

الاتجاهات الحديثة لصناعة الضيافة كمدخل إلى تطوير الصناعة السياحية في الجزائر - دراسة ميدانية باستخدام النمذجة بالمعادلات البنائية-

حديدي آدم هبال عادل

المخلص:

قد يتفاجأ الجزائري الذي يزور دول الجوار بأنها لا تمتلك من جمال الطبيعة والمعالم السياحية إلا القليل مما تتمتع به الجزائر المترامية الأطراف بساحتها الذي يمتد على طول 1200 كيلومتر، وصحرائها التي تمتد على طول يتجاوز 2000 كيلومتر، إضافة إلى مناظر طبيعية قل نظيرها في العالم، وأمام هول المفاجأة، تترسخ قناعة في الذهن مفادها أن الجزائر بلد سياحي كبير بلا سياح تقريبا!! فلماذا تعتمد الجزائر إلى طرد سياحها بشكل غير مباشر؟، وهي التي كانت قبلة للسواح في عهد الاحتلال الفرنسي وإلى غاية السنين الأولى للاستقلال، هل المشكلة في المنشآت والهيكل القاعدية أم في الذهنيات الجزائرية غير المتجاوبة مع السائح، وغير المتسامحة مع السائح بسلوكه المتحرر وتصرفاته التي تصطدم بمعتقدات أبن البلد؟ أم أن الثروة الطاقوية التي جعلت البلد في غنى عن دولارات ويوروهات الأجانب؟ انطلاقاً مما سبق، سنحاول بقدر الإمكان تناول إحدى الآليات التي يمكن أن تساهم في تطوير صناعة السياحة بالجزائر والمتمثلة في الاتجاهات الحديثة لصناعة الضيافة، حيث أصبحت هذه الأخيرة صناعة عالمية تقوم بدور هام في اقتصاديات البلدان السياحية، وما يؤكد صحة هذا الكلام الانتشار الواسع والسريع لسلاسل الفندقية والمطاعم العالمية في أنحاء العالم، ناهيك عن إمكانية انتقال السياح إلى أي منطقة سياحية أو منتجع سياحي خلال ساعات معدودة وفي أي قارة من قارات العالم والتي أصبحت كقرية سياحية عبر شركات الطيران. وتهدف هذه الدراسة إلى الوقوف على واقع هذه الصناعة في الجزائر ومتطلبات تطويرها، ومن ثم قياس دورها في تطوير الصناعة السياحية في الجزائر، ولذلك تم استخدام الاستبانة كأداة للبحث العلمي من خلال استقصاء عينة من الإطارات المختصين في مجال السياحة، وكذا مديري الفنادق في الجزائر، والاعتماد على النمذجة بالمعادلات البنائية كأسلوب إحصائي لاختبار فرضيات الدراسة. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن صناعة الضيافة تساهم بشكل كبير في نشر الموروث الثقافي الجزائري، وتعتبر كمدخل لتطوير الصناعة السياحية في الجزائر إلا أن هناك نقص في المورد البشري المؤهل في هذا المجال، وفي الأخير خرجنا بمجموعة من التوصيات أهمها ضرورة اهتمام بصناعة الضيافة في الجزائر لتطوير القطاع السياحي، والحرص على تكوين وتأهيل إطارات خاصة في هذا المجال داخل الفنادق الجزائرية.

الكلمات المفتاحية: صناعة الضيافة، صناعة السياحة، متطلبات صناعة الضيافة، الفنادق الجزائرية، النمذجة بالمعادلات البنائية.

مقدمة:

أوضحت منظمة السياحة العالمية أن السياحة في القرن الحالي سوف تصبح أضخم صناعة في العالم كما انها أهم مورد للعملة الصعبة ، وتوفر هذه الصناعة أكثر من 200 مليون شخص حول العالم، وان ضرائب النشاط السياحي تمد الحكومات بمئات الملايين من الدولارات، وقال فرنسيسكو فرندجالي سكريتير عام المنظمة أن تقرير النشاط السياحي الدولي الأخير يؤكد أن مناطق العالم السياحية شهدت تدفق 675 مليون سائح وبنافق تجاوز 455 مليار دولار وأن مناطق الشرق الأوسط وأمريكا اللاتينية وشرق آسيا والباسيفيك قد حققت نمواً ملحوظاً في عدد زوارها وأن الدراسات المستقبلية تتوقع خلال السنوات القادمة استمرار تزايد حركة السياحة الدولية وأن ألمانيا هي أكبر قوى سياحية بعد الولايات المتحدة الأمريكية.

في حين لم تستطع الجبال ولا الشريط الساحلي الممتد على طول 1200 كيلومتر، وحتى الصحراء الكبرى، تحريك عجلة السياحة في الجزائر، التي فشلت حتى في إغراء الجزائريين أنفسهم على السفر داخل البلاد، التي يصفها الكثيرون بـ"الدولة القارة"، المترتبة على مساحة أكثر من مليوني كيلومتر. حيث قامت الدولة الجزائرية خلال السنوات الأخيرة بالعمل على تشخيص معوقات الاستثمار السياحي ومعالجتها لخلق مناخ ملائم للاستثمار، وبهدف تدارك التأخر المسجل في المجال السياحي، قامت الدولة بوضع إستراتيجية وطنية خاصة لتطوير القطاع تجسدت في وضع المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025 والذي تم تمديد فترته إلى غاية 2030.

إشكالية الدراسة:

وتعتبر صناعة الضيافة كرافد لتطوير صناعة السياحة، ولكن هذه الصناعة – الضيافة- في الجزائر لم تلقى الاهتمام الكافي من قبل السلطات الجزائرية في وضع المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية المتمثل في الإطار الاستراتيجي المرجعي لسياسة السياحة الجزائرية، والنهوض بقطاع السياحة في الجزائر، لذلك سنحاول من خلال هذه الورقة البحثية تناول الإشكالية الآتية: إلى أي مدى يمكن أن تساهم صناعة الضيافة في تطوير صناعة السياحة بالجزائر؟
هيكل الدراسة:

سنحاول بقدر الإمكان الإجابة على إشكالية الدراسة وتحقيق أهدافها من خلال تناول هذه الورقة البحثية في ثلاثة محاور أساسية:

- المحور الأول: الاتجاهات الحديثة لصناعة الضيافة؛
- المحور الثاني: صناعة السياحة في الجزائر؛
- المحور الثالث: دراسة ميدانية

المحور الأول: الاتجاهات الحديثة لصناعة الضيافة:

تعتبر صناعة الضيافة إحدى القطاعات الخدمية الاقتصادية الحديثة والمتطورة، ويشكل نجاحها نجاحاً وانتعاشاً اقتصادياً للبلدان التي تعتمد على هذه الصناعة، وقبل بداية الحديث عن صناعة الضيافة يجب أولاً أدراك الفرق بين كلمة أو مصطلح الصناعة كحرفة وصناعة الضيافة كأحد قطاعات الخدمات الاقتصادية فمصطلح الصناعة Industry كحرفة يستخدم لإنتاج شيء ملموس يستخدم بهدف إشباع حاجات الأفراد والجماعات لفترة محدودة أو لفترات طويلة الأجل والصناعة تعني أيضاً كل ما تشمله الصناعات التحويلية لإنتاج ناتج جديد يحتاجه الفرد والمجتمع، أما صناعة الضيافة فما هي إلا إحدى القطاعات الخدمية الاقتصادية نظام قطاع الخدمات Service Sectors in an Ecoomy وهو يوضح النظرة الاقتصادية لصناعة الضيافة التي تشتمل على قطاعين هامين:

- القطاع الأول: ويديره شركات أو هيئات أو أفراد يقدم (خدمة) الإسكان أو الإقامة لتلبية احتياجات المسافر أو السائح سواء كانوا أفراد عاديين أو رجال أعمال؛
- القطاع الثاني: ويديره شركات ذات طبيعية محددة لبعض المواد تعرف (بالمنتجات) وهو ما يختص بخدمة الأغذية والمشروبات.

1. مفهوم الضيافة: تعتبر الضيافة عملية استقبال الضيوف أو المسافرين الذين يطلق عليهم العملاء أو النزلاء والذي يجب أن يوفر لهم خدمة الإسكان- مكان الإقامة - وأن يزودوا أيضاً بمنتجات الأغذية والمشروبات، فضلاً عن العديد من الخدمات الأخرى التي تقدم إلى الزبون منذ وصوله وحتى وقت المغادرة، وتمثل أيضاً عملية ترحيب وإشباع الحاجات والرغبات الأساسية للضيوف ولا سيما فيما يتعلق بالإقامة والطعام والشراب. (1) كلّ الأنشطة التي توفر وتلبي طلبات ما يحتاج إليه المسافر من إقامة تتميز بالراحة والأمان وتقدم له خدمات الأغذية والمشروبات والترفيه وتجعله يشعر بأنه لا زال بين عشيرته ووطنه وأصدقائه وهذا منذ وصوله، وأثناء إقامته، وحتى مغادرته، عملية استقبال الزوار أو الضيوف والأجانب والترويج عنهم مع منحهم الحرية بالمودة، وتقديم خدمات الطعام والشراب والخدمات الأخرى. إذا فالضيافة بمثابة صناعة خدمية تسعى إلى تحقيق الرضا والقناعة لدى الضيف، عن طريق تقديم خدمات متعددة ومتنوعة.

2. لمحة تاريخية لصناعة الضيافة: رغم أن صناعة الضيافة عرفت تطوراً كبيراً في العقود الأخيرة وخاصة في الدول التي تعتمد على السياحة كقطاع استراتيجي إلا أن صناعة الضيافة من أقدم الصناعات تاريخياً، فقد كانت أعظم مآثر الحضارات القديمة وخاصة في بلدنا الشرق القديمة حيث كانت الضيافة بها مجانية فاستقبال الضيوف وإكرامهم هي من شيم العرب ولعل هذا كان سبب في تأخر نشوء الفنادق فيها. وقد تم تحديد الاتجاهات الأولية لصناعة الضيافة بعد ظهور العملية المالية قبل ستة قرون قبل الميلاد ونشوء، الدفع الحقيقي لناس والسفر والتجارة، ثم ازدادت وانتشرت حركة المسافرين والتنقل لهذا ازدادت حاجتهم للإقامة والطعام والشراب وهنا ظهرت الخانات والتي تتمثل في مساكن شخصية كانت الخدمة بها ذاتية. ويمكن تقسيم العصور التاريخية التي مرت بها صناعة الضيافة إلى ثلاثة عصور كالآتي (2):

أ. صناعة الضيافة في العصور القديمة: ازدهرت صناعة الضيافة في حضارة وادي النيل والرافدين وفلسطين لازدهار النشاط التجاري في تلك الحقبة، فقد كانت قوافل التجارة تأتي إلى هذه المناطق لغرض البيع والشراء فكانت هناك حاجة ماسة إلى توفير أماكن الراحة والطعام والشراب لهم ولحيواناتهم، ولقد كان السبب في تطور هذه الصناعة بهذه الحقبة يعود إلى الحركة الدينية لزيارة الأماكن المقدسة في فلسطين فظهرت الخانات بالقرب من هذه الأماكن، أما عند الإغريق فقد كان الحال مثل العرب الضيافة مجانية لديهم لا اعتقادهم بأن كل ضيف هو رسول الآلهة ومصدر سعادة لمن يستضيفه، أما الضيافة العامة أو المدفوعة فقد كانت بالمعابد أو بالقرب من ها، وقد كانت تجري بها الاحتفالات والمراسم الدينية ويلجأ إليها بعض المرضى لاعتقادهم بان البركة سوف تحل عليهم ويشفون من أمراضهم.

ب. صناعة الضيافة في العصور الوسطى: لقد كان تطور صناعة الضيافة في العصور الوسطى وخاصة الفنادق، حيث صاحبت تلك الفترة عوامل وظروف اقتصادية وتجارية وصناعية ساهمت في تطويرها وأثرت عليها كثيراً، منها اكتشاف البخار واختراع القاطرة والسيارة والدراجة البخارية الأمر الذي سهل عملية السفر وزاد من وسائل النقل وتطور الموصلات وبالتالي نقل أعداد كبيرة من المسافرين في وقت واحد وإلى مسافات بعيدة وفي زمن قليل، وهنا تحولت الخانات الصغيرة إلى فنادق كبيرة وانتشارها في المدن وطرق السفر.

ج. صناعة الضيافة في العصر الحديث: في العصر الحديث أصبحت الضيافة واحدة من أهم وأكبر الصناعات أسرعها نمواً في العالم ويرجع هذا إلى جملة من الأسباب يمكن أن نوجز أهمها في الآتي:

- التطور الهائل والسريع في وسائل السفر الذي أتاح للناس الانتقال من مكان إلى آخر بكل يسر وسهولة؛
- اعتراف الدول والحكومات بأحقية كل مواطن بالحصول على إجازات مدفوعة الأجر وحقهم بالترفيه عن أنفسهم؛
- زيادة أوقات الفراغ لدى الناس والتي يقضونها خارج منازلهم؛
- قيام الدول بعمل مشاريع السياحة والترفيه لمواطنيها؛
- اعتماد كثير من دول العالم على السياحة كمصدر دخل رئيسي لها؛
- تأسيس شبكة المواصلات من طرق وسكك حديد داخل الدول وفيما بينها مما سهل عملية انتقال الأشخاص؛
- التطور في المستوى المعيشي لدى معظم الشعوب أوجد لديهم القدرة والرغبة في السفر؛
- ظهور وكالات السفر والسياحة لتكون الوسيط بين الخدمة والمستهلك السياحي.

3. مفهوم صناعة الضيافة: لقد أجمعت معظم التعاريف أن صناعة الضيافة عبارة عن مظلة تندرج تحتها أربعة قطاعات، السفر، الإقامة، المطاعم وخدمة الأغذية والترفيه. ويمكن أن نوجزها باختصار في الآتي (3):

أ. السفر Travel: إن الناس يسافرون لأغراض عديدة مثل: التجارة، الزيارة، حضور المؤتمرات، العلاج، وغيرها من الأسباب. ومن منطلق مفهوم الضيافة هناك أناس يستقبلون المسافرين ويقدمون لهم الخدمات والذين يمثلون مجتمعاتهم لإعطاء انطباع جيد، وتوفير الراحة والعناية للمسافرين. كما وأن وسائل النقل المتطورة كالطائرات والبواخر والقطارات توفر الخدمات الراقية التي تلبي رغبات المسافرين والتنافس من حيث الخدمة الجيدة والتعامل الجيد والجو المريح للمسافرين.

ب. الإقامة Lodging: تشمل الفنادق، الموتيلات، الشقق المفروشة والمنتجعات. وتتميز المؤسسات الفندقية بكثافة رأس المال المستثمر، وكثافة عنصر العمل. ومن الجدير بالذكر أن المؤسسات الفندقية تتنافس بقوة لتقديم الخدمة الجيدة للضيوف، بل والابتكار في الخدمات المقدمة، فضلاً عن العمل الجاد على تلبية وإشباع رغبات واحتياجات الضيوف.

ج. المطاعم Restaurants: يمثل أماكن تقديم الأطعمة والمشروبات باختلاف التصنيفات وأماكنها، كما وإنها تشكل جزءاً كبيراً من صناعة الضيافة.

د. خدمة التغذية Foodservice: لا تقتصر خدمات الأغذية على المطاعم والفنادق فقط، بل تشمل خدمة الأغذية في شركات الطيران، المدارس والجامعات، القواعد العسكرية، المستشفيات، دور الرعاية الصحية، الشركات والمصانع.

هـ. الترفيه Entertainment: وهي الأماكن التي يقصدها المسافرين للترفيه عن أنفسهم، مثل الحدائق، ملاهي الأطفال، صالات الألعاب، الملاعب الرياضية، المسارح ودور السينما.

4. أسباب تطور صناعة الضيافة: لقد شهدت صناعة الضيافة تطور كبير وهام جداً في الكثير من الدول التي تعتمد على السياحة كمصدر رئيسي لدخل، وهذا راجع إلى مجموعة من الأسباب ساهمت في تطورها يمكن أن نلخص أهمها فيما يلي:

- تطور وسائل النقل والانتقال؛
- الأعمال التجارية: من متطلبات الأعمال التجارية أنها تقتضي السفر، وبالتالي تطلب الأمر وجود مشاريع صناعة الضيافة؛
- الرقي في المستوى المعيشي: نتيجة ربحية الأعمال التجارية، ارتفاع الجانب المادي فأدى ذلك رغبة السفر والترحال؛
- التحصيل العلمي: كان تحصيل العلم يقتضي السفر زيادة في المعرفة والعلم والإطلاع؛
- المتطلبات الدينية: وذلك لزيارة الأماكن الدينية المقدسة والحج؛
- الهجرة: تتطلب السفر والانتقال؛
- العلاج: السفر طلباً إلى العلاج أو بسبب صحي؛
- الاستجمام والترفيه: تقتضي السفر للتمتع والترفيه؛
- الصلة الاجتماعية: لزيارة العائلات والأصدقاء.

5. سمات صناعة الضيافة: تتميز صناعة الضيافة بمجموعة من الخصائص والتي تميزها عن باقي الصناعات الأخرى والتي لا يدا من أخذها بعين الاعتبار من أجل تطويرها؛ وهي (4):

- تتأثر بالأحداث السياسية والاستقرار السياسي؛
 - تتأثر بالأحداث الاقتصادية؛
 - تحقق التوازن المرضي بين أنماط الطلب بشكل عام والطلب السياحي بشكل خاص؛
 - جدولة الموارد والطاقة التشغيلية؛
 - تقدّم خدمات الضيافة بحضور المستفيد، لأنها خدمات أنية ومباشرة، لذا توجد هناك علاقة تفاعلية بين مورد الخدمة والمستفيد منها؛
 - تقدّم الضيافة على مدار السنة؛
 - تلبية رغبات العملاء وتشبع احتياجاتهم؛
 - تتطلب الضيافة مزيجاً مؤثلاً أو تركيبة متداخلة من الخبرة التصنيعية ومهارات تقديم الخدمة.
6. التحديات التي تواجه صناعة الضيافة ومتطلبات نجاحها: هناك مجموعة من المعوقات والتحديات التي توجه صناعة الضيافة وخاصة في الدول العربية، وكذلك بالمقابل هناك مقومات ومتطلبات النهوض بهذه الصناعة وفيما يلي نوجز أهم التحديات التي تواجه صناعة الضيافة وكذا متطلبات القيام بها.
- أ. التحديات التي تواجه صناعة الضيافة: يمكن أن نذكر أهم التحديات التي تواجه تطور صناعة الضيافة في العناصر الآتية:
- عدم الاستقرار الأمني والسياسي حيث أن هذا العنصر له أهمية بالغة في تطوير الساحة بصفة عامة وصناعة الضيافة بوجه الخصوص، لأن عدم وجود استقرار أمني وسياسي يؤدي إلى انخفاض عدد المسافرين والسياحة؛
 - نقص العنصر البشري المؤهل بالمهارات الخاصة والمطلوبة في صناعة الضيافة؛
 - ارتفاع تكلفة التشغيل والتمثلة في تكلفة الطاقة ومصاريف التأمين ببعض الدول بسبب الكوارث الطبيعية، إضافة خدمات جديدة نتيجة المنافسة والرغبة في زيادة حصة السوق، ارتفاع تكلفة البناء والتجديد... إلخ؛
 - التطور التكنولوجي السريع والاستخدامات المتعددة للتكنولوجيا في مجال الأعمال وتقديم الخدمة.
- ب. متطلبات تطوير صناعة الضيافة: يمكن اختصار أهم متطلبات تطوير صناعة الضيافة في النقاط الآتية(5):
- الاهتمام الكامل بالخدمة وبكل صغيرة وكبيرة، بالإضافة إلى التنبؤ بحاجات الضيوف إشباعها ثم تدريب العاملين عليها خاصة في الأيام الأولى لتشغيل لغرسها في أذانهم؛
 - ضرورة البدء في اختيار شريحة الضيوف التي يتم خدمتها وبالتالي التفاني في خدمة هؤلاء الضيوف، بالإضافة إلى تطوير وتجديد الخدمات المقدمة لتحقيق التميز والأفضلية، مع الأيمان بأن التفاني في تقديم الخدمة هو أساس النجاح؛
 - التنوع في العمليات والخدمات المقدمة.

المحور الثاني: صناعة السياحة في الجزائر

كشفت تقرير تنافسية السياحة والسفر لعام 2019 الصادر عن المنتدى الاقتصادي العالمي أن الجزائر جاءت في المرتبة الثانية عشر (12) عربيا وفي المرتبة 116 عالميا من بين 140 دولة، وكشف التقرير الذي يصدر كل عامين مرة، وحمل عنوان: السفر والسياحة في نقطة تحول، ويعتمد التقرير على أربعة مؤشرات رئيسية تعتمد على البيئة التمكينية (Enabling Environment) وسياسة السفر والسياحية (Travel and tourism policy) والبنية التحتية (Infrastructure) وأخيرا الموارد الطبيعية والثقافية. (Natural and Cultural Resources).

1. تعريف صناعة السياحة: عرف صناعة السياحة عدد كبير من الخبراء والباحثين والمهتمين بالسياحة، فتعددت هذه التعاريف وتناولت مفهوم السياحة تبعا لاختلاف وجهات النظر. وأول تعريف للسياحة جاء على يد الألماني "جوبير فرويلر Jobert Freuler" عام 1905م والذي اعتبرها "بأنها ظاهرة من ظواهر عصرنا تنبثق من الحاجة المتزايدة للراحة وإلى تغيير الهواء والإحساس بجمال الطبيعة، وإلى الشعور بالبهجة والمتعة من الإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة، وأيضا إلى نمو الاتصالات على الأخص بين شعوب مختلفة من الجماعات الإنسانية وهي الاتصالات التي كانت ثمرة لاتساع نطاق التجارة والصناعة وثمرتها تقدم وسائل النقل"⁽⁶⁾. وصف فيه مهمة السياحة ودورها كصناعة

أنا لمهمة التي تقوم بها السياحة والمدى الواسع التي تعمل فيه كل فروعها لا يتضح فقط من وجهة نظر أولئك السائحين ولكن من الوجهة المالية أي من جهة الأموال الوفيرة التي ينفقها السائح وينتفع بها أولئك الذين ينتقل إليها السائح ويتجول في بلدانهم وتكون الفائدة مباشرة لصناعة الفنادق وغير مباشرة عن طريق المصاريف التي ينفقها السائح لإشباع رغباته سواء من أجل التعليم أو المتعة"⁽⁷⁾.

2. مقومات السياحة في الجزائر

- أ. المقومات الطبيعية: تزخر الجزائر بموارد سياحية طبيعية متنوعة ومختلفة باختلاف المناطق الجغرافية للبلاد. (8)
- الساحل: يمتد الساحل الجزائري على طول (1200 كلم)، يتميز بارتفاعه وكونه الصخري. أنجزت بالقرب من هذه المرتفعات الساحلية عدة مدن أصبح البعض منها يكتسي أهمية كبيرة في السياحة الساحلية، كما أن البعض من هذه المدن حضيت بتجهيزات سياحية مهمة من فنادق، قرى سياحية، ومخيمات صيفية، وغيرها.
 - المناطق الجبلية: تتمثل في مرتفعات الأطلس التلي الذي يقطع الجزائر من الشرق إلى الغرب، حيث أن هذه المرتفعات تشكل فرصة كبيرة لسياحة الاستكشاف والراحة، بالإضافة إلى الأطلس الصحراوي الذي يختلف عن سابقه في المناظر، المناخ، والنباتات؛
 - الصحراء: تختلف المناطق الصحراوية عن المناطق الشمالية من حيث طبيعتها الجغرافية، تضاريسها، نباتاتها، مناخها، كما تختلف وتنوع هذه المناطق فيما بينها. تكتنز هذه المناطق معالم أثرية غنية بالتماتيل والأحجار المصقولة، وصنفت العديد من هذه المواقع الأثرية ضمن التراث العالمي؛
 - الحمامات المعدنية: تزخر الجزائر بحمامات معدنية طبيعية أثبتت التجارب العلمية أنها صالحة للعديد من الأمراض، وتم إحصاء 202 منبع للمياه المعدنية سنة 1982، حيث يسمح استغلالها بتوسيع العرض السياحي الجزائري، وقد شيدت أمام هذه المياه مراكز صحية ومراكز استجمام وترفيه.
- ب. المقومات التاريخية، الثقافية والدينية: تزخر الجزائر بعدة معالم تاريخية وثقافية ودينية جديرة بأن تلقى العناية والاهتمام الكافيين من طرف الدولة وكذا السياح، فعلى مر العصور توالى على الجزائر عدة حضارات مختلفة منها: الحضارة الفينيقية التي تمركزت في المدن الساحلية، الحضارة القرطاجية، الحضارة الرومانية التي استقرت في الجزائر قرابة 5 قرون، وأعطى هذا الغزو لحضارة الجزائر بعدا كبيرا بتحفيز حركة عمرانية قوية توجد آثارها في المناطق الداخلية للبلاد، لتليها الحضارة "الوندالية" و"البيزنطية"، وفي الأخير الحضارة الإسلامية. هذا بالإضافة إلى التراث التقليدي الجزائري الذي يعد بمثابة التغيرات الصادقة عن أنماط معيشة الجزائريين، فالصناعات التقليدية تختلف وتنوع من منطقة لأخرى حسب العادات والتقاليد المختلفة التي ميزت هذه الجهات.
- ج. المقومات المادية: لا تقتصر المقومات السياحية على الإمكانيات الطبيعية والحضارية والتاريخية فحسب، بل تدعم هذه الإمكانيات بأخرى مادية لتسهيل استفادة السائحين، وتتمثل الإمكانيات السياحية المادية في توفير طاقة فندقية باختلاف تصنيف وحداتها لتتناسب مع مختلف المستويات الاقتصادية للسائحين، إضافة إلى البنية التحتية كالطرق، المطارات، الموانئ، وشبكة الاتصالات، والتي تساهم في تدعيم كل القطاعات ومنها قطاع السياحة، وما يترتب على ذلك من استقطاب مزيد من السياح، وإطالة مدة إقامتهم بالبلد السياحي المضيف. نعرض فيما يلي تطور الطاقة الفندقية (عدد الأسرة)، وعدد الليالي السياحية للفترة (1995-2017).
- الطاقة الفندقية: تمثل الطاقة الفندقية القدرة الاستيعابية للوحدات الفندقية وكل المؤسسات المعدة لاستقبال السياح إلى الدولة السياحية، وتعد الطاقة الفندقية أحد المؤشرات التي بواسطتها يمكن قياس مدى تقدم هذا القطاع في البلد. بالنسبة للجزائر فقد عرفت طاقات الإيواء السياحي التي تتوفر عليها تطورات معتبرة، وهو ما يوضحه الجدول الموالي.

الجدول رقم 01: تطور قدرات استيعاب الفنادق بالجزائر.

السنوات	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
إجمالي عدد الأسرة	520000	605000	635000	678000	749000	866000	901000	988000	1166000
السنوات	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
إجمالي عدد الأسرة	1234000	1443000	1638000	1743000	1772000	1912000	207000	2395000	2634000
السنوات	2013	2014	2015	2016	2017				
إجمالي عدد الأسرة	2733000	2301000	1710000	2039000	2451000				

Source:WB, World Development Indicators (WDI)

- حظيرة الفنادق الوطنية: وصل عدد الفنادق في الجزائر إلى غاية نهاية سنة 2017 إلى 1289 فندق، وتوزع هذه الفنادق من حيث طابعها كما هو موضح في الجدول الموالي.
- الجدول رقم 02: وضعية الحظيرة الفندقية الوطنية نهاية سنة 2017.

سنة 2017		الطابع
عدد الأسرة	عدد الفنادق	
69861	949	حضري
31326	239	ساحلي
4928	59	صحراوي
4266	23	حموي
1883	19	مناخي
112264	1289	المجموع

المصدر: وزارة السياحة والصناعة التقليدية، إحصائيات السياحة والصناعة التقليدية لسنة 2017، ص 08.
 3. مؤشرات أداء القطاع السياحي في الجزائر: يعتبر أداء القطاع السياحي في الجزائر أداءً ضعيفاً جداً حيث نجد مساهمته في التنمية الاقتصادية ضئيلة جداً مقارنة بالإمكانات التي يزر بها هذا القطاع ويمكن تلخيص أهم مؤشرات أداء القطاع السياحي في الجزائر خلال الفترة الممتدة من 2000 إلى غاية 2018، مع العلم أن الباحثين وجود صعوبة في الحصول على المعلومات وخاصة في السنوات الأخيرة وكذا التضارب في هذه الإحصائيات من مصدر إلى آخر.
 الجدول رقم 03: مؤشرات أداء القطاع السياحي في التنمية الاقتصادية.

حجم الاستثمارات في القطاع السياحي مليار دولار	المساهمة في التشغيل		المساهمة المباشرة في الناتج المحلي (%)	الإيرادات السياحية مليون دولار	عدد السياح	السنوات
	إجمالي العاملين	العاملين المباشرين				
0.297	392.4	154.7	3.1	102	866000	2000
0.412	338.3	166.3	3.2	100	901000	2001
0.628	379.3	180.5	3.3	111	988000	2002
0.850	402.8	180.4	3.4	112	1166000	2003
1.840	518.1	227.5	3.6	178	1234000	2004
1.640	528	258.9	3.9	184	1443000	2005
1.840	576.3	239	3.3	220	1638000	2006
2.260	546.2	225.4	3.2	219	1743000	2007
2.080	515	227.7	3.1	323	1772000	2008
1.770	593.2	269.2	3.7	246	1912000	2009
1.554	539.4	254.1	3.4	246	2070000	2010
1.664	535.4	266.6	3.3	209	2395000	2011
1.774	583	292.2	3.3	217	2634000	2012
1.814	634.5	321.4	3.6	367	2733000	2013
1.991	604.4	305.9	3.3	347	2301000	2014
1.6089	628.3	327.3	3.5	-	1709 994	2015
					2039 444	2016
					2450 785	2017
					2891926	2018

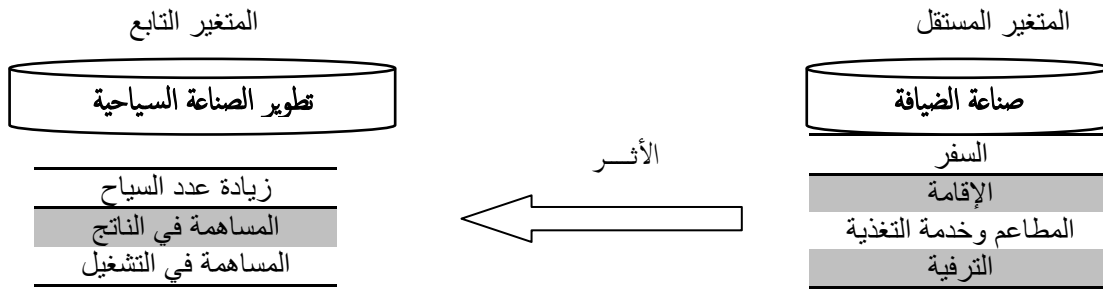
المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على عدة مراجع ومواقع الكترونية.

المحور الثالث: دراسة ميدانية

تعد الاستبانة أداة من أدوات جمع المعلومات، وذلك انطلاقاً من الرغبة في معرفة الرأي الآخر اتجاه موضوع الدراسة، من خلال توزيع استبانة بها مجموعة من الأسئلة حول موضوع الدراسة على عينة الدراسة والتي تمثل المجتمع الأصلي، من أجل تحقيق أهداف الدراسة، وتم قياس أثر الاتجاهات الحديثة لصناعة الضيافة على تطوير الصناعة السياحية بالجزائر باستخدام النمذجة بالمعادلات البنائية وبالضبط تحليل المسار باستخدام برنامج الحزم الإحصائية Spss وكذا برنامج Spss Amos.

1. مكونات ومنهجية الدراسة: نستعرض من خلال هذا الجزء عناصر الدراسة التي اختيرت بناء على ملاءمتها مع الموضوع، ممثلة في مجتمع الدراسة، والجزء محل الدراسة والمتمثل في العينة.
- أ. منهجية الدراسة: من أجل تحقيق أهداف الدراسة تم استخدام الدراسة الوصفية والدراسة التحليلية والتي تعرف بأنها أدوات من أدوات المنهج المسحي المرتكز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضع محدد في البحث حيث تتناول أحداث وظواهر وممارسات موجودة ومتاحة للدراسة والقياس كما هي دون تدخل في مجرياتها والتفاعل معها، بغرض التعرف على مدى مساهمة الاتجاهات الحديثة لصناعة الضيافة في تطوير الصناعة السياحية بالجزائر، وذلك بالاعتماد على نوعين أساسيين من البيانات.
- ب. أنواع البيانات:
- البيانات الأولية: تم إعداد استبانة الدراسة وتوزيعها على عينة الدراسة، لغرض تجميع البيانات اللازمة حول موضوع البحث ومن ثم تفرغها وتحليلها باستخدام برنامج الإحصاء Spss واستخدام الاختبارات الإحصائية المناسبة بهدف الوصول لدلالات ذات قيمة، ومؤشرات تدعم موضوع الدراسة.
 - البيانات الثانوية: وتتم من خلال مراجعة الكتب والدوريات واستخدام المواقع الإلكترونية، والأبحاث السابقة التي تساهم في إثراء هذه الدراسة.
- ج. نموذج الدراسة: يمكن توضيح نموذج الدراسة من خلال الشكل (01)، حيث يمثل الشكل مجموعة من المتغيرات التابعة والمستقلة وذلك نظرا لطبيعة الدراسة، حيث تتمثل المتغيرات المستقلة في الاتجاهات الحديثة لصناعة الضيافة، بينما المتغيرات التابعة هي كل من المؤشرات تطوير الصناعة السياحية.

الشكل (01): أنموذج الدراسة.



المصدر: من إعداد الباحثين.

د. مجتمع وعينة الدراسة: يتمثل مجتمع الدراسة في الفنادق الجزائرية، أما بالنسبة لعينة الدراسة فتتمثل في مجموعة من الفنادق العاملة في بعض الولايات حيث تم استقصاء رأي عينة من الإطار المختصين في مجال السياحة، وكذا مديري الفنادق والمسؤولين عن المطاعم والكافيتريات في الجزائر وبلغ عددهم 383 شخص من المجموع الكلي للفنادق العاملة بالجزائر والبالغ عددها 1289 فندق، حيث اعتمد الباحثان في توصيل استمارات الاستبيان إلى عينة الدراسة بالتسليم المباشر، أو عن طريق البريد الإلكتروني ولقد تم حساب الحد الأدنى العينة المناسبة للمجتمع من خلال معادلة ريتشارد جيجر، وعن طريق الإكسل وتبين أن العينة تمثل المجتمع كما هو موضح في الشكل (02).

الشكل (02): طريقة حساب العينة الممثلة أو المناسبة للمجتمع عن طريق معادلة ريتشارد جيجر.

1289	ادخل حجم المجتمع N في الخلية المقابلة			
296,1332887	إذاً _____ = حجم العينة			
0.05	1.96	39.2	1536.64	0.002646
$n = \frac{\left(\frac{z}{d}\right)^2 \times (0.50)^2}{1 + \frac{1}{N} \left[\left(\frac{z}{d}\right)^2 \times (0.50)^2 - 1\right]}$			معادلة ريتشارد جيجر	

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على معادلة ريتشارد جيجر.

2. تفرغ بيانات الاستبيان ومعالجتها إحصائياً :

- أ. أداة الدراسة: تم إعداد الاستبانة كما ذكرنا سالفاً وكان ذلك على النحو التالي:
- إعداد استبانة أولية من أجل استخدامها في جمع البيانات والمعلومات؛
 - عرض الاستبانة على مجموعة من المحكمين والذين قاموا بدورهم بتقديم النصح والإرشاد وتعديل وحذف ما يلزم؛
 - إجراء دراسة اختبارية ميدانية أولية للاستبانة وتعديل حسب ما يناسب؛
 - توزيع الاستبانة على جميع أفراد العينة لجمع البيانات اللازمة للدراسة.
- ولقد تم تقسيم الاستبانة إلى ثلاثة مجموعات: المجموعة الأولى تتكون من البيانات الشخصية لعينة الدراسة وتتكون من 5 فقرات، والمجموعة الثانية تتناول صناعة الضيافة تم تقسيمها إلى أربعة أبعاد، أما المجموعة الثالثة فهي مؤشرات تطوير الصناعة السياحية وتم تقسيمها إلى ثلاثة أبعاد سنوجزها في الجدول (04).

الجدول (04): جدول تقسيم الأبعاد.

عدد الفقرات	المحتوى	الأبعاد	المجموعة الأولى
05	بيانات خاصة بالمجيب	/	المجموعة الأولى
05	السفر	البعد الأول	المجموعة الثانية
06	الإقامة	البعد الثاني	
08	المطاعم وخدمة التغذية	البعد الثالث	
05	الترفيه	البعد الرابع	
05	عدد السياح	البعد الأول	المجموعة الثالثة
04	المساهمة في الناتج	البعد الثاني	
06	التشغيل	البعد الثالث	

المصدر: من إعداد الباحثين

- ب. صدق وثبات الاستبيان: تم تقنين الاستبانة وذلك للتأكد من صدق وثبات فقراتها كالتالي :
- صدق فقرات الاستبيان: تم التأكد من صدق فقرات الاستبيان عن طريق التحكيم وكذا الاتساق الداخلي والبنائي من خلال استخدام كل من معامل الارتباط سيبرمان فيما يخص الاتساق الداخلي وكذا معامل بيرسون بالنسبة للاتساق البنائي.
 - ثبات فقرات الاستبيان: تم التحقق من الثبات بطريق معامل الثبات (Cronbach Alpha)، إذ قام الباحثان بإجراء اختبار مدى الاتساق الداخلي لفقرات المقياس، حيث تم تقييم المقياس بحساب معامل الثبات (Cronbach Alpha) لأنه يعتمد على اتساق أداء الفرد من فقرة لأخرى، وهو يشير إلى قوة الارتباط والتماسك بين فقرات المقياس، إضافة لذلك فإنه يزود بتقدير جيد للثبات وللتحقق من ثبات أداة الدراسة، بهذه الطريقة طبقت معادلة (Cronbach Alpha) على درجات أفراد الثبات. وعلى الرغم من عدم وجود قواعد قياسية بخصوص القيم المناسبة لـ (Alpha)، وبالنسبة لمعامل ثبات الاستبانة بلغ ألف كرونباخ 0.959، أي 95.9% وهي نسبة ثبات ممتازة لأداة الدراسة، وهذا ما يوضحه الجدول (05).

الجدول (05): معامل الثبات (بطريقة ألفا كرونباخ).

عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباخ
39	0.959

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات البرنامج الإحصائي Spss.

- ج. أدوات وأساليب تحليل الدراسة: اعتمد الباحثان في عملية التحليل الإحصائي للبيانات على أساليب نمذجة المعادلة البنائية (SEM) Modeling Equation Structural، وبالتحديد استخدام تحليل المسار، لما يتمتع به هذا الأسلوب من عدة مزايا تتناسب مع طبيعة الدراسة في هذا البحث، وفيما يلي عرض مختصر لهذا الأسلوب ومبررات استخدامه:
- تحليل المسار (Path Analysis): وهو أحد أساليب نمذجة المعادلة البنائية، والتي تعنى بدراسة وتحليل العلاقات بين متغير أو أكثر من المتغيرات المستقلة IVs، سواء كانت هذه المتغيرات مستمرة أو متقطعة، متغير أو أكثر من

المتغيرات التابعة DVs، أو العوامل التي يكون لها تأثير على المتغير أو المتغيرات التابعة، حيث أن نمذجة المعادلة البنائية تجمع بين أسلوب تحليل الانحدار المتعدد والتحليل العاملي،⁽⁹⁾ حيث يبدو الهيكل البنائي للمعادلات كما يلي:⁽¹⁰⁾

$$Y_1 = X_{11} + X_{12} + X_{13} + \dots + X_{1n}$$

$$Y_2 = X_{21} + X_{22} + X_{23} + \dots + X_{2n}$$

$$Y_m = X_{m1} + X_{m2} + X_{m3} + \dots + X_{mn}$$

مقياس فترة على الأقل

مقاييس ترتيبية على الأقل

ويستخدم تحليل المسار فيما يماثل الأغراض التي يستخدم فيها تحليل الانحدار المتعدد، حيث أن تحليل المسار يعتبر امتدادا لتحليل الانحدار المتعدد، ولكن تحليل المسار أكثر فعالية حيث أنه يضع في الحسبان نمذجة التفاعلات بين المتغيرات The Interactions of modeling، وعدم الخطية Nonlinearities، وأخطاء القياس، والارتباط الخطي المزوج Multicollinearity بين المتغيرات المستقلة⁽¹¹⁾ كما يختلف تحليل المسار عن تحليل الانحدار المتعدد فيما يلي⁽¹²⁾:

- أنه نموذج لاختبار علاقات معينة، بين مجموعة متغيرات، وليس للكشف عن العلاقات السببية؛
- يفترض العلاقات الخطية البسيطة بين كل زوج من المتغيرات، بين هذه المتغيرات؛
- إن المتغير التابع يمكن أن يتحول إلى متغير مستقل بالنسبة لمتغير تابع آخر؛
- يمكن أن يكون في النموذج متغيرات وسيطة بالإضافة إلى المتغيرات المستقلة والمتغيرات التابعة؛
- يعد نموذج تحليل المسار وسيلة لتلخيص ظاهرة معينة ووضعها في شكل نموذج مترابط، لتفسير العلاقات بين متغيرات هذه الظاهرة، مما يتطلب من الباحثين تفسير السببية واتصال المتغيرات ببعضها البعض والتي تسمى بالمسارات؛
- معاملات المسارات في النموذج تكون معيارية.
- بالإضافة لما سبق، فإنه يوجد عدة نماذج أو أشكال لتحليل المسار، نذكر منها⁽¹³⁾:
- نموذج ذو اتجاه واحد: وهو ذلك النموذج الذي يشتمل على أسهم (مسارات) تتجه من المتغيرات المستقلة إلى المتغير التابع، لدراسة التأثيرات المباشرة لهذه المتغيرات على المتغير التابع.
- نموذج جماعي: وهو ذلك النموذج الذي يشتمل على عدة متغيرات تابعة ترتبط بنفس مجموعة المتغيرات المستقلة، ويسمح هذا النموذج بدراسة التأثيرات المباشرة والتأثيرات غير المباشرة على المتغيرات التابعة.
- نموذج تبادلي: حيث يجمع هذا النموذج بين النموذجين السابقين، بالإضافة إلى أخذ العلاقات التبادلية في الاعتبار بين المتغيرات المستقلة، حيث يشتمل هذا النموذج على مسارات ثنائية الاتجاه، لقياس التغير بين كل زوج من المتغيرات المستقلة. وسوف يعتمد الباحثان على هذا النوع من النماذج في هذه الدراسة، حيث يتلائم مع طبيعة العلاقات بين متغيرات هذه الدراسة.
- نموذج البنائي لتحليل المسار: تبدو الصيغة العامة لنموذج تحليل المسار، على الشكل التالي⁽¹⁴⁾:

Y	B	Y+	R	X	+e
Px1	PxP	Px1	Pxq	Qx1	Px1

حيث أن :

Y
Px1
B
PxP
R
Pxq
X
Qx1
E
Px1

مصفوفة المتغيرات التابعة، p عدد المتغيرات التابعة.

مصفوفة التأثيرات المباشرة للمتغيرات التابعة، على متغيرات أخرى، والتي تعتبر معاملات المسارات.

مصفوفة التأثيرات المباشرة للمتغيرات المستقلة، على متغيرات أخرى، والتي تعتبر معاملات المسارات، حيث q عدد المتغيرات المستقلة

مصفوفة المتغيرات المستقلة.

مصفوفة الأخطاء.

حيث تستخدم طريقة المربعات الصغرى في تقديم معالم النموذج، كما يستدل على مدى جودة النموذج المقترح للنموذج المقترح لبيانات العينة، من خلال مؤشرات جودة المطابقة في التحليل العاملي التوكيدي. د. اختبار جودة مطابقة النموذج عن طريق مؤشرات المطابقة :

لعل التصنيف الأكثر استخداما وشيوعا التصنيف الذي يقسم مؤشرات المطابقة على اختلافها وتباينها إلى ثلاث أصناف أو مجموعات كبرى، وهي:

- المجموعة الأولى: مؤشرات المطابقة المطلقة (Absolute Fit Indices): سميت مطلقة لأنها لا تقوم على مقارنة مطلقة للنموذج المفترض بنماذج أخرى مقيدة كما سنرى.
- المجموعة الثانية: مؤشرات المطابقة المقارنة أو التزايدية (Comparative Fit Indices/Incremental Fit Indices): وهي المؤشرات التي تقدر مقدار التحسن النسبي في المطابقة التي يتمتع بها النموذج المفترض (نموذج الباحثين) مقارنة بنموذج قاعدي (Baseline Model). ويتمثل النموذج القاعدي في الغالب في النموذج ذي المتغيرات المستقلة، ويدعى اختصارا بالنموذج المستقل (Independent Model) أو نموذج العدم (Null Model) الذي يقوم على افتراض أن تغاير المتغيرات الملاحظة على مستوى المجتمع تساوي صفرا أو منعدمة ولا تبقى إلا قيم تباين هذه المتغيرات.
- المجموعة الثالثة: مؤشرات تصحيح الافتقار للاقتصاد (Parsimony Correction Indices) أو المؤشرات الاقتصادية: تختلف هذه المؤشرات عن مؤشر مربع كاي ومؤشر جذر متوسط مربعات البواقي المعيارية (SRMS) وغيرها بانطوائها على دالة عقابية (Penalty Function) عند تحرير أو إضافة معلمات حرة للنموذج بدون جدوى، أي بدون أن يرافق ذلك تحسن في مطابقة النموذج المفترض. وهو الوضع الذي يسمى بالافتقار للاقتصاد في المتغيرات أو المعلمات الحرة غير المقيدة التي تحتاج إلى تقدير (Poor Parsimony). والجدول (06) يبين أهم مؤشرات المطابقة مع محاكات جودة المطابقة. الجدول (06): مؤشرات المطابقة.

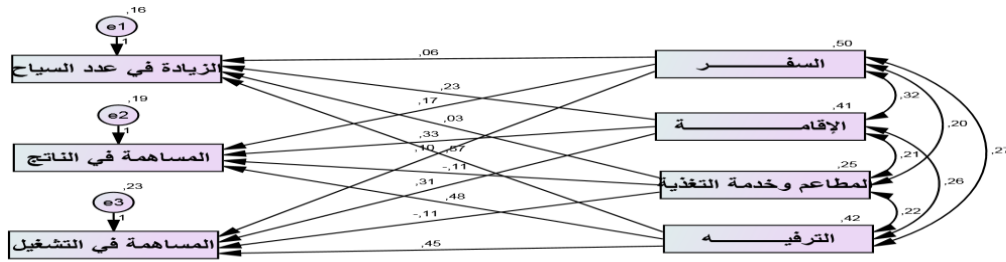
الاختصار الذي يعرف به المؤشر	الترجمة العربية له	قيم المؤشر الدالة على وجود مطابقة (قيم المؤشر النموذجية)
مؤشرات المطابقة المطلقة Absolute Fit indices		
χ^2 أو CMIN	مربع كاي	- أن تكون غير دالة. - إذا كان يساوي صفرا يدل على مطابقة تامة.
RMR	مؤشر جذر متوسط مربعات البواقي	- ينبغي أن تكون دون (0,1)
Normed Chi-square (NC)	مربع كاي المعياري أو مربع كاي النسبي	إذا كانت القيمة أصغر من 1.0 تدل على مطابقة رديئة. وإذا كانت أعلى من 5.0 تدل على مطابقة غير كافية. وإذا تراوحت القيمة من 1 إلى 5 تدل على وجود مطابقة ويفضل أن تكون بين 1 و3.
SRMR	مؤشر جذر متوسط مربعات البواقي المعيارية	- ينبغي أن تكون دون (0,1) ويفضل أن تكون أصغر من (0,08).
GFI	مؤشر حسن المطابقة	- يساوي أو أكبر من (0,90) ويفضل أن تساوي أو أكبر من (0,95).
AGFI	مؤشر حسن المطابقة المصحح	- يساوي أو أكبر من (0,90)
RMSEA	الجذر التربيعي لمتوسط خطأ الاقتراب	- المؤشر دون (0,05) يدل على مطابقة ممتازة - المؤشر بين (0,08-0,05) يدل على مطابقة جيدة - المؤشر بين (0,10-0,08) يدل على مطابقة لا بأس بها mediocre - المؤشر أعلى من (0,10) يدل على سوء المطابقة. حدود الثقة عند 90% الدالة على المطابقة يجب أن تتراوح من الصفر إلى 0,08، أي أن الحد الأصغر يجب أن يكون دون 0,05 بكثير، أي قريبة من الصفر، أما الحد الأكبر فيجب ألا يتعدى 0,08
P-Value for Close Fit	الدلالة الإحصائية للمطابقة القريبة	يجب أن تكون قيمته أكبر من 0.50
مؤشرات الافتقار للاقتصاد Parsimony Correction Indices		
(PGFI)	مؤشر حسن المطابقة الاقتصادي	- ينبغي أن يكون أكبر من 0.50 والأفضل أن يتعدى 0,6

مؤشر المطابقة المقارن الاقتصادي (PCFI)	- قيمة المؤشر أعلى من (0,5) تدل على مطابقة معقولة، ويفضل أن يكون أكبر من (0,6).
مؤشر المطابقة المعياري الاقتصادي (PNFI)	- قيمة المؤشر أعلى من (0,5) تدل على مطابقة معقولة، ويفضل أن يكون أكبر من (0,6).
ECVI	يجب أن تكون قيمة المؤشر للنموذج الحالي أصغر من قيمة المؤشر للنموذج المستقل أو الصفري.
AIC	يجب أن تكون قيمة المؤشر للنموذج الحالي أصغر من قيمة المؤشر للنموذج المستقل أو الصفري.
CAIC	يجب أن تكون قيمة المؤشر للنموذج الحالي أصغر من قيمة المؤشر للنموذج المستقل أو الصفري.
مؤشرات المطابقة المقارنة أو التزايدية Comparative / incremental Fit Indices	
CFI	- قيمة المؤشر أعلى من (0,90) تدل على مطابقة معقولة ويفضل أن تساوي أو أكبر من (0,95).
NNFI أو TLI	- قيمة المؤشر أعلى من (0,90) تدل على مطابقة معقولة ويفضل أن تساوي أو أكبر من (0,95).
NFI	- قيمة المؤشر أعلى من (0,90) تدل على مطابقة معقولة ويفضل أن تساوي أو أكبر من (0,95).

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مجموعة من المراجع.

3. تطبيق النموذج المقترح :

أ. النموذج البنائي المقترح: اعتمد الباحثان في الدراسة التطبيقية على إجراء التحليل الإحصائي باستخدام برنامج Spss ، لتقدير معاملات نموذج تحليل المسار، ومؤشرات جودة النموذج، على النحو المبين في الشكل (03). ويتضح من الشكل أن: الشكل رقم (03): أنموذج البنائي المقترح.



المصدر: من إعداد الباحثين باستخدام برنامج Spss Amos.

- الأسهم المتبادلة ذات الاتجاهين بين المتغيرات المستقلة، تقيس قيمة التباين بين كل زوج من هذه المتغيرات؛
 - الأسهم ذات الاتجاه الواحد بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، تقيس مقدار التباين غير المباشر الذي تفسره المتغيرات المستقلة للمتغير التابع.
- ب. جودة أنموذج البنائي المقترح: من مخرجات التحليل الإحصائي، مؤشرات جودة المطابقة للنموذج البنائي المقترح مع النموذج البنائي المفترض لبيانات العينة، يمكن تلخيصها في الجدول (07).

الجدول (07): مؤشرات مطابقة أنموذج المقترح.

AIC Saturated model	AIC*	GFI	NFI	CFI*	TLI	Chi ²	RMSEA	SRMR*
1922.67	221.898	0.893	0.910	0.911	0.374	171.898	0.384	0.0546

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على مخرجات البرنامج الإحصائي Spss Amos.

مؤشر مهم جدا لا بد أن يتحقق*

يلاحظ من الجدول (07) وبالمقارنة بين القيمة المرجعية لكل مؤشر المذكورة سابقا في الجدول رقم (06) أن: النموذج المقترح غير مطابق للنموذج المفترض لبيانات العينة، كانت قيمة χ^2 مساوية لـ 171.898 ودالة وهذا مؤشر لسوء المطابقة بحيث يجب أن تكون غير دالة، وكانت قيمة GFI مؤشر حسن المطابقة تساوي (0.911) ويفضل أن تساوي أو يكون أكبر من (0,95) وهذا يدل على عدم حسن المطابقة، وفيما يخص مؤشر NFI مؤشر المطابقة المعياري قيمته تساوي (0910) وهي أقل من (0,95) وعليه فالمطابقة لا بأس بها، CFI مؤشر المطابقة المقارن وهو مؤشر مهم قيمته (0.911) وهي أقل من (0,95) يدل على عدم المطابقة، أما فيما يخص مؤشر TLI تاكرلوبيس-Lewis Index Tucker فكانت تساوي (0.374) ويفضل أن تساوي أو أكبر من (0,95) وهذا يدل على عدم المطابقة، أما SRMR مؤشر جذر متوسط مربعات البواقي المعيارية قيمته (0.0546) وهو من المؤشرات المهمة جدا وحسب مدلول هذا المؤشر يفضل أن تكون أصغر من (0,08) وهذا دليل آخر على عدم مطابقة النموذج. أما قيمة محك المعلومات AIC فجاءت قيمتها (221.898) وهي أصغر من قيمة محك المعلومات لنموذج المستقل AIC Saturated model والذي بلغت قيمة 1922.67.

إذاً الملاحظ من الجدول أن أغلب المؤشرات قيمتها لا تتوافق أو لا تتطابق بشكل جيد مع مؤشرات المطابقة، مما يدل على أن النموذج المقترح غير مطابق للنموذج المفترض لبيانات العينة، خاصة المؤشرات التي لها أهمية والتمثلة في كل من AIC و CFI و SRMR، أي أن النموذج يحتاج إلى تعديل.

من خصائص برنامج Spss Amos أنه يقترح تعديلات لضمان جودة تطابق أحسن، إلا أنه لا بد أن تكون هذه التعديلات التي يقدمها البرنامج تتماشى مع النظرية الاقتصادية، أي لا بد أن يكون لها سند أو خلفية نظرية لقبول هذا التعديل، حيث أن البرنامج قدم لنا تعديلات يمكن تحديدها من خلال الجدول (08).

الجدول (08): التعديلات المقترحة من قبل برنامج Spss Amos

	M.I.	Par Change
Y ₃ <--- Y ₂	46,850	,244
Y ₂ <--- Y ₃	59,099	,261
Y ₂ <--- Y ₁	13,220	,124
Y ₁ <--- Y ₃	5,448	,073
Y ₁ <--- Y ₂	14,633	,115

المصدر: مخرجات برنامج Spss Amos.

يمكن توضيح الرموز الموجد في الجدول أعلاه بحيث:

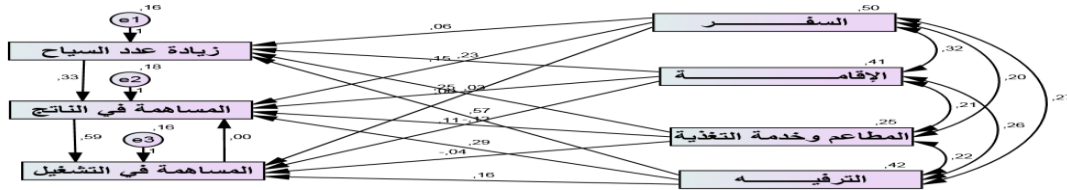
Y₁: الزيادة في عدد السياح؛

Y₂: المساهمة في عدد الناتج المحلي؛

Y₃: الزيادة في التشغيل.

الملاحظ من التعديلات المقترحة من الجدول (08): أن أهم تعديل الذي يكون لديه تفسير نظري هو ربط السهم من Y₂ إلى Y₃ أي أن المساهمة في الناتج المحلي يؤدي إلى زيادة التشغيل وكذلك التعديل الآخر يتمثل في ربط السهم من Y₃ إلى Y₂ أي أن زيادة التشغيل تساهم الناتج المحلي، ومن بين التعديلات المقترحة أيضا هو ربط السهم من Y₁ و Y₂ أي زيادة عدد السياح سيؤدي إلى زيادة الناتج المحلي، وهذه التعديلات منطقية بحيث أن النظرية الاقتصادية تقر بذلك وبالتالي سيكون النموذج المعدل كما هو في الشكل (04).

الشكل رقم (04): أنموذج البنائي المعدل.



المصدر: من إعداد الباحثين باستخدام برنامج Spss Amos.

ج. جودة النموذج البنائي المعدل: من مخرجات التحليل الإحصائي، مؤشرات جودة المطابقة للنموذج البنائي المعدل مع النموذج البنائي المفترض لبيانات العينة، يمكن تلخيصها في الجدول (09).

الجدول (09): مؤشرات مطابقة نموذج البنائي المعدل.

AIC Saturated model	AIC*	GFI	NFI	CFI*	TLI	Chi ²	RMSEA	SRMR*
1922.67	56	1.000	1.000	1.000	/	0.000	0.485	0.000

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على مخرجات البرنامج الإحصائي Spss Amos.

يلاحظ من الجدول (09) النموذج المعدل متطابق تماماً مع النموذج المفترض لبيانات العينة، كانت قيمة χ^2 مساوية لـ صفر (0.000) وهذا يدل على مطابقة تامة، وكذلك كل المؤشرات تدل على المطابقة التامة وخاصة المؤشرات المهمة حيث بلغ CFI مؤشر المطابقة المقارن 1 وهو أكبر من 0.95 القيمة المرجعية، وبلغ مؤشر جذر متوسط مربعات البواقي المعيارية SRMR قيمته (0.000) وهي أصغر من 0.08، أما مؤشر محك المعلومات AIC بلغة قيمة (56) وهي أصغر بكثير من قيمة النموذج المستقل والذي تبلغ 1922.67.

وهذا ما يدل على أن النموذج المعدل مطابق تماماً للنموذج المفترض لبيانات العينة وعليه نقبل فرضية الدراسة ويمكن القول أن صناعة الضيافة تساهم في تطوير الصناعة السياحية بالجزائر.

4. تحليل نتائج النموذج البنائي المعدل: من خلال الجدول (10) يمكن تحديد معاملات الانحدار المعياري لنموذج تحليل المسار لدور صناعة الضيافة في تطوير الصناعة السياحية بالجزائر.

الجدول (10): معاملات معادلة الانحدار المعياري

Estimate		
Y1 <---	X1	,063
Y1 <---	X2	,225
Y1 <---	X3	,026
Y1 <---	X4	,565
Y2 <---	X1	,151
Y3 <---	X1	,005
Y2 <---	X2	,235
Y3 <---	X2	,110
Y2 <---	X3	-,087
Y3 <---	X3	-,033
Y2 <---	X4	,274
Y3 <---	X4	,160
Y2 <---	Y1	,320
Y3 <---	Y2	,610

Y2 <--- Y3 ,002

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على مخرجات البرنامج الإحصائي Spss Amos.

من خلال ما سبق، يمكن صياغة معادلة الانحدار المعياري لنموذج تحليل المسار لكل من زيادة عدد السياح، المساهمة في الناتج المحلي، المساهمة في التشغيل بدلالة متغيرات صناعة الضيافة كالاتي :

$$Y_1 = 0.063x_1 + 0.225x_2 + 0.026x_3 + 0.565x_4 + e_i$$

$$Y_2 = 0.151x_1 + 0.235x_2 - 0.087x_3 + 0.274x_4 + 0.320Y_1 + 0.002Y_3 + e_i$$

$$Y_3 = 0.005x_1 + 0.110x_2 - 0.033x_3 + 0.160x_4 + 0.610Y_3 + e_i$$

حيث أن: المتغيرات التابعة: Y_1 (زيادة عدد السياح)؛ Y_2 (المساهمة في الناتج المحلي)؛ Y_3 (المساهمة في التشغيل).

■ المتغيرات المستقلة: X_1 (السفر)؛ X_2 (الإقامة)؛ X_3 (المطاعم وخدمة التغذية)؛ X_4 (الترفيه).

الخاتمة:

تعتبر صناعة الضيافة والسياحة من أقدم الصناعات في العالم وأكثرها نمواً وتطوراً واعتماد هذه الصناعة على صناعات أخرى لنجاحها يقود إلى انتعاش اقتصادي في الكثير من الدول التي تعتمد على هذه الصناعة كأحد أهم مصادر الدخل، حيث أكدت منظمة السياحة العالمية أن السياحة والسفر كالاقتصاد العالمي يؤثر بشكل مباشر في زيادة في حدود 11% من الناتج المحلي، كما يساهم بشكل كبير في الحد من مشكل البطالة. ولكن رغم الإمكانات الكبيرة التي تزخر بها الجزائر في مجال السياحة إلا أن مساهمة هذه الأخيرة في الناتج المحلي كبعيد كل البعد مقارنة بالمقومات الهائلة لها. وصناعة الضيافة تربطها صلة قوية عبر التاريخ بالسفر والسياحة ولكن للأسف لم تهتم السلطات الجزائرية بهذه الصناعة كمحرك لتطوير السياحة بالجزائر. ومن خلال هذه الدراسة حاولنا الخروج بمجموعة من النتائج والتوصيات نوجز أهمها في مايلي:

1. نتائج الدراسة:

- تعتبر السياحة من أقدم الصناعات في العالم وأكثرها نمواً وتطوراً، وتعتبر كأحد أهم مصادر الدخل في الكثير من دول العالم بما فيها الدول العربية؛
- تعتبر صناعة الضيافة إحدى القطاعات الخدمية الاقتصادية الحديثة والمتطورة، ويشكل نجاحها نجاحاً وانتعاشاً اقتصادياً للبلدان التي تعتمد على هذه الصناعة؛
- تسعى صناعة الضيافة إلى تحقيق الرضا والقناعة لدى الضيف، عن طريق تقديم خدمات متعددة ومتنوعة؛
- أن التطور الهائل والسريع في وسائل السفر التي أتاحت للناس الانتقال من مكان لآخر بسهولة ويسر أدى إلى تطوير قطاع السياحة وصناعة الضيافة؛
- صناعة الضيافة ذات دور هام في النمو الاقتصادي للعديد من دول العالم وفي بعض مناطق العالم يعتبر الدخل و الناتج من هذه الصناعة يشكل أهمية كبرى في التنمية الاقتصادية وذلك من خلال:
 - توفير العديد من فرص العمل للسكان المحليين مثل العمل في الفنادق والمطاعم وشركات النقل بأنواعه المختلفة أو محلات التجزئة وهو ما يعمل على الحد من مشكلة البطالة؛
 - المساهمة بنسبة كبيرة في تمويل الناتج المحلي الإجمالي سواء على مستوى المنطقة أو على مستوى الدولة ككل وذلك يعزز قدرة الدولة المالية ويحد من معدلات التضخم؛
 - الحصول على العملات الأجنبية من خلال بيع وتزويد الزوار الأجانب بالسلع والخدمات المختلفة وهذا يساهم في تحسين وضع ميزان المدفوعات للدولة حيث أن الدولة تحتاج للعملات الأجنبية بشكل كبير خلال عملية الاستيراد وشراء البضائع من الخارج؛
 - تطوير البنية التحتية والفوقية والعمل على تطوير مفهوم صناعة الضيافة داخل الدولة.
- اعتماد كثير من دول العالم على السياحة كمصدر دخل رئيس لها استوجب تطوير صناعة الضيافة؛
- مفهوم صناعة الضيافة في الجزائر بعيد كل البعد عن تطلعات الدور التنموي لهذا القطاع رغم الإمكانات والمقومات الهائلة لها في هذا المجال؛
- غياب إستراتيجية تطوير صناعة الضيافة عند وضع المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2025 والذي تم تمديد فترته إلى غاية 2030؛

- من خلال الدراسة الميدانية أكدت عينة الدراسة أن صناعة الضيافة تساهم في تطوير الصناعة السياحية بالجزائر.
- أكدت عينة الدراسة أن صناعة الضيافة تساهم بشكل كبير في نشر الموروث الثقافي الجزائري؛
- أكدت عينة الدراسة أن صناعة الضيافة تعتبر كمدخل لتطوير الصناعة السياحية في الجزائر.

2. توصيات الدراسة:

- لا بد من تشخيص معوقات الاستثمار السياحي في الجزائر ومعالجتها لخلق مناخ ملائم للاستثمار، وبهدف تدارك التأخر المسجل في المجال السياحي؛
- ضرورة اهتمام الفنادق الجزائرية بصناعة الضيافة في الجزائر لتطوير القطاع السياحي؛
- يجب على السلطات الجزائرية أن تولي الاهتمام بصناعة الضيافة ومدى ترابطها بتطوير القطاع السياحي؛
- لا بد من تطوير البنية التحتية والفوقية والعمل على تطوير مفهوم صناعة الضيافة داخل الدولة؛
- يجب أن تقوم صناعة الضيافة دور محرك للقطاع السياحي بالجزائر؛
- هناك نقص في المورد البشري المؤهل في مجال صناعة الضيافة يلزم السلطات الجزائرية بخلف فرص تكوين ومعاهد خاصة بهذا المجال والحرص على تكوين وتأهيل إطارات خاصة في هذا المجال داخل الفنادق الجزائرية؛
- تنظيم أيام دراسية ومؤتمرات علمية خاصة بصناعة الضيافة والبحث عن آليات تطويرها في السياحة الجزائرية.

المراجع

- الطائي، حميد، صناعة الضيافة، دار الحكمة للطباعة والنشر - جامعة الموصل - العراق، 1991، ص 12.
- ماهر عبد العزيز، مبادئ إدارة الفنادق، ط1، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2000، ص ص 26-27، بتصرف.
- المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني، صناعة الضيافة، الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج، المملكة العربية السعودية، 1429 هـ، ص 4.
- المرجع نفسه، ص ص 5-6، بتصرف.
- المرجع نفسه، ص 8، بتصرف.
- محمد منير حجاب، الإعلام السياحي، مصر، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2002، ص 21.
- محمد مرسي الحريري، جغرافية السياحة، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، دون سنة نشر، ص 18.
- سليمة طباطبائية، وآخرون، صناعة السياحة في الجزائر بين المؤهلات، المعوقات، وسبل النهوض، ورقة بحثية مقدمة للملتقى الدولي الأول حول: السياحة والتنمية المستدامة في الجزائر، جامعة باجي مختار - عنابة، الجزائر، يومي 29/30 سبتمبر 2017، ص ص 4-5، بتصرف.
- Barbara G. Tabachnick and Linda S. Fidell, Using Multivariate Statistics, Third Edition, HarperCollins College Publishers, USA, 1996, p.75
- Joseph F. Hair, JR. Rolph E. Anderson. Ronald L. Tathman and William C, Black Multivariate Data Analysis With Reading. Fourth Edition. New Jerssy, USA: Prentice-Hall, Inc, 1995. , p.69
- Jeonghoon Ahn. (2002). Beyond Single Equation Regression Analysis: Path Analysis and Multistage regression Analysis. American Journal of Pharmaceutical Education. Vol 66, 2002, p.172.
- Joseph F. Hair, JR. Rolph E, op.cit p.71.
- Neil H. Timm, Applied Multivariate Analysis. New York, USA: Springer-Verlage, 2002, p.204.
- Joseph F. Hair, JR. Rolph E, op.cit ,p.89.