

دور المؤسسات الفندقية في دعم التنمية المحلية

The role of hotel institutions in supporting local development



رابحي ايمان*

جامعة الجلفة

Imamag3@gmail.com

تاريخ الاستلام: 2023/02/15 تاريخ القبول 2023/04/25 تاريخ النشر 2023/05/14



ملخص:

في ظل تحقيق تنمية محلية تعتبر المؤسسات الفندقية من بين اهم متطلباتها، وبغض النظر عن أساليب ودوافع التنمية المحلية فان الفنادق مورد رئيسي لمناصب الشغل وجذب السياح والتعريف بالمنطقة بعاداتها وتقاليدها وفك العزلة عنها، ولقد ساهمت السياسات الحكومية في دعم هذا التوجه ما نجم عنه التفكير في اقامة مشاريع جديدة وفتح باب الاستثمار بأنواعه كما تعتبر مصدر دخل للتخزين العمومية وزيادة إيراداتها.

الكلمات المفتاحية: المؤسسات الفندقية، التنمية المحلية، الخدمة الفندقية.

Abstract:

With local development, hotel establishments are among the most important requirements. and regardless of the methods and motives of local development, hotels are a major resource for positions of occupancy, attracting tourists, familiarizing the region with its customs and traditions, and de-isolating them, Government policies have supported this trend, resulting in the development of new enterprises and the opening of investment of all kinds. They are also a source of income for the public treasury and increase its revenues.

key words: Hotel establishments, local development, hotel service.

* المؤلف المراسل

مقدمة:

يزداد اهتمام الحكومات والفاعلين بموضوع السياحة اعترافا وادراكا لدورها الاستراتيجي والاساسي في تحقيق التنمية المحلية وما يترتب عن ذلك من سياسات، إجراءات وقرارات تتخذها لتأمين هذا الدور ولا ينحصر هذا الاهتمام في البلدان المتطورة والمتقدمة في هذا المجال فقط، بل يتعدى ذلك ليشمل الدول السائرة في طريق النمو، خاصة وأنها تبحث بشكل مستمر على إيجاد الصيغ الاقتصادية والترويجية المناسبة لتفعيل وتنشيط دور هذا القطاع.

يعتبر القطاع السياحي من القطاعات الاقتصادية الاستراتيجية ويعد من أبرز القطاعات التي توفر مداخيل بالعملة الصعبة، الا ان قطاع السياحة لن يرسم له النجاح من غير التركيز على القطاع الفندقي كونه عامل جذب أساسي للسياح خاصة الأجانب، فالمؤسسة الفندقية بالنسبة للسائح هي الراحة والأمان، ولا يمكن القول بان النشاط السياحي يتأسس في غياب الخدمات الفندقية التي تقدم كل ما يحتاجه المقيم من إيواء وطعام وراحة نفسية.

وامام هذا النجاح الذي حققته المؤسسات الفندقية والتي أظهرت فعاليتها كنمط سياحي متفوق في الجذب السياحي في العديد من الدول النامية والمتطورة يعتبر النشاط الفندقي من الأنشطة السياحية المهمة ذات الأثر الاقتصادي الكبير لكثير من دول العالم السياحية التي تمتلك ثروة سياحية هائلة.

وفي الفترة الحالية ظهر اهتمام كبير من طرف الجماعات المحلية بهذا النوع من المؤسسات، اذ خصصت لها برامج تنموية خاصة مكنتها من جذب السياح الأجانب وتعزيز قدرتها التنافسية في الأسواق الخارجية، ووعيا منها بالدور الذي يمكن للمؤسسات الفندقية ان تلعبه في التنمية المحلية والاقتصادية للبلد، اعطتها العديد من الدول مكانة معتبرة في سياساتها الاقتصادية، لذلك جاءت هذه الدراسة لمعالجة التساؤل الرئيسي التالي: كيف تساهم المؤسسات الفندقية في دعم التنمية المحلية؟، وللإجابة على

هذا التساؤل، تم تسليط الضوء على محورين أساسيين، يتناول المحور الأول المفاهيم النظرية للمؤسسات الفندقية ومتطلبات نجاحها، بينما يتطرق المحور الثاني الى مفهوم التنمية المحلية ودور المؤسسات الفندقية في دعمها.

المحور الاول: الإطار النظري للمؤسسات الفندقية

أولاً- المؤسسات الفندقية (التعريف والانواع)

1- تعريف المؤسسة الفندقية: حسب المادة 4 من المرسوم التنفيذي رقم 158/19 فانه يمكن تعريف المؤسسة الفندقية بانها: "كل مؤسسة ذات طابع تجاري، توفر للتأجير وحدات للإيواء في شكل غرف و أجنحة عند الاقتضاء، تستقبل زبائن مارين او مقيمين دون أن يتخذوها سكنا لهم، وتوفر لهم أساسا خدمات الإقامة مصحوبة بالخدمات المرتبطة بها ". (الرسمية، 19 ماي 2019)

حيث يمكن أن تزود المؤسسة الفندقية، بالنظر إلى تصنيفها ومكان وجودها بمرافق عديدة تقدم خدمات متنوعة وعديدة، يتفق الباحثون على تصنيفها الى نوعين رئيسيين من الخدمات، خدمات أساسية تمثل الايواء والإعاشة والترفيه، ومجموع هذه العناصر غير المادية التي تقدمها المؤسسة بشكل منفصل وتوفر الاشباع المطلوب لحاجات الزبائن والمقيمين تمثل جوهر الخدمة الفندقية، والمقياس الأساسي للحكم على نجاح المؤسسة الفندقية ومدى قدرتها على التغلب على المؤسسات الفندقية المنافسة، ثم يليها الخدمات المكملة وهي خدمات مساعدة تقدمها الفنادق لزيادة راحة المقيم وتلبية أكبر قدر ممكن من حاجاته أثناء الإقامة كالخدمات العلاجية، النوادي الرياضية، الخدمات البنكية، الخدمات المتعلقة برجال الاعمال والمؤتمرات والحفلات، وغيرها من الأنشطة المتعلقة بالجانب السياحي.

من جانب اخر يمثل العنصر المادي في النشاط الفندقي ذلك الجزء من المال المستثمر في الانشاءات والتجهيزات الفندقية التي تستحوذ على جانب كبير من راس المال المستثمر في المشروع حيث تصل نسبته الى 90% من راس المال، بينما توجه باقي النسبة

الى نفقات أخرى كالعناية والتشغيل، (قادري و مرابطي، 2016) حيث تولي المؤسسات الفندقية الحديثة عناية كبيرة لهندسة البناء، عدد الغرف وأماكن الاستقبال إضافة الى انشاء المسابح وقاعات الرياضة وتوفير وسائل ترفيه متميزة.

2- أنواع المؤسسات الفندقية: تعددت الفنادق في الدول السياحية واختلفت باختلاف طبيعة الخدمات المقدمة والاهداف التي ترغب في الوصول اليها، لتظهر بذلك أنواع مختلفة من الفنادق والهياكل السياحية، وبمعايير جديدة في التصنيف والترتيب. ويشار الى انه يجب التفريق بين تقسيم الفنادق الى أنواعها المختلفة وهو ما يطلق عليه التقسيم النوعي وتقسيم الفنادق الى درجات (نجوم) وهو ما يطلق عليه بالتصنيف الفندقي. (قادري و مرابطي، 2016) وحسب المادة 3 من المرسوم التنفيذي رقم 158/19 فان التقسيم النوعي للمؤسسات الفندقية في الجزائر يكون وفق ما يلي:

الجدول رقم (1): أنواع المؤسسات الفندقية وخصائصها

الانواع	الخصاص
الفندق Hotel	- غرف مجمعة للتأجير . - توفير خدمة الاطعام والتنشيط. - تصنف من نجمة واحدة الى خمس نجوم.
المنتجع السياحي Resorts	- مساحة أرضية معينة تتوفر على مرافق أساسية وهياكل، لها عدة اشكال: مجموعة فنادق، مجموعة شقق، شاليهات، بنغالوهات وتكون منعزلة او مجمعة. - توفر خدمات تجارية، اطعام، العاب رياضية، ترفيهية ووسائل الاستحمام. - تصنف من نجمة واحدة الى ثلاث نجوم.
إقامة فندقية	- وحدات للإيواء في شكل شقق منعزلة او مجمعة، مجهزة بمطابخ. - تتضمن خدمات تجارية، الاطعام والترفيه. - تصنف من نجمة واحدة الى ثلاث نجوم.
نزل Motel	- تستهدف بشكل أساسي مستعملي الطرقات، لذلك تتمركز حول محاور الطرقات.

<p>- تتشكل من وحدات للإيواء بشكل غرف مجمعة في مبنى واحد او في اجنحة منفصلة.</p> <p>- يصنف ابتداء من نجمة واحدة الى ثلاث نجوم.</p>	
<p>- مساحة أرضية كبيرة نوعا ما ومهيأة، تؤجر في شكل هياكل موجهة لاستقبال افراد التخييم.</p> <p>- تضم تجهيزات خفيفة ضرورية للإقامة بالإضافة الى خدمات صحية واطعام جماعي.</p> <p>- تصنف من نجمة واحدة الى ثلاث نجوم.</p>	<p>مخيم سياحي</p> <p>Tourist Camp</p>

المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على القانون المذكور أعلاه.

وحسب المادة 24 من المرسوم التنفيذي السابق، فانه يتم تجديد التصنيف كل خمس (5) سنوات، كما يمكن مراجعة التصنيف مع مراعاة الأحكام التالية:

- تأكيد التصنيف السابق؛
- إعادة التصنيف في رتبة أعلى عندما تتوفر المؤسسة الفندقية على كل الخصائص المشتركة لهذه الرتبة؛
- إسقاط التصنيف في رتبة أدنى بعد الإعدار، عندما لا تتوافق خصائص المؤسسة الفندقية مع شروط الرتبة المرتبطة بالتصنيف السابق؛
- يمكن مراجعة هذا التصنيف خلال هذه الفترة.

ثانيا- دور المؤسسات الفندقية وعوامل التأثير في نشاطها:

1- دور المؤسسات الفندقية: يعتبر النشاط الفندقي صناعة فرعية من صناعة السياحة بشكل عام، ونتيجة للتطور الخدمي الحاصل في هذا الفرع واعتماده على المورد البشري قبل، اثناء وبعد تقديم الخدمة، أصبحت المؤسسات الفندقية من الأنشطة السياحية كثيفة العمالة التي تستوعب الكفاءات البشرية المختلفة في جميع مجالات العمل السياحي، وتعمل على خلق فرص وظيفية متميزة. وعلى المستوى الميداني فان هذه الصناعة لوحدها مسؤولة بشكل مباشر عن توظيف 1.743.979 عامل في الولايات المتحدة الامريكية

لوحدها سنة 2022، بنسبة نمو قدرها 1% في خلال الفترة الممتدة من 2017 الى 2022، و ما يقارب 1.925.366 عاملا في الاتحاد الأوروبي سنة 2017 (IBISworld، 2022)، اما في الجزائر فقد شهد قطاع السياحة بفروعها الثلاث الفنادق، المقاهي والمطاعم توظيف ما يقارب 320000 عامل سنة 2019. (السياحة، www.mta.gov.dz)، من جانب اخر تركز المؤسسات الفندقية على مستوى جودة الخدمة وتعتمد على الكفاءات والمهارات البشرية في تقديمها وتسيير خططها التشغيلية ليصبح المورد البشري في النشاط الفندقي عنصرا هاما من عناصر المنافسة لإدارة هذه الفنادق، وهذا ما يفسر زيادة معدل دوران العمل في العديد من الفنادق التي تبحث باستمرار عن الكفاءات وتقديم العروض المغرية للالتحاق بالفندق وترك المنصب لدى المؤسسات الفندقية المنافسة. بالإضافة الى الأدوار السابقة أصبحت المؤسسات الفندقية حاليا تكتسي الأهمية التالية:

- المساهمة في نمو مناطق التوسع السياحي وتطويرها وتحسين خدماتها بفضل ما ينفقه السياح بها؛
- تشجيع الاستثمار في المشروعات الفندقية بما يساهم في استقطاب رؤوس الأموال لتنفيذ خطط التنمية المختلفة؛
- تنشيط الصناعات المختلفة ذات الارتباط المباشر او غير المباشر بالسياحة مثل النقل والبناء والحركة التجارية للمناطق السياحية؛
- تعزيز جودة الخدمات السياحية بشكل عام، فالسعي المستمر للمؤسسات الفندقية في إرضاء زبائنها أدى الى التنافس واستحداث خدمات وانشطة جديدة والى تطوير خدمات تتناسب مع تغيرات حاجات واذواق السياح.

2- اهداف المؤسسة الفندقية: تتمثل اهداف المؤسسات الفندقية في ما يلي: (قادري و مرابطي، 2016)

- **بناء ميزة تنافسية للفندق:** يتوقع معظم المقيمين في الفندق ان يوفر مقدمي الخدمات الفندقية مجموعة من الخدمات الأساسية، الا ان الفنادق التي تقوم بتوسيع خدماتها والارتقاء بها الى مستوى توقعات المقيمين او اكثر، تكون لها ميزة تنافسية على باقي المؤسسات الأخرى المنافسة، وبالتالي يتحقق رضا السياح وولائهم لهذه المؤسسة، ولن يتأتى هذا الا بتبني التفكير التسويقي الإبداعي لمقدمي الخدمات الفندقية، وفهمهم القوي لاحتياجات السياح ورغباتهم، حيث تتمتع الخدمات الفندقية بخصائص فريدة من نوعها تميزها عن غيرها من الخدمات، وللجودة اثر كبير على هذه الخدمات.

- **تحسين راحة الضيوف:** تساهم الكثير من الخدمات الفندقية في التمتع والشعور الجيد، كما ان المشروبات والاطعمة الجيدة، الخدمات البنكية، الأثاث المريح تشجع بطريقة غير مباشرة المقيمين على تمديد اقامتهم، لكن الامر الأساسي هو مدى فهم العمال الذين يخدمون بشكل مباشر الضيوف لاحتياجاته وتلبيتها بسرعة، كذلك استعمال وسائل لإقناع المقيمين على تمديد اقامتهم فترة أطول.

- **تعزيز صورة المؤسسة الفندقية:** من خلال تقديم جميع الخدمات الفندقية التي يمكن للضيف ان يتوقعها وبجودة عالية.

- **ضمان امن المقيمين:** تقوي الخدمات الفندقية المتعددة الإحساس بالأمن فخدمات الحماية كالكاميرات وعمال الامن وتسهيلات الطوارئ الطبية، ونظم اغلاق أبواب الغرف واطفاء الحرائق وغيرها كلها عوامل تزيد في تعزيز الثقة لدى المقيمين داخل الفندق.

3- العوامل المؤثرة على النشاط الفندقي:

ترتبط هذه العوامل بالمحيط الذي تعمل فيه المؤسسة الفندقية من إجراءات وأساليب ونظم وظروف تؤثر في حركة نشاطها، ولعل اهم هذه العوامل ما يلي:

- القدرة الشرائية للمستهلك، بحيث ان انخفاض القدرة الشرائية للأسر يؤدي الى تعديل سلوكها في قضاء أوقات الترفيه والعطل وهو ما ينجم عنه تقلص في مدة الإقامة وانخفاض في نسب الاشغال الفندقية.

- العادات الشرائية وانماط السلوك الاستهلاكي للفرد واتجاهاته نحو قضاء عطلته واطارات فراغه تفرض على المؤسسة الفندقية دراسة هذا الجانب الذي تعمل ضمن اطاره، لان هذا يساعدها في تقديم خدمات فندقية تلبي حاجاته، كما ينبغي عليها كذلك تحليل ودراسة المظاهر الكامنة التي قد تكون الدافع الأساسي وراء جولاته السياحية الى بلد اخر.

- درجة نشاط المؤسسات والمكاتب السياحية في الخارج.

- درجة نشاط الدول السياحية المنافسة فكلما ارتفعت درجة النشاط المنافس ولم يقابله نشاط مماثل للدولة في الخارج، أدى ذلك الى التأثير على الحركة الفندقية وانخفاض نسب الاشغال فيها، كذلك المنافسة على المستوى المحلي الذي لا يقل أهمية عن المنافسة الدولية له تأثير كبير على النشاط والحركة بشكل عام، تستدعي من المؤسسة الفندقية تقديم خدمات تشبع حاجات زبائنها بشكل أفضل من المنافسين المحليين. (السميع، 2006)

- كفاءة وسائل الاعلام المحلية وتنوعها، لما لها من تأثير واضح وملحوس في الترويج بفعالية للمؤسسة الفندقية، وذلك من حيث إيصال المعلومة او الرسالة الاعلانية وقدرتها على التأثير في الزبائن وتحفيزه على السفر والإقامة في هذه الفنادق.

- حركة النشاط السياحي المحلي حيث كلما كانت هناك حركة إيجابية في السياحة المحلية كلما زادت نسب الاشغال في الفنادق، ويعتبر البعض ان ارتفاع نسب الاشغال الفندقية دليل على نجاح النشاط السياحي في المنطقة.

- الوضع الاقتصادي للدولة حيث تمتد اثاره إيجابا او سلبا الى مختلف الأنشطة السياحية وجودة الخدمات المقدمة بها ومن بينها جودة ومستوى الخدمات الفندقية. (السميع،

2006)

- العوامل المساعدة على تنشيط السياحة المحلية كالخدمات البنكية وخدمات النقل والصناعة التقليدية والعوامل الطبيعية وغيرها من العوامل التي تعتبر من عوامل الجذب السياحي، كما لها تأثير بالإيجاب او السلب على الحركة الفندقية.

- مدى مرونة النظم والتشريعات والإجراءات القانونية التي تحكم النشاط الفندقي وحركته.

- العامل البشري الذي يعتبر من اهم العوامل وأكثرها تأثيرا على جودة الخدمة المقدمة والسبب في ذلك هو اختلاف نمطية وجودة الخدمة المقدمة مع مرور الوقت بسبب ان الذي يقوم بأدائها وتسليمها هم افراد، وبالتالي يختلف الحصول عليها من وقت الى اخر وفقا لحالة مقدم الخدمة وما قد يكون عليه من تعب وارهاق. (قادري و مرابطي، 2016)

- موسمية النشاط نتيجة اختلاف درجة وحجم النشاط السياحي من فترة زمنية الى أخرى طوال العام، وارتباط ذلك بالظروف المناخية والطبيعية والاجتماعية بكل دولة، واقبال السائحين على الإقامة بالفنادق في فترات معينة ومواسم محددة.

- عوامل متعلقة بالمؤسسة الفندقية كمستوى الخدمة وجودتها، الموقع ودوره في توفير الراحة للمقيمين، ومدى ملائمة التصميم للجو العام للفندق بحيث يعكس اتجاه الفندق نحو الحداثة او الحفاظ على تقاليد المنطقة التي يتواجد فيها.

ثالثا- خصائص الخدمة ومقومات نجاح المؤسسات الفندقية:

1- خصائص الخدمة الفندقية: تشترك الخدمات الفندقية مع باقي الخدمات الأخرى المعروضة في السوق في مجموعة من الخصائص، الا ان هناك بعض المميزات الخاصة بها ناتجة عن اختلاف طبيعة وتنوع الخدمات المقدمة على مستوى الفنادق، كاعتمادها بشكل كبير على العنصر البشري في تحقيق الأهداف العامة والخصائص المعنوية التي ترافق الخدمة كاللباقة في الأداء واللفظ في الاستقبال والمعاملة داخل الفندق واثناء تقديم

الطعام، إضافة الى موسمية النشاط الفندقية بشكل خاص، اما عن الخصائص المشتركة فهي كالتالي: (السيد، 2007)

1.1- الالاموسية: وهي ناتجة عن شعور المقيم بما يتلقاه من معاملة في الفندق الذي يقضي فيه فترة عطلة السياحة، كما ان الجو المحيط به داخل الغرفة والمطعم وأماكن التنزه ينقل اليه شعورا بالراحة والاسترخاء، وكل ذلك يولد انطبعا لدى المقيم عن جودة ومستوى الخدمات المقدمة في ذلك الفندق.

2.1- عدم التجانس: تعتبر الخدمات الفندقية خدمات غير متجانسة نظرا لتغيرها واشتراك العديد من المقيمين في استخدامها ولارتباطها الكبير بالعنصر البشري فقد يختلف راي كل مقيم في الفندق عن مستوى الخدمة المقدمة اليه.

3.1- عدم قابلية التخزين: تعاني المؤسسات الفندقية من أوقات تنخفض فيها نسب الاشغال، وفي هذه الحالة لا تستطيع الفنادق تخزين خدماتها لتعيد استخدامها في وقت اخر، وهذا ما يجعل الخدمة الفندقية قصيرة العمر.

4.1- غير قابلة للتجزئة: ان تقديم الخدمات الفندقية يكون وفق عمليات متتابعة يستحيل تجزئتها، بل ان من شروطها الأساسية تواجد الزبون ومقدم الخدمة في مكان ووقت واحد اثناء تقديمها، اذ يستحيل انتاجها في مكان ما واستهلاكها في مكان اخر.

2- مقومات نجاح المؤسسة الفندقية: لكي تتمكن المؤسسات الفندقية من تحقيق النجاح وارضاء السائحين، يجب ان تركز على ما يلي:

- اختيار العمالة ذات الكفاءة العالية، او توفير تكوين عالي المستوى للعمال ثم تقسيم العمل عليها وتحديد الاختصاصات لتوظيفها وتمكين كل إدارة من أداء عملها بالمستوى المطلوب، إضافة الى المرونة والقدرة على التعامل مع مختلف السائحين والظروف. ومن فوائد التدريب بالنسبة للعاملين نجد: (حلابو، 2001)

■ الرفع من مستوى الخدمات بما يزيد من قيمة الأرباح

- المساعدة على حل المشاكل والتقليل من معدل دوران العاملين، الغياب والحوادث؛
- اكتساب العاملين مهارات جديدة وثقافة مما يؤدي الى زيادة إنتاجية الفرد؛
- تأهيل العاملين للترقي في العمل؛

- تحفيز الوسطاء في المجال السياحي من وكالات سياحية، منظمي المعارض التجارية والمؤتمرات والجولات السياحية لتفضيل المؤسسة الفندقية وتشجيع السياح على زيارتها والتعامل معها، ولفعل ذلك يجب على مسير المؤسسة الفندقية معرفة الأسس التي ينطلق منها الوسيط في الترويج لفندق ما والسعي الى توفير هذه المنطلقات لتبح من ضمن الفنادق المفضلة لديه، كذلك امداد الوسيط بكافة البيانات والمعلومات اللازمة عن الفندق، والخدمات التي يقدمها، العلامة التجارية، مدى شهرته وسمعته، موقع الفندق... وغيرها من المعلومات.

المحور الثاني: التنمية المحلية ودور المؤسسات الفندقية في دعمها

حرصت أغلب الدول على الاهتمام بتحسين معيشة السكان، والعمل على توفير مناخ للعيش الكريم، من خلال ضمان التعليم في المراحل الأولى من العمر وتوفير الرعاية الصحية من اجل تقليل المخاطر والامراض المتنقلة، لذلك قامت العديد من الحكومات بإنشاء بنوك للتنمية المحلية ومديريات خاصة بالتنمية المحلية من أجل متابعة حياة الأفراد والوقوف على المشكلات المجتمعية مع العمل على وجود حلول لها، أو التقليل من آثارها على المجتمع، أو علاجها بشكل نهائي.

أولاً- مفهوم التنمية المحلية:

تهدف التنمية المحلية بشكل عام الى القيام بمجموعة من العمليات، والنشاطات الوظيفية، والتي تهدف إلى النهوض بكافة المجالات المكونة للمجتمع المحلي، لذلك فهي تعرف بأنها: "دعم سلوك الأفراد، وصقل مهارتهم حتى يتمكنوا من تطوير أنفسهم، مما

ينعكس ايجابيا على مجتمعهم، ويؤدي إلى نموه في العديد من القطاعات المحلية المؤسساتية والتعليمية، وغيرها من القطاعات". (بيصار و شريط، 2018)

وجاء في تعريف اخر لهيئة الأمم المتحدة: "بان التنمية المحلية تمثل العمليات التي يمكن بها توحيد جهود المواطنين والحكومات (الهيئات الرسمية) لتحسين الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية في المجتمعات المحلية ومساعدتها على الاندماج في حياة الأمة والمساهمة في رقيها بأقصى قدر مستطاع". (محمد و بايزيد، 2015)

كما عرفت أيضا: " بانها العملية التي بواسطتها يمكن تحقيق التعاون بين الجهود الشعبية والحكومية لإرتقاء مستويات التجمعات المحلية في أي مستوى من مستويات الإدارة المحلية في منظومة شاملة ومتكاملة". (المطلب، 2001)

من التعريفات السابقة يتبين بأن التنمية المحلية تقوم على عنصرين رئيسيين هما:

- المشاركة الشعبية في جهود التنمية المحلية، والتي تؤدي إلى مشاركة السكان في جميع الجهود المبذولة لتحسين مستوى معيشتهم معتمدين على مبادراتهم الذاتية.
- توفير مختلف الخدمات ومشروعات التنمية المحلية بأسلوب يشجع الاعتماد على النفس والمشاركة.

إضافة الى ما سبق ضرورة المتابعة لمشروعات التنمية المحلية وكذا السكان من أجل استمرارية النشاط والمحافظة عليه، وتكون هذه المتابعة من قبل الحكومة ممثلة في السلطة المحلية (التمويل، التموين، النصح، الإرشاد، المحاسبة) أو من أهل الاختصاص (التوجيه، تقديم النصيحة، المعلومة، الاستشارة)

بشكل عام التنمية المحلية توحى إلى إستراتيجية تنموية جديدة تؤسس على مقارنة، تنطلق من الأسفل نحو الأعلى، أي مراعاة الإمكانيات المالية والبشرية المتاحة محليا والخصوصيات الثقافية والاجتماعية للمجتمع المحلي، لتحقيق تنمية متوازنة، وقادرة على تجاوز الإشكالات والعوائق المطروحة بمجال معين.

ثانيا- أهداف التنمية المحلية: تهدف التنمية المحلية الى:

- متابعة واستمرارية إنجاز الأنشطة الاقتصادية للوصول إلى ما تم تحقيقه فعليا وخاصة الجانب المادي؛
- المحافظة على الظواهر والعادات المكتسبة من السكان خاصة الجانب الايجابي منها من متغيرات سلوكية ومعرفية؛
- شعور السكان بالانتماء والمشاركة في النشاط وبالتالي المحافظة عليه ومحاولة توريثه للأجيال القادمة؛
- غرس في نفوس السكان روح المبادرة والمشاركة وتحمل المسؤولية؛
- دعم الأنشطة الاقتصادية المنتجة للثروة؛
- التحول من الأسرة المنتجة إلى التشجيع على إنشاء مؤسسات صغيرة ومتوسطة أي غرس روح المقاولاتية؛
- التخفيف من الفوارق الاجتماعية بين السكان بشكل عام؛
- تحسين الجانب المعيشي للسكان من خلال استحداث برامج اجتماعية وخدماتية تتناسب وطبيعة المنطقة ولتثبيت السكان وخاصة في المناطق التي لا تتوفر على ادنى مستويات للمعيشة، وبالتالي المحافظة على الاستقرار الاجتماعي والنسيج العمراني؛
- تقليل الضغط على المناطق الحضرية والتوجه بالسكان نحو الهجرة من المناطق ذات الكثافة السكانية العالية إلى مناطق منخفضة الكثافة؛
- معرفة النشاطات الاقتصادية المناسبة لكل منطقة؛
- التوزيع العادل للمرافق الضرورية للحياة (المياه، الكهرباء، الغاز، الاتصالات، النقل، التربية والتكوين، المواصلات...)
- تشجيع الاستثمار العمومي والخاص المحلي والأجنبي؛
- مشاركة السكان في معرفة احتياجاتهم وإشراكهم في الأعمال والأنشطة المراد القيام بها.

ثالثاً- مبادئ التنمية المحلية: تعتمد التنمية المحلية على المبادئ التالية: (بيصار و شريط، 2018)

- الشمولية: ونقصد بذلك أننا لا يمكن تقييد عملية التنمية في إطار أبعادها الاقتصادية فقط، وإنما تتعداها إلى الجانب الاجتماعي، السياسي، التعليم والصحة؛
- مساهمة المبادرات والمشاريع الصغرى في التنمية الشاملة: فتقدم ورفاهية المجتمع ليس بسبب المؤسسات والمشاريع الكبرى الخاصة بالمستوى الكلي.
- الاهتمام بالموارد البشري: باعتباره القوة الدافعة للتنمية من خلال تكوين الأفراد وتحفيزهم الذي يعتبر من أهم العوامل المحددة لعملية التنمية على غرار البنى التحتية، التجهيزات.

رابعاً- التنمية المحلية من خلال المؤسسات الفندقية: وفقاً لإحصائيات دولية رسمية حديثة تعتبر السياحة أكبر صناعة في دول العرض السياحي، كما ساهم هذا القطاع إيجاباً في اقتصاديات الكثير من الدول بحيث أصبحت السياحة تمثل عاملاً من عوامل التنمية الاقتصادية نتيجة ما تحققه من عوائد مالية، بحيث تجاوزت الكثير من الصناعات الاستراتيجية كصناعة السيارات والالكترونيات. (نافع، 2008)

وللسياحة تأثير مباشر أو غير مباشر على جميع القطاعات الإنتاجية والخدمية الأخرى كالصناعة والإعلام، ومن الضروري تفعيل دور الفنادق في هذه العملية بما توفره من أساليب للراحة والخدمات المكتملة لها كالإطعام والمواصلات والترفيه والانترنت.... وغيرها.

كما ان الأنشطة الترويجية الفندقية هي في الحقيقة امتداد للأنشطة السياحية وفي حالة ثبات نجاح هذه الأنشطة السياحية وزيادة الطلب عليها، تضمن المؤسسة أرباحاً هائلة والتي من خلالها تساهم من جديد في انعاش الاقتصاد ككل.

1- دور المؤسسات الفندقية في التنمية المحلية: المؤسسات الفندقية أداة فعالة في التنمية المحلية لكونها لها دور في بعث تحولات اجتماعية واقتصادية تشكل في حد ذاتها قاعدة التنمية على المستوى المحلي و فك العزلة عن المناطق النائية إذ عندما يتقرر إقامة مشروع سياحي في مثل هذه المناطق لوجود المناظر الطبيعية الخلابة أو معلم تاريخي أو وجود منابع معدنية تتحول إلى مقصد سياحي من خلال التهيئة العمرانية (هياكل، طرق، فنادق، محلات، إيصال الكهرباء والغاز، حفر الآبار...)، هذه الأنشطة سوف يكون لها التأثير على التنمية المحلية بصفة مباشرة أو غير مباشرة من خلال استخدام عمال محليين قبل أو بعد إقامة المشروع أو عند استغلاله وهذا يؤدي إلى التقليل من البطالة المحلية ويخلق ديناميكية تتعدى إلى جوانب وأنشطة اقتصادية أخرى.

2- الاستثمار في المؤسسات الفندقية: ويسمى الاستثمار الفندقية وذلك لأن الاستثمار الفندقية من الأنشطة الواعدة التي تتيح فرص استثمارية قادرة على مواجهة المنافسة، ورواج مثل هذا الاستثمار يؤثر بشكل مباشر في التنمية المحلية، ولنجاح مثل هذه الاستثمارات يجب توفر الضمانات والحوافز كالأستقرار السياسي ومرونة القوانين والتشريعات المتعلقة بالاستثمار سواء المحلي أو الأجنبي، مع وضع هذه الاستثمارات في مواقع مدروسة مع مراعاة دراسة الجدوى لهذه الاستثمارات قبل تنفيذها على أرض الواقع للحصول على أكبر عائد من حيث توفير مناصب الشغل وبالتالي التقليل من البطالة وفك العزلة وتنشيط قطاعات أخرى كالنقل والإطعام والصناعات التقليدية والإيواء وكلها تدخل ضمن التنمية المحلية .

بالإضافة إلى وجود بنية تحتية حديثة وملائمة لممارسة النشاط، مع انتشار الوعي بين مختلف شرائح المجتمع وعدم وجود مقاومة من السكان المحليين لهذا النوع من الاستثمارات بحجج واهية كالحفاظ على الخصوصية أو عدم قبول الآخر، واحترام السياح والإيمان بتعدد الثقافات وتنوعها والنظر إليها باعتبارها أداة تنوع و ثراء مع التفتح على ثقافات الشعوب الأخرى دون الانحلال في هذه الثقافات، حيث يتطلب هذا الاستثمار

تدقق رؤوس أموال محلية وأجنبية، وعناصر جذب سياحي وعلى حوافز ومنح للمستثمرين من أجل تشجيعهم على مثل هذه الاستثمارات المدرة للأموال وبالتالي تحقيق تنمية محلية فعلية.

ثالثاً- أبعاد التنمية المحلية من خلال المؤسسات الفندقية:

1-1 البعد الاجتماعي: إن الاهتمام بالعنصر البشري باعتباره محرك التنمية المحلية وهدفها النهائي من خلال الاهتمام بالتعليم والصحة والعدالة الاجتماعية ومكافحة الفقر ومظاهره وتوفير الخدمات من فنادق ومصحات استشفائية ومدارس وتعبيد للطرق وتوفير للنقل.

بالإضافة إلى ضمان الديمقراطية من خلال مشاركة الأهالي في اتخاذ القرار، ولهذا نجد أن البعد الاجتماعي للتنمية المحلية يلعب دوراً مهماً من خلال بناء المؤسسات الفندقية تكون هناك ديناميكية جديدة للمنطقة تتمثل في حركة السياح سواء محليين أو أجانب يتطلب توفير خدمات ممتازة واهتمام أكبر بالجانب الاجتماعي الذي يتطلب ربط العالم المحلي بالعالم الخارجي بوسائل عصرية كتكنولوجيا الإعلام والاتصال والانترنت ووسائل النقل السريعة وخدمة بريدية متطورة إلى جانب الإطعام الذي يكون بمقاييس عالمية حتى وإن كان تقليدياً، ولأن توفير الحياة الاجتماعية المتطورة من شأنها أن تدمج كل طاقات المجتمع لتطوير الثروة وزيادة القيمة المضافة. (احمد، 2010)

1-2 البعد الاقتصادي: يبحث هذا البعد عن القطاعات الاقتصادية التي يمكن أن تتميز بها المنطقة والتي تكون وجهة للاستثمار سواء المحلي أو الأجنبي والتي توفر مناصب عمل من جهة، وتوفير المنتجات الاقتصادية التي تتميز بها المنطقة من جهة أخرى للاستهلاك المحلي أو الوطني، كما يقوم البعد الاقتصادي بتوفير هياكل قاعدية كالمدارس وتقريب الإدارة من المواطن ويعمل على استقرار وجذب السكان المحليين بدل من أن تكون مناطق طاردة لهم، كما تهدف نحو استقطاب أصحاب رؤوس الأموال من أجل الاستثمار في هذه المنطقة.

وتحقق التنمية المحلية البعد الاقتصادي عن طريق الاستثمار في المؤسسات الفندقية حيث تقوم بامتصاص البطالة من خلال استحداث مناصب عمل متعددة ومختلفة من شأنها تخفيف حدة البطالة كما تقوم على إثراء شق الطرق وبذلك يتم فك العزلة عن هذه المناطق، والتي تشهد حركية في النشاط الاقتصادي و الذي بدوره يوفر مناصب عمل غير مباشرة، فوجود المؤسسات الفندقية يتطلب وجود هياكل أخرى إدارية وخدمائية من شأنها أن تخلق قيمة مضافة لهذه المنطقة.

1-3 البعد البيئي: ما يشهده العالم من تغير في المناخ من احتباس حراري وخلل في التنوع البيولوجي والتصحر والتوسع العمراني على حساب الأراضي الصالحة للزراعة وزيادة المناطق السكانية ذات الكثافة السكانية المرتفعة كلها عوامل تزيد من التدهور البيئي. وعليه فان البعد البيئي للتنمية المحلية يركز على مراعاة الحدود البيئية بحيث تكون لكل نظام بيئي حدود معينة لا يمكن تجاوزها من الاستهلاك والاستنزاف، وعلى هذا الأساس وجب وضع حد أمام الاستهلاك والنمو السكاني والتلوث وأنماط الإنتاج البيئية واستنزاف المياه وقطع الغابات والجفاف التربة. (احمد، 2010)

وتلعب التنمية المحلية من خلال البعد البيئي دورا هاما في بناء المؤسسات الفندقية على استخدام عناصر صديقة للبيئة، كما يتطلب بناء هذه المؤسسات الفندقية الاهتمام بالجانب البيئي والحفاظ على المساحات الخضراء، واستخدام الأساليب العصرية في الري كالتقطير للحفاظ على الماء، كما تستخدم الطاقة الشمسية للتدفئة والإنارة وكلها عناصر من الطبيعة، ويتم إحاطتها بالأشجار لتلطيف الجو وامتصاص ثاني أكسيد الكربون CO2 والتقليل من أشعة الشمس تحت الحمراء وإعطاء الجانب الجمالي للمنطقة. ان النظرة التفاوضية الى مستقبل السياحة المحلية يتطلب تضافر الجهود المحلية والحكومية وخاصة أهمية دور الشركاء السياحيين لدعم القطاع وتدارك الأوضاع الراهنة، كما ان التغيير في القطاع السياحي وتجديد ارضيته يظل رهينة تضافر الجهود على المستوى الجزئي والكلبي.

خاتمة:

لقد تطور النشاط الفندقية في العصر الحديث فبعد ان كانت الدول لا تهتم بالسياحة ولا تتدخل في تنظيمها، أصبحت في كثير من الدول يمثل قطاعا استراتيجيا، ما جعل الكثير من الدول تضع العديد من السياسات والإجراءات المختلفة لتدعيم القطاع السياحي واثاره الاقتصادية وسعى بذلك النشاط الفندقية الى استيعاب السياح الوافدين من خلال توفير أماكن للإقامة والراحة مع توفير جميع الخدمات الضرورية لتلبية احتياجات المقيمين ومع التغيرات الحاصلة في جميع النواحي طورت الخدمات الفندقية اشكال خدماتها وأصبحت تتيح فرصا للمناطق السياحية للترويج للسياحة وعوائد دخل هامة، وبالتالي فانه من المهم لهذه المؤسسات الفندقية ان تسعى للنجاح في ظل بيئة ديناميكية ومتغيرة الى اعتماد خيارات تكييفها وفقا لتعقيدات عوامل البيئة واولوياتها، إضافة الى استغلال مزاياها التنافسية في جذب السياح ومواجهة المنافسين، وتنوع وتحسين جودة الخدمات المقدمة، تكثيف الجانب الترويجي، ناهيك عن البرامج الحكومية التي تستهدف دعم هذا القطاع وتنمية عاداته، ولاستقطاب السائحون يجب ان يكون هناك موقف إيجابي اتجاه البلد او المنطقة المستضيفة، والترويج السياحي يجب ان يلعب دورا رئيسيا في التأثير على المواقف والصورة الذهنية للسياح من خلال تهيئة المناطق السياحية، تدعيم القطاع الفندقية، تحسين جودة الخدمات المقدمة، تدعيم دور الوكالات السياحية في الترويج للسياحة الداخلية، ووسائل أخرى التي يمكن ان تسهم بشكل إيجابي في تحسين بيئة هذا القطاع وحجمه الاقتصادي. ليصبح بذلك من المساهمين الفاعلين في تعظيم العائد السياحي وتحسين التنمية السياحية.

الهوامش:

- IBISworld/ .industry-statistics/employment/hotels-motels-united-states (2022، 07 29). / تاريخ الاسترداد 08 31 2022، من <https://www.ibisworld.com>.

الجزيرة الرسمية (19 ماي 2019). المرسوم التنفيذي رقم 158-19. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية (33)،

- سعد احمد حلابو. (2001). الفنادق العائمة والمتجعات السياحية (الإصدار طبعة 1). القاهرة: مجموعة النيل العربية.
- سليمان محمد، و علي بايزيد. (حوان، 2015). اهمية الادارة المحلية في تحقيق التنمية المحلية المستدامة. مجلة الاقتصاد والتنمية (03)، 172.
- صبري عبد السميع. (2006). التسويق السياحي والفندقي -اسس علمية وتجارب عربية-. القاهرة: المنظمة العربية للتنمية الادارية.
- عبد الحميد عبد المطلب. (2001). التمويل المحلي والتنمية المحلية. مصر: الدار الجامعية.
- عبد المطلب بيسار، و حسين الامين شريط. (2018). التنمية المحلية في اطار التجارب الدولية والخبرات الميدانية. مجلة العلوم الادارية والمالية، 02(02)، 40.
- عبد المطلب بيسار، و حسين الامين شريط. (2018). التنمية المحلية في اطار التجارب الدولية والخبرات الميدانية. مجلة العلوم الادارية والمالية (02)، 42.
- غريبي احمد. (2010). ابعاد التنمية المحلية وتحدياتها في الجزائر. مجلة البحوث و الدراسات العلمية، 04(01)، 6.
- غريبي احمد. (2010). ابعاد التنمية المحلية وتحدياتها في الجزائر. مجلة البحوث و الدراسات العلمية، 04(01)، 7.
- محمد الطاهر قادري، و عبد الغاني مرابطي. (2016). النشاط الترويجي وجودة الخدمات الفندقية في الاقطار العربية (الإصدار طبعة 1). لبنان: مكتبة حسن العصرية.
- محمد الطاهر قادري، و عبد الغاني مرابطي. (2016). النشاط الترويجي وجودة الخدمات الفندقية في الاقطار العربية. لبنان: مكتبة حسن العصرية.
- محمد الطاهر قادري، و عبد الغاني مرابطي. (2016). النشاط الترويجي وجودة الخدمات الفندقية في الاقطار العربية (الإصدار طبعة 1). لبنان: مكتبة حسن العصرية.
- محمد الطاهر قادري، و عبد الغاني مرابطي. (2016). النشاط الترويجي وجودة الخدمات الفندقية في الاقطار العربية (الإصدار طبعة 1). لبنان: مكتبة حسن العصرية.
- هالة حسن السيد. (2007). مبادئ صناعة الضيافة (الإصدار طبعة 1). مصر: دار الوفاء دنيا للطباعة والنشر.
- وزارة السياحة. (بلا تاريخ). تاريخ الاسترداد 08 31 2022، من www.mta.gov.dz.