

تكوين المورد البشري في القطاع السياحي كآلية لتنشيط

الوجهة السياحية الجزائرية

FORMATION OF HUMAN RESOURCES IN THE TOURISM SECTOR AS A MECHANISM TO REVITALIZE THE ALGERIAN TOURIST DESTINATION

ديلمي نجاة*

طالبة دكتوراه

المركز الجامعي مرسلبي عبد الله تيبازة (الجزائر)

dilmi.nadjet@cu-tipaza.dz

الاسم واللقب: مروان عبد الرزاق

أستاذ محاضر أ

المركز الجامعي مرسلبي عبد الله تيبازة (الجزائر)

amerouane.lmd@cu-tipaza.dz

تاريخ النشر:	تاريخ القبول:	تاريخ الاستلام:
2024/06/08	24/05/2024	30/07/2023

الملخص:

تهدف الدراسة إلى التعرف على واقع التكوين السياحي في الجزائر، والذي يُكسب العاملين في هذا القطاع المهارات اللازمة ويُنبّي من قدرات المتكوّنين ويُحسّسهم بضرورة ترقية النشاط السياحي وتقديم خدمات ذات جودة عالية، من أجل تنشيط الوجهة السياحية وكسب رضا السّياح. توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى ضرورة وضع أهداف جديدة للقطاع السياحي في الجزائر عموماً، كقدراتها الاستيعابية وبرامجها التكوينية التقليدية التي يجب أن تتماشى مع متطلبات العصر على وجه الخصوص،

* لمؤلف المرسّل

تكوين المورد البشري في القطاع السياحي كآلية لتنشيط الوجهة السياحية الجزائرية

لذا وكتوصية جوهرية، عليها الاتجاه إلى "السياحة 4.0" لتنشيط وجهتها وتحديث برامجها التكوينية وتحسين أداء القطاع بإضفاء التكنولوجيا والرقمنة والإبداع على خدماته. الكلمات المفتاحية: السياحة، التكوين السياحي، التنشيط السياحي، الوجهة السياحية

تصنيفات JEL : Z30, Z32, M53

Abstract :

The study aims to identify the reality of tourism training in Algeria, giving workers in this sector the necessary skills, developing trainees' abilities and raising their awareness of the need to modernize the tourism business and provide high-quality services, in order to revitalize the tourist destination and achieve tourist satisfaction. Through this study, we have achieved the need to set new objectives for Algeria's tourism sector in general, such as its absorption capacities and traditional training programs, which must be in line with the demands of the times in particular, as a fundamental recommendation. In addition, Algeria should turn to "Tourism 4.0" to revitalize its destination, modernize its training programs and improve its performance by adding technology, digitization and creativity to its services.

Keywords: tourism, tourism formation, tourism activation, tourist destination

JEL Classification Codes: Z30, Z32, M53

1-مقدمة:

يعتبر تنشيط الوجهة السياحية أداة مهمة لجذب أكبر عدد من السياح ورفع مداخيل السياحة وذلك عن طريق وضع استراتيجيات ملائمة للتخلص من الركود السياحي ورفع معدل نمو الحركة السياحية والتركيز على إشباع حاجات السائح المعنوية والمادية، ويعد امتلاك عناصر بشرية كفأة وفعالة سواء كانوا موظفين أو عمال أو افراد من المجتمع المضيف وسيلة فعالة للتأثير إيجابا على جودة الخدمات السياحية المنتجة داخل الوجهة وقادرين على التوصية بالمنتج السياحي والترويج له، ويعد التكوين من أساسيات الإدارة السياحة الحديثة سواءا للعاملين الجدد لإكسابهم المهارات اللازمة للتعرف على جو العمل السياحي وإعدادهم بنجاح لتأدية مهام وظائفهم أو للعاملين الحاليين والذين هم بحاجة ماسة للتدريب بهدف إكسابهم المهارات الحديثة في مجالات عملهم.

وفي هذا الإطار سعت الجزائر الى تدريب الكوادر الفنية العاملة في هذا القطاع وتحديد المشاريع المنجزة فيه لا سيم التحديد عدد الموارد البشرية اللازمة من خلال خططها الاستراتيجية للتنمية السياحية SDAT 2030 وخطتها العملية المتمثلة في "بطاقة التكوين السياحي" التي تهدف الى تحسين مهارات وأداء المورد البشري في القطاع السياحي وتحديد العرض الوطني للتكوين يهدف الى رفع مستوى الأداء والكفاءة في القطاع السياحي.

من هنا ارتأينا طرح الإشكالية التالية: ماهي المقومات التكوينية التي تسخرها الجزائر في سبيل توفير كفاءات في قطاع السياحة؟ وهل هي كافية خاصة بهدف تنشيط الوجهة السياحية واستقطاب أكبر عدد من لسياح؟

وللإجابة على الإشكالية سنضع فرضية رئيسية لدراستنا والمتمثلة في الآتي: تسخر الجزائر إمكانيات كبيرة لتشجيع التكوين السياحي لتنشيط الوجهة السياحية أكاديميا ومهنيا، وفي القطاع العمومي والخاص.

تكمن أهمية الدراسة في إبراز واقع التكوين السياحي الهادف إلى رفع كفاءة المورد البشري في قطاع السياحة لتحسين جودة الخدمات المقدمة وبالتالي لتنشيط الوجهة السياحية. وللإلمام بجميع جوانب الدراسة ارتأينا التقسيم التالي:

- التنشيط السياحي والوجهة السياحية،
- تكوين المورد البشري لتنشيط الوجهة السياحية،
- مؤسسات التكوين في الجزائر وقدراتها البيداغوجية.

2- التنشيط السياحي والوجهة السياحية :

2-1. مفهوم التنشيط السياحي: يعتبر التنشيط السياحي العنصر الثاني من عناصر المزيج التسويقي، كما يعد من الركائز الأساسية في السوق السياحية وعاملا رئيسيا لفعاليتها ويمكن تعريفه على أنه: "الجهود الرامية لزيادة الطلب على المنتج أو الخدمة عن طريق الإعلام والتعريف بالمنتجات السياحية مع المنتجات لإظهار جاذبية المنتج بعدة وسائل (حجاب، 2003، ص266).

تكوين المورد البشري في القطاع السياحي كآلية لتنشيط الوجهة السياحية الجزائرية

والتنشيط السياحي يستلزم وضع استراتيجية ملائمة هدفها تحويل حالة الركود السياحي المتوترة والمستمرة إلى حالة من التنشيط السياحي لحدوث تقدم في أسرع وقت. وبمعنى آخر "الانتقال من حالة ما هو قائم إلى حالة ما يجب أن يكون". (غنيمة وآخرون، 2010، ص 57)

2-2. أهداف التنشيط السياحي: يهدف التنشيط السياحي إلى تحقيق الأهداف التالية:

- تحقيق أقصى درجة ربحية ممكنة،
- إشباع حاجات السائح المعنوية والمادية،
- تخفيض شعور التوتر لدى السائح عند انتقالهم لدولة أخرى غير دولتهم الأصلية (السيسي، ص 25-26)،
- إبراز صور دولة المقصد السياحي أمام الدول الأخرى المصدرة للسائح،
- رفع معدل نمو الحركة السياحية الدولية،
- محاولة التغلب على الصعوبات التي تعترض نمو الحركة السياحية. (عبد السميع، 2006، 242).

2-3. مفهوم الوجهة السياحية: تعرف على أنها منطقة تتكون من مجموع الخدمات المقدمة للسائح والتي يستهلكها أثناء إقامته في تلك المنطقة، وبالتالي يمكن اعتبار الوجهة السياحية منتجا سياحيا يتنافس مع المنتجات الأخرى في أسواق معينة. (Bieger, 1998, p7).

كما تعرف الوجهة السياحية حسب UNWTO: المكان الذي تمت زيارته والذي يعد أساس لقرار القيا بالرحلة، وهي الوحدات الأساس للقيام بالرحلة.

وفقاً لكارلوس لامبوس، فإن الوجهة السياحية هي مكان يلفت انتباه السياح للقيام بزيارات سياحية. إنها اندماج للمنتجات والخدمات السياحية التي تعتبر نظاماً معقداً. وهي أيضاً منطقة يختارها الزوار للقيام بالأنشطة السياحية، وتغطي جميع المرافق المتاحة، بما في ذلك مرافق الترفيه والإقامة والسكن والمطاعم وما إلى ذلك. (Yunifa Miftachul, p1).

2-4. نموذج بلتر Bultre لدورة حياة الوجهة السياحية: نشر الجغرافي الكندي ريتشارد بلتر عام 1980 نموذج دورة حياة الوجهة السياحية "The Tourism Area TALC"

Life Cycle الذي يستند أن المنتجات التي يتم تعديلها وتطويرها لتلبية احتياجات أسواق معينة (السياح) بطريق مماثلة لإنتاج السلع والخدمات الأخرى، أي أن المنتجات ستتبع نمطا متشابها بشكل عام للتطوير كذلك الموجودة في معظم المنتجات الأخرى. قسمت الدورة إلى سبعة مراحل وهي الاستكشاف، المشاركة، التنمية، التوحيد، الركود، الانحدار أو التجديد. بالإضافة إلى عدد السياح، حيث يحدد الباحث مجموعة من الصفات المكانية والاقتصادية للسياح للتمييز بين المراحل المختلفة.

مرحلة الاستكشاف: تعتبر هذه المرحلة أولية تتميز بوجود عدد قليل من السياح المغامرين الذين يكتشفون الوجهة التي تجذبهم ومقوماتها الطبيعية أو الثقافية. يكون التأثير الاجتماعي والاقتصادي هنا ضئيلا جدا.

مرحلة المشاركة: في هذه المرحلة تنمو فيها ظاهرة السياحة بشكل سريع، حيث يزداد عدد الزوار ويبدأ السكان المحليون في تقديم الخدمات للسياح ومع تقدم هذه المرحلة يكن توقع بعض الإعلانات لجذب السياح المحتملين، كما يمكن توقع مستوى معين من الترتيبات للسفر السياحي.

مرحلة التطوير أو التنمية: تمثل الوجهة السياحية في هذه المرحلة منطقة سوق سياحية واضحة المعالم، حيث يزداد عدد السياح وقد يتجاوز عدد السكان المحليين فتراجع المشاركة المحلية في تقديم خدمات الإقامة وتظهر الاستثمارات السياحية وبناء البنى التحتية للوجهة السياحية.

مرحلة الاندماج: في هذه المرحلة ترتبط السياحة باقتصاد المنطقة، ويتباطأ معدل الزيادة في عدد السياح لكنه يبقى أكبر من عدد السكان المحليين، ويتوقع هنا استياء السكان المحليين خاصة بالنسبة للذين لا يشاركون في صناعة السياحة.

مرحلة الركود: في هذه المرحلة يتم الوصول إلى التشبع وانخفاض الأسعار ويلاحظ التدهور البيئي والاقتصادي والاجتماعي للوجهة، تبقى صورة الوجهة راسخة لكنها غير مرغوبة ويتم ملاحظة تكرار الزيارة لذا سيتم الاعتماد على تكثيف الجهود للحفاظ على الزيارات.

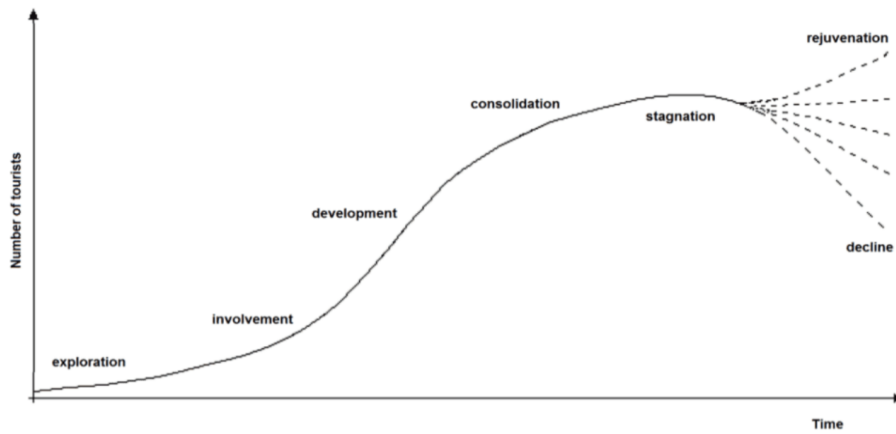
بعد هذه المراحل الخمسة السابقة قد تبقى الوجهة السياحية في مرحلة استمرار الركود أو قد تمر بمرحلتين مختلفتين: التراجع أو التجديد، وهذا يتحدد وفقا لاستجابة مخططى الوجهة السياحية ومديري إداراتها.

تكوين المورد البشري في القطاع السياحي كآلية لتنشيط الوجهة السياحية الجزائرية

مرحلة التراجع: تتميز هذه المرحلة بانخفاض عدد كبير في عدد الزوار، حيث أن الوجهة غير قادرة على منافسة مناطق الجذب الجديدة، كما سيلاحظ الإغلاق المتكرر للمرافق السياحية التي تحولت إلى هياكل غير مرتبطة بالسياحة. في هذه المرحلة يمكن ان تجذب الوجهة مسافرين في عطلة نهاية الأسبوع إذا كانت تمتلك بنية تحتية كبيرة.

مرحلة التجديد: يمكن للوجهة أن تتجنب مرحلة التراجع وتدخل مرحلة التجديد من خلال محاولة استخدام موارد طبيعية لم تستخدم من قبل وإنشاء سوق سياحي جديد

الشكل 01: نموذج بلتر للوجهة السياحية



Source : Richard Bulter's tourism Area Life Cycle Mode (Bultre,1980, P7)

2-5. مكونات الوجهة السياحية: تتكون الوجهة السياحية من مجموعة من العناصر الرئيسية يمكن تلخيصها فيما يلي:

مواقع الجذب: تعد مواقع الجذب المؤثر الرئيسي على جميع مكونات الوجهة السياحية والحافز الرئيسي لزيارة الوجهة، ويمكن أن تكون هذه المواقع عبارة عن مناظر طبيعية (كالبحيرات، الأنهار، الجبال، النباتات أو الحيوانات)، أو من صنع الإنسان (معالم تاريخية، مباني مرافق رياضية، متنزهات ترفيهية)، ثقافية (متاحف، معارض فنية، تظاهرات ثقافية) أو ضمن المقومات الاجتماعية للمجتمع المحلي المضيف (كالتراث أو نمط الحياة)، كما قد تكون غير ملموسة كالزيارات السابقة أو التعلق بالمنطقة.

إمكانية الوصول إلى الوجهة: أي سهولة وصول كافة السياح أو النقل باعتباره أهم عنصر في النشاط السياحي وعامل رئيسي حاسم له تأثيرا كبير على نمو صناعات السياحة وتطورها، كما يعتبر الحصول على التأشيرة منفذا للدخول وعنصرا يسهل الوصول على الوجهة.

المرافق: هي البنى التحتية الأساسية كالخدمات المباشرة للسياح مثل الإقامة أو الفندق الذي يعتبر أول ما يبحث عنه السائح عند اختيار وجهته والمرافق الترفيهية والمطاعم ومتعامل الهاتف النقال وخدمات التسويق. وبمعنى آخر المرافق هي مجموعة الخدمات التي تسهل إقامة السياح والزوار.

صورة الوجهة السياحية: يعد الدور الذي تلعبه الوجهة السياحية بالغ الأهمية نظرا لكونه أساس اتخاذ القرارات، والحل الأمثل للتأثير على رضا السياح ودفعهم إلى تكرار التجربة، ويمكن ترقية صورة الوجهة السياحية وتعزيز صورتها عن طريق: التسويق، العلامات التجارية، وسائل الإعلام. وتشمل صورة الوجهة السياحية: المناظر الرائعة، الأمن، جودة البيئة، الخدمات الطبيعية وطبيعة الأفراد.

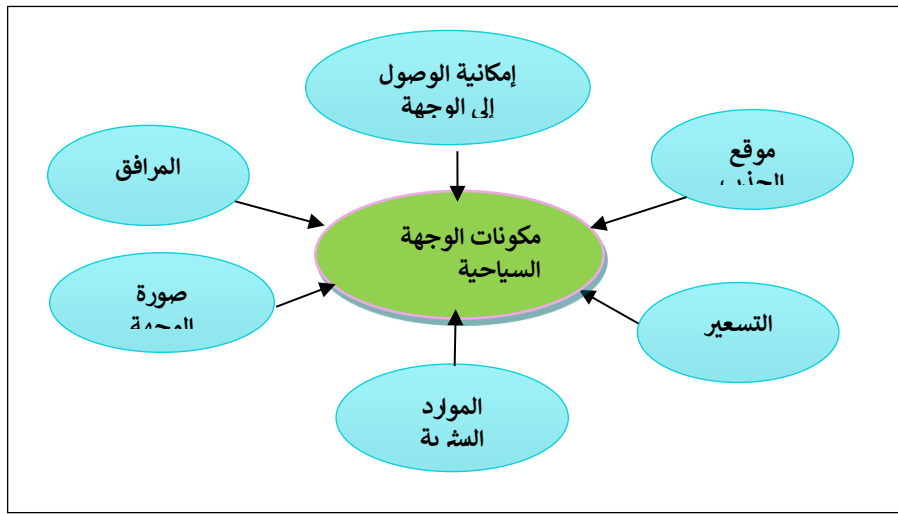
التسعير: يعتبر السعر أحد أهم العامل التي تؤثر على قرارات السياح وسلوكهم وكذا أهم عنصر بالنسبة لتنافسية الوجهة مقارنة بالوجهات السياحية، ويتعلق بجميع أسعار الخدمات المقدمة في هذه الوجهة ويشمل: تكاليف الإقامة، التنقل من وإلى الوجهة، زيارة المعالم السياحية. كما قد يركز السائح في قراره على بعض الخصائص الاقتصادية الأخرى كسعر صرف العملات.

الموارد البشرية: يتميز النشاط السياحي بالاستخدام المكثف لليد العاملة ويعتبر الاحتكاك مع المجتمعات المضييفة عنصرا مهما عن التجربة السياحية، كما يمثل تدريب وتكوين العاملين في القطاع

تكوين المورد البشري في القطاع السياحي كآلية لتنشيط الوجهة السياحية الجزائرية

السياحي للحصول على مورد بشري كفاء يؤدي بالضرورة إلى الحصول على تطوير الخدمات السياحية، وإن لوعي السكان بالمسؤوليات المتأتية من النشاط السياحي أمر مهم جدا في تسويق هذه الوجهة ويجب أن تدار وفق استراتيجية الوجهة. (ماضوي، بن جروة، 2020، ص 57)

الشكل 02 : مكونات الوجهة السياحية



المصدر: مكونات الوجهة السياحية من إعداد الباحثة

تعتبر الموارد البشرية أهم مكون من مكونات الوجهة السياحية وأساس نمو السياحة ولا يمكن أن ينجح القطاع السياحي دون كفاءة ومهنية المورد البشري الذي يقوم بأدوار مهمة كالإعلان عن المنتجات السياحية وتسويقها بهدف زيادة تدفق السياح وتعزيز نمو السياحة. ويهدف تنشيط الوجهة تسعى الجزائر إلى الاهتمام بتكوينه في وتدريبه من خلال مؤسساتها التكوينية وعيا منها بحاجة المورد البشري إلى تكوين وتطوير بشكل فعال لتقديم خدمات عالية الجودة لإرضاء السياح وتطوير السياحة ككل، وهذا ما سنفصله في المحور الثاني.

3- تكوين المورد البشري لتنشيط الوجهة السياحية :

3-1. أهمية التكوين السياحي: ركزت الدولة الجزائرية على تكوين المورد البشري في القطاع السياحي كونه محورا رئيسيا في استراتيجيتها المتبعة لإدارة النشاطات السياحية، باعتبار هذه الأخيرة من الأدوات الرئيسية لأي وجهة سياحية. ويمكن إيجاز أهميته فيما يلي: (بوقاسي، هدير، 2022، ص 197)

- يأتي التكوين بفائدة كبيرة على المنظمات السياحية من خلال إشباع رغبات حاجات ضيوفها الذين يبدون انطباعاتهم حول الكفاءة المهنية للعمال من خلال التمييز بين الجوانب السلبية والإيجابية للعمل، لذا فللضيوف دور أساسي في نشر الدعاية للسياحة لمعارفهم ومقربيههم وتشجيعهم على زيارة الوجهة؛
- التشجيع على إقامة حلقات التكوين لإنشاء الروابط بين الإدارة والعمال للتفاعل وإبداء الآراء والملاحظات؛
- تذليل صعوبات العمل التي تواجه العاملين في فترات ارتفاع الطلب السياحي عن طريق تنمية القدرة على الابتكار؛

● الاستفادة من الخبرات التدريبية السابقة لإيجاد حلول للمشكلات التي تواجه العمال

- نشر الثقافة السياحية لدى العاملين وتحسينهم بضرورة ترقية النشاط السياحي وكسب رضا السائح؛
- تعتبر تكنولوجيات المعلومات والاتصال ضرورة حتمية لتطوير الخدمات السياحية، لذا من الواجب تكييف الموارد البشرية العاملة في القطاع السياحي بأحدث التطورات العالمية الحاصلة في هذا المجال.

3-2. استراتيجية تنمية التكوين في قطاع السياحة: تتمثل استراتيجية الجزائر لتنمية التكوين السياحي فيما يلي:

3-2-1. خريطة التكوين السياحي: تتضمن "خريطة التكوين لقطاع السياحة" تكييف العرض المحلي للتكوين مع مهن السياحة وتنمية متطلبات القطاع، وتعرف السياحة حسب هذا المخطط بأنها مجموعة من الخدمات (النقل، السكن، الطعام، والترفيه...) التي تقوم على مهارات ومؤهلات الموارد البشرية، لذا تعمل الحكومة على تحسين أداء المورد البشري في القطاع السياحي لضمان تسيير أفضل للنشاطات السياحية والترويج للوجهة الجزائرية.

تكوين المورد البشري في القطاع السياحي كآلية لتنشيط الوجهة السياحية الجزائرية

ومن أجل تعزيز ظهور الوجهة الجزائرية واندماجها في شبكات التجارة السياحية الدولية يتم اعتماد برامج العمل هذه وتنفيذها في إطار الديناميكيات الخمس التأسيسية والتي تتعلق ب:

- "مخطط الوجهة السياحية": لتسهيل الترويج لـ "الوجهة السياحية للجزائر" تهدف لبناء وإعادة بناء صورتها وجعلها أكثر جاذبية،
- "مخطط جودة السياحة": لتطوير البنية التحتية السياحية وتحسين جودة الخدمات السياحية بالارتقاء بها إلى مستوى المعايير الدولية. تهدف هذه " الخطة التدريبية" تهدف إلى تحسين الكفاءة المهنية في مجال السياحة وبالتالي تحسين جودة العرض السياحي الوطني،
- تنمية الاستثمارات: بهدف تعزيز عرض الإيواء السياحي وتحسين جودته المعمارية والبيئية،
- صياغة السلسلة السياحية (لا سيما النقل والأمن والخدمات العامة) والشراكة بين القطاعين العام والخاص،
- وأخيراً، خطة تمويل لتحفيز ودعم الاستثمار السياحي.

في هذا الصدد، حددت "بطاقة التكوين لقطاع السياحة" التي تضمنت هذه المحاور مجموعة من الأهداف وخطة عملية من أجل تجسيدها،

3-2-2. أهداف بطاقة التكوين: تهدف بطاقة التكوين إلى ما يلي: (mta.gov.dz) ،

- تقييم العرض الوطني التقني والمهني للتكوين في السياحة وتحليل تطوّر الموارد البشرية المكونة في مهنة السياحة،
- تحديد الاحتياجات الحقيقية في التكوين للقطاع السياحي، والسهر على تسيير جيّد للموارد البشرية والمادية المخصصة للتكوين،
- العمل على تغطية كامل التراب الوطني عن طريق جهاز تكوين تقني ومهني مفتوح للجميع، وضمان التوزيع الجغرافي عبر الأقطاب السياحية للتكوينات المقدمة في مختلف مهنة السياحة وكذا توفير تخصصات جديدة في التكوين تتلاءم مع تطورات قطاع السياحة،

● عصرنة جهاز التكوين في السياحة وتطوير نوعيته ومردوديته من أجل استجابته للمعايير الدولية في هذا الميدان،

● تكييف محتوى التكوين التقني والمهني في مهن السياحة وبرامجه مع الاحتياجات الحقيقية للقطاع،

● ضمان جهاز تكوين متناسق في مهن السياحة في إطار الشراكة يعتمد على مؤسسات التكوين تحت وصاية كل من الوزارة المكلفة بالسياحة والتعليم العالي والتكوين المهني من أجل ضمان تخطيط أحسن للعرض الوطني في التكوين السياحي،

● دمج القطاع الخاص في التخطيط وتنظيم عرض التكوين في السياحة.

4. مؤسسات التكوين في الجزائر وقدراتها البيداغوجية : توفر المؤسسات التابعة لقطاع السياحة تكوينات متخصصة في مهن الفندقة والسياحة تمكن الخريجين من اكتساب مهارات وتطوير كفاءات عالية في المجال الفندقي والسياحي، وذلك وفق نوعين من المؤسسات، مؤسسات المتخصصة في السياحة والفندقة، ومؤسسات مكونة في شعبة الصناعة التقليدية.

1-4-1. المؤسسات المتخصصة في السياحة والفندقة:

1-1-4-1. المؤسسات التابعة لوزارة السياحة: تشمل وزارة السياحة والصناعة التقليدية على 3 مؤسسات تكوينية في السياحة والفندقة، تحت الوصاية، والمتمثلة في:

الجدول رقم 01: المؤسسات التكوينية التابعة لوزارة السياحة

المؤسسة	طاقة الاستيعاب	الشهادة الممنوحة
المدرسة الوطنية العليا للسياحة ENST	200 مقعد	ليسانس أكاديمي تخصص مؤسسات سياحية ليسانس تخصص: -تسيير التنمية المستدامة للسياحة - تسيير وكالة السياحة والأسفار - تسيير المطاعم وتسيير الإيواء
المعهد الوطني لتقنيات الفندقة والسياحة INTHT بتيزي وزو	300 مقعد	تقني سامي في التخصصات التالية: الإدارة الفندقية، المطعم، مطبخ وحلويات، الاستقبال والإنتاج والتسويق السياحي، دليل السياحة المحلية تقني في التخصصات التالية: استقبال، مطعم وحلويات، إنتاج وتسوي سياحي

تكوين المورد البشري في القطاع السياحي كآلية لتنشيط الوجهة السياحية الجزائرية

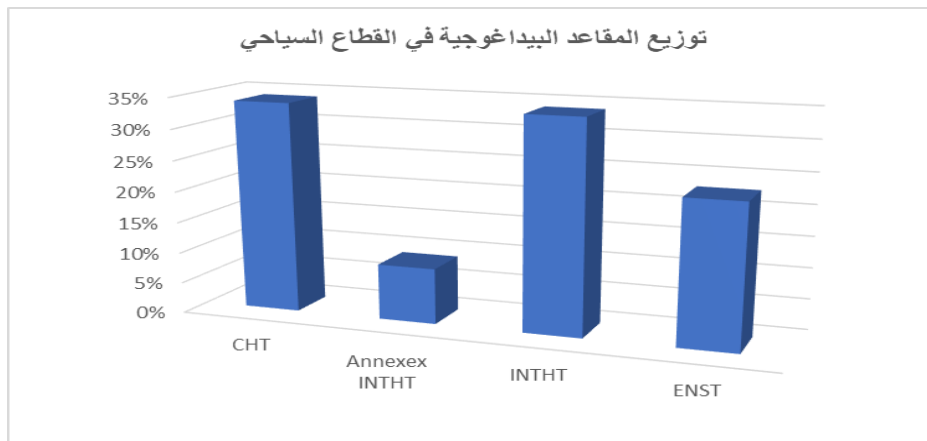
ملحقة INTHT بتلمسان	80 مقعد	نفس الشيء شهادة تقني وتقني سامي في مهن الفندقية والسياحة
المعهد الوطني للضيافة والسياحة لبوسعادة CHT	300 مقعد	نفس الشيء شهادة تقني وتقني سامي في مهن الفندقية والسياحة

المصدر : من إعداد الباحثين اعتماداً على بطاقة التكوين لوزارة السياحة والصناعات التقليدية، ص 6-7.

Source : Ministère du Tourisme et de l'Artisanat, Carte de la Formation du secteur Tourisme, Septembre 2011, p8

تتركز المقاعد البيداغوجية في الجهة الشمالية للبلاد ما يوحي أن التكوين السياحي منعدم في مناطق الجنوبية فغياب المؤسسات التكوينية يؤدي إلى حرمان طلبة الجنوب من هذه التخصصات وافتقار السياحة الصحراوية للكفاءات السياحية ، وعموماً و بالنظر إلى أهمية التكوين السياحي للموارد البشرية و مساعي الجزائر للنهوض بالقطاع السياحي نلاحظ قلة عدد المؤسسات التكوينية لذا كان لابد من زيادة عدد المؤسسات و توسع الطاقة الاستيعابية عبر كافة التراب الوطني للترويج و تنشيط الوجهة، و باعتبار التنشيط السياحي من الركائز الأساسية في السوق السياحية و عاملاً رئيسياً لفعاليتها.

الشكل 03: توزيع المقاعد البيداغوجية في القطاع السياحي



Source : Ministere du Tourisme et de l'Artisanat, Carte de la
Formation du secteur Tourisme, Septembre 2011, p9

من خلال الشكل أعلاه نلاحظ ان طاقة الاستيعاب كبيرة المعهد الوطني لتقنيات الفنادق والسياسة بتيزي وزو INTHT والمعهد الوطني للضيافة والسياحة لبوسعادة CHT حيث يتصدران ترتيب المراكز والمعاهد التكوينية المتخصصة في القطاع السياحي بامتلاكهما أكبر حصة من المقاعد البيداغوجية ب 300 مقعد لكل منهما، حيث تتوزع النسب المثوية كالتالي:

- 300 مقعد بيداغوجي (34%) المعهد الوطني لتقنيات الفنادق والسياحة بتيزي وزو (INTHT).
- 300 مقعد بيداغوجي (34%) المعهد الوطني للضيافة والسياحة لبوسعادة (CHT).
- 200 مقعد بيداغوجي (23%) توفره المدرسة الوطنية العليا للسياحة الجزائر (ENST).
- 80 مقعد بيداغوجي (9%) يوفره ملحق المعهد الوطني للفندقة وتقنيات السياحة (INTHT) بتلمسان.

ورغم الاحصائيات السابقة الذكر تجدر الإشارة إلى أن هذه المؤسسات غير كافية لسد احتياجات سوق العمل من تكوين الموارد وصقل المهارات وإعداد مهنيين متخصصين مؤهلين للارتقاء بالنشاط السياحي واعتباره أحد أهم الأدوات الرئيسية لتنشيط أي وجهة سياحية.

4-1-2. المؤسسات التابعة لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي: تتمثل في المؤسسات العمومية للتكوين العالي تحت وصاية وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، عددها 15 مؤسسة موزعة عبر كافة التراب الوطني وهي كالتالي: جامعة أدرار، جامعة باب الزوار، جامعة عنابة، جامعة بومرداس، جامعة الشلف، جامعة قسنطينة 1، جامعة قسنطينة 2، جامعة الوادي، جامعة قالمة، جامعة جيجل، جامعة الأغواط، جامعة المدية، جامعة وهران 2، المركز الجامعي تيبازة، جامعة تيزي وزو. توفر تكوينات متخصصة في التسيير السياحي والفندقي وتتوج خريجيهما بشهادات عليا نلخصها في الجدول ادناه:

جدول رقم 02: التخصصات المتوفرة لدى المؤسسات العمومية للتكوين العالي المعتمدة من طرف وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

تكوين المورد البشري في القطاع السياحي كآلية لتنشيط الوجهة السياحية الجزائرية

المؤسسات العمومية تحت وصاية وزارة التعليم العالي	الشهادة الممنوحة	التخصصات المتوفرة
	ماسر أكاديمي في القطاع العام	اقتصاد وتسيير سياحي
		التهيئة السياحية والتراث
		التسويق الفندقي والسياحي
	ليسانس أكاديمي	إدارة الفنادق والسياحة
		الاقتصاد السياحي
		التسويق الفندقي والسياحي
		تسيير وتخطيط السياحة والتسويق السياحي
	ليسانس مهني	تسيير المؤسسات الفندقية والسياحية

المصدر: من إعداد الباحثين بناءً على إحصائيات وزارة السياحة والصناعة التقليدية

أما المؤسسات الخاصة للتكوين العالي المعتمدة من طرف وزارة التعليم العالي فتتمثل في مؤسستين نستعرضهما كما يلي:

جدول رقم 03: المؤسسات الخاصة للتكوين العالي المعتمدة
من طرف وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

الرقم	المؤسسات الخاصة	الشهادة الممنوحة	التخصص
1	المدرسة العليا للفندقة والاطعام (ESHRA)	ليسانس في تسيير الفنادق	التسيير الفندقي
2	مدرسة التكوين في تقنيات التسيير للجزائر (EFTG)	ليسانس في تسيير الفنادق والسياحة	تسيير الفنادق والسياحة

المصدر: وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

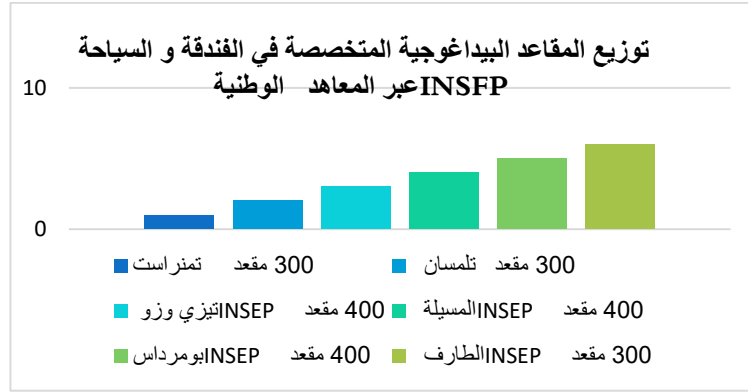
— المؤسسات العمومية للتكوين المهني تحت وصاية وزارة التكوين والتعليم المهنيين: تقدم الوزارة عروض تكوين متنوعة في اختصاصي السياحة وحرف الصناعة التقليدية في المستويين العالي، لفائدة الشباب المهنيين الراغبين في تحصيل تكوين أولي متوج بشهادة جامعية أو شهادة تعليم تكوين مهنيين، وهذا بتوفير المؤسسات التالية:

- المعاهد الوطنية المتخصصة في الفندقة والسياحة INSFP،
- المعاهد الوطنية المتخصصة في التكوين المهني INSFP،
- المدارس الخاصة المعتمدة من طرف التكوين والتعليم المهنيين،
- مراكز التكوين والتعليم المهنيين CFPA،

— المعاهد الوطنية المتخصصة في الفندقة والسياحة INSFP: تدرس تخصصات السياحة والفندقة (06) معاهد وطنية متخصصة، توفر 2100 منصب بيداغوجي تنتشر بعدة ولايات في الوطن: كتلمسان، تمنراست، مسيلة، الطارف، تيزي وزود وبومرداس. وتستغرق مدة الدراسة في هذه المعاهد 30 شهرا.

الشكل رقم 04: المعاهد الوطنية المتخصصة في الفندقة والسياحة

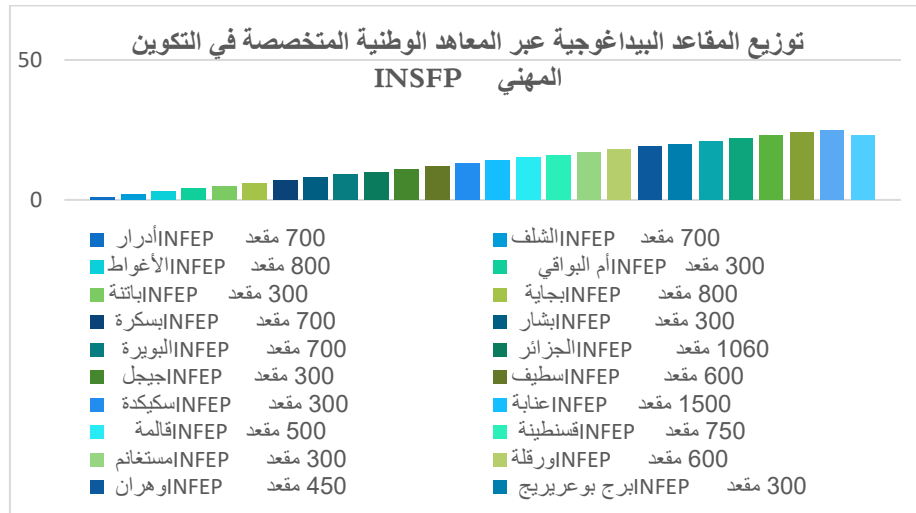
تكوين المورد البشري في القطاع السياحي كآلية لتنشيط الوجهة السياحية الجزائرية



المصدر : من إعداد الباحثين بناءً على معطيات وزارة التعليم والتكوين المهنيين

– المعاهد الوطنية المتخصصة في التكوين المهني **INSFP**: يتضمن التكوين والتعليم المهنيين عدة تخصصات مهنية، تخضع لمقاييس بيداغوجية معمول بها في مختلف المعاهد والمؤسسات، كمدة التبرص وشروط الالتحاق بالمركز (السن، المستوى الدراسي، الشهادة)

الشكل رقم 05: توزيع المقاعد البيداغوجية في التكوين المهني INSFP

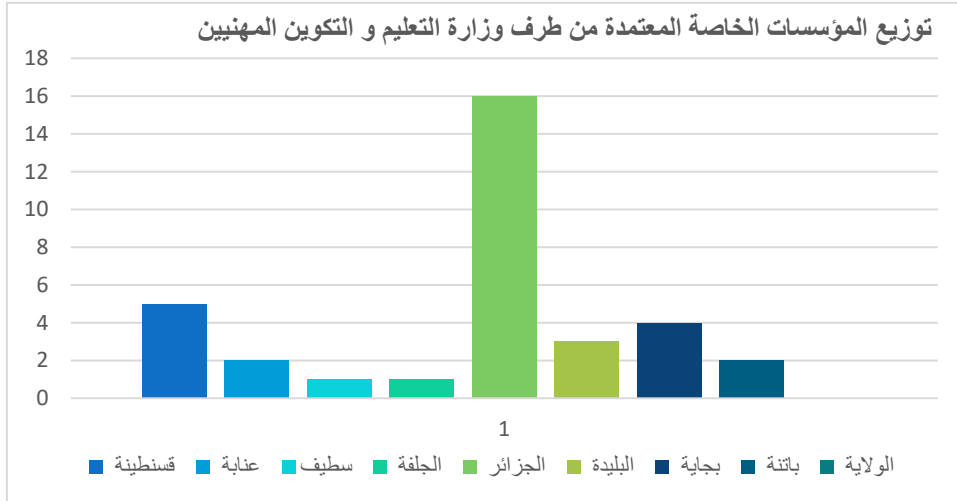


المصدر : من إعداد الباحثة بناءً على معطيات وزارة التعليم والتكوين المهنيين

كما يمثل الشكل أعلاه، بلغ عدد المعاهد الوطنية في الجزائر 32 معهد، توفر 14210 مقعد بيداغوجي. تحتل ولاية الجزائر الصدارة في عدد المقاعد ب 1060 مقعد، تليها عنابة ب 1500 مقعد، ثم الأغواط ب 800 مقعد. تستغرق الدراسة في هذه المعاهد 30 شهرا.

– المدارس الخاصة المعتمدة من طرف التكوين والتعليم المهنيين: توجد 36 مدرسة خاصة معتمدة من طرف لوزارة التكوين والتعليم المهنيين تتوفر على نفس التخصصات الموجودة على مستوى العمومية التابعة لهذا القطاع.

الشكل رقم 06: توزيع المؤسسات الخاصة المعتمدة



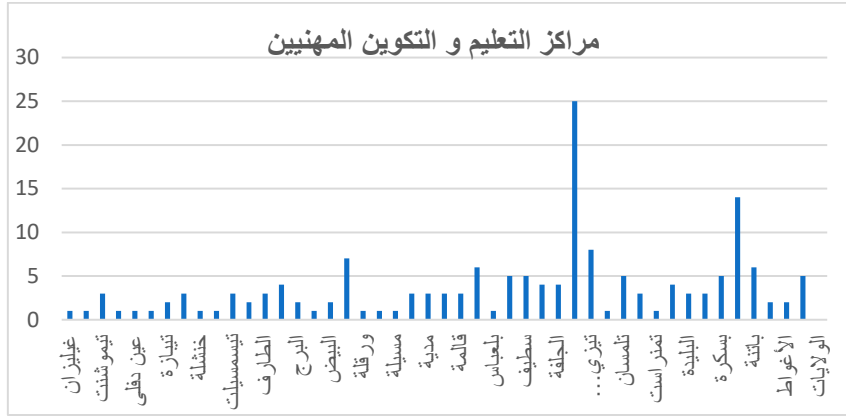
من إعداد الباحثة بناء على معطيات وزارة التكوين والتعليم المهنيين

حيث تتوزع المدارس الخاصة المعتمدة من طرف التكوين والتعليم المهنيين عبر 8 ولايات فقط، تتركز معظم المقاعد في العاصمة تليها قسنطينة وبجاية.

– مراكز التكوين والتعليم المهنيين CFPA: يشكل قطاع التكوين المهني قطبا استراتيجيا يساهم التنمية الاجتماعية والاقتصادية للبلاد.

الشكل رقم 07: توزيع مراكز التكوين والتعليم المهنيين عبر الوطن

تكوين المورد البشري في القطاع السياحي كآلية لتنشيط الوجهة السياحية الجزائرية

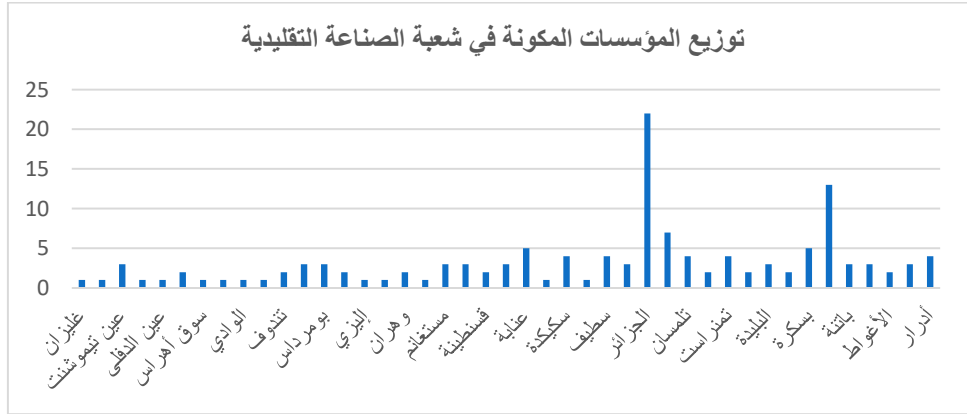


المصدر : من إعداد الباحثة بناء على معطيات إحصائيات بطاقة التكوينات المعتمدة في مهن السياحة والفندقة وحرف الصناعة التقليدية
ص ص 99-124

يبلغ عدد مراكز التكوين المهني 167 مركز، تهدف إلى تنمية القدرات المهنية للمتكوينين في القطاع السياحي لتمكين المؤسسات السياحية من رفع قدراتها التنافسية، وتتنوع عبر كافة التراب الوطني بأعلى عدد في مدينة تيزي وزو وباتنة.

4-2: المؤسسات المكونة في شعبة الصناعة التقليدية: هي مؤسسات تكوينية تسعى إلى تكوين الشباب في أحد التخصصات الحرفية والتقليدية كصناعة المجوهرات التقليدية، الزخرفة، النحت، صناعة الجلود، صناعة الفخار، حيث تلعب الصناعة التقليدية دور هاما في التنشيط السياحي وتوفير مناصب الشغل كونها تظهر الطابع التقليدي الذي يعكس تقاليد البلد المنتج ومكون اصيل للذاكرة الحضارية. ومع هذا نلاحظ ان المؤسسات قليلة بالنظر إلى التنوع في الصناعات التقليدية.

الشكل رقم 08: توزيع المؤسسات التكوينية في شعبة الصناعة التقليدية



المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على إحصائيات بطاقة التكوينات المعتمدة في مهن السياحة والفندقة وحرف الصناعة التقليدية ص 129-

141، طبعة 2022

5-خاتمة:

تكمن أهمية الدراسة في إبراز واقع التكوين السياحي المهادف إلى رفع كفاءة المورد البشري في قطاع السياحة لتحسين جودة الخدمات المقدمة لتنشيط الوجهة السياحية. حيث رأينا مدى أهمية التكوين في تنشيط الوجهة السياحية لجذب السياح، من خلال التدريب والتطوير وتنمية المهارات التي ترفع من كفاءة العاملين بالقطاع. ومن خلال عرض بطاقة التكوين لقطاع السياحة قدمنا عرض مختلف مؤسسات التكوين SDAT الجزائر التي جاءت ضمن المخطط الوطني للتهيئة السياحية 2030 التي تقدم تكوينات متخصصة في مختلف مهن السياحة والفندقة والإطعام فتوجد مؤسسات تحت وصاية وزارة السياحة والصناعات التقليدية، وأخرى تحت وصاية وزارة التعليم العالي والبحث العلمي وأخرى تابعة أو معتمدة من طرف وزارة التكوين والتعليم المهنيين. للإجابة عن الفرضية الموضوعية سابقا والمتمثلة في: تسخر الجزائر إمكانيات كبيرة لتشجيع التكوين السياحي لتنشيط الوجهة السياحية. ويمكن القول إنها صحيحة نسبيا ومن خلال ذلك توصلنا إلى النتائج التالية:

- برامج التكوين التقليدية ولا تتماشى مع متطلبات العصر، مع فشل في تطوير مناهج التدريس التي تتلاءم وسوق العمل، لاسيما غياب تخصصات التكوين في السياحة الرقمية واللغات،

تكوين المورد البشري في القطاع السياحي كآلية لتنشيط الوجهة السياحية الجزائرية

- تحتل ولاية الجزائر الصدارة في عدد المقاعد البيداغوجية التكوينية،
- تتركز معظم المؤسسات التكوينية في الشمال مقارنة بباقي الأقطاب،
- يرتبط التكوين السياحي ارتباطا وثيقا بالتنشيط السياحي والترويج للوجهة السياحية،
- لقطاع التكوين المهني دور كبير في تحسين المؤهلات للمتكونين،
- تبذل وزارة السياحة والصناعات التقليدية مجهودات كبيرة لتوفير المزيد من مراكز التكوين السياحي والمعاهد السياحية والفندقية ما يؤدي إلى تنشيط السياحة وتطوير القطاع.

التوصيات:

- وجوب التركيز على أهمية التكوين السياحي للمورد البشري ودعمه وصقل مهاراته لضمان جودة التكوين والاتجاه إلى "السياحة 4.0" لتتمكن الجزائر من تنشيط وجهتها والحصول على حصة سوقية عالمية من جهة، وتوليد فرص عمل وتخفيض نسبة البطالة من جهة أخرى،
- تشجيع الشباب وخاصة الجيل Z على التنشيط السياحي لامتلاكهم قدراتهم ومهاراتهم في مجال الإعلام الآلي،
- إعداد مواطنين مثقفين سياحيا من خلال توعية الطلبة مع تعريفهم بالتخصصات السياحية المتوفرة،
- التوسع في افتتاح المراكز والمعاهد السياحية والفندقية في المناطق السياحية،
- تمديد مدة التكوين للمتربين في الصناعات التقليدية للحصول على الخبرة اللازمة لفتح ورشات بكل سهولة، لتشجيع الصناعات التقليدية باعتبارها إحدى المقومات الأساسية للشخصية الوطنية.
- محاولة الموازنة بين التكوين النظري والتطبيقي،
- التركيز على التخطيط الجيد للبرنامج التدريبي للأنشطة المهنية،

قائمة المراجع:

1. حجاب منير، الإعلام السياحي، ط1، دار النشر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003،
2. غنيمه عبد الفتاح مصطفى وآخرون. (2010) تنشيط السياحة، الأمل المرتجى، مطاب جامعة المنوفية، مصر.
3. ماهر عبد الخالق السيسي، 2016، مبادئ السياحة، ط1، مجموعة النيل العربية مصر، ص 25-26
4. عبد السميع صبري (2006)، الأسس العلمية للتسويق السياحي والفندقي تجارب بعض الدول العربية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر 242.
5. عبد العزيز ماضي، حكيم بن جروة: نحو تفعيل السياحة الافتراضية لتنشيط الوجهات السياحية في ظل أزمة كورونا المستجد كوفيد 19: مع الإشارة إلى حالة الجزائر، مجلة بحوث الإدارة والاقتصاد، مجلد 2، عدد خاص (2020)، تاريخ النشر 10-06-2021. ص 50-63
6. بوقاسي أمال، هدير عبد القادر، التكوين السياحي في الجزائر كأداة لتحسين جودة الخدمة السياحية، مجلة دراسات اقتصادية، المجلد: 22 العدد: 01 السنة: 2022، ص ص 191-213
7. بطاقة التكوين لوزارة السياحة والصناعات التقليدية

8. Bieger, T. (1998), "Reengineering destination marketing organisations: The case of Switzerland", The Tourist Review, Vol. 53 No. 3, pp. 4-17.

9. UNWTO.org/glossary-tourism-terms.

10. Yunifa Miftachul Arif, Supeno Mardi Susiki Nugroho, Mochamad Hariadi, Selection of Tourism Destinations Priority using 6AsTD Framework and TOPSIS

11. <https://www.mta.gov.dz/%D8%AE%D8%B1%D9%8A%D8%B7%D8%A9%D9%84%D9%84%D8%AA%D8%AF%D8%B1%D9%8A%D8%A8-%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%8A%D8%A7%D8%AD%D9%8A/>

12. mta.gov.dz