

## تقييم أبعاد جودة الخدمة الفندقية وعلاقته بالجوانب الإدارية والإنشائية لعينة من

### نزلاء بعض الفنادق بمدينة الإسكندرية

نجلاء عبد السلام محمود دسوقي، نجوى عادل حسن

قسم الاقتصاد المنزلي، كلية الزراعة، جامعة الإسكندرية

تاريخ القبول: ٢٠١٢/١١/٢٦

تاريخ التسليم: ٢٠١٢/١٠/٣١

#### الملخص

استهدف هذا البحث بصفة رئيسية تقييم أبعاد جودة الخدمة الفندقية وعلاقته بالجوانب الإدارية والإنشائية لعينة من نزلاء بعض الفنادق بمدينة الإسكندرية. وقد تمثلت شاملة البحث في جميع النزلاء بفنادق مدينة الإسكندرية بمختلف درجاتها التصنيفية والبالغ عددها ٧٢ فندق. وتم أخذ العينة على مرحلتين حيث تم اختيار عينة عشوائية طبقية بواقع ٢٥% من عدد الفنادق بكل درجة تصنيفية وبذلك بلغ عدد الفنادق موضع الدراسة ١٨ فندق ثم اختيرت عينة صدفية بواقع ١٥ نزيل/فندق من الفنادق موضع الدراسة وبذلك بلغت العينة الكلية للدراسة ٢٧٠ نزيل.

وتم تجميع البيانات باستخدام استمارة استبيان بالمقابلة الشخصية مع أفراد عينة البحث. واعتمدت الدراسة على النسب المئوية والجداول التكرارية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري ومعامل الارتباط البسيط ودالة الانحدار المتعدد كأساليب إحصائية لتحقيق أهداف الدراسة.

وقد كانت أبرز نتائج الدراسة مايلي:

- أشار ٧٠,٧% من المبحوثين إلى أن مستوى الجوانب الإدارية بالفنادق كان متوسط، كما حدد ٥٥,٢% منهم أن مستوى الجوانب الإنشائية بالفنادق كان متوسط.

- حدد ٦٣,٣% من المبحوثين أن مستوى جودة الخدمة الفندقية كان متوسط.

- أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية طردية معنوية بين مستوى جودة الخدمة الفندقية وبين كل من العمر، المستوى التعليمي، نوع العمل، متوسط الدخل الشهري، مستوى الجوانب الإدارية، وكذلك مستوى الجوانب الإنشائية عند مستوى احتمالي ٠,٠١.

- وجد أن مستوى الجوانب الإنشائية من وجهة نظر النزلاء أكثر المتغيرات المؤثرة على مستوى جودة الخدمة الفندقية يليها مستوى الجوانب الإدارية ثم متوسط الدخل الشهري، بينما كان المستوى التعليمي للنزلاء من أقل المتغيرات المؤثرة على مستوى جودة الخدمة الفندقية.

كلمات دلالية: أبعاد جودة الخدمة الفندقية - الجوانب الإدارية - الجوانب الإنشائية.

#### المقدمة

عدد كبير من التحديات من أهمها الاندماج والتكامل بينها وبين شركات السياحة والطيران ووكالات السفر بغرض تكوين كيان قادر على المنافسة في ضوء التحديات التي تضعها اتفاقية الجات وخاصة للدول النامية والتي من ضمنها مصر، الأمر الذي يزيد من حدة المنافسة في الأسواق العالمية للسياحة وبالتالي يحتم على المؤسسات الفندقية رفع كفاءة أدائها وتحسين جودة خدماتها وهذا لن يأتي إلا بتطبيق أبعاد الجودة في الخدمة المقدمة (محمد عراقي - ١٩٩٩).

تلعب الفنادق الدور الرئيسي في تنمية السياحة، وتعد الفنادق صناعة متقلبة تعكس أي تغيير يطرأ على السياحة فإذا نشطت السياحة اكتظمت الفنادق وارتفعت نسبة الإشغال والعكس صحيح. وبناءً على ذلك تخضع الفنادق للتطور المستمر لضمان نجاحها، الأمر الذي يؤدي إلى حرص الفنادق على تقديم خدماتها دون قصور. وذلك في إطار نظام الجودة الشاملة (محمد مرسي - ٢٠٠٧). هذا وتواجه صناعة الفنادق

الخدمة الفندقية تتضمن خمسة أبعاد رئيسية وهي الجوانب المادية الملموسة (استخدام المعدات الحديثة، وجودة الأطعمة والمشروبات، ومظهر العاملين)، والاستجابة (إخبار العميل عن موعد بداية ونهاية تقديم الخدمة، وتقديم الخدمة الفورية، الرد على استفسارات وشكاوى العملاء)، والاعتمادية (الوفاء بالوعود المقدمة لإنجاز الخدمة، ودراسة الشكاوى، والالتزام بموعد أداء الخدمة، وأداء الخدمة بدقة وانعدام الأخطاء)، والتعاطف (شعور العميل بالاهتمام الشخصي، وروح الصداقة والاحترام بين العاملين والعملاء)، وأخيراً الثقة والضمان (الصدق مع العميل بما يولد الثقة في الفندق، ومهارة أداء الخدمة، وشعور العميل بالأمن والأمان). وقد أوضحت الدراسات السابقة اختلاف الأهمية النسبية لأبعاد جودة الخدمة من خدمة لأخرى حيث وجد ثابت إدريس (1996) في دراسته عن قياس جودة الخدمة بالتطبيق على الخدمات الصحية بالكويت أن أكثر أبعاد جودة الخدمة تأثيراً على العميل كانت الاعتمادية ثم الاستجابة ثم الضمان ثم التعاطف على التوالي في حين احتلت الجوانب المادية المرتبة الأخيرة. كما أوضحت دراسة عبد الله جماعة (1998) عن قياس جودة الخدمة بالتطبيق على الخدمات الجامعية في كليات التجارة المصرية أن الاعتمادية كانت أكثر أبعاد جودة الخدمة تأثيراً على العميل يليها الجوانب المادية ثم الاستجابة ثم الضمان بينما جاء التعاطف في المرتبة الأخيرة من حيث الأهمية.

ومما لا شك فيه أن جودة الخدمة تؤثر بدرجة كبيرة على رضا العميل بل وتعتبر مدخل أساسي لتحقيق رضاه، الأمر الذي سيؤثر فيما بعد على نوايا العميل الشرائية أو التعاملية مع الخدمة مرة أخرى. وتؤكد ذلك ناهد حسن (2004) والتي أوضحت أن معايير جودة أداء الخدمة الفندقية تتمثل في رضا العملاء، والوصول لوضع صفيرية الأخطاء، ورضا العاملين، ومعايير اختيار وتوظيف العاملين، والمعايير الصحية الخاصة بالأغذية والمشروبات، وأيضاً المعايير

وقد تطور فن الخدمة الفندقية تطوراً سريعاً بتطور صناعة السياحة والفنادق، كما ازداد الاهتمام بالخدمة الجيدة لما تحققه من عائد مادي للمنشأة الفندقية. وتعد كل من خدمة الأغذية والمشروبات وخدمة الغرف وخدمة النقل والاتصالات وأيضاً خدمة المحال التجارية من أهم الخدمات المؤثرة في إشباع احتياجات العملاء بالمنشآت الفندقية (هالة حسن - 2006). ويؤكد سرور إبراهيم (2007) على أن جودة الخدمة الفندقية تنقسم إلى شقين رئيسيين الأول يسمى بالجودة الداخلية والذي يتضمن الاهتمام بكل من المنشأة الفندقية وتطوير العاملين وتحفيزهم وهو الذي يقود المنشأة الفندقية لتحقيق الشق الثاني وهو الجودة الخارجية والتي تصبو لتحقيق رضا العملاء وبالتالي الربحية.

وتختلف جودة الخدمات الفندقية باختلاف الدرجة التصنيفية للمنشآت الفندقية، حيث تختلف نوع الخدمات المتوافرة بها كما وكيفاً (عمرو عبد المجيد - 2008). وتؤكد (هالة حسن - 2006) على أهمية توافر مجموعة من الخصائص لدى العاملين بالمنشأة الفندقية تتضمن المقومات الشخصية (النظافة والمظهر والأخلاق)، والمقومات الاجتماعية (الذكاء واللباقة، وتحمل المسؤولية، وروح المجاملة، وروح التعاون)، والمقومات الفنية (إتقان اللغات والحاسب الآلي)، وأيضاً مقومات التعامل مع الآخرين (الأمانة، واحترام مواعيد العمل، وآداب الحديث)، كما أن هناك عدة مواصفات إنشائية يتحدد بناءً عليها درجة المنشأة الفندقية وبالتالي المستويات السعرية لها ومنها الموقع، والتصميم الخارجي للمنشأة، والتصميم الداخلي لمكتب الاستقبال، ووحدات الخدمات الآلية (المغاسل)، والمتاجر المتوافرة والمطاعم والتسهيلات (موقف انتظار السيارات)، والتجهيزات الداخلية غير الآلية (المفروشات ومكلمات الديكور)، والآلية (المساعد وأجهزة الاتصالات الهاتفية وأجهزة التكييف) (طارق طه - 2005).

ويشير كل من Conrad (2000)، Nelson & Hailin (2000)، وحسن الطافش (2006) إلى أن جودة

٢- ما هو مستوى الجوانب الإنشائية بالمنشآت الفندقية؟

٣- ما هو مستوى جودة أبعاد الخدمة الفندقية بالمنشآت الفندقية؟

#### الأهداف البحثية

يستهدف البحث بصفة رئيسية تقييم أبعاد جودة الخدمة الفندقية وعلاقته بالجوانب الإدارية والإنشائية لعينة من نزلاء بعض الفنادق بمدينة الإسكندرية، وذلك من خلال الأهداف الفرعية التالية:

- ١-دراسة بعض الخصائص الاجتماعية والاقتصادية وبيانات الإقامة الفندقية للمبحوثين.
- ٢-تقييم مستوى الجوانب الإدارية للفنادق موضع الدراسة من وجهة نظر المبحوثين.
- ٣-تقييم مستوى الجوانب الإنشائية للفنادق موضع الدراسة من وجهة نظر المبحوثين.
- ٤-قياس مستوى جودة الخدمة الفندقية بمختلف أبعادها للفنادق موضع الدراسة من وجهة نظر المبحوثين.
- ٥-دراسة العلاقات الاحصائية بين مستوى جودة الخدمة الفندقية، كمتغير تابع وبين الخصائص الاجتماعية والاقتصادية وبيانات الإقامة الفندقية ومستوى الجوانب الادارية ومستوى الجوانب الإنشائية كمتغيرات مستقلة.

#### أهمية البحث:

تكمن أهمية البحث فيما يلعبه مفهوم الجودة وتطبيقاتها في الفنادق من دور بارز في الارتقاء بمستوى الخدمات الفندقية. ومن ثم تحقيق التواكب مع أبعاد الجودة التي تضعها مؤسسات الجودة العالمية باعتبارها الضمان الوحيد للاستمرار والمنافسة وازدهار النشاط الفندقي وبالتالي النشاط السياحي والاقتصادي في مصر.

كما تفيد الدراسة في توفير قاعدة بيانات عن الوضع الحالي لأبعاد جودة الخدمة الفندقية، الأمر الذي يسهل معه تحقيق مقارنة بينها وبين أبعاد جودة الخدمة المطلوبة لتحقيق رضا النزلاء والذي يلعب دور كبير

البيئية والإنشائية، حيث يؤدي انخفاض كفاءة هذه المعايير إلى وجود فجوة سلبية بين توقعات العميل عن الخدمة والأداء الفعلي لها. كما ويوضح محمد حنفي (١٩٩٩) أن أهم معوقات تطبيق نظام إدارة الجودة الشاملة في المنشآت الفندقية هي عدم متابعة المنشأة لآراء العملاء في خدماتها، والتسرع في تطبيق نظام إدارة الجودة الشاملة دون خلق ثقافة لدى العاملين بهذا النظام، وأيضاً انخفاض كفاءة أداء العاملين في المهام المسنودة إليهم.

هذا ويعتبر قياس جودة الخدمة من الموضوعات التي تثير اهتمامات الباحثين، حيث أتسع نطاق تطبيقها في السنوات الأخيرة ليشمل خدمات عديدة منها الخدمة المصرفية والصحية والتعليمية وأيضاً الفندقية. فقد أوضحت غادة بسيوني(٢٠٠٠) في دراستها عن قياس جودة الخدمات السياحية في مصر بالتطبيق على خدمة النقل الجوي أنه كلما استطاعت المنشأة الفندقية أن تقلل الفجوة بين توقعات العملاء تجاه الخدمات والأداء الفعلي لها كلما ارتفع مستوى جودة خدماتها ومستوى رضا العملاء وبالتالي أمكن تحقيق مستوى ربحية مرتفع. كما أشار محمد خوجة(٢٠٠٨) في دراسته عن جودة الخدمات الفندقية رضا العملاء في فنادق الدرجة الأولى بمحافظة جدة إلى أن نجاح أي فندق واكتسابه سمعة جيدة يتوقف على تركيز الإدارة في المقام الأول على تحقيق أبعاد جودة الخدمة الفندقية.

وهكذا يتضح أن توجه النزلاء يبقى محورياً أساسياً في تطوير أي إستراتيجية لإدارة الفندق، ونظراً لأن الجودة في إدارة الخدمات الفندقية تبدأ وتنتهي بالنزلاء، بالتالي كان من الضروري دراسة الفجوة بين توقعات النزلاء تجاه الخدمة الفندقية وبين مستوى الأداء الفعلي لها وذلك بتقييم أبعاد جودة الخدمة الفندقية ومن ثم تتبلور مشكلة الدراسة في التساؤلات التالية:

١- ما هو مستوى الجوانب الإدارية بالمنشآت الفندقية؟

-الاعتمادية Reliability: تتضمن الوفاء بالوعد المقدمة لانجاز الخدمة، دراسة الشكاوى، الالتزام بمواعيد أداء الخدمة، وأداء الخدمة بدقة وانعدام الأخطاء.

-الاستجابة Responsiveness: تتضمن إخبار النزيل عن موعد بداية ونهاية تقديم الخدمة، تقديم خدمة فورية، الرد الفوري على استفسارات وشكاوى النزلاء، تقديم استفسارات هاتفية، ورغبة العاملين في مساعدة النزلاء.

-الثقة والضمان Assurance: تتمثل في شعور النزيل بالأمان خلال إقامته بالفندق، كفاءة أداء العاملين، المحافظة على سرية تعاملات النزيل، وتحقيق ولاء وارتباط النزيل بالفندق.

-التعاطف Empathy: ينطوي على شعور النزيل بالاهتمام الشخصي، وجود روح الصداقة والاحترام بين العاملين والنزلاء، وتفهم العاملين لاحتياجات النزلاء وسرعة تلبيتها.

-الجوانب المادية Tangibility: تتضمن جاذبية التصميم الداخلي للفندق، صيانة النواحي الإنشائية، الاهتمام بمظهر العاملين، وموقع وديكورات الفندق (Conrad - 2000).

ويقصد بأبعاد جودة الخدمة الفندقية في هذا البحث القيمة الرقمية الدالة على مدى وجود بنود كل بعد وأهمية هذه البنود وأيضاً مستوى أدائها من وجهة نظر الباحثين.

٥- الجوانب الإدارية: تشير الجوانب الإدارية في هذا البحث إلى مستوى الخدمات الفندقية من حيث وجودها والتعامل معها وسهولة الحصول عليها وسرعة أدائها ومدى الاستفادة منها وأيضاً مستوى أدائها، كما وتشير إلى مستوى خصائص العاملين بالفندق من حيث مدى وجود هذه الخصائص ودرجة تمتع العاملين بها.

في وضع وتخطيط استراتيجيات تحسين جودة الخدمة المقدمة بالمنشأة الفندقية.

### الأسلوب البحثي

#### أولاً- المنهج البحثي:

اتباع البحث المنهج الوصف التحليلي.

#### ثانياً-المصطلحات العلمية والتعاريف، الإجرائية:

١- النزلاء: يقصد بها في هذا البحث النزلاء أو الأفراد الذين قاموا بحجز غرفة أو أكثر بالفنادق موضع الدراسة بما يضمن تعاملهم مع خدمات الفندق وقدرتهم على الحكم على جودة أدائه.

٢- نوع العمل: يشير في هذا البحث الى نوع مهنة الباحثين والتي تم تصنيفها الى خمس فئات رئيسية وفقاً للهيكل العام للمهن وهي الاختصاصي(أعمال تتطلب قدر عالي من المهارات العلمية والفنية والإدارية مثل محامي- قاضي- طبيب- مهندس- أسناد جامعي) والفني أعمال يتطلب إنجازها مهارات عملية وفنية وإدارية مثل(مدرس- ممرض- فني لحام أو بناء) والمهني أعمال تتطلب توافر مهارات عملية وفنية لدى شاغليها مثل(خراط-ميكانيكي) والعامل الماهر(أعمال تتطلب توافر مهارات عملية وعلمية وفنية مثل لحام كهرباء- طبخ) وأيضاً العامل محدود المهارات(أعمال يتطلب إنجازها قدر محدود من المهارات العلمية مثل بائع صحف- حارس- سعاة) (مكتب العمل العربي-1993).

٣- جودة الخدمة الفندقية: الجودة هي الاستجابة الفورية لاحتياجات العملاء في المؤسسات الخدمية (Feigenbaum-1991)، أما جودة الخدمة الفندقية فهي مجموعة السمات والخصائص الفندقية التي تحمل على عاتقها القدرة على تلبية احتياجات وآمال وتوقعات العملاء(Nick - 1992).

٤- أبعاد جودة الخدمة الفندقية: تتضمن جودة الخدمة الفندقية خمسة أبعاد رئيسية وهي:

نوع العمل)، ومجموعة بيانات الإقامة الفندقية (درجة الفندق- مدة الإقامة بالفندق- عدد مرات التعامل السابق مع الفندق- سبب التواجد بالفندق- أسباب اختيار الفندق- ومصادر المعلومات عن الفندق). وكذلك مستوى الجوانب الإدارية ومستوى الجوانب الإنشائية من وجهة نظر النزلاء عينة البحث.

#### ٢- المتغيرات التابعة:

تضمن المتغير التابع الرئيسي بهذه الدراسة مستوى جودة الخدمة الفندقية بأبعاده الخمسة (الاعتمادية- الاستجابة- الثقة والضمان- التعاطف- الجوانب المادية) من وجهة نظر النزلاء.

#### خامساً- الفروض البحثية:

في ضوء أهداف البحث تم صياغة الفروض البحثية في صورتها الصفرية والتي تنص على عدم وجود علاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع.

سادساً- أدوات وأسلوب تجميع وتحليل البيانات وقياس متغيراتها:

تم استيفاء بيانات هذه الدراسة باستخدام الاستبيان بالمقابلة الشخصية مع أفراد عينة البحث. وقد تضمنت الاستمارة المحاور التالية:

#### ١- المحور الأول: تناول الخصائص الاجتماعية والاقتصادية وبيانات الإقامة الفندقية للمبحوثين.

#### ٢- المحور الثاني: تضمن قياس مستوى الجوانب الإدارية ومستوى الجوانب الإنشائية.

#### ٣- المحور الثالث: إنطوى على قياس مستوى أبعاد جودة الخدمة الفندقية.

٦- الجوانب الإنشائية: يقصد بالجوانب الإنشائية في هذا البحث القيمة الرقمية الدالة على مدى توافر (مدى ملائمة) التجهيزات الإنشائية لمتطلبات النزول سواء من حيث التصميم الخارجي للفندق وجاذبية موقعه، والتصميم الداخلي لمرافق الفندق الداخلية وفراغاته المختلفة، وكذلك تصميم غرف النزلاء لضمان شعوره بالراحة والألفة والرضا عن المكان.

#### ثالثاً- الشاملة والعينة:

في ضوء أهداف البحث الرئيسية والفرعية تمثلت الشاملة في جميع نزلاء فنادق مدينة الإسكندرية بمختلف درجاتها التصنيفية والبالغ عددها ٧٢ فندق وفقاً لبيانات دليل الفنادق المصرية ٢٠٠٩/٢٠١٠. وقد تم أخذ العينة على مرحلتين:

١- اختيرت عينة عشوائية طبقية بواقع ٢٥% من عدد الفنادق/درجة تصنيفية وبذلك بلغ عدد الفنادق موضع الدراسة ١٨ فندق.

٢- تم اختيار عينة صدفية بواقع ١٥ نزول/فندق من الفنادق موضع الدراسة، وبذلك بلغت العينة الكلية للدراسة ٢٧٠ نزول - جدول (١)

#### رابعاً- المتغيرات البحثية:

تضمنت متغيرات الدراسة نوعين أساسيين من المتغيرات البحثية:

#### ١- المتغيرات المستقلة:

تمثلت في مجموعة الخصائص الاجتماعية والاقتصادية للعينة البحثية (الجنسية- الجنس- العمر- المستوى التعليمي- متوسط الدخل الشهري-

#### جدول ١: توزيع فنادق مدينة الإسكندرية والنزلاء وفقاً لعينة البحث

حجم العينة (عدد النزلاء)	عدد الفنادق موضع الدراسة	عدد الفنادق	درجة الفندق
١٣٥	٩	٣٥	١
٤٥	٣	١٣	٢
٤٥	٣	١٢	٣
١٥	١	٥	٤
٣٠	٢	٧	٥
٢٧٠	١٨	٧٢	المجموع الكلي

المصدر: دليل الفنادق المصرية ٢٠٠٩/٢٠١٠.

وقد تم قياس متغيرات الدراسة كما يلي:

#### ١- مستوى الجوانب الإدارية:

تم قياس هذا المتغير عن طريق إعطاء درجات رقمية لأبعاد قياس هذا المحور والتي تضمنت:

أ- مستوى الخدمات الفندقية: حيث يحدد المبحوث مدى وجود الخدمة نعم (٢)، لا (١)، والتعامل معها نعم (٢)، لا (١)، وسهولة الحصول عليها سهلة (٢)، غير سهلة (١)، وسرعة أداؤها عالية (٣)، متوسطة (٢)، منخفضة (١)، ومدى الاستفادة منها كبيرة (٣)، متوسطة (٢)، صغيرة (١)، وأيضاً مستوى أداؤها جيدة (٣)، متوسطة (٢)، رديئة (١)، وذلك لحوالي ٢٣ نوع من أنواع الخدمات الفندقية.

ب- مستوى خصائص العاملين: تضمن ١٨ خاصية من خصائص العاملين حيث يحدد المبحوث مدى وجود الخصائص نعم (٢)، لا (١) وأيضاً درجة تمتع العاملين بها كبيرة (٣)، متوسطة (٢)، صغيرة (١).

وبذلك تعبر محصلة القيم الرقمية لكل من مستوى الخدمات الفندقية ومستوى خصائص العاملين عن مستوى الجوانب الإدارية.

#### ٢- مستوى الجوانب الإنشائية:

تم تقييم مستوى الجوانب الإنشائية من خلال ٤٥ عبارة تضم التصميم الخارجي والداخلي للفندق وتصميم غرف النزلاء بحيث يحدد المبحوث رأيه في مدى توافر هذه التجهيزات أوافق (٣)، أوافق لحد ما (٢)، لا أوافق (١). وبذلك تعبر محصلة القيم الرقمية للعبارة عن مستوى الجوانب الإنشائية.

#### ٣- مستوى أبعاد جودة الخدمة الفندقية:

لتقدير مستوى أبعاد جودة الخدمة الفندقية تم إعطاء درجات رقمية لأبعاد قياس هذا المحور والتي تضمنت ٢٥ عبارة موزعة على بنود الأبعاد الخمسة

لجودة الأداء الفندقية وهي الاعتمادية (٤ عبارات) الاستجابة (٦ عبارات) الثقة والضمان (٥ عبارات) التعاطف (٥ عبارات) الجوانب المادية (٥ عبارات)، بحيث يحدد المبحوث مدى وجود بنود البعد نعم (٢)، لا (١) وأهميتها هام جداً (٣)، هام لحد ما (٢)، غير هام (١) وأيضاً مستوى أداؤها ممتاز (٥)، جيد (٤)، متوسط (٣)، سيء (٢)، لا يؤدي (١) وبذلك تعبر محصلة القيم الرقمية للعبارة عن مستوى جودة الخدمة الفندقية.

ولقد تم الاستعانة بالبرنامج الإحصائي SPSS V.16 في تحليل بيانات هذه الدراسة وتمثلت الأساليب الإحصائية المستخدمة في النسب المئوية والجداول التكرارية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري ومعامل الارتباط البسيط ودالة الانحدار المتعدد.

#### النتائج ومناقشتها

##### أولاً- الخصائص الاجتماعية والاقتصادية:

أوضحت نتائج البحث جدول (٢) أن جنسية ما يقرب من ثلثي المبحوثين مصرية (٦٢,٢%)، وأن غالبيتهم من الذكور (٧٨,٥%). وقد بلغ المتوسط الحسابي لأعمار المبحوثين  $36,5 \pm 11,3$  وبناءً عليه تم توزيعهم في ثلاث فئات عمرية فتبين أن ٥٦,٣% منهم يقعون بالفئة العمرية ٢٦-٤٨ سنة.

أيضاً أوضحت النتائج أن المستوى التعليمي لدى ما يقرب من نصف المبحوثين (٤٨,١%) كان جامعي. وقد تراوح متوسط الدخل الشهري لأكثر من نصف المبحوثين (٥٣,٣%) ما بين ٥٠٠٠-٧٠٠٠ جنيهاً مصرياً. وبالنسبة لنوع العمل تبين أن ٣٨,١% من المبحوثين يعملون بالأعمال المهنية أو الفنية في حين انخفضت نسبة الأعمال الاختصاصية حيث بلغت ٦,٧%. كما تبين أن ٢٦% منهم لا يعملون (معاش).

جدول ٢: توزيع المبحوثين وفقاً لبعض الخصائص الاجتماعية والاقتصادية

الخصائص	العدد ن = ٢٧٠	%	الخصائص	العدد ن = ٢٧٠	%
١- الجنسية			٤- المستوى التعليمي		
مصري	١٦٨	٦٢,٢	ابتدائي	١١	٤,١
لبناني	٣٨	١٤,١	إعدادي	٢٠	٧,٤
خليجي	٢٧	١٠,٠	ثانوي	٧٠	٢٦,٠
سوري	١٤	٥,٢	معهد متوسط	٣٩	١٤,٤
ليبي	١٣	٤,٨	جامعي	١٣٠	٤٨,١
أردني	٩	٣,٣	٥- متوسط الدخل الشهري		
فلسطيني	١	٠,٤	أقل من ٥٠٠٠ جنيه	١٠٨	٤٠,٠
٢- الجنس			٥٠٠٠-٧٠٠٠ جنيه	١٤٤	٥٣,٣
ذكر	٢١٢	٧٨,٥	٧٠٠٠ جنيه فأكثر	١٨	٦,٧
أنثى	٥٨	٢١,٥	٦- نوع العمل		
			لايعمل (معاش)	٧٠	٢٦,٠
٣- العمر			عامل محدود المهارات	١٨	٦,٧
أقل من ٢٦ سنة	٦٣	٢٣,٣	عامل ماهر	٦١	٢٢,٥
٢٦-٤٨ سنة	١٥٢	٥٦,٣	عامل مهني	٥٠	١٨,٥
٤٨ سنة فأكثر	٥٥	٢٠,٤	عامل فني	٥٣	١٩,٦
			عامل اختصاصي	١٨	٦,٧

## ثانياً- بيانات الإقامة الفندقية:

بنسبة ٨٠,٧% يليه الأسعار المناسبة ٧٢,٢%، في حين احتلت نوع الخدمة، وتكوين علاقات صداقة مع العاملين المراكز الأخيرة بنسبة ٩,٦%، ٦,٣% على التوالي.

وفيما يختص بمصادر معلومات المبحوثين عن الفندق تبين أن شركات السياحة كانت من أكثر مصادر معلومات ٧١,٥% من المبحوثين يليها الخبرة الشخصية بنسبة ٣٧,٤%، في حين تددت هذه النسبة كثيراً للصحف والمجلات، والانترنت حيث بلغت ٩,٢%، ٧,٤% على التوالي.

وفي هذا الصدد يوضح ياسين الكحلي (١٩٩٨) أن كبرى المراكز البحثية المتخصصة في إدارة الفنادق في أمريكا أجرت استفتاءات عن سبب اختيار النزول لفندق ما وتكرار التعامل معه. وقد وجد أن هذه الأسباب مرتبة وفقاً لأهميتها هي الموقع ٥٦%، السعر المناسب ٤٦%، تنوع الخدمات ٢٣%، الشهرة ٢٢%، وخدمات الترفيه والتسلية ١٠%.

في ضوء الشاملة والعينة البحثية تشير الأرقام الواردة بجدول (٣) إلى أن ٥٠% من المبحوثين كانوا من نزلاء فنادق الدرجة الأولى في حين أن ١٦,٦% منهم كانوا من نزلاء فنادق الدرجة الرابعة والخامسة وذلك بنسبة ٥,٥%، ١١,١% على التوالي.

وقد أظهرت النتائج البحثية أن مدة إقامة ما يقرب في ثلاثة أرباع المبحوثين (٧١,٩%) أقل من ٧ أيام، كما تعددت مرات التعامل السابق مع الفندق بين ٢-٤ مرات لدى ما يزيد عن نصف المبحوثين (٥٨,٩%).

وبالنسبة لسبب التواجد بالفندق فقد كان الترفيه والسياحة من أكثر أسباب تواجد حوالي ثلاثة أرباع المبحوثين بالفندق (٧٤,١%) بينما انخفضت هذه النسبة كثيراً فيما يتعلق بالإقامة أو حضور مؤتمر حيث بلغت ٣,٧%، ٢,٦% على التوالي.

وعن أسباب اختيار الفندق تدل الأرقام الواردة بالجدول على تعدد هذه الأسباب إلا أن تعاقد شركات السياحة احتل المركز الأول ضمن مجموعة الأسباب

جدول ٣: توزيع المبحوثين وفقاً لبيانات الإقامة الفندقية

بيانات الإقامة الفندقية	العدد ن = ٢٧٠	%	بيانات الإقامة الفندقية	العدد ن = ٢٧٠	%
١- درجة الفندق			٤- سبب التواجد بالفندق		
الأولى	١٣٥	٥٠,٠	الترفيه والسياحة	٢٠٠	٧٤,١
الثانية	٤٥	١٦,٧	مناسبات اجتماعية	٢٩	١٠,٧
الثالثة	٤٥	١٦,٧	مقابلة عمل	٢٤	٨,٩
الرابعة	١٥	٥,٥	الإقامة	١٠	٣,٧
الخامسة	٣٠	١١,١	حضور مؤتمر	٧	٢,٦
٢- مدة الإقامة في الفندق			٥- أسباب اختيار الفندق*		
أقل من ٧ أيام	١٩٤	٧١,٩	تعقد شركة السياحة	٢١٨	٨٠,٧
٧-١٥ يوم	٤٩	١٨,١	الأسعار المناسبة	١٩٥	٧٢,٢
١٥ يوم فأكثر	٢٧	١٠,٠	الموقع المناسب	٧٩	٢٩,٢
			جانبيه التصميم والإنشاء	٦٨	٢٥,٢
			الشعور بالراحة	٥٠	١٨,٥
			تنوع الخدمة	٢٦	٩,٦
			تكوين علاقات صداقة مع العاملين	١٧	٦,٣
٣- عدد مرات التعامل السابق مع الفندق			٦- مصادر المعلومات عن الفندق*		
مرة واحدة	٩٣	٣٤,٤	شركات السياحة	١٩٣	٧١,٥
٢-٤ مرات	١٥٩	٥٨,٩	الخبرة الشخصية	١٠١	٣٧,٤
٤ مرات فأكثر	١٨	٦,٦	الأصدقاء والمعارف	٦٦	٢٤,٤
			الإذاعة والتلفزيون	٤١	١٥,٢
			المطارات والموانئ	٣٨	١٤,١
			الصحف والمجلات	٢٥	٩,٢
			الانترنت	٢٠	٧,٤

\* الأرقام تشير إلى تكرارات.

## ثالثاً- مستوى الجوانب الإدارية:

متكاملة حيث أن تدني مستوى جودة أي منها يؤثر سلباً على باقي الخدمات وعلى سمعة الفندق ككل (حنا قطارة - ٢٠٠٥).

وقد تم سؤال المبحوثين عن بنود تقييم مستوى الخدمات الفندقية والتي تضمنت مدى وجود الخدمة والتعامل معها وسهولة الحصول عليها وسرعة أدائها ومدى الاستفادة منها وأيضاً مستوى أدائها. وبناءً على قيم المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل من هذه البنود تم توزيع المبحوثين في ثلاث فئات حيث أوضحت نتائج البحث جدول (٤) أن المستوى المتوسط لبنود تقييم مستوى الخدمات الفندقية هو السائد بين غالبية المبحوثين وذلك بنسبة ٧٣,٧% لمستوى أداء الخدمة، ٧٠,٤% لسرعة أداء الخدمة، ٦٩,٣% لمدى الاستفادة من الخدمة، ٦٧,٤% لسهولة الحصول على الخدمة، ٦٥,٩% لمدى وجود الخدمة، وكذلك ٥٠,٧% لبند التعامل مع الخدمة.

أشار Suarez وآخرون (٢٠٠١) إلى أن الهدف من تقديم الخدمة الفندقية للنزيل هو تحقيق مستوى معين من الربح للمنشأة الفندقية وتحقيق رضا لنزيل عن الخدمة. وهناك عدة قواعد يجب إتباعها للوصول لرضا النزيل منها الاهتمام الشخصي به وتلبية احتياجاته وتقليل فترة انتظار الخدمة ومحاولة خلق ذكريات تربط النزيل بالمكان والاهتمام المتزايد بالنزلاء المتكررين.

هذا وقد تم قياس مستوى الجوانب الإدارية من خلال محورين أساسيين كما يلي:

## أ- مستوى الخدمات الفندقية:

عادة ماتقدم الفنادق خدمات متعددة منها خدمة الغرف والإشراف الداخلي والخدمات الترفيهية وخدمة الأغذية والمشروبات وخدمات الهاتف والمجلات التجارية إلى آخره، وهذه الخدمات تتشابك فيما بينها بحيث يصعب تقديم أي منها منفرداً فلا بد من تقديمها



## جدول ٤: توزيع المبحوثين وفقاً لبنود تقييم مستوى الخدمات الفندقية

مرتفع		متوسط		منخفض		المتوسط الحسابي والانحراف المعياري	مستوى التقييم بنود الخدمات الفندقية
العدد	%	العدد	%	العدد	%		
٥١	١٨,٩	١٧٨	٦٥,٩	٤١	١٥,٢	٧,٥+٣١,٦	١- مدى وجود الخدمة
٥٨	٢١,٥	١٢٧	٥٠,٧	٧٥	٢٧,٨	١٥,١+٢٥,٢	٢- التعامل مع الخدمة
٤٩	١٨,٢	١٨٢	٦٧,٤	٣٩	١٤,٤	١٤,٦+١٧,٤	٣- سهولة الحصول على الخدمة
٤٧	١٧,٤	١٩٠	٧٠,٤	٣٣	١٢,٢	١٩,٩+٢٢,٥	٤- سرعة أداء الخدمة
٤٦	١٧,٠	١٨٧	٦٩,٣	٣٧	١٣,٧	١٩,٦+٢٢,٦	٥- مدى الاستفادة من الخدمة
٤٥	١٦,٧	١٩٩	٧٣,٧	٢٦	٩,٦	٢٠,٥+٢٢,٦	٦- مستوى أداء الخدمة

خلال آراء النزلاء وعدم رضاهم عن مستوى أداء الخدمات بالمنشآت الفندقية.

## جدول ٥: توزيع المبحوثين وفقاً لإجمالي بنود تقييم

مستوى الخدمات الفندقية		إجمالي مستوى الخدمات الفندقية	العدد	%
مستوى التقييم				
منخفض (أقل من ٥٠ درجة)		١٨	٦,٧	
متوسط (٥٠ - ٢٣٧ درجة)		٢٠٧	٧٦,٧	
مرتفع (٢٣٧ درجة فأكثر)		٤٥	١٦,٦	

## ب- مستوى خصائص العاملين

تتعدد الخصائص الواجب أن يتسم بها العاملين بالفندق تبعاً لنوع النشاط أو القسم الذي ينتمي له العامل، إلا أنه هناك خصائص عامة يجب توافرها في العاملين وهي الطموح واللباقة والقبول والاحترام والثقة بالنفس والصدق في كل التعاملات والأمانة والإخلاص وأيضاً الانتباه التام للنزلاء وسرعة تلبية رغباته (سمير الرزاز - ٢٠٠٢).

وقد تم سؤال المبحوثين عن بنود تقييم مستوى خصائص العاملين والتي تضمنت مدى وجود هذه الخصائص وأيضاً درجة تمتع العاملين بها. وبناءً على قيم المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل من هذه البنود تم توزيع المبحوثين في ثلاث فئات حيث أظهرت النتائج البحثية جدول (٦) أن المستوى المتوسط لبنود تقييم مستوى خصائص العاملين هو السائد بين غالبية المبحوثين وذلك بنسبة ٧٤,٨% لوجود الخصائص، وكذلك ٥٨,٥% لدرجة تمتع العاملين بها.

## جدول ٦: توزيع المبحوثين وفقاً لبنود تقييم مستوى خصائص العاملين

مرتفع		متوسط		منخفض		المتوسط الحسابي والانحراف المعياري	مستوى التقييم بنود خصائص العاملين
العدد	%	العدد	%	العدد	%		
١	٠,٤	٢٠٢	٧٤,٨	٦٧	٢٤,٨	٥,٦+٣٠,٩	١- وجود الخصائص
٦٠	٢٢,٢	١٥٨	٥٨,٥	٥٢	١٩,٣	١٥,٤+٣٢,٣	٢- درجة تمتع العاملين بها

وتتفق هذه النتائج مع دراسة عبد الله جماعة (١٩٩٧) عن أثر المعايير والمتغيرات السلوكية على مشتملي الخدمات الاستهلاكية بمحافظة الجيزة والتي أوضحت أن هناك معايير هامة احتلت المركز الأول فيما يخص المفاضلة بين الخدمات السياحية وهي سهولة الحصول على الخدمة وأيضاً سرعة الحصول عليها وذلك من وجهة نظر العملاء.

وبتقدير القيم الرقمية لإجمالي بنود تقييم مستوى الخدمات الفندقية أوضحت النتائج أن المتوسط الحسابي لهذه القيم  $١٤٣,٤ + ٩٣,٣$  وبناءً عليه تم توزيع المبحوثين في ثلاث فئات وفقاً لإجمالي بنود تقييم مستوى الخدمات الفندقية فتبين كما هو موضح في جدول (٥) أن إجمالي مستوى الخدمات الفندقية كان متوسط لدى مايزيد عن ثلاثة أرباع المبحوثين ٧٦,٧%.

وفي هذا الصدد يوضح محمد العزاوي (٢٠٠٢) أن مستوى الخدمات الفندقية لا يرتبط بتحقيق أبعادها فقط ولكن هناك بنود تتداخل مع الأبعاد في تحقيق جودة الخدمة الفندقية منها سهولة الحصول عليها في الوقت والمكان المناسبين، وأيضاً ارتفاع مستوى أدائها. كما يؤكد برنجي أيمن (٢٠٠٩) في دراسته عن الخدمات السياحية وأثرها على سلوك المستهلك بفنادق الجزائر على أن تنمي مستوى أداء الخدمات السياحية والفندقية أثر سلبياً على سلوك السائحين ويظهر ذلك واضحاً من

من ثلاثة أرباع المبحوثين (٧٠,٧%). وهذا يعكس مدى حاجة المنشآت الفندقية لتطوير سياساتها في الإدارة، حيث أن تدرج مستوى الجوانب الإدارية بهذه المنشآت يعتبر معوق من معوقات السياحة في مصر. الأمر الذي يبعث السائحين على التردد في زيارة مصر مرة أخرى.

جدول ٨: توزيع المبحوثين وفقاً لمستوى الجوانب الإدارية

مستوى الجوانب الإدارية	العدد	%
منخفض (أقل من ١٠٠ درجة)	٢٧	١٠,٠
متوسط (١٠٠ - ٣٠٦ درجة)	١٩١	٧٠,٧
مرتفع (٣٠٦ درجة فأكثر)	٥٢	١٩,٣

رابعاً - مستوى الجوانب الإنشائية:

هناك العديد من العوامل التي يجب أخذها في الاعتبار بالمنشأة الفندقية ومنها توافق الطراز المعماري للفندق مع البيئة المحيطة المحلية ومراعاة البساطة في الديكور والتأثيث والمفروشات واستخدام مواد سهلة الصيانة والتنظيف وكذلك توفير سبل الأمان والحماية بمرافق الفندق (عمرو عبد المجيد - ٢٠٠٨).

وقد تم تقييم بنود مستوى الجوانب الإنشائية والتي تضمنت التصميم الخارجي والداخلي للفندق وتصميم غرف النزلاء. وبناءً على قيم المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل من هذه البنود تم توزيع المبحوثين في ثلاث فئات حيث تشير الأرقام الواردة بجدول (٩) إلى أن المستوى المتوسط لبنود تقييم مستوى الجوانب الإنشائية هو السائد لدى مايزيد عن نصف المبحوثين وذلك بنسبة ٥٥,٢% للتصميم الخارجي، ٥١,١% للتصميم الداخلي، وأيضاً ٥٢,٢% لتصميم غرف النزلاء.

جدول ٩: توزيع المبحوثين وفقاً لتبند تقييم مستوى الجوانب الإنشائية

مستوى التقييم	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري	منخفض	متوسط	مرتفع
بنود الجوانب الإنشائية		العدد	العدد	العدد
١- التصميم الخارجي	٥,٧+١٢,٩	٦٥	١٤٩	٥٦
٢- التصميم الداخلي	٩,٨+٢٥,٨	٧٣	١٣٨	٥٩
٣- تصميم غرف النزلاء	١٦,٨+٤٩,٢	٦٢	١٤١	٦٧

ويتقدير القيم الرقمية لإجمالي بنود تقييم مستوى خصائص العاملين أوضحت النتائج أن المتوسط الحسابي لهذه القيم  $٦٣,٦ \pm ٢٠,٣$  وبناءً عليه تم توزيع المبحوثين ثلاث فئات وفقاً لإجمالي بنود تقييم مستوى خصائص العاملين فتبين كما هو موضح في جدول (٧) أن إجمالي مستوى خصائص العاملين كان متوسط لدى مايزيد عن نصف المبحوثين ٥٨,١%، الأمر الذي قد يعكس عدم كفاءة الإدارة الفندقية في اختيار وانتخاب العناصر الكفاء من العاملين سواء من حيث المستوى التعليمي أو الاجتماعي.

وفي هذا الصدد يوضح Crane (١٩٩٩) في دراسته عن عدم رضا العملاء عن الخدمات المهنية بكندا أن أهم أسباب عدم رضا العملاء عن الخدمة تتمثل في المشكلات الوظيفية مثل سوء تعامل العاملين مع العملاء.

جدول ٧: توزيع المبحوثين وفقاً لإجمالي بنود تقييم

مستوى خصائص العاملين

إجمالي مستوى خصائص العاملين	العدد	%
منخفض (أقل من ٤٣ درجة)	٥٧	٢١,١
متوسط (٤٣ - ٨٤ درجة)	١٥٧	٥٨,١
مرتفع (٨٤ درجة فأكثر)	٥٦	٢٠,٨

وفي ضوء محصلة القيم الرقمية لإجمالي بنود تقييم كل من مستوى الخدمات الفندقية ومستوى خصائص العاملين تم تحديد مستوى الجوانب الإدارية. وقد أوضحت النتائج أن المتوسط الحسابي لمستوى الجوانب الإدارية  $١٠٢,٩ \pm ٢٠,٣$  وبناءً عليه تم توزيع المبحوثين في ثلاث فئات وفقاً لمستوى الجوانب الإدارية فتبين كما هو موضح بجدول (٨) أن مستوى الجوانب الإدارية كان متوسط من وجهة نظر مايقرب

بجدول (١١) أنه من حيث مدى وجود بنود كل بعد فقد أشار المبحوثين إلى ارتفاع مستوى وجود أبعاد الثقة والضمان، والاستجابة، وأيضاً الاعتمادية وذلك بنسبة ٦١,١%، ٥٣%، ٤٤,١% على التوالي، في حين أن مستوى وجود بعدي التعاطف، والجوانب المادية كان متوسط من وجهة نظر المبحوثين وذلك بنسبة ٧٧,٤%، ٦١,١% على التوالي.

وبالنسبة لأهمية بنود أبعاد الخدمة الفندقية أظهرت النتائج البحثية أن المستوى المتوسط لأهمية أبعاد الخدمة الفندقية هو السائد بين غالبية المبحوثين وذلك بنسبة ٨٧,٤% للاعتمادية، ٨٦,٧% للاستجابة، ٧٧,٤% للثقة والضمان ٧٥,٩% للتعاطف، وأيضاً ٧٤% الجوانب المادية.

وفيما يختص بمستوى أداء بنود أبعاد الخدمة الفندقية تبين أن المستوى المتوسط لأداء أبعاد الخدمة الفندقية هو السائد بين المبحوثين ويظهر ذلك بوضوح في أبعاد التعاطف (٦١,٥%)، والثقة والضمان (٦١,١%)، وأيضاً الاستجابة (٥٥,٦%).

وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة على داود (٢٠٠١) عن تحديد محددات جودة أداء الخدمة بقطاع فنادق الدرجة الأولى في مصر والتي أوضحت اختلاف الأهمية النسبية لأبعاد جودة الخدمة من وجهة نظر النزلاء حيث احتلت الاعتمادية المركز الأول ٢٣,٤% يليها التعاطف ٢٢,٧% ثم الثقة والضمان ١٨,٣% والاستجابة ١٨,١% بينما جاءت النواحي المادية في المركز الأخير بنسبة ١٧,٦%.

كما وتتفق مع نتائج دراسة محمد خوجة (٢٠٠٨) عن جودة الخدمات الفندقية ورضا العملاء بفنادق الدرجة الأولى في جدة والتي أظهرت أن الاعتمادية، والتعاطف احتلوا المركز الأول في درجة الأهمية من وجهة نظر النزلاء، بينما احتلت الجوانب المادية المركز الأخير في درجة الأهمية.

وبتقدير القيم الرقمية لإجمالي بنود تقييم مستوى الجوانب الإنشائية أظهرت النتائج البحثية أن المتوسط الحسابي لهذه القيم  $٨٨,١ \pm ٣٠,١$  وبناءً عليه تم توزيع المبحوثين في ثلاث فئات وفقاً لمستوى الجوانب الإنشائية فتبين كما هو موضح بجدول (١٠) أن مستوى الجوانب الإنشائية كان متوسط لدى مايزيد عن نصف المبحوثين ٥٥,٢%. الأمر الذي يعكس تدني مستوى النواحي الإنشائية مما يؤثر سلبياً على درجة رضا النزلاء وزيادة الطلب السياحي في مصر.

جدول ١٠: توزيع المبحوثين وفقاً لمستوى الجوانب الإنشائية

مستوى الجوانب الإنشائية	العدد	%
منخفض (أقل من ٥٨ درجة)	٥٢	١٩,٢
متوسط (٥٨ - ١١٨ درجة)	١٤٩	٥٥,٢
مرتفع (١١٨ درجة فأكثر)	٦٩	٢٥,٦

خامساً- مستوى جودة أبعاد الخدمة الفندقية

إن النشاط الفندقي له دور كبير في التنمية الاقتصادية، الأمر الذي تتسابق من أجله الدول في ابتكار وسائل جذب السائحين من خلال تنشيط عناصر السياحة الأساسية والمتمثلة في إقامة المنشآت السياحية الكفيلة بتلبية رغبات السائحين والتي من أهمها المنشآت الفندقية والتي شهدت اهتماماً بالغاً في الارتقاء بجودة الخدمات الفندقية لتلبية حاجات ورغبات السائحين (برنجي أيمن- ٢٠٠٩)، كما أن الجودة في المنشآت الفندقية هي السلاح الذي تنافس من خلاله المنشأة للوصول إلى حصة سوقية أكبر وتحقيق التميز بين المنشآت الفندقية (حميد الطائي- ٢٠٠٠).

هذا وقد تم قياس مستوى أبعاد جودة الخدمة الفندقية بتقدير القيم الرقمية لإجمالي بنود كل بعد من الأبعاد الخمسة لجودة الخدمة وذلك من حيث مدى وجود بنود كل بعد وأهميتها وأيضاً مستوى أدائها. وبناءً على قيم المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل من هذه البنود الخاصة بكل بعد تم توزيع المبحوثين في ثلاث فئات حيث توضح الأرقام الواردة

جدول ١١: توزيع المبحوثين وفقاً لبنود تقييم مستوى الخدمة الفندقية

بنود مستوى الخدمة الفندقية	مستوى التقييم	منخفض		متوسط		مرتفع	
		العدد	%	العدد	%	العدد	%
وجود البنود	١,٩+٦,١	١١٠	٤٠,٧	٤١	١٥,٢	١١٩	٤٤,١
أهميتها	٢,٧+١٠,٥	٣٠	١١,١	٢٣٦	٨٧,٤	٤	١,٥
مستوى أدائها	٦,٣+١٠,٩	٩٥	٣٥,٢	١٢٠	٤٤,٤	٥٥	٢٠,٤
وجود البنود	٢,٥+١٠,٢	٦٠	٢٢,٢	٦٧	٢٤,٨	١٤٣	٥٣,٠
أهميتها	٤,٤+١٥,٨	٣٤	١٢,٦	٢٣٤	٨٦,٧	٢	٠,٧
مستوى أدائها	٨,٢+١٨,٤	٥٩	٢١,٩	١٥٠	٥٥,٦	٦١	٢٢,٥
وجود البنود	٢,٢+٨,٧	٥٥	٢٠,٤	٥٠	١٨,٥	١٦٥	٦١,١
أهميتها	٣,٠+١٣,٤	٥٥	٢٠,٤	٢٠٩	٧٧,٤	٦	٢,٢
مستوى أدائها	٦,٦+١٦,٦	٥٤	٢٠,٠	١٦٥	٦١,١	٥١	١٨,٩
وجود البنود	٢,٢+٨,٥	٥٨	٢١,٥	٢٠٩	٧٧,٤	٣	١,١
أهميتها	٣,٢+١٣,٤	٥٨	٢١,٥	٢٠٥	٧٥,٩	٧	٢,٦
مستوى أدائها	٦,٦+١٦,٥	٥٣	١٩,٦	١٦٦	٦١,٥	٥١	١٨,٩
وجود البنود	٢,٣+١٧,٦	١٠٤	٣٨,٥	١٦٥	٦١,١	١	٠,٤
أهميتها	٣,٣+١٣,١	٦٥	٢٤,١	٢٠٠	٧٤,٠	٥	١,٩
مستوى أدائها	٧,٧+١٤,٣	٨٣	٣٠,٧	١٢٦	٤٦,٧	٦١	٢٢,٦

١- تم استخدام معامل الارتباط البسيط لتحديد طبيعة العلاقات الارتباطية بين المتغيرات التابعة والمستقلة. وتشير نتائج قيم معامل الارتباط البسيط والموضحة بجدول (١٣) إلى أن هناك علاقة ارتباطية طردية معنوية بين تقييم المبحوثين لمستوى جودة الخدمة الفندقية وبين بعض الخصائص الاجتماعية والاقتصادية والمتمثلة في العمر، والمستوى التعليمي، ونوع العمل، وأيضاً متوسط الدخل الشهري حيث بلغت قيم معامل الارتباط (٠,١٧١، ٠,٣١٠، ٠,١٦٤، ٠,١٥٦) على التوالي وذلك عند مستوى احتمالي ٠,٠١. وهذه العلاقة يمكن تفسيرها بأن ارتفاع المستوى التعليمي يؤدي لإكساب الفرد معلومات وخبرات في شتى مجالات الحياة حيث تتسع مداركه لتقييم مستوى الخدمة بصورة صحيحة، كما أن ارتفاع مستوى الدخل يتيح للفرد فرصة التعامل مع الفنادق ذات الدرجات التصنيفية العالية والتي تتسم بتنوع وجودة خدماتها مقارنة بالأدنى منها مما يؤدي لارتفاع مستوى تقييم الخدمة.

وفي ضوء محصلة القيم الرقمية لإجمالي الأبعاد الخمسة لجودة الخدمة الفندقية ثم تحديد مستوى جودة الخدمة الفندقية، حيث أوضحت النتائج البحثية أن المتوسط الحسابي لمستوى جودة أبعاد الخدمة الفندقية  $٤٧,٢+١٨٤,١$ . وبناءً عليه تم توزيع المبحوثين في ثلاث فئات فتبين كما هو موضح بجدول (١٢) أن مستوى جودة الخدمة الفندقية كان متوسط وذلك من وجهة نظر مئيقرب من ثلثي المبحوثين (٦٣,٣%).

جدول ١٢: توزيع المبحوثين وفقاً لمستوى جودة الخدمة الفندقية

مستوى جودة الخدمة الفندقية	العدد	%
منخفض (أقل من ١٣٧ درجة)	٤٨	١٧,٨
متوسط (١٣٧ - ٢٣١ درجة)	١٧١	٦٣,٣
مرتفع (٢٣١ درجة فأكثر)	٥١	١٨,٩

سادساً- العلاقات الإحصائية بين المتغيرات المستقلة والتابعة:

في ضوء ما استهدفه البحث تم اختبار العلاقة بين كل من الخصائص الاجتماعية والاقتصادية وبيانات الإقامة الفندقية ومستوى الجوانب الإدارية ومستوى الجوانب الإنشائية كمتغيرات مستقلة وبين مستوى جودة الخدمة الفندقية كمتغير تابع كما يلي:

جدول ١٣: العلاقات الارتباطية بين المتغيرات التابعة

المتغيرات المستقلة	المتغيرات التابعة	قيم معامل الارتباط مع مستوى جودة الخدمة الفندقية
العمر		**٠,١٧١
المستوى التعليمي		**٠,٣١٠
نوع العمل		**٠,١٦٤
متوسط الدخل الشهري		**٠,١٥٦
مدة الإقامة بالفندق		٠,٠٢
عدد مرات التعامل السابق مع الفندق		٠,٠٦٦-
مستوى الجوانب الإدارية		**٠,٥٥٦
مستوى الجوانب الإنشائية		**٠,٧٢٧

٢- أيضاً تم دراسة العلاقة التأثيرية للمتغيرات المستقلة على المتغيرات التابعة وذلك باستخدام دالة الانحدار المتعدد. وتشير النتائج البحثية جدول (١٤) إلى أن هناك أربعة متغيرات مستقلة تؤثر على تقييم المبحوثين لمستوى جودة الخدمة الفندقية وذلك بنسبة ٥٨,٢% حيث بلغت قيمة "ف" ٦٢,١ عند مستوى احتمالي ٠,٠١.

وبترتيب هذه المتغيرات المستقلة وفقاً لقدرتها على التأثير في المتغير التابع وجد أن مستوى الجوانب الإنشائية كان من أكثر المتغيرات المستقلة المؤثرة في تقييم مستوى جودة الخدمة الفندقية يليها مستوى الجوانب الإدارية ثم متوسط الدخل الشهري، بينما كان المستوى التعليمي من أقل المتغيرات المستقلة المؤثرة في تقييم مستوى جودة الخدمة الفندقية.

#### التوصيات

بناءً على نتائج البحث توصي الدراسة بمايلي:

- ١- الاهتمام بتخطيط البرامج التدريبية للعاملين بالمنشآت الفندقية لرفع قدرتهم على تلبية رغبات النزلاء وبالتالي رفع مستوى رضاهم، ومن جانب

كما وجد علاقة ارتباطية بين تقييم المبحوثين لمستوى جودة الخدمة الفندقية وبعض بيانات الإقامة الفندقية (مدة الإقامة بالفندق - عدد مرات التعامل السابق مع الفندق) لكنها لم تكن معنوية.

أيضاً أوضحت النتائج وجود علاقة ارتباطية طردية معنوية بين تقييم المبحوثين لمستوى جودة الخدمة الفندقية وبين كل من مستوى الجوانب الإدارية ومستوى الجوانب الإنشائية حيث بلغت قيم معامل الارتباط (٠,٥٥٦، ٠,٧٢٧) على التوالي وذلك عند المستوى الاحتمالي ٠,٠١. وهذه العلاقة يمكن تفسيرها بأن ارتفاع مستوى كل من الجوانب الإدارية (بما تشمله من مستوى خدمات وخصائص عاملين) والإنشائية (بما يتضمنه من تصميم داخلي وخارجي للفندق وتصميم غرف نزلاء) يؤثر إيجابياً على تقييم النزلاء لمستوى جودة الخدمة الفندقية.

وتتفق هذه النتائج مع نتائج دراسة ثابت إدريس (١٩٩٦) عن قياس جودة الخدمة بالتطبيق على الخدمة الصحية في الكويت والتي أوضحت أن تقييم العملاء لجودة الخدمة يتأثر بمتغيرات العمر والدخل. كما تتفق ودراسة محمد خوجة (٢٠٠٨) عن جودة الخدمات الفندقية ورضا العملاء بفنادق الدرجة الأولى بجدة حيث وجد أن هناك اختلافات ذات دلالة إحصائية بين تقييم نزلاء الفنادق لجودة الخدمة الفندقية وبين كل من العمر والمستوى التعليمي والدخل.

في حين لا تتفق هذه النتائج مع نتائج محمد حسان (١٩٩٧) عن قياس جودة الخدمة في شركات التأمين والتي أوضحت وجود علاقة معنوية بين تقييم جودة الخدمة وبين تكرار التعامل مع الخدمة.

جدول ١٤: العلاقة التأثيرية للمتغيرات المستقلة على المتغيرات التابعة

المتغيرات المستقلة	مستوى جودة الخدمة الفندقية	نسبة التأثير	"ف"	مستوى المعنوية
١- المستوى التعليمي		٣٨,٣%	١٦٦,١	٠,٠١
٢- متوسط الدخل الشهري		٤٠,٦%	٩١,١	٠,٠١
٣- مستوى الجوانب الإدارية		٤١,٦%	٦٣,١	٠,٠١
٤- مستوى الجوانب الإنشائية		٥٨,٢%	٣٢,١	٠,٠١

حنان سعد قطارة (٢٠٠٥): صناعة الضيافة- رؤية  
معاصرة- الطبعة الثالثة- فاروس- الإسكندرية.  
دليل الفنادق المصرية (٢٠١٠):

[www.discoveralex.com](http://www.discoveralex.com)

سرور على إبراهيم (٢٠٠٧): إدارة جودة الخدمة في  
الضيافة والسياحة- دار المريخ- الرياض- المملكة  
العربية السعودية.

سمير عبد اللطيف الرزاز (٢٠٠٢): إدارة سياحة  
المؤتمرات والحفلات- مكتبة الآداب- القاهرة.

طارق طه (٢٠٠٥): إدارة الفنادق والمكاتب  
السياحية- دار المعارف- الإسكندرية.

عبد الله أمين جماعة (١٩٩٧): قياس أثر المعايير  
والمتغيرات السلوكية لمشتري الخدمات  
الاستهلاكية- دراسة ميدانية بالتطبيق على مدينة  
الجزيرة- المجلة العلمية للبحوث والدراسات  
التجارية- كلية التجارة وإدارة الأعمال - جامعة  
حنوان- السنة (١١)- العدد (١).

عبد الله أمين جماعة (١٩٩٨): قياس جودة الخدمات  
الجامعية والطلب عليها- دراسة ميدانية بالتطبيق  
على كليات التجارة المصرية- مجلة الدراسات  
والبحوث التجارية- كلية التجارة- جامعة  
الزقازيق- السنة (١٨)- العدد (٢).

علي إبراهيم داود (٢٠٠١): نحو نموذج لتحديد  
محددات جودة أداء الخدمة مع التطبيق على قطاع  
فنادق الدرجة الأولى في ج.م.ع- رسالة  
دكتوراه- قسم إدارة الأعمال- كلية التجارة وإدارة  
الأعمال- جامعة حنوان.

عمرو عبد المجيد (٢٠٠٨): مبادئ الخدمة الفندقية-  
كلية السياحة والفنادق- جامعة عين شمس  
[www.holiday4arab.com](http://www.holiday4arab.com)

غادة عبد الفتاح بسيوني (٢٠٠٠): قياس جودة  
الخدمات السياحية في مصر- دراسة ميدانية  
بالتطبيق على خدمة النقل الجوي- رسالة  
ماجستير- قسم الدراسات السياحية - كلية السياحة  
والفنادق- جامعة الإسكندرية.

آخر يجب الاهتمام بدراسة الرضا الوظيفي لديهم  
والعمل على تحفيزه لزيادة شعورهم بالانتماء  
للمنشأة الأمر الذي يدعم جودة الخدمة الفندقية.

٢- ضرورة دعم الجوانب الإنشائية للمنشأة الفندقية  
وبصفة خاصة التصميم الداخلي للفندق وغرف  
النزلاء لرفع مستوى جودة الخدمة الفندقية لما  
يمثله من عوامل جذب للنزلاء.

٣- ضرورة إنشاء قسم بالفندق يبحث آراء وشكاوى  
ومقترحات النزلاء مع عمل استقصاء دوري  
لآرائهم في الخدمة وتحليلها لتكوين صورة  
واضحة عن واقع الخدمات الفندقية ونوعيتها  
وجودتها.

٤- أهمية إنشاء وحدة إدارة جودة الخدمة بالفندق  
تكون بمثابة دليل إرشادي لجودة أداء الخدمات  
وتقوم بنشر نتائجها لكافة إدارات الفندق لمعرفة  
مواطن القصور والقوة بما يعظم الإيجابيات ويحد  
السلبات مستقبلاً.

#### المراجع

برنجي أيمن (٢٠٠٩): الخدمات السياحية وأثرها على  
سلوك المستهلك- دراسة حالة على مجموعة من  
الفنادق الجزائرية- رسالة ماجستير- قسم الإدارة  
التسويقية- كلية الاقتصاد- جامعة بومرداس-  
الجزائر.

ثابت عبد الرحمن إدريس (١٩٩٦): قياس جودة  
الخدمة باستخدام مقياس الفجوة بين الإدراكات  
والتوقعات- دراسة منهجية بالتطبيق على الخدمة  
الصحية بدولة الكويت- المجلة العربية للعلوم  
الإدارية- مجلد (١٤)- العدد (١).

حسن إسماعيل الطافش (٢٠٠٦): متطلبات التأهيل  
للأيزو في صناعة الضيافة- مكتبة الأنجلو  
المصرية- القاهرة.

حميد عبد النبي الطائي (٢٠٠٠): الأسس العلمية في  
إدارة المنشآت الفندقية- دار زهران- عمان-  
الأردن.

- محمد إبراهيم عراقي(١٩٩٩): إدارة النشاط السياحي باستخدام مدخل إدارة الجودة الشاملة-مجلة الاقتصاد والتجارة-كلية التجارة-جامعة عين شمس-العدد الثاني- إبريل.
- محمد بن حبيب الرحمن خوجة (٢٠٠٨): جودة الخدمات الميدانية ورضا العملاء- دراسة ميدانية على فنادق الدرجة الأولى بمحافظة جدة - رسالة ماجستير- قسم الدراسات الفندقية- جامعة الملك بن عبد العزيز-السعودية [www.kau.edu.sa](http://www.kau.edu.sa)
- محمد حافظ مرسى(٢٠٠٧): إدارة التسويق السياحي والفندقي- دار الوفاء- الإسكندرية.
- محمد عبد الوهاب العزاوي(٢٠٠٢): أنظمة إدارة الجودة والبيئة/١٤٠٠٠-٩٠٠٠-ISO- الطبعة الأولى- دار وائل- عمان.
- محمد فكري حنفي(١٩٩٩): تطبيق نظام إدارة الجودة الشاملة بمنظمات القطاع الحكومي- مجلة التنمية الإدارية- كلية التجارة- جامعة عين شمس- السنة (٢٠)- العدد (٨٢).
- محمد فؤاد حسان (١٩٩٧): قياس جودة الخدمات في شركات التأمين بالتطبيق على شركات القطاع العام- مجلة آفاق جديدة- كلية التجارة- جامعة المنوفية- السنة (٩)- عدد (٣).
- مكتب العمل العربي(١٩٩٣): التصنيف الدولي المعياري للمهن والتصنيف المهني العربي- دراسة مقارنة- منظمة العمل العربية- القاهرة.
- ناهد منصور حسن (٢٠٠٤): أثر تطبيق إدارة الجودة الشاملة على جودة أداء الخدمة الفندقية (دراسة ميدانية بمدينة الغردقة)- رسالة ماجستير- قسم إدارة الأعمال- كلية التجارة- جامعة عين شمس.
- هالة السيد حسن (٢٠٠٦): خدمة المطاعم بين النظرية والتطبيق- مؤسسة حورس الدولية- الإسكندرية.
- ياسين الكحلي (١٩٩٨): إدارة الفنادق والقرى السياحية- دار الوفاء- الإسكندرية.
- Conrad, L. (2000): Hospitality Retail Management, Oxford, Butterworth Heinemann.
- Crane, F. (1999): Consumer Satisfaction/ Dissatisfaction with Professional Services, Journal of Professional Services Marketing, Vol. (7), No. (2).
- Feigenbaum, A. (1991): Total Quality Control , 3 Edition, Singapore, Mc Graw-Hill.
- Nelson, T. and Hailin, Q. (2000): Service Quality In China's Hotel Industry: A Perspective From Tourists and Hotel Managers International, Journal of Contemporary Hospitality Management, Vol (12), No (5).
- Nick, J. (1992): Quality Management in the Hospitality Industry-Part (1)- Definition and Specification, International Journal of Contemporary Hospitality Management, Vol. (4), No (3).
- Suarez, V. March, L. Kim, H. and Shanklin, C. (2001): Factors Contributing to the Success of Hospitality Graduate Students, Journal of Hospitality and Tourism Education, Vol (13), No (3).

## **Assessment of The Dimensions of Quality Hotel Services Quality and Its Relationship with management and Construction Aspects Among Sample of Some Hotels Guests in Alexandria**

**Naglaa Abdel Salam Mahmoud Desoky, Nagwa Adel Hassan**  
Home Economics Department-Faculty of Agriculture - Alexandria University

### **ABSTRACT**

This research aimed mainly to assess the dimensions of hotel's quality services and its relationship with management and construction aspects of a sample of some hotels guests in Alexandria. Research population was all Hotels guest in Alexandria with various degree which was 72 hotel. Sample was selected on two phases. First selected cluster random sample with 25 % from hotels various degree, number of hotels under study was 18 hotel, then selected consist sample with 15 guest /hotel from hotels under study. Total sample was 270 guests.

Data were collected using a questionnaire by personal interview with members of sample. The study relied on percentages frequency tables , mean, standard deviation, simple correlation coefficient and multiple regression function as statistical methods.

#### **The most important results revealed that:**

- 1- 70,71 of respondents indicated that management Aspect level was at average level ,also 55,2 % of them indicated that construction aspect level was at average level.
- 2- 63,3% of respondents indicated that Quality service level was at average level.
- 3- The results showed a significant positive correlation between the level of hotel quality service and each of the age, educational level, type of job, monthly income average and the level of management and construction aspects.
- 4- Found that the level of construction aspect was the most independent variables affected the level of hotel's quality services then management aspects level, and monthly income average. While educational level was the less dependent variables affecting the level of hotel's quality service.