

نظام الإقامة الشاملة في المنتجعات السياحية وعلاقتها برضاء العاملين والسياح

فارس عبدالله محمد مدني

شركة سكاى ماكس للسياحة - الغردقة

محمد محمد صالح محمد¹

كلية السياحة والفنادق - جامعة 6 أكتوبر

الملخص

معلومات المقالة

تحت تأثير المنافسة القوية التي يشهدها القطاع الفندقي في العقود الأخيرة وفي ظل ظروف السوق المتغيرة أصبح لزاماً على الفنادق والمنتجعات أن تتبنى أنظمتها خدمة متميزة لجذب قطاعات سوقية جديدة من العملاء، مما أدى إلى تبني العديد من الفنادق تطبيق نظم الخدمات الشاملة، وهو ما ساعد بشكل كبير على جذب قطاع عريض من العملاء. تكمن مشكلة الدراسة في أن معظم المنتجعات السياحية العاملة في الغردقة قامت بتطبيق نظام الإقامة الشاملة، وكانت أهم نتائج الدراسة أن نظام الإقامة الشاملة له عميق الأثر في المجتمع الداخلي (العاملين) والمجتمع الخارجي (المطاعم والكافيتريات) وكذلك التأثير بالسلب في باقي الخدمات التكميلية الأخرى مثل: (التاكسي، المقاهي، البارات، البازارات، البنوك) والتقليل من الدخل القومي العام للدولة بالتبعية، كما توصي الدراسة بالاهتمام بجودة الطعام مما ينعكس على رضا العملاء، حيث أظهرت النتائج أن جودة الطعام نقل في ظل اتباع نظام الخدمات، كما يجب على المطاعم الخارجية الاهتمام بإظهار الطابع المحلي من أطعمة ومشروبات كي تستطيع جذب السياح وتجربة المأكولات المحلية.

الكلمات المفتاحية

نظام الإقامة الشاملة؛ رضا السياح؛ رضا العاملين؛ اختيار المنتجعات السياحية

(JAAUTH)

المجلد 16، العدد 2
(2019)

118-104

المقدمة

تشكل صناعة الفنادق ركناً أساسياً في صناعة السياحة إذ ركزت الكثير من الدول السياحية في العالم على صناعة وبناء الفنادق الحديثة خصوصاً وأنها بدأت تلعب دوراً فعالاً في التنمية السياحية للبلد المعني، كما تعتبر اليوم مهنة إدارة الفنادق واحدة من أصعب المهن التي تحتاج إلى تطوير دائم، حتى يستطيع الفندق أن يلبي احتياجات السياح من مختلف دول العالم. ولم تعد تنحصر الخدمات التي تقدمها الفنادق للعملاء في عملية الإيواء فقط وإنما تمتد إلى تقديم التسهيلات والحاجات الضرورية للنزول مثل: المأكولات والمشروبات، المطاعم المتخصصة، الصالات العامة، تنظيف الملابس، والنوادي الرياضية والليلية والمساح ومحلات شراء البضائع والخدمات المصرفية والبريدية والهاتفية، بالإضافة إلى الخدمات الأخرى مثل: السكرتارية والترجمة. ومع ازدياد المنافسة العالمية بدأت حاجة ملحة إلى ادخال أنظمة جديدة لحجز الخدمة الفندقية فظهر نظام الإقامة الشاملة، إذ يشمل السعر كافة الأغذية والمشروبات التي تقدم للنزول بجانب المبيت. ونظراً لأن بيئة الأعمال الحالية أصبحت تتسم بالسرعة في التغيير كما أن الأسلوب أو الطريقة المعتادة في أداء الأعمال باتت غير ملائمة، لذا تسعى المنشآت الفندقية في الوقت الحالي إلى التنافس فيما بينها وإثبات وجودها من خلال تقديم أفضل ما تستطيع تقديمه من خدمات متميزة، بحيث تفوق هذه الخدمات توقعات السياح ومتطلباتهم، فتقديم الأفضل هو المفتاح إلى تحقيق التميز على منافسيها (بظاظو والعمامرة، 2010).

الاستعراض المرجعي:

مفهوم الخدمات الشاملة

أكد (Issa and Jayawardena 2003) أنه تم التعرف لأول مرة على مفهوم الإقامة الشاملة خلال ثلاثينيات القرن العشرين وذلك في منتجعات العطلات في بريطانيا حيث كان تعني عبارة All-inclusive التلخص من الرسوم الإضافية التي يمكن أن تعكر صفو العطلات "مع توفير أماكن الإقامة الآمنة والمريحة للعملاء مع توفر المشروبات الجيدة وبعض الأنشطة المحددة. كما نشأ نموذج All-inclusive في منتجعات Club med الفرنسية، التي أسسها جيرارد بلينز البلجيكي في عام 1950، إذ تشتمل عروض الأسعار التي تقدمها المنتجعات على تقديم الخدمة الفندقية، بالإضافة إلى العديد من الرياضات المائية غير الآلية وغيرها من الأنشطة التي يتم تضمينها في السعر (Nagle, 1999). وقد قامت بعض المنتجعات بتصميم برامج الخدمة الشاملة All-inclusive لخدمه شريحة محددة من العملاء فمنها موجه للبالغين والبعض منها مصمم خصيصاً

للمتزوجين حديثاً فقط، أما المنتجات الأخرى الشاملة فهي موجهة للعائلات، مع المرافق مثل: مراكز الحرف، غرف الألعاب والحدائق والألعاب المائية لجميع الأعمار. وهناك برامج الخدمة الشاملة مصممة لحفلات الزفاف، ويذكر Palmer (2012) أن أهم ما يميز نظام الخدمة الشاملة هو الدفع المسبق لجميع الأطعمة والمشروبات والخدمات وهذا ما يساعد العميل على الاسترخاء والحصول على عطلات ممتعة لأنه ليس مضطراً إلى مواصلة التفكير في الأموال التي ينفقها. كما أكدت دراسة منشورة في مجلة علوم إنسانية (2010) تمت بمعهد تحليل وتقييم السياحة في بلغاريا إن نظام الإقامة الشاملة هو نظام موجه لعموم السياح أصحاب الدخل المحدود. ويمتاز هذا النظام بانخفاض الكلفة، ومن خلال هذا النظام يضمن النزلاء قضاء استراحة هادئة في المنتجعات الساحلية. ويُعرف Palmer (2012) نظام الإقامة الشاملة بأنه نظام عالمي تتبعه الكثير أو معظم المنتجعات وبعض الفنادق ولاسيما في المقاصد الشاطئية، هذا النظام يتضمن الوجبات الرئيسية الثلاث مع المشروبات أما الإقامة الشاملة فيشمل الوجبات مع المشروبات مثل العصائر والمشروبات الغازية والساخنة مع تقديم بعض الخدمات المجانية. وهناك Ultra All inclusive ويعني الوجبات مع المشروبات الساخنة والباردة مع الكحوليات بالإضافة إلى خدمات أخرى متنوعة. يختلف تطبيق ذلك النظام في بعض سلاسل الفنادق العالمية فمثلاً في نظام الخدمة الشاملة في فندق (Marriott 2018) السعر الذي يدفعه العميل يشتمل على (بوفيه مفتوح في المواعيد الرسمية لعمل المطعم أوقات الإفطار والغداء والعشاء، بار مفتوح متاح على حمام السباحة خلال ساعات الخدمة، وجبات خفيفة خلال ساعات الخدمة، خدمة الإنترنت اللاسلكية ومنتاح في الميني بار: علبتان مشروبات غازية أو زجاجتان بيرة وعبوتان من الماء (335 مل) لكل غرفة في اليوم الواحد، ممارسة الرياضة لمدة ساعة في اليوم واستخدام ملاعب التنس أو الجولف أو صالات الجيم، والسعر شامل جميع الضرائب والإكراميات)، وفي دراسة (KOC 2006) عن العلاقة بين أسلوب التسعير في نظام الخدمة الشاملة من وجهة نظر الموظفين وتأثيره في رضا العملاء. إذ أجرى الباحث مجموعة من المقابلات مع خبراء السياحة ومدراء الفنادق، بالإضافة إلى استطلاعات الموظفين والمقابلات مع العملاء في الفنادق ذات الأربع أو خمس نجوم التركيبة، أشارت النتائج إلى أن خفض الأسعار يؤدي إلى عدم رضا العاملين، مما يؤثر على جودة الخدمة بالسلب فيخفض رضا العملاء، وبالعكس ارتفاع الأسعار يزيد من رضا العاملين ويقلل رضا العملاء. لذا أوصى البحث إلى ضرورة الاعتماد على نظام تسعير دقيق يحقق التوازن بين رضا كل من العاملين والعملاء.

وتوصل Hoffman and Bateson (2011) في دراسته إلى عدم تطابق مفهوم الخدمة الشاملة بين كل من الفندق والعميل؛ لذا أوصت الدراسة بضرورة التحري من موظف الاستقبال قبل النزول في الفندق على بعض الأمور الهامة مثل: التعرف على المطاعم المجانية التي تتبع سياسة نظام الإقامة الشاملة فهي ليست كل المطاعم مجانية وخاصة المطاعم المطلة على البحر مباشرة، فإن معظم المطاعم تفتح أبوابها لهذا النظام في فترات زمنية محددة، كذلك التعرف على الخدمات المجانية التي يتضمنها النظام والخدمات غير المجانية مثل: الرياضات المائية أو نادي الجولف أو مركز Spa أو Area Kids. وكلها قد تكون مجانية أو بعضها فقط فلا بد من التحري مع موظف الاستقبال ومعرفة المواعيد والساعات المتاحة. وأوضح Altmeyer (1922) وجود تباين بين المنتجعات في تطبيق النظام ومحتويات الميني بار في الغرف وأكد أنه لا يوجد نظام معين يحكم خدمة الغرف والميني بار، ففي بعض المنتجعات يكون كل شيء مجانياً ومتاحاً 24 ساعة، وربما يتوفر أيضاً ماكينات صنع القهوة في الغرف. وفي منتجعات أخرى لا تتاح خدمة الغرف، أي لن تستطيع أن تطلب المشروبات في غرفتك بل عليك تناولها في البار أو الكافية تبعاً للمكان. وأجريت دراسة (Poulin and Patricia 2018) على فوائد وإيجابيات الخدمة شاملة، وتوصلت إلى أن هذا النظام يسهم في توفير عدد من الوظائف؛ نظراً لأن الخدمة متاحة للعملاء على مدار 24 ساعة أكثر من الفنادق التي لا تطبق نظام الخدمة الشاملة. كما توصلت الدراسة أيضاً إلى أن نظام الخدمة الشاملة أسهم في رفع مستوى دخل الموظفين، ولاسيما ذوي مستوى التعليم المنخفض.

مشكلة البحث

تكمن في أن معظم المنتجعات السياحية العاملة في الغردقة قامت بتطبيق نظام الإقامة الشاملة مما كان له عميق الأثر في المجتمع الداخلي (العاملين) والمجتمع الخارجي (المطاعم والكافيتريات)، ومن جانب آخر زاد الإقبال من قبل مستخدمي ذلك النظام على تلك المنتجعات. لذلك يحاول البحث التعرف على مدلول تطبيق ذلك النظام في المنتجعات السياحية وعلاقته برضاء كل من العاملين والمدراء والسياح، ولقد تم إجراء البحث على فنادق الخمس والأربع نجوم في الغردقة والسبب الرئيسي لاختيار هذه الفئة هو أن غالبية هذه الفنادق تطبق البرامج الشاملة للتغذية، وتتبع إدارة السلاسل المحلية الدولية، ولذلك يهدف البحث إلى:

- تحديد مدى علاقة الأنظمة الحديثة الأنظمة الشاملة في رضا العاملين بالمنتجات السياحية؛
- تحديد مدى علاقة تلك الأنظمة بمتوسط دخول العاملين؛

- تحديد علاقة تلك الأنظمة بإتخاذ قرار حجز المنتجعات دون غيرها؛
- تحديد وتوضيح العلاقة بين رضا السائح والخدمات المقدمة من قبل المنتجعات السياحية؛
- تحديد مدى علاقة تلك الأنظمة بالربحية العامة للمنتجعات السياحية.

فروض البحث

- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 بين آراء السياح حول علاقة تطبيق أنظمة الخدمات الشاملة باختيار المنتجع السياحي وتحقيق رضا السياح؛
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 لآراء مدراء المطاعم الخارجية حول علاقة تطبيق نظام الخدمات الشاملة بالمحيط الخارجي للمنتج السياحي من الكافيهات والمطاعم.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 بين آراء العاملين حول علاقة تطبيق نظام الخدمات الشاملة في الفنادق برضا العاملين من حيث الدخول المادية وعدد ساعات العمل.

مجتمع وعينة البحث

تم تطبيق الدراسة الميدانية على عينة عشوائية من السياح الذين يزورون منطقة الغردقة بالبحر الأحمر، ووزعت عليهم استمارة استقصاء بالإضافة إلى مقابلات شخصية مع الإدارات العليا بالفنادق من مختلف الفئات (أربع وخمس نجوم). حيث تم اختيار عينة البحث بشكل عشوائي وفقاً لغرفة الفنادق المصرية EHA (2018)، فهناك 23 منتجاً فئة الخمس نجوم و 47 فندقاً من فئة الأربع نجوم. تم اختيار عشر فنادق منتجعات من كل فئة، يمثل هذا العدد 43% من جميع فنادق الخمس نجوم و 30% من جميع فنادق الأربع نجوم في الغردقة، تضمنت القائمة 24 سؤالاً للسياح و 12 سؤالاً للعاملين، أما بالنسبة للاستقصاء الموجه للمدراء فقد شملت الاستمارة ستة عشر سؤالاً مفتوحاً كما وجهت عشرة أسئلة لأصحاب المطاعم السياحية بالغردقة، وفي هذا المقام تجدر الإشارة إلى أنه قد تم تنفيذ دراسة أولية استكشافية على عدد محدد من العينة المستهدفة من أجل الحكم على جودة الاستقصاء ثم تعديله بما يحقق معامل ثبات عال. وقد تم استخدام الحزمة الإحصائية SPSS (النسخة 24) في تحليل البيانات التي تم تجميعها.

فنادق الخمس نجوم	فنادق الأربع نجوم
صن رايز جاردن بيتش - صن رايز رويال مكادي صن رايز كريستال باي - صن رايز مملوك دانا بيتش - بيتش الباتروس وايت بيتش بيتش الباتروس بلاس - شيراتون سومال باي شتيجن برجر بيتش - موفنيك الغردقة ملحوظة: بعض الفنادق سلاسل فندقية عالمية وبعضها محلية	صن رايز هوليديز - ريجينا - على بابا - اكوابارك ريزورت - سندباد - صنى ديز بلاسيو سي ستار بريفاج - جراند بلازا ارابيا - ارابيلا - سي جل - جراند ريزورت فورت ارابيسك - جولدن فايف

التحليل والنتائج

صيغت الاستجابات على مقياس ليكرت Likert الخماسي على النحو الآتي:

التصنيف	غير موافق جداً	غير موافق	محايد	موافق	موافق جداً
الدرجة	1	2	3	4	5

من 1.0 إلى 1.8 (غير موافق جداً)؛ أكبر من 1.8 إلى 2.6 (غير موافق)؛ أكبر من 2.6 إلى 3.4 (محايد)؛ أكبر من 3.4 إلى 4.2 (موافق)؛ أكبر من 4.2 إلى 5.0 (موافق جداً).

اختبار ثبات قوائم الاستبيان

تم اختبار ثبات المقياس لاستمارة الاستبيان المعدة للسياح، العاملين بالفنادق ومدراء المطاعم الخارجية باستخدام معامل الثبات ألفا كرونباخ الذي يقيس مدى التوافق بين عبارات محاور الاستبانة.

جدول (1): معامل الثبات "ألفا كرونباخ" لاستبيانات الدراسة

الاستبانة	المحور	عدد الفقرات	معامل الثبات	نسبة الثبات
السياح	المحور الأول: كلفة الإقامة	7	0.674	67%
	المحور الثاني: نظام الخدمات الشاملة	8	0.558	56%
	المحور الثالث: التسهيلات الفندقية	9	0.772	77%
	جملة الاستبانة	24	0.805	81%
مدراء المطاعم السياحية الخارجية	تطبيق نظام الخدمات الشاملة في الفنادق	6	0.453	45%
العاملون بالفنادق	تطبيق نظام الخدمات الشاملة في الفنادق	8	0.585	58%

يوضح الجدول السابق أن قيمة معامل ألفا كرونباخ متوسطة، إذ بلغت 0.585 بنسبة ثبات 58%، وهذا يعني أن معامل الثبات للاستبانة يدل على توافق بين فقرات الاستبانة.

التحليل الإحصائي لاستمارة السياح البيانات الشخصية

لقد شملت النوع، العمر، الحالة الوظيفية، مستوى الدخل، عدد مرات الزيارة، مستوى الفندق ونظام الإقامة.

جدول (2): توزيع أفراد عينة الدراسة من السياح وفق البيانات الشخصية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	التكرار	البيانات الشخصية	
0.48	1.36	63.7%	65	ذكر	النوع
		36.3%	37	أنثى	
0.98	3.29	3.9%	4	أقل من 20	العمر
		13.7%	14	20 لأقل من 30	
		43.1%	44	30 لأقل من 40	
		27.5%	28	40 لأقل من 50	
		11.8%	12	50 فأكثر	
1.49	2.61	45.1%	46	موظف	الحالة الوظيفية
		1.0%	1	لا يعمل	
		3.9%	4	طالب	
		48.0%	49	عمل خاص	
		2.0%	2	متقاعد	
0.31	1.98	5.9%	6	مرتفع	مستوى الدخل
		90.2%	92	متوسط	
		3.9%	4	منخفض	
0.91	2.19	25.5%	26	مرة واحدة	عدد مرات الزيارة
		38.5%	39	2-3	
		28.4%	29	3-4	
		7.8%	8	5 فأكثر	
0.95	2.76	3.9%	4	ثلاث نجوم	مستوى الفندق
		37.3%	38	أربع نجوم	
		47.1%	48	خمس نجوم	
		2.0%	2	شقق فندقية	
		9.8%	10	منتجع	
0.31	3.08	0%	0	B.B	نظام الإقامة
		1.0%	1	H.B	
		90.2%	92	خدمات شاملة	
		8.8%	9	خدمات شاملة مميزة	

تبين من جدول (3) البيانات الشخصية لعينة الدراسة من السياح من حيث النوع، أن الذكور جاءوا في المرتبة الأولى (65) فرداً بنسبة (63.7%)، ثم الإناث (37) فرداً بنسبة (36.3%)، وبمتوسط حسابي (1.36) وانحراف معياري (0.48) مما يشير إلى تجانس استجابات عينة الدراسة، ومن حيث العمر المرتبة الأولى الفئة العمرية (30 لأقل من 40) سنة (44) بنسبة (43.1%)، ثم الفئة العمرية (40 لأقل من 50) سنة (28) بنسبة (27.5%)، وفي المرتبة الثالثة (20 لأقل من 30) سنة (14) فرداً بنسبة (13.7%)، وفي المرتبة الرابعة (50 سنة فأكثر) (12) فرداً بنسبة (11.8%)، وجاء في المرتبة الأخيرة (أقل من 20) سنة بعدد (4) أفراد بنسبة (3.9%)، بمتوسط حسابي (3.29) وانحراف معياري (0.98)، ومن حيث الحالة الوظيفية فالعمل الخاص يأتي في المرتبة الأولى بـ (49) فرداً بنسبة (48%)، والمرتبة الثانية الموظفين (46) فرداً بنسبة (45.1%)، وفي المرتبة الثالثة طالب (4) أفراد بنسبة (3.9%) وفي المرتبة الرابعة متقاعد (2) أفراد بنسبة (2.0%)، وفي المرتبة الخامسة لا يعمل (1) بنسبة (1%)، وبلغ الانحراف المعياري (1.49). من حيث مستوى الدخل جاء في المرتبة الأولى الدخل المتوسط بعدد (92) فرداً بنسبة (90.2%)، وجاء في المرتبة الثانية الدخل المرتفع بعدد (6) أفراد بنسبة

(5.9%)، وجاء في المرتبة الثالثة الدخل المنخفض بعدد (4) أفراد بنسبة (3.9%)، وبلغ الانحراف المعياري (0.31)، مما يشير إلى تجانس استجابات عينة الدراسة حول المتوسط الحسابي الذي بلغ (1.98).

نجد أن عدد مرات الزيارة جاء في المرتبة الأولى من مرتين إلى ثلاث مرات بعدد (39) فرداً بنسبة (38.5%)، وجاء في المرتبة الثانية من ثلاث إلى أربع مرات بعدد (29) فرداً بنسبة (28.4%)، وجاء في المرتبة الثالثة مرة واحدة بعدد (26) فرداً بنسبة (25.5%) وجاء في المرتبة الرابعة 5 مرات فأكثر بعدد (8) أفراد بنسبة (7.8%)، وبلغ الانحراف المعياري (0.91)، مما يشير إلى تشتت استجابات عينة الدراسة حول متوسطها الحسابي الذي بلغ (2.19). ومن حيث مستوى الفندق جاء في المرتبة الأولى خمس نجوم بعدد (48) فرداً بنسبة (47.1%)، وجاء في المرتبة الثانية أربع نجوم بعدد (38) فرداً بنسبة (37.3%)، وجاء في المرتبة الثالثة المنتجعات بعدد (10) أفراد بنسبة (9.8%) وجاء في المرتبة الرابعة ثلاث نجوم بعدد (4) أفراد بنسبة (3.9%)، وجاء في المرتبة الخامسة الشقق الفندقية بعدد (2) أفراد بنسبة (2%)، وبلغ الانحراف المعياري (0.95)، مما يشير إلى تشتت استجابات عينة الدراسة حول متوسطها الحسابي الذي بلغ (2.76). ومن حيث نظام الإقامة جاء في المرتبة الأولى الخدمات الشاملة بعدد (92) فرداً بنسبة (90.2%)، وجاء في المرتبة الثانية الخدمات الشاملة المتميزة بعدد (9) أفراد بنسبة (8.8%)، وجاء في المرتبة الثالثة H.B بعدد (1) فرد بنسبة (1%) ولم تسجل استجابات لنظام B.B، وبلغ الانحراف المعياري (0.31)، مما يشير إلى تجانس استجابات عينة الدراسة حول متوسطها الحسابي الذي بلغ (3.08).

جدول (3): التحليل الإحصائي لاستجابات السياح

العبارات	غير موافق جداً		غير موافق		محايد		موافق		موافق جداً	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
أفضل التكاليف الثابتة	2.0%	2	1.0%	1	4.9%	5	81.4%	83	11.8%	11
المنتج أهم من السعر عند اختيار مكان الإقامة	0	0	2.9%	3	17.6%	18	67.6%	69	11.8%	12
يفضل عدم دفع رسوم إضافية خلال الإقامة	1.0%	1	4.9%	5	7.8%	8	68.6%	70	17.6%	18
يفضل الخصومات للأطفال	2.9%	3	2.9%	3	12.7%	13	74.5%	76	6.9%	7
يفضل الخصومات في المناسبات الخاصة	2.0%	2	5.9%	6	10.8%	11	73.5%	75	7.8%	8
سعر القائمة أقل عند استخدام اشتراك المطاعم	2.0%	2	8.8%	9	66.7%	68	21.6%	22	1.0%	1
أسعار المشروبات مرتفعة للعملاء غير المشتركين	2.9%	3	10.8%	11	64.7%	66	21.6%	22	0	0
يفضل أن تشمل الخدمات الشاملة جميع الأقسام	2.9%	3	5.9%	6	7.8%	8	61.8%	63	21.6%	22
يفضل أن تشمل الخدمات الشاملة جميع المطاعم	2.9%	3	4.9%	5	10.8%	11	62.7%	64	18.6%	19
يفضل تقديم الخدمة 24 ساعة	2.0%	2	2.9%	3	43.1%	44	39.2%	40	12.7%	13
يفضل تقديم خدمة الغرف	0	0	9.8%	10	45.1%	46	32.4%	33	12.7%	13
يفضل أن تشمل الخدمات الشاملة كافة المستويات	2.9%	3	24.5%	25	51.0%	52	14.7%	15	6.9%	7
يفضل تجربة المطاعم المحلية خارج الفندق	0	0	10.8%	11	18.6%	19	46.1%	47	24.5%	25
جودة الطعام أقل في نظام الخدمة الشاملة	2.9%	3	37.3%	38	13.7%	14	41.2%	42	4.9%	5
يفضل نظام قائمة الإقامة خلال الإجازة	2.9%	3	14.7%	15	16.7%	17	63.7%	65	2.0%	2
يفضل الفندق القريب من وسط المدينة	2.0%	2	14.7%	15	72.5%	74	8.8%	9	2.0%	2
يفضل الفندق البعيد عن وسط المدينة المزدحم	2.0%	2	16.7%	17	65.7%	67	9.8%	10	5.9%	6
يفضل توفر خدمة Wi-Fi في كل مكان	1.0%	1	3.9%	4	14.7%	15	13.7%	14	66.7%	68
يفضل توفر المزيد من الأنشطة للأطفال	1.0%	1	1.0%	1	52.0%	53	42.2%	43	3.9%	4
يفضل توفر حافلات للنقل	0	0	5.9%	6	58.8%	60	27.5%	28	7.8%	8
يفضل توفر ملاهي مائية	0	0	2.0%	2	54.9%	56	33.3%	34	9.8%	10
يفضل توفر المكالمات الدولية	2.9%	3	21.6%	22	52.0%	53	16.7%	17	6.9%	7
يفضل توفر المصارف المالية ونوادي اللياقة ومناطق العائلات	2.0%	2	1.0%	1	19.6%	20	64.7%	66	12.7%	13
يفضل توفر خدمات العملاء	1.0%	1	1.0%	1	15.7%	16	65.7%	67	16.7%	17

جدول (4): المعاملات الإحصائية لاستجابات السياح

الترتيب	الوزن النسبي	مستوى الاستجابة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	كلفة الإقامة
1	79.6	موافق	0.61	3.98	أفضل التكاليف الثابتة
3	77.6	موافق	0.63	3.88	المنتجع أهم من السعر عند اختيار مكان الإقامة
2	79.6	موافق	0.73	3.97	يفضل عدم دفع رسوم إضافية خلال الإقامة
4	79.6	موافق	0.74	3.79	يفضل الخصومات للأطفال
4	79.6	موافق	0.75	3.79	يفضل الخصومات في المناسبات الخاصة
5	62.2	محايد	0.64	3.11	سعر القائمة اقل تكلفة عند استخدام اشترك المطاعم
6	61.0	محايد	0.66	3.05	أسعار المشروبات مرتفعة للعملاء غير المشتركين
		موافق	0.68	3.65	متوسط الاستجابات للمحور الأول
الترتيب	الوزن النسبي	مستوى الاستجابة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	نظام الخدمات الشاملة
1	78.6	موافق	0.89	3.93	يفضل أن تشمل الخدمات الشاملة جميع الأقسام
2	77.8	موافق	0.86	3.89	يفضل أن تشمل الخدمات الشاملة جميع المطاعم
4	71.6	موافق	0.82	3.58	يفضل تقديم الخدمة 24 ساعة
5	69.6	موافق	0.84	3.48	يفضل تقديم خدمة الغرف
8	59.6	محايد	0.89	2.98	يفضل أن تشمل الخدمات الشاملة جميع المستويات
3	76.8	موافق	0.92	3.84	يفضل تجربة المطاعم المحلية خارج الفندق
7	61.6	محايد	1.05	3.08	جودة الطعام اقل في نظام الخدمة الشاملة
6	69.4	موافق	0.87	3.47	يفضل نظام قائمة الإقامة خلال الإجازة
		موافق	0.89	3.53	متوسط الاستجابات للمحور الثاني
الترتيب	الوزن النسبي	مستوى الاستجابة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التسهيلات الفندقية
9	58.8	محايد	0.62	2.94	يفضل الفندق القريب من وسط المدينة
8	60.2	محايد	0.76	3.01	يفضل الفندق البعيد عن وسط المدينة المزدهم
1	88.2	موافق جداً	0.95	4.41	يفضل توفر خدمة Wi-Fi في كل مكان
5	69.4	موافق	0.64	3.47	يفضل توفر المزيد من الأنشطة للأطفال
6	67.4	محايد	0.72	3.37	يفضل توفر حافلات للنقل
4	70.2	موافق	0.70	3.51	يفضل توفر ملاهي مائية
7	60.6	محايد	0.88	3.03	يفضل توفر المكالمات الدولية
3	77.0	موافق	0.72	3.85	يفضل توفر المصارف المالية ونوادي اللياقة ومناطق العائلات
2	79.2	موافق	0.67	3.96	يفضل توفر خدمات العملاء
		موافق	0.74	3.51	متوسط الاستجابات للمحور الثالث

يوضح جدول (4) أن المحور الأول شمل (7) فقرات تم ترتيبها وفقاً للوزن النسبي كما يلي:

في المرتبة الأولى عبارة "أفضل التكاليف الثابتة" بوزن نسبي بلغ 79.6%، وجاءت استجابات عينة الدراسة بالترتيب التالي: موافق بعدد (83) فرداً بنسبة (81.4%)، و موافق جداً بعدد (11) فرداً بنسبة (10.8%)، ومحايد بعدد (5) أفراد بنسبة (4.9%)، وغير موافق جداً بعدد (2) فرد بنسبة (2%)، وغير موافق بعدد (1) فرد بنسبة (1%)، وبلغ الانحراف المعياري (0.61)، ويبدل على أن متوسط استجابات السياح نحو الفقرة "موافق".

المرتبة الثانية العبارة "يفضل عدم دفع رسوم إضافية خلال الإقامة" بوزن نسبي بلغ 79.4%، وجاءت استجابات عينة الدراسة بالترتيب التالي: موافق بعدد (70) فرداً بنسبة (68.6%)، و موافق جداً بعدد (18) فرداً بنسبة (17.6%)، ومحايد بعدد (8) فرداً بنسبة (7.8%)، وغير موافق بعدد (5) أفراد بنسبة (4.9%)، وغير موافق جداً بعدد (1) فرد بنسبة (1%)، وبلغ الانحراف المعياري (0.73)، ويبدل على أن متوسط استجابات السياح نحو الفقرة "موافق". في المرتبة الثالثة عبارة "المنتجع أهم من السعر عند اختيار مكان الإقامة" بوزن نسبي بلغ 77.6%، وجاءت استجابات عينة الدراسة بالترتيب التالي: موافق بعدد (69) فرداً بنسبة (67.6%)، ومحايد بعدد (18) فرداً بنسبة (17.6%)، و موافق جداً بعدد (12) فرداً بنسبة (11.8%)، وغير موافق بعدد (3) فرد بنسبة (2.9%)، ولم تسجل استجابات لغير موافق جداً، وبلغ الانحراف المعياري (0.63)، ويبدل على أن متوسط استجابات السياح نحو الفقرة "موافق".

وفي المرتبة الرابعة حصلت عليها العبارة " **يفضل الخصومات للأطفال** " بوزن نسبي بلغ 75.8%، وجاءت استجابات عينة الدراسة بالترتيب التالي: موافق بعدد (76) فرداً بنسبة (74.5%)، ومحايد بعدد (13) فرداً بنسبة (12.7%)، وموافق بعدد (7) أفراد بنسبة (6.9%)، وغير موافق بعدد (3) فرد بنسبة (2.9%)، وغير موافق جداً بعدد (3) فرد بنسبة (2.9%)، وبلغ الانحراف المعياري (0.74)، ويدل على أن متوسط استجابات السياح نحو الفقرة "موافق".

وينفس المرتبة الرابعة عبارة " **يفضل الخصومات في المناسبات الخاصة** " بوزن نسبي بلغ 75.8%، وجاءت استجابات عينة الدراسة بالترتيب التالي: موافق بعدد (75) فرداً بنسبة (73.5%)، ومحايد بعدد (11) فرداً بنسبة (10.8%)، وموافق بعدد (8) أفراد بنسبة (7.8%)، وغير موافق بعدد (6) أفراد بنسبة (5.9%)، وغير موافق جداً بعدد (2) فرد بنسبة (2%)، وبلغ الانحراف المعياري (0.75) ويدل على أن متوسط استجابات السياح نحو الفقرة "موافق". وفي المرتبة الخامسة عبارة " **سعر القائمة اقل تكلفة عند استخدام اشتراك المطاعم** " حيث حصلت على وزن نسبي بلغ 62.2%، وجاءت استجابات عينة الدراسة بالترتيب التالي: محايد بعدد (68) فرداً بنسبة (66.7%)، وموافق بعدد (22) فرداً بنسبة (21.6%)، وغير موافق بعدد (9) فرداً بنسبة (8.8%)، وغير موافق جداً بعدد (2) فرد بنسبة (2%)، وموافق جداً بعدد (1) فرد بنسبة (1%)، وبلغ الانحراف المعياري (0.64)، ويدل على أن متوسط استجابات السياح نحو الفقرة "محايد".

وفي المرتبة الأخيرة عبارة " **أسعار المشروبات مرتفعة للعملاء غير المشتركين** " بوزن نسبي بلغ 61%، وجاءت استجابات عينة الدراسة بالترتيب التالي: محايد بعدد (66) فرداً بنسبة (64.7%)، وموافق بعدد (22) فرداً بنسبة (21.6%)، وغير موافق بعدد (11) فرداً بنسبة (10.8%)، وغير موافق جداً بعدد (3) فرد بنسبة (2.9%)، ولم تسجل استجابات لموافق جداً، وبلغ الانحراف المعياري (0.66)، ويدل على أن متوسط استجابات السياح نحو الفقرة "محايد". كما يوضح الجدول السابق أن المحور الثاني شمل (8) فقرات تم ترتيبها وفقاً للوزن النسبي كما يلي:

- جاء في المرتبة الأولى الفقرة الأولى " **يفضل أن تشمل الخدمات الشاملة جميع الأقسام** " حيث حصلت على وزن نسبي بلغ 78.6%، وجاءت استجابات عينة الدراسة بالترتيب التالي: موافق بعدد (63) فرداً بنسبة (61.8%)، وموافق جداً بعدد (22) فرداً بنسبة (21.6%)، ومحايد بعدد (8) فرداً بنسبة (7.8%)، وغير موافق بعدد (6) فرداً بنسبة (5.9%)، وغير موافق جداً بعدد (3) فرد بنسبة (2.9%)، وبلغ الانحراف المعياري (0.89)، مما يشير إلى تشتت استجابات عينة الدراسة حول المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.93) ويدل على أن متوسط استجابات السياح نحو الفقرة "موافق".

- جاء في المرتبة الثانية الفقرة الثانية " **يفضل أن تشمل الخدمات الشاملة جميع المطاعم** " حيث حصلت على وزن نسبي بلغ 77.8%، وجاءت استجابات عينة الدراسة بالترتيب التالي: موافق بعدد (64) فرداً بنسبة (62.7%)، وموافق جداً بعدد (19) فرداً بنسبة (18.6%)، ومحايد بعدد (11) فرداً بنسبة (10.8%)، وغير موافق بعدد (5) فرد بنسبة (4.9%)، وغير موافق جداً بعدد (3) فرد بنسبة (2.9%)، وبلغ الانحراف المعياري (0.86)، مما يشير إلى تشتت استجابات عينة الدراسة حول المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.89) ويدل على أن متوسط استجابات السياح نحو الفقرة "موافق".

- جاء في المرتبة الثالثة الفقرة السادسة " **يفضل تجربة المطاعم المحلية خارج الفندق** " حيث حصلت على وزن نسبي بلغ 76.8%، وجاءت استجابات عينة الدراسة بالترتيب التالي: موافق بعدد (47) فرداً بنسبة (46.1%)، وموافق جداً بعدد (25) فرداً بنسبة (24.5%)، ومحايد بعدد (19) فرداً بنسبة (18.6%)، وغير موافق بعدد (11) فرداً بنسبة (10.8%)، ولم تسجل استجابات لغير موافق جداً، وبلغ الانحراف المعياري (0.92)، مما يشير إلى تشتت استجابات عينة الدراسة حول المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.84) ويدل على أن متوسط استجابات السياح نحو الفقرة "موافق".

- جاء في المرتبة الرابعة الفقرة الثالثة " **يفضل تقديم الخدمة 24 ساعة** " حيث حصلت على وزن نسبي بلغ 71.6%، وجاءت استجابات عينة الدراسة بالترتيب التالي: محايد بعدد (44) فرداً بنسبة (43.1%)، وموافق بعدد (40) فرداً بنسبة (39.2%)، وموافق جداً بعدد (13) فرداً بنسبة (12.7%)، وغير موافق بعدد (3) فرد بنسبة (2.9%)، وغير موافق جداً بعدد (2) فرد بنسبة (2.0%)، وبلغ الانحراف المعياري (0.82)، مما يشير إلى تشتت استجابات عينة الدراسة حول المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.58) ويدل على أن متوسط استجابات السياح نحو الفقرة "موافق".

- جاء في المرتبة الخامسة الفقرة الرابعة " **يفضل تقديم خدمة الغرف** " حيث حصلت على وزن نسبي بلغ 69.6%، وجاءت استجابات عينة الدراسة بالترتيب التالي: محايد بعدد (46) فرداً بنسبة (45.1%)، وموافق بعدد (33) فرداً بنسبة (32.4%)، وموافق جداً بعدد (13) فرداً بنسبة (12.7%)، وغير موافق بعدد (10) فرداً بنسبة (9.8%)، ولم تسجل

استجابات لغير موافق جداً، وبلغ الانحراف المعياري (0.84)، مما يشير إلى تشتت استجابات عينة الدراسة حول المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.48) ويدل على أن متوسط استجابات السياح نحو الفقرة "موافق".

• جاء في المرتبة السادسة الفقرة الثامنة "يفضل نظام قائمة الإقامة خلال الإجازة" حيث حصلت على وزن نسبي بلغ 69.4%، وجاءت استجابات عينة الدراسة بالترتيب التالي: موافق بعدد (65) فرداً بنسبة (63.7%)، ومحايد بعدد (17) فرداً بنسبة (16.7%)، وغير موافق بعدد (15) فرداً بنسبة (14.7%)، وغير موافق جداً بعدد (3) فرد بنسبة (2.9%)، وموافق جداً بعدد (2) بنسبة (2.0%)، وبلغ الانحراف المعياري (0.87)، مما يشير إلى تشتت استجابات عينة الدراسة حول المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.47) ويدل على أن متوسط استجابات السياح نحو الفقرة "موافق".

• جاء في المرتبة السابعة الفقرة السابعة "جودة الطعام اقل في نظام الخدمة الشاملة" حيث حصلت على وزن نسبي بلغ 61.6%، وجاءت استجابات عينة الدراسة بالترتيب التالي: موافق بعدد (42) فرداً بنسبة (41.2%)، وغير موافق بعدد (38) فرداً بنسبة (37.3%)، ومحايد بعدد (14) فرداً بنسبة (13.7%)، وموافق جداً بعدد (5) أفراد بنسبة (4.9%)، وغير موافق جداً بعدد (3) بنسبة (2.9%)، وبلغ الانحراف المعياري (1.05)، مما يشير إلى تشتت استجابات عينة الدراسة حول المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.08) ويدل على أن متوسط استجابات السياح نحو الفقرة "محايد".

• جاء في المرتبة الثامنة الفقرة الخامسة "يفضل أن تشمل الخدمات الشاملة جميع المستويات" حيث حصلت على وزن نسبي بلغ 59.6%، وجاءت استجابات عينة الدراسة بالترتيب التالي: محايد بعدد (52) فرداً بنسبة (51%)، وغير موافق بعدد (25) فرداً بنسبة (24.5%)، وموافق بعدد (15) فرداً بنسبة (14.7%)، وموافق جداً بعدد (7) فرداً بنسبة (6.9%)، وغير موافق جداً بعدد (3) بنسبة (2.9%)، وبلغ الانحراف المعياري (0.89)، مما يشير إلى تشتت استجابات عينة الدراسة حول المتوسط الحسابي الذي بلغ (2.98) ويدل على أن متوسط استجابات السياح نحو الفقرة "محايد".

وبالنسبة للمحور الثالث: التسهيلات الفندقية، فقد وضعه جدول (4) على النحو التالي:

• جاء في المرتبة الأولى الفقرة الأولى "يفضل توفر خدمة Wi-Fi في كل مكان" حيث حصلت على وزن نسبي بلغ 88.2%، وجاءت استجابات عينة الدراسة بالترتيب التالي: موافق جداً بعدد (68) فرداً بنسبة (66.7%)، ومحايد بعدد (15) فرداً بنسبة (14.7%)، وموافق بعدد (14) فرداً بنسبة (13.7%)، وغير موافق بعدد (4) فرد بنسبة (3.9%)، وغير موافق جداً بعدد (1) فرد بنسبة (1.0%)، وبلغ الانحراف المعياري (0.95)، مما يشير إلى تشتت استجابات عينة الدراسة حول المتوسط الحسابي الذي بلغ (4.41) ويدل على أن متوسط استجابات السياح نحو الفقرة "موافق جداً".

• جاء في المرتبة الثانية الفقرة التاسعة "يفضل توفر خدمات العملاء" حيث حصلت على وزن نسبي بلغ 79.2%، وجاءت استجابات عينة الدراسة بالترتيب التالي: موافق بعدد (67) فرداً بنسبة (65.7%)، وموافق جداً بعدد (17) فرداً بنسبة (16.7%)، ومحايد بعدد (16) فرداً بنسبة (15.7%)، وغير موافق بعدد (1) فرد بنسبة (1.0%)، وغير موافق جداً بعدد (1) فرد بنسبة (1.0%)، وبلغ الانحراف المعياري (0.67)، مما يشير إلى تشتت استجابات عينة الدراسة حول المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.96) ويدل على أن متوسط استجابات السياح نحو الفقرة "موافق".

• جاء في المرتبة الثالثة الفقرة الثامنة "يفضل توفر المصارف المالية ونوادي اللياقة ومناطق العائلات" حيث حصلت على وزن نسبي بلغ 77.0%، وجاءت استجابات عينة الدراسة بالترتيب التالي: موافق بعدد (66) فرداً بنسبة (64.7%)، ومحايد بعدد (20) فرداً بنسبة (19.6%)، وموافق جداً بعدد (13) فرداً بنسبة (12.7%)، وغير موافق جداً بعدد (2) فرد بنسبة (2.0%)، وغير موافق بعدد (1) فرد بنسبة (1.0%)، وبلغ الانحراف المعياري (0.72)، مما يشير إلى تشتت استجابات عينة الدراسة حول المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.85) ويدل على أن متوسط استجابات السياح نحو الفقرة "موافق".

• جاء في المرتبة الرابعة الفقرة السادسة "يفضل توفر ملاءمة مائة" حيث حصلت على وزن نسبي بلغ 70.2%، وجاءت استجابات عينة الدراسة بالترتيب التالي: محايد بعدد (56) فرداً بنسبة (54.9%)، وموافق بعدد (34) فرداً بنسبة (33.3%)، وموافق جداً بعدد (10) فرداً بنسبة (9.8%)، وغير موافق بعدد (2) فرد بنسبة (2.0%)، ولم تسجل استجابات لغير موافق جداً، وبلغ الانحراف المعياري (0.70)، مما يشير إلى تشتت استجابات عينة الدراسة حول المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.51) ويدل على أن متوسط استجابات السياح نحو الفقرة "موافق".

- جاء في المرتبة الخامسة الفقرة الرابعة "يفضل توفر المزيد من الأنشطة للأطفال" حيث حصلت على وزن نسبي بلغ 69.4%، وجاءت استجابات عينة الدراسة بالترتيب التالي: محايد بعدد (53) فرداً بنسبة (52.0%)، وموافق بعدد (43) فرداً بنسبة (42.2%)، وموافق جداً بعدد (4) أفراد بنسبة (3.9%)، وغير موافق بعدد (1) فرد بنسبة (1.0%)، وغير موافق جداً بعدد (1) فرد بنسبة (1.0%)، وبلغ الانحراف المعياري (0.64)، مما يشير إلى تشتت استجابات عينة الدراسة حول المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.47) ويدل على أن متوسط استجابات السياح نحو الفقرة "موافق".
- جاء في المرتبة السادسة الفقرة الخامسة "يفضل توفر حافلات للنقل" حيث حصلت على وزن نسبي بلغ 67.4%، وجاءت استجابات عينة الدراسة بالترتيب التالي: محايد بعدد (60) فرداً بنسبة (58.8%)، وموافق بعدد (28) فرداً بنسبة (27.5%)، وموافق جداً بعدد (8) أفراد بنسبة (7.8%)، وغير موافق بعدد (6) أفراد بنسبة (5.9%)، ولم تسجل استجابات لغير موافق جداً، وبلغ الانحراف المعياري (0.72)، مما يشير إلى تشتت استجابات عينة الدراسة حول المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.37) ويدل على أن متوسط استجابات السياح نحو الفقرة "محايد".
- جاء في المرتبة السابعة الفقرة السابعة "يفضل توفر المكالمات الدولية" حيث حصلت على وزن نسبي بلغ 60.6%، وجاءت استجابات عينة الدراسة بالترتيب التالي: محايد بعدد (53) فرداً بنسبة (52.0%)، وغير موافق بعدد (22) فرداً بنسبة (21.6%)، وموافق بعدد (17) فرداً بنسبة (16.7%)، وموافق جداً بعدد (7) فرداً بنسبة (6.9%)، وغير موافق جداً بعدد (3) بنسبة (2.9%)، وبلغ الانحراف المعياري (0.88)، مما يشير إلى تشتت استجابات عينة الدراسة حول المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.03) ويدل على أن متوسط استجابات السياح نحو الفقرة "محايد".
- جاء في المرتبة الثامنة الفقرة الثامنة "يفضل الفندق البعيد عن وسط المدينة المزدهم" حيث حصلت على وزن نسبي بلغ 60.2%، وجاءت استجابات عينة الدراسة بالترتيب التالي: محايد بعدد (67) فرداً بنسبة (65.7%)، وغير موافق بعدد (17) فرداً بنسبة (16.7%)، وموافق بعدد (10) أفراد بنسبة (9.8%)، وموافق جداً بعدد (6) أفراد بنسبة (5.9%)، وغير موافق جداً بعدد (2) بنسبة (2.0%)، وبلغ الانحراف المعياري (0.76)، مما يشير إلى تشتت استجابات عينة الدراسة حول المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.01) ويدل على أن متوسط استجابات السياح نحو الفقرة "محايد".
- جاء في المرتبة التاسعة الفقرة الأولى "يفضل الفندق القريب من وسط المدينة" حيث حصلت على وزن نسبي بلغ 58.8%، وجاءت استجابات عينة الدراسة بالترتيب التالي: محايد بعدد (74) فرداً بنسبة (72.5%)، وغير موافق بعدد (15) فرداً بنسبة (14.7%)، وموافق بعدد (9) أفراد بنسبة (8.8%)، وموافق جداً بعدد (2) فرد بنسبة (2.0%)، وغير موافق جداً بعدد (2) بنسبة (2.0%)، وبلغ الانحراف المعياري (0.62)، مما يشير إلى تشتت استجابات عينة الدراسة حول المتوسط الحسابي الذي بلغ (2.94) ويدل على أن متوسط استجابات السياح نحو الفقرة "محايد".

التحليل الإحصائي لاستمارة مدراء المطاعم السياحية الخارجية

جدول (5): التحليل الإحصائي لاستجابات مدراء المطاعم السياحية الخارجية

الفقرات	غير موافق جداً		غير موافق		محايد		موافق		موافق جداً	
	النسبة	التكرار	النسبة	تكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
تأثر نسب الإقبال بالمطاعم السياحية الخارجية نظر لنظام (all-inclusive)	0%	0	21.2%	7	0%	0	57.6%	19	21.2%	7
يفضل بعض السياح تناول الوجبات في المطاعم السياحية الخارجية	0%	0	0%	0	100%	33	0%	0	0%	0
عزوف بعض العاملين للعمل في المطاعم السياحية الخارجية مما يؤثر على جودة الخدمات	0%	0	0%	0	0%	0	100%	33	0%	0
تأثرت ربحية مطاعم السياحة الخارجية بصفه عامه بسبب all-inclusive	0%	0	42.4%	14	0%	0	36.4%	12	21.2%	7
توقف نشاط الكثير من المطاعم السياحية	0%	0	0%	0	0%	0	60.6%	20	39.4%	13
هناك قصور في رخص بعض المطاعم السياحية	0%	0	0%	0	0%	0	100%	33	0%	0
أوقات العمل في نظام (all inclusive) أكثر من نظام (set menu)	0%	0	59.6%	28	23.4%	11	17.0%	8	0%	0
الكميات المطلوبة في نظام (all inclusive) أكثر من نظام (set menu)	0%	0	0%	0	53.2%	25	46.8%	22	0%	0

تابع جدول (5): التحليل الإحصائي لاستجابات مدراء المطاعم السياحية الخارجية

0	0	53.2%	25	34.0%	16	12.8%	6	0	0	جودة الأغذية في نظام (all inclusive) أقل من نظام (set menu)
12.8%	6	53.2%	25	4.3%	2	29.8%	14	0	0	أفضل العمل في نظام (all inclusive) أكثر من نظام (set menu)
0	0	51.1%	24	31.9%	15	17.0%	8	0	0	دوران العاملين في نظام (all inclusive) أقل من نظام (set menu)
0	0	57.4%	27	25.5%	12	17.0%	8	0	0	دخل العاملين في نظام (all inclusive) أقل من نظام (set menu)
0	0	59.6%	28	10.6%	5	29.8%	14	0	0	الحوافز في نظام (all inclusive) أقل من نظام (set menu)
0	0	38.3	18	61.7%	29	0	0	0	0	أفضل انتشار نظام (set menu) أكثر من نظام (all inclusive)

جدول (6): المعاملات الإحصائية

المعاملات الإحصائية لاستجابات مدراء المطاعم السياحية الخارجية				
الترتيب	الوزن النسبي	مستوى الاستجابة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي
3	75.8	موافق	1.07	3.79
	60.0	محايد	0.00	3.00
2	80.0	موافق	0.00	4.00
4	67.2	محايد	1.24	3.36
1	87.8	موافق جداً	0.49	4.39
2	80.0	موافق	0.00	4.00
		موافق	0.47	3.76
المعاملات الإحصائية لاستجابات العاملين بالفنادق				
7	51.4	غير أوفق	0.77	2.57
2	69.4	موافق	0.50	3.47
3	68.0	محايد	0.71	3.40
1	69.8	موافق	1.06	3.49
5	66.8	محايد	0.76	3.34
3	68.0	محايد	0.77	3.40
6	66.0	محايد	0.91	3.30
4	67.6	محايد	0.49	3.38

يوضح جدول (5) أن الاستبانة شملت (6) فقرات تم ترتيبها وفقاً للوزن النسبي كما يلي:

• جاء في المرتبة الأولى الفقرة الخامسة "توقف نشاط الكثير من المطاعم السياحية" حيث حصلت على وزن نسبي بلغ 87.8%، وجاءت استجابات عينة الدراسة بالترتيب التالي: موافق بعدد (20) فرداً بنسبة (60.6%)، ووافق جداً بعدد (13) فرداً بنسبة (39.4%)، ولم تسجل استجابات لمحايد وغير موافق وغير موافق جداً، وبلغ الانحراف المعياري (0.49)، مما يشير إلى تجانس استجابات عينة الدراسة حول المتوسط الحسابي الذي بلغ (4.39) ويدل على أن متوسط استجابات مديري المطاعم الخارجية نحو الفقرة "موافق جداً".

• جاء في المرتبة الثانية الفقرة الثالثة "عزوف بعض العاملين للعمل في المطاعم السياحية الخارجية مما يؤثر على جودة الخدمات" حيث حصلت على وزن نسبي بلغ 80%، وجاءت استجابات عينة الدراسة بالترتيب التالي: موافق بعدد (33) فرداً بنسبة (100%)، ولم تسجل استجابات لموافق جداً ومحايد وغير موافق وغير موافق جداً، وبلغ الانحراف المعياري (0.00)، مما يشير إلى تطابق استجابات عينة الدراسة حول المتوسط الحسابي الذي بلغ (4.00) ويدل على أن متوسط استجابات مديري المطاعم الخارجية نحو الفقرة "موافق".

• جاء في المرتبة الثانية الفقرة السادسة "هناك قصور في رخص بعض المطاعم السياحية" حيث حصلت على وزن نسبي بلغ 80%، وجاءت استجابات عينة الدراسة بالترتيب التالي: موافق بعدد (33) فرداً بنسبة (100%)، ولم تسجل استجابات

لموافق جداً ومحاييد وغير موافق وغير موافق جداً، وبلغ الانحراف المعياري (0.00)، مما يشير إلى تطابق استجابات عينة الدراسة حول المتوسط الحسابي الذي بلغ (4.00) ويدل على أن متوسط استجابات مديري المطاعم الخارجية نحو الفقرة "موافق".

• جاء في المرتبة الثالثة الفقرة الأولى "تأثر نسب الإشغال بالمطاعم السياحية الخارجية نظراً لنظام (all-inclusive)" حيث حصلت على وزن نسبي بلغ 75.8%، وجاءت استجابات عينة الدراسة بالترتيب التالي: موافق بعدد (19) فرداً بنسبة (57.6%)، وموافق جداً بعدد (7) بنسبة (21.2%) وغير موافق بعدد (7) بنسبة (21.2%) ولم تسجل استجابات لمحاييد وغير موافق جداً، وبلغ الانحراف المعياري (1.07)، مما يشير إلى تشتت استجابات عينة الدراسة حول المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.79) ويدل على أن متوسط استجابات مديري المطاعم الخارجية نحو الفقرة "موافق".

• جاء في المرتبة الرابعة الفقرة الرابعة "تأثرت ربحية مطاعم السياحة الخارجية بصفة عامة بسبب all-inclusive" حيث حصلت على وزن نسبي بلغ 67.2%، وجاءت استجابات عينة الدراسة بالترتيب التالي: غير موافق بعدد (14) فرداً بنسبة (42.4%)، وموافق بعدد (12) بنسبة (36.4%) وموافق جداً بعدد (7) بنسبة (21.2%) ولم تسجل استجابات لمحاييد وغير موافق جداً، وبلغ الانحراف المعياري (1.24)، مما يشير إلى تشتت استجابات عينة الدراسة حول المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.36) ويدل على أن متوسط استجابات مديري المطاعم الخارجية نحو الفقرة "محاييد".

• جاء في المرتبة الخامسة الفقرة الثانية "يفضل بعض السياح تناول الوجبات في المطاعم السياحية الخارجية" حيث حصلت على وزن نسبي بلغ 60%، وجاءت استجابات عينة الدراسة بالترتيب التالي: محايد بعدد (33) فرداً بنسبة (100%)، ولم تسجل استجابات لموافق جداً وموافق وغير موافق وغير موافق جداً، وبلغ الانحراف المعياري (0.00)، مما يشير إلى تطابق استجابات عينة الدراسة حول المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.00) ويدل على أن متوسط استجابات مديري المطاعم الخارجية نحو الفقرة "محاييد".

التحليل الإحصائي لاستمارة العاملين بالفنادق

يوضح جدول (6) أن الاستبانة شملت (6) فقرات تم ترتيبها وفقاً للوزن النسبي كما يلي:

• جاء في المرتبة الأولى الفقرة الرابعة "أفضل العمل في نظام (all inclusive) أكثر من نظام (set menu)" حيث حصلت على وزن نسبي بلغ 69.8%، وجاءت استجابات عينة الدراسة بالترتيب التالي: موافق بعدد (25) فرداً بنسبة (53.2%)، وغير موافق بعدد (14) فرداً بنسبة (29.8%)، وموافق جداً بعدد (6) فرداً بنسبة (12.8%)، ومحاييد بعدد (2) بنسبة (4.3%)، ولم تسجل استجابات لغير موافق جداً، وبلغ الانحراف المعياري (1.06)، مما يشير إلى تشتت استجابات عينة الدراسة حول المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.49) ويدل على أن متوسط استجابات العاملين نحو الفقرة "موافق".

• جاء في المرتبة الثانية الفقرة الثانية "الكميات المطلوبة في نظام (all inclusive) أكثر من نظام (set menu)" حيث حصلت على وزن نسبي بلغ 69.4%، وجاءت استجابات عينة الدراسة بالترتيب التالي: محايد بعدد (25) فرداً بنسبة (53.2%)، وموافق بعدد (22) فرداً بنسبة (46.8%)، ولم تسجل استجابات لموافق جداً وغير موافق وغير موافق جداً، وبلغ الانحراف المعياري (0.50)، مما يشير إلى تجانس استجابات عينة الدراسة حول المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.47) ويدل على أن متوسط استجابات العاملين نحو الفقرة "موافق".

• جاء في المرتبة الثالثة الفقرة الثالثة "جودة الأغذية في نظام (all inclusive) أقل من نظام (set menu)" حيث حصلت على وزن نسبي بلغ 68.0%، وجاءت استجابات عينة الدراسة بالترتيب التالي: موافق بعدد (25) فرداً بنسبة (53.2%)، ومحاييد بعدد (16) فرداً بنسبة (34.0%)، وغير موافق بعدد (6) بنسبة (12.8%)، ولم تسجل استجابات لموافق جداً وغير موافق جداً، وبلغ الانحراف المعياري (0.71)، مما يشير إلى تشتت استجابات عينة الدراسة حول المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.40) ويدل على أن متوسط استجابات العاملين نحو الفقرة "محاييد".

• جاء في المرتبة الثالثة الفقرة السادسة "دخل العاملين في نظام (all inclusive) أقل من نظام (set menu)" حيث حصلت على وزن نسبي بلغ 68.0%، وجاءت استجابات عينة الدراسة بالترتيب التالي: موافق بعدد (27) فرداً بنسبة (57.4%)، ومحاييد بعدد (12) فرداً بنسبة (25.5%)، وغير موافق بعدد (8) بنسبة (17%)، ولم تسجل استجابات لموافق جداً وغير موافق جداً، وبلغ الانحراف المعياري (0.77)، مما يشير إلى تشتت استجابات عينة الدراسة حول المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.40) ويدل على أن متوسط استجابات العاملين نحو الفقرة "محاييد".

- جاء في المرتبة الرابعة الفقرة الثامنة "أفضل انتشار نظام (set menu) أكثر من نظام (all inclusive)" حيث حصلت على وزن نسبي بلغ 67.6%، وجاءت استجابات عينة الدراسة بالترتيب التالي: محايد بعدد (29) فرداً بنسبة (61.7%)، ووافق بعدد (18) فرداً بنسبة (38.3%)، ولم تسجل استجابات لموافق جداً وغير موافق وغير موافق جداً، وبلغ الانحراف المعياري (0.49)، مما يشير إلى تجانس استجابات عينة الدراسة حول المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.38) ويدل على أن متوسط استجابات العاملين نحو الفقرة "محايد".
- جاء في المرتبة الخامسة الفقرة الخامسة "دوران العاملين في نظام (all inclusive) أقل من نظام (set menu)" حيث حصلت على وزن نسبي بلغ 66.8%، وجاءت استجابات عينة الدراسة بالترتيب التالي: موافق بعدد (24) فرداً بنسبة (51.1%)، ومحايد بعدد (15) فرداً بنسبة (31.9%)، وغير موافق بعدد (8) بنسبة (17%)، ولم تسجل استجابات لموافق جداً وغير موافق جداً، وبلغ الانحراف المعياري (0.76)، مما يشير إلى تشتت استجابات عينة الدراسة حول المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.34) ويدل على أن متوسط استجابات العاملين نحو الفقرة "محايد".
- جاء في المرتبة السادسة الفقرة السابعة "الحوافز في نظام (all inclusive) أقل من نظام (set menu)" حيث حصلت على وزن نسبي بلغ 66.0%، وجاءت استجابات عينة الدراسة بالترتيب التالي: موافق بعدد (28) فرداً بنسبة (59.6%)، وغير موافق بعدد (14) فرداً بنسبة (29.8%)، ومحايد بعدد (5) بنسبة (10.6%)، ولم تسجل استجابات لموافق جداً وغير موافق جداً، وبلغ الانحراف المعياري (0.91)، مما يشير إلى تشتت استجابات عينة الدراسة حول المتوسط الحسابي الذي بلغ (3.30) ويدل على أن متوسط استجابات العاملين نحو الفقرة "محايد".
- جاء في المرتبة السابعة الفقرة الأولى "أوقات العمل في نظام (all inclusive) أكثر من نظام (set menu)" حيث حصلت على وزن نسبي بلغ 51.4%، وجاءت استجابات عينة الدراسة بالترتيب التالي: غير موافق بعدد (28) فرداً بنسبة (59.6%)، ومحايد بعدد (11) فرداً بنسبة (23.4%)، وموافق بعدد (8) بنسبة (17%)، ولم تسجل استجابات لموافق جداً وغير موافق جداً، وبلغ الانحراف المعياري (0.77)، مما يشير إلى تشتت استجابات عينة الدراسة حول المتوسط الحسابي الذي بلغ (2.57) ويدل على أن متوسط استجابات العاملين نحو الفقرة "غير موافق".

اختبار صحة الفروض

اختبار صحة الفرض الأول

"لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 بين آراء السياح حول علاقة تطبيق أنظمة الخدمات الشاملة-All inclusive باختيار المنتج السياحي وتحقيق رضاء السياح".

جدول (7): نتائج تحليل اختبار (t test) لفروض الدراسة "الفرض الأول"

احتمال الدالة p	95% فترة الثقة للفرق بين الواسطين		اختبار t	الخطأ المعياري للمتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط
	الحد الأعلى	الحد الأدنى				
0.000	4.01	3.76	61.85	0.063	0.63	3.88

يتضح من جدول (7) أن احتمال الدلالة p أقل من مستوى معنوية (0.05)، ومن ثم فإننا نرفض الفرض العدمي ونقبل الفرض البديل: "توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 بين آراء السياح حول علاقة تطبيق أنظمة الخدمات الشاملة All-inclusive باختيار المنتج السياحي وتحقيق رضاء السياح"، أي أن العلاقة دالة إحصائياً، مما يشير إلى أن تطبيق أنظمة الخدمات الشاملة يرتبط باختيار السياح للمنتج السياحي ويحقق رضاءهم.

اختبار صحة الفرض الثاني

"لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 لآراء مدراء المطاعم الخارجية حول علاقة تطبيق نظام الخدمات الشاملة بالمحيط الخارجي للمنتج السياحي من كافيتهات ومطاعم وخلافه".

جدول (8): نتائج تحليل اختبار (t test) لفروض الدراسة "الفرض الثاني"

احتمال الدالة p	95% فترة الثقة للفرق بين الواسطين		اختبار t	الخطأ المعياري للمتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط
	الحد الأعلى	الحد الأدنى				
0.00	4.15	3.42	21.26	0.178	1.02	3.79

يتضح من جدول (8) أن احتمال الدلال p أقل من مستوى معنوية (0.05)، ومن ثم فإننا نرفض الفرض العدمي ونقبل الفرض البديل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 لأراء مدراء المطاعم الخارجية حول علاقة تطبيق نظام الخدمات الشاملة بالمحيط الخارجي للمنتج السياحي من كافيها ومطاعم وخلافه، أي أن العلاقة دالة إحصائياً مما يشير إلى أن تطبيق أنظمة الخدمات الشاملة بالفنادق مرتبط بالمحيط الخارجي من كافيها ومطاعم وخلافه.

اختبار صحة الفرض الثالث

"لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 بين آراء العاملين حول علاقة تطبيق نظام الخدمات الشاملة في الفنادق برضا العاملين فيه من حيث الدخول المادية وعدد ساعات العمل".

جدول (9): نتائج تحليل اختبار (t test) لفروض الدراسة "الفرض الثالث"

احتمال الدلالة p	95 % فترة الثقة للفرق بين الوسطين		اختبار t	الخطأ المعياري للمتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط
	الحد الأدنى	الحد الأعلى				
0.00	3.18	3.63	30.28	0.112	0.771	3.40

يتضح من جدول (9) أن احتمال الدلال p أقل من مستوى معنوية (0.05)، ومن ثم فإننا نرفض الفرض العدمي ونقبل الفرض البديل "توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 بين آراء العاملين حول علاقة تطبيق نظام الخدمات الشاملة في الفنادق برضا العاملين فيه من حيث الدخول المادية وعدد ساعات العمل"، أي أن العلاقة دالة إحصائياً مما يشير إلى أن تطبيق أنظمة الخدمات الشاملة بالفنادق مرتبط برضا العاملين من حيث الدخول المادية وعدد ساعات العمل.

التوصيات

- الاهتمام بتحسين دخل العاملين، ولاسيما العمالة المرتبطة بالمطعم أو المطبخ في المنتجعات للحد من زيادة دورانهم.
- على المطاعم الخارجية الاهتمام بإظهار الطابع المحلي من أطعمة ومشروبات كي تستطيع جذب السياح لتجربتهم لها.
- اهتمام إدارة المنتجع بتقديم خدمات شاملة للعملاء مما ينعكس على قرار السائح في اختيار منتجع دون الآخر ويأتي ذلك من خلال تقديم عروض تشمل مجموعة من الخدمات الشاملة كخدمة الانترنت، النقل والألعاب المائية للأطفال، خدمات تقديم الوجبات طوال اليوم، إلا يكون هناك أي مصروفات إضافية لأي خدمة من السابق).
- أن يكون هناك تطوير للخدمات التكميلية الأخرى مثل: خدمات التاكسي، المقاهي، البارزات، البازرات والبنوك.
- يجب على إدارة المنتجع جذب العديد من السياح من خلال الإبداع في تقديم قوائم طعام متنوعة وشاملة مما يكون له مردود إيجابي على رضا السائح، وبالتالي اختياره منتجع دون غيره.

المراجع العربية

- بظاظو، إبراهيم والعمامرة، أحمد (2010)، "تقييم واقع تطبيق إدارة الجودة الشاملة في الفنادق: دراسة ميدانية على عينة من فنادق فئة الخمس نجوم في الأردن"، مجلة بحوث الجامعة الإسكندنافية، المجلد الأول، العدد الثالث، ص ص 1-34.

المراجع الأجنبية

- Altmeyer, A. (1922), "An All-Inclusive Employment Index for Wisconsin", Journal of the American Statistical Association, Vol. 18, No. 138, pp. 266-268.
- Hoffman, K.D. and Bateson, J.E.G. (2011), "Services Marketing: Concepts, Strategies and Cases", 4th Ed., Thompson South Western, London, United Kingdom.
- Issa, J. and Jayawardena, C. (2003), "The All-Inclusive Concept in the Caribbean", International Journal of Contemporary Hospitality Management, Vol. 15, No. 3, pp. 167-171.
- Koc, E. (2006), "Total Quality Management and Business Excellence in Services: The Implications of All-Inclusive Pricing System on Internal and External Customer Satisfaction in the Turkish Tourism Market", Total Quality Management and Business Excellence, Vol. 17, No. 7, pp. 857-877.
- Nagle, G. (1999), "Tourism, Leisure and Recreation", Nelson Thrones, Cheltenham, United Kingdom.

-
- Palmer, K. (2012), "The Financial Benefits of All-Inclusive Resorts", U.S News and World Report, Available on: <https://money.usnews.com/money/personal-finance/articles/2012/02/07/the-financial-benefits-of-all-inclusive-resorts>
 - Poulin, P. (2018), "All-Inclusive Vacations to the Caribbean Islands: Travel Tips", USA Today, Available on: <https://traveltips.usatoday.com/all-inclusive-vacations-caribbean-islands-10647.html>, Accessed: 13th December 2018.



**Journal of Association of Arab Universities
for Tourism and Hospitality (JAAUTH)**

Vol. 16 No. 2, 2019, pp. 104-118.

journal homepage: <http://jaauth.journals.ekb.eg/>



The All-Inclusive Services in Tourism Resorts and the Relation between Employees and Customers Satisfaction

Mohamed Mohamed Saleh Mohamed
Faculty of Tourism and Hotels
6th of October University

Fares Abdullah Mohamed Madani
Sky Max Tours
Hurghada

ARTICLE INFO

Keywords:

All-Inclusive
Service; Tourist
Satisfaction;
Employee
Satisfaction;

(JAAUTH)

**Vol. 16, No. 2,
2019, pp. 104-118**

English Abstract

The strong competition has led hotels and resorts to adopt all-inclusive systems to attract a large segment of customers (tourists). The problem of the study is that most of the tourist resorts operating in Hurghada applied the all-inclusive system, which had a great effect on the internal community (workers) and the outside community (restaurants and cafeterias). The effect has extended to additional services such as: (taxi services, cafes, bars, bazaars and banks). The study also recommends attention to the quality of food, which is reflected in the satisfaction of customers where the results showed that the quality of food less under the service system, foreign restaurants should pay attention to the local character of the food and drinks to attract tourists and try local food.