



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

دراسة للفنادق بمدينة صبراتة

نعميم علي رمضان عون

قسم إدارة الضيافة والفنادق- كلية السياحة والأثار- جامعة صبراتة

تاریخ الاستلام: 2025/8/15 - تاریخ المراجعة: 2025/9/11 - تاریخ القبول: 2025/9/17 - تاریخ 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 تستطيع تنمية الحركة السياحة بالمدينة دون مؤسسات خدمية وإنتحاجية واحدة ومتعددة ذات جودة عالية في تقديم خدمة الإقامة للزوار، وتكن 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 الخدمية مثل أماكن بيع الإقامة والمتمثلة في الفنادق والشاليهات، فنلاحظ الدول المتقدمة أو الصناعية تجد عندهم إعتماد كبير على العنصر الإداري والقيادي بكل مؤسساتهم مما جعلهم يدخلون بأسواق المنافسة ونيل حصتهم من الأسواق السياحية القائمة والمحتملة، بينما بالمؤسسات التي تجد فيها تحبط إداري في مواعيد العمل وعدم وجود دراسة جدوى حقيقة لاتجاهات وأهداف المؤسسة هذا بدوره يؤدي إلى فشل وسقوط المؤسسة وضياع 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:

تكمّن 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 حقيقة بين خدمات الفنادق وخدمات الشاليهات في تقديم خدمات ذات جودة عالية وبسعر مناسب للعملاء؟
- 3) ما هي الأسباب الحقيقة التي تجعل من العملاء مقبلين على شراء خدمات الشاليهات والإستغناء عن خدمات الفنادق؟

أهمية الدراسة:

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

دور الإدارة الفندقية في تبيين جودة وأسعار الخدمات الفندقية.

في عملية تمييز شراء خدمات الإقامة بين الفنادق وإقامة الشاليهات التي بالقرب من المقاصد السياحية المختارة لمدينة صبراته، ومحاولة إدراك ما هي الأسباب 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 والمحتملة داخل مدينة صبراته.
2. توضيح ما هي الفرص والإحتمالات للتوسيع في النشاط والحركة السياحية للمقصود السياحية في مدينة صبراته على المستوى المحلي.
3. التركيز على الطاقة الاستيعابية للمنطقة وتسهيل الحركة المرورية داخل مدينة صبراته لمرور حركة الزوار بين الدخول والخروج من المقاصد السياحية والتوجه بالمدينة للتسوق والت卜ص.

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 السياحة المتوفرة بالفنادق والصورة الذهنية لدى الزوار القاصدين لمدينة صبراته لغرض السياحة وزيارة المدينة.
3. السائح المحلي حسب تفافته دئماً 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 صبراته السياحية.

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

تعريف الفندق:

توجد عدة تعريفات توضح المعنى الحقيقي للفندق ذكر 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.

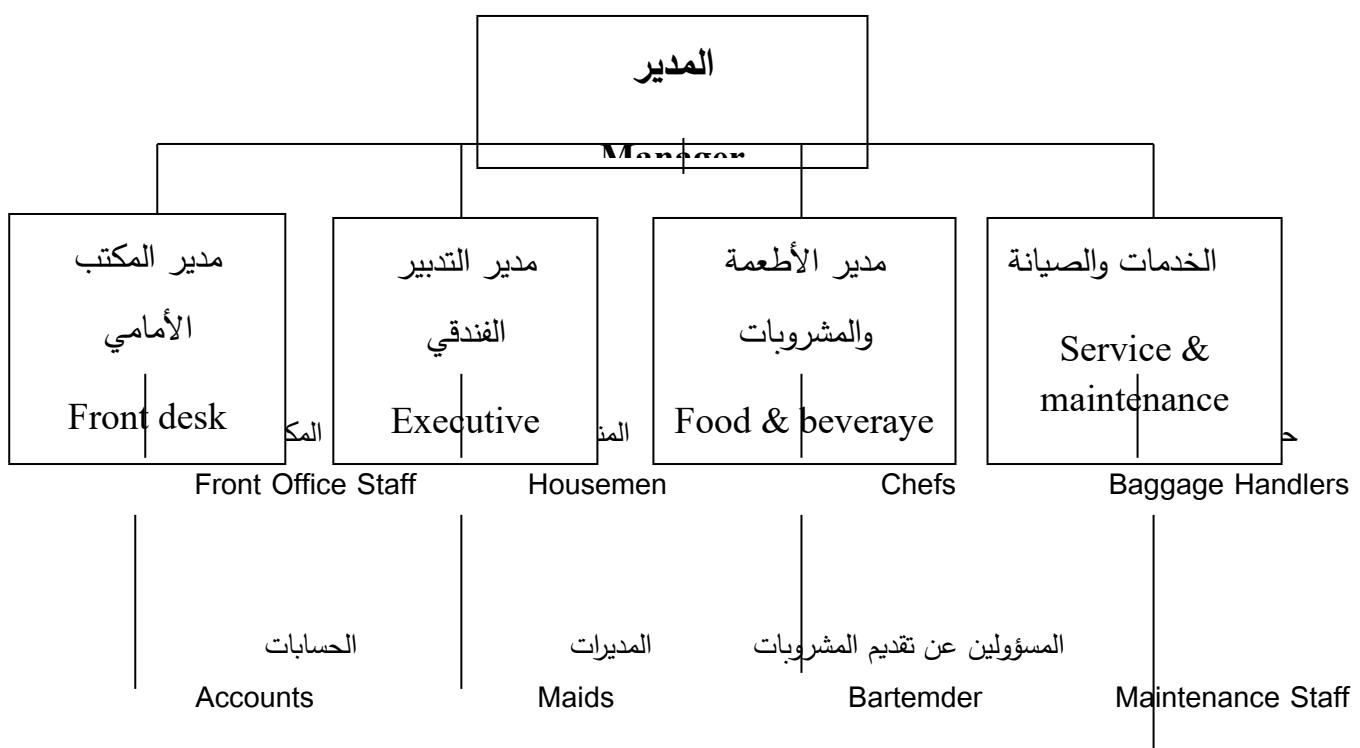
يوصف الهيكل التنظيمي بأنه البناء أو الاطار الذي يحدد التركيب الداخلي للفندق، فهو يُبيّن التقسيمات والتنظيمات والأحداث الفرعية التي تقوم بمختلف الأعمال والأنشطة التي تتطلّبها طبيعة الفنادق بشكل عام، وهي عبارة عن تحقيق أهداف المطلوبة كما يوضح نوعية العلاقات بين أقسامها وخطوط السلطة وشبكات الاتصال فيها.

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

ويبدأ الهيكل التنظيمي لأي منظمة عادةً بمديرها العلی ويأخذ بالتفصيل والتوضیح الأفقي كلما اتجهنا نحو الأسفل عبر الوحدات التنظيمية ويعود ذلك إلى إن 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 لإيضاح ترتيب التنظيم الخاص بالفندق، وهي تبيّن ترتيب كافة الأقسام والأعمال التي تقوم بها وكذلك صلة ترابطها مع بعضها، والخريطة الأتی 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 الفندقيّة ولكن يبقى الاعتماد الأول والأخير في خدمة الفنادق هو العنصر البشري، إذ لا يمكن أن تستغنّى عن موظف قسم الاستقبال واستبداله بآلية إلكترونية تستقبل الضيوف بالرغم من انه كانت هناك عدة محاولات قد جرت على هذا القسم سابقاً ولكنها باهتت بالفشل بعد فترة وجيزة من الزمن، وهذا يرجع بدوره إلى ملموسيّة 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 تبيين جودة وأسعار الخدمات الفندقية.

نعييم عون

متمثل 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 بمرؤنته.

تصنيف الفنادق:

عند تصنيف الفنادق يجب مراعاة مجموعة من الاعتبارات الرئيسية ونوصفيها 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 الكبري والرئيسية، في حين فنادق الشواطئ يجب أن تختار موقع 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 القمامه.

ثالثاً: التجهيزات الفنية

تتمثل التجهيزات في الإضاءة بالغرف والممرات والأماكن العامة بالفندق، بالإضافة إلى التليفون والفاكس والتلكس، والتكييف المركزي، والثلاجة وغرف التبريد والتلفزيون والفيديو والإذاعة ومكافحة الحرائق.

رابعاً: غرف النزلاء

حسب عدد الغرف ومساحتها وكذلك الإرتفاع، ومقاسات الأسرة المزدوجة والفردية مخزن الملابس (دولاب)، والكراسي بالغرف، وحامل الحقائب، والكوميدينو، ومكتب بكرسي، وأدوات مكتبية، وأدوات خياطة، ولائحة خدمات ومواعيد، وسلة قمامه، 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 والقف، إكسسوارات الحمام، مكان لحفظ الملابس والمناديل، ومستلزمات الحمام من بشكير ومنديل للوجه وشامبو وصابون وكذلك ورق للتواليت ومناديل ورقية وغطاء الرأس والمياه الساخنة والشفاط، وأخذ كهربائي لتشغيل أجهزة كهربائية خاصة مثل المحفف 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 للمارسات 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 مرؤنة دون حدوث أي أخطار، وكذلك لون الأرضية التي فيها لمسة جمالية للفندق مع توفير أجهزة لفلترة مياه الحوض الخاصة بالتنظيف المستمر للمياه، بالإضافة للإضاءة تحت الماء بأشكال وأنواع مختلفة.

سابعاً: الأماكن العامة للفندق

وهي تمثل في الإستقبال واللوبى وحفظ الحقائب وخزائن الأمانات، والصالونات والمساحة المخصصة بها كل غرفة، والمطاعم، والبارات، والكافيريات، والمطبخ ومغسلة الملابس للنزلاء، والمخازن، والخدمة الطبية، والخدمات المصرفية، و محلات التسوق، والكافير للرجال والسيدات، ودورات المياه العامة، والسلام والمصاعد، والممرات التي أمام الغرف وغيرها.

ثامناً: الأنشطة الترفيهية والرياضية

ويقصد بها الأماكن والتجهيزات والمعدات الالزمة لممارسة الأنشطة الرياضية والترفيهية المختلفة للنزلاء، وقاعات الديسكو، وصالحة التلفزيون والفيديو، وصالحة لعرض السينمائي والمسرحى، ونادى ليلى، وقاعات متعددة الأغراض لحفلات والاجتماعات، ومكتبة للقراءة، ونادى صحي، وطاولة بلياردو، وملعب لكره الطائرة والتنس والقدم، وملعب للفولف والرميه، ومركز للرياضات البحرية للفنادق الشاطئية.

تاسعاً: العاملين في الفندق

تعتمد صناعة الضيافة والفنقة بشكل كبير على جودة أداء الخدمات للنزل والضيف، وهي تتوقف بشكل رئيسي على العناصر البشرية العاملة بالفندق والتي يسمى بها الفندق أعلى درجات السمعة الطيبة في الأسواق السياحية المختلفة، والعكس تماماً عندما يكون الفندق مجهز ومؤثر 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 يتاسب مع طبيعة الدراسة الحالية، إذ أن الوصف ركن أساسي من أركان البحث العلمي والطريقة الوصفية هي من أهم الطرق المتبعه فلا يقتصر الوصف على جمع المعلومات فقط بل يتضمن أيضاً قدرًا 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 صبراته، ونظراً لأن مجتمع الدراسة صغير ويتوزع على نطاق ليشمل جميع الزوار الذين زاروا مدينة صبراته ومعرفة مدى رغبتهم في الإقامة في مدينة صبراته، فقد ورع 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 (نكور واناث) لتشمل الزوار الذين قاموا بزيارة المدينة، وبهذا تم التعامل احصائياً مع (20) زائر بمدينة صبراته، فقد قام الباحث بتوزيع الاستبيان لتسهيل عملية الجمع، فقد تم جمع (24) استماره من عينة الدراسة، وكانت الاستثمارات الصالحة منها (20) استماره من هذه الاستثمارات، وبذلك يكون عدد الاستثمارات الداخلة في التحليل (20) استماره.

4 . اداة البحث :

تم اعداد استبيان لجمع البيانات والمعلومات، مقسمة الى محورين، تمثل المحور الاول في البيانات الاولية لأفراد 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 الفنقة والارشاد السياحي وذلك لضمان الصدق الظاهري، وفي ضوء أهداف الدراسة وطبيعتها قام الباحث بتعديل استماره الاستبيان وفق التعديلات الواردة.

¹ سعيد البطوطى، إدارة الفنادق، مكتبة الانجلو المصرية، سنة 2002، ص66.

دور الإدارة الفندقية في تبيين جودة وأسعار الخدمات الفندقية.

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 اضافة الى المحور المتمثل في فقرات الاستبيان وعددهم (24) فقرة، وقد صيغت جميع الفقرات في الاستبيان على مقياس ليكرت الثلاثي الذي يتكون من ثلاثة درجات (اوافق، احياناً، لا اوافق).

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 احصائياً لكل فقرة وزن متدرج (0-1-2) وفق سلم متدرج ثلاثي.

2.4. وصف الاستبيان : يتضمن الاستبيان (24) فقرة تمثل دور الإدارة الفندقية في تبيان 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 وصلاحيتها، وكانت هناك ملاحظات على بعض فقرات الاستبيان حيث كان هناك بعض الأفكار مكررة وبعض الصياغات بحاجة لبعض التوضيح لمدى انتقاء الفقرات للمحور وكذلك سلامة صياغتها اللغوية، وفي ضوء ذلك أسفرت أهم النتائج عن الانفاق على مجموع العبارات التي تدرج تحت المحور مما يؤكّد 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 وبنطبيق 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 أدلة الدراسة كل من ناحية أخرى، والجدول التالي يوضح معاملات ثبات أدلة الدراسة :

معامل ثبات ألفا كرونباخ	محور أدلة الدراسة	ت
0.87	مدى رغبة العملاء لإقامة بمدينة صبراته	1
0.88	معامل ثبات أدلة الدراسة كل	3

الجدول رقم (1) معاملات ثبات أدلة الدراسة

يتضح من خلال الجدول متوسط معامل ثبات أدلة 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 للتتأكد من ثبات أدلة الدراسة والمتوسطات والانحرافات المعيارية لتحديد ترتيب الأهمية النسبية لإجابات أفراد الدراسة نحو محاورها الرئيسية لتحديد دلالة الفروق والاختلافات، وذلك باستخدام تطبيقات الحاسوب الالى.

6 . تحليل النتائج ومناقشتها وتفسيرها

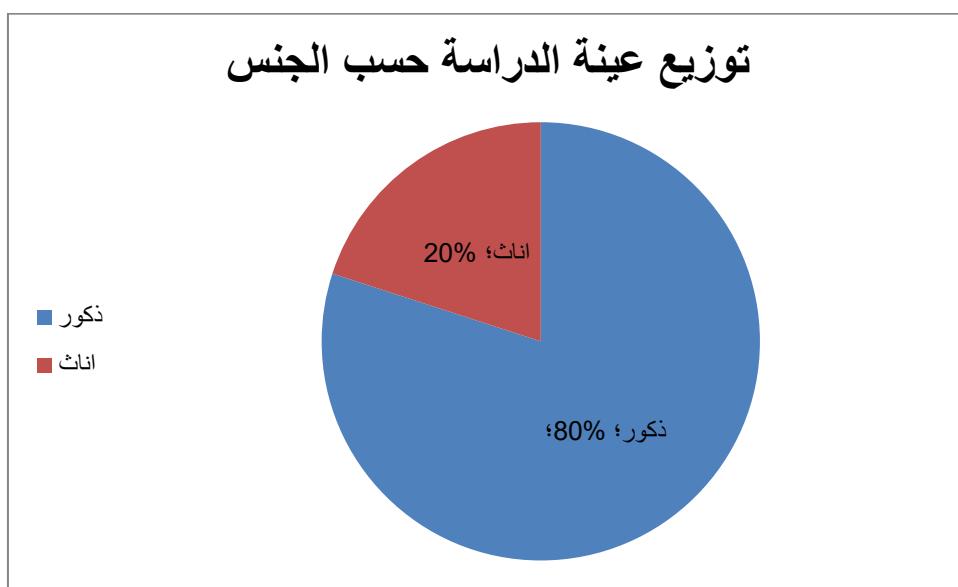
تحليل البيانات الأولية لعينة الدراسة :

اولاً : توزيع عينة الدراسة حسب الجنس .

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

جدول رقم (2) يبين توزيع عينة الدراسة حسب الجنس

يتضح من خلال الجدول السابق ان العينة عشوائية طبقية ذكور واناث، 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

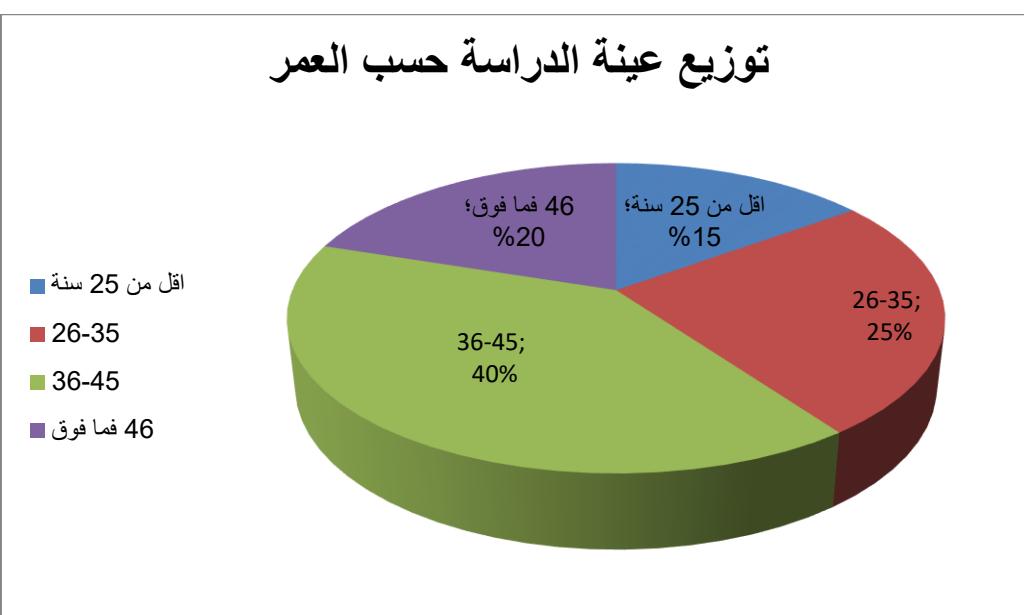
ثانياً : توزيع عينة الدراسة حسب العمر

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

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 :

توزيع عينة الدراسة حسب العمر



شكل رقم (2) يبين توزيع عينة الدراسة حسب العمر

ثالثاً : توزيع عينة الدراسة حسب عدد الزيارات لمدينة صبراته .

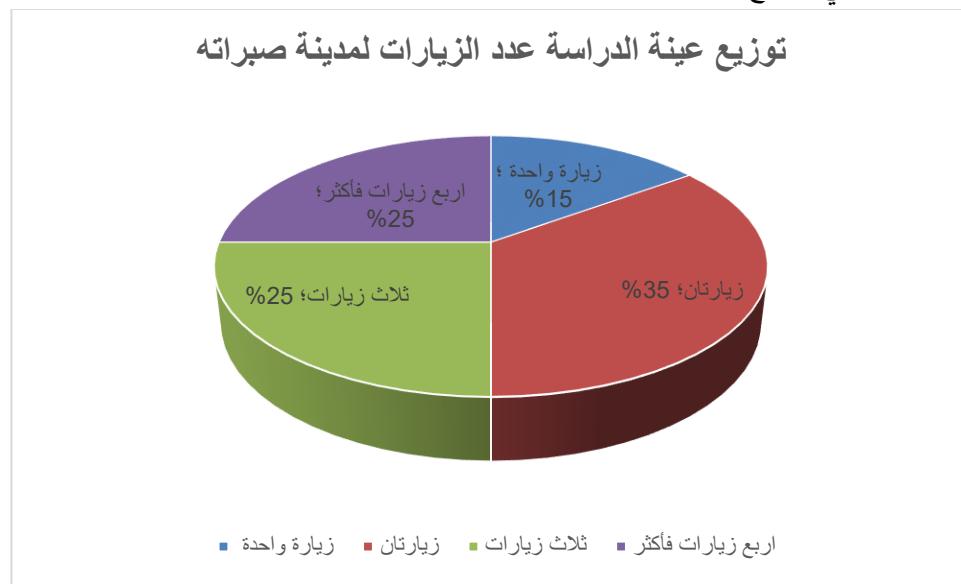
النسبة المئوية %	النكرار	عدد الزيارات	ت
%15	3	زيارة واحدة	1
%35	7	زيارتان	2
%25	5	ثلاثة زيارات	3
%25	5	أربعة زيارات وأكثر	4
%100	20	المجموع	7

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

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

(7) زوار، قاموا بزيارة صبراته مرتان أي بنسبة (35%) تليها نسبة الذين قاموا بزيارة صبراته ثلاثة زيارات وعددتهم (5) أي بنسبة (25%)، وكذلك الذين زاروا صبراته اربع زيارات واكثر وعددهم (5) أي بنسبة (25%)، ثم الذين زاروا صبراته مرة واحدة وعددهم (3) أي بنسبة (15%) والشكل التالي يوضح ذلك :

توزيع عينة الدراسة عدد الزيارات لمدينة صبراته



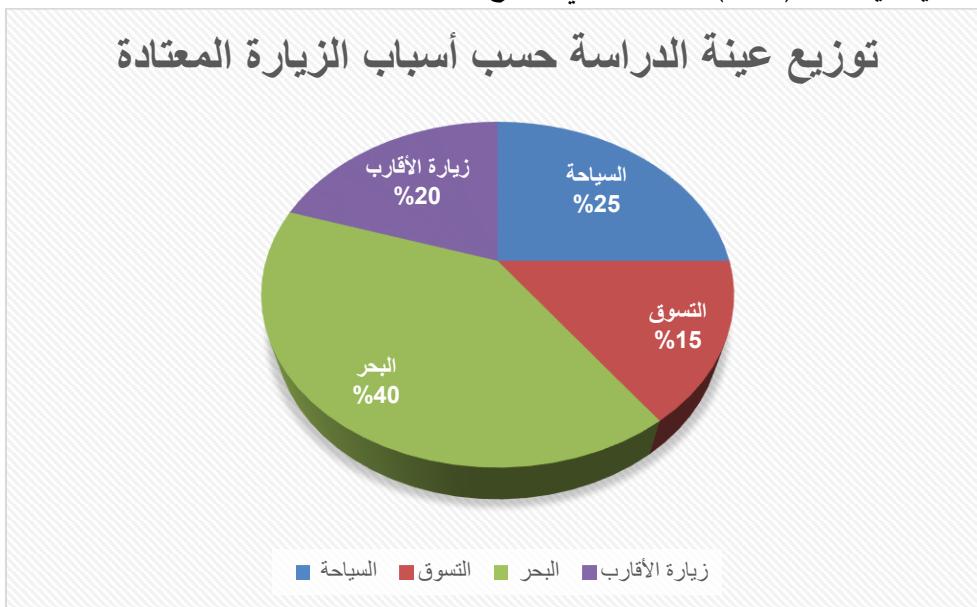
شكل رقم (3) يبين توزيع عينة الدراسة حسب عدد الزيارات

رابعاً: توزيع عينة الدراسة حسب أسباب الزيارة المعتادة .

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

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 وعدهم (8) زوار، اي بنسبة (40%)، وهم الاكثر زيارات، وتليها نسبة الذين زارو صبراته لغرض السياحة وزيارة الاثار وعدهم (5) اي بنسبة (25%)، ثم نسبة الذين زارو صبراته لغرض زيارة الاقارب، وعدهم (4) اي بنسبة (20%)، في حين كانت اقل نسبة من زارو صبراته لغرض التسوق وعدهم(3) زائرين اي 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 .

الفقرات	ت	% نعم	% احياناً	% احياناً	% لا	%
هل تفضل الإقامة بالشاليهات في مدينة صبراته بدل الفنادق	هل تفضل الإقامة بالشاليهات في مدينة صبراته بدل الفنادق	13	665	5	2	10%
هل تفضل الاستقلالية في شراء الإقامة؟	هل تفضل الاستقلالية في شراء الإقامة؟	9	645	6	5	20%
هل توفر الشاليهات سبل الراحة للزبائن بصفة ممتازة؟	هل توفر الشاليهات سبل الراحة للزبائن بصفة ممتازة؟	16	680	3	1	5%
هل أسعار الإقامة بالشاليهات كانت مناسبة لك؟	هل أسعار الإقامة بالشاليهات كانت مناسبة لك؟	5	625	2	13	65%
هل ممكن مساواة أسعار الإقامة بالخدمات الفعلية المتوفرة بالشاليهات؟	هل ممكن مساواة أسعار الإقامة بالخدمات الفعلية المتوفرة بالشاليهات؟	10	650	4	6	30%
هل الشاليهات توفر الراحة كما ينبغي منها؟	هل الشاليهات توفر الراحة كما ينبغي منها؟	16	680	3	1	5%
هل كانت أماكن الإقامة قريبة من المقاصد السياحية والخدمة المطلوبة؟	هل كانت أماكن الإقامة قريبة من المقاصد السياحية والخدمة المطلوبة؟	15	675	3	2	5%
هل شراء الإقامة يعتمد على الأسعار الموجودة؟	هل شراء الإقامة يعتمد على الأسعار الموجودة؟	11	655	4	5	25%
هل من الضروري قرب الإقامة من المعلم السياحية؟	هل من الضروري قرب الإقامة من المعلم السياحية؟	17	685	2	1	5%
هل تفضل شراء الإقامة ذات المساحة الكبيرة؟	هل تفضل شراء الإقامة ذات المساحة الكبيرة؟	16	680	2	2	10%
هل تفضل نظام الحجز المسبق بالشاليهات؟	هل تفضل نظام الحجز المسبق بالشاليهات؟	10	650	6	4	20%
هل يوجد عدد كافي من الشاليهات على مدار الموسم؟	هل يوجد عدد كافي من الشاليهات على مدار الموسم؟	13	665	4	3	15%
هل تستخدم الإقامة لفترة أطول من يوم؟	هل تستخدم الإقامة لفترة أطول من يوم؟	9	645	7	4	20%
هل هناك تنوع في الخدمات التي تقدمها الشاليهات؟	هل هناك تنوع في الخدمات التي تقدمها الشاليهات؟	14	670	5	1	5%
هل تفضل الإقامة بالفنادق بدل الشاليهات؟	هل تفضل الإقامة بالفنادق بدل الشاليهات؟	11	655	6	3	15%
هل جودة الخدمات بالفنادق كانت كما متوقع؟	هل جودة الخدمات بالفنادق كانت كما متوقع؟	12	660	5	3	15%
هل سعر الإقامة بالفنادق مناسبة للخدمات المتوفرة في الفندق	هل سعر الإقامة بالفنادق مناسبة للخدمات المتوفرة في الفندق	8	640	4	8	40%
هل خدمات الفنادق بالمدينة كانت ذات جودة عالية؟	هل خدمات الفنادق بالمدينة كانت ذات جودة عالية؟	8	640	3	9	45%
هل موقع الفنادق كان مناسب للإقامة؟	هل موقع الفنادق كان مناسب للإقامة؟	15	670	4	1	5%
هل تحتاج هذه الفنادق الى تحسين في خدماتها؟	هل تحتاج هذه الفنادق الى تحسين في خدماتها؟	11	655	5	4	20%
هل هناك خدمات بالفندق تمتاز عن الشاليهات؟	هل هناك خدمات بالفندق تمتاز عن الشاليهات؟	6	630	8	6	30%
هل الفنادق كانت تحتوي على نظام إقامة متميز؟	هل الفنادق كانت تحتوي على نظام إقامة متميز؟	7	635	3	10	20%
هل يوجد بالفنادق مرونة ويسر في الحجز والدخول والخروج	هل يوجد بالفنادق مرونة ويسر في الحجز والدخول والخروج	12	660	5	3	15%
هل خدمات الفنادق كانت متكاملة ومشجعة للحجز والإقامة أخرى؟	هل خدمات الفنادق كانت متكاملة ومشجعة للحجز والإقامة أخرى؟	8	640	2	10	20%

• نتائج تحليل التباين لفقرات الاستبيان :

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

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 والرسوميات في الدخول والخروج من مكان الإقامة المؤقتة.
- 2- يفضل الزائر لمدينة صبراتة الحصول على اسعار منخفضة نسبياً مع التركيز على نوع الإقامة المعتمد والمطلوب في السوق.
- 3- الإبعاد 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 التعقيبات 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 لوقف السيارات.
- 7- الإعتماد على الأسلوب التقليدي في شراء الإقامة بعيداً عن الأماكن الرسمية والتي فيها بعض الإجراءات مثل الفنادق والقرى السياحية.
- 8- لا توجد دعاية أو إعلان رائق 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 المتباع 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

دور الإِدَارَةِ الْفُنْدُقِيَّةِ فِي تَبَيِّنِ جُودَةِ وَأَسْعَارِ الْخَدْمَاتِ الْفُنْدُقِيَّةِ.

نعميم عون

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 البطوطى، إدارة الفنادق، مكتبة الانجلو المصرية، سنة 2002.