



دور الإدارة الفندقية في تبين جودة وأسعار الخدمات الفندقية الفعلية للعملاء على المستوى المحلي

دراسة للفنادق بمدينة صبراتة

نعيم علي رمضان عون

قسم إدارة الضيافة والفنادق-كلية السياحة والآثار- جامعة صبراتة

تاريخ الاستلام: 2025/8/15 - تاريخ المراجعة: 2025/9/11 - تاريخ القبول: 2025/9/17 - تاريخ للنشر: 2025/9/23

مقدمة

تعتمد الفنادق الناجحة على الإدارة كمنظومة عمل في بناء وتطوير الإقامة لأجل تقديم أفضل الخدمات السياحية على المستوى المحلي والعالمي، ولا نستطيع تنمية الحركة السياحية بالمدينة دون مؤسسات خدمية وإنتاجية واعدة ومتنوعة ذات جودة عالية في تقديم خدمة الإقامة للزوار، وتكمن أهمية الإدارة السياحية بالنسبة للمؤسسة بأنها العضو القائد والمسؤول عن نجاح وتطور المؤسسة في تحقيق أهدافها المرجوة، فمن حيث الوظائف التي تقوم بها الإدارة من تخطيط وتنظيم لجدول الأعمال وتوجيه الأفراد والموارد المتاحة وكذلك الإتصال بالبيئة الداخلية والخارجية وعمليات اتخاذ القرارات كلها يقع على عاتق الإدارة بالمؤسسة، هذا مما يدل على إن للإدارة أهمية كبيرة جداً بالمؤسسة السياحية وخاصة الخدمة مثل أماكن بيع الإقامة والمتمثلة في الفنادق والشاليهات، فنلاحظ الدول المتقدمة أو الصناعية تجد عندهم اعتماد كبير على العنصر الإداري والقيادي بكافة مؤسساتهم مما جعلهم يدخلون بأسواق المنافسة ونيل حصتهم من الأسواق السياحية القائمة والمحتملة، بينما بالمؤسسات التي تجد فيها تخطيط إداري في مواعيد العمل وعدم وجود دراسة جدوى حقيقية لإتجاهات وأهداف المؤسسة هذا بدوره يؤدي إلى فشل وسقوط المؤسسة وضياح رأس مالها وكذلك تلف الموارد المتاحة وعدم استثمارها بالصورة الصحيحة والأمثل.

وقد تطرقت في هذه البحث إلى ذكر تعريف الفندق والهيكل التنظيمي للفندق والاعتبارات الرئيسية لإقامة الفنادق وطبيعة عمل الفندق بشكل عام، وتحديد شراء الزوار للإقامة بين الفنادق والشاليهات على المستوى المحلي لمدينة صبراتة السياحية.

الفصل الأول

الاطار العام للدراسة

مشكلة البحث:

تكمن مشكلة البحث وفق عنوان البحث في ثلاثة تساؤلات رئيسية، وهي كما يلي:

- 1) لماذا لا توجد إعلانات ومعلومات واضحة حول أسعار وجودة الخدمات الفندقية الموجودة بمدينة صبراتة؟
- 2) هل توجد منافسة حقيقية بين خدمات الفنادق وخدمات الشاليهات في تقديم خدمات ذات جودة عالية وبسعر مناسب للعملاء؟
- 3) ما هي الأسباب الحقيقية التي تجعل من العملاء مقبلين على شراء خدمات الشاليهات والإستغناء عن خدمات الفنادق؟

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في توضيح الركائز الأساسية التي يعتمد عليها الزائر في شراء نوع وجودة خدمات الإقامة السياحية المتوفرة ضمن النطاق الاقرب من المقاصد السياحية التي يقصدها الزوار داخل مدينة صبراتة، وكذلك معرفة الأساليب المستخدمة

دور الإدارة الفندقية في تبين جودة وأسعار الخدمات الفندقية. نعيم عون

في عملية تمييز شراء خدمات الإقامة بين الفنادق وإقامة الشاليهات التي بالقرب من المقاصد السياحية المختارة لمدينة صبراتة، ومحاولة إدراك ما هي الاسباب الرئيسية التي تجعل من الزائر يفضل الإقامة بالشاليهات عن إقامة الفنادق.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق الآتي:

1. خلق فرص عمل للخريجين ضمن مجال الدراسات السياحية داخل القطاعات السياحية المتوفرة والمحتلة داخل مدينة صبراتة.
2. توضيح ماهي الفرص والإحتمالات للتوسيع في النشاط والحركة السياحية للمقاصد السياحية في مدينة صبراتة على المستوى المحلي.
3. التركيز على الطاقة الاستيعابية للمنطقة وتسهيل الحركة المرورية داخل مدينة صبراتة لمرونة حركة الزوار بين الدخول والخروج من المقاصد السياحية والتجول بالمدينة للتسوق والتبضع.

فرضيات الدراسة:

يمكن حصر فرضيات الدراسة ضمن النقاط الآتية:

1. توجد علاقة قوية بين الدعاية والإعلان عن الخدمات الفندقية داخل المدينة التي بالقرب من المقاصد السياحية، وحاجة الزوار في شراء الإقامة بالقرب من المقاصد السياحية.
2. وجود رابط بين جودة وأسعار الخدمة السياحية المتوفرة بالفنادق والصورة الذهنية لدى الزوار القاصدين لمدينة صبراتة لغرض السياحة وزيارة المدينة.
3. السائح المحلي حسب ثقافته دائماً ما يفضل الاستقلالية في الإقامة بالقرب من المقاصد السياحية، مما يجعله يفضل الإقامة بالشاليهات عنها بالفنادق.

منهج الدراسة:

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي في عرض نوع وجودة الخدمات والوظائف الرئيسية بالفنادق القائمة والمتوفرة داخل نطاق المدينة، وكذلك المنهج التحليلي في توضيح مدى تحقيق فرضيات الدراسة على واقع محل الدراسة، بالإضافة إلى المنهج الإحصائي في تحليل الاستبيان الذي تم الحصول عليه للمقارنة في اختيار الإقامة بين الفنادق والشاليهات.

حدود الدراسة:

الحدود المكانية تقع الدراسة داخل نطاق مدينة صبراتة السياحية.

الحدود الزمانية وهي منذ بداية الدراسة من 1-5-2025 إلى 30-5-2025

تعريف الفندق:

توجد عدة تعريفات توضح المعنى الحقيقي للفندق نذكر بعض منها كما يلي:

الفندق هو منظمة إدارية ذات سمات اقتصادية واجتماعية تقدم الضيافة في إطار القوانين المحلية والدولية لقاء أجر محدد لضيف داخل بناء مصمم لهذا الغرض.¹

الفندق هو بناية أو مؤسسة تقدم خدمة الإقامة بالدرجة الأولى والأطعمة والمشروبات وخدمات أخرى للعملاء لقاء أجر معين.²

الهيكل التنظيمي للفندق

¹ محمد حافظ حجازي، إدارة المنظمات الفندقية، مطبعة الجمهورية الإسكندرية
² ماهر عبدالعزيز توفيق، علم إدارة الفنادق، دار زهران للنشر والتوزيع عمان، 2007، ص18.

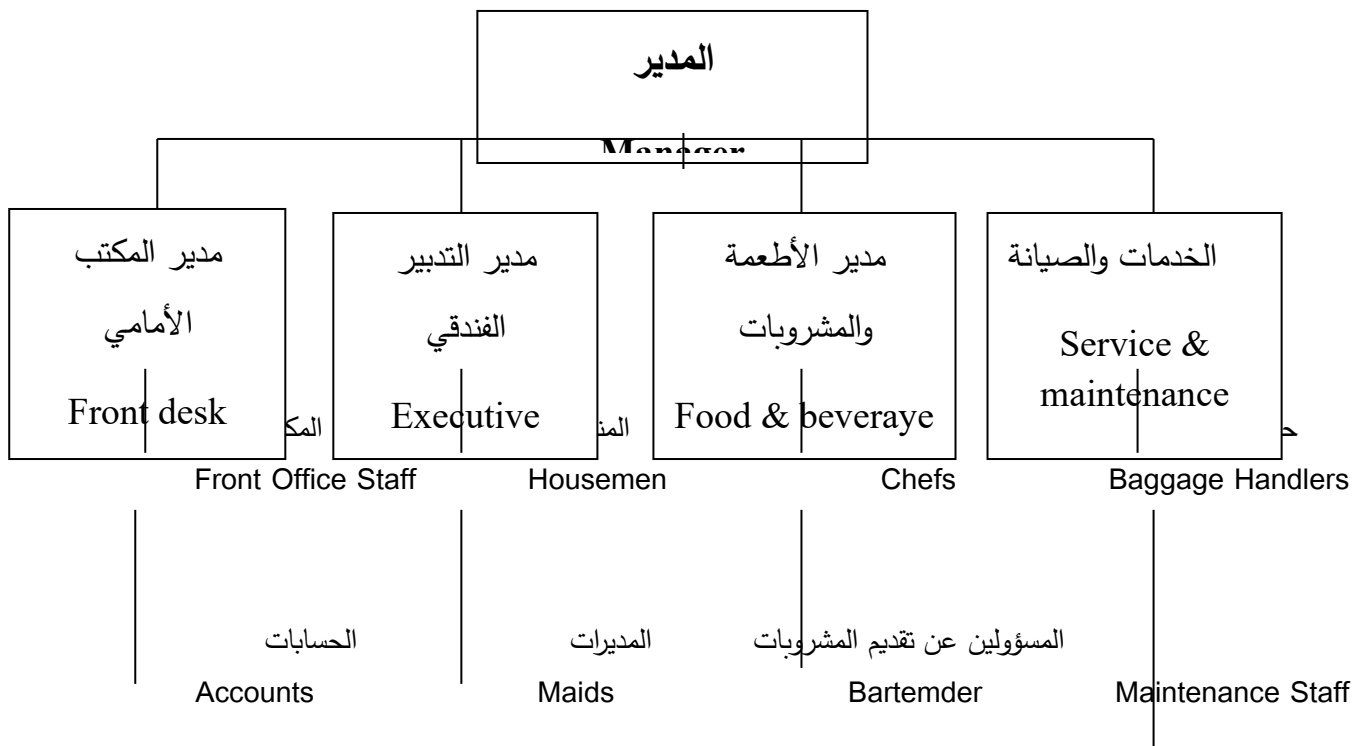
يوصف الهيكل التنظيمي بأنه البناء أو الاطار الذي يحدد التركيب الداخلي للفندق، فهو يُبين التقسيمات والتنظيمات والأحداث الفرعية التي تقوم بمختلف الأعمال والأنشطة التي تتطلبها طبيعة الفنادق بشكل عام، وهي عبارة عن تحقيق أهداف المطلوبة كما يوضح نوعية العلاقات بين أقسامها وخطوط السلطة وشبكات الاتصال فيها.

والهيكل التنظيمي كبناء هرمي يعكس ترتيب الأقسام الفندقية في حالة السكون وما يتيح أفضل الظروف لتدفق الحياة في مختلف أقسام الفندق عن طريق تطبيق نظام العمل وأساليبه وإجراءاته.

ويبدأ الهيكل التنظيمي لأي منظمة عادةً بمديرها العلى ويأخذ بالتفرع والتوسع الأفقي كلما اتجهنا نحو للأسفل عبر الوحدات التنظيمية ويعود ذلك إلى أن المدير العام للفندق يشرف على عدد محدد من المساعدين أو مدراء الأقسام الذين يشرفون على عدد أفراد في المستوى الذي يليه وهكذا.

الخريطة التنظيمية

وهي عبارة عن مخطط أو وسيلة إيضاح تبين التنظيم الخاص بالفندق، وهي تبين ترتيب كافة الأقسام والأعمال التي تقوم بها وكذلك صلة ترابطها مع بعضها، والخريطة الأتي توضح التنظيم الإداري والوظيفي بالنسبة للفنادق الصغيرة



الهيكل التنظيمي لفندق صغير¹

طبيعة العمل الفندقي: The Nature of Hotel Work

تركز طبيعة العمل الفندقي بالدرجة الأولى على العنصر البشري وبالرغم من استخدام التكنولوجيا الحديثة والآلات والمعدات في كثير من الأقسام الفندقية ولكن يبقى الاعتماد الأول والأخير في خدمة الفنادق هو العنصر البشري، إذ لا يمكن أن نستغنى عن موظف قسم الاستقبال واستبداله بآلة إلكترونية تستقبل الضيوف بالرغم من أنه كانت هناك عدة محاولات قد جرت على هذا القسم سابقاً ولكنها باءت بالفشل بعد فترة وجيزة من الزمن، وهذا يرجع بدوره إلى ملموسية المنتج الفندقي، فالفندق يقدم منتج من نوع ملموس

¹ ماهر عبدالعزيز توفيق، علم إدارة الفنادق، دار زهران للنشر والتوزيع عمان، 2007، ص76.

دور الإدارة الفندقية في تبين جودة وأسعار الخدمات الفندقية. ————— نعيم عون

تمثل في الغرف والطعام والشراب وجزء آخر من المنتج هو الأهم ويقدم بشكل غير ملموسة متمثل في الخدمة وأسلوب الضيافة والذي ينتج عنه الترحيب وإشباع رغبات ومتطلبات العملاء بالفندق بمرونة.

تصنيف الفنادق:

عند تصنيف الفنادق يجب مراعاة مجموعة من الاعتبارات الرئيسية ونوصفها كما يلي:

أولاً: الموقع

إن لموقع إقامة الفندق دور كبير في عملية التقييم والتصنيف، وهذا مما يؤثر بصورة مباشرة في عملية اختيار وشراء الإقامة، فمثلاً يجب وضع الفنادق العلاجية بالقرب من المناطق العلاجية والتي تتمتع بالهدوء وبعيداً عن مصادر ومواقع التلوث، بينما فنادق المدن يجب أن يكون موقعها في مركز المدن الكبرى والرئيسية، في حين فنادق الشواطئ يجب أن تختار مواقع لها بالقرب من الشواطئ النظيفة والممتازة وذلك للتمييز بينها في التسمية والتصنيفات.

ثانياً: التصميم

ويقصد به هو التصميم المعماري والاعتبارات الانشائية في شكل وواجهة المبنى، ومستوى الأرضيات والحوائط، وشكل النوافذ وحجمها، وهيئة مدخل الفندق، والأماكن الخضراء، وأماكن وقوف السيارات، وعمليات تشطيب ومساحة غرف إقامة النزلاء، وحمامات الغرف، والأماكن العامة (Public Areas)، وأماكن خدمة النزلاء بالفندق، وكذلك بعض الأمور الأخرى مثل مدى عزل الصوت الخارجي، والعزل الحراري والطاقة الكهربائية والمياه والصرف الصحي وأسلوب التخلص من القمامة.

ثالثاً: التجهيزات الفنية

تتمثل التجهيزات في الاضاءة بالغرف والممرات والأماكن العامة بالفندق، بالإضافة إلى التليفون والفاكس والتلكس، والتكييف المركزي، والثلاجة وغرف التبريد والتلفزيون والفيديو والإنذار ومكافحة الحريق.

رابعاً: عُرف النزلاء

حسب عدد الغرف ومساحتها وكذلك الإرتفاع، ومقاسات الأسرة المزدوجة والفردية مخزن الملابس (دولاب)، والكراسي بالغرف، وحامل الحقائب، والكومدينو، ومكتب بكرسي، وأدوات مكتبية، وأدوات خياطة، ولائحة خدمات ومواعيد، وسلّة قمامة، ونوعية وحدات الإضاءة بالغرفة للمدخل، والتليفون الداخلي والخارجي، والثلاجة (الميني بار)، والتلفزيون، والفيديو المركزي والإذاعة الداخلية، والتكييف.

خامساً: حمامات الغرف

مساحة الحمام وتشطيبه وارتفاعه، قاعدة التواليت، حوض الوجه بالمرآة والرف، الدش، البانيو، وحدات الإضاءة فوق الحوض والسقف، إكسسوارات الحمام، مكان لحفظ الملابس والمناديل، ومستلزمات الحمام من بشكير ومنديل للوجه وشامبو وصابون وكذلك ورق للتواليت ومناديل ورقية وغطاء الرأس والمياه الساخنة والشفاف، ومأخذ كهربائي لتشغيل أجهزة كهربائية خاصة مثل المجفف الكهربائي للشعر.

سادساً: حوض السباحة

يختلف حوض السباحة من فندق لآخر فمنها الكبير، ومنها ما هو متوسط الحجم، ومنها ما يكون وسط حديقة متسعة وهو كبير الحجم، ومنها ما يكون مغلق على الهواء الطلق لأنه يحتوي على الماء الساخن (الدافئ)، وارتفاع الحوض عن مستوى الأرضية للفندق، ومستوى عمق الحوض من الداخل فمنها العميق للممارسات الرياضية ومنها ما يحتوي على أكثر من مستوى عمق وذلك للعامة الذين منهم الذين لا يستطيعون السباحة بشكل جيد، والسلام للخروج من حوض السباحة بكل مرونة دون حدوث أي أضرار، وكذلك لون الأرضية بالمسبح والتي فيها لمسة جمالية للفندق مع توفير أجهزة لفلتر مياه الحوض الخاصة بالتنظيف المستمر للمياه، بالإضافة للإضاءة تحت الماء بأشكال وألوان مختلفة.

سابعاً: الأماكن العامة للفندق

وهي تتمثل في الإستقبال واللوبي وحفظ الحقائب وخزائن الأمانات، والصالونات والمساحة المخصصة بها كل غرفة، والمطاعم، والبارات، والكافيتريات، والمطابخ ومغسلة الملابس للنزلاء، والمخازن، والخدمة الطبية، والخدمات المصرفية، ومحلات التسوق، والكوافير للرجال والسيدات، ودورات المياه العامة، والسلالم والمصاعد، والممرات التي أمام الغرف وغيرها. **ثامناً:** الأنشطة الترفيهية والرياضية

ويقصد بها الأماكن والتجهيزات والمعدات اللازمة لممارسة الأنشطة الرياضية والترفيهية المختلفة للنزلاء، وقاعات الديسكو، وصالة التلفزيون والفيديو، وصالة للعرض السينمائي والمسرحي، ونادي ليلي، وقاعات متعددة الأغراض لحفلات والاجتماعات، ومكتبة للقرأة، ونادي صحي، وطاولة بلياردو، وملاعب لكرة الطائرة والتنس والقدم، وملاعب للقوقف والرمية، ومركز للرياضات البحرية للفنادق الشاطئية.

تاسعاً: العاملين في الفندق

تعتمد صناعة الضيافة والفندقة بشكل كبير على جودة أداء الخدمات للنزيل والضيف، وهي تتوقف بشكل رئيسي على العناصر البشرية العاملة بالفندق والتي يسمو بها الفندق أعلى درجات السمعة الطيبة في الأسواق السياحية المختلفة، والعكس تماماً عندما يكون الفندق مجهز ومؤثث على أعلى مستوى من الجودة ولكن العاملين فيه ليسوا بالخبرة المهنية والإدارية الكافية لإدارة الفندق كما يجب.¹

الفصل الثالث

اجراءات الدراسة الميدانية

1. منهج البحث :

إن طبيعة هذه الدراسة والأهداف التي تسعى لتحقيقها حتمت على الباحث استخدام منهج البحث الوصفي التحليلي، وذلك بما يتناسب مع طبيعة الدراسة الحالية، إذ أن الوصف ركن أساسي من أركان البحث العلمي والطريقة الوصفية هي من أهم الطرق المتبعة فلا يقتصر الوصف علي جمع المعلومات فقط بل يتضمن أيضاً قدراً كبيراً من التفسير وتحديد الظروف والعلاقات التي توجد بين الواقع واستخراج الاستنتاجات ذات الدلالة بالنسبة للمشكلة المدروسة.

2. مجتمع البحث :

يضم مجتمع الدراسة جميع الفنادق والشاليهات بمدينة صبراتة، ونظراً لأن مجتمع الدراسة صغير ويتوزع على نطاق ليشمل جميع الزوار الذين زاروا مدينة صبراته ومعرفة مدى رغبتهم في الإقامة في مدينة صبراته، فقد وزع الباحث استبيان وذلك لضمان وصول الاستبانة لجميع أفراد مجتمع الدراسة، ومتابعة إعادتها كاملة، أو نسبة كبيرة منها.

3. عينة البحث :

تم اختيار عينة عشوائية طبقية (ذكور وإناث) لتشمل الزوار الذين قامو بزيارة المدينة، وبهذا تم التعامل احصائياً مع (20) زائر بمدينة صبراته، فقد قام الباحث بتوزيع الاستبيان لتسهيل عملية الجمع، فقد تم جمع (24) استمارة من عينة الدراسة، وكانت الاستمارات الصالحة منها (20) استمارة من هذه الاستمارات، وبذلك يكون عدد الاستمارات الداخلة في التحليل (20) استمارة.

4. اداة البحث :

تم اعداد استمارة استبيان لجمع البيانات والمعلومات، مقسمة الى محورين، تمثل المحور الاول في البيانات الاولية لافراد العينة، والمحور الثاني في فقرات الاستبيان، وقد تم حساب وقياس درجة الصدق والثبات للمقياس والاتساق الداخلي في صورته الاولية الذي يحتوي على (30) فقرة، ثم تم عرضه على مجموعة من الخبراء والمحكمين المتخصصين في الفندقة والارشاد السياحي وذلك لضمان الصدق الظاهري، وفي ضوء أهداف الدراسة وطبيعتها قام الباحث بتعديل استمارة الاستبيان وفق التعديلات الواردة.

¹ سعيد البطوطي، إدارة الفنادق، مكتبة الانجلو المصرية، سنة 2002، ص 66.

وبذلك اعتمدت الدراسة على الاستبيان كأداء رئيسيه لجمع البيانات الأولية، ولتحقيق أهداف الدراسة فقد تم بناء هذا الاستبيان بالاعتماد على الإطار النظري للدراسة، إضافة إلى الدراسات السابقة ذات العلاقة بموضوع الدراسة، حيث تكون الاستبيان من البيانات الأولية لأفراد عينة الدراسة إضافة إلى المحور المتمثل في فقرات الاستبيان وعددهم (24) فقرة، وقد صيغت جميع الفقرات في الاستبيان على مقياس ليكرت الثلاثي الذي يتكون من ثلاثة درجات (وافق، أحياناً، لاوافق).

1.4. خطوات بناء وتصميم الاستبيان

1. قام الباحث بمراجعة الأطر النظرية وبعض الدراسات الخاصة بموضوع الدراسة الحالية.
 2. بعد الانتهاء من الخطوات السابقة تم تحديد المحاور الأساسية لبناء الاستبيان.
 3. وضع عدد من العبارات في ضوء الفهم النظري لكل محور.
 4. عرض العبارات الخاصة على المحكمين في المجالات المتعلقة.
 5. بعد إجراء التعديلات التي أوصى بها المحكمون حيث تم تعديل وصياغة بعض العبارات وبلغ عدد فقرات الاستبيان (24) فقرة بعد صياغتها بشكل نهائي، حيث أعطى إحصائياً لكل فقرة وزن متدرج (0-1-2) وفق سلم متدرج ثلاثي.
- 2.4. وصف الاستبيان :** يتضمن الاستبيان (24) فقره تمثل دور الإدارة الفندقية في تبين جودة وأسعار الخدمات الفندقية الفعلية للعملاء.

3.4. صدق الاستبيان : للتحقق من صدق الاستبيان وصلاحيته، قام الباحث بعرضه على المحكمين، حيث قاموا بإبداء وجهة نظرهم وملاحظاتهم لمناسبة فقرات الاستبيان وصلاحيته، وكانت هناك ملاحظات على بعض فقرات الاستبيان حيث كان هناك بعض الأفكار مكرره وبعض الصياغات بحاجة لبعض التوضيح لمدى انتماء الفقرات للمحور وكذلك سلامة صياغتها اللغوية، وفي ضوء ذلك أسفرت أهم النتائج عن الاتفاق على مجموع العبارات التي تتدرج تحت المحور مما يؤكد صدق ذلك المحتوى وصدق المضمون.

4.4. صدق الاتساق الداخلي: بحساب معامل ارتباط بيرسون تبين أن قيم معامل ارتباط معظم العبارات موجبة ودالة إحصائياً، عند مستوى (0.05) وهي نتيجة تؤكد ثبات إجابات افراد العينة.

5.4. ثبات الاستبيان : وقد اعتمد الباحث على معامل (α) للتحقق من ثبات الاستبيان وبتطبيق المعادلة وجد أن معامل الثبات للاستبيان = (0.88) وبالتالي يمكن الاعتماد على هذه النتيجة في الدلالة على ثبات مفردات الاستبيان، وللتحقق من ثبات الاستبيان تم قياس معامل الثبات الداخلي ألفا لمحور أداة الدراسة من ناحية، وثبات أداة الدراسة ككل من ناحية أخرى، والجدول التالي يوضح معاملات ثبات أداة الدراسة :

ت	محور أداة الدراسة	معامل ثبات ألفا كرونباخ
1	مدى رغبة العملاء للإقامة بمدينة صبراته	0.87
3	معامل ثبات أداة الدراسة ككل	0.88

الجدول رقم (1) معاملات ثبات أداة الدراسة

يتضح من خلال الجدول متوسط معامل ثبات أداة الدراسة ككل بلغ (0.88) وهو معامل ثبات مرتفع.

5. اساليب المعالجة الإحصائية :

تمت المعالجة الإحصائية للبيانات التي تم جمعها وتحليلها باستخدام التكرارات والنسب المئوية لوصف خصائص عينة الدراسة، وتحديد إجابات أفرادها اتجاه محاور الدراسة المختلفة ومعامل ارتباط ألفا كرونباخ، لدراسة الفروق في اتجاهات افراد العينة للتأكد من ثبات أداة الدراسة والمتوسطات والانحرافات المعيارية لتحديد ترتيب الأهمية النسبية لإجابات أفراد الدراسة نحو محاورها الرئيسية لتحديد دلالة الفروق والاختلافات، وذلك باستخدام تطبيقات الحاسب الالى.

6 . تحليل النتائج ومناقشتها وتفسيرها

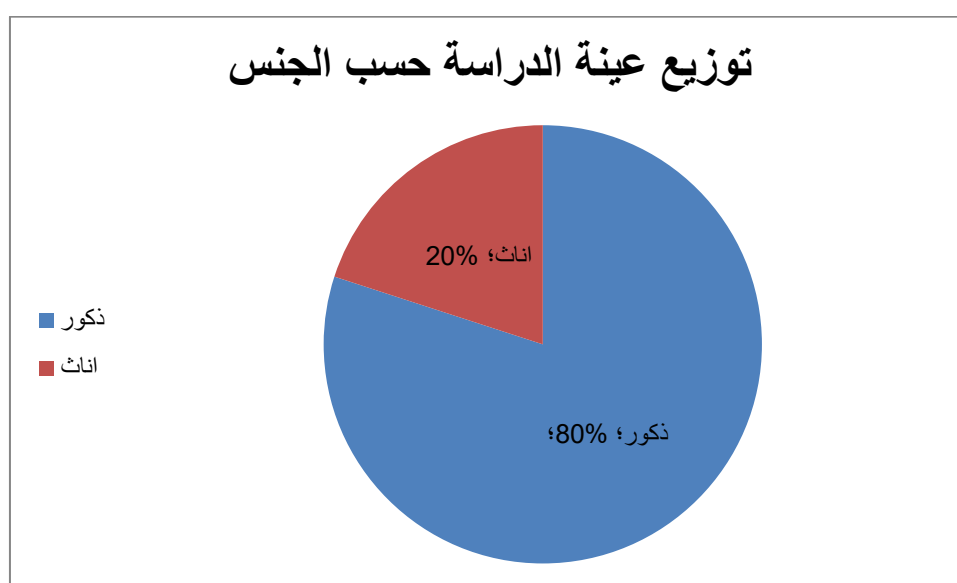
تحليل البيانات الأولية لعينة الدراسة :

أولاً : توزيع عينة الدراسة حسب الجنس .

ت	الجنس	التكرار	النسبة المئوية %
1	ذكور	15	%75
2	إناث	5	%25
3	الاجمالي	20	%100

جدول رقم (2) يبين توزيع عينة الدراسة حسب الجنس

يتضح من خلال الجدول السابق ان العينة عشوائية طبقية ذكور وإناث، حيث كان عدد الزوار الذكور (15) زائر، أي بنسبة (%75)، في حين عدد الإناث اقل وعددهم (5) أي بنسبة (%25). والشكل التالي يوضح ذلك :



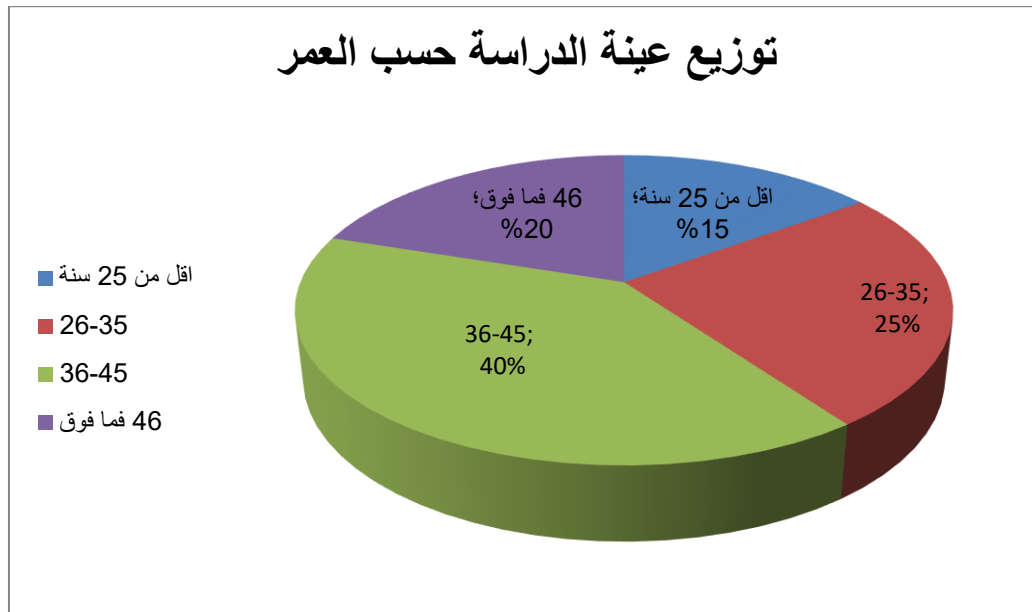
شكل رقم (1) يبين توزيع عينة الدراسة حسب الجنس

ثانياً : توزيع عينة الدراسة حسب العمر

ت	العمر	التكرار	النسبة المئوية %
1	اقل من 25 سنة	3	%15
2	26 - 35	5	%25
3	36 - 45	8	%40
4	46 - فما فوق	4	%20
6	المجموع	20	%100

جدول رقم (3) يبين توزيع عينة الدراسة حسب العمر

يتضح من خلال الجدول السابق ان عدد (3) من افراد العينة اعمارهم اقل من (25) سنة، أي بنسبة (%15) وهي اقل نسبة، وعدد (5) اعمارهم ما بين (26-35) سنة أي بنسبة (%25)، وعدد (8) اعمارهم ما بين (36-45) أي بنسبة (%40) وهي اكبر نسبة، وعدد (4) اعمارهم ما بين (46-فاكثر) أي بنسبة (%20)، وبالتالي يكون اجمالي افراد العينة (20). والشكل التالي يوضح ذلك :



شكل رقم (2) يبين توزيع عينة الدراسة حسب العمر

ثالثاً : توزيع عينة الدراسة حسب عدد الزيارات لمدينة صبراته .

ت	عدد الزيارات	التكرار	النسبة المئوية %
1	زيارة واحدة	3	15%
2	زيارتان	7	35%
3	ثلاثة زيارات	5	25%
4	أربعة زيارات وأكثر	5	25%
7	المجموع	20	100%

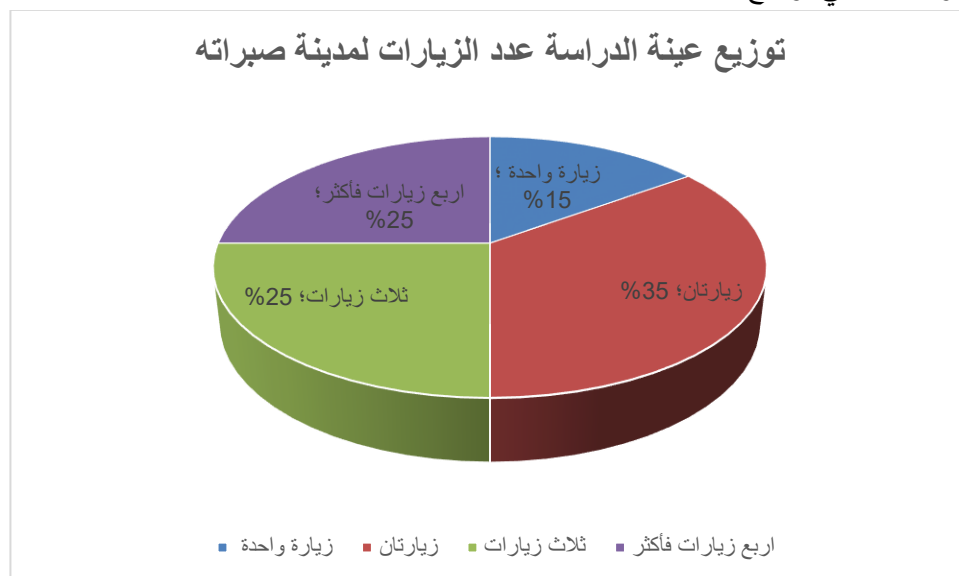
جدول رقم (4) يبين توزيع عينة الدراسة حسب عدد الزيارات لمدينة صبراته

يتضح من خلال الجدول السابق ان عدد زيارات افراد عينة الدراسة لمدينة صبراته موزعة كالتالي: كانت اكثر زيارات عددهم

(7) زوار، قاموا بزيارة صبراته مرتان أي بنسبة (35%) تليها نسبة الذين قاموا بزيارة صبراته ثلاثة زيارات وعددهم (5) أي بنسبة

(25%)، وكذلك الذين زارو صبراته اربع زيارات واكثر وعددهم (5) أي بنسبة (25%)، ثم الذين زارو صبراته مرة واحدة وعددهم (3)

أي بنسبة (15%) والشكل التالي يوضح ذلك :



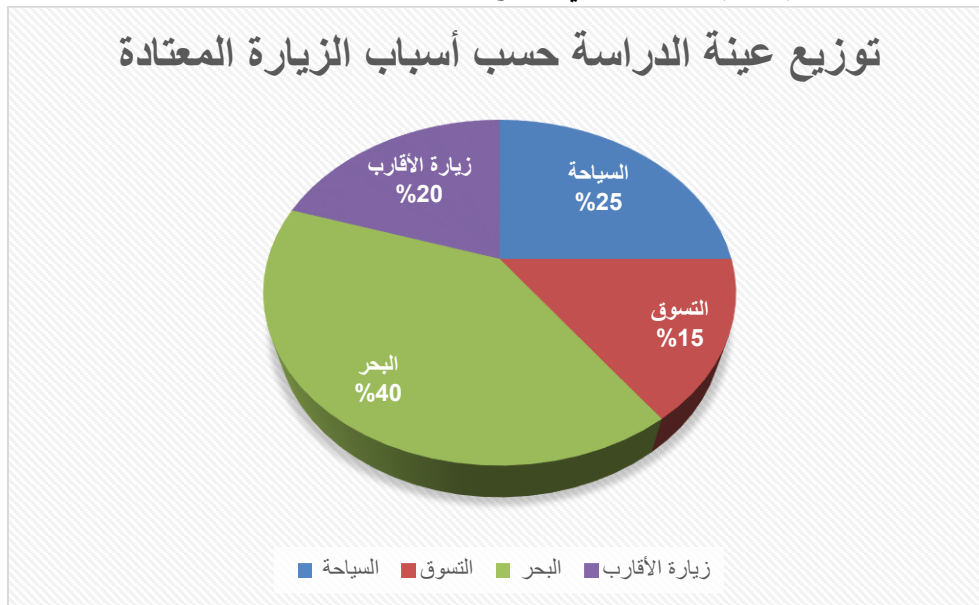
شكل رقم (3) يبين توزيع عينة الدراسة حسب عدد الزيارات

رابعاً: توزيع عينة الدراسة حسب أسباب الزيارة المعتادة .

ت	السبب من الزيارة	التكرار	النسبة المئوية %
1	السياحة	5	25%
2	التسوق	3	15%
3	البحر	8	40%
4	زيارة الأقارب	4	20%
5	المجموع	20	100%

جدول رقم (5) يبين توزيع عينة الدراسة حسب أسباب الزيارة المعتادة

يتضح من خلال الجدول السابق ان اكبر نسبة من افراد عينة الدراسة زارو صبراته لغرض البحر والتصيف وعددهم (8) زوار، أي بنسبة (40%)، وهم الاكثر زيارات، وتليها نسبة الذين زارو صبراته لغرض السياحة وزيارة الاثار وعددهم (5) أي بنسبة (25%)، ثم نسبة الذين زارو صبراته لغرض زيارة الاقارب، وعددهم (4) اي بنسبة (20%)، في حين كانت اقل نسبة ممن زارو صبراته لغرض التسوق وعددهم (3) زائرين أي بنسبة (15%)، والشكل التالي يوضح ذلك :



الشكل (4) توزيع عينة البحث حسب أسباب الزيارة المعتادة

تحليل ومناقشة النتائج.

الجدول رقم (6) يبين تحليل فقرات اداة الدراسة .

ت	الفقرات	نعم	%	أحياناً	%	لا	%
	هل تفضل الإقامة بالشاليهات في مدينة صبراته بدل الفنادق	13	65%	5	25%	2	10%
	هل تفضل الاستقلالية في شراء الإقامة؟	9	45%	6	30%	5	20%
	هل توفر الشاليهات سبل الراحة للزبون بصفة ممتازة؟	16	80%	3	15%	1	5%
	هل أسعار الإقامة بالشاليهات كانت مناسبة لك؟	5	25%	2	10%	13	65%
	هل ممكن مساواة أسعار الإقامة بالخدمات الفعلية المتوفرة بالشاليهات؟	10	50%	4	20%	6	30%
	هل الشاليهات توفر الراحة كما ينبغي منها؟	16	80%	3	15%	1	5%
	هل كانت أماكن الإقامة قريبة من المقاصد السياحية والخدمات المطلوبة؟	15	75%	3	15%	2	5%
	هل شراء الإقامة يعتمد على الأسعار الموجودة؟	11	55%	4	20%	5	25%
	هل من الضروري قرب الإقامة من المعلم السياحية؟	17	85%	2	10%	1	5%
	هل تفضل شراء الإقامة ذات المساحة الكبيرة؟	16	80%	2	10%	2	10%
	هل تفضل نضام الحجز المسبق بالشاليهات؟	10	50%	6	30%	4	20%
	هل يوجد عدد كافي من الشاليهات على مدار الموسم؟	13	65%	4	20%	3	15%
	هل تستخدم الإقامة لفترة أطول من يوم؟	9	45%	7	35%	4	20%
	هل هناك تنوع في الخدمات التي تقدمها الشاليهات؟	14	70%	5	25%	1	5%
	هل تفضل الإقامة بالفنادق بدل الشاليهات؟	11	55%	6	30%	3	15%
	هل جودة الخدمات بالفنادق كانت كما متوقع؟	12	60%	5	25%	3	15%
	هل سعر الإقامة بالفنادق مناسبة للخدمات المتوفرة في الفندق؟	8	40%	4	20%	8	40%
	هل خدمات الفنادق بالمدينة كانت ذات جودة عالية؟	8	40%	3	15%	9	45%
	هل موقع الفنادق كان مناسب للإقامة؟	15	70%	4	20%	1	5%
	هل تحتاج هذه الفنادق الى تحسين في خدماتها؟	11	55%	5	25%	4	20%
	هل هناك خدمات بالفندق تمتاز عن الشاليهات؟	6	30%	8	40%	6	30%
	هل الفنادق كانت تحتوي على نضام إقامة متميز؟	7	35%	3	15%	10	20%
	هل يوجد بالفنادق مرونة ويسر في الحجز والدخول والخروج	12	60%	5	25%	3	15%
	هل خدمات الفنادق كانت متكاملة ومشجعة للحجز والإقامة أخرى؟	8	40%	2	10%	10	20%

• نتائج تحليل التباين لفقرات الاستبيان :

ت	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التباين	مستوى الدلالة
1	-	0.66	1.34	2.08	دالة

الجدول (8) يبين نتائج تحليل التباين

4.5. نتائج تحليل الاوساط الحسابية والانحراف المعياري للمقياس

الرتبة	الدرجة	الوزن النسبي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرات
1	مرتفعة	%84.5	0.165	1.69	الادارة الفندقية
2	متوسطة	%76	0.135	1.52	الشاليهات

الجدول (9) يبين نتائج المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري

النتائج

نستنتج من البحث مجموع من النقاط التي يركز عليها السائح على المستوى المحلي في شراء الإقامة داخل صبراتة نوجزها فيما يلي:

- 1- يركز الزائر لمدينة صبراتة في شراء الإقامة على جانب الاستقلالية في الإقامة والدخول والخروج من مكان الإقامة، أي يفضل أن يكون لديه مدخل خاص به وحده والابتعاد عن الروتين والرسميات في الدخول والخروج من مكان الإقامة المؤقتة.
- 2- يفضل الزائر لمدينة صبراتة الحصول على اسعار منخفضة نسبياً مع التركيز على نوع الإقامة المعتاد والمطلوب في السوق.
- 3- الابتعاد عن مركز المدينة سعياً في طلب الهدوء لمكان الإقامة المؤقتة.
- 4- تحديد إقامة ضمن أقرب مسافة من المقصد السياحي، وكذلك يجب أن لا تبعد كثيراً عن أماكن التسوق داخل المدينة.
- 5- زيادة الطلب على الإقامة في موعد العطلات الرسمية دون حجز مسبق، مما يتسبب في بعض التعقيدات في الحصول على الإقامة المطلوبة.
- 6- يفضل الزائر الأماكن ذات المساحة الواسعة في شراء الإقامة والتي تسع عدة أفراد مع كافة مستلزماتهم الخاصة مثل مكان استقبال الضيوف وحديقة صغيرة وحوض سباحة ومكان خاص لوقوف السيارات.
- 7- الإعتماد على الاسلوب التقليدي في شراء الإقامة بعيداً عن الأماكن الرسمية والتي فيها بعض الإجراءات مثل الفنادق والقرى السياحية.
- 8- لا توجد دعاية أو إعلان رائع ومستمر حول أسعار وجودة الخدمات الفندقية المتوفرة بمدينة صبراتة في موسم الحركة السياحية وكذلك وقت الكساد.

الخلاصة

نلاحظ أن السائح والزائر على المستوى المحلي يعتمد في شراء خدمات الإقامة داخل مدينة صبراتة على الصورة الذهنية المكتسبة من الزوار السابقين وعلى البرنامج التقليدي المتبع في الإقامة، وعدم الإعتماد على الجانب الإعلامي في اختيار وشراء الإقامة بالمدينة، وهذا بدوره يسهل على الزائر عملية شراء الإقامة في أي وقت وحين والحصول على مواصفات وجودة خدمات الإقامة المطلوبة بحسب ثقافة وإحتياجات الزوار على مستوى الشباب أو العائلات، وهذه الحركة السياحية تكون في موسم الصيف بشكل كبير وهو يعتبر وقت الذروة لمدينة صبراتة على المستوى المحلي خاصة.

المراجع والمصادر

1. محمد حافظ حجازي، إدارة المنظمات الفندقية، مطبعة الجمهورية الإسكندرية ص 30.
2. ماهر عبدالعزيز توفيق، عالم إدارة الفنادق، دار زهران للنشر والتوزيع عمان، 2007.
3. سعيد البطوطي، إدارة الفنادق، مكتبة الانجلو المصرية، سنة 2002.