

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

المركز الجامعي بلحاج بوشعيب لعين تموشنت

معهد العلوم الاقتصادية، التسيير و العلوم التجارية

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير.

تخصص: إدارة المؤسسات السياحية والفندقية.

تحت عنوان:



جودة الخدمات في ترقية السياحة الحموية

-دراسة ميدانية لحالة المؤسسة الحموية لحمام بوحجر عين تموشنت خلال الفترة ما بين

20 مارس - 03 أبريل 2017-

تحت إشراف الأستاذ:

- وهراني عبد الكريم

تحت إعداد الطلبة:

- بن صافي أمينة إكرام

- بوزيد دحو لخضر

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ

أمام اللجنة المكونة من السادة:

د. / رئيسا

د. / مشرفا

د. / مناقشا

السنة الجامعية 2016-2017

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

"وَمِن آيَاتِهِ خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ

وَإِخْتِلَافَ أَلْسِنَتِكُمْ وَأَلْوَانِكُمْ إِنَّ فِي

ذَلِكَ لآيَاتٍ لِّلْعَالَمِينَ"

(الروم 22)

قائمة

المجداول

الصفحة	عنوان الجداول	رقم الجداول
الفصل الأول		
17	بعض المشاكل الناتجة عن خصائص الخدمات و أساليب معالجتها	1-1
25	الوسائل الغير اللفظية	2-1
الفصل الثاني		
38	أهم المحطات الحموية	1-2
الفصل الثالث		
72	نسبة استرجاع الاستبيانات	1-3
73	أجزاء الاستبيان	2-3
74	نموذج ليكرت الخماسي	3-3
74	معامل ثبات ألفا كورونباخ	4-3
75	توزيع العينة حسب الجنس	5-3
76	توزيع العينة حسب السن	6-3
77	توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب الوضعية العائلية	7-3
78	توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب الوظيفة	8-3
79	سبب المجيء إلى المحطة	9-3
80	هل تناسبك نختلف الأسعار	10-3
81	كيف ترون نوعية الخدمات	11-3
82	صفوف الانتظار تزعجكم	12-3
83	هل النظافة موجودة	13-3
84	هل سبق و أن عاجلت في المحطة	14-3
85	كم عدد زيارتكم للمحطة	15-3
86	هل يوجد تنوع في الآلات	16-3
87	هل تريدون الرجوع إلى المحطة	17-3

88	التجهيزات و المعدات للمؤسسة الحموية مواكبة للتطورات	18-3
89	التصميم الداخلي لحمام بوحجر جذاب (مظهر البناء)	19-3
90	مظهر موظفي المؤسسة الحموية -حمام بوحجر- لائق	20-3
91	التنظيم الداخلي للمؤسسة الحموية مناسب (المطويات،الإعلانات)	21-3
92	التزام قوي من قبل موظفي المؤسسة ح بالموعد المحدد لأداء الخدمة	22-3
93	تأدية الخدمات الحموية بدقة في المؤسسة الحموية -حمام بوحجر-	23-3
94	تزويد العميل بالمعلومات المستمرة عن كل شيء يتعلق بالخدمات	24-3
95	هناك سرية تامة فيما يتعلق بالحالة المرضية للعميل	25-3
96	هناك احتياطات وقائية تحول انتقال الأمراض المعدية في المؤسسة ح	26-3
97	توفر الأمن من داخل و خارج المؤسسة الحموية	27-3
98	هناك سرعة في تقديم الخدمات الحموية -حمام بوحجر-	28-3
99	هناك رد على الشكاوي و المقترحات	29-3
100	استعداد موظفي المؤسسة الحموية للتعاون مع العميل	30-3
101	موظفو المؤسسة الحموية يستقبلون العميل بأسلوب يقوم على الاحترام و التقدير	31-3
102	موظفو المؤسسة الحموية حمام بوحجر يبدون الصداقة و المودة عند التعامل مع العميل	32-3
103	موظفو المؤسسة الحموية يتأكدون من رضا العميل قبل انصرافه	33-3
104	تطور السياحة الحموية مرتبط باستخدام تجهيزات و معدات متطورة	34-3

105	التكفل الجيد بالسياح القادمين للاستفادة من خدمات م ح ولائهم و وفائهم	35-3
106	نجاح السياحة الحموية مرتبط بتوفير الأمان في المنطقة الحموية	36-3
107	تعاون موظفي المؤسسة الحموية مع السياح القادمين إنما تعكس صورة جيدة لسمعتها	37-3
108	لباقة عمال المؤسسة الحموية- حمام بوحجر- تساهم في كسب ولاء السياح	38-3
109	المتوسط الحسابي لمحور جودة الخدمات المقدمة في المؤسسة الحموية	39-3
109	المتوسط الحسابي لمحور بترقية السياحة الحموية	40-3
110	معامل ارتباط بيرسون	41-3
110	يبين العلاقة بين المتغير المستقبل و التابع	42-3

قائمة

الأشكال

الصفحة	عناوين الأشكال	رقم الأشكال
الفصل الأول		
4	مراحل تطور الجودة	1-1
11	دورة حياة الخدمة	2-1
15	عناصر إنتاج الخدمة	3-1
27	التغذية العكسية	4-1
الفصل الثالث		
75	توزيع العينة حسب الجنس	5-3
76	توزيع العينة حسب السن	6-3
77	توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب الوضعية العائلية	7-3
78	توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب الوظيفة	8-3
79	سبب الجيء إلى المحطة	10-3
80	هل تناسبك مختلف الأسعار	11-3
81	كيف ترون نوعية الخدمات	12-3
82	صفوف الانتظار تزعجكم	13-3
83	هل النظافة موجودة	14-3
85	هل سبق و أن عاجلت في المحطة	15-3
86	كم عدد زيارتكم للمحطة	16-3
87	هل يوجد تنوع في الآلات	17-3
88	هل تريدون الرجوع إلى المحطة	18-3
89	التجهيزات و المعدات للمؤسسة الحموية مواكبة للتطورات	19-3
90	التصميم الداخلي لحمام بوحجر جذاب (مظهر البناء)	20-3
91	مظهر موظفي المؤسسة الحموية -حمام بوحجر- لائق	21-3

92	التنظيم الداخلي للمؤسسة الحموية مناسب (المطويات، الإعلانات)	22-3
93	التزام قوي من قبل موظفي المؤسسة ح بالموعد المحدد لأداء الخدمة	23-3
94	تأدية الخدمات الحموية بدقة في المؤسسة الحموية -حمام بوحجر-	24-3
95	تزويد العميل بالمعلومات المستمرة عن كل شيء يتعلق بالخدمات	25-3
96	هناك سرية تامة فيما يتعلق بالحالة المرضية للعميل	26-3
97	هناك احتياطات وقائية تحول انتقال الأمراض المعدية في المؤسسة	27-3
98	توفر الأمن من داخل و خارج المؤسسة الحموية	28-3
99	هناك سرعة في تقديم الخدمات الحموية -حمام بوحجر-	29-3
100	هناك رد على الشكاوي و المقترحات	30-3
101	استعداد موظفي المؤسسة الحموية للتعاون مع العميل	31-3
102	موظفو المؤسسة الحموية يستقبلون العميل بأسلوب يقوم على الاحترام و التقدير	32-3
103	موظفو المؤسسة الحموية لحمام بوحجر يبدون الصداقة و المودة عند التعامل مع العميل	33-3
104	موظفو المؤسسة الحموية يتأكدون من رضا العميل قبل انصرافه	34-3
105	تطور السياحة الحموية مرتبط باستخدام تجهيزات و معدات متطورة	35-3
106	التكفل الجيد بالسياح القادمين للاستفادة من خدمات م ح ولأهم و وفائهم	36-3
107	نجاح السياحة الحموية مرتبط بتوفير الأمان في المنطقة الحموية	37-3
108	تعاون موظفي المؤسسة الحموية مع السياح القادمين إنها تعكس صورة جيدة لسمعتها	38-3

المقدمة

العامّة

مقدمة عامة:

تعد الجودة إحدى الاستراتيجيات التنافسية التي تستخدمها المؤسسات الخدمية في عالمنا المعاصر لتحافظ على استمرارها وبقائها في بيئة الأعمال التنافسية التي تخطت الحدود المحلية إلى العلمية في ظل العولمة ومرتكزاتها، فأصبحت تستمد شهرتها من مستوى جودة خدماتها و تقديمها بالشكل الذي يلي حاجات و أذواق و توقعات الزبائن الحاليين و المستقبليين .

و بعد أن أصبحت الجودة هي جزء الأساسي لإرضاء الزبائن و الرضا المتعاقب يقود إلى الولاء و الإخلاص و الاستمرار في طلبها و نتيجة لذلك أصبحت جودة الخدمات لا يمكن تعريفها و تقويم أبعادها فحسب بل يقومها الزبون وفقا لإدراكه و توقعاته ، و تعتبر كشرط أساسي لنجاح و ترقية المؤسسات و منها المؤسسات السياحية الحموية استجابة رغبات الزبائن و ضمان استمرارها و ديمومتها .

لقد أدركت العديد من الدول بان السياحة الحموية في القرن الحالي ليست أكبر صناعة في العالم فحسب بل أنها ستكون الأكبر ما شهده العالم، و بفارق كبير حيث اهتمت هذه الدول بفتح مجالات جديدة إلى جانب التقليدية لأجل استمرارية المد السياحي طيلة العام، و تقديم برامج سياحية بخدمات ذات نوعية عالية و منافذ توزيعية مناسبة، من شأنها زيادة فترة إقامة السائح فضلا عن امتلاك وسائل متطورة للترويج السياحي.

توصف السياحة الحموية بأنها صناعة المستقبل ا دائها تعتبر واحدة من أهم الخدمات في القرن الحادي و العشرون، و هي تمثل عملية انتقال الشخص من بلد ما إلى آخر لمدة لا تقل عن أربع و عشرون ساعة، و لا تزيد على سنة متواصلة بغرض الاستجمام و العلاج و لأسباب كثيرة منها البحث عن خدمات علاجية غير متوفرة في بلده ا وان هذه الخدمة متوفرة ولكن بجودة متدنية أو بسبب ارتفاع تكلفتها أو طول فترة الانتظار للحصول عليها.

و تعرف السياحة الحموية في الجزائر رواجاً شعبياً منقطع النظير تبعاً لما تنطوي عليه الأمكنة المتمكنة من قيمة سياحية و ثراء إيكولوجي و بعد ترفيهي، إضافة إلى ما توفره من منافع صحية جمّة تبعاً

لقدرة مياها على علاج قاصديها من عدة أمراض، و على هذا الأساس صارت السياحة الحموية رافدا اجتماعيا و قبلة مفضلة للباحثين عن العلاج و الاستجمام. و من خلال العرض المقدم جاء هذا البحث ليدرس أهمية الجودة في الخدمات و دورها في تطوير السياحة الحموية ، و في هذا السياق نطرح التساؤل الجوهري التالي و الذي يمثل إشكالية موضوع الدراسة .

الإشكالية :

– ما أثر جودة الخدمات في ترقية السياحة الحموية ؟

التساؤلات الفرعية:

1- كيف تساهم جودة الخدمات في تطوير السياحة الحموية ؟

2- ما هي آفاق تطوير السياحة الحموية ؟

الفرضيات:

1- الخدمات السياحية و عناصر الجذب السياحية تعد ركائز أساسية لقيام السياحة

2- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمات و تطوير السياحة الحموية

مبررات الدراسة :

هناك عدة أسباب كانت الدافع وراء اختيار هذا الموضوع قابل للدراسة و البحث و التطوير و ذلك من خلال:

- تعتبر جودة الخدمات أساس التميز و التفوق

- التحسس بأهمية الجودة في الخدمات لما لها من آثار ايجابية لترقية السياحة الحموية .

- معرفة أوجه القصور التي تعاني منه المؤسسات الحمية بالجزائر .

أهداف الدراسة :

إن التوسع في مشروع البحث و محاولة الإلمام بجميع جوانبه ما هو إلا للتوصل لجملة من الأهداف:

- عرض و تقديم الإطار النظري لجودة الخدمات؛

- تسليط الضوء على السياحة الحموية باعتبارها أصبحت القوة الدافعة لاقتصادية الخدمات؛

- الإجابة على الإشكالية المطروحة مع التوسع في الموضوع بطريقة علمية و موضوعية ؛

-الوصول إلى بعض الاقتراحات بناء على النتائج المتوصل إليه و التي من شأنها توضيح المساهمة

الفعالة و التي يمكن أن نلتمسها لجودة الخدمات في تطوير السياحة الحموية ؛

أهمية البحث :

تبرز أهمية البحث في تعبيرها عن مستوى الخدمات المقدمة و مدى توافقها مع رغبات و حاجات السياح انطلاقا من تبنى أسلوب و فلسفة الجودة التي تعد موضوع يتماشى مع التغيرات السريعة لتحقيق ميزة تنافسية لمختلف المؤسسات الحموية ، و التي تقوم بتشخيص مستوى جودة خدماتها للوصول إلى مستوى الأداء المتميز بعد أن عرفت السياحة الحموية تطورا ملحوظا في السنوات الأخيرة لينافس القطاعات الأخرى في الجهود، و يمكن من خلال هذه الدراسة المزيد من الضوء في هذا الموضوع و التعمق في جوانبه .

حدود الدراسة :

من اجل الإحاطة بإشكالية البحث و فهم جوانبها المختلفة حددنا مجال دراستنا بما يلي :

- الحدود الزمنية:

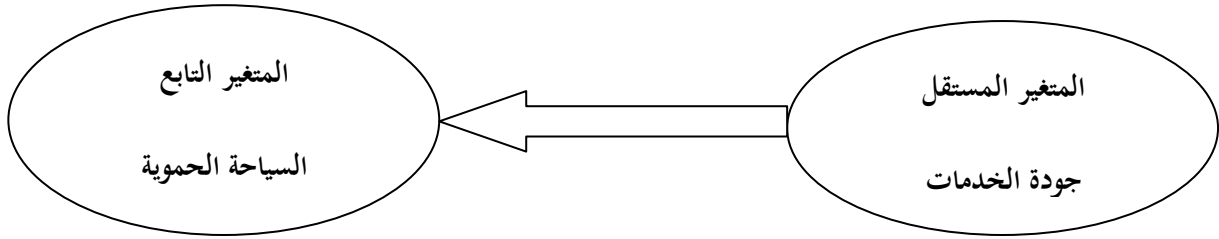
بغية الإحاطة بإشكالية البحث و الوصول إلى نتائج تنفي أو تثبت صحة الفرضيات المقترحة فضلنا دراسة و تحليل الفترة الزمنية انطلاقا من شهر سبتمبر 2016 إلى غاية شهر ماي 2017 . كما أن الدراسة الميدانية كانت محدودة في معرفة نوعية الخدمات السياحية المقدمة من طرف المركب المعدني لحمام بوحجر و معرفة العلاقة بين جودة الخدمات و تطوير السياحة الحموية .

- الحدود المكانية:

اعتمدت الدراسة النظرية على جمع المعلومات من مختلف المكتبات الجامعية بولاية الجزائر، تلمسان ، عين تموشنت، بلعباس

أما الدراسة الميدانية فقد اعتمدت بالإضافة إلى المعلومات السابقة على المعلومات المتحصل عليها من قائمة الاستبيان الموزعة على 120 سائح ، و دامت عملية التوزيع 15 يوما .
تم إسقاط الجانب النظري لهذا البحث على المؤسسة الحموية بالجزائر و هي المؤسسة الحموية حمام بوحجر .

- **حدود المصطلحات:** هنا يتم تحديد كلا من المتغير المستقل و المتغير التابع



منهج البحث و الأدوات المستخدمة :

بالنظر إلى طبيعة الموضوع محل الدراسة و من اجل الإجابة على الإشكالية المطروحة اعتمدنا على المنهجين الوصفي و التحليلي، حيث انتهجنا المنهج الوصفي في إعطاء شرح مختلف المفاهيم من الجودة و الخدمات السياحية وكذا الساحة الحموية.
أما المنهج التحليلي اعتمدنا على تحليل الإحصائيات في تحليل آراء الزوار المستفيدين من خدمات المؤسسة الحموية حمام بوحجر، و تفسيرها ، و الوصول إلى استنتاجات تساهم في تحسين و تطوير المؤسسة الحموية حمام بوحجر .

مساهمة الباحث:

نجد بحثنا موجودا ف مختلف الدول و لكن نفتقده في الجزائر، و قد أثرنا به لتنفيذ الطلبة أيضا ترجوا من المؤسسة محل الدراسة الميدانية الأخذ بأهم التوصيات و المقترحات لتحسين نوعية خدماتها للارتقاء بالمؤسسة الحموية حمام بوحجر نحو الأفضل .

صعوبات البحث:

بشكل عام تتمحور الصعوبات البحث في:

- قلة المراجع المتخصصة في دراسة موضوع السياحة الحموية ؛

-صعوبة الحصول على المعلومات المتعلقة بموضوع البحث من الجهات الرسمية و المتمثلة أساسا في المؤسسة الحموية حمام بوحجر .

تقسيمات الدراسة:

تم تقسيم البحث إلى فصلين نظريين و آخر تطبيقي بالإضافة إلى المقدمة و الخاتمة .

الفصل الأول: يضم ثلاث مباحث:المبحث الأول مفاهيم عامة حول الجودة من خلال معالجة مراحل ظهورها و تطورها،أهميتها ،أنواعها و أخيرا متطلباتها،أما المبحث الثاني تناول طبيعة الخدمات ، دورة حياتها أنواعها ،خصائصها ،أما المبحث الثالث تناول المفاهيم الأساسية لجودة الخدمات،أبعادها،طرق قياسها و أخيرا خطوات تحقيقها لخدمة الزبائن.

الفصل الثاني : يتناول محتوى الدراسة و دعائمها من خلال دراسة ثلاثة مباحث الأول يدور حول مفاهيم أساسية حول الحمامات المعدنية ،السياحة العلاجية واقع الحمامات أما المبحث الثاني يتناول ظهور السياحة الحموية ،تاريخ ظهورها ،أساليب التنمية السياحة الحموية في الجزائر.

من أجل إسقاط الضوء على الجانب النظري خصصنا **الفصل الثالث** لدراسة حالة المؤسسة الحموية - حمام بوحجر - ،حيث يتناول المبحث الأول تقديم شامل للمؤسسة الحموية أما المبحث الثاني الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية وأخيرا ،المبحث الثالث فخصص لتحليل البيانات ، اختبار الفرضيات محل الدراسة ، عرض النتائج و تحليلها.

الفصل الأول:

جودة الخدمات

تمهيد:

لقد ازداد إدراك المؤسسات الخدمية لأهمية ودور الجودة في تحقيق الميزة التنافسية، كما أصبح العملاء أيضا أكثر إدراكا واهتماما بالجودة نظرا للدور الذي تلعبه في أداء الخدمة وتقديمها وما للجودة من أثر على حجم الطلب على الخدمات، وتعد توقعات وحاجات العملاء عوامل مهمة في تقييم جودة الخدمة إلا أن تقييمها وقياسها يعتبر أمرا صعبا بالنسبة للمؤسسات الخدمية إذ توجد تحديات لا بد عليها التعامل معها، لذا سنتطرق في هذا الفصل إلى التعرف على ماهية الجودة وتطورها بالإضافة إلى تناول ماهية الخدمة وجودة تقديمها وعملية تقييم جودة الخدمة وطرق تحسينها وتطويرها.

المبحث الأول: أساسيات في الجودة.

إن معظم المؤسسات تتبنى سياسة الجودة في إنتاجها وذلك نظرا لتحقيقها ميزة تنافسية للمؤسسات باعتبارها سلاحا استراتيجيا لذلك سنتطرق إلى تعرفها وتطورها التاريخي بالإضافة إلى ذكر أنواعها وأهدافها ومتطلبات تحقيقها.

المطلب الأول: مفهوم الجودة وتطورها

قبل التعرض لتطور الجودة سوف نتعرف على الجودة من خلال مفهومها كما يلي:

أولا: مفهوم الجودة.

يرجع مفهوم الجودة إلى الكلمة اللاتينية *Qualitas* والتي تعني طبيعة الشخص أو طبيعة الشيء ودرجة صلابته وكانت تعني قديما الدقة والإتقان¹.

ويعرفها قاموس *Petitlarous* "أنها طبيعة الشيء الذي يكون أكثر أو أقل تميزا بمعنى جيد أو سيء².
وعرف *Edward dening* الجودة بأنها " التوجه لإشباع حاجات ورغبات المستهلك في الحاضر والمستقبل"³.

كما عرفت الجمعية الأمريكية للجودة والذي أشار إليها الباحثان *2001 Render, heiger* هي الهيئة والخصائص الكلية للمنتوج (خدمة أو سلعة التي تظهر وتعكس قدرة هذا المنتوج على إشباع حاجات صريحة وأخرى ضمنية)⁴.

- وعرفت الجمعية الفرنسية للتقنين (*AFNOR*) ضمن المواصفات القياسية الدولية الايزو 9000 طبعة 2000 على أنها " قدرة مجموعة الخصائص والمميزات الجوهرية على إرضاء المتطلبات المعلنة أو الضمنية لمجموعة العملاء."⁵

¹ مأمون الدراكة وآخرون، الجودة في المنظمات الحديثة، الطبعة الأولى، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان 2002، ص 15.

² MULTON, POLITIQUE, INCITATION, GESTION ET CONTRÔLE, COLLECTION SCIENCE ET TECHNIQUE AGROALIMENTAIRE 1994 P 5.

³ قاسم نايف علوان، إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات الايزو 9001، 2000، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص 20.

⁴ مجيد شاكر و آخرون، ادارة الجودة الشاملة، تطبيقات في صناعة التعليم، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الطبعة 2، عمان، 2015، ص 16.

⁵ DANIEL DUREL, MAURICE PILLET, QUALITÉ EN PRODUCTION D'ISO 9000 À SIX SIGMA, 2^{ME} ÉDITION, ÉDITION D'ORGANISATION, PARIS 2002, P21

- كما تعرف الجودة:

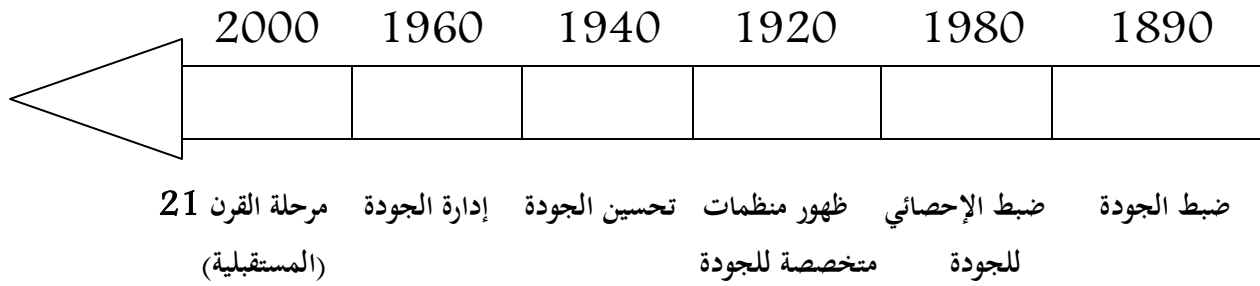
"معرفة ماذا يريد الزبون وتحقيق تلك الرغبة له بشكل صحيح يخلو من العيوب أو النقائص وبأقل التكاليف ومن أول مرة"¹.

"مجموعة الصفات المميزة للمنتج سواء كان سلعة أو خدمة والتي تؤدي الى تلبية حاجات الزبائن"². نستطيع أن نعرف الجودة على أنها مجموعة المواصفات والخصائص التي يتميز بها المنتج والتي تمكن من إشباع رغبات الزبائن وتؤكد رضاهم عنه.

ثانيا: تطور الجودة.

يمكن تلخيصها فيما يلي:

الشكل 1-1: مراحل تطور الجودة



المصدر: من إعداد الطالبة صاحبة البحث بالاعتماد على: بوحنيفة قاوي، إدارة الموارد البشرية في المؤسسات التعليمية العالي في ظل المتغيرات الدولية، حالة الأستاذ الجامعي الجزائري، أطروحة الدكتوراه في العلوم السياسية، فرع تنظيم سياسي وإداري، جامعة الجزائر، 2006 - 2007.

التحليل:

- تميزت المرحلة الأولى: بأن مسؤولية تحديد الجودة تقع على عاتق متخصصين بضبط الجودة ومتابعة قياسها والتحقق منها على المنتجات التي تقوم المؤسسات بإنتاجها.

¹ عبد العزيز مخيمر وآخرون، الإتجاهات الحديثة في إدارة المستشفيات مفاهيم وتطبيقات، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2003، ص 19.
² بوحنيفة قاوي، إدارة الموارد البشرية في المؤسسات التعليمية العالي في ظل المتغيرات الدولية، حالة الأستاذ الجامعي الجزائري، أطروحة الدكتوراه في العلوم السياسية، فرع تنظيم سياسي وإداري، جامعة الجزائر، 2006 - 2007، ص 175.

- اتسمت المرحلة الثانية: باستخدام وظيفة التفتيش ومقارنة النتائج بالمتطلبات المتعددة لتحديد درجة التطابق بين المنتج والمواصفات المطلوبة للجودة.

- تميزت المرحلة الثالثة: بعد تغيرات في بيئة الصناعات وخاصة بعد فترة الكساد الاقتصادي الرأسمالي في سنة 1929 - 1933 مما أدى إلى ظهور منظمات متخصصة بضبط الجودة مما أدى إلى تحديد مستوى مقبول للجودة الجمعية الأمريكية لضبط الجودة، كذلك ظهور حلقات عند الإنتاج وبيع المنتجات الجودة في اليابان عام 1956 ما حدث عليها من تطور بعد هذا التاريخ .

- أما المرحلة الرابعة: تميزت بتطوير مفهوم حلقات الجودة في اليابان إلى مفهوم إدارة وكذلك ظهور التلف الصفري في اليابان إلى جانب مفاهيم أخرى كتوحيد الجودة (النظام الشامل) المتكامل، يتضمن عدد من السياسات والإجراءات اللازمة لتحقيق الجودة في المؤسسات الصناعية.

- أما المرحلة الخامسة: تعد من مفاهيم الجودة التي تمخضت عنها مرحلة سابقة كمفاهيم العولمة و ظهور برنامج الحاسوب في تصميم المنتج وإنتاجه و ظهور فكرة الانتاج المتكامل وأنظمة الانتاج المرن وغيرها.

- مرحلة القرن 21: هي مرحلة مستقبلية التي تشير إليها الأبحاث العلمية في هذا.

- الميدان بأنها تكون مرحلة الاهتمام بالعميل من خلال تقديم وإنتاج ما يرغب فيه من حيث سهولة وسرعة ما يحصل عليه عند الطلب.

المطلب الثاني: مقاييس الجودة.

أولاً: أهمية الجودة.

تعتبر الجودة أحد العوامل التي تحدد حجم الطلب على المنتجات وخدمات المؤسسة وتكون الأهمية كما يلي:¹

- سمعة المؤسسة: وتستمد المؤسسة شهرتها من مستوى جودة منتجاتها ويتضح ذلك من خلال العلاقات التي تربط المؤسسة من الموردين وخبرة العاملين ومهارتهم ومحاولة تقديم منتجات تلبي رغبات وحاجات زبائن المؤسسة، فان كانت المنتجات ذات جودة منخفضة يمكن تحسينها لكي تحقق الشهرة والسمعة الواسعة والتي تمكنها من التنافس مع المؤسسات المماثلة في نفس النشاط.

¹ قاسم نايف، مرجع سبق ذكره، ص33.

- المؤسسة القانونية للجودة: تزايد واستمرار عدد المحاكم التي تتولى النظم والحكم في قضايا مؤسسات تقوم بتصميم منتجات أو تقديم خدمات غير جيدة في إنتاجها وتوزيعها لذا فإن كل مؤسسة إنتاجية أو خدمية تكون مؤسسة قانونية عن

- كل ضرر يصيب الزبون من جراء استخدامه لهذه المنتجات.

- المنافسة العالمية: إن التغيرات السياسية والاقتصادية تؤثر في كيفية وتوقيت تبادل المنتجات إلى درجة كبيرة في السوق الدولي التنافسي وتكتسب الجودة أهمية متميزة إذ تسعى المؤسسات إلى تحقيق إضافة والتمكن من تحقيق المنافسة العالمية فكلما انخفض مستوى جودة منتجات المؤسسة أدى إلى إلحاق الضرر بأرباحها.

- حماية الزبون: إن تطبيق الجودة في أنشطة المؤسسة ووضع مواصفات قياسية محددة تساهم في حماية المستهلك من الغش التجاري ويعزز الثقة في خدمات المؤسسة فكلما انخفض مستوى الجودة يؤدي إلى انخفاض في الطلب من طرف الزبون على منتجات المؤسسة.

- تكاليف وحصة سوقية: تنفيذ الجودة المطلوبة لجميع العمليات والمراحل للإنتاج من شأنه أن يتيح فرص اكتشاف الأخطاء لتجنب كلفة إضافية بالإضافة إلى الاستفادة القصوى من زمن الآلات عن طريق تقليل الزمن العاطل وبالتالي فكلما انخفضت التكاليف.

كلما زادت أرباح المؤسسة.

ثانيا: أنواع الجودة.

ويمكن تصنيفها إلى نوعين:

1 - جودة التطابق: و تعني إن المؤسسة من خلال إدارتها وعملياتها تحقيق توقعات الأهداف المستهدفة.

2 - جودة الأداء: وتعني أن المؤسسة من خلال إدارتها وعملياتها تحقق رضا الزبون من خلال أداء عالية¹.

¹ بوبكر عباسي، دورة التكوين الداخلي في تطوير جودة الخدمة الفندقية، من مذكرة ماجستير جامعة قاصدي مباح، ورقلة، 2009، ص 19.

ثالثاً: أهداف الجودة.

هناك نوعان هما:¹

1- أهداف تخدم ضبط الجودة: وهي التي تتعلق بمعايير التي ترغب المؤسسة في المحافظة عليها حيث تصاغ هذه المعايير على مستوى المؤسسة ككل وذلك باستخدام متطلبات ذات مستوى أدنى تتعلق بصفات مميزة مثل الأمان وإرضاء العملاء.

2- أهداف تحسين الجودة: وهي غالباً ما تنحصر في الخدمة الأخطاء وتطوير منتجات وخدمات جديدة ترضي العملاء بفعالية أكبر.

ومن هنا يمكن تصنيفها إلى خمس فئات:

- 1- أهداف الأداء الخارجي للمؤسسة: ويتضمن الأسواق والبيئة والمجتمع.
- 2- أهداف الأداء للمنتج أو الحزمة: وتتناول حاجات العملاء والمنافسة.
- 3- أهداف العمليات: تتناول مقدرة العمليات وفعاليتها وقابليتها للضبط.
- 4- أهداف الأداء الداخلي: وتتناول مقدرة المؤسسة وفعاليتها ومدى استجابتها للتغيرات ومحيط العمل.
- 5- أهداف أداء العاملين: تتناول المهارات والقدرات والتحفيز و تطوير العاملين.

المطلب الثالث: متطلبات الجودة.

يمكن تصنيف هذه المواصفات إلى خمس متطلبات أساسية للجودة تتمثل فيما يلي:

1- احترام معايير الأداء:

يعتبر الأداء عن الجوانب التقنية للمنتج والتي تظهر من خلال الكفاءات التقنية المستخدمة فيه ويتحقق الأداء في المنتج من خلال توفره على العديد من الصفات العامة أو الرئيسية مثل: سرعة القوة الصلاحية.²

¹ مأمون السلطي وآخرون، دليل عملي لتطبيق أنظمة إدارة جودة الايزو 9000، دار الفكر المعاصر، الطبعة الأولى دمشق، 1999، ص 103.

² بوعنان نور الدين، جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء، مذكرة الماجستير، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2007، ص 10.

2- سرعة التكلفة (تكلفة الإنتاج):

تشير إلى جوانب الاقتصادية للمنتوج والتي يمكن استدلال عليها من خلال المؤشرات الاقتصادية، سعر التكلفة أو تكلفة الإنتاج وقد أخذ بعين الاعتبار التكاليف كمطلب أساسي لتحقيق الجودة عند انتقال من اقتصاد التوزيع إلى اقتصاد السوق.¹

3 - فترة التسليم:

تعتبر فترة التسليم عند البعد الزمني المتعلق بهدف الوفاء و الالتزام بتسليم المنتج في الوقت المحدد والكمية النوعية المطلوبة من قبل العميل الذي أصبحت له الإمكانية في الاختيار. وتكمن كفاءة المسير في هذه الحالة في تعظيم المتطلبات مع الأخذ بعين الاعتبار حاجات ورغبات العملاء فمن أجل فترات تعليم محددة سيبحث المسير عند تدني العلاقة (تكلفة - أداء) والمعرفة كما يلي:

- بالنسبة لتكلفة محددة وموضوعية سيحاول المسير الحصول على الأداء المرتفع.
- بالنسبة لأداء محدد سيبحث المسير على تقليص التكلفة والمقصودة بالتكلفة هنا هي تكلفة التي سيتحملها العميل ممثلة في سعر الشراء.²

4- الخدمات:

بالإضافة إلى الخدمات كمطلب أساسي حيث ساهم في تنمية وتطوير مفهوم الجودة وخاصة الخدمات التكميلية أو ما يعرف بخدمات ما بعد البيع و تشير هذه الخدمات إلى مستوى الجودة والسرعة في التعامل مع شكاوي العملاء بعد حصولهم على السلعة أو الخدمة.

5- الأمن:

أصبح توفير الأمن عند استخدام السلعة مطلوباً من قبل العملاء اليوم حيث يعتبر معياراً في حد ذاته فلا يمكن ان يكون نظاماً ذات جودة عالية، إلا إذا كان قادراً على ضمان عدم حدوث أخطار وحوادث في الواقع تحقيق الأمن المطلق يعتبر أمراً سيحل الوصول إليه لذلك يجب توفر أدنى مستوى متعلق باحتمال وقوع حوادث ناتجة عن عمليات الإنتاج أو المنتج.³

¹ بوعنان نور الدين، مرجع سبق ذكره، ص 11.

² بوعنان نور الدين، مرجع سبق ذكره، ص 12.

³ بوعنان نور الدين، مرجع سبق ذكره، ص 14.

المبحث الثاني: مميزات الخدمات.

للخدمات أهمية خاصة وموقعا بحكم المنافع التي يقدمها وطبيعة الخصائص التي يمتاز بها لذا تزداد الحاجة يوما بعد يوم للخدمات وعليه سنطرق في هذا المبحث لدراسة ماهية الخدمات من حيث المفهوم والخصائص ودورة الحياة وطرق التقديم.

المطلب الأول: دورة حياة الخدمات وطرق تقديمها.

أولا : تعريف الخدمات.

التي أدت إلى صعوبة التعريف و يؤكد "The Oder Letill" على ان الاختلاف الموجودة بين الخدمة والسلعة يخفي أكثر فأكثر على حساب اختلاف الإدراك لمفهوم الخدمة تمس حل المنظمات ولكن بدرجات مختلفة ويصعب تعريف كلمة خدمة لأسباب التالية:¹

- من الصعب وصف الخدمة من حيث الطبيعة لأنها معنوية؛
- كلمة خدمة ليس حكرا أو امتيازا القطاع نشاط واحد حيث أن التصنيف التقليدي لا يناسب المكانة الكبيرة والمتزايدة للخدمات في الاقتصاد الحديث وهذا يتجلى من خلال صناعة وسائل الإعلام والسيارات وغيرها؛
- اعتبار الخدمة نشاط إنساني.

أما ERIC VOGLER فيعرف الخدمة على أنها: "أكثر من إنتاج الأشياء الغير الملموسة فهي تفاعل اجتماعي بين المنتج والزبون الذي يشبع احتياجاته ورغباته أثناء عملية الإنتاج"².

عرفت الجمعية الأمريكية AMA الخدمة بأنها: "النشاطات أو المنافع التي تعرض للتسويق للبيع لارتباطها بسلعة معينة"³.

إما عن تعريف KOTIER إنها: "عمل أو أداء غير ملموس فهي شيء يقدم طرف إلى آخر دون أن ينتج عن ذلك ملكية شيء ما"⁴.

¹ NOMONR, LE MAUAGEMENT DES SERVICES, EDITION IMTER, PARIS 1994, P21

² ERIC VOGLER, MANAGEMENT STRATEGIQUE DES SERVICE, EDITION DUNORD, PARIS 2004,P 10

³ هاني الحامة الضمور، تسويق الخدمات، دار وائل النشر، الطبعة 3 الأردن، 2005 ص 18.

⁴ PHILIP ROTHER, MARKETING MANAGEMENT, 7^{eme} EDITION ,P 455

إذن نستنتج أن الخدمة هي شيء غير ملموس فهي شيء معنوي يصعب تحديده نظرا لاختلافه حسب اختلاف الرغبات.

ثانيا: دور حياة الخدمة.

يمر المنتج الخدمة بمراحل معينة من وقت ظهورها إلى حيث الوجود إلى وقت اندثارها وانتقائها من التداول فعلى العموم تمر بأربع مراحل موضحة فيما يلي¹:

1- مرحلة التقديم: تعد أول مراحل دورة حياة سلعة (خدمة) وتبدأ من لحظة تقديم المنتج إلى السوق وظهورها لأول مرة فيه عندما تكون المبيعات في اقل مستوياتها والأرباح سالبة وذلك سبب انخفاض الإيرادات التي لا تكفي لتغطية التكاليف كثيرة تتحملها المنشأة في هذه المرحلة.

2- مرحلة النمو: إذا نجحت مرحلة تقديم المنتج فان المبيعات في مرحلة النمو تبدأ بالزيادة السريعة وذلك بسبب زيادة قناعات المستهلكة بفوائد الخدمات المقدمة وتكاليف الحصول عليها.

3- مرحلة الازدهار: وهي المرحلة الثالثة من مراحل دورة حياة الخدمة وفيها تستمر المبيعات في الزيادة حتى تصل إلى اجل مستوياتها وعندما تكون قد وصلت إلى مرحلة الاستقرار والتي لا تستمر إلى أمد طويل وتصنف هذه المرحلة بما يلي:

أ- استقرار الحصص السوقية لكل علامة من العلامات المتداولة.

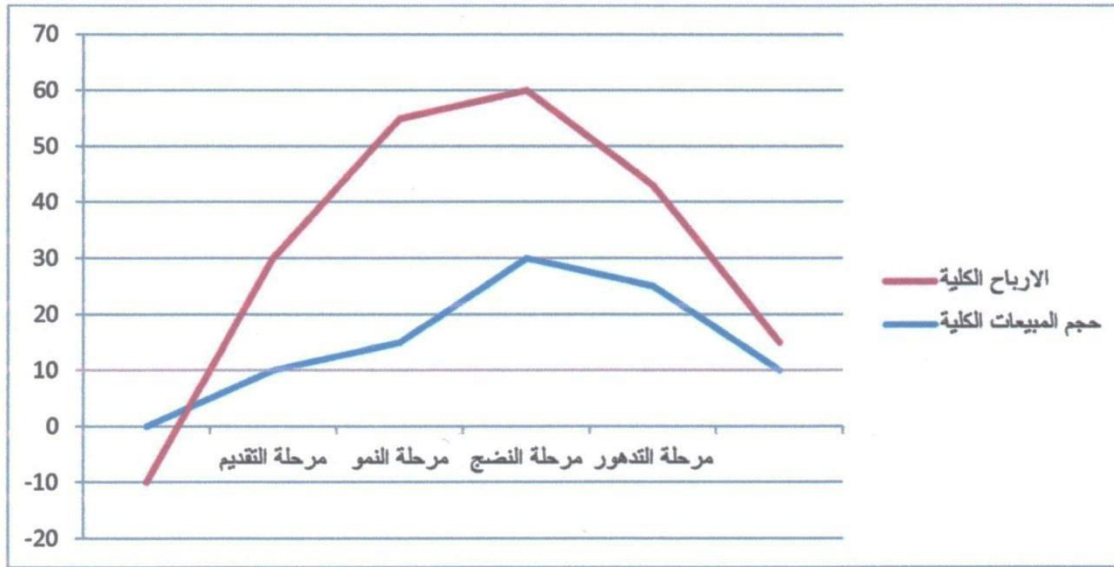
ب- تكوين درجة ولاء عالية من قبل المستهلكة.

ج- زيادة حدة المنافسة التي يترتب عليها انخفاض نسبة الأرباح ومعدلاتها وخروج المنافسة الضعفاء من السوق.

¹ هاني الحامة الضمور، مرجع سبق ذكره، ص 232 - 233.

4 مرحلة التدهور: يمكن توضيحها في الشكل التالي.

الشكل رقم 1-2 : دورة حياة الخدمة



المصدر: هاني الحامد الضمور، تسويق الخدمات، دار وائل للنشر، ط3، الأردن، 2005، ص 133.

ثالثاً: طرق تقديم الخدمة.

1- طريقة الخدمة الباردة:

تعتمد على أساليب وإجراءات سيئة في تقديم الخدمة للعملاء هذا بالإضافة إلى تعاملات غير جيدة تواجه موافق وسلوك غير مناسب من العملاء أنفسهم جراء سلوكيات غير مقبولة من قبل مقدمي الخدمات لذلك تكون الخدمة غير مبرجة وغير متناسقة.

- في الجانب الاجرائي (تمثل النظم والاجراءات المحددة لتقديم الخدمة).
- في الجانب الشخصي (صرف التفاعل والتعامل مع الزبون عند تقديم الخدمة).
- من قبل مقدمي الخدمة (غير واضحة وعادة ما تكون باردة وغير شفافة)¹.

¹ مامون سليمان الدراكة، مرجع سبق ذكره، ص 209.

2 - طريقة المصنع للخدمة:

تمتاز عادة بارتفاع الاهتمام الجانب الإجرائي في تقديم الخدمة أما الجانب الشخصي فيتم بانخفاض أهميته أما فيما يخص الجانب الاجرائي فإنها تأتي في الوقت المناسب وتكون منتظمة ومناسبة وتقدم صورة موحدة تجمع العملاء ومن الجانب الشخصي تمتاز بعدم.

الشفافية وتقدم صورة باردة وغير مرغوبة من قبل العملاء.¹

3 - طريقة الحديثة الوردية للخدمة:

"تتميز بالاهتمام الكبير بالجانب الشخصي مع انخفاض ملحوظ بالمستوى الاجرائي فإنها تأتي في الوقت المناسب تكون منتظمة ومناسبة وتقدم صورة موحدة لجميع العملاء ومن الجانب الشخصي تمتاز بعدم الشفافية وتقدم صورة باردة وغير مرغوبة قبل العملاء.²

4- طريقة جودة خدمة العميل:

تتميز عادة بارتفاع الجوانب المتعلقة بكل من الإتجاهين الإجرائي والشخصي وبعد افضل الطرق التي يتم استخدامها في تقديم الخدمة فتتم هذه الطريقة من الناحية الاجرائية بانها منتظمة عادة وتقدم صورة موحدة للعملاء أما على مستوى الشخصي فتكون بدل تقديم الخدمة جزائية وملفتة للنظر.³

المطلب الثاني: تصنيف الخدمات وعناصر إنتاجها.

أولاً: تصنيف الخدمات.

هناك عديد من أنواع الخدمات التي يمكن تقسيمها حسب العديد من الأسس من أهمها:⁴

أ- خدمات المستهلكين: وهي الخدمات التي تقدم لإشباع حاجات شخصية مثلاً: السياحة، التأمين... لهذا سميت هذه الخدمات بالخدمات الشخصية.

ب- خدمات المنشآت: وهي الخدمات التي تقدم لإشباع حاجات منشآت الأعمال مما هو الحال في الاستثمارات الإدارية والخدمات المحاسبية وتصلح المكائن والمعدات.

¹ مامون سليمان الدراكة، مرجع سبق ذكره، ص 210.

² مامون سليمان الدراكة، مرجع سبق ذكره، ص 211.

³ مامون سليمان الدراكة، مرجع سبق ذكره، ص 212.

⁴ محمد صالح مؤذن، مبادئ التسويق، جامعة الزرقاء الأهلية، 1999، ص 207.

2- حسب الدرجة الاعتمادية:

أ- خدمات تعتمد في تقديمها على المكائن والآلات بدرجة كبيرة.

ب- خدمات تعتمد في تقديمها على الانسان بدرجة كبيرة.

3- حسب أهمية حضور المستفيد من الخدمة الى اماكن تقديمها:

أ- ضرورة حضور المستفيد لاماكن تقديم الخدمة مثل: حلاقة الشعر.

ب- لا ضرورة لحضور المستفيد لاماكن تقديم الخدمة مثل: تنظيف الملابس.

4- حسب دوافع مقدمة الخدمة:

أ- خدمات تقدم بدافع الربح مثلا: وكالات الإعلان.

ب- خدمات تقدم ليس بدافع الربح مثلا: الجامعات.

5- حسب الخبرة المطلوبة لأداء الخدمة:

أ- مهنية مثل: التمريض الإداريين الماليين.

ب- غير مهنية مثل: خدمات حراسة العمارات ومواقف السيارات.

6- حسب طبيعتها:

أ- خدمات ضرورية مثل: الخدمات الصحية.

ب- خدمات كمالية مثل: التسلية والترفيه.

ثانيا: عناصر إنتاج الخدمات: تتكون المنظمات الخدمائية من عدة عناصر تتفاعل فيما بينها لإنتاج وتقديم الخدمة والتي تتمثل في:¹

1- يتمثل نظام عمليات تشغيل الخدمة في الإدارة العليا للمنظمة والتي تعتبر مصدر القرارات المتعلقة بعرض الخدمات وتوظيف وتسيير الموارد البشرية وتحديد أشكال الاتصال بين المنظمة والزبائن... الخ وبذلك يكون لهذا الجزء من عملية الإنتاج تأثير مباشر على عملية تقديم الخدمة وجودتها.

1- صليحة رقاد، تقسيم جودة الخدمة من وجهة نظر الزبون، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، إدارة الاعمال، جامعة الحاج لخضر، باتنة، ص10

2- الدعم المادي:

يظهر في تصميم الداخلي للمنظمة والتجهيزات والمعدات الضرورية لإنتاج الخدمة في مواقع المنظمة... الخ وهو يؤثر على عملية إنتاج الخدمة وتقديمها .

3- العمال المباشرون:

ويقصد بهم مقدمي الخدمات الذين يتعاملون مباشرة من الزبائن و يمثلوا المنظمة في نظرهم و يؤدي هؤلاء الموظفين دورا بالغا في عملية تقديم الخدمة وجودتها مما يتطلب توافرهم على مهارات وكفاءات عالية.

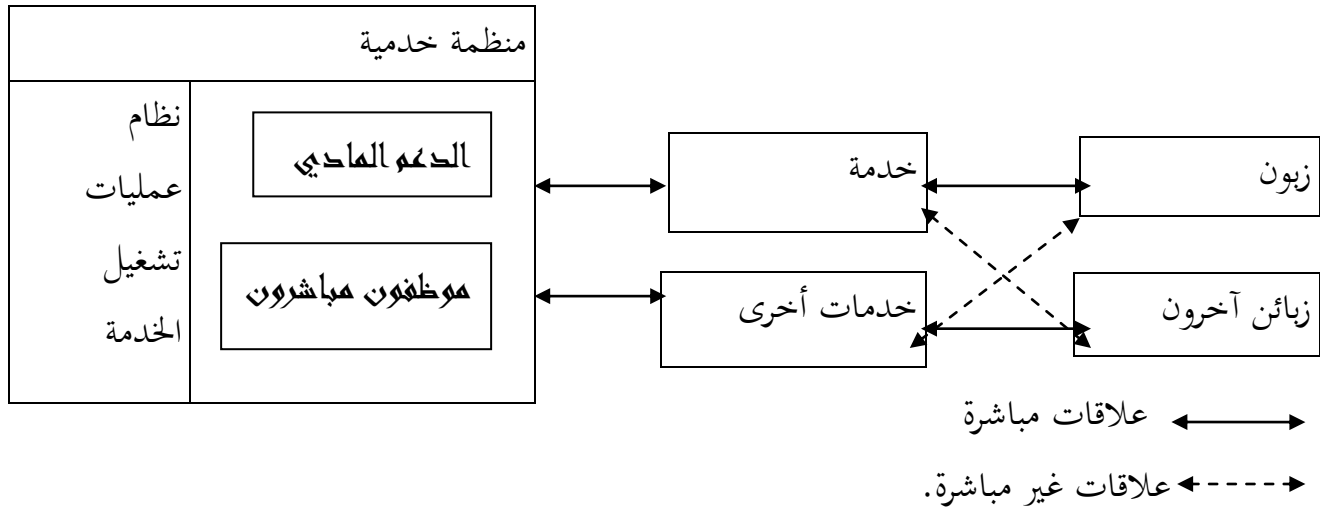
4- الزبائن:

إن كل من يتعامل مع المنظمة ويتلقى سلع وخدمات منها يعتبر زبونا لها.

5- عرض الخدمات:

تتمثل النتيجة المتولدة من مجموعة التفاعلات الخدمات الحاصلة بين مختلف عناصر إنتاج الخدمة والتي يعتمد تقديمها في الغالب وجود مقدم الخدمة والزبون في ان واحد، ويمكن توضيح عناصر إنتاج الخدمة من خلال الشكل التالي:

الشكل 1-3: عناصر إنتاج الخدمة.



المصدر:

Kotler and Dubois, Marketing Management, Publique Union, 10^{eme}, Paris, 2000, p 448.

التفسير:

- يوضح الشكل آلية التفاعل بين عناصر نظام إنتاج الخدمة فعلى فرض الزبون يطلب خدمة من منظمة ولتكن مثلا وكالة مصرفية حين دخوله يتلقى بعملاء آخرون يطلبون نفس الخدمة أو الخدمات أخرى كما يوجد أمامه شبكة مادية تضم مباني ديكور داخلي وموظفين
- يعرف العميل طالب الخدمة في اتصال مباشر مع الموظفين الذين يمثلون الجزء المرئي ومنه يحول نظام إنتاج الخدمة الى جزء غير مرئي والذي يعتبر الدعامة الأساسية للجزء المرئي للخدمة المقدمة.
- ويجب الإشارة إلى أن عناصر إنتاج الخدمة لما لها من أهمية بالغة في تقديم الخدمة انطلاقا من إنتاجها حتى وصولها إلى الزبون وهو ما يعكس دور الخدمات في الوقت الحاضر بالأصل الخدمات.

المطلب الثالث: أساسيات الخدمة.

أولاً: خصائص الخدمات فيما يلي:¹

- 1- اللاملموسية: بالأصل الخدمات ملموسة اي من الصعب تذوقها والاحسان بها ورؤيتها أو شمها أو سماعها قبل شرائها وهذا أهم ما يميزها عن السلعة و هذا يعني أن الخدمات ليست لها كيان مادي.
- 2- التلازمية (عدم الانفصال): ويعني بها درجة الارتباط بين الخدمة ذاتها وبين الشخص الذي يتولى تقديمها أي من الصعب أحيانا فصل الخدمات عن شخصية البائع.
- 3- عدم التجانس (الاختلاف) : من الصعب ايجادها معايير نمطية الانتاج في حالة الخدمات فكل نوع من أنواع الخدمات لها طرق مختلفة في كيفية قياسها .
- 4- الزوال أو الفناء: الخدمات هي ذات طبيعة فنائية أي لا يمكن حفظها على شكل مخزون وهذا ما يجعل تكلفة التخزين والايدياع منخفضة نسبيا أو بشكل كامل في المؤسسات الخدمية وهذا ما يمكن النظر إليه كنتيجة ايجابية لها.
- 5- الملكية: ان عدم انتقال الملكية تمثل صفة واضحة تميز بين الانتاج السلعي والإنتاج الخدمي وذلك لأن المستهلك له فقط الحق باستعمال الخدمة لفترة معينة دون أن يمتلكها مثال: غرفة في فندق أو مقهى في طائرة.

¹ زكي خليل المساعد، تسويق الخدمات وتطبيقاته، دار المناهج للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2003، ص 46.

- الجدول التالي عرض للملخص خصائص الخدمات وما تتضمنه من مشكلات وطرق معالجتها:
الجدول 1-1: بعض المشاكل عن خصائص الخدمات وأساليب معالجتها.

الخصائص	بعض التطبيقات	طرق المعالجة
عدم الملموسية	- صعوبة توفير العينات. - وجود قيود كثيرة على عنصر الترويج في المزيج التسويقي. - صعوبة وجود تحديد السعر ونوعية مقدا. - استخدام السعر كمؤشر للجودة. - صعوبة تقييم الخدمات التنافسية.	- التركيز على الفائدة. - زيادة الملموسة. - استخدام الأسماء التجارية. - استخدام التوصية الشخصية كمدخل لبيع الخدمة. - تطوير الشهرة. - تخفيض تجهيزات الخدمة.
التلازم	- تتطلب تواجد مقدم للخدمة. - البيع المباشر. - محدودية نطاق العمليات.	- تعلم الكل في مجموعات كبيرة. - العمل بسرعة. - تحسين انظمة تسليم الخدمات.
الاختلاف وعدم التجانس	- تعتمد المعايير على من هو م. - صعوبة التأكد من النوعية.	تدريب عدد كبير من الموظفين الاكفاء. - الحرص على اختبارة تدريب الموظفين. - توفير مراقبة مستمرة.
الزوال والفناء.	- لا يمكن تخزين من - مشاكل التذبذ.	- اتمام العمليات القدر المستطاع. - المحاولة المستمرة لإيجاد توافق بين العرض والطلب.

المصدر: هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، دار وائل للنشر الطبعة الأولى،

عمان، 2005، ص33.

ثانيا: أهمية الخدمات.

- إن التطورات والتحولات الهامة في المنظمات في الفترة الحالية الراهنة أدت إلى زيادة الاهتمام بصناعة الخدمات مقارنة بصناعة السلع، في فترة طويلة من الزمن كان الاهتمام منصبا على القطاع الصناعي ودوره في تخطيط التنمية على مستوى الدول وفي ثم على مستوى المنظمات؛

ولكن في الآونة الأخيرة انخفض الدور والأهمية النسبية للقطاع وزاد الاهتمام بقطاع الخدمات كمحور أساسي في تشكيل القطاعات الاقتصادية كمحور هام لدخل الدولة ويلاحظ أن الاهتمام بقطاعات الخدمات يعكس مراحل النمو الاقتصادي لأي دولة؛

ففي حالة المرحلة الأولى كان الاهتمام الأساسي مركزا على القطاع الزراعي باعتباره المصدر الرئيسي للسلع والذي تستند إليه كافة القطاعات ثم تأتي مرحلة التصنيع والتي بدأت مع بداية الثورة وتطبيق مبادئ الإدارة العلمية في الصناعات المختلفة؛

ومن ثم تأتي المرحلة الثانية: وهي التركيز على صناعة الخدمات وتتضمن قطاع الخدمات بشكل كبير بعد الحرب العالمية الثانية ويعود هذا التحول إلى حركة عصر المعلومات ومن أسبابها نذكر ما يلي:

- ازدياد أوقات الفراغ وازدياد ضغط العمل وارتفاع دخل الفرد مما زاد معه الدخل المقابل للإنفاق على الخدمات الترفيهية؛

- ازدياد تعقيد المنتجات تقنيا مما يستند على الحاجة إلى خدمات الصيانة؛

- زيادة نسبة العاملين في صناعة الخدمة؛

- مزيج من فعل التطور التقني السريع والإنفجار الحاصل في مجال المعرفة أدى إلى توتر جل اهتمام المنظمات الراقية وإحراز النجاح في المدى القصير؛

- نمو سريع في الأعمال وتدفقات نقدية إيجابية؛

- ازدياد المنافسة وأرباح عالية وتطوير الحصة السوقية؛

- ازدياد عدد فروع الجديدة التي تقدم فيها الخدمة والبحث عن القطاعات سوقية جديدة لتقديم الخدمة.¹

¹ زكي خليل المساعد، مرجع سبق ذكره، ص 40.

المبحث الثالث: جودة الخدمات.

الخدمة هي عبارة عن أشياء غير ملموسة زيادة على ذلك تتعرض للتقييم والانتقاء من لآخر حسب مدى تلبيةها لرغباته وتحقيقها لاحتياجاته مما يتطلب أن تكون ذات جودة عالية.

المطلب الأول: ماهية جودة الخدمة.

ونظرا لاختلاف السلعة عن الخدمة فوجدنا أن:

أولا: تعريف جودة الخدمات.

تعددت الآراء الكتاب فيما يخص تعريف جودة الخدمات ومن التعاريف المتعددة نذكر منها ما يلي: ¹

- التوافق مع الرغبة؛

- تلبية حاجة الرغبة المقصودة؛

- المدى الذي يصل اليه المنتج في اشباع الحاجات المبتغاة أو المثلة للطرف المستهلك " Bernard Moutiul؛

- مدى التنبؤ بنجاعة وتطابق الخدمة؛

- مجموعة من مميزات الخدمة التي تلبي توقعات العمل سواء كانت هذه التوقعات سواء كانت صريحة أو ضمنية، موضوعية أو ذاتية واعية أو غير واعية؛

- جودة الخدمة ترتبط وتعتمد على احتياجات و توقعات العملاء فاذا تم تقديم خدمة تتفق مع احتياجات وتوقعات العملاء أو تفوق عليها قيل أن الخدمة تتصف بالجودة؛

إذ يمكن تعريف جودة الخدمات كما يلي:

- جودة الخدمة تعتبر مقياس لدرجة التي يرقى اليها مستوى الخدمة، لتقابل توقعات العملاء اذن هي مدى تطابق توقعات الزبائن مع الخدمة المقدمة فعلا من قبل مقدم الخدمة.

¹ بومدين كشكوش، محاضرة جودة الخدمات، غير منشورة، معهد العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، المركز الجامعي عين تيموشنت، 2016-2017.

ثانيا: أهمية جودة الخدمة.

تكمن أهمية جودة الخدمة في تقديم الخدمة فيما يلي:

1- نمو مجال الخدمة: لقد ازداد عدد المؤسسات التي تقوم بتقديم الخدمات فمثلا نصف المؤسسات الأمريكية يتمثل نشاطها بتقديم الخدمات إلى جانب ذلك فالمؤسسات الخدمائية ما زلت في نمو متزايد ومستمر.

2 - ازدياد المنافسة: ان تزايد عدد المؤسسات الخدمية سوف يؤدي إلى وجود منافسة شديدة بينها لذلك فان الاعتماد على جودة الخدمة يعطي لهذه المؤسسات مزايا تنافسية عديدة.

3 - المدلول الاقتصادي لجودة الخدمة: أصبحت المؤسسات الخدمية في الوقت الحالي تركز على توسيع حصتها لذلك لا يجب على المؤسسات السعي من أجل جذب الزبائن جدد ولكن يجب كذلك المحافظة على الزبائن الحاليين ولتحقيق ذلك لابد من الاهتمام أكثر بمستوى جودة الخدمة.

4 - فهم الزبون: ان الزبائن يريدون معاملة جيدة ويكرهون التعامل مع المؤسسات التي تركز على الخدمة فلا يكفي تقديم الخدمة ذات الجودة وسعر معقول دون توفير المعاملة، الجودة والفهم الأكبر للزبون.

المطلب الثاني: أبعاد جودة الخدمة وطرق قياسها

تفرد جودة الخدمة بأبعاد وأساليب تحقيقها وهذا نظرا لاختلاف جودة الخدمة من جودة السلعة.

أولا: أبعاد جودة الخدمة.

لقد وضع Parasmaman و زملاؤه نموذج يضم الابعاد الرئيسية التي تقاس بها جودة الخدمة، وهذه الأبعاد تتمثل في:¹

1 - الاعتمادية: وتعني ثبات الأداء وإنجاز الخدمة بشكل سليم وأحسن من المرة الأولى ووفاء المؤسسة لما تم وعد العميل به، و هذا يتضمن:

- تقديم الخدمة بشكل صحيح ودقيق وعدم حوث الأخطاء؛
- تقديم الخدمة في المواعيد المحددة وفي الوقت المصمم له؛
- إثبات مستوى أداء الخدمة.

¹ مأمون الدرادكة، ادارة الجودة الشاملة، مرجع سبق ذكره، ص 151.

- 2- سرعة الاستجابة من قبل العاملين: وتشير الى رغبة واستعداد العاملين بالمؤسسة في تقديم الخدمة ومساعدة الزبائن، و الرد على استفساراتهم والسرعة في أداء الخدمة والاستجابة الفورية لطلب العميل.
- 3- القدرة أو الكفاءة: وتعني امتلاك مقدمي الخدمة للمهارة والمعرفة اللازمة لأداء الخدمة وتكوينهم على روح الاتصال و تفهم العملاء.
- 4- سهولة الحصول على خدمة: ويتضمن هذا سهولة الاتصال و تيسير الحصول على الخدمة من طرف العميل وذلك بتقليص فترة انتظار الحصول على الخدمة وملائمة ساعات العمل للعميل وتوفر عدد كافي من منافذ الحصول على الخدمة.
- 5 - الباقة: وتعني أن يكون مقدمي الخدمة وخاصة من لهم اتصال مباشر مع الزبائن على قدر من الاحترام وحسن المظهر والتمتع بروح الصداقة والود واحترام الزبائن.
- 6 - الاتصال: وتقتضي تزويد الزبائن بالمعلومات وباللغة التي يمكنهم فهمها وتقديم التوضيحات والشرح اللازم حول طبيعة الخدمة وتكلفتها والمزايا المترتبة عنها والبدائل الممكنة.
- 7 - المصداقية: وتتضمن مراعاة المؤسسة للأمانة والصدق في التعامل مع الزبائن مما يولد الثقة بين الطرفين.
- 8 - معرفة وتفهم العميل: وتعني بذل جهود لفهم احتياجاته الخاصة، الاهتمام الفردي بالعميل اذا أمكن تقديم النصح والاستشارة والتوجيه اللازم.
- 9 - الأمان: ويعكس ذلك خلو المعلومات مع المؤسسة من الشك والخطورة، ويتضمن الأمان المادي، المالي، المعنوي والسرية التامة في المعاملات في بعض الأحيان.
- 10- الجوانب المادية الملموسة (المكونات المادية): وتشمل التسهيلات المادية المستخدمة في العمل بدءا بالمظهر الخارجي للمؤسسة وتجهيتها من الداخل والأجهزة والوسائل المستخدمة في أداء الخدمة، إذ كلما تمكنت المؤسسة من التحكم في هذه الأبعاد أمكنها تقديم خدمات بجودة عالية وبإمكانها تطوير الخدمات وتحقيق الميزة التنافسية.

فجودة الخدمة ترتبط وتعتمد على احتياجات وتوقعات الزبائن فاذا تم تقديم خدمة مع احتياجات وتوقعات العملاء أو تتفوق عليها قيل أن الخدمة تتصف بالجودة.¹

ثانياً: طرق قياس جودة الخدمات.

نستطيع قياس جودة الخدمات بطريقتين هما كالتالي:²

1- طرق القياس المباشرة لجودة الخدمة:

وهي بدورها تنقسم إلى:

أ- **منهاج الاستقصاء:** في هذه الوسيلة نأخذ عينة محدودة تمثل جميع أفراد المجتمع ويتم اختيار هذه العينة إما بطريقة عشوائية أو منتظمة حيث توزع على أعضائها استمارة استقصاء، وهي عبارة عن مجموعة من الأسئلة حول الموضوع المراد معرفته وتعد هذه الأسئلة بطريقة واضحة حتى يسهل على الأفراد الإجابة عليها ومن ثم تقوم أجهزة متخصصة بتبويب الإجابات وتحليل المعلومات للحصول على النتائج وسيرها وعليه تأخذ الاجراءات المناسبة.

ب- **الملاحظة المباشرة:** يعتمد هذا الأسلوب على أن تتولى الإدارة نفسها عملية قياس جودة خدماتها عن طريق الملاحظة للإجراءات المختلفة في ميدان العمل ذو الاحتكاك المباشر للعملاء وملاحظة ردود أفعالهم وأيضاً ملاحظة أداء مقدمي الخدمة أثناء أداء أعمالهم ومن أمثلتهم أسلوب الملاحظة المباشرة حساب الوقت الفعلي لتقديم الخدمة وملاحظة حسن التعامل مع العملاء من طرف مقدمي الخدمة مع توجيه الأسئلة المباشرة للعملاء عن مدى رضاهم عن الخدمة عموماً.

2 - طرق القياس الغير مباشرة لجودة الخدمة:

أ - **مقياس الفجوة الخاص بجودة الخدمة:** يستند هذا القياس على تحديد توقعات الزبائن لمستوى الخدمة وادراكاتهم لمستوى أداء الخدمة المقدمة بالفعل، ومن ثم تحديد الفجوة بين هذه التوقعات والادراكات لذا فان مستوى جودة الخدمة يقاس بمدى التطابق بين مستوى الخدمة المقدمة فعلاً للزبائن ومحاوله الارتقاء اليها بشكل مستمر.

¹ بومدين كشكوش، مرجع سبق ذكره غير منشور.

² مهدي السامراتي، إدارة الجودة الشاملة في القطاعين الإنتاجي والخدمي، ط 1، دار الجرير للنشر، عمان، 2007، ص 303.

ومن خلال هذا التعريف يجدر بنا الإشارة الى مفهومين أساسين في جودة الخدمة هما:

- **توقعات الزبون:** هي المعايير والنقطة المرجعية للأداء الناتجة عن خبرات التعامل مع الخدمة المقابلة للمقارنة والتي إلى حد ما تصاغ في شروط يعتقد الزبون أن تكون في الخدمة أو سوف يحصل عليها.
- **إدراكات الزبون:** وهي النقطة التي يدرك بها الزبون الخدمة فعليا كما قدمت له ويقوم هذا المقياس على معادلة أساسية ذات طرفين هما الادراكات والتوقعات.

$$\text{جودة الخدمة} = \text{التوقعات} - \text{الادراكات}$$

وينجم عن قياس جودة الخدمة وفق هذا المقياس خمس فجوات يمكنها أن تتسبب في مشاكل تقديم الخدمة ونستطيع تلخيصها فيما يلي:¹

- **الفجوة 1:** بين توقعات الزبون وتصور الإدارة.

فان الإدارة لا تملك التوقع الصحيح عن ما يريده الزبون مثلا قد تفكر ادارة المستشفى بأن المرضى يريدون طعاما أفضل الا أنهم يتطلعون لاستجابة الممرضين لطلباتهم؛

- **الفجوة 2:** بين تصور الإدارة ومعايير جودة الخدمة.

فقد يكون لدى الإدارة تصور صحيح إلا أنها لا تصح قياس أداء معين فقد تطلب إدارة المستشفى من الممرضات تقديم خدمات سريعة دون تحديد نوع هذه الخدمات مما يخلف فجوة في مجال تقديمها؛

- **الفجوة 3:** بين خصائص الخدمة وتقديمها.

حيث يمكن للعاملين أن يتلقوا تدريباً محدداً أو أن يقوموا بأعمال تفوت طاقاتهم أو أنهم غير قادرين في تحقيق ما هو مطلوب منهم أو يعترضون على قياسات معينة كالاستماع بشكل مطلوب للزبائن مما يضعف من تقديم الخدمة بشكل مطلوب والجودة المطلوبة؛

- **الفجوة 4:** بين قيام الخدمة والاتصالات الخارجية.

¹ بومدين كشكوش، مرجع سبق ذكره، غير منشورة

تتأثر توقعات الزبائن بالتصريحات التي يدلى بها ممثلوا الشركات وإعلاناتهم مثلا اذا ظهر في احدى العروض للفنادق بأنهم بوجود غرف جميلة فيها كل المستلزمات وعند وصول الزبون يكتشف أن الاعلان كان كاذب فان من شأن ذلك خلق فجوة بين القيام بالخدمة والاتصالات الخارجية.

– الفجوة 5: الفجوة بين الخدمة المدركة والخدمة المتوقعة.

تظهر الفجوة عند قيام الزبون بقياس أداء الجودة بطريقة مختلفة.

ب- مقياس أداء الفعلي للخدمة:

نتيجة للانتقادات التي وجهت سابقا للفجوة لجأت بعض الدراسات الأخرى لاستخدام مقياس الأداء الفعلي للخدمة المقدمة باعتبار الخدمة يمكن الحكم عليها بشكل مباشر من خلال اتجاهات العملاء، ويمكن التعبير عن ذلك بالمعادلة التالية:

$$\text{جودة الخدمة} = \text{الأداء}$$

يعتبر مقياس الأداء الفعلي أبسط وأسهل في التطبيق من مقياس الفجوة نظرا لأن هذا الأخير يحتوي على عمليات حسابية معقدة فضلا عن صعوبة تعريف توقعات العملاء وقياسها في الواقع العملي، وإن قياس الأداء الفعلي يعتبر كافيا للحكم على جودة الخدمة المقدمة واعتبار أن الرضا أحد الجوانب المؤثرة في الحكم على الجودة لذا تم اختيار مقياس الأداء الفعلي من حيث درجة الاعتماد عليه، مصداقيته وإمكانية تطبيقه في تفسير الجودة الشاملة المدركة للخدمة موضوع القياس و التقييم.¹

المطلب الثالث: خطوات تحقيق الجودة في خدمة الزبائن

من أكثر الخطوات شيوعا في تحقيق الجودة في خدمة الزبائن نذكر:²

أولا: إظهار المواقف الايجابية تجاه الآخرين؛

– تحديد حاجات الزبون؛

– العمل على توفير حاجات الزبائن؛

¹ قاسم نايف، مرجع سبق ذكره، ص 100.

² صليحة رقاد ، مرجع سبق ذكره ، ص 21

- التأكد من استمرارية الزبائن في التعامل مع المؤسسة.
- بعد جذب انتباه الزبائن وإثارة انتباههم من خلال المواقف الايجابية التي يظهرها مقدمي الخدمات أساسا هاما لنجاح المؤسسة في تحقيق رضا الزبون وكسب ولائه، وتتمثل أهم هذه المواقف في:
- اهتمام الموظف بمظهره أثناء تقديم الخدمة؛
- الاهتمام بلغة الجسد (الرسائل غير لفظية) ويمكن الاشارة في هذا العدد إلى مجموعات من لغة الجسد نلخصها في الجدول التالي:

الجدول رقم 1-2: الوسائل الغير اللفظية.

وسائل سلبية	وسائل ايجابية
- وجه قلق و متجهم.	- عندما يكون الوجه مسترخي ومتحكم فيه
- الابتسامة مفقودة أو مصطنعة.	- عندما تكون الابتسامة طبيعية ومريحة.
- تجنب الاتصال بالعين عند الحديث أو الانصات	- الحفاظ على الاتصال بالعين عند الحديث أو الانصات للآخرين .
- حركة الجسد متعجلة.	- حركة الجسد مسترخية ومع ذلك متأنية ومنضبطة.

المصدر: مأمون سليمان دراركة، ادارة الجودة الشاملة خدمة العملاء، دار الصفاء للنشر والتوزيع، ط1،

عمان، 2001، ص 196.

- الاصغاء والتركيز لمعرفة حاجات الزبائن مع تجنب المقاطعة والتلخيص في النهاية للتأكد من فهم احتياجاتهم.
- الاهتمام بصدى الصوت أي الكيفية التي يقال بها الشيء هذا بالابتعاد عن الصوت العالي في حالة الغضب من أجل إيصال خدمة مقبولة للزبون.
- ثانيا: تحديد حاجات الزبون.
- تتمثل أهم حاجات الزبون في :
- الحاجة للفهم إذ يجب أن تفسر الرسائل التي يبعث بها الزبائن بصورة صحيحة.

- الحاجة للشعور بالترحيب فلا بد أن يشعر الزبون بأن طلبه مهم بالنسبة للموظف.
- الحاجة للمساعدة والنصح وشرح اجراءات الخدمة بعناية وهدوء.
- الحاجة للراحة اذ يحتاج الزبائن الى الشعور بالارتياح والتخفيف عن قلقهم.

ثالثا: العمل على توفير حاجات الزبائن.

يتم تحقيق هذه الخطوات من خلال ما يلي:¹

- يجب أن تقدم للخدمات خلال فترة زمنية مناسبة و في مكان مناسب.
- يجب أن يحصل مقدم الخدمة على التدريب والمعرفة والمهارات المناسبة.
- الوفاء بالحاجات الأساسية للزبائن كالترحيب بالزبون بصورة ودية وجعله يشعر بالإرتياح.

رابعا: التأكد من استمرارية الزبائن في التعامل مع المؤسسة.

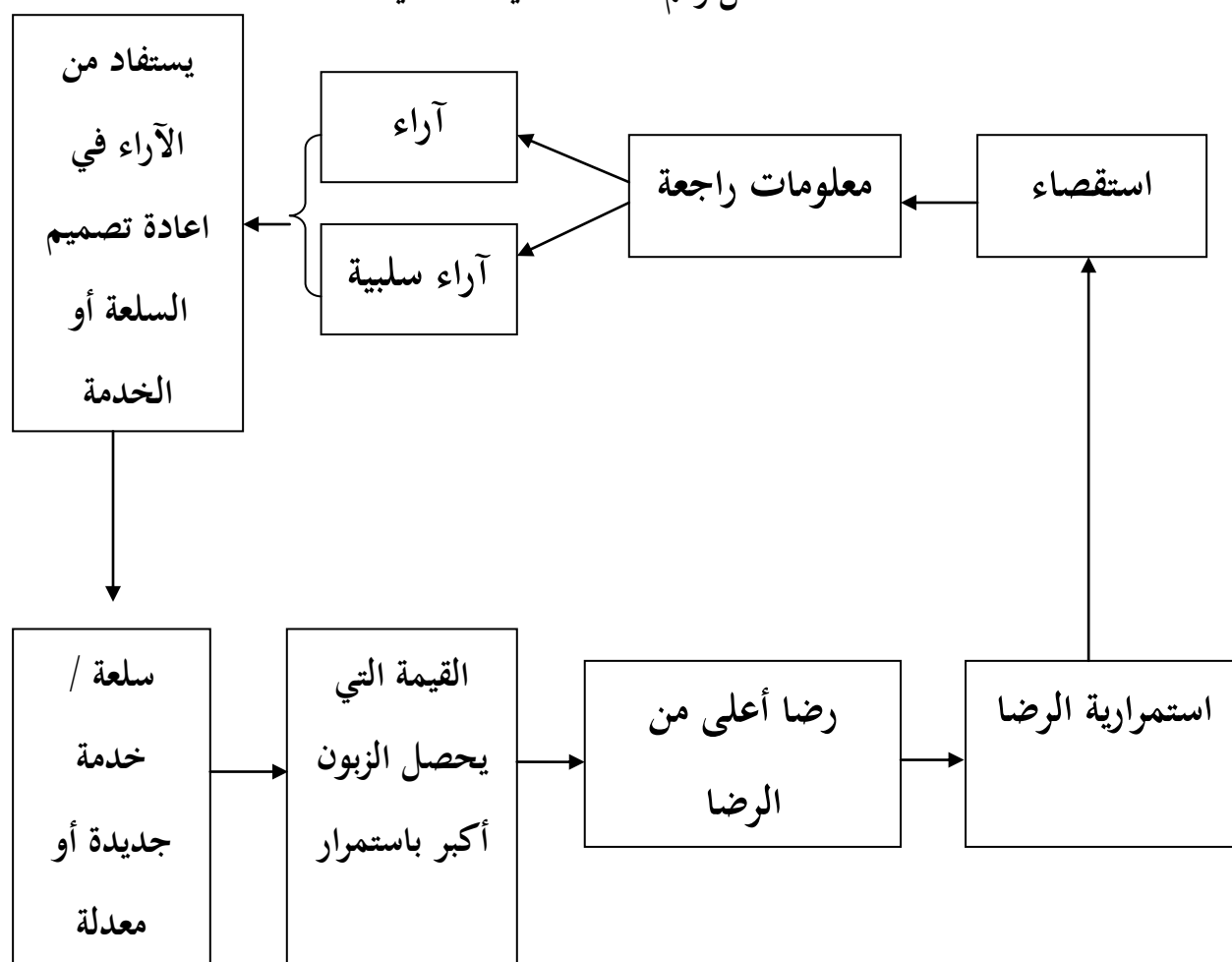
للتأكد من استمرارية الزبائن في التعامل مع المؤسسة عن طريق:²

- الاهتمام بشكاوى الزبائن وذلك بالإصغاء إلى شكاويهم وشرح إجراءات التي سيتم اتخاذها لمعالجة هذه وفي الأخير تقديم الشكر إلى الزبون نتيجة قيامه ببعض بعرض الشكاوى.
- محاولة مقدمي الخدمات كسب الزبائن ذوي الطبع الصعب من خلال المحافظة على هدوئهم والاصغاء إليهم إجراء استطلاعات مستمرة لآراء الزبائن حول مستوى جودة الخدمة المقدمة لهم وتقييمهم لها فنتائج الاستطلاع والتقييم تعد معيارا للحكم على مدى نجاح المنظمة في تلبية متطلبات الزبائن وتوقعاتهم وإضافة إلى هذا ستقدم نتائج الاستطلاع في ادخال التحسينات المستمرة على خدمات المنظمة وهذا انطلاقا من الزبون وهو مصدر للمعلومات والأفكار الجديدة فهو المقيم والمثمن لجودة عملها والشكل أدناه.

¹ صليحة رقاد، مرجع سبق ذكره، ص 23.

² صليحة رقاد، مرجع سبق ذكره، ص 24.

الشكل رقم 1-4: التغذية العكسية



المصدر: عمر وصيفي عقيلي، المنهجية المتكاملة لإدارة الجودة الشاملة، الأردن، دار وائل للنشر، ط1، 2001، ص 160.

التحليل:

يتضح مما سبق أن لاستطلاع رأي الزبائن وتقييمهم يعد وسيلة فعالة لمعرفة ما إذا حققت المنظمة هدفها في إرضاء زبائنها أولاً، هذا من جهة ومن جهة أخرى سيتولد لدى الزبون قناعة بأنه يعامل معاملة خاصة

وسيدرك من خلال إحساسه أنه جزء من المنظمة وهذا ما سيدفعه لأن يظهر لها وبشكل إيجابي ما يريده وبهذا تكون المنظمة قد حددت ما يمكن أن تفعله للاحتفاظ بزبائنها وماذا يمكن أن تفعله للحصول على عملاء جدد من المنافسين.

خاتمة الفصل:

لقد تطرقنا في هذا الفصل إلى جودة الخدمة التي بإمكان أي منظمة خدمتية الوصول إليها، وهي تمثل معيار درجة تطابق الأداء الفعلي مع توقعات العملاء وبشكل مستمر مما يضمن الرضا الدائم للعملاء، وتعتبر جودة الخدمة كمصلحة من الأبعاد المتصلة فيما بينها وتخضع لإطار تشريعي وتنظيمي يضمن القواعد التي تطبق على تجارة الخدمات وحماية المستهلك باستهلاكها للخدمة بالنظر لجودتها لذا تحرص العديد من المنظمات الخدمتية على تطوير مستوى خدماتها باستخدام مجموعة من الأساليب وهذا عن طريق استمرار الدراسات والبحوث من أجل تحليل شكاوى العملاء.

الفصل الثاني:

السياحة الحموية

تمهيد:

لقد استهلينا الفصل بتعريف كل من المنبع والعلاج الحمويات والمحطة الحموية وانتقلنا الى تبيان الموقع الجغرافي لأهم المنابع الحموية كما ناقشنا مشاكل القطاع وحاولنا إيجاد حلول وآفاق جديدة لهذه السياحة لأن لها أهمية كبيرة سواء بالنسبة للفرد أو المجتمع فالإنسان قد وجد راحته وشفاءه من خلال المياه الحموية والتي تعود عليه بالفائدة والراحة النفسية كما لها دور مهم في المجتمع إذ أنها تطور الاقتصاد الوطني من خلال توفير مناصب شغل وتطوير الهياكل السياحية.

المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول الحمامات المعدنية.

تشمل السياحة الحموية أو السياحة العلاجية المعدنية شكل السياحة الصحية الأكثر انتشارا حيث تمارس بهدف الشفاء لكن التقاليد المنتشرة في هذا الميدان تجعلها تتجاوز هذا الاطار تماما حيث أنها تعتبر كإحدى وسائل التسلية والراحة .

المطلب الأول: ماهية الحمامات المعدنية.

أولا: تعريفات.

1- تعريف المنبع الحموي La source thermal:

بمعنى حار في اللغة الاغريقية القديمة 'Thermos' هي مياه حارة من باطن الأرض وهي مياه تستعمل للعلاج داخل المحطة الحموية والتي درجة حرارتها تفوق 4 درجات من الدرجة المتوسطة لمياه المنطقة.¹

2- تعريف المحطة الحوية La station thermal:

هي منطقة معروفة بوجود منابع حموية تطلبت انشاء محطات حموية مختص في العلاج بالمياه الحموية، هذا العلاج يسمى العلاج الحموي، وتتضمن المحطة مراكز للعلاج و أماكن الترويح.²

3- تعريف العلاج الحموي La cure thermal:

هي طريقة التداوي بالوسائل الطبيعية من طرف طبيب المحطة بواسطة تسطيره لبرنامج مدته تتراوح ما بين 15 الى 20 يوم فيستفيد المريض من التزاوج بين السياحة والعلاج وذلك بتغيير المكان والمحيط ويتم في العلاج الحموي عدة طرق:³

أ - المرش La douche:

حيث يقف المريض داخل الغرفة ويرش بواسطة المرش سواء في منطقة محددة أو في الجسم كله.

¹ B. BAURAS, LE THERMALISME CONCEPT SCIENTIFIQUE ET HARMONIEUX DES DIFFERENTS FONCTION D'UNE STATION THERMAL, E N S T, ALGER, 1992, P 13.

² B. BAURAS, OPCIT, P 13.

³ FELIX FORTUME, LE THERMALISME MALONINE, SA, PARIS , 1975, P 74.

ب- الحمام **Le bain**:

يجلس المريض داخل الحمام ويستفيد من الهواء الذي يخرج من باطن الحمام.

ج- المسابح **Les piscines**:

يقوم المريض بالسباحة ويستفيد من الدلك والقيام بالرياضة داخل الماء.

د - استعمال البخار والغازات الحموية **La vapeur et les gaz thermaux**:

والتي تستعمل في شكل حقن جلدية في المناطق المريضة.

- العلاج بالكهرباء.

- استعمال الاشعاعات الطبيعية للمياه.

- الطين الحموية.

وبصفة عامة للعلاج الحموي ثلاث تقنيات رئيسية وهي:

- **التداوي الخارجي**: والذي يعالج أمراض الروماتيزم و غيرها من أمراض العظام.

- **التداوي بالحقن**: و التي تحقن في العضلات أو الجلد بواسطة الغاز الحموي.

- **التداوي الداخلي**: وذلك بشر المياه الحموية والتي تعالج الأمراض الداخلية مثل: أمراض الجهاز

الهضمي وأمراض المعدة.

ثانيا: **مكونات المنابع الحموية.**

يحتوي كل منبع حموي على مكونين هما الماء والطين:

1 - الماء المعدني: والذي يتكون بدوره من الماء، الأملاح الذائبة والغازات.

- الماء: هناك ثلاث أنواع من المياه.

- **المياه البركانية **L'eau vulcanisée****:

تخرج من باطن الأرض بفعل الضغط والحرارة حيث تكون متواجدة من قبل في باطن الأرض وتصد

شيئا فشيئا إلى السطح وهذه المياه تسمى: **L'eau juvéniles**

عكس مياه الأمطار والثلوج التي تكون: المياه الشابة لأنها. متواجدة على سطح الأرض اذ أنها تخرج من الأرض.¹

– المياه الجوفية : L'eau météorique

وهي مياه ناتجة عن سقوط الأمطار والثلوج تتسرب هذه المياه الى عمق الأرض فتصل سواء في أرض رملية أو أرض من الغرانيت سواء أرض بها حجارة، وهذه الحجارة بها فراغات معتبرة بحيث تستطيع المياه العبور عن طريقها.²

– المياه المختلطة : L'eau mixte

وهي مياه يمكن أن تتكون بفعل البقايا الموجودة داخل الأرض من حجارة وغيرها و³ التي تتحول بفعل الزمن إلى مياه معدنية والتي تسمى L'eau fossile.

2 – الأملاح الذائبة: وهي ناتجة عن بقايا الحجارة التي بها أملاح و كربونات و التي تذوب بفعل الزمن تتكون كذلك من المياه الباقية في الحجارة منذ نشأتها مثل أملاح اليود أو المكونة الغثرة الناتجة عن صعود الماء مثل الكلور والغيلور.⁴

3 – الغازات: وهي غازات بركانية من أصول عميقة ناتجة عن طبقات متفككة من الأرض وهي غازات مشتركة والأزوت⁵ من المياه مثل Co2.

4 – الطين الحموية:

فهو مزيج بين الصلابة والسيولة فالمكون الصلب يتمثل في الطين البكتيريا أما المكون السائل فيتمثل في الماء الموجود في الطين وفي الماء المعدني وهي تقنية للعلاج كالعلاج بالضمانات.⁶

¹ B .BOURAS .OPTIC . P26

² B.BOURAS , IDEM ; P 29

³ B .BAURAS ;IDEM ;P31

⁴ KASDI ;HASSIBA,TEKOUK MEHLA,DEVELOPEMENT DU TOURISME DE SANTE DANS POLE DEXELENCE NORD OUEST ,ENST,ALGER ,2008 ,P16

⁵ KASDI ;HASSIBA,TEKOUK MEHLA, IDEM ,P16

⁶ KASDI ;HASSIBA,TEKOUK MEHLA, IDEM ,P17

ثالثا: استعمالات الحمامات المعدنية.

للحمامات المعدنية فضل كبير في علاج معظم الأمراض الجلدية وأمراض العظام خاصة عند كبار السن الذين يفضلون العلاج الطبي فالحمامات المعدنية تعالج.

1 - الروماتيزم: ان الناس يتجهون نحو المحطات الحموية للاستفادة من المياه الحموية لعلاج مرض الروماتيزم لأن المياه الحموية الساخنة تعالج وتهدئ الأوجاع الناتجة عن الكسور ويكره العلاج عادة بواسطة الحمامات البخارية والمرشات وبالإضافة إلى استعمال الطين والدلك.¹

2 - الأمراض الجلدية: إن مرضى الجلد من أكبر زبائن المحطات الحموية بكل ما يحمله الجلد من أمراض كالأكزيما والحروق، حيث تستعمل المياه كحمامات على المنطقة المطلوبة معالجتها أو على سائر الجسم.

تضميد والدلك على المنطقة المريضة والعلاج يكون عادة مرافق بعلاج نفساني من أجل تحسين صورة المريض في نفسه والشيء الذي يجدر الإشارة له أن الحمامات المعدنية لا تعالج فقط هذه الأمراض ولكن كذلك أمراض الكبد، المعدة، الجهاز الهضمي، أمراض الأعصاب.²

رابعا: السياحة العلاجية.

نستطيع تعريف السياحة الحموية من جانبها الاقتصادي كالتالي:

اعتبرت السياحة الحموية كمجال معروف بالجانب العلاجي والجانب الاجتماعي فله خصوصية أن له دواء متوقع في مكان محدد يتوجب الانتقال المعالجين نحوه الى مكان تواجد المنابع ، فالسياحة الحموية يقصد بها الاتصال الجسمي الداخلي والخارجي مع المياه الحارة المندفعة من أعماق الأرض بهدف الاستحمام.

وهذا التعريف له علاقة بالعلاج فيمكن في هذا النوع من السياحة الحاجة للعلاج الجسمي والنفسي وأمراض أخرى عند المواطنين وتمارس بهدف الشفاء التام أو التخفيف من الآلام والأوجاع.³

¹ KASDI ;HASSIBA,TEKOUK MEHLA,IDEM ,P18

² FELIX FORTUME , LE THERMALISME ; OPTIC , P 74

³ تلاخي فضيلة، دور حمامات المعدنية في ترقية السياحة بالجزائر، مذكرة تخرج من المدرسة الوطنية العليا للسياحة بالجزائر، 2004، ص 38

وتنقسم الى عدة أنواع حسب الوسائل الطبيعية المستخدمة في العلاج:

- السياحة العلاجية المناخية: ويتم العلاج عن طريق المناخ وذلك مثل: الأمراض التي تعالج في الجبال والبعض الآخر قرب البحار و غيرها.¹

- السياحة العلاجية المعدنية: وتستخدم فيها المنابع المعدنية كواسطة أساسية للعلاج عن طريق الاستحمام أو الشرب أو الاثني و هي من أقدم أنواع السياحة.²

- السياحة العلاجية البحرية: وتشتمل في وقت واحد على السياحة العلاجية المعدنية و السياحة العلاجية المناخية، وأساس العلاج بها هو الاستحمام والاستلقاء على الرمل بجانب المياه و تسمى بحمامات البخار أو بالعلاج بالحمامات المالحة.³

المطلب الثاني: واقع الحمامات المعدنية بالجزائر.

أولاً: تاريخ ظهور المنابع الحموية في الجزائر.

ظهرت المنابع الحموية في الجزائر منذ القدم وذلك منذ القرن السادس ميلادي أي منذ العصر الروماني بحيث أن المياه الحموية عرفت كوسيلة علاج جد مطلوبة أعطوها

مفهوما طقوسيا و ما ميز العصر سهولة اقناع الناس بضرورة العلاج بهذه المياه الحارة و قد زادت

شهرة المنابع الحموية خلال الحقبة الرومانية ، نظرا للأعمال التي أنجزها هذه الحضارة من حفر و بناء

للصهاريج والمسابع ووضع القنوات وذلك لسد حاجياتهم المتعلقة بالشفاء.

وبعد الحرب العالمية الثانية ومع صدور القوانين الاجتماعية سنة 1947 والتي من خلالها أصبح هذا

النشاط أكثر ديناميكية و نتيجة لذلك ظهرت بالجزائر محطات حموية مهمة منها:⁴

- حمام بوحنيقية (معسكر).

- حمام بوغرارة (تلمسان).

¹ سالم علي ، السياحة الحموية في الجزائر ، مذكرة تخرج من مدرسة الوطنية العليا للسياحة ،الجزائر ، 2007 ،ص9

² سالم علي ، مرجع سبق ذكره ،ص 9

³ BORRDELAY P ,SCHILLIGER , LA CURE THERMALE , EDITION ,ROCHE , FRANCE ,1989,P45

⁴ سالم علي ، مرجع سبق ذكره ،ص

- حمام غرغور (سطيف).
- حمام الصالحين (بسكرة).
- حمام ريغة (عين الدفلى).
- حمام الشلالة (قلمة).
- حمام الصالحين (خنشلة).
- مركز المعالجة بمياه البحر (سيدي فرج).

ثانيا: ظهور السياحة الحموية.

أول نظرة على السياحة الحموية بالجزائر كانت بعد الاستقلال حيث كانت حكرا على المستعمر. فقد أسست بشكل كبير على تواجد عدد كبير من المنابع الحموية وعلى تردد السكان عليها، فمنذ 1966م تطورت السياحة الحموية في الجزائر كوسيلة تكفل تقليدية للسياحة ومن الأصل فقد توجب اذن تطوير منشآت فندقية وسياحية حول بعض المنابع التي تعتبر مهمة، لكن ما كان يثير اهتمام السلطات في ذلك الوقت هو جذب الزبائن بكثرة والذي هو سبب وجود المنشآت الحموية وقد أنشأت هذه السياحة من أجل جانب وحيد وهو الجانب الاقتصادي وبذلك قرر إنشاء وهيئة المركبات والمحطات الحموية مع تخصيص تجهيزات حموية مماثلة لتصبح قادرة على ممارسة مستقبلية للسياحة الحموية.¹

ثالثا: خريطة المحطات المعدنية الهامة في الجزائر.

تتوفر الجزائر على مقومات سياحية عديدة ومتنوعة في جميع أنواع السياحة خاصة السياحة الحموية التي عرفت تقدما كبيرا في الآونة الأخيرة حيث أن الجزائر تتوفر على الكثير من المنابع الحموية فمنها المستغلة ومنها الموضوعة للاستثمار ومنها الغير مستغلة تماما.

فالخريطة (الملحق رقم 2-1) توضح أهم المحطات الحموية المعدنية والتي عرفت استقطابا للزبائن سواء لغرض الاستشفاء أو لغرض الاستحمام و هي:

- حمام بوحنيقية (معسكر).

¹ سالم علي، مرجع سبق ذكره، ص 11.

- حمام بوغرارة (تلمسان) .
- حمام غرغور (سطيف) .
- حمام الصالحين (بسكرة) .
- حمام ريغة (عين الدفلى) .
- حمام السخنة (سطيف) .
- حمام الشلالة (قلمة) .
- حمام زلفانة (غرداية) .
- حمام سيدي فرج (الجزائر) .
- حمام ملوان (بليدة) .
- حمام ربي (سعيدة) .
- حمام عين ورقة (بعين الصفراء) .
- حمام بوحجر (عين تيموشنت) .
- حمام الصالحين (خنشلة) .

جدول رقم 1-2: أهم المحطات الحموية

اسم الحمام و موقعه	مؤسسة التسيير السياحي و بداية الأشغال	المكونات المعدنية و درجة الحرارة	المؤشرات العلاجية	التجهيزات الفندقية	التجهيزات العلاجية
بوحنفة ولاية معسكر	قبل 1962	ثاني أكسيد الكربون الكلور 70°	- أمراض العظام - أمراض الجلد - أمراض التنفسية - أمراض المفاصل - أمراض الأعصاب - أمراض الهضم - أمراض البول	ايواء : 3 فنادق 310 سرير الاطعام : 3 مطاعم 340 مقعد	- الحمامات - المرشات - حمامات بخارية - التدليك بالماء و بدون ماء
حمام قرقور ولاية سطيف	التسيير السياحي للشرق	الفوسفات و الكالسيوم 42°	- أمراض المفاصل - أمراض الجلدية - أمراض العصبية	الايواء : الفندق الكبير 40 غرفة فندق الحمام 42 غرفة و	- حمامات الفردية - مرشات بالرمي - تدليك تحت الماء - مسبح

	- قاعة الشاي المطالعة - قاعة سينما	28 بنغال الاطعام : مطعم الفندق الكبير 300 مقعد	- أمراض الأكرزما			
- حمام محلي - مرشات - قاعة للتمارين الرياضية .	مركز تجاري	الايواء : 300 سرير فندق + بنغال الاطعام : مطعم + مقهى	- أمراض المفاصل - أمراض الجلد - أمراض العصبية - أمراض أكرزما	70° مغنيزيوم كالسيوم بوتاسيوم صوديوم سولفاط	بسكرة 1976	حمام الصالحين بسكرة
- حمام محلي - التدليك باستعمال الماء - مرشات داخلية و خارجية	قاعة الشاي مركز تجاري ملعب تنس، كرة اليد منتزه للأطفال مساحات	الايواء : فندق واحد 30 غرفة 14 بنغال الاطعام : سعته 124 مقعد	- أعصاب - أمراض البناء - أمراض الهضم - أمراض البول	بيكربونات لكلور كالسيوم	تلمسان	حمام بوغرارة على بعد 50 كلم من تلمسان

	خضراء					
حمام محلي عادي مرشات بالرمي قاعات التمارين الرياضية الدلك تحت الماء	مركز تجاري	الايواء : 800 سرير (فندق كبير ، ملاحق ، بنغال) الاطعام : مطعم الفندق الكبير 106 ومؤسسة الحموية 100 مقعد	- أمراض المفاصل - أمراض الهضم - أمراض الجلد - أمراض التنفس - أمراض الأعصاب	الفوسفات الكالسيوم	قبل 1962	حمام ريفي عين الدفلى
- حمامات فردية - مرشات بالرمي - حمامات بفقاعات - حمام بخاري	منتزه كبير بجانب المركب	الايواء : فندق +مركب الحمام 58 غرفة 112 بنغال	- أمراض المفاصل - أمراض التنفس - الكسور	كالسيوم مغنيزيوم بوتاسيوم بكربونات °97	عناية 1962	حمام الشلالة قائمة

<p>مركز المعالجة مياه البحر الجزائر</p>	<p>مركز المعالجة بمياه البحر</p>	<p>33° مغنيزيوم كالسيوم صوديوم بوتاسيوم كلور</p>	<p>- استرجاع اللباقة - تأخر النمو - أمراض النسل - التهاب المفاصل - أمراض الأعصاب</p>	<p>مطاعم : مطعم المركز</p>	<p>ترويح : شاطئ البحر منبع على الهواء الطلق مقهى +</p>	<p>- مسبح - مرشات - تدليك بالماء و بدون ماء - حمامات</p>
<p>حمام السخنة سطيف</p>		<p>50° كالسيوم سولفاط بيكربونات نيرات</p>	<p>- أمراض المفاصل - أمراض التنفس - الزكام - أمراض الأعصاب</p>	<p>الايواء : فندق الحمام الاطعام : مطعم الحمام</p>	<p>ملعب تنس ملعب كرة السلة منتزه مساحات خضراء</p>	<p>- حمامات عادية - مرشات - قاعة تدليك</p>
<p>حمام زلفانة غرداية</p>	<p>قبل 1962</p>	<p>45° أملاح معدنية صوديوم</p>	<p>- أمراض المفاصل - أمراض التنفس - أمراض الجلد - أمراض الأعصاب</p>	<p>الايواء : بيت الشباب فندق البنغال الاطعام مطعم بيت الشباب و</p>	<p>قاعة الشاي</p>	<p>- مسابح - حمامات عادية</p>

		الفندق				
حمامات عادية	منتزه بجانب الوادي منظر طبيعي خلاب	الايواء : فندق الحمام الاطعام : مطعم الحمام	- أمراض الأعصاب - أمراض البول - أمراض التنفس - الكلى و الكبد	30° بيكربونات سولفاط	مؤسسة التسيير الوسط	حمام ملوان بليدة
حمامات عادية	قاعة الشاي منتزه و مساحات خضراء	الايواء : بنغال شقق الاطعام : مطعم الفندق	- استرجاع اللياقة - الكسور	40°		حمام ربي سعيدة
حمامات عادية	بحيرة واحات	الايواء : بنغال + بيت شباب الاطعام : مطعم بيت الشباب	- أمراض المفاصل - أمراض الأعصاب - أمراض الهضم - أمراض التنفس	46° كالسيوم بيكربونات صوديوم سولفاط		حمام عين ورقة النعام

حمام	مؤسسة	ثاني	- الروماتيزم	الايواء :	مساحات	- جميع أنواع
بو حجر	تسيير	أكسيد	- أمراض الجلد	فندق الحمام	خضراء و	الحمامات
عين	تلمسان	الكربون	- أمراض	بنغال	منتزه	- مرشات
تيموشنت		72°	التنفس	الاطعام:	بجانب	- تدليك تحت
			- أمراض العظام	مطعم	الحمام	الماء و بدون ماء
				الفندق		

المصدر: Ministère du tourisme, Mise en œuvre de le stratégie de développement touristique Al 'horizon 2025.

رابعاً: إنشاء المخطط الحموي.

إن الجزائر غنية بالمنابع الحموية حيث تم احصاء 202 منبع سنة 1986م، يتطلب دراسة لعدة أسباب:¹

- معرفة الدولة بدقة للمنابع التي تملكها خاصة من ناحية منسوب التدفق والخصائص الفيزيوكيميائية والعلاجية.

- وضع معطيات بعد التهيئة والإنعاش من شأنها المساعدة في إنشاء ترتيب حسب أهمية المواقع والمنابع.
- السماح للمستثمرين بأخذ انطباع مهم حيث أن الاستثمار في هذا المجال يتطلب دراسات عميقة حيث أن القطاع من الآن فصاعداً مفتوح على مبادرة الخوصصة مستفيداً من التنظيم الجديد الذي حدد قوانين لبعث عرض منح صفقات وطنية ودولية من أجل دراسة تتضمن انشاء المخطط الحموي.

- قوانين منح امتيازات استغلال مياه الحمامات المعدنية لأغراض علاجية وقوانين متعلقة بالتنمية المستدامة للسياحة.

¹MINISTERE DU TOURISME, MISE EN ŒUVRE DE LA STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT TOURISTIQUE, AL 'HORIZON, 2025.

خامسا: مشاكل القطاع.

إن إنعاش السياحة الحموية عنصر مهم في تهيئة الاقليم وهو ذو قدرة اقتصادية يمكن تقديرها في مختلف المجالات (خلق مناصب شغل عامل لتخفيض مصاريف الصحة العمومية، التقليل من ظاهرة الغياب في العمل عامل لتحسين انتاجية الأشخاص الذين تابعوا العلاج)، وهي معرضة للعديد من العقبات والصعوبات التي ينبغي عليه مواجهتها وهي:¹

- مستوى موضوعي منخفض من المبلغ الجزائي للكفالة من طرف صندوق الخدمات الاجتماعي.
- هشاشة الموارد على المستوى البيئي.
- غياب التكفل بحاجيات التكوين (البحث والتخصص).
- تجهيزات تحتاج إلى التجديد.
- غياب سياسة واضحة وحازمة بالاستشارة مع الجهات المعنية.

المطلب الثالث: أساليب تنمية السياحة الحموية في الجزائر.

أولا: سياسة الدولة في المحافظة على السياحة الحموية وتطويرها للحفاظ على المؤسسات الحموية.

إن دور الدولة يكون تقنيا فهي بذلك مسؤولة عن حماية هذه المناطق الحموية عن طرق:²

- القيام بإجراءات معرفية للمحافظة على النوعية الحموية والمعدنية والسماح باستغلالها.
- التعريف بشروط الحصول ونقل وتخزين المياه المعدنية.
- القيام بمراقبة استغلال المنابع.
- مراقبة المؤسسات الحموية من الجانب الطبي والفندقي.

¹ بوزيد فاطمة الزهراء ، الوضعية السياحية و العلاجية لحمام الصالحين، مذكرة تخرج من م و ع للسياحة، جوان، 2009 ، ص 23- 24

² بوزيد فاطمة الزهراء، مرجع سبق ذكره، ص 24.

ثانيا: حماية و مراقبة المنابع الحموية.

ورد في المادة 12 - 13 - 14 - 15 - 16 - 17 - 18 - 19 - 20 - 21 من الجريدة الرسمية رقم 13 - 03 صفر عام 1428هـ الموافق ل 21 فبراير سنة 2007 م " أنه يجب أن تكون المياه الحموية موضوع رقابة مستمرة من قبل المؤسسات الدولة المختصة "

- تقع حماية المياه الحموية ذات المنفعة العمومية على عاتق الهيئات والمؤسسات المختصة للدولة.

- تهدف رقابة المياه في هذا المرسوم إلى استقرارها ونوعيتها ويمكن أن تمتد الى منشآتها جذبها وتحويلها ووسائل نقلها.

- أفرزت الدراسات أنه من بين 202 منبع حموي 144 منها تمثل تلوث بكتيري أو كيميائي مما أدى بالأجهزة المختصة للقيام بالإجراءات التالية:

1- منع استعمال المياه الحموية التي يلحقها أي تعكر بكتيري لأغراض علاجية.

2- حول المنابع الحموية المصرح بمنفعتها:

- نطاق صحي للحماية الذي يمنع أو يضم بداخله كل نشاط من شأنه أن يلحق ضررا بالمحافظة على نوعية المياه.

- نطاق للحماية المقربة والذي يمنع بداخله كل النشاطات التي يكون موضوع منع أو تنظيم.

- تمنع اقامة كل النشاطات التجارية والحرفية أو الصناعية داخل هذه النطاقات.

- لا يجوز ممارسة أي عمل داخل الحماية لمنع مصرح به ذو منفعة عمومية إلا بترخيص صريح من مصالح المعنية المختصة.

- حضر القيام بنشر الأسمدة العضوية البشرية أو الحيوانية أو صناعية الأصل وتفريغ القمامات المنزلية أو غيرها وكذا جميع الأشغال التي من شأنها أن تعكر نوعية المياه والتي تنقص منسوبها أو تغير مجراها داخل نطاق الحماية.

- منع استعمال المياه المعترف بها في كل التراب الوطني كمياه حموية لأغراض زراعية أو صناعية أو أية أغراض أخرى غير علاجية.¹

ثالثا: الآفاق المستقبلية للسياحة الحموية في الجزائر.

علاوة على الانعكاسات الاقتصادية والاجتماعية والعلاجية المعترف بها للمياه الحموية فان هذا النوع من السياحة المتسم بإقبال العائلات الجزائرية عليه يساهم في تحسين صحة المواطنين وتقليل نفقات الصحة العمومية و قصد تنمية النشاط الحموي والمعالجة بمياه البحر سيعمل القطاع على ايجاد الشروط الضرورية لترقية الاستثمارات في هذا المجال.

وفي هذا الاطار سيتم تعيين الحصيلة بالاشتراك مع القطاعات المعنية و ستكون هذه الوثيقة أداة لتنفيذ نهضة حقيقية للنشاط الحموي الذي يظهر وسيلة اقتصادية ثمينة حيث أنه بالإضافة الى المحطات الحموية ومراكز العلاج بمياه البحر لقطاع العمومي والتي يقدر عددها بـ 08.

بعد خوصصت محطة حمام ملوان توجد حوالي 40 محطة خاصة ذات طابع تقليدي تستغل عبر التراب الوطني.

والى غاية 31 ديسمبر 2006 فقد أحصي حوالي 20 موافقة ورخصة لاستغلال الماء الحموي لمعاملين خواص حيث أن أول رخصة كانت سنة 1999م.

كما تم تسطير استراتيجية تهيئة 10 مناطق حموية خارج مناطق التوسع السياحي كما أن هناك 10 محطات حموية في طور الانجاز .

أما في اطار تكوين عمال القطاع فان هناك استراتيجية اعادة تأهيل وتكوين مفتشين رئيسيين في الفنادق والقطاع الحموي.²

¹ الجريدة الرسمية (العدد 3، 13 صفر 1428 / 21 فبراير 2007)، الجزائر، ص 9.

² الديوان الوطني للسياحة ، حمامات معدنية منتج خاص ، مجلة الجزائر للسياحة ، العدد 33 (مطبعة الديوان دون سنة النشر) ص 14.

رابعاً: شروط انعاش وتطوير السياحة الحموية.

دراسة واعطاء القيمة والأهمية اللازمة للثروة الحموية ولذلك ينبغي اتخاذ طرق أكثر علمية من تلك المتبعة في السابق حيث تهدف قبل كل شيء الى المحافظة على الخاصية العلاجية للمياه ولكن في نفس الوقت نبحت عن استعمالها و توظيفها في تحقيق أهداف أخرى.

ومن أجل الاعداد المستقبلية لهذه المشاريع سيتوجب اعطاء الاهتمام الخاص مثل:

- التقاط المياه الحموية المعدنية؛

- رفع منسوب التدفق أو تحديد كمية الاستغلال وكمية الطاقة الجوفية للمياه الحموية؛

- التجهيزات لمختلف احتياجات العلاج الحموي و إنشاء المسابح الحموية؛

- التموين بالمياه الصالحة للشرب؛

- الحماية والمحافظة على المنابع الحموية ومن النفاذ والتلوث؛

- تشجيع الاستثمارات؛¹

حيث أن اقامة المحطات الحموية الحديثة التي تستجيب للمعايير العالمية قد يكلف كثيرا ، حيث أن المعاينة بينت أن هناك عدد قليل من المستثمرين الذين أيدوا اهتمامهم بهذا القطاع الذي يحتوي على شروط استغلال خاضعة لعدة قوانين صعبة و معيقة في نفس الوقت لذلك يجب على السلطات وضع قوانين من شأنها أن تسهل ملكية المساحات من جهة ومن جهة أخرى الإجراءات الإدارية التالية:

- التعريف بالمنتج الحموي أو اخراجه من الركود؛

حيث المنتج الحموي لم يستف وإن استفا فبنسبة قليلة من حصص الترقية وأنه لمن المهم التعريف به لدى أكبر نسبة من الأشخاص وكذلك المتخصصين وخاصة.

- تنظيم الملتقيات والمحاضرات والاجتماعات؛

- المشاركة في التظاهرات العالمية؛

- تحقيق دعامة ترقية (المطويات، وأشرطة الفيديو) المتعلقة بالثروات الحموية؛

¹ حسان صالح القضاة و آخرون ، السياحة العلاجية و أثرها على الاقتصاد الوطني ، الأردن ، مجلة القادسية للعلوم الادارية و الاقتصادية ،

المجلة 11 ، العدد 4 ، 2009 ،

- تحقيق روبرتاجات حول المحطات الحموية في الجزائر و مواد مستديرة من خلال حصص اذاعية وتلفزيونية وصفحات اشهارية؛

- وضع يوم وطني حول السياحة الحموية؛

المبحث الثاني: أساسيات السياحة الحموية

تلعب السياحة الحموية دورا جديا هام في دفع عجلة التقدم الاقتصادي للبلد إذ أنه يمس كل الجوانب في آن واحد كما لها أهداف عديدة تعمل على الوصول إليها منها : الأهداف الاقتصادية ، الاجتماعية و الطبية فهي تعطي لها أهمية في كل القطاعات.

المطلب الأول: أهمية السياحة الحموية.

أولا: على مستوى الطبي.

تكمن أهمية السياحة الحموية على المستوى الطبي في فعالية المياه الحموية المعدنية في علاج مختلف الأمراض (أمراض المفاصل، أمراض تنفسية، أمراض الكسور) وهو ما يمكن من التخلص من مختلف المشاكل الصحية بالإضافة الى ما توفره المحطات الحموية من استقبال جيد ووسائل علاج وترفيه تخلف الأثر الايجابي على نفسية المعالج.

فبنجاعة العلاج بالمياه الحموية المعدنية مقبولة الى حد كبير في يومنا هذا في معظم الميادين والتخصصات العلمية، البحوث الهيدرولوجية، التحاليل البيولوجية الملاحظات في العيادات، التحقيقات العلاجية، والاختبارات على الحيوان وحتى على الانسان من الناحية الصحية، باستخراج القواعد العلمية للعلاج بالمياه الحموية ما ساعد على التخلص من الكثير من الأمراض هو ما خدم توطيد العلاقة بين دواعي العلاج الحموي للمحطة الحموية واستشفاءاتها فبالبحوث وضعت بوضوح الصلات بين فعالية المياه الحموية ومكوناتها الكيميائية عندما تتحد مع جسم الانسان تساعده على التغلب على أمراضه.¹

ثانيا: على المستوى التنظيمي.

إن أهمية السياحة على المستوى التنظيمي تتضمن تفاصيل حماية القيمة العلاجية للمياه وتنظيم برنامج استثمار للمناطق الحموية وهذا ما قد تم تطبيقه تقريبا على مستوى كل المحطات الحموية الموجودة في الجزائر ذات أهمية وطنية.

¹ GEORGE LE BLANC, TOURISME DE SANTE (JANVIER 2002) EDITION TOURISTIQUE , PARIS ,1990,P12

إن القانون الجزائري قيد شروط حماية المنابع الحموية وكيفية استغلالها وذلك في هيئة رسمية هي وزارة السياحة وفي اطار تعريف المنطقة الحموية اعتمدنا على الخاصية الطبية للمحطة أكثر من السياحة. لقد ارتكز المخطط الحموي على نصوص قانونية خاصة باستعمال المياه المعدنية وذلك حسب المرسوم التنفيذي رقم 07 - 69 مؤرخ في أول صفر 1428 هـ الموافق لـ 19 فبراير 2007م، هذه النصوص تحدد شروط وكيفيات الحصول على امتياز استعمال واستغلال المياه الحموية. ومع أنه لم يصل الى النتائج والأهداف التي رسمها فانه ساهم في وضع القوانين حتى ينظم الاستثمار في هذا المجال.¹

المطلب الثاني: الأهداف الإقتصادية للسياحة الحموية.

للسياحة الحموية أهداف اقتصادية ونذكر منها ما يلي:

- **الديناميكية التجارية:** ما ان تنطلق المشاريع المنجزة في نشاطها أي المركبات الحموية، يزداد الطلب إلى جميع الحاجيات تقريبا في نقاط البيع التي أوجدها المجتمع المحلي لتلك المنطقة، أي أن المجتمع المحلي للمنطقة تم تهيئة منبع حموي بها، وقد باشر نشاطه يدفع السكان الى ممارسة نشاطات تجارية يستفيد منها المعالجين والزوار بهذا يحققون أرباحا وهذا ما يؤدي الى حركة دائمة في قطاع التجارة.²
- **الوضعية الاجتماعية:** ان تحقيق الشغل بالإضافة الى تنوع التجارة بالمنطقة حسب تنوع طلبات الزبائن والذين يساهمون في تحقيق عائدات في أحداث وضعية اجتماعية جديدة للمنطقة ومع عائدات مهمة حيث أن الاقصاديون قالوا: "اذا زادت العائدات تزداد الطلبات" وهو ما قد تجسد فعلا بالمنطقة التي هيئ منبعا الحموي.³

¹ المرسوم التنفيذي رقم 7-69 مؤرخ أول صفر 1428 الموافق لـ 19 فبراير 2007، الجريدة الرسمية، العدد 72، ص 20.

² سالم علي، مرجع سبق ذكره، ص 24.

³ B.BOURAS BELKACEM, OPTIC, P28

- **مردودية المحطة:** كل رؤوس الأموال المستثمرة للحصول على محطة حموية تتمثل في مواد وتجهيزات من أجل هدف واحد وهو المنفعة التطوير وصيانة المحطات حسب مردودياتها، إذا من أجل كل هذا تم تنظيم دراسات للمردودية على أساس تسليم واضح وفعال من أجل الوصول الى هذه الأهداف وذلك اعتمادا على بعض القواعد التي تحمي المنبع والوصول إلى السير المطلوب.¹

- **التسيير:** من أجل تسيير محكم وواضح للمحطات ومركبات الحموية لا بد أن يتم قبل أخصائين وتقنيين في التسيير، حيث أن المسيرين لا بد من امتلاكهم لمعرفة واسعة للنشاط الحموي باعتباره خاص جدا.

ان خاصية التسيير في المحطة الحموية تكمن في تشعب نشاطاتها للحصول على مردودية دقيقة عن الجانب الطبي دون اهمال الجانب الفندقية بحيث أنهما يعتبران منتجاً لرقم الأعمال، ولتحقيق هذه المردودية الدقيقة والفعالة لا بد من تحقيق هذه الأهداف مقارنة مع سعة الاستقبال ونستطيع ترتيب هذه الأهداف كالآتي:

- الاكثار من العلاجات المحتسبة.

- تحقيق الانسجام بين التجهيزات الطبية وهو ملك المؤسسة ولكي تبلغ السياحة الحموية أهدافها يجب أن تكون الأعمال داخل المحطة متكاملة كما أن التسيير المالي يلعب دوراً جدياً مهم في مردودية هذه المحطة.²

المطلب الثالث: الأهداف الاجتماعية للسياحة الحموية.

وتتمثل الأهداف الاجتماعية للسياحة الحموية فيما يلي:³

- للسياحة الحموية أهداف عديدة ذكرت سابقاً وهما الهدف الطبي والهدف الاقتصادي وهما الهدفان الرئيسيان حيث أن الوظيفة الطبية هي الوظيفة الأساسية في المحطة والهدف الاقتصادي هو دفع عجلة التقدم في المحطة وبالتالي تقدم الاقتصاد الوطني ككل.

¹.BOURAS BELKACEM, OPTIC, P29

².BOURAS BELKACEM,OPTIC, P30

³ بوزيد فاطمة الزهراء ، مرجع سبق ذكره ، ص 35.

- أما الهدف الاجتماعي للسياحة الحموية يتمثل في العلاقات التي تتم داخل المحطة والتي تتمثل في التعارف، البيع، الشراء واللقاءات.

حيث أن المترددين على المحطة يأتون من مناطق مختلفة وفي غالب الأحيان يقون للمبيت لمدة ثلاث أيام على الأقل ويقومون بالطبخ داخل المحطة ويتبادلون مختلف الأطباق فيتعرف كل على عادات وتقاليد الآخر فتتصهر الولايات داخل مكان واحد وتحاول كل عائلة بتبيان عاداتها.

وبذلك تصبح كل عائلة سفيرة منطقتها كما تتم في المحطات علاقة تجارية كالبيع والشراء فيغتنم السكان المحليون الفرصة بعرض منتجاتهم من أواني فخارية، نحاس زرابي مأكولات.

كما أن الزبائن يشترون من أجل الذكرى أو من أجل الاستعمال اليومي أو فقط لغرض فضولي.

في المحطة الحموية تختلف الأعمار المترددين فهناك المسن والطفل والشاب فهذه المقابلات داخل المسبح أو في المطعم أو في القاعات ذلك يجعل مختلف الشرائح تحتك ببعضها فيعرف كل أفكار ومعتقدات وثقافة الآخر و يعيش معه.

المبحث الثالث: دور السياحة الحموية.

تتكون المحطة الحموية من مجموعتين الأولى طبية وحموية والثانية فندقية والتي تمثل همزة وصل بين الوظيفتين الحموية والطبية وبذلك فان الوظيفة الفندقية تمثل عامل دعم للوظيفة الطبية. وتوجد الشروط الهامة يجب أخذها بعين الاعتبار والتي تخص الاستقبال والإيواء بمعرفة نوع الزبائن المترددين على المحطة.

المطلب الأول: الوظيفة الفندقية في المحطة.

أولاً: دور الاستقبال والإيواء.

إنها مهمة جد صعبة اذ تتضمن اتصال الزبون بالمحطة بما أن المحطة تقدم خدمات علاجية للزبائن فمن الواجب أن يرافقه سلوك مثالي في تقديم الخدمات.

1- الاستقبال: عامل الاستقبال يلعب دور موزع المعلومات والموجه للزبون اذ أن هذا الأخير هو أول من يتوجه له أي خدمة الاستقبال.

2- الإيواء: يجب أن تكون خدمة الإيواء مطابقة وموافقة لشروط ومتطلبات العلاج من حيث النظافة والراحة، كما أن الإيواء مشروط في بعض المقاييس المرتبطة مباشرة مع مبادئ حديثة للعلاج الحموي بصفة عامة منها وجود أسرة بالمقاييس اللازمة ووجود خزائن ومنضدات سرائر.

ثانياً: دور الإطعام.

تعتبر خدمة الاطعام في المؤسسة الحموية خاصة ومتميزة جدا لأنها لا بد من تلبية وصايا الطبيب حيث أنها تمثل جزءا من العلاج.

وأهميتها الحيوية بالنسبة للتوازن الغذائي حيث أن الطبيب يقوم بتحديد الوصفة حسب الحالة المرضية ويتبعه نظام غذاء خاص يكون مراقب من قبل رئيس المطبخ والذي يتلقى تعليمات من طرف الطبيب، وبذلك فإن خدمة الاطعام في المؤسسة الحموية تساهم بطريقة غير مباشرة في راحة الزبون حيث تقدم له اطار من مختلف الأطباق حسب تعليمات الطبيب.¹

¹ سالم علي، مرجع سبق ذكره، ص 27.

ثالثا: دور القسم التقني.

إن هذا القسم جد مهم لأنه يعتبر دعم لباقي الأقسام كون المحطة الحموية مجهزة بوسائل و مواد مهمة قد تتعرض للعطب لذلك اذ تعرض هذا القسم للتلف فان كل البيانات الأخرى ستتأثر لذلك فانه من البديهي أن تجهز المحطة بفريق تقني مختص.¹

رابعا : الترويج و الاستجمام.

للعلاج المعدني آثار لا تنحصر فقط بأهمية الماء والمناخ ولكنها تحتاج الى دعم من عدة عوامل تكملها وهي المظهر النفسي للمعالج باعتبار الترويج والاستجمام من بين مراحل العلاج . لذلك نستطيع القول أن المحطة الحموية هي المساحة الحقيقية للاتصال فعامل الترويج جد مهم داخل المحطة الحموية.

إن مسؤولي المحطة يعملون على الحصول على تجهيزات حديثة ومهيأة والهدف منها هو وضع الثقة في العلاج بالمياه وهذا الحضور القوي للاتصال في المحطة الحموية والتي تتجسد في الاتصال المباشر بين المعالج والفندقي من جهة والجهاز الطبي من جهة أخرى.

فهذه المسؤولية الانسانية من اختصاص مسيري المؤسسات الحموية لأن العلاقات الانسانية في العلاج الحموي هي عامل جوهري مهم جدا لما يحققه من ثقة عند المريض وتقريب المعالج من محيطه الشيء الذي يخفف عنه وينسيه معاناته.

1 - يحتوي على أشياء ملموسة لمعرفة الحمامات والمياه الحموية فهي العناية الطبية.

2 - غير ملموس لأننا لا نستطيع رؤيتها لكنها في الحقيقة موجودة وتحقق من خلال تكوين المسؤولين والموظفين والتفهم الواعي لمشاكل المريض وبكل بساطة فان ما تحققه الاتصالات من أشياء ايجابية تتمثل في:

¹ ZIAD EK HABBAL ,LE THERMALISME EN ALGERIE, MEMOIRE FIN D'ETUDE ,ENST , ALGER , 1998,P32.

- أن يأخذ المعالج معه بعد فترة العلاج ذكريات في ذهنه بالإضافة الى ما بقي معه من الشفاء أو التخفيف من المرض كما أن العلاقات الانسانية تعتبر عنصرا مهما في حياة المجتمع خاصة في مجال الحموي وهي المحفز الوحيد الذي يدعو المعالجين للعيش معا بدون معرفة سابقة مع أناس يخدمونهم وهذا المجتمع كله يجب أن يمتلك روح التواصل.¹

المطلب الثاني: الوظيفة الطبية.

تعتبر الوظيفة الطبية داخل المحطة الحموية كلوحة دورانية فهي ذات مهمة توفر الاستشفاء والعلاج زيادة على الراحة والاسترخاء للمعالجين فهذه اللمسة لا يمكن أن تكون تامة الا بوجود فريق طبي مكون من طبيب حموي ومساعديه المؤهلين فلكل دورة داخل المحطة من أجل الحصول على أفضل النتائج.

أولاً: دور الطبيب الحموي.

هدف الاستشفاء و العلاج الحموي هو التغيير والتنشيط القوى الفيزيائية والمعنوية التي يحتاجها الفرد فهي تسمح لهم بإعادة التوازن وتجديده، فلمسات الطبيب مضاعفة ومتنوعة وهي تمس تقريبا مختلف أقسام المؤسسة الحموية:²

- تعديل وتنشيط القدرات الجسمية والعقلية.
- تنظيم برنامج علاج فردي خاص بكل مريض وذلك حسب الحالة المرضية والصحية له.
- رفع معنويات المريض لتفادي الصدمات النفسية.

ثانياً: الدور التنظيمي.

البنية الطبية بصفة عامة والطبيب بصفة خاصة مهمته هي المعالجة والاعتناء بالمرضى هذا الدور يحتاج إلى تنظيم محكم قبل التمكن من متابعة بصفة جيدة لسير مراحل العلاج.

¹ ZIAD EL HABBAL , OPCIT , P 33 34

² MAUTELAIRRE A BEIR , EXPOSITIONS DE THERMALISME ET DU CLIMATIQUE , EDITION DUNOD , MONTREAL ,CANADA1974 ,P18

يقوم الطبيب بمعاينة المريض فور تواجده بالمحطة وتشخيص مرضه في ملف طبي ثم يقوم بمعاينته طبيب ثانية تكون مبرجة على مستوى العلاج الطبي لتحديد تعاقب أعراض المرض عند المريض وتكملة لعمل الطبيب يقوم فريق الممرضين بما يلي:¹

- الإعداد لمجيء المريض وهي مرحلة مهمة جدا لدراسة طبيعة المريض.

- المتابعة عن قريب لطبيعة العلاج وقواعده.

- مراقبة المرض ومعرفة اتجاهه.

محادثة متناوبة مع المريض مع مرور بأحد عمال البنية الفندقية للوصول إلى العائلة التي تأتي لزيارة المريض. مسؤوليات القطاع الطبي في الجانب التنظيمي حرجة وجد حساسة وهو ما يتطلب فطنة وبقظة ومجال تحركات واسعة وحررة.

ثالثا: دور التكوين المتواصل.

ان التكوين المتواصل لفريق الممرضين ضروري و إجباري هذه المسؤولية تقع على عاتق الطبيب فالتقدم التكنولوجي وتقنيات العلاج الحموي تفرض على الطبيب الحموي ليس فقط أن يكون المتقن الأول لهذه التقنيات بل أيضا تلقينها وتعليمها لفريقه الطبي، هذا التواصل في التكوين له أثر مباشر على المريض فهو يأخذ جانبيين:²

1- يخص المستوى التقني للفريق الطبي.

2- يلعب على الاهتمام بالمريض بطريقة فعالة وذلك بالعلاج والمتابعة المستمرة

Masseur kinésithérapie orl الفريق الطبي الذي يتحصل على تكوين في الاختصاصات

من ضروريات المهنة التي تفرض الحلقة ذات مدة على الأقل 3 سنوات من التكوين وهو ما يمكن للأعوان من اكتساب معارف كافية تسمح بممارسة مهنتهم كما ينبغي.

¹ MINISTERE DE TOURISME, PRESSE THERMALE ET CLIMATIQUE(2007), ROSIS ,P28

² MINISTERE DE TOURISME, IDEM, P29

رابعاً: دور البحث في المجال الحموي.

السياحة الحموية الحديثة يجب أن تركز على العلوم الأساسية كالفيزياء والكيمياء والبيولوجيا. لا يمكن الاعتماد على بعد نظري واحد فقط بل يجب علينا أن نتوقع أن نضع كل انبثاق للماء في سياقه الجغرافي وهدف أية دراسة أو بحث هو التعرف على نوعية الماء والاشارة الى العلاجات المحددة. إذن: فالبحث الحموي جد مهم لأن معرفة المياه المحطة الحموية ضروري بالنسبة للمريض وهذه البحوث تسمح بالحصول على تحقيقات على الخصائص العلاجية للمياه والحصول على متابعة دائمة ودورية للمياه لأن التحاليل الدورية للمياه أمر مطلق.

الطبيب الحموي يجب أن يحصل على كل المعلومات والمعرف الخاصة بكل ما يخص العلاج بهذه المياه.¹

المطلب الثالث: دور السياحة الحموية في تقديم الاقتصاد الوطني

إن السياحة الحموية تتمثل في الحمامات المعدنية وتردد الناس عليها سواء لأغراض استشفائية أو استحماميه أو الاثنين معا.

هذا النوع من السياحة الذي سيعطي وجهها جديدا للبلد والذي سيجعله ذو سياحة من طابع مختلف وذلك لأن الجزائر تملك ميراث حموي جد غني و ذلك من خلال 202 منبع حموي و 8 محطات فقط مراقبة وكما هو معروف رقم 8 جد قليل بالنسبة لأهميتها ذلك لأنها لازالت تعاني من الاهمال واللامبالاة سواء من طرف الدولة أو من الزبائن حيث يتجسد الاهمال في عدد الزبائن المترددين على هذه المحطات والذي يقدر بـ 30000 معالج ، في المقابل فان المحطات الأوربية تعرف اقبالا وارتفاعا يصل الى 1,3 مليون معالج.

ولكن الأمر ليس كذلك في الجزائر اذ أن الحمامات المعدنية تعرف تدهورا مستمرا من قبل المستعملين لأنهم يساهمون بشكل كبير في تدهور القطاع.

إن رقم الأعمال الذي خصص للحمامات المعدنية هو 2 مليار بدون دمج تجارة المياه المعدنية و ذلك باعتبار القطاع الحموي مجال مقارنة مع مختلف الصناعات الأخرى في مختلف البلدان.²

¹ MINISTERE DE TOURISME, IDEM, P30.

² بوزيد فاطمة الزهراء ، مرجع سبق ذكره ، ص 30

- الحفاظ عليها والاهتمام بها أكثر.
- إذن فإن الحمامات دور جد حساس في اقتصاد الجزائر لذلك يجب الحفاظ وذلك يجب الحفاظ عليها و الاهتمام بها أكثر .
- ان ارتفاع المداخيل مما يؤدي إلى احداث مناصب شغل وبالتالي تقليص البطالة.
- زيادة الاحتياجات في المجتمع وبالتالي حدوث حركة في الاقتصاد الوطني.
- الحمامات تعود بالفائدة على الفرد ونفسيته حيث يجعله يرتاح ويستعيد نشاطه ويخرج من الروتين الذي كان يعيش فيه.
- تطوير المناطق الحموية وتجهيزها على أكمل وجه وبيعث لزيادة المترددين على هذه الحمامات.

خلاصة الفصل:

يجدر بنا القول أن السياحة الحموية تلعب دورا هاما في المجتمع عن طريق الأهداف التي يسعى الى تحقيقها القطاعات من خلال الوظائف الفندقية والطبية أو الأهداف الاقتصادية التي قد تساهم في تقديم الاقتصاد الوطني بشكل كبير ان أحسنت الدولة استغلالها.

لكن المشكل المطروح يكمن في الدولة نفسها فرغم معرفتها بهذه الأهمية ودورها الفعال الا أنها تتجاهل ولا تعطيها القدر الكافي من الاهتمام ومن المفروض أن تجند نفسها لترقية هذا القطاع أو الاستفادة من موارده لكنها أهملته مما جعلها في تدهور مستمر.

الفصل الثالث:

دراسة ميدانية حول

المحطة الحموية

حمام بوحجر

تمهيد:

تعرف السياحة العلاجية رواجاً كبيراً لدى السياح الذين يزورون الجزائر و المواطنين الجزائريين كما أن الجزائر تشتهر بحماماتها المعدنية إذ يوجد في الجزائر أكثر من 220 حمام معدني و هي مجهزة بمختلف وسائل الراحة، و المطاعم، شقق للكرء ، مساحات خضراء ، قاعات للتدليك.

دراسة جودة الخدمات و اعتبارها عامل أساسي لترقية الخدمات السياحية يتطلب إستراتيجية جديدة و محكمة من طرف المؤسسة مع اقتراحات لأفكار الخلاقة لمساهمة بإعطاء روح جديدة لمنتجات المؤسسة من خلال إدراك أهمية صوت الزبون و تحقيق رغباته، حيث يعتبر هذا الأخير السبب الرئيسي في وجود الخدمة المناسبة، حيث تتسابق المؤسسات اليوم لكسب ولاء أكبر قدر ممكن من الزبائن ، و تلبية توقعاتهم و تحقيق رضاهم ، و على هذا الأساس قمنا بالدراسة تطبيقية في الحمام المعدني حمام بوحجر -عين تموشنت- ، لجمع مقدار كافي من المعلومات التي تساعدنا للحصول على فرصة لتفسير دور جودة الخدمات في ترقية السياحة الحموية .

المبحث الأول: النظرة الاستطلاعية لولاية عين تموشنت

المطلب الأول: الوضع الاقتصادي والثقافي لولاية عين تموشنت

تتميز منطقة عين تموشنت بأهمية بالغة في عدّة مجالات نظرا لموقعها الإستراتيجي الجذاب.

أولا: الوضع الاقتصادي:

تظهر الأهمية الاقتصادية لولاية عين تموشنت من خلال:

1- القطاع الفلاحي: تتسم ولاية عين تموشنت بطابع فلاحي، حيث تتربع على مساحة زراعية

قدرها 180.184 هكتار أي ما يعادل 76% من المساحة الإجمالية.

للمنطقة ثروة غابية كثيفة ومتنوعة حيث تقدر مساحة الغابات ب 29.556 هكتار أي حوالي

12% من المساحة الإجمالية للولاية وهي موزعة على بلديات بوزجار، أولاد بوجمعة، المساعيد، تمزوغة.

يوظف قطاع الفلاحة نسبة كبيرة من اليد العاملة حوالي 20.21% من اليد العاملة الإجمالية.

ولاية عين تموشنت تتميز بزراعة الحبوب بحيث تقدر مساحتها ب 81.658 هكتار أي ما يعادل

59% من مساحة الأراضي المزروعة ثم تليها زراعة العلف بمساحة 14.785 هكتار أي ما يعادل

11% من المساحة الإجمالية للأراضي المزروعة.

1-1 الإنتاج الحيواني: يعتمد الإنتاج الحيواني أساسا على تربية المواشي من رؤوس أغنام وبقر

وماعز، كما تساهم تربية الأبقار في دعم إنتاج الحليب.

1-2 الصيد البحري: لولاية عين تموشنت ميناءين (بني صاف وبوزجار) يحتويان على ثروات

ضخمة في مجال الصيد البحري.

وصل إنتاج الصيد البحري إلى 21.363 طن منها 11.983 طن بميناء بوزجار و 9.380 طن

بميناء بني صاف.

2- القطاع الصناعي: تطور قطاع الصناعة لولاية عين تموشنت نوعا ما مقارنة بالولايات المجاورة لها،

حيث يمارس النشاط المنجمي على مستوى 16 منجم مختص في إنتاجات متنوعة مثل: الحصى،

الطين، الإسمنت. كما يعتبر مجمع هنكل للمنظفات بعين تموشنت ووحدة الإسمنت للغرب ببني صاف من أهم الوحدات الصناعية.

3- القطاع السياحي: تملك ولاية عين تموشنت إمكانيات طبيعية هامة لتنمية السياحة حيث تستقبل أكثر من 6 ملايين مصطاف على شواطئها المحروسة التي يبلغ عددها 20 شاطئ، كما يتوافد عدد هائل من المرضى والسياح نحو المحطة المعدنية لحمام بوحجر نظرا لتوفرها على منشآت الإقامة من فنادق مصنفة وفنادق غير مصنفة.

ثانيا: الوضع الثقافي:

تعرف ولاية عين تموشنت نشاطات ثقافية غالبا بالمناسبات، سواء منها المتعلقة بإحياء أو التعريف بتراث المنطقة من صناعة تقليدية ويمكن إبراز أهم المواقع السياحية كما يلي:

* **المواقع والمعالم التاريخية:** أهم المواقع الأثرية الموجودة على تراب الولاية من الثقافة يوجد الضريح الملكي سيفاقس ملك نوميديا الغربية حيث يحتوي على مقبرة جماعية لعائلته، ويقع على بعد 4 كم من ضفة نهر التافنة.

* **زاوية سيدي يعقوب:** مسجد وزاوية سيدي يعقوب بني في سنة 1332م نسبة إلى الولي الصالح سيدي يعقوب.

* **سيقا عاصمة نوميديا الغربية:** يسقا هي العاصمة الغربية للنوميديين أسسها الملك سيفاقس، وجعل منها مملكة غنية من الناحية الإستراتيجية، الاقتصادية والبشرية.

* **جزيرة رشقون:** تقع قبالة شاطئ رشقون بمساحة تقدر ب 26 هكتارا.

الثقافة والفنون:

الثراء الثقافي والتاريخي للولاية جعلها منطقة سياحية جذابة لما تمتلكه من معالم وتراث ثقافي وفني والذي نجمله فيما يلي:

* **الصناعة التقليدية:** تشتهر عين تموشنت بصناعة الحل، الأفرشة، الزرابي، الآلات الموسيقية والفخارية، الجلاليب، الصناعة الطينية والفنية التزيينية والنقش على الخشب.

* الرقص الشعبي: أشهر الرقصات الشعبية بالولاية رقصة لعلاوي والتي لها خصائص تعبيرية تدل على مختلف مراحل الحروب بعد كل نصر، وهي رقصة تمتاز بالحركة، وتعتبر جمعية الخطيب لبلدية الحساسنة دائرة حمام بوحجر من أبرز الفرق في هذا المجال الفلكلوري والتي شاركت في العديد من المهرجانات الوطنية والدولية.

المطلب الثاني: المؤسسة الحموية حمام بوحجر وهيكلها التنظيمي:

في هذا المطلب سنتطرق إلى تعريف المركب المعدني لحمام بوحجر وهيكلها التنظيمي وأهم المرافق التي تحتويها والخدمات التي تقدمها.

أولاً: مفهوم المؤسسة الحموية - حمام بوحجر -:

تأسست المحطة المعدنية لحمام بوحجر سنة 1974 حيث يقع المركب في منطقة إستراتيجية بين ثلاث ولايات (ولاية عين تموشنت، ولاية وهران، ولاية سيدي بلعباس).

وتمتاز هذه المنطقة بجو معتدل يساعد الزوار في مقصدها وتمتاز هذه المحطة المعدنية بدرجة عالية تتكون من عدة أملاح معدنية منها: كلوريد الصوديوم، كلوريد المغنيزيوم، والكبريت وغيره تساعد في علاج عدة أمراض منها: أمراض الروماتيزم والعظام وأمراض الشريان وأمراض الجلد والغشاء المخاطي وكذا أمراض الجهاز البولي والأمراض العقلية وأمراض الجهاز التنفسي وأمراض الأذن والأنف وأمراض الحنجرة.

تبلغ مساحة المحطة حوالي 20 هكتار، كما تعتبر وحدة من وحدات مؤسسة التسيير السياحي الكائن مقرها بولاية تلمسان.

تستقبل المحطة المعدنية عدد هائل من السياح يوميا خاصة في فصلي الربيع والصيف بالإضافة إلى أيام نهاية الأسبوع أغلبهم سياح محليون قادمون من مختلف ولايات الوطن خاصة المجاورة منها والجنوب الجزائري.

كما تستقبل أيضا عمال بعض القطاعات الموقعة اتفاقيات معها مثل:

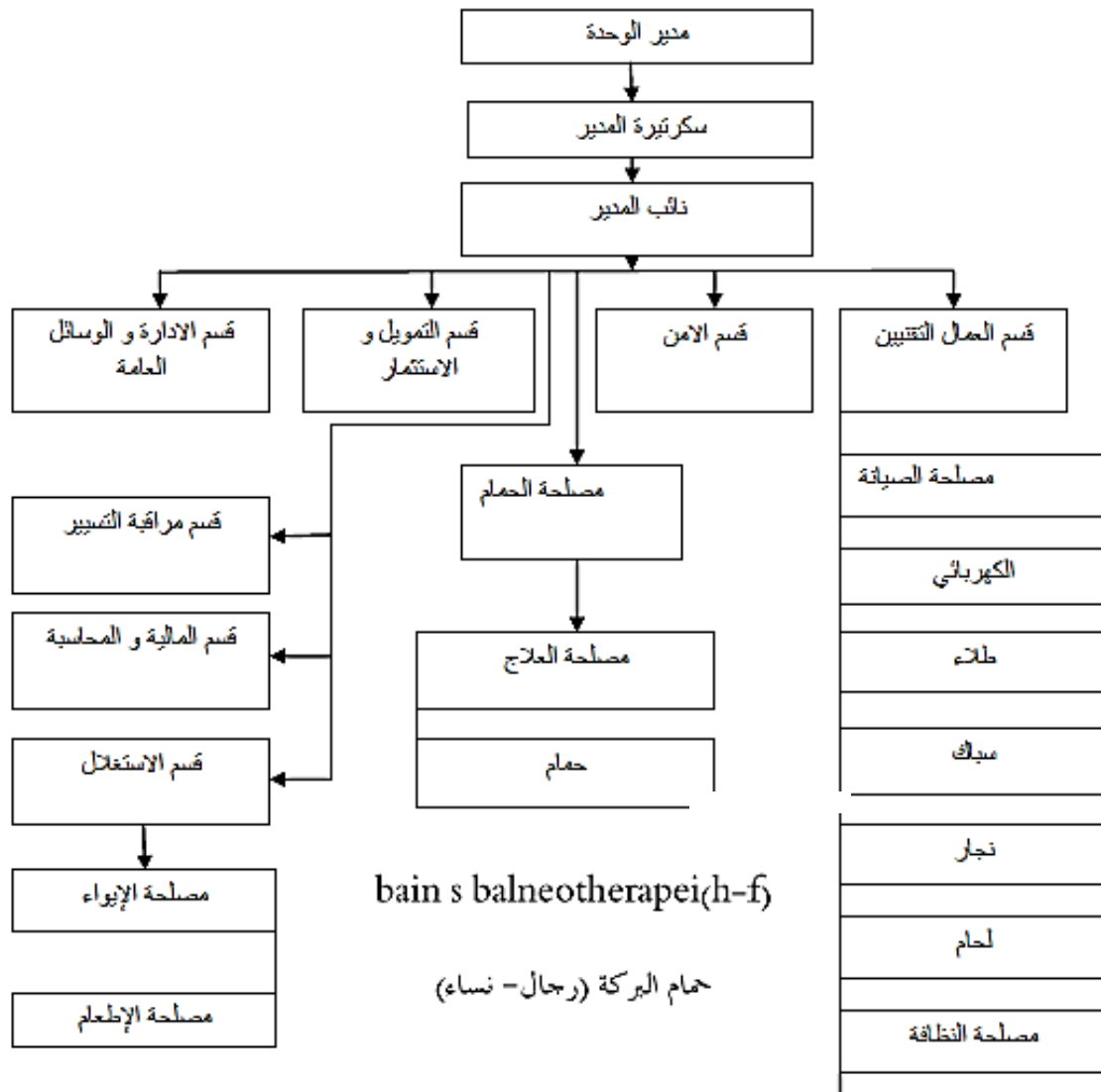
- عمال سونطراك.

- الجيش الوطني الشعبي.
- الأمن الوطني.
- العمال التابعين لصندوق الضمان الاجتماعي.

ثانيا: الهيكل التنظيمي للمؤسسة الحموية:

تشغل المحطة المعدنية لحمام بوحجر حوالي 132 عامل منهم 40 متعاقد بمختلف مستوياتهم موزعين في هيكل تنظيمي كل حسب تخصصه.

السياحة والفندقة / SGPE
مؤسسة التسيير السياحي لتلمسان
المحطة المعدنية لحمام بوحجر / EGTT



المصدر : من اعداد الطالبة اعتمادا على المعطيات المؤسسة الحموية لحمام بوحجر

المطلب الثالث: الخدمات والمقومات السياحية بالمحطة المعدنية حمام بوحجر:

أ/ الخدمات السياحية بالمحطة المعدنية - حمام بوحجر -:

أولاً: الاستقبال:

- يتم استقبال الزبائن الذين يقصدون المحطة من أجل العلاج أو الاثنين معا. هي قاعة استقبال أي أين يتم توجيه وإرشاد القادمين إليهم وإفادتهم بالمعلومات. حيث يوجد بقاعة استقبال لوحة معلقة عليها أسعار (أي أسعار الغرف والكل ما يتعلق بالمحطة) إذ أنّ الزبون عند مجيئه يرى هذه اللوحة وبالتالي يتوجه إلى عامل الاستقبال. * والملاحظ أنّ تجهيزات قاعة الاستقبال ليست من النوعية الجيدة كالأرائك فهي قديمة نوعا ما كما أنّ أثاث القاعة ككل يعتبر قديما.

* بالإضافة إلى عدم وجود الخدمات الأساسية بالقاعة فقد لاحظنا كذلك غياب الديكور بالقاعة حيث أنه لا توجد واجهات لعرض الصور والصناعات التقليدية والحرائط التي تحتوي على بعض المواقع السياحية بالمنطقة.

وبالرغم من ذلك نجد عدم انتباههم بتحسين الخدمات حيث الزبون ينصب اهتمامه في نوعية مياه الحمام كما أنه لا توجد منافسة في هذا المجال مما لا يدفع إلى تحسين الخدمات إذ أن الزبون مضطر إلى الذهاب إلى الحمام مع أنه غير مقتنع بجودة خدماته.

ثانيا: الإقامة (الفندق):

- الفندق يتكون من 30 غرفة.
- 54 بنقالو يوفر 156 سرير.

كل الغرف مجهزة بأسرة وخرانة ومنضدتا سرير أثاثها خشبي من النوعية المتوسطة.

ثالثا: الإطعام:

يتوفر المركب على خدمات الإطعام من خلال (احتواءه على مطعم، مقهى).

1- بالمركب مطعم واحد، عدد الوجبات المقدمة 190 وجبة يوميا (غذاء وعشاء).

هي قاعة ذات ديكور منعدم تقريبا حيث لا توجد أشياء للزينة كالأزهار أمّا الأفرشة للطاولات ليست من النوعية الجيدة.

2- أمّا خدمة الإطعام تقوم بتقديم وجبات متنوعة ولكن ما يسبب الحرج لا يوجد لوائح للأطعمة (Menu) مما يمكنه الاطلاع عليها عند الوصول ويلجأ الزبون على ما يوجد من الأطباق وأسعارها.

3- وجود مقهى سياحي يتكون من 25 طاولة (مقهى ذو طابع عائلي).

رابعا: أماكن الترفيه:

1- قاعة سينما ذات طاقة استيعابية لـ 50 مقعد.

2- مناطق خضراء.

3- وجود متجرين.

وبالرغم من ذلك نقص كبير في أماكن الترفيه للأطفال رغم شساعة مساحتها للاستفادة منها خاصة في عطلة الربيع وعطلة الصيف.

خامسا: الحمام المعدني:

تزخر المؤسسة الحموية - حمام بوحجر - بمياه معدنية جد معروفة من القدم في كامل التراب

الوطني نظرا لفوائدها الصحية والعلاجية وهي تشتمل على:

❖ حجر فردية عددها 30 حجرة (15 رجال، 15 نساء).

❖ حمام جماعي تقليدي (رجال ونساء) + 02 أحواض للسباحة (رجال - نساء).

❖ حمام بركة يضم 14 غرفة (7 رجال + 7 نساء).

❖ قاعات المساج: هي قاعات مجهزة بوسائل متطورة توفر مختلف أساليب العلاج والرعاية منها:

● العلاج عن طريق الينابيع الساخنة.

● حمام الأيدي والأرجل.

● الدلك الاهتزازي.

- أشعة (ت ج- ف ب).
- حمام الفراشة.
- الاستنشاق.
- تدليك تحت الماء.
- تدليك تحت الأشعة الحمراء0
- تدليك الجاف.
- تطبيق البرفين.
- الاستحمام الخيطاني.
- الاستحمام القطني.
- ذلك مائي.
- حمام كربون غازي.
- حمام عادي.
- صالة ألعاب الرياضة.

سادسا: الموارد البشرية للمحطة المعدنية ومستوى تكوينهم:

تتوفر المحطة حوالي 132 عامل مؤّزعين على كل الأقسام الموجودة بالمحطة وهذا كافي من أجل توفير الخدمة الجيدة للزبون مع الدور المهم الذي يلعبه الجانب البشري في قطاع السياحة والفندقة. ولكن للأسف فإنّ المحطة تعاني من نقص كبير في هذا المجال، فالعمال ينقسمون كما يلي:

1. عمّال الاستقبال:

يوجد ثلاثة عمّال في الاستقبال يتميزون بسلوك طيب وذو مظهر لائق.

2. عمّال الإطعام:

يوجد 37 عاملا موزعين كآآتي: طبّاح، مساعد طبّاح، مقدّمي الأطباق ورئيس المطبخ وغيرها. لكن الملاحظ هو عدم اهتمامهم الجيّد ببعض الجوانب كتنظيف الأحذية والمحافظة على نظافة الملابس أثناء العمل.

3. عمّال الأمن:

يوجد بالمحطة 21 عامل الأمن وقد لاحظنا استحسان الزوار لوجود الأمن وشعورهم بالأمان بالإضافة إلى دورهم الأساسي وهو حفظ الأمن داخل المحطة فهم يقومون بالعملية التنظيمية لسيرورة المحطة.

4. عاملات التنظيف:

توجد 7 عاملات فقط داخل المحطة وهذا جد قليل مما لا يجعله في أحسن درجات النظافة.

5. عمّال القسم الطبي:

يملك المركب فريق شبه طبي مكّون من 18 عامل منهم ممرضين (رجال ونساء) متحصلات على شهادة التمريض "kinésithérapeutes"، طبيب نفساني، أخصائيين في التدليك، يوجد أطباء أيضا لمعالجة الأمراض: كأمراض الروماتيزم، الأعصاب، المفاصل وغيرها. وذلك بمهمة توجيه المرضى وإعطائهم النصائح.

ب - المقومات السياحية بالمحطة المعدنية - حمام بوحجر -:

تعتبر مدينة حمام بوحجر من بين أجمل البلديات بالولاية بحيث تشمل على عدة مناطق سياحية منها:

- المحطة المعدنية.
- حمام الحامضة.
- حمام سيدي عايد.
- والجرف الصغير أو غابة كور وليس.

كما تحتوي على معالم أثرية للعهد الاستعماري ما زالت تستعمل إلى حد اليوم منها:

- ✓ دار البلدية.
 - ✓ الكنيسة (حولت إلى مسجد حمزة بن عبد المطلب).
 - ✓ دير اليهود (حول إلى مدرسة قرآنية داخلية) السوق اليومي للخضر.
 - ✓ عديد من المباني الجميلة موزعة عبر النسيج العمراني للمدينة مما يعطيها جمالا مميزا.
- كما تشكل الشواطئ العديدة لولاية عين تموشنت حافزا كبيرا لمن يرغب في العلاج وهذا في بيئة مواتية للاستحمام وقضاء عطلة ممتعة.

المبحث الثاني: الإجراءات المنهجية للبحث

الهدف من القيام بأي بحث هو وصول الباحث إلى إجابات محددة لأسئلة معينة والواقع أن الحصول على إجابات محددة ودقيقة هي عملية نسبية وعندما يتعلق البحث بدراسة موضوع جودة الخدمات في ترقية السياحة الحموية اقترحنا نموذج الوصفي التحليلي يتماشى مع متطلبات الموضوع.

المطلب الأول: تحديد منهج البحث

* اعتمدنا على جملة من الأدوات وهي كالتالي:

أولا: أدوات الدراسة:

- الاستبيان: هو إحدى الطرق لجمع بيانات هن موضوع الدراسة عن طريق شريحة كبيرة من الزبائن وعن طريق هذه البيانات يمكن عمل دراسة تحليلية.
- منهج الدراسة الميدانية: اعتمدنا خلال دراستنا الميدانية على المنهج الإحصائي التحليلي وذلك لمعرفة دور جودة الخدمات في ترقية السياحة الحموية.
- مجتمع وعينة الدراسة: من أجل الحصول على معلومات حول موضوع الدراسة اخترنا عينة عشوائية من طرف السياح المتواجدين في المركب المعدني لحمام بوحجر سواء كانوا داخلين أو خارجيين، حيث قمنا بتوزيع 120 استمارة على زبائن المؤسسة وكان التوزيع من خلال الحوار المباشر مع مجموعة من الزبائن وذلك لضمان الفهم الجيد للأسئلة من طرف الزبائن

الذين قاموا بالإجابة على الاستمارة. مما يحول لنا الحصول على النتائج المرغوب فيها والتي من خلالها نقوم بتصنيف مجموع الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة.

كما وزعنا الاستمارات عن طريق شبكة الانترنت وذلك لأجل استغلال كافة الوسائل المتاحة من أجل إنجاز هذا البحث بما في ذلك الوسائل التكنولوجية الحديثة في مجال البحث العلمي، وقد تحصلنا على هذه الاستمارات في وقت قياسي إن لم نقل مباشرة بما أننا أشرفنا على عملية التوزيع شرح الاستمارة بالشكل المطلوب.

وقد مست الدراسة مختلف الفئات من كبار وشباب ونساء ورجال المثقفين وحتى الأميين، وقد لمسنا تجاوب إيجابي من طرف زبائن المؤسسة الأمر الذي ساعد في جمع البيانات والاستمارات والقيام بالدراسة على أحسن ما يرام.

المطلب الثاني: مجتمع البحث وخصائصه

جدول رقم 3-1: نسبة استرجاع الاستبيانات

النسبة	المعتمدين	البيان
100%	120	الاستبيانات الموزعة
88.33%	106	المستوردة
88.33%	106	الصالحة

المصدر: من إعداد الطالبة

متغيرات الدراسة:

- المتغير المستقل: جودة الخدمات.
- المتغير التابع: السياحة الحموية.
- صياغة الاستبيان:

يتكون الاستبيان من 21 فقرة، اعتمدنا في بناء الاستبيان على التوزيع المباشر على أفراد مجتمع الدراسة وعن طريق شبكة الانترنت.

تصميم الاستمارة:

قمنا بتقسيم استمارة الاستبيان إلى ثلاث محاور:

جدول رقم 3-2: أجزاء الاستبيان

الأسئلة	شرح الأهداف	أجزاء الاستبيان
13 أسئلة	لمعرفة خصائص أفراد العينة	الجزء الأول: المعلومات الشخصية للعينة
16 أسئلة	لمعرفة مدى جودة الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة الحموية	الجزء الثاني: معلومات تتعلق بجودة الخدمات المقدمة
5 أسئلة	لمعرفة ترقية السياحة الحموية	الجزء الثالث: معلومات تتعلق بترقية السياحة الحموية

المصدر: من إعداد الطالبة

المطلب الثالث: الأداة المستخدمة في المؤسسة الحموية

- أسلوب جمع البيانات وأدوات التحليل الإحصائي:

1- قمنا بتحرير استمارات الاستبيان وتوزيعها بشكل عشوائي وعن طريق الانترنت على مجموعة من الزبائن؛

2- قمنا بإدخال البيانات إلى قاعدة برنامج الحزمة الإحصائية "SPSS" لمعالجة البيانات وتحليلها باستخدام الأدوات التالية:

- التكرارات والنسب المئوية لوصف بيانات العينة وخصائصها؛
- المتوسطات الحسابية لمعرفة درجة موافقة ووقفه الزبائن ورضاهم عن الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة الحموية حمام بوحجر، باستخدام نموذج ليكرت كالتالي:

جدول رقم 3-3: نموذج ليكرت الخماسي

موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
5	4	3	2	1

المصدر: من إعداد الطالبة

-ثبات أداة الدراسة (صدق الاستبيان):

يقصد بصدق الاستبيان أن تكون الدراسة قادرة على إنجاز ما يحقق أهداف الدراسة، ويجعل أسئلتها وفرضيتها، وقد تم قياس الاستبيان كما يلي :

-معامل الفايكرونباخ (ALPHA CHRONBACH):

هو معامل قياس درجة وثبات وصدق الاستبيان و ذلك من اجل تبين إلى أي درجة يعطى المقياس قراءات متقاربة عند كل مرة يستخدم فيها وهي استمراريته وانسجامه عند تكرار استخدامه في أوقات مختلفة و على أشخاص مختلفين فمن خلال هذه الطريقة يمكن قياس مدى الاتساق الداخلي بين الأسئلة .

جدول رقم 3-4: معامل ثبات ألفا كورونباخ

دراسة المحتوى : تأثير جودة الخدمات التي تقدمها المؤسسة الحموية -حمام بوحجر- على ترقية السياحة الحموية للمنطقة	
عدد الفقرات	معامل الثبات
21	,851

المصدر : من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

التفسير: من خلال الجدول رقم (3-4) اتضح لنا معامل الثبات لأداة البحث مرتفع بحيث بلغت قيمته 0.85 أي بنسبة 85% و هي قيمة ذات دلالة إحصائية عالية، تشير إلى ترابط عالي بين عبارات الاستبيان.

المبحث الثالث: موقف الزبائن من خدمات المؤسسة الحموية و ترفيتها .
المطلب الأول: توزيع العينة حسب المعلومات الشخصية
-الجنس :

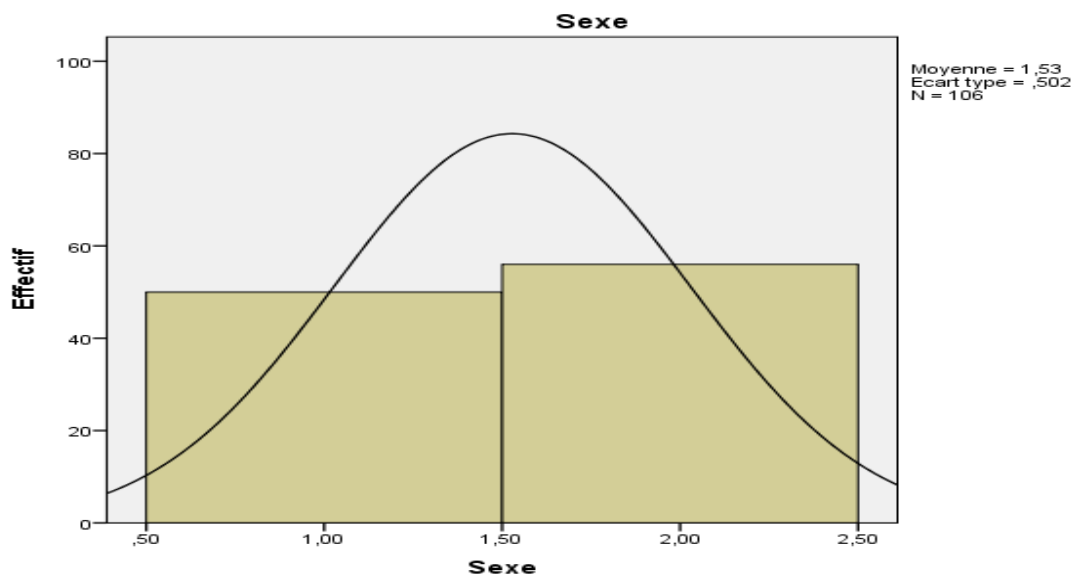
جدول رقم 3-5: توزيع العينة حسب الجنس :

		فعلي	نسبة مئوية	نسبة صحيحة	النسبة المتراكمة
Valide	ذكر	50	47,2	47,2	47,2
	انثي	56	52,8	52,8	100,0
	المجموع	106	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على تحليل الإحصائي spss 20

التفسير: من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة عالية من أفراد العينة هم الإناث بنسبة % 52.8 ، في حين بلغت نسبت الذكور بنسبة مقدارها % 47.2 ، و هذا يعد أمرا طبيعيا كون من يريدون الحمامات المعدنية هم نساء .

الشكل 3-5: توزيع العينة حسب الجنس



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss20)

2-السن:

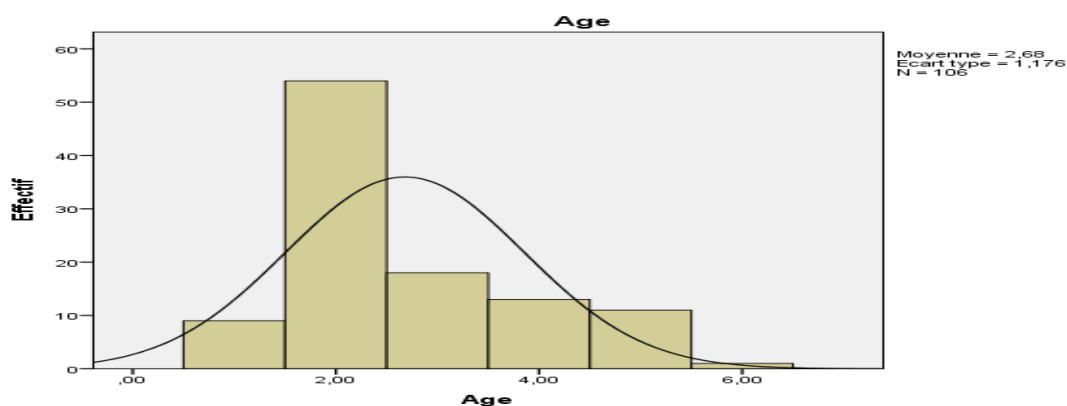
جدول رقم 3-6 : توزيع العينة حسب السن

		فعلي	نسبة مئوية	نسبة صحيحة	نسبة متراكمة
Valide	اقل من 18 سنة	9	8,5	8,5	8,5
	18-30	54	50,9	50,9	59,4
	40-30	18	17,0	17,0	76,4
	50-40	13	12,3	12,3	88,7
	أكثر من 50 سنة	11	10,4	10,4	99,1
	6,00	1	,9	,9	100,0
	المجموع	106	100,0	100,0	

المصدر : من إعداد الطالبة اعتمادا على التحليل الإحصائي spss 20

التفسير : يلاحظ من خلال الجدول أن معظم أفراد العينة من الفئة العمرية (18-30) سنة حيث بلغت نسبة مقدارها % 50.9 و هذا يوضح أن اغلب السياح الذين يتوافدون على المؤسسة الحموية لحمام بوججر لا تفوق 30 سنة ، ثم تليها الفئة العمرية (30-40) سنة بنسبة مقدارها % 17 ، بعد ذلك تليها الفئة التي تتراوح أعمارها بين (40-50) سنة بنسبة % 12.3 ، ثم تليها الفئة الأكثر من 50 سنة بنسبة % 10.4 ، في حين تبقي النسبة الضئيلة من السياح الوافدين للمؤسسة من فئة التي لا تقل أعمارهم اقل من 18 سنة بنسبة % 9 .

الشكل رقم 3-6: توزيع العينة حسب السن



المصدر : من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

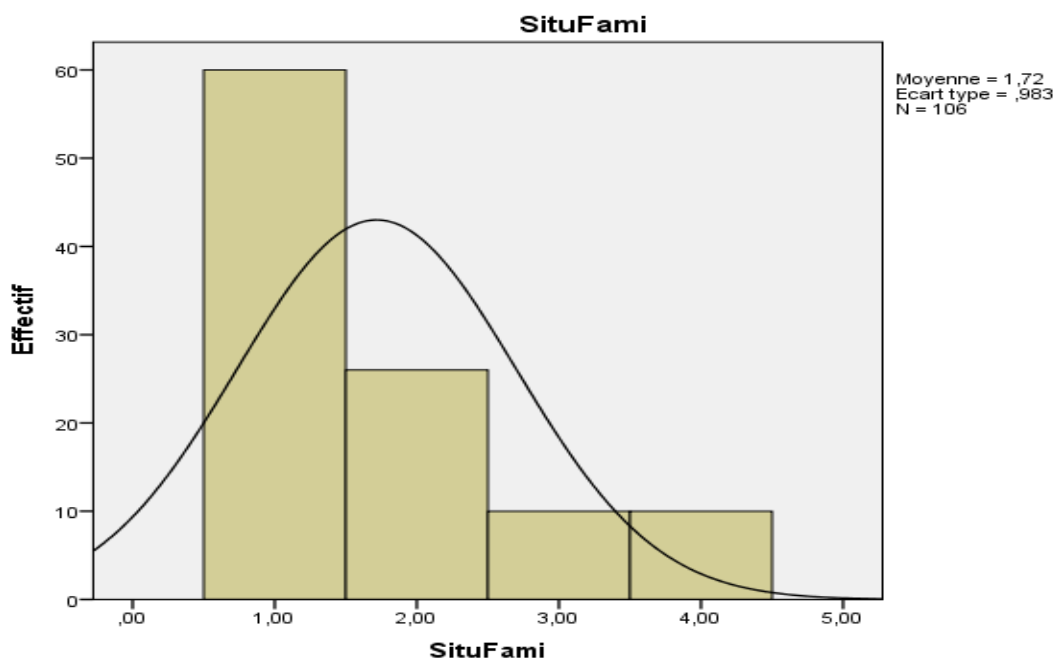
الجدول 3-7: توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب الوضعية العائلية :

		العينة	النسبة المئوية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية المتراكمة
Valide	أعزب	60	56,6	56,6	56,6
	متزوج	26	24,5	24,5	81,1
	مطلق	10	9,4	9,4	90,6
	ارمل	10	9,4	9,4	100,0
	المجموع	106	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

التفسير : يوضح الجدول الوضعية العائلية للسياح المتوافدين على المؤسسة الحموية حيث أن معظم أفراد عينة مجتمع الدراسة أعزب بنسبة 56.6 % ، ثم تليها نسبة المتزوجين بنسبة 24.5 % ، وفي الأخير فئة الضئيلة بنسبة 9.4 % التي مثلتها فئة الأرامل و المطلقين.

الشكل رقم 3-7: توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب الوضعية العائلية



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

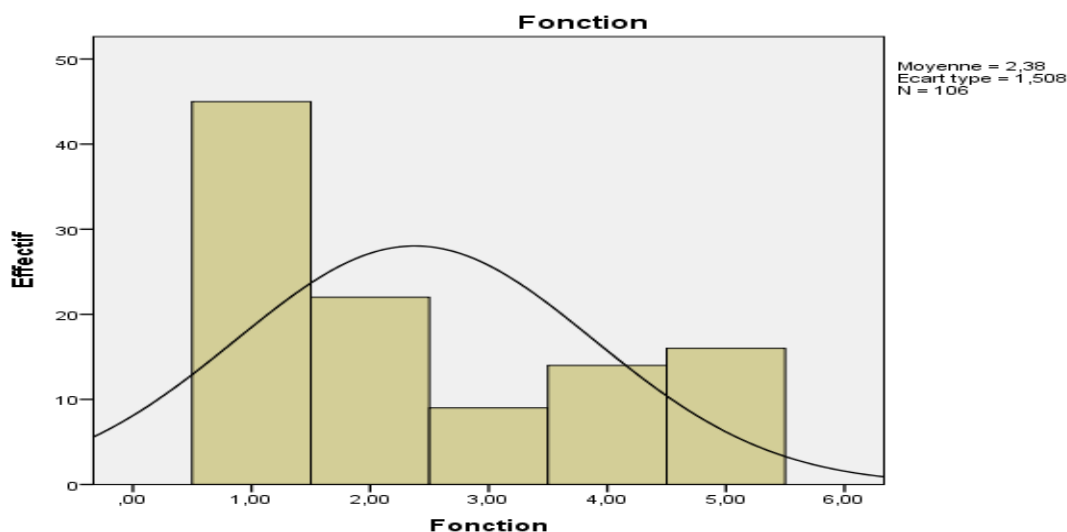
الجدول رقم 3-8: توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب الوظيفة

		العينة	النسبة المئوية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية المتراكمة
Valide	طالب جامعي	45	42,5	42,5	42,5
	أعمال حرة	22	20,8	20,8	63,2
	موظف	9	8,5	8,5	71,7
	متقاعد	14	13,2	13,2	84,9
	بطل	16	15,1	15,1	100,0
	المجموع	106	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

التفسير: يلاحظ من أن غالبية أفراد عينة الدراسة من حيث الوظيفة هم طلاب جامعيين بنسبة 42.5% ، ثم بالنسبة لفئة الأعمال الحرة قدرت نسبتهم ب 20.8% ، ثم تليها فئة بطالين 15.1% ثم فئة متقاعدون بنسبة 13.2% و في الأخير فئة الضعيلة بنسبة 8.5% التي مثلتها فئة الموظفين .

الشكل رقم 3-8: توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب الوظيفة



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

أسئلة استفسارية حول المحطة المعدنية لحمام بوحجر

سؤال 1: سبب المجيء إلى المحطة؟

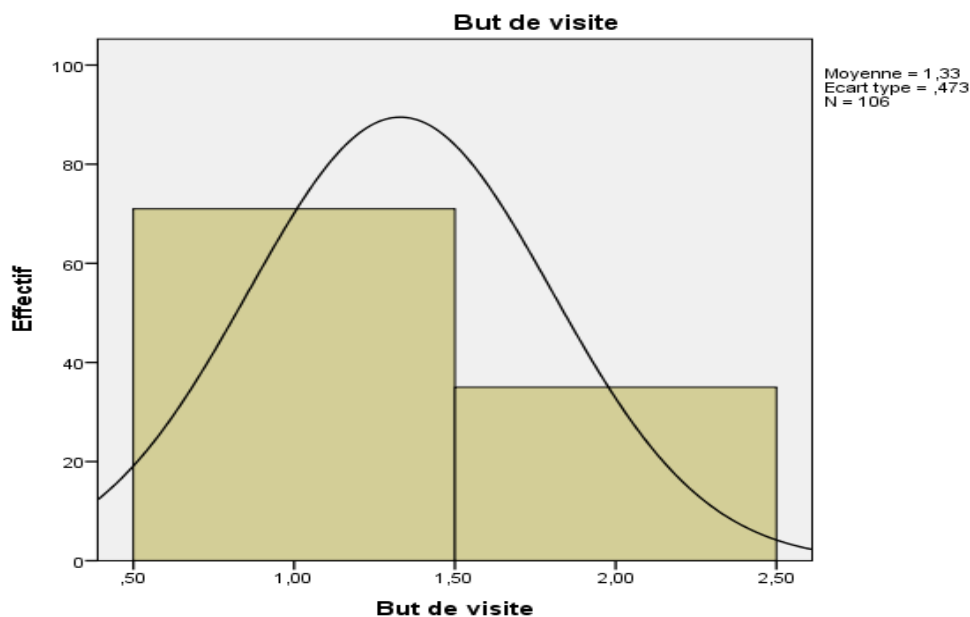
الجدول رقم 3-9: سبب المجيء إلى المحطة

		العينة	النسبة المئوية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية المتراكمة
Valide	السياحة	71	67,0	67,0	67,0
	علاج	35	33,0	33,0	100,0
	المجموع	106	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

التفسير: من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة عالية من أفراد العينة سبب مجيئهم إلى المحطة لغرض السياحة قدرت نسبتهم ب 67%، أما لغرض العلاج قدرت نسبتهم ب 33%.

الشكل رقم 3-9: سبب المجيء إلى المحطة



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

سؤال 2: هل تناسبك نختلف الأسعار؟

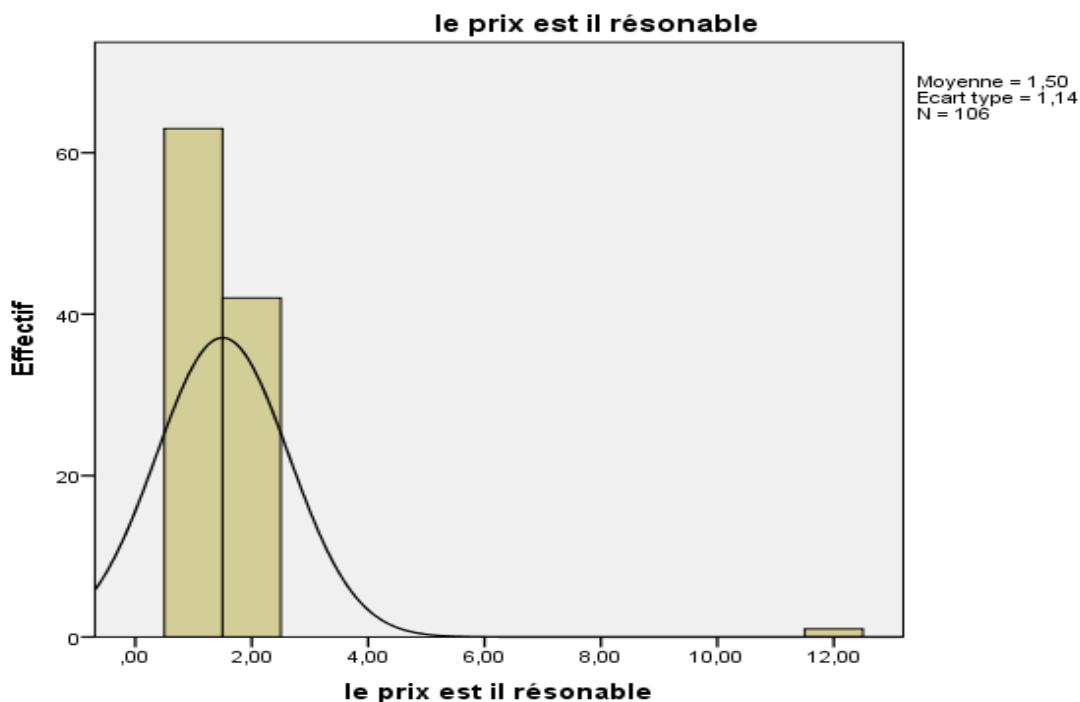
جدول رقم 3-10: هل تناسبك نختلف الأسعار؟

		العينة	النسبة المئوية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية المتراكمة
Valide	نعم	63	59,4	59,4	59,4
	لا	42	39,6	39,6	99,1
	المجموع	106	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

التفسير: نلاحظ من الجدول أن أسعار الخدمات السياحية مناسبة حيث بلغت أعلى نسبة بمقدار 59.4% ثم تليها نسبة 39.6% التي لم تناسب فئة من بعض السياح.

الشكل رقم 3-10: سبب المجيء إلى المحطة



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

سؤال 3: كيف ترون نوعية الخدمات ؟

جدول رقم 3-11: كيف ترون نوعية الخدمات ؟

		العينة	النسبة المئوية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية المتراكمة
Valide	جيدة	23	21,7	21,7	21,7
	حسنة	62	58,5	58,5	80,2
	سيئة	20	18,9	18,9	99,1
	المجموع	106	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

التفسير: نلاحظ من خلال الجدول أن أعلى نسبة من أفراد العينة أخذتها نوعية حسنة بنسبة مقدارها 58.5 % ، ثم تليها نوعية جيدة بنسبة مقدارها 21.7 % ، و في الأخير نوعية سيئة بنسبة 18.9 % .

الشكل رقم 3-11: كيف ترون نوعية الخدمات؟



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

سؤال 4: صفوف الانتظار تزعجكم

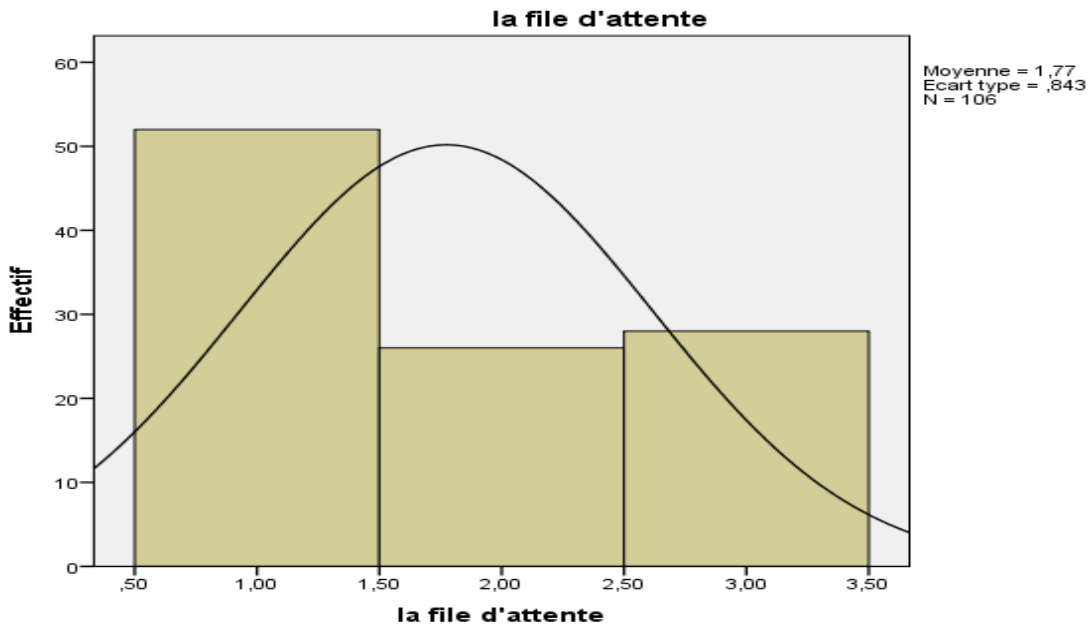
جدول رقم 3-12: صفوف الانتظار تزعجكم

		العينة	النسبة المئوية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية المتراكمة
Valide	نعم	52	49,1	49,1	49,1
	لا	26	24,5	24,5	73,6
	نوعا ما	28	26,4	26,4	100,0
	المجموع	106	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

التفسير: من خلال الجدول نلاحظ أن أعلى نسبة من أفراد العينة كانت صفوف الانتظار تزعجهم قدرت بنسبة 49.1% ، ثم تليها نوعا ما بنسبة 26.4% ، و في الأخير لا بنسبة 24.5% .

الشكل رقم 3-12: صفوف الانتظار تزعجكم



المصدر : من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

سؤال 5: هل النظافة موجودة ؟

جدول رقم 3-13: هل النظافة موجودة ؟

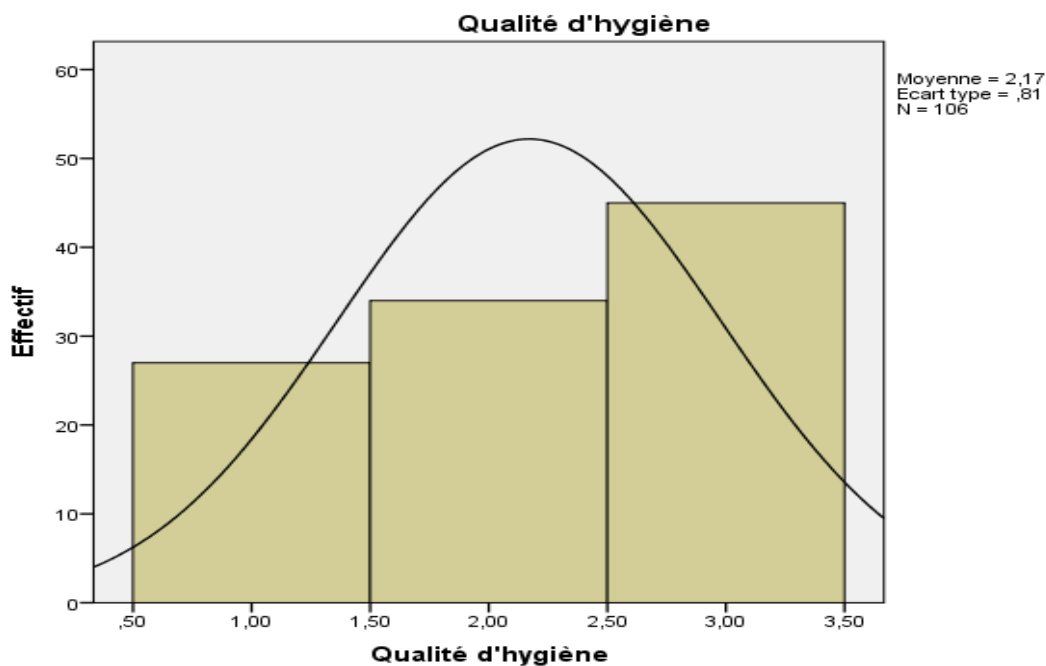
		العينة	النسبة المئوية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية المتراكمة
Valide	نعم	27	25,5	25,5	25,5
	لا	34	32,1	32,1	57,5
	نوعا ما	45	42,5	42,5	100,0
	المجموع	106	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

التفسير : نلاحظ من خلال الجدول أن أعلى نسبة كانت نوعا ما بنسبة 42.5% ، ثم تليها

نسبة 32.1% كانت الإجابة لا ، و في الأخير نسبة 25.5% كانت الإجابة نعم.

الشكل رقم 3-13 هل النظافة موجودة ؟



المصدر : من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

سؤال 6: هل سبق و إن عالجت في المحطة ؟

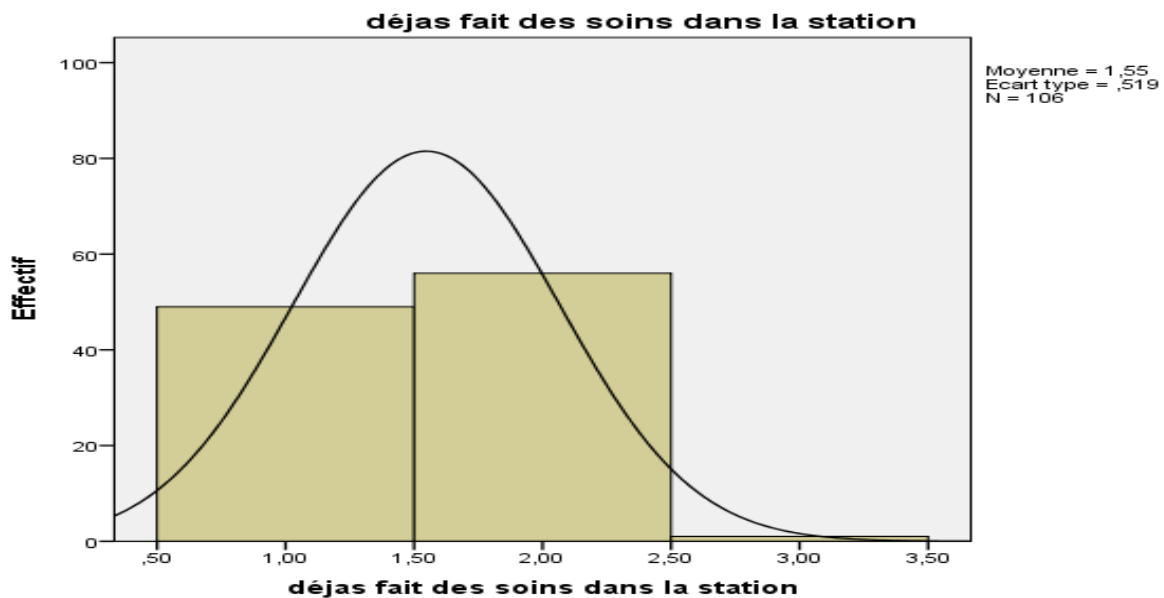
جدول رقم 3-14: هل سبق و أن عالجت في المحطة ؟

		العينة	النسبة المئوية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية المتراكمة
Valide	نعم	49	46,2	46,2	46,2
	لا	56	52,8	52,8	99,1
	المجموع	106	100,0	100,0	

المصدر : من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

التفسير : يوضح الجدول أن معظم السياح لم يعالج في المحطة حيث قدرت نسبته ب 52.8 % ،
و الذين عالجوا بالمحطة قدرت ب 46.2 % .

الشكل رقم 3-14: هل سبق و أن عالجت في المحطة؟



المصدر : من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

سؤال 7: كم عدد زيارتكم للمحطة ؟

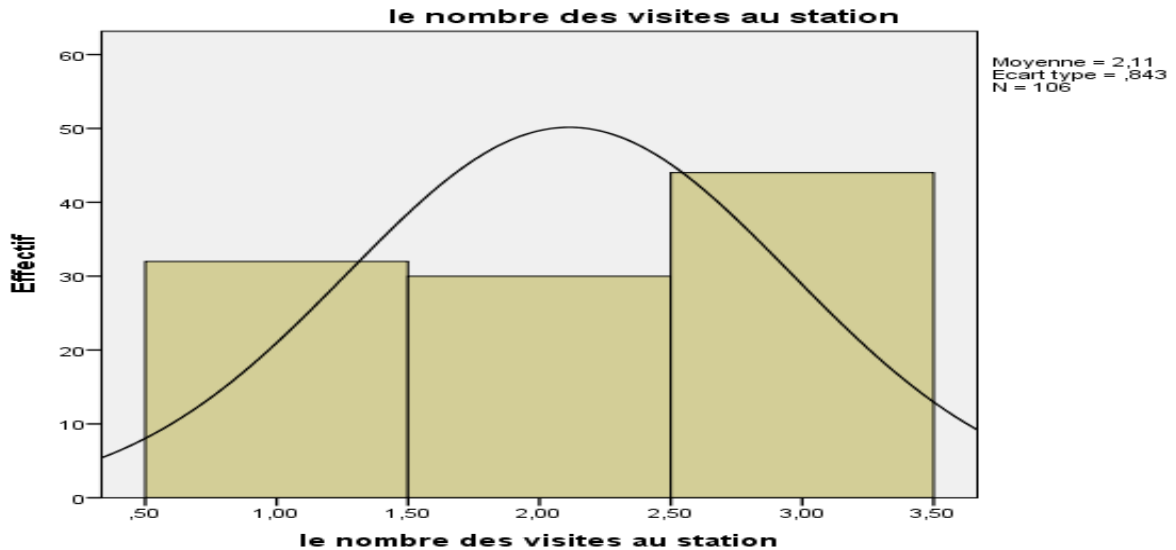
جدول رقم 3-15: كم عدد زيارتكم للمحطة ؟

		العينة	النسبة المئوية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية المتراكمة
Valide	مرة واحدة	32	30,2	30,2	30,2
	مرتين	30	28,3	28,3	58,5
	أكثر	44	41,5	41,5	100,0
	المجموع	106	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

التفسير: نلاحظ من الجدول أن أعلى نسبة كانت أكثر من مرة قدرت ب41.5% ، ثم تليها نسبة 30.2% كانت مرة واحدة ، و في الأخير 28.3% كانت مرتين.

الشكل رقم 3-15: كم عدد زيارتكم للمحطة ؟



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

سؤال رقم 8: هل يوجد تنوع في الآلات ؟

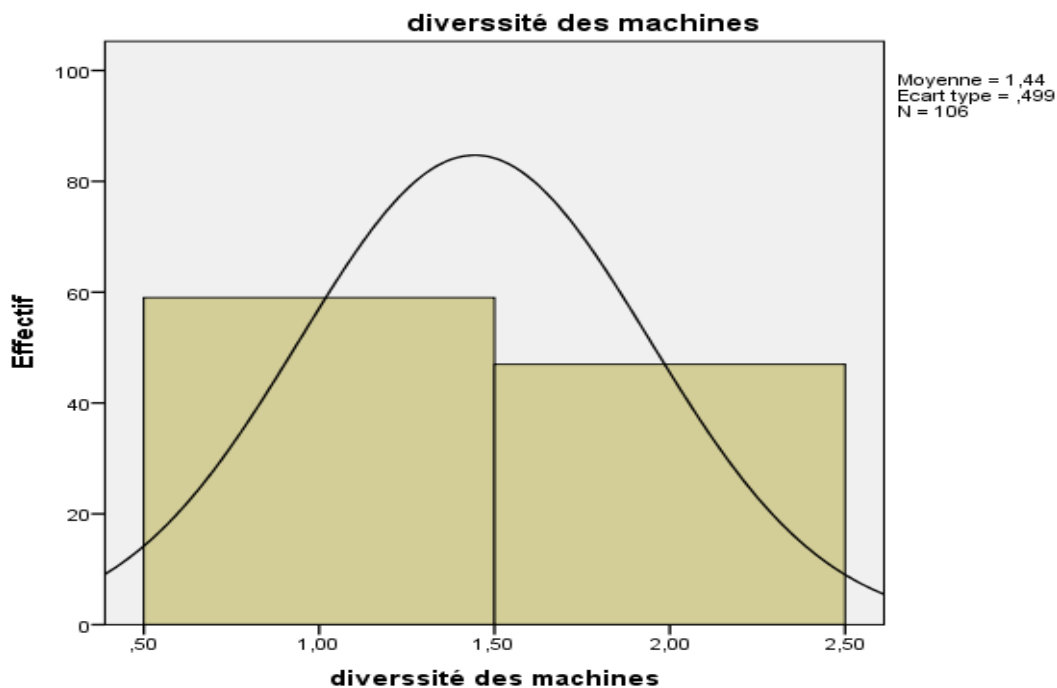
جدول رقم 3-16: هل يوجد تنوع في الآلات ؟

		العينة	النسبة المئوية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية المتراكمة
Valide	نعم	59	55,7	55,7	55,7
	لا	47	44,3	44,3	100,0
	المجموع	106	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

التفسير: نلاحظ من الجدول أن تنوع في الآلات قدرت أكبر نسبة ب 55.7%

الشكل رقم 3-16: هل يوجد تنوع في الآلات ؟



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

سؤال رقم 9: هل تريدون الرجوع إلى المحطة ؟

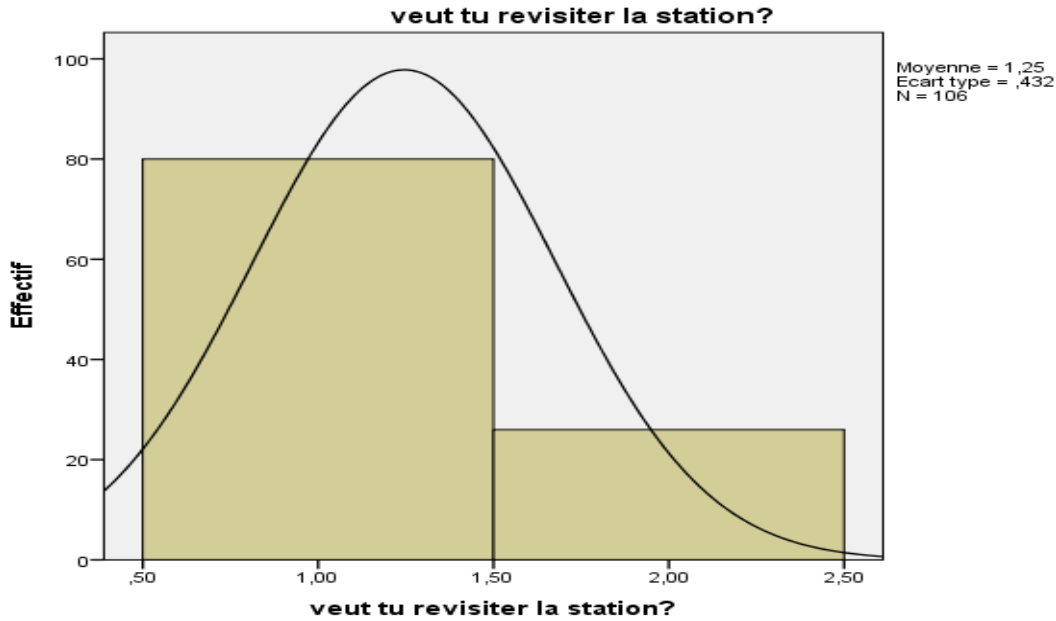
الجدول رقم 3-17: هل تريدون الرجوع إلى المحطة ؟

		العينة	النسبة المئوية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية المتراكمة
Valide	نعم	80	75,5	75,5	75,5
	لا	26	24,5	24,5	100,0
	المجموع	106	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

التفسير: نلاحظ من الجدول أن أكبر نسبة يريدون الرجوع إلى المحطة حيث قدرت ب 75.5% .

الشكل رقم 3-17: هل تريدون الرجوع إلى المحطة ؟



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

الطلب الثاني : موقف الزبائن من جودة الخدمات المقدمة في المؤسسة الحموية

أسئلة مرتبطة بجودة الخدمات المقدمة في المؤسسة الحموية -حمام بوحجر-

-المحور الأول :الملموسية متوقعة -

سؤال 1:التجهيزات و المعدات للمؤسسة الحموية حمام بوحجر مواكبة للتطورات

جدول رقم 3-18:

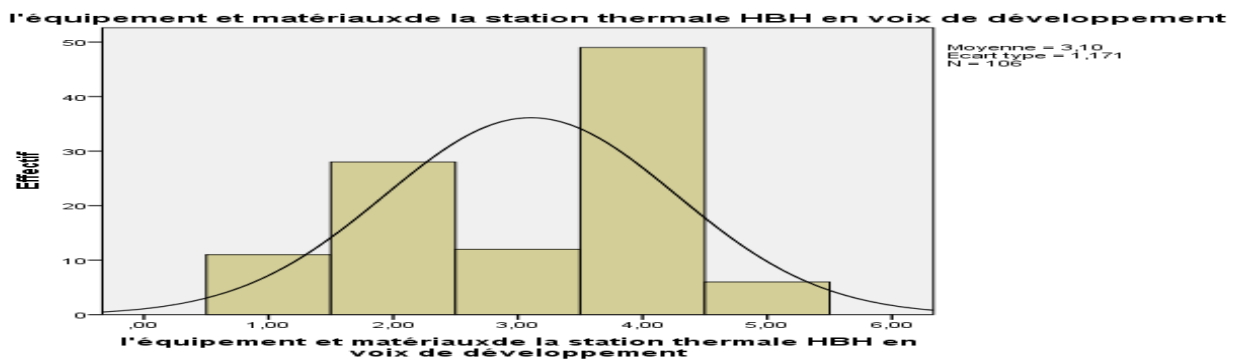
		Effectifs	Pourcentage e	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	غير موافق بشدة	11	10,4	10,4	10,4
	غير موافق	28	26,4	26,4	36,8
	محايد	12	11,3	11,3	48,1
	موافق	49	46,2	46,2	94,3
	موافق بشدة	6	5,7	5,7	100,0
	المجموع	106	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

التفسير: نلاحظ من خلال الجدول أن معظم السياح موافقون حيث بلغت نسبتهم 46.2%، ثم تليها نسبة غير موافقون بنسبة 26.4%، أما المحايدون قدرت نسبتهم ب 11.3%، أما غير موافقون بشدة كانت نسبتهم ب 10.4% و النسبة الضئيلة مثلتها فئة موافقون بشدة ب 5.7%.

الشكل رقم 3- 18 التجهيزات و المعدات للمؤسسة الحموية حمام بوحجر مواكبة

للتطورات



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

سؤال 2: التصميم الداخلي للمؤسسة جذاب - مظهر البناء -

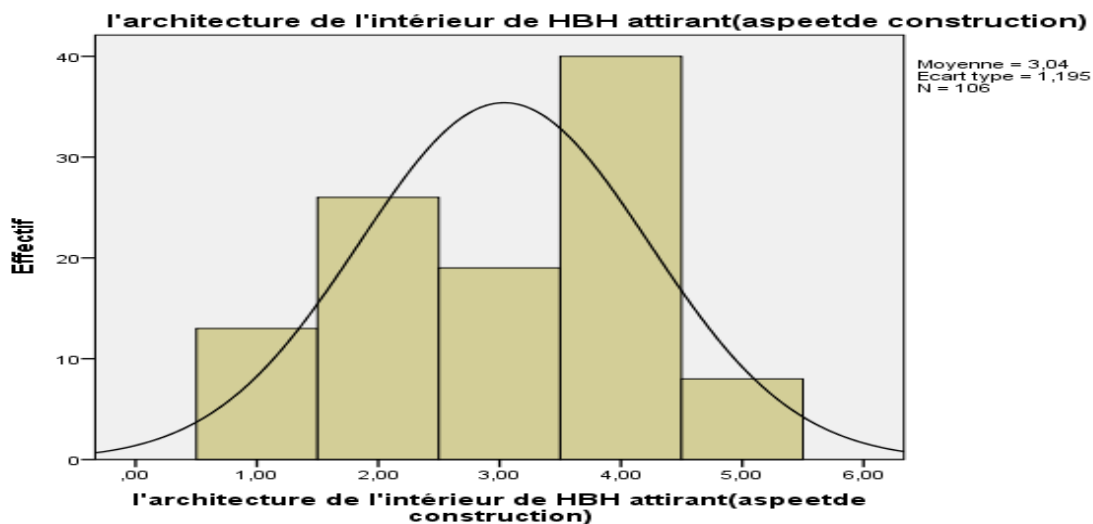
جدول رقم 3-19:

	النسبة المئوية المتراكمة	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية	العينة
Valid e	12,3	12,3	12,3	غير موافق بشدة
	36,8	24,5	24,5	غير موافق
	54,7	17,9	17,9	محايد
	92,5	37,7	37,7	موافق
	100,0	7,5	7,5	موافق بشدة
		100,0	100,0	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

التفسير : نلاحظ من خلال الجدول أن معظم السياح موافقون بنسبة 37.7% ، أما النسبة الضئيلة مثلت فئة موافقون بشدة ب 7.5% .

الشكل رقم 3-19: التجهيزات و المعدات للمؤسسة الحموية حمام بوججر مواكبة للتطورات



المصدر : من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

سؤال 3: مطهر موظفي المؤسسة الحموية -حمام بوحجر- لائق

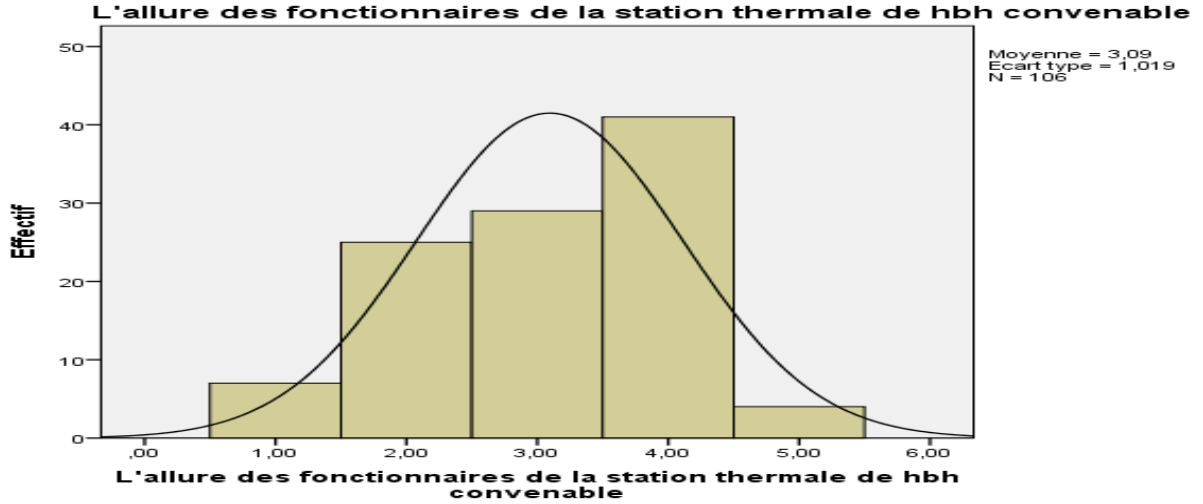
جدول رقم 3-20:

		العينة	النسبة المئوية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية المتراكمة
Valid e	غير موافق بشدة	7	6,6	6,6	6,6
	غير موافق	25	23,6	23,6	30,2
	محايد	29	27,4	27,4	57,5
	موافق	41	38,7	38,7	96,2
	موافق بشدة	4	3,8	3,8	100,0
	المجموع	106	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

التفسير : نلاحظ من خلال الجدول أن معظم السياح موافقون حيث بلغت نسبتهم 38.7% ، أما المحايدون قدرت نسبتهم ب 27.4% ، تليها نسبة غير موافقون بنسبة 23.6% و النسبة الضئيلة مثلتها فئة غير موافقون بشدة و موافقون بشدة على التوالي 6.6% ، 3.8% .

الشكل رقم 3-20: مطهر موظفي المؤسسة الحموية -حمام بوحجر- لائق



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

سؤال 4: التنظيم الداخلي للمؤسسة الحموية مناسب (المطويات، الإعلانات)

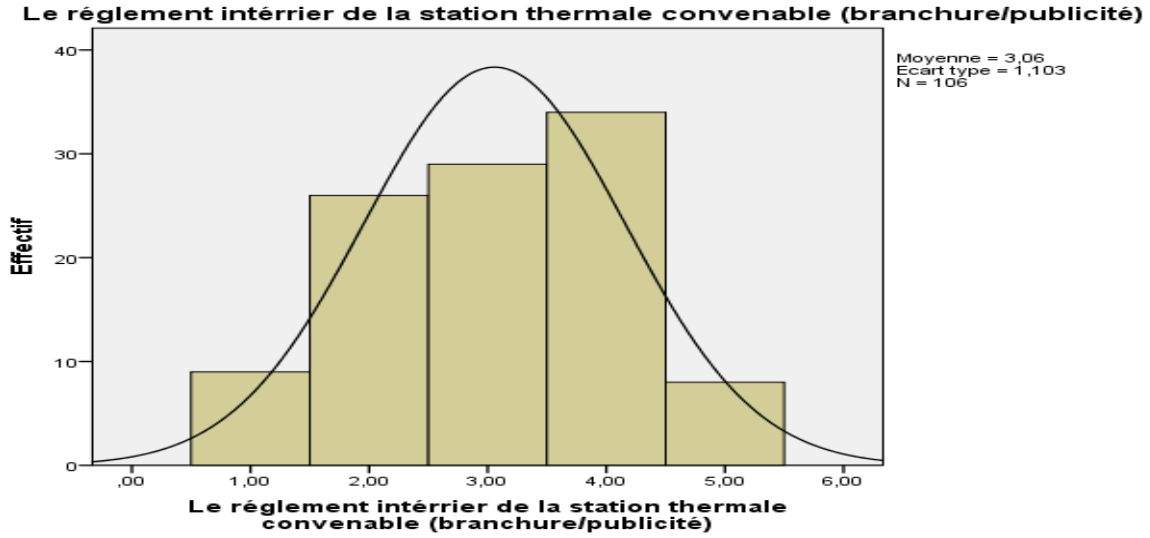
جدول رقم 3-21:

	العينة	النسبة المئوية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية المتراكمة
Valide	غير موافق بشدة	9	8,5	8,5
	غير موافق	26	24,5	33,0
	محايد	29	27,4	60,4
	موافق	34	32,1	92,5
	موافق بشدة	8	7,5	100,0
	المجموع	106	100,0	100,0

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

التفسير : نلاحظ من خلال الجدول أن معظم السياح موافقون حيث بلغت نسبتهم 32.1% ، أما المحايدون قدرت نسبتهم ب 27.4% ، تليها نسبة غير موافقون بنسبة 24.5% و النسبة الضئيلة مثلتها فئة غير موافقون بشدة و موافقون بشدة على التوالي 8.5% ، 7.5% .

الشكل رقم 3-21: التنظيم الداخلي للمؤسسة الحموية مناسب (المطويات، الإعلانات)



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

المحور الثاني : الاعتمادية:

سؤال 1: التزام قوي من قبل موظفي المؤسسة الحموية بالموعد المحدد لأداء الخدمة

جدول رقم 3-22:

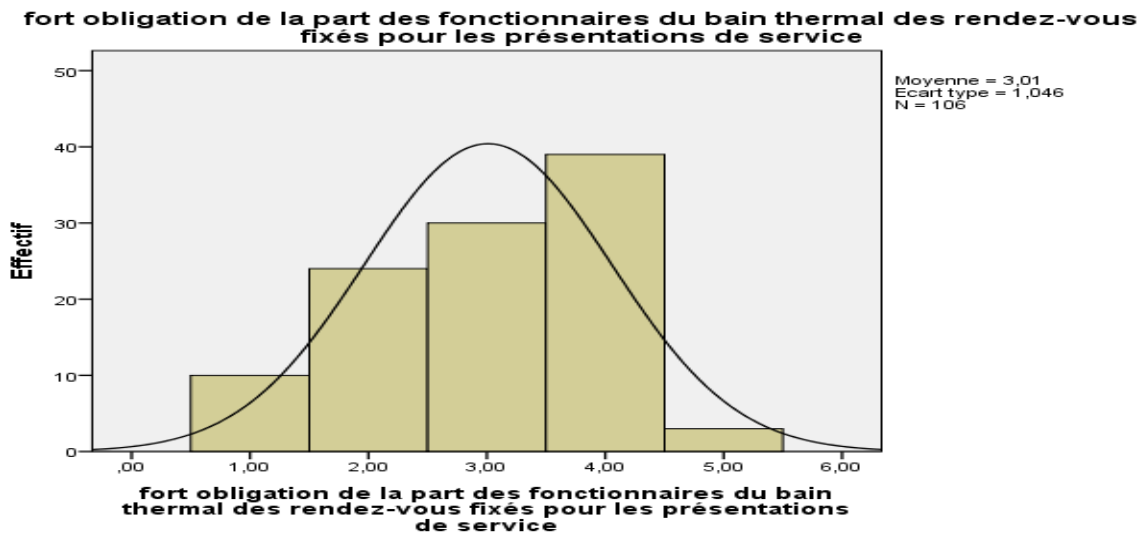
		العينة	النسبة المئوية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية المتراكمة
Valid e	غير موافق بشدة	10	9,4	9,4	9,4
	غير موافق	24	22,6	22,6	32,1
	محايد	30	28,3	28,3	60,4
	موافق	39	36,8	36,8	97,2
	موافق بشدة	3	2,8	2,8	100,0
	المجموع	106	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

التفسير: نلاحظ من خلال الجدول أن معظم السياح موافقون حيث بلغت نسبتهم 36.8% ، أما المحايدون قدرت نسبتهم ب 28.3% ، تليها نسبة غير موافقون بنسبة 22.6% و النسبة الضئيلة مثلتها فئة غير موافقون بشدة و موافقون بشدة على التوالي 9.4% ، 2.8%.

الشكل رقم 3-22: التزام قوي من قبل موظفي المؤسسة الحموية بالموعد المحدد لأداء

الخدمة



المصدر : من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

سؤال 2: تأدية الخدمات الحموية بدقة في المؤسسة الحموية -حمام بوججر-

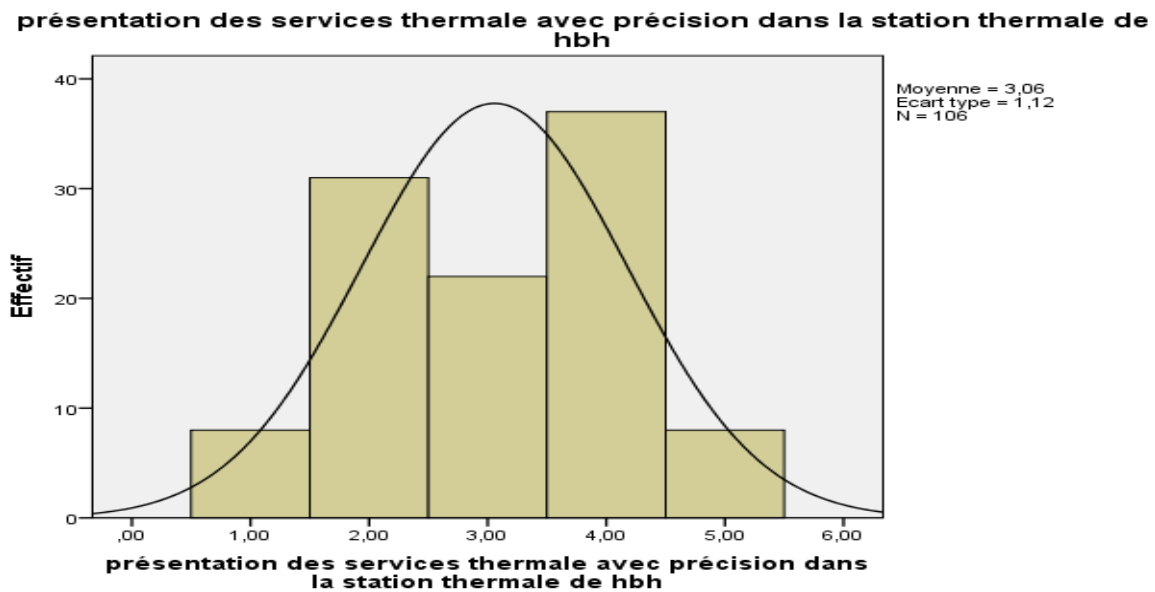
الجدول رقم 3-23:

		العينة	النسبة المئوية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية المتراكمة
Valid e	غير موافق بشدة	8	7,5	7,5	7,5
	غير موافق	31	29,2	29,2	36,8
	محايد	22	20,8	20,8	57,5
	موافق	37	34,9	34,9	92,5
	موافق بشدة	8	7,5	7,5	100,0
	المجموع	106	100,0	100,0	

المصدر : من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

التفسير : : نلاحظ من خلال الجدول أن معظم السياح موافقون حيث بلغت نسبتهم 34.9% ، تليها نسبة غير موافقون بنسبة 29.2%، أما المحايدون قدرت نسبتهم ب 20.8%، و النسبة الضئيلة مثلتها فئة غير موافقون بشدة و موافقون بشدة قدرت ب 7.5% .

الشكل رقم 3- 23: تأدية الخدمات الحموية بدقة في المؤسسة الحموية -حمام بوججر-



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

سؤال رقم 3: تزويد العميل بالمعلومات المستمرة عن كل شيء يتعلق بالخدمات في المؤسسة الحموية

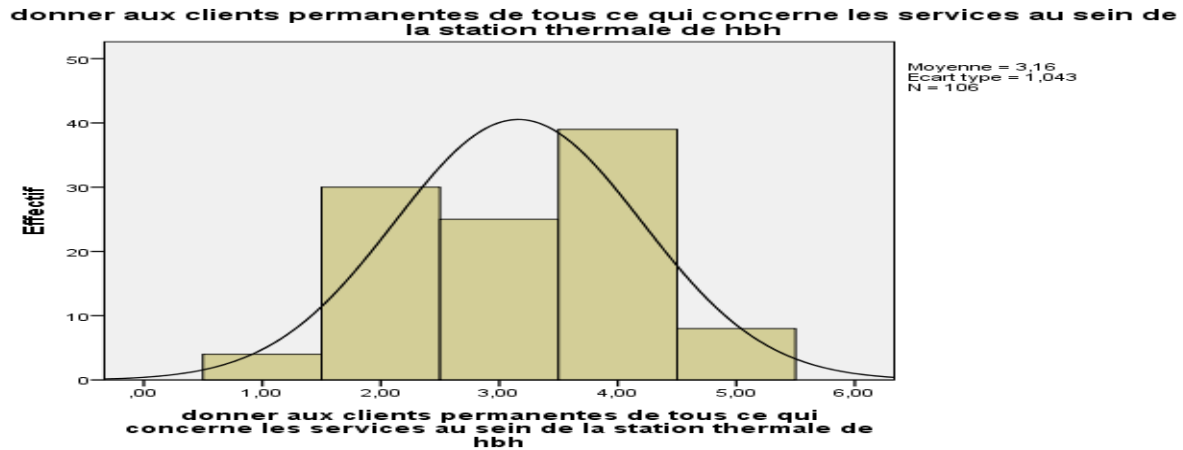
الجدول رقم 3-24:

		العينة	النسبة المئوية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية المتراكمة
Valid e	غير موافق بشدة	4	3,8	3,8	3,8
	غير موافق	30	28,3	28,3	32,1
	محايد	25	23,6	23,6	55,7
	موافق	39	36,8	36,8	92,5
	موافق بشدة	8	7,5	7,5	100,0
	المجموع	106	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

التفسير: نلاحظ من خلال الجدول أن معظم السياح موافقون حيث بلغت نسبتهم 36.8% ، تليها نسبة غير موافقون بنسبة 28.3% أما المحايدون قدرت نسبتهم بـ 23.6% ، و النسبة

الضعيلة مثلتها فئة موافقون بشدة و غير موافقون بشدة على التوالي 7.5% ، 3.8% .
الشكل رقم 3-24: تزويد العميل بالمعلومات المستمرة عن كل شيء يتعلق بالخدمات في المؤسسة الحموية



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

المحور الثالث: الأمان

سؤال رقم 1: هناك سرية تامة فيما يتعلق بالحالة المرضية للعميل

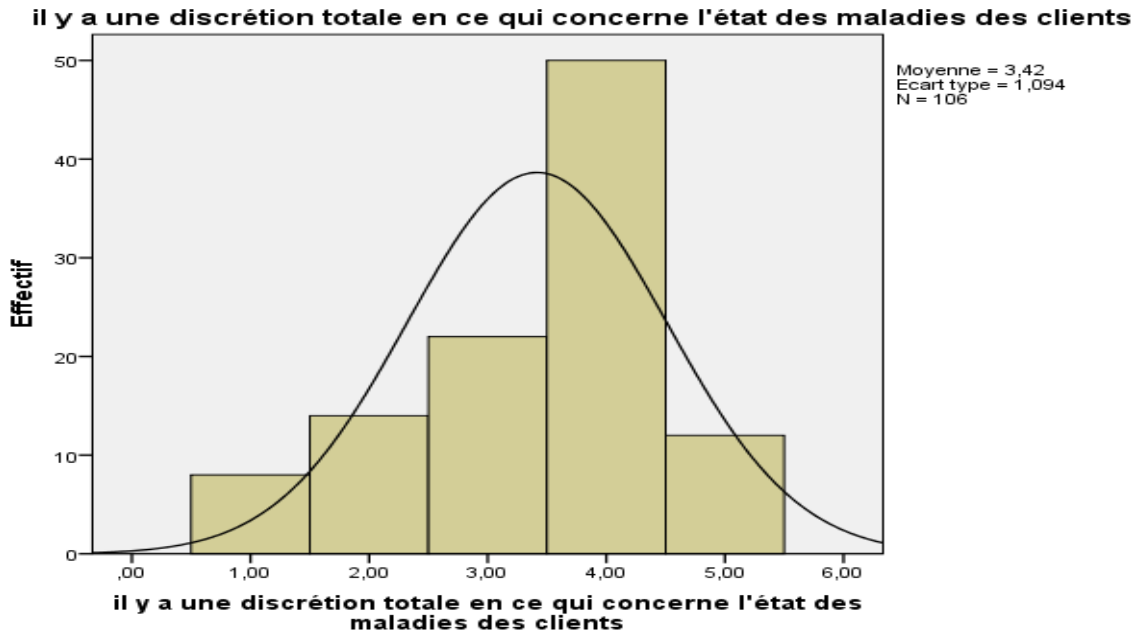
الجدول رقم 3-25:

		العينة	النسبة المئوية	النسبة المئوية الصالحة	السبة المئوية المتراكمة
Vali de	غير موافق بشدة	8	7,5	7,5	7,5
	غير موافق	14	13,2	13,2	20,8
	محايد	22	20,8	20,8	41,5
	موافق	50	47,2	47,2	88,7
	موافق بشدة	12	11,3	11,3	100,0
	المجموع	106	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

التفسير: نلاحظ من خلال الجدول أن معظم السياح موافقون حيث بلغت نسبتهم 47.2% ، أما المحايدون قدرت نسبتهم ب20.8% ، تليها نسبة غير موافقون بنسبة 13.2% و النسبة الضعيلة مثلتها فئة موافقون بشدة و غير موافقون بشدة على التوالي 11.3% ، 7.5% .

الشكل رقم 3-25: هناك سرية تامة فيما يتعلق بالحالة المرضية للعميل



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

سؤال رقم 2 : هناك احتياطات وقائية تحول انتقال الأمراض المعدية في المؤسسة الحموية

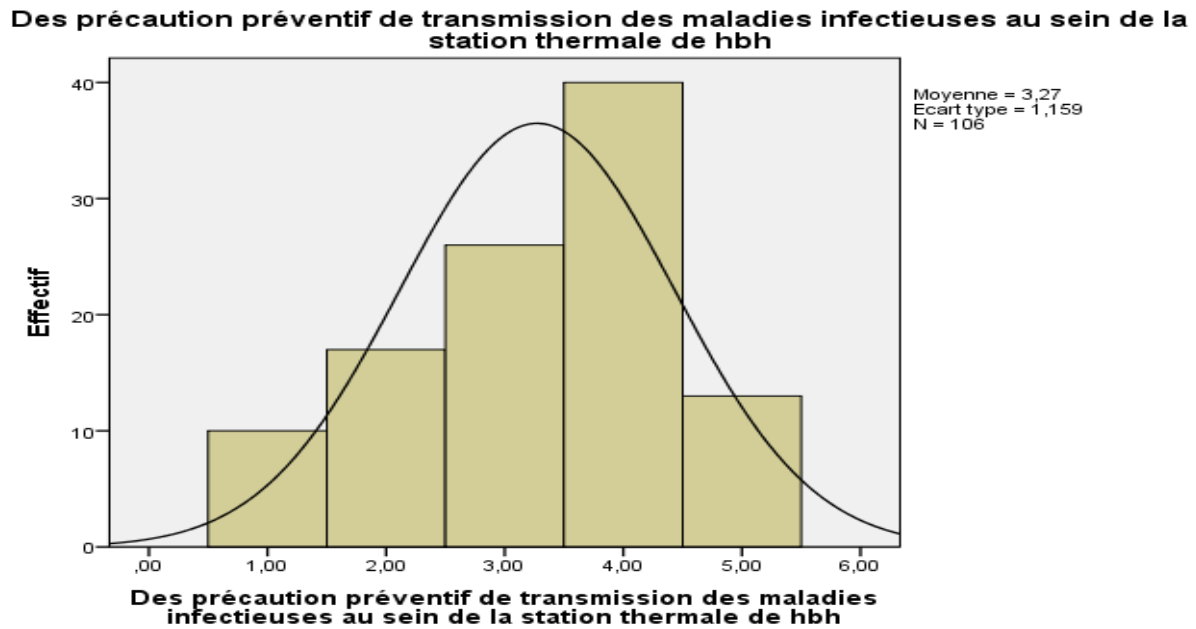
الجدول رقم 3-26:

		العينة	النسبة المئوية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية المتراكمة
Valid e	غير موافق بشدة	10	9,4	9,4	9,4
	غير موافق	17	16,0	16,0	25,5
	محايد	26	24,5	24,5	50,0
	موافق	40	37,7	37,7	87,7
	موافق بشدة	13	12,3	12,3	100,0
	المجموع	106	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

التفسير: نلاحظ من خلال الجدول أن معظم السياح موافقون حيث بلغت نسبتهم 37.7% ، أما المحايدون قدرت نسبتهم بـ 24.5% ، تليها نسبة غير موافقون بنسبة 16% و النسبة الضئيلة مثلتها فئة موافقون بشدة و غير موافقون بشدة على التوالي 13% ، 10% .

الشكل رقم 3-26: هناك احتياطات وقائية تحول انتقال الأمراض المعدية في المؤسسة الحموية



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

سؤال رقم 3: توفر الأمن من داخل و خارج المؤسسة الحموية
الجدول رقم 3-27 :

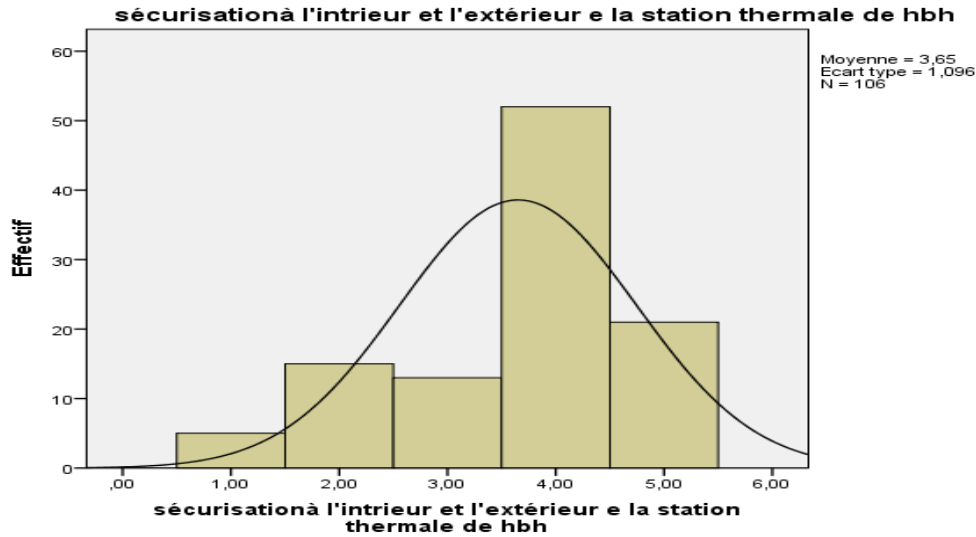
		العينة	النسبة المئوية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية المتراكمة
Valid e	غير موافق بشدة	5	4,7	4,7	4,7
	غير موافق	15	14,2	14,2	18,9
	محايد	13	12,3	12,3	31,1
	موافق	52	49,1	49,1	80,2
	موافق بشدة	21	19,8	19,8	100,0
	المجموع	106	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

التفسير: نلاحظ من خلال الجدول أن معظم السياح موافقون حيث بلغت نسبتهم 49.1% ، أما موافقون بشدة قدرت نسبتهم بـ 19.8% ، تليها نسبة غير موافقون بنسبة 14.2% و النسبة

الضعيفة مثلتها فئة محايدون بشدة و غير موافقون بشدة على التوالي 12.3% ، 4.7%.

الشكل رقم 3-27: توفر الأمن من داخل و خارج المؤسسة الحموية



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

المحور الرابع: الاستجابة

سؤال 1: هناك سرعة في تقديم الخدمات الحموية -حمام بوحجر-

جدول رقم 3-28:

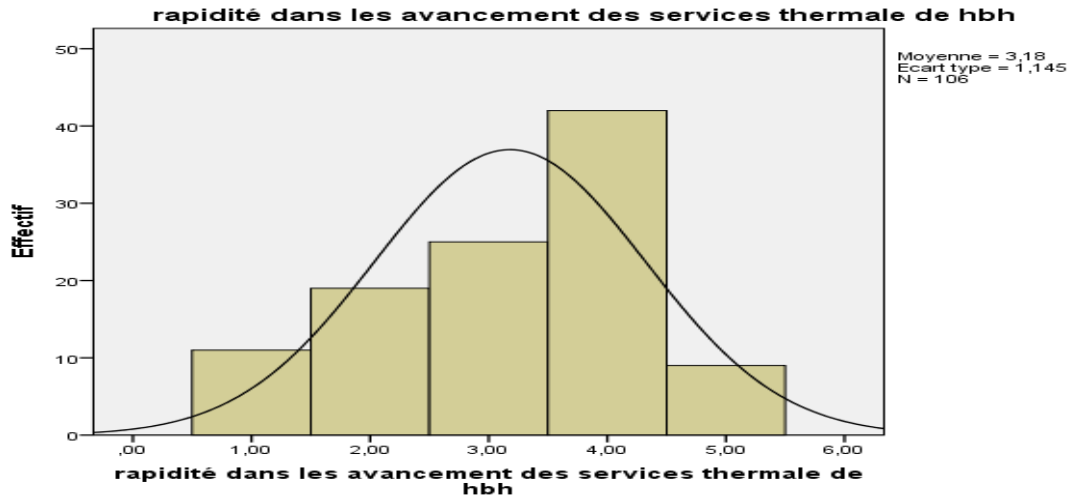
		العينة	النسبة المئوية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية المتراكمة
Valid e	غير موافق بشدة	11	10,4	10,4	10,4
	غير موافق	19	17,9	17,9	28,3
	محايد	25	23,6	23,6	51,9
	موافق	42	39,6	39,6	91,5
	موافق بشدة	9	8,5	8,5	100,0
	المجموع	106	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

التفسير: نلاحظ من خلال الجدول أن معظم السياح موافقون حيث بلغت نسبتهم 39.6% ،

أما محايدون قدرت نسبتهم بـ 23.6%، تليها نسبة غير موافقون بنسبة 17.9% و النسبة الضئيلة مثلتها فئة موافقون بشدة و غير موافقون بشدة على التوالي 10.4% ، 8.5%.

الشكل رقم 3-28: هناك سرعة في تقديم الخدمات الحموية -حمام بوججر-



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

سؤال 2 : هناك رد على الشكاوي و المقترحات

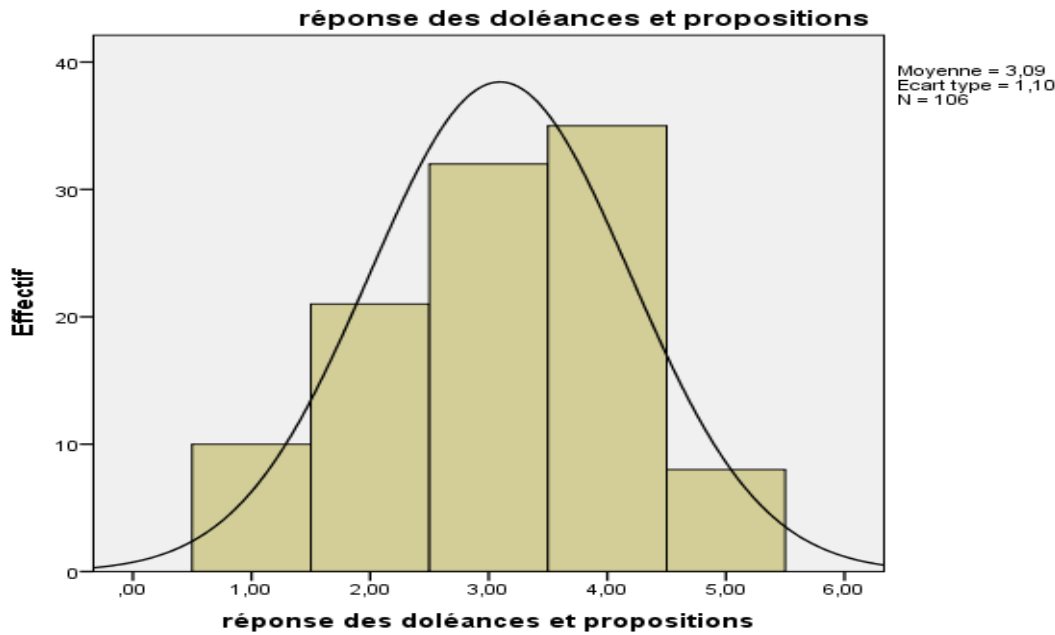
جدول رقم 3-29:

		العينة	النسبة المئوية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية المتراكمة
Valid e	غير موافق بشدة	10	9,4	9,4	9,4
	غير موافق	21	19,8	19,8	29,2
	محايد	32	30,2	30,2	59,4
	موافق	35	33,0	33,0	92,5
	موافق بشدة	8	7,5	7,5	100,0
	المجموع	106	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

التفسير : نلاحظ من خلال الجدول أن معظم السياح موافقون حيث بلغت نسبتهم 33% ، أما محايدون قدرت نسبتهم بـ 30.2%، تليها نسبة غير موافقون بنسبة 19.8% و النسبة الضئيلة مثلتها فئة موافقون بشدة و غير موافقون بشدة على التوالي 9.4% ، 7.5%.

الشكل رقم 3-29 : هناك رد على الشكاوي و المقترحات



المصدر : من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

سؤال 4: استعداد موظفي المؤسسة الحموية للتعاون مع العميل

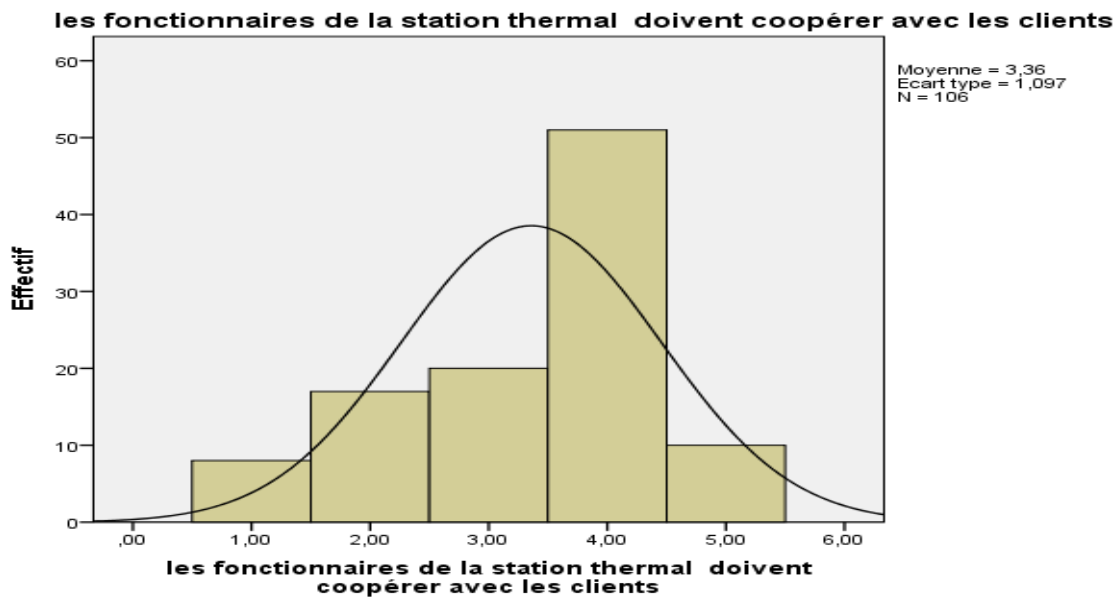
جدول رقم 3-30 :

		العينة	النسبة المئوية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية المتراكمة
Valid e	غير موافق بشدة	8	7,5	7,5	7,5
	غير موافق	17	16,0	16,0	23,6
	محايد	20	18,9	18,9	42,5
	موافق	51	48,1	48,1	90,6
	موافق بشدة	10	9,4	9,4	100,0
	المجموع	106	100,0	100,0	

المصدر : من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

التفسير : نلاحظ من خلال الجدول أن معظم السياح موافقون حيث بلغت نسبتهم 48.1% ، أما محايدون قدرت نسبتهم بـ 18.9% ، تليها نسبة غير موافقون بنسبة 16% و النسبة الضئيلة مثلتها فئة موافقون بشدة و غير موافقون بشدة على التوالي 9.4% ، 7.5%.

الشكل رقم 3-30: استعداد موظفي المؤسسة الحموية للتعاون مع العميل



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

المحور الخامس: التعاطف

السؤال رقم 1: موظفو المؤسسة الحموية يستقبلون العميل بأسلوب يقوم على الاحترام و

التقدير الجدول رقم 3-31:

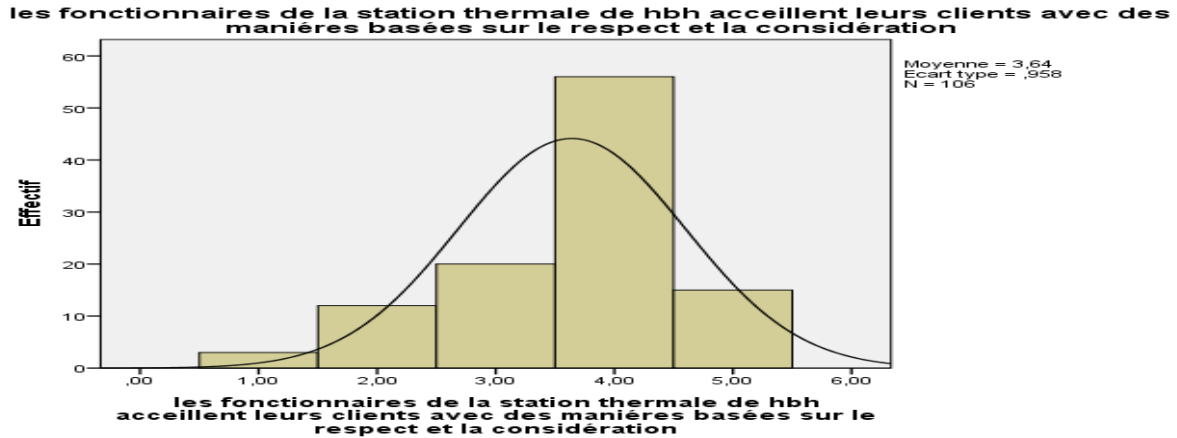
		العينة	النسبة المئوية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية المتراكمة
Valid e	غير موافق بشدة	3	2,8	2,8	2,8
	غير موافق	12	11,3	11,3	14,2
	محايد	20	18,9	18,9	33,0
	موافق	56	52,8	52,8	85,8
	موافق بشدة	15	14,2	14,2	100,0
	المجموع	106	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

التفسير: نلاحظ من خلال الجدول أن معظم السياح موافقون حيث بلغت نسبتهم 52.8% ،

أما محايدون قدرت نسبتهم بـ 18.9% ، تليها نسبة موافقون بشدة بنسبة 14.2% و النسبة

الضئيلة مثلتها فئة و غير موافقون و غير موافقون بشدة على التوالي 11.3% ، 2.8% .
الشكل رقم 3-31: موظفو المؤسسة الحموية يستقبلون العميل بأسلوب يقوم على الاحترام و التقدير



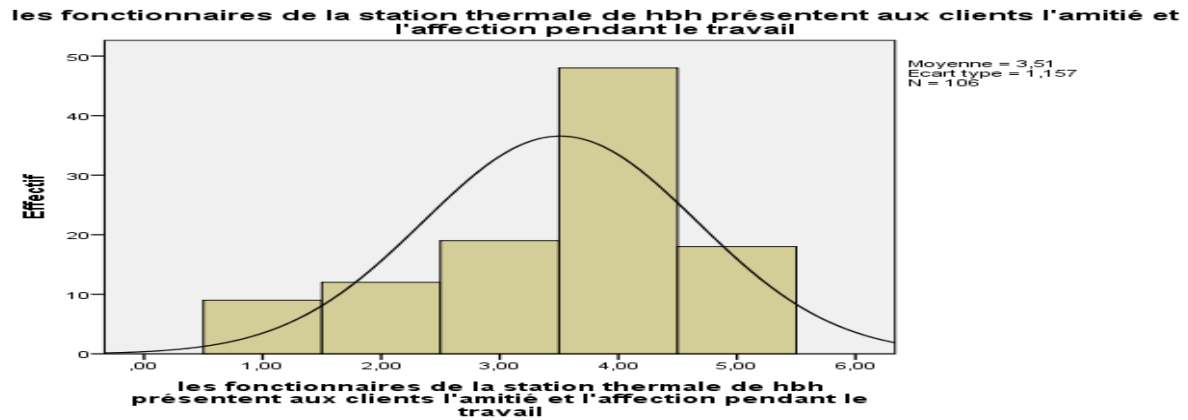
المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)
سؤال 2: موظفو المؤسسة الحموية لحمام بوحجر يبدون الصداقة و المودة عند التعامل مع العميل

جدول رقم 3-32:

		العينة	النسبة المئوية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية المتراكمة
Valid e	غير موافق بشدة	9	8,5	8,5	8,5
	غير موافق	12	11,3	11,3	19,8
	محايد	19	17,9	17,9	37,7
	موافق	48	45,3	45,3	83,0
	موافق بشدة	18	17,0	17,0	100,0
	المجموع	106	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)
التفسير: نلاحظ من خلال الجدول أن معظم السياح موافقون حيث بلغت نسبتهم 45.3% ، أما محايدون قدرت نسبتهم بـ 17.9% ، تليها نسبة موافقون بشدة بنسبة 17% و النسبة الضئيلة

مثلتها فئة و غير موافقون و غير موافقون بشدة على التوالي 11.3 % ، 8.5 % .
الشكل رقم 3-32: موظفو المؤسسة الحموية لحمام بوحجر يبديون الصداقة و المودة عند التعامل مع العميل



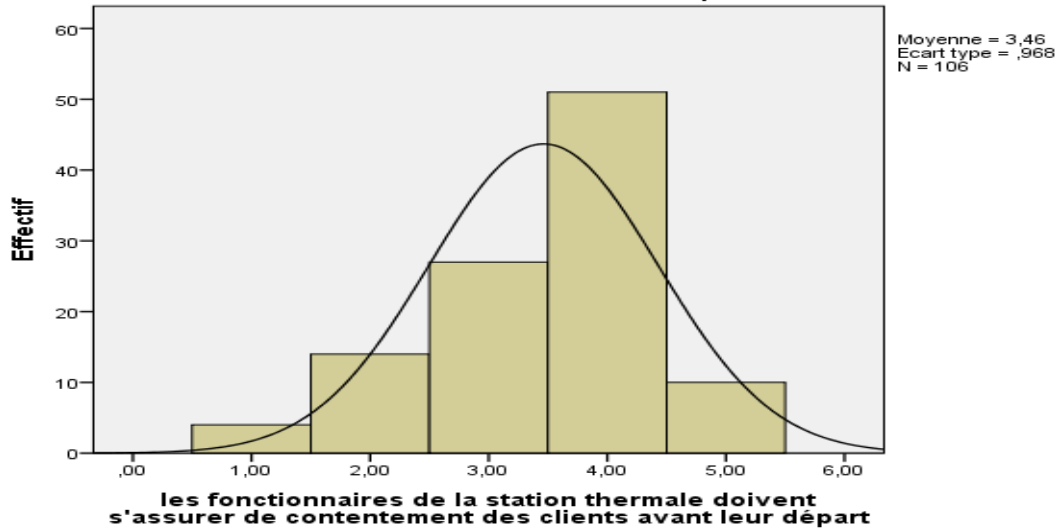
المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)
سؤال رقم 3: موظفو المؤسسة الحموية يتأكدون من رضا العميل قبل انصرافه
الجدول 3-33:

		العينة	النسبة المئوية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية المتراكمة
Valid e	غير موافق بشدة	4	3,8	3,8	3,8
	غير موافق	14	13,2	13,2	17,0
	محايد	27	25,5	25,5	42,5
	موافق	51	48,1	48,1	90,6
	موافق بشدة	10	9,4	9,4	100,0
	المجموع	106	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)
التفسير: نلاحظ من خلال الجدول أن معظم السياح موافقون حيث بلغت نسبتهم 48.1 % ،
أما محايدون قدرت نسبتهم بـ 25.5 % ، تليها نسبة غير موافقون بشدة بنسبة 13.2 % و النسبة الضئيلة مثلتها فئة موافقون بشدة و غير موافقون بشدة على التوالي 9.4 % ، 3.8 % .

الشكل رقم 3-33 : موظفو المؤسسة الحموية يتأكدون من رضا العميل قبل انصرافه

les fonctionnaires de la station thermique doivent s'assurer de contentement des clients avant leur départ



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

المطلب الثالث: موقف الزبائن من ترقية السياحة الحموية

الجزء الثالث : أسئلة تتعلق بترقية السياحة الحموية - حمام بوججر -

سؤال رقم 1: تطور السياحة الحموية مرتبط باستخدام تجهيزات و معدات متطورة

الجدول 3-34:

		العينة	النسبة المئوية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية متراكمة
Valid e	غير موافق بشدة	9	8,5	8,5	8,5
	غير موافق	11	10,4	10,4	18,9
	محايد	11	10,4	10,4	29,2
	موافق	49	46,2	46,2	75,5
	موافقون بشدة	26	24,5	24,5	100,0
	المجموع	106	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

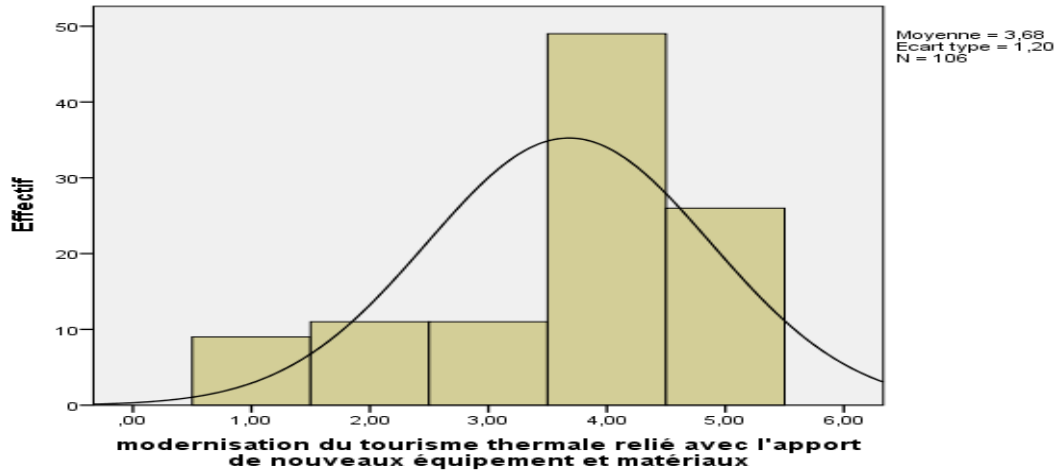
التفسير : نلاحظ من خلال الجدول أن معظم السياح موافقون حيث بلغت نسبتهم 42.2% ،

أما موافقون بشدة 24.5%. تليها نسبة غير موافقون و المحايدون بنسبة متساوية قدرت ب

10.4% و غير موافقون بشدة بنسبة 8.5%.

الشكل رقم 3-34 : تطور السياحة الحموية مرتبط باستخدام تجهيزات و معدات متطورة

modernisation du tourisme thermique relié avec l'apport de nouveaux équipement et matériaux



المصدر : من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

سؤال رقم 2: التكفل الجيد بالسياح القادمين للاستفادة من خدمات المؤسسة الحموية

ولائهم و وفائهم

الجدول رقم 3-35:

		العينة	النسبة المئوية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية المتراكمة
Valid e	غير موافق بشدة	3	2,8	2,8	2,8
	غير موافق	5	4,7	4,7	7,5
	محايد	18	17,0	17,0	24,5
	موافق	49	46,2	46,2	70,8
	موافق بشدة	31	29,2	29,2	100,0
	المجموع	106	100,0	100,0	

المصدر : من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

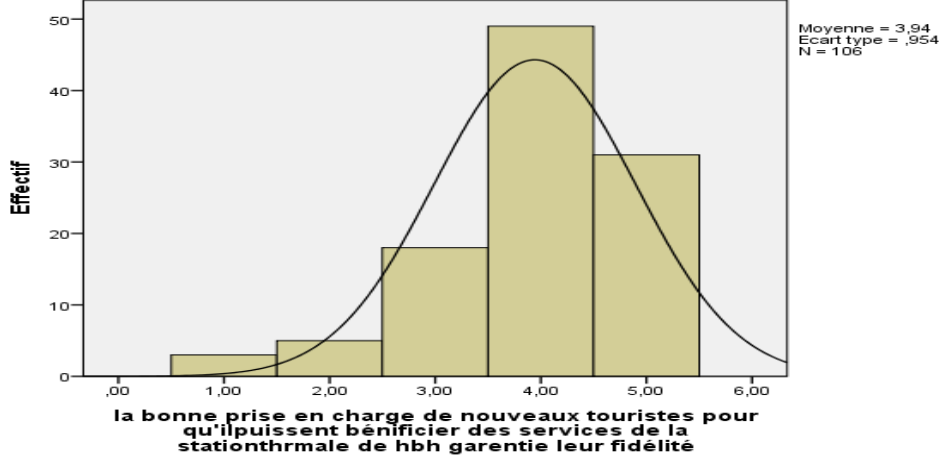
التفسير : نلاحظ من خلال الجدول أن معظم السياح موافقون حيث بلغت نسبتهم 46.2% ،

أما موافقون بشدة 29.2%. تليها نسبة المحايدون بنسبة قدرت ب 17% و غير موافقون بنسبة

4.7%. غير موافقون بشدة بنسبة 2.8% .

الشكل رقم 3-35 : التكفل الجيد بالسياح القادمين للاستفادة من خدمات المؤسسة الحموية ولائهم و وفائهم

la bonne prise en charge de nouveaux touristes pour qu'ilpuissent bénéficier des services de la stationthrmale de hbh garantie leur fidélité



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

سؤال رقم 3: نجاح السياحة الحموية مرتبط بتوفير الأمان في المنطقة الحموية

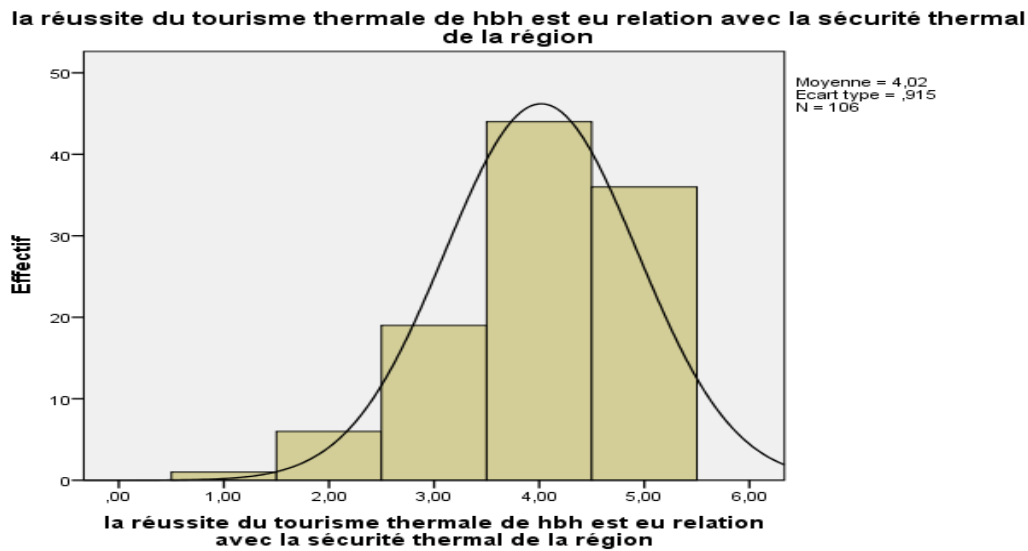
الجدول رقم 3-36:

		العينة	النسبة المئوية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية المتراكمة
Valid e	غير موافق بشدة	1	,9	,9	,9
	غير موافق	6	5,7	5,7	6,6
	محايد	19	17,9	17,9	24,5
	موافق	44	41,5	41,5	66,0
	موافق بشدة	36	34,0	34,0	100,0
	المجموع	106	100,0	100,0	

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

التفسير : نلاحظ من خلال الجدول أن معظم السياح موافقون حيث بلغت نسبتهم 41.5% ، أما موافقون بشدة 34%. تليها نسبة المحايدون بنسبة قدرت ب 17.9% ، و غير موافقون بنسبة 9%. غير موافقون بشدة بنسبة 5.7%

الشكل رقم 3-36 : نجاح السياحة الحموية مرتبط بتوفير الأمان في المنطقة الحموية



المصدر : من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

سؤال رقم 4: تعاون موظفي المؤسسة الحموية مع السياح القادمين إنها تعكس صورة جيدة لسمعتها

جدول رقم 3-37:

		العينة	النسبة المئوية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية المتراكمة
Valid e	غير موافق بشدة	3	2,8	2,8	2,8
	غير موافق	2	1,9	1,9	4,7
	محايد	14	13,2	13,2	17,9
	موافق	55	51,9	51,9	69,8
	موافق بشدة	32	30,2	30,2	100,0
	المجموع	106	100,0	100,0	

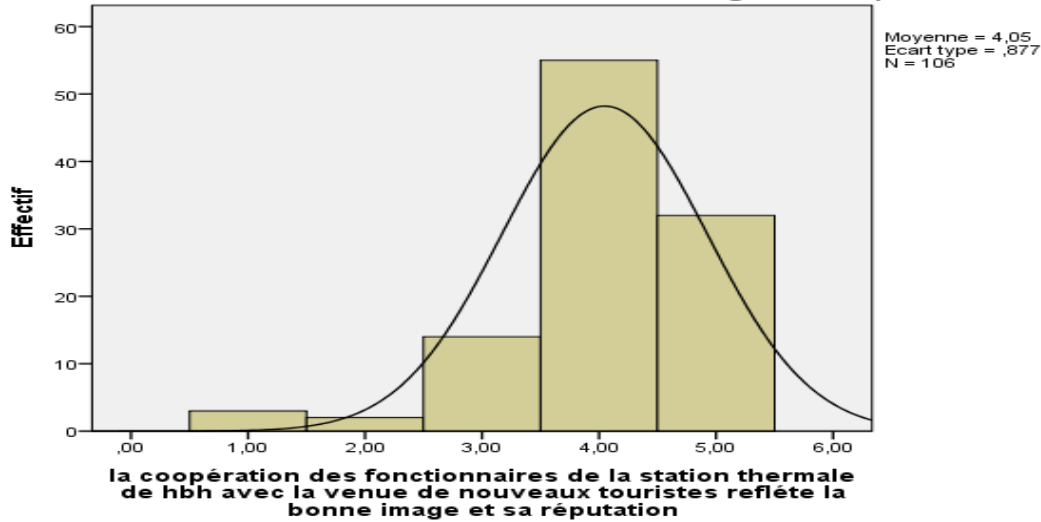
المصدر : من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

التفسير : نلاحظ من خلال الجدول أن معظم السياح موافقون حيث بلغت نسبتهم 51.9% ، أما موافقون بشدة 30.2%. تليها نسبة المحايدون بنسبة قدرت ب 13.2% ، و غير موافقون بشدة بنسبة 2.9%. غير موافقين ب بنسبة 1.9% .

الشكل رقم 3-37 : تعاون موظفي المؤسسة الحموية مع السياح القادمين إنها تعكس صورة

جيدة لسمعتها

la coopération des fonctionnaires de la station thermale de hbh avec la venue de nouveaux touristes reflète la bonne image et sa réputation



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

سؤال رقم 3-5: لباقة عمال المؤسسة الحموية- حمام بوحجر- تساهم في كسب ولاء السياح

جدول رقم 3-38:

		العينة	النسبة المئوية	النسبة المئوية الصالحة	النسبة المئوية المتراكمة
Valid e	غير موافق بشدة	4	3,8	3,8	3,8
	غير موافق	6	5,7	5,7	9,4
	محايد	13	12,3	12,3	21,7
	موافق	50	47,2	47,2	68,9
	موافق بشدة	33	31,1	31,1	100,0
	المجموع	106	100,0	100,0	

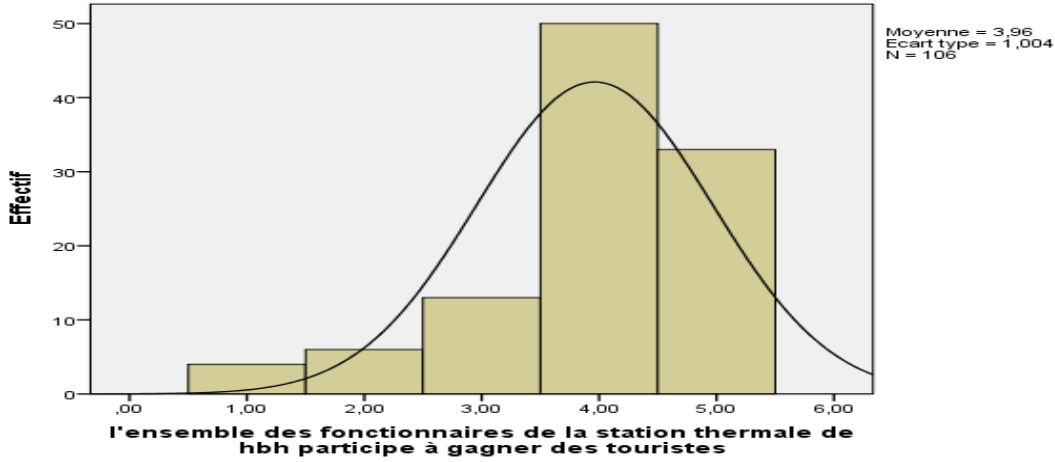
المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

التفسير: نلاحظ من خلال الجدول أن معظم السياح موافقون حيث بلغت نسبتهم 47.2% ، أما موافقون بشدة 31.1%. تليها نسبة المحايدون بنسبة قدرت ب 12.3% ، و غير موافقون بنسبة 5.7%. غير موافقين ب بنسبة 3.8% .

الشكل رقم 3-38 : لباقة عمال المؤسسة الحموية- حمام بوحجر- تساهم في كسب ولاء

السياح

l'ensemble des fonctionnaires de la station thermale de hbh participe à gagner des touristes



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

المتوسط الكلي:

جدول رقم 3-39: المتوسط الحسابي لمحور جودة الخدمات المقدمة في المؤسسة الحموية

البيان	القيمة
المتوسط الحسابي	3.1199

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

جدول رقم 3-40: المتوسط الحسابي لمحور بترقية السياحة الحموية

البيان	القيمة
المتوسط الحسابي	3.0736

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

التفسير: يوضح الجدولين أعلاه المتوسط الحسابي لكل من محور جودة الخدمة المقدمة و ترقية

السياحة الحموية ،نرى قيمة المتوسط الحسابي لجودة الخدمات (3.11) والتي تدل على موافقة أفراد العينة على فكرة استخدام جودة الخدمات.....،بينما بلغ المتوسط الحسابي لمحور ترقية السياحة الحموية (3.07)و الذي يدل على أن معظم الإجابات كانت بموافق .
مما سبق نستنتج أن أفراد العينة متقبلين فكرة استخدام جودة الخدمات و لكن ثقتهم في ترقية السياحة الحموية .

اختبار الفرضية:

سنحاول باستخدام طرق إحصائية مختلفة باختبار فرضية الدراسة و المثلثة في "وجود علاقة ارتباط قوية بين جودة الخدمات و السياحة الحموية " ذلك من خلا معرفة نوع العلاقة بين المتغيرين : المستقل و التابع .

-معرفة العلاقة بين المتغيرين : من خلال حساب معامل الارتباط بيرسون.

-معامل الارتباط:

جدول رقم 3-41: معامل ارتباط بيرسون

	جودة الخدمات	السياحة الحموية
جودة الخدمات	Corrélation de Pearson	1
	Sig (bilatérale)	,608
	N	106
السياحة الحموية	Corrélation de Pearson	,608
	Sig (bilatérale)	1
	N	106

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج البرنامج الإحصائي (spss 20)

جدول رقم 3-42: يبين العلاقة بين المتغير المستقبل و التابع

1	0.70 إلى 0.99	0.50 إلى 0.69	0.1 إلى 0.49	0
ارتباط طردي تام	ارتباط طردي قوي	ارتباط طردي متوسط	ارتباط طردي ضعيف	لا يوجد ارتباط

التفسير : إذا قارنا معامل Pearson مع الجدول أعلاه نجد أن قيمتها $r = 0.608$ و هي قيمة بعيدة عن الصفر قليلا أي أنه نجد ارتباط متوسط و هذا و هذا يدل على وجود علاقة بين جودة الخدمات و السياحة الحموية بناء على البيانات المجمعة من أفراد العينة و بالتالي فإن الفرضية : إن الخدمات السياحية و عناصر الجذب السياحية تعد ركائز أساسية لقيام السياحة وهناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمات و تطوير السياحة الحموية و بالتالي فهي صحيحة .

خلاصة الفصل :

قمنا من خلال هذا الفصل باستخدام معامل الارتباط و الذي أردنا من خلاله معرفة العلاقة التي تربط بين جودة الخدمات و السياحة الحموية، و تطبيقها على المؤسسة الحموية حمام بوحجر، و الذي يشمل على مجموعة من الخدمات منها الصحية بالإضافة إلى تجهيزات صحية تتمثل في المستلزمات علاجية باستخدام المياه المعدنية الصحية، إضافة إلى خدمات الإقامة و الإطعام و الترفيه. نلاحظ أن الخدمات المقدمة في المؤسسة الحموية لحمام بوحجر تأثير جد فعال على ترقية السياحة الحموية و النهوض بها و هذا حسب جودة تقديمها بمختلف أبعادها ، هذا ما وافقتنا عليه عينة الدراسة كما اعتبرتها شروط لنجاح السياحة الحموية ، إضافة إلى إشارتهم لبعض النقائص التي تواجه المؤسسة الحموية خاصة داخل الحمام .

و تضمن هذا الفصل نتائج الدراسة التطبيقية التي تم التوصل إليها من خلال فرضية البحث بالاعتماد على بعض الأساليب الإحصائية كالتكرارات و النسب المئوية، المتوسطات الحسابية ، و تم التأكد من صحة الفرضية بأن هناك علاقة ارتباط متوسط بين جودة الخدمات و السياحة الحموية .

خاتمة

عامّة

الخاتمة العامة:

من خلال دراستنا لهذا البحث تبين لنا بأن السياحة الحموية شهدت في الآونة الأخيرة اهتمامها متزايدا باعتبارها أصبحت احد موارد التنمية، و ليس من المستغرب أن يكون لها فلسفتها و مداخلها، و تعتبر جودة الخدمات من أهم هذه المداخل على الإطلاق. و من هذا المنطلق أظهرت المؤسسات الحموية اهتماما كبيرا بعامل الجودة في الخدمات باعتبارها تقوم على مبادئ و أسس تلتزم بها كافة الأطراف للوصول إلى أفضل اداء ممكن حيث تعتبر عامل أساسي لتقييم أي مؤسسة حموية بحكم المنافع التي تقدمها و طبيعة الخصائص التي تمتاز بها تمثل إستراتيجية تنمية لصناعة السياحة الحموية .

نتائج الدراسة :

- بعد معالجتنا لمختلف جوانب الموضوع النظرية و التطبيقية توصلنا إلى الإجابة على التساؤلات المطروحة كإشكالية البحث، فرضياته، فتمثلت نتائج البحث فيما يلي:
- 1- جودة الخدمات هي معيار لدرجة تطابق الأداء الفعلي مع توقعات العملاء لهذه الخدمة و بشكل مستمر مما يضمن الرضا الدائم للمستنفدين، و يحقق للمؤسسة ميزة تنافسية لأن التعرف على توقعات العملاء و إدراكا تم للخدمة يمثل جوهر أي برنامج فعال لتحسين الجودة و هذا الاعتماد على الاستخدام المستمر للبحوث من أجل تحقيق مستوى جودة خدماتها. وهذا يثبت صحة الفرضية الأولى؛
 - 2- إن تحقيق جودة الخدمات أصبح هدفا يراود المؤسسات مهما كان نوعها إنتاجية أو خدمية، وهذا من أجل تخفيض التكاليف و اكتسابها ميزة تنافسية و لتقديم الخدمات بجودة عالية لترضي حاجات و رغبات العملاء؛
 - 3- تنبته العديد من الدول إلى أهمية السياحة الحموية فعملت على تطوير مجموعة المرافق العلاجية ، بالإضافة إلى تطوير خدمات ذات جودة عالية مستغلة بذلك مناطق الجذب السياحي و توفير التسهيلات و الخدمات السياحية الأخرى المساندة لها .

- 4- تساهم جودة الخدمات في ترقية السياحة الحموية ، حيث أظهرت نتائج الاستبيان على وجود علاقة خطية عند مستوى الدلالة $\alpha=0.85$ بين جودة الخدمات في أبعادها (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف) و دورها في تنمية السياحة الحموية .وهذا ما يثبت صحة الفرضية الثانية.
- 5- أظهرت نتائج الاستبيان في توافق آراء السياح الوافدين للمؤسسة الحموية حمام بوحجر على مدى مساهمة جودة الخدمات في تطوير السياحة الحموية.

الاقتراحات:

- على ضوء ما استنتجنا من خلال بحثنا ودراستنا الميدانية يمكن تقديم الاقتراحات التالية:
- زيادة التفعيل و المتابعة من الوزارات المختصة لترقية و رفع المستوى الرقابي للمؤسسات الحموية و ذلك لعدم التزام المنشآت باشتراطها السلامة و تدني مستوى النظافة؛
 - إيجاد معايير و اشتراطات لتوظيف العاملين بالمؤسسات الحموية؛
 - الحاجة إلى توفير التواصل بين الوزارة المختصة و المؤسسات الحموية في كل منطقة لرفع مستوى جودة الخدمات عن طريق عقد ندوات و الدورات و توزيع نشرات إرشادية و هذا لتطوير السياحة الحموية بالجزائر؛
 - إقامة برامج التدريبية التي تركز على تنمية المهارات السلوكية لمقدمي الخدمات في التعامل مع السياح؛
 - ضرورة اهتمام المؤسسات الحموية بالأبعاد الخاصة بجودة الخدمات؛
 - الالتزام بجهود التحسين المستمر على جودة الخدمات المقدمة في المؤسسات الحموية ؛
 - تأليف لجنة تضم ممثلين عن الفنادق و المطاعم و شركات السياحة و بعض المختصين في السياحة الحموية لوضع إستراتيجية تحت إشراف الجهات المعنية لتطوير الخدمات فيما يخص السياحة الحموية؛

آفاق الدراسة:

أثارت انتباهنا ونحن نختتم هذا البحث في هذا المجال ، نأمل أن تكون هذه الدراسة مدخل لطرح مواضيع أكثر تخصصا في هذا المجال لو يعالجوها باحثون آخرون في المستقبل ، و تتمثل في الإشكاليات التالية:

- ما مدى مساهمة المورد البشري في تطوير السياحة الحموية؟

- ما هو واقع جودة الخدمات في المؤسسات الحموية بالجزائر؟

قائمة

الملاحق

قائمة الملاحق :

الصفحة	عنوان الملاحق	رقم
الفصل الثاني		
	المحطات المعدنية	1
الفصل الثالث		
	الاستبيان	2

قائمة

المراجع

المرجع باللغة العربية :

المصادر :

القران الكريم : سورة التوبة

الكتب:

- 1** عبد العزيز مخيمر و آخرون،الاتجاهات الحديثة في إدارة المستشفيات مفاهيم و تطبيقات، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر 2003 .
- 2** قاسم نايف علوان المحيماوي، إدارة الجودة الشاملة و متطلبات الإيزو 9001،200، دار الثقافة للنشر و التوزيع ،عمان ،2005 .
- 3** مأمون الدراكة و آخرون، المنظمات الحديثة ،الطبعة الأولى ، دار الصفاء للنشر و التوزيع، عمان 2002.
- 4** مجيد شاكر و آخرون،إدارة الجودة الشاملة، تطبيقات في صناعة التعليم ،دار الصفاء للنشر و التوزيع ،الطبعة الثانية ، عمان 2015 .
- 5** مأمون السلطي و آخرون،دليل عملي تطبيق أنظمة الإيزو 9000، دار الفكر المعاصر ،الطبعة الأولى دمشق 1999.
- 6** محمد صالح مؤذن،مبادئ التسويق ،جامعة الزرقاء الأهلية 1999.
- 7** هاني حامد الضمور ، تسويق الخدمات ،دار وائل للنشر ،الطبعة الثالثة ، الأردن 2005.

المذكرات و الأطروحات:

أطروحات الدكتوراه

- 1-** بوحنيقية قاوي، إدارة الجودة الموارد البشرية في المؤسسات التعليم العالي في ظل المتغيرات الدولية: حالة الأستاذ الجامعي الجزائري، أطروحة الدكتوراه في العلوم السياسية، فرع تنظيم سياسي و إداري، جامعة الجزائر غير منشورة، الجزائر 2006-2007 .

رسائل ماجستير:

- 1-** بوبكر عباسي ،دورة التكوين الداخلي في تطوير جودة الخدمة الفندقية ،مذكرة ماجستير، غير منشورة جامعة قاصدي مرباح ورقلة 2009.
- 2-** بوزيد فاطمة الزهراء، الوضعية السياحية و العلاجية لحمام الصالحين، مذكرة تخرج من الدرة العليا الوطنية للسياحة ،الجزائر، جوان 2009.
- 3-** بوعنان نور الدين، جودة الخدمات و أثرها على رضا العملاء ، مذكرة الماجستير، جامعة محمد بوضياف المسيلة 2007.
- 4-** تلاخي فضيلة، دور الحمامات المعدنية في ترقية السياحة بالجزائر ،مذكرة تخرج من المدرسة العليا الوطنية للسياحة ،الجزائر 2004.
- 5-** سالم علي ، السياحة الحموية في الجزائر،مذكرة تخرج من الدرة العليا الوطنية للسياحة ،الجزائر 2007.
- 6-** صليحة رقاد ،تقسيم جودة الخدمة من وجهة نظر الزبون،مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية ،إدارة الأعمال،جامعة الحاج لخضر ،باتنة.

المجالات :

- 1** حسان القضاة و أخون،السياحة العلاجية و أثرها على الاقتصاد الوطني، الأردن ،
مجلة القدسية العلوم الإدارية و الاقتصادية ،المجلة 11 العدد4 سنة 2009.

الجريدة الرسمية:

- 1** الجريدة الرسمية العدد3-1، (صفر 1428،21 فبراير 2007) الجزائر .
- 2** الديوان الوطني للسياحة،حمامات معدنية ،منتوج خاص مجلة الجزائر للسياحة العدد33
_مطبعة الديوان دون سنة النشر).
- 3** المرسوم التنفيذي رقم 7-69 مؤرخ أول صفر 1428 موافق ل 19 فبراير 2007،
الجريدة الرسمية العدد77.

- 1-Bouras Belkacem, Le thermal concept scientifique et harmonieux des différentes fonctions d'une station thermal, ENST, Alger 1992.
- 2-Barrdelay p, schilliger, la cure thermal, édition, roche, France 1989.
- 3-Daniel duret, Maurice Pillet, qualité en production : d'Iso 9000 a six sigmas ,2^{eme} édition, édition d'organisation IMTER, Paris 2002.
- 4-Eric Vogler, Management Stratégique des services, édition du nord, Paris 2004.
- 5-Félix Fortune, le Thermalisme maloine, SA, Paris1975.
- 6-George le Blanc, Tourisme de santé (janvier2002) édition touristique, Paris 1990.
- 7- J.Multan, Politique, incitation, Gestion et Contrôle Collection science Agro-alimentaire, squal, technique documentation, la voisier 1994.
- 8-Kassdi, Hassiba, Tekouk Mehla, Développement du Tourisme de Santé Dans Pole D'excellence ouest, École National supérieur tourisme, Alger 2008.
- 10-Ministère du Tourisme, Mise en Œuvre de la Stratégie de développement Touristique, el Horizon 2025.
- 11-Ministère de tourisme, presse thermal et climatique 2007.
- 12-Nomonr, Management des service ,édition IMTER, paris1994.

الصفحة	الفهرس
	دعاء
	شكر و عرفان
	اهداء
	قائمة الجداول
	قائمة الأشكال
	مقدمة عامة
الفصل الأول: جودة الخدمات	
2	تمهيد
3	المبحث الأول: أساسيات في الجودة
3	المطلب الأول: مفهوم الجودة، تطورها
5	المطلب الثاني: مقاييس الجودة
7	المطلب الثالث: متطلبات الجودة
9	المبحث الثاني: مميزات الخدمات
9	المطلب الأول: دورة حياة الخدمة، طرق تقديمها
12	المطلب الثاني: تصنيف الخدمات، عناصر تقديمها
16	المطلب الثالث: خصائص الخدمات، أهميتها
19	المبحث الثالث: جودة الخدمات
19	المطلب الأول: ماهية جودة الخدمة
20	المطلب الثاني: أبعاد جودة الخدمة، طرق قياسها
24	المطلب الثالث: خطوات تحقيق الجودة في خدمة الزبائن
28	خلاصة الفصل
الفصل الثاني: السياحة الحموية	
30	تمهيد
31	المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول الحمامات المعدنية

31	المطلب الأول: ماهية الحمامات المعدنية
35	المطلب الثاني: واقع الحمامات المعدنية بالجزائر
44	المطلب الثالث: أساليب التنمية السياحية الحموية في الجزائر
49	البحث الثاني: أساسيات السياحة الحموية
49	المطلب الأول: أهمية السياحة الحموية
50	المطلب الثاني: الأهداف الاقتصادية للسياحة الحموية
51	المطلب الثالث: الأهداف الاجتماعية للسياحة الحموية
53	المبحث الثالث: دور السياحة الحموية
53	المطلب الأول: الوظيفة الفندقية في المحطة
55	المطلب الثاني: الوظيفة الطبية
57	المطلب الثالث: دور السياحة الحموية في تقدم الاقتصاد الوطني
59	خلاصة الفصل
الفصل الثالث: تأثير جودة الخدمات في تطوير السياحة الحموية -حمام بوحجر-	
61	تمهيد
62	المبحث الأول: النظرة الاستطلاعية لولاية عين تموشنت
62	المطلب الأول: الوضع الاقتصادي والثقافي لولاية عين تموشنت
64	المطلب الثاني: المؤسسة الحموية حمام بوحجر وهيكلها التنظيمي
67	المطلب الثالث: الخدمات والمقومات السياحية بالمحطة المعدنية -حمام بوحجر-
71	المبحث الثاني: الإجراءات المنهجية للبحث
71	المطلب الأول: تحديد منهج البحث
72	المطلب الثاني: مجتمع البحث وخصائصه
73	المطلب الثالث: الأدوات المستخدمة في المؤسسة الحموية
75	المبحث الثالث: موقف الزبائن من خدمات المؤسسة الحموية و ترقيتها
75	المطلب الأول: توزيع العينة حسب المعلومات الشخصية
104	المطلب الثاني : موقف الزبائن من جودة الخدمات المقدمة في المؤسسة الحموية

88	المطلب الثالث: موقف الزبائن من ترقية السياحة الحموية
111	خلاصة الفصل
112	الخاتمة العامة
	قائمة الملاحق
	قائمة المراجع
	الفهرس
	ملخص

ملخص:

تهتم هذه المذكرة و المعلونة ب: جودة الخدمات في ترقية السياحة الحموية "دراسة حالة المؤسسة الحموية لحمام بوحجر"، و التي تمحورت الإشكالية التالية: ما اثر جودة الخدمات في ترقية السياحة الحموية ؟ و للإجابة عليها تمت الدراسة الميدانية على مستوى المؤسسة الحموية - حمام بوحجر- و من خلالها توصلنا إلى انه هناك علاقة إيجابية بين جودة الخدمات و دورها في ترقية السياحة الحموية .

الكلمات المفتاحية :

جودة الخدمات ، السياحة الحموية، ترقية السياحة الحموية

Résumé :

L'intitulé de cette recherche vise à "service des qualités dans la promotion du tourisme thermal"

Etude de cas de la station thermal de la ville De Hammam Bou-hdjar *Ain

T'éémouchent*, révèle le dilemme suivant :

-Quel impact de la qualité des services dans la promotion du tourisme thermal ?

Et en réponse à ce dernier l'étude a révélé sur l'ensemble de la station thermale -HBh- qu'il ya une relation position entre la qualité de service et son rôle dans la revitalisation des services touristique.

Mots Clés :

Service Thermal, Tourisme thermal, promotion du tourisme thermal.

Summary :

Interested in This note Under the title: service quality upgrade cures ' febrile enterprise case study for hammam bouhjar ', which centered around the following problem: what impact service quality upgrade cures?

And to answer them was field study on febrile Enterprise – hammam bouhjar– and through it we reach there is a positive Relationship between service quality and its role in upgrading cures.

Key words:

Service quality, cures, upgrade cures