



ISSN 2075-2954 (Print)

Journal of Yarmouk available online at  
<https://www.iasj.net/iasj/journal/239/issues>

مجلة اليرموك تصدرها كلية اليرموك الجامعة



## تأثير التخطيط السياحي على سلوكيات التعامل في تحسين

### جودة الضيافة دراسة تطبيقية في فندق المنصور ميليا

□ م.م. رؤى طارق كمال الجامعة المستنصرية/ كلية العلوم السياحية

م.م. نور صبري خلف وزارة الثقافة / هيئة السياحة

The impact of tourism planning on dealing behaviors in  
improving the quality of hospitality

"An applied study at Al Mansour Melia Hotel"

Assistant teacher, Roaa, Tariq Kamal

Assistant Lecturer Noor Sabry Khalaf

Ministry of Culture / Tourism Authority

Al-Mustansiriya University / College of Tourism Sciences

Roaa.t@ uomustansiriyah.edu.iq

Noor.s.kalaf@alsalam.edu.iq

#### المستخلص

بالنظر لتطور أساليب فن الضيافة في عالمنا اليوم ، واستخدام التطور التكنولوجي في جميع نواحي الحياة الاقتصادية والخدمية وتحقيق النجاحات المتواصلة في تحول الأفراد في مفاهيمهم وأخلاقياتهم أثناء أداء العمل سواء كانوا افراد قيادية أو منتجة خدمية مما سهل عليهم مواكبة التطور كون ان قطاع السياحة والضيافة يعتمد على الأخلاقيات المهنية كقاعدة عمل أساسية وإستراتيجية طويلة المدى لكسب الزبائن والمحافظة على مستوى المنظمة (فندق) تعد القاعدة الأساس في معيار جودتها وهذا يأتي من خلال تحقيق رضا الضيف لان الفندق ذو احتكاك مباشر مع ال زبائن مما يعطي أهمية كبيرة جداً في معرفة أخلاقيات المهنة ومدى تقبلها من العاملين في تلك المهنة؟ وهل أن عملية تطبيقها جاء في صالح المهنة التي يشغلونها؟ مما يساعد على تحقيق الأهداف والأرباح الفردية التي تنعكس على مصلحة الفندق التي تعد رضا الزبون هو القاعدة الأساس لنجاحها المستمر ، ولغرض معرفة مدى اعتماد أخلاقيات العمل أو المهنة في فندق المنصور ومدى تقبل العاملين للأخلاقيات المحددة ومدى تطبيقها جاءت دراستنا هذه بحيث انه تمت دراسة " فندق المنصور " من خلال الاستبانة التي تبحث في مدى استيعاب وتقبل وتطبيق المعايير والمفاهيم الاخلاقية المهنية ، وتبين من خلال تحليل البيانات الأولية التي تم جمعها من استمارة الاستبانة أن الغالبية من العاملين يقدرون أهمية وجود أخلاقيات مهنية في الفندق وبموجبها يعملون على تطبيقها في تعاملهم مع الضيوف وهذا التطبيق سيؤدي إلى الرضا وصولاً إلى تحقيق عائِد من الربحية للفندق.الكلمات المفتاحية: التخطيط السياحي, سلوك , جودة , خدمة الضيافة

#### Abstract

In view of the development of the methods of hospitality in our world today , the use of technological development in all aspects of economic and service life and the continuous success in the transformation of individuals in their concepts and ethics in the performance of work, whether they are leaders or productive service, making it easy to keep pace with the development that the tourism sector and hospitality based on ethics Professionalism as a basic business base and long-term strategy to win customers and maintain the level of

organization (hotel) is the basis of quality standard and this is achieved through the satisfaction of the guest because the hotel has direct contact with customers, which gives Is it very important to know the ethics of the profession and the extent of acceptance of the workers in that profession ? Is the process of applying them in favor of the profession they occupy? Which helps to achieve the goals and individual profits that are reflected in the interest of the hotel, which is the satisfaction of the customer is the basis for its continued success , and for the purpose of knowledge of the extent of adoption of the ethics of work or the profession in the Mansour Hotel and the extent of acceptance of the specific ethics and the extent of their application, Al-Mansour, "through the questionnaire that examines the extent to which the acceptance, acceptance and application of standards and ethical ethical concepts, and revealed through the analysis of the data collected from the questionnaire questionnaire that the majority of employees appreciate the importance of professional ethics in the individual And which they are working to apply them in their dealings with the guests and this application will lead to satisfaction and leading to a return of profitability for the hotel. **Keywords:** tourism planning, behavior, quality, hospitality service

## المقدمة

نوضح في بحثنا هذا التطورات الحاصلة في القطاع السياحي والفندقي فقد زادت من عملية الإهتمام بكيفية اختيار الكوادر (العاملين) وذلك لما لها دور كبير في تنمية القطاع السياحي والفندقي على وجه التحديد مما دفع الكثير في قيادات الإدارة العليا الى وضع الإستراتيجيات وخطط لتطوير عملية اختيار العاملين ووضع معايير الاساسية لقياس سلوكيات التي يجب ان تتوفر بالاشخاص العاملين في مجال الضيافة حيث تسعى الادارات الى تطوير العلاقات الانسانية الراقية بين العاملين في حال غيا هذه الميزات في التعامل , لاتستطيع هذه المؤسسات السياحية والفندقية الوصول الى هدفها المنشود الا وهو تحقيق رضا الضيف والتي تؤدي الزيادة الربحية.

## المبحث الاول : منهجية البحث

### اولاً: مشكلة البحث

تشير الكثير من الدراسات على ان صناعة الضيافة هي الاكثر احتكاما بالانسان وانه لولا الانسان لما كان هناك تميز في منتجاتها عليه نجد الكثير من الادارات الفندقية تتبنى اسلوب وضع الخطط لعملها من اجل الوصول الى تحقيق اهداف مرسومة وقد لاحظنا انها تقوم بعملية قيادة كوادرها على اسس ومبادئ يطلق عليها سلوكيات التعامل وبحثنا يسعى الى الحصول على حلول لمجموعة من التساؤلات وهي مشكلة تواجه الكثير من الفنادق :

أ- هل توجد سلوكيات تعامل تكون مبادئ يعمل بها الجميع بما فيها الملاكات والادارة وهل هناك فروق واضحة بشأن سلوكيات التعامل بين الإدارة العليا والإدارة المنتجة .

ب- وهذه السلوكيات تؤثر سلبا ام ايجابا على نتائج التشغيل الفندقي بقصد ارضاء الضيوف وتحقيق ربحية معقولة.

### ثانياً: أهمية البحث

أ- نظراً لأهمية البحث ان صناعة الضيافة تسعى الى تقديم خدمات بمستوى راقٍ لضيوفها وتحقيق ربحية معقولة ورفاهية للمجتمع لذلك يجب ان تعتمد اساساً على الجوانب السلوكية والاجتماعية المفروض اخذها بعين الاعتبار عند اعداد الكوادر الفنية الماهرة.

ب- تتمحور الدراسة باتجاه ركيزة مهمه وهي تزود الفنادق بمؤثرات نظرية مدعمة بحقائق رقيمة حول سلوكيات التعامل واثرها على صناعة الضيافة

### ثالثاً: هدف البحث

أ- معرفة نوعية المبادئ السلوكية المعمول بها في صناعة الضيافة .

ب- تدعيم سلوكيات التعامل من اجل تطبيقها في الفنادق المحلية لتطوير الخدمات الفندقية لمواكبة احدث التطورات العالمية في هذا المجال .

### رابعاً: فرضيات البحث

أ- توجد علاقة ذات دلالة معنوية بين فن سلوكيات التعامل ( الإتكتيت ) في تطوير الصناعة الفندقية.

ب- توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية لفن سلوكيات التعامل ( فن الاتكتيت) في تطوير الصناعة الفندقية.

### خامساً: حدود الدراسة

أ- الحدود المكانية: فندق منصور ميلا احدي الفنادق الموجودة في محافظة بغداد من الفنادق الدرجة الممتازة قطاع مختلط فيه ٣٦٠ غرفة نوم و ٦٢٠ سريراً للمؤتمرات ومطاعم ومساح ومساحة ارض الفندق بحدائقه وتوابعها ٦٢٥٠٠ متر مربع  
ب- الحدود الزمانية: الفترة المحصورة بين ٢٠١٦/٢/١٥ - ٢٠١٦/٣/٢٥ م.

### سادساً: منهج البحث

أ- المنهج الوصفي: استخدام الاستبانة للحصول على المعلومات وبالتالي استخدام اسلوب الدراسة الميدانية.  
ب- المنهج الميداني: ان استخدام الطرائق العلمية في جمع المعلومات وتصنيفها من خلال استخدام اساليب ومناهج علمية من اجل التوصل الى الحقائق العلمية المؤكده وتم استخدام في هذا البحث المنهج التطبيقي والنظري.  
**البحث الثاني: الإطار المفاهيمي للتخطيط سلوكيات التعامل**

أولاً:- مفهوم التخطيط السياحي للتخطيط اشكالات عديدة وذلك نتيجة تعدد التعريفات لتعدد الباحثين والمهتمين بمعنى ان التخطيط يتفاوت بشكله ومكوناته بتفاوت عوامل وظروف الزمان والمكان من جهة وتفاوت الاهداف المنشودة من جهة اخرى فالتخطيط يرمي الى تحقيق هدف واحد محدد بينما هناك الآخر الذي يطمح الى تحقيق اكثر من هدف وغاية التخطيط الاجتماعي يختلف عن التخطيط الذي يرمي الى زيادة الدخل القومي وتحقيق ابعاد سياسية او قومية ... الخ (١). فلقد عرف التخطيط شارلز بتلهام بأنه عملية يمكن من خلالها تنظيم جميع مجالات التنمية ( الاقتصادية والاجتماعية) التي تستلزم ترابطاً وتنسيقاً بين قطاعات الاقتصاد القومي . وعرفه **دوين** التخطيط بنه اسلوب لاستخدام الموارد المتاحة في المجتمع بما يحقق له الحصول على اقصى اشباع ممكن (٢).

1- Bettelheim .S, some Basic Planning Problems ". Bombay, Asia Publishing House, 1961, P.56.

2- Baldwin. G .D," Econmic Planning: itsAims and Implications ", University Illionis, 1962, p11.

ثانياً:- مفهوم سلوك التعامل يرى النجار ان السياحة ذات قيمة ايجابية لها تاثير واضح على الاخرين لما تضيفه من فائدة لفرد فتترك فيه الامن النفسي والراحة وهما عنصران يعجلان على زيادة كفاءة الفرد خاصة والمجتمع عامة (١). كما ان سلوك السائح معقد ولا يمكن دراسته بصورة مستقلة عن المنبهات الخارجية تلك التي يمكن ان تكون المحفزات والمحرضات التي تسهل حدوث هذا النوع من السلوك المطلوب من السائح ام يسلكه لغرض فهمه فهما دقيقاً وموضوعياً (٢). وعلى الرغم من ذلك فان اهتمام الباحثين بدراسة السلوك عامة وسلوك السائح خاصة قد تزايد مع نهاية القرن التاسع عشر وبداية القرن العشرين بعد ان خرج مجال البحث العلمي الذي قام به العلماء الرواد الفسفية الى المجال العلمي الذي قام به عدد من العلماء الرواد امثال لوبروز وجورنج وبافلوف. ومن جانب اخر فان السلوك ليس سلوكاً فردياً اذ يرى النجار بان العلاقة بين الفرد والجماعة هي التي تجعل استجاباته تختلف عن استجابة الاخرين من اعمار زمنية اخرى كما ان العوامل الثقافية والاقتصادية تتحكم في نمط السلوك العام وسلوك السائح بشكل خاص كما تتحطم في نمطيه جوانب السلوك الاخرى اذ يشير الدوري الى ان ممارسات السلك التي يوظفها الافراد والجماعات لا تكون عشوائية في تعبيرها بل تتبلور في الاطر البنوية التي توجهها (٣).

ثالثاً:- المؤثرات النفسية في سلوك السائح يسعى مدراء التسويق الي فهم سيكولوجية السائح بشكل واضح ودقيق بهدف التعرف على طبيعة المنتج السياحي والانماط التي يرغب السائح التمتع بها واشباع حاجاته ورغباته منها .  
ومن جملة المؤثرات النفسية في سلوكية السائح تتمثل فيما يلي:-

١- الدوافع تمثل الدوافع نقطة بداية للتحرك باتجاه سلوكي بصورة عملية باشباع الحاجات واستجابة لمجموعة بواعث دافعة للتعرف وقد تتحول حاجاته ورغباته الى مستوى اعلى عندما يشبع الحاجات الاساسية الحاجات الثانوية او الكمالية او ترويحوية ويعتمد ذلك على طبيعة الحاجات ومكانتها في المجتمع المحيط به والظروف السائدة .

٢- الادراك هو العملية التي تشكل انطباعات ذهنية لمؤشر معين داخل حدود معرفة السائح ويدرك السائح خدمة سياحية عندما يتعرف على خصائصها وتقع تحت تجربته وقد تختلف ادراكات الناس لنفس الحالة او الخدمة من خلال حواس والبصر والسمع والذوق والشم واللمس (٤).

٣- التعلم يظهر لتعلم أثره من خلال حصول السائح على معرفة او معلومات معينة تسهم في دفع بواعث السفر نحو مناطق القصد السياحي ولها علاقة مباشرة في تحديد النمط السياحي الذي تتجلى صورته في مخيلة السائح مما يدفعه لاختيار منطقة الجذب السياحي والنمط السياحي السائد منها او مجموعة الخدمات المتوفرة لديه وقد يحصل السائح على معلومات من مصادر متنوعة ومتعددة.

١- النجار , صباح احمد: مظاهر السلوك غير الشاب في فترة ما بعد الحرب , بحث مقدم في الدورة العلمية الاولى لقس الخدمات الاجتماعية بكلية الاداب , جامعة الموصل للفترة من ٥ - ٦ / ١ / ١٩٩٠ , العراق , الهيئة المصرية العامة للكتاب الاسكندرية , ١٩٩٠ .

2- Lazaras, R.S: Patterns of adjustment, Mccraw, hill, Kogakush, ltd, Tokyo.1976.

٣- الدوري, قيس , الايثروبولوجيا النفسية , بيت الحكمة / جامعة بغداد العراق , ١٩٩٠ .

4- Kotler Ph.& Bowen j & Maknens j : Marketing for Hospitality and Tourism prentice hall.USA.1999.

٤- التعرف يمكن التعرف في طريقة الاستجابة لمؤثر معين مما يؤدي الى اتباع سلوك معين وفعل قائم وينعكس ذلك ايضا في تصرفاتهم وسلوكياتهم مما يجعله نمطاً من السلوك الفردي او الجماعي ويؤكد رجال التسويق على صعوبة تحويل معتادين على علامات معينة او خدمات سياحية محددة - الشخصية تمثل الشخصية تنظيماً ديناميكياً لعدد من العناصر المتفاعلة مع بعضها في حالة متغيرة باستمرار وهي عناصر غير ملموسة بل هي مظاهر وتفسيرات تلحق بالسلوك الانساني فالسياح عندما يبحثون عن منطقة القصد السياحي فانهم يسألون المقربون واصدقائهم من لهم دراية ومعرفة بانماط السياحة السائدة في مناطق القصد السياحي ان عملية تقييم مستوى الخدمات السياحية المقدمة من قبل السياح ذات اهية كبيرة لكونها تمثل انطباعات السياح عما ادراكوا من خدمات سياحية ويصعب تقييم مستوى الخدمة مقدماً قبل الانتفاع منها(١).

### البحث الثالث : الإطار المفاهيمي لصناعة الضيافة

أولاً:- مفهوم صناعة الضيافة تعد المظلة التي تحتوي على كافة انواع الخدمات والمتطلبات الاسياسية الخاصة بتقديم الضيافة للافراد على اختلاف انواعهم ويمكننا القول ان البداية الحقيقية لهذه الصناعة بدأت ببداية احتياج الانسان الى الانتقال بعيدا عن محل اقامته لاكثر من اليوم وقد تطورت صناعة الضيافة قديماً عند الشرقيين وبعد ذلك الضيافة عند الاغريق والضيافة عند الرومان والضيافة في العصور الوسطى والضيافة في العصر الحديث وذكر مصطلح الضيافة في القرآن الكريم في الكثير من الآيات كقوله تعالى : قال هؤلاء ضيفي فلا تقضون (٢) وقوله تعالى " هل اتاك حديث ضيف ابراهيم المكرمين (٢٤) اذ دخلوا عليه فقالوا سلماً قال قوم منكرون (٢٥) فراغ الى اهله فجاء بعجل سمين (٢٦) فقربه اليهم قال الاتاكلون (٣) هذا دليل على جوب الضيافة للنزول. وذكرت في السنة النبوية الشريفة قال الرسول (صلى عليه وآله وسلم) " من كان يؤمن بالله واليوم الآخر فاليكرم ضيفه(٤)

### ثانياً:- سمات ومميزات العاملين في صناعة الضيافة

١. حب الناس والرغبة في خدمتهم اذ إنها من أهم المؤهلات المطلوبة في مقدمي الخدمة.
٢. تتوافر لدى مقدمي الخدمة قابلية التوائم السريع مع مختلف شرائح المجتمع ومع مختلف الحالات المتوقعة والغير متوقعة.
٣. الشخصية اللطيفة والابتسام الدائمة واللباقة البدنية والملابس الانيقة تعد من اهم السمات لمقدمي الخدمة.
٤. معرفة لغة اجنبية واحدة على الاقل فضلاً عن الثقافة العامة ومعرفة الكاملة بالبلد الذي تقع فيه المنظمة الفندقية فضلاً عن الشهادة الجامعية او المعهد او الاعداديات كمستوى ادنى لمقدمي الخدمة (٥).
١. الطائي , حميد , ادارة الضيف , دار زهران للنشر والتوزيع , الاردن , ٢٠٠٠ , ص١٥٧ .
٢. المرجع , القرآن الكريم , سورة الحجر , ايه ٦٨ .
٣. المرجع , القرآن الكريم , سورة الذاريات , ايه ٢٧,٢٦,٢٥ .
٤. السيد, جمال حسن , مبادئ صناعة الضيافة , ج١, دار الوفاء للنشر والتوزيع , ٢٠٠١, ص١٣ .
٥. خاجيك , ابتهاج , سلوكيات فن الاتكيت وثقافة الخدمة المتميزة واثرها في شخصية مستهلك الخدمة الفندقية , ٢٠١٥, ص٥٩ .

### البحث الثالث : الجانب العملي

تمهيد يبحث هذا الفصل مراحل اختبارات الصدق والثبات مع وصف للمعلومات الديمغرافية والتعليمية والوظيفية لعينة الدراسة من خلال الاشكال البيانية ومن ثم تحليل لفقرات الدراسة عن طريق حساب الوسط الحسابي والانحراف المعياري والاهمية النسبية لكل فقرة معتمدين على مجموعة من المقاييس والاساليب الاحصائية في عملية تحليل ومعالجة البيانات وصولاً الى اهداف الدراسة المنشودة وذلك من خلال تطبيق برنامج التحليل الإحصائي ( Spss Statistical for the (Social Sciences الاصدار الحادي والعشرون.

١. اختبار الصدق: يعد هذا الاختبار من الشروط الضرورية الواجب توفرها في استبانة الدراسة قبل الشروع بتطبيق التحليل الاحصائي , حيث ان الصدق يشير الى مدى قياس الفقرات للظاهرة المراد دراستها , وإن من أفضل الطرق لقياس الصدق هي :

أ- **الصدق الظاهري:** ويقصد به عرض الاستبانة على مجموعة من الخبراء للحكم على صلاحيتها ,حيث عرضت على مجموعة من المتخصصين وكان تنسبة الاتفاق للخبراء المحكمين على صدق فقرات الاستبانة بنسبة (٨٣٪) وهي نسبة عالية بعد الاخذ بملاحظات معظم المحكمين.

ب- **طريقة صدق المحتوى بواسطة المقارنة الطرفية:** تستند هذه الطريقة على ترتيب نتائج الاستبانة تنازلياً او تصاعدياً ليؤخذ من القسم الاعلى مانسبته ٢٧٪ ومن اسفل البيانات المرتبة تصاعدياً او تنازلياً يؤخذ نسبته ٢٧٪ , ثم طبقنا اختبار (T-Test) بين متوسطي القسم الاعلى والاسفل ,حيث سجلت قيمة (22.97) وهي معنوية عند مستوى ٠.٠٠٥ ولاسيما القيمة الاحتمالية Sig. Sig المناظرة لها تساوي ٠.٠٠٠ مايدل على وجود فروق معنوية بين متوسطي القسمين لأجمالي فقرات الاستبانة ما يؤكد اجتياز فقرات الاستبانة لاختبار الصدق.

ت- **الصدق البنائي الاستكشافي للاستبانة :** في هذه الفقرة يثبت الباحث ان فقرات الاستبانة تشكل مكونات مهمة من الناحية الاحصائية للمتغير ذاته , من خلال تطبيق التحليل العاملي الاستكشافي Exploratory Factor Analysis الذي يسلسل فقرات الاستبانة حسب اهميتها حيث يرتب هذا التحليل فقرات الاستبانة حسب اهميتها ويعطى كل منها نسبته في المساهمة من الدراسة والذي تعكسه النسبة المئوية للتباين المفسر , حيث يرتب هذا التحليل فقرات الاستبانة حسب اهميتها من وضعها في عوامل من خلال قيمة التشعب التي يحملها , وباعتماد خمسة شروط ينبغي توفرها لتكون نتائج التحليل العاملي ذات مصداقية عالية هي (كفاية العينة لتطبيق التحليل العاملي ووجود علاقات الارتباط بين المتغيرات,النسبة المئوية التراكمية للتباين المفسر تعطى دلالة اكبر لمجمل العوامل عندما تزيد عن (٠.٦٠) , قيمة الجذر الكامن يجب ان تزيد عن الواحد الصحيح كما ينبغي تخطي قيم تشعبات الفقرات دخل العامل ماقيمته (٠.٤٩) حتى تكون ذات دلالة احصائية والفقرات الجيدة ستحصل على تشعبات اكثر من تشعبات الفقرات الأخرى) لبيان ان فقرات الدراسة تمثل الظاهرة المدروسة والمتمثلة بفن سلوكيات التعامل (الاتكيت) سنطبق التحليل العاملي الاستكشافي بدأ بمرحلة التأكد من توفر شروط ( كفاية العينة لتطبيق التحليل العاملي واثبات وجود العلاقات الارتباطية بين المتغيرات) من خلال حساب قيمة احصاءة مقياس ( The Kaiser – Meyer – oikin Measure او مايسمى اختصاراً , (Kmo فكلما كانت هذه القيمة اكثر من ٠.٥٠ , فان استخدام التحليل العاملي ملائم وذي مصداقية عالية , وبالنظر الى جدول (١) نجد ان قيم احصاءة KMO لمجمل فقرات الاستبانة سجلت (٠.٦٦) وهي اكبر من ٠.٥٠ , إما الاثبات وجود علاقات ارتباطية بين متغيرات الدراسة سنطبق اختبار ((Bartlett فاذا كانت القيمة الاحتمالية Sig تساوي صفرأ دل ذلك على اجتياز اسئلة الدراسة للاختبار وبالتالي تحقق شرط وجود علاقات ارتباطية بين فقرات الدراسة.جدول(١) نتائج اختبار شرط كفاية العينة لتطبيق التحليل العاملي مع ثبات وجود العلاقات الارتباطية

الاختبارات	القيمة المحتمسبة
The Kaiser – Meyer – oikin Measure of Sampling adequacy	0.66
مقياس { كاييسر – ماير – اولكين } الاستكشافي	
Bartlett Test of Sphericity	652
Approx .chi – Squara القيمة التقريبية	
Sig القيمة الاحتمالية .Sig	0.00

سنطبق طريقة المكونات الرئيسية ( Principi Components) الأكثر دقة واستخداماً بين طرائق التحليل العاملي بغية تحقيق من توفر باقي شروط التحليل والتي تختبر تحقق صدق العبارات ومدى تمثيلها للظاهرة المدروسة وبالرجوع الى جدول (٢) نجد جميع قيم التشعبات اكثر من ٠.٥٠ وكذلك قيم الجذر الكامن لجميع العوامل اكبر من الواحد الصحيح وهذا ما يؤكد ان جميع فقرات الاستبانة اجتازت اختبارات الصدق وبالتالي فانها تعكس فعلاً الظاهرة المدروسة المتمثلة بفن سلوكيات التعامل الاتكيت واثرا في صناعة الضيافة.جدول (٢) نتائج التحليل العاملي لفقرات الاستبانة

الفقرات مرتبة من الأكثر اهمية	العامل ١	العامل ٢	العامل ٣	العامل ٤	العامل ٥
5 ذكاء مقدم الخدمة يمكنه من اتباع اساليب متنوعة في تقديم الخدمة	0.80				
1 سلوك مقدمي الخدمة غاية في التعقيد وتختلف من مقدم خدمة الى آخر وحسب الظروف	0.78				
11 سلوك مقدمي الخدمة في المؤسسات الفندقية هو خزين هائل يتكون نتيجة التعليم	0.70				

مجلة اليرموك المجلد (٢١) العدد (٢) (١٥ - ١٠) تشرين الاول لعام ٢٠٢٣

12	سلوك مقدمي الخدمة في المؤسسات الفندقية هو خزين هائل يتكون نتيجة الثقافة	0.59			
3	تلعب الالهية النفسية سلوك مقدمي الخدمة دور تقديم خدمة متميزة لمستهلكيها في المؤسسات الفندقية برأيك	0.55			
15	ينبغي ان يكون مقدم الخدمة على درجة عالية من الصبر على لاستيعاب الزواق المستهلك	0.51			
9	سلوك مقدمي الخدمة في المؤسسات الفندقية هو خزين هائل يتكون نتيجة التعليم	0.80			
2	سلوك مقدمي الخدمة واخلاقياتهم ووجهان لعملة واحدة	0.66			
14	يحكم سلوك وشخصية مقدمي الخدمة الفندقية في مستوى النشئة الاجتماعية الخاصة بمستهلكي الخدمة	0,54			
7	تقديم خدمات متميزة في دالة على القيم والمعتقدات التي بعثتها مقدمي الخدمة في الدراسة الفندقية	0.79			
8	مقدمي الخدمة مرأة للمؤسسات الفندقية التي يعملون فيها	0.66			
6	ذكاء مقدمي الخدمة يمكنه من اتباع اساليب متميزة في تقديم الخدمة	0.62			
4	ذكاء مقدم الخدمة يمكنه من اتباع اساليب متنوعة في تقديم الخدمة	0.77			
10	سلوك مقدمي الخدمة في المؤسسات الفندقية هو خزين هائل يتكون نتيجة خبرات سابقة	0.60			
13	يحكم سلوك وشخصية مقدمي الخدمة الفندقية في مستزى النشئة الاجتماعية الخاصة بمستهلكي الخدمة	0.59			
	الجزر الكامن	3.08	3.22	3.72	4.94
	النسبة المئوية للتباين المفسر %	9.07	9.49	10.94	14.54
	النسبة التراكمية للتباين %	61.64	52.57	43.08	32.14

المصدر: إعداد الباحثان

كما يتضح من خلال جدول (٢) ان التحليل العاملي يرتب فقرات من الاكثر اهمية وحتى الاقل اهمية من خلال وضعها في عوامل خمسة وحسب النسب المئوية للتباين المفسر وقيمة الجزر الكامن, المقابلة لكل عامل حيث جاءت الفقرات (١١,١,٥) على الترتيب في المستوى الاول وبتباين مفسر سجل ١٧.٦٠% وجزر كامن بلغ ٥.٩٨ في حين جاءت الفقرات (١٥,٣,١٢) على الترتيب في المستوى الثاني وبتباين مفسر سجل ١٤.٥٤% وجزر كامن بلغ ٤.٩٧ بينما جاءت الفقرات (١٤,٢,٩) على الترتيب في المستوى الثالث وبتباين مفسر سجل ١٠.٩٤% وجزر كامن بلغ ٣.٧٢ في حين جاءت الفقرات (٦,٨,٧) على الترتيب في المستوى الرابع وبتباين مفسر سجل ٩.٤٩% وجزر كامن بلغ ٣.٢٢ في حين جاءت الفقرات (١٣,١٠,٤) على الترتيب في المستوى الاخير بتباين مفسر سجل ٩.٠٧% وجزر كامن بلغ ٣.٠٨ بينما بلغت النسبة المئوية التراكمية للتباين ٦١.٦٤% وهي اكثر من ٥٠.٦٠ ما يؤكد ان الفقرات الخمس عشر تعكس فعلا فن سلوكيات التعامل وبذلك تكون فقرات هذا المتغير قد اجتازت اختبار الصدق .

**اختبار الثبات:** يثبت ان تطبيق الاستبانة مرتين في زمنين مختلفين على الافراد نفسه يعطي النتائج ذاتها وذلك من خلال حساب الثبات بطريقة ( ألفا كورنباخ) التي تستند على اتساق اداء الفرد من فقرة الى اخرى حيث استخدمت جميع استمارات الدراسة البالغ عددها (٤٠) استمارة حيث بلغت قيمة معامل ثبات ألفا كورنباخ لمجمل فقرات الاستبانة (٠.٨٩) وهي قيمة عالية تؤكد اجاز الاستبانة لاختبار .

**النسبة المئوية ( Percentage)** هو أداة رياضية تستخدم للمقارنة بين كميتين او اكثر من نفس النوع ويساوي حاصل قسمة الجزء على الكل مضروباً في مئة.

**الوسط الحسابي المرجح ( Weighted Mean)** هي عبارة عن قيمة مدلول اولي لطبيعة البيانات وتستخدم لتحديد مستوى اجابات افراد العينة لفقرات الاستبيان ويعبر عنه بالمعادلة التالية:

$$= \text{حاصل جمع (ضرب كل مشاهده * الوزن الصافي الخاص بها)}, = \text{حجم العينة}$$

**الانحراف المعياري (Standard deviation)** يستخدم لقياس مدى تشتت اجابات عينة الدراسة عن وسطها الحسابي اي مدى تجانس اجابات العينة ويعبر عنه بالمعادلة الاتية:

**الإهمية النسبية ( The relative importance )** هي الوزن النسبي للمتوسط ونحصل عليه من قسمة الوسط الحسابي لكل عبارة على أعلى درجة يأخذها مقياس ليكرت الخماسي.

**التحليل العاملي:** يستخدم لتحديد الفقرات الأكثر اهمية وتأثيرا في صناعة الضيافة.

**أولاً: - المعلومات التعريفية:** تهدف هذه الفقرة الى وصف افراد عينة الدراسة من حيث وضعهم الديمغرافي والتعليمي والوظيفي والاقتصادي وذلك باستعمال الاشكال البيانية وكانت النتائج كما يلي:

١. **الجنس:** يبين شكل (١) ان نسبة الذكور عالية جدا بين افراد الدراسة حيث بلغت (٦٢,٥٠٪)

٢. **المؤهل العلمي:** يوضح شكل (٢) ان نسبة الحاصلين على شهادة البكالوريوس من عينة الدراسة كانت عالية جداً حيث بلغت (٩١,٦٠٪) شكل (٢) توزيع عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي

٣. **عدد سنوات الخدمة في العمل الفندقي:** يبين شكل (٣) ان نسبة خدمتهم تتراوح بين ستة سنوات وعشرة اعوام من عينة الدراسة كانت عالية جدا حيث بلغت (٤٥,٨٠٪) وهذا يدل على ...

شكل (٣) توزيع عينة الدراسة حسب عدد سنوات الخدمة في العمل الفندقي

٤. **سبب العمل في التخصص الفندقي:** يبين شكل (٤) ان نسبة من عملوا في هذا التخصص كنتيجة لتلبية حاجة معينة سجلت اعلى مستوى بين افراد عينة الدراسة وواقع ٤٧,٥٠٪ .

**ثانياً: - عرض وتحليل نتائج اجابة ارفاد العينة لمتغيرات الدراسة ومحاورها:** تتناول هذه الفقرة اجابات عينة الدراسة حول محتويات اسئلة الاستبانة المتعلقة بفن سلوكيات التعامل واثرها في الصناعة الفندقية وذلك من خلال جداول توضح اتجاهات اجابات العينة لكل فقرة عبر حساب الاوساط الحسابية المرجحة والانحرافات المعيارية والاهمية النسبية لكل فقرة مع تعليق الباحث على الجداول بما يتناسب مع الاجابات وكانت النتائج كما يلي:

**فن سلوكيات التعامل والاتكيت:** يتضح من خلال جدول (٣) ان قيمة الوسط الحسابي لهذا المتغير بلغت (٣,٧٧) وهي اكبر من الوسط الفرضي البالغ (٣) وهذا يؤكد بان اجابات العينة لهذا المتغير اتجهت نحو الاتفاق وانحراف معياري سجل (٠,٩٦) ما يشير الى مدى تجانس الاجابات في حين سجلت الإهمية النسبية لهذا المتغير (٧٥,٤٨٪) والتي تشير الى اتفاق معظم افراد عينة الدراسة على فقرات فن سلوكيات التعامل الاتكيت وقد توزعت اجابات فقرات هذا المتغير بين اعلى مستوى اجابة حققته الفقرة (٥) مسجلة وسطاً حسابياً بلغ (٤,٢٣) وانحراف معياري (١,٠٠) أما الفقرة (١٣) فقد حققت ادنى مستوى اجابة اذ بلغ الوسط الحسابي لها (٣,٣٤) وكان الانحراف المعياري لهذه الفقرة (٠,٨٠) والذي يوضح شكل (٥) وشكل (٦) وشكل (٧) جدول (٣) وصف اجابات العينة لمتغير فن سلوكيات التعامل الاتكيت

الفقرات	الوسط الحسابي	انحراف معياري	اهمية نسبية %
سلوك مقدمة الخدمة غاية في التعقيد ويختلف من مقدم خدمة الى اخر وحسب الطلب	4.11	1.07	82.2
سلوك مقدمي الخدمة واخلاقياتهم وجهان لعملة واحدة	3.072	1.03	74.4
تلعب الاهمية النفسية لسلوك مقدمي الخدمة دور في تقديم خدمة متميزة لمستهلكيها في المؤسسات الفندقية برأيك	3.82	0.96	76.4
ذكاء مقدم الخدمة يمكنه من اتباع اساليب متنوعة في تقديم الخدمة	3.55	1.21	71
ذكاء مقدم الخدمة يمكنه من اتباع اساليب متنوعة في تقديم الخدمة	4.23	1.00	84.6
ذكاء مقدم الخدمة يمكنه من اتباع اساليب متميزة في تقديم الخدمة	3.61	1.17	72.2
تقديم خدمات متميزة هي دالة على القيم والمعتقدات التي يعتنقها مقدمي الخدمة في الدراسة الفندقية	3.69	1.11	73.8
مقدمي الخدمة مرآة للمؤسسات الفندقية التي يعملون فيها	3.67	0.98	73.4
سلوك مقدمي الخدمة في المؤسسات الفندقية هو خزين سلوكي هائل يتكون نتيجة التنشئة الاجتماعية	3.76	1.01	75.2
سلوك مقدمي الخدمة في المؤسسات الفندقية هو خزين سلوكي هائل يتكون نتيجة الخبرات السابقة	3.51	1.02	70.2
سلوك مقدمي الخدمة في المؤسسات الفندقية هو خزين سلوكي هائل يتكون نتيجة التعليم	4.05	1.00	81

مجلة اليرموك المجلد (٢١) العدد (٢) (١٥ - ١٠) تشرين الاول لعام ٢٠٢٣

80.2	1.06	4.04	سلوك مقدمي الخدمة في المؤسسات الفندقية هو خزين سلوكي هائل يكون نتيجة التعليم
66.8	1.18	3.34	يحكم سلوك وشخصية مقدمي الخدمة الفندقية في مستوى التعليم والتعلم الخاصة بمستهلكي الخدمة
74.4	0.89	3.72	يحكم سلوك وشخصية مقدمي الخدمة الفندقية في مستوى التنشئة الاجتماعية الخاصة بمستهلكي الخدمة
76.4	0.80	3.82	ينبغي ان يكون مقدم الخدمة من درجة عالية من الصبر لاستيعاب انواق المستهلكين
<b>75.48</b>	<b>0.96</b>	<b>3.77</b>	<b>فن سلوكيات التعامل الاتكيت</b>

الاستنتاجات  
الاستنتاجات

١. الخصائص الاجتماعية من عينة الدراسة والتي كانت متمثلة (بالجنس والمؤهل العلمي) فكانت نسبة الذكور تمثل ٦٢.٥٠ % أعلى من الإناث ، وان المؤهل العملي كان يمثل نسبة (٩١.٦٠٪) وهي فئة الشباب القادرة على العمل والعطاء .
٢. اعتماد أخلاقيات المهنة كخطة عمل تساعد في كسب الزبائن لاستهلاك الخدمة السياحية وانجاز الأعمال لفندق المنصور .
٣. خلق البيئة المناسبة والأجواء للعاملين من قبل الإدارات العليا يعطي الشعور بالثقة والمسؤولية لانجاز الأعمال .
٤. العمل على مبدأ فريق العمل الواحد واعتماد الكياسة واللطافة للتعامل مع الضيوف .
٥. إجبار العاملين على إتباع أخلاقيات مهنية لايؤمنون به أثناء العمل تسبب لهم ارهاقات وصراعات تؤدي إلى تعقيد سير العمل .

التوصيات:

١. اعتماد مبدأ الجهد المبذول هي المحرك الأول في منح المكافآت المادية دون النظر إلى الجنس لغرض تشجيع العاملين على البقاء في الفندق .
٢. التزام فندق المنصور بأهداف ومعايير وقواعد أخلاقيات المهنة في صناعة السياحة وليس مجرد إرشادات مختصرة لأنها تؤثر ايجابياً على مستوى الخدمة.
٣. أن أخلاقيات المهنة في السياحة تتطلب من الإدارات العليا القيام بدورات تدريبية لرفع مستوى العاملين من اجل تقديم أفضل خدمة للزبائن
٤. يجب على الإدارات العليا في فندق المنصور أن يكونوا المثال الأعلى الذي يقتدي به في مجال أخلاقيات المهنة بحيث لا تبقي قواعد أخلاقيات المهنة حبيسة أدرج المكاتب وبعيدة عن مسامع وأعمال الموظفين.

المصادر

- 1- Bettleheim .S, some Basic Planning Problems ". Bombay, Asia Publishing House, 1961, P.56.
- 2- Baldwin. G .D," Econmic Planning: itsAims and Implications ", University Illionis, 1962, p11.
- 3- Lazaras, R.S: Patterns ofadjustment, Mccraw, hill, Kogakush, Itd, Tokyo.1976.
- 4- Kotler Ph.& Bowen j & Maknens j : Marketing for Hospitality and Tourism prentice
- 5- Reference: The Holy Qur'an, Surat Al-Dharyyat, verses 27,26,25.
- 6- Reference: The Holy Qur'an, Surat Al-Hijr, verse 68.
- 7- Al-Douri, Qais, Psychological Anthropology, House of Wisdom / University of Baghdad, Iraq, 1990.
- 8- Al-Sayyid, Jamal Hassan, Principles of the Hospitality Industry, Part 1, Dar Al-Wafa for Publishing and Distribution, 2001.
- 9- Al-Taie, Hamid, Al-Dhaif Management, Zahran Publishing and Distribution House, Jordan, 2000.
- 10- Al-Najjar, Sabah Ahmed: Manifestations of unyouthful behavior in the post-war period, research presented in the first scientific session of the Social Services Pastor at the College of Arts, University of Mosul for the period from 5-6/1/1990, Iraq, Egyptian General Book Authority, Alexandria, 1990.
- 11- Khajik, Ibtihal, etiquette behaviors and the culture of distinguished service and their impact on the personality of the hotel service consumer, 2015.