

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية

العنوان

دور تنمية الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمة الفندقية المقدمة

- دراسة حالة فندق المربع الأزرق بالميلية - ولاية جيجل -

مذكرة مقدمة استكمالاً لمتطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في العلوم التجارية

تخصص: تسويق فندقي وسياحي

تحت إشراف:

- د/ بلال هري

إعداد الطالبتين:

- خولة بلعور

- رميسة لبعيلي

قيمت من طرف اللجنة المكونة من:

رئيسا	جامعة جيجل	الدرجة العلمية	الأستاذ.....
مشرفا ومقررا	جامعة جيجل	أستاذ محاضر ب	الأستاذ: بلال هري
مناقشا	جامعة جيجل	الدرجة العلمية	الأستاذ.....

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية

العنوان

دور تنمية الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمة الفندقية المقدمة

- دراسة حالة فندق المربع الأزرق بالميلية - ولاية جيجل -

مذكرة مقدمة استكمالاً لمتطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في العلوم التجارية

تخصص: تسويق فندقي وسياحي

تحت إشراف:

- د/ بلال هري

إعداد الطالبتين:

- خولة بلعور

- رميسة لبعيلي

قيمت من طرف اللجنة المكونة من:

رئيسا	جامعة جيجل	الدرجة العلمية	الأستاذ.....
مشرفا ومقررا	جامعة جيجل	أستاذ محاضر ب	الأستاذ: بلال هري
مناقشا	جامعة جيجل	الدرجة العلمية	الأستاذ.....

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وتقدير

لابد لنا ونحن نخطو خطواتنا الأخيرة في الحياة الجامعية

من وقتنا تعود بنا إلى أعوام قضيناها في رحاب الجامعة

مع أساتذتنا الكرام الذين قدموا لنا الكثير باذلين بذلك جهودا كبيرة في
بناء جيل الغد لتبصره الأمة من جديد

وقبل أن نمضي نقدم أسمى عبارات الشكر والامتنان والتقدير والمحبة إلى
الذين حملوا أقدس رسالة في الحياة... إلى الذين مهدوا لنا طريق العلم
والمعرفة... إلى جميع أساتذتنا الأفاضل

كن عالما... فإن لم تستطع فكن متعلما، فإن لم تستطع فأحب العلماء، فإن لم
تستطع فلا تبغضهم

ونخص بالتقدير والشكر

الأستاذ المشرف : " مري بلال "

على كل الدعم الذي قدمه لنا قبل وأثناء القيام بهذه الدراسة الذي نقول له
بشراك قول رسول الله صلى الله عليه وسلم

{ أن الحوض في البحر ، الطير في السماء ، ليطلون على معلم الناس الخير }

ونسأل الله العليّ التقدير أن يجعل هذا العمل في ميزان حسناتنا جميعا،

فإن أصبنا فمن الله وإن أخطأنا فمن أنفسنا، والله ولي التوفيق.

خولة و رميسة

إهداء



بعد ذكر وحمد رب العزة والخلق أجمعين والثناء على نبيه
وسيد الأنبياء والمرسلين محمد صلى الله عليه وسلم أهدي ثمرة عملي

إلى من قال فيهما الرحمان وبالوالدين إحسانا

إلى من زرع في نفسي المثل العليا والتربية الفاضلة وحب العمل
إلى من تحمل العناء من أجلي إلى سر النجاح في حياتي إلى رمز البذل
والعطاء إليك يا من أخذت منه سبل مواجهة مصاعب الحياة وبفضله
وصلت إلى ما أنا عليه أبي الغالي "حفظه الله ورعاه"

إلى من هي أحن من قطرات الندى، وأصفى من ماء الدجى إلى مثلي
الأعلى والقدرة الصارخة رمز الإرادة المتجددة، إلى من تفرح لفرحي
وتحزن لحزني، إلى من رافقتني دعواتها في حيلتي أُمي الحبيبة
"حفظها الله ورعاها"

إلى من لا أحس بطعم الحياة إلا بوجودهم إخواني وأخواتي وبنات
أخي..... حفظهم الله و رعاهم.

إلى صديقاتي اللواتي تعلمنا معا حروف الصداقة

إلى كل من ترك ذكرى طيبة في قلبي

إلى كل من لم تسعهم مذكرتي ووسعتهم ذاكرتي

إلى هؤلاء جميعا أهدي ثمرة جهدي عبر أسطر هذا العمل

بلعور خولة

إهداء



والدي

إلى اعز الناس وأقربهم إلى قلبي والدي... أقول لك شكرا على عطائك الذي لا ينضب وأظل في كل لحظة أقضيها معك انهل وأنعلم الكثير... فمن غيرك زرع في الميول العلمية وشجعني منذ صغري... أدامك الله ورعاك لتكون منارة دائمة في حياتي...

والدتي

ربما لا تتاح الفرصة دائما لي أقول لك شكرا... وربما لا املك جرأة التعبير عن الامتنان والعرفان ولكن يكفي أن تعرفي يا نور العين ومهجة الفؤاد... أن لك ولوالدي ابنة تنتظر فرصة واحدة لتقدم لكما الروح والقلب والعين هدية لكل ما قدمتماه... حماك الله وأدامك... عصفورا مغردا يملأ حياتنا بأعذب الألحان...

زوجي

إلى أروع من حسد الحب بكل معانيه... فكان السند والعتاء... قدم لي الكثير في صور صبر... وأمل... ومحبة... لن أقول شكرا... بل سأعيش الشكر معك دائما... رعاك الله...

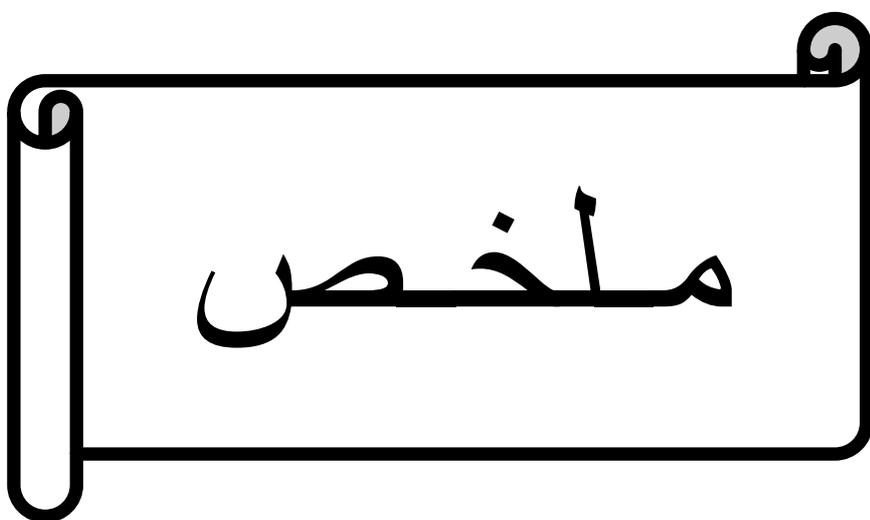
إخوتي وأخواتي

إلى المحبة التي لا تنضب... والخير بلا حدود... إلى من شاركتهم حياتي... انتم زهور حياتي... انتم جوهرتي الثمينة وكنزي الغالي... حماكم الله..

أحبابي

الأهل والأصدقاء الذين رافقوني... وشجعوا خطواتي عندما غالبتها الأيام... لكم مني حبي وامتناني...

لبعيلي رميسة



المخلص:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر تطبيق تنمية الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمة الفندقية في فندق المربع الأزرق بالميلية ولاية جيجل، وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وبلغت عينة الدراسة (35) عاملا بالفندق واستهدفت هذه الدراسة فئة العمال والمدراء في الفندق، ولقد استخدمت الاستبيان كأداة لجمع البيانات حيث تم توزيعه على (40) عاملا بالفندق تم اعتماد (35) استبيانا لاختبار فرضيات الدراسة باستخدام الانحدار الخطي المتعدد، اعتمادا على برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، ولقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أبرزها: أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتنمية الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمات الفندقية المقدمة في الفندق محل الدراسة، غير أن هذا الأثر تدعمه الفرضية الفرعية الأولى والثالثة أي وجود أثر ذو دلالة إحصائية لبعد تدريب وتمكين الموارد البشرية (على التوالي) في تحسين جودة الخدمة الفندقية في فندق المربع الأزرق، وأخيرا فقد خلصت هذه الدراسة إلى عدة اقتراحات والتي من بينها وأهمها: ضرورة اللجوء إلى إقامة الدورات التعليمية من أجل تحسين مهارات موظفي الفندق الذي يؤدي إلى المساهمة في تحسين جودة الخدمة الفندقية، والاهتمام أكثر بتنمية هذا القطاع دون إهمال باقي الجوانب (الكمي والنوعي) يؤدي إلى تكوين موظفين متمكنين من أداء مهامهم وبالتالي الأداء ضعيف وعدم رضا عملاء الفندق، بالإضافة إلى تشجيع العاملين من أجل تقديم أفكار جديدة متعلقة بالعمل. حيث تم الاعتماد على طريقة **IMRAD (Introduction Methods Results And Discution)** في إنجاز الدراسة.

الكلمات المفتاحية: تنمية الموارد البشرية، جودة الخدمة الفندقية، التدريب، التعلم، التمكين، التطوير المهني.

Abstract :

This study aimed to identify the impact of the application of human resources development in improving the quality of hotel service in the Blue Square Hotel in Milia, Jijel state. The study used the descriptive analytical approach and the study sample reached (35) hotel workers. This study targeted the category of workers and managers in the hotel. The questionnaire was used As a data collection tool, as it was distributed to (40) hotel workers, (35) questionnaires were adopted to test the hypotheses of the study using multiple linear regression, depending on the Statistical Package for Social Sciences (SPSS), and the study reached several results, most notably: that there is a significant effect A statistic for human resources development in improving the quality of hotel services provided in the hotel under study, but this effect is supported by the first and third sub-hypothesis, that is, there is a statistically significant effect of the dimension of training and empowering human resources (respectively) in improving the quality of hotel service in the Blue Square Hotel, and finally This study concluded with several suggestions, among which the most important of which are: The necessity of resorting to holding educational courses in order to improve the skills of hotel staff, which leads to contributing to Improving the quality of hotel service, and paying more attention to the development of this sector without neglecting the rest of the aspects (quantitative and qualitative) leads to the formation of employees who are able to perform their tasks and consequently poor performance and dissatisfaction of hotel customers, in addition to encouraging workers to present new ideas related to work. The IMRAD (Introduction Methods Results And Discussion) method was used to complete the study.

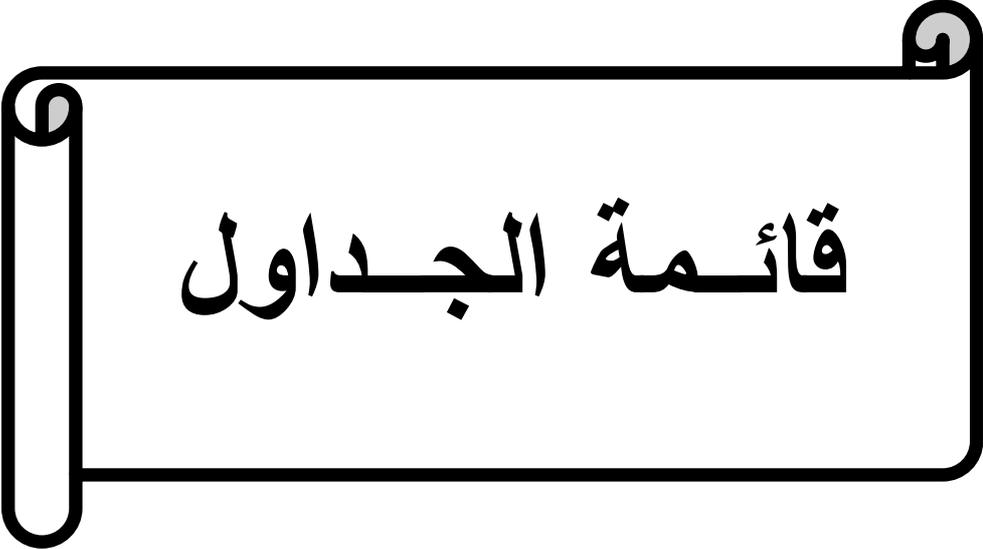
Keywords: human resource development, hotel service quality, training, learning, empowerment, professional development.

قائمة المحتويات

الصفحة	المحتوى
	البسمة
III	الشكر
IV	الإهداء
VI	الملخص
VII	Abstract
VIII	قائمة المحتويات
XI	قائمة الجداول
XIII	قائمة الأشكال
XIV	قائمة الملاحق
أ-و	المقدمة
الفصل الأول: الأدبيات النظرية والتطبيقية للدراسة	
8	تمهيد
9	المبحث الأول: الإطار النظري للدراسة
9	المطلب الأول: عموميات حول تنمية الموارد البشرية
9	الفرع الأول: مفهوم تنمية الموارد البشرية
11	الفرع الثاني: مسؤوليات تنمية الموارد البشرية
12	الفرع الثالث: أبعاد تنمية الموارد البشرية
15	المطلب الثاني: أساسيات حول جودة الخدمة الفندقية
16	الفرع الأول: مفهوم جودة الخدمة الفندقية
18	الفرع الثاني: أبعاد جودة الخدمة الفندقية
19	الفرع الثالث: طرق قياس جودة الخدمة الفندقية
22	المبحث الثاني: الأدبيات التطبيقية للدراسة
22	المطلب الأول: الدراسات المتعلقة بتنمية الموارد البشرية وجودة الخدمة الفندقية
22	الفرع الأول: الدراسات السابقة
25	الفرع الثاني: أوجه الإتفاق والإختلاف بين الدراسات السابقة
25	المطلب الثاني: محل الدراسة الحالية من الدراسات السابقة
29	خلاصة الفصل

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية	
31	تمهيد
32	المبحث الأول: طريقة وأدوات الدراسة
32	المطلب الأول: طريقة ومتغيرات الدراسة
32	الفرع الأول: مجتمع وعينة الدراسة
34	الفرع الثاني: أدوات الدراسة
35	المطلب الثاني: اختبار أداة الدراسة
35	الفرع الأول: صدق الاستبيان
44	الفرع الثاني: ثبات الاستبيان
45	المطلب الثالث: الأساليب الإحصائية للدراسة
45	الفرع الأول: المدى
46	الفرع الثاني: معامل ارتباط بيرسون
46	الفرع الثالث: معامل الثبات ألفا كرونباخ
46	الفرع الرابع: التكرارات والنسب المئوية
46	الفرع الخامس: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري
46	الفرع السادس: الانحدار الخطي المتعدد
47	المبحث الثاني: عرض نتائج الدراسة وتحليلها
47	المطلب الأول: تحليل خصائص عينة الدراسة واختبار التوزيع الطبيعي
47	الفرع الأول: تحليل خصائص عينة الدراسة
51	الفرع الثاني: اختبار التوزيع الطبيعي
52	المطلب الثاني: تحليل عبارات محاور الاستبيان
52	الفرع الأول: عرض وتحليل إجابات أفراد العينة حول محور تنمية المورد البشرية
57	الفرع الثاني: عرض وتحليل إجابات أفراد العينة حول محور جودة الخدمة الفندقية
62	المطلب الثالث: اختبار فرضيات الدراسة

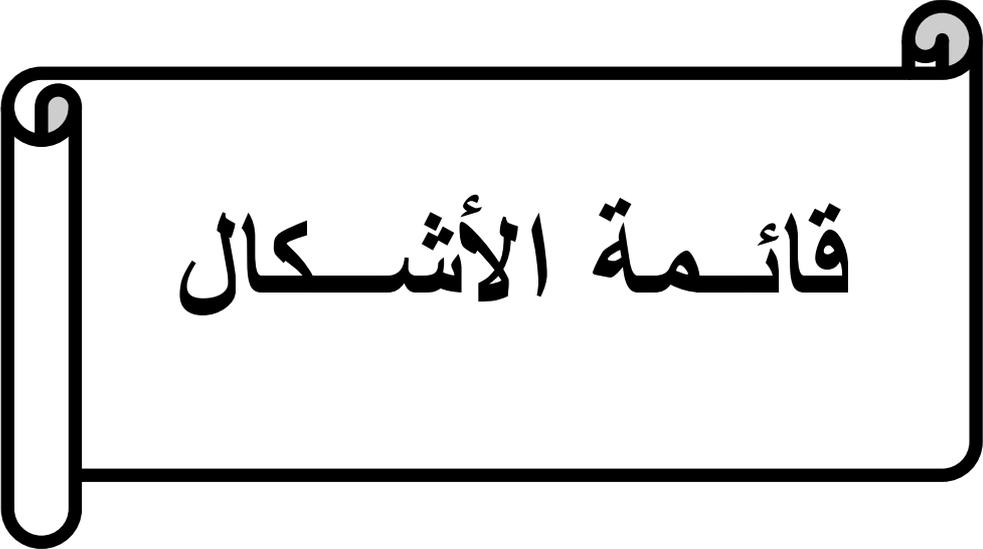
63	الفرع الأول: اختبار نموذج الدراسة
64	الفرع الثاني: اختبار الفرضية الرئيسية
65	الفرع الثالث: اختبار الفرضيات الفرعية
71	خلاصة الفصل
73	خاتمة
77	قائمة المراجع
81	الملاحق



قائمة الجداول

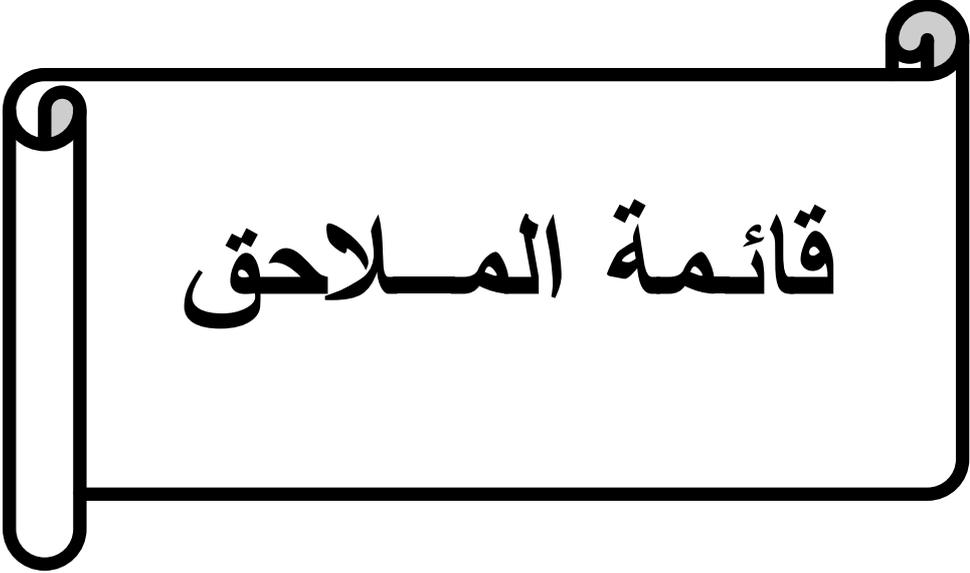
رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
11	مسؤوليات تنمية الموارد البشرية وفقا للمستويات الإدارية الثلاثة	01
26	محل الدراسة الحالية من الدراسات السابقة	02
34	عدد الاستبيانات الموزعة والمسترجعة	03
35	مقياس ليكرت الخماسي (Likert)	04
36	الصدق الداخلي لعبارات بعد التدريب	05
37	الصدق الداخلي لعبارات بعد التعلم	06
37	الصدق الداخلي لعبارات بعد التمكين	07
38	الصدق الداخلي لعبارات بعد التطوير المهني	08
39	الصدق الداخلي لعبارات بعد الملموسية	09
39	الصدق الداخلي لعبارات بعد الاعتمادية	10
40	الصدق الداخلي لعبارات بعد الاستجابة	11
40	الصدق الداخلي لعبارات بعد التعاطف	12
41	الصدق الداخلي لعبارات بعد الأمان والثقة	13
42	الاتساق البنائي لأبعاد محور تنمية الموارد البشرية	14
42	الاتساق البنائي لأبعاد محور جودة الخدمة الفندقية	15
43	الاتساق البنائي بين المحور الأول و الثاني	16
43	معامل الثبات ألفا كرونباخ لمحاور الاستبيان	17
45	فئات مقياس ليكرت الخماسي ودلالاتها	18
46	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	19
47	توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	20
48	توزيع الأفراد حسب متغير المستوى التعليمي	21
48	توزيع الأفراد حسب متغير الوظيفة	22
49	توزيع الأفراد حسب متغير مدة الخدمة	23
50	اختبار التوزيع الطبيعي كولمجروف سمرنوف (smirnov-Kolmogrov)	24
51	الوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات بعد التدريب	25
52	الوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات بعد التعلم	26
53	الحسابي والانحراف المعياري لعبارات بعد التمكين	27
55	الوسط الحسابي والانحراف المعياري لبعء التطوير المهني	28

56	الوسط الحسابي والانحراف المعياري لبعء الملموسية	29
57	الوسط الحسابي والانحراف المعياري لبعء الاعتمادية	30
58	الوسط الحسابي والانحراف المعياري لبعء الاستجابة	31
59	الوسط الحسابي والانحراف المعياري لبعء التعاطف	32
60	الوسط الحسابي والانحراف المعياري لبعء الأمان والثقة	33
62	بعض المقاييس التي تم حسابها لنموذج المقدر	34
64	نتائج اختبار الفرضية الرئيسية	35
65	نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى	36
67	نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية	37
68	نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة	38
69	نتائج اختبار الفرضية الفرعية الرابعة	39



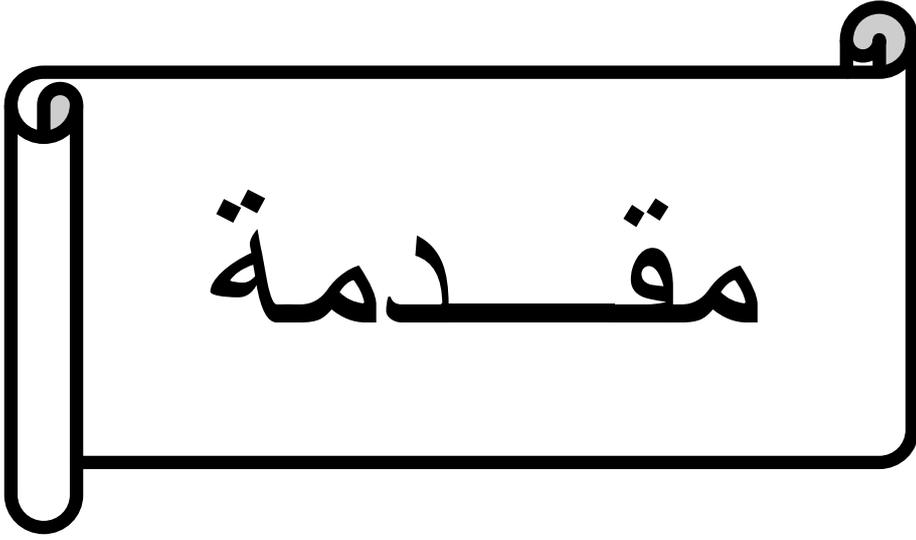
قائمة الأشكال

الصفحة	العنوان	رقم الشكل
هـ	النموذج الإفتراضي للدراسة	01
20	نموذج تحليل الفجوات	02
33	الهيكل التنظيمي لفندق المربع الأزرق	03
47	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	04
48	توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	05
49	توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	06
50	توزيع أفراد العينة حسب متغير الوظيفة	07
51	توزيع أفراد العينة حسب متغير مدة الخدمة	08



قائمة الملاحق

الصفحة	العنوان	رقم الملحق
81	الإستبيان	01
86	قائمة بأسماء محكمي الاستبيان	02
86	الصدق الداخلي	03
100	الاتساق البنائي	05
103	معامل الثبات ألفا كرونباخ	06
109	تحليل البيانات الشخصية	07
111	اختبار التوزيع الطبيعي كولمنجروف سمرنوف	08
111	تحليل عبارات الاستبيان	09
114	اختبار الفرضيات	10



يعتبر قطاع الخدمات أحد أهم الاتجاهات الحديثة في الاقتصاديات العالمية والإقليمية، حيث اكتسب في الآونة الأخيرة أهمية بالغة ومرتفعة على مختلف الأصعدة نتيجة بروز معطيات جديدة، لدى أصبحت الخدمات تحتل دورا مهما في حياة الفرد والمجتمع وتساهم في رفاهيتهم واستقرارهم.

وقد أدى ازدياد أهمية قطاع الخدمات إلى تنوع أكبر في المهارات والمعارف المطلوبة، فأصبحت جودة الخدمات السياحية لإشباع حاجات الزبائن محور اهتمام المنظمات، وبالتالي فهي مطالبة بتنمية مهارات تتعلق بخدمة الزبائن وكيفية التعامل معهم. من هنا ظهرت أهمية برامج تنمية الموارد البشرية فهذه الأخيرة تشكل عنصرا في غاية الأهمية في صناعة السياحة، والمنظمات السياحية على اختلاف أشكالها سواء كانت فنادق، مطاعم، شركات نقل أو وكالات سياحية تنظر إلى هذه الموارد على أنها عنصرا أساسيا في تقديم الخدمات للسياح والضيوف، حيث تعتمد هذه المنظمات على العنصر البشري بالدرجة الأولى، فتقديم الخدمة بشكلها الصحيح يتوقف على مدى كفاءة العاملين والمهارات التي يتميزون بها والمتأنتية من تعليمهم وتدريبهم لإعدادهم إعدادا صحيحا. وعليه فإن تنمية الموارد البشرية تعتبر الشريان الذي يغذي كفاءة العاملين وينمي مهاراتهم لمواكبة التطور في تقديم الخدمات للزبائن، فجودة الخدمات التي ترقى إلى مستوى توقعاتهم هي الهدف الذي يتعين على كل فرد في المنظمة أن يسعى لبلوغه وتحقيقه. والمفتاح الرئيسي لهذه العملية يتمثل في تطوير قدرات الأفراد وتأهيلهم للقيام بأعمالهم على أحسن وجه عن طريق تعليمهم وتدريبهم.

1 - إشكالية الدراسة:

وفي ظل بيئة شديدة التنافس تسعى المنشآت السياحية في الجزائر إلى كسب ميزة من خلال إستغلال إمكاناتها ومواردها المختلفة وفي مقدمتها الموارد البشرية لأن نجاح أي منشأة سياحية يعزى بالدرجة الأولى إلى ما تملكه من موارد، فتحقيق الأهداف لا يمكن أن يحدث في غياب العنصر البشري كونه المصدر الحقيقي لتكوين وتعزيز القدرة التنافسية للمنشأة وتحسين أوضاعها السوقية ونتائج أعمالها وجاءت هذه الدراسة لقياس و معرفة دور تنمية الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمات الفندقية المقدمة في فندق ذات أربع نجوم **فندق المربع الأزرق** ذات الأربع نجوم. ونظرا لأهمية موضوع تنمية الموارد البشرية وتحسين جودة الخدمات المقدمة في القطاع الفندقي سنحاول من خلال هذه الدراسة معرفة تأثير تنمية الموارد البشرية على جودة الخدمة الفندقية المقدمة من خلال الإجابة عن التساؤل الرئيس التالي:

- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0.05$ لتنمية الموارد البشرية بأبعادها المختلفة في تحسين جودة الخدمة الفندقية بفندق المربع الأزرق - الميلية- من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة؟

وبغية الإحاطة بإشكالية الدراسة قمنا بتقسيمها إلى مجموعة من التساؤلات الفرعية على النحو التالي:

2 - تساؤلات الدراسة:

من اجل الإلمام بجميع النواحي التي يتضمنها التساؤل الرئيسي نطرح التساؤلات التالية:

- ما هو واقع تنمية الموارد البشرية في فندق المربع الأزرق؟

- ما هو واقع جودة الخدمة الفندقية بفندق المربع الأزرق؟

- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0.05$ لتدريب الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمات الفندقية المقدمة في فندق المربع الأزرق -الميلية- من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة ؟

- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0.05$ لتعلم الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمات الفندقية المقدمة في فندق المربع الأزرق -الميلية- من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة ؟

- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0.05$ لتمكين الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمات الفندقية المقدمة في فندق المربع الأزرق -الميلية- من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة ؟

- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0.05$ للتطوير المهني للموارد البشرية في تحسين جودة الخدمات الفندقية المقدمة في فندق المربع الأزرق -الميلية- من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة ؟

3 - فرضيات الدراسة:

للإجابة عن التساؤل الرئيسي والأسئلة الفرعية، قمنا بصياغة مجموعة من الفرضيات كإجابة مسبقة عليها والتمثلة في:

الفرضية الرئيسية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0.05$ لتنمية الموارد البشرية بأبعادها المختلفة في تحسين جودة الخدمات الفندقية المقدمة في فندق المربع الأزرق من وجهة نظر أفراد العينة.

وتتبع عن الفرضية الرئيسية مجموعة من الفرضيات الفرعية على النحو التالي:

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0.05$ لتدريب الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمات الفندقية المقدمة في فندق المربع الأزرق من وجهة نظر أفراد العينة.

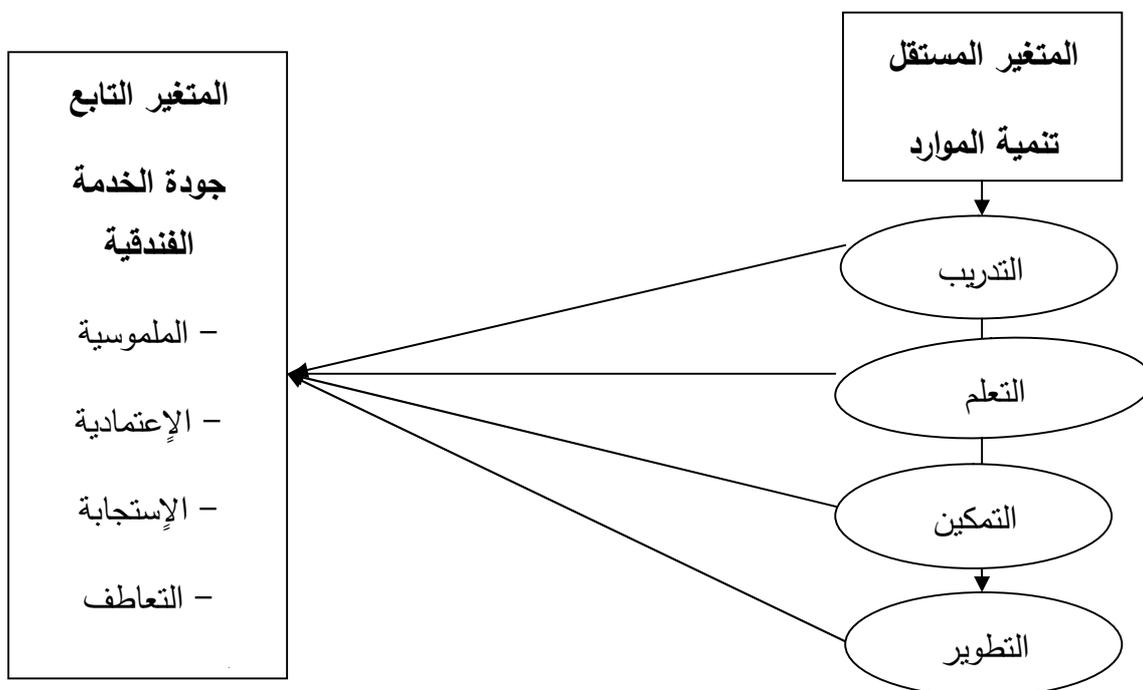
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0.05$ لتعلم الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمات الفندقية المقدمة في فندق المربع الأزرق من وجهة نظر أفراد العينة.

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0.05$ لتمكين الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمات الفندقية المقدمة في فندق المربع الأزرق من وجهة نظر أفراد العينة.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0.05$ للتطوير المهني للموارد البشرية في تحسين جودة الخدمات الفندقية المقدمة في فندق المربع الأزرق من وجهة نظر أفراد العينة.

4 - نموذج الدراسة الافتراضي:

يمكن توضيح نموذج دراستنا الذي تم إعداده بناء على الدراسات السابقة على النحو التالي:

الشكل رقم (1): النموذج الافتراضي للدراسة



المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على الدراسات السابقة.

5 - أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف أبرزها:

- التعرف على المفاهيم المتعلقة بكل من تنمية الموارد البشرية وجودة الخدمة الفندقية.
- التعرف على دور تنمية الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمة الفندقية المقدمة في فندق المربع الأزرق.
- التعرف على مدى مساهمة العنصر البشري في تنشيط قطاع الفنادق.
- التعرف على مستوى جودة الخدمات الفندقية المقدمة في فندق المربع الأزرق.

6 - أهمية الدراسة:

تتجلى أهمية هذه الدراسة فيما يلي:

- تساهم في تزويد المهتمين والمسؤولين بالمعلومات التي يحتاجونها وأهم المعوقات التي تواجه تنمية الموارد البشرية وإيجاد الآليات والحلول المناسبة من أجل تحسين جودة الخدمة الفندقية.
- تكمن أهمية هذه الدراسة في كون أن موضوع البحث من المواضيع الهامة والمؤثرة في تطوير الموارد البشرية وتحسين قدرة الفنادق في تحقيق أهدافها. إذ أن قطاع الخدمات الفندقية ما زال متأخرا بشكل ملحوظ في توفير الجهود نحو تطبيق الجودة والتميز في تقديم الخدمات من خلال تنمية وتطوير العاملين الذي يؤدي إلى تحسين جودة الخدمة الفندقية المقدمة.

7 - أسباب اختيار الموضوع:

تم اختيار الموضوع للأسباب التالية:

- الرغبة الشخصية والميول الخاص للبحث في هذا الموضوع.
- الإهتمام بدراسة إدارة الموارد البشرية التي باتت تشكل هاجسا للمنظمات بصفة عامة والمنشآت السياحية والفندقية بصفة خاصة.
- الأهمية الفائقة والعناية الكبرى التي تعنى بها تنمية المورد البشري في السنوات الأخيرة.
- هذه الدراسة تعتبر كإضافة للمسؤولين في الفندق للعمل على تنمية المورد البشري لتحسين جودة الخدمات المقدمة.
- قلة الدراسات النظرية والتطبيقية التي تناولت هذا الموضوع في القطاع السياحي بصفة عامة والفندقي بصفة خاصة.

8 - حدود الدراسة:

تتمثل حدود دراستنا فيما يلي:

- **الحدود الموضوعية:** تناولت الدراسة موضوع دور تنمية الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمة الفندقية المقدمة في فندق المربع الأزرق.
- **الحدود البشرية:** شملت الدراسة عينة من 35 عاملا بفندق المربع الأزرق.
- **الحدود المكانية:** تمت الدراسة الميدانية في فندق المربع الأزرق وهو فندق أربع نجوم بالميلية ولاية جيجل.

- الحدود الزمنية: تم إجراء الدراسة التطبيقية خلال السداسي الثاني من السنة الجامعية بين شهري أبريل وماي للسنة الجامعية 2021/2020.

9 - المنهج المتبع:

طبيعة موضوع الدراسة هي التي تحدد المنهج الملائم لها، وكيفية توظيفها لتحقيق أهداف الدراسة، وكذا اختيار الأدوات المنهجية المناسبة. ولأجل معرفة دور تنمية الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمات الفندقية المقدمة بالفندق محل الدراسة، وعلى ضوء الأسئلة التي نسعى للإجابة عليها، فإننا استخدمنا المنهج الوصفي التحليلي الذي يعتمد على دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع كما تم الإعتماد على طريقة **IMRAD** (Introduction Methods Results And Discussion) في إنجاز الدراسة.

10 - صعوبات الدراسة:

من بين الصعوبات والعراقيل التي واجهتنا أثناء القيام بهذا العمل نذكر:

- صعوبة الحصول على المعلومات من طرف العاملين وصاحب الفندق وكذلك التماطل في إرجاع الاستبيان.
- الظروف الإستثنائية التي واجهتنا في ظل جائحة كورونا.
- قوانين المكتبة المجحفة في حق الطالب والتي لا تخدم مطالبه.
- صعوبة الحصول على الملاحق التي تخدم الموضوع.
- صعوبة التوفيق بين العمل والدراسة.
- تكاليف البحث من حيث الجهد والوقت والمال.

11 - هيكل الدراسة:

تم تقسيم الدراسة إلى فصلين: الفصل الأول تناولنا فيه الأدبيات النظرية والتطبيقية للدراسة، حيث قسم إلى مبحثين: المبحث الأول تطرقنا فيه إلى عموميات حول تنمية الموارد البشرية وأبعادها، وأساسيات جودة الخدمة الفندقية وأبعادها وطرق قياسها، والمبحث الثاني: تطرقنا فيه إلى الدراسات المتعلقة بتنمية الموارد البشرية وجودة الخدمة الفندقية، ومحل الدراسة الحالية من الدراسات السابقة، أما الفصل الثاني فقد شمل الجانب التطبيقي بفندق المربع الأزرق، حيث قسم إلى مبحثين: المبحث الأول تناولنا فيه طريقة ومتغيرات الدراسة، واختبار أداة الدراسة والأساليب الإحصائية، أما المبحث الثاني فتطرقنا فيه إلى تحليل خصائص عينة الدراسة، تحليل عبارات محاور الدراسة، واختبار فرضيات الدراسة.

الفصل الأول: الأدبيات النظرية والتطبيقية

للدراصة

تمهيد

المبحث الأول: الإطار النظري للدراسة

المبحث الثاني: الأدبيات التطبيقية للدراسة

خلاصة

تمهيد:

لقد تزايد الإهتمام بالموارد البشرية على مستوى المؤسسات بشكل كبير، واعتبر بمثابة المورد الأكثر أهمية والذي قد يعوض النقص في بعض الموارد الأخرى بل وأصبح يعد بمثابة استثمار مريح للغاية، إذ تعتبر إدارة الموارد البشرية من أهم وظائف الإدارة لتركيزها على العنصر البشري.

إن تنمية الموارد البشرية تعتبر ركنا أساسيا في غالبية المنظمات حيث تهدف إلى تعزيز القدرات التنظيمية وتمكين المنظمات من استقطاب وتأهيل الكفاءات اللازمة والقادرة على مواكبة التحديات الحالية والمستقبلية، فالمورد البشري يمكن أن يساهم في تحقيق أهداف المنظمة السياحية.

وعليه سنتطرق في هذا الفصل إلى الجانب النظري لتنمية الموارد البشرية وجودة الخدمة الفندقية من خلال المباحث التالية:

- المبحث الأول: تحت عنوان الإطار النظري للدراسة حيث تطرقنا فيه إلى عموميات حول تنمية الموارد البشرية من خلال التعرف على مفهوم تنمية الموارد البشرية، مسؤوليات تنمية الموارد البشرية، أبعاد تنمية الموارد البشرية. وأيضا تطرقنا إلى أساسيات حول جودة الخدمة الفندقية من خلال التعرف على مفهومها، أبعاد جودة الخدمة الفندقية، وأخيرا طرق قياس جودة الخدمة الفندقية.
- المبحث الثاني: تطرقنا فيه إلى الدراسات السابقة المتعلقة بتنمية الموارد البشرية وجودة الخدمة الفندقية ومحل الدراسة الحالية من الدراسات السابقة.

المبحث الأول: الإطار النظري للدراسة

تعتبر إدارة الموارد البشرية من أهم الوظائف الإدارية لتركيزها على العنصر البشري، الذي يعتبر أثنى مورد لدى الإدارة والأكثر تأثيراً في الإنتاجية على الإطلاق، كما أنها تشكل ركناً أساسياً في غالبية المنظمات، حيث تهدف إلى تعزيز القدرات التنظيمية، وتمكين المنظمات من استقطاب وتأهيل الكفاءات اللازمة والقادرة على مواكبة التحديات الحالية والمستقبلية.

المطلب الأول: عموميات حول الموارد البشرية

يعتبر المورد البشري من أهم عوامل نجاح المؤسسات، إذ من خلاله يمكنها أداء وظائفها بكفاءة وفعالية وبالتالي تحقيق الأهداف المسطرة، وهذا ما يمكن ترجمته في سعيها إلى اكتساب أفضلها.

الفرع الأول: مفهوم تنمية الموارد البشرية

تناول الباحثون عدة تعريفات حول تنمية الموارد البشرية وخصائصها، سوف نتطرق إليها في هذا الفرع:

أولاً: تعريف الموارد البشرية

لقد تم تقديم العديد من التعاريف الخاصة بالموارد البشرية، إلا أننا سنقتصر هنا على بعضها بما يتماشى ودراستنا، وذلك على النحو التالي:

تعرف الموارد البشرية على أنها: "مجموعة الأفراد المشاركة في رسم أهداف وسياسات ونشاطات وإنجاز الأعمال التي تقوم بها المؤسسات"¹.

كما عرفت بأنها: "تلك الجماعات من الأفراد القادرين على أداء العمل والراغبين في هذا الأداء بشكل تام وملتزم، حيث يتعين أن تتكامل وتتفاعل القدرة مع الرغبة في إطار منسجم وتزيد فرصة الإستفادة الفاعلة لهذه الموارد، عندما تتوفر نظم تحسين تصميمها وتطويرها بالتعليم والإختيار والتدريب"².

يقصد بها: "جميع الناس الذين يعملون في المؤسسة رؤساء ومرؤوسين الذي جرى توظيفهم فيها لأداء كافة وظائفها وأعمالها تحت مظلة الثقافة التنظيمية"³.

لدى يمكن القول أن الموارد البشرية هي حلقة التميز في سلسلة الموارد، سواء على مستوى الدولة أو على مستوى المؤسسات. مما أمكننا القول بأهمية هذه الأخيرة من خلال النقاط التالية:

¹ حسين إبراهيم بلوط، إدارة الموارد البشرية، ط1، دار النهضة العربية، بيروت، 2002، ص 18.

² مدحت محمود أبو النصر، إدارة وتنمية الموارد البشرية، ط1، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2007، ص 31.

³ عمر وصفي عقيلي، إدارة الموارد البشرية المعاصرة، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص 11.

- يعد المورد البشري اليوم أداة تنافسية، يترجم هذا في الظهور القوي لمصطلح الميزة التنافسية وللموارد البشرية.
- إمتلاك موارد بشرية مبدعة ومبتكرة تسهل الاستفادة من التكنولوجيا المستوردة والتقليل من تكلفة إستخدامها.
- إستقطاب الموارد البشرية والكفاءات المبتكرة والمبدعة أصبح محور الصراع العالمي...الخ.

ثانيا: تعريف تنمية الموارد البشرية

من المنظور الواسع يمكن اعتبار تنمية الموارد البشرية على أنها: "الجهود المخططة والمحقة لتنمية مهارات وترشيد سلوكيات الأفراد العاملين بالمنظمة، بما يعظم من فعالية أداءهم وتحقيق أهدافهم الشخصية وإسهاماتهم في تحقيق أهداف المنظمة"¹.

كما يقصد بها: "زيادة المعارف والمهارات والقدرات للقوى العاملة القادرة على العمل في جميع المجالات والتي يتم انتقاؤها واختيارها في ضوء ما أجري من اختبارات مختلفة بغية رفع مستوى كفاءتهم الإنتاجية لأقصى حد"².

كما تعرف أيضا على أنها: "تراكم رأس المال البشري، وهي استثمار فعال للتنمية الاقتصادية"³.

وبالتالي يمكن القول أن المقصود بمفهوم تنمية الموارد البشرية كما يلي⁴:

- أ- العمليات المتكاملة المخططة موضوعيا والقائمة على معلومات صحيحة والهادفة إلى إيجاد قوة عمل متناسبة مع متطلبات العمل في منظمات محددة، والمتفهمة لظروف وقواعد وأساليب الأداء المطلوبة وإمكانياته.
- ب- تحسين وتطوير أنماط سلوك الأفراد والعمل على تعديل اتجاهاتهم ومعتقداتهم وذلك للتكيف مع الظروف المتغيرة في البيئة الخارجية، وجعل الأفراد أكثر قدرة على التعامل مع تلك الظروف عن طريق إحداث التوازن بين طبيعة هؤلاء الأفراد من حيث أهدافهم ودوافعهم وشخصياتهم وقدراتهم وآمالهم، وبين أعمال ووظائف وأهداف المنظمة.

¹ مدحت محمود أبو النصر، مرجع سبق ذكره، ص197.

² فيصل حسونة، إدارة الموارد البشرية، دار أسامة للنشر، الأردن، 2008، ص136.

³ منير نوري وفريد كورتل، إدارة الموارد البشرية، مكتبة المجتمع العربي للنشر، عمان، 2011، ص311.

⁴ محمد سمير أحمد، الإدارة الإستراتيجية وتنمية الموارد البشرية، دار المسيرة، الأردن، 2009، ص78.

الفرع الثاني: مسؤوليات تنمية الموارد البشرية

تعتمد مسؤوليات تنمية الموارد البشرية في معظم المنشآت على أربع مستويات رئيسية وهي¹:

أولاً: الإدارة العليا: تحمل مسؤولية تكوين وتوصيل رؤية مستقبلية واضحة عن مفهوم تنمية الموارد البشرية في المنشأة، وعليه إن كل تصرف تأخذه ينتج عنه نمو أو تقدم أو قوة العمل إذ عليها مراجعة النظم، هيكل المنشأة، سياسات الموارد البشرية، خلق البيئة المناسبة التي يمكن أن ينجح ويزدهر فيها الأفراد وتوفير الموارد المالية اللازمة والالتزام بتطبيق خطط العمل من قبل الإدارات والأقسام المختلفة...الخ.

ثانياً: الإدارة الإشرافية: فهي تحمل المسؤوليات الأساسية لضمان أن الأفراد يمكنهم تأدية وظائفهم بكفاءة وفعالية ويتمتعوا بفرص تعلم مستمرة لتسمية قدراتهم وطاقاتهم الكامنة هذه المسؤولية سواء منفردة أو بمساعدة جهة متخصصة، وتعني توفير عمل تشجيع وتدعيم، اكتساب المهارات، معرفة الاتجاهات التي يحتاجها الأفراد لكي يمكنهم من أداء أعمالهم بشكل قياسي وتقييم الأداء لمساعدة الأفراد في تنمية مهاراتهم ومراجعة وتقييم النتائج.

ثالثاً: الفرد: كعضو في فريق المنشأة فتقع عليه مسؤولية تعلم احتياجاته المرتبطة بالعمل اليومي، تغيرات وطموحات المستقبل الوظيفي.

رابعاً: الجهة المتخصصة: فالمنشأة ربما يكون لديها وظيفة متخصصة مسؤولة عن تنمية الفرد وأحياناً تكون إدارة الأفراد أو بشكل مستقل عنها وأحياناً يكون التدريب والتنمية جزء في مجال آخر للنشاط.

الجدول رقم (01): مسؤوليات تنمية الموارد البشرية وفقاً للمستويات الإدارية الثلاثة

المستوى الإداري	مسؤوليات تنمية الموارد البشرية
الإدارة العليا	<ul style="list-style-type: none"> - وجود رؤية مستقبلية عن مفهوم تنمية الموارد البشرية. - وضع الهيكل والسياسات والخطط طويلة الأجل. - تحديد مواصفات وتكلفة الجودة المطلوبة. - توفير الموارد المالية اللازمة.
الإدارة الوسطى	<ul style="list-style-type: none"> - التنظيم والتوجيه، المشاركة، التدريب.
الإدارة الإشرافية والقوى العاملة	<ul style="list-style-type: none"> - المشاركة في وضع خطط وسياسات تنمية الموارد البشرية. - المشاركة في اختيار العنصر البشري. - الكشف عن الاحتياجات التدريبية.

¹ محمد سمير احمد، مرجع سبق ذكره، ص 78.

- متابعة الأداء الفعلي.
- تحديد التكاليف المباشرة وغير مباشرة.

المصدر: محمد سمير أحمد، الإدارة الإستراتيجية وتنمية الموارد البشرية، مرجع سبق ذكره، ص 80.

الفرع الثالث: أبعاد تنمية الموارد البشرية

تنمية الموارد البشرية لا تعتبر نشاطاً مرغوباً فيه فقط بل نشاطاً رئيسياً يجب أن تمارسه المنظمة، نظراً لظهور حاجة كبيرة لرفع أو تعديل في مهارات الفرد، وذلك من خلال التدريب، التعلم، التمكين، التطوير المهني.

أولاً: مفهوم التدريب

سننتقل إلى بعض مفاهيم التدريب و أهميتها:

أ - تعريف التدريب:

يعرف التدريب على أنه: " نشاط منظم مستمر يركز على الفرد لتحقيق تغير في معارفه ومهاراته وقدراته الفنية لمقابلة احتياجات محددة في الوضع الراهن والمستقبلي في ضوء متطلبات العمل الذي يقوم به وتطلعاته المستقبلية في إطار المؤسسة التي يعمل بها"¹.

كما يقصد به: " تلك العملية المنظمة التي يقوم من خلالها تغيير سلوكيات ومشاعر العاملين من أجل زيادة وتحسين فاعليتهم وأدائهم"².

من خلال التعريفين السابقين يمكن القول بأن التدريب هو: " عبارة عن نشاط إنساني هدفه العام يركز على التحسين، ويمكن أن يمارس هذا النشاط بأسلوب فردي أو جماعي وفي كلا الحالتين، يتم من خلال صورة منظمة يمكن من خلالها تطوير معارف ومهارات العاملين من أجل تنفيذ الأعمال بطريقة أفضل وذلك بهدف رفع من كفاءة وفعالية المؤسسة"³.

¹ حسن احمد الطماني، التدريب مفهومه فعالية بناء البرنامج التدريبي وتقويمه، ط1، دار الشروق للنشر، 2002، ص2.

² السالم مؤيد سعيد ورححوش عادل الصالح، إدارة الموارد البشرية (مدخل استراتيجي)، ط1، عام الكتب للنشر، الأردن، 2009، ص130.

³ عباس انس الباسط، إدارة الموارد البشرية، ط1، دار المسيرة للنشر، الأردن، 2011، ص228.

ب - أهمية التدريب: تتلخص أهمية التدريب في¹:

- خلق الاتجاهات الإيجابية لدى العاملين نحو العمل والمؤسسة.
- يساعد العاملين في حل مشاكلهم في العمل.
- يساعد في تجديد المعلومات وتحديثها بما يتوافق مع المتغيرات المختلفة للبيئة.
- يؤدي إلى ترشيد القرارات الإدارية وتطوير أساليب وأسس ومهارات القيادة الإدارية.
- يطور وينمي الدافعية نحو الأداء، ويخلق فرصا للنمو والتطوير لدى العاملين.
- يساعد في تحسين فهم العاملين للمؤسسة وتوضيح أدوارهم فيها.
- تنمية القدرات الذاتية للإدارة والرفاهية لدى العاملين.

ثانيا: مفهوم التعلم:

توجد العديد من التعاريف حول التعلم سنتطرق إليها مع عرض أهميتها:

أ - تعريف التعلم:

يعرف على أنه: "التغير المتواصل والنسبي في سلوك الفرد اعتمادا على حصيلة خبراته المتراكمة، وعليه نميز بين نوعين من التغير، الأول يحصل نتيجة النمو والتطور والتنشئة الطبيعية التي يمر بها الفرد، حيث أن مثل هذا التغير يأخذ مجاله كنتيجة للعلاقات والظروف غير الرسمية التي يمر بها الفرد والتغير الثاني هو نتيجة للجهود الرسمية التي يبذلها المجتمع"².

ويقصد به: "مهارة أو معرفة خاصة عبر سياق معين وعلاقات خاصة بين أفراد معينين، لهذا فإنه لا يمكن أن يتم إلا داخل العمل وسياقه وبالتفاعل مع أفراد، وأشياءه وباللغة والقيم وأسرار العمل السائدة فيه"³.

ب - أهمية التعلم: إذ تكمن أهمية التعلم في⁴:

- أن أغلب المشكلات التي تعاني منها المؤسسات أو العاملين ترجع لمشاكل سابقة وعدم وضع حلول ناجحة لها.

¹ سهيلة محمد عباس، إدارة الموارد البشرية (مدخل استراتيجي)، ط2، دار وائل للنشر الأردن، ص ص 187-188.

² جنيفر جوي وآخرون، تنمية الموارد البشرية، ترجمة علاء احمد إصلاح، ط1، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2008، ص 152.

³ نجم عبود نجم، إدارة المعرفة . مفاهيم واستراتيجيات والعمليات ، ط2، مؤسسة الوراق للنشر، عمان ، 2007، ص 239.

⁴ عامر خضير الكبيسي، إدارة المعرفة وتطوير المنظمات، دار الإسكندرية للنشر، مصر، 2004، ص ص 100 - 101.

- أي تحسن أو تراجع في الأداء على المدى القصير سوف يؤدي إلى نتائج كبيرة على المدى الطويل سواء كان سلبياً أو ايجابياً.
- اتخاذ أصناف الحلول أو الحلول الوقتية سوف يؤدي إلى إعادة المشاكل وعدم حلها بشكل نهائي.
- التغييرات البسيطة والصغيرة حين تكون تابعة من رؤية شاملة ستقود إلى نتائج فاعلة أكثر من التغييرات الكبيرة.
- القدرة على التكيف في ظل المتغيرات المتعاضمة والمنافسة الشرسة لا تتم إلا من خلال تصحيح الانحرافات والاستفادة من الأخطاء وزيادة درجة الانتباه في المنظمة.

ثالثاً: مفهوم التمكين:

سنتناول تعريف التمكين وأهميته كالتالي:

أ - تعريف التمكين:

يعرف التمكين: " لغة حسب ما ورد في معجم العرب بمعنى القدرة، أما في معجم الوسيط مكن له في الشيء أي جعل عليه سلطاناً وقدرة وسهل ويسر عليه"¹.

ويبرز روبنز ستيفن مفهومه بأنه: " الطريقة التي من شأنها زيادة دافعية العمل الفعلية والجوهرية للعاملين"².

ويقصد به أيضاً: " ذلك المزيج المتكامل من المبادرات والإجراءات المتخذة من طرف المنظمة أو المديرين مباشرة اتجاه العاملين، قصد الوصول إلى درجة معينة من تقبلهم لواقع التواجد ضمن فريق العمل داخل المنظمة عن طريق انتهاج أساليب في العديد من مستويات الإدارة كتفويض السلطة والمشاركة والاستقلالية".

ب - أهمية التمكين: للتمكين أهمية كبيرة نذكر منها³:

- حاجة المنظمة إلى أن تكون أكثر استجابة للسوق.
- يؤدي إلى انخفاض عدد المستويات الإدارية في الهياكل التنظيمية.
- توفير المزيد من الرضا الوظيفي والتحفيز والحاجة للاستغلال الأمثل لجميع الموارد المتاحة.
- أهمية سرعة اتخاذ القرارات وإطلاق القدرات الإبداعية للأفراد.

¹ محمد بن مكرم بن منظور، **لسان العرب**، ط3، دار صفاء للنشر، بيروت، مج1، 1994، ص7.

² Robbins Stephen, **organizational behavior :concepts controversies and applications** , 6th edition, prentice-h all INC, englwood, chiffs, N-J , USA, 1993,p682

³رامي جمال اندراوس، **الإدارة بالثقة والتمكين**، عالم الكتاب الحديث، الأردن، 2008، ص 146.

- الحاجة إلى عدم اشتغال الإدارة العليا بالأمور اليومية وتركيزها على القضايا الإستراتيجية طويلة الأجل.

رابعاً: مفهوم التطوير المهني:

سننتظر إلى تعريف التطوير المهني و وسائل فاعليته:

أ - تعريف التطوير المهني:

يقصد بالتطوير المهني: "بمعناه المبسط التطوير الذي يحصل خلال حياة الفرد العملية، كما أنه يمكن تعريفه بصورة أوسع بأنه تعاقب المواقع التي يحتلها الأفراد خلال حياتهم العملية"¹.

ويمكن تعريفه أيضاً: "بأنه إعداد خطة للأفراد الذين سيشغلون الوظائف داخل المؤسسة التي قامت بإعداد الدراسة وتحديد احتياجاتها من القوى العاملة للوصول إلى أهدافها"².

ب - وسائل زيادة فاعلية التطوير المهني للأفراد العاملين³: هناك عدة وسائل لزيادة فاعلية التطوير المهني نذكر منها:

- إناطة الأعمال المهمة والمتحدية للأفراد.

- نشر وتوضيح المعلومات اللازمة للأفراد.

- تقديم الاستشارات حول المهنة.

- التغيرات الدورية للعمل.

المطلب الثاني: أساسيات جودة الخدمة الفندقية

يعد موضوع جودة الخدمة الفندقية من الموضوعات التي نالت اهتمام مختلف الباحثين في مجال التسويق والسياحة، وخاصة الذين يبحثون عن إشباع حاجات ورغبات زبائنهم، فقد أدركت الفنادق أن تقديم خدمة بجودة مرتفعة يعد أكثر الأساليب فعالية لضمان تفوقها على منافسيها، إذ يتوقف نجاح المنشآت الفندقية على نجاح إدارتها ومدى تفهمها لكفاءة موردها البشري.

¹ سهيلة محمد عباس وعلي حسين علي، إدارة الموارد البشرية، ط2، دار وائل للنشر، عمان، 2007، ص153.

² محمد فاتح صالح، إدارة الموارد البشرية، دار الحامد للنشر، عمان، 2001، ص 155.

³ سهيلة محمد عباس وعلي حسين علي، مرجع سبق ذكره، ص ص 160 - 161.

الفرع الأول: مفهوم جودة الخدمة الفندقية

قبل التطرق إلى مفهوم الخدمة الفندقية نقوم بتعريف الخدمة حيث تعرف على أنها: "عبارة عن نشاطات أو منفعة يقدمها طرف إلى طرف آخر وتكون في الأساس غير ملموسة ولا يترتب عنها أي ملكية"¹.

أولاً: مفهوم الخدمة الفندقية:

سنوضح ماهية جودة الخدمة الفندقية من خلال التعرف على مفهوم الخدمة الفندقية، خصائص الخدمة الفندقية، جودة الخدمة الفندقية

1. تعريف الخدمة الفندقية:

عرفها مقابلة خالد بأنها: "عبارة عن مزيج بين عناصر مادية المتمثلة في طعام، شراب... الخ. وعناصر عاطفية إحساسية والتي تقسم إلى جزأين الصورة الذهنية أي الطريقة التي يقدم الفندق من خلالها نفسه للعملاء الحاليين أو المرتقبين، وكذلك الجو العام للفندق، أو ماذا يتوقع أن يأخذوا حيزاً في الفندق"².

تعرف أيضاً: "تلك الجهود التي تقوم على البعد الإجرائي والبعد الشخصي كأبعاد مهمة في تقديمها، حيث يتكون البعد الإجرائي من نظم وإجراءات محددة لتقديمها، أما البعد الشخصي فهو كيفية تفاعل وتعامل العاملين مع الزبائن"³.

يقصد بها: "مجموعة من النشاطات والأعمال توفر للسياح الراحة والتسهيلات عند شراء أو استهلاك الخدمات الفندقية خلال وقت سفرهم وإقامتهم في الفنادق بعيداً عن سكنهم الأصلي"⁴.

من خلال التعاريف السابق نستنتج أن الخدمة الفندقية: "مجموعة من النشاطات والجهود المنظمة، التي تعتمد على عناصر مادية مثل الطعام و الشراب... الخ، وعناصر غير مادية مثل الراحة والمتعة، من أجل تحقيق منافع للضيوف خلال مدة إقامتهم لقاء مقابل مادي".

2. خصائص الخدمة الفندقية⁵:

- اختلاف طبيعة المنتج، فالمنتجات الفندقية غير ملموسة، إذ تعتبر العاملون جزء من الخدمة.

¹ بشير العلاق، ثقافة الخدمة، دار اليازوري للنشر، عمان، 2009، ص 149.

² خالد مقابلة، التسويق الفندقي، ط1، دار وائل للنشر، عمان، 2011، ص 99.

³ مأمون دراركة وطارق شلبي، الجودة في المنظمات الحديثة، ط1، دار صفاء للنشر، عمان، 2002، ص 18.

⁴ ناريمان مشري، الإعلام الإلكتروني ودوره في الترويج للرحلات السياحية، مذكرة شهادة ماستر للعلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم العلوم الإنسانية، جامعة العربي تبسي، تبسه، 2016، ص 27.

⁵ إياد شوكت منصور، إدارة خدمة العملاء، ط1، دار كنوز المعرفة للنشر، عمان، 2008، ص 180.

- صعوبة تخطيط الخدمة أي عدم إمكانية تقديم خدمات متجانسة.

- تلاشي الخدمة وزوالها بعد تقديمها، ومن ثم عدم إمكانية الاستفادة من نتائجها.

- الخدمة لا تحتاج إلى الاستخدام الكثيف لقنوات التوزيع المادية، بالإضافة إلى صعوبة توحيد جودة الخدمة الفندقية.

- تفاعل السياح مع عملية الإنتاج.

ثانياً: مفهوم جودة الخدمة الفندقية

تعددت مفاهيم جودة الخدمة الفندقية مع مرور الزمن سنتناول هنا بعضاً من مفاهيمها التي تخدم دراستنا:

1. تعريف الجودة:

قبل تعريف جودة الخدمة الفندقية نتطرق لتعريف الجودة: "يرجع مفهوم الجودة Quality إلى الكلمة اللاتينية Qualitas والتي تعني طبيعة الشخص أو طبيعة الشيء أو لدرجة الصلابة، قديماً كانت تعني الدقة والإتقان في تصنيع الآثار التاريخية والدينية من تماثيل وقلاع وقصور لأغراض التفاخر بها، أو استخدامها لأغراض الحماية"¹.

عرفتها الجمعية الفرنسية لمعايير الجودة على أنها: "مجموعة الخصائص ومميزات المنتج أو الخدمة التي تغطي القدرة على تلبية الاحتياجات المعبر عنها أو الضمنية"².

2. تعريف جودة الخدمة الفندقية:

حيث عرفت على أنها: "مجموعة من الصفات والخصائص والمنافع القيمة التي تتمتع بها الخدمة، بحيث تكون قادرة على تلبية مطالب الزبائن الحالية والمستقبلية وبسعر مناسب لتحقيق رضاهم وإسعادهم، ويتم ذلك من خلال مقاييس مسبقة لتقييم الخدمة وتحقيق صفة التميز فيها"³.

ويقصد بجودة الخدمة الفندقية المقدمة: "سواء كانت المتوقعة أو المدركة أي التي يتوقعها العملاء أو التي يدركونها في الواقع العملي. هي المحدد الرئيسي لرضا المستهلك أو عم رضاه، وتعتبر في الوقت نفسه من الأولويات الرئيسية للمنظمات التي تزيد مستوى النوعية في خدماتها"⁴.

¹ مأمون الداركة، إدارة الجودة الشاملة وخدمة العملاء، ط1، دار الصفاء للنشر، عمان، 2008، ص15.

² فريد كورتل، تسويق الخدمات، دار كنوز المعرفة للنشر، عمان، 2009، ص13.

³ الهام يحيى وليلى بوحديدي، تقييم جودة الخدمات الفندقية ومستوى رضا الزبائن عنها دراسة حالة فندق سليم ولاية باتنة، مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية، ص230.

⁴ مأمون الداركة، مرجع سبق ذكره، ص181.

الفرع الثاني: أبعاد جودة الخدمة الفندقية

إن قياس جودة الخدمة الفندقية بشكل عام يتم من خلال عدة أبعاد تمتاز بها الخدمة، وتمثل أهم متطلبات الزبائن، فقد تناول العديد من الكتاب والباحثين في مجال إدارة الإنتاج والعمليات والجودة أبعاد جودة الخدمة بشكل عام وصنفوها إلى عدة تصنيفات، أما أبعاد جودة الخدمة الفندقية فيمكن تلخيصها على النحو التالي¹:

أولاً: الملموسية: هي التسهيلات المادية المتاحة لدى المنظمة الخدمية، فعلى الرغم من أن المنظمات الفندقية تعتمد على العنصر البشري بالدرجة الأولى في تقديم خدماتها إلا أنه لا بد من توفير جوانب ملموسة ذات درجة عالية من التكنولوجيا، تساعد على تقديم الخدمات بشكل أفضل للنزلاء، فضلاً عن وضع ديكورات وأثاث ومظهر لائق للعاملين يتناسب مع درجة الفندق، إذ أن نظرة النزلاء إلى جمالية المنظمة الفندقية تمكنهم من تقييم جودة خدماتها.

ثانياً: الإعتدائية: هي القدرة على تقديم خدمة توافق توقعات العميل وتمكنه من الاعتماد عليها بدرجة فعالية من الصحة والدقة، ويعد هذا البعد من أهم الأبعاد التي لها الأولوية في قطاع الخدمات، كما أكدت ذلك أغلب الدراسات إذ أن الإعتدائية في المنظمة الفندقية تعد معياراً أساسياً للنزلاء في تقييم جودة الخدمة المقدمة.

ثالثاً: الاستجابة: هي قدرة مقدم الخدمة على الاستعداد لتقديم الخدمة للعميل بشكل دائم في الوقت الذي يحتاج إليه العميل، ويتطلب من مقدم الخدمة الرغبة والاستعداد في خدمة النزلاء دون أي تردد أو ملل، إذ أن الاستجابة لمتطلبات وحاجات النزلاء والعمل على تلبيةها في الوقت المحدد تشعرهم بأن المنظمة الفندقية مهتمة بهم وتعمل على تقديم أفضل الخدمات لهم.

رابعاً: التعاطف: هو مدى قدرة مقدم الخدمة على فهم حاجات العميل وتحديدها، حيث يستطيع مقدم الخدمة في بعض الأحيان كسب رضا النزلاء من خلال مجاملته أو ملاطفته بأسلوب مهذب ومحترم، إذ ينبغي أن يتحلى مقدمو الخدمات في المنظمات الفندقية بالقدرة على الحديث بأسلوب لطيف ومهذب مع النزلاء.

خامساً: الأمان والثقة: هما درجتا الشعور بالطمأنينة إلى الخدمة وإلى مقدم الخدمة، كتوفير السلامة والأمان من الحرائق أو السرقات أو الاعتداءات أو الحوادث، إذ ينبغي أن تضمن المنظمة الفندقية الأمان للنزلاء وممتلكاته الموجودة في الفندق. وأن عدم توفير الأمان لهم قد يضعف نسبة الإشغال الفندقي حتى لو توفرت أبعاد الجودة الأخرى.

¹ ريزان منصور ونور محمود إبراهيم، 2016/07/27، قياس مستوى جودة الخدمات الفندقية المقدمة في فنادق محافظة اللاذقية من

جهة نظر النزلاء (دراسة حالة فندق اقاميا)، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، العدد 4، ص ص 422 - 423.

الفرع الثالث: طرق قياس جودة الخدمة الفندقية

هناك مجموعة من الطرق لقياس جودة الخدمة الفندقية نذكر منها:

أولاً: نموذج الجودة قران روس (GRENR): ويعتمد هذا النموذج على أربعة أنواع للجودة تتطلب تعاون كل الأفراد داخل الفندق لتقديم الجودة المتوقعة، وهي جودة التصميم، جودة الإنتاج، وجودة التسليم وجودة العلاقات وبطبيعة الحال فإن الطريقة التي يتم بها إدارة الجوانب المختلفة. للجودة تأثير على إدراك العميل لها. إذ أن كل من الجودة الفنية والجودة الوظيفية تتأثران بهذه المصادر للجودة. ويتحدد إدراك العميل للجودة من خلال مقارنته بالتوقعات¹ التي سبق أن تشكلت والخبرات التي تحصل عليها عند تقديم الخدمة إليه، بالإضافة إلى الصورة الذهنية عن المنظمة والتي تلعب دوراً مساعداً إذا كانت إيجابية وتجعل الخدمة أقل جاذبية إذا كانت الصورة الذهنية سلبية².

ثانياً: نموذج تحليل الفجوات: ويوضح هذا النموذج بداية كيف تنشأ جودة الخدمة وماهية الفجوات التي يمكن أن تسبب مشاكل في تسليم الخدمة وتتمثل هذه الفجوات فيما يلي:

الفجوة الأولى: وتظهر الاختلاف بين توقعات الزبائن وإدراك وتفهم الإدارة لهذه التوقعات.

الفجوة الثانية: وتظهر هذه الفجوة الاختلاف بين إدراك الإدارة لما يتوقعه الزبون وإمكانيات التصميم لنظام تسليم الخدمة.

الفجوة الثالثة: وتتعلق بالاختلاف بين الخدمة المصممة وما يتم تسليمه فعلاً إلى الزبون والوعود التي قدمها الفندق.

الفجوة الرابعة: تشير إلى الفرق بين ما تم تسليمه فعلاً إلى الزبون والوعود التي قدمها الفندق.

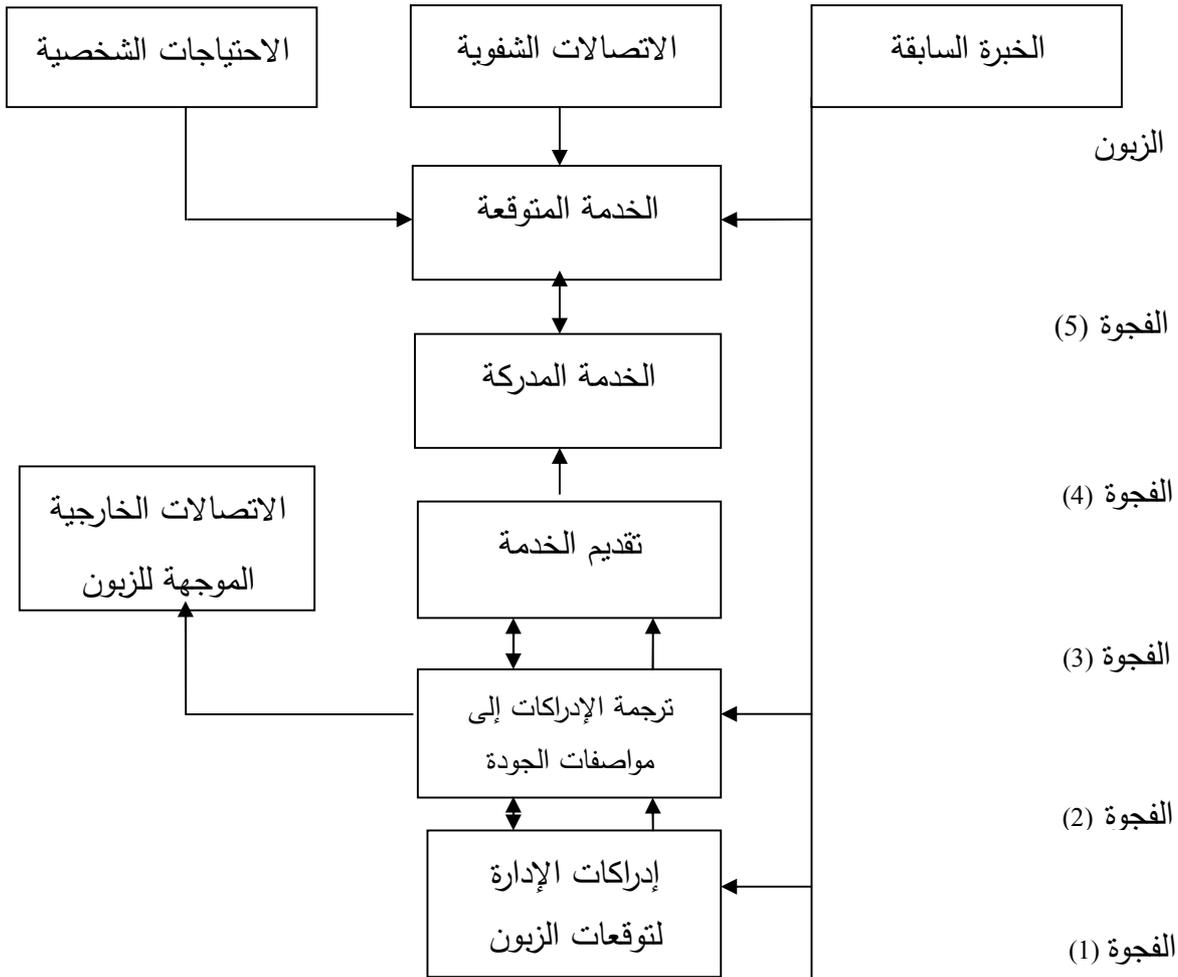
الفجوة الخامسة: وتتعلق بالمقارنة بين توقعات الزبائن عن الخدمة وإدراكهم لما سيتم استلامه أي الفرق بين الجودة المتوقعة والجودة المدركة.

والشكل التالي يوضح ذلك:

¹ يعقوب مريم، دور التسويق الاجتماعي في تفعيل جودة الخدمة الفندقية دراسة حالة لعينة من الفنادق في ولاية جيجل، مذكرة شهادة الماستر في العلوم التجارية، تخصص تسويق فندي وسياحي، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، الجزائر، 2019، ص 30 - 31.

² يعقوب مريم، مرجع سبق ذكره، ص 30 - 31.

شكل رقم (02): نموذج تحليل الفجوات



Source: PH.K. BERNART , marketing management 10eme édition, paris, 2002 , p 452.

ثالثاً: مقياس الأداء الفعلي للخدمة (Servperf): نتيجة للانتقادات التي وجهت سابقاً لنموذج الفجوات لجأت بعض الدراسات الأخرى إلى استخدام مقياس الأداء الفعلي، والذي يركز على الأداء الفعلي للخدمة المقدمة باعتبار أن جودة الخدمة يمكن الحكم عليها بشكل مباشر من خلال اتجاهات الزبائن، ويمكن التعبير عن ذلك بالمعادلة التالية¹:

$$\text{جودة الخدمة} = \text{الأداء}$$

¹ فليسي ليندة، واقع جودة الخدمات في المنظمات الفندقية ودورها في تحقيق الأداء المتميز، مذكرة شهادة بدرجة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص تدبير المنظمات، جامعة محمد بوقرة، بومرداس، الجزائر، 2012، ص ص 68 - 69.

ويعتبر مقياس الأداء الفعلي أبسط وأسهل في التطبيق من مقياس الفجوات نظراً لأن هذا الأخير يحتوي على عمليات حسابية معقدة، فضلاً عن صعوبة تعريف توقعات الزبائن وقياسها في الواقع العملي، إلا أنه لم يسلم من الانتقادات والتي تتمثل في¹:

- إهماله لقياس توقعات الزبائن حول مستوى جودة الخدمة المراد الحصول عليها.
- قصور منهجية القياس والطرق الإحصائية المستخدمة للتحقق من ثباته ومصداقيته.
- لا يتضمن الأبعاد التنظيمية والإدارية وأداء العاملين في القياس والتي تعتبر بمثابة المحددات الهامة والمؤثرة في مستوى جودة الخدمة المقدمة.

¹ فليسي ليندة، مرجع سبق ذكره، ص 69.

المبحث الثاني: الأدبيات التطبيقية للدراسة

سنحاول من خلال هذا المبحث التطرق إلى أهم الدراسات المتعلقة بموضوع الدراسة.

المطلب الأول: الدراسات المتعلقة بتنمية الموارد البشرية وجودة الخدمة الفندقية:

سننتقل في هذا المطلب إلى الدراسات التي تناولت العلاقة بين تنمية الموارد البشرية وجودة الخدمة الفندقية.

الفرع الأول: الدراسات السابقة

أولاً: (دراسة جمال شنة وعيسى إسماعيل 2020)، بعنوان: "جودة الخدمات الفندقية كمدخل لتحقيق رضا العميل" دراسة حالة فنادق تيسمسيلت مقال بمجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية، والتي هدفت إلى تحديد واقع جودة الخدمة بفنادق تيسمسيلت، من خلال أبعادها الخمسة بقياس مستوى الجودة المدركة من قبل عملاء الفنادق المبحوثة وتأثير ذلك على رضاهم بالإضافة إلى تحديد أي من هذه الأبعاد الأكثر تأثيراً في مستوى الرضا. وتمثلت عينتها في جميع عملاء الفنادق المتواجدة بإقليم ولاية تيسمسيلت، وتم اختيارها عشوائياً حيث بلغ عدده 100 استبيان لجمع البيانات وفق المنهج الوصفي التحليلي وكان من أبرز نتائجها:

- توجد علاقة وارتباط قوي بين أبعاد جودة الخدمة ورضا العملاء.

- وجود تأثير لجودة الخدمة على رضا العميل.

- بينت الدراسة أن بعد الاعتمادية هو أكثر الأبعاد تأثيراً على رضا العملاء.

ثانياً: دراسة (سمية سامر وإسماعيل عيسى، 2019)، بعنوان: "إستراتيجية تنمية الموارد البشرية كآلية لتحسين جودة الخدمات الفندقية"، هدفت هذه الدراسة إلى تحديد العلاقة بين إستراتيجية تنمية الموارد البشرية وجودة الخدمات الفندقية مع دراسة حالة فندق ملاس ذات الأربع نجوم بولاية تيسمسيلت، مقال بمجلة تنمية الموارد البشرية للدراسات والأبحاث، حيث تم الاعتماد في جمع البيانات والمعلومات عن طريق مقابلة مدير الفندق بالإضافة إلى توزيع 33 استبياناً على نزلاء الفندق وتم إخضاعها للأساليب الإحصائية وذلك باستخدام برنامج SPSS بالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، ومن أهم نتائجها:

- الفندق يتبع إستراتيجية تنمية الموارد البشرية فعالة وشاملة لكل عمال الفندق.

- وجود جودة في الخدمات الفندقية المقدمة للنزلاء.

- وجود علاقة قوية بين إستراتيجية تنمية الموارد البشرية وجودة الخدمة الفندقية.

ثالثا: (دراسة يحيوي إلهام وبوحديد ليلي 2018)، بعنوان: "تقييم جودة الخدمات السياحية بالوكالات السياحية ورضا الزبائن عنها"، مقال بمجلة إدارة الأعمال و الدراسات الاقتصادية، هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على ماهية الخدمات السياحية بالوكالات السياحية والتطرق إلى تقييم جودتها وعلاقتها برضا الزبائن، وإبراز واقع مستوى جودة الخدمات السياحية بالوكالات السياحية ورضا الزبائن عنها، دراسة حالة وكالة لبيب تور للسياحة والأسفار بباتنة، حيث تمثلت عينتها في الزبائن الأكثر ترددا على الوكالة والتي تم اختيارها عشوائيا وتم استخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وذلك وفق المنهج الوصفي التحليلي ومن أهم نتائجها:

- تقييم إيجابي لجودة خدمات الوكالة من قبل زبائنها

- عدم وجود فوارق بين آراء وانطباعات أفراد عينة الدراسة نحو جودة الخدمات السياحية باختلاف الجنس، السن... الخ.

رابعا: (دراسة يحيوي خديجة 2017)، بعنوان: " دور تنمية الموارد البشرية في تطوير الخدمات في المنظمات السياحية دراسة حالة مجموعة من المنظمات السياحية في الجزائر شهادة دكتوراه (جامعة بومرداس كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير)، التي هدفت إلى معرفة أسباب تأخير قطاع السياحة في الجزائر، وهل يمكن السبب في عدم كفاءة الموارد البشرية في هذا القطاع (مدى مساهمة العنصر البشري في ضعف أداء قطاع السياحة في الجزائر)، وتمثلت عينتها في عينة عشوائية من موظفي مجموعة المنظمات السياحية كفندق الأوراسي... والبالغ عددهم 215 استمارة (بمتوسط 20 استمارة لكل فندق و 10 لكل وكالة سياحية)، واستخدمت أداة الاستبيان لجمع البيانات وفق المنهج الوصفي التحليلي وكان من أبرز نتائجها:

- وجود علاقة وإن كانت ضعيفة إستراتيجية تنمية موارد البشرية ومستوى الخدمات في المنظمات محل الدراسة المتمثلة في أداء مواردها البشرية والذي تم تحديده في معرفة سلوك ومهارات الموظفين.

- تبيان أن الضعف يكمن بصفة خاصة في إستراتيجية التدريب.

خامسا: (دراسة فتاح سفيان 2017)، بعنوان: " دور جودة الخدمات الفندقية في تحقيق رضا الزبائن" مذكرة ماستر في العلوم التجارية. هدفت الدراسة إلى التعرف على العلاقة الموجودة بين جودة الخدمات الفندقية ورضا الزبون فندق قورارة بتيميمون أدرار من خلال أبعاد الجودة الخمسة (الاعتمادية، الاستجابة، التعاطف، الملموسية والأمان) وتمثلت عينتها في زبائن فندق قورارة البالغ عددهم 55 استمارة، واستخدمت أداة الاستبيان لجمع البيانات وفق المنهج الوصفي التحليلي وكان من أبرز نتائجها:

- وجود علاقة إحصائية بين جودة الخدمات الفندقية ورضا الزبائن.

- عدم وجود علاقة بين (الاعتمادية، الاستجابة، الملموسية) ورضا الزبائن.

- وجود علاقة بين (التعاطف، الاستجابة) ورضا الزبائن.

سادسا: (دراسة فهد منذر مشعل 2015)، بعنوان: "أثر جودة الخدمات الفندقية على رضا ضيوف فنادق فئة الخمس نجوم". هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر جودة الخدمات الفندقية على رضا الضيوف من خلال محاور الدراسة الخمسة (الاعتمادية، الأمان، التعاطف، الاستجابة، المستلزمات المادية). وتمثلت عينتها في مجموعة من ضيوف فنادق فئة الخمس نجوم في مدينة عمان والبالغ عددهم 400 استمارة واستخدمت أداة الاستبيان لجمع البيانات وفق المنهج الوصفي التحليلي وكان من أبرز نتائجها:

- وجود أثر لجودة الخدمات الفندقية وبكفاءة متغيرات الدراسة المستقلة (الاعتمادية، الأمان، التعاطف، الاستجابة والمستلزمات المادية) على رضا الضيوف.

- احتلت لمستلزمات المادية المرتبة الأولى في التأثير، واحتلت الاستجابة المرتبة الأخيرة في التأثير على رضا الضيوف.

سابعا: (دراسة سراج وهيبية 2012)، بعنوان: "إستراتيجية تنمية الموارد البشرية كمدخل لتحسين الأداء المستدام في المؤسسة الاقتصادية" رسالة ماجستير تخصص إدارة أعمال الإستراتيجية للتنمية المستدامة، إذ ركزت الباحثة في دراستها على الأهمية الإستراتيجية لتنمية الموارد البشرية من خلال مجموعة من العناصر كالإستراتيجية التنظيمية، المناهج الخاصة بتنمية الموارد البشرية في تحسين الأداء المستدام للمؤسسة الاقتصادية، تحديد دور إستراتيجية تنمية الموارد البشرية في تحسين كل من الأداء الاقتصادي، الأداء الاجتماعي، الأداء البيئي للمؤسسة،... الخ، حيث قامت بتحديد دور التدريب في تحسين وتطوير أداء الموارد البشرية على اعتبار أن التدريب يعد من الوسائل المهمة لإعداد وتنمية الموارد البشرية، حيث اعتمدت على الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وذلك باستخدام المنهج الوصفي التحليلي، حيث توصلت في الأخير على:

- وجود علاقة تأثير متبادل بين تنمية الموارد البشرية والإنتاجية في المؤسسة الاقتصادية.

- مهارات الموارد البشرية تزداد عن طريق الاستثمار البشري من خلال التعليم، التدريب والذي يعطيها دافعية أكبر لتحسين أدائها فتنحسن إنتاجيتها.

- تعتمد المؤسسة على إستراتيجية واحدة في تنمية مواردها البشرية ألا وهي إستراتيجية التكوين والذي يأخذ غالبا شكل التدريب المهني.

ثامنا: (دراسة أيوب صكري وأحمد بن عيشاوي)، بعنوان: "أثر الرضا الوظيفي على جودة الخدمات الفندقية دراسة ميدانية لعينة من فنادق صنف ثلاثة نجوم بولاية المدية"، والتي عالجت الإشكالية التالية: ما مدى تأثير الرضا الوظيفي على جودة الخدمات الفندقية، هدفت هذه الدراسة إلى تحديد أثر الرضا الوظيفي للموظفين على جودة

الخدمات الفندقية وتوضيح المقاربة النظرية بين الرضا الوظيفي للموظفين وجودة الخدمات الفندقية في المؤسسة المدروسة كان متوسطاً، من أهم نتائجه:

- علاقة ارتباط إيجابية بين الرضا الوظيفي وجودة الخدمات الفندقية في المؤسسة المدروسة.
- وجود تأثير إيجابي لأبعاد الرضا الوظيفي مجتمعة على جودة الخدمات الفندقية المقدمة.

الفرع الثاني: أوجه الاتفاق والاختلاف بين الدراسات السابقة

بعد استعراض الدراسات السابقة تبين أن:

أولاً: بعض الدراسات أخذت تنمية الموارد البشرية كمتغير مستقل: مثل دراسة سمية سامر وإسماعيل عيسى 2019 ودراسة يحيى خديجة 2017، ودراسة سراج وهيبة 2012. بينما أخذت دراسات أخرى جودة الخدمة الفندقية كمتغير مستقل: مثل دراسة جمال شنة وعيسى إسماعيل 2020، ودراسة يحيى الهام وبوحديد ليلي 2018 ودراسة فتاح سفيان 2017، ودراسة فهد منذر مشعل 2015

ثانياً: أخذت جودة الخدمة الفندقية كمتغير تابع في دراستي أيوب صكري وأحمد بن عيشاوي، ودراسة سمية سامر وإسماعيل عيسى 2019.

ثالثاً: اتفقت بعض الدراسات السابقة على هدف مشترك وهو أثر تنمية المورد البشرية في تحسين جودة الخدمة الفندقية المقدمة وإرضاء المنشأة الفندقية بالإضافة إلى أثر تنمية الوارد البشرية في تحقيق رضا ضيوف الفندق.

رابعاً: اختلفت الدراسات السابقة في مجتمع عينة الدراسة حيث كانت العينات من موظفي الفندق وزبائنه وعملائه... الخ.

خامساً: استخدمت الدراسات السابقة أداة الاستبيان لجمع البيانات، باستثناء دراسة سمية سامر وإسماعيل عيسى 2019 حيث استخدمت الاستبيان إضافة إلى المقابلة الشخصية.

سادساً: اتفقت الدراسات السابقة في المنهج، حيث وظفت المنهج الوصفي التحليلي.

المطلب الثاني: محل الدراسة الحالية من الدراسات السابقة

سنحاول من خلال هذا المطلب التطرق إلى أهم الدراسات السابقة المتعلقة بتنمية الموارد البشرية وجودة الخدمات الفندقية ومقارنتها بالدراسة الحالية.

الجدول رقم(02): محل الدراسة الحالية من الدراسات السابقة

الدراسة الحالية		الدراسات السابقة
أوجه الاختلاف	أوجه الإتفاق	
<p>- اعتمدت الدراسة على جودة الخدمة الفندقية كمتغير تابع، أما الدراسة السابقة كمتغير مستقل.</p> <p>- عينة الدراسة تمثلت في موظفو الفندق، أما الدراسة السابقة تمثلت في زبائن الفندق.</p>	<p>- اعتمدت كلتا الدراستين على المنهج الوصفي التحليلي.</p> <p>- اعتمدت الدراستين على الإستبيان في جمع البيانات.</p>	<p>أولاً: دراسة جمال شنة وعيسى إسماعيل بعنوان "جودة الخدمات الفندقية كمدخل لتحقيق رضا العميل".</p>
<p>- الدراسة السابقة اعتمدت على الإستبيان والمقابلة معاً.</p>	<p>- اعتمدت كلتا الدراستين على المنهج الوصفي التحليلي.</p> <p>- اعتمدت الدراستين على الإستبيان في جمع البيانات.</p> <p>- اعتمدت كلتا الدراستين على تنمية المورد البشري كمتغير مستقل.</p> <p>- اعتمدت كلتا الدراستين على جودة الخدمة الفندقية كمتغير تابع.</p>	<p>ثانياً: دراسة سمية سامر وإسماعيل عيسى بعنوان "إستراتيجية تنمية الموارد البشرية كآلية لتحسين جودة الخدمات الفندقية"</p>
<p>- تناولت الدراسة الخدمات الفندقية بصفة خاصة، أما الدراسة السابقة تناولت جودة الخدمات السياحية بصفة عامة.</p>	<p>- اعتمدت كلتا الدراستين على المنهج الوصفي التحليلي.</p> <p>- اعتمدت الدراستين على الإستبيان في جمع البيانات.</p> <p>- اعتمدت الدراسة على نفس المتغير المستقل.</p> <p>- اعتمدت كلتا الدراستين على موظفي الفنادق محل الدراسة.</p>	<p>رابعاً: دراسة يحيى خديجة بعنوان "دور تنمية الموارد البشرية في تطوير الخدمات في المنظمات السياحية"</p>

<p>- اعتمدت الدراسة على جودة الخدمة الفندقية كمتغير تابع، أما الدراسة السابقة كمتغير مستقل.</p> <p>- عينة الدراسة تمثلت في موظفو الفندق، أما الدراسة السابقة تمثلت في زبائن الفندق.</p>	<p>- اعتمدت كلتا الدراستين على المنهج الوصفي التحليلي.</p> <p>- اعتمدت الدراستين على الإستبيان في جمع البيانات.</p>	<p>خامسا: دراسة فتاح سفيان بعنوان "دور جودة الخدمات الفندقية في تحقيق رضا الزبائن"</p>
<p>- اعتمدت الدراسة على جودة الخدمة الفندقية كمتغير تابع، أما الدراسة السابقة كمتغير مستقل.</p> <p>- عينة الدراسة تمثلت في موظفو الفندق، أما الدراسة السابقة تمثلت في زبائن الفندق.</p>	<p>- اعتمدت كلتا الدراستين على المنهج الوصفي التحليلي.</p> <p>- اعتمدت الدراستين على الإستبيان في جمع البيانات.</p>	<p>سادسا: دراسة فهد منذر مشعل بعنوان "أثر جودة الخدمات الفندقية على رضا ضيوف فنادق فئة الخمس نجوم"</p>
<p>- عينة الدراسة الحالية تمثلت في موظفي الفندق أما الدراسة السابقة تمثلت عينتها في عمال الشركة الصناعية.</p>	<p>- اعتمدت الدراستين على المنهج الوصفي التحليلي.</p> <p>- اعتمدت الدراستين على الإستبيان في جمع البيانات.</p> <p>- اتخذتا نفس المتغير المستقل.</p>	<p>سابعا: دراسة سراج وهيبة بعنوان "إستراتيجية تنمية الموارد البشرية كمدخل لتحسين الأداء المستدام في المؤسسة الاقتصادية"</p>
<p>. الدراسة الحالية اعتمدت على فندق واحد، أما الدراسة السابقة اعتمدت على عدة فنادق.</p>	<p>- اعتمدتا على نفس المتغير التابع.</p> <p>- اعتمدتا على نفس العينة المتمثلة في موظفي الفنادق.</p>	<p>ثامنا: دراسة أيوب صكري وأحمد بن عيشاوي بعنوان "أثر الرضا الوظيفي على جودة الخدمات الفندقية دراسة ميدانية لعينة من فنادق صنف ثلاثة نجوم"</p>

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على المراجع السابقة.

أما فيما يخص الفجوة العلمية التي ستعالجها هذه الدراسة فتتمثل في:

- أنها طبقت في المجال السياحي وبالتحديد الفندقي، وتعد هذه الدراسة أول دراسة على حد علم الطالبتين - تبحث عن دور تنمية الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمة الفندقية المقدمة.

- تحاول تناول تنمية الموارد البشرية من منظور استراتيجي، بحيث نأخذ بعين الاعتبار ضرورة وجود تكامل بين تنمية الموارد البشرية وأبعاد جودة الخدمة الفندقية من أجل تحقيق أهداف المنشأة الفندقية، حيث أن غالبية الدراسات السابقة تناولت موضوع التنمية بشكل عام، حيث أن هذه الدراسة تركز على أبعاد تنمية الموارد البشرية وبذلك فهي تحاول معرفة مدى إتباع فندق المربع الأزرق لهذه الأبعاد ووجود إستراتيجية واضحة يتبناها من أجل تحسين جودة الخدمات الفندقية المقدمة.

خلاصة الفصل:

تعرفنا في هذا الفصل النظري على مفاهيم عامة حول تنمية الموارد البشرية من خلال التطرق إلى تعريفها ومسؤولياتها وأبعادها المتمثلة في التدريب، التعلم، التمكين، التطوير المهني. حيث أصبحت اليوم المنشآت الفندقية تعتبر العنصر البشري المسؤول الأول عن تقديم الخدمة فيها، وهذا ما دفعها الاهتمام به وتطويره بشكل مستمر تماشياً مع كل تغير يحدث في البيئة وينعكس على نشاط المنشأة الفندقية، كما تم توضيح بعض المفاهيم العامة حول جودة الخدمة الفندقية من خلال إبراز بعض الأدبيات النظرية حول الخدمة الفندقية وأبعادها وطرق قياسها.

كما اتضح في هذا الفصل أن لتنمية الموارد البشرية دور كبير في تحسين جودة الخدمة الفندقية وتحقيق رضا الضيوف وذلك من خلال بعض الدراسات النظرية والتطبيقية السابقة فتنمية الموارد البشرية وظيفية ضرورية تقوم بها المنشأة الفندقية، وتوليه اهتمام كبير حيث تقوم بإكساب الأفراد معلومات ومهارات وكفاءات التي تساعدهم في تحقيق أهداف المنشأة رغم التغير المستمر في بيئتها، فهي بذلك تؤدي إلى تحسين مستوى أداء العاملين وهذا ما ينعكس بالإيجاب على جودة الخدمات المقدمة.

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية

تمهيد

المبحث الأول: طريقة وأدوات الدراسة

المبحث الثاني: عرض نتائج الدراسة وتحليلها

خلاصة

تمهيد:

بعد تطرقنا في الفصل الأول للإطار النظري لمتغيرات الدراسة المتمثلة في تنمية الموارد البشرية وجودة الخدمة الفندقية، سنحاول في هذا الفصل تبيان أثر تنمية الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمات الفندقية انطلاقاً من المنهج الوصفي التحليلي، باستخدام بعض الأدوات الكيفية والكمية التي تتمثل في الإستمارة، والإختبارات الإحصائية المناسبة، ومن ثم محاولة تفسير النتائج، ولقد تمت هذه الدراسة في فندق المربع الأزرق بالميلية ولاية جيجل.

وعليه تم تقسيم هذا الفصل إلى مبحثين:

المبحث الأول: طريقة وأدوات الدراسة.

المبحث الثاني: عرض نتائج الدراسة وتحليلها.

المبحث الأول: طريقة وأدوات الدراسة

سنحاول في هذا المبحث التطرق إلى مجتمع وعينة الدراسة وأداة الدراسة واختبارها، إضافة إلى الأساليب المستعملة في المعالجة الإحصائية.

المطلب الأول: طريقة ومتغيرات الدراسة

سننتظر في هذا المطلب إلى مجتمع وعينة الدراسة وأداة الإستبيان، بغرض شرح متغيرات الدراسة وكيفية قياس كل منها.

الفرع الأول: مجتمع وعينة الدراسة

سنوضح في هذا الفرع مجتمع الدراسة المتمثل في فندق المربع الأزرق، بالإضافة إلى عينة الدراسة المتمثلة في عمال و موظفو الفندق.

أولاً: مجتمع الدراسة

سنتناول فيه تعريف بفندق المربع الأزرق و الهيكل التنظيمي للفندق

1 - التعريف بالفندق:

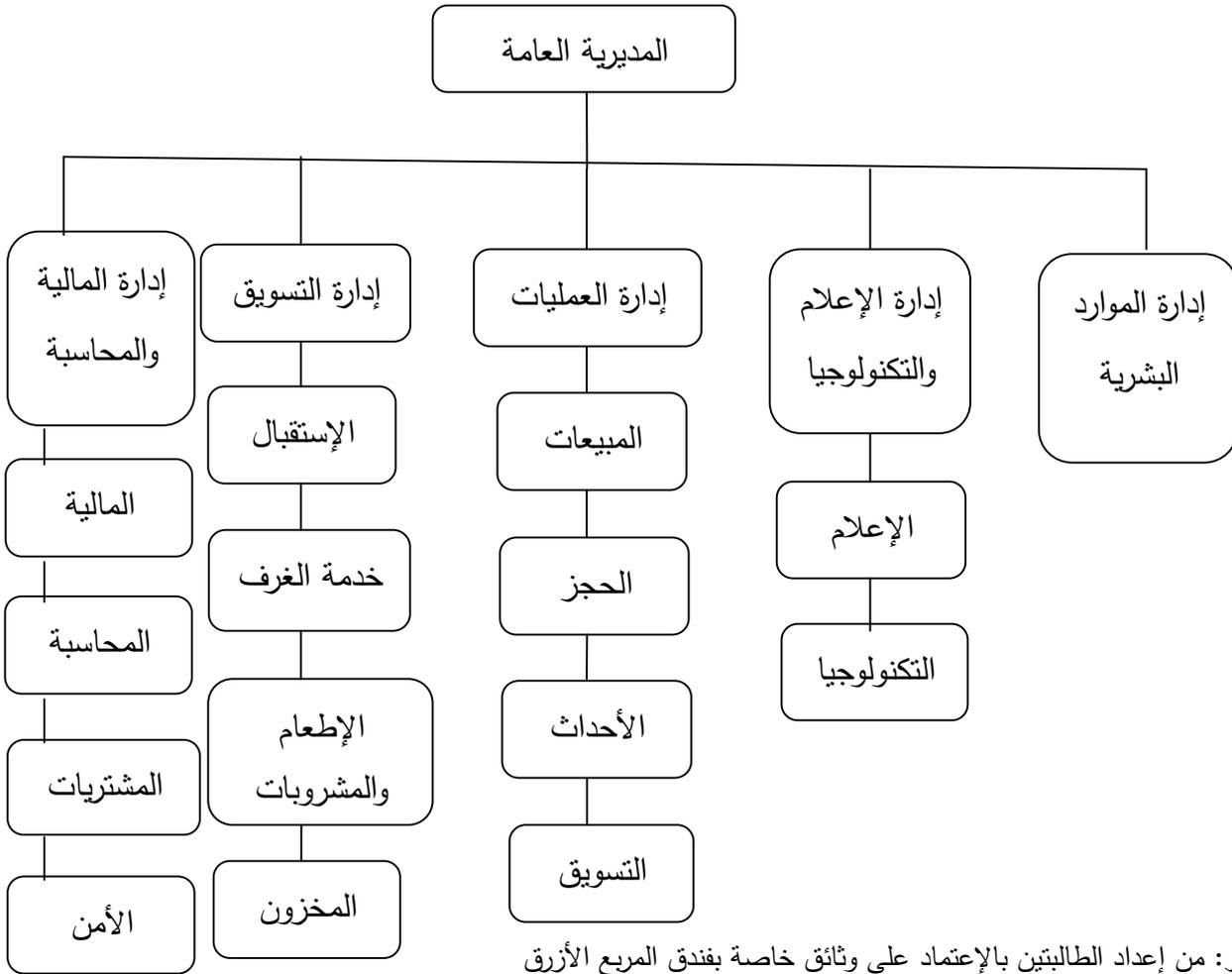
تأسس فندق المربع الأزرق سنة 2019، وهو فندق ذات 4 نجوم حيث قدرت تكلفة إنشائه ب 32 مليار سنتيم، يقع في الميلية ولاية جيجل، إذ يمكن الوصول إليه بسهولة من الطريق السريع، وهو فندق ذات 4 طوابق ويستهدف فئة رجال الأعمال خاصة والسياح بصفة عامة. كما يوجد بالفندق مطعم، محل الحلويات، فاست فود، ويضم فندق المربع الأزرق 42 غرفة منها 30 غرفة مجهزة و 12 بنقالو، بالإضافة إلى مسبحين (02) (رجال ونساء، أطفال) قاعة الحفلات، قاعة محاضرات، قاعة رياضة، موقف السيارات، كما يضم 40 عامل¹.

¹ <http://fb.watch/6tNfWxcEEu/>,15-05-2021,22h.

2 - الهيكل التنظيمي للفندق:

يمكن توضيح الهيكل التنظيمي للفندق في الشكل التالي:

الشكل رقم (03): الهيكل التنظيمي لفندق المربع الأزرق



المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على وثائق خاصة بفندق المربع الأزرق

ثانياً: عينة الدراسة

"نظراً لاستحالة إجراء البحث على جميع مفردات المجتمع، فقد تم اختيار عينة لتمثيله مع أقل قدر من التحيز والخطأ. وكذا توفير كثير من الجهد والوقت والمال² ". حيث تعرف العينة بأنها: "مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة وإجراء الدراسة عليها. ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كل مجتمع الدراسة الأصلي³ ".

² أحمد بدر، أصول البحث العلمي ومناهجه، ط9، المكتبة الأكاديمية، الدوحة، قطر، 1994، ص 324.

³ محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي، ط2، دار وائل للنشر والطباعة، عمان الأردن، 1999، ص 84.

ويتمثل مجتمع دراستنا في جميع عمال وموظفي فندق المربع الأزرق والمقدر عددهم ب 40. ونعني بمجتمع الدراسة جميع الأفراد أو الأشياء أو الأشخاص الذين يشكلون موضوع مشكلة البحث. ولقد تم توزيع 40 إستبياناً، وقد تم إسترداد 35 إستبياناً، أي بنسبة 87.5 % و 05 إستبيانات ضائعة أي بنسبة 12.5 % هذا ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (03): عدد الاستبيانات الموزعة والمسترجعة

البيان	الإستبيانات الموزعة	الإستبيانات المسترجعة	الإستبيانات الضائعة
العدد	40	35	05
النسبة	%100	%87.5	%12.5

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على إجابات أفراد العينة

أما فيما يخص الإستبيانات المسترجعة التي عددها 35 إستبياناً، فقد تضمنت 35 إستبياناً صالحاً للدراسة والتحليل أي بنسبة 87.5% أما بالنسبة للإستبيانات الضائعة فبلغ عددها 05 أي بنسبة قدرت ب 12.5%.

الفرع الثاني: أدوات الدراسة

اعتمدنا في دراستنا هذه على الإستبيان والذي يعرف على بأنه: " صحيفة أو كشف يتضمن عددا من الأسئلة تتصل باستطلاع الرأي أو بخصائص أي ظاهرة متعلقة بنشاط اقتصادي أو اجتماعي أو فني أو ثقافي ⁴ ". وبعد الإطلاع على الأدبيات النظرية المتعلقة بموضوع الدراسة ومراجعة الدراسات السابقة التي أجريت حولها تم تصميم الإستبيان لدراسة أثر تنمية الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمات الفندقية المقدمة في فندق المربع الأزرق، ويتكون من قسمين:

القسم الأول: يتضمن البيانات الشخصية للمبحوثين (الجنس، السن، المستوى التعليمي، الوظيفة، مدة الخدمة).

القسم الثاني: يشمل محورين، المحور الأول يدرس المتغير المستقل (تنمية الموارد البشرية)، والمحور الثاني يدرس المتغير التابع (أبعاد جودة الخدمة الفندقية). حيث يمكن توضيحها كما يلي:

المحور الأول: يشمل على 20 عبارة موزعة على أربعة أبعاد لتنمية الموارد البشرية كما يلي:

البعد الأول: بعد التدريب العبارات من (01-05).

البعد الثاني: بعد التعلم العبارات من (06-10).

⁴ سارة مناد ورفيقة بوطاجين، دور إدارة المعرفة في تحسين جودة خدمات التعليم العالي، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم التجارية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جبيل، 2019/1018، ص 40.

البعد الثالث: بعد التمكين العبارات من (11 - 15).

البعد الرابع: بعد التطوير المهني العبارات من (16-20).

المحور الثاني: يضم 20 عبارة تقيس جودة الخدمة الفندقية المقدمة في فندق المربع الأزرق على شكل أبعاد جودة الخدمة الفندقية كما يلي:

البعد الأول: بعد الملموسية العبارات من (21-24).

البعد الثاني: بعد الاعتمادية العبارات من (25-28).

البعد الثالث: بعد الاستجابة العبارات من (29-32).

البعد الرابع: بعد التعاطف العبارات من (33-36).

البعد الخامس: بعد الأمان والثقة العبارات من (37-40).

وقد قابل عبارات القسم الثاني الذي يتضمن محورين مجموعة من الدرجات مرتبة وفقاً لمقياس ليكرت (Likert) الخماسي والموزعة كما يلي:

الجدول رقم (04): مقياس ليكرت الخماسي (Likert)

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
1	2	3	4	5

Source: Uma sekaran, Methods For Business A Skile Building Approach, 4th Edition John Wiley & Son, Ine New York, 2004, p 207

المطلب الثاني: اختبار أداة الدراسة

نتطرق في هذا المطلب إلى صدق وثبات الإستبيان المقدم إلى أفراد العينة (موظفي الفندق).

الفرع الأول: صدق الاستبيان

وينقسم إلى ما يلي :

أولاً: الصدق الظاهري للإستبيان: للتأكد من صدق الأداة تم استخراج دلالة الصدق الظاهري للأداة، وذلك من خلال عرضها في صورتها الأولية على الأستاذ المشرف ومجموعة من الأساتذة بلغ عددهم 03 كما هو موضح في الملحق رقم (02). وبعد عرض أداة الدراسة عليهم أبدوا مجموعة من الملاحظات تمثلت في دمج بعض الفقرات

وحذف، وإضافة بعضها أو تعديلها، وتم الأخذ بآراء المحكمين وتطوير أداة الدراسة بصورتها النهائية كما هو موضح في الملحق رقم (01).

ثانياً: الصدق البنائي (الداخلي) للإستبيان: يقصد بالصدق الداخلي مدى إتساق كل عبارة من عبارات الإستبيان مع المجال الذي تنتمي إليه هذه العبارة، حيث تم حساب الإتساق الداخلي لعينة الدراسة المكونة من 35 عاملاً بالفندق، وذلك بحساب معاملات الارتباط بين كل عبارة والدرجة الكلية للمحور التابعة له.

1 - الصدق الداخلي لعبارات محور تنمية الموارد البشرية:

للتأكد من الصدق الداخلي لعبارات محور تنمية الموارد البشرية، نقوم أولاً بالتأكد من الصدق الداخلي لعبارات كل بعد من أبعاده الأربعة، وذلك بحساب معدل الارتباط بين كل عبارة من عبارات البعد والدرجة الكلية له على النحو التالي:

- الصدق الداخلي لعبارات البعد الأول:

لإثبات صدق عبارات بعد التدريب قمنا بحساب معامل الارتباط كما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (05): الصدق الداخلي لعبارات بعد التدريب

رقم العبارة	العبارات	معامل الارتباط	مستوى المعنوية
01	تهدف إدارة الفندق من تحديد الاحتياجات التدريبية إلى تغيير سلوك العاملين نحو الأفضل	0.931	0.01
02	تعتمد إدارة الفندق على الأساليب الحديثة في التدريب والتنمية	0.618	0.01
03	يوفر الفندق التسهيلات المادية اللازمة للتدريب	0.938	0.01
04	توجد كفاءات عالية الخبرة والمهارات في الفندق لتدريب الموظفين في تخصصات معينة	0.898	0.01
05	بعد كل برنامج تدريبي أشعر بتحسّن مهاراتي وقدراتي.	0.969	0.01

المصدر: من إعداد الطالبين بالإعتماد على مخرجات SPSS

يوضح الجدول السابق أن معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات بعد التدريب والدرجة الكلية له وكذا مستوى المعنوية، حيث يتبين أن قيم معاملات الارتباط تتراوح بين (0.618 و 0.969) وهي كلها موجبة وقوية، كما

أن مستوى المعنوية لكل عبارة أقل من 0.01 وهذا يدل على أن عبارات البعد الأول صالحة لما وضعت لقياسه وبالتالي إمكانية تطبيقه واستخدامه.

- الصدق الداخلي لعبارات البعد الثاني:

لإثبات صدق عبارات بعد التعلم قمنا بحساب معامل الارتباط كما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (06): الصدق الداخلي لعبارات بعد التعلم

رقم العبارة	العبارات	معامل الارتباط	مستوى المعنوية
06	يتيح الفندق للفرد فرصة التعلم عن طريق العمل بشكل فردي	0.854	0.01
07	يقوم الفندق بخلق جو تنافسي بين الأفراد لاكتشاف المبدعين منهم	0.932	0.01
08	يعمل الفندق على تشكيل فرق عمل لزيادة طاقات أفرادها	0.873	0.01
09	يتم الاهتمام بتعليم الموظفين لتحسين مهاراتهم	0.942	0.01
10	تحرص إدارة الفندق على إشراك الأفراد في معالجة المشكلات	0.895	0.01

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على مخرجات SPSS

يوضح الجدول السابق أن معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات بعد التعلم والدرجة الكلية له وكذا مستوى المعنوية، حيث يتبين أن قيم معاملات الارتباط تتراوح بين (0.873 و0.942) وهي كلها موجبة وقوية، كما أن مستوى المعنوية لكل عبارة أقل من 0.01 وهذا يدل على أن عبارات البعد الأول صالحة لما وضعت لقياسه، وبالتالي إمكانية تطبيقه واستخدامه.

- الصدق الداخلي لعبارات البعد الثالث:

لإثبات صدق عبارات بعد التمكين قمنا بحساب معامل الارتباط كما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (07): الصدق الداخلي لعبارات بعد التمكين

رقم العبارة	العبارات	معامل الارتباط	مستوى المعنوية
11	يشعر الأفراد بالأمان والثقة في أداء مهامهم	0.873	0.01

0.01	0.861	يتيح الفندق للموظفين الصلاحية والمسؤولية في إتخاذ القرار اللازم دون اللجوء إلى رئيسهم	12
0.01	0.873	يمنح الفندق الحرية والسلطة للموظفين وانجاز عملهم بالطريقة التي يريدونها	13
0.01	0.857	يحظى الموظفون بالتشجيع وإرشادهم و معالجة أخطائهم من قبل رئيسهم	14
0.01	0.902	الموظفين مستعدين لبذل جهد إضافي في تحمل مزيدا من المسؤولية	15

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS

يوضح الجدول السابق أن معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات بعد التمكين والدرجة الكلية له وكذا مستوى المعنوية، حيث يتبين أن قيم معاملات الارتباط تتراوح بين (0.857 و0.902) وهي كلها موجبة وقوية، كما أن مستوى المعنوية لكل عبارة أقل من 0.01 وهذا يدل على أن عبارات البعد الأول صالحة لما وضعت لقياسه، وبالتالي إمكانية تطبيقه واستخدامه.

- الصدق الداخلي لعبارات البعد الرابع:

لإثبات صدق عبارات بعد التطوير المهني قمنا بحساب معامل الارتباط كما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (08): الصدق الداخلي لعبارات بعد التطوير المهني

رقم العبارة	العبارات	معامل الارتباط	مستوى المعنوية
16	يعمل الفندق على التوفيق بين رغبات الفرد في شغل الوظيفة واحتياجات الفندق	0.857	0.01
17	يعطي الفندق فرص متكاملة للتطور في العمل بين أفرادها	0.948	0.01
18	يقوم الفندق بنشر وتوضيح المعلومات اللازمة للأفراد حول الوظيفة التي يشغلونها من خلال اللقاءات، الدورات... الخ	0.906	0.01
19	يعتبر الفندق خبرة الأفراد وقدرتهم على أداء المهام المسندة إليهم معيارا لكفاءتهم	0.896	0.01
20	يقوم الفندق بمتابعة مختلف التطورات التي تحصل خلال	0.913	0.01

		حياة الفرد في العمل	
--	--	---------------------	--

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS

يوضح الجدول السابق أن معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات بعد التطوير المهني والدرجة الكلية له وكذا مستوى المعنوية، حيث يتبين أن قيم معاملات الارتباط تتراوح بين (0.857 و 0.948) وهي كلها موجبة وقوية، كما أن مستوى المعنوية لكل عبارة أقل من 0.01 وهذا يدل على أن عبارات البعد الأول صالحة لما وضعت لقياسه، وبالتالي إمكانية تطبيقه واستخدامه.

2 - الصدق الداخلي لعبارات محور أبعاد جودة الخدمة الفندقية:

الصدق الداخلي لعبارات البعد الأول:

لإثبات صدق عبارات بعد الملموسية قمنا بحساب معامل الارتباط كما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم(09): الصدق الداخلي لعبارات بعد الملموسية

رقم العبارة	العبارات	معامل الارتباط	مستوى المعنوية
21	يهتم مقدمو الخدمات في الفندق بمظهرهم الخارجي	0.945	0.01
22	يتوفر الفندق على معدات وتجهيزات متطورة	0.938	0.01
23	يقوم مقدمو الخدمات في الفندق بتنظيف وترتيب الأثاث في الغرف بصورة منتظمة	0.921	0.01
24	يتوفر الفندق على كل وسائل الراحة اللازمة للزبائن	0.878	0.01

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS

يوضح الجدول السابق أن معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات بعد الملموسية والدرجة الكلية له وكذا مستوى المعنوية، حيث يتبين أن قيم معاملات الارتباط تتراوح بين (0.878 و 0.945) وهي كلها موجبة وقوية، كما أن مستوى المعنوية لكل عبارة أقل من 0.01 وهذا يدل على أن عبارات البعد الأول صالحة لما وضعت لقياسه، وبالتالي إمكانية تطبيقه واستخدامه.

الصدق الداخلي لعبارات البعد الثاني:

لإثبات صدق عبارات بعد الاعتمادية قمنا بحساب معامل الارتباط كما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم(10): الصدق الداخلي لعبارات بعد الاعتمادية

رقم العبارة	العبارات	معامل الارتباط	مستوى المعنوية
25	يحرص عمال الفندق على تقديم الخدمات بالشكل الجيد دائما	0.924	0.01
26	يسعى عمال الفندق على تقديم خدمات تتناسب مع رغبات واحتياجات الزبائن	0.915	0.01
27	يتم إنجاز الخدمة المطلوبة في الوقت المناسب	0.905	0.01
28	يحرص المورد البشري على أن تلبي الخدمات التي يقدمها الفندق حاجات ورغبات الزبائن.	0.932	0.01

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS

يوضح الجدول السابق أن معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات بعد الاعتمادية والدرجة الكلية له وكذا مستوى المعنوية، حيث يتبين أن قيم معاملات الارتباط تتراوح بين (0.932 و 0.905) وهي كلها موجبة وقوية، كما أن مستوى المعنوية لكل عبارة أقل من 0.01 وهذا يدل على أن عبارات البعد الأول صالحة لما وضعت لقياسه، وبالتالي إمكانية تطبيقه واستخدامه.

الصدق الداخلي لعبارات البعد الثالث:

لإثبات صدق عبارات بعد الاستجابة قمنا بحساب معامل الارتباط كما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم(11): الصدق الداخلي لعبارات بعد الإستجابة

رقم العبارة	العبارات	معامل الارتباط	مستوى المعنوية
29	يتم انجاز الخدمة بالدقة المطلوبة وفي الوقت المناسب	0.922	0.01
30	هناك استعداد دائم لتقديم الخدمة واستجابة فورية لطلبات النزلاء	0.810	0.01
31	يبادر العاملون في الفندق إلى تقديم الخدمات	0.845	0.01
32	يحرص العاملون على تلبية طلبات الزبائن بسرعة	0.825	0.01

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على مخرجات SPSS

يوضح الجدول السابق أن معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات بعد الاستجابة والدرجة الكلية له وكذا مستوى المعنوية، حيث يتبين أن قيم معاملات الارتباط تتراوح بين (0.922 و 0.810) وهي كلها موجبة وقوية، كما أن

مستوى المعنوية لكل عبارة أقل من 0.01 وهذا يدل على أن عبارات البعد الأول صالحة لما وضعت لقياسه، وبالتالي إمكانية تطبيقه واستخدامه.

الصدق الداخلي لعبارات البعد الرابع:

لإثبات صدق عبارات بعد التعاطف قمنا بحساب معامل الارتباط كما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم(12): الصدق الداخلي لعبارات بعد التعاطف

رقم العبارة	العبارات	معامل الارتباط	مستوى المعنوية
33	يحرص عمال الفندق على التبسم الوجه في التعامل مع الزبائن	0.914	0.01
34	يهتم العمال بالتعامل الحسن مع الزبائن	0.930	0.01
35	تحرص إدارة الفندق على توثيق العلاقات بين العاملين والزبائن	0.933	0.01
36	يولي الموظفون بالفندق الإهتمام الشخصي بالزلاء في التعامل معهم	0.924	0.01

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على مخرجات SPSS

يوضح الجدول السابق أن معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات بعد التعاطف والدرجة الكلية له وكذا مستوى المعنوية، حيث يتبين أن قيم معاملات الارتباط تتراوح بين (0.914 و 0.933) وهي كلها موجبة وقوية، كما أن مستوى المعنوية لكل عبارة أقل من 0.01 وهذا يدل على أن عبارات البعد الأول صالحة لما وضعت لقياسه، و بالتالي إمكانية تطبيقه واستخدامه.

الصدق الداخلي لعبارات البعد الخامس:

لإثبات صدق عبارات بعد الأمان والثقة قمنا بحساب معامل الارتباط كما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم(13): الصدق الداخلي لعبارات بعد الأمان والثقة

رقم العبارة	العبارات	معامل الارتباط	مستوى المعنوية
37	تحرص إدارة الفندق على تدريب عمالها على الأدب والتهذيب	0.923	0.01

0.01	0.937	تتعامل إدارة الفندق مع معلومات الزبائن بسرية تامة	38
0.01	0.954	يعامل الزبون من قبل العاملين في الفندق باحترام وتقدير	39
0.01	0.938	يتصف العاملون في الفندق بالأمان و الصدق	40

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على مخرجات SPSS

يوضح الجدول السابق أن معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات بعد الأمان والثقة والدرجة الكلية له وكذا مستوى المعنوية، حيث يتبين أن قيم معاملات الارتباط تتراوح بين (0.923 و 0.954) وهي كلها موجبة وقوية، كما أن مستوى المعنوية لكل عبارة أقل من 0.01 وهذا يدل على أن عبارات البعد الأول صالحة لما وضعت لقياسه، وبالتالي إمكانية تطبيقه واستخدامه.

ثالثاً: الاتساق البنائي

ونعني به مدى الاتساق بين المحور والأبعاد المشكلة له، وبين الإستبيان ككل.

1 - الاتساق البنائي لأبعاد محور تنمية الموارد البشرية: وهو ما يوضحه الجدول التالي

الجدول رقم(14): الاتساق البنائي لأبعاد محور تنمية الموارد البشرية

مستوى المعنوية	معامل الارتباط	العنوان	البعد
0.01	0.967	التدريب	البعد الأول
0.01	0.974	التعلم	البعد الثاني
0.01	0.958	التمكين	البعد الثالث
0.01	0.980	التطوير المهني	البعد الرابع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على مخرجات SPSS

يوضح الجدول السابق أن معاملات الارتباط بين كل بعد من أبعاد محور تنمية الموارد البشرية والدرجة الكلية له وكذا مستوى المعنوية، حيث يتبين أن قيم معاملات الارتباط تتراوح بين (0.958 و 0.980) وهي كلها موجبة وقوية، كما أن مستوى المعنوية لكل عبارة أقل من 0.01 وهذا يدل على أن عبارات البعد الأول صالحة لما وضعت لقياسه، وبالتالي إمكانية تطبيقه واستخدامه.

الجدول رقم (15): الاتساق البنائي لأبعاد محور جودة الخدمة الفندقية

مستوى المعنوية	معامل الارتباط	العنوان	البعد
0.01	0.959	الملموسية	البعد الأول
0.01	0.959	الإعتمادية	البعد الثاني

0.01	0.944	الإستجابة	البعد الثالث
0.01	0.956	التعاطف	البعد الرابع
0.01	0.975	الأمان والثقة	البعد الخامس

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على مخرجات SPSS

يوضح الجدول السابق أن معاملات الارتباط بين كل بعد من أبعاد جودة الخدمات الفندقية والدرجة الكلية له وكذا مستوى المعنوية، حيث يتبين أن قيم معاملات الارتباط تتراوح بين (0.944 و 0.975) وهي كلها موجبة وقوية، كما أن مستوى المعنوية لكل عبارة أقل من 0.01 وهذا يدل على أن عبارات البعد الأول صالحة لما وضعت لقياسه، وبالتالي إمكانية تطبيقه واستخدامه.

2 - الإتساق البنائي بين محاور الإستبيان:

يقصد به مدى الإتساق بين محاور الإستبيان نوضحها في الجدول التالي:

الجدول رقم (16): الإتساق البنائي بين المحور الأول و الثاني

المحور	العنوان	معامل الارتباط	مستوى المعنوية
المحور الأول	تنمية الموارد البشرية	0.994	0.01
المحور الثاني	جودة الخدمة الفندقية	0.995	0.01

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على مخرجات SPSS

يوضح الجدول السابق أن معاملات الارتباط بين كل محور من محاور الدراسة والدرجة الكلية لعبارات الإستبيان، حيث يتبين أن قيم معاملات الارتباط جميعها موجبة تدل على وجود إرتباط طردي، كما أن مستوى المعنوية لكل عبارة أقل من 0.01 وهذا يدل على أن عبارات البعد الأول صالحة لما وضعت لقياسه، وبالتالي إمكانية تطبيقه واستخدامه.

الفرع الثاني: ثبات الإستبيان

"ويقصد به مدى الحصول على نفس النتائج أو نتائج متقاربة لو تكررت الدراسة في ظروف مشابهة باستخدام الأداة نفسها"⁵. وبعبارة أخرى ثبات الإستبيان يعني الإستقرار في نتائج الإستبيان وعدم تغييرها بشكل كبير فيما لو تم توزيعها على أفراد العينة عدة مرات خلال فترة زمنية معينة. وعامل الثبات ألفا كرونباخ يأخذ قيمة تتراوح بين الصفر والواحد، فكلما إقتربت قيمته من الواحد كان معامل الثبات جيدا، وكلما إقتربت قيمته من الصفر كان

⁵ بورقاظة أمال، اثر التدريب على أداء العاملين، مذكرة شهادة الماستر علوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2019/2018،

ضعيفا، حيث يمكننا الحكم على الإستبيان بأنه يتمتع بدرجة عالية من الثبات إذا كانت قيمة معامل الثبات ألفا كرونباخ أكبر من 0.6، وللتأكد من ذلك قمنا بحساب معامل الثبات باستخدام SPSS لكل من المتغيرين، وكذا معامل الثبات لجميع المحاور كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (17): معامل الثبات ألفا كرونباخ لمحاور الإستبيان

المحاور	العنوان	عدد الفقرات	معامل ألفا كرونباخ
المحور الأول	تنمية الموارد البشرية	20	0.979
البعد الأول البعد الثاني البعد الثالث البعد الرابع	التدريب	5	0.924
	التعلم	5	0.937
	التمكين	5	0.911
	التطوير المهني	5	0.942
المحور الثاني	جودة الخدمة الفندقية	20	0.977
البعد الأول البعد الثاني البعد الثالث البعد الرابع البعد الخامس	الملموسية	4	0.964
	الإعتمادية	4	0.969
	الإستجابة	4	0.922
	التعاطف	4	0.976
	الأمن والثقة	4	0.971
جميع المحاور		40	0.985

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على مخرجات SPSS

نلاحظ من الجدول أعلاه أن:

- معامل الثبات بالنسبة للمحور الأول (تنمية الموارد البشرية) أكبر من القيمة المقبولة إحصائيا والمقدرة ب 0.6 حيث بلغ 0.979 بمعنى أن معامل الثبات المحور الأول مرتفع.
- معامل الثبات بالنسبة لأبعاد المحور الأول (التدريب، التعلم، التمكين، التطوير المهني) أكبر من القيمة المقبولة إحصائيا والمقدرة ب 0.6 بمعنى أن معامل الثبات المحور الأول مرتفع.
- معامل الثبات بالنسبة للمحور الثاني (أبعاد جودة الخدمة الفندقية) أكبر من القيمة المقبولة إحصائيا والمقدرة ب 0.6 حيث بلغ 0.977 بمعنى أن معامل الثبات المحور الأول مرتفع.
- معامل الثبات بالنسبة لأبعاد المحور الثاني (أبعاد جودة الخدمة الفندقية) أكبر من القيمة المقبولة إحصائيا والمقدرة ب 0.6 بمعنى أن معامل الثبات المحور الأول مرتفع.

- من خلال ما سبق نكون قد تأكدنا من صدق وثبات الإستبيان، وأنه قابل للتوزيع في صورته النهائية والإعتماد عليه كأداة لهذه الدراسة.

المطلب الثالث: الأساليب الإحصائية للدراسة

بعد استرجاع الإستبيانات وفحصها، قمنا بتفريغ وإدخال البيانات في الحاسوب باستخدام برنامج SPSS، والذي يحتوي على مجموعة من الأساليب والإختبارات الإحصائية التي تتدرج ضمن الإحصاء الوصفي والإستدلالي، ومن خلاله إستخدمنا الأساليب الإحصائية التالية:

الفرع الأول: المدى

يعتبر المدى من مقاييس التشتت غير الدقيقة كونه يعتمد على القيم المتطرفة فقط ويهمل بقية القيم بينهما، وهو يمثل: "الفرق بين أكبر قيمة وأصغر قيمة بين البيانات المعنية"⁶. ونظرا لاعتمادنا على سلم ليكرت الخماسي فقد بلغ المدى قيمة ثابتة تساوي 0.8 تساعدنا في الحكم على دلالة المتوسط الحسابي عن طريق معرفة المجال أو الفئة التي ينتمي إليها.

ولمعرفة وتحديد المتوسط الحسابي للعينة والذي يعتبر أحد المؤشرات الإحصائية، يجب أولا وضع الحدود العليا والدنيا لمقياس ليكرت الخماسي، وهذا بحساب المدى بين أكبر قيمة وأصغر قيمة في المقياس (5-1=4)، ثم تقسيمه على عدد الدرجات للحصول على طول الفئة أي: (0.8 = 5/4) ثم نضيف هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس وهي 1 فالحد الأعلى للفئة الأولى إذا يحسب كما يلي (1.8=0.8+1) وعليه تحدد فئات مقياس ليكرت الخماسي كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم(18): فئات مقياس ليكرت الخماسي ودلالاتها

رقم الفئة	المجال	الدرجات	الوزن	مستوى الأهمية
الأولى	[1.8-1]	غير موافق بشدة	1	مستوى منخفض جدا
الثانية	[2.6-1.8]	غير موافق	2	مستوى منخفض
الثالثة	[3.4-2.6]	محايد	3	مستوى متوسط
الرابعة	[4.2-3.4]	موافق	4	مستوى مرتفع
الخامسة	[5-4.2]	موافق بشدة	5	مستوى مرتفع جدا

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على مقياس ليكرت الخماسي

الفرع الثاني : معامل الارتباط بيرسون Pearson:

⁶ عبد الحميد عبد المجيد، أساليب البحث العلمي والتحليل الإحصائي، ط1، دار الشروق، الأردن، 2007، ص 155.

لدراسة العلاقة بين المتغيرات و درجة الارتباط

الفرع الثالث: معامل الثبات ألفا كرونباخ Alphas Cronbach:

للتأكد من ثبات عبارات الإستبيان

الفرع الرابع: التكرارات والنسب المئوية

لوصف الخصائص الشخصية لعينة الدراسة

الفرع الخامس: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري

لتحليل إجابات أفراد العينة حول عبارات الإستبيان، ومعرفة مقدار تشتت الإجابات.

الفرع السادس: الإنحدار الخطي المتعدد

يأخذ بعين الاعتبار تأثير متغيرين مستقلين أو أكثر على المتغير التابع، ولقد تم الإعتماد عليه لمعرفة أثر تنمية الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمة الفندقية، ومن ثم إختبار الفرضيات المتعلقة بهذا الخصوص.

المبحث الثاني: عرض نتائج الدراسة وتحليلها

يتناول هذا المبحث عرض وتحليل لنتائج الدراسة التطبيقية من خلال التطرق إلى الخصائص الشخصية لعينة الدراسة، وعرض وتحليل البيانات المتعلقة بمتغيرات الدراسة، وتوضيح أهم نتائج الإستبيان التي يتم الوصول إليها من خلال تحليل عباراته، بالإضافة إلى اختبار نموذج وفرضيات الدراسة.

المطلب الأول: تحليل خصائص عينة الدراسة واختيار التوزيع الطبيعي

الفرع الأول: تحليل خصائص عينة الدراسة

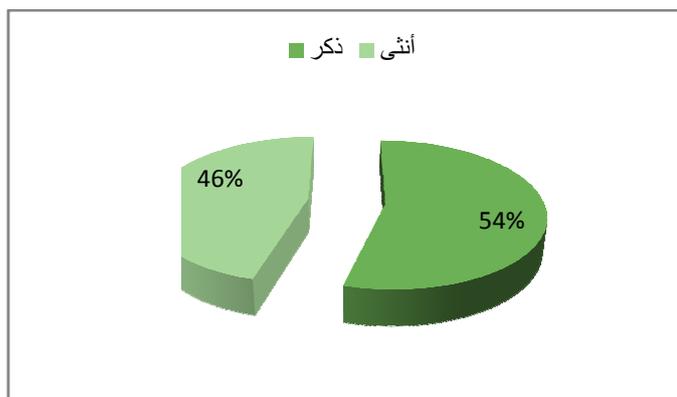
سوف نتطرق في هذا الفرع إلى خصائص مبحوثي عينة الدراسة حسب المتغيرات الشخصية:

أولاً: متغير الجنس

الجدول رقم (19): توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
54.3%	19	ذكر
45.7%	16	أنثى
100%	35	المجموع

الشكل رقم(04): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس



المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على مخرجات SPSS

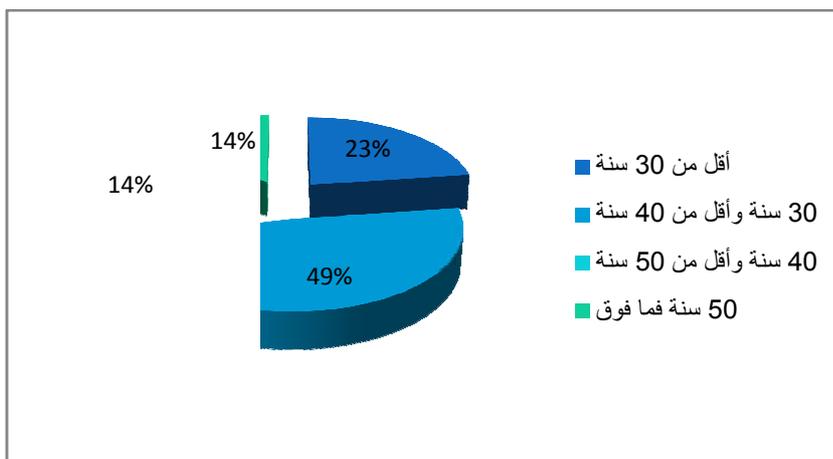
من خلال الجدول والشكل أعلاه نلاحظ أن عدد الذكور يفوق عدد الإناث، حيث بلغ عدد الإناث 16 بنسبة 45.7% من عينة الدراسة، في حين بلغ عدد الذكور 19 بنسبة 54.3% من عينة الدراسة وهيا نسب متقاربة، وربما يرجع هذا إلى مبدأ تساوي الفرص في التوظيف.

ثانيا: متغير السن

الجدول رقم(20): توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

النسبة المئوية	التكرار	السن
22.9%	08	أقل من 30 سنة
48.5%	17	30 سنة وأقل من 40 سنة
14.3%	05	40 سنة وأقل من 50 سنة
14.3%	05	50 سنة فما فوق
100%	35	المجموع

الشكل رقم (05): توزيع أفراد العينة حسب متغير السن



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات SPSS

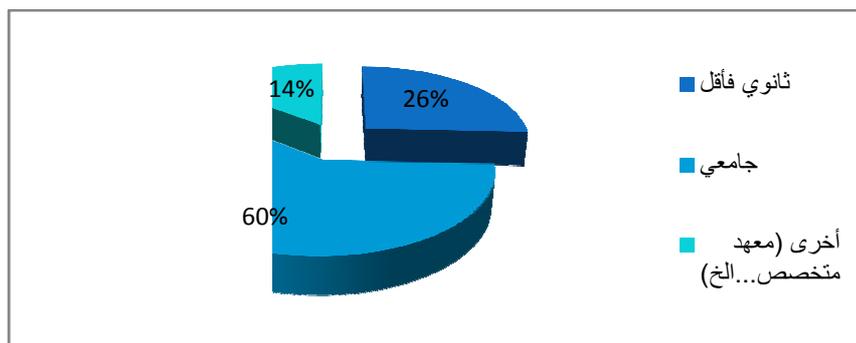
يتكون أفراد عينة الدراسة من فئات عمرية مختلفة، حيث يتبين من خلال الجدول والشكل أعلاه أن نسبة أفراد العينة الذين تتراوح أعمارهم بين 30 إلى 40 سنة تقدر بـ 48.5% بتكرار 17 فرداً، ثم الفئة العمرية التي تقل أعمارهم عن 30 سنة يقدر بـ 22.9% بتكرار 08 أفراد، ثم تليها الفئة العمرية التي تتراوح 40 إلى 50 سنة والتي تقدر بـ 14.3% بتكرار 05 أفراد، وفي الأخير الفئة العمرية 50 سنة فما فوق بتكرار 05 أفراد أي بنسبة 14.3%، وهذا يدل على شبابية أفراد العينة، وربما يرجح هذا إلى التوجه العام لسياسة التوظيف بالفندق وذلك باستقطاب الفئات الشبابية المؤهلة التي تتمتع بالحيوية والعطاء.

ثالثاً: متغير المستوى التعليمي

الجدول رقم (21): توزيع الأفراد حسب متغير المستوى التعليمي

النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
25.7%	09	ثانوي فأقل
60%	21	جامعي
14.3%	05	أخرى (معهد متخصص... الخ)
100%	35	المجموع

الشكل رقم (06): توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي



المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على مخرجات SPSS

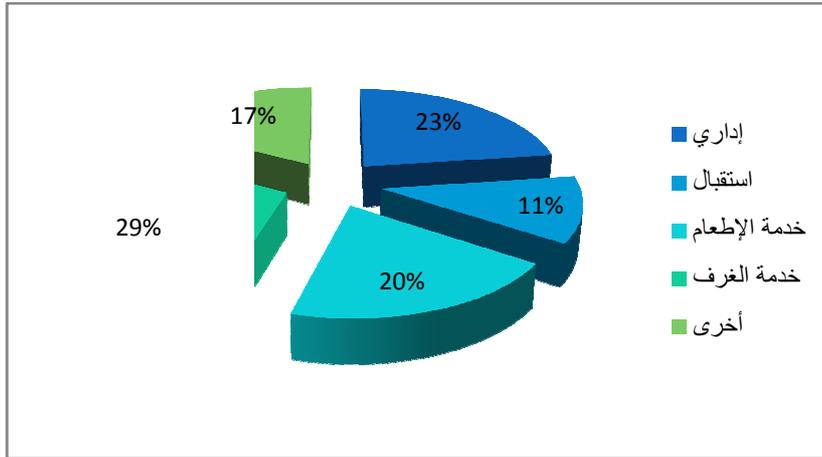
من خلال الجدول والشكل أعلاه تشير النتائج إلى أن النسبة الأكبر لأفراد عينة الدراسة للفئة ذات مستوى تعليمي جامعي بتكرار 21 فرد ونسبة 60%، ثم تليها فئة ثانوي فأقل بتكرار 09 أفراد بنسبة 25.7%، وفي الأخير فئة ذات مستويات أخرى (معهد متخصص،... إلخ) بتكرار 05 أفراد بنسبة تقدر ب 14.3%، ويرجح ذلك التباين إلى أن الطاقم الإداري للفندق أنه يحتاج لأصحاب الشهادات الجامعية أكثر.

رابعا: متغير الوظيفة

الجدول رقم (22): توزيع الأفراد حسب متغير الوظيفة

الوظيفة	التكرار	النسبة المئوية
إداري	08	22.9%
استقبال	04	11.4%
خدمة الإطعام	07	20%
خدمة الغرف	10	28.6%
أخرى	06	17.1%
المجموع	35	100%

الشكل رقم (07): توزيع أفراد العينة حسب متغير الوظيفة



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS

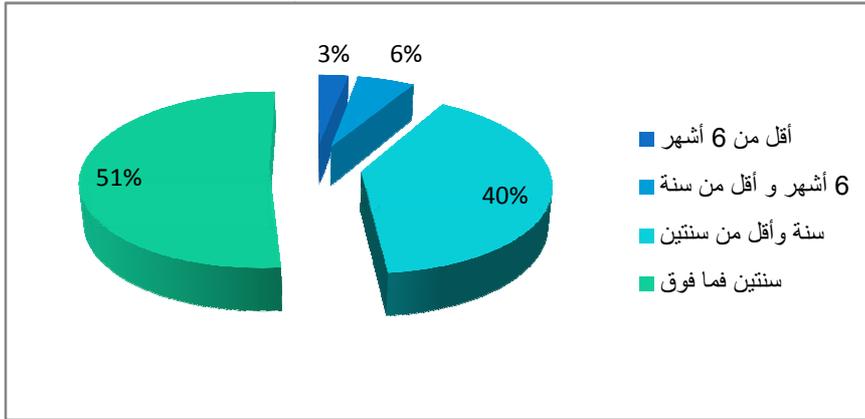
من خلال الجدول والشكل أعلاه تشير النتائج إلى أن النسبة الأكبر لأفراد عينة الدراسة لفئة عمال خدمة الغرف بتكرار 10 فرد وبنسبة 28.6%، ثم تليها فئة الإداريين بتكرار 08 أفراد بنسبة 22.9%، ثم فئة عمال خدمة الإطعام بتكرار 07 أفراد بنسبة تقدر بـ 20%، ثم فئة الوظائف الأخرى بتكرار 06 أفراد ونسبة تقدر بـ 17.1%، وفي الأخير فئة عمال الإستقبال بتكرار 04 أفراد بنسبة تقدر بـ 11.4%، وغالبا يرجع هذا التباين إلى احتياجات الفندق حسب نوعية الوظيفة.

خامسا: متغير مدة الخدمة

الجدول رقم (23): توزيع الأفراد حسب متغير مدة الخدمة

النسبة المئوية	التكرار	مدة الخدمة
2.9%	01	أقل من 6 أشهر
5.7%	02	6 أشهر و أقل من سنة
40%	14	سنة وأقل من سنتين
51.4%	18	سنتين فما فوق
100%	35	المجموع

الشكل رقم (08): توزيع الأفراد حسب متغير مدة الخدمة



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS

من خلال الجدول والشكل أعلاه تشير النتائج إلى أن النسبة الأكبر للأفراد عينة الدراسة لفئة سنتين فما فوق بتكرار 18 فرد وبنسبة 51.4%، ثم تليها فئة سنة وأقل من سنتين بتكرار 14 أفراد بنسبة 40%، ثم تليها فئة 6 أشهر وأقل من سنة بتكرار (02) فردين، وفي الأخير فئة ذات أقل من ستة أشهر بتكرار (01) فرد واحد، ويرجع سبب هذا التباين ربما إلى قلة التوظيف بسبب الظروف الاستثنائية.

الفرع الثاني: اختبار التوزيع الطبيعي (كولمجروف سمرنوف)

هو اختبار ضروري لمعرفة هل البيانات تتبع التوزيع الطبيعي أم لا، والجدول رقم (24) يوضح نتائج الاختبار، حيث أن قيمة مستوى الدلالة لكل متغير أكبر من 0.05 أي $\text{sig} > 0.05$ وهذا ما يدل على أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي.

كولمجروف الجدول رقم (24): اختبار التوزيع الطبيعي سمرنوف (Kolmogrov_Smirnov)

المتغير	قيمة z	مستوى المعنوية
تنمية الموارد البشرية	1.392	0.01
جودة الخدمة الفندقية	1.740	0.01

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على مخرجات SPSS

نلاحظ من الجدول رقم (24) بأن المتغيرين تنمية الموارد البشرية وجودة الخدمة الفندقية يخضعان للتوزيع الطبيعي، وهو ما يسمح لنا بإجراء الاختبارات المعلمية على الظاهرة محل دراستنا.

المطلب الثاني: تحليل عبارات محاور الاستبيان

سنحاول في هذا المطلب تحليل عبارات محاور الاستبيان من خلال عرض وتحليل إجابات الأفراد حول أبعاد تنمية الموارد البشرية وأبعاد جودة الخدمة الفندقية.

الفرع الأول: عرض و تحليل إجابات أفراد العينة حول محور تنمية الموارد البشرية

نتطرق في هذا الفرع إلى عرض وتحليل عبارات المحور الأول، والتي تنقسم إلى أربعة أبعاد كما يلي:

أولاً: التدريب

في هذا البعد تم الاعتماد على خمسة عبارات من 01 إلى 05 والموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (25): الوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات بعد التدريب

رقم العبارة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
01	تهدف إدارة الفندق من تحديد الاحتياجات التدريبية إلى تغيير سلوك العاملين نحو الأفضل	3.22	1.41
02	توجد نتائج إيجابية تم تحقيقها من البرنامج التدريبي	3.85	0.77
03	يوفر الفندق التسهيلات المادية اللازمة للتدريب	3.05	1.30
04	توجد كفاءات عالية الخبرة والمهارات في الفندق لتدريب الموظفين في تخصصات معينة	3.31	1.05
05	بعد كل برنامج تدريبي أشعر بتحسين مهاراتي وقدراتي.	3.48	1.17
	المجموع	3.38	1.01

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS

يتبين من الجدول رقم (25) الخاص بنتائج البعد الأول لمحور تنمية الموارد البشرية ما يلي:

- العبارة رقم (01): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 3.22 والذي ينتمي إلى المجال [3.4-2.6] والذي يدل على مستوى متوسط من الموافقة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة، وبانحراف معياري قدره 1.41.

- العبارة رقم (02): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 3.85 والذي ينتمي إلى المجال [4.2-3.4] والذي يدل على مستوى مرتفع من الموافقة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة، وبانحراف معياري قدره 0.77.
- العبارة رقم (03): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 3.05 والذي ينتمي إلى المجال [3.4-2.6] والذي يدل على مستوى متوسط من الموافقة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة، وبانحراف معياري قدره 1.30.
- العبارة رقم (04): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 3.31 والذي ينتمي إلى المجال [3.4-2.6] والذي يدل على مستوى متوسط من الموافقة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة، وبانحراف معياري قدره 1.05.
- العبارة رقم (05): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 3.48 والذي ينتمي إلى المجال [4.2-3.4] والذي يدل على مستوى مرتفع من الموافقة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة، وبانحراف معياري قدره 1.17.
- أما المتوسط الحسابي لمجموع عبارات بعد التدريب فقد بلغت قيمته 3.38 والذي بدوره ينتمي إلى المجال [3.4-2.6] وهو يدل على مستوى متوسط من الموافقة، أما الانحراف المعياري الكلي فقد بلغ 1.01. وهذا يدل على أن واقع تنمية الموارد البشرية فيما يتعلق بالتدريب بفندق المربع الأزرق كان مرتفعا من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة. ويرجع ذلك لاهتمام الفندق بتدريب عماله وتحسين مهاراتهم مما انعكس إيجابا على جودة الخدمة الفندقية.

ثانيا: التعلم

في هذا البعد تم الاعتماد على خمسة عبارات من 06 إلى 10 والموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (26): الوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات بعد التعلم

رقم العبارة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
06	يتيح الفندق للفرد فرصة التعلم عن طريق العمل بشكل فردي	3.28	1.04
07	يقوم الفندق بخلق جو تنافسي بين الأفراد لاكتشاف المبدعين منهم	3.28	1.42
08	يعمل الفندق على تشكيل فرق عمل لزيادة طاقات أفرادها	2.80	1.06
09	يتم الاهتمام بتعليم الموظفين لتحسين مهاراتهم	3.45	1.05
10	تحرص إدارة الفندق على إشراك الأفراد في معالجة المشكلات	3.14	1.32
المجموع		3.20	1.06

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS

يتبين من الجدول رقم (26) الخاص بنتائج البعد الثاني لمحور تنمية الموارد البشرية ما يلي:

- العبارة رقم (06): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 3.28 والذي ينتمي إلى المجال [3.4-2.6] والذي يدل على مستوى متوسط من الموافقة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة، وبانحراف معياري قدره 1.04.
 - العبارة رقم (07): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 3.28 والذي ينتمي إلى المجال [3.4-2.6] والذي يدل على مستوى متوسط من الموافقة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة، وبانحراف معياري قدره 1.42.
 - العبارة رقم (08): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 2.80 والذي ينتمي إلى المجال [3.4-2.6] والذي يدل على مستوى متوسط من الموافقة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة، وبانحراف معياري قدره 1.06.
 - العبارة رقم (09): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 3.45 والذي ينتمي إلى المجال [4.2-3.4] والذي يدل على مستوى مرتفع من الموافقة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة، وبانحراف معياري قدره 1.05.
 - العبارة رقم (10): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 3.14 والذي ينتمي إلى المجال [3.4-2.6] والذي يدل على مستوى متوسط من الموافقة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة، وبانحراف معياري قدره 1.32.
- أما المتوسط الحسابي لمجموع عبارات بعد التعلم فقد بلغت قيمته 3.20 والذي بدوره ينتمي إلى المجال [3.4-2.6] وهو يدل على مستوى متوسط من الموافقة، أما الانحراف المعياري الكلي فقد بلغ 1.06. وهذا يدل على أن واقع تنمية الموارد البشرية فيما يتعلق بالتعلم بفندق مربع الأزرق كان متوسطاً من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة. ويرجع ذلك إلى أن الفندق لا يمنح اهتمام كبير لتعلم الأفراد.

ثالثاً: التمكين

في هذا البعد تم الاعتماد على خمسة عبارات من 11 إلى 15 والموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (27): الوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات بعد التمكين

رقم العبارة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
11	يشعر الأفراد بالأمان والثقة في أداء مهامهم	3.45	1.52
12	يتيح الفندق للموظفين الصلاحية والمسؤولية في اتخاذ القرار اللازم دون اللجوء إلى رئيسهم	3.14	0.97
13	يمنح الفندق الحرية والسلطة للموظفين وانجاز عملهم بالطريقة التي يريدونها	3,02	1.04

0.98	3.08	يحظى الموظفون بالتشجيع وإرشادهم ومعالجة أخطائهم من قبل رئيسهم	14
1.43	3.94	الموظفين مستعدين لبذل جهد إضافي في تحمل مزيدا من المسؤولية	15
1.04	3.33	المجموع	

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS

يتبين من الجدول رقم (27) الخاص بنتائج البعد الثالث لمحور تنمية الموارد البشرية ما يلي:

- العبارة رقم (11): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 3.45 والذي ينتمي إلى المجال [3.4-4.2] والذي يدل على مستوى مرتفع من الموافقة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة، وبانحراف معياري قدره 1.52.
- العبارة رقم (12): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 3.14 والذي ينتمي إلى المجال [2.6-3.4] والذي يدل على مستوى متوسط من الموافقة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة، وبانحراف معياري قدره 0.97.
- العبارة رقم (13): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 3.02 والذي ينتمي إلى المجال [2.6-3.4] والذي يدل على مستوى متوسط من الموافقة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة، وبانحراف معياري قدره 1.04.
- العبارة رقم (14): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 3.08 والذي ينتمي إلى المجال [2.6-3.4] والذي يدل على مستوى متوسط من الموافقة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة، وبانحراف معياري قدره 0.98.
- العبارة رقم (15): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 3.94 والذي ينتمي إلى المجال [3.4-4.2] والذي يدل على مستوى مرتفع من الموافقة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة، وبانحراف معياري قدره 1.43.

أما المتوسط الحسابي لمجموع عبارات بعد التمكين فقد بلغت قيمته 3.33 والذي بدوره ينتمي إلى المجال [2.6-3.4] وهو يدل على مستوى متوسط من الموافقة، أما الانحراف المعياري الكلي فقد بلغ 1.04 وهذا يدل على أن واقع تنمية الموارد البشرية فيما يتعلق بالتمكين بـفندق مربع الأزرق كان مرتفعا من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة. يرجع هذا إلى أن الموظفين مستعدين لبذل جهد إضافي في تحمل مزيدا من المسؤولية.

رابعاً: التطوير المهني

في هذا البعد تم الاعتماد على خمسة عبارات من 16 إلى 20 والموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (28): الوسط الحسابي والانحراف المعياري لبعد التطوير المهني

رقم العبارة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
16	يعمل الفندق على التوفيق بين رغبات الفرد في شغل الوظيفة واحتياجات الفندق	3.31	1.02
17	يقوم الفندق بنشر وتوضيح المعلومات اللازمة للأفراد حول الوظيفة التي يشغلونها من خلال اللقاءات، الدورات... الخ	3.28	1.40
18	يقوم الفندق بنشر وتوضيح المعلومات اللازمة للأفراد حول الوظيفة التي يشغلونها من خلال اللقاءات، الدورات... الخ	3.34	1.08
19	يعتبر الفندق خبرة الأفراد وقدرتهم على أداء المهام المسندة إليهم معياراً لكفاءتهم	3.40	1.09
20	يقوم الفندق بمتابعة مختلف التطورات التي تحصل خلال حياة الفرد في العمل	3.54	1.29
المجموع		3.37	1.06

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS

يتبين من الجدول رقم (28) الخاص بنتائج البعد الرابع لمحور تنمية الموارد البشرية ما يلي:

- العبارة رقم (16): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 3.31 والذي ينتمي إلى المجال [3.4-2.6] والذي يدل على مستوى متوسط من الموافقة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة، وبانحراف معياري قدره 1.02.
- العبارة رقم (17): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 3.28 والذي ينتمي إلى المجال [3.4-2.6] والذي يدل على مستوى متوسط من الموافقة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة، وبانحراف معياري قدره 1.40.
- العبارة رقم (18): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 3.34 والذي ينتمي إلى المجال [3.4-2.6] والذي يدل على مستوى متوسط من الموافقة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة، وبانحراف معياري قدره 1.08.

- العبارة رقم (19): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 3.40 والذي ينتمي إلى المجال [4.2-3.4] والذي يدل على مستوى مرتفع من الموافقة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة، وبانحراف معياري قدره 1.09.

- العبارة رقم (20): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 3.54 والذي ينتمي إلى المجال [4.2-3.4] والذي يدل على مستوى مرتفع من الموافقة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة، وبانحراف معياري قدره 1.29.

أما المتوسط الحسابي لمجموع عبارات بعد التطوير المهني فقد بلغت قيمته 3.37 والذي بدوره ينتمي إلى المجال [3.4-2.6] وهو يدل على مستوى متوسط من الموافقة، أما الانحراف المعياري الكلي فقد بلغ 1.06 وهذا يدل على أن واقع تنمية الموارد البشرية فيما يتعلق بالتطوير المهني بفندق مربع الأزرق كان مرتفعاً من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة. ويرجع هذا إلى أن الفندق يقوم بمتابعة مختلف التطورات التي تحصل خلال حياة الفرد في العمل.

الفرع الثاني: عرض و تحليل إجابات الأفراد حول محور جودة الخدمة الفندقية

نتناول في هذا الفرع عرض وتحليل إجابات أفراد عينة الدراسة حول محور جودة الخدمة الفندقية، حيث تم الاعتماد في هذا المحور على أربعة أبعاد لجودة الخدمة الفندقية وهي موضحة فيما يلي:

أولاً: بعد الملموسية

في هذا البعد تم الاعتماد على خمسة عبارات من 21 إلى 24 والموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (29): الوسط الحسابي والانحراف المعياري لبعد الملموسية

رقم العبارة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
21	يهتم مقدمو الخدمات في الفندق بمظهرهم الخارجي	3.20	1.38
22	يتوفر الفندق على معدات وتجهيزات متطورة	3.45	1.09
23	يقوم مقدمو الخدمات في الفندق بتنظيف وترتيب الأثاث في الغرف بصورة منتظمة	3.28	0.98
24	يتوفر الفندق على كل وسائل الراحة اللازمة للزبائن	3.11	1.30
	المجموع	3.26	1.14

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS

يتبين من الجدول رقم (29) الخاص بنتائج البعد الأول لمحور أبعاد جودة الخدمة الفندقية ما يلي:

- العبارة رقم (21): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 3.20 والذي ينتمي إلى المجال [3.4-2.6] والذي يدل على مستوى متوسط من الموافقة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة، وبانحراف معياري قدره 1.38.
- العبارة رقم (22): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 3.45 والذي ينتمي إلى المجال [4.2-3.4] والذي يدل على مستوى متوسط من الموافقة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة، وبانحراف معياري قدره 1.09.
- العبارة رقم (23): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 3.28 والذي ينتمي إلى المجال [3.4-2.6] والذي يدل على مستوى متوسط من الموافقة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة، وبانحراف معياري قدره 0.98.
- العبارة رقم (24): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 3.11 والذي ينتمي إلى المجال [3.4-2.6] والذي يدل على مستوى متوسط من الموافقة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة، وبانحراف معياري قدره 1.30.

أما المتوسط الحسابي لمجموع عبارات بعد الملموسية فقد بلغت قيمته 3.26 والذي بدوره ينتمي إلى المجال [3.4-2.6] وهو يدل على مستوى متوسط من الموافقة، أما الانحراف المعياري الكلي 1.14 وهذا يدل على أن واقع جودة الخدمة الفندقية فيما يتعلق بلملموسية الخدمة الفندقية بفندق مربع الأزرق كان مرتفعا جدا من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة. يرجع إلى توفر الفندق على كل التجهيزات التي من شأنها تيسر على العميل كل متطلباته.

ثانيا: بعد الاعتمادية

في هذا البعد تم الاعتماد على خمسة عبارات من 25 إلى 28 والموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (30): الوسط الحسابي و الانحراف المعياري لبعد الاعتمادية

رقم العبارة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
25	يحرص عمال الفندق على تقديم الخدمات بالشكل الجيد دائما	3.80	1.20
26	يسعى عمال الفندق على تقديم خدمات تتناسب مع رغبات واحتياجات الزبائن	3.74	1.26
27	يتم إنجاز الخدمة المطلوبة في الوقت المناسب	3.77	1.21
28	يحرص المورد البشري على أن تلبي الخدمات التي يقدمها الفندق حاجات و رغبات الزبائن.	3.57	1.39
	المجموع	3.72	1.21

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS

يتبين من الجدول رقم (30) الخاص بنتائج البعد الثاني لمحور أبعاد جودة الخدمة الفندقية ما يلي:

- العبارة رقم (25): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 3.80 والذي ينتمي إلى المجال [4.2-3.4] والذي يدل على مستوى مرتفع من الموافقة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة، وبانحراف معياري قدره 1.20.
- العبارة رقم (26): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 3.74 والذي ينتمي إلى المجال [4.2-3.4] والذي يدل على مستوى مرتفع من الموافقة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة، وبانحراف معياري قدره 1.26.
- العبارة رقم (27): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 3.77 والذي ينتمي إلى المجال [4.2-3.4] والذي يدل على مستوى مرتفع من الموافقة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة، وبانحراف معياري قدره 1.21.
- العبارة رقم (28): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 3.57 والذي ينتمي إلى المجال [4.2-3.4] والذي يدل على مستوى مرتفع من الموافقة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة، وبانحراف معياري قدره 1.39.

أما المتوسط الحسابي لمجموع عبارات بعد الاعتمادية فقد بلغت قيمته 3.72 والذي بدوره ينتمي إلى المجال [4.2-3.4] وهو يدل على مستوى مرتفع من الموافقة، أما الانحراف المعياري الكلي فقد بلغ 1.21 وهذا يدل على أن واقع جودة الخدمة الفندقية فيما يتعلق بالاعتمادية بفندق مربع الأزرق كان مرتفعا جدا من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة. حيث أن الفندق يحرص على تقديم الخدمات للعملاء حسب رغباتهم واحتياجاتهم.

ثالثا: بعد الاستجابة

في هذا البعد تم الاعتماد على خمسة عبارات من 29 إلى 32 والموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (31):الوسط الحسابي والانحراف المعياري لبعد الاستجابة

رقم العبارة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
29	يتم انجاز الخدمة بالدقة المطلوبة وفي الوقت المناسب	3.60	1.26
30	هناك استعداد دائم لتقديم الخدمة واستجابة فورية لطلبات النزلاء	3.08	1.09
31	يبادر العاملون في الفندق إلى تقديم الخدمات	2.80	1.25
32	يحرص العاملون على تلبية طلبات الزبائن بسرعة	2.88	1.25
المجموع		3.09	1.09

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على مخرجات SPSS

يتبين من الجدول رقم (31) الخاص بنتائج البعد الثالث لمحور أبعاد جودة الخدمة الفندقية ما يلي:

- العبارة رقم (29): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 3.60 والذي ينتمي إلى المجال [3.4-4.2] والذي يدل على مستوى مرتفع من الموافقة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة، وبانحراف معياري قدره 1.26.

- العبارة رقم (30): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 3.08 والذي ينتمي إلى المجال [2.6-3.4] والذي يدل على مستوى متوسط من الموافقة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة، وبانحراف معياري قدره 1.09.

- العبارة رقم (31): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 2.80 والذي ينتمي إلى المجال [2.6-3.4] والذي يدل على مستوى متوسط من الموافقة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة، وبانحراف معياري قدره 1.25.

- العبارة رقم (32): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 2.88 والذي ينتمي إلى المجال [2.6-3.4] والذي يدل على مستوى متوسط من الموافقة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة، وبانحراف معياري قدره 1.25.

أما المتوسط الحسابي لمجموع عبارات بعد الاستجابة فقد بلغت قيمته 3.09 والذي بدوره ينتمي إلى المجال [2.6-3.4] وهو يدل على مستوى متوسط من الموافقة، أما الانحراف المعياري الكلي فقد بلغ 1.09 وهذا يدل على أن واقع جودة الخدمة الفندقية فيما يتعلق بالاستجابة بفندق مربع الأزرق كان مرتفعاً جداً من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة. هذا راجع إلى أن الفندق على استعداد دائم إلى تقديم الخدمة في الوقت وبالجودة المطلوبة.

رابعاً: بعد التعاطف

في هذا البعد تم الاعتماد على خمسة عبارات من 33 إلى 36 والموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (32): الوسط الحسابي والانحراف المعياري لبعد التعاطف

رقم العبارة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
33	يحرص عمال الفندق على التبسم الوجه في التعامل مع الزبائن	3.82	1.27
34	يهتم العمال بالتعامل الحسن مع الزبائن	3.62	1.26
35	تحرص إدارة الفندق على توثيق العلاقات بين العاملين والزبائن	3.68	1.23
36	يولي الموظفون بالفندق الاهتمام الشخصي بالزبائن في التعامل معهم	3.60	1.43
	المجموع	3.68	1.25

المصدر: من إعداد الطالبين بالإعتماد على مخرجات SPSS

يتبين من الجدول رقم (32) الخاص بنتائج البعد الرابع لمحور أبعاد جودة الخدمة الفندقية ما يلي:

- العبارة رقم (33): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 3.82 والذي ينتمي إلى المجال [4.2-3.4] والذي يدل على مستوى مرتفع من الموافقة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة، وبانحراف معياري قدره 1.27.
- العبارة رقم (34): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 3.62 والذي ينتمي إلى المجال [4.2-3.4] والذي يدل على مستوى مرتفع من الموافقة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة، وبانحراف معياري قدره 1.26.
- العبارة رقم (35): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 3.68 والذي ينتمي إلى المجال [4.2-3.4] والذي يدل على مستوى مرتفع من الموافقة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة، وبانحراف معياري قدره 1.23.
- العبارة رقم (36): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمة 3.60 والذي ينتمي إلى المجال [4.2-3.4] والذي يدل على مستوى مرتفع من الموافقة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة، وبانحراف معياري قدره 1.43.

أما المتوسط الحسابي لمجموع عبارات بعد التعاطف فقد بلغت قيمته 3.68 والذي بدوره ينتمي إلى المجال [4.2-3.4] وهو يدل على مستوى مرتفع من الموافقة، أما الانحراف المعياري الكلي فقد بلغ 1.25 وهذا يدل على أن واقع جودة الخدمة الفندقية فيما يتعلق بالتعاطف بفندق مربع الأزرق كان مرتفعاً جداً من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة. يرجع هذا إلى حسن المعاملة التي يتلقاها العميل من طرف موظفي الفندق.

خامساً: بعد الأمان والثقة

في هذا البعد تم الاعتماد على خمسة عبارات من 37 إلى 40 والموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (33): الوسط الحسابي والانحراف المعياري لبعد الأمان والثقة

رقم العبارة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
37	تحرص إدارة الفندق على تدريب عمالها على الأدب والتهديب	3.65	1.37
38	تتعامل إدارة الفندق مع معلومات الزبائن بسرية تامة	3.77	1.36
39	يعامل الزبون من قبل العاملين في الفندق بالاحترام والتقدير	3.62	1.55
40	يتصف العاملون في الفندق بالأمان والصدق	3.74	1.26
المجموع		3.70	1.33

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على مخرجات SPSS

يتبين من الجدول رقم (33) الخاص بنتائج البعد الخامس لمحور جودة الخدمة الفندقية ما يلي:

- العبارة رقم (37): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 3.65 والذي ينتمي إلى المجال [4.2-3.4] والذي يدل على مستوى مرتفع من الموافقة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة، وبانحراف معياري قدره 1.37.
- العبارة رقم (38): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 3.77 والذي ينتمي إلى المجال [4.2-3.4] والذي يدل على مستوى مرتفع من الموافقة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة، وبانحراف معياري قدره 1.36.
- العبارة رقم (39): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 3.62 والذي ينتمي إلى المجال [4.2-3.4] والذي يدل على مستوى مرتفع من الموافقة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة، وبانحراف معياري قدره 1.55.
- العبارة رقم (40): حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 3.74 والذي ينتمي إلى المجال [4.2-3.4] والذي يدل على مستوى مرتفع من الموافقة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة، وبانحراف معياري قدره 1.26.

أما المتوسط الحسابي لمجموع عبارات بعد الأمان والثقة فقد بلغت قيمته 3.70 والذي بدوره ينتمي إلى المجال [4.2-3.4] وهو يدل على مستوى مرتفع من الموافقة، أما الانحراف المعياري الكلي فقد بلغ 1.33. وهذا يدل على أن واقع جودة الخدمة الفندقية فيما يتعلق بالأمان والثقة بفندق مربع الأزرق كان مرتفعا جدا من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة. يرجع هذا إلى احترام الفندق لخصوصية زبائنه والتعامل معها بسرية تامة.

المطلب الثالث: اختبار فرضيات الدراسة

سنحاول في هذا المطلب من الدراسة الميدانية اختبار فرضيات الدراسة، والذي من خلاله سنقدم أهم النتائج التي توصلنا إليها، واقتراح بعض التوصيات، بداية سنقوم باختبار نموذج الدراسة واختبار الفرضية الرئيسية، ثم اختبار الفرضيات الفرعية، وقد جاءت هذه الفرضيات كالتالي:

الفرضية الرئيسية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0.05$ لتنمية الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمات الفندقية المقدمة في فندق المربع الأزرق من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة.

وتنبثق من الفرضية الرئيسية مجموعة من الفرضيات الفرعية على النحو التالي:

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0.05$ لتدريب الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمات الفندقية المقدمة في فندق المربع الأزرق من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة.

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0.05$ لتعلم الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمات الفندقية المقدمة في فندق المربع الأزرق من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة.

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0.05$ لتمكين الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمات الفندقية المقدمة في فندق المربع الأزرق من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة.

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0.05$ للتطوير المهني للموارد البشرية في تحسين جودة الخدمات الفندقية المقدمة في فندق المربع الأزرق من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة.

الفرع الأول: اختبار نموذج الدراسة

تم الحصول على بعض المقاييس التي تفسر نموذج الدراسة، من خلال مخرجات SPSS، على النحو التالي:

الجدول رقم (34): بعض المقاييس التي تم حسابها لنموذج المقدر

النموذج	معامل الارتباط R	مربع معامل الارتباط أو معامل التحديد R^2	معامل التحديد المعدل R- deux ajusté	خطأ التقدير Std. Error of the Estimate	Durbin-watson
01	0.987	0.974	0.971	0.19755	1.766

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على مخرجات SPSS

من الجدول أعلاه نلاحظ أن لدينا بعض المقاييس التي تم حسابها لنموذجنا المقدر والمتمثلة في:

قيمة معامل الارتباط $R = 0.987$ مما يدل على وجود ارتباط طردي موجب بين المتغير التابع وأبعاد المتغير المستقل.

مربع معامل الارتباط (معامل التحديد R-SQUARE / R-DEUX) ويستخدم لتعيين مدى البيانات المستخدمة من المتغيرات المستقلة في تقدير المتغير التابع، ونلاحظ أن النموذج المقدر يعبر عن (المتغيرات المستقلة معا) بما نسبته 97.4% من البيانات، وزيادة قيمة هذا المقياس يفسر أن النموذج المقترح ملائم وجيد للاعتماد عليه.

مربع معامل الارتباط المصحح R- deux ajusté ويستخدم لنفس الغرض السابق ولكنه أدق، وهو يستخدم لتفسير القوة التفسيرية لنموذج الانحدار الخطي المتعدد، كما أن قيمة معامل التحديد R- deux تزيد بشكل طبيعي كلما أضفنا متغيراً، بمعنى أن قيمتها عندما ندرس علاقة المتغير بمتغيرين ستكون أكبر منها عند استبعاد أحدهما، وهذا لا يساعدنا على معرفة ما إذا كان هذا المتغير الإضافي قد أفاد في التحليل أم لا. إما مع معامل التحديد المعدل R- deux ajusté فإن هذا لا يحدث، لأن طريقة حسابه تأخذ في الاعتبار عدد المتغيرات الداخلة في

التحليل، لذلك فإننا لكي نعرف إن كان إضافة متغير لها تأثير إيجابي على النموذج الرياضي (المعادلة التي تربط المتغير التابع بالمتغيرات المستقلة)، فإننا ننظر إلى معامل التحديد المصحح R^2 ولقد بلغت قيمة معامل التحديد المصحح 0.971 مما يعني بان المتغيرات المستقلة التفسيرية (التدريب، التعلم، التمكين، التطوير المهني) استطاعت أن تفسر 97.1% من التغيرات الحاصلة في جودة الخدمة الفندقية (الملموسية، الإعتمادية، الاستجابة، التعاطف، الأمان والثقة) المطلوبة والباقي 0.029 (2.9%) يعزى إلى عوامل أخرى.

تعيين خطأ التقدير **Erreur standard de l'estimation** وهو هنا 0.1975، حيث أنه كلما قل هذا المقياس دل على خطأ أقل للنموذج.

بعد إجرائنا لأهم الاختبارات المتعلقة بنموذج الدراسة (عرض وتقدير واختبار جودة النموذج) وتأكدنا من سلامتها ومصداقيتها، يمكننا القول بأن النموذج المقترح صالح لدراسة الظاهرة وهو يفسر ما مقداره 97.1% من تباين الظاهرة المدروسة. وهذا يعني أن أبعاد تنمية الموارد البشرية (التدريب، التعلم، التمكين، التطوير المهني) مسؤولة عن تفسير جودة الخدمة الفندقية (الملموسية، الإعتمادية، الاستجابة، التعاطف، الأمان والثقة) بالفندق محل الدراسة بـ 97.1% وبشكل دال إحصائياً عن التباين الذي حدث في جودة الخدمة الفندقية وإن نموذج الانحدار الكلي دال إحصائياً، ويعطى بالصورة التالية:

F(4.36)

P<0.05

R- deux ajusté=0.971

الفرع الثاني: اختبار الفرضية الرئيسية

من خلال النتائج المتحصل عليها سابقاً، اتضح جلياً أن نموذج الانحدار الكلي دال إحصائياً، وصورته جاءت على النحو التالي:

F(4.36)

P<0.05

R- deux ajusté=0.971

وبالإستعانة بجدول الانحدار الخطي المتعدد يمكننا أن نبرهن على صحة الفرضية الرئيسية، وذلك بالإعتماد على قاعدة القرار التالية:

H₀: الفرضية الصفرية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية إذا كان مستوى الدلالة **sig** أكبر من مستوى المعنوية 0.05.

H₁: الفرضية البديلة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية إذا كان مستوى الدلالة **sig** أصغر من مستوى المعنوية 0.05.

⁷ عدنان ماجد عبد الرحمان بري، تحليل الانحدار الخطي، جامعة الملك سعود، قسم الإحصاء وبحوث العمليات، الرياض، دون سنة

الجدول رقم (35): نتائج اختبار الفرضية الرئيسية.

القرار	مستوى الدلالة الإحصائية sig	R ²	DDL		D	الفرضية الرئيسية
			Régression	Résidu		
نقبل H ₁	0.000	%97.4	4	30	286.52	يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0.05$ لتنمية الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمات الفندقية المقدمة
مستوى المعنوية المعتمدة $\alpha \leq 0.05$						

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS

ومنه الفرضية الرئيسية القائلة بأنه: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0.05$ لتنمية الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمات الفندقية المقدمة صحيحة ومقبولة. حيث نلاحظ من الجدول رقم (35) أن قيمة مستوى الدلالة (sig) 0.000 وهي أقل من 5%، كما تشير النتائج إلى أن معامل التحديد (R²) يفسر ما نسبته 97.4% من التباين في تحسين جودة الخدمة الفندقية أي أن ما قيمته (0.974) من التغيرات في مستوى تنمية الموارد البشرية الناتج عن التغير في تطبيق أبعاد تنمية الموارد البشرية، وهذا ما يتفق مع ما توصلت إليه الدراسات كل من دراسة سمية سامر وإسماعيل عيسى 2019، دراسة يحيى خديجة 2017، دراسة سراج وهيبة 2012. وقد أظهرت كلها وجود أثر ذو دلالة إحصائية لتطبيق تنمية الموارد البشرية بأبعادها على جودة الخدمة الفندقية، ويمكن تفسير نتيجة الفرضية الرئيسية عموماً بأنه يوجد نشاط دائم ومستمر لتنمية الموارد البشرية في الفندق كما تتبنى إدارة الفندق رؤية مستقبلية لتنمية مواردها البشرية من خلال تطبيق أساليب وإستراتيجيات مبنية على خطط دقيقة، وهذا ما أدى إلى رفع من مستوى أداء الموارد البشرية.

ولتحقق من أثر تنمية الموارد البشرية (التدريب، التعلم، التمكين، التطوير المهني) في تحسين جودة الخدمة الفندقية في فندق المربع الأزرق كل على حدة، حيث تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد اختبار الفرضيات الفرعية المنبثقة من الفرضية الرئيسية وهو ما سنتطرق إليه تالياً.

الفرع الثالث: اختبار الفرضيات الفرعية

بعد عرض وتقدير نموذج الدراسة والتأكد من جودته باستخدام مختلف الاختبارات الإحصائية التي حددها أهل الاختصاص. وكذا إثباتنا لصحة الفرضية الرئيسية صار المجال مفتوحاً أمامنا لاختبار فرضيات الدراسة الفرعية ومناقشتها وهو ما سنتطرق له في العنصر التالي:

أولاً: اختبار الفرضية الفرعية الأولى: والتي تقول " يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0.05$ لبعد تدريب الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمات الفندقية المقدمة في فندق المربع الأزرق من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة".

ولاختبارها قمنا بصياغتها على الشكل التالي:

H_0 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0.05$ لبعد تدريب الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمات الفندقية المقدمة في فندق المربع الأزرق من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة إذا كان مستوى الدلالة **sig** اكبر من مستوى المعنوية 0.05.

H_1 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0.05$ لبعد تدريب الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمات الفندقية المقدمة في فندق المربع الأزرق من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة إذا كان مستوى الدلالة **sig** أصغر من مستوى المعنوية 0.05.

والجدول التالي يوضح نتائج اختبار هذه الفرضية:

الجدول رقم (36): نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى.

القرار	مستوى الدلالة الإحصائية sig	قيمة t المحسوبة	معامل الارتباط	قيمة Beta	الفرضية الفرعية الأولى
قبول H_1	0.006	2.939	0.952	0.260	يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0.05$ لتدريب الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمات الفندقية المقدمة
مستوى المعنوية المعتمدة $\alpha \leq 0.05$					

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على مخرجات SPSS

يتبين من الجدول أعلاه أن قيمة $Beta = 0.260$ وهي موجبة لكنها غير دالة إحصائياً، لأن قيمة الدلالة الإحصائية لأثر بعد التدريب (المتغير المستقل)، في تحسين جودة الخدمة الفندقية (المتغير التابع) تقدر ب $sig = 0.006$ وهي أصغر من مستوى المعنوية المعتمدة $\alpha \leq 0.05$ ، وهذا يعني أنه يوجد أثر دال إحصائياً لهذا البعد على المتغير التابع المتمثل في تحسين جودة الخدمة الفندقية في فندق المربع الأزرق، أي انه يوجد مقدار تباين في تحسين جودة الخدمة الفندقية مسؤول عنه (يفسره) فقط هذا المؤشر (التدريب) ولا تفسره الأبعاد الأخرى، بالإضافة

إلى وجود علاقة ارتباط قوية قدرت ب 0.952. ومنه هذه الفرضية مقبولة، وقد اتفقت دراساتنا مع ما توصلت إليه كل من دراسة سراج وهيبه 2012، دراسة يحيوي خديجة 2017.

ويمكن تفسير ذلك بأن تنمية الموارد البشرية المتبعة في فندق مربع الأزرق تولى أهمية كبيرة من قبل الإدارة العليا أو أن الجهود المبذولة من قبلها كافية، كما توجد علاقة ارتباط قوية بين تدريب الموارد البشرية وتحسين جودة الخدمة الفندقية، حيث يعتبر دور هذه الأخير مهما وحاسما في جهود الفندق التنموية والتطويرية فتقع المسؤولية في التدريب على عاتق المدير المختص كونه الأقدر على تلمس مواطن القوة والضعف في أداء العاملين، ويرجع ذلك إلى حداثة الفندق (أنشأ سنة 2019) حيث تعطى الإدارة العليا الأولوية لتجهيز الفندق وتدريب مواردها بصفة جيدة من أجل تحسين مهاراتهم والرفع من مستوى أدائهم.

ثانيا: اختبار الفرضية الفرعية الثانية: والتي تقول "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0.05$ لبعد تعلم الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمات الفندقية المقدمة في فندق المربع الأزرق من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة".

ولاختبارها قمنا بصياغتها على الشكل التالي:

H_0 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0.05$ لبعد تعلم الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمات الفندقية المقدمة في فندق المربع الأزرق من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة إذا كان مستوى الدلالة sig أكبر من مستوى المعنوية 0.05.

H_1 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0.05$ لبعد تعلم الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمات الفندقية المقدمة في فندق المربع الأزرق من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة إذا كان مستوى الدلالة sig أصغر من مستوى المعنوية 0.05.

والجدول التالي يوضح نتائج اختبار هذه الفرضية:

الجدول رقم (37): نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية.

القرار	مستوى الدلالة الإحصائية sig	قيمة t المحسوبة	معامل الارتباط	قيمة Beta	الفرضية الفرعية الثانية
قبول H_0	0.972	0.036	0.931	0.004	يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0.05$ لتعلم الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمات الفندقية المقدمة
مستوى المعنوية المعتمدة $\alpha \leq 0.05$					

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS

يتبين من الجدول أعلاه أن قيمة $Beta=0.004$ وهي موجبة لكنها غير دالة إحصائياً، لأن قيمة الدلالة الإحصائية لأثر بعد التعلم (المتغير المستقل)، في تحسين جودة الخدمة الفندقية (المتغير التابع) تقدر ب $sig= 0.972$ وهي أكبر من مستوى المعنوية المعتمدة $0.05 \leq \alpha$ ، وهذا يعني أنه لا يوجد أثر دال إحصائياً لهذا البعد على المتغير التابع المتمثل في تحسين جودة الخدمة الفندقية في فندق المربع الأزرق، أي أنه لا يوجد مقدار تباين في تحسين جودة الخدمة الفندقية مسؤول عنه (يفسره) فقط هذا المؤشر (التعلم) ولا تفسره الأبعاد الأخرى، بالإضافة إلى وجود علاقة ارتباط قوية قدرت ب 0.931 ، ومنه هذه الفرضية مرفوضة، وقد اتفقت دراستنا مع ما توصلت إليه كل من دراسة سراج وهيبة 2012.

ويمكن تفسير ذلك بأن إستراتيجية التعلم المتبعة في فندق مربع الأزرق لا تطبق من قبل الإدارة العليا أو أن الجهود المبذولة من قبلها غير كافية، إلا أنه توجد علاقة ارتباط قوية بين بعد التعلم وتحسين جودة الخدمة الفندقية، حيث تقع مسؤولية التعلم على عاتق المدير المختص كونه الأقدر على معرفة احتياجات عمال الفندق من المعارف المطلوبة، ويرجح أن يرجع ذلك إلى ارتفاع تكاليف التعلم أو نقص الموارد البشرية المؤهلة.

ثالثاً: اختبار الفرضية الفرعية الثالثة: والتي تقول "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $0.05 \leq \alpha$ لتمكين الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمات الفندقية المقدمة في فندق المربع الأزرق من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة".

ولاختبارها قمنا بصياغتها على الشكل التالي:

H_0 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $0.05 \leq \alpha$ لتمكين الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمات الفندقية المقدمة في فندق المربع الأزرق من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة إذا كان مستوى الدلالة sig أكبر من مستوى المعنوية 0.05 .

H_1 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $0.05 \leq \alpha$ لتمكين الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمات الفندقية المقدمة في فندق المربع الأزرق من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة إذا كان مستوى الدلالة sig أصغر من مستوى المعنوية 0.05 .

والجدول التالي يوضح نتائج اختبار هذه الفرضية:

الجدول رقم (38): نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة.

القرار	مستوى الدلالة الإحصائية sig	قيمة t المحسوبة	معامل الارتباط	قيمة Beta	الفرضية الفرعية الثالثة
قبول H_1	0.000	6.806	0.971	0.531	يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0.05$ لتمكين الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمات الفندقية المقدمة
مستوى المعنوية المعتمدة $\alpha \leq 0.05$					

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS

يتبين من الجدول أعلاه أن قيمة $Beta = 0.531$ وهي موجبة، أي أنه كلما زاد المتغير المستقل (بعد التمكين) بوحدة واحدة زاد المتغير التابع (جودة الخدمة الفندقية) بقيمة 0.531 ، وبما أن قيمة الدلالة الإحصائية $sig = 0.000$ ، وهي أصغر من مستوى المعنوية المعتمدة $\alpha \leq 0.05$ مما يدل على صحة الفرضية البديلة H_1 ، أي وجود أثر ذو دلالة إحصائية لبعث التمكين على المتغير التابع المتمثل في تحسين جودة الخدمة الفندقية في فندق المربع الأزرق، أي أنه يوجد مقدار التباين في تحسين جودة الخدمة الفندقية مسؤول عنه (يفسره) فقط هذا المؤشر (التمكين) ولا تفسره الأبعاد الأخرى، وكما توجد علاقة ارتباط قوية قدرت ب 0.971 .

ويمكن تفسير نتيجة هذه الفرضية بأن إدارة فندق المربع الأزرق، تسهر على تحديد إحتياجات الفندق من الكفاءات البشرية والمهارات المطلوبة من خلال نقل المسؤولية والسلطة بشكل متكافئ من المديرين إلى المرؤوسين وقد يرجع ذلك إلى رغبة الفندق في التوجه إلى زبائنه واختصار وقت القرار.

رابعاً: اختبار الفرضية الفرعية الرابعة: والتي تقول " يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0.05$ لتطوير المهني الموارد البشرية في فندق المربع الأزرق من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة "

ولاختبارها قمنا بصياغتها على الشكل التالي:

H_0 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0.05$ لتطوير المهني الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمات الفندقية المقدمة في فندق المربع الأزرق من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة إذا كان مستوى الدلالة sig أكبر من مستوى المعنوية 0.05 .

H_1 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0.05$ لتطوير المهني الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمات الفندقية المقدمة في فندق المربع الأزرق من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة إذا كان مستوى الدلالة sig أصغر من مستوى المعنوية 0.05.

والجدول التالي يوضح نتائج اختبار هذه الفرضية:

الجدول رقم (39): نتائج اختبار الفرضية الفرعية الرابعة.

القرار	مستوى الدلالة الإحصائية sig	قيمة t المحسوبة	معامل الارتباط	قيمة Beta	الفرضية الفرعية الرابعة
قبول H_0	0.094	1.732	0.947	0.219	يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0.05$ لتطوير المهني الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمات الفندقية المقدمة
مستوى المعنوية المعتمدة $\alpha \leq 0.05$					

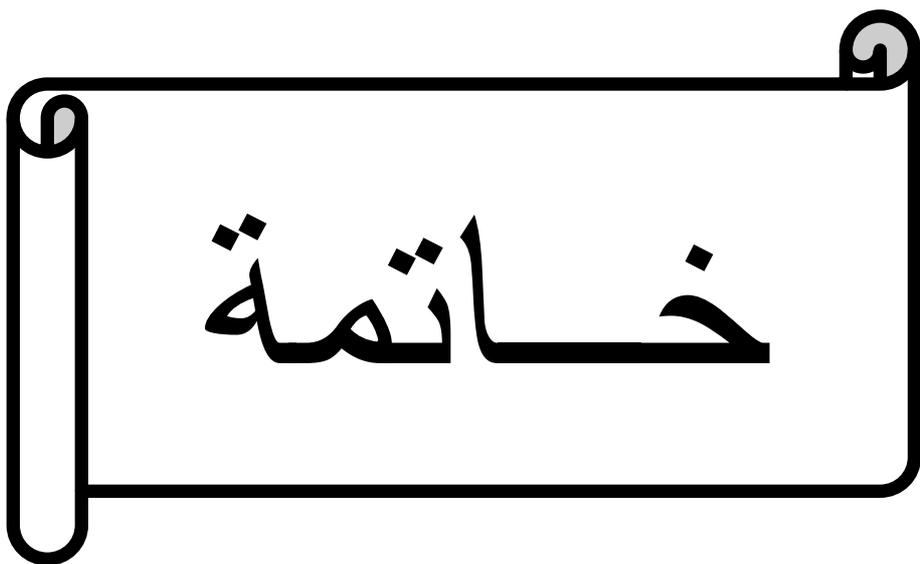
المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS

يتبين من الجدول أعلاه أن قيمة $\text{Beta} = 0.219$ وهي موجبة لكنها غير دالة إحصائياً، لأن قيمة الدلالة الإحصائية لأثر بعد التطوير المهني (المتغير المستقل)، في تحسين جودة الخدمة الفندقية (المتغير التابع) تقدر ب $\text{sig} = 0.094$ وهي أكبر من مستوى المعنوية المعتمدة $\alpha \leq 0.05$ ، وهذا يعني أنه لا يوجد أثر دال إحصائياً لهذا البعد على المتغير التابع المتمثل في تحسين جودة الخدمة الفندقية في فندق المربع الأزرق، أي أنه لا يوجد مقدار تباين في تحسين جودة الخدمة الفندقية مسؤول عنه (يفسره) فقط هذا المؤشر (التطوير المهني) ولا تفسره الأبعاد الأخرى، بالإضافة إلى وجود علاقة ارتباط قوية قدرت ب 0.947 ، ومنه هذه الفرضية مرفوضة.

ويمكن تفسير نتيجة ذلك أن بعد التطوير المهني لا يلقي الدعم من الإدارة العليا وقد يرجع سبب ذلك إلى نقص الميزانية المخصصة وارتفاع التكاليف.

خلاصة الفصل:

حاولنا من خلال هذا الفصل معرفة أثر تنمية الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمة الفندقية المقدمة في فندق المربع الأزرق من وجهة نظر عمال الفندق، حيث توصلنا إلى صحة الفرضية الرئيسية، أي أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0.05$ لتنمية الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمات الفندقية المقدمة في فندق المربع الأزرق من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة، غير أن هذا الأثر تدعمه الفرضية الفرعية الأولى والتي نصت على وجود أثر ذو دلالة إحصائية لبعث تدريب الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمة الفندقية، بالإضافة إلى الفرضية الفرعية الثالثة التي نصت على وجود أثر ذو دلالة إحصائية لبعث تمكين الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمة الفندقية في فندق المربع الأزرق، حيث تولي إدارة الفندق أهمية كبيرة لتدريب وتمكين العمال من أجل رفع مستوى الأداء لديهم. أما الفرضيتين الثانية والرابعة فقد تم رفضهما أي أنه لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعثي التعلم والتطوير المهني في تحسين جودة الخدمة الفندقية، مع وجود علاقة ارتباط قوية بين أبعاد تنمية الموارد البشرية (التدريب، التعلم، التمكين، التطوير المهني) وتحسين جودة الخدمة الفندقية. وهذا ما لمسناه من واقع الفندق حيث لا يوجد دعم كافي لتنمية الموارد البشرية من قبل الإدارة العليا وذلك راجع بالدرجة الأولى إلى حداثة الفندق.



خاتمة:

إن أهم التحديات التي تواجهها المنشآت الفندقية هي المنافسة وهذا ما يتطلبه منها التعامل مع المتغيرات البيئية من أجل فرض وجودها في الساحة التنافسية وأن الدور الفعال الذي يلعبه المورد البشري في تحقيق أهداف الفندق يجعل منه عنصر الأهم فيها باعتباره طاقة متجددة لا تزول بمرور الوقت، إذ يمثل رأس مالها الحقيقي والمسؤول الأول عن تقديم الخدمة فيها، وهذا يدل على حسن أداء ونشاط الموارد البشرية وذلك من خلال نشر مؤشرات ايجابية عن التنمية البشرية، ومحاولة تنمية مواردها في ظل الاقتصاد المبني على المعرفة والتسيير والكفاءات فهي تهدف إلى تكوين أفضل الخبرات والمهارات العلمية المؤهلة للعمل الفندقي والسياحي كون جودة الخدمة الفندقية تتجلى في المعارف والمهارات وسلوك العنصر البشري، وهذا ما حاولنا إثباته من خلال دراستنا التي تناولنا فيها دور تنمية الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمة الفندقية المقدمة في فندق المربع الأزرق، أين قدمنا بالاعتماد على جزئين، جزء نظري تطرقنا فيه مختلف المفاهيم الأساسية حول المتغيرين، مروراً ببعض الدراسات السابقة التي تناولت الموضوع. بينما خصص الجزء التطبيقي لدراسة تحليلية لأفراد عمال فندق المربع الأزرق حول دور تنمية الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمة الفندقية محل الدراسة.

نتائج الدراسة: تمخضت عن هذه الدراسة مجموعة من النتائج تتمثل في:

01 - نتائج الدراسة النظرية: ترتبت العديد من النتائج النظرية أهمها:

- تعتبر تنمية المورد البشري مطلباً أساسياً لبقاء وتطور المنظمات على اختلاف أنواعها.
- إدارة الموارد البشرية هي المسؤولة عن تنمية الموارد البشرية، كما أنها تعتبر مفتاح النجاح لتحقيق الأهداف المسطرة.
- تعتمد المؤسسة بصفة عامة والمنشأة الفندقية بصفة خاصة على مجموعة من أساليب تنمية الموارد البشرية من بينها: التدريب، التعلم، التمكين، التطوير المهني.
- يمكن اعتبار جودة الخدمة الفندقية نشاط أو عمل يقدم إلى المستفيد من قبل مقدمي الخدمة أو الأجهزة أو كلاهما معاً.
- الخدمة الفندقية متنوعة ومتعددة الخصائص هدفها الرئيس الرفع من مستوى أداء الفندق.
- لجودة الخدمة الفندقية أبعاد نذكر منها: الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، التعاطف، الأمان والثقة.

02 - نتائج الدراسة الميدانية:

- يتضمن متغير تنمية الموارد البشرية أربعة أبعاد بحيث يؤثر كل بعد بدرجة معينة وذلك حسب أفراد عينة الدراسة، إذ يأتي في المرتبة الأولى بعد التدريب بمتوسط حسابي قدره 3.38، ثم يليه في المرتبة الثانية بعد التطوير المهني بمتوسط حسابي قدره 3.37، وفي المرتبة الثالثة بعد التمكين بمتوسط حسابي قدره 3.33، وأخيرا في المرتبة الرابعة بعد التعلم بمتوسط حسابي قدره 3.20.

- يتضمن متغير جودة الخدمة الفندقية خمسة أبعاد بحيث يؤثر كل بعد بدرجة معينة وذلك حسب أفراد عينة الدراسة، إذ يأتي في المرتبة الأولى بعد الاعتمادية بمتوسط حسابي قدره 3.72، ثم يليه في المرتبة الثانية بعد الأمان والثقة بمتوسط حسابي قدره 3.70، وفي المرتبة الثالثة بعد التعاطف بمتوسط حسابي قدره 3.62، وفي المرتبة الرابعة بعد الملموسية بمتوسط حسابي قدره 3.26، وفي الأخير بعد الاستجابة بالمرتبة الخامسة بمتوسط حسابي قدره 3.09.

أما فرضيات الدراسة فكانت نتائجها كما يلي:

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0.05$ لبعد تدريب الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمات الفندقية المقدمة في فندق المربع الأزرق من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة.

- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0.05$ لبعد تعلم الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمات الفندقية المقدمة في فندق المربع الأزرق من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة.

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0.05$ لتمكين الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمات الفندقية المقدمة في فندق المربع الأزرق من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة.

- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $\alpha \leq 0.05$ لتطوير المهني للموارد البشرية في تحسين جودة الخدمات الفندقية المقدمة في فندق المربع الأزرق من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة.

03 - اقتراحات الدراسة الميدانية:

- على الفندق إتاحة الفرصة للأفراد للتعلم من أخطائهم لزيادة مهاراتهم وتجنب الوقوع المتكرر لنفس الخطأ.
- ضرورة توفير مزيدا من الاهتمام والدعم من قبل الإدارة العليا بمختلف أبعاد تنمية الموارد البشرية من أجل الرفع من مستوى أداء عمال الفندق.

- ضرورة اللجوء إلى إقامة الدورات التعليمية من أجل تحسين مهارات موظفي الفندق من أجل المساهمة في تحسين جودة الخدمة الفندقية.
- تشجيع العاملين من أجل تقديم أفكار جديدة متعلقة بالعمل.
- الاهتمام أكثر بتنمية هذا القطاع، فالإهتمام بالجانب الكمي على حساب النوعي يؤدي إلى تكوين موظفين غير متمكنين من أداء مهامهم، وبالتالي الأداء ضعيف وعدم رضا عملاء الفندق.
- النظر إلى تنمية الموارد البشرية على أنها عملية مستمرة واستثمار يتطلب التجديد والتحسين والمتابعة بصورة دورية وفقا لمتطلبات العمل والمتغيرات الحاصلة.

04 - أفاق الدراسة:

- إجراء المزيد من الدراسات تتعلق بتنمية الموارد البشرية في قطاع الخدمات بصفة عامة وفي المجال الفندقي والسياحي بصفة خاصة.
- أثناء قيامنا بمعالجة إشكالية البحث تبيننا لنا بعض التساؤلات التي يمكن أن تكون موضوع بحوث مستقبلية في هذا المجال: أثر التمكين في تحسين جودة الخدمة الفندقية، دور تنمية الموارد البشرية في اكتساب رضا العملاء.



قائمة المراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية:

أ - الكتب:

- 1) أبو النصر مدحت محمود، إدارة وتنمية الموارد البشرية، ط1، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2007.
- 2) احمد محمد سمير، الإدارة الإستراتيجية وتنمية الموارد البشرية، دار المسيرة للنشر، الأردن، 2009.
- 3) اندراوس رامي جمال، الإدارة بالثقة والتمكين، عالم الكتاب الحديث، الأردن، 2008.
- 4) الباسط عباس انس، إدارة الموارد البشرية، ط1، دار المسيرة للنشر، الأردن، 2011.
- 5) العلاق بشير، ثقافة الخدمة، دار اليازوري للنشر، عمان، 2009.
- 6) الكبيسي عمر خضير، إدارة المعرفة وتطوير المنظمات، دار الإسكندرية للنشر، مصر، 2004.
- 7) الطماني حسن احمد، التدريب مفهومه فعالية بناء البرنامج التدريبي وتقويمه، ط1، دار الشروق للنشر، الأردن، 2002.
- 8) بري عدنان ماجد عبد الرحمان، الانحدار الخطي، جامعة الملك سعود، قسم الإحصاء وبحوث العمليات، الرياض، بدون سنة نشر.
- 9) بلوط حسن إبراهيم، إدارة الموارد البشرية، ط1، دار النهضة العربية، بيروت، 2002.
- 10) بن منظور محمد بن مكرم، لسان العرب، مج 1، ط3، دار صفاء للنشر، بيروت، 1994.
- 11) جوري جنيفر وآخرون، تنمية الموارد البشرية، ترجمة علاء احمد إصلاح، ط1، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2008.
- 12) حرحوش عادل الصالح والسالم مؤيد سعيد، إدارة الموارد البشرية (مدخل استراتيجي)، ط1، عالم الكتب للنشر، الأردن، 2009.
- 13) حسونة فيصل، إدارة الموارد البشرية، دار أسامة للنشر، الأردن، 2008.
- 14) دراركة مأمون، إدارة الجودة الشاملة وخدمة العملاء، ط1، دار صفاء للنشر، عمان، 2008.
- 15) دراركة مأمون وشلبي طارق، الجودة في المنظمات الحديثة، ط1، دار صفاء للنشر، عمان، 2002.
- 16) شوكت منصور إياد، إدارة خدمة العملاء، ط1، دار كنوز المعرفة للنشر، عمان، 2008.

- 17) صالح محمد فاتح، إدارة الموارد البشرية، دار الحامد للنشر، عمان، 2001.
- 18) عبد المجيد عبد الحميد، أساليب البحث العلمي والتحليل الإحصائي، ط1، دار الشروق للنشر، الأردن، 2007.
- 19) عقيلي عمر وصفي، إدارة الموارد البشرية المعاصرة، ط1، دار وائل للنشر، عمان، 2005.
- 20) كورنل فريد، تسويق الخدمات، دار كنوز المعرفة للنشر، عمان، 2009.
- 21) محمد عباس سهيلة، إدارة الموارد البشرية (مدخل استراتيجي)، ط2، دار وائل للنشر، الأردن.
- 22) محمد عباس سهيلة وعلي حسن علي، إدارة الموارد البشرية، ط1، دار وائل للنشر، عمان، 2007.
- 23) مقابلة خالد، التسويق الفندقي، ط1، دار وائل للنشر، عمان، 2011.
- 24) نجم عبود نجم، إدارة المعرفة مفاهيم واستراتيجيات والعمليات، ط2، مؤسسة الوراق للنشر، عمان، 2007.
- 25) نوري منير وفريد كورنل، إدارة الموارد البشرية، مكتبة المجتمع العربي للنشر، عمان، 2011.

ب . المقالات:

- 1) نصور ريزان ونور محمود إبراهيم، قياس مستوى جودة الخدمات الفندقية المقدمة في فنادق محافظة اللاذقية من وجهة نظر النزلاء ، (دراسة حالة فندق اقاميا)، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، العدد 04، 2016.
- 2) يحيى الهام وليلى بوحديدي، تقييم جودة الخدمات الفندقية ومستوى رضا الزبائن عنها، (دراسة حالة فندق سليم ولاية باتنة)، مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية العدد 04، 2015.

ج . الرسائل الجامعية:

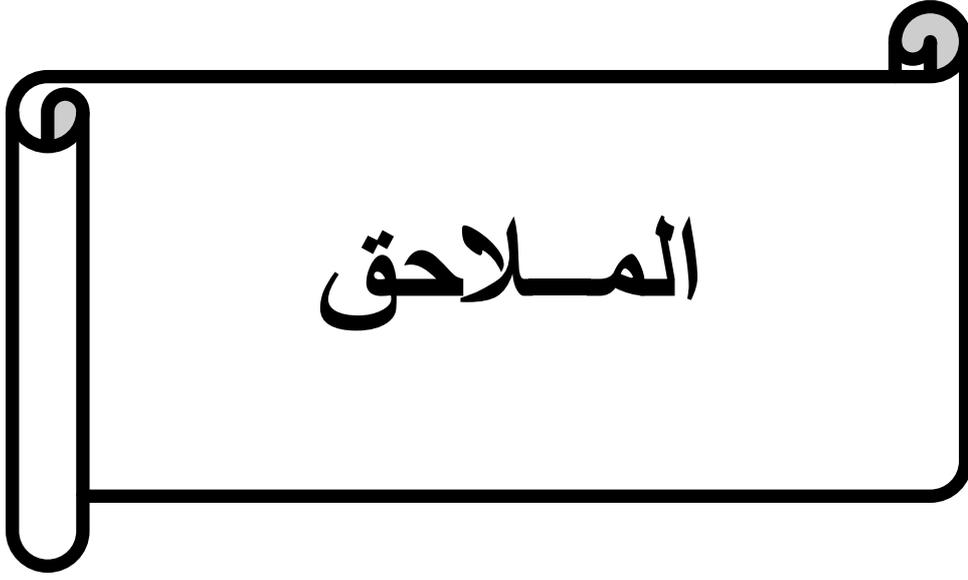
- 1) بوزرقاطة أمال، أثر التدريب على أداء العاملين، مذكرة شهادة الماستر علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2018/2019.
- 2) بوطاجين رفيقة ومناد سارة، دور إدارة المعرفة في تحسين جودة خدمات التعليم العالي، مذكرة شهادة ماستر علوم تجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2018/2019.

- (3) مشري ناريمان، الإعلام الإلكتروني ودوره في ترويج الرحلات السياحية، مذكرة شهادة ماستر للعلوم الإنسانية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي تبسي، تبسة، 2016/2015.
- (4) فليسي ليندة، واقع جودة الخدمات في المنظمات الفندقية ودورها في تحقيق الأداء المتميز، مذكرة شهادة بدرجة ماجيستر في تسيير المنظمات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوقرة، بومرداس، 2012/2011.
- (5) يعقوب مريم، دور التسويق الاجتماعي في تفعيل جودة الخدمة الفندقية، دراسة حالة لعينة فنادق ولاية جيجل، مذكرة ماستر في العلوم التجارية (تسويق فندقي وسياحي)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، 2019/2018.
- د. المواقع الإلكترونية:

1) <http://fb.watch/6tNfWxcEEu/>,15-05-2021,22h.

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية

- 1) Robbins Stephen, p,organizational behavoir :concepts controversies and applications , 6thedition, prentice-h all INC, englwood, chiffs, N-J , USA, 1993
- 2) PH.K. BERNART , marketing management ,10eme édition, paris, 2002
- 3) Uma sekaran,Methods For Business A Skile Building Approach, 4th Edition John Wiley & Son, Ine New York, 2004



الملاحق

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة محمد الصديق بن يحي-جيجل-

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

تخصص: تسويق فندقي و سياحي

الموضوع: استبيان

أخي الفاضل....، أختي الفاضلة....

السلام عليكم و رحمة الله تعالى وبركاته.....

لكم مني تحية التقدير والاحترام أما بعد:

في إطار التحضير لمذكرة التخرج لنيل شهادة ماستر بعنوان " دور تنمية الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمات الفندقية المقدمة - دراسة حالة فندق المربع الأزرق - جيجل-"
الرجاء منكم ملء هذا الاستبيان علما أن المعلومات المتحصل عليها يتم معالجتها في سرية تامة، وأن هذا الاستبيان لا يستخدم إلا في حدود هذا البحث، مشاركتكم الجادة ضرورية للوصول إلى نتائج صحيحة وتكون الإجابة من خلال وضع العلامة (X) في خانة واحدة بالنسبة لكل عمود.

شكرا جزيلا لاهتمامكم ومشاركتكم

تحت إشراف الأستاذ:

هري بلال

من إعداد الطالبتين:

- بلعور خولة

- لبعيلي رميسة

01- محور البيانات الشخصية:

الجنس: ذكر أنثى

السن:

أقل من 30 سنة	30 سنة وأقل من 40 سنة	40 سنة وأقل من 50 سنة	50 سنة فما فوق

المستوى التعليمي:

ثانوي فأقل	جامعي	أخرى (معهد متخصص....)

الوظيفة:

إداري	استقبال	خدمة الإطعام	خدمة الغرف	أخرى

مدة الخدمة:

أقل من 6 أشهر	6 أشهر وأقل من سنة	سنة وأقل من سنتين	سنتين فما فوق

02- محور تنمية الموارد البشرية:

البعد	ر.ع	العبارة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
التدريب	01	تهدف إدارة الفندق من تحديد الاحتياجات التدريبية إلى تغيير سلوك العاملين نحو الأفضل					
	02	توجد نتائج ايجابية تم تحقيقها من البرنامج التدريبي					
	03	يوفر الفندق التسهيلات المادية اللازمة للتدريب					
	04	توجد كفاءات عالية الخبرة والمهارات في الفندق لتدريب					

					الموظفين في تخصصات معينة		
					بعد كل برنامج تدريبي أشعر بتحسين مهاراتي وقدراتي.	05	
					يتيح الفندق للفرد فرصة التعلم عن طريق العمل بشكل فردي	06	بعد التقييم
					يقوم الفندق بخلق جو تنافسي بين الأفراد لاكتشاف المبدعين منهم	07	
					يعمل الفندق على تشكيل فرق عمل لزيادة طاقات أفرادها	08	
					يتم الاهتمام بتعليم الموظفين لتحسين مهاراتهم	09	
					تحرص إدارة الفندق على إشراك الأفراد في معالجة المشكلات	10	
					يشعر الأفراد بالأمان و الثقة في أداء مهامهم	11	بعد التمكن
					يتيح الفندق للموظفين الصلاحية والمسؤولية في اتخاذ القرار اللازم دون اللجوء إلى رئيسهم	12	
					يمنح الفندق الحرية و السلطة للموظفين و انجاز عملهم بالطريقة التي يريدونها	13	
					يحظى الموظفون بالتشجيع و إرشادهم ومعالجة أخطائهم من قبل رئيسهم	14	
					الموظفين مستعدين لبذل جهد إضافي في تحمل مزيدا من المسؤولية	15	

					يعمل الفندق على التوفيق بين رغبات الفرد في شغل الوظيفة و احتياجات الفندق	16	بعد التطوير المهني
					يعطي الفندق فرص متكاملة للتطور في العمل بين أفرادها	17	
					يقوم الفندق بنشر وتوضيح المعلومات اللازمة للأفراد حول الوظيفة التي يشغلونها من خلال اللقاءات، الدورات... الخ	18	
					يعتبر الفندق خبرة الأفراد و قدرتهم على أداء المهام المسندة إليهم معيارا لكفاءتهم	19	
					يقوم الفندق بمتابعة مختلف التطورات التي تحصل خلال حياة الفرد في العمل	20	

03- محور أبعاد جودة الخدمة الفندقية:

الموافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	العبارة	ر.ع	البعد
					يهتم مقدمو الخدمات في الفندق بمظهرهم الخارجي	21	بعد الملموسية
					يتوفر الفندق على معدات وتجهيزات متطورة	22	
					يقوم مقدمو الخدمات في الفندق بتنظيف وترتيب الأثاث في الغرف بصورة منتظمة	23	
					يتوفر الفندق على كل وسائل الراحة اللازمة للزبائن	24	

					يحرص عمال الفندق على تقديم الخدمات بالشكل الجيد دائما	25	بعد الاعتمادية
					يسعى عمال الفندق على تقديم خدمات تتناسب مع رغبات واحتياجات الزبائن	26	
					يتم إنجاز الخدمة المطلوبة في الوقت المناسب	27	
					يحرص المورد البشري على أن تلبى الخدمات التي يقدمها الفندق حاجات و رغبات الزبائن.	28	
					يتم انجاز الخدمة بالدقة المطلوبة وفي الوقت المناسب	29	بعد الاستجابة
					هناك استعداد دائم لتقديم الخدمة واستجابة فورية لطلبات النزلاء	30	
					يبادر العاملون في الفندق إلى تقديم الخدمات	31	
					يحرص العاملون على تلبية طلبات الزبائن بسرعة	32	
					يحرص عمال الفندق على التبسم الوجه في التعامل مع الزبائن	33	بعد التعاطف
					يهتم العمال بالتعامل الحسن مع الزبائن	34	
					تحرص إدارة الفندق على توثيق العلاقات بين العاملين و الزبائن	35	
					يولي الموظفون بالفندق الاهتمام الشخصي بالنزلاء في التعامل معهم	36	
					تحرص إدارة الفندق على تدريب عمالها على الأدب و التهذيب	37	بعد الأمان والثقة
					تتعامل إدارة الفندق مع معلومات الزبائن بسرية تامة	38	
					يعامل الزبون من قبل العاملين في الفندق بالاحترام والتقدير	39	
					يتصرف العاملون في الفندق بالأمان والصدق	40	

الملحق رقم 02

قائمة بأسماء محكمي الاستبيان

الرقم	الاسم	الجامعة
01	د، نجيمي عيسى	جامعة جيجل
02	د، مرغيت عبد المجيد	جامعة جيجل
03	د، بولحية اعمر	جامعة جيجل

الملحق رقم 03

- الصدق الداخلي لعبارات محور تنمية الموارد البشرية:
- الصدق الداخلي لعبارات بعد التدريب:

Corrélations

		التدريب بعد	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5
بعد التدريب	Corrélation de Pearson	1	,931**	,618**	,938**	,898**	,969**
	Sig. (bilatérale)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	35	35	35	35	35	35
Q1	Corrélation de Pearson	,931**	1	,380*	,900**	,781**	,888**
	Sig. (bilatérale)		,000	,024	,000	,000	,000
	N	35	35	35	35	35	35
Q2	Corrélation de Pearson	,618**	,380*	1	,417*	,528**	,631**
	Sig. (bilatérale)		,000	,024	,013	,001	,000
	N	35	35	35	35	35	35

Q3	Corrélation de Pearson	,938**	,900**	,417*	1	,802**	,885**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,013		,000	,000
	N	35	35	35	35	35	35
Q4	Corrélation de Pearson	,898**	,781**	,528**	,802**	1	,827**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,001	,000		,000
	N	35	35	35	35	35	35
Q5	Corrélation de Pearson	,969**	,888**	,631**	,885**	,827**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	35	35	35	35	35	35

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

* . La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

الصدق الداخلي لعبارات بعد التعلم:

Corrélations

		التعلم بعد	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10
بعد التعلم	Corrélation de Pearson	1	,854**	,932**	,873**	,942**	,895*
	Sig. (bilatérale)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	35	35	35	35	35	35
Q6	Corrélation de Pearson	,854**	1	,733**	,592**	,778**	,765*
	Sig. (bilatérale)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	35	35	35	35	35	35

Q7	Corrélation de Pearson	,932**	,733**	1	,820**	,862**	,748*
	Sig. (bilatérale)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	35	35	35	35	35	35
Q8	Corrélation de Pearson	,873**	,592**	,820**	1	,824**	,704*
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	35	35	35	35	35	35
Q9	Corrélation de Pearson	,942**	,778**	,862**	,824**	1	,788*
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	35	35	35	35	35	35
Q10	Corrélation de Pearson	,895**	,765**	,748**	,704**	,788**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	35	35	35	35	35	35

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

الصدق الداخلي لعبارات بعد التمكين:

Corrélations

	التمكين بعد	Q11	Q12	Q13	Q14	Q15
بعد التمكين	Corrélation de Pearson	1	,873**	,861**	,873**	,902*
	Sig. (bilatérale)		,000	,000	,000	,000
	N	35	35	35	35	35
Q11	Corrélation de Pearson	,873**	1	,590**	,659**	,821*

Q12	Sig. (bilatérale)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	35	35	35	35	35	35
	Corrélation de Pearson	,861**	,590**	1	,777**	,817**	,701*
Q13	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	35	35	35	35	35	35
	Corrélation de Pearson	,873**	,659**	,777**	1	,802**	,670*
Q14	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	35	35	35	35	35	35
	Corrélation de Pearson	,857**	,603**	,817**	,802**	1	,652*
Q15	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	35	35	35	35	35	35
	Corrélation de Pearson	,902**	,821**	,701**	,670**	,652**	1
Q15	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	35	35	35	35	35	35

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

الصدق الداخلي لعبارات بعد التطوير المهني:

Corrélations

	المهني بعد	Q16	Q17	Q18	Q19	Q20	
بعد المهني	Corrélation de Pearson	1	,857**	,948**	,906**	,896**	,913**
	Sig. (bilatérale)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	35	35	35	35	35	35
Q16	Corrélation de Pearson	,857**	1	,775**	,670**	,755**	,714**
	Sig. (bilatérale)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	35	35	35	35	35	35

Q17	Corrélation de Pearson	,948**	,775**	1	,842**	,826**	,820**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	35	35	35	35	35	35
Q18	Corrélation de Pearson	,906**	,670**	,842**	1	,752**	,830**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	35	35	35	35	35	35
Q19	Corrélation de Pearson	,896**	,755**	,826**	,752**	1	,740**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	35	35	35	35	35	35
Q20	Corrélation de Pearson	,913**	,714**	,820**	,830**	,740**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	35	35	35	35	35	35

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

الصدق الداخلي لبيانات محور أبعاد جودة الخدمة الفندقية:

Correlations

	الجزء الدرجة	Q2 1	Q2 2	Q23	Q2 4	Q25	Q2 6	Q2 7	Q2 8	Q2 9	Q3 0	Q3 1	Q3 2	Q3 3	Q3 4	Q35	Q3 6	Q3 7	Q38	Q39	Q40
Corrélation de Pearson	1	,94 ***	,93 ***	,921 ***	,87 ***	,924 **	,91 ***	,90 ***	,93 ***	,92 ***	,81 **	,84 ***	,82 ***	,91 **	,93 **	,933 **	,92 **	,92 **	,937 **	,954 **	,938 **
Sig. bilatéral (e)		,00 0	,00 0	,000 0	,00 0	,000 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,000 0	,00 0	,00 0	,000 0	,000 0	,000 0
N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Corrélation de Pearson	,94 ***	1	,90 ***	,922 **	,89 ***	,849 **	,81 ***	,84 ***	,89 ***	,88 **	,74 **	,81 **	,80 **	,81 **	,83 **	,846 **	,85 **	,84 **	,871 **	,921 **	,848 **
Sig. bilatéral (e)	,00 0		,00 0	,000 0	,00 0	,000 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,000 0	,00 0	,00 0	,000 0	,000 0	,000 0
N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35

Corrélati on de Pearson	,93 8**	,90 6**	1	,910 **	,87 2**	,873 **	,85 0**	,87 8**	,82 3**	,90 1**	,75 2**	,73 2**	,72 5**	,84 0**	,85 1**	,830 **	,84 8**	,87 3**	,888 **	,864 **	,893 **
Q2 Sig.	,00	,00		,000	,00	,000	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,000	,00	,00	,000	,000	,000
(bilatéral e)	0	0			0	,000	0	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0			
N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Corrélati on de Pearson	,92 1**	,92 2**	,91 0**	1	,84 4**	,814 **	,81 2**	,81 6**	,81 5**	,89 5**	,73 9**	,80 7**	,81 1**	,76 6**	,81 9**	,826 **	,80 7**	,85 7**	,865 **	,857 **	,836 **
Q2 Sig.	,00	,00	,00		,00	,000	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,000	,00	,00	,000	,000	,000	,000
(bilatéral e)	0	0	0		0	,000	0	0	0	0	0	0	0	0		0	0				
N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Corrélati on de Pearson	,87 8**	,89 8**	,87 2**	,844 **	1	,782 **	,76 7**	,78 0**	,78 7**	,81 5**	,69 5**	,77 1**	,72 9**	,74 1**	,70 7**	,739 **	,82 6**	,78 1**	,784 **	,865 **	,803 **
Q2 on de Pearson																					

Corrélati on de Pearson	,905**	,847**	,878**	,816**	,780**	,950**	,858**	1	,858**	,858**	,701**	,663**	,638**	,812**	,845**	,855**	,838**	,817**	,791**	,826**	,877**
Q2 Sig.	,00	,00	,00	,000	,00	,000	,00		,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,000	,00	,00	,000	,000	,000
(bilateral e)	0	0	0	,000	0	,000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	,000	0	0	,000	,000	,000
N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Corrélati on de Pearson	,932**	,893**	,823**	,815**	,787**	,888**	,897**	,858**	,841	,847**	,735**	,753**	,759**	,850**	,873**	,876**	,876**	,811**	,848**	,912**	,831**
Q2 Sig.	,00	,00	,00	,000	,00	,000	,00	,00		,00	,00	,00	,00	,00	,00	,000	,00	,00	,000	,000	,000
(bilateral e)	0	0	0	,000	0	,000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	,000	0	0	,000	,000	,000
N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Corrélati on de Pearson	,922**	,884**	,901**	,895**	,815**	,870**	,869**	,858**	,847**	,841	,684**	,726**	,693**	,797**	,844**	,842**	,782**	,835**	,891**	,894**	,869**
Q2 Sig.	,00	,00	,00	,000	,00	,000	,00	,00		,00	,00	,00	,00	,00	,00	,000	,00	,00	,000	,000	,000
(bilateral e)	0	0	0	,000	0	,000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	,000	0	0	,000	,000	,000
N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35

Sig. (bilatéral e)	,00 0	,00 0	,00 0	,000 0	,00 0	,000 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,000 0	,00 0	,00 0	,00 0	,000 0	,00 0	,00 0	,000 0	,00 0	,00 0	,000 0	,00 0	,00 0	,000 0	,00 0	,00 0	,000 0	,00 0	,00 0	,000 0				
N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35		
Corrélati on de Pearson	,84 5**	,81 6**	,73 2**	,807 **	,77 1**	,690 **	,68 7**	,66 3**	,75 3**	,72 6**	,74 0**	,88 1**	,71 5**	,75 0**	,757 **	,78 5**	,79 6**	,769 **	,805 **	,743 **																				
Q3 Sig. (bilatéral e)	,00 0	,00 0	,00 0	,000 0	,00 0	,000 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,000 0	,00 0	,00 0	,000 0	,00 0	,00 0	,00 0	,000 0	,00 0	,00 0	,000 0	,00 0	,00 0	,000 0	,00 0	,00 0	,000 0	,00 0	,00 0	,000 0	,00 0	,00 0	,000 0				
N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35		
Corrélati on de Pearson	,81 0**	,74 3**	,75 2**	,739 **	,69 5**	,658 **	,73 7**	,70 1**	,73 5**	,68 4**	,74 10**	,77 8**	,77 2**	,76 9**	,741 **	,76 9**	,74 5**	,709 **	,676 **	,673 **																				
Q3 Sig. (bilatéral e)	,00 0	,00 0	,00 0	,000 0	,00 0	,000 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,000 0	,00 0	,00 0	,000 0	,00 0	,00 0	,00 0	,000 0	,00 0	,00 0	,000 0	,00 0	,00 0	,000 0	,00 0	,00 0	,000 0	,00 0	,00 0	,000 0	,00 0	,00 0	,000 0				
N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35		
Corrélati on de Pearson	,81 0**	,74 3**	,75 2**	,739 **	,69 5**	,658 **	,73 7**	,70 1**	,73 5**	,68 4**	,74 10**	,77 8**	,77 2**	,76 9**	,741 **	,76 9**	,74 5**	,709 **	,676 **	,673 **																				
Q3 Sig. (bilatéral e)	,00 0	,00 0	,00 0	,000 0	,00 0	,000 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,000 0	,00 0	,00 0	,000 0	,00 0	,00 0	,00 0	,000 0	,00 0	,00 0	,000 0	,00 0	,00 0	,000 0	,00 0	,00 0	,000 0	,00 0	,00 0	,000 0	,00 0	,00 0	,000 0				
N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35		
Corrélati on de Pearson	,84 5**	,81 6**	,73 2**	,807 **	,77 1**	,690 **	,68 7**	,66 3**	,75 3**	,72 6**	,74 0**	,88 1**	,71 5**	,75 0**	,757 **	,78 5**	,79 6**	,769 **	,805 **	,743 **																				

Corrélati on de Pearson	,82 5**	,80 7**	,72 5**	,811 **	,72 9**	,664 **	,68 3**	,63 8**	,75 9**	,69 3**	,77 8**	,88 1**	1	,68 8**	,71 5**	,718 **	,77 2**	,76 3**	,729 **	,777 **	,720 **
Q3 Sig.	,00	,00	,00	,000	,00	,000	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,000	,00	,00	,000	,000	,000
2 (bilatéral e)	0	0	0	,000	0	,000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	,000	0	0	,000	,000	,000
N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Corrélati on de Pearson	,91 4**	,81 9**	,84 0**	,766 **	,74 1**	,820 **	,84 7**	,81 2**	,85 0**	,79 7**	,77 2**	,71 5**	,68 8**	1	,91 2**	,904 **	,91 0**	,80 9**	,883 **	,874 **	,866 **
Q3 Sig.	,00	,00	,00	,000	,00	,000	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,000	,00	,00	,000	,000	,000
3 (bilatéral e)	0	0	0	,000	0	,000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	,000	0	0	,000	,000	,000
N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Corrélati on de Pearson	,93 0**	,83 2**	,85 1**	,819 **	,70 7**	,857 **	,83 9**	,84 5**	,87 3**	,84 4**	,76 9**	,75 0**	,71 5**	,91 2**	1	,982 **	,88 7**	,84 2**	,897 **	,842 **	,876 **
Q3 on de Pearson	4																				

Corrélati on de Pearson	,923**	,840**	,873**	,857**	,781**	,881**	,878**	,817**	,811**	,835**	,745**	,796**	,763**	,809**	,842**	,823**	,778**	1	,893**	,877**	,912**
Q3 Sig.	,00	,00	,00	,000	,00	,000	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,000	,00		,000	,000	,000
(bilatéral e)	0	0	0	,000	0	,000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	,000	0				
N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Corrélati on de Pearson	,937**	,871**	,888**	,865**	,784**	,836**	,839**	,791**	,848**	,891**	,709**	,769**	,729**	,883**	,897**	,892**	,843**	,893**		,910**	,908**
Q3 Sig.	,00	,00	,00	,000	,00	,000	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,000	,00		,000	,000	,000
(bilatéral e)	0	0	0	,000	0	,000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	,000	0				
N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Corrélati on de Pearson	,954**	,921**	,864**	,857**	,865**	,883**	,890**	,826**	,912**	,894**	,676**	,805**	,777**	,874**	,842**	,859**	,878**	,877**		,910**	,905**
Q3 Sig.	,00	,00	,00	,000	,00	,000	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,000	,00		,000	,000	,000
(bilatéral e)	0	0	0	,000	0	,000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	,000	0				
N	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35	35

الاتساق البنائي:

الاتساق البنائي لأبعاد محور تنمية الموارد البشرية:

Corrélations

		التنمية البشرية	بعد التدريب	بعد التعلم	بعد التمكين	بعد المهني
التنمية البشرية	Corrélation de Pearson	1	,967**	,974**	,958**	,980*
	Sig. (bilatérale)		,000	,000	,000	,000
	N	35	35	35	35	35
	Corrélation de Pearson	,967**	1	,912**	,911**	,930*
بعد التدريب	Sig. (bilatérale)	,000		,000	,000	,000
	N	35	35	35	35	35
	Corrélation de Pearson	,974**	,912**	1	,900**	,965*
	Sig. (bilatérale)	,000	,000		,000	,000
بعد التعلم	N	35	35	35	35	35
	Corrélation de Pearson	,958**	,911**	,900**	1	,906*
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000		,000
	N	35	35	35	35	35
بعد التمكين	Corrélation de Pearson	,980**	,930**	,965**	,906**	1
	Sig. (bilatérale)					
	N	35	35	35	35	35
	Corrélation de Pearson					

Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	
N	35	35	35	35	35

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

الاتساق البنائي لمحور أبعاد جودة الخدمة الفندقية:

Corrélations

	الجودة	بعد الملموسية	بعد الاعتمادية	بعد الاستجابة	بعد التعاطف	بعد الأمان
الجودة	Corrélation de Pearson	1	,959**	,959**	,944**	,975**
	Sig. (bilatérale)		,000	,000	,000	,000
	N	35	35	35	35	35
بعد الملموسية	Corrélation de Pearson	,959**	1	,897**	,913**	,872**
	Sig. (bilatérale)	,000		,000	,000	,000
	N	35	35	35	35	35
بعد الاعتمادية	Corrélation de Pearson	,959**	,897**	1	,857**	,929**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000		,000	,000
	N	35	35	35	35	35
بعد الاستجابة	Corrélation de Pearson	,944**	,913**	,857**	1	,875**
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000		,000
	N	35	35	35	35	35
بعد التعاطف	Corrélation de Pearson	,956**	,872**	,909**	,875**	1
						,919**

بعد الأمان	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	35	35	35	35	35	35
	Corrélation de Pearson	,975**	,925**	,929**	,897**	,919**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	35	35	35	35	35	35

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

الاتساق البنائي بين محاور الاستبيان:

Corrélations

		الارتباط	التنمية البشرية	الجودة
الارتباط	Corrélation de Pearson	1	,994**	,995**
	Sig. (bilatérale)		,000	,000
	N	35	35	35
التنمية البشرية	Corrélation de Pearson	,994**	1	,979**
	Sig. (bilatérale)	,000		,000
	N	35	35	35
الجودة	Corrélation de Pearson	,995**	,979**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	
	N	35	35	35

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

• معامل الثبات ألفا كرونباخ:

– محور تنمية الموارد البشرية:

✓ التدريب:

Récapitulatif de traitement des observations

	N	%
Valide	35	100,0
Observations Exclues ^a	0	,0
Total	35	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,924	5

✓ التعلم:

Récapitulatif de traitement des observations

	N	%
Valide	35	100,0
Observations Exclues ^a	0	,0
Total	35	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,937	5

✓ التمكين:

Récapitulatif de traitement des observations

	N	%
Valide	35	100,0
Observations Exclues ^a	0	,0
Total	35	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,911	5

✓ التطوير المهني:

Récapitulatif de traitement des observations

	N	%
Valide	35	100,0
Observations Exclues ^a	0	,0
Total	35	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,942	5

– محور أبعاد جودة الخدمة الفندقية:
✓ الملموسية:

Récapitulatif de traitement des observations

	N	%
Valide	35	100,0
Observations Exclues ^a	0	,0
Total	35	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,964	4

✓ الاعتمادية:

Récapitulatif de traitement des observations

	N	%
Valide	35	100,0
Observations Exclues ^a	0	,0
Total	35	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,969	4

✓ الاستجابة:

Récapitulatif de traitement des observations

	N	%
Valide	35	100,0
Observations Exclues ^a	0	,0
Total	35	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,922	4

✓ التعاطف:

Récapitulatif de traitement des observations

	N	%
Valide	35	100,0
Observations Exclues ^a	0	,0
Total	35	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,976	4

✓ الأمان والثقة:

Récapitulatif de traitement des observations

	N	%
Valide	35	100,0
Observations Exclues ^a	0	,0
Total	35	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,971	4

– ألفا كرونباخ للمحورين

Récapitulatif de traitement des observations

	N	%
Valide	35	100,0
Observations Exclues ^a	0	,0
Total	35	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,985	2

– ألفا كرونباخ كل أبعاد محور تنمية الموارد البشرية:

Récapitulatif de traitement des observations

	N	%
Valide	35	100,0
Observations Exclues ^a	0	,0
Total	35	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,979	4

– ألفا كرونباخ محور أبعاد جودة الخدمة الفندقية:

Récapitulatif de traitement des observations

	N	%
Valide	35	100,0
Observations Exclues ^a	0	,0
Total	35	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,977	5

الملحق رقم 06

- تحليل البيانات الشخصية:
- ✓ متغير الجنس:

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
ذكر	19	54.3	54.3	54.3
أنثى	16	45.7	45.7	100.0
Total	35	100.0	100.0	

- ✓ متغير السن:

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
سنة 30 أقل من	8	22.9	22.9	22.9
سنة وأقل من 30 من	17	48.6	48.6	71.4
سنة 40	5	14.3	14.3	85.7
سنة وأقل من 40 من	5	14.3	14.3	100.0
سنة 50	5	14.3	14.3	100.0
سنة فما فوق 50	5	14.3	14.3	100.0
Total	35	100.0	100.0	

✓ متغير المستوى التعليمي:

	Effectifs	Pourcentage e	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
ثانوي فأقل	9	25.7	25.7	25.7
جامعي	21	60.0	60.0	85.7
أخرى	5	14.3	14.3	100.0
Total	35	100.0	100.0	

✓ متغير الوظيفة:

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
إداري	8	22.9	22.9	22.9
إستقبال	4	11.4	11.4	34.3
خدمة إ طعام	7	20.0	20.0	54.3
خدمة الغر ف	10	28.6	28.6	82.9
أخرى	6	17.1	17.1	100.0
Total	35	100.0	100.0	

✓ متغير مدة الخدمة:

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
أشهر 6 أقل من	1	2.9	2.9	2.9
أشهر وأقل من سنة 6	2	5.7	5.7	8.6
سنة وأقل من سنتين	14	40.0	40.0	48.6
سنتين فما فوق	18	51.4	51.4	100.0
Total	35	100.0	100.0	

الملحق رقم 07

- اختبار التوزيع الطبيعي كولمنجروف سمرنوف: (محور تنمية الموارد البشرية / محور أبعاد جودة الخدمة الفندقية):

Test de Kolmogorov–Smirnov à un échantillon

	البشرية التنمية	الجودة
N	35	35
Paramètres normaux ^{a,b}	Moyenne	3,3243
	Ecart-type	1,01810
Différences les plus extrêmes	Absolue	,235
	Positive	,155
	Négative	-,235
Z de Kolmogorov–Smirnov	1,392	1,740
Signification asymptotique (bilatérale)	,234	,125

- a. La distribution à tester est gaussienne.
b. Calculée à partir des données.

الملحق رقم 08

- تحليل عبارات الاستبيان:

Statistiques descriptives

	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type
Q1	35	1,00	5,00	3,2286	1,41600
Q2	35	2,00	5,00	3,8571	,77242
Q3	35	1,00	5,00	3,0571	1,30481
Q4	35	2,00	5,00	3,3143	1,05081
Q5	35	1,00	5,00	3,4857	1,17251
Q6	35	1,00	5,00	3,2857	1,04520
Q7	35	1,00	5,00	3,2857	1,42605
Q8	35	1,00	5,00	3,2571	1,06668
Q9	35	1,00	5,00	3,3714	1,05957
Q10	35	1,00	5,00	2,8000	1,32399

Q11	35	1,00	5,00	3,4571	1,52128
Q12	35	1,00	5,00	3,1429	,97446
Q13	35	1,00	5,00	3,0286	1,04278
Q14	35	1,00	5,00	3,0857	,98134
Q15	35	1,00	5,00	3,9429	1,43369
Q16	35	1,00	5,00	3,3143	1,02244
Q17	35	1,00	5,00	3,2857	1,40527
Q18	35	1,00	5,00	3,3429	1,08310
Q19	35	1,00	5,00	3,4000	1,09006
Q20	35	1,00	5,00	3,5429	1,29121
Q21	35	1,00	5,00	3,2000	1,38903
Q22	35	1,00	5,00	3,4571	1,09391
Q23	35	2,00	5,00	3,2857	,98731
Q24	35	1,00	5,00	3,1143	1,30094
Q25	35	2,00	5,00	3,8000	1,20782
Q26	35	1,00	5,00	3,7429	1,26823
Q27	35	1,00	5,00	3,7714	1,21476
Q28	35	1,00	5,00	3,5714	1,39928
Q29	35	1,00	5,00	3,6000	1,26491
Q30	35	1,00	5,00	3,0857	1,09468
Q31	35	1,00	5,00	2,8000	1,25558
Q32	35	1,00	5,00	2,8857	1,25491
Q33	35	1,00	5,00	3,8286	1,27154
Q34	35	1,00	5,00	3,6286	1,26225
Q35	35	2,00	5,00	3,6857	1,23125
Q36	35	1,00	5,00	3,6000	1,43895
Q37	35	1,00	5,00	3,6571	1,37076
Q38	35	1,00	5,00	3,7714	1,35225
Q39	35	1,00	5,00	3,6286	1,55461
Q40	35	2,00	5,00	3,7429	1,26823
N valide(listwise)	35				

– التحليل الكلي للمحورين:
 ✓ محور تنمية الموارد البشرية:

Statistiques

	التدريب بعد	التعلم بعد	التمكين بعد	المهني بعد
Valide	35	35	35	35
N Manquante	0	0	0	0
Moyenne	3,3886	3,2000	3,3314	3,3771
Médiane	3,8000	3,6000	3,8000	3,8000
Ecart-type	1,01974	1,06716	1,04256	1,06911
Somme	118,60	112,00	116,60	118,20

✓ محور أبعاد جودة الخدمة الفندقية:

Statistiques

	الملموسية بعد	الاعتمادية بعد	الاستجابة بعد	التعاطف بعد	الأمان بعد
Valide	35	35	35	35	35
N Manquante	0	0	0	0	0
Moyenne	3,2643	3,7214	3,0929	3,6857	3,7000
Médiane	3,7500	4,2500	3,5000	4,0000	4,2500
Ecart-type	1,14395	1,21989	1,09827	1,25929	1,33367
Somme	114,25	130,25	108,25	129,00	129,50

✓ المحورين:

Statistiques

	البشرية التنمية	الجودة
Valide	35	35
N Manquante	0	0
Moyenne	3,3243	3,4929
Médiane	3,7500	4,1500
Ecart-type	1,01810	1,16184
Somme	116,35	122,25

• اختبار الفرضيات:

Variabes introduites/supprimées^a

Modèle	Variabes introduites	Variabes supprimées	Méthode
1	المهني بعد, التمكين بعد, التدريب بعد, التعلم بعد ^b		Entrée

a. Variable dépendante : الجودة

b. Toutes variables requises saisies.

Récapitulatif des modèles^b

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation	Changement dans les statistiques					Durbin-Watson
					Variation de R-deux	Variation de F	ddl1	ddl2	Sig. Variation de F	
1	,987 ^a	,974	,971	,19755	,974	286,520	4	30	,000	1,766

a. Valeurs prédites : (constantes), المهني بعد, التمكين بعد, التدريب بعد, التعلم بعد

b. Variable dépendante : الجودة

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	D	Sig.
1 Régression	44,725	4	11,181	286,520	,000 ^b
Résidu	1,171	30	,039		
Total	45,896	34			

a. Variable dépendante : الجودة

b. Valeurs prédites : (constantes), المهني بعد, التمكين بعد, التدريب بعد, التعلم بعد

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.	Corrélations		
	A	Erreur standard	Bêta			Corrélation simple	Partielle	Partie
(Constante)	-,302	,119		-2,539	,017			
1								
التدريب بعد	,296	,101	,260	2,939	,006	,952	,473	,086
التعلم بعد	,004	,125	,004	,036	,972	,931	,007	,001
التمكن بعد	,592	,087	,531	6,806	,000	,971	,779	,198
المهني بعد	,238	,138	,219	1,732	,094	,947	,301	,050

a. Variable dépendante : الجودة