

دور جودة الخدمات السياحية في تحقيق رضا السائح دراسة ميدانية فندق بن حمودة بغردايةThe role of quality tourism services in achieving tourist satisfaction a case study - Ben Hamouda Ghardaia Hotel-مصباح اسماعيل¹، شنيبي عادل²¹ جامعة غرداية (مخبر التنمية الادارية للارتقاء بالمؤسسات الاقتصادية بولاية غرداية)،

mosbah.smail@univ-ghardaia.dz، msmart3908@gmail.com

² جامعة غرداية (مخبر التطبيقات الكمية والنوعية للارتقاء الاقتصادي والاجتماعي والبيئي بالمؤسسات الجزائرية)،

chenini.adel@univ-ghardaia.edu.dz ، chenini.adel@univ-ghardaia.dz

تاريخ النشر: 2024/11/18

تاريخ القبول: 2024/05/14

تاريخ الاستلام: 2024/02/28

ملخص:

تهدف هذه الورقة البحثية الى معرفة تأثير جودة الخدمات السياحية من خلال الجودة الوظيفية والجودة الفنية على رضا السائح و لمعالجة اشكالية الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي من خلال استعراض الادبيات المتعلقة بجودة الخدمات السياحية ورضا السائح، وتم توزيع استبان على عينة مكونة من 40 زبون بفندق بن حمودة وتم استخدام برنامج الحزم الاحصائية المستخدم في العلوم الاجتماعية spss لاختبار وتحليل الفرضيات وتوصلت الدراسة الى: وجود اثر ذو دلالة معنوية و وجود علاقة ارتباط بين جودة الخدمات السياحية ورضا السائح قدرها 68,7 % ، وتفسر جودة الخدمات السياحية 45,5% من التغير الحاصل في رضا الزبائن و توصي الدراسة بضرورة الاهتمام بالجودة الفنية والجودة الوظيفية من طرف الفندق.

الكلمات المفتاحية: جودة الخدمات السياحية، الجودة الوظيفية، الجودة الفنية، رضا السائحتصنيف JEL: Z31Abstract:

This research paper aims to know the impact of the quality of tourism services through functional quality and technical quality on tourist satisfaction. To address the problem of the study, the descriptive approach was relied upon by reviewing the literature related to the quality of tourism services and tourist satisfaction. A questionnaire was distributed to a sample of 40 customers at the Ben Hotel. Hamouda. The statistical packages program used in the social sciences, spss, was used to test and analyze the hypotheses. The study concluded: the quality of a morally significant effect and the existence of a correlation between the quality of tourism services and tourist satisfaction of 68.7%, and the quality of tourism services explains 45.5% of the change in tourism. Customer satisfaction. The study recommends the need to pay attention to technical quality and functional quality on the part of the hotel.

Keys words: Quality of tourism services, functional quality, technical quality, tourism satisfactionJEL classification codes Z31المؤلف المرسل: مصباح اسماعيل، الإيميل: msmart3908@gmail.com

عنوان المقال: دور جودة الخدمات السياحية في تحقيق رضا السائح دراسة ميدانية فندق بن حمودة بغرداية

تمهيد:

تعتبر جودة الخدمات السياحية أحد أهم الأنشطة الإدارية التي لاقى اهتمام كبير من طرف المؤسسات السياحية بل تعد احد اهم عوامل الجذب السياحي في قطاع السياحة نظرا لفعالية هذه الأداة في تسويق الخدمات، كما تسهم في تعزيز قدرات المؤسسة على التميز عن منافسيها مما يتيح لها بناء علاقات قوية مع الزبائن نتيجة شعورهم بالرضا وعدم الخيبة عن الخدمات ويعد التميز في الخدمة احد اهم مداخل اكتساب الميزة التنافسية ولتحقيق ذلك يتطلب فهم عميق لاحتياجات ورغبات الزبائن ومحاولة اشباعها بأفضل الطرق الممكنة، وتعتبر الفنادق احد المؤسسات السياحية التي تسعى الى إنتاج خدمات مميزة تزيد من شعور الزبون بالمتعة والرضا عند تجربة الخدمة، من خلال التركيز على مؤشرات جودة الخدمات السياحية.

وبناء على ما سبق يمكن طرح الاشكالية التالية:

ما تأثير جودة الخدمات السياحية على رضا السائح ؟

وللإجابة على الاشكالية السابقة يمكن طرح التساؤلات التالية:

- ماهي جودة الخدمات السياحية ؟ وماهي ابعادها؟
- ماهي مستويات جودة الخدمات السياحية؟
- ما هو رضا السائح؟ وماهي أهميته؟
- ما مستوى الجودة الوظيفية والجودة الفنية بفندق بن حمودة ؟
- هل تؤثر جودة الخدمات السياحية على رضا السائح؟
- هل تؤثر الجودة الوظيفية على رضا السائح؟
- هل تؤثر الجودة الفنية على رضا السائح؟
- هل يوجد فروق ذات دلالة احصائية في اجابات الزبائن نحو جودة الخدمات السياحية ورضا السائح تعزى للمتغيرات الشخصية و الديموغرافية (الجنس، العمر، المستوى الدراسي، الدخل) عند مستوى معنوية 5 % ؟

وبناء على التساؤلات السابقة نطرح الفرضيات التالية:

- يوجد اثر ذو دلالة احصائية لجودة الخدمات السياحية على رضا السائح عند مستوى معنوية 5 %؟
- يوجد اثر ذو دلالة احصائية لبعد الجودة الوظيفية على رضا السائح عند مستوى معنوية 5%؟
- يوجد اثر ذو دلالة احصائية لبعد الجودة الفنية على رضا السائح عند مستوى معنوية 5%؟
- يوجد فروق ذات دلالة احصائية في اجابات الزبائن نحو جودة الخدمات السياحية تعزى للمتغيرات و الديموغرافية (الجنس، العمر، المستوى الدراسي، الدخل) عند مستوى معنوية 5 % ؟
- يوجد فروق ذات دلالة احصائية في اجابات الزبائن نحو رضا السائح تعزى للمتغيرات و الديموغرافية (الجنس، العمر، المستوى الدراسي، الدخل) عند مستوى معنوية 5 % ؟

اهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة الى معرفة ما يلي:

- تحديد المفاهيم المتعلقة بجودة الخدمات السياحية ورضا الزبائن
- تحديد مستوى جودة الخدمات السياحية بفندق بن حمودة.
- تحديد اثر الجودة الوظيفية على رضا السائح.

- تحديد اثر الجودة الفنية على رضا السائح.

اهمية الدراسة:

تبرز أهمية الموضوع في الدور الذي تمثله ابعاد جودة الخدمات السياحية في بناء رضا السائح فتعتبر الجودة الوظيفية اي الطريقة التي يتم بها تقديم الخدمة احد اهم العوامل المؤثرة على رضا السائح اضافة الى بعد الجودة الفنية التي تمثل الخدمة التي يحصل عليها السائح فعليا.

الدراسات السابقة:

دراسة (بوزاهر، 2022) مقال بمجلة مجامع المعرفة : قياس جودة خدمات وكالات السياحة والاسفار وعلاقتها بالرضا الزبون – دراسة حالة وكالة مديحة للسياحة والسفر.

تهدف هذه الدراسة الى قياس مستوى جودة خدمات وكالة السياحة والاسفار وعلاقتها برضا الزبون ولمعالجة الموضوع تم الاعتماد على المنهج الوصفي من خلال استعراض الادبيات المتعلقة بجودة الخدمات ورضا الزبائن ، ولمعالجة الاطار النظري للدراسة تم توزيع استبانة على عينة مكونة من 216 زبون بوكالة مديحة للسياحة والسفر ، وتم الاعتماد على برنامج الحزم الاحصائية SPSS لاختبار الفرضيات وتحليل البيانات وتوصلت الدراسة الى وجود علاقة ارتباط ضعيفة بين جودة الخدمات السياحية ورضا الزبائن و تشير الدراسة الى تأثير المتغيرات الديموغرافية على جودة الخدمات ورضا الزبائن.

دراسة (يحياوي و بوحديد، 2018) مقال بمجلة المعيار: تقييم جودة الخدمات السياحية بالوكالات السياحية ومستوى رضا الزبائن عنها: دراسة حالة

تمت هذه الدراسة على عينة مكونة من 30 زبون بوكالة لبيب تور للسياحة والسفر بهدف معرفة واقع جودة الخدمات السياحية المقدمة بالوكالة وتأثيرها على رضا الزبائن حيث تعتمد الدراسة على الابعاد التي حددها بار سومان وزملائه لقياس مستوى جودة الخدمات السياحية والمتمثلة في الملموسية، الاستجابة، التعاطف، الاعتمادية، الامان، كما استخدم المنهج الوصفي لمعالجة الاطار النظري لدراسة، ولإسقاط الدراسة ميدانيا تم الاعتماد على اداة الاستبيان لجمع البيانات اللازمة وتحليلها بواسطة برنامج SPSS وتوصلت الدراسة الى ان زبائن وكالة تور للسياحة والسفر يتفقون بدرجة عالية على ان مستوى جودة الخدمات المقدمة بالوكالة ترقى الى مستوى تطلعاتهم، اضافة الى عدم وجود فوارق في اجابات الزبائن تعزي للمتغيرات الشخصية والديموغرافية.

•دراسة (Faizan, Kashif, & Rupam, 2016) مقال باليزيا بعنوان:

" THE effect pf technical and functional Quality on Guest' Preceived Hotel service quality and satisfaction : A SEM-PLS Analysis."

تهدف هذه الدراسة الى معرفة تأثير جودة الخدمات السياحية على رضا الزبائن حيث تعتمد هذه الدراسة على نموذج christian gronroos في قياس جودة الخدمات والمتمثل في الجودة الوظيفية والجودة الفنية، ولمعالجة اشكالية الموضوع تم الاعتماد على المنهج الوصفي من خلا استعراض الادبيات المتعلقة بمتغيرات الدراسة، وتم توزيع استبيان على عينة مكونة من 204 زبون مقيم بالفنادق باليزيا وتم اختبار وتحليل البيانات بواسطة برنامج smartPLS وتشير الدراسة الى اهمية الجودة الفنية في قياس مستوى جودة الخدمات السياحية الى جانب الجودة الوظيفية.

1 – الاطار النظري:

1 – 1جودة الخدمات السياحية:

عنوان المقال: دور جودة الخدمات السياحية في تحقيق رضا السائح دراسة ميدانية فندق بن حمودة بغرداية

1-1-1 الخدمات السياحية:

يعرف الخدمات السياحية على انها كل ما يقدم للسائح من مناصر الطبيعية والمساح والفنون الشعبية و مختلف المعالم التاريخية... الخ وتقدم هذه المواد خام يجب الحفاظ عليها من التلف وتطويرها لتلبية حاجيات الاسواق السياحية (بوشاشية و نوري، 2017، صفحة 72).

وتعرف الخدمات السياحية على انها مجموعة الوسائل المادية ملموسة وغير ملموسة والتي تقدم بشكل مستقل لإشباع رغبات الزبائن حيث يقوم السائح بحيازة الخدمة بشكل مؤقت دون امتلاكها (بوزاهر، 2022، صفحة 03)

1-1-2 مفهوم جودة الخدمات السياحية:

تعتبر جودة الخدمات السياحية حسب Christian Gronroos نتيجة عن عملية التقييم التي يقوم بها الزبون بين ما يتلقاه من خدمة وما يتوقعه (Gronroos, 1993, p. 37) اي انها الفرق بين الاداء الفعلي للخدمة (الخدمة التي يحصل عليها السائح فعليا) والتوقعات التي يبينها السائح حول الخدمة السياحية (رايس، 2021، صفحة 302) وتشير الى مدى تقديم خدمات بالطريقة الصحيحة ومدى ملائمتها لتوقعات الزبائن (Zeina, Salama, Abd El-latif Ahmed, Elwardany, & Abdulaziz, 2023)

1-1-3 ابعاد جودة الخدمات السياحية: تم الاعتماد على النموذج الاري للجودة لقياس جودة الخدمات السياحية اي نموذج christian Gronroos والمتمثل في الابعاد التالية:

الجودة الفنية: وتتعلق بما يحصل عليه الزبون (Grönroos, 2018, p. 699) وتعتبر عن جودة ما يحصل عليه فعليا وهي مهمة في تقييم مستوى الخدمة نتيجة تفاعله معها (Mehdi , Fariz, & Meysam, 2013, p. 494) .
الجودة الوظيفية: وهي تشير الى العملية التي يتم من خلالها نقل الجودة الفنية لزبون السائح (حريزي و بونورية ، 2022، صفحة 699) ، وتتعلق بمهارات وسلوكيات ومستوى معرفة مقدم الخدم بالإضافة الى جاذبية بيئة العمل (Grönroos, 2018, p. 781) وهي تتمثل في ما يلي: (مداني و خديم، 2022، صفحة 131)
الملموسية: ويقصد بها المظهر الخارجي للمؤسسة، والتصميم الداخلي الذي يعكس انطباعات عن عراقة المكان ومدى تقدير الزبائن (مراي ، 2019، صفحة 133)
الاستجابة: و تشير الى سرعة استجابة موظف الخدمات لطلبات ورغبات السياح عندما يحتاجونها. (خثير و مداني، 2024، صفحة 238).

الاعتمادية: و تشير الى القدرة على تقديم الخدمات السياحية بدقة وبدون أخطاء (بوزاهر، 2022، صفحة 107).
الامان: يعبر عن الشعور بالاطمئنان والخلو من الشك النفسي والمادي (نجية، 2024، صفحة 129) في تعاملات السائح مع المؤسسة الخدمية اضافة الى الثقة التي يكتسبها السائح بناء على تعاملاته مع مقدم الخدمات (نعيجات، 2019، صفحة 23).
التعاطف: ويقصد بها العلاقة التفاعلية بين موظف الخدمات والسائح حيث يساهم الاحترام واللباقة واللفظ والتفاهم والاصغاء في إنجاح عملية تقديم الخدمة (أوبختي و عيسى، 2020، صفحة 583).

1-1-4 مستويات جودة الخدمات السياحية: يمكن تصنيفها كما يلي: (حاجي، سفيان، و تارقي ، 2022، صفحة 209)

الجودة المتوقعة: وهي مستوى الجودة التي يرغب الزبون (السائح) ان تتوفر في الخدمة اي توقعات التي يبينها السائح حول الخدمة.
الجودة المدركة من طرف الادارة: وتمثل ادراكات الفندق لحاجيات وتوقعات الزبائن (السياح) حول الخدمة.

الجودة المروجة: وهي الجودة التي يتعهد الفندق بتقديمها.

الجودة المقدمة: وهو مستوى الجودة التي يقدمها الفندق للزبائن (السائح)

الجودة المدركة من طرف العميل: وهي تقييم الزبون لأداء الفعلي للخدمة.

1-2- رضا السائح:

1-2-1- مفهوم رضا السائح:

يعرف الرضا على انه حالة معرفية للزبون يتمكن من خلالها معرفة مدى ملائمة او عدم ملائمة الخدمة لقاء التضحية التي يتحملها (عتيق، سيد أحمد، و العجال، 2019، صفحة 221)، أي هي الحالة الإدراكية للمشتري تجاه القيمة التي يحصل عليها مقابل تضحيته المادية من حيث كفاية هذه القيمة او عدم كفايتها بالنسبة له (راوية و لحول، 2014، صفحة 75) وتعتبر شعور شخصي يوحي للزبون بالمتعة او خيبة الامل نتيجة المقارنة بين التوقعات والاداء الفعلي للخدمة (لهوازي و أوكيل، 2021، صفحة 308).

1-2-2- أهمية رضا السائح: تكمن أهميته في ما يلي: (مدرّوس، 2020، صفحة 308)

- رضا العميل عن الخدمة يقلل من انتقاله نحو الى المؤسسات المنافسة.
- يمكن اهتمام المؤسسة برضا الزبائن الحماية من المنافسين.
- يساهم قياس رضا الزبائن في تحديد الحصة السوقية.
- يمثل الرضا التغذية العكسية للمؤسسة فيما يتعلق بالخدمة المقدمة.

2- الاطار التطبيقي:

1-2- منهجية الدراسة:

لقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي من خلال استعراض الادبيات المتعلقة بمتغيرات الدراسة، اما الجانب التطبيقي تم استخدام اسلوب دراسة الحالة من خلال توزيع استبيان على عينة من زبائن فندق بن حمودة بولاية غرداية كما تم اختبار الفرضيات وتحليل النتائج بواسطة برنامج الحزم الاحصائية المستخدم في العلوم الاجتماعية SPSS.

2-2- مجتمع وعينة الدراسة:

من أجل إنجاز الدراسة الميدانية تم توزيع استمارة استبيان على عينة قوامها (40)، وتم استرجاع 38 استبانة أي ما نسبته 95 % وتم قبول 35 استبانة قابلة للدراسة أي ما نسبته 92% من المسترجعة، ومن العوامل المؤثرة على حجم العينة ان فترات الدراسة كنت في نهاية الموسم السياحي وبالتالي كان الاقبال منخفض للسياح، كما تم الاعتماد على اربعة محاور :

- المحور الاول: يتعلق بالخصائص الديموغرافية
 - المحور الثاني: يتكون من الأسئلة (1-2-3....9) والتي تقيس مستوى الجودة الوظيفية.
 - المحور الثالث: يتكون من الأسئلة (10-11....15) والتي تقيس مستوى الجودة الفنية.
 - المحور الرابع: يحتوي على الأسئلة (16-17....21) والتي تقيس رضا السائح.
- كما يمثل المحور الأول والثاني المتغير المستقل وهو متغير جودة الخدمات السياحية والمحور الثالث يمثل المتغير التابع رضا السائح.

2-3- دراسة خصائص مجتمع الدراسة:

عنوان المقال: دور جودة الخدمات السياحية في تحقيق رضا السائح دراسة ميدانية فندق بن حمودة بغرداية

الجدول رقم (01):

معلومات عامة		التكرار	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	24	70.6
	انثى	10	29.4
	المجموع	34	100
العمر	اقل من 30 سنة	06	17.6
	من 30 الى 40 سنة	05	14.7
	من 41 الى 50 سنة	08	23.5
	اكثر من 50 سنة	15	44.1
	المجموع	34	100
المستوى الدراسي	متوسط ثانوي	05	14.7
	جامعي	10	29.4
	دارسات عليا	19	55.9
	المجموع	34	100

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات SPSS

من خلال الجدول رقم (01) نلاحظ أن 24 من الذكور يمثلون ما نسبته 70.6% من مجتمع الدراسة وهي أكثر من فئة الاناث والبالغ عددهم 10 أي ما نسبته 29.4 %، كما أن 44.1 % من أفراد العينة كانوا ضمن الفئة العمرية أكثر من 50 سنة والبالغ عددهم 15 وتليهم 23.5% من مجتمع الدراسة أعمارهم (من 41-50 سنة) سنة والبالغ عددهم 08 كمان الفئة العمرية (من 30-40 سنة) قد بلغ عددهم 05 أي ما نسبته 14.7% من مجتمع الدراسة وتمثل الفئة اقل من 30 سنة ما نسبته 17.6%، يمثل اصحاب الدارسات العلية الفئة الاكبر من مجتمع الدراسة حيث بلغ عددهم 19 اي ما نسبته 55.9% ويمثل خريجي الجامعة ما نسبته 29.4 % من مجتمع الدراسة والبالغ عددهم 10 وتمثل 14.7% من مستوى متوسط وثانوي والبالغ عددهم 05.

2-3- معامل الفاكرومباخ:

الجدول رقم (01): نتائج معامل اختبار الفاكرومباخ

عدد العبارات	قيمة الثبات	ملاحظة
15	0.886	ثبات عالي
09	0.880	ثبات عالي
06	0.812	ثبات عالي
06	0.763	ثبات عالي
21	0.907	ثبات عالي

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات SPSS

من خلال الجدول السابق نلاحظ ان قيم معامل الفاكرومباخ محصورة بين (0.792-0.907) اي من (79.2%- 90.7%) وهي اكبر من الحد الادنى 70 % حث بلغت القيمة الاجمالي لعبارات الاستبيان 90.7 %

وهذا يدل على الثبات العالي لأداة الدراسة أي أنه إذا قمنا بإعادة توزيع الاستبيان على نفس الأفراد فإننا نحصل على نفس النتائج.

2-3- اختبار التوزيع الطبيعي:

للكشف عن نوع توزيع بيانات أفراد العينة نعتمد على اختبار *Teste de normalité* الذي يتيح لنا مخرجات لكل من اختبار *Shapiro-Wilk* واختبار *Kolmogorov-Smirnova* في جدول واحد، حيث نستخدم اختبار *Kolmogorov-Smirnova* إذا كان حجم العينة أكبر أو يساوي 50 (ابو زيد، 2005، صفحة 156)، وإذا كانت العينة أقل من 50 نعتمد على اختبار *Shapiro-Wilk* لأنه عند استخدام العينات الصغيرة يقدم نتائج أكثر دقة مقارنة بالاختبارات الأخرى (Rafael, Marcos, Anderson, & Karina, 2022, p. 2).

الجدول رقم (02): نتائج اختبار التوزيع الطبيعي (*Teste de normalité*)

Kolmogorov-Smirnova			Shapiro-Wilk			المحاور
Statistiques	ddl	Sig.	Statistiques	ddl	Sig.	
0.105	34	0.200	0.953	34	0.148	جودة الخدمات السياحية
0.127	34	0.178	0.942	34	0.071	رضا السائح

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات SPSS

بما أن عدد أفراد العينة أقل من 50 فإننا نعتمد على نتائج اختبار *Shapiro-Wilk* لتحديد ما إذا كانت بيانات العينة تتبع التوزيع الطبيعي أم لا، ومن خلال الجدول رقم 02 يتضح أن قيمة الاحتمالية *SIG* للمحور الأول: جودة الخدمات السياحية قد بلغت 0.148 وهي أكبر من مستوى المعنوية 0.05، وأيضاً بالنسبة للمحور الثاني رضا السائح بلغت القيمة الاحتمالية *SIG* 0.071 وهي أكبر من مستوى المعنوية 0.05، ومنه يمكن القول أن بيانات إجابات أفراد العينة على جميع محاور الاستبيان تتبع التوزيع الطبيعي.

2-3- الصدق الداخلي:

لقياس الاتساق الداخلي لأداة الدراسة (الاستبيان) نستخدم معامل الارتباط بيرسون لتحديد الاتساق بين فقرات الاستبيان والبعد الذي تنتمي إليه مع الأخذ بعين الاعتبار اتساق الأبعاد مع المحور الذي تنتمي إليه (فاطمة، 2017، صفحة 388) إضافة إلى تحديد مدى اتساق محاور الاستبيان (البقي، 2023، صفحة 181).

الجدول رقم (03): نتائج اختبار الاتساق الداخلي

المحور	البعد	$\bar{X}_i$	قيمة معامل الارتباط	SIG	$\bar{X}_j$	قيمة معامل الارتباط	SIG	ارتباط البعد مع محور	
								SIG	R
جودة الخدمات السياحية	المودة الوظيفية	01	0.674**	0.000	06	0.781**	0.000	0.000	0.905**
		02	0.643**	0.000	07	0.798**	0.000		
		03	0.753**	0.000	08	0.584**	0.000		
		04	0.803**	0.000	09	0.638**	0.000		
		05	0.780**	0.000					

عنوان المقال: دور جودة الخدمات السياحية في تحقيق رضا السائح دراسة ميدانية فندق بن حمودة بغرداية

0.000	0.816**	0.000	0.672**	13	0.000	0.774**	10	الجودة الفنية	
		0.000	0.783**	14	0.000	0.754**	11		
		0.000	0.660**	15	0.000	0.658**	12		
		0.000	0.764**	19	0.000	0.814**	16	رضا السائح	
		0.000	0.791**	20	0.000	0.566**	17		
		0.000	0.642**	21	0.000	0.571**	18		

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات SPSS

يوضح الجدول رقم 03 قيم معاملات ارتباط بيرسون بين العبارة والبعد الذي من المفترض ان تنتمي إليه، و تتراوح قيم المعاملات في مجملها بين (0.566-0.816) حيث نلاحظ قيم معاملات عبارات البعد الاول (الجودة الوظيفية) من المحور الاول (جودة الخدمات السياحية) كانت محصورة بين (0.584-0.803) وهذا يعني ان العبارات ترتبط ارتباط قوي مع البعد الذي تنتمي إليه، كما نجد قيم معاملات الارتباط بالنسبة لعبارات البعد الثاني (الجودة الفنية) من المحور الاول (جودة الخدمات السياحية) محصورة بين (0.658-0.783) وهذا يدل على وجود علاقة ارتباط قوية بين العبارات و بعد الجودة الفنية ، اما بالنسبة لعبارات المحور الثاني المتمثل في رضا السائح التي كانت محصورة بين (0.566-0.816) ترتبط ارتباط قوي مع المحور، ويتضح من خلال الجدول ان بعد الجودة الوظيفية والجودة الفنية ترتبط مع بعد جودة الخدمات السياحية ارتباط قوي حيث بلغت قيم معاملات الارتباط للأبعاد على التوالي (0.905-0.816)، ومن خلال القيمة الاحتمالية SIG لجميع العبارات يتضح انها دالة عند مستوى معنوية 0.01، وبناء على ما سبق يمكن القول ان الاستبيان يتسم بالاتساق الداخلي اي ان العبارات دالة ومعبرة على الابعاد (الجودة الوظيفية والجودة الفنية) اضافة عبارات المحور الثاني (رضا السائح)، وكانت الابعاد الجودة الفنية والجودة الوظيفية دالة ومعبرة على جودة الخدمات السياحية.

3-2-تحليل اتجاهات اجابات الافراد حول المحور الاول جودة الخدمات السياحية:

الجدول رقم (04): اتجاهات اجابات الافراد حول بعد الجودة الوظيفية

العبارة	موافق بشدة		موافق		محايد		غير موافق		غير موافق بشدة		الانحراف المعياري	الاتجاه
	النسبة	التردد	النسبة	التردد	النسبة	التردد	النسبة	التردد	النسبة	التردد		
01	70.6	24	17.6	06	2.9	01	05.9	02	02.9	01	1.022	موافق بشدة
02	73.5	25	14.7	05	2.9	01	5.90	02	02.9	01	1.022	موافق بشدة
03	50	17	23.5	08	20.6	07	02.9	01	02.9	01	1.048	موافق
04	50	17	23.5	08	11.8	04	05.9	02	08.8	03	1.303	موافق
05	35.3	12	26.6	09	26.5	09	08.8	03	02.9	01	1.114	موافق
06	38.2	13	35.3	12	23.5	08	02.9	01			0.866	موافق

07	17	50	12	35.3	03	8.8	01	02.9	01	4.26	0.963	موافق بشدة
08	11	32.4	15	44.2	05	14.7	01	02.9	01	3.97	1.000	موافق
09	11	32.4	10	29.4	10	29.4	01	02.9	01	3.82	1.058	موافق
المتوسط الحسابي للبعد												موافق

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات SPSS

يتضح من خلال الجدول السابق ان الاتجاه العام لأفراد العينة المستجوبة حول بعد الجودة الوظيفية كان ضمن فئة الموافقة حيث بلغ المتوسط الحسابي 4.12 بانحراف معياري 0.750 الذي يقع بين الفئة (3.41-4.20) التي تعبر عن الموافقة وعليه يمكن القول ان الزبائن يتفوقون على أن مستوى الجودة الوظيفية بالفندق ترقى الى مستوى تطلعات ورغباتهم، كما نلاحظ اختلاف في اجابات الزبائن حول عبارات بعد الجودة الوظيفية حيث انحصرت المتوسطات بين (3.82-4.50) وهي تتراوح بين الفئات (موافق- موافق بشدة) لنموذج لكارت الخماسي، ويتبين من خلال نفس الجدول ان العبارة رقم 02 التي تنص على " يعد التصميم الداخلي للفندق جذابا" وهذا راجع الى ان 73.5% من الزبائن يتفوقون بشدة حول هذه العبارة، في حين نجد العبارة رقم 01 تحتل المرتبة الثانية والتي يتفق 70.6% من الزبائن حولها بشدة والتي تنص على "يظهر موظفو الفندق بملابس انيقة"، اما المرتبة الثالثة كانت للعبارة رقم 07 والتي تنص على "يتميز موظفو الفندق بحسن المعاملة واللباقة" حيث يتفق الزبائن حولها بنسبة 50%، وفي المرتبة الرابعة جاءت العبارة رقم 3 والتي تنص على "يقدم موظفو الفندق الخدمات بالطريقة الصحيحة" حيث يتفق الزبائن حولها بنسبة 50%.

الجدول رقم (05): اتجاهات اجابات الافراد حول بعد الجودة الفنية

العبارة	موافق بشدة		موافق		محايد		موافق		موافق بشدة		الاتجاه			
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار				
10	15	44.1	09	26.6	02	05.9	04	11.8	04	11.8	3.79	1.431	موافق بشدة	
11	18	52.9	12	35.3	01	02.9	03	08.8			4.32	0.912	موافق بشدة	
12	10	29.4	16	47.1	02	05.9	02	05.9	04	11.8	3.76	1.281	موافق	
13	11	32.4	17	50	02	05.9	03	08.8	01	02.9	4.00	1.015	موافق	
14	14	41.2	14	41.2	01	02.9	03	08.8	02	05.9	4.03	1.167	موافق	
15	12	35.3	17	50	02	05.9	01	02.9	02	05.9	4.06	1.043	موافق	
المتوسط الحسابي للبعد														
		12	35.3	17	50	02	05.9	01	02.9	02	05.9	4.06	1.043	موافق
		14	41.2	14	41.2	01	02.9	03	08.8	02	05.9	4.03	1.167	موافق
		11	32.4	17	50	02	05.9	03	08.8	01	02.9	4.00	1.015	موافق
		10	29.4	16	47.1	02	05.9	02	05.9	04	11.8	3.76	1.281	موافق
		18	52.9	12	35.3	01	02.9	03	08.8			4.32	0.912	موافق بشدة
		15	44.1	09	26.6	02	05.9	04	11.8	04	11.8	3.79	1.431	موافق بشدة

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات SPSS

يتضح من خلال الجدول السابق ان الاتجاه العام لأفراد العينة المستجوبة حول بعد الجودة الفنية كان ضمن فئة الموافقة حيث بلغ المتوسط الحسابي 3.99 بانحراف معياري قدره 0.829 الذي يقع بين الفئة (3.41-4.20) التي تعبر عن الموافقة

عنوان المقال: دور جودة الخدمات السياحية في تحقيق رضا السائح دراسة ميدانية فندق بن حمودة بغرداية

وعليه يمكن القول ان الزبائن يتفقون على أن مستوى الجودة الفنية بالفندق ترقى الى مستوى تطلعات ورغباتهم، كما نلاحظ متوسطات العبارات كانت محصورة بين (3.76-4.32) وهي تتراوح بين (موافق- موافق بشدة) لنموذج لكارت الخماسي، ويتبين من خلال نفس الجدول ان العبارة رقم 11 التي تنص على " نظافة المرافق الداخلية للفندق " حيث يتفق 52.9 % من الزبائن بشدة حول كما بلغ متوسط العبارة 4.32 و انحرافها 0.912 وهي العبارة الأكثر تجانس، ونجد العبارة رقم 15 في المرتبة الثانية والتي يتفق 50 % من الزبائن حولها بشدة والتي تنص على "ان الفندق يقدم خدمات متنوعة"، اما المرتبة الثالثة كانت للعبارة رقم 14 والتي يتفق الزبائن حولها بنسبة 41.2% والمتمثلة في "الخدمات التي يقدمها الفندق ذات جودة عالية"، وكانت العبارة رقم 13 في المرتبة الرابعة والتي تنص على " المعدات الموجودة بالغرفة تعمل " حيث يتفق الزبائن حولها بنسبة 50%.

تحليل اتجاهات اجابات الافراد حول المحور الثاني رضا السائح:

الجدول رقم (06): اتجاهات اجابات الافراد حول المحور الثاني رضا السائح

العبارة	موافق بشدة		موافق		محايد		غير موافق		غير موافق بشدة		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الاتجاه
	النسبة	التردد	النسبة	التردد	النسبة	التردد	النسبة	التردد	النسبة	التردد			
16	08	23.5	10	29.4	06	17.6	03	08.8	07	20.6	1.463	3.26	محايد
17	16	47.1	11	32.4	03	08.8	01	02.9	03	08.8	1.229	4.06	موافق
18	16	47.1	14	41.2	03	08.8	01	02.9	01	02.9	0.768	4.32	موافق بشدة
19	12	35.3	16	47.1	05	14.7	05	14.7			0.880	4.12	موافق
20	15	44.1	10	29.4	07	20.6	01	02.9	01	02.9	1.026	4.09	موافق
21	07	20.6	09	26.5	05	14.7	06	17.6	07	20.6	1.464	3.09	محايد
المتوسط الحسابي للبعد													موافق
											0.791	3.82	

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات SPSS

يتضح من خلال الجدول السابق ان الاتجاه العام لأفراد العينة المستجوبة حول محور رضا الزبائن كان ضمن فئة الموافقة حيث بلغ المتوسط الحسابي 3.82 بانحراف معياري قدره 0.791 الذي يقع بين الفئة (3.41-4.20) التي تعبر عن الموافقة وعليه يمكن القول ان الزبائن راضون عن مستوى الخدمات التي يقدمها فندق بن حمودة ، كما نلاحظ متوسطات العبارات كانت محصورة بين (3.09-4.32) وهي تتراوح بين (محايد- موافق- موافق بشدة) لنموذج لكارت الخماسي، ويتبين من خلال نفس الجدول ان العبارة رقم 18 التي تنص على " اتحدث بشكل ايجابي عن الخدمات التي يقدمها الفندق " حيث نجد ما نسبته 47.1 % من الزبائن يتفقون بشدة حول العبارة كما بلغ متوسطها 4.32 و بلغ لانحراف المعياري 0.768 وهي العبارة الأكثر تجانس، ونجد العبارة رقم 19 في المرتبة الثانية والتي يتفق 47.1 % من الزبائن حولها والمتمثلة في "اشعر بالارتياح والاطمئنان عند تعاملتي مع موظفو الفندق"، اما المرتبة الثالثة كانت للعبارة رقم 20 والتي يتفق الزبائن حولها بنسبة 44.1 % والمتمثلة في "اشعر بالرضا عن المعاملة التي اتلقاها من الموظفين ".

3-2- اختبار الفرضيات:

1- اختبار الفرضية الاولى:

• هل يوجد اثر ذو دلالة احصائية للجودة الوظيفية على رضا السائح عند مستوى معنوية 5%

1- H_0 لا يوجد اثر ذو دلالة احصائية للجودة الوظيفية على رضا السائح عند مستوى معنوية 5%

2- H_1 يوجد اثر ذو دلالة احصائية للجودة الوظيفية على رضا السائح عند مستوى معنوية 5%

الجدول رقم (07): نتائج اختبار الفرضيات

معنوية تأثير المعاملات بين المتغيرين				معنوية العلاقة بين المتغيرين			
القيمة الاحتمالية SIG	T	B	معاملات نموذج خط الانحدار	معامل التحديد	معامل الارتباط	المعنوية الكلية لنموذج ANOVA الانحدار	
0.044	2.098	1.346	الثابت B_0	R^2	R	القيمة الاحتمالية SIG	قيمة F المحسوبة
0.000	3.926	0.601	المتغير المستقل B_1	0.304	0.570	0.000	15.410

المصدر: من اعداد الباحث بناء على مخرجات SPSS

معامل الارتباط: حيث بلغت قيمته 0.570 وهي قيمة موجبة ويعني ذلك ان العلاقة بين الجودة الوظيفية ورضا السائح هي علاقة متوسطة و طردية أي كلما زاد مستوى الجودة الوظيفية زاد مستوى الرضا لدى السائح.

معنوية العلاقة بين المتغيرين: انطلاق من الجدول السابق نجد قيمة F المحسوبة قد بلغت 15.410 وهي اكبر من القيمة الجدولية $F_{tab} = 4.12$ وكانت القيمة الاحتمالية $SIG = 0.000$ المصاحبة لقيمة F اقل من مستوى المعنوية 5% وهذا يشير الى معنوية الانحدار الخطي البسيط الذي يمثل العلاقة بين الجودة الوظيفية و رضا السائح، وعليه نرفض الفرضية الصفرية " لا يوجد اثر لا يوجد اثر ذو دلالة احصائية للجودة الوظيفية على رضا السائح عند مستوى معنوية 5% " ونقبل الفرضية البديلة يوجد اثر ذو دلالة احصائية للجودة الوظيفية على رضا السائح عند مستوى معنوية 5% .

تفسير قيمة معامل التحديد (R^2 نسبة التفسير): بلغت قيمة معامل التحديد 0.304 و هي تدل على ان مستوى الجودة الوظيفية لفندق بن حمودة محل الدراسة تفسر 30.4 % من رضا السائح مما يدل على وجود قدرة تفسيرية متوسطة بين المتغيرين حيث وفق معيار كوهين نجد قيمة 0.304 أكبر من 0.29 وبالتالي نسبة التفسير متوسطة بين المتغيرين، ويعزى ذلك الى وجود نقص في بعض جوانب الجودة الوظيفية .

تفسير قيمة معامل الانحدار (درجة ومعنوية معامل التأثير): من خلال جدول رقم 07 نجد قيمة معامل الانحدار لبعد الجودة الوظيفية للمحور الاول قد بلغ $B = 0.601$ وهو ذو تأثير معنوي لأن قيمة الاحتمالية $SIG = 0.000$ اقل من مستوى المعنوية 5% وكانت قيمة الاختبار $T = 3.926$ المصاحبة لمستوى المعنوية 5% اكبر من القيمة الجدولية $T_{tab} = 1.697$ وتفسر قيمة المعامل B_1 أنه اذا قمنا بزيادة في مستوى الجودة الوظيفية بوحدة واحدة فإن ذلك يؤدي الى زيادة مستوى رضا الزبائن ب 0.601. وفيما يلي نستعرض نموذج الانحدار الخطي البسيط الممثل للعلاقة بين الجودة الوظيفية و رضا السائح وهذا من اجل التنبؤ مستقبلا بنتيجة العلاقة بين المتغيرين وهي كما يلي

عنوان المقال: دور جودة الخدمات السياحية في تحقيق رضا السائح دراسة ميدانية فندق بن حمودة بغرداية

$$Y = X_1 B_1 + B_0$$

$$\text{(الجودة الوظيفية)} = 1.346 + 0.601 \text{ رضا السائح}$$

2- اختبار الفرضية الثانية:

- هل يوجد اثر ذو دلالة احصائية للجودة الفنية على رضا السائح عند مستوى معنوية 5%

1- H_0 لا يوجد اثر ذو دلالة احصائية للجودة الفنية على رضا السائح عند مستوى معنوية 5%

2- H_1 يوجد اثر ذو دلالة احصائية للجودة الفنية على رضا السائح عند مستوى معنوية 5%

الجدول رقم (08): الجدول رقم (07): نتائج اختبار الفرضيات

معنوية تأثير المعاملات بين المتغيرين				معنوية العلاقة بين المتغيرين			
القيمة الاحتمالية SIG	T	B	معاملات نموذج خط الانحدار	معامل التحديد	معامل الارتباط	المعنوية الكلية لنموذج ANOVA الانحدار	
0.012	2.663	1.423	الثابت B_0	R^2	r	القيمة الاحتمالية SIG	قيمة F المحسوبة
0.000	4.586	0.601	المتغير المستقل B_1	0.378	0.630	0.000	21.032

المصدر: من اعداد الباحث بناء على مخرجات SPSS

معامل الارتباط: حيث بلغت قيمته 0.630 وهي قيمة موجبة تدل على ان العلاقة بين الجودة الفنية ورضا السائح قوية و طردية أي كلما زاد الفندق في تحسين الجودة الفنية زاد مستوى الرضا لدى زبائن.

معنوية العلاقة بين المتغيرين: انطلاق من الجدول السابق نجد قيمة F المحسوبة قد بلغت 21.032 وهي اكبر من القيمة الجدولية $F_{tab} = 4.12$ وكانت القيمة الاحتمالية $SIG = 0.000$ المصاحبة لقيمة F اقل من مستوى المعنوية 5 % وهذا يشير الى معنوية خط الانحدار البسيط الذي يمثل العلاقة بين الجودة الفنية ورضا السائح وعليه نرفض الفرضية الصفرية " لا يوجد اثر ذو دلالة احصائية للجودة الفنية على رضا السائح عند مستوى معنوية 5% " ، وقبول الفرضية البديلة " يوجد اثر ذو دلالة احصائية للجودة الفنية على رضا السائح عند مستوى معنوية 5% "

تفسير قيمة معامل التحديد (R^2 نسبة التفسير): من خلال رقم 08 نجد قيمة معامل التحديد قد بلغت 0.378 أي ان الجودة الفنية في الفندق بن حمودة بغرداية محل الدراسة تفسر 37.8 % من رضا الزبائن مما يدل على وجود قدرة تفسيرية متوسطة بين المتغيرين حيث وفق معيار كوهين نجد قيمة 0.378 اكبر من 0.30 وبالتالي نسبة التفسير متوسطة بين المتغيرين، ويعزى ذلك الى ان توقعات الزبائن تفوق نوعا ما الخدمات التي يقدمها فندق بن حمودة.

تفسير قيمة معامل الانحدار (درجة ومعنوية معامل التأثير): من خلال جدول نجد قيمة معامل الانحدار لبعد الجودة الفنية من المحور الاول (جودة الخدمات السياحية) قد بلغ $B_0 = 0.601$ وهو ذو تأثير معنوي لأن قيمة الاحتمالية $SIG = 0.000$ اقل من مستوى المعنوية 5% وكانت قيمة الاختبار $T = 4.586$ المصاحبة لمستوى المعنوية 5% اكبر من القيمة الجدولية $T_{tab} = 1.697$ و تفسر قيمة المعامل B أنه اذا قمنا بزيادة في مستوى الجودة الفنية بوحدة واحدة فإن ذلك يؤدي الى زيادة

مستوى رضا الزبائن ب 0.601. وفيما يلي نستعرض نموذج الانحدار الخطي البسيط الممثل للعلاقة بين الجودة الفنية و رضا السائح وهذا من اجل التنبؤ مستقبلا بنتيجة العلاقة بين المتغيرين وهي كما يلي:

$$Y = X_2 B_1 + B_0$$

$$(الجودة الفنية) = 1.423 + 0.601 \text{ رضا السائح}$$

3- اختبار الفرضية الرئيسية:

- هل يوجد اثر ذو دلالة احصائية لجودة الخدمات السياحية على رضا السائح عند مستوى معنوية 5%.

1- H_0 لا يوجد اثر ذو دلالة احصائية لجودة الخدمات السياحية على رضا السائح عند مستوى معنوية 5%.

2- H_1 يوجد اثر ذو دلالة احصائية لجودة الخدمات السياحية على رضا السائح عند مستوى معنوية 5%.

الجدول رقم (09): نتائج اختبار الفرضيات

معنوية تأثير المعاملات بين المتغيرين				معنوية العلاقة بين المتغيرين			
القيمة الاحتمالية SIG	T	B	معاملات نموذج خط الانحدار	معامل التحديد	معامل الارتباط	المعنوية الكلية لنموذج ANOVA الانحدار	
0.05	1.977	0.562	الثابت B_0	R^2	r	القيمة الاحتمالية SIG	قيمة F المحسوبة
0.000	5.342	0.801	المتغير المستقل B_1	0.455	0.687	0.000	28.535

المصدر: من اعداد الباحث بناء على مخرجات SPSS

معامل الارتباط: حيث بلغت قيمته 0.687 وهي قيمة موجبة يدل ذلك على ان العلاقة بين جودة الخدمات السياحية ورضا السائح قوية و طردية أي كلما زاد مستوى جودة الخدمات السياحية زاد مستوى الرضا لذى الزبائن.

معنوية العلاقة بين المتغيرين: انطلاق من الجدول السابق نجد قيمة الاختبار F المحسوبة قد بلغت 28.535 وهي اكبر من القيمة الجدولية $F_{tab} = 4.12$ وكانت القيمة الاحتمالية $SIG = 0.000$ المصاحبة لقيمة F اقل من مستوى المعنوية 5% 0.0% وهذا يشير الى معنوية خط الانحدار البسيط الذي يمثل العلاقة بين جودة الخدمات السياحية ورضا الزبائن وعليه نرفض الفرضية الصفرية " لا يوجد اثر ذو دلالة احصائية لجودة الخدمات السياحية على رضا السائح عند مستوى معنوية 5% ". وقبول الفرضية البديلة يوجد اثر ذو دلالة احصائية لجودة الخدمات السياحية على رضا السائح عند مستوى معنوية 5%.

تفسير قيمة معامل التحديد (R^2 نسبة التفسير): من خلال قيمة معامل التحديد المقدر ب 0.455 وهذا يعني ان مستوى جودة الخدمات السياحية بفندق بن حمودة بغرداية محل الدراسة تفسر 45.5% من التغير الحاصل في رضا السائح مما يدل على وجود قدرة تفسيرية متوسطة بين المتغيرين حيث وفق معيار كوهين نجد قيمة 0.455 محصورة ضمن المجال (0.30-0.49) وبالتالي نسبة التفسير متوسطة بين المتغيرين.

تفسير قيمة معامل الانحدار (درجة ومعنوية معامل التأثير): من خلال جدول السابق نجد قيمة معامل الانحدار لمتغير جودة الخدمات السياحية قد بلغ $B = 0.801$ وهو ذو ثير معنوي لأن قيمة الاحتمالية $SIG = 0.000$ اقل من مستوى المعنوية 5%

عنوان المقال: دور جودة الخدمات السياحية في تحقيق رضا السائح دراسة ميدانية فندق بن حمودة بغرداية

وكانت قيمة الاختبار $T=5.342$ المصاحبة لمستوى المعنوية 5% أكبر من القيمة الجدولية $T_{tab}=1.697$ وتفسر قيمة المعامل B_0 أنه إذا قمنا بزيادة في مستوى الخدمات السياحية بوحدة واحدة فإن ذلك يؤدي إلى زيادة الرضا الزبائن ب 0.801. وعليه إذا أراد فندق بن حمودة الزيادة في رضا السائح عليه القيام بإجراء تحسينات على مستوى الجودة الوظيفية من خلال الاهتمام بجاذبية الفضاء الداخلي للفندق والاستجابة لانشغالات الزبائن وتعزيز تعاطف الموظفين مع الزبائن إضافة إلى توفير وسائل الامان والسلامة ليشعر الزبون بالاطمئنان اثناء تواجده بالفندق وفيما يلي نستعرض نموذج الانحدار الخطي البسيط الممثل للعلاقة بين استراتيجية التحول الرقمي وترقية السياحة الداخلية بفندق ميزاب محل الدراسة وهذا من اجل التنبؤ مستقبلا بنتيجة العلاقة بين المتغيرين وهي كما يلي:

$$Y = X B_1 + B_0 + \mu$$

$$\text{جودة الخدمات السياحية} = 0.562 + 0.801 \text{ رضا السائح}$$

2- الفرضية الرئيسية الثانية:

- هل يوجد فروق ذات دلالة احصائية في اجابات الزبائن نحو جودة الخدمات السياحية ورضا السائح تعزى للمتغيرات الشخصية و الديموغرافية (الجنس، العمر، المستوى الدراسي، الدخل) عند مستوى معنوية 5 % ؟

1. بالنسبة للجنس

- هل توجد فروق ذات دلالة احصائية في إجابات الزبائن نحو جودة الخدمات السياحية و رضا السائح تعزى للجنس عند مستوى معنوية (0.05).

H_0 : لا يوجد فروق ذات دلالة احصائية في إجابات الزبائن نحو جودة الخدمات السياحية و رضا السائح تعزى للجنس عند مستوى معنوية (0.05) .

H_1 : يوجد فروق ذات دلالة احصائية في إجابات الزبائن نحو جودة الخدمات السياحية و رضا السائح تعزى للجنس عند مستوى معنوية (0.05).

- الجدول رقم (10): نتائج اختبار أثر العمر في إجابات العينة

SIG	T	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الجنس	
0.840	0.204	0.745	4.086	ذكر	جودة الخدمات السياحية
		0.512	4.033	انثى	
0.841	0.202	0.860	3.805	ذكر	رضا السائح
		0.632	3.866	انثى	

المصدر: من اعداد الباحث بناء على مخرجات SPSS

من الجدول رقم (10) نلاحظ أن القيمة الاحتمالية SIG لك المحاور كانت أكبر من مستوى الدلالة (0.05)، ومنه نرفض الفرضية البديلة ونقبل الفرضية العدمية أي لا يوجد فروق ذات دلالة احصائية في إجابات الزبائن نحو جودة الخدمات السياحية و رضا السائح تعزى لمتغير الجنس عند مستوى معنوية (0.05).

2. بالنسبة للعمر

هل توجد فروق ذات دلالة احصائية في إجابات الزبائن نحو جودة الخدمات السياحية و رضا السائح تعزى لمتغير العمر عند مستوى معنوية (0.05).

H_0 : لا يوجد فروق ذات دلالة احصائية في إجابات الزبائن نحو جودة الخدمات السياحية و رضا السائح تعزى لمتغير العمر عند مستوى معنوية (0.05).

H_1 : يوجد فروق ذات دلالة احصائية في إجابات الزبائن نحو جودة الخدمات السياحية و رضا السائح تعزى لمتغير العمر عند مستوى معنوية (0.05).

الجدول رقم (11): نتائج اختبار أثر العمر في إجابات العينة

SIG	F	مربع المتوسطات	Ddl	مجموع المربعات		
0.636	0.575	0.275	3	0.824	بين المجموعات	جودة الخدمات السياحية
		0.475	30	14.347	داخل المجموعات	
			33	15.173	المجموع	
0.413	0.986	0.618	3	1.854	بين المجموعات	رضا السائح
		0.627	30	18.809	داخل المجموعات	
			33	20.663	المجموع	

المصدر: من اعداد الباحث بناء على مخرجات SPSS

من الجدول رقم (11) نلاحظ أن القيمة الاحتمالية SIG لك المحاور كانت أكبر من مستوى الدلالة (0.05)، ومنه نرفض الفرضية البديلة ونقبل الفرضية العدمية أي لا يوجد فروق ذات دلالة احصائية في إجابات الزبائن نحو جودة الخدمات السياحية و رضا السائح تعزى لمتغير العمر عند مستوى معنوية (0.05).

3. بالنسبة للمستوى التعليمي:

• هل توجد فروق ذات دلالة احصائية في إجابات الزبائن نحو جودة الخدمات السياحية و رضا السائح تعزى للمستوى التعليمي عند مستوى معنوية (0.05).

$H_0 - 1$: لا يوجد فروق ذات دلالة احصائية في إجابات الزبائن نحو جودة الخدمات السياحية و رضا السائح تعزى للمستوى التعليمي عند مستوى معنوية (0.05).

$H_1 - 2$: يوجد فروق ذات دلالة احصائية في إجابات الزبائن نحو جودة الخدمات السياحية و رضا السائح تعزى للمستوى التعليمي عند مستوى معنوية (0.05).

الجدول رقم (12): نتائج اختبار أثر المستوى الدراسي في إجابات العينة

SIG	F	مربع المتوسطات	Ddl	مجموع المربعات		
0.418	0.898	0.415	2	0.831	بين المجموعات	جودة الخدمات السياحية
		0.463	31	14.342	داخل المجموعات	
			33	15.173	المجموع	
0.900	0.105	0.07	2	0.140	بين المجموعات	رضا السائح

عنوان المقال: دور جودة الخدمات السياحية في تحقيق رضا السائح دراسة ميدانية فندق بن حمودة بغرداية

		0.662	31	20.524	داخل المجموعات
			33	20.663	المجموع

المصدر: من اعداد الباحث بناء على مخرجات SPSS

من الجدول رقم (11) نلاحظ أن القيمة الاحتمالية SIG لك الحاور كانت أكبر من مستوى الدلالة (0.05)، ومنه نرفض الفرضية البديلة ونقبل الفرضية العدمية أي لا يوجد فروق ذات دلالة احصائية في إجابات الزبائن نحو جودة الخدمات السياحية و رضا السائح تعزى للمستوى التعليمي عند مستوى معنوية (0.05).

2 - النتائج:

الفرضية الاولى: يتضح من خلال المتوسطات المرجحة لإجابات الزبائن أنهم يتفقون بدرجة عالية ان فندق بن حمودة يقدم خدمات تتميز بجودة عالية.

الفرضية الثانية: من خلا معامل الارتباط بيرسون الذي بلغ 57% يتبين انه يوجد علاقة ارتباط طردية ومتوسطة بين متغيري الدراسة فكلما زاد الفندق في تحسين عملية تقديم الخدمة زاد رضا السائح، وتفسر الجودة الوظيفية 37.8% من التغير الحاصل في رضا السائح، وبناء على قيمة T المحسوبة والتي بلغت 3.926 وكانت أكبر من القيمة الجدولية 1.697 اضافة الى القيمة الاحتمالية SIG التي كانت أقل من 5% تم قبول الفرضية التالية يوجد اثر ذو دلالة احصائية للجودة الوظيفية على رضا السائح عند مستوى معنوية 5% بالفندق بن حمودة محل الدراسة تختلف دراستنا مع دراسة (بوزاهر، 2022) والتي تشير الى وجود علاقة ارتباط ضعيفة بين جودة الخدمات السياحية ورضا السائح ومن هنا يبرز اهمية الفرق في توقعات السائح حول الابعاد الخمس لجودة الخدمات وما يحصل عليه السائح فعليا فكلما كان اداء الخدمة الفعلية أكبر من توقعات السائح يزيد من مستوى رضاهم وعدم تحولهم نحو المنافسين.

الفرضية الثالثة: من خلال معامل الارتباط بيرسون الذي بلغ 63% يتبين انه يوجد ارتباط قوي بين الجودة الفنية ورضا السائح فكلما زاد تحسين الخدمات الداخلية للفندق (اطعام، التجهيز الغرف، مرافق متنوعة... الخ) زاد رضا السائح، وتفسر الجودة الفنية 37.8% من التغير الحاصل في رضا السائح، وبناء على قيمة T المحسوبة التي بلغت 4.586 وهي أكبر من القيمة الجدولية 1.697 اضافة الى القيمة الاحتمالية SIG التي كانت أقل من 5% تم قبول الفرضية التالية يوجد اثر ذو دلالة احصائية للجودة الفنية على رضا السائح عند مستوى معنوية 5% بالفندق بن حمودة محل الدراسة وتتفق دراستنا مع دراسة (Faizan, Kashif, & Rupam, 2016) والتي تشير الى اهمية الجودة الفنية في تحقيق رضا السائح الى جانب الجودة الوظيفية حيث يهتم السائح بنوعية الخدمة التي يحصل عليها فعليا بعدما تتم الجودة الوظيفية بالطريق الصحيحة، عند حصول الزبون على غرف بفندق فإنه يهتم بجودة الأشياء الداخلية للغرفة مثل المكيف التلفاز نظافة الافرشة اسرة مريحة.... الخ .

الفرضية الرابعة: من خلال قيمت T التي بلغت 5.342 وهي اقل من القيمة الجدولية 1.697 وكانت القيمة الاحتمالية المصاحبة لقيمة T اقل من 0,05 ومنه يمكن القول انه يوجد اثر ذو دلالة احصائية لجودة الخدمات السياحية على رضا السائح عند مستوى الدلالة 5% بفندق بن حمودة محل الدراسة، ومن خلال معامل الارتباط الذي بلغ 68,7 % يتضح انه يوجد علاقة ارتباط قوية بين الجودة الخدمات السياحية و رضا السائح كما تفسر جودة الخدمات السياحية 45,5% من التغير الحاصل في رضا السائح وتتفق دراستنا مع دراسة (بوزاهر، 2022) و التي تشير الى وجود علاقة بين جودة الخدمات السياحية ورضا السائح وتتفق دراستنا مع دراسة (Faizan, Kashif, & Rupam, 2016) التي تشير الى وجود أثر لجودة الخدمات السياحية في ضل ابعاد مختلفة (الجودة الفنية والجودة الوظيفية) على رضا السائح.

الفرضية الخامسة و السادسة: بناء على اختبار التباين الأحادي (ANOVA) تبين انه لا يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات الموظفين نحو جودة الخدمات السياحية ورضا السائح تعزى للمتغيرات الديموغرافية (الجنس، العمر، المستوى التعليمي) وذلك بالاعتماد على قيمة F التي كانت أقل من القيمة الجدولية $F_{tab} = 4.12$ و القيمة الاحتمالية SIG التي كانت أكبر من مستوى المعنوي (0.05) وتختلف دراستنا مع دراسة (بوزاهر، 2022) والتي تشير الى وجود فرق في اجابات الزبائن تعزى للمتغيرات الديموغرافية وتتفق دراستنا مع دراسة (يحياوي و بوحديد، 2018) التي تشير الى عدم وجود فروق في اجابات الافراد تعزى للمتغيرات الديموغرافي راغم انا اختلاف دراستنا مع الدراسة السابقة في جانب الفروق الا انها تبرز أهمية الخصائص الديموغرافية في تقييم مستوى جودة الخدمات السياحية و مستوى الرضا لدى الزبائن.

2 - الخلاصة: تعبر جودة الخدمات السياحية عن الفرق الناتج عن عملية التقييم التي يقوم بها الزبون بين الجودة التي تقدمها المؤسسة الخدمية والجودة التي يرغب الزبائن في توفرها بالخدمة فاهتمام المؤسسة الخدمية بتقديم خدمات ملائمة لزبائن وبطريقة صحيح يزيد من شعور الزبائن بالمتعة وعدم الخيبة نتيجة التضحيات المادية التي يقدمها للحصول على الخدمة، وتعد الجودة الفنية بعد مهم الى جانب الجودة الوظيفية في قياس جودة الخدمات السياحية لأن قياس الجودة في ظل البعيدين (الجودة الفنية والوظيفية) يسهم في تعزيز قدرات المؤسسة و تعزيز مستوى رضا زبائن وبالتالي كسب الميزة التنافسية.

التوصيات:

- ضرورة المحافظة على مستوى الجودة التي يتميز بها الفندق والعمل على تحسينها بشكل مستمر فالجودة العالية تعتبر عامل مهم في ارضاء الزبائن والاحتفاظ بهم.
 - ضرورة الاهتمام بالجودة الفنية فالسياح يرغبون في لوزم ومعدات ذات جودة عالية.
 - ضرورة الاهتمام بالخصائص الديموغرافية عند تقديم الخدمات جديدة.
- اذا اراد فندق بن حمودة بولاية غرداية زيادة مستوى الرضا لدى زبائنه عليه القيام بإجراء تحسينات على مستوى الملموسية من خلال تصميم فضاء داخلي جذاب وتحسين مستوى الاستجابة على انشغالات الزبائن اضافة الى توفير وسائل الحماية اضافة الى كفاءة اللوازم و التجهيزات الداخلية للفندق

الهوامش و المراجع :

- Faizan, A., Kashif, H., & Rupam, K. (2016, 12 14). THE effect pf technical and functional Quality on Guest' Preceived Hotel service quality and satisfaction : A SEM-PLS Analysis. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 18(03), pp. 354-378.
- Gronroos, c. (1993). A Service Quality Model and its Marketing Implications. *European Journal of Marketing*, 18(04), pp. 36-44.
- Grönroos, C. (2018, 10 11). Reforming public services: does service logic have anything to offer? *Public Management Review*, 21(05), pp. 775-788.
- Mehdi , Z., Fariz, T., & Meysam, F. (2013, 05 03). Effect of Perceived Service Quality on CustomerSatisfaction in Hospitality Industry: Gronroos' Service Quality Model Development. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 22(05), pp. 490-50.
- Rafael , R., Marcos , T., Anderson, C., & Karina , C. (2022, 10 25). Sample size and Shapiro-Wilk test: An analysis for soybean grain yield. *European Journal of Agronomy*, 142.
- Zeina, A., Salama, A., Abd El-latif Ahmed, M., Elwardany, W., & Abdulaziz, T. (2023, 07 08). Service Quality in Tourism and Hospitality Industry and Tourist Destination Loyalty Post-COVID-19: The Role of Tourism Destination Image and Tourist Trust. *The International Journal of Tourism and Hospitality Studies*, 05(02), pp. 26- 50.

عنوان المقال: دور جودة الخدمات السياحية في تحقيق رضا السائح دراسة ميدانية فندق بن حمودة بغرداية

- الهام بجاوي، و ليلي بوحديد. (12 07, 2018). تقييم جودة الخدمات السياحية بالوكالات السياحية ومستوى رضا الزبائن عنها: دراسة حالة. مجلة المعيار، 09(02)، الصفحات 145-174.
- الياس لهوازي، و رايح أوكيل. (30 04, 2021). المزيج التسويقي لمؤسسة كوندور وأثره على رضا زبائنها بمنطقة سوق الخميس ولاية البويرة. مجلة مجاميع المعرفة، 07(02)، الصفحات 303-317.
- حناشي راوية، و سامية لول. (30 12, 2014). التوجه بإدارة العلاقة مع الزبون الإلكترونية (e-crm) كإستراتيجية لتحقيق رضا الزبائن دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر - (من وجهة نظر الزبائن). مجلة الباحث الإقتصادي، 02(03)، الصفحات 68-90.
- زباني نجية. (26 01, 2024). تأثير أبعاد جودة الخدمات البنكية عبر الانترنت على رضا الزبون البنكي دراسة حالة Trust Banque algérie'D. مجاميع المعرفة، 09(02)، الصفحات 124-140.
- شريف عبد الله مداني، و امال خديم. (31 12, 2022). فعالية الجودة الفنية والوظيفية للخدمة في تعزيز ولاء الزبائن دراسة ميدانية للمؤسسة الخدماتية اتصالات الجزائر "وكالة غليزان". مجلة معهد العلوم الاقتصادية، 25(02)، الصفحات 335-355.
- صونية بوزاهر. (31 10, 2022). قياس أثر أبعاد جودة التجربة السياحية على نشر الكلمة المنطوقة الإلكترونية الإيجابية للمقصد السياحي. مجاميع المعرفة، 08(03)، الصفحات 204-223.
- عائشة عتيق، ستي سيد أحمد، و بوزيان العجال. (17 06, 2019). اختبار التأثير الوسيط لكل من الرضا والثقة في علاقة هوية العلامة التجارية بولاء المستهلك دراسة إمبريقية باستخدام منهجية Pls لدى عينة من زبائن مؤسسة Condor للأجهزة الكهرومنزلية. مجلة البشائر الاقتصادية، 05(01)، الصفحات 219-233.
- عبد الحميد نعيمجات. (01 01, 2019). نموذج العلاقة بين إدراك جودة الخدمة ورضى الزبون دراسة ميدانية على زبائن شركة موبيليس بالأغواط (الجزائر). مجلة دراسات، 16(01)، الصفحات 19-33.
- عشرى حسن محمد رضوان فاطمة. (10 10, 2017). الخصائص السيكومترية لمقياس أساليب المعاملة الوالدية كما يدركها الأبناء من طلاب المرحلة الإعدادية والثانوية. مجلة جامعة الفيوم للعلوم التربوية والنفسية، 08(04)، الصفحات 1031-1055.
- عمار مراني. (2019). واقع جودة الخدمات السياحية الجزائرية. سيدي بلعباس، FSECG، الجزائر: جامعة الجيلالي اليااس.
- كريمة حاجي، بن عبد العزيز سفيان، و محمد صالح تارقي. (12 05, 2022). دور عناصر المزيج التسويقي الخدمي في تحسين جودة الخدمة البنكية دراسة حالة البنك الوطني الجزائري-وكالة بشار. مجاميع المعرفة، 08(01)، الصفحات 206-218.
- محمد خير سليم ابو زيد. (2005). اساليب التحليل الاحصائي باستخدام برمجية spss. الرياض: دار تحرير للنشر والتوزيع.
- مخفي حريزي، و موسى بونورية. (01 09, 2022). أثر الجودة المدركة في تعزيز ولاء الزبون للعلامة التجارية دراسة حالة مؤسسة موبيليس وكالة خميس مليانة. مجلة الاقتصاد الجديد، 13(02)، الصفحات 695-714.
- نادية بوشاشية، و منير نوري. (01 07, 2017). جودة الخدمة السياحية وأثرها على تعزيز ولاء السائح مع دراسة ميدانية لكيفية تقديم الخدمة السياحية لمنطقة الشلف. الاكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية، 09(02)، الصفحات 70-82.
- نادية مدروس. (29 10, 2020). أثر أبعاد جودة الدوقع الالكتروني في تحقيق رضا العملاء. مجلة مجاميع المعرفة، 06(02)، الصفحات 449-466.
- ناصر طامي البقمي. (2023). قياس فعالية العملية التعليمية في مؤسسات التعليم العالي من منظور إدارة الجودة الشاملة باستخدام مقياس سيفكوال دراسة حالة -جامعة الجزائر3- (اطروحة دكتوراه). كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير: ج الجزائر.
- نجاة خثير، و حسبية مداني. (26 01, 2024). دور ذكاء الاعمال في تحسين جودة الخدمات الصحية دراسة لعينة من الموظفين في معهد باستور بالجزائر العاصمة. مجاميع المعرفة، 08(02)، الصفحات 234-252.
- نصيرة أوبختي، و نبوية عيسى. (20 10, 2020). أثر جودة الخدمات الصحية في تحقيق رضا الزبون دراسة حالة المؤسسة العمومية للصحة الجوارية epsp - باب العسة -. مجلة مجاميع المعرفة، 06(02)، الصفحات 579-594.
- وفاء رايس. (31 12, 2021). تقييم مدى نجاعة المخطط السياحي للجودة في الرفع من جودة الخدمات السياحية في الجزائر. مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية، 05(02)، الصفحات 300-319.