



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة الشهيد حمه لخضر - الوادي



كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير
قسم : العلوم الاقتصادية .

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر اكايمي ميدان العلوم الاقتصادية
و التجارية و علوم التسيير
الشعبة : علوم التسيير
التخصص : إدارة أعمال

دور مخطط جودة السياحة في ترقية إدارة الأعمال الفندقية في الجزائر (دراسة حالة فندق الأوراسي 2012-2016)

تحت إشراف الأستاذ :
الدكتور محيريق فوزي

إعداد الطلبة :

- عيادي عبد الجبار
- خراز فيصل
- مسغوني سميرة

نوقشت و أجازت علنا أمام اللجنة المكونة من:

رئيسا	استاذ مساعد أ	ديدة كمال
مشرفا و مقرا	استاذ محاضر أ	محيريق فوزي
مناقشا	استاذ مساعد أ	رشيد بن سهلة

شكر و تقدير

بعون الله تم إتمام هذا العمل العلمي، فله الحمد والشكر على نعمة العلم، وعلى توفيقنا على إتمام هذا العمل العلمي وأتقدم بالشكر الجزيل للأستاذ المشرف "الدكتور فوزي محيريق" على قبوله الإشراف على هذه المذكرة والذي تعهدنا بتوجيهاته القيمة وعلى نصائحه وملاحظاته كما نشكر إطارات وزارة السياحة والصناعة التقليدية و الرئيس المدير العام لسلسلة فنادق الأوراسي إطاراته وكذا إطارات مديرية السياحة والصناعة التقليدية بولاية الجزائر و إطارات المدرسة الوطنية العليا للسياحة و طلابها على مساعدتنا في إعداد هذه المذكرة وذلك بتدعيمنا بمختلف المعلومات و المراجع .

إهداء

نهدي ثمرة جهدنا هذا إلى الوالدين و إلى كافة إطارات و عمال
جامعة حمه لخضر بالوادي .

إلى أساتذتنا المحترمين الذين تلقينا منهم المفيد طوال دراستنا
بالماستر بقسم العلوم التسيير تخصص إدارة أعمال و إلى جميع
زملائنا الأعزاء الذين رافقونا طوال دراستنا .

الملخص :

تركز هذه الدراسة على تجربة الجزائر في تطبيق سياسة اقتصادية هادفة للنهوض بقطاع السياحة لمواكب المعايير العالمية في جودة الخدمات الفندقية تتكيف بشكل جيد مع رغبة الزبون ، فالمنافسة الكبيرة خاصة بين دول الجوار أصبح واقع حتمي لا بد من التفكير و العمل على خلق ميزة تنافسية و الأهم كيف يتم إدارتها و ضمان جودتها المستمرة ، و من هنا كان فكرة تطبيق مخطط جودة السياحة "PQT" كنموذج عالمي الرائد في جودة الخدمات الفندقية لسبيل الوصول للهدف .

و كان الإشراف على انطلاق هذا المخطط بداية سنة 2014 من طرف الوزارة الوصية على قطاع السياحة في الجزائر بعنوان "خطة جودة السياحة الجزائر" "PQTA" و الهدف الاستراتيجي هو ترقية و تحسين جودة الخدمات السياحية و من ثم جعل الجزائر وجهة سياحية بامتياز، كان التركيز أولا في تطبيق هذه الخطة بانضمام المؤسسات السياحية (فنادق، مطاعم مصنفة، وكالات سياحية) لهذا سعت المؤسسات الفندقية خاصة المصنفة للانضمام في هذا المخطط و الاستفادة من ميزاته .

الكلمات المفتاحية: مخطط الجودة السياحية الجزائر، جودة الخدمات الفندقية، ترقية إدارة الأعمال الفندقية.

Résumé :

Cette présente étude se focalise autour d'une application algérienne envisageant une démarche politico-économique qui a pour objectif entreprendre un secteur du tourisme conforme aux critères universels d'une plus apte qualité des services d'hôtellerie attentive aux besoins de la clientèle. Ceci projette à renforcer la compétitivité répondant à une certaine rivalité vis à vis des pays voisins et valoriser une concurrence qualitative d'envergure afin d'assurer une fiable gérance et garantir une opération durable liée aux principes d'engagement au P.Q.T (Plan Qualité Tourisme) visant la bonne prestation du réseau mondial leader en matière des services hôteliers.

L'engagement de ce plan fut entamé au début de l'année 2014 sous la tutelle du Ministère du Tourisme intitulé P.Q.T.A (plan qualité tourisme algérien) qui vise une stratégie du développement et d'amélioration de la qualité des services touristiques et faire de l'Algérie un pôle touristique par excellence . Le premier objectif de ce plan est l'intégration des entreprises concernées (hôtelleries de marque , restauration , agences du Tourisme) et faire bénéficier les entreprises engagées dans cette démarche.

Les Mots Clés:Plan qualité tourisme Algérienne, qualité service hôtelière, promotion de management hôtelière.

الصفحة	العنوان
	- الإهداء
	- الشكر
VI	- الملخص
V	- الفهرس
IX	- قائمة الجداول
X	- قائمة الأشكال
أ - هـ	- مقدمة
الفصل الأول : أدبيات الدراسة	
18	- تمهيد الفصل الأول
19	المبحث الأول : الأدبيات النظرية للسياحة و إدارة الأعمال الفندقية خدماتها و جودتها
19	المطلب الأول : السياحة و الفندقية
19	أولا : مفاهيم عامة حول السياحة
19	1- تعريف السياحة
20	2- دور السياحة في التنمية
22	3- خصائص السياحة
23	ثانيا: مفاهيم عامة حول الفندقية
23	1- تعريف الفندقية
23	2- معايير تصنيف المؤسسات الفندقية
25	المطلب الثاني : إدارة الأعمال الفندقية و الخدمة الفندقية
25	أولا : إدارة الأعمال الفندقية
25	1- تعريف إدارة الأعمال الفندقية
26	2- أهمية إدارة الأعمال الفندقية
26	3- أهداف ادارة الاعمال الفندقية
26	4- أقسام إدارة الأعمال الفندقية

27	5-الدور الموارد البشرية في إدارة الأعمال الفندقية
27	ثانيا: الخدمة الفندقية و جودتها
27	1 - الخدمة الفندقية
27	1-1 - تعريفها
27	1-2 - خصائص الخدمة الفندقية
28	1-3 -أهمية الخدمة الفندقية
29	2- جودة الخدمة
29	2-1 - تعريف الجودة
29	2-2- تعريف جودة الخدمة
30	2-3 - أهمية جودة الخدمة
31	2-4 - طرق قياس جودة الخدمة
33	2-5 - معايير الجودة السياحية
35	المبحث الثاني : دراسة تحليلية للدراسات السابقة
35	أولا :الدراسة الأولى
35	ثانيا الدراسة الثانية
36	ثالثا : الدراسة الثالثة
36	رابعا : الدراسة الرابعة
37	خامسا: الدراسة الخامسة
38	- خلاصة الفصل الأول
الفصل الثاني : الدراسة الميدانية	
40	- تمهيد الفصل الثاني
41	المبحث الأول : تطبيق مخطط جودة السياحة الجزائر على فندق الأوراسي
41	المطلب الأول : مدخل للمؤسسة قيد الدراسة
41	1- تاريخ فندق الأوراسي
42	2- تعريف فندق الأوراسي

42	3-الهيكمل التنظيمي لفندق الأوراسي
43	المطلب الثاني : مخطط الجودة السياحية كأداة لترقية إدارة الأعمال الفندقية
43	أولا : المخطط الوطني التوجيهي للتهيئة السياحة آفاق 2030
43	1- تعريفه
44	2- أهميته
44	3- أهدافه
44	ثانيا: ماهية مخطط الجودة السياحة الجزائر
44	1-تعريف مخطط الجودة السياحية
45	2-أهمية مخطط الجودة السياحية
45	3-أهداف مخطط الجودة السياحية
45	4-إمميزات الانضمام إلى مخطط جودة السياحة الجزائر
46	5-مزايا الدولة للمنخرطين في الجودة
47	6-الجهة المتكفلة بتنفيذ مخطط الجودة السياحية
48	7-العلامة التجارية جودة السياحة الجزائر
49	8-إجراءات الانخراط في تطبيق مخطط الجودة السياحية الجزائر
50	9-صعوبات تطبيق مخطط الجودة في الجزائر
51	المبحث الثاني : قياس أثر تطبيق مخطط جودة السياحة الجزائر في فندق الأوراسي
51	المطلب الأول : عصرنة فندق الأوراسي و تطبيق مخطط جودة السياحة الجزائر
51	1-عملية التمويل و الإنجاز
51	2-التغييرات التي إجريت على الفندق في إطار عصرنة
53	المطلب الثاني : تحليل بيانات الدراسة
53	1- منهجية الدراسة
53	2-عينة الدراسة
53	3-الإستبيان
61	4-حركة رقم الأعمال و النتيجة الصافية لفندق الأوراسي

62	5- نتائج التحليل
63	خلاصة الفصل الثاني
64	- الخاتمة
64	- إختبار الفرضيات
65	- نتائج الدراسة
66	- التوصيات
68	- المراجع
72	- الملاحق

قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الشكل
43	خصائص نشاط فندق الأوراسي	01
50	عدد المنخرطين في مخطط الجودة إلى غاية 2014	02
58	يوضح عدد العينة حسب الجنس	03
58	يوضح توزيع عناصر العينة حسب المستوى الدراسي	04
60	يوضح توزيع عناصر العينة حسب صفتهم	05

قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
29	تركيبية جودة الخدمة	01
30	إدارة نظام الجودة	02
34	الركائز الأربعة التي يبنى عليها نموذج نظام إدارة الجودة	03
49	علامة جودة السياحة الجزائر	04
59	يوضح توزيع عناصر العينة حسب الجنس	05
59	توزيع عناصر العينة حسب المستوى الدراسي	06
60	توزيع عناصر العينة حسب صفتهم	07

مقدمة :

إن الجزائر من الدول التي تسعى إلى البحث في كل ما يزيد من التسريع في عجلة التنمية الاقتصادية و كانت مشاركة قطاع السياحة بصفته من القطاعات الدارة للثروة ضرورة حتمية من خلال بناء قطاع سياحي متجانس وذا جذب سياحي من الدرجة الأولى للسواح الأجانب, حيث كان لزاما على الجزائر التخطيط لذلك بإتباع إستراتيجيات بهذا الخصوص، فالتجارب الناجحة التي خاضتها بعض البلدان المطلة على حوض البحر المتوسط تعكس أهمية هذه الإستراتيجيات .

و نظرا لما تشكله جودة الخدمات في صناعة السياحة من أهمية لكل من مقدمي الخدمات والمستفيدين حيث إنها تلعب دورا مهما في تسويق الخدمات المقدمة من المؤسسات السياحية، وخلق ميزة تنافسية لكسب رضا العميل، مما يجعل الجودة في الخدمات السياحية من العوامل المهمة لتحقيق التنمية السياحية . و إنطلاقا من توجيهات سياسة الحكومة بالعمل مع المستثمر كشريك استراتيجي اقتصادي و اجتماعي لتحقيق أهداف التنمية السياحية في الجزائر، جاء السعي للتركيز على الترتيبات الوجيهة الواردة في ميثاق السياحة المستدامة الصادر سنة 1995، والذي يقضي بأنه ينبغي أن تكون السياحة المستدامة على المدى الطويل، غير مؤثرة في المجال البيئي وذات ديمومة من الناحية الاقتصادية, وبعدها وضعت الجزائر جملة من القوانين و التشريعات الخاصة بالتنمية السياحية التي تحقق جملة من الأهداف ضمن تصور تنمية قطاع السياحة آفاق 2013 ، ثم إقتراح المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030 , والذي يتضمن خمسة ديناميكيات أساسية ومتكاملة تدعم هذه الاستراتيجية و هي: مخطط الجزائر كوجهة سياحية- الأقطاب السبعة السياحية ذات الإمتياز- خطة الشراكة بين القطاعين العام والخاص - خطة تمويل قطاع السياحة - مخطط الجودة السياحية على جميع الخدمات المقدمة للسائح ، هذا الأخير الذي شرعت الوزارة المكلفة بالسياحة بتطبيقه و كان التركيز هذا المخطط على الخدمات الفندقية كمرحلة أولى حتى تتم مطابقتها مع المقاييس المعمول بها دوليا و توحيد جميع المهنيين في مجال السياحة حول نهج الجودة الطوعية بمراعات لإحتياجات و رضا الزبائن الوطنيين والدوليين، و المؤسسات التي تلتزم طواعية بهذا المخطط تحصل على العلامة التجارية "جودة السياحة الجزائر"

ومن خلال هذا البحث سنقوم بتسليط الضوء على إدارة الأعمال الفندقية في الجزائر و مساهمة تطبيق مخطط جودة السياحة في ترقيتها ومن ثمة تم طرح الإشكالية الرئيسية التالية:

الإشكالية:

ماهي مساهمة تطبيق مخطط جودة السياحة على المؤسسات الفندقية بالجزائر؟

الأسئلة الفرعية:

- كيف نفسر نقاط التميز التي ترغب الجزائر في تقديمها للسياحة الدولية لجعلها وجهة سياحية بإمتياز ؟
- ماهي الخطة التي يجب وضعها لضمان تطوير الجودة السياحية ؟
- ماهي إدارة الأعمال الفندقية ؟
- لمن ولماذا تمنح العلامة الوطنية جودة السياحة الجزائر؟
- ما هو مخطط جودة السياحة الجزائر؟
- كيف ساهم تطبيق مخطط جودة السياحة في ترقية إدارة الأعمال الفندقية في الجزائر بصفة عامة؟ وفي فنادق الأوراسي ؟

الفرضيات:

- الإمكانات الطبيعية و الثقافية و التاريخية التي تزخر بها الجزائر هي المحفزات التي ستجعلها وجهة سياحية بإمتياز أمام المنافسة العالمية و خاصة في المنطقة الأورومتوسطية .
- المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق سنة 2030 هو الخطة التي وضعتها الجزائر لضمان تطوير الجودة السياحية و لا بد من وجود تنسيق بين الإدارة و الآليات اللازمة لتوضيح هذه الخطة للمؤسسات المعنية .
- إدارة الأعمال الفندقية ,هي من أحد أهم الآليات الناجعة للتسيير الفندقي الناجح , خاصة بعد زيادة إنفتاح دول العالم على بعضها والذي زاد من فرص المؤسسات السياحية والفندقية ,وذلك بتزايد الطلب على خدمات

الإيواء الفندقي وخدمات الضيافة المرتبطة بها، ولقد أدى التنافس على تقديم الخدمة وكذا تغير رغبات وحاجات الأفراد للجوء إلى الإدارة المحترفة بغية العمل على إسعاد النزلاء (السياح) وراحتهم.

- منح العلامة الوطنية جودة السياحة الجزائر، المرتكزة على الامتياز، للمؤسسة الفندقية المعنية التي تحترم شروط العضوية ضمان في زيادة في رضا الزبائن وز زيادة في عدد الوافدين (النزلاء) و من ثم تحسين إيرادات المؤسسة الفندقية .

- مخطط جودة السياحة هو وسيلة للتحسين من العرض السياحي الجزائري , وبالتالي ضمان مصدر إيراد جديد ودائم ومن ثمة دفع عجلة التنمية الاقتصادية، فالجودة ليست فقط حول الخدمات الفندقية المقدمة للنزيل بل تشمل أيضا الإجراءات الإدارة وندعو إلى الالتزام بمبادئ التنمية المستدامة، التي هي في الوقت الحاضر لا ينفصلان، إنهما عملية تحسين طوعي ومستمر وشخصي .

أسباب إختيار الموضوع:

- حداثة الموضوع ,ونقص الدراسات فيه.

- الرغبة في دراسة كل موضوع له علاقة بزيادة إيرادات الدولة.

- سعي الجزائر و رغبتها الواضحة في دعم القطاع السياحي و جعله قطاعا بديلا عن المحروقات

- قرب الموضوع نوعا ما للتخصص الدراسي من جهة ومن جهة أخرى لتخصص عمل أحد الزملاء المشاركين

- تصنيف (المخطط الوطني للتهيئة السياحية آفاق 2030) ولاية الوادي ضمن القطب الرابع للإمتياز السياحي .
فيه.

أهداف البحث :

-تقديم إطار نظري يحدد المفاهيم المتعلقة بالسياحة والجودة , وإدارة الأعمال الفندقية وجودة الخدمة الفندقية.

-التعريف بمخطط الجودة السياحية الجزائر.

- محاولة ضبط أثر مساهمة تطبيق مخطط جودة السياحة في ترقية إدارة الأعمال الفندقية في الجزائر.

- التأكيد على أهمية الجودة كمصدر للميزة التنافسية.

أهمية البحث :

- التحسين من العرض السياحي الجزائري للسياح الجزائريين والأجانب.

- مصدر إيراد جديد ودائم .

- التنوع الإقتصادي.

- الرفع من رضا السائح ومن ثمة الرفع من التنافسية الجزائرية في مجال السياحة عربيا ودوليا.

حدود البحث :

- الحدود المكانية : الدراسة الميدانية بفندق الأوراسي بالجزائر العاصمة .

- الحدود الزمنية : الدراسة كانت في الفترة من فيفري 2018 إلى غاية منتصف شهر ماي من نفس السنة .

منهج البحث :

اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي و المنهج التحليلي و ذلك من خلال إبراز بعض المفاهيم المتعلقة بقطاع السياحة و الفنادق بالجزائر بغية التطرق لجوانب أهم تتعلق بموضوع دراستنا كما تطرقنا إلى لشرح مفصل لمفهوم الخطة الإستراتيجية التي تنتهجها الجزائر و ترغب في مسايرتها على جميع الحرفيين في مجال السياحة و خاصة المؤسسات الفندقية .

قمنا بإختيار دراسة حالة لإسقاط المنهج النظري على فندق الأوراسي المصنف خمس نجوم .

و بخصوص الجانب التطبيقي إستندنا إلى المقابلة الشخصية و الوثائق الإدارية للفندق و موقعه على شبكة الإنترنت ,بالإضافة إلى إستبيان.

خطة البحث :

للإجابة عن إشكالية بحثنا قمنا بتقسيم هذه الدراسة إلى فصلين ، حيث تطرقنا في الفصل الأول إلى المفاهيم العامة للسياحة و الفنادق و مفهوم الخدمة الفندقية و جودتها، أما الفصل الثاني تطرقنا للتعريف بالمؤسسة محل دراسة الحالة و كذا مفاهيم خطة جودة السياحة الجزائر .

صعوبات البحث :

- ضيق الوقت و صعوبات التنقل إلى مكان دراسة الحالة .
- ندرة المراجع باللغة العربية المتعلقة بالسياحة و إدارة الأعمال الفندقية بصفة عامة .
- شح المعلومات و خاصة الرقمية و الإحصائية .
- صعوبة ملأ الإستبيان من طرف المستجوبين و خاصة زبائن الفندق .

الفصل الأول

أدبيات الدراسة

تمهيد :

مسايرة للوضع الاقتصادي الجديد الذي افرزته ظاهرة العولمة كان لزاما على كل المؤسسات تبني سياسات واستراتيجيات تتماشى مع الوضع الحالي لمواجهة المنافسة و تحقيق الريادة . ومن بين هذه المؤسسات التي لها تأثير وطني وأجنبي المؤسسات الفندقية ولذلك كان لابد عليها تقديم خدمات ذات جودة عالية لتواجه بها المنافسة الخارجية في هذا القطاع وجذب أكبر شريحة من السياح . ومن خلال هذا الفصل سنتطرق الى مفهوم السياحة و النشاط الفندقي وكذا إدارة أعماله و مفهوم الخدمة الفندقية و جودتها ، بالإضافة الى بعض الدراسات السابقة لهذا الموضوع ، وهذا انطلاقا من المبحثين التاليين :

المبحث الأول: الأدبيات النظرية للسياحة وإدارة الأعمال الفندقية خدماتها وجودتها.

المبحث الثاني: دراسة تحليلية للدراسات السابقة.

المبحث الأول: الأدبيات النظرية للسياحة و إدارة الأعمال الفندقية خدماتها و جودتها

المطلب الأول : السياحة و الفندقية

أولا : مفاهيم عامة حول السياحة

1-تعريف السياحة:

أ- التعريف اللغوي للسياحة:

مفهوم السياحة يعود لكلمة "Tour" المشتقة من الكلمة اللاتينية "Torno" ففي عام 1943 م ولأول مرة تم استخدام المفهوم "Tourisme" ليدل على السفر أو التجوال أو الانتقال أو الترحال من مكان لآخر, حيث يتضمن هذا المفهوم كل المهن التي تشبع الحاجات المختلفة للمسافرين.¹

ب - تعريف :

و بإختلاف نظرة الباحثين والدارسين للسياحة إختلفت تعاريفها, ومن بينها ما يلي:

1-تعريف جويير فرويلر Guyer freuler, هو باحث ألماني وأول من قدم تعريف محدد للسياحة عام 1905, وعرفها أنها ظاهرة من ظواهر العصر, تنبثق من الحاجة المتزايدة إلى الراحة وتغيير المكان وإلى التمتع بجمال الطبيعة والإحساس بها وكذا الإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة.

وأيضا تطور الإتصالات بين الشعوب والأفراد و أوساط مختلفة من الجماعات الإنسانية هذه الإتصالات التي كانت ثمرة إتساع نطاق التجارة والصناعة وتقدم وسائل النقل.

كما عرفت على أنها تنقل الفرد من مكان إقامته الدائمة إلى مكان آخر لفترة مؤقتة لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد عن إثني عشر 12 شهرا بهدف السياحة الترفيهية أو العلاجية أو التاريخية والسياحة كالطائر لها جناحان هما السياحة الخارجية والسياحة الداخلية".²

1 مثنى طه الحوري و إسماعيل محمد على الدباغ، إقتصاديات السفر و السياحة، مؤسسة الورق للنشر، عمان، 2000، ص 45-46.

2 (محي محمد مسعد، الإطار القانوني للنشاط السياحي والفندقي، المكتب العربي الحديث، مصر، ب ت، ص 61).

2- المنظمة العالمية للسياحة OMT organisation mondial du tourisme:

قامت المنظمة العالمية للسياحة بتحديد تعريف لهذه الظاهرة بغية توحيد أسس الإحصائيات السياحية وهو: "السياحة تشمل أنشطة الأشخاص الذين يسافرون إلى أماكن تقع خارج بيئتهم المعتادة، ويقيمون فيها لمدة لا تزيد عن سنة بغير إنقطاع، للراحة أو لأغراض أخرى، وتتألف البيئة المعتادة للشخص من منطقة محددة قريبة من مكان إقامته مضافا إليه كافة الأماكن التي يزورها بصورة مستمرة ومتكررة".¹

3- تعريف الأكاديمية الدولية للسياحة:

السياحة هي تعبير يطلق على رحلات الترفيه، أو هي مجموع الأنشطة الإنسانية المعبأة لتحقيق هذا النوع من الرحلات، وهي صناعة تتعاون على سد حاجيات السائح. كما أنها عرفت كما يلي: السياحة هي مجموعة من العلاقات والخدمات المرتبطة بعملية تغيير المكان تغييرا مؤقتا و تلقائيا و ليس لأسباب تجارية أو حرافية.²

4- تعريف الجزائر للسياحة: تبني الجزائر تعريف المنظمة العالمية للسياحة OMT، إلا أنها أضافت بعض المفاهيم التي حددتها وزارة السياحة والمتعلقة بتوافد السواح والمنشآت الفندقية.³

2- دور السياحة في التنمية :

1- زيادة الدخل الوطني: تحيين معلومات

2- خلق وتنمية علاقات بين القطاعات الإقتصادية وقطاع السياحة:

من الممكن أن يؤدي التوسع في إنشاء أو تطوير المشروعات السياحية إلى التوسع أو ظهور مشروعات جديدة تمارس أنشطة إقتصادية وخدمية أخرى لمقابلة الزيادة في الحركة السياحية نشاطا وطلبا، فمثلا زيادة عدد الفنادق مع إفتراض زيادة عدد السائحين من الممكن أن يتبعه زيادة في الطلب على المواد الغذائية اللازمة لإعداد الوجبات، زيادة الطلب على الأسرة وملحقاتها السجاد والخدمات المصرفية والأدوات الصحية... وغيره، لذا لا يمكن تجاهل الآثار الإقتصادية والاجتماعية

1 المنظمة العالمية للسياحة، مفاهيم، تعاريف وتصانيف، الإحصائيات السياحية، دليل في رقم 1 سنة 1995 ص. 10

2 الحمدان. سهيل، الإدارة الحديثة للمؤسسات السياحية و الفندقية، دار الرضا للنشر، دمشق، سورية، 2001، ص 57 .

3 الديوان الوطني للإحصائيات: مجموعة الإحصائيات السنوية رقم 18، نشرة 2000، الجزائر، ص 275

المتوقعة لتطور النشاط السياحي وتنميته , في خلق أنواع متعددة من العلاقات الداخلية بين القطاعات الاقتصادية الأخرى .

3-تحسين ميزان المدفوعات:

يمثل ميزان المدفوعات المرآة العاكسة لوضعية الاقتصاد الوطني, بحيث يسجل كل المعاملات وحركات الأموال التي تتم بين الدولة والعالم الخارجي, وبما أن السياحة عبارة عن إستهلاك سلع وخدمات خارج بلد الإقامة المعتاد, فإنها تمثل جزءا من المعاملات غير المنظورة لميزان المدفوعات وبذلك تعتبر السياحة قطاعا تصديريا بالنسبة للدول المستقبلية للسواح ومن أهم مصادر الحصول على العملة الصعبة .

4-توفير مناصب الشغل:

يمكن لقطاع السياحة أن يخلق مناصب شغل من الجانبين الكمي والنوعي:

من الجانب النوعي: يمثل أنواع مناصب العمل التي يوفرها القطاع السياحي وهي:

العمل المباشر, العمل الغير مباشر, العمل المحرض, العمل الدائم, العمل الإضافي, العمل الموسمي.

-من الجانب الكمي: تشير بعض الدراسات حول مدى تأثير السياحة على التشغيل أنه:

-بالنسبة للفنادق فإنها توجد وظيفة واحدة جديدة على الأقل لكل غرفة.

-بالنسبة لباقي نشاطات السياحة فإنها تخلق وظائف جديدة بنسبة 75% من عدد الوظائف التي تنشأ في القطاع الفندقي.

-بالنسبة لباقي القطاعات الأخرى مجتمعة فإنها تنشأ وظائف بنسبة 100% من الوظائف التي تخلقها الفنادق.

-السياحة تخلق 2.75 وظيفة لكل غرفة فندقية, فإذا خطط لإنجاز 10000 غرفة فندقية جديدة مثلا فإن عدد الوظائف الممكنة أو المترتبة على ذلك سيكون قرابة 27500 وظيفة مباشرة وغير مباشرة .

5-زيادة الإيرادات السياحية: تجميع المعلومات

6-نقل التقنيات التكنولوجية:

يمكن القول بصفة مبدئية أن السماح للشركات الدولية (الأجنبية) بالدخول في مشروعات الإستثمار الإقتصادي عامة و الإستثمار السياحي خاصة يمكن أن يحقق درجة عالية من التقدم التكنولوجي بالبلد من خلال العديد من الطرق منها:

-نقل فنون وأنظمة الإدارة الحديثة بالفنادق وغيرها من المؤسسات أو المنشآت السياحية.

- إدخال تجهيزات (آلات, معدات....) جديدة يمكن إستخدامها إما في تسهيل تقديم الخدمات السياحية بأنواعها المختلفة وإما في إنتاج سلع صناعية لأغراض سياحية.
- تطوير وتحسين طرق العمل في الأنشطة الاقتصادية والسياحية بالإضافة إلى برامج التدريب وتنمية المهارات للقوى العاملة.
- القيام ببحوث التنمية والتحديث في المجالات المختلفة للنشاط السياحي.
- تقليد الشركات السياحية الوطنية للشركات الأجنبية المتواجدة بالوطن في طرق بيع الخدمات السياحية أو في تطبيق الإدارة الحديثة, إضافة إلى تحديث وتطوير أنظمتها الحالية حتى تستطيع البقاء و الإستمرار في سوق الخدمة في ظل وجود المنافسة .

7-المساهمة في تنمية وتحقيق التوازن الإقتصادي و الإجتماعي بين الأقاليم:

في حال قيام الدولة بتوزيع أو توجيه إنشاء المشروعات السياحية الجديدة سواء كانت وطنية خاصة أو مملوكة للدولة أو أجنبية في الأقاليم المختلفة أي إمتداد النشاط السياحي إلى المناطق المحرومة والنائية, فإن هذا يمكن أن يؤدي إلى تنمية وتطوير وإعادة التوازن لهذه الأقاليم, بالتالي خلق فرص عمل جديدة كما تتسبب في زيادة الدخل لدى الأفراد والمؤسسات نتيجة النشاطات السياحية والنشاطات المرتبطة بها, تحسين المستوى المعيشي, إستغلال الموارد الطبيعية المتوفرة في هذه الأقاليم, تنمية وخلق مجتمعات حضرية جديدة, إعادة توزيع الدخل بين المناطق الحضرية والريفية .

3)-خصائص السياحة:

- تعد السياحة من القطاعات الخدمية التي أصبحت تشكل مصدرا رئيسيا للدخل الوطني في الإقتصاديات الحديثة لأنها منظومة متكاملة من الأنشطة التي ترتبط بالكيان الإقتصادي و الإجتماعي والثقافي والحضاري للمجتمع.
- يمتد نطاق المنافسة إلى خارج النطاق الإقليمي للدولة الواحدة, فالمنافسة في مجال السياحة دائما ما تكون عالمية بين الدول المختلفة, لهذا فهي أيضا تتأثر بالتغيرات التي تطرأ على البيئة العالمية.
- أثر هذا القطاع على القطاعات الأخرى يأخذ طابع تأثير مضاعف أي أن هذا الأثر يكون مركبا ومتوسعا بصفة دائمة.

- كل فئات المجتمع بكل انتماءاتها المنظمية عامة أو خاصة , سواء كانت تهدف أو لا تهدف إلى ربح , تابعة للقطاع الحكومي أو غيره , فإنها كلها تشترك في تقديم الخدمات السياحية بطريقة مباشرة أو غير مباشرة , لأنها تشكل الصورة الذهنية المميزة لمزيج الخدمات السياحية المقدمة للسائح من طرف الدولة.¹
 - تتميز مقومات العرض السياحي بالندرة والحساسية الشديدة للتغيرات التي تطرأ على قطاعات النشاط الإنساني الأخرى في المجتمع , سواء تعلق الأمر بالهبات الطبيعية التي تتمتع بها الدولة , الموروثات الحضارية القديمة والحديثة أو بالمكتسبات الحضارية المعاصرة من بنى تحتية وخدمات تكميلية.
 - عدم إمكانية الإحتكار أو النقل في الكثير من الأحيان خاصة بالنسبة لبعض المقومات والموارد السياحية النادرة وصعوبة القيام بإنتاج سلع سياحية بديلة.
 - عدم مرونة أسعار المنتجات السياحية , وذلك لكونها لا تتغير بشكل كبير مع تقلبات الطلب مقارنة بالسلع الأخرى.
 - يمتاز المنتج السياحي بخاصية الاختلاف لأنه دوما سيكون هنالك إختلاف في الجودة حتى لو كان هناك تطابق في الخصائص المادية للخدمة السياحية المقدمة.
 - التكامل بين مختلف الخدمات السياحية المقدمة فالتقصير في إحداها يقلل من قيمة المنتج السياحي النهائي المقدم للسائح.
 - السوق المستهدف لقطاع السياحة يمتد من عملاء السياحة الداخلية من مواطني الدولة إلى عملاء السياحة الخارجية من مواطني الدول الأخرى , فهو سوق متنوع الخصائص و الإهتمامات والأنماط السلوكية.²
- ثانيا: مفاهيم عامة حول الفندقية :**
- 1-تعريف الفندقية :** الفندقية عبارة عن صناعة سياحية لمؤسسة تجارية تشكل مزيجا من الخدمات المتجانسة أو بالمفهوم الكلاسيكي فإن صناعة الفندقية عبارة عن المنشآت السياحية التي تقدم مجموعة من الخدمات التي يتم من خلالها عرض غرف و منازل جاهزة و ذلك بعقد إيجار لفترة مؤقتة .
- الغرب يعرف الفندق بأنه " بناية أو بيت كبير يوفر الإقامة و الطعام و الخدمات الأخرى للمسافرين و طالبي الإيواء".³

1 محمد عبيدات, التسويق السياحي "مدخل سلوكي", دار وائل للنشر, عمان, الأردن, 2000, ص19.

2 سعيد محمد المصري, إدارة وتسويق الأنشطة الخدمية "المفاهيم والإستراتيجيات", الدار الجامعية, الإسكندرية مصر, 2001, ص20.

3 ياسين الكحلي : 'دائرة الفنادق و القرى السياحية, دار الوفاء للطباعة و ن و ت, مصر, 1998, ص 05 .

الكاتب العربي يعرف الفندق بأنه " عبارة عن مكان للإيواء يوفر للنزيل المأوى و المأكل و الخدمة، لمدة معينة لقاء أجر معلوم ".¹

2-معايير تصنيف المؤسسات الفندقية : تصنف المؤسسات الفندقية في الجزائر إلى :²

- 1- حسب الطابع القانوني : ملكية عمومية ، ملكية خاصة ، و ملكية مختلطة (شراكة)
- 2- حسب الطابع : حضرية، ساحلي، صحراوي، حموي، مناخي .(حضرية، ساحلي، صحراوي أي حسب الموقع الجغرافي للفندق إذا كان موجود في منطقة حضرية أو صحراوية أو على شاطئ البحر، أما الحموي يقصد بالفنادق التي تستغل منابع المياه المعدنية و الحموية للعلاج الطبيعي ، أما المناخية يقصد بها الفنادق التي تستغل مياه البحر و الرمال .. بغرض التداوي)
- 3- حسب فئة التصنيف: تصنف إلى :

أ-فندق : و هو هيكل إيواء مهيأ للإقامة و احتمالا لإطعام الزبائن وتصنف الفنادق في سبعة (7) أصناف هي : هياكل أخرى معدة للفندقة، فندق بدون نجمة، فندق نجمة واحدة، فندق نجمتين، فندق ثلاثة نجوم، فندق أربعة نجوم، فندق خمسة نجوم .

ب- موتيل أو نزل الطريق : هو هيكل إيواء مبني خارج المناطق السكنية، يصل إليه مباشرة طريق مفتوح لحركة مرور السيارات. ترتب نزل الطريق في صنفين (2) .

ت- قرية العطل : هي مجموعة هياكل إيواء مبنية خارج المناطق السكنية ، و تتوفر أجنحة سكنية تشتمل على شقق عائلية صغيرة.

ث- الإقامة السياحية : هي هيكل إيواء يقع خارج المناطق السكنية في أماكن مشتركة تتمتع بجمال طبيعي خاص، و تمنح للإيواء ترتب الإقامة السياحية في ثلاثة (3) أصناف.

ج- النزل الريفي :هو هيكل يقع خارج المناطق السكنية و يشتمل على ستة (6) غرف على الأقل مع تقديم وجبة فطور الصباح. ترتب النزل الريفية في صنفين (2).

1 الحمدان. سهيل مرجع سبق ذكره ص 05 .

2 مرسوم تنفيذي رقم 05-457 مؤرخ في 22 شوال عام 1426 الموافق 24 نوفمبر سنة 2005 يعدل المرسوم تنفيذي رقم 130-2000 مؤرخ في 8 ربيع الأول عام 1421 الموافق 11 يونيو سنة 2000 الذي يحدد معايير تصنيف المؤسسات الفندقية إلى رتب وشروط ذلك. (ج.ر عدد 77 - 2005) .

ح- النزل العائلي:

يشتمل النزل العائلي على خمس (5) غرف إلى خمس عشرة (15) غرفة و يوفر وجبة فطور الصباح على الأقل. غير أنه ، يمكن أن يقدم وجبات الإطعام لزيائته أو يسمح لهم بإعدادها. ترتب النزل العائلية في صنف واحد.

خ -الشاليه :

هيكمل معد لاستقبال الزبائن في المحطات البحرية / أو الجبلية ، و يكون مؤثثا أو غير مؤثث ، و يؤجر لليوم أو للأسبوع أو للشهر أو للفصل. ترتب الشاليهات في صنفين (2).

د- المنزل السياحي :يؤجر المنزل السياحي المفروش الذي لا يفوق عدد الغرف فيه العشرة (10) لمدة أقصاها شهر واحد. يتكون المنزل السياحي المفروش من فيلات و شقق و غرف مؤثثة. يرتب المنزل السياحي المفروش في صنف واحد.

ذ- المخيم :هو مساحة مهيئة لضمان إقامة منتظمة للسياح في تجهيزات خفيفة يحضرونها بأنفسهم أو تقدم لهم في عين المكان. يرتب المخيم في ثلاثة (3) أصناف .

ر- محطة إستراحة :تقام محطة الاستراحة في طريق الرحلات السياحية لتمكين السياح العابرين من الراحة. و يجب أن تشتمل هذه المحطة على غرفة مشتركة على الأقل، مهيئة من غرفة أو قاعة للطبخ و الإطعام و غرفة أو صالة و تجهيز صحي ملائم ، ترتب محطة الاستراحة في صنف واحد.

المطلب الثاني : إدارة الأعمال الفندقية و الخدمة الفندقية

أولا : إدارة الأعمال الفندقية

1-تعريف : تعمل الإدارة في المؤسسة الفندقية الى قيادة الأعمال داخل المؤسسة الفندقية بتميز من خلال التكامل الإداري في الاستغلال الأمثل لموارد وإمكانيات المؤسسة، ولذا تمثل الإدارة الفندقية مجموعة الأنشطة المتميزة الموجهة نحو الاستخدام الكفاء والفعال للموارد، لغرض تحقيق هدف ما، أو مجموعة من الأهداف. وتتمثل موارد المؤسسة الفندقية بسبعة عناصر¹:

1. الموارد البشرية. 2. الموارد المالية. 3. الوقت. 4. النظم والإجراءات.
5. الطاقة. 6. المواد الخام. 7. المعدات.

وفي ضوء ذلك، يشتمل تعريف الإدارة الفندقية:

1. إن الإدارة الفندقية متضمنة لمجموعة من الأنشطة (التخطيط، التنظيم، التوجيه، الرقابة، وغيرها من الوظائف).

¹موقع كلية العلوم السياحية قسم السياحة الدينية جامعة كربلاء <http://elearning.uokerbala.edu.iq/course/view.php?id=66>

2. كفاءة الإدارة الفندقية للاستخدام الأمثل للموارد والإمكانيات التي تمتلكها المؤسسة الفندقية.
3. الفعالية المتميزة في استخدام تلك الموارد.
4. تتوحد الأعمال الفندقية من أجل تحقيق هدف معين أو مجموعة من الأهداف.

2-أهمية إدارة الأعمال الفندقية

للإدارة المؤسسة الفندقية أهمية بالغة في تحقيق الأهداف المخطط لها، ومن أهميتها ما يلي :

1. الإستغلال الأمثل لموارد المؤسسة الفندقية بكفاءة عالية وفاعلية، ما يسهم في إنجاح الخطة التنموية الاقتصادية والاجتماعية.
2. المسؤولية عن نجاح الفندق في البقاء ضمن السوق التنافسي.
3. تحقيق الجودة الشاملة في الخدمات المتنوعة والمتعددة للمؤسسة الفندقية التي تقدمها الى الضيوف.

3-أهداف الإدارة الفندقية :

أما أهداف الإدارة الفندقية تتمثل بتحقيق ما يلي :

1. إرتفاع نسبة الإشغال الفندقي، ما يؤدي الى زيادة العوائد؛ أي الإيرادات الفندقية، وبالتالي تحقيق الأرباح.
 2. الاستخدام الأمثل للموارد لتحقيق الخدمة المتميزة والجودة في إنتاج تلك الخدمة.
 3. رضى الزبائن، ما يضمن عودتهم مرة أخرى الى الفندق.
 4. المحافظة على نصيب المؤسسة الفندقية في السوق الفندقية، والتميز للبقاء في دائرة المنافسة الفندقية.
- ووفقاً لما تقدّم، تكون إدارة الفنادق عملية تنسيقية وتكاملية للأنشطة الفندقية. ويكون العضو التنظيمي المسؤول عن تكامل وتنسيق أعمال الآخرين هو مدير الفندق.

4-أقسام إدارة الأعمال الفندقية :

تقسم الإدارة الفندقية في الغالب إلى ثلاثة مستويات إدارية لكل منها طبيعتها، أي طريقة توزيع الإداريين فيها، وتتمثل المستويات بما يلي :

1. مستوى الإدارة العليا: يمثلها في الغالب المدير العام أو رئيس مجلس الإدارة.
2. مستوى الإدارة الوسطى: يمثلها المديرون التنفيذيين، ويمثلها مدراء الأقسام.
3. مستوى الإدارة الإشرافية، يمثلها مستوى الإشراف المباشر، ويمثلون بالمشرفين على العاملين في المؤسسة الفندقية بعلاقة مباشرة.¹

¹ موقع كلية العلوم السياحية قسم السياحة الدينية جامعة كربلاء مرجع سبق ذكره

5- دور مورد البشرية في إدارة الأعمال الفندقية : يلعب العنصر البشري دوراً هاماً في مجال إدارة الأعمال الفنادق وخدمات الفندقية بصفة عامة ، حيث يعتبر هو الوسيلة و الغاية في العملية الإنتاجية و الخدمية لذلك ينبغي الاعتناء به من خلال:

1. الاختيار السليم للعناصر البشرية التي تعمل في تقديم خدمات الضيافة للنزلاء.
2. التدريب المستمر للعاملين في هذا الميدان و تدريبهم و تنمية مهاراتهم.
3. تشجيع العاملين بأساليب مختلفة للاستمرار في تقديم الخدمات الفندقية و خدمات الضيافة واتباعها بمهارة.
4. ابتكار الحلول للمشكلات التي تواجه مقدمي الخدمات الفندقية و خدمات الضيافة .

ثانيا: الخدمة الفندقية و جودتها:

1- الخدمة الفندقية :

1-1- تعريفها : هي مجموعة من الأنشطة التي يقدمها العامل للنزيل من إ طعام وحاجاته بغية إشباع رغباته و راحته وتمتاز الخدمات الفندقية بأنها :معنوية وتمتاز كذلك بالتلازم والتغاير وقابلية الفناء والطلب المتذبذب وهو ما يخلق تحدياً إضافي بين الفنادق¹.

مما يبين أن الخدمة الفندقية تعتمد أولاً وأخيراً على العنصر البشري من خلال تدريبه بطريقة سليمة، فلا بد من اكتساب ثالث مهارات لها دور فعال في نجاح العمل الفندقي (الخدمة) وهي: المقدرة على التعامل مع الآخرين عن طريق علاقات عامة، مقدرة الفرد على تقديم الخدمة بكفاءة، المقدرة على تطوير الخدمة باستمرار.

1-2- خصائص الخدمة الفندقية :

تتميز الخدمة الفندقية بمجموعة من الخصائص التي تجعلها تختلف كلياً عن السلعة الملموسة و بشكل عام يتم تحديد خصائص الخدمة من ما يلي :

1- عدم ملموسية الخدمة : الخدمة تعتبر كيان غير ملموس ليس لها جسم مادي و بالتالي لا يمكن إدراكها بالحواس ، و لا يمكن نقلها أو تخزينها أو التعرف عليها أو الاستفادة منها قبل الشراء .

1 فهد منذر فهد مشعل ، أثر جودة الخدمة الفندقية على رضا ضيوف فنادق فئة الخمسة نجوم في مدينة عمان، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير تخصص تسويق جامعة الزرقاء الأردن ص 22-23 .

- 2- عدم إنتقال الملكية : إن عدم إنتقال الملكية تمثل صفة واضحة تميز الخدمات عن السلع و ذلك لأن المستهلك له الحق في الإستفادة من خدمة معينة دون أن يمتلكها .
- 3- التلازمة : إنما يميز الخدمة هو وجود مقدم الخدمة و المستفيد منها في آن واحد عند عملية إنتاج أو تقديم الخدمة و تواجد الإثنين يؤثر بشكل مباشر على جودة الخدمة .
- 4- عدم تماثل الخدمات .
- 1-3- أهمية الخدمة الفندقية :

تتميز الخدمات الفندقية بأهمية كبيرة في النشاط الفندقي، إذ تأتي تلك الأهمية من خلال النقاط التالية:

1. لا تقتصر الخدمة الفندقية في العصر الحالي على خدمة الإيواء فقط، وإنما أخذت تقدم كل التسهيلات والحاجات الضرورية مثل المأكولات والمشروبات والمطاعم المتخصصة والصالات العامة وتنظيف الملابس والنوادي الرياضية والليلية والمساح وغيرها من الخدمات. وقد تمكنت الولايات المتحدة الأمريكية أن تسمو بالفندقة الى أعلى مستويات التقدم والتنظيم الفني والاقتصادي والإداري، إذ تمكن التنظيم الفندقي الأمريكي بنشأته الضخمة أن يغيّر من نظام المعيشة التقليدي للأسرة الأمريكية، فبعض الفنادق في أمريكا يصل عدد الغرف فيها الى (5500) غرفة مجهزة بكافة الخدمات اللازمة لإشباع حاجات الضيوف ورغبتهم دون الحاجة الى الخروج من الفندق. ويستطيع الضيف أن يقيم في بعض الفنادق الأمريكية لمدة شهر كامل ويحصل على كل الخدمات التي يحتاج إليها دون الخروج من الفندق.
2. إن التنوع المتعدد في الخدمات الفندقية أدى الى خلق وتوليد فرص عمل جديدة.
3. يمثل شراء الخدمات الفندقية من قبل السائح النسبة الأكبر من إنفاقاته السياحية.
4. يؤدي عرض الخدمات الفندقية المتنوع الى زيادة في الطلب على المؤسسة الفندقية وبالتالي يؤدي ذلك الى زيادة محصلة الدولة من النقد الأجنبي.
5. تؤدي الخدمات الفندقية المتميزة دوراً في زيادة الطلب على المؤسسة الفندقية أو تكرار السائح للحجز مرة أخرى ما يزيد في الإيرادات الفندقية وبذلك يؤدي الى زيادة الأرباح.
6. تشكل المؤسسة الفندقية جزءاً مهماً في الحملات الإعلانية لمكاتب السفر والسياحة ولنظمي الرحلات السياحية ما جعلها تساهم في زيادة الطلب على برامج الرحلة السياحية، ويرجع السبب في ذلك الى تميّز الخدمات الفندقية.

2- جودة الخدمة :

2-1-تعريف الجودة:

يرجع مفهوم الجودة *Qualité* إصطلاحاً إلى الكلمة

اللاتينية *Qualita* التي تعني طبيعة الشيء ودرجة الصلابة.¹

-عرفها Joseph Jablonski الجودة بأنها: " تتمثل في تلك الصفات المميزة لمنتج أو خدمة ما".²

-وعرف Edewared Deming الجودة بأنها: " تتوجه لإشباع حاجات المستهلك في الحاضر والمستقبل".

وتعرف الجودة :على أنها القدرة على تحقيق رغبات الزبون بالشكل الذي يتطابق مع توقعاته ويحقق رضاه التام عن السلعة أو الخدمة التي تقدم له.³

الشكل رقم 01 : تركيبة جودة الخدمة



المصدر: عوض بدير حداد، تسويق الخدمات المصرفية ط1، دار البيان للنشر و التوزيع القاهرة، 1999، ص:337 .

2-2- تعريف جودة الخدمة :

تتعدد التعريفات، وذلك بخلاف حاجات وتوقعات الزبائن ومن هذه التعاريف نذكر ما يلي:

-جودة الخدمة، هي تلك الجودة التي تقوم على البعد الإجرائي والبعد الشخصي كأبعاد مهمة في تقديمها حيث يتكون البعد الإجرائي من نظم وإجراءات محددة لتقديمها، أما البعد الشخصي فهو كيفية تفاعل وتعامل العاملين مع الزبائن.⁴

1 مأمون الدراكة، طارق الشبلي، الجودة في المنظمات الحديثة، ط1 دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2002، ص1.

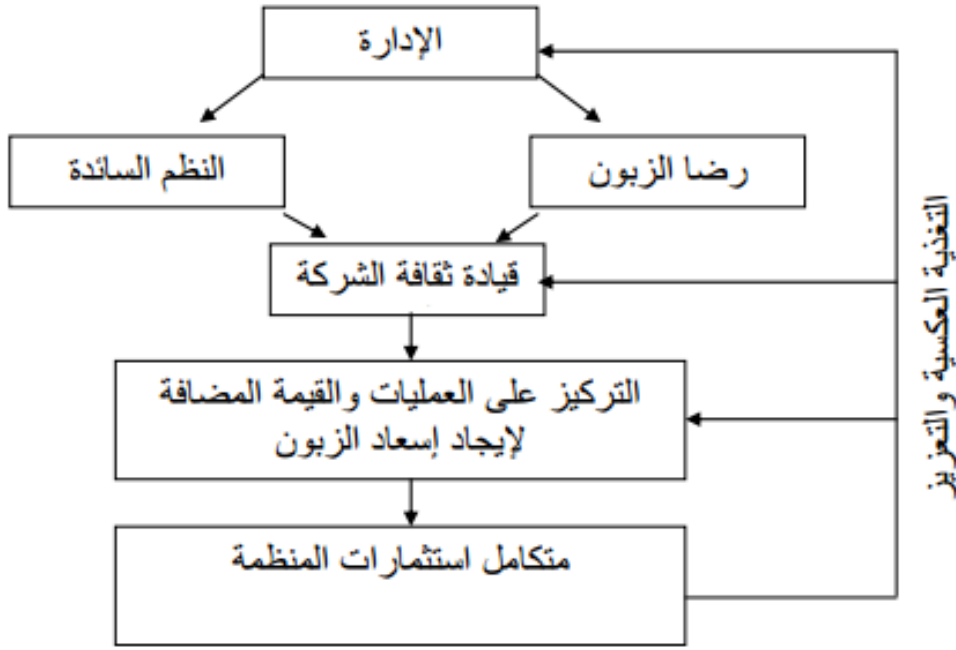
2 أحمد بن عيشاوي، إدارة الجودة الشاملة (T.Q.M) في المؤسسات الفندقية في الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية تخصص إدارة أعمال، السنة الجامعية 2007/2008.

3 علي السلمي، إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات الإيزو 9000، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، بدون سنة نشر، ص1.

4 توفيق محمد عبد المحسن، قياس الجودة والقياس المقارن، دار الفكر للنشر والتوزيع، مصر، 2006/2005، ص 40..

-ويعرفها Bedira على أنها: مستوى متعادل لصفات تتميز بها الخدمة المبنية على قدرة المؤسسة الخدمية و إحتياجات الزبائن بالإضافة إلى صفات تحدد قدرة جودة الخدمة على إشباع حاجاتهم ورغباتهم, وهي مسؤولية كل عامل داخل المؤسسة.

الشكل رقم 02 : إدارة نظام الجودة



المصدر: woods john A.1996, The six valurs a quality culture:

يوضح الشكل الدور المهم للمدير في فهم و نشر ثقافة الجودة و من خلال تركيزه على قيادة ثقافة الجودة و العمليات و القيمة المضافة للوصول إلى مستويات عالية من رضا الزبائن.

3-2 - أهمية جودة الخدمة:

تكمن أهمية الجودة في تقديم الخدمة فيما يلي:

3-2-1- نمو مجال الخدمة:

لقد إزداد عدد المؤسسات التي تقوم بتقديم الخدمات فمثلا نصف المؤسسات الأمريكية يتعلق نشاطها بتقديم الخدمات إلى جانب ذلك فالمؤسسات الخدمائية مازالت في نمو متزايد ومستمر.

2-3-2- إزدياد المنافسة:

إن تزايد عدد المؤسسات الخدمية سوف يؤدي إلى وجود المنافسة الشديدة بينها لذلك فإن الإعتماد على جودة الخدمة سوف يعطي لهذه المؤسسات مزايا تنافسية عديدة.

2-3-3- المدلول الإقتصادي لجودة الخدمة:

أصبحت المؤسسات الخدمية في الوقت الحالي تركز على توسيع حصتها لذلك لا يجب على المؤسسات السعي من أجل جذب زبائن جدد، ولكن يجب كذلك المحافظة على الزبائن الحاليين ولتحقيق ذلك لابد من الإهتمام أكثر بمستوى جودة الخدمة.¹

2-4-2- طرق قياس جودة الخدمة:

2-4-2-1- طرق القياس المباشرة لجودة الخدمة:

وتنقسم إلى قسمين هما:

أ- مناهج الإستقصاء:

وذلك بأخذ عينة من أفراد المجتمع ويتم إختيارهم عشوائيا أو بانتظام وتوزع على أفرادها إستمارة الإستقصاء وهي مجموعة من الأسئلة حول الموضوع المراد معرفته ويجب أن تكون سهلة وواضحة الفهم ومن ثم يجب تبويب الإجابة وتحليل المعلومات من طرف الجهة المختصة بذلك.

ب- الملاحظة المباشرة:

وذلك أن تتولى الإدارة نفسها عملية القياس وذلك بالملاحظة في ميدان العمل و الإحتكاك المباشر مع الزبائن وملاحظة ردود أفعالهم وأيضا مقدمي الخدمة أثناء تقديم عملهم.

2-4-2-2- طرق القياس غير المباشر لجودة الخدمة:

وهي بدورها تنقسم إلى قسمين هما:

أ- نموذج الفجوة :

ويسمى ب Servqul ظهر خلال الثمانينيات من خلال الدراسات التي قام بها كل من Parasuraman و Zeithimal et berry, بغية إستخدامه في تحديد وتحليل مصادر مشاكل الجودة وكيفية تحسينها, إن تقييم

1 مأمون الدراكعة ,مرجع سبق ذكره , ص 151

الجودة حسب نموذج الفجوة يعني تحديد الفجوة بين توقعات الزبائن لمستوى الخدمة والإدراك الفعلي لها , ويعبر عنها كما يلي:

$$\text{جودة الخدمة} = \text{الإدراك الفعلي للخدمة} - \text{توقعات الزبائن}$$

ومن خلال الدراسة التي قام بها Berry وزملائه سنة 1988 توصلوا إلى أن المحور الأساسي في تقييم جودة الخدمة وفق هذا النموذج يتمثل في الفجوة بين إدراك الزبون لمستوى الأداء الفعلي للخدمة وتوقعاته.

ب- نموذج الاتجاه:

ويعرف هذا النموذج بإسم (servperf) ظهر خلال 1992 نتيجة الدراسات التي قام بها كل من Taylor et Cronin ونعرف الجودة في إطار هذا النموذج مفهوم اتجاهيا يرتبط بإدراك الزبون للأداء الفعلي للخدمة المقدمة ويعرف الاتجاه على أنه تقييم الأداء على أساس مجموعة من الأبعاد المرتبطة بالخدمة المقدمة .

ويقوم نموذج الاتجاه على أساس رفض فكرة تقييم جودة الخدمة ويركز على تقييم الفعلي للخدمة , أي التركيز على جانب الإدراكات الخاصة بالزبون فقط ذلك أن جودة الخدمة يتم التعبير عنها كاتنوع من الاتجاهات وهي دالة للأدراكات الزبائن السابقة والخبرات والتجارب تعامل المؤسسة ومستوى الرضا على الاداء الحالي للخدمة .

وعليه نخلص الى ان الاتجاه كالأسلوب لتقييم جودة الخدمة يتضمن الافكار التالية .

- 1- الاداء الحالي للخدمة يحدد بشكل كبير تقييم الزابون لجودة الخدمة المقدمة فعليا من المؤسسة الخدمية .
- 2- ارتباط الرضا بتقييم الزابون لجودة الخدمة اساسه الخبرة السابقة في التعامل مع المؤسسة اي ان التقييم عملية تراكم طويلة الاجال نسبيا .
- 3- تعتبر المؤشرات المحددة لمستوى (الجودة الاعتمادية , الاستجابة , التعاطف , الامان , الملموسية) ركيزة اساسية لتقييم مستوى الخدمة وفق نموذج servperf¹ .

1 حاكم جبوري الخفاجي ، رضا الزبون كمتغير وسيط بين جودة الخدمة وولاء الزبون، جامعة الكوفة كلية الادارة والاقتصاد ص 81 و82.

2-5- معايير الجودة في السياحة¹:

حددت المنظمة العالمية للسياحة عددا من المعايير التي

تشكل إطار عامل لجودة الخدمات السياحية و هي كما يلي :

1-الأمن و السلامة : يجب ألا يشكل المنتج السياحي أو الخدمة السياحية خطرا على الحياة أو يتسبب بضرر على الصحة أو على أي من الأمور الضرورية لسلامة السائح، و ذلك في جميع الأنشطة السياحية حيث إن معايير الأمن و السلامة تحدد عادة بموجب أنظمة و قوانين .

2-الصحة العامة: يجب على جميع أماكن إيواء الطعام والشراب أن تحافظ على النظافة والسلامة ويجب ألا يقتصر تطبيق معايير سلامة الأغذية (التي غالباً ما تحدد أيضاً بموجب أنظمة وقوانين) على المؤسسات السياحية الكبيرة بل يجب أن يشمل جميع أنواع مواقع بيع الأغذية من محلات بيع الأغذية الصغيرة في الشوارع إلى المطاعم ذات المستويات العالية حتى الخدمات المقدمة في الطائرات .

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

4- الشفافية: الشفافية عنصر أساسي لتوفير المشروعية لتوقعات العميل وحماية حقوقه وهي مرتبطة بتوفير المعلومات الصحيحة حول مواصفات المنتج ، وما يشتمل عليه وكلفته الإجمالية ، وما يغطيه السعر وتوصيل تلك المعلومات بشكل فعال للعميل .

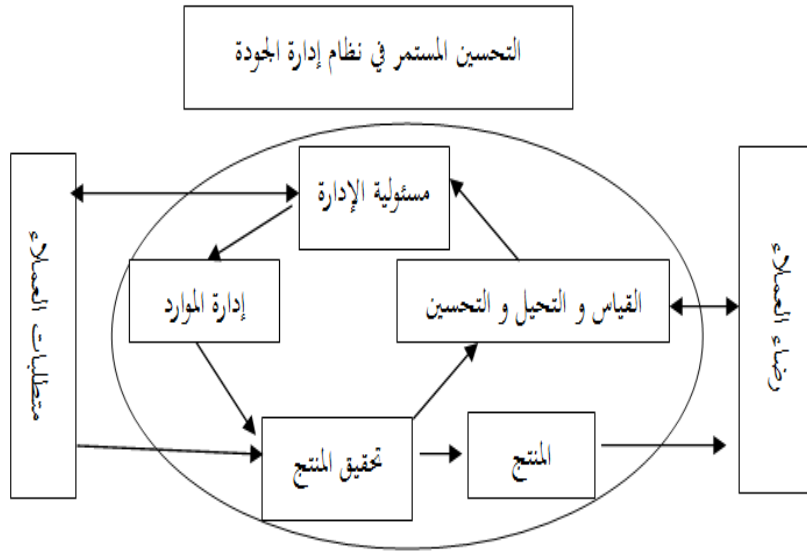
5- الأصالة : تعبر الأصالة عن حضارة أو تراث معين تجعل أي منتج سياحي يختلف ويمتاز عن بقية المنتجات المماثلة له في أماكن أخرى مع ضرورة أن تستجيب الأصالة لتطلعات العميل ، إذ إن المنتج يتناقص وينتهي عند فقدانها لأصالتها وروابطه مع بيئته المحلية.

فالخدمة ذات الأصالة النابعة من تقاليد الموطن نفسه تختلف فيما لو تم نقلها إلى موقع آخر ، وذلك فإن بإمكانها أن تخلق أصالة ذات جودة خاصة بها.

1 منظمة السياحة العالمية WNWTO ، 2017 .

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

الشكل رقم 03: الركائز الأربعة التي يبنى عليها نموذج نظام إدارة الجودة



المصدر : النظام العالمي لمعايير ISO 2000

يوضح الشكل السابق الركائز الأربعة التي يبنى عليها نموذج نظام إدارة الجودة المرتكزة على أربعة عملية وهي

:مسؤولية الإدارة ، إدارة المنتج، تحقيق المنتج، القياس و التحليل و التحسين

المبحث الثاني : دراسة تحليلية للدراسات السابقة

1-الدراسة الأولى¹: بعنوان تحسين جودة الخدمات السياحية كمدخل لبناء ولاء العملاء

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة مستوى تأثيري جودة الخدمات المقدمة للسائحين، وذلك بهدف تطوير جودة الخدمات لإرضاء الزبائن عن طريق تحديد المفاهيم المتعلقة بجودة الخدمة، حيث تم طرح الإشكالية التالية "ما مدى تأثير جودة الخدمات السياحية على ولاء السائح لولاية الشلف، تتجلى أهمية هذه الدراسة من ناحيتين: -الناحية العلمية :وتكمن في التعبير عن مستوى جودة الخدمات السياحية للزبائن ومدى توافقها مع رغباتهم واحتياجاتهم، وذلك لكسب رضاهم وولائهم والتي تتمكن المؤسسات التي تتبنى هذا السلوك التميز عن باقي منافسيها.

-الناحية العملية :وتتجلى في أهمية إدخال الجودة في قطاع الخدمات مما يتلاءم مع توقعات السواح حتى يتمكن من المحافظة عليهم وجلب سواح جدد وخاصة في ظل المنافسة الشديدة.

2-الدراسة الثانية²: بعنوان دور جودة الخدمات الفندقية في تحقيق رضا الزبائن

الدراسة بعنوان دور جودة الخدمات الفندقية في تحقيق رضا الزبائن ,حيث كانت مشكلة الدراسة ما مدى مساهمة جودة الخدمات الفندقية في تحقيق رضا زبائن فندق قورارة بتميمون ولاية أدرار؟ وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على علاقة جودة الخدمات الفندقية ورضا الزبون من خلال أبعاد الجودة الخمسة الإعتمادية ,الأمان, التعاطف الإستجابة والملموسية ولتحقيق هذا الهدف إعتمدت الدراسة على الأسلوب الوصفي ,لملائمته لطبيعة الدراسة حيث تم تصميم إستبيان كأداة لجمع البيانات, وتم توزيعها على عينة الدراسة, والمتمثلة بزبائن فندق قورارة تميمون والبالغ عددها 55 إستبانة, وإستخدم الباحث الأدوات الإحصائية الملائمة, وإستخدم البرنامج الإحصائي SPSS20.

وكانت نتائج هذه الدراسة كما يلي:

-يمكن إعتبار جودة الخدمة الفندقية نشاط أو عمل يقدم إلى المستفيد من قبل مقدمي الخدمة أو الأجهزة أو كلاهما معا.

1 بوشاشية نادية ، الأكاديمية للدراسات الإجتماعية. أ/ قسم العلوم الإنسانية و القانونية ، العدد 18 ص 70-82، جوان 2017 .

2 فتاح سفيان، مذكرة ماستر أكاديمي شعبة علوم تجارية تخصص تسويق خدمات، جامعة قاصدي مرباح ورقلة 2016/2017 .

- الخدمة الفندقية متنوعة ومتعددة الخصائص هدفها الرئيسي الرفع من مستوى أداء الفندق.
- الجودة هي مجموع كلي للخصائص والمزايا التي تؤثر في مقدرة سلعة أو خدمة معينة لتلبية حاجات ورغبات الزبائن.
- جودة الخدمة تعتمد على إدراك الزبون لها من خلال أبعادها الخمسة.
- رضا الزبائن من المرتكزات التي يعتمد عليها الفندق ويعتبرها أصول تساهم في تعزيز مكانة الفندق.
- كما توصلت الدراسة في الجانب الميداني إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمات الفندقية ورضا الزبائن.

3- الدراسة الثالثة¹: مخطط جودة السياحة الجزائر كحركية لتحقيق إستراتيجية جودة الخدمات الفندقية

ناولت هذه الدراسة موضوع الاستثمار في مجال جودة الخدمات الفندقية، عن طريق عرض محتوى "مخطط جودة السياحة الجزائر «PQTA» «Plan Qualité Tourisme Algérie»» الذي يعدّ بمثابة ديناميكية وطنية لرفع مستويات الجودة في الخدمات السياحية لاسيما الخدمات الفندقية، كما تطرق البحث إلى دراسة واقع الفنادق في ولاية سطيف، وذلك من خلال تبين مدى اندماجهم في هذا المنهج من خلال الانخراط في "مخطط جودة السياحة الجزائر"، وقد تم التوصل إلى مجموعة من النتائج حول مدى تبني هذا المخطط من طرف الفنادق وقياس التقدم في سيره، للخروج في الأخير بمجموعة من التوصيات من أجل التقدم والرقي بقطاع الفنادق الذي يعدّ أهم محور من محاور السياحة، وتمكينه من مواجهة المنافسة الوطنية والأجنبية.

4- الدراسة الرابعة²: بعنوان تحليل جودة الخدمة دراسة بين فنادق منتجع بيرو

الغرض من الدراسة هو تحديد البعد الذي يعتبر أفضل مؤشر على جودة الخدمة الشاملة ، من حيث توليد نتيجة تحدد الأبعاد المتعلقة بجودة الخدمة. وقد تحقق ذلك من خلال إجراء دراسة نظرية وتجريبية. الدراسة النظرية المقدمة من خلال تحديد النظريات ذات الصلة ، وتحديد جودة الخدمة وتعريفها لصناعات الفنادق. تضمنت الدراسة التجريبية 84 استبياناً مع آراء المستجيبين وجهات النظر من تجاربهم في مجال الضيافة. وقد تحقق ذلك من خلال فحص الأبعاد فيما يتعلق بجودة خدمات الضيافة ، من خلال توسيع نطاق SERQUAL بتسعة أصناف جديدة ، يشار إليها لاحقاً باسم SERQUAL.

1 فرطاس فايزة ، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية ، المركز الجامعي تلمسان ، المجلد 6، رقم 1، ص 357-386،

2 GUY MORIN, MASTER? ANALYSE DE LA QUALITÉ DANS LES SERVICES TOURISTIQUES , UNIVERSITÉ DU QUÉBEC, 1993

النتائج الرئيسية للدراسة هي أن جودة الخدمة يتم تمثيلها بستة أبعاد في صناعة الضيافة ، فيما يتعلق بالموثوقية والتأمين ، والمضار ، والموظفين ، والخارجي ، وتقديم الخدمة. وأفضل مؤشر على جودة الخدمة الشاملة هو الأبعاد المشار إليها باسم "الموثوقية" متبوعاً بـ "الخارجي" و "Tangibles" و "Assurance".

5-الدراسة الخامسة¹: بعنوان مخطط جودة السياحة المفاهيم و التطبيق

الهدف من هذه الدراسة التطرق لمفهوم مخطط جودة السياحة الجزائر, لماذا تم إيمتاده من قبل الوزارة الوصية ماهي أهدافه وأبعاده وشروط الإنخراط فيه والإلتزامات المترتبة على هذا الإنخراط , ومامدى إستجابة المؤسسات الفندقية للإنظام في هذا المخطط الذي أصبح ضرورة لا بد منها في ظل التحولات الإقتصادية والجيوسياسية التي تعرفها المنطقة والعالم.

وخلصت هذه الدراسة إلى أنه وعلى الرغم من الجهود الملاحظة بهذا المخطط لعدة أسباب ,والتي من بينها أن قائمة كبيرة من الفنادق لم يتم تصنيفها ولا تزال غير قادرة على الانخراط في هذا النظام والتكيف مع معايير التصنيف.

- نقد الدراسات السابقة :

جل الدراسات السابقة ركزت على علاقة جودة الخدمات الفندقية ورضا الزبون من خلال أبعاد الجودة الخمسة بصفة عامة, ولم توضح هذه الأبعاد الأكثر تأثيراً على هذه العلاقة , وأيضاً لم تتطرق إلى مدى تأثير جودة الخدمة الفندقية على المؤسسة الفندقية في حد ذاتها، أما الدراسة الخامسة فقد ركزت على عرض محتوى "مخطط جودة السياحة الجزائر" وتبيين مدى تبني هذا المخطط من طرف الفنادق وقياس التقدم في سيره , لكنها أهملت جانب مهم وهو مدى تأثيره على الأقل على المؤسسة الفندقية التي قطعت شوط كبير في تطبيقه و هذا منطلق دراستنا .

أوجه التشابه: -جودة الخدمة الفندقية.

أوجه الاختلاف: -علاقة جودة الخدمة الفندقية ورضا الزبون.

-أبعاد جودة الخدمة . -مخطط جودة السياحة الجزائر.

1 TABOUCHE AHMED ET BENZAIRE MEBAREK, le plan qualité tourisme Algérie , concept et applicaion ,Article dans Al-BASHAER ECONOMIQUE JOURNAL,numero,02. Décembre 2015 p193-204-205.

خلاصة الفصل الأول :

أصبحت السياحة في عصرنا هذا تمثل معيارا حضاريا ودعامة إقتصادية للدول , وأهم الموارد الرئيسية للتنمية المستدامة, وحتى يتحقق هذا فإن الأمر يستدعي البحث عن سياسات و إستراتيجيات تستهدف تطوير أداء مؤسسات هذا القطاع, والرفع من مستوى قدراتها التنافسية والتي من ضمنها المؤسسات الفندقية ,التي تعد واحدة من أهم عوامل الجذب السياحي, ولهذا إتجهت معظم هذه المؤسسات إلى الإهتمام بالجودة والتميز في خدماتها من خلال إدارتها بشكل جيد.

ومن خلال هذا الفصل النظري تطرقنا إلى إدارة جودة الخدمات الفندقية و هي جملة الأنشطة المقدمة للزبون بغية إشباع حاجياته و إرضائه ، ثم مروراً بمفاهيم عامة حول السياحة التي تعتبر نشاطا يشهد رواجاً عالمياً و أصبح من القطاعات المهمة إقتصادياً، و من ثمة الفندقية وجودة الخدمة الفندقية وصولاً إلى إدارة جودة الخدمات الفندقية التي تركز بصفة عامة على الإستغلال الأمثل للطاقة الفندقية والعمل على تقديمها بمستوى أفضل.

الفصل الثاني

الدراسة الميدانية

تمهيد :

إن إنتهاج الجودة في قلب إستراتيجية التنمية السياحية الجزائرية في أفق 2030 و هي إستراتيجية تعتمد عليها الحكومة منذ 2008 في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT من خلال الدراسات و الأبحاث و الإستشارات لجميع الفاعلين في القطاع و تعكس هذه الإستراتيجية إرادة الدولة في دعم الإمكانيات الطبيعية و الثقافية و التاريخية للبلد من أجل ترقيته إلى مرتبة الإمتياز في المنطقة الأورومتوسطية و جعل الجزائر بلدا مستقبلا للسياح ,ومن خلال هذا الفصل سنتطرق لمخطط الجودة السياحية الجزائر وتطبيقه على المؤسسة الفندقية الأوراسي , ومساهمته في ترقية إدارة الأعمال الفندقية فيها وذلك من خلال المبحثين التاليين:

المبحث الأول: تطبيق مخطط جودة السياحة الجزائر على فندق الأوراسي.

المبحث الثاني: مساهمة تطبيق مخطط جودة السياحة الجزائر في فندق الأوراسي.

المبحث الأول : تطبيق مخطط الجودة السياحة الجزائر على فندق الأوراسي

المطلب الأول : مدخل للمؤسسة قيد الدراسة

1 : تاريخ فندق الأوراسي¹ : تم افتتاح مؤسسة الأوراسي المصنفة 5 نجوم بتاريخ 2 ماي 1975، وكانت تعمل تحت وصاية وزارة السياحة والثقافة. وقد قامت الوزارة على تسيير المؤسسة من خلال الشركة الوطنية للسياحة والفندقة (SONATOUR) حتى عام 1977، ثم من خلال الشركة الجزائرية للسياحة والفندقة (ALTOUR) حتى عام 1979، وأخيراً من خلال الديوان الوطني للندوات والمؤتمرات (NCCB) حتى عام 1983.

وضمن إطار عملية لإعادة الهيكلة التنظيمية، تم توصيف الفندق كمؤسسة اشتراكية وأنشئت مؤسسة التسيير الفندقي (EGH) (المرسوم رقم 83-226 المؤرخ في 2 ابريل 1983).

وعُدّل الفندق في 12 فيفري عام 1991، من وضعه القانوني وأصبح مؤسسة اقتصادية عامة في شكل شركة ذات أسهم برأس مال قدره 40 مليون دينار. وصار اسمه الاجتماعي مؤسسة التسيير الفندقي "الأوراسي" وفي عام 1995، وضع الفندق تحت وصاية المؤسسة القابضة العامة للخدمات بموجب القانون 95-25 المتعلق بتسيير الأموال التجارية التابعة للدولة، وأصبحت المساهم الوحيد فيه.

لكن، وتمشيا مع توجهات السلطات العمومية التي تهدف إلى فك الارتباط الكلي بالدولة، من خلال مختلف القوانين التشريعية والتنظيمية المتعلقة بالخصوصية الكلية أو الجزئية، اختيرت مؤسسة الأوراسي بقرار من المجلس الوطني لمساهمات الدولة في فيفري 1998 لإدراجها في البورصة وطرح ما لا يتجاوز 20 ٪ من رأس مالها للاكتتاب العام.

وفي جوان 1999، فتحت مؤسسة التسيير الفندقي الأوراسي رأس مالها عن طريق العرض العلني للبيع. ومثل مبلغ العرض 480 مليون دينار جزائري، أو ما يعادل 20 ٪ من رأس المال الاجتماعي.

في 14 فيفري عام 2000 : وبعد استيفائه شروط القبول المنصوص عليها في القواعد التنظيمية للبورصة، تم إدراج سند رأس المال لمؤسسة التسيير الفندقي الأوراسي في جدول التسعيرة الرسمية. (وقدر مبلغ الإدراج بـ 400 دينار جزائري) .

و بناء على قرار مجلس مساهمة الدولة في اجتماعه في 04 أكتوبر 2009 إستحداث شركة مساهمة SPA "سلسلة الأوراسي"، تم التصديق على هذا القرار على المستوى التنظيمي من قبل الجمعية العامة للمجلس.

1 الرئيس المدير العام عبد القادر لعمري لفندق الأوراسي <http://www.sgbv.dz/ar>

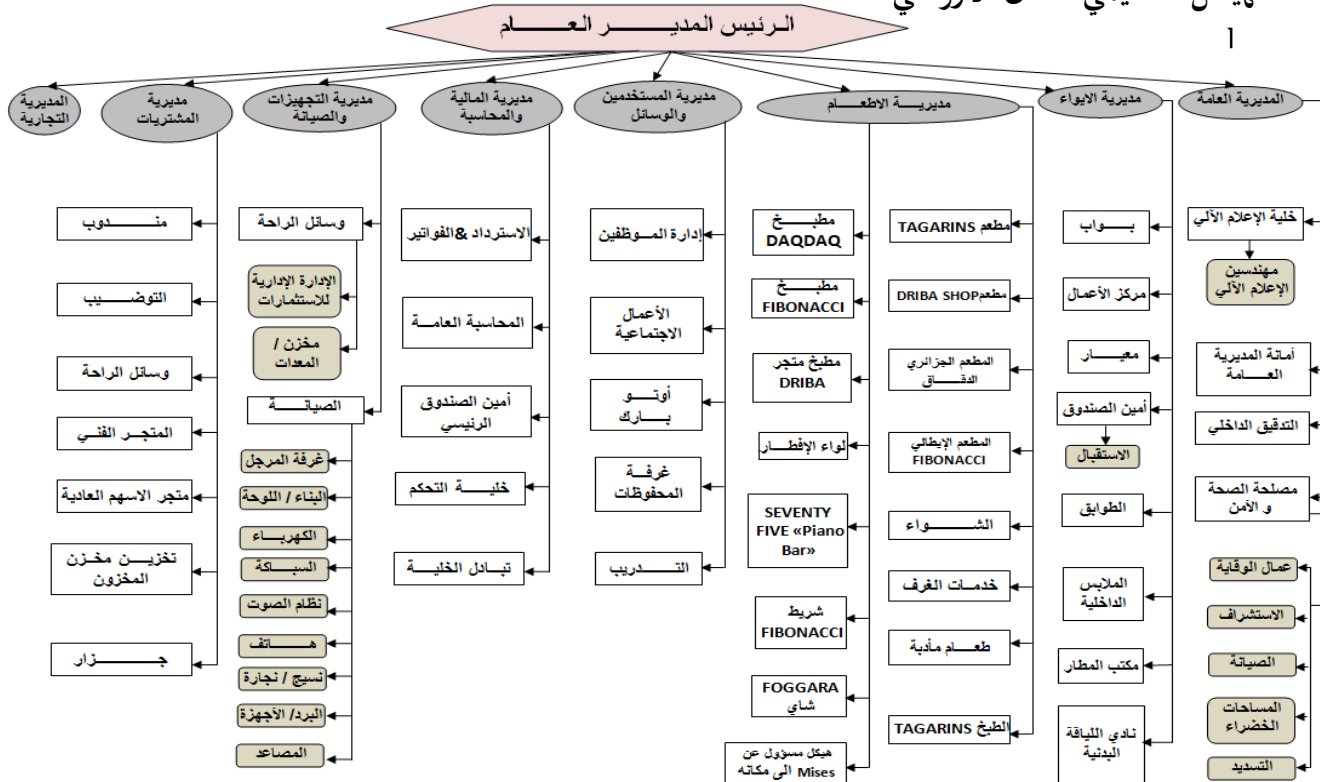
إثر تغيير نظام الأساسي لفندق أصبح شركة اقتصادية عمومية ذات أسهم 80 ٪ من قبل الدولة و 20 ٪ من قبل المساهمين، يبلغ رأس مالها 40 مليون دينار جزائري، وقد ارتفع اليوم رأس المال إلى 1.500.000.000.00 دج. أو ما يعادل 6000000 سهم بقيمة اسمية قدرها 250 دينار جزائري .

2 : تعريف فندق الأوراسي ¹ :

يقع فندق الأوراسي بشارع فرانتز فانون، تاغارين المعروفة بـ تاغارة في مكان مميز بالإرتفاع بقلب العاصمة يمكن الزائر أن يتمتع بالمنظر البانورامي الرائع و الخلاب و الأطلال الرائعة على خليج الجزائر العاصمة من خلال غرف و أجنحة و شقق ذات نوعية رفيعة، وهو من أهم الفنادق التابعة لشركة "سلسلة الأوراسي" التي تتكون من أربع فنادق (04) ، بما في ذلك ثلاث (03) بالجنوب و الشرق و الغرب وهم فندق ريم بلعباس، البستان المنيرة و فندق المهري ورقلة .

تم بناء الفندق على مساحة 126000 متر مربع تقريباً ، ويضم مساحة تبلغ 150000 متر مربع ، ويطور خدماته على مساحة 130000 متر مربع موزعة على 14 طابق ، بما في ذلك 9 أماكن للإقامة. ويضم 414 غرفة و 16 جناحاً مريحاً و 14 جناحاً فاخراً و 8 شقق وجناحاً رئاسياً.

3: الهيكل التنظيمي لفندق الأوراسي :



المصدر: RAPPORT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION DE L'EXERCICE2016

الجدول رقم 01: خصائص نشاط فندق الأوراسي

الإيواء	عدد الغرف 453	عدد الأسرة 604
الإطعام	4 مطاعم قدرة الاستيعاب 1000 زبون	مطعم TAGARINS، مطعم DRIBA SHOP، المطعم الإيطالي FIBONACCI، المطعم الجزائري دقادق
قاعات المؤتمرات و الاجتماعات	مجهزة جيدا بمعدات الصوت مع القدرة على الترجمة الفورية في ثماني لغات	
سكرتارية	مركز الأعمال، أعمال السكرتارية ..	
النشاط الترفيهي	حمام سباحة مع منطقة الشواء	
	ملاعب تنس	5 ملاعب
	النادي الليلي	
وكالة تأجير السيارات		
وكالة بنكية CPA		
شركات الطيران	الخطوط الجوية الجزائرية، <u>الإيطاليا الجوية</u> ، خطوط الجوية الفرنسية	
خدمة النقل المباشر للمطار		
محطة التوقف	محطة سيارات الأجرة، أماكن توقف 750 سيارة	
تأجير المكاتب	مستوى A و مستوى C	

المصدر : 13: P RAPPORT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION DE L'EXERCICE hôtel el aurassi 2016

المطلب الثاني : مخطط الجودة السياحية الجزائر كأداة لترقية الأعمال الفندقية

أولا: المخطط الوطني التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030

1- تعريفه :¹

تشكل الخطة الرئيسية "SDAT" للتنمية السياحية بحلول عام 2030 الإطار المرجعي الاستراتيجي لسياسة السياحة الجزائرية. تعرض الدولة رؤيتها لتنمية السياحة الوطنية في آفاق مختلفة على المدى القصير والمتوسط والطويل في سياق التنمية المستدامة ، من أجل جعل الجزائر دولة إستقبالية.

تعد الخطة الرئيسية للتنمية السياحية "SDAT 2030" أحد مكونات SNAT 2030 التي توضح كيف تعتزم الدولة ضمان، في إطار التنمية المستدامة، التوازن الثلاثي للعدالة الاجتماعية والكفاءة الاقتصادية والاستدامة. على الصعيد الوطني للسنوات العشرين المقبلة.

1 المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT

2- أهميته :

1. جعل السياحة أحد محركات النمو الاقتصادي
2. التحفيز من خلال التدريب القطاعات الاقتصادية الأخرى (الزراعة، الصناعة، الحرف اليدوية، الخدمات)
3. الجمع بين الترويج للسياحة والبيئة
4. تعزيز التراث التاريخي والثقافي والديني
5. تحسين صورة الجزائر بشكل مستدام.

3- أهدافه : خمسة ديناميكيات أساسية ومتكاملة وضعها SDAT تدعم هذه الاستراتيجية:

- 1* خطة الوجهة الجزائر
- 2* الأقطاب السياحية السبعة للتميز
- 3* خطة جودة السياحة الجزائر "PQTA"
- 4* خطة الشراكة بين القطاعين العام والخاص
- 5* خطة تمويل القطاع.

ثانيا: ماهية مخطط الجودة السياحية الجزائر PQTA:

1- تعريف مخطط الجودة السياحية: ¹

يطمح مخطط جودة السياحة الجزائرية إلى توحيد جميع المهنيين الجزائريين في قطاع السياحة من خلال الانتهاج الارادي للجودة، الحريص على تلبية حاجات الزبائن و إرضائهم، وطنيين و اجانب .

تم إعداد مخطط جودة السياحة الجزائرية مع مهنيي و من اجلهم، طبقا للمعايير الدولية، يسمح مخطط الجودة بتحديد المسار من اجل التحسين التدريجي للخدمات و الحصول على العلامة التجارية جودة السياحة الجزائر.

و يرتبط مخطط جودة السياحة الجزائرية بالنقاط التالية:

1. تأسيس العلامة التجارية جودة السياحة الجزائر
2. تدعيم كفاءات الموارد البشرية
3. تنظيم الأنشطة السياحية
4. تحديث البنى التحتية

1 دليل الجودة وزارة السياحة و الصناعة التقليدية 2012 .

2- أهمية مخطط جودة السياحة الجزائرية:

- 1 إنتهاج الجودة هو منهج وقائي يهدف إلى تحسين متواصل في الخدمات المقدمة لإرضاء الزبائن
- 2 هو انتهاج مشاركاتي ، ارادي، يخص ادارة المؤسسة و العاملين فيها على حد سواء. يتطلب التزام جدي من المسؤولين في المؤسسة . هو مسار يقوم على دراسة مستمرة لعمل المؤسسة و ممارستها حتى يمكن القيام بأعمال التحسين و التطوير على جميع مستويات سلسلة الخدمات.
- 3 إن انتهاج الجودة إن تواصل يصبح مع الزمن ديناميكية حقيقية مرسّخة في ثقافة و قيم المؤسسة
- 4 أما بالنسبة لقطاع السياحة، فإن انتهاج الجودة هو:
- 5-خطوة عملاقة نحو مهنية تدريجية للخدمات المقدمة في السياحة الجزائرية محليا و دوليا
- 6 الانخراط في مسار يقوم على التطوير المستمر للموارد البشرية
- 7 عامل من عوامل التنمية واستدامة العرض السياحي الوطني
- 8 وسيلة لدعم و تثمين الوطنية والخصوصيات الإقليمية المحلية
- 9 سبيل ناجع لخلق مناصب شغل والحد من البطالة

3- أهداف مخطط جودة السياحة الجزائرية¹:

- 1-دعم التنافسية الوطنية من خلال إدراج مفهوم الجودة في جميع مشاريع تنمية المؤسسات السياحية
- 2-بلوغ افضل مهنية في جميع قطاعات العرض السياحي الوطني
- 3-تثمين المناطق السياحية الوطنية و ثرواتها المحلية
- 4-خلق ديمومة العرض السياحي الجزائري من خلال تحسين صورة جودة الخدمات للزبائن الوطنيين والاجانب
- 5- افادة المؤسسات السياحية الملتزمة بانتهاج مسار الجودة و ذلك بتوفير الوسائل الملائمة لتحقيق تنميتها و خاصة بمرافقتها في عمليات التجديد و إعادة التأهيل و التحديث و التوسيع و التكوين
- 6-ضمان ترويج متزايد للمتعاملين المنخرطين في الجودة من خلال إدماجهم في شبكة المؤسسات الحاملة للعلامة التجارية "جودة السياحة الجزائرية" وضمان اندماج أحسن في المجال التجاري و تموقع أفضل

1 موقع وزارة السياحة <http://www.mta.gov.dz> ، 2108/04/13

4- إمتيازات الانضمام إلى مخطط جودة السياحة الجزائرية؟

إن انتهاج الجودة هو مسار رابح - رابح للمهنيين في السياحة، للزبائن و كل قطاع السياحة حيث :

يسمح انتهاج الجودة للمهنيين في قطاع السياحة ب :

- 1- تحسين صورة المؤسسة و توقعها
- 2- إرضاء الزبائن و كسب ثقتهم
- 3- كسب زبائن جدد
- 4- الاستفادة من كل المساعدات والحوافز التشجيعية التي توفرها الدولة
- 5- التحكم في الكلفة، و تحسين مردودية التسيير الداخلي
- 6- زيادة نشاطها و تحقيق افضل الارباح
- 7- بالنسبة للزبائن الوطنيين و الاجانب ، انتهاج الجودة هو:
- 8- ضمان الارضاء
- 9- شهادة على جودة الخدمات
- 10- ضمان للراحة و السلامة.

أما بالنسبة لقطاع السياحة، فإن انتهاج الجودة هو :

- 1- خطوة عملاقة نحو احترافية تدريجية للخدمات المقدمة في السياحة الجزائرية محليا و دوليا.
- 2- الانخراط في مسار يقوم على التطوير المستمر للموارد البشرية
- 3- عامل من عوامل التنمية و استدامة العرض السياحي الوطني
- 4- وسيلة لدعم و ترميم الثروات الوطنية و الخصوصيات الإقليمية المحلية
- 5- سبيل ناجع لخلق مناصب شغل و الحد من البطالة.

5- مزايا الدولة للمنخرطين في الجودة :

يستفيد المهنيون المنخرطون في مسار الجودة من الإجراءات التحفيزية التالية:

- 1- تخفيض بنسبة 3 % و 4.5 % من نسبة الفائدة المطبقة على القروض البنكية المتعلقة بعمليات العصرية للمؤسسات السياحية والفندقية المنجزة بالولايات الشمالية و الجنوبية على التوالي في إطار مخطط جودة السياحة (المادة 80 من قانون المالية التكميلي لسنة 2009).

2- تخفيض جمركي بصفة مؤقتة إلى غاية 31 ديسمبر 2014، فيما يتعلق باقتناء التجهيزات و الأثاث غير المنتج محليا حسب المعايير الفندقية و التي تدخل في إطار عمليات العصرنة والتأهيل تطبيقا لمخطط جودة السياحة (المادة 81 لقانون المالية التكميلي لسنة) 2009.

3- التكفل التام بعمليتي التشخيص و المصادقة.

4-التكفل التام بالتكوين و تأهيل المستخدمين اضافة الى الموظفين القاعديين، تلتزم وزارة السياحة و الصناعة التقليدية بتكوين السيدات و السادة الجودة يتم تعيينهم من طرف المؤسسات السياحية المنخرطة في الجودة.

5-المرافقة في عمليات التجديد، إعادة التأهيل، العصرنة و التوسيع.

6-تثمين و إبراز المؤسسات من خلال استعمال علامة جودة السياحة الجزائر.

7-التسجيل في شبكة المؤسسات السياحية الحاملة لعلامة جودة السياحة

8-الاندماج في كل عمليات الاتصال التي تدخل في إطار الترقية المؤسساتية.

6-الجهة المتكفلة بتنفيذ مخطط الجودة السياحية:

تتكفل بتنفيذ هذا المخطط وزارة السياحة و الصناعة التقليدية عن طريق مديرية مخطط جودة السياحة والضبط التي تتكفل بـ:

-إعداد و إقتراح الإستراتيجية المتعلقة بمخطط جودة السياحة والضبط.

-وضع الآليات المحفزة لترسيخ مخطط جودة السياحة.

-السهر على وضع وسائل مخطط جودة السياحة وترقية المقصد السياحي الجزائري ومتابعة تنفيذها.

-المبادرة بتطوير آليات النشاطات السياحية وإقتراحها وفقا للسياسة الوطنية لتطوير السياحة.

-إقتراح مقاييس إستغلال النشاطات السياحية وتنفيذها.

-المبادرة بكل نشاط من شأنه تشجيع الشراكة والتعاون بين مهنيي السياحة وإقتراحه.

-السهر بالتشاور مع القطاعات المعنية على التسهيلات في السياحة.

-تسليم الرخص التنظيمية والإعتمادات المتعلقة بالنشاطات والمهن السياحية.

-تولي الأمانة التقنية للجان الإعتماد والتصديق القانونيين للمهن والنشاطات ذات الصلة بالسياحة.

-المبادرة بالنصوص التشريعية والتنظيمية المتعلقة بمخطط الجودة السياحية.

7- العلامة التجارية جودة السياحة الجزائر:

تضمن المؤسسة المستفيدة من العلامة التجارية جودة السياحة رؤية قوية من جوانب عدة منها :

- 1 - تجسيد مادي عن طريق منح المؤسسة لافتة تحمل عبارة " جودة السياحة الجزائر" التي تعد ضمانا لجودة الخدمات وإشارة للزبون.
 - 2- تسجيل المؤسسة في شبكة الجودة الموضوعة على موقع الانترنت المخصص لهذا الغرض.
 - 3- تامين المؤسسة في كل المنشورات والدعائم الترقية للوزارة المكلفة بالسياحة.
 - 4- وأخيرا تستفيد المؤسسة من تواجدها في كل الحملات الوطنية الترويجية لوجهة الجزائر(الصالونات ، المعارض اللقاءات، حملات الترويج...الخ).
- من يمنح العلامة التجارية جودة السياحة الجزائر؟

تمنح الأمانة التقنية لمخطط "جودة السياحة الجزائر" التابعة لوزارة السياحة والصناعة التقليدية، علامة جودة السياحة الجزائر.

الشكل رقم 04: علامة جودة السياحة الجزائر



المصدر : دليل الجودة وزارة السياحة و الصناعة التقليدية 2014

تتمثل مهام الأمانة التقنية أساسا في:

- 1- تقييم ملفات الالتزام في مخطط " جودة السياحة الجزائر".
- 2- فرز طلبات الانضمام إلى العلامة التجارية " جودة السياحة الجزائر".
- 3- إبداء الرأي بخصوص خطوات الجودة التي التزمت بها المؤسسات المترشحة.
- 4- تحديد شبكة مفوضي العلامة " جودة السياحة الجزائر".
- 5- تلقي و فحص تقارير التشخيص المنجزة من طرف مكاتب خبراء معتمدين.
- 6- مرافقة المهنيين في انتهاج الجودة.
- 7- الحرص على حسن استعمال العلامة التجارية " جودة السياحة الجزائر".
- 8- ضمان التناسق و حسن تنفيذ مخطط " جودة السياحة الجزائر".
- 9- التقييم الدوري لتطبيق الاليات المتعلقة بمخطط " جودة السياحة الجزائر".

10-دراسة الصعوبات المحتملة واقتراح حلول لها.

11- ضمان تسيير موقع الأنترنت الخاص بمخطط " جودة السياحة الجزائر".

12- إبداء الرأي بخصوص جميع المسائل المتعلقة بمخطط " جودة السياحة الجزائر".

8- إجراءات الانخراط في تطبيق مخطط الجودة السياحية الجزائر :

يمر الانخراط في برنامج جودة السياحة الجزائرية بالمراحل السبعة التالية :

1- معرفة المعايير و إلتزامات الوطنية في الجودة و التي يحددها الفرع المهني من خلال المرجعية الوطنية لجودة السياحة .

2- توجد المعلومات الخاصة لدى الإدارة المكلفة بالسياحة (على المستوى المركزي و المحلي)، لدى الهيئات المهنية و على الموقع الخاص.

3- إمضاء عقد الانخراط في مخطط الجودة و تكوين ملف الانضمام.

4- الموافقة على القيام بعملية تشخيص و تدقيق من قبل مكتب مختص في المجال (تعيّنه الإدارة المكلفة بالسياحة) بهدف تقييم درجة احترام الإلتزامات المحددة في المرجعية الوطنية لجودة السياحة و التوصية باتباع خطة للتحسين والتطوير.

5- العمل بتوصيات مكتب التشخيص و تجاوز الصعوبات المحتملة.

6- القيام بعملية تشخيص للمرة الثانية للمصادقة على عملية التشخيص الأولى، و ذلك بهدف مراقبة مدى التزام المؤسسة بتوصيات مكتب التشخيص.

7- تقديم الملف كاملا، مرفقا بتقرير مكتب التشخيص ، إلى الأمانة التقنية للعلامة التجارية " جودة السياحة " التي تدرس الملف و تقضي باستعمال العلامة التجارية " جودة السياحة الجزائر" .

تسلّم الهيئات المعنية لدى وزارة السياحة و الصناعة التقليدية للمستفيد قرار منح العلامة التجارية " جودة السياحة الجزائر " الذي يخول له الحصول على لافتة تحمل علامة الجودة لكي يوضع في مدخل المؤسسة. الوثائق المطلوبة في الملف :

1-قسيمة الإنخراط : التي يجب أن يتم إمضاؤها من قبل شخص مؤهل لتمثيل المؤسسة السياحية

2- تقرير انتهاج الجودة، مصادق عليه من طرف مسؤول مكتب تشخيص معتمد

3- قائمة المستخدمين تحدّد كفاءاتهم و تمكّينهم من اللغات الأجنبية

- 4- نسخة من قرار التصنيف و /او رخصة الاستغلال
- 5- نسخة من شهادة المطابقة لمبدأ حفظ النظافة، لا يتجاوز تاريخها 6 أشهر
- 6- نسخة من شهادة المطابقة لقواعد الأمن، لا يتجاوز تاريخها 6 أشهر
- 7- وصف نظام معالجة الشكاوي المدونة من طرف الزبائن، مع ذكر ثلاثة شكاوي وكيفية معالجتها¹.

جدول رقم 02 : عدد المنخرطين في مخطط الجودة إلى غاية 2014

السنة	2013	2014
عدد المنخرطين في مخطط الجودة	307 مؤسسة سياحية	348 مؤسسة سياحية مجزأة إلى: 185 مؤسسة فندقية 140 وكالة أسفار 07 محطات حموية 16 مطعم
		10 مشاريع سياحية فرع : مشروع مؤسسة فندقية

المصدر : إحصائيات وزارة السياحة و الصناعة التقليدية 2014

9- صعوبات تطبيق مخطط الجودة في الجزائر :

- 1- غياب جهاز فعال لدى وزارة السياحة يضمن الوقوف و متابعة هذا المخطط على مستوى المؤسسات السياحية .
- 2- عدم إستمرارية المرافقة و التوجيه من وزارة السياحة للمتعاملين في مجال السياحة وكذا ضعف التنسيق.
- 3- غياب التحسيس الإعلامي حول هذا المخطط .
- 4- عدم الدراية الكافية من أصحاب المؤسسات السياحية و خاصة الفندقية لفوائد و أهداف هذا المخطط .
- 5- جل المؤسسات السياحية في الجزائر قديمة النشأة مما يتطلب تجديدها ضخ أموال طائلة .
- 6- ضعف توافد السواح الأجانب على الجزائر له أثر كبير على رغبة أصحاب المؤسسات السياحية في الانخراط بالمخطط .
- 7- لم يتم منح علامة الجودة السياحية لأي مؤسسة سياحية برغم من امتثال البعض لمخطط الجودة السياحية .

1 Ministère de L'aménagement du Territoire de L'environnement et du Tourisme, manuel du plan qualité tourisme Algérie, 2008 p 8.

المبحث الثاني : قياس أثر تطبيق مخطط جودة السياحة الجزائر في فندق الأوراسي

المطلب الأول : إعادة تأهيل و عصرنة فندق الأوراسي

1- عملية التمويل و الإنجاز :

سيكلف تحديث فندق الأوراسي 56 مليون يورو. على أن يكون التمويل 30٪. مقدم من أموال شركة إدارة الفنادق الأوراسي و 70٪ المتبقية كانت ممولها بموجب اتفاقية ائتمانية .

تم توقيع عقد مع شركة KEF التركية بعد إعلان مناقصة وطنية ودولية لتقديم العروض في نوفمبر 2004. تم تحديد المواعيد النهائية لإتمام العمل التعاقدية في 22 شهرا. من أجل السماح باستمرارية عمل الفندق ، سيتم تنفيذ الأعمال على مرحلتين من 15 و 7 أشهر من خلال تقسيم رأسي للفندق. وقد شارك الأوراسي مكتب دراسات متخصص في الهندسة المعمارية الداخلية للمؤسسات الفاخرة. كما يساعد الأوراسي شركة الاستشارات البلجيكية IMM في مراقبة ومراقبة الدراسات الفنية وأعمال إعادة التأهيل.

2- التغييرات التي أجريت على الفندق في إطار عصرنته:

1- تجديد متعمق للمبنى ومعداته.

2- الترقية إلى المعايير الدولية الحالية للفندقة والأمان.

3- استخدام أكثر منطقية وممتعة للمساحات والأحجام.

4 - تخطيط داخلي جديد وخطة حركة المرور.

5 -تحول كامل للمجموعات والأثاث والإضاءة.

6-غرف مع أفضل معايير الإقامة.

7- تم تجديد الغرف والأجنحة بالكامل: تصميم وراحة ، أثاث ومعدات متطورة ، درابزين زجاجية على شرفات فردية للتمتع الكامل بالمنظر الرائع لخليج الجزائر.

8- كانت الأجنحة موضوع تصميم جديد مخصص لكل شقة ، حيث تم تصميمها تصميمًا راقيا و تجهيزها بأثاث فريد مع مساحات خاصة خارجية.

9- تحسين فرق الاستقبال والخدمات والإدارة.

10- مطعم الدقيق ، لإكتشاف وتقدير فن الطهي الجزائري في تنوع مصادرها ونكهاتها ، المطعم مصمم بديكور مطابق لمنازل من القصبة وهو مطل على خليج الجزائر الجميل.

- 11 -مطعم Tagarin، مصنع الجعة الدولي الحقيقي مع ديكور حديث. جميع وسائل الراحة من مكان عال من فن الطهي وخريطة التميز مفتوحة للعالم.
- 12 -Driba Shop، وهي عبارة مكان أعمال جديد لتناول القهوة في الفندق و لتناول الوجبات في أي وقت حتى في وقت متأخر جدًا. ودائما مطلب الجودة والخدمة.
- 13 -خدمة الغرف ، أعيد تنظيمها وتحديثها بالكامل بمطابخ فردية وخدمة 24 /24 ساعة .
- 14- قم تارا ، حديقة شتوية ، ولكن في أي موسم ، لتغمر عينيك في خليج الجزائر العاصمة وتستهلك على كراسي خيزران ، مشروبات و معجنات وأطباق.
- 15- Foggara-Tea ، على طول الحوض تستحضر القنوات المائية الصحراوية ، وغرفة الشاي تذكرنا بالواحة و هي موجودة بمدخل الفندق.
- 16- EVENTS ، قاعة الاجتماعات العظيمة للأوراسي تعود إلى الأمام ، مع تصميم مرموق ومعدات حديثة و هي مخصصة للمؤتمرات والاحتفالات.
- 17- القناديل ، المستنير بالأضواء البراقة ، وهو الصالون في الفندق ، يرسم الذاكرة الحية لجميع الأحداث التي يستضيفها الفندق.
- 18-الفارابي ، غرفة للولائم تستحق المناسبات المهنية أو عالية المستوى الخاص. تكافل بين فن الطهو على النظام والراحة والعيش المشترك.
- 19-Yamin-Yassar-Wassat ، ثلاث غرف عمولة فردية أو مجمعة تحت العام YWY الراحة وأجهزة الاتصالات الحديثة. مع بار مجاور يطل على الخليج.
- 20- علوان ، للمعارض المهنية والفنية ، وكقاعة اجتماعات إضافية ، مساحة هامة مفتوحة لمبادرات الترويج والاتصالات.
- توفر منطقة الأوراسي الأولى ، وهي صالة تنفيذية جديدة ، ترحيبا شخصيا لضيوف كبار الشخصيات. يحتوي على صالة وغرفة طعام صغيرة وشرفة وغرف اجتماعات ومكتبة.
- 21-الاسترخاء الجسد ،أكثر من مجرد مركز للياقة البدنية ومساحة متعددة من الاسترخاء للجسم والعقل: غرفة الاسكواش وغرف الاجتماعات.

المطلب الثاني: تحليل بيانات الدراسة

يتناول هذا المطلب وصفا لمنهج الدراسة ، أفراد مجتمع الدراسة و عينتها ، وكذلك أداة الدراسة المستخدمة.

1- منهجية الدراسة :

من أجل تحقيق أهداف الدراسة تم إستخدام المنهج الوصفي التحليلي و الذي يعرف بأنه أسلوب من أساليب التحليل المرتكز على المعلومات كافية و دقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد في البحث يتناول أحداث أو ظواهر و ممارسات موجودة متاحة للدراسة و القياس كما هي ذو تدخل في مجرياتها والتفاعل معها، بغرض التعرف على جودة الخدمة السياحية في فندق الأوراسي و هي ثمرة جهد القائمين على إدارة الفندق من خلال العمل بإجراءات مخطط جودة السياحة الجزائر.

2- عينة الدراسة :

نظرا لعدم كفاية المصادر خاصة الإحصائية لتحقيق أهداف البحث و إستكمالها، لجأنا إلى تصميم إستبيان وزع على مجتمع الدراسة و هم إطارات بقطاع السياحة بحكم قربهم للقطاع و مفتشين بقطاع السياحة بحكم أساسيات مهنتهم و عدد من زبائن الفندق للتعرف على رضائهم على جودة الخدمة.

وقد بلغ حجم العينة 40 فردا، و تم توزيع الإستبيان على جميع أفراد العينة ، و قد تم طرح في الإستبيان 51 سؤال و قسم إلى إحدى عشرة محورا تمثل أهم معايير جودة الخدمة الفندقية .

3- إستبيان

جودة الخدمة														غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق إلى حد ما	موافق تماما	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة t	مستوى الدلالة					
المعايير														المحور الاول : المعلومات والترقية													
إستعمال مختلف وسائل الإتصال والترقية (أنترنت, وسائل الإعلام, موقع إلكتروني...)														0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,2	142	0
														المحور الثاني : الحجز													
يكون الشخص المتواجد في مصلحة الحجز مؤهلا لإستقبال الزبون ببشاشة والتعامل معه بكل أدب واحترام														0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,3	92	0	
يكون سريع الرد على الهاتف 5 رنات على الأكثر مع قابلية ترك رسالة على الجيب الآلي أو الإرسال في رقم آخر														0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,4	79	0	
إنجاز إثبات طلب الزبون بطريقة مفصلة بهدف تأمين الزبون														0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,2	199	0	

0	32	0,8	4,3	90	36	3	7,5	1	2,5	0	0	0	0	إرسال الحجز عبر البريد بطلب من الزبون في خلال 24 ساعة ماعدا في حالة الحجز في الدقيقة الأخيرة
المعيار الثالث: اشارات الوصول الى المؤسسة														
0	37	0,8	4,6	31	78	2	5	7	18	0	0	0	0	تكون هذه الأخيرة مرئية, مفهومة القراءة وفي حالة جيدة
0	57	0,5	4,8	33	83	5	13	2	5	0	0	0	0	يكون حامل الترتيب النظامي في وجهة المؤسسة ومطابق للنظام
المعيار الرابع : المرافق الخارجية للمؤسسة														
0	42	0,7	4,7	31	78	4	10	5	13	0	0	0	0	تكون المرافق الخارجية من حظيرة السيارات, ولافتات إستعلامية ومدخل إستعلامات في تمام الوضوح
0	79	0,4	4,8	33	83	7	18	0	0	0	0	0	0	يجب أن تكون المرافق الخارجية مهيأة بما يوافق الجودة (حديقة, كراسي, طاولة.....إلخ)
0	64	0,5	4,9	36	90	2	5	2	5	0	0	0	0	تزيين المرافق الخارجية للمؤسسة بالمساحات الخضراء
المعيار الخامس : الاستقبال														
0	44	0,7	4,8	35	88	4	10	1	2,5	0	0	0	0	موظف الإستقبال حسن المظهر يتعامل موظف الإستقبال مع الزبون بكل أدب واحترام
0	102	0,3	4,9	36	90	4	10	0	0	0	0	0	0	يكون موظف الإستقبال ملما بأمر عمله ومتفرغ للإستقبال والخدمة
		,00000a	5	40	100	0	0	0	0	0	0	0	0	تحكم موظف الإستقبال بعدة لغات أو لغة أجنبية واحدة على الأقل
		,00000a	5	40	100	0	0	0	0	0	0	0	0	إعطاء الزبون وثيقة توضح له مكان ورقم غرفته والتكفل بنقل أمتعته.
0	42	0,7	4,6	30	75	5	13	5	13	0	0	0	0	الزبون يستفيد بعون دائم خلال إقامته (حضور أفراد يعملون 24سا/24سا في حالة إحتياج معلومات أو أي طلب)
0	199	0,2	5	39	98	1	2,5	0	0	0	0	0	0	تكون الفواتير واضحة, دقيقة ومطابقة للخدمات المقدمة
0	34	0,8	4,6	31	78	0	0	9	23	0	0	0	0	حسن توديع الزبون
0	28	1	4,5	32	80	2	5	1	2,5	5	13	0	0	محاولة تحسيس الزبون بالتراث المحلي للمنطقة وكذا تقديم الأطباق المحلية

		0,00000a	5	40	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	يكون مكان الإستقبال مرتبا ونظيفا ولائقا
0	35	0,8	4,6	30	75	2	5	8	20	0	0	0	0	0	التعريف بمهوية المنطقة وذلك بإظهار وثائق سياحية محلية وكذا القيام ببعض النشاطات السياحية
المبار السادس : الاماكن العامة للمؤسسة															
0	53	0,5	4,6	24	60	15	38	1	2,5	0	0	0	0	0	مكان الإستقبال يكون مريحا ودائما في الخدمة.
0	199	0,2	5	39	98	1	2,5	0	0	0	0	0	0	0	يستفيد الزبون من أماكن خاصة في هذه المساحات وتكون بعيدة عن الضجيج وذات حرارة معتدلة
		0,00000a	5	40	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	تكون تجهيزات المؤسسة متوافقة مع كل فئات المجتمع مثلا توفر عربات خاصة بكبار السن والمعاقين.
0	62	0,5	4,7	27	68	13	33	0	0	0	0	0	0	0	تكون الإنارة كافية
0	142	0,2	5	38	95	2	5	0	0	0	0	0	0	0	نظافة المحيط العام للمؤسسة (الجدران، الأرضية، السقف.....)
		0,00000a	5	40	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	التعليمات الأمنية وكل المعلومات المسلمة للزبون تكون معلقة فوق حوامل مقروءة نظيفة في حالة حسنة
المعيار السابع : الغرفة (المكان المفضل لدى الزبون)															
0	72	0,4	4,9	35	88	4	10	1	2,5	0	0	0	0	0	المعلومات الخاصة.....والإجلاء تكون واضحة ومفهومة وتعلق في حوامل ذات نوعية جيدة.
0	117	0,3	4,9	37	93	3	7,5	0	0	0	0	0	0	0	تكون الغرفة مهيئة على الأقل بالتجهيزات الضرورية(مخطط العمل، حامل الأمتعة، أريكة، جانب الإستقبال، خزانة ثياب، عدة السرير) في الغرفة
0	199	0,2	5	39	98	1	2,5	0	0	0	0	0	0	0	نظافة الجدران والأرضية والسقف والوسائل الضرورية في الغرفة
0	199	0,2	5	39	98	1	2,5	0	0	0	0	0	0	0	الأسرة تكون مريحة وتحمل جميع مستلزماتها (وسادة، البطانية، أغطية السرير، أوجه الوسادة)
		0,00000a	5	40	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	أفرشة السرير تكون نظيفة ذات نوعية جيدة وتغير على الأقل يوميا
		0,00000a	5	40	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	تحتوي الغرفة على جميع وسائل الراحة، النظافة، والأجهزة تكون صالحة (التلفاز، الهاتف، الراديو، جهاز إستقبال

																الأنترنت ,ورق كتابة.....)
		0,00000a	5	40	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	عزل الغرف كي لا يتعرض الزبون للإنزعاج مع إحتوائها على نظام التهوية
		0,00000a	5	40	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	توفر الغرفة على نظام التهوية والتكييف
المعيار الثامن : التجهيزات الصحية																
		0,00000a	5	40	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	تجهيز كل الغرف بدورة المياه تضمن الراحة للزبون (غاسول,صابون,ماكينة حلاقة...).
		0,00000a	5	40	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	تجهيزات دورة المياه المشتركة على الأقل بوسائل تضمن الراحة للزبون (حمام مائي مغسل ,مرآة,صابون,منشفة...).
		0,00000a	5	40	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	النظافة التامة للأرضيات,الحدران,الأسقف,المغاسل,الحنفيات ودورة المياه
		0,00000a	5	40	100	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	يكون نظام الجلاء وتوزيع المياه بصورة حسنة دائمة(مياه ساخنة وباردة وبكمية كافية)، توفر نظام التهوية الدائمة لدورات المياه
المعيار التاسع : خدمات الاطعام																
0	72	0,4	4,9	35	88	4	10	1	2,5	0	0	0	0	0	0	يجب أن تعكس قاعات الإطعام عادات المنطقة من حيث الديكور وحتى طريقة تقسيم الطاولة
0	49	0,6	4,9	39	98	1	2,5	0	0	0	0	0	0	0	0	الإستقبال الجيد للزبائن وتوفير الحرارة المعتدلة ونظام التهوية والإنارة الكافية في أماكن الإطعام
0	142	0,2	5	38	95	2	5	0	0	0	0	0	0	0	0	نظافة الجدران والأرضيات والأسقف وكذا الأدوات المستعملة من مناشف أيدي وأغطية طاولات وأدوات الأكل
0	199	0,2	5	39	98	1	2,5	0	0	0	0	0	0	0	0	تكون الطاولات والأرائك ذات نوعية جيدة ورقية
0	142	0,2	5	38	95	2	5	0	0	0	0	0	0	0	0	المطبخ يكون في مكان نظيف مع إستعمال وسائل النظافة الجيدة
0	142	0,2	5	38	95	2	5	0	0	0	0	0	0	0	0	تحقيق الإطعام 24 سا/24 سا وتحقيق طلب الزبون في أي وقت كان
0	92	0,3	4,9	35	88	5	13	0	0	0	0	0	0	0	0	الجودة والنوعية العالية للمنتجات المقدمة للزبون
المعيار العاشر : النشاطات																

0	41	0,5	3,2	2	5	2	5	36	90	0	0	0	0	برمجة نشاطات لإكتشاف الثروات المحلية(رحلات للأماكن الطبيعية,عرض,مناظر....).
0	57	0,5	4,8	33	83	5	13	2	5	0	0	0	0	التجهيزات الخاصة بالأطفال (روضة,شقة للأطفال) توضع في خدمة الزبون المعني مع التأكيد على نظافة المكان
المعيار الحادي عشر : مقاييس المحيط														
0	37	0,8	4,6	31	78	2	5	7	18	0	0	0	0	هذه المقاييس جاءت من أجل الإقتصاد في الطاقة(مصابيح ذات طاقة مقتصدّة, ساعة جدارية ضوئية من أجل غلق الضوء,نظام توقيف الإستهلاك الكهربائي في الغرف ,بطاقة للدخول والخروج من الغرف.....الطاقة الشمسية)
0	35	0,8	4,6	30	75	2	5	8	20	0	0	0	0	مقاييس تأخذ بعين الإعتبارإستهلاك الماء (كالحنفيات من أجل إقتصاد الماء ,معالجة المياه من أجل سقي المساحات الخضراء.....)
0	75	0,4	4,8	32	80	8	20	0	0	0	0	0	0	يجب تهيئة تجهيزات إستقبال هذه الفئة من الزبائن مثل (دورة مياه خاصة بهذه الفئة,تخصيص على الأقل غرف تكون مجهزة لهذه الفئة)
0	142	0,2	5	38	95	2	5	0	0	0	0	0	0	المراقبة عن طريق نظام الإحتياط من الحرائق يكون مبرمجا في جميع تجهيزات الفندق (أماكن الإيواء, أماكن مشتركة للتجهيزات التقنية

معامل الارتباط

المحور الحادي عشر	المحور العاشر	المحور التاسع	المحور الثامن	المحور السابع	المحور السادس	المحور الخامس	المحور الرابع	المحور الثالث	المحور الثاني	المحور الاول		
- ,129	,585**	,895**	.b1	,776**	,406**	,619**	,599**	,615**	,546**	1	معامل الارتباط	المحور الاول
,428	,000	,000	1	,000	,009	,000	,000	,000	,000		مستوى الدلالة	
- ,419**	,755**	,686**	.b1	,780**	,818**	,947**	,942**	,927**	1	,546**	معامل الارتباط	المحور الثاني
,007	,000	,000	1	,000	,000	,000	,000	,000		,000	مستوى الدلالة	
- ,279	,767**	,710**	.b1	,792**	,638**	,966**	,954**	1	,927**	,615**	معامل الارتباط	المحور الثالث
,082	,000	,000	1	,000	,000	,000	,000		,000	,000	مستوى الدلالة	

معامل الارتباط	معامل الارتباط	معامل الارتباط	معامل الارتباط	معامل الارتباط	معامل الارتباط	معامل الارتباط	معامل الارتباط	معامل الارتباط	معامل الارتباط	معامل الارتباط	معامل الارتباط	المحور الرابع
599**	942**	954**	1	984**	659**	794**	.b1	711**	728**	298-		
مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	المحور الخامس
619**	947**	966**	984**	1	656**	859**	.b1	770**	742**	287-		
مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	المحور السادس
406**	818**	638**	659**	656**	1	522**	.b1	482**	579**	490**		
مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	المحور السابع
776**	780**	792**	794**	859**	522**	1	.b1	941**	665**	192-		
مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	المحور الثامن
1 ^b	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		
مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	المحور التاسع
895**	686**	710**	711**	770**	482**	941**	1 ^b	1	631**	162-		
مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	المحور العاشر
585**	755**	767**	728**	742**	579**	665**	.b1	631**	1	495**		
مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	المحور الحادي
129-	419**	279-	298-	287-	490**	192-	.b1	162-	495**	1		
مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	مستوى الدلالة	المحور العاشر
428	007	082	062	072	001	236	1	319	001			

معامل الصدق والثبات

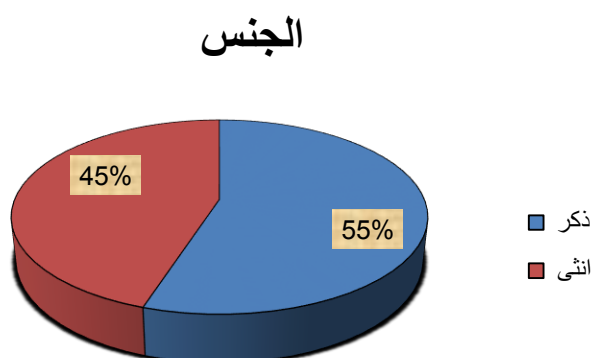
عدد العبارات	معامل الصدق والثبات
51	938

نلاحظ أن معامل الصدق كان 0.938 يعتبر مقبول من أجل التعبير على صدق أداة الدراسة كونها تفوق 0.7

الجدول رقم 03 : يوضح عدد العينة حسب الجنس

الجنس		
النسبة	التكرار	
	22	ذكر
% 45	18	انثى
% 100	40	مجموعة

الشكل رقم 05: يوضح توزيع عناصر العينة حسب الجنس



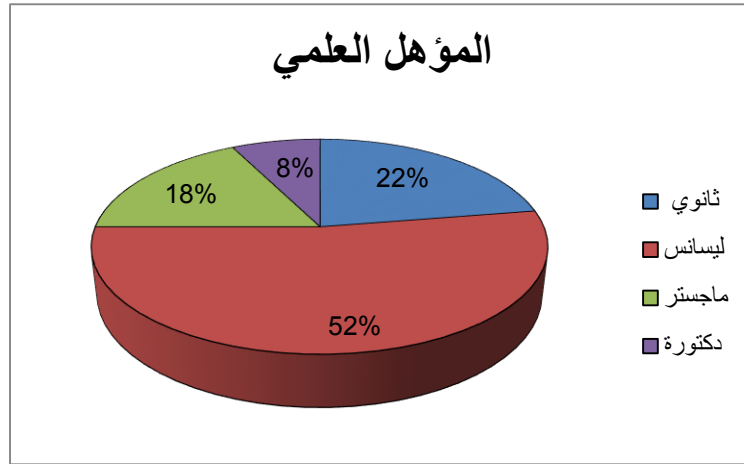
نلاحظ أن نسبة الذكور 55% و تفوق الإناث 45 %

جدول رقم 04: يوضح توزيع عناصر العينة حسب المستوى الدراسي

المؤهل العلمي

22,5	9	ثانوي
52,5	21	ليسانس
17,5	7	ماجستير
7,5	3	دكتوراة
100	40	المجموع

الشكل رقم 06: يوضح توزيع عناصر العينة حسب المستوى الدراسي



يوضح الشكل البياني رقم (06) أن نسبة عينة الدراسة لديهم مستويات دراسية حسن حيث نسبة الحاصلين على شهادة ليسانس بلغ 52 %

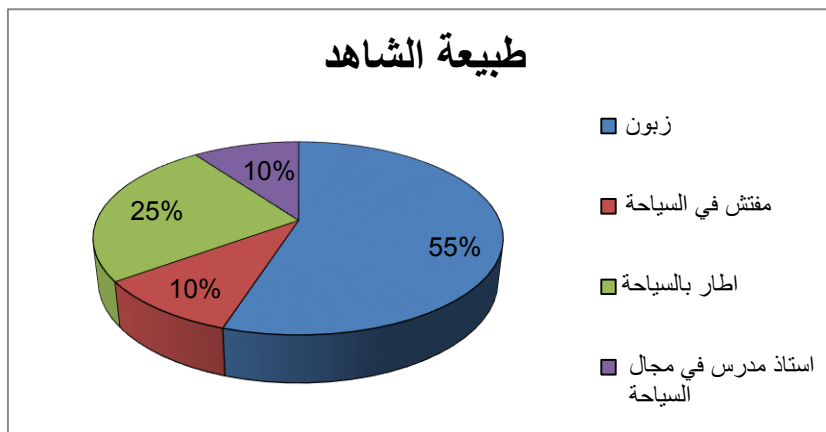
جدول رقم 05 : يوضح توزيع عناصر العينة حسب صفتهم

طبيعة الشاهد

55	22	زبون
10	4	مفتش في السياحة
25	10	اطار بالسياحة
10	4	استاذ مدرس في مجال السياحة
100	40	المجموع

نلاحظ عدد الزبائن أكثر من باقي العينة يمثل نسبة 55 % و هذا رغبة منا لمعرفة جودة الخدمة الحالية التي يقدمها الفندق

الشكل رقم 07: يوضح توزيع عناصر العينة حسب صفتهم



المصدر: إعداد الطلبة بالاعتماد على برنامج spss 22

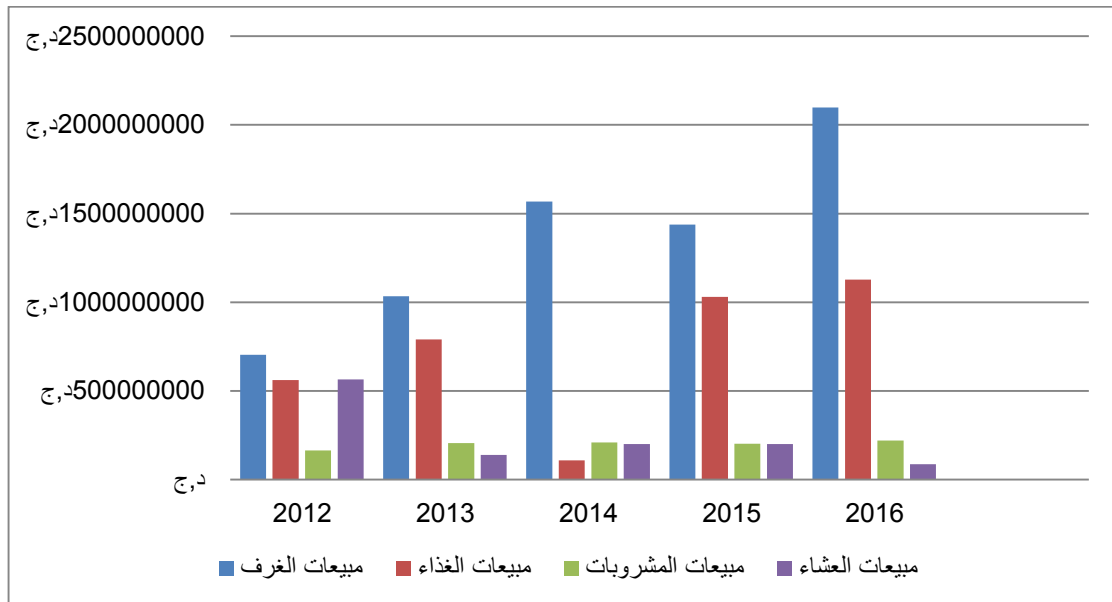
نلاحظ من خلال الاستبيان أن رضا الزبائن على جودة الخدمات عالي جدا و هذا ما يعكس رضائهم . أيضا يوجد علاقة قوية بين جميع المحاور لأن قيمة الجودة لدى المؤسسة الفندقية لا يرتبط بعدد معين من الخدمات و إنما جميعها و توافق تصنيف الفندق .

4- حركة رقم الاعمال والنتيجة الصافية لفندق الأوراسي:

1- مبيعات خدمات الفندق

مبيعات الغرف	مبيعات الغذاء	مبيعات المشروبات	مبيعات العشاء	
2012	703354480 دج	561358777 دج	164954480 دج	8565434687 دج
2013	1034414352 دج	790088262 دج	205778683 دج	138463471 دج
2014	1568184214 دج	109201791 دج	210106139 دج	201229118 دج
2015	1437748919 دج	1030348163 دج	202638488 دج	200063955 دج
2016	2097296700 دج	1127247715 دج	220666815 دج	87043620 دج

المصدر: تقرير الحالة المالية لفندق الأوراسي لسنوات 2012/2013/2014/2014/2015/2016

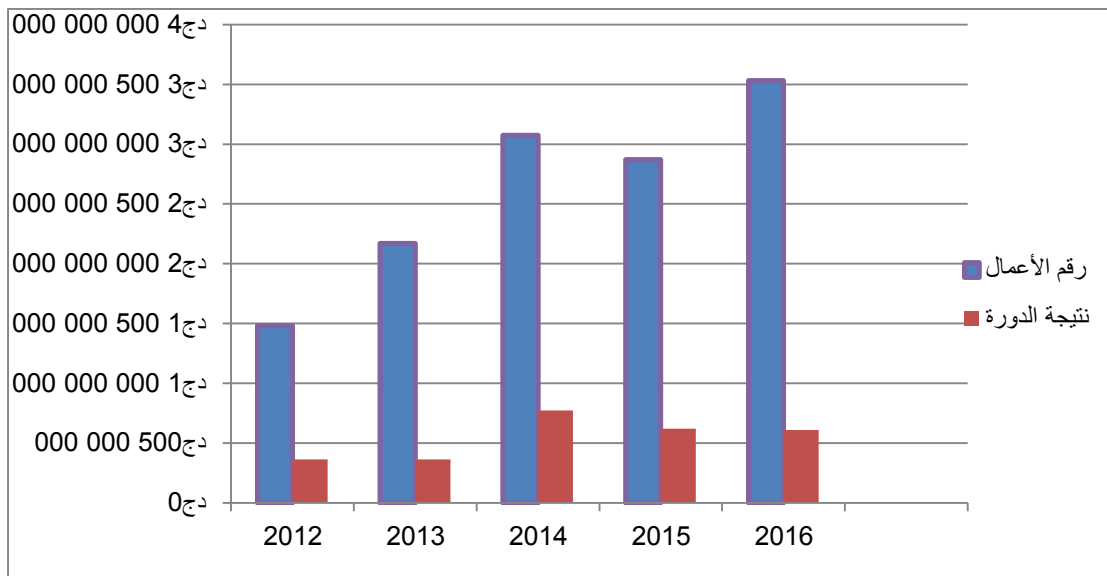


الوحدة: الدينار الجزائري

2- رقم الأعمال الإجمالي :

نتيجة الدورة	رقم الأعمال	
2069054019.23 دج	1482303083 دج	2012
364491091.34 دج	2168744768 دج	2013
773289993.59 دج	3073721262 دج	2014
619242271.92 دج	2870799525 دج	2015
609333773.22 دج	3532254850 دج	2016

المصدر: تقرير الحالة المالية لفندق الأوراسي لسنوات 2016/2015/2014/2013/2012



الوحدة: الدينار الجزائري

5- نتائج التحليل :

نلاحظ في بداية من سنة 2013 إنتعاش في رقم الأعمال أي عند دخول إدارة الفندق في عملية تطبيق مخطط جودة السياحة و نوع من الإستقرار في سنة 2015 بحكم أن الفندق يصنف من فنادق الأعمال الأولى فهو يعتبر ملتقى الندوات و الملتقيات الرفيعة المستوى و كان أغلب هذه الأنشطة يتم تمويلها من طرف الهيئات الحكومية ، حيث تأثر بالركود الإقتصادي و فرض الحكومة سياسة التقشف و ترشيد النفقات بداية سنة 2015 ليشهد إنتعاش بعد ذلك في سنة 2016 ، حيث يرتبط هذا الإنتعاش بمدى رغبة إدارة الفندق و الإرادة الكبيرة في تحسين أداء الخدمة و الحرص على تقديم جودة خدمات راقية تضمن رضا و ولاء الزبائن ، هذا ما تم لإستنتاجه من خلال إستجابات الزبائن في الاستبيان .

خلاصة الفصل الثاني:

من أجل تطوير الجودة السياحية اعتمدت الجزائر المخطط الوطني التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق 2030 الذي يحتوي على خمس آليات أو ميكانيزمات , والتي من بينها "مخطط الجودة السياحية الجزائر" موضوع دراستنا وهذا على جميع مؤسسات القطاع السياحي بما فيها المؤسسات الفندقية.

ولقد تطرقنا في هذا الفصل التطبيقي إلى ماهية هذا المخطط وكذا إلى قياس أثر تطبيقه من خلال دراسة الحالة التي قمنا بها على فندق الأوراسي , وكذا إلى إجراءات الحصول على العلامة التجارية "جودة السياحة الجزائر" والميزة من وراء الحصول عليها.

الخاتمة

تتميز الجزائر بإمكانيات سياحية طبيعية كبيرة، تحتاج فقط لإدارة فعالة من مؤسسات هذا القطاع حتى يتم إستغلالها و الإستفادة منها خاصة بعدما أصبحت السياحة وعلى المستوى العالمي من أهم القطاعات المدرة للإيرادات.

ولذا إعتمدت الجزائر خطة تمثلت في "مخطط الجودة السياحية" لضمان تطوير الجودة السياحية والحفاظ عليها قدر الإمكان، معتمدة في ذلك على الإدارة الوصية لتوضيحها للجهات المعنية (مؤسسات قطاع السياحة) من جهة، وبصفة خاصة المؤسسات الفندقية موضوع دراستنا، ومن جهة أخرى إدارة أعمال المؤسسة الفندقية التي من أهم أهدافها الإستغلال الأمثل للطاقة الفندقية وتقديمها بمستوى جيد يمكنها من تحقيق أهدافها خاصة رقم الأعمال وولاء الزبائن .

ومن خلال بحثنا هذا الذي تمثلت إشكاليته : كيف إنعكس تطبيق مخطط جودة السياحة على المؤسسات الفندقية بالجزائر؟ وللإجابة على هذه الإشكالية قمنا بتحليل مفصل لهذا المخطط وأهدافه الذي يعتبر نموذج موحد لكل مؤسسات القطاع، كما يبين كل الإلتزامات الواجب عليها عند الشروع في الإنخراط فيه.

ولكي نتمكن من ضبط أثره بصورة أشمل وأدق قمنا بإسقاطه على إحدى المؤسسات الفندقية من فئة خمس نجوم والمتمثلة في فندق الأوراسي، الذي بدأ العمل بإجراءات هذا المخطط في سنة 2013، والتي خرجنا منها بالإستنتاجات التالية:

إختبار الفرضيات :

- الإمكانيات المكتسبة التي لها ميزة تنافسية هي نقاط القوة في تركيبة و تحسين المنتج السياحي ليأخذ حصته من المنافسة العالمية و جعل الجزائر وجهة سياحية بإمتياز .
- مخطط جودة السياحة الجزائر الذي يدخل ضمن الديناميكيات الخمسة للمخطط الوطني التوجيهي للتهيئة السياحية آفاق سنة 2030 هو نموذج يقتد به في ترقية الأعمال الفندقية بالجزائر .
- معيار الجودة الراقية هي ترقية و تحسين في مستوى إدارة الأعمال الفندقية .

- إن منح العلامة التجارية جودة السياحة لمؤسسة سياحية ما قد يجعل لديها حافز للحفاظ على جودة الخدمة من جهة و من جهة أخرى كدليل عند الزبائن يبين مستوى جودة الخدمة أثناء تعاملهم مع المؤسسة السياحية الحائزة على هذه العلامة .
- إنتهاج سياسة مخطط الجودة السياحية تحفز المتعاملين في المجال السياحي على تقديم العرض الجيد للمنتوج السياحي الذي يحقق رغبات السواح و يرتقى إلى تطلعاتهم .

نتائج الدراسة :

يتضح من نتائج الجدول السابق أن العلاقة السببية بين المتغيرين في اتجاه واحد أي متغير معيار جودة الخدمة الفندقية تسبب في رضا الزبائن في حين أن الفرضية العكسية غير صحيحة وبالتالي يمكن القول أن جودة خدمات فندقية راقية تقود إلى رضا و ولاء الزبائن و من هنا نستنتج أيضا أن نجاح هذه العملية يعتمد بشكل أساسي على إدارة أعمال ذات مستوى عالي و فريق عمل قوي و متكامل ، كما خلصنا إلى بعض النتائج من أهمها :

- 1- يمكن الاعتماد على تطبيق مخطط الجودة السياحية كأداة للوصول و ضمان إدارة أعمال فندقية متكاملة و فعالة، و الاختيار السليم للعناصر البشرية المؤهلة ذات الإحترافية المهنية التي تعمل في تقديم خدمات الفندقية.
2. التدريب المستمر و الرسكلة للعاملين في هذا الميدان و تدريبهم و تنمية مهاراتهم .
3. تشجيع العاملين بأساليب مختلفة للاستمرار في تقديم الخدمات الفندقية بالجودة الراقية .
4. ابتكار الحلول للمشكلات التي تواجه مقدمي الخدمات الفندقية .
- 5- إن حجم الإمكانيات السياحية التي تزخر بها الجزائر تجعل منها دولة ذات وجهة سياحية من الدرجة الأولى غير أن عدم الإهتمام بهذا القطاع يجعله قطاعا ضعيفا و بالتالي ضعف الإستثمار بسبب قلة الفرص و التشجيعات، لتغيير هذا الواقع تصبو سياسة الجزائر للوصول إلى التنمية السياحية بحلول عام 2030 كما جاء في الخطة الرئيسية "SDAT" المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية .

6- تساهم إدارة الأعمال الفندقية في تحسين مستوى جودة الخدمات الفندقية بهدف تحقيق التنمية السياحية والاجتماعية والاقتصادية في البلدان التي لها رغبة في تطوير قطاع السياحة .

7- يهتم العاملون في مجال الفنادق و الخدمات الفندقية بعلم إدارة الأعمال الفندقية لمعرفة القواعد و الأصول العلمية التي توصلت إليها الدراسات في المجالات الفندقية للإكتساب المعلومات التي تؤهلهم إلى إنجاز مهامهم

بكفاءة و فاعلية بجانب الخبرات العملية التي يكتسبونها يوميا في مجال عملهم ، فالمؤسسة الحديثة تقوم أساسا على نوعية وخصائص الموارد البشرية، فإذا توافرت القدرة مع الرغبة في إطار منسجم ومتفاعل تصبح إدارة الموارد

البشرية هي المدخل الاستراتيجي للإدارة لتحقيق الجودة في الخدمات الفندقية و أهم أصول المؤسسة بهدف تحقيق ميزة تنافسية.

8- أظهرت النتائج الإحصائية وجود إنتعاش في قيمة رأس المال و نسبة الأرباح لفندق الأوراسي بعد سنة 2013 أي بعد عصرنة الفندق و إلتزامه بمعايير تطبيق مخطط جودة السياحة و هذا يعكس مدى رضا الزبائن على نوعية الخدمة المقدمة .

9- تعد جودة الخدمة السياحية معيار أو مقياس لتقييم فعالية جودة الخدمات السياحية في الفنادق، كما تعتمد جودة الخدمة على توقعات الضيوف وتصوراتهم عن الخدمة السياحية .

10- من أجل إرضاء الزبائن على الدوام وتحسين الخدمات المقدمة للشركاء الاجتماعيين المحترفين أو المجتمع أو السكان ، يجب وضع نهج داخلي للجودة.

11- العلامة التجارية QUALITÉ TOURISME التي تمنح من طرف وزارة السياحة و الصناعة التقليدية ، هو الاعتراف بالتحسين المستمر لجودة الخدمات التي تنفذها المؤسسات السياحية و الفندقية .

التوصيات :

- 1- الإعتناء بالموارد البشرية التي هي في صميم مخطط الجودة، و منطلق تأكيد منه .
- 2- يجب أن تكون جودة الخدمات الفندقية أعلى مما يتوقعه الزبائن .
- 3- يجب تفعيل إجراءات الإنضمام لمخطط الجودة السياحية من خلال وضع سياسة إتصال و خطوات عمل جدية من أجل الوصول إلى النتائج الفعلية و الإيجابية لهذا المخطط و تفاديا لتضييع الوقت .
- 4- نقترح على الوزارة الوصية بالقطاع تحسيس و إعلام و مشاركة جميع الفاعلين في قطاع السياحة و العمل بإحترافية لتحدي المنافسة و مواكبة مستوى جودة الخدمة السياحية العالمية .
- 5- توفير دعم المادي و المعنوي من طرف الدولة للراغبين في الإنخراط في مخطط الجودة السياحية .
- 6- بعد حصول المؤسسة السياحية على العلامة التجارية QUALITÉ TOURISME يجب تقييم مستمر و مراقبة دورية من طرف مسؤولين القطاع السياحي للمحافظة على مستوى جودة الخدمة .

قائمة المراجع

أولا :المراجع باللغة العربية:

أ-الكتب:

- 1-توفيق محمد عبد المحسن , قياس الجودة والقياس المقارن , دار الفكر للنشر والتوزيع , مصر, 2006/2005.
- 2-حسين كفاي , رؤية عصرية للتنمية السياحية في الدول النامية , الهيئة المصرية العامة للكتاب 3, القاهرة 1991.
- 3-خالد مقابلة وفيصل الحاج ذيب , صناعة السياحة في الأردن , دار وائل للنشر , الأردن , 2000.
- 4-محي محمد مسعد, الإطار القانوني للنشاط السياحي والفندقي ,المكتب العربي الحديث ,مصر
- 5-محمد عبيدات, التسويق السياحي "مدخل سلوكي", دار وائل للنشر,عمان,الأردن, 2000 .
- 6-مأمون الدراكة, طارق الشبلي, الجودة في المنظمات الحديثة ,ط1 دار صفاء للنشر والتوزيع ,عمان ,الأردن 2002 .
- 7-علي السلمي ,إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات الإيزو 9000 ,دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع ,بدون سنة نشر.
- 8-سعيد محمد المصري, إدارة وتسويق الأنشطة الخدمية "المفاهيم والإستراتيجيات" ,الدار الجامعية, الإسكندرية مصر, 2001.
- 9-ياسين الكحلي : إدارة الفنادق و القرى السياحية, دار الوفاء للطباعة و ن و ت , مصر, 1998.
- 10- حاكم جبوري الخفاجي ,رضا الزبون كمتغير وسيط بين جودة الخدمة وولاء الزبون, جامعة الكوفة كلية الادارة والاقتصاد ص 81 و82.

ب-أطروحات:

- 1-أحمد بن عيشاوي, إدارة الجودة الشاملة (T.Q.M) في المؤسسات الفندقية في الجزائر, كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير ,جامعة الجزائر, أطروحة دكتوراه في العلوم الإقتصادية تخصص إدارة أعمال ,السنة الجامعية 2008/2007.
- 2-برنجي إيمان, الخدمات السياحية وأثرها على سلوك المستهلك "دراسة حالة مجموعة من الفنادق الجزائرية" مذكرة مقدمة لنيل درجة الماجستير في العلوم الإقتصادية فرع الإدارة التسويقية, كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية جامعة أحمد بوقرة بومرداس 2009/2008 .
- 3-فهد منذر فهد مشعل , أثر جودة الخدمة الفندقية على رضا ضيوف فنادق فئة الخمسة نجوم في مدينة عمان, مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير تخصص تسويق جامعة الزرقاء الأردن ص 22-23 .

4- بوشاشية نادية ، الأكاديمية للدراسات الإجتماعية. أ/ قسم العلوم الإنسانية و القانونية ، العدد 18 ص 70-82، جوان 2017 .

5- فتاح سفيان، مذكرة ماستر أكاديمي شعبة علوم تجارية تخصص تسويق خدمات، جامعة قاصدي مرباح ورقلة 2016/2017 .

6- فرطاس فايزة ، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية ، المركز الجامعي تمنراست ، المجلد 6، رقم 1 ص 357-386.

ج-مقالات وإحصائيات ودليل السياحة:

1-المنظمة العالمية للسياحة, مفاهيم, تعاريف وتصانيف, الإحصاءات السياحية, دليل في رقم 1 سنة 1995 .

2 -الديوان الوطني للإحصائيات: مجموعة الإحصائيات السنوية رقم 18, نشرة 2000 ,الجزائر

3- المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية أفاق SDAT 2030

4- دليل الجودة وزارة السياحة و الصناعة التقليدية

5- منظمة السياحة العالمية WNWTO ، 2017

ثانيا: المراجع باللغة الفرنسية:

أ-أطروحات:

1- GUY MORIN,MASTER? ANALYSE DE LA QUALITÉ DANS LES SERVICES TOURISTIQUES, UNIVERSITÉ DU QUÉBEC,1993

ب-مقالات وتقارير ودليل سياحية:

1- TABOUCHE AHMED ET BENZAIRE MEBAREK, le plan qualité tourisme Algérie, concept et application, Article dans Al-

2- BASHAER ECONOMIQUE JOURNAL,numero,02.
Décembre 2015 p193-204-205.

3- RAPPORT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION DE L'EXERCICE (hôtel el auarassi 2012/2013/2014/2015/2016).

4-Ministere de L' aménagement du Territoire de L' environnement et du Tourisme, manuel du plan qualité tourisme Algérie.

ج-مواقع إلكترونية:

1-http://www.sgbv.dz/ar

2-http://www.elaurassihotel-algiers.com

3-http://www.mta.gov.dz موقع وزارة السياحة

4-http://elearning.uokerbala.edu.iq/course/view.php?id=66

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

Ministère du Tourisme et de l'Artisanat

Contrat d'engagement pour l'adhésion au "Plan Qualité Tourisme Algérie"

Entre :

Le Ministère du Tourisme et de l'Artisanat

Et :

L'Agence de Tourisme et de Voyages :

.....
(W.)

Dans le cadre de l'adhésion au « Plan Qualité Tourisme Algérie » (PQTA), il est convenu ce qui suit :

Article 1^{er} :

Le présent contrat a pour objet de définir les modalités de réalisation d'un partenariat entre les deux parties suscitées, visant à développer les actions mentionnées ci-après pour l'amélioration de la qualité de l'offre touristique dans le cadre du « PQTA ».

Article 2 :

A travers ce dispositif, le Ministère attribue à l'Agence de Tourisme et de Voyages (ATV) le droit d'usage de la marque « Qualité Tourisme Algérie » lui conférant la reconnaissance de la qualité de ses prestations et ce, dans le cadre d'une démarche qualité conforme aux exigences du « PQTA ».

Article 3 :

A travers ce dispositif, le Ministère contribue à permettre à l'ATV :

- d'intégrer la notion de Qualité dans tous ses projets de développement,
- de bénéficier d'une assistance et des outils adaptés à son développement,
- d'être accompagnée dans ses opérations de modernisation et d'extension,
- d'assurer une meilleure commercialisation par un meilleur positionnement et une meilleure satisfaction de la clientèle,
- d'intégrer le réseau des entreprises portant la marque « Qualité Tourisme Algérie » qui constitue une garantie pour les touristes et ainsi une meilleure image de l'ATV,
- de lui assurer une place compétitive dans l'offre touristique nationale,

- d'augmenter ses recettes touristiques et, par conséquent, de pérenniser son activité.

Article 4 :

Pour bénéficier de ce dispositif, l'ATV doit :

- Répondre aux standards nationaux de qualité,
- Suivre une démarche qualité basée sur un audit indépendant, permettant de veiller à l'amélioration constante de la qualité des prestations et ainsi, de garantir à la clientèle une marque digne de confiance et de maintenir la crédibilité de la marque « Qualité Tourisme Algérie » obtenue,
- Etre conforme aux conditions d'exercice de l'activité,
- Intégrer la dimension environnementale,
- Mettre en place un système de prise en charge et de traitement des réclamations émanant de la clientèle, permettant ainsi de prendre en compte l'avis du client et par conséquent le fidéliser, ceci d'une part, et d'autre part d'intérêt certain pour l'exploitant lui-même qui mesurera les dysfonctionnements de ses prestations et mettra en œuvre les mesures correctives.

Article 5 :

A travers ce dispositif, l'ATV s'engage à adhérer au « PQTA » par :

- La réalisation d'un diagnostic sur sa démarche qualité,
- La concrétisation d'un programme de développement global axé sur la Qualité incluant :
 - La modernisation et la « mise à niveau » des procédures de gestion et de commercialisation,
 - La prise en compte de la formation des ressources humaines et du management de la qualité des services,

- La mise en place d'un plan marketing adapté.

Article 6 :

L'ATV demeure soumise au contrôle continu pour la vérification du niveau de qualité de la prestation et sa cohérence avec les engagements nationaux de qualité.

Article 7 :

Le présent contrat entre en vigueur à compter de sa signature par les deux parties.

Il est conclu pour une durée d'un (01) an, renouvelable par tacite reconduction.

Après une année d'exécution, les parties procèderont à une évaluation des actions réalisées.

Fait à Alger, le

P/ Le Ministère

P/ L'ATV



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة السياحة والصناعة التقليدية

«مخطط جودة السياحة» قسمة الانخراط

1- معلومات عن المؤسسة

إسم المؤسسة	_____
نوع المؤسسة	_____
مؤسسة فندقية	☐
مطعم مصنف	☐
محطة حموية	☐
مؤسسة للعلاج بمياه البحر	☐
وكالة سياحة و أسفار	☐
مؤسسات أخرى	_____
العنوان	_____
البلدية	_____
الدائرة	_____
الولاية	_____
الهاتف	_____
الفاكس	_____
البريد الإلكتروني	_____
موقع الويب	_____
بداية الاستغلال	_____
رقم	_____
بتاريخ	_____
منح من	_____
الترتيب	_____
رقم	_____
بتاريخ	_____
منح من طرف	_____
شهادة المطابقة لقواعد الصحة	_____
رقم	_____
سلمت من طرف	_____
بتاريخ	_____
شهادة المطابقة لقواعد الأمن	_____
رقم	_____
سلمت من طرف	_____
بتاريخ	_____

2. معلومات عن المالك:

الاسم واللقب: _____
العنوان _____
البلدية _____ الدائرة _____ الولاية _____
الهاتف _____ الفاكس _____
البريد الإلكتروني: _____ موقع الواب _____

3. معلومات عن المدير:

الاسم واللقب: _____
العنوان _____
البلدية _____ الدائرة _____ الولاية _____
الهاتف _____ الفاكس _____
البريد الإلكتروني: _____ موقع الواب _____

4. وصف نظام معالجة شكاوى الزبائن:

5. دوافع الحصول على العلامة التجارية "جودة السياحة الجزائرية"

الطابع والإمضاء

حدر في _____

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique Populaire

* وزارة التهيئة العمرانية و البيئة و السياحة *

MINISTÈRE DE L'AMÉNAGEMENT DU TERRITOIRE, DE L'ENVIRONNEMENT ET DU TOURISME

N° 1489/CP
Conformément aux dispositions :
* AUTORISATION D'EXPLOITATION DE L'ÉTABLISSEMENT HÔTELIER *

* Décret n° du 19 ramadhan 1419 correspondant au 06 janvier 1999 fixant les règles, relative à l'hôtellerie, notamment son article 52 ;

* Du décret exécutif n° 2000-46 de 25 dhou el-kaada 1420 correspondant au 1er mars 2000 définissant les établissements hôteliers et fixant leur fonctionnement ainsi que les modalités de leur exploitation ;

* Du décret exécutif n° 07-350 du 08 Dhou el-kaada 1428 correspondant au 18 Novembre 2007 fixant les attributions du ministre de l'Aménagement du Territoire, de l'Environnement et du Tourisme ;

2 Cette autorisation est attribuée à l'établissement hôtelier

Nom de l'établissement : HÔTEL EL AURASSI
Adresse : 02 Rue Frantz Fanon les Tagarins - ALGER
Propriétaire de l'établissement hôtelier :
Nom : S.P.A
Prénom : Entreprise de Gestion de l'Hotel El Aurassi
Gérant de l'établissement hôtelier :
Nom : LAMRI
Prénom : Abdelkader

07/419/CP

* 1999, 06 يناير
19 رمضان 1419 الموافق لـ 06 يناير 1999،
منه، لا سيما المادة 52،

1420
25 ذي القعدة عام 1420
موزخ في 25 ذي القعدة عام 1420
الذي يعرف المؤسسات الفندقية و يحدد تنظيمها
و 01 مارس عام 2000، الذي يعرف المؤسسات الفندقية و يحدد تنظيمها
و 08 نوفمبر 2007 الذي يحدد صلاحيات وزير التهيئة العمرانية و البيئة
و السياحة،

1428
08 ذي القعدة عام 1428
المؤرخ في 08 ذي القعدة عام 1428
الذي يحدد صلاحيات وزير التهيئة العمرانية و البيئة
و السياحة،

تسلم هذه الرخصة إلى المؤسسة:

- إسم المؤسسة: فندق الأوراسي
- العنوان: 02 شارع فرانتز فانون تقارة - الجزائر

صاحب المؤسسة الفندقية:

- اللقب: شركة ذات أسهم
- الإسم: مؤسسة للتسيير الفندقية الأوراسي

مدير المؤسسة الفندقية:

- اللقب: السيد
- الإسم: عبد الحميد



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

REPUBLIQUE ALGERIENNE DEMOCRATIQUE ET POPULAIRE

MINISTRE DE L'AMENAGEMENT DU
TERRITOIRE L'ENVIRONNEMENT
ET DU TOURISME

وزارة تهيئة الإقليم و البيئة و السياحة

LE MINISTRE

Arret. class. N° 006/09

الوزير

قرار رقم 252 مؤرخ في 17 ماي 2009 الموافق
يتضمن تصنيف مؤسسة فندقية إلى رتب.

إن وزير تهيئة الإقليم، البيئة و السياحة،

- بناء على القانون رقم 99-01 المؤرخ في 19 رمضان عام 1419 الموافق 06 يناير سنة 1999 ، الذي يحدد القواعد المتعلقة بالفندقة ، و لاسيما المادة الرابعة و الخمسين (54) منه ،

- و بمقتضى المرسوم الرئاسي رقم 09-130 المؤرخ في 2 جمادى الأولى عام 1430 الموافق 27 أبريل سنة 2009 ، و المتضمن تجديد مهام أعضاء الحكومة ،

- و بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 07 - 350 المؤرخ في 08 ذي القعدة عام 1428 الموافق 18 نوفمبر سنة 2007 ، يحدد صلاحيات وزير التهيئة العمرانية و البيئة و السياحة ،

- و بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 2000-130 المؤرخ في 08 ربيع الأول عام 1420 الموافق 11 يونيو سنة 2009 ، الذي يحدد معايير تصنيف المؤسسات الفندقية إلى رتب و شروط ذلك ،

- و بمقتضى القرار رقم 154 المؤرخ في 27 جوان 2005 الذي يتضمن تعيين أعضاء اللجنة الوطنية لتصنيف المؤسسات الفندقية إلى رتب ،

- و بعد الإطلاع على الطلب المتعلق بتصنيف المؤسسة الفندقية المسماة " الأوراسي " (EL-AURASSI) ، المؤرخ في 2007/06/30 ، والمقدم من السيد العمري عبد القادر ، مسير شركة الأسهم المسماة " مؤسسة التسيير الفندقي الأوراسي " ،

- و بعد إستشارة اللجنة الوطنية لتصنيف المؤسسات الفندقية إلى رتب في
نورتها المنعقدة بتاريخ 12 سبتمبر 2007 ،

يقرر ما يأتي

المادة الأولى : تصنف المؤسسة الفندقية المسماة "الأوراسي" (EL-AURASSI) ، الممثلة من طرف السيد العمري عبد القادر ، بصفته
مسير شركة الأسهم المسماة " مؤسسة التسيير الفندقي الأوراسي " المستغلة
للفندق الكائن بـ 02 شارع فرنس فانون تاقرة- الجزائر، في الرتبة
خمس (5*) نجوم ،

المادة الثانية : يتعين على المؤسسة الفندقية المذكورة أعلاه ، الإمتثال
بصفة مستمرة لمقاييس و معايير التصنيف ، تحت طائلة تطبيق العقوبات
الإدارية المقررة في المادة 74 من القانون رقم 99-01 المذكور أعلاه ،

المادة الثالثة : تكلف المديرية المكلفة بالنشاط الفندقي بوزارة
التهيئة العمرانية والبيئة والسياحة و كذا السلطات الولائية المعنية، لاسيما مديرية
السياحة لولاية الجزائر ، كل حسب صلاحياته بتطبيق هذا القرار .

حرر بالجزائر في 17 ماي 2009

مديرية
السياحة



شعار الجودة السياحية في بعض الدول

