

دور تدريب الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمات الفندقية الجزائرية: دراسة ميدانية

د. بن واضح الهاشمي

أستاذ محاضر (أ)

قسم العلوم المالية والمحاسبة

جامعة المسيلة

د. بن عيشي عمار

أستاذ محاضر (أ)

قسم العلوم المالية والمحاسبة

جامعة بسكرة

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

الملخص

يُعد النشاط الفندقي من أهم الأنشطة الاقتصادية المتطورة في جميع أنحاء العالم، ويتوقف نجاح المنشآت الفندقية على نجاح إدارتها ومدى تفهمها لطبيعة التنظيم الإداري، وكذلك كفاءة المورد البشري. إن تدريب الموارد البشرية عامل من عوامل تحقيق جودة الخدمات الفندقية وتحقيق ميزة تنافسية بهذا القطاع، وقد رأى الباحثان أنه من الضروري إلقاء نظرة على عملية التدريب وأهميته في رفع كفاءة الموارد البشرية العاملة بالفنادق والأثر الذي يتركه ذلك في تحسين مستوى الخدمات الفندقية. كما يعد موضوع جودة الخدمة الفندقية من الموضوعات التي نالت اهتمام الباحثين في مجال التسويق والسياحة، وخاصة الذين يبحثون عن إشباع حاجات ورغبات واحتياجات زبائنهم، فقد أدركت المنظمات الخدمية ومنها الفنادق أن تقديم خدمة مرتفعة يُعد أكثر الأساليب فعالية لضمان تفوق المنظمة الخدمية على منافسيها، حيث تستطيع المنظمة الخدمية أن تضمن لنفسها مركزاً تنافسياً متميزاً بين المنظمات المنافسة من خلال تقديم خدمة بجودة تتوافق مع متطلبات الزبائن.

تهدف الدراسة إلى معرفة دور تدريب الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمات الفندقية الجزائرية، وهي دراسة ميدانية للفنادق التالية: فندق الزيبان، فندق نسيب، فندق حمام الصالحين بولاية بسكرة، فندق القلعة بولاية المسيلة. ومن أجل تحقيق ذلك قام الباحثان باختيار عينة عشوائية مكونة من (مدير فندق، ورئيس قسم، ورئيس فرع، ورئيس مجموعة) بلغ عددهم 70 رئيساً من الأفراد العاملين في الفنادق، وتوصلت الدراسة إلى: وجود علاقة ارتباطية بين تدريب الموارد البشرية وتحسين جودة الخدمات الفندقية الجزائرية. وأن هناك دور لتدريب الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمات الفندقية الجزائرية. كما أوصت الدراسة على الاستمرارية في التدريب الموارد البشرية حيث إنها تؤثر بوضوح في تحسين جودة الخدمات الفندقية في الجزائر.

الكلمات المفتاحية: الموارد البشرية، تدريب، جودة الخدمة، الفنادق.

المقدمة

يُعد موضوع جودة الخدمة الفندقية من الموضوعات التي نالت اهتمام مختلف الباحثين في مجال التسويق والسياحة، وخاصة الذين يبحثون عن إشباع حاجات ورغبات واحتياجات زبائنهم، فقد أدركت المنظمات الخدمية ومنها الفنادق أن تقديم خدمة بجودة مرتفعة يُعد أكثر الأساليب فعالية لضمان تفوق المنظمة الخدمية على منافسيها، حيث تستطيع المنظمة الخدمية أن تضمن لنفسها مركزاً تنافسياً متميزاً بين المنظمات المنافسة من خلال تقديم خدمة بجودة تتوافق مع متطلبات الزبائن، ويعد النشاط الفندقي من أهم الأنشطة الاقتصادية المتطورة في جميع أنحاء العالم، ويتوقف نجاح المنشآت الفندقية على نجاح إدارتها ومدى تفهمها لطبيعة التنظيم الإداري، وكذلك كفاءة المورد البشري.

* تم استلام البحث في نوفمبر 2016، وقبل للنشر في مارس 2017.

الإطار النظري للدراسة

الإطار المفاهيمي للتدريب

تعريف الموارد البشرية: المورد البشري «هو مجموعة الأفراد المؤهلين ذوي المهارات والقدرات المناسبة لأنواع معينة من الأعمال والراغبين في أداء تلك الأعمال بحماس واقتناع» (حسونة، 2011: 17).

تعريف التدريب: التدريب هو مجموعة من العمليات التي تكسب الأفراد تطويراً في المهارة والمعرفة لغرض رفع مستوى الأداء بما يحقق نتائج إيجابية للإدارة والعاملين (السيد، 2001: 121). كما يُعرف التدريب بأنه الجهد المخطط والمنظم من قبل المؤسسة لتزويد العاملين بمعارف معينة وتحسين وتطوير مهاراتهم وقدراتهم وتغيير سلوكهم واتجاهاتهم بشكل إيجابي (سعيد، 2009: 271).

أهمية التدريب

يقدم التدريب فوائد كثيرة للمنشآت السياحية، أهمها: زيادة إنتاجية العاملين وتطوير قدراتهم، وتحسين نوعية الخدمة المقدمة. وزيادة الرضا الوظيفي للعاملين، حيث يساعد التدريب على زيادة ثقة العاملين بأنفسهم وزيادة قدراتهم على تحمل المسؤولية، وأن جهودهم سوف تثمر عن نتائج إيجابية ترتقي بالأعمال المطلوبة منهم. وتخفيض معدلات دوران العمل، وتقليل الغياب والتأخر قدر الإمكان. وتحسين سمعة المنشآت السياحية ورفع قدرتها التنافسية (حسونة، 2011: 17).

أهداف التدريب:

يهدف التدريب السياحي إلى: تزويد المتدربين بالمعلومات والمهارات والأساليب المختلفة والمتجددة عن طبيعة الأعمال الموكولة إليهم، وتحسين وتطوير مهاراتهم وقدراتهم، ومحاولة تغيير سلوكهم واتجاههم على نحو إيجابي، وبالتالي رفع مستوى الأداء والكفاءة الإنتاجية. وتنمية القدرة على الابتكار لدى العاملين عند مواجهة صعوبات العمل حتى خلال فترة الذروة السياحية. وتصميم برامج تدريبية مناسبة للقابليات والمهارات المهنية للعاملين (Anderaws, 1982: 89).

مراحل العملية التدريبية:

تتمثل مراحل العملية التدريبية في (برهوم؛ وآخرون، 2007: 210):

تحديد الاحتياجات التدريبية: والاحتياجات التدريبية هي مجموع التغيرات والتحسينات المطلوب إحداثها في معلومات ومهارات واتجاهات العاملين بقصد التغلب على المشكلات التي تعترض سير العمل، وتحول دون تحقيق أهداف المنظمة من ناحية ومسايرة متطلبات التقدم وتحقيق التنمية على المدى الاستراتيجي للمنظمة من ناحية أخرى.

تصميم البرامج التدريبية: يقصد بتصميم البرامج التدريبية العملية التي بموجبها يتم تحويل الاحتياجات التدريبية إلى خطوات عملية من خلال تصميم برنامج يلبي ما حددته الاحتياجات من نقص معلوماتي أو مهاري أو سلوكي. وتتضمن عدة موضوعات أهمها تحديد الأهداف التدريبية، ومحتوى البرنامج التدريبي، وأساليبه وتقنياته وتهيئة مستلزماته.

تنفيذ البرامج التدريبية: تنفيذ البرامج التدريبية هو التطبيق العملي لما تم التحضير له، حيث تتحدد عملية التنفيذ في ضوء معطيات محتويات البرنامج ذاته وأهدافه والتي تتضمن مواقف وإجراءات تعليمية تدريبية تهدف إلى تطوير معارف ومهارات وقيم سلوكية لدى المتدرب. ويتضمن تنفيذ برنامج التدريب أنشطة مهمة مثل تحديد الجدول الزمني لتنفيذ البرنامج، وتحديد مكان التدريب، والمتابعة اليومية لإجراءات تنفيذ البرنامج.

تقييم برنامج التدريب: وهو عملية قياس الأعمال المنجزة ومقارنتها بما يجب أن يقيم وفقاً للتخطيط المعد سابقاً للعملية التدريبية لاكتشاف نقاط الضعف والقوة في البرامج التدريبية.

الإطار المفاهيمي جودة الخدمة الفندقية:

تعريف الخدمة: هي أي نشاط أو إنجاز أو منفعة يقدمها طرف ما لطرف آخر، وتكون على أسس غير ملموسة ولا تنتج عنها أي ملكية، وأن إنتاجها وتقديمها قد يكون مرتبطاً بمنتج مادي ملموس أو لا يكون (Philip and Lane, 2012: 113). كما تعرف الخدمة بأنها نشاط إنساني غير ملموس لا يتم حيازه أو امتلاكه (أحمد، 2006: 28).

تعريف الجودة: هي مجموعة صفات وخصائص معينة تتسم بها السلعة يمكن من خلالها إشباع الحاجات المحددة أو المعلنة (Haksever and Others, 2000: 33). كما عرفت الجودة بأنها مدى تلبية السلعة أو الخدمة لما يتوقعه الزبون منها (Ivancevich and Others, 1997: 455).

تعريف جودة الخدمة الفندقية: هي مجموعة أنشطة ينتج عنها تحسين الخدمة المقدمة للعميل، ويمكن تقسيم هذه الأنشطة إلى أنشطة تتم قبل أداء الخدمة، وأنشطة تتم عند الأداء، وأنشطة تتم بعد الأداء (سمير، 2009: 67). كما تعرف جودة الخدمة بأنها قياس مدى قدرة مستوى الخدمة التي تصل إلى العميل والمتوافقة مع توقعاته، كما إن توصيل خدمة جيدة يعني تحقيق التطابق مع التوقعات التي يضعها العميل (عبد الستار، 2006: 33). وبناءً على ما سبق يُعرف الباحثين جودة الخدمة الفندقية بأنها "تطابق مستويات الخدمة الفندقية مع توقعات الزبون أو تقديمها بمستوى جودة تفوق التوقعات بما يشبع حاجاته ويحقق رضاه".

أبعاد جودة الخدمة:

تتمثل أبعاد جودة الخدمة في مجموعة عوامل تحدد قدرة المؤسسة في إنتاج منتج متميز عن المنافسين، التي تمكن العميل من شرائها أو طلب الخدمة بأسعار أكثر تحت شرط جودة أعلى، وتظهر أبعاد الجودة على صورة حزمة (Package) داخل المنتج أو الخدمة أو كليهما، وربما واحدة أو أكثر من هذه التشكيلة هي التي ستضيف تميز لهذا المنتج أو تلك الخدمة (إبراهيم، 2010: 82). وهناك عدة أبعاد لجودة الخدمة، قد تصل إلى عشرة أبعاد أو أكثر، إلا أن هناك شبه اتفاق على أن أكثرها شيوعاً هو: الاعتمادية، أي إنجاز الخدمة بالدقة والموثوقية التي وعد بها الزبون، أي إنجاز الخدمة بشكل صحيح وبالوقت الذي يطلب فيه الزبون الخدمة. والاستجابة، أي مدى رغبة واستعداد العاملين لتقديم الخدمة بالشكل الذي يحقق رغبات العملاء. والتعاطف، ويقصد به العناية بالعملاء ورعايتهم بشكل خاص والعمل على فهم ومعرفة حاجاتهم وتسهيل الاتصال بينهم وبين القائمين على الخدمة. والضمان، أي معرفة وكفاءة وكياسة القائمين بالخدمة ومقدرتهم على كسب ثقة العملاء. والملموسية، وتتمثل في التسهيلات أو العناصر المادية ذات العلاقة المباشرة أو غير المباشرة بتقديم خدمة ومن بينها المعدات ووسائل الاتصال المستخدمة ومظهر الموظفين والمبنى (فرحان، 2002: 302).

مشكلة الدراسة:

رغم المنافسة الحادة بين المؤسسات الفندقية اليوم، إلا أنها تستطيع التفوق على منافسيها من خلال تقديم خدمات ذات جودة عالية تعود بالمنفعة على المؤسسات الفندقية، وبالتالي فإن أنسب السبل لتحسين جودة الخدمة الفندقية هي عن طريق تدريب العاملين لتطوير أدائهم من خلال دراسة استطلاعية لعدد من الفنادق الجزائرية وعن مستوى تقديم الخدمات للعملاء، وقد اتضح أن هذه الفنادق غير قادرة على تقديم خدمات أشبه بنظيرتها في بلدان أخرى مما شجع على الخوض في هذه المشكلة لمحاولة وضع أسس صحيحة للعلاج. وعليه يمكن صياغة مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس التالي:

« كيف يساهم تدريب الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمات الفندقية الجزائرية؟ »

وللإجابة على الإشكالية السابقة قمنا بصياغة التساؤلات الفرعية التالية:

- هل سوق العمل الفندقي في الجزائر قادر على توفير ملاكات متخصصة بهذه الصناعة تؤدي لإشباع رغبات الزبائن؟
- هل يوجد وعي لدى إدارات الفنادق الجزائرية بأهمية التخصص والتركيز على الجانب التدريبي للعاملين لديها مما ينعكس على تحسين مستوى الخدمات؟

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى: التأكيد على أهمية التدريب في تحسين جودة الخدمات بالفنادق الجزائرية. ومعرفة طبيعة العلاقة الارتباطية بين تدريب الموارد البشرية وتحسين جودة الخدمات بالفنادق الجزائرية. ومعرفة دور تدريب الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمات بالفنادق الجزائرية.

فرضيات الدراسة:

للإجابة على التساؤلات السابقة قمنا بصياغة الفرضيات التالية:

- 1- لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين تدريب الموارد البشرية وتحسين جودة الخدمات بالفنادق الجزائرية. وتشتق منها الفرضيات الآتية:
 - لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين تدريب الموارد البشرية والاعتمادية بالفنادق الجزائرية.
 - لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين تدريب الموارد البشرية والاستجابة بالفنادق الجزائرية.
 - لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين تدريب الموارد البشرية والتعاطف بالفنادق الجزائرية.
 - لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين تدريب الموارد البشرية والضمان بالفنادق الجزائرية.
 - لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين تدريب الموارد البشرية والملموسية بالفنادق الجزائرية.
- 2- لا توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha=0.05$) بين تدريب الموارد البشرية وتحسين جودة الخدمات بالفنادق الجزائرية. وتشتق منها الفرضيات الآتية:
 - لا توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha=0.05$) بين تدريب الموارد البشرية والاعتمادية بالفنادق الجزائرية.
 - لا توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha=0.05$) بين تدريب الموارد البشرية والاستجابة بالفنادق الجزائرية.
 - لا توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha=0.05$) بين تدريب الموارد البشرية والتعاطف بالفنادق الجزائرية.
 - لا توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha=0.05$) بين تدريب الموارد البشرية والضمان بالفنادق الجزائرية.
 - لا توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha=0.05$) بين تدريب الموارد البشرية والملموسية بالفنادق الجزائرية.
- 3- لا توجد اختلافات معنوية بين إجابات أفراد العينة حول دور تدريب الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمات الفندقية الجزائرية تعزى لمتغيرات (العمر، والمستوى الوظيفي، ومدة الخدمة) عند مستوى معنوية $0.05 \geq P$

أهمية الدراسة:

تنبثق أهمية الدراسة من واقع ارتباطها بدعوة الباحثين في مجال إدارة الموارد البشرية إلى الأخذ بنظر الاعتبار العلاقة بين تدريب الموارد البشرية وتحسين جودة الخدمات الفندقية، وتركز هذه الأهمية فيما تواجهه أغلب المؤسسات اليوم من عقبات ومتطلبات العمل، وذلك من خلال الاستثمار في الموارد البشرية باعتبار أن المورد البشري له دور فاعل من خلال تدريبه وتأهيله وإكسابه المعارف والمهارات والخبرات والقدرات المطلوبة لتحسين جودة الخدمات الفندقية. وتستمد هذه الدراسة أهميتها من الاهتمام المتزايد بنشاط التدريب ودوره في مساعدة المؤسسات على تحقيق أهدافها في عصر يتميز بالتنافس.

كما إن الدراسة سوف تساهم بما يلي:

- دراسة واقع الخدمات التي تقدمها الفنادق.
- بلورة مشكلة الدراسة أمام المعنيين في المنشآت الفندقية بغية اطلاعهم على نقاط القوة للعمل على تعزيزها والحد من جوانب الضعف أو التخلص منها.

تصميم الدراسة:

مجتمع الدراسة وعينته:

يتكون مجتمع الدراسة من الأفراد العاملين في الفنادق التالية: فندق الزيبان، وفندق نسيب، وفندق حمام الصالحين بولاية بسكرة، وفندق القلعة بولاية المسيلة. والجدول التالي يبين توزيع عدد الفنادق في الجزائر.

جدول رقم (1)
توزيع عدد الفنادق في الجزائر

2014		فئة الصنف
عدد الأسرة	عدد الفنادق	
4242	08	الفنادق 5 نجوم
1800	06	الفنادق 4 نجوم
5829	39	الفنادق 3 نجوم
4605	46	الفنادق 2 نجوم
10639	149	الفنادق 1 نجوم
8406	156	الفنادق بدون نجمة
384	2	إقامة سياحية 02 نجمة
313	01	إقامة سياحية 01 نجمة
93	02	موتيل / نزل طريق 02 نجوم
30	01	موتيل / نزل طريق 01 نجمة
16	01	نزل ريفي 02 نجوم
20	01	نزل ريفي 01 نجمة
274	01	قرى العطل 03 نجوم
91	05	نزل مفروش (وحيدة الصنف)
426	10	نزل عائلي (وحيدة الصنف)
170	06	محطة الاستراتيجية (وحيدة الصنف)
9381	196	هياكل أخرى موجهة للفندقة
52886	555	في طرق التصنيف
99605	1185	المجموع

المصدر: إحصائيات وزارة السياحة سنة 2014

عينة الدراسة:

تم اختيار مفردات عينة الدراسة بطريقة العينة (العشوائية) وهي إحدى العينات الاحتمالية التي يختارها الباحثين للحصول على آراء أو معلومات من مفردات المجتمع بهدف تعميم نتائج الدراسة.

العينة العشوائية مكونة من (مدير فندق، ورئيس قسم، ورئيس فرع، ورئيس مجموعة) والبالغ عددهم 70 رئيس، كما تم توزيع 70 استمارة على جميع أفراد الدراسة، وذلك حسب المعادلة الإحصائية التي تحدد حجم العينة المختارة من المجتمع، وتم استعادة 60 استمارة. كما تم استبعاد 10 استمارات لتصبح الاستمارات الصالحة 50 استمارة.

وقد تم تحديد العينة باستخدام جدول "أورد سيكارا" الذي يبين حجم العينة المناسب (أنظر الملحق رقم 1).

متغيرات الدراسة:



المصدر: من إعداد الباحثين

الشكل رقم (1): نموذج الدراسة

بيانات الدراسة:

ميدانًا ولأغراض البحث الحالي، تم اختيار عدد من الفنادق الجزائرية وهي فندق الزيبان، وفندق نسيب، وفندق حمام الصالحين بولاية بسكرة، وفندق القلعة بولاية المسيلة، والجدول التالي يوضح خصائص عينة الدراسة.

جدول رقم (2)
خصائص عينة الدراسة

المتغير	العدد	%
الجنس	ذكر	46
	أنثى	04
العمر	30-25	10
	35-30	20
	40-35	15
	40 فما فوق	20
المستوى الوظيفي	مدير فندق	02
	رئيس قسم	10
	رئيس فرع	10
	رئيس مجموعة	28
مدة الخدمة	اقل من 5 سنوات	04
	من 5 إلى 10 سنوات	10
	من 10 إلى 15 سنوات	18
	15 فأكثر	20
المجموع الكلي	50	100

المصدر: الجدول من إعداد الباحثين في الاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من الجدول السابق أن أغلبية أفراد العينة هم من الذكور والبالغ عددهم 46 بنسبة 92 %، وهذا مؤشر على قلة مشاركة الإناث في التوظيف بالفنادق المبحوثة مقارنة بالذكور، كما إن 10 % تراوحت أعمارهم من 25 إلى 30 سنة، وأن 20 % تراوحت أعمارهم من 30 إلى 35 سنة، وأن 30 % تراوحت أعمارهم من 35 إلى 40 سنة، والباقي بلغت أعمارهم أكثر من 40 سنة بنسبة 40 %. وأن أغلب أفراد العينة تزيد مدة خدمتهم بالمؤسسة عن 15 سنة، مما يعني أن أفراد عينة الدراسة لهم خبرة طويلة داخل الفنادق المبحوثة. أما المستوى الوظيفي فهي موزعة كالتالي: مدير فندق بنسبة 04 %، ورئيس قسم بنسبة 20 %، ورئيس فرع بنسبة 20 %، ورئيس مجموعة بنسبة 56 %، مما يعني أن الدراسة تشمل كل الفئات المبحوثة.

أداة جمع البيانات:

تم استخدام الاستمارة كأداة لجمع بيانات الدراسة بواسطة المقابلة الشخصية، حيث صممت لتحقيق أغراض البحث. وتضمنت الاستمارة أسئلة تتعلق بخصائص الأفراد المبحوثين كالجنس، والعمر، والمستوى الوظيفي، ومدة الخدمة. كما تضمنت أسئلة على شكل فقرات، 15 فقرة منها لتدريب الموارد البشرية، و15 فقرة لأبعاد جودة الخدمة (الاعتمادية، والاستجابة، والضمان، والتعاطف، والملموسية).

وللتعرف على درجة الموافقة، فقد تم اعتماد مقياس ليكرت الخماسي: (موافقة بدرجة عالية جداً = 5، وموافقة بدرجة عالية = 4، وموافقة بدرجة متوسطة = 3، وموافقة بدرجة قليلة = 2، وموافقة بدرجة قليلة جداً = 1).

- صدق الأداة: تم التحقق من صدق الأداة بعدة طرق كما يلي:
- صدق الاستمارة: تم التحقق من صدق الأداة من خلال عرض الاستمارة على مجموعة مُحكمين من جامعات جزائرية، وطلب منهم إبداء الرأي حول فقرات الاستمارة، وذلك بحذف وتعديل واقتراح فقرات جديدة مناسبة للأداة لموضوع الدراسة، وبناء على ملاحظاتهم وآراءهم تم تعديل أداة الدراسة.
- ثبات الاستمارة: من أجل استخدام معامل ثبات للأداة، تم استخدام معامل كرونباخ ألفا من أجل تحديد الاتساق الداخلي لفقرات الاستمارة: التدريب 0.878، وأبعاد جودة الخدمة (الاعتمادية 0.760، والاستجابة 0.760، والضمان 0.775، والتعاطف 0.780، والملموسية 0.784)، المجموع الكلي 0.821. وتشير القيم الواردة سابقاً إلى أن الأداة تتمتع بدرجة ثبات مناسبة، وتفي بأغراض هذه الدراسة.

طريقة جمع البيانات:

- اعتمد الباحثين على نوعين من البيانات، وهي البيانات الأولية والبيانات الثانوية.
- مصادر البيانات الثانوية: تم الحصول عليها من خلال الاطلاع على الكتب والمراجع العربية والأجنبية ذات العلاقة، والمقالات التي تناولت موضوع الدراسة. بالإضافة إلى الإحصائيات الصادرة من الجهات الرسمية والمتعلقة بموضوع الدراسة.
- مصادر البيانات الأولية: تم جمعها ميدانياً من خلال الاستمارة الموجهة إلى الزبائن والفنادق عينة الدراسة.
- أساليب التحليل الإحصائي: لغرض تحليل نتائج الدراسة التي جمعت من خلال الاستمارة، فقد استعملت الأساليب الإحصائية الآتية: التكرار والنسب: لمعرفة إجابات أفراد العينة وتحليلها، والوسط الحسابي: لمعرفة متوسط إجابات أفراد العينة، والوسط الحسابي، ومعامل الارتباط بيرسون، ألفا كرونباخ Cronbach Alfa: حيث استخدم للتحقق من صدق مقاييس الدراسة وثباتها.
- معامل الارتباط البسيط: ويستخدم لغرض قياس قوة وطبيعة العلاقة بين متغيرين.
- الانحدار البسيط: ويستخدم لإيجاد العلاقة التآثيرية بين متغيري البحث.
- اختبار F: ويمثل معنوية علاقة التأثير للدلالات الإحصائية بين المتغيرات المستقل والمتغير التابع،
- اختبار T: ويستخدم لمعرفة معنوية الفرضيات بين الأوساط المحاسبية لمتغيرات الدراسة، واختبار تحليل التباين الأحادي One Way Anova.

الدراسة الميدانية:

نتائج الدراسة:

سوف نقوم بتحليل محاور الاستمارة بغية الإجابة عن أسئلة الدراسة. حيث تم استخدام مقاييس الإحصاء الوصفي وذلك اعتماداً على المتوسط الحسابي والانحراف المعياري (على مقياس ليكرت الخماسي) لإجابات أفراد عينة الدراسة عن عبارات الاستمارة المتعلقة بمحاور الدراسة التدريب، أبعاد جودة الخدمة (الاعتمادية، والاستجابة، والضمان،

والتعاطف، والملموسية)، وقد تقرر أن يكون المتوسط الحسابي لإجابات المبحوثين عن كل عبارة من (1- أقل من 2.33) دالاً على مستوى «منخفض» من القبول، ومن (2.34- أقل من 3.67) دالاً على مستوى «متوسط»، ومن (3.68-5) دالاً على مستوى «مرتفع».

تحليل فقرات المحور الأول (تدريب الموارد البشرية)

جدول رقم (3)
تحليل فقرات المحور الأول (تدريب الموارد البشرية)

ت	المحور الأول (تدريب الموارد البشرية)	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية
01	تسعى الإدارة من تحديد الاحتياجات التدريبية إلى تغيير سلوك العاملين نحو الأفضل	03.70	0.38	مرتفع
02	تحديد الاحتياجات التدريبية من قبل الإدارة يساعد في التركيز على الأداء	03.53	0.40	متوسط
03	تساهم دقة تحديد الاحتياجات التدريبية بزيادة فرص نجاح البرنامج التدريبي	03.66	0.35	متوسط
04	تحرص الإدارة على أن تكون أهداف البرنامج التدريبي واضحة للمتدربين	03.55	0.32	متوسط
05	تضع الإدارة أهداف للبرنامج التدريبي بحيث تكون قابلة للتطبيق	04.00	0.34	مرتفع
06	تعتمد الإدارة على الأساليب الحديثة في التدريب	03.51	0.36	متوسط
07	يتم الاستعانة بمدرّبين مؤهلين بناء على نوعية البرنامج التدريبي	03.02	0.26	متوسط
08	يتم وضع المحتوى التدريبي بما يتفق مع أهداف البرنامج التدريبي	03.49	0.24	متوسط
09	تستخدم وسائل الإيضاح الحديثة في البرنامج التدريبي	03.68	0.33	مرتفع
10	يتم اختيار أسلوب التدريب بناء على الهدف من البرنامج التدريبي	03.70	0.32	مرتفع
11	يتناسب وقت التدريب مع محتوى البرنامج التدريبي	03.75	0.37	مرتفع
12	يتم تقييم البرنامج التدريبي بمجرد انتهائه من قبل الجهة المنفذة للتدريب	03.94	0.36	مرتفع
13	يتم تقييم البرنامج التدريبي في ضوء معايير محددة مسبقاً	03.85	0.35	مرتفع
14	يتم اختيار الموظفين المدربين للتعرف على استفادتهم من البرنامج التدريبي	03.90	0.27	مرتفع
15	يتم تقييم البرنامج التدريبي في ضوء الأهداف التي يتم تحديدها	03.95	0.25	مرتفع
	المجموع العام للمحور الأول	03.68	0.23	مرتفع

المصدر: الجدول من إعداد الباحثين في الاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يتضمن نتائج الجدول أعلاه أن المتوسط الحسابي للإجابات عن هذا المحور بلغ (03.68) بانحراف معياري قدره (0.23)، ووفقاً لمقياس الدراسة فإن هذا المحور يشير إلى نسبة قبول مرتفعة، كما نلاحظ من متوسط إجابات أفراد عينة البحث على عبارات هذا المحور أنها تشكل قبولاً مرتفعاً أيضاً، حيث تراوحت المتوسطات ما بين (3.02-4.00)، وتراوحت الانحرافات المعيارية ما بين (0.24-0.40)، مما يدل على أن متوسط درجة الاستجابة لهذا المحور جاء مرتفعاً.

ويعزى ذلك إلى أن الفنادق المبحوثة تهتم بتدريب الموارد البشرية. وكان أعلى متوسط للفقرة الخامسة، إذ بلغ 04.00 بانحراف معياري 0.34 مما يدل على أن إدارة الفنادق المبحوثة تضع أهداف للبرنامج التدريبي قابلة للتطبيق. أما الفقرة السابعة فتشكل أقل قبول ضمن هذا المحور. إذ بلغ متوسطها الحسابي 03.02 بانحراف معياري 0.26 مما يحتم على إدارة الفنادق المبحوثة الاستعانة بمدرّبين مؤهلين بناء على نوعية البرنامج التدريبي.

تحليل فقرات المحور الثاني (أبعاد جودة الخدمة الفندقية):

جدول رقم (4)
تحليل فقرات محور (أبعاد جودة الخدمة الفندقية)

ت	المحور الثاني (أبعاد جودة الخدمة السياحية)	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية
فقرات محور (الاعتمادية)				
16	تنجز الخدمة المطلوبة في الوقت المناسب	03.58	0.38	متوسط
17	تؤدي الخدمة وفقا لما هو متوقع عن سمعة وشهرة الفندق	03.75	0.36	مرتفع
18	الخدمة التي يقدمها الفندق تلي حاجات ورغبات الزبائن	03.82	0.30	مرتفع
فقرات محور (الاعتمادية)				
فقرات محور (الاستجابة)				
19	يبادر العاملون في الفندق على تقديم الخدمات	03.67	0.33	مرتفع
20	يستجيب العاملون لطلبات الزبائن بسرعة	03.77	0.34	مرتفع
21	تقديم الخدمات التي يحتاج إليها الزبائن في الأوقات التي يرغبون فيها	03.70	0.36	مرتفع
المجموع العام لفقرات محور (الاستجابة)				
فقرات محور (الضمان)				
22	يتمتع العاملون بالمؤهلات اللازمة لأداء الخدمات الفندقية المطلوبة	04.00	0.25	مرتفع
23	يعامل الزبون من قبل العاملون في الفندق باحترام وتقدير	03.70	0.23	مرتفع
24	يتصف العاملون في الفندق بالأمانة والصدق	03.88	0.27	مرتفع
المجموع العام لفقرات محور (الضمان)				
فقرات محور (التعاطف)				
25	العاملون في الفندق يفهمون طلبات الزبائن بسهولة	03.90	0.33	مرتفع
26	العاملون في الفندق لديهم المعلومات الكافية للإجابة عن أسئلة الزبائن	03.73	0.35	مرتفع
27	تحرص إدارة الفندق على توثيق العلاقة بين العاملين والزبائن	03.82	0.38	مرتفع
المجموع العام لفقرات محور (التعاطف)				
فقرات محور (الملموسية)				
28	يقوم مقدمي الخدمة في الفنادق بتنظيف وترتيب الأثاث في غرف بصورة منتظمة	03.95	0.43	مرتفع
29	يتميز العاملون في الفندق بحسن المظهر وأناقته الملبس	03.69	0.42	مرتفع
30	يتوفر في الفندق على كل وسائل الراحة اللازمة لسكن الزبائن	04.00	0.40	مرتفع
المجموع العام لفقرات محور (الملموسية)				
المجموع العام لفقرات المحور الثاني (أبعاد جودة الخدمة الفندقية)				
		03.79	0.31	مرتفع

المصدر: الجدول من إعداد الباحثين في الاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

تتضمن نتائج الجدول أعلاه أن:

- محور الملموسية: جاء بالترتيب الأول من حيث الأهمية النسبية بالنسبة لأفراد العينة إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابات عن هذا المحور 03.88 بانحراف معياري 0.41. إذ تبين بأن الوسط الحسابي العام أكبر من متوسط أداة القياس البالغ (3). وتراوح متوسطات إجابات أفراد العينة على فقرات هذا المقياس بين (03.69-04.00)، وانحرافها المعياري بين (0.40-0.43). ويُعزى ذلك إلى أن الفنادق المبحوثة تهتم بمحور الملموسية. وكان أعلى متوسط للفقرة الـ 30، إذ بلغ 04.00 بانحراف معياري 0.40 مما يدل على أن الفنادق المبحوثة توفر كل وسائل الراحة اللازمة للزبائن. أما الفقرة 29 فتشكل أقل قبول ضمن هذا المحور. إذ بلغ متوسطها الحسابي 03.69 بانحراف معياري 0.42 مما يحتم على إدارة الفنادق المبحوثة تهتم بحسن المظهر وأناقته الملبس لعاملها.

- **محور الضمان:** جاء بالترتيب الثاني من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل أفراد عينة البحث، إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابات عن هذا المحور الضمان 03.86 وانحراف معياري قدره 0.25. إذ تبين بأن الوسط الحسابي العام أكبر من متوسط أداة القياس البالغ (3). وقد تراوحت متوسطات إجابات أفراد العينة على فقرات هذا المقياس ما بين (03.70-04.00)، وانحرافها المعياري ما بين (0.23-0.27). ويعزى ذلك أن الفنادق المبحوثة تهتم بمحور الضمان. وكان أعلى متوسط للفقرة 22، إذ بلغ 04.00 بانحراف معياري 0.25 مما يدل على أن يتمتع العاملون بالفنادق المبحوثة بالمؤهلات اللازمة لأداء الخدمات الفندقية المطلوبة. أما الفقرة 23 فتشكل أقل قبول ضمن هذا المحور. إذ بلغ متوسطها الحسابي 03.70 بانحراف معياري 0.23 مما يحتم على إدارة الفنادق المبحوثة أن تعامل زبائنها باحترام وتقدير.
- **محور التعاطف:** جاء بالترتيب الثالث من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل أفراد عينة البحث، إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابات عن هذا المحور التعاطف 03.81 بانحراف معياري قدره 0.34. إذ تبين بأن الوسط الحسابي العام أكبر من متوسط أداة القياس البالغ (3). وقد تراوحت متوسطات إجابات أفراد العينة على فقرات هذا المقياس ما بين (03.73-03.90)، وانحرافها المعياري ما بين (0.33-0.38). ويعزى ذلك أن الفنادق المبحوثة تهتم بمحور التعاطف. وكان أعلى متوسط للفقرة 25، إذ بلغ 03.90 بانحراف معياري 0.33 مما يدل على أن العاملون في الفندق يفهمون طلبات الزبائن بسهولة. أما الفقرة 26 فتشكل أقل قبول ضمن هذا المحور. إذ بلغ متوسطها الحسابي 03.73 بانحراف معياري 0.35 مما يحتم على إدارة الفنادق المبحوثة أن توفر الكافية للعاملين حتى يتسنى لهم الإجابة عن أسئلة الزبائن.
- **محور الاستجابة:** جاء بالترتيب الرابع من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل أفراد عينة البحث، إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابات عن هذا المحور الاستجابة 03.71 وانحراف معياري قدره 0.33. إذ تبين بأن الوسط الحسابي العام أكبر من متوسط أداة القياس البالغ (3). وقد تراوحت متوسطات إجابات أفراد العينة على فقرات هذا المقياس ما بين (03.67-03.77)، وانحرافها المعياري ما بين (0.33-0.36). ويعزى ذلك أن الفنادق المبحوثة تهتم بمحور الاستجابة. وكان أعلى متوسط للفقرة 20، إذ بلغ 03.77 بانحراف معياري 0.34 مما يدل على أن العاملون في الفنادق المبحوثة يستجيبون لطلبات الزبائن بسرعة. أما الفقرة 19 فتشكل أقل قبول ضمن هذا المحور. إذ بلغ متوسطها الحسابي 03.67 بانحراف معياري 0.33 مما يحتم على العاملون في الفنادق المبحوثة أن يبادروا في تقديم الخدمات.
- **محور الاعتمادية:** جاء بالترتيب الخامس من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل أفراد عينة البحث، إذ بلغ المتوسط الحسابي للإجابات عن هذا المحور الاعتمادية 03.71 بانحراف معياري قدره 0.35. إذ تبين بأن الوسط الحسابي العام أكبر من متوسط أداة القياس البالغ (3) وقد تراوحت متوسطات إجابات أفراد العينة على فقرات هذا المقياس ما بين (03.58-03.82)، وانحرافها المعياري ما بين (0.30-0.38). ويعزى ذلك أن الفنادق المبحوثة تهتم بمحور الاعتمادية. وكان أعلى متوسط للفقرة 18، إذ بلغ 03.82 بانحراف معياري 0.30 مما يدل على أن الخدمة التي تقدمها الفنادق تلبى حاجات ورغبات الزبائن. أما الفقرة 16 فتشكل أقل قبول ضمن هذا المحور. إذ بلغ متوسطها الحسابي 03.58 بانحراف معياري 0.38 مما يحتم على إدارة الفنادق المبحوثة أن تنجز الخدمة المطلوبة في الوقت المناسب.

اختبار الفرضيات

اختبار الفرضية الرئيسية الأولى:

- لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين تدريب الموارد البشرية وتحسين جودة الخدمات بالفنادق الجزائرية. لاختبار مدى صحة الفرضية الرئيسية الأولى والفرضيات المنبثقة عنها، تم استخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية مثل معامل ارتباط بيرسون للارتباط الخطي البسيط، واختبار T لمعنوية الارتباط. والجدول التالي يوضح نتائج علاقات الارتباط بين تدريب الموارد البشرية وجودة الخدمات الفندقية.

جدول رقم (5)
نتائج علاقات الارتباط بين تدريب الموارد البشرية وجودة الخدمات الفندقية

قيمة T الجدولية	أبعاد جودة الخدمات الفندقية					جودة الخدمات الفندقية (y)	المتغير المعتمد المتغير المستقل
	الملموسية (y ₅)	الضمان (y ₄)	التعاطف (y ₃)	الاستجابة (y ₂)	الاعتمادية (y ₁)		
1.676	0.835	0.888	0.892	0.870	0.863	0.898	تدريب الموارد البشرية (x)
درجة الثقة	32.44	11.64	20.99	29.45	12.62	15.80	قيمة T المحسوبة
0.95	توجد علاقة ارتباط موجبة وقوية ذات دلالة معنوية عند المستوى (0.05) ولجميع أبعاد جودة الخدمات الفندقية						نوع العلاقة

المصدر: من إعداد الباحثين في الاعتماد على مخرجات SPSS

الجدول السابق يوضح معاملات الارتباط لمتغيرات الدراسة وأبعادها وقيمة T المحسوبة لكلا منها والجدولية التي تم الحصول عليها من نتائج البرنامج الإحصائي (spss)، ومن خلال الجدول رقم (04) نجد بوضوح أن هناك علاقة ارتباط موجبة وقوية وذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية (0.05%) بين متغير التدريب الموارد البشرية كمتغير مستقل ومتغير جودة الخدمات الفندقية كمتغير تابع إذ بلغ معامل الارتباط بينهما (0.898). وما يعزز ذلك أن قيمة T المحسوبة لعلاقة الارتباط بينهما (15.80) كانت أكبر من قيمة T الجدولية البالغة (1.676) عند مستوى المعنوية (0.05) مما يدل على قبول الفرضية البديلة ورفض فرضية العدم، ويمكن تفسير ذلك وجود علاقة ارتباط إحصائية معنوية بين تدريب الموارد البشرية ومتغير جودة الخدمات الفندقية عند مستوى المعنوية (0.05) هذا يعني أن الفنادق الجزائرية المبحوثة كلما سعت إلى الاهتمام بتدريب الموارد البشرية كلما أدى إلى تحسين جودة الخدمات الفندقية.

اختبار الفرضية الفرعية الأولى:

- H₀: لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين تدريب الموارد البشرية والاعتمادية بالفنادق الجزائرية.

- H₁: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين تدريب الموارد البشرية والاعتمادية بالفنادق الجزائرية.

ومن الجدول السابق نلاحظ أن هناك علاقة ارتباط موجبة وقوية وذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية (0.05) بين متغير تدريب الموارد البشرية كمتغير مستقل ومتغير الاعتمادية كمتغير تابع إذ بلغ معامل الارتباط بينهما (0.863) وما يعزز ذلك أن قيمة T المحسوبة لعلاقة الارتباط بينهما (12.62) كانت أكبر من قيمة T الجدولية البالغة (1.676) عند مستوى المعنوية (0.05) مما يدل على قبول فرضية البديلة ورفض فرضية العدم، ويمكن تفسير ذلك بوجود علاقة ارتباط إحصائية معنوية بين تدريب الموارد البشرية ومتغير الاعتمادية عند مستوى المعنوية (0.05).

اختبار الفرضية الفرعية الثانية:

- H₀: لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين تدريب الموارد البشرية والاستجابة بالفنادق الجزائرية.

- H₁: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين تدريب الموارد البشرية والاستجابة بالفنادق الجزائرية.

ومن الجدول السابق نلاحظ أن هناك علاقة ارتباط موجبة وقوية وذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية (0.05) بين متغير تدريب الموارد البشرية كمتغير مستقل ومتغير الاستجابة كمتغير تابع إذ بلغ معامل الارتباط بينهما (0.870) وما يعزز ذلك أن قيمة T المحسوبة لعلاقة الارتباط بينهما (29.45) كانت أكبر من قيمة T الجدولية البالغة (1.676) عند مستوى المعنوية (0.05) مما يدل على قبول الفرضية البديلة ورفض فرضية العدم، ويمكن تفسير ذلك بوجود علاقة ارتباط إحصائية معنوية بين تدريب الموارد البشرية ومتغير الاستجابة عند مستوى المعنوية (0.05).

اختبار الفرضية الفرعية الثالثة:

- H₀: لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين تدريب الموارد البشرية والتعاطف بالفنادق الجزائرية.

- H₁: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين تدريب الموارد البشرية والتعاطف بالفنادق الجزائرية.

ومن الجدول السابق نلاحظ أن هناك علاقة ارتباط موجبة وقوية وذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية (0.05) بين متغير تدريب الموارد البشرية كمتغير مستقل ومتغير التعاطف كمتغير تابع إذ بلغ معامل الارتباط بينهما (0.892) وما يعزز ذلك أن قيمة T المحسوبة لعلاقة الارتباط بينهما (20.99) كانت أكبر من قيمة T الجدولية البالغة (1.676) عند مستوى المعنوية (0.05) مما يدل على قبول الفرضية البديلة ورفض فرضية العدم، ويمكن تفسير ذلك بوجود علاقة ارتباط إحصائية معنوية بين تدريب الموارد البشرية ومتغير التعاطف عند مستوى المعنوية (0.05).

اختبار الفرضية الفرعية الرابعة: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين تدريب الموارد البشرية والضمان بالفنادق الجزائرية.

ومن الجدول نلاحظ أن هناك علاقة ارتباط موجبة وقوية وذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية (0.05) بين متغير تدريب الموارد البشرية كمتغير مستقل ومتغير الضمان كمتغير تابع إذ بلغ معامل الارتباط بينهما (0.888) وما يعزز ذلك أن قيمة T المحسوبة لعلاقة الارتباط بينهما (11.64) كانت أكبر من قيمة T الجدولية البالغة (1.676) عند مستوى المعنوية (0.05) مما يدل على قبول الفرضية البديلة ورفض فرضية العدم، ويمكن تفسير ذلك وجود علاقة ارتباط إحصائية معنوية بين تدريب الموارد البشرية ومتغير جودة الضمان عند مستوى المعنوية (0.05%).

- اختبار الفرضية الفرعية الخامسة:

H_0 : لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين تدريب الموارد البشرية والملموسية بالفنادق الجزائرية.

H_1 : توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين تدريب الموارد البشرية والملموسية بالفنادق الجزائرية.

ومن الجدول السابق نلاحظ أن هناك علاقة ارتباط موجبة وقوية وذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية (0.05) بين متغير تدريب الموارد البشرية كمتغير مستقل ومتغير الملموسية كمتغير تابع إذ بلغ معامل الارتباط بينهما (0.835) وما يعزز ذلك أن قيمة T المحسوبة لعلاقة الارتباط بينهما (32.44) كانت أكبر من قيمة T الجدولية البالغة (1.676) عند مستوى المعنوية (0.05) مما يدل على قبول الفرضية البديلة ورفض فرضية العدم، ويمكن تفسير ذلك بوجود علاقة ارتباط إحصائية معنوية بين تدريب الموارد البشرية ومتغير الملموسية عند مستوى المعنوية (0.05).

اختبار الفرضية الرئيسية الثانية:

لاختبار مدى صحة الفرضية الرئيسية الثانية والفرضيات المنبثقة عنها تم استخدام الانحدار الخطي البسيط، بالإضافة إلى استخدام معامل التفسير R^2 لغرض قياس نسبة ما يفسره تدريب الموارد البشرية من تغيرات تؤثر في جودة الخدمات بالفنادق الجزائرية.

اختبار الفرضية الرئيسية الأولى:

لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) بين تدريب الموارد البشرية وتحسين جودة الخدمات بالفنادق الجزائرية.

الجدول يوضح معلمات نموذج الانحدار البسيط المستخدمة في دور تدريب الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمات الفندقية الجزائرية

جدول رقم (6)

العلاقة التأثيرية للتدريب الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمات الفندقية الجزائرية

معامل التفسير R^2	قيمة F الجدولية	قيمة F المحسوبة	تدريب الموارد البشرية	المتغير المستقل
			B1	المتغير المعتمد
74.17	4.08	8.624	1.134	جودة الخدمات الفندقية

المصدر: من إعداد الباحثين في الاعتماد على مخرجات SPSS

نلاحظ من الجدول السابق ما يلي:

- بلغت قيمة (1.134) (B1) وهي تمثل ميل معادلة الانحدار، وهذا يعني أن أي تغيير في قيمة (x) (تدريب الموارد البشرية) بمقدار وحدة واحدة يؤدي إلى تغيير في قيمة (y) (جودة الخدمات الفندقية) بمقدار (1.134)
- بلغت قيمة (F) المحسوبة التي تقيس معنوية نموذج الانحدار البسيط بلغت (8.614) وهي أكبر بذلك قيمة (F) الجدولية البالغة (4.08) عند مستوى معنوية (0.05) مما يدل على قبول فرضية البديلة ورفض فرضية العدم، وهذا يعني أن هناك علاقة أثر واضحة وذات دلالة معنوية بين متغيرين تدريب الموارد البشرية بصورة عامة ومتغير جودة الخدمات الفندقية
- يتضح أيضاً من قيمة معامل التفسير R^2 البالغة (0.7417) يعني أن نسبة ما يفسره تدريب الموارد البشرية من التغيرات التي تطرأ على جودة الخدمات الفندقية هي (74.17%) أما النسبة الباقية البالغة (25.83%) تعود لمساهمة متغيرات أخرى غير داخلية في النموذج الانحدار أصلاً، يتضح لنا أن تدريب الموارد البشرية بالفنادق الجزائرية المبحوثة له تأثير واضح في وجود الخدمات الفندقية

اختبار الفرضية الفرعية الأولى:

- H_0 : لا توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha=0.05$) بين تدريب الموارد البشرية والاعتمادية بالفنادق الجزائرية.
 - H_1 : توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha=0.05$) بين تدريب الموارد البشرية والاعتمادية بالفنادق الجزائرية.
- الجدول يوضح معلمات نموذج الانحدار البسيط المستخدمة في دور تدريب الموارد البشرية في الاعتمادية بالفنادق الجزائرية.

جدول رقم (7)

العلاقة التأثيرية للتدريب الموارد البشرية في الاعتمادية بالفنادق الجزائرية

معامل التفسير R^2	قيمة F الجدولية	قيمة F المحسوبة	المتغير المستقل	
			تدريب الموارد البشرية B1	المتغير المعتمد
64.70	4.08	5.500	0.235	الاعتمادية

المصدر من إعداد الباحثين في الاعتماد على مخرجات SPSS

نلاحظ من الجدول السابق ما يلي:

- بلغت قيمة (0.235) (B1) وهي تمثل ميل معادلة الانحدار، وهذا يعني أن أي تغيير في قيمة (x) (تدريب الموارد البشرية) بمقدار وحدة واحدة يؤدي إلى تغيير في قيمة (y) (الاعتمادية) بمقدار (0.235).
- بلغت قيمة (F) المحسوبة التي تقيس معنوية نموذج الانحدار البسيط بلغت (5.500) وهي أكبر بذلك قيمة (F) الجدولية البالغة (4.08) عند مستوى معنوية (0.05) مما يدل على قبول فرضية البديلة ورفض فرضية العدم، مما يدل على أن هناك علاقة أثر ذات دلالة معنوية بين متغير تدريب الموارد البشرية ومتغير الاعتمادية.
- يتضح أيضاً من قيمة معامل التفسير R^2 البالغة (0.6470) يعني أن نسبة ما يفسره تدريب الموارد البشرية من التغيرات التي تطرأ على بعد الاعتمادية هي (64.70%) أما النسبة الباقية البالغة (35.3%) تعود لمساهمة متغيرات أخرى غير داخلية في نموذج الانحدار أصلاً.

اختبار الفرضية الفرعية الثانية:

- H_0 : لا توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha=0.05$) بين تدريب الموارد البشرية والاستجابة بالفنادق الجزائرية.
- H_1 : توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha=0.05$) بين تدريب الموارد البشرية والاستجابة بالفنادق الجزائرية.

يوضح الجدول معلمات نموذج الانحدار البسيط المستخدمة في دور تدريب الموارد البشرية في الاستجابة بالفنادق الجزائرية

جدول رقم (8)

العلاقة التآثيرية للتدريب الموارد البشرية في الاستجابة بالفنادق الجزائرية

معامل التفسير R ²	قيمة F الجدولية	قيمة F المحسوبة	تدريب الموارد البشرية	المتغير المستقل
			B1	المتغير المعتمد
60.90	4.08	4.647	0.241	الاستجابة

المصدر من إعداد الباحثين في الاعتماد على مخرجات SPSS

نلاحظ من الجدول السابق ما يلي:

- بلغت قيمة (0.241) (B1) وهي تمثل ميل معادلة الانحدار، وهذا يعني أن أي تغيير في قيمة (x) (تدريب الموارد البشرية) بمقدار وحدة واحدة يؤدي إلى تغيير في قيمة (y) (الاستجابة) بمقدار (0.241)
- بلغت قيمة (F) المحسوبة التي تقيس معنوية نموذج الانحدار البسيط بلغت (4.647) وهي أكبر بذلك قيمة (F) الجدولية البالغة (4.08) عند مستوى معنوية (0.05) مما يدل على قبول فرضية البديلة ورفض فرضية العدم، مما يدل على أن هناك علاقة أثر ذات دلالة معنوية بين متغير تدريب الموارد البشرية ومتغير الاستجابة
- يتضح أيضاً من قيمة معامل التفسير R² البالغة (0.6090) يعني أن نسبة ما يفسره تدريب الموارد البشرية من التغيرات التي تطرأ على بعد الاستجابة هي (60.90%) أما النسبة الباقية البالغة (39.1%) تعود لمساهمة متغيرات أخرى غير داخلة في نموذج الانحدار أصلاً.

اختبار الفرضية الفرعية الثالثة:

- H₀: لا توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية عند مستوى (α=0.05) بين تدريب الموارد البشرية والتعاطف بالفنادق الجزائرية.
 - H₁: توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية عند مستوى (α=0.05) بين تدريب الموارد البشرية والتعاطف بالفنادق الجزائرية.
- الجدول يوضح معلمات نموذج الانحدار البسيط المستخدمة في دور تدريب الموارد البشرية في التعاطف بالفنادق الجزائرية

جدول رقم (9)

العلاقة التآثيرية للتدريب الموارد البشرية في التعاطف بالفنادق الجزائرية

معامل التفسير R ²	قيمة F الجدولية	قيمة F المحسوبة	تدريب الموارد البشرية	المتغير المستقل
			B1	المتغير المعتمد
90.88	4.08	29.907	0.244	التعاطف

المصدر من إعداد الباحثين في الاعتماد على مخرجات SPSS

نلاحظ من الجدول السابق ما يلي:

- بلغت قيمة (0.244) (B1) وهي تمثل ميل معادلة الانحدار، وهذا يعني أن أي تغيير في قيمة (x) (تدريب الموارد البشرية) بمقدار وحدة واحدة يؤدي إلى تغيير في قيمة (y) (التعاطف) بمقدار (0.244).
- بلغت قيمة (F) المحسوبة التي تقيس معنوية نموذج الانحدار البسيط بلغت (29.907) وهي أكبر بذلك قيمة (F) الجدولية البالغة (4.08) عند مستوى معنوية (0.05) مما يدل على قبول فرضية البديلة ورفض فرضية العدم، مما يدل على أن هناك علاقة أثر ذات دلالة معنوية بين متغير تدريب الموارد البشرية ومتغير التعاطف.
- يتضح أيضاً من قيمة معامل التفسير R² البالغة (0.9088) يعني أن نسبة ما يفسره تدريب الموارد البشرية من التغيرات التي تطرأ على بعد التعاطف هي (90.88%) أما النسبة الباقية البالغة (9.12%) تعود لمساهمة متغيرات أخرى غير داخلة في نموذج الانحدار أصلاً.

اختبار الفرضية الفرعية الرابعة:

- H_0 : لا توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha=0.05$) بين تدريب الموارد البشرية والضمان بالفنادق الجزائرية.
 - H_1 : توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha=0.05$) بين تدريب الموارد البشرية والضمان بالفنادق الجزائرية.
- الجدول يوضح معلمات نموذج الانحدار البسيط المستخدمة في دور تدريب الموارد البشرية في الضمان بالفنادق الجزائرية

جدول رقم (10)
العلاقة التآثيرية للتدريب الموارد البشرية في الضمان بالفنادق الجزائرية

معامل التفسير R^2	قيمة F الجدولية	قيمة F المحسوبة	تدريب الموارد البشرية	المتغير المستقل
			B1	المتغير المعتمد
49.80	4.08	24.51	0.210	الضمان

المصدر من إعداد الباحثين في الاعتماد على مخرجات SPSS

نلاحظ من الجدول السابق ما يلي:

- بلغت قيمة (0.210) (B1) وهي تمثل ميل معادلة الانحدار، وهذا يعني أن أي تغيير في قيمة (x) (تدريب الموارد البشرية) بمقدار وحدة واحدة يؤدي إلى تغيير في قيمة (y) (الضمان) بمقدار (0.210)
- بلغت قيمة (F) المحسوبة التي تقيس معنوية نموذج الانحدار البسيط بلغت (24.51) وهي أكبر بذلك قيمة (F) الجدولية البالغة (4.08) عند مستوى معنوية (0.05) مما يدل على قبول فرضية البديلة ورفض فرضية العدم، مما يدل على أن هناك علاقة أثر ذات دلالة معنوية بين متغير تدريب الموارد البشرية ومتغير الضمان
- يتضح أيضاً من قيمة معامل التفسير R^2 البالغة (0.4980) يعني أن نسبة ما يفسره تدريب الموارد البشرية من التغيرات التي تطرأ على بعد الضمان هي (49.80%) أما النسبة الباقية البالغة (50.2%) تعود لمساهمة متغيرات أخرى غير داخلة في نموذج الانحدار أصلاً،

اختبار الفرضية الفرعية الخامسة:

- H_0 : لا توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha=0.05$) بين تدريب الموارد البشرية والملموسية بالفنادق الجزائرية.
 - H_1 : توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha=0.05$) بين تدريب الموارد البشرية والملموسية بالفنادق الجزائرية.
- الجدول يوضح معلمات نموذج الانحدار البسيط المستخدمة في دور تدريب الموارد البشرية في الملموسية بالفنادق الجزائرية

جدول رقم (11)
العلاقة التآثيرية للتدريب الموارد البشرية في الملموسية بالفنادق الجزائرية

معامل التفسير R^2	قيمة F الجدولية	قيمة F المحسوبة	تدريب الموارد البشرية	المتغير المستقل
			B1	المتغير المعتمد
59.60	4.08	21.01	0.114	الملموسية

المصدر من إعداد الباحثين في الاعتماد على مخرجات SPSS

نلاحظ من الجدول السابق ما يلي:

- بلغت قيمة (0.114) (B1) وهي تمثل ميل معادلة الانحدار، وهذا يعني أن أي تغيير في قيمة (x) (تدريب الموارد البشرية) بمقدار وحدة واحدة يؤدي إلى تغيير في قيمة (y) (الملموسية) بمقدار (0.114)

- بلغت قيمة (F) المحسوبة التي تقيس معنوية نموذج الانحدار البسيط بلغت (21.01) وهي أكبر بذلك قيمة (F) الجدولية البالغة (4.08) عند مستوى معنوية (0.05) مما يدل على قبول فرضية البديلة ورفض فرضية العدم، مما يدل على أن هناك علاقة أثر ذات دلالة معنوية بين متغير تدريب الموارد البشرية ومتغير الملموسية
- يتضح أيضاً من قيمة معامل التفسير R^2 البالغة (0.5960) يعني أن نسبة ما يفسره تدريب الموارد البشرية من التغيرات التي تطرأ على بعد الملموسية هي (59.60%) أما النسبة الباقية البالغة (40.4%) تعود لمساهمة متغيرات أخرى غير داخلة في نموذج الانحدار أصلاً.

اختبار الفرضية الرئيسة الثالثة:

- H_0 : لا توجد اختلافات معنوية بين إجابات أفراد العينة حول دور تدريب الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمات الفندقية الجزائرية تعزى لمتغيرات (العمر، والمستوى الوظيفي، ومدة الخدمة) عند مستوى معنوية $P \leq 0.05$.
 - H_1 : توجد اختلافات معنوية بين إجابات أفراد العينة حول دور تدريب الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمات الفندقية الجزائرية تعزى لمتغيرات (العمر، والمستوى الوظيفي، مدة الخدمة) عند مستوى معنوية $P \leq 0.05$.
- لاختبار الفرضية الثالثة تم استخدام تحليل التباين الأحادي One Way Anova.

جدول رقم (12)

نتائج اختبار الفرضية الثالثة

المحاور	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة
العمر	بين المجموعات	0.414	2	0.207	1.54	0.582
	داخل المجموعات	98.230	47	0.382		
	المجموع	98.644	49			
المستوى الوظيفي	بين المجموعات	0.996	2	0.498	2.611	0.331
	داخل المجموعات	115.132	47	0.448		
	المجموع	116.128	49			
مدة الخدمة	بين المجموعات	1.159	2	0.580	1.354	0.260
	داخل المجموعات	110.033	47	0.428		
	المجموع	111.192	49			

المصدر: الجدول من إعداد الباحثين في الاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من الجدول السابق أن قيمة F المحسوبة لجميع المحاور تساوي (1.54، 2.611، 1.354) وهي أقل من قيمة F الجدولية التي تساوي 3.15 عند درجتي حرية (2، 97) ومستوى دلالة 0.05، وكذلك بلغت قيمة مستوى الدلالة لجميع المحاور (0.582، 0.331، 0.260) وهي أكبر من 0.05 مما يعني قبول الفرضية العدمية H_0 أي لا توجد اختلافات معنوية بين إجابات أفراد العينة حول دور تدريب الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمات الفندقية الجزائرية تعزى لمتغيرات (الدرجة الوظيفية، والمستوى التعليمي، ومدة الخدمة) عند مستوى معنوية 0.05.

مناقشة نتائج الدراسة:

- تهتم الفنادق المبحوثة بتدريب الموارد البشرية ويعزى ذلك في رأي الباحثين إلى الدور الرئيس والمهم للتدريب في إعداد الكوادر الفندقية المتخصصة، مما يؤثر ذلك على تقديم الخدمات الفندقية، كما إن الفنادق تقوم بتحديد الاحتياجات التدريبية بشكل مسبق على صعيد الفرد والمؤسسة والوظيفة، وكذلك انسجام برامج تدريبية وطبيعة العمل الذي يقوم به العاملون، كما إنه توجد أهداف لتنظيم وتنفيذ برامج تدريبية، بالإضافة إلى أن تقييم برامج تدريبية يتم من طرف الجهة المشرفة عليها.

- بلغ المتوسط الحسابي للإجابات عن هذا المحور الملموسية 03.88 وانحراف معياري قدره 0.41 مما يدل على أن الفنادق المبحوثة تهتم بمحور الملموسية ويعزى ذلك في رأي الباحثين إلى أن العاملين في الفنادق غالبا ما يقيمون الأشياء الملموسة مثل توفير كل وسائل الراحة اللازمة لسكن الزبائن والتسهيلات والمرافق الملائمة والجذابة أكثر من غيرها.
- بلغ المتوسط الحسابي للإجابات عن هذا المحور الضمان 03.86 بانحراف معياري قدره 0.25 مما يدل على أن الفنادق المبحوثة تهتم بمحور الضمان ويعزى ذلك في رأي الباحثين إلى امتلاك العاملين القدرة والثقة على تقديم الخدمة بعناية فائقة.
- بلغ المتوسط الحسابي للإجابات عن هذا المحور التعاطف 03.81 بانحراف معياري قدره 0.34 مما يدل على أن الفنادق المبحوثة تهتم بمحور التعاطف ويعزى ذلك في رأي الباحثين إلى تفهم العاملون لاحتياجات الزبائن بشكل دقيق وتلبية رغباتهم بكل صدق وإعطاء كل زبون اهتمام شخصي.
- بلغ المتوسط الحسابي للإجابات عن هذا المحور الاستجابة 03.71 مما يدل على أن الفنادق المبحوثة تهتم بمحور الاستجابة ويعزى ذلك في رأي الباحثين إلى رغبة واستعداد العاملون لمساعدة الزبون وكذلك إلى استجابة العاملين لشكاوى الزبائن والعمل على حلها بسرعة.
- بلغ المتوسط الحسابي للإجابات عن هذا المحور الاعتمادية 03.71 مما يدل على أن الفنادق المبحوثة تهتم بمحور الاعتمادية ويعزى ذلك في رأي الباحثين إلى حرص العاملين على الإيفاء والالتزام بتقديم الخدمة وبعتماد ودقة وثبات
- فيما يتعلق بنتائج الخاصة بأبعاد جودة الخدمة الفندقية من خلال العبارات المستخدمة في هذه الدراسة فقد كان بعد الملموسية في المرتبة الأولى وبعد الضمان في المرتبة الثانية، ثم جاء بعد التعاطف في المرتبة الثالثة، ثم بعد الاستجابة في المرتبة الرابعة وأخيرا بعد الاعتمادية، مما يدل على أن هناك مجال لتحسين جودة الخدمات المقدمة من الفنادق الجزائرية المبحوثة خاصة فيما يتعلق بعدي الملموسية الضمان
- هناك علاقة ارتباط موجبة وقوية وذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية (0.05) بين متغير تدريب الموارد البشرية كمتغير مستقل ومتغير جودة الخدمات الفندقية كمتغير تابع إذ بلغ معامل الارتباط بينهما (0.898)، وهذا يعني كلما زاد الاهتمام بتدريب الموارد البشرية كلما زادت جودة الخدمات المقدمة من طرف الفنادق المبحوثة.
- هناك علاقة ارتباط موجبة وقوية وذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية (0.05) بين متغير التدريب الموارد البشرية كمتغير مستقل ومتغير الاستجابة كمتغير تابع إذ بلغ معامل الارتباط بينهما (0.870)، وهذا يعني كلما زاد الاهتمام بتدريب الموارد البشرية كلما زاد متغير الاستجابة من طرف الفنادق المبحوثة.
- هناك علاقة ارتباط موجبة وقوية وذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية (0.05) بين متغير التدريب الموارد البشرية كمتغير مستقل ومتغير التعاطف كمتغير تابع إذ بلغ معامل الارتباط بينهما (0.892)، وهذا يعني كلما زاد الاهتمام بتدريب الموارد البشرية كلما زاد متغير التعاطف من طرف الفنادق المبحوثة من خلال فهم العاملون لطلبات الزبائن بسهولة
- هناك علاقة ارتباط موجبة وقوية وذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية (0.05) بين متغير التدريب الموارد البشرية كمتغير مستقل ومتغير الضمان كمتغير تابع إذ بلغ معامل الارتباط بينهما (0.888)، وهذا يعني كلما زاد الاهتمام بتدريب الموارد البشرية كلما زاد متغير الضمان من طرف الفنادق المبحوثة من خلال تمتع العاملون بالفنادق المبحوثة بالمؤهلات اللازمة لأداء الخدمات الفندقية المطلوبة.
- هناك علاقة ارتباط موجبة وقوية وذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية (0.05) بين متغير التدريب الموارد البشرية كمتغير مستقل ومتغير الملموسية كمتغير تابع إذ بلغ معامل الارتباط بينهما (0.835)، وهذا يعني كلما زاد الاهتمام بتدريب الموارد البشرية كلما زاد متغير الملموسية من طرف الفنادق المبحوثة من خلال توفرها على كل وسائل الراحة اللازمة لسكن الزبائن.

- هناك علاقة أثر واضحة وذات دلالة معنوية بين متغيرين تدريب الموارد البشرية بصورة عامة ومتغير جودة الخدمات الفندقية (الاعتمادية، والاستجابة، والتعاطف، والضمان، والملموسية)، أي كلما زاد الاهتمام بتدريب الكوادر الفندقية لإكسابهم المهارات اللازمة للتعرف على ما يستجد من معارف كلما زاد تأثير ذلك في تحسين الخدمات المقدمة لزبائن الفنادق، وبالتالي تحقيق أهداف إدارة الفنادق المرسومة.
- لا توجد اختلافات معنوية بين إجابات أفراد العينة حول دور تدريب الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمات الفندقية الجزائرية تعزى لمتغيرات (الدرجة الوظيفية، والمستوى التعليمي، ومدة الخدمة) عند مستوى معنوية 0.05 ويعزى ذلك في رأي الباحثين إلى وجود رؤية متشابهة لأفراد عينة الدراسة نحو العلاقة بين تدريب الموارد البشرية، وتحسين جودة الخدمة الفندقية بأبعادها الخمسة مهمًا اختلفت المتغيرات الديموغرافية (الدرجة الوظيفية، والمستوى التعليمي، ومدة الخدمة) في الفنادق المبحوثة.

حدود الدراسة:

- الحدود الزمانية: تم إجراء الدراسة خلال الفترة الممتدة من 4 جويلية (يوليو) 2016 إلى 31 أوت (أغسطس) 2016.
- الحدود المكانية: تم إجراء الدراسة الفنادق التالية: فندق الزيبان، وفندق نسيب، وفندق حمام الصالحين بولاية بسكرة، وفندق القلعة بولاية المسيلة.

الخاتمة:

النتائج:

- من خلال الدراسة التي قام بها الباحثان تم التوصل إلى النتائج التالية:
- أن الفنادق المبحوثة تهتم بتدريب الموارد البشرية حيث تضع الإدارة أهداف للبرنامج التدريبي بحيث تكون قابلة للتطبيق، كما تقوم بوضع المحتوى التدريبي بما يتفق مع أهداف البرنامج التدريبي، بالإضافة إلى تقييمها للبرنامج التدريبي بمجرد انتهائه من قبل الجهة المنفذة للتدريب.
- أن الفنادق المبحوثة تهتم بأبعاد جودة الخدمات الفندقية حيث حصل بعد الملموسية على المرتبة الأولى من حيث الأهمية النسبية من وجهة نظر المبحوثين، ثم جاء بعد الضمان في المرتبة الثانية، ثم بعد التعاطف في المرتبة الثالثة، ثم بعد الاستجابة في المرتبة الرابعة، وأخيرًا بعد الاعتمادية في المرتبة الخامسة.
- وجود علاقة ارتباط بين تدريب الموارد البشرية وتحسين جودة الخدمات الفندقية الجزائرية.
- هناك دور لتدريب الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمات الفندقية الجزائرية.

التوصيات:

- في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة، يوصي الباحثان بمجموعة من التوصيات، فيما يلي أهمها:
- الاستمرارية في تدريب الموارد البشرية الذي يؤثر بوضوح في تحسين جودة الخدمات الفندقية.
- ربط العملية التدريبية بعوامل تحفيزية مادية ومعنوية سيؤدي إلى الاهتمام بالتدريب من قبل المتدربين والمدربين.
- على إدارة الفنادق الاستعانة بمدربين مؤهلين بناء على نوعية البرنامج التدريبي.
- إنشاء برامج تدريبية للعاملين في الفنادق تتطلب التخصص الدقيق.
- تبني معايير واضحة في اختيار العاملين للمشاركة في الدورات التدريبية.
- التوسع في استخدام أساليب تدريبية أخرى غير المتبعة لإتاحة الفرصة للعاملين لمواكبة المستجدات والتفوق على المنافسين.

المراجع

أولاً - مراجع باللغة العربية:

- أحمد، محمد سيمر. (2009). "الجودة الشاملة وتحقيق الرقابة في المصارف التجارية". ط9. عمان، الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
- أديب، برهوم وآخرون. (2007). "أثر التدريب على جودة الخدمات الصحية في المستشفيات وزارة التعليم العالي"، مجلة تشرين للدراسات والبحوث العلمية سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، مج 29، ع 2، سوريا، ص 210
- الجبوري، ميسر إبراهيم. (2010). "إدارة الجودة: جوانب نظرية وتجارب واقعية"، الرياض: معهد الإدارة العامة، ص 82.
- السالم، مؤيد سعيد. (2009). إدارة الموارد البشرية: مدخل استراتيجي تكاملي. عمان، الأردن: دار إثناء للنشر والتوزيع، ص 271.
- جودة محفوظ أحمد. (2006). إدارة الجودة الشاملة: مفاهيم وتطبيقات. عمان، الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع، ص 28.
- طالب، علاء فرحان. (2002). "تقويم جودة الخدمات السياحية الدينية من وجهة نظر الزائرين دراسة ميدانية في محافظة كربلاء المقدسة"، المؤتمر العلمي الثالث لجامعة أهل البيت (ع)، مجلة جامعة أهل البيت، ع 4، ص 302.
- علي، عبد الستار. (2006). "إدارة الجودة الشاملة ومتطلباتها". دار غريب لطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، ص 33
- عليه، السيد. (2001). تحديد الاتجاهات التدريسية، مطبعة مصر الجديدة، جمهورية مصر العربية، ص 121.
- فيصل، حسونة. (2011). إدارة الموارد البشرية. عمان، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، ص 17.

ثانياً - مراجع باللغة الأجنبية:

- Anderaws, Sndhir. (1982). *Hotel Front Office - Training Manual*, Tata, M. C. New Delhi: Graw Hill, p. 89.
- Haksever, Cengiz and Others. (2000). *Service Management and Operation*. Prentice Hall, p. 33 .
- Ivancevich and Others. (1997). Management Quality and Competitvness. 2nd ed., McGraw-Hill co.,p. 455.
- Kotler, Philip and Keller Kevin Lane. (2012). *Marketing. Management*. 14th ed., Pearson, No. 65, p.113

الملاحق

جدول رقم (1): حجم العينة المناسب

حجم العينة المناسبة	حجم المجتمع الأصلي	حجم العينة المناسبة	حجم المجتمع الأصلي
226	550	10	10
242	650	28	30
269	900	59	70
285	1100	86	110
322	2000	118	170
361	6000	136	210
375	15000	152	250
382	75000	186	360
384	100000	201	420

المصدر: أحمد حسين الرفاعي. (8991). مناهج البحث العلمي: تطبيقات إدارية واقتصادية. عمان، الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع، ص 158

A Field Study of the Role of Human Resources Training to Improve the Quality of the Algerian Hotel Services

Dr. Hachemi Benouadah

Department of Finance and Accounting
Msila University

Dr. Ammar Benaichi

Department of Finance and Accounting
Biskra University

ABSTRACT

The study aims to find out the role of human resources training to improve the quality of the Algerian hotel services, a field study for the following hotels: Alziban Hotel, Nasib Hotel, Bath Hotel Biskra righteous state, the Castle Hotel liquefied state. In order to achieve that, the researchers choose a stratified random sample of (hotel manager, head of department, head of the branch, Chairman of the Group) and the 70 president of the individuals working in hotels, the study concludes:

- The existence of a correlation between the training of human resources and improve the quality of the Algerian hotel services.
- There is a role for training human resources in improving the quality of the Algerian hotel services.

The study also recommended that the continuity in the training of human resources, which clearly affects the Algerian improve the quality of hotel services

The hotel activity of the most advanced economic activities in all parts of the world, success depends on the success of hotel facilities management and the extent of their understanding of the nature of EDM, as well as human resource efficiency.

The training of human resources factor in achieving the quality of hotel services and achieve a competitive advantage in this sector, saw researchers in that it is necessary to take a look at the training process and its importance in raising the efficiency of human resources working in hotels and the impact in improving the level of hotel services.

It is also the subject of the quality of hotel services of the topics that gained the attention of various researchers in the field of marketing and tourism, especially those who are seeking to satisfy the needs and the desires and needs of their clients.

Service organizations have realized, including the hotels that provide high-quality service is the most effective methods to ensure superiority over its competitors service organization, service organization where you can guarantee for itself a distinct competitive position among the organizations competition by offering quality service in line with customer requirements.

Key words: Human Resources, Training, Quality, Quality of Service, Hotels.