



الاداء العالي واثره في تطبيق جودة الخدمة السياحية دراسة تطبيقية في مطار النجف الاشرف الدولي

م.د حسين كريم جاسم

جامعة الكوفة / كلية الادارة والاقتصاد/ قسم السياحة
university of kufa/school of Administration
And Economics/ Business Management

أ.م.د بشرى محمد سامي

P.A.D bushra mohammed sami
جامعة الكوفة / كلية الادارة والاقتصاد/ قسم ادارة الاعمال
Bushram.alasadi@uokufa.edu.iq

المستخلص

يعد الأداء العالي أحد أبرز الاهداف الذي تسعى اليه منظمات الاعمال , ولذلك فهي تعمل على احداث تغييرات في أساليب وطرائق العمل وادخال اساليب وتقنيات جديدة , كما تحاول تطوير قدرات العاملين فيها وذلك على مستوى الفرد والجماعات للوصول الى مستوى الابداع في تحقيق الجودة في الخدمة السياحية وعلى مستوى الأنشطة والمشاريع ؛ وبمختلف اتجاهات منتوجاتها المنظورة وغير المنظورة , ولذلك تعمل بفاعلية على ادارة الموارد بشرية ورأس المال البشري المبني على تحليل وتقييم الوظائف للوصول إلى تقويم أداء أدق ومستوى أداء عالي.. وهنا يظهر الترابط بين ما يجب ان يكون من وضوح للواجبات والمسؤوليات وتقسيم العمل على اساس المؤهلات والقدرات والامكانيات والخبرات للموارد البشرية و وبمختلف المستويات التخطيطية والتنفيذية ووضوح مؤشرات المعايير التقويمية وارتباطها بجودة الخدمة السياحية , ..ان جودة الخدمة السياحية تعتبر مقياس للدرجة التي يرقى إليها مستوى الخدمة المقدمة للسواح ليقابل توقعاتهم، وبالتالي فان تقديم خدمة ذات جودة متميزة يعني تطابق مستوى الجودة الفعلي مع توقعات السواح أو التفوق عليها في بعض الأحيان، وهذه التوقعات تبنى على أساس أبعاد يتم من خلالها الحكم على جودة الخدمة المقدمة. ولقد ازدادت أهمية جودة الخدمة كأساس لتحقيق الاداء العالي، ، فلم تعد الجودة غاية في حد ذاتها بل أصبحت وسيلة تسعى من خلالها المؤسسة لتحقيق الاداء المطلوب.



وأصبحت الجودة تمثل حالة الرضا لدى السائح بالدرجة الأولى، وبالتالي فإن سر نجاح أي صناعة سياحية في مختلف دول العالم . ومن هنا جاءت فكرة هذا البحث " اثر جودة الخدمة السياحية في تحقيق الاداء العالي" مع دراسة ميدانية لكيفية تقديم الخدمة السياحية في مطار النجف الاشرف الدولي. حيث تضمن البحث خمس محاور تناول الاول منهجية البحث وتطرق الثاني الى الجانب النظري للبحث ثم جاء المحور الثالث ليبيّن تحليل متغيرات الدراسة فيما تطرق المحور الرابع الى التحليل الاحصائي للبحث، واخير كان المحور الخامس ليتضمن الاستنتاجات والتوصيات .

الكلمات المفتاحية: الاداء العالي، جودة الخدمة السياحية، مطار النجف الاشرف الدولي

High performance and its impact on implementing tourism service quality

An applied study at Najaf Al-Ashraf International Airport

Abstract:

High performance is one of the most prominent goals that business organizations strive for. Therefore, they work to bring about changes in methods and methods of work and introduce new methods and techniques. They also try to develop the capabilities of their employees at the individual and group levels to reach the level of creativity in achieving quality in tourism service. Level of activities and projects; With the various trends of its visible and invisible products, it therefore works effectively to manage human resources and human capital based on job analysis and evaluation to reach a more accurate performance evaluation and a high level of performance...

Here the interrelation appears between what should be clarity of duties and responsibilities and the division of work based on the qualifications, capabilities, capabilities and experience of human resources and at various planning and executive levels and the clarity of evaluative criteria indicators



and their connection to the quality of tourism service.. The quality of tourism service is considered a measure of the degree to which the level of service rises. provided to tourists to meet their expectations, and therefore providing a service of distinguished quality means matching the actual quality level with tourists' expectations or exceeding them in some cases. These expectations are built on the basis of dimensions through which the quality of service provided is judged. The importance of service quality as a basis for achieving high performance has increased. Quality is no longer an end in itself, but rather a means through which the organization seeks to achieve the required performance.

Quality has become a state of satisfaction for tourists in the first place, and therefore the secret of the success of any tourism industry in various countries of the world. Hence the idea of this research came, "The impact of the quality of tourism service in achieving high performance," with a field study of how to provide tourism service at Najaf Al-Ashraf International Airport. The research included five axes, the first dealt with the research methodology, the second dealt with the theoretical aspect of the research, then the third axis came to show the analysis of the study variables, while the fourth axis dealt with the statistical analysis of the research, and finally the fifth axis was to include conclusions and recommendations.

Keywords: High performance, tourism service quality, Najaf Al-Ashraf International Airport

المقدمة - Introduction

تعد الجودة محور اهتمام سواء في المجال الصناعي او المجال الخدمي وهذا ما جعل من المؤسسات تهتم بالجودة من خلال التحسين المستمر في المنتجات والخدمات، ومن اجل النمو والتطور اصبحت



تحسين جودة الخدمة هدف للمؤسسات الخدمية السياحية ، حيث اصبح الاهتمام بالسائح محور عملها، وهذا ما يجبرها على الاستمرار بالبحث والتعرف على حاجات وتوقعات السائح وتقديم خدمات ذات جودة عالية من قبل العاملين في الشركة وبالتالي تنعكس على مستوى ادائهم. خاصة مع ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصال التي مكنت السائح من المفاضلة بين الخدمات حسب رغباته واختياراته. فالسائح الذي يتلقى خدمات من قبل العاملين في المؤسسات السياحية تتوافق مع متطلباته مما يجعله على استعداد ان يبقى يتعامل مع المؤسسة لأطول فترة ممكنة، وهذا ما يؤيد ان المؤسسة فعلا تقدم خدمات ذات جودة عالية.

اولا : منهجية البحث - Research methodology

1- مشكلة البحث Research problem

تكمين مشكلة البحث في معرفة مستوى الاداء العالي واثره على مستوى جودة الخدمات السياحية المقدمة من طرف الجهات السياحية لمطار النجف الاشرف الدولي وتوضح المشكلة من خلال التساؤلات :

1- ما مدى تأثير الاداء العالي على مستوى جودة الخدمات السياحية للمنظمة مدار البحث ؟

2- ما مدى تأثير ابعاد الاداء العالي على مستوى جودة الخدمات السياحية ؟

ب- اهمية Research Importance

تتلخص اهمية البحث في تناوله موضوعا من الموضوعات الهامة والتي تحظى باهتمام المؤسسات الخدمية بشكل عام والسياحة البحث منها على وجه التحديد , حيث يساهم قطاع السياحة مساهمة كبيرة في تمويل الموازنة العامة للدولة اذ تعتمد بعض الدول على قطاع السياحة بشكل كبير. لذلك يحظى بالاهتمام المتزايد من الادارات المختصة املا في تحقيق رضا السياح وازدياد اعدادهم من خلال تقديم خدمة ذات جودة عالية من خلال الاداء العالي للعاملين.

ج- اهداف البحث : Research Goals

يهدف البحث الى معرفة واقع الخدمة السياحية المقدمة للسواح والمسافرين و مدى كسب رضاهم و جعلهم زبائن دائمين للمطار, اما الشق الثاني من البحث فيركز على الاداء العالي للعاملين للعمل



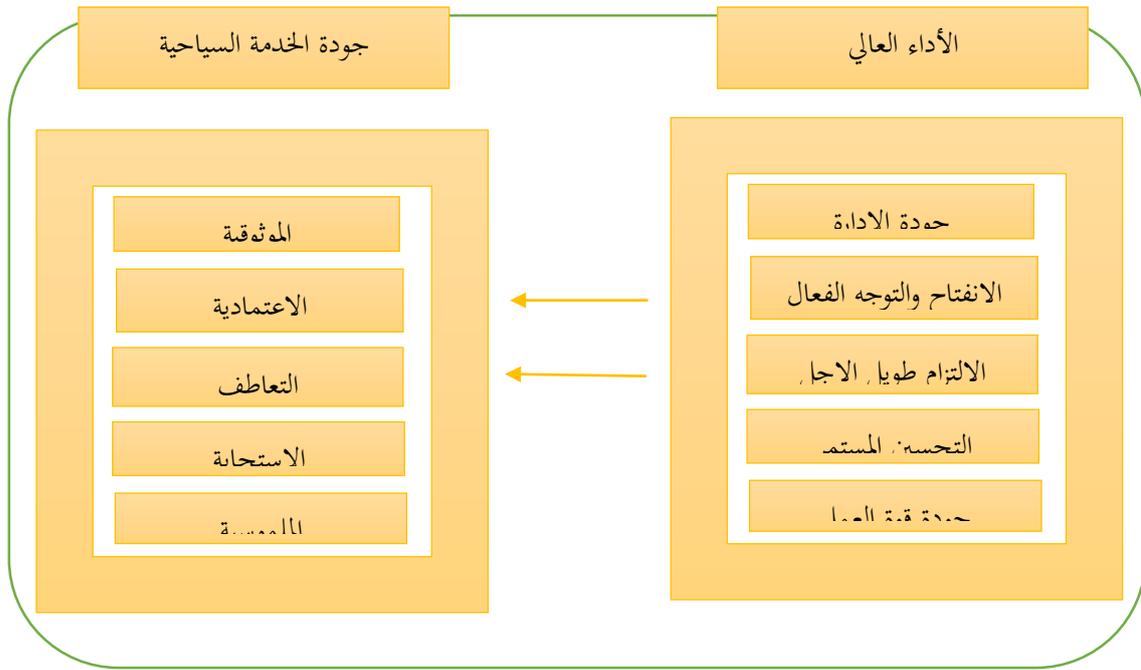
الذي يؤديه ودرجة رضاهم و انعدام مشاكل العمل بين العاملين وبالتالي وضع مقترحات من شأنها الارتقاء بالخدمة السياحية. وبالتالي يأتي هدف البحث من خلال التعرف على ما يأتي :

1- يهدف البحث الى معرفة مستوى تأثير الاداء العالي على جودة الخدمات المقدمة للسائحين في المنظمة.

2 -- اغناء الجانب المعرفي لمتغيرات البحث (الاداء العالي، جودة الخدمات السياحية).

3- تقديم مقترحات من خلال هذا البحث للجهات المعنية (مطار النجف الاشرف الدولي) والتي تساعد على تشخيص نقاط القوة لكي يتم تعزيزها ونقاط الضعف ومعالجتها.

د- المخطط الفرضي للبحث



شكل (1) المخطط الفرضي للبحث

هـ- فرضية البحث : Search Hypothesis

"هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاداء العالي وجودة الخدمة السياحية " . ويتفرع من الفرضية فرضيتين فرعيتين:

أ- هناك علاقة ارتباط بين الاداء العالي وجودة الخدمة السياحية.

ب- هناك علاقة تأثير بين الاداء العالي وجودة الخدمة السياحية.



((توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين ابعاد الاداء العالي وجودة الخدمة)).

وقد انبثقت عنها الفرضيات الفرعية الآتية :

- أ- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين بعد جودة الادارة وجودة الخدمة السياحية.
- ب- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين بعد الانفتاح والتوجه الفعال وجودة الخدمة السياحية.
- ت- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين بعد الالتزام طويل الاجل وجودة الخدمة السياحية.
- ث- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين بعد التحسين المستمر وجودة الخدمة السياحية.
- ج- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين بعد جودة قوة العمل وجودة الخدمة السياحية.

و- عينة البحث: The Research Sample

اعتمدت في البحث عينة عشوائية من المسافرين والموظفين، و ذلك من خلال توزيع الاستبانات و التي تم ملئها من قبل مستخدمي الخدمة السياحية (المسافرين) عبر مطار النجف الاشراف الى جهات مختلفة من العالم والموظفين في اقسام متعددة من العاملين في المطار.

ز- منهج البحث: Research Methodology

تم الاعتماد على المنهج الاستنباطي بأدواته الوصف والتحليل من خلال وصف نظري والشرح والتحليل لمختلف المفاهيم المتعلقة بالأداء العالي وجودة الخدمة السياحية، ثم التوجه الى ميدان الدراسة وقد تم استخدام المنهج الاستقرائي المناسب لدراسة الحالة من خلال استخدام اداة الاستبيان وكذلك جمع البيانات وتنظيمها وتحليلها بهدف التوصل الى النتائج التي تعبر على اراء وطموحات السواح نحو الخدمات السياحية لمطار النجف الاشراف الدولي.

ر- الاساليب الاحصائية المستخدمة في البحث : Statistical methods used

تم استخدام عدد من الاساليب الاحصائية في البحث لغرض تحليل البيانات احصائيا وهي:

- 1- الوسط الحسابي (المتوسط) : يعد الوسط الحسابي The Arithmetic Mean من اهم مقاييس النزعة المركزية و اكثرها استخداما لإيجاد نقطة تتجمع حولها اكثر التكرارات في العينة



المستخدمة وتكون هذه النقطة هي التي تقسم قيم العينة الى قسمين متماثلين، كما يعني مجموع القيم مقسماً على عددها ويحسب رياضياً كما يأتي:

$$\bar{x} = \frac{\sum xi}{n}$$

2- الانحراف المعياري: يعد الانحراف المعياري Standard Deviation احد مقاييس التشتت وتعبّر

عن الجذر التربيعي لمجموع مربعات القيم عن وسطها الحسابي

$$s = \sqrt{\frac{\sum (yi - \bar{y})^2}{n - 1}}$$

3- التباين: يعد التباين Variance احد مقاييس التشتت وتعبّر عن اي مجموع مربعات القيم عن وسطها الحسابي:

$$s^2 = \frac{\sum (yi - \bar{y})^2}{n - 1}$$

4- نظام spss : هو اختصار لعبارة الحزمة الاحصائية للعلوم الاجتماعية و هو احد التطبيقات الاحصائية التي تعمل بنظام الويندوز , و هو عبارة عن مجموعة من القوائم التي يحصل عليها الباحث عن طريق الاستبانة او المقابلات او الملاحظات و من ثم القيام بتحليلها و يتميز بقدرته الكبيرة على معالجة البيانات .

ثانياً: الجانب النظري

أ- الاداء العالي

1- مفهوم الاداء المتميز: في ظل التطورات البيئية السريعة ظهرت عدة مسميات لأداء المتميز ومنها الاداء المتفوق والاداء العالي، لذا يرى (السلمي، 2011: 266) أعلى مستوى من مستويات الاداء يمكن أن ينجزه العاملون في المنظمة قدرات ومهارات فكرية ومعرفية عالية يمتلكها العاملون في المنظمة تجعلهم قادرين على انجاز اعمال تفوق ما يقدمه الآخرون كماً ونوعاً (يوسف 2006: 11) اما (Lammanem, 2007:7) فقد أكد انه الاداء الذي يفوق مستوى الأداء الحالي والمتوقع من خلال الاستثمار الفعال للموارد المتاحة في المنظمة وامتلاك قيادة كفوءة، وحدد (Gittel, etal, 2010, :495) تنفيذ إجراءات العمل المبدعة التي تمكن المنظمة من الوصول إلى أعلى مستوى من الاداء وعلى المدى الطويل، اما (Acdemir, etal, 2010: 150) ، فيرى أن



الاداء المتميز يتحقق من خلال امتلاك المنظمة ثقافة تنظيمية داعمة لجعل العاملين يتحملون مسؤولية تنفيذ الاعمال المكلفين بها لتعزيز النجاح التنظيمي الدائم. وقد اكد الباحثان بأن الاداء المتميز يمثل اعلى مستوى يمكن ان يحققه الافراد من خلال ما يتمتعون به من قدرات عقلية وفكرية عالية.

2- **متطلبات الاداء العالي:** تسعى المنظمات إلى تحقيق الاداء المتميز من خلال اتباع مجموعة معايير معينة تشترك في تهيئة مناخ ملائم يحفز العاملين على تحقيق افضل النتائج للوصول إلى مستويات عالية من الاداء ومن هذه المعايير (Waal De, 202:2001)

أ- امتلاك المنظمة رؤية استراتيجية واضحة .

ب- اعتماد مبدأ المشاركة في العمل.

ث- الاعتماد على التكنولوجيا والموارد البشرية الموهوبة

ت- وضع قواعد للتحفيز والترقية وتحمل المسؤولية .

حدد معهد الانتاجية الامريكي (CP, 4:2009) ، اهم مؤشرات الاداء العالي وهي:-

أ- **الاستراتيجية:** تعد الاستراتيجية اهداف وغايات على المدى البعيد وتخصيص الموارد اللازمة لتحقيق تلك الاهداف والغايات التي توضعها الادارة العليا في المنظمة (الدوري، 2005:25،) ، كما أنّها الطريقة التي تختارها المنظمة لادارتها خطوط وحدات أعمالها ومنتجاتها المختلفة وبدافع تعظيم القيمة، لذا فان استراتيجية المنظمة تسهم بشكل رئيسي في تحديد نوع الاعمال التي ترغب المنظمة في ممارستها ومن ثم الكيفية التي يتم فيها تخصيص الموارد لإنجاز تلك الاعمال (رشيد، 2008:278،)، وأكد (هل & جونز، 2008:65) ، أنّ الاستراتيجية تمثل الرسالة الموجهة لادارة لكي تدرك العمليات المرتبطة بالامور الطارئة ومن ثم التدخل في الوقت المناسب والتخلص من الاستراتيجيات الطارئة السيئة وتعزيز الجيد منها وتبنيه نتيجة الاثراء في الهيكل التنظيمي . وينظر (الخفاجي، 2010، :65) إلى الاستراتيجية على أنّها إحدى نوافذ التفكير بأفاق عمل المنظمة لتكون قابلة لانجاز والقياس في ضوء المتغيرات البيئية والمعتمدة على نظام السيناريوهات ذي العالقة المباشرة بتحليل بيئة الاعمال وبناء المركز التنافسي

ب- **القيادة:** تشير القيادة إلى القدرة والسعي لترجمة الرؤية الاستراتيجية إلى حقيقة قابلة للتطبيق لتعكس تطلعات القادة الاستراتيجيين والتي لها أثر مباشر في سير العمل في المنظمة ،فالمنظمات التي تفتقر إلى القيادات الفاعلة لا تستطيع مواصلة أعمالها (Weiskittel:2006) ، كما إنّها ليست



عملية صنع جدول الاعمال والتأثير بالأفراد، انما هي التعامل مع العنصر البشري والارتقاء برؤيتهم إلى مستويات أعلى ورفع أدائهم إلى معايير أعلى فحسب وانما بناء شخصيتهم إلى ما بعد حدودهم الاعتيادية (شهاب، 6:2007). ويرى (المخالفي، 26:2009) أنها عملية التأثير في الآخرين للوصول إلى فهم واتفاق مشتركين حول الاعمال المطلوب أدائها وكيفية إنجازها بفعالية وهي عملية تسهيل للجهود الفردية والجماعية لتحقيق أهداف مشتركة تساهم في فعالية المنظمة ونجاحها إذ تعد القيادة الكفوة في المنظمة أحد أهم عناصر النجاح والمحرك الاساس لعملها وممارستها ضمن استراتيجية عمل واضحة وهادفة (Robbins.302:2009) & Judge,

ث- **الثقافة:** تعد الثقافة التنظيمية من إحدى العوامل الحاسمة في تحديد درجة التناغم بين المنظمة والعاملين فيها من خلال تركيزها على مجموعة من القيم والاتجاهات التي تعكس طريقة انجاز الاشياء وطبيعة العالقة بين المنظمة وبيئتها المحيطة بها (Berry 2:2004)، كما انها تلك القيم والمعتقدات المشتركة والسائدة في المنظمة والتي تؤثر في طبيعة عمل الافراد داخل المنظمة (Kranakis 493:2004،) وتعد هذه المعتقدات ذات قيمة كبيرة لابد من ترسيخها في عقول اعضاء المنظمة بوصفها مرتكزات اساسية تحكم سلوك الافراد العاملين داخل المنظمة من جهة (2006:350) (Tsui, etal.,) وتساهم في صياغة الانماط الشخصية وتكوينها من خلال نشرها المعارف والمفاهيم التي تقود إلى التعرف بالمعطيات البيئية والتفاعل معها من جهة اخرى، وتكمن أهمية الثقافة التنظيمية في المنظمات في النقاط الآتية (الجبوري، 9:2008):-

- 1- الثقافة التنظيمية دليل لا لدارة والعاملين التي ينبغي اتباعها والاسترشاد بها
- 2- اطار فكري يوجه اعضاء المنظمة الواحدة وينظم اعمالهم وعلاقاتهم .
- 3- تعد من الملامح المميزة للمنظمة عن غيرها من المنظمات، وهي مصدر فخر واعتزاز للعاملين فيها وخاصة إذا كانت تؤكد على قيم معينة مثل الابتكار، التميز، والريادة والتغلب على المنافسين.
- 4- الثقافة القوية تسهل مهمة الادارة والعاملين، فال يحتاجون إلى الاجراءات الرسمية لتأكيد السلوك المطلوب.

ت- **السوق:** تماشيا مع معالم التطور التكنولوجي الهائل في عالم الاتصالات والمعلومات وتعددية الصفقات المتداوله اتسع تأثير الاسواق في اقتصاديات الأعمال، مما جعل الاسواق المالية تحتل مكانه واسعة في النشاط الاقتصادي؛ لذا ينظر للسوق بصورة عامة على أنه التقاء



قوى العرض (البائع) مع قوى الطلب (المشتري) لتوفير السيولة للمتعاملين إما بصورة نقدية أو على شكل أوراق مالية من جهة وتبادل منفعة معينة بالوقت المناسب (التميمي & اسامة: 110, 2004)، كما يرى (الحسيني, 2005: 135) أن الاسواق تمثل اطار متكامل يجمع المتعاملون في الاوراق المالية (البائعين والمشتريين) لغرض انجاز الصفقات بصور منتظمة ولا يوجد لهذا السوق مكان محدد لإنجاز الصفقات وانما تنجز متى ما توفرت الرغبة لهؤلاء المتعاملين مما يجعلها تتأثر بمستوى النشاط الاقتصادي الوطني بشكل كبير، كما تشكل الاسواق البنيه الاساسية لأي نظام مالي في البلد لأنها آلية التوسط بين قطاعي الاستثمار والادخار التي تعمل على إعادة ضخ الاستثمارات في البنية التمويلية للمشروعات لتوفر حاجتها من الاموال الكافية لإعادة توسيع الانتاج ولتجديد حركتها تماثيا مع التطور الحاصل في مستوى الاقتصادي للبلد.

ب- : جودة الخدمة السياحية- Quality of Service Tourism

1- مفهوم جودة الخدمة السياحية : The Concept of Quality of Tourism service

من اجل الوصول الى مفهوم جودة الخدمة السياحية لابد من التعرف على مفهوم الجودة اولاً ، ومن ثم جودة الخدمة ثانياً. اذ تعتبر الجودة هي القاعدة التي تبنى عليها العديد من مفاهيم ادارة الجودة الشاملة وجودة الخدمة وجودة السلع. وان اصل كلمة (الجودة) يعود الى الكلمة اللاتينية (Qualitas) لذلك سوف نتطرق الى مجموعة من التعاريف الخاصة بمفهوم الجودة: وعرفت (Oscford) " انها درجة التميز و الافضلية " (الطائي , 2008 : 19) . من هذه التعاريف الخاصة بمفهوم الجودة يمكن الانتقال للتعرف على مفهوم جودة الخدمة. تعتبر جودة الخدمة قدرة مقدم الخدمة على تلبية احتياجات الضيوف وبما يندمج مع توقعاتهم او تصوراتهم عنها وقد عرفت عدة تعاريف منها : و من ثم عرفها (Chikwendu& Ezenwa) " بانها الفرق بين توقعات الضيوف للخدمة و الخدمة المتصورة و بالتالي فان كانت الاداء المتوقع اكبر من الاداء الفعلي فان الجودة قليلة وبالعكس، اذا كانت الاداء المتوقع اقل من الاداء الفعلي فان الجودة عالية " (Chikwendu & Ezenwa , 2012 : 118) لذلك يمكن الاستنتاج من ان مفهوم جودة الخدمة هي الكيفية التي يمكن من خلالها الوصول الى اعلى درجة اداء فعلي يمكن ان يقدمها العامل الى الضيف وبما يناسب تطلعات الضيف الى تلك الخدمة او الصورة المرسومة في مخيلة الضيف قبل



وصوله الى الموقع السياحي وعند وصوله يجب ان تكون الخدمة الفعلية على جودة اعلى مما
تصورها .

2- ابعاد جودة الخدمة السياحية : The Dimensions of the Quality of Tourism Service

حظي مفهوم الجودة على جزء كبير من الاهتمام و الدراسة و التحليل اذ اجمعت العديد من
الدراسات على ان الابعاد الاساسية لجودة الخدمة والتي هي تمثل ايضا ابعاد جودة الخدمة السياحية
تتكون من خمسة ابعاد اساسية هي :

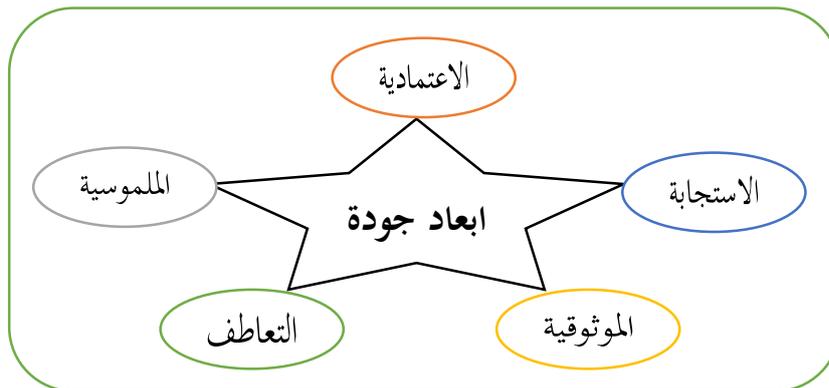
1- الموثوقية : يقصد بها القدرة التي على كسب ثقة السائح بمقدم الخدمة السياحية و ذلك من خلال
قدرته على اداء الخدمة السياحية بكل بدقة وذكاء وثقة.

2- الاعتمادية : هي معرفة مقدمي الخدمة او العاملين في القطاع السياحي على قدرتهم في تقديم
الخدمة وقدرتهم على منح الثقة والاطمئنان للضيف, وذلك من خلال دقة الانجاز للخدمات
السياحية المقدمة . (Saghier &Nathan ,2013 ; 4)

3- الاستجابة : هي مستوى المساعدة المقدمة للنزلاء او السواح من قبل مقدمي الخدمة السياحية
وسرعة تقديمها لهم . (العزاوي , الحوامدة , 2010 : 172) .

4- التعاطف : هي مقدار العناية و الاهتمام التي يمكن ان يشعر بها السائح من خلال تعامله مع
مقدم الخدمة السياحية بشكل خاص .

5- الملموسية : هي تسليط الضوء على الاجزاء المادية و المعدات التي يستخدمها العاملين عند
تقديم الخدمة السياحية الى السواح و المتمثلة بالمقاعد و الادوات و المعدات التكنولوجية
المستخدمة و الإضاءة و غيرها من المعدات و التجهيزات الملموسة . (State& Istudor)
(, 2009 ; 424)





شكل رقم (2) ابعاد جودة الخدمة

المصدر : عمل الباحثة

ان تقييم جودة الخدمة السياحية حسب هذا النموذج يتم من خلال تحديد الفجوة بين توقعات السواح حول مستوى تقديم الخدمة السياحية و كيفية ادراك السائح للأداء الفعلي لها.

3- : معايير جودة الخدمة السياحية : Product Quality Standards Service

وضعت منظمة السياحة العالمية في عام (2003 م) بتصميم معايير جودة المنتج السياحي التي يجب ان توضع بعين الاعتبار عند اقامة المشاريع السياحية والمتعلقة بتصميم او تسويق المنتج السياحي, و يمكن اجمال هذه المعايير في ما يأتي :

أ- السلامة و الامان : هو ان المنتج السياحي سواء كان (سلعة ، خدمة) سياحية لا يمثل خطر على حياة السائح , لذلك فان سلامة و امان السائح واحدة من اهم المعايير المهمة لجودة المنتج السياحي .

ب- الشفافية : يعد معيار الشفافية و الوضوح من المعايير الاساسية في التعامل بين مقدم الخدمة السياحية و السائح من اجل التواصل الفعال من خلال توفير ودقة المعلومات عن مميزات وخصائص الخدمة السياحية .

ج- النظافة : هي من اكثر العناصر اهمية في السياحة و ذلك من خلال ما يحتك السائح معه بشكل مباشر و يكون ذلك من خلال اماكن تقديم الخدمة السياحية (المطاعم و الفنادق و المطارات و المنتزهات ... الخ) كما و يجب ان تكون هناك معايير خاصة بنظافة الآلات التي يستخدمها مقدم الخدمة السياحية و خاصة المتعلقة بصحة و سلامة الاغذية .

د- الانسجام : يعني التوافق بين البيئة البشرية والطبيعية و بالتالي يؤدي الى مفهوم الاستدامة السياحية و التي تتطلب ادارة البيئة الاقتصادية والاجتماعية والبيئية و غيرها .

هـ- سهولة الوصول : و تعني سهولة الوصول الى مكان القصد السياحي بكل امان وثقة و السماح للكل وبدون تمييز من استخدام الخدمات السياحية بغض النظر عن جميع الاختلافات سواء كانت طبيعية او مكتسبة.

و- الاصاله : هي ما يتميز به المشروع او الموقع السياحي عن غيره من المشاريع المنافسة الاخرى و ان يكون هذا التميز بشكل ملحوظ.



4-: خصائص الخدمات السياحية Characteristics of Tourist Services

تعددت الدراسات و الابحاث و اظهرت خصائص عديدة للخدمة السياحة وكان اهمها :

أ- اللاملموسية : حيث ان عند شراء الخدمات السياحية لا يمكن للضيف ان يلمسها كما هو الحال في المنتجات التي يمكن اقتنائها و الاحتفاظ بها و انما هي خدمة لا وجود مادي لها، لذلك فهي لا يمكن الاحساس بها او الانتفاع منها قبل شرائها، كما ويمكن التطرق الى الغرف الفندقية او الاطعمة او المشروبات حيث يعتبرها البعض سلع سياحية الا انها وسائل لتقديم الخدمة و ليست الخدمة بحد ذاتها (العلاق , 2009 : 45) .

ب- التلازمية : تعتبر التلازمية من الخصائص الاساسية في السياحة حيث يتم فيها تفاعل السائح مع مقدم الخدمة في ان واحد, اي انها تعني درجة الترابط قوية بين مقدم الخدمة والسائح حيث ان وقت انتاج الخدمة هو نفسه وقت الاستهلاك من قبل السائح وهذا يبين سبب حضور السائح الى مكان تقديم الخدمة و الاستفادة منها . (vargo ,2004 ; 329)

ت- الفئائية : لا يمكن حفظ الخدمات السياحية او خزنها لفترات طويلة اي ان الخدمة السياحية تنتج و تستهلك في وقت واحد حيث ان الغرف الفندقية غير المشغولة تعتبر خسارة و لا يمكن تعويضها او خزنها اذا ما تم اشغالها من قبل السواح خلال الموسم السياحي . (رشيد , 2001 : 9)

ث- عدم انتقال الملكية : حيث ان السائح يمكنه استخدام المرافق السياحية او الغرفة في الفندق لمدة معينة و لا يمكن ان يملكها وهذا يكون عكس السلع المادية التي يمكن حيازتها فهذه الصفة تتميز بها السياحة (عبد الجبار , 2002 : 270) .

ج- عدم التجانس : ترتبط الخدمة السياحية ارتباط وثيق بمقدم الخدمة كما انها تعتمد على مهارات واسلوب مقدمها لذلك من الصعب ايجاد معايير نمطية لإنتاج الخدمات السياحية مما دفع المؤسسات السياحية الى السعي لتقليل التباين في خدماتها الى ادنى حد ممكن (محمود , 2010 : 20) .

ح- مقدم الخدمة السياحية جزء من المنتج الخدمي السياحي : ان مهارة العاملين في المرافق السياحية هي التي يمكن ان تكسب الموقع السياحي سمعة جيدة بسبب دقة عمل وسمعة مقدم الخدمة السياحية و يكون ذلك واضح في الاتصال المستمر مع السياح , لذلك يتعين على



المنظمات السياحية ان تحفز العنصر البشري من خلال التدريب و التحفيز وتوفير بيئة عمل
ج-سهولة التقليد : من الخصائص التي تتسم بها الخدمة السياحية سهولة تقليد الخدمة المقدمة وذلك
من خلال زيارة المنافسين الى الموقع السياحي و استهلاك الخدمة السياحية و بسبب ذلك تجعل من
السهل تقليدها .

ح- صعوبة مراقبة جودة الخدمة السياحية : تكون مراقبة جودة الخدمة اكثر صعوبة من مراقبة
السلع الملموسة و ذلك بسبب انها تعتمد على الاداء البشري و انها فنانية و غير ملموسة,
(بيفيرلي, 2007 : 61)

خ- اهمية الوقت في تقديم الخدمة السياحية : عند التطرق الى موضوع السياحة فيجب التركيز على
اهمية الوقت وذلك بسبب ان الخدمة السياحية لا يمكن الحصول عليها من منافذ التوزيع دون
انتظار, و من ثم ضرورة حضور السائح الى موقع تقديم الخدمة وهذا الامر يؤدي الى زيادة
الوقت المطلوب للحصول عليها . (ابو عجيبة وحاجي , 2009 : 38)

5- خطوات تطبيق جودة الخدمة السياحية : Steps to Apply the Quality of Tourism service

تختلف وجهات نظر الباحثين بشأن الخطوات التي يمكن اتباعها لغرض تحقيق الجودة المناسبة من
الخدمة للسائح , ومن اكثر الخطوات انتشاراً في مجال السياحة هي : (بوشاشيه ومنير , 2017 :
74)

- أ- جذب الانتباه واثارة اهتمام السواح : ان النجاح الاساسي يأتي من خلال جذب انتباه السواح
واثارة اهتمامهم من خلال المواقف الايجابية التي يبديها مقدم الخدمة مثل (الاستعداد
للترحيب بالسواح, حسن المظهر والابتسامة وبشاشة الوجه والاهتمام بالهندام المتكامل, وقوة
الشخصية والثقة بالنفس عند التعامل مع جميع السواح (محمود , 2002 : 220)
- ب- خلق الرغبة لدى السائح و تحديد حاجاته : يمكن لمقدم الخدمة من تحقيق هذه الخطوة عن
طريق جعل السائح هو رئيس (الهيكل التنظيمي) و تحقيق كافة رغباته و حاجاته مثل
(حاجته للشعور بالراحة والامان وتوقع الحاجات التي سوف يطلبها مسبقا, وفهم المعلومات
الراجعة لحاجات السائح) .



ت- اقناع السائح و معالجة الاعتراضات لديه : تعد مهمة اقناع السائح من المهام الصعبة حيث تتطلب العديد من الجهود السلوكية القادرة على اقناع السائح و ان يتبع القاعدة (الزبون دائما على حق) وان يكون مقدم الخدمة مستمع جيد ويتمتع بسرعة البديهية واطهار الاهتمام الكامل للسائح .

ث- التأكد من استمرارية السواح بالتعامل مع المنظمة : ان عملية الحفاظ على السائح من الامور المهمة في ظل التنافس الكبير بين المنشآت السياحية، لذا يجب على مقدم الخدمة حفظ اسم السائح المتكرر ورغباته وتذكر احتياجاته في الزيارات السابقة و الاهتمام بهم (شفيق , 2005 : 36) .

ج- التحسين المستمر للجودة : يعد هذا الجانب جزء اساسي في ادارة الجودة الشاملة ويجب ان يكون التحسين في المنتجات و الخدمات متواصل وعدم الوقوف عند حد معين من جودة الخدمة او السلعة السياحية, لذا يجب الاهتمام بهذا الجانب وذلك بسبب الحفاظ على حصة المنشأة السياحية في السوق السياحي .

ثالثاً: الجانب العملي:

عرض وتحليل اجابات افراد العينة حول متغير الاول(الاداء العالي) ومتغير الثاني (جودة الخدمة السياحية)

أ-: عرض وتحليل الاجابات حول متغير الاداء العالي، حيث يوضح الجدول (1) الاوساط الحسابية لإجابات افراد العينة حول التساؤلات لمتغير (الاداء العالي) وهي كالآتي:

جدول (1) يوضح الاوساط الحسابية والانحراف المعياري والتباين بمتغير الاداء المتميز

ت	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	التباين
البعد الاول : جودة الإدارة				
1	تحرص المؤسسة على بناء عالقات الثقة مع موظفيها في كل المستويات التنظيمية.	4.36	0.815107	0.6644
2	تسمح المؤسسة للموظفين بان يؤدوا عملهم بزهارة وبمستويات عالية من الالتزام.	4.48	0.815107	0.6644
3	تشجع ادارة المؤسسة بالتوجه نحو النشاط وتجنب الإسهاب مع التركيز على القرارات الجوهرية.	4.42	0.872697	0.7616
4	تهتم ادارة المطار بتدريب موظفيها لزيادة قدراتهم على تحقيق أفضل النتائج	4.28	0.872697	0.7616
البعد الثاني: الانفتاح والتوجه الفعال				



0.77	0.877496	4.18	تحرص ادارة المطار على خلق ثقافة الانفتاح وتوجيهها لتحقيق النتائج المرغوب بها.	1
0.6644	0.815107	4.1	تسمح المؤسسة بالتحاور مع الموظفين وإشراكهم في الاعمال المهمة فيها.	2
0.7616	0.872697	4.12	تتيح ادارة المطار لموظفيها فرص التعلم وتبادل المعرفة لتشجعهم على تحمل المخاطرة المحسوبة.	3
0.7616	0.872697	4.2	تشجع المؤسسة موظفيها عل تطوير قابلياتهم الديناميكية والدفع باتجاه التغيير والتجديد.	4
البعد الثالث: الالتزام طويل الامد				
0.7613	0.872695	4.24	تحرص ادارة المطار عل بناء علاقات ممتازة مع موظفيها والتواصل معهم باستمرار.	1
0.7616	0.872697	4.28	تلتزم المؤسسة بالعمل عل تحقيق اهدافها التنظيمية من خلال تحفيز موظفيها لخدمة المؤسسة.	2
0.4803	0.693107	4.22	تعمل ادارة المطار عل توفير بيئة عمل آمنة من خلال منح موظفيها الاحساس بالامان والاستقرار.	3
0.7616	0.872697	4.18	تعتني المؤسسة بالموهب الداخلية بهدف خلق وتطوير قيادات إدارية من داخل المؤسسة.	4
البعد الرابع: التحسين المستمر				
0.7616	0.872697	4.28	تتبنى المؤسسة مبدأ التحسين المستمر والابداع في كافة مستوياتها الادارية.	1
0.6644	0.815107	4.36	تستخدم المؤسسة استراتيجيات وبرامج تميزها عن باقي المؤسسات الاخرى.	2
0.6646	0.815109	4.38	تقوم المؤسسة بتوجيه قابليات مواردها البشرية لخلق مصادر جديدة لتحسين قدراتهم نحو الاستجابة للتغيرات.	3
0.6643	0.815105	4.46	تقيم ادارة المطار مجموعة من الدورات التدريبية التي تنمي قابلياتهم في مختلف التخصصات.	4
البعد الخامس: جودة قوى العمل:				
0.4805	0.693119	4.24	تمتلك المؤسسة نظام عمل يتصف بالمرونة العالية في كشف التعقيدات في مختلف الاقسام.	1
0.6644	0.815107	4.1	تتميز المؤسسة بملاكات إدارية بإمكانها أن تقدم الحلول الابتكارية لمختلف المشاكل التي تواجهها.	2
0.7616	0.872697	4.18	تسمح المؤسسة بالتعلم من مختلف الملاكات الاخرى من اجل تحقيق نتائج استثنائية مع تحمل مسؤولياتهم.	3
0.7614	0.872694	4.16	تحفز ادارة المطار موظفيها ليكونوا مبدعين من خلال الاعتماد عل طرائق ووسائل جديدة.	4

تشير النتائج الواردة في الجدول (2) الى مايلي: الفقرة (2) من البعد الاول (جودة الادارة) الى اعلى وسط حسابي والبالغ (4.48) من بين الاسئلة الواردة في الجدول وهذا يعني ان تركز اجابات العينة حول هذه النقطة، وان اقل وسط حسابي كان للفقرة (2) من البعد الثاني والخامس (الانفتاح والتوجه الفعال وجودة قوى العمل) والبالغة (4.1) وان اعلى قيمة للانحراف المعياري والتباين كانت للفقرة



(3,4) من البعد الاول والثاني (جودة الادارة والانفتاح) والبالغة (0.872697) ، (0.7616) على التوالي، مما يدل على ان التشتت اي الاختلاف وعدم التجانس في اجابات العينة كبير في البعد الخاص (جودة الادارة والانفتاح)، و اقل قيمة كانت للفقرة (1) من البعد الخامس (جودة قوى العمل) والبالغة (0.4805)، (0.693119) على التوالي.

ب- تحليل جودة الخدمة السياحية: Quality of Service Analysis:

عرض وتحليل الاجابات حول متغير جودة الخدمة السياحية، حيث يوضح الجدول (1) الاوساط الحسابية والانحراف المعياري والتباين لإجابات افراد العينة حول التساؤلات المتغير الثاني (جودة الخدمة السياحية) وهي كالآتي:

جدول (2) يوضح الاوساط الحسابية والانحراف المعياري والتباين لمتغير جودة الخدمة السياحية

ت	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	التباين
البعد الاول : الموثوقية				
1	اشعر بالأمان في تعاملتي بالجهات السياحية الأخرى	4.11	0.877497	0.78
2	يتصف الموظفون بالأدب والتهديب	4.33	0.815108	0.6643
3	هناك المام شامل لدى الموظفين بالإجابة على مختلف الاسئلة	4.29	0.872698	0.7617
البعد الثاني: الاعتمادية				
1	تتوافق الخدمات السياحية بالمطار مع رغباتي واحتياجاتي	3.87	0.938297	0.8803
2	الموظفون على معرفة كافية بطريقة تقديم الخدمة وبشكل صحيح	4.13	0.765246	0.5857
3	عند مواجهة اي مشكلة فانه يتم حل مشكلتي بكل اهتمام وصدق	4.07	0.834505	0.6963
البعد الثالث: الاستجابة				
1	هناك استعداد دائم لتقديم الخدمة السياحية	4.07	0.834505	0.6963
2	يتم انجاز الخدمة بالدقة المطلوبة والوقت المناسب	3.75	0.788924	0.6223
3	الموظفون لا يتأخرون ابدا عن تلبية الطلبات	4.13	0.693118	0.4803
البعد الرابع: التعاطف				
1	اشعر بان الموظفون يولون الاهتمام الشخصي بالسواح عند التعامل معهم	4.43	0.750734	0.5635
2	الخدمات السياحية بالمطار تلبي احتياجاتي الشخصية	3.77	0.944245	0.8917
3	الموظفون في سعي دائم لمعرفة احتياجات ومتطلبات السواح	3.91	0.92	0.82
البعد الخامس: الملموسية				
1	المظهر الداخلي والخارجي لمجمل المرافق السياحية في المطار جذاب وملئم	3.90	0.934666	0.8735
2	مقدمو الخدمات السياحية يعتنون بمظهرهم الخارجي	4.31	0.640313	0.41
3	تتوافر في الخدمات السياحية على معدات وادوات متطورة تسهل تقديم الخدمة	3.97	0.870863	0.7583



تشير النتائج الواردة في الجدول (2) الى مايلي:

الفقرة (1) من البعد الرابع (التعاطف) الى اعلى وسط حسابي والبالغ (4.43) من بين الاسئلة الواردة في الجدول وهذا يعني ان تمركز اجابات العينة حول هذه النقطة، وان اقل وسط حسابي كان للفقرة (2) من البعد الثالث (الاستجابة) والبالغة (3.75) وان اعلى قيمة للانحراف المعياري والتباين كانت للفقرة (2) من البعد الرابع (التعاطف) والبالغة (0.945)، (0.8917) على التوالي، مما يدل على ان التشتت اي الاختلاف وعدم التجانس في اجابات العينة كبير في البعد الخاص (بالتعاطف)، و اقل قيمة كانت للفقرة (2) من البعد الخامس (الملموسية) والبالغة (0.640)، (0.41) على التوالي.

رابعاً: التحليل الاحصائي للبحث Statistical analysis of the research

تم استخدام نظام SPSS : لمعرفة علاقة الارتباط والتأثير بين المتغيرين الاول (الاداء العالي)

كمتغير مستقل والثاني (جودة الخدمة السياحية) كمتغير تابع وكانت النتائج كما يأتي

جدول (3) جدول يبين علاقات الارتباط والتأثير للمتغيرات البحث

المصدر: من اعداد الباحثة اعتمادا على برنامج (Spss,vev.26)

مستوى المعنوية	Beta	R ²	قيمة T المحسوبة	R	الاداء العالي
0.090	0.453	0.206	1.834	0.453	جودة الخدمة السياحية

تشير النتائج اعلاه بانه هناك علاقة ارتباط دون المتوسطة وموجبة بين المتغيرين (الاداء العالي

وجودة الخدمة السياحية) وكان الارتباط (0.453)، وان هناك تأثير ضعيف للمتغير الاول (الاداء

العالي) على المتغير الثاني (جودة الخدمة السياحية) وان درجة المعنوية والبالغة (0.090). كما تم

استخدام نظام SPSS : لمعرفة علاقة الارتباط والتأثير بين المتغيرين ابعاد المتغير الاول (الاداء

العالي) كمتغير مستقل والثاني (جودة الخدمة السياحية) كمتغير تابع وكانت النتائج كما يأتي:

جدول (4) جدول يبين علاقات الارتباط والتأثير لمتغير جودة الادارة ومتغير جودة

الخدمة السياحية

المصدر: من اعداد الباحثة اعتمادا على برنامج (Spss,vev.26)

مستوى المعنوية	Beta	R ²	قيمة T المحسوبة	R	جودة الادارة
0.025	0.975	0.950	6.153	0.975	جودة الخدمة السياحية



1- البعد الاول (جودة الادارة) كمتغير مستقل ومتغير جودة الخدمة السياحية كمتغير تابع وكانت النتائج كما يلي:

تشير النتائج اعلاه بانه هناك علاقة ارتباط عالية وموجبة بين المتغيرين (بعد جودة الادارة وجودة الخدمة السياحية) وكان الارتباط (0.975) ، وان قيمة (t) عالية والبالغة (6.153) وهناك تأثير للمتغير الاول (جودة الادارة) على المتغير الثاني (جودة الخدمة السياحية) وان درجة المعنوية والبالغة (0.025).

جدول (5) جدول يبين علاقات الارتباط والتأثير لمتغير الالتزام والتوجه الفعال ومتغير جودة الخدمة السياحية

مستوى المعنوية	Beta	R ²	قيمة T المحسوبة	R	الانفتاح والتوجه الفعال
0.052	0.948	0.899	-0.209	0.948	جودة الخدمة السياحية

المصدر: من اعداد الباحثة اعتمادا على برنامج (Spss,vev.26)

2- تشير النتائج اعلاه بان هناك علاقة ارتباط عالية وموجبة بين (الانفتاح والتوجه الفعال) كبعد وجودة الخدمة السياحية وكان الارتباط (0.948) ، وهناك تأثير للمتغير الاول (الانفتاح والتوجه الفعال) الى الثاني (جودة الخدمة السياحية)، وان درجة المعنوية والبالغة (0.052)

جدول (6) جدول يبين علاقات الارتباط والتأثير لمتغير الالتزام طويل الاجل ومتغير جودة الخدمة السياحية

مستوى المعنوية	Beta	R ²	قيمة T المحسوبة	R	الالتزام طويل الاجل
0.191	0.809	0.655	1.948	0.809	جودة الخدمة السياحية

المصدر: من اعداد الباحثة اعتمادا على برنامج (Spss,vev.26)

3- تشير النتائج اعلاه بان هناك علاقة ارتباط عالي وموجب بين (الالتزام طويل الاجل) كبعد وجودة الخدمة السياحية وكان الارتباط (0.809) ، وليس هناك تأثير للمتغير الاول (الالتزام طويل الاجل) الى الثاني (جودة الخدمة السياحية)، وان درجة المعنوية والبالغة (0.191).



جدول (7) يبين علاقات الارتباط والتأثير لمتغير التحسين المستمر ومتغير جودة

الخدمة السياحية

النحسين المستمر	R	قيمة T المحسوبة	R ²	Beta	مستوى المعنوية
جودة الخدمة السياحية	0.473	0.759	0.224	-0.473	0.527

المصدر: من اعداد الباحثة اعتمادا على برنامج (Spss,vev.26)

3- تشير النتائج اعلاه بان هناك علاقة ارتباط ضعيفة وموجبة بين (التحسين المستمر) كبعد وجودة الخدمة السياحية وكان الارتباط (0.473) ، وليس هناك تأثير للمتغير الاول (التحسين المستمر) الى الثاني (جودة الخدمة السياحية)، وان درجة المعنوية والبالغة (0.527).

جدول (8) يبين علاقات الارتباط والتأثير لمتغير جودة قوى العمل ومتغير جودة

الخدمة السياحية

جودة قوى العمل	R	قيمة T المحسوبة	R ²	Beta	مستوى المعنوية
جودة الخدمة السياحية	0.308	0.458	0.095	-0.308	0.692

المصدر: من اعداد الباحثة اعتمادا على برنامج (Spss,vev.26)

3- تشير النتائج اعلاه بان هناك علاقة ارتباط ضعيفة وموجبة بين (جودة قوى العمل) كبعد وجودة الخدمة السياحية وكان الارتباط (0.308) ، وليس هناك تأثير للمتغير الاول (جودة قوى العمل) الى الثاني (جودة الخدمة السياحية)، وان درجة المعنوية والبالغة (0.692).

جدول (9) مصفوفة علاقات الارتباط والتأثير للمتغيرات البحث

جودة الخدمة السياحية	R	قيمة T المحسوبة	R ²	Beta	مستوى المعنوية
الاداء العالي	0.453	1.834	0.206	0.453	0.090
(1) جودة الادارة	0.975	6.153	0.950	0.975	0.025
(2) الانفتاح والتوجه الفعال	0.948	-0.209	0.899	0.948	0.052
(3) الالتزام طويل الاجل	0.809	1.948	0.655	0.809	0.191
(4) التحسين المستمر	0.473	0.759	0.224	-0.473	0.527
(5) جودة قوى العمل	0.308	0.458	0.095	-0.308	0.692

المصدر: من اعداد الباحثة اعتمادا على برنامج (Spss,vev.26)



أ- الاستنتاجات : Conclusions

- 1- هناك اتفاق من قبل الباحثين على ان الجودة تعد احد اهم دعائم نجاح اي مؤسسة ومنها المؤسسات السياحية.
- 2- والسائح هو افضل من يقوم بتقييم اداء المنظمة وجودة الخدمة وان كان هناك تباين من وجهة نظر كل سائح في الاهتمام بأبعاد الجودة.
- 3- هناك علاقة ارتباط دون متوسطة وموجبة بين متغير الاول المتمثل بـ (الاداء العالي) في مطار النجف الاشرف الدولي والمتغير الثاني المتمثل بـ (جودة الخدمة السياحية) ، وكان الارتباط (0.453) . ودرجة التأثير (0.09).
- 4- توصلت النتائج الى ان هناك علاقة ارتباط عالية وموجبة بين متغير الاول المتمثل بـ (جودة الادارة بعد من ابعاد الاداء العالي) والمتغير الثاني المتمثل بـ (جودة الخدمة السياحية) ، وكان الارتباط (0.975) . ودرجة التأثير (0.02).
- 5- توصلت النتائج الى ان هناك علاقة ارتباط عالية وموجبة بين (الانفتاح والتوجه الفعال) كبعد من ابعاد المتغير الاول (الاداء العالي) والمتغير الثاني المتمثل بـ (جودة الخدمة السياحية) وكان الارتباط (0.948) وان درجة المعنوية والبالغة (0.052).
- 6- توصلت النتائج الى ان هناك علاقة ارتباط دون المتوسط وموجبة بين (التحسين المستمر) كبعد من ابعاد المتغير الاول (الاداء العالي) والمتغير الثاني المتمثل بـ (جودة الخدمة السياحية) وكان الارتباط (0.473) وان درجة المعنوية والبالغة (0.527).
- 7- هناك علاقة ارتباط ضعيفة وموجبة بين متغير الاول المتمثل بـ(جودة قوى العمل) التي تمثل بعد من ابعاد المتغير (الاداء العالي) والمتغير الثاني المتمثل بـ (جودة الخدمة السياحية) وكان الارتباط (0.308) وان درجة المعنوية كانت (0.692).

ب- التوصيات: Recommendations

- 1- يجب على المؤسسات السياحية العمل على تقديم اعلى مستوى الاداء وذلك من اجل ارضاء السائح وانعكاس ذلك على جودة الخدمة المقدمة ايضا .



- 2- على المؤسسات السياحية ان تدرك ان احتياجات العميل(السائح) تتطور من وقت لآخر ولذلك يجب عليها ان تواكب هذه التطورات بالتحسين المستمر لمستويات الخدمة وذلك من اجل ضمان استمراريتها في السوق.
- 3- تعزيز علاقة المؤسسة (مطار النجف الاشرف الدولي) مع مؤسسات المجتمع المحلي من خلال تطوير مهارات وقدرات العاملين لديها عن طريق الدورات التدريبية .
- 4- توظيف عمال مهرة وموظفين مؤهلين ذوي قدرات عالية تتماشى والوظائف الممنوحة لهم في مجال السياحة لزيادة الأداء وتقليص الأخطاء.
- 5- توفير الدعم والمساندة التامة من قبل الإدارة العليا باتجاه جودة الخدمة السياحية بإبعادها الخمسة الاعتمادية والاستجابة والملموسية والموثوقية والتعاطف.
- 6- ضبط مواعيد العمل وتدريب العاملين على الأداء الصحيح ومن المرة الأولى.

المراجع: Reference

- 1- عبيد، نغم حسين نعمة، 2000، "اثر استثمار راس المال الفكري في الاداء التنظيمي دراسة ميدانية في عينة من شركات القطاع الصناعي المختلط" رسالة ماجستير-كلية الادارة والاقتصاد-جامعة بغداد.
- 2- السلمي، عبد العزيز (2002) . "إدارة التميز: نماذج وتقنيات الإدارة في عصر المعرفة." دار الغريب للنشر. القاهرة. مصر.
- 3- يوسف ، بسام عبد الرحمن " (2006) . اثر تقنية المعلومات ورأس المال الفكري في تحقيق الأداء المتميز :دراسة استطلاعية في عينة من كليات جامعة الموصل . "اطروحة دكتوراه فلسفة مقدمة إلى مجلس كلية الإدارة والاقتصاد قسم إدارة الأعمال .جامعة الموصل.
- 4- الدوري ، زكريا مطلق (2005) (الإدارة الستراتيجية: مفاهيم وعمليات وحالات دراسية . " دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.عمان الأردن.
- 5- رشيد ،صالح عبد الرضا& جلاب ،احسان دهش(2008) (الإدارة الاستراتيجية : مدخل متكامل ."دار المناهج للنشر والتوزيع.عمان الأردن.



- 6- هل ، شارلز & جونز، جارديث (2008) الإدارة الاستراتيجية مدخل متكامل. " تعريب محمد سيد احمد عبد المتعال & اسماعيل علي بسيوني . دار المريخ للنشر. الرياض المملكة العربية السعودية.
- 7- الخفاجي ، نعمة عباس خضير (2010) الإدارة الاستراتيجية : المداخل والمفاهيم والعمليات . " الطبعة الثانية. دار الثقافة للنشر والتوزيع. عمان الأردن.
- 8- شهاب ، ياسين (2007) الإدارة والقيادة. " الطبعة الاولى. النجف الع ارق.
- 9- المخلافي ، محمد سرحان (2009) القيادة الفاعلة وادارة التغيرات. " الطبعة الاولى . مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع الكويت.
- 10- الجبوري ، عمر كاظم داود (2008) الثقافة التنظيمية وأثرها في فاعلية المنظمة : دراسة لآراء عينة من الكادرين الطبي والإداري في دائرة صحة نينوى وبعض المستشفيات الحكومية التابعة لها. "رسالة ماجستير مقدمة إلى مجلس كلية الإدارة والاقتصاد قسم الإدارة الصحية وادارة المستشفيات. جامعة الموصل.
- 11- التميمي، أرشد فؤاد & سلام، أسامة". (2004) الاستثمار بالاوراق المالية. "دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان الأردن.
- 12- الحسيني ، دعاء نعمة (2668) الآفاق والمقومات الرئيسية لإنشاء سوق الاوراق المالية. " مجلة بحوث . مستقبلية. كلية الحداث الجامعة. المجلد 3 ، العدد.
- 13- الطائي، رعد عبد الله ، ادارة الجودة الشامة ، دار اليازوري ، عمان ، 2008 .
- 14- حسن عادل ، ادارة الافراد و العلاقات الانسانية ، مصر ، مؤسسة شباب للنشر ، 2004 ، ص (139) .
- 15- ابو عجيله، حنيش حاجي، اثر عناصر المزيج الترويجي على اتجاهات السياحة نحو السياحة المحلية في ليبيا ، رسالة ماجستير ، جامعة الشرق الاوسط للدراسات العليا ، ليبيا ، 2009 ، (36)
- 16- حمود، خضير كاظم، ادارة الجودة و خدمة العملاء ، دار الميسرة للنشر و التوزيع و الطباعة ، عمان ، الطبعة الاولى ، (2002)
- 17- الزغبى فليز ، الرقابة الادارية في منشآت الاعمال (طرق و اساليب و سياسات استراتيجية) دار الهدى ، عمان ، 1999 ، ص (15)



- 18- بيفيرلي ، سباركس ، ادارة جودة الخدمة في الضيافة و السياحة وقت الفراغ , تعريب سرور علي , دار المريخ للنشر و التوزيع , الطبعة الاولى , السعودية , 2007 , ص 61) .
- 19- رشيد، سمارة فؤاد, تسويق الخدمات السياحية , المستقبل للنشر و التوزيع , الطبعة الاولى , عمان , 2001 , ص 9)
- 20- العلاق , بشير , ثقافة الخدمة , دار اليازوري للنشر و التوزيع , ط1 , عمان , 2009 , ص 45 (
- 21- AL-Ghazawi, Muna, 2012, The Impact of Investments in Human Resource Activities on the Effectiveness of Investment in Human Capital, International Journal of Business and Social Science, Vol3, No.18.
- 22-Akdemeir .B.,Ederm.O.& Polat .S.(2010)." Characteristics of high performance organization ". Journal of Faculty of Economics &Administrative Sciences . Vol .15, No.1, PP 28- 46.
- 23-Cabrita, Maria Rosario & Bonitos, Nick, 2008, Intellectual Capital and Business Performance in the Portuguese Banking Industry, Int, J. Technology Management, Vol.43, No.3
- 24-Berry. B. (2004)." Organizational Culture: A Framework and Strategies for Facilitating Employee Whistleblowing". Journal of Employee Responsibilities and Rights Journal, Vol. 16, No. 1.PP 1- 11.
- 25-Kranakis. E. (2004)." Fixing the Blame: Organizational Culture and the Quebec Bridge Collapse".Journal of Technology and Culture, Vol. 45, No .3, pp. 487-518
- 26-Lee, Chao-Ying & Nan, Chia, 2012, The Impact of Human Resource Configurations on Intellectual Capital, the Journal of International Management Studies, Vol.7, No1



27-Rehman, Wasim & Abdul Rehman, Chaudhary & Rahman, Hafeez and Zahid, Ayesha, 2011, Intellectual Capital Performance and its Impact on Corporate Performance, Journal of Business and Management Research, Vol.1, No.5.

28-Robbins , S. P. ,& Judge , T . A . (2009)" Organizational Behavior " , Pearson Education International , Prentice-Hall ,U.S.A .

29-Nandy, Tapati & Mahapatra, Ramchandra,2010, Investing on Human Capital: Safe bet or a gamble?, Journal of Management Research.

30-Cornachione, Edgard, 2010, Investing in Human Capital: Integrating Intellectual Capital Architecture and Utility Theory, The Journal of Human Resource and Adult and Learning, Vol.6, No.1

31-Tsui. Anne S., Wang.H.& Xin. Katherine R. (2006)." Organizational Culture in China: An Analysis of Culture Dimensions and Culture Types".Journal of Management and Organization Review .Vol .2. No.3. PP . 345–376.

32-Weiskittle .p.(2006)." Some Leaders Definitions ".Journal of business leadership Review , Vol.3., No.1.

33- Chikwendu .D,ejem .Ezenwa . A , Evaluation of service quality of higerian airline using servqual model, journal of hospitality management and tourism ,December ,vol.3,2012, p.118)

34-Nieveen .Saghier .Demyana .Nathan ,service quality dimensions and customers satisfaction of banks in Egypt ,international business research , conference 4-5 , April , Dubai 2013 , P.4)

35- Olimpia.State, Nicolae . Istudor , "The survey of the service quality , application of hotel using the servqual model ,quality management in services ,the Bucharest academy of Economic studies , vol.xi , jun , 2009 , p.424).