

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة ابن خلدون - تيارت

ملحقة السوقر

تخصص: اقتصاد العمل

مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة

الماستر بعنوان :

الاستثمار في الرأس مال البشري

وأثره على القطاع السياحي في الجزائر

إعداد الطالبين:

- العايش محمد

- بالز محمد

تحت إشراف الأستاذ:

دويس عبد القادر

لجنة المناقشة

الصفة	الرتبة	أعضاء اللجنة
رئيسا	أستاذة مساعدة أ	داودي ميمونة
مشرفا مقررا	أستاذ محاضر ب	دويس عبد القادر
عضوا مناقشا	أستاذ مساعد أ	شباح رشيد

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ :

السنة الجامعية: 2019/2018

وَقَالَ
رَبِّ اجْعَلْ لِي
إِذَا مَرَّ بِهَا

إهداء

إلى أمي وأبي

إلى أساتذتي

إلى كل من علمني حرف

□

إلى أهلي وأصدقائي

إلى زميلاتي وزميلاتي

إلى الشموع التي تشرق لتضيء للآخرين

أهدي هذا البحث المتواضع راجياً من المولى

عز وجل أن يبد القبول والنجح

التشكر

الحمد لله والشكر لله والصلاة والسلام على رسول الله

-أتقدم بجزيل الشكر والعرفان إلى الأستاذ دويس عبد القادر على

قبوله للإشراف على هذا العمل، وعلى توجيهاته ومساعدته القيمة.

- كما أتقدم بجزيل الشكر إلى كل أساتذتنا الكرام الذين أشرفوا

علينا خلال مسارنا الدراسي و كل من ساهم من قريب أو بعيد في

إنجاز هذا العمل ولو بالكلمة الطيبة

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
	شكر
	قائمة الجداول والأشكال
أ-د	المقدمة
32-7	الفصل الأول: عموميات حول السياحة
8	المبحث الأول: ماهية السياحة
8	المطلب الأول: التطور التاريخي للسياحة
10	المطلب الثاني: تعريف السياحة
11	المطلب الثالث: تعريف السائح
13	المطلب الرابع: خصائص السياحة
15	المبحث الثاني: أنواع السياحة، أسسها ومعوقاتها
15	المطلب الأول: أنواع السياحة
19	المطلب الثاني: أسس السياحة
23	المطلب الثالث: معوقات السياحة والعوامل التي ساعدت على انتشارها
25	المبحث الثالث: أهمية وآثار السياحة
25	المطلب الأول: أهمية السياحة
26	المطلب الثاني: الآثار الاقتصادية للسياحة
29	المطلب الثالث: الآثار الاجتماعية، الثقافية والبيئية
54-34	الفصل الثاني: الرأس مال البشري والقطاع السياحي
35	المبحث الأول: مفاهيم عامة حول رأس المال البشري
35	المطلب الأول: تعريف رأس المال الفكري
37	المطلب الثاني: تعريف رأس المال البشري
38	المطلب الثالث: خصائص رأس المال البشري
39	المطلب الرابع: نظريات رأس المال البشري
42	المبحث الثاني: الاستثمار في رأس المال البشري

42	المطلب الأول: تعريف الاستثمار في رأس المال البشري
43	المطلب الثاني: أهمية الاستثمار في رأس المال البشري
44	المطلب الثالث: قيود الاستثمار في رأس المال البشري
45	المطلب الرابع: أشكال الاستثمار في رأس المال البشري
50	المبحث الثالث: رأس المال البشري في القطاع السياحي
50	المطلب الأول: خطوات إدارة الموارد البشرية السياحية لمواجهة تحديات العولمة
51	المطلب الثاني: تنمية رأس المال البشري السياحي وآليات تطويره
52	المطلب الثالث: كيفية توظيف الكفاءات في المؤسسات السياحية
88-56	الفصل الثالث: انعكاس الاستثمار في رأس مال البشري على القطاع السياحي في الجزائر
58	المبحث الأول: مقومات وأنواع السياحة في الجزائر
58	المطلب الأول: المقومات السياحية في الجزائر
62	المطلب الثاني: أنواع السياحة في الجزائر
64	المطلب الثالث: نظرة على عرض التكوين السياحي في الجزائر
72	المبحث الثاني: معوقات السياحة الجزائرية وبرنامج ترقية القطاع
72	المطلب الأول: معوقات السياحة الجزائرية
74	المطلب الثاني: برنامج ترقية القطاع السياحي في الجزائر
79	المبحث الثالث: محطط التهيئة السياحية لأفاق 2025
80	المطلب الأول: المفهوم الجديد للسياحة الجزائرية واختيار لفروع الواجب تطويرها
84	المطلب الثاني: الحركيات الخمسة لتفعيل السياحة الجزائرية
93-91	خاتمة
99-95	قائمة المصادر والمراجع
	الفهرس
	ملخص

قائمة

الجداول والأشكال

قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الجدول
الفصل الثاني		
46	تقسيمات الحوافر	1-2
الفصل الثالث		
67	تقسيم احتياجات قطاع السياحة من اليد العاملة المكونة.	1-3
83	المشاريع ذات الأولوية للمرحلة الأولى 2015/2008 التي تم الانطلاق في تجسيدها	2-3

قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الجدول
الفصل الثاني		
36	مكونات رأس المال الفكري	1-2
38	مكونات رأس المال البشري	2-2
الفصل الثالث		
81	المتعاملون والشركاء الخمسة، أهداف استراتيجية المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025	1-3

المقدمة

عرفت اقتصاديات العديد من الدول المتقدمة والنامية قفزة انتقالية نتيجة التحولات الاقتصادية العالمية الجديدة، هذه التغيرات والتحولات جعلت الدول تهتم أكثر بقطاعات الخدمات كبديل لتعويض النقص والضعف في القطاعات الأخرى كالزراعة والصناعة... الخ، وتعتبر الخدمات السياحية والفندقية من بين أهم فروع الخدمات وأكثرها ديناميكية عبر العالم فالقطاع السياحي حاليا هو صناعة تجارية وقطاع اقتصادي واعد ومتفاوت الأهمية من بلد لآخر هذا تبعا لحجم الموارد السياحية التي يتوفر عليها والامكانيات المادية، المالية، البشرية والتكنولوجية المستخرة لتأهيلها في المستقبل وجعلها مقصدا سياحيا ولعل الاتجاه نحو تنمية القطاع السياحي الشغل الشاغل للعديد من الدول بغية النمو بالاقتصاد المحلي.

وتعد السياحة من أبرز القطاعات التي تستحث النمو بفعالية وفي إطار المنافسة العالمية يتوقع زيادة معدلات الاستثمار السياحي المباشر وغير المباشر، للمواجهة المعادلات المتزايدة من الطلب السياحي خاصة الاستثمار في راس المال البشري الذي يساهم بدرجة كبيرة في التقدم الاقتصادي لكل بلد بل ويعتبر مصدرا لقوة اقتصادية والحضارية فعالة عن طريق تفاعلها مع حجم الموارد الطبيعية المتاحة في البلد وهذا من أجل تحقيق مزيد من الرفاهية الاقتصادية وبهذا يكون العامل البشري او تزايد السكان ايجابي كما هو الحال في الدول المتقدمة، أما إذا تحول عدد الى مجرد كتلة سكانية خاملة لا تؤثر في الاقتصاد فان تزايدهم سوف يؤدي الى انفجار المخيف حتى ولو توفرت الموارد الطبيعية بكميات هائلة، إذن فالعنصر البشري يمثل الاساس النهائي لثروة الامم، فرأس المال والموارد الطبيعية ورغم أهميتها وضرورتها الا انها بدون العامل الكفاء والمدرب والمعد مهنيا وتنظيميا والتمتع بصحة جيدة لن يكون لها قيمة وتعتبر عملية التدريب من أساسيات الإدارة السياحية الحديثة سواء للعاملين الجدد لإكسابهم المهارات اللازمة للتعرف على جو العمل السياحي واعدادهم بنجاح لتأدية مهام وظائفهم او العاملين الحاليين والذين هم بحاجة ماسة للتدريب بهدف اكسابهم المهارات الحديثة في مجالات عملهم والتعرف على ما يستجد من معارف وتفعيل ذلك في حل المعضلات والوقوف على نقاط الضعف والمنافسة المهنية في العمل لذا لا بد من القاء نظرة على عملية التدريب وأهميتها في رفع كفاءه الموارد البشرية العاملة بهذا القطاع السياحي واثر الذي يتركه في تقديم مستوى الخدمات السياحية يهدف الى ابراز الطرق المتبعة في عمليات اعداد وتأهيل العنصر البشري المتخصص في هذا المجال وتأثيره في تطوير مستوى الخدمات التي تقدمها المؤسسات السياحية؛

وفي هذا الصدد نطرح الإشكالية التالية:

كيف يؤثر الاستثمار في الراس المال البشري على تنمية القطاع السياحي في الجزائر؟

للإجابة على السؤال الجوهرى إرتأينا تقسيمه الى الأسئلة الفرعية التالية:

- ما هو مفهوم السياحة وفيما تكمن أهميتها؟
- كيف يتم الاستثمار في رأس المال البشري في القطاع السياحي؟
- ما هو واقع القطاع السياحي في الجزائر؟

الفرضيات:

للإجابة عن الأسئلة السابقة يتم الاعتماد على الفرضيات التالية:

- يساهم الاستثمار في الراس مال البشري بنسبة كبيرة في تنمية القطاع السياحي.
- إمكانيات الجزائر السياحية كبيرة وقادرة على جعل الجزائر بلد سياحيا ينافس الدول الرائدة في المجال السياحي.
- قد يكون للمورد البشري دور مهم وفعال في أداء المنظمات السياحية.
- تنمية القطاع السياحي بالجزائر قد يكون مرتبطا بتطبيق الفعلي لاستراتيجية المخطط التوجيهي للسياحة آفاق 2025.

أهمية البحث:

تكمن أهمية البحث في كون القطاع السياحي يمكن أن يصبح مكملا تنمويا فعال في الكثير من الدول النامية اذ تساهم السياحة في تنوع مصادر الدخل وتنشيط باقي القطاعات الاقتصادية الاخرى مع التركيز على المؤهلات التي تمتلكها الجزائر في مجال السياحة، وما يمكن ان تدره على الخزينة العمومية لو يتم استغلال هذه الامكانيات على احسن وجه.

أهداف البحث:

نسعى من خلال هذا البحث الى تحقيق الاهداف التالية:

- إبراز دور الإستثمار في الراس مال البشري في تنمية القطاع السياحي في الجزائر.
- دراسة واقع القطاع السياحي في الجزائر مع التركيز على مقوماته ومدى استغلالها أحسن استغلال
- دراسة انعكاس الاستثمار في الراس مال البشري على قطاع الخدمات بصفة عامة في الجزائر وقطاع السياحة بصفة خاصة.

الدراسات السابقة:

من بين الدراسات السابقة نذكر ما يلي:

الدراسة الأولى: عشي صليحة بعنوان الاثر التنموي للسياحة دراسة مقارنة بين الجزائر، تونس، المغرب 2005/2004 حيث عالجت الاشكالية التالية: كيفية النهوض بقطاع السياحة في الجزائر وجعله على الاقل يواكب تطور كل من تونس، المغرب وتوصلت الى النتائج التالية:

- ضعف الاثار التنموية لقطاع السياحة الجزائري مقارنة بتونس والمغرب، رغم المقومات السياحية الطبيعية والحضارية التي تتوفر عليها الجزائر.
- ضعف أداء القطاع السياحي في الاقتصاد الجزائري.
- غياب الاهتمام بالقطاع السياحي منذ الاستقلال وكذا عدم الاستقرار الامني والسياسي للعشرية الاخيرة ساهم في تعميق ازمة القطاع السياحي.
- الإعتماد على القطاع العام في الهياكل السياحية ذات التكاليف الباهضة والتسيير البيروقراطي وإهمال دور القطاع الخاص.

- نقص مراكز التكوين والتأهيل ما أدى الى افتقار هذا القطاع إلى العمالة المتخصصة في المجال السياحي.

الدراسة الثانية: كواش خالد بعنوان أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية حالة الجزائر 2004/2003 عالج فيها الاشكالية التالية: في ظل التحولات الاقتصادية التي يشهدها العالم بصفة عامة والجزائر بصفة خاصة ما موقع وأهمية وأفاق التنمية السياحية في الجزائر؟

ومن بين اهم النتائج التي توصل اليها:

-أن القطاع السياحي في الجزائر لم يؤدي الدور المنتظر منه.

-لم يحض القطاع السياحي في الجزائر بالاهمية التي تجعل منه قطاع يساهم في التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

-استغلال الجزائر لجزء بسيط من مواردها، حيث تم التركيز على من السياحة السياحة الحضرية والسياحة الشاطئية على حساب الانواع الاخرى.

-تمركز طاقات الايواء السياحي في المدن الكبرى مما يعرقل بروز الدور الحقيقي للسياحة في إزالة الفوارق بين المناطق وتنافسيتها.

نقص عدد مناصب الشغل التي بإمكان القطاع السياحي إحداثها، نظرا لضعف الاستثمارات السياحية.

-انخفاض تدفق عدد السياح وخاصة الاجانب .

-ضعف مستوى المورد البشري، قلة المدارس السياحية المتخصصة مدرسة عليا واحدة على مستوى الوطن.

المنهج المتبع:

بالنظر إلى طبيعة الموضوع محل الدراسة ومن أجل الاجابة على الأسئلة المطروحة اعتمدنا على المنهج الوصفي الذي يهدف الى الالمام بالموضوع، بالإضافة الى المنهج التاريخي في الفصل الاول لتوضيح نشأة السياحة وتطوها، والمنهج التحليلي في الفصل الثالث لدراسة واقع واثار الاستثمار واستشراف قطاع السياحة في الجزائر آفاق 2025.

تقسيمات الدراسة:

ومن أجل الوصول إلى الإجابة عن الإشكالية المطروحة تم تقسيم البحث إلى ثلاث فصول حيث تناولنا في الفصل الأول عموميات حول السياحة وذلك من خلال تسليط الضوء على ماهية السياحة أنواع السياحة أسسها ومعوقاتهما بالإضافة إلى أهمية السياحة وآثارها، أما الفصل الثاني الرأس مال البشري والقطاع السياحي فتطرقتنا من خلاله لمفاهيم عامة حول الرأس مال البشري وكذا الاستثمار في الراس مال البشري إضافة الى الرأس المال البشري في القطاع السياحي، والفصل الثالث خصص لانعكاسات الاستثمار في الرأس مال البشري على القطاع السياحي بالجزائر من خلال مقومات السياحة في الجزائر ومعوقات القطاع السياحي الجزائري بالإضافة لمخطط التهيئة السياحية آفاق 2025.

الفصل الأول

عموميات حول السياحة

تمهيد

لم تكن السياحة ظاهرة اجتماعية حديثة فهي قديمة قدم تاريخ الانسان نفسه حيث عرفها الانسان منذ نشأته الأولى.

فقد عرفت ظاهرة السفر منذ القدم وقد كانت بسيطة وبدائية في مظاهرها وأسبابها وأهدافها ووسائلها، ثم تطورت هذه الظاهرة البسيطة من السفر الى السياحة حيث أصبحت اليوم نشاطاً له أسسه ومبادئه خاصة بعد التقدم التكنولوجي في مجال النقل والاتصالات وارتفاع الدخل وتحسين ظروف العمل وارتفاع مستوى التعليم والثقافة.

فالسياحة تعد أحد ابرز الأنشطة الطبيعية المهمة للإنسان تتعلق بالحركة والتنقل الذي يقوم به فرد أو مجموعة من الأفراد، وعليه فالسياحة نشاط يتعلق بالسفر والبقاء لفترة خارج المكان المعتاد لغرض التسلية والترفيه، كما لها أركان وأسباب وأنواع، وهي كأي نشاط له آثار وانعكاسات إيجابية وسلبية سواء على الناحية الاقتصادية أو الاجتماعية أو الثقافية، حيث سنعالج من خلال هذا الفصل الظاهرة السياحية وأهميتها من خلال المباحث التالية:

المبحث الأول: ماهية السياحة.

المبحث الثاني: أنواع السياحة أسسها ومعوقاتها.

المبحث الثالث : أهمية السياحة وآثارها.

المبحث الأول: ماهية السياحة

لدراسة ماهية السياحة سنستعرض بالذكر بنوع من الشرح والتفصيل النقاط التالية.

المطلب الأول: التطور التاريخي للسياحة

تعود نشأة السياحة إلى بداية حياة الإنسانية وقد مرت بمراحل متعاقبة وهي كما يلي:

المرحلة الأولى: تبدأ هذه المرحلة مع ظهور الإنسان وتمتد حتى عام 1840 حيث كان البشر بحاجة إلى التنقل والترحال من مكان إلى آخر، أي أن لنشاط السياحي السائد خلال تلك المرحلة يتمثل في التجارة وبيع المنتجات الأولية، البحث عن العمل، الانتقال لزيارة الأماكن المقدسة عند كل عقيدة، أو الانتقال بهدف العلاج والاستمتاع والتنزه.

إن الرحالة الأوائل القدامى كانوا أدباء وفنانين ومؤرخين وجغرافيين ومكتشفين ولم تكن تلك الرحلات سهلة؛ بل اتسمت بالبطء وعدم التطور، لأن الانتقال كان يتم بمعرفة الفرد نفسه بل ويتحمل هؤلاء المغامرون مسؤولية الرحلة ووسيلة الانتقال ومكان الإقامة ومشقة الإغتراب.

ولقد اتسعت دائرة الرحلات العربية لتجاوز الدولة الإسلامية خاصة في قارتي آسيا وإفريقيا وذلك طوال الستة قرون الممتدة بين القرنين الثامن والرابع عشر الميلاديين مما أثرى المعرفة الجغرافية لدى العرب ورسخ القواعد الأولية لمفهوم السياحة.¹

المرحلة الثانية: 1840 – 1914 عرفت هذه المرحلة زيادة انتقال البشر من مكان لآخر وهذا راجع إلى الإختراعات والتطورات والتكنولوجية الحاصلة في تلك الفترة وذلك باختراع القطار والسيارة والسفن المريحة والسريعة، كل هذا جعل الإنسان يهتم فعلا بالسياحة والتنقل وعموما تعد هذه المرحلة هي البداية الفعلية للنشاط السياحي عبر العالم، وقد ظفر البريطاني "توماس كيد" بتنظيم أول رحلة سياحية جماعية عن طريق القطار داخل إنكلترا ثم قادها إلى دول أوروبا ثم أمريكا ومن أهم وأطول هذه الرحلات التي سميت بـ (grand tour) حيث تم فيها اختيار وسائل النقل وأماكن الإقامة وكذا الأماكن التي يتم زيارتها فكانت سببا لظهور النشاط السياحي.

¹ مصطفى عبد القادر، دور الإعلان في التسويق السياحي، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، 2003، ص 39.

المرحلة الثالثة: من 1914 إلى يومنا هذا تميزت هذه المرحلة بأعظم اختراع عرفته البشرية وهو الطائرة الحربية والذي تزامن مع الحرب العالمية الأولى وبعد ذلك دخلت الطائرة مجال الطيران المدني، حيث تميزت بإدخال وسائل الأمان وسرعة الانتقال وبتالي طغت هذه الخبرة على الوسائل الأخرى، كما ظهرت السياحة البحرية والتي تعد أقل تكلفة.

إن التكامل في وسائل النقل البرية والجوية خصوصا بعد نهاية الحرب العالمية الأولى وزيادة تنقل الأفواج البشرية من مكان إلى آخر يعد البداية الحقيقية للسياحة بمفهومها الحديث والتي أصبحت تسمى بالصناعة السياحية وحديثا ظهر الإسم الجديد Tourisme وهو وليد القرن العشرين، وبدأ الإهتمام بالسياحة من طرف المنظمات العالمية خاصة الأمم المتحدة.

وعليه فقد أولى الباحثون اهتماما بليغا بهذا النشاط وأنشؤوا له معاهد متخصصة ووضعوا له إطارا خاصا منفصلا عن التجارة والنقل والأنشطة الأخرى وصارت السياحة علما مستقلا.

وعموما بعد الخمسينيات عرفت الشراكة الحقيقية لانطلاق النشاط السياحي والذي تزامن مع نهاية الحرب العالمية الثانية، حيث عمد الأوروبيون إلى الاشتراك في السياحة الدولية وهذا لإعادة الثقة في النفوس بعد الحربين العالميتين، حيث قامت في هذه الفترة شركات سياحية بتنظيم رحلات سياحية أوروبا ودوليا وتعد إسبانيا أول الدول الأوروبية التي حظيت باستقبال السياح الوافدين إلى أوروبا مقارنة بجيرانها، هذا راجع إلى اعتدال مناخها من جهة ولانخفاض الأسعار فيها من جهة أخرى.¹

أما خلال الستينيات فقد أصبحت السياحة ظاهرة اجتماعية عالمية، حيث بلغ عدد السياح في العالم 112 مليون سائح سنة 1965 في حين بلغت العائدات السياحية العالمية حوالي 11 مليار دولار ففي هذه الفترة بدأت دول أوروبا تخطط لحاضر ومستقبل السياحة داخليا وخارجيا أما الدول النامية فقد دخلت المنافسة الدولية لجذب أكبر عدد من السياح.

أما خلال السبعينات بدأت الكثير من الدول في تقييم النشاط السياحي الداخلي والخارجي وآثاره ضمن المتغيرات الإقتصادية في ظل أزمة الدولار وانتشار ظاهرة التضخم ومشكل البطالة.

¹ هدير عبد القادر، واقع السياحة في الجزائر وآفاق تطورها، رسالة ماجستير غير منشورة تخصص نقود مالية وبنوك، جامعة الجزائر، 2005-2006، ص 21-22.

لكن رغم التقدم الذي لحق بصناعة السياحة في القرن التاسع عشر وقبلة؛ إلا أن السياحة تطورت في القرنين العشرين والواحد والعشرين خاصة حين استقرت الأوضاع السياسية وازدهرت الأحوال الإقتصادية وزاد الإهتمام بالجوانب الإجتماعية والأخلاقية والنفسية والبيئية وتطبيق الأساليب الآلية والتقنية والتكنولوجية في مختلف القطاعات فضلا عن نمو وتطور وسائل الإعلام والإتصال والنقل.¹

المطلب الثاني: تعريف السياحة

لقد تعددت تعاريف السياحة عند الباحثين، ونذكر منها ما يلي:

- تعريف الألماني جوبر فرولر 1905: "السياحة هي ظاهرة من ظواهر العصر تنبثق من الحاجة المتزايدة إلى الراحة، الاستجمام، تغير الجو، الإحساس بجمال الطبيعة، الشعور بالبهجة والمتعة في مناطق ذات طبيعة خاصة، وهي تقدم ثمرة وسائل النقل"²
- تعريف النمساوي هرمان فونش وليرون سنة 1910 "عرفها بأنها ظاهرة اقتصادية بحيث قال الإصطلاح الذي يليق على كل العمليات المتداولة وخصوصا العمليات الإقتصادية المتعلقة بدخول الأجانب وإقامتهم المؤقتة وانتشارهم داخل حدود منطقة أو دولة معينة"
- تعريف مغاكنتوش وزملائه: "انها مجموعة الظواهر والعلاقات الناتجة عن عمليات التفاعل بين السياح ومنشآت الأعمال والدول والمجتمعات المضيفة وذلك بهدف استقطاب واستضافة هؤلاء السياح والزائرين".³
- تعريف ليفيه نيزارول سنة 1938: "السياحة هي جميع الأنشطة غير المحققة للربح والتي يقوم بها الإنسان بعيدا عن مقر إقامته المعتاد" التعريف ركز على استبعاد الربح والإستفادة المادية من جميع الأنشطة التي تتضمنها السياحة.

¹ برنجي أمين، الخدمات السياحية وأثرها على سلوك المستهلك، رسالة ماجستير، غير منشورة، تخصص إدارة تسويقية، جامعة بومرداس، 2008-2009، ص 32.

² جلييلة حسن حسنين، اقتصاديات السياحة، منشورات جامعة الإسكندرية، مصر 2003، ص 7.

³ حميد عبد النبي الطائي، أصول صناعة السياحة، الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2006، ص 23.

- تعريف روبرت لونكار: "السياحة عبارة عن مجموعة الأنشطة البشرية المتعلقة بالسفر وهي صناعة تهدف إلى إشباع حاجات السائح".¹
- تعريف مؤتمر الأمم المتحدة للسياحة والسفر الدولي: "السياحة ظاهرة اجتماعية وإنسانية تقوم على انتقال الفرد من مكان إقامته إلى مكان آخر لفترة مؤقتة لا تقل على أربعة وعشرين ساعة، ولا تزيد عن اثني عشر شهرا بهدف السياحة الترفيهية، العلاجية، والسياحة كالطائر لها جناحان هما السياحة الداخلية أو السياحة الخارجية".
- تعريف مؤتمر أوتاوا بكندا سنة 1991: "هي مجموع الأنشطة التي يقوم بها الشخص المسافر إلى مكان خارج بيئته المعتادة لمدة محددة من الزمن، وأن لا يكون غرضه من السفر ممارسة نشاط يكتسب منه دخلا في المكان الذي يسافر إليه".²
- تعريف المنظمة العالمية للسياحة: قامت المنظمة العالمية للسياحة بإعطاء تعريف للسياحة على أنها مجموعة من النشاطات التي يقوم بها الأفراد خلال السفر والانتقال إلى الأماكن خارج محيطهم بغرض الراحة أو لأغراض أخرى".³

المطلب الثالث: تعريف السائح

هناك عدة تعاريف للسائح نذكر منها ما لي:

تعريف مؤتمر الأمم المتحدة للسفر والسياحة الدوليتين (روما 1963): عرف السائح على أنه "أي شخص يزور دولة غير الدولة التي اعتاد الإقامة فيها لأي سبب غير السعي وراء عمل يجزى منه في الدولة التي يزورها".

وبناء عليه نجد أن هذا التعريف قد شمل الفئات التالية وهي: السائحون والمتنزهين والمقيمين.⁴

¹ جلييلة حسن حسنين، إقتصاديات السياحة، مرجع سبق ذكره، ص 8 .

² محي محمد مسعد، الإطار القانوني للنشاط السياحي والفندقي، المكتب العربي الحديث، مصر، 1998، ص 61.

³ Jean Pierre et Michel Blafet, Management u tourisme, 2ème Edition, Pearson Education France, 2007, p4.

⁴ يسرى دعيس، السلوك الإستهلاكي للسائح في ضوء واقع الدول المتقدمة والنامية، البيطاش سنتر للنشر والتوزع، مصر، 2002، ص 14.

-السائحون (Touristes): وهو الزائرون المؤقتون الذين يقيمون على الأقل لمدة 24 ساعة في الدولة التي يزورونها، وتتلخص دوافع الزيارة في الترفيه، الراحة، الصحة، قضاء العطل، الدراسة، الرياضة، أو من أجل القيام بزيارة الأقارب أو حضور المؤتمرات أو ندوات علمية وثقافية.

-المتزهون (Excursionnistes): وهو الزائرون المؤقتون لمدة تقل عن 24 ساعة في الدول التي يزورونها.

-المقيمون: (Residents) هم المسافرون باستثناء غير المقيمين والسياح في نزهة أو رحلة بحرية فكل اسكان دولة ما يعتبرون مقيمين بما فيهم المقيمين خارجها.

ويمكن تعريف السائح على أنه كل شخص يغادر مكان إقامته المألوفة إلى مكان آخر بهدف إشباع رغبة معينة خلال مدة زمنية معينة لا تتعدى اثني عشر شهرا متصلة، دون أن يكون غايته البحث عن منصب عمل.

من هذا التعريف يمكن تشخيص وحصر مفهوم السائح في النقاط التالية:

- شخص ينتقل من مكان يقيم فيه إلى مكان آخر.

- مدة إقامته في هذا المكان لا تتعدى اثني عشر شهرا.

- إقامته في هذا المكان تكون لأي غرض من الأغراض ما عدا طلب العمل¹.

كما يمكن تعريف السائح : على أنه الإنسان الذي يسافر أو ينتقل لقضاء إجازته خارج مسكنه الأصلي أو مكان عمله لفترة معينة لا تقل على 24 ساعة ولا تزيد عن سنة، وقد يكون سائحا من غادر وطنه للمشاركة في مؤتمر أو لقاء علمي، اجتماعي أو ثقافي، وكذا المهرجانات والألعاب الأولمبية أو قاصدا منطقة معينة تتميز بمناخها الصحي الذي يشفي من بعض الأمراض المزمنة ولا يكون سائحا من كان سفره للعمل من أجل جمع الأموال لأن من شروط السياحة إنفاق السائح من مدخراته المالية التي جمعها من وطنه أو مركز عمله الذي يقع خارج المكان السياحي الذي يقصده.²

¹ محيا زيتون: السياحة ومستقبل مصر بين إمكانيات التنمية ومخاطر الهدر، دار الشروق، القاهرة، 2002، ص 17.

² برنجي أمين، إقتصاديات السياحة، مرجع سبق ذكره، ص 47.

المطلب الرابع: خصائص السياحة

- تعتبر السياحة من أهم القطاعات التي تساهم في تحقيق النمو الإقتصادي وهي تنطوي على عدد من الخصائص نذكر منها:
- تشعب وتعدد مكونات النشاط السياحي وارتباطها بالكثير من الأنشطة الإقتصادية الأخرى.
 - إن مدى ملائمة المناخ السياحي بمفهومه الشامل من العوامل المؤثرة على الطلب على المنتج السياحي محليا ودوليا.
 - الطلب السياحي لا يتوقف فقط على مدى توافر الموارد وتنوع المقومات والخدمات والتجهيزات السياحية بل وعلى غيرها من العوامل كأسعار الخدمات السياحية الأساسية أو التكميلية.
 - يتأثر الطلب السياحي بمستوى الرفاهية الاقتصادية في الدول والتقدم التكنولوجي في وسائل المواصلات والاتصال والتقلبات الاقتصادية بالإضافة إلى عوامل ثقافية وسياسية يصعب على الدولة التأثير والتحكم فيها.
 - السوق السياحية سوق للتداول بسرعة، بسبب ارتباط عملية الإنتاج بالاستهلاك مما يستوجب تنقل المستهلك بحثا عن السلعة أو الخدمة وبالتالي تمثل السياحة قطاعا تصديريا دون الحاجة إلى شحن أو نقل للمنتج السياحي.
 - السوق السياحي سوق قابل للتوسع، بسبب تعدد وتباين أنواع السياحة وأغراضها، وتنوع واختلاف وتشعب الأنشطة وطبيعة الخدمات السياحية.
 - صناعة السياحة تمثل حافزا للإبداع الثقافي والإجتماعي، ومجالا لاستخدام التكنولوجيا المتطورة، لذا فهي تتطلب مستوى أكبر من الكفاءة والتأهيل في ظل وجود منافسة دولية.
 - صناعة السياحة تتطلب استثمارات مالية أقل نسبيا مقارنة بقطاعات إنتاجية أخرى مثل الصناعات التقليدية وصناعة التعدين.¹
 - إن المنتج السياحي المباع يقوم أساسا على ثروات غير مادية مثل نوع المناخ وجمال الطبيعة ووجود أماكن تاريخية واثريّة وهي ذات إمكانيات كبيرة لتحقيق عوائد مادية غير محدودة، إذا ما أحسن تخطيطه وتسويق المنتج فيها وفقا لقواعد علمية وتجارية.

¹ ساهل سيدي مجّد، السياحة وأهمية التسويق اسياحي، مجلة العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة باتنة، العدد 10، 2004، ص 59.

- تعتبر السياحة أداة فعالة ومؤثرة للنظام العام لخلق تكامل اجتماعي على المستوى الوطني والدولي وهي سبيل لتلبية صناعات أخرى وبعث نوع من التفاهم الدولي بين مختلف الدول المتجاورة بوجه خاص وعلى المستوى الدولي بوجه عام.
- ارتباط صناعة السياحة كنشاط انتاجي يقدم خدمات ذات طبيعة خاصة بقضايا التنمية الاقتصادية والاجتماعية والسياسية في الكثير من الدول النامية والمتقدمة على حد سواء.
- السياحة كصناعة تحتوي على مجموعة من العناصر وهي: المقومات والموارد السياحية، التجهيزات والخدمات السياحية، خدمات المواصلات والاتصالات السلوكية واللاسلكية المحلية والدولية، الدعاية والترويج السياحي، الطلب السياحي فهي صناعة مركبة ومتشابكة.
- ارتباط الطلب على الموارد والخدمات السياحية بدولة ما بدوافع ذاتية لدى جمهور السائحين أو بمعنى آخر أن الطلب السياحي في معظم الحالات يتصف بدرجة عالية من المرونة.
- إن توافر الخصائص السابقة وغيرها من القوى والمتغيرات البيئية الداخلية والخارجية التي تمارس تأثيرا مباشرا أو غير مباشر على الطلب السياحي يضيف الكثير من الصعوبات التي تمارس تأثيرا مباشرا أو غير مباشر على الطلب السياحي يضيف الكثير من الصعوبات التي تواجه القائمين على التخطيط السياحي في دولة ما، فالكثير من العوامل البيئية المؤثرة على الطلب السياحي لا يمكن السيطرة عليها أو التنبؤ بها.¹

¹ نبيل الروبي، التخطيط السياحي، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية، 1998، ص 76.

المبحث الثاني: أنواع السياحة، أسسها ومعوقاتها

وللتعرف على أنواع السياحة، أسسها ومعوقاتها تطرقنا لإستيضاحها في النقاط التالية:

المطلب الأول: أنواع السياحة

عرفت السياحة تطورات مستمرة بسبب التحولات الاقتصادية، الاجتماعية وكذا تغير حاجات الأفراد

ورغباتهم، لهذا يمكن تصنيف السياحة وفقا للمعايير التالية:

1- وفقا للدافع أو الهدف:

- **السياحة الدينية:** يمكن تعريف السياحة الدينية بأنها ذلك التدفق المنظم من السياح القادمين من الداخل أو الخارج بهدف التعرف على الأماكن الدينية وتاريخها وما تمثله من قيم روحية لهذا الدين أو المعتقد، فهي سياحة تقليدية تمثل مصدرا للتعرف على التراث الديني لدولة ما مثل زيارة مكة المكرمة أو المدينة المنورة بالنسبة للمسلمين.¹
- **السياحة الرياضية:** يقصد بالسياحة الرياضية الانتقال من مكان الإقامة إلى مكان آخر في دولة أخرى لفترة مؤقتة بهدف ممارسة الأنشطة الرياضية المختلفة أو الاستمتاع بمشاهدتها مثل المشاركة في دورات الألعاب الأولمبية وبطولات العالم² ويعتبر هذا النوع من السياحة من الأنواع القديمة وقد تزايدت أهميتها نتيجة زيادة اهتمام المجتمعات البشرية بهذا النوع من النشاط، والسمة الأساسية لهذا النوع هي إقامة المهرجانات السياحية والرياضية وذلك لاستقطاب أكبر عدد ممكن من ممارسيها، وقد شهدت السياحة الرياضية تطورات نوعية في عدد كبير من البلدان مثل اسبانيا، اليونان، تركيا، فرنسا... حيث تتوفر الخدمات الترفيهية المكاملة والخدمات الصحية ومازالت تحظى بإقبال شعبي كبير مما يجعلها سفيرا للتعريف بالدول ووسيلة لتسويق منتجاتها.³
- **سياحة المؤتمرات:** يعتبر هذا النوع من أنماط السياحة الحديثة التي ظهرت في أواخر القرن العشرين حيث ارتبطت ارتباطا كبيرا بالنمو الحضاري الذي شهده العالم في السنوات الأخيرة وما تبعه من تطور في العلاقات الاقتصادية، السياسية، الثقافية، الاجتماعية، في معظم دول العالم ويرتبط هذا النوع بأنواع أخرى

¹ محمد عبيدات، التسويق السياحي، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2005، ص 141.

² محمد الصيرفي، التخطيط السياحي، دار الفكر الجامعي، مصر، 2007، ص 48.

³ وفاء زكي ابراهيم، دور السياحة في التنمية الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2006، ص 147.

كسياحة المعارض ومن عوامل ظهورها هو زيادة التخصص العلمي و المهني وما ترتب عن ذلك من تغير في التركيب الإجتماعي والتطور التكنولوجي الأمر الذي أدى إلى كثرة عقد اللقاءات العلمية والمهنية والثقافية.¹

وتعرف سياحة المؤتمرات بأنها تطور لصناعة السياحة عن طريق تنظيم مؤتمرات دولية مهمة تمتاز

بضخامة الحجم وعلو درجات ووفرة الأرباح بالإضافة إلى تطوير البلد المضيف.

ويتطلب هذا النوع من السياحة تسهيلا وخدمات سياحية لقاعة المؤتمرات بالإضافة إلى أساليب الترجمة

الفورية هذا من ناحية وتوفير الإقامة المناسبة والنقل والتسهيلات من ناحية أخرى، لأن المشاركين في هذا

النوع من السياحة لا يقضون معظم وقتهم في الفنادق والقاعات بل يكرسون جزء من وقتهم في

الإستجمام والرحلات السياحية القصيرة ومن الدول العالمية المشهورة بهذا النوع إسبانيا، أمريكا، ومن الدول

العربية الإمارات العربية المتحدة وتونس.²

– **السياحة الثقافية:** عرف سميث السياحة الثقافية بأنها امتصاص السائح لمظاهر الحياة الماضية لمجتمعات

قديمة، كما عرفنا ريتش وزينر السياحة الثقافية بأنها عنصر جاذبية للمناطق السياحية وقد أبرز مجموعة عناصر

تجذب السائحين إلى أماكن معينة منها: الحرف اليدوية، اللغة، التقاليد، الدين، فنون العمارة.

إن السفر للإطلاع على طراز الحياة المتنوعة يمثل نوعا من السياحة الثقافية وفرص للإطلاع على ما

كانت عليه حياة الناس وثقافتهم وحضارتهم في الأزمنة القديمة.

كما يعتمد هذا النوع من السياحة على إقامة المهرجانات الثقافية والشعرية ويعد هذا النوع من السياحة

أحد أشكال السياحة التي يسعى إليها السائحون بهدف إشباع رغبتهم المعرفية حيث يعتمد هذا النوع على

إقامة الندوات الثقافية وكذا المعارض الخاصة بالكتب والمسابقات الثقافية.³

– **السياحة العلاجية:** تعد السياحة العلاجية من الأنواع التي تساعد وتشجع على الشفاء من بعض الأمراض

كما ترجع أهمية هذا النوع من السياحة إلى التطور التكنولوجي والتقني الهائل وما تبع ذلك من زيادة سرعة

الحياة وضيق الوقت التي أدت على ظهور أمراض كثيرة مثل القلق والتوتر النفسي أمراض الجهاز التنفسي مما

¹ محمد منير حجاب، الإعلام السياحي، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2002، ص 18.

² ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، دار الزهران، الأردن، 2008، ص 63.

³ يسرى دعبس، السلوك الإستهلاكي للسائح في ضوء واقع الدول المتقدمة والنامية، مرجع سبق ذكره، ص 14.

دفع المعالجين للعودة إلى الطب الطبيعي عن طريق استخدام حمامات الرمال عيون المياه الساخنة واسعة الشمس غيرها.

فهذا النوع يساعد على خلق انطباع إيجابي للسياح خاصة بالنسبة للمرضى اللذين يتم معالجتهم أو يشفون من أمراضهم وهذا يتطلب ضرورة تطوير المناطق السياحية والعلاجية وتوفير الخدمات المساعدة الجيدة لها، كما يؤدي إلى تشغيل الكادر الطبي وزيادة كفاءته ومهاراته وتوفير عدد كبير من العاملين في المجال الطبي وهذا بدوره يساعد على رفع الدخل الفردي والقومي للبلد المعني.

– **السياحة الترفيهية:** يعرفها بعض المختصين على أنها تغيير مكان الإقامة لفترة بغرض الاستمتاع والترفيه عن النفس وليس لغرض آخر ويتخلل هذا النوع الاستمتاع بممارسة الهويات المختلفة ويعتبر هذا النوع من أقدم الأنماط السياحية التي عرفها العالم حيث تشير بعض الدراسات إلى أن السياحة الترفيهية تسير بمعدل أسرع من الأنواع الأخرى في كثير من الدول ومثال ذلك دول البحر المتوسط التي تعتبر من أكثر المناطق اجتذاباً لحركة السياحة الترفيهية لما تتمتع به من مقومات كثيرة، خاصة المتنزهات الطبيعية والمناظر الخلابة والحدائق العامة واعتدال المناخ صيفاً وشتاءً والهدف من هذه الرحلة هو قضاء وقت الفراغ والعطلات لاستعادة النشاط والحيوية.¹

2- وفقاً للموقع الجغرافي:

– **السياحة الداخلية:** تمثل انتقال موطني الدولة داخل حدود دولتهم وهنا ينتقل السائح من مكان إقامته ليزور مكان آخر داخل حدود الدولة التي يقيم فيها وأن يقضي ليلة على الأقل في المكان المزار ليس بغرض العمل ولكن بغرض الترفيه والاستجمام أو لأسباب دينية أو حضور مؤتمر أو ندوة.

وترجع أهمية السياحة الداخلية في أنها تزيد من وحدة المجتمع والتضامن الإجتماعي والتمسك بالقيم السائدة مما يخلق شعور بالقومية والإنتاء والهدف من هذا النوع أنه مصدر منظم للدخل القومي حيث يساعد ذلك في تحقيق التوازن الإقتصادي بين الأقاليم المختلفة داخل الدولة وذلك من خلال التوزيع الأمثل للدخل القومي بالإضافة إلى تنمية القطاعات الإنتاجية لمختلفة داخل البلاد ويعد هذا النوع من السياحة ركيزة مهمة

¹ ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، مرجع سبق ذكره، ص 57.

تعتمد عليها السياحة الخارجية حيث أن تنشيطها يشجع على استكمال وتحسين المرافق السياحية المتعددة وخلق أماكن جديدة وبالتالي خلق قيادات فنية قادرة على تقديم أنواع مختلفة من الخدمات السياحية.¹

– **السياحة الإقليمية:** ويقصد بها السفر والتنقل بين دولة مجاورة تكون منطقة سياحية واحدة مثل الدول العربية أو الإفريقية، وتتميز السياحة الإقليمية بقلّة التكلفة الإجمالية للرحلة نظراً لقصر المسافة التي يقطعها السائح بالإضافة إلى تنوع وتعدد وسائل النقل المتاحة مما يغري الكثيرين بالاتجاه نحو الدول القريبة أولاً ثم يلي ذلك التفكير في زيارة الدول الأبعد خاصة عند وجود تسهيلات ومميزات سياحية تشجعهم على الأسفار الطويلة أو السياحة بين القارات.

– **السياحة الخارجية:** ويقصد بها انتقال السياح الأجانب إلى بلد ما وهذا النوع من السياحة تشجعه معظم دول العالم وذلك للحصول على العملات الصعبة كما يتطلب هذا النوع خدمات مختلفة، حيث كلما تنوعت الخدمات السياحية من ناحية الجودة والأسعار وتطورت البنية التحتية كلما زاد عدد السياح الأجانب، وعليه يعتمد هذا النوع من السياحة على توفر الخدمات السياحية، تطور البنية التحتية، توفر الأمن والاستقرار، احترام السياح، ثبات القوانين، وانخفاض الأسعار.²

3- وفقاً لمدة الإقامة: تنقسم السياحة وفقاً لهذا المعيار إلى:

– **السياحة الموسمية:** سميت بالسياحة الموسمية لأن الطلب السياحي يتحقق بموسم معين من السنة يسمى موسم الذروة السياحي، حيث تندفق الأفواج السياحية وبأعداد كبيرة جداً على المواقع ونجد ضمن هذا النوع من السياحة سياحة الشتاء والتزلج، سياحة صيفية، وتشمل سياحة الشواطئ وسياحة الجبال كما نجد السياحة الطبيعية والبيئية وخاصة في فصل الربيع، سياحة المناسبات...

– **سياحة شبه المقيم:** وتعني أن السياح يستقرون فترة طويلة نسبياً في موقع سياحي واحد قد تتعدى شهراً كاملاً وهي تخص في الغالب كبار السن، وتعد السياحة العلاجية خير مثال على سياحة شبه المقيم.³

¹ وفاء زكري إبراهيم، دور السياحة في التنمية الاجتماعية، مرجع سبق ذكره، ص 154-155.

² محمد الصبري، التخطيط السياحي، مرجع سبق ذكره، ص 49-50.

³ مثنى طه الحوري، إسماعيل محمد على الدباغ، مبادئ السفر والسياحة، مؤسسة الوراق، الأردن، 2001، ص 78-79.

4-وفقا للعدد: يمكن تقسيم السياحة وفقا لهذا المعيار إلى صنفين هما:

- **السياحة الفردية:** أي قيام السائح بمفرده أو بصحبة العائلة بتنفيذ رحلة على حسابه الخاص، والاتصال المباشر بالمشروعات السياحية وتتميز الرحلات الفردية بكبر تكلفتها مقارنة بالرحلات الجماعية وبذلك فهي تمارس من طرف السياح الذين يمتلكون إمكانيات مادية عالية¹.
- **السياحة الجماعية:** يقوم بها مجموعة من الأشخاص بالسفر مع بعضهم البعض، مرتبطين برابطة معينة، مثل كونهم أصدقاء، أصحاب، أعضاء في النادي أو مدرسة طلابية أو عمالية، فهي تشمل السياح الذين لا يميلون إلى تحمل مخاطر السفر، لذلك يفضلون الرحلات المنظمة من قبل وكالات السفر والشركات السياحية المختصة ويقوم السائح بدفع تكلفة الرحلة مسبقا للشركة وفي هذا النمط من السياحة غالبا ما يحصل السائح على الخدمات السياحية بشكل غير مباشر، بحيث تكون الشركة المنظمة للرحلة هي الوسيط بينه وبين المشروعات السياحية ويتميز هذا النوع من الرحلات بانخفاض أسعاره بالمقارنة بالسياحة الفردية.

المطلب الثاني: أسس السياحة

يمكن تلخيص أسس السياحة فيما يلي:

1- الطلب السياحي:

- **تعريف الطلب السياحي:** يعرف على أنه الكمية التي تنوي مجموعة معينة من المستهلكين بأسعار مختلف².

ويعرف أيضا بأنه هو عدد الزوار الإجمالي لقطاع جغرافي معين فترة معينة وفي ظروف بيئية محددة.

كما يمكن تعريف الطلب السياحي على أنه: العدد الإجمالي للزائرين في منطقة معينة في مدة محددة.

يتميز الطلب السياحي بمرونة عالية بالنسبة للأسعار الدخول ويتأثر الطلب بالظروف السياسية والاجتماعية ويتميز أيضا بالموسمية.

¹ برنجي أهن، إقتصاديات السياحة، مرجع سبق ذكره، ص 41-42.

² فؤاد رشيد سمارة، تسويق الخدمات السياحية، المستقبل للنشر والتوزيع، عمان، 2001، ص 24.

- أسباب زيادة الطلب السياحي: إن من أهم أسباب زيادة الطلب السياحي ما يلي:
- الصفات الديمغرافية المختلفة مثل العمر والجنس والحالة الاجتماعية.
- أسعار السلع والخدمات وتكاليف السفر والإقامة.
- زيادة أوقات الفراغ والإجازات المدفوعة الأجر.
- زيادة الدخل القابل للإنفاق.
- **خصائص الطلب السياحي:** يتميز الطلب السياحي ببعض السمات والخصائص نلخصها فيما يلي:
- **الحساسية:** تعني هذه الخاصية أن الطلب السياحي ذو حساسية شديدة نحو الظروف والعوامل الاقتصادية والاجتماعية والسياسية السائدة في الدول المستقبلية للسياحة لأنه إذا واجهت إحدى هذه الدول مشكلات اقتصادية كأنهيار النظام الإقتصادي أو مشكلات اجتماعية كحدوث مجاعات أو كوارث طبيعية أو تعرض الدولة لانقلابات عسكرية أو مشكلات سياسية يؤدي على تقلص الطلب السياحي لأن السائح يبحث دائما على المتعة والترفيه والهدوء وبذلك يصبح مناخ هذه الدول غير ملائم للحركة السياحية ويقلل الطلب عليها أي هناك قوة ارتباط بين أمن واستقرار المنطقة وبين زيادة الطلب السياحي عليها¹.
- **المرونة:** يقصد بالمرونة قابلية الطلب السياحي للتغيير تبعا لظروف والمؤثرات السائدة، فالظروف والعوامل الاقتصادية السائدة في الدول المستقبلية للسياحة التي ترتبط بتغيير الخدمات السياحية تؤثر هي أيضا في مرونة الطلب السياحي، لأنه كلما انخفضت هذه الأسعار اتجه الطلب إلى الإرتقاء.
- **الموسمية:** يقصد بموسمية الطلب السياحي تجاه هذا الطلب إلى الإرتفاع في أوقات زمنية معينة مرتبطة بالمناخ والعوامل التنظيمية والأعياد أو مواسم معينة، حيث يصل في هذه الفترات إلى أعلى مستوياته والموسمية لا ترتبط فقط بالمواسم الموجودة بالدول المصدرة للسائحين ولكنها ترتبط أيضا بمواسم الدول المستقبلية، ففي دول أمريكا وأوروبا تزداد الحركة السياحية القادمة منها بشكل واضح في فصل الشتاء، أما الدول العربية فتزداد حركتها في فصل الصيف بالإضافة إلى فترات الأعياد الدينية وموسم الحج والعمرة.

¹ بلاطة مبارك، كواش خالد، سوق الخدمات السياحية، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد 04، الجزائر، 2005، ص 162،

- المنافسة: عدم سيادة المنافسة أو احتكار القلة في السياحة في كثير من الحالات وخاصة الدول التي تمتلك مقومات سياحية من صنع الخالق وهذا بدوره يصعب على الدول المنافسة إنتاج مثل هذه الخدمات، وهذا ما يجعل المنافسة صعبة.

2- العرض السياحي: ويتضمن جميع ما تعرضه المنطقة السياحية إلى سياحها الفعليين أو المتوقعين أي عوامل الجذب الطبيعية والتاريخية والصناعية وهي:

- المكونات الطبيعية: من أهمها المناظر الطبيعية (غابات، نباتات، حيوانات، والمناخ)
 - المكونات الصناعية والتاريخية: ومن أهمها ما يلي: (التطور العلمي والتكنولوجي «المطارات، الأنفاق، الأتار»، آثار الحضارات القديمة، الأحداث التقليدية، الأماكن الثقافية...) ¹.

- خصائص العرض السياحي:

ويتصف العرض السياحي في أي دولة من الدول السياحية بعدد من الخصائص الهامة التي تحدد ملامحه الرئيسية أهمها:

- استخدامه في أماكن تواجده: يتميز العرض السياحي بأن السائحين ينتقلون إلى الدول والمناطق التي يوجد بها المنتجع السياحي المناسب لهم حيث يستمتعون بكل المقومات السياحية الموجودة بهذه الدول ويستخدمون مختلف الخدمات السياحية كوسائل الاتصال والإقامة والترفيه.

- شبه المرنة: يقصد بعدم مرونة العرض السياحي عدم القابلية للتغير طبقاً للأذواق والرغبات والاتجاهات بعكس ما هو بالنسبة للسلع المادية، فالعرض السياحي يصعب تغيير المكونات الرئيسية له كمقومات الطبيعة أما بالنسبة للخدمات السياحية فإنه يمكن تطويرها وتعديلها إلى الحد الذي يلائم رغبات وميول شرائح سوقية معينة. ²

¹ عشي صليحة، الآثار التنموية للسياحة، رسالة ماجستير، غير منشورة، في الإقتصاد تخصص التنمية، جامعة باتنة، 2004 - 2005، ص 20.

² بوفليح نبيل، تقروت محمد، دراسة مقارنة لواقع قطاع السياحة في دول شمال إفريقيا، الملتقى الوطني الأول حول السياحة في الجزائر الواقع والآفاق، جامعة البويرة، 1-12 ماي 2010، ص 05.

- المنتجات السياحية لا تنتقل إلى المستهلك: ونعني بهذا أن هذا النوع من المنتج يتميز بخاصية تميزه عن باقي السلع الأخرى أي أنها لا تنتقل إلى المستهلك، وإنما هو من ينتقل إليها على عكس المنتجات الأخرى التي قد تنتقل إلى المستهلك.

3- الإيرادات السياحية والإستثمار السياحي:

- الإيرادات السياحية: هي كل ما تحققه الدولة من إيرادات من السائحين وما تحققه السياحة كنشاط اقتصادي وكوعاء ضريبي، إلى جانب ما يحققه الأفراد، الشركات الوطنية، المؤسسات العمومية والخاصة في مجال السياحة، الفنادق، الطيران والملاحة. وتتأثر هذه الإيرادات بمجموعة من العوامل والمتغيرات، منها:

- قوة المنتج السياحي للدولة.
- مستوى الخدمات السياحية المختلفة في الدولة.
- أسعار السلع والخدمات السياحية في الدولة.
- مدى الوعي السياحي في الدولة.
- قدرة السائحين على الإنفاق السياحي.
- طبيعة النظام السياسي والإقتصادي في الدولة المصدرة للسياحة وفي الدولة المصدرة للسائحين، إلى جانب العلاقة بين الدولتين.
- الوضع الأمني في الدولة المصدرة للسياحة.
- حجم الإمكانيات الطبيعية والمادية المتوفرة في الدولة السياحية¹.
- الاستثمار السياحي: يتمثل في مجموع ما ينفق في قطاع السياحة وما تستقطبه الدولة من استثمارات أجنبية موجهة لهذا القطاع. ويعتبر الاستثمار السياحي من الأنشطة الواعدة لما تتيحه من فرص كبيرة للنجاح وتحقيق عوائد مالية معتبرة، كما أن تطور الاستثمار السياحي يتوقف على مدى تدفق رؤوس الأموال المحلية والاجنبية للاستثمار في مجال السياحة، إلى جانب قوة المنتج السياحي المعروض وحجم الطلب عليه في سوق السياحة العالمية ومدى اهتمام الدولة بعنصر التسويق السياحي للتعريف بمنتجاتها السياحي.

¹ بوفليح نبيل، تقروت محمد، دراسة مقارنة لواقع قطاع السياحة في دول شمال إفريقيا، مرجع سبق ذكره، ص 06.

المطلب الثالث: معوقات السياحة والعوامل التي ساعدت على انتشارها

تواجه السياحة مشكلات وصعوبات تحد من نشاطها السياحي أو تؤثر على برامجها بصفة دائمة أو مؤقتة

معوقات السياحة:

ومن بين أهم هذه المعوقات نذكر مايلي:

- الأوضاع السياسية والأمنية: نتيجة للمقاطعة أو الحصار الذي يفرض على دولة ما، أو نتيجة للمعارضة أو الصراعات الداخلية يحول دون وفود السياح إليها¹.
- نقص الخدمات السياحية وعدم توافر المرافق الضرورية لاحتواء السياح، نتيجة لمحدودية عدد المطارات والموانئ ومحطات القطارات والفنادق والمطاعم وشركات النقل.
- الأمراض والأوبئة التي تنتشر في بعض الدول بشكل مفاجئ، والتي تشكل مانعا قويا يمنع السياحة.
- الكوارث الطبيعية كلها تعد ظروفًا طارئة للسياحة.
- عدم التنوع في عرض المنتج السياحي، حيث ان الإقتصار على بعض المنتجات أو البرامج ينعكس بصفة سلبية على خيارات السائح.
- عدم وجود مكاتب سياحية خارجية تتولى عملية الترويج في كافة الدول، تظهر عوامل الجذب السياحية المتوفرة في الدولة ومستوى جودة الخدمات السياحية وكل ما يهم السائح.
- العوامل التي ساعدت على انتشار السياحة:

هناك مجموعة من الأسباب التي أدت إلى انتشار السياحة منها:

- تقليل ساعات العمل نتيجة دخول الآلات الحديثة أدى إلى زيادة أوقات الفراغ واصبحت هناك الحاجة إلى السفر².
- التمتع بالإجازات المدفوعة الثمن بعد إحداث العديد من قوانين العمل والتنظيم والتشريعات التي تحدد الإجازات الإجبارية المدفوعة الثمن.

¹ زايد مراد، السياحة كصناعة في الاقتصاد الوطني، ملتقى دولي حول اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، جامعة بسكرة، 09-10 مارس 2010، ص 9.

² أحمد محمود مقابلة، صناعة السياحة، دار الكنوز للنشر والتوزيع، الجزائر، 2007، ص 27-28.

- زيادة وحدات الإنتاج أدى إلى حصول فائض في الانتاج وبدأ التجار والصناعيين في البحث عن أسواق جديدة لتصريف بضائعهم وهذا ما يحتاج إلى السفر.
- تطور وسائل وطرق النقل وخاصة بعد الحرب العالمية الثانية حيث تطورت الطائرات الحربية إلى مدنية وهذا أدى بدوره إلى إلغاء المسافات.
- تلوث البيئة وخاصة جو المدن الصناعية الكبيرة أدى إلى هروب الناس فترة من الزمن إلى مناطق أخرى.
- تطور وتقدم وسائل الاتصالات الحديثة والتي ساهمت بشكل كبير وفعال في السياحة والسفر.
- التقدم العلمي في مجالات الطب والأدوية ومعالجة الأمراض والقضاء على الأوبئة ساعد على انتشار ظاهرة السياحة وعدم خوف السياح من تعرضهم على الإصابة بالأمراض.
- زيادة الوعي الثقافي والاجتماعي وانتشار المعلومات أدى إلى زيادة الرغبة لدى الكثير من الناس إلى زيارة البلدان بغرض الإطلاع على ثقافتهم وأمور معيشتهم.

المبحث الثالث: أهمية وآثار السياحة

تهدف تنمية القطاع السياحي الى تحقيق زيادة مستمرة في الموارد السياحية، اذا فيما تكمن اهيتهآ آثارها.

المطلب الأول: أهمية السياحة

سنتطرق للأهمية من خلال النقاط التالية:

1- الأهمية الإقتصادية:

تكمل أهمية السياحة من حيث الإنفاق السياحي ويشمل شراء السلع والخدمات المتعلقة بالسفر والإقامة والمواصلات وغيرها، وهذا الإنفاق هو بمثابة تحويل للأموال من طرف السائحين إلى المستقبلين للسياح، كما تساهم هذه المداخل في عملية ترميم والتحديث للمرافق السياحية، كالمناطق الأثرية والمركبات السياحية. كما أن الحركة السياحية لها تأثير فعال في جميع القطاعات الأخرى كقطاع النقل، الصحة وقطاع التجارة.¹

2- الأهمية الإجتماعية:

لا يختلف اثنان في أن التطور الإقتصادي في أي بلد يؤدي حتما إلى إحداث تطور مماثل في الجانب الإجتماعي، بمعنى أن العلاقة بين القطاعين طردية. ويفترض أن يساهم القطاع السياحي في توفير النقد الأجنبي لخزينة البلد ويساهم في نفس الوقت في تخفيف حدة البطالة وتحسين المستوى المعيشي للمواطنين. وينتق هذا الطرح من كون السياحة تعتمد على الإستعمال المكثف لليد العاملة في مختلف الخدمات المتعلقة بالسياحة كالنقل والإسكان والإطعام والإتصال والبيع ونحوها.

وفي الجزائر تشير الإحصائيات بأن نسبة المستخدمين في إدارات القطاع السياحي تصل 24%، بينما لا ينبغي أن تتجاوز هذه النسبة 7% وفقا للمعايير المعمول بها دوليا. يضاف إلى ذلك أن نسبة 50% من المستخدمين يفتقدون على المؤهلات، في الوقت الذي يفترض أن لا تتجاوز هذه النسب 20%.

¹ بومدين فريدة، أهمية العلاقات العامة في التسويق السياحي، مذكرة ماستر، غير منشورة، تخصص تسويق، جامعة مستغانم، 2013-2014، ص20.

3- الأهمية السياسية:

إن السياسة الناجحة هي التي تنطلق من استراتيجيات مدروسة وهادفة مما يؤدي في النهاية إلى التجسيد الفعلي للأهداف المسطرة. وإذا كانت السياحة الناجحة تفعل فعلتها في الميادين الاقتصادي والاجتماعي، فإنها من ناحية أخرى قد تحقق أهدافا سياسية إذا ما رغب صانعو القرار السياسي في ذلك. ولو تأمل المرء قليلا، فإنه سيدرك وبساطة أن تنقل الأشخاص ضمن البلد الواحد تفسح المجال واسعا للتعارف والتحاور وبلورة التصورات الآنية والمستقبلية في مختلف المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية. فضلا عن ذلك فإن الإحتكاك بين الأشخاص من جنسيات مختلفة سيكسبهم لا محالة قدرا كبيرا من الفهم والإدراك والوقوف على ثقافات متباينة ليس بين الأفراد فحسب وإنما بين التنظيمات المختلفة والحكومات أيضا، وهنا تتشكل تصورات تنطلق من معطيات أقرب إلى الحقيقة منها إلى التخمين.¹

المطلب الثاني: الآثار الاقتصادية للسياحة

تعتبر السياحة نشاطا يجلب المداخيل للبلد دون الحاجة إلى شحنها وتوصيلها للمستهلك بل إن الزائر يأتي إلى موقع الإنتاج ويشترى مجموعة متنوعة من السلع والخدمات في البلد المضيف وهذا في الواقع يولد أنماط من المنافع والتكاليف تختلف اختلافا تاما عن الصادرات التقليدية التي تشحن إلى الخارج حتى تصل إلى المستهلك ويتمثل تحليل الأثر الاقتصادي للسياحة حسب المنظمة العالمية للسياحة في:

- تحديد موقع وأهمية دور السياحة في الاقتصاديات الوطنية.
- تقدير وتحديد العوامل المؤثرة في تنمية القطاع السياحي.
- تحديد العوامل الرئيسية المحفزة وكذا العوامل المعرقلة لنمو القطاع السياحي في المستقبل.
- تحليل ودراسة النشاط السياحي ومقارنتها بنتائج القطاعات الاقتصادية الأخرى.

¹ حمراس سلطانة كريمة، أهمية التسويق في تحقيق التنمية السياحية، مذكرة ماستر، غير منشورة تخصص تسويق، جامعة مستغانم، 2013 - 2014، ص 83.

ويكمن ابراز دور السياحة في تحفيز النشاط الإقتصادي من خلال دراسة الآثار الاقتصادية للسياحة على بعض متغيرات الاقتصاد الوطني منها: التشغيل، ميزان المدفوعات، تشكيل الدخل الوطني وإعادة توزيع الإستثمار في البنى التحتية.¹

1- خلق مناصب الشغل: مما لا شك فيه أن القطاع السياحي يؤدي إلى تحقيق العديد من الفوائد للإقتصاد الوطني خاصة في مجال خلق مناصب الشغل باعتبار السياحة قطاع متشعب ومتعدد النشاطات والفروع ولها علاقات عديدة مع القطاعات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية الأخرى، فهي تساهم بطريقة مباشرة أو غير مباشرة في خلق العديد من مناصب العمل بالمنطقة التي تنشأ فيها المرافق أو المركبات السياحية (الفنادق مثلا) أو المرافق المكملة لها لأنه بمجرد إنشاء فندق سياحي يتسع لـ 200 سرير ومطعم ومقهى بـ 300 مكان أو مقصد يتم بدورها خلق 60 منصب عمل دائم داخل هذه المرافق بهدف القيام بتقديم الخدمات الفندقية والقيام بالصيانة والتسيير والحراسة والإدارة من جهة، ومن جهة أخرى فإن عملية الإنجاز إلى جانب عملية التهيئة وعملية التأثيث والتجهيز الداخلي لفندق، وهذا ما يؤدي على إتاحة فرصة عمل غير مباشرة عن طريق استعمال الأولى منتجات القطاعات الأخرى كقطاعات النقل أو الصناعة، وعليه فإن السياحة نشاط يعتمد عليه بالدرجة التي تساهم في تخفيض نسبة البطالة في البلد السياحي على سبيل المثال الفنادق من الدرجة الممتازة تتطلب عمالة بنسبة عاملين اثنين مقابل كل غرفة.

ولا شك في أن ازدياد حجم الحركة السياحية يساهم في تحسين دخول المواطنين خاصة التجار الحرفيين وأصحاب الفنادق أو المطاعم لأن السائح أثناء إقامته يستهلك عدة مواد مثلا الخضر، الفواكه، المشروبات، العطور، الجرائد، المجلات، الكتب، التحف التذكارية والحلي التقليدية... إلخ، مما يعود بالأرباح للتجار والمنتجين مما يساهم في تحسين مستوى معيشتهم وزيادة تشغيل اليد العاملة المؤهلة مثل التي تقوم بعملية تكوين في المراكز المهنية، إن اهتمام أي بلد بالسياحة يدفعه إلى العمل على النهوض وتطوير المناطق السياحية، وذلك لكسب ود السائحين، والنشاط السياحي وفرص لتبادل المعارف والأذواق والفنون فيما يكفل لاستفادة من مظاهر التقدم وتحقيق الرقي الفني والحضاري للاقتصاد الوطني.

¹ محمد فوزي شعوي، السياحة والفندقة في الجزائر دراسة قياسية 1974-2002، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، تخصص اقتصاد سياسي، جامعة الجزائر، 2007، ص 21-22.

كما تلعب الحرف والهوايات دورا هاما في السياحة حيث تجلب مداخيل معتبرة عن طريق بيع التحف والهدايا التذكارية التي يصنعها الحرفيون أما الهوايات مثل المسرح والغناء الشعبي فهي وسية فعالة لجلب السياح إلى البلد وكذلك خلق مناصب جديدة.¹

2- الأثر على ميزان المدفوعات: تساهم السياحة كصناعة تصديرية في تحسين ميزان المدفوعات الخاص بالدولة ويتحقق هذا نتيجة تدفق رؤوس الأموال الأجنبية المستثمرة في المشروعات والإيرادات السياحية التي تقوم الدولة بتحصيلها من السائحين وخلق استخدامات جديدة للموارد الطبيعية والمنافع الممكن تحقيقها نتيجة خلق علاقات اقتصادية بين قطاع السياحة والقطاعات الأخرى.²

وتعرف صادرات السياحة بأنها إنفاق السائح الأجنبي في البلد المضيف، ويأخذ الإنفاق عدة أشكال أهمها:

- الإقامة في الفنادق.
- استخدام وسائل النقل (جوي، بحري، بري)
- الإنفاق الإستهلاكي الضروري للحياة.
- رسوم التأشيرات المفروضة على السياح.

وعلى أي حال فقدم الزوار الاجانب يسهم في تنشيط ميزان المدفوعات في البلدان التي تستضيفهم بما أنهم يدخلون إلى هذه البلدان عملات أجنبية كما ان تنقل المواطنين المقيمين إلى الخارج في إطار السياحة يؤدي على خروج العملات مما يؤثر سلبا على ميزان المدفوعات، ويمثل النشاط السياحي موردا هاما للعديد من الدول، ومن بيم الدول التي تسجل ميزان سياحي إيجابي OCDE منها الولايات المتحدة الأمريكية بـ 43 مليار دولار، إسبانيا بـ 35 مليار دولار، فرنسا بـ 13 مليار دولار.³

¹ على موفق، أهمية القطاع السياحي في الإقتصاد الوطني، رسالة ماجستير، غير منشورة، تخصص تخطيط والتنمية، جامعة الجزائر، 2002، ص 21.

² آسيا مجّد إمام الأنصاري، ابراهيم خالد عواد، إدارة المنشآت السياحية، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2002، ص 32.

³ مجّد فوزي شعوي، السياحة والفندقة في الجزائر دراسة قياسية 1974- 2002 مرجع سبق ذكره، ص 24.

3- أثر السياحة على تنشيط حركة المبيعات لبعض السلع:

أقرت بعض الدراسات لمنظمة السياحة العالمية ان السائحين يحتفظون بجزء من ميزانيتهم للإنفاق على مشترياتهم من الدول التي يزورونها، وذلك لشراء الهدايا التذكارية وبعض المنتجات المحلية، وبالتالي كلما زادت الحركة السياحية من جهة، وعلى أسعار تلك السلع من جهة ثانية.

4- أثر السياحة على الاستثمار في البنى التحتية:

تؤدي التنمية في قطاع السياحة إلى زيادة الاستثمارات في البنى التحتية المتمثلة في المطارات، الطرقات، الموانئ، المتاحف، المراكز الطبيعية وغيرها مما يؤدي إلى زيادة مستويات الرفاه الاقتصادي للمقيمين والسياح على حد سواء¹.

المطلب الثالث: الآثار الاجتماعية، الثقافية والبيئية

يمكن معالجة هذا المطلب من خلال مايلي:

أولاً: الآثار الاجتماعية والثقافية

قد يؤدي التطور الاقتصادي والتقدم التكنولوجي واحتكاك واختلاط السكان بالسائحين ذوي اللغات والثقافات والعادات والديانات المختلفة إلى انعكاسات إيجابية وأخرى سلبية.

1/ الآثار الجانبية:

- التوازن الاجتماعي: حيث تتقارب الطبقات الاجتماعية من بعضها البعض نتيجة لزيادة دخول الافراد والعاملين في القطاع السياحي بشكل مباشر أو غير مباشر.
- النمو الحضاري: نتيجة للحركة السياحية تتجه الأنظار إلى الإهتمام الدائم والإرتقاء بالقيم الحضارية والمعالم السياحية الأثرية والطبيعية كما تمثل وسيلة حضارية اجتماعية لنقل وتبادل الثقافات والحضارات بين شعوب العالم لمختلفة، فعن طريقها يتحقق التبادل الثقافي بين الدول السياحية حيث تنتقل اللغات والمعتقدات الفكرية والفنون والآداب ومختلف ألوان الثقافة عن طريق الحركة السياحية الوافدة إليها فتؤثر

¹ عامر عيساني، الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، تخصص تسيير المؤسسات، جامعة باتنة، 2009-2010، ص 36-37.

فيها ثقافيا وتتأثر هي أيضا بما في الدول السياحية من ثقافة وحضارة، وبذلك يتحقق التأثير الثقافي للسياحة الذي يمثل محورا هاما من محاور التنمية في المجتمع.¹

– **التبادل الثقافي:** يعد الوعي بالتبادل الثقافي أحد أهم التأثيرات الإيجابية للسياحة حيث يعمل على تنمية التفاهم بين الشعوب والذي أصبح الآن فرصة متاحة كتبادل المعرفة والأفكار كما أن أبناء هذه الشعوب المضيفة يتعرفون على عادات وسلوكيات الزائرين، ولذلك تتقارب المسافات الاجتماعية بينهم وهذا بدوره يعمل على دعم التراث الإنساني واسع الحلقة الحضارية على مستوى العالم ولم تصبح السياحة إشباعا للفضول وحسب، وإنما تعمل على اكتساب الاحترام والتعاون المتبادل وتبادل المعارف والقيم الثقافية.

– **الاهتمام بالتراث:** تؤدي السياحة إلى الإهتمام بالقيم الجمالية والمعالم الفنية في الدول المستقبلية للسياحة ويكون ذلك من خلال الفنون والمهارات الخاصة بهم مثل الرقص الشعبي والاحتفالات الخاصة بالأعياد والمناسبات وحفلات الزواج بالإضافة إلى إحياء بعض العادات الدينية وأنشطة أوقات الفراغ التي تجذب السياح لمشاهدة ذلك حيث ينتقل التراث الاجتماعي الذي يرثه أعضاء المجتمع من الأجيال السابقة، فالسمات الثقافية لها قدرة هائلة على الانتقال عبر الزمن.²

2- الآثار السلبية:

ونذكر منها ما يلي:

– **التحولات الاجتماعية:** إن النشاط الاقتصادي تطلب الإهتمام بالمناطق السياحية المختلفة وتنميتها وإعدادها لاستقبال السياح، بما في ذلك أماكن الإقامة المختلفة، ويتولد على ذلك قيم وتقاليد جديدة وغير مألوفة بصورة سريعة ومفاجئة بالنسبة لسكان هذه المناطق تختلف عن موروثاتهم الحضارية والاجتماعية التي تنشأ ليها مما يؤدي إلى تحولات وتغيرات جذرية في هذه المنتجات.³

– **انتشار عوامل الفساد والتدهور الاجتماعي والثقافي:** تعاني بعض الدول من انخفاض مستويات المعيشة ونقص الإمكانيات المتاحة، في الوقت الذي تتوافد إلى الدول أنماط مختلفة من السياح مختلفة من السياح

¹ محمد منير حجاب، الإعلام السياحي، مرجع سبق ذكره، ص 28.

² وفاء زكي ابراهيم، دور السياحة في التنمية الاجتماعية، مرجع سبق ذكره، ص 97-98.

³ نعيم الظاهر، سراب إلياس، مبادئ السياحة، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2007، ص 12.

بعاداتهم الاستهلاكية وقدرتهم المالية مما يؤدي إلى اتجاه نسبة من أبناء هذه الدول إلى محاولة تحقيق مكاسب مادية سريعة وإن كانت بوسائل غير مشروعة، فتظهر عند كافة الوسطاء والمستغلين للسائح في مختلف المجالات والمروجين بعض صور الانحراف تحت مسميات متعددة مثل التسلية، الترفيه، والمتعة.

– **التصادم الثقافي:** تتعارض وتختلف الأفكار والأساليب الغالبة في المجتمع والقادمة من الخارج نتيجة لسلوك بعض السياح وتصرفاتهم التي لا تعتبر بالضرورة عن أسلوب حياتهم اليومية في بلادهم وإنما ذلك راجع إلى أسباب منها الميل إلى حب المغامرة وحب الإستطلاع الأمر الذي يؤدي إلى إثارة ضيق أفراد البلد المضيف ورفضهم للسياحة.

ثانياً: الآثار البيئية

شهد القرن العشرين وبداية القرن 21 تطورا تكنولوجيا كبيرا صاحبه كذلك تطورا في حركة السياحة وكان من نتائج هذا التطور والتقدم سواء تكنولوجيا أو سياحيا ظهور ما يسمى بتلوث البيئة، فكلما زادت حركة السياحة بأعدادها الهائلة المستخدمة وسائل النقل المتنوعة زاد تلوث الهواء وزادت نسبة الضوضاء.

ففي السابق كانت السياحة تنتج خدمات ذات جودة عالية لكن على حساب البيئة والموارد الطبيعية. أما اليوم فإن السياحة الخضراء (ثقافة المحافظة على البيئة) في إطار مبدأ ممارسة الأفضل تنطوي على اتباع نظام متكامل يشتمل على إدارة البيئة كجزء لا يتجزأ من العمليات التي تقوم بها المؤسسات السياحية، حيث يرى بيغرام ان صناعة السياحة اليوم ملتزمة بهذا النظام المتكامل وحريص على ترسيخه في إطار ميثاقها الرابع عشر وتساهم المنظمة العالمية للسياحة ومجلس السفر والسياحة العالمي على تقديم برنامج مكثف للأعضاء يطلق عليه اسم البرنامج الكوني الأخضر لترسيخ ثقافة المحافظة على البيئة والارتقاء بممارسات السياحة لتصبح حقا في خدمة المجتمعات والحضارات المختلفة.¹

¹ زايد مراد، السياحة كصناعة في الاقتصاد الوطني، مرجع سبق ذكره، ص 10.

خلاصة

مع التطور الذي حصل في بداية القرن العشرين، أصبحت السياحة أحد أكبر وأهم الظواهر الاقتصادية والاجتماعية في عالم اليوم، فبعد ان كانت السياحة نشاطا يقتصر على فئة قليلة من الاثرياء في مستهل القرن العشرين أصبحت ظاهرة جماهيرية خاصة في البلاد الاكثر نموا بحلول السبعينيات وغدت في متناول فئات اوسع من الناس في معظم البلدان بسبب تحسن ظروف المعيشة والعمل، وتطور وسائل النقل وظهور الحاجة الى الراحة وترفيه اثناء العطل والاجازات.

ويستفاد ايضا بأن السياحة صناعة قائمة ومتكاملة، تتضمن التخطيط والاستثمار في المرافق التي لها علاقة بالنشاط السياحي والتسويق والترويج، وهذا ما اضفي على النشاط السياحي خصوصية من حيث اتساع مفاهيمه وانشطته التي تميزه عن باقي الانشطة الاقتصادية.

كما يلاحظ تعدد في المفاهيم التي تناولت السائح في الادبيات الاقتصادية باعتباره اساس قيام النشاط السياحي، واتساع في مجال السياحة وتنوع انماطها تبعا لتعدد ميولات ورغبات السائحين، وايضا بحسب المستويات الاقتصادية والتكنولوجية التي وصلت اليها الدول والمناطق السياحية.

اضافة الى نمو الحركة السياحية على المستوى العالمي منذ العقدين الاخيرين من القرن الماضي، وما صحبها من نمو مماثل في حجم الايرادات السياحية العالمية لنفس الفترة.

الفصل الثاني
رأس المال البشري
و القطاع السياحي

تمهيد

في ظل اقتصاد المعرفة والتطورات التكنولوجية تغيرت النظرة إلى الموارد البشرية واصبح ينظر للمورد البشري بانه المورد الفعال وذلك لما له من قدرات وإبداعات وأصبحت الأصول المادية من العوامل المساعدة لتحقيق الأهداف المؤسسة، وللموارد البشرية دورا هاما ورئيسيا في التنمية كما أن الاستثمار فيها أعلى عناصر الاستثمار عائدا وأكثرها تأثيرا على عناصر الثروة الأخرى.

لذا تعتبر عملية تنمية الموارد البشرية من اساسيات الادارة السياحية الحديثة سواء للعاملين الجدد لإكسابهم المهارات اللازمة للتعرف على جو العمل السياحي وإعداده بنجاح لتأدية مهام وظائفهم أو للعاملين الحاليين والذين هم بحاجة ماسة للتدريب بهدف اكسابهم المهارات الحديثة في مجالات عملهم والتعرف على ما يستجد من معارف، وتفعيل ذلك في حل العضلات والوقوف على نقاط الضعف والمنافسة المهنية في العمل.

ولتحقيق التميز في السوق السياحي وجب التركيز على مجموعة من المبادئ أهمها الحصول على افضل الموارد البشرية تخصصا باعتبارها تمثل القيمة الاكبر التي تستطيع المنظمات السياحية من خلالها تقديم خدماتها الى المجتمع، فمستوى الخدمات التي تقدمها المنظمات السياحية مرهون بمستوى مهارات ومعارف وسلوكيات افرادها، حيث يتم تطوير الخدمات السياحية من خلال تنمية الكوادر الفنية التي تؤدي هذه الخدمات عن طريق التعليم المتخصص والتدريب سواء داخل المنظمة أو خارجها.

من خلال هذا الفصل سنحاول الاقتراب أكثر من دراسة الرأس ما البشري والقطاع السياحي، حيث

تضمن ثلاث مباحث

المبحث الاول: مفاهيم عامة حول الرأس مال البشري.

المبحث الثاني: الاستثمار في الرأس مال البشري.

المبحث الثالث: الرأس مال البشري في القطاع السياحي.

المبحث الأول: مفاهيم عامة حول رأس المال البشري

ان الاهتمام برأس المال البشري الذي يعد اهم عناصر الانتاج في المنظمة الامر الذي يفرض على الادارة إبداءها الاهتمام الاكبر في سبيل تحقيق انتاجية أعلى وكفاءة افضل للخدمات والمنتجات والافكار.

المطلب الأول: تعريف رأس المال الفكري

لقد بدأ الاهتمام برأس المال الفكري في المنظمات بداية من فترة الثمانينات حيث أكد المدبرون والأكاديميون والاستشاريون على مستوى العالم أن الأصول غير المادية في المنظمة، أي رأس المال الفكري. تعتبر محددًا أساسيًا لما تحققه المنظمة من أرباح، فعلى سبيل المثال في اليابان اشارت نتائج بعض الدراسات لبعض المنظمات اليابانية على أن الفرق بين مستويات أداء هذه المنظمات هو اختلافها في مقدار ما تملكه من اصول غير مادية، وفي بداية التسعينات ظهرت بعض الكتابات التي تناقش فكرة رأس المال الفكري للمنظمة وهو الذي يحقق النجاح والربحية للمنظمة، حيث اشار الكثير من الباحثين إلى أن الأصول الرئيسية للعديد من المنظمات في ميدان إنتاج التكنولوجيا العالية لا تتمثل في الأصول المادية فقط ولكن في مهارات افرادها وفي التراكم الفكري والمعرفي الذي تمتلكه هذه المنظمات.¹

لرأس المال الفكري العديد من المصطلحات المرادفة التي تشير إلى نفس المعنى كالأصول غير المادية، الأصول المعنوية، رأس المال المعرفي، الأصول المعرفية، الأصول الفكرية، والموجودات المعرفية، ومن أهم تعاريف رأس المال الفكري نجد:

- تعريف توماس ستيوارت (T. Stewart) الذي يعرفه بأنه المادة المعرفية الفكرية، المعلومات، الملكية الفكرية، الخبرة التي يمكن وضعها في الاستخدام لتنشئ الثروة.

- تعريف ادفينسون (Edvinsson) رأس المال الفكري هو مضمين المعرفة، الخبرات العملية، التكنولوجيا التنظيمية، وعلاقات الزبائن والمهارات المهنية والضرورية للمنافسة في السوق.²

¹ راوية حسن، مدخل استراتيجي لتخطيط وتنمية الموارد البشرية، الدار الجامعية، مصر، 2002، ص 370-371.

² سعد غالب ياسين، إدارة المعرفة، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2007، ص 255.

كما يعرف رأس المال الفكري بأنه مجموعة من القدرات المعرفية والتنظيمية التي يتمتع بها العاملون والتي تمكنهم من إنتاج الأفكار الجديدة أو تطوير افكار قديمة تسمح للمنظمة بتوسيع حصتها السوقية وتعظيم نقاط قوتها.

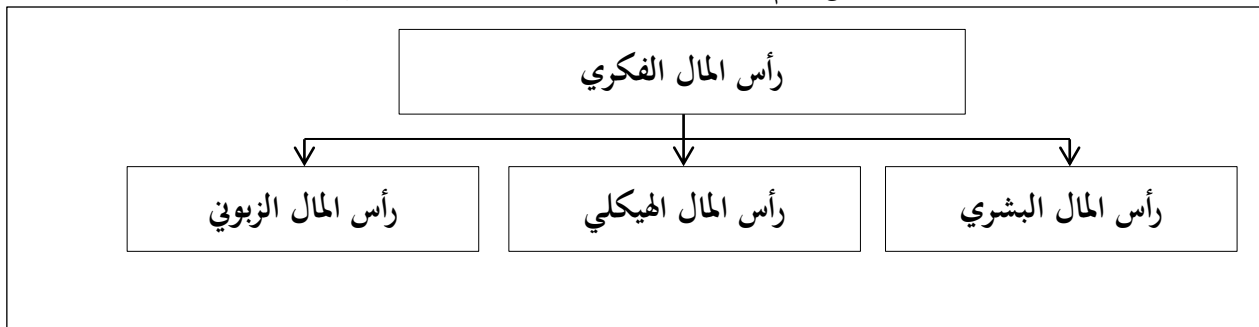
وبصفة عام ويمكن أن نعرف رأس المال الفكري بأنه المعرفة والمعلومات والخبرات والمهارات والقدرات التي تساهم في تحقيق أهداف المنظمة بكفاءة أعلى وتحقق لها ميزة تنافسية.¹ ويتكون رأس المال الفكري مما يلي:

– **رأس المال البشري:** والذي يعبر عنه دائما بالمهارات والمعرفة التي يمتلكها العاملون والمستخدمون بالشركة، ويعتبر هذا المكون من أكثر المكونات إشكالية من حيث عملية القياس بالنسبة للمختصين في المحاسبة حيث لا يتلاءم هذا المكون مع نماذج الكلفة.

– **رأس المال الزبوني:** وهو العلاقة مع الناس الذين تتعامل الشركة معهم والذين يتمثلون في زبائنها ومجهزيها، وقد اسماه البعض برأس المال العلاقات وهو الأعلى قيمة بين مكونات رأس المال الفكري والاسهل على القياس من خلال الإيرادات.

– **رأس المال الهيكلي:** وهو يتجسد في مجموعة من الأنظمة الفرعية للشركة والتي قد تمثل أ أخرى لرأس المال الفكري وخير مثال عليه هو العمليات التشغيلية والتصنيعية للشركة يضاف عليها جميع اشكال الملكية الفكرية التي تمتلكها.²

الشكل رقم (1-2): مكونات رأس المال الفكري



المصدر: طاري عبد القادر، دور رأس المال البشري في تعزيز التنافسية للمؤسسة، مذكرة ماستر تخصص تسيير استراتيجي دولي، جامعة مستغانم، 2013-2014، ص 15.

¹ عادل حرحوش المرفجي، أحمد علي صالح، رأس المال الفكري، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2003، ص 18.

² هاني مُجّد السعيد، رأس المال الفكري، دار السحاب للنشر والتوزيع، مصر، 2008، ص 22.

المطلب الثاني: تعريف رأس المال البشري

إن مفهوم رأس المال البشري يشير إلى النظرية التي وضعها (Gary Beker) في منتصف الستينات من القرن الماضي وكانت انطلاقة من الابحاث التي درست اسباب النمو القوي خلال ما يعرف بالثلاثينات المجيدة حيث ارجعت نسبة كبيرة من النجاحات المحققة في تلك الحقبة إلى التقدم التقني الحاصل آن ذاك ولكن أيضا إلى تراكم المهارات الفردية والجماعية.

فأس رأس المال البشري يشير إلى مجموع المعارف والمهارات والخبرات وكل القدرات التي تمكن من زيادة إنتاجية العامل لدى فرد أو جماعة معينة، كما أوضح شولتز من رواد نظرية رأس المال البشري والتي تفوق أهمية رأس المال المادي في تحقيق معدلات أسرع للنمو.¹

وهناك العديد من المفاهيم والتعاريف لهذا المصطلح ومن هذه المفاهيم ما يلي:

رأس المال البشري هو المعرفة والمهارات والإمكانات والقدرات والصفات والخصائص المختلفة الكامنة في الأفراد والتي لها صلة وارتباط بالنشاط الاقتصادي، كما أن رأس المال البشري لا يركز فقط على ما يمتلكه الأفراد من معرفة وما يمتلكونه من قدرات وصفات وخصائص، إنما يشير هذا المفهوم إلى المدى الذي يمكن أن يستخدم فيه الأفراد كل ما يعملونه وما يمتلكونه استخداما منتجا مرتبطا بالنشاط الاقتصادي.

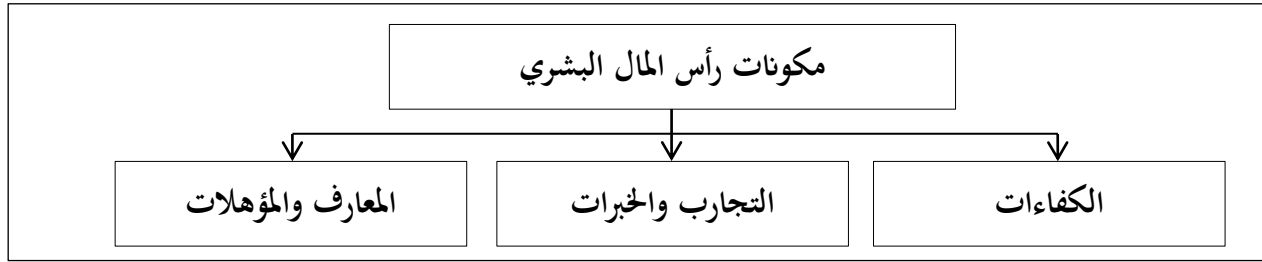
كما يعرف رأس المال البشري بأنه أصل غير ملموس ضمن طاقة المنظمة وهذا الأصل يدعم ويعزز الإنتاجية وعمليات الإبداع والابتكار وعمليات تشغيل العاملين تشغيلاً أفضلًا وهو يتفاوت بين منظمة وأخرى، فقد يكون وافرا وغزيرا في منظمة ما وقد يشهد حالة من الضعف والتراجع في منظمة أخرى.²

رغم تعريفات السابقة غير الموحدة إلا أن هذا لا ينفي وجود درجة عالية من التشابه فيما بينها والتي تنظر أغلبها إلى رأس المال البشري باعتباره مجموعة من المهارات والقدرات والإمكانات والخبرات التي يكتسبها أو يرثها الفرد وتمكنه من المشاركة في الحياة الاقتصادية واكتساب الدخل والتي يمكن تحسينها من خلال الاستثمار في التعليم والرعاية الصحية والتدريب وغيرها من اشكال الاستثمار الأخرى، ويتكون رأس المال البشري من 3 عناصر أساسية وهي كالآتي:

¹ راوية حسن، مدخل استراتيجي لتخطيط وتنمية الموارد البشرية، مرجع سابق، ص 64.

² نادية براهيم، دور الجامعة في تنمية رأس المال البشري لتحقيق التنمية المستدامة، رسالة ماجستير، غير منشورة، تخصص الإدارة الاستراتيجية للتنمية المستدامة، جامعة سطيف، 2012-2013، ص 14.

الشكل رقم (2-2): مكونات رأس المال البشري



المصدر: بن عمار حسيبة، تكوين الموارد البشرية في المنظومة التربوية، رسالة ماجستير تسيير، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2008-2009،

ص10.

- **الكفاءات:** وهي مجموعة المعارف والاتجاهات والتصرفات والسلوكيات المستنبطة من التجربة الضرورية لممارسة مهنة معينة.

- **التجارب والخبرات:** وتمثل في مختلف التجارب والخبرات العلمية المكتسبة عن طريق ممارسة مهنة معينة.

- **المعارف والمؤهلات:** وتمثل في مختلف المعلومات المتراكمة عن طريق التكوين والتعليم¹.

المطلب الثالث: خصائص رأس المال البشري

يتميز رأس المال البشري بعدة مميزات ومن أهمها ما يلي:

- **خصوصية رأس المال البشري:** إن رأس المال البشري لا ينفصل أبدا عن مالكه وهو ملازم له في كل زمان ومكان ولا يمكن تكوينه إلا بالمشاركة الفعلية والشخصية للأفراد وهو بالخصوصية كونه مرهون بالقرار الذي سيتخذه الفرد فيما يخص قرار الاستثمار في التكوين وتحمله لمختلف التكاليف التي ستعجز عنه، وتنازله عن جميع العوائد المالية التي سيحصل عليها في الحاضر مقابل إيرادات مالية أكبر في المستقبل.

- **محدودية رأس المال البشري:** إن إمكانيات تراكم رأس المال البشري ترتبط ارتباطا وثيقا بالقدرات الجسمية والعقلية للفرد ولأن تكلفة الاستثمار تتزايد مع مرور الوقت فإن تحصيل عوائد الاستثمار محدودة بدورة حياة الفرد حيث ان قابلية الفرد للتكوين مرهونة بمدى تنازله عن العوائد المالية التي يمكن أن يحصل عليها في الحاضر مقابل عوائد مالية أكبر في المستقبل².

¹ بن عمار حسيبة، تكوين الموارد البشرية في المنظومة التربوية، رسالة ماجستير، غير منشورة، تخصص تسيير، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2008-2009، ص 10.

² بن عمار حسيبة، تكوين الموارد البشرية في المنظومة التربوية، مرجع سبق ذكره ص 18.

- عدم مرئية رأس المال البشري: أي أن المعارف والقدرات المملوكة من قبل الأفراد لا يمكن تمييزها أو معرفتها من أول وهلة حيث أن بداية علاقة العمل لا تستطيع المنظمة أن تتعرف على القدرات والكفاءات الحقيقية لأفرادها إلا بعد التعرف على الشهادات العلمية للفرد والتي تحمل مؤشرا هاما يتمثل في الاستثمار في التعليم والتي يحملها الفرد طوال فترة دراسته وتكوينه إلى جانب الخبرات والكفاءات والتجربة المهنية التي يتمتع بها الأفراد والتي تظهر من خلال مستويات الأداء والإنتاجية.

كما أن هناك بعض الخصائص الأخرى مثل:

- عدم ارتباط مالك رأس المال البشري بالاستثمار البشري بصفة شخصية، رغم قدرة الفرد على تأجير استثماره لصاحب العمل، إلا أنه ليس باستطاعته بيعه كما تستطيع المنظمة بيع أصل من أصولها.
- عدم إمكانية استهلاك رأس المال البشري بالطريقة التقليدية للاستهلاك حيث يمكن فقده بمجرد موت صاحبه، وهذا ما يفسر زيادة الخطر في الاستثمار البشري.
- يتطلب الاستثمار في تكوين رأس المال البشري وقتا طويلا مقارنة بالوقت المستغرق في الاستثمار في رأس المال المادي.

المطلب الرابع: نظريات رأس المال البشري

نضجت هذه النظرية من خلال الأبحاث التي قام بها شولتز في الستينات من القرن العشرين كما تطورت بإسهامات كل من بيكر ومينسر¹.

- 1- **دراسات وأعمال شولتز:** شاهد شولتز اهتمام الباحثين بالأصول المادية وإهمالهم للعنصر البشري لذلك فقد سعى جاهدا من أجل الوصول إلى نظرية للاستثمار في رأس المال البشري بهدف تحقيق التنمية البشرية واعتبر أن عملية التعليم هي أفضل وسيلة للاستثمار في رأس المال البشري، ولتحقيق هذا ركز أبحاثه الأول على العمال المزارعين في الولايات المتحدة الأمريكية، وكنتيجة لاحظ أن زيادة الإنتاجية ناجمة عن الاستثمار في الأفراد خلال تعليم المزارعين وتزويدهم بمنهج دراسية... الخ وعليه حدد شولتز نوعين من الموارد التي يجب أخذها بعين الاعتبار أثناء العملية التعليمية وهي:

¹ شكري مدلس، التسيير التقديري للوظائف والكفاءات في فعالية إدارة الموارد البشرية، رسالة ماجستير، غير منشورة، تخصص تنظيم الموارد البشرية، جامعة باتنة، الجزائر، 2007-2008، ص 36.

- الإيرادات التي كان يمكن للفرد أن يحصل عليها لو أنه لم يتحقق بالتعليم، فالطالب لو لم يكن ملتحقا بالعملية التعليمية لكان بإمكانه المشاركة في القوى العاملة المنتجة وبالتالي تقديم خدمات ذات قيمة اقتصادية يحصل نظريها على اجر وعلى هذا يجب الاعتراف بوجود تكلفة فرصة بديلة تشكل العملية التعليمية وموجهة لها.

- تكلفة التعليم التي تظهر في شكل مقابل مالي يدفع للمؤسسات المستخدمة في العملية التعليمية إلى جانب المصاريف الجارية للمرتبات والأجور ومختلف المعدات المستخدمة في عملية التعليم.

2- إسهامات بيكر: ويعد أحد أهم الباحثين الذين ساهموا بأبحاثهم في تطوير نظرية رأس المال البشري فقد حول التركيز إلى دراسة الأنشطة المؤثرة في الدخل المادي وغير المادي من خلال زيادة الموارد في راس المال البشري وبذلك بدا الاهتمام بدراسة الأشكال المختلفة للاستثمار البشري من تعليم وهجرة ورعاية صحية، ركز محور أبحاثه بصفة خاصة على التدريب ، ويعتبر التدريب من أكثر جوانب الاستثمار البشري فعالية، كما وضح تأثير راس المال البشري على الإيرادات والعمالة وعلى المتغيرات الاقتصادية الأخرى، كما يعد معدل العائد على الاستثمار هو العامل الاساسي والأكثر أهمية في تحديد المقدار المستثمر في رأس المال البشري.¹

3- إسهامات مينسر: تمثلت إسهامات مينسر في بناء نموذج يهدف إلى تفسير الانحرافات في توزيع الإيرادات وقد حدد مينسر ثلاثة أهداف ينبغي تحقيقها من خلال الأبحاث في مجال الاستثمار في رأس المال البشري وهي:

- تحديد حجم الموارد المخصصة للتدريب؛
- تحديد معدل العائد على الاستثمار في التدريب؛
- تحديد مدى منفعة المرتبة على تحديد التكلفة والعائد على التدريب في تفسير بعض خصائص سلوك الأفراد.

وقد شمل مفهوم مينسر الرسمي وغير الرسمي والتعليم بالخبرة وقد توصل إلى دراسة اثر الاستثمار في التدريب على دخل وسلوك الأفراد منها:

¹ حسين يرقى استراتيجية تنمية الموارد البشرية في المؤسسة الاقتصادية، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، تخصص تسيير، جامعة الجزائر، 2007-

- كلما زادت مستويات الفرد التعليمية، كلما زادت احتمالات حصوله على مزيد من التدريب في مجال عمله؛
- كلما زاد معدل دورات العامل زادت تكلفة الاستثمار في التدريب؛
- كلما زاد الاستثمار في التدريب خاصة المتخصص، كلما زادت احتمالات بقاء الفرد في المنظمة واحتمالات استقرار العمالة¹.

¹ بوزيان عثمان، اقتصاد المعرفة مفاهيم واتجاهات، الملتقى الدولي حول التنمية البشرية وفرص الاندماج في اقتصاد المعرفة والكفاءات البشرية، جامعة ورقلة، الجزائر، 9-10، مارس 2004، ص 5.

المبحث الثاني: الاستثمار في رأس المال البشري

يعتبر رأس المال البشري من الموارد الأساسية للمنظمات الحديثة في ظل اقتصاد المعرفة بحيث أصبح متغيراً مهماً إذا تأثر كبير على نجاح أو فشل المنظمة، وهذا ما جعله يستقطب الاهتمام به.

المطلب الأول: تعريف الاستثمار في رأس المال البشري

هناك عدة تعريفات للاستثمار في رأس المال البشري وأهمها ما يلي:

- هو الإنفاق على العامل لزيادة معارفه ومهارته الإنتاجية وبالتالي زيادة الدخل الذي يمكنه الحصول عليه في فترات مستقبلية.

- ويعرف بأنه استخدام جزء من مدخرات المجتمع أو الأفراد في تطوير قدرات ومعلومات وسلوكيات الفرد بهدف رفع طاقته الإنتاجية وبالتالي طاقة المجتمع لإنتاج مزيد من السلع والخدمات التي تحقق الرفاهية للمجتمع وكذلك لإعداده ليكون مواطناً طالحاً في مجتمعه.¹

- كما يعرف بأنه التفاف على تطوير قدرات ومهارات ومواهب الإنسان نحو ما يمكنه من زيادة الإنتاجية.²

- ويعرف الاستثمار في رأس المال البشري بأنه مجموعة المفاهيم والمعارف والمعلومات من جهة والمهارات والخبرات وعناصر الأداء من جهة ثانية، والاتجاهات والسلوكيات والمثل والقيم من جهة ثالثة التي يحصل عليها الإنسان عن طريق نظم التعليم النظامية وغير النظامية والتي تساهم في تحسين إنتاجيته وتزيد بالتالي من المنافع والفوائد الناجمة عن عمله.³

ومن أهم الجوانب التي يجب أن تهتم الشركة بها لتنمية رأس مالها البشري هي:

- **استقطاب أفضل المواهب البشرية:** أي أن تكون الشركة ذات نظام فعال في عملية اختيار، اختبار واستخدام العاملين الجدد وتوفير أسس التعلم ونقل الخبرة بين الأجيال المتعاقبة من العاملين.

¹ رايح عرابية، حنان بن عوالي، ماهية رأس المال الفكري والاستثمار في رأس المال البشري، الملتقى الدولي الخامس حول رأس المال الفكري في المنظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة، جامعة شلف، 13-14 ديسمبر 2011، ص 9.

² طبشي وهيبية، الاستثمار في رأس المال البشري ودوره في تحقيق الميزة التنافسية لدى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة ماستر، غير منشورة، تخصص مؤسسات صغيرة ومتوسطة، جامعة ورقلة، الجزائر، 2006-2007، ص 9.

³ الكبيسي صلاح الدين، إدارة المعرفة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر، 2005، ص 25.

- إغناء رأس المال البشري: ويتم ذلك من خلال تشجيع العاملين وتحفيزهم على الانضمام لبرامج التدريب وتشارك المعرفة واكتسابها وتوزيعها داخل الشركة.
- المحافظة على العاملين المتميزين: ويتم ذلك بتوفير نظم واساليب الإدارة القائمة على الثقة وتشجيع الإبداع والافكار الجديدة.
- إيجاد بيئة التعلم: تتميز الشركات المعرفية بأن رأس مالها في عقول العاملين الذين يغادرون الشركة في نهاية اليوم المنظمي.¹

المطلب الثاني: أهمية الاستثمار في رأس المال البشري

تعتبر الموارد البشرية من المقاييس الأساسية التي تقاس بها ثروة الأمم باعتبار أن هذه الموارد على رأس المكونات الرأسمالية والاصول المؤثرة في الوضع الاقتصادي والاجتماعي للدول الحديثة حيث أصبح رأس المال البشري ودرجة كفاءته هو العامل الحاسم لتحقيق التقدم.

ولقد أكد علماء الاقتصاد منذ وقت طويل أهمية تنمية الموارد البشرية في تحقيق النمو الاقتصادي حيث ذكر "آدم سميث" في كتابه الشهير "ثروة الأمم" أن كافة القدرات المكتسبة والنافعة لدى سائر أعضاء المجتمع تعتبر ركنا أساسيا في مفهوم رأس المال الثابت، حقيقة أن اكتساب القدرة اثناء التعلم يكلف نفقات مالية ومع ذلك تعد هذه المواهب جزءا هاما من ثروة الفرد التي تشكل بدورها جزءا رئيسيا من ثروة المجتمع الذي ينتمي إليه.

كما أكد ألفريد مارشال أهمية الاستثمار في رأس المال البشري باعتباره استثمارا وطنيا، وفي رايه أن أعلى أنواع رأس المال هو رأس المال الذي يستثمر في الإنسان، إذ عن طريق الإنسان تتقدم الأمم، والاقتصاد ذاته ذو قيمة محدودة إذ لم يستغل في سبيل التقدم وذلك عن طريق القوى البشرية التي تحول الثروات من مجرد كميات نوعية إلى طاقات تكنولوجية متنوعة تحقق التقدم المنشود.²

¹ المصري منذر واصف، اقتصاديات التعليم والتدريب المهني، الطبعة الأولى، دار الكتب الوطنية، ليبيا، 2003، ص 30.

² رابح عرابة، حنان بن عوالي، ماهية رأس المال الفكري والاستثمار في رأس المال البشري، مرجع سابق، ص 10-11.

المطلب الثالث: قيود الاستثمار في رأس المال البشري

فيما يلي بعض القيود التي يجب أن تأخذها المنظمة بنظر الاعتبار عند تطبيقها المفاهيم الاقتصادية للاستثمار في رأس المال البشري:¹

- اختلاف خصائص رأس المال البشري عن خصائص رأس المال المادي ومن أمثلتها عدم ارتباط مالك رأس المال البشري بالاستثمار البشري بصفة شخصية، فبالرغم أن الفرد يمكنه تأجير استثماره لصاحب العمل فهو لا يستطيع بيعه كما تبيع المنظمة آلة لا تحتاجها وعدم استهلاك رأس المال البشري بالطريقة التقليدية للاستهلاك حيث يمكن فقده كلية بموت صاحبه وهذا يؤدي إلى زيادة معدل الخطر في الاستثمار البشريين كما يتطلب الاستثمار في رأس المال البشري وقتاً أطول نسبياً عن وقت الاستثمار المادي وعلى العموم فإن الاستثمار في الموارد وتوطينها مطلب مهم وملح ولكنه صعب التحقيق.

- النقص في البيانات والاساليب المنهجية اللازمة لتطبيق نظرية المال البشري في مجال البشرية مثل صعوبة الحصول على بيانات التكلفة أو الحصول على حجم عينة كافية للأفراد الملتحقين بالبرامج التدريبية للوصول إلى حسابات محددة ونهائية للتكلفة واعتماد القيمة الحالية للاستثمار في رأس المال البشري لمعرفة دخل الأفراد الخاضعين للدراسة ودخل المجموعة المستخدمة في المقارنة، وكذا صعوبة تحديد اثر التدريب على أجور وإيرادات الأفراد في ظل غياب معايير البحث التجريبي المحكم والذي يمكن من خلاله عزل تأثير العوامل والمتغيرات الأخرى المؤثرة، صعوبة تحديد أو اختيار معدل الخصم المناسب واللازم لحساب القيمة الحالية لرأس المال الذي يعد الفيصل في نجاح أو فشل أي برنامج، فعند حساب معدل العائد على التدريب لا بد من تضمين المنفعة غير المادية مثل جابية الوظائف بعد الحصول على التدريب.

لكن يصعب قياس مثل هذا النوع من المنفعة قياساً مادياً مما يؤدي في النهاية إلى إظهار العائد الحقيقي على التدريب بصورة أقل مما هي عليه في الواقع.

- صعوبة تحديد نسبة التكلفة المخصصة لكل من الاستهلاك والاستثمار: فالرد ينفق على المأكل والملبس والمسكن والرعاية الصحية وهي تكلفة لازمة لاستمرار الاستثمار البشريين لكن النفقات في هذه الجوانب لازمة

¹ راوية حسن، مدخل استراتيجي لتخطيط وتنمية الموارد البشرية، مرجع سابق، ص 73.

أيضا للفرد لكي يعي وتستمر حياته، وهنا يصعب تحديد ذلك المقدار من هذه التكلفة المخصصة للاستهلاك وذلك المخصص للاستثمار.

- صعوبة تقييم وقياس المنفعة المتحققة من الاستثمار البشري: ويرجع هذا إلى احتواء هذه المنفعة على عوامل غير مادية وغير خاضعة لظروف السوق مثل المركز الأدبي وتحقيق الذات، وإذا فرض أن المستثمر استطاع تعظيم مثل هذه العوامل غير المادية لا يمكن اعتبار اختياره اختيار غير رشيد.

المطلب الرابع: أشكال الاستثمار في رأس المال البشري

للاستثمار في رأس المال عدة أشكال نذكر منها ما يلي:

1- الدوافع والحوافز:

1-1- مفهوم الدوافع وأهميتها: يرتبط مفهوم الدوافع بالسلوك الإنساني، إذ أن عملية السلوك قائمة على افتراضات أساسية هي:

- أن السلوك هو نتيجة، أي هناك أسبابا لكل سلوك؛
 - إن السلوك يحفز أو يثار بفعل مؤثرات معينة بحيث ينجم عن هذه الإثارة سلوك محدد؛
 - إن السلوك الذي ينتج هو لتحقيق هدف معين.
- وللدوافع أهمية كبيرة لكل من الأفراد العاملين والمنظمة، وإن أهم الفوائد المترتبة عن ذلك ما يلي:¹
- إن الدوافع تشكل الأساس أو العامل المؤثر على أداء الأفراد، لذا فإن تشخيص هذه الدوافع يساعد المنظمة على إشباعها بالوسائل التحفيزية المناسبة؛
 - تؤدي الدوافع الإيجابية إلى زيادة التعاون بين الأفراد أنفسهم وبين الأفراد والإدارة؛
 - تساعد الدوافع الإيجابية في تقليل الصراعات بين الأفراد والمجموعات داخل المنظمة؛
 - تؤدي الدوافع إلى زيادة الأفراد في العمل؛
 - يساعد تشخيص الدوافع بصفة كبيرة المؤسسة في إعداد وتصميم البرامج التدريبية المؤثرة في الدوافع وتنميتها.²

¹ نوري منير، تسيير الموارد البشرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص 283.

² عمر وصفى عقيلي، إدارة الموارد البشرية بعد استراتيجي، دار وائل للنشر، سوريا، 2009، ص 309.

وعليه تظهر لنا أهمية الاستثمار في رأس المال البشري نظراً للوعي بالفعالية، والاجتماعية والربحية القائمة عليه، لذلك من الضروري توفير اساليب ووسائل تحفيز العاملين حتى يمكن الاستثمار في قدراتهم ومواهبهم لتحقيق أهداف المؤسسة.

1-2- مفهوم الحوافز وأنظمتها: يعرف التحفيز اصطلاحاً على أنه شعور لدى الفرد يولد فيه الرغبة في القيام بنشاط أو سلوك معين يسعى من ورائه إلى تحقيق أهداف محددة¹.

كما تعرف الحوافز على أنها مجموعة العوامل والمؤثرات التي تدفع العامل نحو بذل جهد أكبر في العمل والامتناع عن الخطأ فيه².

وتعرف أيضاً أنها مجموعة القيم المادية والمعنوية الممنوحة للعمال في قطاع معين والتي تشبع الحاجة لديهم وتوجههم إلى سلوك معين.

وتختلف أنظمة الحوافز من منظمة إلى أخرى وذلك باختلاف إمكانياتها المتاحة وتأخذ صور مختلفة وتقسم كما يلي:

الجدول رقم (2-1): تقسيمات الحوافز

طبيعة التقسيم	التقسيم	
من حيث مادتها	حوافز مادية	تتمثل في الأموال والمزايا المادية كالسكن والنقل والطعام، والحوافز النقدية أكثرها شيوعاً
	حوافز معنوية	تتمثل في الأشياء غير المادية التي تقدمها المنظمة للعاملين مثل التكوين، الشكر والتقديم... الخ
من حيث اثرها على الفرد	حوافز إيجابية	تتمثل في الحوافز التي تجذب الأفراد العاملين نحو إنجاز عمل معين تستهدفه المنظمة
	حوافز سلبية	التي تدفع بالعاملين نحو تجنب سلوك معين لا ترغبه المنظمة

المصدر: خضير كظم، كاسب الخرشنة، إدارة الموارد البشرية، دار المسير للنشر والتوزيع، الاردن، 2007، ص 186.

¹ سعد عامر أبو شندي، إدارة الموارد البشرية التعليمية، دار اسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص 142.

² خضير كاظم، كاسب الخرشنة، إدارة الموارد البشرية، دار المسير للنشر والتوزيع، الاردن، 2007، ص 186.

2- التعليم:

تعتبر سياسيات التعليم الجيدة الركيزة الأساسية في تنمية البشرية، بحيث تهدف إلى إمداد الأفراد بالأساس العريض أو المفاتيح التي ينطلقون منها كل حسب تخصصه إلى مجالات العمل المختلفة. والمقصود بالتعليم في مجال الملكية وضع مناهج منظمة لتدريس الملكية الفكرية في المرحلتين ما قبل الجامعة والجامعة.¹

ويعتبر التعليم أيضاً عملية تزويد الأفراد بمحصيلة من التعلم والمعرفة في إطار معين، فهو يهتم بتنمية المعارف كوسيلة لتأهيل الفرد للدخول في الحياة العملية من خلال زيادة المعلومات العامة ومستوى فهم العالم الخارجي. ويهدف التعليم إلى تطوير الملكيات الفكرية واكتساب المعارف العلمية التي تهدف للحصول على كفاءات مهنية معينة تؤهلهم للالتحاق بوظائف محددة، كما أنه يمثل نشاط اقتصادي ينتظر من ورائه تحقيق منفعة من جهة ويتطلب زيادة فعالية أداء الأفراد المتعلمين من جهة أخرى.²

يعتبر التطور التقني والعلمي من الأسباب الأساسية التي أدت إلى اعتبار قطاع التعليم قطاعاً منتجاً، خصوصاً إذا علمنا أن معظم التكنولوجيا الجديدة وكذا التقنيات الحديثة مخترعوها هم مخرجات التعليم، ولكي نطبق هذه التقنيات والتكنولوجيات يلزمنا أناس مهرة وأناس قادرين فكرياً وعقلياً على استيعابها، ولهذا تلجأ معظم الدول كي تواكب الحضارة التكنولوجية إلى تكوين باحثين وطلبة قادرين على القيام بهذه المهمة وهذا عن طريق الاستثمار في قطاع التعليم، حيث تزايد الاهتمام باقتصاديات التعليم عامة والتعليم العالي خاصة منذ بداية النصف الثاني من القرن العشرين، لقد بدأ الاقتصاديون في إيجاد علاقات بين الاتفاق على الاستثمار في التعليم ومعدلات النمو الاقتصادي، ويعتبرون أن الإنفاق على التعليم هو نوع الإنفاق الاستثماري خصوصاً في هذه الفترة أين أوضح التعليم قدرته على تلبية تقريباً كل رغبات المجتمع، ويترتب على هذا الإنفاق ارتفاع في مهارات وقدرات الأفراد ومن ثم زيادة مردودية هؤلاء الأفراد وكذا إنتاجهم وهذا ما يدفع بعجلة النمو إلى الأمام.³

¹ حمزة مرادسي، دور جودة التعليم العالي في تعزيز النمو الاقتصادي، رسالة ماجستير، غير منشورة، تخصص اقتصاد تطبيقي وتسيير المنظمات، جامعة باتنة، 2009-2010، ص 3.

² سعد عامر أبو شندي، إدارة الموارد البشرية التعليمية، مرجع سابق، ص 150.

³ عبد القادر محمد عبد القادر عطية، اتجاهات حديثة في التنمية، الدار الجامعية الإبراهيمية، الإسكندرية، 2002، ص 90.

3- التدريب:

يعرف التدريب على أنه: نشاط مخطط يهدف إلى تزويد الأفراد بمجموعة من المعلومات ومهارات التي تؤدي إلى زيادة معدلات أداء الأفراد في عملهم".¹

كما يعرف التدريب أنه: "عملية مخططة تقوم باستخدام أساليب وأدوات بهدف خلق وتحسين وصقل المهارات والقدرات لدى الفرد وتوسيع لنطاق معرفته للأداء الكفاء من خلال التعلم لرفع مستوى كفاءته وبالتالي كفاءات المؤسسة التي يعمل فيها كمجموعة عمل".

ومن التعاريف السابقة يمكن أن نقدم تعريفا شاملا للتدريب بأنه:

"مجموعة من الأنشطة والعمليات الهادفة إلى تحقيق مستوى مستهدف من الكفاءة والفعالية والمقدرة في رأس المال البشري التي تناسب مع ظروف عمله الحالية والمستقبلية كما أن هذه الأنشطة تكون متداخلة ومتشابكة فيما بينها وتشكل نظاما مكونا من مدخلات ومخرجات، وعملية التحويل مع وجود رقابة مستمرة وتغذية عكسية من أجل معرفة النتائج وبالتالي يتحقق لنا الهدف المرجو من التدريب بزيادة المهارات والمعارف وصقل القدرات للأفراد العاملين".²

ولقد حددت المنظمة الاقتصادية الدولية للتعاون والتطوير أهمية التدريب في الجوانب الأساسية التالية:

- إدامة المعلومات والمهارات واستمراريتها وفقا لعنصر التطور والتقدم؛
- منح الفرص للتطوير الذاتي عن طريق المعارف والمهارات الأدائية؛
- جعل الفرد قادرا على مواجهة المواقف السلبية والمشاكل والصعوبات في العمل ومعالجته بأكبر كفاءة ممكنة.
- تقوية المهام الإبداعية والابتكارية لدى الفرد.
- رفع معدل المعيار الثقافي والمعرفي والأداء المهني لدى الفرد.³

¹ عمر وصفى عقيلي، إدارة الموارد البشرية بعد استراتيجي، مرجع سابق، ص 330.

² صلاح عبد الباقي، إدارة الموارد البشرية، الدار الجامعية، الاسكندرية، 2000، ص 211.

³ أحمد ماهر، إدارة الموارد البشرية، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، مصر، 2001، ص 320.

4- التكوين:

تهتم المؤسسة بالتكوين لأن ما ينفق فيه يمثل استثمارا في الموارد البشرية، قد يكون له عائد يظهر في شكل زيادة الإنتاجية الكلية.

يعد التكوين بأنواعه المختلفة من مقومات التنمية الاجتماعية التي أصبحت مطلبا حضاريا في عصرنا الحاضر، والتنمية الاجتماعية تتطلب إعداد أفراد المجتمع للأخذ بأسباب التطور الحضاري. ومن أهم التعاريف نجد:

التكوين هو تلك الجهود الهادفة إلى تزويد الموظف بالمعلومات والمعارف التي تكسبه مهارة في أداء العمل، أو تنمية وتطوير ما لديه من مهارات ومعارف وخبرات مما يزيد من كفاءته في أداء عمله الحالي أو بعده لأداء أعمال ذات مستوى أعلى في المستقبل.¹

يقصد كذلك بالتكوين، العمل على زيادة قدرات الأفراد العاملين ومهاراتهم، ورفع مستوى قيامهم بمهامهم وأدائهم لوظائفهم الحالية وكذا الغرض اكتساب القدرة على تولى مسؤوليات أكبر.

كما يعرفه "LANFER" بأنه: " حق لكل العمال ويخص أكثر تطوره وترقيتهم الاجتماعية والتكوين قبل كل شيء هو وسيلة للمؤسسة م أجل تكييف الموارد البشرية مع التطور التقني والمهني. ويتطلب البرنامج الجيد للتكوين اتباع مجموعة من الإجراءات أو الخطوات وهي:

- إعداد المتكون وتأهيله: يجب أن يكون مؤهلا وقادرا على القيام بتكوين الأفراد.
- إعداد وهيئة المتكون: يتطلب هذا الإعداد الجيد للمكان المناسب للتكوين والوسائل المناسبة، وكذا تهيئة ذهن المتكون حتى يستوعب المعلومات والتعليمات خلال فترة التكوين.

- استعراض أسلوب أدائه: وهذا عن طريق التوضيح والشرح والبيان العلمي.
- إعطاء فرصة للممارسة: توجد عدة بدائل مختلفة لممارسة التكوين فهناك من يستخدم غالبا طريقة التفسير على أن يستعين في شرح بعض النقاط إلى وسائل أخرى لمساعدة التكوين، وإذا ما كان العمل بالضرورة ذو طبيعة مادية فإن أفضل طريقة للتكوين هي العرض العملي.

- المطالعة: حيث يجب مراجعة الفرد من وقت إلى آخر للتحقق من أنه يمارس العمل بطريقة سليمة، وحتى يكون التكوين فعال ويفرز آثاره الإيجابية فإنه لا بد من أن يتبع هذه الإجراءات²

¹ صلاح عبد الباقي، إدارة الموارد البشرية، الدار الجامعية، مرجع سبق ذكره ، ص 235.

² أحمد ماهر، مرجع سبق ذكره ، إدارة الموارد البشرية ص 330.

المبحث الثالث: رأس المال البشري في القطاع السياحي

ولإبراز دور الذي يلعبه المورد البشري في الخدمات التي يقدمها القطاع السياحي ارتأينا تقديمه من خلال المطالب التالية:

المطلب الأول: خطوات إدارة الموارد البشرية السياحية لمواجهة تحديات العولمة

إن أهم الخطوات التي يجب أن تسير عليها إدارة الموارد البشرية لمواجهة تحديات العولمة نذكرها فيما يلي:

- وضع استراتيجيات هيكلية تعتمد على إعادة النظر في السياسات التنظيمية للمؤسسات السياحية وتمكين العاملين من التكوين في مختلف خدماته، وإعادة تصميم الوظائف؛

- تجميع التوظيف التنوعي، وتوظيف الكفاءة المستخدمة بما تحوزه من معارف؛

- الاهتمام بتنمية وتطوير الموارد البشرية قادرة على قول وتوطين التغيير بما يمكن من أجل مواكبة التغيرات واستباقها بحيث تتمكن المؤسسات السياحية من القدرة على المنافسة والاستمرارية والحضور العالمي؛

- تطوير قدرة مخرجات التعليم على التكيف السريع مع متغيرات السوق، خاصة في ظل إعادة تقسيم العمل على المستوى الدولي، مما يتطلب أنظمة تعليمية قادرة على توفير موارد بشرية تتمكن من استيعاب التقنية الحديثة والتعامل معها؛

- التعرف إلى رؤية المعنيين بالموارد البشرية في المؤسسات السياحية فيما يتعلق باستراتيجيات إدارة الموارد البشرية وذلك للحد من آثار هذه التحديات وانعكاساتها على أداء هذه المنظمات مما يجعلها قادرة على النمو والمنافسة ومواكبة التغيرات والمستجدات والعمل وفق الرؤى العالمية في ممارسة وإدارة الموارد البرية وذلك تماشياً مع ظاهرة العولمة¹.

ويجب أيضاً إلى الأبعاد السياسية والاقتصادية والثقافية للعولمة وأثرها في مجال القوى البشرية، حيث ترتب على ظاهرة العولمة آثار مهمة كان لها ملموس في مختلف المؤسسات السياحية، وكانت الإدارة هي الأكثر تأثراً استوجب إعادة النظر في تنظيم الأجهزة الإدارية وفي طريقة إكساب العاملين المهارات التي تتطلبها برامج الإصلاح والتطوير.

¹ ماضي بلقاسم، حنان برجم، تحديات إدارة الموارد البشرية في إطار العولمة، المؤتمر العلمي الدولي حول عولمة الإدارة في عصر المعرفة، جامعة الجنان، لبنان، 15-17 ديسمبر 2015، ص 13.

وتأكيداً على هذا يجب على المؤسسات عموماً ولاسيما في الدول النامية أن تتفاعل مع تحديات ومعطيات القرن الحادي والعشرين، وذلك من خلال تفعيل دور إدارة الموارد البشرية مما يمكنها من تطوير مهارات وقدرات القيادات التنظيمية في مختلف مستوياتها المنظمة دولياً، وذلك من خلال وضع الاستراتيجيات المناسبة التي تمكن من مواكبة التغيرات واستباقها حتى تكون قادرة على المنافسة، ويرى العديد من الباحثين أن مواجهة تحديات العولمة يتطلب من إدارة الموارد البشرية توجيهها استراتيجياً ورؤية معمقة للمستقبل، كما أن مواجهة الخروج عن الإطار التقليدي الذي تتسم به في معظم وظائفها.

المطلب الثاني: تنمية رأس المال البشري السياحي وآليات تطويره

أولاً: تنمية رأس المال السياحي

من أجل تطوير رأس المال البشري في قطاع السياحة لابد من القيام بما يلي:

- تطوير التعليم السياحي، حيث يتم بناء قدرات ومهارات العاملين في القطاع السياحي عبر التعليم التدريب والتأهيل لتوفير العامل المتميز بالوعي في أداء مهنته السياحية وتلبية احتياجات السوق العالمية من العمالة في مجال السياحة؛
- إيجاد تعليم سياحي يضمن مخرجات مطابقة للمعايير الدولية؛
- زيادة فرص العمل السياحي المتاحة؛
- زيادة عدد الكوادر البشرية المؤهلة والمدربة للعمل في القطاع السياحي؛
- توسيع الاستثمار في الكفاءات وتحفيزهم على تطوير قدراتهم¹.

ثانياً: آليات تطوير رأس المال البشري السياحي

تتم عملية تجديد وتطوير المؤسسات السياحية من خلال إعادة تركيب الموارد البشرية على مجموعة من الآليات نذكرها كما يلي:

تخطيط القوى العاملة: وذلك عن طريق تحديد النوعيات والمهارات والأعداد وتحديد مصادر الحصول على النوعيات المطلوبة².

¹ عبد الأمير عبد كاظم، فن إدارة الفنادق، وائل للنشر، عمان، الأردن، 2003، ص 49.

² ماضي بلقاسم، حنان برجم، تحديات إدارة الموارد البشرية في إطار العولمة، مرجع سبق ذكره، ص 13.

- تأكيد هيكل المهارات الجديدة: بتصميم برامج التدريب، تقديم وقياس كفاءة الأداء، إعادة توزيع الأفراد على الأعمال بحسب تناسب المهارات ومتطلبات العمل.
- تعديل نظم التعامل مع الموارد البشرية: من خلال تعديل نظم الرواتب والحوافز والمكافآت وشروط، تعديل نظم الاستخدام والتقاعد وشروط العمل، تعديل نظم المزايا، تعديل نظم وشروط الترقية والتنمية الوظيفية كما تتطور وتتجدد المؤسسات من خلال تأكيد القدرات الذاتية للتطوير والابتكار وذلك من خلال العناصر التالية:
- التنمية المستمرة لكفاءة ومهارة الموارد البشرية عن طريق الاختيار السليم، التدريب المستمر، التقييم الموضوعي، التعويض العادل عن الأداء.
- خلق الظروف المؤدية إلى الإقدام والمبادرة بين العاملين بالمشاركة في الإدارة، العمل الجماعي في فرق، تجميع الابتكار.
- توثيق العلاقة ومع المراكز البحث والمعرفة ومصادر المعلومات عن طريق الاتصالات المباشرة من خلال عقود لاستفادة من خبرات الأفراد والباحثين، والدخول في مشروعات بحوث تطوير مشتركة.

المطلب الثالث: كيفية توظيف الكفاءات في المؤسسات السياحية

يتميز التوظيف للكفاءات العالمية السياحية بعدة خصوصيات يجب على المؤسسات السياحية أن تكون على دراية وتحكم كبيرين هما، حيث يجب أن تعرف المؤسسة وتحدد بوضوح ودقة شديدين ما تريد تحقيقه في الدولة التي تريد التواجد بها وبأي الوسائل وهذا قبل ابتداء العملية إن المترشح في مثل هذا النوع من المؤسسات لا بد أن يتميز ببعض الصفات من بينها:

- سرعة التكيف مع البلد.

- القدرة على الاندماج.

- الاستقلالية.

- روح الفريق.

- المبادرة.

- التواجد والحضور.

- الصرامة.

- انفتاح الذهن.

- المصدقية أمام المسؤولية.

كما لا بد أن يتحكم في لغة البلد أو على الأقل في اللغة الانجليزية وأن يكون على دراية بالعادات والتقاليد وعادات الأكل وأسلوب الحياة وثقافة البلد¹.

ويعر المرشحون على عدة اختبارات قبل التوظيف الاختبارات النفسية وغيرها، فإذا ما تم قبول مرشح معين، يتم توجيهه إلى المؤسسة الموظفة ويستفيد من تربية داخلها حتى يتعرف على المؤسسة معرفة جيدة من حيث أهدافها المحلية والدولية، استراتيجياتها، زبائنها، المنافسين لها، ومختلف الخدمات التي يقوم بتقديمها وكذا الطريقة أو الأسلوب الذي يتم بهما تقديم الخدمة... الخ.

وتتعدد طرق البحث عن المرشحين هي الأسرى من بلد لآخر حسب الوسائل المتوفرة من جرائد وهاتف وانترنت، وعادة ما يقوم المسئولين بالبحث عن الكفاءات في المعاهد المتخصصة في السياحة والفندقة.

وسائل التوظيف الدولي:

الأنترنت: حيث أن هناك العديد من المواقع التي تعرض مناصب الغل، ميزة هذه الوسيلة أنها لا تعرف حدودا ومجالها واسع جدا فبدل استخدام الجرائد مثلا التي قد تأخذ وقتا اصبحت اليوم بكة الأنترنت تسهل هذه المهنة، إلا أن من سلبيات هذه الوسيلة إدارة الكم الهائل من الطلبات ومعالجة عدد كبير من السير الذاتية فيبقى الاتصال الإنساني أحسن وسيلة².

أنظمة وقواعد المعلومات الإعلام الآلي: التي تربط مثلا العاملين وطالبي الوظائف في أوروبا على سبيل المثال وتعتبر كقواعد بيانات تنقل المعلومة، وهدفها إعلام، نصح وإرشاد المرشحين في البحث عن العمل.

¹ علي السلمي، إدارة الموارد البشرية، دار غريب للطباعة والنشر، القاهرة، 1997، ص 38.

² ماضي بلقاسم، حنان برجم، تحديات إدارة الموارد البشرية في إطار العولمة، مرجع سابق، ص 11.

خلاصة

يعتبر رأس المال البشري أحد أهم عناصر رأس المال الفكري، ويعتبر رأس المال البشري العنصر الرئيسي من عناصر الإنتاج، وبالتالي فإن الاهتمام به أصبح واجباً ملحاً من خلال تعليمه وتدريبه ورفع من كفاءاته وقدراته.

ويأتي الاستثمار في رأس المال البشري في مقدمة القضايا التي تعني بها المجتمعات على اختلاف أنظمتها ومستويات نموها، ولاسيما في القطاع السياحي الذي يعتمد بدرجة كبيرة على اليد العاملة المؤهلة في هذا المجال ولأنها كذلك فقد أصبح من الضروري الاهتمام بتكوين المواد البشرية للاستجابة لاحتياجات هذا القطاع الحساس حيث يعد العنصر البشري أهم مصدر من مصادر نجاح المنظمات السياحية. يحتاج تحسين وتطوير الخدمات في المنظمات السياحية إلى أيدي عاملة ذات معارف ومهارات عالية، وهذا لا يأتي إلا من خلال الاهتمام بتنميتها من خلال العديد من الأساليب أهمها التعليم والتدريب حيث يعتبران المكونين الرئيسيين لتنمية المراد البشرية كما سبق ذكره، كما لا يجب إغفال الدور الذي تلعبه تنمية الثقافة والوعي السياحي لدى المجتمع بأهمية السياحة بما يسهم في نجاح المشروع السياحي وتطوره، إن ترسيخ ثقافة السياحة لدى أفراد المجتمع وتوعيتهم بأهمية السياحة هي أهم السبل لتطوير ونجاح هذا المشروع، فهؤلاء الأفراد هم الذين يستقبلون السائح في المحلات، وسائل النقل، الشارع وطريقة معاملتهم له هي التي تحدد قرار إعادة زيارته أو المغادرة الفورية.

إذ أن الخدمة هي أساس نجاح المنظمة السياحية وهذه الخدمة يتطلب تناولها وتقديمها على أسس مهنية مميزة من خلال أهداف واضحة ترسمها سياسة الإدارة بمواكبة التدريب والتكوين والتعليم.

الفصل الثالث

إنعكاس الاستثمار في رأس المال

البشري على القطاع السياحي

في الجزائر

تمهيد

تعتمد السياحة اعتمادا يكاد يكون كليا على البنى التحتية المرتبطة بها فكلما تطورت هذه الأخيرة كلما ساهم ذلك في تحقيق نتائج ايجابية، وتتضمن البنى التحتية ما للبلد من مقومات حضارية وتاريخية وخدمات متنوعة وتوفير الامن والطمأنينة للسائح وغيرها وتندرج هذه الانشطة ضمن استراتيجيات الدولة الجزائرية الهادفة الى ابراز مقومات الجذب السياحي، وتدعيم دورها في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وفي الواقع فإن المقومات السياحية تمثل التي تتمثل في الامكانيات الطبيعية والمادية التي تتوفر عليها الجزائر، وهي بمثابة الركائز الاساسية للعرض السياحي وشرط ضروري وأحد العوامل الرئيسية المحدد للطلب السياحي في اغلب الاحيان ولبعض الانماط السياحية بشكل خاص، مثل السياحة التاريخية والصحراية... أما الخدمات فتعتبر شرط أساسي لتحقيق الجذب السياحي المطلوب .

لذلك عمدت الجزائر لوضع استراتيجية لتحسين صورة الجزائر السياحية من خلال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025، الذي مدد الى 2030 هذه الاستراتيجية التي تعبر عن ارادة الدولة بتثمين الامكانيات المادية والثقافية والتاريخية ووضعها في خدمة الصناعة السياحية للارتقاء بالوجهة السياحية الجزائرية الى مصاف الدول الاولى جذبا للسياح، كما يعتبر ميثاقا مشركا لجميع الفاعلين، وإطارا مرجعيا للعمل، يحدد التوجيهات الكبرى للنهوض بالقطاع السياحي.

من هذا المنطلق سوف نتطرق في هذا الفصل الى :

المبحث الأول: المقومات السياحية في الجزائر.

المبحث الثاني: معوقات القطاع السياحي الجزائري.

المبحث الثالث: مخطط التهيئة السياحية لافاق 2025.

المبحث الأول: مقومات وأنواع السياحة في الجزائر

يتميز كل بلد بخصائص ومميزات، موهوب من اله عز وجل، كالمناخ ومواقع الجغرافي والتضاريس أو ما هو متعلق بما يصنعه الإنسان من تاريخ وأثار وحضارات التي تزيد جمال البلد، حيث أن الجزائر بفضل موقعها المميز ومساحتها الشاسعة، تتفرد بمقومات طبيعية، وحضارية جد مميزة، إذ سعت السلطات الجزائرية لاستغلال هذه الإمكانيات وتطويرها.

المطلب الأول: المقومات السياحية في الجزائر

تعتبر دولة الجزائر من البلدان التي تتميز بطبيعة خاصة وضعتها اهتمام الباحثين والرحالة العرب والغرب، وهذا ما يؤكد الدكتور عبد الله الركيبي في مؤلفه "الجزائر في عيون الرحالة الانجليزي" الذي ذكر العديد من الرحالة الذين زاروا الجزائر وكتبوا عنها أمثال:

Hilton Simon في كتابه "رحلة في ربوع الأوراس" (1912-1920) وكذلك R.V.C Bodlley في كتابه "رياح الصحراء" (1944) و M.D Stot في كتاب "الجزائر على حقيقتها".

وغيرهم من الكتاب الغرب الذين وصفوا الجزائر بأنها فيسيفساء حضاري وثقافي وتحفة نادرة¹.

أولا: الإمكانيات الطبيعية في الجزائر

تتميز الجزائر بالإمكانيات الطبيعية التي تتمثل في:

1- المناخ والموقع:

نجد أن الجزائر تقع شمال القارة الإفريقية وهي تتوسط بلاد المغرب الكبير يحدها من الشمال البحر المتوسط ومن الجنوب مالي والنيجر ومن الشرق ليبيا وتونس، أما من الغرب موريتانيا والمغرب الأقصى. إن الجزائر تربع على مساحة تقدر بـ 2381741 كلم مربع، إن هذه المساحة التي تتراوح في المسافات الشمال إلى الجنوب، ومن الشرق إلى الغرب بين 1500 كلم و 2000 كلم تجعل من الجزائر أكبر بلد إفريقي وعربي²، يبلغ عدد سكانها المقيمون داخل الجزائر بـ 43 مليون نسمة، وهذا في آخر تقرير كشف عنه الديوان الوطني للإحصاء نقلا عن وكالة الأنباء الجزائرية يوم 28/05/2019.

¹ عبد الله الركيبي: الجزائر في عين الرحالة الانجليزي، الجزائر: دار الحكمة، 1999، ص113.

² خالد كواش: مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، عدد 01، 2004، ص216

الفصل الثالث إنعكاس الاستثمار في رأس المال البشري على القطاع السياحي في الجزائر

وتتميز الجزائر من شمالها إلى جنوبها بثلاثة أشكال من المناخ:

- مناخ صحراوي في مناطق الجنوب والواحات ويتميز بموسم طويل حار من شهر ماي إلى سبتمبر حيث تصل درجة الحرارة أحيانا إلى أكثر من 40 درجة، أما باقي أشهر السنة فتمتيز بمناخ متوسطي ودافئ، هذا ما يمكن نشاط حركة السياح في فصل الشتاء¹.
- مناخ شبه قاري في مناطق الهضاب العليا يتميز بموسم بارد ورطب في الفترة من أكتوبر إلى ماي وتصل درجة الحرارة أحيانا إلى 5 درجات أو أقل في بعض المناطق أما باقي الأشهر السنة فتمتيز بحرارة جافة وتصل إلى أكثر من 30 درجة.
- مناخ متوسطي على السواحل الممتدة من الشرق إلى الغرب، ودرجة الحرارة متوسطة عموما في هذه المناطق من شهر أكتوبر إلى أبريل وتقارب 18 درجة أما في شهر جويلية وأوت فتصل إلى أكثر من 30 درجة، يكون الجو حارا رطبا.

2- الساحل الجزائري الواسع:

يمتد الساحل الجزائري على مسافة 1200 كلم، وهو يتميز بارتفاعه وتكونه الصخري وتوجد به عدة فضاءات سياحية نادرة، ومن أهم المناطق السياحية الممتدة على هذا الساحل نجد: القالة، تيقزيرت، سيدي فرج، تيبازة، تنس، بني صاف.

3- المناطق الصحراوية الجزائرية:

نجد أن مساحة الصحراء الجزائرية تقدر ب(2 مليون كلم²) تنقسم على أربع محطات كبرى في الجنوب الجزائر وهي:

- إيزي: تقع إيزي في أقصى الجنوب الشرقي حيث تمثل الطاسيلي، أي أنها تعرف بالحظيرة الوطنية للطاسيلي والتي صنفت سنة 1982 تراثا عالميا من طرف منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة².

¹ عيسى مرازقة: دراسة أداء وفعالية مؤسسات القطاع السياحي في الجزائر، الملتقى الدولي: اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، بسكرة، مارس-2012، صص 8-9

² المجلس الاقتصادي والاجتماعي، لجنة أفاق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، مساهمة من أجل إعادة تحديد السياسة السياحية الوطنية الدورة 16/نوفمبر/2000، صص 66.

الفصل الثالث إنعكاس الاستثمار في رأس المال البشري على القطاع السياحي في الجزائر

- أدرار: تقع ادرار في الجنوب الغربي للصحراء الجزائرية وتعرف منطقة أدرار بتمازج مختلف الثقافات وأثارها القديمة.
 - قنراست: تتجسد على وجود الحظيرة الوطنية للهقار وما تتمتع به من تضاريس، ثروة غابية، حيوانية ونقوش حجرية التي تمثل أحد موارد أساسية للسياحة.
 - وادي ميزاب: تتمثل على معالم تاريخية ومعمارية وقد صنفت ضمن التراث العالمي، وتتوفر في مدن بني يزقن، بونورة وبستان النخيل.
- كل هذه المناطق التي تم ذكرها تكتنز معالم أثرية غنية بالتماثيل والأحجار المصقولة وتعتبر وقفة هامة لاستفراد التاريخ، لذلك لا بد من الحفاظ عليها حتى تكون قادرة على تلبية الطلب السياحي في المنطقة.

4- المناطق الجبلية الجزائرية:

تتجسد المناطق الجبلية الجزائرية بوجود سلسلتي الأطلس التلي والأطلس الصحراوي والتي تعطيان فرص الاكتشاف والصيد، مثالا: المرتفعات السياحية نجد محطة الشريعة "البليدة" والتي تمارس فيها رياضة الترحلق على الثلج، كذلك محطة تيكجدة، وجبال "شيليا" بالأوراس بالشرق بارتفاع قدره 2328 مترا، وقمة لالة خديجة بالقبائل 2308 مترا¹.

إن خبايا المناطق الجبلية الجزائرية لا تكفي على المرتفعات والمغارات والكهوف فقط، بل هناك ثروات أخرى لها أهميتها للسائح مثالا: الحيوانات المتنوعة ونادرة الطيور والينابيع المائية العذبة وكل هذه تعتبر بمثابة عوامل جذب للسائح عندما تثير فيهم الفضول والرغبة في اكتشاف المكونات السياحية الجزائرية التي تتوفر عليها مختلف المناطق.

5- المحطات المعدنية في الجزائر:

نجد أن بلد الجزائر غني بطبيعته الساحرة وقدرتها السياحية والثقافية الجميلة والواسعة وحتى الطبيعة كان لها الفضل في أن تمنح الجزائر مناظر خلابة كما وهبتها الكثير من المنابع بخصائص علاجية مؤكدة، تبنى حسب

¹ عشي صليحة: الآثار التنموية للسياحة-دراسة مقارنة بين الجزائر والمغرب، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة باتنة-2005، ص28.

الفصل الثالث إنعكاس الاستثمار في رأس المال البشري على القطاع السياحي في الجزائر

الدراسات التي قامت بها المؤسسة الوطنية للدراسات السياحية وجود 202 منبع للمياه المعدنية يتركز أغلبها في شمال البلاد ومن أهم هذه الحمامات هي

- حمام ريغة بعين الدفلى الممتد عبر السلسلة الجبلية زكار.
- حمام بوحنيفية معسكر وحمام الشلالة قالمة.
- حمام قرقور بسطيف وحمام ربي بسعيدة.

6- الحظائر الوطنية السياحية:

الجزائر تمتلك العديد من الحظائر السياحية المتواجدة في مختلف أنحاء الوطن وهي كالتالي:

- الحظيرة الوطنية لثنية الحد، تغطي مساحة 38000 كلم²
- حظيرة الوطنية لجرجرة، تغطي مساحة 185000 كلم²
- حظيرة الوطنية لقالمة، تغطي مساحة 76438 كلم²
- حظيرة الوطنية للشريعة، تغطي مساحة 26000 كلم²

هذه الحظيرة مصنفة ضمن مناطق الرطبة من طرف منظمة اليونسكو أدرجت المنظمة الحظيرة الوطنية لتازة بولاية جيجل ضمن الشبكة العالمية لمحميات المحيطات الحيوية نظرا لما تتميز به هذه الحظيرة من منحدرات صخرية، جبال شواطئ ووديان يعيش فيها قرود مهددة بالانقراض تعرف باسم ماغو¹.

ثانيا: الإمكانيات والهياكل القاعدية:

تمتلك الجزائر البنى القاعدية هامة تتمثل فيما يلي:

1- النقل: لقد تم الاهتمام بالنقل وتجسيده في المنجزات الخاصة بشبكات الطرق والمطارات والموانئ فكثافة شبكات الطرق الجوية والبحرية والبرية المحققة في الجزائر، تشكل عامل هام لتشجيع السياحة في مختلف المناطق.

2- الطاقة الفندقية: تمثل القدرة الفندقية الاستيعابية للوحدات الفندقية وكل المؤسسات المعدة لاستقبال السياح القادمين إلى الدولة السياحية المضيفة، وتعد الطاقة الفندقية أحد مؤشرات التي يمكن بواسطتها قياس مدى تقدم هذا القطاع في بلد معين.

¹ عداد رشيدة: التسويق في المؤسسة الخدمية: دراسة حالة الديوان الوطني للسياحة رسالة ماجستير، غير منشورة، في العلوم الاقتصادية وعلوم

التسيير، جامعة الجزائر، 2002، ص156

الفصل الثالث إنعكاس الاستثمار في رأس المال البشري على القطاع السياحي في الجزائر

وخلال فترة الاحتلال لم تكن السياحة تحظى إلا بقدر ما يخدم المستوطنين الأوروبيين في الجزائر ولذا لم يتجاوز عدد الأسرة سنة 1962، 5922 سرير موزعين في المدن الكبرى كعنابة ووهران وقسنطينة والجزائر العاصمة، حيث تتواجد الجاليات الأوروبية لاسيما الأقدام السوداء، وكانت هذه الأسرة موزعة حسب نوع المنتج السياحي بالنسب التالية 50 بالمائة المنتج الشاطئ 40 بالمائة للمنتج الحضري والباقي توزع بين المنتجين الصحراوي والمناخي الجبلي بنسبة 8 بالمائة و 2 بالمائة على الترتيب¹.

وبعد استقلال الجزائر سنة 1962 اعتمدت في توجيه سياستها الاقتصادية، على المخططات التنموية ابتداء من المخطط التمهيدي 1965/1967، ومع بداية عقد السبعينات شرعت الجزائر في تنفيذ المخطط الرباعي الأول 1973/1970، والمخطط الرباعي الثاني 1977/1974 مع بقاء الهيمنة للقطاع العام في حين استبعد القطاع الخاص من المساهمة وذلك لاعتبارات إيديولوجية محضة.

أما مرحلة الثمانينات عمدت الدولة إلى المخططات الخماسية، "حيث عرفت مخططين خماسيين" من 1989/1980، وفي نهاية هذه العشرية وصلت الطاقة الإيوائية للفنادق في الجزائر 48302 سرير منها 25842 سرير للقطاع العمومي، وهنا يبدو وكأن القطاع الخاص بدأ يأخذ نصيبه من الاهتمام خلال هذه الفترة، إذ قدرت مساهمته بـ 46.50 بالمائة من إجمالي الطاقة الفندقية مع نهاية هذه العشرية.

حيث نجد عقد التسعينات يعتبر مرحلة تحول سياسي واقتصادي شهدته الجزائر شمل كل المجالات، أهمها التخلي عن النهج الاشتراكي ودخول البلاد اقتصاد السوق، وذلك تماشيا مع التحولات السياسية والاقتصادية التي يشهدها العالم وما يميز هذه الفترة هو تقلص دور القطاع العام في النشاط الاقتصادي وتخلي الدولة عن احتكار التجارة الخارجية، وفسح المجال للقطاع الخاص الوطني والأجنبي للاستثمار بشكل واسع في كل القطاعات بما فيها القطاع السياحي.

المطلب الثاني: أنواع السياحة في الجزائر

تعد الجزائر من أكثر دول تنوع من حيث تضاريسها ومناخها من منطقة إلى أخرى، أدى ذلك إلى ظهور أنواع كثيرة من السياحة في الجزائر تتمثل في: السياحة الساحلية، السياحة الجبلية و السياحة الصحراوية، بالإضافة إلى سياحة الحمامات المعدنية، ولكل نوع من هذه الأنواع خصائص ومميزات خاصة به.

¹ Heddar Belkacem :Role socio-économique du tourisme ces de l'Algérie . Edition ENAP/ENAL/OLU Alger, 1988, p48.

الفصل الثالث إنعكاس الاستثمار في رأس المال البشري على القطاع السياحي في الجزائر

- 1- **السياحة الساحلية:** هي أكثر أنواع السياحة انتشارا في الجزائر، بفضل الشريط الساحلي الممتد على مساحة 1200 كلم² والذي يتميز بشواطئ ذات مناظر جمالية وغابات كثيفة، وسلاسل جبلية متنوعة، وبالرغم من انتشار الهياكل السياحية في المناطق الساحلية إلا أن فاعليتها لا تزال دون المستوى المطلوب، وذلك لأسباب عديدة أهمها غياب الرؤية الواضحة اتجاه السياحة في الجزائر وغياب المنافسة وتمهيش القطاع الخاص وقلة الإعتمادات المالية المخصصة لهذا القطاع، وحتى يلعب هذا النوع من السياحة دوره لا بد من توفر ما يلي:
 - إنشاء مساكن سياحية منفردة وعلى نسق مدرّوس، بحيث تتناسب مع السياحة الفردية والعائلية وبكيفية يمكن التحكم في تسييرها وتوفير الأمن.
 - توفير وجبات غذائية خفيفة وكاملة وفق المقاييس المعمول بها دوليا.
 - توفير محلات تجارية يعرض كل ما يحتاج إليه السائح.
 - الحفاظ على نظافة الشواطئ، وإشعار السواح بمراعاة ذلك عن طريق بث الوعي بواسطة النشريات المختصرة الواضحة وبلغات متعددة.
 - الحيلولة دون حدوث سلوكيات منافية للآداب العامة من السياح ومن عامة الناس.
 - إنشاء ملاعب للرياضات بهدف جذب السياح.¹

- 2- **السياحة الجبلية:** إذا كانت السياحة الساحلية قادرة على جذب أعداد معتبرة من السياح، فإن الأمر يختلف بالنسبة للسياحة الجبلية، وخاصة عند تدهور الأوضاع الأمنية، من هنا فإن التفكير في استراتيجيات للسياحة الجبلية تستوجب أن تكون اليوم، وتحتوي المناطق الجبلية على ثروات سياحية هامة مثل المناظر الطبيعية الخلابة والمغارات والكهوف التي أوجدتها الطبيعة منذ العصور الجيولوجية الغابرة وأصبحت النظرة إلى السياحة الجبلية تكاد تنعدم وتقتصر فقط على التزحلق على الثلج في منطقة تيكجدة (البويرة) وتلاغيلف (تيزي وزو) والشريعة (البليدة).

ويوجد هناك سببين أساسيين لتصنيف السياحة الجبلية، أولهما يتمثل في الواقع المناخي في الجزائر حيث أن كميات الثلج المتساقطة محدودة جدا مما يجعل استغلالها ظرفي، وثانها أنه من الخطأ حصر السياحة الجبلية بالتزحلق بالثلج فقط، إذ خبايا المناظر الجبلية لا تقتصر على المغارات والكهوف فحسب وإنما هناك ثروات

¹ عبد الكريم عون، جغرافية الغذاء في الجزائر، الجزائر، دار المؤسسة الوطنية للكتاب، 1985، ص 163

الفصل الثالث إنعكاس الاستثمار في رأس المال البشري على القطاع السياحي في الجزائر

أخرى لها أهميتها للسائح مثل الحيوانات المتنوعة والطيور النادرة والينابيع المائية العذبة، والتي تتميز بالبرودة صيفا والدافئة شتاءا.

وفي الواقع لا تحتاج السياحة الجبلية إلى استثمارات ضخمة وهياكل مكلفة، مثلما هو الحال للسياحة الساحلية، وإنما يكفي ن تحدد المواقع التي لها جاذبيتها للسياح بالاعتماد على الإشهار وتقديم الأشرطة حول هذه المواقع وضمان سلامة السياح.

3- السياحة الصحراوية: تتوفر الجزائر على صحراء شاسعة حوالي 87% من التراب الوطني وتمتد من أسفل سفوح الجنوبية لجبال الأطلس الصحراوي الذي يمثل الحدود الطبيعية بين الصحراء جنوبا والهضاب العليا شمالا إذ تعد الصحراء الجزائرية من أحسن المساحات الشاسعة العذراء في العالم، حيث تعد المنتج السياحي المهم الذي يمكن أن يسمح للجزائر باختراق السوق العالمية للسياحة بقدرة تنافسية عالية، إذ تتمتع بكل المقومات الضرورية لإقامة سياحة ناجحة ومن هذه المكونات واحاتها المنتشرة عبر أرجائها ومبانيها المتميزة بمهندستها والسلاسل الجبلية ذات الطبيعة البركانية في الهقار، حيث تتجلى أهمية الطاسيلي الشاهدة على الحضارة الراقية والمجسدة في الرسوم المنقوشة على صخور لا زالت تروى للأجيال المتعاقبة حكايات شيقة وأنماط عيش متميزة للإنسان الترقى، في تلك الأزمنة الضاربة في أعماق التاريخ، وثمة عامل آخر دورا حيويا في تنشيط الحركة السياحية والتظاهرات الثقافية وهو ما يعرف بسفينة الصحراء (الجمال) التي تثير حب الفضول في السائح الغربي لرؤيته ولركبه.

إن اتساع الصحراء الجزائرية تستلزم تبني استراتيجيات تختلف عما يمكن تبنيه في المناطق الشمالية ومن أهمها النقل البري والجوي، كشق الطرقات وتخصيص طائرات للرحلات الداخلية بين المناطق التي يتواجد عليها السياح، وفتح الخطوط مباشرة لتسهيل تنقل المسافرين من وإلى هذه المناطق.¹

المطلب الثالث: نظرة على عرض التكوين السياحي في الجزائر

يبقى القطاع السياحي في الجزائر يعاني عجزا كبيرا في تكوين وأداء اليد العاملة في القطاع السياحي، حيث غالبا ما تعتمد المؤسسات والمنشآت السياحية في تقديم خدماتها على عمال ذوي مهارات مهنية متدنية نظرا للنقص في التكوين والتدريب المتخصصين، إذ تشير دراسات المنظمة العالمية للسياحة أن نسبة العمالة غير

¹ طالب دليلة، وهراني عبد الكريم، السياحة أحد محركات التنمية المستدامة، نحو تنمية سياحية مستدامة، الملتقى الوطني حول السياحة في الجزائر الواقع والأفاق، 2010، ص ص14-15

الفصل الثالث إنعكاس الاستثمار في رأس المال البشري على القطاع السياحي في الجزائر

المؤهلة في القطاع السياحي الجزائري تقدر ب 66 % من مجموع المشغلين، فيس حين تسمح المقاييس العاملة ما نسبته 20% لهذا الصنف من العمالة.

1- مؤسسات التكوين السياحي في الجزائر وقدراتها البيداغوجية:

تمتلك الجزائر مجموعة من 181 مدرسة ومركز تكوين السياحي متخصصة في دراسات الفنادق والسياحية مقسمة كما يلي:

- المدرسة الوطنية العليا للسياحة (الجزائر العاصمة).
 - المعهد الوطني للتقنيات الفندقية والسياحية (تيزي وزو).
 - ملحق بالمعهد الوطني للتقنيات الفندقية والسياحة (تلمسان).
 - مركز الفنادق والسياحة (بوسعادة)¹.
 - 141 مركز تكوين تابعة لوزارة التكوين المهني والتمهين.
 - 36 مركز تكوين تابع للقطاع الخاص ومعقد من قبل وزارة السياحة والصناعة التقليدية.
- وتوفر المؤسسات المذكورة عدى مراكز التكوين المهني ومراكز التكوين التابعة للخوفا ما يعادل 880 مقعد بيداغوجي مقسمة كالتالي:

- 200 مقعد بيداغوجي أي ما يعادل 23% تابعة للمدرسة الوطنية العليا للسياحة.
 - 300 مقعد بيداغوجي أي ما يعادل 34% تابعة للمعهد الوطني للتقنيات الفندقية والسياحية.
 - 80 مقعد بيداغوجي أي ما يعادل 09% ملحق تابعة للمعهد الوطني للتقنيات الفندقية والسياحية.
 - 200 مقعد بيداغوجي أي ما يعادل 23% تابعة لمراكز الفنادق والسياحة.
- كما أن تلك القدرات ستتدعم ب 4010 مقعد بيداغوجي بعد نهاية أشغال إنجاز المعهد الوطني لتقنيات الفنادق والسياحة بعين تموشنت، إضافة إلى 1200 مقعد بيداغوجي بعد إتمام بناء المدرسة الوطنية العليا للسياحة في تيبازة².

ورغم الإحصائيات السابقة الذكر غير أن عرض التكوين السياحي يبقى بعيدا كل البعد أن المستوى الذي يمكن ان يساعد في القيام بدوره في الرفع من تنافسية الوجهة السياحية الجزائرية، حيث انعكس العدد

¹ وزارة السياحة والصناعة التقليدية، بطاقة التكوين لقطاع السياحة، سبتمبر 2011م.

² وزارة السياحة والصناعة التقليدية، بطاقة التكوين لقطاع السياحة، سبتمبر 2011م.

الفصل الثالث إنعكاس الاستثمار في رأس المال البشري على القطاع السياحي في الجزائر

المحدود من مؤسسات التكوين على عملية تدريب العنصر البشري المناسب والملائم للاحتياجات الخاصة بالقطاع السياحي.

2- طبيعة التكوين السياحي الحالي:

تشير الإحصائيات المنشورة من قبل الوزارة أن عدد الأفراد المكونين في الفترة الممتدة بين 1970 و2011 بلغ 8231 مقسمين كالتالي:

- 1145 فرد حائزو على شهادة ليسانس أي ما يعادل 14 (196 فرد منهم تخصص سياحة، 275 فرد تخصص فندقية، 47 مفتش سياحة، 636 فرد تخصص تشيير الفنادق والسياحة).

- 4141 فرد حائزو على شهادة تقني سامي أي ما يعادل 50 (702 فرد تخصص استقبال، 1461 فرد تخصص مطعم، 1607 تخصص مطبخ، 371 فرد تخصص سياحة).

- 2936 فرد حائزو على شهادة تقني أي ما يعادل 36 (601 فرد تخصص استقبال، 1095 فرد تخصص مطعم، 1182 فرد تخصص مطبخ، 42 فرد تخصص حلويات، 13 فرد تخصص سياحة).

وبجمع الإحصائيات الموضحة سابقا يمكن التوصل أن الجزائر خلال طول الفترة المذكورة إلى تكوين 1145 فريد مكون في تخصص تسيير الفنادق والسياحة، و130 فرد تخصص مطعم، و2834 فرد تخصص مطبخ، و384 فرد تخصص مهن سياحية أخرى كالمُرشدِين السياحيين¹.

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

3- الاحتياجات المستقبلية لقطاع السياحة في الجزائر:

وفقا لإحصائيات الوزارة الوصية على قطاع السياحة في الجزائر، فإن مشاريع الإيواء قيد الإنجاز حتى سنة 2014م بلغ 861 مشروع سيوفر ما يعادل 104244 سرير، مما سيساعد القطاع على خلق 45300 منصب شغل مباشر في قطاع السياحة، وبالتالي فإن هذا الرقم الأخير سيكون بمثابة الاحتياجات

¹ مروان صحراوي وشريف نصرالدين، دور تكوين الموارد البشرية في تحقيق تنافسية الوجهة السياحية، مجلة المعيار عدد 16 جامعة تيسمسيلت 2016 ص 237

الفصل الثالث إنعكاس الاستثمار في رأس المال البشري على القطاع السياحي في الجزائر

المستقبلية قطاع السياحة¹. ومن خلال استعمال قواعد ومعايير المنظمة العالمية للسياحة المرتبطة بمهن الفندق، بالإضافة إلى الوظائف الأخرى (الوكالات السياحية، والنشاطات الحموية)، يمكن تقسيم احتياجات القطاع السياحي لليد العاملة حسب ما هو موضح في الجدول أدناه:

- 2265 عامل في مهن التسيير والإدارة.
- 4530 عامل مختص في الترحيب والاستقبال.
- 11325 عامل مختص في خدمات الطوابق والغرف.
- 20385 عامل مختص في مختلف خدمات الإطعام.
- 6795 عامل مختص فيس الخدمات السياحية الأخرى.

الجدول (3-1): تقسيم احتياجات قطاع السياحة من اليد العاملة المكونة.

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

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية، بطاقة التكوين لقطاع السياحة، سبتمبر 2011م..

4- استراتيجية تنمية التكوين في قطاع السياحة:

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

¹ وزارة السياحة والصناعة التقليدية، بطاقة التكوين لقطاع السياحة، سبتمبر 2011م.

الفصل الثالث إنعكاس الاستثمار في رأس المال البشري على القطاع السياحي في الجزائر

1- بالنسبة لتخصص مؤسسات التكوين تحت وصاية الوزارة المكلفة بالسياحة:

- المدرسة الوطنية العليا للسياحة:

- المحافظة على قانونها الأساسي كمدرسة موجهة لطور التعليم العالي لتكوين مسيرين في الفنادق والسياحة ذوي مستوى عالي.
- اتساع مجال عملها إلى التكوين المتخصص للإطارات المتوجهين نحو البحث العلمي في السياحة بفتح مستوى مكا بعد التدرج.
- تجسيد ملف المصادقة على شهادة " ليسانس في التسيير الفندقي والسياحي " بالتشاور مع وزارة التعليم العالي والبحث العلمي.

-المعاهد الوطنية للفندقة والسياحة لتيزي وزو وبوسعادة:

- احتفاظها بالقانون الأساسي كمعاهد موجهة نحو مستوى التكوين "تقني سامي" و"تقني" في مهن الفنادق والسياحة، وتوسيع مهامها من خلال:
- إنشاء شعب جديدة وفروع شعب، التي يحتاجها القطاع، خاصة شعبة "دليل سياحي" ومختلف المهن المتعلقة بالإيواء كتسيير الطوابق والبوابة.. الخ
- فتح شهادة الدراسات المتخصصة ذات طابع مهني في الفنادق والإطعام موجهة إلى المتحصلين على شهادة "تقني سامي" في هذه الميادين.
- تكوين "تقنيين" في المهن الأساسية في الفنادق والسياحة¹.

2- بالنسبة للتعاون ما بين القطاعات:

- توحيد مدونة المهن في السياحة واعتماد المكتسبات المهنية وتنمية التكوين المتواصل.
- إبرام "اتفاقية إطار" مع الوزارة المكلفة بالتعليم العالي لتنمية البحث في السياحة وإدماج شعبة "السياحة" في المنظومة الجامعية.

¹ وزارة السياحة والصناعة التقليدية، بطاقة التكوين لقطاع السياحة، سبتمبر 2011م.

الفصل الثالث إنعكاس الاستثمار في رأس المال البشري على القطاع السياحي في الجزائر

- إبرام "اتفاقية إطار" مع الوزارة المكلفة بالصحة من أجل تنمية التكوين المتواصل في المهن المتعلقة بالحمامات المعدنية والمعالجة بمياه البحر.
- إبرام "اتفاقية إطار" مع الوزارة المكلفة بالتشغيل من أجل تنمية الإدماج المهني للشباب المتحصل على شهادة في مهن السياحة والفندقة والإطعام.
- بالنسبة لبرامج التكوين في مهن السياحة:
 - مراجعة البرامج والمناهج البيداغوجية من أجل مطابقتها لتطورات النشاط السياحي والتقنيات الحديثة.
 - تطوير الوسائل والدعائم البيداغوجية.
 - إنشاء "لجنة قطاعية مشتركة دائمة" (سياحة/ التعليم العالي/ التكوين المهني) تكلف بالمصادقة وتعيين برامج التكوين.
- بالنسبة للتجهيزات البيداغوجية:
 - تجديد وإعادة تأهيل التجهيزات البيداغوجية.
 - توسيع استعمال تكنولوجيات الإعلام والاتصال في المؤسسات.
 - استعمال تكنولوجيات الإعلام والاتصال في برامج التكوين المتواصل والتعليم عن بعد أو الولوج إلى المعلومة.
- بالنسبة لتكوين المكونين:
 - السهر على تحسين المستوى المهني للمكونين وكفاءتهم.
 - ضمان استمرارية الأسلاك التقنية للمكونين.
- بالنسبة لتنمية كفاءات المؤطرين:
 - إعداد برامج تحسين المستوى وإعادة تأهيل مؤطري مؤسسات التكوين وتنفيذها خالصة المتعلقة بها بالتحكم في التقنيات الحديثة للتسيير.
- بالنسبة لشروط التكفل بالمعلمين:
 - تنمية الأسفار الدراسية.
 - تنمية الشراكة مع المؤسسات السياحية من أجل ضمان تربصات تطبيقية لصالح المتكونين.

الفصل الثالث إنعكاس الاستثمار في رأس المال البشري على القطاع السياحي في الجزائر

- بالنسبة لتعليم اللغات الأجنبية:

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

- تعليم اللغات الأجنبية الأكثر استعمالا في العالم.

- بالنسبة لتشجيع القطاع الخاص في التكوين:

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

- متابعة الخدمات البيداغوجية المقدمة من طرف المؤسسات الخاصة المعتمدة (بالتعاون بين الوزارة المكلفة

بالسياحة والوزارة المكلفة بالتكوين المهني) بهذا الخصوص يجب تعديل المرسوم التنفيذي رقم 01-

419 المؤرخ في 20 ديسمبر 2001م، الذي يحدد شروط إنشاء المؤسسات الخاصة للتكوين المهني

وفتحها ومراقبتها (من أجل تمثيل قطاع السياحة كعضو في اللجنة الولائية للاعتماد عليها في المادة

10 للمرسوم التنفيذي المذكور أعلاه).

- بالنسبة لتشجيع الامتياز:

- توفير منح دراسية للطلبة المتفوقين (أوائل الدفعات).

- ترقية البحث ومنح جوائز الاستحقاق.

- بالنسبة للتكوين المتواصل:

- تنفيذ برنامج التكوين المتواصل لمستخدمي المؤسسات السياحية (فنادق، محطات الحمامات المعدنية،

وكالات السياحة والأسفار والمطاعم المصنفة- والتي اندمجت ضمن "نخطط الجودة السياحية".

- إبرام "اتفاقية" مع شركة مساهمة الدولة فندقية "سياحة" من أجل إعداد وتنفيذ برامج التكوين المتواصل

لمستخدمي المؤسسات السياحية التابعة لشركة مساهمة الدولة فندقية "سياحة".

بالنسبة لمراجعة الجهاز التنظيمي:

- مراجعة مراسيم إنشاء مؤسسات التكوين تحت الوصاية لتمكينهم من فتح ملحقات وتوسيع مهامهم.

- مراجعة القرارات المحددة لنظام الدراسات للمعاهد تحت الوصاية للتكوين في المؤهلات الجديدة

والشعب والتخصصات.

الفصل الثالث إنعكاس الاستثمار في رأس المال البشري على القطاع السياحي في الجزائر

- مراجعة مرسوم إنشاء المدرسة الوطنية العليا للسياحة من أجل ملاءمته مع القانون الأساسي للتعليم العالي وتحويل مقرها إلى تيبازة بعد استكمال الإنجاز.

بالنسبة للتعاون الدولي:

- تنمية التعاون مع المنظمة العالمية للسياحة من أجل الاعتراف بالتكوين العالي المقدم من طرف المدرسة الوطنية العليا للسياحة.
- الحصول على منح دراسية لفائدة الطلبة والمكونين في إطار التعاون الثنائي والمتعدد الأطراف.
- تنمية عمليات التبادل والتوأمة مع المؤسسات التكوينية في مجال السياحة والفندقة في الخارج.

المبحث الثاني: معوقات السياحة الجزائرية وبرنامج ترقية القطاع

سنتناول في هذا المبحث إلى برنامج ترقية السياحة في الجزائر إضافة إلى أهم معوقات قطاع السياحة في الجزائر مما أدى إلى تأخره بسبب جملة من المشاكل.

المطلب الأول: معوقات السياحة الجزائرية

لقد تم إحصاء مجموعة من المعوقات والنقائص في الجزائر من خلال الزيارات للمواقع والمسح الذي قامت به مصالح وزارة السياحة وهذي النقائص تم حصرها في الآتي:

1 غياب نظرة لمنتجات السياحة الجزائرية:

- مواقع بلا صيانة وغير مثمرة بصورة كافية.
- غياب مواد مثيرة للجاذبية وقادرة على التمييز.
- غياب التشاور والتنسيق حول الأمور الأساسية المتعلقة بالنشاط بين الفاعلين في ميدان السياحة.

2 ضعف نوع المنتج السياحي:

- تدني النظافة والصيانة في الفضاء العمومي.
- خدمات مرتفعة السعر وذات نوعية أقل مقارنة بالدول الجوار.
- غياب خدمات جذابة.
- غياب الأعمال لإبراز المنتجات المحلية.

3 إيواء وفندقة جد ضعيفة وذات نوعية رديئة:

- عجز في طاقات الاستقبال.
- هياكل استقبال متآكلة وبأسعار مرتفعة نسبيا بالنسبة للسكان المحليين أو مقارنة بمستوى جودتها
- 10% فقط من الفنادق تستجيب للمعايير الدولية.

4 ضعف نوعية النقل:

- عدم القدرة على توفير خدمات نقل لكمية كبيرة متكيفة مع الطلب، مع تسعير مبالغ فيه مقارنة مع شركات النقل الجوي للدول الجوار.
- سوء الربط الجوي باتجاه الجنوب (نحو المقاصد السياحية، حظيرة الطاسيلي).

5 ضعف أداء وكالات الأسفار

- غياب التحكم في التقنيات الجديدة للسوق السياحية الدولية.
- عدم التكيف مع الطرق العصرية للتسيير الالكتروني من حجز وخدمات.
- عدم وجود تنظيم لوكالات السفر وعدم وجود ميثاق يحكم المهنة.
- أنشطة موجهة نحو السياحة الموفدة إلى الخارج (80% عمرة وأسفار نحو الخارج 10% استقبال لوكالات الجنوب 10% حجز التذاكر)

6 نقص في تكوين وتأهيل المستخدمين:

- نقص في تأهيل ومهنة المستخدمين في المؤسسات والخدمات السياحية.
- نوعية تكوين غير ملائمة لمتطلبات العرض السياحي.

7 تغلغل ضعف التكنولوجيا الإعلام و الاتصال في السياحة:

- عدم كفاية مواقع الانترنت مع التركيز على ترقية الصحراء والاكتشاف الثقافي (السياحة الصحراوية الثقافية)

- صعوبة التكيف مع الوزن المتزايد لتكنولوجيا الإعلام و الاتصال في القطاع السياحة

8 خدمات مالية:

- عدم ملائمة وضعف وسائل الدفع على مستوى البنوك والمؤسسات المستقبلية للسواح
- قوانين لا تسمح بتوطين العمليات سواء بالنسبة للاستقبال أو يفاد السياح على الخارج¹

9 تسيير وتنظيم غير مكثف مع السياحة العصرية:

- المبالغة في إجراءات استخراج التأشيرات.
- غياب أدوات التقييم ومتابعة تطوير السياحة على الصعيد الوطني والدولي.

10 غياب الأمن :

- مشاكل متكررة ومتفرقة (غياب الأمن الصحي، والغذائي، واضطرابات، اختطاف السياح)

¹ وزارة السياحة والصناعة التقليدية، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، فحص وتشخيص السياحة الجزائري، (كتاب 1)، 2008، ص 53.

11 عجز في التنمية والتسويق:

- ضعف تسويق الوجهة الجزائرية
- ضعف في التعاون بين مختلف القطاعات والشركات في قطاع السياحة
- وسائل ترقية متآكلة وغير مؤهلة لا تتماشى مع تقنيات الاتصال الحديث
- غياب أنشطة إعلامية كالمشاركة في الصالونات والمعارض في الخارج

المطلب الثاني: برنامج ترقية القطاع السياحي في الجزائر

يهدف برنامج تنمية قطاع السياحة في الجزائر إلى تحقيق (05) أهداف وهي:

- جعل السياحة أحد محركات النمو الاقتصادي
- الدفع بواسطة الآثار العكسي على القطاعات الأخرى
- التوفيق بين ترقية السياحة والبيئة أي تحقيق تنمية سياحية مستدامة
- تثمين التراث التاريخي والشعائري
- تحسين صورة الجزائر السياحية بما يضمن استقطاب أكبر عدد من السواح.

أولاً: رفع قدرات الاستقبال:

إن عملية رفع قدرات الاستقبال، والتي تعد قاعدة أساسية لتوسيع وتطوير القطاع تحل عن طريق الاستثمار السياحي والذي من خلاله يمكن توفير مختلف مراكز استقبال.

1. الاستثمار:

لقد تكيف التشريع الجزائري الخاص بالاستثمار مع متطلبات اقتصاد السوق وكذلك ظروف الاقتصاد الوطني فجاء القانون التشريعي رقم (93-12) المؤرخ في (05-10-1993) والذي يعتبر تحول هام في ميدان ترقية ودعم الاستثمار العام والخاص الوطني والأجنبي حيث أن في هذا القانون يقدم العديد من المزايا والضمانات للمستخدمين بما فيهما الاستثمار السياحي ويستفيد من أحكام هذا القانون الاستثمارات بأنواعها الثلاثة.

الفصل الثالث إنعكاس الاستثمار في رأس المال البشري على القطاع السياحي في الجزائر

2. ضمانات الاستثمار في الجزائر:

تدعيها لسياسة تشجيع الاستثمار، فإن الدولة الجزائرية قد عمدت إلى إعطاء كل الضمانات الضرورية للمستثمرين الخواص والعموميين، الوطنيين والأجانب، ويضمن هذا القانون حرية الاستثمار لكل شخص طبيعي أو معنوي، خاص أو عمومي، قاطن بالجزائر أو خارجها.

— تحويل رؤوس الأموال المستثمرة والفوائد المترتبة عنها إلى الخارج¹.

— يمنح إمكانية اللجوء إلى محاكم الدولية في حالات النزاعات مع المستثمرين الأجانب.

ومن أجل السهر ومتابعة هذه الاستثمارات، أنشأت الوكالة الوطنية لترقية ودعم ومتابعة الاستثمار في سنة 1994 بموجب المرسوم التنفيذي رقم 94-319 المؤرخ في 17-10-1994 وهي عبارة عن مؤسسة عمومية ذات طابع إداري تتمتع بالاستقلالية المالية تابعة لمصالح الحكومة².

3. أسباب الاستثمار في ميدان السياحة في الجزائر:

يعتبر الاستثمار في ميدان السياحة فرصة كبيرة للريح الذي يسعى إليه كل مستثمر، ويرجع ذلك لعدة أسباب يأتي على رأسها كونها كون الجزائر تزخر بثروات سياحية هامة، وإذا ما استغلت بالطريقة المناسبة فإنها تصبح قطبا سياحيا عالميا، بالإضافة إلى جملة من الأسباب نوجزها فيما يلي:

— تعدد وتنوع مناطق الجزائر ومناظرها والتي تختلف مما يؤدي إلى اختلاف منتجاتها السياحية.

— المناخ الجيد والديء على طول أيام السنة مما يجعلها بلدا سياحيا على طول السنة.

— الطلب السياحي الداخلي مهما نوعا ما، وبالتالي لا بد من تلبية رغبات وطلبات المواطنين.

— اعتبار قطاع السياحة من طرف الدولة كقطاع له أولوية مما سيتضمن مزايا و ضمانات هامة.

ثانيا: تدعيم النوعية وتحسين المحيط:

ويدخل في هذا الإطار تدعيم نوعية الخدمة المقدمة للسائح وتحسين المحيط السياحي مثل (المدن والمناطق السياحية) وكذلك تكوين الموارد البشرية التي تعتبر هامة أيضا في تقديم نوعية جيدة للمنتج السياحي.

¹ الوكالة الوطنية لتنمية السياحة الاستثمار والشراكة في السياحة AMD-1999، ص6.

² شبوطي حكيم: الدور الاقتصادي للسياحة مع الإشارة لحالة الجزائر، مجلة البحوث والدراسات العلمية، عدد5، 1997، ص97.

1. تدعيم نوعية الخدمة:

- إن ترقية وتدعيم النوعية تعتبر من الأولويات لتنسيق القطاع السياحي ودفعه وضمان انطلاقة صحيحة له، ومن أجل تدعيم النوعية فإن برنامج وزارة السياحة يتمحور حول النقاط التالية:
- متابعة عمليات التقييس ومراقبة النشاطات والمهن السياحية الخاصة.
 - تكييف القانون المتعلق بوكالات السياحة والأسفار مع المعطيات الاقتصادية الجديدة، وذلك بإعطاء هذي الوكالات صلاحيات أكبر لأن وكالات الأسفار في بلادنا يكاد يقصر دورها على تنظيم الرحلات خارج البلاد، بينما من المفروض أن يكون دورها عكسيا وذلك بتنظيم أسفار الأجانب نحو بلادنا وكذلك تدعيمها بكل الوسائل الضرورية.
 - ضبط معايير استغلال الحمامات المعدنية.

2. تحسين محيط السياحة:

- لا يمكن إغفال الدور الذي يلعبه المحيط في النشاط السياحي، حيث أنه يتوجب تحسين هذا المحيط وذلك بتضافر الجهود بين مختلف الهيئات والقطاعات (الصحية البيئية) ويتحقق هذا الهدف كما يلي:
- الحماية الصحية للمناطق السياحية وذلك بمحاربة كل الأمراض المعدية التي يمكن تنشر فيها وذلك بضمان التطعيمات اللازمة بالإضافة إلى إنشاء المستشفيات والمراكز الطبية المتخصصة والمتكورة.
 - توفير أمن وسلامة الأشخاص والممتلكات داخل وخارج المؤسسات الفندقية والسياحية وذلك عن طريق حماية ومساعدة السواح المسافرين والتجهيزات السياحية.

3. التسهيلات الخاصة بتنقل السواح:

- يتعلق الأمر هنا بوضع نظام لهذه التسهيلات الممثلة في تسهيل عملية منح التأثيرات للسواح وأمتعتهم، بالإضافة إلى السماح للوكلاء الأسفار والسياحة المعتمدين بالدخول إلى المطارات لاستقبال أفواجهم السياحية، بالإضافة إلى ضرورة تكييف النقل الجوي مع متطلبات الطلب السياحي ويتحقق ذلك بفتح خطوط مباشرة ودورية تربط المواقع السياحية الجزائرية بأهم الأسواق الموفدة للسواح ووضع سياسة جزئية في ميدان تنظيم الرحلات الجوية الجماعية الخاصة وذلك من أجل اكتساب الأسواق والمحافظة عليها.

4. تكوين الموارد البشرية وتكييفها مع متطلبات السياحة العصرية:

ويتم ذلك عن طريق تكوين موارد بشرية، حيث يعتبر تكوين العاملين والاستثمار في العنصر البشري عنصرا هاما من ناصر ترقية النشاط السياحي، حيث أنه يتوجب التركيز على الناحية الكمية والنوعية في عملية التكوين، وذلك من مواكبة المقتضيات الجديدة لاقتصاد السوق، وكذلك رفع من نوعية الخدمة السياحية المقدمة وتحسين نمط التسيير وكذلك من مجابهة المنافسة المفروضة على المنتجات سواء على المستوى الإقليمي أو العالمي، وقد أعطى النظام التكويني المتبع في السبعينيات نتائجه في تلك الفترة، حيث أن الهدف المسطر آنذاك كان يدور حول ضمان التكوين الأولي في مختلف المستويات والتكوين المتواصل من أجل تحسين معلومات العمال وإعادة تأهيل المستخدمين بالقطاع وتم من خلال تلك الفترة إمداد السوق بـ:

– 6200 عنصر يواجه قطاع التكوين السياحي حاليا عدة صعوبات تتعلق بالجوانب التالي:

– الصعوبات المادية

– الصعوبات ذات الطابع البشري

ثالثا: تحديات تصحيح وترقية صورة الجزائر السياحية:

إن عملية تصحيح وترقية صورة الجزائر السياحية تعتبر وظيفة إستراتيجية وهامة من خلالها يتم تطوير القطاع وذلك بسبب إقناع المستهلكين بالمنتجات السياحية الجزائرية وعند هذه الاستراتيجيات، تلتقي كل الجهود المبذولة على كل المستويات في الإنتاج السياحي وبالتالي لابد من أداة ترقية ملائمة وتكوين في مستوى هذا التحدي.

1. أداة الترقية ووسائلها:

يعتبر الديوان الوطني للسياحة أداة الترقية الحالية في الجزائر، وبالتالي يقع على عاتقه مهمة تحسين صورة الجزائر السياحية على المستوى الخارجي والداخلي لأن الإمكانيات المادية والمالية لا تكون ضمانا لوحدها لنجاح عملية الترقية بل لابد من وظيفة الترقية التي تكون متماشية مع الأوضاع والظروف الحالية وتكون في مستوى وأفاق التنمية السياحة الوطنية وقد حدد الديوان الوطني لمهمته عدة محاور أساسية يقتحم من خلالها الميدان وهي:

الفصل الثالث إنعكاس الاستثمار في رأس المال البشري على القطاع السياحي في الجزائر

- تحسين وتنمية العلاقات العامة على المستوى الوطني والدولي مع مختلف إنتاج وتوزيع المعلومات السياحية باتجاه الجمهور الواسع سواء على المستوى الداخلي و الخارجي.
- المساهمة في أعمال وعمليات ترقية صورة الجزائر في إطار ما بين القطاعات على الصعيد المؤسسي.
- تنظيم حملات إعلامية حول مواضيع ذات طابع خاص مثل المهرجانات، الأعياد الشعبية، الجهوية.
- المساهمة في عمليات ترقية الاستثمارات السياحية والصناعات التقليدية وبالتعاون مع الهياكل المركزية والهيئات المتخصصة.

2. إستراتيجية الديوان الوطني للسياحة:

تتمثل مهمة الديوان على المدى القصير في عملية تحسين وتنمية علاقة الجزائر في ميدان السياحة مع أهم ممثلي السياحة، إضافة إلى ضمان تعاون المتعاملين من جهة ومن جهة ثانية محاولة توفير الإمكانيات والمحيط اللازم للعاملين في القطاع لتمكينهم من إعداد ووضع عروضهم في الوقت المناسب في الأسواق المختارة وكذلك في إطار ترقية صورة الجزائر السياحية، والتي تعتبر أساسية لضمان الطلب الداخلي والخارجي، ومن أجل الحصول على حصص في سوق الدولية، يهدف الديوان إلى الوصول تشخيص المؤسسات الأكثر تعبيرا عن الجزائر السياحية بمعنى آخر معرفة المؤسسات التي تعطي أحسن صورة عن الجزائر للأجانب ومن خلال منتجاتها المميزة، أما على المدى المتوسط فإن إستراتيجية الديوان تتمثل في أعمال ترقية وعلاقات عامة ذات وجهة محددة وهي الأسواق والبلدان وبالتالي لابد من إنتاج منتجات ذات طابع أصيل ومتميز وخاص ومتنوع ويرتبط بالأصالة الجزائرية لأن رغبة الاكتشاف والمعرفة والاطلاع لدى السواح تكون محفزا كبير على السفر، أما إذا كانت هذه المنتجات لا تتميز عن منتجات الدول الأخرى فإن السائح سيكتفي بأحد البلدان التي تشبه منتجات وطننا، وعليه فإن خطة الديوان تتمثل في ترقية المناطق السياحية لفائدة المواطن الجزائري لدفعه إلى اكتشاف بلده بالدرجة الأولى، وذلك من خلال بعض التظاهرات المحلية التي سعى الديوان لإعادة بعثها وترقيتها، كما يقوم الديوان بحملة تعتمد على دراسة الأسواق الخارجية بتنظيم عمليات ترقية من خلال المشاركة في المعارض الدولية.

المبحث الثالث: مخطط التهيئة السياحية لأفاق 2025

يمثل المخطط الوطني للتهيئة السياحية 2025 الإطار المرجعي والاستراتيجي الذي تشكل من خلاله سياسة وإرادة الدولة الجزائرية لتطوير القطاع السياحي والنهوض به من أجل الوصول إلى مصاف الدول السياحية المجاورة وحتى الكبرى وهذا على المدى القريب 2008، والمدى المتوسط 2015، والمدى البعيد 2025.

وتم رسم هذا المخطط من عدة أبحاث ومشاركات وتحقيقات ودراسات ومشاورات مع متعاملين وطنيين محليين وعموميين وخواص، وتعلن الدولة الجزائرية من خلال نظرتها للتنمية السياحية الوطنية في إطار التنمية المستدامة من أجل النهوض بالقطاع السياحي وجعل الجزائر بلدا مستقبلا للسياح.

ويعتبر هذا المخطط جزء من المخطط الوطني لتهيئة الإقليم لأفاق 2025 الذي يظهر برنامج عمل الدولة في إطار التنمية المستدامة لضمان التوازن الثلاثي للعدالة الاجتماعية، الفعالية الاقتصادية والدعم الإيكولوجي على مستوى كل مناطق الترابي الوطني ل 20 سنة القادمة.

والهدف في هذا المخطط تحقيق خمسة غايات تتماثل في:

- تنمية وتطوير القطاع السياحي إلى تنمية وتطوير القطاعات الاقتصادية الأخرى التي لها علاقة مباشرة أو غير مباشرة مثل البناء والأشغال العمومية، قطاع الفلاحة الصناعة التقليدية، القطاعات الخدمية الأخرى.
- كما يرمي إلى التوفيق بين السياحة والبيئة من أجل تحقيق تنمية مستدامة.
- وضع السياحة محرك من محركات النمو الاقتصادي وقطاعا مدارا للمداخل كبديل لقطاع المحروقات، وذلك من خلال تنظيم وتطوير العرض السياحي باتجاه السوق الوطنية والدولية وجعل الجزائر مركز جذب سياحي أورو متوسطي، بالإضافة إلى فتح مناصب عمل جديدة من خلال هذا القطاع ومساهمته في تحسين التوازنات الاقتصادية الكبرى.
- التحسين الدائم لصورة الجزائر، حيث يتم تحسين وتطوير هذه الصورة على مستوى المتعاملين الاقتصاديين وكذلك السائح الأجنبي وإعطائه كل الضمانات فيما يخص الجوانب الأمنية وكذا توفير كل متطلبات وحاجات السائح بالإضافة إلى تقديم امتيازات للمستثمرين الوطنيين والأجانب.

الفصل الثالث إنعكاس الاستثمار في رأس المال البشري على القطاع السياحي في الجزائر

– يسعى كذلك إلى ترميم التراث التاريخي والثقافي والشعائري لأنها تغير من مكونات وعناصر المنتج السياحي التي تجذب العديد من السياح وتخلق التميز بين المناطق مما ستوجب ضرورة حماية هذا التراث والمحافظة عليه.

المطلب الأول: المفهوم الجديد للسياحة الجزائرية واختيار لفروع الواجب تطويرها

يعتمد هذا المخطط الذي يرمي إلى ترقية وتطوير السياحة الجزائرية، فإن التحول الجزائري السياحي يرتكز بالأساس على مفهوم جديد للسياحة تشكل إدارة الموارد البشرية الركيزة الأساسية له، كما أن الإستراتيجية التي تم وضعها اعتمد فيها على تشخيص واقع السياحة الجزائرية وتحديد نقاط القوة والضعف كما يلي:

- نقص في مواقع المهيكلة التي تجذب تدفق سياحي مرتفع.
- مراعاة المنافسة الجهوية والمتوسطة.
- الموافقة بين السياحة الوطنية والسياحة الدولية¹.
- المستوى الرديء للنشاط السياحي.
- ضعف شهرة وجهة الجزائر.

أولاً: التموقع الجديد للسياحة الجزائرية و شركاء التنفيذ.

1- التموقع الجديد للسياحة الجزائرية:

نجد أن المفهوم الجديد يرمي إلى:

- الاستفادة من تجارب البلدان المنافسة في حوض المتوسط.
- التموقع في الفروع الجديدة الواعدة.
- التوفيق بين الطلب الداخلي والخارجي.

2- التموقع الجديد مقارنة بمؤهلات الجزائر:

يتعين لمؤهلات السياحة في الجزائر عليها تنوع عرضها بما يتوافق مع تنوع الطلب وذلك بتنمية مجالات جديدة من أجل توسيع المنتجات السياحية وتنويعها لتساير الطلب الدولي الجديد مثلما يحدث في حي القصبة بالجزائر العاصمة، كما أن تنوع العرض السياحي يتم أيضا عبر ترميم موارد الصيد والنشاطات المتعلقة

¹ وزارة السياحة والصناعة التقليدية ، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، المرجع السابق، ص03

الفصل الثالث إنعكاس الاستثمار في رأس المال البشري على القطاع السياحي في الجزائر

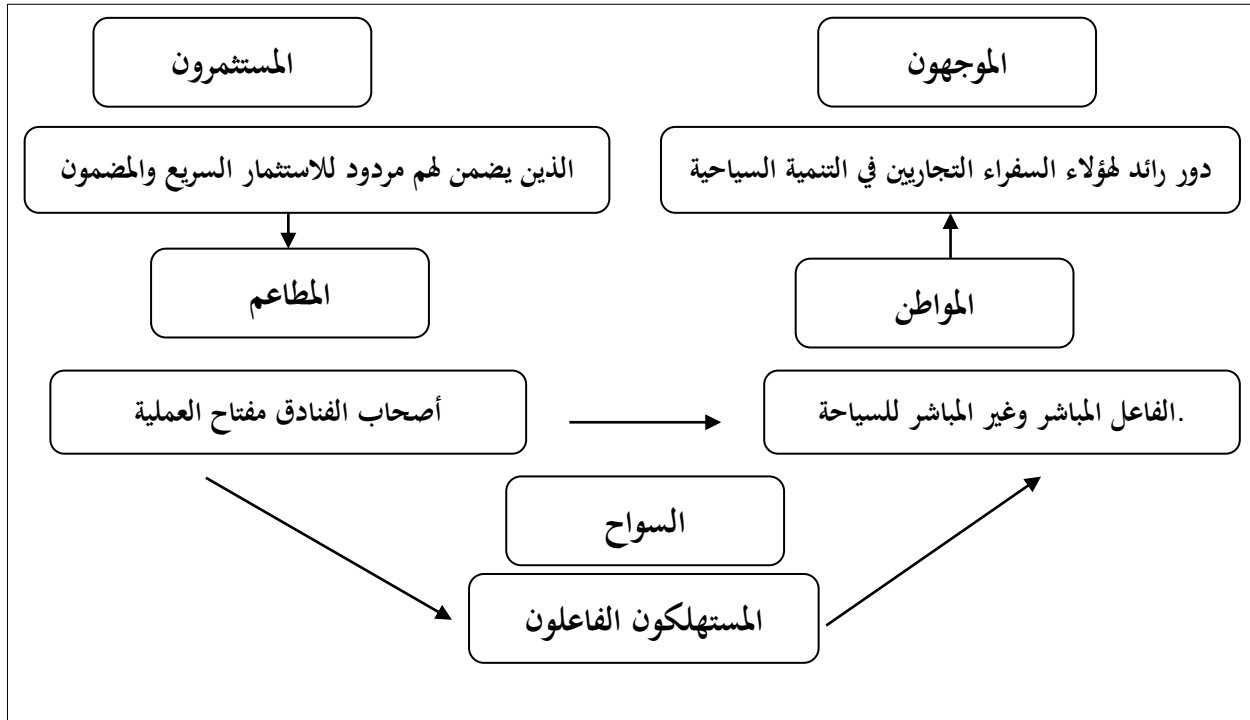
بالرياضيات البحرية، مما يستلزم تزويد هذه المركبات بالمستلزمات والتجهيزات اللازمة لهذه الرياضة كما يجب أيضا أن تتم عملية إعلام على مستوى الأماكن مع البلدان الحدودية المجاورة بمناسبة أعياد الزاوية العيسوية والتيجانية التي يكثر الطلب عليها، وإعادة الاعتبار للأعياد المحلية والتقليدية كموسم ناغيت والسببية بجانيت وأسبوع تيميمون.

3- الشركاء الخمسة لتبني التحول السياحي:

- أصحاب الفندق وأصحاب المطاعم.
- المواطن الذي يحتاج إلى تحسسي بأهمية القطاع السياحي وبآثاره الإيجابية حتى تكون له مساهمة مباشرة في النهوض بالسياحة¹.
- المستثمرون والمطورون الراغبين في الحصول على عائد سريع لاستثماراتهم.
- الموجهون من وكالات سفر، ناقلين، مرشدين، صحفيين.
- السواح: الواجب إقناعهم بوجهة الجزائرية وخصوصياتها وتميزها عن باقي الوجهات المعروضة.

الشكل رقم (3-1): المتعاملون والشركاء الخمسة، أهداف استراتيجية المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية

2025.



المصدر: المخطط الوطني للتهيئة السياحية 2025، كتاب 02 ص 09.

¹ وزارة السياحة والصناعة التقليدية، المرجع السابق، ص 06-09

الفصل الثالث إنعكاس الاستثمار في رأس المال البشري على القطاع السياحي في الجزائر

ثانيا: خطة الأعمال للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية: الأهداف المادية والنقدية 2025

يعتمد أي نوع من أنواع التخطيط تحديد الأهداف المادية وتحديد الميزانية التقديرية اللازمة لتحقيق هذه الأهداف، وقد حدد المخطط التوجيهي جملة من الأهداف المادية والنقدية وذلك وفق مراحل حيث يتوقع أن يصل عدد السواح لسنة 2025، 11 مليون سائح كما يلي:

1- الأهداف المادية للمرحلة الأولى 2008-2015:

يقدر عدد الأسرة المطلوب توفيرها 75.000 سرير من النوعية الجديدة وقد تم تحديد هذه الأرقام بالاعتماد على الأرقام المحققة من طرف دول الجوار، وتنقسم إلى 40.000 سرير وفق المقاييس الدولية منها 30.000 من الطراز الرفيع في المدى القصير جدا 10.000 سرير إضافي في المدى المتوسط وهذا على مستوى الأقطاب ذات الأولوية التي يتوقع أن تمثل نصف قدرة الاستقبال، كما يفترض أن توفر هذه الاستثمارات 400.000 منصب شغل مباشر وغير مباشر و 91.600 مقعد بيداغوجي.

2- الأهداف النقدية للمرحلة 2008-2015:

تم تقدير الأموال الضرورية لتحقيق مختلف الاستثمارات التي تدمج الجزائر في السوق السياحية الدولية سواء كانت استثمارات عمومية أو خاصة ب 2.5 مليار دولار أمريكي، كما يمكن تقدير الإجمالي العمومي والخاص المادي وغير المادي المتمثل في هياكل القاعدية، تهيئة المناطق الطبيعية، والاتصال منها استثمارات مادية و استثمارات غير مادية، ومن أجل توفير 40.000 سرير التي يعتزم وضعها في الأقطاب السياحية السبعة للامتياز، يتوقع أن يزيد المبلغ المخصص لهذا الاستثمار عن 2.5 مليار دولار أمريكي.

3- المشاريع ذات الأولوية للمرحلة الأولى 2008-2015

تم وضع العديد من المشاريع ، البعض منها شرع في تجسيده، ومشاريع أخرى ما تزال من مراحل الدراسة وهي:

- الحظائر البيئية و السياحية: تم تحديد الحظائر التالية من أجل الاستثمار فيها وهي: حديقة دنيا بعنابة، حديقة دنيا بقسنطينة، حديقة دنيا بالجزائر العاصمة، حديقة دنيا بوهران، حدائق الواحات.

الفصل الثالث إنعكاس الاستثمار في رأس المال البشري على القطاع السياحي في الجزائر

– مراكز العلاج و الترفيه: وتم تحديد كذلك الحمامات التالية: حمام قرقور، حمام ملوان الشريعة، وقد بلغ عدد المشاريع التي تم الانطلاق فيها 80 مشروع في عدة مناطق من الوطن وموزعة حسب الجدول التالي:

الجدول رقم (3-2): المشاريع التي تم الانطلاق فيها

الأقطاب السياحية بامتياز	عدد المشاريع
الشمال الشرقي	23
شمال الوسط	32
الشمال الغربي	18
الجنوب الغربي 'الواحات'	04
الجنوب الغربي توات - قورارة	02
الجنوب الكبير الهقار	01
الجنوب الكبير 'الطاسيلي'	00
المجموع	80

المصدر: المخطط التوجيهي للتنمية السياحية، الكتاب 02 ص 19.

تعتمد عملية تحويل الجزائر إلى بلد سياحي له مكانة بمستوى الموارد السياحية المتوفرة على عدة عناصر من أهمها صورة الجزائر في الأسواق الدولية ولدى السائح الأجنبي، بالإضافة إلى ترقية وتوفير منتوجات ذات نوعية ترقى لمستوى المنافسة العالمية المفروضة عليها مع توفير تجهيزات متميزة على مستوى الأقاليم والأقطاب الجذبة، مع ضرورة تحقيق شراكة بين الدولة والجماعات المحلية، الجمعيات والمهنيين في القطاع العام والخاص ومجمل القطاعات الاقتصادية دون إغفال الوعي لدى أفراد المجتمع بأهمية دور السياحة وكل هذه العناصر ويجب أن ترفق بمخطط عملي للتمويل.

الفصل الثالث إنعكاس الاستثمار في رأس المال البشري على القطاع السياحي في الجزائر

فنادق السلاسل: عدد الأسرة من كل الأنواع يقدر بـ 29386 سرير عشرون قرية سياحية ذات امتياز وأرضيات جديدة مدمجة للتوسع السياحي، للتناسب مع الطلب الداخلي والخارجي، وتتواجد هذه القرى في المناطق التالية: مسيدة والحناية بالطارف، سيدي سالم بعنابة بالإضافة إلى قرية سياحية بقورصو ببومرداس، زرالدة، سيدي فرج، موريتي بالجزائر أما منطقة الغرب فقد تم برمجة القرى التالية: موسكاردا تلمسان، وقرية الامتياز بقصر ماسين بتيميمون ولاية أدرار.

المطلب الثاني: الحركيات الخمسة لتفعيل السياحة الجزائرية

تكون هذه الحركيات الطريق أو المسار لإنعاش سريع ومستدام للسياحة يؤدي إلى عودة الجزائر إلى السوق السياحية الدولية بقوة وتمثل هذه الحركيات في:

- ترقية التواصل والتناسق في العمل بين القطاع العام والخاص.
- تحديد وتنفيذ مخطط عملي للتمويل.
- نشر مخطط النوعية السياحية لتطوير نوعية العرض السياحي الوطني وذلك عن طريق ادراج موضوعات الجودة في تكنولوجيات الإعلام والاتصال في برامج التكوين والتربية بالموازاة مع تطور العرض.
- تقويم وجهة الجزائر لزيادة الاجتذاب والتنافسية.
- تطوير الأقطاب والقرى السياحية المميزة.

أولا: مخطط الجزائر الوجهة (مخطط الترقية والتسويق)

حتى تتمكن الجزائر من الوصول إلى مصاف الدول الرائدة في الميدان السياحي، يتوجب عليها أن تكون ممثلة من الأسواق الرئيسية الموفدة للسواح وتفعيل واستغلال كل الطاقات في اطار استراتيجية تسويق فعالة، وترمي سياسة تنمية وترقية السياحة لأفاق 2025 إلى تصحيح صورة الجزائر السياحية وإبعاد مظاهر الأمن والفوضى والانغلاق من ذهن السائح الأجنبي وذلك بإظهار الوجه الآخر للجزائر والإشهار بالمغريات السياحية الأساسية مثل المناخ المعتدل وأصاله المواقع المحمية والمنتوج الصحراوي المتفرد والتميز وسهولة الوصول بسبب القرب من هذه الأسواق والتنوع التراثي والثقافي¹.

¹ وزارة السياحة والصناعة التقليدية، الحركيات الخمسة وبرامج الأعمال ذات الأولوية، المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، ج2 الجزائر، جانفي 2008، ص22

الفصل الثالث إنعكاس الاستثمار في رأس المال البشري على القطاع السياحي في الجزائر

1- الأسواق الرئيسية الموفدة للسواح والأنشطة السياحية المختارة:

تم تحديد وفق هذا البرنامج الأسواق الرئيسية الموفدة للسواح باتجاه الوجهة الجزائرية والمتمثلة في أسواق ذات أولوية، أسواق واعدة وأسواق بعيدة وكذلك حدد هذا المخطط فروع الأنشطة السياحية المختارة والهدف التسويقي لكل فئة من الزبائن وأنواع النشاط السياحي

2- إنشاء "دار الجزائر":

إن إنشاء دار الجزائر في مختلف الأسواق الرئيسية الموفدة للسواح وعلى غرار الممثلات السياحية في مختلف الدول من شأنه أن يدفع بالجهود التسويقية نحو الأمام، حيث أنها تمثل فرصة لتعريف مختلف الزبائن المحتملين بالمنتجات السياحية الجزائرية وبالتالي الرفع من طلب الخارجي على السوق الجزائرية

مهام دار الجزائر: تساعد على تشجيع السياحة في الجزائر وذلك عن طريق:

- مراقبة مستمرة للسوق السياحية لاسيما مراقبة تطورات الاستثمار السياحي من أجل إقامة علاقات مع كبار المستثمرين وكذلك المراقبة المتعلقة بتطورات أذواق السواح وتفصيلاتهم وعاداتهم الاستهلاكية.
- إنشاء علاقات عامة في الأسواق الموفدة للسواح لاسيما مع الصحافة والموجهين ومنظمي الأسفار.
- نشر مختلف المعطيات والمعلومات الخاصة بوجهة الجزائر بواسطة الانترنت، وكذلك عن طريق المثليات السياحية وشركات النقل الجوي والبحري.
- ضمان ملائمة العرض السياحي الجزائري مع الطلب الدولي.
- إنشاء علاقات عامة في الأسواق الموفدة للسواح لاسيما مع الصحافة والموجهين ومنظمي الأسفار .
- الاعتماد على المقيمين الجزائريين بالخارج.
- المشاركة الفعالة لمحتري السياحة الوطنية في التظاهرات الدولية كالمهرجانات السياحية الدولية والصالونات.
- ضمان تجديد صورة الجزائر بالخارج.
- كما نجد كل من المستوى الإقليمي والمحلي ، فيهدف المخطط إلى إنجاز جناح في كل قطب امتياز لضمان ترقية كل قطب من الأقطاب السبعة.

الفصل الثالث إنعكاس الاستثمار في رأس المال البشري على القطاع السياحي في الجزائر

ثانيا: استعمال التكنولوجيات الحديثة في الإعلام والاتصال

ساعد التطور التكنولوجي الحاصل في ميدان الإعلام والاتصال المستهلكين (السواح) على التعرف على المنتجات السياحية المعروضة من طرف البلدان وذلك عن طريق العرض المباشر لها لعدد كبير من مستخدمي الانترنت، لذلك أصبح التسويق عبر الانترنت من أهم الوسائل التسويقية لكسب حصص سوقية بالإضافة إلى الحجز عبر الإنترنت وتحضير السفر، وتبقى النوعية هي المحدد الرئيسي الذي يجعل "الزبون" يختار وجهة دون أخرى¹.

ثالثا: مخطط الشراكة العمومية - الخاصة:

1- تعريف مخطط الشراكة العمومية - الخاصة:

تعتبر الشراكة بين القطاعين العام والخاص ضرورة لتحقيق فعالية القطاع السياحي من خلال التعاون والتكامل الفعال من أجل الاستجابة للطلب الجماعي، وتلعب الدولة والجماعات المحلية دورا أساسيا في تهيئة الإقليم وحماية المناظر العامة وإقامة المنشآت الفوقية والتحتية كالمطارات والطرق التي تخدم قطاع السياحة، كما أنها تسهر على النظام العام والأمن وإدارة المتاحف والصروح التاريخية ومختلف المؤسسات السياحية، أما القطاع الخاص حسب المخطط فإنه يضمن أساسيات الاستثمار والاستغلال السياحي، كما يقوم ببيع مختلف الخدمات التي تضعها الدولة تحت التصرف.

2- هدف مخطط الشراكة:

يهدف مخطط الشركة إلى:

- رابط الشبكة السياحية من خلال تحقيق الرابط بين مختلف القطاعات والشراكة العمومية الخاصة بذلك.
- جعل بوابات الدخول إلى التراب الوطني أكثر جاذبية مثل السفارات، القنصليات، المراكز الحدودية، الموانئ، محطات، المطارات.
- تعليم السياحة لتشجيع الخدمات النوعية السريعة.
- تحسين النوعية بالتكوين المستمر.
- صيانة الثروة الطبيعية والبيئية.

¹ وزارة السياحة والصناعة التقليدية، الحركيات الخمسة وبرامج الأعمال ذات الأولوية، المرجع السابق، ص 49.

الفصل الثالث إنعكاس الاستثمار في رأس المال البشري على القطاع السياحي في الجزائر

- تحسين الخدمات القاعدية في المواقع السياحية: النظافة، وفرة المياه، شبكة الصرف الصحي والتطهير، تطور تكنولوجيات الإعلام والاتصال.

3- مسعى مخطط الشراكة:

- يهدف هذا المسعى إلى جعل مخطط الشراكة منسجما من أجل مواجهة المنافسة وذلك من خلال:
- إيجاد شراكة بين مختلف الفاعلين والعاملين في الإنتاج والتوزيع مثل منظمي الرحلات، أصحاب الفنادق المطاعم، المنشطين، المرشدين.
- تشجيع إنشاء مجموعات المصالح العمومية كالناقلين، أصحاب الفنادق، منظمي الرحلات من أجل مواجهة المنافسة الأجنبية.
- ربط المطورين، المستثمرين بالصيافة والمختصين في المالية لضمان إعداد مشاريع مريحة وقابلة للاستمرار.
- كما يهدف المخطط إلى إنشاء بعض الإدارات على المستوى المحلي على غرار المديرية الوطنية.

4- مخطط تمويل السياحة:

- تعتبر السياحة صناعة ثقيلة، إلا أن عائدات استثماراتها تعتبر بطيئة مما يستوجب عملية تمويل مدروسة نظرا لأهميتها الاقتصادية والاجتماعية، لذلك قامت الوزارة الوصية بوضع مخطط تمويلي يهدف بالدرجة الأولى إلى:

أهداف مخطط التمويل:

- يهدف مخطط التمويل إلى تحقيق مجموعة من الغايات تتمثل في:
- حماية مرافقة المؤسسة الصغيرة والمتوسطة.
- السهر على تجنيب المشاريع السياحية التوقف الاختفاء من دائرة الأعمال.
- تسهيل تكيف التمويل البنكي للنشاطات السياحية، خاصة الاستثمار في إطار بنك الاستثمار.

محتوى مخطط تمويل السياحة:

- مرافقة المستثمرين وأصحاب المشاريع لمساعدتهم في اتخاذ القرار وفي تقدير المخاطر وتمويل عتاد الاستغلال.
- تخفيف إجراءات منح القروض البنكية ومنح الحسم وتمديد في مدة القرض.

احتياجات المؤسسات السياحية والمستثمرين التي يتم دعمها:

- تتمثل احتياجات المستثمرين العموميين والخواص في خمسة مطالب حسب المخطط التوجيهي وهي:

الفصل الثالث إنعكاس الاستثمار في رأس المال البشري على القطاع السياحي في الجزائر

- دراسة جادة وعميقة للمخاطر خاصة الممكنة الحوادث التي يدفع قيمتها الحقيقية القليل من المتعاملين بين (0.5 و 2 من مجموع مبلغ الاستثمار)
- تمويل مخطط النوعية لأشغال إعادة التأهيل والتوسع واقتناء عتاد الاستغلال المرتفع الأسعار.
- ضرورة التكوين وفق المناهج والتقنيات الحديثة.
- تمويل والتزويد بتكنولوجيات الإعلام والاتصال، وسائل الاتصال، التسويق والترقية.
- ضرورة جذب وتكوين مال ليصبحوا مؤهلين.
- وقد تم اقتراح ثلاثة طرق للاستجابة لطلبات المؤسسات وهي:
 - نظام مرافقة مالي.
 - مساعدات للتكوين والاحتراف.
 - تشجيع شامل للنوعية¹.

¹ وزارة السياحة والصناعة التقليدية، الحركيات الخمسة وبرامج الأعمال ذات الأولوية، المرجع السابق، ص 57-58.

خلاصة:

يعتبر القطاع السياحي كغيره من القطاعات الاقتصادية الاخرى يتطلب استغلال المقومات السياحية باختلاف طبيعتها منها الطبيعية، التاريخية، الحضارية، المادية والبشرية بتوفير الظروف الملائمة ضمن استراتيجيات وطنية جادة وهادفة لضمان تحقيق نتائج إيجابية على مستوى هذا القطاع ومدى تأثيراتها المباشرة وغير المباشرة على جوانب اخرى إقتصادية وإجتماعية، وهذا رغم كثرة الاجراءات التنظيمية والقانونية المتخذة لتطوير وتنمية القطاع السياحي في الجزائر .

ورغم التصور العام لهذا القطاع في ظل الاستراتيجية الجديدة من خلال المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025، الذي طرح السبل الكفيلة للنهوض بالصناعة السياحية المستدامة تراعي التوجهات العالمية الجديدة لهذا النشاط، الا ان القطاع السياحي الجزائري لازال يعاني من نفس المشاكل التي كانت سببا في تخلفه والمرحلة الاولى من المخطط التوجيهي على وشك الانتهاء والمشكال لازالت تتراكم تؤدي الى ضعف أداء هذا القطاع وتدني تنافسيته، ضف الى ذلك عدم اهتمام الدولة بالقطاع السياحي كأولوية من أولويات الاقتصاد الوطني وتهميشه رغم كثرة الخطابات السياسية التي تدعوا الى الاهتمام به .

الخاتمة

أصبحت السياحة ضرورة أساسية فهي الباب المفتوح أمام تقدم الأمم ويمكن أن يصبح المصدر الأول للدخل القومي، فالسياحة هي القطاع الأكثر جذبا للاستثمارات الأجنبية وتساهم في تطوير القطاعات الأخرى وتختلف درجة هذه المساهمة من دولة لأخرى، فالجزائر لن تحظى بعد بالمكانة اللائقة بالرغم من الإمكانيات التي تمتلكها والطرق والسبل المؤدية لذلك، ولاسيما توفر رأس المال البشري الذي يعتبر الركيزة الأساسية لأي نشاط، ولكن الجزائر لم تعطي أهمية بالغة لهذا العنصر الجوهري الذي من شأنه أن يدفع بهذا القطاع نحو التقدم، ولمواكبة التطورات العالمية عليها أن تقوم بإزالة كل العراقيل التي تقف أمام تحقيق هذا الهدف، كوادار سياحية قادرة على التكيف مع البيئة العالمية، ومستعدة لمواجهة أي تغيير ولها الكفاءة اللازمة التي تجعلها مؤهلة لتقديم أحسن وأجود الخدمات بل وتكييفها مع ما يتطلبه السائح.

حيث أن الاستثمار في رأس المال البشري له أثر إيجابي على أداء العمال في كافة القطاعات بصفة عامة، وقطاع السياحة بصفة خاصة.

اختبار الفرضيات:

- **الفرضية الأولى:** يساهم الاستثمار في الراس مال البشري بنسبة كبيرة في تنمية القطاع السياحي. فرضية صحيحة، لان الاستثمار في الراس مال البشري يهدف الى تكوين أفضل الخبرات والمهارات والكفاءات العلمية والعملية المؤهلة للعمل في القطاع السياحي.
- **الفرضية الثانية:** إمكانيات الجزائر السياحية كبيرة وقادرة على جعل الجزائر بلد سياحيا ينافس الدول الرائدة في المجال السياحي. فرضية صحيحة، نظرا لامتلاك الجزائر على مؤهلات كبير سواء ما تعلق بالإمكانيات الطبيعية البشرية والمادية.
- **الفرضية الثالثة:** قد يكون للمورد البشري دور مهم وفعال في أدا المنظمات السياحية. فرضية صحيحة، فمن خلال البحث حاولنا اثبات ان تنمية المورد البشري عن طريق التعليم التدريب والتكوين تساهم بشكل كبير في تطوير الخدمات في المنظمات السياحية، كونها تتجلى في معارف، مهارات وسلوك العنصر البشري.
- **الفرضية الرابعة:** تنمية القطاع السياحي في الجزائر قد يكون مرتبط بالتطبيق الفعلي لاستراتيجية المخطط التوجيهي للسياحة آفاق 2025. فرضية صحيحة، باعتبار ان المخطط التوجيهي جاء بخطة سياسية شاملة لكافة الجوانب السياحية وهذا لا يكون الا اذا تكاثفت الجهود واستمرت على أن تستند المهمة إلى ذوي

الكفاءات والإرادة الجادة لتجسيدها انطلاقا من الإمكانيات المادية والبشرية والقيم الحضارية التي تزخر بها الجزائر.

نتائج الدراسة:

في ختام هذه الدراسة تم التوصل إلى النتائج التالية:

- تعتبر السياحة اليوم صناعة متكاملة تتميز باتساع أنشطتها وتعدد أنواعها، وما يميزها أيضا أنها كنشاط اقتصادي تؤثر على الكثير من قضايا التنمية خاصة الاقتصادية منها في العديد من الدول التي تهتم بها؛
- إن رأس المال البشري هو الركيزة الأساسية في إنجاح المؤسسات بصفة عامة والمؤسسات السياحية بصفة خاصة؛
- الاستثمار في رأس المال البشري هو الأسلوب أو الآلية التي من خلالها تخصص المنظمة مبلغ معين بغية تكوين جهازها البشري بشكل علمي، خبير كفاء وسليم يساهم في تحقيق أهدافها؛
- يعاني قطاع السياحة في الجزائر من عدة نقائص وضعف البرامج التكوينية والتدريبية للعاملين في هذا المجال.

التوصيات:

من خلال النتائج التي تحصلنا عليها سنحاول تقديم التوصيات الآتية:

- إعطاء القطاع السياحي أهمية لا تقل عن القطاعات الأخرى؛
- إرساء ثقافة سياحية لدى المجتمع الجزائري لتشجيع السياحة الداخلية من جهة، ومن أجل إيجاد توافق بين السياح المحليين والأجانب من جهة أخرى؛
- إعادة النظر في السياسات المنتهجة في المجال السياحي ووضع استراتيجيات قائمة على أسس علمية تهدف إلى تحقيق التميز في هذا القطاع؛
- تحسين جودة وكفاءة البنى الأساسية والخدمات المتعلقة بالسياح مثل الفنادق والطرق والمرافق العامة ووسائل النقل والمواصلات؛
- التخلص من الأدوات التنظيمية التقليدية، وإحلال المفاهيم والأساليب الجديدة لإدارة الموارد البشرية وتكنولوجيا المعلومات؛

- الاعتماد على وسائل الإعلام والاتصال للتعريف بالقدرات السياحية التي تمتلكها الجزائر؛
- إعادة النظر في نظام الحوافز والرتب للعمال في القطاع السياحي؛
- رفع مهارات العمال بقطاع السياحة من خلال برامج التدريب والتأهيل؛
- اعتماد سياسة التكوين وتسيير الموارد البشرية وتشجيع الاحترافية وروح الإبداع والابتكار؛

آفاق الدراسة:

- لا يمكن القول أن هذه الدراسة شملت جميع الجوانب، فموضوع الاستثمار في رأس المال البشري واثره على قطاع السياحي واسع بإمكاننا إجراء دراسات أخرى حوله مثل:
- الاستثمار في رأي المال البشري في قطاع الخدمات؛
 - اثر التعليم السياحي على مردودية قطاع الخدمات في الجزائر؛

قائمة

المصادر والمراجع

أولاً: المراجع العربية:

١ الكتب:

1. أحمد ماهر، إدارة الموارد البشرية، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، مصر، 2001.
2. أحمد محمود مقابلة، صناعة السياحة، دار الكنوز للنشر والتوزيع، الجزائر، 2007.
3. آسيا مُجَّد إمام الأنصاري، ابراهيم خالد عواد، إدارة المنشآت السياحية، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الأردن، 2002.
4. جلييلة حسن حسنين، اقتصاديات السياحة، منشورات جامعة الإسكندرية، مصر 2003.
5. حميد عبد النبي الطائي، أصول صناعة السياحة، الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2006.
6. خضير كظم، كاسب الخرشة، إدارة الموارد البشرية، دار المسير للنشر والتوزيع، الاردن، 2007.
7. راوية حسنين مدخل استراتيجي لتخطيط وتنمية الموارد البشرية، الدار الجامعية، مصر، 2002.
8. سعد عامر أبو شندي، إدارة الموارد البرية التعليمية، دار اسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011.
9. سعد غالب ياسين، إدارة المعرفة، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2007.
10. صلاح عبد الباقي، إدارة الموارد البشرية، الدار الجامعية، الاسكندرية، 2000.
11. عادل حرحوش المفرجي، أحمد علي صالح، راس المال الفكري، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصرن 2003.
12. عبد الأمير عبد كاظم، فن إدارة الفنادق، وائل للنشر، عمان، الأردن، 2003.
13. عبد القادر مُجَّد عبد القادر عطية، اتجاهات حديثة في التنمية، الدار الجامعية الإبراهيمية، الإسكندرية، 2002.
14. عبد الكريم عون، جغرافية الغذاء في الجزائر، الجزائر: دار المؤسسة الوطنية للكتاب، 1985.
15. عبد الله الركيبي: الجزائر في عين الرحالة الانجليز، ج1، الجزائر: دار الحكمة، 1999.
16. علي السلمي، إدارة الموارد البشرية، دار غريب للطباعة والنشر، القاهرة، 1997.
17. عمر وصفى عقيلي، إدارة الموارد البشرية بعد استراتيجي، دار وائل للنشر، سوريا، 2009.
18. فؤاد رشيد سمارة، تسويق الخدمات السياحية، المستقبل للنشر والتوزيع، عمان، 2001.

19. الكبيسي صلاح الدين، إدارة المعرفة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر، 2005.
20. ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، دار الزهران، الأردن، 2008.
21. مثنى طه الحوري، إسماعيل مُجَّد على الدباغ، مبادئ السفر والسياحة، مؤسسة الوراق، الأردن، 2001.
22. مُجَّد الصيرفي، التخطيط السياحي، دار الفكر الجامعي، مصر، 2007.
23. مُجَّد عبيدات، التسويق السياحي، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2005.
24. مُجَّد منير حجاب، الإعلام السياحي، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2002.
25. محي مُجَّد مسعد، الإطار القانوني للنشاط السياحي والفندقي، المكتب العربي الحديث، مصر، 1998.
26. محيا زيتون: السياحة ومستقبل مصر بين إمكانيات التنمية ومحاطر الهدر، دار الشروق، القاهرة، 2002.
27. المصري منذر واصف، اقتصاديات التعليم والتدريب المهني، الطبعة الأولى، دار الكتب الوطنية، ليبيا، 2003.
28. مصطفى عبد القادر، دور الإعلان في التسويق السياحي، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، لبنان.
29. نبيل الروبي، التخطيط السياحي، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية، 1998.
30. نعيم الظاهر، سراب إلياس، مبادئ السياحة، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2007.
31. نوري منير، تسيير الموارد البشرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
32. هاني مُجَّد السعيد، راس المال الفكري، دار السحاب للنشر والتوزيع، مصر، 2008.
33. وفاء زكي ابراهيم، دور السياحة في التنمية الإجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2006.
34. يسرى دعبس، السلوك الإستهلاكي للسائح في ضوء واقع الدول المتقدمة والنامية، البيطار للنشر والتوزيع، مصر، 2002.

ب الرسائل العلمية :

ب 1 أطروحة الدكتوراه

35. حسين يرقى، استراتيجية تنمية الموارد البشرية في المؤسسة الاقتصادية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، تخصص تسيير، جامعة الجزائر، الجزائر، 2007-2008
36. عامر عيساني، "الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة"، أطروحة دكتوراه غير منشورة، تخصص تسيير المؤسسات، جامعة باتنة، 2009-2010
37. محمد فوزي شعوبي، "السياحة والفندقة في الجزائر دراسة قياسية 1974-2002"، أطروحة دكتوراه غير منشورة، تخصص اقتصاد سياسي، جامعة الجزائر، 2007.

ب 2 رسائل الماجستير

38. برنحي أيمن، الخدمات السياحية وأثرها على سلوك المستهلك، مذكرة ماجستير غير منشورة، تخصص إدارة تسويقية، جامعة بومرداس، 2008-2009.
39. بن عمار حسيبة، تكوين الموارد البشرية في المنظومة التربوية، مذكرة ماجستير غير منشورة، تسيير، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2008-2009.
40. حمزة مرادسي، دور جودة التعليم العالي في تعزيز النمو الاقتصادي، مذكرة ماجستير غير منشورة، تخصص اقتصاد تطبيقي وتسيير المنظمات، جامعة باتنة، 2009-2010.
41. شكري مدلس، التسيير التقديري للوظائف والكفاءات في فعالية إدارة الموارد البشرية، مذكرة ماجستير غير منشورة، تخصص تنظيم الموارد البشرية، جامعة باتنة، الجزائر، 2007-2008.
42. عداد رشيدة: "التسويق في المؤسسة الخدمية: دراسة حالة الديوان الوطني للسياحة" رسالة ماجستير غير منشورة، في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2002.
43. عشي صايحة: الآثار التنموية للسياحة-دراسة مقارنة بين الجزائر والمغرب، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة باتنة-2005.
44. عشي صليحة، الآثار التنموية للسياحة، مذكرة ماجستير غير منشورة، في الإقتصاد تخصص التنمية، جامعة باتنة، 2004 - 2005.

45. على موفق، أهمية القطاع السياحي في الإقتصاد الوطني، مذكرة ماجستير غير منشورة ، تخصص تخطيط والتنمية، جامعة الجزائر، 2002.
46. نادية إبراهيمي، دور الجامعة في تنمية راس المال البشري لتحقيق التنمية المستدامة، مذكرة ماجستير غير منشورة ، تخصص الإدارة الاستراتيجية للتنمية المستدامة، جامعة سطيف، 2012-2013.
47. هدير عبد القادر، "واقع السياحة في الجزائر وآفاق تطورها"، مذكرة ماجستير غير منشورة ، تخصص نقود مالية وبنوك، جامعة الجزائر، 2005-2006.

ب - 3 مذكرات الماجستير

- 48 . بومدين فريدة، أهمية العلاقات العامة في التسويق السياحي، مذكرة ماستر غير منشورة ، تخصص تسويق، جامعة مستغانم، 2013 - 2014.
49. طبشي وهيبية، الاستثمار في راس المال البشري ودوره في تحقيق الميزة التنافسية لدى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة ماستر غير منشورة ، تخصص مؤسسات صغيرة ومتوسطة، جامعة ورقلة، الجزائر، 2006-2007.
50. حمRAS سلطانة كريمة، أهمية التسويق في تحقيق التنمية السياحية، مذكرة ماستر غير منشورة ، تخصص تسويق، جامعة مستغانم، 2013 - 2014.

ج المجلات و الملتقيات العلمية

ج1 المجلات العلمية

51. بلاطة مبارك، كواش خالد، سوق الخدمات السياحية، مجلة العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، العدد 04، الجزائر، 2005.
52. خالد كواش: مقومات ومؤشرات السياحة في الجزائر، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، ع1، 2004.
53. ساهل سيدي مُجَّد، السياحة وأهمية التسويق اسياحي، مجلة العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة باتنة، العدد 10، 2004.
54. شبوطي حكيم: الدور الاقتصادي للسياحة مع الإشارة لحالة الجزائر، مجلة البحوث والدراسات العلمية، ع 5-جويلية-1997.

55. مروان صحراوي و شريف نصر الدين دور تكوين الموارد البشرية في تحقيق التنافسية الوجهة السياحية ، مجلة المعيار ، عدد 16 ، جامعة تيسمسيلت 2016 .

ج - 2 الملتقيات والمؤتمرات:

56. بوزيان عثمان، اقتصاد المعرفة مفاهيم واتجاهات، الملتقى الدولي حول التنمية البشرية وفرص الاندماج في اقتصاد المعرفة والكفاءات البشرية، جامعة ورقلة، الجزائر، 9-10، مارس 2004.

57. بوفليل نبيل، تقروت مُجّد، دراسة مقارنة لواقع قطاع السياحة في دول شمال إفريقيا، الملتقى الوطني الأول حول السياحة في الجزائر الواقع والآفاق، جامعة البويرة، 1-12 ماي 2010.

58. رابح عرابة، حنان بن عوالي، ماهية راس المال الفكري والاستثمار في راس المال البشري، الملتقى الدولي الخامس حول راس المال الفكري في المنظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة، جامعة شلف، 13-14 ديسمبر 2011.

59. زايد مراد، السياحة كصناعة في الاقتصاد الوطني ملتقى دولي حول اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، جامعة بسكرة، 9-10 مارس 2010.

60. طالب دليلة ووهراي عبد الكريم، السياحة أحد محركات التنمية المستدامة، نحو تنمية سياحية مستدامة، الملتقى الوطني حول السياحة في الجزائر الواقع والآفاق، 2010.

61. عيسى مرازقة: دراسة أداء وفعالية مؤسسات القطاع السياحي في الجزائر، الملتقى الدولي: اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، بسكرة، مارس-2012.

62. ماضي بلقاسم، حنان برجم، تحديات إدارة الموارد البشرية في إطار العولمة، المؤتمر العلمي الدولي حول عولمة الدارة في عصر المعرفة، جامعة الجنان، لبنان، 15-17 ديسمبر 2015.

63. المجلس الاقتصادي والاجتماعي، لجنة آفاق التنمية الاقتصادية والاجتماعية، مساهمة من أجل إعادة تحديد السياسة السياحية الوطنية الدورة 16/نوفمبر/2000.

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية:

64. Jean Pierre et Michel Blafet, Management u tourisme, 2^{ème} Edition, Pearson Education France, 2007.

65. Heddar Belkacem :Role socio-économique du tourisme ces de l'Algérie. Edition ENAP/ENAL/OLU Alger,1988.

ملخص

يعتبر القطاع السياحي في عصرنا الحالي محورا اساسيا للتنمية على المستوى العالمي فأصبح في كثير من الدول من أهم القطاعات الاقتصادية كونه قاطرة لعدة قطاعات اخرى وما تستخدمه من موارد بشرية وإستخدامه المكثف لليد العاملة حيث تكون الخدمة غير منفصلة عن مقدمها، كما لا نخفي دور أفراد المجتمع في التأثير على أداء القطاع السياحي .

مما سبق تبرز أهمية الاستثمار في الراس مال البشري ودوره الفعال في تنمية القطاع السياحي، خاصة في ظل السياسات القائمة من طرف الحكومة الجزائرية ولهذا فقد اصبحت تنمية القطاع السياحي في الجزائر ضرورة حتمية، إذ من الممكن ان تساهم مواردها في تنمية القطاع الاقتصادي وهذا ما تعمل به الجزائر اليوم من خلال سياساتها التنموية بغية التعريف بالمقومات السياحية التي تزخر بها، وقد وجدت الكثير من الدول في هذه الصناعة السياحية بديلا استراتيجيا لإستغلال مواردها السياحية بشكل يضمن استدامتها ويغنيها عن الاعتماد على مصادر الثروة الناضبة، فهي الصناعة الاولى من حيث تشغيل المورد البشري وأصبح لها دور اساسي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية ولكي تتمكن الجزائر من ابراز المقومات السياحية ، كان لابد من الاعتماد على استراتيجية وطنية فعالة وعصرية مبنية على برامج تكوينية للمورد البشري.

ويعد تكوين الموارد البشرية في مجال السياحة أحد الركائز الاساسية للاستراتيجية الوطنية لتنمية القطاع السياحي من خلال المخطط الوطني للتهيئة السياحية آفاق 2025.

الكلمات المفتاحية: الاستثمار، الرأس مال البشري، القطاع السياحي، التنمية، التكوين.

Résumé

A notre époque , le secteur du tourisme est un centre majeur de développement humain au niveau mondial. Dans de nombreux pays, il est considéré comme l'un des secteurs les plus importants de l'économie En tant que une locomotive pour de nombreux autres secteurs, il utilise intensivement des ressources humaines et la main-d'œuvre, lorsque le service est permanent et le contact direct avec les membres de la communauté, qui joue un rôle important dans la performance du secteur du tourisme.

Ce qui met en évidence l'importance des investissements dans le capital humain et son rôle effectif dans le développement du secteur du tourisme, surtout dans le contexte des politiques adoptées par le gouvernement algérien, le développement du secteur du tourisme en Algérie est devenu une nécessité, Comme il est possible de contribuer ses ressources au développement du secteur économique et à ce sur quoi l'Algérie travaille dans le cadre de sa politique de développement afin d'identifier les attractions touristiques qu'elle possède. De nombreux pays de cette industrie du tourisme ont trouvé une alternative stratégique à l'exploitation de ces ressources touristiques de manière à assurer la durabilité et à les empêcher de compter sur les sources épuisées, il s'agit du premier secteur en termes d'exploitation des ressources humaines et jouant un rôle principal dans le développement économique et social, pour que l'Algérie puisse mettre en valeur ses composantes, il est nécessaire de s'appuyer sur une stratégie nationale efficace et moderne, basée sur des programmes de formation des ressources humaines.

Après la formation de ressources humaines dans le domaine du tourisme, qui est l'une des appuis indispensables de la stratégie nationale pour le développement du secteur du tourisme à travers le plan national pour le développement du tourisme dans les horizons 2025.

Mots clés: investissement, le capital humain ,le secteur tourisme , le développement, la formation