

## متطلبات إدارة الجودة الشاملة كمدخل لتطوير تنافسية الخدمة السياحية

### دراسة حالة السياحة الصحراوية في الجزائر

أ.د حساني رقية

جامعة محمد خيضر بسكرة (الجزائر)

د.بوعزيز ناصر

جامعة 08 ماي 1945 قالمة (الجزائر)

#### ملخص :

تعد السياحة الصحراوية من بين أهم أنواع السياحة الواعدة في الجزائر, و ذلك لتوفرها على مقومات معتبرة في هذا المجال , لكن مع ذلك نجد أن مستوى هذا النشاط حاليا اقل من التطلعات المرجوة, و ذلك لعدة معوقات تحول دون تطوره, و تعد إدارة الجودة الشاملة لمؤسسات القطاع السياحي من بين المدخل المهمة لتطويره غير أن ذلك مرهون بتوفير متطلبات هذا التوجه الإداري.

#### Abstract:

Desert tourism is one of the most important types of tourism promising in Algeria because of the provide of its basics of arguing , however, we find that the level of this activity is less than the aspirations expected, and this is due to several obstacles to its development, Total quality management of the tourism sector institutions can be conceded among the important entrances to develop it, but that depends on the provision of the requirements of this administrative approach.

#### مقدمة :

إن تطبيق إدارة الجودة الشاملة رغم انه توجه إداري ينبع من داخل المؤسسة إلا انه ينطوي أيضا على متطلبات تحصل عليها المؤسسة من محيطها الخارجي يوفرها أطراف خارجيون عنها, كما أن إدارة الجودة الشاملة تتكيف مع نوعية النشاط بمعنى أن محدداتها و أهدافها و مبادئها تختلف من نشاط اقتصادي إلى آخر, و هو ما سنحاول الوقوف عليه فيما يخص السياحة الصحراوية في الجزائر.

الإشكالية : بناء على ما قدم سنحاول الإجابة على التساؤل الرئيسي التالي :

ما هي أهم متطلبات إدارة الجودة الشاملة في القطاع السياحي في الجزائر كمدخل لتطوير تنافسية السياحة

الصحراوية فيها ؟

عناصر البحث : و للإجابة على التساؤل السابق قسمنا محتوى هذه الورقة البحثية إلى ثلاث مباحث هي :

المبحث الاول : ماهية و آليات إدارة الجودة الشاملة في القطاع السياحي

المبحث الثاني : مقومات و معوقات السياحة الصحراوية في الجزائر

المبحث الثالث : متطلبات إدارة الجودة الشاملة في السياحة الصحراوية في الجزائر

المبحث الاول : ماهية و آليات إدارة الجودة الشاملة في القطاع السياحي

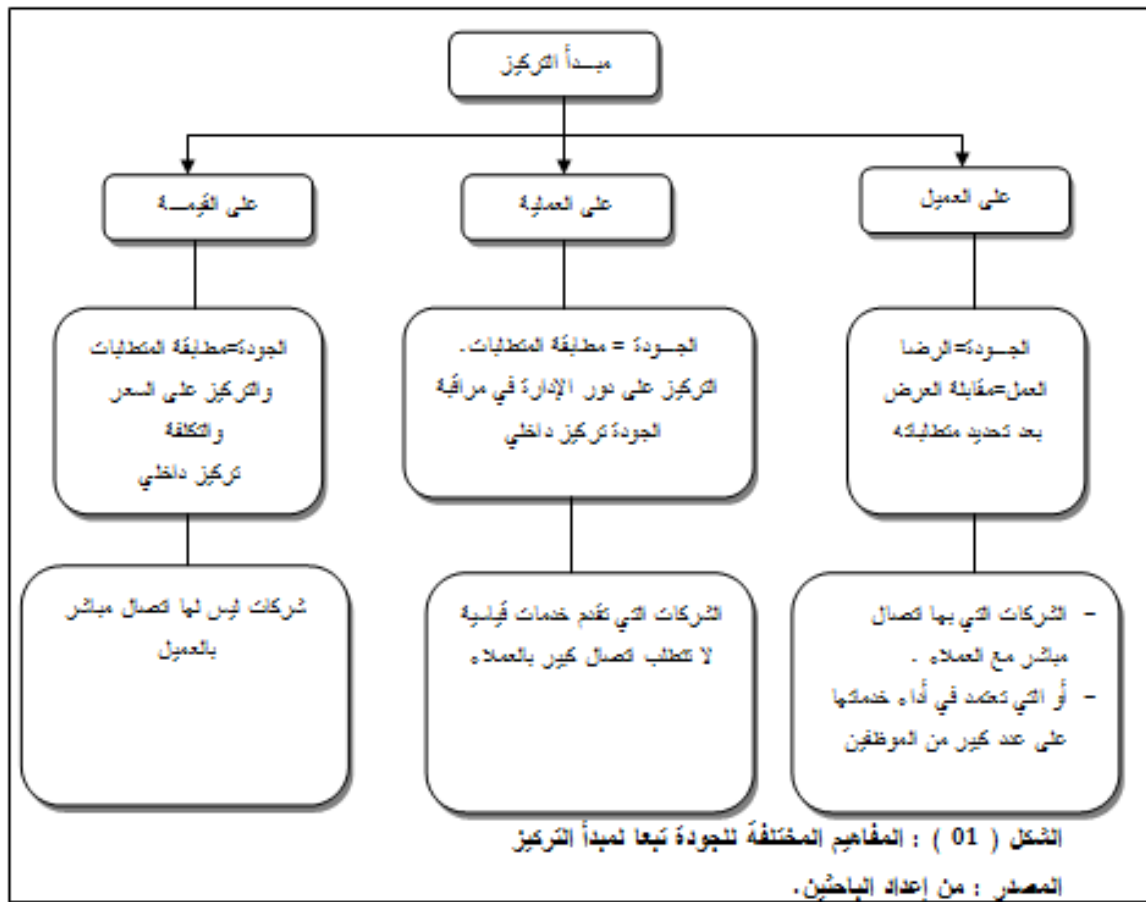
سنحاول من خلال هذا المبحث توضيح مفهوم الجودة, ثم مفهوم الجودة الشاملة في القطاع السياحي, و كذا أهم

مبادئ هذه الأخيرة و الخطوات العملية لتحقيقها في المنشآت السياحية

**1- تعريف الجودة:** الجودة كمصطلح « Quality » كلمة مشتقة من الكلمة اللاتينية « Qualities » والتي معناها طبيعة الشيء ودرجة صلاحه، وهي مفهوم نسبي يختلف باختلاف جهة الاستعارة منه، سواء كان مؤسسة، المورد، العميل، المجتمع... وغيره<sup>(1)</sup>.

أما الجودة كما وردت في قاموس "اكسفورد" فتعني الدرجة العالية من النوعية أو القيمة، وقد تضمنت المواصفة القياسية الدولية لمصطلحات الجودة باعتبارها «مجموعة الخواص والخصائص الكلية التي يحملها المنتج/الخدمة وقابليته لتحقيق الاحتياجات والرضا أو المطابقة للعرض "fitness for use"، والصلاحية للعرض "quality is fitness for use"<sup>(2)</sup>.

وبعد هذه التعريفات للجودة الملائمة، غير أنه يمكن أيضاً النظر إلى الجودة من زوايا متعددة مرتبطة بكل فرد أو مؤثر، وما يركز عليه عند تلقيه أو استخدامه للمنتج أو الخدمة، وعليه يمكن إعطاء تعاريف مختلفة أخرى للجودة باعتماد مبدأ التركيز، كما هو موضح في الشكل الموالي:



وعليه يمكن القول أن الجودة مفهوم متعدد الجوانب لا يمكن حصره في مجال واحد، بل يأخذ أبعاداً تشمل على مفاهيم فنية وإدارية وسلوكية واجتماعية وغيرها، ولذلك يمكن أن نخلص إلى:

1. الجودة لا تعكس النتائج لها والتي تعني (الأحسن) بشكل مطلق بل بشكل نسبي، وهي تعني الأحسن للعميل الذي حضيت بإرضائه وتحقيق تطلعاته.
2. إن الجودة لا تنشأ من العدم، ولكنها تنشأ من خلال علاقة تربط المنتج والعميل والتي يجب أن تكون دائمة وليس سطحية وظرفية.
3. تكتسي الجودة طابعاً حركياً وهذا يتطلب من المنتج أن يكيف ويضبط باستمرار منتجاته وخدماته وفق تطور حاجات ورغبات العملاء<sup>(3)</sup>.

**2. مفهوم إدارة الجودة الشاملة:** يعد ظهور إدارة الجودة الشاملة كغيره من المفاهيم الإدارية التي تتباين بشأنها المفاهيم والأفكار وفقاً لزاوية النظر من قبل باحث، مع ذلك فهذا التباين لا يخرج عن التركيز على ثلاثة مرتكزات أساسية وهادفة بالنسبة لهذا المفهوم والمتمثلة في: (4)

1. تحقيق رضا المستهلك وتلبية احتياجاته.

2. مساهمة كل العاملين في المنظمة في فرق الجودة.

3. استمرار التحسن والتطوير في الجودة.

وهو ما نلمسه من خلال بعض التعاريف التي سنوردها فيما يلي:

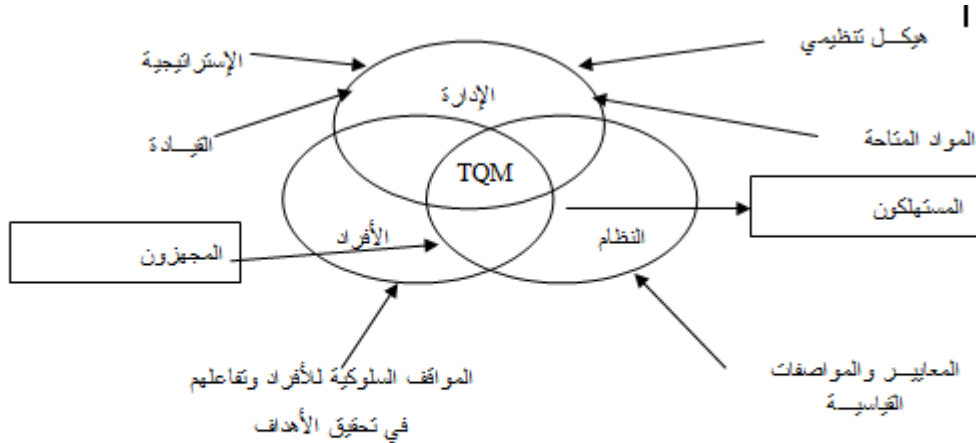
تعرف منظمة الجودة من وجهة النظر البريطانية، على أنها «الفلسفة الإدارية للمؤسسة التي تدرك من خلالها تحقيق كل في احتياجات المستهلك، وكذا تحقيق أهداف المشروع معا» (5).

في حين تعرف وجهة النظر الأمريكية إدارة الجودة الشاملة على أنها «فلسفة وخطوط عريضة ومبادئ تدل وترشد المنظمة لتحقيق تطور مستمر، وهي أساليب كمية بالإضافة إلى الموارد البشرية التي تحسن استخدام الموارد المتاحة، وكذلك الخدمات، بحيث أن كافة العاملين داخل المنظمة تسعى لأن تحقق إشباع المستهلكين الحاليين والمرتبين» (6).

أما "White" فقد جاء في تعريفه للجودة الشاملة بأنها: «تفاعل المدخلات، الأفراد، الأساليب، السياسات، الأجهزة، لتحقيق جودة عالية للمخرجات مع التركيز على الاشتراك الفاعل لكل العاملين، وكذلك التحسين المستمر لجودة المخرجات» (7).

ونلاحظ من خلال التعاريف السابقة للجودة وإدارة الجودة الشاملة الاختلاف في بعض النقاط لمفهومها، فالجودة تتعلق بالمنتج/ الخدمة النهائي وعليه فمسؤوليتها على قسم الإنتاج، أما إدارة الجودة الشاملة فهي مرتبطة بكل ما له علاقة بإنتاج المنتج من مرحلة التصميم إلى غاية مرحلة ما بعد البيع، فالمسؤولية هنا مسؤولية مشتركة لكل المستويات في المؤسسة.

ويمكن التعبير على هذه النظرة الشمولية في إدارة الجودة الشاملة التي تضم كل أفراد المنظمة كما يراها ويلخصها "جابلونسكي"، كما هي موضحة في الشكل الموالي:



الشكل ( 02 ) : النظرة الشمولية لكل الأطراف لتحقيق أهداف المنظمة

المصدر : رياض رشاد البناء، إدارة الجودة الشاملة مفهومها و أسلوب إرسائها، المؤتمر السنوي 21 للتعليم،

السعودية، 24-25/01/2007

**3- مفهوم إدارة الجودة الشاملة في القطاع السياحي:** لا يختلف مفهوم إدارة الجودة الشاملة في القطاع السياحي على مفهوم إدارة الجودة بصورة عامة إلا ما يتعلق بالتركيز على معايير الجودة المتعلقة بخصوصية هذا النشاط الخدمي ذو الاتصال المباشر بالعميل.

فمنظمة السياحة العالمية تعرفها على أنها: «نتيجة لعملية تتضمن تلبية جميع احتياجات المستهلك ومتطلباته وتوقعاته المشروعة من المنتجات والخدمات بسعر مقبول، بحيث تكون مطابقة مع الشروط التعاقدية المتفق عليها، ومحددات الجودة المشمولة بذلك، مثل السلامة والأمن والصحة والنظافة العامتين، سهولة الوصول، الشفافية، والأصالة وتجانس النشاط السياحي المعني مع بيئة البشرية والطبيعة»<sup>(8)</sup>.

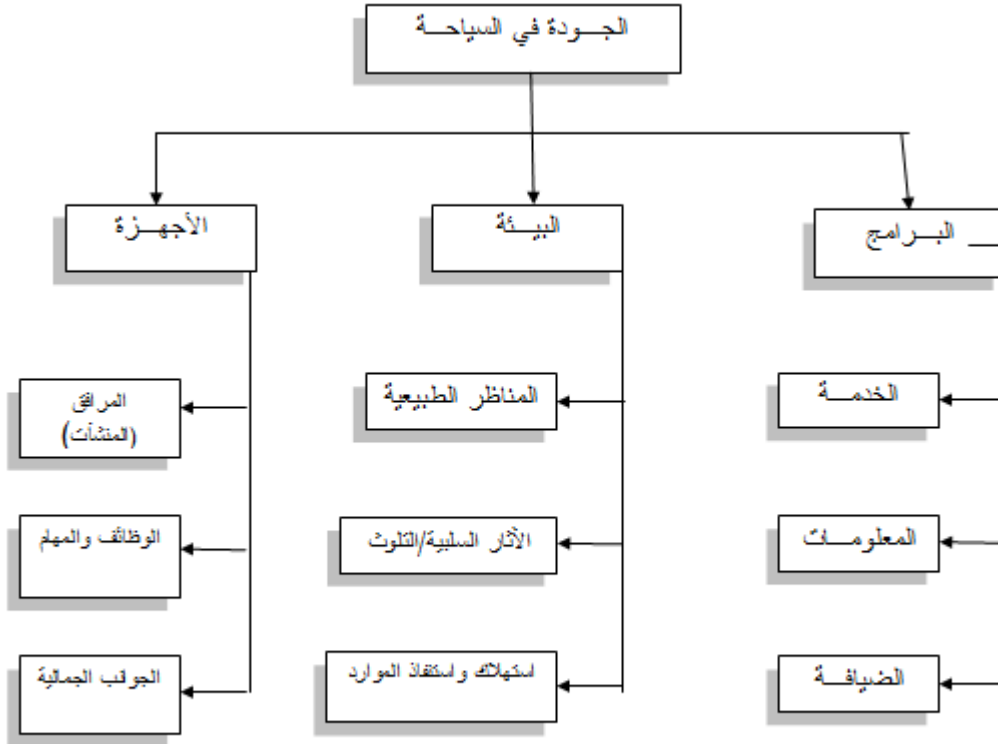
أما المنظمة الأوروبية للسياحة فعرفتھا على أنها: «العملية الإدارية التي تضمن رضا ومطابقة المنتج والخدمة السياحية مع متطلبات وتوقعات الزبائن (الضيوف) بالسعر المقبول، وهذه المطابقة تأخذ بعين الاعتبار ما هو مصمم من قيم وفعاليات مثل الأمان، الحفاظ على الصحة، سهولة المنال، الأصالة، الانسجام مع البيئة الطبيعية و البشرية»<sup>(9)</sup>. نلاحظ من خلال التعريفين السابقين أنَّهما تضمنا مرتكزات إدارة الجودة الشاملة التي تعرضنا لها سابقا والمتمثلة في:

1. رضا المستهلك من خلال مطابقة الخدمة الواجبة مع متطلبات وتوقعات الناتج بالسعر المقبول.
  2. مساهمة العاملين في المنظمة على اعتبار أن إدارة الجودة الشاملة في السياحة هي "عملية"، بمعنى مشاركة ما بين العاملين والانسجام التام بينهم.
  3. استمرار التحسين والتطوير في الجودة، وذلك عن طريق محاولة تحديد احتياجات الزبون. ومن المعروف أن الاحتياجات تنقسم إلى احتياجات حالية وأخرى كامنة وعليه فتلبية هذه الأخيرة يستلزم عملية التطوير والتحسين.
- كما نجد أنَّ التعريفين تعرضا إلى العوامل الأساسية المحددة لجودة الخدمة السياحية، وتتمثل هذه المعايير أو العوامل في ما يلي:

1. الأمان والسلامة : المحافظة على حياة السائح.
2. الصحة العامة: في جميع أماكن الإيواء و الإطعام .
3. سهولة الوصول (إزالة الحواجز الطبيعية والاتصالية).
4. الشفافية: توفير المعلومة الصحيحة حول مواصفات المنتج.
5. الأصالة: ارتباط المنتج مع بيئته المحلية.
6. التجانس: التوافق مع المحيط الطبيعي و الإنساني.

**4- مبادئ إدارة الجودة الشاملة في القطاع السياحي:** تكتسي الجودة أهمية بالغة في كل مناحي الحياة الحديثة ومن بينها السياحة، فالسياح يحرصون على الحصول على "الخدمة" من الأماكن التي يكونون متأكدين من أنهم سيحصلون فيها على أعلى مستوى ممكن للجودة، وعليه فالمنظمات السياحية ملزمة بإدارة هذا الجانب للتغلب على المنافسة المتزايدة .

في المقابل تعد الجودة في المجال السياحي ظاهرة معقدة، وذلك لأنها متعددة الأبعاد، وهو ما يوضحه الشكل الموالي:

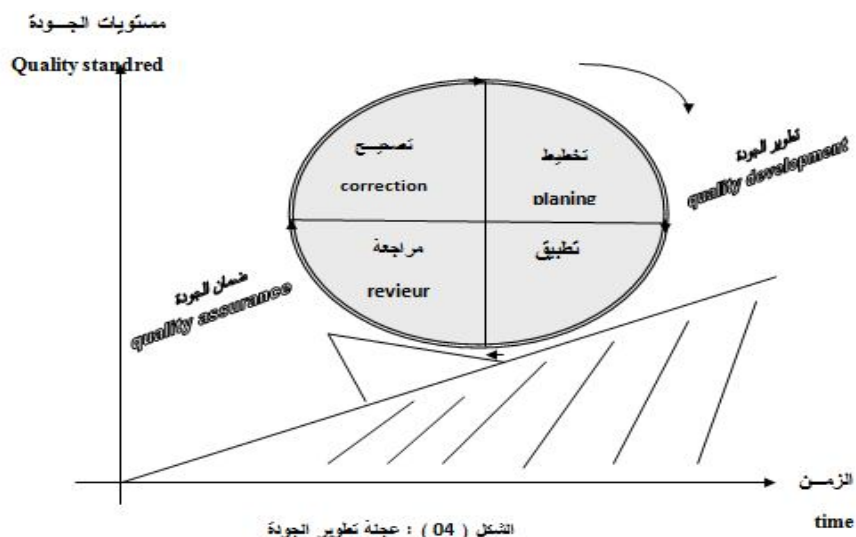


الشكل (03) : أبعاد الجودة في القطاع السياحي

Vilnius, Lithuania, Quality offensive in suiss tourism, WTO, 4-5 / 11/2004, p 02. :Source

ولتلبية الرغبات المتزايدة والمتغيرة بسرعة للزبائن تم تطوير وسائل مختلفة في خطوط إدارة الجودة الشاملة والمتمثلة في: (10)

1. قواعد الشمولية Total Stands: وذلك بإدراج كل الجوانب ومجالات العمل، وكذا جميع الموظفين ← مبدأ إحاطة العاملين Staff briefing.
  2. قواعد الجودة Quality Stands: التوجيه المنسق لكل الأنشطة من أجل الوصول إلى متطلبات الجودة بالنسبة للزبائن (الضيوف) الداخليين والخارجيين ← مبدأ الضيف يقود العملية: Guest-led action.
  3. قواعد الإدارة Management Stands: أي المسؤولية وبمبادرة الإدارة العليا فيما يتعلق بمنهجية تطوير وضمان الجودة ← مبدأ مسؤولية الإدارة Management responsibility.
- وتشتمل إدارة الجودة الشاملة أيضاً على مبدأ التوجه بالعملية process orientation، حيث يتم التأكيد على أن كل منتج أو خدمة هو نتيجة لعملية تكون مرتبطة في كل خطوة بما قبلها وما بعدها، وجودة العمليات الفردية هو الذي يصنع في النهاية الجودة الكلية، وبمرور الوقت ترتفع مستويات الجودة وذلك عن طرق الدورة الدائمة لكل من: التخطيط - التطبيق - المراجعة - التصحيح.



Source: Vilnius, Lithuania, Quality offensive in swiss tourism, WTO, 4-5 / 11/2004, p 03

وتشتمل إدارة الجودة الشاملة في السياحة على ثلاثة سمات وهي: (11)

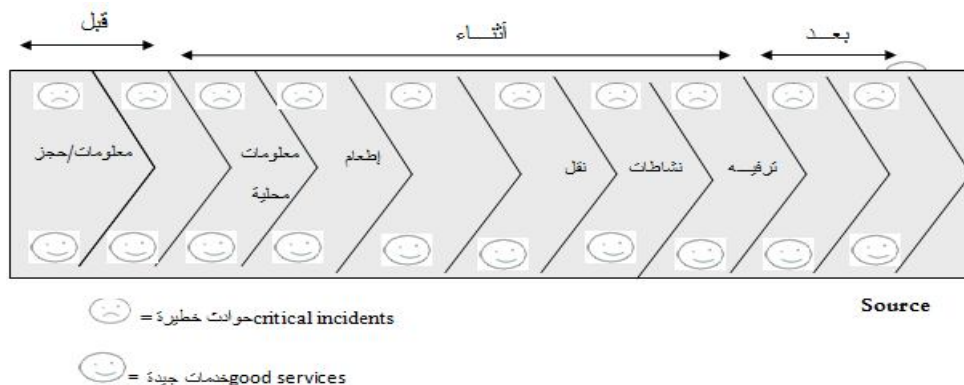
1. هدف الجودة **Quality Target**: وتعني مجموعة المعايير الذاتية للخدمة لإشباع الرغبات الخاصة بكل قطاع من السياح (الضيوف)، الموظفين.

2. تطوير الجودة **Quality development**: الترسخ والتطوير الفعال في المعايير السابقة للخدمة.

3. تأكيد (ضمان) الجودة **Quality Assurance**: الرصد الواعي لمستوى الخدمات، وكذا لردود الفعل تجاهها.

5- سلسلة الخدمة السياحية: من وجهة نظر السياح (الضيوف) فإن خدمات السياحة هي دائماً نتاج مجموعة كاملة من الخدمات الفردية والتي تمثل في مجملها سلسلة الخدمة السياحية، وتعد هذه الخدمات مرتبطة ببعضها البعض ابتداءً من الحصول على المعلومات من المراكز السياحية مروراً بالرحلة إلى الوجهة، ثم الإقامة والإطعام وبرنامج الرحلة انتهاءً إلى رحلة العودة، وكل خدمة من هذه الخدمات تترك انطباعاً وبصماتها لدى الضيف، وتؤثر في قراراته السياحية المقبلة.

فيمكن أن يكون هذا الانطباع ايجابياً كما يمكن أن يكون سلبياً، وهو ما يعد خطيراً بالنسبة للمنظمة السياحية، وعموماً يمكن أن نميز هنا بين 10 ملحقات في سلسلة الخدمة السياحية التي يجب الحرص على ضمان الجودة فيها، وهي موضحة في الشكل الموالي:



☹ = critical incidents -حوادث خطيرة

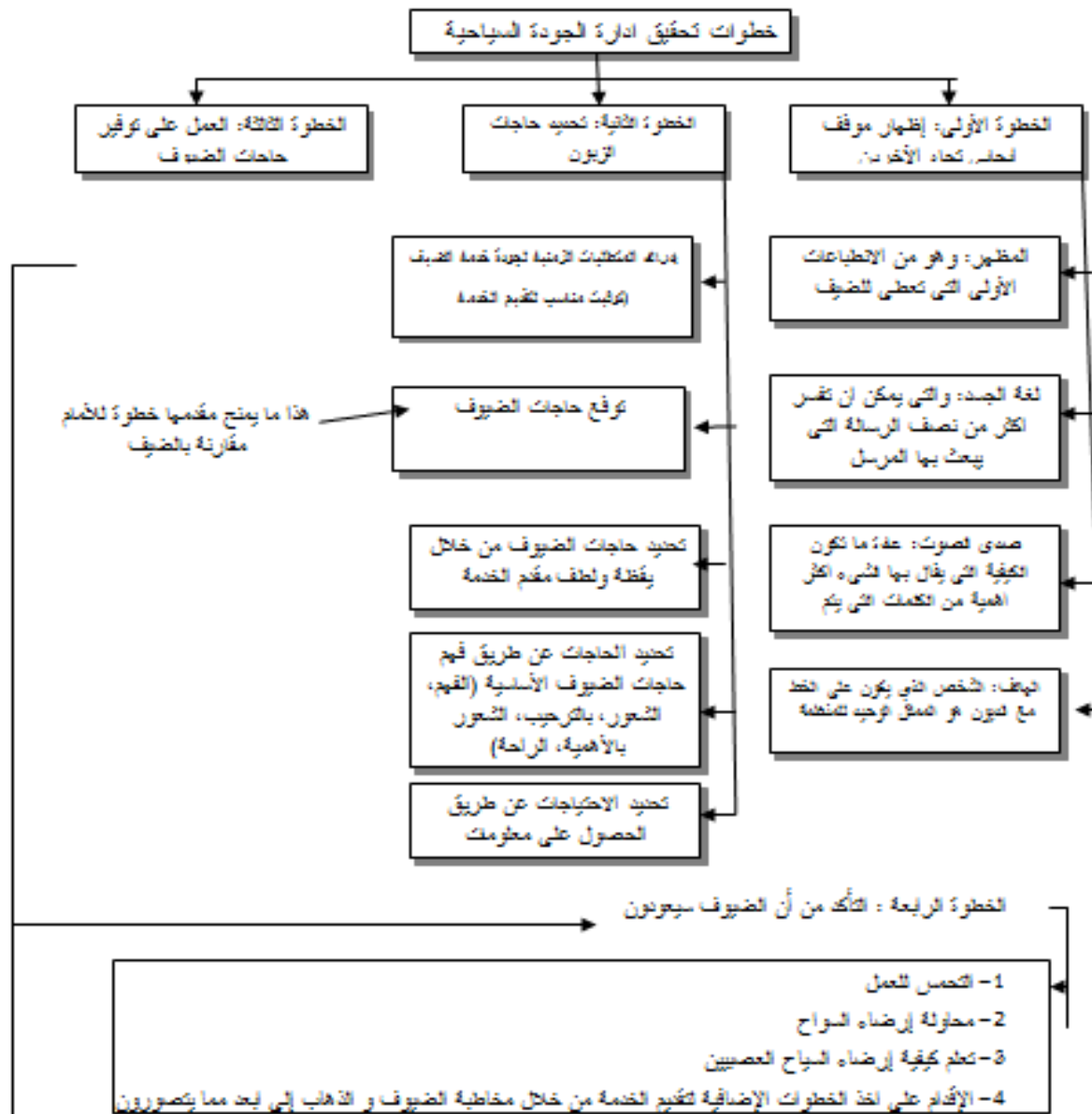
☺ = good services -خدمات جيدة

الشكل ( 05 ) : سلسلة الخدمة السياحية بين جودة الخدمة والحوادث غير المرغوبة

: Vilnius, Lithuania, Quality offensive in swiss tourism, WTO, 4-5 / 11/2004, p 05.

ويميل الضيوف (السياح) عادة إلى تذكر المواقف السيئة من الرحلة، ولا يترددون في الحديث عنها، وهو ما يمكن أن يسيء إلى سمعة المنظمة السياحية، وعليه يجب على المسيرين أن يضعوا أنفسهم مكان السائح ، ويأخذوا انشغالاته وملاحظاته بعين الاعتبار، وبصورة عامة يجب أن يعملوا على إلغاء الانطباعات السيئة لدى السائح لضمان رضاه وعودته وترويجه للمنظمة بشكل جيد، ويمر ذلك بطبيعة الحال عبر خطوات مدونة من قبل المنظمة لضمان تحقيق إدارة الجودة الشاملة.

**6- خطوات تحقيق إدارة الجودة الشاملة في السياحة:** يمكن تقسيم هذه الخطوات إلى 04 خطوات رئيسية كما هو موضح في الشكل الموالي:



الشكل ( 06 ) : خطوات تحقيق إدارة الجودة الشاملة في السياحة

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على رضا صاحب أبو حمدة و آخرون، تطبيق عناصر الجودة الشاملة في القطاع الفندقي، دراسة ميدانية في شركة فندق بابن pm 14.20 2011/12/12 www.nmgkupauni.om

**7- الأجهزة المسؤولة عن جودة المنتج السياحي:** تعتبر الخدمة السياحية بطبيعة الحال سلسلة مترابطة من الخدمات التي لا يمكن لطرف واحد القيام بها، وعليه تتعدد الأجهزة المسؤولة عن تقديم هذه الخدمة والتي يتركز نشاطها داخل البلد وخارجه، ويمكن تصنيفها إلى نوعين هما: (12)

1. الأجهزة والمنظمات السياحية: وهي التي يضع على عاتقها مسؤولية ودور جذب السائحين واستقطابهم من جميع دول العالم، بإقناعهم بأن هذه هي الوجهة الأفضل من بين كل البدائل المطروحة في العالم.
2. المنشآت السياحية: ويقصد بها كل هياكل الإيواء والإطعام والترفيه من فنادق وقوى سياحية ومنتجعات بالإضافة إلى مطاعم ومراكز الترفيه والسوق والعلاج والنقل بأنواعه المختلفة (البرية والبحرية والجوية)، والتي يقع على عاتقها توفير وإشباع الأسواق السياحية بالجودة والسعر المناسبين، وكذا يتوجب عليهم الاتصال بالأسواق السياحية الخارجية بطاقة وسائل الاتصال المتاحة لهم للترويج لخدماتهم السياحية وبرامجها المعدة لها.

هذان النوعان من الأجهزة هما من يتوجب عليهما تطبيق إدارة الجودة الشاملة لضمان جودة المنتج السياحي والذي يترتب عليه تطوير السياحة في البلد والنهوض بها.

#### المبحث الثاني : مقومات و معوقات السياحة الصحراوية في الجزائر

تمتاز الصحراء الجزائرية على غرار باقي المناطق في الجزائر بغنى طبيعي و ارث حضاري كبيرين يؤهلانها لصبح قطبا سياحيا عالميا هاما إذا ما تضافرت الجهود من اجل تجسيد ذلك, و سنحاول من خلال هذا المبحث التعرف و استعراض هذه المقومات و أنواعها و ذلك بعد التطرق إلى مفهوم السياحة و كذا السياحة الصحراوية

**1- تعريف السياحة:** تعرف المنظمة العالمية للسياحة، السياحة على أنها " انتقال الأفراد من مكان إلى آخر لأهداف مختلفة، و لفترة زمنية تزيد عن 24 ساعة، و تقل عن سنة "13 و تعرف أيضا على أنها "نشاط السفر بهدف الترفيه، و توفير الخدمات المتعلقة بهذا النشاط "14.

من خلال التعريفين السابقين نستنتج أن السياحة تقوم على معايير محددة اكتمال هذا النشاط تتمثل في:

1- عملية الانتقال: حيث يشترط في السياحة عملية الانتقال من مكان إلى آخر، أما فيما يتعلق بالمسافة الواجب قطعها ليعتبر الشخص سائحا، فهي تختلف من تعريف لآخر، و قد حددتها اللجنة السياحية الدولية بـ 50 ميل، أما لجنة السياحة الكندية فحددها بـ 25 ميل"15.

2- الهدف: و نقصد الهدف من الانتقال (السياحة)، هذا الهدف على أساسه يتم تحديد نوع السياحة.

3- المدة: و قد حددتها التعريف بأنها تزيد عن 24 ساعة، و تقل عن السنة، حيث أنها لو زادت عن السنة يمكن اعتبارها إما إقامة أو هجرة أو غيرها، و إذا قلت عن 24 ساعة فهي ليست سياحة يمكن أن توصف بأنها مجرد نزهة"16.

4- توفير الخدمات المتعلقة بالسياحة: و يمثل هذا المعيار في الحقيقة مكونات من مكونات السياحة و الذي لا يمكن قيامها إلا بتوفيره إذا أن غياب سيؤدي إلى تراجع السياح عن زيارة ذلك المكان أو الدولة.

**2- مفهوم السياحة الصحراوية :** في الواقع لا يوجد في أدبيات السياحة تعريف مخصص للسياحة الصحراوية إلا فيما تعلق ببعض التصنيفات للسياحة على أساس المناطق التي تتم فيها و هذا التصنيف لا تتبعه كل الدول إلا تلك التي يوجد فيها هذا النوع من التنوع, و عليه فهم يعرفون السياحة الصحراوية على أنها السياحة التي يتم فيها الإقامة و التجول في المناطق الصحراوية لفترة تزيد عن 24 ساعة و تقل عن السنة. 17



**3- مقومات السياحة الصحراوية في الجزائر:** يمكن قسيم هذه لمقومات إلى ثلاث أقسام أساسية هي : المقومات الطبيعية, المقومات الحضارية, و المقومات المادية و فيما يلي تفصيلها.

أ.المقومات الطبيعية: ويمكن تقسيمها إلى أربعة أقسام رئيسية هي: الطبيعة، المناخ , المياه والغطاء النباتي.

\*.الطبيعة: تمتد الصحراء الجزائرية على مساحة شاسعة بشكل أكثر من 80% من المساحة الكلية للبلاد، وتنقسم إلى قسمين هما: (18)

1. صحراء الشمال الغربي: وتشمل سلاسل الأطلس الصحراوي.

2. صحراء الجنوب الشرقي بدرع الهوقار والطاسيلي المشهورة برسومها الجدارية والنحوت الصخرية.

ويمتد بين هذين القسمين الصحراويين خط منحرف يمتد من الجنوب الغربي إلى الشمال الشرقي ماراً بعرق تندوف وهضبة تادميت وشط ملغيغ، وتظهر الطبيعة الصحراوية في كل من: (19)

- الرق: الذي هو عبارة عن مساحة واسعة من الحصى والحجارة.

- العرق: عبارة عن رمال شاسعة تمثل خمس (5/1) من الصحراء.

- الحمادة: مساحة كبيرة للحجارة الكلسية.

- الجبال مصدرها بلوري شفاف ذات تكوين بركاني.

- السبخات : أو الأحواض المغلقة التي تنمو حولها النباتات والغلل.

\*.المناخ: يسود الصحراء الجزائرية نوعان من المناخ وهما: المناخ شبه الصحراوي والمناخ الصحراوي، وهما مناخان جافان يتميزان بقلة تساقط الأمطار وارتفاع درجات الحرارة خاصة في فصل الصيف، حيث تتراوح بين 40°م و 45° مع انخفاضها في الليل، وذلك من شهر ماي إلى شهر سبتمبر.

\*.المياه والغطاء النباتي: أغلب الغطاء النباتي عبارة عن واحات النخيل مع تسجيل تزايد في زراعة الأشجار المثمرة، أما المياه فتعد المنطقة غنية بالمياه الجوفية، غير أنه لا توجد وديان كبيرة فيها، ما عدا ما هو موجود على ضفاف العرق الشرقي والعرق الغربي بالإضافة إلى وادي ميزاب ووادي الساوره.

ب.المقومات التاريخية والحضارية: تراء المنطقة يربطها ببعد إفريقي، وبربري، عربي وإسلامي من جهة العمران والمعتقدات والفنون الشعبية والنشاط التجاري والاقتصادي، وهذا التنوع الحضاري عكس في تنوع المواقع الأثرية، ومن أهم المواقع الأثرية والحضارية في الصحراء الجزائرية نجد:

1. موقع الهقار والتاسيلي: الذي يعود تاريخهما إلى 6000 سنة قبل الميلاد، وقد صنفته اليونسكو في قائمة التراث العالمي، وقد كشفت الحفريات عن بقايا حيوانات ونباتات كانت موجودة في هذه المنطقة.

2. وادي ميزاب: في غرداية: والتي يعود تاريخه إلى القرن 11 ميلادي، حيث أسسه الإباضيون في العام 1053، وما يميز هذه المنطقة قيمتها الجمالية، حيث تتوسط 05 قصور ذات تصاميم ذات طابع صحراوي، وقد أدرجت بلدية غرداية أيضاً ضمن المعالم التاريخية العالمية من طرف منظمة اليونسكو سنة 1982، وتتميز المنظمة أيضاً بصناعاتها التقليدية من زرابي وسجاد وكذا الألبسة العائلية التقليدية إلى جانب الصناعات ال...والجلدية.

3. مدينة بسكرة: عروس الزيبان والتي تتميز بواحات النخيل والتي تنتج أجود أنواع التمور عالمياً، وهي "دقلة نور"، بالإضافة إلى حماماتها المعدنية وكذا انتشار مناطق التداوي بالرمال عن طريق الردم.

4. نجد أيضاً كل من وادي سوف مدينة الألف قبة، وكذا مدينة ورقلة عاصمة البترول الجزائرية والتي أسسها الإباضيون أيضاً في القرن 11، وقد أطلق عليها ابن خلدون اسم بوابة السودان إذا كانت ممر للقادمين منه.

ج. المقومات المادية والخدمية: تتمثل في مدى توفر البنى التحتية كالمطارات، طرق النقل البري، ومدى تطور القطاعات ذات الصلة بها كالتجارة والصناعة والبنوك... الخ. بالإضافة إلى الخدمات المكملة كالبريد، الإطعام، الفنادق، المقاهي ومراكز الترفيه والصحة.

وفيما يخص الهياكل القاعدية للنقل تشهد الجزائر عمليات مد وتجديد لشبكة الطرقات البرية الممتدة إلى المناطق الصحراوية، وكذلك الأمر بالنسبة لشبكة النقل الجوي، حيث تحتوي كثير من الولايات الجنوبية على مطارات بما فيها مناطق الصحراء الكبرى كمنطقة الهقار والتاسيلي عن طريق مطار تمنراست، وأيضاً بالنسبة لمناطق الواحات شمال الصحراء كبسكرة، ورقلة، أدرا، وتوقرت وغيرها.

أما بالنسبة لهياكل الإيواء فقد شهدت تطوراً خاصة في إطار برنامج الحكومة الداعم لإنشاء مثل هذه الهياكل عن طريق الإعانات الممنوحة لكل من يقوم بإنشاء مؤسسات فندقية وذلك في إطار برنامجها لدعم قطاع السياحة.

وقد شهدت قدرة الإيواء في المناطق الصحراوية نمواً رغم أنه متباطئ، ولا يرقى إلى تطلعات النهوض بالقطاع في هذه المناطق، خاصة إذا ما قورنت بجيرانها كتونس والمغرب، وقد سعت الجزائر منذ الاستقلال إلى الرفع من قدرات الإيواء في المناطق الصحراوية عبر مختلف المخططات الاقتصادية التي مرت بها،

**4- مناطق السياحة الصحراوية في الجزائر وأنواع السياحة فيها:** يمكن تقسيم الصحراء الجزائرية جغرافياً إلى ثلاث مناطق سياحية وهي (20):

1. منطقة الأطلس الصحراوي: وهي المناطق الواقعة بين الأطلس الصحراوي والصحراء الكبرى.
  2. منطقة واحات شمال الصحراء: والتي تتميز باعتدال درجات الحرارة مقارنة بالصحراء الكبرى، وكذا بواحاتها الواسعة وبحيراتها، وكذا صناعاتها التقليدية.
  3. منطقة الصحراء الكبرى: أو ما يسمى بالجنوب الكبير (الهقار والتاسيلي)، والتي تتميز بشساعتها وجبالها الشامخة. أمّا عن أنواع السياحة فيمكن أن تكون ترفيهية، ثقافية، وبيئية بالإضافة إلى السياحة العلاجية، بواسطة المنابع المعدنية التي أقيمت عليها مركبات معدنية متخصصة في هذا المجال، بالإضافة إلى الاستشفاء عن طريق الرمد بالرمال بالاستفادة من حرارتها وحرارة الشمس لعلاج الكثير من أمراض العظام والمفاصل، ويتم هذا النوع من العلاج في أواخر شهر الصيف وبداية الخريف، وعادة عند غروب الشمس لتفادي درجات الحرارة المرتفعة.
- أمّا في منطقة الهقار والتاسيلي فإن درجات الحرارة المعتدلة طول السنة قد عادت الطريق أمام السياحة الشتوية وذلك للقضاء على موسمية هذا النشاط.

**5- مشاكل ومعوقات السياحة الصحراوية بالجزائر:** تعاني السياحة في الجزائر بصورة عامة والسياحة الصحراوية بصورة خاصة من جملة من المعوقات تحول دون تطورها بالشكل المنشود، ويمكن تلخيص هذه المعوقات في ما يلي:

1. **التهاجس الأمني:** رغم التحسن والاستقرار الملحوظين في الساحة الأمنية في الجزائر والتي تدعمت تدفق أعداد متزايدة من السياح إليها إلا أنّ المناطق الصحراوية وعلى رأسها منطقتي الهقار والتاسيلي تعاني من هذا المشكل نتيجة عمليات اختطاف السواح في هذه المناطق من قبل محاربي القاعدة لأجل طلب الفدية، رغم أن أغلب عمليات الاختطاف لم تكن في الجزائر بالتحديد لكن عدم استقرار منطقة الساحل الإفريقي أدت إلى تحذير حكومات الدول خاصة الأوروبية من التوجه إلى هذه المناطق بما فيها الجزائر.

2. **نقص هياكل الاستقبال:** والذي يترجم في أعداد محدودة عدد الأسرة المتوفرة للإيواء في هذه المناطق، وذلك مع تسجيل السعي الحثيث للدولة خلال الآونة الأخيرة لدعم هذا المجال عن طريق دعم استغاثة الخواص في مجال إنشاء الفنادق في المناطق الجنوبية كجهد في سياق النهوض بقطاع السياحة فيها.

3. نقص اليد العاملة المتخصصة في المجال السياحي: والتي بإمكانها تحسين مستوى الخدمة السياحية والإبداع فيها وجعلها أكثر احترافية، ويعكس ذلك في نقص مؤسسات التكوين السياحي في الجزائر بصورة عامة والتي تقتصر تقريباً على ثلاثة معاهد كما هي موضحة في الجدول الموالي

**الجدول ( 03 ): مؤسسات التكوين السياحي في الجزائر**

المستوى وفروع التكوين	الطاقة	
تقني سامي في الاستقبال - المطاعم والطبخ	300 مقعد	معهد بوسعادة
تقني سامي في الاستقبال - المطاعم والطبخ - الحلويات - الإدارة الفندقية - والسياحة	300 مقعد	معهد نيزي وزو
ليسانس في التسيير الفندقي والسياحي	100 مقعد	معهد الجزائر

Source : Hachimi Madouche : le tourisme en Algérie, édition Houma, Alger , 2003, P 16.

مع العلم أن خريجي هذه المعاهد على قلتهم يفضلون المناطق الشمالية عن الجنوبية هذا يكرس بشكل أكبر نقص اليد العاملة المتخصصة في القطاع السياحي في المناطق الجنوبية.

4. ضعف عمليات الترفيه (فعاليات المصاحبة للفعل السياحي) : والتي يمكن إرجاعها إلى حملة من الأسباب منها: (21)

• ضعف التنسيق بين الأطراف المعنية بترقية السياحة (الديوان الوطني للسياحة، الخطوط الجوية الجزائرية، أصحاب الفنادق... الخ).

• عامل الميزانية التي لها آثار على النوعية وكمية النشاطات والوسائل الترفيحية .

• عامل التأطير في الديوان الوطني للسياحة الذي يجب تعزيزه كماً ونوعاً.

5- عدم إقبال الاستثمار الخاص خاصة الوطني، على هذه المناطق على عكس المناطق الشمالية للوطن.

6- نقص التسويق السياحي لهذه المناطق عبر دول العالم

**المبحث الثالث : متطلبات إدارة الجودة الشاملة في السياحة الصحراوية في الجزائر**

سنحاول من خلال هذا المبحث التركيز على مصادر متطلبات إدارة الجودة الشاملة في الجزائر، و التي سنقسمها إلى مستويين رئيسيين هما الدولة و المنشأة السياحية.

**1. الأجهزة المسؤولة على جودة المنتج السياحي في الجزائر:**

أ. الأجهزة والمنظمات السياحية والتي -كما قلنا سابقاً- يقع على عاتقها دور جذب السياح واستقطابهم من دول العالم، ومن أهمها في الجزائر نجد:

• الديوان الوطني الجزائري للسياحة (ONAT) والذي تأسس سنة 1962.

• النادي السياحي الجزائري (TCA) والذي تأسس سنة 1963.

• وكالات السياحة والأسفار ويبلغ عددها في الجزائر حوالي 500 وكالة (22).

ب. المنشآت السياحية: ويقصد بها الفنادق والقرى السياحية والمنشآت الترفيهية كالمطاعم والملاهي و الكفتيريات والمنشآت التجارية ومحلات الهدايا التذكارية وغيرها والتي عكس الفنادق لا يمكن حصرها عددياً، وقد وكلت للشركة الوطنية للفندقة الحضرية (altour) مهمة تسيير الفنادق الصحراوية وذلك بعد إنشائها سنة 1976، وهي الأجهزة والمنشآت المعنية بتطبيق إدارة الجودة الشاملة للنهوض بالقطاع السياحي في الجزائر.

**2- مستويات تحقيق متطلبات الجودة السياحية في الجزائر:** رغم أن إدارة الجودة الشاملة مفهوم إداري وتطبيقه ينبع من إدارة المؤسسة ويطبّق فيها، إلا أن هذا لا يمنع من أن بعض مقومات إدارة الجودة الشاملة تكون خارجية وتأخذ طابع كلي على اعتبار أنها مدخلات خارجية بالنسبة للمؤسسة، وعليه يمكن تقسيم جهود وسبل إدراج الجودة الشاملة في

السياحة الصحراوية في الجزائر إلى قسمين هما دور الدولة ممثلة في دور أجهزة والمنظمات السياحية، أما القسم الثاني فهو دور المنشآت السياحية في حد ذاتها.

**أ.على مستوى الدولة:** يجب على الدولة أن تعمل على تطوير ودعم جملة من العناصر التي تشكل جوهر الجودة السياحية من جهة وعناصر أخرى تمثل عوائق للفعل السياحي في حد ذاته، ويمكن عكس هذا الدول المزدوج في النقاط التالية:

1. **ضمان الأمن والسلامة:** وهما عناصر الجودة السياحية وذلك بالعمل على توفير الأمن بصورة الفصل في المناطق الصحراوية من جهة ومحاولة إيصال الصورة الحقيقية للحالة الأمنية إلى السياح المستهدفين عن كل المزايدات الإعلامية التي يمارسها الإعلام الغربي من جهة أخرى.

2. **تدعيم الهياكل القاعدية في المناطق الصحراوية:** كشبكة الطرقات البرية وكذا محاولة ربط المناطق السياحية الصحراوية بشكل أفضل عن طريق النقل الجوي بإنشاء مطارات جديدة أو تعزيز الرحلات الموجودة فعلياً، أيضاً يجب على الدولة دعم الإشعارات العامة والخاصة والأجنبية بشكل أفضل للرفع من الطاقة الإيوائية في هذه المناطق والاستثمار أيضاً في باقي المنشآت السياحية كالمطاعم ومرافق الترفيه.

3. **العمل على دعم التكوين في المجال السياحي:** وذلك لسد العجز فيما يتعلق باليد العاملة المتخصصة في المجال السياحي ويكون ذلك بعدة طرق منها:

- رفع الطاقة الاستيعابية للمعاهد الموجودة فعلياً.

- العمل على إنشاء معاهد جديدة.

- فتح تخصصات خاصة بالسياحة على مستوى الجامعات وكذا مراكز التكوين المهني.

تشجيع القطاع الخاص على خوض غمار التكوين في المجال السياحي عبر المدارس الخاصة.

4. **تفعيل عمليات الرقابة والمتابعة:** من طرف الجهات المختصة لرفع مستوى المؤسسات العاملة في المجال السياحي لتلافي القصور الناتج عن عدم الالتزام بشروط العمل والالتزام بمستوى التصنيف المعطى وكذا تحديد صلاحية الترخيص بفترة صلاحية محددة لكي تستمر الرقابة والمتابعة من قبل الجهات المانحة<sup>(23)</sup>.

4. **تفعيل عملية الترويج:** العمل بشكل أفضل في مجال الترويج السياحة الصحراوية عبر دول العالم عن طريق الأجهزة و، والمنظمات السياحية السالفة الذكر وذلك بغية تحسين صورة هذا النوع السياحي دولياً من خلال الندوات والملتقيات والمعارض وكافة وسائل الإعلام، وكذا استعمال الانترنت هذا لغرض.

**ب.على مستوى المنشآت السياحية:**أما فيما يخص المؤسسة أو المنشأة السياحية فإدارة الجودة الشاملة تنطلق مبدئياً من توفير العناصر الستة (06) المحددة لجودة الخدمة السياحية، والمتمثلة في الأمن، السلامة، الصحة العامة، سهولة الوصول، الشفافية، الأصالة وأخيراً التجانس. مع التركيز على كون الخدمة السياحية عبارة عن سلسلة مترابطة، أي ضعف في حلة من حلقاتها يضر بالسلسلة ككل ابتداءً من الحصول على المعلومات من المراكز السياحية إلى غاية رحلة العودة، وبين نقطة البداية والنهاية، ويجب المرور والتركيز على الخطوات الأربعة لتحقيق الجودة الشاملة والمتمثلة في:

1. إظهار موقف إيجابي تجاه الضيوف.

2. تحديد حاجات الضيوف في الوقت المناسب.

3. العمل على توفير حاجات هؤلاء الضيوف.

4. التأكد من أن الضيوف وسوف يعودون.

ونلاحظ من خلال كل هذه المراحل أنه رغم أهمية العناصر المادية (منشآت الإيواء والترفيه)، إلا أن أهم عنصر في سلسلة الخدمة السياحية هو العنصر البشري الذي يجب أن يكون متخصصاً ومحترفاً في هذا المجال لأنه هو الذي يخلق الانطباع الأكثر رسوخاً لدى الضيف، ويمكن حتى أن يحجب عن ذهنه ضعف الجانب المادي بشكل أفضل داخل المنشآت السياحية عن طريق عمليات التكوين و الرسكلة مع عدم إهمال الجوانب المادية بطبيعة الحال.

#### الخاتمة :

حاولنا من خلال هذه الورقة البحثية سليلط الضوء على أبرز مقومات السياحة الصحراوية في الجزائر و التي نرى أنها كفيلة بالتأسيس لقطاع قوي تنافسي إذا ما حضى بالناية و الجهد اللازمين, و قد وقفنا أيضا على أهم المعوقات التي حالت لحد الآن دور تطور هذا النوع من لسياحة إلى المستوى المنشود رغم الجهد المبذول . وارتأينا طرح إدارة الجودة الشاملة للمنشآت السياحية كمدخل لتطويرها, و ذلك مرورا بتوفير متطلبات هذا المنهج التسييري و التي قسمنها إلى متطلبات توفر على مستوى الدولة و أخرى على مستوى المؤسسة كما رأينا سابقا. و إضافة إلى ما سبق سنحاول إدراج بعض التوصيات الإضافية :

- 1- يجب إتباع أسلوب انتقائي لتحديد أو الترخيص بمزاولة هذا النشاط لضمان سمعة القطاع على المستوى الدولي.
- 2- التعجيل بالإصلاحات و الدعم لهذا القطاع ذو الطابع التنافسي خاصة من الجارتين التقليديتين تونس و المغرب اللتان تطور فيهما هذا النمط السياحي بشكل ملحوظ.
- 3- تدعيم الإطار التشريعي و القانوني للقطاع حتى يضمن التسهيلات اللازمة و كذا الحدود و العقوبات لمحترفي القطاع في حالات التقصير .
- 4- تفعيل عمليات الرقابة و المتابعة لضمان جودة الخدمات المقدمة من طرف مؤسسات القطاع
- 5- وضع القطاع السياحي بشقه الصحراوي على قائمة الأنشطة ذات الأولوية في البرامج الحكومية, و كذا العمل على تحسين صورته دوليا.

## الهوامش :

- (<sup>1</sup>)-محفوظ أحمد جودة، إدارة الجودة الشاملة مفاهيم وتطبيقات، دار وائل للنشر، عمان، 2004، ص 32.
- (<sup>2</sup>) www.wikipedia.com
- (<sup>3</sup>)-حمود كاظم، إدارة الجودة الشاملة، دار الميسرة، عمان، 2000، ص 42.
- (<sup>4</sup>)-جوزيف جابلونسكي، تطبيق إدارة الجودة الشاملة، ترجمة عبد الفتاح السيد النعماني، ج 2، الشركة الغربية للإعلام العلمي (شعاع) ، القاهرة، 1993، ص 72.
- (<sup>5</sup>)-رياض رشاد البنا، إدارة الجودة الشاملة مفهومها و أسلوب إرسائها، المؤتمر السنوي 21 للتعليم، السعودية، 24-2007/01/25
- (<sup>6</sup>)-نفس المرجع.
- (<sup>7</sup>)-رضا صاحب أبو حمد و آخرون، تطبيق عناصر الجودة الشاملة في القطاع الفندق، دراسة ميدانية في شركة فنادق بابل www.mng.kupauni.om 14.20 2011/12/12 pm
- (<sup>8</sup>)-سعد بن عبد الرحمن القاضي، الرؤية المستقبلية لنظم ضمان الجودة في السياحة في المملكة العربية السعودية، ملتقى الجودة الأول بمنطقة عسير " الجودة في صناعة السياحة، 2004/12/29.
- (<sup>9</sup>)-رضا صاحب أبو حمد، مرجع سابق.
- <sup>10</sup>Vilnius, Lithuania, Quality offensive in suiss tourism, WTO, 4-5 / 11/2004, p .07
- <sup>11</sup> Ibid , p 08.
- (<sup>12</sup>)- مراد رايس، متطلبات اعتماد مدخل الجودة بالقطاع السياحي - حالة الجزائر، الملتقى الوطن الأول حول : .
- <sup>13</sup> أكرم عاطف، رواشدة، السياحة البيئية الأسس و المرتكزات، دار الراية للنشر و التوزيع، عمان الأردن، 2009، ص 19.
- <sup>14</sup> أحمد محمود مقابلة، صناعة السياحة، دار كنوز المعرفة للنشر، عمان، الأردن، 2007.
- <sup>15</sup> ماهر السيسى، صناعة السياحة، الأساسيات و المبادئ مطابع الولاء الحديث العربي للتخطيط، الكويت، 2001.
- <sup>16</sup> أكرم عاطف رواشدة، مرجع سابق، ص 20.
- <sup>17</sup> Verginie Lefebvre, desert tourism architecture and starlight, www.starligt2007.net
- (<sup>18</sup>)-أحمد هني، اقتصاد الجزائر المستقلة، OPU، الجزائر، 1988، ص 8.
- (<sup>19</sup>)-خالد كواش، مقومات و مؤشر السياحة في الجزائر، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد الأول، ص 219.
- (<sup>20</sup>) - نفس المرجع، ص ص 222-223.
- (<sup>21</sup>) - هواري معراج، محمد سليمان جردات، السياحة وأثرها في التنمية الاقتصادية العالمية حالة الاقتصاد الجزائري، مجلة الباحث العدد 01، 2004، ص 25.
- (<sup>22</sup>)-لرقت فريدة، المزيج التسويقي كأداة التسيير وجذب السواح، رسالة ماجستير ، جامعة سطيف، 2001، ص 23.
- (<sup>23</sup>) - مراد رايس، مرجع سابق.