

تقييم جودة الخدمات الفندقية ومستوى رضا الزبائن عنها: دراسة حالة

تقييم جودة الخدمات الفندقية ومستوى رضا الزبائن عنها: دراسة حالة

الأستاذة الدكتورة: الهام يحياوي

أستاذة محاضرة بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
جامعة باتنة 1، الجزائر

الدكتورة: ليلي بوحديد

أستاذة محاضرة بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
جامعة باتنة 1، الجزائر

المستخلص:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على ماهية الخدمات الفندقية، والتطرق إلى تقييم جودة الخدمات الفندقية وعلاقتها برضا الزبائن، وإبراز واقع مستوى جودة الخدمات الفندقية ورضا الزبائن عنها من خلال التطرق إلى دراسة حالة لإحدى الفنادق الجزائرية وهو فندق سليم بولاية باتنة.

وقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها أن أفراد عينة الدراسة يقيمون الخدمات الفندقية المقدمة لهم بفندق سليم من ناحية كل معيار من معايير جودة الخدمة، تقييما ايجابيا، وعدم وجود فوارق بين آراء وانطباعات أفراد عينة الدراسة نحو جودة الخدمات الفندقية المقدمة باختلاف: الجنس، السن، المستوى التعليمي، الدخل الشهري، مكان الإقامة، سبب الإقامة في الفندق، مدة الإقامة.

الكلمات المفتاحية: الخدمات الفندقية، تقييم جودة الخدمات الفندقية، رضا الزبائن، فندق سليم بولاية باتنة.

Abstract:

This study aims to identify the nature of hotel services, and addressed to evaluation the quality of hotel services and its relationship with the consent of customers, and to highlight the reality of the quality of hotel services and customer satisfaction by the level by addressing the case of one of the Algerian hotels study a salim hotel in batna province.

The study found a number of most important results that the study sample evaluation hotel services provided to them salim hotels in terms of every standard of quality of service standards, a positive assessment, and the lack of differences between the opinions and impressions of the study sample about the quality of hotel services provided depending on gender, age , education level, monthly income, place of residence, the reason for hotel accommodation, length of stay.

Key words: Hotel services, evaluation the quality of hotel services, customer satisfaction, salim hotel in batna province.

تقييم جودة الخدمات الفندقية ومستوى رضا الزبائن عنها: دراسة حالة

أولاً: الجانب المنهجي للدراسة

1. مقدمة:

تحتل الخدمات الفندقية مكانة بارزة نظراً لأهميتها في تنمية القطاع السياحي الذي له دور كبير في التنمية الاقتصادية، فالخدمات الفندقية تمثل ضرورة اقتصادية لبناء كيان سياحي جذاب.

ولقد بدأ القطاع الفندقي بداية متواضعة حتى وصل إلى مركز من الأهمية في الاقتصاد الوطني لبعض الدول المتطورة، ويتصف بكونه أحد الواجهات المهمة في الحركة السياحية والتي ترتبط برفاهية وثقافة البلد، وتساهم في الحصول على العملات الصعبة التي يدفعها السائح.

يشغل موضوع الجودة مكان الصدارة في الخطط الإستراتيجية لأي مؤسسة خدمية بوصفها إحدى أهم الأسبقيات التنافسية، بسبب التنافس في سبيل الوصول إلى أكبر شريحة ممكنة من الزبائن، وعليه، فإن الإعداد والتهيئة للجودة ليست بالشيء اليسير، إذ أن هذا الأمر يحتاج إلى إمكانيات وكفاءات وخبرات في المجالات كافة.

وبالرغم من هذه الأهمية المتزايدة للقطاع الفندقي في العديد من دول العالم، إلا أننا نجد في الجزائر لم يرتق بعد إلى مستوى الأهداف المرجوة منه، إذا ما قورنت بالبلدان المجاورة، ذلك أن الجزائر لازالت تعاني من عدة نقائص ومشاكل في مجال الفندقية، نظراً للتأخر الشديد الذي عرفته والذي تعددت أسبابه وظروفه التي حالت دون تقدم هذا القطاع في الجزائر مما أدى عرقلة البلاد عن استغلال مواردها في هذا المجال.

ومع هذه الأهمية البالغة للقطاع الفندقي، فإن الفنادق الجزائرية مطالبة أكثر من أي وقت مضى بتحسين جودة ما تقدمه من خدمات وأن تعرف بإمكانيات الجزائر في هذا المجال وهذا لا يتحقق إلا من خلال التقييم الفعال للجودة المدركة لخدماتها الفندقية، ومن ثم تحسينها وتطويرها، والذي يعتبر أحد السبل لتمكين من إرضاء زبائنهم مع ضمان المكانة في القطاع الفندقي العالمي.

2. مشكلة الدراسة:

إن التعرف على مستوى جودة الخدمات المقدمة في الفنادق من وجهة نظر الزبون، سيوفر لها معلومات عن مراكز القوة التي يجب تنميتها ونقاط الضعف التي يجب معرفة أسبابها ومحاولة معالجتها، لكي تتمكن من كسب رضا زبائنهم والارتقاء بمستوى أدواتها.

بناءً عليه، يمكن طرح مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي:

ما هو مستوى جودة الخدمات الفندقية التي يقدمها فندق سليم بولاية باتنة ومدى رضا زبائنه؟

ويندرج تحت هذا التساؤل الرئيسي التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هي جودة الخدمات الفندقية؟

تقييم جودة الخدمات الفندقية ومستوى رضا الزبائن عنها: دراسة حالة

– ما هي المعايير المستخدمة لتقييم جودة الخدمات الفندقية بفندق سليم بولاية باتنة؟

– ما مدى رضا الزبائن عن جودة الخدمات الفندقية بفندق سليم بولاية باتنة؟

3. أهمية الدراسة:

تعتبر الخدمات الفندقية عنصرا مهما لإحداث التنمية الاقتصادية لأي بلد، لكونها مرتبطة بالسياحة، فلقد أصبحت دول العالم تتسابق في تقديم أحسن الخدمات الفندقية وبجودة عالية للزبائن، والعمل على تطوير هذا القطاع بتزويده بالوسائل التكنولوجية الحديثة، وكذلك فتح معاهد لتكوين وإنشاء جيل جديد من صناع الفنادق، إيماننا منها بأهمية قطاع الفنادق في إبراز التراث الثقافي، وبناء قطاع سياحي مثمر.

وعليه، تبرز جليا أهمية هذه الدراسة من خلال التعرف على مستوى جودة الخدمات المقدمة في الفنادق الجزائرية من وجهة نظر الزبون، من أجل تحسينها وتطويرها وذلك بالتطرق إلى دراسة حالة فندق سليم بولاية باتنة.

4. أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف أهمها:

- التعرف على ماهية الخدمات الفندقية.
- التطرق إلى تقييم جودة الخدمات الفندقية وعلاقتها برضا الزبائن.
- إبراز واقع مستوى جودة الخدمات الفندقية ورضا الزبائن عنها من خلال التطرق إلى دراسة حالة لإحدى الفنادق الجزائرية وهو فندق سليم بولاية باتنة.

5. فرضية الدراسة:

بناء على التساؤلات المطروحة وللإجابة على الإشكالية المطروحة، تم وضع الفرضية الرئيسية التالية:
يقيم أفراد عينة الدراسة (الزبائن) الخدمات الفندقية المقدمة لهم من ناحية معايير جودة الخدمة، تقييما إيجابيا.

6. منهج الدراسة:

تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي في الإجابة على أسئلة الدراسة، حيث تم الرجوع في الجانب النظري إلى مصادر المعلومات الثانوية من كتب ومجلات علمية باللغتين العربية والأجنبية، بالإضافة إلى المواقع الإلكترونية. أما في الجانب التطبيقي، فقد تم استخدام أداة الاستبيان بهدف التعرف على مستوى جودة الخدمات الفندقية المقدمة من طرف فندق سليم بولاية باتنة من وجهة نظر الزبائن ودرجة رضاهم عنها، وتم معالجة البيانات عن طريق برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS, version 20).

تقييم جودة الخدمات الفندقية ومستوى رضا الزبائن عنها: دراسة حالة

7. نموذج الدراسة:

يتشكل نموذج الدراسة من المتغير التابع المتمثل في رضا الزبائن، والمتغيرات المستقلة المتمثلة في المعايير الخمسة الأساسية لجودة الخدمات الفندقية وهي: الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان والتعاطف.

8. التعريفات الإجرائية لمتغيرات الدراسة:

- **الفنادق:** هي المكان الذي يستطيع المكوث فيه جميع أولئك الذين يحسنون التصرف ويستطيعون دفع أجور إقامتهم وتسليتهم والخدمات الأخرى كالطعام فيكون لهم بمثابة بيت مؤقت.¹
- **الخدمات الفندقية:** عبارة عن مزيج من العناصر منها المادية مثل الطعام والشراب وعناصر عاطفية إحساسية والتي بدورها تقسم إلى جزأين: الصورة الذهنية أو الطريقة التي يقدم الفندق من خلالها للعملاء الحاليين أو المرتقبين أو الطريقة التي يرى فيها العملاء الفندق والتي تعكسها نشاطات وممارسات وتوجهات الفندق المختلفة، وكذلك الجو العام للفندق أو ما يتوقعه العملاء أن يأخذ حيزاً في الفندق.²
- **جودة الخدمات الفندقية:** هي مجموعة من الصفات والخصائص والمنافع القيمة التي تتمتع بها الخدمة، بحيث تكون قادرة على تلبية مطالب الزبائن الحالية والمستقبلية وبسعر مناسب لتحقيق رضاهم وإسعادهم، ويتم ذلك من خلال مقاييس مسبقة لتقييم الخدمة وتحقيق صفة التميز فيها.³
- **رضا الزبائن:** تلبية حاجات ورغبات الزبائن.

ثانياً: الجانب النظري والدراسات السابقة

1. ماهية الخدمات الفندقية:

سنوضح ماهية الخدمات الفندقية من خلال التطرق إلى كل من: مفهوم الفنادق، تعريف الخدمات الفندقية، خصائص الخدمات الفندقية، أنواع الخدمات الفندقية كالآتي:

أ- مفهوم الفنادق:

لقد كان للفنادق عدة تسميات مثل التزل، الخانات أو الوكالات أو الخانات، وهي عبارة عن مباني مجهزة ومعدة لاستقبال الضيوف وإقامة التزل، حيث يجد فيها التريل الراحة والمأوى والمأكل والخدمة لمدة زمنية معينة مقابل أجر معلوم ومحدد.⁴ وقد وردت عدة تعريفات للفنادق أهمها ما يلي:

— عرفت الفنادق بأنها مكان يمكن إدارة المعاملات التجارية فيه فضلاً عن ذلك يفترض أن يكون مكاناً يتوقف عنده السياح ليتحولوا من مسافرين إلى ضيوف.⁵

— كما عرفت الفنادق بأنها مكان يتلقى فيه المسافر الملتزم بخدمات المأوى والطعام مقابل سعر محدد قادر على دفعه.⁶

بناءً على التعريفين السابقين، يمكن القول بأن الفنادق عبارة عن مكان معد بكل التجهيزات التي من شأنها توفير الراحة والمأكل والمأوى وحسن الخدمة للزبائن مقابل سعر محدد.

ب- تعريف الخدمات الفندقية:

لقد وردت العديد من التعاريف للخدمات الفندقية، أهمها ما يلي:

— عرفت الخدمات الفندقية على أنها الأنشطة غير المادية التي يمكن تقديمها بشكل منفصل وتوفر إشباع لرغبات وحاجات الضيوف، وليس بالضرورة أن ترتبط مع بيع منتج آخر وعند تقديم الخدمة لا يتطلب نقل الملكية.⁷

— كما عرفت بأنها مجموعة من الأنشطة المتداخلة بين العميل وموفر الخدمة، بحيث يسعى موفر الخدمة من أجل تحقيق مجموعة من المنافع الحقيقية للعميل، فعندما يشتري هذا الأخير غرفة في فندق فإنه يشتري سلعة ملموسة مثل السرير والأثاث لمدة محدودة تمثل فترة إقامته ولا ينتج عن ذلك تملكه لها، كما أنه يشتري أيضاً تجربة الفندق (جو الفندق، طريقة معاملة وأداء العاملين أو القائمين بالخدمة ومهاراتهم ومحفزاتهم) ليتحصل على حزمة المنافع، التي يكون البعض منها طبيعياً، مثل الراحة في سرير الفندق بينما يكون بعضها نفسياً مثل الاستمتاع والسعادة.⁸

تقييم جودة الخدمات الفندقية ومستوى رضا الزبائن عنها: دراسة حالة

بناء على التعريفين السابقين، يمكن القول بأن الخدمات الفندقية هي تلك الأنشطة التي ترتبط بإقامة وإيواء وإعاشة التزلاء بصرف النظر عن وسيلة هذه الإقامة أو الإعاشة، بهدف إشباع رغبتهم وتحقيق رضاهم، باعتبار ذلك أفضل طريقة لضمان استمرارية نشاط القطاع الفندقي وتنمية عائداته.

ج- خصائص الخدمات الفندقية:

إن خصائص الخدمات الفندقية لا تتعد عن الخصائص العامة للخدمات، والتي تتمثل فيما يلي:⁹

- اللاملموسية: يقصد بها "عدم رؤية، لمس أو تجريب الخدمة، هذا ما يدفع إلى صعوبة تصورها ذهنياً، كما يؤدي في الغالب لمعرفة غير دقيقة للنتيجة مسبقاً"¹⁰، ولتلافي هذه الصعوبة يجب البحث عن معايير تدل على جودة الخدمة مثل: مكان أداؤها، مقدمها والأجهزة المستخدمة.

- التلازمية أو عدم الانفصال: التلازمية مفهوم يتكون من بعدين، البعد الأول هو التلازمية بين الإنتاج والاستهلاك، فنجد الخدمات تباع أولاً ثم تنتج وتستهلك في نفس الوقت، أما البعد الثاني للتلازمية هو أن الاستفادة لا يمكن فصله في أغلب الحالات أثناء تقديم الخدمة.¹¹

- عدم التجانس في تقديم الخدمة: تتميز الخدمات بالتباين لاعتمادها على كفاءة ومهارة مقدمها، وكذا مكان وزمان تقديمها.

- عدم القابلية للتخزين: تتميز الخدمات بصفة عامة بعدم قابليتها للتخزين طالما أنها غير ملموسة.

- عدم تملك الخدمة: أي أن الخدمة لا تمتلك أو تنقل ملكيتها من المنتج إلى الزبون عند الاتفاق عليها. إلا أن الخدمة الفندقية تتميز بخصائص إضافية، وهي: السرعة في أداءها والطلب عليها غير قابل للتأجيل، صعوبة تحديد وتقييم جودة الخدمة، الاستمرارية.

د- أنواع الخدمات الفندقية:

مقارنة بعناصر السياحة الأخرى كالطعام والشراب والنقل والخدمات التكميلية، نجد أن الفنادق تتصف بالتنوع في الخدمات المطروحة للزبائن وخاصة في الفنادق الكبيرة ونسبياً في الفنادق الصغيرة، حيث تقدم الفنادق الخدمات التالية:¹²

- خدمات الإيواء: وتمثل جوهر الخدمة الفندقية لمختلف الدرجات وغيرها من أنواع الإيواء الأخرى، كالشقق الفندقية والقرى السياحية وغيرها، وينفق الضيف على هذه الخدمة حوالي 40% من ميزانيته السياحية.

- خدمات الطعام والشراب: يحتوي الفندق على العديد من أنواع المطاعم المتخصصة كالمطعم اللبناني والإيطالي والصيني وغيرها، وتشكل حوالي 29% من نفقات الضيف.

تقييم جودة الخدمات الفندقية ومستوى رضا الزبائن عنها: دراسة حالة

- **الخدمات الإضافية:** وهي الخدمات المساعدة التي تقدمها الفنادق، كخدمات تأجير السيارات والخدمات البنكية، خدمات النادي الفندقي، خدمات المسابح، خدمات رجال الأعمال والمؤتمرات والحفلات وغيرها من الخدمات الأخرى.

مما سبق، يمكن القول بأن الخدمات الفندقية يجب أن تتميز بالجودة لكي تشبع حاجات الزبائن، ولتكون نقطة جذب للسواح. وعليه، لا بد من معرفة جودة الخدمات الفندقية وتقييمها وعلاقتها برضا الزبون.

2. تقييم جودة الخدمات الفندقية وعلاقتها برضا الزبائن:

سنوضح جودة الخدمات الفندقية من حيث: المفهوم، أبعاد تقييمها وعلاقة الجودة بالرضا كالاتي:

أ- مفهوم جودة الخدمات الفندقية:

لقد وردت عدة تعريفات لجودة الخدمات الفندقية، أهمها:

- عرفت جودة الخدمات الفندقية من وجهة النظر الداخلية على أساس الالتزام بالموصفات التي تم تصميم الخدمة السياحية على أساسها بأنها تعبر عن وجهة نظر الإدارة، فيما تعبر وجهة النظر الخارجية عن مواقف الزبائن واتجاهاتهم إزاء ما تقدم لهم الفنادق من خدمات.¹³

- عرفت جودة الخدمات الفندقية بأنها مجموعة من الصفات والخصائص والمنافع القيمة التي تتمتع بها الخدمة، بحيث تكون قادرة على تلبية مطالب الزبائن الحالية والمستقبلية وبسعر مناسب لتحقيق رضاهم وإسعادهم، ويتم ذلك من خلال مقاييس مسبقة لتقييم الخدمة وتحقيق صفة التميز فيها.¹⁴

من خلال التعريفين السابقين، نجد من الصعوبة إيجاد تعريف محدد لجودة الخدمات الفندقية من زاوية واحدة، فالنظر إلى الجودة يتطلب أن يكون شاملاً وتلبي مطالب الزبائن ومختلف الأفراد الآخرين، ولذلك يجب أولاً تحديد الزبائن على اختلاف أشكالهم، ثم الوقوف على وجهات نظرهم في مسألة حسن الخدمة الفندقية المقدمة لهم ثانياً. ومن الأمور التي يتوقعها الزبائن لجودة الخدمة التي يطلبها هي سهولة الحصول على الخدمة بأقل وقت انتظار ممكن.

ب- أبعاد ومعايير تقييم جودة الخدمات الفندقية:

حتى تتمكن الفنادق من تقييم جودة خدماتها، فإنه يتعين عليها التعرف على معايير التقييم، والتي حددها عدد من الباحثين نذكر منهم (Berry, Parasuraman, Zeithmal, Taylor et Cronin) فيما يلي:¹⁵

- **الاعتمادية:** أي قدرة مقدم الخدمة على أداء الخدمات الفندقية بشكل يمكن من الاعتماد عليها وأيضاً بدرجة عالية من الدقة والصحة.

- **مدى إمكانية وتوفير الحصول على الخدمات الفندقية:** أي توفرها في الوقت المناسب، والمكان الذي يرغب الزبون، وسهولة الوصول إلى مكان تلقيها.¹⁶

- **الأمان:** أي درجة الشعور بالأمان والثقة في الخدمة المقدمة وبمن يقدمها.

تقييم جودة الخدمات الفندقية ومستوى رضا الزبائن عنها: دراسة حالة

- المصداقية: درجة الثقة بمقدم الخدمة.
 - درجة تفهم مقدم الخدمة لحاجات الزبون: أي مدى قدرة مقدم الخدمة على تفهم احتياجات الزبون وتزويده بالرعاية والعناية.
 - الاستجابة: مدى قدرة ورغبة واستعداد مقدم الخدمة بشكل دائم في تقديم الخدمة للزبائن عند احتياجهم لها.
 - الكفاءة: أي كفاءة القائمين على أداء الخدمة من حيث المهارات والمعرفة التي تمكنهم من أداء الخدمة.
 - الجوانب الملموسة: كثيرا ما يتم تقييم الخدمة بناء على التسهيلات المادية مثل الأجهزة، المظهر الداخلي للفنادق ومظهر العمال.
 - الاتصالات: أي تزويد الزبائن بالمعلومات وباللغة التي يفهمونها، وتقديم التوضيحات اللازمة حول طبيعة الخدمة وتكلفتها.
 - اللباقة: أي تمتع مقدمي الخدمات بروح الصداقة، الاحترام واللطف في التعامل والاستقبال الطيب مع التحية والابتسامة مع الزبائن.¹⁷
- في دراسة لاحقة، تمكن (Berry) وزملاؤه من دمج هذه المعايير العشرة في خمسة معايير فقط، هي: الجوانب الملموسة، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان والتعاطف.¹⁸ وقد أثبتت تلك الدراسة، أنه على الرغم من النظر إلى المعايير على أنها ضرورية، إلا أن الوزن النسبي لها يختلف بين الزبائن ومن مؤسسة خدمية لأخرى.
- ومن أجل تقييم جودة الخدمات الفندقية، تم تطوير مجموعة من المتغيرات الفرعية بحيث تشرح المعايير كما يوضحه الملحق رقم (01)، حيث يتبين من خلاله، أنه تم صياغة المتغيرات الخاصة بكل معيار وفقا لما يتلاءم مع المجال الفندقي واحتياجات الزبون.

ج- الجودة والرضا:

يستخدم الكثيرون مصطلحي الجودة والرضا كمفهومين بديلين، لكن هنالك في الواقع فرقا بين المصطلحين، فالرضا يمثل مفهوما أوسع من جودة الخدمة، إذ يمثل تقييم الزبون للخدمة من خلال قدرتها على تلبية حاجاته وتوقعاته، وقد عرف الرضا بأنه تقييم الزبائن للمنتج أو الخدمة من خلال قدرة المنتج أو الخدمة على تلبية حاجاتهم وتوقعاتهم، ومنه فإن عدم الرضا ناتج عن فشل المنتج أو الخدمة في تلبية حاجات الزبائن وتوقعاتهم، أما جودة الخدمة فتركز على أبعاد محددة في الخدمة مثل الاعتمادية والاستجابة والضمان والعناية والعناصر الملموسة.¹⁹ وبالتالي، فإن جودة الخدمة هي إحدى مكونات رضا الزبون، لأن رضاه يتأثر بإدراك الزبون لجودة الخدمة وجودة المنتج والسعر وكذلك العوامل الموقفية والشخصية.²⁰

ويرى البعض أن جودة الخدمة ناتجة عن المقارنة بين توقعات الزبائن لأداء الخدمة وإدراكهم لهذا الأداء، على حين يرى آخرون أنها ناتجة عن مقارنة الأداء الفعلي للخدمة بالمعايير المثالية.²¹ أو من خلال إدراك الأداء وحده.²² كما أن هناك عدم اتفاق حول طبيعة العلاقة بين جودة الخدمة والرضا، فالبعض يرى أن الرضا يؤدي إلى إدراك الجودة.²³ على حين يرى آخرون أن إدراك الجودة يؤدي إلى تحقيق الرضا.²⁴

تقييم جودة الخدمات الفندقية ومستوى رضا الزبائن عنها: دراسة حالة

ومن خلال ما سبق، يمكن القول أن الجودة المدركة تؤدي إلى تحقيق الرضا.

3. الدراسات السابقة:

حضي موضوع جودة الخدمات الفندقية باهتمام العديد من الباحثين، نذكر بعضاً منها فيما يلي:

- دراسة إبراهيم بظاظو، 2010، بعنوان: ²⁵ **تقييم واقع تطبيق إدارة الجودة في الفنادق: دراسة ميدانية**

على عينة من فنادق فئة خمس نجوم في الأردن، هدفت هذه الدراسة إلى تشخيص مدى إدراك العاملين في الفنادق فئة الخمس نجوم أهمية تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة التي تمثلت في رضا الزبون (السائح)، والتزام ودعم الإدارة العليا، والتحسين المستمر، بالإضافة إلى إشراك الموظفين وتمكينهم، كما هدفت الدراسة إلى بيان مدى وجود فروقات معنوية في إدراك العاملين لأهمية تطبيق المبادئ، إضافة إلى بيان العلاقة بين بعض المتغيرات الشخصية (الخبرة، المستوى التعليمي، المستوى الوظيفي، الحجم). ولتحقيق أهداف الدراسة، فقد تم تطوير استبانة وتوزيعها على عينة من الفنادق فئة الخمس نجوم مكونة من 6 فنادق كان اختيارها وفقاً لمعيار التصنيف.

وقد توصلت الدراسة أن العاملين في الفنادق فئة الخمس نجوم يدركون أهمية تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة، حيث أظهرت النتائج مستويات عالية من الإدراك لجميع مبادئ إدارة الجودة الشاملة. وعدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية في إدراك العاملين في الفنادق فئة الخمس نجوم لأهمية تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة تعزى لبعض المتغيرات الديموغرافية (المستوى الوظيفي والحجم).

كما أظهرت الدراسة وجود علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) بين العوامل الشخصية بدلالة أبعادها (الخبرة، المستوى التعليمي، المستوى الوظيفي، الحجم)، وإدراك أهمية تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة في الفنادق فئة الخمس نجوم.

- دراسة فهد منذر مشعل، 2015، بعنوان: ²⁶ **أثر جودة الخدمات الفندقية على رضا ضيوف فنادق فئة**

الخمسة نجوم في مدينة عمان، هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر جودة الخدمات الفندقية على رضا الضيوف من خلال محاور الدراسة الخمسة (الاعتمادية، الأمان، التعاطف، الاستجابة، المستلزمات المادية)، ولتحقيق هذا الهدف تم الاعتماد على الأسلوب الوصفي التحليلي، لملاءمته لطبيعة الدراسة، حيث تم تصميم استبانة كأداة لجمع البيانات، وتم توزيعها على عينة الدراسة، والمتمثلة بضيوف فنادق فئة الخمسة نجوم في مدينة عمان والبالغ عددهم 400 ضيف، وبلغ عدد الاستبيانات الصالحة للتحليل الإحصائي 315 استبانة، كما تم استخدام الأساليب الإحصائية الملائمة من خلال برنامج (spss).

وقد توصلت الدراسة إلى بعض النتائج أهمها وجود أثر لجودة الخدمات الفندقية وبكافة متغيرات الدراسة المستقلة (الاعتمادية، الأمان، التعاطف، الاستجابة، المستلزمات المادية) على رضا الضيوف عند مستوى دلالة ($a < 0.05$)، ولقد احتلت المستلزمات المادية المرتبة الأولى في التأثير، واحتلت الاستجابة المرتبة الأخيرة في التأثير على رضا الضيوف.

تقييم جودة الخدمات الفندقية ومستوى رضا الزبائن عنها: دراسة حالة

ثالثاً: الجانب الميداني للدراسة

سنتطرق في هذا المحور إلى ما يلي:

1. تعريف فندق سليم:

تم فتح واستغلال فندق سليم في 2008/09/23م، وهو ملكية خاصة للسيد حويشي سليم، حيث يقع بولاية باتنة في طريق بسكرة حي المجاهدين، ويبعد 05 دقائق عن وسط المدينة بالسيارة، كما يقع بجانب جامعة باتنة 1 وغير بعيد عن محطة نقل المسافرين.

يتكون فندق سليم من خمسة طوابق، تتوزع فيها 53 غرفة في أربعة أجنحة مكيفة مع احتواء كل غرفة على جهاز تلفاز استقبال فضائي، خزانة، هاتف، ويبلغ عدد الأسرة 108 سرير، كما يوجد مطعم وكافيتيريا، بالإضافة إلى قاعة محاضرات وقاعة أفراح، وموقف سيارات محروس، وكذا وجود خدمة Wi-fi، وإمبايل يتم الحجز من خلاله.

بالإضافة إلى خدمة الإيواء التي يقدمها فندق سليم، نجد أيضا العديد من الخدمات التي يقدمها لزبائنه وذلك من أجل كسب رضاهم، ومن بين هذه الخدمات ما يلي:

- خدمة المطاعم والمقاهي: يتم تقديم وجبات الطعام على مدار الساعة لجميع الوافدين، حيث يقدم الفندق وجبات دائمة التواجد ووجبات عن طريق طلب شخصي من الزبون.
- خدمة الحجز: يقوم الفندق بحجز مقاعد السفر للزبائن سواء وسائل النقل البرية أو الجوية.
- خدمة الدفع الإلكتروني: مما يسهل للزبائن التعامل المالي مع الفندق.
- خدمة النقل: يضمن الفندق خدمة النقل لزبائنه.

2. الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية:

أ- مجتمع وعينة الدراسة:

- تحديد مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في الأفراد الوافدين على فندق سليم، سواء كانوا أفراد أو عائلات، وتعود أسباب اختيارنا لفندق سليم كونه خاص وقريب من الجامعة، وذلك خلال الأسبوع الأخير من شهر أفريل والأسبوع الأول من شهر ماي 2015.

- تحديد عينة الدراسة:

نظرا لعدم استقرار عدد زبائن فندق سليم، فقد تم توزيع الاستمارات على عينة من الزبائن المقيمين خلال فترة الدراسة، لأهم الأكثر تأثراً بمستوى جودة الخدمة المقدمة من طرف الفندق، وبلغ حجم العينة 36 زبون. وقد تم الاعتماد على العينة العشوائية، أي توزيع الاستبيانات تم بطريقة عشوائية احتمالية، وذلك بتكليف عون من طرف إدارة الفندق وهو موظف الاستقبال لتوزيع الاستمارات على الزبائن، حيث تم توزيع 36 استمارة عبر 15

تقييم جودة الخدمات الفندقية ومستوى رضا الزبائن عنها: دراسة حالة

يوم، وتم استرجاع 28 استمارة صالحة للتحليل الإحصائي، واستبعدت 08 استمارات غير صالحة للتحليل الإحصائي، أي نسبة الإجابة بلغت 77.78%. واستغرقت فترة ملء الاستمارات من قبل الزبائن أسبوعين كاملين من 21 أبريل 2015 إلى 5 ماي 2015.

ب- أسلوب جمع البيانات وأدوات التحليل الإحصائي:

- أسلوب جمع البيانات:

باعتبار الاستبيان من أكثر الأساليب استعمالاً في جمع البيانات، تم تصميم استمارة بحث موجهة إلى زبائن فندق سليم، قصد التعرف على تقييمهم لجودة الخدمات الفندقية المقدمة لهم. وتتكون استمارة الدراسة من جزئين هما:

الجزء الأول:

يغطي الأسئلة المتعلقة بالخصائص الديموغرافية والشخصية لعينة الدراسة والمتمثلة في: الجنس، السن، المستوى التعليمي، الدخل الشهري، مكان الإقامة، الوظيفة، سبب الإقامة، مدة الإقامة.

الجزء الثاني:

يغطي الأسئلة المتعلقة بواقع مستوى جودة الخدمات الفندقية ورضا الزبائن عنها بفندق سليم بولاية باتنة، حيث يحتوي هذا الجزء على خمسة وعشرين عبارة تعكس المعايير الخمسة الأساسية لجودة الخدمة، وهي الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان والتعاطف، ووزعت العبارات كالتالي:

- العبارة من 1 إلى 8 تشير إلى معيار الملموسية؛
- العبارة من 9 إلى 13 تشير إلى معيار الاعتمادية؛
- العبارة من 14 إلى 18 تشير إلى معيار الاستجابة؛
- العبارة من 19 إلى 22 تشير إلى معيار الأمان؛
- العبارة من 23 إلى 25 تشير إلى معيار التعاطف.

تم الاعتماد على سلم ليكرت لتقييم متغيرات الجزء الثاني، والذي يتكون من خمس درجات تتراوح بين 1 و5، حيث تشير الدرجة 1 إلى عدم الموافقة المطلقة ورضا منخفض جداً، 2 إلى عدم الموافقة ورضا منخفض، 3 إلى الحياد ورضا متوسط، 4 إلى الموافقة ورضا كبير و5 إلى الموافقة المطلقة ورضا كبير جداً.

كما تم تقسيم السلم إلى ثلاثة مجالات لتحديد درجة التقييم، كما يلي:

- من 1 إلى أقل من 2.5 يمثل درجة الموافقة والرضا متدنية؛
- من 2.5 إلى أقل من 3.5 يمثل درجة الموافقة والرضا متوسطة؛
- من 3.5 إلى 5 يمثل درجة الموافقة والرضا عالية.

- أساليب التحليل الإحصائي:

تقييم جودة الخدمات الفندقية ومستوى رضا الزبائن عنها: دراسة حالة

تم الاعتماد في معالجة البيانات على برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS, version 20)، وتم استخدام الأساليب الإحصائية التالية:

- التكرارات والنسب المئوية، لوصف خصائص عينة الدراسة؛
- المتوسطات الحسابية، لتحليل البيانات المتعلقة بتقييم أفراد عينة الدراسة لمعايير جودة الخدمة بفندق سليم، إضافة إلى تقييم الخدمات المقدمة لهم من ناحية كل معيار من معايير التقييم الخمسة؛
- الانحرافات المعيارية، لتقييم درجة تشتت قيم استجابة أفراد العينة عن المتوسط الحسابي.

3. المعالجة الإحصائية:

سيتم في المعالجة الإحصائية وصف خصائص عينة الدراسة والتحليل الوصفي لإجابات أفرادها كما يلي:

أ- وصف خصائص عينة الدراسة:

لقد تم استخدام القسم الأول لتوضيح الخصائص الديمغرافية والشخصية لأفراد عينة الدراسة، والمتمثلة في: الجنس، السن، المستوى التعليمي، الدخل الشهري، مكان الإقامة، الوظيفة، سبب الإقامة، مدة الإقامة.

- **الجنس:** يوضح الملحق رقم (02)، توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس، حيث نلاحظ من خلاله، أن نسبة عالية من أفراد عينة الدراسة هم من فئة الذكور، حيث بلغ عددهم 22 فرداً ونسبة مقدارها 78.57%، في حين بلغ عدد أفراد العينة من فئة الإناث 6 إناث ونسبة مقدارها 21.43%.

- **السن:** يوضح الملحق رقم (03)، توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن، حيث نلاحظ من خلاله، أن غالبية أفراد العينة تتراوح أعمارهم ما بين 31-40 سنة والذين بلغ عددهم 15 فرداً بنسبة مئوية تقدر بـ 53.57%، ثم تليها الفئة العمرية 18-30 سنة، أي فئة الشباب والبالغ عددهم على 8 أفراد، وقد قدرت النسبة المئوية لها 28.57%، في حين شكلت الفئة العمرية 41-60 سنة نسبة 17.86% والذين بلغ عددهم 5 أفراد، في حين نلاحظ غياب فئة الشيوخ أي أكثر من 60 سنة.

- **المستوى التعليمي:** يوضح الملحق رقم (04)، توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي، حيث نلاحظ من خلاله، أن أعلى نسبة من أفراد العينة هم من فئة المستوى الثانوي، حيث بلغت 14 فرداً بنسبة 50%، ثم تليها مباشرة فئة المستوى الجامعي، حيث بلغ عددهم بنسبة 46.43%، أما باقي أفراد العينة فهم ذو مستوى ابتدائي بنسبة 3.57%، وأخيراً نلاحظ انعدام الأميين والمستوى المتوسط.

- **الدخل الشهري:** يوضح الملحق رقم (05)، توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الدخل الشهري، حيث نلاحظ من خلاله، أن غالبية أفراد العينة دخلهم الشهري أكثر من 45000 دج بنسبة 50% وبلغ عددهم 14 فرداً، وتليها مباشرة الفئة ذات الدخل الشهري الذي يتراوح بين 3000-45000 دج بنسبة 28.57% وبلغ عددهم 8 أفراد، ثم الفئة ذات الدخل الشهري بين 15000-30000 دج بنسبة 14.29%، فيما بلغ عدد أفراد فئة الدخل أقل من 15000 دج فردين فقط، بنسبة مئوية قدرها 7.14%.

تقييم جودة الخدمات الفندقية ومستوى رضا الزبائن عنها: دراسة حالة

- مكان الإقامة: يوضح الملحق رقم (06)، توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير مكان الإقامة، حيث نلاحظ من خلاله، أن أكبر نسبة من أفراد العينة هم من الجزائر، حيث بلغت 60.72%، ثم تليها مباشرة فئة القاطنين بولاية باتنة بنسبة 32.14%، أما القادمين من بلد عربي فهما فردين فقط بنسبة 7.14%، في حين نلاحظ غياب مقيمين أجانب.

- الوظيفة: يوضح الملحق رقم (07)، توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير مكان الإقامة، حيث نلاحظ من خلاله، أن 53.57% من أفراد عينة الدراسة موظفون، وقد بلغ عددهم 15 فرد، وتليها أصحاب الأعمال الحرة، بنسبة 25% وبلغ عدد أفرادها 7 أفراد، وأن 10.72% من أفراد العينة متقاعدون وهم 03 أفراد، ونجد طالب واحد فقط الذي يعكس نسبة 03.57%.

- سبب الإقامة في الفندق: يوضح الملحق رقم (08)، توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير سبب الإقامة بالفندق، حيث نلاحظ من خلاله، أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يتمثل سبب إقامتهم في الفندق من أجل العمل بنسبة 60.7% والبالغ عددهم 17، ويليه مباشرة الأفراد الذين يتمثل سبب إقامتهم في الفندق من أجل السياحة بنسبة 25% والبالغ عددهم 7، وأخيرا الأفراد الذين يتمثل سبب إقامتهم في الفندق من أجل أسباب أخرى بنسبة 14.3% والبالغ عددهم 4 أفراد.

- مدة الإقامة في الفندق: يوضح الملحق رقم (09)، توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير مدة الإقامة، حيث نلاحظ من خلاله، أن أغلبية أفراد عينة الدراسة مدة إقامتهم تراوحت بين 2-4 أيام وبلغ عددهم 15 فردا بنسبة مئوية مقدارها 53.57%، وتليها مباشرة النسبة 39.29% للمقيمين ليوم واحد فقط والبالغ عددهم 11 فرد، أما باقي أفراد العينة فيوزعون بنسبة متساوية بين المقيمين ل 4-6 أيام والمقيمين لأكثر من 6 أيام وهي 3.57%.

ب- التحليل الوصفي لإجابات أفراد العينة:

- تحليل البيانات المتعلقة بتقييم الزبائن لمعايير جودة الخدمات الفندقية:

نستعرض فيما يلي، إجابات أفراد عينة الدراسة (زبائن الفندق) حول عبارات الاستبيان، حسب كل معيار من المعايير الخمسة لتقييم جودة الخدمات الفندقية المقدمة لهم:

- الملموسية:

يوضح الملحق رقم (10)، اتجاهات الزبائن حول جودة الخدمات الفندقية المقدمة لهم من ناحية معيار الملموسية، حيث نلاحظ من خلاله، أن اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو كل الفقرات المتعلقة بمعيار الملموسية كانت ضمن الموافقة العالية، وكان أكبر متوسط حسابي للفقرة الثالثة وهي توفر الفندق على غرف مريحة، نظيفة ومكيفة الذي بلغ 4.79 وانحراف معياري قدر ب 0.499، ثم تليها الفقرتين الرابعة والسادسة، حيث تطابق المتوسط الحسابي لهما الذي قدر ب 4.71 مع الانحراف المعياري الذي قدر ب 0.897 و 0.897 على التوالي، ثم تليها الفقرات السابعة، الثامنة، الثانية والأولى على التوالي بالمتوسطات الحسابية التالية: 4.64، 4.46، 3.96

تقييم جودة الخدمات الفندقية ومستوى رضا الزبائن عنها: دراسة حالة

و3.71، أما أدنى متوسط حسابي فقد قدر ب1.79 وهو المتعلق بالعبارة الخامسة الخاصة باحتواء الفندق على مرافق ملائمة وجذابة.

أما بالنسبة للمتوسط الحسابي العام فقد قدر ب4.098، مما يعكس درجة موافقة عالية على جودة الخدمات الفندقية المقدمة من طرف فندق سليم من ناحية معيار الموسمية، ويأجماع أفراد العينة كما يدل عليه تدني الانحراف المعياري الذي قدر ب0.474.

- الاعتمادية:

يوضح الملحق رقم (11)، اتجاهات الزبائن حول جودة الخدمات الفندقية المقدمة لهم من ناحية معيار الاعتمادية، حيث نلاحظ من خلاله، أن اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو كل الفقرات المتعلقة بمعيار الاعتمادية كانت ضمن الموافقة العالية، وكان أعلى متوسط حسابي للفقرة الثانية وهي يحرص الفندق على توظيف مهارات عالية الذي بلغ 4.86 وانحراف معياري قدر ب0.448، أما أدنى متوسط حسابي فقد قدر ب3.89 وانحراف معياري يساوي 0.416، وهو المتعلق بالفقرة الخامسة الخاصة بإعلام الفندق عملائه بخدماته الجديدة.

أما بالنسبة للمتوسط الحسابي العام فقد قدر ب4.528، مما يعكس درجة موافقة عالية على الخدمات الفندقية المقدمة من طرف فندق سليم من ناحية معيار الاعتمادية، ويأجماع أفراد عينة الدراسة كما يدل عليه تدني الانحراف المعياري الذي قدر ب0.615.

- الاستجابة:

يوضح الملحق رقم (12)، اتجاهات الزبائن حول جودة الخدمات الفندقية المقدمة لهم من ناحية معيار الاستجابة، حيث نلاحظ من خلاله، أن اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو كل الفقرات المتعلقة بمعيار الاستجابة كانت ضمن الموافقة العالية، وكان أعلى متوسط حسابي للفقرة الأولى وهي استعداد العاملين بالفندق للمساعدة، واستجابة لمتطلبات الزبائن الذي بلغ 4.79 وانحراف معياري قدر ب0.418، أما أدنى متوسط حسابي فقد قدر ب3.57 وانحراف معياري يساوي 1.069، وهو المتعلق بالفقرة الرابعة الخاصة إذا ما كان ثمن الخدمة المقدمة مناسب.

أما بالنسبة للمتوسط الحسابي العام فقد قدر ب4.085، مما يعكس درجة موافقة عالية على الخدمات الفندقية المقدمة من طرف فندق سليم من ناحية معيار الاستجابة، ويأجماع أفراد عينة الدراسة كما يدل عليه تدني الانحراف المعياري الذي قدر ب0.882.

- الأمان:

يوضح الملحق رقم (13)، اتجاهات الزبائن حول جودة الخدمات الفندقية المقدمة لهم من ناحية معيار الأمان، حيث نلاحظ من خلاله، أن اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو كل الفقرات المتعلقة بمعيار الأمان كانت ضمن مجال الموافقة العالية، وكان أعلى متوسط حسابي للفقرة الثالثة وهي تعامل إدارة الفندق مع معلومات الزبائن بسرية تامة

تقييم جودة الخدمات الفندقية ومستوى رضا الزبائن عنها: دراسة حالة

الذي بلغ 4.79 و انحراف معياري قدر ب0.418، أما أدنى متوسط حسابي فقد قدر ب4.21 وانحراف معياري يساوي 1.179، وهو المتعلق بالفقرة الرابعة الخاصة بسلامة الأغراض عند تركها في الغرفة. أما بالنسبة للمتوسط الحسابي العام فقد قدر ب4.518، مما يعكس درجة موافقة عالية على الخدمات الفندقية المقدمة من طرف فندق سليم من ناحية معيار الأمان، ويأجماع أفراد عينة الدراسة كما يدل عليه تدني الانحراف المعياري الذي قدر ب0.688.

- التعاطف:

يوضح الملحق رقم (14)، اتجاهات الزبائن حول جودة الخدمات الفندقية المقدمة لهم من ناحية معيار التعاطف، حيث نلاحظ من خلاله، أن اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحوى كل الفقرات المتعلقة بمعيار التعاطف كانت ضمن مجال الموافقة العالية، وكان أعلى متوسط حسابي للفقرة الأولى وهي البشاشة والابتساماة أثناء التعامل خاصة موظف الاستقبال الذي بلغ 4.71 وانحراف معياري قدر ب0.460، أما أدنى متوسط حسابي فقد قدر ب4.021 وانحراف معياري يساوي 1.315، وهو المتعلق بالفقرة الثانية الخاصة بمحادثة الزبائن باللغة التي يفهمونها.

أما بالنسبة للمتوسط الحسابي العام فقد قدر ب4.440، مما يعكس درجة موافقة عالية على الخدمات الفندقية المقدمة من طرف فندق سليم من ناحية معيار التعاطف، ويأجماع أفراد عينة الدراسة كما يدل عليه تدني الانحراف المعياري الذي قدر ب0.303.

- تحليل البيانات المتعلقة برضا الزبائن عن الجودة الكلية للخدمات الفندقية المقدمة:

يوضح الملحق رقم (15)، توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة حسب درجة رضاهم عن الجودة الكلية للخدمات الفندقية المقدمة من قبل فندق سليم، حيث نلاحظ من خلاله، أن أفراد عينة الدراسة كانت درجات رضاهم موزعة في أربع نسب، حيث نجد 67.9% من أفراد عينة الدراسة كان مستوى رضاهم كبيرا جدا وهي أكبر نسبة، وتليها 14.3% وهي نسبة الأفراد الذين كان مستوى رضاهم عن جودة الخدمة الكلية كبيرة، في حين أن 10.7% و 7.1% من أفراد عينة الدراسة الذين كان مستوى رضاهم متوسط ومنخفض على التوالي، وعليه فان درجة رضا الزبائن عن الجودة الكلية للخدمات الفندقية المقدمة لهم في فندق سليم عالية، ويستدل على ذلك بالمتوسط الحسابي الذي قدر ب 4.43 وهو ضمن المدى [3.5-5].

4. اختبار الفرضية:

- يقيم أفراد عينة الدراسة (الزبائن) الخدمات الفندقية المقدمة لهم من ناحية معيار جودة الخدمة، تقييما ايجابيا.

لاختبار هذه الفرضية، تم الاعتماد على المتوسطات الحسابية، الانحرافات المعيارية ونسب الموافقة لكل معيار من المعايير الخمسة لتقييم جودة الخدمات الفندقية، كما هو موضح في الملحق رقم (16)، حيث نلاحظ من خلاله، أن تقييم العملاء لجودة الخدمة الفندقية من خلال المؤشرات المعتمد عليها في النموذج نفسه مع جميع

تقييم جودة الخدمات الفندقية ومستوى رضا الزبائن عنها: دراسة حالة

المؤشرات وهو تقييم ايجابي، ولكن بمتوسطات حسابية مختلفة، حيث نجد مرتبة من الأكبر للأصغر، وكان أعلى متوسط حسابي لمعيار الاعتمادية، حيث قدر بـ 4.528، ثم يليه مباشرة وبمتوسط مقارب معيار الأمان بـ 4.518، وفي المرتبة الثالثة نجد معيار التعاطف بـ 4.440، وأخيرا معيار الملموسية والاستجابة بـ 4.098 و 4.085 على التوالي.

وعليه، نستنتج أن الفرضية القائلة (أفراد عينة الدراسة (الزبائن) يقيمون الخدمات الفندقية المقدمة لهم في فندق سليم تقييما ايجابيا) صحيحة.

5. تحليل النتائج:

تم التوصل من خلال الدراسة الميدانية التي خصت بها فندق سليم بولاية باتنة، إلى النتائج التالية:

- نتائج مستمدة من وصف خصائص عينة الدراسة: تتمثل فيما يلي:
- هيمنة جنس الذكور على جنس الإناث، إذ بلغت نسبتهم 78.6%، في حين بلغت نسبة جنس الإناث 21.4%، وهذا راجع إلى ثقافة المجتمع والعادات والتقاليد التي مازلت تمنع سفر المرأة لوحدها، وكذا كون الرجل هو المرشح الأول للسفر في المؤسسات للقيام بالأعمال.
- انتساب نسبة كبيرة من أفراد عينة الدراسة لفئة الشباب تقدر بـ 82.14%، حيث تتراوح أعمارهم بين 18-40 سنة، وهو ما يعكس أن زبائن الفندق من فئة الشباب، لذا يجب أخذ ذلك بعين الاعتبار.
- 95% من زبائن الفندق ذوي مستوى تعليمي ثانوي وجامعي 66.67%.
- أكبر نسبة للدخل الشهري كانت الأفراد الذين يفوق دخلهم 45000 دج، حيث بلغت نسبتهم 50%، وهو ما يؤكد أن زبائن الفندق من أصحاب الدخل المرتفع.
- أغلبية زبائن الفندق هم موظفون، حيث بلغت نسبتهم 50%.
- نسبة كبيرة من أفراد الدراسة والبالغة 53% هم في الفندق للعمل.
- نسبة كبيرة من أفراد الدراسة والبالغة 62% هم من الجزائر.
- نسبة كبيرة من أفراد الدراسة والبالغة 53% مدة إقامتهم تتراوح بين 2-4 أيام.
- نتائج مستمدة من تحليل نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة: تتمثل في ما يلي:
- درجة موافقة عالية لأفراد عينة الدراسة على جودة الخدمات الفندقية المقدمة من طرف فندق سليم من ناحية معايير التقييم الخمسة، ورضا كبير عن الجودة الكلية، وبالتالي كان تقييمهم ايجابيا.
- كل العناصر تشكل نقاط قوة في الخدمات الفندقية المقدمة؛ لعل أهمها:
- الجوانب الملموسة (توفر الفندق على غرف نظيفة ومريحة، اعتناء العاملين بمظهرهم الخارجي، استخدام التكنولوجيا الحديثة في التعامل)؛

تقييم جودة الخدمات الفندقية ومستوى رضا الزبائن عنها: دراسة حالة

- حرص الفندق على توظيف موظفين ذوي مهارات عالية؛
- استعداد العاملين في الفندق للمساعدة؛
- السرية في التعامل مع بيانات الزبون؛
- البشاشة والابتساماة أثناء التعامل.

- العنصر الوحيد الذي يمثل نقطة ضعف هو غياب مرافق جذابة وترفيهية.
- تؤثر جودة الخدمة المدركة بمعاييرها الخمسة على رضا أفراد عينة الدراسة.

رابعا: النتائج والمقترحات

من خلال دراسة حالة فندق سليم، توصلنا إلى النتائج التالية:

- يقيم أفراد عينة الدراسة الخدمات الفندقية المقدمة لهم بفندق سليم من ناحية كل معيار من معايير جودة الخدمة، تقييما إيجابيا.
- أكبر نسبة من أفراد عينة الدراسة هي من جنس الذكور، والتي يتراوح سنها بين 31-40 سنة، ذوي مستوى تعليمي ثانوي وجامعي، وهم عمال من أصحاب الدخل المرتفع، أغلبيتهم من الجزائر جاءوا للفندق من أجل العمل، وتراوح مدة إقامتهم بين 2 إلى 4 أيام، وهذا الأمر يجب أخذه بعين الاعتبار عند تقديم الخدمات للفئة المذكورة، ودراسة احتياجاتهم ورغباتهم لتلبيتها على الوجه الأفضل.
- عدم وجود فوارق بين آراء وانطباعات أفراد عينة الدراسة نحو جودة الخدمات الفندقية المقدمة باختلاف: الجنس، السن، المستوى التعليمي، الدخل الشهري، مكان الإقامة، سبب الإقامة في الفندق، مدة الإقامة. بناء على ما تم التوصل إليه من نتائج في دراسة حالة فندق سليم، يمكن تقديم الاقتراحات التالية:
- التعرف على احتياجات الزبون كمنطلق لتحديد موصفات الخدمات الفندقية؛
- العمل على تدريب العاملين في الفندق من أجل تحسين مستوى الاستجابة للزبائن؛
- محاولة الاستفادة من تجارب المؤسسات الفندقية في البلدان الشقيقة مثل المغرب؛
- ضرورة العمل على تصميم الخدمات الفندقية وفقا لتوقعات الزبائن، لأن هذا يعتبر كحجر أساس من أجل بناء وتطوير الخدمات لتتوافق مع آمال وتوقعات الزبائن؛
- تطبيق نظام إدارة الجودة والحصول على شهادة الايزو 9001، من أجل توجيه ومراقبة المؤسسة الفندقية لخدماتها. وهذا ما سيمكن الفنادق الجزائرية من بلوغ المستوى المطلوب في الجودة وبأقل تكلفة، وبالتالي كسب ولاء الزبون.

الملاحق:

الملحق رقم (01): معايير وأبعاد تقييم جودة الخدمات الفندقية

المعيار	المتغيرات الفرعية
---------	-------------------

تقييم جودة الخدمات الفندقية ومستوى رضا الزبائن عنها: دراسة حالة

<ul style="list-style-type: none"> ➤ جاذبية المظهر الخارجي للمؤسسة. ➤ التصميم الداخلي للمؤسسة. ➤ حداثة الأجهزة والمعدات المستخدمة في أداء الخدمة. ➤ المظهر اللائق لمقدمي الخدمات. 	الجوانب الملموسة
<ul style="list-style-type: none"> ➤ الوفاء بتقديم الخدمة في المواعيد المحددة. ➤ تقديم الخدمة بشكل صحيح. ➤ معلومات دقيقة وصحيحة. 	الاعتمادية
<ul style="list-style-type: none"> ➤ السرعة في تقديم الخدمة المطلوبة. ➤ الاستجابة الفورية لحاجات الزبائن. ➤ الرد الفوري على الاستفسارات والشكاوي . 	الاستجابة
<ul style="list-style-type: none"> ➤ الشعور بالأمان في التعامل . ➤ الثقة بمقدمي الخدمات . 	الضمان
<ul style="list-style-type: none"> ➤ تحلي مقدمي الخدمات بالأدب وحسن الخلق. ➤ فهم ومعرفة احتياجات الزبائن. ➤ ملائمة ساعات العمل. ➤ وضع مصلحة الزبون في مقدمة اهتمام الإدارة العليا. ➤ تقدير ظروف الزبون والتعاطف معه . ➤ اللطف في التعامل مع الزبائن . 	التعاطف

المصدر: ثابت عبد الرحمان إدريس، قياس جودة الخدمة باستخدام مقاييس الفجوة بين الادراكات والتوقعات، المحلة العربية للعلوم الإدارية، مجلس النشر العلمي، المجلد الرابع، العدد الأول، الكويت، نوفمبر، 1996، ص 21.

الملحق رقم(02): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

النسبة المئوية(%)	التكرار	الجنس
78.6	22	ذكر
21.4	6	أنثى
100	28	المجموع

المصدر: أعد الجدول بالاعتماد على نتائج الاستبيان

الملحق رقم(03): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن

النسبة المئوية(%)	التكرارات	الفئة العمرية
28.57	8	من 18 إلى 30 سنة
53.57	15	31 – 40 سنة
17.86	5	41 – 60 سنة
0	-	أكثر من 60 سنة
100	28	المجموع

تقييم جودة الخدمات الفندقية ومستوى رضا الزبائن عنها: دراسة حالة

المصدر: أعد الجدول بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

الملحق رقم(04): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مستواهم التعليمي

النسبة المئوية (%)	التكرارات	المستوى التعليمي
0	-	أمي
3.57	1	ابتدائي
0	-	متوسط
50	14	ثانوي
46.43	13	جامعي
100	28	المجموع

المصدر: أعد الجدول بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

الملحق رقم(05): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب دخلهم الشهري

النسبة المئوية (%)	التكرارات	الدخل الشهري
7.14	2	أقل من 15000 دج
14.29	4	15000-30000 دج
28.57	8	30000-45000 دج
50	14	أكثر من 45000 دج
100	28	المجموع

المصدر: أعد الجدول بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

الملحق رقم(06): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مكان الإقامة

النسبة المئوية (%)	التكرارات	مكان الإقامة
32.14	9	داخل ولاية باتنة
60.72	17	الجزائر
7.14	2	بلد عربي
0	-	بلد أجنبي
100	28	المجموع

المصدر: أعد الجدول بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

الملحق رقم (07): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب وظائفهم

النسبة المئوية (%)	التكرارات	الوظيفة
7.14	2	بطل
53.57	15	موظف
25	7	أعمال حرة
3.57	1	طالب

تقييم جودة الخدمات الفندقية ومستوى رضا الزبائن عنها: دراسة حالة

10.72	3	متقاعد
100	28	المجموع

المصدر: أعد الجدول بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

الملحق رقم (08): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب سبب إقامتهم بالفندق

النسبة المئوية (%)	التكرارات	سبب الإقامة في الفندق
25.00	7	للسياحة
60.7	17	للعمل
14.3	4	أسباب أخرى
100	28	المجموع

المصدر: أعد الجدول بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

الملحق رقم (09): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب مدة إقامتهم في الفندق

النسبة المئوية (%)	التكرارات	مدة القامة
39.29	11	يوم
53.57	15	2-4 أيام
3.57	01	4-6 أيام
3.57	01	أكثر من 6 أيام
100	28	المجموع

المصدر: أعد الجدول بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

الملحق رقم (10): تقييم جودة الخدمات الفندقية المقدمة من ناحية معيار الملموسية

الرقم	العبارة	التكرار					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
		غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق جدا			
1	المظهر الخارجي للفندق يتميز بالحداثة والجاذبية	3	23	1	1	-	3.96	0.576	عالية
2	توفر الفندق على تصميم داخلي منظم يسهل الاتصال مع مقدمي الخدمة	-	22	1	5	-	3.71	0.897	عالية
3	توفر الفندق على غرف مريحة، نظيفة، مكيفة، مفروشات مميزة	23	4	1	-	-	4.79	0.499	عالية
4	يستخدم الفندق التكنولوجيا الحديثة في	26	-	2	-	-	4.71	0.897	عالية

تقييم جودة الخدمات الفندقية ومستوى رضا الزبائن عنها: دراسة حالة

								تقديم الخدمة (الدفع الإلكتروني، الحجز عبر الانترنت...)		
5	0.568	1.79	9	18	1	-	-	يحتوي الفندق على مرافق ملائمة وجذابة (حديقة، حوض سباحة...)	ضعيفة	
6	0.713	4.71	-	-	2	3	23	يعتني العاملون بمظهرهم الخارجي	عالية	
7	0.731	4.64	-	1	1	6	20	تتميز المؤكولات بالجودة العالية	عالية	
8	1.138	4.46	1	3	1	1	22	يمتاز مدخل الفندق بالجاذبية	عالية	
	0.474	4.09	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام							عالية
		8								

المصدر: اعد الجدول بالاعتماد على نتائج الاستبيان

الملحق رقم (11): تقييم جودة الخدمات الفندقية المقدمة من خلال معيار الاعتمادية

الرقم	العبارة	الدرجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرار					
					غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق جدا	
1	الحرص على تقديم الخدمة الفندقية بالشكل الجيد دائما	عالية	0.518	4.75	-	-	1	4	23	
2	يحرص الفندق على توظيف عاملين ذوي المهارة العالية	عالية	0.448	4.86	-	-	2	1	25	
3	عدم حدوث أخطاء في تقديم الخدمة	عالية	0.731	4.64	-	1	1	5	21	
4	يحرص الفندق على توفير العديد من الخدمات الملائمة (النقل، الحجز،...)	عالية	0.962	4.50	-	1	-	25	1	
5	يحرص الفندق على إعلام زبائنه بخدماته الجديدة	عالية	0.416	3.89	-	1	1	26	-	
		عالية	0.615	4.52	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام					
				8						

المصدر: اعد الجدول بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

الملحق رقم (12): تقييم جودة الخدمات الفندقية المقدمة من خلال معيار الاستجابة

الرقم	العبارة	الدرجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرار
-------	---------	-----------------	-------------------	-----------------	---------

تقييم جودة الخدمات الفندقية ومستوى رضا الزبائن عنها: دراسة حالة

الموافقة	المعياري	الحسا بي	موا فق جدا	موا فق	محايد	غير موافق	غير موا فق بشد ة	العبارة		
عالية	0.418	4.79	-	-	-	6	22	استعداد العاملين في الفندق للمساعدة، واستجابة طلبات الزبائن	1	
عالية	1.044	4.14	-	1	7	4	16	سرعة الرد على شكاوي واستفسارات الزبائن	2	
عالية	0.881	3.96	-	2	4	15	7	يغطي الفندق احتياجات الزبائن على مدار الساعة	3	
عالية	1.069	3.57	1	5	-	20	2	ثمن الخدمة المقدمة مناسب	4	
عالية	0.999	3.96	-	3	-	25	-	فترة انتظار الحصول على الخدمة قصيرة	5	
عالية	0.882	4.08 5	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام							

المصدر: اعد الجدول بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

الملحق رقم (13): تقييم جودة الخدمات الفندقية المقدمة من خلال معيار الأمان

درجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسا بي	التكرار					العبارة	ال رقم	
			موا فق جدا	موا فق	محايد	غير موافق	غير موا فق بشد ة			
عالية	0.460	4.71	-	-	-	20	8	الشعور بالأمان في الغرفة	1	
عالية	0.678	4.36	-	3	7	11	7	يظهر العاملون بالفندق الاهتمام الصادق والنصح لحل مشاكل الزبائن	2	
عالية	0.418	4.79	-	-	-	3	25	تتعامل إدارة الفندق مع معلومات الزبائن بسرية تامة	3	
عالية	1.197	4.21	-	-	4	4	20	سلامة الأغراض وعدم فقدانها عند تركها في الغرفة	4	
عالية	0.688	4.51 8	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام							

تقييم جودة الخدمات الفندقية ومستوى رضا الزبائن عنها: دراسة حالة

المصدر: اعد الجدول بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

الملحق رقم (14): تقييم جودة الخدمات الفندقية المقدمة من خلال معيار التعاطف

الدرجة الموافقة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرار					العبارة	الرقم
			موافق جدا	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة		
عالية	0.460	4.71	-	-	-	7	21	الابتسام والبشاشة الدائمة للعاملين، خاصة موظف الاستقبال	1
عالية	1.315	4.021	-	6	-	2	20	محادثة الزبائن باللغة التي يفهمونها	2
عالية	0.956	4.39	-	3	6	7	12	اللباقة وحسن معاملة الزبون واحترامه	3
عالية	0.303	4.440	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري العام						

المصدر: اعد الجدول بالاعتماد على نتائج الاستبيان.

الملحق رقم (15): توزيع إجابات أفراد العينة تبعاً لدرجة رضاهم عن الجودة الكلية للخدمات الفندقية

درجة الرضا	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المجموع	كبيرة جدا	كبيرة	متوسطة	منخفضة	منخفضة جدا	التكرارات
عالية	0.959	4.43	28	19	4	3	2	-	
			%100	%67.9	%14.3	%10.7	%7.1	-	النسب

المصدر: تم إعداده اعتماداً على نتائج الاستبيان.

الملحق رقم (16): تقييم الأفراد لمعايير تقييم الجودة

تقييم المؤشر	درجة الموافقة	المتوسط الحسابي	المعيار
إيجابي	عالية	4.098	الملموسية
إيجابي	عالية	4.528	الاعتمادية
إيجابي	عالية	4.085	الاستجابة
إيجابي	عالية	4.518	الأمان
إيجابي	عالية	4.440	التعاطف

المصدر: اعد اعتماداً على الملاحق (10، 11، 12، 13، 14).

الهوامش والمراجع:

تقييم جودة الخدمات الفندقية ومستوى رضا الزبائن عنها: دراسة حالة

- ¹ فريد كورتل، تسويق الخدمات، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، سكيكدة، 2009، ص 210.
- ² خالد مقابلة، التسويق الفندقي، دار زهران، عمان، 1998، ص 102.
- ³ فريد كورتل، مرجع سابق، ص 256.
- ⁴ أحمد محمد المصري، إدارة الفنادق، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 1998، ص 29.
- ⁵ حميد الطائي، إدارة الضيافة، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2000، ص 54.
- ⁶ نفس المرجع.
- ⁷ محمود علي الروسان، العوامل المؤثرة في جودة الخدمات الفندقية، الملتقى الدولي الثالث حول الجودة والتميز في منظمات الأعمال، جامعة سكيكدة، 8-7 ماي 2007.
- ⁸ العايب أحسن، دور الترويج في تسويق الخدمات الفندقية، مذكرة ماجستير في التسويق، جامعة سكيكدة، 2008-2009، ص 5.
- ⁹ صبري عبد السميع، التسويق السياحي والفندقي: أسس علمية وتجارب عربية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، بحوث ودراسات، 2006، ص 284.
- ¹⁰ D. Michel et autres, **Marketing Industriel : Stratégie et Mise en Oeuvre**, Economica, 2^{ème} édition, Paris, 2000, P 373.
- ¹¹ D. PETTIGREW et autres, **Le Marketing**, MC Graw- Hill, Québec, Canada, 2003, P 385.
- ¹² حسن علي الزغبي، نظم المعلومات وأثرها في تحديد الخيار الاستراتيجي للمنظمات الفندقية، الملتقى الدولي حول صناعة السياحة في الوطن العربي من منظور استراتيجي وإداري وتنموي، تونس، أيام 2-6 يوليو، 2006، ص 132.
- ¹³ Krajewski , leej et larry, **Operation Management**, Ritzman, 2000, p 88
- ¹⁴ فريد كورتل، مرجع سابق، ص 256.
- ¹⁵ بتصرف من محمد عباس ديوب، هنادي عطية، إدارة تسويق الخدمات الطبية بالتطبيق على مشفى الأسد الجامعي باللاذقية ومشفى الباسل بطرطوس، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية، المجلد السابع والعشرون، العدد الثاني، سوريا، 2005، ص ص 124 - 125.
- ¹⁶ بتصرف من عبد العزيز بن حبيب الله نياز، جودة الرعاية الصحية: الأسس النظرية والتطبيق العملي، وزارة الصحة، الرياض، 2005، ص 39.
- ¹⁷ بتصرف من حنان الأحمد، تحسين الجودة : المفهوم والتطبيق في المنظمات الصحية، دورية الإدارة العامة، مركز البحوث بمعهد الإدارة العامة، المجلد الأربعون، العدد الثاني، الرياض، أكتوبر 2000، ص 117.
- ¹⁸ Jean- Jacques Daudin et Charles Tapiero, **Les Outils et le Contrôle de la Qualité**, Economica, Paris, 1996, P 9.
- ¹⁹ Zeithaml.V.A, Bitner, M.J, **Service Marketing : integrating customer focus across the firm**, Mc graw Mill ,2000.
- ²⁰ Idem.
- ²¹ Cronin.J.J and taylor.S.A, **Measuring service quality :a re-ex-amination and extension**, journal of Marketing, 56(july), 1992, pp 55-68.
- ²² Teas.R.K, **Consumer expectations and the measurement of perceived service quality**, journal of professional serirce Marketing,8(2) ,1993, pp 33-53.
- ²³ Oliver.R.L, **Whence consumer loyalty ?** journal of Marketing, 63(fall), 1999, pp 33-44.

تقييم جودة الخدمات الفندقية ومستوى رضا الزبائن عنها: دراسة حالة

²⁴ Woodside .A.G and others, **Linking service quality, customer satisfaction and behaviororal intention**, journal of health care marketing, 9(december) ,1989, pp 5-17.

²⁵ إبراهيم بظاظو، تقييم واقع تطبيق إدارة الجودة في الفنادق: دراسة ميدانية على عينة من فنادق فئة خمس نجوم في الأردن، مجلة علوم إنسانية، السنة السابعة، العدد 45، الأردن، شتاء 2010.

²⁶ فهد منذر مشعل، أثر جودة الخدمات الفندقية على رضا ضيوف فنادق فئة الخمسة نجوم في مدينة عمان، مذكرة ماجستير، تخصص التسويق، كلية الدراسات العليا، جامعة الزرقاء، الأردن، جوان، 2015.