

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس

كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير

قسم علوم التسيير



مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي

الشعبة : علوم التسيير

تخصص : تسيير إستراتيجي دولي

إدارة الجودة الشاملة كإختيار إستراتيجي في رفع أداء المؤسسة السياحية.

دراسة حالة مركب السفير بمستغانم

إعداد الطلبة :

إشراف الأستاذ :

خديم رشيد

مندلي صلاح الدين

لجنة المناقشة :

أ/عزمي محمد حمو	أستاذ مساعد	رئيسا
أ/مندلي صلاح الدين	أستاذ مساعد	مشرفا و مقورا
أ/مكاوي محمد أمين	أستاذ مساعد	مناقشا

السنة الجامعية : 2016 - 2017

إهداء

أهدي هذا الإنجاز المتواضع إلي أعز ما أملك و إلي أحن ما رأيته أُمي
التي وهبتني الحياة و التي قال فيها رسول الله صلى الله عليه و سلم "
أُمك ثم أُمك ثم أُمك ثم أبوك " و التي كانت سندي في هذا الطريق
طريق العلم حفظها الله من كل سوء و أطال عمرها و إلي أبي الذي
شجعني علي بلوغ هذا المقام .

إلي أخوتي حسنية و الجميلة أميرة و إلي أخي صلاح الدين الذي قوم لي
الأفكار جعل الله له السداد و الأجر في الدنيا و الآخرة و إلي أختي أمينة
بارك الله في زواجها و إلي أخي نبيل .

كما أهدي هذا الإنجاز إلي كل الأقارب و الأصدقاء.

كلمة شكر

أشكر الله العظيم على هذا الإنجاز الذي أنعمه عليّ و وفّقني إليه راجيا منه سبحانه و تعالى أن أنفع و أنتفع به ثم أتقدم بشكري إليّ الأستاذ المؤطر " منديلي صلاح الدين " الذي أعطاني زاد العلم و وجهني فكان الأستاذ و الأخ و الصديق بارك الله فيه و جزاه خيرا كما أشكر كل أستاذ عمل عليّ أن أصل إليّ هذا النجاح .

و أتوجه بجزيل الشكر و العرفان إليّ كل العاملين بمركب السفير بمستغانم كل باسمه عليّ حفاوة الإستقبال و الصدر الرحب و مساعدتهم في تقديم العون و الوثائق اللازمة لإتمام هذه المذكرة .

و نقدم هذا الجهد إليّ كل طلبة علوم التسيير

الفهرس

إهداء

شكر

الفهرس

قائمة الجداول

1..... مقدمة

الفصل الأول : ماهية الجودة وإدارة الجودة الشاملة

5..... مقدمة الفصل

6..... المبحث الأول : ماهية الجودة

المطلب الأول : التطور التاريخي و

6..... تعاريف الجودة

المطلب الثاني : أبعاد و جوانب

10..... الجودة

المطلب الثالث : أهمية وأهداف الجودة

14..... الشاملة

16..... المبحث الثاني : نظام إدارة الجودة الشاملة

المطلب الأول : ماهية نظام إدارة الجودة

16..... الشاملة

المطلب الثاني : فلسفة إدارة الجودة الشاملة في نظر

21..... الباحثين

المطلب الثالث : إدارة الجودة الشاملة و

المعايير.....25

خاتمة الفصل.....31

الفصل الثاني : السياحة في ظل إدارة الجودة الشاملة

مقدمة الفصل.....32

المبحث الأول : أساسيات حول السياحة.....33

المطلب الأول : ماهية السياحة والسائح

.....33

المطلب الثاني : المناخ

السياحي.....39

المطلب الثالث : أهمية

السياحة.....44

المبحث الثاني : عملية الإتصال والتسويق والمناقشة في

السياحة.....47

المطلب الأول : التسويق والإتصال

السياحي.....47

المطلب الثاني : الميزة التنافسية في ظل إدارة الجودة

الشاملة.....54

المطلب الثالث : الأداء في ظل إدارة الجودة

الشاملة.....57

خاتمة الفصل.....62

الفصل الثالث : أثر إدارة الجودة الشاملة علي مركب السفير

مقدمة الفصل.....63

المبحث الأول : مستغانم ومخطط جودة السياحة

الجزائرية.....64

المطلب	الأول	:	منطقة	مستغانم
64.....				

المطلب الثاني : مخطط جودة السياحة

الجزائرية.....70

المبحث الثاني : دراسة حالة مركب

السفير.....78

المطلب الأول : معلومات حول مركب

السفير.....78

المطلب الثاني : أسئلة

البحث.....82

خاتمة الفصل.....91

خاتمة.....92

المراجع

الملاحق

قائمة الأشكال و الجداول

صفحة	الجدول	رقم
	جدول الفنادق والإقامات المتوفرة في المنطقة	1 67

المقدمة العامة :

تعد الجودة مفهوم قديم طبق منذ العصور الأولى في الورشات لتصنيع سلع بإستعمال أدوات بسيطة يدوية وفق متطلبات طالب السلعة و كانت عملية الرقابة علي الجودة تتم من قبل العامل الذي يجهز السلعة للزبون فكان هناك بحث دائم من قبل أصحاب الورشات عن وسائل و أفكار لتجسيد تطلعات و توقعات الزبائن فيتوضح لنا من خلال تقصينا للحقائق أن هذا المفهوم (الجودة) في تطور مستمر لا إتفاق علي نهايته و هذا راجع لتطور الأحداث (الإقتصادية و السياسية و الإجتماعية) و متطلبات الأفراد غير المنتهية الذي كانت نتيجته التوسع في الأنشطة الصناعية و ظهور مصانع ذات طاقة إنتاجية مرتفعة إن هذا التحول في الفكر أعطي بعد أخر للجودة فأصبح متعلق أكثر بحاجة الإنسان الذاتية و كيفية إشباعها بكل الطرق و الوسائل حتى و إن تطلب الأمر الدخول في سلوكيات لا أخلاقية و هذا لإنعدام آليات الرقابة و المتابعة و التنظيم المحكم للجودة فكان الحل مع ظهور الثورة الصناعية التي فرضت أنضمة فحص علي المؤسسات للتأكد من جودة المنتجات ثم تلتها مرحلة الحرب العالمية الثانية التي طورت فيها أساليب الرقابة و التأكد بطرق علمية لهدف تخفيض التكاليف و تعظيم الأرباح و لكن الحركية المستمرة للمحيط الإقتصادي و التطور التكنولوجي جعل مهمة المؤسسة صعبة في مواكبة بيئتها التنافسية مما إستدعي من الباحثين أمثال ديمينج، كروسبي، و جوران البحث عن نظام يوازي بين المحيط التنافسي و تطور النظام الداخلي للمؤسسة. فكان العصر الحديث بمرحلة إدارة الجودة الشاملة التي إعتبرت كنظام شامل و متكامل يتضمن المتطلبات اللازمة لتطبيق الجودة في مختلف المراحل و العمليات و لمختلف الموارد بداية من عملية البحث عن المدخلات إلي العملية التحويلية و التسيير الإداري وصولاً إلي المخرجات التي تركز علي تلبية حاجات و رغبات العملاء بأقصى قدر ممكن من الفعالية و بأدني الأخطاء و لتحقيق هذه النتائج تتبني المؤسسة مجموعة من المبادئ و المعايير التي تساعد في التطبيق الجيد للنظام. الذي توسعت فكرة تبنيه في كل القطاعات الإقتصادية (الصناعية و الخدمية) و هذا للضرورة الحتمية التي فرضت علي القطاعات كقطاع السياحة الذي يعتبر وجود الجودة فيه عامل أساسي و جوهري في المنتجات و الخدمات السياحية التي تحدد وضع المؤسسة التنافسي و حتى مدة بقائها في السوق فرضاء العملاء يرتبط بمدي تطبيق الجودة بمفهومها الحديث .

و من مجموع هذه المعلومات و المعطيات نطرح الإشكالية التي سنعمل علي بحثها و معالجتها من خلال دراستنا لهذا السؤال المحوري التالي :

#المقدمة العامة

ما هو أثر تبني إدارة الجودة الشاملة عل أداء المؤسسة السياحية ؟

يقودنا هذا السؤال المحوري إلي طرح مجموعة من الأسئلة الفرعية والتي تتجلى في الآتي :

- علي أي أساس نقول أن المؤسسة حققت جودة شاملة ؟

- كيف تساعد الجودة الشاملة علي رفع أداء المؤسسة ؟

وللإجابة علي كل هذه التساؤلات وللضرورة المنهجية نقدم الفرضيات التالية :

- إن مخرجات النظام تعكس كفاءته و مدي تحققه .

- يعتمد تطبيق إدارة الجودة الشاملة علي مجموعة من المبادئ والوسائل التي تحسن من مردودية المؤسسة .

أهمية البحث :

يحظى هذا البحث بأهمية تنبع من أهمية الموضوع الذي نتناوله، بحيث تعتبر إدارة الجودة الشاملة عامل مهم في القطاعات الإقتصادية وحديث الساعة في كيفية تطبيقه و إنتهاجه بطريقة سليمة تسمح بالإستفادة من مميزات و نتائجه علي مستوي تقديم الخدمات و المنتجات و هذا لتحقيق مستوي أداء فعال في المؤسسة .

أهداف البحث : يهدف هذا البحث في تحقيق الأهداف التالية :

- إبراز نقاط الاختلاف بين الجودة وإدارة الجودة الشاملة .

- إبراز أهمية تطبيق إدارة الجودة الشاملة .

مبررات و دوافع اختيار الموضوع :

هناك مبررات موضوعية و شخصية دفعتنا إلي اختيار هذا الموضوع حتى يكون مجال دراسة أهمها :

- قناعة شخصية بأن الجودة سبب في تقدم و تطور الحضارات .

- إدارة الجودة الشاملة حديث الساعة في عملية تطبيقه .

#المقدمة العامة

- توضيح نتائج تبني هذا النظام على المؤسسات .

حدود الدراسة :

- الحد الموضوعي : ويتمثل في معرفة أثر تبني إدارة الجودة الشاملة على أداء المؤسسة .

- الحد الزمني : أجريت الدراسة الميدانية التي قمنا بها بجمع المعلومات في فترة 2017م .

- الحد المكاني : في الجزائر حيث اعتمدنا مصادر رسمية من مركب السياحي السفير بمستغانم .

المنهج المستخدم في البحث :

للإجابة على إشكالية البحث واختيار فرضياته ثم استخدام المنهج الوصفي التحليلي في الدراسة :

- المنهج الوصفي في أجزاء البحث المرتبطة بعرض مفاهيم إدارة الجودة الشاملة والسياحة .

- والمنهج التحليلي في المجال التطبيقي .

أدوات البحث :

نظرا لطبيعة البحث؛ فإن الأدوات التي سيتم استخدامها لعملية جمع المعلومات تتمثل في :

في الجانب النظري :

- الكتب والبحوث والدراسات والمجلات الأكاديمية والمواقع الإلكترونية .

في الجانب التطبيقي :

- إجراء مقابلة شخصية مع المالك بالجودة لمركب السفير لطرح أسئلة مرتبطة بالموضوع .

- الولوج إلى معلومات حول المركب من خلال الوثائق المقدمة من طرف الإدارة والموقع الإلكتروني .

- الملاحظة المباشرة على أرض الواقع .

خطة وهيكـل البحث :

لتحقيق هدف الدراسة وفي ظل الحدود الموضوعية لها تم تقسيم الدراسة إلى ثلاثة فصول :

- يهتم الفصل الأول : بإعطاء مفاهيم حول الجودة وإدارة الجودة الشاملة.

- يهتم الفصل الثاني : بإعطاء مفاهيم حول السياحة .

- يعتبر الفصل الثالث : دراسة حالة .

الفصل الأول

#الفصل الأول : ماهية الجودة و إدارة الجودة الشاملة

مقدمة الفصل :

يعد موضوع الجودة محور إهتمام كبير منذ ظهوره إلى يومنا هذا حيث حفزت مجموعة من الأحداث و التغيرات الإقتصادية و السياسية و الإجتماعية تغيرا جذريا في مجموعة من الثقافات و السلوكيات الفردية و الجماعية التي كان محور الإهتمام فيها هو المستهلك أو العميل الذي حدد مسارات توجهات المؤسسة بتفضيلاته و توجهاته الإستهلاكية مما زاد من التنافسية بين المؤسسات الإقتصادية و الخدمية و هذا خلق ثورة فكرية في البحث و التطوير لإيجاد طريقة علمية لها نتائج إيجابية علي المؤسسة و الفرد فكانت في حتمية إتباع إدارة الجودة الشاملة في أداء الأعمال بما لديها من مزايا و مميزات فعالة .

فنتطرق في هذا الفصل إلى :

- ماهية الجودة .

- ماهية إدارة الجودة الشاملة .

#الفصل الأول : ماهية الجودة و إدارة الجودة الشاملة

المبحث الأول : ماهية الجودة

يمكن إرجاع أصول التفكير في مفهوم الجودة إلى حقب زمنية بعيدة حيث كانت الدقة والإتقان هي المرادف الأساسي للجودة ، حيث ظهرت في حضارات متعددة في مقدمتها الحضارة الفرعونية (في بناء الأهرامات) والحضارة الصينية (كما في بناء سور الصين العظيم) والحضارة المسيحية (في بناء الكاتدرائيات) والحضارة الإسلامية (في بناء المساجد والقصور) ومع تطور هذا المفهوم أعيد تشكيله بأبعاد جديدة منذ بدايات القرن العشرين وانطلاق الثورة العلمية و التكنولوجيا، حيث ارتبطت ارتباطاً وثيقاً بالإدارة كوظيفة أساسية.وقد اتفق معظم الباحثين على المراحل التاريخية التالية لإدارة الجودة الشاملة في القرن العشرين وهي متداخلة التأثير.

المطلب الأول: التطور التاريخي وتعريف الجودة

أولاً : التطور التاريخي لإدارة الجودة :

ظهر مفهوم الجودة منذ زمن بعيد إلا إنه لم يظهر كوظيفة رسمية للإدارة إلا في الآونة الأخيرة وهذا راجع الي التطور الفكري و الإداري الذي من خلاله نلاحظ تتابع المراحل المطورة للجودة التي لم تحدث بصورة سريعة مفاجئة او في صورة طفرات، لكنها كانت من خلال تطور مستقر وثابت بحيث يمكن تقسيمها إلى أربعة عصور متميزة للجودة هي : الفحص ,المراقبة الإحصائية للجودة ,تأكيد الجودة ,ثم ادارة الجودة الشاملة .

المرحلة الأولى : الفحص بداية القرن العشرين

لقد اقترن ظهور هذه المرحلة (الفحص) بتشكل الإدارة العلمية للعمل (المدرسة العلمية روادها تايلور) التي إهتمت برفع الكفاءة الإنتاجية عن طريق التخصص و الفحص اي الإهتمام بفحص المنتوجات بإستخدام الوسائل الفنية خاصة مع بداية ظهور نظام الإنتاج الكبير والذي استدعى وجود وظيفة تقوم على فحص المنتوجات لمعرفة درجة المطابقة للمواصفات¹.

المرحلة الثانية : المراقبة الإحصائية للجودة

وهي حالة إستخدام بعض الأساليب الإحصائية في ضبط الجودة والتي بدأ استخدامها مع بداية القرن العشرين مع قيام G.S Rad Ford بنشر كتابه عام 1922 حول ضبط الجودة في المصانع. وقد كان ذلك بداية

¹- بومدين يوسف دور الجودة الشاملة في تحسين الأداء المالي للمؤسسة جامعة الطاهر مولاي سعيدة يوم 13-14 ديسمبر 2010م

#الفصل الأول : ماهية الجودة و إدارة الجودة الشاملة

وجود قسم مستقل لضبط الجودة يعتمد على استخدام الأساليب الإحصائية حيث شهدت هذه المرحلة إدخال أهم الأساليب الإحصائية في ضبط الجودة مثل (العينات الإحصائية وعينات القبول وخرائط الجودة) والتي شاع استخدامها في اليابان بعد الحرب العالمية الثانية وطيلة فترة الخمسينيات.

المرحلة الثالثة : تأكيد الجودة

هي مرحلة التأكد من الجودة وضمانها والتي تمثلت في الانتقال من جودة المنتج الي جودة النظام حيث بدأت في الصناعة العسكرية والنووية مع نهاية الحرب العالمية الثانية ثم تطورت لتكون بمثابة الرد الأوروبي على مفهوم الضبط الشامل للجودة الذي استطاعت اليابان بواسطته غزو الأسواق الأوروبية في عقد السبعينات والثمانينات وبهذا إستخدم الأوروبيون مبادئ تأكيد الجودة في بناء ال ISO 9000 كنظام لإدارة الجودة كأحد الأسلحة التنافسية الإستراتيجية في مواجهة الغزو الآسيوي والأمريكي لأسواقها من خلال اعتماده مدخلا أساسيا للوصول إلى الإدارة الشاملة للجودة .

المرحلة الرابعة : ادارة الجودة الشاملة العصر الحديث

تعتبر إدارة الجودة الشاملة نتيجة تطورات الفكر و الإدارة و توسع المفهوم الإقتصادي و الخدماتي المرتبط بحاجات المتعاملين و المنظمة فهي تقوم علي مجموعة من المبادئ للوصول الي افضل أداء بحيث تغير في نمط الإدارة التقليدي من كل جوانبه و تنقله الي نظام مرن مع محيطه متوازن في ذاته فهي تشجع و تحفز القدرات الذاتية و الجماعية و القدرات الإبداعية بصفة مستمرة للخروج بأحسن نتيجة ممكنة² .

مفهوم الجودة : يرجع مفهوم الجودة Quality الي كلمة اللاتينية كليتس Qualitas و التي يقصد بها طبيعة الشخص او الشيء و درجة صلاحيته و كانت تعني قديما الدقة و الإتقان³ .

مفهوم مصطلح الجودة في معجم اللغة العربية :

الجودة هي : مجمل السمات والخصائص لمنتج أو الخدمة التي تجعله قادراً على تلبية الاحتياجات المذكورة صراحة أو المضمنة .

² - أعمار غزاوي، أحمد علماوي الثقافة التنظيمية مدخل لتطبيق إدارة الجودة الشاملة في منظمة الأعمال جامعة د.الطاهر مولاي سعيدة 14/13 ديسمبر 2010 م .

³ - فيلاي عبد الرحمان إدارة الجودة الشاملة و إستراتيجية المؤسسة جامعة د.الطاهر مولاي سعيدة يوم 14/13 ديسمبر 2010 م ص 4 .

#الفصل الأول : ماهية الجودة و إدارة الجودة الشاملة

في مجال التصنيع : هي مقياس للتميز أو حالة الخلو من العيوب والنواقص والتباينات الكبيرة عن طريق الالتزام

الصارم بمعايير قابلة للقياس وقابلة للتحقق لإنجاز تجانس وتمائل في الناتج ترضي متطلبات محددة للعملاء أو المستخدمين⁴.

ثانيا : تعاريف الجودة :

اختلف العديد حول تعريف موحد للجودة وهذا لغموض هذا المفهوم ومدى أهميته في المنظمة فنجد هناك العديد من التعاريف لمجموعة من الباحثين منها :

- تعريف جوران : " هي ملائمة المنتج للاستخدام.

- وتعرف الجودة على أنها : " حالة ديناميكية مرتبطة بالمنتجات المادية والخدمات وبالأفراد والعمليات والبيئة المحيطة بحيث تتطابق هذه الحالة مع التوقعات."

- يري ديمينج : الجودة يجب أن ترضي حاجيات العميل الحالية والمستقبلية .

- يعرفها كروسبي : علي أنها المطابقة للمواصفات و يقول أن الجودة هي مسؤولية الجميع و رغبات المستهلك هي أساس التصميم⁵.

- يعرفها مقياس ايزو 9000 لإصدار 2000 على أنها : حالة خدمة او سلعة موجهة لتلبية حاجات المستعملين .

- كما عرفتها الجمعية الأمريكية لضبط الجودة بأنها : " مجموعة من المزايا وخصائص المنتج أو الخدمة القادرة على تلبية حاجات المستهلكين .

- وعرفتها الجمعية الفرنسية للتقنيين AFNOR ضمن المواصفات القياسية الدولية الإيزو 9000 طبعة 2000 على أنها : " قدرة مجموعة من الخصائص والمميزات الجوهرية على إرضاء المتطلبات المعلنة أو الضمنية لمجموعة من العملاء"⁶ .

⁴ - معجم اللغة العربية <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar> تم الإطلاع عليه يوم 2017/04/15 علي الساعة 17:00

⁵ -بومدين يوسف، إدارة الجودة الشاملة وتنمية المؤسسة، جامعة د.طاهر مولاي، سعيدة، يوم 14/13 ديسمبر 2010م .

⁶ - بن حميدة محمد، حريق خديجة، إدارة ونظام الجودة الشاملة، جامعة د.مولاي الطاهر، سعيدة .

#الفصل الأول : ماهية الجودة و إدارة الجودة الشاملة

إن الاختلاف في المعاني التي يأخذها مصطلح الجودة تختلف باختلاف الجهة المستخدمة من أفراد ومؤسسات، لذلك فقد قام الباحث Garvin David بجمع كل المفاهيم المتعلقة بالجودة، وحددها بخمسة مداخل أساسية قدمها في كتابه " Quality Managing " في عام 1988 وتمثل هذه المداخل في :

1 : مدخل التفوق : ويقصد بالجودة وفق هذا المدخل بأنها ملائمة المنتج ، أي قدرة أداء المنتج للاستخدام وفقا للمواصفات التي تحقق رضا المستهلك من خلال تقديم أداء أفضل وأدق صفات تشبع رغبات المستهلك وهذا المدخل يتفق مع تعريف فيجنباوم Feigenbaum للجودة على أنها تحقيق رغبة المستهلك .

2 : مدخل المنتج : ضمن هذا المدخل ينظر للجودة على أنها الدقة والقدرة في القياس المفردات والخصائص المطلوبة في المنتج والتي هي قادرة على تحقيق رغبات المستهلك ، ومن هنا فإن الجودة عبارة عن :

- المتغير الخاضع للقياس الدقيق .

- أو الجودة هي قياس لإشباع العميل .

على الرغم من أن هذه التعاريف حددت الجوانب المختلفة لجودة المنتج إلا أنها محدودة لأنه في حالة الاعتماد على التفضيل الشخصي فإن الخصائص والمواصفات التي يتم القياس عليها تكون مضللة ، لأن جزء كبير من الجودة يعتمد على تفضيلات المستهلك ورغباته .

3 : مدخل المستخدم : تتمثل الجودة ضمن هذا المدخل في قدرة المنتج على إرضاء توقعات العميل ، لذلك فهي عبارة عن مفهوم شخصي ذاتي تتغير فيه ردود الفعل تبعا للعديد من العوامل كالمستوى الاجتماعي والثقافي ومستوى الإشباع عكس المفهوم السابق الذي يعتبر مفهوم موضوعي ، لذلك فالجودة هنا هي الملائمة بين خصائص المنتج أو الخدمة وتوقعات العميل .

حيث أكد إدوارد ديمينغ على ذلك من خلال تعريفه للجودة على أنها : " درجة التوافق والاعتمادية التي تتناسب مع السوق ومع التكلفة ، بمعنى المطابقة للإحتياجات .

بالرغم من أهمية هذا المدخل في تحديد مفهوم الجودة إلا أنه قد يجعل المؤسسة تقع في حالة عدم المطابقة بين الجودة المقدمة ورضا العميل وذلك لتعدد حاجاته ورغباته والتي يصعب جمعها في منتج أو خدمة واحدة، ومن هنا فالمؤسسة يمكنها الاختيار بين إستراتيجيتين هما إستراتيجية تقسيم السوق أو السوق الكلي.

4 : مدخل التصنيع : تعني الجودة وفق هذا المدخل صنع منتجات خالية من النسب المعيبة من خلال مطابقتها لمواصفات التصميم المطلوبة وهذا يتفق مع مفاهيم الجودة في اليابان: عمل الشيء من أول مرة،

#الفصل الأول : ماهية الجودة و إدارة الجودة الشاملة

وكذلك مفهوم الجودة في اليابان يمتاز هذا المدخل بتحقيق معايير قياس الجودة المستهدفة بأقل تكاليف للجودة المطلوبة.

فمواصفات التصميم يمكن تحديدها بالاعتماد على حاجات العملاء التي تترجم إلى خصائص تبني عليها عملية تصنيع المنتج ولتحقيق الجودة في المنتج يجب الأخذ بعين الاعتبار أربعة جوانب أساسية (1) :

- تحقيق الجودة في تحديد احتياجات العملاء .

- تحقيق الجودة في التصميم .

- تحقيق مطابقة المنتج مع التصميم أو ما يعرف بجودة الإنتاج .

- تحقيق الجودة في الأداء وتظهر للعميل النهائي عند الاستعمال الفعلي للمنتج .

من خلال هذه العناصر تظهر العلاقة الوثيقة بين المواصفات والاحتياجات، أي لا يمكن أن يوجد أحدهما دون الآخر باعتبارهما يشكلان عنصران أساسيان بالنسبة للجودة .

5 : مدخل القيمة : يهدف هذا المدخل إلى تحديد عناصر السعر، أي مدى إدراك العميل لقيمة المنتج الذي يرغب في الحصول عليه من خلال مقارنة خصائص المنتج ومدى ملائمتها لحاجته مع سعر شرائه ومتى تحقق ذلك للعميل فإن المنتج يصبح بنظره ذا قيمة عالية، فالجودة يعبر عنها بدرجة التمايز بالسعر المقبول وتحقق السيطرة على متغيراتها بالتكلفة المقبولة⁷.

من خلال ما تطرقنا اليه للمداخل الخمسة أعلاه نستنتج بأن مفهوم الجودة الذي قدمه Garvin يتميز بالتوسع والتعقيد .

المطلب الثاني : أبعاد وجوانب الجودة

أولاً : ابعاد الجودة

لقد اختلف الباحثين والمهتمين بمجال الإدارة حول تحديد ابعاد الجودة وهذا راجع الي نظرة كل باحث حول الجودة بالإضافة الي تباين الأبعاد من ناحية القطاع الصناعي و القطاع الخدمي علي اساس اختلاف بين جودة السلعة و جودة الخدمة .

⁷ - قاسم نايف علوان ، إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات الإيزو 9001 ز 2000 ، الطبعة الأولى ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان ، 2005 ، ص 21-22

#الفصل الأول : ماهية الجودة و إدارة الجودة الشاملة

1 : أبعاد جودة السلعة

طبق نظام الجودة عند ظهوره في المجال الصناعي أولاً (علي السلع) وكان هذا لفترة من الوقت و نظراً لتأخر تطبيقه في قطاع الخدمات فإن أغلب أبعاد الجودة التي جاء بها الباحثين كانت حول أبعاد الجودة في القطاع الصناعي أي جودة السلع أو المنتجات المادية الملموسة و من بينها :

- أبعاد جارفين garvin (1987) : عرفها علي النحو التالي :

1-1 : الأداء : الصفات التشغيلية الرئيسية للمنتج .

2-1 : الخصائص : الصفات الإضافية التي تكمل الصفات الرئيسية .

3-1 : المعولية : احتمالية وجود خلل أو فشل في المنتج في فترة زمنية محددة .

4-1 : المطابقة : درجة الخصائص التشغيلية والتصميمية التي تقابل المعايير الموضوعية .

5-1 : المتانة : مقدار استخدام المنتج قبل تدهوره .

6-1 : مستوى الخدمة : التي تعتمد سرعة مقدم الخدمة , الملائمة , الكفاءة , وسهولة اصلاح المنتج .

7-1 : جمال المنتج : التي ترتبط بالمظاهر , كيف يبدو , الملمس , الرائحة , المذاق .

8-1 : الجودة المستملة : ترتبط بسمعة المنتج⁸ .

- أبعد الجودة من وجهة نظر الباحث ستار star هي :

1-1 : المتانة .

2-1 : كلفة الصيانة .

3-1 : المعولية .

4-1 : كلفة الصيانة .

⁸- بن حميدة محمد، حريق خديجة، إدارة و نظام الجودة الشاملة، مرجع سبق ذكره .

#الفصل الأول : ماهية الجودة و إدارة الجودة الشاملة

5-1 : السعر .

6-1 : قابلية التصليح .

7-1 : الغرض من الإستخدام .

8-1 : الهيئة و الشكل .

9-1 : السمعة .

10-1 : خدمة ما بعد البيع الضمان .

- أبعاد الجودة حسب برايد pride من وجهة نظر الزبون و الصناعيين :

- من وجهة نظر الزبون :

1-1 : سهولة الإستخدام .

2-1 : سهولة الصيانة .

3-1 : العلامة التجارية .

4-1 : السعر المناسب .

5-1 : الموثوقية (المعولية) .

- من وجهة نظر الصناعيين :

1-1 : ملائمة الثقافة .

2-1 : سهولة التصليح .

3-1 : سمعة المنظمة .

#الفصل الأول : ماهية الجودة و إدارة الجودة الشاملة

2 : ابعاد جودة الخدمة⁹.

ابعاد جودة الخدمة حسب parasuraman, zeithmal, berry (1985) و التي شملت في عشر أبعاد كتالي :

1-2 : الإعتمادية : هي تباث الأداء و الموثوقية و تعني أداء الشركة لخدمة صحيحة منذ المرة الأولى و تعني أيضا سمعة الشركة و الوعود المقدمة و تشمل (دقة مقدم الخدمة , المحافظة علي السجلات بشكل صحيح , اداء الخدمة في الوقت المحدد) .

2-2 : الإستجابة : استعداد أو رغبة العاملين لتقديم الخدمة و تشمل (ارسال الخدمة حالا , الإتصال السريع مع الزبون , منح خدمة سريعة) .

3-2 : المقدرة : تعني امتلاك المهارات المطلوبة و المعرفة بأداء الخدمة (مثل مهارة موظف الإستقبال) .

4-2 : الوصول : الإقتراب و سهولة الإتصال (مثل سهولة الوصول إلي الخدمة , وقت الإنتظار غير طويل) .

5-2 : اللياقة : و تشمل التهذيب , الإحترام , المظهر العام للعمال .

6-2 : الإتصال : التكيف مع مختلف المتعاملين و مخاطبتهم باللغة التي يفهمونها .

7-2 : المصداقية : و تشمل الإخلاص , الأمانة , الثقة .

8-2 : الأمان : و تعني غياب الأخطار و الشكوك و حفظ الأسرار

9-2 : معرفة الزبون : أي الإهتمام بإحتياجات و متطلبات الزبون و تشكيل علاقة و جو ملائم له

10-2 : الملموسية : و هي الموارد الملموسة و المستعملة في عملية تقديم الخدمة¹⁰ .

ثانيا : جوانب الجودة

حدد bounds في سنة 1994م ثلاثة جوانب للجودة تكون مترابطة فيما بينها و هي : جودة التصميم , جودة المطابقة , جودة الأداء حسب الشكل الآتي :

⁹ - ماجد محمد صالح، تحليل العلاقة بين أبعاد الجودة و تحقيق المنتج، المعهد التقني، الموصل، 2007/04/11 .

¹⁰ - سامر فهد سليمان الرياضي، أثر أبعاد جودة الخدمة المصرفية على رضا العملاء في البنك العربي، جامعة الزرقاء كانون الثاني، 2016م، ص16-

#الفصل الأول : ماهية الجودة و إدارة الجودة الشاملة

1: جودة التصميم : و هي تشير إلى الخصائص المحددة للمنتج أو عملية بكلفة معينة ولقطاع سوقي معين و هي مقاييس لمدي حسن ملائمة التصميم للمتطلبات (الخصائص) المتفق عليها و اهم جانب في التصميم الذي يؤثر في مستوى الجودة له هي المواصفات وهي نوعان :

- المواصفات الوظيفية : و تتعلق بالكيفية التي يعمل بها المنتج و يؤدي الوظيفة التي يطلب لأجلها .

- مواصفات المنتج : تتعلق بكيفية صنع المنتج .

2 : جودة المطابقة : هي تعبير عن مدى تحقيق مستوى جودة التصميم في المنتج الفعلي و تعتمد المنظمات العديد من الأساليب للسيطرة علي جودة المطابقة مثل منع وقوع الخلل أو ايجاد و كشف الخلل و إصلاحه أو تحليل الأسباب و اتخاذ الإجراءات الصحيحة و هذه الأليات في عملية السيطرة علي الخطأ تؤثر علي كلفة المنتج .

3 : جودة الأداء : هي مدى حسن إدراك و قبول المنتج من العميل عند استعماله و تعتبر جودة الأداء دالة لكل من جودة التصميم و جودة المطابقة و هنا تكون التغذية العكسية أمرا ضروريا بين الجوانب الثلاث¹¹.

المطلب الثالث : أهمية و أهداف الجودة الشاملة

أولا : أهمية الجودة

للجودة أهمية كبيرة بإعتبارها أحد العوامل التي تحدد حجم الطلب علي المنتجات حيث تمكن المنظمة من التنافس في الأسواق المحلية و الأجنبية و ينظر اليها من وجهة نظر المؤسسة و العميل و هي كالتالي :

1 : من وجهة نظر العميل :

1-1 : منتج ذو كفاءة يؤدي الغرض الذي من أجله اشتراه العميل .

2-1 : منتج ذو شكل مناسب ز

3-1 : مناسبة السعر لإمكانيات العميل " أقل سعر " .

4-1 : انعدام العيوب .

5-1 : عمر افتراضي أطول " تماسك المنتج عبر الوقت " .

6-1 : خدمات ما بعد البيع و توافر قطع الغيار .

¹¹- بن حميدة محمد، حريق خديجة، إدارة و نظام الجودة الشاملة، مرجع سبق ذكره .

#الفصل الأول : ماهية الجودة و إدارة الجودة الشاملة

- 7-1 : الثقة في المنتج .
- 8-1 : توافر الضمان علي المنتج " فترة ضمان " .
- 9-1 : تتوافر المنتج في الأسواق وسهولة الحصول عليه .
- 10-1 : الوفاء بمواعيد التسليم و الدعم الفني .
- 11-1 : توافر قنوات اتصال بين العميل والمؤسسة أو الشركة أو مقدم الخدمة .
- 12-1 : توافر شروط الأمن والسلامة في المنتج انخفاض " أو انعدام " تأثير المنتج علي البيئة .
- 13-1 : رغبات خاصة للعميل من الممكن أن يحددها هو في المنتج أو الخدمة .
- ملاحظة : هذه هي الأهداف أو الرغبات العامة للعميل وليست بالضرورة أن تكون كلها محققة بالنسبة للعميل الواحد لكي يكون راضياً فربما يرضي العميل بجزء منها أو يطلبها كلها أو يزيد عليها برغبات خاصة .
- 2 : الجودة من وجهة نظر المؤسسة :
- 1-2 : تحقيق رغبات العميل وتلبية مطالبه بل الوصول إلى مرحلة إيهار العميل .
- 2-2 : تحقيق أعلى المكاسب و الأرباح و رفع الإنتاجية .
- 3-2 : خفض تكاليف الإنتاج وتحقيق سعر منافس للمنتج أو الخدمة .
- 4-2 : حدوث تغيير في جودة أداء المؤسسة أو الشركة و تطويره .
- 5-2 : تطوير أساليب العمل داخل المؤسسة أو الشركة .
- 6-2 : تقليل إجراءات العمل الروتينية واختصارها من حيث الوقت والتكاليف .
- 7-2 : الارتقاء بمهارات العاملين وقدراتهم .
- 8-2 : زيادة الوعي بأهمية تحسين بيئة العمل .
- 9-2 : التوافق مع القوانين والمتطلبات الدولية والمتمثلة في هيئة المواصفات (ISO) وكذلك منظمة التجارة الدولية وقوانين السلامة والاشتراطات البيئية .
- 10-2 : التحسين المستمر للجودة ولأنظمة الإدارية .
- 11-2 : تحقيق القدرة للمؤسسة أو الشركة على المنافسة و البقاء¹² .

ثانيا : أهداف الجودة :

- قياس و تطوير الأداء .
- زيادة الوعي بأهمية التميز في الأداء .
- توظيف تقنية المعلومات في أداء الأعمال .

¹²- أحسن ناصر الدين، مكانة الجودة في المؤسسة الخدمية، مذكرة نيل شهادة الماجستير، جامعة العقيد الحاج لخضر، باتنة، 2008-2009 م .

#الفصل الأول : ماهية الجودة و إدارة الجودة الشاملة

- الإرتقاء بمستوى الخدمات المقدمة .

- تفعيل التنظيم والإجراءات الإدارية .

- تنمية الموارد البشرية .

- تفعيل قنوات التواصل مع المجتمع .

- زيادت الوعي بأهمية بيئة العمل .

- التأكيد علي أهمية الأخذ بالثقة والأخلاقيات المهنية .

- الإستغلال الأفضل والأمثل للإمكانات المتاحة .

ولتحقيق أفضل لهذه الأهداف يجب مراعات مجموعة من النقاط وهي :

1 : التحديد والتخصيص : للحصول علي افضل النتائج يحتاج ان يحدد الهدف بحيث يكون واضح و مصاغ بطريقة ذكية .

2 : قابلية الرقابة والقياس : إذا كانت الجودة لا يمكن قياسها فكيف ستعرف انها تطبق؟ فمن اجل جعل اهداف الجودة في اطار التنفيذ يجب ان تكون قابلة للرقابة والمعايرة او القياس فهذا يساعد علي وضع خطط للحد من العيوب والأخطاء .

3 : الاتفاق علي اهداف الجودة : لتحقيق الهدف والاتفاق عليه يحتاج اولا الي عقد اجتماع من قبل الكيان الاداري علي مستوى عالي من الكفاءة لتوافق الادارة علي هذا الهدف ومن ثم يتم ابلاغ كامل الاقسام بالمنظمة او الشركة لتنفيذ الخطة الموضوعة لتحقيق هذا الهدف .

4 : الواقعية في اهداف الجودة : يجب ان تكون أهداف الجودة تعكس واقع المؤسسة والإمكانات و الموارد المتاحة و يتصف بالمنطقية و السهولة في تنفيذه من قبل العمال .

5 : الاستناد الي الوقت عند تنفيذ اهداف الجودة : لتكون الاهداف في اطار التنفيذ بصفة حقيقية لابد ان تكون مرتبطة بوقت محدد وهذا يسهل من عملية الرؤية والتوقع في تحقيق الأهداف¹³ .

المبحث الثاني : نظام إدارة الجودة الشاملة

المطلب الأول : ماهية نظام إدارة الجودة الشاملة

¹³- شادي عطا محمد عايش، أثر تطبيق إدارة الجودة الشاملة على الأداء المؤسسي، درجة الماجستير، الجامعة الإسلامية- غزة، 2008م، ص 26 .

#الفصل الأول : ماهية الجودة و إدارة الجودة الشاملة

1: شرح نظام ادارة الجودة الشاملة :

- النظام : هو مجموعة من الأجزاء المترابطة و المتناسقة فيما بينها من أجل تحقيق هدف محدد .
- الإدارة : هي عبارة عن مجموعة الأنشطة و الآليات التي تنجز بها المهام و الأهداف .
- الجودة : هي تحقيق رغبات الزبائن و المستفيدين و توقعاتهم مما تقدمه المنظمة من سلع و خدمات .
- الشاملة : هي عملية إدخال عناصر العمل كلها بالمنظمة في التحديد و التعريف الدقيق لحاجات الزبون من السلع و خدمات .

2 : تعاريف نظام ادارة الجودة الشاملة :

تتعدد مفاهيم الخاصة بإدارة الجودة الشاملة و من أبرز هذه التعاريف نذكر مايلي :

- تعرف حسب إشيكاوا : علي أنها تتضمن جودة المنتج و الخدمة و جودة طريقة الأداء و جودة المعلومات وجودة العملية الإنتاجية و جودة أماكن العمل و جودة الأفراد (بما فيهم العاملين و المهندسين و المديرين بكل مستوياتهم) أظف إلي ذلك جودة النظام و النظم الفرعية و جودة المنظمة ككل و جودة الأهداف الموضوعية .
- تعرف حسب سيامبا : علي إمكانية تعريفها حسب ثلاثة أوجه أولها من خلال وصف المبدأ الأساسي الذي تعتمد عليه وهو الإخلاص الكلي للعميل و ثانيا من خلال مخرجاتها فهي تسعى إلي تحقيق الولاء لدي المستهلك عن طريق تلبية توقعاته أو ما يفوقها ,تقليل الكلفة و الوقت إلي أقل ما يمكن ,تحقيق مناخ يدعم و يشجع فرق العمل و يقود إلي المزيد من الرضي و التحفيز للعاملين ,التحسين المستمر,أما ثالثا فمن خلال الأدوات و الأساليب و العناصر الأخرى التي تقود إلي تحقيق المخرجات .
- تعرف حسب لقوئثس : علي أنها ثقافة تعزز مفهوم الإلتزام الكامل اتجاه رضا العميل من خلال التحسين المستمر و الإبداع في كافة مجالات العمل .
- تعرف حسب أوكلاند : بأنها منهج شامل لتحسين التنافسية ,الفاعلية و المرونة في المنظمة ,من خلال التخطيط ,التنظيم و الفهم لكل نشاط ,و إشراك كل فرد في المستوى التنظيمي في المنظمة .

#الفصل الأول : ماهية الجودة و إدارة الجودة الشاملة

- تعرف حسب كوبال : علي أنها عملية إدارية المقصود منها التحسين المستمر في المنظمة و الذي يؤدي بالضرورة إلي تحسين المنتج النهائي¹⁴.

من خلا التعاريف السابقة الذكر يمكن القول أن ادارة الجودة الشاملة هي أسلوب إداري متكامل يمكن من خلاله إدارة المنظمة بشكل أفضل هي تقوم علي الإلتزام الكلي بمبدأ الجودة من طرف الإدارة و العاملين و التركيز علي الزبائن و إشباع حاجاتهم و الإستجابة لتوقعاتهم الحالية و المستقبلية و التركيز علي التحسين المستمر لكل العمليات و لمختلف مراحل العمل .

3 : مبادئ إدارة الجودة الشاملة :

هي مجموعة القواعد و الإرشادات التي تساعد المؤسسة علي وضع إدارة الجودة الشاملة موضع التطبيق وهي : التركيز علي العميل ,التزام الإدارة العليا ,التحسين المستمر ,مشاركة العمال ,و التغذية العكسية :

3-1 : التركيز علي العميل :

يكون العميل في ظل إدارة الجودة الشاملة محور الإهتمام و معرفة و فهم إحتياجاته الحالية و المستقبلية من أولويات المنظمة و بناء علاقة مع العميل من خلال تلبية هذه الرغبات و الإحتياجات و هذا للوصول إلي رضاه التام أو الكامل لهذا يعد مبدأ التركيز علي العميل من نقاط الإنطلاق في تنفيذ نظام ادارة الجودة الشاملة .

و أحسن مثال علي ما تطرقنا إليه هو ما تقدمه شركة كوكا كولا للعميل فهي تجعل العميل طرفا في تبني الأفكار و إتخاذ القرارات و هذا عن طريق توفير رابط اتصالات بين المستهلك و إدارة الشركة بشكل مجاني مع استطلاعات للأراء فيما يخص جودة المنتج و أيضا من خلال النشاطات التي تدخل ضمن نطاق المسؤولية الإجتماعية للشركة .

3-2 : التزام الإدارة العليا

تلعب الإدارة دورا مهما عند تبنيها لنظام إدارة الجودة الشاملة و هذا من خلال القيام بمجموعة من الإصلاحات و التغييرات علي مستوي أداء المهام و الوظائف و أيضا تغييرات في ذهنيات و ثقافات المسيرين و العمال في كل المستويات .

3-3 : التحسين المستمر

¹⁴- رعد عبد الله الطائي، عسي قداد، إدارة الجودة الشاملة، الطبعة العربية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، ص35 .

#الفصل الأول : ماهية الجودة و إدارة الجودة الشاملة

هو عملية ذات طابع مستمر وله علاقة بجميع النظم و العمليات يتم من خلاله القيام بعملية تحسين الأداء عن طريق تحسين الإنتاجية و أداء التشغيل (تقليل الأخطاء ,و العيوب) ,تحسين المرونة ,و الإستجابة ,و زمن العمل.

4-3 : مشاركة العمال

يعتمد نجاح الشركة بصورة متزايدة علي معرفة قوة العمل ,و مهاراتها ,و تحفيزها .و يعتمد نجاح العمال بصورة متزايدة علي حصولهم علي فرص التعلم ,و ممارسة المهارات الجديدة .يمكن أن يتواجد هذا عن طريق التفويض و عمل الفريق . و يعني التفويض ببساطة إعطاء العمال السلطة لإتخاذ قرارات في مجال عملهم دون اللجوء المستمر إلي الإدارة العليا .وهذا يخلق نوع من الثقة بين المستويات الإدارية و العمال . و يمكن النظر إلي عمل الفريق بثلاثة طرق :

- رأسي : عمل الفريق بين الإدارة العليا و العمال في المستويات الدنيا

- أفقي : عمل الفريق في مجموعات العمل و عبر الخطوط الوظيفية

- بين التنظيمات : الشركات بين الموردين ,و العملاء

5-3 : التغذية العكسية

هي العملية الخاصة بتوجيه و متابعة و تقويم المدخلات و معالجتها أولاً بأول إضافة إلي العمليات الخاصة بتنفيذ المخرجات و عليه فإن عملية التغذية العكسية يمكن أن تكون داخلية أي داخل كل نظام فرعي في إطار النظام المركب و خارجية تتمثل في قدرة النظام علي التحكم في العوامل البيئية المحيطة فهذه العملية تهدف إلي تعزيز أداء النظام و إستقراره و توازنه¹⁵.

4 : أهمية تطبيق إدارة الجودة الشاملة في المؤسسة :

يكتسي تطبيق نظام إدارة الجودة الشاملة أهمية كبيرة بالنسبة للمؤسسات من بينها :

- تمكين المؤسسة من دراسة إحتياجات العملاء و الوفاء بها .تحسين جودة المنتج النهائي أو الخدمة النهائية.

¹⁵ - خضير كاظم حمود، إدارة الجودة الشاملة، دار المسيرة للنشر و التوزيع، الطبعة 3 ،عمان، 2007م، ص98-99 .

#الفصل الأول : ماهية الجودة و إدارة الجودة الشاملة

- يعمل علي تحقيق ميزة تنافسية للمؤسسة في ظل الظروف التنافسية (المنافسة المحلية ,و المنافسة الخارجية).

- تدعيم الترابط و التنسيق بين أطراف المؤسسة ككل .

- يساعد المؤسسات في الحصول علي شهادات و جوائز خاصة بالجودة .

- تنمية الشعور بوحدة الجماعة و عمل الفريق و الشعور بالإنتماء في بيئة العمل .

- إحراز معدلات أعلى من التفوق و الكفاءة عن طريق زيادة الوعي بأهمية الجودة في جميع إدارة و أقسام المؤسسة .

- تحسين سمعة المؤسسة في نظر العملاء و العاملين¹⁶ .

5 : عناصر إقامة نظام إدارة الجودة الشاملة :

تعمل المنظمات التي تؤمن بفلسفة إدارة الجودة الشاملة علي تهيئة مستلزماتها الضرورية لتحقيق التطبيق الناجح و الفعال لهذه الفلسفة لأجل تحسين جودة المنتجات ,و الخدمات .وتعد المتطلبات الواجب إتباعها عامل مهم و ركيزة أساسية في تطبيق هذه الفلسفة و هي كالآتي :

المتطلبات لدى heizero:

1-تبني القيادة الإدارية العليا للجودة الشاملة .

2-التركيز على الأداء بصورة صحيحة منذ اللحظة الأولى .

3-فهم متطلبات المستهلك و تحقيقها و تجاوزها .

4-تحقق الجودة من خلال إدارة جودة شاملة وليس من خلال أنظمة فحص الجودة .

5-تصميم أنظمة و أساليب لتوفير الجودة في المنتجات و الخدمات .

6-وضع برامج التطوير و التحسين المستمر لضمان الجودة الشاملة .

¹⁶ محمد عوض الترتوري، أغادير عرفات جويحان، إدارة الجودة الشاملة في مؤسسات التعليم العالي و المكتبات ومراكز المعلومات، دار المسيرة للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2006م، ص 37-38 .

#الفصل الأول : ماهية الجودة و إدارة الجودة الشاملة

متطلبات لدى كريدج 1994 :Greech

1- القيادة المهمة .

2-إلتزام الإدارة العليا و العاملين لتطبيق إدارة الجودة الشاملة .

3-تأكيد تشكيل فرق العمل .

4-التصميم الفعال للسلع و الخدمات .

5-التركيز على العملية¹⁷ .

المطلب الثاني : فلسفة إدارة الجودة الشاملة في نظر الباحثين

أولا : فلسفة إدارة ديمنج

ديمنج مستشار امريكي حاصل على درجة الدكتوراه في الرياضيات والفيزياء ويلقب بأب ثورة إدارة الجودة الشاملة.فتبني مفاهيم الجودة عند تواجده في الولايا المتحدة الأمريكية و قام بتعليم مراقبة الجودة كجزء من جهد الدفاع الوطني أثناء الحرب العالمية الثانية و رغم أنه علم الكثير من المهندسين إلا أنه لم يستطع الوصول إلى الإدارة العليا .و بعد الحرب دعت اليابان ديمنج لتعليم مفاهيم مراقبة الجودة إحصائيا فوجد هناك قبول من الديرين اليابانيين علي التعلم ,علم 21 منفذ من المنفذين الأعلى يمثلون 80 من رأس مال الدولة و اعتنقوا رسالة ديمنج و حولوا صناعاتهم طبقا لها و مع منتصف السبعينات من القرن العشرين الميلادي تعدت جودة المنتجات اليابانية نظيراتها في المصانع الغربية و حققت إختراقا للأسواق الغربية و من خلال هذه الإسهامات في مجال الجودة أسس إتحاد العلماء و المهندسين اليابانيين في سنة 1951م جائزة ديمنج للجودة تمييزا و تقديرا لإنجازاته في مراقبة الجودة إحصائيا كما حصل علي شرف الرتبة الملكية للكنز المقدس من إمبراطور اليابان لم يعرف ديمنج عالميا حتي سنة 1980م عندما أذاعت إذاعة أم بي سي ورقة بعنوان إذا استطاعت اليابان ... لماذا لا نستطيع؟ جعل هذا البرنامج ديمنج اسما معروفا بين رجال الأعمال الأمريكيين .

وخلال سنوات عمله في اليابان، قام ديمنج بتأسيس فلسفته حول الجودة وتركزها في خمسة محاور :
المحور الأول: إدارة الجودة:

¹⁷- مهدي السمرائي، إدارة الجودة الشاملة في القطاعية الإنتاجي و الخدمي، دار جرير للنشر و التوزيع، عمان. 2007م، ص99

#الفصل الأول : ماهية الجودة و إدارة الجودة الشاملة

وتتضمن تنفيذ التغيير الجذري للمؤسسة ككل بتبنيها لفلسفة الجودة، مع ضرورة تعميم ذلك على جميع العاملين، وتنمية مهارا القيادة لدى المديرين، واعتماد سياسة التطوير والتحسين المستمر من خلال التدريب والتعليم المستمرين، واعتماد سياسة التقويم القائمة على الاهتمام بالكيف، وجعل هذه الرقابة هدفاً وقائياً، وإلغاء سياسة تحقيق الربح بغض النظر عن الوسيلة لما لذلك من تأثير سلبي في تحقيق مستوى جودة عالية، وفي رضا المستفيد، كما لا بد من رعاية العاملين بتحقيق أمنهم الوظيفي، وإحلال التعاون بدل الصراع فيما بينهم، ومساعدتهم على تحقيق إنجازاتهم والتفاخر بها، وضرورة بناء علاقات حسنة مع الموردين.

المحور الثاني: الآفات المدمرة للجودة:

مثل التغير المستمر في التخطيط والأهداف، والاهتمام بالأرباح قصيرة المدى، وعدم تشخيص الداء، وعدم وضع حلول واقعية لمشاكل العمل، وعدم تقبل أخطاء العاملين، والتصلب والتعنت بالرأي لدى الإدارة، وعدم تقبل العيوب، واهتمامها بظواهر الأمور، وعدم الاهتمام بالتكلفة الصحية والقانونية التي ترعى مصلحة العاملين.

المحور الثالث: العراقيل أمام تطبيق الجودة:

تتمثل في التدريب والتعليم الخاطئ على الطرق الإحصائية، والاستخدام السيئ للحاسوب، كذلك البدء ببيدايات فاشلة منذ البداية، وعدم توفر الأمثلة والنماذج الصالحة للإقتداء، والافتراض بضرورة مطابقة المنتج للمواصفات فقط، وعدم البحث عن الأسباب الأخرى الكامنة وراء النجاح، والتفرد بالعمل وعدم دعم الإدارة العليا

لمحور الرابع: المناخ الوظيفي الجيد:

أكد ديمنج على ضرورة توفر المناخ الوظيفي الجيد في مجال العمل لما له من أثر إيجابي على الدافعية وحسن الانتماء والشعور بالرضا الوظيفي لدى العاملين.

المحور الخامس: نظام المعرفة العميقة:

يمكن لأي مشروع أن ينجح إلا بالإلمام الكافي لدى القيادة والأفراد بأسباب النجاح والفشل، وكذلك الإلمام بطرق التخطيط وطرق الأداء الصحيحة وغيرها من المقومات. دورة ديمنج لتحسين الجودة :

أوجد ديمنج أربعة عشر مبدأ لتحسين الجودة وهي كالتالي:

#الفصل الأول : ماهية الجودة و إدارة الجودة الشاملة

- 1 : إلزام الإدارة .
- 2 : تعلم الفلسفة الجديدة .
- 3 : افهم الفحص .
- 4 : إلغي قرارات بطاقة السعر.
- 5 : حسن باستمرار .
- 6 : أسس التدريب .
- 7 : أسس القيادة .
- 8 : إقضي علي الخوف .
- 9 : عمل الفريق .
- 10 : إلغي المواعض .
- 11 : إلغي الحصص و الإدارة بالأهداف .
- 12 : إلغي عوائق الفخر في مكان العمل .
- 13 : أسس التعليم .
- 14 : إتخذ الإجراءات¹⁸ .

ثانيا : فلسفة جوران :

ولد سنة 1904م في رومانيا ولكنه ذهب إلى الولايات المتحدة الأمريكية عام 1912م وتخرج من كلية الهندسة بجامعة (مانيسوتا) وأسهم جوران في ثورة الجودة في اليابان. تم استدعاؤه عام 1954م من قبل نقابة العلماء والمهندسين اليابانيين لإلقاء محاضرات عن الجودة ومسؤولية الإدارة في تحقيق الجودة بعد أن كان ديمنغ القوة الرئيسية في إعادة تنظيمهم للجودة . رأى جوران أن هناك أزمة فقدان المبيعات للمنافسة

¹⁸- جيمس إيفاف جيمس دين، الجودة الشاملة الإدارة والتنظيم والإستراتيجية، دارالمرح للنشر، المملكة العربية السعودية، ص82-99

#الفصل الأول : ماهية الجودة و إدارة الجودة الشاملة

الأجنبية و التكاليف الضخمة للجودة الضعيفة و لحل هذه الأزمة يلزم تفكير جديد يشمل كل المستويات الهرمية للإدارة .

رأى جوران أن العاملين علي مستويات التنظيم المختلفة لديهم فهم و لغة مختلفة للإدارة العليا تتكلم بلغة المال و يتكلم العمال بلغة الموارد والمستلزمات .و يشير جوران علي أهمية و مسؤولية الإدارة الوسطي في إستعاب كلا اللغتين (المال ,و الموارد و المستلزمات المادية) أي أن الإدارة الوسطي عبارة عن همزة وصل بين كلا الطرفين .

ولشد إنتباه الإدارة العليا يجب التكلم باللغة التي يفهمونها (المال) فيروج جوران في هذه الحالة للمحاسبة و تحليل تكاليف الجودة لتركيز الإنتباه إلي مشاكل الجودة أما علي مستوي التشغيل يكون تركيز جوران علي زيادة التطابق مع المواصفات من خلال إلغاء العيوب مدعما بقوة الأدوات الإحصائية للتحليل .

إن تعريف جوران للجودة علي أنها الإتفاق مع الإستخدام يكون حسب أربعة فئات هي :

- جودة التصميم : التي تركز علي بحث السوق و مفهوم المنتج و مواصفات التصميم .

- جودة التطابق : التي تشمل علي الإدارة و التفويض و التطابق التقني .

- الإتاحة : و تركز علي العولية و القابلية للصيانة و الدعم اللوجستي (دعم الإمدادات) .

- الخدمة الميدانية : تشمل الكفاءة و السرعة .

ترتكز فلسفة جوران علي ثلاثة أوجه رئيسية تسمي ثلاثية الجودة وهي :

- تخطيط الجودة : هي عملية الإعداد لتحقيق أهداف الجودة و مراقبة الجودة

- مراقبة الجودة : هي عملية تحقيق الأهداف أثناء التشغيل ,و تفسير الفرق بين الأداء الفعلي و الأهداف المسطرة و إتخاذ الإجراءات اللازمة¹⁹ .

- تحسين الجودة : هي عملية تجزئة آليات التحسين إلي المستويات التنظيمية .

ثالثا : فلسفة كروسبي

¹⁹- جيمس إيفاف جيمس دين، الجودة الشاملة الإدارة و التنظيم و الإستراتيجية، مرجع سبق ذكره، ص 99-101

#الفصل الأول : ماهية الجودة و إدارة الجودة الشاملة

أول من نادى بالعيوب الصفريّة Zero Defect والذي يُخالف فيها فكرة المستويات المقبولة للجودة والنسب المسموح بها للأخطاء والعيوب، كما أنه كان يربط بين مستوى الجودة في المنظمة وبين الأرباح المتحققة، فكلما ارتفع مستوى الجودة أدى ذلك إلى تخفيض التكلفة وزيادة الأرباح تبعاً لذلك.

وأكد كروسبي على مدى أهمية الإدارة العليا في دعم الجودة وتحقيق مستوى عالٍ فيها، وتشمل العناصر الأساسية للتحسين من وجهة نظر كروسبي .

1 : التحديد : فيجب أن تكون الإدارة جادة في عملية التحسين

2 : التعليم : وهذا يكون عن طريق تبسيط الإجراءات و العمليات للعمال من خلال التعليم فقط (فهم الضروريات)

3 : التنفيذ : وجوب فهم عملية التنفيذ من طرف كل عضو في فريق العمل

وضع برنامجاً متكاملاً للجودة الشاملة ركز فيه على أداء العمل بالشكل الصحيح من المرة الأولى والذي يؤدي إلى تخفيض التكلفة وزيادة الأرباح تبعاً لذلك. وأعتبر معيار الأداء الأساسي هو العيوب الصفريّة، أي عدم وجود أخطاء. وقد قسّم كروسبي التكاليف إلى فئتين :

- التكاليف المقبولة : وهي تلك التكاليف التي ساهمت في تحسين مستوى الجودة .

- التكاليف الغير المقبولة : وهي تلك التي أنفقت ولم تحقق مستوى الجودة المطلوب .

علي عكس ديمنغ و جوران يكون برنامج كروسبي سلوكيا أساسا , فيضع تركيزا علي عملية الإدارة و العمليات التنظيمية لتغيير ثقافة المنشأة و مواقفها أكبر من التركيز علي إستخدام الأساليب الإحصائية²⁰ .

المطلب الثالث : إدارة الجودة الشاملة والمعايير

تعتبر الجودة ثقافة ترتبط بنمط العادات والمعتقدات والسلوكيات البشرية حيث تتحدد بمجموعة من المقاييس والمعايير والقواعد والسياسات بهدف تحقيق قاعدة تستند إليها المؤسسات للوصول إلي إدارة الجودة الشاملة.

²⁰- جيمس إيفانز جيمس دين، الجودة الشاملة الإدارة والتنظيم، والإستراتيجية، مرجع سبق ذكره، ص 101-103 .

#الفصل الأول : ماهية الجودة و إدارة الجودة الشاملة

المنظمة العالمية للتقييس :

أنشئت المنظمة العالمية للتقييس بالإنجليزية International Organization for Standardization : إختصارا (ISO)²¹. سنة 1946م في لندن بموجب إتفاق 25 دولة ممثلة بأجهزة المواصفات و المقاييس مقرها في جنيف ، سويسرا .هدف هذه المنظمة إعتتماد مواصفات عالمية تكون المرجع و الفصل و الحكم عند أي تبادل تجاري ،سلي ،خدمي حيث عملت علي إيجاد نظام متكامل للجودة بدأت ملامح هذا النظام و العمل لإبرازه إلي حيز الوجود سنت 1987م و أعتمد رسميا سنة 1994م و هو ما يسمي بنظام الإيزو 9000 لدى المنظمة 162 عضوا وطنيا، من مجموع 195 بلدا في العالم. لدي الأيزو ثلاث فئات للعضوية²² :

- أعضاء الهيئة: وهي الهيئات الوطنية التي تعتبر الأكثر تمثيلا للمعايير في كل بلد. هذه هي فقط أعضاء الأيزو التي يحق لها التصويت.
- الأعضاء المراسلة: هي الدول التي ليس لديها منظمات معايير. هؤلاء الأعضاء على علم بأعمال المنظمة، ولكنها لا تشارك في إصدار المعايير.
- الأعضاء المشتركة: من البلدان ذات الاقتصاديات الصغيرة. إنهم يدفعون رسوم مخفضة للعضوية، ولكن يمكن لهم متابعة تطور المعايير.
- الأعضاء المشاركون يطلق عليهم اسم أعضاء "P" بدلا من الاسم أعضاء "O" المعطى للأفراد المراقبة.
- تعتبر منظمة الإيزو منظمة غير حكومية تتمتع بالشخصية القانونية حيث أنها تتمتع بالوضعية الإستشارية في المجلس الإقتصادي و الإجتماعي التابع لهيأة الأمم المتحدة .و من بين اللجان التي تتكون منها هذه المنظمة هي :
- اللجنة الدائمة لدراسة مبادئ التقييس .
- لجنة التصديق و الإثبات .
- اللجنة الدائمة لدراسة الإعلان العالمي و التقني الخاص بالتقييس .
- لجنة التطوير .
- لجنة توحيد التقييس العالمي الخاص بالإستهلاك .
- المكتب الدائم للتنسيق من أجل ترقية التقييس في البلدان النامية²³ .

²¹- سمير محمد عبد العزيز، اقتصاديات جودة المنتج بين إدارة الجودة الشاملة والإيزو9000، مطبعة الإشعاع، مصر، 2000، ص 109.

²²- خضير كاضم حمود، المنظمة الدولية للتوحيد القياسي، ط1، دار الصفاء للنشر، الأردن، 2010، ص 56 .

²³- خليل إبراهيم، محمود العاني، إدارة الجودة الشاملة والإيزو9000، ط1، مطبعة الأشقر، العراق، 2002، ص 55-60.

#الفصل الأول : ماهية الجودة و إدارة الجودة الشاملة

تركيب سلسلة إيزو 9000 إصدار سنة 2000م و إيزو 14000 :

تتكون المواصفات القياسية الدولية " إيزو 9000 من خمس مواصفات خاصة بإدارة وتأكيد الجودة وهي :

- إيزو 9000 : مجموعة الإرشادات الواجب إتباعها في اختبار وتطبيق نظام الجودة الشاملة .
- إيزو 9001 : هو نموذج للتطوير, الإنتاج, التكيب و الخدمات .
- إيزو 9002 : نموذج للتركيب الإنتاج و الخدمات .
- إيزو 9003 : نموذج للفحص النهائي و الإختبارات .
- إيزو 10011 : معيار مكمل للمعايير السابقة يقدم الشروط المرشدة للمراجعة الداخلية و الخارجية لنظام الجودة .
- إيزو 10005 : خطوط مرشدة و موجهة لمخططات الجودة أي خصائص لإعداد مخطط الجودة في المؤسسة.
- إيزو 8402 : يتضمن المصطلحات الأساسية المستخدمة في إدارة الجودة الشاملة .
- إيزو 14000 : نظام إدارة البيئة .
- إيزو 14001 : يزود المنظمة بشروحات و تعليمات حول متطلبات نظام إدارة الجودة الشاملة .
- إيزو 14002 : هو مكمل لإيزو 14001 و هو دليل للمؤسسة حول كيفية إنشاء و إستعمال معايير إيزو 14000 .
- إيزو 14010 : إرشادات حول التدقيق البيئي والمبادئ العامة له .
- إيزو 14011 : إرشادات حول التدقيق البيئي وإجراءاته و معايير إختيار تركيبة فريق التدقيق .
- إيزو 14012 : إرشادات حول المؤهلات المعيارية للمدققين .
- إيزو 14013 : إدارة برنامج التدقيق البيئي .
- سنركز علي سلسلة إيزو 9000 :

#الفصل الأول : ماهية الجودة و إدارة الجودة الشاملة

- إيزو 9001 : تستخدم عندما تكون المطابقة مطلوبة تأكيدها بمعرفة المورد في مراحل تتضمن التطوير , الإنتاج , التركيب و الخدمة بمعنى أن هذا الجزء خاص بالإرشادات للإختيار و الإستخدام .

- إيزو 9002 : إرشادات لتطبيق الأنماط الثلاثة للمواصفات القياسية .

- إيزو 9003 : إرشادات لتطبيق إيزو 9001 علي تطوير البرنامج .

- إيزو 9004 : إرشادات لتطبيق إدارة الاعتمادية .

أما المواصفات القياسية الدولية 9004 الخاصة بإدارة الجودة و عناصر نظام الجودة تتكون من 7 أجزاء صدر منها حتي الآن الأجزاء الأربعة الأولى :

- الجزء الأول 9004 : إرشادات لتطبيق نظام الجودة و عناصر نظام الجودة .

- الجزء الثاني 9004 : إرشادات لتطبيق المواصفات في الخدمات .

- الجزء الثالث 9004 : إرشادات لتطبيق المواصفات علي المواد المعالجة .

- الجزء الرابع 9004 : إرشادات لتحسين الجودة²⁴.

المعهد الجزائري للتقييس (IANOR) :

تم انشاء المعهد الجزائري للتقييس , كهيئة عمومية ذات طابع صناعي و تجاري , بمقتضى "المرسوم التنفيذي رقم 98-69 21 فبراير 1998 بصيغته المعدلة والمكمل "بموجب المرسوم رقم المرسوم التنفيذي" 11-20 من 25 يناير 2011 . يعمل المعهد تحت إشراف وزارة الصناعة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة وترقية الاستثمار. وهو مكلف ب :

- تحضير , اشهار و نشر المعايير الجزائرية .

- المركزية والتنسيق لجميع أعمال التقييس التي باشرتها الهيكل القائمة وتلك التي سيتم إنشاؤها لهذا الغرض.

²⁴- مرزاق صالح، بوهرين فاتيحة، أهمية تطبيق الجودة (إيزو 9000) بالمؤسسة، ص5-6

#الفصل الأول : ماهية الجودة و إدارة الجودة الشاملة

- إعتداد العلامات التجارية المطابقة للمعايير الجزائرية وتسميات ذات نوعية، فضلا عن الإذن بتسليم تصريح باستخدام هذه العلامات التجارية، ومراقبة استخدامها في اطار التشريع المعمول به .
- ترقية الاعمال، والبحوث، والتجارب في الجزائر أو في الخارج وكذلك وضع مرافق الاختبارات اللازمة لانشاء المعايير وضمان تنفيذها .
- صيانة الدستور والبقاء تحت تصرف الجمهور لأي توثيق أو معلومات تتعلق بالتقييس .
- التكوين و التحسيس في مجالات التقييس.
- تطبيق الاتفاقيات الدولية في ميادين التقييس، التي تكون الجزائر طرفا فيها؛
- إدارة المركز الوطني للمعلومات حول العوائق التقنية للتجارة ،الذي يندرج تحت غطاء منظمة التجارة العالمية.
- وبالإضافة إلى ان المعهد يشارك في أشغال المنظمات الدولية والإقليمية للتقييس ويمثل الجزائر عند الاقتضاء.

2 : مهام المعهد الجزائري للتقييس :

- أعطت العولمة التي فرضت نفسها تدريجيا دفعة هامة للتقييس نظرا للتطور الاخير الذي عرفه .
- أصبحت عولمة الأسواق وإسراع عجلة التقدم التكنولوجي والتقييس و التصديق على المطابقة وسائل لتطوير التبادلات بالنسبة للفاعلين الاقتصاديين .
- وفي هذا السياق، دور المعهد هو احياء عملية التقييس وتحقيق أمانى الفاعلين الاقتصاديين وتوقع تحول احتياجاتهم.
- شكّل المعهد الجزائري للتقييس فريق متعدد التخصصات من ذوي الخبرة حول المهن الرئيسية الأربعة في خدمة الشركات والجماعات ل :
- تحضير نظام المراجع المطلوب من الفاعلين الاقتصاديين .

#الفصل الأول : ماهية الجودة و إدارة الجودة الشاملة

- يعمل المعهد على مساعدة الفاعلين الاقتصاديين الاجتماعيين لوضع نظام المراجع التقييسية التي يحتاجونها لتتطورهم الاستراتيجي والتجاري، بتسهيل وصولهم إلى عملية التقييس و المعلومات ,بضمان خدمات المرافقة .
- مساعدة الفاعلين على الوصول إلى نظام المراجع التقييسية.
- يصمم المعهد ويطور مجموعة من المنتجات والخدمات الإعلامية موجهة من خلال دعائم مستندتا بأحدث التقنيات.
- مساعدة الفاعلين على تطبيق نظام المراجع .
- من خلال خدمات في التكوين والتدقيق والاستشارة والمرافقة، كذلك يساعد المعهد الشركات على الاندماج في إستراتيجياتهم كما هو الحال في حياتهم اليومية، و مقارنة نظام المراجع وخطوات التقدم.
- إقتراح عرض التصديق على المطابقة .
- نظرا لكثرة العرض، يصبح التصديق على مطابقة المنتج حجة تجارية وتسويقية اتجاه المستهلكين المطلعين من حين الى الى اخر. يقترح المعهد التصديق على مطابقة المنتج (نوع تاج)، بالاعتماد على نظام المراجع التقييسية الجزائرية.
- تلزم هذه المهام المعهد في جميع القطاعات الاقتصادية، ولا سيما في جميع المجالات بالإضافة إلى التكنولوجيات الجديدة، بالاعتماد على معايير جديدة، التي تبني عالم الغد²⁵.

²⁵- وزارة الصناعة و المناجم، الموقع <http://www.mdipi.gov.dz> ، تم الإطلاع عليه يوم 2017/05/2 الساعة 15:00 .

#الفصل الأول : ماهية الجودة و إدارة الجودة الشاملة

خاتمة الفصل :

يتضح مما تقدم أن المؤسسات بطبيعتها الإقتصادية و إنفتاح نظامها علي البيئة الخارجية يشكل لها تهديد مستمر خاصة من حيث المنافسة ولأجل ذلك ولأسباب أخرى تتبني المؤسسات و تطبق إدارة الجودة الشاملة لأنها أسلوب يعتمد علي وسائل لتحسين جودة الخدمات و المنتجات و هو يشمل كل الجوانب و العمليات بحيث يعمل علي تحصين المؤسسة من المنافسين عن طريق تحسين مردوديتها الإقتصادية و حصتها السوقية بتوسيع المبيعات و تقليل مدة تقديم الخدمات و أيضا تحسين القدرة الداخلية لها بتقليل نسبة الأخطاء و إستغلال أمثل للموارد (المادية، المالية، البشرية) و حتى تغيير في ثقافة المؤسسة و سلوكيات العمل يجعلهم جزء من الجماعة و الكيان المؤسسي و تتعدي ذلك إلي جعل المؤسسة أسرة متناسقة .

الفصل الثاني

#الفصل الثاني : السياحة في ظل إدارة الجودة الشاملة

مقدمة الفصل :

لقد ازداد الاهتمام في الفترة الأخيرة بالسياحة و التنمية السياحية لتشابكتها مع قطاعات كثيرة، و لدورها في خلق فرص عمل جديدة ودعم رصيد ميزان المدفوعات و من ثم المساهمة في التنمية الاقتصادية إذ تؤكد الدراسات الحديثة أن صناعة السياحة تعد من أسرع الصناعات من حيث تحقيق معدلات النمو، لذا نجد الكثير من الدول النامية تسعى إلى تسخير كافة السبل لتقديم تسهيلات تدعمها بالتشريعات اللازمة لتكفل تحقيق الأهداف المرجوة من تطوير قطاعها السياحي والمتتبع للبيانات الخاصة بالسياحة العالمية بنوعها الداخلية والخارجية يلاحظ أن صناعة السياحة قد أصبحت واحدة من أكبر الصناعات في العالم إلا أنها تحتاج إلى تطبيق دقيق لعمليات تقديم الخدمات .

فنتطرق في هذا الفصل إلى :

أساسيات حول السياحة .

و أهم العمليات التي تقوم بها المؤسسات السياحية .

الفصل الثاني : السياحة في ظل إدارة الجودة الشاملة

المبحث الأول : أساسيات حول السياحة

إن غريزة التنقل و الترحال من مكان لآخر كانت موجودة عند الإنسان منذ نشأته الأولى سعياً لحياة أفضل حيث لم تكن هناك منظمات أو جهات رسمية توفر له احتياجاته الضرورية، فكان عليه أن يسعى إلى توفيرها بنفسه بدون وجود قوانين أو أعراف تحد و تحكم تصرفاته فكان التطور الحضاري و الثقافي إنطلاقة نحو الإرتقاء بهذا السلوك العشوائي و ضبطه نحو سلوك منظم مرتكز علي أنظمة و قوانين تسهل من عملية تنقل الأفراد و جعل منه نشاط إقتصادي¹.

المطلب الأول : ماهية السياحة و السائح

لقد تطور مفهوم السياحة و معناها مع تطور المجتمعات و سوف نستعرض بصورة مختصرة ثلاثة مراحل من مراحل التطور السياحي وهي كالتالي :

أولاً : التطور التاريخي للسياحة .

- مرحلة الحضارات القديمة :

لفظ السياحة بمفهومه الحالي هو لفظ حديث ولم يكن معروف في العصور القديمة ، ولكن إذا أطلقنا لفظ السياحة على السياحة في العصور القديمة سنجد أن الإنسان قديماً كان غير مستقر في مكان ثابت ، و هذا لحاجاته في البحث عن مصادر الرزق، و تمثل مرحلة الحضارات القديمة الفترة الأولى من حياة الإنسان أي العصر البدائي ، حيث لم يكن هناك قوانين تحكم تصرف الإنسان سوى قوانين الطبيعة، و بالتالي كان الإنسان ينتقل من الأرض القاحلة إلى الأرض الخصبة ، و من المكان غير الآمن إلى المكان الآمن ، حيث كان السفر

ظاهرة طبيعية مرتبطة بوجود الإنسان ، و الذي يهدف إلى إشباع نزواته و استفاء احتياجاته الشخصية ، و عند قيام الدول و الحضارات أصبح السفر وسيلة تجارية و القيام بالحملات العسكرية و التعلم و التعليم².

- مرحلة العصور الوسطى :

¹ - ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، دار زراف، الأردن، 2008، ص1

² - نائل موسى محمود سرحان ، مبادئ السياحة ، الطبعة الأولى ، جامعة البلقان التطبيقية ، 2003 ، ص01

الفصل الثاني : السياحة في ظل إدارة الجودة الشاملة

سادت هذه المرحلة في الفترة الممتدة بين حوالي القرن (15) عشر ونهاية القرن (19) عشر الميلادي ، كما أن السفر و الانتقال بقي بدائيا كما كان في العصور الأولى مع تطور سير ، في هذه الحقبة التاريخية كانت الحضارة الإسلامية في أوج ازدهارها ، فاهتمت بالعلوم و الفنون و الآداب و العمارة و زادت حركة الناس في مختلف أنحاء البلاد الإسلامية ، وقد ساهمت الحضارة الإسلامية في إنشاء عدد من المدن أصبحت قبلة للسياح من كل أصقاع العالم كـبغداد و قرطبة ، كما تميزت هذه المرحلة بتطور بعض الجامعات العريقة بأوروبا مثل جامعة السربون بفرنسا و جامعة أكسفورد بانجلترا ، مما جعل البلدين قبلة لعدد من طلاب العلم ، وقد عرفت هذه المرحلة بالرحلات الأوربية إلى إفريقيا و تطور الآلة و وسائل المواصلات و الاتصالات ، و ظهور بعض القوانين المنظمة للنشاط السياحي نتيجة الحدود السياسية ، و شملت هذه المرحلة كذلك الثورة الصناعية الأوربية ³.

- المرحلة المعاصرة :

تبدأ هذه المرحلة مع بداية القرن (20) العشرين الذي تطورت خلاله السياحة بصورة لم تشهدها في أية فترة زمنية سابقة ، خاصة بعد الحرب العالمية الثانية، بسبب زيادة أوقات الفراغ و ارتفاع مستويات المعيشة و التعليم و التوسع في وسائل النقل و المواصلات السريعة ، و يرى دوغلاس بيرس أن علم السياحة تطور تطورا ملحوظا بما يتوافق مع حركة السياحة الدولية بعد الحرب العالمية الثانية و يرجع ذلك إلى:

-التطورات التكنولوجية التي أدت إلى تحسين طرق و وسائل الإنتاج مما أدى إلى توفير الجهد الإنساني

- و تحسين ظروف العمل و زيادة أوقات الفراغ و الإجازات الممنوحة .

- تقدم و تطور وسائل النقل و المواصلات و الاتصالات و بالتالي تقارب المسافات .

- سهولة تبادل الخبرات و انتشار المعرفة .

-ارتفاع معدلات الدخول و الثروات و النظرة للسياحة كضرورة حتمية .

-إهتمام المنظمات و الهيئات الدولية و المجتمع الدولي بالسياحة و أهميتها اقتصاديا اجتماعيا و سياسيا⁴.

³ - عبد الرزاق براهمي و عبد الحفيظ مسكين ، أثر ممارسة الأنشطة التسويقية في دعم و تنمية القطاع السياحي في الجزائر ، الملتقى الوطني حول السياحة في الجزائر الواقع و الآفاق ، معهد العلوم الاقتصادية ، المركز الجامعي – البويرة 12/11 ماي 2010 ، ص04

⁴ - يسرى دعبس ، الإرشاد السياحي ، دراسات و بحوث في أنتروبولوجيا المتاحف ، الطبعة الأولى ، الملتقى المصري للإبداع و التنمية ، مصر ، 2006 ،

الفصل الثاني : السياحة في ظل إدارة الجودة الشاملة

ثانيا : تعريف السياحة :

لايوجد هناك تعريف موحد لظاهرة السياحة بحيث ظهرت العديد من التعاريف المختلفة و هذا راجع إلي إختلاف ميدان الدراسة و وجهات نظر الباحثين فمنهم من يعرفها كظاهرة اجتماعية، و البعض الآخر يعرفها كظاهرة اقتصادية، و منهم من يرى بأنها عامل لبعث العلاقات الإنسانية و التنمية الثقافية فنذكر منها ما يلي :

- عرفها الألماني جوبير فولر سنة 1905 و وصف السياحة في المفهوم الحديث بأنها ظاهرة تنبثق من الحاجة المتزايدة إلى الراحة و تغيير الهواء ، و إلى مولد الإحساس بجمال الطبيعة و نمو هذا الإحساس ، و الشعور بالبهجة و المتعة ، و خاصة بين الشعوب و أوساط مختلفة بين الجماعات الإنسانية ، و هي الاتصالات التي كانت ثمرة اتساع نطاق التجارة و الصناعة و ثمرة وسائل النقل⁵ .

- يعرف HERMAN VON SHOLTERON السياحة على أنها " الاصطلاح الذي يطلق على كل العمليات المتداخلة وخصوصا العمليات الاقتصادية التي تتعلق بدخول الأجانب وإقامتهم المؤقتة ، وانتشارهم داخل وخارج حدود منطقة دولة معينة.

- يعرف HUNZIKER AND KRAFET السياحة "على أنها " مجموعة الظواهر والعلاقات الناشئة عن السفر أو انتقال الأفراد من مكان الإقامة الأصلي، طالما أن هذا الانتقال لا يدخل في إطار النشاط المريح⁶.

وقد عرف مؤتمر الأمم المتحدة للسياحة والسفر الدولي في روما سنة 1963 السياحة على أنها "ظاهرة اجتماعية وإنسانية تقوم على انتقال الفرد من مكان إقامته إلى مكان آخر لفترة مؤقتة لا تقل عن 24 ساعة ، ولا تزيد عن 12 عشر شهرا ، يهدف السياحة الترفيهية أو العلاجية أو التاريخية ، و هي تنقسم إلى نوعين سياحة داخلية و سياحة خارجية .

- وعرفت المنظمة العالمية للسياحة، السياحة بأنها:"انتقال الأفراد من مكان لآخر لأهداف مختلفة، ولفترة زمنية تزيد عن 24 ساعة وتقل عن سنة مع توفير الخدمات المتعلقة بهذا النشاط "⁷.

⁵ - أحمد الجلال ، التخطيط السياحي و البيئي بين النظرية و التطبيق، الطبعة الأولى ، عالم الكتاب ، القاهرة ، مصر ، 1988، ص18

⁶ - جلييلة حسن حسنين ، اقتصاديات السياحة ، منشورات جامعة الإسكندرية ، مصر ، 2003 ، ص 07 .

⁷ - ⁷ - معي محمد مسعد ، الإطار القانوني للنشاط السياحي والفندقي ، المكتب العربي الحديث ، مصر ، دون سنة نشر ، ص61

الفصل الثاني : السياحة في ظل إدارة الجودة الشاملة

- تعريف الجزائر للسياحة :

الجزائر تبنت تعريف المنظمة العالمية للسياحة "OMT" إلا أنها أضافت المفاهيم التي حددتها وزارة السياحة المتعلقة بالسياح والمنشآت الفندقية :

-الداخل : كل مسافر تطأ أقدامه أرض الجزائر، خارج منطقة العبور .

-المسافر : كل شخص يدخل التراب الوطني، مهما كان سبب تنقله و دوافع دخوله، و مهما كانت جنسيته و مكان إقامته، باستثناء السياح في نزهة أو رحلة بحرية و الذين يقيمون في بواجرهم طوال مدة إقامتهم في البلاد.

- الجوال في رحلة بحرية : كل شخص يدخل الحدود البحرية الوطنية و يغادرها في نفس السفينة أو الباخرة التي دخل بها، و التي يقيم على متنها طول مدة إقامته.

- الزائر : كل شخص يدخل التراب الجزائري ولا يمارس نشاطا مأجور و يشمل هذا التعريف :

- السائح : هو زائر مؤقت و لفترة محدودة على الأقل 09 ساعة في الجزائر لأسباب أو لدوافع مختلفة منها:

المتعة و الترفيه، زيارة الأهل و الأقارب، قضاء عطلة، الصحة، الدراسة، الدين، الرياضة، أشغال، مهام، أعمال...الخ

- غير المقيم : هو السائح، الجوال، المسافر، العابر للجزائر باستثناء المتجولين في إطار النزهة أو الرحلة البحرية.

-المتنزه : هو كل زائر مؤقت و له مدة إقامة محدودة في الجزائر لا تتجاوز 09 ساعة بما في ذلك المسافر في رحلة بحرية، باستثناء المسافرين الذين يحكم القانون لا يدخلون التراب الجزائري و كذا سكان الحدود الذين يعملون بالجزائر⁸.

ثالثا : تعريف السائح :

يمارس غالبية البشر التنقل سواء داخل الوطن أو خارجه، فمنهم من ينتقل للحصول على عمل ومنهم من يهاجر، وآخرون لزيارة الأقارب، وآخرون لأغراض سياسية...الخ، وهكذا تتعدد الفئات البشرية التي تنتقل من

⁸- الديوان الوطني للإحصائيات :مجموعة الإحصائيات السنوية رقم 01 ، نشرة ، 2000 ، الجزائر، ص 275.

الفصل الثاني : السياحة في ظل إدارة الجودة الشاملة

مكان الى آخر، والمهم البحث عن الفئات التي تنتقل لأغراض سياحية، ألا وهم السياح. فقد عرف تينارد Tinard : السائح بأنه "كل شخص ينتقل خارج مكان إقامته المعتادة لمدة لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد عن 04 أشهر، وذلك لأسباب ترفيهية، أو صحية أو دراسية، أو الخروج للمهمات والاجتماعات. كما عرف المؤتمر " مؤتمر الامم المتحدة للسفر والسياحة الدوليين بروما "سنة 1963 السائح على أنه "أي شخص يزور دولة أخرى غير الدولة التي اعتاد الإقامة فيها، لأي سبب غير السعي وراء عمل يجزى منه في الدولة التي يزورها " حيث صنف هذا التعريف السياح الى فئتين من الزائرين هما : الزائرين ومسافري الرحلات السريعة.

السائحون Touristes : وهم الزائرون المؤقتون الذين يقيمون أكثر من 24 ساعة في الدولة التي يزورونها .

مسافري الرحلات السريعة Excursionnistes : وهم الزائرون المؤقتون لمدة تقل عن 24 ساعة في الدولة التي يزورونها .

من خلال التعريفين السابقين، نستنتج ما يلي:

-أن انتقال السائح يكون بطرق مشروعة.

-أن فترة الإقامة للسائح تكون من 24 ساعة إلى سنة⁹.

- يعرف السائح حسب الإتحاد الدولي للصحفيين والكتاب السياحيين بفرنسا أنه الشخص الذي يتنقل بغرض ما خارج الأفق الذي إعتاد الإقام فيه وينتفع بوقت فراغه لإشباع رغبة الإستطلاع تحت أي شكل من أشكال هذه الرغبة ولسد حاجة من الإستجمام والمتعة .

- تعريف المنظمة العالمية للسياحة (O.M.T) : تعرف السائح بأنه " كل شخص يسافر خارج موطنه محل إقامته الأصلي لأي سبب من الأسباب غير الكسب المادي سواء كان داخل بلده" السائح الوطني "أو بلد آخر "السائح الأجنبي " لفترة تزيد عن 09 ساعة و حسب ما أقرته منظمة السياحة العالمية فان مواطني أي دولة الذين يعملون خارجها و يتقاضون رواتب في تلك الدولة التي يعملون بها و الذين يحضرون بصفة مؤقتة لزيارة أوطانهم و العودة مرة أخرى، يعدون في عداد السائحين حيث أن إنفاقهم أثناء زيارتهم يعد دخلا إضافيا للاقتصاد القومي من العملات الأجنبية التي يجلبونها معهم نتيجة لعملهم بالخارج"¹⁰.

1 : تصنيفات السياحة : تصنف السياحة وفق مجموعة من المعايير هي :

⁹ - بلاطة مبارك وكواش خالد ، سوق الخدمات السياحية، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد 04 ، جامعة سطيف، 2005 ، ص154

¹⁰ - محمد منير الحجاب، الاعلام السياحي، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، 2003 ، ص22

الفصل الثاني : السياحة في ظل إدارة الجودة الشاملة

- معيار الحدود السياسية : وفق هذا المعيار يكون السائح مواطناً محلياً مقيماً أو شخصاً أجنبياً خارجياً و بموجب ذلك نميز بين شكلين من السياحة
- السياحة الداخلية (السياحة المحلية) : وتشمل حركة السياح المواطنين من حملة جنسية البلد داخل حدود البلد السياسية .
- السياحة الخارجية (السياحة الدولية أو العالمية) : وتشمل حركة السياح من الجنسيات المختلفة عبر الحدود السياسية الدولية¹¹.
- معيار العدد : ويتم تقسيم السياحة وفقاً لهذا المعيار إلى صنفين :
 - السياحة الفردية : أي قيام السائح بمفرده أو بصحبة العائلة بتنفيذ رحلة على حسابه الخاص
 - السياحة الجماعية : يقوم بها مجموعة من الأشخاص بالسفر مع بعضهم البعض مرتبطين برابطة معينة، مثل كونهم زملاء، أصدقاء، أصحاب، أعضاء في نادي أو مدرسة أو رابطة طلابية أو عمالية.
- معيار الغرض من السياحة :
- السياحة الثقافية : تتم عبر زيارة السائح بلاد أجنبية ودارسة أو معرفة شعوبها وخصائصها التي تميزها عن غيرها، وزيارة المعالم الأثرية والحضارية لذلك البلد.
- السياحة العلاجية (الاستشفائية أو الصحية) : حيث يقوم المرضى بالسفر إلى أماكن معينة توفر لهم العلاج من الأمراض التي يعانون منها.
- السياحة الدينية : تعتبر من أقدم أنواع السياحة وتتمثل في زيارة المواقع الدينية، و من أشهر المواقع الدينية التي شهدت زيارات دينية منقطعة النظير مكة المكرمة والمدينة المنورة.
- سياحة الأعمال : هي الزيارات التي يقوم بها أصحاب الأعمال و ممثلي الشركات الكبرى إلى دول خارجية بهدف متابعة أشغالهم، و يلجأ معظم رجال الأعمال إلى الاستجمام في البلد الذي يزورونه¹².
- معيار الإقامة : ويعتمد هذا المعيار على مدة الرحلة السياحية ويمكن التمييز فيه بين نوعين من السياحة :

¹¹- د. أحمد فوزي ملوخية: "مدخل إلى علم السياحة"، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2007م، ص 61

¹²- محمد خميس الزوكة: "صناعة السياحة"، دار المعرفة الجامعية، الطبعة الثانية، مصر، 1998م ص 40

الفصل الثاني : السياحة في ظل إدارة الجودة الشاملة

- السياحة الموسمية:

و سميت بالموسمية لان الطلب السياحي يتحقق في موسم معين من السنة يسمى "موسم الذروة السياحي" حيث تتدفق الأفواج السياحية و بأرقام كبيرة جدا على المواقع السياحية، و يمكن أن تقسم السياحة الموسمية إلى :

- السياحة الصيفية .

- السياحة الشتوية .

- سياحة المناسبات .

- سياحة شبه المقيم : و تعني أن السواح يستقرون فترة طويلة نسبيا في موقع سياحي واحد قد تتعدى شهرا كاملا، و هي تخص في الغالب كبار السن، و تعد السياحة العلاجية خير مثال على سياحة الإقامة¹³.

المطلب الثاني : المناخ السياحي

تتعدد الإمكانات الطبيعية للسياحة الجزائرية بين المقومات الجغرافية و الطبيعية التي تتمتع بها الجزائر في مختلف مناطقها عبر كامل التراب الوطني كالتضاريس ، المناخ السائد و تنوعه ، الشواطئ و المسطحات المائية و المقومات الأثرية التاريخية و تشكل الحمامات المعدنية الطبيعية ، و هذا التنوع و الاختلاف يعد جزءا مهما من المعطيات الطبيعية للسياحة الجزائرية ، مما يساهم في جعل الجزائر بلدا سياحيا من الدرجة الأولى .

أولا -المقومات الجغرافية :

تقع الجزائر في الضفة الجنوبية الغربية لحوض المتوسط ، تحتل مركزا محوريا في المغرب العربي و إفريقيا و البحر الأبيض المتوسط ، بفضل طابعها الجغرافي الاقتصادي و مميزاتها الاجتماعية و الثقافية¹⁴.

لموقع الجزائر أهمية إستراتيجية و خصائص حيوية تجمع بين ميزات نادرة استمدتها من موقعها المتوسط في خريطة العالم ، فهي جسر اتصال و محور التقاء بين أمريكا و إفريقيا ، و بين المغرب العربي و الشرق الأوسط ، و ممرا حيويا للعديد من طرق الاتصال العالمية برا و بحرا و جوا، تبلغ مساحتها 2.381.741 كلم، و يحدها من الشمال البحر الأبيض المتوسط ، و من الشرق تونس و ليبيا و من الغرب المغرب الأقصى و من الجنوب الغربي

¹³ -Philippe Duhamel, Isabelle Socureau ; "le tourisme dans le monde" , Edition colin, Paris, 1998,p52.

¹⁴ - كواش خالد ، مقومات و مؤشرات السياحة في الجزائر ، مجلة اقتصاد شمال إفريقيا ، العدد الأول ، ص215 .

الفصل الثاني : السياحة في ظل إدارة الجودة الشاملة

موريتانيا و الجمهورية العربية الصحراوية ، و يحدها من الجنوب مالي و النيجر تقع الجزائر بين خطي 18 و 30 من خط العرض الشمالي ، و بين 09 من خط الطول الغربي و 12 من خط الطول الشرقي، إذ يبلغ امتدادها الشمالي الجنوبي ب 1900 كلم ، و امتدادها الشرقي الغربي 1200 كلم¹⁵ .

1 : المناخ :

يعد المناخ الداعم و المحرك لحركة السياح و ذلك لتأثيره المباشر على حركة الإنسان و نشاطه و تكمن جاذبية المناخ في تنوعه أو تباينه في الدولة ، و من أمثلة ذلك .

-المناخ المتوسطي : و يشمل المناطق الساحلية من الشرق إلى الغرب بدرجات حرارة سنوية متوسطة تقدر ب 18 °م من أفريل إلى شهر أكتوبر ، و تبلغ درجة الحرارة ذروتها خلال شهري جويلية و أوت حيث تصل إلى 30 °م

-المناخ شبه القاري : يسود في مناطق الهضاب العليا و يتميز بموسم طويل بارد ورطب في الفترة من شهر أكتوبر إلى شهر ماي ، و تصل درجة الحرارة فيه أحيانا إلى أقل من الصفر في بعض المناطق ، أما في باقي أشهر السنة فيتميز بالحرارة و الجفاف ، و تصل درجة الحرارة إلى أكثر من 30 °م .

--المناخ الصحراوي : يسود في المناطق الجنوب و الواحات ، و يتميز بموسم طويل حار من شهر ماي إلى شهر سبتمبر ، حيث تصل درجة الحرارة أحيانا إلى أكثر من 40 °م ، أما باقي أشهر السنة فتتميز بمناخ متوسطي و دافئ مما يسمح بنشاط حركة السواح في فصل الشتاء¹⁶ .

2 : التضاريس : نميز بين إقليمين هما الإقليم الشمالي و الإقليم الجنوبي

1 : الإقليم الشمالي : تقدر مساحته ب 38171 كم² أي 16 % من المساحة الكلية و يتكون من:

- الجبال الأطلس التلي : يمتد على الشريط الساحلي عرضه من 70 الى 150 كم جباله إلتوائية حديثة التكوين:

- جبال ساحلية تتركز في الغرب منها : الونشريس بني شقران تسالة

- جبال داخلية منها : جبال تلمسان (1843م) التي تربط بين مرتفعات سعيدة و الضايا و فرندة الونشريس.

- جبال شرقية هي أكثر ارتفاعا منها جرجرة (1843م) جبال البابور مرتفعات البيان.

تتخلل هذا الجزء سهول و أحواض داخلية : سيدي بلعباس و معسكر الشلف الذي يلتحم مع جبال

¹⁵ - موقع الجزائر الجغرافي و أهميته في العالم ، على الموقع <https://9alam.com/community/threads/muqy-algzar.21356> / تاريخ الإطلاع

14:42 علي الساعة 2017/05/15

¹⁶ - أنواع المناخات ، علي الموقع <http://geographie.yoo7.com/t53-topic> تاريخ الإطلاع 2017/05/15 علي الساعة 14:42.

الفصل الثاني : السياحة في ظل إدارة الجودة الشاملة

التيطري (المدية) .

- الجبال الأطلس الصحراوي : هو كتل مترابطة موازية للأطلس التلي تمتد شرقا من جبال النمامشة إلى الغرب منها : الأوراس (قمة شيليا 2328م) جبال الحضنة أولاد نايل عمور (2008م) جبال القصور (2236م) .

- الهضاب العليا : هضاب شرقية تمتد الى الشرق من جبال الحضنة بين الأطليسين 800م. هضاب غربية تمتد من الحضنة إلى الحدود المغربية ارتفاعها من 650م إلى 1000م تنتشر بها الشطوط وهي مالحة بسبب ارتفاع الحرارة (التبخرو الترسيب) .
- السهول : وتنقسم إلى :

السهول الساحلية:

- سهل عنابة : يمتد من عنابة إلى القالة تجري فيه الأودية والبحيرات.

- سهل بجاية : ضيق يقع عند نهر الصومام ينحصر بين البحر و جبال البابور و لالا خديجة.

- سهل متيجة : سهل واسع ينحصر بين البحر و الأطلس البلدي طوله 100كم و عرضه 20كم.

- سهل وهران : يمتد من الغزوات إلى الشلف تربته ملحية.

- السهول الداخلية : هي على شكل أحواض ارتفاعها 500م تنحصر داخل الأطلس التلي منها : سهل تلمسان سيدي بلعباس معسكر.

2 : الإقليم الجنوبي : مساحته 200000 كم² أي 80% من المساحة الكلية يتكون من صخور بركانية قديمة التكوين ينقسم إلى:

- المنخفض الشمالي الشرقي : هو حوض واسع يمتد من جبال النمامشة و الأوراس ارتفاعه 300م به عدة شطوط مثل شط ملغيغ (-35م) تصب فيه الأودية. و هو غني بالمياه الجوفية (الواحات) .

- الصحراء الشمالية : هي هضبة صخرية تمتد من هضاب ميزاب إلى حمادة الدراع غربا شمال تندوف. (الحمادة هي مساحة واسعة تغطيها صخور جيرية ورملية مصفحة) .

- الصحراء الجنوبية : تنقسم إلى :

- نطاق المرتفعات : في الجنوب الشرقي توجد هضبة الطاسيلي تحيط بها مرتفعات الهقارو هي جبال قديمة التكوين بركانية أعلى قمة بها هي تاهات أتاكور (2918م).

الفصل الثاني : السياحة في ظل إدارة الجودة الشاملة

- نطاق السهول : سهل تنزروفت غرب الهقاريغطي الرق يتكون من الحصى و العروق و هي كثبان رملية مثل : عرق ايقدي و عرق الشاش¹⁷ .

ثانيا :المقومات الأثرية التاريخية :

تتوفر الجزائر على عدد كبير ومهم من المدن القديمة الأثرية العريقة، منها جميلة وتيمقاد وعنابة وتيبازة وغيرها، وتكتسي مختلف هذه المدن أهمية تاريخية وثقافية عالمية، منها ما هو مصنف ضمن التراث العالمي المحمي من قبل منظمة اليونسكو، وهي الآن شواهد قائمة على تاريخ منطقة شمال إفريقيا والصفحة الغربية للمتوسط تفيد الاكتشافات الأثرية والتنقيبات الأثرية في الجزائر، بأن هذا البلد جزء هام من الحضارة الإنسانية العالمية، وكانت الجزائر بفعل موقعها الاستراتيجي الهام والمتميز، مكانا تلاقت وتقاطعت فيه مختلف الحضارات. وقد أدى مرور الحضارة الرومانية والفينيقية على الجزائر كغيرها من دول شمال إفريقيا والجهة الغربية للمتوسط، في إطار الغزو الذي شهده العالم القديم آنذاك، والذي كان يأخذ طابع التوسع تارة وطابع الهجرة والتوطن تارة أخرى، إلى تأسيس مدن كبيرة ذات أنماط متميزة هي الآن مشتركة في عدد من المواقع، منها مدينة تيمقاد وجميلة وبونا وتيبازة وشرشال، وتصف منظمة اليونسكو عددا من هذه المواقع بالشواهد القائمة المدعمة للدراسات المرتبطة بموجات الغزو التي عرفتها وشهدتها منطقة المتوسط خلال القرن السادس قبل الميلاد. مدينة تيبازة هي إحدى هذه المدن، عرفت مجدها أيام حكم الملك النوميدي يوبا الثاني، وحسب منظمة اليونسكو فإن موقع تيبازة يضم أكبر وأعظم المركبات الأثرية التاريخية لمنطقة المغرب العربي، وهي تحمل أكثر الدلالات والشواهد المتميزة التي تسمح بدراسة الاحتكاك والتعاملات التي كانت قائمة آنذاك بين مختلف الحضارات المحلية، وموجات الغزو التي شهدتها المنطقة خلال القرن السادس قبل الميلاد. وكانت المدينة مرفأً فينيقيا، ثم تعرضت للغزو الروماني، وهي الآن مصنفة في قائمة التراث العالمي منذ 1982 . شرشال التابعة حاليا إداريا إلى ولاية تيبازة، مدينة أثرية رومانية، عرفت قديما بمملكة موريطنيا القيصرية وسميت قديما "ايول"، كانت من أهم المدن الرومانية في شمال إفريقيا. مدينة جميلة هي الأخرى مدينة تاريخية، ومعلم أثري بارز في ولاية سطيف، تقع على بعد 50 كيلومترا من مدينة سطيف، هذه الأخيرة التي كانت تعرف آنذاك بمدينة ستيفيس، أسسها الإمبراطور نرفا بين سنوات 96 و98 بعد الميلاد، وتعد أجمل الآثار الرومانية في العالم على الإطلاق، يؤمها العديد من السياح . تيمقاد هي كذلك مدينة أثرية بالشرق الجزائري في ولاية باتنة عاصمة الأوراس، صنفها منظمة اليونسكو إرثا ثقافيا في قائمة التراث العالمي،

¹⁷ - تضاريس الجزائر، علي الموقع https://digiurbs.blogspot.com/2012/11/blog-post_30.html ، تاريخ الإطلاع 2017/05/15 علي الساعة

الفصل الثاني : السياحة في ظل إدارة الجودة الشاملة

والمدينة الأثرية تمثل في شكلها المعماري، مستعمرة عسكرية رومانية تم تأسيسها في القرن الأول للميلاد، وتعد شاهدا على حقبة هامة من تاريخ العمارة الرومانية، وهي في أوج مرحلة لها، ومن جملة ما تضمه هذه المدينة، مسرح روماني يتسع لـ 3500 مقعد، وسوق، ويصف تقرير اليونسكو حولها الصادر في 1982، بالمستعمرة الرومانية القوية العامرة والمزدهرة، وهي تعطي صورة بارزة لعظمة الحضارة الرومانية على الأراضي النوميديّة.

وتعد قلالة الواقعة جنوب عنابة شرق الوطن، مدينة نوميديّة هامة احتلها الفينيقيون ثم تحولت إلى مستعمرة رومانية، تضم حسب المختصين في علوم التاريخ والآثار والهندسة المعمارية أجمل المسارح الرومانية في المنطقة. وغير بعيد عن عنابة توجد مدينة مادور، وهي مدينة تقاطعت بها الحضارات القديمة، اشتهرت بجامعاتها وفلاسفتها. ولا تعدو المدن التي ذكرناها إلا شواهد تاريخية في قائمة طويلة من المعالم والمدن التاريخية التي تزخر بها الجزائر، والتي منها ما تعرض للتخريب والهدم خلال فترة الاحتلال الفرنسي للجزائر بين 1830 و1962، منها القصبة العتيقة التي يرجع تاريخ تشييدها إلى منتصف القرن السادس عشر للميلاد، والتي تم تدمير جزء هام منها وردم جزء آخر من مساحتها السفلى¹⁸.

ثالثا : البنية التحتية : إن تنوع و كثرة الموارد السياحية بالجزائر يستلزم توفر بنية تحتية للوصول إليها و تخص أساسا :

- شبكة النقل : سمحت عملية التطوير لطرقات الجزائر بحيازة شبكة بطول 180039 كلم حسب إحصائيات 2009م و هي موزعة كما يلي : الطرق الوطنية 29.107 كلم الطرق الولائية 23.888 كلم الطرق البلدية 59.044 كلم الطرق الحضرية 68.000 كلم .

دون أن ننسى إنجاز مشروع الطريق السيار شرق غرب علي مسافة 1216 كلم و الذي يعرف إنجاز تجهيزات وفقا للمعايير الدولية تتمثل في 55 محطة دفع و 76 فضاء راحة و 22 مركز صيانة.

كما تتوفر الجزائر علي 53 مطار منها 13 مطارا بمقاييس عالمية للرحلات الدولية إضافة إلي مشروع ميترو الجزائر في شطره الأول علي مسافة 9.5 كلم و الترامواي بالعاصمة.

- شبكة الاتصالات السلكية و اللاسلكية : تمتاز شبكة الاتصالات بالجزائر بتقديم خدمة محلية و دولية مقبولة بعدد 1.5 مليون مشترك في خدمة الأنترنت سنة 2011م .

¹⁸- من آثار الجزائر ، علي الموقع ، <http://www.startimes.com/?t=22967455> ، تاريخ الإطلاع 2017/05/17 علي الساعة 12:08

الفصل الثاني : السياحة في ظل إدارة الجودة الشاملة

كما شهد قطاع الهواتف المحمولة حركية كبيرة ليصبح ثاني أحسن قطاع إستثمار في الجزائر بعد المحروقات حيث أحصي 37.69 مليون مشترك في خدماته بنهاية 2012م موزعين علي متعاملي جيزي 47.55% و موبيليس الحكومية ب 28.31% ثم شركة نجمة (مجموعة "أوريدو" القطرية) التي تسيطر علي 24.14%¹⁹.

المطلب الثالث : أهمية السياحة

السياحة هي أحد المداخل الهامة للمساهمة في حل المشكلة الاقتصادية لما توفره من عملات أجنبية وخلق فرص عمل جديدة باعتبارها نشاطا استثماريا يستقطب رؤوس الأموال المحلية (الوطنية) ورؤوس الأموال الأجنبية في مختلف المشاريع السياحية المباشرة، والمشاريع المكملة للسياحة، وكافة الصناعات المغذية لقطاع السياحة باحتياجاته المختلفة. كما تساعد السياحة على فتح أسواق جديدة للسلع المحلية خاصة تلك المتعلقة بالصناعات التقليدية التي تمثل موروث البلد المستقبل للسواح، كما أنها تساهم في تنمية المناطق النائية والريفية، بالإضافة إلى أن السياحة تمثل إحدى وسائل التفاهم والتلاقي الثقافي والحضاري بين الشعوب.

أولا : الأهمية الاقتصادية :

خلق مناصب عمل : إن القطاع السياحي كثيف التشابك و يرتبط مع العديد من القطاعات الأخرى ، وهذا يعني إمكانية السياحة على توليد فرص العمل بحيث تفوق حدود القطاع السياحي و تمتد لتصل حدود القطاعات الأخرى التي تجهزها بمستلزمات الإنتاج.

فالسياحة لها القدرة على توليد مناصب عمل أكثر من أغلب الأنشطة الصناعية الكلاسيكية، فهي توظف أكثر من (04) مرات بالنسبة لصناعة السيارات و (10) مرات قطاع البناء، فمثلا فندق ب(50) غرفة (100 سرير) يوظف على الأقل (05) عمال دائمين و (10) عمال موسمين و (10) عمال مؤقتين، و المجموعة يكون (12) منصب عمل دائم مباشر يضاف لها مناصب العمل غير المباشرة²⁰.

تدفق رؤوس الأموال الأجنبية : تساهم السياحة في توفير جزء من النقد الأجنبي الناتج عن السياحة في الآتي

- مساهمة رؤوس الأموال الأجنبية في الاستثمارات الخاصة بقطاع السياحة.

-المدفوعات السياحية التي تحصل عليها الدولة مقابل منح تأشيرات الدخول للبلاد.

-فروق تحويل العملة.

¹⁹ - واقع قطاع السياحة في الجزائر وأفاق تطوره، علي الموقع <http://platform.almanhal.com/Files/?ID=T2-82867-MLA0032954.pdf> تاريخ

الإطلاع 2017/05/18 علي الساعة 15:10

²⁰ - J.M. Hoerner, *Géographie de l'industrie touristique*, Ellipses, Edition Marketing S.A, Paris, 1997, p: 40.

الفصل الثاني : السياحة في ظل إدارة الجودة الشاملة

-الإنفاق اليومي للسائحين مقابل الخدمات السياحية ، بالإضافة إلى الإنفاق على الطلب على السلع الإنتاجية و الخدمات لقطاعات اقتصادية أخرى .

رفع الإستثمارات و المشاريع : يؤدي النشاط السياحي إلى تحسين الوضع الاقتصادي و تقويته إذ يترتب على ذلك زيادة الاستثمار في المشروعات المختلفة ومنها المشروعات السياحية مما يؤدي إلى تزايد فرص العمالة وزيادة الدخل حيث أنها تفتح مجالات مختلفة للاستثمار مثل الفنادق و المطاعم وشركات السياحة ووكالات السفر ومراكز الاستشفاء ومراكز الرياضة والترويج والقرى السياحية والبواخر ووسائل النقل السياحي بالإضافة إلى المشروعات الكبرى مثل تخطيط مدن سياحية متكاملة.

ومن ناحية أخرى يترتب على دخول الاستثمارات الأجنبية زيادة خبرة المستثمرين المحليين لاختلاطهم بالمستثمرين الأجانب والأخذ بأساليب البحث العلمي والتطور التكنولوجي ومن هنا تزداد الأهمية النسبية للدخل السياحي من حيث مساهمته في تمويل وتنفيذ خطط التنمية الشاملة وخاصة في ظل عدم استقرار أو عدم استمرارية مصادر الدولة من النقد الأجنبي²¹ .

ثانيا : الأهمية الاجتماعية و الثقافية و السياسية و البيئية :

1 : الأهمية الاجتماعية : تكمن أهمية قطاع السياحة من الناحية الاجتماعية فيما يلي:

-زيادة الوعي الثقافي و الاجتماعي بمختلف عادات و شعوب الطرف الآخر (السياح) .

-زيادة اهتمام الشعوب المضيفة بعادات و شعوب و قيم أجدادها و آبائها و الحفاظ عليها من الزوال .

-توفر عادات السياحة ملاذا للكثير من الطبقات الكادحة، و التي تجد فرصة للعمل في المجال السياحي بما يوفره من مناصب شغل .

-رفع مستوى الشعور بالانتماء الوطني من خلال التبادل الثقافي و الحضاري .

-تحسين نمط حياة الأفراد ، و تحسين مستوى معيشتهم مما يخلق التوازن الاجتماعي .

²¹- احمد ماهر عبد السلام أبو قحف :تنظيم و إدارة المنشآت السياحية و الفندقية"، الطبعة الثانية، المكتب العربي الحديث، مصر1999م، ص17

الفصل الثاني : السياحة في ظل إدارة الجودة الشاملة

-التفاعل و الاحتكاك بين سكان المنطقة السياحية المزاراة من جهة و من جهة السياح، سواء كانوا من حملة جنسية نفس البلد أو جنسيات أخرى ، الأمر الذي يفضي إلى التبادل الاجتماعي²² .

2 : الأهمية الثقافية : للسياحة أهمية ثقافية نذكر منها :

-تعد السياحة أداة للاتصال الفكري و تبادل الثقافة و العادات و التقاليد بين الشعوب ، و أداة لإيجاد مناخ مشبع يروج للتفاهم و التسامح بينهم ، كما تعتبر كذلك أداة للتبادل المعرفي (تداول العلوم و المعارف) .

-تساهم السياحة في انتشار ثقافات الشعوب و حضارات الأمم بين أقاليم العالم المختلفة ، و توطيد العلاقات بين الشعوب و زيادة معرفة شعوب الأرض ببعضهم أي انفتاحهم على مختلف ثقافات العالم .

-توفر السياحة التمويل اللازم للحفاظ وصون التراث و المواقع الأثرية و التاريخية، و التي تعد جزءا من ذاكرة وثقافة البلدان المضيضة .

-تساعد على إنشاء المنتزهات و تعمل على المحافظة على البيئة و حمايتها ، و تزيد من الوعي البيئي لدى أفراد المجتمع .

-تحقيق إدارة جيدة للنفايات للتخلص منها بشكل علمي سليم .

3 : الأهمية السياسية :

-تؤدي السياحة إلى تحسين العلاقات بين الدول.

- إن النتائج الايجابية للسياحة على المستوى الاقتصادي و الاجتماعي تساهم في حل الكثير من المشكلات السياسية.

4 : الأهمية البيئية : تكمل الأهمية البيئية للسياحة من خلال ما يلي:

-الوعي المتزايد بأهمية البيئة و ضرورة حمايتها خاصة بعد الأضرار البالغة لها نتيجة ممارسات الأفراد من جهة وممارسات الشركات و المصانع من جهة أخرى ، و بالتالي بدأ الوعي و العمل الميداني في تزايد من أجل العمل على

²² - مثنى طه الحوري و إسماعيل محمد علي الدباغ ، مبادئ السفر و السياحة ، الطبعة الأولى ، مؤسسة الوراق ، الأردن ، 2001، ص125

الفصل الثاني : السياحة في ظل إدارة الجودة الشاملة

إنقاذ البيئة و استدامتها للأجيال القادمة، و تجسد ذلك في ثقافة متكاملة تتمثل في الثقافة البيئية لدى الأفراد انعكست في الجانب السياحي فيما يسمى بالسياحة البيئية²³.

المبحث الثاني : عملية الإتصال و التسويق و المناقسة في السياحة

تعد عملية الإتصال و التسويق السياحي وظيفة أساسية تعتمد على دراسة وتحديد حاجات ورغبات المستهلكين ، وبالتالي تصميم وتقديم سلع وخدمات توافق تطلعات المستهلك مما يعود إيجابا علي قدرة المؤسسة التنافسية وحصتها السوقية .

المطلب الأول : التسويق و الإتصال السياحي

أولا : التسويق السياحي :

1 : تعريف التسويق السياحي وركائزه : هناك عدة تعاريف للتسويق السياحي سوف نتطرق إلي تعريفين هما :

- تعريف كريد باندروف (Krid Pendrof) حيث عرف التسويق السياحي على أنه "التنفيذ العملي المنسق لسياسة الأعمال من قبل المشاريع السياحية ، سواء كانت خاصة أم عامة ، على المستوى المحلي أو الإقليمي أو الدولي ، وهذا بغرض تحقيق الإشباع لموعة من المستهلكين (السياح)، وبما يحقق عائدا ملائما يضمن استمرارية النشاط"²⁴.

- تعريف بارتليس (Bartles) عرف التسويق السياحي عل أنه "عملية موجهة نحو السائحين تهدف إلى تأمين وتلبية احتياجاتهم الاستهلاكية ، وذلك عبر القنوات التوزيعية للمؤسسات السياحية المختلفة ، والتي تتفاعل مع هؤلاء السائحين تحت ضغط وقيود البيئة الخارجية التي تنشط فيها هاته المؤسسات السياحية"²⁵.

كما يعتمد التسويق السياحي على ثلاث ركائز هي:

-دراسة الحاجات والرغبات والإمكانيات والأذواق المتصلة بالمستهلكين أو المستخدمين في الأسواق المستهدفة للسلع والخدمات محليا وخارجيا.

²³- مخلوفي عبد السلام ، دور السياحة في التنمية المحلية ، الملتقى الدولي حول واقع ومستقبل الصناعات التقليدية في الجزائر ، دار الثقافة ، بشار ، 2003، ص04

²⁴- فراح رشيد ، دور التسويق السياحي في دعم التنمية السياحية والحد من أزمات القطاع السياحي ، المؤتمر العلمي الدولي حول " السياحة رهان التنمية – دراسة حالة تجارب بعض الدول " ، مرجع سبق ذكره ، ص07

²⁵- فراح رشيد ، دور التسويق السياحي في دعم التنمية السياحية والحد من أزمات القطاع السياحي ، نفس المرجع السابق ، ص08

الفصل الثاني : السياحة في ظل إدارة الجودة الشاملة

-تحديد ذلك القدر من الإشباع الذي تحصل عليه مؤسسة إنتاجية أو تسويقية أو كلاهما معا.

-توجيه كافة الجهود والأنشطة داخل المؤسسة وبإشراف مباشر من الإدارات العليا²⁶.

هدف وأهمية التسويق السياحي :

1 : هدف التسويق السياحي : يسعى التسويق السياحي إلى تحقيق الأهداف التالية :

-إرضاء السائح :الهدف الأساسي من التسويق السياحي هو إرضاء المستهلك ، حيث يحصل السياح على الخدمات المناسبة بأسعار منافسة وبطريقة مرضية وملائمة ومتوافقة مع توقعاتهم وأذواقهم .

-جعل الاقتصاد التشغيلي ممكنا : وذلك من خلال الاستغلال الأمثل للموارد؛

-تحقيق الأرباح : إذ يعمل التسويق السياحي على مساعدة المؤسسة في تحقيق الأرباح وإعطاء صورة جيدة عن المؤسسة السياحية .

-احتكار سوق سياحي معين و تقديم خدمات سياحية متميزة بأسعار معقولة .

2 : أهمية التسويق السياحي ووظائفه.

-التسويق يساعد على دراسة سلوك المستهلك ، فإذا تمكنا من دراسة سلوك المستهلك يصبح من السهل دراسة درجة أو مستوى توقعهم .

-يساعد التسويق السياحي على زيادة حدة التنافس ، إذ تلعب حدة المنافسة بين المؤسسات السياحية دورا كبيرا في تقديم خدمات مناسبة وبأسعار منافسة .

-يسهل التسويق السياحي عملية تخطيط المنتج السياحي .

-يساهم التسويق السياحي في تسهيل عملية تحديد الأسعار ، وذلك من خلال جعلها أكثر مصداقية من خلال معرفة كاملة بالظروف المتغيرة في السوق ؛ كما يساهم في تطوير عمليات الترويج ، حيث تلعب الاستراتيجيات التسويقية دورا هاما في التأثير على المستهلك ، كما تلعب الإعلانات التجارية والحملات الدعائية أهمية كبيرة في التأثير على سلوك المستهلك ويعمل التسويق السياحي على تحقيق ثلاث وظائف هي :

²⁶- عبيدات محمد ، التسويق السياحي حل سلوكي، الطبعة الثالثة ، دار وائل للنشر ، الأردن ، 2008 ، ص16

الفصل الثاني : السياحة في ظل إدارة الجودة الشاملة

-الاتصال : وهي عملية إقناع المستهلكين بملائمة الخدمات السياحية مع توقعاتهم ورغباتهم.

-التنمية :عن طريق تخطيط وتنمية المتاحات الجديدة.

-المراقبة :وتعمل على الاستعمال الفعال للإمكانيات السياحية المتوفرة²⁷ .

ثانيا : المزيج والترويج التسويقي السياحي :

1 : المزيج التسويقي السياحي

أ-تعريف المزيج التسويقي السياحي : يعرف المزيج التسويقي السياحي على أنه "مجموعة من المتغيرات القابلة للسيطرة والتي يمكن للمنظمة السياحية الموجودة في المنطقة التي تستخدمها لبلوغ الأهداف السياحية في الأسواق المستهدفة والمحددة مسبقا."

- عناصر المزيج التسويقي السياحي : يتكون المزيج التسويقي من أربعة عناصر أساسية وهي المنتج، السعر، الترويج ، التوزيع كما قام (judd) عام 1986 بإضافة عنصر الأفراد ، وأضاف (koller) عام 1986 العلاقات العامة ، وأضاف (magrath) في نفس السنة الأفراد والتسهيلات المادية وعمليات الإدارة ، وبالتالي أصبح للمزيج التسويقي سبعة عناصر .

-الخدمة (المنتج السياحي) : وهو عبارة عن مجموعة من العناصر داخل إقليم الدولة ، حيث يشكل المنتج السياحي مصدرا مهما لجلب السياح.

-التسعير السياحي : وهو يعبر عن كافة مصاريف الإنتاج السياحي من تكاليف الإطعام ، النقل والإيواء، وغيرها من الخدمات السياحية المرافقة.

-التوزيع السياحي : ويعتمد التوزيع السياحي على قناتين هما طريقة التوزيع المباشر وذلك بالاتصال المباشر مع المستهلكين النهائيين ، وطريقة التوزيع غير المباشرة وتعمل على توزيع الأعباء ومصاريف على مختلف المتعاملين والوسطاء في عملية التوزيع السياحي .

- الترويج السياحي :يمثل مختلف الجهود الترويجية المبذولة عن طريق مختلف وسائل الاتصال

المختلفة بغية توضيح الصورة السياحية للبلد .

²⁷- عبيدات محمد ، التسويق السياحي حل سلوكي، الطبعة الثالثة ، دار وائل للنشر ، الأردن ، 2008 ، ص16

الفصل الثاني : السياحة في ظل إدارة الجودة الشاملة

- الأفراد :ويقصد به ذلك العنصر البشري الذي يقوم بكافة الخدمات السياحية و يشارك في تقديمها .
- التسهيلات المادية :وترتبط هذه التسهيلات بوجود الأماكن السياحية كالحدائق والمساحات الخضراء ، وكذلك الهندسة المعمارية للمباني وتأثيرها ، ونوع الأماكن السياحية والآثار السياحية والأماكن الاستجمامية .
- عمليات الإدارة : وترتبط بإدارة الوظائف التسويقية من خلال تحليل وتخطيط وتنفيذ البرامج السياحية المصممة.
- قنوات المزيج التسويقي السياحي :وهذه القنوات هي عبارة عن شبكات التي يصل من خلالها المنتج السياحي إلى السوق ، وتتكون هذه القنوات من :
- وكالات السفر :حيث تقوم ببيع خدمات السفر للجمهور والقيام كذلك بعمليات الحجز ، وبيع التذاكر مقابل عمولات .
- وكالات السياحة : تقوم بتحضير مخطط أو رزمة سفر (نقل، إقامة، إ طعام، ترفيه) لمدة معينة تعرضها للزبائن الراغبين فيها .
- نوادي وجمعيات السفر :وتعتمد في نشاطها على وكالات السفر والسياحة ، وتعمل على تصميم رحلات سياحية خاصة لأعضائها²⁸ .

2 : الترويج السياحي

فيعرف على أنه "كافة الجهود المباشرة وغير المباشرة التي تهدف إلى تحقيق الأهداف المحددة لها في الإستراتيجية التسويقية السياحية العامة لهذا البلد ، أو في هذا الموقع أو حتى هذا الفندق أو ذاك وباستخدام المزيج الترويجي الأكثر ملائمة" .

- وسائل الترويج السياحي :يتم الترويج السياحي عبر عدد من الوسائل من أهمها ما يلي:
- الإعلان : يعتبر العنصر الديناميكي الفعال من عناصر المزيج الترويجي، فهو يقوم بخلق الوعي والحاجة لدى المستهلكين بخصوص المنتج موضوع الإعلان .

²⁸ - صحراوي بن شيحة و بن حبيب عبد الرزاق ، دور التسويق السياحي في تحقيق التنمية الاقتصادية و الاجتماعية في دول المغرب العربي ، المؤتمر العلمي الدولي حول " السياحة رهان التنمية – دراسة حالة تجارب بعض الدول " ، ص 05

الفصل الثاني : السياحة في ظل إدارة الجودة الشاملة

-العلاقات العامة : تلعب العلاقات العامة دورا مهما في دعم التدفق السياحي، وقد تكون طبيعة هذه العلاقات داخلية وخارجية ، فالعلاقات الداخلية تركز على تنمية أواصر التعاون والتنسيق بين كافة المؤسسات السياحية، أما العلاقات الخارجية فتتمثل في إقامة علاقات تعاون مع السفارات ومنظمي الرحلات الدولية ووكالات السفر الدولية.

-البيع الشخصي :يعني التقديم الشخصي والشفهي لسلعة أو خدمة أو فكرة بهدف دفع الزبون المرتقب نحو شرائها أو الإقناع بها.

-الدعاية :تعبر الدعاية عن مجموعة من الأخبار وترويجها حول الخدمة السياحية أو مكان أو شخص أو فكرة وتتميز الدعاية بكونها مجانية أي تحقيق غرض دون تكلفة تذكر.

-تنشيط المبيعات : ويراد بذلك النشاط الذي يستخدم كحافز مباشر لشراء أو تجربة سعة أو خدمة ، والذي يمكن توجيهه إلى كل من المستهلكين و الوسطاء والبائعين .

-أهداف الترويج السياحي : يعمل الترويج السياحي على تحقيق الأهداف التالية :

-تعريف منافذ التوزيع من وسطاء ومنظمي رحلات سياحية ووكلاء السفر... الخ.

-محاولة التأثير على المدركات الحسية بالشكل الذي يخدم الأهداف المسطرة في الإستراتيجية السياحية.

-إقناع السياح المحتملين في الأسواق المستهدفة²⁹.

ثانيا : المنتج السياحي : صنف "Rober Manquer" المنتج السياحي إلى ثلاث عناصر أساسية وهي :

- مجموعة التراث المتكون من الموارد الطبيعية، الثقافية، الصناعية والتاريخية التي تجذب السائح .

- مجموعة التجهيزات التي لا تعتبر العامل الأساسي في جذب السائح غير أن عدم توفرها يمنع السائح من السفر، كوسائل النقل المختلفة، ووسائل الإيواء والإطعام، والتجهيزات الثقافية والرياضية والترفيهية.

- مجموعة الإجراءات الإدارية المتعلقة بتسهيلات الدخول والخروج ذات العلاقة بوسائل النقل التي يستخدمها السائح للوصول إلى المنطقة المرغوب فيها.

²⁹- عبيدات محمد، مرجع سبق ذكره، ص123

الفصل الثاني : السياحة في ظل إدارة الجودة الشاملة

أما تصنيف منظمة السياحة العالمية للمنتوج السياحي فكان اشمل من التصنيف السابق و تضمن سبعة عناصر وهي :

-التراث الطبيعي و ما يحتويه من مقومات سياحية طبيعية كالبهار و الأنهار و الصحاري و الجبال.

-التراث الطاقوي التقليدي مثل الطرق المستخدمة في استخراج المياه و في الطواحن.

-التراث البشري و ما يتضمنه من التنوع في أنماط الحياة كالعادات و التقاليد و غيرها.

-الجوانب التنظيمية و الإدارية و السياسية.

-الجوانب الاجتماعية مثل بنية المجتمع، العرق، الدين و اللغة.

-الأنشطة الاقتصادية و المالية.

-التسهيلات الخدمية كوسائل النقل، الإيواء و المطاعم³⁰.

ثالثا : تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات

يرى هاربرت سيمون أن " : تكنولوجيا الإعلام و الاتصال تساعد على جعل كل معلومة مسموعة أو رمزية أو مرئية أو تقرأ على حاسوب أو كتب أو مذكرات تخزن ذاكرات الكترونية أي أن تكنولوجيا الإعلام و الاتصال هي نتيجة لتلافي التكنولوجيات المتنوعة مما يسمح بتبادل و معالجة المعلومات عن طريق وسائل اتصالية جد متطورة مثل شبكة الانترنت التي أخذت بعد جديد في نشر و اقتسام المعلومات و هي ليست فقط شبكة معلوماتية و لكن إعلام جديد للاتصال و مركز لتبادل المعرفة و نشرها.

- السياحة الالكترونية :

تعرف السياحة الالكترونية على أنها " تلك الخدمات التي توفرها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بغرض انجاز وترويج الخدمات السياحية والفندقية عبر مختلف الشبكات المفتوحة والمغلقة ، بالاعتماد على مبادئ وأسس

³⁰ - بديعة بوعقلين " :السياسات السياحية في الجزائر و انعكاساتها على العرض و الطلب السياحي – دراسة حالة ولاية تيبازة"، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر 1996، ص 111.

الفصل الثاني : السياحة في ظل إدارة الجودة الشاملة

التجارة الالكترونية ، وتتعدى في الواقع مفهومها إلى أبعد من ذلك ، فهي تشمل السياحة المتنقلة أو الجواله المستخدمة للأجهزة الالكترونية المحمولة وغيرها³¹ .

التسويق السياحي الالكتروني وميزاته :

يعرف التسويق الالكتروني بأنه تطبيق الانترنت والتقنيات الرقمية ذات الصلة لتحقيق الأهداف التسويقية "

وما يميز التسويق السياحي الالكتروني ما يلي :

-انخفاض أسعار المنتجات السياحية التي يتم تسويقها عبر الانترنت مقارنة بالسلع الأخرى، وهذا نظرا لاختفاء بعض المصاريف كالإيجار والكهرباء .

-التسوق على مدار 24 ساعة وتوفير تشكيلة واسعة من المنتجات أو العلامات التجارية .

-إتاحة الفرصة لإجراء مقارنات لأسعار الخدمات السياحية قبل شرائها .

-يساعد التسويق السياحي الالكتروني المستهلكين الذين لا يتوفر لديهم الوقت الكافي في الوصول إلى ما يرغبونه من منتجات بأسرع وأسهل وسيلة³² .

أهداف التسويق السياحي الالكتروني وعناصره.

يمكن إجمال أهداف التسويق السياحي الالكتروني في :

-تحسين مبيعات الخدمات الفندقية والسياحية .

-تقديم عروض خاصة لترويج المبيعات إلى السائح .

-تزويد السائح بالرسائل الإخبارية والنشرات الالكترونية وتمكنه من الوصول إلى ما يحتاج من بيانات ومعلومات وخدمات .

-تطوير وتحسين الاتصالات الداخلية بين المؤسسات السياحية .

³¹ - تقرورت محمد، السياحة والتسويق السياحي في الجزائر -الإمكانيات و التحديات التنافسية. جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 26/25 أكتوبر 2009م.

³² - عبد السلام أبو قحف وآخرون ، التسويق ، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2006 ، ص 427

الفصل الثاني : السياحة في ظل إدارة الجودة الشاملة

- النقل الالكتروني للبيانات داخل المؤسسة السياحية .
- تسريع الإجراءات وتحسين الأداء في تقديم الخدمات الفندقية .
- تختلف عناصر التسويق السياحي الالكتروني مع عناصر التسويق السياحي التقليدي من حيث مضمون هذه العناصر ، ولكنها تبقى مشتركة بين كل من الأسلوبين وذلك كما يلي :
- التسعير :يستطيع السائح معرفة الأسعار المنافسة للخدمات السياحية حول العالم من خلال شبكة الانترنت.
- الترويج :تعمل شبكة الانترنت على التقاء واحتكاك الجماهير مع بعضها البعض ، وبالتالي التعريف بالمنتج السياحي.
- التوزيع : تتيح التجارة الالكترونية الاتصال المباشر بين مقدم الخدمة السياحية والسائح في العالم .
- المستهلكين :أتاحت شبكة الانترنت إمكانية الوصول إلى المستهلكين وإرضائهم ، وبالتالي أزال الحواجز المادية بين المنتجين والمستهلكين.
- توصيل الخدمة : تعمل تقنيات الاتصال والمعلومات على إيصال الخدمة دون الحاجة إلى مقدم الخدمة والإتصال الشخصي³³.

المطلب الثاني : الميزة التنافسية في ظل إدارة الجودة الشاملة

- تعد جودة المنتجات عنصرا أساسيا في المنافسة بين المؤسسات فهي تعتبر ميزة تنافسية تسعى جميع المؤسسات لتحقيقه من أجل المحافظة على حصتها السوقية وتحسينها، وهذا من خلال تقديم منتجات لا تقل قيمة عن منتجات المنافسين، وبأسعار أقل، أو تقديم منتجات ذات خصائص منفردة .
- وقبل التطرق إلى الميزة التنافسية يجب علينا أولاً أن نعرف التنافسية :
- يعرف موري وماكفنديج التنافسية علي أنها المؤسسة المربحة والقادرة على زيادة ربحيتها من خلال رفع الإنتاجية أو خفض تكلفة الإنتاج أو تحسين الجودة أو كل معا.

³³ -مخلوفي عبد السلام وبودي عبد الصمد ، أهمية التسويق السياحي عبر الانترنت في تحقيق السياحة المستدامة ، الملتقى الدولي حول " اقتصاديات السياحة و دورها في التنمية المستدامة ، دار الثقافة ، بشار ، ص05 .

الفصل الثاني : السياحة في ظل إدارة الجودة الشاملة

- وهناك من عرفها على أنها " القدرة على الصمود أمام المنافسين بغرض تحقيق الأهداف من ربحية ونمو واستقرار وتوسع وابتكار وتجديد".

تعريف الميزة التنافسية :

- هي قدرة المؤسسة على جذب الزبائن وبناء المكانة الذهنية لها كمؤسسة، أو لمنتجاتها وزيادة القيمة المدركة من قبلهم وتحقيق رضاهم.

- تنشأ الميزة التنافسية "بمجرد توصل المؤسسة إلى اكتشاف طرق جديدة أكثر فعالية من تلك المستعملة من قبل المنافسين، حيث يكون بمقدورها تجسيد هذا الاكتشاف ميدانيا. وبمعنى آخر بمجرد 2 إحداث عملية إبداع بمفهومه الواسع³⁴.

خصائص الميزة التنافسية: من أهم خصائصها ما يلي :

- أن تكون متجددة وفق معطيات البيئة الخارجية من جهة وقدرات وموارد المؤسسة الداخلية من جهة أخرى .

- أن تكون مرنة بمعنى يمكن إحلال ميزات تنافسية بأخرى بسهولة ويسر وفق اعتبارات التغيرات الحاصلة في البيئة الخارجية .

- أن تكون متميزة ومستدامة بمعنى أن تحقق المؤسسة السبق على المدى الطويل وليس المدى القصير .

- أن يتناسب استخدام هذه الميزات التنافسية مع الأهداف والنتائج التي تريد المؤسسة تحقيقها في الأمدين القصير والبعيد .

- إن الميزات التنافسية تتسم بالنسبية مقارنة بالمنافسين أو مقارنتها في فترات زمنية مختلفة فهذه الصفة تجعل فهم الميزات في إطار مطلق صعب التحقيق.

أنواع الميزة التنافسية :

³⁴- ثمار البكري، إستراتيجية التسويق، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص19

الفصل الثاني : السياحة في ظل إدارة الجودة الشاملة

المؤسسة تتفوق على المنافسين، إما بفعل قلة تكاليفها وانجذاب المستهلك إلى السعر المنخفض، إما أن تتفوق عن طريق سرعة التمايز في مختلف سياسات المزيج التسويقي، وعليه يمكن القول بصفة عامة بأن هناك نوعين من المزايا التنافسية.

- التكلفة الأقل : معناها أن الشركة تعمل على تصميم، وتصنيع، وتسويق منتج أقل تكلفة بالمقارنة مع الشركات المنافسة مما يؤدي في النهاية إلى تحقيق عوائد أكبر . وتعتبر عملية خفض التكاليف من أحد المقومات الأساسية لزيادة القدرة التنافسية للمنتج واستمرار تزايد هذه القدرة، حيث أن تخفيض التكاليف ينجم عنه خفض الأسعار إلى المدى الذي يتعدى قدرة المنافسين .

- تمييز المنتج : معناه قدرة المؤسسة على تقديم منتج له قيمة مرتفعة من وجهة نظر المستهلك وجودة أعلى، وخصائص خاصة بالمنتج، خدمات ما بعد البيع أي عندما يكون بمقدورها الحياة على خصائص فريدة تجعل الزبون يتعلق بها .

ثانيا : دور الجودة الشاملة في تحقيق ميزة تنافسية من خلال تعزيز رضا العميل :

لقد أصبحت المؤسسات تشعر بمسؤولياتها تجاه العملاء لأنهم أساس الأرباح التي تحققها، إذ أصبحت تحرص على الالتزام بالموصفات السلعية ومحاربة الغش التجاري والرقابة على المنتجات لضمان تطبيق معايير الجودة الشاملة، مما يؤدي إلى تحقيق ولاء العملاء للمنتج وانخفاض معدل التحول لمنتجات المؤسسات المنافسة، فالجودة تمثل ما يجده العميل في المنتج أو الخدمة وما هو مستعد للدفع من أجل الحصول عليه، ويعد العميل الحكم النهائي على المنتج أو الخدمة التي تقدمها المؤسسة، وهو أساس نجاح أو فشل هذه الأخيرة، وهو الهدف الذي تصبو كل مؤسسة لبلوغه من خلال الجودة الشاملة. إذ أصبح العميل يشكل جزءا لا يتجزأ من المؤسسة، و بيده تحديد مصير المؤسسة، إذ لا يمكن للمؤسسة أن تضمن بقائها دون وجود عملائها³⁵.

وفي هذا المجال، يجب أن تركز المؤسسة على عملية التحسين المستمر للأداء والمهارات عمالها مع تطبيق أسس ومبادئ إدارة الجودة الشاملة، وذلك بهدف تقديم المنتج أو الخدمة التي تحقق رضا العميل .

أثر مواصفات الإيزو 9000 على تنافسية المؤسسة :

³⁵- آسية دهنون، دور نظام الجودة الشاملة في تحقيق الميزة التنافسية، مذكرة ماستر، ص34-36

الفصل الثاني : السياحة في ظل إدارة الجودة الشاملة

إن تطبيق نظام الإيزو 9000 يؤدي إلى تهيئة إنسجام في الأداء وعلاقات داخلية وخارجية فاعلة، ويحسن من صنع القرار الإداري، كما يهيئ تحسنا مستمرا، وتخفيضاً في التكاليف إضافة إلى مزايا جوهرية وفوائد كثيرة، تعود على التنظيم والأفراد هي:

- أداء منسجم على مستوى المؤسسة في استخدام طرق العمل .
- توليد الثقة القوية لدى العملاء، فالعملاء بحاجة إلى أن يثقوا بقدرات المؤسسة على الإرتقاء لمستوى طموحاتهم، وإلتزاماتها بالجودة حيث أن العملاء ليسوا بحاجة إلى وعود بالجودة .
- التحسين المستمر : إن مواصفة الإيزو 9000 تركز على منع حدوث الأخطاء بدلا من إكتشافها بعد حدوثها، بمعنى أنها تركز على الوقاية أكثر من تركيزها على العلاج
- زيادة في القيمة المضافة : يؤدي نظام الإيزو 9000 الذي يمنع الأخطاء قبل حدوثها من خلال مراقبة محكمة، إلى زيادة القيمة المضافة التي تتولد من إدارة العمليات .
- يوفر النظام ميزة تنافسية مؤثرة : إن نظام الإيزو 9000 يوفر للمؤسسات الحاصلة على شهادة الإيزو ميزة تنافسية، وسمعة مميزة، وهذه الشهادة تكون بمثابة شهادة موضوعية مؤكدة لوجود نظام نشط، وفاعل للجودة في المؤسسة
- إعطاء القدرة على تحديد، وتخطيط المهام والأساليب للأداء، للحصول على نتائج صحيحة .

المطلب الثالث : الأداء في ظل إدارة الجودة الشاملة

أولا : تعريف الأداء

- ويعرفه Jean Yves : علي أنه مجموعة من المعايير الملائمة للتمثيل و القياس التي يحددها الباحثون و التي تمكن من إعطاء حكم تقييمي على الأنشطة و النتائج و المنتجات و على أثار المؤسسة على البيئة الخارجية³⁶ .
- ويعرفه (Ingram et Mcdonnell, 1996) : علي أن الأداء " يعتبر نتيجة لتحقيق أهداف المنظمة كما أنه يعتبر أيضا مقياس النجاح " .

³⁶ - Jean Yves saulquin , "Gestion des ressources humaines et performance des services : les cas des etablissements socio-sanitaire", Revue de gestion des Ressource Humaines n°36, Editions Eska, Paris , Juin 2000, p20.

الفصل الثاني : السياحة في ظل إدارة الجودة الشاملة

ثانيا : أنواع الأداء :

1 : حسب معيار المصدر :

وفقا لهذا المعيار، يمكن تقسيم أداء المؤسسة إلى نوعين، الأداء الذاتي أو الداخلي والأداء الخارجي

الأداء الداخلي : كذلك يطلق عليه اسم أداء الوحدة أي أنه ينتج بفضل ما تملكه المؤسسة من الموارد فهو ينتج أساسا من التوليفة التالية:

-**الأداء البشري :** وهو أداء أفراد المؤسسة الذين يمكن اعتبارهم مورد استراتيجي قادر على صنع القيمة وتحقيق الأفضلية التنافسية من خلال تسيير مهاراتهم

- **الأداء التقني :** ويتمثل في قدرة المؤسسة على استعمال استثماراتها بشكل فعال .

- **الأداء المالي :** ويكمن في فعالية تعبئة واستخدام الوسائل المالية المتاحة.

فالأداء الداخلي هو أداء متأتي من مواردها الضرورية لسير نشاطها من موارد بشرية، موارد مالية، موارد مادية.

الأداء الخارجي : هو الأداء الناتج عن التغيرات التي تحدث في المحيط الخارجي للمؤسسة فالمؤسسة لا تسبب في إحداثه ولكن المحيط الخارجي هو الذي يولده. فهذا النوع بصفة عامة يظهر في النتائج الجيدة التي تتحصل عليها المؤسسة كارتفاع رقم الأعمال نتيجة لارتفاع سعر البيع أو خروج أحد المنافسين.

2 : حسب معيار الشمولي :

حسب هذا المعيار يقسم الأداء داخل المنظمة إلى أداء كلي وأداء جزئي :

الأداء الكلي : يتمثل الأداء الكلي للمؤسسة في النتائج التي ساهمت جميع عناصر المؤسسة أو الأنظمة التحتية في تكوينها دون انفراد جزء أو عنصر لوحده في تحقيقها. فالتعرض للأداء الكلي للمؤسسة يعني الحديث عن قدرة المؤسسة على تحقيق أهدافها الرئيسية بأدنى التكاليف الممكنة.

الأداء الجزئي : على خلاف الأداء الكلي، فإن الأداء الجزئي هو قدرة النظام التحتي على تحقيق أهدافه بأدنى التكاليف الممكنة. فالنظام التحتي يسعى إلى تحقيق أهدافه الخاصة به، لا أهداف الأنظمة الأخرى. وتحقيق مجموع أداءات الأنظمة التحتية يتحقق الأداء الكلي للمنظمة .

3 : حسب المعيار الوظيفي :

ينقسم الأداء في هذه الحالة حسب الوظائف المسندة إلى المؤسسة التي يمكن حصرها في الوظائف الخمس

الفصل الثاني : السياحة في ظل إدارة الجودة الشاملة

التالية : الوظيفة المالية، وظيفة الإنتاج، وظيفة الأفراد، وظيفة التسويق، وظيفة التموين، ويضيف البعض الآخر وظيفة البحث والتطوير ووظيفة العلاقات العمومية.

أداء الوظيفة المالية : يتمثل هذا الأداء في قدرة المؤسسة على بلوغ أهدافها المالية بأقل التكاليف الممكنة، فالأداء المالي يتجسد في قدرتها على تحقيق التوازن المالي وتوفير السيولة اللازمة لتسديد ما عليها، وتحقيق معدل مردودية جيد وتكاليف منخفضة .

أداء وظيفة الإنتاج : يتحقق الأداء الإنتاجي للمؤسسة عندما تتمكن من تحقيق معدلات مرتفعة للإنتاجية مقارنة بمثيلاتها أو بنسبة القطاع الذي تنتمي إليه، وإنتاج منتجات بجودة عالية وبتكاليف منخفضة تسمح لها مزاحمة منافسيها وتخفيض نسبة توقف الآلات والتأخر في تلبية الطلبات.

أداء وظيفة الأفراد : يتجلى أداء وظيفة الأفراد من خلال مجموعة من المؤشرات والمعايير يمكن ذكر منها المجموعة التالية :

- عائد الأفراد.

- عدد الحوادث والإجراءات التأديبية التي كلما قل عددها دل ذلك على الأداء الجيد.

التغيب : ويقصد بها فقدان المواظبة على العمل الذي يشترط الحضور إليه³⁷.

أداء وظيفة التموين : يتمثل أداؤها في القدرة على تحقيق درجة عالية من الاستقلالية عن الموردين، والحصول على المواد بجودة عالية وفي الأجل المحددة وبشروط دفع مرضية والحصول على آجال تسديد الموردين تفوق الأجل الممنوحة للعملاء، وتحقيق استغلال جيد لأماكن التخزين.

أداء وظيفة البحث والتطوير : يمكن دراسة أداء وظيفة البحث والتطوير بدراسة المؤشرات التالية :

- الجو الملائم للاختراع والابتكار والتجديد.

- وتيرة التجديد مقارنة بالمنافسين.

- نسبة وسرعة تحويل الابتكارات إلى المؤسسة.

- درجة التحديث ومواكبة التطور.

أداء وظيفة التسويق : يتمثل في قدرة وظيفة التسويق على بلوغ أهدافها بأقل التكاليف الممكنة. هذا الأداء يمكن معرفته من خلال مجموعة من المؤشرات المتعلقة بوظيفة التسويق التي يمكن ذكر منها المجموعة التالية : حصة السوق : مؤشر مستعمل بكثرة لتحديد الوضعية التنافسية لمنتج أو علامة أو مؤسسة ويحسب بالعلاقة التالية : حصة السوق = مبيعات منتج أو علامة / المبيعات الإجمالية.

ثالثا : قياس الأداء:

³⁷ - الهلة سناء، بريقش عائشة، دور إدارة الجودة الشاملة في تحسين أداء المؤسسة الاقتصادية) مذكرة ليسانس غير، منشورة في علوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2009.2010، ص، ص 26-27 .

الفصل الثاني : السياحة في ظل إدارة الجودة الشاملة

تعتبر عملية قياس الأداء من أهم العمليات لأنه بدونها لا يمكن القيام بعملية الرقابة.

تعريف : القياس هو "تحديد قيمة شيء بمقارنته بمعيار متفق عليه"، ومعنى ذلك أن القياس هو مقارنة الشيء المراد قياسه بشيء آخر معروف قدره ومتفق عليه.

خطوات عملية قياس الأداء :

-**الخطوة الاولى :** التعرف على طبيعة العمل المراد قياس أداء العاملين فيه وهو ما يعني تحليل ووصف وتصنيف وتقييم الوظائف.

-**الخطوة الثانية :** تحديد أسس أو معايير التقييم وإعلام المقيمين والمقيمين ولابد ان تكون هذه المعايير واضحة كما ونوعا في أذهان الطرفين من عاملين ومشرفين لا تخرج عن الأسس التالية :

- الصفات الشخصية التي يتحلّى بها العاملون والتي قد تؤثر على مستويات أدائهم، ومن تلك الصفات مستوى المدافعية، والقدرة على المبادرة والحماس للعمل .

- السلوك والتصرفات الفعلية التي يقوم بها العامل، كعدد الطلبات أو الخدمات التي يدققها او يقدمها، أو عدد المكالمات التلفونية التي يستقبلها ، أو عدد المقابلات التي يقوم بها وما إلى ذلك من وحدات العمل .

- النتائج التي يصل إليها او يحققها العامل كنسبة الربح، او التكلفة، أو مستوى رضا المتعاملين معه، وذلك حسب القطاع أو الوظيفة التي يعمل العامل أو الموظف .

-**الخطوة الثالثة :** إطلاع المرؤس ومناقشته بالتقرير عن أدائه.

-**الخطوة الرابعة :** إتخاذ الإجراءات المناسبة لتصحيح المسار وتلاقي أي خروج عن المعايير المحددة³⁸.

رابعا : مساهمة إدارة الجودة الشاملة في تحسين أداء المؤسسة :

إدارة الجودة والحصة السوقية والربحية :

يرتبط إمتلاك حصة في السوق بتحقيق مستوي معين من الجودة لأن تحسين جودة المنتجات و الخدمات يمكن من رفع الحصة السوقية للمؤسسة. وهو ما يعني الرفع من قيمة الأرباح و الدراسات التي أجريت لبرنامج خاص لتحسي الجودة لمجموعة من المؤسسات ما بين 1970م و 1980م أثبتت أن هذه الأخيرة تمكنت من مضاعفة حصتها السوقية ما بيم 5 و 6 مرات مقرنة بالتي إنخفضت جودت منتجاتها و 3 مرات عن تلك التي حافظت علي مستوي ثابت من الجودة .

إدارة الجودة والمردودية :

بالنسبة لليابانيين فهم يعتمدون علي معني بسيط يقتضي أن الجودة هي الكفاءة و درجة التحفيز لدي المسؤولين الذين من بين مهامهم ضمان مراقبة الجودة حيث يمكن ذلك من تفادي الأخطاء وإلغاء المخزون و تحقيق إنتاجية عالية و من ثم رفع الأرباح حيث تحقق الجودة العالية زيادة في مردودية الأموال المستثمرة

³⁸- نوري منير، تسيير الموارد البشرية، ديوان المطبوعات الجامعية، 2010 ص، ص345 - 347

الفصل الثاني : السياحة في ظل إدارة الجودة الشاملة

مهما كانت حصة المؤسسة في السوق فمن بين مجموع المؤسسات التي تحوز علي نسبة 12 من حصة السوق نجد أن ذات الجودة الأقل هي تلك التي لها أقل مردودية بمعدل 4 و التي لها مستوى جودة متوسط فمعدل مردوديتها يصل إلي 10.9 بينما التي لها مستوى عالي من الجودة فيصل معدل مردوديتها إلي 17.4

إدارة الجودة و خدمة الزبون و مدة التوصيل :

في هذا الإطار نستدل بالنتائج التي وصلت لها شركة موتورولا العالمية حيث أن إعتماها علي إدارة الجودة الشاملة مكنها من :

تخفيض زمن وصول المواد من الموردين من 8 أسابيع إلي 3 أسابيع .

التحسين من نوعية الخدمة المقدمة إلي الزبائن مع خفض التكاليف .

تحقيق و فرات في فروعها فاقت 2.2 بليون دولار سنويا .

تكوين صورة طيبة عند العميل .

تحقيق ميزة تنافسية علي أهم المنافسين³⁹ .

³⁹- موسي سهام ،شوقي شادلي، تحليل أثر توافر أبعاد إدارة الجودة الشاملة علي الأداء، جامعة د.طاهر مولاي سعيدة .

خاتمة الفصل :

إن تطوير و تحديث القطاع السياحي، و ما يمكن أن يحققه من نتائج ايجابية في دفع عجلة التنمية الاقتصادية و الاجتماعية قد يساهم مساهمة بناءة في حل الكثير من المشكلات، و تبني و تطبيق أفكار و أنظمة حديثة كنظام إدارة الجودة الشاملة يمكن أن يؤدي إلى تنمية الحركة السياحية و زيادة تدفق الموارد المالية للدولة و تطوير قدرات الإستقبال و كذلك تطوير و تنوع العرض و المنتجات بما يتوافق و الطلب المحلي و الدولي إذا نفذ بطريقة سليمة و علمية مما يزيد قدرتها على الإنفاق في مجالات الاستثمار و الخدمات الاجتماعية المختلفة بالإضافة إلى تنمية و خلق علاقات سياسية و إجتماعي .

الفصل الثالث

#الفصل الثالث : أثر إدارة الجودة الشاملة علي مركب السفير

مقدمة الفصل :

تتربع ولاية مستغانم علي موروث طبيعي و ثقافي عريق يسمح لها بالظهور كقطب سياحي محلي و دولي فنجد أنها منطقة ذات جغرافية متميزة بحيث يحدها شريط ساحلي و إطلالة تجمع ما بين البحر و غابة البر ليشكلان موقعا خصبا للإستثمار و لا ننسي هياكلها الثقافية و الفنية التي تعطي حافز لكل شخص مر عليها بالرجوع لها مرة أخرى فمنطقة ساحل مستغانم غني بمجموعة من المؤسسات (الفنادق،الإقامات،الموتيلات،المخيمات الصيفية) التي تعمل جاهدة لإرضاء عملائها و من بينها مركب السفير الذي يعتبر إقامة سياحية عائلية يدخل ضمن منطقة التوسع السياحي لولاية مستغانم يحتوي علي مرافق و يعهد بتقديم خدمات ذات جودة عالية له شهرة في المنطقة و يعتبر من بين الإستثمارات الناجحة في القطاع السياحي .

#الفصل الثالث : أثر إدارة الجودة الشاملة علي مركب السفير

المبحث الأول : مستغانم ومخطط جودة السياحة الجزائرية

تعد ولاية مستغانم منطقة سياحية بإمتياز وهذا لتوفرها علي المقومات و الإمكانيات سواء من ناحية الموقع الجغرافي أو التاريخي الذي تسخر به أو المقومات الطبيعية من تضاريس و غابات و شواطئ فهي معروفة بصفاء مناخها و كرم سكانها مما يجعلها قطبا حيويا و ملتقى لكافة شرائح المجتمع .

المطلب الأول : منطقة مستغانم

أولا : تاريخ موجز لمنطقة مستغانم :

تتألف كلمة مستغانم من كلمتين مختلفتين :

- مشتى (محطة شتوية) و غانم (مربي غنم) أو
- مرسى غانم أي مرسى الغنيمة

لكن أهم تعريف يتعلق باسم ميناء روماني موريسثاقا muristaga

في العصور الوسطى ، كانت منطقة مستغانم موطننا لقبائل زناتة حتى وصول الهلاليين و المرابطين ، وكانت تحت حكم المرابطين حين بنى يوسف بن تاشفين في 1082 ، برج المحل ، القلعة السابقة لمستغانم من بعده آلت مستغانم إلى زيانيين من تلمسان ، ثم المرينيين من فاس سنة 1200 الذين بنى أحدهم ، ابو عنان الجامع الكبير طبانة سنة 1342م .

1511م، فرضت إسبانيا على سكان مستغانم معاهدة إلا أنهم رفضوا قبولها إلى أن جاء الأتراك العثمانيون في 1516م و طردوا الاسبان ، و بعد عدة سنوات من المقاومة وجهوا نداء استنجد الى خير الدين بربروس الذي ساعدهم على إلحاق هزيمة ساحقة بالإسبان في معركة مزگران ، مستغانم انضوت في الدولة العثمانية ، حيث قام خير الدين بربروس بتوسيعها و تقوية تحصيناتها .

سنة 1830م ،قامت الحامية التركية بصد الهجمات الفرنسية .

في 1848م تم إنشاء محافظة مستغانم مع الملحقات التالية :مزگران و وريعة و خروبة و ذلك وفقا للقرار المؤرخ في 27 جويلية 1948م تنصب مستغانم ملحقة تابعة.

بعد حوالي عشر سنوات من الاستقلال و التحضر في المدينة بطيئا، إلا عدد قليل من المشاريع العامة مثل مقر الولاية ذات الهيكل العربي-البربري .

#الفصل الثالث : أثر إدارة الجودة الشاملة علي مركب السفير

في السبعينات ، حظي برنامج التخطيط بالتوسع في الجنوب الغربي منها المحطة البحرية في صلامندرو وإحياء منطقة مزگران من الجنوب.

ثانيا : الموقع الجغرافي :

تعلو مدينة مستغانم بـ 104 متر على سطح البحر يحاذيها من الغرب أرزيو و جبل أروس. تعتبر هذه المدينة أحد موانئ البحر الأبيض المتوسط، تقع شمال غرب الجزائر على بعد 363 من العاصمة، تربيع على مساحة 2269 كلم² و عدد سكان حوالي 807.518 نسمة في سنة 2010. تتكون هذه الولاية من 10 دوائر و 32 بلدية تبعد على عاصمة الغرب الجزائري وهران بـ 89 كلم و معسكر بـ 81 كلم يمتد ساحل الولاية على 124 كلم و تعد شواطئه من اجمل الشواطئ، تمتاز بمناظر خلابة. تلتقي فيها الغابة، برمال و الصخور .

تمتاز هذه الولاية بمناخها المعتدل مع جمال مناظرها التي تتوالى مشكلة، تارة جبالا، تلالا، وديانا، مروجاً و غابات .

ثالثا : المقومات السياحية التي تزخر بها المنطقة :

- الشواطئ : للولاية شريط ساحلي يمتد على طول 124 كلم. تم إحصاء سنة 2011 ما يقارب 21 شاطئ مفتوح للسباحة و البعض الآخر في حالته الطبيعية، حيث أن الأغلبية منها تتمتع بوجود غابات بالإضافة إلى لمسة غربية على المناظر الطبيعية و التي تزيئها الكثبان الرملية على الشواطئ الذي تعد شريط إقليمي للساحل الطبيعي، يضم المنطقة المغطاة بأمواج البحر في أعلى مستواها خلال السنة في الظروف الجوية العادية والملحقات المصاحبة لها والتي تضبط حدودها بحكم موقعها وقابليتها السياحية لإستقبال بعض الهيئات بغرض استغلالها السياحي . تملك ولاية مستغانم 21 شاطئاً محمياً و 11 شاطئاً غير محمي .

- السياحة العلاجية : من ناحية أخرى فإن المنطقة لديها العديد من الينابيع المعدنية الجوفية، بحيث يمكن استغلال هذا الجانب من أجل ضمان و تدعيم التطور السياحي . فهذه الينابيع المعدنية الحارة تستخدم للعلاج من الكثير من الأمراض التي تصيب الإنسان . وتمتلك ولاية مستغانم ثلاث "3" ينابيع معدنية من أهمها :

- منبع عين نويصي : الذي يصب على مدار السنة ولكنها ما تزال تعاني من ضعف في الاستثمار أو الجذب السياحي .

-منبع مكبرته : يقع ببلدية سيرات، حيث تصل درجة حرارة مياهه 25 درجة مئوية، رغم سهولة الوصول

إليه فهو قليل الاستعمال، و يعتبر مأوه جيد للأمراض الجلدية .

#الفصل الثالث : أثر إدارة الجودة الشاملة علي مركب السفير

- منبع سيدي بشاعة : يقع ببلدية سيدي علي، بحيث يصعب الوصول إليه، وهو منبع غير مستغل .
- المعالم الدينية : في إطار العلوم الدينية تتضمن الولاية 39 ضريحا وزاوية، تستقطب سنويا عددا معتبرا من السياح المهتمين بالثقافة الدينية مثل الزاوية التجانية، البوزيدية والعلوية.
- المعالم الثقافية : تنظم ولاية مستغانم سنويا العديد من المهرجانات، من أهمها:
 - المهرجان الوطني لمسرح الهواة الذي ينظم في شهر جويلية من كل سنة .
 - المهرجان الوطني للمسرح المدرسي الذي ينظم في نفس الفترة .
 - مهرجان سيدي لخضر بن خلوف الذي ينظم في دائرة سيدي لخضر في شهر أوت من كل سنة على شكل حفلات موسيقية ذات طابع شعبي .
 - المهرجان الوطني للتراث العيساوي الذي ينظم في كل صائفة .
 - مهرجان الشعر والموسيقى البدوية الذي ينظم في شهر سبتمبر من كل سنة في دائرة عين تادلس .
 - مهرجانات الوعدات من أبرزها وعدة سيدي بلقاسم، وعدة سيدي بن زهية، وعدة سيدي الشارف .
 - مغارات ماسرة التي تظم مجموعة من النحوت .
 - منارة" رأس إيفي "الذي أنشئ سنة 1878 في عهد الاحتلال الفرنسي .
 - مهرجان الموسيقى الأندلسية .
- الغابات والأماكن الخلابة : تشكل الغابات ثروة طبيعية وسياحية لولاية مستغانم، من أهمها غابة بن عبد المالك رمضان، غابة سيدي منصور، غابة السوافلية، غابة شواشي سيدي لعربي، غابة ستيديا، جبل الديس . بالإضافة إلى أماكن خلابة تدعم السياحة الطبيعية للولاية، منها مغارات عين النويصي،الكاف لصفر؛ شلالات ومغارات سداوة، حديقة الصور، مستنقع المقطع، سد كراميس .كما تساهم جبال الظهرة في السياحة الطبيعية، العلمية، البيئية، الصيد والاستجمام .

#الفصل الثالث : أثر إدارة الجودة الشاملة علي مركب السفير

-المعالم الأثرية والمتاحف : تمتاز المدن القديمة تيجديت، المطمر، التبانة لولاية مستغانم بطابع معماري يعود إلى القرن السادس عشر والسابع عشر؛ وبأحياء تشبه أحياء القصبة لولاية الجزائر . و من بقيا الآثار التاريخية ما يلي :

- القصر القديم لباي محمد الكبير موقعه طبانة مستغانم¹ .

- أسوار الصور موقعه بلدية الصور

- مجموعة متحف فور دو لاسك كويزة موقعه بلدية سيدي بلعطار

- مدفع عهد الترك موقعه متحف علم الآثار

و من المواقع التاريخية ما يلي :

- موقع كويزة بلدية الواقع ببلعطار مستغانم

- موقع، واد مصطفى رايح الواقع ببلدية سيدي علي مستغانم

- موقع نافورة خروبة، طاحونة مارابو سيدي مجدوب الواقع بخروبة مستغانم

- موقع كاب IV شعائبية الواقع ببلدية بن عبد المالك رمضان

- موقع شعبات القريقة الواقع بمستغانم (نواحي جبل الديس)

- موقع واد أوليفي الواقع بمستغانم (نواحي جبل زاقمون)

الفنادق والإقامات المتوفرة في المنطقة :

قدرة الإستقبال	العنوان	هياكل الفندقية		
		الساحل	الحضري	الفتدق
45	شارع بن قادة طيب مستغانم			

¹ - مديرية السياحة لولاية مستغانم .

#الفصل الثالث : أثر إدارة الجودة الشاملة علي مركب السفير

36	28، شارع بن سي قدور بيبنيار - مستغانم -	بلاسيو	حول الشاطئ	
112	صلامندر - مستغانم -	سنوسيا		
28	قطعة رقم 42 صبلات مزگران - مستغانم -	المنتزه		
19	صبلات - مستغانم -	الفتح		
92	صبلات - مستغانم -	مورستقا		
18	صبلات - مستغانم -	الساحل الغربي		
	شاطئ ويليس بن عبد المالك رمضان	الشمس		
41	52، شارع شريك سعيد - مستغانم -	روايل	فنادق للضيافة	
71	01، شارع خليفة محمد - مستغانم -	موناتك		
22	06، شارع أول نوفمبر 54 - مستغانم -	الجزائر		
48	شارع الإخوة الثلاثة بن شيخ - مستغانم -	الرياض		
55	03، شارع مختاري بن شاعة - مستغانم -	البدر		
94	القطعة رقم 42 صبلات مزگران	المنتزه		
250	شاطئ ويليس بن عبد المالك رمضان	السفير	الإقامة السياحية	
72	صبلات مستغانم	أولاد بن زين		
128	صبلات مستغانم	الأمراء		
50	صبلات مستغانم	سنيينات		

#الفصل الثالث : أثر إدارة الجودة الشاملة علي مركب السفير

225	صبلات مستغانم	أفموس	
36	شارع وهران بلدية أوريرة - مستغانم -	الباهية	موتيل
28	شارع وهران بلدية أوريرة - مستغانم -	الحوت	

المصدر: مديرية السياحة لولاية مستغانم

المخيمات الصيفية : يرتكز التخييم في الولاية خاصة نحو الشواطئ، بما يقارب 30 مخيم صيفي و 7900 سرير، موزعين على المناطق الساحلية كتالي :

البلدية	عدد المخيمات
سيدي لخضر شاطئ (عين ابراهيم)	08
سدي لخضر (شاطئ الميناء الصغير)	06
حجاج (شاطئ)	02
بن عبد المالك شاطئ	05
مستغانم	03
مزگران	02
أولاد بوغاليم	02
عشعاشة	01
خضرة (شاطئ سيدي العجال)	01

المجموع	30
---------	----

المصدر: مديرية السياحة لولاية مستغانم

المطلب الثاني : مخطط جودة السياحة الجزائرية

يطمح مخطط جودة السياحة الجزائرية إلى توحيد جميع المهنيين الجزائريين في قطاع السياحة من خلال الانتهاج الطوعي للجودة، الحريص على تلبية حاجات الزبائن و إرضائهم، سواء على الصعيد الوطني أو العالمي. تم إعداد مخطط جودة السياحة الجزائرية لفائدة المهنيين وبالتعاون معهم طبقا للمعايير الدولية، وذلك من أجل توضيح المسار نحو التحسين التدريجي للخدمات والحصول على العلامة التجارية «جودة السياحة الجزائر».

ويرتبط مخطط جودة السياحة الجزائرية بالنقاط التالية :

#الفصل الثالث : أثر إدارة الجودة الشاملة علي مركب السفير

- إنشاء العلامة التجارية (جودة السياحة الجزائرية)

- دعم كفاءة الموارد البشرية .

- تنظيم الأنشطة السياحية .

- وتحديث البنية التحتية .

أولا : أهداف مخطط جودة السياحة الجزائرية :

- دعم التنافسية الوطنية من خلال إدراج مفهوم الجودة في جميع مشاريع تنمية المؤسسات السياحية

- بلوغ المهنية الأفضل في جميع قطاعات العرض السياحي الوطني

- دعم المناطق السياحية الوطنية و ثرواتها المحلية

- ضمان استمرارية العرض السياحي الجزائري من خلال تحسين طرق رؤية جودة الخدمات من قبل الزبائن الوطنيين و الأجانب

- مساعدة المؤسسات السياحية التي تعهدت بانتهاج مسار الجودة وذلك بتوفير الوسائل الملائمة لتحقيق تنميتها، وخاصة بمرافقتها في عمليات التجديد، وإعادة التأهيل، والتحديث، والتوسيع، و التكوين

- ضمان تسويق متزايد للعاملين الملتزمين في انتهاج الجودة من خلال إدماجهم في شبكة المؤسسات الحاملة للعلامة التجارية (جودة السياحة الجزائرية)، و ضمان اندماج أحسن في المجال التجاري وتموقع أفضل.

المقصد من انتهاج الجودة :

انتهاج الجودة هو اتباع منهج يقظ يهدف إلى تحسين متواصل في الخدمات المقدمة لإرضاء الزبائن. وهو انتهاج تشاركي، يتم اختياره طوعا، وهو يهم إدارة المؤسسة والعاملين فيها على حد سواء. وهو يتطلب إلزاما جدياً من المسؤولين في المؤسسة. وهو انتهاج يقوم على دراسة دائمة لعمل المؤسسة وممارساتها حتى يمكن القيام بأعمال التحسين والتطوير على جميع مستويات سلسلة الخدمات.

إن انتهاج الجودة بتواصل و استمرارية في الزمن يصبح ديناميكية حقيقية مرسخة في ثقافة وقيم المؤسسة.

مقصد إرضاء الزبون :

#الفصل الثالث : أثر إدارة الجودة الشاملة علي مركب السفير

يوجد الزبون في قلب انتهاج الجودة، فهو الذي توجه إليه الخدمة. كما أن تلبية حاجاته التي يعبر عنها أو التي يضمهرها، تعد القيمة العليا .

وزبون راض هو زبون وفيّ قادر على التأثير في عائلته، و أصدقائه ومحيطه المهني. فالإشهار غير المباشر يكون في الغالب أكثر فاعلية من الإشهار في وسائل الإعلام .

إن إرضاء الزبون، لا يعني الإستجابة إلى طلبه فحسب، ومتابعة الخدمة المقدمة إليه، وإنما كذلك الإنصات المستمر إليه وإنجاز إستفتاءات مستمرة لمعرفة رأيه في جودة الخدمات المقدمة إليه .

مقصود العلامة التجارية جودة السياحة الجزائر :

يعتمد مخطط جودة السياحة الجزائرية على تطوير الموارد البشرية وتحديث المؤسسات و التجهيزات، وكذلك على إنشاء علامة تجارية خاصة تميزه وتمثل ضمانا للزبائن من قبل المؤسسات الملتزمة بهذا الانتهاج. وهذه العلامة هي (جودة السياحة الجزائر) . تقوم العلامة التجارية (جودة السياحة الجزائر) أساسا على الإمتياز، وهي تتجاوز مفهوم ترتيب المؤسسات السياحية. فهي تشهد بطريقة مرئية أن المؤسسة التزمت طوعا بانتهاج الجودة وهي تسعى دائما إلى إرضاء الزبائن .

- العلامة التجارية جودة السياحة الجزائر شهادة لكسب ثقة الزبائن وضمان لهم .

- يمكن رؤية العلامة التجارية في شكل شعار مميز، يبرز للزبائن المؤسسات التي التزمت بانتهاج الجودة.

- هي انتهاج تشاركي وطوعي يستوجب الالتزام والمشاركة من الكل، من مهني القطاع، والوزارة المكلفة بالسياحة، ومختلف الإدارات والجمعيات الإقليمية المعنية .

- وهي علامة تجارية ستشمل تدريجيا جميع مكونات ومهن العرض السياحي² .

- وحاليا، فإن هذه العلامة متاحة في الفروع الثلاثة التالية: الفنادق، المطاعم و وكالات السياحة والأسفار.

تعدد أنماط بروز العلامة التجارية جودة السياحة الجزائر :

يتحقق وضوح الرؤية بالنسبة لعلامة الجودة بعدة طرق :

² - وزارة السياحة و الصناعات التقليدية

#الفصل الثالث : أثر إدارة الجودة الشاملة علي مركب السفير

- تجسّد ماديا عن طريق منح المؤسسة لشعار يحمل عبارة (جودة السياحة الجزائر) الذي يعد ضمانا للجودة.
- تدمج المؤسسة في شبكة الجودة الموضوعية على موقع الأنترنت المخصص لهذا الغرض .
- تثمّن المؤسسة في كل منشورات ومحامل الوزارة المكلفة بالسياحة .
- وأخيرا تتمتع المؤسسة بالبروز في كل الحملات الوطنية للتسويق (وجهة الجزائر) (صالونات)، (المعارض)، (اللقاءات)، (حملات التسويق)، ... الخ .

الهيئة المانحة للعلامة التجارية جودة السياحة الجزائر :

تمنح الأمانة التقنية لمخطط جودة السياحة الجزائرية التابعة لوزارة السياحة والصناعة التقليدية، علامة جودة السياحة الجزائرية. وتتمثل مهام الأمانة التقنية أساسا في :

- تقييم ملفات الالتزام في (مخطط جودة السياحة الجزائرية) .
- فرز طلبات الإنضمام إلى العلامة التجارية جودة السياحة الجزائر .
- إبداء الرأي بخصوص تمثيلات الجودة التي التزمت بها المؤسسات المترشحة .
- تحديد شبكة الوكلاء المتحصلين على علامة جودة السياحة الجزائر .
- تلقي وفحص عمليات تدقيق الحسابات التي يتم إنجازها من قبل مكاتب خبراء معترف بهم .
- مرافقة المهنيين في انتهاج الجودة الذي يعتمدونه
- الحرص على حسن إستعمال العلامة التجارية (جودة السياحة الجزائر) .
- ضمان التناسق وحسن تنفيذ مخطط جودة السياحة الجزائرية .
- التقييم الدوري لتطبيق الجهاز الخاص بمخطط جودة السياحة الجزائرية .
- دراسة الصعوبات المحتملة واقتراح حلول لها .
- ضمان حسن إدارة موقع الأنترنت الخاص بمخطط جودة السياحة الجزائرية

#الفصل الثالث : أثر إدارة الجودة الشاملة علي مركب السفير

- إبداء الرأي بخصوص جميع المسائل المتعلقة بمخطط جودة السياحة الجزائرية .

أسباب الإلتزام بانتهاج الجودة :

إن انتهاج الجودة هو تمش راجح - مريح للمهنيين في السياحة، وللزبائن، ولقطاع السياحة بكامله.

بالنسبة إلى المهنيين في قطاع السياحة، يمكن انتهاج الجودة من :

- تحسين صورة المؤسسة وتموقعها .

- إرضاء الزبائن وتعزيز وفائهم .

- كسب زبائن جدد .

- الإستفادة من كل المساعدات والحوافز التشجيعية التي توفرها الدولة .

- التحكم في الكلفة، وتحسين مردودية التصرف الداخلي .

- دعم نشاطها وتحقيق أرباح أفضل .

وبالنسبة إلى الزبائن الوطنيين والعالميين، انتهاج الجودة هو :

- ضمان للرضاء .

- شهادة على جودة الخدمات .

- ضمان للراحة والسلامة.

أما بالنسبة إلى قطاع السياحة، فإن انتهاج الجودة هو:

- خطوة كبيرة نحو المهنية التدريجية للخدمات المقدمة في المؤسسات السياحية الجزائرية .

- الاندراج ضمن انتهاج يقوم على التطوير المستمر للموارد البشرية .

- عامل من عوامل التنمية وإستدامة العرض السياحي الوطني .

#الفصل الثالث : أثر إدارة الجودة الشاملة علي مركب السفير

- وسيلة لدعم الثروات الوطنية والخصوصيات الإقليمية المحلية .

- سبيل ناجع لخلق مواطن الشغل والحد من البطالة .

الحصول على العلامة التجارية جودة السياحة الجزائر خطوة بخطوة :

يمرّ الانضمام إلى برنامج جودة السياحة الجزائرية بالمراحل السبعة التالية :

معرفة المعايير و الإلتزامات الوطنية في الجودة : التي يحددها الفرع المهني من خلال المرجعية الوطنية لجودة السياحة . و توجد المعلومات بهذا الخصوص لدى الإدارة المكلفة بالسياحة (على المستوى المركزي والمحلي) ، ولدى الهيئات المهنية ، وعلى الموقع الخاص .

إمضاء عقد الإلتزام : في الإنتهاج الوطني للجودة وتكوين ملف الإنضمام .

الموافقة على القيام بتدقيق حسابات للفحص : يكون من قبل مكتب مختص في المجال (تعينه الإدارة المكلفة بالسياحة) بهدف تقييم درجة إحترام الإلتزامات المحددة في المرجعية الوطنية لجودة السياحة، والتوصية بإتباع خطة للتحسين والتطوير .

العمل بتوصيات مكتب تدقيق الحسابات : لتجاوز الصعوبات المحتملة .

القيام بتدقيق للحسابات للمرة الثانية للمصادقة على عملية التدقيق الأولى : وذلك بهدف مراقبة مدى التزام المؤسسة بتوصيات مكتب تدقيق الحسابات .

تقديم الملف كاملا : يكون مرفقا بتقرير مكتب تدقيق الحسابات، إلى الأمانة التقنية للعلامة التجارية (جودة السياحة) التي تدرس الملف وتقضي بإستعمال العلامة التجارية (جودة السياحة الجزائر) .

تقديم الملف إلى الأمانة التقنية لمخطط (جودة السياحة) : تسلّم الهيئات المعنية لدى وزارة السياحة والصناعة التقليدية المستفيد قرار منح العلامة التجارية (جودة السياحة الجزائر) الذي يخوّل له الحصول على الشعار الذي يجسد العلامة لكي يوضع في مدخل المؤسسة .

معايير و إلتزامات الجودة في الفنادق والمطاعم :

تم تحديد معايير و إلتزامات جودة السياحة في فرع الفنادق والمطاعم في الجزائر بمشاركة المهنيين في القطاع . وتمثل هذه المعايير و الإلتزامات في كل قطاع فرعي المتطلبات الضرورية لإرضاء الزبائن .وهي تقع على بضع

#الفصل الثالث : أثر إدارة الجودة الشاملة علي مركب السفير

خطوات إلى الأمام مقارنة بالحالة الراهنة، بحسب المعايير العالمية .وتتوزع في عشرة عائلات تمثل 49 معيارا و 306إلتزاما في الجودة.

ويمكن الاطلاع على إلتزامات الجودة، بطلب المرجعية الوطنية لجودة السياحة (RNQT) حسب الفرع من وزارة السياحة و الصناعة التقليدية، أو بتحميل المعلومات من الموقع المخصص للغرض .

معايير و إلتزامات الجودة في الفنادق والمطاعم :

- إدارة المؤسسة وتنميتها :

- إدارة المؤسسة بتحديد الاتجاهات الكبرى التي يجب اتباعها، والتنظيم، والوسائل الأساسية .
- تحديد الإستراتيجية متعددة السنوات المتبعة لتنمية المؤسسة ، ورسم خطة سنوية وخطة متعددة السنوات.
- تحميل إطارات المؤسسة المسؤولية وتطبيق نظام يقوم على تقديم تقارير إلى الإدارة.

إدارة المالية وجودة الشراءات :

- إعداد الميزانية السنوية المتعلقة بالأعباء والمداخيل ومتابعة تنفيذها.
- إنجاز الشراءات والطلبات من المواد الأولية، والمعدات، والخدمات بطريقة فعالة (الجودة /الأسعار /الأجل).

ضمان وظيفة التسويق، والبيع، والاتصال :

- يتم تنفيذ وظيفة التسويق بهدف معرفة تطورات السوق، ورغبات الزبائن، وتحسين الخدمات.
- تنظيم وتنفيذ عمليات الاتصال، والترويج، ومبيعات المؤسسة.
- العمل ضمن شبكة مع مختلف الشركاء في المحيط المباشر للسياحة.

صيانة المؤسسة وضمان الخدمات العامة :

- تتم المحافظة على تراث المؤسسة و صيانتها، وتبين الميزانية الخطوط المالية الضرورية لذلك.
- ضمان النظافة الدائمة في الأماكن والفضاءات المشتركة، و صيانة مجموع مكونات المؤسسة.

#الفصل الثالث : أثر إدارة الجودة الشاملة علي مركب السفير

إدارة الموارد البشرية :

- إدارة العاملين في المؤسسة، و إعادة تأهيل كفاءاتهم، وتنظيم الموارد البشرية.
- ضمان إستقبال أجراء جدد وتجديد عملية تحفيزهم .
- ضمان تصرف إداري حازم .

إستقبال ومرافقة الزبائن :

- توفير معالجة فعالة للحجوزات في مكتب الإستقبال أو على الهاتف، وضمان حسن الإستقبال.
- ضمان معالجة فعالة للحجوزات بالبريد الإلكتروني، أو بالفاكس، بالبريد .
- الحرص على تعليق الإشارات والمعلومات الخارجية التي تسهل قدوم الزبائن .
- توفير مداخل و أماكن خارجية جميلة وصيانتها بما يدعم المؤسسة.
- توفير المعلومات المفيدة للزبائن، و وضع الإشارات الداخلية والعناية بها بما يسهل التنقل داخل المؤسسة.
- المهنية في إستقبال الزبائن، ومرافقتهم طيلة فترة إقامتهم .
- توفير محيط ملائم لإستقبال الزبائن باعتماد المعدات الكافية والمتقنة.
- ضمان التكوين النظامي المستمر للموظفين العاملين في إستقبال الزبائن.
- توفير فضاءات مشتركة تضمن حسن إستقبال وراحة الزبائن .
- توفير الوسائل الخاصة بإستقبال الأطفال وذوي الاحتياجات الخاصة.

الإقامة (الغرفة والمرافق الصحية) :

- اقتراح غرف جميلة ذات تزويق مبهج.
- اقتراح غرف مريحة تتوفر فيها الأفرشة، والأثاث، والأجهزة ذات الجودة، وبعيدة عن الضجيج.

#الفصل الثالث : أثر إدارة الجودة الشاملة علي مركب السفير

- توفير المعلومات والوثائق المفيدة لإقامة الزبائن داخل الغرفة.
- توفير التجهيزات الضرورية لضمان راحة الزبائن، وإسترخائهم، وسلامة ممتلكاتهم داخل الغرفة .
- توفير المراحيض المجهزة بالوسائل الضرورية للزبائن داخل الغرف.
- توفير حمام مجهز وفي حالة جيدة لإستعمال الزبائن داخل الغرف.
- توفير العناصر الضرورية لسلامة الأشخاص داخل الغرف.
- ضمان حفظ الصحة وسلامة المرافق الصحية في الغرف، وتوفير ضروريات الأفرشة، ومناشف الحمامات.
- تنظيف الغرفة يوميا.
- تنظيف المرافق الصحية للغرفة يوميا.

المطعم والمشرب :

- اقتراح فطور للصباح جذاب مع الأخذ بعين الاعتبار عادات الزبائن.
- ضمان إستقبال مهني للزبائن داخل المطعم.
- توفير مطعم للزبائن يجمع بين الجمالية والتزيق و من السهل الوصول إليه.
- اقتراح قوائم طعام نظيفة، تحتوي على أطباق، ومشروبات، متجددة يوميا.
- توفير طبخ لذيذ، مع تنوع الأصول، والتقاليد، والثقافات المتعلقة بالأكل.
- العناية بتقديم الطاولة، والصحن، والكؤوس طيلة فترة الإطعام.
- العناية بالخدمة والانتباه إلى الزبائن طيلة فترة الأكل.
- توفير حد أدنى من خدمة الإطعام لمدة 24 س (24/ بالنسبة إلى مؤسسات الفندقية والطاعم).
- ضمان نظافة المطبخ كاملا، والمطعم (وقاعة فطور الصباح) والمشرب.

#الفصل الثالث : أثر إدارة الجودة الشاملة علي مركب السفير

- ضمان حفظ الصحة وسلامة الغذاء في المطبخ وكل ما يتبعه، وفي المطعم(وقاعة فطور الصباح) والمشرب.
- توفير على ذمة الزبائن مشرب يجمع بين الجمالية و التزويق.
- اقتراح مجموعة متنوعة من المشروبات والمستهلكات.
- ضمان حميمية الفضاءات المشتركة وتنشيطها.

البيئة والتنمية المستدامة :

- الأخذ بعين الاعتبار البيئة والتنمية المستدامة في إدارة المؤسسة.

انتهاج الجودة :

- تنظيم انتهاج الجودة العام للمؤسسة وتطبيقه لإرضاء الزبائن.
- إنجاز الأعمال الأساسية التي تضمن إستمرارية إنتهاج الجودة³.

المبحث الثاني : دراسة حالة مركب السفير

بما أن موضوع البحث كان حول إدارة الجودة الشاملة في القطاع السياحي إختارنا منشأة لها صلة بموضوع الدراسة فكان مركب السفير وجهة البحث و التحقق لمجموعة من و المعلومات و النظريات التي تم التطرق لها في الفصول النظرية السابقة .

المطلب الأول : معلومات حول مركب السفير

أولا : بطاقة تقنية لمركب السفير :

موقع المؤسسة : منطقة التوسع السياحي بن عبد المالك رمضان

بلدية : بن عبد المالك رمضان ولاية مستغانم

إسم المستثمر: ش.ذ.م.م إقامة السفير

³ - وزارة السياحة و الصناعات التقليدية

#الفصل الثالث : أثر إدارة الجودة الشاملة علي مركب السفير

إسم المؤسسة : إقامة السفير

طبيعة المشروع : إقامة سياحية عائلية

المساحة : 20800م² (ثلاثة هكتارات)

بداية المشروع : 2002م

تكلفة المشروع : 100.000.000 دج (مائة مليون دينار جزائري)

بداية تقديم الخدمات 2003م

المرافق الموجودة علي مستوي المركب :

50 بنغلو، 2 مطاعم، مقهي، 2 مسابح، مساحة لعب للأطفال، محل لبيع المنتجات الغذائية، خيمة
رمضانية، مسجد، محل لبيع المثلجات .

سعة الإستعاب : 250 سرير بقدره إستعاب ل 400 عائلة في فصل الصيف .

يحتوي المجمع علي 70 من المساحة الخضراء .

عدد المستخدمين : 30 عامل مداوم و 100 عامل مؤقت .

موقع المركب السياحي :

يقع المركب السياحي اقامة السفير شرق ولاية مستغانم و الذي يبعد عنها حوالي 20 كلم و بالضبط في شاطئ
بلدية بن عبد المالك رمضان، الطريق المؤدي اليه عند المنارة(الفنار)، الطريق الوطني رقم 11 قبل الدخول الى
بلدية بن عبد المالك رمضان .

الخدمات :

- يحتوي المسكن على كل مستلزمات الاقامة المريحة من افرشة و اغطية و اثاث مطبخية و تلفاز و مكيف
هوائي

#الفصل الثالث : أثر إدارة الجودة الشاملة علي مركب السفير

- يحيوي المركب على خدمات مميزة في الاطعام وقعدة الشاي او القهوة الاطعام في جو طبيعي و الشاي على غروب الشمس

- يحتوي المركب على العاب للاطفال و الكبار كما تتخلل كل اسبوع مسابقات رياضية و فكرية و سهرات عائلية

وجولات ورحلات إلي مناطق سياحية .

- يحتوي المركب على مسبحين .

- توفر الامن .

- شاطئ مقابل للمسكن مباشرة حوالي 50 م .

- عيادة طبية للاسعافات الأولية .

دورات و محاضرات التي نضمها المركب :

لأول مرة في مستغانم ينظم المركب السياحي إقامة السفير مع الاختصاصي المعالج و معد ومقدم برنامج علاج على الهواء الدكتور محمد رضى عمرو 5 دورات ابتداء من 28 جوان 2012 بالمركب السياحي اقامة السفير.
- يوم 28 جوان 2012 سيقدم الدكتور محاضرة على الساعة 17:00 مساء بقاعة المركب .
إعلان الدورات الخمس:

- دورة السوجوك SU_JUK : تتمثل في العلاج و السيطرة على الألم في كافة أعضاء الجسم من خلال الضغط في مناطق معينة في اليدين و الرجلين المدة يومين.

- دورة التي اف تي TFT: الأمراض النفسية و انعكاساتها على أعضاء الجسم و كيفية إزالتها. مدتها يومين

- دورة الدفاع النفسي الطاقى او التمارين الفكرية و تتمثل في التأمل و العلاج الطاقى للجسم من خلال التأمل المدة ثلاثة ايام

- دورة التحسس وازالة التحسس NAET التعرف على كل انواع الحساسية و كيفية علاجها. المدة يومين

#الفصل الثالث : أثر إدارة الجودة الشاملة علي مركب السفير

- دورة الرفلكسولوجي العلاج من خلال الضغط على القدمين و التدليك، المدة يوميين .كما سيقدم لكل دورة ديفي دي يحتوي على معلومات عن الدورة ودعم علمي مدى الحياة عبر الموقع الخاص لبرنامج علاج على الهواء⁴.

خدمات في شهر رمضان :

يمكن للعائلات قضاء عطلتهم الصيفية في مركب السفير وفقا لتعاليم دينهم في شهر رمضان، والمركب سيكون هو الرائد في هذا المجال ان شاء الله .ويوضح للعائلات الكريمة بأن المركب قد قدم هذا العرض لإستضافة العائلات من الجزائر ومن غير الجزائر في شهر رمضان ليتاح لهم دمج العطلة والصوم معا"، والسبب في هذا يعزى إلى أنه "منذ عدة سنوات تختار كثير من العوائل المحافظة علي التوافد بصفة منتظمة إلى المركب، حيث تتمتع بالفضاء المخصص لها في الهدوء والاحترام و النظام الداخلي الصارم وقضاء هذا الشهر الكريم في جو إيماني مع سياحة ملتزمة .و يحسب المركب أحد أولى المركبات المخصصة للعائلة في الغرب الجزائري، مع كثير من الخدمات المجهزة للأطفال"، ولهذا "فكرو بابتكار عرض للعوائل للمحافظة، و للسماح لأربابها بالتمتع بالعطلة في ظل احترام شهر الصوم"، وللتمكن من التوفيق بين هذين العنصرين، قامو بدراسة العرض بكل جوانبه"، والذي يتألف من الراحة و الهدوء، أداء الشعائر الدينية الرمضانية ، وجود مصلى لاداء الصلوات و صلاة التراويح ، دروس دينية و علمية .و كدالك تحفيظ القرآن الكريم للصغارو الكبارو النساء ، ركن المطبخ وطعام خاص في الغرف لإعداد وتناول وجبات الافطار والسحور بهدوء، حليب وتمر يوفران يوميا في صلاة المغرب ، وشاي على الطريقة الصحراوية مع المكسرات مجانا ، تخصيص حفلات و نزوات للزبائن.العاب ترفيهية للكبار و الصغار و مسابقات .سياحة ليلية مؤمنة عن الوسائل الترفيهية و التعليمية .

هدف المركب توفير وسائل الراحة والاستجمام للزبائن الكرام والعمل على ترقية السياحة بالبلاد

الموقع الإلكتروني لمركب السفير:

- يوفر مركب السفير موقع إلكتروني يتم من خلاله التعرف علي جميع الخدمات و المرافق و الأنشطة التي يقدمها. مع توضيح مكان تواجده بإستعمال خريطة جوجل وهذا لتسهيل عملية البحث للسياح .
- ويتم الحجزو الإستعلام عن طريق هذا الموقع إلكترونيا أو عن طريق الإتصال بالمركب السياحي .

⁴ - وثائق مركب السفير

#الفصل الثالث : أثر إدارة الجودة الشاملة علي مركب السفير

- و يضع المركب في متناول السائح نافذة إخبارية تبين موقع المركب و صورته و رقم الهاتف و جهة مخصصة تعني بوضع الأراء و التعليقات و طرح تدخلات لتحسين المركب .

البريد الإلكتروني :

residence.essafir@gmail.com

info@residence-essafir.com

المطلب الثاني : أسئلة البحث

لقد تم طرح مجموعة من الأسئلة عن طريق المقابلة المباشرة مع نائب مدير مركب السفير وكانت كما يلي :

أولاً : أسئلة متعلقة بالعامل :

سؤال : هل هناك تجاوب إيجابي من طرف العمال لفكرة التغيير نحو إدارة الجودة الشاملة ؟

جواب : نعم

نعم هناك تجاوب إيجابي من طرف العمال و هذا يتم ملاحظته عند أول وهلة تطأ فيها قدمك إلي المركب بحيث تجد ترحاب و إستقبال يشعر الغير بالجو العائلي الموجود بين العمال علي حد سواء و هذا يوضح وجود التفاهم و القبول لفكرة التغيير

نلاحظ من خلال الإجابة مايلي :

إن تصرفات العمال و معاملاتهم مع الغير تعتبر المرآة العاكسة لعلاقتهم مع الإدارة و المسؤولين فهي حالة سيكولوجية لا إرادية تبين حقيقة رد فعل العامل إتجاه قرار أو فكرة تم طرحها و هذه التصرفات و المعاملات إما تكون بالسلب أو بالإيجاب بمعنى آخر إما وجود مشادات و اللامبالاة أو تفاهم و ترحاب و إستقبال

سؤال : رحبو بالتغيير أم وجد هناك صعوبة في عملية التأقلم و تقبل الإدارة الجديدة ؟

جواب : نعم

#الفصل الثالث : أثر إدارة الجودة الشاملة علي مركب السفير

نعم رحبوا بالتغيير و الدخول في مرحلة جديدة من التطور في المجال السياحي و هذا تم من خلال تنسيق جماعي و توحيد لجهود العمال ككل و هذه العملية تكون بصفة مستمرة حتى نقضي علي الأعراض الجانبية للتغيير

نلاحظ من خلال الإجابة ما يلي :

إن المرونة التي يتمتع بها العمال تجعل من عملية التغيير عملية سهلة و ناجحة فهي تدخل ضمن ثقافة العامل نحو التجديد و خدمة المصلحة العامة للمؤسسة و إنتمائه لروح الجماعة

سؤال : علي ماذا يتم التركيز في عملية إختيار العمال؟

الشهادة الأكاديمية _ الخبرة و الممارسة _ أم مستوى مقبول بحيث يكون له القدرة علي التواصل

جواب :

نختار العمال المتحصلين علي الشهادات الأكاديمية أو ما يعادلها إضافة إلي عامل الخبرة و الممارسة و هذا لوجود علاقة تكاملية ما بين الشهادة التي تعد مسار التحصيل العلمي و الخبرة و الممارسة و هذا حرصا منا علي الخروج بنتائج إيجابية تخدم المصلحة العامة للمؤسسة

نلاحظ من خلال الإجابة ما يلي :

تركز الإدارة علي تشغيل عمال ذات كفاءات سواء علي مستوي التحصيل العلمي أو الخبرة في المسار المهني و هذا للخروج بنتائج تدعم توجهات المؤسسة و أهدافها الحالية و المستقبلية

سؤال : هل يمر العمال في المسار المهني بعملية تكوين مستمرة و منتظمة ؟ أم هي فترات حسب الحاجة ؟

جواب : نعم

إن عملية التكوين في القطاع السياحي أمر جد مهم و هذا نظرا للتطور و التجديد المستمر في القطاع و نحن نشجع العمال في الدخول للملتقيات و الدورات التكوينية التي لها علاقة بالسياحة مثل دورات المحافظة علي البيئة و التسيير و القيادة... إلخ و تكون هذه الدورات منتظمة مخطط لها .

#الفصل الثالث : أثر إدارة الجودة الشاملة علي مركب السفير

نلاحظ من خلال الإجابة ما يلي :

إن عملية تكوين العمال و تطوير قدراتهم واجب يقع تحت مسؤولية الإدارة العليا فهي تأثر بشكل مباشر علي ترقية الفرد مما يساعده في مواجهة التحديات و الإطلاع علي التطورات و إكتساب خبرات من خلال الإحتكاك بأشخاص آخرين

سؤال:هل هناك مسؤولية تظامنية بين العمال و الطاقم الإداري و الإدارة العليا في تطبيق مفهوم إدارة الجودة الشاملة ؟

جواب : نعم

إن الأمر الذي جعلنا نواصل في تقديم خدماتنا و فتح أبوابنا للقدامين من السياح هو الجهد الجماعي و التضامني بين ما أسميه عائلة مركب السفير فتكون عملية التنسيق و التواصل بين العمال كل في مجال عمله أمر ضروري لسير مختلف الخدمات المقدمة .

نلاحظ من خلال الإجابة ما يلي :

المسؤولية الجماعية أمر ضروري لتطبيق إدارة الجودة الشاملة و هذا من خلال خلق جو ملائم في مكان العمل ينطوي علي الإحترام و التنسيق و التواصل المستمر لأداء المهام بجودة عالية

سؤال:هل يكون هناك نوع من تفويض المسؤولية للعامل و إشراكه في عملية إتخاذ القرارات و الأخذ بإقتراحاته ؟

جواب : نعم

تأخذ إقتراحات العمال بشكل جدي لإن العامل يكون مطلع علي معلومات قد تخفي علي الإدارة بحكم إحتكاكه المباشر و اليومي مع السياح الوافدين و هذا يجعله مصدر لجمع المعلومات المتعلقة بالزبائن .

ثانيا : أسئلة متعلقة بالمنافسة :

#الفصل الثالث : أثر إدارة الجودة الشاملة علي مركب السفير

سؤال : كيف توضح مؤسستكم للغير أن التغيير جزء من ثقافة المؤسسة ؟

جواب :

يكون التوضيح بالعمل و تطبيق فعلي للجودة في أرض الواقع سواء من جهة الإدارة أو العمال و إلتزام الجميع بخدمة السائح و إنتهاج أفكار تميزنا عن المؤسسات الأخرى و تعطينا الريادة في مجال الخدمات .

نلاحظ من خلال الإجابة ما يلي :

الشعارات و الأفكار المتميزة تعد عامل أساسي في نشر و تبني ثقافة التغيير في المؤسسة فهي تعتبر بصمة للفرقة بين المؤسسات المنتهجة للجودة من عدمها .

سؤال : كيف تفسر في نظرك ظاهرة خروج المصطافين المحليين إلي بلدان أخرى و بأعداد هائلة هل السبب راجع إلي ؟

البحث عن مغامرة جديدة

أم إرتفاع أسعار السوق السياحي

أم عدم وجود تنافسية في الجودة و توفرها بأسعار تكون في متناول السائح المحلي

جواب : البحث عن مغامرة جديدة

هذا الأمر موجود لإنفتاح المصطاف المقيم في الجزائر علي ثقافات و عادات البلدان الأجنبية و هذه هي السياحة ولكن الأمر الذي زاد من تعمق هذه الظاهرة هو عدم البحث و الإطلاع علي مواقع بلاده الخلابة و لم يتعرف عليها بالشكل الصحيح .

نلاحظ من خلال الإجابة مايلي :

إن ثقافة السائح المحلي تلعب دورا مهما في ترقية القطاع السياحي و جودة الخدمات فيه فهو سيعطي إضافة في عملية الترويج للسياحة المحلية .

#الفصل الثالث : أثر إدارة الجودة الشاملة علي مركب السفير

سؤال : أين تضع مؤسستكم فيما يتعلق بتطبيق ادارة الجودة الشاملة مقارنة مع المؤسسات الأخرى ؟

في القمة _ أم في مرحلة مستمرة للتحسين _ أم ضعيف في تطبيق إدارة الجودة الشاملة

جواب : في مرحلة مستمرة من التحسين

نلاحظ من خلال الإجابة مايلي :

ترتكز إدارة الجودة الشاملة علي عنصر التحسين المستمر وهذا للوصول إلي أعلي النتائج من خلال تقديم أفضل للخدمات وتحسين المرافق و البرامج .

سؤال : هل ترى أن إدارة الجودة الشاملة عامل أساسي للإستمرار في السوق السياحي ؟

جواب : نعم

نلاحظ من خلال الإجابة ما يلي :

إن إدارة الجودة الشاملة بمختلف مبادئها و تطبيقاتها تعتبر حجر الأساس في عملية الإستمرار في النشاط السياحي لأن له طابع خدماتي يرتكز علي تطبيق الجودة .

ثالثا : أسئلة متعلقة بالتسويق :

سؤال : ما هي آلية التسويق التي تعتمدون عليها ؟

التسويق الإلكتروني _ الجرائد و المجلات _ أم عن طريق الوكالات الإشهارية _ الملصقات الإشهارية

جواب :

نعتمد في عملية التسويق كل ما طرحته فلنا موقع إلكتروني يعرف بالمركب و الخدمات التي يقدمها و ليس ببعيد شرفنا حضور القناة الجزائرية الأجواء للقيام بتقرير حول المركب و أيضا الإعتماد علي الجرائد و الملصقات الإشهارية .

نلاحظ من خلال الإجابة ما يلي :

#الفصل الثالث : أثر إدارة الجودة الشاملة علي مركب السفير

تعد الوسائل و القنوات التسويقية و الترويجية همزة وصل ما بين الزبون و المؤسسة يتم من خلاله التعريف بالمنتج السياحي و جودة الخدمات المقدمة .

رابعاً : أسئلة متعلقة بالعملاء :

سؤال: هل هناك إحتكاك مباشر مع العملاء القادمين أم دراسة تأثير قرارات العميل من ناحية الخدمة و المنتج المقدم ؟

جواب : نعتمد علي الطريقتين معا

نلاحظ من خلال الإجابة ما يلي :

إن إهتمام الإدارة بالعميل تتجلي بالتعامل المباشر معه و هذا لخلق علاقة و شعور في نفسيته بأنه هو محل الإهتمام التام و دراسة رد الفعل و التأثير الذي ينجم عن إستهلاكه للخدمة مما يسمح للمؤسسة بتطوير الجودة لديها .

سؤال : هل لتطبيق إدارة الجودة الشاملة تأثير محسوس علي ثقافة الفرد ؟

جواب : نعم

عندما يجد السائح مكان نظيف و هادئ لقضاء عطلته يعمل علي خدمته هذا بطبيعة الحال سيغير من نظرتة للسياحة علي المستوي المحلي و يغير من سلوكياته .

نلاحظ من خلال الإجابة ما يلي :

للجودة الشاملة أثر مباشر علي ذهنيات السياح و ثقافتهم من خلال تبني سلوكيات إيجابية مرتبطة بالمعاملة و النظافة و الهدوء النفسي .

سؤال : هل تقدم مؤسساتكم نشاطات خاصة للترفيه عن السياح ؟

الخروج في رحلات _أخذهم لمنتجعات _ او مراكز ثقافية

جواب : نعم

#الفصل الثالث : أثر إدارة الجودة الشاملة علي مركب السفير

نحن ننظم نشاطات خاصة بالكبار و الصغار حيث تتخلل كل اسبوع مسابقات رياضية و فكرية و سهرات عائلية

وجولات ورحلات إلى مناطق سياحية و تنظيم دورات و محاضرات تثقيفية

أما في الشهر الكريم شهر رمضان :

فيكون هناك دروس دينية و علمية ، و كذلك تحفيظ القرآن الكريم للصغار و الكبار و النساء ، ركن المطبخ و طعام خاص في الغرف لإعداد و تناول وجبات الإفطار و السحور بهدوء، تخصيص حفلات و نزاهات للزبائن،العاب ترفيهية و مسابقات للكبار و الصغار و سباحة ليلية مؤمنة .

نلاحظ من خلال الإجابة ما يلي :

إن تعدد الأنشطة و تنوعها أمر ضروري حتى لا يصاب السائح بالضجر و الروتين و خاصة عند الأطفال بحث تسمح للسائح بالإستمتاع و الترويح عن نفسه .

خامسا : أسئلة متعلقة بالتقييم :

سؤال : كيف يتم تقييم الجودة المقدمة في المؤسسة؟

تقييم داخلي

تقييم خارجي

جواب : يكون التقييم داخلي و خارجي

يكون التقييم الداخلي عن طريق وثيقة تحدد جوانب رضا الزبون

التقييم الخارجي يكون من قبل هيئات الدولة الخاصة ففي سنة 2015م شرفنا حضور وزير السياحة رفقة السيد والي مستغانم في خرجة تفقدية .

نلاحظ من خلال الإجابة ما يلي :

#الفصل الثالث : أثر إدارة الجودة الشاملة علي مركب السفير

يعتمد مركب السفير حرصا منه علي تطبيق الجودة ورضا الزبون تقييم داخلي لدراسة تأثير قرارات العميل و تقييم خارجي من طرف هيئات تمثل وزارة السياحة

سؤال : علي من تقع مسؤولية مراقبة الجودة الشاملة؟

علي هيئة مختصة _ عن طريق المدير و من تعطي له الصلاحية

جواب : المدير و من تعطي له الصلاحية

في الوقت الحالي نحن في مرحلة تحسين الخدمة المقدمة للزبون، بعبارة اخرى مفهوم الجودة الشاملة لم يتبلور بالشكل الذي يكلف به شخص معين لأنه يحتاج الى عمل كبير من القمة الى القاعدة ولهذا مراقبة الجودة تقع علي مسؤولية المدير و من تعطي له الصلاحية

نلاحظ من خلال الإجابة ما يلي :

إن الرقابة عملية ضرورية لنجاح تطبيق الجودة الشاملة فهي تعمل علي تصحيح مسار أداء الأعمال للحصول علي مخرجات تتلاءم مع الأهداف المسطرة

سادسا : أسئلة متعلقة بالمعايير :

سؤال : ما هي المعايير التي تعتمدون عليها في تطبيق إدارة الجودة الشاملة ؟

معايير الإيزو

معايير المركز الوطني للتقييس

جواب :

نحن علي إطلاع بالمعايير الموضوعة من قبل المعهد الوطني للتقييس و أيضا وزارة السياحة فيما يخص العقار السياحي و تطوير جودة الخدمات السياحية و نحن كما قلت سابقا في عملية مستمرة للإرتقاء بخدماتنا الموجهة للزبون

نلاحظ من خلال الإجابة ما يلي :

#الفصل الثالث : أثر إدارة الجودة الشاملة علي مركب السفير

إن تبني المعايير الدولية أو المحلية ما هو إلا وسيلة للوصول إلي التطبيق الجيد للجودة الشاملة

سؤال : ما هو توجه مؤسساتكم في تطبيق هذه المعايير؟

توجه محلي

توجه دولي

جواب : توجه محلي

نلاحظ من خلال الإجابة ما يلي :

إن التوجه المحلي للمؤسسات السياحية يعتبر قاعدة إنطلاق في تطبيق المعايير وتحسين الخدمات للوصول إلي التنافسية المحلية وتعتبر مرحلة إنتقالية نحو أفاق مستقبلية

سؤال : ما هي أهم النتائج التي توصلتم إليها في تطبيق إدارة الجودة الشاملة ولم تحققه الإدارة التقليدية (الجودة)؟

جواب :

- توافد شخصيات مهمة في مجال الأعمال بحيث البعض منهم يعتبرون زبائن أوفياء للمركب .
- توافد السياح (محليين، أجانب) بكثرة أيام الصيف فتكون النسبة 100% .
- نسجل عدد كبير من الوافدين الجدد مع وجود شريحة تعد من بين الزبائن الأوفياء .
- زيارة وزير السياحة لمركب السفير ووالي مستغانم مما يدل علي سمعة المكان .

نلاحظ من خلال الإجابة ما يلي :

إن إدارة الجودة الشاملة نظام متكامل ينطوي علي مجموعة من النشاطات المنسقة التي تسمح بتوجيه و مراقبة المؤسسة فيما يتعلق بالجودة من حيث تحديد هدف الجودة وتحسينها للخروج بنتائج ترضي الجميع (السياح و المؤسسة و العمال)

#الفصل الثالث : أثر إدارة الجودة الشاملة علي مركب السفير

خاتمة الفصل :

من خلال الدراسة الميدانية لمركب السفير نستخلص ما يلي :

علي أساس ما تم التطرق له في الجانب النظري و من خلال الأسئلة المطروحة وجد هناك تطابق مع وجود بعض النقائص في العملية التطبيقية لإدارة الجودة الشاملة وبعض الصعوبات الخارجية التي تفرض علي المركب إنتهاج طريقة مغايرة لنهج إدارة الجودة الشاملة حتي يكون هناك تلائم مع المحيط .

- حرص المركب علي تبني أفكار جديدة بطريقة مبدعة
- مرونة الإدارة العليا في تبني سياسات و مناهج إدارية تساعد في الرقي
- يعتبر المركب نفسه من بين الأفضل وهذا سلوك إيجابي محفز
- يعتمد علي العمل الجماعي المنسق والمحترف في أداء مهامه
- يعرض أفكار جديدة و خدمات متنوعة ذات جودة ذوقية و جمالية
- يعمل علي مواكبة التطور البيئي (التكنولوجي، التنظيمي، القانوني)
- يركز في خدماته علي إرضاء العميل و جعله زبونا دائما له
- يركز علي النتائج الإيجابية و طرق تعظيمها من أجل خلق جو تنافسي

الخاتمة العامة :

و من خلال ما تطرقني إليه يتضح لنا أن إدارة الجودة الشاملة أسلوب و منهج إداري يتكون من مبادئ تتمثل في رغبة الإدارة العليا علي تطبيق هذه الفلسفة و عرضها علي العمال بطريقة تجعلهم يتجاوبون مع هذا التغيير وتصنيف الزبون كمرجعية أولوية للمؤسسة كما يشجع علي العمل الجماعي و حل المشكلات بطريقة تضامنية، بهدف تقليص الفجوة الموجودة بين العمال و الإدارة العليا و بين المستويات الإدارية، و الإعتماد علي التحسين و التطوير المستمر لمواكبة التغيرات و التطورات المحيطة بالمؤسسة و هو يركز علي وسائل و أدوات تطبيقها المؤسسات مثل الإعتماد علي المعايير (المحلية أو الدولية) كوسيلة في عملية الإرتقاء بالأداء (المادي، المالي البشري، التسويقي) حيث يتصف بالشمولية و الحرية في تطبيقه و تبنيه كنظام لتحسين جودة المنتجات سلعا كانت أم خدمات إذ أنه يركز علي الجودة في كل عملية تقوم بهى المؤسسة منذ البحث عن المدخلات إلي غاية توجيهها للعملاء فهو يهتم بالدرجة الأولى بالزبائن و المستهلكين و المتعاملين محليين كانوا أو أجنبيين و التقرب منهم لمعرفة إحتياجاتهم و رغباتهم . و حسب نتائج البحث و المعلومات المستخلصة منه يمكن القول أن إدارة الجودة الشاملة لها نتائج محسوسة تتجلي في خدمة مصالح كل الأطراف المتعاملة فالزبون يكون له الحصة الأكبر بإعتباره المعني بالخدمة أو المنتج المقدم و لا نستبعد أيضا إيجابياته علي المؤسسة السياحية في تغيير السلوكيات السلبية كالتفكير بالمصلحة الشخصية و تعارض المصالح، تفعيل التنسيق و روح الفريق و الجماعة، تغيير في ثقافة المؤسسة و النظرة التنافسية لها، كسر الحواجز و العراقيل بين العمال و الإدارة، خلق علاقة إحترام و تقدير بين الزبون و المؤسسة .

التوصيات :

- ضرورة نشر ثقافة إدارة الجودة الشاملة في كل المؤسسات و علي مستوي كل النشاطات الإقتصادية .
- إنشاء معاهد و مدارس لتدريب و تكوين العاملين علي تطبيق إدارة الجودة الشاملة .
- جعل إدارة الجودة الشاملة هدف إستراتيجي للإدارة العليا .
- توحيد الجهود لتسهيل عملية تطبيق إدارة الجودة الشاملة .

قائمة المراجع

الكتب العربية :

- أحمد الجلال ، التخطيط السياحي و البيئي بين النظرية و التطبيق، الطبعة الأولى ، عالم الكتاب ، القاهرة ، مصر، 1988 .
- أحمد فوزي ملوخية: "مدخل إلى علم السياحة"، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2007م .
- أحمد ماهر عبد السلام أبو قحف: "تنظيم و إدارة المنشآت السياحية و الفندقية"، الطبعة الثانية، المكتب العربي الحديث، مصر 1999م .
- قاسم نايف علوان ، إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات الإيزو 9001 ز 2000 ، الطبعة الأولى ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان ، 2005 .
- رعد عبد الله الطائي، عسي قداة، إدارة الجودة الشاملة، الطبعة العربية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان .
- خضير كاضم حمود، إدارة الجودة الشاملة، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الطبعة 3 ، عمان، 2007م .
- محمد عوض الترتوري، أغادير عرفات جويحان، إدارة الجودة الشاملة في مؤسسات التعليم العالي و المكتبات ومراكز المعلومات، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2006م.
- مهدي السمرائي، إدارة الجودة الشاملة في القطاعية الإنتاجي و الخدمي، دار جرير للنشر والتوزيع، عمان، 2007م .
- جيمس إيفاف جيمس دين، الجودة الشاملة الإدارة و التنظيم و الإستراتيجية، دار المريح للنشر، المملكة العربية السعودية .
- سمير محمد عبد العزيز، اقتصاديات جودة المنتج بين إدارة الجودة الشاملة والإيزو 9000 ، مطبعة الإشعاع، مصر، 2000 م.
- خضير كاضم حمود، المنظمة الدولية للتوحيد القياسي، ط1 ، دارالصفاء للنشر، الاردن، 2010 م .
- خليل إبراهيم، محمود العاني، إدارة الجودة الشاملة والإيزو 9000 ، ط1 ، مطبعة الأشقر، العراق، 2002 م .
- ماهر عبد العزيز توفيق، صناعة السياحة، دار زيراف، الأردن، 2008 م .

- نائل موسى محمود سرحان ، مبادئ السياحة ، الطبعة الأولى ، جامعة البلقان التطبيقية ، 2003 م .
- محمد منير الحجاب، الاعلام السياحي، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، 2003 م .
- محمد خميس الزوكة:"صناعة السياحة"، دار المعرفة الجامعية، الطبعة الثانية ، مصر ، 1998م .
- محي محمد مسعد ، الإطار القانوني للنشاط السياحي والفندقي ، المكتب العربي الحديث ، مصر ، دون سنة نشر .
- عبيدات محمد ، التسويق السياحي حل سلوكي، الطبعة الثالثة ، دار وائل للنشر ، الأردن ، 2008 م .
- ثمار البكري، إستراتيجية التسويق، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2008 م .
- عبيدات محمد ، التسويق السياحي حل سلوكي، الطبعة الثالثة ، دار وائل للنشر ، الأردن ، 2008 م .
- مثنى طه الحوري و إسماعيل محمد علي الدباغ ، مبادئ السفر و السياحة ، الطبعة الأولى ، مؤسسة الوراق ، الأردن، 2001م .
- مخلوفي عبد السلام ، دور السياحة في التنمية المحلية ، الملتقى الدولي حول واقع و مستقبل الصناعات التقليدية في الجزائر ، دار الثقافة ، بشار ، 2003 م .
- نوري منير، تسيير الموارد البشرية، ديوان المطبوعات الجامعية، 2010 م .

الكتب باللغة الأجنبية :

- Philippe Duhamel, Isabelle Socareau ; "le tourisme dans le monde" , Edition colin, Paris, 1998
- J.M. Hoerner, **Géographie de l'industrie touristique**, Ellipses, Edition Marketing S.A, Paris, 1997
- Jean Yves saulquin ,"**Gestion des ressources humaines et performance des services : les cas des établissements socio-sanitaire**",Revue de gestion des Ressource Humaines n °36,Editions Eska, Paris , Juin 2000.

الرسائل الجامعية :

- أحسن ناصر الدين، مكانة الجودة في المؤسسة الخدمية، مذكرة نيل شهادة الماجستير، جامعة العقيد الحاج لخضر، باتنة، 2008-2009م .

- بديعة بوعقلين: "السياسات السياحية في الجزائر و انعكاساتها على العرض و الطلب السياحي – دراسة حالة ولاية تيبازة"، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر 1996 م .
- شادي عطا محمد عايش، أثر تطبيق إدارة الجودة الشاملة على الأداء المؤسسي، درجة الماجستير، الجامعة الإسلامية-غزة، 2008 م .
- آسية دهنون، دور نظام الجودة الشاملة في تحقيق الميزة التنافسية، مذكرة مستر .
- الهلة سناء، بريقش عائشة، دور إدارة الجودة الشاملة في تحسين أداء المؤسسة الاقتصادية) مذكرة ليسانس غير، منشورة في علوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2009.2010 م .

المجلات :

- الديوان الوطني للإحصائيات :مجموعة الإحصائيات السنوية رقم 01 ، نشرة ، 2000 ، الجزائر .
- بلاطة مبارك وكواش خالد ، سوق الخدمات السياحية، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، العدد 04 ، جامعة سطيف، 2005
- جلييلة حسن حسنين ، اقتصاديات السياحة ، منشورات جامعة الإسكندرية ، مصر ، 2003 م .
- كواش خالد ، مقومات و مؤشرات السياحة في الجزائر ، مجلة اقتصاد شمال إفريقيا ، العدد الأول .

المداخلات العلمية و التظاهرات العلمية :

- أعمار غزاوي ،أحمد علماوي الثقافة التنظيمية مدخل لتطبيق إدارة الجودة الشاملة في منظمة الأعمال جامعة د.الطاهر مولاي سعيدة 14/13 ديسمبر 2010 م .
- فيلاي عبد الرحمان إدارة الجودة الشاملة و إستراتيجية المؤسسة جامعة د.الطاهر مولاي سعيدة يوم 14/13 ديسمبر 2010 م .
- بومدين يوسف، إدارة الجودة الشاملة و تنمية المؤسسة، جامعة د.طاهر مولاي، سعيدة، يوم 14/13 ديسمبر 2010 م .
- بن حميدة محمد، حريق خديجة، إدارة و نظام الجودة الشاملة، جامعة د.مولاي الطاهر، سعيدة .
- ماجد محمد صالح، تحليل العلاقة بين أبعاد الجودة و تحقيق المنتج، المعهد التقني، الموصل، 11/04/2007 .

- سامر فهد سليمان الرياضي، أثر أبعاد جودة الخدمة المصرفية على رضا العملاء في البنك العربي، جامعة الزرقاء كانون الثاني، 2016 م .

- عبد الرزاق براهيمي و عبد الحفيظ مسكين ، أثر ممارسة الأنشطة التسويقية في دعم و تنمية القطاع السياحي في الجزائر ، الملتقى الوطني حول السياحة في الجزائر الواقع و الآفاق ، معهد العلوم الاقتصادية ، المركز الجامعي البويرة 12/11 ماي 2010 م .

- يسرى دعبس، الإرشاد السياحي ، دراسات و بحوث في أنتروبولوجيا المتاحف، الطبعة الأولى ، الملتقى المصري للإبداع و التنمية ، مصر ، 2006 م .

- فراح رشيد ، دور التسويق السياحي في دعم التنمية السياحية والحد من أزمات القطاع السياحي ، المؤتمر العلمي الدولي حول " السياحة رهان التنمية – دراسة حالة تجارب بعض الدول " .

- صحراوي بن شيحة و بن حبيب عبد الرزاق ، دور التسويق السياحي في تحقيق التنمية الاقتصادية و الاجتماعية في دول المغرب العربي ، المؤتمر العلمي الدولي حول " السياحة رهان التنمية – دراسة حالة تجارب بعض الدول " .

- تقوروت محمد، السياحة والتسويق السياحي في الجزائر -الإمكانيات و التحديات التنافسية، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 26/25 أكتوبر 2009م.

- عبد السلام أبو قحف وآخرون ، التسويق ، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 2006 م .

- مخلوفي عبد السلام وبودي عبد الصمد ، أهمية التسويق السياحي عبر الانترنت في تحقيق السياحة المستدامة ، الملتقى الدولي حول " اقتصاديات السياحة و دورها في التنمية المستدامة ، ، دار الثقافة ، بشار .

- موسي سهام ، شوقي شادلي، تحليل أثر توافر أبعاد إدارة الجودة الشاملة علي الأداء، جامعة د.طاهر مولاي سعيدة .

- مرزاق صالح، بوهرين فاتيحة، أهمية تطبيق الجودة (إيزو 9000) بالمؤسسة .

المواقع الإلكترونية :

- أنواع المناخات ، علي الموقع <http://geographie.yoo7.com/t53-topic> تاريخ الإطلاع 2017/05/15 علي الساعة 14:42.

- وزارة الصناعة و المناجم، الموقع <http://www.mdipi.gov.dz> ، تم الإطلاع عليه يوم 2017/05/2 الساعة 15:00

- موقع الجزائر الجغرافي وعلى الموقع <https://9alam.com/community/threads/muqy-algzar.21356> /
تاريخ الإطلاع 2017/05/15 علي الساعة 14:42

- تضاريس الجزائر ،علي الموقع https://digiurbs.blogspot.com/2012/11/blog-post_30.html ، تاريخ
الإطلاع 2017/05/15 علي الساعة 16:07

- من أثار الجزائر ،علي الموقع ، <http://www.startimes.com/?t=22967455> ، تاريخ الإطلاع 2017/05/17
علي الساعة 12:08

- واقع قطاع السياحة في الجزائر وأفاق تطوره، علي الموقع
<http://platform.almanhal.com/Files/?ID=T2-82867-MLA0032954.pdf> ، تاريخ الإطلاع 2017/05/18
علي الساعة 15:10

القواميس و المعاجم :

- معجم اللغة العربية <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar> تم الإطلاع عليه يوم 2017/04/15 علي
الساعة 17:00

قائمة الملاحق :

أسئلة متعلقة بالعامل :

_ هل هناك تجاوب إيجابي من طرف العمال لفكرة التغيير نحو إدارة الجودة الشاملة ؟

_ رحبو بالتغيير أم وجد هناك صعوبة في عملية التأقلم وتقبل الإدارة الجديدة ؟

_ علي ماذا يتم التركيز في عملية إختيار العمال؟

الشهادة الأكاديمية _ الخبرة و الممارسة _ أم مستوى مقبول بحيث يكون له القدرة علي التواصل

_ هل يمر العمال في المسار المهني بعملية تكوين مستمرة و منتظمة ؟ أم هي فترات حسب الحاجة ؟

_ هل هناك مسؤولية تظامنية بين العمال و الطاقم الإداري و الإدارة العليا في تطبيق مفهوم إدارة الجودة الشاملة ؟

_ هل يكون هناك نوع من تفويض المسؤولية للعامل و إشراكه في عملية إتخاذ القرارات و الأخذ بإقتراحاته ؟

أسئلة متعلقة بالمنافسة :

_ كيف توضح مؤسستكم للغير أن التغيير جزء من ثقافة المؤسسة ؟

_ كيف تفسر في نظرك ظاهرة خروج المصطافين المحليين إلي بلدان أخرى و بأعداد هائلة هل السبب راجع إلي ؟

البحث عن مغامرة جديدة

أم إرتفاع أسعار السوق السياحي

أم عدم وجود تنافسية في الجودة و توفرها بأسعار تكون في متناول السائح المحلي

_ أين تضع مؤسستكم فيما يتعلق بتطبيق ادارة الجودة الشاملة مقارنة مع المؤسسات الأخرى ؟

في القمة _ أم في مرحلة مستمرة للتحسين _ أم ضعيف في تطبيق إدارة الجودة الشاملة

_ هل ترى أن إدارة الجودة الشاملة عامل أساسي للإستمرار في السوق السياحي ؟

أسئلة متعلقة بالتسويق :

_ ما هي آلية التسويق التي تعتمدون عليها ؟

التسويق الإلكتروني _ الجرائد و المجلات _ أم عن طريق الوكالات الإشهارية _ الملصقات الإشهارية

أسئلة متعلقة العملاء

_ هل هناك إحتكاك مباشر مع العملاء القادمين أم دراسة تأثير قرارات العميل من ناحية الخدمة و المنتج المقدم ؟

_ هل لتطبيق إدارة الجودة الشاملة تأثير محسوس علي ثقافة الفرد ؟

_ هل تقدم مؤسستكم نشاطات خاصة للترفيه عن السياح ؟

الخروج في رحلات _ أخذهم لمنتجعات _ او مراكز ثقافية

أسئلة متعلقة بالتقييم :

_ كيف يتم تقييم الجودة المقدمة في المؤسسة؟

تقييم داخلي

تقييم خارجي

_ علي من تقع مسؤولية مراقبة الجودة الشاملة؟

علي هيئة مختصة _ عن طريق المديرو من تعطي له الصلاحية

أسئلة متعلقة بالمعايير:

_ ما هي المعايير التي تعتمدون عليها في تطبيق إدارة الجودة الشاملة ؟

معايير الإيزو

معايير المركز الوطني للتقييس

_ ما هو توجه مؤسستكم في تطبيق هذه المعايير؟

توجه محلي

توجه دولي

_ ما هي أهم النتائج التي توصلتم إليها في تطبيق إدارة الجودة الشاملة ولم تحققه الإدارة التقليدية (الجودة)
(؟

ملخص

تعتبر إدارة الجودة الشاملة عامل مهم للنجاح في المدى الطويل للمنظمات إن تطبيقها أصبح مهم لتطوير فعالية المنظمة. وتحقق بين العلاقة التي تربط إدارة الجودة الشاملة بالأداء من قبل عدد كبير من الباحثين الذين درسوا العلاقة بين الجودة الشاملة و الأداء بإستعمال عدة مقاييس مختلفة للأداء مثل الأداء المالي و التطوير، أداء العمليات و الجودة بحيث البحوث الحديثة لإدارة الجودة الشاملة حللت العلاقة بين إدارة الجودة الشاملة و أداء المنظمة فتركز إدارة الجودة الشاملة علي عملية التحسين المستمر في المؤسسة للحصول علي قيمة إستهلاكية عالية للمنتجات وتحقيق رغبات و حاجات العميل فهي تعتبر بمثابة الدليل و المرجعية في تسيير المنظمة و تطبيق لتطوير المعلومات الإستراتيجية للمنظمة .

Abstract

Total quality management (TQM) is considered a very important factor for the long-term success of an organization. TQM implementation has been an important aspect for improving organisational efficiency. The links between TQM and performance have been investigated by numerous scholars. While examining the relationship between TQM and performance scholars have used different performance types such as financial, innovative, operational and quality performance. Recent research on total quality management has examined the relationships between the Total quality management and organizational performance. TQM focuses on continuous process improvement within organizations to provide superior customer value and meet customer needs. TQM a popular guideline for organizational management is adopted for developing strategic infomaps and infocharts for an information organization.