

Dirassat & Abhath
The Arabic Journal of Human
and Social Sciences



مجلة دراسات وأبحاث
المجلة العربية في العلوم الإنسانية
والاجتماعية

EISSN: 2253-0363
ISSN : 1112-9751

واقع اعتماد الفنادق الجزائرية على مؤشرات قياس الأداء العالمية

-دراسة ميدانية لمجموعة من الفنادق بمدينة قسنطينة-

the adoption of the global performance measurements indicators in
the Algerian hotels - a field study of a group of hotels in Constantine

بوسنة نسرين 1 bousena nesrine، بوشريبة محمد 2 mohamed boucheriba

1جامعة عبد الحميد مهري – قسنطينة-2، مخبر المغرب الكبير

université Abdelhamid MEHRI – Constantine 2 -big maghreb

nesrine.bousena@univ-constantine2.dz

2 جامعة عبد الحميد مهري – قسنطينة-2،

université Abdelhamid MEHRI – Constantine 2

mohamedboucheriba@hotmail.com

المؤلف المرسل: بوسنة نسرين bousena nesrine nesrine.bousena@univ-constantine2.dz

تاريخ القبول : 2019-09-19

تاريخ الاستلام : 2019-04-13

ملخص:

تهدف الدراسة إلى معرفة واقع تطبيق مؤشرات قياس الأداء الفندقي العالمية من قبل مجموعة من الفنادق بمدينة قسنطينة، من خلال التركيز على مؤشرات الأداء الكمية (معدل الإشغال ، متوسط السعر اليومي، تكلفة كل غرفة متاحة، مؤشر المعدل المتوسط، العائد لكل غرفة متاحة) ومؤشرات الأداء النوعية (تقييم مواقع الانترنت، ورضا العميل)، اعتمد المنهج الوصفي التحليلي باستخدام أداة الاستبيان الذي وزع على عينة من 56 فردا من العاملين الإداريين في فنادق (الماريوت Marriott، protea Marriott، Novotel، ibis، نزل ابن مهدي، والنزل الكبير) استرد منها 35 صالحة للدراسة ، توصلت الدراسة إلى أن الفنادق تعتمد هذه المؤشرات في تقييم أدائها مع التركيز على مؤشرات دون أخرى من قبل فنادق دون أخرى، لذا أوصت بضرورة الاهتمام أكثر بالمؤشرات التي تتعلق بالمنافسين وتقييم مواقع الانترنت ورضا العملاء.

كلمات مفتاحية: الأداء، الفنادق، الأداء الفندقي، المؤشرات الكمية، المؤشرات النوعية

Abstract:

The study aimed at identify the reality of applying the indicators of hotel performance measuring by a group of hotels in Constantine focusing on quantitative indicators and qualitative indicator .An analytical descriptive method was adopted using a questionnaire as a tool which distributed to 56 administrative staff in hotels, 35 of theme retrieved.The results concluded that hotels' adopts the global indicators in evaluating their performance as well that some hotels focus on some indicators more than others, that is why it recommended the necessity of giving more importance to indicators concerning competitors, evaluating site webs and customers satisfaction .

Keywords: Performance; hotels; hotel performance; quantitative indicators; qualitative indicators.

1-مقدمة:

متخصصة بالسياحة والفندقة، وكذلك الانتشار الواسع للكتب والدراسات والبحوث العلمية التي تتعلق بالشؤون السياحية. تبرز السياحة في الدول المتطورة كرافد أساسي في التنمية الاقتصادية ولذلك نجد ضخامة الاستثمارات المختلفة في القطاع السياحي، خاصة من حيث التشجيعات على إنشاء الفنادق وتحسينها، فالفنادق أهم وأول خدمات الضيافة التي يطلبها السائح فور وصوله إلى الوجهة السياحية.

تعتبر السياحة اليوم أحد أهم القطاعات الاقتصادية والاجتماعية في العالم والتي تلعب دوراً بارزاً في تنمية وتطوير البلدان. وقد ازدادت أهميتها كصناعة وحرفة من خلال وسائل الإعلام كافة، خصوصاً بعد أن تم استحداث وزارات للسياحة في معظم دول العالم وافتتاح جامعات وكليات ومعاهد تقنية

مشكلة الدراسة:

- الفنادق تصنيفاتها وأهميتها في القطاع السياحي والاقتصادي والإقليمي.

- الأداء الفندقي وأهم المؤشرات الكمية والنوعية العالمية التي تعتمد في تقييمه .

- واقع اعتماد الفنادق في مدينة قسنطينة على مؤشرات تقييم الأداء العالمية.

أهمية الدراسة : تبرز أهمية الدراسة من خلال:

- أهمية القطاع السياحي للاقتصاد المحلي كونه يشكل أهم بديل اقتصادي.

- الفنادق وأهميتها في إنعاش القطاع السياحي ودر العملة الصعبة وتشغيل الشباب.

- أهمية الالتزام بالمؤشرات العالمية لتحسين قطاع الضيافة والفندقة .

- الدور الذي يلعبه التقييم المستمر للأداء في اكتشاف الانحرافات وتصحيحها.

منهج الدراسة: المنهج المعتمد في الجزء النظري هو المنهج الوصفي التحليلي الذي سمح ببناء وصياغة الإطار النظري للدراسة وعرض الأسس الفكرية للفنادق وللتقييم الأداء الفندقي. أما في الجزء التطبيقي فقد اعتمد منهج دراسة حالة لمجموعة من الفنادق في مدينة قسنطينة ، وتمت الاستعانة بالاستبيان في جمع آراء واتجاهات عينة الدراسة، معالجتها وتحليلها واستخلاص جملة من النتائج.

متغيرات الدراسة:

استكمالاً لمعالجة الإشكالية وتحقيقاً لأهدافها تم بناء نموذج افتراضي للدراسة .

الشكل 1: نموذج الدراسة

تسعى جميع المنظمات مهما كان نشاطها ونوعية الخدمات التي تقدمها أو السلع التي تنتجها إلى تحسين أدائها، لذا تعتمد على القياس المستمر لهذا الأداء كونه يحدد وضعيتها الحالية ويوجه قراراتها المستقبلية. يتم قياسه باستخدام العديد من المؤشرات المشتركة بين مختلف القطاعات والخاصة بكل قطاع على حدا. القطاع الفندقي كغيره من القطاعات يقيم أدائه بالاعتماد على مجموعة من المؤشرات التي تطبقها الفنادق في العالم.

وعليه تسعى الدراسة إلى الإجابة على التساؤل الرئيسي التالي: ما واقع اعتماد الفنادق في مدينة قسنطينة على المؤشرات العالمية لأجل تقييم أدائها؟

من أجل الإجابة على التساؤل الرئيسي نطرح الأسئلة الفرعية التالية:

- ما واقع اعتماد الفنادق في مدينة قسنطينة على مؤشرات الأداء الكمية في تقييم أدائها؟

- ما واقع اعتماد الفنادق في مدينة قسنطينة على مؤشرات الأداء النوعية في تقييم أدائها؟

فرضيات الدراسة:

للإجابة على هذا السؤال نعتد على جملة من الفرضيات، والتي تتمثل فيما يلي:

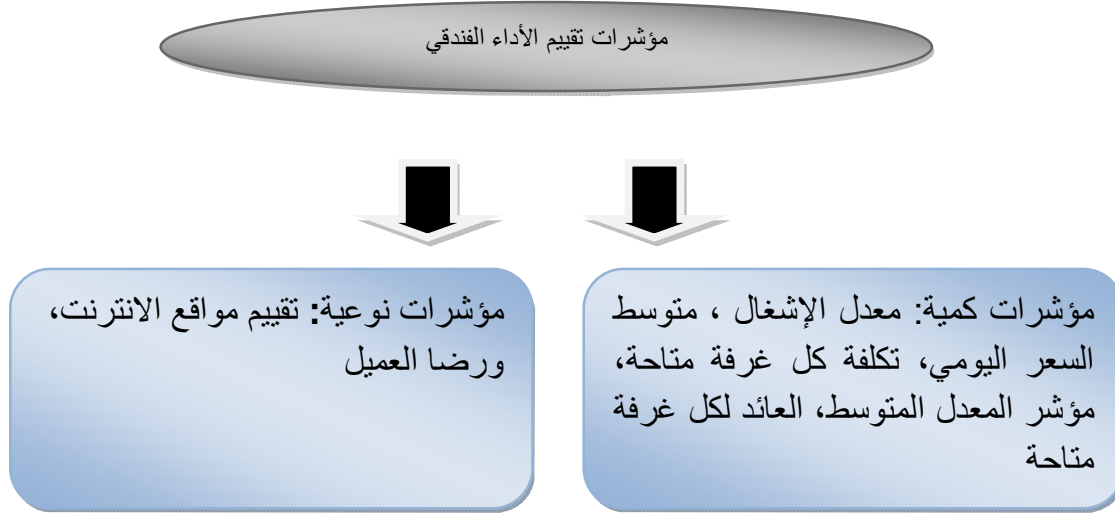
الفرضية الرئيسية H0 : لا تعتمد الفنادق في مدينة قسنطينة على مؤشرات الأداء العالمية لأجل تقييم أدائها.

ويتفرع عن هذه الفرضية الرئيسية الفرضيات الفرعية التالية:

الفرضية الفرعية H01: لا تعتمد الفنادق في مدينة قسنطينة على المؤشرات كمية في تقييم أدائها؛

الفرضية الفرعية H02: لا تعتمد الفنادق في مدينة قسنطينة على المؤشرات نوعية في تقييم أدائها.

أهداف الدراسة: تهدف الدراسة إلى التعرف على:



الضيوف، في اللغة العربية يرجع اللفظ إلى الكلمة pandakia وتعني مكان للإيواء يوفر للزبل المأوى والمأكل والخدمة لمدة معينة نظير أجر معلوم¹. أما اصطلاحاً " على أنه منظمة تسويقية تقوم بإشباع الرغبات والحاجات الفندقية للأفراد والجماعات من خلال تقديم منتجات لها قيمة بغرض إتمام العملية التبادلية وتحقيق الربح"². كما يعرف أيضاً بأنه "بناء يختلف في الحجم من فندق لآخر، تقدم فيه خدمة المبيت الأساسية ومجموعة من الخدمات منها الطعام والشراب، أماكن التسلية والنوادي....، مقابل سعر محدد لكل خدمة"³. وعليه الفنادق هي منظمات خدمية تقدم مجموعة من الخدمات التي اتسعت واختلقت مع مرور الزمن مقابل أجر معين.

2-2. تقييم الأداء الفندقي: الأداء هو المنظومة المتكاملة لنتائج أعمال المنظمة في ضوء تفاعلها مع عناصر بيئتها الداخلية والخارجية .

الأداء الفندقي: يعرف على أنه " المخرجات أو النتائج التي تسعى الوظائف الإدارية في الفندق إلى تحقيقها خلال فترة زمنية معينة، وتشير المخرجات أو النتائج إلى مدى نجاح أو فشل الوظائف الإدارية في تحقيق الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها"⁴. يرتبط الأداء بصورة وطيدة بمدى خصوصية النشاط وكذا سيرورة العمليات المتتالية من أجل الوصول إلى المخرجات أو النتائج.

2: الإطار النظري لمتغيرات الدراسة:

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على الدراسات السابقة

1-الإطار النظري لمتغيرات الدراسة:

يتناول هذا الجزء الإطار النظري لمختلف الجوانب المرتبطة بمفهوم الفنادق وتقييم الأداء الفندقي.

1-2. مفهوم الفنادق: تعد صناعة الفنادق من الصناعات القديمة التي ارتبط ظهورها ارتباطاً وثيقاً بظهور الضيافة التي كانت في البداية قاصرة على إشباع حاجات المسافر العابر، ومع التطور الحادث وما تبعه من اتساع في شبكة الطرق ورغبة في توطيد العلاقات بين الناس واكتشاف الأماكن المختلفة كثر السفر والتنقل الأمر الذي تطلب إنشاء العديد من النزل السكنية التي تطورت أحجامها وتعددت أنواعها وخدماتها خاصة مع التطور التكنولوجي الحادث.

توجد الكثير من التعاريف المختلفة للفنادق نذكر منها :

كلمة فندق لغويًا تحديداً في اللاتينية hospitality والتي اشتقت منها كلمة hotel الفرنسية تعني المكان المخصص لإقامة

خصوصية الأداء الفندقية: يمثل الأداء المخرجات أو النتائج التي يراد تحقيقها مروراً بسلسلة من العمليات، ترجع خصوصية الأداء في قطاع الفنادق إلى خصوصية تلك العمليات المترابطة والمعقدة حيث تتألف من عمليات الدعم والعمليات الفرعية التي تحدث بالتزامن خلال فترات وصول وإقامة ومغادرة النزول والتي تتضمن سلسلة من الخدمات يكون العنصر البشري محوراً، أما جودتها فيحددها النزول من خلال ما يتولد داخله من رضا لئلا فإن عملية قياسه وتقييمه تكون من خلال مجموعة من المؤشرات.

مؤشرات تقييم الأداء الفندقية: تعتبر عملية تقييم الأداء لتحديد مدى الكفاءة والفاعلية والفعالية إحدى أهم نشاطات المنظمات بما فيها الفنادق والتي لا غنى عنها، نظراً للفوائد التي تعود من وراء تطبيقها على أسس سليمة تتناسب مع خصوصية النشاط قدر الإمكان.

المؤشرات الكمية: من الممكن أن تلخص أهم المؤشرات الكمية فيما يلي:

-الإشغال Occupancy %: أبسط وأكثر مقياس الأداء استخداماً في مجال صناعة الفنادق يقاس كنسبة من الغرف المتاحة التي يتم شغلها خلال فترة زمنية محددة.

يحسب من خلال العلاقة التالية: الإشغال % = الغرف المشغولة / الغرف المتاحة⁶

-متوسط السعر اليومي Average Daily Rate – ADR: متوسط السعر اليومي هو مقياس بسيط يستخدم لحساب متوسط السعر لكل غرفة مشغولة يمكن القول أن ADR هو مقياس جيد لتحليل أداء الفنادق، لكن غير موضوعي إلى حد ما كونه لا يأخذ بالاعتبار الغرف الفارغة / غير المباعة. لذلك قد يكون غير معبر تماماً عن الأداء العام.

يحسب من خلال العلاقة: ADR: إجمالي إيرادات الغرف/إجمالي الغرف المشغولة⁷

-تكلفة كل غرفة محتلة Cost Per Occupied Room – CPOR: التكلفة لكل غرفة محتلة تساعد على تحديد مدى كفاءة الممتلكات الخاصة بالفندق، تحديد CPOR يتم بتقسيم إجمالي

الربح التشغيلي على إجمالي الغرف المتاحة. الربح التشغيلي الإجمالي هو صافي المبيعات ناقص تكلفة السلع المباعة مطروحاً منها مصروفات التشغيل والتي تشمل البيع والمصاريف العامة والإدارية. تمنح CPOR القدرة على رؤية مدى ربحية كل غرفة مع الأخذ في الاعتبار النفقات، سواء المتغيرة والثابتة (العمل، الإيجار / الرهن العقاري، إلخ). يجب أن يستخدم المديرون والمالكون هذا المقياس لتتبع مدى كفاءة فنادقهم مع مرور الوقت حيث تساعد CPOR في تحقيق أقصى قدر من كفاءة الملكية.

يحسب من خلال العلاقة CPOR: إجمالي الربح التشغيلي/إجمالي الغرف المتاحة⁸.

- مؤشر المعدل المتوسط ARI – Average Rate Index: يستخدم هذا المقياس متوسط السعر اليومي (ADR) لفترة معينة ويقارنه بالسعر اليومي للمجموعة التنافسية خلال الفترة نفسها. يتطلب هذا المقياس إجراء بعض الأبحاث التسويقية مسبقاً لحساب ADR للمجموعة التنافسية خلال الفترة. بعد تحديد البيانات وحساب ARI، يحصر ما بين 1 و10، ولكن من الممكن أن يكون ARI أكبر من 1 هذا يعني أن متوسط السعر اليومي للفندق أعلى من المنافسين، وإذا كان ARI أقل من 1 للفندق يكون متوسط السعر اليومي أقل من المنافسين.

يحسب ARI من خلال العلاقة ADR للفندق/ADR لمجموعة المنافسين⁹.

- العائد لكل غرفة متاحة RevPAR – Revenue Per Available Room يوصف بالمؤشر النموذجي لقياس أداء الفنادق يشبه متوسط السعر اليومي ولكن يقوم بتضمين الغرف الفارغة في الحساب. يمكن حساب RevPAR عن طريق قسمة إجمالي إيرادات لغرف على إجمالي الغرف المتاحة. يمكن أيضاً حساب RevPAR بضرب ADR في نسبة الإشغال.

يقدم نظام RevPAR رؤية جيدة حول مدى جودة عمل الفندق ويخبر بمدى قدرته على ملء الغرف المتاحة بسعر متوسط.

يحسب من خلال العلاقة إجمالي إيرادات الغرف/إجمالي الغرف المتاحة أو ADR × الإشغال¹⁰.

3. الجانب الميداني للدراسة:

المؤشرات النوعية:

يتم تقديم من خلال هذا الجزء الدراسة الميدانية، عرض البيانات المجمعة وتحليلها وصولاً لتقديم مختلف النتائج .

تتمثل المؤشرات النوعية فيما يلي:

إجراءات الدراسة:

أداة الدراسة:

لقد استخدم الباحثان لأغراض هذه الدراسة استبانة تكونت من جزئين استناداً إلى مراجعة الأدبيات النظرية والدراسات السابقة المتعلقة بمتغيرات الدراسة، حيث اشتمل الجزء الأول الخصائص الاجتماعية العامة للمبحوثين، أما الجزء الثاني فقد اشتمل على محورين يضم كل منهما مجموعة من الأسئلة التي تجيب على تساؤلات الدراسة وأهدافها والتي وزعت كما يلي:

- المحور الأول : حول المؤشرات الكمية

لتقييم الأداء الفندقية وتضم 10 عبارات؛

- المحور الثاني: حول المؤشرات النوعية

لتقييم الأداء الفندقية وتضم 10 عبارات؛.

كما استخدم الباحثان مقياس Likert الخماسي لتقييم إجابات مفردات الدراسة، بحيث يتراوح المقياس من 1 إلى 5 أي من أبداً إلى دائماً

-تقييم مواقع الانترنت: تتيح مواقع الانترنت الفرص للتعرف على الفندق ومزاياه كما تعطي فرصة للزبائن من أجل إعطاء آرائهم حوله يتم تقييم أدائه من خلال مجموعة من المعايير والمزايا التي يتمتع بها الموقع الالكتروني منها: الوفاء، التخصص، الاستجابة، الاحتفاظ بالعملاء¹¹ وغيرها من المتغيرات

-رضا العملاء يرتبط رضا العميل بمدى ملائمة العوامل المحيطة بتقديم الخدمة لتوقعاته والعلاقة التفاعلية الايجابية المباشرة بينه وبين مقدمها من خلال زيادة الاستجابة والقدرة على خلق القيمة فالعملاء يميلون إلى مقارنة تصوراتهم حول أداء الخدمة الفعلية لتوقعات قبل الشراء أو الاستهلاك وعندما يتجاوز أداء الخدمة توقعات العميل يزيد الرضا، على العكس تثير الثقة السلبية عدم الرضا علاوة على ذلك فأن الوصول إلى مستوى عالٍ من العملاء والحفاظ عليه يخلف ولاء وولاء فالعملاء لا يستهلكون الخدمة مرة أخرى فحسب بل يروجون للفنادق كما أنهم يغفلون بعض الإخفاقات المستقبلية. حيث تستخدم استطلاعات آراء الضيوف ما بعد الإقامة لتحديد ما يهم أكثر الضيوف في الخدمة من خلال مجموعة من الأسئلة لتتبع معنويات الضيوف بمرور الوقت. يساعد استطلاع آراء الضيوف بانتظام ومتابعة ردودهم على تحديداً ما يقام به بشكل جيد وما يحتاج العمل عليه. ويساعد أيضاً على تحديد مناطق المشكلات قبل أن تخرج عن نطاق السيطرة. كما يمكن طرح أيضاً طرح أسئلة مفتوحة تسمح للضيوف بالتعبير عن مشاعرهم، كما يجب تتبع التعليقات الشائعة التي أدلى بها الضيوف¹².

الجدول 1: تحديد الاتجاه العام حسب قيم المتوسط الحسابي

الوسط الحسابي	1.8 فأكثر	2.6-1.8	3.4-2.6	4.2-3.4	4.2 فأكثر
الاتجاه العام	أبداً	نادراً	أحياناً	غالباً	دائماً
الاتجاه العام	منخفض جداً	منخفض	متوسط	مرتفع	مرتفع جداً

ثبتت أداة الدراسة وعلى مدى أهمية النتائج المتوصل إليها والتي
 تعكس آراء الأغلبية ويمكن التعبير عن ذلك من خلال المعامل
 الإحصائي (α) والذي تتراوح قيمته ما بين 0 و 1 حيث تزيد
 الموثوقية كلما زادت عدد الأسئلة

ثبتت أداة الدراسة

للتأكد من ثبات الأداة تم الاعتماد على اختبار ألفا كرونباخ (α)
 الذي يعد شكل من أشكال الإحصاء الاستدلالي، يعبر عن مدى

الجدول 2: نتائج معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبيان.

البعد	عدد الفقرات	ألفا كرونباخ
المؤشرات الكمية	10	0.638
المؤشرات النوعية	10	0.939
الاستمارة ككل	20	0.883

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات SPSS.

مجتمع وعينة الدراسة:

بعد تطوير الأداة تم توزيعها على عينة عشوائية من العاملين
 في الفنادق العاملة في مدينة قسنطينة لماريوت Marriott ،
 protea Marriott ، Novotel ، ibis ، نزل ابن مهدي، والنزل
 الكبير) والجدول التالي يبين توزيع أفراد عينة الدراسة

يتضح من الجدول السابق أن معامل ألفا كرونباخ على
 مستوى بعدي الدراسة وعلى المستوى الكلي يقدر ب (0.883)،
 وهذا يعني أن الاستبيان يتمتع بدرجة عالية من الثبات (معدل
 ألفا يساوي أو يزيد عن 0.6) تزيد من مصداقيته كأداة لجمع
 البيانات ما من شأنه الرفع من درجة موثوقية النتائج المحصل
 عليها.

الجدول 3: تفاصيل استمارة عينة الدراسة

النسبة %	عدد الاستبيانات الصالحة	عدد الاستبيانات المسترجعة	عدد الاستبيانات الموزعة	المؤسسة
28	10	11	15	لماريوت Marriott
17	6	8	10	protea Marriott
17	6	7	10	Ibis
14	5	7	10	Novotel
14	5	5	6	نزل العربي بن مهدي
8	3	3	5	النزل الكبير

100	35	40	56	المجموع
-----	----	----	----	---------

المصدر: من إعداد الباحثين..

تحليل نتائج الدراسة:
 الخصائص الاجتماعية لعينة الدراسة: إن الخصائص الاجتماعية لعينة الدراسة تتكون من أربعة عوامل وهي الجنس، السن، المؤهل العلمي، والأقدمية في العمل.

الجدول 4: الخصائص الاجتماعية لعينة الدراسة

القيم					البيانات الشخصية
40% إناث			60% ذكور		الجنس
65-56	55-46	45-36	35-26	أقل من 25	السن
0%	2.9%	25.7%	71.4%	0%	
جامعي 71.1%		ثانوي 28.6%	متوسط 0%	ابتدائي 0%	المؤهل العلمي
أكثر من 10 2.9%		5 إلى 10 20%	أقل من 5 سنوات 77.1%		الأقدمية

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات نظام spss

10 سنوات ب 20% وفي الأخير العاملين الذين كانت مدة عملهم أكبر من 10 سنوات. وهذا يرجع إلى حداثة الفنادق محل الدراسة (فندق لماريوت Marriott ، فندق protea Marriott ، فندق Novotel ، فندق ibis)

النتائج المتعلقة بالسؤال الأول : ما واقع اعتماد الفنادق في مدينة قسنطينة على مؤشرات الأداء الكمية في تقييم أداؤها؟

للإجابة عن هذا السؤال تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمعرفة درجة موافقة أفراد عينة الدراسة على فقرات المحور الأول كما هو موضح في الجدول رقم (6) :

يلاحظ من خلال الجدول أن توزيع هيئة العاملين حسب الجنس لم تكن بنسب متفاوتة حيث أن الإناث مثلوا نسبة 40% فما مثل الذكور نسبة 60% وهذا يدل على دخول المرأة إلى العمل الفندقي إذ أن معظم عمال الاستقبال كانوا إناث. أما توزيعها من حيث السن فقد كانت النسبة الأكبر للفئة المحصور أعمارها بين 35-26 وذلك بنسبة 71.4% تليها الفئة المحصور أعمارها بين 45-35 بنسبة 25.7% ثم الفئة المحصور أعمارها بين 55-46 بنسبة 2.9% وعليه يمكن القول أن معظم العاملين في الفنادق شباب. أما عن المؤهل العلمي فقد حاز العمال الحاصلين على مستوى جامعي المرتبة الأولى بنسبة 71.4% يليهم العمال الحاصلين على مؤهل ثانوي بنسبة 28.6%، وعليه فإن عينة الدراسة على اطلاع وتحكم في المستجدات المتعلقة بالتكنولوجيا والانترنت. أما عن الأقدمية في العمل فقد كانت النسبة الأكبر للعاملين الذين عملوا بالفنادق لمدة تقل عن 5 سنوات ب 77.1% ثم تلي هذه النسبة العاملين الذين وظفوا في بين 5 إلى

الجدول 5 : المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للمحور الأول

الرقم	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الاتجاه العام
1	يقوم الفندق بحساب إيراداته (الأرباح) بصفة دورية	4.54	0.85	3	دائما
2	يحسب ربح عن كل غرفة مملوءة بالضيوف	4.91	0.37	1	دائما
3	يحسب نسبة الغرف المملوءة بالضيوف (معدل الاشتغال)	4.65	0.63	2	دائما
4	يحسب متوسط السعر اليومي للغرف (إجمالي إيرادات الغرف / إجمالي الغرف المشغولة)	3.77	0.97	6	غالبا
5	يقارن أرباحه بأرباح الفنادق الأخرى	2.37	1.08	10	نادرا
6	يقارن أسعار الغرف التي يحجزها للضيوف	2.54	1.17	9	نادرا
7	يقارن خدماته بالخدمات التي تقدمها الفنادق الأخرى	3.25	0.56	7	أحيانا
8	يحسب الفندق التكاليف الكلية الخاصة بنشاطاته	4.14	1.24	4	غالبا
9	يركز على تكاليف معينة (إدارية، تشغيلية....)	3.17	0.85	8	أحيانا
10	يحسب التكلفة الخاصة بكل غرفة مشغولة بالضيوف	4.05	0.76	5	غالبا
المجموع		3.74	0.453	/	غالبا

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات نظام spss

بين 3.77 - 4.91 أي بين (غالبا-دائما) على سلم ليكرت. الفنادق محل الدراسة وحسب آراء العينة لا تهتم بتقييم أداء المنافسين حسب ما تعبر عنه متوسطات العبارات (7.5,6). فيما يخص تقييم التكاليف ومراقبتها المستمرة فإن الفنادق محل الدراسة تقوم بتقييمها ومراقبتها و هو ما يعبر عنه متوسط العبارات (8,10) التي تفوق 4.

النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني: -ما واقع اعتماد الفنادق في مدينة قسنطينة على مؤشرات الأداء النوعية في تقييم أداءها؟

من خلال الجدول أعلاه يلاحظ أن عينة الدراسة ترى أن الفنادق تعتمد على المؤشرات الكمية العالمية في تقييم أدائها ، حيث أن الوسط الحسابي الكلي لفقرات المحور يفوق 3 أي يقع ضمن منطقة غالبا على سلم ليكرت وإجابات أفراد العينة لم تكن مشتتة حسب الانحراف المعياري للإجابات عن متوسطها المقدر بـ 0.453 .

-حسب متوسطات العبارات (1,2,3,4) فإن الفنادق محل الدراسة تعتمد على مؤشرات تقييم الأداء الكمية الأكثر استعمالا في صناعة الفنادق إذ أن متوسط العبارات محصور

للإجابة عن هذا السؤال تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمعرفة درجة موافقة أفراد عينة الدراسة على فقرات المحور الأول كما هو موضح في الجدول رقم (6) :

الجدول 6 : المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للمحور الثاني

الرقم	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الاتجاه العام
1	يهتم الفندق بموقعه الالكتروني على شبكة الانترنت	3.88	1.27	3	غالبًا
2	يضع الفندق في الموقع الالكتروني العروض الجديدة فور إطلاقها	4.14	1.37	2	غالبًا
3	يوفر الفندق في الموقع الالكتروني معلومات للاتصال بالزبائن (بريد الكتروني نماذج لإرسال ملاحظات.....	3.17	0.85	8	أحيانًا
4	يسهل الوصول إلى الموقع الالكتروني للفندق باستخدام شبكة الانترنت	3.68	1.18	6	غالبًا
5	يسعى لجعل موقعه الالكتروني مفهوم ومنظم	3.48	0.88	7	غالبًا
6	يهتم الفندق بقياس رضا الزبائن حول الخدمات التي يقدمها	3.88	1.27	3	غالبًا
7	يستمتع للشكاوي التي يقدمها للزبائن ويأخذها على محمل الجد	4.48	0.50	1	دائمًا
8	يوفر الوسائل اللازمة والطرق التي تسمح للزبون بتقديم شكوى (صندوق الشكاوي مثلا)	3.77	0.49	5	غالبًا
9	يتتبع التعليقات السلبية والايجابية حول الخدمات التي يقدمها على مواقع التواصل مثلا	2.88	1.27	9	أحيانًا
10	يستطلع الرضا مثلا عن طريق استبيانات تتضمن أسئلة من شأنها أن تقيس رضا الزبون	2.82	1.23	10	أحيانًا
المجموع		3.60	0.922	/	غالبًا

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات نظام spss

تعتمد الفنادق محل الدراسة على تقييم مواقع الانترنت كمؤشر التي بلغت متوسطاتها الحسابية (3.88,4.14,3.68,3.48) على هام في التقييم النوعي للأداء، حسب نتائج العبارات (1.2,3.5) الترتيب والتي تقع حسب سلم ليكرت في النطاق المرتفع.

اختبار الفرضيات:

يتم اختبار هذه الفرضيات باستخدام اختبار t للعينات الواحدة one sample test حيث تتمثل قاعدة القرار فيما يلي :

إذا كانت قيمة t المحسوبة أكبر من الجدولية والتي تساوي 1.691 والمتوسط المحسوب أكبر من المتوسط الفرضي 3 ومستوى المعنوية أقل من أو يساوي 0.005 فإننا نرفض الفرض العدمي ونقبل الفرض البديل.

متوسطات العبارات حول مؤشر تقييم رضا العميل والاستماع للشكاوي كانت مرتفعة حسب سلم ليكرت حيث بلغ المتوسط الحسابي للعبارة 6 (3.88) ، العبارة 7 (4.48) ، العبارة 8 (3.77). غير أن الاعتماد على أساليب قياس الرضا جاء متوسط حسب المتوسطات الحسابية للعبارات (9,10).

وعليه الفنادق محل الدراسة وحسب آراء عينة الدراسة تعتمد مؤشرات نوعية في تقييم أدائها ، حيث أن الوسط الحسابي الكلي للعبارات يفوق درجة الحياد 3 بينما جاءت الإجابات متباعدة نسبياً حسب الانحراف المعياري المساوي ل 1 تقريباً.

الجدول 7: التحليل الإحصائي للفرضية الرئيسية

المحور	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة t المحسوبة	قيمة t الجدولية	درجة الحرية	مستوى المعنوية	القرار
فقرات الفرضية الرئيسية	3.68	0.552	7.315	1.691	34	0.000	دال
فقرات الفرضية الفرعية 1	3.74	0.453	9.17	1.691	34	00.00	دال
فقرات الفرضية الفرعية 2	3.60	0.922	3.70	1.691	34	0.001	دال

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات نظام spss

الفرضية الفرعية H02: الوسط الحسابي الإجمالي قدر 3.60 وهو أكبر من 3 بانحراف قدره 0.922 وقيمة t المحسوبة 3.70 أكبر من قيمة t الجدولية 1.691 عند مستوى المعنوية 0.00 ودرجة حرية 34 وعليه يرفض الفرض العدمي ويقبل الفرض البديل : "تعتمد الفنادق في مدينة قسنطينة على المؤشرات نوعية في تقييم أدائها"

4. خاتمة:

تعد الفنادق أهم روافد التنمية السياحية والاقتصادية خاصة في مدينة الصخر العتيق كونها من أهم الأقطاب السياحية الوطنية، التي تزايد عددها في السنوات الأخيرة ودعمت بفندق 5 نجوم من سلسلة فنادق Marriott العالمية، لذا وفي إطار السعي المستمر للفنادق لتحسين أدائها فأنها تعمل على التقييم الدوري له

الفرضية الرئيسية H0: الوسط الحسابي الإجمالي قدر 3.68 وهو أكبر من 3 بانحراف قدره 0.453 وقيمة t المحسوبة 7.135 أكبر من قيمة t الجدولية 1.691 عند مستوى المعنوية 0.000 ودرجة حرية 34 وعليه يرفض الفرض العدمي ويقبل الفرض البديل "تعتمد الفنادق في مدينة قسنطينة على مؤشرات الأداء العالمية لأجل تقييم أدائها".

الفرضية الفرعية H01: الوسط الحسابي قدر 3.74 وهو أكبر من 3 بانحراف قدره 0.453 وقيمة t المحسوبة 9.17 أكبر من قيمة t الجدولية 1.691 عند مستوى المعنوية 0.000 ودرجة حرية 34 وعليه يرفض الفرض العدمي ويقبل الفرض البديل : "تعتمد الفنادق في مدينة قسنطينة على المؤشرات كمية في تقييم أدائها"

- تقييم مواقع الانترنت مؤشر جد مهم نظرا في الوقت الحالي غير أن نزلي ابن مهدي والكبير لا يملكان موقع على شبكة الانترنت لذا فهما لا يعتمدانه كمؤشر لتقييم الأداء.

- رضا العميل مؤشر جد مهم في صناعة الضيافة لذا فالفنادق تركز عليه وتولي أهمية كبرى لشكواه وتعمل على زيادة رضاه.

- رغم الاهتمام برضا العميل والعمل المستمر على التقليل من شكاويه إلا أن استعمال وسائل وأساليب التقييم لم يكن بالشكل المطلوب.

وبناء على النتائج ارتأينا تقديم مجموعة من التوصيات:

- إعطاء حيز اكبر من الاهتمام بالمنافسين لزيادة تنافسية القطاع وما ينجر عنه من تحسين في الخدمات ينعكس على الأداء.

- ضرورة الاهتمام بالمواقع الالكترونية وتتبع مواقع التواصل الاجتماعي كونها أحد أهم وسائل الترويج.

- أهمية قياس رضا الزبائن المستمر من اكتشاف نقاط الضعف والعمل على تقويتها.

- التنوع في أساليب قياس رضا العميل واستعمال أساليب أكثر حداثة نظرا لأهمية زيادة ولاء الزبون و الترويج لخدمات الفندق

- تقييم الأداء أحد أهم المهام الإدارية التي نعكس على أداء الفندق وعلى الأداء السياحي بشكل عام لذا وجب الاهتمام المستمر به وتحسينه حسب المؤشرات العالمية

- كرم عبد الرحمن عبد الكريم، نسبة الاشغال الفندقية مع التطبيق على صناعة الفنادق العراقية، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، العدد 35، 2013.
- محمد ابراهيم احمدان الزواهرة، اثر الاستراتيجيات التنافسية والتوجه التسويقي على الأداء الفندقية، رسالة ماجستير قسم ادارة الاعمال، عمان، الأردن، 2012.
- محمد الصيرفي، تخطيط وتنظيم الفنادق، دار الفكر الجامعي ط1، الاسكندرية، مصر، 2007.
- نائل موسى محمد سرحان، مبادئ إدارة الفنادق، المجلد 1، ط1، دار الغيداء، عمان، الأردن، 2011.

باعتماد العديد من المؤشرات. ومن خلال دراسة واقع اعتماد الفنادق في مدينة قسنطينة على المعايير العالمية في قياس أداؤها. توصلنا إلى مجموعة من النتائج:

- أكدت النتائج أن الفنادق محل الدراسة تعتمد مؤشرات تقييم الأداء التي تعتمد عليها صناعة الضيافة عالميا لذا فهي ليست بمنأى عن الفنادق في العالم.

- توصلت الدراسة إلى أن الفنادق تعتمد على مؤشرات تقييم الأداء الكمية المعتمدة عالميا.

- تقييم الفنادق أداؤها بالاعتماد على أكثر المؤشرات الكمية استخداما على مستوى صناعة الفنادق وهي حساب الإيرادات، الربح عن كل غرفة مملوءة، نسب الغرف المملوءة (معدل الاشتغال، متوسط السعر اليومي للغرف)

- الفنادق محل الدراسة لا تقارن أسعار غرفها أو أرباحها مع المنافسين (لا تقم أداء المنافسين) نظرا لأن فندقى لماريوت Marriott و protea Marriott يريا أنها خارج نطاق المنافسة (لجودة الخدمة، وكذا الشريحة المستهدفة) ، كما أن نزلي ابن مهدي والكبير تنحصر خدماتهما في الإقامة والمبيت فقط لذا فهما غير معنيين بالمنافسة

- تهتم الفنادق محل الدراسة بتقييم التكاليف ومراقبتها كمؤشر جد مهم لتقييم الأداء

- أوضحت الدراسة أن الفنادق تعتمد على مؤشرات تقييم الأداء النوعية التي المعتمدة عالميا.

6-قائمة المراجع:

- الطيب مصطفىاوي ، مدخل تسويقي لتحليل وتقييم مواقع الويب-استخدام نموذج التحليل الهرمي لتقييم مواقع الفنادق، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والتجارة، العدد 16، 2016.
- مباركة مساوي ، سمير بها ء الدين مليكي، الخدمات السياحية والفندقية وتأثيرها على سلوك المستهلك "دراسة حالة مجموعة من الفنادق لولاية مستغانم"، مجلة الأسواق والمالية، المجلد 2، العدد 4، 2012.

¹ مباركة مساوي ، سمير بهاء الدين مليكي، الخدمات السياحية والفندقية وتأثيرها على سلوك المستهلك "دراسة حالة مجموعة من الفنادق لولاية مستغانم، مجلة الأسواق والمالية، رقم 2، العدد 4، 2012، ص 07..

² محمد الصبري، تخطيط وتنظيم الفنادق، دار الفكر الجامعي ط1، الاسكندرية، مصر، 2007، ص 15.

³ نائل موسى محمد سرحان، مبادئ إدارة الفنادق، المجلد 1، ط1، دار الغيداء، عمان، الأردن، 2011، ص 27.

⁴ محمد ابراهيم احميدان الزواهرة، اثر الاستراتيجيات التنافسية والتوجه التسويقي على الأداء الفندق، رسالة ماجستير قسم ادارة الاعمال، عمان، الأردن، 2012، ص 28.

⁵ Kosa, L. K ,KEY PERFORMANCE INDICATORS N THE HOTEL INDUSTRY ,QUALITY AS A BASIS FOR TOURISM DESTINATION COMPETITIVENESS, 2016 , P02.

• ⁶ كرم عبد الرحمن عبد الكريم، نسبة الاشغال الفندقية مع التطبيق على صناعة الفنادق العراقية، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، العدد 35، 2013، ص 35.

⁷ gormley, p, my place connect. Récupéré sur 6 KEY PERFORMANCE INDICATORS FOR HOTELS: <https://myplaceconnect.com/key-performance-indicators-for-hotels/>, (2014, 06 17).

⁸ kpi suite. (s.d.), Récupéré sur HOTELS PERFORMANCE MANAGEMENT: <http://www.kpisuite.com/en/kpisuite-platform/hotels-performance-management/>, (2014, 06 17)

⁹ Gaggioli, A , cloudbeds. Récupéré sur Hotel Key Performance Indicators for 2017: <https://www.cloudbeds.com/articles/hotel-key-performance-indicators-2018/>, (2017, 01 12)

¹⁰ Santoro, G, Evaluating performance in the hotel industry: An empirica, I Journal of Investment and Management ,4 (1) ,2014, p03.

¹¹ الطيب مصطفى، مدخل تسويقي لتحليل وتقييم مواقع الويب- استخدام نموذج التحليل الهرمي لتقييم مواقع الفنادق، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والتجارة، العدد 16، 2016، ص 06.

¹² Cha, M, (2010) The impact of HRM practices on service quality, customer satisfaction and performance in the Indian hotel industry ,The International Journal of Human Resource Management, n 21,2010, P03.

• Cha, M, The impact of HRM practices on service quality, customer satisfaction and performance in the Indian hotel industry ,The International Journal of Human Resource Management, n 21,2010.

• Kosa, L. K ,KEY PERFORMANCE INDICATORS N THE HOTEL INDUSTRY ,QUALITY AS A BASIS FOR TOURISM DESTINATION COMPETITIVENESS, 2016 .

متوفرة على موقع:

[file:///C:/Users/NI-SAV2/Downloads/192-198%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/NI-SAV2/Downloads/192-198%20(2).pdf).

• Santoro, G, Evaluating performance in the hotel industry: An empirica, I Journal of Investment and Management ,4 (1) ,2014.

• gormley, p, my place connect. Récupéré sur 6 KEY PERFORMANCE INDICATORS FOR HOTELS: <https://myplaceconnect.com/key-performance-indicators-for-hotels/>, (2014, 06 17).

تاريخ الاطلاع: 2018/03/13، الساعة 22:00

• Gaggioli, A , cloudbeds. Récupéré sur Hotel Key Performance Indicators for 2017: <https://www.cloudbeds.com/articles/hotel-key-performance-indicators-2018/>, (2017, 01 12)

تاريخ الاطلاع: 2018/03/13، الساعة 15:00

• kpi suite. (s.d.), Récupéré sur HOTELS PERFORMANCE MANAGEMENT: <http://www.kpisuite.com/en/kpisuite-platform/hotels-performance-management/>, (2014, 06 17)

تاريخ الاطلاع: 2018/03/13، الساعة 16:00