

تدقيق الصناعة الفندقية يهدف للحصول على علامة "Qualité Tourisme" Auditing the hotel industry for Quality Tourism

د. عمور أوقنون هند

جامعة محمد بن أحمد وهران 2، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية و علوم التسيير
com.gmail@hinduguenoune

تاريخ القبول للنشر: 2024/09/03

تاريخ الاستلام: 2024/07/06



ملخص:

لم تعد إدارة الفنادق متروكة للصدفة وهي تخضع بشكل منهجي لنهج عقلاني يأخذ في الاعتبار ثلاثة عوامل مهمة: المهن وقطاعات النشاط والمؤسسة الفندقية، والتقنيات المحددة التي ستجعل من الممكن تحقيق كفاية مبدأ الإدارة مع تلبية الاحتياجات المتعددة الأوجه للعملاء.

يتناول هذا المقال مصلحة إجراء التدقيق الكامل في القطاع الفندقي وبشكل أدق التدقيق للحصول على علامة الجودة. في الواقع، يجب أن نضع في اعتبارنا أن ما يهم أكثر في الفندق هو الراحة وجودة الخدمات والترحيب.

الكلمات المفتاحية: التدقيق، الضيافة، الجودة، السياحة

Résumé:

La gestion hôtelière n'est plus laissée au hasard et systématiquement fait l'objet d'une approche rationnelle qui tient compte de trois facteurs importants : les métiers, les secteurs d'activités et de l'établissement hôtelier, et des techniques spécifiques qui vont permettre d'aboutir à une adéquation du principe de gestion avec la satisfaction des besoins multiformes de la clientèle.

Cet article traite de l'intérêt de mener un audit complet dans le domaine hôtelier et plus précisément l'audit pour l'obtention de la marque qualité. En effet, il faudrait garder à l'esprit que ce qui compte le plus dans un hôtel c'est le confort, la qualité des prestations et son accueil.

Mots-clés : audit, hôtellerie, qualité, tourisme.

المقدمة العامة

لكي تتحسن باستمرار وتكون قادرة على المنافسة في ظل المنافسة الشديدة المتزايدة، يجب على أي شركة أن تتقن نظام الرقابة الداخلية الخاص بها، ومن هنا تأتي الحاجة إلى الرقابة والتدقيق. وينطبق هذا على المنشآت الفندقية نظرًا للمخاطر العديدة المرتبطة بأنشطتها بالإضافة إلى خصوصياتها. يعد قطاع الفنادق والمطاعم من أهم القطاعات في الاقتصاد العالمي ويتميز بطلب دوري للغاية.

لم تعد إدارة الفنادق متروكة للصدفة وهي تخضع بشكل منهجي لنهج عقلاني يأخذ في الاعتبار ثلاثة عوامل مهمة: المهن وقطاعات النشاط والمؤسسة الفندقية، والتقنيات المحددة التي ستجعل من الممكن تحقيق الكفاءة مبدأ الإدارة مع تلبية الاحتياجات المتعددة الأوجه للعملاء.

التحليلات الاقتصادية البحتة من حيث التكلفة / المنفعة أو التقييمات الأخلاقية البحتة تترك مجالاً لنهج متعدد التخصصات لدور السياحة في التنمية؛ يسلط هؤلاء المتخصصون والجغرافيون وعلماء الاجتماع والمخططون الحضريون الضوء على نماذج سياحية مختلفة ويحاولون منظورًا من حيث المساحة إشغال وتطوير المناطق السياحية.

الاشكالية

ويمكن تقسيم المشكلة التي تظهر عند أصحاب الفنادق إلى سؤالين فرعيين:

ما هي عوامل الأداء الرئيسية للفنادق؟

وكيف يمكن للتدقيق أن يساهم في تحقيق هذا الأداء في الجزائر؟

فرضيات البحث

لفهم هذه المساهمة والإجابة بشكل فعال على أسئلة البحث تم صياغة الفرضيات

التالية:

- تمثل عوامل الأداء الرئيسية المهن الفندقية وتتعلق بتقديم الطعام والاستقبال والصيانة والصيانة والإدارة والترفيه وغيرها.

- يمكن للتدقيق أن يساهم في تحقيق أدائه من خلال التأكد من ذلك تطبيق معايير وشروط تصنيف المنشآت الفندقية إلى فئات في الجزائر.

الهدف من الدراسة

الهدف من هذا المنشور هو اكتشاف إمكانية وجود نوع من التدقيق الذي يجعل من الممكن تقييم واكتشاف الحالات الشاذة الموجودة في المؤسسات الفندقية من أجل تصحيحها وبالتالي تحسين جودة الإقامة. الأمر الذي سيساعد بالتالي على النهوض بقطاع السياحة وتطويره في الجزائر.

1. تطور الفنادق في الجزائر

في الجزائر، ظلت السياسة المتعلقة بتنمية النشاط السياحي بعيدة عن مواكبة الدول المجاورة على الشاطئ الجنوبي للبحر الأبيض المتوسط (المغرب وتونس) على الرغم من الإمكانيات الطبيعية والتراثية القوية التي تتمتع بها مختلف المناطق الجزائرية (الساحل، الجبل، الصحراء، السهوب). عائدات النفط والمشاكل الأمنية هي التفسيرات الرئيسية. ودفعت الأزمة الاقتصادية عام 1986 - في أعقاب انخفاض سعر برميل النفط - الحكومات في ذلك الوقت إلى إعطاء أهمية أكبر للقطاعات الإنتاجية الأخرى مثل صيد الأسماك والسياحة والزراعة.

تشكل المنطقة الساحلية الجزائرية، التي تمتد على ما يقارب 1400 كيلومتر، القطاع الجغرافي الأكثر سكانا والأغنى بالموارد؛ وقد استفادت من عدد كبير من برامج التطوير. وفي قطاع السياحة، تم تحديد أكثر من 140 موقعاً خلاباً لتنمية الإمكانيات الطبيعية من خلال إنشاء مناطق التوسع السياحي (Expansion Eone d'Z) (Touristique). تقع مناطق ZET التي تطورت بشكل ملحوظ في الامتداد الجغرافي للمدن الساحلية الكبرى مثل الجزائر العاصمة ووهران ومستغانم وجيجل وبجاية وعنابة. إنهم موجهون نحو ممارسات السياحة الساحلية الجماعية. منذ العقد الأول من القرن الحادي والعشرين، برزت القضية البيئية إلى الواجهة في خطاب المديرين، وخرج قانون مخصص لحماية الساحل إلى النور في عام 2002؛ تم اقتراح عدة مواقع للمحمية الطبيعية.

1.1. تأثير التنمية السياحية بالتغيرات السياسية والاقتصادية

وينصب التركيز على مكانة الخط الساحلي في سياسات تنمية السياحة العامة، وطرق تكييف المشاريع الموصى بها مع سياق الإدارة الجديد والقوانين البيئية الحديثة. والهدف هو تحديد التأثيرات على الطبيعة وأنماط استخدام الأراضي وقضايا الأراضي وعلاقات القوة الناتجة. وتتمثل الفكرة في تحليل تجديد أساليب الإدارة الساحلية التي

تحددها العوامل الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والسياسية والتقنية التي تجمع بين التسلسل الهرمي وعدم النظر في العلاقات بين السياحة والبيئة من منظور السياحة المهنية، ولا من منظور السياحة عالم البيئة. على الساحل الشمالي الغربي للجزائر، من جبال الظهرة إلى الأراضي الرطبة ماكتا، نحن جزء من هذا النهج، حيث نجتمع بين نهج غير متزامن ومتعدد المستويات، على أساس التشاور مع خطط التنمية المختلفة، وإجراء مقابلات شبه منظمة، والملاحظات الميدانية والتحليلات. عمل رسم الخرائط.

لا يمكن إنكار إمكانات الجزائر من حيث تنوع المناظر الطبيعية بفضل مناخها المتوسطي المعتدل ووجود مواقع محمية وموقع جغرافي مركزي بين إفريقيا وأوروبا. وقد مر تطوير هذه الأصول في إطار نشاط سياحي ديناميكي بثلاث مراحل رئيسية.

1.2. التخطيط الموجه لقطاع السياحة (1962-1985)

عند الاستقلال سنة 1962، ورثت الجزائر هيكل استقبال يقتصر على حوالي 57922 سريرا، 50٪ منها تقع في المناطق الساحلية. اقتصرت العمليات الأولى التي أعقبت إحداث وزارة السياحة سنة 1963 على بناء الدولة لمجموعة من المجمعات السياحية عبر التراب الوطني وتأهيل أكثر من عشرين منتجعا صحيا. في نهاية الستينيات، شهد قطاع السياحة إنشاء العديد من الهياكل الإدارية مثل اللجنة الوطنية للفنادق والمطاعم (SOGEHORE) والمكتب الوطني للسياحة (ONAT) بالإضافة إلى شركة الدراسات الوطنية للسياحة (ENET) ومن المؤكد أن الميزانيات المخصصة للمشاريع السياحية كانت أكبر خلال الخطين الخمسين الأولى والثانية (1970-1974 و 1975-1979)، لكن الجهد العام كان أكثر توجهاً نحو تطوير الصناعة فيما يتعلق بمبيعات النفط غاز طبيعي؛ وظل مكان قطاع السياحة ثانويا.

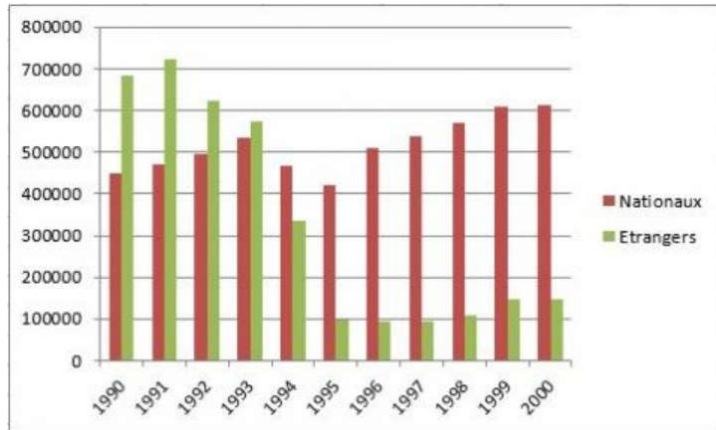
ومع بداية الثمانينات، بلغت الطاقة الاستيعابية 30 ألف سرير، كان أكثر من 50٪ منها لا يزال متمركزاً على الأطراف الساحلية، بالقرب من أكبر المدن الساحلية. وعلى الرغم من هذا التحسن، لا يزال العرض غير كاف مقارنة بزيادة التدفقات السياحية وارتفاع المتطلبات من المعدات والخدمات.

1.3. فتح المجال للاستثمارات السياحية في إطار اقتصاد السوق (1986-2000)

أدى انخفاض أسعار النفط - التي كانت تشكل أكثر من 92% من ميزانية الدولة - إلى العديد من عمليات إعادة الهيكلة السياسية والاقتصادية مما أجبر الحكومات في ذلك الوقت على إعطاء أهمية أكبر للأنشطة الاقتصادية الأخرى التي تولد الثروة مثل السياحة. وبالتالي فإن الانفتاح على اقتصاد السوق كان يهدف إلى جذب رؤوس الأموال الخاصة والوطنية والدولية لدعم الاستثمارات في قطاع السياحة.

في الواقع، اقترحت ENET مناطق مناسبة للاستثمار في إطار مناطق التوسع السياحي، فيما يتعلق بأهمية المشهد الطبيعي وشروط الوصول اللازمة لضمان نجاح الاستثمارات. تم تحديد العديد من مناطق ZET على الساحل، وتم ترسيمها رسميًا وتصنيفها وفقًا لدرجتين من الأولوية (الأولوية أو الاستثمارات الثانوية). خلال فترة التخطيط هذه، كانت الرؤية البيئية غائبة وكان العديد من المشاريع تتعلق بالمواقع الهشة (في الشواطئ الخلفية، والمناطق المعرضة للفيضانات في الوديان وحتى في الأراضي الرطبة المعرضة للخطر). إذا ظلت المناطق النائية في حالة عذراء إلى حد ما، بسبب تدهور الظروف الأمنية الداخلية (1990-2000)، فإن المناطق القريبة من المدن شهدت احتلالاً سريعاً إلى حد ما مما أدى إلى تسارع اصطناع الخط الساحلي. إن انخفاض مستوى الخدمات الفندقية وتكلفتها الباهظة بالنسبة لغالبية المواطنين الجزائريين يفسر نجاح إيجارات المنازل. خلال هذه الفترة، شهد التدفق السياحي ركوداً أو حتى انخفاضاً كبيراً.

تطور عدد السياح (الأجانب والمهاجرين) من عام 1990 إلى عام 2000



المصدر: إستنادا (Ghodbani Bekheira, 2006)

1.4. الإنعاش الاقتصادي وتكامل البعد البيئي (2001-2014)

وقد تميزت هذه الفترة بالارتفاع المذهل في سعر برميل النفط، وتحسن الأوضاع الأمنية بعد صدور عفو وطني. أعطت هذه الظروف وزناً أكبر للعمل العام على الرغم من الخطاب الليبرالي. علاوة على ذلك، تضمنت الأحكام الجديدة المتعلقة بسياسة التخطيط إعطاء أهمية أكبر لحماية البيئة والإدارة المستدامة للموارد الطبيعية. يحظر القانون التوسع الحضري على مسافات مختلفة من المجال البحري العام، كما تم اقتراح عدة مواقع محددة في مخطط التنمية الساحلية (2005) كمحمية طبيعية (بحيرات، كثبان، مصبات أنهار، جزر، إلخ). إن رغبة الدولة في تنشيط مناطق السياحة السياحية، التي تمت الموافقة عليها بالفعل من قبل السلطات المركزية والمحلية، فضلت إنشاء مجموعة من الآليات المالية والأرضية لتشجيع الاستثمار في مجال السياحة. على سبيل المثال، يتم منح التسهيلات المصرفية لتشجيع الائتمانات المخصصة لرجال الأعمال الوطنيين ويتم الإشراف على إجراءات الحصول على أرض البناء داخل محيط منطقة ZET من قبل لجنة المساعدة المحلية وتشجيع الاستثمار (CALPI) والوكالة الوطنية للتنمية السياحية (ANDT) (منذ عام 2008، تم دمج وزارة السياحة مع وزارة البيئة والتخطيط الإقليمي وتم تصميم خطة عمل للتنمية السياحية المستدامة في الجزائر من أجل تنمية أفضل لجميع الإمكانيات الطبيعية والثقافية والتراثية. إلا أن هذه الالتزامات تعوقها ضرورات التنمية، وغياب التنسيق بين القطاعات الاقتصادية، فضلاً عن الرغبة في المناطق الساحلية. وفي هذا السياق، من المثير للاهتمام التعرف على أشكال الخلل الذي يعيق التنمية السياحية المتكاملة للمواقع الساحلية والنظر في حلول مستدامة للتوفيق بين النشاط السياحي والبيئة.

1.5. النشاط السياحي الساحلي وعمران الساحل

بدأ النشاط السياحي في منتصف القرن الماضي بإنشاء قرى زراعية ومساكن ثانية في المواقع المحاذية للشواطئ. ومع تطور وسائل النقل والجاذبية المتزايدة للبحر، اتسعت منطقة نفوذ ارتياد الساحل لتشمل كامل التراب الوطني.

قبل البدء في مهمته يجب أن يكون المدقق مؤهلاً للتعرف على بعض النقاط المهمة الضرورية لرقابته على المنشآت الفندقية. هذه هي عوامل الأداء الرئيسية للفنادق ومعاييرها وظروفها. لأنه لكي يتم تصنيف الفندق ضمن فئة معينة، يجب أن يحترم الفندق معايير

الجودة الأساسية وكحد أدنى، معايير وشروط تصنيف المنشآت الفندقية إلى فئات، مع المرور أولاً بالهياكل المختلفة لهذه الأخيرة.

2. معايير وشروط تصنيف المنشآت الفندقية في الجزائر

هو مرسوم تنفيذي رقم 130-2000 مؤرخ في 08 ربيع الأول 1421 الموافق 11 يونيو 2000 للجريدة الرسمية يحدد معايير وشروط تصنيف المنشآت الفندقية في الجزائر.

2.1. الإطار التنظيمي وإجراءات التصنيف في الجزائر

توجه طلبات تصنيف المنشآت الفندقية، حسب الحالة، إلى الوزير المكلف بالسياحة أو إلى الوالي المختص ترابيا، وذلك بالاستعانة بتقرير تدقيق متخصص في هذا المجال. ويجب أن تكون مصحوبة بالوثائق التالية:
- صور للاماكن،

- نسخ مصدقة من مخططات المشاريع الفندقية معتمدة من اللجنة المختصة بدراسة مخططات المشاريع الفندقية،

- نسخة مصدقة من رخصة التشغيل،

- نسخة مصدقة من شهادة المطابقة لقواعد النظافة والصحة العامة الصادرة عن المصالح الصحية،

- نسخة مصدقة من شهادة المطابقة لقواعد السلامة ومكافحة الحرائق الصادرة من مصالح الحماية المدنية،

- الوضع الاسمي لموظفي التشغيل مع شهاداتهم ومؤهلاتهم وخبراتهم المهنية.

تحدث لجنة وطنية لتصنيف المنشآت الفندقية إلى فئات، تسمى فيما بعد "اللجنة الوطنية"، تتبع الوزير المكلف بالسياحة، وتتشكل على النحو التالي:

- المدير المسؤول عن النشاط الفندقي بالوزارة المكلفة بالسياحة رئيسا

- ممثل الوزير المسؤول عن الداخلية (المديرية العامة للحماية المدنية)،

- ممثل الوزير المسؤول عن الصحة،

- المدير العام للمؤسسة الوطنية للدراسات السياحية (ENET))

- ممثل الاتحاد الوطني للفنادق والمطاعم.

وتتولى أمانة سر اللجنة الوطنية خدمات الإدارة المسؤولة عن النشاط الفندقي بالوزارة المكلفة بالسياحة.

يصدر الوزير المكلف بالسياحة، بعد استطلاع رأي اللجنة الوطنية، قرارا بتصنيف المنشآت الفندقية إلى الفئة التالية:

الفنادق: الفئات "2، 3، 4، 5 نجوم"،
القرى السياحية: فئة "3 نجوم"،
الإقامات السياحية: فئات "3 نجوم"،
المخيمات: فئة "3 نجوم".

لتحديد التصنيف الفئوي للمنشآت الفندقية يتبع ممثل الاتحاد الوطني للتموين والفنادق الشروط العامة لمنح النجوم من صفر إلى خمسة:

(): المنشأة تتميز بالحد الأدنى من التأثير والتأثير وحسن الصيانة وحسن سلوك موظفيها،

(*): المنشأة تتميز بمفروشات وتركيبات ذات جودة متوسطة مقبولة وحالة صيانة جيدة وحسن سلوك موظفيها،

(**): منشأة تتميز بجودة المفروشات وتركيبات وحسن الصيانة وحسن سلوك موظفيها،

(***): تتميز المؤسسة بجودة المفروشات وتركيبات وحسن الصيانة وحسن سلوك موظفيها،

(****): تتميز المؤسسة بمفروشات وتركيبات عالية الجودة بالإضافة إلى حالة صيانة مثالية وسلوك لا تشوبه شائبة لموظفيها،

(*****): تتميز المؤسسة بجودة المفروشات وتركيبات الممتازة بالإضافة إلى حالة الصيانة المثالية والسلوك الذي لا تشوبه شائبة لموظفيها.

الحد الأدنى لعدد الغرف هو عشرة (10) لكل فئة من فئات الفنادق.

مدخل الفندق أو مدخل العملاء، يجب أن يكون مستقلاً ومزوداً بعلامات إرشادية وسهل الوصول إليه ومضاء ليلاً، وهذا مرة أخرى لكل فئة.

المربأ ومواقف السيارات ليست إلزامية للفنادق التي لا تحتوي على نجوم، (*) و 1 و (***) نجمتان باستثناء (***)، 3، و (****) 4 و (*****) 5 نجوم، يجب أن يكون الموقع متناسباً مع سعة الفندق.

3. التدقيق الفندقي وجودة السياحة في الجزائر

إن التدقيق عبارة عن خبرة مهنية يقوم بها وكيل مختص ومحايد مما يؤدي إلى حكم يستند إلى المعايير. وبالتالي، فهي عمليات تقييم أو تحقيق أو تحقق أو مراقبة، مجمعة تحت مصطلح التدقيق بسبب المتطلبات التنظيمية أو المعيارية.

اليوم، يؤدي التزام الشركات المتكرر بشكل متزايد بعملية إصدار الشهادات إلى تنظيم التدقيق في جانبين: التدقيق الداخلي الذي يتطلبه المعيار وتدقيق الطرف الثالث، وهو أداة تقييم لامتثال الشركة لمتطلبات معيار. وفي كلتا الحالتين، من الضروري فهم معنى التدقيق والتقنيات التي تضمن فعاليتها. تم تدوينها بواسطة معيار ISO 10011 في وقت كتابة هذا التقرير.

يشكل معيار ISO 10011 الأساس الدولي الأول لإجراء عمليات التدقيق. يتم أيضًا منح المستمعين ملقًا تعريفياً راسخًا على المستوى الدولي. وقد يصبحون هم اللاعبين في المهنة الأولى التي يتم تدوين قواعدها، بطريقة فريدة، في جميع أنحاء الكوكب.

3.1. ما هو تدقيق الجودة؟

يؤدي تطور العلاقات بين العملاء والموردين بشكل متزايد إلى إدخال شروط ضمان الجودة في العقود المبرمة بينهم. وباعتبارها أداة تحقيق، فإن التدقيق هو وسيلة لهيئات إصدار الشهادات للحكم على مدى توافق نظام الجودة مع المعيار.

يحدد معيار ISO 8402 "إدارة الجودة وضمان الجودة - المفردات" تدقيق الجودة

على النحو التالي:

"مراجعة منهجية ومستقلة لتحديد ما إذا كانت أنشطة نتائج الجودة تفي بالأحكام المطلوبة، وما إذا كانت هذه الأحكام يتم تنفيذها بفعالية وقادرة على تحقيق الأهداف".

إن توحيد هذه الممارسة على المستوى الدولي " ISO 10011" يقود المهتمين إلى مساءلة أنفسهم ونقل تجاربهم في مراقبة الجودة.

إن تدقيق الجودة، من خلال وضع فريق تجريبي على اتصال مع مديري القطاع الخاضع للتدقيق، يؤدي إلى تبادل مميز للغاية للمعلومات. وبالتالي يسمح لك باكتشاف مجموعة متنوعة من وجهات النظر، مما يؤدي إلى التقدم.

يتوافق هذا الاهتمام المستمر بالتقدم مع العديد من الظروف التي تؤدي إلى اتخاذ

قرار التدقيق.

3.2. متى يجب البدء بإجراء التدقيق؟

السياقات الملائمة لإجراء التدقيق هي على وجه الخصوص ما يلي:

تكييف نظم الجودة :

-التطورات التكنولوجية مثل، على سبيل المثال، مراعاة استبدال الوسائل التقليدية بالبرمجيات.

-التطورات الهيكلية مثل تبسيط المجالات الوظيفية للمنظمة لصالح المجالات التشغيلية.

-تغيير أهداف العمل، على سبيل المثال عن طريق جلب منتجات جديدة إلى السوق أو الانتقال إلى قطاعات سوقية جديدة.

-إعداد خطة لتحسين الجودة، على سبيل المثال بهدف تحقيق "اختراق" من خلال زيادة حصة السوق من خلال تحسين الجودة.

-تنفيذ أحكام جديدة لضمان الجودة والتي قد تكون ضرورية، على سبيل المثال، بسبب متطلبات العملاء الجديدة.

-تطوير العلاقات التجارية مع العملاء الجدد، على سبيل المثال، في سياق تنمية الصادرات.

3.3. ما الذي يغطيه تدقيق الجودة؟

وكما أن الأسباب التي تؤدي إلى اتخاذ قرار التدقيق تتنوع في طبيعتها، فإن مجال النشاط الذي يتعلق به التدقيق متغير أيضاً، وذلك باختلاف وجهات النظر.

كانت هذه المنطقة تقليدياً هي مجال إنتاج المنتجات. واليوم يمتد أكثر فأكثر إلى الأنشطة الخدمية والوظيفية مثل التسويق والتطوير والأساليب والشراء والمبيعات وما بعد البيع بالإضافة إلى الإدارة والخدمات اللوجستية وتكنولوجيا المعلومات والتنظيم والجودة... ويمكن تطبيق نفس الأسلوب في مجالاته المختلفة. حالات.

3.4. ما هي معايير وأهداف تدقيق الجودة؟

تظهر الأنشطة المختلفة بعض أوجه التشابه مع التدقيق وتسبب بعض الالتباس حول هذا الموضوع. ومن المهم هنا تحديد الخصائص المحددة للتدقيق والتعرف على الممارسات التي تبرز منه. في التعريف المقترح في معيار ISO 8402. تمت الإشارة بوضوح إلى مستويين من الأسئلة:

-تحديد ما إذا كانت نتائج الجودة تلبى الشروط المحددة مسبقًا. ويتوافق هذا الجانب، بطريقة ما، مع الالتزام بالنظام المرجعي الذي يتعين على المدقق أن يقرر بشأنه.
 -تحديد ما إذا كانت أحكامها تنفذ بفعالية وقدرة على تحقيق الأهداف (أي فعالة في حد ذاتها وفيما يتعلق بالأهداف التي حددتها الشركة لنفسها).
 ويدعو هذا المستوى الثاني من التساؤل أيضًا إلى تجاوز الإطار المرجعي ويدعو إلى التفكير في الغرض من الإجراءات التي تم فحصها. الامتثال ليس كافيًا. إن اتباع المسار المرسوم لا يضمن تحقيق الأهداف.
 في تعريف ISO لمراجعة الجودة، يتم التعبير عن الإطار من خلال: "الأحكام المحددة مسبقًا". وبشكل أكثر عمومية، يمكن للإطار أن يحدد جميع المراجع التي تعمل الجهة الخاضعة للتدقيق على أساسها لمراقبة الجودة. بالنسبة للمدقق، يتعلق الأمر بالنظام المرجعي الخاص به والذي سيطور تدقيقه على أساسه. ومن المحتمل أن يتم تمييزه بمصطلح "المرجع".

وقد يتضمن المستودع، حسب الحالة، عناصر مثل:

-المعايير واللوائح وما إلى ذلك خارج نطاق الشركة الخاضعة للتدقيق،

-الأحكام التعاقدية،

-القواعد والإجراءات... الخاصة بالشركة،

-قواعد فن المهنة،

-حالة من فن التكنولوجيا،

أحد أدوار المدقق هو تحديد إطار العمل وتوضيح تلك العناصر غير الواضحة.

التحضير للتدقيق

هيئة إصدار الشهادات تسيء عرض المختار اختيار مستمع من بين المستمعين المتاحين في التواريخ المحددة. أولاً، ستختار جهة التصديق مدققًا يمكنه العمل في مجال عملك: الصناعة، الخدمة، الأغذية الزراعية، إلخ. ليس من السهل دائمًا العثور على المدقق المناسب لكل من جهة التصديق والمنظمة الخاضعة للتدقيق.

وبعد ذلك، عندما يتم اقتراح قائمة المدققين، يجب طرح عدة أسئلة من أجل

الاختيار:

هل لديه معرفة جيدة بقطاعك؟

هل سيكون قادرًا على تحليل سياقك بسهولة؟

(الجمعية، المجتمعات، خدمات الدولة، الإدارة، إلخ).

هل هو مدير الجودة؟ هل هو مستشار الجودة؟

هل المدقق مدقق متفرغ؟

هل هو مدقق حسابات لهيئات التصديق الأخرى؟

لماذا تعتبر تجربة التسوق الغامضة حلاً يمكن لأي فندق راقٍ وفخم أن يأخذه بعين

الاعتبار؟

لان :

-من الضروري لأي صاحب فندق من فئة 4 نجوم أو 5 نجوم تقديم خدمة

شخصية،

-الاستفادة من العين الخارجية الدقيقة ستكون قادرة على تحديد مجالات

التحسين سواء من حيث الاستقبال أو تقديم الخدمات،

-من المهم تسليط الضوء على مجالات التحسين في الفندق وقياس جودة الخدمات

وتجربة العملاء،

-اقتراح ومناقشة الحلول لتحسين الجودة والخدمة والتخصيص،

-السماح بغرس ديناميكية تعاونية للفريق،

-إحضار عناصر متميزة؛ الهوية الحقيقية والطابع الفريد للفندق مع الحفاظ على

روح "كما لو كنت في المنزل" تظل رغبة جميع أصحاب الفنادق.

عملية التدقيق الغامضة

قبل :

يبدأ المدقق بإجراء مكالمات غامضة إلى الفندق من أجل تحديد جودة الترحيب

والحجز عبر الهاتف. يتم تسجيل المكالمات واستخدامها لاحقًا لأغراض تصحيحية. اعتمادًا

على الصيغة المختارة، يمكن للأبطال الاستماع إلى المكالمات من أجل التقييم الذاتي واتخاذ

الإجراءات التصحيحية اللازمة. المكالمات الغامضة تؤدي إلى احتياجات التدريب. مثلًا

"مرحبًا بكم في بيع أفضل"؛ "كيفية ترك انطباع أول جيد على الهاتف؟". "بيعوا التقاطعي

الضيافة"؛ "اعمل على عرضك للبيع بشكل أفضل عبر الهاتف".

خلال :

يستمر المدقق عند الوصول، عند تسجيل الوصول. جودة الابتسامة الأولى والرعاية ومعايير إجراءات الاستقبال وغيرها. الالعمل الغامض سيتم اختبار جميع الخدمات الفندقية بدءًا من الغرفة والمطعم والبار وخدمة الغرف والمنتجع الصحي والعلاجات وما إلى ذلك. الترحيب والنظافة والخدمة والخدمات المقدمة... يتم فحص كل شيء من أجل توفير تعويض كامل لإقامة العميل.

بعد:

تقرير مفصل على شكل جداول دقيقة (المعايير - النظافة، المظهر، الرعاية، تسجيل الدخول، الخدمة؛ المعايير من حيث السلوك (اللباس، اللغة، الزي، المعرفة بمنتجات الفندق، الاستماع، إلخ) ووثيقة صياغة المدقق يتم بعد ذلك إعداد "جدول" دقيق وإعادته إلى إدارة الفندق يتضمن المجالات الرئيسية للتحسين. ويتضمن برنامج التدقيق خطة التدقيق ومهام فريق التدقيق ووثائق العمل.

خطة التدقيق

يجب أن تتم الموافقة على خطة التدقيق من قبل العميل وإبلاغها إلى المدققين والجهة الخاضعة للتدقيق. يجب أن تكون خطة التدقيق مصممة لتوفير المرونة للتكيف بناءً على المعلومات التي تم جمعها أثناء التدقيق والسماح بالاستخدام الجيد للموارد. يجب أن تشير الخطة إلى:

- أهداف ونطاق التدقيق،
- تحديد الوثائق المرجعية (مثل معيار نظام الجودة المطبق ودليل التدقيق)
- هوية أعضاء فريق التدقيق،
- لغة التدقيق
- التاريخ والمكان الذي يجب أن تتم فيه عملية التدقيق،
- تحديد قطاعات المنظمة التي يجب تدقيقها،
- التاريخ والمدة المخططة لكل نشاط رئيسي للمراجعة،
- جدول الاجتماعات المقرر عقدها مع مدير الجهة الخاضعة للتدقيق،
- متطلبات السرية،
- قائمة التوزيع لتقرير التدقيق وتاريخ النشر المخطط له.

إذا أثارت الجهة الخاضعة للتدقيق اعتراضات على أي من عناصر خطة التدقيق، فيجب لفت انتباه مدير التدقيق إليها على الفور. ويجب إزالة هذه الاعتراضات من قبل مدير التدقيق والجهة الخاضعة للتدقيق، وإذا لزم الأمر، العميل، قبل إجراء التدقيق. يتم إرسال التفاصيل المحددة لخطة التدقيق إلى الجهة الخاضعة للتدقيق فقط مع تقدم عملية التدقيق إذا كان ذلك لا يؤثر على الحصول على أدلة ملموسة. تكليف كل مدقق بمراجعة عناصر محددة من نظام الجودة أو الأقسام - إسناد هذه المهام إلى مدير التدقيق بعد استشارة مراقبي الحسابات المعنيين.

4. جودة السياحة في الجزائر

يهدف إلى توحيد جميع العاملين في مجال السياحة الجزائرية حول نهج الجودة التطوعي، مع مراعاة احتياجات ورضا العملاء الوطنيين والدوليين..

4.1. منهج الجودة

إنه موقف يقظ للتحسين المستمر للخدمات المقدمة بهدف رضا العملاء. وهو نهج تشاركي، تم اختياره طوعا، والذي يشمل الإدارة وجميع موظفي الشركة. ويتطلب التزاما قويا من المسؤولين عن المؤسسة. إنها عملية تتكون من التحليل المستمر لعملياتها وممارساتها من أجل تنفيذ إجراءات التحسين والتقدم على جميع مستويات سلسلة الخدمة.

على المدى الطويل، يصبح نهج الجودة ديناميكية حقيقية راسخة في ثقافة الشركة. 4.2. بالنسبة لقطاع السياحة، فإن نهج الجودة هو:

-إنها خطوة كبيرة نحو الاحتراف التدريجي للخدمات المقدمة في السياحة الجزائرية، المحلية أو الدولية،

-وهو جزء من عملية التطوير الدائم للموارد البشرية،

-وهو عامل في تطوير واستدامة العرض السياحي الوطني،

-وهو وسيلة لإبراز الثروات الوطنية والخصوصيات المحلية للأقاليم،

-إنها أرض خصبة لخلق فرص العمل ومكافحة البطالة.

4.3 رضا العملاء

العميل هو محور نهج الجودة. كمتلقي للخدمة، فإن تلبية احتياجات الفرد، سواء كانت صريحة أو ضمنية، هي القيمة العليا.

العميل "الراضي" هو عميل مخلص ووصف لعائلته وأصدقائه والوفد المرافق له. غالبًا ما تكون إعلانات "الكلمة الشفهية" أكثر فعالية من إعلانات وسائل الإعلام. إن إرضاء العميل لا يعني فقط الاستجابة لطلبه ومراقبة تقديم الخدمة، بل يعني أيضًا الاستماع إليه باستمرار وإجراء استطلاعات منتظمة حول تصوره لجودة الخدمة المقدمة.

4.4. خطة جودة السياحة في الجزائر

تهدف خطة جودة السياحة الجزائرية (PQTA) إلى توحيد جميع العاملين في مجال السياحة الجزائريين حول نهج الجودة التطوعي، مع مراعاة احتياجات ورضا العملاء الوطنيين والدوليين.

تم تصميم PQTA للمهنيين في هذا القطاع ومعهم بناءً على المعايير الدولية، وهو يساعد على تحديد الطريق نحو التحسين التدريجي للخدمات والحصول على "جودة السياحة في الجزائر".

تتعلق PQTA بما يلي:

- تأسيس العلامة التجارية لجودة السياحة في الجزائر،
- تعزيز تأهيل الموارد البشرية،
- تنظيم الأنشطة السياحية،
- وتحديث البنية التحتية.

4.5 أهداف خطة جودة السياحة في الجزائر

- تعزيز القدرة التنافسية الوطنية من خلال دمج مفهوم الجودة في كافة مشاريع تطوير الأعمال السياحية،
- تحقيق اعتراف أفضل في جميع قطاعات العرض السياحي الوطني،
- الترويج للأقاليم السياحية الوطنية وثرواتها المحلية
- خلق استدامة العرض السياحي الجزائري من خلال تحسين رؤية جودة الخدمات من قبل العملاء الوطنيين والأجانب،
- تزويد المقاولات السياحية المنخرطة في هذا النهج بالمساعدة والأدوات الملائمة لتطورها، لا سيما من خلال دعمها في عمليات التجديد وإعادة التأهيل والتحديث والإرشاد والتدريب،

-ضمان زيادة الترويج للمتعاملين المنخرطين في نهج الجودة من خلال إدماجهم في شبكة المؤسسات التي تحمل العلامة التجارية "جودة السياحة الجزائر"، وبالتالي ضمان تسجيلهم بشكل أفضل في الدوائر التجارية وموقع أفضل.

4.6. العلامة التجارية لجودة السياحة في الجزائر

ويرتكز مخطط الجودة السياحية الجزائرية، بالإضافة إلى تأهيل الموارد البشرية وتحديث المنشآت والتجهيزات، على إنشاء علامة تجارية محددة تميز وتضمن للزبائن المؤسسات المنخرطة في هذه الخطوات. هذه العلامة التجارية "جودة السياحة الجزائر". استنادا إلى التميز، فإن العلامة التجارية "rieéTourisme Alg éQualit" تتجاوز مفهوم تصنيف المؤسسات السياحية. إنه يشهد بوضوح على أن المؤسسة ملتزمة بالنهج التطوعي للجودة والاهتمام الدائم برضا العملاء. إنه ضمان الثقة والضمن للعملاء. تظهر بعلامة مميزة تميز للعملاء المنشآت المشاركة في العملية.

وهو نهج جماعي يتطلب التزام ومشاركة الجميع، المهنيين في القطاع، والوزارة المكلفة بالسياحة، والإدارات الأخرى والجماعات المحلية المعنية. إنها علامة تجارية مستعرضة ستهم، على المدى الطويل، العرض السياحي الجزائري برمته. حتى الآن، العلامة التجارية متاحة للقطاعات التالية: الضيافة/المطاعم ووكالة السياحة والسفر.

إلى من ينسب؟

تُمنح العلامة الوطنية "Quality Tourism Algeria" للشركات السياحية التي تشارك في هذه العملية والتي تحترم شروط العضوية التالية:

-تلبية متطلبات المعيار الوطني لجودة السياحة (RNQT) لقطاعها،

-اتباع نهج الجودة القائم على التدقيق الخارجي،

-إنشاء وحدة دائمة مسؤولة عن التدقيق الداخلي.

-أن يكون ملتزماً بشروط التشغيل والممارسة الخاصة بالنشاط،

-الامتثال لقواعد الصحة والسلامة ،

-دمج البعد البيئي،

-إنشاء نظام للتعامل مع شكاوى العملاء ومعالجتها.

القطاعات المعنية

حتى الآن، العلامة التجارية متاحة للقطاعات التالية: الضيافة والتموين والسياحة ووكالات السفر. وفي نهاية المطاف، سوف يهتم العرض السياحي الجزائري برمته.

من يمنح علامة الجودة السياحية الجزائرية؟

إحداث أمانة فنية لمخطط جودة السياحة الجزائرية ضمن وزارة السياحة والصناعات التقليدية. مهامها الرئيسية هي:

-تقييم ملفات الالتزام "PQTA"،

-اتخاذ قرار بشأن طلبات العضوية في العلامة التجارية للهيئة العامة للسياحة،

-إبداء الرأي في إجراءات الجودة التي تقوم بها الشركات المرشحة،

-التعرف على شبكة مندوبي العلامة التجارية "QTA"،

-تلقي وفحص عمليات التدقيق التي تقوم بها مكاتب الخبراء المعتمدة،

-دعم المهنيين في نهج الجودة الخاص بهم،

-ضمان الاستخدام السليم للعلامة التجارية "QTA"،

-ضمان الاتساق والأداء السليم لتنفيذ "PQTA"،

-تقييم تطبيق النظام المتعلق بـ "PQTA" بشكل دوري

-دراسة أية صعوبات واجهتها واقتراح الحلول لها،

-التأكد من إدارة الموقع الإلكتروني المخصص لـ "PQTA"،

-انطق جميع الأسئلة المتعلقة بـ "PQTA"،

يتم ضمان الرؤية القوية للعلامة التجارية للهيئة العامة للسياحة بعدة طرق:

ويتجسد ماديا من خلال إسناد وضع لافتة تحمل عبارة "جودة السياحة الجزائر"

والتي تشكل ضمانا لجودة الخدمات ودعوة للعملاء،

يتم تسجيل المنشأة لدى شبكة الجودة الموجودة على الموقع الإلكتروني المخصص

لهذا الغرض،

ويتم الترويج له على كافة مطبوعات ووسائل الإعلام التابعة للوزارة المكلفة

بالسياحة،

وأخيرا، فإنه يستفيد من جميع الحملات الترويجية الوطنية لـ "الوجهة الجزائر"

(المعارض التجارية، المعارض، الاجتماعات، الحملات الترويجية، إلخ...

لماذا الانضمام؟ لماذا الالتزام بنهج الجودة؟

يعد الانخراط في نهج الجودة عملية مربحة للجانبين لمحترفي السياحة والعملاء وقطاع السياحة بأكمله.

بالنسبة لمحترفي السياحة، فهو يسمح لك بما يلي:

-تحسين صورة ومكانة المؤسسة،

-إرضاء العملاء وبناء ولاءهم،

-كسب عملاء جدد،

-الاستفادة من كافة المساعدات والحوافز التي تقدمها الدولة،

-التحكم في التكاليف وجعل الإدارة الداخلية مربحة،

-زيادة عملك وتحقيق أرباح أفضل.

-للعلماء الوطنيين والدوليين:

-وهو ضمان الرضا،

-وهو ضمان لجودة الخدمات،

-إنه ضمان الراحة والأمان.

لقطاع السياحة

-إنها خطوة كبيرة نحو الاحتراف التدريجي للخدمات المقدمة في السياحة الجزائرية،

المحلية أو الدولية،

-وهو جزء من عملية التطوير الدائم للموارد البشرية،

-وهو عامل في تطوير واستدامة العرض السياحي الوطني،

-وهو وسيلة لإبراز الثروات الوطنية والخصوصيات المحلية للأقاليم،

-إنها أرض خصبة لخلق فرص العمل ومكافحة البطالة.

كيفية الانضمام؟

تمر العضوية في برنامج جودة السياحة الجزائرية بالمراحل السبعة التالية:

- كن على دراية بمعايير والتزامات الجودة الوطنية، التي يحددها القطاع المهني في

المرجع الوطني لجودة السياحة (RNQT). المعلومات متاحة من الإدارة المسؤولة عن

السياحة (على المستوى المركزي والمحلي)، ومن الشركات المهنية وعلى الموقع المخصص.

- توقيع عقد الالتزام بمنهج الجودة الوطنية وإعداد ملف العضوية.

- الموافقة على إجراء تدقيق تشخيصي من قبل شركة التدقيق (المعينة من قبل الإدارة المسؤولة عن السياحة) لتقييم درجة الامتثال لمعايير الجودة والالتزامات الواردة في RNQT للقطاع والتوصية بخطة تحسين الجودة (QIP) والترقية.
 - تولي مسؤولية توصيات شركة التدقيق وإزالة أي تحفظات.
 - الحصول، مرة أخرى، على شركة التدقيق لإجراء تدقيق معتمد بهدف تحديد ترقية متطلبات RNQT للقطاع المحدد أثناء التدقيق التشخيصي.
 - تقديم الملف كاملاً، مصحوباً بتقرير شركة التدقيق، إلى الأمانة الفنية لخطة الجودة السياحية.

- تقوم المصالح المختصة بوزارة السياحة والصناعات التقليدية بتسليم المستفيد قرار منح علامة "السياحة النوعية" مما يسمح له بالحصول على العلامة المسجلة للعلامة.
 وثائق الملف لتقديمها
 -استمارة العضوية مكتملة ومؤرخة وموقعة حسب الأصول من قبل شخص مفوض لتمثيل الشركة السياحية،

-وصف نهج الجودة المطبق، موقع من قبل رئيس الشركة المهنية المذكورة،
 -قائمة الموظفين مع مؤهلاتهم مع تحديد إتقان اللغات الأجنبية،
 -نسخة من قرار التصنيف، إن وجد، و/أو رخصة التشغيل،
 -نسخة من شهادة الالتزام بقواعد النظافة، عمرها أقل من 6 أشهر،
 -نسخة من شهادة الالتزام بقواعد السلامة، عمرها أقل من 6 أشهر،
 -وصف نظام معالجة شكاوى العملاء، مع ثلاثة أمثلة للشكاوى التي تمت معالجتها والردود المكتوبة المقابلة لها.

خاتمة

إن نهج العلامة التجارية Quality Tourisme له أهمية قصوى. تختار هذه العلامة التجارية وتجمع تحت رمز واحد مبادرات الجودة المتخذة لتحقيق رضا العملاء في قطاع الفنادق والمسكن السياحية وقرى العطلات والمعسكرات والمطاعم والمقاهي والحانات ووكالات الإيجار الموسمية والمكاتب السياحية وأماكن الزيارة والرياضة والترفيه. أنشطة.

يتضمن ذلك تزويد العملاء بعلامة تقدير تتيح لهم الاختيار بثقة تامة المؤسسات التي تقدم خدمات عالية الجودة. ومن ثم، فإن حصول المدققين الجزائريين على المؤهلات اللازمة للقيام بهذا النوع من المهام يبدو أمرا حكيما وضروريا.

المراجع

- **ANDREU-BOSSUT** Vincent, La nature et le balnéaire. Le littoral de l'Aude. Paris, L'Harmattan, 2008.
- **FROMAN B.** « La manuelle qualité. Outil Stratégique d'une démarche qualité », édition AFNOR 1994.
- **BRÉE JOËL.** « Le comportement du consommateur ». édition Dunod, 2017, page 42.
- **BRICE DUTHION FREDERIC DIMANCHE** « Hôtellerie et hébergement –les enjeux de l'hospitalité » édition de Boeck.
- Bureau d'étude national des études touristiques (1987). « Le Schéma directeur d'aménagement touristique », ENET.
- **CLAUDE ROBINET CLAUDE ADAM**, « Histoire de l'hôtellerie : management hôtelier », édition de Boeck, 2002.
- **G. J. BALM** « Évaluer et améliorer ses performances. Le Benchmarking », édition AFNOR 1994, page 16.
- **JEAN LOUIS BARMA** « Marketing du tourisme et de l'hôtellerie », Edition d'organisation, 2004.
- **JEAN PIERRE POULAIN** et **EDMOND NEIRINCK**, « Histoire de la cuisine et des cuisiniers », 5em édition, Paris, Éditions LT Jacques Lanore, 2004.
- Journal officiel de la république algérienne n 35 du 18 juin 2000.
- **KANSAB, O.** « *Le développement touristique durable en Algérie* », Mémoire de magister en géographie, Tidjane B (dir), Université d'Oran, 2014.
- **LEFÈVRE JEAN-CHRISTOPHE**, « Histoire de l'hôtellerie - Une approche économique », Edition Publibook, 2011.

- **ROZÈS GILBERT.** « Accueillez plus accueillez mieux ». Éditions Chotard, 1982.
- **SEYDOUX JOSÉ.** « L'accueil : de l'hospitalité à l'accueil, pour une meilleure approche de l'homme par le tourisme ». Thèse de 3e cycle pour le doctorat en économie et droit du tourisme. Université d'AixMarseille 3, 1983.
- **West Engineering Environment Consult (WEEC Oran).** Plan d'Occupation de Sol de la Zone d'Expansion Touristique de Mers El Hadjadj, rapport final, 1999.