والشكل رقم (4.1) أدناه يوضح أهمية التكوين الجامعي المقاولاتي:

¹ السيد لمياء محمد أحمد، إبراهيم إيمان عبد الفتاح محمد، "سياسات وبرامج التعليم الريادي وريادة الأعمال في ضوء خبرة كل من سنغافورة والصين وإمكانية الاستفادة منها في مصر"، دراسات عربية في التربية وعلم النفس، العدد 53، الجزء الثاني، 2014، ص 282.

² الجودي محمد علي، نحو تطوير المقاولاتية من خلال التعليم المقاولاتي دراسة على عينة من طلبة جامعة الجلفة، أطروحة دكتوراه علوم في علوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014/2015، ص 145.

³ الرميدي بسام سمير، تقييم دور الجامعات المصرية في تنمية ثقافة ريادة الأعمال لدى الطلاب - إستراتيجية مقترحة للتحسين - مجلة إقتصاديات المال والأعمال، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف، ميلة، العدد 06، 2018، ص 378.

الشكل رقم 4.1: أهمية التكوين الجامعي المقاواني



المصدر: بلقيدوم صباح، مامن حياة، التعليم المقاواني الجامعي... طالب اليوم مقال الغد - نماذج دولية متميزة في

مجال نشر الثقافة المقاوانية في الأوساط الجامعية- المجلة الدولية للدراسات الإقتصادية، المركز الديمقراطي العربي

للدراستات الإستراتيجية، الإقتصادية والسياسية، برلين، ألمانيا، 2019، ص44.

المطلب الثاني: أهداف التكوين الجامعي المقاواني ومساهماته

يسعى التكوين الجامعي المقاواني لتحقيق مجموعة من الأهداف التي من شأنها أن تساهم في خلق مجتمع

ريادي يعتمد بالدرجة الأولى على الإبداع والإبتكار، وفي خلق إقتصاد متين يعتمد على المعرفة.

أولاً: أهداف التكوين الجامعي المقاولاتي

بشكل عام يهدف التكوين الجامعي المقاولاتي إلى إعداد جيل جديد من المقاولين والمبدعين في مجال الأعمال وغيره من المجالات الأخرى في المجتمع، يقدمون إبداعاً على شكل منتج أو خدمة أو عملية أو مدخل جديد في الأعمال، أو مشروع جديد أو إختراع، أو إكتشاف¹. والشكل أدناه يوضح الأهداف الفرعية للتكوين الجامعي المقاولاتي:

الشكل رقم 5.1: الأهداف الفرعية للتكوين الجامعي المقاولاتي

تعزيز الروح والنزعة المقاولاتية	بناء اتجاهات إيجابية للطلبة تجاه المقاولاتية والعمل الحر	تغيير نمط التفكير التقليدي للطلبة إلى أنماط التفكير الحديثة المبنية على الإبداع والإبتكار والتجديد
مساعدة الطلبة على بناء تصور أفضل لمهنة المستقبل	تطوير السمات والمهارات الشخصية للطلبة التي تساعد على إنشاء القاعدة الرئيسية للتفكير والسلوك المقاولاتي (الإبداع والإبتكار، سلوك المبادرة، المخاطرة، الإستقلالية، الثقة بالنفس، القيادة، روح العمل الجماعي أو روح الفريق)	إثارة الدافعية لدى الطلبة
زيادة وعي الطلبة حول التوظيف الذاتي والمقاولاتية كبديل لمهنة المستقبل		تعزيز مهارات بناء العلاقات والاتصال الإيجابي في بيئة تربوية مناسبة
تعزيز التنمية الإقتصادية والإجتماعية في المجتمع من خلال عمليات التحديث والتجديد التي يحدثها المقاولون في جميع المجالات التي سيعملون بها في المستقبل		

المصدر: من إعداد الباحث، إعتماًداً على إبراهيم عصاد سيد أحمد السعيد، التعليم الريادي: مدخل لدعم توجه

طلاب الجامعة نحو الريادة والعمل الحر، مجلة كلية التربية، جامعة بورسعيد، مصر، العدد 18، 2015، ص 146.

¹ إبراهيم عصام سيد أحمد السعيد، التعليم الريادي: مدخل لدعم توجه طلاب الجامعة نحو الريادة والعمل الحر، مجلة كلية التربية، جامعة بورسعيد، مصر، العدد 18، 2015، ص 145.

ثانياً: مساهمات التكوين الجامعي المقاولاتي

يلعب التكوين الجامعي المقاولاتي دوراً مهماً في تطوير صفات المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين، وإكسابهم

القدرة على البدء في مشاريعهم الخاصة، وخلق فرص للعمل، وبالتالي المساهمة في¹:

- إمتلاك الخريجين لأفكار حول مشاريع الأعمال التجارية ذات التكنولوجيا العالية.
- بناء مجتمع المعرفة.
- التقليل من مشكلة البطالة.
- إيجاد جسر يربط بين المجتمع الأكاديمي وقطاع الأعمال.
- تحقيق التقارب بين العلم والسوق.
- تحقيق التنمية الإقتصادية.
- تحسين جودة مخرجات التكوين الجامعي².

المطلب الثالث: القرار الوزاري رقم 1275 الأهمية والأهداف

يعد القرار الوزاري رقم 1275 نقطة تحول في مسار الطالب الجامعي لما له من أهمية في دعمه على إنشاء

مؤسسة ناشئة خالقة لفرص العمل ومساعدة على تحسين مؤشرات الإقتصاد الوطني.

أولاً: تقديم للقرار الوزاري رقم 1275

يعتبر القرار الوزاري رقم 1275 المؤرخ في 27 سبتمبر 2022 (شهادة جامعية - مؤسسة ناشئة/شهادة

جامعية - براءة اختراع) من القرارات المهمة التي أحدثتها وزارة التعليم العالي والبحث العلمي في السنة الجامعية

2022/2023³، وذلك من أجل:

¹ بوحروود فتيحة، قورين سعاد، مرجع سبق ذكره، ص359.

² بن حامد عبد الغني، بن حبيرش محمد، مرجع سبق ذكره، ص136.

³ بوردوسن حياة، قرزير محمود، القرار الوزاري رقم 1275 شهادة مؤسسة ناشئة/شهادة براءة اختراع ودوره في تعزيز قيم المواطنة لدى الطالب الجامعي -دراسة ميدانية على عينة طلبة ماستر 2 جامعة عباس لغرور خنشلة، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، جامعة العربي التبسي، تبسة، المجلد08، العدد01، 2023، ص442.

- دعم المقاولاتية في الجزائر عن طريق التكوين الجامعي المقاولاتي¹.
 - ربط الجامعة الجزائرية بمحيطها الإقتصادي والإجتماعي كمؤسسات ريادية².
 - تعزيز دور الجامعات الجزائرية في التنمية الإقتصادية والإجتماعية³.
- جاء القرار الوزاري رقم 1275 ليحدد كيفية إعداد مشروع مذكرة تخرج للحصول على شهادة جامعية - مؤسسة ناشئة من قبل طلبة مؤسسات الجامعية (الليسانس، والماستر، والدكتوراه، وطلبة الهندسة، والهندسة المعمارية، وطلبة علوم البيطرة، في مختلف التخصصات والكليات)⁴.
- يتلقى الطلبة الجامعيين المسجلين في مشاريع مذكرات تخرج للحصول على شهادة جامعية - مؤسسة ناشئة في شكل "فكرة مؤسسة ناشئة start-up" دورات تدريبية وبرامج تكوينية وورشات ميدانية حول نموذج الأعمال، والتسويق الإلكتروني، والمناجمنت، والتمويل، والمحاسبة، كما يسمح أيضا لهم بتكوين فرق عمل تتكون من مجموعات صغيرة يتراوح عددها بين (طالبين إلى ستة طلبة) من تخصصات وكليات مختلفة⁵.
- لكل طالب جامعي صاحب فكرة قابلة للتطور إلى مؤسسة ناشئة الحق في نهاية مساره التعليمي في المرافقة من قبل حاضنة أعمال مؤسسته الجامعية، ومناقشة مذكرته أمام لجنة علمية وخبراء مختصين في مجال إختصاصهم، تضم: المؤطر، عضو من حاضنة الأعمال أو دار المقاولاتية، وممثل عن الشركاء الإقتصاديين والإجتماعيين⁶.

¹ علالي إبتسام، طلبة صبرينة، التعليم المقاولاتي كسياسة عمومية داعمة للمقاولاتية في الجزائر -دراسة إستطلاعية حول آراء الطلبة الجامعيين بشأن القرار 1275 والمتعلق بمشروع إنشاء مؤسسة ناشئة- مجلة الإمتياز لبحوث الإقتصاد والإدارة، جامعة عمار ثليجي، الأغواط، المجلد 07، العدد 02، 2023، ص 86.

² طعيبة محمد سمير، تنمية المقاولاتية في الوسط الجامعي كآلية لتثمين نتائج البحث العلمي في الجزائر في إطار القرار الوزاري 1275، مجلة إدارة الأعمال والدراسات الإقتصادية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، المجلد 09، العدد 02، 2024، ص 13.

³ قدور هشام، المقاولاتية وروح الابتكار في ميدان الآداب واللغات في ظل القرار 1275: بين جهود برامج التكوين وآفاق الإنفتاح على إقتصاد الثقافة، مجلة البحوث التربوية والتعليمية، المدرسة العليا للأساتذة بوزريعة، الجزائر، المجلد 13، العدد 02، 2024، ص 580.

⁴ قرار رقم 1275 مؤرخ في 27 سبتمبر 2022، يحدد كيفية إعداد مشروع مذكرة تخرج للحصول على شهادة جامعية - مؤسسة ناشئة من قبل طلبة مؤسسات التعليم العالي، النشرة الرسمية للتعليم العالي، الثلاثي الثالث، 2022، المواد 1 و 4، ص 927.

⁵ المرجع السابق، المواد 3، 5، 7، 8، نفس الصفحة.

⁶ المرجع السابق، المواد 9، 6، ص 927.

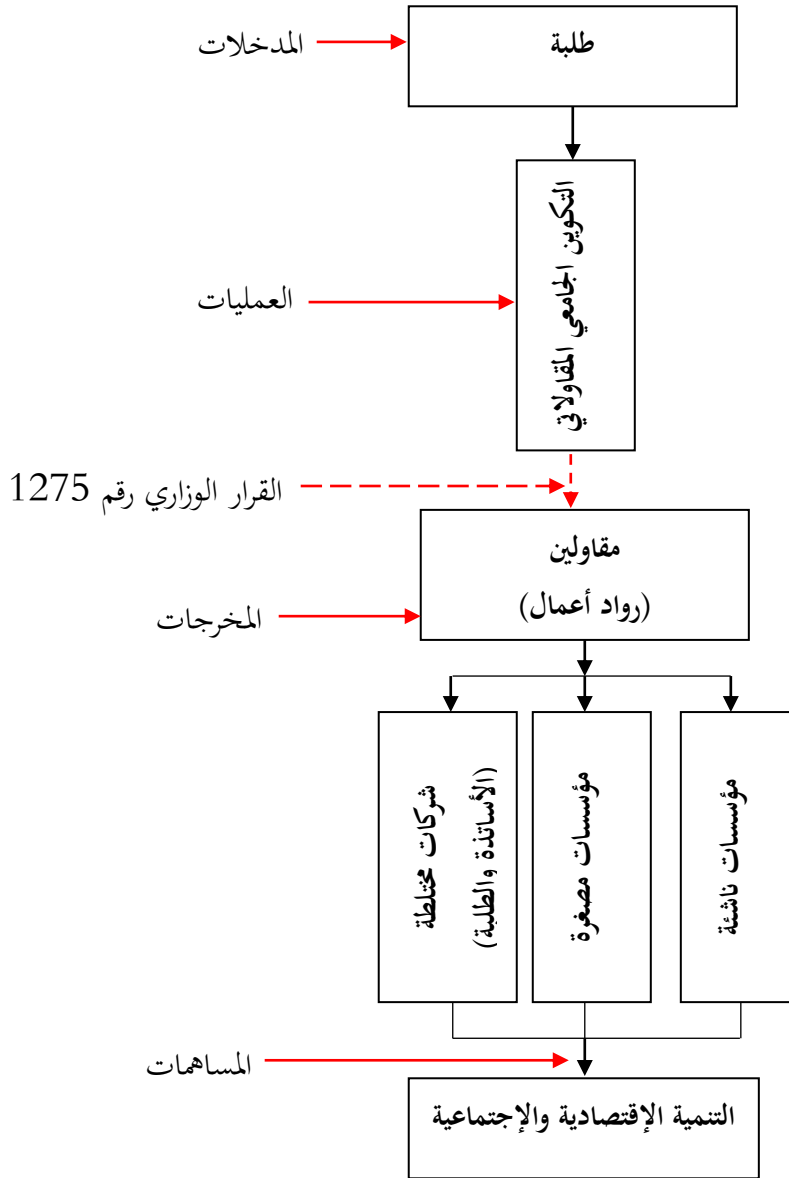
يحصل الطلبة الجامعيين بعد مناقشتهم لمشروع مذكرة تخرج للحصول على شهادة جامعية - مؤسسة ناشئة على شهادة نهاية الدراسة الجامعية وعلى دبلوم مؤسسة ناشئة يهدف على الأقل للحصول على وسم "لابل" مشروع مبتكر، كما تسهر إدارة حاضنات الأعمال الجامعية على مرافقة المشاريع الحاصلة على وسم "لابل" مشروع مبتكر للتحويل الفوري إلى مؤسسات ناشئة حاصلة على وسم "لابل" من قبل اللجنة الوطنية لمنح علامة "لابل"¹.

يتم تسجيل المشاريع المتميزة في مسابقة وطنية لأفضل المؤسسات الناشئة وتتمن المشاريع الفائزة بدعم مالي مناسب من طرف وزارة التعليم العالي والبحث العلمي والشركاء الإقتصاديين والإجتماعيين المهتمين بالمجال².

¹ المرجع السابق، المواد 9، 10، ص 928.

² المرجع السابق، المادة 10، ص 928.

الشكل 6.1: مشروع القرار الوزاري رقم 1275



المصدر: من إعداد الباحث، اعتماداً على ما سبق.

ثانياً: أهمية القرار الوزاري رقم 1275

سعت الدولة الجزائرية خلال السنوات القليلة الماضية إلى جعل الجامعة قاطرة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية المحلية والوطنية، وتجلى ذلك المسعى بإصدارها لعدة قرارات، وتشريعات، وتنظيمات، لعل أهمها كان

القرار الوزاري رقم 1275، الذي يعد بمثابة¹:

- إطار مرجعي لتأسيس وتفعيل المقاولاتية الأكاديمية في الجامعات الجزائرية.
- إطار لنشر ثقافة العمل الحر بين طلبة جامعيين.
- إطار لتثمين الأعمال والمشاريع المنجزة من طرف الطلبة الجامعيين أثناء مساهمهم التكويني².
- سياسة جديدة لرفع الإنتاج الوطني المحلي وتطوير المؤسسات الجزائرية والإهتمام بالكفاءات الجزائرية³.
- لينة أساسية نحو جامعة منتجة لمشاريع مبتكرة ومؤسسات ناشئة⁴.
- حلا عمليا لإعادة بعث دور الجامعة كمحرك للعجلة الإقتصادية للبلاد⁵.

ثالثاً: أهداف القرار الوزاري رقم 1275

كجزء من تنفيذ إستراتيجية قطاع التعليم العالي والبحث العلمي الرامية إلى المساهمة في خلق الثروة وتعزيز قابلية توظيف الخريجين وإدماجهم في البيئة الإجتماعية والإقتصادية لتعزيز التنمية والنهوض بالإقتصاد الوطني⁶، يهدف هذا القرار إلى⁷:

- خلق جيل من الطلبة المقاولين لهم القدرة والرغبة في التوجه نحو المقاولاتية الابتكارية.
- خلق المؤسسات الناشئة الخلاقة للثروة ومناصب العمل.

¹ طعيبة محمد سمير، مرجع سبق ذكره، ص.ص 32.12.

² بوردوسن حياة، قرزيز محمود، مرجع سبق ذكره، ص 444.

³ المرجع السابق، ص 442.

⁴ مرابط عبد الجليل، إضاءات حول دور حاضنات الأعمال الجامعية في تكوين ودعم المؤسسات الناشئة -دراسة حالة حاضنات الأعمال جامعة تيارت- مجلة السلام للعلوم الإنسانية والإجتماعية، جامعة الجزائر 3، الجزائر، المجلد 06، العدد 02، 2022، ص 138.

⁵ وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، جلسات على مستوى المؤسسات الجامعية لشرح آليات تنفيذ القرار الوزاري رقم 1275، تم الإطلاع عليه بتاريخ 2024/07/19، على الساعة 13:53، من الموقع:

<https://www.mesrs.dz/index.php/2022/10/seances-au-niveau-des-institutions-universitaires-pour-expliquer-les-mecanismes-de-mise-en-oeuvre-de-la-resolution>

⁶ Bouras Latifa, Arrête ministériel n°1275: création de valeurs, la revue des sciences commerciales, alger, vol22, n°01, 2023, p173.

⁷ قرار رقم 1275 مؤرخ في 27 سبتمبر 2022، مرجع سبق ذكره، المادة 02، ص 927.

- تشجيع الطلبة الجامعيين على الابتكار وتطوير أفكار مشاريع ريادية¹.
- دعم الطلبة الجامعيين على إنشاء مؤسسات ناشئة وتسجيل براءات الاختراع وفق التشريعات المعمول بها.
- منح شهادات: مؤسسة ناشئة/براءة اختراع للمنخرطين في القرار رقم 1275.
- حماية الملكية الفكرية والصناعية للإختراعات والابتكارات الخاصة بالطلبة والباحثين.
- مساعدة ومراقبة خريجي مؤسسات جامعية الذين حولوا مشاريعهم المبتكرة إلى مؤسسات ناشئة².

المطلب الرابع: القرار الوزاري رقم 1275 المكاسب والآثار

حقق القرار الوزاري رقم 1275 للمؤسسات الجامعية الجزائرية مجموعة من المكاسب سواء على المستوى المحلي أو العربي، كما أحدث تنفيذه جملة من الآثار على قطاع التعليم العالي والبحث العلمي، وعلى الإقتصاد الوطني.

أولاً: مكاسب القرار الوزاري رقم 1275

تقرر بعد النجاح الذي حققه القرار الوزاري رقم 1275 خلال أول سنة من تطبيقه حسب مير أحمد رئيس اللجنة الوطنية التنسيقية لمتابعة الابتكار وريادة الأعمال توسيع العمل به ليشمل كل أشكال المؤسسات والتي يمكن أن ينشئها الطلبة (مؤسسات ناشئة، مؤسسات مصغرة، الشركة المختلطة بين الأساتذة والطلبة)، وأيضاً فتح المجال أمام الطلبة الأجانب الذين يدرسون بالجزائر لإنشاء مؤسسات ناشئة هنا، كما أوضح نفس المصدر أن المكسب الحقيقي والكبير للقرار الوزاري رقم 1275 تمثل في ترسيخ ثقافة المقاولاتية في الوسط الجامعي بشكل لم يحدث منذ الإستقلال³. وفيما يلي حصيلة تنفيذ القرار الوزاري رقم 1275 خلال الموسم الجامعي 2022/2023:

¹ طعيبة محمد سمير، مرجع سبق ذكره، ص 32.

² Bouras Latifa, op.cit, P.P 172.173.

³ بوتلجي إلهام، جريدة الشروق، توسيع مذكرات مؤسسة ناشئة للطلبة الأجانب بالجزائر، تم الإطلاع عليه بتاريخ 2024/06/15، على الساعة 14:16، من الموقع: توسيع-مذكرات-مؤسسة-ناشئة-للطلبة-الأجا/ <https://www.echoroukonline>

الجدول 4.1: حصيلة تنفيذ القرار 1275 خلال الموسم الجامعي 2023/2022

العدد	النتائج المحققة
234	عدد المشاريع المتحصلة على وسم لابل (مشروع مبتكر)
2243	عدد المشاريع المودعة لدى اللجنة الوطنية لمنح علامة مشروع مبتكر
234	عدد المشاريع الجاهزة تحويلها إلى مؤسسة ناشئة
734	عدد المشاريع المدروسة لغرض إنشاء مؤسسة مصغرة
212	عدد براءات الاختراع
853	عدد براءات الاختراع الحاصلة على رقم الإيداع
48	عدد العلامات التجارية المسجلة
118	عدد العلامات التجارية الجاهزة للتسجيل
06	عدد النماذج الصناعية
94	عدد الحاضنات الجامعية
17	عدد الحاضنات المتحصلة على وسم لابل
84	عدد مراكز تطوير المقاولاتية
17	عدد دور الذكاء الاصطناعي
03	عدد المدن التكنولوجية

المصدر: طعيبة محمد سمير، مرجع سبق ذكره، ص38.

وحسب رئيس اللجنة الوطنية التنسيقية لمتابعة الابتكار وريادة الأعمال الجامعية، أصبحت الجزائر تحتل

المركز الأول عربيا في عدد الحاضنات الجامعية وذلك خلال السنة الثانية من تنفيذ القرار الوزاري رقم 1275، وفيما

يلي نستعرض البعض من حصيلة تنفيذ القرار الوزاري رقم 1275 للموسم الجامعي 2024/2023:

الجدول رقم 5.1: حصيلة تنفيذ القرار 1275 خلال الموسم الجامعي 2024/2023

العدد	النتائج المحققة
200	عدد المؤسسات الفرعية
500	عدد المشاريع المبتكرة
2200	عدد الطلبة المتكويين في مجال المقاولاتية

المصدر: من إعداد الباحث، اعتماداً على خالد.م، جريدة الشروق، تم الإطلاع عليه بتاريخ 2024/07/10،

يلاحظ من خلال الجدولين السابقين رقم (4.1)، ورقم (5.1) أن الجامعة الجزائرية تدعمت بـ 24

حاضنة جامعية في الموسم الجامعي 2024/2023 ليصبح عددها الإجمالي 117 حاضنة جامعية بالإضافة إلى

حاضنة رقمية، كما يلاحظ أيضا أن مراكز تطوير المقاولاتية هي الأخرى قد زاد عددها مقارنة بالموسم الجامعي

2022/2023، ليصبح عددها 107 مركزا لتطوير المقاولاتية.

كما يتبين أيضا من خلال الجدول رقم (5.1) أنه تم إستحداث أزيد من 200 مؤسسة فرعية وهي سابقة

لم تحدث من قبل في قطاع التعليم العالي والبحث العلمي.

ثانيا: آثار القرار الوزاري رقم 1275

أحدث تنفيذ القرار الوزاري رقم 1275 (شهادة جامعية - مؤسسة ناشئة/شهادة جامعية - براءة اختراع)

عدة تغييرات على قطاع التعليم العالي والبحث العلمي من جهة، وعلى الإقتصاد الوطني من جهة أخرى، وفيما يلي

أهم آثار تنفيذ القرار الوزاري رقم 1275 على كل من البحث العلمي، والتنمية الاقتصادية¹:

1- آثار القرار الوزاري رقم 1275 على البحث العلمي: وتمثلت في:

- تغيير طريقة تخرج الطلبة.

- فتح مؤسسات التعليم العالي على المقاولين والمؤسسات الاقتصادية الرغبة في إستقطاب أفكار الطلبة حاملي

المشاريع والمؤسسات الناشئة.

¹حمادي وفاء، بن عديدة نبيل، آثار القرار الوزاري 1275 في إحتضان البحث العلمي لحاملي أفكار مشاريع المبتكرة والمؤسسات الناشئة، مجلة القانون العقاري والبيئة، جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم، المجلد 12، العدد 02، 2024، ص- ص 144- 150.

- وضع آليات واضحة لترتيب البرامج الوطنية للبحث حسب الأولويات، وذلك من أجل ضمان إنسجامها مع أهداف التنمية الاقتصادية والاجتماعية للبلاد.
 - تحقيق الدعم المادي والتمويل المالي للمؤسسات الجامعية وذلك بغرض تطوير المنتج العلمي.
 - توطيد العلاقة بين الوسط الجامعي وبين الوسط الاجتماعي والاقتصادي.
 - تشجيع الطلبة الجامعيين نحو التوجه إلى المقاولاتية وذلك من أجل الحد من البطالة.
 - خلق الثروة وتوفير مناصب شغل وتنمية جميع القطاعات.
 - مواكبة البحث العلمي لعنصر الابتكار التكنولوجي.
 - زيادة عنصر الثمين التكنولوجي القائم على دعم المؤسسات الناشئة.
 - توفير فرص أكبر للطلبة الجامعيين من أجل الولوج إلى سوق العمل.
- 2- آثار القرار الوزاري رقم 1275 على التنمية الاقتصادية: وتمثلت في:**
- ظهور مؤسسات جديدة مكرسة للبحث والابتكار.
 - الإستثمار في الهياكل الأساسية للبحوث وبناء القدرات.
 - إنشاء معاهد بحوث متخصصة.
 - إنشاء مجمعات تكنولوجية ومراكز للابتكار تعزز الإبداع وتنظيم المشاريع.
 - إقامة شراكات بين القطاع العام والقطاع الخاص وذلك لدعم مبادرات البحث والابتكار.
 - تحفيز التعاون بين الأوساط الأكاديمية والصناعية والحكومية.
 - يعزز نقل المعارف وتسويق التكنولوجيا.
 - إستحداث منتجات وخدمات وحلول مبتكرة تتصدى للتحديات المجتمعية وتساهم في النمو الاقتصادي.

خلاصة الفصل

من خلال هذا الفصل، تبين أن التكوين الجامعي في الجزائر يشكل أحد الركائز الأساسية في إعداد القوى البشرية المؤهلة لمواجهة التغيرات الاقتصادية، والاجتماعية، والتكنولوجية، فهو لا يقتصر على تقديم المعارف النظرية فقط بل يسعى كذلك إلى تنمية القدرات التحليلية للطلبة الجامعيين وتعزيز روح النقد والإبداع لديهم، فبالرغم من الجهود المبذولة في إطار نظام ل.م.د لا تزال الجامعة الجزائرية تعاني من بعض النقائص، فهي بذلك مطالبة بالعمل أكثر على تحديث برامجها والانفتاح على محيطها الاقتصادي والاجتماعي.

الفصل الثاني

الإطار النظري

للمقاوماتية السياحية

تمهيد

على ضوء التغيرات الاقتصادية والاجتماعية التي يشهدها العالم اليوم، أصبحت المقاولاتية تمثل أحد أهم الآليات التي تعتمد عليها الدول للمساهمة في تحقيق التنمية بشقيها الاقتصادي والاجتماعي خصوصا في القطاعات ذات القيمة المضافة العالية والتي من أبرزها قطاع السياحة.

تعتبر السياحة اليوم صناعة قائمة بذاتها، قادرة على تحقيق عوائد اقتصادية معتبرة، بالإضافة إلى إسهامها في تعزيز التبادل الثقافي والتقارب بين شعوب المعمورة، ومن خلال هذا الدور الحيوي برز مفهوم المقاولاتية السياحية كمدخل جديد ومبتكر يسعى إلى إستغلال الإمكانيات السياحية المتاحة بأساليب إبداعية تساهم في تحسين وتطوير المنتج السياحي المحلي وكذلك تحقيق التوازن بين الأبعاد الاقتصادية، والاجتماعية، والبيئية.

وفي هذا الإطار تبرز الجزائر كبلد يتمتع بمقومات سياحية هائلة، تشمل تنوعا طبيعيا فريدا، وإرثا ثقافيا غنيا، وتاريخا عريقا، مما يجعل من المقاولاتية السياحية أحد الخيارات الإستراتيجية التي تعتمد عليها لدفع عجلة التنمية، خاصة في ظل التوجهات الجديدة الرامية إلى دعم المبادرة الحرة وتشجيع الطالب الجامعي على الإستثمار في القطاعات البديلة.

بناء على ما سبق، قام الباحث بتقسيم هذا الفصل إلى أربع مباحث على النحو التالي:

المبحث الأول: المقاولاتية والمقاول.

المبحث الثاني: ماهية السياحة.

المبحث الثالث: مفهوم المقاولاتية السياحية.

المبحث الرابع: واقع المقاولاتية السياحية في الجزائر.

المبحث الأول: المقاولاتية والمقاو

من المسلم به اليوم على نطاق واسع في الكثير من دول العالم، أن المقاولاتية أصبحت تمثل أهم التوجهات الاقتصادية الحديثة، وأن المقاولين هم أهم محركات التنمية الاقتصادية، كما بات ينظر إلى التوجه نحو الفكر المقاوالاتي على أنه عامل من عوامل الابتكار والإبداع الذي يساهم في بقاء المؤسسة، وتحسين أدائها، وتطوير وتسويق منتجاتها الجديدة، والانتقال إلى أسواق جديدة و/ أو خدمة عملاء جدد.

المطلب الأول: المقاولاتية والمصطلحات المرتبطة بها

نظرا لأهميتها المتزايدة على الصعيد العالمي، أصبحت المقاولاتية مفهوما شائع الإستعمال، وواسع التداول، وأحد حقول البحث في العلوم، وعنصرا من عناصر التنمية الاقتصادية.

أولا: تعريف المقاولاتية

يعد مصطلح المقاولاتية* Entrepreneurship من المصطلحات التي تعود أصولها إلى اللغة الفرنسية القديمة، فقد ظهر هذا المصطلح في القاموس الفرنسي "قاموس عالم التجارة" المنشور في سنة 1723، وذلك بمعنى "القيام بعمل"، ومنه إنتقل المصطلح إلى اللغة الإنجليزية في منتصف القرن التاسع عشر، وإكتسب معنى "المخاطرة لتحقيق أغراض إقتصادية"¹، أما في أصل اللغة العربية هي كلمة مشتقة من كلمة المقاوول والتي تشير إلى الخطر أو المغامرة التي تميز توظيف الأموال في النشاط الإقتصادي².

إختلفت المفاهيم والتعريفات الخاصة بالمقاولاتية باختلاف المدارس الفكرية والإسهامات العلمية المتنوعة في

*مصطلح المقاولاتية هو المصطلح المتعارف عليه في الجزائر، ويمكن أن نجد مرادفا له كمصطلح ريادة الأعمال، أو الريادية في بعض الدول العربية، نقلا عن فلاح محمد، ريادة الأعمال -المقاولاتية- من الفكرة إلى التجسيد، الطبعة الأولى، ألفا للوثائق للنشر والتوزيع، قسنطينة، الجزائر، 2022، ص 15.

¹ خالد صلاح حنفي محمود، آليات تفعيل دور الجامعات المصرية في تعزيز ثقافة ريادة الأعمال في ضوء بعض الإتجاهات العالمية المعاصرة: دراسة تحليلية، مجلة تطوير الأداء الجامعي، المجلد 24، العدد 01، 2023، ص 50.

² داسة مصطفى، المقاولاتية وريادة الأعمال، الطبعة الأولى، دار الباحث للنشر والإشهار، برج بوعرييج، الجزائر، 2022، ص 04.

هذا المجال¹، وفيما يلي نلقي الضوء على بعض التعريفات التي تطرقت إلى المقاولاتية:

- تشير المقاولاتية حسب الإتحاد الأوروبي (المفوضية الأوروبية) إلى قدرة الفرد على تحويل الأفكار إلى أفعال، وكذلك

على تخطيط وإدارة المشاريع من أجل تحقيق الأهداف، ويشمل ذلك الإبداع، والابتكار، والمخاطرة².

- يعرف فايول (fayolle) المقاولاتية على أنها علم قائم بذاته، وهذا العلم يعد بمثابة أداة رئيسية لتطوير ثقافة

المقاولاتية في الدول، والذي يمكن أيضا أن يساهم في عملية تحسين صورة روح المبادرة وريادة الأعمال من جهة، ومن

جهة أخرى في تسليط الضوء على الدور الفعال الذي يؤديه المقاول في المجتمع³.

- تعرفها رانيا الشيخ طه بأنها "عملية القيام بشيء جديد ومختلف لغرض خلق دخل للفرد وإضافة قيمة إقتصادية إلى

المجتمع⁴.

- تعرف مي علي سليمان المقاولاتية على أنها قيام فرد أو مجموعة من الأفراد بمحاولة إنشاء نشاط أو مشروع جديد

سواء في تقديم سلع أو خدمات بحيث يكون قائم على الإبداع، والابتكار، والمخاطرة، ويكون ضمن مؤسسة جديدة

أو أخرى قائمة بالفعل⁵.

- يعرفها فلاق محمد بأنها إنشاء مؤسسة أو مشروع جديد غير نمطي يبحث عن إستغلال الفرص والموارد غير

المستغلة أو غير المثمنة تتميز بالإبداع والبحث عن التغيير والعمل على تقديم منتج أو خدمة مختلفة مبتكرة وجديدة

¹مي علي سليمان، ريادة الأعمال من منظور إجتماعي: قراءة حول المفاهيم والمداخل النظرية، المجلة المصرية للعلوم الإجتماعية والسلوكية، العدد 08، 2023، ص 69.

²European commission, Entrepreneurship in Higher Education, Especially in non-Business studies, Final Report of the Expert Group, Final Version, 2008, p10.

³فلاق محمد، مرجع سبق ذكره، ص 20.

⁴رانيا الشيخ طه، الابتكار وريادة الأعمال، سلسلة كتيبات تعريفية موجهة إلى الفئة العمرية الشابة في الوطن العربي، صندوق النقد العربي، 2022، أبو ظبي، الإمارات، 2022، ص 06.

⁵مي علي سليمان، مرجع سبق ذكره، ص 76.

إعتمادا على المبادرة الفردية للمقاول ورغبته في تجسيد أفكاره وجعلها واقعا ملموسا مع التأكيد على محيط تميزه حالة من عدم اليقين والتأكد¹.

نستخلص من خلال التعاريف السابقة أن:

- ✓ المقاولاتية هي ظاهرة ونشاط وعلم.
- ✓ المقاولاتية يقوم بها شخص أو مجموعة من الأشخاص.
- ✓ المقاولاتية هي محاولة إنشاء مؤسسة أو خلق مشروع جديد.
- ✓ المقاولاتية هي القيام بعملية أو مهمة معينة مثل: إنتاج سلعة جديدة أو تحسين تلك المتداولة في السوق، تقديم خدمة جديدة أو مختلفة، طرح نظام أو أسلوب جديد.
- ✓ المقاولاتية قائمة على الإبداع، والابتكار.
- ✓ المقاولاتية تتميز بعامل المخاطرة.
- ✓ المقاولاتية تساهم في خلق الثروة الاقتصادية والاجتماعية.

ثانيا: المصطلحات المرتبطة بالمقاولاتية

بعد إطلاع الباحث على الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع المقاولاتية على غرار (الجودي محمد علي، 2015)، و(بعيط آمال، 2017)، و(خرخاش سامية، 2021)، و(فلاق محمد، 2022)، يتضح أن هناك مجموعة من المصطلحات التي لها علاقة بالمقاولاتية نذكر منها:

1- الثقافة المقاولاتية: هي المزيج الخفي الذي يكتسبه الفرد سواء من قيم ومعتقدات أو من معارف مستمدة من تكوينه الجامعي أو المهني أو من خبرته في الميدان، والذي يتيح له الإبداع، والابتكار، وأيضا التحلي بالأخلاق المهنية

¹ فلاق محمد، مرجع سبق ذكره، ص22.

العالية¹.

2- الروح المقاولاتية: هي مجموعة من المؤهلات والقدرات التي تميز الشخصية المقاولاتية بحيث يمكن حصرها في

النقاط التالية²:

- التحدي والإصرار والمخاطرة وإقتحام الغموض.

- المبادرة والمبادأة.

- إستكشاف الفرص.

- الإبداع، والتجديد، والإستقلالية.

3- الرغبة المقاولاتية: هي قرار ذاتي يقوم به الفرد من أجل تفعيل فكرة وتطويرها وذلك للوصول إلى الأهداف

المرجوة، أو هي السلوك الذي يقوم به الشخص بواسطة إرادته الذاتية التي تنبعث من العقل والذي يقوم بتفعيلها وتطويرها وفقا للمتغيرات والبيئة التي يعيش فيها³.

4- المقاولاتية المستدامة: هي توليفة مهيأة وعالية الكفاءة من الموارد البشرية، والمالية، والطبيعية، التي تقوم بدعم

الإبداع وتطوير الإنتاجية بشكل مستدام⁴.

¹بوفالطة محمد سيف الدين، عزيزي نذير، مشكلات نشر الثقافة المقاولاتية لدى الطالب الجامعي -دراسة حالة على طلبة قسم علوم التسيير بجامعة قسنطينة2- مجلة التنمية البشرية، جامعة محمد بن أحمد، وهران2، المجلد06، العدد04، 2019، ص85.

²محمد بلكبير خليفة، سنوسي زوليخة، تنمية الروح المقاولاتية من خلال التعليم المقاولاتي، الملتقى الوطني الثالث حول المقاولاتية والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الواقع والتحديات، جامعة خميس مليانة، عين الدفلى، الجزائر، يومي 16 و 17 أبريل 2018، ص189، متاح عبر الرابط:

https://www.researchgate.net/publication/368607969_tnmyt_alrwh_almqawlatyt_mn_khlal_altlym_almqawlaty

³جمعة عبد العزيز، الرغبة المقاولاتية وبعد الثقافة المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين مدخل استكشافي، مجلة البشائر الإقتصادية، جامعة طاهري محمد، بشار، المجلد07، العدد01، 2021، ص.ص407.408.

⁴عجوج مختار، وآخرون، المقاولاتية المستدامة كآلية لدعم التنوع الإقتصادي خارج قطاع المحروقات بالجزائر، الملتقى الوطني حول المقاولاتية والفرص الإستثمارية لتنوع الإقتصاد الكلي من منظور الإستدامة، جامعة خميس مليانة، عين الدفلى، فيفري 2018، ص03، متاح عبر الرابط:

https://www.researchgate.net/publication/371666314_almqawlatyt_almstdant_kalyt_idm_altnwy_alaqtsady_kharj_qta_almhrwqat_baljazayr

5- المؤسسات الناشئة: هي مؤسسات تقوم بطرح وتسويق منتج جديد أو خدمة مبتكرة تستهدف بها سوق كبير، وذلك بغض النظر عن حجم الشركة أو قطاع أو مجال نشاطها، كما تتميز بارتفاع عامل المخاطرة وحالة من عدم اليقين، وذلك في مقابل تحقيقها لنمو قوي وسريع مع احتمال جنيها لأرباح ضخمة في حالة نجاحها¹.

ثالثا: الفرق بين المقاولاتية والمؤسسة الصغيرة

إن مفهوم المقاولاتية حسب² Alans.Guttermann، والشميمري أحمد³، والحمامي وآخرون⁴، ليس مرادفا للمؤسسات الصغيرة، بل يختلف عنها وذلك بالرغم من وجود تطابق في بعض الحالات بين المقاولاتية والمؤسسات الصغيرة، ولقد لخصوا هذا الاختلاف في أربع حالات هي:

- مقدار خلق الثروات.
- سرعة بناء الثروة.
- المخاطرة.
- الإبداع والابتكار.

¹ بوالشعور شريفة، دور حاضنات الأعمال في دعم وتنمية المؤسسات الناشئة startups: دراسة حالة الجزائر، مجلة البشائر الإقتصادية، جامعة طاهري محمد، بشار، المجلد 04، العدد 02، 2018، ص 420.

² Alans Guttermann, definition and types of entrepreneurship, journal social science research network, 2020, p02.

³ الشميمري أحمد، الفرق بين ريادة الأعمال والمنشآت الصغيرة، جامعة الملك سعود، تم الإطلاع عليه بتاريخ 2024/02/03، على الساعة 12:09، من الموقع: https://www.faculty.ksu.sa/sites/default/iframe/byrd/lml/wlmnshat_lsgyr.pdf

⁴ الحمامي، وآخرون، مقدمة في ريادة الأعمال، الطبعة الثانية، مكتبة الشنقرى للنشر وتقنية المعلومات، السعودية، 2016، ص 26.

الجدول رقم 1.2: الفرق بين المقاولاتية والمؤسسة الصغيرة

حالات الاختلاف	المقاولاتية	المؤسسة الصغيرة
مقدار خلق الثروات	تهدف إلى إنشاء ثروة مستمرة ودائمة يتجاوز مداها الأحلام البسيطة إلى بناء الثراء الكبيرة.	تهدف إلى توليد دخل مستمر ومرضي لصاحبه يتجاوز ويكون أفضل من التوظيف التقليدي.
سرعة بناء الثروة	يبنها المقاول خلال زمن قياسي في حياته العملية لا تتجاوز عادة 5 إلى 10 سنوات.	تبني ثروتها عادة عبر حياة صاحبها وفق وقت زمني طويل، فالمشروع الصغير يبقى عادة مدة طويلة وهو على حاله مشروعا صغيرا وقد لا يتطور في الظروف العادية.
المخاطرة	تتميز بالمخاطرة العالية وهي الثمن الذي يتوقع للمقاول أن يدفعه مقابل الثراء، فبدون المخاطرة فإن المقاولاتية تزول وتكون مشروعا صغيرا.	تتميز بالأمان والتقليدية وتبتعد عن المخاطرة.
الإبداع والابتكار	تتصف بالإبداع والابتكار وتحويل تلك الأفكار إلى منتجات وخدمات مربحة، وهي أكثر بكثير مما يمكن أن تتصف به المؤسسات الصغيرة، هذا الإبداع والابتكار يحقق للمقاولاتية الميزة التنافسية المستدامة التي تخلق الثروة ويمكن أن تظهر تلك الإبداعات والابتكارات بصيغة منتجات جديدة أو خدمات ذات قيمة مضافة أو أساليب إدارية وعملية وتقنية جديدة.	المؤسسات الصغيرة لا تلزم أي إبداع أو ابتكار، بل تعتمد على تقليد الآخرين مع شيء بسيط من الاختلاف لا يرقى إلى مستوى الإبداع والابتكار.

المصدر: من إعداد الباحث، اعتمادا على الشميمري أحمد مرجع سبق ذكره.

المطلب الثاني: أهمية المقاولاتية وأهدافها

تمثل المقاولاتية رافدا مهما من روافد الإقتصاد العالمي، وقوة دافعة للتنمية الإقتصادية، والبيئية، والإجتماعية، وقاعدة مهمة لإستقطاب اليد العاملة

أولا: أسباب وأهمية التوجه نحو المقاولاتية

إكتست المقاولاتية خلال العقود أو السنوات القليلة الماضية أهمية إستراتيجية كبيرة، ويرجع أسباب الإهتمام بها من طرف الأفراد، والحكومات، والمنظمات، والمؤسسات الإقتصادية، وكذا المؤسسات الجامعية إلى¹:

- محدودية أو عجز الحكومات على توفير مناصب عمل للجميع؛
- وجود المواهب والقدرات في مختلف المجتمعات؛
- فك إحتكار أو هيمنة القطاع العمومي في توفير مناصب العمل، وفي إنتاج القيمة والإبتكار، وفي توفير الخدمات، وكذا في عمليات التصدير؛
- التوظيف الذاتي لأصحاب المنشآت الصاعدة أو المبتدئة؛
- طرح منتجات جديدة وحديثة، والتقليل من عجز المنظمات العمومية والخاصة الأخرى في الإنتاج والخدمات، والإقتراب من إحتياجات المستهلكين والمستعملين.

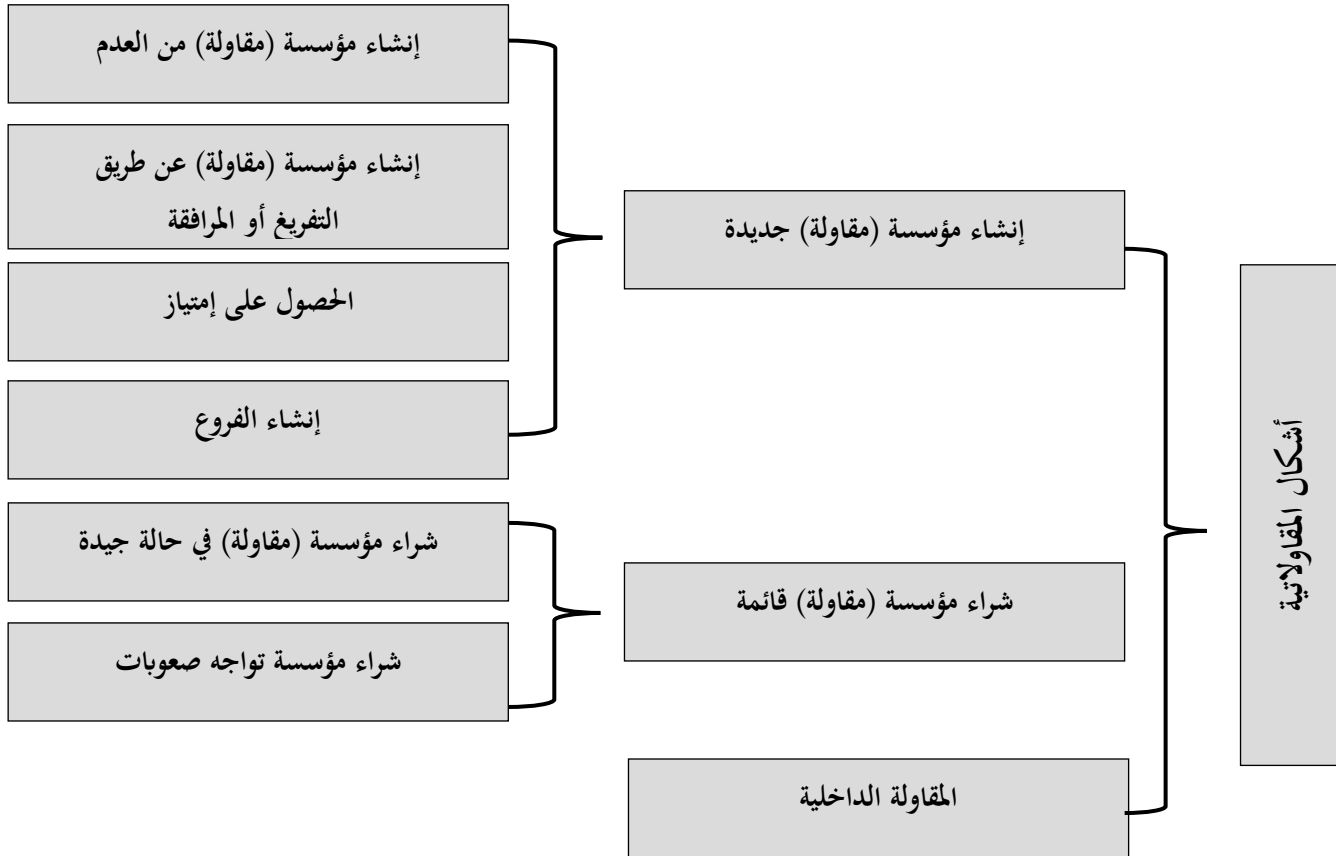
ثانيا: أشكال المقاولاتية

يتم إقامة الأعمال من قبل الأفراد وفق ثلاث طرق، الأولى تتمثل في تأسيس مقولة جديدة وإقامتها من البداية والإستمرار في إدارتها وتطويرها حتى تصبح مقولة متوسطة الحجم، ولما لا مؤسسة كبيرة الحجم، أما الطريقة الثانية فتتمثل في شراء مؤسسة قائمة من الآخرين، أما الطريقة الثالثة تتمثل في إمكانية اللجوء إلى المقولة الداخلية،

¹أوكل سعيد، ريادة الأعمال أو المقاولاتية مقارنة شاملة وعملية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2017، ص - ص 6 - 19.

بحيث يقوم المقاول بالمفاضلة بين مختلف هذه الحالات وذلك بعد الإطلاع على خصائص كل منها¹.

الشكل رقم 1.2: أشكال المقاولاتية



المصدر: من إعداد الباحث، إعتماًداً على فلاق محمد، مرجع سبق ذكره، ص- ص 104- 115.

ثالثاً: أهداف المقاولاتية

تستهدف المقاولاتية تحقيق مجموعه من الأهداف سواء للدولة أو للمجتمع أو للأفراد، حيث تهدف إلى²:

- زيادة الدخل سواء للدولة أو للفرد.

- زيادة النمو الإقتصادي.

¹ فلاق محمد، مرجع سبق ذكره، ص103.

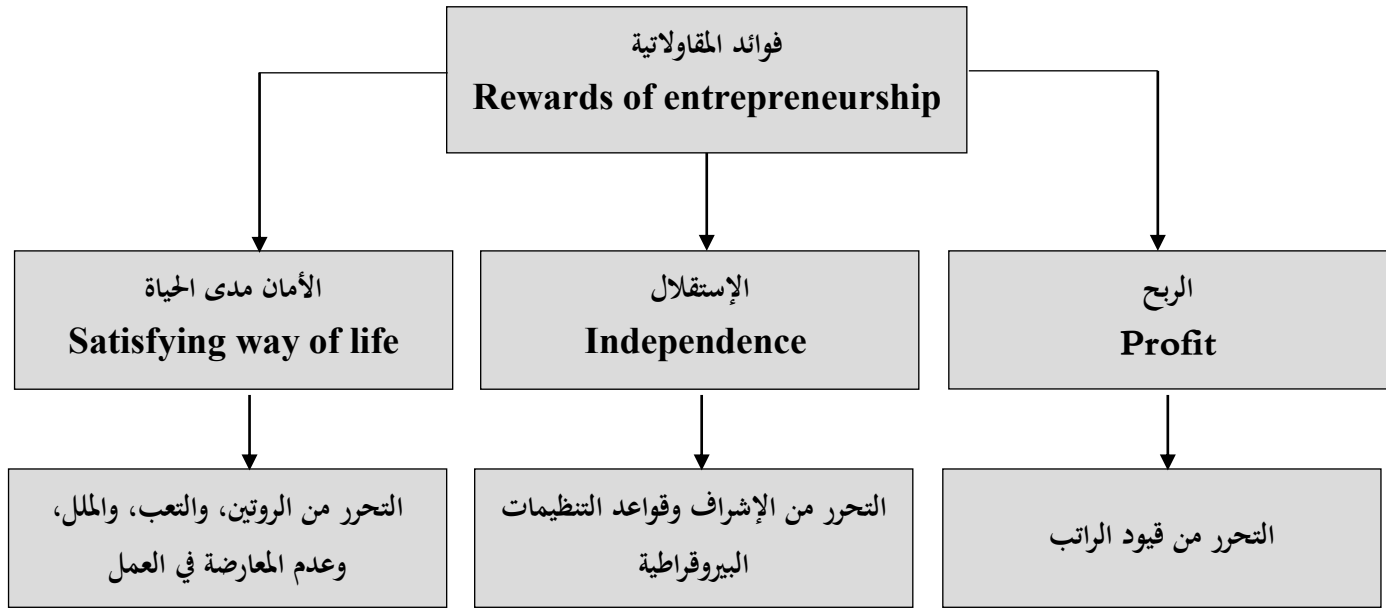
² الرميدي بسام سمير، مكايي مصطفى أحمد، تقييم خصائص وسمات رواد الأعمال لدى طلاب كليات السياحة والفنادق بالجامعات الحكومية المصرية، مجلة كلية السياحة والفنادق، جامعة مدينة السادات، مصر، المجلد06، العدد01، 2022، ص05.

- إبتكار العديد من المنتجات والخدمات وفتح أسواق جديدة.
- إيجاد المزيد من فرص العمل المستحدثة.
- التقليل من نسبة البطالة.
- خلق أجيال قادرة على المنافسة، وتشجيع المنافسة الشريفة.
- تحقيق التنمية المستدامة، وتعزيز المسؤولية الاجتماعية.
- تعزيز ثقافة العمل الحر بين أوساط الطلبة الجامعيين، وإستغلال الموارد والأفكار والفرص المتاحة بفاعلية، والتوظيف الذاتي.
- تحقيق التغيير والتجديد الإستراتيجي في المشاريع الريادية.
- تشجيع الإبداع والإبتكار.
- التخلي عن البيروقراطية والروتين.
- تنمية رأس المال البشري القادر على التفكير وتنفيذ المشاريع الريادية.
- تطوير الأسواق والمنتجات والتكنولوجيا باستمرار.
- زيادة الإنتاجية وخلق تكنولوجيا جديدة.
- بناء أجيال تتبنى المبادرة والمواطنة، وإحداث تغييرات إقتصادية وإجتماعية وثقافية ايجابية في المجتمع.

رابعاً: فوائد المقاولاتية

للمقاولاتية فوائد كثيرة، ويمكن إيجازها في الشكل الآتي:

الشكل رقم 2.2: فوائد المقاولاتية



المصدر: مصطفى يوسف كافي، ريادة الأعمال في المنشآت السياحية، الطبعة الأولى، ألفا للوثائق للنشر والتوزيع، قسنطينة، الجزائر، 2018، ص 27.

خامسا: آثار المقاولاتية

تشير العديد من الدراسات إلى أنه بالرغم من وجود إختلافات حول مفهوم المقاولاتية، وكذا دورها وسبل النهوض بها، فإن هناك شبه إجماع على الدور المحوري للمقاولاتية في تحقيق النمو الإقتصادي في الدول المتقدمة والنامية على حد سواء، وكذلك المساهمة في النهوض بالدول والمجتمعات من مستوى الفقر إلى مستويات إجتماعية وإقتصادية أخرى مرضية، وقد تنهض بها إلى مصاف الدول الأكثر ثراء في العالم¹.

1- على المستوى الإقتصادي: إن للمقاولاتية العديد من الآثار الإيجابية على إقتصاديات دول العالم، يمكن إجمالاً

حصرها في النقاط التالية²:

- إنشاء أسواق، وصناعات وأشكال مؤسسية جديدة.

¹ الصيرفي محمد عبد الوهاب، وآخرون، ريادة الأعمال (المفهوم والنشأة والأهمية) -دراسة تحليلية، مجلة كلية التربية، جامعة العريش، مصر، العدد 22، 2020، ص 142.

² قواسمي رشيدة، التأصيل النظري للمقاولاتية كمشروع والنظريات والنماذج المفسرة للتوجه المقاولاتي، مجلة المنتدى للدراسات والأبحاث الإقتصادية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، المجلد 04، العدد 02، 2020، ص.ص 169.170.

- توفير منتجات، ومناصب عمل جديدة.
 - نمو القاعدة الضريبية.
 - زيادة الموارد المتاحة للحكومة.
 - تحقيق الإكتفاء الذاتي.
 - جذب الإستثمار الأجنبي.
 - زيادة الصادرات، والتقليل من الواردات.
 - زيادة الإنتاجية، وتعظيم العائد الإقتصادي.
 - التجديد، والإبتكار، والقدرة على ردم الفجوة بين المعرفة وإحتياجات السوق.
 - التكامل مع المنظمات الكبيرة وتربط الأعمال التجارية.
 - توجيه الأنشطة للمناطق التنموية المستهدفة¹.
- 2- على المستوى الإجتماعي:** تسهم المقاولاتية في تحقيق الثروة الإجتماعية للمجتمع، بما في ذلك الأفراد والأسر من خلال²:

- التوزيع العادل للدخل وتحسين المستوى المعيشي والخدمات الإجتماعية للسكان مثل: بناء المستشفيات، والمدارس...
- المساهمة في تشغيل المرأة وفك العزلة عنها خاصة في المناطق الريفية³.
- الحد من الهجرة والنزوح الريفي نحو المدن.

¹ بن قطاف أحمد، دور المقاولاتية ودورها في تشجيع روح المقاولاتية في الجامعات، دراسة تقييمية لدار المقاولاتية بجامعة برج بوعريش، مجلة الباحث الإقتصادي، جامعة البشير الإبراهيمي، برج بوعريش، المجلد 08، العدد 01، 2021، ص.ص 188.189.

² قواسمي رشيدة، مرجع سبق ذكره، ص 169.

³ العقاب جيلالي، كروش نور الدين، دار المقاولاتية كآلية لتعزيز روح المقاولاتية للطلبة الجامعيين الجزائريين: دراسة حالة طلبة المركز الجامعي تيسمسيلت، مجلة الإصلاحات الإقتصادية والاندماج في الإقتصاد العالمي، المدرسة العليا للتجارة، المجلد 14، العدد 03، 2020، ص.ص 7.6.

- خلق مجتمع رياضي¹.

3- على المستوى البيئي: يرتبط مفهوم المقاولاتية بالبعد البيئي وذلك من خلال مفهوم التنمية المستدامة والذي يهتم ب²:

- المحافظة على البيئة والموارد الطبيعية الحالية والمستقبلية.

- التقليل من المشاكل البيئية وذلك من خلال إختيار المقاولين للمشاريع التي تأخذ في الحسبان الجانب البيئي أو المشاريع المستدامة كالتنقل الإيكولوجي والرسكلة وغيرها من المشاريع التي تتطلب الإبداع والإبتكار وتحلي بالمسؤولية الإجتماعية.

4- على المستوى التكنولوجي: تعد المقاولاتية مجالا خصبا لممارسة الإبداع والابتكار، كما تعد موطننا لنقل أساليب، ووسائل، وأدوات التكنولوجيا الحديثة من الدول المتقدمة³.

5- على المستوى الخريج الجامعي: تمثل المقاولاتية الأساس الداعم للتشجيع على الثقافة المقاولاتية بين أوساط الخريجين الجامعيين من خلال⁴:

- زيادة القدرة الإبتكارية والتنافسية للشباب.

- ترسيخ ثقافة التفكير الإيجابي والتطلع إلى فرص العمل والتنفيذ.

- التمتع بالثقة في النفس على تحقيق أهدافهم وإستخدام مهاراتهم لبناء مجتمعاتهم إقتصاديا وإجتماعيا.

¹ رشا عبد العاطي راغب، وآخرون، فاعلية برنامج إرشادي لتعزيز مهارات ريادة الأعمال لدى الشباب الجامعي، مجلة حوار جنوب-جنوب، جامعة أسسوط، مصر، المجلد 06، العدد 17، 2023، ص 02.

² بوجحيش خالدية، محمدي أحمد، دور المقاولاتية في تنويع الإقتصاد (حالة الجزائر)، الملتقى الوطني الافتراضي الأول، رهانات التنويع الإقتصادي في ظل البحث عن نموذج إقتصادي جديد في الجزائر، جامعة تيارت، يوم 29 مارس 2021، ص 312.

³ منصور بن نايف العتيبي، محمد فتحي علي موسى، الوعي بثقافة ريادة الأعمال لدى طلاب جامعة نجران، وإتجاهاتهم نحوها "دراسة ميدانية" مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، المجلد 34، العدد 162، الجزء الثاني، 2015، ص 630.

⁴ رشا عبد العاطي راغب، وآخرون، مرجع سبق ذكره، نفس الصفحة.

المطلب الثالث: المقاول والمصطلحات المرتبطة به

يعتبر مصطلح المقاول من المصطلحات التي تطورت وأخذت أبعاداً جديدة، وذلك تزامناً والتطور الاقتصادي والتكنولوجي الذي يعيشه العالم اليوم، فالمقاول هو ذلك الشخص الذي يتميز عن غيره بالإبداع، والابتكار، والتجديد، وتحمل المخاطرة.

أولاً: تعريف المقاول

يعود أصل كلمة مقاول للإقتصادي الفرنسي جين بابيستيه في القرن التاسع عشر، والتي تعني الشخص الذي يقوم أو يشرع في إنشاء عمل تجاري، كما أن المصطلحات الأوروبية الأخرى تدور حول المعنى الخاص بإنشاء الأعمال والمشاريع¹.

لقد تطور تعريف المقاول بالموازاة مع التطور الاقتصادي، لذا كان هناك إختلاف وتباين بين المفكرين حول تحديد تعريف موحد للمقاول، وذلك يعود لإرتباط مفهوم المقاول بالنظريات الاقتصادية من جهة، وبطبيعة النموذج الاقتصادي السائد في المجتمع من جهة أخرى².

- تم تعريف المقاول من خلال أشغال المؤتمر الدولي الأول لريادة الأعمال، والذي عقد في المملكة العربية السعودية في سنة 2009 بأنه: "الشخص الذي ينشأ عملاً حراً يتسم بالإبداع ويتصف بالمخاطرة"³.

- تعرفه خرخاش سامية بأنه الشخص الذي يقوم بوظائف المشروع الرئيسية، ويكون مسؤولاً على إتخاذ القرار وتحمل المخاطر، وبالتالي فهو الشخص الذي تجتمع فيه وظيفتان: تحمل المسؤولية عند المخاطر التي يتعرض لها المشروع والقيام بأعمال الإدارة⁴.

- ومن بين التعاريف التي تطرقت لمفهوم المقاول وأعطته بعداً جديداً هو تعريف Joseph Schm peter، حيث

¹ مصطفى يوسف كافي، ريادة الأعمال في المنشآت السياحية، مرجع سبق ذكره، ص32.

² خرخاش سامية، المقاولاتية - ريادة الأعمال - الطبعة الأولى، دار الباحث للنشر والإشهار، برج بوعرييج، الجزائر، 2021، ص39.

³ مصطفى يوسف كافي، ريادة الأعمال في المنشآت السياحية، مرجع سبق ذكره، نفس الصفحة.

⁴ خرخاش سامية، مرجع سبق ذكره، ص40.

ربط المقاول بالشخص المبدع، والمبتكر، والمجدد، فهو كل شخص يستطيع¹:

- إنتاج منتج جديد.
- إستحداث أسلوب إنتاج جديد.
- فتح منفذ جديد للسوق.
- إكتشاف مصدر جديد للمواد الأولية.
- تنظيم جديد للإنتاج.

ثانيا: المصطلحات المرتبطة بالمقاول

وصف Jeffrey A. Timmon المقاولين بأنهم الذين يميلون إلى التطور والذين يمتلكون كلا من صفة الإبداع، والمهارات الإدارية، والبراعة في الأعمال، هذا الإتجاه يميز المقاولين Entrepreneurs عن الآخرين مثل المخترعون Inventors، والمديرين في المؤسسات الكبيرة المستقرة Managers، وحاملي المشاريع Promoters، ويمكن وصف السمات التي تميز كل شخص كما يلي²:

1- حاملي المشاريع (Promoters): هم غالبا ما يكونون في البداية مبدعين في الخطة أو البرنامج الذي يبتكرونه ولكنهم إنطلقوا نحو الحدث المقترح بشكل سريع بهدف أن يصبحوا أغنياء بسرعة، كما يفتقد المؤسسون إلى المهارات الإدارية الجدية، فهم يفتقدون العمل والكمال للنجاح على المدى الطويل، ولذلك فإنهم لا يستطيعون الإستمرارية؛ لأنهم يحتاجون في هذه المرحلة إلى الإبداع الذي يعمل على تحديد الأفكار التي تساهم في النجاح بشكل رئيسي، وكذلك إلى المهارات الإدارية التي تعمل على المحافظة على إستمرارية النجاح الذي يتحقق عادة في البداية.

¹ الحدي نجوية، المقاولاتية كرهان لإمتصاص البطالة، مجلة إدارة الأعمال والدراسات الإقتصادية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، العدد 04، 2016، ص 94.

² فلاق محمد، مرجع سبق ذكره، ص - ص 47 - 49.

2- المخترعون أو المبتكرون (the Inventors): المخترعون يشتهرون بصفه الإبداع، وبالأفكار المتجددة سواء في طرق الإنتاج، أو في طرح أنواع جديدة في السوق، ولكن الأفكار الإبداعية وحدها لا تكفي لتحقيق النجاح، فإن عدد الأفكار الجديدة التي نتجت من الإبداعيين لا تقدر ولا تحصى علاوة على ذلك أغلب هذه الأفكار لم تصبح حقيقة تجارية لأن المبتكرين لا يملكون المهارات الإدارية ومهارة الإستثمار اللازمة لإدارة المشاريع، أي لديهم القدرة على طرح الأفكار الجديدة، وتنقصهم المساندة الإدارية القوية لتواكب أفكارهم الجديدة.

3- المديرين (Managers): لديهم قدرات لتطوير مهاراتهم الإدارية والعملية، ولكن معرفتهم قليلة في طرح أفكار التطور والحلول الإبداعية خاصة في حالة إستقرار المؤسسة، ومن الشائع جدا أنهم يسعون إلى الكفاءة والفاعلية، والإداريين يعملون على ضمان سير العمليات بسهولة ويسر، ومهاراتهم تتجه إلى تحقيق الكفاءة، ولكن من المعروف أنه لكل منشأة أو سلعة دورة حياة يمكن أن تنتهي إلى الإنحدار والتوقف إذا لم يكن هناك أفكار إبداعية جديدة على مستوى المنشأة ككل أو السلعة المنتجة.

4- المقاولين (Entrepreneurs): هم الأشخاص الذين لديهم الفكر الهادف للنمو والتطوير، ويملكون الإبداع والقدرة على الابتكار بالإضافة إلى القدرات الإدارية، وهذان العنصران يمنحانه القوة لإدارة أي عمل أو مشروع بالإضافة إلى القدرة على تطوير وإنجاح العمل.

المطلب الرابع: خصائص ومهارات المقاول

يمتاز المقاول بمجموعة من الخصائص والمهارات التي تؤهله لإنشاء مشاريع مقاولاتية ناجحة.

أولاً: خصائص وسمات المقاول

للمقاول مجموعة من الخصائص والسمات التي تميزه عن غيره، والتي تظهر جليا من خلال الجدول أدناه:

الجدول رقم 2.2: خصائص وسمات المقاول

الثقة بالنفس	المثابرة والتصميم	الإجتهاد والنشاط	الحيلة والدهاء
القدرة على تحمل المخاطرة المحسوبة	القيادة	المثالية والالتزام	الحاجة إلى الإنجاز
تعدد المعارف والمهارات	القدرة على الإبداع	القدرة على التأثير في الآخرين	القدرة على التكيف والانسجام مع الآخرين
القدرة على المبادرة	المرونة	الذكاء	التوجه بالأهداف
الإستجابة الإيجابية للتحديات	الإستقلالية	تقبل الإقتراحات والانتقادات	كفاءة إستخدام الوقت
القدرة على صناعة القرارات	تحمل المسؤولية والأمانة	الحكمة والبصيرة	الدقة
التعاون	التوجه بالربح	القدرة على التعلم من الأخطاء	الإحساس بالقوة
الشخصية الودودة	الإعتزاز بالنفس	القدرة على التحليل	القدرة على الإدراك
القدرة على التعامل مع المواقف الغامضة	الجرأة والشجاعة	القدرة على الكفاح	القدرة على الإستمتاع بالحياة
الدافعية	النضج والتوازن النفسي	القدرة على منح الثقة للآخرين	الإحساس بالآخرين

المصدر: الرميدي بسام سمير، مرجع سبق ذكره، ص290.

ثانيا: مهارات المقاول

يختلف الباحثون على إعتبار أن المقاول يولد مقاولا أو يكتسب الصفات التي تؤهله ليكون مقاولا، فحسب Drucker فإن المقاولاتية ليست مفهوما غامضا ولا تورث وإنما تكتسب بالإنضباط مثلها مثل أي مهارة أخرى، في هذا السياق وبإعتبار المقاولاتية صفة يكتسبها الفرد ليصبح مقاولا، فإنه حسب Cooney. p.t فإن

معظم الأبحاث تصنف هذه الصفات في ثلاث مجموعات أساسية والمتمثلة في¹:

1- المهارات المقاولاتية: وتتمثل في:

- الانضباط.
- تحمل المخاطر.
- الابتكار.
- تعديل المسار.
- الإصرار.

2- المهارات التقنية: وتتمثل في:

- عمليات محددة للصناعة.
- الاتصالات.
- التصميم.
- البحث والتطوير.
- المراقبة البيئية.

3- المهارات الإدارية: وتتمثل في:

- التخطيط.
- إتخاذ القرار.
- التحفيز.
- التسويق.

¹ خرشي إسحاق، المقاولاتية البحث عن الفكرة - إنشاء المؤسسة - المرافقة المقاولاتية، الطبعة الأولى، ألفا للوثائق للنشر والتوزيع، قسنطينة، الجزائر، 2021، ص - ص 25 - 27.

- المالية.

- البيع.

ثالثا: واقع المقاولاتية في الجزائر

يعتبر موضوع المقاولاتية في الجزائر من بين المواضيع الحديثة نسبيا، كما يعد أحد الركائز والدعائم الهامة والأساسية في تدعيم وترقية سوق العمل¹، غير أن مفهوم المقاولاتية في الجزائر لا يزال مفهوما تقليديا ينم عن عدم إدراك أهمية المقاولاتية والعمل المقاولاتي في تطوير الشباب والإقتصاد على حد سواء، فنجد أن كلمة المقاول في مخيلة الفرد الجزائري تعني تلك الشخصية النافذة التي تمتلك ما تسمى بالمقولة التي تعبر عن شركة البناء والحفر وتشيد الطرقات².

وفي السنوات القليلة الماضية إستطاعت المقاولاتية أن تفرض نفسها في الجزائر وذلك بفضل السياسات المختلفة والإستراتيجيات المتنوعة التي أقرتها الدولة لإعطاء ومنح فرص عمل أكثر للشباب حاملي الشهادات الجامعية على الخصوص في مختلف المجالات وفقا لتخصصاتهم ومؤهلاتهم العلمية وذلك من أجل³:

- توسيع مجالات إستقطاب خريجي الجامعات ودمجهم في المنظومة الإقتصادية والإجتماعية، وكذا تحميلهم جزء من المهام والمسؤولية للمساهمة في التنمية المستدامة؛
- المشاركة في تنويع مصادر الدخل الوطنية؛
- خلق أرضية إقتصادية صلبة تعمل على إمتصاص العديد من خريجي الجامعات؛
- المساهمة في تخفيض نسبة البطالة في المجتمع الجزائري.

المبحث الثاني: ماهية السياحة

تعد السياحة من النشاطات المتعددة، ومن الممارسات القديمة التي مارسها الإنسان، غير أنها أصبحت مؤخرا من أكبر الصناعات نموا في العالم، وتوفيرا للدخل، وفرص العمل، ومن الظواهر الأكثر تطورا، وأيضا من أهم القطاعات في التجارة الدولية والعلوم الحديثة أكاديميا.

¹ بوقطف محمود، وآخرون، المقاولاتية ودورها في دعم سوق العمل للشباب الجامعي الجزائري دراسة تحليلية - سوسيو إقتصادية - مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والإجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، المجلد 11، العدد 03، 2019، ص 211.

² داسة مصطفى، مرجع سبق ذكره، ص 03.

³ بوقطف محمود، وآخرون، مرجع سبق ذكره، نفس الصفحة.

المطلب الأول: تعريف السياحة والسائح

تعددت وتنوعت تعريفات الكتاب والمهنيون للسياحة بمقدار تعدد أنواعها وتنوع التخصصات العلمية الدارسة لها.

أولاً: تعريف السياحة

ترتبط السياحة مع العديد من القطاعات الاقتصادية، والاجتماعية، والثقافية، الأمر الذي جعل تحديد مفهومها يختلف باختلاف التخصصات العلمية للجهات الدارسة لها، فبالنسبة للإقتصاديين تعتبر هذه الظاهرة نشاط إقتصادي فهي حاجة وسلعة في آن واحد، أما بالنسبة للإجتماعيين فهي عبارة عن هجرة، وعلاقات إنسانية¹.

السياحة هي مصطلح مشتق من الكلمة الإغريقية "Tornos"، والتي تعني "عمل دائرة Making a Circle"²، أما لغة فهي من مصدر ساح وتعني التجوال في البلاد للتنزه أو الفرجة أو غير ذلك³، أي الانتقال من مكان إلى آخر فإذا تم ذلك داخل نفس البلد يعتبر سياحة داخلية، أما إذا كان من بلد إلى آخر أعتبر سياحة خارجية.

يشير المعجم الفرنسي Littré من خلال إصداره في سنة 1899 لمعنى كلمة السياحة بالسفر، والإبتعاد عن العمل، والرغبة في الإستكشاف والإستطلاع⁴، وفي الإنجليزية نجد أن to tour تعني يدور ويجول، أما كلمة Tourism فهو لفظ أستعمل لأول مرة في أواخر القرن الثامن عشر في إنجلترا وذلك للدلالة على رحلة الطلبة الإنجليز إلى أوروبا⁵.

¹كواش خالد، الأهمية الاقتصادية والاجتماعية للسياحة حالة الجزائر، مجلة علوم الإقتصاد والتسيير والتجارة، جامعة الجزائر، العدد 13، 2005، ص 46.

²أماني رضا، الإعلام والسياحة، الطبعة الأولى، أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، مصر، 2017، ص 14.

³العسالي علاء إبراهيم، السياحة في الوطن العربي التاريخ-المخاطر-المهددات، الطبعة الأولى، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016، ص 09.

⁴Jean Pierre Lozato - Giotart, Géographie du Tourisme, Edition Pearson, France, 2003, p08.

⁵زاغر سارة، أثر إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي في ترويج الخدمات السياحية دراسة ميدانية لمجموعة من الوكالات السياحية بالجزائر، أطروحة دكتوراه الطور الثالث في العلوم التجارية، جامعة بسكرة، 2021/2020، ص 55.

تعددت وتنوعت مفاهيم السياحة بمقدار تعدد أنواعها واختصاصاتها العلمية¹، وتعدد الجهات الدارسة لها²، وكذلك تعدد المحاولات والإجتهادات لتعريفها، فمنهم من ينظر إليها على أنها ظاهرة إجتماعية أو إقتصادية أو ثقافية، ومنهم من يعتبرها أساساً لتنمية العلاقات الدولية والإنسانية والثقافية³.

- لقد ورد أول تعريف للسياحة من قبل العالم الألماني Guier Freuler في بداية القرن العشرين في سنة 1905، حيث ذكر أن السياحة هي ظاهرة تنتج عن حاجة الإنسان المرهق من ضغوطات الحياة للحصول على الراحة، والإستجمام، والمتعة، والتغيير⁴.

إقتصر هذا التعريف على ذكر الدوافع النفسية للسياحة والمتمثلة في الراحة وتغيير الجو للإحساس بجمال الطبيعة، كما تطرق إلى الهدف من السياحة وهو المتعة والإقامة بعيداً عن مقر سكناه دون أن يحدد إطار الحركة وطول المسافة ومدة البقاء.

- عرفها العالم الإقتصادي النمساوي Schuler Schratzen horen في سنة 1910 بأنها العمليات الإقتصادية التي ترتبط بوجود وإقامة وتحرك الأجانب داخل وخارج حدود منطقة أو مدينة أو بلد معين ترتبط بهم إرتباطاً مباشراً⁵. تطرق هذا التعريف إلى السياحة من منظور إقتصادي حيث ربط السياحة بتوفر مجموعة من الخدمات التي تقدم إلى الأجانب خلال فترة إقامتهم المؤقتة داخل أو خارج حدود البلد وذلك من أجل إشباع رغبتهم المختلفة، والحصول في المقابل على العديد من المزايا منها: تشغيل اليد العاملة، توفير العملة الصعبة، تحسين ميزان المدفوعات...

- يعرف عضو المجلس العالمي للسياحة والسفر WTTC البطوطي سعيد السياحة كعلم وصناعة بأنها مجموعة الأنشطة الحضارية، والإقتصادية، والتنظيمية، المتعلقة بإنتقال الأشخاص من موطنهم الأصلي (محل إقامتهم) إلى مكان

¹ بن غضبان فؤاد، السياحة البيئية المستدامة بين النظرية والتطبيق، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص33.

² كواش خالد، مرجع سبق ذكره، ص47.

³ البطوطي سعيد، شركات السياحة ووكالات السفر، الطبعة الأولى، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، مصر، 2010، ص24.

⁴ مرتضى البشير الأمين، وسائل الإتصال والترويج السياحي، دار أمواج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016، ص20.

⁵ عبوي زيد منير، مبادئ السياحة الحديثة، الطبعة الأولى، دار المعز للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016، ص15.

آخر يقيمون فيه بشكل مؤقت لأي غرض غير ممارسة عمل وكسب الربح¹.

- أوجزت المنظمة العالمية للسياحة UNWTO تعريف السياحة حسب ما ورد في نشرتها (توصيات حول إحصاءات السياحة) بأنها تشمل "نشاط الأشخاص الذين يسافرون إلى أماكن تقع خارج بيئتهم المعتادة ويقيمون هناك لمدة لا تزيد عن سنة واحدة بغير القطاع وذلك طلباً للراحة أو لأغراض أخرى"². يتضح من خلال التعريفين السابقين أن السياحة تشمل مجموعة من الأنشطة المصاحبة لتنقل الأشخاص، بحيث يكون هذا الإنتقال:

✓ بصفة مؤقتة لمدة تزيد عن 24 ساعة وتقل عن سنة واحدة.

✓ بهدف الراحة والانتفاع بوقت الفراغ، وليس من أجل العمل.

كما نستخلص من التعاريف السابقة أن السياحة عبارة عن:

✓ ظاهرة ذات أبعاد إقتصادية، وإجتماعية، وثقافية.

✓ مجموعة من الأنشطة الحضارية، والتنظيمية، والإقتصادية.

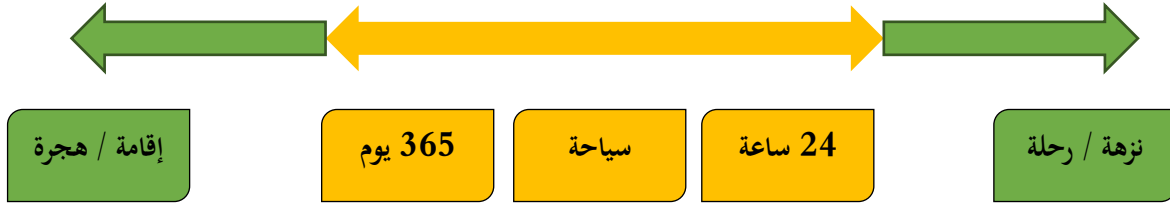
✓ إنتقال الشخص من مقر سكناه الأصلي إلى منطقة أو مدينة أو بلد آخر لمدة تزيد عن 24 ساعة وتقل عن

12 شهراً بهدف الترويح أو الترفيه عن النفس، وليس بغرض ممارسة نشاط يكتسب منه دخلاً.

¹ البطوطي سعيد، مرجع سبق ذكره، ص25.

² العمري محمد أحمد، الأمن السياحي المفهوم والتطبيق، الطبعة الأولى، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014، ص27.

الشكل رقم 3.2: علاقة المفهوم السياحي بالزمن



المصدر: بن عبد العزيز سفيان، زيرمي نعيمة، واقع القطاع السياحي في الجنوب الغربي الجزائري وتحديات تطويره

(دراسة حالة ولاية بشار)، الملتقى الدولي حول: "المقاولاتية ودورها في تطوير القطاع السياحي في الجزائر"، جامعة

قلمة، الجزائر، 08 و 09 نوفمبر 2015، ص 03.

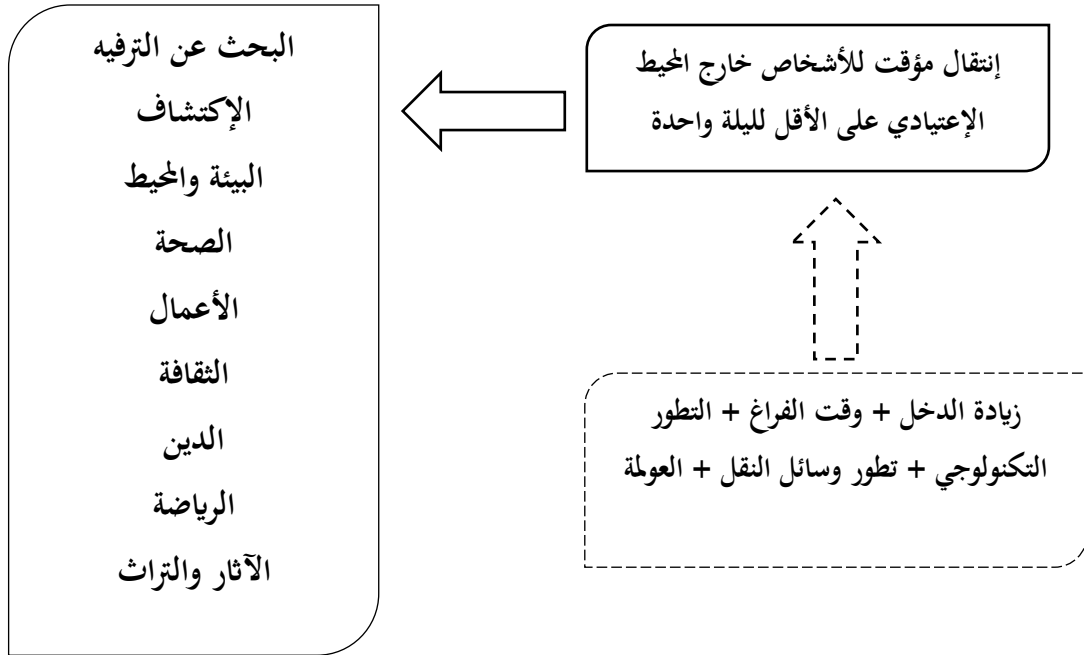
من خلال تطرقنا لتعريف السياحة، فلا بد أيضا من التطرق لتوضيح الفرق بين السياحة والسفر، بحيث¹:

- السياحة مرتبطة بالسفر، فلا بد من إحتواء عناصرها على السفر من مكان الإقامة إلى الوجهة السياحية، حتى لو كان السفر مشيا على الأقدام.

- السفر غير مرتبط بالسياحة، فأحيانا يكون السفر (الإنتقال) لأغراض أخرى غير السياحة.

¹البطوطي سعيد، مرجع سبق ذكره، ص 25.

الشكل رقم 4.2: مفهوم السياحة



المصدر: قرارية فتيحة، الصناعة السياحية في الدول المغاربية (حالة: الجزائر، تونس والمغرب)، أطروحة دكتوراه

علوم في علوم التسيير غير منشورة، جامعة تلمسان، 2019/2018، ص 10.

أما الجزائر فقد تبنت تعريف المنظمة العالمية للسياحة، والتي تعرف السياحة على أنها كلمة تحتوي على مفهومين هما¹:

1- السائح: كل زائر مؤقت يقيم في البلد الذي يزوره 24 ساعة على الأقل بحيث أسباب الزيارة تكون من أجل

الترفيه، والراحة، والصحة، وقضاء العطل، والدراسة، والديانة، والرياضة، أو من أجل القيام بأعمال عائلية، وحضور

مؤتمرات، وندوات علمية، ثقافية وسياسية.

وحسب لجنة الخبراء الإحصائيين التابعة لعصبة الأمم المتحدة 1937، فإنها لا تعتبر الفئات التالية ضمن السائحين،

وهم:

- الأشخاص الذين يسافرون إلى بلد ما بغرض الحصول على وظيفة أو عمل بها.

¹الشاهد إلياس، التسويق السياحي في الجزائر دراسة نظرية وميدانية، أطروحة دكتوراه علوم في العلوم التجارية، جامعة الجزائر 3، 2013/2012، ص.ص 54.53.

- الأشخاص الذين يأتون للإقامة الدائمة.
- الطلبة الدارسون بمختلف المراحل التعليمية.
- المقيمون في مناطق الحدود.
- المسافرون الذين يعبرون إلى بلد آخر.
- الأشخاص الذين يقيمون في بلد ويعملون في بلد مجاور.

2- المتجول (المتنزه): كل زائر مؤقت لا تتجاوز مدة إقامته 24 ساعة على الأكثر خارج مقر إقامته المعتاد.

كما أضافت الجزائر بعض المفاهيم التي جاء بها تعريف المنظمة العالمية للسياحة، نورد بعضهم فيما يلي:

الدخول: كل مسافر عبر الحدود ودخل التراب الوطني خارج مساحة العبور يعتبر داخلا.

المسافر: كل شخص دخل التراب الوطني مهما كانت دوافع هذا الدخول، ومهما كان مقر إقامته وجنسيته بإستثناء الجوالين في رحلة البحرية.

الزائر: كل شخص دخل حدود الجزائر من غير أن يقيم فيها عادة، ولا يمارس فيها أي مهنة مقابل أجر.

المقيمون: هم المسافرون غير الجوالين في رحلة بحرية، وغير المقيمين، وكل الجزائريين يعتبرون مقيمين.

ثانيا: الفرق بين السياحة التقليدية والسياحة الافتراضية (الذكية)

تعد السياحة الافتراضية أحد أحدث أنواع السياحة في العالم، والتي تم إستحداثها إستجابة لتداعيات جائحة كورونا، وما نجم عنها من أضرار جسيمة أدت إلى شلل في الحركة السياحية، فقد أصبحت القيود مفروضة على السفر، وتم إلغاء الرحلات والحد من تواترها، مما نتج عنه لجوء مختلف دول العالم إلى السياحة الافتراضية للبحث عن بديل للسياحة التقليدية، ومحاولة التكيف مع المتغيرات والمتطلبات الجديدة في ظل جائحة كورونا (covid 19)

وتعرف السياحة الافتراضية بأنها: "تجربة سياحية في بيئة إلكترونية كبديل عن التجربة الفعلية أو الرحلة المادية، يسمح هذا النوع من السياحة بالسفر إلى الأماكن عبر تقنيات جديدة خالية من القيود المعتمدة على الوقت والمسافة والتكلفة والضعف البشري"¹.

ويمكن التمييز بين السياحة التقليدية والافتراضية عبر عدة عوامل موضحة في الجدول أدناه:

الجدول رقم 3.2: الفرق بين السياحة التقليدية والسياحة الافتراضية

السياحة الافتراضية	السياحة التقليدية
الانتقال الافتراضي إلى أماكن القصد السياحي فكرا وليس جسدا	الانتقال الحقيقي من محل الإقامة الحقيقي إلى أماكن القصد السياحي
تكاليفها محدودة جدا	تحتاج إلى المال
يمكن ممارستها في أي وقت تعتمد على التكنولوجيا والتقنيات الحديثة في تقديم خدماتها.	تشتت وجود وقت فراغ لممارستها تعتمد على العنصر الطبيعي والبشري في توفير خدماتها
لا تعتمد على الموسمية	تعتمد على الموسمية في أغلب أنواعها
تأثيرها محدود في الدخل القومي	تأثيرها مباشر في الدخل القومي
توفر فرص عمل لتخصصات معينة لها علاقة بالتكنولوجيا والعلاقات الحديثة	توفر فرص عمل للكثير من التخصصات الفنية والحرفية

المصدر: عليا عوده أبو هليل، الموارد البشرية في السياحة الأردنية، الطبعة الأولى، سلسلة فكر ومعرفة من منشورات

وزارة الثقافة، عمان، الأردن، 2022، ص.ص 35.36.

المطلب الثاني: مكونات النشاط السياحي

تتوفر الكثير من البلدان السياحية في العالم على العديد من القدرات والموارد الطبيعية، والتاريخية، والصناعية، غير أن عدم الإهتمام والعناية بهذه الموارد يفقدها مقومات السياحة الناجحة ويشوه صورتها السياحية.

تؤدي الخدمات السياحية دورا كبيرا في تنشيط الحركة السياحية في البلدان، فمهما إمتلك البلد من

¹ عليا عوده أبو هليل، الموارد البشرية في السياحة الأردنية، الطبعة الأولى، سلسلة فكر ومعرفة من منشورات وزارة الثقافة، عمان، الأردن، 2022، ص.ص 35.

المقومات السياحية لا يمكن الإستفادة منها مالم تكن هناك خدمات سياحية تتطور بإستمرار مع التطور الكبير الذي يشهده العالم في هذا المجال.

الخدمة السياحية هي عبارة عن مجموعة من المنتجات غير الملموسة بطبيعتها، يكون هدفها إشباع حاجات ورغبات من يستهلكها من السياح، ومحققة مردودا ماديا لمن يقدمها¹.

تتكون صناعة السياحة من مجموعة من العناصر المتعددة والمتشعبة، غير أنها تكون فيما بينها وحدة واحدة تتميز بالتجانس²، وفيما يلي أهم مكونات النشاط السياحي التي تمثل الخدمات السياحية³:

1- خدمات الإقامة: تعد خدمة الإيواء المجال الحيوي الذي يحتضن أعداد السياح والزوار لغرض إقامتهم وتقديم الخدمات والتسهيلات لهم، وذلك بحسب كل صنف من الأصناف الفندقية المعتمدة في البلد، وتشمل الخدمات الإيوائية كافة العناصر التي تقوم بتقديم خدمات النوم بصورة رئيسية ولأغراض سياحية، وكذلك بقية الخدمات التكميلية المساعدة للخدمة الأساسية وذلك وفق قنوات متعددة وأشكال مختلفة إستنادا لرغبة الضيف في إختياره لنوعية الخدمة المطلوبة.

وتشمل خدمات الإقامة:

- خدمات الإقامة في الفنادق والموتيلات.
- مراكز ومنازل العطل.
- خدمات تأجير أماكن الإقامة المفروشة.
- خدمات بيوت الشباب.
- خدمات التدريب ومخيمات العطل للأطفال.

¹ شمطو سمير خليل، إدارة وكالات السياحة والسفر، دار الكتب والوثائق العراقية، بغداد، العراق، 2017، ص 57.

² السيسي ماهر عبد الخالق، مبادئ السياحة، الطبعة الثانية، مجموعة النيل العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2015، ص 87.

³ شمطو سمير خليل، مرجع سبق ذكره، ص - ص 58 - 62.

- خدمات مواقع التخييم.

- مساكن الطلبة.

2- خدمة الطعام والشراب: أصبحت المطاعم اليوم منتشرة في كل مكان، في الشوارع، والفنادق، والمطارات،

ومحطات الحافلات، والقطارات، وكذلك في المنتزهات والمباني التي تضم المكاتب وفي مراكز التسوق، فضلا عن مطاعم

والكافتریات والمحلات العامة.

والمطاعم هي الأماكن التي تقدم فيها المأكولات والمشروبات للزبائن، ونميز نوعين رئيسيين من المطاعم:

- مطاعم الخدمة على الطاولة.

- مطاعم خدمة الوجبات السريعة.

3- خدمات النقل: يتميز النشاط السياحي عن الأنشطة الاقتصادية الأخرى بأن السائح هو الذي يقوم بعملية

الانتقال من مكان لآخر وذلك من أجل الحصول على المنتج السياحي، يعني هذا أن هناك علاقة طردية بين تطور

قطاع النقل والتطور التكنولوجي الذي يشهده العالم وتأثير ذلك إيجابيا في حركة النشاط السياحي عن طريق إرتفاع

معدل الطلب السياحي.

يعتبر النقل السياحي وسيلة مهمة لربط الأسواق الرافدة للسياح بالأسواق المضيفة للسياح، وتشمل خدمات النقل:

- الخدمات التي تقدمها شركات النقل السياحي العامة والخاصة.

- وسائل النقل العامة، والشركات السياحية، وبعض الفنادق، ومكاتب تأجير السيارات.

4- خدمات وكالات السفر: تقوم هذه الشركات بتقديم خدماتها المختلفة للسائحين من خلال:

- الحجز بالفنادق ووسائل التنقل الداخلية.

- الحجز على الرحلات الجوية الدولية والمحلية، وغيرها من الخدمات.

5- الخدمات الثقافية: ترتبط هذه الخدمات مع الجانب الديني، كما أنها تضم العديد من الجوانب الثقافية منها:

- المتاحف، والمسارح، والمعارض، والمهرجانات الثقافية والفنية.
- المواقع الأثرية والتراثية.
- المراقد، والمقامات، وأماكن العبادة،...

6- الخدمات الترفيهية: وهي أماكن الترويج عن النفس من عناء العمل والجهد الفكري، وتضم:

- المنتزهات.
- الشواطئ، والمساح، والمدن المائية.
- الألعاب الرياضية كالتزلج على الجليد، والتزلج على الماء، وغيرها من الأماكن الترفيهية.

7- خدمات الصناعات الحرفية: هي الصناعات التي تعتمد في صنعها على اليد أو باستخدام الأدوات البسيطة

فقط، وتلقى الصناعات الحرفية التقليدية إهتماما كبيرا على الصعيدين المحلي والدولي، فهي ذات أهمية كبيرة إقتصاديا، وإجتماعيا، وسياحيا، فضلا عن الجانب الثقافي والتراثي الذي يعكس الموروث الشعبي في نماذج مصغرة يقتنيها السياح كهدايا تذكارية عن الأماكن السياحية التي يرتادونها.

8- خدمة المعلومات السياحية: تقوم بتقديم هذه الخدمات بعض:

- الفنادق الكبرى.
- مكاتب الإستعلامات السياحية الرسمية والخاصة للبلدان السياحية سواء داخل البلد أو خارجه في مكاتبه الموجودة في البلدان الأخرى.

9- خدمة المشتريات السياحية: وهي الخدمات التي تقدمها محلات بيع الهدايا والتذكارات السياحية وبعض المحلات العامة الأخرى التي تباع مثل هذه السلع السياحية، كخدمات بيع الزهور والتقاط الصور، وغيرها من الخدمات التي يطلبها السائح.

10- خدمات الاتصالات: تقوم هذه الخدمة من خلال:

- مكاتب حكومية تابعة للبلدان السياحية.
- المكاتب الخاصة والفنادق.

وفي وقتنا الحالي أصبحت خدمة الاتصالات متوفرة في معظم البلدان السياحية، ولكن مع اختلاف مستوى تقديم تلك الخدمة حسب إمكانيات تلك البلدان، وقدرتها الاقتصادية لأن الاتصالات تتطلب بنية تحتية قوية ومكلفة.

11- خدمة الإرشاد السياحي: يعتبر من الأنشطة المكملة للنشاط السياحي والتي تتطلب كفاءة علمية وفنية وخبرة كافية في مجال الإلمام بالجوانب التاريخية والجغرافية والحضارية وإجادة اللغات الأجنبية المتعارف عليها عالميا.

والإرشاد السياحي هو اللسان المعبر عن المقومات السياحية على اختلافها (طبيعية، تاريخية، والموروث الحضاري...)، وعن الحضارة الحديثة التي يمتلكها ويتميز بها المقصد السياحي، أما المرشد السياحي فهو الشخص الذي يتولى الشرح والإرشاد للسائح (في أماكن الآثار، والمتاحف، والمعارض...) مقابل حصوله على أجر، أي هو الذي يصاحب المجموعات السياحية المنظمة في المزارات السياحية ولمدة محددة مع ضرورة حصوله على ترخيص من الجهات المعنية.

12- خدمات الأمن السياحي: يعتبر من أهم مكونات العرض السياحي للدول المستقبلية للسائحين، كما يعتبر جزءا من حياة المجتمع يستفيد منه السائحون والمواطنون.

يتمثل الأمن السياحي في أمن البلد الذي يعطي الشعور للسياح بالسلام والأمن داخل حدود هذا البلد، حيث أصبح الأمن السياحي ضرورة حتمية لإنتعاش صناعة السياحة وتطورها، وكلما شعر السائح بالأمان زاد عدد الليالي السياحية والإنفاق، مما ينعكس ذلك إيجاباً على الإيرادات السياحية، وبالتالي إرتفاع نصيب كل فرد من الدخل السياحي¹.

13- عناصر مؤسسية: وتتضمن خطط التسويق وبرامج الترويج للسياحة مثل:

- سن التشريعات والقوانين والهيكل التنظيمية العامة.
- دوافع جذب الإستثمار في القطاع السياحي.
- برامج تعليم وتدريب الموظفين في القطاع السياحي.

14- خدمات أخرى: وتشمل على²:

- البنوك ومراكز البريد.
- المراكز الطبية.
- توفير الطاقة الكهربائية، والمياه الصالحة للشرب،...

المطلب الثالث: فوائد وعيوب السياحة

تلعب السياحة دوراً هاماً في إقتصاديات البلدان متقدمة كانت أو نامية، وترتبط إرتباطاً مباشراً بالتنمية الإقتصادية والإجتماعية، وتحقق الرفاهية والإزدهار للمجتمعات، وبالرغم من تلك الفوائد والإيجابيات المتميزة فإنه يوجد هناك جوانب سلبية تؤثر وتعاين على القطاع السياحي.

¹ السيسى ماهر عبد الخالق، مرجع سبق ذكره، ص 103.

² مصطفى يوسف كافي، إقتصاديات النقل السياحي، دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، سوريا، دمشق، 2015، ص 26.

أولاً: فوائد السياحة

تحقق السياحة فوائد كثيرة للمجتمع إذا وضعت في إطار إستراتيجية التنمية الوطنية، ووفرت لها الشروط اللازمة لتنميتها.

1- فوائد إقتصادية: وتتمثل هذه الفوائد في¹:

- المساهمة في توفير العملة الصعبة.
- المساهمة في توفير مناصب عمل جديدة، والتقليص من نسبة البطالة.
- المساهمة في زيادة الدخل الوطني.
- المساهمة في تحسين وضعية ميزان المدفوعات.
- المساهمة في جذب ومضاعفة الإستثمارات الأجنبية، وترقية الصناعات التقليدية.
- المساهمة في تطوير وتنشيط قطاع النقل.²
- المساهمة في إنشاء وتطوير البنية التحتية.
- المساهمة في تطوير وسائل وطرق الإتصالات.
- المساهمة في تطوير خدمات البنوك وعمليات تحويل العملة.
- المساهمة في زيادة الوعاء الضريبي.³

2- فوائد إجتماعية وثقافية: وتتمثل هذه الفوائد في⁴:

- المساعدة في تحقيق التفاهم والتقارب الحضاري، والثقافي، والرياضي بين شعوب العالم.

¹عبوي زيد منير، مرجع سبق ذكره، ص.ص 32.33.

²العسالي علاء إبراهيم، مرجع سبق ذكره، ص.21.

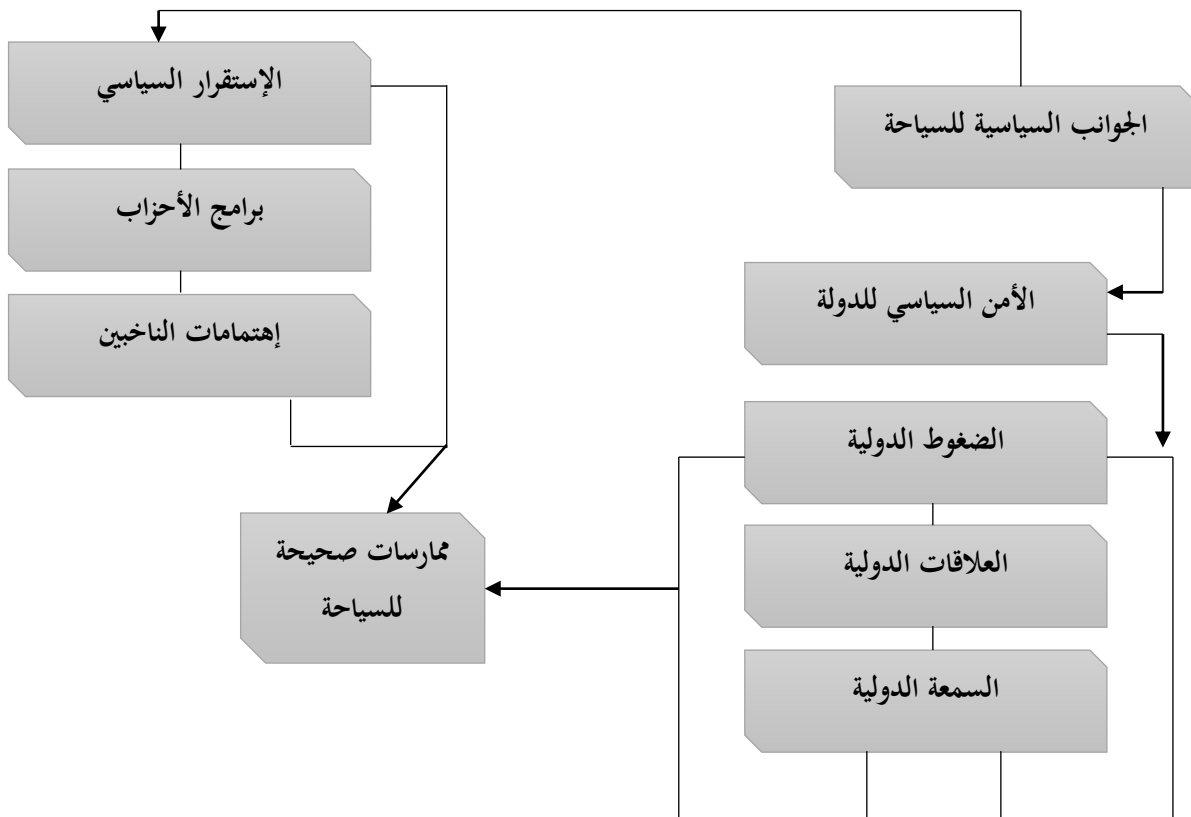
³كواش خالد، مرجع سبق ذكره، ص.66.

⁴عبوي زيد منير، مرجع سبق ذكره، ص.ص 33.34.

- تحقيق عملية التكامل الثقافي، والإجتماعي، والحضاري داخل المجتمع الواحد.
- إسترجاع طاقات العمل لقوتها نتيجة لما توفره لها السياحة من الراحة والإستجمام.
- الحفاظ على الآثار التاريخية، وترقية التراث الثقافي.

3- فوائد سياسية: أضحت السياحة بحكم ممارستها ذات طابع سياسي يوضحه لنا الشكل أدناه:

الشكل رقم 5.2 : فوائد السياحة من الجانب السياسي



المصدر: مصطفى يوسف كافي، صناعة السياحة والأمن السياحي، الطبعة الأولى، دار مؤسسة رسلان للطباعة

والنشر والتوزيع، دمشق، سوريا، 2009، ص 41.

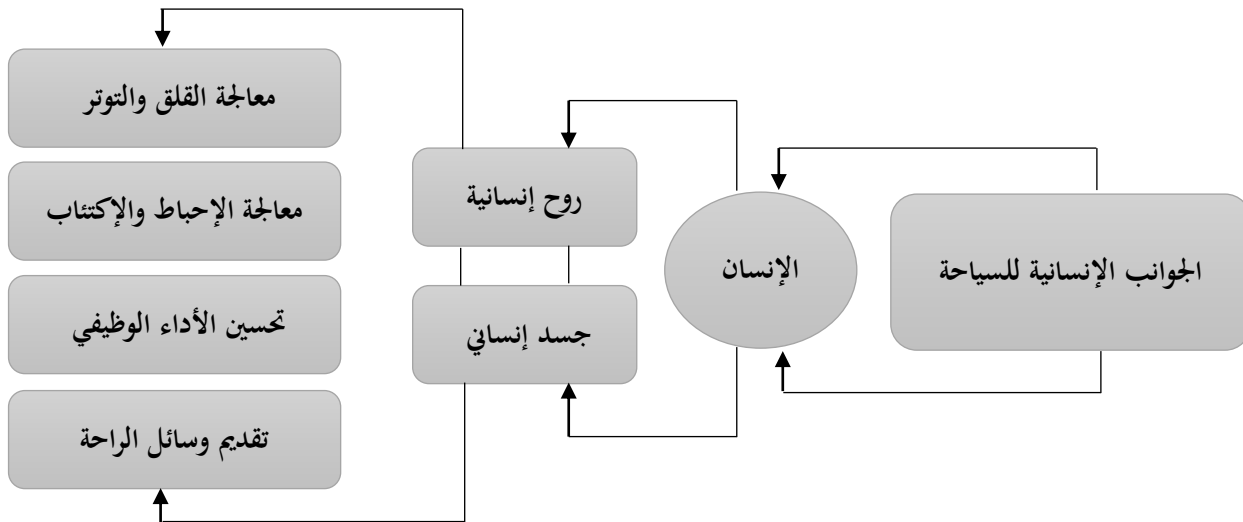
حسب الكاتب يتضح من الشكل رقم (5.2) أعلاه أن الأمن السياسي لأي دولة يتعرض لعدة مخاطر وإضطرابات تكون ناجمة عن عدم رضا أفراد المجتمع عن التلوث البيئي، أو من الممارسات الخاطئة الضارة للبيئة، ومنه فإن تصحيح هذه الممارسات والمحافظة على سلامة البيئة يعتبران من متطلبات الأمن السياسي للدولة، وهو ما تقوم به

السياحة البيئية.

إن الإهتمام بالبيئة وسلامتها أصبحت من أهم عناصر البرامج السياسية للأحزاب، وكذلك أصبحت إهتمامات ومحاور المحافظة على السلامة والصحة البيئية الفطرية، ومعالجة التلوث الذي حدث فيها، ضمن مجالات التنافس بين القوى السياسية المتنافسة للفوز بالمقاعد السياسية في البرلمان، بل والأكثر من ذلك فلقد أنشئت أحزاب سياسية من أجل البيئة الفطرية¹.

4- فوائد إنسانية: تعتبر السياحة نشاطا إنسانيا يمارسه الإنسان وهو ما يظهره لنا الشكل أدناه:

الشكل رقم 6.2: فوائد السياحة من الجانب الإنساني



المصدر: مصطفى يوسف كافي، صناعة السياحة والأمن السياحي، مرجع سبق ذكره، ص 44

تعمل السياحة على توفير الحياة الجميلة السهلة للإنسان حيث تقدم له²:

- العلاج من القلق، والتوتر، وتوفير الراحة والإستجمام، والإبتعاد عن ضغوط الحياة السلبية وعصبيتها، وبذلك يتحقق الشعور بالراحة.

¹ مصطفى يوسف كافي، صناعة السياحة والأمن السياحي، مرجع سبق ذكره، ص.ص 42.41.

² المرجع السابق، ص.ص 45.44.

- إستعادة الحيوية والدافعية والتوازن العقلي والعاطفي الذي يحتاج إليه الإنسان لمواصلة الحياة.
- إمتلاك القدرة على صفاء النفس وسلامة الوجدان وصحة ويقظة الحواس الخمسة، وسلامة الضمير، والحسن الأخلاقي وإعلاء شأن المبادئ الحميدة.

5- فوائد بيئية: وتتمثل هذه الفوائد في¹:

- المحافظة على التوازن البيئي.
- الترشيد السلوكي في إستهلاك المواد أو في إستعمالها أو في إستخراجها.
- تقليل التلوث البيئي.

ثانيا: عيوب السياحة

بالإضافة إلى الفوائد، تحتوي السياحة على بعض العيوب نذكر منها²:

- تؤدي الحركة السياحية الخارجية إلى حدوث إتصال بين مجتمع إستهلاكي ومجتمع نصف إستهلاكي أو تحت إستهلاكي (الدول النامية) إلى نشوء عادات إستهلاكية في البلدان المتخلفة خاصة، بحيث تكون هذه العادات غير مرتبطة بالمستوى المعيشي للبلد المستقبل للسياح الأجانب، كما أن إرتفاع الأسعار يؤدي إلى حدوث التضخم، وذلك كما حدث في تونس، والجزائر، والمغرب.
- يؤدي تركيز الخدمات والمرافق السياحية في المدن الكبرى إلى خلق النزوح الريفي، كما حدث ذلك في إسبانيا.
- يؤدي كثرة الإعتماد على الإقتصاد السياحي (السياحة الخارجية) إلى خلق مشاكل غير متوقعة للإقتصاد الوطني والذي يعتمد كثيرا على الإيرادات السياحية وذلك بسبب تأثير الأزمات الإقتصادية والسياحية

¹ بظاظو إبراهيم، وآخرون، السياحة البيئية بين النظرية والتطبيق، الطبعة الأولى، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012، ص.ص 82.83.

² عبوي زيد منير، مرجع سبق ذكره، ص.ص 34.35.

والنزاعات الدولية على توقف الحركة السياحية نحو البلد، وذلك كما حدث في حرب لبنان، وحرب الخليج،...

- يؤدي إنشاء هياكل سياحية على حساب المناطق الزراعية إلى إتلاف الطبيعة والأراضي الفلاحية.
- تؤدي الحركة السياحية إلى حدوث تقسيمات طبقية في المجتمع وذلك من خلال وجود فروقات في المداخل (مداخل مرتفعة، وأخرى منخفضة)، وبالتالي ظهور نوعان من السياحة، سياحة رقيقة وأخرى دنيا، هذه الأخيرة تنتشر فيها بعض الآفات الاجتماعية غير المرغوب فيها مثل: السرقة، والأمراض المعدية،...
- تؤدي الحركة السياحية إلى احتمال تدهور المواقع السياحية وذلك نتيجة لإهمالها وعدم صيانتها.

المطلب الرابع: واقع السياحة في الجزائر

إتجهت الدولة الجزائرية خلال السنوات الأخيرة إلى بعث الصناعة السياحية في الجزائر، والتي يراد منها أن تكون جذابة وتنافسية، وهذا على خلاف ما كانت عليه في الفترة السابقة والتي تميزت بركود القطاع السياحي، تراهن الدولة الجزائرية على هذا القطاع باعتباره أحد الروافد الهامة في البلاد ليساهم في خطة الإنعاش الإقتصادي، ولإبراز مكانة السياحة الجزائرية في العالم.

بالرغم من التنافسية الشرسة الموجودة على مستوى البحر الأبيض المتوسط، كوجهة أولى للسياحة في العالم، والذي يضم مجموعة من الدول الرائدة في هذا المجال، تتجه الجزائر رويدا رويدا في طريقها لرسم وبناء مسارها السياحي وذلك من أجل ضمان مكانتها في الخارطة السياحية العالمية، ويتجسد هذا الطريق من خلال المجهودات العديدة التي أقرتها وقامت بها الدولة الجزائرية لتحفيز السياحة وتطوير وترقية القطاع السياحي، خصوصا فيما يتعلق بمرافقة أصحاب المشاريع المقاولاتية للسماح لهم بالمساهمة في خلق الثروة ومناصب عمل للشباب.

كما أطلقت وزارة السياحة والصناعة التقليدية بالشراكة مع الاتحاد الأوروبي برنامج موجه لفائدة الشباب والمسمى "جيل سياحة" هدفه هو إستقطاب الشباب الراغبين في الدخول إلى مجال السياحة عن طريق إيجاد فرص

عمل أو تكوين أو الولوج إلى المقاولاتية.

كما أمضت مؤخرا الجزائر على عدة إتفاقيات مع العديد من الدول التي عرفت تطورا كبيرا في هذا المجال وذلك بهدف الإستلها من خبرتها، ومعرفتها، وتجنب الوقوع في أخطائها، على غرار ذلك تبقى الغاية الراسخة للدولة الجزائرية هي التمويع الدائم في سوق العمل السياحي وعدم التشبه بالآخرين، والتفرد بمنتجات أصلية من شأنها أن تعكس مصداقية الدولة وكذلك تمنح الوجهة السياحية الجزائرية علامتها الخاصة ذات الطابع الإنساني والبيئي وذلك تماشيا مع أهداف التنمية المستدامة¹.

وفيما يلي بعض الأرقام التي حققها القطاع السياحي في الجزائر خلال السنوات الأخيرة:

- ✓ 2200000 وافد عن طريق الحدود.
- ✓ 270000 عامل في الفندق والمطاعم والمقاهي.
- ✓ 2 في المئة من الناتج المحلي خارج المحروقات.
- ✓ 274000000 دولار من مداخيل السياحة من العملة الصعبة.
- ✓ 1576 مؤسسة فندقية.
- ✓ 4722 وكالة سياحية، منها 3962 وكالة سياحية أم، و 760 فرع، توفر 11506 منصب عمل.
- ✓ 200 مرشد سياحي.
- ✓ 2585 مشروع سياحي في طور الإنجاز².
- ✓ 2300000 سائح منهم 1500000 سائح أجنبي (من جانفي 2023 إلى غاية أوت 2023).
- ✓ 617 شاطئ منها 437 شاطئ مسموح للسباحة³.

¹ وزارة السياحة والصناعة التقليدية، حوار وزير السياحة والصناعة التقليدية ديدوش مختار لـ "الوسط"، تم الإطلاع عليه بتاريخ 2024/03/16، على الساعة 11:30، من الموقع: /وزير-السياحة-والصناعة-التقليدية-ديدو/ <https://www.mta.gov.dz>

² نفسه.

من جهة أخرى إن المتمعن والدارس لواقع السياحة في الجزائر يتبين أنها مازالت تعاني من التأخر وذلك نتيجة لتراكم الكثير من المشاكل والعوائق التي تعاني منها سواء على مستوى البنية التحتية، أو القوانين المنظمة لهذا القطاع، وكذا كيفية تعامل السلطات المعنية هذا القطاع.

هذه المشاكل لم تعد متواجدة فقط على هذا المستوى وإنما تعدت إلى الوحدات الجزئية المنظمة لهذا القطاع وهي وكالات السياحة والأسفار بإعتبارها المتعامل المباشر، والوسيط بين مختلف المؤسسات التي تقدم الخدمات السياحية من جهة، ومع الزبائن من جهة أخرى¹.

على هذا الأساس يرى أغلب رواد الفكر الإقتصادي السياحي بأن آليات تطوير القطاع السياحي في أي دولة كانت سواء نامية أو متقدمة تتمثل في المقاولاتية السياحية، والتي بدورها تتنوع وتتعدد بين المؤسسات الفندقية، والمرشدين السياحيين، ووكالات السياحة والأسفار، ومكاتب الخدمات السياحية، ومكاتب السفر والسياحة بالتجزئة، ومؤسسات الإطعام، ومؤسسات التموين، ومؤسسات النقل السياحي، والحميات الطبيعية مع إكتسابها لمعايير الجودة العالمية من أجل تحسين نوعية المنتج السياحي².

المبحث الثالث: مفهوم المقاولاتية السياحية

تعد المقاولاتية السياحية في الآونة الأخيرة موضوعا مهما يجذب الإهتمام العلمي للعديد من المفكرين والباحثين في المجال السياحي، وذلك بإعتبارها إحدى المشاريع الرئيسية في التنمية الإقتصادية والإجتماعية لأي دولة، نظرا لما تحتويه من عنصر الابتكار العالي في منتجاتها، وخدماتها، والتي تسعى لتلبية حاجات السياح وتجاوز توقعاتهم.

³ وكالة الأنباء الجزائرية، مؤشرات "مشجعة وقوية" تظهر جليا أن قطاع السياحة يسجل تطورا ملموسا، تم الإطلاع عليه بتاريخ 2024/03/18، على الساعة 13:05، من الموقع: <https://www.aps.dz/ar/economie/149464-2023-10-02-17-10-07>

¹ لوني سي ريم، عواج طهيرة، واقع علاقات العمل في المقاولات السياحية في الجزائر: "الوكالة السياحية نموذجا" - دراسة ميدانية بمدينة باتنة - المجلة الجزائرية للأمن الإنساني، جامعة باتنة 1، المجلد 05، العدد 02، 2020، ص 473.

² بلعابد فايزة، سويسبي الربيع، دراسة تحليلية لواقع المقاولاتية السياحية في تطوير القطاع السياحي بالجزائر خلال الفترة (2000-2022)، مجلة المنهل الإقتصادي، جامعة الوادي، المجلد 06، العدد 01، 2023، ص 1076.

المطلب الأول: تعريف المقاولاتية السياحية وأهميتها

تعتبر المقاولاتية السياحية من المصطلحات الحديثة في الأدبيات الأكاديمية والتي إرتبطت بصناعة السياحة، وبتحقيق التنمية الإقتصادية والسياحية.

أولاً: تعريف المقاولاتية السياحية

كما تعددت تعريفات السياحة، والمقاولاتية، تعددت أيضاً تعريفات المقاولاتية السياحية ومفاهيمها، ومن أهم التعاريف التي تطرقت لها:

- يقصد بالمقاولاتية السياحية حسب مصطفى يوسف كافي "المكان المعد لإستقبال السياح وتقديم المأكولات والمشروبات فيه، وكذلك وسائل النقل المخصصة لنقل السياح في رحلات برية، أو بحرية، أو نهرية، أو جوية"¹

إختزل هذا التعريف المقاولاتية السياحية في توفير خدمات الإيواء (الإقامة)، وتقديم خدمات الإعاشة، بالإضافة إلى توفير خدمات النقل للسياح، بحيث تمثل هذه الخدمات سلفة الذكر بعض من خدمات المؤسسات السياحية.

- تعرف مفاتيح يمينة المقاولاتية السياحية على أنها تتمثل في جلب أفكار، وخدمات، ومنتجات جديدة إلى السوق، كما تشمل النشاطات السياحية ككل التي تساهم في خلق قيمة للمنتج أكثر من تكلفته².

يشير هذا التعريف إلى إضافة مفاهيم جديدة على خدمات المشاريع السياحية وذلك من خلال تطبيق عنصر الابتكار في المجال السياحي.

- يعرفها قروي رفيق وعمراري حادة بأنها المبادرة التي تبدأ بفكرة مشروع سياحي ثم تتحول إلى تقديم منتج أو خدمة

¹ مصطفى يوسف كافي، صناعة السياحة والأمن السياحي، مرجع سبق ذكره، ص20.

² مفاتيح يمينة، أثر الابتكار السياحي على التنمية السياحية "حالة إقليمي الأهقار بالجزائر ودوز بتونس"، أطروحة دكتوراه الطور الثالث في العلوم التجارية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2017/2018، ص89.

أو سلعة للزبون، مع تحمل المقاول السياحي لكامل المخاطر المرتبطة برأس المال، وهذا من أجل إرضاء حاجات ورغبات السياح، وبهدف تحقيق الأرباح، والحاجات الإجتماعية¹.

حسب هذا التعريف يتضح أن المقاولاتية السياحية عبارة عن مشروع يبدأ بفكرة وينتهي بتقديم خدمات، ومنتجات، وبيع سياحية، مع تحمل المقاول السياحي لكل المخاطر المتعلقة بذلك، وهذا من أجل إرضاء وكسب ثقة السياح، ولتحقيق هدف مادي (ربح)، وهدف معنوي (إجتماعي).

- يعرف Ibrahim P.A المقاولاتية السياحية على أنها الأنشطة المتعلقة بإنشاء وتشغيل المؤسسات في قطاع السياحة بشكل قانوني، حيث تركز هذه المؤسسات على تلبية حاجات السياح مع تحقيق للربحية².

يلاحظ من هذا التعريف أن المقاولاتية السياحية عبارة عن مجموعة من الأنشطة المرتبطة بإنشاء مؤسسات سياحية (مؤسسات فندقية، وكالات السياحة والأسفار...)، وإستغلالها قانونيا لخدمة السائح المحلي أو السائح الأجنبي وذلك بهدف تحقيق الربح.

ثانيا: أهمية المقاولاتية السياحية

لا يمكن إنكار أهمية المقاولاتية السياحية في الحياة الإقتصادية والإجتماعية، فهي تمثل مصدرا للعديد من الفرص التنموية لكثير من البلدان التي إهتمت بها.

1- الأهمية السياحية: تعتبر المقاولاتية السياحية المحرك الرئيسي للسياحة، وذلك من خلال:

- تطوير القطاع السياحي³.

¹قروي رفيق، عمراوي حادة، التوجه العقلاني للشباب نحو المقاولاتية السياحية في الجزائر -دراسة ميدانية على عينة من الشباب المقاولين (منطقتي تيشي، أوقاس) بولاية بجاية- المجلة العربية للأبحاث والدراسات في العلوم الإنسانية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، المجلد 11، العدد 04، 2019، ص296.

²Ibrahim P.A, exploring tourism opportunities: role of financial institution in the promotion of tourism entrepreneurship in Kerala, ASEAN journal on hospitality and tourism, vol19, n°02, 2021, p89.

³بلعابد فايزة، سويسبي الربيع، مرجع سبق ذكره، ص1076.

- تطوير وتحسين الواجهة السياحية للبلدان¹.
- تحسين العروض السياحية، وتغطية الطلب السياحي².
- دعم أعمال تجارية جديدة في المجال السياحي³.
- توعية الشباب بأهمية السياحة⁴.

2- الأهمية الاقتصادية والإجتماعية: تعد المقاولاتية السياحية ذات أهمية حيوية لتحقيق النمو الإقتصادي،

والوصول إلى التنمية الإجتماعية، وذلك من خلال:

- إعتبارها إستراتيجية للتنمية الإقتصادية في البلدان النامية⁵.
- توفيرها لمناصب شغل للشباب⁶.
- مساهمتها في خلق الثروة⁷.
- إعتبارها مصدر رئيسي للدخل في بعض البلدان.
- تنميتها للقطاع الخاص.
- تطويرها للبنية التحتية.
- خلقها للأمن الإجتماعي في المجتمع.

¹Sergiu Rusu, Florin Lucianisac, entrepreneurship and small business in tourism, [https:// www.researchgate.net/publication/322437154- entrepreneurship-and- small-business-in-tourism](https://www.researchgate.net/publication/322437154-entrepreneurship-and-small-business-in-tourism)

²بن موفق زروق، وآخرون، المقاولاتية ومساهمتها في تنمية القطاع السياحي في الجزائر: الواقع والآفاق، مجلة إقتصاد المال والأعمال، المركز الجامعي عبدالحفيظ بوالصوف، ميلة، المجلد 03، العدد 04، 2019، ص 23.

³Cem Isik, & et.al, tourism and entrepreneurship: A literature Review, journal of Ekonomi, 2019, p02.

⁴قروي رفيق، عمراوي حادة، مرجع سبق ذكره، ص 295.

⁵ Wendy Diana Carranza Quimi, & et.al, Evaluation of the Self-efficacy of entrepreneurship and innovation capacities in entrepreneurs of the tourism service, innova research journal, vol06, n°03, 2021, p194.

⁶قروي رفيق، عمراوي حادة، مرجع سبق ذكره، نفس الصفحة.

⁷طبايبي سليمة، المقاولاتية السياحية في الجزائر: الواقع والتحديات، الملتقى الدولي الأول حول المقاولاتية ودورها في تطوير القطاع السياحي في الجزائر، جامعة 8 ماي 1945، قالة، 8 و 9 نوفمبر 2015، ص 02.

- تطويرها للمجتمعات الريفية وتحقيق التنمية فيها¹.
- رفعها جودة الخدمات السياحية وخلق المنافسة².

المطلب الثاني: أهداف المقاولاتية السياحية وخدماتها

تسعى المقاولاتية السياحية لتحقيق مجموعة من الأهداف الرامية للوصول إلى التنمية السياحية، وكذلك تسعى لتقديم حزمة من الخدمات السياحية للسائح المحليين أو الأجانب.

أولاً: أهداف المقاولاتية السياحية

باعتبارها من الظواهر الكثيرة الانتشار، تعتبر المقاولاتية السياحية القاطرة التي تدفع عجلة التنمية السياحية وذلك لما لها من دور هام في تسيير النشاط السياحي، والتي تهدف إلى:

- إشباع حاجات الفرد والمجتمع من ترفيه، وإستجمام، وعلاج، ورياضة، وغيرها³.
- الابتكار، والتجديد، والتطوير المستمر في البرامج والمنتجات والمشاريع السياحية من أجل إرضاء السائح⁴.
- إستخدام الموارد السياحية بما يتماشى مع حاجات السائح⁵.
- الإهتمام بالجودة السياحية⁶.
- تقديم منتج تنافسي يفرض نفسه محليا وعالميا.

¹Chanda Biswas, Mohammed Mamun -or- Rashid, the role of tourism entrepreneurship businesses in the economic development: An overview, international journal of business and tehnopreneurship, vol08, n°02, 2018, p171.

²شاوي شافية، المقاولاتية ودورها في تفعيل حركة القطاع السياحي في الجزائر، حوليات جامعة قلمة للعلوم الإجتماعية والإنسانية، جامعة قلمة، العدد 27، 2019، ص 57.

³لونيسى ريم، عواج طهيرة، مرجع سبق ذكره، ص 474.

⁴مهري عبد المالك، المقاولاتية السياحية كمدخل لتنمية الصناعة السياحية في الجزائر، مجلة دراسات في الإقتصاد وإدارة الأعمال، جامعة العربي التبسي، تبسة، المجلد 01، العدد 01، 2018، ص 144.

⁵Bayram Akay, the relationship between tourism development, satisfaction, support to tourism and tourism entrepreneurship in emerging tourism destination: residents perspective, journal of tourism mangement research, vol09, n°01, 2022, p67.

⁶بلعابد فايزة، سويسى الربيع، مرجع سبق ذكره، ص 1090.

- إنجاز المؤسسات الفندقية، والمنتجعات السياحية، والإقامات، وكذلك تقديم الخدمات.

ثانيا: خدمات المقاولاتية السياحية

تتمثل بعض الخدمات التي تقدمها المقاولاتية السياحية فيما يلي¹:

- توفير الطعام والشراب (المطاعم بمختلف أنواعها، المقاهي،...).
- توفير الإيواء (فنادق، منازل وشقق، خيم عائلية،...).
- توفير محلات للتسلية والصيد البحري.
- تنظيم الرحلات السياحية، والإقامات الفردية والجماعية².
- توفير مرشدين سياحيين، ومترجمين لخدمة السياح.
- توفير خدمات النقل السياحي.
- بيع جميع أنواع التذاكر حسب الشروط المتبعة لدى مؤسسات النقل.

المطلب الثالث: المتطلبات الكلية والمؤسسية للمقاولاتية السياحية

يرتبط نجاح وإزدهار المقاولاتية السياحية في أي دولة على وجود مجموعة من المتطلبات سواء كانت متطلبات كلية أو مؤسسية، والتي تقوم بتوفير المناخ المناسب والبيئة الملائمة لممارسة هذا النوع من المشاريع.

أولا: المتطلبات الكلية للمقاولاتية السياحية

وتتمثل أبرزها فيما يلي³:

1- البحث العلمي التطبيقي: تمثل الجامعة المكان الأمثل للفكر المقاولاتي، وذلك بالنظر إلى المقومات الفكرية

¹قروي رفيق، عمراوي حادة، مرجع سبق ذكره، ص296.

²لونيسى ريم، عواج طهيرة، مرجع سبق ذكره، ص471.

³بوطورة فضيلة، يجاوي هالة، الفكر المقاولاتي وأهميته في تنشيط قطاع السياحة، مجلة دراسات في الإقتصاد وإدارة الأعمال، جامعة العربي التبسي، تبسة، المجلد03، العدد05، 2020، ص- ص 66 - 68، (بتصرف).

والبشرية التي تميزها عن باقي المؤسسات الأخرى، وكذلك للأهداف المنتظرة من التعليم والتكوين في علاقته بالمحيط الإقتصادي والإجتماعي من جهة، ومن جهة أخرى تؤدي الجامعة دورا أساسيا في الإقتصاد وذلك بإعتبارها محركا قويا للإبداع والتغيير الإقتصادي.

2- البنية التحتية: تعتبر مشاريع البنية التحتية من الضروريات لنجاح ثقافة المقاولاتية، وخاصة في السوق المحلي مثل: المواصلات، والطرق، والنقل، والبريد والكهرباء، والخدمات المساندة، ومن عناصر البنية التحتية للسياحة والتي بدورها تمثل الدعائم الأساسية لتنمية وتطوير القطاع السياحي، نذكر منها:

- **عناصر الجذب السياحي:** وتشمل العناصر الطبيعية، والعناصر التي هي من صنع الإنسان، وأماكن الراحة والنوم.

- **التسهيلات المساندة:** وتشمل الإعلان، والترويج السياحي، والإدارة السياحية، والمصارف وتسهيلات في عمليات الإيداع والسحب للأجانب.

- **البنية التحتية الخاصة بالنقل بجميع أنواعه:** وتشمل النقل البري، والبحري، والجوي، وذلك لتسهيل حركة التنقل.

- **خدمات البنية التحتية الأخرى:** تتمثل في توفر المياه الصالحة للشرب، وتوفر الكهرباء، وتوفر وسائل الإتصالات الحديثة، والشبكات اللاسلكية (WiFi).

- **عناصر مؤسساتية:** تتضمن سن التشريعات، والقوانين، والهياكل التنظيمية العامة، ودوافع جذب الإستثمار في القطاع السياحي، وبرامج تعليم وتدريب موظفي القطاع.

- **خدمات مختلفة:** وتشمل مراكز المعلومات السياحية، ووكالات السياحة والأسفار، ومراكز صناعة المنتجات التقليدية واليدوية وبيعها، والمرشدين السياحيين، بالإضافة إلى وجود عنصر آخر يتفاعل مع العناصر السابقة وهو الموارد البشرية والكوادر المؤهلة.

3- الثقافة السياحية: تلعب الثقافة السياحية دورا كبيرا في تبادل وانتقال ثقافات الشعوب، فالثقافة السياحية مسؤولية كل المؤسسات السياحية الموجودة في المجتمع وكذلك الأسرة، والمدرسة، والجامعة، لأن الثقافة السياحية تعد عملية مستمرة وليست مقيدة بوقت.

4- التطور التقني وتكنولوجيا المعلومات في قطاع السياحة: تشمل خدمات شبكة الإنترنت للقطاع السياحي على:

- البريد الإلكتروني، وخدمات توفير المعلومات في قواعد البيانات.
 - خدمة تحديد المواقع المكانية، والمواقع السياحية، والفنادق والمطاعم، والمنتجعات والمنتزهات على الخرائط عن طريق شبكة الإنترنت.
 - الخدمات الترفيهية، وتوفير المعلومات لهواة السفر والسياحة، وإتباع الأساليب العلمية الحديثة في الدعاية، والترويج، والتسويق السياحي، مما يزيد الدافع لزيارة هذه الأماكن.
- 5- البيئة المؤسسية:** يتم تحديدها من خلال الإطار القانوني والإداري والذي يتفاعل من خلاله الأفراد، والشركات، والحكومات، لتوليد الدخل والثروة.

6- إستقرار الإقتصاد الكلي: يعد من العوامل المساعدة على تنمية المقاولاتية، حيث أن الهدف الأساسي من وضع السياسات الكلية في الدولة هو تحقيق الإستقرار الإقتصادي، ومن الأمثلة على هذه السياسات:

- تخفيض نسبة التضخم.
- تحديد أسعار فائدة منخفضة.
- الحفاظ على مستوى أسعار تبادل مستقرة.
- تطوير الأنظمة، والإجراءات الضريبية الداعمة للمقاولاتية.

ثانيا: المتطلبات المؤسسية للمقاولات السياحية

وتحتوي على ما يلي¹:

1- المتطلبات التنظيمية: وهي التي تحدد القواعد وتنظم العمل السياحي داخل الدولة مثل: الوزارة، والمديريات، والدواوين، والوكالات.

2- المتطلبات الإدارية: وهي كل ما تعلق بإدارة النشاط السياحي والعاملين فيه مثل: المؤسسات الفندقية، والنقل السياحي، والترفيه،... مع ضرورة التقيد والإهتمام بمطابقة المواصفات والمعايير الدولية.

3- المتطلبات العامة: وتتمثل في:

- الإعتداد والإهتمام بالأسلوب العلمي في عمليات التخطيط السياحي وذلك لتحقيق التنمية السياحية.
- وضع خطة سياحية شاملة لجميع القطاعات، والتنسيق بينها للوصول إلى تنمية سياحية مستدامة.
- ضرورة إرتباط خطة التنمية السياحية بالخطة العامة للدولة.
- التوسع في تشجيع القطاع الخاص، خاصة في الدول الفقيرة.
- ضرورة ربط عملية التنمية السياحية بتكوين الكفاءات البشرية.

4- المتطلبات البيئية: وهي كل ما يخص حماية البيئة والحفاظ عليها، وهذا حتى نستطيع من إستغلال الموارد والمقومات الطبيعية إستغلالا عقلانيا ونورثها للأجيال القادمة.

5- متطلبات البيئة التمكينية: وتشمل على ما يلي:

- بيئة الأعمال.

- الصحة والنظافة.

¹ المرجع السابق، ص.ص 70.69، (بتصرف).

- السلامة والأمن.
- الموارد البشرية وسوق العمل.
- تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
- تحديد أولويات للسياحة والسفر.

المطلب الرابع: عناصر المقاولاتية السياحية وتحدياتها

يتوقف نجاح المقاولاتية السياحية على توفير مجموعة من العناصر المتسلسلة والمتراطة فيما بينها، والتي تمثل الخطوات العريضة التي يلتزم بها المقاول السياحي حتى يتسنى له المنافسة في السوق السياحي.

أولاً: عناصر المقاولاتية السياحية

هناك العديد من العناصر التي لها دور محوري في تحقيق ونجاح المقاولاتية السياحية على وجه الخصوص، من

أهمها¹:

1- تحديد السوق المتخصصة: تتمثل أولى الخطوات في المقاولاتية السياحية في تحديد ودراسة السوق المناسب للمقاول السياحي، وإن وجود العديد من المشاركين في هذه الصناعة، يدفع بالمقاول السياحي إلى التركيز على خدمة شريحة معينة بالشكل الجيد قدر المستطاع.

وعلى سبيل المثال إن الإهتمام ببدء عمل سياحي يركز على سفر المغامرة، يكون مجال التخصص هنا هو القيام بتنظيم رحلات المشي لمسافات طويلة، والتخييم في المواقع البعيدة، وتقديم تجارب رياضية مميزة مثل القفز بالحبال أو التجديف في الأنهار، ومن خلال ذلك يمكن للمقاول السياحي تقديم عروض متخصصة ذات قيمة تميزه عن باقي المنافسين الآخرين الذين يقدمون أعمال سياحية بطريقة شاملة.

¹مركز الميريا LPC، ريادة الأعمال في السياحة: بدء وتنمية عمل ناجح في الصناعة، تم الإطلاع عليه بتاريخ 2024/03/15، على الساعة 09:55، من الموقع: <https://www.ar/pcentre.com/articles/tourism-entrepreneurship-starting-and-groning-a-successful-business-in-the-industry>

يعتمد تحديد سوق متخصصة ومزدهرة على إختيار شيء يتوافق مع إهتمامات وشغف المقاول السياحي، بالإضافة إلى تلبية الإحتياجات التي لم يتم تنفيذها في السوق.

2- تطوير عرض القيمة: بعد تحديد السوق المتخصصة، يمكن للمقاول السياحي تطوير عرض القيمة الذي يميزه عن باقي المنافسين، وعرض القيمة هو البيان الذي يوضح الفوائد التي يمكن أن يتوقعها السياح، على أن تكون تلك الفوائد مقنعة وموجزة.

3- إنشاء إستراتيجية تسويق: يعتبر التسويق من الجوانب المهمة في المقاولات السياحية بإعتباره أحد الإستراتيجيات الهامة في جذب سياح جدد، وبناء الوعي بالعلامة التجارية.

4- التمويل: يعد التمويل هو الآخر من الجوانب المهمة في المقاولات السياحية، حيث تتوفر العديد من خيارات التمويل مثل: القروض، والمنح، والتمويل الجماعي، إن إنشاء خطة عمل مفصلة يحدد فيها المقاول السياحي توقعاته المالية وتدفقات الإيرادات يعد أمراً ضرورياً قبل تأمين التمويل، بالإضافة إلى الإستعانة بمحاسب أو مستشار مالي وذلك لضمان أن يكون العمل مستقراً مالياً ومستداماً.

5- تقديم خدمة مميزة: إن خدمة السياح هي العنصر الأساسي للمقاولات السياحية، فمن الضروري تقديم خدمات للسياح تتجاوز توقعاتهم، حيث توجد بعض الطرق لتقديم خدمة مميزة وعصرية وفريدة للسياح منها الإهتمام الشخصي، والتواصل في الوقت المناسب، وحل بعض شكاوى السياح بسرعة وكفاءة.

6- تعيين الموظفين: مع نمو وتوسع المقاولات السياحية، يتعين على المقاول السياحي تعيين عدد من الموظفين يتمتعون بالمهارات والخبرات والشغف بمجال السياحة وذلك من أجل مساعدته في إدارة العمليات بسلاسة.

ثانيا: تحديات المقاولاتية السياحية

تتضمن المقاولاتية السياحية بعض التحديات الشائعة على غرار إدارة التدفق النقدي، والتنافس مع المشاركين المعروفين في المجال، والتعامل مع العوامل الخارجية الغير متوقعة مثل: الكوارث الطبيعية، وعدم الاستقرار السياسي، وفيما يلي بعض التحديات التي يواجهها المقاولين السياحيين¹:

- الموسمية (موسمية قطاع السياحة).
- المنافسة.
- تغير تفضيلات السياح.
- التحديات التنظيمية (الحصول على التصاريح، الإمتثال لمعايير السلامة،...).
- تحديات البنية التحتية (النقل السياحي، الإقامة، شبكات الإتصال،...).
- عدم الاستقرار الإقتصادي.

المبحث الرابع: واقع المقاولاتية السياحية في الجزائر

في الآونة الأخيرة أصبح موضوع المقاول السياحي من المواضيع الهامة التي تجذب الإهتمام العلمي في أبحاث السياحة، كما يسعى المقاول السياحي دائما إلى البحث عن تغييرات جديدة موجهة نحو الابتكار، وتوليد التوقعات، وتلبية الحاجات، بالإضافة إلى دمج المعرفة والتقنيات الجديدة والمتطورة وفقا لمتطلبات الطلب الحالية.

المطلب الأول: تعريف المقاول السياحي وخصائصه

يعتبر المقاول السياحي أحد الفاعلين في النشاط السياحي الذي يسعى بواسطة جملة من الخصائص لتقديم خدمات سياحية مبتكرة، ومختلفة عن الغير.

¹ المرجع السابق.

أولاً: تعريف المقاول السياحي

- يعرف المقاول السياحي على أنه الشخص الذي يقوم بإنشاء مؤسسة سياحية بموارده الخاصة من أجل تقديم سلع، وخدمات، وخبرات، وإرشادات للسياح، فمنهم من يركز على المنتج المقدم للسياح (مقاول مخترع، مقاول مجدد...)، ومنهم من يركز على المحفزات المختلفة (مقاول إجتماعي، مقاول هامشي...)، كما يعتبر المقاولين السياحيين أحد محركات التنمية السياحية¹.

- أما Yash Bhushan, Prabhu Gaonkar, & et.al فيعتبرون المقاول السياحي عبارة عن فرد أو مجموعة من الأفراد يقومون بإنشاء وإدارة المنتجات السياحية².

نستخلص من التعريفين السابقين أن المقاول السياحي هو ذلك الشخص و/أو مجموعة الأشخاص الذين يقومون بإنشاء وإدارة مؤسسة سياحية بهدف تقديم وتزويد السياح بمختلف الخدمات والمنتجات السياحية والحصول مقابل ذلك على ربح، مع ضرورة تمتعه بالإستقلال الذاتي والمادي.

ثانياً: خصائص المقاول السياحي

يتمتع المقاول السياحي بمجموعة من الخصائص التي تمكنه من إنجاز مشروعه السياحي والإستمرار فيه بنجاح، والتي نذكر منها³:

- المؤهلات الشخصية (القدرات، المعارف، والخبرات).
- التمتع بالكفاءات.
- التمتع بشخصية جيدة وقوية، وإجتماعية، ومسؤولة، ومتحمسة، وصبورة تتمتع بحس الدعابة.

¹ مهري عبد المالك، مرجع سبق ذكره، ص125.

² Yash bhushan, prabhu gaonkar, & et.al, asian entrepreneurship in tourism and hospitality: financial support, business sustainability, yamescook university, Singapore, <https://www.orcid.org/0000-002-8399-1545>

³ مهري عبد المالك، مرجع سبق ذكره، ص.ص 125.126.

- إحترام السياح من جميع الأجناس، والأعمار، والفئات.
- القدرة على إرضاء وكسب ثقة جميع السياح المتعامل معهم.
- المحافظة على البيئة وعلى نظافتها.
- إحترام القوانين، واللوائح، والتشريعات المعمول بها في البلد، وذلك لكسب المصداقية لدى السلطات العمومية وكذلك لدى السياح.

المطلب الثاني: تقسيمات المقاولين السياحيين

باعتبارها عملية إكتساب الفرد لمعلومات سياحية من البيئة التي يعيش فيها، تساهم الثقافة السياحية في مساعدة الفرد على توظيف هذه المعلومات والإستفادة منها بما يؤدي إلى النهوض بالسياحة¹، كما تساهم أيضا بدرجة كبيرة في تنمية الروح المقاولاتية في المجال السياحي²، ومن خلال ما سبق يمكن تقسيم المقاولين ذوي الثقافة السياحية بناء على التنشئة الإجتماعية والمهنية التي تلقاها إلى³:

- مقاول ذو معلومات إجتماعية حول السياحة تساعد في نشاطه المقاولاتي (سواء نشاط مقاولاتي سياحي أو مدعم له).

- مقاول ذو تنشئة إجتماعية ومهنية في السياحة مكتسبة من خلال تكوينه في المعاهد والمدارس الخاصة بالسياحة، التي تسمح له بإنشاء مقولة سياحية.

- مقاول لم يتلقى معلومات إجتماعية حول السياحة من خلال تنشئته الإجتماعية والمهنية، بل حصل عليها بواسطة

¹ عدمان رقية، الإستثمار الخاص ودوره في تنمية روح المقاولاتية السياحية لدى أصحاب المشاريع في الجزائر، مجلة الحكمة للدراسات الإجتماعية، مجلة دولية دورية مستقلة محكمة متخصصة تعنى بالبحوث الإجتماعية، العدد 08، 2016، ص 03.

² جريبي السيتي، وآخرون، المقولة النسائية ودورها في ترقية الصناعة السياحية في الجزائر، مجلة ميلاف للبحوث والدراسات، المركز الجامعي عبدالحفيظ بوالصوف، ميلة، المجلد 03، العدد 02، 2017، ص 187.

³ بوزيان الرحمان هاجر، مقولة الصيد السياحي في الجزائر "بين الواقع والرهانات"، الأكاديمية للدراسات الإجتماعية والإنسانية، المجلد 14، العدد 02، 2022، ص.ص 202.203.

عمله ضمن أنشطة تخدم نشاط السياحة من جهة أولى، ومن جهة ثانية من إحتكاكه اليومي بالسياح وتأثره بالتغير الاجتماعي الذي أدى إلى إحلال قيمة السياحة كمفهوم جديد داخل قاموس قيمه.

من خلال الأنواع الثلاثة المذكورة آنفا نستنتج أن الثقافة السياحية يمكن أن يكتسبها المقاول قبل شروعه في المشروع من:

- الناحية الاجتماعية.
- ناحية المعارف والمهارات.
- ناحية الخبرة (مزاولة المشروع).

وبناء على ما سبق تعرف الثقافة السياحية في المجال المقاولاتي على أنها مجموع المعارف المكتسبة التي يحصل عليها المقاول من خلال وجوده في بيئة ومواقف معينة لقيامه بوظائف معينة، أو لإتتمائه لشبكة إجتماعية معينة، وإضافة لكفاءته المكتسبة من مؤسسات الإدماج الاجتماعي والإقتصادي للشباب يدعم روح المقاولاتية السياحية لديه، وتعامله المرن في السوق السياحي، وهذا عن طريق إكتشاف وإستثمار الفرص من جهة، ومن جهة ثانية خلق المزيد من الفرص وإستثمارها، وهو ماعبر عنه كيرزير بتعبير الشغف المقاولاتي¹.

المطلب الثالث: تحديات ومعوقات المقاولاتية السياحية في الجزائر

على الرغم من الجهود التي تبذلها الجزائر لدعم المقاولاتية بصفة عامة، والمقاولاتية السياحية بصفة خاصة، وبالرغم أيضا من إحتلالها للمرتبة الأولى عالميا من حيث عدد الأنشطة المنظمة في المجال المقاولاتي لسنتي 2022 و2023 تواليا حسب إحصائيات الشبكة العالمية لريادة الأعمال² Global Entrepreneurship Network، إلا أنها في الغالب تحصي مجموعة من التحديات والمعوقات التي تواجهها المقاولاتية السياحية خاصة والسياحة الجزائرية

¹عدمان رقية، مرجع سبق ذكره، ص.45.

²جريدة البلاد، الجزائر تحصد المرتبة الأولى عالميا في عدد النشاطات المقاولاتية، تم الإطلاع عليه بتاريخ 2024/03/19، على الساعة 11:45، من

الموقع: الجزائر - تحصد - المرتبة الأولى - عالميا - في - عدد - النشاطات - المقاولاتية - 121819 - <https://www.elbilad.net/national/121819>

عامة والتي وجب على المقاول السياحي الإلمام بها ومحاولة التكيف معها¹، وفيما يلي بعض المعوقات التي تواجه المقاولاتية السياحية، والسياحة الجزائرية وهذا حسب المقابلة الإستطلاعية التي أجراها الباحث مع المشرف على فندق رانيا بالأغواط:

- البيئة السياحية غير مهيأة لممارسة النشاط السياحي.
- لا يوجد تواصل في برامج وزراء السياحة والصناعة التقليدية.
- عدم وجود برنامج سياحي على مستوى الدولة.
- نظام الإستثمار في ميدان السياحة لا يسمح للمستثمر بالتواصل في عمله.
- السوق السياحي غير ثابت.
- غياب الثقافة السياحة على مستوى المجتمع، والمؤسسات السياحية.
- نقص في المنصات الرقمية الخاصة بالميدان السياحي.
- تعقيد الإجراءات الخاصة بمنح القروض في المجال السياحي.
- غياب التكوين السياحي المحترف.
- غياب الأمن السياحي.

المطلب الرابع: إجراءات النهوض بالمقاولاتية السياحية في الجزائر

يحتل قطاع السياحة بعناية خاصة وإهتمام بالغ من طرف الدولة الجزائرية بإعتباره أحد الروافد الأساسية للإقتصاد الوطني، ووفقا لمخطط عمل الحكومة القاضي بالخروج من فترة الركود التي تعرفها البلاد منذ مطلع سنة 2020، دعت إلى وجوب الإعتماد على الكفاءات الشبانية والإستماع لأفكارهم لدعم السياحة المحلية، وفتح المجال أمام المبادرين من الخواص وكذلك أصحاب المؤسسات الناشئة وهذا من أجل خلق مناصب عمل موسمية، وتشجيع

¹ مهري عبدالمالك، مرجع سبق ذكره، ص141.

المقاولاتية في مجال تحسين الخدمة السياحية، والرفع من مستوى العرض السياحي.

كما دعت أيضا لضرورة محاربة البيروقراطية وذلك من خلال تخفيف الإجراءات الإدارية وتعميم الرقمنة

لإستقطاب السياح، وتعزيز السياحة الداخلية¹، والرفع من مساهمة السياحة في الناتج الوطني الخام إلى 8 في المئة².

وأبرمت وزارة السياحة والصناعة التقليدية عدة إتفاقيات مع القطاعات التي لها علاقة مع العمل المقاولاتي

وهذا لمرافقة وإستفادة حاملي المشاريع السياحية من برامج تكوينية، والتشجيع على الابتكار الذي يولد الروح

المقاولاتية والقدرة التنافسية، والمرونة في التسيير من خلال إستعمال التكنولوجيات الحديثة وترقية الخدمات السياحية³.

¹وزارة السياحة والصناعة التقليدية، لقاء تنسيقي مع مدراء السياحة والصناعة التقليدية لـ 14 ولاية ساحلية لتحضير موسم الإصطياف لسنة 2021، تم

الإطلاع عليه بتاريخ 2024/03/18، على الساعة 16:15، من الموقع: /لقاء-تنسيقي-مع-مدراء-السياحة-والصناعة/mta.gov.dz/

²جريدة النصر، تم الإطلاع عليه بتاريخ 2024/03/18، على الساعة 22:35، من الموقع:

<https://www.annasronline.com/index.php?option=com-content&view=article&id=207451>

³المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري، سياحة-مؤسسات مصغرة=التوقيع على إتفاقية لتعزيز المقاولاتية وروح الإبداع لدى حاملي المشاريع، تم الإطلاع عليه

بتاريخ 2024/03/18، على الساعة 23:07، من الموقع: /سياحة-مؤسسات-مصغرة-التوقيع-على-اتفاقية/entv.dz/

خلاصة الفصل

من خلال هذا الفصل، يتضح أن المقاولاتية في المجال السياحي تحمل في طياتها فرصا كبيرة لتحقيق التنمية الاقتصادية والإجتماعية، خاصة في البلدان التي تتمتع بمؤهلات سياحية غنية ومتنوعة كالجائر، كما تبين أن نجاح المقاولاتية السياحية يتطلب تظافر عدة عوامل أبرزها توفير التكوين ومرافقة المقاولين السياحيين.

وبالرغم من التحديات والصعوبات التي تواجه هذا النوع من المقاولاتية في الجائر، إلا أن الإمكانيات والفرص المتاحة تبقى واعدة، خاصة في ظل توجهات الدولة الجزائرية نحو تنويع الإقتصاد، وتشجيع الشباب الجامعي على إنشاء مؤسسات ناشئة.

الفصل الثالث

الطريقة والأدوات

تمهيد

بعدما قمنا فيما سبق بإستعراض مختلف المفاهيم النظرية المتعلقة بالتكوين الجامعي، والمقاولاتية السياحية، ومجمل الدراسات السابقة التي لها علاقة بدراستنا الحالية، سيتم في هذا الفصل وصف وتحديد الخطوات والإجراءات المنهجية المتبعة، حيث في البداية سنقوم بتقديم مجتمع وعينة الدراسة، ثم بعد ذلك سنتطرق إلى الأدوات المستخدمة في جمع البيانات والمعلومات من عينة الدراسة وكذلك الأساليب المستخدمة في التحليل الإحصائي، كما سنقوم أيضا بالتحقق من مدى صدق وثبات أداة الدراسة، وفي الأخير سيتم وصف خصائص عينة الدراسة والتعرف على توزيع أفرادها.

بناء على ماسبق، قام الباحث بتقسيم هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث على النحو التالي:

المبحث الأول: مجتمع وعينة الدراسة.

المبحث الثاني: أدوات الدراسة والأساليب الإحصائية المستخدمة فيها.

المبحث الثالث: خصائص عينة الدراسة.

المبحث الأول: مجتمع وعينة الدراسة

سيتم في هذا المبحث الإشارة إلى المؤسسات السياحية الناشطة في الولايات المعنية بالدراسة، وكذلك سنقوم بتحديد مجتمع وعينة الدراسة.

المطلب الأول: مدخل للمؤسسات السياحية في الجزائر

يضم القطاع السياحي بالجزائر العديد من المؤسسات التي لها علاقة بهذا القطاع والتي تعد من أهم مكوناته، فهي تقوم بتنفيذ السياسة السياحية المسطرة من طرف السلطات المعنية¹ وذلك من خلال تنشيط وترقية السياحة على المستوى المحلي والدولي، وكذلك العمل على جعل الجزائر وجهة سياحية بإمتياز². ومن هذه المؤسسات السياحية التي قام الباحث بإجراء الدراسة الميدانية بها:

أولاً: وكالات السياحة والأسفار

1- تعريف وكالات السياحة والأسفار: عرفها المشرع الجزائري على أنها "كل مؤسسة تجارية تمارس بصفة دائمة نشاطا سياحيا يتمثل في بيع مباشرة أو غير مباشرة رحلات وإقامات فردية أو جماعية وكل أنواع الخدمات المرتبطة بها كما هو منصوص عليها في المادة 4 أدناه"³.

2- خدمات وكالات السياحة والأسفار: تتمثل الخدمات المرتبطة بنشاط وكالة السياحة والأسفار على وجه الخصوص فيما يلي⁴:

- تنظيم وتسويق أسفار ورحلات سياحية وإقامات فردية وجماعية.

¹ بن الحبيب محسن، أثر إدارة العلاقة مع العملاء في تنافسية المؤسسات السياحية بالجزائر-دراسة عينة من الوكالات السياحية بالجزائر- أطروحة دكتوراه علوم في العلوم الإقتصادية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2016/2017، ص198.

² بله سعد، دور المؤسسات السياحية في تسويق الوجهة السياحية الصحراوية المستدامة بالجزائر -دراسة حالة وكالات السياحة والأسفار "بإقليم الأهقار"- أطروحة دكتوراه الطور الثالث في العلوم التجارية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2022/2023، ص118.

³ الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، المادة 3 من القانون رقم 99-06 المؤرخ في 21 ذو الحجة 1419 هـ الموافق ل 04 أبريل 1999 والمحدد للقواعد التي تحكم نشاط وكالة السياحة والأسفار، الجريدة الرسمية، العدد24، ص13.

⁴ المادة 4 من القانون 99-06 السابق، نفس الصفحة.

- تنظيم جولات وزيارات رفقة مرشدين داخل المدن، والمواقع، والآثار، ذات الطابع السياحي والثقافي والتاريخي.
- تنظيم نشاطات القنص، والصيد البحري، والتظاهرات الفنية والثقافية والرياضية، والمؤتمرات والملتقيات المكتملة لنشاط الوكالة أو بطلب من منظميها.
- وضع خدمات المترجمين، والمرشدين السياحيين، تحت تصرف السياح.
- الإيواء أو حجز غرف في المؤسسات الفندقية وكذا تقديم الخدمات المرتبطة بها.
- النقل السياحي وبيع كل أنواع تذاكر النقل حسب الشروط والتنظيم المعمول بهما لدى مؤسسات النقل.
- بيع تذاكر أماكن الحفلات الترفيهية والتظاهرات ذات الطابع الثقافي أو الرياضي أو غير ذلك.
- إستقبال ومساعدة السياح خلال إقامتهم.
- القيام لصالح الزبائن بإجراءات التأمين من كل المخاطر الناجمة عن نشاطاتهم السياحية.
- تمثيل وكالات محلية أو أجنبية أخرى قصد تقديم مختلف الخدمات بإسمها ومكانتها.
- كراء سيارات بسائق أو بدون سائق، ونقل الأمتعة، وكراء البيوت المنقولة، وغيرها من معدات التخييم.

3- إحصائيات حول وكالات السياحة والأسفار: تعتبر وكالات السياحة والأسفار من أهم الفاعلين في قطاع

السياحة، بحيث تلعب دورا مهما في ترقية السياحة فهي العنصر الأساسي الذي يربط بين السائح من جهة، وبقية المتعاملين في هذا المجال من جهة أخرى¹.

فحسب الإحصائيات المنشورة على موقع وزارة السياحة والصناعة التقليدية فقد بلغ عدد وكالات السياحة والأسفار على المستوى الوطني 4999 وكالة سياحية سنة 2023، مسجلة بذلك معدل نمو 6 في المئة، وهذا بدخول 507

¹ زواقي مصطفى، النظام القانوني لوكالات السياحة والأسفار في التشريع الجزائري، مجلة الإجتهد للدراسات القانونية والاقتصادية، جامعة أمونوكال الحاج موسى أق أخاموك، تمارست، المجلد 08، العدد 02، 2019، ص 240.

وكالة سياحية جديدة حيز الإستغلال خلال سنة 2023 من بينها 404 وكالة سياحية أم، و103 فرع¹.

الجدول رقم 1.3: تطور عدد وكالات السياحة والأسفار من 2018 إلى 2023

2023	2022	2021	2020	2019	2018	السنة
4999	4722	4267	3546	2942	2626	عدد وكالات السياحة والأسفار

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية، المقومات الأساسية للسياحة، تم الإطلاع عليه بتاريخ 2025/01/09،

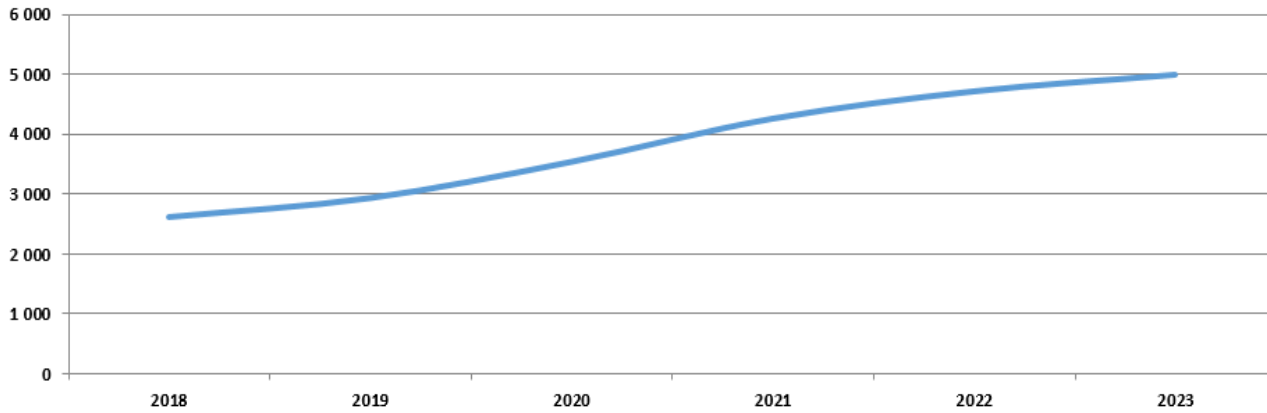
على الساعة 18:30، من الموقع: <https://www.mta.gov.dz/المقومات-الاساسية-للسياحة>

يلاحظ من الجدول رقم (1.3) أعلاه أن هناك إرتفاع مستمر في عدد وكالات السياحة والأسفار بالجزائر خلال الفترة من 2018 إلى 2023، فبعدما كان عدد وكالات السياحة والأسفار سنة 2018 يبلغ 2626 وكالة سياحية، أصبح بعد خمس سنوات (في سنة 2023) عددها 4999 وكالة سياحية، مسجلة بذلك زيادة بلغت 2373 وكالة سياحية بنسبة قدرها 90.36%، وتعكس هذه الزيادة حسب الباحث جهود الدولة الجزائرية خلال السنوات الأخيرة في ترقية القطاع السياحي هذا من جهة، ومن جهة أخرى سهولة شروط إنشاء وإستغلال وكالة سياحية التي جاءت بها المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 2000-48 المؤرخ في 29 ذو القعدة 1420 هـ الموافق لـ 05 مارس 2000 (أنظر الملحق رقم 01)، فبعدما كان يشترط في المدير التقني لوكالة سياحية توفره على شهادة تقني سامي في السياحة والفندقة (خريج معاهد السياحة والفندقة) أصبح بعد صدور المرسوم التنفيذي رقم 2000-48 الحق لخريجي المؤسسات الجامعية في إنشاء وإستغلال وكالة سياحية، كما تعكس هذه الزيادة في عدد وكالات السياحة والأسفار تزايد إقبال الفرد الجزائري على هذه الوكالات من أجل الذهاب في رحلات سياحية داخلية أو خارجية ونخص بالذكر هنا رحلات أداء مناسك الحج والعمرة.

¹ وزارة السياحة والصناعة التقليدية، إحصائيات السياحة، تم الإطلاع عليه بتاريخ 2025/01/08، على الساعة 07:30، من الموقع:

<https://www.mta.gov.dz/المقومات-الاساسية-للسياحة>

الشكل رقم 1.3: تطور عدد وكالات السياحة والأسفار من 2018 إلى 2023



المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية، المقومات الأساسية للسياحة، مرجع سبق ذكره.

ثانيا: المؤسسات الفندقية

1- تعريف المؤسسات الفندقية: عرفها المشرع الجزائري على أنها "كل مؤسسة ذات طابع تجاري تستقبل زبائن

مارين أو مقيمين دون أن يتخذوها سكنا لهم، وتوفر لهم أساسا خدمات الإقامة مصحوبة بالخدمات المرتبطة بها"¹.

يمكن أن تزود المؤسسة الفندقية بالنظر إلى نوعها ومكان وجودها بمرافق تقدم خدمات الإطعام، والتسليّة،

والتنزه، والتنشيط، والتداوي، والرفاهية، والراحة، والرياضة، والمؤتمرات، والمجمع البحري (المارينا)، وميناء النزهة، وجميع

الأنشطة الأخرى المتعلقة بالسياحة².

2- أنواع المؤسسات الفندقية: تتشكل المؤسسات الفندقية حسب المرسوم التنفيذي رقم 19-158 من³:

- الفنادق.
- المركبات السياحية أو قرى العطل.
- شقق الفنادق أو الإقامة الفندقية.

¹ الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 19-158 المؤرخ في 24 شعبان 1440هـ الموافق لـ 30 أبريل 2019، والمتضمن تعريف المؤسسات الفندقية وتحديد شروط وكيفية إستغلالها وتصنيفها وإعتماد مسيرتها، الجريدة الرسمية، العدد 33، ص 05.

² نفسه.

³ المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 19-158، نفس الصفحة.

- الموتيلات أو نزل الطريق.

- المخيمات السياحية.

3- إحصائيات حول المؤسسات الفندقية: سعت الدولة الجزائرية في الفترة الأخيرة إلى توسيع حظيرة المؤسسات الفندقية على المستوى الوطني ومضاعفة عدد الأسرة المتوافدة بها، وذلك من خلال وضع آليات لتطوير القطاع الفندقي والتي من شأنها أن تؤدي إلى مضاعفة عدد المؤسسات الفندقية الموجودة، وأيضا تحسين جودة الخدمات وفقا لمعايير التصنيف الدولية، ومن أجل تحقيق ذلك أصدرت الدولة الجزائرية العديد من النصوص القانونية تهدف إلى تشجيع الإستثمار في المجال الفندقي، وتحديد قواعد إقتناء العقار السياحي الموجه للإستثمار، ومنه تحديد قواعد دقيقة لبناء المؤسسات الفندقية¹.

فحسب وزارة السياحة والصناعة التقليدية فقد تعززت الحظيرة الفندقية خلال سنة 2023 بـ 56 مؤسسة فندقية بقدرة إيواء تعادل 6171 سرير، ليرتفع بذلك إجمالي عدد المؤسسات الفندقية إلى 1638 مؤسسة فندقية إلى غاية سنة 2023 بطاقة إستيعاب إجمالية قدرها 151052 سرير².

الجدول رقم 2.3: وضعية الحظيرة الوطنية للمؤسسات الفندقية من 2018 إلى 2023

2023		2022		2021		2020		2019		2018		الطابع القانوني
عدد المؤسسات الفندقية	عدد الأسرة	عدد المؤسسات الفندقية	عدد الأسرة	عدد المؤسسات الفندقية	عدد الأسرة	عدد المؤسسات الفندقية	عدد الأسرة	عدد المؤسسات الفندقية	عدد الأسرة	عدد المؤسسات الفندقية	عدد الأسرة	
83	19925	81	19717	80	19557	78	19215	67	18657	67	18657	عام
1488	123258	1430	118020	1357	104920	1306	100610	1285	99230	1239	93992	خاص
56	3214	54	3134	54	3134	54	3134	54	3134	54	3134	الجماعات المحلية
11	4655	11	4655	11	4655	11	4655	11	4655	08	3372	المشترك العام والخاص
1638	151052	1567	145526	1502	132266	1449	127614	1417	125676	1368	119155	المجموع

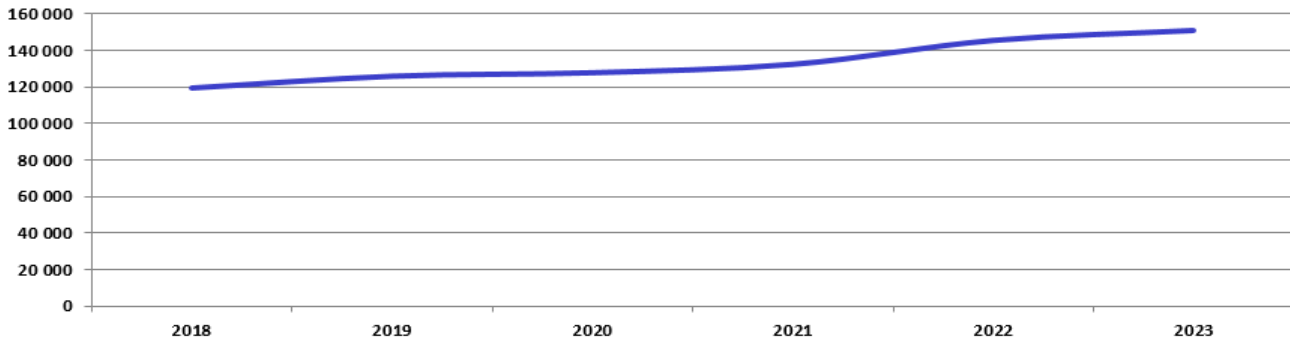
المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية، المقومات الأساسية للسياحة، مرجع سبق ذكره.

¹ زهية عيسى، الإطار القانوني لبناء المؤسسات الفندقية، مجلة التعمير والبناء، جامعة ابن خلدون، تبارت، المجلد 04، العدد 02، 2020، ص32.

² وزارة السياحة والصناعة التقليدية، إحصائيات السياحة، مرجع سبق ذكره.

يلاحظ من الجدول رقم (2.3) أعلاه أن هناك تزايد مستمر في عدد المؤسسات الفندقية بالجزائر خلال الفترة من 2018 إلى 2023، فبعدما كانت الحظيرة الفندقية سنة 2018 تحتوي على 1368 مؤسسة فندقية أصبحت بعد خمس سنوات (في سنة 2023) تحتوي على 1638 مؤسسة فندقية، مسجلة بذلك زيادة بلغت 270 مؤسسة فندقية وما يعاب على هذه الزيادة أنها كانت بوتيرة بطيئة حيث بلغت نسبتها 19.73% وذلك إذا ما تم مقارنتها بالزيادة في عدد وكالات السياحة والأسفار، فحسب الباحث تعكس هذه الزيادة البطيئة في عدد المؤسسات الفندقية صعوبة شروط إنشاء وإستغلال المؤسسات الفندقية الذي جاء بها المرسوم التنفيذي رقم 158-19 المؤرخ في 14 رمضان 1440هـ الموافق ل 19 ماي 2019 (أنظر الملحق رقم 02) هذا من جهة، ومن جهة أخرى إلزام أصحاب المؤسسات الفندقية بزيادة مرافق أخرى داخل الفندق تتعارض مع طبيعة عادات وتقاليد الفرد الجزائري.

الشكل رقم 2.3: تطور قدرة الإيواء للحظيرة الفندقية من 2018 إلى 2023



المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية، المقومات الأساسية للسياحة، مرجع سبق ذكره.

المطلب الثاني: تقديم للمؤسسات السياحية بولايات الأغواط والجللفة وغرداية والولاية المنتدبة آفلو

قام الباحث في البداية بالتوجه لمديرتي السياحة والصناعة التقليدية لولايتي الأغواط وغرداية وكذلك بالولوج للموقع الرسمي لمديرية السياحة والصناعة التقليدية لولاية الجلفة للحصول على قوائم المؤسسات السياحية (وكالات السياحة والأسفار، والمؤسسات الفندقية) المعتمدة من طرف وزارة السياحة والصناعة التقليدية والتي تمارس نشاطها

على مستوى الولايات المعنية، ولمعرفة مختلف المعلومات المتعلقة بها من أماكن تواجدها (الموقع)، وأرقام الهواتف، وعناوين البريد الإلكتروني، والجدول الآتي يبين توزيع المؤسسات السياحية (وكالات السياحة والأسفار، والمؤسسات الفندقية) في كل من الأغواط، والجلفة، وغرداية، والولاية المنتدبة آفلو.

الجدول رقم 3.3: توزيع المؤسسات السياحية في ولايات الأغواط والجلفة وغرداية والولاية المنتدبة آفلو

الولايات	وكالات السياحة والأسفار	المؤسسات الفندقية	مجموع المؤسسات السياحية
الأغواط	25	07	32
الجلفة	45	15	60
غرداية	43	32	75
آفلو	11	03	14
إجمالي المؤسسات السياحية			181

المصدر: من إعداد الباحث، اعتمادا على معلومات مديرية السياحة والصناعة التقليدية

لولايات الأغواط، والجلفة، وغرداية.

المطلب الثالث: مجتمع الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة في جميع العاملين الحاملين لشهادات جامعية في المؤسسات السياحية (وكالات السياحة والأسفار، والمؤسسات الفندقية) الناشطة بولايات الأغواط، والجلفة، وغرداية، والولاية المنتدبة آفلو، ونظرا لصعوبة إحصائهم جميعا فقد تم إختيار 97 مؤسسة سياحية من أصل 181 مؤسسة سياحية ناشطة بالولايات المذكورة سابقا وذلك حسب ما تيسر للباحث من وقت وإمكانات مادية (أنظر الملحق رقم 03).

ملاحظة: 97 مؤسسة سياحية منها 65 مؤسسة سياحية تضم عاملين حاملين لشهادات جامعية وهي المؤسسات التي ساهمت فعليا في دراستنا، و 32 مؤسسة سياحية فيها مؤسسات لا تتوفر على عاملين حاملين لشهادات جامعية، ومؤسسات رفضت التعاون معنا وأخرى مغلقة.

المطلب الرابع: عينة الدراسة

ولأن المؤسسات السياحية تضم مجتمع غير متجانس يتكون من عاملين ليس لديهم شهادات، وعاملين حاملين لشهادات تقني، وعاملين حاملين لشهادات تقني سامي، وعاملين حاملين لشهادات جامعية، وبما أن دارستنا تركز على هذه الفئة الأخيرة (العاملين الحاملين لشهادات جامعية)، قام الباحث بتوزيع 193 إستبيان ورقي بطريقة قصدية على العاملين الحاملين لشهادات جامعية في المؤسسات السياحية بولايات الأغواط، والجلفة، وغرداية، والولاية المنتدبة آفلو، حيث تم إسترداد 165 إستمارة تم إستبعاد ثلاث إستمارات منها غير صالحة للتحليل الإحصائي بسبب عدم الجدية والوضوح وعدم إكمال الإجابات، وعليه فإن عينة الدراسة لدينا تتكون من 162 عامل وعاملة حاملين لشهادات جامعية في المؤسسات السياحية.

الجدول رقم 4.3: إحصائيات الإستبيانات الموزعة والمسترجعة والقبالة للمعالجة

الإستبيان	العدد	النسبة المئوية
عدد الإستمارات الموزعة	193	100%
عدد الإستمارات المسترجعة	165	85.49%
عدد الإستمارات الملغاة	03	1.55%
عدد الإستمارات القابلة للمعالجة	162	83.93%

المصدر: من إعداد الباحث.

المبحث الثاني: أدوات الدراسة والأساليب الإحصائية المستخدمة فيها

سيتم في هذا المبحث الإشارة إلى أهم الأدوات التي إعتد عليها الباحث في جمع بيانات الدراسة، وكذلك التطرق إلى الأساليب الإحصائية المستخدمة في عملية التحليل.

المطلب الأول: أدوات الدراسة

لغرض دراسة مدى مساهمة التكوين الجامعي في ترقية المقاولاتية السياحية، قام الباحث بإعداد إستبيان

كأداة رئيسية لجمع البيانات والمعلومات المتعلقة بعينة الدراسة وفقاً للخطوات التالية:

1- تحضير الإستبيان: وتم من خلال:

- الإطلاع على الدراسات السابقة التي لها علاقة بموضوع دراستنا من حيث تصميم الإستبيان وصياغة الفقرات.

- الاستعانة ببعض الأساتذة المختصين.

- تحديد أقسام ومحاور الإستبيان.

- صياغة الفقرات بما يتوافق مع الإشكالية وفرضيات الدراسة مع مراعاة بساطتها ووضوحها.

- تصميم الصورة الأولية للإستبيان وعرضها على الأستاذين المشرفين لمراجعتها وتنقيحها.

- طرح الإستبيان الأولي على مجموعة من الأساتذة من أجل تحكيمه (أنظر الملحق رقم 04).

وفي الأخير تم إخراج الإستبيان في شكله النهائي في أربع صفحات (أنظر الملحق رقم 05).

2- محتوى الإستبيان: تم تقسيم الإستبيان إلى قسمين هما:

القسم الأول: يحتوي على المعلومات الشخصية المتعلقة بالمستجوبين والتي تشمل (الجنس، والمؤهل العلمي، والتخصص الجامعي، والمهنة، والخبرة العملية).

القسم الثاني: يحتوي على 36 فقرة تتعلق بمتغيرات الدراسة موزعة على محورين كما يلي:

المحور الأول: يتعلق بالمتغير المستقل والمتمثل في التكوين الجامعي، حيث يضم 23 فقرة مقسمة بين ست أبعاد

(عروض وبرامج التكوين، طرق وأساليب التدريس، التربصات ومشاريع التخرج، الندوات والمؤتمرات، مراكز تطوير المقاولاتية، حاضنات الأعمال).

المحور الثاني: يتعلق بالمتغير التابع والمتمثل في المقاولاتية السياحية، حيث يضم 13 فقرة مقسمة بين ثلاثة أبعاد

(الجودة، والإبتكار، والمخاطرة)، والجدول التالي يبين توزيع أبعاد وفقرات محاور الإستبيان.

الجدول رقم 5.3: أبعاد وفقرات محاور الإستبيان

المحور	البعد	عدد الفقرات	أرقام الفقرات من - إلى
التكوين الجامعي	عروض وبرامج التكوين	06	06-01
	طرق وأساليب التدريس	02	08-07
	التربصات ومشاريع التخرج	02	10-09
	الندوات والمؤتمرات	03	13-11
	مراكز تطوير المقاولاتية	05	18-14
	حاضنات الأعمال	05	23-19
إجمالي عدد الفقرات			23
المقاولاتية السياحية	الجودة	06	29-24
	الابتكار	04	33-30
	المخاطرة	03	36-34
إجمالي عدد الفقرات			13
المجموع			36

المصدر: من إعداد الباحث، اعتماداً على الإستبيان.

كما تجدر الإشارة إلى أنه تم الاعتماد على مقياس ليكرت الخماسي لقياس اتجاهات أفراد العينة حسب الجدول

التالي:

الجدول رقم 6.3: درجات مقياس ليكرت الخماسي

بدائل الأجوبة	موافق تماماً	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماماً
الدرجة	5	4	3	2	1

المصدر: من إعداد الباحث.

3- توزيع الإستبيان: تم الاعتماد على التوزيع اليدوي للإستبيان (تسليم إستمارة الإستبيان بصفة مباشرة

للمستجوب) من خلال التنقل إلى مقر المؤسسات السياحية في ولايات الأغواط، والجلفة، وغرداية، والولاية المنتدبة

آفلو، وقد قام الباحث باللجوء لهاته الطريقة لغرض:

- الرفع من نسبة إجابة الأفراد المعنيين بالدراسة على الإستبيان، والتقليل من احتمال إجابة الأفراد الغير المعنيين بالدراسة على الإستبيان.

- توضيح وشرح بعض الفقرات للمستجوب.

المطلب الثاني: الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة

قام الباحث بعد الإنتهاء من خطوة جمع البيانات ومراجعة قوائم الإستبيان، وتفرغ الإجابات وترميزها بواسطة المجدول Excel 2007، بالإستعانة ببرنامج الحزم الإحصائية للعلوم الإجتماعية Spss الإصدار 21 في عملية التحليل الإحصائي للبيانات وإختبار فرضيات الدراسة من خلال إستخدام الأساليب الإحصائية التالية:

- معامل الارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient) لقياس صدق الإتساق الداخلي لأداة الدراسة؛

- معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) لقياس درجة ثبات أداة الدراسة؛

- التكرارات والنسب المئوية لوصف الخصائص الشخصية لعينة الدراسة؛

- المتوسطات الحسابية لمعرفة متوسط إجابات أفراد عينة الدراسة حول الإستبيان؛

- الانحرافات المعيارية لقياس درجة تشتت إجابات أفراد عينة الدراسة عن وسطها الحسابي؛

- نموذج الانحدار الخطي المتعدد (Multiple Linear Regression) لمعرفة مدى مساهمة التكوين الجامعي في ترقية المقاولاتية السياحية؛

- اختبار (t) لعينتين مستقلتين لمعرفة مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير الجنس؛

- تحليل التباين أحادي الطرف (One Way Anova) لمعرفة مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات أفراد عينة الدراسة تعزى لمتغيرات: المؤهل العلمي، والتخصص الجامعي، والمهنة، والخبرة العملية.

المطلب الثالث: صدق وثبات أداة الدراسة

سيتم في هذا المطلب دراسة الصدق الظاهري (صدق المحكمين)، وصدق الإتساق الداخلي لأداة الدراسة (الإستبيان)، وكذلك دراسة ثباتها.

أولاً: صدق أداة الدراسة

من أجل التأكد من صدق أداة الدراسة (الإستبيان)، قام الباحث بالاعتماد على طريقتين:

1- الصدق الظاهري: لغرض معرفة صدق أداة الدراسة ظاهرياً تم عرض الإستبيان الأولي على مجموعة من الخبراء والأساتذة المحكمين المتخصصين في التسويق، والمنهجية، من بعض الجامعات الجزائرية (أنظر الملحق رقم 06)، وقد إستجاب الباحث لآرائهم وتصويباتهم وقام بإجراء ما يلزم من حذف، وإضافة، وتعديل، حتى خرج الإستبيان في شكله النهائي.

2- الإتساق الداخلي (الصدق الداخلي): لغرض اختبار صدق الإتساق الداخلي لأداة الدراسة، قام الباحث بحساب معاملات الارتباط "بيرسون" (Pearson Correlation Coefficient) لمحاور الإستبيان.

أ- الإتساق الداخلي لفقرات المحور الأول التكوين الجامعي

الجدول رقم 7.3: معاملات الارتباط لفقرات أبعاد المحور الأول

الرقم	فقرات البعد الأول عروض وبرامج التكوين	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
01	يوجد توافق بين ما قدم لك نظريا في التكوين الجامعي وما هو مطلوب منك عمليا	0.782**	0.000
02	يساهم التكوين الجامعي بتزويدك بالكفاءات المعرفية المهنية	0.681**	0.000
03	تتلائم مؤهلاتك العلمية الجامعية مع متغيرات السوق السياحي	0.676**	0.000
04	ساعدك التكوين الجامعي في حل المشكلات المهنية	0.571**	0.000
05	يواكب التكوين الجامعي التطورات الحالية في السوق السياحي	0.736**	0.000
06	يؤهلك التكوين الجامعي للعمل في مجال السياحة خارج الجزائر	0.575**	0.000
الرقم	فقرات البعد الثاني طرق وأساليب التدريس	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
01	أستفدت من المقاييس التي درستها في الجامعة في عملي الحالي	0.655**	0.000
02	يوجد إختلاف بين لغة التكوين الجامعي واللغة التي يتطلبها عملي الحالي	0.723**	0.000
الرقم	فقرات البعد الثالث الترتيبات ومشاريع التخرج	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
01	موضوع تربصك بالجامعة له علاقة بمهام القطاع السياحي	0.899**	0.000
02	إستفدت من الترتيب الميداني الجامعي في عملي الحالي	0.901**	0.000

الرقم	فقرات البعد الرابع الندوات والمؤتمرات	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
01	تبرمج الجامعة ندوات وملتقيات لفائدة الطلبة الجامعيين لدعم معارفهم حول المقاولاتية السياحية	0.843**	0.000
02	إستفدت من حضور المؤتمرات والندوات الجامعية في تطوير مهاراتي في المقاولاتية السياحية	0.908**	0.000
03	تساهم مواضيع الملتقيات في تشجيع الطالب الجامعي على تكوين رؤية واضحة حول المقاولاتية السياحية	0.721**	0.000
الرقم	فقرات البعد الخامس مراكز تطوير المقاولاتية	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
01	أمتلك رؤية حول مراكز تطوير المقاولاتية بالجامعة	0.653**	0.000
02	تتيح مراكز تطوير المقاولاتية بالجامعة للطالب الجامعي فرصة إعداد مشاريع في المقاولاتية السياحية	0.862**	0.000
03	أرى أن المهارات التي كونتها بالجامعة من خلال مراكز تطوير المقاولاتية كافية ومناسبة للعمل السياحي	0.750**	0.000
04	تساهم مراكز تطوير المقاولاتية بالجامعات في نشر الفكر المقاولاتي السياحي	0.813**	0.000
05	تساهم مراكز تطوير المقاولاتية بالجامعات في تطوير المقاولاتية السياحية بالجزائر من النمط التقليدي إلى النمط التنافسي	0.815**	0.000
الرقم	فقرات البعد السادس حاضنات الأعمال	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
01	أمتلك رؤية حول حاضنات الأعمال بالجامعة	0.738**	0.000
02	ما يعرض من برامج في حاضنات الأعمال بالجامعات يستجيب لتوجهات المقاولاتية السياحية	0.896**	0.000
03	أرى أن إستحداث حاضنات الأعمال ساعدت حاملي المشاريع على إعداد مشاريع المقاولاتية السياحية	0.863**	0.000

0.000	**0.858	تضمن برامج حاضنات الأعمال بالجامعات تحقيق المعارف في المقاولاتية السياحية	04
0.000	**0.789	توفر حاضنات الأعمال معلومات كافية لحاملي المشاريع من أجل تجسيد الفكر المقاولاتي السياحي بعد تخرجه	05

**قيمة الارتباط عند مستوى معنوية 0.01

المصدر: من إعداد الباحث، اعتماداً على مخرجات برنامج Spss الإصدار 21 (أنظر الملحق رقم 07).

يعرض الجدول رقم (7.3) أعلاه نتائج تحليل الإتساق الداخلي لفقرات أبعاد المحور الأول التكوين الجامعي، ومن خلال قرائتنا للجدول أعلاه نلاحظ أن جميع معاملات الارتباط تراوحت قيمها بين 0.571 و 0.908 عند مستوى الدلالة 0.05 مما يؤكد صدق الإتساق الداخلي لفقرات المحور الأول للإستبيان.

ب- الإتساق الداخلي لفقرات المحور الثاني المقاولاتية السياحية

الجدول رقم 8.3: معاملات الارتباط لفقرات أبعاد المحور الثاني

الرقم	فقرات البعد الأول الجودة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
01	تلتزم مؤسستك بإستقبال ومعالجة كل عدم تطابق لمعرفة الأخطاء المرتكبة	**0.741	0.000
02	تلتزم مؤسستك بإستقبال كل عدم رضا وتلبية رغبات الزبون لمعرفة أين ستوجه مؤسستك التحسينات	**0.797	0.000
03	مؤسستك على إستعداد دائم للإستجابة إلى طلبات الزبائن	**0.907	0.000
04	تحرص مؤسستك على تهيئة وسائل إتصال سريعة وتعمل على إدامتها بصورة مستمرة	**0.904	0.000
05	تبدي مؤسستك الرغبة في مساعدة زبائنهم	**0.887	0.000

06	تقدم مؤسستك معلومات موثوقة حول خدماتها السياحية (العروض، والأسعار، والتجارب)	**0.885	0.000
الرقم	فقرات البعد الثاني الابتكار	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
01	تسعى مؤسستك لطرح خدمات جديدة لم تطرح من قبل من طرف المؤسسات الوطنية	**0.833	0.000
02	تعتمد مؤسستك على بعض الأساليب الحديثة لتسعير خدماتها للتأثير على القرار الشرائي للسائح	**0.897	0.000
03	تسعى مؤسستك لترويج خدماتها بأساليب جديدة ومقنعة	**0.888	0.000
04	تسعى مؤسستك بعرض خدماتها بشكل أو بآخر مختلف عن المنافسين	**0.840	0.000
الرقم	فقرات البعد الثالث المخاطرة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
01	أتوقع أن مؤسستي يمكن أن تواجه مختلف التحديات المرتبطة بالتغيرات في التوجهات السياحية العالمية	**0.858	0.000
02	في مؤسستي لا تؤثر كثيرا تلك المخاطر المتعلقة بالتغيرات المناخية والبيئية على القرارات	**0.866	0.000
03	أشعر أن المخاطر في قطاع السياحة يمكن أن تكون جزءا من إستراتيجيات التنوع السياحي في المؤسسة	**0.788	0.000

**قيمة الارتباط عند مستوى معنوية 0.01

المصدر: من إعداد الباحث، اعتمادا على مخرجات برنامج Spss الإصدار 21 (أنظر الملحق رقم 07).

يعرض الجدول رقم (8.3) أعلاه نتائج تحليل الإتساق الداخلي لفقرات أبعاد المحور الثاني المقاولاتية السياحية، ومن خلال قرائتنا للجدول أعلاه نلاحظ أن جميع معاملات الارتباط تراوحت قيمها بين 0.741 و 0.907 عند مستوى الدلالة 0.05 مما يؤكد صدق الإتساق الداخلي لفقرات المحور الثاني للإستبيان.

ثانيا: ثبات أداة الدراسة

يقصد بثبات أداة الدراسة أن يعطي الإستبيان نفس النتيجة في حالة ما إذا أعيد تطبيقه مرة أخرى على نفس أفراد العينة تحت نفس الشروط والظروف، ولغرض قياس ثبات الإستبيان قام الباحث بالإعتماد على معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) من خلال حساب معامل الثبات حسب كل محور وكذلك حساب هذا المعامل لإجمالي فقرات الإستبيان كما هو مبين في الجدول التالي:

الجدول رقم 9.3: معاملات ألفا كرونباخ لمحاوَر الإستبيان

محاوَر الإستبيان	الأبعاد	عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباخ
المحور الأول التكوين الجامعي	عروض وبرامج التكوين	06	0.666
	طرق وأساليب التدريس	02	0.778
	التربصات ومشاريع التخرج	02	0.777
	الندوات والمؤتمرات	03	0.801
	مراكز تطوير المقاولاتية	05	0.874
	حاضنات الأعمال	05	0.857
ألفا كرونباخ لمحور التكوين الجامعي			0.893
المحور الثاني المقاولاتية السياحية	الجودة	06	0.871
	الابتكار	04	0.901
	المخاطرة	03	0.750
	ألفا كرونباخ لمحور المقاولاتية السياحية		
ألفا كرونباخ الإجمالي			0.904

المصدر: من إعداد الباحث، اعتماداً على مخرجات برنامج Spss الإصدار 21 (أنظر الملحق رقم 08).

نلاحظ من خلال الجدول رقم (9.3) أعلاه أن قيمة معامل ألفا كرونباخ للمحور الأول من الإستبيان بلغت 0.893 بالنسبة لفقرات التكوين الجامعي، وقيمة معامل ألفا كرونباخ للمحور الثاني من الإستبيان بلغت 0.940 بالنسبة لفقرات المقاولاتية السياحية، كما نلاحظ أن قيمة معامل ألفا كرونباخ الإجمالي لجميع فقرات

الإستبيان بلغت ($\alpha=0.904$)، وهي قيم مرتفعة أكبر من 0.600 المعدل المقبول إحصائياً، وبالتالي يمكننا القول بأن أداة الدراسة (الإستبيان) تمتاز بثبات جيد وعالي، مما يعني إمكانية الإعتماد على هذا الإستبيان في قياس المتغيرات المدروسة وبالتالي إمكانية تعميم نتائج الإستبيان على كل مجتمع الدراسة.

في إطار الإعداد للدراسة الميدانية قام الباحث في البداية بإجراء مقابلة مع رئيس مكتب مراقبة النشاطات السياحية والفندقية والحمامات المعدنية لولايي الأغواط وغرداية لغرض الحصول على قائمة المؤسسات السياحية الناشطة في ولايات الأغواط، وغرداية، والولاية المنتدبة آفلو، ثم قام بعد ذلك بإجراء مقابلات إستطلاعية مع عدد من مسؤولي المؤسسات السياحية بهدف جمع تصورات أولية حول العلاقة المحتملة بين التكوين الجامعي والممارسات المقاولانية في القطاع السياحي، وسعت هذه المقابلات إلى استكشاف وجهات النظر المتعلقة بمدى توافق مخرجات التكوين الجامعي مع إحتياجات المؤسسات السياحية خاصة من حيث الكفاءات، والمهارات، والقدرات .

وقد مكنت هذه الخطوة الإستطلاعية من التعرف على بعض الإنطباعات الأولية، والعوامل التي يمكن أن تكون محل تحليل معمق في الدراسة الميدانية ومساعدتنا في بناء أداة الدراسة الرئيسية وهي الإستبيان دون السعي إلى تعميم النتائج أو إستخلاص إستنتاجات نهائية، وتعد هذه المرحلة تمهيدا مهما لصياغة أدوات البحث الميداني وتوجيه مسارات التحليل القادمة بشكل أكثر دقة وإرتباطا بالواقع السياحي.

المبحث الثالث: خصائص عينة الدراسة

سيتم في هذا المبحث عرض خصائص عينة الدراسة حسب متغيرات الدراسة المتمثلة في: الجنس، والمؤهل العلمي، والتخصص الجامعي، والمهنة، والخبرة العملية.

المطلب الأول: خصائص عينة الدراسة حسب الجنس

سيتم في هذا المطلب التعرف على توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس كما هو مبين في الجدول التالي:

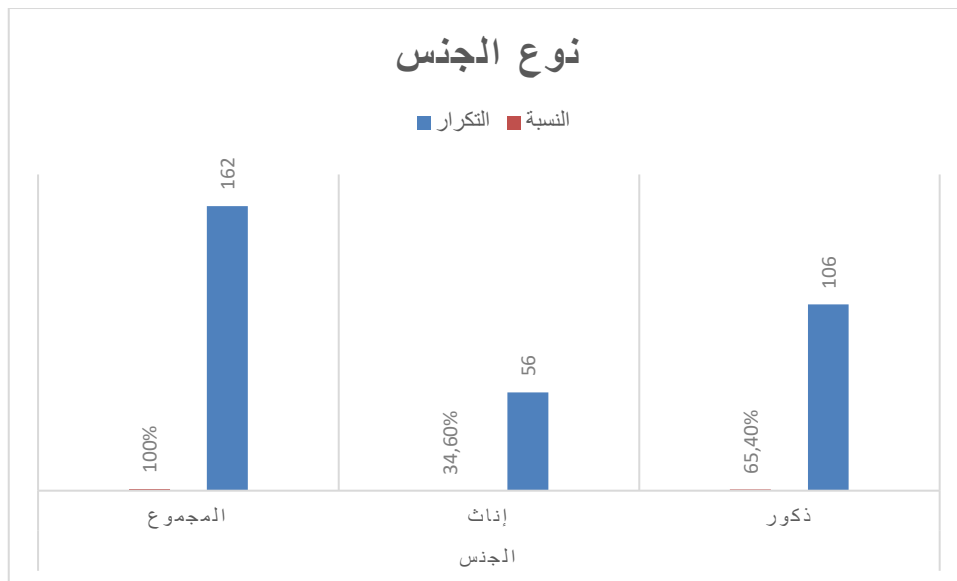
الجدول رقم 10.3: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

المتغير	فئات المتغير	التكرار	النسبة المئوية %
الجنس	ذكور	106	65.4%
	إناث	56	34.6%
	المجموع	162	100%

المصدر: من إعداد الباحث، اعتماداً على مخرجات برنامج Spss الإصدار 21 (أنظر الملحق رقم 09).

يتضح من خلال الجدول رقم (10.3) أعلاه أن غالبية أفراد العينة هم من الذكور، بحيث بلغ عددهم 106 عامل أي ما يعادل نسبة 65.4%، بينما بلغ عدد الإناث 56 عاملة أي ما يعادل نسبة 34.6% من مجموع أفراد العينة، ويمكن أن يرجع ذلك إلى الدور المحتمل للثقافة المجتمعية أو الهيكل الوظيفي الذي يجعل الرجال أكثر حضوراً في مجالات الدراسة، وأيضاً إلى طبيعة العمل في المجال السياحي الذي يعتمد على شقين، بحيث أن الشق الإداري يتطلب التفرغ الدائم والحضور طوال ساعات النهار وكذلك في بعض الأحيان الحضور أثناء ساعات الليل، أما الشق الميداني (تطبيق البرنامج السياحي) يتطلب التحلي بالمسؤولية ومواجهة بعض الصعوبات من جهة، ومن جهة أخرى يتعارض في بعض الحالات مع عادات وتقاليد المجتمع الجزائري بإعتباره مجتمعا محافظا. والشكل رقم (3.3) يوضح ذلك:

الشكل رقم 3.3: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس



المصدر: من إعداد الباحث، اعتماداً على مخرجات Excel.

المطلب الثاني: خصائص عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي والتخصص الجامعي

سيتم في هذا المطلب التعرف على توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي، ومتغير التخصص

الجامعي.

أولاً: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي

يبين الجدول الموالي توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي:

الجدول رقم 11.3: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي

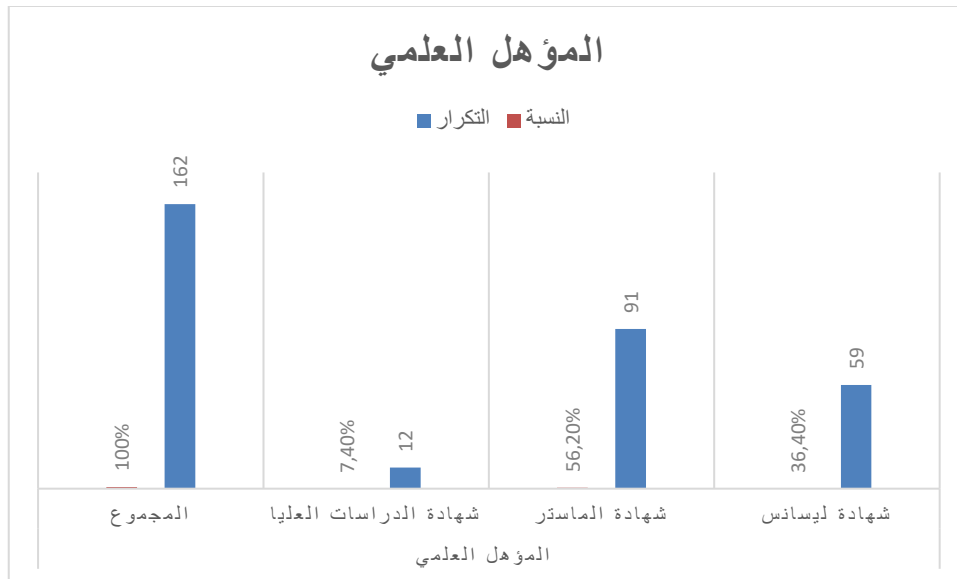
المتغير	فئات المتغير	التكرار	النسبة المئوية %
المؤهل العلمي	شهادة ليسانس	59	36.4%
	شهادة ماستر	91	56.2%
	شهادة الدراسات العليا	12	7.4%
	المجموع	162	100%

المصدر: من إعداد الباحث، اعتماداً على مخرجات برنامج Spss الإصدار 21 (أنظر الملحق رقم 09).

يتضح من خلال الجدول رقم (11.3) أعلاه أن ما يزيد عن نصف أفراد العينة يحملون شهادة الماستر بنسبة 56.2% ما يمثل 91 فرداً، تليها فئة الأفراد الذين يحملون شهادة الليسانس بنسبة 36.4% ما يمثل 59 فرداً، في حين فئة الأفراد الذين يحملون شهادة الدراسات العليا هي الفئة الأقل تمثيلاً في العينة بنسبة 7.4% ما يمثل 12 فرداً، ويمكن أن يدل ذلك على رغبة الخريجين الجامعيين الحاملين لشهادة ليسانس في إكمال مسارهم الدراسي في الطور الثاني (ماستر)، وقد يعكس ذلك إرتفاع مستوى التكوين بين المبحوثين مما يدعم قدرة العينة على تقديم تقييم دقيق لموضوع الدراسة.

والشكل رقم (4.3) يوضح ذلك:

الشكل رقم 4.3: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي



المصدر : من إعداد الباحث، اعتماداً على مخرجات Excel.

ثانياً: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير التخصص الجامعي

يبين الجدول الموالي توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير التخصص الجامعي:

الجدول رقم 12.3: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير التخصص الجامعي

المتغير	فئات المتغير	التكرار	النسبة المئوية %
التخصص الجامعي	ميادين العلوم الإنسانية والإجتماعية	111	68.5%
	ميادين العلوم والتكنولوجيا	51	31.5%
	المجموع	162	100%

المصدر: من إعداد الباحث، اعتماداً على مخرجات برنامج Spss الإصدار 21 (أنظر الملحق رقم 09).

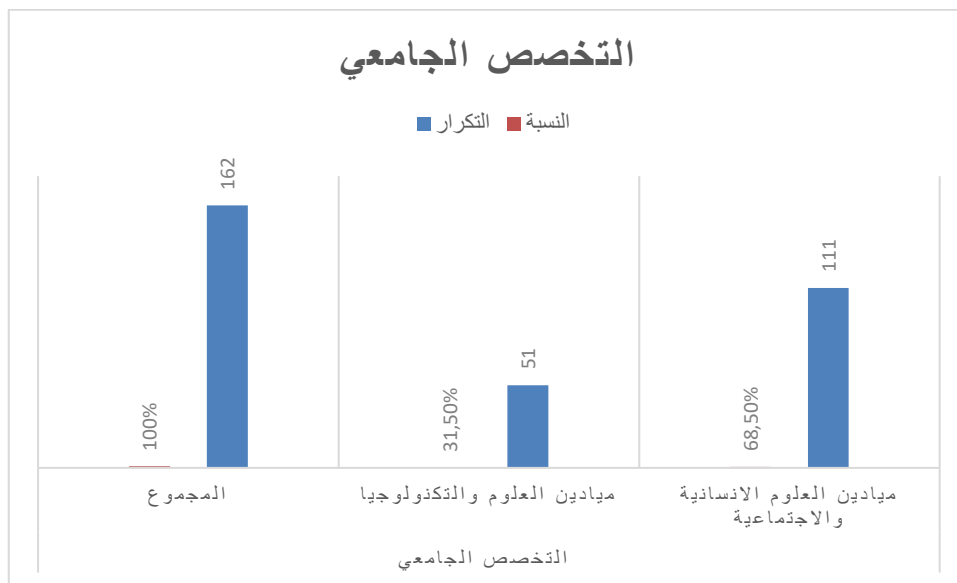
يتضح من خلال الجدول رقم (12.3) أعلاه أن غالبية أفراد العينة لديهم تخصصات جامعية في ميادين

العلوم الإنسانية والإجتماعية بنسبة 68.5% ما يمثل 111 فرد، بينما يمثل 51 فرد بنسبة 31.5% فئة أفراد العينة

الذين لديهم تخصصات جامعية في ميادين العلوم والتكنولوجيا، وقد يعكس ذلك تركيز الباحثين على التخصصات

التي ترتبط بتحليل السلوكيات والممارسات ما قد يؤثر على طريقة تقييمهم للمواضيع المتعلقة بالمقاولاتية السياحية هذا من جهة، ومن جهة أخرى تعتبر التخصصات التابعة لميدان العلوم الإنسانية والإجتماعية هي الأكثر طلبا والأقرب للعمل في القطاع السياحي كتخصصات (تسويق سياحي وفندقي، المقاولاتية، ترجمة...). والشكل رقم (5.3) يوضح ذلك:

الشكل رقم 5.3: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير التخصص الجامعي



المصدر : من إعداد الباحث، اعتمادا على مخرجات Excel.

المطلب الثالث: خصائص عينة الدراسة حسب المهنة والخبرة العملية

سيتم في هذا المطلب التعرف على توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المهنة، ومتغير الخبرة العملية.

أولا: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المهنة

يبين الجدول الموالي توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المهنة:

الجدول رقم 13.3: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المهنة

المتغير	فئات المتغير	التكرار	النسبة المئوية %
المهنة	موظف	109	67.3%
	مشرف	31	19.1%
	مدير	22	13.6%
	المجموع	162	100%

المصدر: من إعداد الباحث، اعتماداً على مخرجات برنامج Spss الإصدار 21 (أنظر الملحق رقم 09).

يتضح من خلال الجدول رقم (13.3) أعلاه أن نسبة الموظفين هي النسبة الغالبة بين أفراد

العينة، بحيث بلغ عددهم 109 موظف أي ما يعادل نسبة 67.3%، تليها فئة المشرفين ب 31

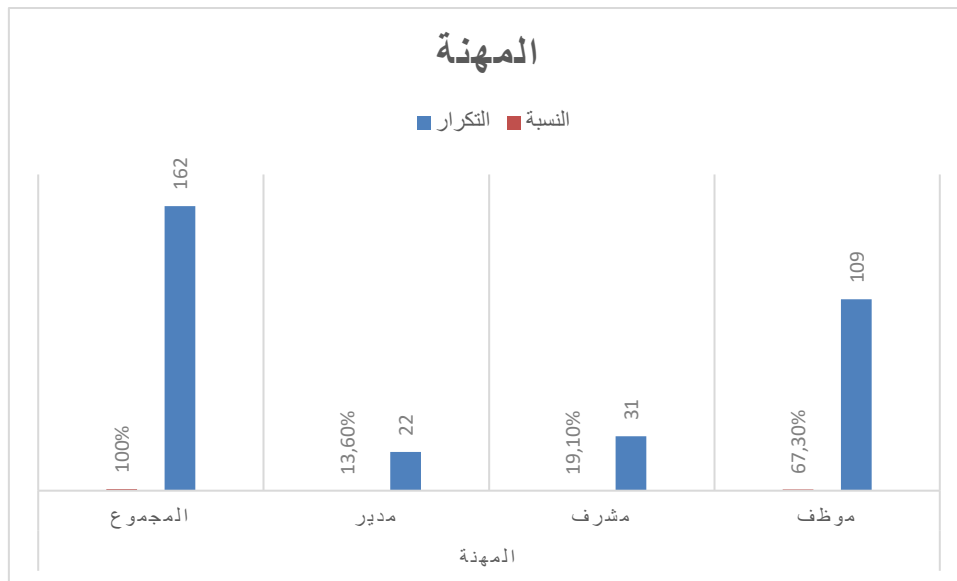
مشرف بنسبة 19.1%، ثم فئة مديري ب 22 مدير بنسبة 13.6%، ويمكن أن يرجع ذلك إلى

الشروط الإدارية، والتقنية، والمالية (تأمينات العمال، الضرائب، المقر وتجهيزاته، رصيد مالي...) الخاصة

بفتح مؤسسة سياحية، مما يضيف واقعية على آرائهم

والشكل رقم (6.3) يوضح ذلك:

الشكل رقم 6.3: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المهنة



المصدر : من إعداد الباحث، اعتماداً على مخرجات Excel.

ثانياً: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الخبرة العملية

يبين الجدول الموالي توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الخبرة العملية:

الجدول رقم 14.3: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الخبرة العملية

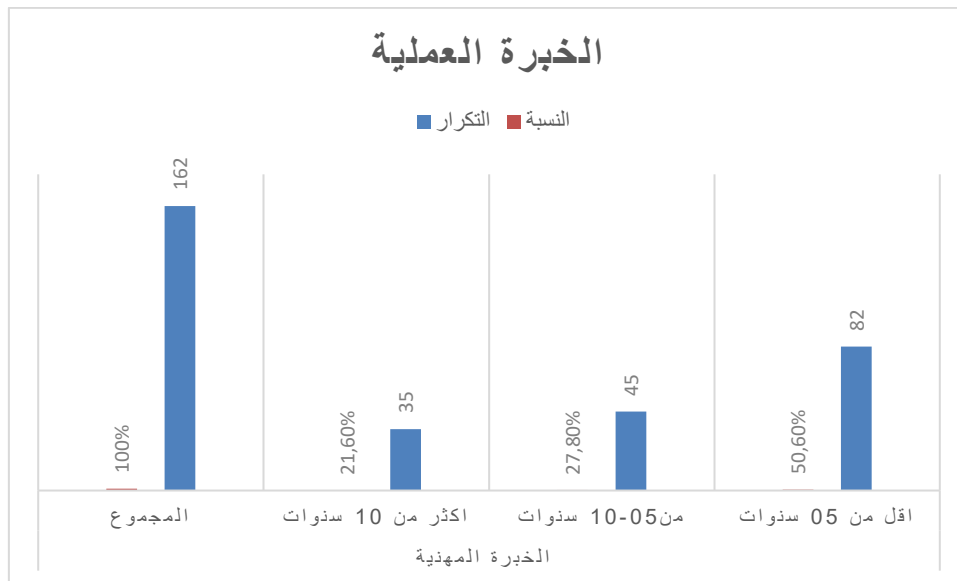
المتغير	فئات المتغير	التكرار	النسبة المئوية %
الخبرة العملية	أقل من 5 سنوات	82	50.6%
	من 5 سنوات إلى 10 سنوات	45	27.8%
	أكثر من 10 سنوات	35	21.6%
	المجموع	162	100 %

المصدر: من إعداد الباحث، اعتماداً على مخرجات برنامج Spss الإصدار 21 (أنظر الملحق رقم 09).

يتضح من خلال الجدول رقم (14.3) أعلاه أن نصف أفراد العينة 50.6% سنوات خبرتهم أقل من 5 سنوات ما يمثل 82 فردا، 27.8% تتراوح سنوات خبرتهم من 5 إلى 10 سنوات ما يمثل 45 فردا، بينما 21.6% من لديهم أكثر من 10 سنوات خبرة ما يمثل 35 فردا، ويمكن أن يدل ذلك على وجود عنصر الشباب في المؤسسات السياحية وذلك بالموازاة مع تشجيع الدولة الجزائرية لإدماج الشباب الجامعي في القطاعين العام والخاص.

والشكل رقم (7.3) يوضح ذلك:

الشكل رقم 7.3: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الخبرة العملية



المصدر : من إعداد الباحث، اعتمادا على مخرجات Excel.

خلاصة الفصل

تم في هذا الفصل التطرق لمفهوم المؤسسات السياحية في المشرع الجزائري من خلال التركيز على تعريف الوكالات السياحية والمؤسسات الفندقية، وكذا على عرض الأرقام والإحصائيات الخاصة بتطورهم خلال السنوات الأخيرة.

كما تم في هذا الفصل إجراء الدراسة الميدانية على عينة من العاملين الحاملين لشهادات جامعية في المؤسسات السياحية (وكالات السياحة والأسفار، والمؤسسات الفندقية) باستعمال الإستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات والمعلومات، وبالإعتماد على برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الإجتماعية Spss الإصدار 21 في عملية التحليل الإحصائي لنتائجه.

الفصل الرابع

إختبار الفرضيات

ونتائج الدراسة

تمهيد

سيتم في هذا الفصل عرض ومناقشة النتائج التي تم التوصل إليها من خلال إختبار صحة الفرضية الرئيسية للدراسة، والفرضيات الفرعية المنبثقة عنها عن طريق إستعمال الأساليب الإحصائية المبينة في الفصل السابق. بناء على ماسبق، قام الباحث بتقسيم هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث على النحو التالي:

المبحث الأول: عرض نتائج الدراسة.

المبحث الثاني: إختبار فرضيات الدراسة.

المبحث الثالث: مناقشة نتائج الدراسة.

المبحث الأول: عرض نتائج الدراسة

سنستعرض في هذا المبحث التحليل الإحصائي لفقرات محاور الإستبيان وذلك من أجل معرفة آراء عينة الدراسة تجاه أبعاد محور التكوين الجامعي، ومحور المقاولاتية السياحية.

لتحديد مجال المتوسط الحسابي يتم حساب المدى والذي يمثل الفرق بين أكبر قيمة وأدنى قيمة، وبما أن القيمة (5) تمثل أكبر قيمة في مقياس ليكرت الخماسي والقيمة (1) تمثل أقل قيمة في المقياس، وبالتالي يصبح المدى $5-1=4$ ، وبعد ذلك يتم تحديد طول الخلية لمقياس ليكرت الخماسي من خلال قسمة قيمة المدى (4) على أكبر قيمة في المقياس (5) لنحصل على طول الخلية $5/4 = 0.8$ ثم في الأخير يتم تحديد الحد الأدنى والحد الأعلى لمقياس ليكرت الخماسي وذلك بإضافة القيمة (0.8) إلى أقل قيمة في المقياس والتي هي (1)، وهكذا يتم الإستمرار في إضافة القيمة (0.8) حتى نصل إلى الحد الأعلى للمقياس، والجدول التالي يبين طول الخلايا لمقياس ليكرت الخماسي:

الجدول رقم 1.4: مقياس تحديد مجال المتوسط الحسابي

الإتجاه	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما
مجال المتوسط الحسابي	من 1 إلى 1.79	من 1.80 إلى 2.59	من 2.60 إلى 3.39	من 3.40 إلى 4.19	من 4.20 إلى 5

المصدر: من إعداد الباحث، إعتمادا على مقاييس الإحصاء.

من خلال الجدول رقم (1.4) أعلاه يمكننا تحديد إتجاه فقرات الإستبيان على النحو التالي:

- في حالة ما إذا كانت قيمة المتوسط الحسابي للفقرة ضمن المجال [من 1 إلى 1.79] فهذا يدل على أن إتجاه

الفقرة يشير إلى غير موافق تماما.

- في حالة ما إذا كانت قيمة المتوسط الحسابي للفقرة ضمن المجال [من 1.80 إلى 2.59] فهذا يدل على أن إتجاه الفقرة يشير إلى غير موافق.
- في حالة ما إذا كانت قيمة المتوسط الحسابي للفقرة ضمن المجال [من 2.60 إلى 3.39] فهذا يدل على أن إتجاه الفقرة يشير إلى محايد.
- في حالة ما إذا كانت قيمة المتوسط الحسابي للفقرة ضمن المجال [من 3.40 إلى 4.19] فهذا يدل على أن إتجاه الفقرة يشير إلى موافق.
- في حالة ما إذا كانت قيمة المتوسط الحسابي للفقرة ضمن المجال [من 4.20 إلى 5] فهذا يدل على أن إتجاه الفقرة يشير إلى موافق تماما.

المطلب الأول: التحليل الإحصائي لفقرات محور التكوين الجامعي

أولا: إتجاهات آراء عينة الدراسة لفقرات البعد الأول عروض وبرامج التكوين

الجدول رقم 2.4: إتجاهات آراء عينة الدراسة لفقرات البعد الأول عروض وبرامج التكوين

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الإتجاه
01	يوجد توافق بين ما قدم لك نظريا في التكوين الجامعي وما هو مطلوب منك عمليا	3.03	1.248	محايد
02	يساهم التكوين الجامعي بتزويدك بالكفاءات المعرفية المهنية	3.77	0.949	موافق
03	تتلائم مؤهلاتك العلمية الجامعية مع متغيرات السوق السياحي	3.32	1.178	محايد
04	ساعدك التكوين الجامعي في حل المشكلات المهنية	3.46	1.180	موافق
05	يواكب التكوين الجامعي التطورات الحالية في السوق السياحي	3.16	1.021	محايد

06	يؤهلك التكوين الجامعي للعمل في مجال السياحة خارج الجزائر	3.04	1.213	محايد
	عروض وبرامج التكوين	3.2973	0.69572	محايد

المصدر: من إعداد الباحث، اعتمادا على مخرجات برنامج Spss الإصدار 21 (أنظر الملحق رقم 10).

نلاحظ من خلال الجدول رقم (2.4) أعلاه أن قيمة المتوسط الحسابي الإجمالي للبعد الأول عروض وبرامج التكوين بلغت (3.2973) وهي القيمة التي تقع ضمن المجال [من 2.60 إلى 3.39] وهذا يشير إلى أن هناك موقف محايد في آراء أفراد عينة الدراسة تجاه عروض وبرامج التكوين، وبلغت قيمة الانحراف المعياري (0.69572) وهي قيمة منخفضة نسبيا تشير إلى وجود إستقرار في آراء أفراد العينة.

كما نلاحظ أن الفقرة رقم (02) "يساهم التكوين الجامعي بتزويدك بالكفاءات المعرفية المهنية" أخذت أكبر قيمة للمتوسط الحسابي (3.77) وهي القيمة التي تقع ضمن المجال [من 3.40 إلى 4.19] الفئة الرابعة "موافق" من مقياس ليكرت الخماسي، وهذا يدل على أن التكوين الجامعي يزود أفراد عينة الدراسة بالكفاءات المعرفية المهنية، في حين بلغت قيمة الانحراف المعياري (0.949) وهي الفقرة الأكثر تجانسا تدل على توافق أكبر بين الآراء.

أما الفقرة رقم (01) "يوجد توافق بين ما قدم لك نظريا في التكوين الجامعي وما هو مطلوب منك عمليا" قد جاءت بأقل متوسط حسابي (3.03) وبأكبر إنحراف معياري (1.248) وهي الفقرة الأقل تجانسا، مما يعني أن آراء أفراد العينة حول توافق بين ما قدم لهم نظريا في التكوين الجامعي وما هو مطلوب منهم عمليا كانت الأكثر تباينا.

ثانيا: إتجاهات آراء عينة الدراسة لفقرات البعد الثاني طرق وأساليب التدريس

الجدول رقم 3.4: إتجاهات آراء عينة الدراسة لفقرات البعد الثاني طرق وأساليب التدريس

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الإتجاه
07	أستفدت من المقاييس التي درستها في الجامعة في عملي الحالي	3.21	1.258	محايد
08	يوجد إختلاف بين لغة التكوين الجامعي واللغة التي يتطلبها عملك الحالي	3.33	1.281	محايد
	طرق وأساليب التدريس	3.2716	0.954070	محايد

المصدر: من إعداد الباحث، إعتمادا على مخرجات برنامج Spss الإصدار 21 (أنظر الملحق رقم 10).

نلاحظ من خلال الجدول رقم (3.4) أعلاه أن قيمة المتوسط الحسابي الإجمالي للبعد الثاني طرق وأساليب التدريس بلغت (3.2716) وهي القيمة التي تقع ضمن المجال [من 2.60 إلى 3.39] وهذا يشير إلى أن هناك موقف محايد في آراء أفراد عينة الدراسة تجاه طرق وأساليب التدريس، وبلغت قيمة الانحراف المعياري (0.95407) وهي قيمة منخفضة نسبياً، تشير إلى أن هناك تجانسا عاما في إجابات أفراد العينة حول البعد الثاني طرق وأساليب التدريس.

كما نلاحظ أن الفقرة رقم (08) "يوجد إختلاف بين لغة التكوين الجامعي واللغة التي يتطلبها عملك الحالي" أخذت أكبر قيمة للمتوسط الحسابي (3.33)، في حين بلغت قيمة الانحراف المعياري (1.281) وهي الفقرة الأقل تجانسا مقارنة بالفقرة الأخرى، مما يعني أن آراء أفراد العينة حول لغة التكوين الجامعي واللغة التي يتطلبها العمل كانت الأكثر تباينا.

أما الفقرة رقم (07) "أستفدت من المقاييس التي درستها في الجامعة في عملي الحالي" قد جاءت بأقل متوسط حسابي (3.21) وبأقل إنحراف معياري (1.258) وهي الفقرة الأكثر تجانسا مقارنة بالفقرة الأخرى، مما

يشير إلى تقارب أفراد العينة حول الإستفادة من المقاييس الجامعية.

ثالثاً: إتجاهات آراء عينة الدراسة لفقرات البعد الثالث التربصات ومشاريع التخرج

الجدول رقم 4.4: إتجاهات آراء عينة الدراسة لفقرات البعد الثالث التربصات ومشاريع التخرج

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الإتجاه
09	موضوع تربصك بالجامعة له علاقة بمهام القطاع السياحي	2.69	1.357	محايد
10	إستفدت من التربص الميداني الجامعي في عملي الحالي	2.80	1.332	محايد
	التربصات ومشاريع التخرج	2.7469	1.21615	محايد

المصدر: من إعداد الباحث، إعتقاداً على مخرجات برنامج Spss الإصدار 21 (أنظر الملحق رقم 10).

نلاحظ من خلال الجدول رقم (4.4) أعلاه أن قيمة المتوسط الحسابي الإجمالي للبعد الثالث التربصات ومشاريع التخرج بلغت (2.74) وهي القيمة التي تقع ضمن المجال [من 2.60 إلى 3.39] وهذا يشير إلى أن هناك موقف محايد في آراء أفراد عينة الدراسة تجاه التربصات ومشاريع التخرج، وبلغت قيمة الانحراف المعياري (1.216) وهي قيمة مرتفعة نسبياً تشير إلى وجود تباين معتدل في آراء أفراد العينة حول فقرات هذا البعد.

كما نلاحظ أن الفقرة رقم (10) "إستفدت من التربص الميداني الجامعي في عملي الحالي" أخذت أكبر قيمة للمتوسط الحسابي (2.80)، في حين بلغت قيمة الانحراف المعياري (1.332) وهي الفقرة الأكثر تجانسا نسبياً مقارنة بالفقرة الأخرى، مما يشير إلى تقارب أكبر في آراء العينة حول الإستفادة من التربص الميداني الجامعي في العمل.

أما الفقرة رقم (09) "موضوع تربصك بالجامعة له علاقة بمهام القطاع السياحي" قد جاءت بأقل متوسط حسابي (2.69) وبأقل إنحراف معياري (1.357) وهي الفقرة الأقل تجانسا مقارنة بالفقرة الأخرى، مما يدل على

تباين كبير في آراء العينة حول العلاقة بين موضوع التبرص ومهام القطاع السياحي، ويشير هذا إلى إختلاف التجارب الفردية لأفراد العينة، مثل نوع التبرصات التي خضعوا لها ومدى توافقها مع متطلبات القطاع السياحي كما يُظهر أن أفراد العينة لم يعبروا بشكل حاسم عن التأثير الإيجابي أو السلبي للتبرصات الجامعية، مما قد يشير إلى قصور في تصميم أو تنفيذ التبرصات لتناسب مع إحتياجات السوق السياحي.

رابعاً: إتجاهات آراء عينة الدراسة لفقرات البعد الرابع الندوات والمؤتمرات

الجدول رقم 5.4: إتجاهات آراء عينة الدراسة لفقرات البعد الرابع الندوات والمؤتمرات

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الإتجاه
11	تبرمج الجامعة ندوات وملتقيات لفائدة الطلبة الجامعيين لدعم معارفهم حول المقاولاتية السياحية	3.12	1.139	محايد
12	إستفدت من حضور المؤتمرات والندوات الجامعية في تطوير مهاراتي في المقاولاتية السياحية	2.98	1.155	محايد
13	تساهم مواضيع الملتقيات في تشجيع الطالب الجامعي على تكوين رؤية واضحة حول المقاولاتية السياحية	3.36	1.108	محايد
	الندوات والمؤتمرات	3.15	0.958	محايد

المصدر: من إعداد الباحث، إعتماداً على مخرجات برنامج Spss الإصدار 21 (أنظر الملحق رقم 10).

نلاحظ من خلال الجدول رقم (5.4) أعلاه أن قيمة المتوسط الحسابي الإجمالي للبعد الرابع الندوات والمؤتمرات بلغت (3.15) وهي القيمة التي تقع ضمن المجال [من 2.60 إلى 3.39] وهذا يشير إلى أن هناك موقف محايد لآراء أفراد عينة الدراسة تجاه الندوات والمؤتمرات مما يعني أن أفراد العينة لم يعبروا عن موقف قوي (إيجابي أو سلبي) حول تأثير الندوات والمؤتمرات على معارفهم ومهاراتهم في مجال المقاولاتية السياحية، وبلغت قيمة الانحراف المعياري (0.958) وهي قيمة منخفضة نسبياً تظهر مستوى جيد من التجانس في إجابات أفراد العينة حول فقرات هذا البعد.

كما نلاحظ أن الفقرة رقم (13) "تساهم مواضيع الملتقيات في تشجيع الطالب الجامعي على تكوين رؤية واضحة حول المقاولاتية السياحية" أخذت أكبر قيمة للمتوسط الحسابي (3.36)، في حين بلغت قيمة الانحراف المعياري (1.108) وهي الفقرة الأكثر تجانسا، مما يدل على تقارب أكبر في الآراء حول مساهمة مواضيع الملتقيات في تشكيل رؤية واضحة للمقاولاتية السياحية.

أما العبارة رقم (12) "إستفدت من حضور المؤتمرات والندوات الجامعية في تطوير مهاراتي في المقاولاتية السياحية" قد جاءت بأقل متوسط حسابي (2.98) وبأكبر إنحراف معياري (1.155) وهي الفقرة الأقل تجانسا، مما يشير إلى تباين أكبر في آراء أفراد العينة حول إستفادتهم من المؤتمرات والندوات لتطوير مهاراتهم المقاولاتية، فالتباين المرتفع نسبيا في الفقرة قد يكون بسبب إختلاف مستويات الفائدة التي حصل عليها الطلبة الجامعيين من المؤتمرات والندوات بناء على طبيعة المواضيع أو تفاعلهم مع الأنشطة يدل على أن البرامج والندوات ليست كافية أو موجهة بشكل فعال لتحقيق تأثير قوي على مهارات ومعارف الطلبة الجامعيين في مجال المقاولاتية السياحية.

خامسا: إتجاهات آراء عينة الدراسة لفقرات البعد الخامس مراكز تطوير المقاولاتية

الجدول رقم 6.4: إتجاهات آراء عينة الدراسة لفقرات البعد الخامس مراكز تطوير المقاولاتية

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الإتجاه
14	أمتلك رؤية حول مراكز تطوير المقاولاتية بالجامعة	3.40	0.9550	موافق
15	تتيح مراكز تطوير المقاولاتية بالجامعة للطلاب الجامعي فرصة إعداد مشاريع في المقاولاتية السياحية	3.33	1.147	محايد
16	أرى أن المهارات التي كونتها بالجامعة من خلال مراكز تطوير المقاولاتية كافية ومناسبة للعمل السياحي	3.07	1.095	محايد
17	تساهم مراكز تطوير المقاولاتية بالجامعات في نشر الفكر المقاولاتي السياحي	3.51	1.088	موافق

18	تساهم مراكز تطوير المقاولاتية بالجامعات في تطوير المقاولاتية السياحية بالجزائر من النمط التقليدي إلى النمط التنافسي	3.33	1.098	محايد
مراكز تطوير المقاولاتية		3.3272	0.87867	محايد

المصدر: من إعداد الباحث، اعتماداً على مخرجات برنامج Spss الإصدار 21 (أنظر الملحق رقم 10).

نلاحظ من خلال الجدول رقم (6.4) أعلاه أن قيمة المتوسط الحسابي الإجمالي للبعد الخامس مراكز تطوير المقاولاتية بلغت (3.3272) وهي القيمة التي تقع ضمن المجال [من 2.60 إلى 3.39] وهذا يشير إلى أن هناك موقف محايد في آراء أفراد عينة الدراسة تجاه مراكز تطوير المقاولاتية مع ميل طفيف نحو الموافقة، وبلغت قيمة الانحراف المعياري (0.87867) وهي قيمة منخفضة نسبياً تظهر تجانساً مقبولاً بين إجابات أفراد العينة حول فقرات هذا البعد.

كما نلاحظ أن الفقرة رقم (14) "أمتلك رؤية حول مراكز تطوير المقاولاتية بالجامعة" أخذت أكبر قيمة للمتوسط الحسابي (3.40) وهي الفئة التي تقع ضمن المجال [من 3.40 إلى 4.19] الفئة الرابعة "موافق" من مقياس ليكرت الخماسي وهذا يدل على أن أفراد العينة لهم رؤية حول دور مراكز تطوير المقاولاتية بالجامعة، في حين بلغت قيمة الانحراف المعياري (0.955) وهي الفقرة الأكثر تجانساً مما يعكس تقارباً كبيراً في آراء أفراد العينة.

أما العبارة رقم (15) "تتيح مراكز تطوير المقاولاتية بالجامعة للطالب الجامعي فرصة إعداد مشاريع في المقاولاتية السياحية" قد جاءت بأكبر انحراف معياري (1.147) وهي الفقرة الأقل تجانساً، مما يدل على تباين واسع في آراء أفراد العينة حول فرص إعداد مشاريع مقاولاتية سياحية من خلال هذه المراكز كما يشير إلى اختلاف تجارب الطلبة الجامعيين فيما يتعلق بالفرص العملية التي توفرها المراكز لإعداد مشاريع مقاولاتية سياحية، حيث يُظهر أن مراكز تطوير المقاولاتية تُحقق تأثيراً متوسطاً لدى الطلبة الجامعيين، لكنها تحتاج إلى تعزيز دورها في تحسين المهارات والفرص العملية بشكل أكثر وضوحاً، كما أن هناك إعتراف نسبي بدور المراكز في نشر الفكر المقاولاتي السياحي

الفقرة رقم (17) وإمتلاك رؤية لدورها الفقرة رقم (14).

سادسا: إتجاهات آراء عينة الدراسة لفقرات البعد السادس حاضنات الأعمال

الجدول رقم 7.4: إتجاهات آراء عينة الدراسة لفقرات البعد السادس حاضنات الأعمال

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الإتجاه
19	أمتلك رؤية حول حاضنات الأعمال بالجامعة	3.35	1.023	محايد
20	ما يعرض من برامج في حاضنات الأعمال بالجامعات يستجيب لتوجهات المقاولاتية السياحية	3.21	0.987	محايد
21	أرى أن إستحداث حاضنات الأعمال ساعدت حاملي المشاريع على إعداد مشاريع المقاولاتية السياحية	3.34	1.035	محايد
22	تضمن برامج حاضنات الأعمال بالجامعات تحقيق المعارف في المقاولاتية السياحية	3.35	0.948	محايد
23	توفر حاضنات الأعمال معلومات كافية لحاملي المشاريع من أجل تجسيد الفكر المقاولاتي السياحي بعد تخرجه	3.27	0.997	محايد
	حاضنات الأعمال	3.30	0.796	محايد

المصدر: من إعداد الباحث، إعتقادا على مخرجات برنامج Spss الإصدار 21 (أنظر الملحق رقم 10).

نلاحظ من خلال الجدول رقم (7.4) أعلاه أن قيمة المتوسط الحسابي الإجمالي للبعد السادس حاضنات الأعمال بلغت (3.30) وهي القيمة التي تقع ضمن المجال [من 2.60 إلى 3.39] وهذا يشير إلى أن هناك موقف محايد في آراء أفراد عينة الدراسة تجاه حاضنات الأعمال، وبلغت قيمة الانحراف المعياري (0.796) وهي قيمة منخفضة نسبيا تظهر مستوى عاليا من التجانس بين آراء أفراد العينة حول فقرات هذا البعد.

كما نلاحظ أن الفقرة رقم (22) "تضمن برامج حاضنات الأعمال بالجامعات تحقيق المعارف في المقاولاتية السياحية" أخذت أكبر قيمة للمتوسط الحسابي (3.35)، في حين بلغت قيمة الانحراف المعياري

(0.948) وهي الفقرة الأكثر تجانسا مما يدل على إتفاق نسبي بين أفراد العينة حول دور البرامج في تحقيق المعارف في المقاولاتية السياحية.

أما العبارة رقم (21) "أرى أن إستحداث حاضنات الأعمال ساعدت حاملي المشاريع على إعداد مشاريع المقاولاتية السياحية" قد جاءت بأكبر إنحراف معياري (1.035) وهي الفقرة الأقل تجانسا، مما يعكس تباينا نسبيا في آراء أفراد العينة حول مدى مساعدة حاضنات الأعمال لحاملي المشاريع، بحيث أن التباين في الفقرة رقم (21) قد يُعزى إلى إختلاف تجارب أفراد العينة مع حاضنات الأعمال أو مدى تفاعلهم مع هذه البرامج، كما يشير إلى أن حاضنات الأعمال لا تحقق تأثيرا قويا أو واضحا لدى أفراد العينة ما يعكس حاجة هذه المراكز إلى تعزيز أدوارها وربط برامجها بشكل أكبر بتوجهات سوق العمل السياحي.

من خلال التحليل الإحصائي لفقرات محور التكوين الجامعي، يتضح لنا أن هناك موقف محايد لآراء عينة الدراسة تجاه أبعاد التكوين الجامعي، ويمكن تفسير ذلك إما:

- ✓ لنقص في وضوح تأثير هذه الأبعاد أو عدم تقديمها بالقوة الكافية في البيئة الجامعية؛
- ✓ لضعف البرامج التدريبية أو غياب الربط العملي بين التكوين الجامعي ومتطلبات سوق العمل السياحي.

المطلب الثاني: التحليل الإحصائي لفقرات محور المقاولاتية السياحية

أولاً: إتجاهات آراء عينة الدراسة لفقرات البعد الأول الجودة

الجدول رقم 8.4: إتجاهات آراء عينة الدراسة لفقرات البعد الأول الجودة

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الإتجاه
24	تلتزم مؤسستك بإستقبال ومعالجة كل عدم تطابق لمعرفة الأخطاء المرتكبة	3.72	1.083	موافق
25	تلتزم مؤسستك بإستقبال كل عدم رضا وتلبية رغبات الزبون لمعرفة أين ستوجه مؤسستك التحسينات	4.27	0.952	موافق تماما
26	مؤسستك على إستعداد دائم للإستجابة إلى طلبات الزبائن	4.41	0.816	موافق تماما
27	تحرص مؤسستك على تهيئة وسائل إتصال سريعة وتعمل على إدامتها بصورة مستمرة	4.44	0.811	موافق تماما
28	تبدي مؤسستك الرغبة في مساعدة زبائنها	4.54	0.804	موافق تماما
29	تقدم مؤسستك معلومات موثوقة حول خدماتها السياحية (العروض، الأسعار، والتجارب)	4.54	0.773	موافق تماما
	الجودة	4.32	0.686	موافق تماما

المصدر: من إعداد الباحث، إعتمادا على مخرجات برنامج Spss الإصدار 21 (أنظر الملحق رقم 10).

نلاحظ من خلال الجدول رقم (8.4) أعلاه أن قيمة المتوسط الحسابي الإجمالي للبعد الأول الجودة بلغت

(4.32) وهي القيمة التي تقع ضمن المجال [من 4.20 إلى 5] وهذا يشير إلى أن هناك موافقة تامة في آراء أفراد

عينة الدراسة تجاه الجودة، كما يُظهر موقفا إيجابيا قويا من أفراد العينة تجاه إلزام المؤسسات السياحية بعناصر الجودة،

وبلغت قيمة الانحراف المعياري (0.686) وهي قيمة منخفضة تظهر مستوى عاليا من التجانس بين آراء أفراد العينة حول فقرات هذا البعد.

كما نلاحظ أن الفقرة رقم (29) "تقدم مؤسستك معلومات موثوقة حول خدماتها السياحية (العروض، الأسعار، والتجارب)" أخذت أكبر قيمة للمتوسط الحسابي (4.54) وهي القيمة التي تقع ضمن المجال [من 4.20 إلى 5] وهذا يدل على أن المؤسسات السياحية تلتزم بتقديم معلومات موثوقة حول خدماتها السياحية، في حين بلغت قيمة الانحراف المعياري (0.773) وهي الفقرة الأكثر تجانسا تدل على توافق كبير بين الآراء.

أما الفقرة رقم (24) "تلتزم مؤسستك بإستقبال ومعالجة كل عدم تطابق لمعرفة الأخطاء المرتكبة" قد جاءت بأقل متوسط حسابي (3.72) وبأكبر إنحراف معياري (1.083) وهي الفقرة الأقل تجانسا، مما تعكس تباينا نسبيا في آراء أفراد العينة حول معالجة الأخطاء المرتكبة في المؤسسات السياحية.

ثانيا: إتجاهات آراء عينة الدراسة لفقرات البعد الثاني الابتكار

الجدول رقم 9.4: إتجاهات آراء عينة الدراسة لفقرات البعد الثاني الابتكار

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الإتجاه
30	تسعى مؤسستك لطرح خدمات جديدة لم تطرح من قبل من طرف المؤسسات الوطنية	4.18	1.074	موافق
31	تعتمد مؤسستك على بعض الأساليب الحديثة لتسعير خدماتها للتأثير على القرار الشرائي للسائح	4.15	1.000	موافق
32	تسعى مؤسستك لترويج خدماتها بأساليب جديدة ومقنعة	4.33	1.008	موافق تماما

33	تسعى مؤسستك بعرض خدماتها بشكل أو بآخر مختلف عن المنافسين	4.26	0.962	موافق تماما
	الإبتكار	4.2299	0.88858	موافق تماما

المصدر: من إعداد الباحث، اعتماداً على مخرجات برنامج Spss الإصدار 21 (أنظر الملحق رقم 10).

نلاحظ من خلال الجدول رقم (9.4) أعلاه أن قيمة المتوسط الحسابي الإجمالي للبعد الثاني الابتكار بلغت (4.2299) وهي القيمة التي تقع ضمن المجال [من 4.20 إلى 5] وهذا يشير إلى أن هناك موافقة تامة في آراء أفراد عينة الدراسة تجاه الابتكار، كما يظهر موقفاً إيجابياً قوياً من أفراد العينة تجاه التزام المؤسسات السياحية بعناصر الابتكار، وبلغت قيمة الانحراف المعياري (0.888) وهي قيمة منخفضة تظهر مستوى عالي من التجانس بين آراء أفراد العينة حول فقرات هذا البعد.

كما نلاحظ أن الفقرة رقم (33) "تسعى مؤسستك بعرض خدماتها بشكل أو بآخر مختلف عن المنافسين" أخذت أقل قيمة للانحراف المعياري (0.962) وهي الفقرة الأكثر تجانساً، مما يدل على إتفاق كبير بين آراء أفراد العينة حول تميز المؤسسات السياحية في تقديم خدماتها بشكل مختلف عن المنافسين.

أما الفقرة رقم (30) "تسعى مؤسستك لطرح خدمات جديدة لم تطرح من قبل من طرف المؤسسات الوطنية" قد جاءت بأكبر إنحراف معياري (1.074) وهي الفقرة الأقل تجانساً، مما يعكس تبايناً نسبياً في آراء أفراد العينة حول جهود المؤسسات السياحية في طرح خدمات جديدة.

ثالثا: إتجاهات آراء عينة الدراسة لفقرات البعد الثالث المخاطرة

الجدول رقم 10.4: إتجاهات آراء عينة الدراسة لفقرات البعد الثالث المخاطرة

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الإتجاه
34	أتوقع أن مؤسستي يمكن أن تواجه مختلف التحديات المرتبطة بالتغيرات في التوجهات السياحية العالمية	3.90	0.992	موافق
35	في مؤسستي لا تؤثر كثيرا تلك المخاطر المتعلقة بالتغيرات المناخية والبيئية على القرارات	3.43	1.080	موافق
36	أشعر أن المخاطر في قطاع السياحة يمكن أن تكون جزءا من إستراتيجيات التنوع السياحي في المؤسسة	3.75	0.999	موافق
	المخاطرة	3.69	0.836	موافق

المصدر: من إعداد الباحث، اعتمادا على مخرجات برنامج Spss الإصدار 21 (أنظر الملحق رقم 10).

نلاحظ من خلال الجدول رقم (10.4) أعلاه أن قيمة المتوسط الحسابي الإجمالي للبعد الثالث المخاطرة بلغت (3.69) وهي القيمة التي تقع ضمن المجال [من 3.40 إلى 4.19] وهذا يشير إلى أن هناك موافقة في آراء أفراد عينة الدراسة تجاه المخاطرة، كما يظهر موقفا إيجابيا قويا من أفراد العينة تجاه إلتزام المؤسسات السياحية بعناصر المخاطرة، وبلغت قيمة الانحراف المعياري (0.836) وهي قيمة منخفضة تظهر مستوى عالي من التجانس بين آراء أفراد العينة حول فقرات هذا البعد.

كما نلاحظ أن الفقرة رقم (34) "أتوقع أن مؤسستي يمكن أن تواجه مختلف التحديات المرتبطة بالتغيرات في التوجهات السياحية العالمية" أخذت أقل قيمة للانحراف المعياري (0.992) وهي الفقرة الأكثر تجانسا، مما يعكس تقاربا جيدا بين أفراد العينة حول قدرة المؤسسات السياحية على مواجهة مختلف التحديات السياحية.

أما الفقرة رقم (35) "في مؤسستي لا تؤثر كثيرا تلك المخاطر المتعلقة بالتغيرات المناخية والبيئية على

القرارات" قد جاءت بأكبر إنحراف معياري (1.080) وهي الفقرة الأقل تجانساً، مما يشير إلى إختلاف آراء أفراد العينة حول تأثير المخاطر المناخية والبيئية على القرارات.

المبحث الثاني: إختبار فرضيات الدراسة

سنقوم في هذا المبحث بإجراء الإختبارات الإحصائية المناسبة لفرضيات الدراسة التي تم طرحها، وذلك من أجل قبولها أو رفضها، ليتم من خلالها التوصل لنتائج الدراسة.

المطلب الأول: إختبار صحة الفرضية الرئيسية

سيتم في هذا المطلب إختبار صحة الفرضية الرئيسية

تنص الفرضية الرئيسية على مايلي: "يوجد هناك تأثير ذو دلالة إحصائية للتكوين الجامعي في ترقية المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) عند مستوى دلالة 5%".

وقد قمنا بطرح الفرضيتين التاليتين:

✓ الفرضية الصفرية H_0 : لا يوجد هناك تأثير ذو دلالة إحصائية للتكوين الجامعي في ترقية المؤسسات

السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) عند مستوى دلالة 5%.

✓ الفرضية البديلة H_1 : يوجد هناك تأثير ذو دلالة إحصائية للتكوين الجامعي في ترقية المؤسسات السياحية

بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) عند مستوى دلالة 5%.

الجدول رقم 11.4: نتائج إختبار الفرضية الرئيسية

المتغير المستقل	المتغير التابع	قيمة (F) المحسوبة	القيمة الإحتمالية Sig	نتيجة الإختبار
التكوين الجامعي	المقاوالاتية السياحية	F=2.532	0.023	نقبل الفرضية H_1

المصدر: من إعداد الباحث، إعتقاداً على مخرجات برنامج Spss الإصدار 21 (أنظر الملحق رقم 11).

نسجل من خلال الجدول رقم (11.4) أعلاه أن قيمة (f) المحسوبة تساوي 2.532 والقيمة الإحتمالية Sig تساوي 0.023 وهي قيمة أقل من مستوى الدلالة 5 %.

وبالتالي نرفض الفرضية الصفريّة H_0 ونقبل الفرضية البديلة H_1 والتي مفادها:

"يوجد هناك تأثير ذو دلالة إحصائية للتكوين الجامعي في ترقية المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الوالية المنتدبة آفلو) عند مستوى دلالة 5 %".

المطلب الثاني: إختبار صحة الفرضيات الفرعية

سيتم في هذا المطلب إختبار صحة الفرضيات الفرعية

أولاً: إختبار صحة الفرضية الفرعية 1

تنص الفرضية الفرعية 1 على مايلي: "يوجد هناك تأثير ذو دلالة إحصائية لأبعاد التكوين الجامعي (عروض وبرامج التكوين، طرق وأساليب التدريس، التبرصات ومشاريع التخرج، الندوات والمؤتمرات، مراكز تطوير المقاوالاتية، حاضنات الأعمال) في ترقية المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الوالية المنتدبة آفلو) عند مستوى دلالة

5%".

وقصد إختبار هذه الفرضية قمنا بربط كل بعد من أبعاد التكوين الجامعي (المتغير المستقل) مع المقاولاتية السياحية (المتغير التابع).

الجدول رقم 12.4: نتائج إختبار الفرضية الفرعية 1

أبعاد المتغير المستقل	المتغير التابع	قيمة (t) المحسوبة	القيمة الإحتمالية Sig	نتيجة الإختبار
عروض وبرامج التكوين	المقاولاتية السياحية	2.361	0.019	نقبل الفرضية H_1
طرق وأساليب التدريس	المقاولاتية السياحية	-0.293	0.770	نقبل الفرضية H_0
التربصات ومشاريع التخرج	المقاولاتية السياحية	0.185	0.854	نقبل الفرضية H_0
الندوات والمؤتمرات	المقاولاتية السياحية	-1.815	0.071	نقبل الفرضية H_0
مراكز تطوير المقاولاتية	المقاولاتية السياحية	1.521	0.130	نقبل الفرضية H_0
حاضنات الأعمال	المقاولاتية السياحية	1.979	0.050	نقبل الفرضية H_1

المصدر: من إعداد الباحث، اعتماداً على مخرجات برنامج Spss الإصدار 21 (أنظر الملحق رقم 11).

أ- بالنسبة لبعد عروض وبرامج التكوين

تنص الفرضية على مايلي: "يوجد هناك تأثير ذو دلالة إحصائية لعروض وبرامج التكوين في ترقية المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الوالية المنتدبة آفلو) عند مستوى دلالة 5%".

وقد قمنا بطرح الفرضيتين التاليتين:

✓ الفرضية الصفرية H_0 : لا يوجد هناك تأثير ذو دلالة إحصائية لعروض وبرامج التكوين في ترقية المؤسسات

السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) عند مستوى دلالة 5 %.

✓ الفرضية البديلة H_1 : يوجد هناك تأثير ذو دلالة إحصائية لعروض وبرامج التكوين في ترقية المؤسسات

السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) عند مستوى دلالة 5 %.

نسجل من خلال الجدول رقم (12.4) أعلاه أن قيمة (t) المحسوبة تساوي 2.361 والقيمة الإحتمالية Sig

تساوي 0.019 وهي قيمة أقل من مستوى دلالة 5 %.

وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية H_0 ونقبل الفرضية البديلة H_1 والتي مفادها:

"يوجد هناك تأثير ذو دلالة إحصائية لعروض وبرامج التكوين في ترقية المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط،

الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) عند مستوى دلالة 5 %".

ب- بالنسبة لبعء طرق وأساليب التدريس

تنص الفرضية على مايلي: "يوجد هناك تأثير ذو دلالة إحصائية لطرق وأساليب التدريس في ترقية المؤسسات

السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) عند مستوى دلالة 5 %".

وقد قمنا بطرح الفرضيتين التاليتين:

✓ الفرضية الصفرية H_0 : لا يوجد هناك تأثير ذو دلالة إحصائية لطرق وأساليب التدريس في ترقية المؤسسات

السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) عند مستوى دلالة 5 %.

✓ الفرضية البديلة H_1 : يوجد هناك تأثير ذو دلالة إحصائية لطرق وأساليب التدريس في ترقية المؤسسات

السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) عند مستوى دلالة 5 %.

نسجل من خلال الجدول رقم (12.4) أعلاه أن قيمة (t) المحسوبة تساوي -0.293 والقيمة الإحتمالية Sig تساوي 0.770 وهي قيمة أكبر من مستوى دلالة 5 %.

وبالتالي نرفض الفرضية البديلة H_1 ونقبل الفرضية الصفرية H_0 والتي مفادها:

"لا يوجد هناك تأثير ذو دلالة إحصائية لطرق وأساليب التدريس في ترقية المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) عند مستوى دلالة 5 %".

ت- بالنسبة لبعد التربصات ومشاريع التخرج

تنص الفرضية على مايلي: "يوجد هناك تأثير ذو دلالة إحصائية للتربصات ومشاريع التخرج في ترقية المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) عند مستوى دلالة 5 %".

وقد قمنا بطرح الفرضيتين التاليتين:

✓ الفرضية الصفرية H_0 : لا يوجد هناك تأثير ذو دلالة إحصائية للتربصات ومشاريع التخرج في ترقية المؤسسات

السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) عند مستوى دلالة 5 %.

✓ الفرضية البديلة H_1 : يوجد هناك تأثير ذو دلالة إحصائية للتربصات ومشاريع التخرج في ترقية المؤسسات

السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) عند مستوى دلالة 5 %.

نسجل من خلال الجدول رقم (12.4) أعلاه أن قيمة (t) المحسوبة تساوي 0.185 والقيمة الإحتمالية Sig تساوي 0.854 وهي قيمة أكبر من مستوى دلالة 5 %.

وبالتالي نرفض الفرضية البديلة H_1 ونقبل الفرضية الصفرية H_0 والتي مفادها:

"لا يوجد هناك تأثير ذو دلالة إحصائية للتربصات ومشاريع التخرج في ترقية المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) عند مستوى دلالة 5 %".

ث- بالنسبة لبعء الندوات والمؤتمرات

تنص الفرضية على مايلي: "يوجد هناك تأثير ذو دلالة إحصائية للندوات والمؤتمرات في ترقية المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) عند مستوى دلالة 5%".

وقد قمنا بطرح الفرضيتين التاليتين:

✓ الفرضية الصفرية H_0 : لا يوجد هناك تأثير ذو دلالة إحصائية للندوات والمؤتمرات في ترقية المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) عند مستوى دلالة 5%.

✓ الفرضية البديلة H_1 : يوجد هناك تأثير ذو دلالة إحصائية للندوات والمؤتمرات في ترقية المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) عند مستوى دلالة 5%.

نسجل من خلال الجدول رقم (12.4) أعلاه أن قيمة (t) المحسوبة تساوي -1.815 والقيمة الإحتمالية Sig تساوي 0.071 وهي قيمة أكبر من مستوى دلالة 5%.

وبالتالي نرفض الفرضية البديلة H_1 ونقبل الفرضية الصفرية H_0 والتي مفادها:

"لا يوجد هناك تأثير ذو دلالة إحصائية للندوات والمؤتمرات في ترقية المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) عند مستوى دلالة 5%".

ج- بالنسبة لبعء مراكز تطوير المقاولاتية

تنص الفرضية على مايلي: "يوجد هناك تأثير ذو دلالة إحصائية لمراكز تطوير المقاولاتية في ترقية المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) عند مستوى دلالة 5%".

وقد قمنا بطرح الفرضيتين التاليتين:

✓ الفرضية الصفرية H_0 : لا يوجد هناك تأثير ذو دلالة إحصائية لمراكز تطوير المقاولاتية في ترقية المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) عند مستوى دلالة 5 %.

✓ الفرضية البديلة H_1 : يوجد هناك تأثير ذو دلالة إحصائية لمراكز تطوير المقاولاتية في ترقية المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) عند مستوى دلالة 5 %.

نسجل من خلال الجدول رقم (12.4) أعلاه أن قيمة (t) المحسوبة تساوي 1.521 والقيمة الإحتمالية Sig تساوي 0.130 وهي قيمة أكبر من مستوى دلالة 5 %.

وبالتالي نرفض الفرضية البديلة H_1 ونقبل الفرضية الصفرية H_0 والتي مفادها:

"لا يوجد هناك تأثير ذو دلالة إحصائية لمراكز تطوير المقاولاتية في ترقية المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) عند مستوى دلالة 5 %".

ح- بالنسبة لبعدها حاضنات الأعمال

تنص الفرضية على مايلي: "يوجد هناك تأثير ذو دلالة إحصائية لحاضنات الأعمال في ترقية المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) عند مستوى دلالة 5 %".

وقد قمنا بطرح الفرضيتين التاليتين:

✓ الفرضية الصفرية H_0 : لا يوجد هناك تأثير ذو دلالة إحصائية لحاضنات الأعمال في ترقية المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) عند مستوى دلالة 5 %.

✓ الفرضية البديلة H_1 : يوجد هناك تأثير ذو دلالة إحصائية لحاضنات الأعمال في ترقية المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) عند مستوى دلالة 5 %.

نسجل من خلال الجدول رقم (12.4) أعلاه أن قيمة (t) المحسوبة تساوي 1.979 والقيمة الإحتمالية Sig

تساوي 0.050 وهي قيمة أقل أو تساوي من مستوى دلالة 5 %.

وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية H_0 ونقبل الفرضية البديلة H_1 والتي مفادها:

"يوجد هناك تأثير ذو دلالة إحصائية لحاضنات الأعمال في ترقية المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط،

الجللفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) عند مستوى دلالة 5 %"

ثانيا: إختبار صحة الفرضية الفرعية 2

تنص الفرضية الفرعية 2 على مايلي: "يوجد هناك تأثير ذو دلالة إحصائية للتكوين الجامعي في ترقية جودة خدمات

المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجللفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) عند مستوى دلالة 5 %".

وقد قمنا بطرح الفرضيتين التاليتين:

✓ الفرضية الصفرية H_0 : لا يوجد هناك تأثير ذو دلالة إحصائية للتكوين الجامعي في ترقية جودة خدمات

المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجللفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) عند مستوى دلالة 5 %.

✓ الفرضية البديلة H_1 : يوجد هناك تأثير ذو دلالة إحصائية للتكوين الجامعي في ترقية جودة خدمات

المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجللفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) عند مستوى دلالة 5 %.

الجدول رقم 13.4: نتائج إختبار الفرضية الفرعية 2

المتغير المستقل	البعد الأول للمتغير التابع	قيمة (t) المحسوبة	القيمة الإحتمالية sig	نتيجة الإختبار
التكوين الجامعي	الجودة	1.681	0.095	نقبل الفرضية H_0

المصدر: من إعداد الباحث، اعتمادا على مخرجات برنامج Spss الإصدار 21 (أنظر الملحق رقم 11).

نسجل من خلال الجدول رقم (13.4) أعلاه أن قيمة (t) المحسوبة تساوي 1.681 والقيمة الإحتمالية Sig

تساوي 0.095 وهي قيمة أكبر من مستوى دلالة 5 %.

وبالتالي نرفض الفرضية البديلة H_1 ونقبل الفرضية الصفرية H_0 والتي مفادها:

"لا يوجد هناك تأثير ذو دلالة إحصائية للتكوين الجامعي في ترقية جودة خدمات المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) عند مستوى دلالة 5 %".

ثالثا: إختبار صحة الفرضية الفرعية 3

تنص الفرضية الفرعية 3 على مايلي: "يوجد هناك تأثير ذو دلالة إحصائية للتكوين الجامعي في تنمية روح الابتكار للمؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) عند مستوى دلالة 5 %".

وقد قمنا بطرح الفرضيتين التاليتين:

✓ الفرضية الصفرية H_0 : لا يوجد هناك تأثير ذو دلالة إحصائية للتكوين الجامعي في تنمية روح الابتكار

للمؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) عند مستوى دلالة 5 %.

✓ الفرضية البديلة H_1 : يوجد هناك تأثير ذو دلالة إحصائية للتكوين الجامعي في تنمية روح الابتكار

للمؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) عند مستوى دلالة 5 %.

الجدول رقم 14.4: نتائج إختبار الفرضية الفرعية 3

المتغير المستقل	البعد الثاني للمتغير التابع	قيمة (t) المحسوبة	القيمة الإحتمالية sig	نتيجة الإختبار
التكوين الجامعي	الابتكار	0.655	0.513	نقبل الفرضية H_0

المصدر: من إعداد الباحث، اعتمادا على مخرجات برنامج Spss الإصدار 21 (أنظر الملحق رقم 11).

نسجل من خلال الجدول رقم (14.4) أعلاه أن قيمة (t) المحسوبة تساوي 0.655 والقيمة الإحتمالية Sig

تساوي 0.513 وهي قيمة أكبر من مستوى دلالة 5 %.

وبالتالي نرفض الفرضية البديلة H_1 ونقبل الفرضية الصفرية H_0 والتي مفادها:

"لا يوجد هناك تأثير ذو دلالة إحصائية للتكوين الجامعي في تنمية روح الابتكار للمؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) عند مستوى دلالة 5 %".

رابعا: إختبار صحة الفرضية الفرعية 4

تنص الفرضية الفرعية 4 على مايلي: "يوجد هناك تأثير ذو دلالة إحصائية للتكوين الجامعي في الحد من المخاطرة للمؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) عند مستوى دلالة 5 %".

وقد قمنا بطرح الفرضيتين التاليتين:

✓ الفرضية الصفرية H_0 : لا يوجد هناك تأثير ذو دلالة إحصائية للتكوين الجامعي في الحد من المخاطرة

للمؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) عند مستوى دلالة 5 %.

✓ الفرضية البديلة H_1 : يوجد هناك تأثير ذو دلالة إحصائية للتكوين الجامعي في الحد من المخاطرة للمؤسسات

السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) عند مستوى دلالة 5 %.

الجدول رقم 15.4: نتائج إختبار الفرضية الفرعية 4

المتغير المستقل	البعد الثالث للمتغير التابع	قيمة (t) المحسوبة	القيمة الإحتمالية sig	نتيجة الإختبار
التكوين الجامعي	المخاطرة	-0.670	0.514	نقبل الفرضية H_0

المصدر: من إعداد الباحث، اعتمادا على مخرجات برنامج Spss الإصدار 21 (أنظر الملحق رقم 11).

نسجل من خلال الجدول رقم (15.4) أعلاه أن قيمة (t) المحسوبة تساوي -0.670 والقيمة الإحتمالية Sig

تساوي 0.514 وهي قيمة أكبر من مستوى دلالة 5 %.

وبالتالي نرفض الفرضية البديلة H_1 ونقبل الفرضية الصفرية H_0 والتي مفادها:

"لا يوجد هناك تأثير ذو دلالة إحصائية للتكوين الجامعي في الحد من المخاطرة للمؤسسات السياحية بولايات

(الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) عند مستوى دلالة 5 %".

خامسا: إختبار صحة الفرضية الفرعية 5

تنص الفرضية الفرعية 5 على مايلي: "توجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقدير مساهمة التكوين الجامعي في

ترقية المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) تعزى لمتغيرات (الجنس، المؤهل

العلمي، التخصص الجامعي، المهنة، الخبرة العملية) عند مستوى دلالة 5 %".

وقصد إختبار صحة هذه الفرضية قمنا بتقسيمها إلى:

أ- بالنسبة لمتغير الجنس

تنص الفرضية على مايلي: "توجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقدير مساهمة التكوين الجامعي في ترقية

المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) تعزى للجنس عند مستوى دلالة 5 %"

وقد قمنا بطرح الفرضيتين التاليتين:

✓ الفرضية الصفرية H_0 : لا توجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقدير مساهمة التكوين الجامعي في ترقية

المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) تعزى للجنس عند مستوى

دلالة 5 %.

✓ الفرضية البديلة H_1 : توجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقدير مساهمة التكوين الجامعي في ترقية

المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) تعزى للجنس عند مستوى

دلالة 5 %.

الجدول رقم 16.4: نتائج إختبار الفرضية الفرعية 5

قيمة (t) المحسوبة	درجة الحرية	القيمة الإحتمالية Sig	نتيجة الإختبار
1.681	160	0.095	نقبل الفرضية H_0

المصدر: من إعداد الباحث، إعتقاداً على مخرجات برنامج Spss الإصدار 21 (أنظر الملحق رقم 11).

نسجل من خلال الجدول رقم (16.4) أعلاه أن القيمة الإحتمالية Sig تساوي 0.095 وهي قيمة أكبر من مستوى دلالة 5 %.

وبالتالي نرفض الفرضية البديلة H_1 ونقبل الفرضية الصفريّة H_0 والتي مفادها:

"لا توجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقدير مساهمة التكوين الجامعي في ترقية المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) تعزى للجنس عند مستوى دلالة 5 %".

ب- بالنسبة لمغير المؤهل العلمي

تنص الفرضية على مايلي: "توجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقدير مساهمة التكوين الجامعي في ترقية المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) تعزى للمؤهل العلمي عند مستوى دلالة 5 %".

وقد قمنا بطرح الفرضيتين التاليتين:

✓ الفرضية الصفريّة H_0 : لا توجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقدير مساهمة التكوين الجامعي في ترقية

المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) تعزى للمؤهل العلمي عند

مستوى دلالة 5 %.

✓ الفرضية البديلة H_1 : توجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقدير مساهمة التكوين الجامعي في ترقية

المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) تعزى للمؤهل العلمي عند

مستوى دلالة 5 %.

الجدول رقم 17.4: إختبار تحليل التباين (ANOVA) للفروق بين متوسط إجابات أفراد العينة وفقا لمتغير

المؤهل العلمي

العوامل	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة f	مستوى الدلالة Sig
المؤهل العلمي	بين المجموعات	3.100	02	1.550	4.139	0.018
	داخل المجموعات	59.546	159	0.375	–	
	المجموع	62.646	161	–	–	

المصدر: من إعداد الباحث، اعتمادا على مخرجات برنامج Spss الإصدار 21 (أنظر الملحق رقم 11)

نسجل من خلال الجدول رقم (17.4) أعلاه أن القيمة الإحصائية Sig تساوي 0.018 وهي قيمة أقل من

مستوى دلالة 5 %.

وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية H_0 ونقبل الفرضية البديلة H_1 والتي مفادها:

"توجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقدير مساهمة التكوين الجامعي في ترقية المؤسسات السياحية

بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) تعزى للمؤهل العلمي عند مستوى دلالة 5 %".

ت- بالنسبة لمتغير التخصص الجامعي

تنص الفرضية على مايلي: "توجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقدير مساهمة التكوين الجامعي في ترقية المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) تعزى للتخصص الجامعي عند مستوى دلالة 5%".

وقد قمنا بطرح الفرضيتين التاليتين:

✓ الفرضية الصفرية H_0 : لا توجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقدير مساهمة التكوين الجامعي في ترقية المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) تعزى للتخصص الجامعي عند مستوى دلالة 5%.

✓ الفرضية البديلة H_1 : توجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقدير مساهمة التكوين الجامعي في ترقية المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) تعزى للتخصص الجامعي عند مستوى دلالة 5%.

الجدول رقم 18.4: إختبار تحليل التباين (ANOVA) للفروق بين متوسط إجابات أفراد العينة وفقا لمتغير

التخصص الجامعي

العوامل	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة f	مستوى الدلالة Sig
التخصص الجامعي	بين المجموعات	1.186	01	1.186	3.086	0.081
	داخل المجموعات	61.461	160	0.384	-	
	المجموع	62.646	161	-	-	

المصدر: من إعداد الباحث، اعتمادا على مخرجات برنامج Spss الإصدار 21 (أنظر الملحق رقم 11).

نسجل من خلال الجدول رقم (18.4) أعلاه أن القيمة الإحصائية sig تساوي 0.081 وهي قيمة أكبر من مستوى دلالة 5 %.

وبالتالي نرفض الفرضية البديلة H_1 ونقبل الفرضية الصفرية H_0 والتي مفادها:

"لا توجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقدير مساهمة التكوين الجامعي في ترقية المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) تعزى للتخصص الجامعي عند مستوى دلالة 5%".

ث- بالنسبة لمتغير المهنة

تنص الفرضية على مايلي: "توجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقدير مساهمة التكوين الجامعي في ترقية المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) تعزى للمهنة عند مستوى دلالة 5%".
وقد قمنا بطرح الفرضيتين التاليتين:

✓ الفرضية الصفرية H_0 : لا توجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقدير مساهمة التكوين الجامعي في ترقية المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) تعزى للمهنة عند مستوى دلالة 5 %.

✓ الفرضية البديلة H_1 : توجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقدير مساهمة التكوين الجامعي في ترقية المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) تعزى للمهنة عند مستوى دلالة 5 %.

الجدول رقم 19.4: إختبار تحليل التباين (ANOVA) للفروق بين متوسط إجابات أفراد العينة وفقاً لمتغير

المهنة

العوامل	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة f	مستوى الدلالة Sig
المهنة	بين المجموعات	0.67	02	0.034	0.085	0.918
	داخل المجموعات	62.579	159	0.394	–	
	المجموع	62.646	161	–	–	

المصدر: من إعداد الباحث، اعتماداً على مخرجات برنامج Spss الإصدار 21 (أنظر الملحق رقم 11).

نسجل من خلال الجدول رقم (19.4) أعلاه أن القيمة الإحصائية Sig تساوي 0.918 وهي قيمة أكبر من مستوى دلالة 5%.

وبالتالي نرفض الفرضية البديلة H_1 ونقبل الفرضية الصفرية H_0 والتي مفادها:

"لا توجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقدير مساهمة التكوين الجامعي في ترقية المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) تعزى للمهنة عند مستوى دلالة 5%".

ج- بالنسبة لمتغير الخبرة العملية

تنص الفرضية على مايلي: "توجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقدير مساهمة التكوين الجامعي في ترقية المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) تعزى للخبرة العملية عند مستوى دلالة 5%".

وقد قمنا بطرح الفرضيتين التاليتين:

✓ الفرضية الصفرية H_0 : لا توجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقدير مساهمة التكوين الجامعي في ترقية المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) تعزى للخبرة العملية عند مستوى دلالة 5 %.

✓ الفرضية البديلة H_1 : توجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقدير مساهمة التكوين الجامعي في ترقية المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) تعزى للخبرة العملية عند مستوى دلالة 5 %.

الجدول رقم 20.4: إختبار تحليل التباين (ANOVA) للفروق بين متوسط إجابات أفراد العينة وفقا

لمتغير الخبرة العملية

العوامل	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة f	مستوى الدلالة Sig
الخبرة العملية	بين المجموعات	2.523	02	1.262	3.336	0.038
	داخل المجموعات	60.123	159	0.378	–	
	المجموع	62.646	161	–	–	

المصدر: من إعداد الباحث، اعتمادا على مخرجات برنامج Spss الإصدار 21 (أنظر الملحق رقم 11).

نسجل من خلال الجدول رقم (20.4) أعلاه أن القيمة الإحصائية Sig تساوي 0.038 وهي قيمة أقل من مستوى دلالة 5 %.

وبالتالي نرفض الفرضية البديلة H_0 ونقبل الفرضية البديلة H_1 والتي مفادها:

"توجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقدير مساهمة التكوين الجامعي في ترقية المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) تعزى للخبرة العملية عند مستوى دلالة 5 %".

المبحث الثالث: مناقشة نتائج الدراسة

سنتناول في هذا المبحث مناقشة وتحليل نتائج الفرضية الرئيسية، والفرضيات الفرعية.

المطلب الأول: مناقشة نتائج الفرضية الرئيسية

أظهرت نتائج الفرضية الرئيسية أنه "يوجد هناك تأثير ذو دلالة إحصائية للتكوين الجامعي في ترقية المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) عند مستوى دلالة 5 %"، تشير هذه النتيجة إلى وجود علاقة إيجابية بين التكوين الجامعي والقدرة على إنشاء وتسيير المؤسسات السياحية، وذلك من خلال تزويد الطلبة الجامعيين بالمعارف النظرية وكذلك بالمفاهيم الإدارية الخاصة بإدارة المشاريع السياحية، فاليوم أصبحت الجامعات تدمج في برامجها مساقات في المقاولاتية، والتسويق، والإقتصاد السياحي، وإدارة المشاريع... وبالرغم من هذا فإن التكوين الجامعي مازال يعاني من بعض النقائص خاصة في الجانب الميداني (التدريب والتجارب العملية).

تتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة (Salia Dicko, et.al, 2023) بحيث توصلت إلى أن التكوين المقدم داخل الجامعات المالية الخاصة يساهم في تحسين وتطوير المهارات الأساسية لإنشاء مشاريع ريادية، وهي نفس النتيجة التي توصلت إليها دراسة (Nhleko, Vander westhuizen, 2022) بحيث توصلت إلى أن الدورات التكوينية التي قدمتها جامعة كوازولونatal من جنوب افريقيا ساهمت في حصول الخريجين على مهارات ومعارف تكنولوجية تلبي متطلباتهم المقاولاتية، كما إتفقت أيضا مع دراسة (Nwokolo Echezona, 2015) بحيث توصلت إلى أن التكوين الجامعي المقاولاتي يساهم في تحسين كفاءات الطلبة الجامعيين في مجال المقاولاتية.

في حين إختلفت نتائج هذه الدراسة مع دراسة (سومية هادف، نبيل بوزيد، 2022) التي أظهرت عدم مساهمة الجانب النظري للتكوين الجامعي بدرجة كافية في إعداد الطلبة الجامعيين لسوق العمل، كما إختلفت أيضا

مع دراسة (هارون أسماء، 2010/2009) التي توصلت إلى أن التكوين الجامعي في ظل نظام ل.م.د لم يسهم في إكساب الطلبة الجامعيين للمعارف النظرية التي تؤهلهم لتلبية متطلبات سوق العمل.

المطلب الثاني: مناقشة نتائج الفرضيات الفرعية

أولاً: مناقشة نتائج الفرضية الفرعية 1

فيما يخص أبعاد التكوين الجامعي التي كان لها أثر في ترقية المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) فأظهرت أن هناك تأثير لعروض وبرامج التكوين ولحاضنات الأعمال في ترقية المؤسسات السياحية، وأنه لا يوجد هناك تأثير لطرق وأساليب التدريس، والتربصات ومشاريع التخرج، والندوات والمؤتمرات، ومراكز تطوير المقاولاتية في ترقية المؤسسات السياحية.

إن توحيد عروض التكوين في سنة 2018 من طرف الوزارة الوصية كان لها الأثر في ظهور مقاييس ساهمت في تزويد الطلبة الجامعيين بالمعارف وتطوير كفاءاتهم على غرار مقياس المقاولاتية والشباب، مقياس المشروع الشخصي والمهني...، أما حاضنات الأعمال فأصبحت تمثل تلك البيئة المشجعة والمحفزة لممارسة هذا النوع من المشاريع.

ثانياً: مناقشة الفرضية الفرعية 2

أظهرت نتائج الفرضية الفرعية 2 أنه "لا يوجد هناك تأثير ذو دلالة إحصائية للتكوين الجامعي في ترقية جودة خدمات المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) عند مستوى دلالة 5%"، تشير هذه النتيجة إلى أن التكوين الجامعي لا يؤثر في تحسين جودة الخدمات المقدمة من طرف المؤسسات السياحية، ويرجع ذلك إلى أن التكوين الجامعي يركز بشكل مفرط على الجانب النظري على حساب الجوانب التطبيقية التي يحتاجها المقاول السياحي لتقديم خدمات سياحية عالية الجودة كطريقة التعامل مع الزبائن، والسياح،

وإدارة الجودة في الخدمات السياحية، واستخدام التكنولوجيا الحديثة في تحسين تجربة السائح...، وكذلك ناتج عن عدم ربط التكوين الجامعي بإحتياجات سوق العمل السياحي وذلك بناء على آراء الخبراء والمهنيين في القطاع السياحي، مما ينعكس سلباً على مخرجات المؤسسات الجامعية بوجود خريجين غير مؤهلين لتحسين وتطوير مستوى الخدمات في المؤسسات السياحية.

ثالثاً: مناقشة الفرضية الفرعية 3

أظهرت الفرضية الفرعية 3 أنه "لا يوجد هناك تأثير ذو دلالة إحصائية للتكوين الجامعي في تنمية روح الابتكار للمؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) عند مستوى دلالة 5%"، تشير هذه النتيجة إلى ضعف أو تقصير المؤسسات الجامعية في تنمية روح الابتكار لدى المؤسسات السياحية، وهو ما قد يكون ناتجاً عن الأساليب التدريسية التقليدية التي تركز على الحفظ والتلقين بدلاً من تشجيع الطلبة الجامعيين على التفكير الإبداعي وخلق أفكار جديدة ومبتكرة في مجال المقاولاتية السياحية، وكذلك لغياب التدريب العملي والتجارب الميدانية الذي من شأنه أن يقلل من قدرة الطلبة على تطوير حلول جديدة لمشاكل القطاع السياحي وينتج خريجين يحملون نفس الأفكار التقليدية السابقة وغير مهئين لتحويلها لمشاريع سياحية مبتكرة.

رابعاً: مناقشة الفرضية الفرعية 4

أظهرت الفرضية الفرعية 4 أنه "لا يوجد هناك تأثير ذو دلالة إحصائية للتكوين الجامعي في الحد من المخاطرة للمؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) عند مستوى دلالة 5%"، تشير هذه النتيجة إلى أن التكوين الجامعي لا يوفر للطلبة الجامعيين الأدوات والمهارات الكافية لتفادي أو التقليل من المخاطر المرتبطة بإنشاء وتسيير المؤسسات السياحية مما يجعل الخريجين أقل قدرة على إتخاذ قرارات محسوبة في بيئة الأعمال السياحية ويكونون عرضة للفشل عند تنفيذ مشاريعهم السياحية، كما أن التكوين الجامعي لا يركز بشكل كاف على مقاييس التحليل المالي، والتنبؤ بالمخاطر، وإدارة الأزمات، وتحليل نقاط القوة والضعف والفرص

والتهديدات (SWOT)، وتقييم جدوى المشاريع السياحية، ودراسة السوق، وجباية المؤسسة،...، وأيضاً لا يركز على الجانب التطبيقي والتجريبي المحاكي للواقع كتدريب الطلبة على مواجهة الأزمات المحتملة مثل تراجع الطلب السياحي، تغير الظروف السياسية والإقتصادية، التغيرات البيئية والمناخية...

خامساً: مناقشة الفرضية الفرعية 5

"لا توجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقدير مساهمة التكوين الجامعي في ترقية المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) تعزى للجنس عند مستوى دلالة 5 %"، تشير هذه النتيجة إلى أن فئة الجنس لا تؤثر في عملية تقدير العمال لمساهمة التكوين الجامعي في ترقية المؤسسات السياحية مما يعني أن الذكور والإناث لهم نفس التصور حول تقدير المساهمة، كما يعكس ذلك وجود تغيرات ثقافية في المجتمع، حيث أصبح كل من الرجال والنساء يتمتعون بفرص متكافئة في التكوين الجامعي والمجال المقاوالاتي.

"توجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقدير مساهمة التكوين الجامعي في ترقية المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) تعزى للمؤهل العلمي عند مستوى دلالة 5 %"، تعكس هذه النتيجة تأثير مستوى التحصيل العلمي على فهم وتقييم دور التكوين الجامعي في دعم المؤسسات السياحية، إن حملة الشهادات العليا يكون لديهم وعي أكبر بتحديات المقاوالاتية نتيجة لمناهج أكثر تعمقا، بينما قد يرى أصحاب الشهادات الدنيا أن التكوين الجامعي لم يساهم كثيرا في تطوير مهاراتهم المقاوالاتية في المجال السياحي.

"لا توجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقدير مساهمة التكوين الجامعي في ترقية المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) تعزى للتخصص الجامعي عند مستوى دلالة 5 %"، تظهر هذه النتيجة أن جميع التخصصات تستفيد بشكل متقارب من التكوين الجامعي فيما يتعلق بالمقاوالاتية السياحية، مما يشير إلى أن برامج التكوين الجامعي قد تكون عامة وغير متخصصة بشكل كاف.

" لا توجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقدير مساهمة التكوين الجامعي في ترقية المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) تعزى للمهنة عند مستوى دلالة 5%"، تشير هذه النتيجة إلى أن المهنة لا تؤثر في تشكيل الرأي حول تقدير دور التكوين الجامعي، الموظفون وأصحاب المؤسسات السياحية يكون لديهم وعي أكبر بتحديات سوق العمل السياحي، وبالتالي تقييمهم لدور التكوين الجامعي قد يكون أكثر دقة مقارنة بالطلبة الذين لم يخوضوا تجربة العمل بعد.

"توجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقدير مساهمة التكوين الجامعي في ترقية المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) تعزى للخبرة العملية عند مستوى دلالة 5%"، تعكس هذه النتيجة حقيقة أن تقييم فاعلية التكوين الجامعي يعتمد بدرجة الأولى على مدى الخبرة المكتسبة من طرف العامل، بحيث كلما زادت خبرة العامل كلما أصبح أكثر قدرة على ملاحظة الفجوات بين ما تقدمه المؤسسات الجامعية وما يحتاجه الواقع العملي، وبالتالي فإن التحدي الأكبر يتمثل في تطوير برامج تكوينية مرنة تتكيف مع إحتياجات مختلف الفئات، سواء كانوا مبتدئين في سوق العمل أو لديهم خبرة طويلة.

خلاصة الفصل

تم في هذا الفصل التعرف على إبتجاهات آراء العينة لمحاور الدراسة وذلك من خلال تحليل الإجابات على فقرات الإستبيان بحيث توصلنا إلى وجود موقف محايد على فقرات أبعاد المحور الأول، ووجود موافقة وموافقة تامة على فقرات أبعاد المحور الثاني.

كما تم إختبار صحة فرضيات الدراسة من خلال الإعتماد على الأساليب الإحصائية نموذج الإنحدار الخطي المتعدد ، وإختبار (t)، وتحليل التباين أحادي الطرف، بحيث توصلنا إلى أن التكوين الجامعي يساهم في ترقية المقاولاتية السياحية، وفي الأخير تم مناقشة وتفسير نتائج الفرضيات المتوصل إليها.

خاتمة

يشكل القطاع السياحي في الجزائر بما يمتلكه من مقومات طبيعية، وثقافية، وأخرى تراثية، أرضية خصبة لإحتضان مشاريع مقاولاتية تركز على المبادرة والتجديد والإبتكار، وعلى خلق الثروة وتوفير مناصب الشغل، فالمقاولاتية السياحية أصبحت من بين الرهانات الإقتصادية الواعدة وأحد البدائل الإقتصادية التي تراهن عليها الجزائر لتحقيق التنمية المستدامة وتنويع مصادر الدخل الوطني خارج قطاع المحروقات، بحيث أن نجاحها وضمن رقيها وتطورها يعتمد بالدرجة الأولى على المورد البشري المؤهل الذي يمثل أحد الركائز التي تركز عليها العملية السياحية وكذلك أحد العناصر الفاعلة في أداء الخدمات السياحية وذلك بفضل ما يمتلكه من كفاءات ومهارات مكتسبة من تكوينه الجامعي، هذا الأخير الذي يسهم في إعدادة وتزويده بالمعارف النظرية والتطبيقية التي تساعد في إنشاء مؤسسات سياحية مبتكرة وتقديم خدمات سياحية ذات جودة، وعلى العكس من ذلك فإنه أي خلل في إعدادة وتكوينه يؤثر سلبا على أدائه وعلى نوعية الخدمات وجودتها.

من خلال هذه الدراسة توصلنا إلى جملة من النتائج المتعلقة بالتكوين الجامعي، وبالمقاولاتية السياحية، جاءت

على النحو التالي:

أولا: النتائج

1- النتائج المتعلقة بإتجاهات آراء عينة الدراسة

- ✓ هناك إتجاه عام بالحياد على فقرات عروض وبرامج التكوين لدى أفراد عينة الداسة.
- ✓ هناك إتجاه عام بالحياد على فقرات طرق وأساليب التدريس لدى أفراد عينة الداسة.
- ✓ هناك إتجاه عام بالحياد على فقرات التربصات ومشاريع التخرج لدى أفراد عينة الداسة.
- ✓ هناك إتجاه عام بالحياد على فقرات الندوات والمؤتمرات لدى أفراد عينة الداسة.
- ✓ هناك إتجاه عام بالحياد على فقرات مراكز تطوير المقاولاتية لدى أفراد عينة الداسة.
- ✓ هناك إتجاه عام بالحياد على فقرات حاضنات الأعمال لدى أفراد عينة الداسة.

2- النتائج المتعلقة باختبار صحة الفرضية الرئيسية والفرضيات الفرعية

- ✓ يوجد هناك تأثير ذو دلالة إحصائية للتكوين الجامعي في ترقية المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) عند مستوى دلالة 5%.
- ✓ يوجد هناك تأثير ذو دلالة إحصائية لعروض وبرامج التكوين، ولحاضنات الأعمال في ترقية المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) عند مستوى دلالة 5%.
- ✓ لا يوجد هناك تأثير ذو دلالة إحصائية لطرق وأساليب التدريس، وللتربصات ومشاريع التخرج، وللندوات والمؤتمرات، ولمراكز تطوير المقاولاتية في ترقية المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) عند مستوى دلالة 5%.
- ✓ لا يوجد هناك تأثير ذو دلالة إحصائية للتكوين الجامعي في ترقية جودة خدمات المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) عند مستوى دلالة 5%.
- ✓ لا يوجد هناك تأثير ذو دلالة إحصائية للتكوين الجامعي في تنمية روح الابتكار للمؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) عند مستوى دلالة 5%.
- ✓ لا يوجد هناك تأثير ذو دلالة إحصائية للتكوين الجامعي في الحد من المخاطرة للمؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) عند مستوى دلالة 5%.
- ✓ لا توجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقدير مساهمة التكوين الجامعي في ترقية المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) تعزى لمتغيرات (الجنس، التخصص الجامعي، المهنة) عند مستوى دلالة 5%.

✓ توجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية في تقدير مساهمة التكوين الجامعي في ترقية المؤسسات السياحية بولايات (الأغواط، الجلفة، غرداية، الولاية المنتدبة آفلو) تعزى لمتغيري (المؤهل العلمي، الخبرة العملية) عند مستوى دلالة 5 %.

ثانيا: التوصيات

إنطلاقا من النتائج المتوصل إليها يمكن تقديم التوصيات التالية:

1- على مستوى المؤسسات الجامعية:

- ✓ الإهتمام أكثر بالتكوين الميداني في المجال السياحي على مستوى المؤسسات الجامعية.
- ✓ تعزيز الشراكة بين المؤسسات الجامعية والمؤسسات السياحية.
- ✓ التشجيع على إنشاء حاضنات أعمال جامعية متخصصة في السياحة.
- ✓ توجيه البحث العلمي نحو خصوصيات السياحة المحلية وربطها بواقع المقاولاتية.
- ✓ إدراج مقاييس متخصصة في المقاولاتية السياحية ضمن البرامج الجامعية خاصة في مناطق ذات الطابع السياحي.

- ✓ العمل على نشر الثقافة السياحية بين أوساط الطلبة الجامعيين.
- ✓ العمل على تعزيز وعي الطلبة الجامعيين بأهمية السياحة كقطاع إقتصادي واعد.
- ✓ إدراج مقاييس تركز على الابتكار في مجال السياحة.
- ✓ تكوين أعضاء هيئة التدريس في مجال المقاولاتية عبر دورات متخصصة.

2- على مستوى المؤسسات السياحية:

- ✓ المشاركة في إعداد برامج التكوين الجامعي لتتماشى أكثر مع متطلبات سوق العمل السياحي.
- ✓ فتح المجال أمام المترشحين من الطلبة الجامعيين.

✓ تشجيع توظيف الحاملين لشهادات جامعية خاصة على مستوى المؤسسات الفندقية.

3- على مستوى الدولة:

✓ تسهيل الإجراءات القانونية لإنشاء وإستغلال المؤسسات السياحية.

✓ دعم الخريجين الجامعيين أصحاب المشاريع السياحية المبتكرة.

✓ الإشراف على المنصات الرقمية الخاصة بحجوزات الطيران بدل الوسطاء.

ثالثا: آفاق الدراسة

بعد عرض النتائج والتوصيات، يقترح الباحث بعض المواضيع التي يمكن ان تكون آفاقا مستقبلية لمواصلة البحث في هذا الموضوع:

✓ تلبية برامج التكوين الجامعي السياحي لإحتياجات سوق العمل السياحي.

✓ مساهمة المعارف التطبيقية للتسويق السياحي في تحسين جودة الخدمات السياحية.

✓ مساهمة حاضنات الأعمال الجامعية في إكساب الطلبة لمهارات المقاولاتية السياحية.

✓ مساهمة القرار 1275 في تنمية روح الابتكار لدى الطلبة الجامعيين.

✓ مساهمة المقاولاتية السياحية في تحسين الوجهة السياحية للجزائر.

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية

1/ الكتب

1. أماني رضا، الإعلام والسياحة، الطبعة الأولى، أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، مصر، 2017.
2. أوكيل سعيد، ريادة الأعمال أو المقاولاتية مقارنة شاملة وعملية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2017.
3. البطوطي سعيد، شركات السياحة ووكالات السفر، الطبعة الأولى، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، مصر، 2010.
4. بظاظو إبراهيم، وآخرون، السياحة البيئية بين النظرية والتطبيق، الطبعة الأولى، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012.
5. بن أشنهو مراد، نحو الجامعة الجزائرية تأملات حول مخطط جامعي، ترجمة عائدة أديب بامية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1981.
6. بن غضبان فؤاد، السياحة البيئية المستدامة بين النظرية والتطبيق، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015.
7. الحمالي، وآخرون، مقدمة في ريادة الأعمال، الطبعة الثانية، مكتبة الشنقري للنشر وتقنية المعلومات، السعودية، 2016.
8. خرخاش سامية، المقاولاتية -ريادة الأعمال- الطبعة الأولى، دار الباحث للنشر والإشهار، برج بوعريريج، الجزائر، 2021.
9. خرشي إسحاق، المقاولاتية البحث عن الفكرة -إنشاء المؤسسة- المرافقة المقاولاتية، الطبعة الأولى، ألفا للوثائق للنشر والتوزيع، قسنطينة، الجزائر، 2021.

10. داسة مصطفى، المقاولاتية وريادة الأعمال، الطبعة الأولى، دار الباحث للنشر والإشهار، برج بوعرييج، الجزائر، 2022.
11. رانيا الشيخ طه، الابتكار وريادة الأعمال، سلسلة كتيبات تعريفية موجه إلى الفئة العمرية الشابة في الوطن العربي، صندوق النقد العربي، 2022، أبو ظبي، الإمارات، 2022.
12. السيسي ماهر عبد الخالق، مبادئ السياحة، الطبعة الثانية، مجموعة النيل العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2015.
13. شمطو سمير خليل، إدارة وكالات السياحة والسفر، دار الكتب والوثائق العراقية، بغداد، العراق، 2017.
14. العبادي هاشم فوزي دباس، وآخرون، إدارة التعليم الجامعي مفهوم حديث في الفكر الإداري المعاصر، الطبعة الأولى، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008.
15. عبوي زيد منير، مبادئ السياحة الحديثة، الطبعة الأولى، دار المعترف للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016.
16. العسالي علاء إبراهيم، السياحة في الوطن العربي التاريخ-المخاطر-المهددات، الطبعة الأولى، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016.
17. عليا عوده أبو هليل، الموارد البشرية في السياحة الأردنية، الطبعة الأولى، سلسلة فكر ومعرفة من منشورات وزارة الثقافة، عمان، الأردن، 2022.
18. العمري محمد أحمد، الأمن السياحي المفهوم والتطبيق، الطبعة الأولى، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014.
19. فلاق محمد، ريادة الأعمال -المقاولاتية- من الفكرة إلى التجسيد، الطبعة الأولى، ألفا للوثائق للنشر والتوزيع، قسنطينة، الجزائر، 2022.
20. مذكور أحمد علي، الشجرة التعليمية: رؤية متكاملة للمنظومة التربوية، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر،

2000.

21. مرتضى البشير الأمين، وسائل الإتصال والترويج السياحي، دار أمواج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن،

2016.

22. مصطفى يوسف كافي، إقتصاديات النقل السياحي، دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، سوريا،

دمشق، 2015.

23. مصطفى يوسف كافي، ريادة الأعمال في المنشآت السياحية، الطبعة الأولى، ألفا للوثائق للنشر والتوزيع،

قسنطينة، الجزائر، 2018.

24. مصطفى يوسف كافي، صناعة السياحة والأمن السياحي، الطبعة الأولى، دار مؤسسة رسلان للطباعة

والنشر والتوزيع، دمشق، سوريا، 2009.

25. المطيري صفاء، التعليم الريادي، سلسلة دورية تعنى بقضايا التنمية في الدول العربية، العدد 149، المعهد

العربي للتخطيط، الكويت، 2019.

26. نعيم إبراهيم الطاهر، إدارة التعليم العالي، الطبعة الأولى، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، الأردن،

2013.

2/ الأطروحات والرسائل الجامعية

27. بله سعد، دور المؤسسات السياحية في تسويق الوجهة السياحية الصحراوية المستدامة بالجزائر -دراسة حالة

وكالات السياحة والأسفار "بإقليم الأهقار"- أطروحة دكتوراه الطور الثالث في العلوم التجارية، جامعة قاصدي

مرباح، ورقلة، 2023/2022.

28. بن الحبيب محسن، أثر إدارة العلاقة مع العملاء في تنافسية المؤسسات السياحية بالجزائر-دراسة عينة من

الوكالات السياحية بالجزائر- أطروحة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة،

2017/2016.

29. بودرداين آمنة، دور الجامعة في تكوين بعض المهارات الحياتية دراسة ميدانية على مستوى كليات جامعة قسنطينة2، أطروحة دكتوراه علوم في علوم التربية، جامعة قسنطينة2، 2021/2020.
30. الجودي محمد علي، نحو تطوير المقاولاتية من خلال التعليم المقاولاتي دراسة على عينة من طلبة جامعة الجلفة، أطروحة دكتوراه علوم في علوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015/2014.
31. زاغر سارة، أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في ترويج الخدمات السياحية دراسة ميدانية لمجموعة من الوكالات السياحية بالجزائر، أطروحة دكتوراه الطور الثالث في العلوم التجارية، جامعة بسكرة، 2021/2020.
32. السيد خلود وليد سمير، واقع التحول الرقمي في الجامعات الأردنية من وجهة نظر الإداريين وأعضاء هيئة التدريس، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن، 2022.
33. الشاهد إلياس، التسويق السياحي في الجزائر دراسة نظرية وميدانية، أطروحة دكتوراه علوم في العلوم التجارية، جامعة الجزائر3، 2013/2012.
34. قارة ساسية، التعليم العالي والتنمية الاجتماعية الصحية -المؤسسة الإستشفائية نموذجاً- أطروحة دكتوراه علوم في علم اجتماع، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف2، 2019/2018.
35. قايدي آمنة، تطور التوجه المقاولاتي للطلبة الجامعيين، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، جامعة مصطفى إسماعيل، معسكر، 2017/2016.
36. قرارية فتيحة، الصناعة السياحية في الدول المغاربية (حالة: الجزائر، تونس والمغرب)، أطروحة دكتوراه علوم في علوم التسيير غير منشوة، جامعة تلمسان، 2019/2018.
37. لونيبي ريم، المعوقات التنظيمية للمقاولاتية السياحية في الجزائر-دراسة ميدانية للوكالات السياحية في مدينة باتنة- أطروحة دكتوراه علوم في علم اجتماع، جامعة باتنة1، 2020/2019.

38. مفاتيح يمنية، أثر الابتكار السياحي على التنمية السياحية "حالة إقليمي الأهقار بالجزائر ودوز بتونس"، أطروحة دكتوراه الطور الثالث في العلوم التجارية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2018/2017.
39. نوار سامية، تقييم نوعية التكوين الجامعي في الجزائر في ضوء العولمة، أطروحة دكتوراه علوم في علم النفس، جامعة قسنطينة 2 عبد الحميد مهدي، 2019/2018.
40. هارون أسماء، دور التكوين الجامعي في ترقية المعرفة العلمية: تحليل نقدي لسياسة التعليم العالي في الجزائر نظام LMD، رسالة ماجستير في علم إجتماع، جامعة منتوري، قسنطينة، 2010/2009.

3/ المجلات والدوريات

41. إبراهيم عصام سيد أحمد السعيد، التعليم الريادي: مدخل لدعم توجه طلاب الجامعة نحو الريادة والعمل الحر، مجلة كلية التربية، جامعة بورسعيد، مصر، العدد 18، 2015.
42. أبريغم سامية، قريوة زينب، المقاولاتية ومشاريع الإستثمار السياحي في الصحراء وفق معايير الحكومة الإجتماعية، مجلة إقتصاد المال والأعمال، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف، ميلة، المجلد 01، العدد 02، 2017.
43. بجباح أحمد إبراهيم، عايب فاطمة الزهرة، توجه التكوين الجامعي نحو إنشاء المؤسسات الناشئة، دراسة حالة عينة من طلبة الماستر التابعين لقرار 1275 جامعة تبسة، مجلة آفاق علوم الإدارة والإقتصاد، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، المجلد 07، العدد 02، 2024.
44. بلعابد فايضة، سويسي الربيع، دراسة تحليلية لواقع المقاولاتية السياحية في تطوير القطاع السياحي بالجزائر خلال الفترة (2000-2020)م، مجلة المنهل الإقتصادي، جامعة حمه لخضر، الوادي، المجلد 06، العدد 01، 2023.
45. بلقيدوم صباح، مامن حياة، التعليم المقاولاتي الجامعي... طالب اليوم مقاول الغد - نماذج دولية متميزة في

- مجال نشر الثقافة المقاولاتية في الأوساط الجامعية- المجلة الدولية للدراسات الاقتصادية، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الإستراتيجية، الاقتصادية والسياسية، برلين، ألمانيا، 2019.
46. بن حامد عبد الغني، بن حبيرش محمد، جودة التكوين وأثرها في ريادة الأعمال لدى الخريجين الجامعيين، دراسة إمبيريقية خصت خريجي المركز الجامعي إيليزي خلال الفترة "2018-2019"، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، المجلد 08، العدد 01، 2021.
47. بن سديرة عمار، المقاولاتية السياحية: مدخل إستراتيجي لدعم التنمية السياحية في الإقتصاد الجزائري، مجلة التمويل والإستثمار والتنمية المستدامة، جامعة سطيف 1، المجلد 06، العدد 01، 2021.
48. بن شواط سمية، لعوج زواوي، مساهمة قطاع التعليم العالي بالجزائر في بعث وإرساء المقاولاتية، نموذج مقترح، مجلة البشائر الاقتصادية، جامعة طاهري محمد، بشار، المجلد 08، العدد 02، 2022.
49. بن قطاف أحمد، دور المقاولاتية ودورها في تشجيع روح المقاولاتية في الجامعات، دراسة تقييمية لدار المقاولاتية بجامعة برج بوعرييج، مجلة الباحث الاقتصادي، جامعة البشير الإبراهيمي، برج بوعرييج، المجلد 08، العدد 01، 2021.
50. بن موفق زروق، وآخرون، المقاولاتية ومساهمتها في تنمية القطاع السياحي في الجزائر: الواقع والآفاق، مجلة إقتصاد المال والأعمال، المركز الجامعي عبدالحفيظ بوالصوف، ميلة، المجلد 03، العدد 04، 2019.
51. بوالشعور شريفة، دور حاضنات الأعمال في دعم وتنمية المؤسسات الناشئة startups: دراسة حالة الجزائر، مجلة البشائر الاقتصادية، جامعة طاهري محمد، بشار، المجلد 04، العدد 02، 2018.
52. بوردوسن حياة، قرزير محمود، القرار الوزاري رقم 1275 شهادة مؤسسة ناشئة / شهادة براءة اختراع ودوره في تعزيز قيم المواطنة لدى الطالب الجامعي -دراسة ميدانية على عينة طلبة ماستر 2 جامعة عباس لغرور، خنشلة، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، جامعة العربي التبسي، تبسة، المجلد 08، العدد 01، 2023.

53. بوزيان الرحماني هاجر، مقالة الصيد السياحي في الجزائر "بين الواقع والرهانات"، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، المجلد 14، العدد 02، 2022.
54. بوطورة فضيلة، يحياوي هالة، الفكر المقاوлатي وأهميته في تنشيط قطاع السياحة، مجلة دراسات في الإقتصاد وإدارة الأعمال، جامعة العربي التبسي، تبسة، المجلد 03، العدد 05، 2020.
55. بوفالطة محمد سيف الدين، عزيزي نذير، مشكلات نشر الثقافة المقاوлатية لدى الطالب الجامعي -دراسة حالة على طلبة قسم علوم التسيير بجامعة قسنطينة 2- مجلة التنمية البشرية، جامعة محمد بن أحمد، وهران 2، المجلد 06، العدد 04، 2019.
56. بوقطف محمود، وآخرون، المقاولاتيه ودورها في دعم سوق العمل للشباب الجامعي الجزائري دراسة تحليلية - سوسيو إقتصادية- مجله الباحث في العلوم الإنسانية والإجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، المجلد 11، العدد 03، 2019.
57. بيض القول إبراهيم، بوفلجة غيات، دور التكوين الجامعي في إكتساب المهارات الأساسية والتوجه نحو المقاولاتية لدى الطلبة الجامعيين: دراسة مقارنة بين طلبة علوم الإقتصادية والطلبة العلوم الإجتماعية، مجلة آفاق للعلوم، جامعة زيان عاشور، الجلفة، المجلد 05، العدد 18، 2020.
58. جريبي السبتي، وآخرون، المقالة النسائية ودورها في ترقية الصناعة السياحية في الجزائر، مجلة ميلاف للبحوث والدراسات، المركز الجامعي عبدالحفيظ بوصوف، ميلة، المجلد 03، العدد 02، 2017.
59. جمعة عبد العزيز، الرغبة المقاوлатية وبعد الثقافة المقاوлатية لدى الطلبة الجامعيين مدخل إستكشافي، مجلة البشائر الإقتصادية، جامعة طاهري محمد، بشار، المجلد 07، العدد 01، 2021.
60. الحدي نجوية، المقاولاتية كرهان لإمتصاص البطالة، مجلة إدارة الأعمال والدراسات الإقتصادية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، العدد 04، 2016.

61. حمادي وفاء، بن عديدة نبيل، آثار القرار الوزاري 1275 في إحتضان البحث العلمي لحاملي أفكار مشاريع المبتكرة والمؤسسات الناشئة، مجلة القانون العقاري والبيئة، جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم، المجلد 12، العدد 02، 2024.
62. خالد صلاح حنفي محمود، آليات تفعيل دور الجامعات المصرية في تعزيز ثقافة ريادة الأعمال في ضوء بعض الاتجاهات العالمية المعاصرة: دراسة تحليلية، مجلة تطوير الأداء الجامعي، المجلد 24، العدد 01، 2023.
63. خراذل محمد، جايدر حسان، دور التكوين الجامعي في تحسين الرغبة المقاولاتية لدى الطلبة المقبلين على التخرج -دراسة مقارنة- (حالة جامعة زيان عاشور-الجلفة-)، مجلة إدارة الأعمال والدراسات الإقتصادية، جامعة زيان عاشور، الجلقة، المجلد 06، العدد 01 مكرر 1، 2020.
64. خلوفي سفيان، شريط كمال، سياسات وبرامج التعليم المقاولاتي في ضوء خبرة معهد ريادة الأعمال وإدارة ريادة الأعمال التقنية في المملكة العربية السعودية، مجلة الريادة لإقتصاديات الأعمال، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، المجلد 05، العدد 02، 2019.
65. خميس نفيسة، محسن عواطف، دور التكوين الجامعي في تفعيل النية المقاولاتية لدى الطلبة (دراسة ميدانية لعينة من الطلبة بجامعة ورقلة)، مجلة رؤى إقتصادية، جامعة حمة لخضر، الوادي، المجلد 07، العدد 02، 2017.
66. رشا عبد العاطي راغب، وآخرون، فاعلية برنامج إرشادي لتعزيز مهارات ريادة الأعمال لدى الشباب الجامعي، مجلة حوار جنوب-جنوب، جامعة أسبوط، مصر، المجلد 06، العدد 17، 2023.
67. رمزي سمير شكشك، أثر التعليم لريادة الأعمال على نية الطلبة لإنشاء المشاريع الريادية: دراسة حالة كلية مجتمع الأقصى للدراسات المتوسطة -قطاع غزة- مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الإقتصادية والإدارية، غزة، فلسطين، المجلد 31، العدد 02، 2023.
68. الرميدي بسام سمير، تقييم دور الجامعات المصرية في تنمية ثقافة ريادة الأعمال لدى الطلاب -إستراتيجية

مقترحة للتحسين- مجلة إقتصاديات المال والأعمال، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف، ميله، العدد06، 2018.

69. الرميدي بسام سمير، مكاي مصطفى أحمد، تقييم خصائص وسمات رواد الأعمال لدى طلاب كليات السياحة والفنادق بالجامعات الحكومية المصرية، مجلة كلية السياحة والفنادق، جامعة مدينة السادات، مصر، المجلد06، العدد01، 2022.

70. زقاي حميدي، رماس محمد أمين، دور التعليم العالي في تنمية الموارد البشرية في الدول العربية، مجلة نور للدراسات الإقتصادية، المركز الجامعي نور البشير، البيض، المجلد05، العدد01، 2019.

71. زهية عيسى، الإطار القانوني لبناء المؤسسات الفندقية، مجلة التعمير والبناء، جامعة ابن خلدون، تيارت، المجلد04، العدد02، 2020.

72. زواقي مصطفى، النظام القانوني لوكالات السياحة والأسفار في التشريع الجزائري، مجلة الإجتهد للدراسات القانونية والإقتصادية، جامعة أمانوكال الحاج موسى أق أخاموك، تمنراست، المجلد08، العدد02، 2019.

73. سومية هادف، نبيل بوزيد، مساهمة تحسين نوعية التكوين الجامعي في تحضير الطلبة إلى عالم الشغل-دراسة ميدانية على الطلبة المقبلين على التخرج (سنة ثالثة ليسانس، سنة أولى وثانية ماستر)، مجلة الجامع في الدراسات النفسية والعلوم التربوية، جامعة محمد بوضياف، مسيلة، المجلد07، العدد01، 2022.

74. السيد لمياء محمد أحمد، إبراهيم إيمان عبد الفتاح محمد، "سياسات وبرامج التعليم الريادي وريادة الأعمال في ضوء خبرة كل من سنغافورة والصين وإمكانية الاستفادة منها في مصر"، دراسات عربية في التربية وعلم النفس، العدد 53، الجزء الثاني، 2014.

75. شاوي شافية، المقاولاتية ودورها في تفعيل حركة القطاع السياحي في الجزائر، حوليات جامعة قلمة للعلوم الإجتماعية والإنسانية، جامعة قلمة، العدد27، 2019.

76. شيماء جبر عبد الله جبر الحبشي، دور التكوين الجامعي للطلاب في تحقيق الميزة التنافسية "جامعة الإسكندرية أنموذجا"، دراسات تربوية ونفسية، مجلة كلية التربية بالزقازيق، مصر، العدد 107، الجزء 02، 2020.
77. الصيرفي محمد عبد الوهاب، وآخرون، ريادة الأعمال (المفهوم والنشأة والأهمية) -دراسة تحليلية، مجلة كلية التربية، جامعة العريش، مصر، العدد 22، 2020.
78. الطائي سعاد هادي حسن، واقع التعليم العالي والبحث العلمي في الوطن العربي (المعالجة والحلول)، مجلة أكاديمية البورك للعلوم الإنسانية والإجتماعية، المجلد 01، العدد 02، 2020.
79. طعيبة محمد سمير، تنمية المقاولاتية في الوسط الجامعي كآلية لتثمين نتائج البحث العلمي في الجزائر في إطار القرار الوزاري 1275، مجلة إدارة الأعمال والدراسات الإقتصادية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، المجلد 09، العدد 02، 2024.
80. عبدلي حبيبة، جودة التكوين الجامعي كآلية لتفعيل سيرورة الأداء الأكاديمي بالجامعات الجزائرية، مجلة تنمية الموارد البشرية للدراسات والأبحاث، المركز العربي الديمقراطي للدراسات الإستراتيجية والسياسية والإقتصادية، برلين، ألمانيا، العدد 03، 2019.
81. عدمان رقية، الإستثمار الخاص ودوره في تنمية روح المقاولاتية السياحية لدى أصحاب المشاريع في الجزائر، مجلة الحكمة للدراسات الإجتماعية، مجلة دولية دورية مستقلة محكمة متخصصة تعنى بالبحوث الإجتماعية، العدد 08، 2016.
82. العقاب جيلالي، كروش نور الدين، دار المقاولاتية كآلية لتعزيز روح المقاولاتية للطلبة الجامعيين الجزائريين: دراسة حالة طلبة المركز الجامعي تيسمسيلت، مجلة الإصلاحات الإقتصادية والإندماج في الإقتصاد العالمي، المدرسة العليا للتجارة، المجلد 14، العدد 03، 2020.
83. عقابي آمال، إستراتيجية الجزائر في رقمنة التعليم العالي والبحث العلمي، مجلة هيروودوت للعلوم الإنسانية

- والإجتماعية، مؤسسة هيروودوت للبحث العلمي والتكوين، المجلد 07، العدد 03، 2023.
84. علالي إبتسام، طلبة صبرينة، التعليم المقاولاتي كسياسة عمومية داعمة للمقاولاتية في الجزائر -دراسة إستطلاعية حول آراء الطلبة الجامعيين بشأن القرار 1275 والمتعلق بمشروع إنشاء مؤسسة ناشئة -مجلة الإمتياز لبحوث الإقتصاد والإدارة، جامعة عمار ثليجي، الأغواط، المجلد 07، العدد 02، 2023.
85. علاوي السعد مسلم، منهل محمد حسين، جودة العملية التعليمية الجامعية ومتطلبات تحسينها دراسة حالة في جامعة البصرة، دراسات إدارية، المجلد 04، العدد 07، 2011.
86. عويسي عيسى، فرحات نادية، التكوين الجامعي الواقع والآفاق، مجلة البحوث والدراسات العلمية، جامعة يحي فارس، المدية، المجلد 17، العدد 01، 2023، ص 1372.
87. عياد صالح، فودوا محمد، التكوين الجامعي وأثره على نية إنشاء مقالة لدى الطلبة: حالة طلبة ميدان العلوم الإقتصادية بجامعة أدرار، مجلة معهد العلوم الإقتصادية، جامعة الجزائر 3، المجلد 23، العدد 01، 2020.
88. فضلون الزهراء، مدى إستجابة برامج التكوين الجامعي لمتطلبات الشغل في عصر مجتمع المعرفة من وجهة نظر الطلبة -دراسة إستطلاعية بجامعة أم البواقي - مجلة المعيار، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، المجلد 23، العدد 45، 2019.
89. قدور هشام، المقاولاتية وروح الابتكار في ميدان الآداب واللغات في ظل القرار 1275: بين جمود برامج التكوين وآفاق الإنفتاح على إقتصاد الثقافة، مجلة البحوث التربوية والتعليمية، المدرسة العليا للأساتذة بوزريعة، الجزائر، المجلد 13، العدد 02، 2024.
90. قروي رفيق، عمراوي حادة، التوجه العقلاني للشباب نحو المقاولاتية السياحية في الجزائر-دراسة ميدانية على عينة من الشباب المقاولين (بمنطقتي تيشي، أوقاس) بولاية بجاية- المجلة العربية للأبحاث والدراسات في العلوم الإنسانية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، المجلد 11، العدد 04، 2019.

91. قواسمي رشيدة، التأصيل النظري للمقاولاتية كمشروع والنظريات والنماذج المفسرة للتوجه المقاولاتي، مجلة المنتدى للدراسات والأبحاث الإقتصادية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، المجلد 04، العدد 02، 2020.
92. كواش خالد، الأهمية الإقتصادية والإجتماعية للسياحة حالة الجزائر، مجلة علوم الإقتصاد والتسيير والتجارة، جامعة الجزائر، العدد 13، 2005.
93. لبراشدية حفيظة بنت سليمان، الظفري سعيد بن سليمان، إتجاهات طلبة التعليم العالي بسلطة عمان نحو ريادة الأعمال وتحدياتها والحلول المقترحة، مجلة العلوم التربوية، جامعة قطر، العدد 21، 2023.
94. لوجان العالية، محززي مليكة، إحتياجات الطلبة إلى التكوين في مجال المقاولاتية، مجلة سلسلة الأنوار، جامعة وهران 2، المجلد 10، العدد 01، 2020.
95. لونيسي ريم، عواج طهيرة، واقع علاقات العمل في المقاولات السياحية في الجزائر: "الوكالة السياحية نموذجاً" -دراسة ميدانية بمدينة باتنة- المجلة الجزائرية للأمن الإنساني، جامعة باتنة 1، المجلد 05، العدد 02، 2020.
96. مرابط عبد الجليل، إضاءات حول دور حاضنات الأعمال الجامعية في تكوين ودعم المؤسسات الناشئة - دراسة حالة حاضنات الأعمال جامعة تيارت- مجلة السلام للعلوم الإنسانية والإجتماعية، جامعة الجزائر 3، الجزائر، المجلد 06، العدد 02، 2022.
97. مصطفى أحمد أمين، التحول الرقمي في الجامعات المصرية كمطلب لتحقيق مجتمع المعرفة، مجلة الإدارة التربوية، العدد 19، 2018.
98. منصور بن نايف العتيبي، محمد فتحي علي موسى، الوعي بثقافة ريادة الأعمال لدى طلاب جامعة نجران، وإتجاهاتهم نحوها "دراسة ميدانية" مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، المجلد 34، العدد 162، الجزء الثاني، 2015.
99. مهري عبد المالك، المقاولاتية السياحية كمدخل لتنمية الصناعة السياحية في الجزائر، مجلة دراسات في الإقتصاد وإدارة الأعمال، جامعة العربي التبسي، تبسة، المجلد 01، العدد 01، 2018.

100. مي علي سليمان، ريادة الأعمال من منظور إجتماعي: قراءة حول المفاهيم والمداخل النظرية، المجلة المصرية للعلوم الاجتماعية والسلوكية، العدد 08، 2023.
101. نفيسة خميس، عواطف محسن، دور التكوين الجامعي في تفعيل النية المقاولاتية لدى الطلبة (دراسة ميدانية لعينة من الطلبة بجامعة ورقلة)، مجلة رؤى إقتصادية، جامعة الوادي، المجلد 07، العدد 02، 2017.
102. بوحروود فتيحة، قورين سعاد، التعليم المقاولاتي الجامعي كآلية لدعم المقاولاتية: عرض تجارب بعض الجامعات العربية والجزائرية، مجلة الإقتصاد والمناجنت، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، المجلد 20، العدد 01، 2021.
103. ولد محمد عيسى محمد محمود، دعم المقاولات السياحية كآلية للنهوض بقطاع السياحة في البلدان المغاربية، حوليات جامعة قلمة للعلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة 8 ماي 1945، قلمة، العدد 14، 2019.
104. يحي علي أحمد فقيهي، عرين فايز علي العبابنه، الإتجاه نحو ريادة الأعمال وعلاقته ببعض المتغيرات الأكاديمية لدى طالبات كلية العلوم الإدارية بجامعة نجران، مجلة الجامعة الإسلامية للعلوم التربوية والاجتماعية، المملكة العربية السعودية، الجزء الأول، العدد 11، 2022.
105. يوستينا رزق سليمان، وآخرون، تقييم دور معاهد السياحة والفنادق في تنمية الثقافة الريادية لدى الطلاب، المجلة الدولية للدراسات السياحية والفندقية، جامعة 6 أكتوبر، مصر، المجلد 03، العدد 02، 2022.

4/ المنتقيات الوطنية والدولية

106. أحمد سيد مصطفى، إدارة الجودة الشاملة في التعليم الجامعي لمواجهة تحديات القرن الحادي والعشرين، مؤتمر إدارة الجودة الشاملة في تطوير التعليم الجامعي، كلية التجارة، جامعة الزقازيق، مصر، 1997.
107. بن عبد العزيز سفيان، زيرمي نعيمة، واقع القطاع السياحي في الجنوب الغربي الجزائري وتحديات تطويره (دراسة حالة ولاية بشار)، الملتقى الدولي حول: "المقاولاتية ودورها في تطوير القطاع السياحي في الجزائر"، جامعة قلمة، الجزائر، 08 و 09 نوفمبر 2015.

108. صوالحية الزهرة، قاسمي فاطمة الزهراء، مساهمة الجامعة في البحث العلمي وتنمية المجتمع -قراءة تحليلية لوظائف الجامعة- أعمال الملتقى الدولي للجامعة والإنتفتاح على المحيط الخارجي "الانتظارات والرهانات"، الجزء الثاني، جامعة 8 ماي 1945، قلمة، 2018.
109. طبائبة سليمة، المقاولاتية السياحية في الجزائر: الواقع والتحديات، الملتقى الدولي الأول حول المقاولاتية ودورها في تطوير القطاع السياحي في الجزائر، جامعة 8 ماي 1945، قلمة، 8 و 9 نوفمبر 2015.
110. عيواج مختار، وآخرون، المقاولاتية المستدامة كآلية لدعم التنوع الإقتصادي خارج قطاع المحروقات بالجزائر، الملتقى الوطني حول المقاولاتية والفرص الإستثمارية لتنوع الإقتصاد الكلي من منظور الإستدامة، جامعة خميس مليانة، عين الدفلى، فيفري 2018.
111. كيطان حسين سالم، وآخرون، دراسة تجريبية لتقييم الفجوة بين تأثير مخرجات التعليم العالي في متطلبات سوق العمل، المؤتمر العربي الدولي الرابع لضمان جودة التعليم العالي، جامعة الزرقاء، الأردن، 1-3 أفريل 2014.
112. محمد بلكبير خليفة، سنوسي زليخة، تنمية الروح المقاولاتية من خلال التعليم المقاولاتي، الملتقى الوطني الثالث حول المقاولاتية والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الواقع والتحديات، جامعة خميس مليانة، عين الدفلى، الجزائر، يومي 16 و 17 افريل 2018.
113. المخلافي عبد المالك بن طاهر، التعليم الحكومي لريادة الأعمال ودوره في تحقيق أهداف رؤية المملكة (2030): دراسة إستطلاعية على الجامعات الحكومية في مدينة الرياض، كتاب أبحاث مؤتمر دور الجامعات السعودية في تفعيل رؤية 2030، جامعة القصيم، السعودية، 2017.
114. مشطر حسين، المؤهلات المعرفية للخريج الجامعي وعلاقتها بالإدماج لسوق العمل، أعمال الملتقى الدولي للجامعة والإنتفتاح على المحيط الخارجي "الانتظارات والرهانات"، الجزء الثاني، جامعة 8 ماي 1945، قلمة، 2018.
115. بوجحيش خالدية، محمودي أحمد، دور المقاولاتية في تنوع الإقتصاد (حالة الجزائر)، الملتقى الوطني الافتراضي

الأول، رهانات التنويع الإقتصادي في ظل البحث عن نموذج إقتصادي جديد في الجزائر، جامعة تيارت، يوم 29 مارس 2021.

5/ المراسيم والقوانين

116. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، المادة 3 من القانون رقم 99-06 المؤرخ في 21 ذو الحجة

1419 هـ الموافق ل 04 أفريل 1999 والمحدد للقواعد التي تحكم نشاط وكالة السياحة والأسفار، الجريدة الرسمية، العدد 24.

117. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، المادة 2 من المرسوم التنفيذي رقم 19-158 المؤرخ في 24 شعبان

1440 هـ الموافق ل 30 أفريل 2019، والمتضمن تعريف المؤسسات الفندقية وتحديد شروط وكيفيات إستغلالها وتصنيفها وإعتماد مسيرتها، الجريدة الرسمية، العدد 33.

118. قرار رقم 1275 المؤرخ في 27 سبتمبر 2022، يحدد كيفيات إعداد مشروع مذكرة تخرج للحصول على

شهادة جامعية - مؤسسة ناشئة من قبل طلبة مؤسسات التعليم العالي، النشرة الرسمية للتعليم العالي، الثلاثي الثالث، 2022.

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية

119. Balashov.E, & et.al, Metacognitive Awareness, and Academic self-Regulation of HEI students, international journal of cognitive research in science, Engineering and Education, 9(2).

120. Bayram Akay, the relationship between tourism development, satisfaction, support to tourism and tourism entrepreneurship in emerging tourism destination: residents perspective, journal of tourism mangement research, vol09, n°01, 2022.

121. Bouras Latifa, Arreteministériel n°1275: création de valeurs, la revue des sciences commerciales, alger, vol 22, N° 01, 2023.

122. Cem Isik, et.al, tourism and entrepreneurship: A literature Review, journal of Ekonomi, 2019.
123. Chanda Biswas, Mohammed Mamun-or-Rashid, the role of tourism entrepreneurship businesses in the economic development: An overview, international journal of business and tehno preneurship, vol08, n°02, 2018.
124. chhanda Biswas, Mohammed Mamun – or – Rashid, The role of tourism entrepreneurship Businesse in the Economic Development: An over view, International journal of business and Tehno preneurship, vol08, n°02, 2018.
125. Daniela Polanco, & et.al, Analisis del emprendimiento turistico en ecuador y su impacto en la sociedad. Caso de estudio: empresas familiares en la parroquia de Mindo, journal Scielo Analytics, vol07, n°01, 2019.
126. European commission, Entrepreneurship in Higher Education, Especially in Non-Business studies, Final Report of the Expert Group, Final Version, 2008.
127. Ibrahim P.A, exploring tourism opportunities: role of financial institution in the promotion of tourism entrepreneurship in Kerala, ASEAN journal on hospitality and tourism, vol19, n°02, 2021.
128. Ikechukwu onyekwere Ezeuduji, sibusiso David Ntshangase, The impact of entrepreneurship education on tourism students' entrepreneurial intention in south Africa, journal of Teaching travel & tourism, vol23, n°03, 2023.
129. Imram, & et.al, Role of entrepreneurial education in shaping entrepreneurial intention among university students: testing the hypotheses using mediation and moderation approach, journal of education for business vol97, n°01, 2021.
130. Janshed, Khalid, & et.al, promising digital University: a pivotal need for higher education transformation, Int.j.Mangement in education, vol 12, n°03.
131. Jean Pierre Lozato – Giotart, Géographie du Tourisme, Edition Pearson, France, 2003.
132. Jisha Rajendran, Kavita Indapurkar, Challenges in Tourism Entrepreneurship -A Thematic Analysis, journal of test engineering and management, vol82, 2020.

133. Jozsef kabok, slabodan radisic& Bogdan kuzmanovic, cluster analysis of higher-education competitiveness in selected European countries, economic research-Ekonomska Istrazivanja, 2017.
134. Mohamed Amadou Salia Dicko & et.aL, Le rôle de l'université dans le développement de l'intention entrepreneuriale chez les étudiants: cas de quelques universités privées de Bamako, Mali, international journal of economic studies and management, vol03, n°04, 2023.
135. Nwokolo Echezona, Entrepreneurship education as a strategy for the promotion of entrepreneurship culture and poverty reduction among university students, A dissertation submitted in Fulfillement of the Requirement for Masters Degree in Management and commerce, university of Fort hare, 2015.
136. Sandkuh kurt & Lehmann holger, Digital transformation in higher education The Role of Enterprise Architectures and portals, Digital Enterprise computing 2017 lecture notes in informatics (LNI), Gesellschaft fur Informatic 2017.
137. Sergiu Rusu, Florin Lucianisac, entrepreneurship and small business in tourism, <https://www.researchgate.net/publication/322437154-entrepreneurship-and-small-business-in-tourism>
138. UNICEF, Defining Quality in Education, paper presented by UNICEF at the meeting of the international working group on education Florence, Italy, June, 2009.
139. Wendy Diana Carranza Quimi, & et.al, Evaluation of the Self-efficacy of entrepreneurship and innovation capacities in entrepreneurs of the tourism service, innova research journal, vol06, n°03, 2021.
140. Yamkela Nhleko, Thea Vander Westhuizen, The role of higher education institutions in introducing entrepreneurship education to meet the demands of industry 4.0, Academy of Entrepreneurship journal, vol28, n°01, 2022.
141. Yash bhushan, prabhu gaonkar, & et.al, asian entrepreneurship in tourism and hospitality: financial support, business sustainability, yamescook university, Singapore, <https://www.orcid.org/0000-002-8399-1545>

142. Alans Gutterman, definition and types of entrepreneurship, journal social science research network, 2020.

ثالثا: المواقع الإلكترونية

143. <https://www.elbilad.net/national/108202>
144. <https://www.echoroukonline.com>
145. <https://www.news.radioalgerie.dz/ar/node/15787>
146. <https://www.mesrs.dz/index.php/2022/03/Lenseignement-superieur-en-algerie-apres-60-ans-ar>
147. <https://www.elmaouid.dz/> بداري-الانفتاح-على-المحيط-الدولي-أضحى
148. <https://www.aljazeera.net/politics/2023/1/24/> حجم-التعليم-العالي-في-الدول-العربية
149. <https://www.mesrs.dz/index.php/progres-ar> 150. .a
150. <https://www.eldjazaironline.dz/Accueil> 151. الجامعة-الجزائرية-حققت-التحول-الرقمي /
151. <https://www.mesrs.dz/index.php/2022/10/seances-au-niveau-des-institutions-universitaires-pour-expliquer-les-mecanismes-de-mise-en-oeuvre-de-la-resolution>
152. <https://www.echoroukonline.com/> توسيع-مذكرات-مؤسسة-ناشئة-للطلبة-الأجا
153. https://www.researchgate.net/publication/368607969_tnmyt_alrwh_almqawlatyt_mn_khlal_altlym_almqawlaty
154. https://www.researchgate.net/publication/371666314_almqawlatyt_almstdant_kalyt_idm_altnwy_alaqtsady_kharj_qta_almhrwqat_baljzayr
155. https://www.faculty.ksu.sa/sites/default/ifrq/byr/ryd/lml/wlmnshat_lsgyr.pdf
156. <https://www.mta.gov.dz/> وزير-السياحة-والصناعة-التقليدية-ديدو /
157. <https://www.aps.dz/ar/economie/149464-2023-10-02-17-10-07>
158. <https://www.ar.pcentre.com/articles/tourism-entrepreneurship-starting-and-growing-a-successful-business-in-the-industry>
159. <https://www.elbilad.net/national/> الجزائر-تحصد-المرتبة-الاولى-عالميا-في-121819/المقاولاتية-

160. <https://www.mta.gov.dz>161. / لقاء-تنسيقي-مع-مدراء-السياحة-والصناعة
161. <https://www.annasronline.com/index.php?option=com-content&view=article&id=207451>
162. <https://www.entv.dz>163. / سياحة-مؤسسات-مصغرة-التوقيع-على-اتفاقية
163. <https://www.mta.gov.dz>164. / المقومات-الاساسية-للسياحة
164. <https://www.mesrs.dz/index.php/2022/03/Lenseignement-superieur-en-algerie-apres-60-ans-ar/>
165. <https://www.echoroukonline/>الجزائر-الاولى-عربيا-في-حاضنات-الاعمال
166. <https://www.mesrs.dz/index.php/fr/platformes-mesrs/>
167. <https://www.unesco.org/en/higher-education/need-know>

الملاحق

2	الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية / العدد 10	الأحد 29 ذو القعدة عام 1420 هـ
	فهرس	
	مراسيم تنظيمية	
3	مرسوم تنفيذي رقم 2000 - 46 مؤرخ في 25 ذي القعدة عام 1420 الموافق أول مارس سنة 2000، يعرّف المؤسسات الفندقية ويحدد تنظيمها وسيورها وكذا كفاءات استغلالها.	
7	مرسوم تنفيذي رقم 2000 - 47 مؤرخ في 25 ذي القعدة عام 1420 الموافق أول مارس سنة 2000، يحدد تنظيم اللجنة الوطنية لاعتماد وكالات السياحة والأسفار وسيورها.	
9	مرسوم تنفيذي رقم 2000 - 48 مؤرخ في 25 ذي القعدة عام 1420 الموافق أول مارس سنة 2000، يحدد شروط وكفاءات إنشاء وكالات السياحة والأسفار واستغلالها.	
12	مرسوم تنفيذي رقم 2000 - 49 مؤرخ في 25 ذي القعدة عام 1420 الموافق أول مارس سنة 2000، يحدد شروط وكفاءات إنشاء فروع وكالات السياحة والأسفار.	
14	مرسوم تنفيذي رقم 2000 - 50 مؤرخ في 28 ذي القعدة عام 1420 الموافق 4 مارس سنة 2000، يعدّل المرسوم التنفيذي رقم 94 - 187 المؤرخ في 26 محرم عام 1415 الموافق 6 يوليو سنة 1994، المعدّل والمتمم، الذي يحدد توزيع نسبة الاشتراك في الضمان الاجتماعي.	
	قرارات، مقررات، آراء	
	وزارة الطاقة والمناجم	
15	قرار مؤرخ في 11 ذي القعدة عام 1420 الموافق 16 فبراير سنة 2000، يتضمّن تمديد مدة صلاحية رخصة البحث عن المحروقات في المساحة المسماة "يثر - رومان" (الكتل: 414، 443، 444).	
	وزارة النقل	
16	قرار مؤرخ في 27 شوال عام 1420 الموافق 2 فبراير سنة 2000، يحدد تشكيلة المكتب الوزاري للأمن الداخلي في المؤسسة على مستوى وزارة النقل وسيورها.	
	المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي	
17	مقرر مؤرخ في 30 شوال عام 1420 الموافق 5 فبراير سنة 2000، يتضمّن نشر قائمة أعضاء المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي.	

العدد 10	الأحد 29 ذو القعدة عام 1420 هـ	الموافق 5 مارس سنة 2000 م
 الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية الجريدة الرسمية اتفاقات دولية، قوانين، مراسيم قرارات وآراء، مقررات، منشور، إعلانات وبلاعات		
الاشتراك سنوي	سنة	سنة
الجزائر تونس المغرب ليبيا موريتانيا	بلدان خارج دول المغرب العربي	الإدارة والتحرير الأمانة العامة للحكومة الطبع والاشتراك المطبعة الرسمية
النسخة الأصلية ... النسخة الأصلية وترجمتها ...	د.ج 1070,00 د.ج 2140,00	د.ج 2675,00 د.ج 5350,00
ثمن النسخة الأصلية 13,50 د.ج ثمن النسخة الأصلية وترجمتها 27,00 د.ج ثمن العدد الصادر في السنين السابقة : حسب التسعيرة. وتسلّم الفهارس مجاناً للمشتركين. المطلوب إرفاق لفيعة إرسال الجريدة الأخيرة سواء لتجديد الاشتراكات أو للاحتجاج أو لتغيير العنوان. ثمن النشر على أساس 60,00 د.ج للسطر.		

المادة 8 : لا تصح مداوات اللجنة الوطنية إلا بحضور ثلثي ($\frac{2}{3}$) أعضائها على الأقل.

وإذا لم يكتمل النصاب، تجتمع اللجنة في الأيام الثمانية (8) الموالية. وتصح مداواتها حينئذ مهما يكن عدد الأعضاء الحاضرين.

تتخذ القرارات بالأغلبية البسيطة لأصوات الأعضاء الحاضرين. وفي حالة تساوي الأصوات يكون صوت الرئيس مرجحا.

المادة 9 : تكون آراء اللجنة الوطنية حسب الصيغ الآتية :

- الموافقة.

- الرفض المعلن.

المادة 10 : تدون مداوات اللجنة الوطنية في محاضر وتسجل في سجل خاص مرقم ومؤشر عليه.

ترسل محاضر المداوات التي يوقعها أعضاء اللجنة خلال خمسة عشر (15) يوما إلى الوزير المكلف بالسياحة.

المادة 11 : تُلغى أحكام المرسوم التنفيذي رقم 48-91 المؤرخ في أول شعبان عام 1411 الموافق 16 فبراير سنة 1991 والمذكور أعلاه.

المادة 12 : ينشر هذا المرسوم في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.

حرر بالجزائر في 25 ذي القعدة عام 1420 الموافق أول مارس سنة 2000.

أحمد بن بيتور

مرسوم تنفيذي رقم 48-2000 مؤرخ في 25 ذي القعدة عام 1420 الموافق أول مارس سنة 2000، يحدد شروط وكيفيات إنشاء وكالات السياحة والأسفار واستغلالها.

إن رئيس الحكومة،

- بناء على تقرير وزير السياحة والصناعة التقليدية،

- وبناء على الدستور، لاسيما المادتان 85-4 و125 (الفقرة 2) منه،

- ويمقتضى القانون رقم 99-06 المؤرخ في 18 ذي الحجة عام 1419 الموافق 4 أبريل سنة 1999 الذي يحدد القواعد التي تحكم نشاط وكالة السياحة والأسفار،

- ويمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 99-299 المؤرخ في 15 رمضان عام 1420 الموافق 23 ديسمبر سنة 1999 والمتضمن تعيين رئيس الحكومة،

- ويمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 99-300 المؤرخ في 16 رمضان عام 1420 الموافق 24 ديسمبر سنة 1999 والمتضمن تعيين أعضاء الحكومة،

- ويمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 2000-47 المؤرخ في 25 ذي القعدة عام 1420 الموافق أول مارس سنة 2000 الذي يحدد تنظيم اللجنة الوطنية لاعتماد وكالات السياحة والأسفار وسيرها،

يرسم ما يأتي :

المادة الأولى : عملا بأحكام المادة 7 من القانون رقم 99-06 المؤرخ في 18 ذي الحجة عام 1419 الموافق 4 أبريل سنة 1999 والمذكور أعلاه، يحدد هذا المرسوم شروط وكيفيات إنشاء وكالات السياحة والأسفار واستغلالها.

المادة 2 : يخضع إنشاء وكالة السياحة والأسفار، قصد استغلالها، للحصول مسبقا على رخصة الاستغلال التي يسلّمها الوزير المكلف بالسياحة.

المادة 3 : لا يمكن أيّا كان أن يطلب بصفة شخصية رخصة استغلال وكالة السياحة والأسفار إذا لم تتوفر فيه الشروط الآتية :

1 - أن يتجاوز عمره تسع عشرة (19) سنة،

2 - أن يشهد تأهيلا مهنيّا له علاقة بالنشاط يشهد عليه ما يأتي :

- إمّا شهادة الدراسات العليا في السياحة أو الفندقية،

- وإمّا شهادة التعليم العالي مع إثبات أقدمية ثلاث (3) سنوات متتالية منها سنة واحدة كإطار أو ما يعاقله في الميدان السياحي.

- وإمّا شهادة تقني سام في الفندقية مع إثبات أقدمية ثلاث (3) سنوات متتالية منها سنتان (2) كإطار أو ما يعاقله في الميدان السياحي،

- وإمّا أقدمية عشر (10) سنوات منها خمس (5) سنوات كإطار أو ما يعاقله في الميدان السياحي.

إذا كان صاحب الطلب لا يستوفي شروط التأهيل المنصوص عليها أعلاه، يمكنه أن يستفيد من المساعدة الدائمة والفعلية لشخص طبيعي تتوفر فيه هذه الشروط.

3 - أن يكون متمتعًا بحقوقه المدنية والوطنية،

4 - أن تكون له منشآت مادية ملائمة، لها علاقة بنشاط وكالة السياحة والأسفار، تحدد ميزاتها بموجب قرار من الوزير المكلف بالسياحة،

5 - أن يكون له ضمان مالي يخصص لتغطية الالتزامات التي تتعهد بها وكالة السياحة والأسفار تحدد قيمته بموجب قرار مشترك بين الوزيرين المكلفين بالسياحة والمالية،

6 - ألا يكون حائزا رخصة أخرى لاستغلال وكالة للسياحة والأسفار،

7 - يجب أن يلتزم بجعل عماله وزيّنه يحترمون القيم والآداب العامة.

المادة 4 : يجب أن يكون الضمان المالي المقروض أعلاه، مودعا لدى بنك أو في أي مؤسسة مالية تشهد كتابيا على إيداعه لديها.

يجب أن يخصص الضمان المالي فقط لسداد التوقف عن الدفع تجاه الزبن المحتملين للوكالة أصلا أو لإعادة الزبن إلى وطنهم.

المادة 5 : يجب أن يرسل طلب الرخصة في ثلاث (3) نسخ إلى الوزير المكلف بالسياحة.

عندما يقدم الطلب باسم شخص طبيعي، فإنه يجب أن يذكر الحالة المدنية لصاحب الطلب ومهنته، ومقر سكناه وكذا عنوان مقر نشاطاته.

وعندما يقدم باسم شخص معنوي، فإنه يجب أن يذكر اسم الشركة وشكلها القانوني ومبلغ رأسمالها وتوزيعه وعنوان مقرها وكذا الحالة المدنية ومقر سكن الممثل أو الممثلين الشرعيين المؤهلين وحدهم لتقديم الطلب.

المادة 6 : يجب أن يرفق طلب الرخصة بالوثائق الآتية :

بالنسبة إلى الأشخاص الطبيعيين :

- مستخرج من شهادة ميلاد صاحب الطلب وكذا مستخرج من شهادة ميلاد الشخص الذي تتوفر فيه شروط التأهيل المحددة أعلاه، عند الاقتضاء،

- مستخرج من صحيفة السوابق القضائية (البطاقة رقم 3) لصاحب الطلب لا يتجاوز تاريخ إصداره ثلاثة (3) أشهر على الأقل وكذا صحيفة السوابق القضائية للشخص الذي تتوفر فيه شروط التأهيل المحددة أعلاه، عند الاقتضاء،

عندما يرد طلب الرخصة من أشخاص ذوي جنسية أجنبية، فيجب على هؤلاء أن يقدموا، زيادة على ذلك، وثيقة معادلة تصدرها السلطات القضائية لبلدهم الأصلي وتمنح منذ أقل من ثلاثة (3) أشهر تثبت فعلا أن صاحب أو أصحاب الرخصة تتوفر فيهم، في بلدهم الأصلي، شروط حسن السلوك المطلوبة بموجب أحكام النقطة الثانية (2) من المادة 7 من القانون رقم 99-06 المؤرخ في 18 ذي الحجة عام 1419 الموافق 4 أبريل سنة 1999 والمذكور أعلاه،

- نسخة طبق الأصل، مصادق عليها من عقد الملكية أو إيجار محل ذي استعمال تجاري،

- محضر معاينة المحضر القضائي الذي يحدد مقاسات المحل وموقعه،

- كشف وصفي لمشروع تهئية المحل،

- الوثائق التي تثبت تعيين الضمان المالي،

- الدليل على وجود الرأسمال،

- شهادة الضامين من العواقب المالية على المسؤولية المدنية والمهنية،

- الإثبات أن صاحب الطلب أو الشخص الذي يقدمه لهذا الغرض تتوفر فيهما شروط التأهيل المحددة أعلاه،

- تعهد موثق بجعل العمال والزيّن يحترمون القيم الأخلاقية والآداب العامة،

- دراسة السوق التي تبرز مردودية وكالة السياحة والأسفار،

- تقرير عن نشاط الوكالة وكذا خطة الاعياد، التقديرية.

14 رمضان عام 1440 هـ
19 مايو سنة 2019 م

الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية / العدد 33

4

مراسيم تنظيمية

- وبمقتضى المرسوم رقم 85-14 المؤرخ في 5 جمادى الأولى عام 1405 الموافق 26 يناير سنة 1985 الذي يحدد شروط تخصيص أماكن التخييم واستغلالها، المعدل،

- وبمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 97-19 المؤرخ في 4 رجب عام 1440 الموافق 11 مارس سنة 2019 والمتضمن تعيين الوزير الأول،

- وبمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 111-19 المؤرخ في 24 رجب عام 1440 الموافق 31 مارس سنة 2019 والمتضمن تعيين أعضاء الحكومة،

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 2000-46 المؤرخ في 25 ذي القعدة عام 1420 الموافق أول مارس سنة 2000 الذي يعرّف المؤسسات الفندقية ويحدد تنظيمها وسيورها وكذا كفاءات استغلالها، المتمم،

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 2000-130 المؤرخ في 8 ربيع الأول عام 1421 الموافق 11 يونيو سنة 2000 الذي يحدد معايير تصنيف المؤسسات الفندقية إلى رتب وشروط تلك، المعدل،

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 2000-132 المؤرخ في 8 ربيع الأول عام 1421 الموافق 11 يونيو سنة 2000 الذي يحدد كفاءات اعتماد مسير مؤسسة فندقية وشروط ذلك،

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 2000-134 المؤرخ في 8 ربيع الأول عام 1421 الموافق 11 يونيو سنة 2000 الذي يحدد الشارة المميّنة لرتبة المؤسسات الفندقية،

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 07-69 المؤرخ في أول صفر عام 1428 الموافق 19 فبراير سنة 2007 الذي يحدد شروط وكفاءات منح امتياز استعمال واستغلال المياه الحموية، المعدل،

- وبمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 05-16 المؤرخ في 29 ربيع الأول عام 1437 الموافق 10 يناير سنة 2016 الذي يحدد صلاحيات وزير السياحة والصناعة التقليدية، المعدل،

يرسم ما يأتي :

المادة الأولى : تطبيقاً لأحكام المواد 5 و 52 و 54 و 55 و 64 من القانون رقم 99-01 المؤرخ في 19 رمضان عام 1419 الموافق 6 يناير سنة 1999 الذي يحدد القواعد المتعلقة بالفندقة، يهدف هذا المرسوم إلى تعريف المؤسسات الفندقية ويحدد شروط وكفاءات استغلالها وتصنيفها واعتماد مسيرها.

مرسوم تنفيذي رقم 19-158 مؤرخ في 24 شعبان عام 1440 الموافق 30 أبريل سنة 2019، يعرّف المؤسسات الفندقية ويحدد شروط وكفاءات استغلالها وتصنيفها واعتماد مسيرها.

إنّ الوزير الأول،

- بناء على تقرير وزير السياحة والصناعة التقليدية،
- وبناء على الدستور، لاسيما المادتين 99-4 و 143 (الفقرة 2) منه،

- وبمقتضى الأمر رقم 76-04 المؤرخ في 20 صفر عام 1396 الموافق 20 فبراير سنة 1976 والمتعلق بالقواعد المطبقة في ميدان الأمن من أخطار الحريق والفرق وإنشاء لجان للوقاية والحماية المدنية،

- وبمقتضى القانون رقم 90-29 المؤرخ في 14 جمادى الأولى عام 1411 الموافق أول ديسمبر سنة 1990 والمتعلق بالتهيئة والتعمير، المعدل والمتمم،

- وبمقتضى القانون رقم 99-01 المؤرخ في 19 رمضان عام 1419 الموافق 6 يناير سنة 1999 الذي يحدد القواعد المتعلقة بالفندقة،

- وبمقتضى القانون رقم 03-10 المؤرخ في 19 جمادى الأولى عام 1424 الموافق 19 يوليو سنة 2003 والمتعلق بحماية البيئة في إطار التنمية المستدامة،

- وبمقتضى القانون رقم 04-08 المؤرخ في 27 جمادى الثانية عام 1425 الموافق 14 غشت سنة 2004 والمتعلق بشروط ممارسة الأنشطة التجارية، المعدل والمتمم،

- وبمقتضى القانون رقم 09-03 المؤرخ في 29 صفر عام 1430 الموافق 25 فبراير سنة 2009 والمتعلق بحماية المستهلك وقمع الغش، المعدل،

- وبمقتضى القانون رقم 11-10 المؤرخ في 20 رجب عام 1432 الموافق 22 يونيو سنة 2011 والمتعلق بالبلدية،

- وبمقتضى القانون رقم 12-07 المؤرخ في 28 ربيع الأول عام 1433 الموافق 21 فبراير سنة 2012 والمتعلق بالولاية،

- وبمقتضى المرسوم رقم 76-36 المؤرخ في 20 صفر عام 1396 الموافق 20 فبراير سنة 1976 والمتعلق بالحماية من أخطار الحريق والفرق في المؤسسات الخاصة باستقبال الجمهور،

الأحد 14 رمضان عام 1440 هـ

الموافق 19 مايو سنة 2019 م



العدد 33

السنة السادسة والخمسون

الجمهورية الجزائرية
الديمقراطية الشعبية

الجريدة الرسمية

اتفاقات دولية، قوانين، مراسيم قرارات وآراء، مقررات، منشور، إعلانات وبلاغات

الاشتراك سنوي	الجزائر تونس المغرب ليبيا موريتانيا	سنة	سنة
	بلدان خارج دول المغرب العربي	2019,00 دج	2018,00 دج
النسخة الأصلية.....		2675,00 دج	
النسخة الأصلية وترجمتها.....		5350,00 دج	
	تزايد عليها نفقات الإرسال		

ثمن النسخة الأصلية 14,00 دج
ثمن النسخة الأصلية وترجمتها 28,00 دج
ثمن العدد الصادر في الشنيتين السابقتين : حسب الشعميرة.
وتسليم الفهارس مجاناً للمشتركين.
المطلوب إرفاق لفيفة إرسال الجريدة الأخيرة سواء لتجديد الاشتراكات أو لاحتياج أو لتغيير العنوان.
ثمن النشر على أساس 60,00 دج للشطر.

6	الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية / العدد 33	14 رمضان عام 1440 هـ 19 مايو سنة 2019 م
كما يمكن أن يوفر أماكن مجهزة بمعدات الإيواء للتخييم، ثابتة أو متنقلة. وينبغي أن يشمل خدمات صحية وإطعام جماعي. ترتّب التصنيفات السياحية في ثلاثة (3) أصناف : – الصنف الأول : 3 نجوم. – الصنف الثاني : نجمتان. – الصنف الثالث : نجمة واحدة. الفصل الثاني شروط وكيفية استغلال المؤسسات الفندقية وتصنيفها واعتماد مسيرها القسم الأول أحكام مشتركة المادة 9 : يخضع الشروع في استغلال مؤسسة فندقية وتصنيفها في رتب واعتماد مسيرها، إلى الحصول على التوالي : – رخصة استغلال، – قرار تصنيف، – اعتماد المسير. المادة 10 : يودع المترشح لاستغلال مؤسسة فندقية، طلبا لدى مصالح المديرية الولائية المكلفة بالسياحة، مقابل وصل استلام، مرفقا بملف للحصول على رخصة الاستغلال والتصنيف واعتماد المسير. يتضمن الملف الوثائق الآتية : – نسخة من بطاقة التعريف الوطنية للطلّاب أو للممثل القانوني للشخص المعنوي، وكذا تلك الخاصة بمسير المؤسسة الفندقية، حسب الحالة. – الوثائق المثبتة للكفاءة المهنية لمسير المؤسسة الفندقية، مطابقة للشروط المتعلقة بمعيّار التصنيف الخاص بها، كما هو محدد أدناه، – نسخة من سند الملكية أو الإيجار أو الامتياز للمؤسسة الفندقية، – نسخة من معاينة المطابقة للأشغال المنجزة طبقا لأحكام القانون رقم 90-29 المؤرخ في 14 جمادى الأولى عام 1411 الموافق أول ديسمبر سنة 1990 والمذكور أعلاه،		
– نسخة من معاينة المطابقة لقواعد الأمن ضد مخاطر الحريق، تسلّمها مصالح الحماية المدنية المختصة إقليميا، – نسخة من معاينة المطابقة لقواعد النظافة والنقاوة العمومية، تسلّمها المصالح الصحية المختصة إقليميا، – نسخة من مخطط الأمن الداخلي للمؤسسة، تصادق عليه مصالح الأمن المختصة إقليميا، – نسخة من القانون الأساسي للشخص المعنوي، حسب الحالة. المادة 11 : تحدّد نماذج رخصة الاستغلال وقرار التصنيف واعتماد مسير المؤسسة الفندقية بموجب قرار من الوزير المكلف بالسياحة. القسم الثاني استغلال المؤسسات الفندقية المادة 12 : يسلم رخص استغلال المؤسسات الفندقية المذكورة في المادة 3 أعلاه، الوالي المختص إقليميا بناء على اقتراح من المدير الولائي المكلف بالسياحة. المادة 13 : تستشار مصالح الأمن المعنية في إطار دراسة طلبات رخص الاستغلال. المادة 14 : ترفض الرخصة : – إذا لم تتوفر الشروط الضرورية لتسليمها، – إذا كانت نتائج تحريات مصالح الأمن سلبية. يبطل قرار الرفض معلا إلى طالب الرخصة بكل الطرق الملائمة. المادة 15 : تحث طائلة العقوبات الإدارية المنصوص عليها في القانون رقم 99-01 المؤرخ في 19 رمضان عام 1419 الموافق 6 يناير سنة 1999 والمذكور أعلاه، كل تغيير يطرأ لاحقا في عناصر طلب الرخصة يجب أن ينهي إلى علم مصالح المديرية الولائية المكلفة بالسياحة. المادة 16 : رخصة الاستغلال غير قابلة للتنازل ولا يمكن نقل ملكيتها. غير أنّه، في حالة وفاة المالك، يمكن ذوي الحقوق الاستمرار في استغلال المؤسسة الفندقية شريطة امتثالهم لأحكام هذا المرسوم في أجل لا يزيد عن سنة (1) واحدة قابلة للتجديد، من تاريخ الوفاة.		

7	33 الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية / العدد	14 رمضان عام 1440 هـ 19 مايو سنة 2019 م
المادة 20 : يصدر الوالي، بعد استطلاع رأي اللجنة الولائية بموجب قرار، تصنيف المؤسسات الفندقية إلى رتب. المادة 21 : تصادق اللجنة الولائية على نظامها الداخلي وترسله إلى الوالي للموافقة. المادة 22 : تتكفل اللجنة الولائية بإبداء رأيها فيما يأتي : – مطابقة طلبات تصنيف المؤسسات الفندقية مع المعايير الموافقة، – إعادة تصنيف المؤسسات الفندقية في رتبة أعلى أو إسقاط تصنيفها في رتبة أدنى. المادة 23 : تدلي اللجنة الولائية رأيها على أساس: – الوثائق المحددة في المادة 10 أعلاه، – تقرير التفّيش الذي أجرته المصالح المختصة بالوزارة المكلفة بالسياحة أو نتائج الزيارة الميدانية التي قام بها أعضاء لجنة التصنيف. المادة 24 : يتم تجديد التصنيف كل خمس (5) سنوات. يمكن أن يصدر مراجعة التصنيف، مع مراعاة الأحكام الآتية : – تأكيد التصنيف السابق، – إعادة التصنيف في رتبة أعلى عندما تتوفر المؤسسة الفندقية على كل الخصائص المشترطة لهذه الرتبة، – إسقاط التصنيف في رتبة أدنى، بعد الإضرار، عندما لا تتوافق خصائص المؤسسة الفندقية مع شروط الرتبة المرتبطة بالتصنيف السابق. ويمكن مراجعة هذا التصنيف خلال هذه الفترة. المادة 25 : يجسّد التصنيف الممنوح بوضع شارة تصنيف رسمية. يقصد بالشارة، اللوحة الموضوعة عند المدخل الرئيسي للمؤسسة الفندقية. تسلّم الشارة، بمقابل مالي، من طرف الوكالة الوطنية لتنمية السياحة، بناء على تقديم قرار التصنيف.	المادة 17 : يلزم صاحب رخصة استغلال المؤسسة الفندقية بالشروع في النشاط في أجل أقصاه ستة (6) أشهر، ابتداء من تاريخ استلامها. إذا لم يشرع صاحب الرخصة في النشاط في الأجل المحدد أعلاه، يتعين على السلطة التي سلّمت الرخصة، إعادته للشروع في استغلال المؤسسة الفندقية في أجل ستة (6) أشهر. وفي حالة عدم امتثاله للأوامر المنصوص عليها في الفقرة أعلاه وبعد انقضاء هذا الأجل، تقرر السلطة سحب الرخصة بنفس الأشكال التي سمحت بالحصول عليها. القسم الثالث تصنيف المؤسسات الفندقية المادة 18 : تصنّف المؤسسات الفندقية إلى رتب وفقا لمعايير محددة في الملحق بهذا المرسوم. المادة 19 : تنشأ لدى الوالي لجنة ولائية لتصنيف المؤسسات الفندقية، تدعى في صلب النص "اللجنة الولائية"، وتشكل كما يأتي : – المدير الولائي المكلف بالسياحة، رئيسا، – المدير الولائي المكلف بالتنظيم، – المدير الولائي المكلف بالتجارة، – المدير الولائي المكلف بالصحة، – المدير الولائي المكلف بالبيئة، – المدير الولائي المكلف بالثقافة، – المدير الولائي للأمن الوطني، – المدير الولائي للحماية المدنية، – ممثل المدير العام للوكالة الوطنية لتنمية السياحة، – الممثل المحلي للتنظيم الأكثر تمثيلا لمهنيّي الفندقة. يمكن أن تستعين اللجنة بأي شخص من شأنه، بحكم كفاءته، مساعدتها في أشغالها. تتولى مصالح المديرية الولائية المكلفة بالسياحة الأمانة التقنية للجنة الولائية.	

المادة 26 : تحدد مواصفات شارة تصنيف المؤسسات الفندقية والبيانات المسجلة عليها، بموجب قرار من الوزير المكلف بالسياحة.

القسم الرابع اعتماد مسير المؤسسة الفندقية

المادة 27 : يسلم اعتمادات مسيري المؤسسات الفندقية الوالي المختص إقليميا، بناء على اقتراح من المدير الولائي المكلف بالسياحة.

المادة 28 : يبيت الوالي في طلب الاعتماد على أساس الوثائق التي تثبت هوية مسير المؤسسة الفندقية وكفاءته المهنية، المتخصص عليها في المادة 10 أعلاه والمطابقة للشروط المتعلقة بمعياري التصنيف الموافق لها، كما هو محدد في الملحق بهذا المرسوم.

المادة 29 : يتحمل المسير المعتمد مسؤولية إدارة المؤسسة الفندقية. ويهذه الصفة، يتعين عليه التفرغ كليا لهذا النشاط.

المادة 30 : يتعين على مستغل المؤسسة الفندقية إبلاغ الإدارة المكلفة بالسياحة، في أجل لا يتعدى شهرا (1) واحدا، باستقالة مسير المؤسسة أو فسخ عقد عمله.

بعد ذلك، يلزم بتعيين، في أجل لا يتعدى شهرين (2)، مسيرا جديدا معتمدا طبقا للأحكام المتخصص عليها أعلاه.

القسم الخامس لجنة الطعن

المادة 31 : تنشأ، لدى الوزير المكلف بالسياحة، لجنة للطعن تتكفل بدراسة كل الاحتجاجات المرتبطة بالعقود الخاصة باستغلال المؤسسات الفندقية وتصنيفها واعتماد مسيرها.

المادة 32 : تتشكل لجنة الطعن من الأعضاء الآتي ذكرهم :

– المدير المكلف بالنشاطات الفندقية في الوزارة المكلفة بالسياحة، رئيسا،

– ممثل الوزير المكلف بالتجارة،

– ممثل الوزير المكلف بالصحة،

– ممثل الوزير المكلف بالبيئة،

– ممثل الوزير المكلف بالثقافة،

– ممثل المدير العام للأمن الوطني،

– ممثل المدير العام للحماية المدنية،

– المدير العام للوكالة الوطنية لتنمية السياحة،

– ممثل عن التنظيم الأكثر تمثيلا لمهنيي الفنادق.

تتولى مصالح المديرية المكلفة بالنشاطات الفندقية في الوزارة المكلفة بالسياحة الأمانة التقنية للجنة الطعن.

المادة 33 : يعين الوزير المكلف بالسياحة أعضاء لجنة الطعن، بناء على اقتراح من السلطات التي ينتمون إليها، لمدة ثلاث (3) سنوات قابلة للتجديد.

المادة 34 : تعي لجنة الطعن نظامها الداخلي وتعرضه على الوزير المكلف بالسياحة للموافقة.

الفصل الثالث أحكام ختامية

المادة 35 : تواصل المؤسسات الفندقية قيد الاستغلال، الواردة في المادة 3 أعلاه، ممارسة نشاطاتها، بشرط الامتثال لأحكام هذا المرسوم في أجل لا يتعدى اثني عشر (12) شهرا، ابتداء من تاريخ نشره في الجريدة الرسمية.

المادة 36 : تلغى أحكام المرسوم التنفيذي رقم 2000-46 المؤرخ في 25 ذي القعدة عام 1420 الموافق أول مارس سنة 2000 الذي يعرف المؤسسات الفندقية ويحدد تنظيمها وسيرها وكذا كفاءات استغلالها، المتمم، والرسوم التنفيذية رقم 2000-130 المؤرخ في 8 ربيع الأول عام 1421 الموافق 11 يونيو سنة 2000 الذي يحدد معايير تصنيف المؤسسات الفندقية إلى رتب وشروط ذلك، المعدل، والرسوم التنفيذية رقم 2000-132 المؤرخ في 8 ربيع الأول عام 1421 الموافق 11 يونيو سنة 2000 الذي يحدد كفاءات اعتماد مسير مؤسسة فندقية وشروط ذلك، والرسوم التنفيذية رقم 2000-134 المؤرخ في 8 ربيع الأول عام 1421 الموافق 11 يونيو سنة 2000 الذي يحدد الشارة المميّنة لرتبة المؤسسات الفندقية.

المادة 37 : ينشر هذا المرسوم في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية .

حزّ بالجزائر في 24 شعبان عام 1440 الموافق 30 أبريل سنة 2019.

نور الدين بدوي

قائمة وكالات السياحة والأسفار المعتمدة بولاية الأغواط				
الرقم	إسم الوكالة	العنوان	الهاتف / الفاكس	البريد الإلكتروني
01	وكالة الرسمية	شارع الإستقلال الطابق الأول - الأغواط -	06/36/84/38/38	arrasmiatravel@gmail.com
02	وكالة هزيل للأسفار والسياحة	حي بوعامر بزار بن موسى بلدية الأغواط	029-13-22-09	hezielm@hotmail.com
03	مزي للسياحة والأسفار	حي بوعامر بلدية الأغواط	029-13-14-72	mzitours.laghouat@gmail.com
04	وكالة الرش	شارع الشهداء قسم 118 مجموع الملكية 63 بلدية الأغواط	029/10/88/71	reche.voyages@gmail.com
05	فرع وكالة النجاح أجنبي	حي سحنون مقابل مقر دائرة الأغواط محل رقم 02 بلدية الأغواط	029-11-68-05 029-11-68-06	najahtravellaghouat@hotmail.com
06	وكالة الشعبي	شارع بلعربي بشير مجموعة ملكية 14 قسم 134 - الأغواط -	0658-11-17-18	douaa71@gmail.com
07	وكالة القعدة	حي بوعامر المعمورة رقم 23 أ مجموعة ملكية رقم 64 قسم 141 الأغواط	029-13-19-37 029/13/19/37	mustaphar2200@gmail.com
08	فرع وكالة الريان ترافل	حي بوعامر الأغواط	06/61/64/06/13	//
09	وكالة أوريدة	حي الوثام	//	//

mrlakhdaarrahmoun@gmail.com	06/70/00/78/69	حي المحافير الأفاق ،قسم 260، مجموعة ملكية 68 الأغواط	وكالة رحمون	10
b.kaabouche@yahoo.com	029-10-10-10	شارع الإستقلال بجوار أحمد بن شطة -بلدية الأغواط-	وكالة الشيخ بن راشد	11
hamzatwasltour@gmail.com	0673-62-37-00	حي المعمورة من وراء العدالة الأغواط	وكالة همزة وصل تور	12
ghoutavoyage@gmail.com	0667-15-35-68	حي الإخوة منور بوعامر المعمورة ملكية رقم 049 قسم 144 - الأغواط	وكالة غوطة فوياج	13
//	//	حي الوثام	فرع وكالة ثامر	14
//	//	حي الوثام	فرع وكالة البديع	15
royaltour03@yahoo.com	07-75-74-73-49	حي 700 سكن اجتماعي تساهمي، الواحات الشمالية عمارة B1 رقم 07 الطابق الأرضي - الأغواط -	سفيان رويال تور	16
malousvoyage@gmail.com	07-83-98-01-25	حي 100 مسكن المحافير المحل رقم 02 عمارة A -5 الأغواط	فرع وكالة مالوس للسفر والسياحة	17
//	//	حي الوثام	فرع وكالة مسيكة	18
arrasmiatravel@gmail.com	06-75-85-73-77	شارع محمد بن عون مجموعة ملكية 138 قسم 148 حي المعمورة -الأغواط-	وكالة حمدة ترافل	19

20	فرع وكالة الرقيم للسياحة والأسفار	حي الواحات الشمالية قسم 48 مجموعة ملكية رقم 14 الكائنة بتجزئة 234 قطعة الطابق الأول الأغواط	06/57/53/94/94	hezielm@hotmail.com
21	المالوس للسياحة والأسفار	حي 100 مسكن المحافير المحل رقم 02 عمارة A-5 الأغواط	//	mzitours.laghout@gmail.com
22	فرع وكالة ثريا للسياحة والأسفار	حي 84 مسكن اجتماعي تساهمي المعمورة عمارة B4 قسم 152،	//	reche.voyages@gmail.com
23	فرع وكالة حسيني للسياحة والأسفار	شارع باستور الطابق الأول قسم 227 مجموعة ملكية رقم 07 - الأغواط -	//	najahtravellaghout@hotmail.com
قائمة المؤسسات الفندقية المعتمدة بولاية الأغواط				
الرقم	إسم المؤسسة الفندقية	نوع المؤسسة الفندقية	الهاتف / الفاكس	العنوان
01	البستان	فندق	029-11061-80 029-11-61-79	الطريق الوطني رقم 01 المقام - الأغواط -

02	رياض السلطان	فندق	029-10-86-29	شارع الشهداء، القسم: 116، ملكية رقم: 61-الأغواط-
03	سيشل صحراء	فندق	029-11-66-75 029-11-66-73	الطريق الوطني رقم 01 المقام-الأغواط-
04	رانيا	فندق	029-16-60-11 029-14-21-27	شارع الأمير خالد -الأغواط-
05	صحراوي	فندق	029-87-40-97 029-93-32-09	الواحات الشمالية ط.و رقم 01 -الأغواط-

قائمة وكالات السياحة والأسفار المعتمدة بولاية الجلفة			
الرقم	إسم الوكالة	العنوان	الهاتف / الفاكس
01	اليقين تور	حي 05 جويلية تعاونية 135 الجلفة	//
02	انوار الصباح -فرع الجلفة-	المحل أوب شارع سيدي نائل بناية 14/106 قسم 129 مجموعة ملكية رقم 151 بالجلفة	0540716436 0661370400
03	دليوح للسياحة والسفر	حي بربيع نهج 08 قسم 164 رقم 100 الجلفة	027.93.90.90 027.93.91.91
04	سالمي فواياج	حي بن جرمة قسم 143 مجموعة ملكية 392 بلدية الجلفة	05.50.81.87.80
05	أماكن الجلفة	حي السعادات ، السكنات المدرسية رقم 02 قسم 141 الجلفة	06.61.64.04.73

027.92.31.45 027.92.34.17	قسم 131 شارع الامير عبد القادر حي 16 مسكن عمارة "أ" الطابق الارضي الجلفة	سياحة وأسفار الجزائر -فرع الجلفة-	06
//	حي باب الشارف، قسم 131 مجموعة ملكية 560، الطابق الاول الجلفة	قمرة للسياحة والاسفار	07
//	حي حاشي عبد الرحمن (حي المستشفى) بناية 163، رقم 09، قسم 142 مجموعة ملكية 255	كليلة للسياحة	08
027.92.28.28 07.70.17.27.16	شارع بن عيسى دحمان، قسم 131 مجموعة ملكية 1050 الجلفة	الرقيم سياحة واسفار	09
07.70.24.08.15 027.92.59.90	شارع سيدي نائل رقم 06 B مجموعة ملكية رقم 204 /قسم 142	لهزيل للسياحة والاسفار -فرع الجلفة-	10
027.93.02.91 027.93.02.93	حي بن عزيز قسم 130 مجموعة ملكية رقم 299 وحدة 03، الطابق الارضي الجلفة	زمزم للسياحة والسفر -فرع الجلفة-	11
06.60.42.85.82 05.54.09.98.51	شارع الامير عبد القادر الطريق الوطني رقم 01/بناية 274 باب رقم 90 B الجلفة	مسيكة للسياحة والاسفار	12
06.62.75.05.94	حي شعباني، قسم 161 مجموعة ملكية رقم 732 الجلفة	ارتقاء ترافل	13
06.63.07.75.70	حي 11 سكن الجلفة	الإبن البار	14
//	//	المنهج الجديد	15
0669823621	بناية 08/286 قسم 140 ملكية 34، الجلفة	وكالة اجوان للسياحة والاسفار	16

قائمة المؤسسات الفندقية المعتمدة بولاية الجلفة					
الرقم	إسم المؤسسة الفندقية	نوع المؤسسة الفندقية	بطاقة الإستيعاب	العنوان	الهاتف / الفاكس
01	الأمير	فندق	109	شارع الأمير عبد القادر	027.92.20.22 027.92.20.22
02	دار الضياف	فندق	128	الطريق الوطني رقم : 01 المخرج الشمالي لبلدية الجلفة	027.92.31.70027.92.37.22
03	النوي	فندق	//	حي بوتريفيس طريق بوسعادة الجلفة	027913508
04	عسلوني	فندق	128	حي بوتريفيس طريق بوسعادة قسم: 116 مجموعة ملكية رقم: 11 بلدية الجلفة	027.93.43.93027.93.42.12
05	سيدي نائل	فندق	77	وسط المدينة شارع سيدي نايل حي بن عزيز 114/107	027.93.03.06027.93.03.06
06	البيت	فندق	//	//	//
07	طاووس الخضراء	مركز سياحي	//	//	//
08	الريان	فندق	//	//	//

قائمة وكالات السياحة والأسفار المعتمدة بولاية غرداية				
الرقم	إسم الوكالة	العنوان	الهاتف / الفاكس	البريد الإلكتروني
01	الطيار للسياحة و الأسفار	مقابل ملتقى الولاية — غرداية —	029 28 50 27 06.61.89.24.10	TAYARD.Z@yahoo.fr

agence.nader@gmail.com	029 28 51 36 0770310031	شارع أول نوفمبر دادي أمباله ب- غرداية	الناظر	02
info@123traveldz.com	029285692 0777.00.57.41	مجمع تعاوسة للتجارة والأعمال ، نهج طالي احمد، رقم 11 - غرداية	3 2 1 أسفار	03
THAMEUR.TOURISME.VOYAGES@GMAIL.COM	(029)255572 0550550648	حي 400 مسكن رقم 02 سيدي اعجاز/بنورة - غرداية -	ثامر للسياحة والسفر	04
elbadiaadz@yahoo.fr	(029)255619 0560767785	قطعة رقم 02 تجزئة سيدي عاز بنورة /غرداية.	ش.ذ.م.م البديع مولتي سرفيس	05
//	029838407 0661 65 93 63	شارع أول نوفمبر حي ثنية المخزن قسم 05 مجموعة ملكية رقم 32 الطابق الأرضي /غرداية.	مهيري للسياحة	06
Email-ag.guembartour@gmail.com	029233558 0550228591	شارع أول نوفمبر غرداية	قنبار تور	07
ALJIWARTRAVEL@GMAIL.COM	029269212 0675187604	شارع العربي بن مهدي ثنية المخزن-غرداية	الجوار ترافل	08
najahtravelghardaia@gmail.com	029260490 0555827008	حي يدر أولاد شارع العربي بن مهدي بني يزقن-بنورة- غرداية	فرع وكالة نجاح ترافل أجنسي	09
Mohamedt909@ gmail.com	029255171 0655375300	حي 20 أوت سيدي أعجاز-غرداية	فرع وكالة السعف الذهبي للسياحة	10

elatavoyages@gmail.com	029237389 0771714696	حي ثنية المخزن غرداية	وكالة العطاء للسياحة	11
BAHAZILYAS195@gmail.com	0661588141	حي الحاج مسعود غرداية	وكالة بهاز للسياحة والأسفار والخدمات	12
//	029255755 0660430954	المركز التجاري سيدي عبا	فرع وكالة كونتينونتال سياحة	13
Sobhitourisme47@gmail.com	0665407963	شارع 05 جويلية ثنية المخزن غرداية	وكالة صبحي للسياحة والأسفار	14
Fethi.classico@gmail.com	0550712728	حي الحاج مسعود، الطابق الأرضي ص ب 136 مرما غرداية.	الجميلتان للسياحة والأسفار	15
//	0770420833	شارع أول نوفمبر ، محل رقم 05، بناية رقم 16c ، الطابق الثاني، بلدية ودائرة -غرداية-	تسهيل ترافل	16
socotrhybtour@gmail.com	0550470077	شارع العربيين مهدي محل رقم 19 و 19 الطابق الأرضي ثنية المخزن-غرداية	سكوتريب	17
Michkate47@gmail.com	0661472883	تجزئة سيدي أعبا قطعة رقم 01 بنورة -غرداية	مشكاة	18

قائمة المؤسسات الفندقية المعتمدة بولاية غرداية

الرقم	إسم المؤسسة الفندقية	نوع المؤسسة الفندقية	بطاقة الإستيعاب	العنوان الهاتف / الفاكس
01	بال فيدار	فندق	36	بوهراوة — غرداية . (029) 23. 99.66 / (029) 23. 99.65 @gmail.comBELVEDERE. DZ
02	النخيل	فندق	35	:نحجالاستقلال،شارعالواحة، غرداية. (029) 236019 0770247370/0550261044
03	بلعجال	فندق	16	ساحة الشباب وسط المدينة / غرداية 0774030802/029.23.12.37 hotelbeladjal@hotmail.com
04	الكرامة	فندق	11	:شارع طالبي أحمد — غرداية 0671473488(029) 23 10 58
05	أتلنتيد	فندق	18	:شارع طالبي أحمد — غرداية (029)23 11 36
06	المحطة	فندق	10	شارع ديدوش مراد حي الحاج مسعود/غرداية (029) 28 96 64

07	الجوهرة	فندق	30	شارع 05 جويلية ثنية المخزن بلدية غرداية 0770985158/02902307713 Djawhara4719@gmail.com
08	السلام	فندق	34	حي 05 جويلية بلدية زلفانة /غرداية 0550020454/(029) 26.45.14
09	النزل الصحراوي لحمام زلفانة	نزل عائلية	26	وسط مدينة زلفانة: ص.ب 98 زلفانة - غرداية. 06 65 54 34 72 /(029) 264067
10	نزل الطاسيلي /زلفانة	نزل عائلية	13	وسط مدينة زلفانة (029)26.41.0774 27 06 4013 dehmenahmed@hotmail.fr
11	النزل العائلي البركة	نزل عائلية	20	وسط مدينة زلفانة ص ب 12 سيدي عبا /بلدية بنورة 0660 41 32 16/(029) 26.40.55
12	شمس سياحة	شاليهات	92	منطقة التوسع السياحي بزلفانة 0555.07.18.17 Bh-alali@hotmail.com
13	الشط الجميل	شاليهات	32	منطقة التوسع السياحي بزلفانة - ص ب 330 زلفانة 029.26.40.50/0770710085 beaurivage.zelfana@gmail.com

14	نوح	شاليهات	16	سط مدينة زلفانة 51 / 06691247764026(029) Abdlkd3762@gmail.com
15	ديار النزهة	إقامة فندقية	84	منطقة التوسع السياحي مجموعة ملكية رقم 06 قسم 23 زلفانة 029267200 / 029267201 Boucetta.khaled@gmail.com

قائمة وكالات السياحة والأسفار المعتمدة بالولاية المنتدبة آفلو

الرقم	إسم الوكالة	العنوان	الهاتف الفاكس	البريد الإلكتروني
01	فرع وكالة حشماوي ترافل	طريق البيض بلدية آفلو - الأغواط -	06-70-27-75	//
02	وكالة سياحية عبيزة	تجزئة 540 قطعة رقم 37 بلدية آفلو الأغواط	//	//
03	فرع وكالة عمارة للسياحة والأسفار	شارع الثورة الزراعية بلدية آفلو الأغواط	//	//
04	فرع وكالة الميعاد	طريق البيض بلدية آفلو	0671-61-08-50	elmiaadaflou03@gmail.com
05	فرع وكالة حاج قاسم للسياحة والأسفار	حي النصر آفلو - الأغواط -	06-67-94-94-39	//

06	وكالة أفلو للسياحة والأسفار	شارع تيارت أفلو	029-16-66-65	//
07	وكالة رزان تور	حي زاهي بن عيسى أفلو - الأغواط -	//	//
08	براذر تو ترافل	شارع تيارت الطابق الأول رقم 25 أفلو	//	//
09	فرع وكالة نسور الصحراء	حي النهضة G 02 بلدية أفلو - الأغواط -	06-72-86-30-51	//

قائمة المؤسسات الفندقية المعتمدة بالولاية المنتدبة آفلو

الرقم	إسم المؤسسة الفندقية	نوع المؤسسة الفندقية	رقم الهاتف	رقم الفاكس	العنوان
01	الفضل	فندق	029-16-60-11	029-16-60-11	شارع الأمير عبد القادر - أفلو-
02	أفنان	فندق	029-96-72-03	029-96-72-03	الطريق الوطني رقم 23 طريق تيارت -أفلو-
03	طيبة	فندق	029-16-60-12	029-16-60-14	شارع الأمير عبد القادر-أفلو-

جامعة غرداية

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية



في مسعى القيام بدراسة علمية عنونها: "مساهمة التكوين الجامعي في ترقية المقاولاتية السياحية" ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث تخصص تسويق سياحي
أستاذي الفاضل، أستاذتي الفاضلة:

سعيًا منا في الإستفادة من آرائكم وتوجيهاتكم، وثقة منا في إمكانياتكم العلمية، نضع بين أيديكم إستمارة تحكيم ونأمل من سيادتكم التكرم بتحكيمها والتنبيه على التعديلات التي ترونها مناسبة لتكون الأداة أكثر صدقًا، كما نشكركم على كل ملاحظة سوف تقدمونها كما أننا سوف نأخذها بعين الاعتبار.

إسم ولقب المحكم	
الدرجة العلمية	
الجامعة المنتسب إليها	
الإيميل المهني أو رقم الهاتف	

وقصد تسهيل مهمتكم نضع بين أيديكم التعريف الإجرائي لمتغيرات الدراسة وكذلك فرضياتها.

- **التكوين الجامعي:** هو عملية تكوينية متخصصة تتم على مستوى جامعة أو مؤسسات تعليمية أخرى معترف بها كمؤسسات للتعليم العالي من قبل السلطات الرسمية للدولة، وتتكون من الأستاذ والبرامج والوسائل التعليمية بالإضافة إلى الطالب، وتهدف إلى إعداد الطالب على إنتاج البحث العلمي وتأهيله للإلتحاق بوظيفة ما أو إنشاء مشروعه الخاص لتنمية وتطوير المجتمع.

- **المقاولاتية السياحية:** هي إنشاء وإستغلال مؤسسات سياحية (وكالات السياحة والأسفار، فنادق...) بشكل قانوني لتقديم خدمات سياحية مبتكرة ومنتجات وبيع سياحية جديدة للسائح المحليين أو الأجانب بهدف تحقيق الربح وإرضاء حاجات ورغبات السائح والزوار.

فرضيات الدراسة

الفرضية الرئيسية:

يساهم التكوين الجامعي مساهمة فعالة في ترقية المقاولاتية السياحية

الفرضيات الفرعية:

- 1- يساهم التكوين الجامعي في ترقية خدمات المقاولاتية السياحية حسب متغير الجنس.
- 2- يساهم التكوين الجامعي في ترقية خدمات المقاولاتية السياحية حسب متغير المؤهل العلمي.
- 3- يساهم التكوين الجامعي في ترقية خدمات المقاولاتية السياحية حسب متغير التخصص الجامعي.
- 4- يساهم التكوين الجامعي في ترقية خدمات المقاولاتية السياحية حسب متغير الوظيفة.
- 5- يساهم التكوين الجامعي في ترقية خدمات المقاولاتية السياحية حسب متغير الأقدمية.

جامعة غرداية
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية



أخي الموظف، أختي الموظفة:

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

في إطار إعداد دراسة علمية موسومة ب: "مساهمة التكوين الجامعي في ترقية المقاولاتية السياحية" في إطار دراسات عليا، نرجوا من سيادتكم المحترمة الإجابة عن الأسئلة الواردة في الإستمارة وذلك بوضع علامة (X) في الخانة التي تناسب رأيك حول الموضوع المطروح، علما أنه لا توجد إجابة صحيحة وأخرى خاطئة بل الإجابة هي ما تصرح به من رأي، مع العلم أن إجاباتكم ستحظى بالسرية التامة ولا تستعمل إلا لغرض البحث العلمي، نشكركم مسبقا على مساعدتكم لنا في خدمة البحث العلمي.

المعلومات الشخصية

الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐

المؤهل العلمي: شهادة الدراسات التطبيقية ☐ شهادة ليسانس ☐ شهادة مهندس دولة ☐

شهادة ماستر ☐ شهادة دراسات عليا ☐

التخصص الجامعي:

الوظيفة:

الخبرة العملية: أقل من 5 سنوات ☐ من 5 سنوات إلى 10 سنوات ☐ أكثر من 10 سنوات ☐

سنة التخرج الجامعي:

- إمتبانه التكوين الجامعي

البعد الأول: عروض وبرامج التكوين

الرقم	الفقرات	بدائل الأجوبة		
		موافق دائما	موافق أحيانا	غير موافق
01	يوجد توافق بين ما قدم لك نظريا في التكوين الجامعي وما هو مطلوب منك عمليا			
02	يساهم التكوين الجامعي بتزويدك بالكفاءات المعرفية المهنية			
03	تتلائم مؤهلاتك العلمية الجامعية مع سوق العمل السياحي			
04	ساعدك التكوين الجامعي في حل المشكلات المهنية في نطاق تخصصك			
05	يغطي التكوين الجامعي إحتياجات سوق العمل السياحي			
06	يوكب التكوين الجامعي التطورات الحالية في سوق العمل السياحي			
07	يؤهلك التكوين الجامعي للعمل في مجال السياحة خارج الجزائر			
08	يتلائم التكوين الجامعي في المقاولاتية مع متطلبات عالم الشغل			
09	تم إعدادكم علميا وفق معايير إقتصادية تسمح لكم بالولوج للمقاولاتية السياحية			

البعد الثاني: طرق وأساليب التدريس

01	أستفدت من المقاييس التي درستها في الجامعة في وظيفتي الحالية			
02	يوجد إختلاف بين لغة التكوين الجامعي واللغة التي يتطلبها عملك الحالي			
03	قدمت لك معلومات في التكوين الجامعي عن متطلبات التي تحتاجها الوظائف الممكن أن تشغلونها			

البعد الثالث: التربصات ومشاريع التخرج

01	موضوع تربصك بالجامعة له علاقة بمهام الوظيفة التي تشغلها			
02	قمت بالتحضير المسبق لبرنامج التربص الميداني الجامعي ليناسب طبيعة عملي الحالي			
03	إستفدت من التربص الميداني الجامعي في عملي الحالي			

04	تعرفت على تفاصيل الوظيفة الحالية أثناء إجراء التربص الميداني الجامعي		
البعد الرابع: الندوات والمؤتمرات			
01	تبرمج الجامعة ندوات وملتقيات لفائدة الطلبة لدعم معارفهم حول المقاولاتية السياحية		
02	إستفدت من حضور المؤتمرات والندوات الجامعية في تطوير مهاراتي في المقاولاتية السياحية		
03	تساهم مواضيع الملتقيات في تشجيع الطالب الجامعي على تكوين رؤية واضحة حول المقاولاتية السياحية		
04	تراعي المؤتمرات في برامجها إحتياجات الطالب الجامعي لإنشاء مقاولاتية سياحية		
البعد الخامس: مراكز تطوير المقاولاتية			
01	أمتلك رؤية واضحة حول مراكز تطوير المقاولاتية بالجامعة		
02	تتيح مراكز تطوير المقاولاتية بالجامعة للطالب الجامعي فرصة إعداد مشاريع في المقاولاتية السياحية		
03	أرى أن المهارات التي كونتها بالجامعة من خلال مراكز تطوير المقاولاتية كافية ومناسبة للعمل السياحي		
04	ساهمت مراكز تطوير المقاولاتية بالجامعات في مرافقة المقاولين السياحيين الجدد		
05	ساهمت مراكز تطوير المقاولاتية بالجامعات في تنشيط المقاولاتية السياحية		
06	أرى أن مراكز تطوير المقاولاتية بالجامعات ساعدت على النهوض بالمقاولاتية السياحية بالجزائر		
07	ساهمت مراكز تطوير المقاولاتية بالجامعات في نشر ثقافة إنشاء المقاولاتية السياحية بالجزائر		
08	ساهمت مراكز تطوير المقاولاتية بالجامعات في تطوير المقاولاتية السياحية بالجزائر من النمط التقليدي إلى النمط التنافسي		
09	ساهمت مراكز تطوير المقاولاتية بالجامعات في إنتشار وتواجد المقاولاتية السياحية في الجزائر		
البعد السادس: حاضنات الأعمال			
01	أمتلك رؤية واضحة حول حاضنات الأعمال بالجامعة		

02	ما يعرض من برامج في حاضنات الأعمال بالجامعات يستجيب لتوجهات المقاولاتية السياحية		
03	أرى أن إستحداث هيئات جديدة بالجامعة (مراكز تطوير المقاولاتية، حاضنات الأعمال) ساعدت الطالب الجامعي على إعداد مشاريع المقاولاتية السياحية		
04	تضمن برامج حاضنات الأعمال بالجامعات تحقيق المعارف في المقاولاتية السياحية		
05	توفر حاضنات الأعمال معلومات كافية للطالب الجامعي لتبني الفكر المقاولاتي السياحي بعد تخرجه		

- إستبانة المقاولاتية السياحية

البعد الأول: الجودة			
المؤشر الأول: المهارة			
الرقم	الفقرات	بدائل الأجوبة	
		موجودة دائما	موجودة أحيانا / غير موجودة
01	تستخدم مؤسستك تقنيات التسويق الرقمي في الترويج لخدماتها السياحية الجديدة		
02	تقدم مؤسستك بتصميم وتنفيذ وتقديم برامج أو خدمات سياحية تشبع حاجات وتوقعات الزبون المعلنة والغير معلنة		
03	تستخدم مؤسستك عدة لغات أجنبية للترويج لخدماتها السياحية		
المؤشر الثاني: الإلتزام والموثوقية			
01	تلتزم مؤسستك بتوفير خدمات سياحية بشكل منتظم وثابت وفي المكان والزمان المحددين		
02	تلتزم مؤسستك دائما بالوفاء بوعودها إتجاه الزبائن بتقديمها خدمات سياحية بكل دقة.		
المؤشر الثالث: الإستجابة			
01	تقوم مؤسستك بتقديم خدمات سياحية للزبائن بشكل سريع		
02	تقوم مؤسستك بالإستجابة الفورية لطلبات الزبون وبالتكفل الفوري لإستفسارات وشكاوى الزبون		
المؤشر الرابع: الإتصال			
01	تقوم مؤسستك بإعلام زبائنهم على ما يحتويه عرض خدماتها السياحية وذلك بلغة سهلة الفهم وملائمة لكل فئة من الزبائن		

المؤشر الخامس: الأمان			
01	تعمل مؤسستك على توفير الأمان للزبون وتبقيه بعيداً عن المخاطر سواءً المادية أم المالية أم معنوية .		
المؤشر السادس: التعاطف			
01	تتحلى مؤسستك أثناء تقديمها للخدمات السياحية باللباقة وحسن التعامل مع الزبائن وإبداء الرغبة في مساعدتهم .		
البعد الثاني: الإبداع والابتكار والتجديد			
01	تقوم مؤسستك بخلق منتجات سياحية جديدة ووسائل توفيرها تلبي المتطلبات والإحتياجات القائمة للزبائن أو التي تم تلبيتها سابقاً.		
02	تقوم مؤسستك بإستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تخصيص تجربة السائح وتحسين خدمات الوجهات السياحية.		
03	تقوم مؤسستك بإبتكار برامج سياحية مميزة لمنافسة البرامج المتداولة التي تقدمها الوكالات الأخرى.		
04	تقوم مؤسستك بإستخدام الواقع الافتراضي والمعزز في خلق تجارب سياحية جديدة ومتفاعلة.		
05	تقوم مؤسستك بتحسين وتحديث خدماتها السياحية المقدمة لمستعملي الإنترنت.		
06	تقوم مؤسستك بتطوير تجارب سياحية مخصصة وفريدة من نوعها بإستخدام التكنولوجيا الحديثة.		

جامعة غرداية
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية



السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

في إطار إعداد دراسة علمية موسومة ب: "مساهمة التكوين الجامعي في ترقية المقاولاتية السياحية" في إطار دراسات عليا، نرجوا من سيادتكم المحترمة الإجابة عن العبارات الواردة في الإستمارة وذلك بوضع علامة (X) في الخانة التي تناسب رأيك حول الموضوع المطروح، علما أنه لا توجد إجابة صحيحة وأخرى خاطئة بل الإجابة هي ما تصرح به من رأي، مع العلم أن إجاباتكم ستحظى بالسرية التامة ولا تستعمل إلا لغرض البحث العلمي، نشكركم مسبقا على مساعدتكم لنا في خدمة البحث العلمي.

المعلومات الشخصية

الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐

المؤهل العلمي: شهادة الدراسات التطبيقية ☐ شهادة ليسانس ☐ شهادة مهندس دولة ☐
شهادة ماستر ☐ شهادة دراسات عليا ☐

التخصص الجامعي: ميادين العلوم والتكنولوجيا ☐ ميادين العلوم الإنسانية والاجتماعية ☐

المهنة: مدير ☐ مشرف ☐ موظف ☐ أخرى..... ☐

الخبرة العملية: أقل من 5 سنوات ☐ من 5 سنوات إلى 10 سنوات ☐ أكثر من 10 سنوات ☐

الرقم	العبارات	موافق تماما	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما
01	يوجد توافق بين ما قدم لك نظريا في التكوين الجامعي وما هو مطلوب منك عمليا					
02	يساهم التكوين الجامعي بتزويدك بالكفاءات المعرفية المهنية					
03	تتلائم مؤهلاتك العلمية الجامعية مع متغيرات السوق السياحي					
04	ساعدك التكوين الجامعي في حل المشكلات المهنية					
05	يواكب التكوين الجامعي التطورات الحالية في السوق السياحي					
06	يؤهلك التكوين الجامعي للعمل في مجال السياحة خارج الجزائر					
07	أستفدت من المقاييس التي درستها في الجامعة في عملي الحالي					
08	يوجد إختلاف بين لغة التكوين الجامعي واللغة التي يتطلبها عملك الحالي					
09	موضوع تربصك بالجامعة له علاقة بمهام القطاع السياحي					
10	إستفدت من التربص الميداني الجامعي في عملي الحالي					
11	تبرمج الجامعة ندوات وملتقيات لفائدة الطلبة الجامعيين لدعم معارفهم حول المقاولاتية السياحية					
12	إستفدت من حضور المؤتمرات والندوات الجامعية في تطوير مهاراتي في المقاولاتية السياحية					
13	تساهم مواضيع الملتقيات في تشجيع الطالب الجامعي على تكوين رؤية واضحة حول المقاولاتية السياحية					
14	أمتلك رؤية حول مراكز تطوير المقاولاتية بالجامعة					
15	تتيح مراكز تطوير المقاولاتية بالجامعة للطالب الجامعي فرصة إعداد مشاريع في المقاولاتية السياحية					

					أرى أن المهارات التي كونتها بالجامعة من خلال مراكز تطوير المقاولاتية كافية ومناسبة للعمل السياحي	16
					تساهم مراكز تطوير المقاولاتية بالجامعات في نشر الفكر المقاولاتي السياحي	17
					تساهم مراكز تطوير المقاولاتية بالجامعات في تطوير المقاولاتية السياحية بالجزائر من النمط التقليدي إلى النمط التنافسي	18
					أمتلك رؤية حول حاضنات الأعمال بالجامعة	19
					ما يعرض من برامج في حاضنات الأعمال بالجامعات يستجيب لتوجهات المقاولاتية السياحية	20
					أرى أن إستحداث حاضنات الأعمال ساعدت حاملي المشاريع على إعداد مشاريع المقاولاتية السياحية	21
					تضمن برامج حاضنات الأعمال بالجامعات تحقيق المعارف في المقاولاتية السياحية	22
					توفر حاضنات الأعمال معلومات كافية لحاملي المشاريع من أجل تجسيد الفكر المقاولاتي السياحي بعد تخرجه	23
					تلتزم مؤسستك بإستقبال ومعالجة كل عدم تطابق لمعرفة الأخطاء المرتكبة	24
					تلتزم مؤسستك بإستقبال كل عدم رضا وتلبية رغبات الزبون لمعرفة أين ستوجه مؤسستك التحسينات	25
					مؤسستك على إستعداد دائم للإستجابة إلى طلبات الزبائن	26
					تحرص مؤسستك على تهيئة وسائل إتصال سريعة وتعمل على إدامتها بصورة مستمرة	27
					تبدي مؤسستك الرغبة في مساعدة زبائنهم	28
					تقدم مؤسستك معلومات موثوقة حول خدماتها السياحية (العروض، الأسعار، والتجارب)	29
					تسعى مؤسستك لطرح خدمات جديدة لم تطرح من قبل من طرف المؤسسات الوطنية	30

					تعتمد مؤسستك على بعض الأساليب الحديثة لتسعير خدماتها للتأثير على القرار الشرائي للسائح	31
					تسعى مؤسستك لترويج خدماتها بأساليب جديدة ومقنعة	32
					تسعى مؤسستك بعرض خدماتها بشكل أو بآخر مختلف عن المنافسين	33
					أتوقع أن مؤسستي يمكن أن تواجه مختلف التحديات المرتبطة بالتغيرات في التوجهات السياحية العالمية	34
					في مؤسستي لا تؤثر كثيراً تلك المخاطر المتعلقة بالتغيرات المناخية والبيئية على القرارات	35
					أشعر أن المخاطر في قطاع السياحة يمكن أن تكون جزءاً من إستراتيجيات التنوع السياحي في المؤسسة	36

الرقم	الإسم واللقب	الدرجة العلمية	جامعة الإنتماء
01	عبد المجيد تيمماوي	أستاذ التعليم العالي	جامعة غرداية
02	جيلالي بهاز	أستاذ التعليم العالي	جامعة غرداية
03	عمر حميدات	أستاذ التعليم العالي	جامعة غرداية
04	علال بن ثابت	أستاذ التعليم العالي	جامعة الأغواط
05	عبد العليم التاوتي	أستاذ التعليم العالي	جامعة الأغواط
06	عبدالقادر قطاف	أستاذ التعليم العالي	المركز الجامعي آفلو
07	آمال حفناوي	أستاذ محاضر(أ)	جامعة تبسة

Correlations

		1 البعد	ع01	ع02	ع03	ع04	ع05	ع06
1 البعد	Pearson Correlation	1	.782**	.681**	.676**	.571**	.736**	.575**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
ع01	Pearson Correlation	.782**	1	.421**	.477**	.460**	.394**	.360**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000	.000	.002	.005
	N	60	60	60	60	60	60	60
ع02	Pearson Correlation	.681**	.421**	1	.517**	.153	.356**	.425**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.000	.243	.005	.001
	N	60	60	60	60	60	60	60
ع03	Pearson Correlation	.676**	.477**	.517**	1	.162	.472**	.149
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.215	.000	.256
	N	60	60	60	60	60	60	60
ع04	Pearson Correlation	.571**	.460**	.153	.162	1	.443**	.008
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.243	.215		.000	.952
	N	60	60	60	60	60	60	60
ع05	Pearson Correlation	.736**	.394**	.356**	.472**	.443**	1	.314*
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.005	.000	.000		.015
	N	60	60	60	60	60	60	60
ع06	Pearson Correlation	.575**	.360**	.425**	.149	.008	.314*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.005	.001	.256	.952	.015	
	N	60	60	60	60	60	60	60

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		2 البعد	ع07	ع08
2 البعد	Pearson Correlation	1	.655**	.723**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	60	60	60
ع07	Pearson Correlation	.655**	1	-.048-
	Sig. (2-tailed)	.000		.714
	N	60	60	60
ع08	Pearson Correlation	.723**	-.048-	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.714	
	N	60	60	60

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		3 البعد	ع09	ع10
3 البعد	Pearson Correlation	1	.899**	.901**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	60	60	60
ع09	Pearson Correlation	.899**	1	.619**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	60	60	60
ع10	Pearson Correlation	.901**	.619**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	60	60	60

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		4 البعد	ع11	ع12	ع13
4 البعد	Pearson Correlation	1	.843**	.908**	.721**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	60	60	60	60
ع11	Pearson Correlation	.843**	1	.719**	.340**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.008
	N	60	60	60	60
ع12	Pearson Correlation	.908**	.719**	1	.501**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	60	60	60	60
ع13	Pearson Correlation	.721**	.340**	.501**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.008	.000	
	N	60	60	60	60

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		5 البعد	14 ع	15 ع	16 ع	17 ع	18 ع
5 البعد	Pearson Correlation	1	.653**	.862**	.750**	.813**	.815**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
14 ع	Pearson Correlation	.653**	1	.420**	.431**	.357**	.362**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.001	.005	.005
	N	60	60	60	60	60	60
15 ع	Pearson Correlation	.862**	.420**	1	.598**	.643**	.681**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
16 ع	Pearson Correlation	.750**	.431**	.598**	1	.443**	.424**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.000	.001
	N	60	60	60	60	60	60
17 ع	Pearson Correlation	.813**	.357**	.643**	.443**	1	.719**
	Sig. (2-tailed)	.000	.005	.000	.000		.000
	N	60	60	60	60	60	60
18 ع	Pearson Correlation	.815**	.362**	.681**	.424**	.719**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.005	.000	.001	.000	
	N	60	60	60	60	60	60

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		6 البعد	19 ع	20 ع	21 ع	22 ع	23 ع
6 البعد	Pearson Correlation	1	.738**	.896**	.863**	.858**	.789**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
19 ع	Pearson Correlation	.738**	1	.664**	.546**	.442**	.349**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.006
	N	60	60	60	60	60	60
20 ع	Pearson Correlation	.896**	.664**	1	.687**	.703**	.648**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
21 ع	Pearson Correlation	.863**	.546**	.687**	1	.752**	.598**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
22 ع	Pearson Correlation	.858**	.442**	.703**	.752**	1	.703**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	60	60	60	60	60	60
23 ع	Pearson Correlation	.789**	.349**	.648**	.598**	.703**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.006	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60	60	60

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		7 البعد	ع24	ع25	ع26	ع27	ع28	ع29
7 البعد	Pearson Correlation	1	.741**	.797**	.907**	.904**	.887**	.885**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
ع24	Pearson Correlation	.741**	1	.586**	.558**	.506**	.501**	.522**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
ع25	Pearson Correlation	.797**	.586**	1	.689**	.654**	.544**	.575**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
ع26	Pearson Correlation	.907**	.558**	.689**	1	.836**	.802**	.800**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
ع27	Pearson Correlation	.904**	.506**	.654**	.836**	1	.867**	.809**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
ع28	Pearson Correlation	.887**	.501**	.544**	.802**	.867**	1	.881**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
ع29	Pearson Correlation	.885**	.522**	.575**	.800**	.809**	.881**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60	60	60	60

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		8 البعد	ع30	ع31	ع32	ع33
8 البعد	Pearson Correlation	1	.833**	.897**	.888**	.840**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60
ع30	Pearson Correlation	.833**	1	.661**	.603**	.584**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60
ع31	Pearson Correlation	.897**	.661**	1	.800**	.651**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	60	60	60	60	60
ع32	Pearson Correlation	.888**	.603**	.800**	1	.683**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	60	60	60	60	60
ع33	Pearson Correlation	.840**	.584**	.651**	.683**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60	60

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		9 البعد	ع 34	ع 35	ع 36
9 البعد	Pearson Correlation	1	.858**	.866**	.788**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	60	60	60	60
ع 34	Pearson Correlation	.858**	1	.631**	.488**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	60	60	60	60
ع 35	Pearson Correlation	.866**	.631**	1	.541**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	60	60	60	60
ع 36	Pearson Correlation	.788**	.488**	.541**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

ReliabilityStatistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.666	6

ReliabilityStatistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.778	2

ReliabilityStatistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.777	2

ReliabilityStatistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.801	3

ReliabilityStatistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.874	5

ReliabilityStatistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.857	5

ReliabilityStatistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.871	6

ReliabilityStatistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.901	4

ReliabilityStatistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.750	3

ReliabilityStatistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.904	36

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.893	23

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.940	13

الجنس

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ذكر	106	65.4	65.4	65.4
Valid أنثى	56	34.6	34.6	100.0
Total	162	100.0	100.0	

المؤهل العلمي

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
شهادة ليسانس	59	36.4	36.4	36.4
Valid شهادة الماستر	91	56.2	56.2	92.6
شهادة الدراسات العليا	12	7.4	7.4	100.0
Total	162	100.0	100.0	

التخصص الجامعي

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ميادين العلوم الانسانية والاجتماعية	111	68.5	68.5	68.5
Valid ميادين العلوم والتكنولوجيا	51	31.5	31.5	100.0
Total	162	100.0	100.0	

المهنة

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
موظف	109	67.3	67.3	67.3
Valid مشرف	31	19.1	19.1	86.4
مدير	22	13.6	13.6	100.0
Total	162	100.0	100.0	

الخبرة العملية

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
سنوات 05 اقل من	82	50.6	50.6	50.6
Valid سنوات 05-10 من	45	27.8	27.8	78.4
سنوات 10 اكثر من	35	21.6	21.6	100.0
Total	162	100.0	100.0	

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
ع01	162	3.03	1.248
ع02	162	3.77	.949
ع03	162	3.32	1.178
ع04	162	3.46	1.180
ع05	162	3.16	1.021
ع06	162	3.04	1.213
01البعد	162	3.2973	.69572
Valid N (listwise)	162		

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
ع07	162	3.21	1.258
ع08	162	3.33	1.281
02البعد	162	3.2716	.95407
Valid N (listwise)	162		

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
ع09	162	2.69	1.357
ع10	162	2.80	1.332
03البعد	162	2.7469	1.21615
Valid N (listwise)	162		

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
ع11	162	3.12	1.139
ع12	162	2.98	1.155
ع13	162	3.36	1.108
04البعد	162	3.1543	.95888
Valid N (listwise)	162		

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
ع14	162	3.40	.955
ع15	162	3.33	1.147
ع16	162	3.07	1.095
ع17	162	3.51	1.088
ع18	162	3.33	1.098
05البعد	162	3.3272	.87867
Valid N (listwise)	162		

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
ع19	162	3.35	1.023
ع20	162	3.21	.987
ع21	162	3.34	1.035
ع22	162	3.35	.948
ع23	162	3.27	.997
6البعد	162	3.3025	.79603
Valid N (listwise)	162		

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
ع24	162	3.72	1.083
ع25	162	4.27	.952
ع26	162	4.41	.816
ع27	162	4.44	.811
ع28	162	4.54	.804
ع29	162	4.54	.773
7البعد	162	4.3200	.68605
Valid N (listwise)	162		

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
ع30	162	4.18	1.074
ع31	162	4.15	1.000
ع32	162	4.33	1.008
ع33	162	4.26	.962
8البعد	162	4.2299	.88858
Valid N (listwise)	162		

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
ع34	162	3.90	.992
ع35	162	3.43	1.080
ع36	162	3.75	.999
9البعد	162	3.6934	.83652
Valid N (listwise)	162		

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.224	.319		10.110	.000
1 بعد	.170	.100	.174	2.361	.019
2 بعد	-.019	.064	-.026	-.293	.770
3 بعد	.010	.054	.018	.185	.854
4 بعد	-.144	.079	-.203	-1.815	.071
5 بعد	.138	.091	.179	1.521	.130
6 بعد	.119	.082	.139	1.979	.050

a. Dependent Variable: البعد 07

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	6.618	6	1.103	2.532	.023 ^b
Residual	67.524	155	.436		
Total	74.142	161			

a. Dependent Variable: تكوين

b. Predictors: (Constant), البعد 9, البعد 7, البعد 8

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.344	.321		7.310	.000
1 البعد 7	.187	.111	.206	1.681	.095
البعد 8	.060	.092	.086	.655	.513
البعد 9	-.046	.069	-.062	-.670	.514

a. Dependent Variable: تكوين

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
								Lower	Upper
Equal variances assumed	.594	.442	1.681	160	.095	.17229	.10247	-.03008	.37465
Equal variances not assumed			1.700	115.636	.092	.17229	.10134	-.02843	.37300

ANOVA

تكوين

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1.186	1	1.186	3.086	.081
Within Groups	61.461	160	.384		
Total	62.646	161			

ANOVA

تكوين

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.067	2	.034	.085	.918
Within Groups	62.579	159	.394		
Total	62.646	161			

ANOVA

تكوين

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	2.523	2	1.262	3.336	.038
Within Groups	60.123	159	.378		
Total	62.646	161			