

## تأثير أصول التعامل على رضا السائحين

(دراسة ميدانية لعينة من فنادق الدمام)

أحمد بن عبدالعزيز الشيحة

قسم الإدارة السياحية والفندقية

كلية السياحة والآثار - جامعة الملك سعود

### المستخلص

يشكل أصول التعامل من العوامل المهمة في جذب السياح إلى المنشآت السياحية وإلى كسبهم رواداً دائمين وإقناع غيرهم من الأصدقاء والأقرباء لزيارة تلك المنشأة السياحية سيما وأن بعض الضيوف يدفعهم القدوم والحجز في فنادق دون غيرها بسبب التعامل اللطيف والمعاملة الحسنة من قبل الموظفين في الأقسام الأمامية التي تلتقي وجهاً لوجه مع الضيوف، عليه أن تدفق السياح إلى المنشآت السياحية تساهم في تحقيق الربحية لها ومساعدتها على الاستمرار ومنافسة المنشآت السياحية داخل السوق السياحي، وقد هدف البحث الي معرفة أثر جودة أصول التعامل علي رضا السياح في الدمام، إضافة الي التعرف على مستوي التعامل الذي تقدمه فنادق الدمام، وقد توصلت الدراسة الي أن جودة أصول التعامل تهتم باللموسية وتمتاز بالتعاطف في رضا السياح في فنادق الدمام، كما توصلت الي أنه لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد جودة الخدمات السياحية في الاستجابة للخدمة المقدمة، توكيد الخدمة المقدمة، ملموسية الخدمة المقدمة في رضا السياح في فنادق الدمام، وجاءت الأبعاد (الاعتمادية والتعاطف أكثر تأثيراً في جودة الخدمات السياحية، وقد أوصت الدراسة بضرورة أتباع استراتيجية تدريبيية وتطويرية للعاملين وبشكل دوري ومستمر تركز على تزويد العاملين بالمعارف والخبرات والمهارات التقنية وكذلك في كيفية التفاوض بتعزيز العلاقات مع السياح وصولاً لتحقيق رضاهم

**الكلمات الدالة:** أصول الضيافة، رضا العملاء، الموظفين، القواعد

### مقدمة

أصبحت السياحة ظاهرة اقتصادية واجتماعية وحضارية تخضع للعديد من المؤشرات والمتغيرات المحلية والعالمية، فلم تعد نشاطاً مؤقتاً يخضع للظروف، بل أصبح أكثر القطاعات أهمية وديناميكية في العالم، لذا يتبوأ مكانه هامة في الخطط والاستراتيجيات التنموية لدي البلدان، حيث يعد أحد مصادر العملة الصعبة، كما أنه يساهم في امتصاص البطالة من خلال خلق العديد من فرص العمل.

تعتبر أصول التعامل مع السياح، أمراً ضرورياً، لذا تتجه الجهود نحو تحسينها، إذ تعتبر جودة الخدمات هي أداء رئيسية تؤدي إلى تطور العمل وتحسين الأداء، بما يحقق قدر من الرضا لدي العملاء، وبالتالي تحقيق الربحية، من خلال الخدمة الجيدة.

إن تحقيق مستوي عالي من جوده الخدمات المقدمة يعتبر الشريان الحيوي الذي يمد المنظمة الخدمية بالعملاء الموالين، فقد أدركت المنظمات الخدمية ومنها الفنادق، أن أصول التعامل مع العملاء، وتقديم جودة خدمية مرتفعة يعتبر أكثر الأساليب فعالية لضمان تفوق المنظمة الخدمية علي منافسيها.

## مشكلة الدراسة

تكمن مشكلة الدراسة في الربط بين أصول التعامل ورضا السياح، فضعف الوعي بالقواعد والسلوكيات الإنسانية في أصول التعامل مع الآخرين يؤثر سلباً على حياتنا العامة والخاصة ويزداد الأثر في حالة المنشآت السياحية كونها تركز أساساً على الذوق والتعامل مع الآخرين.

وتسعي الدراسة للتعرف على أصول الضافة كما يدركها السياح في فنادق الدما، حيث تختلف معايير الجودة بين سائح وآخر.

وبالتالي تتضح مشكلة الدراسة من خلال الإجابة على سؤال الدراسة الرئيسي والمتمثل في: ما هو أثر أصول الضيافة في رضا السياح في فنادق الدمام؟

وينبثق من هذا السؤال الرئيسي أعلاه الأسئلة الفرعية التالية:

١- ما مستوي تصورات السياح لأصول التعامل معهم في فنادق الدمام.

٢- ما مستوي رضا السياح فنادق الدمام.

تأتي أهمية البحث كون العلاقات الحسنة والإنسانية بين الناس ترفع شأن المجتمعات مهما اختلفت أنظمتها وعقائدها وأديانها في حدود الاحترام الواجب بين كل أطراف المجتمع والمنشآت السياحية كجزء من مجتمع له خصوصية في طبيعة العمل بها تعتمد أساساً على فن التعامل مع الآخرين. لذا فتأتي أهمية الدراسة، في إلقاء الضوء على أهمية تحسين أصول التعامل مع العملاء، ورفع الخدمة المقدمة إليهم، من خلال تحفيز متخذي القرار تحسين قراراتهم المتعلقة بأصول التعامل مع الزائرين.

### الهدف الرئيسي لهذه الدراسة:

معرفة أثر جودة أصول التعامل علي رضا السياح في الدمام، وينبثق من هذا الهدف مجموعة من الأهداف الفرعية:

١. معرفة أثر جودة أصول التعامل علي رضا السياح في فنادق الدمام.

٢. التعرف على مستوي التعامل الذي تقدمه فنادق الدمام.

٣. التوصل إلى بعض النتائج والاقتراحات التي من الممكن أن تساهم في تطوير

التعامل في فنادق الدمام.

### المحور الأول الإطار النظري: التعامل مع الضيوف وقواعده، ومفهوم رضا العملاء

#### أولاً: فن الضيافة:

الضيافة هي عملية استقبال الزوار أو الضيوف من أهل البلاد أو الأجانب والترويج عنهم مع منحهم الأمن والراحة والاطمئنان، وتوفير سبل الراحة والرفاهية، مما يجعله يشعر بأنه بين عشيرته ووطنه وأصدقائه وهذا منذ وصوله، وأثناء إقامته، وحتى مغادرته (جمال، ٢٠٠٩).

فن الضيافة من أصعب الفنون إذ أنه يرتبط بالتعامل مع الناس باختلاف طباعهم، فليس من السهل أبداً أن نحوز على احترام وتقدير الآخرين وفي المقابل من السهل جداً أن نخسر كل ذلك لأن الضيف الذي يحصل على خدمات ليست بالمستوى المطلوب تكون ردود الفعل سلبية، وقد أظهرت الدراسات الميدانية التي أجريت بهذا الصدد أن الناس الذين يحصلون على الخدمات الجيدة أو فرصة طيبة من المؤسسة السياحية فأنهم سوف يتحدثون إلى خمسة أشخاص كمعدل، بينما إذا كانت الخدمة التي يحصلون عليها غير جيدة فسيتحدثون عنها إلى عشرة أشخاص كمعدل (الطائي، ٢٠٠٠). لذا لا بد أن يكون مسؤول الضيافة، أو الفندق، قادر على التعامل مع الضيف، وإرضاءه، كما يجب أن يكون، متعاون ذو قدرة على انجاز العمل تحت الضغط.

### ثانياً: أهمية صناعة الضيافة:

تكمّن أهمية صناعة الضيافة في عدة محاور هي: -

#### تقديم الخدمات للأفراد:-

أصبحت الخدمات في الفنادق في العصر الحالي تقدم خدمات عديدة تتعدى خدمة الإيواء والطعام والشراب إلى خدمات الصالات العامة وتنظيف الملابس والنوادي الرياضية والليلة وقاعات خاصة لاجتماعات رجال الأعمال وأحواض سياحة وملاعب رياضية وماركز تسوق وصلات للسينما وغيرها من الخدمات التي تلبي احتياجات النزيل (حامد، ٢٠٠١).

### الحصول على الإيرادات، وتوفير فرص العمل: -

تعد الخدمات السياحية الركن الأساس من اقتصاديات القرن، ولا يوازئها في الأهمية سوى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ما يؤكد دور هذا القطاع في الاقتصاد الوطني ورفع معدلات النمو وتحريك الدورة الاقتصادية، نتيجة لكثرة الاستثمارات في القطاع السياح بكافه أشكالها أصبحت هنالك فرص عديدة متاحة للعديد من الأشخاص للعمل في هذا القطاع، حيث تشير الدراسات أن صناعة الضيافة من أكبر الصناعات في العالم نسبياً استيعاباً للقوى العاملة (السعودي، ٢٠٠٨).

### ثالثاً: كيفية العمل على إرضاء السائحين:

#### أ- تعريف رضا العملاء.

يعرف رضا العميل علي أنه حالة التأثير الإيجابي الناتج عن التقييم لجميع الجوانب العالقة لجهة معينة مع جهة أخرى. (بوزيان، ٢٠١٤).

كما يعرف رضا الزبون علي أنه عنصر حاسم في استراتيجية العمل وإعادة شراء المنتج، فهو تقييم شامل يعتمد على إجمالي تجربة الشراء والاستهلاك مع السلعة أو الخدمة بمرور الوقت (Kim, and Park, 2019).

ولتحديد رضا السائح، يتمثل في ثلاث عناصر رئيسية، توقعاته، وإدراكه للخدمة، والمقارنة بينهما، ونفصل هذه المحددات كما يلي:

**التوقع:-** ويقصد به توقع الزبون وقت الشراء أو قبل الاستخدام، حول قدرة أو عدم قدرة الخدمة لتوفير منافع له (Anderson, and Sullivan, 1996).

**الأداء الفعلي:** أن الأهمية للأداء للوصول إلى الرضا، هي معيار المقارنة وغالبا ما يفترض أن زيادة الأداء تزيد درجة الرضا.

**المطابقة أو عدم المطابقة:** تحقق عملية المطابقة تساوي الأداء الفعلي للخدمة مع الأداء المتوقع، والتي تولد الشعور بالرضا عن الخدمة، أما حالة عدم المطابقة تتحقق بتساوي الأداء الفعلي للخدمة مع الأداء المتوقع، التي تولد شعور بالرضا عن الخدمة، أما في حالة عدم المطابقة يمكن تعريفها بأنها درجة إنحراف أداء الخدمة عن مستوي التوقع الذي يظهر قبل عملية الشراء فيتولد عنها عدم الرضا (Almeida, and Moreno, 2018).

### ب- التعامل مع العملاء.

هدف المنشآت السياحية في المقام الأول إلى زيادة الإقبال على خدماتها التي تحقق رغبات ومتطلبات السائحين, لذلك من الضروري أن يكون لدينا معرفة تفصيلية بالسلوكيات المتغيرة للسائحين, وبالتالي هذا يجعل العاملون في مجال تسويق الخدمات السياحية بتحليل حاجاتهم ويميزوا كيف يمكن تحسين منتجاتهم لإشباع حاجاتهم, ولعل العنصر الأهم في هذه المنظومة، هو الموظف، والذي لا بد أن يتمتع أن المهارات الاتصالية والتعامل مع الناس موهبة، فإن الابتسامة من الموظف وشكره للعميل على اختياره الفندق لم تعد كافية، بل يجب أن يحسب أثر أي تصرف خارج منه على الضيوف. فقبل أن يؤدي الموظف الخدمة (حسن، ٢٠٠٦)، يجب أن يستمع للآخرين ويعرف ما يطلبونه وأن يستخدم الألفاظ المناسبة وأن يكون لمامح يعرف ما يريده الضيف إذا تغيرت طريقة كلامه ونبرات صوته وأن يفهم ما يريده من خلال ملامح وجهه وبمعنى أدق أن يضع نفسه مكان الضيف وبدون ذلك فإن الخدمة ستصبح ميكانيكية وتؤدي دون روح (محمد، ٢٠٠٧).

### التصرف عند حدوث المشاكل:

#### أولاً: التعامل مع الشكاوي:

هناك قواعد عامة للتعامل مع الشكاوي , إضافة إلى أن العديد من الفنادق لديها إجراءات قياسية تتبعها للتأكد من أنه قد تم التعامل مع أي شكوى حقيقية, فمن أكثر المهارات لاجتماعية تخصصا وأهمية هي التعامل مع شكاوي الضيوف, فالقاعدة الأهم في التعامل مع في صناعة السياحة هو الضيف دائما على حق (The guest all ways is right) (بدران، بدون). ويعتبر موظفي المكتب الأمامي، هم من يتلقوا أكبر كم من شكاوي النزلاء أكثر من أي قسم آخر في الفندق لأنهم الأكثر تعاملًا مع النزلاء حيث تتيح عملية تلقي الشكاوي لكي، يقوم الفندق بحل المشكلة أو مناقشتها مع النزلاء وإذا تجاهلها فمن الممكن أن يؤثر على احتمال زيارة الضيف للفندق مرة أخرى حيث أن حل المشكلة من الممكن أن يقوم بتحويل الضيف من عميل غير راض إلى عميل دائم.

## ثانياً: رعاية الضيوف:

أن الاهتمام بالضيوف ورعايتهم وتقديم أفضل الخدمات لهم بحيث نجعلهم سعداء في أقامتهم، لكي يعودوا من جديد وتكرار الزيارة فالموظف في الاستقبال يستطيع أن يؤكد لهم أن تجربتهم مرضية، ويمكننا أن نحقق هذا بعرض مهارات فردية جيدة فالإتصال الشفهي وغير الشفهي جيد والتأكد من أن ابتسامة الترحيب هي دائما جزء من الخدمة فإذا استطاع الموظف، استيعاب ومعالجة أي مشكلة قبل حدوثها (الطائي، ٢٠٠٠).

ولكن يجب أن ننوه أنه من الخطأ الإسراف في المجاملة حتى ال تنقلب إلى عكس ما يهدف إليه فخير الأمور أوسطها، فقد تنقلب المبالغة في المجاملة، إلى تصنع وسخرية.

## قواعد الضيافة:

يعبر عن قواعد الضيافة بأنها الأوامر والنواهي التي تكسب مجموعة من الخصال الحميدة ويمكن فيما يلي إيراد التعارف للعناوين التي يندرج تحت قواعد الضيافة فهي تشمل كل من البروتوكول والأتيكيت والمجاملة وسوف نعطي شرح لكل منها:-

### البروتوكول:-

عبارة عن القواعد المتعارف عليها في التشريعات واللقاءات والتي تحدد كيفية التصرف وتحدد كافة السلوكيات من البداية إلى النهاية وهي مؤلفة ومحرره.

### ثانيا: الأتيكيت:-

يُعرّف الأتيكيت بأنه أحد آداب السلوكيات الاجتماعية، سواء كانت المعاشرة، أو الخصال الحميدة، أو التصرف بشكل لبق، والمجاملة، ويمتلك الأتيكيت العديد من القواعد التي تتحكم في تعاملات وسلوكيات الإنسان مع الناس، مما يساعد على الارتقاء بالحياة نحو الأفضل، وتكوين صورة إيجابية للإنسان لدى الآخرين (القره غولي، ٢٠٠٠: الصايغ، ٢٠٠٧).

### ثالثا- الجودة:-

تعني الإحساس بقدرة الخدمة في أداء الوظيفة التي صممت من أجلها بشكل جيد ومناسب وتوصف بأنها درجة الملائمة لغرض الاستعمال وتعتمد على إدراك متطلبات (Cronin, and taylor, 1992)، العميل تؤدي جودة الخدمات دورا حاسما في نجاح المنظمات الفندقية في ظل البيئة التنافسية فالجودة هي مفتاح للوصول للأسواق واستقطاب العميل (الضيوف) فمن خلال تحقيق جودة الخدمة تستطيع المنظمات الفندقية من الوصول الي غايتها الا وهي إرضائهم من خلال إشباع حاجاتهم ورغباتهم بالجودة المناسبة لتحقيق الرضا (Krajewski, 2000)، أن العميل ينظر للجودة من خلال جوانب ثلاثة: أولها الجانب الفني أو التقني الذي يشير للأنشطة والإجراءات ، وكذلك التقنيات الموجودة المقدم عن طريقها الخدمة المتاحة ، و تظهر أثرها في مدى الدقة والسرعة والمنطقية من الأداء والتسلسل ، وبالتالي فهي تنعكس على اتجاهات العميل نحو الخدمة ، و ثانيها الجانب الوظيفي ويهتم بألية أداء الخدمة من مقدميها لدى الجهة ، مما يؤثر على مدى ارتياح العميل ، من قبل العاملين الذين يمثلون الجهة مقدمة الخدمة من خلال مهاراتهم وصدق وعدوهم ومبادرتهم نحو المساعدة، وثالثها الجانب البيئي أو محيط تقديم الخدمة حيث يتم التفاعل من خلالها بين

الموظفين مقدمي الخدمة والعميل وهي تشير للجانب الملموس مثل المباني والآلات والتجهيزات التي تستخدم لإنجاز وتقديم الخدمة للعميل. وتوجد تعريفات عدة لجودة الخدمة، ومنها: "إدراك الزبون لمدى تلبية الخدمة لتوقعاته أو تجاوز تلك التوقعات" (Ming, and Chich, 2006)، ويمكن بيان معنى الخدمة المدركة من خلال الإشارة إلى الفرق بين معنى جودة الخدمة ورضا العميل Offering Service والذي يكون مبنياً على سلسلة من الخبرات السابقة للتقييم، وهذا مفاده أن الجودة تكون أقل ديناميكية مقارنة بالرضا والذي يعد الناتج النهائي للتقييم الذي يجريه العميل لعملية تبادل معينة (Wilson, et al, 2008). ويمكن أن تقاس جودة الخدمة بالاعتماد على خمسة أبعاد وهي الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف.

### المحور الثاني، منهجية الدراسة:-

سنحاول من خلال هذا المحور عرض نتائج التحليل الاحصائي للبيانات في الاستبيان، من خلال استعراض خصائص العينة ومكوناتها ووصف متغيرات الدراسة.  
**فرضية البحث:**

نشر فنون الضيافة يخلق مجتمع راقي خالي من المشاكل التي تظهر بسبب ضعف الوعي في أصول الإتيكيت والتعامل مع الآخرين بكل تفاصيل حياتنا اليومية سواء على مستوى العلاقات الرسمية وغير رسمية وبشكل خاص في العمل السياحي والفندقي الذي يركز على السمعة الجيدة في تقديم الافضل في الاداء الفندقي وتحقيق رضا الضيوف.

### ١- منهجية الدراسة:-

استخدمت هذه الدراسة منهجين، من مناهج البحث العلمي، وهما، المنهج الوصفي التحليلي: لاستعراض أهم الأدبيات ذات العلاقة بأصول التعامل، ورضا الزبائن، وكذلك الرجوع إلي الدراسات السابقة مع إجراء بعض التحليل والمقارنات، كلما أمكن، وذلك لتغطية الجانب النظري من الدراسة؛ والمنهج الميداني، والذي يستخدم لتغطية الجانب التطبيقي من هذه الدراسة، والتي تحاول من خلاله اختبار صحة فرضيتها، والإجابة عن تساؤلاتها، واستخلاص نتائجها من خلال الاعتماد على الاستبانة، تم تصميمها وفقاً للخطوات العلمية المتعارف عليها.

### مجتمع وعينة الدراسة:-

يشمل مجتمع الدراسة وقد تم استخدام عينة عشوائية طبقية كونها أفضل أنواع العينات وأكثرها دقة في تمثيل المجتمع، حيث تتكون العينة من مائة وخمسون مبحوث ومبحوثة وبواقع ( ٥٠ ) أستمارة لكل فندق من الفنادق المختارة وهي، Wather Hotel Suite ، فندق جولدن تولىب كورنيش الدمام، Wather Hotel Suite، وتم استرجع (٢٧) أستبانة غير صالحة للتحليل، وبذلك أصبح عدد الاستبانات الصالحة للتحليل (١٢٣) أستبانة أي بنسبة (٨٢%)، من عدد الاستبانات المسترجعة، ويبين الجدول (١) وصف خصائص لعينة الدراسة

### التكرارات والنسب المئوية حسب متغيرات الدراسة

النسبة	العدد	الفئات	
61.7	76	ذكر	الجنس
38.3	47	أنثى	
39.1	48	عزباء / أعزب	الاجتماعية الحالة
60.9	75	ة/متزوج	
17.8	22	ثانوية عامة فما دون	المؤهل العلمي
69.8	86	بكالوريوس	
12.9	15	ماجستير، دكتوراه	
21.9	27	٢٠-٢٩	العمر
33.3	41	٣٠-٣٩	
29.2	36	٤٠-٤٩	
15.4	19	٥٠-٥٩	
11.1	14	موظف حكومي	جهة العمل
34.9	43	موظف قطاع خاص	
51.2	63	رجل اعمال	
55.2	68	أقل من ثلاث ليالي	الإقامة
30.1	37	من ٤-٧	
14.7	18	من ٧ فأكثر	
69.9	86	عربي	الجنسية
30.1	37	أجنبي	

## تصميم أداة الدراسة

ولتصحيح أداة الدراسة تم اعتماد سلم ليكرت الخماسي لتصحيح أدوات الدراسة، بإعطاء كل فقرة من فقراته درجة واحدة من بين درجاته الخمس (موافق بشدة، موافق، محايد، غير موافق، غير موافق بشدة) وهي تمثل رقمياً (٥، ٤، ٣، ٢، ١) على الترتيب، وقد تم اعتماد المقياس التالي لأغراض تحليل النتائج:

من ١,٠٠ - ٢,٣٣ قليلة

من ٢,٣٤ - ٣,٦٧ متوسطة

من ٣,٦٨ - ٥,٠٠ كبيرة

وقد تم احتساب المقياس من خلال استخدام المعادلة التالية:

(الحد الأعلى للمقياس (٥) - الحد الأدنى للمقياس (١)) / عدد الفئات المطلوبة (٣)

$$= \frac{5-1}{3} = 1,33$$

ومن ثم إضافة الجواب (١,٣٣) إلى نهاية كل فئة.

ثبات أداة الدراسة:

للتأكد من ثبات الأداة، تم حساب الاتساق الداخلي كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha) حيث كانت النتائج كما هو مبين في الجدول (٢).

## جدول (٢)

### معامل الاتساق الداخلي كرونباخ ألفا

المجالات	الاتساق الداخلي
البيانات الشخصية	٠,٧٩
الملموسية	٠,٨١
الاعتمادية	٠,٧٧
الاستجابة	٠,٨٢
الأمان	٠,٩٢
التعاطف	٠,٨٦

يبين الجدول (٢) أن قيم معامل الاتساق الداخلي كرونباخ ألفا لجميع أبعاد فقرات أداة الدراسة (الاستبانة) قد تراوحت ما بين (٠,٨١-٠,٩٢)، حيث يعتبر الثبات ضعيفاً في حال كانت قيم المعامل اقل من (٠,٦٠) إذ يُعد الحد الأدنى لمعامل الثبات هو (٠,٧٠)، كما يعتبر الثبات جيداً كلما كانت قيم المعامل (٠,٨٠) فأكثر، بالتالي فإن القيم الواردة في الجدول السابق تعد مؤشر على ثبات أداة الدراسة، والاتساق بين فقراتها وموثوقيتها وإمكانية الاعتماد عليها لإجراء التحليل الإحصائي.

## ٢- حدود البحث:

أ- الحدود المكانية: تنحصر حدود البحث المكانية ضمن محافظة الدمام.

ب- الحدود الزمانية: تنحصر حدود البحث الزمانية من الفترة التي أجريت فيها البحث

بتاريخ ١-٧-٢٠٢٢م إلي ١-٩-٢٠٢٢م.

المحور الثالث: المناقشة والاستنتاجات:



تم إجراء التحليل الوصفي لجميع متغيرات الدراسة وفقاً لإجابات أفراد عينة الدراسة على الفقرات الواردة في الاستبانة، حيث حسبت المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، واستناداً إلى ذلك فإن قيم المتوسطات الحسابية التي توصلت إليها الدراسة، لتجاوب على فرضية الدراسة حول تأثير أصول التعامل علي رضا السائحين في فنادق الدمام.

للإجابة عن سؤال الدراسة تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتصورات أفراد عينة الدراسة لمستوى توافر أبعاد أصول التعامل في فنادق الدمام.

### جدول رقم (٣)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتصورات أفراد عينة الدراسة لمستوى توافر أبعاد جودة أصول التعامل في فنادق الدمام

تسلسل الفقرات	أبعاد جودة أصول التعامل بفنادق الدمام	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة التوافر
	الملموسية	2.05	0.676	١	منخفض
	التوكيد	1.85	0.696	٥	منخفض
	الاستجابة	1.98	0.799	٣	منخفض
	التعاطف	1.99	0.702	٢	منخفض
	الاعتمادية	1.96	0.717	٤	منخفض
19-1	المتوسط الكلي	1.96	0.718	-	منخفض

يتبين من الجدول (٣) أن المتوسط العام لأهمية جودة الخدمات السياحية في إقليم البتراء بلغ (١,٩٦)، وهذا يعني أن تصورات أفراد عينة الدراسة لمستوى جودة أصول التعامل بفنادق الدمام جاءت بدرجة منخفضة وبتحليل أبعاد جودة الخدمات السياحية في إقليم البتراء يتضح أن الملموسية احتلت المرتبة الأولى وبمتوسط حسابي بلغ (٢,٠٥)، وانحراف معياري (٠,٦٧٦)، يليها بعد التعاطف بمتوسط حسابي بلغ (١,٩٩)، وانحراف معياري (٠,٧٠٢)، وجاء في المرتبة الثالثة بعد الاستجابة بمتوسط حسابي بلغ (١,٩٨)، وانحراف معياري (٠,٧٩٩)، وجاء في المرتبة الرابعة بعد الاعتمادية بمتوسط حسابي بلغ (١,٩٦)، وانحراف معياري (٠,٧١٧)، وجاء في المرتبة الخامسة بعد التوكيد بمتوسط حسابي بلغ (١,٨٥)، وانحراف معياري (٠,٦٩٦)، وفيما يلي عرض تفصيلي لمستوى أبعاد جودة أصول التعامل بفنادق الدمام من وجهة نظر المبحوثين وهي كما يلي:

### أولاً: الملموسية:

تشير البيانات الواردة في الجدول رقم (٤) أن المتوسط الحسابي لتصورات المبحوثين لبعد الملموسية، جاء بدرجة منخفضة، حيث بلغ (٢,٠٥).

### جدول رقم (٤)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتصورات أفراد عينة الدراسة عن فقرات بعد

جودة أصول التعامل بفنادق الدمام

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة التوافر
1-	لدى الفندق أثاث جذاب	2.160	0.876	٢	منخفض
2-	تمتاز مرافق الفندق بالنظافة.	1.985	0.705	٣	منخفض
3-	يتمتع موظفين الفندق بمظهر أنيق.	1.885	0.753	٤	منخفض
4-	مظهر الفندق الخارجي جذاب.	2.175	1.02	١	منخفض
4-1	المتوسط الكلي	2.05	.838		منخفض

فقد احتلت الفقرة (٤) التي تنص على مظهر الفندق الخارجي جذاب "، على المرتبة الأولى، بينما احتلت الفقرة (٣) والتي تنص على يتمتع موظفين الفندق بمظهر أنيق " المرتبة الأخيرة.

ثانياً: التوكيد

تشير البيانات الواردة في الجدول رقم (٥) أن المتوسط الحسابي لتصورات المبحوثين لبعث التوكيد في فنادق الدمام، جاء بدرجة منخفضة، حيث بلغ (١,٨٥).

جدول رقم (٥)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتصورات أفراد عينة الدراسة إدارة لبعث التوكيد جودة أصول التعامل بفنادق الدمام

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة التوافر
5-	الموظفين في الفندق موضع ثقة (أي يمكن الوثوق بهم).	1.75	0.734	١	منخفض
6-	الشعور بالأمان عند التعامل مع موظفين.	1.70	0.837	٥	منخفض
7-	يقدم الموظفون في هذا الفندق الخدمة بدون أخطاء.	2.08	0.810	٣	منخفض
8-	يتصف الموظفون بالأدب واللباقة العالية.	1.74	0.750	٢	منخفض
9-	يمتلك الموظفون المعرفة الكافية للإجابة عن استفسارات	1.99	1.581	٤	منخفض
9-5	المتوسط الكلي	1.85	0.942	-	منخفض

ويشير الجدول رقم (٥) إلى أن الفقرة (٧) التي تنص على " يقدم الموظفون في هذا الفندق الخدمة بدون أخطاء"، جاءت بالمرتبة الأولى، بينما احتلت الفقرة (٦) التي تنص على " الشعور بالأمان عند التعامل مع موظفين " المرتبة الأخيرة.

### ثالثاً: الاستجابة

تشير البيانات الواردة في الجدول رقم (٦) أن المتوسط الحسابي لتصورات المبحوثين لبعد الاستجابة في فنادق الدمام، جاء بدرجة منخفضة، حيث بلغ (١,٩٨).

#### جدول رقم (٦)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتصورات أفراد عينة الدراسة عن لبعد الاستجابة جودة أصول التعامل بفنادق الدمام

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة التوافر
10-	يقدم الموظفين في هذا الفندق الخدمة بالمواعيد المحددة.	1.96	0.822	3	منخفض
11-	يقوم الموظفين في هذا الفندق بتقديم الخدمة بالسرعة الممكنة.	2.04	1.579	١	منخفض
12-	يرغب الموظفين في الفندق بتقديم المساعدة عند الحاجة.	1.94	0.845	٤	منخفض
13-	لا يتأخر الموظفين في هذا الفندق بتقديم الخدمة في حال طلبها.	1.97	0.817	٢	منخفض
13-10	المتوسط الكلي	1.98	1.015		منخفض

ويشير الجدول رقم (٦) إلى أن الفقرة (١١) التي تنص على "يقوم الموظفين في هذا الفندق بتقديم الخدمة بالسرعة الممكنة"، جاءت بالمرتبة الأولى، بينما احتلت الفقرة (١٢) التي تنص على يرغب الموظفين في الفندق بتقديم المساعدة عند الحاجة" المرتبة الأخيرة.

### رابعاً: التعاطف:

وتشير البيانات الواردة في الجدول رقم (٧) أن المتوسط الحسابي لتصورات للمبحوثين لبعد التعاطف جودة أصول التعامل بفنادق الدمام، جاء بدرجة ضعيفة حيث بلغ (١,٩٩)

#### جدول رقم (٧)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتصورات أفراد عينة الدراسة عن فقرات بعد التعاطف جودة أصول التعامل بفنادق الدمام

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة التوافر
14-	يعطي الموظفين في الفندق الاهتمام بالسياح.	1.95	0.745	٣	منخفض
15-	لدى الموظفين في الفندق الرغبة الدائمة في تقديم الخدمة السياح.	2.06	0.905	١	منخفض

منخفض	٢	0.776	1.98	يتفهم الموظفين في الفندق احتياجات السياح.	16-
منخفض		0.808	1.99	المتوسط الكلي	16-14

ويشير الجدول (٧) أن الفقرة (١٥) التي تنص على " لدى الموظفين في الفندق الرغبة الدائمة في تقديم الخدمة السياح"، جاءت بالمرتبة الأولى، بينما احتلت الفقرة (١٤) التي تنص على " يعطي الموظفين في الفندق الاهتمام بالسياح. " المرتبة الأخيرة.

#### خامساً الاعتمادية:

وتشير البيانات الواردة في الجدول رقم (٨) أن المتوسط الحسابي لتصورات للمبحوثين لبعدها الاعتمادية بفنادق الدمام، جاء بدرجة ضعيفة حيث بلغ (١,٩٦)

#### جدول رقم (٨)

المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لتصورات أفراد عينة الدراسة عن فقرات بعد الاعتمادية جودة أصول التعامل بفنادق الدمام

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة التوافر
17-	يلبي الفندق الخدمات المتفوق عليها مع السياح.	1.94	0.751	٣	منخفض
18-	يحل الفندق مشاكل السياح.	1.95	0.794	2	منخفض
19-	يقدم الفندق الخدمة بطريق صحيحة.	1.99	0.820	1	منخفض
16-14	المتوسط الكلي	1.96	0.788		منخفض

ويشير الجدول (٨) أن الفقرة (١٩) التي تنص على " يقدم الفندق الخدمة بطريق صحيحة "، جاءت بالمرتبة الأولى، بينما احتلت الفقرة (١٧) التي تنص على " يلبي الفندق الخدمات المتفوق عليها مع السياح " المرتبة الأخيرة.

#### اختبار الفرضيات:

قبل البدء في تطبيق تحليل الانحدار لاختبار فرضيات الدراسة، قام الباحث بإجراء بعض الاختبارات، وذلك من أجل ضمان ملائمة البيانات لافتراضات تحليل الانحدار، وذلك على النحو التالي: تم التأكد من عدم وجود ارتباط عالٍ بين المتغيرات المستقلة (Multicollinearity) باستخدام اختبار معامل تضخم التباين (VIF Inflation Factory) (Variance) واختبار التباين المسموح (Tolerance) لكل متغير من متغيرات الدراسة، مع مراعاة عدم تجاوز معامل تضخم التباين (VIF) للقيمة (١٠) وقيمة اختبار التباين المسموح (Tolerance) أكبر من (٠,٠٥). وتم أيضاً التأكد من إتباع البيانات للتوزيع الطبيعي (Normal Distribution) باحتساب معامل الالتواء (Skewness) مراعين أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي إذا كانت قيمة معامل الالتواء تقل عن (١).

جدول رقم (٩)

اختبار معامل تضخم التباين والتباين المسموح ومعامل الالتواء

sqewness	Tolerance	VIF		الأبعاد الفرعية
0.953	0.407	2.455	2.05	الملموسية
1.951	0.422	2.370	1.85	التوكيد
1.416	0.364	2.746	1.98	الاستجابة
1.036	0.288	3.471	1.99	التعاطف
1.054	0.284	3.456	1.96	الاعتمادية

نلاحظ من الجدول (٩) أن قيم اختبار معامل تضخم التباين (VIF) لجميع المتغيرات تقل عن (١٠) وتتراوح بين (٢,٣٧٠ ٣,٤٧١)، وأن قيم اختبار التباين المسموح (Tolerance) تراوحت بين (٠,٢٨٤ - ٠,٤٨٨)، وهي أكبر من (٠,٠٥) هذا مؤشراً على عدم وجود ارتباط عال بين المتغيرات المستقلة (Multicollinearity)، وقد تم التأكد من أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي باحتساب معامل الالتواء (Skewness)، حيث كانت القيم اعلى من (١) وتراوحت بين (1.951 - 0.953)

مناقشة النتائج:

فيما يلي عرض للنتائج التي توصلت إليها الدراسة ومناقشتها:

١. إن تصورات المبحوثين لفقرات أبعاد البعد المستقل (جودة الخدمات المقدمة) قد جاءت منخفضة، واحتل بعد الملموسية المرتبة الأولى، تلاه بعد التعاطف، وجاء في المرتبة الثالثة بعد الاستجابة، وفي المرتبة الرابعة جاء بعد الاعتمادية، في حين جاء بعد التوكيد في المرتبة الخامسة والأخيرة، وتدل نتائج الدراسة على أن جودة أصول التعامل تهتم بالملموسية وتمتاز بالتعاطف في رضا السياح في فنادق الدمام.
٢. إن المتوسط الحسابي العام لتصورات المبحوثين نحو أبعاد رضا السياح قد جاء منخفضاً، وقد احتل بعد السعر المرتبة الأولى، وأخيراً جاء بعد تقليل الوقت.
٣. توصلت الدراسة إلى أنه لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد جودة الخدمات السياحية في الاستجابة للخدمة المقدمة، توكيد الخدمة المقدمة، ملموسية الخدمة المقدمة في رضا السياح في فنادق الدمام، وجاءت الأبعاد (الاعتمادية والتعاطف أكثر تأثيراً في جودة الخدمات السياحية).

التوصيات

في ضوء نتائج الدراسة التي تم التوصل لها، فإن الباحث يقدم مجموعة من التوصيات واقتراحات للقائمين على فنادق الدمام، لعلها تسهم في تطوير تلك المنشآت الفندقية وتحسن أدائها، ومن أهم ما نوصي به:

١. يوصي الباحث بضرورة أن تعمل إدارات الفنادق في الدمام على بذل المزيد من الجهود باتجاه تلبية حاجات ورغبات السياح.

٢. ضرورة أتباع استراتيجية تدريبية وتطويرية للعاملين وبشكل دوري ومستمر تركز على تزويد العاملين بالمعارف والخبرات والمهارات التقنية وكذلك في كيفية التفاوض بتعزيز العلاقات مع السياح وصولاً لتحقيق رضاهم.
٣. ضرورة قيام الإدارة الفندقية في فنادق الدمام بأجراء مسوحات دورية عن السياح لتعرف على الخدمات التي يرغبون بها وقياس مستوى رضاهم على الخدمات المقدمة بغية العمل على تحسين مستوى الخدمات وتحقيق أعلى درجات الرضا لدى السياح.
٤. ضرورة قيام الجهات المسؤولة على النشاط السياحي والفندقي الممثلة السياحة والأثار بأعداد برامج التوعية ودعم إدارات الفندقية وزجها للتعامل مع المحيط العالمي لاكتساب الثقافات والبرامج التنظيمية الجديدة لتحقيق الأهداف وصولاً لتحقيق رضا السياح.
٥. تعزيز العلاقة بين الإدارة الفندقية والسياح من خلال متابعة شكاوي الضيوف وحلها بأسرع ما يمكن.
٦. إجراء المزيد من الدراسات فيما يتعلق بأثر جودة الخدمات على رضا السياح في المنشآت الفندقية والسياحية في فنادق الدمام.
٧. مواكبة أحدث التطورات في مجال تكنولوجيا الخدمة الفندقية بهدف تحسين رضا السياح.
٨. الاهتمام بتوفير مختلف التسهيلات اللازمة لنزلاء فنادق الدمام بما يكفل المحافظة على مستوى رضاهم عن الخدمة المقدمة.
٩. بذل جهود مكثفه في توفير أفضل معايير الجودة حتى تتلاءم مع ما يدركه السياح ولاستمرار في تحقيق المستوى المطلوب من الجودة.
١٠. التركيز على مفهوم جودة الخدمات السياحية، ومدى تطابق هذا المفهوم مع ما يدركه السائح من انتفاعه لتلك الخدمة المقدمة له.

#### المراجع

- بدران، عمر حسن احمد، فن التعامل مع الناس، مكتبة جزيرة الورد. جامعة المنصورة، القاهرة، د.ب.
- بوزيان، حسان، أثر جودة الخدمة على رضا الزبون، دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر، مجلة رؤى اقتصادية، العدد السادس، الجزائر، ٢٠١٤.
- جمال، عماد الدين، وآخرون، صناعة الضيافة علم وفن، دار الوفاء، الإسكندرية، ٢٠٠٩.
- حسن، هالة، مبادئ صناعة الضيافة، مؤسسة حورس الدولية / الإسكندرية، ٢٠٠٦.
- سعد، حامد إدارة الضيافة، دار المكاتب والوثائق الوطنية، عمان، ٢٠٠١.
- السعيد، عصام حسين، إدارة المنظمات الفندقية، دار الراية للنشر، عمان، ب ط، ٢٠٠٨.
- الصايغ، أميرة بنت ناصر، أطفالنا والإتيكيت، مجلة الحج والعمرة العدد التاسع، ٢٠٠٧.
- الطائي، حميد عبد النبي، إدارة الضيافة، مركز طارق للخدمات الجامعية / عمان، ٢٠٠٠.
- القره غولي، وهبي، الدبلوماسية والإتيكيت، معهد الخدمة الخارجية، مطبعة وزارة الخارجية، بغداد، ٢٠٠٠.
- محمد، عطية، مبادئ صناعة الضيافة، مكتبة بستان المعرفة، الإسكندرية، ٢٠٠٧.

- Almeida-Santana, A & ,Moreno-Gil, S. (2018). Understanding tourism loyalty :Horizontal vs. destination loyalty. Tourism Managemen.
- Anderson, E.W. and M.W. Sullivan, (1996),Customer Satisfaction and Retention Across Firms.” In Zeithaml, Berry and Parsuraman (Eds.) Presentation in TIMS college of marketing special interest conference on service marketing. Nashville, T.N .September.
- Cronin.J.J and taylor.S.A, Measuring service quality :a re-ex-amination and extension, journal of Marketing, 56(july), 1992, pp 55-68.
- Kim, M. J & ,Park, C. J. (2019). Does Customer Delight Matter in the Customer Satisfaction-Loyalty Linkage? Journal of Asian Finance, Economics and Business.
- Krajewski , leej et larry,(200) Operation Management, Ritzman.
- Ming, W., Chich, J. S. (2006), Relationship between Service Quality and Customer Satisfaction, Journal of Information and Optimization Sciences, Vol. 27, No. 1 ,Taiwan,91.
- Wilson A., Zeithaml, V. A., Bitner M. J. and Gremler D(2008) Services marking: intergang customer focus across the firm”, published by McGraw-Hill Education

## **The effect of handling techniques on tourist satisfaction**

(Field study of a sample of Dammam hotels)

### **Abstract:**

The bases of dealing considers as one of the most important point that can attract the tourist to be as a permanent customer in certain tourist's places than the other and the tourists themselves will convince their relatives and friends according to the cool and nice treatment from the reception and the employers to come and visit these places and the result for that good treatment the tourist's institution will be continue and at the same time get high profits that can stand strongly against the other compeers. It is a set of rules that should do and take care of from man or woman in their relations with the other members of the society in different celebration and duties they have to do the best and avoid the mistakes that may be happened and looking for things make them more close to their families, relatives, friends and even their bosses, also there are some important planning help the people to do the best performance towards their social duties such as the rules of visiting, offering food, calling phones, smoking, the way of talking, waiting in line, the manner of car's driving, the best relationships between male and female, and how to follow the global social development according to our traditional and heritage culture.

**Keywords:** hospitality principles, customer satisfaction, employees, rules