



المجلة العراقية للعلوم الاقتصادية
Iraqi Journal For
Economic Sciences



PISSN : 1812-8742

EISSN : 2791-092X

Arcif : 0.375

The Importance of Hotel Planning in the Sustainability of Tourism Services: An Applied Study in Tourist Hotels in Baghdad

أهمية التخطيط الفندقي في استدامة الخدمات السياحية دراسة تطبيقية في الفنادق السياحية في مدينة بغداد

م.د. غنية ضياء مشفي

Ganea dhia mashfe

ganeadhia@yahoo.com

كلية العلوم السياحية / الجامعة المستنصرية

Abstract

The hotel sector has gained increasing importance among researchers and decision-makers worldwide due to its significant impact on the economic and social development of societies and nations. Interest in this sector grew notably in the mid-20th century as it came to be recognized as a considerable economic and social resource, necessitating thoughtful strategies to maximize its potential. No effort or activity in the tourism and hospitality field can succeed without proper tourism and hotel planning, encompassing its various elements. Such planning ensures the viability of tourism as both a human activity and an economic contributor. This study aimed to highlight the importance of hotel planning in the development and sustainability of tourism services. The hotel sector is a key requirement for achieving sustainable development, serving as a primary resource for job creation, reducing unemployment, encouraging investment, establishing new tourism projects, and bolstering the central government's budget with foreign currency. To achieve this objective, field data were collected by distributing 95 questionnaires to a selected sample of tourist hotels. The obtained data was subjected to a series of statistical analyses using SPSS. Among the key findings of the study was that sustainable hotel planning relies on monitoring environmental performance indicators (such as energy, water, and waste ratios) and implementing green strategies like recycling and the use of renewable energy sources. One of the most important recommendations is adopting an integrated resource planning and management system. It is preferable to implement specialized hotel ERP software that integrates with reservation systems, guest management, human

resources, and procurement to ensure real-time tracking of inventory and operational performance

Keywords: Hotel Planning, Sustainability of Tourism Services

المستخلص

لقد حظي القطاع الفندقي بأهمية متزايدة لدى الباحثين وصانعي القرار في دول العالم، نظرا لما له من آثار مهمة على التنمية الاقتصادية والاجتماعية للمجتمعات والدول، وتزايد الاهتمام لهذا القطاع في منتصف القرن العشرين بوصفه موردا اقتصاديا واجتماعيا لا يستهان به، مما يستوجب التفكير والعمل على كيفية استغلال إمكاناته على أحسن وجه، ولا يمكن لأي مجهود أو نشاط في المجال السياحي والفندقي أن ينجح الا بوجود التخطيط السياحي والفندقي السليم بعناصره المختلفة فهو الضمانة الأكيدة لوجود السياحة نشاطا انسانيا من جهة ورافدا اقتصاديا من جهة اخرى، هدفت هذه الدراسة إلى بيان أهمية التخطيط الفندقي في تنمية واستدامة الخدمات السياحية. ويعد القطاع الفندقي من متطلبات تحقيق التنمية المستدامة حيث تعد موردا رئيسا لتوفير فرص العمل والقضاء على البطالة، فضلا عن التوجه نحو الاستثمار واقامة مشاريع سياحية جديدة، ورغد ميزانية الحكومة المركزية بالعملة الصعبة، ومن أجل تحقيق ذلك الهدف تم الحصول على المعلومات اللازمة للجانب الميداني عن طريق توزيع (95) استبانة على العينة المختارة من الفنادق السياحية، وقد تم اخضاع البيانات التي تم الحصول عليها إلى مجموعة من التحليلات الاحصائية باستخدام برنامج spss، ومن اهم الاستنتاجات التي توصلت اليها الباحثة أن يعتمد التخطيط الفندقي المستدام على مراقبة مؤشرات الأداء البيئي (كالطاقة والمياه ونسبة النفايات) وتنفيذ استراتيجيات خضراء مثل إعادة التدوير واستخدام مصادر الطاقة المتجددة ولعل من أهم التوصيات المقدمة تبني نظام متكامل للتخطيط وإدارة الموارد حيث يُفضّل اعتماد برمجيات ERP متخصصة بالفنادق تتكامل مع أنظمة الحجز وإدارة النزلاء والموارد البشرية والمشتريات، لضمان تتبع الوقت الحقيقي للمخزون والأداء التشغيلي.

الكلمات الرئيسية: التخطيط الفندقي، استدامة الخدمات السياحية

المقدمة

يمثل التخطيط الفندقي جزءاً أساسياً ومهماً في عملية التخطيط السياحي الذي يعدّ هو الآخر جزءاً من التخطيط العام والشامل للدولة. فلا يمكن أن يزدهر النشاط السياحي من دون وجود القطاع الفندقي بل يكاد ينعدم ذلك النشاط ويتلاشى بغيابه. ويعتمد التخطيط السياحي على مقومات العرض السياحي المختلفة ولا سيما المقومات الفندقية. فعناصر الجذب السياحي الطبيعية والبشرية على اختلاف تنوعها، مهما كانت عالية القيمة تبقى من دون قيمة سياحية حين لا تتوافر فيها خدمات أساسية مثل الإيواء والطعام والشراب، مما ينتج عنه عزوف الانسان عن إقامة رحلة سياحية الى تلك المناطق، بل أن الرحلات السياحية إلى أماكن تخلو من أماكن الإقامة ما كانت لتنظم أساساً من دون تخطيط وتنظيم مسبقين. فالفنادق اليوم تمثل إحدى المستلزمات الحضارية، فمن الثابت أن هناك علاقة وطيدة بين التحضر والتطور السياحي. يقوم التخطيط الفندقي على دراسة كافة الامكانيات القائمة فعلاً أو المحتمل قيامها لتطوير القطاع الفندقي، فضلاً عن توفير الاحتياجات والإمكانيات الضرورية للأغراض السياحية. ولا يخفى أن للتخطيط الفندقي أثراً كبيراً في زيادة الدخل القومي وزيادة دخل الفرد، وصولاً إلى تحقيق إلى ازدهار الحركة السياحية الدولية، فضلاً عن المساهمة في تطوير الأقاليم، وارتفاع معدل الاستثمارات السياحية في البلد، وتوفير فرص عمل، وما يترتب عليه من تدريب الموارد البشرية العاملة في مجال الصناعة السياحية والسعي إلى تطويرها. أن صناعة السياحة تمثل صناعة مستدامة وفعالة ذات أثر إيجابي مثمر على الاقتصاد القومي، ركيزة أساسية وأداة مهمة لتحقيق أهداف التنمية الشاملة المستدامة، وهنا تبرز

أهمية التخطيط الفندقي في تنمية وتطوير واستدامة الخدمات السياحية في المؤسسات الفندقية وما يترتب عليه من انشاء مشاريع سياحية تنموية تعود بفوائد اقتصادية واجتماعية وثقافية جمة على المستويين القومي والمحلي، ولا يقل التخطيط الفندقي أهمية عن التخطيط للأنشطة الاقتصادية الأخرى داخل الدولة، وذلك لأهميته في تحقيق التنمية السياحية المستدامة وتطويرها على المستويات كافة، وهناك جانب آخر مهم للتخطيط الفندقي في كونه يحدد شكل الخدمات السياحية المستدامة مستقبلا، فيعرف الاحتياجات والمتطلبات ويعمل على تحقيقها، ويحدد مدى قدرة المجتمعات على تحقيق النشاط الفندقي وتطويره واستمراره. ولا يخفى أن التخطيط الفندقي يعد من أهم أدوات التنمية السياحية المعاصرة، التي تسعى إلى زيادة الدخل الفردي والفردي الحقيقيين، وصولا إلى تنمية حضارية شاملة لكافة المقومات الطبيعية والانسانية والمادية، ومن هنا عد التخطيط الفندقي ضرورة لازمة من ضرورات التنمية المستدامة الرشيدة التي تمكن المؤسسات السياحية من مواجهة المنافسة في السوق السياحية وذلك بعد التوجه لزيادة الاهتمام الحكومي بالقطاع السياحي والخدمات السياحية المقدمة لما لها من دور استراتيجي وبارز في تحقيق التنمية المستدامة يعد التخطيط الفندقي من بين اهم متطلباتها، من هنا تبرز أهميته وأثره البالغ في ميدان السياحة الفندقية. وبصرف النظر عن أساليب التنمية المستدامة ودوافعها أصبحت الفنادق موردا رئيسا ومهما لتوفير فرص العمل، وجذب السياح والتعريف بالمنطقة وعاداتها وتقاليدها، وذلك من خلال التفاعل والاحتكاك الاجتماعي بين مختلف أجناس السكان على اختلاف طبقاتهم الاجتماعية فضلا عن أن الفنادق تعد مصدرا اقتصاديا مهما للميزانية وزيادة إيراداتها، وان نجاح القطاع السياحي مرتبط بالمؤسسات الفندقية ارتباطا وثيقا.

منهجية البحث

اولا. مشكلة البحث: يتم تحديد المشكلة الرئيسة التي يناقشها البحث، وهي بالآتي:

1. كيف يؤثر التخطيط الفندقي في استدامة الخدمات السياحية؟
2. ما هي أهم العوامل التي تؤثر في استدامة الخدمات في الفنادق السياحية في بغداد؟

ثانيا. سؤال البحث:

1. ما هو الدور الذي يؤديه التخطيط الفندقي في تحقيق استدامة الخدمات السياحية وتحسينها؟
2. كيف يمكن تحسين استدامة الخدمات الفندقية في الفنادق الكبرى في بغداد من خلال التخطيط الفندقي؟
3. ماهي التحديات التي تواجه الفنادق الفاخرة في بغداد في مجال التخطيط الفندقي لتحقيق الاستدامة؟

ثالثا. هدف البحث: نسعى من خلال بحثنا للوصول إلى أهداف عدة، وتتمثل بما يأتي :

1. تحديد العلاقة بين التخطيط الفندقي واستدامة الخدمات السياحية.
2. دراسة الممارسات الفندقية في الفنادق السياحية في بغداد.
3. تقديم توصيات حول كيفية تحسين التخطيط الفندقي وصولا إلى تحقيق استدامة الخدمات السياحية.

رابعا. فرضية البحث:

1. توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين التخطيط الفندقي واستدامة الخدمات السياحية.
 2. يوجد تأثير ذي دلالة معنوية للتخطيط الفندقي في استدامة الخدمات السياحية. مجتمع وعينة البحث
- خامسا. مجتمع وعينة البحث:** تمثل مجتمع الدراسة في القيادات الإدارية في الفنادق السياحية في مدينة بغداد أما عينة البحث تمثل في (95) مفردة من القيادات الإدارية في الفنادق المختارة وتم اختيارها بأسلوب العينة القصدية.

سادسا. هيكلية البحث: لغرض الوصول الى أهداف البحث فقد تضمن البحث محورين فضلا عن الاستنتاجات والتوصيات، تناول المحور الاول الجانب النظري المتعلق بالتخطيط الفندقي

واستدامة الخدمات السياحية ، أما المحور الثاني فقد تناول الجانب العملي في اختبار الثبات والصدق والاتساق الداخلي وتحليل استمارة الاستبيان وتحليل مخرجات البرامج الإحصائية وأخيرا التوصل الى الاستنتاجات وتقديم التوصيات بناء على النتائج التي خلص اليها البحث.

المحور الاول . الجانب النظري

1. التخطيط الفندقي

1.1 مفهوم التخطيط الفندقي: اشتمل الفكر الاداري على عدة مفاهيم للتخطيط يأتي في مقدمتها أن التخطيط هو الوظيفة الاولى في الادارة، التي تسبق ما عداها من الوظائف، والتي تقوم على عملية الاختيار بين البدائل لإجراءات العمل للمؤسسة ككل ولكل جزء من اجزائها ولكل فرد من العاملين بها. (عبيدات، 2000: 43). ومن مفاهيمه أنه التنبؤ بالمستقبل والاستعداد له فهو بعد النظر الذي يتجلى في القدرة على التنبؤ بالمستقبل والتحضير له بأعداد الخطة المناسبة (الصيرفي، 2007: 58). وعُرف التخطيط بأنه الاسلوب العلمي الذي يتضمن حصر الموارد البشرية والمادية واستخدامها اكفاً استخدام بطريقة علمية وعملية وانسانية لسد احتياجات المؤسسة (الروبي، 1987: 65). اما التخطيط الفندقي فهو مرحلة تفكير في المستقبل بقصد التعرف على المشكلات والاستعداد لحلها عن طريق مجموعة من الادوات (علوان، 2009: 23) وعُرف أيضاً بأنه رسم صورة تقديرية مستقبلية للنشاط الفندقي في دولة معينة وفي فترة زمنية محددة. (ابو عياش والطائي، 2010: 21) وعرف كذلك بأنه مجموعة من العمليات وتنوع القرارات بصورة مستمرة لتطوير وإدامة مدخلات السياحة، وتنمية حجم البنى التحتية والبنى الفوقية وتوجيه حملات الدعاية في تعزيز الجهود للمحافظة على مصادر الجذب السياحي (المشهداني، 1989: 15) وعرف ايضاً بأنه توجيه وتنظيم عمل المؤسسات الفندقية من اجل الحصول على المنافع الاجتماعية والاقتصادية والبيئية القصوى في عملية التنمية (الخطاب، 2010: 30)

2.1 أهمية التخطيط الفندقي: تعد الفنادق محور القطاع السياحي ودعامته الأساس، وهي ركيزة أساسية في العديد من المجالات ولا تقتصر على القطاع السياحي فحسب، بل هي ذات أهمية في العديد من المجالات منها الاقتصادي والبيئي والاجتماعي والثقافي وتتجلى أهمية التخطيط الفندقي بما يأتي: (ايمان، 2023: 10)

- أ- يحدد الاهداف الفرعية والرئيسية للفندق.
- ب- يصنع إطاراً موحداً لاتخاذ القرارات في الفندق .
- ت- يمكن المؤسسة الفندقية من التعرف على المخاطر المستقبلية والاستعداد لحلها.
- ث- يسهل من عملية الرقابة عن طريق وضع المعايير وقياس الاداء لهذه المعايير ويمنع حدوث التجزئة عند اتخاذ القرارات.

ج- يحقق رضا العاملين وزيادة إنتاجيتهم نتيجة للعمل داخل خطة محددة. (النعيبي، 2022: 65).

3.1 أبعاد التخطيط الفندقي وتتمثل بالآتي :

1. البعد الزمني ويشمل: (عبوي، 2008: 43)

- قصير المدى من سنة الى ثلاث سنوات.
- متوسط المدى من ثلاث الى خمس سنوات.
- طويل المدى من خمس الى عشر سنوات.

2. البعد الوظيفي ويشمل:

- تخطيط مالي
- تخطيط القوى العاملة
- تخطيط الانتاج

– تخطيط المبيعات

– تخطيط البحوث والدراسات

3. البعد الإداري ويشمل:

– إدارة عليا (خطط أكثر تركيزاً، وأشمل نظاماً، وأطول مدى)

– إدارة وسطى (خطط أكثر تفصيلاً، نطاق متوسط، مدى زمني متوسط)

– إدارة إشرافية (خطط أكثر التصاقاً، أضيق نطاقاً، أقصر زمناً) (فريد، 2015: 24)

4.1.4 الخدمات السياحية: عرفت الخدمات بأنها مجموعة الأنشطة والمنافع التي تعرض

منفردة للبيع أو التي تقدم مرتبطة مع مجموعة من السلع، فالفنادق السياحية تقدم مجموعة من الخدمات المنفردة للبيع، مثل خدمة استغلال حمام السباحة، كما تقوم مجموعة من الخدمات المرتبطة بمنتجات مادية كما هو الحال في خدمة الاغذية والمشروبات، كما يمكن تعريف الخدمات السياحية بأنها مجموعة من الأنشطة غير الملموسة التي تحقق منفعة للسائح والتي لا ترتبط بالضرورة بإنتاج وتقديم وبيع سلعة مادية ما. (عبد الفتاح وآخرون، 2022: 5)

5.1 أنواع الخدمات السياحية وخصائصها: تتميز الخدمات السياحية عن باقي الخدمات

بطرق متنوعة، بعضها يرجع إلى طبيعة السياحة نفسها وبعضها الآخر يرجع إلى الاحتياجات المحددة التي يتم تلبيتها من خلال التقديم، وتشمل الخدمات السياحية الأنواع الآتية: (ملوخية، 2007: 43)

1. خدمات الإيواء والضيافة: إذ تعد وسائل المبيت الركن الأساسي في مجال السفر والسياحة وهي الفنادق بأنواعها والقرى والمدن السياحية وبيوت الشباب وغير ذلك.

2. خدمات النقل: النقل هو العمود الفقري لصناعة السياحة والسفر والتجارة، وهو يشكل جزءاً كبيراً من إنفاق الضيف ولا سيما في السياحة الدولية ومع انتشار السيارات وتطور السفن وانتشار السكك الحديدية أصبح توجه الإنسان إلى السياحة بسهولة ورفاهية، حيث أصبحت الرحلات السياحية متضمنة خدمة النقل الشامل (بري-بحري-جوي) وسط منافسة كبيرة من حيث مستوى الخدمة والأسعار.

3. خدمات الاطعمة والمشروبات: وتشمل جميع ما يلي حاجة السياح من الطعام والشراب.

4. خدمات التسلية والترفيه: وتتمثل في الرحلات السياحية للاستجمام والخدمات الرياضية والثقافية والاجتماعية وغيرها .

5. الخدمات المكملية الأخرى: وتشمل خدمات الماء والكهرباء والهاتف والخدمات الصحية والدفاع المدني والصيانة والخدمات المصرفية وغسل الملابس ومستلزمات الأمن والطمأنينة وتوفير مواقع السيارات وخدمات الحلاقة والتصوير والمرافق الصحية والاشارات التوضيحية. فضلاً عن ان للخدمات السياحية خصائص كثيرة تميزها عن بقية الخدمات الاخرى، فجزء منها ينبع من طبيعة السياحة نفسها، والجزء الآخر يعتمد على نوعية الحاجات المتميزة التي تلبى من خلال تقديم مختلف الخدمات، ومن أهم هذه الخصائص ما يأتي: (الدليمي، 2024: 15)

أ- تتطلب السياحة نوعية وجودة من الخدمات لأنها تشبع حاجات ورغبات الافراد خلال اوقات فراغهم لتحقيق الرفاهية والراحة لهم او خلال ظروف خاصة كمقابلات الاعمال.

ب-مراعاة عامل السرعة عند تقديم الخدمة لإشباع رغبة السياح خلال اوقات إقامتهم في الموقع السياحي وذلك للاستمتاع بأوقاتهم واستخدام جميع الامكانيات السياحية الاخرى.

ت- عملية تقديم الخدمات السياحية تبدأ وتنتهي في مكان وزمان إنتاجها وهو ما يعني قابليتها للفناء .

ث-تعتمد معظم الخدمات السياحية على العنصر- البشري في عملية إنتاجها وتقديمها لأنها تقدم مباشرة للسياح.

ج- التنوع الكبير في أشكال ووسائل الخدمات السياحية لأن الزبائن غير متماثلين من حيث الجنسية العمر الطبقة الاجتماعية، القدرة المادية والاهتمامات والخبرة عند ممارسة الفعاليات والخدمات السياحية.

ح- الخدمات المقدمة للسياح توحد جهود وأعمال العديد من الافراد كجهود العاملين المتخصصين في السياحة وجهود وأعمال شركات ومنظمات أخرى كالمواصلات والاتصالات وغيرها.

خ- الاحتكاك المباشر والمستمر بين طاقم العمل المحلي والسياح مما يؤدي الى الحكم على ثقافة وأدب السكان الأصليين للمنطقة الأصلية.

د- الخدمات السياحية تلبى حاجات السياح الأساسية مثل النوم والأكل والشرب وغيره في أثناء فترة إقامتهم.

ذ- تعدد الأطراف المؤثرة على السياحة نظرا لتشابك صناعاتها مع باقي النشاطات الاقتصادية والثقافية بالدولة. (خربوطلي، 2004: 23).

2. مفهوم استدامة الخدمات السياحية:

2.1 المفهوم: استدامة الخدمات السياحية (Sustainable Tourism) تعرف بأنها إدارة النشاط السياحي بطريقة تحقق التوازن بين الابعاد الاقتصادية، والاجتماعية، والبيئية، مع ضمان استمرارية الموارد للأجيال القادمة (UNWTO, 2020). وتشمل:

- أ- التنمية المتوازنة بين الربح وحماية البيئة والمجتمع.
- ب- تلبية احتياجات السياح والوجهات من دون الاضرار بالتراث الطبيعي والثقافي. (Sharpley, 2020)

2.2 الأهمية: أهمية الاستدامة السياحية وفقا للأمم المتحدة (UNEP & UNWTO, 2019)

- أ- بيئيا: تقليل البصمة الكربونية للسياحة. (Carbon Footprint)
- ب- حماية التنوع البيولوجي (Hall, 2019)
- ج- اقتصاديا: - تعزيز السياحة المستدامة يسهم بـ 5-10% من الناتج المحلي العالمي (WTTC, 2023).

د- دعم المجتمعات المحلية عبر السياحة المجتمعية (Community-Based Tourism) (Giampiccoli & Saayman, 2022).

3.2 مداخل تحقيق الاستدامة السياحية :

- أ- المدخل البيئي (Eco-Tourism Approach) يركز على:
 - حماية الطبيعة عبر السياحة البيئية (Fennell, 2020) (Ecotourism)
 - الحد من النفايات البلاستيكية في الفنادق (UNEP, 2021)
- ب- المدخل الاقتصادي (Economic Sustainability Approach) ويشمل:
 - السياحة الدائرية (Circular Tourism) لإعادة استخدام الموارد (Gössling et al., 202)
 - تمويل المشاريع الخضراء. (IMF, 2022)
- ج- المدخل الاجتماعي (Social Equity Approach) ويعتمد على:
 - السياحة الشاملة (Inclusive Tourism) لدعم الفئات المهمشة (Scheyvens & Biddulph, 2018)
 - السياحة المسؤولة (Goodwin, 2016) (Responsible Tourism).

4.2 أبعاد الاستدامة السياحية:

- البعد البيئي ويشمل: التطبيقات، المصادر، الطاقة المتجددة، إدارة النفايات، حماية الحياة البرية. (Buckley, 2022)
- البعد الاقتصادي ويشمل: توظيف الأيدي العاملة المحلية، دعم المشاريع الصغيرة. (WTTC, 2023)

- البعد الاجتماعي: ويشمل الحفاظ على التراث، منع الاستقطاب الثقافي (UNESCO, 2021).
- 5.2 الأطر النظرية: وتشمل النواحي الآتية:**
- أ- نظرية التنمية المستدامة (Brundtland Report, 1987) وتركز على تلبية احتياجات الحاضر من دون المساس بقدرة الأجيال القادمة.
- ب- نموذج ال (Ps (People, Planet, Profit) ويطبق في الفنادق الخضراء (Elkington, 2018).
- ت- نظرية القدرة الاستيعابية (Carrying Capacity Theory) وتحدد الحد الأقصى للسياح الذي يمكن للوجهة تحمله (Saarinen, 2019).
- 6.2 المرتكزات الأساسية: وتشمل:**

- أ- الحوكمة المستدامة: سياسات واضحة من الحكومات (UNWTO, 2022).
- ب- الابتكار التكنولوجي: استخدام الذكاء الاصطناعي لإدارة الموارد (Gretzel et al., 2020).
- ت- المشاركة المجتمعية: إشراك السكان في التخطيط السياحي (Timothy, 2021).
- ومن هنا نلاحظ ان استدامة الخدمات السياحية أصبحت ضرورة عالمية لضمان استمرارية القطاع السياحي، وتحتاج الى تكامل بين السياسات الحكومية، والابتكار، والمشاركة المجتمعية لتحقيق أهداف التنمية المستدامة (SDGs).

7.2 تنمية واستدامة المؤسسات الفندقية: تمثل التنمية كل الجهود البشرية التي تبذل من أجل النمو والتقدم وتحقيق الرفاهية للمواطن والمجتمع، وأما التنمية السياحية فتتمثل في توافر التسهيلات والخدمات السياحية لغرض تلبية رغبات وحاجات السياح الوافدين مع الارتقاء بجودة الخدمة المقدمة، وتتطلب استخدام بعض الوسائل والتدابير الفنية والتقنية من أجل تحقيق أكبر قدر ممكن من النمو السياحي وبأقل وقت وتكلفة (الياسري وكاظم، 2022: 1)، وتعمل التنمية السياحية على توفير التسهيلات والخدمات لإشباع حاجات ورغبات السياح، فضلا عن تأثيراتها الايجابية في الاقتصاد القومي وميزان المدفوعات، وتعرف التنمية السياحية بأنها نشاط حيوي وحركي متغير يؤثر في سلوك الفرد وتصرفاته، وذو تأثير في المجتمع نتيجة لاحتكاك الفرد بثقافات الآخرين، وذو أثر اقتصادي بالغ الأهمية وتشمل التنمية السياحية جميع الجوانب المتعلقة بالأنماط المكانية للعرض والطلب السياحي والتوزيع الجغرافي للمنتجات السياحية، والتدفق والحركة السياحية. وفي ضوء ما تقدم فإن التنمية السياحية تعمل على الاستغلال الأمثل للإمكانات السياحية الطبيعية والبشرية لتحقيق الجدوى الاقتصادية المرجوة منها. ونظرا لأهمية خدمة الإيواء في الحركة السياحية تعد التنمية السياحية الفندقية من أهم الوسائل التي تحقق التنمية السياحية والاجتماعية والاقتصادية الأمر الذي أدى الى ضرورة إنشائها على وفق الاسس والمواصفات العالمية، ما جعل الامر نقطة تحول جوهرية في تاريخ تطور السياحة عامة وتاريخ تطور الفنادق خاصة، ونتيجة لهذا التطور الكبير في الفنادق الى جانب تزايد أعدادها، ارتفع التدفق السياحي العالمي، اذ تشكل حصة السياحة في الدول المتقدمة أكثر من ثلث الخدمات التجارية، كما تؤكد بعض الدراسات العلمية ان النمو السياحي على النطاق العالمي أسرع من نمو التجارة على النطاق نفسه، ما أدى الى زيادة الطلب على الفنادق. أن التطوير والتغيير يهدفان الى التقدم والرفق والتحسين في المؤسسة الفندقية، ويراعى فيها مدى قابلية الموارد البشرية واستطاعتهم على انجاح هذه العملية التي تتجه نحو الاحسن، وتتسم هذه العملية بالاستمرارية المتواصلة والدائمة، فضلا عن الشمولية في المؤسسة الفندقية، وفرضت التغيرات التكنولوجية والتطور في تقنية المعلومات والاتصالات نمطا حديثا في التعاملات الفندقية، أي في الخدمات الالكترونية التي يطلق عليها بالسياحة الالكترونية في حركة النشاط السياحي، وقد أصبحت هذه الخدمات ضرورة حتمية لا يمكن لأي نشاط سياحي تجاهله، ومطلبا تنمويا لزيادة إسهامه في التجارة الخارجية، وكذلك تطوير القطاع السياحي والاستفادة من الفرص الواسعة التي توفرها خدمات السياحة الالكترونية، لزيادة

معدل النمو الاقتصادي، وهكذا أصبحت خدمات السياحة الالكترونية من أهم الاساليب الحديثة التي تستخدم كأداة للتطوير والتغيير، ومن أهم التطورات الخاصة في صناعة القطاع السياحي والفندقي في الوقت الحاضر، وعلى الخصوص في ظل التطورات التكنولوجية المتسارعة. (خديجة، 2022: 95).

المحور الثاني . الجانب التطبيقي

1. اختبار أداة القياس

1.1 ثبات وصدق أداة قياس البحث: ان ثبات المقياس يعني استقراره وعدم تناقضه مع نفسه وبالتالي فإنه سيعطي النتائج نفسها إذا أعيد تطبيقه على نفس العينة، بمعنى أن الثبات يعني استقرار (Stability) واتساق (Consistency) المقياس (Sekrana,2003:203) . ومن أشهر المقاييس المستخدمة في قياس ثبات أسئلة الاستبانة هو مقياس (Cronbach's Alpha)، ويشير (Sekrana,2003:311) انه اذا بلغت قيمة الاختبار المذكور اقل من (0.60) فإن ذلك يعد مؤشراً على ضعف ثبات المقياس المستخدم ، في حين يعد ثبات المقياس مقبولاً في حال تعديه نسبة (0.70) ، فيما تعد نسبة ثباته جيدة اذا بلغت (0.80) فاكثراً. ويعني الصدق (Validity) ان المقياس يقيس فعلاً ما وضع لقياسه، بمعنى اخر هل ان المقياس الموضوع يقيس الظاهرة تحت البحث وليس شيء اخر (Sekrana,2003:206). والصدق أنواع استخدم الباحثة منها صدق المحتوى (Content Validity) وهو مقياس حكمي (Judgmental) يعتمد على التحديد الدقيق للباحث لمتغيرات موضوع البحث وهذا بالتأكيد يعتمد على حجم المعلومات التي درسها بخصوص الموضوع (Cooper & Schindler,2014:257) . ولقياس الصدق رياضياً فإنه يساوي الجذر التربيعي لمعامل الثبات (عبد الفتاح ، 2008: 565). والجدول (1) يوضح معاملات الثبات والصدق لمتغيرات البحث.

جدول (1) قيم معامل الثبات والصدق لمتغيرات البحث

ت	الابعاد	Cronbach's Alpha	الصدق الهيكلية	الابعاد	Cronbach's Alpha	الصدق الهيكلية
1	البعد الزمني	0.88	0.94	البعد البيئي	0.89	0.94
2	البعد الوظيفي	0.86	0.92	البعد الاقتصادي	0.77	0.87
3	البعد الاداري	0.88	0.94	البعد الاجتماعي	0.89	0.94
	التخطيط الفندقي	0.95	0.97	استدامة الخدمات السياحية	0.93	0.96

المصدر : اعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج الحاسبة الالكترونية

يتضح من الجدول (1) ان كافة قيم معاملات الصدق والثبات لمتغيرات البحث بأبعادها ضمن الحدود المقبولة احصائياً مما يعني ان المقياس المستخدم لقياس فقرات البحث تتمتع بثبات عالي مما يمكن الباحثة من التعويل على النتائج التي سيتم الحصول عليها لاتخاذ قرار سليم.

2.1 اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات . بعد أن تأكد الباحثة من أداة جمع البيانات بُعد اخضاعها الى اختبار الثبات ، ولأن اختبار الفرضيات في البحث الحالية يعتمد على الإحصاء المعلمي (Parametric statistics) الذي يقوم على افتراض أساسي مفاده أن البيانات الخاضعة للتحليل يجب ان تتوزع طبيعياً (Normally distribution) ، واذا تم اعتماد الأساليب المعلمية لبيانات لا تخضع للتوزيع الطبيعي عندها لا يمكن الوثوق بالنتائج المتحصلة عن تلك الاختبارات (Field,2009:132).

وعلى الرغم من إشارة الإحصائيين على أنه في حالة استخدام الباحثة لعينة كبيرة قياساً بمجتمع البحث فإنه لا داعي للقلق بخصوص التوزيع الطبيعي للبيانات (Field,2009:329) إلا أن الباحثة وحرصاً منه على دقة نتائج البحث قام بإخضاع البيانات التي تم الحصول عليها من استمارة الاستبيان إلى واحد من أهم الاختبارات الخاصة بالتوزيع الطبيعي للبيانات ألا وهو اختبار Kolmogorov- Smirnov) الذي يشير إلى أنه إذا كان حجم العينة أكبر من (35) مفردة فإنه يمكن حساب قيمة الاختبار من خلال القانون الآتي (Copper & Schindler,2014:623)

$$D = \frac{1.22}{\sqrt{n}}$$

حيث أن n تمثل حجم العينة هنا ، وبما أن حجم عينة البحث هو (95) مفردة ، عليه فإن قيمة (D) المعيارية ستبلغ (0.12) ، فإذا كانت قيمة إحصاءه (Kolmogorov-Smirnov) أكبر أو قريبة من قيمة (D) المعيارية بمستوى معنوية (1%) عندها فإن البيانات تتوزع توزيعاً طبيعياً عند المستوى المذكور ، ويمكن بالتالي استخدام أدوات التحليل الإحصائي المعلمي ويمكن الاطمئنان للنتائج ، وفي حال عدم خضوع البيانات للتوزيع الطبيعي سيستخدم الباحثة أدوات التحليل اللامعلمي (Non-Parametric). والجدول (2) يوضح قيم نتائج اختبار اعتدالية التوزيع الطبيعي لمتغيرات البحث.

جدول (2) اختبار التوزيع الطبيعي لمتغيرات البحث

ت	البعد	Kolmogorov-Smirnov	قيمة D المعيارية
	التخطيط الفندقي	0.120	0.12
1	البعد الزمني	0.19	0.12
2	البعد الوظيفي	0.17	0.12
3	البعد الإداري	0.13	0.12
	استدامة الخدمات السياحية	0.21	0.12
1	البعد البيئي	0.20	0.12
2	البعد الاقتصادي	0.15	0.12
3	البعد الاجتماعي	0.19	0.12
	القرار		نتوزع طبيعياً

المصدر: من اعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج الحاسبة الالكترونية

يتبين من الجدول (2) أن البيانات الخاصة بالمتغيرات البحث سواء على المستوى الفرعي أو الكلي تخضع للتوزيع الطبيعي مما يجعلها مؤهلة للخضوع لأدوات التحليل المعلمي.

2. توصيف متغيرات البحث وتشخيصها. تهدف هذه الفقرة إلى عرض وتحليل وتفسير نتائج إجابات أفراد عينة البحث بخصوص الفقرات الواردة في استمارة الاستبيان من خلال استعراض قيم الأوساط الحسابية الموزونة والأهمية النسبية والانحرافات المعيارية ومعاملات الاختلاف لكل فقرة من فقرات متغيرات البحث . وقد حدد البحث مستوى الإجابات في ضوء المتوسطات الحسابية من خلال تحديد انتماءها لأي فئة، ولأن استمارة البحث تعتمد على مقياس ليكرت الخماسي (أوافق بشدة- لا أوافق بشدة) فإن هنالك خمس فئات تنتمي لها المتوسطات الحسابية، وتحدد الفئة من خلال إيجاد طول المدى (5-1=4)، ومن ثم قسمة المدى على عدد الفئات (5) (4÷5=0.80). وبُعد ذلك يضاف (0.80) إلى الحد الأدنى للمقياس (1) أو يطرح من الحد الأعلى للمقياس (5). وتكون الفئات كالآتي: (Dewberry,2004:15)

1 - 1.80 : منخفض جداً
1.81 - 2.60 : منخفض
2.61 - 3.40 : معتدل
3.41 - 4.20 : مرتفع
4.21 - 5.00 : مرتفع جداً

Source : Dewberry, Chris,(2004).Statistical Methods for Organizational Research:Theory and practice. First published, Published in the Taylor & Franci.

1.2. عرض وتحليل وتفسير استجابات أفراد عينة البحث بخصوص التخطيط الفندقي: سيتم تناول فقرات هذا المتغير من خلال استخراج قيم الأوساط الحسابية الموزونة و الأهمية النسبية والانحرافات المعيارية المحسوبة سواء على المستوى الجزئي أو الكلي وكما مبين في الجدول الآتي:

جدول (3) الاحصاءات الوصفية لمتغير التخطيط الفندقي

ت	الابعاد	الوسط الحسابي الموزون	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية %
1	البعد الزمني	3.44	1.34	68
2	البعد الوظيفي	3.63	1.19	73
3	البعد الإداري	3.44	1.39	69
4	بعد التعلم والنمو	3.57	1.05	72
	التخطيط الفندقي	3.53	1.24	71

المصدر : اعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج الحاسبة الالكترونية باستخدام برنامج (SPSS V.27)

يتضح لنا من الجدول (3) ان متغير التخطيط الفندقي حقق وسطاً حسابياً موزوناً (33.52) اذ يقع ضمن فئة (مرتفع) وبانحراف معياري (1.24) وهذا يدل على أن التخطيط الفندقي يُشكّل العمود الفقري الذي يؤمن للفندق السياحي القدرة على تقديم منتج فندقي متكامل ومتميز، يراعي احتياجات الضيوف ويحقق أهداف المالكين من ناحية الكفاءة التشغيلية والعائد المالي، كما يعزز قدرته على المنافسة والاستدامة على المدى البعيد. وما يعزز ذلك ان الأهمية النسبية بلغت (71%).

1. البعد الزمني : على المستوى الكلي حقق البعد وسطاً حسابياً موزوناً بلغ (3.44) بمعنى أنه يقع ضمن فئة (معتدل)، فيما بلغت الأهمية النسبية (68%)، أما قيمة الانحراف المعياري فكانت (1.34). مما تقدم يتضح ان البعد الزمني متوافر في الفنادق عينة البحث.

2. البعد الوظيفي : على المستوى الكلي حقق البعد وسطاً حسابياً موزوناً بلغ (3.64) بمعنى انه يقع ضمن فئة (مرتفع)، فيما بلغت الاهمية النسبية (73%)، أما قيمة الانحراف المعياري فكانت (1.19)، مما تقدم يتضح أن البعد متوافر في الفنادق عينة البحث.

3. البعد الإداري : على المستوى الكلي حقق البعد وسطاً حسابياً موزوناً بلغ (3.44) بمعنى انه يقع ضمن فئة (مرتفع)، فيما بلغت الاهمية النسبية (69%)، أما قيمة الانحراف المعياري فكانت (1.39)، في حين بلغت نسبة معامل الاختلاف (40.50%) مما تقدم يتضح أن البعد متوافر في الفنادق عينة البحث.

2.2 عرض وتحليل وتفسير استجابات افراد عينة البحث بخصوص استدامة الخدمات السياحية: سيتم تناول فقرات هذا المتغير من خلال استخراج قيم الأوساط الحسابية الموزونة و الاهمية النسبية والانحرافات المعيارية المحسوبة سواء على المستوى الجزئي أو الكلي وكما مبين في الآتي:

جدول (4) الاحصاءات الوصفية لمتغير استدامة الخدمات السياحية

ت	الابعاد	الوسط الحسابي الموزون	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية %
1	البعد البيئي	3.42	1.20	68
2	البعد الاقتصادي	3.41	1.21	68
3	البعد الاجتماعي	3.39	1.30	68
	استدامة الخدمات السياحية	3.51	1.26	70

المصدر : اعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج الحاسبة الالكترونية باستخدام برنامج (SPSS V.27)

يتضح لنا من الجدول (4) ان متغير استدامة الخدمات السياحية حقق وسطاً حسابياً موزوناً (3.51) إذ يقع ضمن فئة (مرتفع) وبانحراف معياري (1.26) وهذا يدل على ان استدامة الخدمات السياحية تعتبر ركيزة أساسية لتحقيق تنمية متوازنة وشاملة تلبي احتياجات الأجيال الحاضرة دون المساس بقدرة الأجيال المقبلة على تلبية احتياجاتها. إن تبني ممارسات صديقة للبيئة في قطاع السياحة يساهم في حماية الموارد الطبيعية من تآكل وتدهور، وذلك من خلال ترشيد استهلاك

المياه والكهرباء، وإدارة النفايات بفاعلية عبر جمع الفرز وسيلة لإعادة التدوير، واستخدام مصادر طاقة متجددة في الفنادق والمرافق السياحية. بالإضافة إلى ذلك، يُعزّز الاهتمام بالبعد الاجتماعي للاستدامة من خلال إشراك المجتمعات المحلية في نشاطات السياحة، بما يضمن توزيع المنافع الاقتصادية بشكل عادل، ويحفز شعور السكان بالانتماء لتعزيز القيم الثقافية والمحافظة على التراث. وعلى صعيد الاقتصاد، يدعم التخطيط طويل الأمد لتطوير البنية التحتية السياحية إنشاء فرص عمل مستدامة ويقلل من النزوح الموسمي للأيدي العاملة، كما يشجع على الاستثمار في برامج التدريب والتأهيل المهني. إن تبني هذه السياسات والتوجهات المتكاملة يساهم في بناء صورة سياحية جذابة ومستدامة، تعكس التوازن بين حماية البيئة، وتنمية المجتمعات المحلية، وضمان ربحية اقتصادية تُضفي على الوجهة السياحية قيمة حقيقية ومستمرة. وما يعزز ذلك أن الأهمية النسبية بلغت (70%).

1. البعد البيئي : على المستوى الكلي حقق البُعد وسطاً حسابياً موزوناً بلغ (3.42) بمعنى انه يقع ضمن فئة (مرتفع)، فيما بلغت الأهمية النسبية (68%)، أما قيمة الانحراف المعياري فكانت (1.20). مما تقدم يتضح ان البعد البيئي متوافر في الفنادق عينة البحث.

2. البعد الاقتصادي : على المستوى الكلي حقق البُعد وسطاً حسابياً موزوناً بلغ (3.41) بمعنى انه يقع ضمن فئة (مرتفع)، فيما بلغت الأهمية النسبية (68%)، أما قيمة الانحراف المعياري فكانت (1.21)، في حين بلغت نسبة معامل الاختلاف (35.81%) مما تقدم من نتائج يتضح لنا توافر البعد في الفنادق عينة البحث.

3. البعد الاجتماعي : على المستوى الكلي حقق البُعد وسطاً حسابياً موزوناً بلغ (3.39) بمعنى انه يقع ضمن فئة (مرتفع)، فيما بلغت الأهمية النسبية (68%)، أما قيمة الانحراف المعياري فكانت (1.30) مما تقدم من نتائج يتضح لنا توافر البعد في الفنادق عينة البحث.

3. اختبار فرضيات الارتباط والتأثير بين متغيرات البحث

يهدف إلى اختبار علاقات الارتباط والتأثير بين متغيرات البحث، حيث سيتم اختبار علاقات الارتباط والتأثير على مستوى الفرضيات الفرعية التي انبثقت عن الفرضيات الرئيسية وكذلك اختبار علاقات الارتباط والتأثير على المستوى الكلي من خلال استخدام معامل الارتباط البسيط (Pearson) ومعامل الانحدار الخطي البسيط.

1.3 اختبار الفرضية الرئيسية الاولى المتعلقة بالارتباط بين التخطيط الفندقي واستدامة الخدمات السياحية

(توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين التخطيط الفندقي واستدامة الخدمات السياحية)

ولقد تفرع عنها ثلاث فرضيات فرعية وكما هو مبين ادناه :

1. توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين البعد الزمني واستدامة الخدمات السياحية بأبعادها.
 2. توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين البعد الوظيفي واستدامة الخدمات السياحية بأبعادها.
 3. توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين البعد الإداري واستدامة الخدمات السياحية بأبعادها.
- يظهر الجدول (5) مصفوفة معاملات الارتباط البسيط (Pearson) بين هذه المتغيرات وأبعادها.. فإذا ظهر وجود علامة (*) على معامل الارتباط فأن هذا يعني بأن الارتباط معنوي عند مستوى (5%)، أما في حال وجود علامة (**) على معامل الارتباط فان ذلك يعني بأن الارتباط معنوي عند مستوى (1%). ويتم الحكم على مقدار قوة معامل الارتباط في ضوء قاعدة (Cohen, 1977: 79-81)، وكالآتي :

- ✓ علاقة الارتباط منخفضة، إذا كانت قيمة معامل الارتباط يتراوح بين 0.10 إلى 0.29.
- ✓ علاقة الارتباط متوسطة، إذا كانت قيمة معامل الارتباط يتراوح بين 0.30 إلى 0.49.
- ✓ علاقة الارتباط قوية، إذا كانت قيمة معامل الارتباط يتراوح بين 0.5 إلى 1.

جدول (5) اختبار الفرضية الرئيسة الأولى (فرضية الارتباط)

المتغير التابع	المتغير المستقل	البعد الزمني	البعد الوظيفي	البعد الإداري	التخطيط الفندقي
استدامة الخدمات السياحية	Pearson Correlation	**0.54	**0.53	**0.61	**0.63

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

المصدر : اعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج الحاسبة الالكترونية باستخدام برنامج (SPSS V.27)
يظهر جدول (5) مصفوفة الارتباط الذي اختبر الفرضية الرئيسة الأولى وما تفرع عنها من فرضيات بأن هناك علاقات ارتباط موجبة قوية (لأن قيمتها أكبر 0.50) وذات دلالة معنوية عند مستوى (1%) بين التخطيط الفندقي ومتغير استدامة الخدمات السياحية، إذ بلغت قيم معامل الارتباط بين التخطيط الفندقي واستدامة الخدمات السياحية بلغت قيمته (0.63) عند مستوى دلالة (1%) وتعد علاقة قوية بضوء قاعدة (Cohen). وعلى مستوى الابعاد كانت اقوى علاقة ارتباط بين كل من البعد الإداري واستدامة الخدمات السياحية ، اذ بلغت قيمة علاقة الارتباط بينهما (0.61) عند مستوى دلالة (1%) وتعد علاقة طردية قوية بضوء قاعدة (Cohen). فيما كانت اضعف علاقة ارتباط بين البعد الوظيفي واستدامة الخدمات السياحية، اذ بلغت قيمة علاقة الارتباط بينهما (0.53) وتعد علاقة ارتباط قوية بضوء قاعدة (Cohen). تُعدُّ العلاقة بين التخطيط الفندقي واستدامة الخدمات السياحية علاقةً مترابطةً وحيويةً، تستند إلى مبادئ استراتيجية تهدف إلى تحقيق التوازن بين الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية للقطاع السياحي تأسيساً على ما تقدم يتم قبول الفرضية الرئيسة الاولى وما تفرع عنها من فرضيات فرعية.
ثانياً : اختبار الفرضية الرئيسة الثانية المتعلقة بعلاقة التأثير بين التخطيط الفندقي واستدامة الخدمات السياحية

(يوجد تأثير ذي دلالة معنوية للتخطيط الفندقي في استدامة الخدمات السياحية).

جدول (6) تقدير علاقة الانحدار الخطي البسيط بين التخطيط الفندقي واستدامة الخدمات السياحية

استدامة الخدمات السياحية						المتغير التابع
P-Value	F	P-Value	T	R ²	β	المتغير المستقل
0.000	55.21	0.000	9.28	0.40	0.63	التخطيط الفندقي

المصدر : اعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج الحاسبة الالكترونية باستخدام برنامج (SPSS V.27)

يتضح من نتائج الجدول (6) بلغ معامل انحدار متغير التخطيط الفندقي على استدامة الخدمات السياحية (0.63) وهذا يعني انه اذا تغير التخطيط الفندقي بمقدار وحدة واحدة فإن استدامة الخدمات السياحية سيزداد بمقدار (63%) ، علماً ان التأثير معنوياً وذلك لأن قيمة (t) معنوية عند مستوى (0.000). كما يلاحظ ان التخطيط الفندقي يفسر ما نسبته (40%) من التغيرات الحاصلة في استدامة الخدمات السياحية وأما النسبة المتبقية والبالغة (60%) تعود إلى متغيرات أخرى خارج نموذج البحث الحالي . علماً أنّ النموذج المقدر معنوي إجمالاً وذلك لأن قيمة (f) المحتسبة معنوية عند مستوى (0.000). وعليه وبناءً على ما تقدم يتم قبول الفرضية الرئيسة الثانية والتي تنص على (يوجد تأثير ذي دلالة معنوية للتخطيط الفندقي في استدامة الخدمات السياحية).

وعند الرجوع الى الجدول (6) ولغرض اثبات صحة الفرضيات الفرعية المنبثقة عن الفرضية الرئيسة الثانية يتضح الاتي:

الفرضية الفرعية الاولى: يوجد تأثير ذي دلالة معنوية للبعد الزمني في استدامة الخدمات السياحية

جدول (7) تقدير علاقة الانحدار الخطي البسيط بين البعد الزمني واستدامة الخدمات السياحية

أهمية التخطيط الفندقي في استدامة الخدمات السياحية دراسة تطبيقية في الفنادق السياحية في مدينة بغداد

استدامة الخدمات السياحية (المتغير التابع)						المتغير التابع
P-Value	F	P-Value	T	R ²	β	المتغير المستقل
0.000	32.82	0.000	4.26	0.29	0.53	البعد الزمني

المصدر : اعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج الحاسبة الالكترونية باستخدام برنامج (SPSS V.27)

يتبين من الجدول (7) بلغ معامل الانحدار (0.53) وهذا يعني إذا تغير البعد بمقدار وحدة واحدة فان متغير استدامة الخدمات السياحية سيزداد بمقدار (53%) ، علماً ان التأثير كان معنوي وذلك لان قيمة (t) المحتسبة والبالغة (4.26) وهي قيمة معنوية عند مستوى (0.000). بلغت قيمة معامل تحديد (R²) حوالي (0.29) وهذا يعني أن البعد يفسر ما نسبته (29%) من التغيرات التي تطرأ على استدامة الخدمات السياحية ، أما النسبة المتبقية والبالغة (71%) فتعود لعوامل أخرى غير داخله في الانموذج الحالي. نجد أن قيمة (F) المحتسبة والبالغة (32.82) وهي قيمة معنوية عند مستوى (0.000) وعليه نلاحظ أن النموذج المقدر معنوي إجمالاً. عليه تستدل الباحثة من تحليل نتائج الجدول (7) قبول الفرضية البديلة التي تنص (يوجد تأثير ذي دلالة معنوية للبعد الزمني في استدامة الخدمات السياحية)

الفرضية الفرعية الثانية: يوجد تأثير ذي دلالة معنوية للبعد الوظيفي في استدامة الخدمات السياحية

جدول (8) تقدير علاقة الانحدار الخطي البسيط بين البعد الوظيفي واستدامة الخدمات السياحية

استدامة الخدمات السياحية						المتغير التابع
P-Value	F	P-Value	T	R ²	β	المتغير المستقل
0.000	40.13	0.000	5.22	0.28	0.54	البعد الوظيفي

المصدر : اعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج الحاسبة الالكترونية باستخدام برنامج (SPSS V.27)

يتبين من الجدول (8) بلغ معامل الانحدار (0.54) وهذا يعني إذا تغير البعد بمقدار وحدة واحدة فان متغير استدامة الخدمات السياحية سيزداد بمقدار (54%) ، علماً ان التأثير كان معنوي وذلك لان قيمة (t) المحتسبة والبالغة (5.22) وهي قيمة معنوية عند مستوى (0.000). فيما بلغت قيمة معامل تحديد (R²) حوالي (0.28) وهذا يعني أن البعد يفسر ما نسبته (28%) من التغيرات التي تطرأ على استدامة الخدمات السياحية ، اما النسبة المتبقية والبالغة (72%) فتعود لعوامل أخرى غير داخله في الانموذج الحالي. نجد أن قيمة (F) المحتسبة والبالغة (40.13) وهي قيمة معنوية عند مستوى (0.000) وعليه نلاحظ ان النموذج المقدر معنوي إجمالاً. عليه تستدل الباحثة من تحليل نتائج الجدول (8) قبول الفرضية البديلة التي تنص ((يوجد تأثير ذي دلالة معنوية للبعد الوظيفي في استدامة الخدمات السياحية)).

الفرضية الفرعية الثالثة: يوجد تأثير ذي دلالة معنوية للبعد الاداري في استدامة الخدمات السياحية

جدول (9) تقدير علاقة الانحدار الخطي البسيط بين البعد الاداري واستدامة الخدمات السياحية

استدامة الخدمات السياحية						المتغير التابع
P-Value	F	P-Value	T	R ²	β	المتغير المستقل
0.000	33.73	0.000	9.64	0.36	0.61	البعد الاداري

المصدر : اعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج الحاسبة الالكترونية باستخدام برنامج (SPSS V.27)

يتبين من الجدول (9) بلغ معامل الانحدار (0.61) وهذا يعني أنه إذا تغير البعد بمقدار وحدة واحدة فان متغير استدامة الخدمات السياحية سيزداد بمقدار (61%) ، علماً ان التأثير كان معنوي وذلك لأن قيمة (t) المحتسبة والبالغة (9.64) وهي قيمة معنوية عند مستوى (0.000). فيما بلغت قيمة معامل تحديد (R²) حوالي (0.36) وهذا يعني أن البعد يفسر ما نسبته (36%) من التغيرات التي تطرأ على استدامة الخدمات السياحية ، أما النسبة المتبقية والبالغة (64%) فتعود

لعوامل أخرى غير داخله في النموذج الحالي. نجد أن قيمة (F) المحتسبة والبالغة (74.73) وهي قيمة معنوية عند مستوى (0.000) وعليه نلاحظ أن النموذج المقدر معنوي إجمالاً. عليه تستدل الباحثة من تحليل نتائج الجدول (9) قبول الفرضية البديلة التي تنص ((يوجد تأثير ذي دلالة معنوية للبعد الإداري في استدامة الخدمات السياحية))

الاستنتاجات

1. رفع جودة الخدمة وتقليل الهدر
 - يساهم التخطيط الفندقي في تحليل وتوزيع الموارد (البشرية والمادية) بشكل فعال، ما يقلل من الهدر في استهلاك الطاقة والمستلزمات التشغيلية، ويُحسن استجابة الفندق لاحتياجات النزلاء.
 - وجدت دراسات أن الفنادق التي تعتمد على نظم تخطيط موارد المؤسسات (ERP) وخطط التشغيل السنوية تحقق انخفاضاً يصل إلى 20% في تكاليف التشغيل دون التضحية بجودة الخدمة.
2. الاستجابة السريعة للتغيرات البيئية والاقتصادية
 - يعتمد التخطيط الفندقي المستدام على مراقبة مؤشرات الأداء البيئي (كالطاقة والمياه ونسبة النفايات) وتنفيذ استراتيجيات خضراء مثل إعادة التدوير واستخدام مصادر الطاقة المتجددة.
 - تؤدي هذه الاستجابة إلى تقليل البصمة الكربونية للفندق، مما يعزز صورته أمام الضيوف المهتمين بالبيئة ويزيد من فرص حصوله على شهادات الاستدامة العالمية.
3. تعزيز التجربة السياحية والولاء للعلامة التجارية
 - من خلال خطط التسويق الموجهة وتقنيات إدارة علاقات النزلاء (CRM) يستطيع الفندق تقديم عروض شخصية تناسب احتياجات كل فئة من الضيوف، مما يزيد من مستوى الرضا ويحفز التكرار والولاء.
 - تظهر الإحصاءات أن ارتفاع مستوى رضا النزلاء بمقدار نقطة واحدة في مقياس 10 نقاط يزيد من احتمال تكرار الزيارة بنسبة تصل إلى 15%.
4. القدرة على التخطيط طويل الأمد والاستثمار المستقبلي
 - يمكن التخطيط الفندقي الاستراتيجي من وضع رؤى وخطط للاستثمار في البنية التحتية والخدمات الجديدة (كالعافية والسبا، والمطاعم المتخصصة)، ما يضمن تنويع مصادر الدخل وتقليل المخاطر المرتبطة بالتقلبات الموسمية.
 - تبين أن الفنادق التي تطبق خططاً خمسية تحقق نمواً في الإيرادات بنسبة 8-12% سنوياً مقارنةً بالفنادق التي تفتقر إلى مثل هذه الخطط.

التوصيات

1. تبني نظام متكامل للتخطيط وإدارة الموارد
 - يُفضل اعتماد برمجيات ERP متخصصة بالفنادق تتكامل مع أنظمة الحجز وإدارة النزلاء والموارد البشرية والمشتريات، لضمان تتبع الوقت الحقيقي للمخزون والأداء التشغيلي.
2. وضع مؤشرات أداء بيئية واضحة (KPIs)
 - اقترح مؤشرات مثل "استهلاك الطاقة لكل غرفة/لبلة" و"معدل إعادة التدوير" و"كمية المياه المستخدمة لكل نزيل"، مع إعداد تقارير ربع سنوية لتحليل النتائج واتخاذ الإجراءات التصحيحية.
3. تطوير خطة تسويقية مستهدفة ومستدامة
 - تصميم حملات تسويق رقمية تروج للممارسات البيئية والخدمات المخصصة لكل شريحة (عائلات، رجال أعمال، أزواج)، مع استثمار منصات التواصل الاجتماعي والتعاون مع مؤثرين في مجال السفر المستدام.
4. التخطيط الاستثماري طويل الأمد
 - صياغة خطة خمسية لاستثمارات البنية التحتية، تتضمن تخصيص ميزانيات للتجديد الدوري للغرف والمرافق وتوسيع الخدمات (منتجات صحية، مطاعم ذات هوية محلية)، مع مراجعة سنوية لتعديل الأولويات وفقاً لأداء السوق.
5. تدريب الكوادر البشرية وتعزيز الوعي بالاستدامة

- تنظيم ورش عمل دورية للموظفين حول مفاهيم الاستدامة وأفضل الممارسات في ترشيد الاستهلاك وخدمة النزلاء، وربط جزء من حوافز الأداء بتحقيق أهداف التخطيط البيئي والتشغيلي.

المصادر References

6. الروبي (1987) (الروبي، نبيل، التنمية السياحية كوسيلة للتنمية الاقتصادية، مؤسسة الثقافة الجامعية، الاسكندرية).
7. المشهداني، (1989)، خليل ابراهيم أحمد، التخطيط السياحي، مطبعة التعليم العالي، ط1، بغداد.
8. ابو عياش والطائي (2010) عبد الاله، حميد، الطائي، التخطيط السياحي، مدخل استراتيجي، ط1، الوراق للنشر والتوزيع، عمان/ الاردن.
9. الصيرفي، محمد (2007)، التخطيط السياحي، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، ط1.
10. الحطاب، علي (2010)، استراتيجيات التخطيط للمشاريع الصغيرة، دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان، ط1.
11. النعيمي، منتهى، (2022)، التخطيط السياحي، مكتبة دجلة للنشر والتوزيع، ط1، بغداد.
12. الدليمي، (2024)، عمر رشيد كاظم، أثر اليقظة الاستراتيجية في تحسين الخدمات السياحية (دراسة استطلاعية للمنظمات السياحية في بغداد)، بحث منشور في مجلة دجلة، مجلد 7-العدد 2.
13. الياسري، وهاب فهد، كاظم، احمد عبد الكريم، (2022)، التوجهات المستقبلية لتنمية وتخطيط الخدمات السياحية في مدينتي النجف والكوفة، مجلة مركز دراسات الكوفة، العدد 64 (ب)، مجلد 1.
14. ايمان، رابحي (2023)، دور المؤسسات الفندقية في دعم التنمية المحلية، مجلة قبس للدراسات الانسانية والاجتماعية، المجلد 7، العدد 2.
15. خربوطلي، (2004)، صلاح الدين، السياحة المستدامة دليل الاجهزة المحلية، دار الرضا للنشر، ط1.
16. خديجة، (2022)، بزاوش مروي، تسيير المؤسسات الفندقية، رسالة ماجستير مقدمة الى جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير قسم العلوم.
17. علوان، نوفل عبد الرضا علوان (2009)، أثر تنوع وتطوير الخدمات الفندقية على الإيرادات في صناعة الفنادق العراقية، مجلة الإدارة والاقتصاد، العدد (75).
18. عبيدات، محمد، (2000)، التخطيط السياحي، دار وائل للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الاردن.
19. عبوي، (2008)، زيد منير، ادارة المنشآت السياحية والفندقية، دار الراية للنشر والتوزيع، الاردن، ط1.
20. عبد الفتاح، اسماء، شمس، محمد احمد، محمد، عزت ابو السعود (2022) الخداع التسويقي وسلوك السائح ما بعد شراء الخدمات السياحية والفندقية، بحث منشور المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة، كلية السياحة/جامعة الفيوم، مجلد 16، العدد 3.
21. عبد الفتاح، عز حسن (2008)، "مقدمة في الإحصاء الوصفي والإحصاء الاستدلالي"، دار خوارزم العلمية للنشر، جدة، المملكة العربية السعودية.
22. فريد، عبدالله محمد (2015)، التخطيط والتنمية السياحية، دار الايام للنشر والتوزيع، عمان-الاردن.
23. مؤمن، محمد عمر، (2009) التخطيط السياحي، الطبعة الأولى، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية .
24. ملوخية، (2007)، احمد فوزي، التنمية السياحية، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، ط1.
25. Cohen, J., (1977), "Statistical power analysis for the behavioral sciences", New York: Academic Press.
1. Field, A., (2009). "Discovering statistics using SPSS", 3rd edition. London: Sage.
2. Sekrana, Uma (2003). "Research methods for business, A skill building approach", 4th ed. John Wiley & Sons, Inc.
3. Cooper, D.R. & Schindler, P.S. (2014). Business research methods (12th edn). Boston: McGraw-Hill.
4. UNWTO (2020). Sustainable Tourism for Development Guide.
5. Sharpley, R. (2020). Tourism, Sustainable Development and the Environment.
6. WTTC (2023). Economic Impact Report.
7. Fennell, D. (2020). Ecotourism 5th ed.
8. Gössling, S. et al. (2021). Circular Economy in Tourism, Journal of Sustainable Tourism.
- UNEP (2021). Single-Use Plastics in Tourism .

الملاحق، الاستبانة:

نهديكم خالص التحية ونود ان نضع بين ايديكم الاستبانة التي تم تنظيمها لغرض جمع المعلومات اللازمة للبحث العلمي الموسوم (أهمية التخطيط الفندقي في استدامة الخدمات السياحية دراسة تطبيقية في الفنادق السياحية في مدينة بغداد) راجين منكم قراءة الاستبيان وتعبئه البيانات بكل دقة وشفافية علما ان جميع البيانات سوف تكون في موضع اهتمام وسرية وسيكون استخدامها لأغراض البحث العلمي فقط .
وتفضلوا بقبول فائق الاحترام والتقدير

المتغير الاول، استبيان حول أبعاد التخطيط الفندقي

1- البعد الزمني

التسلسل	السؤال	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
1-	تأخذ إدارة الفندق بعين الاعتبار التغيرات الموسمية عند وضع الخطط المستقبلية					
2-	يتم تحديد الأهداف الزمنية بدقة ضمن خطط التشغيل السنوية للفندق					
3-	تراجع الخطط الزمنية وتحديث بشكل دوري بناءً على البيانات التشغيلية.					
4-	توجد آلية واضحة لمواءمة الجداول الزمنية مع خطط التسويق والمبيعات.					

2- البعد الوظيفي

تسلسل	السؤال	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
5-	يتم تحديد الأدوار والمسؤوليات الوظيفية بدقة ضمن الخطط التشغيلية للفندق.					
6-	يراعى توزيع الكفاءات البشرية بشكل يتناسب مع متطلبات الأقسام المختلفة.					
7-	تتضمن خطط الفندق برامج تطوير مهني مستمرة للموظفين في مختلف الأقسام					
8-	يساهم التنسيق بين الإدارات في تحسين الكفاءة الوظيفية ضمن الخطط العامة.					

3- البعد الإداري

تسلسل	السؤال	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
9-	تتبع إدارة الفندق أساليب إدارية واضحة في وضع وتنفيذ الخطط التشغيلية.					
10-	يتم اتخاذ القرارات الإدارية في الفندق بناءً على تحليل مسبق ومعايير تنظيمية.					
11-	تُراعى مستويات الإشراف الإداري وتوزيع السلطات في الخطط الإدارية.					
12-	تتضمن الخطط الإدارية آليات للمتابعة والتقييم لضمان تحقيق الأهداف.					

المتغير الثاني، استبيان حول أبعاد الاستدامة في الخدمات السياحية

1- البعد البيئي

تسلسل	السؤال	اتفق تماماً	اتفق	محايد	لا أتفق	لا أتفق تماماً
1-	تلتزم المنشآت السياحية في المنطقة باستخدام موارد طبيعية بطريقة مسؤولة بيئياً.					
2-	تطبق الجهات السياحية سياسات واضحة للحد من التلوث والنفايات الناتجة عن النشاط السياحي					
3-	يتم توعية الزوار بأهمية الحفاظ على البيئة المحلية أثناء مزاوتهم للأنشطة السياحية					
4-	تشجع المرافق السياحية استخدام الطاقة المتجددة والممارسات البيئية المستدامة.					

2- البعد الاقتصادي

تسلسل	السؤال	اتفق تماماً	اتفق	محايد	لا أتفق	لا أتفق تماماً
-------	--------	-------------	------	-------	---------	----------------

أهمية التخطيط المُنذقي في استدامة الخدمات السياحية دراسة تطبيقية في الفنادق السياحية في مدينة بغداد

5-	تسهم الخدمات السياحية في خلق فرص عمل دائمة لأبناء المجتمع المحلي				
6-	تعزز السياحة المستدامة النشاط الاقتصادي المحلي وتدعم المشاريع الصغيرة.				
7-	توظف عائدات السياحة في تطوير البنية التحتية والخدمات العامة للمنطقة.				
8-	تساهم السياحة المستدامة في تنويع مصادر الدخل في الاقتصاد المحلي.				

3- البعد الاجتماعي

التسلسل	السؤال	اتفق تماما	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق تماما
9-	تُراعي الخدمات السياحية قيم وتقاليد المجتمع المحلي وتحترم خصوصيته الثقافية.					
10-	تعزز السياحة المستدامة الشعور بالانتماء والمشاركة المجتمعية بين السكان المحليين					
11-	تسهم السياحة في تحسين نوعية الحياة للسكان المحليين من خلال تقديم خدمات أفضل					
12-	يتم إشراك المجتمع المحلي في تخطيط وتطوير المشاريع السياحية في منطقته.					