

العنوان:

دور التكوين الفندقي للمورد البشري في

التنمية السياحية

دراسة ميدانية بفندق بارادي بالاس - الطارف -

- تخصص تنمية وتسيير الموارد البشرية

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر

إشراف الأستاذة :

عيادي نادية

من إعداد الطالبة :

• عبيد إيمان

لجنة المناقشة

الجامعة	الصفة	الرتبة	الأستاذة
جامعة الطارف	رئيسا	أستاذة مساعدة أ	1 - معاوي سامية
جامعة الطارف	عضوا مناقشا	أستاذة مساعدة أ	2 - مذكور رشيدة
جامعة الطارف	مشرف	أستاذة محاضرة أ	3 - عيادي نادية

السنة الجامعية: 2018/2017

دعاء

اللهم أرزقنا حسن التوكل عليك يا أرحم الراحمين

ودواء السعي إلى رضاك وجنبنا وسواس الشيطان،

وهي لنا حقيقة الإيمان، وأرزقنا الخير والحلال،

إني أسألك علما نافعا ورزقا واسعا، وقلبا خاشعا ونورا ساطعا وذرية

صالحة وهناء من كل داء.

اللهم ارحمنا برحمتك وأسكننا الجنة مع الصالحين

اللهم زدنا حبا إليك وإلى نبينا محمد ﷺ.

شكر

الحمد لله عز وجل أولاً أشكره على عظيم نعمته والصلاة والسلام

على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه وسلم.

يسرني أن أتقدم بخالص الشكر وعظيم التقدير والإمتنان إلى

الدكتورة "عيادي نادية" التي شرفتني بقبولها المتابعة والإشراف

على هذه الرسالة وصبره طوال مدى إنجاز العمل.



الملخص بالعربية

أصبحت السياحة من أهم قطاعات التي بدورها توفر مناصب الشغل للكثير من دول العالم والتي حققت الدول النامية نمو متسارعا إعتبارا من العقود الثلاثة الأخيرة الثلاثة الماضية.

كما هدفت الدراسة إلى دور التكوين الفندقي للمورد البشري في التنمية السياحية ومعرفة العلاقة بين التكوين الفندقي والتنمية السياحية في فندق بارادي بالاس حيث استخدمت في هذه الدراسة المنهج الوصفي وتم إختبار عينة الدراسة- عينة المسح الشامل وذلك لصغر حجم العينة في فندق بارادي بالاس و تم بناء إستمارة البحث مكونة من 22 سؤالاً نظم 3 محاور رئيسية.

من خلال هذه الدراسة توصلت إلى بعض النتائج:

التكوين الفندقي ملائم مع طبيعة الوظيفة وأن معظم العاملين في الفندق نساء وهذا راجع لحب المرأة لهذه العمل وأن التكوين الفندقي للمورد البشري له تأثير قوي على من لم يتلقى تكويناً، زيادة المهارات بعد التكوين الفندقي.

Abstract :

Tourism has become one of the most important sectors, which in turn provide job opportunities to many countries in the world, which have achieved rapid growth in developing countries from the last three to three decades. The study also aimed at the role of hotel training for the human resource in tourism development and the relationship between hotel training and tourism development in Paradi Palace Hotel. The descriptive method was used in this study. The sample of the study was examined. Consisting of 22 questions that organized 3 main axes

Through this study, I found some results: Hotel accommodation is suitable for the nature of the job and most of the employees in the hotel are women. This is due to the woman's love for this work and that the hotel training of the human resource has a strong effect on those who did not receive the training.

فهرس الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	صفحة
01	يوضح واقع تطورات المؤسسات الفندقية في الجزائر لفترة 2013-	35
02	يمثل المراكز التكوينية الفندقية والسياحية	42
03	مزايا وسلبيات الخدمة الفندقية	61
04	يمثل تطور عدد السياح العالمي	80
05	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس	98
06	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب السن	99
07	يبين الخبرة المهنية لمجتمع الدراسة	100
08	يبين توزيع عينة الدراسة حسب متغير الحالة الاجتماعية	101
09	يبين المستوى التعليمي لمجتمع الدراسة	102
10	أهمية التكوين الفندقي في عينة الدراسة	103
11	مناسبة مدة التكوين الفندقي في تطوير المهارات	104
12	أهمية التكوين في المؤسسة	105
13	مدة التكوين الفندقي	106
14	ملائمة التكوين الفندقي مع الوظيفة	107
15	المشاركة في البرامج التكوينية الفندقية	108

109	المهارات التي إكسبها من التكوين الفندقي	16
110	التكوين الفندقي في عامل للترقية	17
111	أساس التكوين الفندقي	18
112	عدم تلقي التكوين الفندقي يؤثر على تنمية مهاراتك	19
113	تأثير التكوين الفندقي على المتكويين	20
114	علاقة التمويل الفندقي بالمستوى المهني	21
115	العراقيل الموجودة في التكوين الفندقي	22
116	تزايد المهارات بعد التكوين	23
117	النتائج المحققة من التكوين الفندقي	24
118	الشيء التي يلفت إنتباه المتكون أثناء التكوين الفندقي	25

مقدمة

مقدمة:

تعتبر السياحة من المجالات الاقتصادية الحيوية للكثير من الدول سواء كانت النامية أو المتقدمة وهذا حال الجزائر، كما يلعب الفرد فيها الدور أكبر من خلال وعيه المستمر النابع من ثقافته السياحية.

ولقد زاد الاهتمام في الفترة الأخيرة بمجال (التكوين) في إلى الفنادق والسياحة أين إهتمت الدولة بالتكوين في هذا القطاع مما زاد في فرص عمل جديد ودعم رصيد ميزان المدفوعات ومن ثم المساهمة في التنمية السياحية فضاة السياحة تبدأ بتكوينها لمواردها البشرية وكيفية تعامل هذا المورد مع متطلبات العمل السياحي وذلك بسعي الدولة لتسخير السبل وكل الوسائل والتقنيات الحديثة لتقديم تسهيلات تدعمها بالتشريعات اللازمة لتكثف تحقيق الأهداف المرجوة في تطوير قطاعها السياحي والمتتبع للبيانات بالسياحة العالمية بنوعيتها الداخلية والخارجية.

وكما يحقق التكوين المورد البشري في مجال الفنادق بإتباع خطط واستراتيجيات ناجحة يعمل بها من أجل تطوير التنمية السياحية والوصول بها إلى درجة الرضى فضاة السياحة أصبحت واحدة من بين أكبر الصناعات في العالم إن لم تكن أكبرها على الإطلاق.

كما يسعى التكوين الفندقي للمورد البشري إلى زيادة المهارات والخبرات لهذا المورد في هذا المجال مما يؤدي إلى فوائد لمنظمات الأعمال وغيرها.

وقد تطرقت في هذه الدراسة إلى جانبيين النظري والميداني ويتضمن فصول وهي:

الفصل الأول: ويتضمن: الإشكالية، أسباب إختيار موضوع أهداف الدراسة، أهمية الدراسة،

تحديد المصطلحات، والدراسات السابقة.

والفصل الثاني: ويتضمن: التكوين الفندقي والتنمية السياحية مبادئ التكوين، أهداف التكوين،

والجزء الثاني تناولنا عناصر التنمية السياحية، مبادئ التنمية السياحية، محدياتها أشكالها،

أهدافها، مكانة السياحة في الاقتصاد العالمي، مستخدمو خدمات التنمية السياحية ودور التنمية

السياحية في تحقيق التنمية الشاملة.

والفصل الثالث: تمحور في المعالجة الميدانية للدراسة، منها مجالات الدراسة، المجال

الجغرافي والزمني والبشري، أدوات جمع البيانات، الملاحظة والاستمارة، عرض البيانات

الميدانية، مناقشة النتائج الميدانية، خاتمة.

الفصل الأول
البناء الإشكالي والمنهجي
للدراصة

الفصل الأول: البناء الإشكالي والمنهجي للدراسة

أولاً: الإشكالية

ثانياً: أهمية الدراسة

ثالثاً: أهداف الدراسة

رابعاً: أسباب إختيار الموضوع

خامساً: مفاهيم الدراسة

سادساً: الدراسات السابقة

أولا/الإشكالية

تهتم المؤسسة بالتكوين لان ما ينفق فيه يمثل استثمار في المورد البشري قد يكون له عائد يظهر في شكل زيادة الإنتاجية الكلية وعليه نحاول تحديد ماهية التكوين، كما يد التكوين بأنواعه المختلفة من مقومات التنمية الاجتماعية التي أصبحت متطلبا ر حضاريا في عصرنا الحاضر، والتنمية الاجتماعية تتطلب إعداد أفراد المجتمع لأخذ بأسباب التطور الحضاري، فالتكوين هو تلك الجهود الهادفة التي تزود الموظف بالمعلومات والمعارف التي تكسبه مهارة في أداء العمل أو التنمية وتطوير ما لديه من مهارات ومعارف وخبرات مما يزيد من كفاءته في أداء عمله الحالي أو بعده لأداء أعمال ذات مستوى أعلى في المستقبل.

أما التكوين الفندقي فهو تخطيط شامل وكذا مؤسسة خدمية تهدف إلى تقديم خدمات الإيواء ووجبات الطعام والخدمات الأخرى كذلك تأطير ظروف الملائمة للإنسان وهو منظمة توفر جميع ضروريات وحاجات الإنسان معا بسعر معين.

يلعب التكوين الفندقي دورا مهما في ترقية السياحة في الجزائر مما ينعكس على خدمة السائح لذلك توفر الدولة الجزائرية أهمية كبيرة لهذا التكوين وذلك من خلال إنشاء عدة مدارس متخصصة عبر التراب الوطني بالإضافة إلى الملتقيات العلمية التي تتعقد سنويا بالجامعات الجزائرية من اجل الرقي بالمنتوج السياحي الجزائري الى مصاف منتوجات الدول المجاورة والتي تتميز بنفس خصائص المنتج السياحي الجزائري، كما تصنف الجزائر من الدول التي تملك إمكانيات ومقومات تاريخية وبشرية وطبيعية تخولها لان تكون من أهم الدول السياحية .

كما تعد السياحة عملية متكاملة معرفيا ومهاراتية وعلى الدولة ومؤسساتها إن يهتموا بالسياحة لدفع عجلة التنمية من خلال مشاركة الهيئات والمؤسسات في تنفيذ برامج سياحية قصد تحسين مهارات

وأداء الموارد البشرية فهي ضرورة قصوى من أجل تهيئة كافة الظروف بهدف التنمية السياحية الحقيقية للجزائر وبالتالي فإن تكوين الموارد البشرية في القطاع السياحي هو أحد المحاور الرئيسية للإستراتيجية التي اعتمدها الحكومة، لضمان وجود إطار أفضل لإدارة وتسيير النشاطات السياحية والتي تعتبر واحدة من الأدوات الرئيسية في أي وجهة سياحية.

بالنسبة لمعظم المؤسسات الفندقية ومهما كانت طبيعة إدارتها دوليا فإن تطوير الكفاءات التنظيمية المكثفة مع النشاط الدولي تعد مهمة جدا فإن كان يبدأ بديها أن الفنادق والتي ترغب في التدويل، فإن واقع الفندق في هذا الإطار يمكن تبني سياسات إدماج وتنسيق محلي وعالمي وفي نفس الوقت إن تثبت جدارتها ومرونتها في التجديد وحرية تنقل الأفكار عبر الحدود كما تعتمد مؤسسات الفندقية من خلال إعادة تركيب الموارد البشرية على مجموعة من الآيات ، فتعتبر إشكالية التكوين الفندقي هي أكثر تأثيرا مما استوجب إعادة النظر في تنظيم الأجهزة الإدارية وهي طريقة اكتساب العاملين المهارات الجيدة التي يتطلبها برامج الإصلاح والتطوير وعلى ضوء ما سبق يمكن من خلال هذه الإشكالية يمكن طرح الإشكال التالي :

ما مدى مساهمة التكوين الفندقي للمورد البشري في تحقيق التنمية السياحية ؟

من خلال هذه الاشكالية نطرح الاسئلة الفرعية التالية:

- ما هو واقع التكوين في الجزائر؟

- كيف يساهم التكوين الفندقي للمورد البشري في تحقيق التنمية السياحية؟

ثانيا/أهمية الدراسة:

1. إبراز واقع التكوين في الجزائر لقطاع السياحة والفندقة .
2. الربط بين الدور الذي يلعبه التكوين المورد البشري في مجال الفندقة والتعرف على مدى مساهمته في التنمية السياحية .
3. الكشف على واقع التكوين ومساهمته في التنمية السياحية .

ثالثا/أهداف الدراسة

1. تهدف هذه الدراسة إلى تعريف التكوين الفندقي للمورد البشري
2. تبيان المعالم والعناصر الأساسية للتكوين الفندقي والتنمية السياحية وكيف يلعب التكوين الفندقي للمورد البشري دورا مهما في تحقيق تنمية سياحية

رابعا/أسباب اختيار الموضوع

يلعب التكوين الفندقي للموارد البشري دورا محوريا في الاقتصاديات الحديثة رغم الإمكانيات القليلة في هذا المجال وكذا اهتمام الجزائر بالقطاع السياحي في ظل مخطط توجيهي ومن خلال وضع خطة لتطوير المنتج السياحي لهيئة السياحة آفاق 2025

كما تنوعت أسباب اختيارنا لهذا الموضوع بين أسباب موضوعية وأخرى ذاتية نذكر منها المساهمة في ترويج السياحة الجزائرية سواء على المستوى المحلي أو الدولي، كذلك تتمين الاهتمام بالسياحة الجزائرية ومدى تأثيرها على جميع مجالات الحياة ومساندة المسؤولين في تكوين رؤيا علمية لتبني أفكار جديدة والمشاركة في البحوث التي تسعى إلى إثراء هذا القطاع كذلك ميولي إلى دراسة هذا الموضوع رغم المراجع فيه وميولي الشخصي لهذا الجانب السياحي.

خامسا/مفاهيم الدراسة

مفهوم التكوين : هو تلك الجهود الهادفة التي تزود الموظف بالمعلومات والمعارف التي تكسبه مهارة في أداء العمل أو تنمية مهارة في أداء العمل أو تنمية وتطوير ما لديه مهارات ومعارف وخبرات مما يزيد من كفاءته في العمل الحالي أو بعده لأداء عمل ذات مستوى اعلي في المستقبل¹

-**يعرفه سيكولي sekoli :** بأنه مجموعة العمليات والوسائل والطرق التي يستند عليها العمال لتحسين معارفهم وسلوكهم ومواقفهم وكذا قدراتهم الذهنية الضرورية للوصول إلى أهداف المؤسسة²

- **أيضا يعرف:** على أنه حق العمال ويخص أكثر تطوراتهم وترقيتهم (الذهنية) الاجتماعية والتكوين قبل كل شيء هو (مؤسسة) وسيلة للمؤسسة من أجل تكييف المورد البشري مع التطور التقني .

- **يعرفه محمد قاسم :** هو زيادة المهارات والمعرفة المحددة في مجالات معينة وكذلك زيادة وعي المتكويين بأهداف المؤسسة.³

-**يعرفه عبد الباقي :** أنه نشاط مخطط يهدف إلى تزويد الأفراد بمجموعة من المعلومات والمهارات التي تؤدي إلى زيادة معدلات أداء الأفراد في عملهم⁴

يمكن القول أن التكوين عبارة عن زيادة في إنتاجية المورد البشري في المؤسسة وفق لما يتضمن من قدراته ورغباته الإنتاجية في تلك المؤسسة.

¹ سيد محمد جاد الرب: إدارة الموارد البشرية: مدخل استراتيجي، مصر، 2009، ص336.

² محمد قاسم: إدارة الأفراد ، دار الشروق، عمان ،الأردن ، ط1، 1990، ص50.

³ مصطفى نجيب: إدارة الموارد البشرية، دار الشروق الأردن ، ط5، 2005، ص3، ص230.

⁴ فيصل حسونة: إدارة الموارد البشرية ، دار أسامة للنشر، عمان ،الأردن، 2007، ص147.

الفندقة: واحد من أهم العمليات لقطاع السياحة وتحقيق عملياتها داخل هذا القطاع السياحي، وطريقة

بناءها يعتمد بشكل كبير على العرض المتكامل في المناطق السياحية، والراحة والتنوع توفرها هذه

البنية تؤثر بشكل إيجابي على درجة نيل رضي السواح¹

الفندق: هو مؤسسة خدمية تهدف إلى تقديم خدمات الإيواء ووجبات الطعام والشراب وخدمات

أخرى، كالتسليية والترفيه على الجمهور المستهدف ويجب على إدارة الفندق إن الفندق إن تخلف علاقات

طيبة مع زبائنها وتهيئة كوادر فنية مؤهلة قادرة على تقييم الخدمات

-في اللغة لفظ كلمة فندق إلى كلمة فنديقية **Pandohioi** وتعني مكان الإيواء لتوفير المأوى

والمأكل، والخدمة مدة معينة لقاء اجر معلوم فكلمة **pandohioi** أجري عليها تحريف باستبدال

الحرف **p** بالحرف **f** لتصبح **fondohioi**.²

-يعرف **فرايبيل جوتي**: الفندقة خدمات تهدف إلى تأطير ظروف الملائمة للإنسان، النوم، الطعام، وانه

منظمة توفر الإقامة والطعام، وانه منظمة توفو الإقامة والطعام إلى الضيوف مقابل سعر معين³. يمكن

أن نعرف أن الفندقة وحدة اقتصادية خدمتية وكذلك اجتماعية وفنية

تعريف المورد البشري: هي القوى العاملة لبلد ما والتي تشكل من مجموع من السكان في سن العمل

سواء كانوا يعملون أو يبحثون عن عمل وإدارة الموارد البشرية هي إحدى الوظائف الأساسية في

المنظمة ولها أهمية في الإدارة باعتبارها المورد البشري هو العنصر التحكم والمسير في المنظمة.¹

¹ - مروان محسن الفندقة إدارة واقتصاد، دار المجلاوي للنشر، عمان، الاردن، 2003، ص20.

² نوال دمام: **إسهامات السياحة الداخلية**، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، 2010، ص50.

³ موسى سويدان: **التسويق مفاهيم معاصرة**، دار وائل للنشر، عمان، 2003، ص24.

¹ نوري منير: **تسيير الموارد البشرية**، دار وائل للنشر، ط1، 2010، ص50.

-يعرف أيضا :على أنه لاعب إستراتيجي في إدارة المنظمة وصياغة إستراتيجياتها المختلفة ،تفكير عالميا،وتعمل محليا،تستوعب المتغيرات المالية في الأسواق الدولية،وتعتبر إدارة الموارد البشرية من أهم وظائف الادرة،لتركيزها على العنصر البشري والذي يعتبر أثمن مورد لدى الإدارة وأكثر تأثير في الإنتاجية على الإطلاق.²

-يعرف أيضا :المورد البشري على انه أثمن مورد والأكثر تأثيرا على الإنتاجية،ويساهم في تحقيق التشغيل الكاملة تعني باختصار الاستغلال الأمثل للعنصر البشري المتوفر والمتوقع حيث أن مدى كفاءة وقدراته وخبرات هذا العنصر وحماسه للعمل.³

يمكن أن نستنج أن المورد البشري هو الركيزة الأساسية التي تبنى عليها أي إدارة أو أي قطاع فهو سبب في نجاح أي مؤسسة أو خسارتها في نفس الوقت.

التنمية السياحية : توفير التسهيلات والخدمات لإشباع حاجات ورغبات السياح وتشمل كذلك بعض التأثيرات السياحية مثل إيجاد فرص عمل جديدة ودخول جديدة،وتشمل جميع الجوانب المتعلقة بأنماط المكانية للعرض ولجلب السياحيين والتوزيع الجغرافي للمنتجات السياحية،التدفق،والحركة السياحية تأثيرات السياحية المختلفة.⁴

-تعرف أيضا على انها الارتقاء والتوسيع بالخدمات السياحية واحتياجاتها وتتطلب تتدخل التخطيط السياحي باعتباره أسلوبا علميا يستهدف تحقيق أكبر معدل ممكن للنمو السياحي بأقل تكلفة وفي اقرب وقت.

² إسماعيل هاشم: تنمية الموارد البشرية، دار الفجر للنشر، 2007 ص 89.

³ مأمون السعدي : الموارد البشرية ،الأردن ،عمان ،1991 ص 83.

⁴ مروان السكر :الاقتصاد السياحي ،دار جلاوي ،الأردن ،1999،ص 30 .

السياحة يعرفها: هوتزكينز **H unziker** بأنها مجموعة العلاقات والظواهر التي تترتب على سفر وعلى إقامة مؤقتة لشخص خارج مكان إقامته الاعتيادية طالما إن هذه الإقامة مؤقتة لا تتحول إلى إقامة دائمة وطالما لا ترتبط هذه الإقامة بنشاط تدريجيا لهذا الأجنبي.¹

يمكن القول إن عملية التنمية السياحية هي عبارة عن علاقة اجتماعية تتعلق بتنمية العلاقات الإنسانية والثقافية بين مختلف شعوب العالم.

تعريف إجرائي

التكوين الفندقي: هو مجموعة الاعمال والجهود الهادفة التي تزود الموظف بالمهارات والمعارف التي تكسبه مهارة عن أداء العمل، وهي عبارة عن أنشطة غير ملموسة بقصد إحداث تبادل ومصممة لتقديم وإشباع رغبة وحاجة الضيف.

سادسا/الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى:

دراسة العايب لحسن سنة (2008-2009) حول دور الترويج الفندقي في تحسين الخدمات الفندقية¹

¹ عبد السميع حسين: التسويق السياحي وأصوله، جامعة حلوان، القاهرة، 1992، ص 102.

- تمركزت إشكالية الدراسة حول ما هو الدور الذي يلعبه الدور الترويج والتسويق الفندقي؟ وفيما يتجلى أهمية؟ والتساؤلات هي هل يدرك القائمون عن المنظمة الفندقية المفاهيم الأساسية للتسويق الفندقي

- ما هو واقع الترويج الفندقي في المنظمة الفندقية؟

- اعتمدت الدراسة على بعض الفنادق كما تمثلت اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي يتمثل في مجموع العملاء الزائرون للفندق الأكثر ارتيادا فيه وكانت حجم العينة عن طريق أخذ نسبة 30% من حجم المجتمع محل الدراسة واستخدام الباحث في بحثه هذا بعض أساليب الإحصائية باستخدام التكرارات والنسبة المئوية ووصف شامل لبيانات العينة من حيث الخصائص درجة التأيد ودرجة الرفض.

كما توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الترويج الفندقي والخدمات الفندقية.
- أيضا خصائص المعرفة بالفندق والتعاملات السابقة.

الدراسة الثانية: دراسة لعلاوي عمر جلال الدين حول "التكوين والثقافة السياحية في المؤسسات

الفندقية الجزائرية، رسالة دكتوراه في المدرسة العليا للتجارة².

تمحورت مشكلة الدراسة في السؤال الرئيسي التالي ما مدى مساهمة التكوين السياحي في اكتساب التنمية السياحية في المؤسسات الفندقية الجزائرية؟

¹- لعاب لحسن: دور الترويج الفندقي في تحسين الخدمات الفندقية، رسالة ماجستير، 2008-2009.

²- لعلاوي عمر جلال الدين: التكوين والثقافة السياحية، رسالة دكتوراه، المدرسة العليا للتجارة، الجزائر، 2012.

اعتمدت الدراسة على بعض من فنادق الجزائر العاصمة تمثلت أدوات الدراسة المعتمدة في الاختيار للمعالجة الإحصائية من خلال استخدام الطرق الكمية لجمع البيانات من مصادر الأولية وتحليلها إحصائيا لوصف الظاهرة ثم تحديد العلاقة بين المتغيرين وتمت هذه الدراسة بأخذ عينة عشوائية متكونة من عمال الفنادق بالجزائر العاصمة من مختلف الطبقات من ثم تحليل النتائج بالطريقة الإحصائية ثم استخدام منهج الإحصاء الاستدلالي لتحديد معاملات الارتباط بين متغيرات الدراسة وصولا إلى اختيار الفرضيات.

كما توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الثقة بين التكوين السياحي والثقافة السياحية.
- لا توجد علاقة وقبول الفرض البديل يوجد دلالة إحصائية بين التكوين السياحي والثقافة السياحة.

الدراسة الثالثة:

دراسة عبد الأمير عبد كاظم حول "دور التدريب في إعداد الموارد البشرية السياحية المتخصصة وتأثيره على مستوى الخدمات" رسالة ماجستير جامعة الكوفة كلية الإدارة والاقتصادية

- تمحورت مشكلة الدراسة على مجموعة من فنادق الدرجة الأولى في مدينة بغداد وركزت

على مستوى العاملين فيها والأقسام التي تقدم الخدمات لضيوفها.

اعتمدت دراسة الباحث على عملية جمع المعلومات على عدد من المعلومات على عدد من

الأدوات الاستطلاع الأولى لحقل صناعة الفنادق والمقابلات استهدفت برنامج المقابلات تغطية

موضوع البعث، صممت بالاعتماد على المقاس التي اعتمدها الباحث وثم قياس آراء العينة طابقاً

لمقياس الثلاثي.

كما توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- عدم تشريع التوظيف السياحي باتجاه تحفيز القدرات الفندقية.
- عدم الاهتمام بموضوع التكامل بين المؤسسات التعليمية وهيئات وزارة السياحة.
- ضعف المراكز التدريبية المتخصصة.

تعقيب:

جاءت الدراسات السابقة التي تم التطرق إليها بتقديم لنا صورة واضحة عن مميزات واقع الفندقة والتنمية السياحية في الجزائر كما ركزت هذه الدراسات على جانب واحد وهو الجانب النظري وأهملت الجانب التطبيقي وهذا ما يميز دراستهم عن دراستنا والتي تناولت دور التكوين الفندقي للمورد البشري في التنمية الساحية.

اعتمدت الدراسات السابقة على دراسة حالة والعينة العشوائية أما دراستنا فقد اعتمدت على المنهج الوصفي واختيار دراسة العينة بطريقة المسح الشامل.

تناولت الدراسات السابقة الخدمة الفندقية والسياحية من وجهة نظر مختلفة أما دراستنا تناولت التكوين الفندقي والتنمية السياحية.

الفصل الثاني
التكوين الفندقي

الفصل الثاني: التكوين الفندقي

تمهيد

1. مبادئ التكوين
2. أهداف التكوين
3. المور البشري والتكوين
4. مخطط واستراتيجية التكوين الفندقي للمور البشري
5. نشأة وتتطور الفندقة
6. خصائص ومميزات الصناعة الفندقية
7. أهمية العنصر البشري في الخدمة الفندقية
8. النشاط والمنشأة الفندقية وخصائصها
9. الوظائف الفندقية وسيرورة توظيفها
10. آليات ومتطلبات المور البشرية الفندقية
11. أهمية الفندقة ومرافق الطعام في السياحة بالنسبة
لاقتصاد الدولة و.....
12. مزايا وسلبيات الخدمة الفندقية واسس تقيمتها
13. جهود تنمية المور البشرية في مجال الفندقة.
14. المشاريع المستقبلية في مجال الفندقة.

تمهيد

تعد المنظمات الفندقية التكوينية واحدة من أهم عوامل الجذب السياحي التي أصبحت تستقطب العديد من الاستثمارات في مختلف دول العالم مما يعني أن قضية المنافسة تحض بأهمية بالغة من قبل القائمين على هذا القطاع باعتبار أن الخدمة الفندقية ذات النوعية العالمية ومنافذ التوزيع المناسب تشكل عاملا أساسيا في امتلاك الميزة التنافسية لصناعة السياحة من أكثر الصناعات نموافي العالم وفي الوقت الحاضر وقد احتلت مكانة متقدمة في دول العالم التي تتمتع بمواقع سياحية فقد اعتمدت معظم الدول على تكوين عالي لضمان تحقيق تنمي ة اقتصادية كذا القطاع السياحي والفندقي لذلك في السنوات الأخيرة تولي أهمية خاصة لإعادة إصلاح القطاع السياحي وتطويره باعتباره احد متطلبات التنمية المستدامة.

1- مبادئ التكوين

لقد توصلت الأبحاث والدراسات الموسعة حول التكوين مجموعة من المبادئ أهمها:

1. التكوين عملية شاملة ومستمرة.
2. التكوين عملية مخططة تتكون من عمليات فرعية مترابطة
3. التكوين يجب أن يكون ذا معنى للمشاركين
4. ينبغي أن يستند إلى نظريات العلوم السلوكية
5. يجب أيضا أن يراعي مبادئ الكفاءة والفعالية
6. التكوين يجب أن يكون متجددا دوما
7. أيضا يجب أن يتكامل مع الإشارات الإدارية والبحوث الإدارية
8. التكوين جزء من التنمية وكذلك الإدارية¹

يعتبر التكوين الركيزة الأساسية في المورد البشري من خلاله يعرف المورد العامل مهاراته وكفاءته في تقدير عمله داخل المؤسسة.

¹ الباري إبراهيم: إدارة الموارد البشرية، دار وائل للطباعة والنشر، 2008، ص 309.

2- أهداف التكوين

-تخفيض العبء عن المشرفين.

-تحقيق المرونة والاستقرار في التنظيم.

تخفيض تكاليف صيانة الآلات وإصلاحها .

تخفيض حوادث العمل .

التقليل من نسبة العادم أو التلف .

المساهمة في حل مشاكل العمل ومعالجتها.

زيادة الكفاءة الإنتاجية .

الزيادة في تحقيق الأرباح.

زيادة القدرة التنافسية للمؤسسة .

رفع معنويات الأفراد¹

الأهداف العامة هي العامل المشترك لكل أنواع التكوين في تصميم البرامج التكوينية وترتيب

خطواته وتفصيله اللازمة.

¹ الباري إبراهيم: مرجع سابق ،ص 310.

3-المورد البشري والتكوين

يعد تكوين وتدريب المورد البشري في العملية السياحية ويتم هذا من خلال:

*إعادة النظر في البرامج التكوينية بغرض تكيفها مع تطوير احتياجات وتقنيات الحديثة لتسيير النشاط والخدمة السياحية.

*اقتناء دعامة بيولوجية عصرية وإعادة تأهيل سلك الأساتذة

*تأسيس شهادة بكالوريا في السياحة،قصد ضمان توفير مهنيين مختصين ومسيرين في ميدان السياحة.

*الحث على إنشاء مراكز جديدة للتكوين لمواجهة صلب المتوقع.

*تكثيف البرامج التكوينية

*فتح فروع الاقتصاد السياحي بالخدمة مع توسيعه إلى ما بعد التدرج

-كما يتطلب النهوض بالتنمية السياحية في جميع دول العالم وخاصة الدول في العالم الثالث

وخاصة الجزائر .بإعطاء تنمية والعناية بالمورد البشري وتكوينه في المجال السياحي.

ومن الضروري تطوير مهارات التنمية البشرية مع متطلبات العمل السياحي ومنه يتخذ إجراءات

هذا المجال ذات الأولوية كما يجب.¹

¹ عصام أحمد السعيد : المنظمات الفندقية ،الإسكندرية ،2004 ،ص 57.

-تحديد الاحتياجات التكوينية للفاعلين في القطاع السياحي: وهذا بإطلاق برامج تكوينية مع

جميع الأطراف المعنية بغية الحصول على منتج سياحي ذو جودة لان السياحة في المقام الأول

تتطلب موارد بشرية مؤهلة نسهر على تقديم خدمات عالية الجودة للعملاء

-إنشاء قاعدة بيانات للمورد البشري في قطاع السياحة: ومن خلال إذا سوف تستهدف

الجمهور حسب مستوى المهارة ومستوى الكفاءة تسمح بخلق برامج لرفع مستوى جميع فئات

العاملين داخل القطاع

-تطوير الوظائف في مجال الفندقي والسياحي: وذلك بهدف فتح فروع جديدة في مؤسسات التكوين

وكذلك تلك التي تندرج في قطاع التكوين المهني العام والخاص والتي يكون لها تأثير في تطوير

مفهوم الخدمة السياحية في ممارسة وظيفة تتعلق بعملاء السياحيين وإعطاء الاهتمام الكامل بفروع

الخاصة بالتكوين السياحي.

- وظيفة التكوين ونشاط نظام التكوين :تعزيز مؤسسات التكوين بواسطة بنية تحتية جديدة تتوفر

على جميع المرافق الضرورية والمنتجة لكل المجاسير الدولية للتكوين في مجال الفنادق والسياحة

نظرا لمستوى التتبع التي آلت إليه مؤسسات التكوين¹.

يمكن القول أن نظام التكوين يتم فيه بعض الشروط للمورد البشري من الاحتياجات التكوينية وإنشاء

مجموعة قواعد بيانية تخص هذا المورد.

- التكوين والتعليم السياحي : يلعب التكوين السياحي دورا مهما في ترقية السياحة مما

ينعكس على خدمة السائح،لذلك تولى الدولة الجزائرية أهمية كبيرة للتكوين السياحي وذلك من خلال

1 عصام أحمد السعيدى : ،نفس المرجع ص58.

إنشاء مدارس متخصصة عبر التراب الوطني بالإضافة إلى الملتقيات العلمية التي تتعدد سنويا بالجامعات الجزائرية من أجل الرقي بالمنتج السياحي الجزائري إلى مصاف المنتوجات الدول المجاورة والتي تتميز بنفس خصائص المنتج السياحي الجزائري.

- **التكوين الفندقي والسياحي**: يفهم أن التكوين السياحي والفندقي هو سلسلة إجراءات علمية

متعاقبة ومعتمدة على خطة مدروسة تكسب العاملين تجربة وخبرة جديدة، كما يعتبر التدريب بأنه مجموعة من العمليات التي تكسب المهارة والمعرفة لغرض رفع مستوى العاملين بهذا القطاع، وهذه الخدمات هي خصوصية تأثير الموارد البشرية بشكل مباشر بعملية إنتاج وتقديم الخدمات فإن دور العنصر البشري فيه يختلف عن باقي القطاعات الاقتصادية سواء صناعة أو زراعة أو غيرها، فإن العامل البشري في هذه الصناعة هو العامل المهم فيها ولذلك توجب علينا وضع ورسم سياسات والبرامج التدريبية التي تؤكد كرم ضيافة وحسن استقباله للضيوف¹

كذلك عرفت المجلة العربية للسياحة والتكوين الفندقي على انه مجموعة من الأساليب التي تؤدي الى كسب العاملين في ميدان المعارف والمعلومات اللازمة التي تؤدي الى كسب العاملين في ميدان المعارف والخبرات والمهارات التي تجعلهم قادرين على القيام بأعمالهم بكفاءة ومهارة.

الجدول رقم 01: يوضح واقع تطورات المؤسسات الفندقية في الجزائر لفترة 2013-

¹ أبو هدى : الأهمية النسبية لقطاع السياحة في فلسطين ،المركز الفلسطيني للدراسات الإقليمية ،1997 ،ص

عدد الأسرة	عدد المؤسسات الفندقية	عدد الأسرة	عدد المؤسسات الفندقية	/
18613	65	18613	65	عمومي
744	1059	74313	1062	خاص
313	54	2006	42	الجماعات المحلية
311	07	3872	07	مختلطة
99605	11885	98804	1176	المجموع

المصدر: أبو هدى: مرجع سابق ، ص 20 .

من خلال هذا نستنتج أن فترة 2013-2014 تزايدت بدرجة من حيث عدد المؤسسات السياحية

كذلك من حيث عدد المؤسسات السياحية كذلك من حيث عدد العاملين في هذا القطاع¹

مدى تأثير التكوين السياحي في تنمية السياحة: في المجال السياحي يساهم في خلق الثقافة

السياحية لدى عمال المؤسسات السياحية فالعلاقة التي تربط بين التكوين السياحي و الثقافة

السياحية:

1 إدراك المدرسين في الجمعيات و المعاهد أهمية التي توفرها القطاع

2 دعم الطلبة للعمل في السياحة

3 تحسين السلوكيات تجاه السياح

4 الترويج للسلوكيات و الاحتفاظ و التطور الوظيفي

1 أبو مهدي: مرجع سابق ، ص 20

زيادة مستوى الاحتفاظ بالعاملين و خلق روح المبادرة و العمل الجماعي لتحسين العرض السياحي و العمل على ترغيب بالاستمرار في العمل في القطاع و إن العمل في القطاع السياحي بشكل قيمة اقتصادية و اجتماعية عالية في المجتمع و كذلك تقديم الدعم الكبير في السياحة من منافسة القطاعات الأخرى ، وهذا بدوره سوف يساعد في تطوير و تحسين الخدمات المقدمة.¹

إن البحث المستمر على تحسين التسهيلات للتكوين السياحي يلعب دور كبير في تحقيق الاستثمار في هذا القطاع.

تنمية الموارد البشرية السياحية و الفنادق: من أجل تطو الموارد البشرية في قطاع الفنادق

فلا بد من القيام ب:

- تطوير التعليم السياحي حيث يتم بناء قدرات و مهارات العاملين في قطاع السياحة عبر التعليم و التدريب و التأهيل لتوفير العامل المتميز بالوعي في أداء مهنته السياحية و تأدية احتياجات السوق العامة من العمالة الفندقية
- إيجاد تعليم فندقي يضمن مخرجات مطابقة المعايير الدولية
- زيادة فرص العمل السياحي و الفندقي المتاحة
- ضمان حقوق الوظيفة للعامل
- زيادة عدد الكوادر المؤهلة و المدربة للعامل في القطاع الفندقي
- توسيع الاستثمار في كفاءات و تحفيزهم على تطوير قدراتهم.²

من هنا نستنتج أن العامل الوحيد و الركيزة الأساسية التي تبني عليها قطاع السياحة

¹ خالد كواش :مقدمات ومؤشرات السياحة ،مجلة إقتصادية،شمال إفريقيا ،العدد الاول، 2004 .

² جريدة الخبر بتاريخ 2010/05/8.

والفندقة هو عنصر المورد البشري من خلال مؤهلاته و مهاراته يمكن رؤية عملية للمستقبل من خلال المهارات الجديدة التي يكتسبها المورد البشري التي تتضمنها الوقت الراهن من ثقافات تقنية جديدة.

4- مخطط واستراتيجية التكوين الفندقي للمورد البشري:

يعتبر تكوين العنصر البشري في تحقيق النوعية من أهم الآليات للنهوض بالتنمية السياحية باعتبار المستخدمين عنصرا أساسيا في جودة الخدمات المقدمة و يتحقق ذلك من خلال إصلاح منظومة التكوين في هذا القطاع و تكيفا مع الرغبات المستهلكين بإدخال تقنيات جديدة تخص: التسيير في برامج التكوين بالإضافة إلى الإعلام الآلي و مقياس النوعية و اللغات الأجنبية ويعتبر الاستثمار في العنصر البشري عنصرا مهما في عناصر ترقية النشاط الفندقي والسياحي، و يتوجب التركيز على الناحية الكمية و النوعية في عملية التكوين من اجل مواكبة المقتضيات الجديدة في السوق و الرفع من نوعية الخدمة السياحية المقدمة وتحسين نمط التحسين، و ذلك من اجل مجابهة المنافسة المفروضة على المنتجات سواء على المستوى الإقليمي او العالمي و قد اعطى النظام التكويني المتبع في السبعينيات نتائجه في تلك الفترة ، حيث ان الهدف المسطر آنذاك كان يدور حول ضمان التكوين الاولي في مختلف المستويات .

التكوين المتواصل في هذا المجال من اجل تحسين معلومات العمال و إعادة تأهيلهم، تم خلال تلك الفترة 6200 عنصرا.مكون من مختلف المستويات و هذا بسبب امتياز مجانية التكوين ، في ذلك

الوقت و بالتالي حقق الهدف الأول ، اما الهدف الثاني فقد لاقى معارضة كبيرة بسبب امتياز مجانية التكوين كعبء و ليس استثمار من اجل تحسين أداء التسيير و رفع نوعية الخدمات.¹

- إستراتيجية التكوين الفندقي:

وقد حددت ثلاث أهداف إستراتيجية للتكوين حسب المخطط و ذلك من اجل الوصول إلى

الاحترافية في القطاع السياحي و الفندقي و يمكن استخلاصه في ما يلي :

1 تحفيز القدرات التنظيمية ، الكفاءات و عمال التأطير في المدارس

2 تطوير البرامج البيداغوجية و تأهيل الماطرين البيداغوجيين داخل المدارس

3 تطوير وإعادة مقاييس الامتياز للترفيه و التكوين السياحي

كما يتضمن مخطط التكوين فتح مدارس جديدة و تحديد المدارس المطلوبة و فتح فروع جديدة

للتكوين في الميدان السياحي و الفندقي على مستوى مراكز التكوين المهني.²

هذه الاستراتيجيات وضعت لتحقيق جملة من الأهداف و الغايات .

¹ احمد الصباغ :صناعة الفنادق ،دار مالك للنشر والتوزيع ،ط1، 2005 ،ص 33.

²محمد أمين علي السيد :إدارة الفنادق ورفع كفاءتها الإنتاجية ،دار وائل للنشر والتوزيع ،عمان ،1998 ،ص99.

5-نشأة وتطور الفندقة

مرت الفنادق من الناحية التطور بعدة عصور يمكن تقسيمها إلى العصور القديمة،الوسطى والحديثة وذلك على النحو التالي:

أ/الفندقة في العصور القديمة

ظهرت الفندقة بادئ عند الإغريقين في أحضان العابد حيث كان الحجيج يتوافدون إلى أماكن العبادة لتقديم القرابين والفروض الدينية،ولذلك أنشأ الكهنة أماكن لاستضافتهم حول المعابد وكانوا يتقاضون أجرا مقابل الاستضافة.

وبعد اتساع رقعة الإمبراطورية الإغريقية ظهرت أماكن متخصصة وظيفتها إيواء التجار القادمين إلى العاصمة أيضا لاقت المدن الكبيرة والموانئ رواج مثل هذه الإمكان وذلك لتحقيق أغراض تجارية قد ظهرت نزلا مخصصة للاستضافة الرياضيين في بلدة "أولمبيا"

وعند الرومان أنشئت الخانات على مشارق المدن وداخلها على طول الذين يجدون فيها الإقامة والطعام والشراب والرقص والغناء حيث أنها كانت سيئة السمعة

أما في الشرق القديم لم يرد ذكر الفندقة نظرا لان الشعوب الشرقية كانت تمتاز بكرم الضيافة فقط كان ينزل ضيفا على أهلها ويجد الإقامة والمأكل والمشرب دون مقابل¹

1 محمد حافظ حجازي : المنظمات الفندقية ،الإسكندرية للطبع والنشر ،2001 ،ص393.

ب/ الفندقة في العصور الوسطى

اجتازت العيوب التي اتصفت بها الفنادق في العصور الوسطى يتلاشى والاختفاء وأصبحت الفنادق تحرر رائحة الضيف وتعمل على إرضائه وتقديم كافة الخدمات التي تشبع حاجاته ورغباته

انتقل الخان فندق كبير¹

الخان: هو عبارة عن نزل يتكون علاوة على طابقين يحتوي الأول على قاعدة كبيرة بالمدخل هي حالة الطعام والتي يوضع في وسطها مائدة كبيرة جدا ،وعلى جانبها مقاعد جماعية طويلة ،ومقاعد فردية وفي واجهة المدخل يوجد البار،وهناك أيضا الجزء المخصص للمطبخ

ويخص الطابق العلوي لغرف إقامة الزبائن ،وكان عدد الغرف لا يزيد في الغالب على خمس غرف بعضها سرير وبعضها الآخر بسريرين ،وكان الخان يدار بواسطة أصحابه فتوم زوجة حاجب الخان بطهي الطعام ويقوم الأبناء بأعمال الخدمة المطلوبة من إعداد وتهيئة الغرف إلى تقديم الطعام وخلاف ذلك من الخدمات²

الفندق: تحولت الكثير من القصور الكبيرة إلى فنادق وعليه ظهرت المداخل الكبيرة الدالة على الثراء والصالونات المتعددة الخدمة والحجرات المشعة المفروشة بأرقى الأثاث إلا أنها كانت تفتقد إلى الذوق السليم وانعدام الحسن الضيافي عند العاملين فيها¹

¹ محمد حافظ حجازي: المنظمات الفندقية، المرجع نفسه، ص393.

² ياسين الكحلي: إدارة الفنادق والقرى السياحية ،دار الدعاء للطبع والنشر،الاسكندرية ، 2008 ، ص 33.

ج-الفندقة في العصر الحديث

أخذت العيوب التي اتصفت لها الفنادق في العصور الوسطى بالتلاشي والإختفاء وأصبحت الفنادق تحرر رائحة الضيف وتعمل على إرخائه وتقديم كافة الخدمات التي تشبع حاجاته ورغباته الفندق: عند محاولة البحث والتعرف على جذور كلمة فندق كلمة نزل توجد كترجمة عربية للكلمة الأجنبية HOTEL.

تعريف الفندق: هناك تعاريف عدة للفندق منها .

-يعرف العرب الفندق بأنه بناية أو بيت كبير يتوفر على الإقامة والطعام والخدمات الأخرى للمسافرين وطالبي الإيواء

ويمكن تعريف الفندق بأنه مبنى عام ينشأ بغرض توفير الإقامة للزبائن وتقديم الأطعمة والمشروبات وخدمات أخرى مقابل أجر معين.

-أما باختصار تعريف الفندق هو "منطقة إدارية ذات سمات اقتصادية واجتماعية تقدم الضيافة في إطار القوانين المحلية للدول مقابل أجر محدد لضيف داخل بناء مصمم لهذا الغرض"¹

نستنتج أن الفندقة مرت عبر عصور لكل عصر كان له مفهومه وأبعاده الخاصة من حيث المفاهيم والمضمون ولكن يبقى هدفها واحد.

مؤسسات التكوين في المجال الفندقي والسياحي

¹ياسر الكحلي: إدارة الفنادق والقرى السياحية، مرجع سابق، ص ص 34-37.

هناك الكثير من المدارس العليا ومراكز التكوين المتخصصة في مجال الفندقة والسياحة ولها أكثر

من 10 سنوات خبرة وهي:

- المدرسة الوطنية العليا للسياحة :جامعة الجزائر
- المعهد الوطني للتقنيات الفندقية والسياحية :الجزائر العاصمة
- مركز الفندقة والسياحة بوسعادة

جدول رقم 02:يمثل المراكز التكوينية الفندقية والسياحية

المؤسسة	طاقة الاستيعاب	نوع الشهادة الممنوحة
معهد الفندقة والسياحة بوسعادة	300 مقعد	تقني في الاستقبال تقني في المطبخ
معهد الفندق بوسعادة	300 مقعد	تقني سامي في الاستقبال تقني سامي في الطبخ والحلويات إدارة الفندقة والسياحة
المدرسة الوطنية العليا للسياحة	100 مقعد	شهادة الليسانس في تسيير الفندقة والسياحة

إذا قرنا المؤسسات التكوينية الموجودة فنستطيع القول إن عدد هذه المؤسسات قليل جد ضف إلى

ذلك أن عدد المقاعد التي توّطرها هذه المؤسسات قليل ،وكلها موزعة على الناحية الشمالية للبلاد

-كان لابد من التوزيع الأمثل لهذه المؤسسات التكوينية وتوزيعها عبر كافة التراب الوطني نظرا لان السياحة تحتاج لمزيد من الموارد البشرية المؤهلة والقادرة على كسب رهان السياحة.

بالإضافة إلى أن المؤسسات المذكورة أعلاه والناشطة في المجال التكوين الفندقي والمجال السياحي.^{1 1}

-مراكز التكوين المهني والتعليم 55 مركز التكوين وتقديم شهادة CPA في الفروع المتخصصة في الفندقة.

-المعاهد الوطنية المتخصصة للتدريب والتكوين المهني :10 مقاعد للتكوين وتقديم شهادات شهادة تقني سامي في فروع الفندقة (فن الطبخ،المطاعم ،الإيواء ،الاستقبال ،إدارة الفندق ،دليل مرافق)²

من خلال مؤسسات التكوين في مجال الفندقة نستطيع القول أن نلبي وان تطور نوعا ما هذا المجال أو بالأحرى هذا القطاع حتى وان كانت هذه المؤسسات قليلة

6-خصائص الصناعات الفندقية

يتميز النشاط الفندقي بالصناعات التالية :

¹- إياد عبد الفتاح النصور : أسس الخدمات السياحية ،الدار الجامعة للنشر والتوزيع ،القاهرة ،2005 ،ص 60.

² إياد عبد الفتاح :أسس الخدمات السياحية ،نفس المرجع ص61

حساسية للأحداث السياسية التي تقع في دولة ما فتأثر بذلك على المنطقة ككل مثل الحروب

المستمرة في الشرق الأوسط

الخلافات بين الدول والتي تؤثر على نمو عملية السفر الى هذه المنطقة

حساسية للظروف الاقتصادية للدول المصدرة للسائحين، فالعملة القوية تمكن حاملها من الانفاق

بسخاء في الدول منخفضة العملة.

العنصر البشري فهو العنصر الأساسي في النشاط الفندقي، لأن الخدمة الفندقية تتم من خلال

التعامل المباشر مع النزلاء.

تعتبر الخدمة وتميز أسلوبها، من أساسيات النشاط الفندقي حيث يقاسمها، أمر نجاحها بمستوى

تقديمها ودرجة النزلاء عنها.

يتميز النشاط الفندقي بنظام الخدمة المستمرة أي العمل لمدة 24 ساعة يوميا و7 أيام في الأسبوع.

يتأثر النشاط الفندقي بالموسمية وهذا يتطلب الإعداد والتسويق لبرامج شاملة بأسعار منخفضة على

أوقات انخفاض الطلب¹.

الخدمة الفندقية تتميز بمجموعة من الصفات وهي التمييز في أسلوبها وإعدادها من حيث برامجها

-أهمية الصناعة الفندقية

تشير الإحصائيات والبحوث حول الفنادق قد زادت بنسبة متفاوتة نظرا لأهميتها في تنمية أفراد

المجتمع والاقتصاد الوطني، وذلك بتوفير الخدمات للأفراد والحصول على الإيرادات والعملة الصعبة

¹ خليل المساعد: تسويق الخدمات الفندقية، دار المناهج للنشر والتوزيع، ط1، عمان الأردن، 2006، ص20.

تأمين فرص العمل وتعليم وتدريب الأفراد العاملين في المجالات المختلفة وتنمية المناطق الجغرافية التي يتم إنشاؤها فيها تطوير الصناعات المرتبطة بها ويأتي في مايلي :

-تقديم الخدمات للأفراد :تعتبر الخدمات الفنادق في الوقت الحالي احد ملتزمات الحضارة الحديثة كمراكز اجتماعية وثقافية تلبي حاجات المجتمع وتقديم خدمات أخرى غير الإيواء مثل المأكولات والمشروبات والمطاعم المتخصصة،الحالات العامة ،تنظيف الملابس،النوادي الرياضية ،المسابح مجالات شراء البضائع ،خدمات معرفية وبريدية وهاتفية إضافة إلى سكرتارية ترجمة ...الخ

توفير فرص العمل :يعتبر مجال الفندق من أكبر مجالات توليد لفرص العمل لكونه مصدر هاماً للعملة الصعبة سواء العمال في مختلف النشاطات الاقتصادية المكتملة للفندق ،إما في مرحلة التجهيز ،بالأثاث والأرضيات والديكورات وأجهزة المطابخ والمصاعد ...إلخ

وفي مرحلة التشغيل التي يقوم بدورها باستخدام منتجات وخدمات المؤسسات الموردة لجميع أنواع الطعام والشراب المختلفة لتجهيزات الفندق¹.

تكوين العاملين في المجالات المختلفة للفندقة: إن معظم الفنادق تلعب دوراً هاماً في مجال تعليم الأفراد العاملين من مختلف الفئات وتدريبهم سواء إداريين،فنانين أو طلاب في المجالات الفندقية بغرض زيادتهم كفاءتهم وإلهامهم بالعمل بالعمل وتطوير مهاراتهم وترقيتهم للقيام بعملهم،على أكمل وجه بأحسن أسلوب وبأقل جهد وأقل تكلفة ممكنة ،وذلك باستخدام طرق التعليم والتدريب بواسطة المحاضرات والندوات،والتعليم والتدريب التطبيقي لما له من أهمية في اكتساب المهارات الإنسانية التي تلعب دوراً في نجاح أي فندق

¹ علي الروسان: العوامل المؤثرة في جودة الخدمة الفندقية ،الملتقى الدولي الثالث حول الجودة والتميز ،جامعة ،سكيكدة ،الجزائر،7-8 ماي 2007.

-فتمتية مهارات التعامل مع الناس سواء كانوا رؤساء او ضيوف تعتبر من العوامل المحددة لنجاح أي فندق ولنجاح أي فندق ولنجاح العمل داخل الفندق

تمتية المناطق الجغرافية التي يتم انشاؤها وتطوير الصناعات المرتبطة بها: تلعب الفنادق دورا هاما في تمتية المناطق الجغرافية التي يتم انشاؤها فيها فهي تعمل على تمتية البنية التحتية ،لتلك المنطقة في مجالات تسوق ،مطاعم،مقاهي ،شركات مختلفة الفريية منها حيث يتحسن عمالها ويزداد داخلها نتيجة لنسبة الانفاق العالية التي يدفعها ويصرفها السائح فيها ولكونها واقعة علة المنطقة الجغرافية التي يقع بها الفندق أن الفنادق تساهم في تطوير صناعات كثيرة ولازمة ومكاملة لنشاطها وهي صناعة الغزل والنسيج،أجهزة التكيف ،ومواد البناء والأطعمة¹

نستنتج أن لصناعة الفندقية أهمية بالغة في تقديم الخدمات وكذلك توفير فرص عمل وتكوين جيد في مختلف المجالات.

7-أهمية العنصر البشري في الخدمة الفندقية

يلعب العنصر البشري دورا هاما في أنشطة الحياة بصفة عامة والأنشطة السياحية والفندقية بصفة خاصة وذلك إن أهم ما يميز الخدمة في هذا المجال هو انه خدمة إنسانية أي ان الإنسان قاسم مشترك أعظم فيها لما له من جهد ملموس وبارز في سبيل القيام بها

العنصر البشري ربما كان هناك اتفاق على أن هذا العنصر اليوم هو العنصر الرئيسي في الإنتاج والخدمات بأعلى الموارد التي تحتاج ،الوسيلة والغاية في العملية الإنتاجية والخدمة.

ولذلك الاهتمام بالعنصر البشري من خلال الآتي:

¹ علي الروسان :مرجع سابق،ص9.

-الاختيار السليم من اجل الرجال تقديم الخدمات الفندقية للسائحين والزلاء (الحاصلين على مؤهل سياحي وفندقي)

-التدريب المستمر للعنصر البشري وتنمية مهاراته أثناء العمل أو من خلال الدورات التدريبية المتخصصة .

-تشجيع العاملين بمختلف الوسائل للاستثمار في العمل السياحي والفندقي

-العمل على حل المشكلات المختلفة التي تواجه مقدمي الخدمات الفندقية¹

-الخدمة المميزة هي المطعم وخدمة مساعدة تقديم إلى العميل وهذه الخدمات تقدم من خلال العمل

على جودة المنح وهي تبدأ بالتجهيز المميز.للطعام ثم تقدمه ساخن إذا كان الطعام يقدم ساخن أو بارد إذا كان الطعام يقدم بارد²

نستنتج أن كل ما يميز الخدمة الفنادق هو كيفية تعامل مع الزبون أو السائح وماهي التقنيات

التي من خلالها يمكن أن يتعامل بها العمال في هذا المجال

8-النشاط والمنشأة الفندقية وخصائصها

النشاط الفندقي: هو عبارة نشاط يتمثل في خدمات متنوعة يستلزم هذا النشاط أن يباشر الفندق

نشاطات إدارية ونشاطات مختلفة أخرى،لذى فالإدارة الفندقية تتميز عن باقي الإدارات الأخرى حيث

يعتبر نشاط متكامل ومتميز يتكون من مجموعة من الوظائف المتناسقة

والنشاط الفندقي يجمع بين عدة أقسام:

-أقسام لها اتصال مباشر بالمكاتب الأمامية والمطاعم.

¹ - محمد عطار :الفنادق الجزائرية ،w.w.w.wikipédia.com يوم 2018/03/06 16:51

² - محمد عطار :الفنادق الجزائرية ،w.w.w.wikipédia.com يوم 2018/03/06 16:51

- أقسام ليس لها اتصال مباشر بالمكاتب الأمامية والمطاعم ولكن خدماتها ضرورية و هامة للأقسام التي بها اتصال مباشر مثل أقسام الحسابات والمشروبات والمطبخ وغيرها من الأقسام الفندقية ،كما أن النشاط الفندقي طبيعية وخصائص تميز عن غيره من الأنشطة ،فهو يتمتع بمجموعة من المميزات أهمها:

-**الابتكار:** يمكن الموظف أن يبتكر ويطور من المنتجات والخدمات الفندقية¹

- **الترقى:** ويعني التدرج في السلم الوظيفي وممارسة الأعمال الإدارية المتنوعة

- **الإنجاز:** وهو أداء الأعمال على أكمل وجه وتحقيق رضا الضيف

- **الإشراف:** يتعلم الموظف كيفية متابعة وتقييم الأعمال المختلف

-**التنوع:** ليس هناك عمل روتيني وإنما تنوع في المهام في حدود كل وظيفة حيث يرى المختصون

في الميدان الفندقي والسياحي أن الإدارة الفندقية هي عملية متميزة تتكون من مجموعة من

الوظائف في الفندق لتحقيق الأهداف المحددة منها،التخطيط،التنظيم،التوجيه،الرقابة،..الخ²

من خلال هذا يمكن أن نستنتج أن الإدارة الفندقية هي نشاط كباقي الأنشطة تعتمد على كفاءة

العنصر البشري بهدف تحقيق الأهداف المطلوبة والمتمثلة أساسا في جلب اكبر عدد من السياح

-المنشأة الفندقية

بالرغم من التدابير القانوني لتحسين الاستثمار في السياحة إلا أن منشآت الإيواء لم تعرف تطورا

كبيرا سواء بالنسبة للقطاع الخاص أو العام ولقد قدرت طاقات الاستقبال 67687 سرير حتى سنة

¹ - أحمد محمود:صناعة الفنادق ،دار المعرفة ،ط1، 2007، ص25.

² أحمد محمود :صناعة الفنادق ، مرجع سابق ،ص26.

1990 وهناك حوالي 522 فندق فقط غير مصنف أي ما يمثل 71% و11 فندق فقط مصنف في فئة 5 نجوم أي ما يمثل 1%

-وفي سنة 2003 لم يحدث تغيير كبير في المنشآت الفندقية حيث يبلغ عدد الفنادق من الدرجة الأولى 13 فندقا أي نسبة 15% وعدد الفنادق الغير مصنفة 800 فندق أي نسبة 77% رغم انه تم اصدار قانون رقم 01-99 المصاريف في جانفي 1999.

كما ان قدرات الاستقبال تتمركز في السياحة الحضارية في حين تبقى السياحة الصحراوية تواجه ضعف المنشآت الفندقية لرغم ما تملكه الجزائر من موارد طبيعية ومناظر رائعة مصنفة ضمن التراث العالمي ، ويمكن توضيح نصيب كل نوع من السياحة وما مخصص لها من منشآت سياحية وفندقية.¹

نستنتج أن منشآت الفندقية متفاوتة ولم تعرف تطور كبيرا نقول نوعا ما ملحوظا وذلك راجع لطبيعة المكان والملائمة.

-خصائص النشاط الفندقي

من خلال الخدمات التي يقدمه الفندق للناس يتضح أن له خصائص مميزة عن باقي

الأنشطة لتجارية والصناعية والخدمات الأخرى وتتخلص هذه الخصائص في مايلي:

أ-موسمية النشاط: نتيجة لاختلاف النشاط السياحي من فترة زمنية لأخرى طوال العام وذلك المناخية والطبيعية للدولة وإقبال السائحين على الإقامة بالفنادق إلى فترات ومواسم محددة خاص

¹ حافظ الحجازي: إدارة المنظمات الفندقية، دار الراجحة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص 250 .

في المناطق النائية، مما اوجد بعض الآثار السلبية مثل زيادة التكاليف الثابتة والمتغيرة نظرا لاختلاف نسب النشاط الفندقي في بعض الأحيان.

ب-النشاط الخدمي: الأصل في النشاط الفندقي أي كان حجم الفندق هو تأدية خدمات المبيت والإقامة والإعاشة، تقديم الوجبات و المشروبات والخدمة الأخرى من الترفيه، الرحلات المقبلة... الخ

ج- اعتماد النشاط الفندقي على المورد البشري : يعتمد أساسا على المورد البشري في تحقيق

الأهداف العامة ، بحيث يتوقف نجاح هذا النشاط على مدى كفاءة وقدرة وتميز العاملين في تحسين معاملة الضيف وتأدية الأعمال المطلوبة بروح عالية ونشاط مع توفر المقومات الشخصية للمورد البشري كأمانة الإخلاص في العمل والصدق إلى غير ذلك من المقومات هذا مع الأخذ بعين الاعتبار الميزات الكبيرة التي يتمتع بها العاملون¹

من خلال هذه الخصائص يمكن أن نستنتج أن النشاط الفندقي تحقيق أهدافه متعلقة بالعنصر البشري.

9-الوظائف الفندقية وسيرورة توظيفها:

إن الوظائف الفندقية هي احد العناصر الأساسية للبيئ ة الداخلية وهذه الوظائف تؤثر في بعضها البعض وينبغي ان تعمل بصورة متكاملة حيث تحقق العمل الفندقي،وحتى ينجح هذ العمل فإنه يجب ان تجرى عمليات صياغتها وتنفيذها في ضوء معطيات الوظائف الفندقية الأخرى ،ويشير ان هناك مجموع من الوظائف الفندقية الأساسية أهمها :

¹ محمد عبد الكريم الجوهري :وزارة السياحة والفنادق ،مدخل الى التسويق السياحي ،1987 ،ص 22.

1. **وظيفة الشراء:** تخص هذه الوظيفة بشراء ما تحتاجه المنظمة الفندقية من سلع وخدمات، ووظيفة الشراء قد تكون مركزية وغير مركزية
2. **وظيفة التأمين:** تختص هذه الوظيفة بالتأمين على أعمال الفندق وجميع أو بعض نشاطاته .
3. **وظيفة الموارد البشرية:** وهذه الوظيفة تعالج كل ما يتعلق بطاقم العمل كالاستقطاب والاختيار والتعيين والتدريب والترقيات ونظم الأجور والتحفيز
4. **وظيفة الحجز:** تعالج هذه الوظيفة جميع طلبات الحجز
5. **الوظيفة القانونية:** تختص هذه الوظيفة بمعالج ما ينشأ بين المنظمة الفندقية والأطراف الأخرى من نزاعات¹.
6. **الوظيفة المالية:** هذه الوظيفة تتعلق بجميع المسائل المالية (المحاسبة الافتراض سياسة التأمين)
7. **وظيفة السلامة والأمن:** تهتم هذه الوظيفة بتوفير الأطعمة والمشروبات والملائمة والتمتيز، لضيوف الفندق وزبائن ومطاعم الفندق.
8. **وظيفة الاستقبال (المكتب الأمامي):** استقبال الضيوف والاتصال المباشر معهم عند القوم وعند المغادرة وأثناء إقامتهم في الفندق وهي من الوظائف الحيوية في الفندق.
9. **وظيفة الغسيل والكي:** وهي وظيفة تشغيلية تكميلية تعنى بغسيل وكي لوازم غرف واجنحة وقاعات الفندق كما تتوفر هذه الخدمات في خدمة الضيوف

¹ علي السلمي : إدارة الموارد البشرية، تطوير أداء وتجديد المنظمات، دار قباء للنشر، 2000، ص 20.

10. وظيفة التسويق : أهم الوظائف الحيوية فى المنظمة الفندقية وتعد احد الوظائف الفرعية

وينبغى إن تعمل بتنسيق كامل مع بقية الوظائف الفندقية ،ومع بقية الوظائف الفرعية

(تخطيط ،تطوير الخدمات الفندقية وتسعيرها وكذلك توزيعه)¹

تعد الوظائف والخدمات الفندقية هي الركيزة الأساسية لبناء الفندق والرفع من مميزاتة ومهاراته

لجذب الزبائن وكذلك السائحين.

سيورة توظيف الكفاءات فى الفنادق :

كما فى الفنادق العالمية الشيراتون او الهلتون او الحياة إن يتميز التوظيف للكفاءات العالمية

الفندقية بع خصوصيات يجب على الفنادق أن تكون على دراية وتحكم كبيرين ،بها حيث يجب أن

يعرف الفندق ويحدد بوضوح ودقة شديدين ما يرد تحقيقه فى الدولة التي يريد التواجد بها وبأى

الوسائل وهذا قبل ابتداء العملية، أن المتر شح فى مثل هذا النوع من الفنادق لابد ان يتميز ببعض

الصفات من بينها:

• سرعة التكيف مع البلد،مع الفندق ومع الزبائن.

• القدر على الاندماج

• الاستقلالية

• المبادرة

• التواجد الحضور

• انفتاح الذهن

• المصداقية أمام مسؤولية

¹ علي السلمى :مرجع سابق ،ص ص22-23.

- الصرامة
- روح الفريق¹

وكما لا بد ان يتحكم في لغة البلد وعلى الأقل باللغة الإنجليزية وان يكون على دراية بالعادات والتقاليد، وعادات الأكل وأسلوب الحياة وثقافة البلد

ويمر المترشحون على عدة اختيارات قبل التوظيف مثل الاختبارات النفسية الفارولوجيا... الخ

فإذا ما تم قبول المترشح معين، يتم توجيهه إلى الفندق الموظف حتى يتمكن من الاستفادة من

تربص داخله، حيث يعرف الفندق معرفة جيدة من حيث أهدافه المحلية والدولية¹

إن استراتيجيات أسواقه، زبائنه، المنافسين نله مختلف الخدمات التي سيقوم بتقديمها وكذا الطريقة

والأسلوب التي يتم بهما تقديم الخدمة... الخ

كما تختلف أساليب التوظيف من بلد لآخر فمدد التوظيف مثلا في الولايات المتحدة الأمريكية

المبنية على العقود اقل منها في فرنسا، التي تحافظ قوانينها الاجتماعية على العامل مدة طويلة

كما تعد طرف البحث عن مترشحين هي الأخرى من بلد لآخر حسب الوسائل المتوفرة، من جرائد

وهاتف، وانترنت وعادت ما يقوم المسؤولون بالبحث عن الكفاءات في المعاهد المتخصصة في

¹ منى لخساف: دراسة التجربة السياحية الفندقية في الجزائر، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم

التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2013، ص 22.

1صليحة عشي: الأثر الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر وتونس والمغرب، أطروحة دكتوراه، جامعة

باتنة، الجزائر، 2011،

السياحة والفندقة، إن استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في التوظيف تشهد أيضا على التطور المتزايد عن العولمة²

تعتمد طريقة التوظيف في قطاع الفنادق على مجموعة الكفاءات وذلك من اجل الاندماج مع الوظيفة من اجل تحقيق التوازن بين الموظف والفندق أي البيئة.

10- آليات تطوير الموارد البشرية الفندقية في عصر المعلومات

تعتمد عملية تجديد وتطوير المؤسسات الفندقية من خلال إعداد تركيب الموارد البشرية على مجموعة الآليات هي:

- تخطيط القوى العاملة بتحديد النوعيات المهارات والاعداد وتحديد مصادر الحصول على النوعيات المطلوبة
- تعديل هيكل القوى العاملة: بالتخلص من النوعيات غير المطلوبة وجلب النوعيات المطلوبة
- تأكيد هيكل المهارات الجديدة بتصميم برامج التدريب تقديم قياس وكفاءة الأداء، إعادة توزيع الافراد على الاعمال بحسب تناسب المهارات ومتطلبات العمل¹

² منى لخساف :مرجع سابق ،ص 23.

1 مصطفى السيد : التحديات والتخطيط الاستراتيجي ،دار الكتب ،ط1،مصر، 2005، ص55.

وتعديل نظام التعامل مع الموارد البشرية بتعديل نظم الرواتب والحوافز والمكافأة تعديل نظم الاستخدام والتقاعد والشروط العمل، تعديل نظام المزايا انظم شروط الترفيه والتنمية الوظيفية كما تطور وتجدد المؤسسات من خلال تأكيد القدرات الذاتية للتطور والابتكار وذلك من خلال العناصر التالية:

التنمية المتزامنة لكفاءة ومهارات الموارد البشرية بالاختبار السليم والتدريب المستمر، التقييم الموضوعي، التعويض العادل عن الأداء²

وكذلك خلق الظروف المؤدية إلى الأقدام والمبادرة بين العاملين بالمشاركة في الإدارة العمل الجماعي في فرق الوحدات المستقلة وتشجيع الابتكار توثيق العلاقات بين مراكز البحث والمعرفة ومصادر المعلومات بالاتصالات المباشرة من خلال عقود العمل، الاستفادة من خبرات الأفراد والباحثين، الدخول في مشروعات بحوث وتطوير مشتركة

كما يجب التعرف على رؤية المعنيين بالموارد البشرية في الفنادق فيما يتعلق بالاستراتيجيات إدارة الموارد البشرية وذلك للحد من آثار هذه التحديات وانعكاساتها وذلك اهتمام الموارد البشرية لتكون قادرة على قبول وتوطين التغيير، كما يمكن مواكبة التغيرات بحيث تتمكن الفنادق من القدرة على المنافسة والاستمرارية والحضور العالمي¹.

2 عبد السلام أبووقف: صناعة السياحة، الدار الجامعية للنشر، بيروت، 1993، ص 25.

1مصطفى السيد: مرجع سابق ص 55.

من خلال الآليات المطروحة في تطوير الموارد البشرية والزيادة أكثر في تطويرها تطرقت إلى نقاط مهمة داعمة لتطوير هذه الموارد من خلال تقديم لها بعض الحوافز المادية والمعنوية للزيادة في التطور في مجال الفندقة.

- متطلبات الموارد البشرية الفندقية في عصر المعلومات

إن التطورات التكنولوجية المتاحة التي تشهدها السياحة العالمية وللسرعة الكبيرة في انتشار نظام العولمة وانضمام العديد من الدول العربية إلى هذه الاتفاقية، اثر واضح على تزايد منافسة صناعات الدول المتطورة نوعا وكلفة، وبذلك نجد الموارد البشرية الفندقية نفسها أمام خبرات بشرية عالمية، لم يعد بمقدورها أن تنتج أساليب تقليدية يدوية تنافس خدمات أكثر عصرية تصميما وتصنيفا، أمام هذه التحديات لابد من إعادة النظر ودراسة الواقع وتحليله وتحديد متطلبات المرحلة القادمة من الموارد البشرية في القطاع السياحي والفندقي وصياغة أهداف واضحة وإستراتيجيات واقعية مطروحة في هذا المجال¹

1 الندوة العلمية: محمد العطار، أثر صناعات السياحة وأهميتها، دمشق، 6/7/2010.

إن متطلبات الموارد البشرية في قطاع الفنادق لا تتطلب الحافز المادي فقط بل تقتصر أيضا على نظام المعلومات والتكنولوجيا الحديثة التي تواكب العصر وفق نظام معلوماتي جديد كما يميز هذا العصر مختلف التطورات عبر مختلف بقاع العالم

11- أهمية الفنادق ومرافق الطعام في السياحة بالنسبة لاقتصاد الدولة وخصائصها:

الفندقة هي واحدة من أهم عمليات القطاع السياحة وتحقيق عمالياتها فقط داخل هذا القطاع خلال مواصلات التجارية والخدمات الرياضية التي تقوم بها قطاعات مستقبلية أو شكل مجال الاقتصاد الوطني

الفندقة لا تحقق خارج السياحة لأنها تعرض خدماتها الإنسانية على الوجه الأمثل لسكان الغير محليين

ومن اهم النقاط التي تدل على على أهمية الفنادق بالنسبة للاقتصاد البلاد مايلي:

1 تساعد على تحقيق الهدف الاجتماعي من السياحة حيث انه في الفنادق والمطاعم والمرافق

يتقابل الناس ويتعرفون على مختلف الأقطار والجنسيات.

- 2 توجد الظروف الكاملة لإقامة خارج مكان السكن الأصلي
 - 3 الفنادق العصرية الحديثة أصبحت مكان للإقامة
 - 4 تخفف مردودات مالية نسبتها (3/2) من المردودات
 - 5 في الفنادق يعمل حوالي 3/4 من المجموع الكلي للعاملين في قطاع السياحة وتنظيم إدارة جهودهم تمثل معطى مهم لزيادة مستوى الخدمات السياحية¹
- من مميزات الأهمية الفندقية توفير أماكن الرفاهية والراحة مما تساهم أيضا في تحقيق التكافل الاجتماعي وترابط الأجناس من كل الدول.

خصائص الفنادق ومرافق الطعام في السياحة

إن الفنادق ومرافق الطعام في السياحة تقوم بإنتاج وتسويق الخدمات السياحية الأساسية والتي من خلالها يتم تلبية الحاجات المهمة للسواح من خلال فترة سفرهم الدولية والداخلية أيضا تأثر على قطاع الفنادق والطعام في السياحة منها مايلي:

الجاهزية لتقديم الخدمات والبضائع في كل وقت من الليل والنهار وهذا يميز نوعية العمل في هذه القطاعات

-المشاركة الكبيرة للعمل الحي عند انتاج وتقديم وتعريف الخدمات والبضائع

-غلاء المنشآت الفندقية ومرافق الطعام في السياحة وهذه الحاجة تنبع من عدة أساليب أهمها:

¹ كافي مصطفى: صناعة الفنادق للتنمية الاقتصادية، دار الفرات، نيناز للنشر والتوزيع، 2006، ص 197.

أ/تأثير الفصيلة السياحية عليها حيث أنها لا تستخدم إلا عدة شهور في السنة فقط في الفصل² السياحي لذلك فإن المصروفات الكبيرة للحفاظ باستمرارها تأخذ جزء كبير من ثمن البضائع والخدمات الفندقية

ب/ ان التجهيزات الداخلية للفنادق ومرافق الطعام عالية الجودة فهي غالية الثمن وهذا ينبع من هدفها حيث أنها مخصصة لإستهلاك الناس اثناء وقت فراغهم وبحثهم عن الراحة¹

وإضافة الى هذه الخصائص لقطاع الفنادق توجد هناك خصائص تميز هذا القطاع فقط:

- ✓ تساعد السواح على استغلال وقت فراغهم استغلال امثل
- ✓ توفر ظروف الرفاهية
- ✓ يساعد على تصريف المنتجات الزراعية الخفيفة بسعر أفضل من تصدده إلى الخارج
- ✓ تقوم بعملية إطعام السواح كاملة بتقديم الوجبات الرئيسية بالإضافة إلى وجبات إضافية
- ✓ تقديم الطعام بمختلف الأقطار والأجناس لذلك يجب الأخذ بعين الاعتبار عاداتهم وتقاليدهم

في الطعام¹

¹ توفيق ماهر عبد العزيز: مبادئ إدارة الفنادق، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1996، ص152.

1 شمس.نديم: مبادئ السياحة، الجمعية الجغرافية للسياحة، دمشق، 2001، ص82.

✓ الفندقية ومرافق الطعام تمثل جزء الأكبر والأساسي في البنية التحتية المتكامل في المنظمة

السياحية أو الدول والراحة والتنوع وتوفرها هذه البنية بشكل كبير إيجابي على درجة نيل

رضا السواح²

12- مزايا وسلبيات السلاسل الفندقية و أسس تقييمها

الجدول رقم 03:مزايا وسلبيات الخدمة الفندقية

المزايا	السلبيات
استخدام اسم مشهور ومعروف على مستوى عالمي	دفع مبالغ مالية مقابل العمل باسم السلسلة
توفير الامن الوظيفي للعاملين	عدم المرونة الكافية في الاستجابة للتغيرات

2 محمد الشواري عبد المنعم:آفاق مستقبل السياحة،دار الكنوز الادبية ،بيروت، 2002، ص37.

في السوق	
/	استخدام نظم الحجز الدولية
عدم تكوين صورة ذهنية عملية حول الفندق	تحسين عروض الخدمات الفندقية

المصدر: ياسين عباس:ص 454.

-تواجه المنظمة الفندقية منافسة جديدة في الأسواق الدولية والعالمية بسبب كثرة عدد المنظمات الفندقية التي تعرض خدماتها الفندقية المتنوعة في هذه الأسواق

كما ان تحقيق المميز للفندق وخدماته يبدأ بالتكوين منذ اللحظة الأولى للتعامل مع هذا الفندق أي منذ الحجز والتسجيل وصولاً الى جميع الخدمات الأساسية والتكميلية الأخرى (كخدمة إيقاظ الزبائن مثلاً) فهذه الخدمات تؤثر سلباً أو إيجاباً على توقعات وكذلك نظرة السائح / الضيف تجاه

الفندق¹

تعد سلبيات الخدمات الفندقية وإيجابياته تلعب دور هام في تطوير الفندق فهذه المزايا ربما قد تطوره وربما قد تنزل إلى ابعد أي يصبح غير مؤهل للضيافة

-أسس تقييم الخدمة الفندقية

1. الموقع الجغرافي:الذي يلاحظ ان الصلب على الفنادق يتباين بوضوح في منطقة جغرافية وذلك

بسبب وجود متغير كالضر وف الجوية أو كثرة الإمكان السياحية كما يلاحظ أن موقع الفندق

يقترن بوجود المواقع الأثرية كالذي يلاحظ في مدينة التراث يحتوي على العديد من المواقع

الأثرية¹

1 ياسين عباس:محاسبة الفنادق، دار بغدادي للنشر والتوزيع، عمان، 1994، ص 454.

¹ يوسف بن سعود محمد العشيرى: إدارة السياحة الفندقية، جامعة الملك، عمان، 1985، ص 24.

2. **حجم الزبون**: ويقصد بذلك حجم الفندق والذي يمكن ان يؤثر على إجراءات الشراء لخدمات

الفندق والغرض إلى تقييم سوقي معين فان الفندق عليه ان ينسق أنشطة تسويقية كتقديمه

لخصوصيات سريعة معينة للعملاء وذلك ما سيمكنهم من استقبال عدد كبير من النزلاء

وكذلك العمل على القيام بالاهتمامات الأخرى تخص السياحة والسفر وذلك مما يتطلب

باختيار العناصر المناسبة التي يتوقف عليها نجاح العمل الفندقي²

إن الموقع الجغرافي وحجم الزبون هما عنصرين مهمين في أسس تقييم الخدمة الفندقية

ولذلك يتزايد الطلب على الفنادق ذات الموقع الجغرافي الاستراتيجي والمميز لان كل سائح

او زائر هدفه الوحيد هو تحقيق الرفاهية والراحة.

-عناصر البيئة ذات الصلة بالخدمات الفندقية

1. **عناصر البيئة الخارجية**: تتكون البيعة الفندقية من عناصر بيئية مهمة وعناصر البنية العامة

لصناعة الفنادق، الفنادق سلسلة أو فنادق مستقلة، الضيوف، الزبائن، الوسطاء و وكالة

السياحة والسفر وشركات الطيران والمصاريف والقروض

أ - **البيعة التكنولوجية : Technoioigcl Enrionment** تلعب البيعة التكنولوجية دورا مهما

في تحديد الطلب الفندقي، فالتكنولوجيا السائدة في موطن السائح /الضيف تبنى لديه مستوى

معين من الحياة وهو يتوقع أن يصل إلى خدمات فندقية لا تقل في مستواه التكنولوجي عن

² رويحة علي محمد أمين : إدارة الفنادق ورفع كفاءتها الإنتاجية ،دار وائل للنشر ،عمان ،الاردن ،1998،ص77

تلك التي اعتاد عليها من جانب آخر، فإن ترويج السلع والخدمات في بلد ما ينبغي ان يتوافق على مستوى التكنولوجيا السائدة في ذلك البلد¹

ب **البيئة السياسية والقانونية: Political Legal Envrinnment** تعد البيئة السياسية والقانونية من المحددات الأساسية لحجم الطلب الفندقي ،غذ ان الظروف السياسية المتوفرة في بلد ما تساعد في زيادة الحجم السياحي والفندقي في ذلك البلد أما عدم الاستقرار السياسي فإنه يجلب آثار حجم الطلب الفندقي والسياحي ومن جانب آخر تلعب العوامل القانونية دورا مهما في تفعيل حجم الطلب السياحي والفندقي وهذا يمكن ان يتحقق عبر إجراءات قانونية وتشريعية متعددة مثل إلغاء إشتراط تأشيرات الدخول لكل او بعض السائحين وكذلك تسهيلات نقل الأموال والتعامل مع المؤسسات المالية²

ج- **بيئة المنافسة الفندقية** :تختلف طبيعة الأنشطة والخدمات الفندقية باختلاف طبيعة المنظمة الفندقية إذ أن هناك شكلين أساسين للمنظمات الفندقية :

-**الفنادق المستقلة Independent Hotels** : هي فنادق لا ترتبط بأي سلسلة من السلاسل الفندقية العالمية وملكيتهأ إلى أفراد أو مجموعة أفراد وقد تعود ملكيتها إلى الحكومة أو القطاع المشترك ويشاركوا مالكي هذه الفنادق في إدارتها بصورة مباشرة أو غير مباشرة

1 محمد عبد العظيم :التسويق المعاصر ،دار الشروق للنشر ،جامعة الإسكندرية ،2007،ص 146

2 شفيق حداد :أساسيات الفندقية ،دار مكتبة الحامد للنشر ،عمان ،الأردن ،1998، ص 142.

–فنادق السلسلة: **Holet Chans**فنادق السلسلة هي فنادق مجموعة فنادق تنتشر في مجموعة

من دول العالم تعمل تحت اسم واحد ويجري تشغيلها وإدارتها وفقا لتوجيهات الإدارة المركزية

للسلسلة الفندقية ،وتتقاضى الإدارة المركزية من هذه الفنادق رسوما مقرررة او نسبة من الأرباح

مقابل استخدام الاسم التجاري والعلامة التجارية للسلسلة الفندقية

د- السائح/الضيف: **Tirist/Guosli** هي احد الأهداف الأساسية للنشاط الفندقي والخدمات

الفندقية هو كسب المزيد من السائحين/الضيوف والمحافظة على السائحين/الضيوف الحاليين ،بل

يعني السعي الدائم لكسب زبائن جدد من كل المصادر

ه- التركيز على ضيوف متميزين زوار الفندق :يكون ذلك بأن يظهر الفندق في إعلانه اهتماما

بشخصيات مهمة بارزة في الفندق وأقامت فيه مثل رؤساء الدول والوزراء والممثلون وغيرهم ،وتأييد

العلاقة بين الأفراد بأسلوب لائق¹

تعتبر العناصر البيئية سواء الداخلية او الخارجية للفندق ذات صلة مهمة وعلاقة مترابطة بهذه

العوامل يمكن تحديد أنشطة الخدمات الفندقية في مختلف مستوياته وكذلك مؤهلاته.

13- جهود تنمية الموارد البشرية في القطاع السياحي وطنيا

ارتكزت تنمية الموارد البشرية على مستويين أساسيين هما

على الصعيد الوطني:من خلال وضع هيكل مسؤول عن وتنفيذ البرامج القطاعية للتكوين وعملية

رسكلة الموارد البشرية لصالح مختلف الإدارات المركزية واللامركزية لقطاع السياحة والهدف من

ذلك هو تحسين نوعية السجلات الإدارية والتقنية وتكوين مؤطرين ذوي خبرة بيداغوجية عالية

1 شفيق حداد :مرجع سابق ،ص 143.

المستوى والتكفل الفعال للمشاريع المنجزة أو التي هي في طور الإنجاز وكذلك الدراسات المنشودة ذات الصلة بالتنمية السياحية¹

وكذلك العمل على تطور وسائل وأساليب تكنولوجيا الاعلام والاتصال لرفع من مستوى تلك التنمية في هذا المجال

- على الصعيد الدولي: استفاد هذا القطاع في الجزائر بعدة برامج تكوينية في الخارج مثال على ذلك الصين بلجيكا... الخ

من خلال وضع خطط إستراتيجية بهدف تكوين مواردها البشرية للرفع من تنميتها السياحية من خلال برامج تكوينية الجزائر /فرنسا. ²

بهدف دعم السياحة من خلال تدخل الموظفين بالرقابة على مستوى المؤسسات الفندقية والتحكم بالملفات المتصلة بالعقار السياحي

التأطير عالي الدقة والجودة من خلال مؤسسات التكوين والمورد البشري يمكن ان مدخلا مناسبة في تسيير وكذلك تنمية القطاع السياحي في مجال السياحة الجزائر¹

1 جمال الدين مرسي: المورد البشري، والتكوين السياحي، مصر، القاهرة، 2003، ص 105.

2 محمد عثمان: التخطيط السياحي، الأردن، 2004، ص 45.

¹ محمد عثمان: مرجع سابق، ص 45.

زكزت الدولة الجزائرية في السنوات الأخيرة وضاعفت جهودها. جهودنا وطنيا ودوليا بهدف الاستغاة إلى حد كبير من هذا القطاع وكذلك العمل على لفت انظار العالم إليه .

14-المشاريع المستقبلية في مجال الفندقة

من اجل تلبية الطلب المتوقع في السياحة وتنميتها يجب على المكلفين في مجال الفندقة و إنجاز المشاريع وشركات عربية وأجنبية حتى جزائرية مثل المجتمع الكوبي للاستثمار الشركة الدولية الإماراتي للاستثمار ،شركة سيدار السعودية ،ماريوث (شركة تنمية الفنادق) شركة التعمير ،إعمار،،مجمع سفيتال ،شركة الإقامة هيلوا الفرنسية ...الخ.

ومن أهم المتغيرات الراهنة التي تعرفها الجزائر،ورغم ضخ المشاريع المستقبلية ألا ان السياحة بها لازالت تراوح مكانها بل أكثر من ذلك فإن العديد من المستثمرين العرب،قد هددوا بالانسحاب نظرا للعراقيل الميدانية التي تواجههم على مستوى الهيئات والجماعات المحلية ،نتيجة المشاكل البيروقراطية والإهمال¹

بالإضافة إلى مصلحة العقار السياحي ،والعقار بصفة عامة والتي تلق الحلول اللازمة بها منذ الاستغلال وتأخر إنجاز الدراسات التقنية للمشاريع قيد الإنجاز من طرف المكاتب المعنية لذلك فإن القطاع السياحي بالجزائر في حاجة على مرحلة انتقالية ،يتم فيها تهيئة جميع الظروف وإزالة جميع العراقيل السياحية حتى تكون انطلاقة في تجسيد تلك المشاريع والتطبيق الفعلي لنصوص مبنية على أسس متينة سليمة ،لأن التأخيرات المسجلة سيكون أثرها سلبيا كوجهة سياحية،تعكر صورتها

¹ محمد إبراهيم عبيدات: إستراتيجية التسويق، ط2، عمان، المستقبل، 1997، ص 13.

أكثر لدى المستثمرين، والسياح وبالتالي فغن بلوغ النتائج المسطرة تكون دربا من دروب الخيال والخطاب الشخصي لا غير¹

نستنتج أن على الدولة وضع خطط إستراتيجية مستقبلية في مجال الفندقة وبحاجة إلى مرحلة انتقالية تتم فيها تهيئة الظروف المناسبة لإنجاز والتطبيق الأمثل لهذه المشاريع.

¹أسعد حماد:التسويق الفندقي، دار الشرق للنشر والتوزيع ، 2006، ص20.

الفصل الثالث
التنمية السياحية

الفصل الثالث : التنمية السياحية

1. تعريف التنمية السياحية
 2. عناصر التنمية السياحية
 3. محددات التنمية السياحية
 4. أشكال التنمية السياحية
 5. استراتيجيات تطوير التنمية السياحية في الدول العربية
 6. أنواع السياحة
 7. مكانة السياحة في الاقتصاد العالمي
 8. مستخدمو الخدمات السياحية
 9. المورد البشري مدخل لتحقيق التنمية السياحية
 10. دور التنمية السياحية في تحقيق التنمية الشاملة
 11. معوقات التنمية السياحية
 12. المقترحات والتوصيات العلمية للإرتقاء بواقع السياحة.
- الخلاصة

1 تعريف التنمية السياحية:

تعرف على أنها توفى التسهيلات والخدمات لإشباع حاجات ورغبات السياح وتشمل كذلك بعض تأثيرات السياحة مثل إيجاد فرص عمل جديدة ودخول جديد

وتشمل التنمية السياحية جميع الجوانب المتعلقة بالأنماط المكانية للعرض والطلب السياحيين، التوزيع الجغرافي لمنتجات السياحة، التدفق والحركة السياحية، تأثيرات السياحة المختلفة.

-فالتنمية السياحية هي الارتقاء والتوسع بالخدمات السياحية واحتياجاتها وتطلب التنمية السياحية تدخل التخطيط السياحي باعتباره أسلوباً علمياً يستهدف تحقيق أكبر معدل ممكن من النمو السياحي بأقل تكلفة ممكنة وفي اقرب وقت ومن هنا فالتخطيط السياحي يعتبر ضرورة من ضرورات التنمية السياحية الرشيدة لمواجهة المنافسة في السوق السياحية الدولية.

2- عناصر التنمية السياحية

تتكون من عدة عناصر أهمها:

1. عناصر الجذب السياحي Attraction وتشمل العناصر الطبيعية Natural Features

مثل أشكال السطح والمناخ والحياة والغابات وعناصر من صنع الإنسان man- moad

obJects كالمتمزهات والمتاحف والمواقع الأثرية التاريخية.

2. النقل: Transport بأنواعه المختلفة البري، البحري، الجوي.¹
3. أماكن النوم Accommodatiom سواء التجاري منها commerce والفنادق والموتيلات وأماكن النوم الخاصة مثل بيوت النوم الخاصة مثل بيوت الضيافة وشقق الإيجار.
4. التسهيلات المساندة: sufrasting بجميع أنواعها كالإعلان السياحي والإدارة السياحية والأشغال اليدوية والبنوك
5. خدمات البنية التحتية: Infrastructur كالمياه والكهرباء والاتصالات ويضاف إليها العناصر جميعها، الجهات المنفذة للهيئة، فالتنمية السياحية تنفذ عادة من قبل القطاع العام أو الخاص أو الاثنين معا.²

3 محددات التنمية السياحية

هناك بعض الجوانب التي تأثرت في عملية تحقيق التنمية السياحية إذ لا بد من مراعاتها وأخذها بعين الاعتبار ومنها:

أ- توفير التسهيلات السياحية بأسعار مناسبة : فبالإضافة إلى كفاءة المشروعات البنية التحتية وتوفرها كشبكة الطرقات وحركات النقل والمواد الداخلية والخارجية وخدمات المرافق من الصحة ، تعليم، أمن، كهرباء، غاز، فإنه من الضروري توفير تسهيلات السياحة والمتعلقة بأماكن وكالات السياحة والسفر، مكاتب الاستعلامات ، حدائق ، ملاهي ، المناطق الطبيعية والمحمية ، محلات بيع

¹ عصام حسن السعيد: التسويق الفندقي والسياحي، دار الراية للنشر والتوزيع، الأردن ، عمان ، 2009، ص ص

الصناعات التقليدية... الخ بحيث أن تكون هناك الخدمات والتسهيلات وكذا المرافق المختلفة ذات نوعية، وجودة عالية وبأسعار تنافسية معقولة.¹

ب- **الموقع الجغرافي**: يؤثر الموقع الجغرافي سلبيا أو إيجابيا على الطلب السياحي او على سلوك السائحين خاصة إذا ما تنوعت التضاريس الجغرافية لبلد ما فالموقع الجغرافي يمثل عاملا أساسيا في تحديد نفقات النقل، لذلك فهو يدخل ضمن العوامل المؤثرة في الحركة السياحية الدولية

لاعتبارات التوفير في الوقت، وانخفاض التكلفة، فضلا عن توفير وتنوع وسائل النقل والمواصلات

ت - **الامتيازات الممنوحة للمشروعات السياحية** : نظرا لأن النشاط السياحي يتطلب موارد كبيرة

لإنشاء المرافق السياحية كالفنادق، المطاعم والمراكز فإن مستوى السياحة... الخ

وغيرها من المشروعات التي تخدم القطاع الخاص في الدول النامية، يترددون عن الاستثمار في

السياحة وذلك لعدة أسباب من بينها:

- ✓ مشاكل الحصول على العقار السياحي ومشاكل التمويل
- ✓ تأثر السياحة بالمتغيرات السياحية والاجتماعية إضافة الى الطلب السياحي
- ✓ لذلك تقوم الدولة المشجعة للنشاط السياحي بمنح الامتيازات والحوافز للمشروعات السياحية منها:

- ✓ منح رخص لإنشاء المشاريع السياحية وتقديم تسهيلات بهذا الخصوص
- ✓ تقديم القروض والمساعدات للمستثمرين الخواص عن طريق خفض نسبة الفائدة
- ✓ منح الإعفاءات الضريبية لدعم المشاريع السياحية وتخفيض الرسوم المفروضة عليها

¹- لخضاري صالح: التنمية السياحية وارتباطها بالتنمية الاقتصادية والاجتماعية بالدول العربية، مؤتمر دولي حول التنمية السياحية، جامعة غرداية يومي 26، 27 مارس 2013، ص 15.

✓ فسح المجال للمستثمرين السياحيين للتمتع بالعائدات النشاط السياحي من العملات

الأجنبية

✓ إنشاء المعاهد والمدارس السياحية لإعادة تكوين وتدريب إطارات ومختصين في مجال

السياحة كالفندقة ، مطاعم ، المرشدين السياحيين والمترجمين وغيرهم.¹

من بين أهم العوامل التي أثرت في عملية تحقيق التنمية السياحية نجد عامل جغرافي وكذلك

الامتيازات الموضوعية من خلال التسهيلات المعروضة.

4 أشكال التنمية السياحية

تأخذ التنمية السياحية أشكالا متعددة منها:

أ- تطوير المنتجات السياحية: وهذا النوع من التنمية يركز على سياحة الإطارات والعطل وتعرف

المنتجات على أنها الواقع التي توفر الاكتفاء الذاتي وتتوفر على أنشطة سياسية مختلفة وخدمات

متعددة لأغراض الترفيه والاستراحة والاستجمام

ب- القوى السياحية: وهي شكل من أشكال السياحة المنتشرة جدا في أوروبا كما بدأت تنتشر في

العديد من دول العالم، الحياة في القرية نموذجا يختلف عن الحياة في المدن وتستهيوي سكان

المدن حبا في التغيير والبساطة

- ويعتمد قيام القرى السياحية على وجود عنصر الماء (الشاطئ)، مناطق الموانئ، أنشطة التزلج

، الجبال، الحدائق العامة، مواقع (طبيعية) علاجية ،ملاعب الجولف ،أنشطة رياضية وترفيهية أخرى

الإقامة ومنشآت النوم ومرافق تكميلية أخرى مثل : الأسواق، والمناطق التجارية ،خدمات ترفيهية

وثقافية ،مراكز للمؤثرات ومرافق سكنية خاصة مختلفة الأحجام

¹لخضاري صالح ،نفس المرجع ،ص 19.

- يتم التخطيط لإنشاء قرى سياحية عادة في وقت واحد أي ضمن خطة سياحية واحدة ويأخذ التنفيذ مراحل متعددة وعلى فترات زمنية طويلة تحدد عناصر الطلب السياحي والطاقة الاستيعابية¹

ج- **منتجات المدن** : يتطلب هذا النوع من المنتجات برامج استعمالات الأراضي والتنمية الاجتماعية مع عدم إهمال البعد الاقتصادي الذي يوفر الفرص لجذب المشاريع (الفندقية، استراتيجيات... الخ) في المنطقة، وتحتاج إقامة هذا النوع من المنتجات وجود نشاط سياحي مميز أو رئيسي في الموقع مثل: التزلج على الجليد، وجود شاطئ، أنشطة سياحية علاجية، مواقع أثرية أو دينية

د- **منتجات الغزلة**: أصبح هذا النوع من المنتجات من المناطق السياحية المفضلة في جميع أنحاء العالم²

تأخذ التنمية السياحية أشكالاً متنوعة هدفها هذه الأخيرة تحقيق التطورات في منتجاتها السياحية والعمل أيضاً على تحديد القوى السياحية.

¹ توفيق ماهر عبد العزيز : صناعة السياحة ، دار زهران للنشر والتوزيع ، جامعة العلوم التطبيقية ، عمان الاردن ، 1997 ، ص 22 .

² توفيق ماهر عبد العزيز : مرجع سابق ، ص 23 .

5 أهداف التنمية السياحية

- تدريب الجهاز البشري اللازم الذي يحتاج إليه القطاع السياحي حتى تتمكن المنشآت السياحية من القيام بدورها بشكل المطلوب
- المحافظة على حقيقة المواقع السياحية لان جذب السياح إلى هذه المناطق قد تعتمد على المناخ والطبية والتاريخ
- إجراء دراسة شاملة للتأكد من الجدوى الاقتصادية للاستثمارات السياحية المقترحة وفيما اذا كانت الاستثمار سيدير أرباحا
- رفع مستوى النظافة وكذلك الخدمات السياحية لأنهما يؤديان دورا مهما في تطوير التنمية السياحية يمكن أن تحقق أهداف التنمية السياحية في المراحل الأولى من عملية التخطيط السياحي في مجموعة من الأهداف

أ-أهداف اقتصادية

- تحسين وضع ميزان المدفوعات
- تحقيق التنمية الإقليمية
- زيادة مستوى الدخل
- خلق فرص عمل جديدة¹
- زيادة أرزاق الدولة من الضرائب

¹ الروبي نبيل: التخطيط السياحي، دار الثقافة الجامعية، الإسكندرية، 1987، ص65

ب- أهداف سياحية وثقافية

- نشر الثقافة وزيادة التواصل بين الشعوب
 - تطوير العلاقات السياسية بين الحكومات في الدول السياحية
 - المحافظة على البيئة ومنع تدهورها وكذلك وضع استراتيجيات¹
- نستنتج ان التنمية السياحية مراحل متمثلة في تحديد الأهداف وجمع المعلومات وتحليل البيانات المنتوجات من خلالها تعمل على جذب العنصر السياحي من خلال الخدمات

6 إستراتيجيات تطوير التنمية السياحية في الدول العربية

- تتطلع الاستراتيجية العربية للتنمية السياحية وتأهيلها للمساهمة الإيجابية البارزة في الاقتصاد العربي من خلال الاستفادة من مجالات التكامل في محاور العمل السياحي، والتركيز على تنمية السياحة العربية مع مراعاة مختلف إمكانيات وظروف الدول العربية
- تهدف استراتيجية تطوير السياحة العربية الى تحقيق مايلي:
- تنمية قطاع السياحة في الدول العربية من خلال تحقيق الأهداف الفرعية وزيادة مساهمته في الدخل القومي
 - جذب مزيد من حركة السياحة العالمية الى المنطقة العربية من خلال تحقيق اهداف وهي التعاون بين الدول العربية في جهود الترويج السياحي وتطوير الجهود الإعلامية لتوضيح الواقعية للمجتمع العربي
- المبادئ العامة

¹ الروبي نبيل :مرجع سابق ،ص65.

وتتطلق الإستراتيجية العربية من عدة مبادئ منها:

- الشراكة الأساسية بين القطاعين العام والخاص في العمل السياحي
- مراعاة القيم والعادات والتقاليد الخاصة بالمجتمعات العربية
- ضمان التنمية المستدامة للموارد السياحية
- ضمان امن وسلامة السائح وحرية انتقاله
- العمل المشترك بين الدول العربية وفي الأخص فيما بينها وبين الأهداف الإستراتيجية الاقتصادية العربية الشاملة¹
- قضايا وتحديات الوقت الراهن اعتماد الدول العربية وتركيزها على المنتجات الموروثة بدعم ديمومة السياحة وقلة التمويل لبعض المنتجات السياحية والتركيز دائما على منتج سياحي رئيسي دون الآخر²

نستنتج أن الدول العربية تعمل بتطوير الجهود العربية وتركزها على نمو سياحي من خلال العمل المشترك بين الدول العربية أساسها الوحيد تطوير القطاع السياحي في البلاد.

7 أنواع السياحة:

1. **السياحة الاجتماعية:** يطلق عليها أيضا السياحة التبعية او السياحات الإيجازية والسبب في ذلك مثل هذا النوع من السياحة كانت مقتصرة في القدم على الطبقات الثرية فقط وبما أن التطورات العالمية توجب التغيير في كل ما يوجد من حولنا فكان لابد من هذه التغييرات أن تحت أيضا مع السياحة لتواكب التطورات والمنتجات العالمية العظمى من المنتجات ذوي الإمكانيات المحدودة بإعادة (رحلات سياحية لهذه الطبقات غير الطبقات الثرية)

¹ لطيف هدى السيد : مرجع سبق ذكره ، ص50.

² لطيف هدى السيد :مرجع سبق ذكره ، ص50.

وكان أول ظهور للسياحة الاجتماعية في دول الكتلة الشرقية حيث أعدت للعاملين معسكرات في مختلف المناطق السياحية الاجتماعية الآن نشطة في الكثير من دول العالم حيث يتم تنظيم الرحلات السياحية الجماعية بأسعار منخفضة وتسهيلات متعددة مثل توفير الأماكن الإقامة الرخيصة مثل بيوت الشباب والفنادق ثلاث نجوم أو على الأقل مايو جد بما يسمى بنظام السياحة بالتقسيم كذلك نظام الإنجاز السياحي حيث يتمكن المخزون من تخصيص سنة معينة من دخولهم وإيداعها في صندوق الادخار من اجل السياحة وتعتبر سويسرا رائدة في هذه النظام وغيرها من الأنظمة الأخرى

2. السياحة الدينية: تعني السفر من والانتقال داخل حدود دولة بغيتها لزيادة الإيمان المقدسة

لأنها سياسة تهتم بجوانب الروح الإنساني في مزيج من التأمل الديني والثقافي أو السفر من اجل الدعوة من اجل القيام بعمل خيري هذه المنتجات بصغر حجمها ودقة تخطيطها وشموله وعادة يتم اختيار موقعها في مناطق بعيدة عن المناطق المأهولة مثل الجزء الصغيرة أو الجبال والوصول إليهم يتم بواسطة القوارب والمطارات والطرق البرية الضيقة¹

3. السياحة الحضارية: هي نوع من السياحة الدارجة والمعروفة في الأماكن الحضارية الكبيرة

حين يكون لسياحة أهمية كبيرة لكنها لا تكون النشاط الاقتصادي الوحيد في المنطقة وتشمل مرافق السياحة جزءا لا يتجزأ من الإطار الحضري العام للمدينة وتخدم سكان المدينة والمنطقة وكذلك السياح القادمين إليها وقد أخذت الكثير من الحكومات حاليا في عاداتها وتطوير التنمية السياحية والتي يمكن تطويرها مثل المحليين من الناحية وجلب الزوار والسياح إلى المدينة من ناحية أخرى

4. السياحة المغامرة: هذا النوع من السياحة موجه للمجموعات السياحية التي تهدف إلى

ممارسة ومحاسبة خصائص معينة وهي تعتمد على طرق فترة إقامة للسائح بحيث تسمح له هذه

¹ أحمد شاكر الغالي: الإعلان كمدخل تطبيقي، دار وائل للنشر، ط2، الأردن، عمان، 2006 ص ص 30-32.

الإقامة فترة الراحة والترفيه والانسجام في المناظر الطبيعية المتوفرة في المنطقة، ولا يتطلب هذا النوع من السياحة تنمية كبيرة واستثمارات ضخمة أو خدمات أو مرافق عديدة لكنه يتطلب إدارة جيدة وتوفر عناصر دلالة سياحية مؤهلة وخبرة وخدمات ومرافق لاستقبال المجموعات السياحية عالية النوعية وبحالة مؤكدة.

5. **السياحة الرياضية البحرية:** يعتمد هذا النوع من السياحة على وجود الماء (البحار

و البحيرات) تتقاض المدة التي يقضيها السائح في ممارسة الرياضة البحرية المختلفة

مثل: (الغوص، التزلج على الماء، العوم،... الخ)¹

6. **سياحة السيارات والدراجات:** تندرج هذه السياحة تحت أنماط سياحية جديدة حيث تخضع

لظروف ومتطلبات معينة غير موجودة إلا في عدد قليل من الدول من الطرق السريعة التي تربط

بين دول وبعضها البعض ومدى توافر محطات الخدمة والصيانة ومراكز النجدة والإسعاف

والاستراحات على الطرق وهذه السياحة منتشرة من دول أوروبا والمنطقة العربية

7. **سياحة المؤتمرات:** وهي تشمل جميع أنواع المعارض وأنشطتها المختلفة مثل المعارض

الصناعية والتجارية والفنية والتشكيلية ومعارض الكتاب فمن خلالها يستطيع الزائرون التعرف على

آخر الإنجازات التكنولوجية والعلمية للبلدان المختلفة التي تعتمد على الجذب السياحي وتنشيطه في

مختلف دول العالم

8. **السياحة العلمية:** السياحة البحثية هي التي تشمل دراسات البيئة النباتية والحيوانية وكذلك

دراسة حركة طيور وهجرتها العالمية مثال على ذلك الغيوم بمصر حيث تتميز محميات الغيوم

الطبيعية في بحيرتي قارون ووادي الريان بوجود أنواع من الطيور خاصة خلال فصل الشتاء

¹ مرجع سابق، ص 34.

و تتوافد اناذاك السياحة بعض من الحيوانات المهاجرة التي تتلاءم والمناخ التي تكون لها مناخ قاسي بارد شتاءا وممطر وحار في فصل الصيف أما فصل الربيع فيكون موسم تكاثرها وهجرتها من بلد لبلد آخر بحثنا عن الغذاء¹

8 مكانة السياحة في الاقتصاد العالمي:

تعتبر السياحة أهم مورد مالي بالعملة الصعبة حيث تشير الأرقام الى حصول المغرب على 1.2 مليار دولار من السياحة سنة 1998 و تونس على 1.33 مليار دولار سنة 1997 و مصر 3.8 مليار دولار سنة 1997 و تركيا على 06مليار دولار سنة 1996 و تحصل بريطانيا على 09 مليار سنويا من السياح العرب فقط ، هذه المبالغ الضخمة لم تأت بطريقة عفوية ، و إنما جاءت كثرة جهود مستثمرة في تشجيع الاستثمار السياحي و ترسيخ الثقافة السياحية في المجتمعات التي تعمل باستمرار على جذب السياح و التدفق المستمر و يمكن من خلال الدول الموالي تباين الارتفاع المستمر لعدد السياح.

جدول رقم 04: يمثل تطور عدد السياح العالمي (1997-2006)

السنوات	1997	2000	2001	2002	2004	2005	2006
عدد السياح	613	697	680	714	764	806	842

المصدر: ناجي معلا وي وآخرون: أصول التسويق ،دار كنوز للنشر والتوزيع،2009،ص 16.

نلاحظ من خلال الجدول استمرار عدد السياح من 1997 - 2006 حيث زاد عدد السياح خلال هذه الفترة بـ 229 مليون سائح عبر العالم و تعود هذه الزيادة الى أسباب عديدة نذكر منها:

- زيادة الحاجة السياحية و خاصة الترفيهية منها¹

¹ أحمد شاكر الغالي:مرجع سابق، ص 35.

- زيادة دخل الأفراد خاصة الدول الأوروبية و بالتالي تعتبر أكثر الدول النشطة سياحيا حيث أشارت إحصائيات منظمة السياحة العالمية سنة 2002 أن عدد السياح في أوروبا بلغ 411 مليون سائح من أصل 714 مليون حيث ان باقي كانوا يتوزعون كما يلي:
- 23 مليون بالشرق الأوسط ، 12 مليون في أمريكا ، 130 مليون في دول شرق اسيا ، و الباسيفيك 28 مليون سائح.

-تأثير وسائل الإعلام حيث أصبح العالم قرية واحدة بعد التغيرات.²

9 -مستخدموا خدمات التنمية السياحية

- غير المستخدمين الأشخاص الغير المهتمين باستخدام الخدمات يعرفون بتغيير مستخدمو الخدمات التنمية السياحية:المستخدمون فهم يفتقرون إلى الرغبة و القدرة، و بالتالي فان على المنظمات السياحية أن تتعرف عليهم و أن يبقوا خارج نطاق الدراسات
- المستخدمين المحتملين: يملكون كفاءة و مؤهلات ،استخدام خدمات و لكن في نفس الوقت يفتقرون إلى الرغبة الآنية و بالتالي فان على المنظمات السياحية تحديدهم والتعرف عليهم بحيث يمكن لقرارات التسويق إن تحولهم إلى مستخدمين فعليين
 - المستخدمين الفعليين :الأشخاص الذين يستخدمون الخدمات ولكن بشكل غير متكرر
 - المستخدمين بكثافة الأشخاص الذين يستخدمون الخدمات بشكل متكرر يعرفون بهذا العبء.

هناك فئات مختلفة من مستخدمين الخدمات السياحية كما هو مبين أدناه¹

¹ ناجي معلوي وآخرون:أصول التسويق ،دار كنوز للنشر والتوزيع،2009، ص 16.

² ناجي معلوي وآخرون:مرجع سابق ،ص 16.

تصنيف عام	محلون، أجانب، أطفال، طلاب، مديرون... الخ
الجنس كأساس/قاعدة	ذكور، إناث
الإقليم كأساس	ريفي، مدني، من الضواحي
الوضع الاجتماعي كأساس	فقير، غني
الوظيفة كأساس المهنة	مديرون أكاديميون /رياضيون
التعليم كأساس	متعلم /غير متعلم
نوع العمل كأساس	موظفوا مكاتب /غير يدويون /عمال

نستج من خلال هذا مستخدمو الخدمات السياحية يختلفون حسب طبيعة الرغبة والمهارة وكذلك القدرة، فيجب على المنظمات السياحية توفير كافة الوسائل لتحديد هذه الفئة والتعرف عليهم.

10 - المورد البشري مدخل لتحقيق التنمية السياحية

تعتبر الموارد البشرية من أهم وظائف الإدارة لتركيزها على العنصر البشري وذلك يعتبر أثمن مورد لدى الإدارة والأكثر تأثيراً في الإنتاجية على الإطلاق وإن إدارة وتنمية الموارد البشرية تعتبر ركناً أساسياً في غالبية المنظمات حيث تهدف إلى تعزيز القدرات التنظيمية وتمكين الشركات من استقطاب وتأهيل الكفاءات اللازمة والقادرة على مواكبة التحديات الحالية والمستقبلية فالموارد البشرية يمكن أن تساهم في تحقيق أهداف الربح للمنظمة.

➤ لذلك وما زال المورد البشري العنصر الفعال أيضاً في عجلة التنمية السياحية في أي دولة باعتبار القطاع السياحي من أهم القطاعات المدرة للعوائد المالية الكبيرة التي يمكن أن يرفعها في الأمد المتوسط والبعيد لما يوفره من فرص عمل.

¹ صبري عبد السميع: التسويق السياحي والفندقي، دار زهران، مصر، 2000، ص 284.

- التخفيف من حدة الكثير من المشاكل الاقتصادية
- حيث وجدت كثير من الدول الصناعية (السياحية) بديلا استراتيجيا لاستغلال مواردها السياحية بشكل يضمن استدامتها ويغنيها عن الاعتماد على مصادر الثروة النابضة.
- فهي الصناعة الأولى من حيث تشغيل اليد العاملة
- أصبح لها دورا أساسيا في التنمية الاقتصادية والاجتماعية
- كما يمكن أن يكون هذا المورد واقع نشاط بدعم مجموعة من الآليات والوسائل الإعلامية والتكنولوجية المدعمة لتحقيق ما يعرف بالتنمية السياحية¹
- باختصار الاستخدام الأمثل للمورد البشري المتوفر والمتوقع حيث انه على المدى كفاءته وقدراته وخبراته هذا العنصر¹

11 - دور التنمية السياحية في تحقيق التنمية الشاملة

إن الدور الحيوي للساحة وما تكسبه من أهمية سياسة واجتماعية واقتصادية جعل التنمية السياحية ترتبط ارتباطا كبيرا بالتنمية الشاملة وتؤثر عليها، ويمكننا تسليط الضوء عليها بإيجاز مايلي:

- التنمية السياحية، والتنمية الاقتصادية :إن التنمية السياحية تلعب دورا مهما في التنمية الاقتصادية حيث يؤثر السواح في القطاع السياحي بشكل مباشر، فالإنفاق على الخدمات والسلع المرتبطة بالنشاط السياحي تؤدي إلى انتقال للأموال لسلسلة أخرى من الإنفاق فمثلا:
- خلال مدة إقامة السائح في الفندق فإنه يقوم بالإنفاق على الخدمات التي يطلبها السائح بهذه الأموال بطبيعة الحال يقوم الفندق بصرفها أو بالأحرى صرف جزء منها على تجديد الأثاث

¹ حسن علي الزغبى: نضم المعلومات الفندقية وصناعة السياحة، دار زهران للنشر، مصر، 2008، ص20.

1 حسن علي الزغبى : مرجع سابق، ص21.

والمطابخ والمغاسل وأجهزة التكيف ووسائل تشغيل وصيانة وترميم الفندق، كما يصرف جزء على موردي اللحوم والخضار والفواكه... الخ

- كذلك صرفها على الأجور والرواتب العاملين في الفنادق وما يقال على الخدمات الفندقية المتصلة بالسياحة مثل: على منظمي الرحلات السياحية.

التنمية السياحية والتنمية الاجتماعية

1. تعمل على رفع معيشة المجتمعات والشعوب وتحسين نمط حياتهم
2. تعمل على خلق وسائل للترفيه والثقافة لخدمة المواطنين والزبائن¹
3. تساعد على تطوير الأماكن والخدمات العامة بدولة المقصد السياحي
4. تساعد على رفع مستوى الوعي بالتنمية السياحية لدى فئات والسعة
5. تنمي لدى المواطن شعوره بالانتماء إلى وطنه وتزيد من فرص التبادل الثقافي والحضاري بين كل المجتمع المضيف والزائر².

12 - معوقات التنمية السياحية

تتباين المقومات التي تواجه صناعة السياحة بتباين درجات التقدم الاقتصادي والحضاري في دول العالم وفي العراق اكتشفت صناعة العديد من العقبات والمشكلات التي أدت إلى تقلص دور السياحة في المجالات التنموية الاقتصادية والاجتماعية ورغم ما يحتويه العراق من مقومات للنهوض بواقع السياحة وينبغي مواجهتها وأهمها:

¹ مصطفى عبد القادر: دور الإعلان في التسويق السياحي، دار المجد للنشر، ط1، بيروت، 2003، ص 19.

² مصطفى عبد القادر: مرجع سابق، ص 19.

1. الافتقار إلى إستراتيجية واضحة المعالم حول السياحة وآفاق تطورها يمكن أن يؤثر المطلوب على المستوى القومي الإقليمي والمحلي.
2. ضعف موقع التنمية السياحية في خطوط التنمية مما يقلل وباستمرارية من أهميتها في إطار تواضع التخصصات المالية المخصصة للسياحة مما يعكس قلة المشاريع المنجزة والمخططة وضعف أداء السياسات العامة في تبني إستراتيجية واضحة للمعالم السياحية.
3. الفقر الواضح في البيانات والمعلومات (معلومات الإحصاء السياحي)
4. تواضع وقلة المؤسسات التعليمية وضعف مستوى التأهيل والتدريب.
5. تواضع الوعي السياحي وتخلف التوعية الشعبية
6. عدم انتظام النقل البري والبحري والجوي وعدم وصول المحاور إلى الطرق إلى كل موقع الجذب السياحي
7. تواضع خطط الترويج والتسويق وقصور الإعتمادات الحكومية المخصصة لتسويق والبحوث والإعلام السياحي¹
8. انخفاض وتدني مستوى النظافة العامة في المدن والمناطق السياحية الأثرية وعدم كفاية كل من المرافق العامة ونظام معالجة القمامة في إطار انخفاض الوعي السياحي.
9. تقليدية البرامج السياحية وعدم وجود أصلا مما يقف حائلا دون إطالة مدة إقامة السائح.
10. الإهمال للمناطق الأثرية والمدن الحضارية وخصوصا المواقع الدينية والمباني التاريخية فهناك تقصير في أعمال الصيانة والترميم وإعادة البناء وإجراء المزيد فضلا عن عدم وجود نظام مبرمج لزيادة وجذب السائحين لهذه المناطق.

¹ موقع الكتروني: www.Orianis.F.R.d.p.pdf، w. w. 2008، يوم، 2018/03/01، الساعة، 15:42.

11. عدم كفاية الوسائل للحد من تهريب الآثار والقطع التاريخية أو إرجاعها مما أسهم في تفاقم

مشكلة وتعويض معالم السياحة تأسيا لما تقدم من واقع السياحة.¹

نستنتج من خلال استظهار لبعض من معوقات السياحة انه لابد من الاهتمام أكثر ومحاولة

معالجة هذه المخاطر والعراقيل التي يمكن أن تؤدي بالتنمية السياحية إلى الهاوية.

13 - المقترحات والتوصيات العملية للارتقاء بواقع السياحة

في ظل الأوضاع والمشاكل التي تعاني منها قطاع السياحة في إطار تتصف بها ،مقومات النهوض بالصناعة السياحية لما يدور هذا القطاع في فرصة مدرة للدخل وحل المشاكل ،البطالة والارتقاء بواقع الاقتصاد يمكن تأشيرة عدد من التوصيات التي يمكن من خلالها تقريب خطط تنظيمية التنمية وعمالياتهاالعملية (القدرة على التنفيذ) التي ينبغي أن تتصف بها.

¹ موقع الكتروني : مرجع سابق .

من بين المقترحات نذكر مايلي:

1. تحديد الجهات المسؤولة عن حماية البيئة الطبيعية و تنمية مواردها وذلك من خلال التنسيق بين وزارة السياحة ووزارة البيئة للحفاظ على الموروث الحضاري من اثر ومتاحف ومواقع سياحية أثرية ودينية لما تشكله من الطبيعة من أهمية بإعتبارها أحد عناصر البيئة ووجوب حمايتها وتنميتها
2. تنمية الصناعات الصغيرة والحرفية ذات الطابع التراثي وتلك المرتبطة بشكل مباشر بدعم الصناعات السياحية وتحديد المواقع المخصصة والصالحة للاستثمار السياحي وتوفير سبب أقاماتها لما تشكله من أهمية وروابط التغذية السياحية.
3. دعم البنية التحتية واستكمال البنية المؤسسية -التشريعية وإنفاذ القوانين الناظمة للسياحة.
4. إنعاش الترويج السياحي وتنظيمه بما في ذلك برمجة التوعية الشعبية والرسمية وإصدار النشرات السياحية والمجلات، أفلام، خرائط، فضلا عن تطوير استخدام الوسائل المرئية، وكذلك استخدام الممثلات بالداخل والخارج وإقامة معارض دولية لإمكانيات السياحة¹ خاصة إن الترويج السياحي خطوط متمثلة بالمسح الميداني للمواقع السياحية و وضع مخططات عمرانية لتطويرها ودراسات بيئية وملاحظة الكثافة السكانية
5. قيام وزارة السياحة بتحديد وتعيين الفرص الاستثمارية لدعم السياحة وتحفيز وتنشط دوره القطاع الخص ورجال الأعمال لاجتذاب ورؤساء الأموال بإتاحة الفرص المريحة وتعظيم الحوافز المالية والاقتصادية في مجال الاستثمار السياحي فضلا عن تطوير التسهيلات

¹أسعد حماد أبو رمان: اتجاهات إدارة الفنادق الأردنية، (دراسة تحليلية ميدانية على فئة النجمة والنجمي

،الملتقى الاول،(الواقع آفاق وتطورات -الشارقة،الإمارات العربية المتحدة، 15-16 أكتوبر، 2002.

الإدارية واختصار الوقت والإجراءات اللازمة في إطار نوع من الشفافية لإجازة المشاريع السياحية .

6. الإسراع في إدخال التعديلات على التنظيم السياحي لكي يصبح تنظيم وزارة السياحة والآثار والهيئات والدوائر التابعة لها في المحافظات والأقاليم تنظيماً عضوياً يعمل كنظام ذي اتجاه تسويقي قادر على مواكبة التطور السريع في العلاقات السياحية الدولية ويقتضي ذلك اختيار العناصر الكفوءة والقوى البشرية المدربة والمتخصصة.

7. رصد التخصصات المالية اللازمة في النهوض بواقع السياحة في الخطط والبرامج الإنمائية وتطورها من خلال إجراء مسح دقيق وشامل حول الإمكانيات السياحية وضمان مشاركة الخبرات الوطنية والأجنبية بهذا الشأن فضلاً عن دعم الإمكانيات المادية للهيئة العامة للآثار والمتاحف والمخطوطات لكي يمكنها من تطوير المناطق الأثرية القائمة على المستوى اللائق حضارياً وزيادة عدد متاحف الأثرية الإقليمية والتوسع في أعمال التنقيب والصيانة والترميم في المناطق الأثرية

8. تحسين واقع الخدمات السياحية وخاصة أنظمة وسائل الطرقات والنقل والاتصال الداخلية والخارجية، وذلك يتطلب من الدولة دوراً فاعلاً ومؤثراً.¹

9. تفعيل الأنشطة السياحية وإعداد البرامج بالتنسيق مع مكاتب السفر والسياحة المحلية والدولية و اعتماد الترويج والإعلان كأحد أهداف عناصر المزيج التسويقي.

10. إقامة مهرجانات سياحية ثقافية وبصفة دورية في مناطق الجذب السياحي وبالتنسيق مع الجهات والدوائر ذات العلاقة سواء على المستوى المحلي والدولي.

¹ أسعد حماد أبو رمان: مرجع سابق .

11. اعتبار التدريب السياحي عنصرا أساسيا لازما من عناصر التنمية السياحية ويقضي ذلك

التوسع في إنشاء مراكز التدريب السياحي والفندقي لرفع مستوى الخدمات السياحية .

12. العمل على نشر الوعي الثقافي والفندقي للمواطنين بأهمية السياحة واستخدام الإعلان

السياحي كأحد المصادر الرئيسية في ذلك فضلا عن العمل في تحسين صورة عن السياحة

لدى الأجانب بحملة توعية وتثقيف شاملة تتصف بالعملية بأهمية المواقع الأثرية بما يعكس

حضارة وعمقه التاريخي¹

نستنتج ان جملة هذه المقترحات تزيد من نسبة فرص الاستثمار وزيادة الفرص الربحية في مجال

السياحة مما يرفع من الميزة التنافسية عبر دول العالم الدولية والعالمية وكذا الداخلية والخارجية.

خلاصة

في الوقت الحاضر أصبحت السياحة لها أبعاد وأهدافها في المساهمة في الدخل القومي

والاقتصادي الوطني،ولها دور كبير في تثقيف المواطنين وكذلك الوسائل الاتصال الفكري

والاجتماعي والثقافي بين الشعوب المختلفة

¹ أسعد ابو رمان :مرجع سابق.

هي ظاهرة متعددة الأبعاد فيجب النظر في القطاع الاقتصادي السياحي والحصول على موارد من النقد الأجنبي كما يجب النظر إلى القطاع من خلال الخدمات التي يوفرها وأهميتها من النشاط الاقتصادي ككل والعلاقات التشابكية التي تربط هذا النشاط بباقي، أنشطة الاقتصاد الوطني.

الفصل الرابع

المعالجة الميدانية للدراسة

الفصل الرابع: المعالجة الميدانية للدراسة

أولا منهج الدراسة

ثانيا: مجالات الدراسة

1 -المجال الجغرافي

2 -المجال الزمني

3 -المجال البشري

ثالثا: أدوات جمع البيانات

1 -الملاحظة

2 -الاستمارة

رابعا: عرض البيانات الميدانية

خامسا: مناقشة نتائج الدراسة.

خاتمة

قائمة المراجع

الملاحق

تمهيد:

يعتبر الجانب الميداني في البحث العلمي خطوات أساسية لا يمكن الاستغناء عنها والذي يتمحور حول الأدوات المنهجية لجمع المعلومات في الميدان ومنها المنهج المستخدم وأدوات جمع البيانات ومجالات الدراسة المجال الجغرافي والزمني والبشري، ودراسة عينة الدراسة وتحليلها ومناقشتها وربطها بالجانب النظري للبحث. ونقوم بالاستخلاص النتائج الدراسة العامة.

أولاً: منهج الدراسة

1 - المنهج الوصفي: إن طبيعة الموضوع تحدد لنا المنهج الذي نستخدمه في الدراسة وكذلك نوعية المشكلة المدروسة فالمسار البحثي لهذا الموضوع هو الذي يحدد لنا الواجب إتباعه وهو المنهج الوصفي.

- ويعرف المنهج الوصفي بأن محاولة الوصول إلى المعرفة الدقيقة والتفصيلية لعناصر مشكلة أو ظاهرة أو قائمة للوصول إلى فهم أفضل وأدق أو وضع السياسات وكذلك الإجراءات المستقبلية الخاصة بها¹

- يعرف أيضا بأنه عبارة عن جمع الحقائق والبيانات عن الظاهرة أو موقف معين مع محاولة تفسير هذه الظاهرة².

ثانياً: مجالات الدراسة:

1 - المجال الجغرافي

التعريف بالفندق: فندق بارادي بالاس أفتتح في 8 نوفمبر 2014 يضم حوالي 65 غرفة مقسمة إلى 2 غرف لشخص وغرفة لشخصين وثلاث أشخاص وغرف خاصة (جناح).
توجد فيها قاعة الاجتماعات + مصعد + كافيتريا إعاقة استقبال وقاعة الضيافة.
مكون من 4 طوابق.

¹ - أحمد حسن الرفاعي: منهج البحث العلمي، تطبيقاته إدارية واقتصادية، دار وائل للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2005، ص150.
² - محمد إسماعيل حسن: أسس العلمية لمناهج البحث العلمي، ط2، دار الطباعة للنشر والتوزيع، بيروت، 1986، ص63.

المجال الزمني: تمت الدراسة الميدانية التي أجريت في هذا البحث على مرحلتين هما:

المرحلة الأولى: وكان الهدف منها التعرف على المؤسسة بصفة عامة ومعرفة ما تحتوي عليه

وذلك بتاريخ 2018/01/25 وبعدها فمن زيادة ثانية وذلك للحصول على المعلومات الأولية

والمتمثلة في الهيكل التنظيمي ومتى نشأت وكل محتواها.

المرحلة الثانية: بعد تحضير الاستمارة نزلت إلى الميدان بفندق بارادي بالاس بالطارف وذلك

لمدة 3 أيام على التوالي (صباحا، 25-26-27 جانفي) وقمت فيها بتوزيع الاستمارة على عينة

الدراسة.

المجال البشري:

لقد بلغ عدد موظفين بالفندق 30 موزعة بين مديريين وكذلك مسيريين وعمال صيانة ونظافة

ونوادل.

قمنا باختبار عينة مسح شامل وذلك نظرا لصغر حجم مجتمع الدراسة حيث يعرف المسح

الاجتماعي (الشامل) بأنه محاولة منظمة لدراسة وفهم الواقع الراهن لموضوع الدراسة وتحليل

وتفسير الواقع في الزمن الحالي.

قمنا باستخدام عينة مسح شامل يضم جميع موظفي فندق بارادي بالاس من المدير إلى الحارس.

ثالثاً: أدوات جمع البيانات

1 **الملاحظة:** تعني الملاحظة الاهتمام والإشارة إلى شيء أو حدث أو ظاهرة بشكل منظم عن

طريق الحواس بحيث نجمع خياراتها وذلك من خلال المشاهدة والاستماع

كما استعنت في بحثي هذا على الملاحظة لجمع المعلومات وكذلك الاطلاع على الأوضاع

الداخلية للمؤسسة والتي بدورها تساعدنا في تحليل وتفسير المعطيات الميدانية.¹

2 **الاستمارة:** تعرف الاستمارة بأنها إحدى وسائل البحث العلمي التي تستعمل على نطاق واسع

من أجل الحصول على بيانات أو معلومات تتعلق بأحوال الناس أو ميولهم أو اتجاهاتهم

ودوافعهم وكذلك معتقداتهم²

كما إعتدنا على التراث النظري وبعض الدراسات كدراسة العايب لحسن بعنوان دور الترويج في

تسويق الخدمات الفندقية وقد قسمنا الاستمارة إلى ثلاث محاور.

أ - المحور الأول: البيانات الشخصية.

ب المحور الثاني: مدى تطوير القطاع الفندقية والسياحة.

ج المحور الثالث: علاقة التكوين الفندقي بالتنمية السياحية.

¹ - مصطفى حميد: منهج البحث العلمي تطبيقاته في الاعلام والعلوم الانسانية، دار وفاء لدينا والطباعة، 2007، ص82.

² - إحسان محمد حسن: مناهج البحث الاجتماعي، دار وائل للنشر، الاردن، عمان، 2005، ص50.

عرض النتائج

بيانات خاصة بعينة الدراسة

جدول رقم 05: يبين توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
%40	12	ذكر
%60	18	أنثى
%100	30	

يبين الجدول رقم 01 أن:

60% من فئة العاملين إناث مقابل 40% ذكر وهذا راجع إلى ميل الإناث لمهنة الفندقية لما فيه من استقبال وإرشاد وطبخ عكس الذكور ويدل هذا الاختلاف في النسب على أن مجال الفندقية أنثوي نسبياً وذلك راجع لشغف وحب المرأة لهذه المهنة.

- نستنتج مما سبق:

أن هذا النوع من الوظيفة يناسب الجنس الأنثوي وذلك لطبيعتهم حيث لا يحتاج لجهد عضلي كما تتسم هذه الوظائف بالروتين ولهذا يحتاج إلى صبر في أماكن وأوقات محددة.

جدول رقم (06) يبين توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن

النسبة المئوية	التكرار	السن
30%	9	من 20-30 سنة
20%	7	من 31-40 سنة
50%	15	من 41-50 سنة
100%	30	المجموع

يوضح الجدول رقم (03) أن:

أن نسبة 50% من مجموع أفراد البحث تتراوح أعمارهم بين 41-50 سنة وهذه الفئة تمثل الأغلبية مقابل 30% من أفراد البحث تتراوح أعمارهم 20-30 سنة وهذه تمثل فئة الشباب والفئة الثالثة من 31-40 سنة.

ونستنتج أن الفئة الأولى تتصف بالخبرة والأقدمية أما الفئة الثالثة فئة شبابية طموحة مفعمة بالطاقة لديها رغبة كبيرة في العمل أمثلها من الفئة الثالثة وكل هذه الفئات تشترك في نقطة واحدة وهي تحسن المعارف والمهارات والحصول على مزايا أخرى.

جدول رقم (07) يبين الخبرة المهنية لمجتمع الدراسة

الخبرة المهنية	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 6 سنوات	9	30%
من 6 سنوات إلى 16 سنة	6	20%
أكثر من 16 سنة	15	50%
المجموع	30	100%

يتضح من خلال هذا الجدول أن:

- نسبة 50% من مجمع الدراسة والتي تمثل الاغلبية أعمارهم أكثر من 16 سنة مقابل 30%

أعمارهم أقل من 6 سنوات في حين 20% أعمارهم تتراوح بين 6 سنوات و 16 سنة.

ونستنتج أنه هناك اختلاف في سنوات الخبرة لأفراد العينة وتمنح المؤسسة على التوظيف الدائم

والمنظم والمنسق من حيث الآخر.

جدول رقم (08) يبين توزيع عينة الدراسة حسب متغير الحالة الاجتماعية

النسبة المئوية	التكرار	الحالة الاجتماعية
%23.33	7	أعزب
%76.66	23	متزوج
%0	0	مطلق
%0	0	أرمل
"100	30	المجموع

يوضح الجدول رقم (04) أن:

%76.66 من عينة الدراسة متزوجين مقابل %23.33 عزاب

وننتج أن:

فئة المتزوجين يمثلون الأغلبية هم من الفئات المرتاحين نفسيا وعاطفيا والذين يبدون إهتماماتهم

وتركيزهم في العمل والأداء الجيد بهدف تحقيق الاحتياجات البيولوجية.

جدول رقم (09) يبين المستوى التعليمي لمجتمع الدراسة

النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
%33.33	10	جامعي
%66.66	20	تكوين مهني
%100	30	المجموع

يوضح الجدول رقم (05) أن:

- نسبة %66.66 من مجموع البحث ذو مستوى تكوين مهني مقابل %33.33 مستوى جامعي

وهذا راجع إلى توافر مراكز التكوين المهني على مستوى الولاية وبالأخرى انعدم التخصص

الجامعي المعلقة بالفندقة على مستوى الولاية.

حيث اختلفت دراستنا مع دراسة العايب لحسن في النتائج المتوصل إليها، حيث توصلت هذه

الأخيرة إلى أن مستوى بحثه ذو مستوى جامعي عكس دراستنا ذو تكوين مهني.

جدول رقم (10) يبين أهمية التكوين الفندقي عند عينة الدراسة

أهمية التكوين	التكرار	النسبة المئوية
مهم جدا	28	%93.33
عادي	2	%6.66
المجموع	30	%100

من خلال الجدول رقم 06 يوضح لنا ما يلي:

- أن نسبة 93.33% من عينة الدراسة يرون أن التكوين مهم جدا بالنسبة لهم.
- أن نسبة 6.66% من إجمالي عينة الدراسة يرون أن التكوين عادي بالنسبة لهم.
- ومنه نستنتج أن
- أن أهمية التكوين بالنسبة للفرد تتبلور في مدى استيعاب وفهم وكيفية تطبيق التكوين من قبل المتكون وبالنظر للهدف المرجوة منه ولهذا اختلف من فرد لآخر.

جدول رقم (11) يبين مناسبة مدة التكوين الفندقي في تطوير المهارات

النسبة المئوية	التكرار	مناسبة مدة التكوين الفندقي في تطوير المهارات
%93.33	28	نعم
%6.66	2	لا
%100	30	المجموع

بين الجدول رقم (07) أغلبية أفراد العينة والمتمثلة بنسبة %93.33 مدة التكوين كافية لتطوير

مهاراتهم وإعدادهم جيدا بما يتناسب ومهامه مقابل %6.66 وهي نسبة ضئيلة جدا يرون مدة

التكوين الفندقي في غير مناسبة لتطوير المهارات.

ومنه نستنتج أن

مدة التكوين مناسبة في تطوير المهارات راجع بالدرجة الاولى لطبيعة المتكولين.

جدول رقم (12) بين أهمية التكوين في المؤسسة

أهمية التكوين في المؤسسة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	28	%93.33
لا	2	%6.66
المجموع	30	%100

يبين الجدول رقم (08):

أن 93.33% من فئة المتكويين يرون أن للتكوين أهمية داخل المؤسسة

- أن 6.66% من فئة المتكويين يرون ليس للتكوين أهمية داخل المؤسسة.

وعليه نستنتج أن:

أهمية التكوين داخل المؤسسة تظهر في إعطاء الإدارة أهمية للتكوين سواء في الترقية،

والتحفيز.... وذلك للتكوين لدى العامل أن للتكوين مكانة داخل المؤسسة.

جدول رقم (13) يبين مدة التكوين الفندقي

النسبة المئوية	التكرار	مدة التكوين
%26.66	8	قصير
%73.33	22	طويل
%100	30	المجموع

يوضح الجدول رقم (09) أن

إجمالي فئة المتكويين كان تكوينهم طويل نسبة %73.33 مقابل %26.66 كان تكوينهم قصير.

ومنه نستنتج أن:

مدة التكوين تتحكم فيها هيئة الوظيفة حيث يشترط هذا الأخير المدة الكافية والساعات اللازمة

وبتالي فيها راجعة لسياسة المدة في حد ذاتها.

جدول رقم (14) يتعلق بملائمة التكوين الفندقي مع الوظيفة

النسبة المئوية	التكرار	ملائمة التكوين الفندقي مع الوظيفة
%93.33	28	نعم
%6.66	2	لا
%100	30	المجموع

من خلال هذا الجدول رقم (10) يتوضح لنا أن:

- أن نسبة %93.33 من إجمالي عينة الدراسة يرون أن التكوين الفندقي ملائماً لوظيفتهم.
- أن نسبة %6.66 من إجمالي عينة الدراسة يرون أن التكوين الفندقي لم يكن ملائماً لوظيفتهم.
- ومن خلال ما سبق نستنتج ان:

ملائمة التكوين المتواصل للوظيفة يرجع بالدرجة الأولى للمادة العلمية (موضوع التكوين الفندقي) وبالدرجة الثانية إلى فهم واستيعاب المتكون للأنشطة وكيفية تطبيقها على الواقع المهني في ظل التغيرات والتقلبات.

جدول رقم (15) يتعلق بالمشاركة في البرامج التكوينية الفندقية

العبارة	التكرار	النسبة المئوية
بناء على طلبك	3	%10
بناء على طلب المؤسسة	27	%90
المجموع	10	%100

يتضح من خلال الجدول هذا

- أن نسبة 90% من أفراد العينة كانت مشاركتهم في البرامج التكوينية بناء على طلب المؤسسة.

- أن نسبة 10% من أفراد العينة كانت مشاركتهم في البرامج التكوينية بناء على طلب المتكون.

ونستنتج ان:

المشاركة في البرامج التكوينية الفندقية أمانة تكون الادارة هي السبابة في فرض المشاركة وأحيانا

تكون بطلب من المتكون.

جدول رقم (16) يبين المهارات التي اكتسبها من التكوين الفندقي

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
قليلة	2	%6.66
كثيرة	28	%93.33
المجموع	30	%100

يبين الجدول أعلاه أن:

%93.33 من مجموع عينة الدراسة اكتسبوا مهارات تكبيرة من التكوين الفندقي الذين تلقوه مقابل

%6.66 من مجموع العينة اكتسبوا مهارات قليلة جراء التكوين الفندقي الذي تلقوه.

وعليه نستنتج أن:

التكوين الفندقي يكسب المتكون مجموعة لا تخض من المهارات الفنية والقيادية وذلك بالتماشي مع

مساره الوظيفي، أما فيما يخض وجه نظر كل متكون بخصوص أنها قليلة أو كثيرة فهذا راجع دائماً

إلى درجة فهم ورغبة واستيعاب المتكون أو المادة العلمية (موضوع التكوين).

جدول رقم (17) التكوين الفندقي عامل الترقية

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	20	66.66%
لا	10	3.33%
المجموع	30	100%

نلاحظ من خلال القراءة الاولية رقم (13) أن:

نسبة 66.66% من اجمالي أفراد العينة يرون أن التكوين الفندقي عامل في الترقية مقابل 3.33% من اجمالي أفراد العينة يرون أن التكوين ليس عاملا للترقية.

بناء على ما سبق نستنتج أن:

التكوين ليس وحده عاملا للترقية وإنما تتشارك معه بعض المتغيرات كالخبرة المهنية والأقدمية والشفافية....الخ.

جدول رقم (18) يبين أساس التكوين الفندقي

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
على أساس التأهيل	15	%50
الكفاءة	15	%50
المجموع	30	%100

يتبين من خلال الجدول رقم (14) أنه:

اختلف الآراء حول أساس التي يتم عليها التكوين الفندقي بين التأهيل والكفاءة حيث كانت النسبة متساوية 50%.

وعليه نستنتج أن:

التكوين الفندقي يتم على أساس التأهيل والكفاءة وذلك لضمان تكوين ناجح ومتكامل.

جدول رقم (19) عدم يكفي التكوين الفندقي يؤثر على التنمية والتطور

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	20	%66.66
لا	10	%33.33
المجموع	30	%100

يوضح الجدول أعلاه أن:

%66.66 من عينة البحث يرون أن عدم يكفي التكوين الفندقي يؤثر على تنميتهم وتطورهم مقابل

%33.33 من عينة البحث يرون العكس من هنا نذكر أهمية التكوين الفندقي سواء على المستوى

الشخصي والوظيفي والمؤسسي.

جدول رقم (20) يبين تأثير التكوين الفندقي على المتكويين

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	30	%100
لا	0	%0
المجموع	30	%100

يوضح الجدول أعلاه تأثير التكوين الفندقي على المتكون حيث نجد أن:

إجمالي عينة الدراسة يرون أن للتكوين الفندقي تأثير عليهم

ومن نستنتج أن:

التكوين الفندقي يؤثر على المتلقى للتكوين أو المتكون فالتكوين الفندقي متغير مستقل والمتكون

متغير تابع أي متأثر.

جدول رقم (21) يوضح علاقة التكوين الفندقي بالمستوى المهني

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	30	%100
لا	0	%0
المجموع	30	%100

من خلال قراءتنا الأولية للجدول رقم (17) تبين لنا أن إجمالي عينة الدراسة يرون أن للتكوين
الفندقي علاقة بمستواهم المهني.

وعليه نصل إلى استنتاج مفاده أن:

أن برامج التكوين الفندقي تتماشى مع المستوى المهني بالدرجة الأولى وعليه تتحدد باقي البرامج
فمثلا المستوى الجامعي والثانوي والمتوسط لا يكون هناك تكوين متشابه وإنما نسبيا.

جدول رقم (22) يوضح العراقيين الموجودة في التكوين الفندقي

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
شخصيتك	15	50%
المسؤولين	15	50%
المجموع	30	100%

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (18) أن:

50% من إجمالي المبحوثين يرون أن العراقيل الموجودة في التكوين الفندقي ترجع إلى شخصيتهم في حيث نرى أن نسبة 50% من المبحوثين يرجعون ذلك إلى المسؤولين.

ومنه نستنتج أن العراقيل الموجودة في التكوين الفندقي ترجع إما لشخصية الفرد أو المسؤولين فكلاهما وجهان بعمله واحدة وهي التكوين الفندقي.

جدول رقم (23) يتعلق بتزايد المهارات بعد التكوين

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	28	%93.33
لا	2	%6.66
المجموع	30	%100

يوضح لنا الجدول أعلاه أن:

نسبة 93.33% من مجتمع الدراسة يرون مهاراتهم تزايدت بعد التكوين الفندقي مقابل 6.66% يرون العكس وهذا قد ارجناه سابقا إلى طبيعة المتكون ومدى فهمه واستيعابه وتعنيه في إكساب المهارات والقدرة على تطبيقها في الواقع المهني.

جدول رقم (24) يبين النتائج المحققة من التكوين الفندقي

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
ملموسة	28	%93.33
غير ملموسة	2	%6.66
المجموع	30	%100

يوضح الجدول أعلاه أن:

نسبة 93.33% من عينة الدراسة يرون أن النتائج المحققة من النتائج الفندقية ملموسة مقابل 6.66% يرون العكس وعليه فعندما يكون التكوين الفندقية شاملا للواقع المهني ومتلائما مع طبيعة المتكون وهناك المسؤولين على التكوين الفندقية من ذوي الخبرة وتوفر القليل من الرغبة والنجاح وتحقيق الهدف لدى المتكون كل هذه المتغيرات تساهم في الحصول على نتائج ملموسة داخل المؤسسة.

جدول رقم (25) يبين الشيء الذي يلفت انتباه المتكون أثناء التكوين الفندقية

المتغيرات	التكرار	النسبة المئوية
طريقة التكوين	15	50%
ميزة التكوين	15	50%
المجموع	30	100%

يبين الجدول أن:

أراء المتكويين تزاوجت بين طريقة التكوين وميزته نسبة 50% مقابل 50%.

وهذا راجع إلى أن طريقة التكوين وميزته هما الصورة الكاملة لتكوين الفندقى باستثناء الجانب

السلبي المتمثل في المعوقات.....الخ.

الخلاصة:

تعتبر الدراسة الميدانية للبحث العلمي الجزء الأهم للبحث فوق الإجراءات الميدانية المعتمدة في البحث والمعمول بها في الدراسة فقمنا بتحليل المعطيات والمعلومات المتحصل عليها من خلال توزيع الاستمارة على عينة الدراسة التي قمنا بتفريغها في جداول لان لغة الإحصاء مهمة في العلوم الاجتماعية ولأنها تسهل علينا قراءة المعطيات وتقريبنا أكثر في عملية التحليل والتفسير.

نتائج الدراسة:

من خلال المعطيات التي جمعت جراء دراستنا الميدانية ومن ثم تحليلها وتفسيرها توصلنا إلى مجموعة من النتائج وتعتبر كإجابة علمية للسؤال المركزي والأسئلة الفرعية.

- أظهرت الدراسة انخفاض في مستوى التقنيات الحديثة في فندق بارادي بالاس وذلك عدم تحسين البيئة داخل الفندق.

- يرى غالبية أفراد عينة الدراسة نسبة 6.66% أن التكوين أهمية داخل المؤسسة.

- أغلبية أفراد عينة الدراسة نسبة 93.33% مدة تكوينهم كافية لتطوير مهاراتهم ورغباتهم.

- أن التكوين الفندقي له تأثير على من لم يتلقى تكوينيا.

- أن معظم النتائج المحققة في هذا التكوين الفندقي غير ملموسة.

- أن بعد التكوين الفندقي زادت مهارات العامل بنسبة.

التوصيات:

- 1 تعزيز الاهتمام بالتكوين الفندقي وذلك على دراسة من إتجاهاته المختلفة.
- 2 تعزيز الاهتمام بعناصر التكوين الفندقي وذلك لتحقيق التنمية السياحية.
- 3 رفع المستوى خدمات الفندقية وذلك بمواكبة التطور التكنولوجي.
- 4 العمل على إصدار تكوين بشكل منتظم لما له من أثر ايجابي على مهارات المتكون.
- 5 إعطاء أهمية كبيرة للتكوين الفندقي.
- 6 - ضرورة إسعانة الفندق بكوادر متخصصة في العمل الفندقي ومن خرجي الكليات والمعاهد الفندقية.

خاتمة

خاتمة:

إن تطوير وتحديد قطاع الفنادق والسياحة وما يمكن أن يحققه من نتائج إيجابية في دفع عجلة التنمية السياحية والاقتصادية والاجتماعية، قد يساهم مساهمة بناءه في حل الكثير من المشكلات وأن الأمن والسلام الاجتماعي في الدولة يمكن أن يؤدي إلى تنمية الحركة السياحية.

لا بد من القول أن الجزائر تتوفر على إمكانيات سياحية عظيمة إلا أن عدم الاهتمام بها خلال المسار التنموي حال دون الاستفادة منها والتعرف على مكوناتها محليا ودوليا.

فتكوين المورد البشري في هذا المجال يلعب دورا كبيرا في زيادة تطور التنمية السياحية الاقتصادية منها وحتى المالية فهذا القطاع هو الأكثر جذبا للإستثمارات الأجنبية المباشرة وهو القطاع الذي يمكن أن يساهم في تطوير القطاعات الأخرى والمسألة تمكن في إعطاء المورد البشري في هذا المجال مكانته اللائقة فهو الطريق المؤدي إلى تزايد بداية هذا القطاع. وقد توصلنا من خلال هذه الدراسة التي قمنا بها حول دور التكوين الفندقي في التنمية السياحية...الخ.

- تحسين الظروف التمويينية من أجل تنمية قطاع الفنادق والسياحة وتطوره.
- تمتلك الجزائر مقومات سياحية طبيعية كبيرة تساعد في التنمية السياحية.
- الدقة في إختيار المتكونين وذلك لضمان تنمية وتفعيل القطاع.
- تعتمد الدول السياحية على تننيط الحركة السياحية بإعتمادها على التكنولوجيات الحديثة
- عكس الجزائر فهي لا تعتمد إلى حد كبير بالتكنولوجيات الحديثة في هذا المجال.

- ضعف طاقات الإيواء السياحي في الجزائر والتي تتجاوز 90000 سرير إلى غاية 2010
منها 10% فقط تستجيب للمقاييس الدولية.

قائمة المصادر

والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

1 الكتب.

- 1 إحسان محمد حسن: مناهج البحث الاجتماعي، دار وائل للنشر، الاردن، عمان، 2005.
- 2 أحمد حسن الرفاعي: منهج البحث العلمي، تطبيقاته إدارية واقتصادية، دار وائل للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2005.
- 3 أحمد شاكر الغالي: الإعلان كمدخل تطبيقي، دار وائل للنشر، ط2، الأردن، عمان، 2006.
- 4 أسعد حماد: التسويق الفندقي، دار الشرق للنشر والتوزيع، 2006.
- 5 إسماعيل هاشم: تنمية الموارد البشرية، دار الفجر للنشر، 2007.
- 6 إياد عبد الفتاح النسور: أسس الخدمات السياحية، الدار الجامعة للنشر والتوزيع، القاهرة 2005،
- 7 للباري إبراهيم: إدارة الموارد البشرية، دار وائل للطباعة والنشر، 2008، ص 309.
- 8 توفيق ماهر عبد العزيز: صناعة السياحة، دار زهران للنشر والتوزيع، جامعة العلوم التطبيقية، عمان الاردن، 1997.
- 9 توفيق ماهر عبد العزيز: مبادئ إدارة الفنادق، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان الاردن، 1996.
- 10 - جمال الدين مرسي: المورد البشري، والتكوين السياحي، مصر، القاهرة، 2003.
- 11 - حافظ الحجازي: إدارة المنظمات الفندقية، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن 2008،

- 12 - حسن علي الزغبى: **نضم المعلومات الفندقية وصناعة السياحة** ،دار زهران للنشر ،مصر، 2008 .
- 13 - خليل المساعد : **تسويق الخدمات الفندقية** ،دار المناهج للنشر والتوزيع، ط 1، عمان الأردن،
- 14 - الروبي نبيل :**التخطيط السياحي** ،دار الثقافة الجامعية ،الإسكندرية ،1987.
- 15 - رويحة علي محمد أمين : **إدارة الفنادق ورفع كفاءتها الإنتاجية** ،دار وائل للنشر ،عمان ،الأردن ،1998.
- 16 - سيد محمد جاد الرب: **إدارة الموارد البشرية: مدخل استراتيجي**، مصر، 2009 .
- 17 - شفيق حداد :**أساسيات الفنادق** ،دار مكتبة الحامد للنشر ،عمان ،الأردن ،1998 .
- 18 - شمس.نديم :**مبادئ السياحة** ،الجمعية الجغرافية للسياحة ،دمشق ،2001.
- 19 - صبري عبد السميع :**التسويق السياحي والفندقي**،دار زهران ،مصر ،2000 .
- 20 - عبد السلام أبوقحف:**صناعة السياحة** ،الدار الجامعية للنشر ،بيروت ،1993 .
- 21 - عبد السميع حسين :**التسويق السياحي وأصوله**،جامعة حلوان ،القاهرة،1992.
- 22 - عصام أحمد السعيدى : **المنظمات الفندقية** ،الإسكندرية ،2004 .
- 23 - عصام حسن السعيدى: **التسويق الفندقي والسياحي** ،دار الراية للنشر والتوزيع ،الأردن ،عمان ،2009.
- 24 - علي الروسان: **العوامل المؤثرة في جودة الخدمة الفندقية** ،الملتقى الدولي الثالث حول الجودة والتميز ،جامعة ،سكيكدة ،الجزائر،7-8 ماي 2007.
- 25 - علي السلمي : **إدارة الموارد البشرية** ،تطوير أداء وتجديد المنظمات ،دار قباء للنشر .
- 26 - فيصل حسونة: **إدارة الموارد البشرية** ،دار أسامة للنشر ،عمان ،الأردن،2007.

- 27 - كافي مصطفى : صناعة الفندقة للتنمية الاقتصادية ،دار الفرات ،نيناز للنشر والتوزيع ،2006 .
- 28 - لعايب لحسن: دور الترويج الفندقى فى تحسين الخدمات الفندقية، رسالة ماجستير، 2008-2009.
- 29 - مأمون السعدى : الموارد البشرية ،الأردن ،عمان ،1991 .
- 30 - محمد قاسم: إدارة الأفراد ، دار الشروق، عمان ،الأردن ، ط1،1990.
- 31 - محمد إبراهيم عبيدات: إستراتيجية التسويق، ط2 ، عمان ،المستقبل ،1997.
- 32 - محمد إحسان حسن: أسس العلمية لمناهج البحث العلمى، ط 2 ، دار الطباعة للنشر والتوزيع، بيروت، 1986.
- 33 - محمد الشوارى عبد المنعم :آفاق مستقبل السياحة ،دار الكنوز الادبية ،بيروت ،2002.
- 34 - محمد حافظ حجازى : المنظمات الفندقية ،الإسكندرية للطبع والنشر ،2001.
- 35 - محمد عبد العظيم : التسويق المعاصر ،دار الشروق للنشر ،جامعة الإسكندرية ،2007، ص 146
- 36 - محمد عبد الكرىم الجوهرى :وزارة السياحة والفنادق ،مدخل الى التسويق السياحى
- 37 - محمد عثمان :التخطيط السياحى ،الأردن ،2004 .
- 38 - مروان السكر :الاقتصاد السياحى ،دار جلاوى ،الأردن ،1999.
- 39 - مروان محسن الفندقة إدارة واقتصاد، دار المجلاوى للنشر، عمان، الاردن،2003.
- 40 - مصطفى السيد : التحديات والتخطيط الإستراتيجى ،دار الكتب ،ط1، مصر ،2005 .
- 41 - مصطفى حميد: منهج البحث العلمى تطبيقاته فى الاعلام والعلوم الانسانية، دار وفاء لدينا والطباعة، 2007، ص82.

42 - مصطفى عبد القادر: دور الإعلان في التسويق السياحي ،دار المجد للنشر ،ط 1 ،بيروت ،2003.

43 - مصطفى نجيب: إدارة الموارد البشرية، دار الشروق الأردن ،ط،2003

44 - موسى سويدان:التسويق مفاهيم معاصرة،دار وائل للنشر،عمان ،2003.

45 - ناجي معلاوي وآخرون:أصول التسويق ،دار كنوز للنشر والتوزيع،2009.

46 - الندوة العلمية :مجد العطار، أثر صناعات السياحة وأهميتها ،دمشق ،6/7/2010.

47 - نوال دماذ:إسهامات السياحة الداخلية،رسالة ماجستير ،جامعة الجزائر ،2010.

48 - نوري منير : تسيير الموارد البشرية، دار وائل للنشر، ط 1، 2010 .

49 - ياسين الكحلي :إدارة الفنادق والقرى السياحية ،دار الدعاء للطبع والنشر،الاسكندرية ،

2008

50 - ياسين عباس:محاسبة الفنادق ،دار بغداد للنشر والتوزيع ،عمان ،1994 .

51 - يوسف بن سعود محمد العشيرى :إدارة السياحة الفندقية ،جامعة الملك ،عمان،1985

مجالات:

52 - خالد كواش : مقدمات ومؤشرات السياحة ،مجلة إقتصادية،شمال إفريقيا ،العدد الاول

2004،

ملتقيات:

53 - أبو هدى : الأهمية النسبية لقطاع السياحة في فلسطين ،المركز الفلسطيني للدراسات

الاقليمية ،1997

54 - اسعد حماد أبو رمان: اتجاهات إدارة الفنادق الأردنية ،(دراسة تحليلية ميدانية على فئة

النجمة والنجمتي ،الملتقى الاول،(الواقع آفاق وتطورات -الشارقة ،الإمارات العربية المتحدة

،15-16 أكتوبر،2002.

رسائل جامعية:

55 - منى لخساف: دراسة التجربة السياحية الفندقية في الجزائر،رسالة ماجستير،كلية العلوم

الاقتصادية وعلوم التسيير ،قسم علوم التسيير،جامعة الجزائر،2013

56 - صليحة عشي: الأثر الاقتصادي والاجتماعي للسياحة في الجزائر وتونس

والمغرب،أطروحة دكتوراه ،جامعة باتنة ،الجزائر،2011

57 - عبد الامير، عبد كاظم، دور التدريب في إعداد الموارد البشرية السياحية المتخصصة

وتأثيره على الخدمات، رسالة ماجستير، جامعة الكوفة، كلية الإدارة والاقتصاد.

مؤتمرات:

58 - لخضاري صالح: التنمية السياحية وارتباطها بالتنمية الاقتصادية والاجتماعية بالدول

العربية،مؤتمر دولي حول التنمية السياحية ،جامعة غرداية يومي 26،27مارس 2013

مواقع إلكترونية:

1 محمد عطار :الفنادق الجزائرية ،w.w.w.wikipédia.com

2 هوقع الكفرونل: w. w. w.Orianis.F.R.d.p.pdf، 2008

،لوم، 2018/03/01، الساعة ،15:42.

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية لشعبية
وزارة التربية الوطنية
جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف -
كلية العلوم الاجتماعية والانسانية
قسم علوم الاجتماع

تخصص: تسيير موارد بشرية

تحت عنوان:

دور التكوين الفندقي للمورد البشري في التنمية السياحية

استمارة بحث موجهة للعمال

تحت إشراف:

الأستاذة: عيادي

من إعداد الطالبة

• عبيد إيمان

ملاحظة

هذه المعلومات سرية لا تستعمل إلا لأغراض علمية

السنة الجامعية 2018/2017

المحور الأول: البيانات الأساسية

- 1 الجنس ذكر أنثى
- 2 السن من 20 - 30 سنة من 31 - 40 سنة من 41 - 50 سنة
- 3 الحالة الاجتماعية
- أعزب متزوج مطلق أرمل
- 4 -المستوي التعليمي: جامعي تكوين مهني
- 5 الخبرة:
- أقل من 6 سنوات
- من 6 سنوات إلى 16 سنة
- أكثر من 16 سنة

المحور الثاني: مدى تطوير المورد البشري في قطاع الفنادق في السياحة ، التكوين للمورد البشري

- 6 ما مدى أهمية التكوين عندك مهم جدا عادي
- 7 ما نوع التكوين الذي تتقنيه قصير طويل
- 8 هل كانت مدة التكوين مناسبة لك في تطوير مهارتك نعم لا
- 9 هل التكوين ملائم مع طبيعة الوظيفة التي تشغل فيها نعم لا

10 - هل المشاركة في البرامج التكوينية بناء على طلب المؤسسة وعلى طلبك

بناء على طلبك بناء على طلب المؤسسة

11 - المهارات التي إكتسبتها قليلة كثيرة

12 - هل كان التكوين في الفندق عاملاً في ترقيةك

نعم لا

13 - هل توجد في مؤسستك أهمية للتكوين الفندقي

نعم لا

14 - على أي أساس يتم التكوين الفندقي للموارد البشرية

على أساس التأهيل الكفاءة

15 - هل التكوين الفندقي للمورد البشري له تأثير على من لم يتلقى تكويناً

نعم لا

إذا كانت إجابتك بنعم أو لا برر إجابتك

.....

.....

16 - هل تكوينك له علاقة بمستواه المهني

نعم لا

المحور الثالث: علاقة التكوين الفندقي بتنمية السياحة

17 - ما هي العراقيل الموجودة في تكوينك الفندقي

شخصيتك المسؤولين أخرى تذكر.....

18 - هل عدم تلقينك للتكوين يؤثر على تنميك وتطوراتك

نعم لا

19 - هل زاد مهارت كبعد التكوين الفندقى

نعم لا

20 - هل تلقىك صعوبات أثناء تكوينك فى هذا المجال

نعم لا

21 - ما هى النتائج المحققة من هذا التكوين

ملموسة غير ملموسة

22 - أثناء مزاولتك لهذا التكوين ما هو الشىء الذى لفت انتباهك أثناء تكويننا فى هذا المجال.

طريقة التكوين ميزة التكوين

الهيكل التنظيمي للمؤسسة (الفندق)

