قائمة الملاحـق

الملحق رقم (1): نشرة المؤشرات السياحية –بتصرف-

**Situation du parc hôtelier national**

**arrêté au mois de Mai 2014**

1-**Répartition par vocation**:

|  |  |
| --- | --- |
| **secteur** | **Année 2014** |
| **Nombre des établissements hôteliers** | **Capacités en lits** |
| **Urbaine**  | 850 | 59811 |
| **Balnéaire**  | 211 | 28370 |
| **Saharienne**  | 60 | 4547 |
| **Thermale**  | 43 | 4588 |
| **Climatique**  | 18 | 1825 |
| **TOTAL**  | **1182** | **99141** |

**2- Répartition par secteur** :

|  |  |
| --- | --- |
| **secteur** | **Année 2014** |
| **Nombre des établissements hôteliers** | **Capacités en lits** |
| **Public**  | 69 | 19858 |
| **Privé**  | 1053 | 73035 |
| **Collectivité locale**  | 54 | 3134 |
| **Mixte**  | 06 | 3114 |
| **TOTAL**  | **1182** | **99141** |

3- **Répartition par catégorie de classement :**

|  |  |
| --- | --- |
| **Classement** | **Année 2014** |
| **Nombre des Etablissements Hôteliers** | **Nombre en lits** |
|  | **5\*** | 08  | 4242 |
| **4\*** | 05 | 1600 |
| **3\*** | 38 | 5775 |
| **2\*** | 46 | 4605 |
| **Hôtel 1\*** | 149 | 10639 |
| **Hôtel Sans étoile** | 156 | 8406 |
| **Résidence 2\*** | 2 | 384 |
| **Résidence 1\*** | 01 | 313 |
| **Motel/Relais 2\*** | 02 | 93 |
| **Motel/Relais 1\*** | 01 | 30 |
| **Auberge 2\*** | 01 | 16 |
| **Auberge 1\*** | 01 | 20 |
| **Catégorie unique (Meublé du tourisme)** | 05 | 91 |
| **Catégorie unique (Pension)** | 10 | 426 |
| **ASDH** | 196 | 9381 |
| **Catégorie unique (Gite d’étape)** | 06 | 170 |
| **Ajournements**  | 130 | 17551 |
| **Total des établissements classés**  | **757** | **63.742** |
| **Etablissements hôteliers en cours de classement.**  | **425** | **35.399** |
| **TOTAL** | **1.182** | **99.141** |

الملحق رقم (2): أهم المعايير المعتمدة في تصنيف المؤسسات الفندقية على أساس النجوم

الملحق رقم (3): الهيكل التنظيمي للمؤسسات الفندقية محل الدراسة

Organigramme

**Direction des Finances**

**et de la Comptabilité**

• SCE Recouvrement

& Facturation

• SCE Comptabilité Générale

• Caisse principale

• Cellule contrôle

• Cellule bourse.

**Direction Commerciale**

**Direction des**

**Approvisionnements**

• Economat

• Papeterie

• SCE Approvisionnements

• Magasin Technique

• Stocks Communs

• Stocks Economat

**Direction des Equipements**

**et de la Maintenance**

• Sous direction chargée

de la gestion administrative

des investissements

• Magasin / Équipement

• Sous direction de la

maintenance

• Chaufferie

• Maçonnerie / peinture

• Électricité

• Plomberie

• Sonorisation

• Téléphone

• Tapisserie / Menuiserie

• Froid / électroménager

• Ascenseurs

**Direction du Personnel**

**et des Moyens**

• SCE Gestion du personnel

• SCE OEuvres Sociales

• Parc Auto

• Salle des archives

• Formation

**Direction Générale**

- Cellule Informatique

- Ingénieurs en Informatique

- Secrétariat Direction Générale

- Bureau d’ordre

- Audit Interne

- Service hygiène et sécurité

- Agents de prévention

- Surveillants

- Entretien

- Espaces verts

- Contentieux

**Direction de l’Hébergement**

• Conciergerie

• Business-Center

• Standard

• Réception

• Caisse - Réception

• Etages

• Lingerie - Buanderie

• Fitness club

• Bureau aéroport

**Direction de la Restauration**

• Restaurant Les TAGARINS

• Restaurant DRIBA SHOP

• Restaurant Algérien DAQDAQ

• Restaurant Italien FIBONACCI

• Barbecue

• Room Services

• Cuisine des Banquets

• Cuisine Les TAGARINS

• Cuisine DAQDAQ

• Cuisine du FIBONACCI

• Cuisine DRIBA Shop

• Brigade Petit Déjeuner

• SEVENTY FIVE Piano Bar

• FIBONACCI

• FOGGARA TEA

• Mise en place

• Nouba club (discothéque)

**الملحق رقم (4 ):التنظيم الشكلي لقائمة الإستقصاء**

يتناسب التنظيم الشكلي لقائمة الإستقصاء مع محتوى الأسئلة الواردة، وذلك بغرض سهولة الإجابة من ناحية، وسهولة معالجة وتحليل هذه الإجابات من ناحية أخرى، ومن أجل هذا الغرض قمنا بطرح أسئلة مغلقة أو على شكل جداول، وفي بعض الأحيان أسئلة نصف مغلقة وذلك لكثرة الإحتمالات الموجودة في السؤال، وعدم إمكانية حصر كل الأجوبة المحتملة.

**1/التنظيم الشكلي لقائمة إستقصاء الزبائن:** بغرض سؤال الزبون على أسباب إقامته في الفندق، نقوم بطرح السؤال التالي:ما هو سبب إقامتك في الفندق؟

 زيارة عمل إستجمام علاج أخرى، أذكرها.............

أما في ما يخص عناصر التسويق بالعلاقات (الإتصال، الإلتزام، الثقة، التعاطف)، ونظرا لتداخل العناصر وكثرتها نقوم بطرح هذا السؤال على شكل جدول كالآتي:

**جدول رقم1 : عناصر التسويق بالعلاقات**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **العبارات** | **لا أوافق****بشدة** | **لا اوافق** | **محايد** | **أوافق** | **أوافق بشدة** |
| الإتصال | يعلمني الفندق بما يقدمه من خدمات بما فيه الكفاية. |  |  |  |  |  |
| يتفقدني عمال الفندق من حين لآخر لمعرفة حاجياتي. |  |  |  |  |  |
| يزودني الفندق بالمعلومات اللازمة الكافية في الوقت المناسب. |  |  |  |  |  |
| الإلتزام | يقدم لي الفندق خدمات شخصية تناسب إحتياجاتي. |  |  |  |  |  |
| تتم معالجة الشكاوي بطريقة سريعة. |  |  |  |  |  |
| يقدم لي الفندق حلولا جد مناسبة لمشاكلي وإنشغلاتي.  |  |  |  |  |  |
| الثقة | لدي ثقة كبيرة في مستوى الخدمة التي يقدمها الفندق. |  |  |  |  |  |
| أشعر بالفخر لأني أتعامل مع هذا الفندق. |  |  |  |  |  |
| أشعر أن حاجتي تلقى إهتماما كبيرا. |  |  |  |  |  |
| التعاطف | يحرص عمال الفندق على تطوير وتحسين علاقاتهم بالزبائن. |  |  |  |  |  |
| يعمل الفندق كفريق واحد لتلبية إحتياجاتي.  |  |  |  |  |  |
| ألمس تطورا في الخدمات المقدمة من قبل عمال الفندق. |  |  |  |  |  |

ويأتي بعد ذلك سؤال الزبون عن عدد مرات تكرار زيارته للفندق، فنطرح السؤال التالي:

* كم ليلة تقضي في الفنادق (5 نجوم) خلال عام؟

 أقل من5 أيام.

 5-15 يوما.

 15- 30 يوما.

 أكثر من 30 يوما.

وكما جاء في تحديد محتوى أسئلة الإستقصاء حول السؤال الذي يبين رضا الزبون، فيمكن طرحه بالشكل التالي:

* ترغب في الإقامة في هذا الفندق مستقبلا

 أوافق بشدة أوافق بدون رأي لا أوافق لا أوافق بشدة

وفي الأخير، ننهي قائمة الإستقصاء بأسئلة مغلقة تخص البيانات الشخصية للزبون المتمثلة في : الجنس، السّـن، الحالة المهنية الإجتماعية،الجنسية، مكان الإقامة، الدّخل الشّهري والمستوى التعليمي.

**2/التنظيم الشكلي لقائمة إستقصاء العمال**

يمكن طرح السؤال التصفوي على الشكل التالي:

هل سمعت بمفهوم التسويق بالعلاقات من قبل؟

 أبدا أعرفه قليلا جدا أعرفه قليلا أعرفه أعرفه جيدا

وأمّا بالنّسبة لمعرفة مدى أهمية تطبيق مفهوم التسويق بالعلاقات عند العمال، نقوم بطرحه على شكل جدول وذلك كما يلي:

**الجدول رقم2: مدى الإهتمام بتطبيق مفهوم التسويق بالعلاقات**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **العبـــــــــارة** | **لا أوافق بشدة** | **لا أوافق** | **محايد** | **أوافق** | **أوافق بشدة** |
| 1. يملك الفندق برامج تكوين تخص إدارة العلاقة مع الزبون
 |  |  |  |  |  |
| 1. هناك تحسين مستمر لظروف العمل
 |  |  |  |  |  |
| 1. السياسة التجارية للفندق تتماشى مع متطلبات الزبائن
 |  |  |  |  |  |
| 1. معدل شكاوي الزبائن في إنخفاض
 |  |  |  |  |  |
| 1. تعتمد سياسة توظيف قوى البيع على توفير فرص عمل لأصحاب الكفاءة
 |  |  |  |  |  |
| 1. هناك دور كبير تقوم به جمعيات حماية المستهلك
 |  |  |  |  |  |
| 1. يستعمل الفندق إجراءات إتصال وتقنيات حديثة في علاقتها مع الزبائن
 |  |  |  |  |  |
| 8.لا يحضى كل الزبائن بنفس درجة الإهتمام |  |  |  |  |  |
| 9.يهتم الفندق بإقامة علاقات طيبة مع زبائنها مبنية على الثقة |  |  |  |  |  |
| 10. يعمل الفندق كفريق واحد على تلبية رغبات وتطلعات الزبائن وحل مشاكلهم |  |  |  |  |  |

وفي الأخير، ننهي قائمة الإستقصاء بأسئلة مغلقة تخص البيانات الشخصية للعامل المتمثلة في : الجنس، السّـن، المصلحة التي يعمل بها، الأقدمية، الدّخل الشّهري والمستوى التعليمي.

الملحق رقم (5): قوائم الإستقصاء

الإستقصاء الخاص بالزبائن

نحن طلبة المدرسة العليا للتجارة، السنة الخامسة دكتوراه تخصص تسويق نقوم بإستقصاء حول موضوع التسويق بالعلاقات في الفنادق خمس نجوم ، لذا يشرفنا أن نطلب منكم المساعدة من خلال الإجابة على أسئلة الإستقصاء، مع الضمان لكم أنها ستستخدم لأغراض البحث فقط.

1/ ما هو سبب إقامتك في الفندق؟

 زيارة عمل سياحة وإستجمام علاج أخرى أذكرها.................

2/قيم صدق هذه العبارات بوضع العلامة  « X » في الخانة المناسبة

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **العبارات** | **لا أوافق****بشدة** | **لا اوافق** | **محايد** | **أوافق** | **أوافق بشدة** |
| يعلمني الفندق بما يقدمه من خدمات بما فيه الكفاية. |  |  |  |  |  |
| يتفقدني عمال الفندق من حين لآخر لمعرفة حاجياتي. |  |  |  |  |  |
| يزودني الفندق بالمعلومات اللازمة الكافية في الوقت المناسب. |  |  |  |  |  |
| يقدم لي الفندق خدمات شخصية تناسب إحتياجاتي. |  |  |  |  |  |
| تتم معالجة الشكاوي بطريقة سريعة. |  |  |  |  |  |
| يقدم لي الفندق حلولا جد مناسبة لمشاكلي وإنشغلاتي.  |  |  |  |  |  |
| لدي ثقة كبيرة في مستوى الخدمة التي يقدمها الفندق. |  |  |  |  |  |
| أشعر بالفخر لأني أتعامل مع هذا الفندق. |  |  |  |  |  |
| أشعر أن حاجتي تلقى إهتماما كبيرا. |  |  |  |  |  |
| يحرص عمال الفندق على تطوير وتحسين علاقاتهم بالزبائن. |  |  |  |  |  |
| يعمل الفندق كفريق واحد لتلبية إحتياجاتي.  |  |  |  |  |  |
| ألمس تطورا في الخدمات المقدمة من قبل عمال الفندق. |  |  |  |  |  |

3/كم ليلة تقضي في الفنادق (5 نجوم) خلال عام؟(بصفة عامة)

 أقل من5 ليال 5-15 ليلة 15-30 ليلة أكثر من 30 ليلة

4/ترغب في الإقامة في هذا الفندق مستقبلا

 أوافق بشدة أوافق بدون رأي لا أوافق لا أوافق بشدة

**5/البيانات الشخصية:**

**الجنــس:** ذكر أنثى

**السّـــــن:**

 أقل من 18 سنة. 18-29 سنة. 30-49 سنة. أكثر من 50 سنة

**الحالة المهنية الإجتماعية:**

 رجل/سيدات أعمال. إطار عضو في جمعية أخرى أذكرها.................

 **الجنسية**

 جزائرية. أخرى أذكرها.......................

 **مكان الإقامة**

 بالجزائر بالخارج

**الدخل الشهري:**

Moins de

50.000DA

Plus de 200.000DA

150.000-200.000 DA

50.000-150.000 DA

**المستوى التعليمي:**

 ثانوي أو أقل ليسانس دراسات عليا

Lycée ou moins

Licence

Etude supérieure

الإستقصاء الخاص بالعمال

نحن طلبة المدرسة العليا للتجارة، السنة الخامسة دكتوراه تخصص تسويق نقوم بإستقصاء حول موضوع التسويق بالعلاقات في الفنادق خمس نجوم ، لذا يشرفنا أن نطلب منكم المساعدة من خلال الإجابة على أسئلة الإستقصاء، مع الضمان لكم أنها ستستخدم لأغراض البحث فقط.

1/ هل سمعت بمفهوم التسويق بالعلاقات من قبل؟

 لا أعرفه نعم، أعرفه قليلا نعم، أعرفه جيدا

2/قيّـم العبارات التالية من خلال وضع العلامة  « X » في الخانة المناسبة.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **العبـــــــــارة** | **لا أوافق بشدة** | **لا أوافق** | **محايد** | **أوافق** | **أوافق بشدة** |
| 1. يملك الفندق برامج تكوين تخص إدارة العلاقة مع الزبون
 |  |  |  |  |  |
| 1. هناك تحسين مستمر لظروف العمل
 |  |  |  |  |  |
| 1. السياسة التجارية للفندق تتماشى مع متطلبات الزبائن
 |  |  |  |  |  |
| 1. معدل شكاوي الزبائن في إنخفاض
 |  |  |  |  |  |
| 1. تعتمد سياسة توظيف قوى البيع على توفير فرص عمل لأصحاب الكفاءة
 |  |  |  |  |  |
| 1. هناك دور كبير تقوم به جمعيات حماية المستهلك
 |  |  |  |  |  |
| 1. يستعمل الفندق إجراءات إتصال وتقنيات حديثة في علاقتها مع الزبائن
 |  |  |  |  |  |
| 8.لا يحضى كل الزبائن بنفس درجة الإهتمام |  |  |  |  |  |
| 9.يهتم الفندق بإقامة علاقات طيبة مع زبائنها مبنية على الثقة |  |  |  |  |  |
| 10. يعمل الفندق كفريق واحد على تلبية رغبات وتطلعات الزبائن وحل مشاكلهم |  |  |  |  |  |

3**/البيانات الشخصية:**

**الجنــس:** ذكر أنثى

**السّـــــن:**

 أقل من 25 سنة. 25-35 سنة. 35-45 سنة. أكثر من 45 سنة

**تعمل كــ:**

موظف

 مدير رئيس مصلحة أخرى أذكرها.................

**الأقدمية:**

 أقل من 10سنوات. 10-15سنة. 15-20سنة. أكثر من 20 سنة

**الدخل الشهري:**

Moins de

50.000DA

Plus de 200.000DA

150.000-200.000 DA

50.000-150.000 DA

**المستوى التعليمي:**

 ثانوي أو أقل ليسانس دراسات عليا