

واقع تطبيق مخطط جودة السياحة الجزائرية في المؤسسات السياحية والفندقية The Reality of Schema Quality Tourism Algerian in the Tourism and Hotel Institutions

شاعة عبدالقادر¹، هوان بوعبدالله²

CHAA Abdelkader¹, HAOUANE Bouabdallah²

جامعة مستغانم (الجزائر)، abdelkader.chaa@univ-mosta.dz

عضو مخبر بحث DYNAMICS

جامعة مستغانم (الجزائر)، bouabdallah.haouane.etu@univ-mosta.dz

عضو مخبر بحث STRATEV

تاريخ الاستلام: 2022/10/08 تاريخ القبول: 2022/12/19 تاريخ النشر: 2023/03/21

ملخص: تهدف هذه الدراسة إلى معرفة واقع تطبيق مخطط جودة السياحة الجزائرية في المؤسسات السياحية والفندقية، وإبراز مدى إدراك المدراء الفنيين والعاملين بالمؤسسات السياحية والفندقية بضرورة مخطط جودة السياحة الجزائرية، والامتثال والمطابقة للمعايير والالتزامات التي تضمنها الإطار الوطني لجودة السياحة، والتعرف على واقع تطبيق المخطط لاستخلاص نقاط القوة ونقاط الضعف وإيجاد آليات لمعالجتها وتجسيد مسعى جودة السياحة الجزائرية، خلصت نتائج الدراسة إلى أن لاتوجد إرادة كبيرة للانخراط في تنفيذ المخطط راجع لصعوبة تطبيق الامتثال ومطابقة المعايير والالتزامات على أرض الواقع، ونقص التكوين والمهارات للسيد الجودة الموكل له مهمة تنفيذ سياسة الجودة الملزم بها.

كلمات مفتاحية: جودة السياحة؛ سياسة الجودة؛ المؤسسة السياحية والفندقية.

تصنيفات JEL : Z390 : Z380 : Z300.

Abstract: This study aims to learn about the Implementation of the Algerian Tourism Quality Schema in Tourism and Hotel Institutions, and to highlight the extent to which managersstaff of tourism and hotel Institutions are aware of the need for theSchemaQualityTourism Algerian (PQTA), compliance and conformity with the standards and commitments of the National Tourism Quality Framework ,The results of the study concluded that there was little will to engage in the implementation of the schema due to the difficulty of applying compliance and conforming to standards and commitments on the ground, and needs formation and skills of Mr. Quality tasked with implementing the quality policy.

Keywords: QualityTourism; Tourism Policy;Tourism and Hotel Institutions.

JEL Classification Codes: Z390 : Z380 : Z300.

¹المؤلف المرسل: هوان بوعبدالله، الإيميل bouabdallah.haouane.etu@univ-mosta.dz

المقدمة :

يعتبر القطاع السياحي من بين القطاعات المساهمة في تحقيق التنمية الإقتصادية والاجتماعية والثقافية، حيث أنه خلال عام 2019م ساهمت صناعة السياحة بنحو 10,4% في الناتج المحلي الإجمالي على المستوى العالمي أي ما يمثل 8,9 تريليون دولار أمريكي، أما على مستوى الدول العربية ساهم قطاع السياحة ب 11,4%، ويوفر قطاع السياحة حوالي 330 مليون منصب عمل مباشر أو غير مباشر على مستوى العالم، كما يساهم في جلب العملة الصعبة جراء تقديم الخدمات السياحية والفندقية للأجانب.

تسعى الجزائر على غرار باقي دول العلم لصناعة السياحة والفندقة، من خلال الجهود المبذولة لتحسين التدرجي لجودة الخدمات السياحية والفندقة، من خلال وضع مخطط جودة السياحة الجزائري الذي صدر في سنة 2014، تضمن الإطار الوطني لجودة السياحة الخاص بالمؤسسات الفندقية عشر (10) عائلات ومعايير الجودة المقدر ب 49 معيار والتزامات الجودة المقدر ب 306 إلزام، للحصول على علامة جودة السياحة الجزائري لابد من تحقيق 80 % من التزامات الجودة مع تجاوز المؤشرات الإقصائية.

انتهاج مسار الجودة في القطاع السياحي والفندقي يساهم في دعم التنافسية، من خلال التحسين التدرجي للخدمات السياحية والفندقية المقدمة للزبائن وتلبية متطلباتهم مع توقع حاجياتهم وطنيين كانوا أم أجانب، ودراسة عدم الرضا وتحليلها لإيجاد الفجوات وتصحيحها. مما سبق نندرج الإشكالية التالية:

- ما هو واقع تطبيق مخطط جودة السياحة الجزائري في المؤسسات السياحية والفندقية؟
يندرج تحت هذا السؤال الرئيسي الأسئلة الفرعية التالية:

- ما هو مخطط جودة السياحة الجزائري وماهي الأطراف المستفيدة من الحصول على العلامة التجارية جودة السياحة ؟

- ما هي متطلبات تنفيذ مخطط جودة السياحة الجزائري ؟

- ما هي المشاكل التي تعرقل الحصول على العلامة التجارية جودة السياحة الجزائري؟

سنحاول من خلال هذه الدراسة الإجابة عن هذه التساؤلات من خلال الفرضية الرئيسية الآتية:

- توجد إرادة لدى القائمين على المؤسسات السياحية والفندقية للحصول العلامة التجارية جودة السياحة الجزائري لضمان تقديم المؤسسات السياحية والفندقية سلع وخدمات سياحية وفندقية للزبائن المحليين والأجانب ذات جودة متميزة وتنافسية.

أهداف الدراسة :

- إدراك القائمين على المؤسسات السياحية والفندقية بالانخراط بمخطط جودة السياحة الجزائري، وتوضيح إجراءات ومراحل تطبيق المعايير والالتزامات؛
- التعرف على واقع تطبيق مخطط جودة السياحة الجزائري وتذليل الصعوبات التي تعوق تجسيد مخطط الجودة بالمؤسسات السياحية والفندقية.

هيكل الدراسة:

للإمام بالموضوع وبلوغ الهدف من الدراسة تم تقسيم الدراسة إلى ثلاث محاور بداية بالتطرق إلى الإطار المفاهيمي للمؤسسات السياحية والفندقية والخدمات التي تقدمها، أما المحور الثاني ننال فيه نبذة عن مخطط جودة السياحة الجزائري مبرزين الركائز الأساسية لإدارة الجودة إضافة إلى شروط وإجراءات الحصول على علامة جودة السياحة الجزائر، وفي المحور الأخير نتطرق إلى واقع تطبيق مخطط جودة السياحة الجزائري في مؤسسات سياحية وفندقية بالجزائر.

دراسات سابقة:

إهتمت دراسات بموضوع مخطط جودة السياحة الجزائري لتحقيق مسعى جودة السلع والخدمات السياحية والفندقية المقدمة، من بين هذه الدراسات نذكر ما يأتي:

1 -دراسة لجلط ابراهيم وراقم نورة، دور مخطط جودة السياحة الجزائري في تحسين الصورة الذهنية للسياحة، مجلة شعاع الدراسات الاقتصادية، العدد 02- سبتمبر 2017: توصلت الدراسة إلى مراقبة جودة السلع والخدمات السياحية تتميز بالصعوبة وتتطلب الوقت في تقديمها وفقا لمتطلبات الجودة التنافسية، إضافة إلى وجود غياب عملي يوضح خارطة تطبيق مخطط جودة السياحة الجزائري، وكثرة الإجراءات الإدارية لانتهاج هذا المسعى.

2 - دراسة فرطاس فايضة، تبني مخطط جودة السياحة الجزائري كحركية لتحقيق استراتيجية جودة الخدمات الفندقية-دراسة على فنادق ولاية سطيف، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية ، العدد 11-جانفي 2017: خلصت الدراسة إلى وجود مشكلة ذهنيات أي إهمال وعدم وإيلاء الأهمية البالغة لتطبيق مخطط جودة السياحة الجزائري، مع وجود فهم منعدم لمحتوى المخطط من قبل القائمين على المؤسسات السياحية والفندقية المنخرطة من خلال الخلط بين التصنيف وإعادة التصنيف والانخراط في هذا المسعى، إضافة إلى عدم وجود

مكاتب للتدقيق والمتخصصة في تدقيق جودة الخدمات الفندقية من قبل وزارة السياحة والصناعة التقليدية الجزائرية.

تميزت دراستنا بالتركيز على استراتيجية تنفيذ مخطط جودة السياحة الجزائري التي ينبغي على المؤسسات السياحية والفندقية صياغتها، وتقديم حلول علمية وعملية تتعلق بترسيخ سياسة الجودة في ذهنية القائمين بالمؤسسات السياحية والفندقية للحصول على العلامة التجارية جودة السياحة الجزائري.

مناهج الدراسة :

من أجل تحقيق أهداف الدراسة سنعتمد على المنهج الوصفي للبيانات المقدمة من المصالح المركزية واللامركزية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية الجزائرية حول انخراط المؤسسات السياحية الفندقية (الفنادق، وكالات السياحة والأسفار، المحطات الحموية) في مخطط جودة السياحة الجزائري خلال الفترة الممتدة من 2016م إلى غاية 2021م، واستخدام المنهج التحليلي لتحليل النتائج المتوصل إليها، كما أجرينا مقابلات شخصية مع مالكي ومسيري مؤسسات فندقية ووكالات السياحة والأسفار، إضافة إلى إجراء مقابلات شخصية حضوري وافتراضي مع إطارات بالمصالح المركزية واللامركزية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية الجزائرية .

المحور الأول : الاطار المفاهيمي للمؤسسات السياحية والفندقية

نتطرق في هذا المحور إلى التعرف على المؤسسات السياحية والفندقية والخدمات المتنوعة التي تقدمها.

الفرع الأول: تعريف المؤسسات السياحية والفندقية

تعددت تعاريف المؤسسات السياحية والفندقية وفقا لتعدد الخدمات السياحية والفندقية التي تقدمها، ومن بين هذه التعاريف نجد :

- " كل مؤسسة تسعى لتقديم خدمة معينة للسياح وإشباع حاجاتهم من(سكن، نقل،

طعام، رحلات ... إلخ)"(عبوي، 2008، صفحة 13)

- "قسم من الأقسام المهمة للقطاع السياحي ولها مسألة خاصة وعمليات متنوعة وشكل مميز لطبيعة العملية الإنتاجية فيها"(مصطفى، 2018، صفحة 26)

- كما تعرف المؤسسة السياحية على أنها: (مصطفى، اقتصاديات السياحة البيئية والمحميات الطبيعية ، 2016، صفحة 221)

- " تعتبر منشآت سياحية الأماكن المعدة لاستقبال السياح لتقديم المأكولات والمشروبات، وكذلك تعتبر منشآت سياحية وسائل النقل المخصصة لنقل السياح في رحلات برية أو بحرية أو جوية "

- كما تعرف بأنها : " تلك الأماكن المعدة أساسا لاستقبال السياح وتقديم الخدمات المختلفة من مأكولات ومشروبات، التي يتم استهلاكها في نفس المكان كالمطاعم، وكذلك المنشآت التي تمتلك وسائل النقل المختصة لنقل السائحين أو تلك المعدة لإقامة النزلاء والسائحين مثل الفنادق ؛"

- " مؤسسات تجارية تقوم بالعمل على تقديم مختلف الخدمات السياحية اللازمة، من خدمات إقامة وطعام وشراب وخدمات علاجية، ثقافية، رياضية، تجارية، إرشاد سياحي، تنظيم برامج للرحلات وكذلك خدمات النقل السياحي بمختلف أنواعه لكافة السياح على مختلف أنواعهم".
من خلال التعاريف يمكن تعريف المؤسسات السياحية والفندقية على أنها هياكل أو أماكن تقدم خدمات سياحية متنوعة، تسعى لتلبية رغبات واحتياجات الزبائن (برمجة رحلات سياحية وترفيهية، خدمات النقل، تقديم إرشادات سياحية، الإيواء، تقديم الأطعمة والمشروبات... إلخ).

الفرع الثاني : الخدمات السياحية والفندقية

تقدم المؤسسات السياحية منتجات وتقدم خدمات متنوعة، نذكر منها مايلي:(بسام،

2015، الصفحات 70-72)

- خدمة الإقامة: تقدمها جميع وسائل الإقامة السياحية المعروفة مثل الفنادق والموتيلات والقرى السياحية والشقق المفروشة وبيوت الشباب والمخيمات، وجلها تعد منتج سياحي أولي.
- خدمة الإعاشة : تقدمها وسائل الإقامة المختلفة بالإضافة إلى المطاعم والكافيتريات والمحلات العامة إلى غير ذلك من وسائل الإعاشة، وما يقدم إلى السائح في داخل المرفق السياحي تعد منتج سياحي أوليا، بينما إذا ما قدمت إليه خارج المرفق السياحي فإنها تعد منتج سياحي ثانويا.

- خدمة النقل السياحي: تتولى شركات النقل السياحي العامة والخاصة ووسائل النقل العامة والشركات السياحية وبعض الفنادق ومكاتب تأجير السيارات، تقدم هذه الخدمة تيسيرا على السائحين في التنقل من مكان إلى داخل الدولة.

- خدمات شركات ووكالات السياحة والأسفار: تقدم هذه الشركات خدماتها المختلفة للسائحين مثل الحجز بالفنادق ووسائل التنقل الداخلية والحجز على الرحلات الجوية الدولية

والمحلية إلى غير ذلك من الخدمات تقدم هذه الخدمات بعض الفنادق الكبرى ومكاتب الاستعلامات السياحية الرسمية والخاصة للدول السياحية، داخل الدولة أو خارجها في مكاتبها الموجودة في الدول الأخرى.

- خدمات المشتريات السياحية: تقدمها محلات بيع الهدايا والتذكارات السياحية وبعض المحلات العامة الأخرى التي تبيع مثل هذه السلع السياحية.
- خدمة الاتصالات: تقدم هذه الخدمة مكاتب حكومية تابعة للدول بالإضافة إلى المكاتب الخاصة والفنادق في العصر الحالي أصبحت خدمة الاتصالات متوفرة في معظم الدول السياحية، ولكن يختلف مستوى تقديم تلك الخدمة حسب إمكانيات الدول السياحية وقدرتها الاقتصادية، لأن الاتصالات تتطلب بنية تحتية قوية ومكلفة.
- خدمة الترفيه السياحي: تقدمها المحلات السياحية ومختلف وسائل الترفيه السياحي العاملة في الدول السياحية وتكون متنوعة لتلبية رغبات واحتياجات السائحين المتعددة.

المحور الثاني : مخطط جودة السياحة الجزائري

انتهاج مسعى الجودة في المؤسسات السياحية والفندقية، يتطلب صياغة استراتيجية تمثلت في مخطط جودة السياحة الجزائري (PQTA) الذي تم إصداره في سنة 2014، والذي استفادت منه الجزائر في إطار دعم التنوع الاقتصادي في الجزائر (DIVICO) بالتعاون مع الاتحاد الأوروبي منذ سنة 2011، والذي تضمن مجموعة من معايير الجودة لتحسين أداء المؤسسات السياحية بالجزائر، انخرط أو انضم هذه المؤسسات يتطلب الالتزام بمقاييس المرجعية الوطنية لجودة السياحة (RNQT) الجزائري الخاص بالمؤسسات الفندقية والمطاعم ووكالات السياحة والأسفار.

الفرع الأول : نظام إدارة الجودة

1-تعريف الجودة :

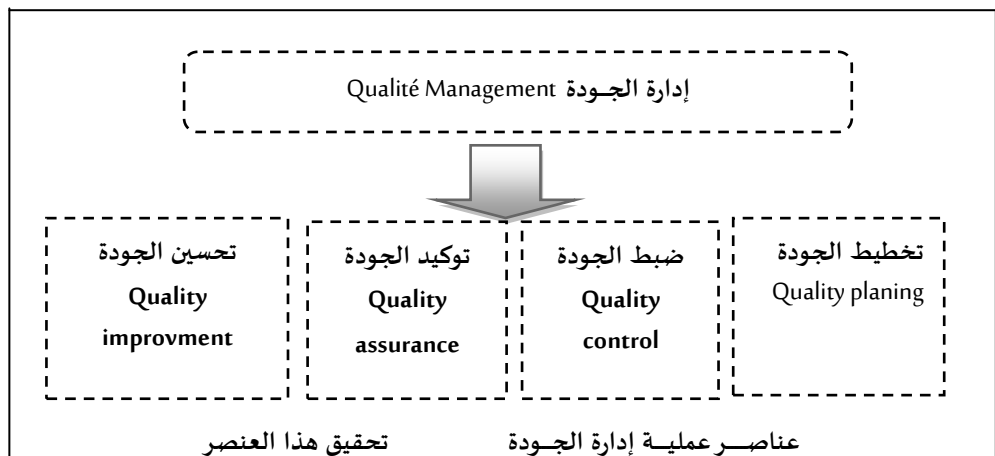
عرف ديمينغ (DEMING) الجودة على أنها: " التوافق مع احتياجات المستهلك ومتطلباته مهما كانت، كما أنها التحسين المستمر في جميع النشاطات والتخفيض المستمر للخسائر والتكاليف " (بن علي ونوري، 2015، الصفحات 304-326)

2- تعريف إدارة الجودة:

حسب المكتب الفدرالي الأمريكي لإدارة الميزانية (AFOMB) تعرف إدارة الجودة الشاملة

على أنها : "نهج التنظيم الكلي لتلبية احتياجات الزبائن وتوقعاتهم يشمل جميع المديرين والموظفين في استخدام الأساليب الكمية للتحسين باستمرار عمليات منظمة للمنتجات والخدمات" (بطاهر، 2018، الصفحات 229-248)

الشكل رقم (01) : عناصر إدارة الجودة



المصدر: إسماعيل إبراهيم الفرار (2010)، التطبيق الكفؤ على أنظمة إدارة الجودة، دار دجلة، الأردن، ص: 9

من خلال الشكل رقم (01) نلاحظ أن إدارة الجودة يتطلب ممارسة مجموعة من الأنشطة المتداخلة والمتناسقة تعمل في شكل نظام لتوجيه المؤسسة لتحقيق سياسة الجودة المراد تحسينها، انطلاقاً من الخطط التي تم تصميمها ووضع مجموعة من المعايير لإمكانية قياسها ومعرفة انحرافات عدم المطابقة ومعالجتها لتصحيحها تبعاً للتقارير الرقابية الصادرة عن الجهات الرقابية الداخلية للمؤسسة أو الجهات الرقابية الخارجية (المدقق الخارجي، الجهات التنظيمية التابعة للدولة، الهيئات المشرفة على منح شهادات الجودة)، والعمل على ضمان استمرارية تقديم السلع والخدمات وفقاً لمتطلبات واحتياجات الزبائن وتوقعاتهم لتحقيق التميز والتفوق.

الفرع الثاني: تدقيق الجودة

تعددت تعاريف التدقيق بتعدد الأداء المستهدف فنجد مثلاً (التدقيق السياحي، تدقيق

الجودة، التدقيق المحاسبي والمالي، التدقيق التشغيلي، التدقيق التسويقي ...)

1 - تعريف تدقيق الجودة

يعرف على أنه اختبار منهجي لكل فعاليات الجودة ونتائجها بحيث تتطابق مع الترتيبات المعدة وهل هذه الترتيبات نفذت بصورة ملائمة وتناسب الهدف المطلوب.(يوسف جحيم، 2009، صفحة 271)

2 - أنواع تدقيق الجودة:

يتم تدقيق الجودة من قبل مدقق داخلي من داخل المؤسسة مكلف بإدارة نشاط التدقيق الداخلي، كما تتم عملية تدقيق الجودة من قبل مدقق خارجي بالتعاقد من خارج المؤسسة، نتطرق إليها وفق ما يأتي:(يوسف جحيم، نظم إدارة الجودة في المنظمات الإنتاجية والخدمية ، 2009، الصفحات 274-276)

2 - 1-التدقيق الخارجي للجودة

إن التدقيق الخارجي للجودة يأخذ عدة أنواع طبقاً للهدف الأساس من تطبيقه، وعلى سبيل المثال:

- تقييم التطبيقات العملية لنظام الايزو في أي مؤسسة اعتمدت هذا النظام وتوصلت لقناعة مؤكدة باستعمالها لمتطلباته، من قبل هيئات متخصصة بمنح شهادة الايزو للجودة.
- الوقوف بدقة من خلال مسح لأراء الزبائن وتحليل شكاوهم من منتجات المنظمة ومبيعات الأدوات المختبرات الاحتياطية وتقارير الخاصة بجودة المنتجات على احتياجات الزبائن ورغباتهم، فضلاً عن استقراء توقعات متطلباتهم المستقبلية.
- اعتبار التدقيق الخارجي في حالة استعانة المنظمة بمختص خارجي يتم التعاقد معه لتقسيم متطلبات الجودة التي تمارس داخل المنظمة وكذلك تقييم سياسة، أهداف الجودة المعتمدة في المنظمة من حيث فعاليتها.

2 - 2 - التدقيق الداخلي للجودة:

يعرف التدقيق الداخلي على أنه : "التدقيق الداخلي يهتم بتزويد الإدارة بالتحليلات والتقييمات والنصائح والإرشادات و المعلومات المتعلقة بالأنشطة التي تمت مراجعتها، ويتضمن هدف التدقيق الداخلي إيجاد نظام رقابة كفؤ بتكلفة معقولة "(شمال، 2016، الصفحات 164-191)

تتكون هذه العملية من ثلاثة أجزاء رئيسية وهي تدقيق النظام وتدقيق العملية وتدقيق المنتج، نشرحها باختصار وفق ما يأتي : (يوسف جحيم، نظم إدارة الجودة في المنظمات الإنتاجية والخدمية ، 2009، صفحة 350)

2 - 2 - 1- تدقيق النظام:

يرتبط تقييم مدى وجود عملية التوثيق وفعالية نظام الجودة عن طريق تحديد كل الوظائف المتعلقة بالجودة ووفقا لمعايير ضمان الجودة أو العناصر الأخرى في المدقق المعتمدة.

2 - 2 - 2- تدقيق العملية:

الهدف الأول لتدقيق العملية هو إعطاء تدقيق مستقل لفعالية نظام الجودة، من خلال تقييم مدى مناسبة طرق الإنتاج المستخدمة سواء في الأداء أو السيطرة على العمل، مما يتطلب وجود الإجراءات الخاصة بأداء الأعمال، إضافة إلى معرفة ذوي العلاقة بالإجراءات التي تم وصفها سابقا وتحديد المتطلبات الخاصة بها، والالتزام بمطابقة العمليات مع المتطلبات، لاجاد الانحرافات و معرفة أسبابها.

من خلال ما سبق نستنتج أن إدارة الجودة تتضمن مجموعة من الخطوات المتناسقة والمترابطة بينها تطبق في شكل نظام لتنفيذ استراتيجيات مصاغة حسب الأداء المستهدف من قبل الإدارة العليا أو بالأحرى السلطة الحاكمة في المؤسسات حسب تأسيسها القانوني، ومن بين هذه المؤسسات نجد المؤسسات السياحية والفندقية التي تسعى لتحقيق الجودة التنافسية في توفير وتقديم السلع والخدمات قبل وأثناء وبعد تقديمها، ولغرض تجسيد مسعى الجودة التنافسية وضعت الجزائر مخطط جودة السياحة الجزائري (PQTA) الذي تضمن مجموعة من المعايير والالتزامات التي يجب تطبيقها للحصول على علامة جودة السياحة الجزائر والحفاظ عليها من خلال التحسين والتطوير المستمر.

الفرع الثاني: مطابقة معايير مخطط جودة السياحة الجزائري (PQTA)

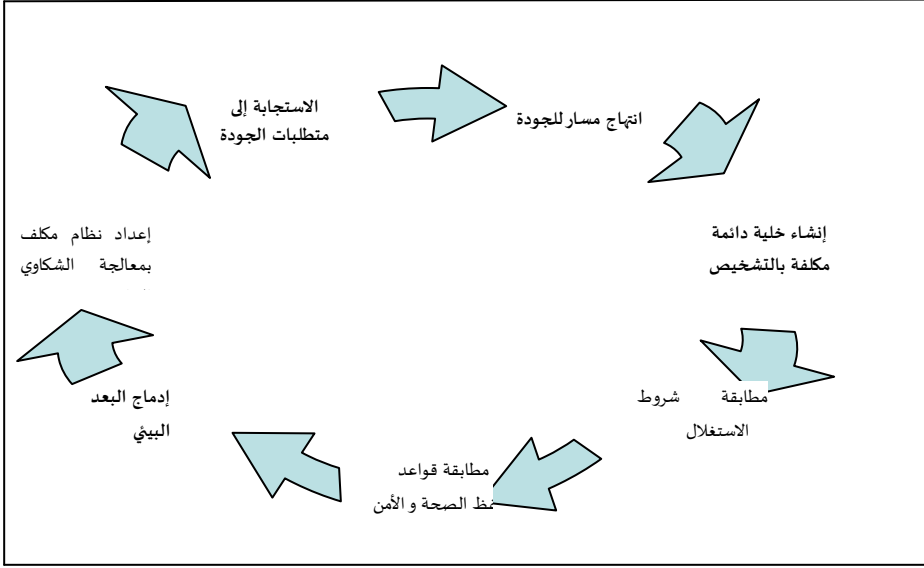
يعتبر مخطط جودة السياحة الجزائري (PQTA) الذي صدر في سنة 2014 ، الذي استفادت منه الجزائر في إطار دعم التنوع الاقتصادي في الجزائر (DIVICO) بالتعاون مع الاتحاد الأوروبي منذ سنة 2011، والذي تضمن مجموعة من معايير الجودة لتحسين أداء المؤسسات السياحية والفندقية تدريجيا بالجزائر، من خلال انخراط أو انضمام هذه المؤسسات الذي يتطلب الالتزام بمقاييس المرجعية الوطنية لجودة السياحة (RNQT) الجزائري الخاص بالمؤسسات الفندقية والمطاعم ووكالات السياحة والأسفار، للمساهمة في توحيد جميع

المهنيين الجزائريين في قطاع السياحة من خلال الانتهاج الإرادي للجودة، الحريص على تلبية حاجات الزبائن وإرضائهم، وطنيين كانوا أو أجانب ..

1 - شروط الانضمام إلى مخطط جودة السياحة الجزائري :

لابد على المؤسسات السياحية والفندقية التي ترغب في الانخراط في مسعى جودة السياحة الجزائري أن تضع سياسة للجودة يجب احترام الشروط المبينة في الشكل التالي :

الشكل رقم (02) : متطلبات الانخراط في مخطط جودة السياحة الجزائري



المصدر : من إعداد الباحثين، مخطط جودة السياحة، بالاعتماد على الموقع الإلكتروني: <https://www.mta.gov.dz>، تاريخ التصفح 2022/09/10 .

من خلال الشكل يتضح أن تطبيق مخطط جودة السياحة الجزائري يتطلب وضع خطوات مترابطة تبدأ بالاستجابة إلى متطلبات المرجعية الوطنية لجودة السياحة الجزائري (RNQT) الخاص بالمؤسسات الفندقية والمطاعم ووكالات السياحة والأسفار، من خلال الالتزام بمطابقة المعايير والالتزامات التي يقتضيها انتهاج مسار الجودة من خلال التشخيص الخارجي الذي يسهر على التحسين المستمر لنوعية السلع والخدمات السياحية والفندقية للزبائن مع ضمان علامة لترسيخ الثقة والمصداقية، إذا لابد من القائمين على المؤسسات السياحية والفندقية إنشاء خلية دائمة مكلفة بالتشخيص الداخلي مع تحديد الصلاحيات والمسؤوليات تكلف بالمتابعة والمراقبة لكامل مسار الجودة المراد تطبيقه مع تحديد فجوات عدم المطابقة

للمعايير والالتزامات مع ضرورة معالجتها وتصحيحها، والحرص على مطابقة شروط الاستغلال وممارسة النشاط، و حسب ما ورد في موقع وزارة السياحة والصناعة التقليدية الجزائرية حول قواعد حفظ الصحة والأمن من خلال إدراج نسخ من شهادة الامتثال للنظافة الصحية تقل مدتها عن 6 أشهر، وشهادة الامتثال للسلامة تقل مدتها عن 6 أشهر لمراعاة البعد البيئي، مع ضرورة إعداد نظام مكلف بمعالجة شكاوي الزبائن ما يسمح بمعرفة آراءهم وإرضائهم من خلال ذكر ثلاثة أمثلة على الشكاوى التي تم تجهيزها والردود المقابلة لها.

2- إجراءات الحصول على علامة "جودة السياحة الجزائر"

تتمثل إجراءات الحصول على العلامة التجارية جودة السياحة الجزائر في ما يلي :

معرفة المعايير والالتزامات الوطنية لجودة السياحة من خلال التكوين الذي يسهر عليه المستشارين الإقليميين على المستوى المحلي (من بين مفتشي السياحة المكونين في مجال جودة السياحة التابعين لمديريات السياحة والصناعة التقليدية على مستوى كل ولاية)، حيث أنه في دراسة أجريت حول أثر التكوين على الموارد البشرية تبين أن " أكثر من 98 %من عينة الدراسة أكدوا موافقتهم على أن التكوين يكسبهم معارف ومعلومات ويساهم في تجديد أفكارهم ويحسن من قدراتهم " (بوبر، 2022، الصفحات 288-308)

■ إمضاء عقد الانخراط في مخطط الجودة وتكوين ملف الانضمام يودع لدى المفتش الإقليمي، عند الانخراط لابد من تعيين شخص يكون بمثابة السيد الجودة قصد منحه تكوين في مجال الجودة؛

■ الموافقة على القيام بعملية التشخيص والتدقيق من قبل مكتب مختص في المجال (تعيينه الإدارة المكلفة بالسياحة) بهدف تقييم درجة احترام الالتزامات المحددة في المرجعية الوطنية لجودة السياحة ومتابعة تصحيح الانحرافات عن عدم المطابقة وفقا للتقارير الواردة، كما يجب القيام بعملية تشخيص للمرة الثانية للمصادقة على عملية التشخيص الأولى، وذلك بهدف مراقبة مدى التزام المؤسسة بتوصيات مكتب التشخيص؛

■ تقديم الملف كاملا، مرفقا بتقرير مكتب التشخيص، إلى الأمانة التقنية للعلامة التجارية "جودة السياحة " التي تدرس الملف وتقضي باستعمال العلامة التجارية "جودة السياحة الجزائر"؛

- تسلم الهيئات المعنية لدى وزارة السياحة والصناعة التقليدية للمستفيد قرار منح العلامة التجارية" جودة السياحة الجزائر" الذي يخول له الحصول على لافطة تحمل علامة الجودة لكي يوضع في مدخل المؤسسة:

3- معايير والتزامات الجودة التي يطبقها السيد جودة في المؤسسات السياحية والفندقية: للحصول على علامة جودة السياحة الجزائر لابد من تحقيق 80 % من التزامات الجودة مع تجاوز المؤشرات الإقصائية، لقد تضمن الإطار الوطني لجودة السياحة الجزائري (R N Q T) الخاص بالمؤسسات الفندقية عشر (10) عائلات ومعايير الجودة المقدر ب 49 معيار والتزامات الجودة المقدر ب 306 التزام، والموضحة في الجدول التالي:

جدول رقم (01) : عائلات ومعايير والتزامات جودة السياحة الجزائر

الرقم	العائلات	معايير الجودة	التزامات الجودة
01	الإدارة و التنمية	03	18
02	المالية و المشتريات	02	14
03	التسويق و الخدمات العامة	03	27
04	الصيانة العامة	02	15
05	تسيير الموارد البشرية	03	20
06	استقبال ومراقبة الزبون	10	60
07	الإقامة (الغرف و الحمام)	11	63
08	المطعم	13	82
09	المحيط والتنمية المستدامة	01	06
10	نهج الجودة	02	11

المصدر: من إعداد الباحثين، الإطار الوطني لجودة السياحة (RNQT). بالاعتماد على الموقع الالكتروني:

<https://www.mta.gov.dz>, تاريخ التصفح 2022/09/10.

تطبيق هذه المعايير والالتزام بها يتطلب لابد من إعداد وثيقة تلخص فيها جميع متطلبات جودة السياحة الجزائري في جداول بناء على الإطار الوطني لجودة السياحة (RNQT) وتوفير موارد بشرية مؤهلة ومنشآت ومعدات مستحدثة، وتحديد فريق عمل لإشراكهم في تنفيذ معايير والتزامات جودة السياحة المبينة أمثلة عنها لتطبيقها على أرض الميدان كما هو مشار إليه في الملاحق، مع تحديد المهام والمسؤوليات والصلاحيات، وتحديد مسارات التدفق وفقا للهيكل التنظيمي، والتوقيت اللازم حسب كل خطوة مع توفير الإمكانيات والموارد (البشرية، المادية، المالية) الضرورية لتنفيذها، مع التوثيق في سجلات يمكن الرجوع إليها أو فحصها أثناء التحقق

من تنفيذه في شكل جداول (التخطيط، التنفيذ، التدقيق، التقارير ...) مثلا كما هو مبين أدناه، سواء من قبل السيد الجودة أو من قبل المدقق الداخلي المتمثل في المستشار الإقليمي المحلي أو المدقق الخارجي المتعاقد من خارج المؤسسة السياحية والفندقية حسب الفترة الزمنية المخطط لها وإبداء الرأي بالموافقة أو التحفظ أو عدم الموافقة على منح علامة جودة السياحة الجزائر.

جدول رقم (02): توثيق عملية التخطيط لمعايير التسويق والخدمات العامة

رقم العائلة	رقم واسم معيار الزبائن	القسم المكلف بأداء العملية	مدة تنفيذه	الموارد المخصصة
03	06 - تنفيذ وظيفة التسويق لفهم تطورات السوق و توقعات الزبائن وتطوير الخدمات	رئيس قسم المبيعات والتسويق بالتشاور والتعاون مع رئيس قسم العلاقات العامة (قسم العلاقات الخارجية وقسم الاعلان)	من 05 إلى 20 يوم	- فريق عمل (إداريين، مهندسين و تقنيين..) - تجهيزات إعلام آلي وملحقاتها البصرية و السمعية - أنترنت ذات تدفق عالي - الاشتراك واقتناء برامج التسويق والاشهار الالكترونية (Booking.com / Expedia et Consort) - اللافتات الإشهارية
	07- تنظيم وتنفيذ الاتصالات والترويج لمبيعاتها			
	08- النشاط في شبكة مع مختلف الشركاء الفاعلين في بيئة السياحة			

المصدر: من إعداد الباحثين، الإطار الوطني لجودة السياحة (RNQT). بالاعتماد على الموقع الالكتروني: <https://www.mta.gov.dz>، تاريخ التصفح 2022/09/10.

جدول رقم (03) : توثيق عملية التنفيذ لمعايير التسويق والخدمات العامة

رقم العائلة	العائلة	رقم واسم معيار الزبائن	الالتزام	الانحراف عن عدم المطابقة	السبب	الإجراءات التصحيحية
02	التسويق و الخدمات العامة	25 - يتم تنفيذ وظيفة التسويق لفهم تطورات السوق وتوقعات العملاء وتطوير الخدمات	□ الدراسات التسويقية (السوقية) لقطاع الفنادق والسياحة والتشاور بشأنها	عدم إيفاء التقارير في الوقت المناسب والتكلفة مرتفعة	نقص تكوين المورد البشري في هذا الميدان ، نقص المعلومات عن السوق	الحرص على إجراء تكوين ورسكلة للمورد البشري ،

المصدر: من إعداد الباحثين، الإطار الوطني لجودة السياحة (RNQT). بالاعتماد على الموقع الإلكتروني: <https://www.mta.gov.dz>، تاريخ التصفح 2022/09/10.

بعد توثيق عمليتي التخطيط والتنفيذ لتحقيق مسعى جودة السياحة الجزائرية، لابد من التخطيط لعملية التدقيق وتنفيذه وإعداد التقارير بالنتائج والمحافظة على السجلات، من خلال إعداد ميثاق تدقيق وتشكيل فريق عمل له خبرة في مجال الجودة سواء على مستوى المؤسسة السياحية والفندقية يرأسها السيد الجودة أو مدقق داخلي ممثلاً في المفتش الإقليمي المكلف بمتابعة تجسيد المخطط على مستوى المصالح المركزية واللامركزية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية الجزائرية، للقيام بعملية الفحص والتحقيق من عملية المطابقة لمعايير جودة السياحة.

المحور الثالث: واقع تطبيق مخطط جودة السياحة الجزائري خلال الفترة (2015-2020)

لمعرفة مدى وجود إرادة لانخراط المؤسسات السياحية والفندقية في مسعى جودة السياحة الجزائرية لابد وصف تحليلي واستخلاص النتائج، من خلال المعلومات التي تم جمعها من المصالح المركزية واللامركزية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية الجزائرية، مع إجراء مقابلات مع مدراء ومسيري الفنادق ووكالات السياحة والأسفار.

الفرع الأول: المؤسسات السياحية والفندقية المتواجدة بالجزائر إلى غاية سنة 2021 م

1 - الحظيرة الفندقية: تتوفر الجزائر على حظيرة فندقية وطنية بلغت 1502 مؤسسة فندقية في سنة 2021م وفرت ما يفوق عن 127614 سرير، وزعت حسب المنتج السياحي ذات طابع ساحلي وحضري، صحراوي، حموي ومناخي لغرض الإيواء السياحي، يغلب عليها الطابع الحضري حيث قدرت ب أكثر 1070 بطاقة استيعاب تفوق 81863 سرير، كما أن طاقة الإيواء حسب الطابع القانوني (عمومي، خاص، جماعات محلية، مختلطة) يمتلك جلها الخواص بأكثر 1306 مؤسسة فندقية عززت طاقة الاستيعاب تفوق 100610 سرير، أما توزيع الحظيرة الفندقية الوطنية لسنة 2021م حسب فئة التصنيف غلب عليها الرتبة هياكل أخرى معدة للفندقة بأكثر من 207 مؤسسة فندقية وفرت ما يفوق عن 9984 سرير، تليها رتبة فنادق ذو نجمة واحدة (*) حيث قدرت بحوالي 185 وعززت طاقة الإيواء السياحي بأكثر من 12724 سرير.

2- وكالات السياحة والأسفار:

تتوفر الجزائر على 4267 وكالة سياحة وأسفار ناشطة نهاية سنة 2021م، حيث ن وكالات السياحة والأسفار تقدم منتج خدماتي يقتصر على بيع الأسفار والتذاكر، والبعض منها يقوم بعمليات تنظيم رحلات، وكذا استقبال السياح الوافدين ومرافقتهم وتلبية رغباتهم، وتعتبر حلقة وصل بين الزبائن أو الوافدين الوطنيين أو الأجانب والعرض السياحي المتوفر، وتقديم الخدمات الفندقية والسياحية وفق متطلبات الزبائن وتوقعاته، و تسهيل الإجراءات (الإيواء، الأمن، النقل، الإطعام، الترفيه والتسلية...).

3-المحطات الحموية : تهمين الإمكانات السياحية (العيون الحموية، معالجة مياه

البحر) وتطوير السياحة الحموية، تتمتع الجزائر بأكثر من 282 منبع حموي ذو خصائص علاجية تم إحصائه في جميع أنحاء البلاد، منها 93 مشروع تم منحه رخص الاستغلال منها 27 مركب حموي و 03 مراكز العلاج بمياه البحر معدة لاستقبال الآلاف من المستجمين من مختلف ربوع الوطن البعض لاستمتاع بعطل الاستجمام واللياقة البدنية والبعض الآخر لأسباب علاجية محددة ، في حين أن 43 مشروع في طور الإنجاز ، وتوقف 20 مشروع عن الإنجاز.

الفرع الثاني: تطور عدد المؤسسات السياحية والفندقية المنخرطة في مخطط جودة السياحة الجزائري

لمعرفة واقع تطبيق مخطط جودة السياحة الجزائري في المؤسسات السياحية والفندقية

نركز على إحصائيات المنخرطين في مخطط جودة السياحة الجزائري، ونستخرج منها المؤسسات

السياحية والفندقية الممنوحة لها علامة جودة السياحة الجزائر ، والجدول التالي يبين العدد التراكمي للمؤسسات السياحية والفندقية (الفنادق، وكالات السياحة والأسفار، المحطات الحموية) منذ سنة 2016 إلى غاية 2021م.

جدول رقم (03): عدد المؤسسات السياحية والفندقية المنخرطة في مخطط جودة السياحة الجزائري خلال الفترة الممتدة من (2015 – 2021)

عدد المنخرطين (العدد تراكمي)	2016	2017	2018	2019	2020	2021
المؤسسات الفندقية	217	217	222	225	225	226
وكالات السياحة و الأسفار	179	187	199	200	200	200
المحطات الحموية	07	07	07	07	07	07

المصدر: من إعداد الباحثين، بالاعتماد على الموقع الإلكتروني: <https://www.mta.gov.dz>.

تاريخ التصفح: 2022/08/15 .

من خلال الجدول رقم (03) نلاحظ أن عدد المؤسسات السياحية والفندقية المنخرطين في مخطط جودة السياحة الجزائري منذ سنة 2016 إلى غاية سنة 2021 يعادل نسبة 7% مقارنة بعدد المؤسسات السياحية والفندقية، حيث بلغ نسبة عدد المؤسسات الفندقية المنخرطة نسبة 15% أما وكالات السياحة والأسفار عادل ما نسبته 4% بالرغم من تزايد عدد وكالات السياحة والأسفار فاق 50 % سنة 2021 في حين بلغت المحطات الحموية ما نسبته 23%، مما يشير إلى عدم وجود تجاوب من قبل المؤسسات السياحية والفندقية راجع ، كما نلاحظ أيضا أن عدد المؤسسات الفندقية ووكالات السياحة والأسفار لم تسجل تفاوت كبير إن قلنا شبه منعدم خلال الفترة خلال الفترة الممتدة من (2016 – 2021)، في حين أن المطاعم السياحية والمحطات الحموية ظلت ثابتة طيلة فترة الدراسة، مما يشير أنه لا توجد استجابة للانخراط في مخطط جودة السياحة الجزائر.

الفرع الثالث: عراقيل تطبيق معايير مخطط جودة السياحة الجزائرية (PQTA)

للقوف على العراقيل التي حالت دون حصول المؤسسات السياحية المنخرطة في مخطط جودة السياحة الجزائري إلى غاية 2021م على علامة جودة السياحة الجزائر، قمنا بإجراء مقابلات شخصية مع المفتشين الإقليميين المكلفين بمراقبة ومتابعة تطبيق المخطط ورؤساء مصالح ومكاتب بالمصالح المركزية واللامركزية لوزارة السياحة والصناعة التقليدية إضافة إلى مالكي ومسيري مؤسسات سياحية وفندقية، من خلالها استخلصنا هذه العراقيل التي يجب إدارتها لتحقيق مسعى الجودة وتجسيد مخطط جودة السياحة الجزائري

والاستفادة من علامة جودة السياحة الجزائرية لتحقيق ميزة تنافسية قوية، تمثلت هذه العراقيل في ما يأتي :

■ غياب علامة الجودة (le label) الخاصة بجودة السياحة الجزائرية والهيئة أو الجهة المسؤولة عن منحها؛

■ عدم وجود نص قانوني لإنشاء لجنة خاصة بتقييم مدى تنفيذ المخطط من قبل المؤسسات السياحية والفندقية المنخرطة على مستوى وزارة السياحة المركزية واللامركزية؛

■ ضعف عملية الاتصال الخاصة بتجسيد المخطط؛

■ توحيد المهنيين في قطاع السياحة والفندقة والصناعة التقليدية من خلال انتهاج إرادي للجودة؛

■ غياب رؤية سياسية واضحة داعمة للقطاع السياحي والفندقي؛

■ قلة الموارد البشرية المؤهلة والمكونة لتجسيد مسعى جودة السياحة الجزائر في ظل نقص التكوين وتجديد المعلومات؛

■ شح الموارد المالية خاصة ما تعلق بمستحقات مكاتب التدقيق والاستشارات في المجال السياحي والفندقي وخبراء الجودة خاصة بعد إلغاء التكفل التام للدولة بسبب التقشف؛

■ عدم إمكانية تطبيق معايير جودة السياحة على المؤسسات السياحية والفندقية باعتبار أن المعايير والالتزامات المحددة في الإطار الوطني لجودة السياحة صعبة التطبيق على الواقع.

تعتبر هذه العراقيل بمثابة نقاط ضعف يجب تداركها ومعالجتها من خلال وضعها كأولويات لانتهاج مسعى جودة السياحة الجزائر، مما يتطلب تصميم خطط على فترات زمنية، والحرص على متابعة تنفيذها واستمراريتها للنهوض بالقطاع السياحي والفندقي خاصة ما تعلق بإنشاء لجنة تكلف بمتابعة تقييم تنفيذ مخطط جودة السياحة الجزائر والجهة المخول لها منح علامة الجودة السياحة الجزائر (label)، من خلال إصدار قوانين وتنظيمات تبين تشكيلة هذه اللجان ومتابعة تنفيذها ، لتحقيق مسعى جودة السياحة الجزائر.

الخاتمة :

وضعت الجزائر مخطط جودة السياحة الجزائري (PQTA) المتضمن معايير والتزامات مطابقتها ضمان الجودة للسلع والخدمات السياحية والفندقية المقدمة الذي يطبق إراديا عكس عملية التصنيف التي تتم إجباريا وفقا للقوانين والتنظيمات المعمول بها، كلها تسعى لانتهاج الجودة وإرضاء الزبائن المحليين والأجانب لتلبية متطلباتهم وتوقع احتياجاتهم ومعالجة عدم رضاهم لتحقيق التميز والتفوق، لكن لا توجد إرادة من قبل القائمين على المؤسسات الفندقية للانخراط في مخطط جودة السياحة الجزائري.

النتائج:

من خلال الدراسة توصلنا إلى النتائج التالية :

- نقص الإرادة للقائمين على المؤسسات الفندقية للانخراط في مخطط جودة السياحة الجزائري لصعوبة تطبيق الامتثال ومطابقة المعايير والالتزامات على أرض الواقع؛
- الانخراط في مسعى جودة السياحة الجزائري يتطلب بنية تحتية تستجيب لمتطلبات امتثال والتزام معايير الإطار الوطني لجودة السياحة (RNQT)؛
- باعتبار النشاط السياحي والفندقي يعتمد على المورد البشري بشكل كبير قبل وأثناء وبعد تقديم السلع والخدمات السياحية والفندقية مما يتطلب التكوين المستمر؛
- إشراك المورد البشري في اتخاذ القرارات والعمل في شكل فريق لتحقيق مسار تحسين الجودة يساهم في زيادة رضاهم وكسبهم ثقة عالية مما يؤدي إلى تحسين وتطوير الأداء المستهدف.

التوصيات:

- من بين الاقتراحات التي يجب البحث في آليات تجسيدها لتحقيق مسعى جودة السياحة الجزائري، نضع ما يلي :
- إعداد قوانين وتنظيمات توضح الهيئة المخول لها منح علامة جودة السياحة الجزائر مع وضع تحفيزات (الأولوية في منح الصفقات، الإعفاء الضريبي، مصاريف التشخيص والتدقيق، تسهيلات للقيام بأشغال التوسعة...)
- ضرورة إدراج متطلبات الامتثال والالتزام لمعايير الإطار الوطني لجودة السياحة (RNQT) ضمن مخططات الهندسة المعمارية كشرط أساسي منذ إعداد وإيداع ملف الاستثمار السياحي؛
- عقد ندوات علمية تكوينية بشكل واسع ودوري حول المتطلبات والخطوات الواجب اتباعها لتحقيق مسعى جودة السياحة الجزائر.

المراجع:

- الحجاز بسام. (2015). *دالة الإنتاج في القطاع السياحي النظرية والتطبيق*. عمان : دار الأيام للنشر والتوزيع
- الطائي يوسف جحيم. (2009). *نظم إدارة الجودة في المنظمات الإنتاجية والخدمية*. عمان : دار اليازوري للنشر والتوزيع .
- بطاهر ب. (2019, 10 15). *إدارة الجودة الشاملة كمدخل لتحسين الأداء التنظيمي للمؤسسات -دراسة حالة مؤسسة تكرير السكر ومؤسسة متيجي مستغانم*. -مجلة *المالية والأسواق*. pp. 229-248, (10)5 ,
- زيد منير عبيوي. (2008). *إدارة المنشآت السياحية والفندقية*. عمان: دار الراية للنشر والتوزيع .
- عائشة بن علي، و منير نوري. (01 03, 2015). *دور إدارة الموارد البشرية في ظل إدارة الجودة الشاملة*. مجلة *المالية والأسواق*، الصفحات 304-326.
- عبد الباقي بوبكر. (21 09, 2022). *أثر التكوين على أداء الموارد البشرية*. مجلة *المالية والأسواق* ، الصفحات 288-308.
- نجاه شملال. (01 03, 2016). *تقييم أثر التدقيق الداخلي على فاعلية وكفاءة نظام الرقابة الداخلية في ظل نظام المعلومات المحاسبي*. مجلة *المالية والأسواق*، الصفحات 164-191.
- يوسف جحيم ا. (2009). *نظم إدارة الجودة في المنظمات الإنتاجية والخدمية*. عمان : دار اليازوري للنشر والتوزيع .
- يوسف كافي مصطفى. (2016). *اقتصاديات السياحة البيئية والمحميات الطبيعية*. عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع .
- يوسف كافي مصطفى. (2018). *وكالات ومنظمات السياحة والسفر*. دمشق : دار ومؤسسة رسلان للكتابة والنشر والتوزيع .

الملحق رقم (01) : معايير و التزامات الإقامة (الغرف ولحمام)

المعيار	الالتزامات (ضع علامة X في الخانة المقابلة)
25- توفر غرف مريحة ومجهزة بفرش وأثاث ومعدات عالية الجودة وعازل للصوت جيد.	مساحة الغرف تسمح بالتحرك الجيد في الغرفة. السرير (الفرش، الأغطية، الوسادة، غطاء الافرشة) ذات جودة. طاولات بعدد كاف ذات جودة ومتناسقة مع ألوان الغرفة. ركن كتابة / إعلام آلي (طاولة، كرسي، مقبس الطاقة، توفير خدمة الانترنت في الغرفة). خزانة الملابس مع أكثر من 05 معالق. نظام تخزين الأمتعة والحقائب. نظام حماية من الأصوات الخارجية. نظام الخفاء للفتحات الخارجية. ملاحظة: الامتثال والمطابقة 8/.....

المصدر: من إعداد الباحثين، بالاعتماد على الموقع الإلكتروني: <https://www.mta.gov.dz>،
تاريخ التصفح: 2022/08/15 .

الملحق رقم (02) : معايير ووظيفة التسويق والمبيعات والاتصالات

المعيار	الالتزامات
25- يتم تنفيذ وظيفة التسويق لفهم تطورات السوق وتوقعات العملاء وتطوير الخدمات	تم تعيين وظيفة التسويق من جانب شخص في المؤسسة على أساس أولي أو على أساس تقاسم الوقت. الدراسات التسويقية (السوقية) لقطاع الفنادق و السياحة والتشاور بشأنها استكمال دراسات السوق الخاصة بالمنشآت. يعمل نظام لالتقاط توقعات الزبائن ويؤدي إلى إضفاء الطابع الرسمي الدوري. تنفيذ تدابير لتحسين الخدمات استنادا إلى دراسات توقعات الزبائن. إنشاء منتجات أو خدمات جديدة لتلبية توقعات الزبائن المتغيرة. تحديد وقياس تصنيف قطاعات الزبائن في المؤسسة. تركز اتصالات المؤسسة على شرائح الزبائن الرئيسية. تلخص الوثيقة العناصر الرئيسية لتسويق المؤسسة. -ملاحظة: الامتثال والمطابقة 9/.....

المصدر: من إعداد الباحثين، بالاعتماد على الموقع الإلكتروني: <https://www.mta.gov.dz>،
تاريخ التصفح: 2022/08/15 .