مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية ISSN: 2335-1039
المجلد:09 العدد: 05 السنة 2020 ص293 - 322

تاريخ الإرسال: 2019/07/15 تاريخ القبول:20/08/2020

استدامة القطاع السياحي من منظور جودة الصناعة السياحية: مدخل استراتيجي للشراكة الجزائرية– الإفريقية

(The sustainability of the tourism sector from the Tourism Industry Quality Perspective: A Strategic Approach to the Algerian-African Partnership)

مونير بن حاح[*1]، فتيحة بوحـرود[2]

[1]جامعة سطيف 1 (الجزائر)، Setif_mounir@yahoo.fr

[2]جامعة سطيف 1 (الجزائر)، bouhroudfatiha@yahoo.fr

الملخص:

تمثل السياحة موردا اقتصاديا مهما بالنسبة للاقتصاديات التي تشجع الاستثمار في هذا المجال، وتعمل على تطوير الخدمات السياحية والاهتمام بإرضاء السياح وتوفير متطلباتهم، كما تساهم الصناعة السياحية بشكل إيجابي في الاقتصاد الوطني، وهي أحد الدعائم الفاعلة لتحقيق التنمية المستدامة للبلد. وتتطلب استدامة القطاع السياحي في الجزائر وتفعيل مساهماته في الاقتصاد الوطني توفير المقومات السياحية والاهتمام بجودة الخدمات المقدمة للسياح، وعليه فهذا البحث يتطرق إلى أهم الجوانب التي تعالج فكرة جودة الصناعة السياحية كمدخل استراتيجي لاستدامة القطاع السياحي في الجزائر وباعتباره مدخلا استراتيجيا لتطوير الشراكة مع الدول الإفريقية.

الكلمات المفتاحية: جودة الصناعة السياحية؛ استدامة القطاع السياحي؛ شراكة جزائرية – إفريقية.

Abstract:

Tourism is an important economic resource for economies that encourage investment in this field, and that care about improving tourism services and satisfying tourists. Therefore, Tourism is an important industry that may enhance Algerian

*المؤلف المرسل

economy, and it is a crucial source for the sustainable development. But in turn the sustainability of the tourism sector in Algeria requires offering high service quality to tourists in addition to enhancing tourism conditions as improving the infrastructures. Accordingly, this paper aims to address the most important aspects of service quality provided to tourists through the main following issues:
- tourism industry quality.
- The strategic perspective for the sustainability of tourism in Algeria.
- Quality of service in tourism industry in Algeria.
Key Words: Tourism Industry Quality ; Sustainability of the tourism sector ; Algerian - African Partnership.

1- المقدمة:

تعتبر الصناعة السياحية بديلا استراتيجيا لاستغلال الموارد السياحية بشكل يضمن استدامتها، فالقطاع السياحي هو أحد أهم القطاعات المعول عليها للمساهمة في دفع النمو الاقتصادي ومن ثمة تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية المنشودة، بالنظر إلى العوائد المالية الكبيرة التي يمكن أن يوفرها في الأمدين المتوسط والبعيد، ولما يوفره من فرص لخلق الثروة والتخفيف من حدة كثير من المشاكل الاقتصادية والاجتماعية.

وتتجاوز المقاربة الحديثة للتنمية السياحية المفهوم الاقتصادي لتعكس مختلف أبعاد التنمية المستدامة البشرية منها والبيئية، نظرا لارتباطها الوثيق بالبيئة والمجتمع، كما أن تطوير المنظومة السياحية يساهم بشكل فعال في الارتقاء بالجوانب الاقتصادية، الثقافية، الاجتماعية، ...، وعلى هذا الأساس، تم تبني مبدأ الاستدامة في السياحة على المستوى الوطني، من خلال إسقاط المفاهيم المختلفة للتنمية المستدامة في مجال السياحة الجزائرية، والبحث عن سبل التميز في الخدمات السياحية ووضع إستراتيجيات لترقية وتطوير منظومة السياحة الوطنية.

إشكالية البحث:

لعل أهم المداخل التنافسية التي تركز عليها مختلف الدول في مجال السياحة تلك المرتبطة بالتميز من خلال جودة الخدمة السياحية، ومن هذا المنطلق، فإن إشكالية البحث تتمحور حول الأسئلة التالية:

– هل يمكن الاعتماد على مدخل الجودة لضمان التميز في الصناعة السياحية واستدامة القطاع السياحي في الجزائر؟

– ما هي سبل دعم وترقية الجودة في الصناعة السياحية الجزائرية ؟

الفرضيات:

للإجابة عن هذه الأسئلة فقد تم وضع الفرضيات التالية:

– يمكن تحقيق التميز في الخدمات السياحية من خلال الاعتماد على مدخل الجودة.

– يمثل البحث عن التميز من خلال الجودة سبيلا لاستدامة المنظومة السياحة في الجزائر.

أهمية البحث:

يمثل هذا البحث مساهمة فكرية في مجال البحث عن استدامة المنظومة السياحية في الجزائر وفق مقاربة تحليلية لمجموعة المعطيات المتعلقة بالموضوع، وكذلك يعتبر إضافة علمية بالنسبة للتأطير النظري للجودة في مجال الخدمات بصفة عامة، والخدمة السياحية على وجه الخصوص.

أهداف البحث:

يهدف هذا البحث إلى تحقيق الأبعاد التالية:

– التعريف بمفهوم الصناعة السياحية، أبعادها، أنواعها، مكوناتها ومقوماتها؛

– تحديد مفهوم الجودة في مجال الصناعة السياحية، أبعادها، ومتطلباتها؛

– إبراز دور ومكانة الصناعة السياحة على المستوى الوطني من حيث مساهمتها في الارتقاء بمختلف الجوانب الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية، البيئية، بما يخدم توجهات التنمية المستدامة والشاملة؛

– التطرق لمفهوم التنمية السياحية، وإسقاط مبدأ الاستدامة في مجال السياحة، والتعريف بمبادئها وأهدافها؛

– استعراض التوجهات الاستراتيجية للجزائر في مجال التنمية السياحية المستدامة وضمان الجودة في صناعة السياحة على المستوى الوطني.

2- جودة الصناعة السياحية

سيتم من خلال هذا المحور التطرق إلى مفهوم السياحة، الخدمة السياحية، ثم استعراض مضمون الصناعة السياحية، أنواعها وأبعادها، مكوناتها ومقوماتها، ومن ثم التطرق لمفهوم الجودة في الصناعة السياحية، ومختلف المفاهيم المرتبطة بها.

2-1 الإطار المفاهيمي للسياحة والصناعة السياحية:

يختلف مفهوم السياحة وفقا لوجهات نظر مختلفة، وتتميز الخدمة السياحية بمجموعة من الخصائص التي تبرز طبيعتها مقارنة ببقية أنواع الخدمة الأخرى، كما تتباين أشكال الصناعة السياحية وفقا لمجموعة من المعايير، والأبعاد والمقومات التي تتوفر بالبلد المضيف.

2-1-1 مفهوم صناعة السياحة:

يتناول هذا الجانب مجموعة المفاهيم التالية:

أ. مفهوم السياحة:

توجد تعاريف مختلفة ومتنوعة لمفهوم السياحة ووفقا لوجهات نظر متباينة، يمكن التطرق للبعض منها كما يلي:

– السياحة هي اصطلاح يطلق على رحلات الترفيه وكل ما يتعلق بها من أنشطة وإشباع لحاجات السائح [1].

– مصطلح سياحة يستعمل بصورة عامة لوصف السفر، ويعكس بعض الحالات زيادة التوسع في السفر الترفيهي والذي يطلق عليهم السواح [2].

– وتعرف السياحة بأنها "مجموع العلاقات والظواهر التي تترتب على سفر، أو إقامة مؤقتة لشخص خارج مكان إقامته الاعتيادية، طالما أن هذه الإقامة المؤقتة لا تتحول إلى إقامة دائمة، وطالما لم ترتبط هذه الإقامة بنشاط يدر ربحا لهذا الأجنبي" [3].

– وتعتبر السياحة ظاهرة من الظواهر العصرية التي تنشأ عن الحاجة المتزايدة للحصول على الراحة والاستجمام، وتغيير الجو والإحساس بجمال الطبيعة وتذوقها والشعور بالبهجة والمتعة من الإقامة في مناطق ذات طبيعة خاصة [4].

وعليه، يشير مفهوم السياحة إلى مزيج من العناصر المتداخلة والمترابطة فيما بينها، والمتعلقة بتلبية متطلبات الزبون (السائح) خلال فترة زمنية معينة، وترتبط السياحة بمجموعة من العوامل المحددة للعرض السياحي في الدولة، وذات التأثير البالغ في تحديد مستوى الطلب السياحي من قبل العملاء.

ب. الخدمة السياحية:

وفق منظور تسويقي؛ فالسياحة هي شكل من أشكال الخدمات، تتضمن مجموعة من المفاهيم، أهمها:

– الخدمة السياحية هي "مجموعة من الخدمات والتسهيلات من نقل وسكن ومطاعم وخدمات ثقافية وترفيهية" [5].

– ويشير مفهوم الخدمة السياحية إلى الواقع الملموس للصورة أو الطابع السياحي، وينجم هذا الواقع بفعل اندماج المعطيات الطبيعية أو المصادر والمرافق والتسهيلات في الموقع السياحي مع وسائل النقل إلى الموقع؛ بحيث تشكل هذه العناصر مجتمعة طابعا بارزا وعلاقة مميزة للموقع أو البلد السياحي [6].

– ويرى خبراء السياحة على أن "المنتج السياحي هو عبارة عن خليط من عناصر غير متجانسة تؤخذ مستقلة عن بعضها البعض لتشكل العرض السياحي المحلي أو الدولي، وعليه، فالمنتج السياحي هو تلك الخدمة التي تحقق رغبات السواح أثناء إقامتهم وجولتهم السياحية"[7].

وبذلك، فالسياحة كنوع من الخدمات تتأثر بالجوانب المادية التي تدعم الأداء الفعلي لها، وهي غير قابلة للتخزين؛ إذ تستهلك وقت إنتاجها، وغير قابلة للحيازة عليها؛ بل يحق للسائح الانتفاع بها فقط، وتتأثر بالجوانب المعنوية والحسية بشكل كبير؛ بمعنى أن الخدمة السياحية هي مجموعة الأنشطة التي يتم من خلالها تقديم مجموعة من المنافع للسياح خلال فترة زمنية معينة.

جـ. الصناعة السياحية:

ينظر للسياحة بأنها صناعة بدون مداخن، وهي صناعة مركبة، تتألف من عدة عناصر تتراوح من حيث الأصل بين الطبيعية، والبشرية، والحضارية، كما أن بعضها متداخلة التأثير، وبعضها الآخر منفردة التأثير [8]. وهي التنظيمات العامة والخاصة التي تشترك في تطوير وإنتاج وتسويق البضائع والخدمات لخدمة احتياجات ورفاهية السياح،

وباعتبار السياحة تتضمن كافة الأنشطة التي تتعلق، بصفة مباشرة أو غير مباشرة، بتقديم مجموعة من الخدمات المختلفة للسياح، فللصناعة السياحية مجموعة من الخصوصيات، أهمها [9]:

– تعتبر السياحة من أهم القطاعات الخدمية وتشكل مصدرا رئيسيا للدخل الوطني في الاقتصاديات المتطورة، تشتمل على تشكيلة خدمات اقتصادية متنوعة؛

– يمتد نطاق التنافس الخاص بالمنظومة السياحية إلى خارج الحدود الإقليمية للدولة الواحدة، لهذا فهو يتأثر بالتغيرات التي تطرأ على البيئة العالمية؛

– مقومات العرض السياحي تتصف بالندرة الشديدة والحساسية الشديدة للتغيرات التي تطرأ على قطاعات النشاط الإنساني الأخرى في المجتمع، سواء تعلق الأمر بالهبات الطبيعية التي تتمتع بها الدولة، الموروثات الحضارية القديمة والحديثة أو بالمكتسبات الحضارية المعاصرة من بنى أساسية وخدمات تكميلية.

– تنوع السوق المستهدف لقطاع السياحة من حيث الخصائص والانتماءات والأنماط السلوكية، لأنه يمتد من مواطني الدولة الواحدة إلى مواطني الدول الأخرى؛

– تساهم فئات المجتمع في تشكيل الطابع أو الصورة المميزة لمزيج الخدمات السياحية المقدمة للسائح من طرف الدولة، وتشترك كلها في تقديم الخدمات السياحية بطريقة مباشرة أو غير مباشرة؛

– أثر هذا القطاع على القطاعات الأخرى يأخذ طابع تأثير المضاعف؛ أي أن هذا الأثر يكون مركبا ومتوسعا بصفة دائمة؛

– عدم إمكانية احتكار المقومات السياحية في كثير من الأحيان، خاصة بالنسبة لبعض المقومات السياحية النادرة، إضافة إلى صعوبة القيام بإنتاج منتجات سياحية بديلة.

2-1-2 أنواع الصناعة السياحية:

يمكن التمييز بين أشكال مختلفة للصناعة السياحية وفقا للمعيار المستخدم في التصنيف، وهي كما يلي:

أ. حسب الهدف من السياحة؛ نميز بين الأنواع التالية [10]:

- **سياحة الاستجمام؛** ويكون الهدف منها التمتع بالشواطئ والجبال والغابات والبادية وزيارة المنشآت السياحية.
- **سياحة الاستشفاء؛** لزيارة المنتجعات الصحية التي خصصت لهذا الغرض.
- **السياحة الثقافية؛** وهي تشمل قطاعا واسعا من السائحين بقصد توسيع آفاقهم في طلب العلم والمعرفة.
- **السياحة الاجتماعية؛** ويكون الهدف منها زيارة الأقارب والأصدقاء.
- **السياحة الدينية؛** لزيارة الأماكن المقدسة وأماكن العبادة.
- **السياحة الرياضية؛** وهي التي تترافق مع الدورات الرياضية المحلية والإقليمية والدولية، وتتمثل بجمهور المشجعين.

ب. على أساس الموقع والحدود: هناك نوعين أساسيين؛ هما سياحة دولية (خارجية) وسياحة داخلية (محلية)، وهناك نوع آخر يعرف بالسياحة الإقليمية؛ كإقليم أميركا اللاتينية وشرق آسيا.

ت. على أساس فترة إقامة السائح وخصائص المنطقة السياحية: هناك سياحة مستمرة؛ وهي سياحة تتم على مدار السنة (سياحة ثقافية، دينية) وهناك سياحة موسمية؛ تقتصر على فترة من السنة كالسياحة الصيفية أو الشتوية.

ث. وفقا لمناطق الجذب السياحي؛ توجد ثلاثة أنواع هي كالآتي:

- **سياحة ثقافية؛** وتشمل زيارة الأماكن التاريخية والمواقع الأثرية والدينية والمتاحف، وهذه السياحة غالبا ما تكون دائمة إذا ما توافرت الظروف المناخية الملائمة لحركة السياح وتنقلاتهم.
- **سياحة طبيعية؛** وهي سياحة متعددة الجوانب (مناخية، نباتية، طبيعية، عامة) ومتنوعة الأغراض (ترويحية، علمية، استشفائية)، ويعد المناخ عنصرها الأساسي ومحركها الفعال.

– **سياحة اجتماعية؛** وهي سياحة متعددة الجوانب، فهي سياحة علاقات اجتماعية وسياحة ترويح وترفيه عن النفس، وربما تكون سياحة المدن ضمن هذه السياحة.

جـ. أنواع السياحة على أساس التنظيم: توجد ثلاثة أنواع؛ سياحة عائلية أو فردية وقد تكون جماعية (مجموعات سياحية).

حـ. أنواع السياحة حسب وسيلة النقل: توجد السياحة الجوية عن طريق الطيران، والسياحة البرية عن طريق السيارات والقطارات، والسياحة البحرية عن طريق السفن واليخوت، وهناك نوع جديد من السياحة يسمى سياحة الفضاء؛ وهي تقتصر حتى الآن على بعض الأشخاص، حيث تقدر تكلفة الرحلة بملايين الدولارات.

2-1-3 أبعاد الصناعة السياحية حسب المنظمة العالمية للسياحة:

لم تغفل المنظمة العالمية للسياحة البعد الاقتصادي، البشري، الاجتماعي والثقافي للسياحة، عند إعداد القانون العالمي لأخلاقيات السياحة في شهر أكتوبر 1999 بسنتياغو/ الشيلي، والذي نص على المبادئ العشرة التالية [11] :

- مساهمة السياحة في التفاهم بين الإنسان والمجتمع والاحترام المتبادل بينهما؛
- السياحة عامل ازدهار شخصي وجماعي؛
- السياحة عامل تنمية مستديمة؛
- السياحة تشغل التراث الثقافي والبشري وتساهم في إثرائه؛
- السياحة نشاط ذو منفعة للبلد المضيف؛
- التزامات الفاعلين في مجال التنمية السياحية؛
- الحق في السياحة (السياحة للجميع)؛
- حقوق العاملين والمستثمرين في الصناعة السياحية؛
- تطبيق مبادئ القانون العالمي لأخلاقيات السياحة.

2-1-4 مكونات الصناعة السياحية:

تتكون الصناعة السياحية من عناصر عدة؛ أهمها [12]:

أ. **عناصر الجذب السياحي (العرض السياحي الأساسي):** وهي تشمل العناصر الطبيعية مثل أشكال السطح، المناخ والجبال والغابات والسهول والأنهار والبحار والثلوج، المياه

المعدنية، بيئة خلابة بما فيها الحيوانات، نباتات وصدف وأحجار، إضافة إلى العناصر غير الطبيعية من صنع الإنسان، كالمدن الحضارية، ناطحات السحاب، المتنزهات والمعالم الأثرية، الأماكن الدينية والتاريخية.

ب. صناعة النقل: حيث تلعب دورا مهما في تطوير السياحة ونجاحها، فإن توافر وتطوير وسائل المواصلات السريعة والمريحة وتوافر طرق المواصلات يساعد على نجاح المناطق السياحية (المطارات، الموانئ البحرية، محطات سكك الحديد والنقل البري)، فالسائح عندما يفكر في زيارة منطقة معينة فإن أول ما يفكر فيه هو طريقة الوصول ومن ثم وسيلة النقل.

ت. خدمات الإيواء: سواء التجارية منها كالفنادق والموتيلات، وأماكن النوم الخاص مثل بيوت الضيافة و شقق الإيجار، أو غير التجارية كبيوت الشباب.

ث. خدمات مكاتب السياحة والأسفار وشركات تأجير السيارات.

ج. التسهيلات المساندة: بجميع أنواعها كالإعلان السياحي والإدارة السياحية والبنوك التجارية، خدمات صحية، علاجية... إلخ.

ح. خدمات البنية التحتية: كالمياه والكهرباء والاتصالات.

2-1-5 مقومات الصناعة السياحية:

ترتكز الصناعة السياحة على العديد من المقومات؛ بعضها طبيعي والآخر بشري ومادي، وهي كالآتي [13]:

أ. المقومات الطبيعية: وتشمل كل الظروف المناخية وتمايز الفصول، المناطق الدافئة، حمامات معدنية ...الخ، أي كل مظاهر جذب السياح؛

ب. المقومات البشرية: وتتمثل في الجوانب التاريخية، كالآثار، المعالم، الفنون الشعبية، ثقافات وعادات السكان.

ت. المقومات المالية والخدمة: وتتمثل في مدى توافر البني التحتية، كالمطارات، النقل البري والجوي، ومدى تطور مختلف القطاعات الصناعية، التجارية، البنوك، العمران ...الخ، ومدى توافر الخدمات المكملة كالبريد، الإطعام، الفنادق، المقاهي، مراكز الترفيه و التسلية.

كما تعتمد السياحة على قدرات الدول في تشجيع السياحة بما تقدمه من تسهيلات ومستوى للأسعار، وقدرة دعائية ضمن مختلف وسائل الأعلام على جذب السياح، مواصلات سهلة، أمن واستقرار ورعاية صحية كاملة وحسن معاملة وقدرة على إبراز جميع الجوانب والخصوصيات التي تهم السياح بمختلف فئاتهم ورغباتهم.

2-2 الجودة في الصناعة السياحية:

ترتبط الجودة في مجال الصناعة السياحية بمجموعة من العوامل، أهمها العامل البشري والعامل المادي، وتختلف مستوياتها بمرور الزمن، ويمكن في هذا السياق التطرق إلى المفاهيم التالية:

2-2-1 تعريف جودة الصناعة السياحية:

تظهر بوضوح قيمة الجودة في صناعة السياحة، نظرا لكونها صناعة خدمية يتراوح فيها مستوى الأداء بشكل كبير؛ طبقا لمستوى التعليم والتخصص والتدريب والخبرة لدى من يقدم الخدمة السياحية على اختلاف أنواعها، هذا من جانب العنصر البشري. ومن جانب المقومات المادية في الصناعة السياحية، فإن المواصفات ومعايير التصنيف بالنسبة للمنشآت السياحية تعتبر مجالا لتقييم مستوى الجودة في كل فئة منها، ويتمثل الجانب الثالث المؤثر في مستوى جودة الصناعة السياحية في مستوى الخدمات العامة في المقصد السياحي؛ من خدمات صحية وخدمات النقل والمرور والنظافة العامة، فضلا عن خدمات منفذ الدخول أو ما يطلق عليه مفهوم الجودة الشاملة للمقصد السياحي، ويرتبط هذا الجانب بجهود التعليم السياحي وبرامج التدريب المتطورة للعاملين بالقطاع، وكذلك للعاملين بقطاعات أخرى ذات صلة بالسياحة، وتعود أهمية هذا المحور إلى التنافس الشديد القائم بين المقاصد السياحية على جذب الحركة السياحية بشتى السبل وتتوزع المسؤولية في هذا المحور على كل من الجانبين الحكومي والقطاع الخاص على حد سواء [14].

وتعرف منظمة السياحة العالمية الجودة السياحية بأنها نتيجة لعملية تتضمن تلبية جميع احتياجات المستهلك ومتطلباته وتوقعاته المشروعة من المنتجات والخدمات بسعر مقبول؛ بحيث تكون متطابقة مع الشروط التعاقدية المتفق عليها ومحددات الجودة

المشمولة بذلك، مثل السلامة والأمن والصحة والنظافة العامتين، وسهولة الوصول، والشفافية، والأصالة، وتجانس النشاط السياحي المعني مع بيئته البشرية والطبيعية.

2-2-2 أبعاد جودة الصناعة السياحية:

إن العوامل الأساسية المحددة للجودة في السياحة تشير إلى ضرورة وجود معايير مشتركة ونهائية تكون حيوية للعميل دون النظر لفئة أو نوع المنتج أو المؤسسة أو الخدمة، ومن شأن هذه المعايير أن تؤمن الحد الأدنى من الحماية للعملاء، بحيث يكون مستحيلا تحقيق الجودة إلا في ظلها، وتشمل هذه المعايير ما يلي [15]:

أ. الأمن والسلامة: يجب أن لا يشكل الناتج السياحي أو الخدمة السياحية خطرا على الحياة أو يتسبب بضرر على الصحة أو على أي من الجوانب الضرورية لسلامة المستهلك وذلك في جميع الأنشطة السياحية، إن معايير الأمن والسلامة تحدد عادة بموجب أنظمة وقوانين (مثل قوانين الحماية من الحريق)، وتلك يجب اعتبارها معايير للجودة بحد ذاتها.

ب. الصحة العامة: يجب على جميع أماكن الإيواء والإطعام أن تحافظ على النظافة والسلامة، ويجب أن لا يقتصر تطبيق معايير سلامة الأغذية (التي غالبا ما تحدد بموجب أنظمة وقوانين) على المؤسسات السياحية الكبيرة بل يجب أن تشمل جميع أنواع مواقع بيع الأغذية، من محلات بيع الأغذية إلى المطاعم ذات المستويات العالية، وحتى الخدمات المقدمة في الطائرات.

ت. سهولة الوصول: وتعني إزالة جميع الحواجز الطبيعية والاتصالية والخدمية دون تحيز، وإتاحة استخدام تلك المنتجات والخدمات من قبل الجميع، بغض النظر عن اختلافاتهم الطبيعية أو المكتسبة، بما في ذلك ذوي الاحتياجات الخاصة.

ث. الشفافية: وهي عنصر أساسي لتوفير المشروعية لتوقعات المستهلك وحماية حقوقه، وهي مرتبطة بتوفير المعلومات الصحيحة حول مواصفات المنتج وما يشتمل عليه وتكلفته الإجمالية وما يغطيه السعر، وتوصيل تلك المعلومات بشكل فعال للمستهلك.

ج. الأصالة: وتعبر عن حضارة أو تراث معين تجعل أي منتج سياحي يختلف ويتميز عن بقية المنتجات المماثلة له في أماكن أخرى، مع ضرورة أن تستجيب الأصالة

لتطلعات المستهلك، حيث أن المنتج يتناقص وينتهي عند فقدانه لأصالته وروابطه مع بيئته المحلية؛ فالخدمة ذات الأصالة النابعة من تقاليد الموطن نفسه تختلف فيما لو تم نقلها إلى موقع آخر، ولذلك فإن الخدمة بإمكانها أن تخلق أصالة ذات جودة خاصة بها.

حـ. التجانس: فالتوافق والانسجام مع المحيط الطبيعي والإنساني يحافظ على السياحة المستدامة، وهذا يستلزم إدارة فعاله للمؤثرات البيئية والاقتصادية والاجتماعية بغية تأسيس مؤشرات لجودة المنتجات السياحية، لذا فإن تحقيق الجودة السياحية يتطلب أن تعمل وحدات النشاط السياحي على تحقيق الأهداف العامة للسياحة.

2-2-3 متطلبات جودة الصناعة السياحية:

حتى تصبح السياحة صناعة ذات جودة، فإنه ينبغي توفر الشروط الأساسية التالية [16]:

أ. إدراك وقناعة حكومة الدولة المضيفة بالسياحة،

ب. أن تكون السياحة نشاطا منظما ومنضبطا،

ت. أن تساهم السياحة في الحفاظ على البيئة الداخلية والخارجية،

ث. أن تتوفر لصناعة السياحة كوادر مؤهلة قادرة على إشباع رغبات السياح وتحقيق أعلى درجات الرضا لديهم،

جـ. أن تمتلك صناعة الضيافة أخلاقيات للمهنة أسوة بالمهن الأخرى؛ أو بشكل أوسع الالتزام وتطبيق مبادئ أخلاقيات العمل في منظمات الأعمال السياحي،

حـ. أن تكون جزءا أساسيا لا يتجزأ من الاقتصاد الوطن،

خـ. أن تكون مبنية على أسس علمية و تكنولوجية صحيح،

د. أن يتم تطويرها بشكل منظم و دوري،

ذ. أن تحقق التفاعل المنشود بين حضارات الشعوب من خلال العلاقات التفاعلية الصميمة بين البلد المضيف والضيف الزائر.

3- المنظور الإستراتيجي لاستدامة القطاع السياحي في الجزائر:

يتجسد البعد الإستراتيجي للاستثمار في تطوير المنظومة السياحية ضمن تعزيز مساهمتها في تنمية وتطوير العديد من الجوانب الاقتصادية، الثقافية، البيئية،

الاجتماعية... الخ، ولقد تبنت مختلف الدول مبدأ استدامة القطاع السياحي لتعظيم دوره في التنمية المستدامة على المستوى الوطني.

3-1 أهمية الصناعة السياحية في الجزائر:

تمثل السياحة في الجزائر قطاعا اقتصاديا رئيسيا لخدمة الاقتصاد والمجتمع، لهذا يعد تحديد أهداف وغايات للتنمية السياحية أمرا ضروريا؛ لأنها تحدد مسار السياحة، حيث يدور إعداد الخطة الإستراتيجية للتنمية السياحية حول هدفين أساسيين؛ إما زيادة إيرادات عملية التنمية السياحية لأقصى حد، أو تقليل الآثار البيئية والاجتماعية والثقافية لأدنى حد، وقد حددت الحكومة الجزائرية جملة أهداف من أجل رفع مستوى السياحة، وتفادي قدر الإمكان الأزمات الممكنة؛ وبالتالي تحقيق تنمية مستدامة لها، ومن ثم الدخول في السوق العالمية وتحسين السياحة الداخلية، وقد سطرت لذلك مجموعة الأهداف الضرورية لدفع عجلة النمو السياحي ومن ثم النمو الاقتصادي؛ وهي تتمحور حول العناصر التالية [17]:

- تثمين الطاقات الطبيعية والثقافية والحضارية والدينية لجعلها مناسبة لجلب السياح، وبالتالي استقطاب العملة الصعبة،
- مشاركة السياحة في حل مشكلة البطالة، ورفع المستوى المهني للموارد البشرية التي يشغلها القطاع السياحي،
- المشاركة في التنمية والتوازن الجهوي بين مختلف المناطق الجزائرية،
- المحافظة على المحيط من التلوث ومحاولة تحسينه،
- تحسين أداء القطاع السياحي بمختلف الطرق،
- تحسين نوعية الخدمات السياحية والارتقاء بها إلى مستوى المنافسة الدولية،
- إعادة بناء الطابع أو الصورة السياحية الجزائرية في الخارج، وإدخال المنتجات السياحية في الدائرة التجارية الدولية،
- تلبية الحاجات المتزايدة باستمرار للجزائريين الراغبين في السياحة بأنواعها،
- تحسين الوظائف الاقتصادية والتجارية والمالية لقطاع السياحة.

وتساهم السياحة في تحقيق مجموعة من الجوانب على المستوى الوطني، أهمها:

3-1-1 على المستوى الاقتصادي:

يؤثر رواج الصناعة السياحية بشكل مباشر على الاقتصاد وعلى رواج الصناعات والأنشطة المرتبطة بها؛ فكلما زاد تدفق حجم الحركة السياحية زاد الإنفاق العام على السلع الاستهلاكية، مما ينشط هذه الصناعات والخدمات المتصلة بصناعة السياحة (مباشرة، غير مباشرة)، وبما ينتج اتساع نطاق العمل في هذه الصناعات والخدمات المرتبطة بها [18].

وتعتمد اقتصاديات العديد من الدول على السياحة لما لها من مزايا اقتصادية تساهم في رفع مستوى المعيشة وزيادة الرخاء؛ ومن مزاياها، الآتي [19]:

أ. **زيادة الدخل بالعملات الصعبة** نتيجة بيع الخدمات السياحية؛ حيث أن السياحة تعمل من خلال عائداتها على توفير العملات الصعبة، التي ينجم عنها تحسين مستوى المعيشة ونوعية الحياة للمجتمع المحلي ودعم للتنمية الشاملة على المستوى الوطني والمحلي؛

- **توفير فرص عمل جديدة:** طبقا لتقديرات المنظمة العالمية للسياحة OMT المتعلقة بالشغل، فإن إنجاز سريرين (02) يؤدي إلى خلق (01) منصب شغل واحد مباشر وثلاثة (03) مناصب غير مباشرة متعلقة بالنشاطات الملحقة؛

- **تحقيق التكامل الرأسي والأفقي بين مختلف القطاعات الاقتصادية:** يعمل تطوير وتنشيط قطاع السياحة على إيجاد أنواع متعددة ومختلفة من العلاقات بين القطاعات الاقتصادية الأخرى الكثيرة والمتنوعة ينجم عنها تحقيق عدة منافع اقتصادية مباشرة أو غير مباشرة؛

- **تحسين وضعية ميزان المدفوعات و زيادة القيمة المضافة:** تعمل السياحة على تحسين ميزان المدفوعات بالنسبة للدول المستقبلة للسياح من خلال ما تنتجه من عائدات سواء على شكل استثمارات أو ضرائب أو رسوم؛

- **تحقيق الرواج الاقتصادي:** يؤدي الاستثمار في القطاع السياحي إلى زيادة العمالة التي بدورها تتحصل على رواتبها والتي تمثل قدرة شرائية جديدة، كما أن الأموال التي

تدخل للدولة من السياحة تستخدم في غالب الأحيان لتنمية هذا القطاع، وبالتالي تدخل ضمن الدورة الاقتصادية للدولة. إضافة إلى أن الضرائب والرسوم المفروضة على هذه البضائع والخدمات المستوردة وكذا المدخول من إعادة بيع المنتوج السياحي إلى المستهلكين وأصحاب الأعمال، تؤدي إلى دورات جديدة من الشراء والإنفاق داخل الدولة، وبالتالي تؤدي إلى مضاعفة الدخل السياحي؛

– **تسويق بعض السلع:** غالبا ما يقدم السياح عند زيارة بلد ما على شراء سلع تذكارية أو سلع تشتهر بها تلك الدول المستقبلة، وطبيعة هذا الإنفاق على هذه السلع يعد بمثابة تصدير لمنتوجات وطنية دون الحاجة إلى شحن أو تسويق خارجي؛

– **تنمية المرافق الأساسية والبنى التحتية:** زيادة الحركة السياحية تتطلب تطوير خدمات النقل وخدمات البنية التحتية الأخرى خصوصا مصادر المياه وشبكة الصرف الصحي وأنظمة التخلص من النفايات والاتصالات، من أجل تلبية حاجات قطاع السياحة؛

– **زيادة الاستثمار الوطني والأجنبي:** تتضمن السياحة مجالات مختلفة للاستثمارات مثل بناء الفنادق، المطاعم، الملاهي، مراكز الرياضة، القرى السياحية، شركات السياحة ووكالات السفر ووسائل النقل، وبالتالي ترتفع الاستثمارات في هذا المجال، كما تؤدي السياحة إلى دعم الأنشطة الاقتصادية الأخرى في قطاعات الزراعة والصناعة والخدمات وذلك من خلال زيادة الطلب على المنتجات الزراعية والصناعية والاستثمارات فيها.

ب. مساهمة الصناعة السياحية في تنمية النواحي الاجتماعية:

أبدت العديد من الدول اهتمامها بالتأثيرات الاجتماعية للسياحة على البلدان المضيفة ومواطنيه خاصة وأنها أدركت الاختلاف الشاسع في العادات والتقاليد لدى السائحين، والقيم السائدة في مجتمعاتهم؛ وتأتي هذه التأثيرات نتيجة الاحتكاك، والاختلاط بين السائحين والسكان؛ وعليه، أصبح من مصلحة الدولة المضيفة وضع سياسة سياحية شاملة تجمع بين ثقافتها وثقافة السائح، لغرض تقليص الفجوة السيكولوجية بين الحياة غير الاعتيادية للسياح، والحياة الاعتيادية للمجتمع المضيف. ومن أبرز تأثيرات السياحة في هذا المجال نذكر ما يلي:

- رفع مستوى المعيشة للمجتمعات والشعوب وتحسين نمط حياتهم؛

- إيجاد تسهيلات ترفيهية وثقافية لخدمات المواطنين إلى جانب الزائرين؛
- تطوير الأماكن الخدمات العامة بدولة المقصد السياحي؛
- رفع مستوى الوعي بالتنمية السياحية لدى فئات واسعة من المجتمع.
- يعتبر البعد الاجتماعي للسياحة أحد مكونات المنتج السياحي في البلدان السياحية، وأيضا كعنصر أساسي في عملية التنمية السياحية.

جـ. مساهمة الصناعة السياحية في التنمية الثقافية: تساهم السياحة في تنمية وتطوير عديد الجوانب الثقافية للمجتمع، منها ما يلي:

- تنمية الوعي الثقافي لدى المواطنين؛
- توفر التمويل اللازم للحفاظ وصون التراث للمباني والمواقع الأثرية و التاريخية؛
- تنمية عملية تبادل الثقافات والخبرات والمعلومات بين السائح والمجتمع المضيف؛

فمن خلال السياحة يمكن تعلم ثقافة مختلف المناطق، وبالتالي يزداد التفاهم المشترك والاحترام وتلاقي القيم والعادات قبولا من الجانبين وتخلق روح الوحدة بين المجتمعات، وتقريب المسافات الثقافية بينهم، إضافة إلى أن السياحة تمكن من معرفة ماضي الشعوب وتاريخها وحماية التراث التاريخي والحضاري للشعوب مما يزيد من حركة الاتصال والتواصل فيما بينها، مما قد يؤدي لتطوير السياحة المحلية في الكثير من دول العالم،

كما توفر السياحة الحوافز وتساعد على دفع تكاليف المحافظة على المواقع الأثرية والتاريخية، والتي إذا لم يتم الحفاظ عليها ستتعرض للدمار والتدهور، وبالتالي إلى ضياع التراث التاريخي للمنطقة، إضافة إلى ما يلي [20]:

– المحافظة على الموروثات التاريخية والثقافية والأنماط المعمارية المعاصرة المميزة.
– إحياء الفنون والمناسبات التقليدية والصناعات التقليدية وبعض مظاهر الحياة المحلية.
– تساعد العائدات السياحية مختلف المتاحف والمرافق الثقافية المختلفة مثل المسارح، كذلك تنظيم المهرجانات والمناسبات الثقافية كونها عناصر جذب للسياحة الداخلية والخارجية.
– دعم التبادل الثقافي بين المجتمعات (السياح والسكان).

د. مساهمة الصناعة السياحية في التنمية البيئية:

السياحة البيئية هي عملية تعلم وثقافة بمكونات البيئة، وبذلك فهي وسيلة لتعريف السياح بالبيئة والانخراط بها، بالإضافة إلى ما يلي:

- المحافظة على العناصر البيئية المختلفة لتحقيق التنمية السياحية المستدامة؛ حيث تساعد السياحة على تحقيق استغلال أمثل للموارد الطبيعية وتدفع للمحافظة عليها وعدم إساءة استخدامها، باعتبارها ثروة وطنية، كذلك تدفع النشاطات السياحية على تنظيم وتخطيط وتحديث استخدامات الأرض بالشكل الذي يحقق أقصى منفعة مع الاهتمام بالبيئة وبالبعد الجمالي للمعطيات، سواء كانت طبيعية أم من صنع الإنسان،
- تحقيق إدارة جيدة للنفايات للتخلص منها بشكل عملي سليم؛ إذ توفر السياحة الحوافز لتنظيف البيئة من خلال مراقبة الهواء، الماء، التلوث، الضجيج، معالجة النفايات، كما تساهم السياحة في تحسين الصورة الجمالية للبيئة من خلال برامج تنسيق المواقع، والتصاميم الإنشائية المناسبة، استخدام اللوحات التوجيهية وصيانة المباني.

3-2 استدامة القطاع السياحي الجزائري:

يتضمن هذا العنصر مجموعة من المفاهيم المرتبطة بالتنمية السياحية، استدامة السياحة، ومبادئ الاستدامة في مجال التنمية السياحية.

3-2-1 مفهوم التنمية السياحية المستدامة:

يتناول هذا الجانب تعريف التنمية السياحية والتنمية السياحية المستدامة ، كما يلي:

أ. التنمية السياحية:

تعد التنمية السياحية هي أحدث ما ظهر من أنواع التنمية العديدة، وهي بدورها متغلغلة في كل عناصر التنمية المختلفة، وتكاد تكون متطابقة مع التنمية الشاملة، فكل مقومات التنمية الشاملة هي مقومات التنمية السياحية، وتمثل التنمية السياحية " مختلف البرامج، التي تسعى إلى تحقيق الزيادة المستقرة، والمتوازنة في الموارد السياحية، وتعميق، وترشيد إنتاجية القطاع السياحي" [(21)]. وبالتالي، فهي تنطوي على الارتقاء، والتوسع بالخدمات السياحية، واحتياجاتها؛ الأمر الذي يتطلب رسم برامج تخطيط، تستهدف تحقيق أكبر معدل ممكن من النمو السياحي، بأقل تكلفة ممكنة، وفي أقصر زمن متاح.

تكتسب التنمية السياحية أهمية متزايدة، كونها تؤمن موارد مالية إضافية للسكان وتعمل على تحسين ميزان المدفوعات، فهي تمثل إحدى الصادرات الهامة غير المنظورة، وعنصرا أساسيا في عناصر النشاط الاقتصادي [22].

ب. استدامة التنمية السياحية:

تعرف التنمية السياحية المستدامة: بأنها هي التي تلبي احتياجات السياح والمواقع المضيفة، إلى جانب حماية وتوفير الفرص للمستقبل؛ كما أنها تمثل: جملة القواعد المرشدة في مجال إدارة الموارد، بطريقة تتحقق فيها متطلبات المسائل الاقتصادية، والاجتماعية، والثقافية، ويتحقق معها التكامل الثقافي، والعوامل البيئية، التنوع الحيوي، ودعم نظم الحياة [23].

وتمثل السياحة المستدامة نقطة التلاقي ما بين احتياجات الزوار والمنطقة المضيفة لهم، مما يؤدي إلى حماية ودعم فرص التطوير المستقبلي بحيث يتم إدارة جميع المصادر بطريقة توفر الاحتياجات الاقتصادية والاجتماعية، ولكنها في الوقت ذاته تحافظ على الواقع الحضاري والنمط البيئي الضروري والتنوع الحيوي وجميع مستلزمات الحياة وأنظمتها [24].

فيترتب عن استدامة التنمية السياحية مستدامة تنوع الأنظمة البيئية الموجودة؛ لأنها تمثل غالبا القاعدة الأساسية التي يقوم عليها هذا النشاط. وعلى هذا النحو، فهي تمثل عملية تغيير، يكون فيها استغلال الموارد، واتجاه الاستثمارات، ووجهة التطور التكنولوجي، والتغير المؤسساتي أيضا في حالة الانسجام، وتعمل على تعزيز إمكانية ربط الحاضر، والمستقبل لتلبية الحاجات الأساسية للسياح [25].

ويرى الإتحاد الأوروبي للبيئة والمتنزهات القومية التنمية السياحية المستدامة على أنها نشاط يحافظ على البيئة ويحقق التكامل الاقتصادي والاجتماعي ويرتقي بالبيئة المعمارية، كما تعرف على أنها التنمية التي تقابل وتشبع احتياجات السياح والمجتمعات الضيفة الحالية وضمان استفادة الأجيال المستقبلية، كما أنها التنمية التي تدير الموارد بأسلوب يحقق الفوائد الاقتصادية والاجتماعية والجمالية مع الإبقاء على الوحدة الثقافية واستمرارية العمليات الإيكولوجية والتنوع البيولوجي ومقومات الحياة الأساسية [26].

وقد بينت تجارب البلدان المتقدمة أن ثمة وعيا متزايدا بضرورة جعل السياحة مستدامة وضمان مساهمتها في التنمية المستدامة. وقد اعتبر أن التمتع برؤية طويلة الأجل وبإستراتيجية شاملة ونهج شمولي وجامع مسألة أساسية لتطوير قطاعات السياحة المستدامة كما أنه من الضروري وجود سلطة مكرسة للسياحة يمكنها وضع مثل هذه الرؤية وتنفيذ السياسات الوطنية للتنمية السياحية.

3-2-2 مبادئ وأهداف التنمية السياحية المستدامة:

إن الاهتمام المتزايد بالسياحة دفع إلى تعاظم دورها في التنمية من حيث تشجيع الاستثمار في إنشاء المشروعات السياحية في إطار الإعفاءات الضريبية على واردات السياحة، كما ستوفر فرصا مهمة لمساهمة الدول في إنشاء مشاريع البنى التحتية، خاصة في ظل مفهوم الاستدامة، وتتمثل مبادئ وأهداف التنمية السياحية المستدامة في النقاط التالية [27]:

أ. حماية البيئة وزيادة التقدير والاهتمام بالموارد الطبيعية والموروثات الثقافية للمجتمعات؛

ب. تلبية الاحتياجات الأساسية للعنصر البشري والارتقاء بالمستويات المعيشية؛

ت. تحقيق العدالة بين أفراد الجيل الواحد وبين الأجيال المختلفة، من حيث الحق في الاستفادة من الموارد البيئية والدخول؛

ث. إيجاد فرص جديدة للاستثمار وبالتالي توفير فرص عمل جديدة وتنوع الاقتصاد؛

ج. زيادة مداخيل الدولة من خلال فرض الضرائب على مختلف النشاطات السياحية؛

ح. تحسين البنى التحتية والخدمات العامة في المجتمعات المضيفة؛

خ. الارتقاء بمستوى تسهيلات الترفيه وإتاحتها للسياح والسكان المحليين على حد سواء؛

د. الارتقاء بالوعي البيئي والقضايا البيئية لدى السياح والعاملين والمجتمعات المحلية؛

ذ. مشاركة المجتمعات المحلية في اتخاذ قرارات التنمية السياحية، وبالتالي خلق تنمية سياحية مبنية على المجتمع؛

ر. التشجيع على الاهتمام بتأثيرات السياحة على البيئة والمنظومة الثقافية للمقاصد السياحية؛

ز. إيجاد معايير للمحاسبة البيئية والرقابة على التأثيرات السلبية على السياحة؛
س.الاستخدام الفعال للأرض وتخطيط المساحات الأرضية بما يتناسب مع البيئة المحيطة.

4- ضمان الجودة في الصناعة السياحية الجزائرية.

تمثل الجودة أحد السبل الفعالة التي يمكن من خلالها تعزيز تنافسية الصناعة السياحية الجزائرية، ففي ظل توفر مقومات العرض السياحي للجزائر، باعتبارها ذات طبيعة خلابة، وتمتلك موارد طبيعية وإمكانيات سياحية جذابة، إضافة إلى الموروث الثقافي والحضاري الذي تتميز به.

ويعتبر دعم الدولة لمنظومة السياحة عاملا مهما في نجاح إستراتيجية التنافس بالجودة في هذا المجال، كما أن تحويل ثقافة المجتمع الجزائري نحو ثقافة "جودة خدمة السياح" يكون من خلال الاستثمار في المورد البشري، وتنميته روح المسؤولية اتجاه جودة السياحة لديه، باعتبار أن الصناعة السياحية تعتمد أساسا على المورد البشري في تلبية متطلبات الزبون المتنوعة والمتعددة.

وفي هذا الصدد، سيتم استعراض مضمون الإستراتيجية المتبعة للتنمية السياحية في الجزائر، وكذلك مخطط الجودة في الصناعة السياحية الجزائرية.

4-1 الإستراتيجية المتبعة للتنمية السياحية في جزائر:

لقد أعطت الدولة خلال العشرية الأخيرة اهتماما كبيرا بقطاع السياحة نظرا لأهميته الاقتصادية والاجتماعية على السواء، فلجأت إلى وضع جهاز تشريعي يحدد كيفيات التنمية المستدامة لهذا القطاع والقوانين الخاصة باستغلال الشواطئ وكذا مناطق التوسع السياحية.

وقد قررت الدولة خوصصة القطاع من خلال توجيه نداء للمستثمرين الذين يتعاملون مع الوكالة الوطنية للتنمية السياحية، وتؤكد مختلف الإجراءات المتخذة في هذا الصدد ضرورة الارتقاء بهذا القطاع إلى مصاف القطاعات المساهمة في زيادة الثروة ولذلك تسييره عقلانيا.

ويعتبر مخطط التهيئة السياحية جزءا لا يتجزأ من المخطط الوطني لتهيئة الإقليم وإطار استراتيجي مرجعي لسياسة السياحة في الجزائر التي من خلالها تقوم الدولة بالآتي [28]:

- عرض رؤيتها حول تطور السياحة على مستوى آفاق زمنية مختلفة، سواء على المدى القصير على المدى المتوسط أو على المدى الطويل في إطار التنمية المستدامة، من أجل جعل الجزائر بلد مستقبل؛
- تحديد وسائل وضعه حيز التنفيذ وتحديد شروط قابلية تجسيده؛
- ضمان توازن الإنصاف الاجتماعي والفعالية الاقتصادية وحماية البيئة في إطار التنمية المستدامة ؛
- تقويم الثروة الطبيعية والثقافية والتاريخية للبلاد ووضعها في خدمة السياحة الجزائرية، من أجل رفعها إلى صف الوجهات السامية في المنطقة الأوربية المتوسطية.

ويرتكز المخطط الوطني لتهيئة الإقليم على خمسة ديناميكيات [29]:

- تقويم وجهة "الجزائر" لتعزيز جلب فرص الاستثمار والتنافس؛
- تنمية الأقطاب والقرى السياحية السامية وذلك بترشيد الاستثمار؛
- إعداد برنامج جودة سياحية؛
- تنسيق العمل وذلك بتعزيز السلسلة السياحية وإقامة شراكة عمومية وخاصة؛
- تحديد ووضع حيز التنفيذ مخطط تمويل عملي، من أجل دعم النشاطات السياحية وكذا المطورين وجلب كبار المستثمرين والمتعاملين.

كما حدد المخطط الوطني لتهيئة الإقليم سبعة مناطق سياحية كبرى وفقا للمؤهلات الخاصة بكل منطقة من التراب الوطني: المنطقة الشمالية/ وسط ،المنطقة الشمالية/ شرق 1، المنطقة الشمالية/ شرق 2، المنطقة الغربية، منطقة الهضاب العليا، منطقة الجنوب، منطقة الصحراء الكبرى [30].

4-2 المخطط الوطني لجودة الصناعة السياحة في الجزائر:

يركز المخطط الوطني للتنمية السياحية على وضع حيز التنفيذ "مخطط جودة السياحة" لتطوير الجودة في صناعة السياحة الوطنية. وقد بادرت الحكومة في هذا

السياق بوضع مقاربة وطنية تهدف الى الاعتراف بجودة الخدمة المقدمة من طرف مهنيي قطاع السياحة، من خلال نشر "مخطط جودة السياحة" (PQTA*) [31].

ويهدف هذا المخطط إلى جمع كل مهنيي السياحة الذين يلتزمون طواعية بمقاربة جودة تخضع لمتطلبات الزبائن حول علامة وطنية للجودة [32]، أخذا في الاعتبار تحقيق الغايات التالية [33]:

أ. تعزيز القدرة التنافسية الوطنية من خلال دمج مفهوم الجودة في جميع مشاريع تنمية المؤسسات السياحية وبالتالي تحقيق احترافية أكبر؛

ب. تثمين المناطق السياحية وخلق استدامة للعرض السياحي الجزائري من خلال وضوح الرؤية وتحسين الجودة للسياح؛

جـ. العمل على استفادة المؤسسات السياحية المشاركة في هذه العملية عن طريق تقديم المساعدة والأدوات اللازمة لتنميتها، بما في ذلك مرافقتها في عمليات الترميم وإعادة التأهيل والتحديث و التوسيع والتكوين؛

د. ضمان ترويج مميز للمتعاملين المشاركين في المقاربة الخاصة بالجودة، من خلال إدماجهم في شبكة المؤسسات التي تحمل علامة "جودة السياحة الجزائرية"، عن طريق ضمان أفضل اندماج في القنوات التجارية.

ووفق مقاربة شاملة ومتكاملة؛ فمفهوم الجودة يشمل مختلف مستويات الإنتاج السياحي، وعلى هذا الأساس يأخذ مخطط جودة السياحة في الاعتبار العرض السياحي في مجمله، ويغطي جميع الأنشطة السياحية الموجودة على التراب الوطني (الاستقبال، الإسكان والمطاعم والنقل، التنشيط، الترفيه ...). وبالتالي فالأنشطة السياحية والمهن المعنية تتمثل فيما يلي: الفندقة، الإطعام، منظمي الرحلات السياحية، الحمامات المعدنية والمعالجة بمياه البحر، الناقلون (شركات الطيران وتأجير السيارات، ...)، الدليل السياحي، الدواوين السياحية ومكاتب الإعلام و التوجيه، مناطق العبور (الموانئ والمطارات).

وفي إطار هذا البرنامج يتم منح العلامة الوطنية "جودة السياحة الجزائر"، المرتكزة على الامتياز، لجميع المؤسسات السياحية المعنية التي تحترم شروط العضوية التالية [34]:

- مطابقة معايير الجودة؛
- متابعة مقاربة جودة تستند إلى مراقبة خارجية، تضمن التحسين المستمر لجودة الخدمات وبالتالي ضمان علامة جودة موثوق بها للزبائن والحفاظ على مصداقية علامة "جودة السياحة الجزائر" التي تم الحصول عليها؛
- إنشاء خلية دائمة مسؤولة عن المحاسبة الداخلية؛
- ضرورة الخضوع لشروط الاستغلال وممارسة النشاط؛
- الامتثال لقواعد النظافة والأمن؛
- الاندماج في المحيط البيئي؛
- وضع حيز التنفيذ نظام للتكفل ومعالجة الشكاوى المقدمة من الزبائن.

5- سمات وآفاق الشراكة الجزائرية الإفريقية:

يمكن فهم معنى الشراكة الأفرو جزائرية واهدافها من خلال أهمية القارة الافريقية بالنسبة للجزائر وكذا من توجهات نشاطها الدبلوماسي الجزائري المخضرم ودورها المحوري المتميز والمرتبط بثوابث السياسة الخارجية الجزائرية تجاه العالم وافريقا وقضاياها تحديدا من خلال حركيتها ونشاطها عبر آليتي النيباد ومنظمة الاتحاد الافريقي. والاهداف التي تتوخى تحقيقها الجزائر من وراء ذلك على الصعيد القاري.

تنبثق الشراكة الافرو-جزائرية من الاطار العام للشراكة الجديدة من أجل تنمية أفريقيا وأهدافها وأولياتها من جهة، ومن مقاصد منظومة الاتحاد الأفريقي من جهة أخرى، بالإضافة الى متغيرات تراجع مداخيل المحروقات وتوجه الجزائر الى تجسيد ارتباطها التجاري والاقتصادي بدول القارة لزيادة مداخليها خارج المحروقات، فضلا عن انشغالاتها الأمنية في إفريقيا. واذا كانت الشراكة الجديدة من أجل تنمية أفريقيا المعروفة اختصارا بـ NEPAD. الإطار النظري والاستراتيجي الذي اعتمده القادة الأفارقة من أجل التصدي للفقر والتخلف والارهاب ومسبباته المنتشر في ربوع القارة الأفريقية، تمثل الخيار التنموي

للقارة لبلوغ الاستقرار والأمن، فإن منظمة الاتحاد الأفريقي سليل منظمة الوحدة الأفريقية السابقة يمثل بالنسبة للجزائر الى جانب النيباد أيضا الإطار المؤسساتي الأمثل الذي يعنى بمشاكل القارة وانكشافاتها الأمنية الشاملة [35].

5-1 تاريخ الشراكة الجزائرية الإفريقية:

تعتبر الجزائر من الدول السباقة في إقامة علاقات مع الدول الإفريقية، وضمن سياق تنافسي إقليمي ودولي في المجال الإفريقي، تحاول الجزائر نسج علاقات دبلوماسية خاصة في بعدها الاقتصادي والثقافي، وبدأت ملامح هذه العلاقة تظهر منذ ستينيات القرن العشرين، حيث قامت الجزائر بدعم حركات التحرر، ومناهضة الاستعمار الأجنبي للدول الإفريقية، لتعزز هذه العلاقات في الثمانينيات من نفس القرن، من خلال دعم الاستقلال وإيجاد سبل التطور والنهوض بهذه الدول، مع التركيز على توطيد العلاقات الاقتصادية وبناء حوار اقتصادي ثقافي لتحقيق التنمية [36].

ولقد توطدت العلاقات الإفريقية الجزائرية ذات البعد الاقتصادي منذ عقد مبادرة النيباد، التي أولت أهمية في جانب منها للمجال الطاقوي، كونه من أهم القطاعات الحيوية في القارة الإفريقية التي تدعم عملية التنمية، والجزائر من خلال هذه المبادرة أعلنت عن مجموعة المشاريع والاستثمارات التي لازالت ضمن الأولويات المسطرة في العلاقات الاقتصادية الإفريقية الجزائرية، وتوجه الجزائر نحو المجال الطاقوي يعود إلى ضعف المبادلات التجارية وعدم القدرة على الاستثمار في مشاريع أخرى في القارة. لذلك فقد ركزت الجزائر على الاستثمار في المجال الطاقوي، وعلى وجه الخصوص الغاز والهيدروكربون والبنى التحتية للطاقة على غرار أنابيب البترول والغاز، والطرقات، خاصة الثلاث مشاريع التي أطلقتها ضمن مبادرة النيباد، وتسعى الجزائر إلى زيادة نسبة استثمارها في هذا المجال، على الرغم من التحديات التي تواجهها، سواء ما ارتبط بالمنافسة الإقليمية والدولية، أو ما تعلق بالتحديات الأمنية الإقليمية [37].

وقد تَم وضع رؤية استراتيجية من أجل تحقيق التنمية في إفريقيا تمتد إلى غاية عام2065، وتعتبر الجزائر طرف فعال فيها، ومن أكثر الدول تحكما في أهداف هذه الرؤية التي ترتكز بشكل كبير على ترقية المؤهلات الاقتصادية في القارة خاصة تلك التي

ترتبط بسياسات التصنيع، فمشكلة إفريقيا تكمن في عدم امتلاكها لما يعرف بلوجيستيك التصدير، وبالتالي تشكل الجزائر بوابة بالنسبة للقارة الإفريقية مما يجعلها تستعمل هذه الورقة لتوطيد العلاقات الإفريقية الجزائرية الاقتصادية [38].

5-2 مجالات الشراكة الجزائرية الإفريقية:

أبرمت الجزائر من خلال مبادرة النيباد مجموعة من المشاريع المرتبطة بالبنى التحتية وتتمثل في الآتي [39]:

- مشروع خط الأنابيب عبر الصحراء الذي ينقل الغاز الطبيعي من نيجيريا إلى الأسواق الأوروبية عبر الجزائر؛
- الخط البري لاغوس ما بين نيجيريا والجزائر، ويمر عبر مجموعة من الدول الافريقية؛ خط الألياف البصرية الذي يسهل من عملية تبادل الخبرات والمعلومات، والتي يستفيد منها المجال الطاقوي بطريقة أو بأخرى.
- ويعتبر مشروع خط الأنابيب نيغال من أهم المشاريع، كونه مشروع جزائري–نيجيري انبثق عن توقيع مذكرة تفاهم، بين شركة سوناطراك الجزائرية والشركة البترولية النيجيرية، واعتبر على رأس أولويات المشاريع التي تشجعها وترعاها مبادرة النيباد.
- وفي مجال التصدير والمبادلات للموارد الطاقوية بين الجزائر والدول الإفريقية، فالموارد الهيدروكربونية تعتبر من أهم الموارد التي يتم تصديرها وتبادلها، من خلال مؤسسة سوناطراك الجزائرية وفروعها في إفريقيا.

5-3 محددات الشراكة الجزائرية الافريقية :

هنالك العديد من الرهانات الهيكلية والتحديات الأمنية الداخلية والخارجية التي تهدد مسار استثمار الجزائر الطاقوي في إفريقيا، أهمها [40]:

- عدم الاستقرار الأمني لدول الجوار مما يؤثر على مسار قطاع الموارد الهيدركربونية في الجزائر محليا وإقليميا؛
- المنافسة الاقليمية للدور الجزائري، خاصة من طرف المغرب الأقصى الذي يعد الشريك الاقتصادي لمالي؛
- النفوذ الفرنسي في منطقة الساحل الإفريقي.

5-4 حالة الشراكة بين الجزائر وجنوب إفريقيا:

تعمل كل من الجزائر وجنوب افريقيا على تطوير علاقات التعاون الاقتصادي فيما بينهما، والرفع من فرص التجارية والاستثمارية من خلال البرامج الطموحة للشراكة وتنويعها خاصة مع فتح خط طيران مباشر بين البلدين. ومن بين المجالات التي هي موضوع للشراكة بين البلدين نجد السياحة، البيتروكيماويات، الصناعة والتعدين؛ وتجدر الإشارة إلى أن جنوب إفريقيا تعتبر أكبر شريك تجاري للجزائر من بين الدول الإفريقية الأخرى [41].

6- الخاتمة:

عالج هذا البحث موضوع الجودة في مجال الخدمات السياحية المختلفة كمدخل لاستدامة المنظومة السياحية على المستوى الوطني ومن ثم كاستراتيجية مستقبلية للشراكة مع إفريقيا، وذلك من خلال دراسة نظرية تحليلية لمختلف الجوانب المرتبطة به، وتم التوصل بذلك إلى مجموعة من الاستنتاجات، كما يلي:

- ينظر للسياحة من زوايا مختلفة، باعتبارها نشاط اقتصادي يحقق إيرادات مالية مهمة نتيجة سفر وتنقل الأشخاص بهدف إشباع حاجات معينة، وباعتبارها شكل من أشكال الخدمات ينتج عنها تقديم جملة من المنافع للسياح، وباعتبارها كذلك صناعة تتضمن مزيجا مركبا من الأنشطة والخدمات، وتكون ذات علاقة مباشرة وغير مباشرة مع بقية القطاعات الاقتصادية في الدولة؛

- تلعب السياحة دروا مهما في الحركية الاقتصادية وتساهم بشكل إيجابي في دفع عجلة التنمية المحلية، وتعزز مختلف أبعاد التنمية الوطنية المستدامة؛

- يرتبط التنافس في مجال الصناعات السياحية بالتغيرات على المستوى العالمي، إذ لا ينحصر في الحدود الإقليمية للدولة فقط؛

- توفر المقومات الطبيعية التي تعزز الصناعات السياحية غير كاف؛ بل كفاءة استخدام الموارد السياحية والقدرة على الاستجابة لمتطلبات السياح هو عامل حرج في نجاح المنظومة السياحية بالدولة؛

– يوجد تباين بين مفاهيم الجودة وأبعادها في مجال الصناعة السياحية مقارنة بالأنشطة الاقتصادية الأخرى، نظرا لخصوصيات الخدمة السياحية وارتباطها بعدد كبير من الخدمات الأخرى، ومختلف الصناعات ذات الصلة؛

– تبني ثقافة الجودة في م جال الصناعة السياحة ذو أهمية كبيرة ، بالنظر إلى خصوصية الزبائن من حيث تنوع أجناسهم، ثقافاتهم، معتقداتهم وكذلك سلوكياتهم الاجتماعية؛

– التنافس بالجودة في مجال صناعة السياحة له بعد استراتيجي يرتبط – إلى حد كبير– باهتمام الدولة بتطوير وتأهيل المنظومة السياحية الجزائرية، ووعي المجتمع ومساهمته في المحافظة على جاذبية العرض السياحي وال محافظة على مقوماته؛

– تمثل استراتيجية الجودة في الخدمة السياحية دعامة رئيسية لاستدامة القطاع السياحي الجزائري، وتعزيز مساهمته في الاقتصاد الوطني.

7– المراجع:

(1) أنظر: عثمان محمد غنيم ونبيل سعد، التخطيط السياحي، دار الصفاء للنشر والتوزيع ،الأردن، ط1، 2001 ، ص: 27.

(2) أنظر: أحمد محمود مقابلة، صناعة السياحة، دار كنوز المعرفة، 2007، ص: 26 .

(3) Robert. L, Le tourisme international .que sais je ?. 5eme édition .Paris : Presses universitaires. 1993.p10.

(4) أنظر: كمال درويش، محمد الحماحمي، رؤية عصرية للترويح وأوقات الفراغ، مركز الكتاب للنشر، مصر، 1997 ، ص 249.

(5) درويش ريان، الاستثمارات السياحية في الأردن، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر، الجزائر، 1997، ص 25.

(6) أنظر: عثمان محمد غنيم ونبيل سعد، مرجع سابق، ص: 27.

(7) هدير عبد القادر، واقع السياحة في الجزائر وآفاق تطورها، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر، 2005/ 2006.

(8) أنظر: محمد خميس الزوكة، صناعة السياحة: من المنظور الجغرافي، دار المعرفة الجامعية، مصر، 1992، ص 07.

(9) راجع:

– سعيد محمد المصري، إدارة وتسويق الأنشطة الخدمية – المفاهيم و الإستراتيجيات –، الدار الجامعية، مصر، 2001.

– أحمد ماهر وعبد السلام أبو قحف، تنظيم وإدارة المنشآت السياحية والفندقية، المكتب العربي، الطبعة الثانية، مصر.

(10) أنظر: عبد الهادي الرفاعي، دراسة إحصائية لواقع السياحة في سورية، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية، سلسلة العوم الاقتصادية والقانونية، جامعة تشرين، سوريا، المجلد 27، العدد 1، 2005. ص 12.

(11) أنظر: مشروع التقرير حول مساهمة من أجل إعادة تحديد السياسة السياحية الوطنية – المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي – الدورة السادسة عشر، نوفمبر2000 ، ص 14.

(12) أنظر: غنيم عثمان محمد، التخطيط السياحي و التنمية السياحية، دار صفاء للنشر و التوزيع، ص 543 .

(13) أنظر: محمد سليمان جرادات وهواري معراج، السياحة وأثرها في التنمية الاقتصادية العالمية: حالة الاقتصاد الجزائري، مجلة الباحث، جامعة ورقلة، الجزائر، عدد 01، 2004، ص ص 22–23.

(14) الإستراتيجية السياحية العربية، ص 21.

(15) أنظر: سعد بن عبد الرحمن القاضي، الرؤية المستقبلية لنظم ضمان الجودة في السياحة في المملكة العربية السعودية، ملتقى الجودة الأول بمنطقة عسير "الجودة في صناعة السياحة"، المملكة العربية السعودية، 2004، ص ص1–2.

(16) أنظر: حميد الطائي، أصول صناعة السياحة، مؤسسة الوراق، الأردن، ط2001/1، ص 36.

(17) www.algeriantourism.com/articles.

(18) أنظر: زيد منير عبوي، السياحة في الوطن العربي دراسة لاهم المواقع السياحية العربية ،الطبعة الاولى ،دار الراية للنشر و التوزيع، الأردن، 2007، ص 43.

(19) أنظر :

- زايد مراد، السياحة كصناعة في الاقتصاد الوطني، حالة الجزائر، الملتقى الدولي : اقتصاديات السياحة و دورها في التنمية المستدامة، جامعة محمد خيضر بسكرة الجزائر، 2010، ص09.
- Ministère du tourisme: op-cit, horizon 2013, p.4.
- Ministère du tourisme: plan d'action pour le développement durable du tourisme en Algérie, 2013, p.4.
- www.algeriantourism.com/articles.
- www.alsabaah.com

(20) Ministère du tourisme: plan d'action pour le développement durable du tourisme en Algérie, horizon 2010, p. 8.

(21) أحمد الجلاد، السياحة المتواصلة البيئية، عالم الكتاب، ط 1، مصر، 2002، ص 43.

(22) موفق عدنان، أساسيات التمويل والاستثمار في صناعة السياحة، ط1، الوراق للنشر و التوزيع، ،عمان الأردن، 2010 ، ص 14.

(23) صلاح الدين خربوطلي، السياحة المستدامة، دار الرضا للنشر، الطبعة الأولى، سوريا، 2004، ص 23.

(24) عصام حسن السعيدي، الدلالة و الإرشاد السياحي، ط1، دار الراية للنشر و التوزيع، الأردن ،2008، ص 127.

(25) أحمد الجلاد، مرجع سابق، ص 51.

(26) محمد إبراهيم عراقي و فاروق عبد النبي عطا الله، التنمية السياحية المستدامة في جمهورية مصر العربية " دراسة تقويمية بالتطبيق على محافظة الإسكندرية" ، المعهد العالي للسياحة والفنادق والحاسب الآلي ، مصر، ص 4.

(27) نفس المرجع ، ص ص 5-6.

(28) أنظر : العابد سميرة، لعراف فايزة، صناعة السياحة في الجزائر: الواقع وسبل النهوض، ملتقى وطني حول: فرص ومخاطر السياحة الداخلية في الجزائر، جامعة باتنة، 2012، ص 10.

(29) أنظر : لحسن عبد القادر، إستراتيجية تنمية مستدامة للقطاع السياحي في الجزائر على ضوء ما جاء به المخطط التوجيهي للهيئة السياحية لآفاق 2025، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، جامعة ورقلة العدد 02، 2012، ص ص 181-182

(30) سماعيني نسيبة، دور السياحة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الجزائر، مذكرة ماجستير، جامعة وهران، الجزائر، 2014، ص 152.

(*) Plan Qualité Tourisme Algérie.

(31) http://www.mta.gov.dz/site_relooke/ar/pothentialitesTour.php.

(32) عمر حوتية، واقع قطاع السياحة في الجزائر وآفاق تطويره، مجلة الحقيقة، جامعة أدرار، الجزائر، العدد 29، ص 414

(33) http://qualitetourisme.ccm-cg.net/ar/مخطط-جودة-السياحة-الجزائرية

(34) http://qualitetourisme.ccm-cg.net/ar/-العلامة-التجارية-جودة-السياحة-الجزائرية.

(35) حمزة سالم، توجهات الكيان الإسرائيلي وانعكاساتها على الشراكة الأفروجزائرية، الملتقى الدولي : الجزائر وافريقيا من دعم الحركات التحررية إلى بناء شراكات إستراتيجية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قالمة، الجزائر، 30 – 31 أكتوبر 2017.

(36) فني كنزة، البعد الاقتصادي في العلاقات الإفريقية الجزائرية: نحو الاستثمار في المجال الطاقوي. الملتقى الدولي : الجزائر وافريقيا من دعم الحركات التحررية إلى بناء شراكات إستراتيجية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قالمة، الجزائر، 30 – 31 أكتوبر 2017.

(37) فني كنزة، نفس المرجع.

(38) فني كنزة، نفس المرجع.

(39) فني كنزة، نفس المرجع.

(40) مسيح الدين تسعديت، تقيم الدور الاقليمي للجزائر على ضوء غدارة النزاع في مالي : المكاسب والتحديات، الملتقى الدولي: الجزائر وافريقيا من دعم الحركات التحررية إلى بناء شراكات إستراتيجية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قالمة، الجزائر، 30 – 31 أكتوبر 2017.

(41) عبد الكريم هشام، محددات الشراكة بين الجزائر وجنوب إفريقيا وسبل تطويرها، الملتقى الدولي: الجزائر وافريقيا من دعم الحركات التحررية إلى بناء شراكات إستراتيجية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قالمة، الجزائر، 30 – 31 أكتوبر 2017.