

إستراتيجية التخطيط السياحي كآلية لترقية الخدمات السياحية

أ.سمية بوخاري¹

الملخص:

إن من أهم أسباب ظهور التخطيط السياحي في الوقت الحاضر التطور السريع الذي شهدته الحركة السياحية العالمية، والتي أفرزت بدورها حاجة ملحة إلى ظهور أنماط متطورة للخدمات السياحية، لذا كان لابد من توجيه الاهتمام إلى ضرورة تنظيم و ضبط و توجيه و تقييم هذه الخدمات للوصول إلى الأهداف المنشودة من الصناعة السياحية، و قد ترتب على ذلك تبني أسلوب التخطيط السياحي كمنهج فعال يعمل على دراسة و تحليل و تفسير جميع الخدمات السياحية، و يسعى لتطويرها و تنميتها و تحسين جودتها بغرض ترفيتها لجذب السياح إلى اقتناها.

فالتخطيط السياحي يعد من الأولويات الرئيسية لمعظم الدول السياحية التي تسعى لوضع الاستراتيجيات التي تعمل على تحسين جودة الخدمات السياحية، باعتباره ضرورة من ضروريات تنمية الصناعة السياحية ومن أهم أدوات تفعيل هذه الصناعة في عصرنا الحالي.

لذا فالجزائر -وعلى غرار مختلف الدول النامية-، مطالبة باتباع سياسة تخطيطية سياحية جيدة من شأنها تطوير وترقية مستوى خدماتها السياحية بكافة أشكالها وفي مختلف مواقعها السياحية.

الكلمات المفتاحية: السياحة، الصناعة السياحية، التخطيط، التخطيط السياحي، الخدمات السياحية، التنمية السياحية.

Summary:

One of the main reasons for the emergence of tourism planning At the present time The rapid development of World Tourism Movement, And that in turn produced an urgent need of advanced patterns for tourism services, So it was necessary to draw attention to the need to organize and adjust and direct and evaluate these services to reach the objectives of the tourism industry, And has

¹. أ.سمية بوخاري، جامعة سعد دحلب، البلدية، smboukhari@yahoo.fr

resulted in a Adoption of tourism planning method As a way of effectively working on the study, analysis and interpretation of all tourist services, And seeks

to develop and development and improve quality in order to be upgraded to attract tourists to the acquired.

Planning is one of the main tourist prioritization of most tourist countries Which seeks to develop strategies that improve the quality of tourism services,As a necessity for the development of tourism industry And Of the most important tools Activation This Industry in the present era.

Therefore Algeria- And like Various developing countries Required to follow a good Policy planning tourist Would develop and upgrade the level of tourism services in all its forms and And in the various tourist sites.

Keywords:tourism,the tourism industry,planning,tourism planning,tourism services,tourism development.

مقدمة:

لقد أصبح رهان ترقية الخدمات السياحية نشاطا مهما وضروريا في معظم دول العالم، وعلى الرغم من أهميتها فلا تزال تواجه العديد من العراقيل التي تحول دون تطورها ورفيها خاصة في الدول النامية مع تزايد وتعدد الخدمات السياحية كنشاط أساسي في قطاع الصناعة السياحية، فقد بات من الضروري الإعتماد على التخطيط السياحي كمطلب ملح لتحقيق نمو وتطور أسرع ومنظم للخدمات السياحية، ومنه تدعيم التنمية الاقتصادية والاجتماعية. وإدراكا لأهمية التخطيط السياحي، على الدولة الجزائرية أن تسعى إلى تبني هذه الاستراتيجية كآلية لتفعيل الخدمات السياحية، قصد جذب السياح وتعزيز طلبهم عليها.

وفي هذا الإطار تنبثق إشكالية بحثنا الأساسية والتي تتجلى في التساؤل الجوهري التالي:

"ما مدى نجاعة التخطيط السياحي في تحسين جودة الخدمات السياحية في الجزائر؟"

وتحت هذا التساؤل الرئيسي، تندرج الأسئلة الفرعية التالية:

- ما ذا نعني بالخدمات السياحية؟ وما هي أنواعها؟

- ما المقصود بالتخطيط السياحي؟ وما مزايا تطبيق هذه الاستراتيجية؟

- ما هي آليات وتقنيات التخطيط السياحي وكيفية تفعيلها في ترقية الخدمات السياحية؟

- ما هي متطلبات تنفيذ استراتيجية التخطيط السياحي لترقية الخدمات السياحية في الجزائر؟

● أهمية البحث:

تتجلى أهمية هذا البحث من أهمية الموضوع الذي نتناوله، حيث تساعد الدراسة على إبراز الدور المهم الذي يلعبه التخطيط السياحي الفعال في ترقية الخدمات السياحية الجزائرية.

• أهداف البحث:

- ✓ إنطلاقا من أهمية البحث والإطار النظري والفكري الذي وضع فيه، فهو يرمي إلى تحقيق الأهداف التالية:
- ✓ توضيح دور التخطيط السياحي في ترقية الخدمات السياحية.
- ✓ التعرف على ماهية الخدمات السياحية.
- ✓ الوقوف على واقع التخطيط السياحي والخدمات السياحية في الجزائر.
- ✓ إبراز متطلبات تنفيذ إستراتيجية التخطيط السياحي في الجزائر.
- ✓ السعي إلى تنبيه القائمين على قطاع الصناعة السياحية بضرورة انتهاز إستراتيجية التخطيط السياحي كأداة فاعلة في ترقية وتطوير الخدمات السياحية.

• محاور البحث:

- للإمام بجوانب الموضوع وبلوغا للأهداف المرسومة لهذا الجهد العلمي ومحاولة لمناقشة وتقييم موضوع "التخطيط السياحي كآلية لترقية الخدمات السياحية"، ارتأينا تقسيم بحثنا إلى أربعة محاور رئيسية، تمثلت في:
- ✓ أولا: ماهية الخدمات السياحية.
- ✓ ثانيا: لمحة شاملة حول التخطيط السياحي.
- ✓ ثالثا: محاور إستراتيجية التخطيط السياحي لترقية الخدمات السياحية.
- ✓ رابعا: متطلبات تنفيذ إستراتيجية التخطيط السياحي لترقية الخدمات السياحية في الجزائر.

أولا: ماهية الخدمات السياحية.

برزت أهمية الخدمات السياحية كظاهرة عامة في مختلف المجتمعات، كونها تعد من العناصر الضرورية لقيام قطاع الصناعة السياحية، ونظرا لامتيازها بالعديد من الخصائص التي من شأنها جذب السياح وتلبية جميع رغباتهم وحاجياتهم في البلد المقصود.

1- تعريف الخدمات السياحية:

لقد تعددت تعاريف الخدمات السياحية بتعدد وجهات النظر إليها، حيث تعرف على أنها: "مجموعة من العناصر المكونة للصناعة السياحية التي تكمل بعضها البعض ويجب أن تتجانس وتتكامل من أجل إنجاز البرنامج السياحي"¹.

وعرفت بأنها: "أوجه مهنة أو نشاط أدائي غير ملموس ينفذ للعميل، تهدف أساسا إلى إشباع الرغبات والاحتياجات، عندما يتم تسويقها للمستهلك (السائح) النهائي مقابل دفع مبلغ معين من المال، ويجب أن لا يقترن الخدمات ببيع منتجات أخرى"².

كما تعرف الخدمات السياحية على أنها: "مجموعة من الأعمال والأنشطة التي توفر للسياح الراحة والتسهيلات عند شراء واستهلاك السلع والبضائع السياحية أثناء سفرهم أو من خلال إقامتهم في المرافق السياحية بعيدا عن أماكن إقامتهم الأصلية".³

ومنه الخدمات السياحية هي: "مجموع العمليات والأنشطة غير الملموسة والتي يمكن أن تقدم بشكل منفصل وتوفر إشباع للرغبات والحاجات، وأن المستهلك للخدمة قد يقوم بجيازة مؤقتة أو استخدام مؤقت (غرفة في فندق، إيجار سيارة، رحلة سياحية) ولكن دون أن يمتلكها".⁴

2- خصائص الخدمات السياحية :

إنطلاقا من تعريف الخدمات السياحية نستنتج خصائص عديدة لها، و يمكن ذكر الخصائص الرئيسية للخدمات السياحية فيما يلي:

1.2- خدمات غير ملموسة: ظهرت عدم ملموسية الخدمات كفرق رئيسي موجود بين السلعة و الخدمة، فالخدمات السياحية في الأصل غير ملموسة، أي من الصعب تذوقها، والإحساس بها، ورؤيتها، أو شمها أو سماعها قبل شرائها و هذا أهم ما يميزها عن السلعة، كخدمات الأمن السياحي.

2.2- التماسك و عدم التجزئة: و نعني بالتماسك و عدم الالتزام، درجة الارتباط بين الخدمة السياحية ذاتها و بين الشخص الذي يتولى تقديمها، أي من الصعب أحيانا فصل الخدمات السياحية عن مقدمها، كما أن الخدمات السياحية تنتج و تستهلك في نفس الوقت.

3.2- التباين: و نقصد به عدم التجانس في المخرجات فالجميع يرى أن نجاعة الخدمة السياحية تتغير من مؤسسة سياحية إلى أخرى، و من وكالة سياحية إلى أخرى خاصة للخدمات السياحية التي تعتمد على التدخل الكبير للعنصر البشري، لذا فإن كل نوع من أنواع الخدمات السياحية لها طرق مختلفة في كيفية قياسها فالزبون (السائح) يقوم بترتيب العناصر قبل الشراء حتى يتمكن من المقارنة بين عروض الخدمات السياحية، فلا يمكن على سبيل المثال أن تقدم إحدى مؤسسات الطيران نفس مستوى الخدمة على كل رحلة من رحلاتها.

4.2- الخدمات السياحية سريعة التلاشي: نتيجة لعدم انفصال الإنتاج عن الاستهلاك في الخدمات عامة و الخدمات السياحية على وجه الخصوص فإنها تتصف بالفناء السريع، بمعنى أن المنفعة منها لها حياة قصيرة و معظمها تزول و تفنى خلال فترة معينة، و لا يمكن تخزينها لاستخدامها في وقت آخر.⁵

5.2- الخدمات السياحية تحتاج إلى جهود لترويجها: أي أنها تحتاج لرجال تسويق لهم مهارة كبيرة في تسويقها حتى يعين السائح ما يريد و يحتاج اقتناء منها.⁶

3- مزايا الخدمات السياحية:

إضافة إلى الخصائص السابقة، يمكننا أن إبراز مجموعة من المزايا تعود لخصوصيتها، ومن أبرزها نذكر:⁷

- تتوافق الخدمات السياحية في شكلها ومضمونها مع الحضارة الخاصة بالمنطقة السياحية.

- التكامل والانسجام وعدم التعارض مع أي عنصر من عناصر الصناعة السياحية.
- تتميز الخدمات السياحية بكونها عامة للجمهور، وتسعى من تقديمها إلى تحقيق منفعة عامة لمختلف الجهات والأطراف المستفيدة.
- تتميز بكونها على درجة عالية من الجودة، فهي مرتبطة بالتنوع الحيوي والبيئي، وليس بأي شيء آخر يمكن تعويضه أو إعادة شرائه.
- إرتباطها بالمكان الذي انشئت فيه سواء من حيث الحصول على مستلزمات الإدارة، أو من حيث نظام التشغيل، أو من حيث التعايش والاندماج في المكان.

4- أشكال الخدمات السياحية.

للخدمات السياحية عدة أشكال، نذكر أهمها فيما يلي:⁸

1.4- الخدمات الأساسية: تتمثل في:

- الإقامة السياحية: وتقدمها كل من الفنادق والموتيلات والقرى السياحية والشقق المفروشة وبيوت الشباب والمخيمات.
- الإطعام السياحي: ويتمثل في مختلف المواد الغذائية والاستهلاكية التي تقدمها وسائل الإقامة المختلفة، إضافة إلى المطاعم والكافيتيريات.
- النقل السياحي: وتقدمها مختلف شركات النقل السياحي العامة والخاصة، والشركات السياحية ومكاتب تأجير السيارات.
- خدمات المؤسسات السياحية: وتشمل كل من شركات ووكالات السياحة والسفر حيث تقوم بتقديم خدماتها المختلفة للسائحين مثل: الحجز بالفنادق، ووسائل النقل الداخلية والحجز على الرحلات الجوية الدولية والمحلية.

2.4- الخدمات التكميلية الداعمة يمكن توضيحها فيما يلي:

- خدمات الترفيه والرياضة: حيث تتيح فرصة الترفيه والاستمتاع للسياح، أو ممارسة نوع معين من الرياضة في ذلك البلد.
- مؤسسات التجارة ومحلات التسويق السياحي: وهي تقدم للسائح مختلف التجهيزات والمواد الاستهلاكية في المنطقة السياحية، إضافة إلى بيع الهدايا والتذاكر والحرف التقليدية.
- الخدمات الثقافية: كالمسارح، قاعات السينما، وأماكن ومنشآت العبادة الدينية.
- خدمات الاستقبال والتنظيم: تقدمها مراكز الاستعلامات.
- الخدمات العامة الاجتماعية: وهي تشكل جزءا من البنية التحتية العامة، مثل المرافق الصحية والحمامات وشبكات المياه والكهرباء، وتشمل كذلك خدمات البنوك ومكاتب تبادل العملة، الجمارك.

• الأمن السياحي.

• الارشاد السياحي: وهذا من خلال تقديم المعلومات التوضيحية اللازمة للسائحين، إضافة إلى تنظيم وإدارة الرحلات السياحية وتنفيذ البرامج السياحية للسائح ومرافقتهم ورعايتهم.

ثانيا: لمحة شاملة حول التخطيط السياحي.

يعد التخطيط السياحي من العمليات الحيوية لتطوير الخدمات السياحية وتفعيلها، باعتباره أداة لتحقيق التنسيق والتواءم بين مختلف القطاعات المرتبطة بالصناعة السياحية، لذا فإن ترقية الخدمات السياحية تتطلب وبشكل كبير تخطيطا شاملا بها.

1- تعريف التخطيط السياحي:

هنالك العديد من التعريفات التي وضعت من قبل الباحثين لمفهوم التخطيط السياحي منها ما يلي: التخطيط السياحي: "هو عبارة عن مجموعة من الإجراءات المرحلية المقصودة التي تهدف إلى استغلال واستخدام أمثل للموارد السياحية المتاحة ضمن دائرة المرغوب به، بعيدا عن المخاطر الضارة مكانيا وحضاريا". كما يعرف التخطيط السياحي من وجهة نظر المهتمين بالصناعة السياحية بأنه: "رسم صورة تقديرية مستقبلية للنشاط السياحي في دولة معينة وفي فترة زمنية محددة، بحيث يحقق هذا التخطيط التوازن بين الطلب السياحي المتوقع والعرض السياحي".⁹

أيضا يعرف على أنه: "تخطيط طويل المدى تقوم به وزارة السياحة، أو الإدارات الرسمية للصناعة السياحية والذي يركز على كيفية تحقيق الأهداف الشاملة بعيدة المدى للمنظمة ككل ويهتم التخطيط الاستراتيجي بتحديد المستقبل السياحي للبلاد وتحقيق الأهداف العريضة الخاصة بذلك وهو ما تقوم به الإدارات الرسمية وتركز على التنمية السياحية بكافة أنواعها".¹⁰

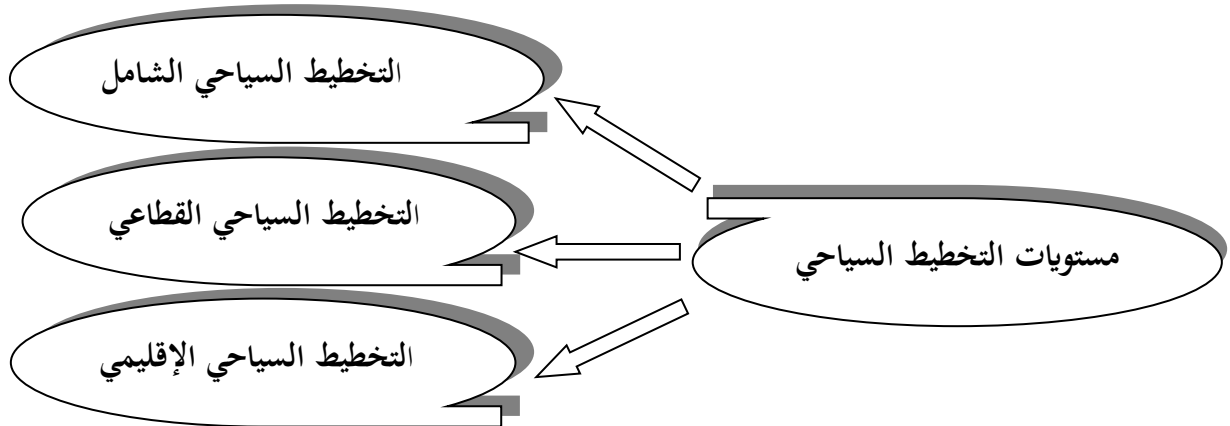
كما يعرف على أنه: "عملية تعتمد على البحث، والتقييم الذي يتطلع إلى تفعيل الخدمات السياحية لذا يجب أن يكون التخطيط السياحي عملية مشتركة بين الجهات الحكومية المشرفة على هذا القطاع، ومقدمي الخدمات السياحية (المؤسسات التابعة لقطاع الصناعة السياحية)، والمستهلكين لهذه الخدمات (السائح)، والمجتمع المضيف للصناعة السياحية، بدءا من مرحلة صياغة الأهداف المراد تحقيقها وانتهاء بمرحلة التنفيذ والتطبيق لبرامج استراتيجية التخطيط السياحي".¹¹

ومنه فإن التخطيط السياحي هو: "ذلك التخطيط الذي يهتم بتوجيه وتنظيم الخدمات السياحية في المناطق السياحية من أجل الوصول إلى الأهداف المنشودة والمرغوبة بشكل واضح وسليم".

2- الأهمية الاقتصادية للتخطيط السياحي: تتجلى أهمية التخطيط السياحي من الناحية الاقتصادية فيما يلي:

- إن التخطيط السياحي من خلال معالجته لمشكلات قطاع الصناعة السياحية، وتقويمه لمختلف المشروعات السياحية وجعلها لا تنتج آثارا تؤدي إلى الإضرار بالمواقع السياحية، يسهم في خلق وانتاج بيئة خدمات سياحية ذات مستوى عال الجودة، مما يؤدي ذلك إلى تحقيق نمو إقتصادي.
 - إن تطبيق المبادئ التي تقوم عليها عمليات التخطيط السياحي من شأنها أن تدفع إلى تحقيق وفورات إقتصادية.
 - يؤدي التخطيط السياحي إلى وقف استنزاف الموارد الطبيعية وترشيد استخدامها، وفي ذلك مما لا شك فيه منافع اقتصادية كبيرة.
 - يهتم التخطيط السياحي بكفاءة استخدام الطاقات السياحية الاقتصادية وتقليل الفاقد منها، كما أن الاهتمام بالبحث عن مصادر بديلة متجددة للطاقة يؤدي إلى خلق فرص اقتصادية.
 - يساعد على توحيد جهود جميع الوحدات المسؤولة عن تنمية قطاع الصناعة السياحية وتنسيق عملها، ويقلل من ازدواجية القرارات والأنشطة المختلفة، مما يساعد على إنجاز الأهداف العامة والمحددة لهذا النشاط.
 - يساعد التخطيط السياحي على تأهيل وصيانة الخدمات السياحية وتنظيمها، والاستفادة منها بشكل مناسب في الوقت الحاضر والمستقبل.
 - يعمل التخطيط السياحي على تكاملية النشاط السياحي مع النشاطات الاقتصادية الأخرى.
 - يساعد على تعظيم الفوائد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية من خلال تطوير الخدمات السياحية كما يقلل من الآثار السلبية للخدمات السياحية.
 - يساعد على رفع مستوى الخدمات السياحية من خلال وضع الخطط التفصيلية لبعض الخدمات السياحية ذات المستوى الضعيف.
 - يساهم في استمرارية تقييم الخدمات السياحية وتطويرها.
- 3- مستويات التخطيط السياحي:** للتخطيط السياحي مستويات ثلاثة رئيسية، تتمثل فيما يلي:¹³
- **التخطيط السياحي الشامل:** الذي يتم على مستوى الدولة السياحية، ويعني بالتخطيط للتنمية السياحية الشاملة، ويدخل في إطاره.
 - **التخطيط السياحي القطاعي:** والذي يهدف إلى تحقيق التنمية السياحية من خلال التغيير الهيكلي للإقتصاد على أساس قطاعي.
 - **التخطيط السياحي الإقليمي:** يهدف إلى تنمية إقليم معين أو منطقة سياحية معينة داخل الدولة السياحية.

شكل رقم (01): يوضح مستويات التخطيط السياحي.



المصدر: من إعداد الباحثة بناء على التحليل السابق.

4- عوامل نجاح التخطيط السياحي:

يعتمد نجاح التخطيط السياحي على عدة عوامل تلتزم توفر أربع علاقات: ¹⁴

1.4- علاقة التخطيط بالنشاط الاقتصادي: فنجاح النشاط السياحي في أي منطقة يرتبط ارتباطاً وثيقاً بمستويات الأنشطة التي يمكنها أن تؤدي إلى تحقيق زيادة متواصلة في الدخل، وإمكانية الاقتصاد المحلي على امتصاص هذه الدخل واستخدامها.

2.4- علاقة التخطيط بالبيئة: نجد أن السياحة والبيئة هي نفس الشيء، على اعتبار أن التدفق السياحي يرتبط بعوامل الجذب السياحي المتمثلة في المناخ والمناظر البيئية الطبيعية والشواطئ وغيرها، أو في عوامل جذب من صنع الإنسان كالمناطق التاريخية الأثرية والحديثة وغيرها، وهنا تبدو نقطة هامة تتعلق بضرورة المحافظة على الأصول البيئية.

3.4- علاقة التخطيط بالقدامين إلى المنطقة السياحية: يكون من الملائم تهيئة المقيمين لتزويد السائحين بالمعلومات التي تتيح لهم المتعة الذهنية، فإن تزاوج كل من الإمتاع النفسي والإثراء الذهني، يجعل السائحين أكثر رغبة في زيارة المنطقة مرة أخرى.

4.4- علاقة التخطيط بتدفق النقد الأجنبي: وإذا كان التخطيط يهدف إلى زيادة موارد الدولة من النقد الأجنبي، فإن نجاح التخطيط السياحي يقاس بالنسبة للدول النامية بصفة خاصة بمدى قدرته على زيادة التدفق من النقد الأجنبي إلى الدولة، سواء من خلال عائدات السياحة الدولية أو من خلال انسياب رؤوس الأموال الأجنبية للاستثمار السياحي.

ثالثاً: محاور إستراتيجية التخطيط السياحي لترقية الخدمات السياحية.

مع حلول الألفية الثالثة التي تميزت بالتطورات السريعة، اتجهت معظم الدول إلى اعتماد أسلوب أكثر احترافية تمثل في التخطيط السياحي، وهذا عن طريق استعمال استراتيجية ترقية لتنمية وإثراء الخدمات السياحية، مراعين في ذلك ما يلي:

1- مراحل إستراتيجية التخطيط السياحي لترقية الخدمات السياحية:

1.1- تحديد الأهداف من تطوير الخدمات السياحية في المواقع السياحية: وهي أهداف عديدة ذات طابع تكاملي وامتدادي، وإن مهمة التخطيط السياحي بصورة عامة في مجال ترقية الخدمات السياحية تهدف لتحقيق ما يلي:¹⁵

- تحسين نوعية الخدمات السياحية المقدمة، أو تجديدها والارتقاء بها من حيث الكم والنوع.
- زيادة الطلب السياحي على كل أنواع الخدمات السياحية.
- الموازنة بين الخدمات السياحية ونوعيتها وحجم الطلب عليها.

2.1- ترجمة الأهداف إلى برامج عمل تنفيذية محددة المهام والتوقيتات القياسية المعيارية: أي تحديد المعايير والإجراءات والقواعد والترتيبات اللازمة لتنفيذ المهام والمتمثل في ترقية الخدمات السياحية بما يؤكد قدرة الموقع السياحي على تحقيق الأهداف الموضوعة.

3.1- وضع وتحديد المسارات والسيناريوهات والتصورات الأدائية اللازمة لتنفيذ المهام: وما يتطلبه ذلك من كفاءة في إيضاح الطرق التي ينبغي أن تسلكها من أجل الوصول إلى تحقيق الأهداف الموضوعة لتطوير الخدمات السياحية بأقل التكاليف وأكثر العوائد.

4.1- حشد الإمكانيات والموارد والأدوات اللازمة لتنفيذ كافة المهام: وبالتالي يتحقق ضمان عدم توقف الجهود، أو عدم حدوث أي قصور أثناء تنفيذ الخطة لتفعيل الخدمات السياحية.

5.1- اختيار أسلوب إستغلال الموارد المتاحة لترقية الخدمات السياحية.

6.1- التنفيذ وتحديد الهدف المركزي للمشروع المخطط.

2- مقومات تنفيذ إستراتيجية التخطيط السياحي لترقية الخدمات السياحية:

تتضمن عملية التخطيط السياحي لأجل تفعيل الخدمات السياحية والارتقاء بها، العديد من المقومات الأساسية، نلخص أهمها فيما يلي:¹⁶

• درجة وضوح الخدمة السياحية بين مختلف الجهات القائمة على تطويرها مما يساعد على توحيد القوى والجهود لتنفيذ الهدف.

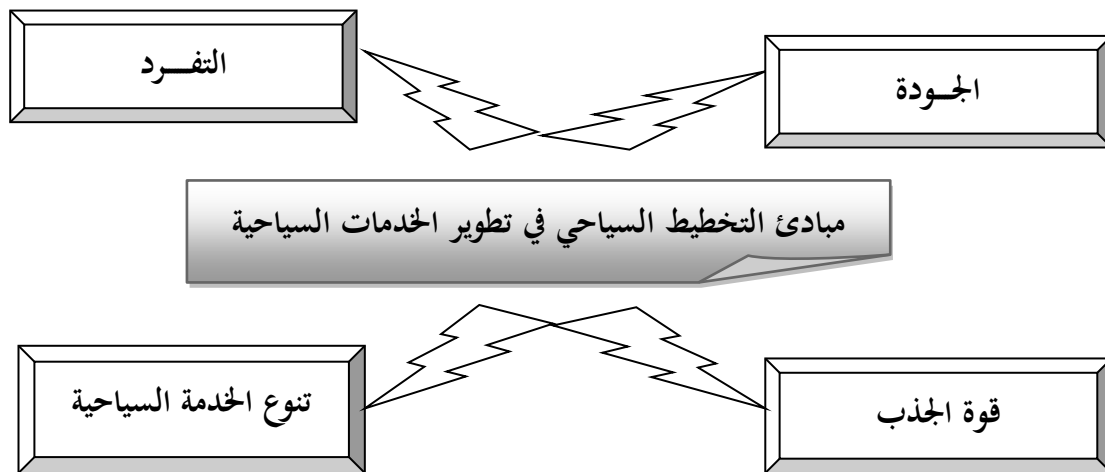
• الواقعية في عملية ترقية الخدمات السياحية، أي الخدمة السياحية المراد تطويرها يجب أن تكون أمراً واقعياً لا مستحيلاً.

- توافر الإمكانيات البشرية والمادية لترقية الخدمات السياحية حسب رغبات وحاجات السياح.
- التناسق والانسجام: يجب أن تكون عمليات التخطيط لترقية الخدمات السياحية منسجمة ومتناسقة مع بعضها البعض بحيث يسهل تنفيذها.
- تحديد الفترة الزمنية لإنهاء عملية ترقية الخدمات السياحية.
- التنبؤ بالتغيرات التي قد تحدث مستقبلاً.
- ضرورة توافر القواعد والمبادئ والجراءات التي تحكم سير عملية تنفيذ التخطيط الاستراتيجي، والتي تكون بمثابة مراحل تفصيلية توضح الأساليب الكيفية لتنفيذ التخطيط السياحي.

3- مبادئ إستراتيجية التخطيط السياحي في إدارة الخدمات السياحية:

إن تطوير أي خدمة سياحية، يحتاج إلى تبني التخطيط السياحي في معرفة عناصر قوتها، وما يمكن أن تتميز بها عن غيرها، وتتمثل أهم مبادئ إستراتيجية التخطيط السياحي في إدارة وتطوير الخدمات السياحية كما يلي من خلال الشكل التالي:¹⁷

شكل رقم (02): يوضح مبادئ إستراتيجية التخطيط السياحي في تطوير الخدمات السياحية.



المصدر: من إعداد الباحثة بناء على معلومات جمعت من: إبراهيم بظاظو، محمد نايف الصرايرة، عمر جوايره الملكاوي، مرجع سبق ذكره، ص: 165. (بتصرف)

1.3- الجودة: إن الخدمات السياحية ذات الجودة العالية هي الخدمات التي يسعى السياح لاقتنائها، ويعبروا عن رضاهم الكامل عنها، ويعد الاهتمام بترقية الخدمات السياحية المتوفرة في المواقع السياحية أهمية كبيرة في عملية التخطيط السياحي.

2.3- التفرد: كما أن أساس ترقية أي خدمة سياحية هو تقديم شيء مميز وجديد وفريد من نوعه، بمعنى شيء يريده السائح ولا يمكنه الاستغناء عنه.

3.3- تعدد وتنوع الخدمات السياحية المقدمة: إن من أسس ترقية الخدمات السياحية، ضرورة الربط بين الأسواق السياحية المصدرة للسياح وبين تعدد وتنوع الخدمات السياحية.

4.3- قوة الجذب السياحي: يمكن قياس قوة جذب أي خدمة سياحية من خلال عدد الساحين المقبلين على اقتنائها، وقوة الجذب تعد معيارا مهما لتحديد إمكانية إجراء عمليات الترقية للخدمات السياحية، فالترقية لأي خدمة سياحية ينبغي أن تتوفر فيها احتمالات مؤكدة على نجاحها.

رابعا: متطلبات تنفيذ إستراتيجية التخطيط السياحي لترقية الخدمات السياحية في الجزائر.

للتخطيط السياحي أهمية قصوى في إقتصاديات مختلف الدول النامية عامة والجزائر على وجه الخصوص، خاصة وأنها تواجه العديد من المعوقات والمشاكل التي تحول دون رقي الخدمات السياحية فيها، وعليه فإنه على السلطات الحكومية تنفيذ بعض الآليات التي تسمح بنجاح إستراتيجية التخطيط لتطوير خدماتها السياحية بشكل راق ولائق يسمح لإشباع متطلبات وحاجيات السياح في البلاد.

1- عوائق تنفيذ إستراتيجية التخطيط السياحي لترقية الخدمات السياحية في الجزائر.

1.1- ضعف التمويل السياحي: فعمليات الترقية والبحث والتطوير فيما يخص الخدمات السياحية تحتاج إلى نفقات مالية كبيرة وهائلة لتغطيتها، لذلك في كثير من الأحيان يتم الإعتماد على المساعدات المالية لتنفيذ ما هو مخطط له.

2.1- الافتقار إلى الخبرة والمهارة الفنية في مجال الصناعة السياحية: يعاني قطاع الصناعة السياحية في الجزائر من قلة أو بالأحرى انعدام الكفاءات والإطارات والكوادر المتخصصة والمؤهلة لتنفيذ إستراتيجية التخطيط لترقية الخدمات السياحية وتطويرها.

3.1- وقوع الموارد والطاقات السياحية على الحدود السياسية للدولة الجزائرية: حيث تقع الكثير من الموارد والمصادر السياحية للدولة الجزائرية على الحدود السياسية، والتي في بعض الأحيان هي ذات نزاع سياسي ومنطقة محرمة.

4.1- التلوث البيئي: أيضا التلوث البيئي الذي تعاني منه مختلف المواقع السياحية في الجزائر يعيق عملية التخطيط لترقية الخدمات السياحية في هذه المناطق.

5.1- ضعف خدمات البنى التحتية: إذ يحتاج السياح لإقتناء الخدمات السياحية المبرمج لتطويرها وترقيتها عن طريق إستراتيجية التخطيط السياحي إلى بنية تحتية متطورة تسهل عملية تنقلهم وتترك لهم انطباع جيد، غير أنه وللأسف لم ترقى خدمات البنية التحتية في الجزائر وإلى حد الساعة إلى المستوى المطلوب عالميا ومحليا.

2- آليات تنفيذ إستراتيجية التخطيط السياحي لترقية الخدمات السياحية في الجزائر.

لتنفيذ إستراتيجية التخطيط السياحي لأغراض ترقية الخدمات السياحية في قطاع الصناعة السياحية الجزائري وبشكل ناجح، لابد من الدولة الجزائرية إرساء المتطلبات التالية:¹⁸

- ✓ أن تكون خطة التنمية السياحية جزءاً لا يتجزأ من الخطة القومية الشاملة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية.
- ✓ عند التخطيط لترقية وتطوير الخدمات السياحية يجب وضع المستفيدين من الخدمات السياحية في الاعتبار: سواء كانوا من السياح الأجانب أو المحليين.
- ✓ العمل على تطوير البنى التحتية الأساسية.
- ✓ الحفاظ على المواقع الأثرية والتاريخية بأنواعها: لأن إستراتيجية التخطيط السياحي تعتمد في عملية ترقية الخدمات السياحية وتطويرها على الإرث الحضاري للبلد من العادات والتقاليد وثقافة الشعب المضيف إضافة إلى مواقع الجذب السياحي الطبيعية التراثية العمرانية، التي هي أصلاً أسباب قدوم أغلب السياح إلى هذه المواقع.
- ✓ الحفاظ على البيئة، باعتبارها تشكل ركناً أساسياً عند إعداد الخطط المتعلقة بترقية وتطوير الخدمات السياحية، لأنها تحدد بملامحها الطبيعية أنماط الخدمات السياحية الأجدر بعملية التخطيط لها وتنميتها.
- ✓ وأن يتم تحقيق التوازن بين القطاعات الاقتصادية المختلفة داخل الدولة.
- ✓ وأن يتم اعتبار تنمية القطاع السياحي كأحد الخيارات الإستراتيجية للتنمية الاقتصادية.
- ✓ وعلى أن تكون هذه الصناعة جزءاً من قطاعات الإنتاج في الهيكل الاقتصادي للدولة.
- ✓ أن تقوم الدولة بتحديد مستوى النمو المطلوب وحجم التدفق السياحي.
- ✓ وعلى أن يتم تحديد دور كل من القطاعين الخاص والعام في عملية التنمية لأوجه النشاط الاقتصادي القائمة بالمواقع السياحية والتي يمكن أن تسهم في إنماء وترقية الخدمات السياحية..
- ✓ توفير التمويل السياحي اللازم والملائم لعملية التخطيط السياحي.

خاتمة:

إستناداً إلى ما تقدم يمكننا القول بأنه من أبرز الإستراتيجيات المساهمة في ترقية وتطوير الخدمات السياحية نجد التخطيط السياحي، والذي أصبح له أهمية كبرى في الإقتصاد السياحي العالمي.

وبالرغم من الأهمية الاقتصادية للتخطيط السياحي من جهة، وثراء بلادنا بالمنتجات السياحية التي تتميز بالتنوع والتفرد مقارنة بالمنتجات السياحية العالمية من جهة أخرى، غير أنه لا يزال القطاع يعاني من عدة مشاكل حالت دون تحقيق هذه الإستراتيجية.

الأمر الذي يستدعي توفر العديد من المقومات والمتطلبات الرامية إلى تطبيق إستراتيجية تخطيط سياحي فعالة بالقطاع السياحي في الجزائر، والتي من شأنها تحقيق التكامل على مستوى الخدمات السياحية المقدمة من قبل الإدارات والهيئات التابعة لهذا القطاع، ليحقق بدوره ارتفاع متزايد للطلب السياحي على هذه الخدمات، وفي المقابل زيادة فرص تطوير القطاع السياحي في البلاد.

التوصيات: على ضوء الدراسة السابقة يمكننا تقديم بعض التوصيات، والمتمثلة في:

- ✓ ينبغي على الدولة الجزائرية تطوير إدارة الخدمات السياحية ورفع كفاءتها الإنتاجية مع إزالة كل الصعوبات والقيود الإدارية والفنية التي تحد من ترقية هاته الخدمات.
- ✓ جعل التخطيط السياحي على رأس قائمة أولويات المخططات والسياسات السياحية التي من شأنها تفعيل الاقتصاد الوطني.
- ✓ يجب على الدولة الجزائرية إعادة النظر فيما يخص تنفيذ إستراتيجية التخطيط السياحي في تقديم الخدمات السياحية والارتقاء بها.
- ✓ على الحكومة الجزائرية تنويع أساليب تمويل التخطيط السياحي.
- ✓ دعم وتعزيز برامج الترقية والجودة في تقديم الخدمات السياحية، والعمل على التحسين المستمر لها.
- ✓ توفير المناخ الملائم لتطبيق إستراتيجية التخطيط السياحي في الجزائر.
- ✓ التحسيس بأهمية ترقية الخدمات السياحية على المستوى العالمي عامة، وعلى المستوى الوطني على وجه الخصوص.

الهوامش:

¹: مباركة مساوي، "الخدمات السياحية و الفندقية و تأثيرها على سلوك المستهلك-دراسة حالة مجموعة من الفنادق لولاية مستغانم"، مذكرة ماجستير، تخصص: تسويق دولي، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة تلمسان، 2012، ص: 90. (بتصرف).

²: أسعد حماد أبو رمان، أبي سعيد الديوجي، "التسويق السياحي و الفندقية"، الحامد للنشر والتوزيع ، ط: 01، عمان، الاردن، 2000، ص: 05-12. (بتصرف)

³: Isabelle Frochot, Patrick le Gohéril, "Le Marketing du tourisme", Dunod, Paris 2007, p: 56.

⁴: وافية محمدي، "دور الترويج في ترقية الخدمات السياحية-دراسة حالة الديوان الوطني للسياحة"، مذكرة ماجستير، تخصص: إدارة و تسويق الخدمات، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة الجزائر 2012، ص: 03، 25. (بتصرف)

⁵: على توفيق الحاج، سمير حسن عوده، "تسويق الخدمات"، دار الإعصار العلمي، ط: 01، عمان، الأردن، 2011، ص: 43. نفس المرجع السابق، نفس الصفحة.

⁷: إبراهيم بظاظو، محمد نايف الصرايره، عمر جواره الملكاوي، "السياحة البيئية بين النظرية و التطبيق"، دار الوراق للنشر و التوزيع، ط: 01، عمان، الاردن، 2012، ص: 244-245. (بتصرف)

⁸: لمزيد من التفاصيل أنظر:

- آسيا محمد الانصاري و آخرون، "إدارة المنشآت السياحية"، دار صفاء للنشر و التوزيع ، ط: 01، عمان، الاردن، 2002، ص: 24.

- المجلد 03 / العدد (01) 2015