



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



جامعة 8 ماي 1945

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

تخصص: تسويق سياحي وفندقي

موضوع المذكرة

تنمية المورد البشري لترقية الخدمات السياحية الفندقية

دراسة ميدانية بالمركب السياحي حمام الشلالة - قالمة -

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في التسويق السياحي والفندقي

إشراف الأستاذة:

أ/د : طبائية سليمة

من إعداد الطلبة:

❖ آية بوقروة

❖ أنور جاهمي

السنة الجامعية: 2021-2022



" رب أوزعني أن أشكر نعمتك التي أنعمت علي وعلى والدي و
أن أعمل صالحا ترضاه لي و أدخلني برحمتك في عبادك
الصالحين "

سورة النمل الآية 19

شكر وتقدير

أولاً وقبل كل شيء، نتقدم بالشكر لله الذي لا يحمد على النعم سواه الذي شرفنا بنعمة العلم وأمرنا ووفقنا إليه فعلمنا ما لم نعلم

إلى معلم البشرية وخير البرية خاتم الأنبياء والمرسلين سيد الخلق أجمعين "محمد" عليه أفضل الصلاة وأزكى التسليم من هدى الأمة ورفع الغمة ومن أدي الأمانة وبلغ الرسالة وجاهد في سبيل الله حق جهاد

نتقدم بالشكر الجزيل إلى الأستاذة "طباييبة سليمة" الذي لم تبخل علينا بنصائحها وتوجيهاتها المنيرة وصبرها الجميل علينا كما نتقدم بالشكر إلى جميع الأساتذة الذين مررنا بهم في مشوارنا الدراسي وخاصة أساتذة قسم العلوم التجارية.

إلى كل عمال وموظفي المركب السياحي حمام الشلالة خاصة بوحسان نور الصباح، جاهمي سفيان.

آية، أنور ...

الإهداء

إلى من علمني وفداني سنوات حياته

إليك "أبي" قدوتي الأولى، من علمني القوة والصمود من أعطاني بلا حدود و أضاء قلبه أمامي لينير لي دربي، إلى من علمني العطاء دون انتظار إلى من أحمل اسمه بكل افتخار، إلى من تعجز الكلمات أن توفيه حقه إليك يا من أفديك بروحي، أطال الله في عمرك وأدامك ذخرا وفخرا لنا

إلى أجلي ما أملك ... "أبي الغالي"

إلى التي رأني قلبها قبل عينيها، وحننتني أحضانها قبل يديها إلى شجرتي التي لا تذبل، إلى ظلي الذي أوي إليه في كل حين "أمي" ربما لم أبارك تمام البر لكني أعلم أن قلبك أكبر من كل بر، رحك المولى و جزاك خير الجزاء

إلى أعز ما أملك ... "أمي"

إلى من قضيت معها براءة طفولتي و عنفوان شبابي من كانت صديقة، وأختا، وأما

إلى أجلي ما أملك ... أختي "ونام"

إلى إخوتي "سيف الدين، محمد فخر الإسلام، تميم، تقي الدين" وإهداء خاص إلى فلذة كبدي، برعم العائلة أختي الصغيرة "أسماء"

إلى صديقاتي... "يسرى، شهيناز، بثينة، هيام، إيمان، ميساء، لبنى، زهرة، ناريمان، ريان، أميرة، خولة، سارة، مريم، هاجر، الهام، بشرى، وردة"

إلى إخوتي وأصدقاء المواقف " مروان، أسامة، عبدو، وليد، سعيد، فضيل، هشام"

آية

إلى كل من هم في قلبي ونسبهم قلبي ...

الإهداء

الحمد لله الذي وفقني في إنجاز هذا العمل المتواضع، والذي يسعدني أن أهديه إلى:
رمز الوجود وسر النجاح والسمود الشمس التي أثار بها الله طريقنا وتحت قدميها جنة الخلود إلى
أمي حفظها الله.

إلى أبي الغالي سدي في هذه الحياة قدوتي الأولى، من علمني القوة والسمود من أعطاني بلا
حدود و أضاء قلبه أمامي لينير لي درب حفظه الله و رحمه.

إلى كل من كانوا سدي في هذه الحياة إخوتي : آمنه و أسماء و صلاح و سلامة
إلى جميع الأقارب والأهل وكل من ساندني و لو من بعيد،

وشكر خاص لصديقي أسامة حسبي الذي وضع يده بيدي و مد يد العون لي
و أخيرا إلى أعمز أصدقائي أيمن و بلال و شعيب و لولي و زاكي زخلول و عبد القادر و أمير و
سيف و صديقي المغترب الزمرة و حسام

إلى كل أحبابي من قريب و بعيد

و إلى كل من هم في قلبي و نسيم قلم

أنور

فهرس المحتويات

رقم	الفهرس
I	البسمة
II	الشكر والتقدير
VI-III	الإهداء
X-V	فهرس المحتويات
XII-XI	قائمة الأشكال والجداول
أ-هـ	المقدمة:
<u>الفصل الأول: الإطار المفاهيمى للخدمات السياحية الفندقية</u>	
2	تمهيد الفصل :
3	<u>المبحث الأول: أساسيات حول السياحة والفنادق</u>
3	<u>المطلب الأول: مدخل للسياحة</u>
3	1- نشأة السياحة
6	2- مفهوم السياحة
8	3- مقومات السياحة
10	4- أهمية السياحة
11	<u>المطلب الثانى: أنواع السياحة</u>
11	1- السياحة حسب المنطقة الجغرافية
12	2- السياحة حسب الهدف
13	3- السياحة حسب عدد الأشخاص
15	<u>المطلب الثالث: مفاهيم عامة حول الفنادق</u>
15	1- تعريف الصناعة الفندقية
16	2- تعريف الفنادق
17	<u>المطلب الرابع: تصنيف الفنادق وأهدافها</u>
17	1- تصنيف الفنادق
22	2- أهداف الفنادق
24	<u>المبحث الثانى: الخدمات السياحية الفندقية</u>
24	<u>المطلب الأول: ماهية الخدمات السياحية</u>

24	1- مفهوم الخدمة السياحية
26	2- أنواع الخدمات السياحية
27	<u>المطلب الثاني: عوامل نجاح الخدمات السياحية</u>
29	<u>المطلب الثالث: مفهوم الخدمات الفندقية</u>
29	1- تعريف الخدمات الفندقية
30	2- خصائص الخدمات الفندقية
32	<u>المطلب الرابع: أنواع الخدمات الفندقية</u>
33	خلاصة
<u>الفصل الثاني: تنمية المورد البشري و دوره في تطوير الخدمات السياحية الفندقية</u>	
35	تمهيد الفصل
36	<u>المبحث الأول: مفاهيم عامة حول تنمية الموارد البشرية</u>
36	<u>المطلب الأول: مفهوم تنمية الموارد البشرية</u>
36	1- تعريف تنمية الموارد البشرية
38	2- الحاجة إلى تنمية الموارد البشرية
39	3- أهداف تنمية الموارد البشرية
40	<u>المطلب الثاني: العوامل المؤثرة في تنمية الموارد البشرية</u>
40	1- العوامل التعليمية
40	2- العوامل الإجتماعية
41	3- العوامل السياسية والقانونية
41	4- العوامل الإقتصادية
41	5- العوامل التكنولوجية
42	<u>المطلب الثالث: أبعاد تنمية الموارد البشرية</u>
43	<u>المطلب الرابع: آليات تطوير تنمية الموارد البشرية</u>
43	1- أنظمة التعليم المتعددة في إعداد قوة العمل
44	2- تطوير آليات تخطيط قوة العمل

44	3- تطوير آليات الاختيار والتعيين
45	4- تطوير آليات التكوين
46	<u>المبحث الثاني: مساهمة المورد البشري في تطوير الخدمات السياحية الفندقية</u>
46	<u>المطلب الأول: تكوين المورد البشري التعليم والتدريب</u>
46	1- التعليم
48	2- التدريب
51	<u>المطلب الثاني: تحديد الاحتياجات التكوينية</u>
51	1- تعريف الاحتياجات التكوينية
53	2- مستويات تحديد الاحتياجات التكوينية
55	3- مؤشرات تحديد الاحتياجات التكوينية
57	خلاصة
<u>الفصل الثالث: الدراسة الميدانية بالمركب المعدني حمام الشلالة حمام دباغ "قالمة"</u>	
59	تمهيد الفصل
60	المبحث الأول: تقديم المركب المعدني حمام الشلالة قالمة.
60	<u>المطلب الأول: نظرة عامة حول المركب المعدني حمام الشلالة</u>
60	1- التعريف بمؤسسة التسيير السياحي عنابة
61	2- موقع المركب السياحي حمام الشلالة
61	3- نشأة المركب السياحي حمام الشلالة
61	<u>المطلب الثاني: بيئة المركب المعدني حمام الشلالة، أهدافه ومهامه</u>
61	1- بيئة المركب السياحي حمام الشلالة
62	2- أهداف المركب السياحي
63	3- مهام المركب السياحي حمام الشلالة
64	<u>المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي للمركب المعدني، قواعده التنظيمية</u>

	<u>ومجاله القانوني</u>
64	1- الهيكل الإداري للمركب
71	2- القواعد التنظيمية
72	3- الإطار القانوني
73	<u>المبحث الثاني: تنمية الموارد البشرية في المركب المعدني حمام الشلالة</u>
73	<u>المطلب الأول: الموارد البشرية بالمركب المعدني حمام الشلالة</u>
73	1- العاملين بقسم الاستقبال
74	2- العاملين بالإطعام
74	3- العاملين بقسم الخدمات الصحية
75	<u>المطلب الثاني: الخدمات المقدمة من طرف المركب</u>
75	1- الخدمات الأساسية المقدمة في المركب
77	2- الخدمات التكميلية بالمركب السياحي
77	<u>المطلب الثالث: تدريب الموارد البشرية بالمركب السياحي</u>
77	1- أنواع التدريب المعتمد بالمركب السياحي
78	2- الأهداف الإستراتيجية لعملية التدريب
78	3- مؤشرات تحسين أداء الخدمات بالمركب السياحي
79	<u>المبحث الثالث: نتائج الدراسة و تحليل الاستبيان</u>
79	<u>المطلب الأول: أساليب جمع البيانات</u>
79	1- نموذج الدراسة
79	2- مجتمع وعينة الدراسة
79	3- أسلوب جمع البيانات الأولية
80	<u>المطلب الثاني: أساليب تحليل وقياس ثبات أداة الدراسة</u>
80	1- أساليب تحليل البيانات

80	2- ظروف عملية إعداد وتنفيذ الاستبيان
81	3- قياس ثبات أداة الدراسة
82	<u>المطلب الثالث: عرض نتائج الاستبيان و تحليله</u>
82	1- خصائص عينة الدراسة
91	2- محاور الدراسة
91	3- عرض نتائج الدراسة
96	4- اختبار الفرضيات
102	خلاصة
104	الخاتمة
105	قائمة المراجع
	الملاحق

قائمة الأشكال والجدول

قائمة الأشكال

الصفحة	العنوان	الرقم
14	تصنيف السياحة	01
26	الخدمات الفرعية للخدمات السياحية	02
52	حلقات العملية التكوينية	03
66	الأقسام الادارية	04
67	الأقسام التشغيلية	05
79	أنموذج الدراسة	06
83	تركيبة عينة الدراسة حسب الجنس	07
84	تركيبة عينة الدراسة حسب السن	08
85	تكرارات أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية	09
86	تكرارات أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	10
87	تركيبة عينة الدراسة حسب عدد سنوات الخدمة	11
88	تركيبة عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي	12
89	تركيبة عينة الدراسة حسب الوظيفة	13
90	تكرارات أفراد العينة حسب الشهادة المتحصل عليه	14

قائمة الجداول

الصفحة	العنوان
26	الجدول رقم 01 الخدمات الفرعية للخدمات السياحية
72	الجدول رقم 02 توزيع عينة الدراسة
73	الجدول رقم 03 درجات سلم ليكارث الخماسي
73	الجدول رقم 04 نتائج اختبار ألفا كرو مباح لمتغيرات الدراسة
83	الجدول رقم 05 تكرارات أفراد العينة حسب الجنس
84	الجدول رقم 06 تكرارات أفراد العينة حسب السن
85	الجدول رقم 07 تكرارات أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية
86	الجدول رقم 08 تكرارات أفراد العينة حسب المستوى التعليمي
87	الجدول رقم 09 تكرارات أفراد العينة حسب عدد سنوات الخدمة
88	الجدول رقم 10 تكرارات أفراد العينة حسب الوضعية المهنية
89	الجدول رقم 11 تكرارات أفراد العينة حسب الوظيفة
90	الجدول رقم 12 تكرارات أفراد العينة حسب الشهادة المتحصل عليه
92	الجدول رقم 13 مجالات المتوسط الحسابي لتحديد الاتجاه العام للعبارات
92	الجدول رقم 14 الإحصاءات الوصفية للمتغير المستقل
93	الجدول رقم 15 الإحصاءات الوصفية للعبارات المتعلقة بمحور "التعليم"
94	الجدول رقم 16 المتوسط والانحراف لأبعاد تنمية المورد البشري لدى العمال بالمركب
95	الجدول رقم 17 الإحصاءات الوصفية للعبارات المتعلقة بـ "الخدمات السياحية الفندقية"
96	الجدول رقم 18 الانحدار الخطي المتعدد لمحاور الدراسة
98	الجدول رقم 19 ملخص الفرضيات
99	الجدول رقم 20 اختبار تحليل التباين (ANOVA)

المقدمة

أصبحت المؤسسات السياحية والفندقية في وقتنا الحالي الداعم الأساسي للاقتصاد العالمي، حيث أصبحت هذه الصناعة قائمة بذاتها بسبب الفوائد والأرباح التي تحققها في ميزان المدفوعات وتدعم الاقتصاد الوطني. حيث تتنافس المؤسسات السياحية الفندقية على تقديم أفضل الخدمات التي تلي طلبات الزبائن، وذلك بالاعتماد على حسن تعامل الموظفين من أجل تحسين سمعتها وتلميعها للسياح.

تساهم تنمية المورد البشري في خلق أحاسيس إيجابية لدى الموظفين حيث يعتبر أداة أساسية لتحقيق أهداف المنظمة، كما أن الأنشطة التنموية للموارد البشرية ليست هدف بل هي أداة إدارية متكامل وتتفاعل مع الإدارات الأخرى لضمان أن أهداف المنظمة تتحقق بطريقة تضمن إرتقاء وتحسين الأداء.

ويقوم الإهتمام والتأكيد على أداء المورد البشري بتحسين الخدمات السياحية الفندقية بإعتباره السبيل الوحيد في ذلك، لأن التركيز على الموارد البشرية نفسها تنعكس بشكل مباشر على أدائها وعلى أداء المؤسسات السياحية الفندقية.

ولكي تضمن المؤسسة جودة خدماتها لابد لها من القيام بدورات تكوينية للموظفين لزيادة مستوى أدائهم وبالتالي زيادة الجودة المقدمة للخدمة ومنه رضا الزبون، وترتكز أساسا وظيفة التكوين على بعدين أساسيين هما التدريب والتعليم.

كما تسعى المؤسسات الفندقية إلى تحسين وتطوير خدماتها اعتمادا على برامج متطورة في تكوين المورد البشري وتطوير قدراته ومهاراته في مجال تقديم الخدمات بأحسن جودة وأقل تكلفة وبالتالي خلق ميزة تنافسية وزيادة في الحصة السوقية.

1- الإشكالية:

ضمن هذا السياق وبعد التعرف على إطار البحث نصل إلى طرح إشكالية دراستنا والتي نحاول تناولها وفق سياق نظري وعملي تحليلي من خلال الإجابة على السؤال الرئيسي التالي:

ما مدى تأثير تنمية المورد البشري على ترقية الخدمات السياحية الفندقية في المركب المعدني حمام الشلالة قالمة؟

تقودنا هذه الإشكالية إلى طرح مجموعة من الأسئلة الفرعية التالية:

- ما هي الخدمات السياحية الفندقية؟

- ما المقصود بتنمية الموارد البشرية؟



- ما هي أهم الطرق التنموية للمورد البشري التي تساعد على ترقية الخدمة السياحية؟
- هل يعمل المركب المعدني حمام الشلالة على تنمية الموارد البشرية؟

2- الفرضيات:

2-1 الفرضية الرئيسية الأولى:

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تنمية المورد البشري (التكوين) والخدمات السياحية الفندقية عند مستوى معنوية 5%.

الفرضية الفرعية الأولى:

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين التدريب والخدمات السياحية الفندقية عند مستوى معنوية 5%.

الفرضية الفرعية الثانية:

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين التعليم والخدمات السياحية الفندقية عند مستوى معنوية 5%.

2-2- الفرضية الرئيسية الثانية:

لا يوجد فروقات ذات دلالة إحصائية لإجابات أفراد العينة عن عبارات المتغير المستقل (تنمية الموارد البشرية) تعزى إلى المتغيرات الديمغرافية (الجنس، السن، الحالة الإجتماعية، الوضعية المهنية، المؤهل العلمي، الشهادة المتحصل عليها، الوظيفة، عدد سنوات الخدمة في الفندق).

3- أهمية الدراسة:

تكمن أهمية البحث في أن تنمية المورد البشري أصبحت عاملا مؤثرا في نمو وترقية الخدمات السياحية الفندقية وقد أصبح وسيلة هامة في زيادة القدرة التنافسية للمؤسسات السياحية الفندقية وفي توفير المعلومات الفورية للمتعاملين، ولذلك وجب علينا تحديد الأهمية التي تقدمها الدراسة فيما يلي:

- محاولة لفت إنتباه المسؤولين عن قطاع السياحة إلى أهمية الاعتماد على تنمية المورد البشري لإنعاش القطاع؛

- محاولة تسليط الضوء على الخدمات الفندقية كحتمية ضرورية لتطوير السياحة.

4- أهداف الدراسة

بما أننا في صدد دراسة ميدانية لتنمية المورد البشري في ترقية الخدمات السياحية الفندقية يجدر بنا التوقف عند أهم الأهداف التي يمكن أن تقدمها الدراسة:

- إبراز دور تنمية الموارد البشرية في ترقية الخدمات السياحية الفندقية؛



- تسليط الضوء على طرق وأساليب تدريب وتعليم الموارد البشرية؛
- إبراز دور تدريب وتعليم الموارد البشرية في ترقية الخدمات السياحية الفندقية بالمركب السياحي؛
- دراسة العوامل المؤثرة في تنمية الموارد البشرية.

5- أسباب اختيار موضوع:

1. أسباب ذاتية:

- رغبة الطلبة في الكشف عن حثيات الموضوع؛
- مجال التخصص يفرض علينا دراسة مثل هذه المواضيع؛
- الرغبة في معرفة المستجدات التي أحدثها المورد البشري على الخدمات السياحية الفندقية.

2. أسباب موضوعية:

- موضوع قابل للدراسة والبحث والتطوير كونه يتصف بالتغيير المستمر؛
- إمكانية البحث في هذا الموضوع؛
- الأهمية التي يكتسبها المورد البشري في ترقية الخدمات السياحية والفندقية.

6- دراسات سابقة

✓ دراسة حدة متلف، 2016، بعنوان: دور الموارد البشرية في صناعة السياحة في الجزائر" (دراسة ميدانية بوكالات السياحة لولاية باتنة)"، أطروحة دكتوراه مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم التسيير)، تهدف هذه الدراسة إبراز دور الموارد البشرية في صناعة السياحة في الجزائر ومن أهم النتائج المتوصل إليها في هذه الدراسة وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين عملية تدريب الموارد البشرية وصناعة السياحة، اكتفاء الوكالات السياحية على تدريب مواردها البشرية بدون اللجوء إلى مؤسسات أخرى لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الحصول على الموارد البشرية وصناعة السياحة على اعتبار ربط التوظيف بالعلاقات الشخصية.

✓ دراسة خديجة يجاوي، 2017، بعنوان "دور تنمية الموارد البشرية في تطوير الخدمات في المنظمات السياحية (دراسة حالة مجموعة من المنظمات السياحية في الجزائر)"، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم التسيير، تهدف إلى معرفة مدى مساهمة تنمية المورد البشري في تطوير الخدمات في المنظمات السياحية، وقد توصلت الدراسة إلى أن كفاءة الأفراد تتطلب الاهتمام من حيث التعليم قبل الانضمام إلى المنظمة والتدريب بكل أنواعه بعد الانضمام إليها، كما وجد أن المنظمات

السياحية لا تواكب المناهج التكوينية والتدريبية للطلاب والموظفين مع التطورات الواقعة في مختلف نشاطات هذا المجال، كما لا يهتم الموظفون في المؤسسات السياحية العمومية بتنمية مهاراتهم على حسابهم الخاص نظرا للأجور الضعيفة.

✓ فريجة ليندة، منير خروف، خديجة عزوزي، 2017، بعنوان "دور التدريب في تنمية قدرات الموارد البشرية السياحية (دراسة ميدانية لعينة من المؤسسات الفندقية بالجزائر)"، مقال علمي، يهدف إلى دراسة ما مدى قدرة التدريب في تنمية القدرات المورد البشري في المؤسسات الفندقية السياحية، ومن أهم الاستنتاجات المتوصل إليها أن علاقة نوعية البرامج التدريبية وتنمية القدرات الابتكارية للمرد البشري السياحي أنها مرتبطة بنسبة 24.1%، كما توجد علاقة ارتباط بين تدريب الموارد البشرية السياحية وتنمية قدراته الابتكارية لنسبة 45.8%.

7- المنهج المتبع في الدراسة:

إعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج الوصفي والمنهج التحليلي الذي نراه مناسباً لطبيعة الموضوع من خلال الإطلاع على عدد من الكتب المراجع ذات العلاقة بموضوع البحث التي تحصلنا عليها من خلال الزيارة الميدانية للمؤسسة ذات علاقة بالمورد البشري في ترقية الخدمات السياحية الفندقية. بالإضافة إلى الاعتماد على طريقة دراسة الحالة من خلال توزيع الاستبيان على موظفي المركب المعدني حمام الشلالة.

8- صعوبات الدراسة:

واجهتنا عدة صعوبات أثناء قيامنا بالبحث حيث تمثلت في:

- نقص المراجع والكتب؛
- ضيق فترة إجراء التبرص.

9- هيكل الدراسة:

للإجابة على الإشكالية وبغية الوصول إلى الهدف من دراستنا تم تقسيم المذكرة إلى مقدمة وقسم نظري وآخر تطبيقي (فالقسم النظري يضم فصلين) وخاتمة فقد بدأنا الدراسة بالمقدمة التي طرحنا فيها الإشكالية وصياغة الفرضيات ووضع (أسباب، أهمية، أهداف، المنهج المتبع، هيكل الدراسة).

- ففي الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للخدمات السياحية الفندقية وقد قسم إلى مبحثين درسنا في المبحث الأول على أساسيات حول السياحة والفنادق وفي المبحث الثاني حول الخدمات السياحية الفندقية

- وفي الفصل الثاني: تنمية المورد البشري ودوره في تطوير الخدمات السياحية الفندقية وقد قسم إلى مبحثين درسنا في المبحث الأول على تنمية الموارد البشرية وفي المبحث الثاني حول مساهمة المورد البشري في تطوير الخدمات السياحية الفندقية.

- وفي الفصل الثالث: تحت عنوان دراسة ميدانية بالمركب المعدني حمام الشلالة وتم من خلاله التقدم بالمركب محل الدراسة ووضع منهجية الدراسة واختبار الفرضيات الموضوعية وكذا تحليل فقرات الاستبيان عن طريق برنامج SPSS للإجابة على أسئلة الدراسة.

10- أنموذج الدراسة:

من أجل الإلمام بجوانب الدراسة البحثية كانت متغيرات الدراسة كما يلي:

- المتغير المستقل: تنمية المورد البشري وقد تم التركيز على التكوين كأهم خاصية في تطوير المورد البشري والإرتقاء بالمهارات والكفاءات في المركب السياحي حمام الشلالة "قائمة" من خلال بعدي التعليم والتدريب؛

- المتغير التابع: الخدمات السياحية الفندقية

- المتغيرات الديموغرافية: (الجنس، السن، الحالة الاجتماعية، الوضعية المهنية، المؤهل العلمي، الشهادة المتحصل عليها، الوظيفة، عدد سنوات الخدمة في الفندق).



الفصل الأول:

الإطار المفاهيمي للخدمات السياحية

الفندقية

تمهيد:

تعكس السياحة مدى التقدم الحضاري والعلمي لشعوب العالم كونها نشاط إنساني حركي لها أبعادها الاجتماعية والاقتصادية والسياسية وتعتبر من ضروريات الحياة المعاصرة وجزء لا يتجزأ من الثقافة خاصة في وقتنا الحاضر، وقد احتلت مكانة متقدمة في اقتصاديات الدول التي تتمتع بمقومات السياحة من مواقع سياحية ومعالم أثرية، كما تجمع السياحة الكثير من الصناعات والقطاعات المختلفة التي تمكن الإنسان من التفوق والإبداع في عمله، ومن أهمها صناعة الفنادق والتي تعتبر من الصناعات الحيوية على المستوى الوطني والعالمي، وتمثل أيضا جزء من أجندة التنمية لما تحققه من نتائج تفوق المبادلات الزراعية وبعض الأخرى.

وتعد المنظمات الفندقية واحدة من أهم عوامل الجذب السياحي التي أصبحت تستقطب العديد من الاستثمارات في مختلف دول العالم، وكل ذلك لا يأتي إلا عن طريق وضع أسس وقواعد البنية التحتية لصناعة السياحة وتحفيز العرض السياحي من خلال فتح قنوات الإعلام والإشهار من أجل التعريف بالمنظمات السياحية الفندقية وجعلها في مستوى رضا السائح.

وتبعا لذلك سنقوم بدراسة هذا الفصل من خلال مبحثين كما يلي:

المبحث الأول: أهم الجوانب المرتبطة بالسياحة والفنادق؛

المبحث الثاني: الخدمات السياحية الفندقية.

المبحث الأول: أساسيات حول السياحة والفنادق

تعتبر السياحة من ضمن الحاجات النفسية للإنسان، التي أساسها الحاجة إلى الراحة والاستجمام والترفيه عن النفس، ومن أهم العناصر الرئيسية التي تتركز عليها صناعة السياحة الفنادق التي تعتبر نزل مخصصة لاستضافة السياح، ولقد قسمنا هذا المبحث إلى أربع مطالب تناولنا في المطلب الأول مفاهيم عامة عن السياحة من خلال التعرض إلى مدخل السياحة، أما في الثاني أنواع السياحة وتصنيفاتها، وفي الذي يليه مفاهيم عامة حول الفندق ثم تطرقنا إلى ذكر تصنيفات الفنادق.

المطلب الأول: مدخل إلى السياحة

1- نشأة السياحة

تعد السياحة كسلوك بشري وحركة سفر ظاهرة قديمة قدم البشرية نفسها، لذا يصعب تحديد البداية الحقيقية لها،¹ وإن كانت قد أحدثت تبلور كمفهوم اقتصادي وظاهرة اجتماعية مع بداية عصر النهضة في المجتمعات الأوروبية، وذلك بحكم التحولات الزراعية والصناعية والحضارية التي شهدتها هذه القارة دون غيرها من القارات.²

ويمكن حصر تطور السياحة في عدد من المراحل، سنوردها فيما يأتي:

● مرحلة العصور القديمة:

شملت هذه المرحلة حركة السكان وسفرهم منذ أقدم العصور وبدايات عصر النهضة في القارة الأوروبية، فحركة الجيوش والغزاة كانت لأهداف ولغايات عسكرية وسياسية واقتصادية في مجملها، كما أن السفر للأماكن المقدسة كان لأسباب ولدوافع دينية، أما الرحالة والمكتشفون فكانت أسفارهم لأهداف علمية واقتصادية، ولعل من أبسط أشكال السفر يجد تنقلات وحركات البدو بحثاً عن الكأ والماء لما شبتهم التي يرعونها، وكذلك الحال بالنسبة للحرفيين وأصحاب المهن والتجار الذين سعوا من خلال أسفارهم إلى تحقيق مكاسب اقتصادية ومادية وذلك من خلال حرفهم وتجارتهم، وعموماً لم تكن السياحة وحركة السفر في هذه المرحلة قد تبلورت كمنشآت وكمفهوم واضح محدد الأبعاد، ولكنها لم تقتصر على السفر من أجل التجارة أو الأغراض العسكرية فقط، فقد كان اليونانيون ومنذ ما يزيد عن ألفي سنة يرحلون في جميع أنحاء البلاد إلى "أولمبيا" للاشتراك في الألعاب الأولمبية

¹ مصطفى عبد القادر: دور الإعلان في التسويق السياحي "دراسة مقارنة"، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، 2003، ص: 38.

² إيداد عبد الفتاح العشماوي: المحاسبة السياحية، مكتبة الحرية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2009، ص: 22.

أو لمشاهدتها وهذا ما نطلق عليه اليوم السياحة الرياضية، وكذلك سافر الرومان لزيارة الأهرامات ومدينة الإسكندرية في مصر.¹

● مرحلة العصور الوسطى:

كانت اتجاهات السياحة في تلك العصور إلى التجارة، الحج، الدراسة وغيرها، ولقد أنفرد العرب في الفترة ما بين القرن الرابع عشر والقرن الثامن عشر في تطوير مبادئ السياحة، حيث وضعوا الأسس الأولى لمعظم فروعها، وضمن الوقائع الثابتة أن معظم البلاد الإسلامية كانت أكثر بلدان آسيا وأوروبا تقدماً، حيث كانت بغداد وقرطبة أكثر المدن ثراءً، فكانت التجارة فيها نشيطة والصناعات ناجحة، وكانت مركز حياة ثقافية وحضارية، إذ جذبت إليها العلماء والمتقنين من كل أنحاء العالم وبدأت حركة الازدهار في العلوم والفنون والآثار، وقد انطلق العرب في فلك تلك الحضارة تاركين ورائق سياحية فذة.

كما نشير إلى أن السياحة الدينية أخذت أبعاد جديدة في العصور الوسطى، فكان عدد كبير من الحجاج على اختلاف أديانهم يقومون بالرحلات الدينية إلى الأماكن المقدسة التي غالباً ما تبعد عن أوطانهم مسافات طويلة، والكثير منهم كتبوا أوصافاً لرحلاتهم الغنية بالمعلومات والبيانات القيمة في كتب الإرشاد السياحي كما أن في نهاية العصور الوسطى ظهرت فئة طالبي العلم، الذين كانوا يقومون برحلات لغرض العلم والدراسة والتعرف على آراء غير والنظم السياسية الموجودة في الدول الأخرى، وكانت تلك الفترة بمثابة بداية الرحلات التي كانت مقتصرة على الطبقة الأرستقراطية لأن السفر يتطلب وقت فراغ وأموال فائضة عن الحاجة.²

● مرحلة العصور الحديثة:

إن بداية العصور الحديثة كانت في عصر النهضة، التي حدثت فيها تفرعات عديدة في المجال العلمي الاستكشافات الجغرافية التي أدت إلى زيادة الأسفار، ومن أهمها تجد اكتشاف "كولمبس" لأمريكا في عام 1492، ثم رحلة البرتغالي "فاسكودي غاما" الشهيرة إلى الهند، والذي أكتشف فيها رأس الرجاء الصالح في عام 1498، ثم تلتها رحلات "مجلان" البرتغالي في القرن السادس عشر حول العالم، حيث لم تعد السياحة في هذه المرحلة مجرد حركة تنقل وسفر بل أصبحت ظاهرة لها أبعادها الاقتصادية التي جعلت منها ظاهرة تستحق الاهتمام، خاصة أن التحولات الزراعية والصناعية، الحضارية والثقافية، التي شهدتها هذه المرحلة قد ساهمت بشكل رئيسي في بروز السياحة كنشاط إنساني وقطاع اقتصادي له دوره الذي لا يقل أهمية عن بقية القطاعات

¹ عثمان محمود عليم، بيتا نبيل سعد: التخطيط السياحي في سبيل تخطيط مكاني شامل ومتكامل، الطبعة 2، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2003، ص: 36.

² خالد مقابلة، علاء السراي: تسويق السياحي الحديث، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، الأردن، 2001، ص: 16.

الاقتصادية الأخرى، ففي هذه المرحلة ظهرت أنواع متعددة ومختلفة من النشاطات السياحية التي ارتبط كل منها بأهداف معينة.¹

● مرحلة العصور المعاصرة:

أما في نهاية القرن التاسع عشر وأوائل القرن العشرين، فقد عرف رجال الاقتصاد قيمة الرحلات والسفريات على المستوى الدولي وأثرها على اقتصاديات الدول، ففي تلك الفترة قامت دول عديدة تجذب السياح إليها، إلا أنه يمكن أن نعتبر أن الحربين العالميتين الأولى والثانية كان لهما أثر كبير في تطور وتقدم السياحة. إذ أنه بعد الحرب العالمية الثانية بدأ تطوير الطائرات الحربية إلى طائرات مدنية وكذلك وسائل النقل البحري والبري، لأن الاهتمام قبل ذلك كان على استعمالها في المجال الحربي فقط، مما سهل التنقل بين الدول والقارات، وأدى إلى ازدياد وتطور حركة السياحة ورافقها في ذلك تطور الفنادق والبنية التحتية والفوقية وإحلال السلام بين دول العالم وتبادل الخبرات والثقافات والتطور في مختلف الميادين، وقد برز الأثر الكبير على تطور وازدياد حركة السياحة العالمية كنتيجة لتطور الفكر الإنساني من حيث مستوى معيشة الفرد، وزيادة فترة الإجازات المدفوعة الأجر، وزيادة أوقات الفراغ، نتيجة التقدم الصناعي وتوفير الوسائل المريحة، فقد ظهرت السياحة الجماهيرية حيث أنه يمكن القول أن السياحة لم يتم تمييزها إلا من خلال هذه المرحلة لذلك فهي بمثابة العصر الذهبي للسياحة.²

ويلاحظ من خلال المراحل الآنف ذكرها، أن التطور التاريخي للسياحة كظاهرة ونشاط قد ارتبط بعدد من العوامل التي عاشتها أوروبا في بداية عصر النهضة، وكانت هذه العوامل بمثابة منعطفات أو نقاط تحول في مفهوم السياحة ومسارها، فالثورات الزراعية والصناعية وما تبعها من تطورات وتحولات تكنولوجية، ساهمت بشكل مباشر وغير مباشر في سرعة تطور وانتشار السياحة وحركة السفر، وذلك من خلال عوامل أهمها:³

❖ تزايد معدلات النمو السكاني وتحسن وارتفاع مستويات التعليم وتنامي الرغبة في الإطلاع والتعلم

نتيجة لزيادة الوعي عند السكان بمختلف طبقاتهم الاجتماعية وشرائخهم الاقتصادية؛

❖ تحسن مستويات المعيشة ونوعية الحياة نتيجة لزيادة وارتفاع معدلات دخول الأفراد ونصيبهم من

الناتج الوطني الإجمالي والتنمية، مما أدى إلى زيادة كبيرة في معدلات السفر لأغراض التجارة

والأعمال؛

¹ المرجع نفسه، ص: 39.

² خالد كواش: السياحة "مفهومها أركانها وأنواعها"، دار التنوير للنشر والتوزيع، الجزائر، 2007، ص: 18.

³ عثمان محمود غنيم، بنيتا نبيل سعد: مرجع سبق ذكره، ص: 36-37.

❖ تسارع استخدام التكنولوجيات التقنية خاصة في مجال وسائل المواصلات والاتصالات بأنواعها المختلفة، ومن ثمة التحولات الاقتصادية وما ينجم عنها من تسارع في حركة التجارة والسفر على حد سواء؛

❖ التقدم السريع والهائل في تنظيم وتسهيل إجراءات السفر والجمارك على الحدود بين العديد من الدول؛

قد عملت هذه العوامل مجتمعة على تكثيف نشاطات السفر والسياحة بشكل أدى إلى بلورة مفاهيمها وأبعادها وزيادة الاهتمام بها، إضافة إلى أسعار وتكاليف السفر وتعدد المؤسسات السياحية ومنظمي السفر مما ساعد في مدى حرية اختيار المناطق السياحية، وكذا تأثيرات الترويج وفاعليته على الأفراد المهتمين بالسياحة¹.

2- مفهوم السياحة

يعتبر لفظ السياحة من الألفاظ المستخدمة في اللغات اللاتينية إلا أنه كان معروفا في اللغة العربية، فالمفهوم اللغوي للفظ سياحة يعني التحوال، وعبارة "ساح في الأرض" تعني ذهب وسار على وجه الأرض، وقد ورد لفظ السياحة في القرآن الكريم في سورة التوبة قوله تعالى: ² "براءة من الله ورسوله إلى الذين عهدتم من المشركين فسبحوا في الأرض أربعة أشهر وأعلموا أنكم غير معجزين الله وأن الله مخزي الكافرين" الآية - 1 و 2 سورة التوبة معناها سيروا أيها المشركين سير السائحين آمنين مدة أربعة أشهر لا يتعرض من خلالها أحد، إضافة إلى ذلك فإن من فرائض الإسلام حج البيت لمن أستطاع إليه سبيلا، وهذا ما يدخل الآن ضمن السياحة الدينية.³

تشير الأدبيات السياحية عند الحديث عن مفهوم السياحة في هذا المجال عدم وجود اتفاق بين المختصين على تعريف واحد متفق عليه، إذ عرفت من خلالها كما يلي:

حسب "منظمة السياحة العالمية" (WTO) عرفت على أنها: مجموعة من النشاطات التي يقوم بها أشخاص مثل نشاط السفر، والإقامة في أماكن بعيدة أو خارج البيئة الاعتيادية التي يعيشون فيها لمدة لا تزيد عن سنة

¹ أحمد الجلاد: أطوار الاتجاهات الحديثة في السياحة، عالم الكتب للنشر، القاهرة، مصر، 2002، ص: 54-55.

² سورة التوبة: الآية 1، 2.

³ ماهر عبد العزيز توفيق: صناعة الفنادق، دار زهران للنشر والتوزيع، الأردن، 1997، ص: 21.

متتالية، ويكون ذلك بهدف التسلية، أو أي نشاطات أخرى ليست لها علاقة بالنشاط الذي يمارسه الشخص داخل بيئته الأصلية.¹

ويمكن تعريفها على أنها: مجموعة من الظواهر والعلاقات الناتجة عن سفر وإقامة غير أصحاب البلد والتي لا يمكن لها أي ارتباط بأي نشاط ربحي أو نية للإقامة الدائمة حيث تكون بمثابة الحركة الدائرية التي يبدأ فيها الشخص أو مجموعة الترحال بداية من البلد الأصلي أو مكان الإقامة الدائمة وبالنهاية العودة إلى نفس المكان.² وعرفها كل من "هانزبكر" و"كرافت" على أنها: تشمل على كل الروابط والتأثيرات والظواهر الطبيعية والعلاقات المادية التي تنتج من إقامة السائحين، شريطة أن لا تؤدي إلى إقامة دائمة أو ممارسة أي نوع من العمل سواء كان دائما أو مؤقتا.³

ومن التعريفات المعاصرة تعريف مؤتمر "أوتاد" بكندا على أنها: تلك الأنشطة التي يقوم بها الشخص من مكان خارج بيئته المعتادة لمدة زمنية مستبعدة الهجرة المؤقتة لممارسة أنشطة الكسب.⁴

تعرف السياحة أيضا على أنها: حركة يؤديها الفرد أو مجموعة من الأفراد، بغرض الانتقال من مكان إلى آخر، لأسباب اجتماعية أو للترفيه أو لقضاء الإجازات أو لحضور المؤتمرات أو المهرجانات، أو العلاج والاستشفاء، وليس بغرض العمل والإقامة الدائمة ولا يدخل في السياحة الهجرة من بلد إلى بلد أو حتى للعمل المؤقت، أو أعضاء السلك الدبلوماسي.⁵

ومما سبق يمكننا استنتاج خصائص السياحة التي تنطوي على عدة عناصر منها ما يلي:⁶

- تشعب وتعدد مكونات النشاط السياسي وارتباطها بالأنشطة الاقتصادية الأخرى (صناعية وعلمية)؛
- إن مدى ملائمة المناخ السياحي بمفهومه الشامل (الاستقرار السياحي - درجة التقدم الاقتصادي)، عدم وجود اتجاهات عدائية تجاه الأجانب وغيرها من العوامل المؤثرة على الطلب على المنتج السياحي محليا ودوليا؛
- إن الطلب السياحي لا يتوقف فقط على مدى توافر الموارد وتنوع القدرات والخدمات والتجهيزات بل هناك عوامل أخرى كأسعار الخدمات السياحية الأساسية أو التكميلية؛

¹ إياد عبد الفتاح النصور: أسس تسويق الخدمات السياحية العلاجية: مدخل مفاهيمي، الطبعة 1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص: 24.

² خالد مقابلة: سلسلة السياحة والفندقة (03) فن الدلالة السياحية، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2007، ص: 30.

³ نعيم الطاهر، سراب إلياس: مبادئ السياحة، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، 2007، ص: 30.

⁴ محمد الصبري: التخطيط السياحي، الطبعة 1، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2007، ص: 11.

⁵ مصطفى عبد القادر: مرجع سبق ذكره، ص: 33.

⁶ سبأ محمد إمام الأنصاري، إبراهيم خالد عواد: إدارة المنشآت السياحية، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2002، ص: 25-26.

- تأثر الطلب بمستوى الرفاهية الاقتصادية في الدولة والدول الأخرى والتقدم التكنولوجي في وسائل المواصلات والاتصال والتقلبات الاقتصادية (كالكساد والرواج) بالإضافة إلى عوامل ثقافية وسياسية يصعب على الدولة التأثير أو التحكم فيها؛
- ارتباط صناعة السياحة كنشاط إنتاجي يقدم خدمات ذات طبيعة خاصة بقضايا التنمية الاقتصادية والاجتماعية والسياسية في كثير من الدول النامية والمتقدمة على حد سواء؛
- عدم سيادة المنافسة الصافية (حتى احتكار القلة) في الكثير من الرحلات خاصة بالنسبة لبعض المقومات والموارد السياحية النادرة وصعوبة قيام بعض الدول بإنتاج سلع سياحية بديلة؛
- تعدد وتباين أنواع السياحة وأغراضها مما يترتب عليه تنوع واختلاف الأنشطة وطبيعة الخدمات السياحية المرتبطة بها؛
- ارتباط الطلب على الموارد والخدمات السياحية بدولة ما بدوافع ذاتية لدى جمهور السائحين؛
- رغم توافر صفة عدم المرونة لطلب على نوع معين من أنواع السياحة كالتاريخية أو الدينية فان الطلب السياحي يتوقف وإلى حد كبير على القدرة المالية للسائح؛
- في معظم الحالات لا يمثل الطلب السياحي طلبا مشتقا على أو منتجات أخرى لذات الدولة، فباستثناء المؤتمرات أو الأعمال، مثلا فإن زيادة الطلب على بعض منتجات الدولة غير السياحية قد يكون مشتقا من الطلب على مواردها وخدماتها السياحية أو نتيجة له؛
- إن الطلب السياحي لا يتصف عادة بصفة التكرار، أي تحقق درجة عالية من الإشباع أو الرضا لدى السائح، لا يعني بالضرورة قيامه بتكرار الزيارة لنفس البلد؛
- إن العرض السياحي خاصة بالنسبة المقومات التاريخية والطبيعية مثلا يتصف بعدم المرونة خاصة في الأجل القصير.

3- مقومات السياحة:

تتمثل مقومات السياحة فيها يلي:¹

¹مصطفى يوسف كافي: مدخل إلى علم السياحة، الطبعة 1، ألفا للوثائق نشر واستيراد وتوزيع الكتب، قسنطينة، الجزائر، 2017، ص ص: 51-

❖ **المقومات الطبيعية:** تتمثل في الموارد الطبيعية التي رزق الله بها بعض البلدان، ومن أهم هذه الموارد: البحار، الأنهار، المناخ، الواحات، الجبال، الغابات، الجو اللطيف، المناظر الساحرة، الثلوج، المياه المعدنية الكبرى؛

❖ **المقومات البشرية:** تعني العمل الذي يتمثل في الإنجازات السياحية الجديدة، والمضافة إلى الإنجازات الكبيرة التي تركها الأجداد واستكملتها الأجيال المتلاحقة إلى جانب ما تركه الآباء والأجداد من ثروات سواء كانت التاريخية أو الإسلامية أو المسيحية وغيرها من الآثار القديمة التي تزخر بها بعض الدول، فإن الجهود البشرية التي تبذل في مختلف الأنشطة السياحية تمثل صورة أخرى من صور الأنشطة السياحية تمثل صورة أخرى من صور العمل الذي يعد عنصرا هاما من عناصر المنتج السياحي واستخدامه، يساعد على جذب السياح مثل القرى السياحية، والمتاحف والمنشآت الحديثة سواء كانت فنادق، مطاعم إلى جانب المناطق الترفيهية المختلفة التي تعمل على راحة وجذب السياح سواء كانت ملاهي، بواخر سياحية، أسواق تاريخية، رياضيات خاصة وغيرها من وسائل الترفيه والراحة والاستمتاع، وبصورة عامة فإن الجوانب الطبيعية غير قابلة للمنافسة إذ يستطيع الإنسان أن يبني جبال أو سهول وتكون المنافسة بها غير شريفة، أما الجوانب غير الطبيعية فيمكن المنافسة عليها ما عدا الآثار والأماكن الدينية، فأغلب الدول تتنافس على هذا النوع من الجوانب؛ رأس المال البشري الذي يوفر في كثير من المناطق السياحية، وينقسم العنصر البشري إلى قسمين:

■ الأول: وهم العاملون في المجال السياحي سواء العاملون في المنشآت الرسمية مثل: وزارة السياحة وقطاعاتها المختلفة أو الهيئات التابعة لها؛

■ الثاني: وهم الجمهور المتصل بالسياحة وهناك مجموعة من العوامل التي تساعد على نجاح العنصر البشري ودعمه للسياحة؛

❖ **المقومات المالية:** رأس المال هو المقوم الأساسي الثالث من مقومات صناعة السياحة، حيث يعتبر رأس المال من أهم المقومات التي تعمل على استثمار الأموال في مختلف المشروعات السياحية بإقامة المنشآت السياحية والفنادق والشركات السياحية وغيرها من معدات وأدوات ومباني، لذا يعد رأس المال مقوم أساسي لما له من أهمية كبيرة للقيام بالمشروعات الاستثمارية المختلفة وتدعيم الخدمات السياحية، كما يفيد توافر رأس المال في القيام بالحملات الدعائية والإعلامية اللازمة لتسويق المنتج السياحي حيث يمكن عن طريق توافر المال القيام بالحملات الإعلامية المخططة والمتنوعة والمستمرة في الداخل والخارج والقيام بالترويج

والإعلان المناسب للمنتج السياحي وكثرة إنتاج المطبوعات الفاخرة بكافة ألوانها، بالإضافة إلى ذلك تعد التسهيلات السياحية المقدمة إلى الزائر والأسعار المناسبة للخدمات المقدمة وتسهيلات النقل وما يتوفر بها من أمان وراحة وسرعة من التي تساعد على تدعيم المقومات السياحية بصفة عامة وبذلك تكتمل جميع مقومات الصناعة السياحية كصناعة حديثة ظهرت في عالم اليوم.

4- أهمية السياحة

لو لم تكن للسياحة أهمية ما كانت تحتل مكانة متميزة في السياسات التنموية للدول المتقدمة والنامية على السواء، يتم التعرض إلى جوانب الأهمية للسياحة التي تتمثل في مجالات عدة منها:¹

➤ **الأهمية الاقتصادية:** إن الهدف الأساسي من إقامة صناعة السياحة وتشييد بنائها على قواعد ونظم وأساليب إدارية، هو الوصول إلى تعليم الناتج الاقتصادي والاجتماعي لهذه الصناعة بالنسبة للدولة والمجتمع وبالنسبة للمواطن، مع حماية الموارد الطبيعية والموارد السياحية وتقاليد المجتمع وعاداته.

وتعتبر السياحة حالياً من المحركات الرئيسية الاقتصادية فهي مصدر دخل للعمالات الحرة، تؤثر إيجابياً على ميزان المدفوعات وعلاوة على تشغيل الأيدي العاملة فإن للسياحة أيضاً عائدات تنعكس بالفائدة على السكان من خلال زيادة النشاط الاقتصادي.

➤ **الأهمية الاجتماعية:** ترتبط السياحة ارتباطاً وثيقاً بالمجتمع، حيث يتفاعل السائحون مع البيئة الاجتماعية في الدولة، لكي ينتج في النهاية الآثار الاجتماعية المختلفة التي تتمثل في بعض الجوانب الهامة مثل: التوازن الاجتماعي حيث تتقارب الطبقات الاجتماعية مع بعضها البعض، إضافة إلى النمو الحضاري نتيجة للحركة السياحية المتزايدة.

➤ **الأهمية الثقافية:** تمثل السياحة وسيلة حضارية اجتماعية وتبادل الثقافات والحضارات بين الشعوب في أنحاء العالم المختلفة، حيث تنتقل عن طريق الحركة السياحية الوافدة إليها.

➤ **الأهمية السياسية:** تتضح الأهمية السياسية كفاعل مباشر من تعامل الدول مع بعضها البعض والزيارات السياحية المتبادلة بينهم، ولقد لعبت الحركة السياحية دوراً هاماً في العلاقات الدولية، حيث أصبحت تمثل إحدى الاتجاهات الحديثة للتقليل من حدة الصراعات والخلافات الدولية التي تنشأ بين الدول المتنازعة ولذلك فإن السياحة أصبحت رمزا من رموز السلام و التآخي بين الدول وباختصار نجد أن أهمية السياحة و دورها يتمثل فيما يلي:

¹ محمد منير حجاب: الإعلام السياحي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2001، ص: 26.

- نمو المناطق السياحية وتطورها وانتعاشها الاقتصادي نتيجة لما ينفقه الزوار بها؛
- إيجاد فرص عمل مختلفة ما يخفف من أزمة البطالة و يرفع مستويات المعيشة؛
- زيادة الاستثمار في المشروعات السياحية واستقطاب رؤوس الأموال لتنفيذ خطط التنمية المختلفة ؛
- رفع معدلات الأشغال الفندقية على مدار العام بما يساعد على تجاوز الفترات الغير موسمية؛
- تنشيط الصناعات المختلفة ذات الارتباط المباشر أو الغير مباشر مثل: النقل والبناء الصناعات الغذائية والبيئية... الخ.

المطلب الثاني: أنواع السياحة

توجد عدة تصنيفات للسياحة ولقد اعتمدنا في سردنا لأنواع السياحة على معيار الهدف ومعيار المنطقة الجغرافية فحسب معيار الهدف يمكن تقسيم السياحة إلى أنواع متعددة منها السياحة الدينية والإستشفائية والسياحة البيئية، أما حسب معيار المنطقة الجغرافية فتوجد السياحة الداخلية والإقليمية والخارجية.

1- السياحة حسب المنطقة الجغرافية

يتم تقسيم السياحة وفق معيار المنطقة الجغرافية إلى:

● سياحة داخلية

يقصد بها انتقال الأفراد داخل البلد نفسه، أي انتقال مواطني الدول نفسها داخل بلدهم.¹

● سياحة إقليمية

هي السفر والتنقل بين دول متجاورة تكون منطقة سياحية واحدة مثل الدول العربية الدول الإفريقية دول المغرب العربي دول جنوب شرق آسيا، وتتميز السياحة الإقليمية بانخفاض التكلفة الإجمالية للرحلة نظرا لعنصر المسافة التي يقطعها السائح.²

● سياحة خارجية

وهي انتقال الأفراد أو السياح انتقالا مؤقتا من بلد لآخر من أجل السياحة والتعرف على بلاد جديدة وعادات أهلها وطرق معيشتهم وتفكيرهم وما قدموه من إنجازات.³

¹ هباس رجاء الحري: التسويق السياحي في المنشآت السياحية، الطبعة 1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن 2012، ص: 27.

² خالد كواش: مرجع سبق ذكره، ص: 89.

³ صالح ونيس عبد الله: المعتمد في السياحة والآثار، منشورات اللجنة الشعبية العامة للثقافة والإعلام الجماهيرية العربية الليبية الشعبية الاشتراكية العظمى، 2006، ص: 17.

2- السياحة حسب الهدف

• السياحة الدينية

هي ذلك التدفق المنظم من السياح القادمين من الداخل والخارج بهدف التعرف على الأماكن الدينية، وهي من أقدم أنواع السياحة على الإطلاق، ومن أهم هذه الأماكن: مكة المكرمة، المدينة المنورة، كربلاء، النجف، الفاتيكان.¹

• السياحة العلاجية أو الإستشفائية والصحية

حيث يقوم المرضى بالسفر إلى أماكن معينة توفر لهم العلاج من الأمراض التي يعانون منها، و تتميز هذه الأماكن أو المناطق بمناخها الصحي، وغناها بالمياه والينابيع المعدنية، أو الأعشاب الطبية، والعيون الطبيعية الساخنة وحمامات الرمل (الدفن في الرمال) والعلاج بمياه البحر.²

• السياحة البيئية:

وهي السفر والانتقال من مكان إلى آخر بغرض الاستمتاع والدراسة والتقدير بروح المسؤولية للمناطق الطبيعية وما يصاحبها من مظاهر ثقافية تقليدية، وتعبير آخر هي السفر من أجل زيارة المحميات الطبيعية، والتي تهدف جميعها إلى المحافظة على الموروثات السياحية الحضارية الأثرية البيئية والطبيعية، وكل عناصرها من مصادر المياه المعدنية، نباتات، حيوانات، طيور والغابات.³

• السياحة التاريخية:

يتمثل هذا النوع من السياحة في زيارة والآثار والأماكن الأثرية والتاريخية، والدولة التي لا تمتلك آثار ولم تسكنها حضارات قديمة لا يمكن أن تنافس في مثل هذا النوع من السياحة كبار السن، والمتقنين والعلماء وهؤلاء بالتأكيد يكون مستواهم المادي مرتفع، وكثير منهم يفضلون الإقامة في الفنادق الممتازة والحصول على أعلى مستوى من الخدمات الأخرى. كما يجب على الدول التي تهتم بمثل هذا النوع من السياحة التركيز على الآثار والأماكن التاريخية وتطويرهما وتقديم الخدمات المتكاملة فيها ويوجد مناطق ودول بالعالم منفردة بهذا النوع من السياحة الذي

¹ مسكين عبد الحفيظ: دور التسويق في تطوير النشاط السياحي في الجزائر-حالة الديوان الوطني للسياحة- مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2010/2009، ص: 44.

² أحمد الجلاد، البيئة المصرية وقضايا التنمية، الطبعة 1، عالم الكتاب، مصر، 1998م، ص: 167.

³ عصام حسن الصعيدي: التسويق والترويج السياحي والفندقي دراسة للتسويق السياحي والفندقي في الدول العربية، دار الراجحة للنشر والتوزيع، المملكة الأردنية الهاشمية، 2009، ص: 131.

لا يمكن منافسته، مثل: أهرامات مصر، أبو الهول، الأقصى، البتراء والحرش في الأردن، حدائق بابل المعلقة... الخ¹.

● **السياحة الثقافية:**

يتم التركيز على زيارة الدول التي تتمتع بمقومات تاريخية، وهذا النوع من السياحة يتمثل في الاستمتاع بالحضارات القديمة وأشهرها الحضارة الفرعونية المصرية القديمة والحضارات الإغريقية والرومانية والحضارات الإسلامية والمسيحية على مر التاريخ والعصور.²

● **السياحة الترفيهية:**

يقصد بالسياحة الترفيهية ذهاب السائح إلى أماكن ومناطق تتوفر فيها مقومات الترويح عن نفس الإنسان وتحديد نشاطه وحيويته، وأن يتمكن من قضاء وقت فراغه أو عطلته بطريقة مفيدة ومريحة.³

● **السياحة الرياضية:**

يشمل هذا النوع من السياحة الأشخاص الذين يسافرون للمشاهدة والمناصرة أو الاشتراك في الألعاب الرياضية المحلية وخاصة منها الدولية، ومن بين أنواع السياحة الرياضية، الدورات والبطولات والمهرجانات الرياضية المنظمة كالألعاب الأولمبية.⁴

3- السياحة حسب عدد الأشخاص

● **السياحة الفردية:** أي قيام السائح بمفرده أو بصحبة العائلة بتنفيذ رحلة على حسابه الخاص، والاتصال المباشر بالمشروعات السياحية المختلفة.⁵

● **السياحة الجماعية:** يقوم بها مجموعة من الأشخاص بالسفر مع بعضهم البعض، مرتبطين برابطة معينة، مثل كونهم زملاء، أصدقاء، أصحاب، أعضاء في نادي أو مدرسة أو رابطة طلابية أو عمالية.⁶

وقد استخدمت بعض الأدبيات طرق أخرى لتصنيف السياحة وسوف نعرضها الشكل التالي:

¹ زير ريان: مساهمة التسويق السياحي في تطوير السياحة في الوطن العربي - دراسة مقارنة الجزائر، تونس الإمارات - أطروحة دكتوراه في العلوم التجارية، تخصص تسويق سياحي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة محمد خيضر - بسكرة - 2017/2018، ص: 44.

² مسكين عبد الحفيظ: مرجع سبق ذكره، ص: 12.

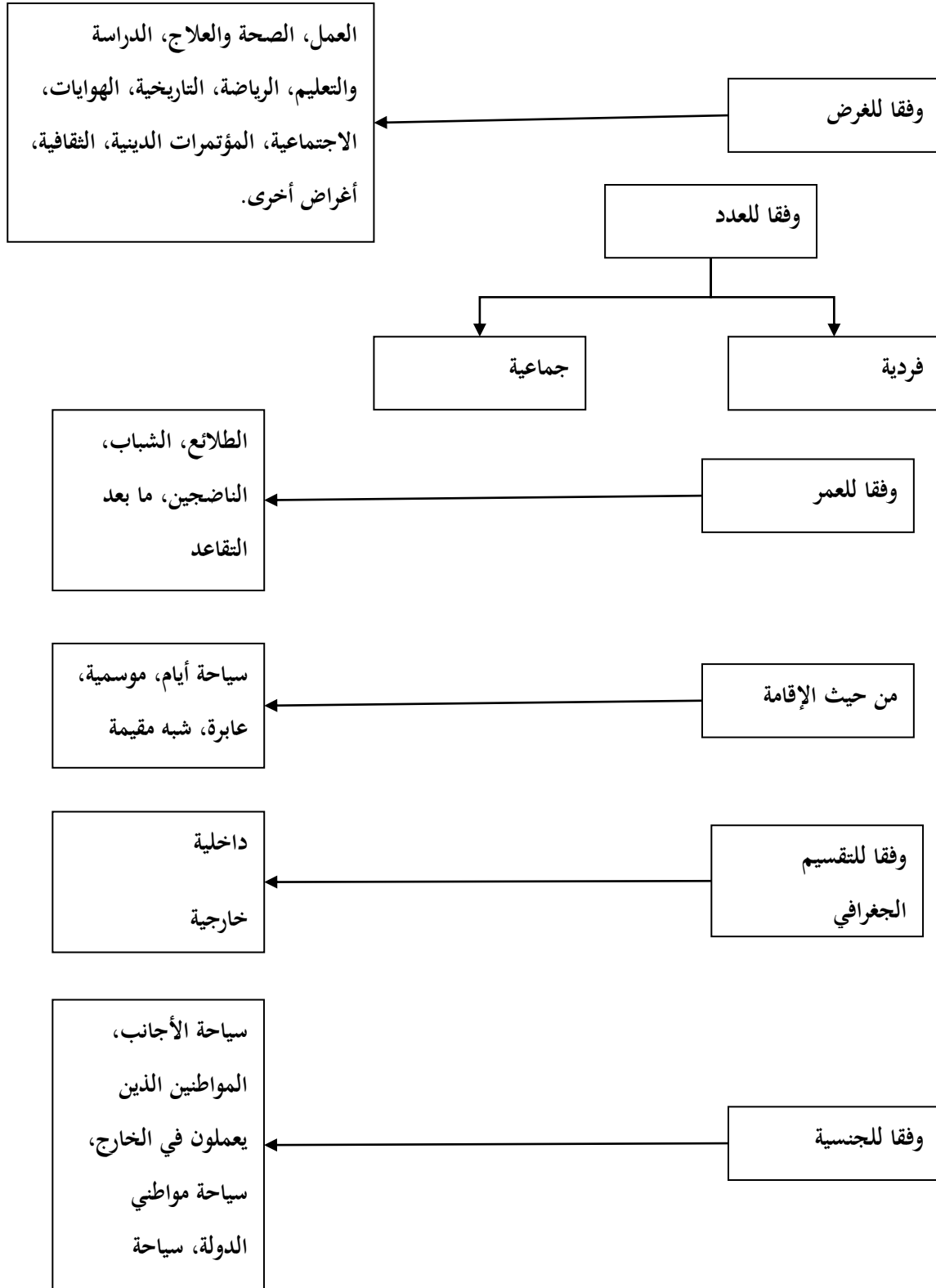
³ مصطفى عبد القادر: مرجع سبق ذكره، ص: 48.

⁴ محمد خميس الزوكة: صناعة السياحة، الطبعة 2، دار المعرفة الجامعية، مصر، 1998، ص: 120.

⁵ مصطفى عبد القادر: مرجع سبق ذكره ص: 63.

⁶ مصطفى عبد القادر: مرجع نفسه، ص: 64.

الشكل رقم (01): تصنيف السياحة



المصدر: تغريد أحمد مسلم، التسويق السياحي في الاتصال والتفاوض، دار التميز للطباعة والنشر، الأردن،

2010، ص: 45.

المطلب الثالث: مفاهيم عامة حول الفنادق

تعتبر صناعة الفنادق صناعة قديمة ترجع نشأتها إلى العصر الروماني لترتبط ارتباطا وثيقا بالسياحة فالفنادق عبارة عن نزل خصصت لاستضافة المسافرين حيث ظهرت الفنادق بداية عند الإغريق حيث كانت عبارة عن نزل سكنية بالقرب من المعابد والأماكن المقدسة، أما عند الرومان فقد وجدت في هذه الفترة الفنادق العلاجية والدينية والتجارية والرياضية حيث وضعت نظم قانونية وذلك منعا لحصول المشاكل والاختراقات التي كانت موجودة في الفنادق، أما في العصور الوسطى فقد كانت الفنادق امتدادا للفندقة الدينية، وقد مرت بمرحلة كبيرة من التطور، فقد انتقلت من الحان الصغير إلى الفندق الكبير حيث أصبحت الفنادق في وقتنا الحالي ضرورة من ضروريات الحياة من خلال الأهمية التي اكتسبتها في العديد من دول العالم بكونها تمثل ركن من موارد السياحة، لذا وجب علينا قبل التطرق إلى مفهوم الفنادق، ذكر تعريف الصناعة الفندقية لما تكتسيه من علاقة وطيدة بالفنادق.

1- تعريف الصناعة الفندقية

هي صناعة سياحية لمؤسسة تجارية تشكل مزيجا من الخدمات المتجانسة أو بالمفهوم الكلاسيكي فإن صناعة الفنادق عبارة عن المنشآت و المؤسسات السياحية التي تقدم مجموعة من الخدمات التي يتم من خلالها عرض غرف ومنازل جاهزة و ذلك بعقد إيجار لفترة مؤقتة¹. وتعرف أيضا على أنها كل ما تطرحه و تعرضه المؤسسة الفندقية من عناصر ملموسة و غير ملموسة في السوق الفندقي قصد إشباع حاجات السياح مقابل ثمن معين، وبذلك تعبر الصناعة الفندقية عن كل الأنشطة المادية والغير مادية التي يمكن تقديمها للسائح لسد حاجياته ورغباته.²

مما سبق نستنتج خصائص الصناعة الفندقية و التي نوجزها في ما يلي:³

- يعد السائح العنصر الأساسي في الصناعة الفندقية؛
- تنوع الخدمات المقدمة داخل الفندق تتطلب الاحتكاك المباشر فيما بين المسؤولين والسياح؛
- يتأثر النشاط الفندقي بالموسمية السياحية مما يتطلب الأخذ بعين الاعتبار عاملا للسعر؛
- يقاس نجاح الفندق بمستوى الخدمات المقدمة وهذا يتطلب القياس المستمر لدرجة رضا السياح بخدمات الفندق؛

¹ عبد العزيز أبو نبرة: دراسات في تسويق الخدمات المتخصصة (منهج تطبيقي)، الطبعة 1، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، 2005، ص: 155.

² يوسف أبو فارة: إستراتيجية التسويق والخدمات الفندقية، ورقة عمل مقدمة للملتقى الأول حول التسيير الفعال في المؤسسة الاقتصادية، 2005، الجزائر، ص: 1.

³ مصطفى عبد القادر: مرجع سبق ذكره، ص: 68.

- حساسية النشاط الفندقية للظروف الاقتصادية في الدول المصدرة للسائحين والتي قد تؤثر على القوة الشرائية للعملة المحلية للسياح؛

- حساسية النشاط الفندقية للأحداث السياسية.

وتعد الصناعة الفندقية كغيرها من الصناعات الاقتصادية الأخرى لها تأثيرها الخاص بالبيئة سواء كانت البيئة الداخلية أم البيئة الخارجية، وبالرغم من أن العوامل الداخلية المختلفة يسهل التحكم فيها على عكس عوامل البيئة الخارجية نظرا لديناميكيته وعدم استقرارها.

- **العوامل الداخلية:** وهي العوامل التي لها تأثير مباشر على طبيعة عمل الفنادق الداخلية، ونجد من ضمنها طبيعة العمل الفندقية والذي يعني في نفس الوقت طبيعة ملكية الفندق (هل يعود للقطاع العام أم الخاص أم المختلط)، وكذلك الموقع وحجم الفندق وبالإضافة إلى نوع ودرجة الفندق التي يتمتع بها...

- **العوامل الخارجية:** هي مجموعة العوامل التي يكون تأثيرها بشكل غير مباشر على طبيعة عمل الفندق، والتي تدخل في عدد توافد السياح والتطوير التكنولوجي الذي يتمتع به البلد أو المنطقة المعنية بالإضافة إلى مجموعة عوامل الجذب السياحي والموقع الاستراتيجي الذي يتميز به الفندق...¹

2- تعريف الفنادق

عرفت الجمعية الأمريكية للفنادق الفنادق كما يلي الفندق نزل أعنت طبقا لأحكام القانون ليوجد النزول المأوى والمأكل والخدمات الأخرى لقاء أجر معلوم؛²

أيضا هو منظمة تسويقية تقوم بإشباع الرغبات والحاجات الفندقية للأفراد والجماعات من خلال تقديم منتجات لها قيمة بغرض إتمام العملية التبادلية وتحقيق الربح؛³

يعرفها الدكتور نائل موسى محمد سرحان: بأنه عبارة عن بناء يختلف في الحجم من فندق لآخر، يقدم فيه خدمة المبيت الأساسية ومجموعة من الخدمات منها الطعام والشراب، أماكن التسلية والنوادي... الخ مقابل سعر محدد لكل خدمة؛

كما يعرف بأنه: المكان الذي يلجأ إليه المسافر من أجل الراحة من عناء السفر أو المتعة أو التسلية لفترة محددة مقابل سعر محدد، وبالتالي فالفندق إذا هو منظمة خدمية تقدم مجموعة من الخدمات للنزلاء من إيواء

¹ بولسل سعاد: دور القطاع الفندقية في ترويج السياحة دراسة حالة مدينة جيجل، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في التسيير لتقنيات الحضرة جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2016/2017، ص: 35.

² سليم محمد خنفر، علاء حسين السراي: صناعة الفنادق إدارة و مفاهيم، دار النشر جرير للنشر والتوزيع، عمان، الأردن 2011، ص: 13.

³ محمد الصيرفي: تخطيط و تنظيم الفنادق، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2007، ص: 15.

وطعام مقابل أجر يدفعه النزيل، يحتوي على هيكل تنظيمي وخصائص تميزه عن غيره من المنظمات الأخرى¹. يعرف المرسوم رقم (101.92 المؤرخ في 03 مارس 1992) الفندق كما يلي: تعتبر كمؤسسة إيواء جميع الهياكل التي تعد إعدادا رئيسيا للإيواء وتقدم الخدمات المرتبطة بذلك وتؤجر هذه الهياكل للزبائن العابرين الذين تتصف إقامتهم فيها بكراء يوم أو أسبوع أو لشهر دون أن يقرروا الإقامة الدائمة بها، ويعرف كذلك بأنه مكان يحصل فيه المقيم / السائح / الضيف أو النزيل أو العميل على جميع الخدمات التي بإمكانه الحصول عليها في منزله، ولكن نظير أجر متفق عليه مسبقا.²

تتميز الفنادق بعدد من الخصائص نوضحها فيما يلي:³

- يحتوي الفندق على عدد من الأسرة لتنويم الأفراد وتوفير الراحة لهم؛
- الفندق نظام رئيسي مركب يتألف من مجموعة من الأنظمة الفرعية لكل منها طبيعة مميزة وخصائص مختلفة؛
- الفندق وحدة اقتصادية متكاملة حيث يمارس نشاط الخدمات والنشاطات الأخرى المتممة كالتسويق والمبيعات والأفراد...؛

- إن هناك خدمات مشتركة تسعى جميع الفنادق إلى تحقيقها من أهمها تقديم خدمات المأوى والطعام والشراب للأفراد مقابل أجر معين.

المطلب الرابع: تصنيف الفنادق وأهدافها

1- تصنيف الفنادق

هناك عدة تصنيفات للفنادق وعموما نلاحظ أن الدول تعتمد في التصنيف ما يلي:⁴

- **التصنيف من حيث الملكية:** يحتوي التصنيف من حيث الملكية على أربعة أنواع من الفنادق هي:

✓ الفنادق الخاصة (المستقلة)

هي فنادق لا ترتبط بأية سلسلة من السلاسل الفندقية العالمية وملكيته تعود إلى فرد (شخص واحد) أو مجموعة أفراد وعادة ما تكون هذه الفنادق صغيرة وعدد غرفها قليلة، وتقدم خدمات محدودة لقلّة رأس المال المستثمر وخدمة شريحة معينة من محدودى الإنفاق.

¹ نائل موسى محمد سرحان: مبادئ إدارة الفنادق، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011، ص: 27

² Décret exécutif n 92_101 du 3 mars 1992 modifiant et complétant le décret n 85 12 du 26 janvier 1985 définissant et organisant les activités hôtelières et touristiques, p: 414.

³ محمد الصبري: مرجع سبق ذكره، ص: 37.

⁴ ياسين الكحلي: مرجع سبق ذكره، ص: 6، بتصرف.

✓ فنادق السلسلة

هي مجموعة فنادق تنتشر في مجموعة من دول العالم تعمل تحت اسم واحد ويجري تشغيلها وإدارتها وفقا لتوجيهات الإدارة المركزية للسلسلة الفندقية (الشركة الأم) وتتقاضى الإدارة المركزية من هذه الفنادق رسوما مقررّة أو نسبة من الأرباح مقابل استخدام الاسم التجاري والعلامة التجارية للسلسلة الفندقية، ومن أهم السلاسل الفندقية في العالم نجد: Hilton، Sheraton، Holiday inn، Hyatt، Intercontinental... الخ.

✓ فنادق مختلطة

وهي الفنادق التي تكون ملكيتها مشتركة بين الدولة والقطاع الخاص أو بين الدولة وشركات أجنبية.

✓ فنادق حكومية

وهي الفنادق التي تكون ملكيتها تابعة للدولة مثل الدور المتوفرة لدى بعض الوزارات والقوات المسلحة والشرطة.

● **التصنيف من حيث الموقع:** يحتوي هذا التصنيف على خمسة أنواع من الفنادق وهي:

✓ فنادق وسط المدن

تقع دائما داخل حدود المدينة وتتراوح درجاتها من 05 نجوم إلى الدرجة السياحية، وبعضها يقدم كافة أنواع الخدمات التي يحتاجها السياح ورجال الأعمال، وتتراوح أحجام هذه الفنادق من 30 غرفة إلى 500 غرفة وملكيتها متفاوتة بين أهلية وشركات بمختلف أنواعها.

✓ فنادق المطارات

يوجد هذا النوع من الفنادق بالقرب من المطارات أو في داخله أو قد نشأت أساسا لإيواء المسافرين بالطائرات ومسافرين الشركات السياحية العالمية والترازييت أي المسافر العابر أما درجات هذه الفنادق فتتراوح بين فنادق الخمس نجوم إلى الدرجة الأولى.

✓ فنادق الطرق السريعة (الموتيل) Motel

تسمى أيضا بفنادق مستخدمى السيارات فهي على شكل شاليهات متفرقة أو مبنى واحد مجاور له موقف للسيارات، وموقعها يكون على الطرق السريعة للسيارات مباشرة أو في ضواحي المدن الكبرى، كما تقدم خدمات بأسعار أقل.

✓ المنتجعات

نشأت المنتجعات السياحية في بداية القرن العشرين، و توسعت بازدياد العمران وتوفر البنية التحتية كما تركز المنتجعات قرب المناظر الطبيعية وتكون مساحتها محدودة، وتتكون من شقق منفصلة أو ملتصقة أو شاليهات بالإضافة إلى فنادق، وتوفر كافة الخدمات التي يطلبها السائح.

✓ فنادق السواحل

تتميز بحكم موقعها بالقرب من السواحل الخلابة والمهمة في العالم وتتراوح درجاتها من الخمس إلى أربع نجوم وتمتاز دائما بكبر حجمها وتنوع الخدمات التي تقدمها للضيوف ويتعرض عملها دائما للموسمية، ومن أهم فنادق السواحل في العالم تلك الموجودة على سواحل ميامي ولوس أنجلوس وسواحل البحر الكاريبي وفي فرنسا مونت كارلو وفي بعض الدول التي تقع على البحر الأبيض المتوسط كالجيزة، المغرب، تونس، مصر.

● **التصنيف من حيث الطبيعة (الخدمات المقدمة):** يحتوي هذا النوع على ثمانية أنواع من الفنادق هي:¹

✓ الفنادق التجارية

تسعى هذه الفنادق على أن تكون مكانا لاجتماع الناس الغايات تجارية لذلك نجد أن موقعها يكون عادة في قرب المدن التجارية و الصناعية أو بالقرب من بورصة الأوراق المالية والمطارات وتتركز هذه الفنادق اهتمامها على بعض نوعيات رجال الأعمال المؤقتين والدائمين وعلى سياحة المؤتمرات والولائم وإقامة الحفلات والأفراح، وأغلب الفنادق التجارية تكون ذات غرف كثيرة وتملكها الشركات الكبيرة وتديرها السلاسل الفندقية الشهيرة أو تكون مملوكة للسلسلة نفسها.

✓ فنادق الإقامة

وقد أنشأت بغرض إيواء العاملين البعيدين عن أسرهم، ويعمل هذا الفندق كمبنى أو أكثر يضم عدة غرف، وتوفر خدمة التدبير الفندقي فقط حيث لا تقدم وجبات للضيوف، وبالطبع تكون أسعارها أرخص بكثير من الفنادق الأخرى، كما أن ملكيتها تابعة لمالك واحد أو لجمعيات تعاونية أو دينية، وقد لا يكون هدفها الرئيسي هو الربح مثل دور المسنين.

¹ عبد العزيز أبو نبرة: مرجع سبق ذكره، ص: 15.

✓ فنادق المقامرة

تمتاز هذه الفنادق بالمغالاة في ديكوراتها وقاعاتها الداخلية الجميلة والخلاصة وتكون دائما ضخمة جدا وغالبا فنادق الخمس نجوم، كما تحتوي على طوابق تحت الأرض تتضمن حمامات السباحة، قاعات رياضية، مساح وأسواق... الخ.

تجذب هذه الفنادق الطبقة الفنية من السياح على وجه التحديد وسياحة المؤتمرات أيضا، وغالب اذري أن أغلب المسابقات الرياضية العالمية ومسابقات انتخاب ملكات الجمال ومسابقات توزيع الجوائز السينمائية والثقافية معظمها يعقد في هذه الفنادق، فأشهر هذه الفنادق في لاس فيغاس، أتلانتا، نيوجيرسي، جزر الهاواي، الولايات المتحدة الأمريكية وجزر الكاريبي، مدينة كارلو في إمارة موناكو.

✓ بيوت الشباب

عبارة عن فندق أو بناية أو عدة أبنية غرضها إيواء الشباب الراغب في السد فراغ والترحال والتعرف على بلدان أكثر وشعوب متعددة لقاء أجر زهيد والهدف من إنشاء بيوت الشباب ليس الربح وإنما توثيق الروابط بين الشباب وتذويب الفوارق بينهم كما تعمل على توسيع معارفهم وتزويدهم بمختلف المعلومات العامة عن البلدان الخارجية، كما تعمل على تكوين الصداقات وتوثيقها بين شباب البلاد الأخرى وتنمية شعور المحبة والإنسانية وقد يتعلم النزول في هذه البيوت لغات وعادات وتقاليدهم الدول.

✓ المنتجعات

سبق الكلام عنها في تقسيم الفنادق من حيث الموقع، وهناك أنواع الفنادق المنتجعات مثل المنتجعات الصيفية والشتوية والصحية والجبليّة... الخ.

✓ الفنادق المتحركة: يمكن تقسيم الفنادق المتحركة إلى ثلاث أنواع:¹

✚ **الفنادق العائمة:** هي الفنادق العائمة التي تجوب الأنهار والبحيرات والبحار والمحيطات تنقل المسافرين من مدينة لأخرى أو من قارة لأخرى أو الرحلات البحرية حول العالم... إذ تستغرق الرحلات من ثلاثة أيام على عشرة أيام وقد تزيد، تجهز هذه السفن بكافة الخدمات التي يطلبها المسافر، ومن أشهر السد فن التي تعتبر ضمن الفنادق العائمة العالمية سفينة الحب Love Boat التي تعمل بين لوس أنجلوس والمكسيك.

¹ ياسين الكحلي: مرجع سبق ذكره، ص: 41، بتصرف.

✚ **الفنادق البرية المتحركة:** تطلق هذه التسمية على غرف قطارات النوم المتواجدة في القطارات حيث أن معظم قطارات النوم التي تقطع المسافات الطويلة تكون مجهزة بغرف من الدرجة الأولى والثانية أيضا، إذ تحتوي الغرف على كافة التسهيلات التي يحتاجها المسافر، هذه القطارات قد تصل رحلتها في بعض الأحيان إلى أربعة أيام يقضيها المسافر في القطار، أيضا تطلق هذه التسمية على السيارات السياحية الكرفانات التي تحتوي على غرف النوم مع خدماتها والتي تنتشر بكثرة في أمريكا، كندا، أوروبا الغربية.

✚ **الفنادق الطائرة:** يقصد بها غرف النوم الموجودة على متن الطائرة هذا النوع من الفنادق قليل في العالم، وأول شركة طيران انتهجت وطورت هذه الفكرة هي ريجنت إير (Regent air) الأمريكية حيث تحتوي الطائرة على قاعة اجتماعات ومطعم ومقهى وخدمات الهاتف والبرق والسيكرتارية والترجمة والكمبيوتر... الخ، وبالطبع تكون تكلفة الرحلة مرتفعة جدا قياسا بتكاليف الرحلات على متن الطائرات الاعتيادية الأخرى، كما أن هذه الطائرات مجهزة طبييا لنقل مريض أو أكثر بناء على طلبات خاصة.

✓ الفنادق العلاجية

أخذت في السنين الأخيرة تنتشر هذه الأنواع من الفنادق والتي تكون فنادق ذات درجات عالية 05 و 04 نجوم فقط وتقع هذه الفنادق قرب ينابيع المياه المعدنية والكبريتية أو في المناطق التي تتمتع بمميزات علاجية بالطبيعة وعلى أغلب الأحيان تقع المستشفيات أو المراكز العلاجية بالقرب من هذه الفنادق أو في داخلها، أغلب ضيوف هذه الفنادق هم من المرضى الذين يرغبون في هذه المستشفيات أو أشخاص تعافوا من مرض معين ويحتاجون إلى فترة نقاهة وعلى الأغلب تكون فترة إقامة الضيوف طويلة في هذه الفنادق طبقا لحاجة العلاج.

✓ الفنادق الرياضية

تنتشر هذه الفنادق في المدن التي تحتوي على ملاعب كبيرة والمدن الأولمبية أو قرب الملاعب المشهورة في العالم، وتتراوح درجتها من نجمتين إلى 05 نجوم، قسم منه ما يخص إقامة اللاعبين وقسم مخصص للمشجعين... الخ، أغلب هذه الفنادق تكون مجهزة بكافة الخدمات الضرورية التي يحتاجها الرياضي أو الهواة كقاعات للتمرين أو الرياضة العادية.

✚ **التصنيف من حيث عدد النجوم:** كلما زادت عدد النجوم كلما توسعت خدماته وارتفعت أسعاره وتقسّم الفنادق من حيث عدد النجوم كما يلي:

✓ **فنادق ذات خمسة نجوم:** يعتبر من أرقى أنواع الفنادق ويقدم خدمات متكاملة للضيوف وبأسعار مرتفعة تتناسب مع نوع وحجم هذه الخدمات؛

- ✓ فنادق ذات أربعة نجوم: بطبيعة الحال تكون مستوى خدماتها وأسعارها أقل من فنادق ذات 05 نجوم بنسبة ضئيلة تتناسب مع الخفض في الأسعار؛
 - ✓ فنادق ذات ثلاثة نجوم: ويكون مستواها أقل من فنادق 04 نجوم بشكل أكثر وضوحا وفي المقابل السعر المنخفض وقد لا تتوافر بها الخدمات الإضافية المطلوبة في المستوى الأعلى؛
 - ✓ فنادق ذات نجمتين: تقترب في المستوى من الفنادق الشعبية أو فنادق النجمة الواحدة إما طبقا لانخفاض مستوى الأثاث أو لكونها لا تتمتع بالخصوصية بمعنى استخدام المناطق العامة للنزلاء؛
 - ✓ فنادق ذات نجمة واحدة: وتكون متواضعة جدا بالنسبة لخدماتها وعدد غرفه أو أسعارها والمناطق التي توجد بها أيضا؛
- كما يوجد هناك تصنيف آخر للفنادق وفق معيار الاعتمادية فهناك فنادق معتمدة وأخرى غير معتمدة والاختلاف في ختم الاعتراف الرسمي من قبل وزارة السياحة.

2- أهداف الفنادق

- الأهداف التي تسعى الفنادق لتحقيقها متنوعة تختلف من فندق لآخر حسب نوعه وشكله، غير أن هناك أهداف مشتركة تسعى لتحقيقها مقابل أجر محدد منها:¹
- أهداف أصحاب الفنادق: تحقيق أكبر عائد ممكن لرأس المال المستثمر في الفندق، وبقاء ونمو الفندق، ورفع كفاءة الإدارة التنظيمية وزيادة الكفاءة الإنتاجية للفندق، والحفاظ على الصورة الذهنية الجيدة للفندق، بالإضافة إلى تأمين الولاء الدائم للأفراد تجاه الفندق.
 - أهداف العملاء: ضمان توفير الخدمات بالأسعار التي تتناسب مع قدراتهم الشرائية بشكل مستمر والاستمرار في تقديم الخدمات ذات الجودة العالية.
 - أهداف العاملين: الحصول على كافة الضمانات المتعلقة باستقرارهم واستمرارهم في العمل، وتوفير كافة الضمانات الاجتماعية والإستشفائية للفرد العامل، تحقيق وإشباع حاجياتهم ورغباتهم وترجمة نظام الحوافز لهم.
 - أهداف الموردين أو المساهمين: هم جماعات تمد الفندق بالموارد والأموال والموارد البشرية عن طريق ملكيتهم للأسهم مقابل الحصول على الربح، ولهم أهمية بالنسبة للفندق إلى يسعى لتحقيق أهدافهم لضمان تقديم الخدمة والسلع للضيوف.

¹ محمد مصطفى سليمان: حوكمة الشركات ودور أعضاء مجالس الإدارة والمدراء التنفيذيين، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، 2008، ص: 16.

- أهداف المجتمع: الفنادق تسعى لتحقيق الأهداف الاقتصادية والاجتماعية للمجتمع من خلال زيادة الدخل الوطني ومستوى رفاه المواطن.

المبحث الثاني: الخدمات السياحية و الفندقية

من العوامل التي تساعد الدول على جذب السياح و زيادة عدد الزائرين، ما تتوفر عليه من مقومات إراحة السائح وتمتعه بإجازة متميزة، وذلك من خلال المقومات الطبيعية كالمناخ والمناظر الطبيعية الخلابة مع إقامة متعددة المستويات ذات مستوى خدمات مرتفع لذا فإن نوعية الخدمة السياحية الفندقية التي يتم تقديمها تعد من السبل المهمة للرقى بالقطاع السياحي وتطويره والنهوض به بما ينعكس إيجابا على الاقتصاد الوطني.

قمنا بتقسيم هذا المبحث إلى أربعة مطالب وتناولنا في المطلب الأول مدخل للخدمات السياحية وفي الثاني عوامل نجاح الخدمة السياحية و الثالث مفهوم الخدمة الفندقية وفي المطلب الرابع أنواع الخدمة الفندقية.

المطلب الأول: مدخل للخدمات السياحية

1- مفهوم الخدمة السياحية

قبل التطرق لتعريف الخدمة السياحية وحب علينا أن نعرف الخدمة بصفة عامة وقد عرفتها الجمعية الأمريكية للتسويق بأنها منتجات غير ملموسة يتم تبادلها مباشرة من المنتج إلى المستعمل، لا يتم نقلها أو تخزينها وهي تقريبا تفتى بسرعة، وهي أيضا النشاطات أو المنافع التي تعرض للبيع أو التي تعرض لارتباطها بسلعة معينة.¹ أما كوتلر فقد عرفها على أنها أي نشاط أو إنجاز أو منفعة يقدمها طرف ما للطرف الأخر وتكون أساسا غير ملموسة ولا ينتج عنها أية ملكية، وأن إنتاجها أو تقديمها قد يكون مرتبط أو غير مرتبط بمنتج مادي ملموس.²

لذا عرفت الخدمات السياحية من وجهة نظر المتخصصين على أنها مجموعة من الأعمال والنشاطات التي توفر للسياح الراحة والتسهيلات عند شراء واستهلاك الخدمات والبضائع السياحية خلال وقت سفرهم أو إقامتهم في المرافق السياحية بعيدا عن مكان سكنهم الأصلي.³

¹قاسم نايف علوان المياوي: إدارة الجودة في الخدمات - مفاهيم و عمليات و تطبيقات، دار الشروق، للنشر والتوزيع، الأردن، 2006، ص: 52.

²Philip Kotler, Bernard Dubois: **Marketing Management**, Publi-union, 2000, p 463.

³محمد وافية: دور الترويج في ترقية الخدمات السياحية - دراسة حالة الديوان الوطني للسياحة - مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، تخصص إدارة وتسويق الخدمات، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 03، 2012/2011، ص: 25.

وتعرف كذلك الخدمة السياحية على أنها: مهنة أو نشاط أدائي ينفذ للعميل أو نشاط استهلاكي يتضمن مشاركة المستهلك مثلا في الاستخدام ولكن ليس امتلاك لمنتجات المؤسسات السياحية¹

من التعاريف السابقة يمكن القول أن الخدمة السياحية عبارة عن نشاط غير ملموس يهدف إلى إشباع حاجات ورغبات المستهلكين مقابل مبلغ معين و تشمل النقل، الإيواء، الترفيه... الخ. حيث تشمل الخدمات السياحية أحد العناصر التالية:

التراث الطبيعي والبشري، الجوانب التنظيمية، السياسية، القانونية، الأنشطة الاقتصادية والمالية...

تتميز الخدمات بشكل عام بكونها غير ملموسة وغير مادية مما يعني من المستحيل تحسسها أو لمسها، كما لا يمكن فصلها عن مقدمها لأن هناك ترابط كبير بينهما وهذا ما يجعل من الصعب وضع نمط معين للخدمات بحيث لا يمكن تقديم الخدمة نفسها بنفس النوعية²

كما تتميز الخدمات بالطلب المتذبذب وصعوبة كبيرة في التنميط بدرجة لأنها تتصف بالتغير والتنوع، بالإضافة إلى أن للخدمات السياحية خصائص كثيرة تميزها عن بقية الخدمات الأخرى، جزء منها ينبع من طبيعة السياحة نفسها والجزء الآخر يعتمد على نوعية الحاجات المتميزة التي تلي من خلال تقديم مختلف الخدمات، ومن أهم هذه الخصائص نذكر ما يلي:³

- السياحة تتطلب نوعية وجودة من الخدمات لأنها تشبع حاجات ورغبات الأفراد خلال أوقات فراغهم لتحقيق الرفاهية والراحة لهم أو خلال ظروف خاصة كمقابلات الأعمال؛
- السرعة عند تقديم الخدمة لإشباع رغبة السياح خلال أوقات إقامتهم في الموقع السياحي وذلك للاستمتاع بأوقاتهم واستخدام جميع الإمكانيات السياحية الأخرى؛
- عملية تقديم الخدمات السياحية تبدأ وتنتهي في مكان وزمان إنتاجها وهو ما يعني قابليتها للفناء؛
- تعتمد معظم الخدمات السياحية على العنصر البشري في عملية إنتاجها وتقديمها لأنها تقدم مباشرة للسياح؛
- التنوع الكبير في أشكال ووسائل الخدمات السياحية لأن الزبائن غير متجانسين من حيث الجنسية، العمر، الطبقة الاجتماعية، القدرة المادية، والاهتمامات والخبرة عند ممارسة السياحة؛

¹ يجاوي الهام، بوحديد ليلي: تقييم جودة الخدمات السياحية بالوكالات السياحية ومستوى رضا الزبائن عنها، دراسة حالة جامعة باتنة - 1، الجزائر، المجلد التاسع، العدد الثاني، 2018، ص: 389.

² اليباس سراب، محمود اللماسي: تسويق الخدمات السياحية، الطبعة 1، دار الميسرة للنشر، عمان، 2002، ص: 26-27.

³ عبد السلام أبو قحف، إدارة المنشآت السياحية والفندقية بين النظرية والتطبيق، الدار الجامعية للطباعة والنشر، مصر، 2004، ص: 21.

- الخدمات المقدمة للسياح توحد جهود وأعمال العديد من الأفراد كجهود العاملين المتخصصين في السياحة وجهود وأعمال شركات ومنظمات أخرى كالموصلات والاتصالات وغيرها؛
- الاحتكاك المباشر والمستمر بين طاقم العمل والسياح مما يؤدي إلى الحكم على ثقافة وأدب السكان الأصليين للمنطقة الأصلية؛
- الخدمات السياحية تلي حاجات السياح الأساسية مثل النوم والأكل والشرب وغيرها أثناء فترة إقامتهم.

2- أنواع الخدمات السياحية

للخدمة السياحية عدة أنواع تتمثل في ما يلي¹:

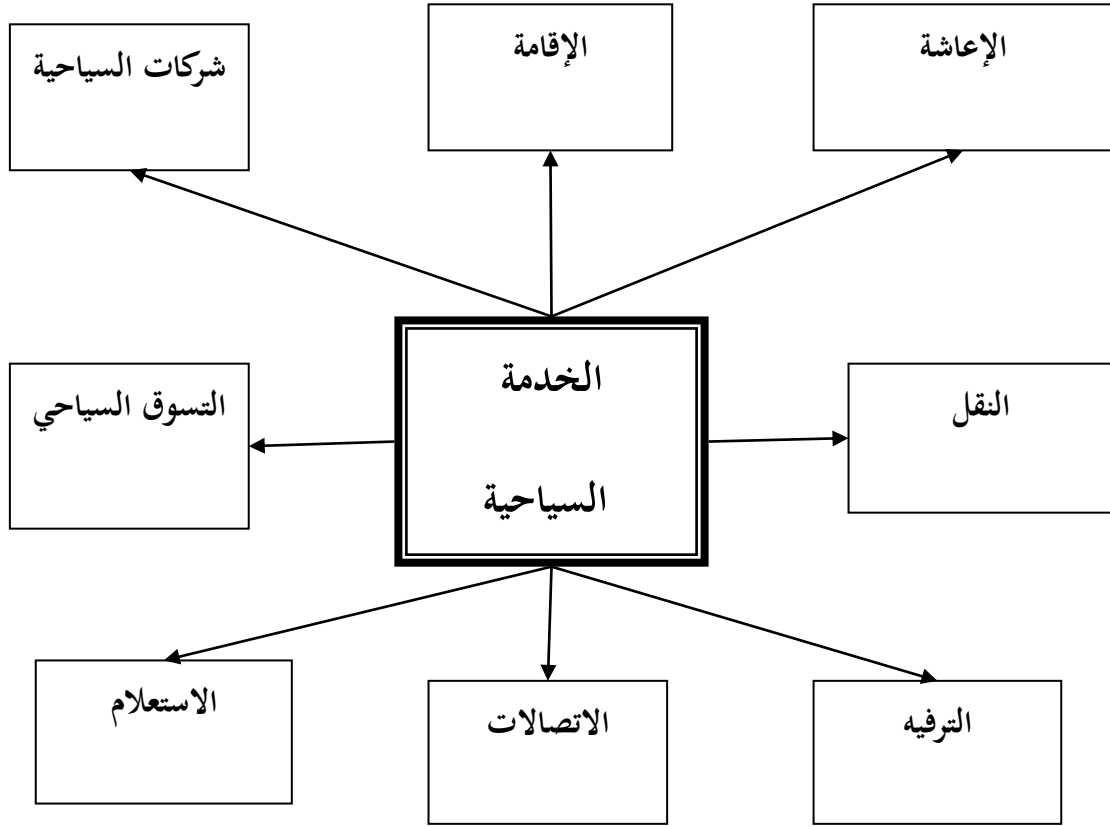
- ✓ **خدمات النقل:** تشمل جميع خدمات النقل ووسائله التي تسهم في نقل السائح إلى وجهته المرغوبة ومنها إلى بلاده كالطرق البرية، وسكك الحديد، الطرق المائية، بما في ذلك جميع وسائل النقل العامة.
 - ✓ **خدمات الإيواء:** وتشمل الفنادق والشاليهات، الأكواخ المؤقتة، المخيمات.
 - ✓ **خدمات الطعام والشراب:** التي تقوم بخدمة السياح من طريقهم إلى المنطقة السياحية في المنتجعات السياحية.
- أما الخدمات السياحية التكميلية تتمثل في:
- ✓ **خدمات الرياضة والترفيه:** تمكن السائح من المشاركة الفعالة في الأنشطة الرياضية المختلفة أو من مشاهدتها، ويمكن إدراج مساعد التزلج تحت هذا البند على الرغم من اعتبارها وسيلة مواصلات.
 - ✓ **مؤسسات التجارة:** تقدم تجهيزات للسائح ومواد استهلاكية في المنطقة السياحية.
 - ✓ **الخدمات الثقافية:** المسارح، دور السينما، مواقع الاحتفالات، أماكن ومنشآت العبادة الدينية.
 - ✓ **الخدمات الخاصة للسياح:** مثلاً محلات تصفيف الشعر، ورشات التصليح، المصانع والبنوك ومكاتب تبادل العملة.
 - ✓ **الخدمات الخاصة:** مثل الجمارك وما شابهها.
 - ✓ **خدمات الضيافة:** إن دور المنطقة المضيفة يفترض بها تقديم الاهتمام للسائح سواء من طرف المواطنين أو الهيئات الرسمية وغير الرسمية، لأن التجربة الايجابية للسائح يجعله يشعر بالارتياح والأمان أي احتمالية أكبر في تكرار الزيارة والتأثير على الآخرين لزيارة البلد.

¹الibas سراب، محمود اللماسي: مرجع سبق ذكره، ص: 28-29.

ويمكننا القول أن الخدمات السياحية تنقسم إلى عدد من الخدمات الفرعية والتي يمكن توضيحها في الشكل

كما يلي:

الشكل رقم (02): الخدمات الفرعية للخدمات السياحية



المصدر: صبري عبد السميع، التسويق السياحي والفندقي أسس علمية وتجارب عربية، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2006، ص: 136.

الجدول رقم (01) : الخدمات الفرعية للخدمات السياحية :

نوع الخدمة	البيان
تقدم هذه الخدمة جميع وسائل الإقامة السياحية المعروفة مثل الفنادق الثابتة والعائمة والموتيلات والقرى السياحية والشقق المفروشة وبيوت الشباب والمخيمات... الخ.	خدمة الإقامة
تقدمها وسائل الإقامة المختلفة بالإضافة إلى المطاعم السياحية والكافيتريات والكازينوهات والمحلات العامة، إلى غير ذلك من وسائل الإعاشة وتشمل هذه الخدمة على الأغذية والمشروبات المختلفة.	خدمة الإعاشة
تشمل جميع خدمات النقل بمختلف وسائله كما تتولى شركات النقل السياحي العامة والخاصة تقديم هذه الخدمة تيسيراً على السائحين في التنقل من مكان إلى آخر داخل الدولة.	خدمة النقل السياحي
تقوم شركات السياحة ووكالات السفر بتقديم خدماتها المختلفة للسائحين مثلاً لحجز بالفنادق ووسائل الانتقال الداخلية والحجز على الرحلات الجوية والبحرية الدولية والمحلية، إلى غير ذلك من الخدمات التي تقدمها هذه الشركات.	خدمة السياحة والسفر
تقدم هذه الخدمات معظم الفنادق ومكاتب الاستعلامات السياحية الرسمية والخاصة مثلاً لمكاتب التابعة للهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي ووزارة السياحة بمصر.	خدمة المعلومات السياحية
تقدمها محلات بيع الهدايا والتذكارات السياحية وبعض المحلات العامة الأخرى التي تبيع مثل هذه السلع السياحية، بالإضافة إلى المنشآت الفندقية المختلفة التي توجد بها هذه المحلات.	خدمة التسوق السياحي
تقدم هذه الخدمة مكاتب حكومية تابعة للدولة، بالإضافة إلى المكاتب الخاصة والفنادق حيث تقوم شركة الاتصالات المنتشرة في المدن السياحية بتقديم خدمات الاتصالات التليفونية والبرقية والفاكس... الخ.	خدمة الاتصالات
تقدمها المحال العامة السياحية مثل دور السينما والمسرح والأنشطة الرياضية ومختلف وسائل الترفيه السياحي الأخرى.	خدمة الترفيه السياحي

من إعداد الطلبة بالاعتماد على:

- صبري عبد السميع: مرجع سابق، ص: 136.
- إلياس سراب، محمود اللماسي: تسويق الخدمات السياحية، الطبعة 1، دار الميسرة للنشر، عمان، 2002، ص: 28

المطلب الثاني: عوامل نجاح الخدمات السياحية

يتوقف نجاح الخدمة السياحية وتفوقها على العوامل التالية:¹

- **طبيعة الخدمة السياحية:** كلما كانت الخدمة السياحية سهلة ويسيرة عند تقديمها وبعيدة عن التعقيد والصعوبة، كلما كانت أكثر فائدة وجذبا للسائحين لأن السائح يبحث دائما عن الراحة والهدوء والاستقرار وهذا لا يتحقق في ظل الخدمات السياحية التي تتصف بكثرة الإجراءات والتعقيدات.
- **أسلوب تقديم الخدمة السياحية:** يهتم السائحون عادة بالأسلوب الذي يتم به تقديم الخدمة السياحية بجانب اهتمامهم بمستوى جودتها ومقدار ما تحققه لهم الخدمات من منافع توفر لهم إشباع حاجاتهم المختلفة، فالخدمة السياحية يجب أن تقدم للسائح بصورة تليق بمكانة الدولة السياحية وتتفق مع القواعد والبروتوكولات التي تنظم العمل السياحي بمختلف مجالاته.
- **وضوح الخدمة السياحية:** إن الخدمات السياحية التي تقدمها الدولة للسائحين يجب أن تكون واضحة ومعروفة لديهم من حيث أماكن تواجدها وأنواعها وأسعارها.
- **الأسعار المناسبة للخدمة السياحية:** تعتبر الخدمة السياحية الجيدة بالسعر المناسب هي جوهر العمل السياحي الناجح لأن السائح دائما بعيد النظر ذو حساسية شديدة للخدمات التي تقدم له في مناطق الزيارة يبحث عن الأفضل بأنسب الأسعار ومدى تميز الخدمة وجودتها عن غيرها من الخدمات المقدمة في المقاصد السياحية الأخرى... الخ.

المطلب الثالث: مفهوم الخدمات الفندقية

1- تعريف الخدمات الفندقية

الخدمات الفندقية عبارة عن مزيج من العناصر منها المادية مثل الطعام والشراب وعناصر عاطفية والتي بدورها تقسم إلى جزأين: الصورة الذهنية أو الطريقة التي يقدم الفندق نفسه من خلالها للعملاء الحاليين أو المحتملين أو الطريقة التي يرى فيها العملاء الفندق والتي تعكسها نشاطات وممارسات وتوجيهات الفندق المختلفة،

¹ محمد محسن قسم الله: تسويق الخدمات السياحية وأثره على تطوير الأداء في المنشآت بالتطبيق على المنشآت السياحية بولاية الخرطوم، المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث، المجلد 1، العدد الثالث، المملكة العربية السعودية، مايو 2017، ص: 74.

وكذلك الجو العام للفندق، من الصعب الفصل ما بين العناصر المادية والعاطفية للخدمات الفندقية وأي تغيير في أحد العناصر يؤثر على ويحدث تغيير في العناصر الأخرى.¹

كما تعرف الخدمة الفندقية بأنها: "الأنشطة غير المادية والتي يمكن تقديمها بشكل منفصل وتوفر إشباع لرغبات وحاجات الضيوف، وليس بالضرورة أن ترتبط ببيع منتج آخر وعند تقديم الخدمة لا يتطلب نقل الملكية.² من خلال ما سبق يمكن أن نعرف الخدمة الفندقية بأنها: «مزيج مركب من المنافع المرتبطة بإقامة وإيواء النزيل يحصل عليها بشكل متكامل قصد تلبية حاجاته وإشباع رغباته».

2- خصائص الخدمات الفندقية

تحتل الخدمات الفندقية موقع متميزا في صناعة السياحة ومنافسا في نفس الوقت الخدمات العديد من القطاعات الاقتصادية الأخرى التي تكون الهيكل الاقتصادي للدول كالفنط والصناعة، فهي بالإضافة إلى خصوصيات الخدمة بصفة عامة تتميز بمواصفات خاصة يمكن تلخيصها فيما يلي:³

- خدمات غير ملموسة: فلا يمكن رؤيتها أو تذوقها أو الشعور بها أو لمسها قبل عملية الشراء، لذلك يتم اختيارها على أساس السمعة والشهرة والتجربة أكثر منه على أساس الاختيار المادي، وهو ما يصعب عملية توضيح ووصف الخدمة، كما لا يمكن حمايتها عن طريق براءة الاختراع لأنه لا يمكن إبعاد المنافسين عن موقع إنتاجها فهم يستطيعون زيادتها واستهلاكها كلما رغبوا في ذلك.
- سريعة التلاشي (القابلة للتلف): فلا يمكن الاحتفاظ بها في المخزن وبالتالي فإن صاحب الفلق قد يخسر الكثير يوميا عاد عدم ورود النزلاء إلى غرف أعدت لهم، فلا يستطيع تخزين غرفة الفندق غير المستخدمة واستخدامها في ليلة لاحقة، وهو ما يجعل الخدمة الفندقية قصيرة العمر.
- التلازم (عدم قابلية فصل الإنتاج عن المستهلك): فلا يمكن إنتاج الخدمة الفندقية في مكان آخر، فهي تحتاج إلى تواجد في نفس الوقت العميل وموفر الخدمة أثناء إنتاجها واستهلاكها، كما لا يمكن للعميل نقلها إلى المنزل لعدم إمكانية فصلها عن موقع الإنتاج.

¹ الطاهر عمر بونس المغربي: واقع تطبيق نظم المعلومات الإدارية بالمنظمات اللبية، دراسة ميدانية على الفنادق العاملة بمدينة بنغازي، رسالة ماجستير، قسم الإدارة، كلية الاقتصاد، جامعة بنغازي، الجمهورية اللبية، 2011، ص: 109.

² محمد على الروسان، العوامل المؤثرة في جودة الخدمة الفندقية، الملتقى الدولي الثالث حول الجودة والتميز في منظمات الأعمال، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم المسيرة جامعة 20 أوت 1955، سكيكدة، الجزائر، 7 و 8 ماي 2017، ص: 5.

³ مصطفى يوسف كاني، علم إدارة الضيافة، الطبعة 1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص: 120.

- **عدم التجانس:** فهي تختلف في النمطية والجودة مع مرور الوقت بسبب أن الذي يقوم بأدائها وتسليمها هم أفراد، وبالتالي يختلف الحصول عليها في وقت آخر وفقا لحالة مقدم وما قد يكون عليه من تعب وإرهاق، بالإضافة إلى بعض هذه الخصائص التي تشترك فيها الخدمات مع باقي الخدمات الأخرى، فهناك بعض المميزات الخاصة بها تتمثل في ما يلي:¹
 - **موسمية النشاط:** نتيجة الاختلاف درجة وحجم النشاط السياحي من فترة زمنية إلى أخرى طوال العام، وارتباط ذلك بالظروف المناخية والطبيعية والاجتماعية بكل دولة، وإقبال السائحين على الإقامة الفندقية في فترات معينة ومواسم محددة، اتصف النشاط الفندقي بالموسمية، خصوصا في المناطق السياحية الذاتية، مما أوجد بعض الآثار السلبية مثل:
 - وجود درجة عدم التأكد بالنسبة للحركة الفندقية في المستقبل؛
 - عدم الاستغلال الأمثل للموارد والتسهيلات الفندقية نتيجة لوجود طاقة معطلة، خلال الفترات التي تنخفض فيها الحركة السياحية؛
 - زيادة التكاليف الثابتة والمتغيرة نتيجة انخفاض نسبة الأشغال الفندقية في بعض الأحيان.
 - **ارتفاع نسبة الأصول الثابتة:** إن العنصر المادي في النشاط الفندقي هو ذلك الجزء من المال المستثمر في الإنشاءات والتجهيزات الفندقية، وهذا الجزء في جانب الأصول والموجودات الثابتة التي تمثل جانبا كبيرا من رأس المال المستثمر في المشروعات الفندقية حيث تصل نسبته إلى 90 % من رأس المال، أما باقي النسبة فإنها توجه إلى نفقات أخرى كالتشغيل والعمالة وغيرها.
 - **إنسانية النشاط:** يقوم النشاط الفندقي أساس على استخدام العنصر البشري في تحقيق الأهداف العامة حيث يتوقف نجاحه على مدى كفاءة وقدرة هذا العنصر على تقديم الخدمات بطريقة تجذب الزائر، كحسن معاملة السائحين وتأدية الأعمال المطلوبة منه بروح عالية، مع توافر مقومات الشخصية كالأمانة والإخلاص في العمل والصدق إلى غير ذلك، وبذلك يعتبر العنصر البشري عاملا مهما بجانب العناصر المادية الأخرى لتفضيل فندق على آخره.
 - **اختلاف طبيعة المنتج الفندقي:** يتكون المنتج الفندقي من عناصر رئيسية هي الإقامة والترفيه، بالإضافة إلى الخدمات الأخرى، وهو في شكله هذا لا يختلف عن أي منتج ملموس لأن المنتجات المادية الملموسة لها من الصفات والخصائص التي تميزها كالشكل والحجم والمساحة وغيرها، إلا أن المنتج الفندقي

¹مصطفى يوسف كاني: مرجع سبق ذكره، ص: 120.

يتميز بخصائص معنوية تحتاج إلى الباقية في الأداء ولطف في المعاملة لتقديمه إلى جمهور السائحين في أفضل صورة ممكنة.

المطلب الرابع: أنواع الخدمات الفندقية

مقارنة بعناصر السياحة الأخرى كالطعام والشراب والنقل والخدمات التكميلية، تجد أن الفنادق تتصف بالتنوع في الخدمات المطروحة للعملاء وخاصة في الفنادق الكبيرة ونسبياً في الفنادق الصغيرة، حيث تقدم الفنادق الخدمات التالية:¹

- **خدمات الإيواء:** وشمل جوهر الخدمة الفندقية لمختلف الدرجات وغيرها من أنواع الإيواء الأخرى كالشفق الفندقية والقرى السياحية والموتيلات وغيرها، وينفق الصيف على هذه الخدمة حوالي (40 %) من ميزانيته السياحية.

- **خدمات الطعام والشراب:** يحتوي الفندق على العديد من أنواع المطاعم المخصصة كالمطعم اللبناني والخدمات البنكية، خدمات النادي الصحي، خدمات المسابح، خدمات رجال الأعمال والمؤتمرات والحفلات وغيرها من الخدمات الأخرى.

- **الخدمة الإضافية:** وهي الخدمات المساعدة التي تقدمها الفنادق كخدمات تأجير السيارات والخدمات البنكية، خدمات النادي الصحي، خدمات المسابح، خدمات الرجال الأعمال والمؤتمرات والحفلات وغيرها من الخدمات الأخرى.

¹حسن علي الزغي: نظم المعلومات وأثرها في تحديد الخيار الاستراتيجي للمنظمات الفندقية، الملتقى الدولي حول مناعة السياحة في الماضي العربي من منظور استراتيجي وإداري وتنموي، المنظمة العربية للتنمية الإدارية (أعمال المؤتمرات) 6-2 يوليو 2006، تونس، ص: 132.

خلاصة:

على ضوء ما سبق يتضح أن دور المؤسسات الفندقية أساسي وفعال في القطاع السياحي كونها تحظى بمكانة مهمة ضمن التنمية السياحية لأي مجتمع، لأنها تساعد على جذب السياح لاستهلاك المنتج السياحي الوطني و تعرفهم أكثر على المناطق السياحية ومعالمها وحضاراتها مما جعلها وسيلة لتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية والسياسية في كافة القطاعات؛ كما تبين لنا أن الخدمة في مجال السياحة تعد الركيزة الأساسية التي تسعى المؤسسة السياحية في تطويرها فهي بمثابة المرآة العاكسة للمؤسسة وكفاءتها التي تتميز عن المؤسسات الأخرى في الأسواق السياحية وعليه وجب الاهتمام بهذه الخدمات وتطويرها ورفع مستوى جودتها كي تتلاءم مع احتياجات ورغبات السائحين.

الفصل الثاني:

تنمية المورد البشري ودوره في تطوير
الخدمات السياحية

تمهيد

تحتل تنمية الموارد البشرية باهتمام كبير من طرف الباحثين في هذا المجال باعتبارها مدخلا فعالا للرفع من مهارة ومؤهلات المورد البشري الذي يعد بمثابة العمود الفقري للمؤسسة، وعليه فتنمية الموارد البشرية أصبحت ضرورة ملحة لتساير وتواكب مختلف المتغيرات المتسارعة التي هي سمات عالم اليوم.

تسعى كل مؤسسة هدفها البقاء والاستمرارية لتحسين وتطوير قدرات ومهارات مواردها البشرية من خلال تكوينهم وتدريبهم بالاعتماد على عدة برامج تدريبية يقوم بتصميمها أخصائيوهم في مجال التدريب بهدف إكساب الأفراد مجموعة من المهارات والخبرات لتحقيق أهداف المنظمة بتحسين أداء الأفراد. وبناء على ما سبق يمكن تناول هذا الفصل خلال مبحثين على النحو التالي:

المبحث الأول: تنمية المورد البشري

المبحث الثاني: مساهمة المورد البشري في تطوير الخدمات السياحية الفندقية

المبحث الأول: مفاهيم عامة حول تنمية الموارد البشرية

للنصر البشري مكانة هامة في المؤسسة حيث أصبح يعد العمود الفقري والمورد الحقيقي لها الأمر الذي دفع إلى ضرورة وجود قوى عاملة كفؤة وذلك من خلال استقطاب أحسن المهارات البشرية واختيارها وتعيينها وتدريبها وتقديم الحوافر لها من أجل تنمية المورد البشري لتقديم أفضل إمكاناته وأقصى قدراته قصد تحقيق الأهداف التي تصبو إليها المؤسسة وستتطرق في هذا المبحث إلى أربع مطالب تحدثنا في المطلب الأول عن إدارة الموارد البشرية وفي الثاني عن إدارة الموارد البشرية الفندقية أما المطلب الثالث فتمحور حول مفاهيم عامة لتنمية الموارد البشرية وأخيراً تناولنا في المطلب الرابع آليات تطوير تنمية الموارد البشرية.

المطلب الأول: مفهوم تنمية الموارد البشرية

تعريف الموارد البشرية

إنّ الموارد البشرية هي مجموعة من العمليات مثل التخطيط والتنظيم والتوجيه والمراقبة لكافة النواحي التي تتعلق بالأفراد، من أجل المحافظة عليهم وتنميتهم وتوعيتهم وتعويضهم من غير الحاجة إلى أي إدارة متخصصة، كما عرفها الأستاذ جران وسميث بأنها: (مسؤولية كافة المديرين في المنشأة، وأيضاً توصيف لما يقوم به المورد البشرية المتخصصون في إدارة الأفراد.¹

تعريف تنمية الموارد البشرية

لتنمية الموارد البشرية عدة تعاريف نجد منها:

هي تلك العمليات المتكاملة المخططة موضوعية والقائمة على معلومات صحيحة والهادفة إلى إيجاد قوة عمل والقدرات متناسبة مع متطلبات العمل في مؤسسات محددة والمتفهمة لظروف وقواعد وأساليب الأداء المطلوبة وإمكاناته.²

عرفها الدكتور علي السلمي بأنها نشاط مستمر ومنظم ينطوي على أربعة أنشطة أساسية متكاملة ومترابطة وهي: اختيار الأفراد الحاصلين على التأهيل والإعداد العلمي الأساسي للذين تتوفر فيهما الشخصية والنفسية اللازمة للنجاح في العمل والتدريب العلمي لهؤلاء الأفراد والتثقيف المستمر للمنظم.³

كما عرفها أحمد تنمية الموارد البشرية بأنها تمثل أحد المقومات الأساسية في تحريك وصقل وصيانة وتسمية القدرات والكفاءات البشرية، في جوانبها العلمية السلمية الموارد البشرية بأنها تمثل أحد المقومات الأساسية في

¹ John.p.Wilson, Humain Resource Développement Learning and training for individuals and organisation, 2end édition, british Library London, 2004 , p.9

² John.p.Wilson, loc.Cit, p.9

³ محمد سمير أحمد: الإدارة الإستراتيجية وتنمية الموارد البشرية، الطبعة 1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، 2009، ص: 78.

تحريك وصقل وصيانة وتنمية القدرات والكفاءات البشرية، في جوانبها العلمية والفنية والسلوكية ومن ثم فهي وسيلة تعليمية لمد الإنسان معارف ومعلومات أو نظريات أو مادي أو قيم أو فلسفات، تزيد من طاقته على العمل والإنتاج.¹

خصائص تنمية الموارد البشرية :

ومن أهم الخصائص التي تتمتع بها تنمية الموارد البشرية يمكن ذكرها كالتالي:²

- تنمية الموارد البشرية عملية إستراتيجية

ان إستراتيجية تنمية الموارد البشرية تتكون من مجموعة مخططة من برامج التدريب والتنمية المستمرة التي تعارف لتطوير وتحسين أداء كل من يعمل في المؤسسة وتعليمه كل جديد بشكل مستمر وهدف مساعدتهم على تحقيق مكاسب وطبقية ومستقبل وظيفي جيد، وفي نفس الوقت تسعى هذه الإستراتيجية إلى تشكيل بنية تحتية من المهارات البشرية التي تحتاجها المؤسسة في الحاضر والمستقبل، بغرض رفع الكفاءة الإنتاجية والفعالية التنظيمية لاستمرار التحقيق الرضا لدى زبائننا، وكذلك التأقلم والتكيف مع التغييرات الحاصلة في البيئة وبالتالي ينعكس أثرها على نشاط المؤسسة في المدى القصير والطويل، هذه التغييرات التي تحتاج إلى تعليم الموارد البشرية وإكسابها المهارات الحديثة والمتنوعة للتعایش معها، وعليه فإن هذه التغييرات التي تحدثها السمية تساهم بحد كبير في تخفيض الضغوط التي تشكلها التغييرات على الموارد البشرية.

- تنمية الموارد البشرية عملية تعلم مستمرة

تعتبر عملية تنمية الموارد البشرية كإستراتيجية وعملية منظمة تعتمد على التعلم، حيث تغلف بذلك إلى بناء معارف، مهارات، سلوكيات واتجاهات لدى الموارد البشرية يعرض تطوير وتحسين أدائها الحالي والمستقبلي والتكيف مع التغييرات البيئية وبالتالي فهي تعبر عن مساعي جادة لإحداث الملائمة بين خصائص الموارد البشرية من ناحية وخصائص أعمالها الحالية من ناحية أخرى، وجعل أدائها في تحسين مستمر ودائم.

2- الحاجة إلى تنمية الموارد البشرية:

- إستراتيجية المؤسسة

¹ نعيمة بارك: تنمية الموارد البشرية وأهميتها في تحسين الإنتاجية وتحقيق الميزة التنافسية، جامعة الشلف، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد 7 ص: 277.

² وهيبه سراج: إستراتيجية التنمية المواد البشرية كمدخل لتحسين الأداء المستدام في المؤسسة الاقتصادية، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في إطار مدرسة دكتوراه في علوم التسيير تخصص إدارة الأعمال الإستراتيجية للتنمية المستدامة، جامعة فرحات عباس سطيف، 2012/2011 ص: 30 - 29.

توضح إستراتيجية المؤسسة عادة تغيرات تنظيمية التي تنوي إدخالها وجعل الموارد البشرية هي من أكثر المتغيرات تأثراً، حيث تحتاج إلى تغيرات جديدة في مهاراتها ومعارفها وسلوكها، فتغير أسلوب العمل من فرد إلى فرق عمل مثلاً، يتطلب إكتساب الموارد البشرية مهارات متعددة ومتنوعة تتمكن من تبادل الأعمال فيما بينها داخل الفريق، وكذلك تغير أسلوب العمل من يدوي إلى آلي محسوب، يتطلب إكتساب الموارد البشرية مهارات جديدة، ويتضح من ذلك أن إستراتيجية المؤسسة وما يحتاج إنجازه من مهارات بشرية ومعارف في مستقبل، تمثل حاجة تنمية إستراتيجية طويلة المدى.

- التحليل التنظيمي

يعد التحليل التنظيمي مسحاً شاملاً لجميع مجالات العمل في المؤسسة وظائفها، أنشطتها، طرق وإجراءات العمل فيها الأنظمة واللوائح... الخ، فمن خلال هذا المسح الشامل وتحليل المعلومات الناتجة عنه، يكون بإمكان تحديد جوانب الضعف وقد يكشف التحليل عن وجود حاجة لمعارف ومهارات جديدة في هذه المجالات لرفع وتحسين هذا المستوى.¹

- تحليل الأعمال

يتم معرفة حاجات التنمية من خلال هذا المصدر عن طريق إيجاد التوافق بين مستلزمات الوظيفة وخصائص الأفراد، ويفضل ذلك التوافق تتمكن المؤسسة من حصول الأشخاص المناسبين للوظائف المعنية، فعندها تكون مواصفات الشاغلين أقل من هو مطلوب لأدائها، معنى ذلك وجود فجوة حاجة للتنمية.²

- تقييم الأداء

فهو يساعد المسؤولين على معرفة جوانب الضعف والقوة في النشاط الفرد، ويتميز هذا المصدر بأنه يبين لنا مسببات كل نقاط الضعف والقوة في الأداء، وهذا يجد ذاته يساعد كثيراً في معرفة حاجات التنمية.³

- إنتاجية المؤسسة وفعاليتها التنظيمية

بعد هذا المصدر مؤشراً عاماً لتحديد حاجات التنمية، فعند انخفاض مستوى إنتاجية وفعالية المؤسسة يجب البحث عن مسببات، التي يكون في غالب الأحيان العنصر البشري في العمل، وإذا كان هو السبب، فسيكون إما

¹ عمر وصفي عقيلي: إدارة الموارد البشرية المعاصرة، دار وائل للنشر، الأردن، 2005، ص: 356، ص: 360.

² Jacqueline Barraud et autres, La fonction ressources humaine, ED:dumod, 2eme ED, france, 2004, P: 29.

³ محمد فالخ، إدارة الموارد البشرية، دار حامد للنشر، الأردن، 2005، ص: 137.

تابع عن ضعف مهارته وإلمامه بالعمل، أو حالته المعنوية المنخفضة، يكون في هذه الحالة قد تمكنا من وضع يدنا على الحاجات التنموية من أجل رفع إنتاجية المؤسسة وفعاليتها التنظيمية.¹

3- أهداف تنمية الموارد البشرية:

إن التنمية الإستراتيجية للموارد البشرية تعني تحديد وتنمية المهارات والخبرات المطلوبة للفرد للمستقبل البعيد ووضع الإستراتيجيات الملائمة لتحقيق ذلك، وحتى تتحقق التنمية الإستراتيجية فإن ذلك يتطلب تحليل الفرص والخطط المستقبلية لتنمية مهارات الأفراد، حيث أن العديد من منشآت الأعمال تركز على المهارات المطلوبة للوظيفة الجديدة الحالية فقط أكثر من اهتمامها بالمهارات المطلوبة للمستقبل لفترة تتراوح بين خمس سنوات، وبما أن التنمية هي عملية تدعيم فعالية المستقبل الوظيفي للفرد فإن الهدف الأساسي للتنمية هو تحقيق أربعة مخرجات نفس فعالية المستقبل الوظيفي هي الاتجاهات، الأداء، الهوية الذاتية والتكيف.²

وهناك أهداف أخرى منها ما هو متعلق بالمؤسسة ومنها ما هو متعلق بالفرد ومنها:

❖ أهداف تنمية الموارد البشرية على مستوى المؤسسة:

- تعتبر تنمية الموارد البشرية صفة المؤسسات الحديثة التي تحرص على مواكبة كل تغيير في كل المجالات لاسيما التكنولوجيا منها؛
- الرفع من كفاءة وفعالية الأداء الكلي للمؤسسة نتيجة لتحسين أداء مواردها البشرية وهذا يعود إلى تنمية مهاراتها ومعارفها؛
- تحسين معارف ومهارات العمل في كل مستويات المؤسسة؛
- تنمية مناخ مناسب للنمو والاتصالات بين الموظفين في المؤسسة؛
- تخفيض الحوادث وإصابات العمل نتيجة للخبرة التي يكتسبها الموظفون داخل المؤسسة من عملية التنمية.

❖ أهداف تنمية الموارد البشرية على مستوى المورد البشري بالمؤسسة:

- إكساب موارد بشرية معلومات ومعارف وظيفية متخصصة تتعلق بأعمالهم وأساليب الأداء الأمثل فيها؛
- صقل المهارات والقدرات التي يتمتع بها المورد البشري؛
- تعديل السلوك وتطوير أساليب الأداء التي تصدر عن الموارد البشرية فعلا؛
- توسيع معرفة الموارد البشرية وصقل مهاراتهم ورفع قدراتهم عن طريق التشجيع؛

¹ عمر وصفي عقيلي، مرجع سبق ذكره، ص: 461.

² نجمة بوساع، تنمية الموارد البشرية ودورها في تفعيل الإدارة الإلكترونية- دراسة ميدانية بمؤسسة سونالغاز بسوق اهراس-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر أكاديمي في العلوم الاجتماعية، 2016/2017، ص: 24.

- مساعدة الموارد البشرية على التخطيط السليم لمستقبلهم الوظيفي.

المطلب الثاني: العوامل المؤثرة في تنمية الموارد البشرية

تختلف العوامل المؤثرة في تنمية الموارد البشرية من حين إلى آخر وبذلك وجب علينا أنت نذكرها في النقاط

التالية:¹

1- العوامل التعليمية:

تعتبر العوامل التعليمية من أهم المؤثرات الخارجية بالنسبة لإدارة الموارد البشرية فالنظام التعليمي هو الذي يمد المؤسسات باحتياجاتها من القوى العاملة من حيث أنواع التخصصات والأعداد المطلوبة من كل تخصص، وعجز النظام التعليمي عن أداء هذه المهمة ينعكس على كفاءة الموارد البشرية في تحقيق أهدافها وفي هذه الحالة تعتبر العوامل التعليمية من معوقات تنمية الموارد البشرية، ومن أهم هذه المعوقات نجد:

- ارتفاع نسبة الأمية بين المواطنين؛

- قصور نظام التعليم عن توفير بعض التخصصات الفنية والمهنية؛

- تضخم خريجي الجامعات على الحاجة في بعض التخصصات غير المطلوبة لخطط التنمية الاقتصادية، ويتسبب ذلك في وجود فائض وبطالة بين الخريجين؛

- قصور في برامج التدريب والتنمية الإدارية التي تقوم بها أجهزة التدريب الحكومية ومؤسسات الأعمال، وتقع على إدارة الموارد البشرية بالمؤسسة تنمية الكفاءات التي تتطلبها مجالات العمل وذلك من خلال برامج تكوينية.

2- العوامل الاجتماعية:

يقصد بها مجموعة العوامل، القيم، العادات والتقاليد وتأثيرها على السلوكيات العامة للناس، وهناك الكثير من الجوانب التي تؤثر على أداء المؤسسة الإدارية وكذلك الأفراد وهذه العوامل تعود للعوامل الاجتماعية، ويمكن حصر هذه الجوانب فيما يلي:

✓ المسؤولية الاجتماعية: هيئات الأعمال تضم الأفراد والجماعات ذات المصالح المختلفة، لذا على الإدارة ضرورة مراعاة هذه الأمور خاصة أنها تستطيع خلق وممارسة ضغوطات كبيرة على التنظيم وبالتالي قد يؤثر على أداء المنظمات؛

¹ صلاح الدين عبد الباقي: الاتجاهات الحديثة في إدارة الموارد البشرية، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، مصر، 2002، ص: 63.

✓ الجوانب الأخلاقية: وهذه الجوانب تشير إلى مجموعة من القواعد والأعراف التي تشكل دليلاً للأفراد لبيان ما هو خاطئ وما هو صحيح، حيث تؤدي هذه القواعد إلى تبني أنماط سلوكية معينة إضافة إلى اتجاهات إيجابية؛

✓ الزيادة السكانية: يشير هذا الجانب إلى الزيادة السكانية سوف يترتب عليها زيادة في الطلب على السلع والخدمات، الأمر الذي يتطلب ضرورة وضع استراتيجيات معينة تساعد التنظيم على تجاوز ما قد يظهر من معوقات.

3- العوامل السياسية والقانونية

إن النظام السياسي للدولة وما يفرضه من قيود والتزامات وآراء سياسية يمثل عاملاً هاماً مؤثراً على تنمية الموارد البشرية وعلى كفاءتها، وتلعب أجهزة الأداء العامة دوراً مهماً في التأثيرات الإيجابية على التنظيمات، فأنظمة الرقابة وإجراءاتها على السلع والأجور يساعدان على تخفيف الاستقرار والأمن الوظيفي، إضافة إلى وجود الأنظمة والقوانين التي تنظم عمليات التصنيع والتسويق والمحافظة على البيئة ومنع التلوث، من ناحية أخرى أصبحت العوامل القانونية ذات تأثير قوي على سياسات الموارد البشرية من خلاله وتلتزم بتطبيق التشريعات والقوانين التي تمم العاملين.

4- العوامل الاقتصادية

للظروف الاقتصادية دور كبير لفي التأثير على التنظيمات الإدارية وعلى كفاءات هذه التنظيمات، إلا أن العلاقة بين التنظيمات الإدارية وعلى كفاءات هذه التنظيمات، إلا العلاقة بين الوحدات التنظيمية والظروف الاقتصادية هي علاقة قوية الأمر الذي يتطلب ضرورة القيام بدراسة الظروف والأوضاع الاقتصادية والعمل على تطوير استراتيجيات تساعد الإدارة على التصرف وعلى مواجهة هذه الظروف، فإذا كانت الأوضاع الاقتصادية في حالة ركود فإن ذلك يؤثر إيجابياً على التنظيم ففي وقت الازدهار والنمو الاقتصادي يكون حجم المال المتداول كبيراً وهذا يتطلب وضع استراتيجيات للتعامل مع هذه الأوضاع، أما إذا كانت الظروف في حالة تراجع أو ركود فإن ذلك يتطلب من الإدارة ضرورة اتخاذ إجراءات وتدابير معينة.

5- العوامل التكنولوجية

يقوم جوهر التنمية على تغيير نمط تقسيم العمل المتخلف وتشجيعه للحاق بتكنولوجيا العصر وتحديث القيم وإزالة هياكل الجمود والتبعية التي أطلق عليها دور "كايم" اسم التضامن الآلي تميزاً لها عن أنماط التضامن العضوي.

المطلب الثالث: أبعاد تنمية الموارد البشرية

يرى الباحث أن تنمية الموارد البشرية هي تلك الجهود المخططة والمنظمة والمستمرة الهادفة إلى تحسين قدرات الأفراد، أي معارفهم ومهاراتهم وإنتاجهم في سبيل تحسين سلوكهم وأدائهم الوظيفي، في وظائفهم الحالية وإعدادهم لوظائف أو مهام مستقبلية أو تمكينهم من مواكبة نمو المؤسسة وتطويرها، وذلك من خلال ثلاث وظائف أساسية هي التدريب، التعليم والتطوير، على أن يكون ذلك في إطار الجهود الكلية للتطوير التنظيمي، التي تهيئ المناخ والظروف والعوامل المواتية لتحقيق نتائج تنمية الموارد البشرية بصفة خاصة، وفعالية المؤسسة في تحقيقها بصفة عامة.¹

وتجدر الإشارة إلى أن هناك فروقات أساسية مرتبطة بالوظائف الرئيسية لتنمية الموارد البشرية (التدريب، التعليم والتطوير) حيث أن لكل منهم هدف يسعى إلى تحقيقه.

هناك اختلاف بين مفهوم التدريب والتعليم، فالتدريب هو عملية تدريب سلسلة من سلوك المبرمج، أو بمعنى آخر هو تطبيق للمعرفة، أما التعليم فهو فهم المعرفة وتفسيرها حيث يصعب وضع فاصلة بين التدريب والتعليم، ولذلك يمكن اعتبار التعليم والتدريب نشاطين مكملين حدود لبعضهما.²

يختلف التدريب عن التطوير، في كون الأول يشمل نقل مهارات يغلب عليها أن تكون مهارات يدوية حركية إلى متدربين، وتوجيههم لإتقان تلك المهارات إلى مستوى أداء مقبول أو بمعنى آخر تطوير مهارات الفرد الحالية أما التطوير (تنمية) بمعنى تطوير مهارات ومعارف جديدة توصل الفرد لعمل وظيفي في المستقبل.³

وفي ضوء ما سبق يتضح لنا أن هناك أكثر من مفهوم لنشاط تنمية الموارد البشرية من بينها:

■ مفهوم تنمية الموارد البشرية باعتبارها نشاطا فرعيا

يمكن اعتبار تنمية الموارد البشرية أداة أساسية تستخدم في تحقيق أهداف المؤسسة، فأنشطة تنمية الموارد البشرية من هذه الوجهة ليس هدف في حد ذاته، بل هي أداة تسييرية تتكامل مع بقية الإدارات الأخرى وتتفاعل معها، بغرض تحقيق أهداف المؤسسة، وكذلك أهداف الأفراد العاملين، وبما يضمن الارتقاء بمستوى الأداء.

■ مفهوم تنمية الموارد البشرية باعتبارها نشاطا مستمرا

¹ حسين براقى: إستراتيجية تنمية الموارد البشرية في المؤسسة الاقتصادية، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، المدرسة العليا للتجارة، الجزائر، 2008، ص: 94.

² محمد سعيد أنور سلطان: إدارة الموارد البشرية، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2003، ص: 183.

³ خالد عبد الرحيم الهيبي: إدارة الموارد البشرية، الطبعة 2، مدخل استراتيجي، دار وائل للنشر، الأردن، 1999، ص: 224.

تظهر الحاجة الدائمة إلى تنمية الموارد البشرية بصفة مستمرة لملاحقة التطورات والتغيرات التي تحدث في البيئة الداخلية والخارجية للمؤسسة، فتنمية الموارد البشرية في هذا الإطار لا تظهر فقط عند حدوث مشكلة معينة يمكن علاجها عن طريقها، وإنما تظهر لإحداث التكيف في المؤسسة وإمكاناتها وقدراتها التي تواجهها في بيئتها الداخلية والخارجية.¹

إن تنمية الموارد البشرية كإستراتيجية وعملية منتظمة، تهدف إلى بناء معارف ومهارات واتجاهات الحالي والمستقبلي والتكيف مع التغيرات البيئية بما يحقق المطابقة والملائمة بين خصائص الموارد البشرية من جهة، وخصائص أعمالها الحالية والمستقبلية من جهة أخرى ثانية، وجعل أدائها في حالة تحسين ومستمر.²

■ مفهوم تنمية الموارد البشرية باعتبارها نشاطا شاملا

توجد عملية تنمية الموارد البشرية إلى جميع العاملين بالمؤسسة بداية من التحاقهم بها، وبما يضمن زيادة مقدرتهم على أداء المتميز وكذلك مساعدة العاملين على تخطيط السليم لمستقبلهم الوظيفي.

■ مفهوم تنمية البشرية باعتبارها نشاطا واقعيا

تعني واقعية تنمية الموارد البشرية ضرورة أن يتم التدريب في ظروف مسائلة لظروف العمل والذي لن يتحقق إلا عن طريق تطابق ما يتم تدريب العاملين عليه وما يحتاجونه فعلا، وبما يضمن نقل ما يتلقاه العاملون من برامج تدريبية داخل القاعة التدريبية في أماكن العمل والاستفادة من تطوير أساليب المؤسسة.³

المطلب الرابع: آليات تطوير تنمية الموارد البشرية

تتعدد عناصر تطوير تنمية المورد البشري لتشكيل إطارا متكاملًا يفيد في تنمية هذا المورد بما يسهم في تحقيق أهداف المنظمة ككل وهذا عرض لأهم آليات تطوير تنمية الموارد البشرية:⁴

1- أنظمة التعليم المتعددة في إعداد قوة العمل

أي الاهتمام بأنظمة التعليم وسياسته، حيث يعتبر التعليم عنصر أساسي في تقويم وتنمية الأفراد وله إستراتيجيات تتضمن الأبعاد التالية:

- توفير الحد الأدنى من التعليم ومحو الأمية؛

¹ حسين براقى: مرجع سبق ذكره، ص: 95.

² عمر وصفي عقيلي: إدارة الموارد البشرية المعاصرة، دار وائل للنشر، الأردن، 2005، ص: 458.

³ حسين براقى: مرجع سبق ذكره، ص: 96.

⁴ نجمة بوصاع: مرجع سبق ذكره، ص: 33، ص: 35.

- تنمية قدرات الأفراد على التفكير والإبداع؛
- تعزيز برامج بما يتلاءم مع التغيرات البيئية؛
- استخدام التكنولوجيا التعليمية؛
- ربط برامج التعليم بمتطلبات التنمية الشاملة.

2- تطوير آليات تخطيط قوة العمل

لقد عرف تخطيط القوى العاملة على أنه وسيلة لضمان الحصول على الأفراد اللازمين لسير العمليات الإنتاجية والتسويقية والإدارية المختلفة خلال فترة زمنية مستقبلية من كفاءات محددة وبأعداد معينة وتكمن أهمية تخطيط القوى العاملة في:

- العناية بالإنسان؛
- تقدير المهارات والقدرات للنمو الاقتصادي؛
- نصيب الفرد من الناتج القومي؛
- فتخطيط قوة العمل يتطلب وجود إستراتيجية جيدة واضحة المعالم ذات أبعاد شمولية تساعد على معرفة تركيبة القوى العاملة.

3- تطوير آليات الاختيار والتعيين

فالاختيار هو تلك العمليات التي تقوم بها المنظمة لانتقاء أفضل المرشحين للوظيفة وهو الشخص الذي تتوفر فيه مقومات ومتطلبات شغل الوظيفة أكثر من غيره.

ويجب أن تستند عملية التعيين والاختيار لقوة العمل على:

- مبدأ الاستعداد والصلاحية؛
- العمل الملائم للمؤهلات والقدرات؛
- مبدأ الجدارة والكفاءة يعتبر الاختيار والتعيين من أهم مسؤوليات إدارة الموارد البشرية بالاشتراك مع الإدارة العليا في وضع الفرد المناسب في المكان المناسب حسب مهاراتهم وخبراتهم واستعداداتهم وتحقيق الملائمة بين القدرات وميول ومؤهلات الأفراد من ناحية ومتطلبات وظيفية من ناحية أخرى مما يؤدي إلى الحصول على أعلى إنتاجية ورفع معنويات الأفراد.

4- تطوير آليات التكوين

يلعب التكوين دوراً حيوياً في تنمية مهارات وسلوكيات الأفراد لغاية رفع الأداء وتحسينه لذلك على المنظمة بان تأخذ بعين الاعتبار، فعملية التكوين تؤثر في التنظيم الإداري كونه يتكون من مجموعة من الأدوار المتداخلة واللازمة للوصول إلى الهدف، وتكمن أهميته في كونه يقدم معرفة جديدة، ويعمل على زيادة ما يحمله الفرد من معلومات جديدة ومتنوعة ويزيد مهارات الأفراد ويؤثر على اتجاهاتهم ويعدل أفكارهم ويعمل على تعديل سلوكياتهم داخل التنظيمات.

فتحديد الاحتياجات التكوينية يعتبر في غاية الأهمية للتعرف على نقاط الضعف وتحديد المستويات التي تبدو بحاجة إلى تكوين، كما يتم التعرف على الأفراد وقدراتهم وتحديد من سيتم تكوينهم، كما يجب التركيز على عملية اختيار المكون والذي يجب أن يتمتع بقدرات عالية.

5- تطوير آليات الأجور والحوافز

تعتبر سياسات الأجور والحوافز والتعويضات من أهم الآليات ذات التأثير المباشر على سلوك وإنتاجية الفرد العامل لدى المنظمات أن تعمل على تطوير هذه السياسات بصورة مستمرة مع مراعاة الظروف الاقتصادية للأفراد العاملين.

المبحث الثاني: مساهمة المورد البشري في تطوير الخدمات السياحية الفندقية

يعد التدريب من بين أهم النشاطات الخاصة بالموارد البشرية في مساهمته لتحقيق المزايا التنافسية للمنظمات المعاصرة، إن تكنولوجيا الإنتاج والخدمات تتطلب مستويات متنوعة وعلمية من المهارات والقابليات والإستعداد للتوافق معها ورفع الكفاءة الإنتاجية، وتناولها في هذا المبحث كل من التدريب والتعليم، التدريب السياحي، الاحتياجات التدريبية للموارد البشرية وأخيرا التدريب الإلكتروني.

المطلب الأول: تكوين المورد البشري

تكتسي وظيفة تكوين وتطوير الموارد البشرية أهمية بالغة بالنسبة للمؤسسات والأفراد على حد سواء، ففي الوقت الذي تمثل مؤشرا لزيادة وتحسين الأداء العام بالنسبة للمؤسسة تعتبر عاملا من عوامل الرضا الوظيفي بالنسبة للأفراد، والتكوين يتضمن كل من: التعليم والتدريب.

1- التعليم:

يعتبر التعليم عملية أساسية في تنمية المورد البشري حيث يعتمد من قبل المؤسسات لتحسين قدرات ومهارات وأداء العاملين، لضمان زيادة الخبرة والكفاءة لدى المورد البشري.

1-1 مفهوم التعليم:

يشير التعليم إلى تلك العملية التي تؤدي إلى إحداث تغييرات في سلوك الفرد الناتجة عن الخبرة أو التجربة ولا يمكن قياس درجة التعلم أو مقداره مباشرة، لكن يمكن فقط أن نقيس التغييرات في السلوك الذي يحدث نتيجة التعليم ونقصد به العمليات التي تؤدي إلى تغيير واحد أو أكثر من الأبعاد التالية:

المعرفة، المهارة، الإتجاهات إذن هو تغيير في نطاق وحصيلة سلوك الفرد، وعملية يتم بواسطتها تعديل السلوك إما بإضافة قدرات جديدة ومختلفة أو بتعزيز وتحسين القدرات التي يمتلكها الفرد بالفعل.¹

1-2 أهمية التعليم:

تبرز أهمية التعليم من خلال:²

- الإسهام في توفير القدرات الإدارية والتنظيمية التي من خلالها يتحقق التخصص الأمثل للموارد وتطوير قدرات العاملين وتزويدهم بالمعارف والمعلومات والمهارات؛
- المساهمة بشكل ملموس وواضح في إحداث التطور العلمي والتكنولوجي؛

¹ محمد سعيد سلطان: إدارة الموارد البشرية، الدار الجامعية للطباعة والنشر، القاهرة، 1993، ص: 181.

² فليح حسن خلف: اقتصاد المعرفة، جدار الكتاب العالمي، عمان، 2007، ص: 91.

- ضمان تطور الكفاءة البشرية الأساسية وإمكانية معرفة عائد المؤسسة من الاستثمار في التعليم؛
- تفتح المؤسسة لنفسها آفاق وأسواق وفرصا جديدة تتعلم من تجاربها، ومن تعاملها مع الزبائن والموردين والمنافسين، ومن ثم تحرص على اختيار العاملين وتعليمهم وإطلاق طاقتهم الكامنة والقائمة؛
- المساهمة في إدارة واستثمار رأس المال البشري من خلال:
 - معرفة كيفية تحويل المعارف والمهارات بين الأفراد رأس المال البشري في المؤسسة؛
 - منح منظمات الأعمال كيفية إكتساب المعارف وتطوير الكفاءات؛
 - تثمين وتعميم ورسملة المعارف والكفاءات.

3-1 أساليب التعليم:

- **التعليم التنظيمي:** هو تلك العملية التي تؤدي إلى تطوير المعرفة عن العلاقات بين الأعمال وبين النتائج وتأثير البيئة الخارجية على تلك العلاقات، وهذا يتطلب أن تتصف تلك المعرفة بطبيعة تشاركية بين الأفراد العاملين في المؤسسة.
- **التعليم المفتوح:** هذا النوع من التعليم يمنح للمتعلم بعض الحرية من اختيار الأسلوب والمكان، كما أنه يقدم أساليب تعليمية جديدة، ويمنح القدرة على التكيف مع التكنولوجيا التعليمية الجديدة، يهدف إلى تحديث المعلومات والمعارف وتطوير المؤهلات، وربط الجوانب العلمية بالجوانب التطبيقية والتكوين وفق اختصاصات علمية دقيقة.
- **التعلم عن بعد:** هو النظام الذي يكون فيه المعلم والمتعلم غير مجتمعين في مكان واحد سواء في نفس البلد أو في بلاد مختلفة، غير أنهم متصلين ببعضهم إما عبر شبكة الإنترنت أو عن طريق المراسلة البريدية.
- **التعليم الإلكتروني:** طريقة تمكن الأفراد من إكتساب معارف وكفاءات جديدة بفضل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
- **التعليم المختلط:** يعتبر التعليم فرضية لتحقيق التكامل بين الإنجازات والتطورات الإبتكارية والتكنولوجية المنجزة بواسطة التعليم الإلكتروني والتفاعل والمشاركة المحققة من خلال التعليم التقليدي.¹

¹ وهيبة دخاخي: دور إدارة الموارد البشرية من استثمار رأس المال البشري في مؤسسة اقتصادية-دراسة حالة مؤسسة عمر بن عمر قالمه-، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، علوم التسيير، جامعة 08 ماي 1945، قالمه، 2010، ص ص: 95-96.

2- التدريب

1-2 مفهوم التدريب:

لقد تباينت المفاهيم بشأن تحديد مفهوم واضح ودقيق للتدريب إلا أن هذا التباين والتنوع في المفاهيم لم يكن ليتمدد إلى المضمون الحقيقي له وإنما اقتصر على النواحي الشكلية لذا فإن العديد من المفكرين يؤكدون على أن " التدريب منهج علمي وعملي يسعى لتحقيق الأهداف التنظيمية " كما يرى البعض بأنه " العملية المنظمة المستمرة التي يكتسب الفرد من خلالها المعارف والمهارات أو القدرات والأفكار والآراء التي يقتضيها أداء عمل معين أو بلوغ هدف محدد " ¹.

من التعريفين يمكن القول بأن التدريب عملية مستمرة من السبل القادرة على تجهيز الفرد والجماعات بمعارف ومهارات وقدرات وآراء يستطيعون من خلالها تحقيق الأهداف المراد إنجازها وتحسين الأداء باستمرار. ²

2-2 أهداف التدريب:

إن الأهداف التي يسعى النشاط التدريبي بلوغها تستند أساساً على إزالة التصور في أداء وسلوك الأفراد سواء ارتبط ذلك بالسلوك الحالي أو المرتقب، ولذا فإن تحقيق هذا الهدف الرئيسي يتطلب العمل على تحقيق الأهداف الفرعية التالية: ³

- إكتساب الأفراد المتدربين بالمهارات والمعلومات والمعارف الفكرية والعملية التي تنقصهم لاسيما في ظل مجتمع معرفة تتراكم فيه العديد من الخبرات التي لا بد لمن يسعى للتطوير أن يسايرها وبصورة مستمرة؛
- إكتساب الأفراد أنماط واتجاهات سلوكية جديدة تنسجم مع الحاجات التي يتطلبها تطوير العمال في المؤسسات التي يعملون بها سواء كانت إنتاجية أو خدمية؛
- تبادل الخبرات والمعارف والمعلومات بين المتدربين لاسيما إذا تم استخدام الأساليب التدريبية التي تعتمد على تبادل المعارف والأفكار؛
- تحسين إنتاجية الفرد، حيث يتم الحصول على كمية إنتاج أفضل خالي من العيوب وبكمية أعلى ينعكس هذا على تكاليف الإنتاج مما يؤدي إلى انخفاضها وزيادة أرباح المؤسسة؛
- تخفيض حوادث العمل التي تحدث بسبب نقص الخبرة لدى الأفراد أو عدم استيعابهم للعمل بشكل جيد؛

¹ محمد عبد الفتاح الصيرفي، إدارة الموارد البشرية، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2006، ص: 204.

² خضير كاظم حمود، ياسين كاسب الخرشنة: إدارة الموارد البشرية، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، 2007، ص: 125.

³ سهيلة محمد عباس، علي حسين علي: إدارة الموارد البشرية، دار وائل للنشر، الأردن، 1999، ص: 108.

- يساعد التدريب على التقليل من نسبة دوران العمل لأن العامل المدرب يكون أكثر انسجاماً وتعلقاً بعمله من العامل غير المدرب.

2-3 أهمية التدريب:

تكمن أهمية التدريب بالنسبة للمؤسسة في ما يلي:¹

- إزالة ومعالجة نقاط الضعف للأداء، سواء أكان ذلك للأداء الحالي أو الأداء المستقبلي المتوقع، فعن طريق معالجة نقاط ضعف الأداء يمكن أن يتحسن الأداء، مما ينعكس بنتائج إيجابية على المؤسسة؛
- التدريب صفة المؤسسات الحديثة التي تسعى إلى التحديث؛
- تحسين وتطوير المعارف والمهارات الخاصة بالعمل في كل مستويات المؤسسة؛
- التدريب يمكن المؤسسة من حل مشاكلها واتخاذ قراراتها بفاعلية أكثر؛
- يساعد التدريب في تجديد وإثراء المعلومات التي تحتاجها المؤسسة لصيانة أهدافها وتنفيذ سياساتها؛
- يساهم التدريب في ربط أهداف العاملين بأهداف المؤسسة؛
- تطوير أساليب القيادة وترشيد القرارات؛
- يساعد العاملين في التعرف على الأهداف التنظيمية، مما يؤدي إلى توضيح السياسات العامة للمؤسسة؛
- يساهم في انفتاح المؤسسة على المجتمع الخارجي وذلك بهدف تطوير برامجها وإمكانياتها.

تكمن أهمية التدريب بالنسبة للعاملين فيما يلي:²

- تزويد الأفراد بمهارات ومعارف قد لا تكون موجودة لديهم، تمكنهم من أداء واجباتهم بالكفاءة المطلوبة؛
- يساعد الأفراد في اتخاذ القرارات الأحسن، كما يزيد من قابليتهم ومهاراتهم في حل المشاكل التي تواجههم في بيئة العمل؛
- تحسين وتطوير سلوكيات الأفراد بما يتناسب وطبيعة الأعمال التي يؤديونها، والعلاقات التي تتطلبها هذه الأعمال؛
- تطوير وتنمية العوامل الدافعة للأداء، وتوفير الفرصة أمام الأفراد للتطوير والتميز والترقية في العمل؛
- التقليل من أخطاء الأفراد العاملين وحوادث العمل؛
- زيادة التزام وولاء الأفراد العاملين للمؤسسة، وتعزيز إدراكهم بأن المؤسسة مكان جيد للعمل؛

¹ Bernard Martory, Daniel crozet, **Gestion des R H pilotage social et performances**, Edition 5, Dunod, Paris, 2003, p: 90.

² Bernard Martory, Daniel Crozet, loc.Cit.

- يساعد في تقليل القلق الناجم عن عدم المعرفة بالعمل أو قلة المهارات التي ينجم عنها ضعف الأداء؛
 - تزويد الأفراد العاملين بالمعلومات التي تعمل على تحسين مهاراتهم القيادية والاتصالات والاتجاهات؛
 - تحسين الاتصالات بين الأفراد العاملين، وتقوية تماسكهم داخل المؤسسة؛
 - تحسين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للفرد وزيادة الأمان الوظيفي؛
- وفي الأخير يمكن القول أن التدريب يسمح بتحسين كفاءة المؤسسة وتنسيق المهام، وذلك بالرفع من مستوى كفاءة ومعارف ومهارات العمال.

2-4 مراحل عملية التدريب:

تتكون خطوات التدريب من أربع مراحل منطقية ومتتابعة كالتالي:¹

- تحديد الاحتياجات التدريبية: هي عبارة عن كل المستلزمات الضرورية لإنجاح عملية التدريب وتقديم برامجها بشكل منتج وفعال وبما يتوافق مع أهداف المؤسسة المراد تحقيقها، وتنقسم الاحتياجات إلى ثلاث أقسام وهي:

- احتياجات تدريبية على مستوى المؤسسة؛
- احتياجات التدريبية على مستوى الوظيفة؛
- احتياجات التدريبية على مستوى الفرد.

- مرحلة وضع وتحديد الأهداف: وهي المرحلة يتم فيها تحديد الأهداف غير مباشر أهداف المطلوبة من إجراء عملية التدريب والتي تخدم بشكل مباشر المؤسسة.
- مرحلة تصميم البرنامج التدريبي: يتم في هذه المرحلة ترجمة الأهداف إلى موضوعات تدريبية وتحديد الأسلوب الذي سيتم استخدامه بواسطة المدربين لتوصيل موضوعات التدريب إلى المتدربين مثل (المحاضرة، التمارين والمناقشة)، أيضا يتم تحديد تكلفة أو ميزانية التدريب.
- تنفيذ برنامج التدريب: يتم في هذه المرحلة تحديد الجدول التنفيذي للبرنامج من حيث مواعيد الجلسات، والراحات وأزمنتها كما يتضمن ذلك تحديد مكان التدريب وترتيبه وإعداد تجهيزاته، والمتابعة اليومية لإجراءات تنفيذ البرنامج خطوة بخطوة.

¹ فايزة بوراس: إدارة الموارد البشرية وتخطيط المسار الوظيفي للكفاءات، الطبعة 1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2018، ص ص: 51-50.

- تقييم البرامج التدريبية: بعد انتهاء برنامج التدريب يحتاج الأمر إلى تقييمه ويتم ذلك من خلال تقييم أداء المتدربين محل التدريب أو تقييم رأيهم حول إجراءات البرنامج، كما يجب أن لا ننسى أن تجميع نتائج التقييم في كل البرامج يعني محاولة المؤسسة تقييم نشاط التدريب ككل.

المطلب الثاني: تحديد الاحتياجات التكوينية

يعتبر التحديد الدقيق للاحتياجات التكوينية أحد العناصر الهامة في خطط التكوين، والتي على أساسها يتم تحديد الخطوط العريضة لهذه العملية ويساعد على جعل النشاط التكويني نشاط هادف وذو معنى للمؤسسة والعاملين يجعله كذلك نشاط واقعي يوفر كثير من الجهود والنفقات.

1- تعريف الاحتياجات التكوينية

تعرف الاحتياجات التكوينية لأي منظمة بأنها مجموعة من التغيرات والتطورات المطلوب إحداثها في معلومات العمال ومهاراتهم وسلوكهم، لرفع كفاءتهم بناء على احتياجات لأزمة وظاهرة يتطلبها العمل لتحقيق هدف معين والتغلب على المشاكل التي تعترض سبيل العمل في المؤسسة والتي تعرقل تنفيذ السياسة العامة في مجالات الإنتاج والخدمات.¹

وكما جاء في نص المادة 04 من المرسوم التنفيذي رقم 92-96 المؤرخ في 3 مارس 1996 تدرج مخططات التكوين في إطار التسيير التوقعي للموارد البشرية، لهذا الصدد تترجم احتياجات التكوين للمؤسسات والإدارات العمومية باتجاه تطوير مؤهلات المستخدمين، لهذا الغرض يجب على مخططات التكوين أن تحدد طبيعة نشاط التكوين - فئات المستخدمين المعنيين - مناصب التأهيل - ميادين التكوين المعتمدة، وكذا مدة دورات التكوين المحددة في المشروع والمبرجة لذلك نظرا للمدة الخاصة لبعض دورات التكوين المتخصصة.²

وتعرف كذلك بأنها: الفجوة الحاصلة من عملية المقارنة بين ما يجب أن يكون عليه العمل والعامل وما هو موجود حاليا³، وتعرف كذلك بأنها جملة من التغيرات المطلوب إحداثها في معارف ومهارات واتجاهات الأفراد، بقصد تطوير أدائهم والسيطرة على المشكلات التي تعترض الأداء والإنتاج. يتطلب تحديد الاحتياجات التكوينية الإجابة على سؤالين هما:⁴

¹ محمد جمال برعي: التدريب والتنمية، عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 1973، ص: 149.

² المرسوم التنفيذي رقم 92-96 المؤرخ في 3 مارس 1996، المتعلق بتحسين المستوى وتحديد الملومات، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الصادرة بتاريخ: 3 مارس 1996.

³ Wright and Georey G: Needs analysis theory and the effectiveness of large scale training programs, journal of management development, vol11 N 5, P: 17.

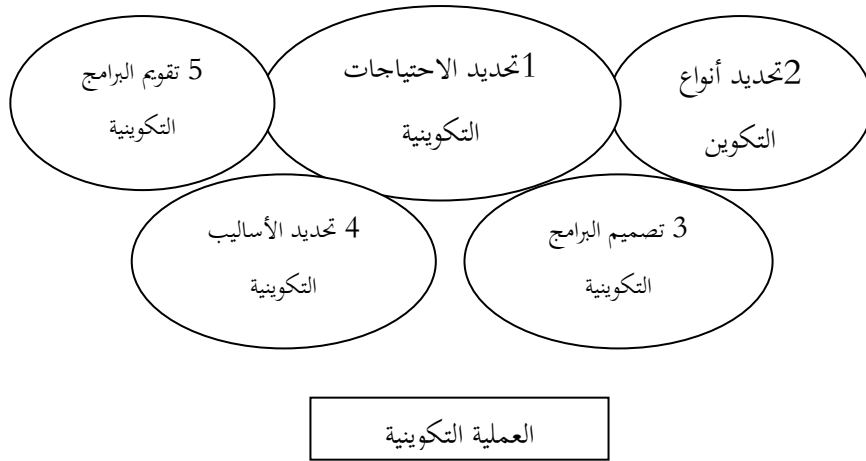
⁴ فايز الخاطر: إستراتيجية التدريب الفعال، الطبعة 1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص: 96.

✓ من هم الأفراد المطلوب تكوينهم؟

✓ ما هو نوع التكوين المطلوب لهم، وما مستواه؟

إن تحديد الاحتياجات التكوينية هي الخطوة الأساسية الأولى التي تسبق أي عمل تكويني في سلسلة الحلقات المترابطة التي تكون في مجموعها العملية التكوينية ويمكن توضيحها في:

الشكل رقم (03): حلقات العملية التكوينية



المصدر: فايز الخاطر: إستراتيجية التدريب الفعال، الطبعة 1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص: 97.

يوضح الشكل أعلاه أن العملية التكوينية تتكون من سلسلة حلقات مترابطة ومتكاملة، بدأ بأول حلقة متمثلة في تحديد الاحتياجات التكوينية وهي العنصر الرئيسي والهيكلي في صناعة التكوين، حيث تقوم عليه جميع دعائم حلقات العملية التكوينية من تحديد أنواع التكوين وتصميم البرامج التكوينية وتحديد الأساليب المناسبة، حتى تصل إلى مرحلة متابعة وتقييم البرامج التكوينية.

يستند مفهوم تحديد الاحتياجات التكوينية إلى الفجوة بين مستوى الأداء الحالي ومستوى الأداء المستهدف للفرد، وهذا يعني حتى تتمكن من تحديد الاحتياجات التكوينية للفرد، لابد من معرفة مستوى أدائه الحالي وتحديد مستوى الأداء المطلوب بلوغه، حيث يؤكد أحد الباحثين أن فعالية التكوين تتوقف على " تحديد الاحتياجات التكوينية من خلال معرفة مستوى الأداء الحالي ومستوى الأداء المطلوب وتحديد السياسات التكوينية ورسم البرامج لتحقيق هذه السياسات.¹

¹ السيد عليوة: تحديد الاحتياجات التدريبية، الطبعة 1، إيتراك للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2001، ص: 23.

لتحديد الاحتياجات التكوينية أهمية كبرى في نجاح أي منظمة في تحقيق أهدافها وتلخص هذه الأهمية فيما

يلي:¹

- كونها العامل كفاءة العاملين في تأدية الأعمال المسندة إليهم؛
- تعد العامل الأساسي في توجيه الإمكانيات المتاحة للتكوين إلى الاتجاه السليم والصحيح؛
- عدم التعرف على الاحتياجات التكوينية مسبقاً، يؤدي إلى ضياع الجهد والمال والوقت المبذول في التكوين؛
- تحديد الاحتياجات التكوينية يوصل إلى قرارات فعالة وسليمة باتجاه التخطيط والتصميم؛
- تؤدي عملية تحديد الاحتياجات التكوينية إلى تخفيض النفقات والهدر، ويحدد الفئة المستهدفة من التكوين.

2- مستويات تحديد الاحتياجات التكوينية

توجد أربعة أنواع مختلفة للاحتياجات التكوينية، والتي تستخدمها جميع المنظمات وهذه الأنواع متكاملة

هي:

✚ تحليل الاحتياجات على مستوى المنظمة: لما كانت إستراتيجية التكوين مرتبطة بالإستراتيجيات الأخرى للمنظمة وتساهم في تحقيق أهدافها بكفاءة عالية، لابد من قيام إدارة الموارد البشرية بإجراء تحليل لأهداف المنظمة ومواردها وخططها والمراحل الزمنية اللازمة لبلوغ تلك الأهداف ومدى فعالية الموارد البشرية والمادية المتاحة لتحقيق تلك الأهداف وتستعين الإدارة وهي بصدد تحليل هذه المتغيرات بعدة مؤشرات كمعدلات الإنتاجية وتكلفة العمل، الغياب الدوران العمل، حوادث العمل، والمناخ التنظيمي، معنويات العاملين... الخ، حيث تلقى هذه المؤشرات ضوءاً على احتياجات التكوين كما أن هذا التحليل يساعد في تحديد الإطار العام لمحتوى واتجاهات وأسبقيات ومواقع التكوين ويتضمن تحليل المنظمة الجوانب الآتية:²

- الأهداف الحالية للمنظمة: تبرز أهمية الأهداف بالنسبة للمنظمة في أنها مبرر وجودها، كذلك فإنها الأساس في استمرارها، وبالتالي فإن استيعابها وفهمها من قبل العاملين سيساعد على تحقيقها، كما

¹ الصديق بخوش: تحديد الاحتياجات التدريبية وانعكاسه على تنمية الموارد البشرية، جامعة تبسة، الجزائر، 2015، الملف المتوفر على الرابط

<https://www.researchgate./publication/301869188>

² أبو شيخة نادر أحمد: إدارة الموارد البشرية، الإطار النظري وحالات عملية، الطبعة 1، دار صفاء للطباعة والنشر، عمان، الأردن، 2010، ص: 402-403.

- الفهم الواضح لأهداف المنظمة يشكل قاعدة صلبة تحدد بموجبها فعالية المنظمة ومدى نجاحها في تحقيق أهدافها التي وضعت سابقا، ويحدد مقدار البعد عن هذه الأهداف والاحتياج التكويني من عدمه؛
- الأهداف المستقبلية والمشروعات التي تعتمدها المنظمة تنفيذها والأسواق الجديدة التي تنوي دخولها وأساليب العمل التي تتبعها المنظمات المنافسة، وذلك بهدف التنبؤ بمسيرة المنظمة المستقبلية، وبالتالي الاتجاهات العامة للاحتياجات التكوينية؛
 - الهيكل التنظيمي: يتم تحليل الهيكل التنظيمي بهدف التعرف على الأقسام والوحدات التنظيمية التي تتكون منها المنظمة واختصاصاتها، والمعايير المعتمدة في إنشاء هذه الوحدات وحجم النشاط الممارس من قبل كل وحدة، وأساليب الاتصال، ومستوى التفويض، ونطاق الإشراف؛
 - المناخ التنظيمي: ويتم تحليل المناخ التنظيمي بالاستناد إلى عدد من المؤشرات مثل: معدل دوران العمل، معدلات التغيب التأخر عن العمل، إصابات العمل، وشكاوي وتظلمات العمال؛
 - القوى العاملة: تستهدف دراسة القوى العاملة الوقوف على طبيعة التركيب الحالي لها في المنظمة كذلك التعرف على حاجاتها الآنية والمستقبلية، في ضوء الاستخدام الحالي للقوى العاملة والتطورات التي ستطرأ عليها مستقبلا (ترقية، نقل، فصل، تقاعد)، إضافة إلى احتياجات المشروعات المستقبلية؛
 - تحليل كفاءة المؤسسة: هذا التحليل يستهدف التعرف على مدى كفاءة المؤسسة في التوظيف الأمثل لمواردها المختلفة، وعادة يتم؛ ذلك خلال مجموعة من المؤشرات مثل: تكاليف العمل المباشرة وغير المباشرة لإنتاج السلع والخدمات، وكذلك الإنتاجية الكلية أو الجزئية، كما يمكن النظر إلى الاحتياجات التكوينية على مستوى المؤسسة من منظورين: الأول باعتبارها تجميع للاحتياجات التكوينية على مستوى الوظائف، والثاني باعتبارها تجميع للاحتياجات التكوينية على مستوى العمال بغض النظر عن الوظائف التي يشغلونها.¹

تحليل احتياجات الجماعة: هذا التحليل يعتبر أكثر سهولة إلى حد ما من تحديد احتياجات المؤسسة، وذلك نظرا لكونها أكثر محدودية وارتباطا بمستويات وظيفية معينة، أو فئات معينة من العمال وينتج عن تحليل احتياجات الجماعات ظهور الحاجة إلى برامج التكوين التي تهدف إلى تكوين روح الفريق، وتمازج

¹ عمارة بن عيشي: دور تقييم أداء العاملين في تحديد احتياجات التدريب، دراسة حالة، مؤسسة صناعة الكوابل الكهربائية، بسكرة، مذكرة ماجستير في العلوم التجارية، تخصص العلوم التجارية، فرع إستراتيجية، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والتجارة، جامعة المسيلة، الجزائر، 2005-2006، ص: 102.

توضيح أدوار التكوين على القيادة وحل المشكلات بواسطة مجموعات صغيرة والحل الإبتكاري للمشكلات والتخطيط التنفيذي.

✚ تحليل العمليات أو الوظائف: يتناول تحليل موضوعات معينة مثل المعرفة والقدرات الضرورية للقيام بواجبات محددة بكفاءة عالية ولكي تحصل على هذه المعلومات علينا أن نلجأ إلى وصف الوظيفة المستمرة من تحليل العمل التفضيلي للوظيفة، فتحليل العمل هو نقطة البداية لأي قرار أو إجراء بشأن أي عمل من الأعمال.

✚ تحليل احتياجات العامل: تنصب عملية التحليل هنا على الموظف وليس العمل، حيث تقوم الإدارة بتحليل الفرد، فتدرس قدراته الحالية والقدرات والمهارات الجديدة التي يمكنه تعلمها واستيعابها وتطبيقها في عمله الحالي والمستقبلي، حيث يمكن التعرف عليها بتحليل الخصائص الجسمية والعقلية والفكرية والسلوكية والخبرات والأداء السابق والتوجه المهني له، فاحتياجات الفرد عبارة عن تلك الاحتياجات التي تنبع من عمل الموظف كما هو حالياً أو بعد أن تلحقه التطورات، أي ما سيكون عليه العمل والواجبات المحتملة تكلفه بها مستقبلاً.¹

3- مؤشرات تحديد الاحتياجات التكوينية

إن تحديد الاحتياجات التكوينية يتم من خلال دراسة ثلاث مجموعات من المؤشرات وهي:

✚ مؤشرات الأداء التنظيمي: حيث لا بد من دراسة كفاءة أداء المنظمة المتمثل بمعدلات الإنتاجية سلعة أو خدمات ومعدلات استغلال الإمكانيات المتاحة والتجهيزات ومؤشرات استخدام الموارد البشرية من حيث تكوين وحركة هذه الموارد.

✚ مؤشرات أداء العاملين: إن تحليل أداء الأفراد العاملين ودراسة مكوناته تعد خطوة نحو التحقق من تحسين الأداء التنظيمي سيكون من خلال الموارد البشرية، وهذا المؤشر يتطلب أداء الأفراد العاملين ومكونات الأداء.²

✚ مؤشرات حاجة الأفراد للتكوين: تعتبر هذه الخطوة من أدق خطوات تحديد احتياجات التكوين، ففيها يتم تحديد الأفراد الذين يحتاجون إلى تنمية قدراتهم بالتدريب، وفي هذه الخطوة يتم قياس استعدادات الأفراد

¹ مؤيد سعيد سالم، عادل حرحوش صالح: إدارة الموارد البشرية، الطبعة 2، مدخل استراتيجي عالم الكتاب الحديث للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2006، ص: 128.

² عباس سهيلة محمد: إدارة الموارد البشرية، الطبعة 3، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2007، ص: 112.

وقدراتهم الحالية في شمال القدرات المطلوبة للعمل، ومقارنة مستويات الأداء الحالي بالقدرات والاستعدادات في مختلف مهام العمل يمكن تحديد:

جوانب الأداء التي يشوبها قصور، لكن الفرد يملك القدرات اللازمة لها، عندئذ لا تكون هناك حاجة إلى التكوين وينبغي توجيه الدراسة نحو الجوانب الدافعية للفرد، أو بحث ظروف العمل، والعوامل الخارجية المحددة للأداء؛

جوانب الأداء التي يشوبها قصور، ولا يملك الفرد القدرات والمهارات أو المعلومات اللازمة لا تملك الاستعدادات التي تمكنه من إكتساب هذه القدرات، في هذه الحالة لا يمكن علاج الأمر بتكوين الفرد حيث لا يملك الاستعدادات اللازمة لذلك؛ بجوانب الأداء التي يشوبها قصور، ولا يملك الفرد القدرات اللازمة لها، لكنه يملك الاستعدادات التي تمكنه من إكتساب تلك القدرات، عندئذ فقط تكون هناك جدوى من التكوين، حيث تشير الاستعدادات إلى إمكانية تنمية قدرات الفرد اللازمة لرفع مستوى الأداء.¹

¹عاشور أحمد صقر: تنمية المهارات القيادية والسلوكية، تدريبات وأنشطة، الطبعة الأولى، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر، 1997، ص: 489.

خلاصة

إن وظيفة تنمية الموارد البشرية لا غنى عنها في أي مؤسسة سواء كانت صغيرة، متوسطة أو كبيرة لتوفير موارد بشرية مدربة وذات كفاءة قادرة على القيام بمختلف المهام المخولة لها على أكمل وجه حيث يعتبر تكوين الموارد البشرية أحد أهم الاستراتيجيات المتبعة في تنمية الموارد البشرية التي تسعى لتطوير الأفراد وضمان الأداء المتميز والفعالية التنظيمية التي تساهم في تطوير المنظمة ككل يجعلها منظمة ذات ميزة تنافسية، ولا تتم عملية تكوين الموارد البشرية إلا بتحديد الاحتياجات التكوينية قبل أي عمل تكويني حيث أنها الخطوة الأساسية في صناعة التكوين، كما أن التدريب والتعليم يساهمان بشكل مباشر في ترقية وتطوير تنمية المورد البشري وبالتالي الخدمات السياحية الفندقية ولهما دور مهم وجد فعال فيها مما يجعلهما جزءاً لا يتجزأ في تنمية الموارد البشرية.

الفصل الثالث

دراسة ميدانية بالمركب

المعدني حمام الشلالة

تمهيد:

تدعيما لما قمنا به في الجانب النظري كان واجبا علينا القيام بدراسة ميدانية من أجل الوقوف على تنمية المورد البشري من خلال التكوين ودوره في تحسين أداء الخدمات السياحية الفندقية، وقد اخترنا المركب السياحي حمام الشلالة الكائن ببلدية حمام دباغ ولاية قالمة لإجراء دراستنا الميدانية، وذلك للدور الذي يؤديه في تنمية الاقتصاد الوطني ومساهمته في المجتمع من خلال مجموعة الخدمات التي يقدمها، وهذا ما يتطلب منه تنمية موارده البشرية من خلال عمليتي التدريب والتعليم المكونان الرئيسيان الذي يقوم عليهما التكوين لتحقيق أهدافه ولتحسين أداء خدماته.

وعليه ففيما يخص هذه الدراسة الميدانية قمنا بتقسيم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث:

المبحث الأول: تقديم المركب السياحي حمام الشلالة "قالمة".

المبحث الثاني: تنمية الموارد البشرية والخدمات المقدمة بالمركب السياحي.

المبحث الثالث: نتائج الدراسة وتحليل الاستبيان

المبحث الأول: تقديم المركب المعدني حمام الشلالة-قائمة-

يعتبر المركب السياحي حمام الشلالة من بين أهم المؤسسات السياحية على المستوى الوطني، لما له من دور فعال في دعم القطاع السياحي نظرا لطبيعة الخدمات التي يقدمها.

المطلب الأول: نظرة عامة حول المركب المعدني حمام الشلالة

يحتل المركب السياحي حمام الشلالة مكانة مرموقة لدى السائحين من داخل وخارج الولاية، نظرا لما تزخر به المنطقة من شلالات ساخنة ومناظر طبيعية مبهرة، حيث يشرف علي تسييره مؤسسة التسيير السياحي عنابة، لذا فقبل التطرق إلى التعريف بالمركب السياحي حمام الشلالة نقوم بتعريف مؤسسة التسيير السياحي عنابة.

1- التعريف بمؤسسة التسيير السياحي عنابة

مؤسسة التسيير السياحي بعنابة تم أنشاؤها خلال إعادة الهيكلة التي شملت القطاع السياحي سنة 1983، يتعلق نشاطها أساسا بالفنادق، المنتجعات والمركبات السياحية، تشرف مؤسسة التسيير السياحي عنابة على خمسة (05) مؤسسات سياحية موزعة عبر الولايات التالية: عنابة، قالمة والطارف وتمثل هذه المؤسسات في:

- فندق سييوس الدولي: عبارة عن مؤسسة من صنف خمسة (05) نجوم نمطه حضري وضع تحت الاستغلال سنة 1975 ويقع وسط مدينة عنابة؛
- فندق المنتزه: مؤسسة من صنف أربعة (04) نجوم، نمطه مناخي يقع في منطقة بين الجبل والبحر بأعالي منطقة سريدي على بعد 12 كلم عن ولاية عنابة وعلى ارتفاع 850 متر عن سطح البحر؛
- فندق مرمورة: مؤسسة من صنف ثلاثة (03) نجوم، نمطه حضري يقع وسط مدينة قالمة؛
- المركب السياحي حمام الشلالة: مؤسسة من صنف ثلاثة (03) نجوم، نمطه حموي يقع ببلدية حمام دباغ قالمة وهو مجال دراستنا؛
- فندق المرجان: مؤسسة من صنف ثلاثة (03) نجوم وضع تحت الخدمة مند سنة 1974 يقع بدائرة القالة ولاية الطارف مشيد على حافة شاطئ المرجان.

2- موقع المركب السياحي حمام الشلالة

يقع على مستوى بلدية حمام دباغ والتي تبعد بـ 20 كلم عن ولاية قالمة، وعلى ارتفاع 320 م عن سطح البحر كما أن المركب يقع وسط مساحات شاسعة من الأراضي الفلاحية، في مناخ هادئ وجاف في درجة حرارة 32° صيفا وأكبر من 10° شتاء، وهذا ما جعل منه صحي خاصة لمرضى الحساسية وأمراض المزمنة الأخرى.

3- نشأة المركب السياحي حمام الشلالة

أنشأ المركب السياحي حمام الشلالة سنة 1976، وقد إفتتح في جويلية 1976، حيث إستغرقت مدة إنجازه 8 سنوات من 1969 إلى 1976، من طرف مهندسين معماريين فرنسيين ويتميز المركب ببناء عصري، وهو عبارة عن مجموعة مشكلة من فندق مكون من 61 غرفة في 9 شقق، 112 ملحق (بناغل)، بالإضافة إلى الجناح المعدني أو الجناح الصحي، ويصنف المركب بثلاث نجوم وذلك للخدمات المقدمة، كما أنه يتربع على مساحة إجمالية تقدر بـ 21 هكتار، وبمساحة مبنية بـ 1 هكتار.

تشرف على تسيير المركب حمام الشلالة إضافة إلى فندق مرمورة (قالمة)، فندق سيبوس الدولي (عنابة)، فندق الشرق وسط مدينة (عنابة)، وفندق المنتزه سرايدي (عنابة) مؤسسة التسيير السياحي بعناية E. G. T. A.

المطلب الثاني: بيئة المركب السياحي حمام الشلالة، أهدافه ومهامه

يعمل المركب السياحي حمام الشلالة مع فئات مختلفة وسط بيئة متغيرة تعرف بشدة بالمنافسة، وهذه البيئة تؤدي دورا هاما في مدى تحقيق المركب لأهدافه وإنجاز مهامه.

1- بيئة المركب السياحي حمام الشلالة:

1-1 زبائن المركب:

يتمثل زبائن المركب في:

- ✓ السياح الذين يأتون من أجل فترة للترفيه والترويح على النفس؛
- ✓ الزوار وهم السياح الغير دائمين يأتون كل يوم؛
- ✓ المرضى وذلك من أجل العلاج بالمركب؛
- ✓ وهناك المتعاقدين مع المركب، حيث لديه اتفاقيات مع عدة مؤسسات أخرى من أجل العلاج حيث تحتوي هذه العقود أو الاتفاقيات على عدة بنود تقوم على المبيت سواء في الفنادق أو البناعل والإطعام حيث يجب تحديد نوع الأكل ومشروبات والعلاج حيث يتم تحديد الفترة الزمنية المحددة من أجل العلاج، ومن بين هذه المؤسسات نذكر: مديرية التعليم، مديرية الأمن والشرطة، الجيش الوطني الشعبي، سوناطراك، نפטال... إلخ.

1-2 منافسين المركب:

كون المركب هو مؤسسة فندقية علاجية تهدف إلى الترويج لسياحة الحموية، فهناك منافسين محليين بالولاية مثل: مركب جيهان ببلدية حمام دباغ، مركب البركة ومركب بوشهرين بقرية أولاد علي التابعة لبلدية هيلوبوليس وهناك منافسين على المستوى الوطني والدولي إلا أن لكل مركب حموي طابع خاص به يميزه عن الآخرين.

2- أهداف المركب السياحي:

يسعى المركب المعدني حمام الشلالة إلى تحقيق عدة أهداف تتمثل في:

1-2 أهداف سياحية:

- ✓ تفعيل الحركة السياحية؛
- ✓ نشر الوعي السياحي؛
- ✓ تنمية القطاع السياحي عامة والوطني خاصة؛
- ✓ تشجيع العمل على السياحة العمومية خاصة بولاية قلمة وذلك لأنها ذات طابع سياحي؛
- ✓ تحقيق التنمية المستدامة حيث يهدف المركب للاهتمام بالسياحة الحموية؛
- ✓ المشاركة في الندوات والمحاضرات المتعلقة بالمجال السياحي.

2-2 أهداف اقتصادية:

- ✓ زيادة الجودة للتنمية السياحية حيث تهدف إلى تحسين نوعية الخدمات المتعلقة بقطاع السياحة وإزالة المعوقات والحواجز؛
- ✓ تحقيق الربح المادي إذ لا يمكن للمركب بالاستمرارية إلا إذا حقق مستوى أعلى من الربح وذلك لضمان إمكانية توسيع نشاطها الاقتصادي؛
- ✓ الصمود في وجه المعوقات والمنافسين.

3-2 أهداف اجتماعية:

- ✓ الاهتمام بالكادر البشري والأيدي العاملة، وذلك من خلال تأهيل وتدريب العاملين لمساعدتهم على كيفية التعامل في مجال السياحة؛
- ✓ البحث عن المهارات المهنية والتقنية مما يساهم في وجود عمال أكفاء في مجال السياحة؛
- ✓ ضمان مستوى مقبول من الأجور حيث يعتبر العمال من بين المستفيدين الأوائل من نشاط المركب وذلك من خلال تقاضي الأجور مقابل أعمالهم؛

✓ التأقلم مع البيئة المحيطة بالمركب كونه مؤسسة سياحية.

4-2 أهداف تكنولوجية:

✓ استخدام أهم الوسائل التكنولوجية الحديثة من أجل تقليل التكاليف وريح الوقت ومواكبة تطورات العصر.

5-2 أهداف ترويجية (إعلانية):

✓ تحسين صورة المركب وتوصيلها للجمهور أو (الزبائن) من خلال عدة فعاليات وعدة أنشطة ترويجية للقيام بتسويق فعال؛

✓ القيام بملققة وصل بين المركب وبين الزبائن من أجل إقناع الجمهور بجودة الخدمة؛

✓ إتباع سياسة ترويجية سياحية من أجل تحقيق رضا الزبائن.

6-2 أهداف تسويقية:

✓ التعريف بخدمات المركب؛

✓ زيادة حجم المبيعات؛

✓ زيادة القدرة التنافسية للمركب مع المؤسسات السياحية الأخرى.

3- مهام المركب السياحي حمام الشلالة:

✓ السهر على حماية المركب والمناطق السياحية التابعة له؛

✓ الحرص على توفير متطلبات الزبائن والسهر على راحتهم؛

✓ تحسين الجودة وتفعيل الخدمة الفندقية؛

✓ تطوير العلاقات الموجودة بين الزبون والمركب سواء كان للسياحة أو العلاج؛

✓ زيادة عدد المتعاقدين والبحث عن فرص أخرى في الوسط الداخلي والخارجي مقابل وضع عقود جديدة أو العمل على تطويرها؛

✓ الحرص على احترام القوانين الداخلية للمركب؛

✓ السهر على ديمومة العمل في مختلف الأوقات؛

✓ المساهمة في ترقية السياحة العمومية الوطنية؛

✓ المشاركة في التظاهرات الثقافية والسياحية؛

✓ احتضان التربصات والتكوينات.

المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي للمركب السياحي، قواعده التنظيمية ومجاله القانوني

يحدد الهيكل التنظيمي تقسيم الأعمال بين العاملين وقنوات التنسيق الرسمية وتسلسل القيادة، فالهيكل التنظيمي ينظم العلاقات ويحدد المسؤوليات داخل المؤسسة.

1- الهيكل الإداري للمركب:

يتكون الهيكل الإداري للتنظيم الفندقي للمركب من إدارة عامة للفندق يتبعها مجموعة من الأقسام، وينقسم إلى قسمين:

1-1 الأقسام الإدارية: وتتكون من:

- المدير العام: ويعاونه نائب المدير العام للشؤون المالية أو الإدارية والقانونية ونائب مدير عام للشؤون التجارية والفندقية.
- الشؤون المالية: وتشمل أقسام الحسابات والمراجعة والخزينة حيث يتم تسجيل العمليات الحسابية الخاصة بالفندق وإعداد القوائم والتقارير المالية الختامية.
- إدارة شؤون العاملين: تتولى كافة الأعمال المتعلقة بشؤون العاملين، وملفات الخدمة والتعيين والتدريب
- إدارة الشؤون القانونية: وتتولى كافة النواحي القانونية التي تنشأ نتيجة تعامل الفندق مع الغير.
- القطاع التجاري: ويشمل إدارة المشروبات والتسويق والمخازن.

1-2 الأقسام التشغيلية للفندق: وتنقسم إلى ثلاثة أقسام:

- القسم الأول: قسم الإقامة بالغرف وتشمل الأقسام الاستعلامات والحراسة والاستقبال ووحدة الإشراف الداخلي وقسم الفواتير؛
- القسم الثاني: قسم الأغذية والمشروبات، وتشمل المطعم والمخازن والمطابخ، وقسم الاستلام؛
- القسم الثالث: أقسام فنية عامة، تشمل أقسام البياضات والمغسلة والصيانة.

2- الهيكل التنظيمي:

وينقسم المخطط إلى قسمين أساسيين: الأقسام التشغيلية، الأقسام الإدارية.

2-1 الأقسام التشغيلية:

- قسم الإيواء: ويضم ما يلي: الحجز والاستقبال، الاستعلامات، شؤون الغرف، النظافة والتهئية

- قسم الخدمات: ويضم ما يلي: المطعم، المطبخ، قاعة النزلاء، المقهى، الصالات، مخازن الأطعمة والمشروبات، النظافة.
- مصلحة الحمامات: وتضم ما يلي: قاعة العيادة، قاعة التدليك، قاعة التدليك الوظيفية، قاعة الاستحمام.
- القسم التقني: ويضم ما يلي: الصيانة والإصلاح، الإصلاحات التقنية، وحدات الطاقة، وحدات التبريد، وحدات التجارة، وحدات الأمن والنظافة، مغسلة والكوي.

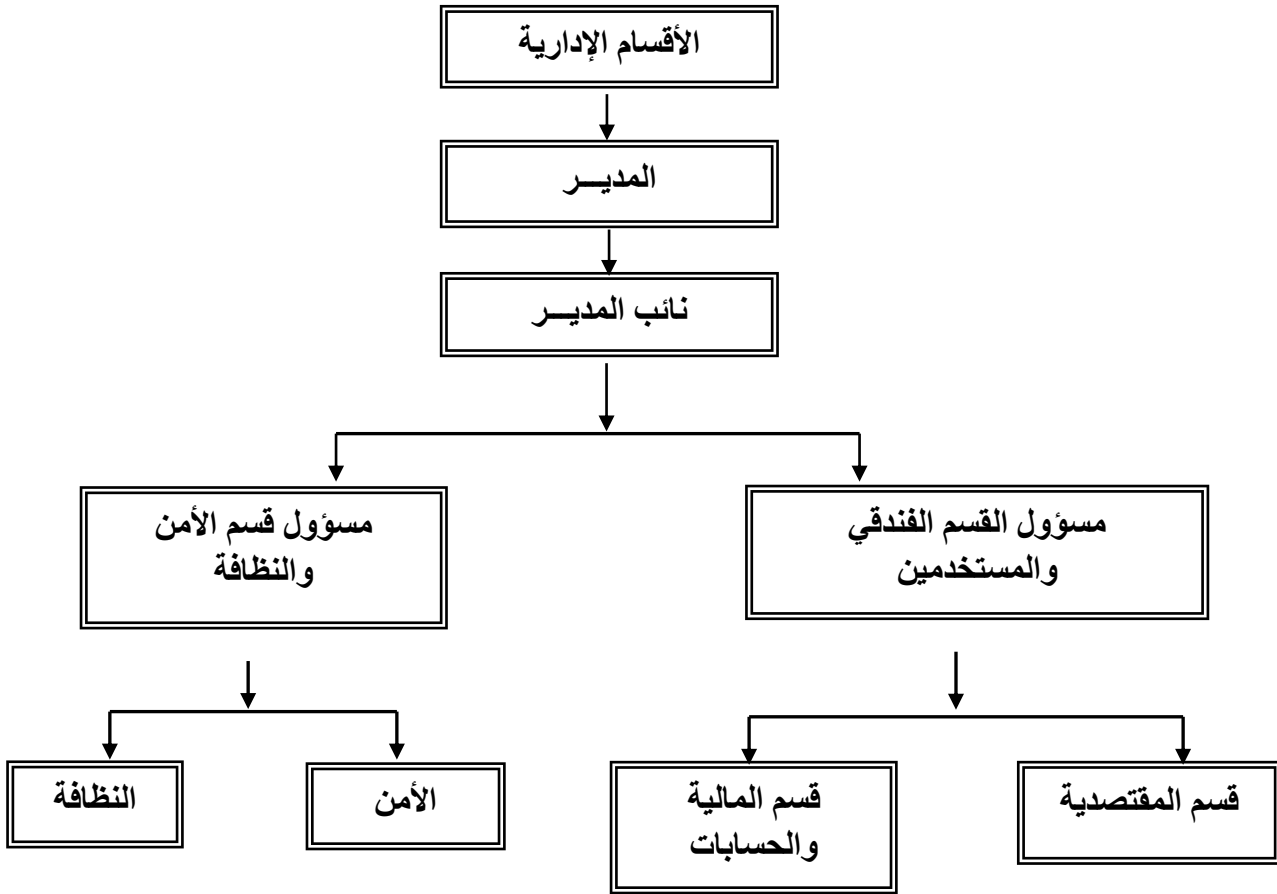
2-2 الأقسام الإدارية

مكتب المدير، مكتب نائب المدير، قسم المالية والمحاسبة، قسم المقتصدية، مسؤول القسم الفندقي والمستخدمين. وينقسم الهيكل التنظيمي للمركب السياحي إلى قسمين أساسيين:

➤ الأقسام الإدارية:

وهي الأقسام التي تختص بالمهام التسييرية والتنظيمية وهي كغيرها من الأقسام التي تقسم حسب طبيعة نشاطها وفيما يلي نوضح الهيكل التنظيمي للأقسام الإدارية للمركب المعدني:

الشكل رقم (04): الأقسام الإدارية



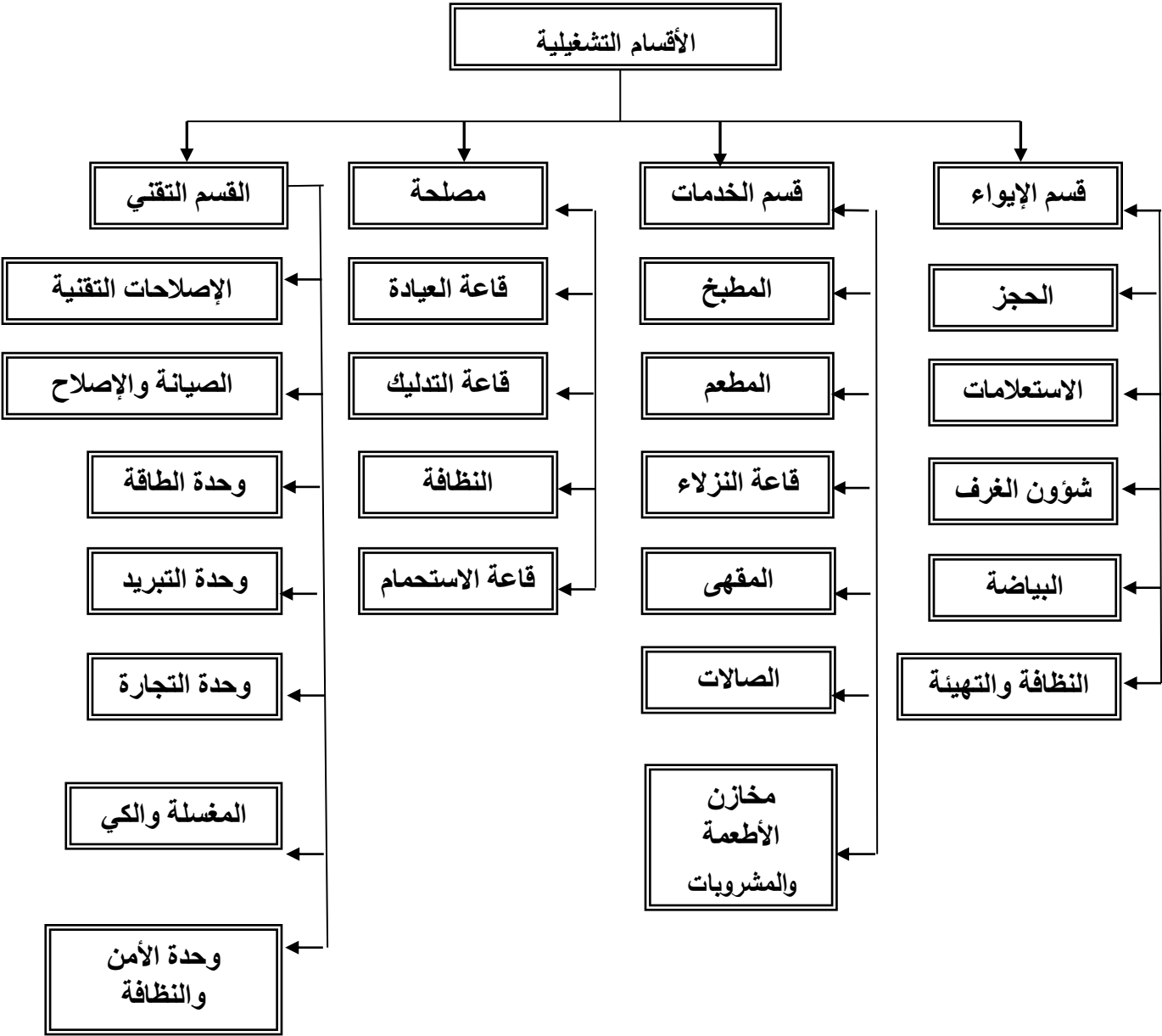
المصدر: معلومات مقدمة من قبل المركب السياحي حمام الشلالة محل الدراسة

➤ الأقسام التشغيلية:

ويقصد بالأقسام التشغيلية المتعلقة بالخدمات المختلفة التي تقدم للزلاء والمتكردين على المركب هذا ما

يوضح الشكل التالي:

الشكل رقم (05): الأقسام التشغيلية



المصدر: معلومات مقدمة من قبل المركب السياحي حمام الشلالة محل الدراسة

❖ شرح مكونات الهيكل التنظيمي العام للمركب السياحي حمام الشلالة

➤ **المدير:** هو الأمر النهائي في المركب تتمثل مهامه في:

✓ تحديد أنشطة العمل التي يجب أن تنجز لتحقيق الأهداف التنظيمية؛

✓ تفوض العمل إلى أشخاص آخرين مع إعطائهم تفويض من السلطة؛

✓ اتخاذ القرارات؛

✓ إرشاد المرؤوسين وتحفيزهم؛

✓ التوقيع على الوثائق اللازمة لمواصلة المعاملات.

➤ **نائب المدير:** ويطلق عليه أيضا المدير المساعد وتتمثل مهامه في:

✓ القيام بواجبات المدير في حالة غيابه؛

✓ متابعة تنفيذ القرارات والقضايا العالقة؛

✓ القيام بأي واجبات يكلف بها من قبل المدير؛

✓ الإشراف على المصلحة التقنية.

➤ **الأمانة العامة:** هي همزة الوصل بين المدير والموظفين، تقوم بعدة مهام تتمثل في:

✓ الرد على المكالمات، تنظيم المواعيد وترتيب لقاءات واجتماعات المدير؛

✓ تسجيل كل الصادات والواردات من الوثائق في سجل خاص؛

✓ الإشراف على تنظيم مراسلات المدير؛

✓ تصنيف المعاملات الخاصة من صادرات وواردات، حفظها وتوثيقها؛

✓ القيام بمتابعة القضايا القانونية التي تنشأ نتيجة تعامل المركب مع الغير.

➤ **قسم الأمن والنظافة:** ويضم هذا القسم:

● الأمن: السهر على توفير الحماية للمركب.

● النظافة: العمل على نظافة المركب ومحيطه.

➤ **مسؤول القسم الفندقي والمستخدمين:** يهتم بكافة شؤون العاملين وتنظيم العلاقات بينهم ضمن

الإطار القانوني.

➤ **قسم الإطعام والمقاهي والصالات:** ويضم هذا القسم:

- **مطعم:** يتوفر المركب على مطعم ذواق، يتمركز في الطابق الأول للمركب له ديكور جذاب وعصري، حيث يستوعب أكثر من 280 شخص يستقبل الزبائن من منتصف النهار بالنسبة للغداء، ومن السابعة مساء بالنسبة للعشاء.
- **مطبخ:** هو المكان الذي يتم فيه طهي الأطعمة وتحضير الأطباق، وتوجد مطابخ عديدة وذلك من أجل تلبية رغبات الوافدين للمركب.
- **قاعة النزلاء:** وهي القاعة التي يستريح فيها نزلاء المركب، سواء أثناء قيامهم بعملية الحجز أو أثناء تواجدهم بالمركب.
- **المقهى:** تتواجد بالطابق الأول للمركب، ويتم فيها تقديم فطور الصباح، أو تكون مكان للاستراحة من أجل أخذ كوب قهوة، شاي أو تناول بعض الحلويات المختلفة.
- **الصالات:** قاعات كبيرة مجهزة بشاشات تلفزيونية، مخصصة لراحة النزلاء.
- **مخازن الأطعمة والمشروبات:** هي أماكن مخصصة لوضع وتخزين جميع مستلزمات هذا القسم من خضر فواكه مشروبات.
- **قسم المالية والحسابات:** مهمته ضمان السير المالي والمحاسبي للمركب في الإطار القانوني، ويضم هذا القسم كل من:
 - **مراقبة الحسابات:** يعمل على مراقبة نقاط البيع الموجودة بالمركب، وكيفية سيرها ومدى التزامها بالقواعد والقوانين.
 - **المحاسبة:** يهتم بالشؤون المالية والمحاسبية بإعداد الكشوفات الخاصة بالأجور، الجرد...إلخ.
 - **الخزينة:** يتم على مستواها جمع المداخيل المتأتية من نقاط البيع ومن تم وضعها بالبنك.
 - **مراقبة المخزون:** تهتم بحماية ورقابة ممتلكات المركب وهي مسؤولة عن:
 - ✓ تأمين التدفق المنتظم لمستلزمات النشاط.
 - ✓ الوقاية من حالات نفاذ المخزون.
 - ✓ تأمين احتياجات المركب من اللوازم المختلفة حسب كل قسم أو مصلحة.
- **قسم الإيواء:** ويضم هذا القسم:
 - **الحجز والاستقبال:** هو واجهة قسم الإيواء وأول من يستقبل النزلاء بالإضافة إلى كونه حلقة وصل بين النزلاء والأقسام الأخرى بالمركب.

● الاستعلامات: يتم على مستواها ما يلي:

- ✓ الإجابة على أسئلة الزوار فيما يخص المركب وكيفية الحجز وتوفير الخدمات.
- ✓ توجيه الزوار الى المصالح المراد الوصول إليها.
- ✓ استقبال وتحويل الوثائق عن طريق الفاكس.
- ✓ استقبال كافة المكالمات وتحويلها داخليا وخارجيا.

➤ الإشراف الداخلي

يشرف على جوهرية الغرف، ومتابعة النزلاء فيما إذا كانوا في غرفهم أو في غرف نزلاء آخرين.

- البياضات: تهتم بتوفير كل المستلزمات التي يحتاجها المركب من أغطية ومفارش ومناشف.
- النظافة: تهتم بنظافة فندق المركب وبنظافة البناغل.

➤ مصلحة الحمامات

وتضم هذه المصلحة

- قاعة العيادة: يتم في هذه القاعة فحص المرضى وتشخيص نوع المرض وتحديد نوعية وأسلوب العلاج المناسب حسب كل حالة وطبيعة مرضها.
- قاعة التدليك: يوجد على مستوى المركب 10 قاعات للتدليك اليدوي.
- قاعة التدليك الوظيفي: لدى المركب 04 قاعات للتدليك الوظيفي كل قاعة تضم أجهزة وعتاد خاص.
- النظافة: تهتم بنظافة القاعات الموجودة بهذا المصلحة، وكذلك بنظافة قسم الحمامات.
- قسم الحمامات: يتوفر المركب على ثلاثة حمامات، حمامين على مستوى المركب وحمام خارج

المركب

➤ قسم المقتصدية

ويضم هذا القسم:

- استثمارات: تهتم بالعقارات، التجهيزات، معدات النقل الخاصة بالمركب.
- المقتصد: يهتم بشراء المواد واستلامها وتسليمها.

- التأثيث والتجهيز: هي مخازن خاصة بالأجهزة والمعدات لسير المصالح.

➤ القسم التقني

ويطلق عليه أيضا قسم الصيانة، يقوم بجميع الإصلاحات والترميمات بالمركب، ويضم هذا القسم:

- إصلاحات: يتم في هذه الورشة إصلاح أقفال الأبواب والنوافذ كما تتم فيها عملية السباكة.
- وحدة الطاقة: تهتم بإصلاح الأعطاب الكهربائية.
- وحدة التبريد: تهتم بإصلاح التجهيزات الخاصة بالتبريد والتدفئة.
- وحدة النجارة: ورشة تقوم بإنتاج وإصلاح تجهيزات وأثاث المركب.
- الأمن والنظافة: يهتم بالأمن الداخلي للمركب، وبنظافة وتهيئة المساحات الخضراء.
- المغسلة والكي: تهتم بغسل وكي البياضات، ملابس العاملين وملابس النزلاء.

2- القواعد التنظيمية:

للمركب قانون عمل خاص به حيث يحتوي على مجموعة من الأبواب والفصول فكل باب يختص بمهام، وتنقسم هذه القواعد كما يلي:

1-2 القاعدة الأولى: التنظيم للعمل

تختص في مدة العمل المعمول بها، مراقبة الحضور للعمال، وذلك سواء كان بشكل يومي أو شهري، وهناك أيضا الساعات الإضافية والمناوبة، الراحة القانونية، كذلك التكوينات التي يخضع لها العامل مثال: المدة اليومية للعمل لا يمكن أن تكون أكثر من 12 ساعة، وبطاقة الهوية الأمنية الشخصية ضرورية جدا.

2-2 القاعدة الثانية: الصحة والأمن

- تتعلق بالتدابير العامة للصحة والأمن للعمال، الوقاية، الحوادث، الصيانة... الخ.
- ✓ على العامل أن يحترم بشكل صارم تعليمات النظافة والأمن والرفاهية بشكل دائم ونظيف.
- ✓ يمنع التدخين في أماكن العمل.
- ✓ ارتداء اللوازم الخاصة بالأمن.

3-2 القاعدة الثالثة: الانضباط

تتعلق بالأخطاء المهنية، والعقوبات المتوجهة لكل عامل، أو لكل خطأ مثال: تصنف الأخطاء المهنية على صفتهم الجزائية (من الدرجة الأولى، الثانية والثالثة) ولكل خطأ لديه عقوبة خاصة.

3- الإطار القانوني:

- مجال التطبيق: هذا القانون الذي يطبق على كل العمال والمتهنين الذين يقبلونه بموجب التوظيف فقط وعليهم الالتزام به دون قيد أو تحفظ.
- الموضوع: أحكام هذا القانون الداخلي يعتمد أساسا على الأحكام التشريعية من القانون رقم 11.90 المؤرخ في 21.04.1990 المتعلق بعلاقات العمل وموضوعها كالتالي:
 - ✓ تحديد التنظيم التقني للعمل.
 - ✓ تحديد الأسس الواجب احترامها والقواعد المطبقة.
 - ✓ تحسين الصحة والأمن في العمل.
- السياسة الداخلية نحو العمال:
 - ✓ توفير الجو الملائم وظروف العمل الضرورية التي تمكن العامل من إنجاز مهام العمل المطلوبة منه.
 - ✓ تنظيم الحياة الجماعية داخل المؤسسة وضبط العلاقات بين الموظفين بمختلف أهدافها.
 - ✓ التزام جميع الأطراف بقواعد النظام والانضباط وإشاعة روح التعاون واحترام الغير وتكوين مبدأ التشاور والحوار.
 - ✓ تقديم تحفيزات مادية ومعنوية لكل عامل.
 - ✓ السهر على تطوير القدرة المهنية لدى كل عامل بالمؤسسة من خلال التكوينات والتربصات التي تساعد في عمله الحالي.
 - ✓ المساواة في الحقوق والواجبات لكل عامل بالمركب فلا يوجد هناك نوع من التمييز.

المبحث الثاني: تنمية الموارد البشرية في المركب المعدني حمام الشلالة

يعد المورد البشري في المركب السياحي حمام الشلالة من أهم الموارد التي يعتمد عليها في تأدية خدماته، ولكي يتم تقديم الخدمات على أحسن وجه يهتم المركب بتدريب موارده البشرية.

المطلب الأول: الموارد البشرية (مقدمي الخدمات) بالمركب السياحي حمام الشلالة

يملك المركب السياحي حمام الشلالة موارد بشرية معتبرة لخدمة ضيوفه، ومن بين هذه الموارد ما يلي:

1- العاملين بقسم الاستقبال:

1-1 رئيس قسم الاستقبال: وهو المسؤول عن قسم الإيواء وتتوفر فيه المؤهلات التالية:

- ✓ معرفة واسعة وعميقة بالأعمال التجارية ومعدلات صرف العملات؛
- ✓ اللياقة والبراعة في التعبير؛
- ✓ التحكم في اللغات الثلاث: العربية، الفرنسية، الإنجليزية.

وتتمثل مهامه في:

➤ مسؤول عن الموظفين من خلال تكوينهم أو اختيار موظفين جدد، وهو كذلك مسؤول عن تنظيم

مخطط العمل على مستوى قسم الاستقبال؛

➤ يتكفل بمخطط العمل خلال السنة والتظاهرات الكبرى والندوات والمؤتمرات؛

➤ إعلام كافة الأقسام بالتطورات والمتغيرات الجديدة؛

➤ التكفل باستقبال الشخصيات المهمة.

1-2 المستقبل الأول: وهو نائب رئيس قسم الاستقبال، ويكون على اتصال مباشر بالزبون منذ وصوله إلى

حين مغادرته المكان، كما يتكفل بتقديم مفتاح الغرفة والإسهام في أمن وراحة الزبون، إضافة إلى تسليمه

ثمن الإقامة.

1-3 المستقبل الثاني: مهامه توجيه النزلاء ومرافقتهم إلى غرفهم، كما أنه يتكفل بتسجيل الحجز على

الغرف في مختلف الوثائق المستعملة لذلك.

2- العاملين بالإطعام

- **مسؤول الإطعام:** يقوم باستقبال الزبائن وتقديمهم للجلوس في الطاولة المحجوزة مسبقا.
 - **مسؤول الصنف:** يتسلم طلبات الزبائن ويسجلها في قسيمة نموذجية، ويستخلص منها نسخ للنادل وواحدة على المائدة، ونفس الشيء بالنسبة للمشروبات.
 - **النادل:** هو المسؤول على أخذ طلبات الزبائن إلى المطبخ، والعمل على إحضارها إلى الطاولة، ومعرفة إذا كان ذلك كل ما يريده الزبون.
- كما يجب أن تتوفر فيهم عدة مواصفات وهي:

- ✓ مؤهلات بدنية وجسدية؛
- ✓ مؤهلات مهنية وخبرة واسعة في المجال؛
- ✓ مظهر لائق بذلة خاصة وموحدة على جميع العمال؛
- ✓ حصوله على شهادة كفاءة في شؤون المطبخ أو المطاعم؛
- ✓ تحليه بالبشاشة وحسن التعامل.

3- العاملين بقسم الخدمات الصحية

3-1 الأطباء: يتواجد على مستوى المركب أربعة (4) أطباء يتمثلون في:

- **طبيب رئيسي:** هو المدير العام للمركب والمسؤول عليه، ويقوم بالتنسيق بين الأطباء والمرضى ويهتم بجميع انشغالاتهم.
- **طبيب مختص بالمداداة بالمياه المعدنية ومياه البحر:** يحدد الأسلوب الأمثل للعلاج ومدة العلاج ونوعية المياه المناسبة للعلاج ومدى تأثيرها على جسم المريض.
- **طبيب مختص بالتأهيل الحركي والوظيفي:** يهتم بتشخيص الاضطرابات الحركية والوظيفية ومعالجتها باستعادة القدرة الوظيفية للجزء المصاب، ومساعدة المرضى لبلوغ أقصى كفاءة جسمية في حدود قدراتهم المرضية، ومعالجة الآلام الناتجة عن بعض الأمراض، وحماية المصابين بأمراض المزمنة من تأثير أمراضهم على الجهاز الحركي.

➤ **طبيب أخصائي تغذية:** ويطلق عليه أيضا خبير في الغذاء والتغذية، يقدم نصائح للمرضى حول كيفية الحفاظ على نظام غذائي صحي متكامل، كما يقوم بتحديد برامج التغذية العلاجية التي تتناسب مع كل حالة حسب الفئة العمرية والوزن لتجنب حدوث مضاعفات والوقاية من بعض الأمراض والحد من أعراضها الجانبية.

3-2 سكرتيرة الاستقبال: تستقبل المرضى، تسجيل كافة المعلومات الخاصة بالمرضى في دفاتر خاصة كما تقوم بقياس ضغط الدم، أخذ الأوزان وإعداد ملفات خاصة بالمرضى.

3-3 سكرتيرة التوجيه: توجيه المريض إلى مكتب الطبيب وإرشادهم إلى أماكن علاجهم.

3-4 مساعدة اجتماعية: تهتم بمساعدة المرضى ورعايتهم والاهتمام بانشغالهم ومساعدتهم.

3-5 ممرضين: يوجد على مستوى قسم الخدمات الصحية بالمركب السياحي حوالي 15 ممرض، يساعدون الأطباء على أداء أعمالهم.

المطلب الثاني: الخدمات المقدمة من طرف المركب

يعمل المركب السياحي حمام الشلالة على تقديم خدمات متنوعة وذلك من أجل إرضاء ضيوفه وتتمثل هذه الخدمات في:

1- الخدمات الأساسية المقدمة في المركب

يقدم المركب السياحي مجموعة من الخدمات الأساسية تتمثل في:

- **الإيواء:** هي أكثر الخدمات أهمية ومن أهم انشغالات النزيل، كما أنها الخدمة الأساسية أي الجوهر التي تحوز حصة الأسد من عائدات المركب، ويتكون قسم الإيواء من جزئين هما: الغرف والملاحق مجهزين بوسائل الراحة للنزيل، كما يلي:

حمام خاص، تلفزيون ملون مزود بهوائي، هاتف داخلي، مكيف هوائي، أريكة، شرفة مزودة بطاولة شرب الشاي، سجادة، خزانة للثياب، ثلاجة صغيرة، سرير مريح.

- **الإطعام:** يقدم مطعم المركب أطباق تقليدية، عصرية وحتى صحية لقاصدي المركب من أجل العلاج، وهناك شروط صارمة في تقديم هذه الخدمة أهمها:

✓ **طريقة التعامل:** نفس طريقة التعامل لجميع الزبائن أي عدم التمييز بينهم.

✓ **التقنية:** سواء في طريقة تحضير الأطباق أو كيفية تقديمها.

✓ **النظافة:** خاصة فيما يتعلق بالوسائل المستعملة.

كما تقدم هذه الخدمة حسب رغبات النزلاء سواء في المطعم أو داخل الغرف عن طريق خادم الطوابق.

● **الخدمة الصحية:**

وهي من أبرز الخدمات المقدمة، وذلك راجع إلى المياه الصحية 100% لمعدنها الطبيعي بكميات الصودا، ويحتوي المركب على أماكن علاج فردية وجماعية مع مراعاة الخصائص الأصلية للمياه الحرارية وسلامة المريض، وذلك باستخدام تقنيات مبتكرة للعناية بالبشرة لتحسين خواص المياه الحرارية المهدئة والمضادة للالتهابات والحكة. وهناك نوعين من العلاج:

➤ **الممارسات المعدنية:** يستعمل فيها الماء المعدني فقط وتتم عن طريق:

✓ استحمام فردي؛

✓ استحمام جماعي (العلاج عن طريق البخار) في المسبح؛

✓ إعادة التدريب والتكيف في المسبح؛

✓ الاستحمام بالرش؛

✓ حمام الأعضاء (التدليك بالماء)؛

✓ الاستنشاق؛

✓ التدليك تحت الماء؛

✓ الصونا (العلاج عن طريق البخار)؛

➤ **الممارسات غير معدنية:** وهي الممارسات التي تتم عن طريق الآلات الطبية:

✓ العلاج عن طريق الأشعة تحت الحمراء وفوق البنفسجية؛

✓ العلاج بالكهرباء؛

✓ العلاج بالذبذبات فوق الصوتية؛

✓ التدليك عن طريق الآلات؛

✓ العلاج بالاهتزازات؛

✓ الرياضة الطبية.

2- الخدمات التكميلية بالمركب السياحي

تتمثل الخدمات التكميلية التي يقدمها المركب في:

- **الغسل والكي:** تهتم بغسل وكي ملابس النزلاء وجعلها نظيفة في أسرع وقت ممكن.
- **خدمة فطور الصباح:** يتم تقديم هذه الخدمة بناء على رغبة النزلاء سواء في الكافتيريا أو داخل الغرف.
- **تأمين الأشياء الثمينة:** يتم حفظ الأشياء الثمينة للنزلاء خاصة الأجانب في مصلحة الاستقبال داخل صناديق التأمين لتجنبهم عناء الذهاب إلى البنوك.
- **خدمة رجال الأعمال والمؤسسات:** تتم هذه الخدمة عن طريق تأجير قاعة المحاضرات والاجتماعات من طرف رجال الأعمال أو المؤسسات لإجراء ندوات أو محاضرات، حيث تستوعب هذه القاعة 280 شخص.

المطلب الثالث: تدريب الموارد البشرية بالمركب السياحي

يولي المركب السياحي أهمية للتدريب لمساعدة موارده البشرية على تأدية خدماته، فالشعور بأهمية التدريب أمر مهم لتقبل التدريب والاستفادة منه.

1- أنواع التدريب المعتمد بالمركب السياحي

- **التدريب للتأهيل على العمل:** ويكون عند بداية تعيين الموظف أو العامل في المركب بهدف تعريفه بأساسيات الوظيفة لكي يكون ملما لواجباته وتعليمات وخصائص الوظيفة، لمساعدته على تكوين علاقات طيبة بينه وبين زملائه وكذلك للشعور الموظف أو العامل بالراحة أثناء تأدية أعماله، ويتم هذا النوع من التدريب داخل المركب من قبل الرئيس المباشر.
- **التدريب للتنمية للموظف:** يهدف هذا النوع من التدريب إلى زيادة تنمية وتطوير مهارات ومعارف الموظف أو العامل في المركب عند تغيير ظروف العمل وتحمله مسؤوليات جديدة ويتم هذا التدريب إما

داخل المركب من قبل الرئيس المباشر أو بالاستعانة بمدرّب متخصص أو خارج المركب بمراكز تدريب مختلفة.

• **التدريب التحويلي:** يتم هذا النوع من التدريب عند استخدام المركب التكنولوجيات الحديثة في مجال العمل.

حيث يتم تدريب العاملين خارج المركب في العديد من المعاهدات والمؤسسات نذكر منها:

- ✓ المعهد الوطني للسياحة تيزي وزو؛
- ✓ المعهد الوطني للسياحة بوسعادة؛
- ✓ المؤسسة الوطنية للتسيير السياحي عنابة؛
- ✓ مؤسسة التكوين الفندقي تيبازة؛
- ✓ المدرسة العليا للفندقة الأوراسي.

2- الأهداف الإستراتيجية لعملية التدريب

تتمثل الأهداف الإستراتيجية لعملية التدريب في:

- ✓ تحسين خدمات المركب وزيادة التنافسية؛
- ✓ تطوير مهارات العاملين بالمركب لتحسين أداء العمل؛
- ✓ تنمية الشعور بالمسؤولية؛
- ✓ القدرة على تحليل مشاكل العمل؛
- ✓ الاتجاه لزيادة الولاء؛
- ✓ تطوير العمل الفندقي وزيادة المنافسة.

3- مؤشرات تحسين أداء الخدمات بالمركب السياحي

من بين المؤشرات التي تدل على تحسين أداء الخدمات بالمركب ما يلي:

- ✓ زيادة إيرادات ومدخيل المركب السياحي؛
- ✓ زيادة إقبال الزبائن على المركب؛
- ✓ زيادة رضا الزبائن وولائهم؛
- ✓ قلة شكاوي الزبائن.

المبحث الثالث: نتائج الدراسة وتحليل الاستبيان

خصصنا هذا المبحث للجزء التطبيقي من الدراسة وذلك من خلال عرض الاستبيان وتحليلها، حيث تطرقنا إلى الطريقة إعداد الاستبيان ومن ثم قياس درجة الثبات أداة الدراسة، والتعرف على خصائص الشخصية لأفراد عينة الدراسة.

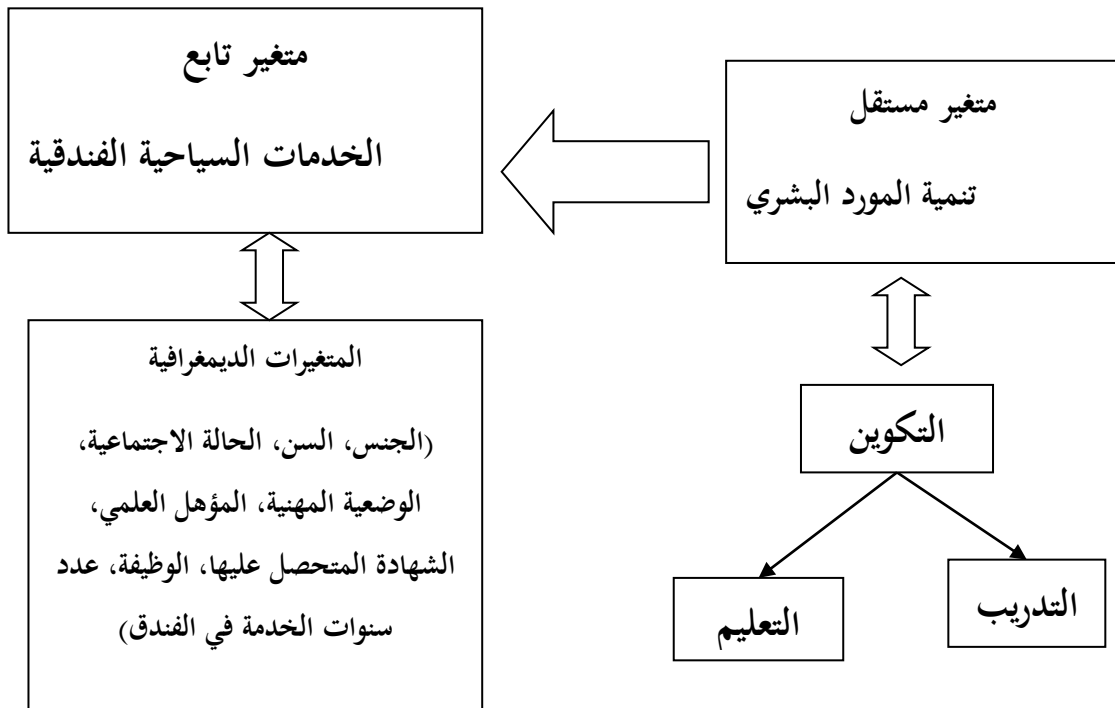
المطلب الأول: أساليب جمع البيانات

ستتطرق في هذا المطلب الى نموذج ومجتمع عينة الدراسة وكذلك أسلوب جمع البيانات الأولية.

1- نموذج الدراسة

قمنا في هذه الدراسة بتقسيمها إلى متغيرات مستقلة ومتغيرات تابعة، حيث أن المتغير المستقل يمثل تنمية المورد البشري، بينما المتغير التابع يمثل الخدمات السياحية الفندقية كما هو مبين في الشكل .

الشكل رقم (06): أنموذج الدراسة



المصدر: من إعداد الطلبة

2- مجتمع وعينة الدراسة

يهدف دراسة أثر تنمية المورد البشري في ترقية الخدمات السياحية الفندقية، ثم اختيار مجتمع الدراسة الأشخاص العينة القصدية بحيث تتكون العينة من (64) من داخل المركب المعدني الشلالة، وذلك نظرا لمحدودية الوقت المخصص لإعداد المذكرة.

3- أسلوب جمع البيانات الأولية

الإعتماد في هذه الدراسة على طريقة الاستبيان في جمع البيانات الأولية نظرا لإنتشار تطبيقها وإستعمالها الواسع وفعاليتها في دراسة أثر تنمية المورد البشري في ترقية الخدمات السياحية الفندقية. وتم تصميم الاستبيان وتقسيمه إلى قسمين كما يلي:

القسم الأول: البيانات الديمغرافية وذلك من خلال 8 فقرات تتمثل في (الجنس، السن، الحالة الإجتماعية، الوضعية المهنية، المؤهل العلمي، الشهادة المتحصل عليها، الوظيفة، عدد سنوات الخدمة في الفندق).

القسم الثاني: يتكون من محورين رئيسيين يدرسان متغيرات الدراسة، وكان مجموع الفقرات المكونة 30 فقرة موزعة على محورين كالآتي:

-المحور الأول: المتغير المستقل تنمية المورد البشري والذي يتضمن: 20 فقرة موزعة على بعدي: التدريب 10 فقرات والتعليم 10 فقرات.

-المحور الثاني: المتغير التابع الخدمات السياحية الفندقية وقد ضم هو الآخر 10 فقرات.

المطلب الثاني: أساليب تحليل وقياس ثبات أداة الدراسة

1- أساليب تحليل البيانات:

تم الاستعانة ببرنامج SPSS 20 في عملية تفرغ البيانات ومعالجتها وأيضا في الرسومات البيانية المختلفة، والتحليل الإحصائي للبيانات وإختبار فرضيات الدراسة حيث اشتملت على الأساليب الإحصائية التالية:

- معامل " ألفا كرو مباح" من أجل ثبات أداة الدراسة؛
- التكرارات والنسبة المئوية من أجل عرض خصائص العينة ومعرفة مدى موافقة أفرادها على عبارات الإستهيان؛
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمعرفة اتجاهات أفراد العينة؛
- نموذج الإنحدار لإختبار العلاقة بين المتغيرات المستقلة والتابعة.

2- ظروف عملية إعداد وتنفيذ الاستبيان

قبل أن يخرج الاستبيان في شكله الحالي مر على عدة مراحل حيث تم إعداد قائمة الأساتذة وبعد ذلك تم تحكيمها لدى بعض الأساتذة من أهل الاختصاص، ومن ثم مراجعتها وتصحيحها، وبعد ذلك تم إعادة صياغة قائمة الأسئلة من جديد بناء على الملاحظات السابقة حتى أصبحت في شكلها الحالي. تم تنفيذ هذا الاستبيان انطلاقا من تقديم الاستمارات لدي العينة العشوائية دون المقابلات الشخصية، وقد تطرق الطالبين إلى ذلك في صعوبات الدراسة وقد كان حجم العينة مقدر في بادئ الأمر ب (64) استرجعت بأكملها وعند فحصها تم الإعتماد عليها كلها كونها صالحة للتحليل، والجدول الموالي يوضح توزيع عينة الدراسة.

الجدول رقم (02): توزيع عينة الدراسة

الاستبيانات	الموزعة	المسترجعة	غير الصالحة للتحليل	النهائي
العدد	64	64	0	64
النسبة %	%100	%100	%00	%100

المصدر: من إعداد الطلبة

وقد تم إعداد الأسئلة على أساس مقياس سلم " ليكارت الخماسي" والذي يحتمل خمس إجابات، للحصول على مجموع الاستمارات التي تم ترميزها بإعطاء كل رأي قيمة معينة من 01 إلى 05 كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (03): درجات سلم ليكارت الخماسي

لا اتفق تماما	لا اتفق	محايد	اتفق	اتفق تماما
01	02	03	04	05

المصدر: مقدمة في الإحصاء الوصفي والإستدلالي باستخدام spss : دار خوارزمي العلمية للنشر

والتوزيع، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2007، ص: 540.

3- قياس ثبات أداة الدراسة وخصائص العينة

قبل إجراء البحوث وإختبار الفرضيات فإنه لا بد من التأكد من موثوقية أداة القياس المستخدمة، حيث تعكس الموثوقية هنا درجة ثبات أداة القياس. ويمكن في هذا الصدد إختبار " ألفا كرو مباخ " بعد قيامنا بتطبيق ذلك على متغيرات الدراسة (من س1 إلى س38)، بواسطة برنامج الSPSS20 ، وفي الجدول التالي نبين ما تم الحصول عليه من نتائج.

الجدول رقم (04): نتائج إختبار ألفا كرومباخ لمتغيرات الدراسة

المتغير	عدد العبارات	ألفا كرومباخ
مجموع عبارات الاستبيان	37	0.888

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS Version 20

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن معامل ألفا كرو مباخ يساوي 0.888، إذ أنها تجاوزت الحد الأدنى المعتمد في مثل هذه الدراسات مما يعني إمكانية الإعتماد على الاستبيان في قياس المتغيرات المدروسة نظرا لقدرته على إعطاء نتائج متوافقة مع إجابات المستقضي منهم عبر الزمن، وبالتالي نقول أداة الدراسة تمتاز بثبات عالي، وبالتالي إمكانية تعميم نتائج الاستبيان على كل مجتمع العينة.

المطلب الثالث: عرض نتائج الاستبيان وتحليله

سنتطرق في هذا المطلب إلى المتغيرات الديمغرافية المتعلقة بموضوع البحث والمتمثلة في البيانات الشخصية للعينة العشوائية، بالإضافة إلى إجراء إحصاءات وصفية لعبارات الاستبيان وكذا إختبار فرضيات الدراسة.

1- خصائص عينة الدراسة

1-1 المعلومات الشخصية

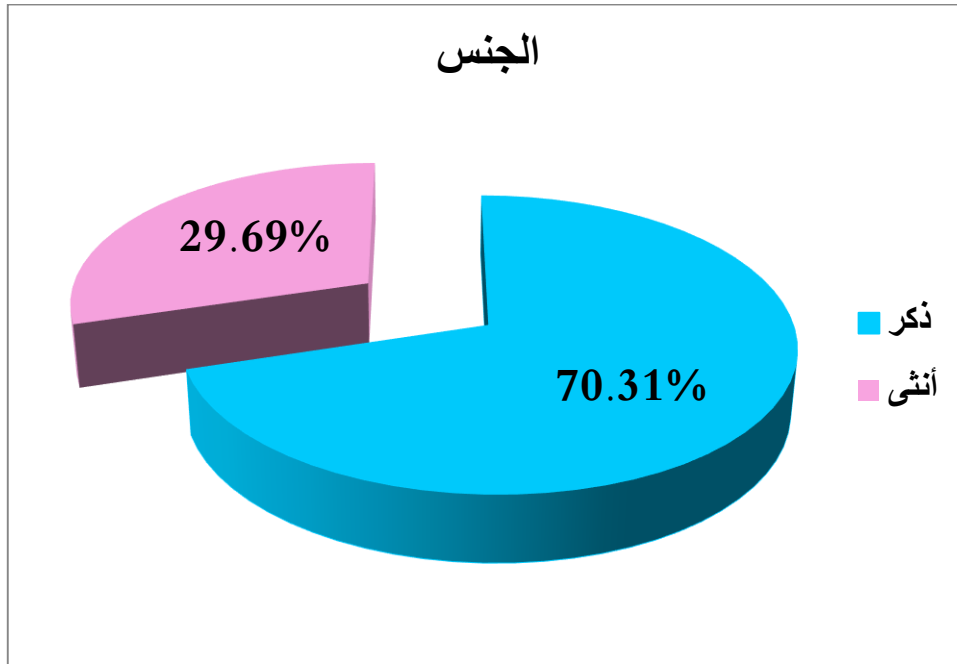
•الجنس: من مجموع 64 استمارة تم معالجتها، استخرجنا الجدول التالي:

الجدول رقم (05): تكرارات أفراد العينة حسب الجنس

الجنس	التكرار	نسبة
ذكر	45	70.3%
أنثى	19	29.7%
المجموع	64	100%

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على SPSS Version 20

الشكل رقم (07): تركيبة عينة الدراسة حسب الجنس



المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS Version 20

من خلال الجدول والشكل أعلاه نجد أن جنس الذكور ساهم بشكل كبير جدا في تشكيل أفراد العينة الإحصائية بنسبة 70.3% بينما الإناث تقدر نسبتهم في العينة بـ 29.7% أي نسبة الذكور أكبر من سبة الإناث وهذا يعود إلى طبيعة المؤسسة التي أجريت فيها الدراسة، وإلى نوع العينة القصيدة، أي نسبة الذكور أكبر نسبة الإناث وهذا يعود إلى طبيعة التوظيف للمركب المعدني الشلالة.

•السن: من مجموع 64 استمارة تم معالجتها، استخرجنا الجدول التالي:

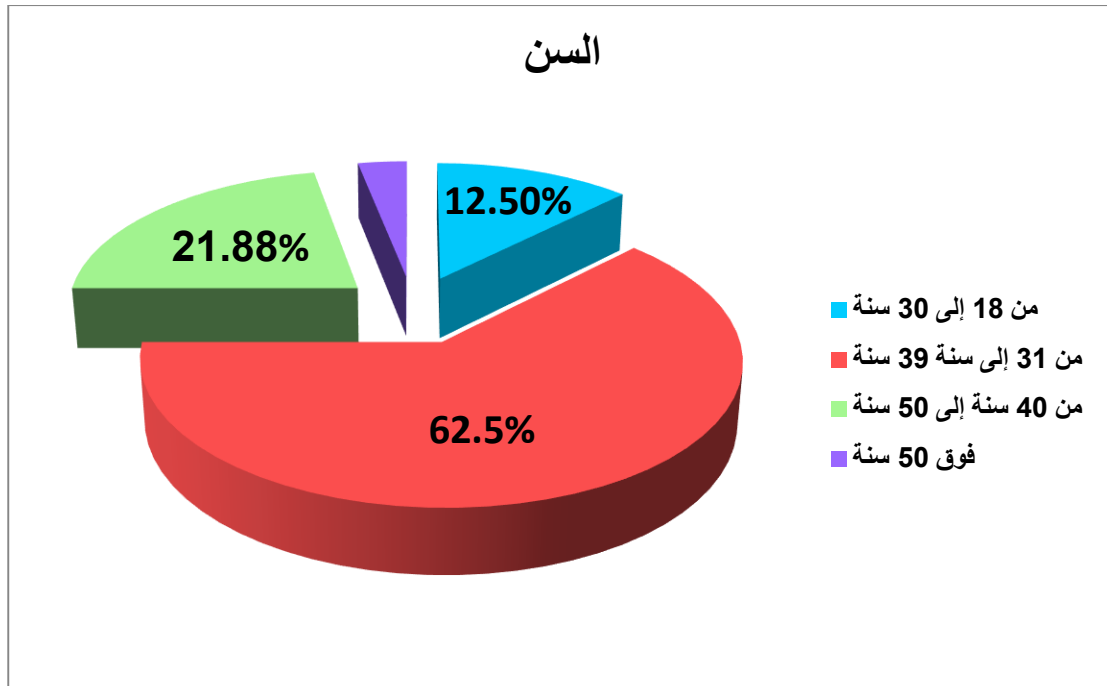
الجدول رقم (06): تكرارات أفراد العينة حسب السن

النسبة	التكرار	السن
12.5%	8	من 18 إلى 30 سنة

من 31 سنة إلى 39 سنة	40	62.5%
من 40 سنة إلى 50 سنة	14	21.9%
فوق 50 سنة	2	3.1%
المجموع	64	100%

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS Version 20

الشكل رقم (08): تركيبة عينة الدراسة حسب السن



المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS Version 20

من خلال الجدول والشكل أعلاه نجد أن الفئة العمرية الأكثر تعاملا مع العينة الإحصائية هي الفئة العمرية الذين أعمارهم من 31 سنة إلى 39 سنة وذلك بنسبة 62.5%، ثم تليها فئة الأشخاص من 40 سنة إلى 50 سنة بنسبة 21.9%، وتليها كل من فئة الأشخاص من 18 إلى 30 سنة بنسبة 12.5%، ثم فئة فوق 50 سنة بنسبة 3.1%، وهي أقل نسبة مقارنة بنسب الفئات العمرية الأخرى وهذا راجع إلى أن أغلب العينة الإحصائية التي تم استجوابهم هي فئة الكهول أي العاملين في المركب، وهذا يدل على أننا اعتمد على هذه الفئة التي تتميز وتتمتع بالنشاط والقدرة على ترجمة الاستبيان جيدا.

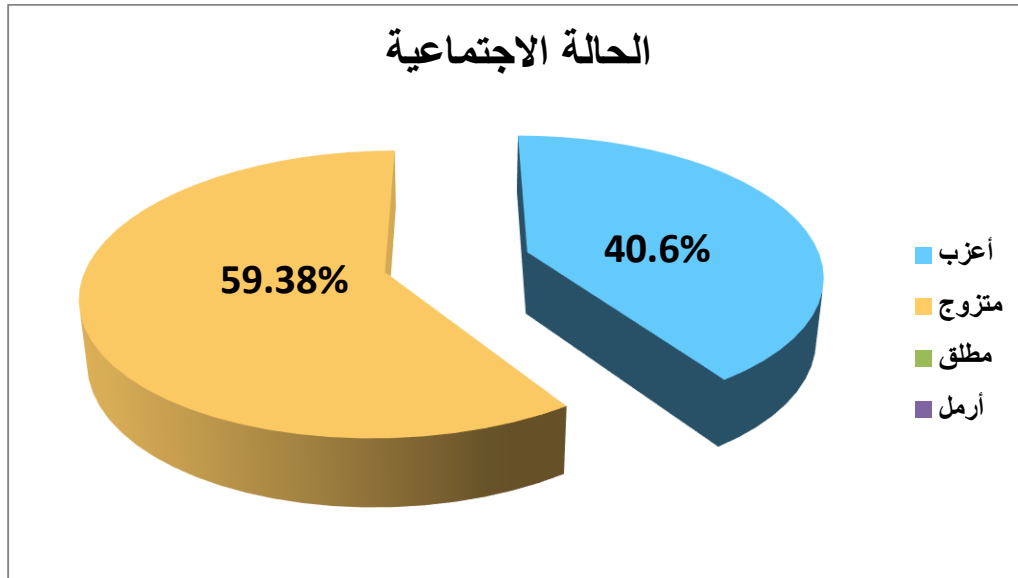
• الحالة الاجتماعية: من مجموع 64 استمارة تم معالجتها، استخرجنا الجدول التالي:

الجدول رقم (07): تكرارات أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية	التكرار	نسبة
أعزب	26	40.6%
متزوج	38	59.4%
مطلق	0	0%
أرمل	0	0%
المجموع	64	100%

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS Version 20

الشكل رقم (09): تكرارات أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية



المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS Version 20

من خلال الجدول والشكل أعلاه، نلاحظ أن الحالة الاجتماعية الذي غلب على أفراد العينة الإحصائية هو الحالة الاجتماعية متزوج بنسبة 59.4%، ثم تليها الحالة أعزب بنسبة 40.6%، أما فئات الأخرى (مطلق، أرمل) لم تصادفها، وبالتالي فإن معظم أفراد العينة إما متزوج أو أعزب ونسب توضح التقارب بينهما.

•المستوى التعليمي: من مجموع 64 استمارة تم معالجتها، استخراجنا الجدول التالي:

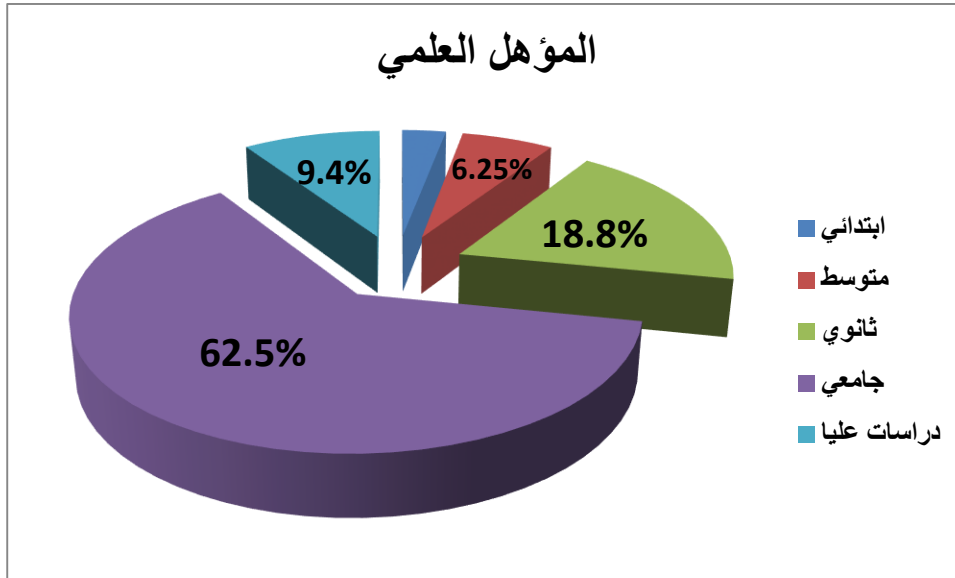
الجدول رقم (08): تكرارات أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرار	نسبة
ابتدائي	2	3%

متوسط	4	6.3%
ثانوي	12	18.8%
جامعي	40	62.5%
دراسات عليا	6	9.4%
المجموع	64	100%

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS Version 20

الشكل رقم (10): تكرارات أفراد العينة حسب المستوى التعليمي



المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS Version 20

من خلال الجدول والشكل أعلاه، نلاحظ أن المستوى التعليمي الذي غلب على أفراد العينة الإحصائية هو المستوى الجامعي بنسبة 62.5% بنسبة متباعدة مع المستويات الأخرى، تليها فئة ثانوي أو أقل بنسبة 18.8% أما النسبة متوسطة كانت لدراسات العليا بنسبة 9.4%، أما النسبة في الأفراد الذين لهم مستوى تعليمي ذات متوسطة بنسبة 6.3%، أما فئة اقل نسبة هي الابتدائي بـ 3% وبالتالي فإن معظم أفراد العينة ذو مستوى ومن حملة الشهادات، وهذا ما يفيد دراستنا فهذه الفئة تكون أكثر فهما وموضوعية لإظهار واقع الخدمات الفندقية، ويمكن تفسير هذه النتائج بأننا ركزنا علي هذه الفئة التي لها معرفة كمية حول الموضوع.

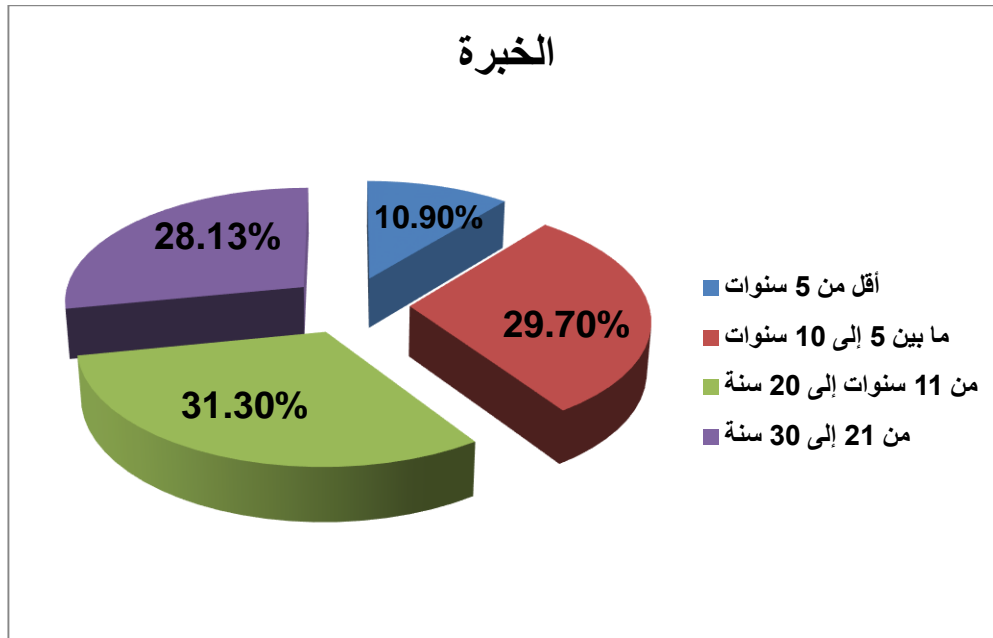
•مدة التعامل: من مجموع 64 استمارة تم معالجتها، استخرجنا الجدول التالي:

الجدول رقم (09): تكرارات أفراد العينة حسب عدد سنوات الخدمة

عدد سنوات الخدمة	التكرار	نسبة
أقل من 5 سنوات	7	10.9%
ما بين 5 و 10 سنوات	19	29.7%
من 11 سنوات الى 20 سنة	20	31.3%
من 21 سنوات إلى 30 سنة	18	28.1%
المجموع	32	100%

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS Version 20

الشكل رقم (11): تركيبة عينة الدراسة حسب عدد سنوات الخدمة



المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS Version 20

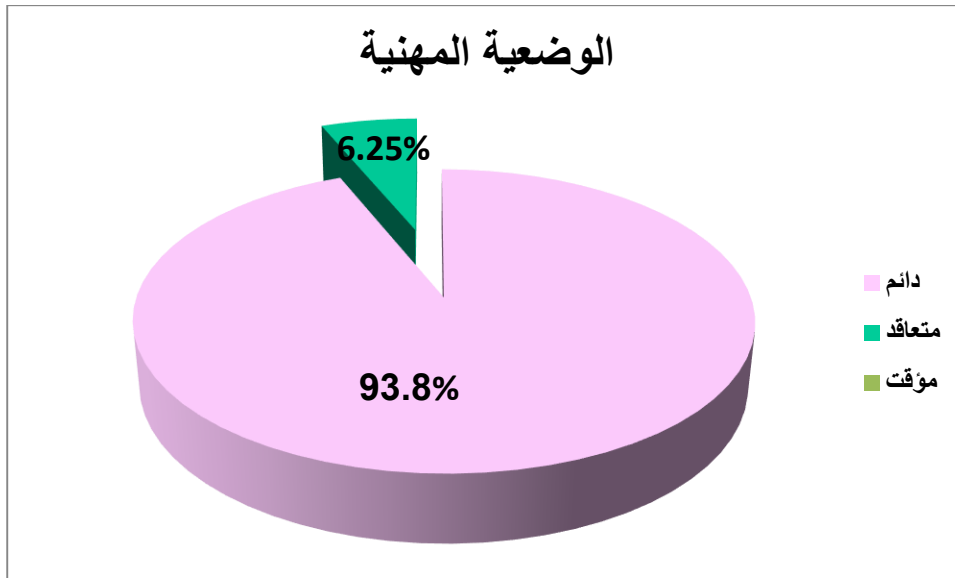
من الجدول والشكل أعلاه، نجد أن الفئة الغالبة لأفراد العينة الإحصائية حسب عدد سنوات الخدمة تتراوح ما بين 11 و 20 سنوات بنسبة 31.3% ومن 5 سنوات إلى 10 سنة جاءت في مركز الثانية بنسبة 29.7%، في حين نجد الذين تتراوح مدة سنوات الخدمة من 21 سنوات إلى 30 سنة بنسبة 28.1%، أما الفئة أقل من 5 سنوات جاءت في المرتبة الأخيرة بنسبة 10.9%، وبالتالي نستنتج أن معظم العينة التي أجابت علي الاستبيان لها خبرة في مجالات الخدمات السياحية، وتدل هذه النتائج على أن أفراد العينة يتمتعون خبرة في التعامل مع السياحيين الفندقية. وأن إجاباتهم تسمح لنا بمعالجة إشكالية بحثنا لما لهم من زاد معلوماتي حول طبيعة الموضوع. الوضعية المهنية من مجموع 64 استمارة تم معالجتها، استخرجنا الجدول التالي:

الجدول رقم (10): تكرارات أفراد العينة حسب الوضعية المهنية

الوضعية المهنية	التكرار	نسبة
دائم	60	93.8%
متعاقد	4	6.2%
مؤقت	0	0%
المجموع	32	100%

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS Version 20

الشكل رقم (12): تركيبة عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي



المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS Version 20

من خلال الجدول والشكل أعلاه نجد أن الوضعية المهنية الأكثر تعاملا مع العينة الإحصائية هي الموظف الدائم بنسبة 93.9%، ثم تليها فئة الأشخاص متعاقد بنسبة 6.25%، وأما فئة الأشخاص المؤقت لا تستعملها المركب في التوظيف وذلك راجع إلى سياسة المركب المعدني حمام الشلالة، وهذا راجع إلى أن أغلب العينة الإحصائية التي تم استجوابهم من داخل المركب، وهذا يدل على أننا نعتمد على هذه الفئة الموظف الدائم التي تتميز بخبرة والقدرة على ترجمة الاستبيان جيدا.

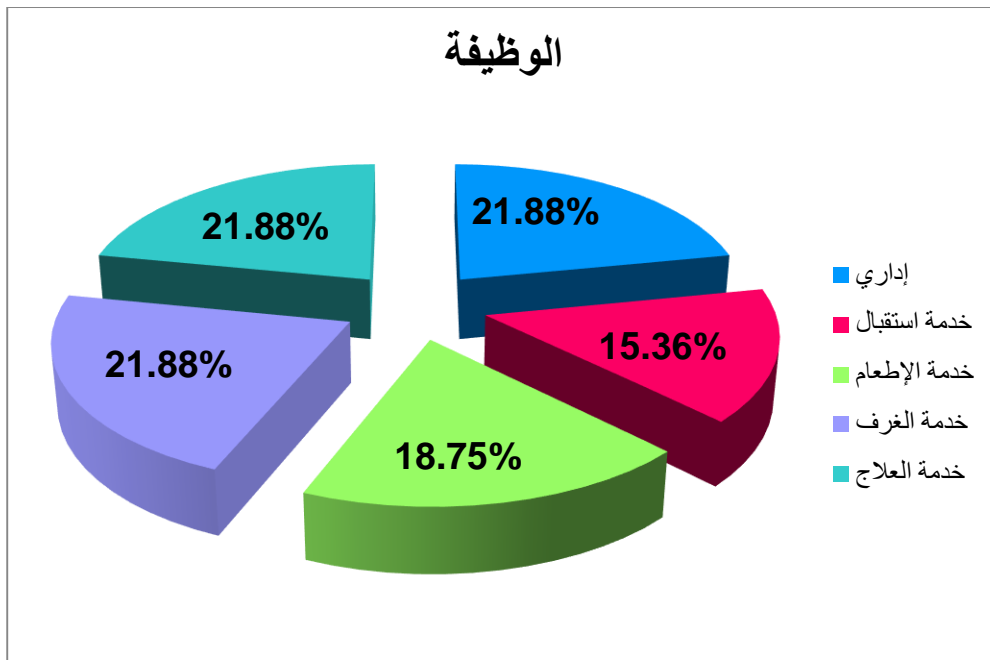
الجدول رقم (11): تكرارات أفراد العينة حسب الوظيفة

الوظيفة	التكرار	نسبة
---------	---------	------

إداري	14	21.9%
خدمة استقبال	10	15.4%
خدمة الإطعام	12	18.8%
خدمة الغرف	14	21.9%
خدمة العلاج	14	21.9%
المجموع	64	100%

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS Version 20

الشكل رقم (13): تركيبة عينة الدراسة حسب الوظيفة



المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS Version 20

من خلال الجدول والشكل أعلاه نجد أن تساوي في الفئة وظيفية في المركب المعدني الشلالة هي (إداري، خدمة الإطعام، خدمة الغرف، خدمة العلاج) بنسبة 21.88% متساوي فيما بينها مع العينة الإحصائية القصدية، ثم تليها فئة خدمة استقبال بنسبة 18.75%، وهذا راجع إلى أن أغلب العينة الإحصائية القصدية وطبقة المركب المعدني حمام الشلالة في مناصب الشغل متوفرة.

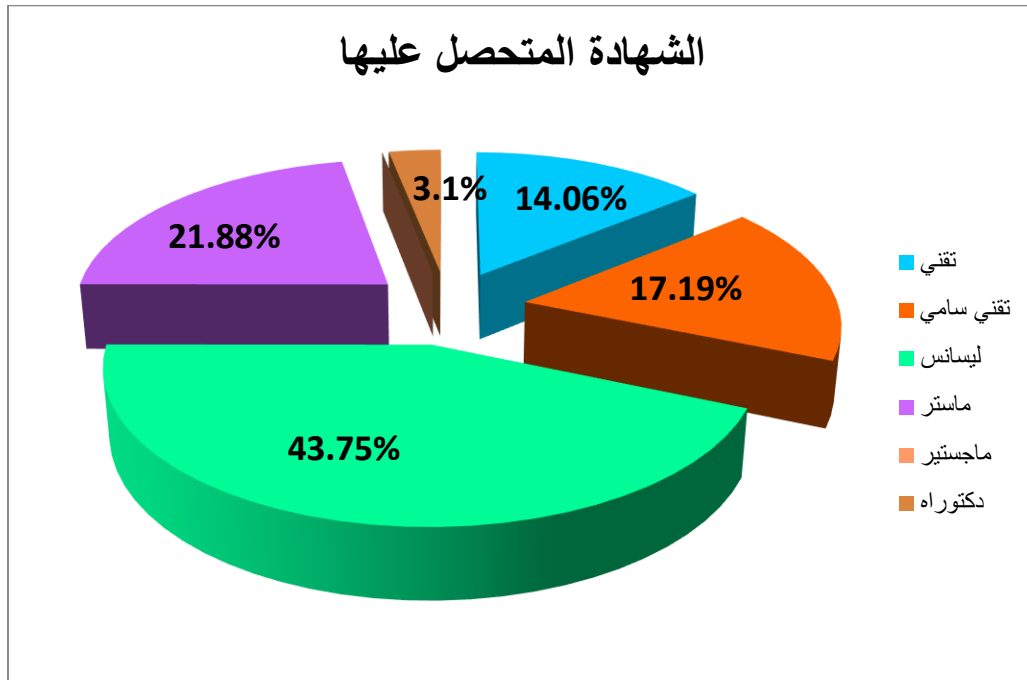
الجدول رقم (12): تكرارات أفراد العينة حسب الشهادة المتحصل عليه

الشهادة المتحصل عليها	التكرار	نسبة
-----------------------	---------	------

تقني	9	14.1%
تقني سامي	11	17.2%
ليسانس	28	43.8%
ماستر	14	21.9%
ماجستير	0	00%
دكتوراه	2	3.1%
المجموع	32	100%

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS Version 20

الشكل رقم (14): تكرارات أفراد العينة حسب الشهادة المتحصل عليه



المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS Version 20

من خلال الجدول والشكل أعلاه، نلاحظ أن الشهادة المتحصل عليها التي غلبت على أفراد العينة الإحصائية القصدية هو شهادة ليسانس ماستر بنسبة 43.8%، بنسبة متباعدة مع المستويات الأخرى، تليها فئة ماستر أو أقل بنسبة 21.88%، أما النسبة متوسطة كانت تقني سامي بنسبة 17.2%، ثم تليها الأفراد الذين لهم تقني بنسبة 14.10%، أما فئة اقل نسبة هي دكتوراه بـ 3.10%. وبالتالي فإن معظم أفراد العينة ذو

مستوى ومن حملة الشهادات، وهذا ما يفيد دراستنا فهذه الفئة تكون أكثر فهما وموضوعية لإظهار ترقية الخدمات الفندقية، ويمكن تفسير هذه النتائج بأننا ركزنا على هذه الفئة التي لها معرفة كمية حول الموضوع.

وما يمكن استنتاجه من الجداول السابقة للمعلومات الشخصية عن العمال هو أن:

جنس الذكور يحتل المرتبة الأولى في الفئة العمرية من 31 سنة إلى 39 سنة والحالة الاجتماعية هم المتزوجون والذين لديهم مستوى تعليمي جامعي ولذي لهم سنوات الخدمة في الفندق من 11 سنة إلى 20 سنة ولهم وظيفة دائما وهم الأكثر حسب العينة المدروسة.

2- محاور الدراسة

اعتمدنا في قياس وتحليل علتمية المورد البشري ومدى تأثيره الخدمات السياحية الفندقية، على وضع عبارات مقترحة تمحورت أساسا حول تحسينا لخدمات الفندقية عن طريق تنمية المورد البشري والتي تتمثل في: (التدريب والتعليم)، بعد قيامنا بتفريغ بيانات استمارات الاستبيان بإستخدام برنامج SPSS20.

3- عرض نتائج الدراسة

بعد أن قمنا بتحليل خصائص العينة التي تعبر عنها عبارات الاستبيان، قمنا بإجراء إحصاءات وصفية لعبارات الاستبيان من خلال الاستعانة بالانحراف المعياري والمتوسط الحسابي (أنظر الملحق رقم 08)، الذي على أساسه نجد اتجاه الفرضية، ونظرا لإستخدامنا لمقياس (Likert) الخماسي فإن الأمر يستلزم تحديد خمس مجالات يمكن للمتوسط الحسابي أن يقع بينها، حيث يمكن تحديد هذه المجالات كالتالي:

➤ طول المدى: $5-1=4$

➤ متوسط المدى: $4/5-0.8$

وبإضافة 0.8 عند نهاية كل مجال نجد الاتجاه العام لأفراد العينة وذلك بالإعتماد على الجدول التالي:

الجدول رقم (13): مجالات المتوسط الحسابي لتحديد الاتجاه العام للعبارات

الاتجاه العام	المجال
منخفضة جدا	[01 - 1.8]
منخفضة	[1.8 - 2.6]
متوسطة	[2.6-3.4]
عالية	[3.4-4.2]
عالية جدا	[4.2 - 05]

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS Version 20

3-1 الإحصاءات الوصفية للمتغير المستقل (تنمية المورد البشري)

الجدول رقم (14): الإحصاءات الوصفية للعبارات التدريب

رقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه العبارة
01	يضع المركب برامج تدريبية لتطوير مهارات المورد البشري	3.58	0.99	عالية
02	تتصف البرامج التدريبية بالدورية والاستمرارية.	3.63	0.93	عالية
03	يكون الوقت المحدد للتدريب كافيا.	3.52	0.84	عالية
04	تضيف البرامج التدريبية معارف جديدة للموظفين.	3.41	0.94	عالية
05	يساعد التدريب الموظفين على اتخاذ أفضل القرارات لأداء أعمالهم.	3.47	1.01	عالية
06	تزيد طول فترة التدريب من فعالية أداء المتدربين	3.56	0.87	عالية
07	تتناسب الدورات التدريبية مع الاحتياجات الوظيفية بالمركب	3.23	1.16	متوسطة
08	تحدد إدارة المركب أهداف معينة لتنظيم وتنفيذ البرامج التدريبية.	3.33	1.04	متوسطة
09	أفضل طريقة للتدريب تجرى داخل المركب	3.78	0.85	متوسطة
10	يقوم المركب بتدريب الموظفين لتطوير وتنمية مهاراتهم وقدراتهم	3.83	0.77	عالية
المجموع		3.54	0.99	عالية

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS Version 20

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن المتوسط الحسابي لمحور التدريب يقدر بـ 3.54 والذي يميل إلى مجال الموافقة أي أن معظم الأفراد المستقصي منهم يرون بأن المؤسسة تحسن الخدمات السياحية عن طريق التدريب، كأعلى متوسط حسابي لهذا المحور بـ 3.83، وبانحراف معياري 1.16، ويرون أن تتناسب الدورات التدريبية مع الاحتياجات الوظيفية بالمركبممكنك المقارنة بين الخدمات المعروضة بشكل مباشر، فالمؤسسة تمتلك أجهزة حاسوب ومعدات لتقدم الدورات التدريبية لعمالها، بينما العبارة رقم (07، 08) تميل إلى مجال محايد، أي أنهم ليس لهم فكرة عن أفضلية التدريب داخل أو خارج المركب الحمام الشلالة مركب المعدني

الجدول رقم (15): الإحصاءات الوصفية للعبارة المتعلقة بمحور "التعليم"

رقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه العبارة
11	أفضل أسلوب لتعليم الموظفين هو إقامة محاضرات.	3.77	1.22	عالية
12	تخصص إدارة الموارد البشرية للمركب موارد معتبرة لدعم التعليم.	3.81	1.06	عالية
13	طول الفترة التعليمية تزيد من فعالية التعليم.	4.31	1.14	عالية جدا
14	تحديد برامج تعليمية وفقا لطبيعة الوظائف في المركب.	3.61	1.16	عالية
15	تتغير سلوكيات المتعلمين نتيجة خبرة المدرسين.	3.59	1.17	عالية
16	يتم وضع البرامج التعليمية من قبل رئيس القسم المباشر في المركب.	3.38	1.04	عالية
17	الدورات التعليمية التي يقوم بها المركب لتعليم الموظفين تكون مجانية.	4.06	0.97	عالية
18	تزيد برامج التعليم من خبرة ومهارة الموظفين في التعامل مع الضيوف	4.48	0.94	عالية جدا
19	يقوم المركب بالتعليم الإلكتروني للموظفين لتخفيض التكلفة وتحسين الأداء.	4.39	1.08	عالية جدا
20	يساهم التعليم في رفع الكفاءة وسعة الاستيعاب لدى الموظفين.	4.44	1.02	عالية جدا
المجموع		3.98	1.08	عالية

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS Version 20

من الجدول أعلاه يتضح أن هناك (اتفق) لمجمل العبارات ماعدا العبارة رقم (19) محايد، والتي تعلمك بأن المركب يقوم بالتعليم الإلكتروني للموظفين لتخفيض التكلفة وتحسين الأداء، إذ قدروا لمتوسط الحسابي الكلي بـ 3.98 وبانحراف معياري 1.08، مما يدل على وجود تجانس كبير لإجابات عينة (التعليم ب موافقة)، وتمثلت قيم هذه المتوسطات من 4.44 إلى غاية 3.38، ومن خلال الاتجاهات التالية نستطيع أن نقول أن التعليم يعمل على زيادة الأداء المركب المعدني الشلالة، بحيث تعتمد المؤسسة على تعليم وتدريب العاملين.

الجدول رقم (16): المتوسط والانحراف لأبعاد تنمية المورد البشري لدى العمال بالمركب حمام الشلالة

بولاية قلمة

أبعاد المتغير المستقل	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه العبارة
التدريب	3.54	0.99	عالية
التعليم	3.98	1.08	عالية
المجموع	3.76	1.04	عالية

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS Version 20

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن جميع العمال موافقين على الأبعاد المتعلقة المحور الأول والمتمثلة في تنمية المورد البشري وينقسم إلى جزئيين هما (التدريب، التعليم)، إذ أن المتوسط الحسابي الكلي قدر بـ 3.76، حيث يقع ضمن المجال [3.4...4.2]، وقيم التعليم أكبر من التدريب بالقيمة 3.69، أما الثانية جاءت بـ 3.54 ونلاحظ بأن الانحراف المعياري لمجمل العبارات 1.04 وهذا دلالة على وجود تجانس (تقارب) في الإجابات. وهذا يثبت لنا وجود دور هاته الأبعاد مركب المعدني الشلالة بولاية قلمة.

2-3 الإحصاءات الوصفية للمتغير التابع (الخدمات السياحية الفندقية)

الجدول رقم (17): الإحصاءات الوصفية للعبارات المتعلقة بـ "الخدمات السياحية الفندقية"

رقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اتجاه العبارة
21	يستخدم المركب تقنيات حديثة لتسهيل أداء الخدمات الفندقية.	4.84	0.82	عالية جدا
22	يعزز الأداء الجيد للخدمة الفندقية ثقة السائح في المركب.	4.39	0.92	عالية جدا
23	يعمل المركب على تحسين الأداء بصفة دائمة ومستمرة	4.44	0.87	عالية جدا
24	يحرص المركب على توظيف موارد بشرية مؤهلة لتأدية خدماتها الفندقية.	3.52	1.04	عالية جدا
25	يعمل المركب على تحسين الخدمات الفندقية بما يتلاءم مع احتياجات ورغبات السائحين.	3.81	0.92	عالية
26	يوفر المركب خدمة النقل تيسيرا للسائحين في التنقل من مكان لآخر.	3.69	0.79	عالية
27	يقدم المركب مختلف وسائل الإعاشة من أغذية ومشروبات متنوعة.	3.98	0.65	عالية
28	يسعى المركب دائما لتوفير وسائل ترفيه إضافية إلى خدمات التسوق السياحي.	3.63	0.88	عالية
29	يوفر المركب الظروف الملائمة لأداء الخدمات الفندقية على أحسن وجه.	3.84	0.78	عالية
30	يركز المركب على التدريب في تنمية المورد البشري لتحسين الخدمات السياحية الفندقية.	3.67	0.96	عالية
المجموع		3.98	0.86	عالية

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS Version 20

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن هنالك توافق جميع العمال على الأبعاد المتعلقة المحور الثاني والمتمثلة في الخدمات السياحية الفندقية، وإذ قدر المتوسط الحسابي الكلي قدر بـ 3.98، حيث يقع ضمن المجال [3.4....4.2] والقيم هنالك تساوي متساويين العبارات في درجات الموفقة وموفقة تماما وتراوحت القيم 3.52 إلى القيمة 4.84 ونلاحظ بأن الانحراف المعياري لمجمل العبارات 0.86 وهذا دلالة على وجود تجانس كبير في الإجابات. هنالك عبارة يجب تركز عليها في المركب المعدني لزيادة تحسين الخدمات السياحية الفندقية،

وفي الأخير يثبت لنا وجود دور هام لأبعاد المتغير التابع (الخدمات السياحية الفندقية) على تنمية المورد البشري مركب الشلالة بولاية قلمة.

4- إختبار الفرضيات

بعد أن تطرقنا لنتائج التحليل الإحصائي للمتوسط الحسابي والاتجاه العام لآراء أفراد العينة سنقوم بإختبار الفرضيات عند مستوى دلالة ($\alpha=0.05$)

- الفرضية الرئيسية الأولى:

بهدف معرفة مدى صحة الفرضية الرئيسية قمنا بالبحث في أثر العلاقة بين الظاهرتين المدروستين، أي وجود أو عدم وجود أثر تنمية المورد البشري في ترقية الخدمات السياحية الفندقية، وذلك بإجراء إحصاءات وصفية لمحاور الدراسة للمتغيرات المستقلة والمتغير التابع من خلال الاستعانة بمعامل التحديد (أنظر الملحق) وعلى أساسه نجد اتجاه الفرضية، وثناأكد من صحة وثبوت الفرضية الرئيسية والتي مفادها:

▪ H_0 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية تنمية المورد البشري في ترقية الخدمات السياحية الفندقية لمركب

المعدني حمام الشلالة قلمة عند مستوى معنوية ($\alpha=0.05$)

▪ H_1 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية تنمية المورد البشري في ترقية الخدمات السياحية الفندقية لمركب

المعدني حمام الشلالة قلمة عند مستوى معنوية ($\alpha=0.05$)

ولقد تم إستخدام نموذج الإنحدار الخطي المتعدد لإختبار الفرضيات بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، وسنوضح ذلك من خلال الجدول الآتي:

الجدول رقم (18): الإنحدار الخطي المتعدد لمحاور الدراسة

المتغيرات المستقلة	المتغير التابع	معامل الإنحدار	القيمة الاحتمالية	معامل التحديد	قيمة f	قيمة a
التدريب	الخدمات السياحية (الفندقية)	0.270	0.001			
التعليم	الخدمات السياحية (الفندقية)	0.622	0.000			
أبعاد الموارد البشرية			0.000	0.666	60.75	0.494

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS Version 20

من خلال الجدول أعلاه نستنتج معادلة الإنحدار الخطي المتعدد كآآتي:

$$Y = 0.494 + 0.270(X1) - 0.622(X2)$$

يعني أنه يوجد أثر قوى ونلاحظ أن معامل التحديد (0.666) أي بنسبة 66.6% من تنمية المورد البشري على ترقية الخدمات السياحية الفندقية، ويدل هذا على أن تنمية المورد البشري تؤثر بنسبة 66.6% على ترقية الخدمات السياحية الفندقية بمركب حمام المعدني الشلالة بولاية قالمة، كما أن (sig=0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$)، وهذا يدل على ملائمة النموذج للبيانات أما معامل الإنحدار فهو يساوي (0.494)، والقيمة الاحتمالية (sig=0.000) وهي أقل من مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$)، وهذا ما يؤكد رفض الفرضية الرئيسية الأولى، وبالتالي نرفض H_0 نقبل الفرضية البديلة H_1 والتي مفادها يوجد أثر ذو دلالة إحصائية تنمية المورد البشري في ترقية الخدمات السياحية الفندقية لمركب المعدني حمام الشلالة قالمة عند مستوى معنوية ($\alpha=0.05$)

- الفرضيات الفرعية:

➤ لا يوجد أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية لبعء التدريب على ترقية الخدمات السياحية الفندقية لمركب المعدني حمام الشلالة عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$)؛

H_0 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعء التدريب على ترقية الخدمات السياحية الفندقية لمركب المعدني حمام الشلالة عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$)

H_1 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعء التدريب على ترقية الخدمات السياحية الفندقية لمركب المعدني حمام الشلالة عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$)؛

بمقارنة Sig = 0.001 مع $\alpha = 0.05$ نجد أن Sig أقل من α ومنه فإن نقبل الفرضية البديلة H_1 .

➤ لا يوجد أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية لبعء التعليم على ترقية الخدمات السياحية الفندقية لمركب المعدني حمام الشلالة عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$)؛

H_0 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعء التعليم على ترقية الخدمات السياحية الفندقية لمركب المعدني حمام الشلالة عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$)؛

H_1 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعء التعليم على ترقية الخدمات السياحية الفندقية لمركب المعدني حمام الشلالة عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$)؛

بمقارنة Sig = 0.000 مع $\alpha = 0.05$ ، نجد أن Sig أقل من α ومنه فإن نقبل الفرضية البديلة H_1 .

ومنه نستنتج الجدول التالي المتعلق بملخص الفرضيات:

الجدول رقم (19): ملخص الفرضيات

النتيجة	الفرضية	الرقم
مقبولة	لا يوجد أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية لتنمية المورد البشري على ترقية الخدمات السياحية الفندقية لمركب المعدني حمام الشلالة عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$)	01
مقبولة	لا يوجد أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية لبعث التدريب على ترقية الخدمات السياحية الفندقية لمركب المعدني حمام الشلالة عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$)	02
مقبولة	لا يوجد أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية لبعث التعليم على ترقية الخدمات السياحية الفندقية لمركب المعدني حمام الشلالة عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$)	03

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS Version 20

- الفرضية الرئيسية الثانية

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الخدمات السياحية الفندقية تعزى إلى المتغيرات الديموغرافية (الجنس، السن، الحالة الإجتماعية، الوضعية المهنية، المؤهل العلمي، الشهادة المتحصل عليها، الوظيفة، عدد سنوات الخدمة في الفندق).

H1: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الخدمات السياحية الفندقية تعزى إلى المتغيرات الديموغرافية (الجنس، السن، الحالة الإجتماعية، الوضعية المهنية، المؤهل العلمي، الشهادة المتحصل عليها، الوظيفة، عدد سنوات الخدمة في الفندق).

❖ بالنسبة للمتغيرات الديموغرافية (الجنس، السن، الحالة الإجتماعية، الوضعية المهنية، المؤهل العلمي،

الشهادة المتحصل عليها، الوظيفة، عدد سنوات الخدمة في الفندق)

من أجل إختبار هذه الفرضية قمنا بإستخدام إختبار لتحليل التباين الأحادي (One-Way ANOVA)، وكانت النتائج حسب الجدول الآتي:

الجدول رقم (20): إختبار تحليل التباين (ANOVA) للفروق بين متوسط إجابات أفراد العينة وفقا

للمتغيرات الديموغرافية (البيانات الشخصية)

العوامل	مصدر التباين	المربعات مجموع	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة f	مستوى الدلالة
الجنس	بين المجموعات	2.758	14	0.197	0.814	0.648
	داخل المجموعات	4.117	17	0.242	-	
	المجموع	6.875	31	-	-	
السن	بين المجموعات	9.458	14	0.676	2.120	0.076
	داخل المجموعات	5.417	17	0.319	-	
	المجموع	14.875	31	-	-	
الحالة الاجتماعية	بين المجموعات	3.325	14	0.238	0.887	0.584
	داخل المجموعات	4.550	17	0.268	-	
	المجموع	7.875	31	-	-	
الوضعية المهنية	بين المجموعات	5.500	14	0.393	0.673	0.770
	داخل المجموعات	2.000	17	0.118	-	
	المجموع	7.500	31	-	-	
المؤهل العلمي	بين المجموعات	8.158	14	0.583	0.673	0.010
	داخل المجموعات	14.717	17	0.866	-	
	المجموع	22.875	31	-	-	
الشهادة المتحصل عليها	بين المجموعات	15.300	14	1.093	0.837	0.628
	داخل المجموعات	22.200	17	1.306	-	
	المجموع	37.500	31	-	-	
الوظيفة	بين المجموعات	23.602	14	1.686	0.665	0.777
	داخل المجموعات	43.117	17	2.536	-	
	المجموع	66.719	31	-	-	
عدد سنوات الخدمة في الفندق	بين المجموعات	12.908	17	0.922	0.872	0.597
	داخل المجموعات	17.967	14	1.057	-	
	المجموع	30.875	31	-	-	

المصدر: من إعداد الطلبة باستخدام برنامج SPSS Version 20

- ✓ أما بالنسبة لمتغير السن فنلاحظ أن قيمة (sig=0.076) وهي أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) ومنه فإنه لا توجد فروق في متوسط اتجاهات أفراد العينة حول للخدمات السياحية الفندقية تعزى لمتغير السن.
- ✓ أما بالنسبة لمتغير الحالة الاجتماعية فنلاحظ أن قيمة (sig=0.584) وهي أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) ومنه فإنه لا توجد فروق في متوسط اتجاهات أفراد العينة للخدمات السياحية الفندقية تعزى لمتغير الحالة الاجتماعية.
- ✓ أما بالنسبة لمتغير الوضعية المهنية فنلاحظ أن قيمة (sig=0.770) وهي أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) ومنه فإنه لا توجد فروق في متوسط اتجاهات أفراد العينة للخدمات السياحية الفندقية تعزى لمتغير الوضعية المهنية.
- ✓ أما بالنسبة لمتغير المؤهلات العلمية فنلاحظ أن قيمة (sig=0.010) وهي أقل من مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) ومنه فإنه توجد فروق في متوسط اتجاهات أفراد العينة للخدمات السياحية الفندقية تعزى لمتغير المؤهلات العلمية.
- ✓ أما بالنسبة لمتغير الشهادة المتحصل عليها فنلاحظ أن قيمة (sig=0.628) وهي أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) ومنه فإنه لا توجد فروق في متوسط اتجاهات أفراد العينة للخدمات السياحية الفندقية تعزى لمتغير الشهادة المتحصل عليها.
- ✓ أما بالنسبة لمتغير الوظيفة فنلاحظ أن قيمة (sig=0.777) وهي أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) ومنه فإنه لا توجد فروق في متوسط اتجاهات أفراد العينة للخدمات السياحية الفندقية تعزى لمتغير الوظيفة.
- ✓ أما بالنسبة لمتغير عدد سنوات الخدمة فنلاحظ أن قيمة (sig=0.597) وهي أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) ومنه فإنه لا توجد فروق في متوسط اتجاهات أفراد العينة للخدمات السياحية الفندقية تعزى لمتغير عدد سنوات الخدمة.
- ✓ ومنه نرفض الفرضية القائلة بأنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الخدمات السياحية الفندقية تعزى إلى المتغيرات الديموغرافية (الجنس، السن، الحالة الاجتماعية، الوضعية المهنية، المؤهل العلمي، الشهادة المتحصل عليها، الوظيفة، عدد سنوات الخدمة في الفندق).

✓ أما بالنسبة لمتغير الجنس فنلاحظ أن قيمة (sig=0.648) وهي أكبر من مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) ومنه فإنه لا توجد فروق في متوسط اتجاهات أفراد العينة للخدمات السياحية الفندقية تعزى لمتغير الجنس.

ومنه أجمعت العينة المدروسة بكل فروقها إلى التأثير الإيجابي نسبي يقدر بـ 66.6% في تنمية المورد البشري على ترقية الخدمات السياحية الفندقية بمختلف جوانبه، ما ترجمته النتائج المحققة ميدانياً.

خلاصة

احتوى هذا الفصل على دراسة ميدانية على مستوى المركب السياحي حمام الشلالة ببلدية حمام دباغ ولاية قلمة وذلك من أجل معرفة دور تنمية الموارد البشرية في تحسين أداء الخدمات السياحية الفندقية وذلك بعد تحديد المجتمع الإحصائي عن طريق عينة متكونة من 64 موظف يساهم بشكل مباشر في ترقية الخدمات السياحية الفندقية، واستعملنا كأداة للدراسة الاستبيان، وبعد إجراء التعديلات اللازمة عليها قمنا بتوزيعها على الموظفين، وبعد ذلك قمنا بإفراغ الاستبيان من خلال الاعتماد على البرنامج الإحصائي SPSS الذي ساعدنا في إجراء العديد من الإختبارات الإحصائية الوصفية منها والإستدلالية ذات العلاقة بهدف الموضوع، ومن خلال إجابة الموظفين على أسئلة الإستمارة وبعد تفسيرها وتحليلها إتضح لنا مدى إدراكهم لأهمية التدريب والتعليم في تنمية مهاراتهم وتحديد معارفهم لرفع مستوى أداء خدماتهم السياحية الفندقية.

الخاتمة

الخاتمة

يمكننا القول بأن تنمية المورد البشري لها دور فعال في تحسين أداء الخدمات السياحية الفندقية وجودتها، حيث يعتبر المورد البشري هو العنصر الهام لنجاح العمل السياحي الفندقي الذي بدوره يتوجب عليه كفاءة عالية في تقديم الخدمة السياحية والفندقية وذلك باعتبار أن التدريب والتعليم لهما مساهمة في إعداد كوادر بشرية ذات كفاءة عالية، فقد إزداد الإهتمام بالخدمات السياحية والفندقية نتيجة للتطور الحاصل في أذواق ورغبات الزبائن والسياح بسبب حاجاتهم ورغباتهم في الحصول على خدمات تفوق توقعاتهم لتحسين أداء الخدمة السياحية الفندقية.

1- نتائج الدراسة

● النتائج النظرية:

من خلال معالجتنا للموضوع فقد توصلنا إلى النتائج التالية:

- ✓ أن العنصر البشري عنصر حاسم في تحسين وتطوير وتنمية القدرات الفردية؛
- ✓ تنمية المورد البشري أساس نجاح وتفوق المؤسسات السياحية والفندقية؛
- ✓ تنمية المورد البشري حاجة لا بد منها في المؤسسات السياحية والفندقية؛
- ✓ تنمية المورد البشري تساهم في تحسين معارف ومهارات العمل في كل مستويات المؤسسة؛
- ✓ التعليم يساهم بشكل ملموس وواضح في إحداث التطور العلمي والتكنولوجي؛
- ✓ يساعد التدريب على التقليل من نسبة دوران العمل لأن العامل المدرب يكون أكثر انسجاما وتعلقا بعمله من العامل غير المدرب؛
- ✓ التدريب يعدل سلوك المورد البشري ويطور أدائه؛
- ✓ تدريب العاملين بالمؤسسات السياحية الفندقية ينعكس بشكل إيجابي على أداء الخدمة الفندقية.

● النتائج التطبيقية:

من خلال الاستبيان الذي أجريناه تم التوصل إلى النتائج التالية:

- معظم العاملين في المركب السياحي يتم تدريبهم وتعليمهم؛
- من بين أساليب التدريب والتعليم المعتمدة داخل المركب السياحي تتمثل في أسلوب المحاضرة؛
- يهتم المركب السياحي بتدريب وتعليم الموارد البشرية خاصة الإطارات منها خارج الوطن؛
- يهتم المركب السياحي بتحسين وتطوير أداء خدماته السياحية والفندقية بشكل منتظم.

ومن خلال تحليل الاستبيان توصلنا إلى النتائج التالية :

- تم قبول الفرضية البديلة والتي تنص أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 5% بين التدريب والخدمات السياحية الفندقية؛

- تم قبول الفرضية البديلة والتي تتضمن أنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 5% بين التعليم والخدمات السياحية الفندقية
- تم قبول الفرضية البديلة والتي نصت على أنه يوجد أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية لتنمية الموارد البشرية لترقية الخدمات السياحية الفندقية بمركب حمام الشلالة عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$.

2- التوصيات

بناء على النتائج المتحصل عليها يمكن تقديم التوصيات التالية:

- ✓ تكثيف برامج التدريب والاهتمام بالموارد البشرية داخل المركب المعدني الشلالة بتوفير بيئة عمل مناسبة لتقدم أحسن أداء؛
- ✓ من المستحسن مشاركة العاملين بالمركب بوضع برامج تدريبية وتعليمية؛
- ✓ يجب على المركب التنوع في البرامج التدريبية والتعليمية من لأجل تحسين أداء العاملين؛
- ✓ تنوع أساليب التدريب والتعليم للعاملين بالمركب لتجنب الروتين وخلق روح الإبداع للموارد البشرية؛
- ✓ على المركب السياحي اختيار أحسن وأفضل المدربين لتدريب وتعليم موارده البشرية؛
- ✓ يجب على المركب السياحي الاعتماد على أساليب تدريب جديدة لمواكبة التطورات الحاصلة في الخدمات الفندقية؛
- ✓ نقترح على مركب الشلالة الاعتماد على التكوين الإلكتروني كونه يقلل من تكاليف التكوين وبالتالي تنخفض تكاليف التدريب والتعليم والذي بدوره يؤثر على السعر النهائي للخدمة المقدمة، فكلما كانت الأسعار المقدمة منخفضة وبجودة عالية كلما كان السعر تنافسي ومنه المحافظة على القيمة السوقية؛
- ✓ إنشاء موقع إلكتروني خاص بالمركب من أجل الحجز والإستفسار طيلة أيام السنة، وبالتالي يكون العرض والطلب متوفر في أي وقت؛
- ✓ وضع ميزة في موقع الإلكتروني ليشتمل الاقتراحات والشكاوي كي تتم عملية تقييم الخدمة وبالتالي تحسين وتطوير للخدمات المقدمة؛
- ✓ من خلال زيارتنا للمركب لاحظنا بعض النقص في الخدمات التكميلية لذا نوصي بإضافة وتنوع خدمات تكميلية أخرى؛
- ✓ دراسة برامج التدريب والاحتياجات التكوينية بطريقة عقلانية لإستدراك النقائص من أجل العمل عليها.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

I. القرآن الكريم

1. سورة التوبة، الآية 1، 2

II. قائمة الكتب

1. أبو شيخة نادر أحمد: إدارة الموارد البشرية، الإطار النظري وحالات عملية، الطبعة 1، دار صفاء للطباعة والنشر، عمان، الأردن، 2010.
2. أحمد الجلاد: أطوار الاتجاهات الحديثة في السياحة، عالم الكتب للنشر، القاهرة، مصر، 2002.
3. أحمد الجلاد: البيئة المصرية وقضايا التنمية، الطبعة 1، عالم الكتاب، مصر، 1998.
4. إياد عبد الفتاح العشماوي: المحاسبة السياحية، مكتبة الحرية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2009.
5. إياد عبد الفتاح النسور: أسس تسويق الخدمات السياحية العلاجية: مدخل مفاهيمي، الطبعة 1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
6. حسين براقي: إستراتيجية تنمية الموارد البشرية في المؤسسة الاقتصادية، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، المدرسة العليا للتجارة، الجزائر، 2008.
7. خالد عبد الرحيم الهيبي: إدارة الموارد البشرية: مدخل استراتيجي، الطبعة الثانية، دار وائل للنشر، الأردن، 1999.
8. خالد كواش: السياحة "مفهومها أركانها وأنواعها"، دار التنوير للنشر والتوزيع، الجزائر، 2007.
9. خالد مقابلة وعلاء السرايبي: تسويق السياحي الحديث، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، الأردن، 2001.
10. خالد مقابلة: سلسلة السياحة والفندقة (03) فن الدلالة السياحية، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2007.
11. خضير كاظم حمود، ياسين كاسب الخرشنة: إدارة الموارد البشرية، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، 2007.

12. سبأ محمد إمام الأنصاري، إبراهيم خالد عواد: إدارة المنشآت السياحية، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2002.
13. سليم محمد خنفر، علاء حسين السراي: صناعة الفنادق إدارة ومفاهيم، دار النشر جرير للنشر والتوزيع، عمان الأردن 2011.
14. سهيلة محمد عباس، علي حسين علي: ادارة الموارد البشرية، دار وائل للنشر، الأردن، 1999.
15. السيد عليوة: تحديد الاحتياجات التدريبية، الطبعة 1، إيتراك للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2001.
16. شراب الياس، محمود اللماسي : تسويق الخدمات السياحية، الطبعة 1، دار الميسرة للنشر، عمان، 2002.
17. صلاح الدين عبد الباقي: الاتجاهات الحديثة في إدارة الموارد البشرية، دار الجامعة الجديدة للنشر والإسكندرية، مصر، 2002.
18. صالح ونيس عبد النبي: المعتمد في السياحة والآثار، الطبعة الأولى، منشورات اللجنة الشعبية العامة للثقافة والإعلام، 2006.
19. عاشور أحمد صقر: تنمية المهارات القيادية والسلوكية، تدريبات وأنشطة، الطبعة الأولى، المنظمة العربية للتنمية الادارية، القاهرة، مصر، 1997.
20. عباس سهيلة محمد: ادارة الموارد البشرية، الطبعة 3، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2007.
21. عبد السلام أبو قحف، إدارة المنشآت السياحية والفندقية بين النظرية والتطبيق، الدار الجامعية للطباعة والنشر ، مصر ، 2004.
22. عبد العزيز أبو نبعة: دراسات في تسويق الخدمات المتخصصة (منهج تطبيقي)، الطبعة 1، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، 2005،
23. عثمان محمود عليم، بنيتا نبيل سعد: التخطيط السياحي في سبيل تخطيط مكاني شامل ومتكامل، الطبعة 2، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2003.

24. عصام حسن الصعيدي: التسويق والترويج السياحي والفندقي دراسة للتسويق السياحي والفندقي في الدول العربية، دار الراية للنشر والتوزيع، المملكة الأردنية الهاشمية، 2009.
25. عمر وصفي عقيلي: إدارة الموارد البشرية المعاصرة ، دار وائل للنشر، الأردن، 2005.
26. فايز الخاطر: إستراتيجية التدريب الفعال، الطبعة 1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010.
27. فائزة بوراس: إدارة الموارد البشرية وتخطيط المسار الوظيفي للكفاءات، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن-عمان، 2018.
28. فليح حسن خلف: اقتصاد المعرفة، جدار الكتاب العالمي، عمان، 2007.
29. قاسم نايف علوان المحيوي : إدارة الجودة في الخدمات - مفاهيم وعمليات وتطبيقات، دار الشروق، للنشر والتوزيع، الأردن، 2006.
30. ماهر عبد العزيز توفيق: صناعة الفنادق ، دار زهران للنشر والتوزيع، الأردن، 1997.
31. محمد الصيرفي: التخطيط السياحي، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2007.
32. محمد الصيرفي: تخطيط وتنظيم الفنادق، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2007.
33. محمد جمال برعي: التدريب والتنمية، عالم الكتب للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، بدون طبعة، 1973.
34. محمد خميس الزوكة: صناعة السياحة، الطبعة 2، دار المعرفة الجامعية، مصر، 1998م.
35. محمد سعيد أنور سلطان: إدارة الموارد البشرية، دار الجامعية الجديدة، مصر، 2003.
36. محمد سعيد سلطان: ادارة الموارد البشرية، الدار الجامعية للطباعة والنشر، القاهرة 1993.
37. محمد سمير أحمد: الإدارة الإستراتيجية وتنمية الموارد البشرية، الطبعة 1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، 2009.
38. محمد عبد الفتاح الصيرفي، إدارة الموارد البشرية، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2006.
39. محمد فالح، إدارة الموارد البشرية، دار حامد للنشر، الأردن، 2005.

40. محمد مصطفى سليمان: حوكمة الشركات ودور أعضاء مجالس الإدارة والمدربين التنفيذيين، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، الاسكندرية، مصر، 2008.
41. مصطفى عبد القادر: دور الإعلان في التسويق السياحي "دراسة مقارنة"، الطبعة 1، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، 2003.
42. محمد منير حجاب: الاعلام السياحي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2001.
43. مصطفى يوسف كافي : مدخل إلى علم السياحة ، الطبعة الأولى، ألفا للوثائق نشر واستيراد وتوزيع الكتب، قسنطينة، الجزائر، 2017.
44. مصطفى يوسف كافي، علم إدارة الضيافة، الطبعة 1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
45. مؤيد سعيد سالم وعادل حرحوش صالح: إدارة الموارد البشرية، الطبعة 2، مدخل استراتيجي عالم الكتاب الحديث للنشر والتوزيع، عمان، الاردن ، 2006.
46. مقدمة في الإحصاء الوصفي والإستدلالي بإستخدام SPSS : دار خوارزمي العلمية للنشر والتوزيع، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2007،
47. نائل موسى محمد سرحان: مبادئ إدارة الفنادق، دار غيداء للنشر والتوزيع ، عمان، الأردن، 2011.
48. نعيم الطاهر وسراب إلياس: مبادئ السياحة، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، 2007.
49. هباس رجاء الحربي: التسويق السياحي في المنشآت السياحية ، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012.

III. المذكرات

1. عمار بن عيشي: دور تقييم أداء العاملين في تحديد احتياجات التدريب، دراسة حالة، مؤسسة صناعة الكوابل الكهربائية، بسكرة، مذكرة ماجستير في العلوم التجارية، تخصص العلوم التجارية، فرع إستراتيجية، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والتجارية، جامعة المسيلة، الجزائر، 2005-2006.
2. نجمة بوصاع، تنمية الموارد البشرية ودورها في تفعيل الإدارة الالكترونية- دراسة ميدانية بمؤسسة سونالغاز بسوق اهراس- مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر أكاديمي في العلوم الاجتماعية، 2016_2017.

3. سعاد بولعلسل: دور القطاع الفندقى فى ترويج السىاحة دراسة حالة مدينة جيجل، مذكرة لنيل شهادة الماجستير فى التسيير لتقنيات الحضريية جامعة العربي بن مهيدي.
4. حسين براقى: إستراتيجية تنمية الموارد البشرية فى المؤسسة الاقتصادية ، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، المدرسة العليا للتجارة، الجزائر، 2008.
5. ريان زير: مساهمة التسويق السياحي فى تطوير السىاحة فى الوطن العربي - دراسة مقارنة الجزائر، تونس الامارات - أطروحة دكتوراه فى العلوم التجارية، تخصص تسويق سياحي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة محمد خيضر - سكرة - 2017، 2018.
6. وهيبية سراج: إستراتيجية الدمية المواد البشرية كمدخل لتحسين الأداء المستدام فى المؤسسة الاقتصادية مذكرة لنيل شهادة ماجستير فى إطار مدرسة دكتوراه فى علوم التسيير تخصص إدارة الأعمال الإستراتيجية للتنمية المستدامة ، جامعة فرحات عباس سطيف ، 2012/2011.
7. الطاهر عمر بونس المغربي: واقع تطبيق نظم المعلومات الإدارية بالمنظمات الليبية، دراسة ميدانية على الفنادق العاملة بمدينة بنغازي، رسالة ماجستير، قسم الإدارة، كلية الاقتصاد، جامعة بنغازي، الجمهورية الليبية، 2011.
8. وافية محمدي: دور الترويج فى ترقية الخدمات السياحية - دراسة حالة الديوان الوطني للسىاحة - مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير فى العلوم التجارية، تخصص إدارة وتسويق الخدمات، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر -03- ، 2011_2012.
9. مسكين عبد الحفيظ: دور التسويق فى تطوير النشاط السياحي فى الجزائر - حالة الديوان الوطني للسىاحة، مذكرة ماجستير فى العلوم التجارية، تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة 2010/2009.
10. وهيبية دخاخي: دور إدارة الموارد البشرية من استثمار رأس المال البشري فى مؤسسة اقتصادية- دراسة حالة مؤسسة عمر بن عمر قالمة-، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، علوم التسيير، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، 2010،

IV. المجلات والملتقيات

1. نعيمة بارك: تنمية الموارد البشرية وأهميتها فى تحسين الإنتاجية وتحقيق الميزة التنافسية، جامعة الشلف، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد 7 .

2. حسن علي الزغبى: نظم المعلومات وأثرها في تحدد الخيار الاستراتيجي للمنظمات الفندقية، الملتقى الدولي حول مناعة السياحة في الماضي العربي من منظور استراتيجي وإداري وتنموي، المنظمة العربية للتنمية الإدارية (أعمال المؤتمرات) 6-2 يوليو 2006 ، تونس.
3. محمد على الروسان، العوامل المؤثرة في جودة الخدمة الفندقية، الملتقى الدولي الثالث حول الجودة والتميز في منظمات الأعمال، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم المسيرة جامعة 20 أوت 1955، سكيكدة، الجزائر، 7، 8 ماي 2017.
4. محمد محسن قسم الله: تسويق الخدمات السياحية وأثره على تطوير الأداء في المنشآت بالتطبيق على المنشآت السياحية بولاية الخروطوم، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية، المجلة العربية للعلوم وتشر الأبحاث، المجلد 1، العدد الثالث، المملكة العربية السعودية، مايو 2017.
5. الهام يحياوي، بوحديد ليلي: تقييم جودة الخدمات السياحية بالوكالات السياحية ومستوى رضا الزبائن عنها، دراسة حالة جامعة باتنة - 1 - الجزائر، المجلة التاسعة، 2018.
6. يوسف أبو فارة: إستراتيجية التسويق والخدمات الفندقية، ورقة عمل مقدمة للملتقى الأول حول التسيير الفعال في المؤسسة الاقتصادية، 2005، الجزائر.

V. القوانين

1. المرسوم التنفيذي رقم 92-96 المؤرخ في 3 مارس 1996، المتعلق بتحسين المستوى وتحديد الملومات، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الصادرة بتاريخ: 3 مارس 1996.

VI. المواقع الإلكترونية

1. بخوش الصديق: تحديد الاحتياجات التدريبية وانعكاسه على تنية الموارد البشرية، جامعة تبسة، الجزائر، 2015، الملف المتوفر على الرابط:

<https://www.researchgate./publication/301869188>

VII . قائمة المراجع باللغة الأجنبية

1. Bernard Martory , Daniel crozet , **Gestion des R H pilotage social et performances** , édition 5 , Dunod , Paris , 2003.
2. décret exécutif n 92_101 du 3 mars 1992 modifiant et complétant le décret n 85 12 du 26 janvier 1985 définissant et organisant les activités hoteliers et touristiques.
3. Jacqueline Barraud et autres , **La fonction ressources humaine**, ED : dumod , 2eme ED , france , 2004 .
4. John.p.Wilson , **Human Resource Development Learning and training for individuals and organization** , 2end Edition , british libray London , 2004.
5. Philip Kotler ,Bernard Dubois: **Marketing Management**, Publi-union, 2000.
6. Wright and georey G : **Needs analysis theory and the effectiveness of large scale training programs** journal of management developement,vol11 N 5.

*Entreprise De Gestion Touristique D'Annaba
Complexe Thermal Hammam Chellala*

Fiche d'évaluation de formation

Nom et prénom :

Date de la formation :

Nom de formateur :

Titre de formation :

Service :

1- Commencez par quelques questions simples pour évaluer la formation

- Le rythme de la formation vous a-t-il paru satisfaisant ?

Oui totalement Oui en partie Insuffisamment Non pas du tout

- Les horaires étaient-ils adaptés au contenu de la formation ?

Oui totalement Oui en partie Insuffisamment Non pas du tout

- Êtes-vous satisfait des conditions d'organisation ? (convocation, lieu, pauses...)

Oui totalement Oui en partie Insuffisamment Non pas du tout

- Le programme de la formation a-t-il été respecté ?

Oui totalement Oui en partie Insuffisamment Non pas du tout

- Le formateur vous a-t-il semblé performant ?

Oui totalement Oui en partie Insuffisamment Non pas du tout

- Le formateur communiquait d'une façon claire et dynamique ?

Oui totalement Oui en partie Insuffisamment Non pas du tout

- La qualité des supports est-elle suffisante ?

Oui totalement Oui en partie Insuffisamment Non pas du tout

- Les objectifs de formation étaient claires et précis ?

Oui totalement Oui en partie Insuffisamment Non pas du tout

- Les exercices et les activités étaient pertinents à la formation ?

Oui totalement Oui en partie Insuffisamment Non pas du tout

2- Questions Ouverts:

- Quels sont les « Plus + » de la formation ,

.....

- Que faudrait-il changer dans cette formation ?

.....

- Que vous a-t-elle apportée ?

.....

Le rapporte

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Merci

جامعة 08 ماي 1945

كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم لتسيير

قسم العلوم التجارية

تخصص تسويق سياحي وفندقي

استبيان

استبيان حول تنمية المورد البشري في ترقية الخدمات السياحية الفندقية.

_دراسة حالة _ المركب المعدني حمام الشلالة _قائمة_

من إعداد الطلبة:

آية بوقروة جاهمي أنور

في إطار إعداد مذكرة ماستر نرجو من سيادتكم التعاون معنا للإجابة على أسئلة الاستبيان بتحديد رأيكم بالنسبة لكل عبارة و ذلك بوضع إشارة (X) في الخانة التي تعبر عن مدى واقعية كل عبارة من وجهة نظركم. و هذه الاستمارة تحتوي عدد من الأسئلة و إجاباتكم لها أهمية كبيرة بالنسبة للبحث العلمي لذا نرجو منكم الصدق و الموضوعية.

*ملاحظة: إن البيانات المقدمة من طرفكم لا تستخدم إلا لأغراض علمية.

البيانات الشخصية

1-الجنس :

- ذكر
- أنثى

2-السن :

- من 18 إلى 30 سنة
- من 31 سنة إلى 39 سنة
- من 40 سنة الى 50 سنة

• فوق 50 سنة

3- الحالة الاجتماعية :

• أعزب

• متزوج

• مطلق

• أرمل

4_ الوضعية المهنية :

• دائم (ة)

• متعاقد (ة)

• مؤقت (ة)

5- المؤهل العلمي :

• ابتدائي

• متوسط

• ثانوي

• جامعي

• دراسات عليا

6- الشهادة المتحصل عليها

• تقني

• تقني سامي

• ليسانس

• ماستر

• ماجستير

• دكتوراه

7- الوظيفة :

- اداري
- خدمة استقبال
- خدمة الاطعام
- خدمة الغرف
- خدمة العلاج

8_ عدد سنوات الخدمة في الفندق (الخبرة)

- اقل من 5 سنوات
- من 5 الى 10 س سنوات
- من 11 الى 20 سنة
- من 21 الى 30 سنة

المحور الأول: تنمية المورد البشري

اتفق تماما	اتفق	محايد	لا اتفق	لا تماما	العبارات
البعد الأول : التدريب					
					يضع المركب برامج تدريبية لتطوير مهارات المورد البشري.
					تتصف البرامج التدريبية بالدورية و الاستمرارية.
					يكون الوقت المحدد للتدريب كافيا.
					تضيف البرامج التدريبية معارف جديدة للموظفين.
					يساعد التدريب الموظفين على اتخاذ أفضل القرارات لأداء أعمالهم.
					تزيد طول فترة التدريب من فعالية أداء المتدربين.
					تناسب الدورات التدريبية مع الاحتياجات الوظيفية بالمركب.
					تحدد إدارة المركب أهداف معينة لتنظيم و تنفيذ البرامج التدريبية.
					أفضل طريقة للتدريب تجرى داخل المركب.

					يقوم المركب بتدريب الموظفين لتطوير وتنمية مهاراتهم وقدراتهم.
					البعد الثاني: التعليم
					أفضل أسلوب لتعليم الموظفين هو إقامة محاضرات.
					تخصص إدارة الموارد البشرية للمركب موارد معتبرة لدعم التعليم.
					طول الفترة التعليمية تزيد من فعالية التعليم.
					تحديد برامج تعليمية وفقا لطبيعة الوظائف في المركب.
					تغيير سلوكيات المتعلمين نتيجة خبرة المدرسين.
					يتم وضع البرامج التعليمية من قبل رئيس القسم المباشر في المركب.
					الدورات التعليمية التي يقوم بها المركب لتعليم الموظفين تكون مجانية.
					تزيد برامج التعليم من خبرة ومهارة الموظفين في التعامل مع الضيوف.
					يقوم المركب بالتعليم الإلكتروني للموظفين لتخفيض التكلفة وتحسين الأداء.
					يساهم التعليم في رفع الكفاءة وسعة الاستيعاب لدى الموظفين.

اتفق تماما	اتفق	محايد	لا اتفق	لا تماما	العبارات
المحور الثاني: الخدمات الفندقية					
					يستخدم المركب تقنيات حديثة لتسهيل أداء الخدمات الفندقية.
					يعزز الأداء الجيد للخدمة الفندقية ثقة السائح في المركب.
					يعمل المركب على تحسين الأداء بصفة دائمة ومستمرة.
					يحرص المركب على توظيف موارد بشرية مؤهلة لتأدية خدماتها الفندقية.
					يعمل المركب على تحسين الخدمات الفندقية بما يتلاءم مع احتياجات و رغبات السائحين.
					يوفر المركب خدمة النقل تيسيرا للسائحين في التنقل من مكان لآخر.
					يقدم المركب مختلف وسائل الإعاشة من أغذية ومشروبات متنوعة.
					يسعى المركب دائما لتوفير وسائل ترفيه إضافية إلى خدمات التسوق السياحي.

					يوفر المركب الظروف الملائمة لأداء الخدمات الفندقية على أحسن وجه.
					يركز المركب على التدريب في تنمية المورد البشري لتحسين الخدمات السياحية الفندقية.

Récapitulatif de traitement des observations

	N	%
Observations Valide	64	100,0
Exclus ^a	0	,0
Total	64	100,0

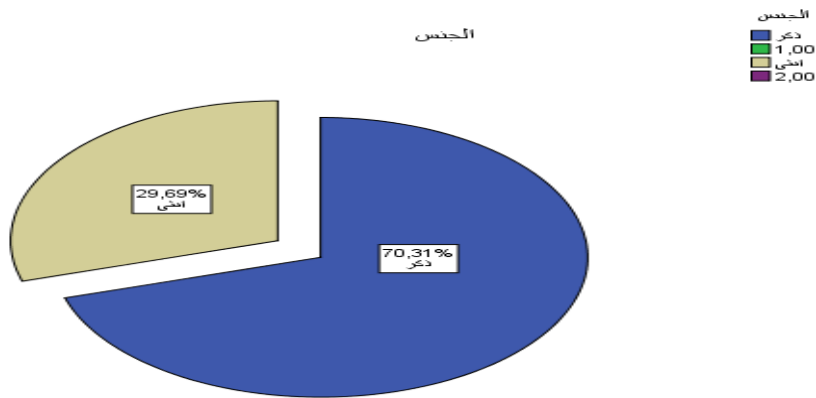
a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,888	37

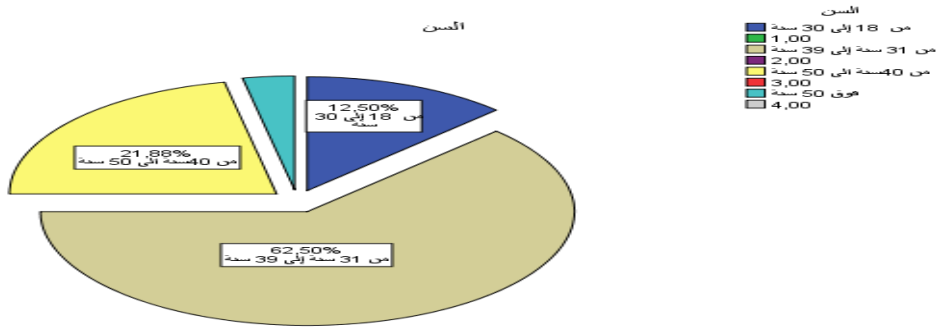
الجنس

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Validé ذكر	45	70,3	70,3	70,3
انثى	19	29,7	29,7	100,0
Total	64	100,0	100,0	



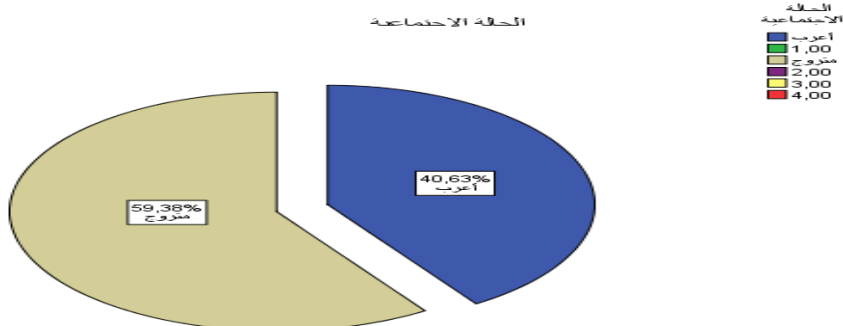
السن

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
سنة 30 إلى 18 من	8	12,5	12,5	12,5
سنة 39 سنة إلى 31 من	40	62,5	62,5	75,0
Validه سنة 50 سنة إلى 40 من	14	21,9	21,9	96,9
سنة 50 فوق	2	3,1	3,1	100,0
Total	64	100,0	100,0	



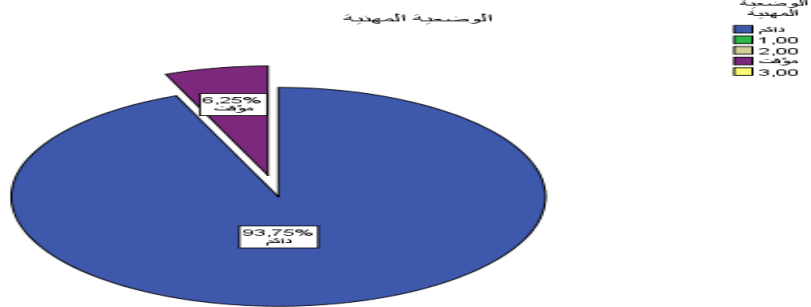
الحالة الاجتماعية

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
أعزب	26	40,6	40,6	40,6
Validه متزوج	38	59,4	59,4	100,0
Total	64	100,0	100,0	



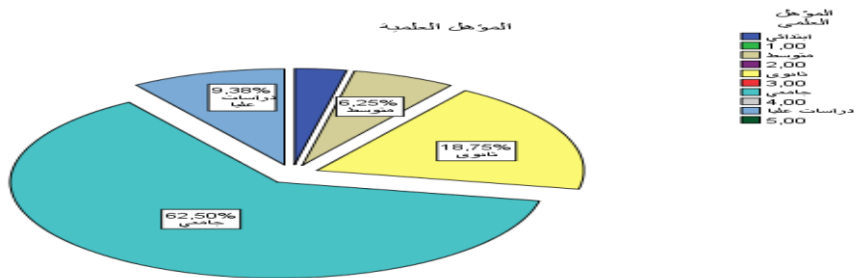
الوضعية المهنية

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
دائم	60	93,8	93,8	93,8
Validé مؤقت	4	6,3	6,3	100,0
Total	64	100,0	100,0	



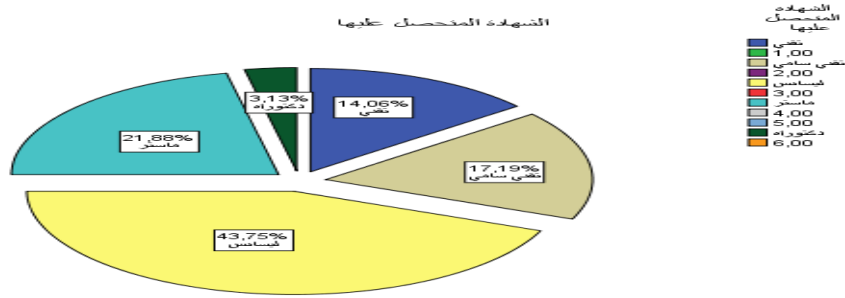
المؤهل العلمي

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
ابتدائي	2	3,1	3,1	3,1
متوسط	4	6,3	6,3	9,4
Validé ثانوي	12	18,8	18,8	28,1
جامعي	40	62,5	62,5	90,6
دراسات عليا	6	9,4	9,4	100,0
Total	64	100,0	100,0	



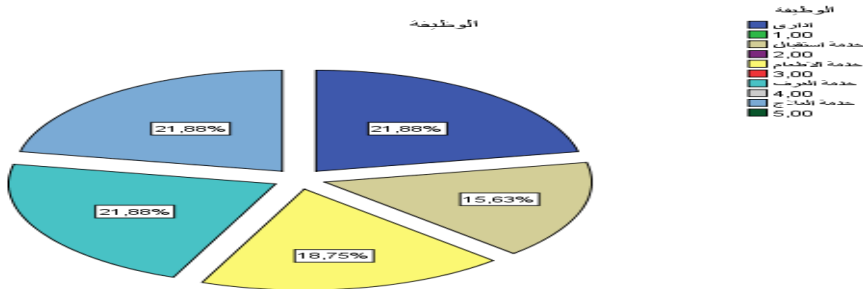
الشهادة المتحصل عليها

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
تقني	9	14,1	14,1	14,1
تقني سامي	11	17,2	17,2	31,3
ليسانس	28	43,8	43,8	75,0
ماستر	14	21,9	21,9	96,9
دكتوراه	2	3,1	3,1	100,0
Total	64	100,0	100,0	



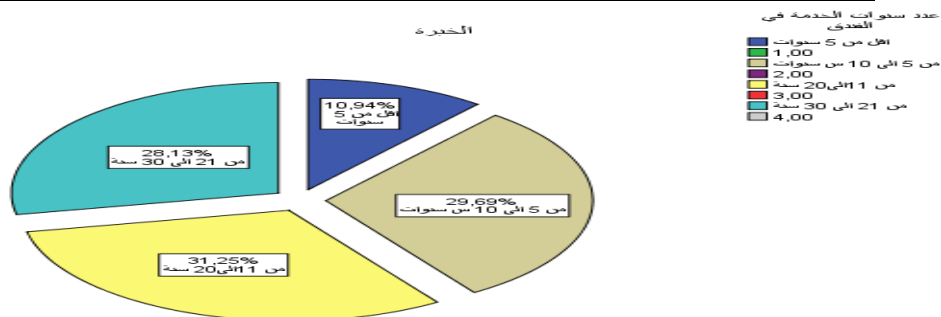
الوظيفة

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
اداري	14	21,9	21,9	21,9
خدمة استقبال	10	15,6	15,6	37,5
خدمة الاطعام	12	18,8	18,8	56,3
خدمة الغرف	14	21,9	21,9	78,1
خدمة العلاج	14	21,9	21,9	100,0
Total	64	100,0	100,0	



عدد سنوات الخدمة في الفندق

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
سنوات 5 اقل من	7	10,9	10,9	10,9
سنوات 10 الى 5 من	19	29,7	29,7	40,6
Valide سنة 20 الى 11 من	20	31,3	31,3	71,9
سنة 30 الى 21 من	18	28,1	28,1	100,0
Total	64	100,0	100,0	



Statistiques

	N		Moyenne	Médiane	Ecart-type	Somme
	Valide	Manquante				
يستخدم المر كبتقنيات حديثة لتسهيل أداء الخدمة الفندقية.	64	0	4,4844	5,0000	,81634	287,00
يعزز الأداء الجيد للخدمة الفندقية ثقة السائح المركب.	64	0	4,3906	5,0000	,91923	281,00
يعمل المر كيعلم تحسين الأداء بصفة دائمة و مستمرة.	64	0	4,4375	5,0000	,87060	284,00
يحرص المر كيعلم توظيف موارد بشرية مؤهلة لتأدية خدماتها الفندقية	64	0	3,5156	4,0000	1,03881	225,00
يعمل المر كيعلم تحسين الخدمات الفندقية بما يتلاءم مع احتياجات و رغبات السائحين	64	0	3,8125	4,0000	,92367	244,00
يقدم المر كخدمات متنوعة للإقامة و ترفيه و ترفيه و ترفيه و ترفيه	64	0	3,6875	4,0000	,79433	236,00
يسعد المر كيدائمه و سائنته و سائنته و سائنته و سائنته	64	0	3,9844	4,0000	,65446	255,00
يوفر المر كباظرو و فالملامة لأداء الخدمات الفندقية على أحسن وجه	64	0	3,6250	4,0000	,88192	232,00
يركز المر كعلى التدر يب في تنمية المورد البشري لتحسين الخدمات السياحية الفندقية	64	0	3,8438	4,0000	,78110	246,00
	64	0	3,4688	4,0000	,95898	222,00

Statistiques

	N		Moyenne	Médiane	Ecart-type	Somme
	Valide	Manquante				

يضع المر كبر امجندر بيبي لتطوير مهار اتالم ورد البشري.	64	0	3,5781	4,0000	,98890	229,00
تتصفا لبر امجالندر بيبي بالدور يتيو الاستمرا رية.	64	0	3,6250	4,0000	,93435	232,00
يكونا لوقتالمحدد للتندر بيكافيا.	64	0	3,5156	4,0000	,83556	225,00
تتصفا لبر امجالندر بيبي معار فجديدة للموظفي ن.	64	0	3,4063	4,0000	,93806	218,00
يساعد التندر بيبالموظفين علما تاخاذ أفضل لقرار اتلأداء أعمالهم.	64	0	3,4688	4,0000	1,00741	222,00
تزيد طولفترة التندر بيبيمنفعالية أداء المتندر بين.	64	0	3,5625	4,0000	,87060	228,00
تتناسبالدور اتالتندر بيبي معالاحتياجاتالوظيفية تيالمركب.	64	0	3,2344	4,0000	1,16486	207,00
تحدد إدارة المر كبا هدافمعينة لتنظيمو تنفيذالبر امجالندر بيبي.	64	0	3,3281	4,0000	1,03976	213,00
أفضلطريقة للتندر بيبتجر بداخلالمركب.	64	0	3,7813	4,0000	,84457	242,00
يقومالمركببتندر بيبالموظفين لتطوير وتنمية مهار اتهموقدار تهممنأجلز يادقو تحسيفعاليتهن موأدائهم.	64	0	3,8281	4,0000	,76749	245,00

Statistiques

	N		Moyenne	Médiane	Ecart-type	Somme
	Valide	Manquante				
أفضلأسلوب لتعليمالموظفين هو إقامةمحاضر ات.	64	0	3,7656	4,0000	,70693	241,00
تخصصإدارة الموار دبشري للمركبموارد معتبر قلد عمالتعليم.	64	0	3,8125	4,0000	,94070	244,00
طولا لفترة التليميتمتزيدمنفعالية التليم.	64	0	4,3125	5,0000	1,02159	276,00
تحددبر امجتلعليمي قفا لطبيعةالوظائفالمركب.	64	0	3,6094	4,0000	,90180	231,00
تتغير سلوكياتالمتعلميننتيجةخبرة المدرسين يتموضعالبر امجالتعليميةمنقبلرئيسالقسمال مباشر فيالمركب.	64	0	3,5938	4,0000	,90359	230,00
الدور اتالتليمية التيقو مبهالمركبتعليمالموظفينتكونمجانبة	64	0	4,0625	5,0000	1,36713	260,00
تزيدبر امجالتعليممنخبر قومهارهالموظفينفي التعاملمعالضيوف.	64	0	4,4844	5,0000	,81634	287,00
يقومالمركببالتعليمالإلكترو نيللموظفينلتخفيف ضالتكلفتوتحسينالأداء	64	0	4,3906	5,0000	,91923	281,00
يساهمالتعليمغير فعالكفاءة وسعة الاستيعابلدالموظفين.	64	0	4,4375	5,0000	,87060	284,00

Récapitulatif des modèles^b

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.	Corrélations		
	A	Erreur standard	Bêta			Corrélation simple	Partielle	Partielle
1 (Constante)	,494	,327		1,510	,136			
التدريب	,270	,077	,332	3,492	,001	,687	,408	,259
التعليم	,622	,104	,566	5,954	,000	,774	,606	,441

a. Variable dépendante : الخدمات الفندقية

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,816 ^a	,666	,655	,30700

a. Valeurs prédites : (constantes), التدريب, التعليم

b. Variable dépendante : الخدمات الفندقية

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	D	Sig.
1 Régression	11,451	2	5,725	60,748	,000 ^b
1 Résidu	5,749	61	,094		
Total	17,200	63			

a. Variable dépendante : الخدمات الفندقية

b. Valeurs prédites : (constantes), التدريب, التعليم

Statistiques de groupe

	الجنس	N	Moyenne	Ecart-type	Erreur standard moyenne
الخدمات الفندقية	ذكر	45	3,9156	,55143	,08220
	انثى	19	3,9474	,45991	,10551

Test d'échantillons indépendants

	Test de Levene sur l'égalité des variances		Test-t pour égalité des moyennes						
	F	Sig.	t	ddl	Sig. (bilatérale)	Différence moyenne	Différence écart-type	Intervalle de confiance 95% de la différence	
								Inférieure	Supérieure
1	,310	,580	-,221	62	,826	-,03181	,14405	-,31976	,25613
2			-,238	40,394	,813	-,03181	,13375	-,30205	,23843

- 1-Hypothèse de variances égales
2-Hypothèse de variances inégales

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى توضيح دور تنمية الموارد البشرية في تحسين أداء الخدمات السياحية الفندقية حيث قمنا بإجراء دراسة ميدانية بالمركب المعدني حمام الشلالة ببلدية حمام دباغ "قالمه"، حيث تم الاعتماد على متغيرين مستقلين، المتغير الأول يتمثل في التعليم والثاني التدريب والمتغير التابع الخدمات السياحية الفندقية ومن أجل جمع البيانات تم الاعتماد على الإستبيان كوسيلة لجمع معلومات حول موضوع الدراسة حيث تم توزيع 64 استبيان على موظفي مؤسسة محل الدراسة.

و توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها:

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتدريب على تحسين الخدمات السياحية الفندقية بالمركب المعدني محل الدراسة عند مستوى معنوية 5%

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتعليم على تحسين الخدمات السياحية الفندقية بالمركب المعدني محل الدراسة عند مستوى معنوية 5%

الكلمات المفتاحية: تنمية الموارد البشرية، الخدمات السياحية و الفندقية، التعليم، التدريب.

Abstract

This study aims to clarify the role of human resources development in improving the performance of hotel tourism services. In order to collect data, a questionnaire was used as a means of collecting information on the subject of the study. Where 64 questionnaires were distributed to the employees of the institution under study.

The study reached a number of results, the most important of which are:

There is a statistically significant effect of training on improving hotel tourism services with the mineral compound under study at the level of morale of 5%

There is a statistically significant effect of education on improving the hotel tourism services with the mineral compound under study at the level of significance of 5%

Keywords: human resource development, tourism and hotel services, education, training.