

# التكوين والثقافة السياحية في المؤسسات الفندقية الجزائرية دراسة حالة مجموعة من الفنادق بالجزائر العاصمة

يحياوي

إد لعلوي عمر

جلال الدين

طالب دكتوراه بالمدرسة

المدرسة العليا للتجارة

العليا للتجارة

## ملخص:

تعد الثقافة السياحية من أهم المواضيع التي يجب تداركها لتطوير إي وجهة سياحية كانت. فمن خلال دراستنا التي تطرقت إلى دراسة وضع الثقافة السياحية لدى عمال المؤسسات الفندقية الجزائرية ومحاولة ربط هذه الظاهرة بمفهوم التكوين السياحي الذي يعتبر احد الحلقات الأساسية في بناء الموارد البشرية العاملة في هذا المجال، توصلت نتائج الدراسة إلى أن مستوى الثقافة السياحية لدى عمال الفنادق الجزائرية متدهور، إذ لا بد من تدارك هذا الأمر ومحاولة تطوير مهارات العمال من خلال وضع برامج تدريبية تكوينية كونها تأثر إيجابا على تطوير الثقافة السياحية لديهم وهذا ما أثبتته نتائج الدراسة الميدانية والتي أوضحت لنا أيضا أن المؤسسات الفندقية الجزائرية تهمل هذا الجانب ألا وهو تقديم

برامج تكوينية لموردها البشري مما زاد من تدهور حالة الوعي السياحي لديهم.

الكلمات المفتاحية: الثقافة ; السياحة ; التكوين ; الجزائر .

### **Abstract:**

Culture considered as an important topic which can play an important role in developing tourism industry in any country. This study examine the situation of culture tourism at the hotels workforce in Algeria. Furthermore this paper is a try to examine the connection relationship betwin tourism training and culture tourism at the hotels workforce .The main findings of this research is that the training level of worforce tourism in Algerian hotels is not enough to participate in developing tourism industry in Algeria ,so the future programs should concentrate on workforce traning in tourism field in

order to promote the culture tourism  
at the hotels workforce .

**Key words:**

**Culture; tourism; training; Algeria**

## مقدمة:

تصنف الجزائر من الدول التي تمتلك إمكانيات ومقومات تاريخية وبشرية وطبيعية تخولها لأن تكون من أهم الدول السياحية، وعلى الرغم من الإمكانيات الهائلة التي تمتلكها البلاد والفرص المقدمة أمامها لاختراق الأسواق العالمية كأزمة اضطراب الأمن في الدول العربية الشقيقة تونس، مصر، وسوريا. إلا أنها مازالت عاجزة عن النهوض بقطاع السياحة وتطويره. حسب المنظمة العالمية للسياحة احتلت الجزائر المرتبة الأخيرة عربيا والمرتبة 111 عالميا من بين 184 دولة في عام 2013. فالفرصة الآن مواتية للجزائر لتحويل الطلب من هذه الدول المذكورة أعلاه الى استهلاك المنتج السياحي الجزائري .

ولكن السؤال المطروح هو هل لدى عمال وموظفي السياحة الجزائرية الثقافة السياحية التي تكون احد العناصر المهمة في جذب السائح الأجنبي من خلال التميز بالخدمة والاستقبال الجيد.

ومن بين أهم المعوقات التي تواجهها السياحة الجزائرية غياب الثقافة السياحية إذ يعد القاعدة الرئيسية لهذا التطور وجعل القطاع أكثر قدرة على المنافسة على المستوى المحلي والدولي، وعلى هذا الأساس فإن تحسين مهارات وأداء الموارد البشرية وغرس الثقافة السياحية في أفراد المجتمع هو ضرورة قصوى من اجل تهيئة كافة الظروف بهدف "التنمية السياحية" الحقيقية للجزائر وبالتالي فإن تكوين الموارد البشرية في القطاع السياحي هو احد المحاور الرئيسية للإستراتيجية التي اعتمدها الحكومة، لضمان وجود إطار أفضل لإدارة وتسيير النشاطات السياحية والتي تعتبر واحدة من الأدوات الرئيسية في أي وجهة سياحية.وعلى ضوء ذلك يمكن طرح الإشكالية التالية:

## ما مدى مساهمة التكوين السياحي في إكساب الثقافة السياحية لدى عمال المؤسسات الفندقية الجزائرية؟

و للإجابة على هذه الإشكالية قمنا بطرح الأسئلة الفرعية التالية:

- ما هو واقع التكوين والثقافة السياحية في الجزائر؟

- كيف يساهم التكوين السياحي في خلق الوعي السياحي لدى عمال  
القطاع السياحي؟ ولتعمق أكثر وللإجابة على إشكالية البحث قمنا بطرح  
الفرضيات التالية:

- المؤسسة الفندقية الجزائرية تمتلك موارد بشرية هائلة إلا أنها غير مثقفة  
سياحياً.

- التكوين في المجال السياحي يساهم في خلق الثقافة السياحية لدى  
عمال المؤسسات السياحية.

- مستوى التكوين في المجال السياحي لدى المؤسسات الفندقية  
الجزائرية لا يرتقي إلى الطموحات المرجوة والمتمثلة في خلق يد عاملة  
مثقفة سياحياً.

تكمن أهمية البحث في:

● بيان أهمية الوعي السياحي في المؤسسة السياحية الجزائرية ودوره  
في تعزيز القدرة التنافسية لقطاع السياحة.

● إظهار أهمية التكوين في المجال السياحي باعتباره احد متطلبات البنية  
التحتية للسياحة.

● الكشف عن مستوى الثقافة السياحية لدى عمال المجال السياحي.

## منهج الدراسة:

تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي لوصف حالة الثقافة والتكوين السياحي في المؤسسات الفندقية الجزائرية باستخدام الطرق الكمية لجمع البيانات من مصادرها الأولية وتحليلها إحصائيا لوصف الظاهرة ثم تحديد العلاقة بين المتغيرين التكوين والثقافة السياحية، وتمت هذه الدراسة بأخذ عينة عشوائية مكونة من عمال الفنادق بالجزائر العاصمة من مختلف الطبقات، من ثم تحليل النتائج بالطرق الإحصائية من خلال تحديد المؤشرات الإحصائية ثم استخدام منهج الإحصاء الاستدلالي لتحديد معاملات الارتباط بين متغيرات الدراسة وصولا إلى اختبار فرضيات الدراسة.

تم تقسيم البحث إلى ثلاث محاور أساسية حيث تعرضنا في المحور الأول للإطار النظري للبحث الذي يحدد متغيرات الدراسة. أما المحور الثاني فقد تطرقنا إلى واقع الثقافة السياحية في الجزائر وسبل ترسيخها كذلك اشرنا إلى مختلف المؤسسات التكوينية في المجال السياحي بالجزائر مع إبراز الإحصائيات التي تساهم في دراستنا. أما فيما يتعلق بالمحور الثالث فهو يعد دراسة ميدانية لبعض الفنادق بالجزائر العاصمة محاولين إبراز مستوى الثقافة والتكوين السياحية في هذه المؤسسات. وفي الأخير الربط بين هذين المتغيرين لتحديد العلاقة بينهما.

المحور الأول: الإطار النظري للبحث

### 1- الثقافة السياحية

أصبحت فنون الجذب السياحي واقعا محتوما على البلدان التي تعول على السياحة كمصدر للدخل الفردي والوطني وعلى نحو يتحول فيه الوعي السياحي إلى سمة تجعل السائح يشعر بالدفء في المعاملة والتميز في الاستقبال والوداع والألفة بينه وبين الشعوب المستضيفة، حينئذ يفكر مليا في الرغبة بالعودة إلى التمتع بما لقي من حسن الضيافة وكرم المعشر حيث يكمن النجاح الحقيقي في مجال الترويج السياحي في القدرة على إعادة هذا السائح ومعه عدد من المتشوقين للتمتع بما تمتع به من مقومات سياحية وثقافية.

### 1-1 ماهية الثقافة:

الثقافة هي مصطلح ذو أصول فرنسية قديمة ويعود إلى كلمة لاتينية وتعني استصلاح الأرض، الرعاية، الصيانة والحفاظ.<sup>(1)</sup>

ويمكن إعطاء مفهوم حول الثقافة بأنها إصلاح وتطوير المهارات الفردية للإنسان من خلال التعليم والتربية قصد تحقيق التنمية العقلية والروحية للوصول إلى قيم عليا ذات طابع إبداعي وأخلاقي تسهل حياته اليومية.

### 2-1 ماهية الثقافة السياحية:

الثقافة السياحية هي امتلاك الفرد لقدر من المعارف والمعلومات والمهارات والاتجاهات والقيم التي تمثل في مجملها خلفية مناسبة لكي يسلك سلوكا سياحيا رشيدا نحو كل المشتملات والمظاهر السياحية، وكذلك العمليات اللازمة للتخطيط والتنظيم والتعامل مع المؤسسات والأماكن السياحية والسياح<sup>(2)</sup>.

### 1-2-1 مبادئ الثقافة السياحية:

تعد الثقافة السياحية عملية متكاملة معرفيا ومهاراتيا، وعلى الدولة ومؤسساتها أن يهتموا بتنمية الثقافة السياحية لدفع عجلة التنمية من خلال مشاركة الهيئات والمؤسسات في تنفيذ برامج الثقافة السياحية عن طريق إقامة خطط مستقبلية خاصة ببرامج الشاملة للثقافة السياحية والاهتمام بالجوانب الثقافية والاجتماعية للمجتمع والمحافظة على البيئة والاهتمام بها، وذلك بالاستعانة وإشراك أفراد المجتمع والمتقنين في إعداد برامج تنمية الثقافة السياحية.<sup>(3)</sup>

### 2-2-1 أهمية الثقافة السياحية:

تعد الثقافة السياحية من أهم متطلبات قيام وتنمية السياحة في بلد ما ويمكن توضيح أهميتها في الجدول التالي:

#### الجدول رقم (1) يوضح أهمية الثقافة السياحية.

الأهمية	
تعد الذاكرة التاريخية لأي دولة هي تراثها الحضاري وبالتالي فإن الثقافة السياحية تعمل على المحافظة عليّة وتعريف المجتمع به.	فهم وتنمية التراث
صارت الثقافة السياحية تقدم المعلومات والمفاهيم والمهارات والاتجاهات لجميع أفراد المجتمع، محليا ووليا، وذلك من خلال ما أصبح اليوم ما يسمى بظاهرة العولمة	عالمية الثقافة السياحية
تحتاج المجتمعات إلى التغيير في أنماط العلاقات الاجتماعية ويتم ذلك من خلال التفتح نحو المجتمعات الأخرى.	احتياج المجتمع للتغيير
تعمل على إحلال قيم وتقاليدها الجديدة، تتماشى مع البيئة المحيطة بالفرد، والتي هدفها التغيير ورفع مستوى المعيشة.	ضرورة الثقافة السياحية للتنمية

المصدر: من إعداد الباحثين بالاستعانة ببعض المراجع



**2- التكوين والتعليم السياحي:** يلعب التكوين السياحي دورا مهما في ترقية السياحة مما ينعكس على خدمة السائح، لذلك تولى الدولة الجزائرية أهمية كبيرة للتكوين السياحي وذلك من خلال انشاء عدة مدارس متخصصة عبر التراب الوطني، بالإضافة الى الـى الملتقيات العلمية التي تنعقد سنويا بالجامعات الجزائرية من اجل الرقى بالمنتوج السياحي الجزائري إلى مصاف منتوجات الدول المجاورة والتي تتميز بنفس خصائص المنتوج السياحي الجزائري

**2- 1 التكوين السياحي:** يفهم أن التكوين السياحي هو سلسلة إجراءات وعمليات متعاقبة معتمدة على خطة مدروسة تكسب العاملين تجربة وخبرة جديدة، كما يعتبر التدريب بأنه مجموعة من العمليات التي تكسب الأفراد تطويرا في المهارة والمعرفة لغرض رفع مستوى الأداء بما يحقق نتائج إيجابية للإدارة والعاملين بهذا القطاع. <sup>(4)</sup> ويعتبر التكوين السياحي بشكل عام من أكثر الاستراتيجيات الواقعة لتطوير الموارد البشرية العاملة في تقديم الخدمات للسياح ففي مجال القطاعات السياحية والفندقية فإن التكوين يقدم خدمات لشرائح عديدة ولا يتحدد بشريحة معينة وهذه الخدمات هي حصيلة جهود الموارد البشرية العاملة في هذا القطاع وحيث انه يمتلك خصوصية تأثير الموارد البشرية بشكل مباشر بعملية إنتاج وتقديم الخدمات، فإن دور العنصر البشري فيه يختلف عن بقية القطاعات الاقتصادية المنتجة سواء صناعية أو زراعية أو غيرها. إن العامل البشري في هذه الصناعة هو العامل المهم فيها ولذلك توجب علينا وضع ورسم السياسات والبرامج التدريبية التي تؤكد كرم ضيافته وحسن استقباله للضيوف.

كذلك عرفت المجلة العربية للسياحة التكوين السياحي على انه مجموعة من الأساليب التي تؤدي إلى كسب العاملين في ميدان المعارف

والمعلومات اللازمة إلى أداء واجباتهم على الوجه الصحيح وكسب الخبرات والمهارات التي تجعلهم قادرين على القيام بأعمالهم بكفاءة ومهارة.

**2-2 التعليم السياحي:** تظهر أهمية التعليم والتكوين معا على اعتبار إن بناء الوعي السياحي هو من مسؤولية الأسرة قبل كل شيء، إذ تعد الأسرة المدرسة الحقيقية لأي فرد، فهي التي تؤثر بصورة مباشرة على سلوكه، ومسئولة على تشكيل اتجاهات الناشئين، وعليه فلأسرة دور مهم وكبير في بقية الثقافة السياحية من خلال تنمية اتجاهات وقيم ايجابية لدى الأطفال والشباب عن السياحة وفائدتها على الفرد والمجتمع، كما للأسرة دور تربوي أيضا من خلال إكساب الأفراد كيفية التعامل مع السائحين وحسن استقبالهم. ومن ثم يأتي دور المدارس من خلال المناهج والمواد الدراسية، وتنويع طرق التدريس لتنمية الثقافة السياحية لدى طلاب المدارس من خلال ما يعرف بالتربية متعددة الثقافات، بالإضافة إلى تعليمهم ضرورة حسن التعامل مع السائحين وحثهم على زيارة الحضارية للبلاد، وبعدها يأتي دور الجامعات ويكون ذلك من خلال إدخال التعليم السياحي في المناهج الدراسية في المدارس والجامعات وإنشاء كليات وتخصصات تهتم بتخريج المتخصصين في السياحة والضيافة قصد تحسين مهارات وأداء الموارد البشرية فهي ضرورة قصوى من اجل تهيئة كافة الظروف بهدف "التنمية السياحية" الحقيقية للجزائر وبالتالي فإن تكوين الموارد البشرية في القطاع السياحي هو احد المحاور الرئيسية للإستراتيجية التي اعتمدها الحكومة، لضمان وجود إطار أفضل لإدارة وتسيير النشاطات السياحية والتي تعتبر واحدة من الأدوات الرئيسية في أي وجهة سياحية.

المحور الثاني: واقع التكوين والثقافة السياحية في الجزائر وسبل  
ترقيتها

## 1- واقع الثقافة السياحية في المجتمع الجزائري

شرح وزير السياحة السابق (محمد بن مرادي 2013) واقع قطاعه الذي يسعى إلى وضع أسس إعادة بنائه من جديد، حيث أكد أن هناك ضعف كبير في الثقافة السياحية ونقص فادح في المفاهيم والقيم المتصلة بالثقافة السياحية وذلك نتيجة للسنوات العجاف التي عرفت بها السياحة في بلادنا منذ منتصف الثمانينات، مسجلا في نفس الوقت أن هذه الوضعية خلفت من جهتها تدهورا كبيرا في المحيط العام وضعفا في الخدمات والأداء سواء داخل أو خارج المؤسسات الفندقية، إضافة إلى غياب النظافة التي باتت سمة سلبية تلوث المدن والأرياف وأغلب الأماكن السياحية. وأوضح أيضا أن استدرارك الأمور وتصحيح هذه النقائص يتطلب نشر الثقافة السياحية من خلال تكوين مواطن له حس سياعي يعي أهمية الاقتصاد السياعي في دعم الحركة التنموية ومعرفة المقومات السياحية لبلده وحثه على استهلاك المنتج السياعي الوطني والمحافظة عليه.

حيث أعطت الإحصائيات الأخيرة تزايدا كبيرا من حيث عدد المؤسسات السياحية كذلك من حيث عدد العاملين في هذا القطاع ويمكن إبراز هذه الزيادات في الجداول التالية:

الجدول(2) يوضح تطورات المؤسسات الفندقية في الجزائر للفترة

2014/2013

قطاع	سنة 2013	سنة 2014
------	----------	----------

عدد الأسرة	عدد المؤسسات الفندقية	عدد الأسرة	عدد المؤسسات الفندقية	
186 13	65	1861 3	65	عمومي
747 44	1059	7431 3	1062	خاص
313 4	54	2006	42	الجماعات المحلية
311 4	07	3872	07	مختلطة
996 05	1185	9880 4	1176	المجموع

المصدر: وزارة التهيئة العمرانية والسياحة والصناعات التقليدية

### الجدول (3) يوضح تطورات الوكالات السياحية لسنة

2014/2013

سنة	سنة	
2014	2013	
415	388	عدد الوكالات السياحية فئة - ا-
800	675	عدد الوكالات السياحية فئة - ب-
1215	1063	عدد الوكالات السياحية الناشطة
82	77	عدد الفروع فئة - ا-
64	59	عدد الفروع فئة - ب-
146	136	عدد الفروع الناشطة

المصدر: وزارة التهيئة العمرانية والسياحة والصناعات التقليدية

الجدول (4) يوضح عدد تطورات عدد العمال في المؤسسات  
السياحية 2008 / 2014.

السنوات	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
عدد العمال	182000	198000	213000	220000	224 028	256 775	261 289

**Source :** statistiques de l'ONS ajustées au niveau du ministère chargé du tourisme Années 2012.2013.2014 : Etude de conjoncture tourisme effectuée par Ecotechnics.

### 1-1 معوقات نشر الثقافة السياحية في المجتمع الجزائري

**1-1-1 معوقات ثقافية:** من بين أهم المعوقات التي تحول دون نشر ثقافة سياحية نجد الخلفية الثقافية للمجتمع أو الثقافة السائدة فيه، حيث يرى مصطفى لأشرف "أن الثقافة في الجزائر بعد 1962 ولدت ونمت مشوهة ومعطوبة"، والتعطش الشديد للمعرفة لا يخلو من الاضطراب، إذ لم يخرج المجتمع الجزائري من طور الأمة كشعار إلى طور المجتمع كواقع، يقول: "أخذ الناس يتنافسون في حماس لجمع كل ما يتعلق بكفاح البلاد من معلومات قديمة وحديثة، على أن هذا العمل كان يرمي بالدرجة الأولى إلي التغني بالماضي والرد على الأعداء، أكثر مما كانت ترمي إلى التوعية والنقد الذاتي ويضيف لو قامت هذه الثقافة بشيء من التعديل لمعالجة النقائص والقضاء على النقائص الفكرية التي كانت تعاني منها

الإطارات، لعلت على الصعيدين الفكري والمدني للانتقال من طور الأمة إلى طور المجتمع".

**1-1-2 معوقات اجتماعية:** بناء على ثقافة الفرد الجزائري ترسخت به بعض الأفكار السلبية التي تسيء إلى الثقافة السياحية. كعدم الاختلاط بالغير (السائح) خوفا على عاداتنا وتقاليدينا منه، كذلك المطالبة بالابتعاد كلياً عن المنشآت السياحية على اعتبارات أنها جالبة للتغير السلبي، والتعامل في مجال السياحة مع أشخاص منغلقيين على أنفسهم لا يعرفون شيئاً عن التغير (السائح)، وهذا ناتج عن عدم التوعية الكافية بأهمية السياحة وخاصة السياحة الأسرية والنظرة القاصرة إلى أن السياحة بمعناها الممتع لا تكون سوى للعزاب أو الأفراد دون الأسر.<sup>(5)</sup>

## **2- المؤسسات التي يقع على عاتقها مسؤولية تنمية الثقافة السياحية:**

أن وعي وإدراك المواطن بأهمية السياحي لا يرتبط بالجانب الاقتصادي فقط بل يرتبط بالخصوصية الثقافية للدولة ويحمل مضامين متعددة مرتبطة بالهوية والانتماء، وهذه المفاهيم تحتاج إلى تنشئة اجتماعية قائمة على نقل وبت القيم والعادات والتقاليد والمفاهيم وكل ما هو ذا قيمة في ثقافة أو حضارة الوطن والتي تساهم في الوصول إلى حالة عالية من الوعي السياحي، وعليه فإن الأطراف التي تساهم في بناء الوعي هي متعددة وباستطاعتها خلق حالة جديدة من الوعي الاجتماعي التي بدورها تؤدي إلى حالة من المزاج الثقافي الايجابي تجاه السياحة، والجدول التالي يبين الجهود التي يمكن أن تبذلها هذه الأطراف وغيرها في بناء الوعي مع الإشارة إلى النجاحات التي يمكن أن تحققها.

الجدول (5) يبين دور القطاعات المستهدفة في المجتمع في بناء الوعي

السياحي.

مؤشرات النجاح للقطاعات المستهدفة	الجهود المبذولة من هذه القطاعات لبناء الوعي	النتائج المتوقعة من القطاعات المستهدفة	القطاعات المستهدفة
<p>-زيادة الدعم لسن السياسات والتشريعات ذات العلاقة بالسياحة.</p> <p>-تحسن في حالة التأييد لقطاع السياحة.</p> <p>-زيادة تبني سلوك المبادرة الموجه في السياحة.</p>	<p>- تسليط الأضواء على القيمة الاقتصادية للسياحة.</p> <p>- إعادة صياغة وتشكيل السياسة العامة الخاصة بالقطاع السياحي.</p> <p>-توسيع الدعم المالي لوزارة السياحة والمستثمرين الأجانب والمحليين لهذا القطاع.</p>	<p>يستطيع صناع السياسات التعريف بالقيمة الاقتصادية للسياحة وتقديم الدعم التشريعي والقانوني للقطاع وذلك لخلق جماعات مؤيدة لوزارة السياحة والمستثمرين في هذا القطاع. كذلك سن قوانين صارمة وعقوبات للأشخاص المسيئين للتراث،</p>	<p>صناع السياسات وقيادة الرأي (الأحزاب السياسية والبرلمان)</p>

		البيئة، الآثار والسياحة الوطنية.	
<p>-نسبة كبيرة من السكان تعي أهمية السياحة.</p> <p>-التعامل اللطيف مع السياح</p> <p>-المحافظة على مصادر السياحة البشرية والطبيعية والاثريّة.</p> <p>-رضا السياح على جودة الخدمات المقدمة لهم.</p>	<p>- التشجيع على قبول المنافع الوظيفية في السياحة، والاستثمارات في المشروعات السياحية.</p> <p>- ممارسة السلوكيات النابعة من الترحاب واحترام السياح.</p> <p>- احترام البيئة والآثار والتراث.</p> <p>- خلق قيم سياحية لدى الموظفين وتطوير من جودة الخدمات السياحية بالمنشآت التابعة</p>	<p>معرفة المنافع الاقتصادية والاجتماعية التي يزدهر بها القطاع وسلوك الضيافة الجيد واحترام البيئة والآثار والتراث، فضلا عن الدعم القوي الذي تقدمه هذه الجماهير فيما يتعلق بالتوظيف في القطاع والمساهمة في المشروعات السياحية والمبادرة في حماية البيئة والتعريف بالمقومات السياحية للبلاد.</p>	<p><b>الجماهير العامة</b></p>



	لهم		
<p>المنافع الوظيفية (المدارس الجامعات مراكز التكوين)</p>	<p>إدراك المدرسين في الجامعات والمدارس لأهمية الفرص الوظيفية التي يوفرها القطاع وترغب ودعم الطلبة للعمل في السياحة</p>	<p>لهم</p> <p>- تحسين ادوار الشباب الناصحين حول السياحة.</p> <p>- إعجاب الطلبة بالسياحة والفرص الوظيفية المتاحة.</p> <p>- الترويج للسلوكيات المرحبة بالضيوف والقائمة على الاحترام.</p> <p>- تعريف الطلبة بالتراث الوطني والثقافات المختلفة للسياح.</p>	<p>- كثير من الأساتذة يوجهون العملية التعليمية لصالح القطاع.</p> <p>- زيادة عدد المدارس والتخصصات الجامعية في السياحة.</p> <p>- توصيات أكثر للعمل في السياحة.</p> <p>- تكوين طلبة ذات مهارات عالية في التعامل مع السياح.</p>
<p>الطلبة</p>	<p>سوف يبدأ الطلبة يدركون أهمية قطاع السياحة في</p>	<p>- إدراك قيمة السياحة في البلد كمدخل لأسباب</p>	<p>- زيادة عدد الطلبة الدارسين لتخصصات</p>

<p>السياحة ، وإدراج مواد دراسية في متطلبات الجامعة والكلية حول السياحة.</p> <p>-زيادة عدد الخريجين المدربين في تخصصات السياحة والضيافة.</p>	<p>العيش الكريم.</p> <p>- البحث عن الوظائف في صناعة السياحة.</p> <p>- احترام البيئة والآثار والتراث.</p> <p>- جيل مثقف ذو طابع سياحي.</p>	<p>اقتصادهم وحياتهم، والفرص الوظيفية الواعدة في الضيافة، فضلا عن إدراك أهمية سلوكيات الترحاب واحترام السياح واحترام البيئة والآثار والتراث والمنتجات السياحية الوطنية</p>	
<p>-زيادة أعداد العاملين الخاضعين للتدريب لأجل التطوير الوظيفي.</p> <p>-زيادة مستوى الخدمات التي تتوافق وأفضل المعايير.</p> <p>-زيادة مستوى الاحتفاظ</p>	<p>- تحسين سلوكيات الضيافة الجيدة والسلوكيات تجاه السياح.</p> <p>- الترويج لسلوكيات الاحتفاظ بالوظيفة ، والتطوير الوظيفي.</p>	<p>العاملين سوف يكونون نماذج ناجحة في سلوكيات الضيافة واحترام السياح وغيرها من السلوكيات الأخلاقية التي تعود على السائح بالرضا ، فضلا عن إدراك المنافع</p>	<p><b>العاملين في قطاع السياحة</b></p>

<p>بالعاملين.</p> <p>- خلق روح المبادرة والعمل الجماعي لتحسين العرض السياحي.</p>	<p>- تقبل الممارسات البيئية والسلوك الأخلاقي مع الضيوف والسياح.</p>	<p>الوظيفية التي ترغبهم بالاستمرار بالعمل في القطاع ، وان العمل في السياحة يشكل قيمة اقتصادية واجتماعية عالية في المجتمع</p>	
<p>- زيادة مستوى التدريب المهني المقدم للعاملين.</p> <p>- زيادة مستوى الاستثمار في تطوير التسهيلات لتلقتي وتوقعات السياح الدوليين.</p> <p>- افتتاح اعمال سياحية جديدة.</p>	<p>- التأكيد على أهمية الاستثمار في القوى العاملة.</p> <p>- الحث المستمر على تحسين التسهيلات المقدمة.</p> <p>- تقبل الممارسات البيئية الحساسة ، والسلوك الأخلاقي مع السياح</p>	<p>تقديم الدعم الكبير للعاملين في السياحة من تدريب وحوافز منافسة للقطاعات الأخرى ، وهذا بدوره سوف يساعد على تطوير التسهيلات وتحسين الخدمات المقدمة</p>	<p><b>المدرء والمالكين للأعمال السياحية</b></p>

	والعاملين.		
وسائل الإعلام	وسائل الإعلام بأشكالها المختلفة سوف تنمي المعرفة بالمنافع الاقتصادية والاجتماعية للسياحة، فضلا عن النشر المتوازن للأخبار السياحية ورفع الغطاء عن الإعلام السلبي عن السياحة.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- تحسين المعرفة بقيمة السياحة.</li> <li>- زيادة المعرفة بالمنافع الاقتصادية والاجتماعية للقطاع.</li> <li>- تشجيع التغطية الإعلامية والمتوازنة للتطورات في قطاع السياحة.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- تغطية اكبر للأخبار والأنشطة السياحية.</li> <li>- زيادة الوعي حول حقيقة قطاع السياحة.</li> <li>- تأييد إعادة صياغة السياسات الخاصة بالسياحة.</li> </ul>
المجتمع المحلي	كل شخص في المجتمع المحلي سوف يظهر أفضل الخبرات في التعامل مع السائح من خلال	<ul style="list-style-type: none"> <li>- الحث على إنشاء المشروعات الصغيرة والمتوسطة لدعم السياحة.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- المجتمعات القريبة والمحيطة بالجاذبات السياحية تعمل على افتتاح وتجديد</li> </ul>

المشروعات المتوسطة والصغيرة الداعمة للسياحة.	- تطوير السلوكيات الخاصة بالضيافة مع السياح.	السلوكيات الأخلاقية النابعة من ثقافة المجتمع، وتقديم أفضل السلع والخدمات للسياح والمساهمة في إنشاء المشروعات الصغيرة والمتوسطة في السياحة، واحترام البيئة والآثار والتراث .	
- المجتمعات المحلية تتحمل مسؤولية نحو التراث والمحافظة على البيئة.	- الاستفادة من ممارسات وخبرات وثقافات السياح.		
- المجتمعات المحلية تعرف وتحترم السياح والثقافات المتعددة.			

### المصدر: من إعداد الباحثين بالاستعانة ببعض المراجع

إذ يجب أن لا يقتصر دور هذه المؤسسات على إعداد الخبراء السياحيين فقط، بل يجب عليهم أن يقوموا بإعداد مواطنين مثقفين سياحياً من خلال تعريف الطلاب بأهمية السياحة في تنمية الاقتصاد الوطني، والتأكيد على ضرورة النهوض بالقطاع، كما يمكن لشخصيات وقادة الرأي في المجتمع أن تكون لهم مساهمة في هذا البناء من خلال إلقاء محاضرات والمشاركة في الندوات والمؤتمرات المرتبطة بالسياحة.

ومن أهم هذه المدارس والمعاهد المتواجدة بالجزائر نجد:

● المدرسة الوطنية العليا للسياحة (ENST) و مقرها بفندق الاوراسي  
الجزائر العاصمة.

● معهد تقنيات الفنادق والسياحة (ITHT) ويقع مقرها بولاية تيزي  
وزو.

● المدرسة العليا الجزائرية للفندقة والمطاعم (ESHRA) ويقع مقرها  
بعين البنيان الجزائر العاصمة.

● مدرسة أساسيات وتقنيات الفنادق والسياحة (EFTHT) ويقع مقرها ببوسعادة.  
حيث أن هذه المؤسسات تمتلك طاقة استيعابية معتبرة يمكن توضيحها  
في الجدول التالي:

**الجدول (6) يوضح طاقة الاستيعاب السنوية للمدارس السياحية بالجزائر.**

المؤسسة	ENST	ITHT	ESHRA	EFTHT
طاقة الاستيعاب السنوية	200	300	200	300

المصدر: من إعداد الباحثين بالاستعانة ببعض المراجع.

المحور الثالث: الدراسة الميدانية

### 1- بطاقة فنية للدراسة الميدانية :

اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي التحليلي من خلال جمع البيانات من مصادرها الأولية وذلك بالاستعانة بالاستبيان لمعرفة مستوى الثقافة السياحية لدى المورد البشري في المجال السياحي كذلك تحديد اتجاهات المستثمرين في هذا المجال نحو تكوين المورد البشري لديهم ، فقد استهدفت دراستنا العمال من جميع الفئات في مجموعة من الفنادق

بالجزائر العاصمة (فندق ابيس، فندق السفير، فندق مركيور، فندق الشيراتون). وقد تم اختيار عينة الدراسة بطريقة عشوائية بالتوجه إلى الفنادق والطلب من عمالهم ملئ الاستبيان المقدم لهم، حيث تمثلت عينة الدراسة في 96 عامل من أصل 390 عامل بهامش خطأ 1% ومجال ثقة يقدر ب 99%.

بعد استرجاع الاستبيانات المقدمة لعمال الفنادق قمنا بتحليل نتائج الاستبيان باستعمال برنامج SPSS-V-19، لوصف حالة الثقافة السياحية لدى هؤلاء العمال كذلك التعرف على واقع التكوين المقدم لهم، ثم قمنا بتحليل العلاقة التي تربط بهاتين المتغيرين باستعمال منهج الإحصاء الاستدلالي (ANOVA) لاختبار فرضيات الدراسة.

### 1-1 ضبط الاستبيان قبل التطبيق

قبل تطبيق الاستبيان قمنا بتجريبه على عينة استطلاعية تتكون من 10 أفراد للتعرف على الأسئلة الغامضة التي لا يمكن للمستجوبين الإجابة عنها، ثم تحديد معامل الثبات ألفا كروم باخ لإجاباتهم والذي بلغ قيمة 0,91 والتي تقترب من القيمة 1 وهذا ما يعبر عن مصداقية الإجابات وعدم تناقضها أي إذا أعيد سؤال نفس المستجوبين وفي نفس الظروف سنحصل على نفس الإجابات.

2- تحليل النتائج المتحصل عليها عن طريق الاستبيان الموجه نحو عمال الفنادق.

### 1-2 تقييم التكوين المقدم لعمال الفنادق

في هذا الجانب سنحاول تقييم مستوى التكوين المقدم للعمال من خلال طرح سبعة أسئلة بحيث يقيس كل سؤال مدى اهتمام المؤسسة بتقديم برامج تكوينية في المجال السياحي لعمالها.

الجدول (7) يوضح تقييم عمال الفنادق للتكوين السياحي المقدم لهم.

التقييم	المتوسط الحسابي	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	العبارات
محايد	2, 99	9, 4	31, 3	14, 6	40, 6	4, 2	يقوم الفندق بترتيب دورات تكوينية خارجية بصفة دائمة
محايد	2, 81	14, 6	27, 1	22, 9	33, 3	2, 1	يقوم الفندق بإجراء دورات تكوينية داخلية بصفة دائمة
محايد	3, 00	4, 2	31, 3	29, 2	31, 3	4, 2	تتضمن الدورات التكوينية كفايات وطرق التعامل مع



							الزبائن
موافق	4, 15	0	7, 3	0	63, 5	29, 2	تركز ادارة الفندق على إجراء بـرامج تدريبية لبعض الفئات وتهمـل فئات أخرى
محايد	3, 29	2, 1	26	18, 8	44, 8	8, 3	هناك اهتمام كبير من طرف الفندق بإجراء دورات تكوينية.
محايد	3, 20	11, 5	19, 8	10, 4	54, 2	4, 2	تفرض إدارة الفندق مستوى معين من التكوين السياحي لتوضيف عمالها
موافق	3, 78	0	6, 3	17, 7	67, 7	8, 3	تهتم إدارة الفندق بالعمال المتعلمين في المدارس السياحية

**المصدر: مستخلص من نتائج الاستبيان**

يوضح الجدول أعلاه تقييم العمال للدورات التكوينية في المجال السياحي المقدم من طرف المؤسسة الفندقية العاملين بها، حيث عبر العمال عن حيادهم حول تقييمهم الإجمالي لهذه الدورات التكوينية بمتوسط حسابي 3, 27.

فمن خلال تقييم هذه الدورات من طرف العمال يمكن القول بان المؤسسات الفندقية الجزائرية لا تهتم بتدريب موردها البشري وإنها تهمل هذا الجانب الذي يعد أولوية لا بد من تداركها لضمان تطور القطاع السياحي الجزائري.

**2-2 تقييم مستوى الثقافة السياحية لدى عمال الفنادق.**

في هذا الجانب سنحاول تقييم مستوى الثقافة السياحية لعمال الفنادق من خلال طرح عشرة أسئلة بحيث يقيس كل سؤال جانب من جوانب التي تركز عليها الثقافة السياحية.

**الجدول (9) يوضح مستوى الثقافة السياحية لدى عمال الفنادق.**

التقييم	المتوسط الحسابي	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	العبارات
موافق	3, 93	2, 1	4, 2	5, 2	74%	14, 6	احترام السائح وترك انطباعات جيدة سلوك

							حضاري
محايد	3, 32	9, 4	21, 9	4, 2	56, 3	8, 3	تقديم المساعدة للسياح خارج إطار العمل واجب عليكم
محايد	3, 30	11, 5	14, 6	6, 3	57, 3	8, 3	تشجيع السياح على إعادة زيارتنا من أولوياتكم
موافق	3, 52	3, 1	12, 5	15, 6	66, 7	2, 1	الترحاب بالزبائن وإظهار المحبة يحسن من نوعية الخدمة المقدمة
محايد	2, 98	4, 2	31, 3	27, 1	37, 5	0	التعاون مع السائح وتلبية رغباته أمر لا بد منه
محايد	2, 98	6, 3	33, 3	22, 9	31, 3	6, 3	مساعدة السائح في حمل

							أمتعته أسلوب حضاري.
محايد	3, 04	2, 1	37, 5	16, 7	41, 7	2, 1	تبسيط اجرائات العمل قدر الإمكان لضمان السرعة وتسهيل عملية تقديم الخدمة أمر لا بد منه
موافق	3, 38	6, 2	19, 8	18, 8	42, 8	6, 8	التعاون مع السائح وتحمل تذمره يحسن من جودة الخدمة الفندقية
محايد	3, 32	0	25	24	44, 8	6, 3	التعامل بلباقة مع تجاوزات السائح لقوانين الفندق أمر لا بد منه
موافق	4, 05	0	0	19, 8	55, 2	25	تعلم لغات

							وثقافات السياح للتجارب معهم أمر لا بد منه
موافق	3, 38	التقييم الإجمالي					

### المصدر: مستخلص من نتائج الاستبيان

عبر إجمالي إجابات عمال الفنادق على حيادهم حول اكتسابهم للثقافة السياحية بمتوسط حسابي يساوي 3, 38 وعليه يمكن القول بان عمال الفنادق الجزائرية يفتقدون بعض الشيء لهذا النوع من الثقافة الذي لا بد من توفره وبالأخص في هذا النوع من المؤسسات كونها المكان الذي يقضي فيه السياح معظم وقتهم والذي من خلاله يمكنه اخذ انطباع حول البلد أو المكان الذي يزوره. وهذا ما يؤكد على نفي الفرضية التي تنص على: المؤسسة الفندقية الجزائرية تمتلك موارد بشرية هائلة إلا أنها غير مثقفة سياحياً.

### 2-3 التعرف على تأثير التكوين السياحي على تنمية الثقافة السياحية لدى عمال القطاع السياحي .

2-3-1 اختبار الفرضية التي تنص على: التكوين في المجال السياحي يساهم في خلق الثقافة السياحية لدى عمال المؤسسات السياحية.

لدراسة وتحليل نوع العلاقة التي تربط بين التكوين السياحي والثقافة السياحية تم الاعتماد على الأسلوب الإحصائي المتمثل في الارتباط الخطي.

### أ- فروض الدراسة:

**فرضية العدم:** لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 99% بين التكوين السياحي والثقافة السياحية.

**الفرضية البديلة:** يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 99% بين التكوين السياحي والثقافة السياحية.

### ب- الارتباط الخطي

من خلال نتائج تحليل معامل الارتباط الخطي بين التكوين في المجال السياحي والثقافة السياحية تبين لنا أن هناك علاقة طردية تربط هذين المتغيرين حيث بلغ معامل الارتباط 0,769 وهي قيمة تقترب من الواحد الصحيح وهذا ما يثبت مدى ارتباط المتغيرين، في حين بلغ مستوى الدقة في تقدير المتغير التابع والمتمثل في الثقافة السياحية 59,1%.

### ت- نتائج تحليل تباين خط الانحدار

تشير نتائج تحليل تباين خط الانحدار الذي يدرس مدى ملائمة خط انحدار البيانات وفرضيته الصفرية التي تنص على: (خط الانحدار لا يلاءم البيانات المعطاة)، حيث عبر مجموعة مربعات الانحدار عن 20,350 ومجموع مربعات البواقي 14,038 ومجموع المربعات الكلي يساوي 34,433 بدرجة حرية للانحدار تساوي 1 أما فيما يخص درجة حرية البواقي فتساوي 94، حيث عبر معدل مربعات الانحدار عن قيمة 20,350 ومعدل مربعات البواقي بقيمة 0,150. أما فيما يخص قيمة اختبار تحليل التباين لخط الانحدار هو 135,828. بمستوى دلالة تساوي 0,000 وهي اقل من مستوى دلالة الفرضية الصفرية 0,01.

من خلال النتائج المتحصل عليها يتم رفض الفرضية الصفرية التي تنص على أن خط الانحدار لا يلاءم البيانات المدرجة ويتم قبول الفرضية البديلة والمتمثلة في أن خط الانحدار يلاءم البيانات المدرجة.

### ث- نتائج اختبار الفروض

تشير نتائج تحليل اختبار الفروض إلى رفض فرض العدم (لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 99 % بين التكوين السياحي والثقافة السياحية) وقبول الفرض البديل (يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ثقة 99 % بين التكوين السياحي والثقافة السياحية، حيث بلغ مستوى المعنوية 0,00 )

بدراسة العلاقة بين التكوين السياحي والثقافة السياحية باستخدام تحليل الانحدار البسيط تبين أن هذا المتغير (التكوين السياحي) يفسر 76,9 % من الثقافة السياحية وتظهر معادلة الانحدار كما يلي :

$$Y = 0,864 + 0,794 X$$

حيث بلغت قيمة اختبار T-Test = 11.655 بدرجة الدلالة = 0,000

من خلال النتائج المتحصل عليها يمكن تأكيد صحة الفرضية التي تنص على: مستوى التكوين في المجال السياحي لدى المؤسسات الفندقية الجزائرية لا يرتقي إلى الطموحات المرجوة والمتمثلة في خلق يد عاملة مثقفة سياحيا.

الخاتمة:

تمتلك الجزائر مقومات طبيعية، تاريخية وبشرية هائلة تخولها بان تصبح واحدة من أفضل الوجهات السياحية، إلا أنها تواجه بعض العقبات

التي تحول بينها وبين النهوض بهذا القطاع. فمن خلال دراستنا التي تهتم بمعالجة احد المؤثرات السلبية التي تؤثر على تطور السياحة الجزائرية ألا وهي الثقافة السياحية ومحاولة دمج مفهوم التكوين السياحي لمعالجة هذه الظاهرة التي باتت تهدد هذا القطاع، توصلت نتائج الدراسة إلى أن مستوى الثقافة السياحية لدى عمال الفنادق الجزائرية متدهور، إذ لا بد من تدارك هذا الأمر ومحاولة تطوير مهارات العمال من خلال وضع برامج تدريبية تكوينية كونها تأثر إيجابا على تطوير الثقافة السياحية لديهم وهذا ما أثبتته نتائج الدراسة الميدانية، والتي بينت لنا أيضا أن المؤسسات الفندقية الجزائرية تهمل هذا الجانب ألا وهو الاستثمار في موردها البشري من خلال تقديم دورات تكوينية بصفة دائمة لصقل ودعم الوعي السياحي لديهم قصد تجنب تسرب الزبائن وبتالي تحقيق النمو والازدهار في المجال السياحي.

قائمة المراجع:

### المراجع باللغة العربية:

- عبد الأمير عبد كاظم، دور التدريب في إعداد الموارد البشرية السياحية المتخصصة وتأثيره على مستوى تقديم الخدمات، مجلة الغرى للعلوم الاقتصادية والإدارية، الكوفة، 2012.

- قاسم كريم" دور السياسات التسويقية في تطوير الطلب على الخدمات السياحية في الجزائر من خلال دراسة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT2030) " رسالة دكتوراه 2014 -2015.

- هناء حامد زيران، الثقافة السياحية وبرامج تنميتها، عالم الكتاب، الطبعة الأولى، القاهرة، 2004،



## المراجع باللغة الأجنبية:

- Denny, Ru ther ford, G, hotel management and operation, van rienhold, New York, 1991

- Fleury-j-« la culture » édition Bréal ; evreuse 2008

-Lachraf Mustapha Abdelkader, histoire : culture et société, Alger, anep, 2004

## مواقع الانترنت:

- [www.matta.gov.dz](http://www.matta.gov.dz)

- [www.eshra.dz](http://www.eshra.dz)

## الهوامش:

---

(1) Fleury-j-« la culture » édition Bréal ; evreuse 2008 p 30

(2) هناء حامد زيران، الثقافة السياحية وبرامج تنميتها، عالم الكتاب، الطبعة الأولى، القاهرة، 2004، ص 2،

(3) نفس المرجع ص 25

(4) عبد الأمير عبد كاظم، دور التدريب في إعداد الموارد البشرية السياحية المتخصصة وتأثيره على مستوى تقديم الخدمات، مجلة الغرى للعلوم الاقتصادية والإدارية، الكوفة، 2012، ص 121.

(5) قاسم كريم " دور السياسات التسويقية في تطوير الطلب على الخدمات السياحية في الجزائر من خلال دراسة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 230 SDAT "رسالة دكتوراه 2014 -

2015 ص 203