

دور تكوين الموارد البشرية في تحقيق تنافسية الوجهة السياحية

- نظرة على خطة التكوين السياحي في الجزائر -

مروان صحراري،
جامعة ابن خلدون (تيارت)
شريف نصر الدين،
جامعة أبي بكر بلقايد (تلمسان)

الملخص:

يعتبر المورد البشري ممثلاً في العاملين بالوجهة السياحية من مختلف الفئات والمستويات بما فيهم المواطنين المقيمين فيها دعامة حقيقية تستند عليها الوجهات السياحية الرائدة لتحقيق غاياتها وأهدافها، إذ تشير الدراسات أنهم مصدر القدرة التنافسية في تلك الوجهات كونهم القوى المحركة والمشغلة لمختلف الموارد السياحية المتاحة بها. وعليه فإن تكوين المورد البشري لإكسابه مختلف المعارف والمهارات يعتبر أمراً ضرورياً للغاية لضمان الفعالية والنجاح الكافيتين للقيام بمختلف المهام والوظائف التي يتطلبها النشاط السياحي. سنحاول من خلال هذه الورقة التعرف على واقع التكوين السياحي في الجزائر وآفاقه المستقبلية والذي تشير مختلف الدراسات والتقارير أنه لطالما كان من أهم العراقيل التي تواجه نهوض القطاع السياحي في الجزائر.

Abstract :

The humane ressource represented in the workers in touristic destination from the different categories and levels, including citizens residing in, is considered as being a real pillar on which the touristic destinations leading to achieve their goals and objectives rely on. Studies show that they are the source of competitiveness in those destinations being the locomotives and operators of various available tourism resources. For this reason the training of the human resource to acquire the knowledge and different skills is essential to ensure enough effectiveness and viability to complete the various tasks and functions required by the tourism activity (sector). We will try through the present paper to identify the touristic training status in Algeria and its perspectives, knowing that different studies and reports indicate that it has always been one of the most important obstacles facing the rise of the sector of tourism in Algeria.

مقدمة:

أكبر عدد ممكن من الوفود السياحية العالمية و تحصى أعلى المستويات من الدخل السياحي، وذلك من خلال صياغة الإستراتيجيات القادرة على الرفع من مستويات الاستهلاك السياحي، بطريقة تضمن ربحية النشاط السياحي. إن امتلاك وتنمية العنصر البشري الكفؤ والفعال داخل الوجهة السياحية سواء كان موظفين أو عاملين في المنشآت السياحية بمختلف أنواعها أو ممثلين في أفراد المجتمع المضيف على حد سواء من شأنه أن يؤثر على جودة الخدمة السياحية المنتجة داخل الوجهات السياحية، وبالتالي على قدرة تلك الوجهات على منافسة نظيراتها في الأسواق، الأمر الذي سيحدد بدوره حجم وكثافة زيارات الوفود السياحية إليها.

يعتبر التنافس بين الوجهات السياحية واحداً من أكبر مظاهر المنافسة التي تميز الاقتصاد العالمي المعاصر، كون أن السياحة أصبحت من بين أهم وأنشط القطاعات الاقتصادية الدولية من حيث الحجم والأهمية، حيث قدر عدد السياح في العالم بـ 1.138 مليون سائح خلال سنة 2014 م بزيادة قدرت بـ 51 مليون سائح مقارنة بسنة 2013م أي ما يمثل نسبة 4.7 %، كما تشير توقعات المنظمة العالمية للسياحة أن عددهم سيزداد في العام الحالي أي 2015م بنسبة تقدر ما بين 3 إلى 4 % من العدد الحالي⁽¹⁾. وعليه تسعى كافة الوجهات السياحية في العالم التقليدية منها والناشئة إلى تهيئة ظروف ملائمة لضمان درجة عالية من التنافسية التي تمكنها من جذب

أن الوجهات السياحية تحتوي على عدد من العوامل الأساسية التي تجذب الزوار إليها، والتي تلبي رغبتهم عند الوصول، هذه العوامل يمكن تقسيمها إلى⁽⁵⁾:

- **عوامل الجذب السياحي:** تتمثل في مجمل العوامل الطبيعية (كالشواطئ، الجبال، الحدائق، أو مناخ، إلخ)، أو العوامل المشيدة من قبل الإنسان (كالمباني المبهرة، معالم تراثية، معالم دينية، إلخ) إضافة إلى عوامل الجذب الثقافية (كالمتاحف، المسارح، المعارض الفنية، إلخ). والتي تكون في الغالب محط اهتمام الزوار، وأساس الدوافع الأولية لديهم لزيارة الوجهة السياحية.

- **وسائل الراحة:** هي تلك المجموعة

- الواسعة من الخدمات والمرافق التي تدعم بقاء الزوار وقامتهم في الوجهة السياحية، وتشمل كلا من البنية التحتية الأساسية (كالمرافق العامة، وسائل النقل، شبكة الطرقات، إلخ). إضافة إلى الخدمات المقدمة بشكل مباشر للزوار (كخدمات الإيواء، مرافق الاستجمام مرافق التسوق، الإرشاد السياحي، مكاتب الإعلام السياحي، وغيرها).

- **إمكانية الوصول:** يجب أن تكون الوجهة السياحية متاحة لعدد كبير من الجماهير عبر كافة شبكات وسبل النقل البري، النقل الجوي، والنقل البحري كما يجب أن تتميز كيفية الوصول لتلك الوجهات بالسهولة النسبية. ويتعلق ذلك بإجراءات منح التأشيرات، إجراءات الدخول عبر المنافذ الحدودية، إضافة ضرورة التخفيف من شروط الدخول لدعم إمكانية الوصول إلى الوجهة السياحية.

- **صورة الوجهة السياحية:** تعتبر الخاصية الفريدة التي تتميز بها الوجهة السياحية، أو ما يطلق عليه في الأدبيات السياحية "صورة الوجهة السياحية" العامل الحاسم في جذب الزوار إليها، فوجود مجموعة جيدة من مناطق الجذب السياحي ووسائل الراحة قد يصبح دون فائدة للزوار المحتملين، إن لم يكونوا على علم بذلك.

- **السعر:** يعتبر السعر جانبا مهما في منافسة الوجهة السياحية لنظيراتها من الوجهات السياحية الأخرى، وتتصل الأسعار بعوامل مختلفة تحدد مستوياتها كتكاليف النقل من وإلى الوجهة

إن تكوين العنصر البشري المناسب للنهوض بالنشاط السياحي في مختلف تلك الوجهات ضمان حقيقي وحتمية شديدة تسعى كافة البلدان والمنشآت الفاعلة في قطاع السياحة إلى الاهتمام به للرفع من جودة لضمان جودة مخرجاته، ومنه نطرح الإشكالية التالية: ما الإجراءات المتخذة من قبل السلطات الوصية على قطاع السياحة في الجزائر لتكوين الموارد البشرية المتخصصة في السياحة؟، وللإجابة على هذه الإشكالية كان من الواجب التطرق إلى توضيح بعض التساؤلات التي تمثلت في:

1- ما دور الموارد البشرية في تحقيق تنافسية الوجهة السياحية؟

2- ما واقع تنافسية القطاع السياحي في الجزائر؟

3- ما واقع التكوين السياحي في الجزائر؟

4- ما الإجراءات المتخذة في إطار تحسين التكوين السياحي في الجزائر؟

1- **ماهية تنافسية الوجهة السياحية:**

1.1. **الوجهة السياحية:** تشدد مجمل الأدبيات السياحية على أن الوجهة السياحية تمثل النقطة المحورية في تحليل الظاهرة السياحية، واتفقت في مجملها على أنها "المكان" أو "الحيز الجغرافي" الذي تتم فيه أو يستعمل لممارسة النشاط السياحي، حيث يرى (Cooper et al, 1998) أنها: "مركز أو بؤرة للتسهيلات والخدمات المصممة لتلبية احتياجات السياح"⁽²⁾، كما يقول (Buhalis 2000) أنها: "منطقة جغرافية تفهم من قبل زوارها على أنها كيان فريد من نوعه، ذو إطار سياسي وتشريعي للتسويق والتخطيط السياحي، تقدم مزيجا من المنتجات التي يوفر تجربة سياحية متكاملة للمستهلكين"⁽³⁾، بينما عرفتها (المنظمة السياحية العالمية، 2003م) بأنها: "فضاء مادي حقيق، يقضي فيه الزائر أو السائح ليلة واحدة على الأقل، يحتوي على المنتجات السياحية كخدمات الدعم، مناطق الجذب السياحي، والموارد السياحية. له حدود جغرافية مادية دائرية تحدد إدارته، وصور ومدرجات تحدد تنافسيته في السوق"⁽⁴⁾، وتشير ذات المنظمة في دليلها العملي المتعلق بإدارة الوجهة السياحية الصادر بمديرد سنة 2007م،

السياحية، إضافة إلى مجمل التكاليف الناتجة عن الوصول والإقامة فيها، والمرتبطة بمختلف الخدمات المطلوبة من قبل الزوار.

- **الموارد البشرية:** إن السياحة صناعة قائمة على كثافة اليد العاملة، وتفاعل المجتمعات المحلية لخلق عرض سياحي مفر ومميز، وعليه يعتبر امتلاك كل من القوى العاملة المؤهلة والمدرية في مجال السياحة، إضافة إلى المواطنين المجهزين بمستوى وعي عالي بفوائد نمو السياحة والمسؤوليات المنوطة بهم، أمرا لا غنى عنه وعليه يجب أن تتم عملية إدارة وتسيير الموارد البشرية في الوجهة السياحية وفقا للاستراتيجية العامة للوجهة السياحية.

2.1. **تعريف تنافسية الوجهة السياحية:** يحاول الأخصائيون إلى يومنا هذا تقديم تعريف واضح للتنافسية أو نموذج واضح يلخص المعنى والمقصود الحقيقي للقدرة التنافسية في قطاع السياحة غير أن الصفة المعقدة والمركبة للمفهومين في حد ذاتهما (التنافسية، والسياحة) حالت دون ذلك، حيث لم يظهر تعريف أو نموذج شامل يغطي جميع القضايا والجوانب المتعلقة بتنافسية وجهة سياحية ما. ويقول (Crouch & Ritchie 1999) أن القدرة التنافسية لأي من الصناعات تمثل أحد المحددات الهامة لمدى نجاح أداءها في الأسواق العالمية لذا فإنه من المفيد للحكومات وللقطاع السياحي بحد ذاته، وعليه فإن الفهم الجيد ومعرفة الموقف التنافسي للوجهة السياحية مقارنة بالوجهات السياحية الأخرى، إضافة إلى مواقف الضعف والقوة التي تميزها ضروري جدا⁽⁶⁾.

إن عملية البحث في الدراسات التي تناولت تنافسية الوجهات السياحية توحى أنها تحتوي العديد من التعاريف والنماذج التي حاولت شرح وتبسيط تصور واضح عن مفهوم القدرة التنافسية للوجهات السياحية، وتحديد تلك العناصر التي من شأنها جعل وجهة ما ذات تنافسية عالية مقارنة بالوجهات الأخرى. حيث يعرفها كل من (Dwyer & Ki 2003) على أنها: "قدرة الوجهات السياحية على تقديم سلع وخدمات، وأدائها بشكل أفضل من الوجهات السياحية

الأخرى، بالاعتماد على الخبرات السياحية التي يهتم لها السياح"⁽⁷⁾.

كما خلص كل من (Enright & Newton 2004) أن الوجهة السياحية تكون ذات تنافسية إذا: "كانت قادرة على جذب لورضاء السياح المحتملين، حيث تتحدد هذه التنافسية من خلال كل من مجموعة العوامل الخاصة بالسياحة، ومجموعة كبيرة من العوامل التي تؤثر على مقدمي الخدمات السياحية"⁽⁸⁾. كما عرفت من قبل (Wei-Chiang Hong 2008) على أنها: "قدرة الوجهة السياحية على خلق، إشراك، وتوزيع التجارب السياحية، إضافة إلى القيمة المضافة من السلع والخدمات التي تهم السياح، التي تدعم الموارد وتحافظ على الموقع النسبي في السوق مقارنة بالوجهات الأخرى"⁽⁹⁾.

2. **تكوين الموارد البشرية ودوره في تحقيق تنافسية الوجهة السياحية:** يعد التكوين من أهم عمليات تنمية الموارد البشرية المناسبة المستعملة من قبل منظمات الأعمال المعاصرة لمواجهة تحديات البيئة التنافسية، لما له من دور في تعزيز فعالية الأفراد الذين يمثلون أساسا القوة الدافعة للعملية الإنتاجية في تلك المنظمات، ويعرف التكوين عموما على أنه: "مجموعة من نشاطات التعليم المبرمجة بهدف إكساب الفرد والمجماعات المعارف، والمهارات، والاتجاهات التي تساعدهم على التكيف مع المحيط الاجتماعي المهني من جهة وتحقيق فعالية التنظيم الذي ينتمون إليه من جهة أخرى"⁽¹⁰⁾، كما عرف أيضا على أنه: "العملية التي من خلالها يزود العاملين بالمعرفة أو المهارة لأداء وتنفيذ عمل معين"، ويلعب تكوين العنصر البشري دورا هاما في تمكين الوجهة السياحية والمنشآت العاملة من أن تتمتع من فوائده التالية⁽¹¹⁾:

- يساهم في الرفع من جودة خدمة السياح، الاتساق في الأداء الوظيفي، رضا الموظفين، والالتزام للمنظمة.
- ربط التدريب مع تحسين مستويات احترام الذات لدى الموظفين، تحسين الاتساق بين المنتجات والخدمات السياحية، والرفع من رضا الضيوف في الوجهات السياحية من سياح وزائرين.

والمجتمع من خلال خلق المواقف الإيجابية لدى العمالة السياحية ونوعية القوى العاملة في هذه الصناعة، وتحسين مهارات التفاوض، إضافة إلى تحسين المهارات التقنية وزيادة فعالية العمل. أما الجزء الآخر من الشركات له تركيز على العاملين من خلال خفض مستوى الجهل، وزيادة الإنتاجية، وخلق فرص العمل، والحد من التذمر بين الشباب، والحد من الفقر والآثار السلبية للعملة. حيث يؤكدان أن التوجه الأول ساهم في زيادة كفاءة الصناعة السياحية وازدهار الاقتصاد، بينما ساهم التوجه الثاني في خلق الثقة واحترام الذات لدى العاملين الذي انعكس إيجاباً على جودة المواطنين والقوى العاملة.

ب- تحديد خصائص الموارد البشرية في السياحة: تشير إلى الصفات المحبوبة، والمواقف، والمعارف، والمهارات التي يجب أن يمتلكها عامل السياحة والضيافة، والتي يجب أن تتطابق مع متطلبات الصناعة وفلسفة هذه المهنة. وقد أشار كل من (Wang et al 2006) إلى 27 سمة وخاصة من السمات التي يجذب أرباب العمل في قطاع السياحة والضيافة أن تتوفر في العاملين لديهم والتي تشمل كل من: المستوى الدراسي، وقدرة التكيف مع العمل، الاهتمام بالتفاصيل، مهارات الحاسوب، الثقة، الإبداع، التفكير الناقد، مهارات خدمة العملاء، صنع القرار، مهارات إدارة الأحداث والتظاهرات، المعرفة السياحية، القدرة على القيادة، الإلمام بالجوانب القانونية، الفهم، امتلاك المهارات الإدارية، إضافة إلى مهارات التفاوض، مهارات التسويق والبيع، الاتصال الشفوي، والقدرة التنظيمية، مهارات الممارسة، مهارات حل المشاكل، مهارات الإدارة بالعلاقات، الخبرة المهنية، مهارات البحث العلمي، مهارات العمل في الفريق، أخلاقيات العمل، والاتصال المكتوب⁽¹³⁾.

ج- تطوير إستراتيجيات رأس المال البشري (الأنشطة أو الأدوات): الإستراتيجيات هي الوسائل أو الأنشطة أو الأدوات التي تعتمد المنظمات أو المجتمعات الاعتماد عليها في الوصول إلى تحقيق أهداف رأس المال البشري، وعليه يتجلى الترابط الوثيق إستراتيجيات رأس المال البشري والعنصرين السابقين بالذكر أعلاه. وفي هذا السياق تشير أغلب الدراسات إلى أن ضرورة توفر مجموعة من الأدوات المستعملة

- يساهم في خفض تكاليف العمل، والاستعمال الجيد للتكنولوجيا من قبل الموظفين.

- زيادة القدرة على تلبية احتياجات السوق المستهدف.

- اكتساب يد عاملة مؤهلة.

- زيادة الوعي وتحسين المواقف، وروح العمل الجماعي في الفريق.

- تعظيم درجة الرضا الوظيفي والولاء للمنظمة.

- التدريب يلعب دوراً حاسماً في مستويات جودة الخدمات المقدمة بصفة عامة، وخاصة في الضيافة والسياحة حيث لا تزال جودة الخدمات السياحية تشكل أهم المداخل لتحسين تنافسية المنظمات والوجهات السياحية.

- الاستثمار في رأس المال البشري ضروري لأية وجهة سياحية لجني فوائد استخدام تكنولوجيا المعلومات، كما أن برامج إعادة التأهيل تلعب دوراً كبيراً في زيادة مستوى الأداء الشخصي، وهذا بدوره يعطي المنظمات والمجتمعات عائد مرتفع على الاستثمار.

3. مراحل اكتساب المورد البشري السياحي: يؤكد (Palmer 2007) أنه من بين التحديات المتعلقة بتنمية الموارد البشرية في قطاع السياحة والضيافة هي كيفية توقع الطلب المستقبلي على المهارات لتلبية الاحتياجات المتغيرة للقطاع الاقتصادي المتنامي الذي يواجه المقاصد السياحية العالمية، ومنه يقول (Esu 2012) أنه للوصول إلى مورد بشري فعال يتناسب مع متطلبات التنمية السياحية يجب القيام بمايلي⁽¹²⁾:

أ- صياغة أهداف رأس المال البشري: هي الغايات الواضحة والقابلة للقياس المحددة من قبل المنظمات لأجل بلوغ احتياجاتها من الموارد البشرية على المدى القصير. أي السعي لاكتساب الموارد البشرية التي يتمتع بالكفاءات والقدرات والمواقف والمهارات التي لها الدور في تحقيق الأهداف والوجهات السياحية، مع مراعاة تكاليف اقتناء هذه المواهب والأدوات والعمليات المعنية بذلك. ففي دراسة لكل من (Esu & Inyang 2008) شملت مجموعة من شركات السياحة والضيافة، كشف الباحثان أن تلك الشركات تتبع نوعين مختلفين في صياغة أهداف رأس المال البشري، فمنها من له تركيز على المنظمة

للقوى العاملة لا تتجاوز 3.6 % من إجمالي القوى البشرية المستخدمة في البلاد.

وكشف تقرير المنتدى الاقتصادي العالمي (دافوس) تقرير القدرة التنافسية لقطاع السياحة والأسفار لسنة 2015م، أن الوجهة السياحية الجزائرية تعتبر من بين أسوأ الوجهات السياحية في العالم رغم امتلاكها لرصيد مهم من الموارد الثقافية، ومستويات تنافسية من الأسعار، إلا أن ذلك لم يشفع لها تحسين ترتيبها ضمن مصاف الدول والوجهات السياحية العالمية، حيث جاءت في المرتبة 123 من بين الـ 141 دولة التي شملها التصنيف الجديد، بتقيط إجمالي بلغ 02.93 نقطة⁽¹⁴⁾.

ولازمت الجزائر وفقا للتقرير الأخير كالعادة المرتبة الرابعة ضمن ترتيب دول الشمال إفريقيا، بينما استغلت المغرب الأوضاع الأمنية غير المستقرة التي تعاني منها كل من تونس ومصر مؤخرا، في تعزيز أداء قطاعها السياحي ما مكّنها من اعتلاء والسيطرة على المرتبة الأولى في شمال إفريقيا بترتيب عالمي ضمن النصف الأول من مجموع الدول التي شملها التقرير بالدراسة، حيث احتلت المرتبة الـ 62 عالميا، حيث يذكر التقرير أن السياحة في المغرب تعتبر صناعة إستراتيجية للبلد (المرتبة 26 في ترتيب أولويات السلطات) إذ تطور القطاع السياحي المغربي الذي أصبح يوظف اليوم ما يقارب 08% من إجمالي اليد العاملة في البلد (هي أعلى نسبة في منطقة شمال إفريقيا)، الذي يجذب السياح الدوليين في الغالب نحو رصيد هام من الموارد الثقافية التي يحوز عليها (المرتبة 39 عالميا)، والمنايع المحمية والموارد الطبيعية التي تزخر بها بما في ذلك المنتجعات الشعبية، حيث يكون قد استفاد من المنافع المتوفرة نتيجة لدرجة الأمن الذي تنعم به البلاد (المرتبة 37 عالميا) إضافة إلى بيئة الأعمال المناسبة للاستثمارات السياحية (المرتبة 10 عالميا)، وسهولة إجراءات البناء (المرتبة 28 عالميا). أما تونس فقد حققت المرتبة الثانية في دول شمال إفريقيا بترتيبها الـ 79 عالميا. في حين سيطرت مصر على المرتبة الثالثة لدول شمال إفريقيا من خلال ترتيبها الـ 83 عالميا، حيث تجذب ما يقارب 09 مليون سائح سنويا كونها وجهة تقيز

لتحسين الأداء على مستوى المنظمات والمجتمعات السياحية من خلال تهيئة رأس المال البشري وتنميته ليكون قادرا على خلق المزيد من القيمة المضافة العالية للمنتجات والخدمات السياحية بتكلفة منخفضة، فالمعرفة هنا تعادل الربح (العائد من الاستثمار في رأس المال البشري)، ويتعلق الأمر هنا بالتعليم والتدريب واللذان يمثلان أكثر الطرق والوسائل شعبية وقبولا بين الأبحاث المتاحة والمتخصصة، إضافة برنامج التدريب المهني، دفع مرتبات تنافسية، توظيف الأشخاص ذوي الخبرة في الوظائف ذات الصلة، دعم وضمان العلاج الطبي، وغيرها.

د-تصميم المناهج التعليمية السياحية: يقصد بالمناهج الدراسي وفقا لـ (Taylor & Richard, 1985) بنـ "ما يتم تدريسه"، بينما يعرفه (Tribe, 2005) كـ "برنامج كامل من الخبرات التعليمية التي يتم تجميعها على شكل برنامج تدرج، أي أنه مكون من أجزاء تحوي على عدد من الهاميس والدروس والتي بدورها يمكن أن تحدد في شكل سلسلة أو برنامج دراسية". ولكون التعليم ولتدريب الأداة الأنفع لخلق واقتناء رأس المال البشري، وجب أن يتم تطوير المناهج الدراسية لتوجيه محتوى هذه العملية لضمان نقل الحد الأقصى من المعرفة المكتسبة ذات الصلة بقطاع السياحة والضيافة من قبل الموظفين أو المواطنين.

4- واقع تنافسية الوجهة السياحية الجزائرية: بالرغم من أن الجزائر من بين الدول التي تتزاج فيها الجغرافيا والتاريخ لتكون إرثا سياحيا غنيا بمقومات سياحية طبيعية وتاريخية وثقافية هائلة يفترض أن تجعلها قبلة للسياح من كل أصقاع العالم، فإن القطاع السياحي في الجزائر يبقى ذو أداء ضعيف جدا، حيث كان نصيبه من التدفقات السياحية الدولية حتى نهاية سنة 2014م يعادل 0.22 % من إجمالي التدفقات في العالم، ذلك على الرغم من أنها تقع في السوق المتوسطي الذي يستقطب ما يفوق ثلث السوق السياحية العالمية، ما انعكس على مساهمة القطاع السياحي الجزائري في الناتج المحلي للبلاد والتي بلغت في نفس السنة 4% من مجمله، بالإضافة إلى أن نسبة تشغيله

مهنية متدنية نظرا للنقص في التكوين والتدريب المتخصصين، إذ تشير دراسات المنظمة العالمية للسياحة أن نسبة العمالة غير المؤهلة في القطاع السياحي الجزائري تقدر بـ 66% من مجموع المشغلين، في حين تسمح المقاييس العالمية ما نسبته 20% لهذا الصنف من العمالة.

1.5. مؤسسات التكوين السياحي في الجزائر وقدراتها البيداغوجية: تمتلك الجزائر مجموعة من 181 مدرسة ومركز تكوين السياحي متخصصة في دراسات الفنادق والسياحة مقسمة كما يلي⁽¹⁶⁾:

- المدرسة الوطنية العليا للسياحة (الجزائر العاصمة).
- المعهد الوطني للتقنيات الفندقية والسياحية (تيزي وزو).
- ملحق بالمعهد الوطني للتقنيات الفندقية والسياحة (تلمسان).
- مركز الفنادق والسياحة (بوسعادة).

- 141 مركز تكوين تابعة لوزارة التكوين المهني والتجهيز.
- 36 مركز تكوين تابع للقطاع الخاص ومعتمد من قبل وزارة السياحة والصناعة التقليدية.

وتوفر المؤسسات المذكورة عدى مراكز التكوين المهني ومراكز التكوين التابعة للخواص ما يعادل 880 مقعد بيداغوجي مقسمة كالتالي⁽¹⁷⁾:

- 200 مقعد بيداغوجي أي ما يعادل 23% تابعة للمدرسة الوطنية العليا للسياحة.
- 300 مقعد بيداغوجي أي ما يعادل 34% تابعة للمعهد الوطني للتقنيات الفندقية والسياحية.
- 80 مقعد بيداغوجي أي ما يعادل 9% تابعة للملحق المعهد الوطني للتقنيات الفندقية والسياحية.
- 200 مقعد بيداغوجي أي ما يعادل 23% تابعة لمركز الفنادق والسياحة.

كما أن تلك القدرات ستتدعم بـ 400 مقعد بيداغوجي بعد نهاية أشغال إنجاز المعهد الوطني لتقنيات الفنادق والسياحة بعين تموشنت، إضافة إلى 1200 مقعد بيداغوجي بعد إتمام بناء المدرسة الوطنية العليا للسياحة في تيبازة.

بمستويات عالية من التنافسية السعرية (المرتبة 02 عالميا)، كما أنها تتميز بمستوى عالي من الاستثمارات في قطاع السياحة (المرتبة 23 عالميا) إضافة إلى حيازتها على رصيد مهم من الموارد الثقافية (المرتبة 41 عالميا). لتكون موريتانيا الدولة الوحيدة بعد الجزائر بمركزها الـ 137 عالميا، بينما لم يشمل التقرير ليبيا التي تشهد أوضاع أمنية كارثية بعد سقوط النظام السياسي السابق فيها.

وتتفق مجمل التقارير والدراسات حول القطاع السياحي في الجزائر أنه يعاني من مجموعة نقاط الضعف التي تمثل عائقا حقيقيا له الأثر البالغ في الحد من فاعلية هذا القطاع في جذب السائح الأجنبي ناهيك عن تحفيز السكان المحليين للدخول في تجارب سياحية، تشمل مايلي⁽¹⁵⁾:

- غياب رؤية سياحية واضحة عند القائمين على قطاع السياحة.
- عجز كمي و نوعي في قدرات الإيواء.
- ضعف نوعية الخدمات السياحية.
- أداء وكالات و منظمي الأسفار السياحية المفتقر إلى الأساليب الحديثة في التنقيب عن الأسواق.
- بنوك وخدمات مالية غير ملائمة.
- حوكمة، تسيير، وثقافة سياحية لا تتماشى مع متطلبات السياحة الحديثة.
- تدني مستويات الأمن والسلامة.
- تدني مستويات الصحة والنظافة.
- ضعف تغلغل استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في القطاع السياحي الجزائري.
- عجز السلطات في تسويق علامة الجزائر كوجهة سياحية.
- تدني مستويات نوعية وأساليب النقل في الجزائر.
- ارتفاع مستوى أسعار الإيواء.
- ضعف تكوين و رداءة اليد العاملة السياحية.

5- نظرة على عرض التكوين السياحي في الجزائر: يبقى القطاع السياحي في الجزائر يعاني عجزا كبيرا في تكوين وأداء اليد العاملة في القطاع السياحي، حيث غالبا ما تعتمد المؤسسات والمنشآت السياحية في تقديم خدماتها على عمال ذوي مهارات

ورغم الإحصائيات السابقة الذكر غير أن عرض التكوين السياحي يبقى بعيدا كل البعد أن المستوى الذي يمكن أن يساعد في القيام بدوره في الرفع من تنافسية الوجهة السياحية الجزائرية، حيث انعكس العدد المحدود من مؤسسات التكوين على عملية تدريب العنصر البشري المناسب والملائم للاحتياجات الخاصة بالقطاع السياحي.

2.5. طبيعة التكوين السياحي الحالي: تشير الإحصائيات المنشورة من قبل الوزارة أن عدد الأفراد المكونين في الفترة الممتدة بين 1970م و2011م بلغ 8231 فرد مقسمين كالآتي⁽¹⁸⁾:
- 1145 فرد حائز على شهادة ليسانس أي ما يعادل 14% (196 فرد منهم تخصص سياحة، 275 فرد تخصص فندقية، 47 مفتش سياحة، 636 فرد تخصص تسيير الفنادق والسياحة)
- 4141 فرد حائز على شهادة تقني سامي أي ما يعادل 50% (702 فرد تخصص استقبال، 1461 فرد تخصص مطعم، 1607 تخصص مطبخ، 371 فرد تخصص سياحة).
- 2936 فرد حائز على شهادة تقني أي ما يعادل 36% (601 فرد تخصص استقبال، 1095 فرد تخصص مطعم، 1182 فرد تخصص مطبخ، 42 فرد تخصص حلويات، 13 فرد تخصص سياحة).

وبجمع الإحصائيات الموضحة سابقا يمكن التوصل أن الجزائر خلال طول الفترة المذكورة إلى تكوين 1154 فرد مكون في تخصص تسيير الفنادق والسياحة، و130 فرد تخصص استقبال وترحيب، و255 فرد تخصص مطعم، و2834 فرد تخصص مطبخ، و384 فرد تخص مهن سياحية أخرى كالمرشدين السياحيين.

وتدل كافة الأرقام الضعف الفادح في مخرجات المؤسسات التكوينية من حيث عدد الأفراد المكونين حتى نهاية 2011م، ناهيك عن المناهج البيداغوجية القديمة التي لا زالت تتعامل مع قطاع السياحة على أنه صناعة قائمة على الفنادق فقط، وبالتالي فشلها في تطوير مناهج التدريس لتلائم ومتطلبات سوق العمل السياحي التي تتماشى مع التطورات المسجلة حديثا في ظاهرة ونشاط السياحة.

6- الاحتياجات المستقبلية لقطاع السياحة في الجزائر: وفقا لإحصائيات الوزارة الوصية على قطاع السياحة في الجزائر، فإن مشاريع الإيواء قدر الإنجاز حتى سنة 2014م بلغ 861 مشروع ستوفر ما يعادل 104244 سرير، ما سيساعد القطاع على خلق 45300 منصب شغل مباشر في قطاع السياحة، وبالتالي فإن هذا الرقم الأخير سيكون بمثابة الاحتياجات المستقبلية لقطاع السياحة⁽¹⁹⁾. ومن خلال استعمال قواعد ومعايير المنظمة العالمية للسياحة المرتبطة بمهن الفندقية، بالإضافة إلى الوظائف الأخرى (الوكالات السياحية، والنشاطات المحمية)، يمكن تقسيم احتياجات القطاع السياحي لليد العاملة حسب ما هو موضح في الجدول أدناه:

- 2265 عامل في مهن التسيير والإدارة.
- 4530 عامل مختص في الترحيب والاستقبال.
- 11325 عامل مختص في خدمات الطوابق والغرف.
- 20385 عامل مختص في مختلف خدمات الإطعام.
- 6795 عامل مختص في الخدمات السياحية الأخرى.
الجدول (01): تقسيم احتياجات قطاع السياحة من اليد العاملة المكونة.

نوع المهنة	التسيير والإدارة	الترحيب والاستقبال	الطوابق والغرف	الإطعام	السياحة	المجموع
نسبة الحساب	05%	10%	25%	45%	15%	100%
حجم الإحتياج	2265	4530	11325	20385	6795	45300

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على إحصائيات وزارة التهيئة العمرانية، السياحة والصناعة التقليدية

7- إستراتيجية تنمية التكوين في قطاع السياحة: لقد سطر المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية من خلال بطاقة التكوين التي اعتمدها الخطوط العريضة لعملية تنمية التكوين في مهن السياحة والفندقية التي تهدف إلى مساهمة الطلب الوطني للتكوين في مهن السياحة والفندقية ومتطلبات تنمية القطاع خاصة المتعلقة منها بتطوير كفاءات وقدرات الموارد البشرية وتوفير تأطير رفيع المستوى لتسيير النشاطات السياحية، حيث حددت "بطاقة التكوين لقطاع السياحة" مجموعة من الأهداف التي يجب تجسيدها والمتمثلة في المحاور التالية⁽²⁰⁾:

1.7. بالنسبة لتخصص مؤسسات التكوين تحت وصاية الوزارة المكلفة بالسياحة:

أ- المدرسة الوطنية العليا للسياحة:

- المحافظة على قانونها الأساسي كدراسة موجهة لطور التعليم العالي لتكوين مسيرين في الفنادق والسياحة ذوي مستوى عالي.

- اتساع مجال عملها إلى التكوين المتخصص للإطارات المتوجهين نحو البحث العلمي في السياحة بفتح مستوى ما بعد التدرج.

- تجسيد ملف المصادقة على شهادة "ليسانس في التسيير الفندقي والسياحي" بالتشاور مع وزارة التعليم العالي والبحث العلمي.

ب- المعاهد الوطنية للفندقة والسياحة لتيزي وزو وبوسعادة: احتفاظها بالقانون الأساسي كمعاهد موجهة نحو مستوى التكوين "تقني سامي" و"تقني" في مهن الفنادق والسياحة، وتوسيع مهامها من خلال:

- إنشاء شعب جديدة ووفروع شعب، التي يحتاجها القطاع، خاصة شعبة "دليل سياحي"، ومختلف المهن المتعلقة بالإيواء كتسيير الطوابق والبوابات... إلخ.

- فتح شهادة الدراسات المتخصصة (DES) ذات طابع مهني في الفنادق والإطعام موجهة إلى المتحصلين على شهادة "تقني سامي" في هذه الميادين.

- تكوين "تقنيين" في المهن الأساسية في الفنادق والسياحة.

2.7. بالنسبة للتعاون ما بين القطاعات:

- توحيد مدونة المهن في السياحة واعتماد المكتسبات المهنية وتنمية التكوين المتواصل.

- إبرام "اتفاقية-إطار" مع الوزارة المكلفة بالتعليم العالي لتنمية البحث في السياحة وإدماج شعبة "السياحة" في المنظومة الجامعية.

- إبرام "اتفاقية-إطار" مع الوزارة المكلفة بالصحة من أجل تنمية التكوين المتواصل في المهن المتعلقة بالحمامات المعدنية والمعالجة بمياه البحر.

- إبرام "اتفاقية-إطار" مع الوزارة المكلفة بالتشغيل، من أجل تنمية الإدماج المهني للشباب المتحصل على شهادة في مهن السياحة والفندقة والإطعام.

3.7. بالنسبة لبرامج التكوين في مهن السياحة:

- مراجعة البرامج والمناهج البيداغوجية من أجل مطابقتها لتطورات النشاط السياحي والتقنيات الحديثة.

- تطوير الوسائل والدعائم البيداغوجية.

- إنشاء "لجنة قطاعية مشتركة دائمة" (سياحة/التعليم العالي/التكوين المهني) تكلف بالمصادقة وتحيين برامج التكوين.

4.7. بالنسبة للتجهيزات البيداغوجية:

- تجديد وإعادة تأهيل التجهيزات البيداغوجية.

- توسيع استعمال تكنولوجيات الإعلام والاتصال في المؤسسات.

- استعمال تكنولوجيات الإعلام والاتصال في برامج التكوين المتواصل والتعليم عن بعد أو الولوج إلى المعلومة.

5.7. بالنسبة لتكوين المكونين:

- السهر على تحسين المستوى المهني للمكونين وكفاءاتهم.

- ضمان استمرارية الأسلاك التقنية للمكونين.

6.7. بالنسبة لتنمية كفاءات المؤطرين:

- إعداد برامج تحسين المستوى وإعادة تأهيل مؤطري مؤسسات التكوين وتنفيذها خاصة المتعلقة منها بالتحكم في التقنيات الحديثة للتسيير.

7.7. بالنسبة لشروط التكفل بالمتعلمين:

- تنمية الأسفار الدراسية.

- تنمية الشراكة مع المؤسسات السياحية من أجل ضمان تربصات تطبيقية لصالح المتكونين.

8.7. بالنسبة لتعليم اللغات الأجنبية:

- اقتناء أجهزة خاصة لتعليم اللغات الأجنبية (مخبر اللغات).

- تعليم اللغات الأجنبية لأكثر استعمالا في العالم.

9.7. بالنسبة لتشجيع القطاع الخاص في التكوين:

- تأهيل والاعتراف بالشهادات عبر شراكة "عمومي خاص"، ولشراك مؤسسات التكوين الخاصة في "ميثاق التكوين في مهن السياحة".

- الحصول على منح دراسية لفائدة الطلبة والمكونين في إطار التعاون الثنائي والمتعدد الأطراف.
- تنمية عمليات التبادل والتوأمة مع المؤسسات التكوينية في مجال السياحة والفندقة في الخارج.

الخاتمة:

عموما يبقى الوضع العام للسياحة في الجزائر وفقا لتقرير التنافسية لسنة 2015م، سيئا للغاية ما يستوجب على السلطات والهيئات المعنية البحث عن السبل الكفيلة لتحسين هذا الوضع المتدهور، والنهوض بالقطاع السياحي في الجزائر الذي يمكن أن يكون مصدرا دخل إضافي للدولة الجزائرية. وذلك من خلال تحريك متكامل ومشترك من كافة الهيئات الحكومية والخاصة، والأفراد العاملين في القطاع والسكان باعتبارهم جزء مهم من المحيط الذي تقوم فيه الأنشطة السياحية.

إن العرض الإحصائي لواقع التكوين السياحي في الجزائر يشير إلى العجز الكمي والنوعي الرهيب الذي يعرفه تكوين وتدريب اليد العاملة الموجهة لقطاع السياحة، فبالإضافة إلى العدد المحدود جدا من المؤسسات التكوينية، تبقى برامج التكوين تقليدية جدا ولا تتماشى مع متطلبات العصر، ما من شأنه أن يواصل عرقلة وتثبيط أي تطور محتمل للقطاع مستقبلا. وعليه يجب على السلطات المعنية الإسراع في تنفيذ بنود خطة التكوين المنشورة منذ سنة 2011م والتي لم ترى بعض بنودها النور إلى يومنا هذا.

مروان صحراوي

شريف نصر الدين

قائمة المراجع:

- 1) -World Travel & Tourism Concil (2014)، "Travel & Tourism Economic Impact 2014:World"
- 2) -Dimitrios Buhalis (2000)، "Marketing the competitive destination of the future"، an article published in the international journal: Tourism Management، Volume 21، pp. 97-116.
- 3) - Dimitrios Buhalis (2000) ، ibid.
- 4) - World Tourism Organization (2007)، "A Practical Guide to Tourism Destination Management"، Published and

- متابعة الخدمات البيداغوجية المقدمة من طرف المؤسسات الخاصة المعتمدة (بالتعاون بين الوزارة المكلفة بالسياحة والوزارة المكلفة بالتكوين المهني)، بهذا الخصوص يجب تعديل المرسوم التنفيذي رقم 419-01 المؤرخ في 20 ديسمبر 2001م، الذي يحدد شروط إنشاء المؤسسات الخاصة للتكوين المهني وفتحها ومراقبتها (من أجل تمثيل قطاع السياحة كعضو في اللجنة الولائية للاعتماد المنصوص عليها في المادة 10 للمرسوم التنفيذي المذكور أعلاه).

10.7. بالنسبة لتشجيع الامتياز:

- توفير منح دراسية للطلبة المتفوقين (أوائل الدفعات).
- ترقية البحث ومنح جوائز الاستحقاق.

11.7. بالنسبة للتكوين المتواصل:

- تنفيذ برنامج التكوين المتواصل لمستخدمي المؤسسات السياحية (فنادق، محطات الحمامات المعدنية، وكالات السياحة والأسفار والمطاعم المصنفة) والتي اندمجت ضمن "مخطط الجودة السياحية".
- إبرام "اتفاقية" مع شركة مساهمة الدولة فندقية - سياحة من أجل إعداد وتنفيذ برامج التكوين المتواصل لمستخدمي المؤسسات السياحية التابعة لشركة مساهمة الدولة فندقية - سياحة.

12.7. بالنسبة لمراجعة الجهاز التنظيمي:

- مراجعة مراسيم إنشاء مؤسسات التكوين تحت الوصاية لتمكينهم من فتح ملحقات وتوسيع مهامهم.
- مراجعة القرارات المحددة لنظام الدراسات للمعاهد تحت الوصاية للتكوين في المؤهلات الجديدة والشعب والتخصصات.
- مراجعة مرسوم إنشاء المدرسة الوطنية العليا للسياحة من أجل ملاءمته مع القانون الأساسي للتعليم العالي وتحويل مقرها إلى تيبازة بعد استكمال الإنجاز.

13.7. بالنسبة للتعاون الدولي:

- تنمية التعاون مع المنظمة العالمية للسياحة من أجل الاعتراف بالتكوين العالي المتقدم من طرف المدرسة الوطنية العليا للسياحة.

- 12) -Bassey Benjamin Esu (2012), Ibid.
- 13) -Wang, J., Ayres, H. & Huyton, J. (2009), "Job ready graduate: A tourism perspective", Journal of Hospitality and Tourism Management, 16: 62-72.
- 14) -World Economic Forum (2015), 'The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015: Growth through Shocks', Published by the World Economic Forum, Geneva, PP.06.
- 15) -Ministère de l'Aménagement du Territoire, de l'Environnement et du Tourisme (2008), "SDAT 2025".
- 16) -وزارة السياحة والصناعة التقليدية، "بطاقة التكوين لقطاع السياحة"، سبتمبر 2011م.
- 17) -وزارة السياحة والصناعة التقليدية، "بطاقة التكوين لقطاع السياحة"، سبتمبر 2011م.
- 18) -وزارة السياحة والصناعة التقليدية، "بطاقة التكوين لقطاع السياحة"، سبتمبر 2011م.
- 19) -وزارة تهيئة الأقاليم، السياحة، والصناعة التقليدية، "إحصائيات السياحة لسنة 2014م".
- 20) -وزارة السياحة والصناعة التقليدية، "بطاقة التكوين لقطاع السياحة"، سبتمبر 2011م.
- printed by the World Tourism Organization, Madrid, Spain, pp. 01-02.
- 5) -World Tourism Organization (2007), "A Practical Guide to Tourism Destination Management", Ibid.
- 6) - G. I. Crouch, J. Mazanec, J. R. Brent Ritchie, A. G. Woodside(2001), "Consumer Psychology of Tourism, Hospitality and Leisure", Published by CABI.
- 7) -نهي إبراهيم الخليل، "السياحة في الدول الإسلامية في ظل الظروف المعاصرة"، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2013، ص 230.
- 8) -Michael J.Enright & James Newton (2004), "Tourism destination competitiveness: a quantitative approach", Journal of Tourism Management, Vol. 25, PP.777-788.
- 9) -Wei-Chiang Hong (2008), "Competitiveness in the tourism sector: A Comprehensive Approach from Economic and Management Points", Physica – Verlag Heidelberg, P 45.
- 10) -عبد الكريم بوحفص، "التكوين الاستراتيجي لتنمية الموارد البشرية"، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص 37.
- 11) -Bassey Benjamin Esu (2012), "Linking Human Capital Management with Tourism Development and Management for Economic Survival: The Nigeria Experience", International Journal of Business and Social Science, Vol. 3 No. 11, P 276-287.