

## أثر السياحة الداخلية علي البنية الأساسية في الفنادق

ساميه سليمان يوسف سعيد سلامة إبراهيم محمد سيد أحمد الزغبى

قسم إدارة الفنادق - كلية السياحة والفنادق - جامعة قناة السويس

معلومات المقالة	الملخص
<p><b>الكلمات المفتاحية</b></p> <p>السياحة الداخلية ؛ البنية الأساسية ؛ الخدمات الفندقية.</p> <p><b>(JAAUTH)</b></p> <p>المجلد ٢٢، العدد ٣، (٢٠٢٢)، ص ٣٥٣-٣٤١</p>	<p>تعد السياحة الداخلية عنصرا مهما من عناصر صناعة السياحة عامة، فهي فضلاً عن ما تنتجه من مقومات اقتصادية إيجابية تسهم بشكل فعال في الحركة الاقتصادية، فإنها تشكل في الوقت نفسه واحداً من أهم عناصر الترويج النفسى للسائح الداخلى واكتسابه ثقافة مضافة عن وطنه تساعد في توسيع علاقاته مع الآخرين (عبادى، ٢٠١١). في مصر، قامت السياحة الداخلية بدور بارز في إنعاش الاقتصاد المصرى، خاصة بعد ثورة ٢٠١١ حيث إنخفض معدل زيارات السائحين الدوليين إلي مصر. فعلي سبيل المثال، وصل معدل السياحة الداخلية بمصر عام ٢٠١٣ إلي ١٥.٩ مليون سائح محلي (colliers international, 2015).</p> <p>تعرضت مصر للعديد من المشكلات المختلفة بسبب الاضطرابات السياسية والأمنية بعد ثورة يناير ٢٠١١، التي كان لها المردود السلبي على حركة السياحة الدولية الوافدة إلى مصر بشكل عام، وهو ما أدى إلى قيام الكثير من الفنادق والشركات السياحية بالتركيز على السياحة الداخلية كمخرج رئيسي لتعويض انخفاض معدلات الإشغال الفندقى في تلك المدن السياحية (صالح، ٢٠١٥).</p> <p>لذا يهدف هذا البحث إلى معرفة أثر السياحة الداخلية في البنية الأساسية في الفنادق.</p>

### ١. المقدمة

تعد السياحة الداخلية عنصرا مهما من عناصر صناعة السياحة عامة، فهي فضلاً عن ما تنتجه من مقومات اقتصادية إيجابية تسهم بشكل فعال في الحركة الاقتصادية، فإنها تشكل في الوقت نفسه واحداً من أهم عناصر الترويج النفسى للسائح الداخلى واكتسابه ثقافة مضافة عن وطنه تساعد في توسيع علاقاته مع الآخرين (عبادى، ٢٠١١). في مصر، قامت السياحة الداخلية بدور بارز في إنعاش الاقتصاد المصرى، خاصة بعد ثورة ٢٠١١ حيث إنخفض معدل زيارات السائحين الدوليين إلي مصر. فعلي سبيل المثال، وصل معدل السياحة الداخلية بمصر عام ٢٠١٣ إلي ١٥.٩ مليون سائح محلي (colliers international, 2015).

تعرضت مصر للعديد من المشكلات المختلفة بسبب الاضطرابات السياسية والأمنية بعد ثورة يناير ٢٠١١، التي كان لها المردود السلبي على حركة السياحة الدولية الوافدة إلى مصر بشكل عام، وهو ما أدى إلى قيام الكثير من الفنادق

والشركات السياحية بالتركيز على السياحة الداخلية كمخرج رئيسي لتعويض انخفاض معدلات الإشغال الفندقى فى تلك المدن السياحية (صالح، ٢٠١٥).

لذا يهدف هذا البحث إلى معرفة أثر السياحة الداخلية فى البنية الأساسية فى الفنادق .

#### ١.٢ . أهمية الدراسة

سد الفجوة البحثية حول تأثير السياحة الداخلية على كل من البنية الأساسية وجودة الخدمات الفندقية.

#### ١.٣ . فرضية الدراسة

توجد علاقة ارتباط طردية ذات دلالة إحصائية بين السياحة الداخلية ( السائح الداخلى ) وزيادة مشكلات البنية الأساسية فى الفنادق.

#### ١.٤ . منهجية الدراسة

تصنف هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، وقد تم إتباع المنهج التقليدى الذى يعتمد على كلا الأسلوبين النظرى والميدانى:

#### ٢ . مفهوم جودة الخدمات

يمكن تعريف جودة الخدمات على أنها: "مقياس لدرجة تطابق الأداء الفعلى للخدمة مع توقعات الزبائن لهذه الخدمات" (خوجة، ٢٠٠٨) فهى "درجة التطابق مع المواصفات من وجهة نظر المستهلك، و ليس من وجهة نظر الإدارة فى منظمة الخدمات" (الخالدي، ٢٠١٢).

كما يمكن تحديد مفهوم جودة الخدمات فى ثلاث جوانب أساسية هى التركيز على الجوانب المتعلقة بطبيعة الخدمات، وهذا يقودنا إلى تحديد أبعادها من حيث الجودة الفنية والجودة الوظيفية، والتركيز على عملية أداء الخدمات من حيث مطابقتها للمواصفات لكل من مقدم الخدمات، وتوقعات النزىل أو ما يدركه النزىل من مواصفات للخدمة المقدمة له، التركيز على حاجات النزىل و رغبته، ومدى تحقيقها، وإسعاد النزىل (زعرور، ٢٠٠٣).

ويتضح من خلال التعاريف السابقة أن جودة الخدمات الفندقية تتحدد فى ضوء المقارنات التى يجريها النزىل بين "ما يتوقع أن يحصل عليه من الفندق وبين "ما يحصل عليه" فعليا من نفس المنظمة، أى أن الذى يحدد جودة الخدمات الفندقية هو النزىل ، وهذا ما يعرف باسم الجودة المدركة (الخشروم وعلي، ٢٠١١) . كما يتضح أن: جودة الخدمات تتعلق أساسا بوجود علاقة بين المزايا المحققة فعليا من استعمال أو استهلاك الخدمات والفوائد المرتقبة منها، كما أن جودة الخدمات مرتبطة بقدرتها على ضمان إرضاء العميل بصفة دائمة (موافى، ٢٠١١).

#### ٢.٢ . الخدمات الفندقية وأبعادها

تشكل الخدمات الفندقية جوهر وأساس الصناعة الفندقية ويتلقى النزىل فى الفنادق خدمات متنوعة ومتعددة ويتعامل ويتفاعل مع عدد كبير من مقدمى هذه الخدمات المتنوعة، لذا يمكن القول أن صناعة الفنادق تتميز بأنها صناعة خدمية تتطلب إتقان فنون الضيافة (حمادى، ٢٠١٣).

يعد العملاء بالنسبة للفنادق محور الاهتمام الأساسى، لذلك تبذل الفنادق جهودا كبيرة لاكتساب وجذب أكبر عدد ممكن من الزبائن الحاليين والمرتقبين، كما تسعى الفنادق إلى الحفاظ على الزبائن الحاليين، ويتحقق لها ذلك من خلال ربط

علاقة حوار تفاعلية معهم، وتتوطد هذه العلاقة أكثر إذا تمت إدارتها باستخدام مختلف الوسائل التكنولوجية أو التقليدية (العزاوي والحوامدة، ٢٠١٠)

أشار (الإمام والقصبى ٢٠١١) أن اشتداد المنافسة بين الفنادق تدفعها إلى محاولة جذب العملاء وإرضائهم والاحتفاظ بهم، قاصدة بذلك الحصول على أكبر شريحة من العملاء. وتعمل هذه الفنادق جاهدة لربط علاقة اتصال عن قرب مع كل عميل من أجل التعرف على بياناته الشخصية التي يرغب في أن تكون الخدمات مقدمة وفقها.

### ٢.٣ . مفهوم الخدمات الفندقية

يرى (النشمى، ٢٠١٣) أن المنتج الفندقى عبارة عن خدمات أو تقديم خدمة للعميل تتطبق عليها جميع خصائص ومواصفات الخدمات. ويعرف أيضاً المنتج (الخدمات) الفندقية على أنه الشيء الذي يمكن أن يقدم بغرض البيع لإشباع حاجة أو رغبة وينظر إليه من وجهة النظر التسويقية على أنه مجموعة من القيم . تعرف الخدمات الفندقية بأنها: "مجموعه من الأنشطة المختلفة التي يقدمها الفندق، وموظفوه للزلاء كحسن الاستقبال وسرعة الاستجابة لتوفير متطلباتهم وتقديمها بأفضل الوسائل التي تشعر النزيل بالتقدير والاحترام وجودة الخدمات" (عبد الحلیم، ٢٠١٢)، وتعد الخدمات الفندقية من العناصر الأساسية للمزيج التسويقي الفندقى، وذلك لعلاقتها الوثيقة بإشباع الحاجات والرغبات، ولذلك ينبغي أن تتمتع بطابع وخصائص عالمية لتكون قادرة على التكيف مع الطلب السياحى العالمى (علوان، ٢٠٠٩).

### ٢.٤ . العوامل المؤثرة في جودة الخدمات الفندقية

هناك مجموعة من العوامل التي تؤثر في جودة الخدمات الفندقية وهي كالاتى:

#### - تحليل توقعات العميل

- ١- تحتاج الفنادق إلى فهم اتجاهات العميل عند تصميمهم للخدمة الفندقية بحيث يكون هذا التصميم متفوقاً مع توقعات العميل، لأنها الطريقة الوحيدة التي تمكنهم من تحقيق جودة عالية للخدمة المقدمة (توفيق، ٢٠١٢).
- ب- ويمكن للعميل أن يحقق إدراكاته للخدمة المقدمة من خلال التمييز بين المستويات المختلفة للنوعية وهي:
  - الجودة المتوقعة: وهي تلك الدرجة من الجودة التي يرى العميل وجوب وجودها، وهذا المستوى من الجودة يصعب تحديده في الغالب، إذ يختلف باختلاف خصائص العملاء.
  - الجودة المدركة: وهي إدراك العميل لجودة الخدمات الفندقية المقدمة له من قبل الفندق، أى تصور العميل لجودة الخدمات الفندقية المقدمة له.
  - الجودة القياسية: ذلك المستوى من الخدمات المقدمة والتي تتطابق مع المواصفات المحددة .
  - الجودة الفعلية: وهي تلك الدرجة من الجودة والتي اعتاد الفندق تقديمها للعميل.
  - تحديد جودة الخدمات: عندما يفهم الفندق حاجات العميل فإنه يجب أن يضع التحديد المناسب للمساعدة في ضمان تحقيق ذلك المستوى المطلوب من الجودة في الخدمات الفندقية المقدمة. وهذا التحديد عادة ما يكون مرتبطاً مع أداء العاملين في الفنادق ومستوى كفاءة الأجهزة والمعدات المستخدمة في إنجاز الخدمات الفندقية (المحاسنة، ٢٠١١)

ج- أداء العاملين : عندما تضع إدارة الفندق معايير الجودة للخدمة الفندقية المقدمة، ويتحقق الالتزام في تنفيذها من قبل العاملين في الفندق، فإنها في المقابل يجب أن تعمل على إيجاد الطرق المناسبة التي تضمن من خلالها الأداء المناسب،

ويكون من المهم أن تتوقع إدارة الفندق تقييم العميل لجودة الخدمات الفندقية المقدمة لهم، وأن تكون هذه التوقعات عقلانية ويمكن تحقيقها، وهذا يكون من الضروري أن لا تقدم الإدارة وعوداً لا تستطيع تنفيذها (الغنيمات، ٢٠١٥).

### وهناك عدة عوامل تؤثر في جودة الخدمات الفندقية، هما (عبدالحميد، ٢٠١٢)

- استخدام المؤسسة الفندقية للتكنولوجيات الحديثة في تقديم الخدمات للنزلاء.
- الشواهد المادية للمؤسسة الفندقية، كالبناء المعماري للفنادق، التصميم الداخلي، المظهر الخارجي للعاملين... الخ.
- مهارات وقدرات مقدمي الخدمات الفندقية وترحيبهم بالنزلاء واستجابتهم السريعة لخدمة النزلاء، أي مدى تجند العاملين لخدمة النزلاء، وهذا ما يعرف بالتسويق الداخلي.

### ٢.٥. البنية الأساسية للفنادق

تتكون الفنادق الخمس والأربع نجوم من مجموعة من الإمكانيات الأساسية التي لا غنى عنها وهي علي النحو التالي (دليل غرفة المنشآت الفندقية، ٢٠١٦):

- المبنى: يكون المبنى مختلف التصميم بين الخمس والأربع نجوم.
- الموقع: موقع الفندق يحدد بناء على نوعه والهدف الذي من أجله أنشأ، كما يحدد الخدمات التي يقدمها للسائحين، عند تصنيف الفندق أو تقييمه، الموقع ومساحته يؤثران في عملية التصنيف.
- التصميم المعماري لاعتبارات الإنشائية The Building: يقصد بها تصميم وتشطيب المبنى أو المباني التي يكون منها الفندق ومستوى تشطيب الأرضيات والحوائط والنوافذ... الخ، وكذلك تشطيب ومساحة حجرات إقامة النزلاء وحمامات الغرف والأماكن العامة public Areas، وأماكن خدمات النزلاء بالفندق كذلك تشمل الأمور الفنية الأخرى مثل مدى عزل الصوت الخارجي والعزل الحراري والطاقة الكهربائية والمياه والصرف الصحي، وأسلوب التخلص من القمامة.
- التجهيزات الفنية: كالإضاءة بالغرف والأماكن العامة، التلغرافات والفاكس والتلكس، الإذاعة الداخلية، التكييف المركزي، الثلجات وغرف التبريد، التلفزيون والفيديو ومكافحة الحريق... الخ.
- غرف النزلاء Guest Rooms: عدد الغرف، مساحتها وارتفاع الغرف، ومقاسات ونوع الأسرة مزدوجة أم منفردة، ودولاب الملابس، وحامل الحقائب والكمودينو، والكرسي والتسريحة ومكتب كرسي وأدوات مكتبية وأدوات خياطة ولائحة بالخدمات والمواعيد. سلة قمامة ونوعية وحدات الإضاءة بالغرف والأسرة والتسريحة تلفون داخلي وخارجي ثلاجة، تلفزيون فيديو مركزي، إذاعة داخلية، تكييف.
- حمامات السباحة Swimming pool: مستوى تشطيبه وسعته الكلية بالمتر المكعب ومساحة المنطقة حوله.
- حمامات الغرف: مساحة الحمام وارتفاعه وتشطيبه، قاعدة التواليت، حوض الوجه بالمرأة والرف، الدش، الحمام، الملابس، مستلزمات الحمام من بشاكير وفوط وجه وشامبو وصابون والشفاط، فيشه كهرباء للحلاقة مجفف شعر وحدات الإضاءة فوق الحوض وبالسقف.
- الأماكن العامة وأماكن خدمة النزلاء public areas: وتشمل الاستقبال - البهو - وأماكن حفظ الحقائب، خزائن الأثاث والصالونات والمساحة المخصصة لكل غرفة، والمطعم والبارات والكافتيريا والمطبخ والمغسلة والمخازن وخدمة البريد والتلفون والفاكس والخدمات المصرفية والخدمات الطبية،

ومجلات التسوق - كوافير للسيدات وصالون لحلاقة الرجال ودورات المياه العامة - السلام والمصاعد والممرات أمام الغرف واي خدمات.

- الأنشطة الترفيهية والرياضية: تشمل الأماكن والتجهيزات والمعدات اللازمة لممارسة الأنشطة الترفيهية والرياضة المختلفة للنزلاء مثل ملاعب كرة القدم والتنس والكرة الطائرة وملاعب الغولف والرمية... وغيره من الملاعب الرياضية المعروفة، أما الترفيهية الأخرى مثل قاعات الديسكو، صالة التلفزيون والفيديو، صالة عرض سينمائي ومسرحي، ونادي ليلي وقاعات للحفلات والاجتماعات ومكتبة للقراءة، نادي صحي وملعب للبياردو.
- مؤهلات ومستوى خبرة العاملين في الفندق: تعتمد الصناعة الفندقية على العناصر العاملة بالفندق، فهي تقدم الخدمات المختلفة للنزلاء أو الضيف، فمستوى الفندق لا يتأثر فقط بالأثاث ولكن أيضا يتأثر بمستوى العاملين والخبرة والمواصلات فهي تؤخذ في الاعتبار عند تقييم الفندق وتصنيفه.

كما ذكرنا سابقا أن المواصفات التصنيفية للفنادق تختلف من دولة إلى أخرى مع الأخذ في الاعتبار القواعد الأساسية للتصنيف والتقييم.

### ٣. الدراسة الميدانية

قامت الباحثة بعمل قائمة استقصاء يستهدف عينة من العملاء داخل الفنادق كعينة للدراسة وذلك بهدف التعرف على أثر السياحة الداخلية في البنية الأساسية في الفنادق.

#### ٣.١. عينة الدراسة

اعتمدت عينة الدراسة علي النزلاء وقد تم توزيع استمارات أستبيان ومقابلات شخصية لبعض منهم. وتم ذلك في فنادق الخمس والاربع نجوم بمدينتي شرم الشيخ و الغردقة. ويبلغ إجمالي عدد فنادق شرم الشيخ شرم الشيخ ٤٨ فندق بنسبة ٥٤.٦% وعدد فنادق الغردقة ٤٠ فندق بنسبة ٤٥.٤ % حيث يصبح الاجمالي ٨٨ فندق بنسبة ١٠٠% تم استخدام أسلوب العينة العشوائية لتحديد عينة مجتمع الدراسة من النزلاء في الفنادق محل الدراسة ، حيث تعد العينة العشوائية افضل انواع العينات واكثرها دقة في تمثيل مجتمع الدراسة.

حيث تم توزيع ( ٣٠٨٠ ) إستمارة علي النزلاء في الفنادق ( ٣٥ نزلاء X 88 فندق) محل الدراسة وتم استبعاد (٤٤٠) استمارة لوجود خطأ في البيانات ومن ثم فقد تم التحليل على ٢٦٤٠ استمارة وقد راعت الباحثة التنوع بين أفراد عينة الدراسة من حيث الخبرات و التخصصات للحصول علي العديد من الإجابات التي تحقق الهدف من الدراسة.

وبعد عرض الإطار المنهجي للدراسة الميدانية تأتي مرحلة المعالجة الإحصائية و الكيفية لنتائج التطبيق الميداني من خلال البيانات والمعلومات التي أسفرت عنها عمليات التحليل الإحصائي والكيفي.

#### ٣.٢. الإحصاء الوصفي لاستجابات النزلاء

تمثلت أداة الدراسة الميدانية في استمارة الاستبانة **Questionnaire** رأى موجهة للنزلاء في أثر السياحة الداخلية في البنية الأساسية وجودة الخدمات المقدمة في الفنادق محل الدراسة وذلك للتعرف علي آرائهم حول جودة الخدمات المقدمة إليهم.

جدول رقم (١) هل قمت بالإقامة مسبقاً في نفس الفندق ؟

لا		نعم	
ت	%	ت	%
١٧١١	٦٤.٨	٩٢٩	٣٥.٢

تبين من الجدول (١) بالنسبة لإجابات المبحوثين أن (٦٤.٨%) من النزلاء لم يقيموا بالفندق مسبقاً، بينما أكد (٣٥.٢%) من النزلاء أنهم زاروا نفس الفندق مسبقاً.

جدول رقم (٢) هل ترى أي تغيير في البنية الأساسية وجودة الخدمات المقدمة في الفندق ؟

لا		إلى حد ما		نعم	
ت	%	ت	%	ت	%
٢٥٣	٩.٦	٦٨٩	٢٦.١	١٦٩٨	٦٤.٣

تبين من الجدول (٢) بالنسبة لإجابات المبحوثين بخصوص وجود تغيير في البنية الأساسية وجودة الخدمات المقدمة في الفندق أن عدد (١٦٩٨) فرداً و بنسبة (٦٤.٣%) من النزلاء قد لاحظوا تغيير سلبى في البنية الأساسية وجودة الخدمات المقدمة في الفندق ، كما لاحظ بعض النزلاء وجود تغيير سلبى بسيط في البنية الأساسية وجودة الخدمات المقدمة في الفندق بعدد (٦٨٩) فرداً و بنسبة (٢٦.١%). أخيراً، عدد (٢٥٣) نزلياً و بنسبة (٩.٨%) لم يلاحظوا أى تغيير في البنية الأساسية وجودة الخدمات المقدمة في الفندق.

جدول رقم (٣) هل يؤثر النزلاء المصريين في البنية الأساسية وجودة الخدمات المقدمة في الفنادق؟

x- =	لا يؤثر مطلقاً		لا يؤثر		إلى حد ما		يؤثر		يؤثر جداً	
	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
٣.٩٦	٧٢	٢.٧	٣٤٣	١٣.٠	٣٠٩	١١.٧	٨١٠	٣٠.٧	٤١.٩	١١٠٦
std. = ١.١٤٣										

$x- = \text{mean} / \text{std.} = \text{standard deviation}$

تبين من الجدول (٣) بالنسبة لإجابات المبحوثين بالفنادق بخصوص تأثير النزلاء المصريين في البنية الأساسية وجودة الخدمات المقدمة في الفنادق أن سلوك النزلاء المصريين يؤثر جداً سلبياً بإجمالى (١١٠٦) فرداً و بنسبة (٤١.٩%)، كما جاءت آراء المبحوثين أن سلوك النزلاء المصريين يؤثر في المرتبة الثانية بعدد (٨١٠) فرداً و بنسبة (٣٠.٧%)، ثم يليها آراء المبحوثين أن سلوك النزلاء المصريين لا يؤثر في المرتبة الثالثة بعدد (٣٤٣) فرداً و بنسبة (١٣%)، بينما يرى (٣٠٩) من المستطلعين و بنسبة (١١.٧%) أن سلوك النزلاء المصريين يؤثر إلى حد ما. أخيراً، آراء المستطلعين أن سلوك النزلاء المصريين لا يؤثر مطلقاً بعدد (٧٢) فرداً و بنسبة (٢.٧%).

أظهرت النتائج تشتت إجابات المبحوثين عن متوسطها العام بمقدار ١.١٤٣ مما يدل على اختلاف آراء النزلاء نحو مستوى التأثير، كما كان المتوسط العام لإجاباتهم ٣.٩٦ مما يوضح أن متوسط تأثير سلوك النزلاء المصريين في البنية الأساسية وجودة الخدمات المقدمة في الفنادق أنه يؤثر، وهذا يتوافق مع ما جاء في الدراسة النظرية لهذا البحث .

## ٣.٣. المحاور الفرعية

ويشمل ذلك المحور مجموعة من العبارات التي يمكن من خلالها الاجابة على تساؤلات الدراسة. يشمل ذلك المحور مجموعة من المحاور الفرعية و هي الخدمات في (الغرف - المطعم - الأماكن العامة - البنية الاساسية للفنادق). من خلال جمع الاستمارات التي تم توزيعها على المبحوثين من النزلاء في الفنادق محل الدراسة تم تحليلها كالاتي:

## ٣.٣.١. الخدمات المقدمة بالغرفة

جدول (٤) الخدمات المقدمة بالغرفة

م	العبارات	درجة التكرار و النسبة المئوية					المؤشرات الإحصائية	
		موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المتوسط	انحراف
١	يتم تنظيف الغرفة يوميا	٣٩٣	١٤٠٢	٦٤٢	١٢٧	٧٦	٢.٢٨	٠.٨٨٠
		١٤.٩%	٥٣.١%	٢٤.٣%	٤.٨%	٣%		
٢	توجد بالغرفة كافة احتياجات النزيل (مشروبات - منظفات .. الخ)	٢١٧	٢٢٥	٣٨٠	١٢٣٣	٥٨٥	٣.٦٦	١.١٥٥
		٨.٢%	٨.٥%	١٤.٤%	٤٦.٧%	٢٢.٢%		
٣	يستجيب منظم الغرفة عند طلب أي شيء (تزويد الغرفة بعبوات ماء إضافية مثلا)	٦١	٣١٤	٧٥٥	٦٨٩	٨٢١	٣.٧٢	١.٠٩٧
		٢.٣%	١١.٩%	٢٨.٦%	٢٦.١%	٣١.١%		
٤	يتوفر بدولاب الغرفة كافة الكماليات (معطف - نعل - وسادة إضافية)	٠	٢٣٥	١٥٣٤	٨٧١	٠	٣.٢٤	٠.٦٠٢
		٠%	٨.٩%	٥٨.١%	٣٣%	٠%		
٥	يتم تغيير صابون الوجه يوميا	١٩	٣٤٣	١٢٨٦	٩٢٤	٦٨	٣.٢٦	٠.٧٣٨
		٠.٧%	١٣%	٤٨.٧%	٣٥%	٢.٥%		
٦	يتم تغيير فرش السرير يوميا	٣٨٠	١٩٩٨	٢٥٩	٠	٠	١.٩٥	٠.٤٩١
		١٤.٤%	٧٥.٧%	٩.٨%	٠%	٠%		
-	المتوسط الحسابي العام						٢.٧٧	-

\*ت = تكرارات

تبين من الجدول (٢) أنه طبقا لاجابات المبحوثين من النزلاء محل الدراسة أنهم موافقين على أن توجد بالغرفة كافة احتياجات النزيل (مشروبات - منظفات .. الخ) بموافقة بلغت **46.7%** وبمتوسط **3.66** ، وانحراف معياري قدره **١.١٥٥**.

على نحو آخر، متوسط إجابات المبحوثين مال نحو عدم الموافقة في عبارة " يتم تغيير فرش السرير يوميا " بنسبة **75.7%** ، وبمتوسط **١.٩٥** ، وانحراف معياري قدرة **٠.491** ، بالإضافة لذلك كانت إجاباتهم محايدة أيضا في عبارة " يتوفر بدولاب الغرفة كافة الكماليات (معطف - نعل - وسادة إضافية)" بنسبة **58.1%** ، وبمتوسط **٣.٢٤** ، وانحراف معياري قدرة **٠.602**.

كانت متوسط اجابات المبحوثين العام موافق الى حد ما بمتوسط **٢.٧٧** مما يدل على الموافقة النسبية لعبارات محور الخدمات المقدمة بالغرفة.

## ٣.٣.٢. الخدمات المقدمة في المطعم

جدول رقم (٥) الخدمات المقدمة في المطعم

م	العبارة	درجة التكرار و النسبة المئوية					المؤشرات الإحصائية	
		غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط	انحراف
١	يتميز بوفيه المطعم بالتنوع	٤٢	٢٢٥	٣٣٣	١٦٠٠	٤٤١	٣.٨٢	٠.٨٦٤
		١.٦	٨.٥	١٢.٦	٦٠.٦	١٦.٧		
٢	يتم إعادة ملء البوفيه في حالة انتهاء أحد الأصناف	١٦٤	٢٤٨	٣٧٠	١٣٦٥	٤٩٣	٣.٦٨	١.٠٧٥
		٦.٢	٩.٤	١٤	٥١.٧	١٨.٧		
٣	طاولات الطعام كافية وتسع جميع النزلاء	١٠٥٠	١٣٦٠	٢٣٠	٠	٠	١.٦٩	٠.٦٢٤
		٣٩.٨	٥١.٥	٨.٧	٠	٠		
٤	يعامل العاملین بالمطعم النزلاء بلطف وود	٥١٥	٨٠٣	١٠٨٨	٢٣٤	٠	٢.٤٠	٠.٨٩٩
		١٩.٥	٣٠.٤	٤١.٢	٨.٩	٠		
٥	يستجيب العاملین بالمطعم لطلبات النزلاء بسرعة	٤٢٨	١٦٥٥	٧١	٢٠١	٢٨٥	٢.٣٤	١.١٦١
		١٦.٢	٦٢.٧	٢.٧	٧.٦	١٠.٨		
-	المتوسط الحسابي العام						٢.٧٩	-

أنه طبقا لاجابات المبحوثين من النزلاء في الفنادق محل الدراسة أنهم موافقين على أن يتم إعادة ملء البوفيه في حالة انتهاء أحد الأصناف بنسبة ٥١.٧% وهي نسبة متوسطة ، وبمتوسط ٣.٦٨ ، وانحراف معياري قدرة ١.٠٧٥ ، على النقيض، لم يوافق المبحوثين على أن طاولات الطعام كافية وتسع جميع النزلاء بنسبة ٥١.٥% وبمتوسط ١.٦٩ ، وانحراف معياري قدرة ٠.٦٢٤ . كما لم يوافقوا أيضا أن يستجيب العاملین بالمطعم لطلبات النزلاء بسرعة بنسبة ٦٢.٧% وهي نسبة كبيرة ، وبمتوسط ٢.٤٣ ، وانحراف معياري قدرة ١.١٦١ .

كانت متوسط اجابات المبحوثين العام موافق الى حد ما بمتوسط ٢.٧٩ مما يدل على الموافقة النسبية لعبارات محور الخدمات المقدمة في المطعم.

## ٣.٣.٣. الخدمات المقدمة في الأماكن العامة

جدول رقم (٦) الخدمات المقدمة في الأماكن العامة

م	العبارة	درجة التكرار و النسبة المئوية					المؤشرات الإحصائية	
		موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المتوسط	الانحراف المعياري
١	يتميز الفندق بالنظافة و الجمال	٧٨٤	١٢٥١	٣٢٧	١٤٥	١٣٣	٢.٠٩	١.٠٤٣
		٢٩.٧%	٤٧.٤%	١٢.٤%	٥.٥%	٥%		
٢	يوفر الفندق كافة التسهيلات عند الشاطئ (مثل توفير مكان لتغيير الملابس)	١٨	٣٨٥	٤٢٣	١٢٧٥	٥٣٩	٣.٧٣	٠.٩٧٠
		٠.٧%	١٤.٦%	١٦%	٤٨.٣%	٢٠.٤%		
٣	يوجد تمييز بين السائح الداخلي و الأجنبي في الحصول على الخدمات	٨٥	١٠٨	٥٦٨	١٣٦٥	٥١٤	٣.٨٠	٠.٩٠٨
		٣.٢%	٤.١%	٢١.٥%	٥١.٧%	١٩.٥%		
٤	يلزم الفندق نزلائه بارتداء زي محدد عند حمام السباحة	٣١٩	١٦٥٥	٣٧٠	١٨٢	١١٤	٢.٢٩	٠.٩٢٠
		١٢.١%	٦٢.٧%	١٤%	٦.٩%	٤.٣%		
٥	يتميز بهو الفندق بالهدوء	٨٤	٢٧٧	١٤٢٠	٨٥٩	٠	٣.١٦	٠.٧٣٢
		٣.٢%	١٠.٥%	٥٣.٨%	٣٢.٥%	٠		
٦	يعطى الفندق الأولوية للسائحين الأجانب عند تقديم الخدمات	٢٠١	٣٠١	٥٠٢	١١٥٤	٤٨٢	٣.٥٤	١.١٤٠
		٧.٦%	١١.٤%	١٩%	٤٣.٧%	١٨.٣%		
٧	يوجد بالفندق العديد من التسهيلات (ركن لألعاب الأطفال مثلا)	٢٧٢	٧٦٨	٥٩٩	٨٣٤	١٦٧	٢.٩٥	١.١٢٩
		١٠.٣%	٢٩.١%	٢٢.٧%	٣١.٦%	٦.٣%		
٨	يتوفر بالأماكن العامة بالفندق لوحات إرشادية تسهل الحركة فيه	١٧١١	٨٥٣	٧٦	٠	٠	١.٣٨	٠.٥٤٤
		٦٤.٨%	٣٢.٣%	٣%	٠%	٠%		
٩	يوفر الفندق عروضاً ليلية ممتعة	١٨٢	٤١٢	٤٥٤	١١٣٠	٤٦٢	٣.٤٩	١.١٥٣
		٦.٩%	١٥.٦%	١٧.٢%	٤٢.٨%	١٧.٥%		
١٠	توجد أنشطة ترفيهية بالفندق لتسلية النزلاء	١٩٤٠	٦٢٣	٧٧	٠	٠	١.٣٠	٠.٥١٨
		٧٣.٥%	٢٣.٦%	٣%	٠%	٠%		
	المتوسط العام						2.77	-

\*ت = تكرارات

جدول (٦) يوضح وجود تقارب بين إجابات أغلب النزلاء حول المتوسط العام في بعض العبارات وتشتت في عبارات أخرى، حيث أن عبارة " يوفر الفندق عروضاً ليلية ممتعة " بموافقة بلغت ٤٢.٨% وبمتوسط ٣.٤٩، وانحراف معياري ١.١٥٣، في حين أن عبارة " توجد أنشطة ترفيهية بالفندق لتسلية النزلاء" لم يوافق عليها بنسبة ٧٣.٥% وهي نسبة عدم موافقة كبيرة وبمتوسط حسابي قدرة ١.٣٠، وانحراف معياري قدرة ٠.٥١٨.

كما أن عبارة " يعطى الفندق الأولوية للسائحين الأجانب عند تقديم الخدمات " موافق عليها بنسبة ٤٣.٧%، وبمتوسط قدره ٣.٥٤، وانحراف معياري قدره ١.١٤٠.

كانت متوسط إجابات المبحوثين العام موافق الى حد ما بمتوسط ٢.٧٧ مما يدل على الموافقة النسبية لعبارات محور الخدمات المقدمة في الأماكن العامة.

## ٣.٣.٤. المحور التابع: (البنية الأساسية وجودة الخدمات المقدمة بالفندق)

من خلال جمع الإستمارات التي تم توزيعها علي المبحوثين من النزلاء في الفنادق محل الدراسة تم تحليلها كالآتي:

## ٣.٣.٤.١. البنية الأساسية وجودة الخدمات المقدمة بالفندق

جدول رقم (٧) البنية الأساسية وجودة الخدمات المقدمة بالفندق

م	العبارة	درجة التكرار و النسبة المئوية					المؤشرات الإحصائية	
		موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	المؤشر	الدرجة
١	تتأثر البنية الأساسية سلبا بسبب سلوكيات السائح الداخلي	٣٩٩	٧٦٠	١٠٢٢	٣٣٣	١٢٦	٢.٦٣	١.٠٣٨
		١٥.١	٢٨.٨	٣٨.٧	١٢.٦	٤.٨		
٢	يساهم استقطاب السائح الداخلي بمواسم الكساد في زيادة معدل التشغيل للفندق	٦٢٨	١٢٦٢	٤١٧	٢٣٠	١٠٣	٢.٢١	١.٠٢٦
		٢٣.٨	٤٧.٨	١٥.٨	٨.٧	٣.٩		
٣	يساهم استقطاب السائح الداخلي بمواسم الكساد في زيادة ربحية الفندق	٤٣٦	٢٤٨	٣٧٠	١٥٧٦	١٠	٣.١٨	١.١٥٧
		١٦.٥	٩.٤	١٤	٥٩.٧	٠.٤		
٤	يتكبد الفندق تكاليف اضافية للصيانة وشراء معدات جديدة في حال وجود السائحين الداخليين بالفندق	٢٨٥	٥٩٩	٣٠٩	٨٤٠	٦٠٧	٣.٣٤	١.٣٣٧
		١٠.٨	٢٢.٧	١١.٧	٣١.٨	٢٣		
٥	تتأثر جودة الخدمات المقدمة بالفندق سلبا بسبب سلوكيات السائح الداخلي	٦٦	١٦٩	٢١٦	٩٠٠	١٢٨٩	٤.٢٠	١.٠٠٧
		٢.٥	٦.٤	٨.٢	٣٤.١	٤٨.٨		
٦	تختلف جودة الخدمات المقدمة للسائح الداخلي بالفندق عن السائح الأجنبي	٤٤١	١٨٢	١٥١٠	٥٠٧	٠	٢.٧٩	٠.٩٤٢
		١٦.٧	٦.٩	٥٧.٢	١٩.٢	٠		
٧	يقلل الفندق جودة الخدمات المقدمة في حال تواجد السائح الداخلي	٣٨٥	٢٩٠	٧٧٤	٥٥٧	٦٣٤	٣.٢٩	١.٣٣٧
		١٤.٦	١١	٢٩.٣	٢١.١	٢٤		
٨	لدي السائح الداخلي الوعي الكافي للتعامل مع ممتلكات الفندق	٧١	٩٠	٣٠٩	١٦٥٥	٥١٥	٣.٩٣	٠.٨٣٢
		٢.٧	3.4	١١.٧	٦٢.٧	١٩.٥		
٩	يفضل العاملين بالفندق التعامل مع السائح الداخلي	١١٧٧	٩٣٧	٣٣٨	١٨٨	٠	١.٨٢	٠.٩١٠
		٤٤.٦	٣٥.٥	١٢.٨	٧.١	٠		
-	-	المتوسط الحسابي العام					٣.٠٤	-

جدول (٧) يوضح تشتت نسبي في الإجابات حيث وردت عبارة " يساهم استقطاب السائح الداخلي بمواسم الكساد في زيادة ربحية الفندق " بموافقة بنسبة ٥٩.٧% ، وبمتوسط قدره ٣.١٨ ، وانحراف معياري قدره ١.١٥٧ ، في حين أن عبارة " يقلل الفندق جودة الخدمات المقدمة في حال تواجد السائح الداخلي " كانت محايدة بنسبة ٢٩.٣% ، وبمتوسط قدرة ٣.٢٩ ، وانحراف معياري قدره ١.٣٣٧ .

وأن عبارة " تتأثر جودة الخدمات المقدمة بالفندق سلبا بسبب سلوكيات السائح الداخلى" تم الموافقة عليها بشدة بنسبة ٤٨.٨% وبمتوسط قدره ٤.٢٠ ، وأنحراف معيارى قدره ١.٠٠٧.

كانت متوسط اجابات المبحوثين العام موافق الي حد ما بمتوسط ٣.٠٤ مما يدل على الموافقة النسبية لعبارات محور البنية الأساسية وجودة الخدمات المقدمة بالفندق .

#### ٤. مناقشة النتائج

تبين من خلال الدراسة الميدانية ما يلى :

- من خلال نتائج الدراسة تبين أن الفئة الأكبر من العملاء كانوا من الذكور بنسبة بلغت ٦٨.٢% وكان غالبيتهم أقل من ٣٠ عام وحاصلين على مؤهل جامعى.
- تبين من النتائج أن الفئة الأكبر من العملاء لم يسبق لهم الإقامة فى نفس الفندق من قبل. فى حين أن من سبق لهم الإقامة قد لاحظو وجود تغير فى جودة البنية الأساسية والخدمات فى الفندق وأن ذلك التغير هو تغير للأسوأ.
- أشار العملاء إلى أن النزلاء المصريين وجودهم يؤثر جدا على جودة الخدمات والبنية الأساسية للفندق.

#### ٥. التوصيات

- عمل بروتوكول تعاون بين وزارة السياحة ووزارة التربية والتعليم وكذا وزارة التعليم العالى لعمل برامج ارشادية لتعليم الطلبة بمختلف المراحل السنية عن أهمية السياحة الداخلية وكيفية المحافظة على الفنادق وأفضل أسلوب للتعامل مع العاملين وجميع الخدمات التى تقدم بالفنادق.
- قيام وزارة السياحة بعمل حملات توعية على وسائل الأعلام المختلفة (المرئية والمسموعة) وشبكات التواصل الاجتماعى بضرورة تشجيع السياحة الداخلية مع محافظة المواطن على ممتلكات الفنادق حتى يتم الأستمتاع بكافة المزايا الموجودة بتلك الفنادق.
- يتم عمل ارشادات دعائية للسياح الداخليين بأسلوب التعامل مع العاملين ومع السياح الاجانب .
- يتم المرور على السياح الداخليين والتعامل معهم بأسلوب لائق لأستقبال التوعية المطلوب تنفيذها.
- يتم تعليق لوحات ارشادية فى غرف التى سيشغلها السياح الداخليين بجميع التعليمات التى يجب عليهم أتباعها.

#### المراجع العربية

- الأمام، وقفي، والقصبي، منى (٢٠١١). أثر مستوى جودة الخدمة الفندقية على رضا العملاء دراسة تطبيقية على فنادق الخمس نجوم بالقاهرة الكبرى، المجلة المصرية للدراسات التجارية، مصر، المجلد ٣٥، العدد ٣، ص ٤٣-٦٩.
- الخالدي، صالح (٢٠١٢). دور أبعاد جودة الخدمة وقدرات التعليم التنظيمي في تطوير ثقافة التميز، دراسة ميدانية في الشركات الصناعية المدرجة في سوق الكويت للأوراق المالية. رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.
- الخشروم، محمد، وعلي، سليمان (٢٠١١). أثر الفرق المدرك والجودة المدركة على ولاء المستهلك للعلامة التجارية، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية - المجلد ٢٧ العدد الرابع، ص ١١٣-١٣٥.

- العزاوي، نجم، والحوامدة، محمد (٢٠١٠). قياس إدراك جودة الخدمات الفندقية من دراسة ميدانية الفنادق من فئة الخمسة نجوم وجهة نظر الزبائن في عمان، دراسة بحثية، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، العدد (٢٥)، ص٥٦-٧٢.
- الغنيمات، إبراهيم (٢٠١٥). أثر تطبيق جودة الخدمات الفندقية في الأسبقيات التنافسية من وجهة نظر الزبائن (دراسة تطبيقية على فنادق فئة الخمس والأربع نجوم في مدينة البتراء)، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن.
- المحاسنة، رضوان (٢٠١١). قياس جودة الخدمات الفعلية والمتوقعة في فنادق سلطة منطقة العقبة من وجهة نظر النزلاء- رسالة ماجستير - كلية إدارة الأعمال، قسم الإدارة العامة جامعة مؤتة- الأردن.
- توفيق، ماهر عبد العزيز (٢٠١٢)- علم إدارة الفنادق- دار زهران للنشر والتوزيع- الأردن.
- حمادي، سعد (٢٠١٣). إدارة الجودة الشاملة في صناعة الفنادق، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة بابل، ١. (١٦-١٣٣).
- خوجة، محمد (٢٠٠٨). جودة الخدمات الفندقية ورضا العملاء: دراسة ميدانية على فنادق الدرجة الأولى محافظة جدة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الملك عبد العزيز، السعودية.
- دليل المنشآت الفندقية، (٢٠١٦) " فنادق الخمس نجوم بمدينة شرم الشيخ " ، غرفة المنشآت الفندقية.
- دليل المنشآت الفندقية، (٢٠١٦) " فنادق الخمس نجوم بمدينة شرم الشيخ " ، غرفة المنشآت الفندقية.
- زعرور، جريس (٢٠٠٣). أثر جوده وأسعار الخدمات المقدمة من المصارف على رضا عملائها من القطاع الصناعي في الأردن، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عمان العربية للدراسات العليا: عمان، الأردن.
- صالح، شمس عبد المنعم(٢٠١٠): دراسة تحليلية لخصائص و اتجاهات السياحة الداخلية للمصريين، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإحصاء، قسم الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة.
- عبادي، سهام (٢٠١١) " أثر الدخل على السياحة الداخلية: دراسة ميدانية عن منطقة عدن" مجلة الاقتصادي- كلية الاقتصاد بجامعة عدن - اليمن.
- عبد الحليم، نيفين شريف (٢٠١٢)- تأثير خصائص الخدمة على رضا العملاء في بعض الفنادق بالإسكندرية- بحث منشور- مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة- مج ٩- ع ٢.
- علوان، عبد الرضا(٢٠٠٩) أثر تنوع وتطوير الخدمات الفندقية على الإيرادات في صناعة الفنادق العراقية، بحث منشور، مجلة الإدارة والاقتصاد، العدد الخامس والسبعون
- موافي، هشام (٢٠١١). تحليل إدراك العملاء لجودة الخدمة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المنصورة، مصر.

#### المراجع الأجنبية

- Colliers International (2015) Egypt Quarterly Review & Forecast. [Online] Available from: <http://www.colliers.com/media/files/emea/uae/case%20studies/egypt-market-quarterly-reviewenglish.pdf?la=en-gb>. [Accessed: March 21st, 2018].



## The impact of Domestic Tourism on the infrastructure of hotels

Samia Suleiman Youssef      Said Salama Ibrahim      Mohamed Sayed Ahmed Al Zoghbi  
Hotel Management Department- Faculty Of Tourism and hotels- Suez Canal University

### ARTICLE INFO

### Abstract

#### Keywords:

Service Quality,  
Infrastructure, hotel  
services.

(JAAUTH)  
Vol.22 , No.3 ,  
(2022),  
pp.341 -353

Domestic tourism is an important element of the tourism industry in general. In addition to the positive economic components it produces, it contributes effectively to the economic movement. At the same time, it constitutes one of the most important elements of psychological promotion for the domestic tourist and his acquisition of an added culture of his homeland that helps in expanding his relations with Others (Ebadi, 2011). In Egypt, domestic tourism played a prominent role in reviving the Egyptian economy, especially after the 2011 revolution, when the rate of international tourist visits to Egypt decreased. For example, the rate of domestic tourism in Egypt in 2013 reached 15.9 million local tourists (colliers international, 2015).

Egypt was exposed to many different problems due to the political and security turmoil after the January 2011 revolution, which had a negative impact on the international tourism movement coming to Egypt in general, which led to many hotels and tourism companies focusing on domestic tourism as a major way out to compensate for the low rates of hotel occupancy in these tourist cities (Saleh, 2015).

Therefore, this research aims to know the impact of domestic tourism on the infrastructure of hotels.