

مستوى كفاءة جوده الخدمة الفندقية – دراسة استطلاعية في فندق المنصور

أ.م. فائز غازي البياتي

رئيس قسم إدارة الأعمال /كلية المأمون الجامعة

المستخلص:

يعد موضوع جودة الخدمة الفندقية من المواضيع التي نالت اهتمام مختلف الباحثين في مجال التسويق والسياحة، وخاصة الذين يبحثون عن إشباع حاجات ورغبات واحتياجات زبائنهم. وجاءت مشكلة البحث كي تقيس مستوى جودة الخدمة الفندقية في فندق المنصور، والتعرف على ذلك المستوى ومن ثم محاولة لتقدير الايجابيات ومعالجة نواحي القصور في الفندق. أما الهدف فهو التعرف على المعوقات التي تعاني منها فنادقنا السياحية، والاستغلال الأمثل للموارد ومحاولة الاستفادة من آخر التطورات التي حصلت في البلدان المتقدمة. أما أهمية البحث فتبينها من خلال قياس مستوى الجودة في الفندق ومعرفة الايجابيات وتعزيزها والسلبيات ومعالجتها. اعتمد الباحث على فرضية رئيسة مفادها عدم وجود اختلاف بين رأي الزبائن وإدارة الفندق حول مستوى جودة الخدمة المقدمة في فندق المنصور. أما أهم الاستنتاجات، بين البحث حول مدى تحقق جودة الخدمة في فندق المنصور، إذ كانت النسب جيدة بالنسبة لرأي المدراء والزبائن كون الفندق يعد من الفنادق الخمس نجوم، وكذلك توفر الوعي السياحي لدى إدارة الفندق من حيث ذات المصادقية والروح الاجتماعية التي تتعامل مع الزبائن وأهمية الكلفة لدى للزبون وتقوم إدارة الفندق بتطويره وتحاول إرضاء الزبون بشكل مستمر، وكذلك بسبب الظروف الحالية لا تستطيع إدارة الفندق إن تقدم للزبون الإثارة الكافية التي نجعل الزبون أكثر إرضاء وقناعة بالفندق، وكذلك هناك تأخير في تقديم الخدمة إلى غرف النوم، وعدم معرفه العاملين في الفندق اللغات المتعددة، وهناك ضعف في مستوى التجهيزات في الوقت الحالي. أما أهم التوصيات فيجب على إدارة الفندق أن تفهم باستمرار بأهمية الخبرات الموجودة لديها وتحاول بشكل مستمر بتطويرها وتميئتها كي تواكب التطورات الحاصلة في العالم من حيث إقامة دورات تدريبه وتعليمية في مجال السياحة والفندق بشكل مستمر لجميع العاملين ولمختلف المستويات الإدارية ولا بد إن تأخذ نظر الاعتبار إبعاد الجودة من حيث الوقت الذي يستغرقه الزبون في الانتظار لحين وصول الخدمة المطلوبة، وأيضاً الدقة في انجاز الخدمة، وضرورة توفير نظام بيانات متكامل يوفر كافة المعلومات التي تحتاجها إدارة الفندق، والوقوف على مستويات الجودة في الفندق من خلال إجراء التقييمات والبحوث والدراسات المستمرة لمستوى جودة الخدمة المقدمة.

Level of efficiency of service quality hotel -A prospective study in the Mansour Hotel

Abstract:

The subject of the quality of hotel services of the topics that gained the attention of various researchers in the field of marketing, tourism and especially those who are looking for to satisfy the needs and desires and needs of their customers and made the research problem in order to measure the quality of hotel services in the Mansour Hotel, and to identify at that level and then attempt to assess the pros and address any deficiencies at the hotel. The goal is to identify the constraints faced by our hotel and tourist optimum utilization of resources and try to take advantage of the latest developments in advanced countries the importance of research by measuring the level of quality in the hotel and know the pros and cons and promotion and treatment. Researcher relied on the premise that the President there was no difference between the view of customers and the hotel management about the level of quality of service provided in the Mansour Hotel. The most important conclusions, the research on the extent to which the quality of service in the Mansour Hotel, as the percentages were good for the opinion of managers and customers that the hotel is one of the five-star hotels, as well as provide tourism awareness of the hotel management in terms of credibility and the community spirit that deal with customers and the importance of cost to the customer and the hotel management to develop and try to please the customer on an ongoing basis and also because of current circumstances, can not manage the hotel that offer the customer excitement sufficient to make the customer more satisfaction and conviction of the hotel and also there is a delay in providing service to the bedrooms and lack of knowledge workers in the hotel multiple languages, and there is weak in the level of equipment at this time. The most important recommendations have to manage a hotel that understands down the importance of the experiences of their existing and constantly trying to develop and development to keep pace with developments in the world in terms of stature sessions of coaching and teaching in the field of tourism and the hotel on an ongoing basis for all workers and the various administrative levels and must take into consideration the quality

dimensions of in the time it takes the customer to wait until the arrival of the requested service, as well as accuracy in the completion of service and the need to provide a system of integrated data provides all the information needed by the management of the hotel and stand on the levels of quality in the hotel, through assessments, research and ongoing studies of the level of quality of service provided

ان جودة الخدمة الفندقية نالت اهتمام العديد من الباحثين في مجال السياحة والفندقه بشكل خاص ، ولقد اثبتت العدد من الدراسات في هذا المجال بأن مواقف العاملين كان سبباً اساسياً وراء نجاح او فشل الخدمة الفندقية وعلى هذا الاساس يجب ان يتم اختيار العاملين في مجال الفنادق وفق معايير خاصة مثل: الصفات الشخصية ومستوى التعليم والصفات البدنية والصحية والدورات التدريبية والخبرات السابقة (الياس ، واخرون ، ٢٠٠٢ ، ١٤٣ / ١٤٤) وقبل التطرق في موضوع الخدمة لا بد لنا من تعريف التسويق بأنة تلك العمليات الادارية التي يتم بواسطتها تحقيق التلاؤم بين المنتجات وما تتطلبه الأسواق (البكري ، 14,1986) ونستنتج من هذا التعريف البسيط بأن الهدف الاساسي في التسويق هو تحقيق الربح وهذا لا يتم الا عن طريق ارضاء المستهلك او الزبون ، ولهذا تعرف الخدمة بأنها: نشاط غير ملموس تهدف الى اشباع الرغبات والاحتياجات عندما يتم تسويقها للمستهلك النهائي او المشتري مقابل دفع مبلغ معين من ماله ولا يشترط ان يقترن بالخدمات ببيع منتجات اخرى (الديوه جي ، 33,1999) او هي نشاطات غير ملموسة والتي تحقق منفعة للزبون او العميل والتي ليست بالضرورة مرتبطة ببيع سلعة او خدمة اخرى (ابو رحمة ، واخرون ، 77,2001) وكما ان مفهوم السياحة من المفاهيم المرتبطة بالخدمات لا بد لنا ان نعرف مفهوم التسويق السياحي والذي يعني التنفيذ العلمي والمنسق لسياسة الأعمال من قبل المشاريع السياحية سواء كانت عامة ام خاصة او على مستوى محلي او اقليمي او وطني او عالمي لغرض تحقيق الاشباع الاقل لحاجات مجموعات المستهلكين المحددين، وبما يحقق عائداً ملائماً (سماره ، 13,2001) وكذلك تم تعريفها بأنها عملية انتقال الانسان من مكان الى مكان لآخر لفترة زمنية بطريقة مشروعة تحقق المتعة النفسية ومن هذه التعاريف نستطيع ان نبين ما هي ابعاد طبيعة النشاط السياحي (الخضيري ، 15-12,1996) :

١. الامان : السياحة كنشاط يتأثر بمدى احساس السائح بالامان، وانه غير مهدد بخطر من الاخطار التي تهدد حياته او ممتلكاته .
٢. التكلفة : وهي من اهم محددات العملية السياحية فكلما كانت التكلفة محددة كان هذا دافعا على زيادة تعامل السائحين
٣. الانبهار : هو اعلى مراحل الاعجاب التي يمر بها السائح عند زياته للمنطقة السياحية ولهذا على ادارة الفندق ان تنمي عناصر الجذب السياحي وتحسن جودتها واطهارها للسائح .
٤. الراحة : أي توفير سبل الراحة اللازمة للسائح والتقليل من الجهد الذي سيبدله في سبيل الحصول على مجموعة المنافع التي ستحققها له الخدمة السياحية التي تعاقد عليها .
٥. الاثاره : هو البحث عن كل مثير وغريب وغير مألوف، فالاثارة تتلاقى بشكل كبير مع طبيعة الشباب المتحفز دائماً والساعي وراء الاثاره
٦. المتعة : وهي اهم جانب، بل ان السياحة هي فن المتعة المعنوية واستمتاع السائح هي الوسيلة الاساسية للعميل .

ولهذا نلاحظ من خلال ابعاد النشاط السياحي تحديد الخطوات الاساسية في تحقيق الجودة الخدمة المقدمة للزبائن (ابو رحمة ، واخرون ، 86-81,2001) :

١. اظهار موقف ايجابي تجاه الاخرين .
٢. تحديد حاجات الزبون
٣. العمل على توفير تلك الحاجات .
٤. التأكد من ان الزبون سوف يعود .

ومن خلال النقاط الاربعة وتأكيدنا على النقطة الرابعة ، هناك محددات رئيسة لجودة الخدمة الفندقية او السياحة بشكل عام (الياس ، واخرون -173-174 (2002) :

١. الوصول وهي سهولة الحصول على الخدمة في المكان والوقت المناسبين وبأقل وقت من الانتظار .
٢. الكفاءة وتتعلق بامتلاك الموظفين المهارات والمعرفة المطلوبة .
٣. اللطف والكياسة وهي معاملة الموظفين للعملاء بلطف وصدقة واحترام .
٤. المصداقية: وهي ان ادارة الفندق وموظفيها يولون العميل الاهتمام والعناية
٥. الجداره وهي الخدمة جديره بالاعتماد عليها .

٦. الاستجابة وهي ان الموظفين يستجيبون بشكل سريع وفعال لطلب ومشاكل العملاء .
٧. الامان وهي ان الخدمة الخالية من المخاطرة او الشك .
٨. الواقعية، أي ان الخدمة يمكن ان تقدم بهذا المستوى الذي تعلن عنه ادارة الفندق
٩. حاجات العميل ان تعمل على فهم حاجات ورغبات العميل .
١٠. الاتصال: تسهيل الاتصال مع العميل وتقديم الخدمة له بشكل كفوء

منهجية البحث :

اولاً – مشكلة البحث :

ان المشكلة الاساسية التي تعاني منها فنادقنا العراقية في الوقت الحاضر، هي انعدام الامن الذي يكون تأثيره بشكل مباشر على تصريف الخدمات السياحية بشكل عام والفنادق بشكل خاص اضافة الى ذلك كيفية تحديد الاستراتيجية المناسبة او الملائمة من قبل ادارة الفندق التي تميزها بشكل كفوء وفاعل عن بقية الفنادق الاخرى والتي يمكن ان تكون عامل جذب للعديد من الزبائن والمحافظة عليهم، وتحويلهم الى عملاء دائمين يتعاملون مع الفندق وهذا لا يتم الا من خلال ادارة كفوءة تتميز بالوعي السياحي من حيث الامان والمصداقية والروح الاجتماعية التي تتعامل مع الزبون ولقد ذكرنا سابقاً ان الفشل الرئيسي للعديد من الفنادق هو الموقف الخاص بالعامل اتجاه الزبون وعلى هذا الاساس بالرغم من ان فنادقنا اليوم تحاول السير واللاحق بالتطورات التي وصل اليها العالم في مجال ادارة الفنادق والضيافة و(التيكيت)، الا ان هذا لايعني بأن هناك بعض نواحي القصور في هذا المجال وخاصة في مجال تنمية وتدريب العاملين و حول الخدمة الفندقية المقدمة وما يتعلق بطريقة التدريب و(التيكيت) داخل الفندق وما الى غير ذلك ، لهذا جاءت مشكلة البحث كي تقيس مستوى جودة الخدمة الفندقية في فندق المنصور، والتعرف على ذلك المستوى ومن ثم محاولة لتقدير الايجابيات ومعالجة نواحي القصور في الفندق .

ثانياً . هدف البحث :

الهدف الاساسي للبحث هو التعرف على المعلومات الاساسية التي تعاني منها فنادقنا السياحية والتي هي بمثابة ثروته اقتصادية، من خلال الاستغلال الامثل للموارد ومحاولة الاستفادة من اخر التطورات التي حصلت في البلدان المتقدمة وامكانية الاستفادة منها في فنادقنا السياحية ومن ثم التعرف على حاجات ورغبات الزبائن، ومحاولة اشباع او تحقيق تلك الحاجات والرغبات بأفضل الوسائل الممكنة ولهذا جاء هدف البحث من خلال الاتي :

- ١ - تعريف ادارة الفندق بأهمية جودة الخدمة المقدمة ومن الضروري متابعة اخر التطورات التي حصلت في الدول الاخرى ومحاولة الاستفادة من الوسائل التي استخدمتها تلك الدول لأشباع حاجات ورغبات زبائننا .
- ٢ - معرفة ماهية المعوقات الاساسيه التي تقف وراء عدم تحقيق المستوى العالي للجودة الخدمة الفندقية .
- ٣ - معرفة ماهي الايجابيات والسلبيات الموجودة ومحاولة لتعزيز الايجابيات ومعالجة السلبيات .
- ٤ - اجراء مقارنة بين رأي الزبائن من جهة وما تأوول اليه ادارة الفندق من جهة اخرى حول مستوى جودة الخدمة المقدمة .

ثالثاً – اهمية البحث :

تأتي اهمية البحث من خلال الاتي :

- ١ - يعد مفهوم جودة الخدمة الفندقية من المفاهيم التي نالت اهتمام العديد من الباحثين والسبب في ذلك يعود الى ان هناك صعوبة في قياس مستوى الجودة وخاصة في مجال الفنادق ولكن من الممكن الوصول الى نتائج مهمة وقريبة منها ولهذا يعد الموضوع حديثاً نسبياً ويحتاج الى تجديد بشكل مستمر
- ٢ - تأتي اهمية من خلال التعرف على مستوى الجودة في فندق المنصور ومحاولة لمعرفة الايجابيات او السلبيات الموجودة وتعزيز تلك الايجابيات ومعالجة المعوقات التي تحد من تحقيق مستوى عالٍ للجودة في ذلك الفندق .
- ٣ - محاولة التعرف على رأي الزبائن وايصاله الى ادارة الفندق لمعرفة المشاكل ومن ثم معالجتها سواء حالياً او في المستقبل ومن ثم اختيارها بشكل توصيات في نهاية البحث .

رابعاً – فرضية البحث :

اعتمد الباحث على فرضية رئيسة مفادها :

عدم وجود اختلاف بين راي الزبائن (مستهلك الخدمة الفندقية) وادارة الفندق حول مستوى جودة الخدمة المقدمة في فندق المنصور .

خامساً – عينية البحث واساليب جمع البيانات والطريقة الاحصائية لتحليلها :
لقد اعتمد الباحث على المصادر العربية لتغطية الجانب النظري اما بخصوص الجانب العملي فقد تم اعتماد فندق المنصور أنموذجاً لاجراء البحث والسبب كونه من الفنادق الكبيرة في بغداد وكثرة زبائنه سواء من داخل او خارج العراق ولقد شمل توزيع الاستبيان على جميع مدراء الفندق ، ولقد صمم الباحث استمارة

الاستبيان الموجودة في الملحق رقم (١) وهي المصدر الرئيسي التي اعتمدت على نقطتين أساسيتين الأولى معلومات عامة عن الزبائن كما هو موضح في الجدول (١) والثانية معلومات متعلقة بجودة الخدمة والتي شملت مجموعة من المتغيرات الأساسية كادارة الفندق ، ومستوى التطوير ومستوى التكلفة وتأثيرها على الزبون وكذلك العاملين في الفندق ومستوى الخدمة المقدمة اضافة الى جميع مرافق الفندق ومن خلال الاستبيان يتم التعرف على رأي الزبائن والمدراء حول مستوى جودة الخدمة في الفندق وحددت الاجابة حسب خيارات معدة مسبقاً (اتفق ، الى حد ما ، لا اتفق) مستنداً الى مقياس ليكرت ذي الترتيب الثلاثي وقد راعى الباحث الصدق والموضوعية في تصميم الاستبيان، وعدم التدخل في الاجابات واعتمد الباحث في التحليل النسب المئوية لبيان رأي المدراء والزبائن وكذلك اعتمد الباحث معامل التوافق لقياس العلاقة بين رأي المدراء ورأي الزبائن وحسب الاتي :

١	I	II	III	
الظاهرة الاولى	A ₁₁	A ₁₂	A ₁₃	N ₁
٢	A ₂₁	A ₂₂	A ₂₃	N ₁
المجموع	N ₁	N ₂	N ₃	N

$$\text{العمود الاول} = \frac{1}{N-1} \left[\frac{A_{11}^2}{N_1} + \frac{A_{21}^2}{N_2} \right]$$

$$\text{العمود الثاني} = \frac{1}{N-2} \left[\frac{A_{12}^2}{N_1} + \frac{A_{22}^2}{N_2} \right]$$

$$\text{العمود الثالث} = \frac{1}{N-3} \left[\frac{A_{13}^2}{N_1} + \frac{A_{23}^2}{N_2} \right]$$

العمود الثالث + العمود الثاني + العمود الاول = k

إذا k هي مجموع حاصل قسمة مربع التكرار في كل خلية على مجموع التكرارات في العمود المقابل للخلية مضروباً في مجموع التكرارات في الصف المقابل للخلية ثم القيام بالخطوة الاخيره هي استخراج معامل التوافق من خلال المعادلة الآتية:

$$C = \sqrt{\frac{K-1}{K}}$$

جدول رقم (١)
خصائص العينة

العمر	العدد	نسبة المشاركة %
أقل من 25 سنة	4	21
25 سنة - أقل من 35 سنة	8	43
35 سنة أقل من 50	4	21
50 سنة فأكثر	3	15

الحالة الاجتماعية	العدد	نسبة المشاركة %
اعزب	10	53
متزوج مع وجود اطفال	6	30
متزوج مع عدم وجود اطفال	2	10
ارمل مع وجود اطفال	1	7
مطلق مع عدم وجود اطفال	-	-
مطلق مع وجود اطفال	-	-

المؤهل العلمي	العدد	نسبة المشاركة %
غير مؤهل	-	-
تعليم ابتدائي	1	7
تعليم ثانوي	3	15
تعليم بكالوريوس	12	63
تعليم عالي	3	15

الطبقة الاجتماعية	العدد	نسبة المشاركة %
الدخل محدود	6	30
الدخل متوسط	11	60
الدخل عالي	2	10

الجنسية	العدد	نسبة المشاركة %
اجانب	1	5
عراقيون	18	95

الجانب العلمي :

أولاً : يوضح الجدول رقم (٢) النتائج التي توصل اليها الباحث عن طبيعة استجابة المديرين حول مستوى جودة الخدمة الفندقية في فندق المنصور مليا اذ كانت النسب جيدة بالنسبة للاسئلة (x1 ، x2 ، x3 ، x4 ، x5 ، x6 ، x7 ، x8 ، x9 ، x10 ، x13 ، x14 ، x15 ، x18 ، x19 ، x20 ، x21 ، x22 ، x24 ، x25 ، x26 ، x27 ، x29 ، x30) بينما كانت استجابة المدراء متوسطة بالنسبة للاسئلة (x11 ، x12 ، x13 ، x16 ، x17 ، x18) اما فيما يخص عن طبيعة استجابة عينية من الزبائن عن مستوى جودة الخدمة الفندقية اذ كانت النسب جيدة للاسئلة (x1 ، x3 ، x8 ، x11 ، x13 ، x14 ، x16 ، x19 ، x20 ، x21 ، x26) بينما كانت استجابة الزبائن متوسطة للاسئلة (x2 ، x4 ، x7 ، x9 ، x10 ، x12 ، x15 ، x17 ، x22 ، x23 ، x25 ، x27 ، x28 ، x29 ، x30) بينما كانت استجابة الزبائن ضعيفة النسب للاسئلة (x5 ، x6) وكما هو موضح في الجدول رقم رقم (٢)

ثانياً – لغرض اختيار فرضية البحث الرئيسية والتي مفادها عدم وجود اختلاف بين رأي الزبائن واداره الفندق حول مستوى جوده الخدمة الفندقية المقدمة من قبل فندق المنصور ولاختبار هذه الفرضية اعتمد الباحث لقياس هذه العلاقة معامل التوافق وحسب الآتي :

$$C = \sqrt{\frac{K-1}{K}}$$

وكما هو موضح في الجدول رقم (3) اذ يبين الجدول بأن هناك توافقاً بين طبيعة استجابة المديرين وطبيعة استجابة الزبائن حول المتغيرات الاتيه (x2 ، x4 ، x5 ، x7 ، x9 ، x11 ، x13 ، x18 ، x21 ، x23 ، x25 ، x29 ، x30 ، بينما يكون التوافق ضعيفاً للمتغيرات الاخرى وحسب ما هو موضح في الجدول رقم (3)

جدول (٢)
النسب المئوية للاسئله المتعلقة بجودة الخدمة
الفندقية في فندق المنصور

الرمز	رأي الزبائن			رأي المدراء		
	اتفق %	الى حد ما %	اتفق %	لا اتفق %	الى حد ما %	اتفق %
X1	86	14	52	-	42	6
X2	71	29	73.6	-	16	10.4
X3	71	29	79	-	15.7	5.3
X4	71	14.5	5	14.5	79	16
X5	71	29	26	-	30.5	41.5
X6	71	-	27	29	30.5	42.5
X7	86	-	42	14	47.3	10.7
X8	57.2	42.8	57.8	-	30.5	11.7
X9	71	29	30.5	-	57.8	11.7
X10	57.2	42.8	10.5	-	73.6	15.9
X11	14.3	71	47.4	14.7	36.6	16
X12	42.8	28.6	20	28.6	57.8	22.2
X13	85	15	36.8	-	28.3	34.9
X14	71	29	42	-	28	39
X15	85	15	42.2	-	57.8	-
X16	42.8	57.2	52.6	-	42	5.4
X17	42.8	57.2	36.8	-	57.8	5.4
X18	57	28.5	10.5	14.5	57.8	31.7
X19	57.2	42.8	68.4	-	30.5	1.1
X20	71	14.5	57.8	14.5	36.8	5.4
X21	85	15	57.8	-	20	22.2
X22	71	29	42	-	42	16
X23	14	86	5	-	84.2	10.8
X24	85	15	52.6	-	36.8	10.6
X25	71	29	28.3	-	47.4	24.3
X26	85	15	57.8	-	42.2	-
X27	57.2	42.8	47.3	-	47.3	5.4
X28	42.8	42.8	30.5	14.4	42	27.5
X29	85	15	36.8	-	42	21.2
X30	57.2	42.8	16.4	-	15.7	17.9

جدول رقم (٣)

معامل التوافق لقياس العلاقة بين استجابات المديرين واستجابات الزبائن

معامل التوافق	رأي الزبائن			رأي المدراء			الرمز
	تكرارات			تكرارات			
	لا تفق	الى حد ما	اتفق	لا اتفق	الى حد ما	اتفق	
0.24	1	8	10	0	1	6	X1
0.58	2	3	14	0	2	5	X2
0.48	8	6	5	2	0	5	X3
0.69	3	15	1	1	5	1	X4
0.50	3	7	9	0	2	5	X5
27	1	3	15	0	2	5	X6
0.52	2	9	8	1	0	6	X7
0.43	2	6	11	0	3	4	X8
0.50	2	11	6	0	2	5	X9
0.41	3	2	14	0	3	4	X10
0.50	5	9	5	1	5	1	X11
0.39	4	11	4	2	2	3	X12
0.53	7	5	7	0	1	6	X13
0.48	6	5	8	0	2	5	X14
0.42	0	11	8	0	1	6	X15
0.30	1	8	10	0	4	3	X16
0.18	1	11	7	0	4	3	X17
0.58	6	11	2	1	2	4	X18
0.23	0	6	13	0	3	4	X19
0.71	1	7	11	1	1	5	X20
0.45	4	4	11	0	1	6	X21
0.46	3	8	8	0	2	5	X22
0.50	2	16	1	0	6	1	X23
0.48	2	7	10	0	1	6	X24
0.51	5	9	5	0	2	5	X25
0.37	0	8	11	0	1	6	X26
0.23	1	9	9	0	4	3	X27
0.38	4	9	6	1	3	3	X28
0.51	4	8	7	0	1	6	X29
0.60	3	3	13	0	3	4	X30

الاستنتاجات والتوصيات :

اولا - الاستنتاجات:

١- بين البحث مدى تحقق جودة الخدمة في فندق المنصور ، اذ كانت النسب جيدة بالنسبة لرأي المدراء كون الفندق يعد من الفنادق ذات الخمس نجوم وكذلك توفر الوعي السياحي لدى ادارة الفندق من حيث المصداقية والروح الاجتماعية التي تتعامل مع الزبائن. واكد البحث على أهمية الكلفة للزبون، اذ تعد عاملاً مهماً في زيادة عدد مرات بقاءه في الفندق وتقوم ادارة الفندق بتطويره بشكل مستمر وتحاول ارضاء الزبون وذوقه بشكل دائمى وترحب بجميع نزلائه مما اثر على الزبون في تعامله مع الفندق ليس فقط حالياً انما بشكل متواصل اما بالنسبة للمساحات الموجودة في الفندق فهي جذابة من حيث الاثاث والمكاتب وان مستوى غرف النوم من حيث الجودة كان عالياً ومن حيث رفاهية زبون والحمامات التي تتميز بالنظافة الدائمة مع توفير الاضاءات غير المباشرة في الممرات المؤديه الى غرف النوم، ولدى الزبون المعلومات الكافية عن الفندق وانواع المطاعم والمأكولات وكذلك تميز هذه المأكولات خاصة المأكولات الشعبية وتوفر الكراسي والمناضد المريحة للزبون وكذلك فإن مقدمي الخدمات في المطاعم يتميزون بالثقافة واللياقة العالية والخدمة الممتازة مع توفر عالي للخدمات الامنية داخل الفندق والمركز الصحي للعناية بالزبائن مع توفير وسائل الاتصال بانواعها كافة والساحات الخضراء التي تتميز بالنظافة المحيطة بالفندق التي يستمتع بها الزبون ولكن بالمقابل يفتقر الفندق الى وسائل الاتصال التكنولوجية المتطورة كالانترنت داخل غرف النوم وكذلك بسبب الظروف الحالية لاتستطيع ادارة الفندق ان تقدم للزبون الاثارة الكافية التي تجعل الزبون اكثر رضا وقناعة بالفندق وكذلك هناك تأخير في تقديم الخدمة الى غرف النوم وعدم اتقان العاملين في الفندق اللغات المتعددة وخاصة اللغة الانكليزية وهناك ضعف في مستوى التجهيزات في الوقت الحالي للصالات المخصصة للحفلات الموجودة في الفندق .

اما بالنسبة لرأي الزبائن فكانت الاجابه جيدة كون الفندق من الفنادق ذات الخمس نجوم وكذلك تأثير الكلفة على زيادة عدد مرات بقاءه ودائماً يرغب الزبون في التعامل مع هذا الفندق دون غيره من الفنادق الموجودة في بغداد ويتمتع الزبون بالوسائل المريحة كالتلفزيون والتلفون وكذلك حمام الغرفة يتميز بالنظافة الدائمة واحتواء الثلجة على المشروبات والمرطبات الاخرى وتتابع بشكل يومي من قبل العاملين عليها ويتميز ومقدمو الخدمات للغرف

النوم بالثقافة العالية والخدمة الجيدة مع توفير مركز صحي يقدم خدمات للزبائن ولكن مقابل ذلك فان ادارة الفندق ليست بالمستوى المطلوب من الوعي السياحي ومستوى التطوير وتحسين جودة الخدمة الفندقية ومستوى الاثاث والكاونترات والمكاتب في صالة الاستقبال ليست بالجودة العالية ومقدمي الخدمات (خدمة غرف النوم) لا يتمتعون بمستوى عال من جودة الخدمة الفندقية ولا توجد خدمة الانترنت داخل غرف النوم كما هو ما موجود وفي البلدان الاخرى وكذلك مقدمو خدمة المطاعم ليسوا بالمستوى المطلوب من حيث التعرف السريع على حاجات الزبائن وكذلك اللغات المتقدمة ومن حيث الخبرة والمهارات في كسب الزبون ومستوى حمامات الساونا وصالات الحفلات ووسائل الاتصال موجودة ولكن ليس بالشكل الذي يرضي الزبائن وكذلك يعاني الزبون من الجهد المبذول للحصول على المنافع بالشكل السريع ولا توجد اثاره يمكن ان تجذب الزبون الذي يتعامل مع الفندق ولكن بشكل عام فأن الفندق هو من افضل الفنادق الموجودة في بغداد ولكن ليس بالمستوى المطلوب كما هو موجود في عالم السياحة والفندقة اليوم .

٢. وفيما يخص معامل التوافق بين استجابات المديرين واستجابات الزبائن وكما هو موضح من خلال الجدول رقم (3) يتبين بأن معامل التوافق مقبول للمتغيرات الاتية : الوعي السياحي الذي تتمتع به ادارة الفندق من حيث الامان والمصادقية والروح الاجتماعية بلغت نسبة التوافق 58% وكذلك اتفق المدراء والزبائن حول تطوير وتنمية الفندق وتحسين جودة اساليب تقديم الخدمة الى الزبائن كانت نسبة التوافق 69% وكذلك مستوى توفير سبل الراحة للزبائن ومحاولة الادارة للتقليل الجهد المبذول من قبل الزبون للحصول على المنافع والخدمات التي يحتاجها 50% اما اثاره اهتمام الزبائن وتقديرهم والترحيب بجميع النزلاء وكانت نسبة التوافق 52% وكذلك المساحات الواسعة للاستقبال والاثاث كانت 50% ويتمتع الزبون داخل الغرفة بكافة الوسائل التكنولوجية كالتلفزيون بلغ النسبة 50% ولكن مقابل ذلك عدم وجود الانترنت داخل غرف النوم واتفق جميع المدراء وعينية الزبائن على ان حمامات الغرف تتميز بالنظافة الدائمة ومزودة بكافة الوسائل واجودها من الصابون والمناشف النظيفة وقبلت نسبة التوافق 53% وتوفر المعلومات اللازمة لدى السائح عن غرف النوم والفندق وانواع المطاعم والمأكولات داخل الفندق اذ كانت النسبة 58% وكذلك تميز المطاعم الفلكلورية داخل الفندق بالمأكولات الطازجة ذات المذاق الجيد والخدمة الممتازة اذ بلغت نسبة التوافق 71% وكذلك هناك توافق على تميز عمال المطاعم الى حد ما بالفهم والدراية الكاملة بخدمة الزبائن والتعرف السريع على حاجاتهم ولهم خبرة في الاستقبال وذو شخصية جذابة ولديهم الخبرة

والمهارة الكافية اذ بلغت نسبة 50 % كذلك توفر كافة الخدمات الامنية للزبون اثناء دخوله وخروجه من الفندق اذ بلغت نسبة التوافق 51 % وتوفر وسائل الاتصال بأنواعها كافة داخل وخارج الفندق اذا بلغت النسبة 51 % وكذلك وجود مساحات خضراء ومواقف لسيارات تحيط بالفندق اذ بلغت نسبة 60 % اما بالنسبة للمتغيرات الاخرى فكانت نسبة التوافق اقل من 50 % كما هو موضح في الجدول رقم (3) ولهذا على ادارة الفندق ان تأخذ هذه المتغيرات وان تحاول تعزيز الايجابيات الموجودة في الفندق ومعالجة السلبيات للوصول الى مستوى مقبول من جودة الخدمة الفندقية كما يشهد العالم اليوم في خدمة الفنادق .

ثانياً التوصيات :

هناك مجموعة توصيات وكالاتي:

- ١- يجب على ادارة الفندق ان تعي وتفهم باستمرار أهمية الخبرات الموجودة لديها وتحاول بشكل مستمر تطويرها وتنميتها كي تواكب التطورات الحاصلة في العالم من حيث مستوى جودة الخدمة المقدمة ، لذلك على ادارة الفندق ان تحاول تكوين خبرات متفاعلة قابلة للتطوير والتحسين المستمر كي تستطيع كسب الزبائن سواء كانوا عراقيين او اجانب (عرب ام غرب) ومحاوله ارضائهم من حيث مستوى الجودة والسعر الجذاب وان عملية المواكبة مع ما يحصل في عالم الفنادق اليوم على الفندق ان يتبع بما يسمى المقارنة المرجعية وهذا ما يقيس مستوى جودة الخدمة المقدمة في الفندق عن طريق مقارنته مع فندق اخر ذي مستوى عال من الجودة المقدمة .
- ٢- لايد ان تفهم ادارة الفندق وان تأخذ بنظر الاعتبار ابعاد الجودة من حيث الوقت الذي يستغرقه الزبون في الانتظار لحين وصول الخدمة المطلوبة من قبله وأيضا الدقة في وصول تلك الخدمة المقدمة وانجازها من كل جوانبها والتعامل مع الزبون وهذا ماتم ذكره بأهمية الموقف في الجانب النظري اذ يعد موقف مقدم الخدمة سبباً اساسياً لنجاح او فشل الخدمة المقدمة في الفنادق وعلى ادارة الفندق بقدر ما تستطيع ان تقدم الخدمة لجميع الزبائن بنفس المستوى الاول للتقديم أي ان تأخذ ادارة الفندق بمبدأ ما يسمى بتناسق الخدمة وامكانية الزبون للحصول عليها بالسهولة الممكنة والاستجابة السريعة من قبل مقدم الخدمة .
- ٣- تأكيداً على النقطة الاولى على ادارة الفندق ان تحاول توفير عاملين ذوي كفاءة وخبرة ممتازة والذين يتميزون بالشخصية القيادية والجذابة وكذلك المؤهل العلمي وخاصة في مجال الاختصاص الذي يكون له الاثر الكبير على مستويالتدريب ومن ثم تأثيره بشكل غير مباشر على مستوى جودة الخدمة

- المقدمة وكذلك على العامل ان يتمتع بالصحة الجيدة والخبرات التي يمتلكها والتي يمكن ان تقاس بعدد سنوات الخدمة في مجال السياحة
- ٤- ضرورة اقامة دورات تدريبية وتعليمية في مجال السياحة والفندقه بشكل مستمر ودوري سواء داخل او خارج الفندق لجميع العاملين ولمختلف المستويات الادارية وذلك للتعرف بشكل مستمر عما هو حاصل في الدول المتقدمة وذلك للوصول الى نفس المستويات التي وصلت اليها تلك الدول .
- ٥- ضرورة توفير نظام بيانات متكامل يوفر كافة المعلومات التي تحتاجها ادارة الفندق وللعاملين فيها ومن الممكن توفير معلومات خاصة للزبائن او النزلاء في الفندق سواء كان ما يخص الفندق بشكل عام او المطاعم او الصالات الموجودة وانواع المأكولات وحمامات الساونا والاسعار الخاصة بها وانواع الخدمات التي يمكن ان تقدمها ادارة الفندق وما الى غير ذلك ويمكن توفيرها عن طريق الانترنت او أي وسيلة اخرى يحصل عليها الزبون وهو في داخل غرفة النوم ويجب ان تحدث هذه المعلومات بشكل دائم كي يمكن الاستفادة منها ولا بد ان تأخذ بنظر الاعتبار العوامل العامة سواء من الناحية السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية وغيرها من العوامل التي يمكن ان تستفيد منها ادارة الفندق من حيث تأثيرها عليه.
- ٦- تحاول ادارة الفندق وبأستمرار الوقوف على مستويات الجودة في الفندق من خلال اجراء التقييمات لمستوى جودة الخدمة وتحاول ان تعزز من الجوانب الايجابية وتعالج العناصر السلبية وذلك من خلال اجراء البحوث والدراسات المستمرة لتحديد حاجات الزبائن ومحاولة اشباعها والتأكد بشكل مستمر من رضا الزبون عنها وبأنه سوف يعود مره اخرى للنزول في الفندق ومن خلال هذه المعادله البسيطة ممكن معرفة اراء الزبائن عن طريق ما يسمى بالتغذية العكسية وذلك للتأكد دائماً بأن مستويات الرضا لدى الزبون عالية .
- 7- على ادارة الفندق ان تحاول وبشكل مستمر ودائمي ان تثير اهتمام الزبون وترحب بجميع نزلائها مهما يكن مستوى ذلك الزبون وان تقدم لهم سيل الراحة والتقدير والاحترام التي يتمتع بها من خلال تقبل الجهد الذي سوف يبذله ذلك الزبون للحصول على الخدمة التي يريدها وهنا يكمن مستوى جودة الخدمة المقدمة من قبل الفندق .
- ٨- تعزز ادارة الفندق وبشكل دائم أهمية العامل وذلك لان مستوى جودة الخدمة الفندقية متوقفة على مستوى جودة خدمة ذلك العامل وان تحاول انشاء نظام تقييم عادل لجميع العاملين وذلك لتطوير ادائهم ومعرفة ذلك الاداء والوقوف عليه لوضع نظام مكافآت وحوافز تشجيعية لرفع مستوى ذلك الاداء ومعرفة حاجة جميع الاقسام الموجودة في الفندق لتوفير الكوادر المتخصصة التي تحتاجها تلك الاقسام الموجودة في الفندق وان تدرك ادارة الفندق أهمية العامل

كونه زبوناً داخلياً والذي يمكن ان يؤثر هذا الزبون على مستوى الترويج الذي تحصل عليه ادارة الفندق من قبله ومن ثم يصبح اداة ترويجية فاعله لكسب العديد من الزبائن الخارجين الذي يتعاملون مع الفندق ولهذا اصبح الاهتمام بالزبون الداخلي من العوامل المهمة والاساسية التي يمكن ان تؤثر على مستوى جودة الخدمة الفندقية .

٩- ان تأخذ ادارة الفندق بنظر الاعتبار أهمية جودة غرف النوم وذلك لان هناك مقوله سياحية مهمة تقول (ان الفندق يبيع النوم) لذلك على ادارة الفندق الاهتمام بغرف النوم وتقديم لها كافة الوسائل والخدمات المعيشية المريحة واللائمة اللازم والترويج الكافي لها والاهتمام بالأجهزة والتجهيزات التي تعكس بصورة واضحة على توفير الراحة الكافية التي يتمتع بها الزبون من حيث الاثاث والمساحة التي توفر فيها كافة المشروبات والمأكولات المعلبة وان تراعي وبشكل هندسي النوافذ الخاصة بغرف الفندق ان تطل على الساحات الخضراء او مسابح الفندق وان يتم اختيار جميع الاثاث والستائر واجهزة الاتصالات مثل الانترنت والتلفاز والتلفون بعناية وذوق جذاب بحيث يثير اهتمام الزبون .

١٠- ان تهتم ادارة الفندق بالممرات المؤدية الى غرف النوم من حيث التهوية والمساحة الممكنة والاضاءة الكافية والتي لا تكون بشكل مباشر بحيث يمكن ان يؤثر في نظر الزبون والاهتمام بضرورة وجود نباتات زينة ومراعاة كافة شروط الدفاع المدني من حيث اجهزة الانذار والاطفاء .

١١- اهمية صالون الاستقبال من حيث الاثاث والكاونترات ودورات المياه والمداخل المؤدية الى المطاعم والصالات الاخرى و يجب توفر كافة وسائل الاتصال وكذلك الاهتمام بالنباتات الطبيعية والزينة التي يمكن ان توفرها عند مداخل صالات الاستقبال في الفندق .

١٢- اهمية توفير المصاعد والتي تكون على عدة انواع منها مساعد للنزلاء ومساعد خاصة لمقدمي الخدمات ونقل الحقائب وما الى غير ذلك .

١٣- توفر صالات خاصة للحفلات والمؤتمرات والندوات فيها كافة الشروط والتجهيزات اللازمة من دورات المياه ووصولاً الى اجهزة الانذار والحريق .

١٤- توفر المطاعم المغلقة او المفتوحة في الحدائق المحيطة بالفندق وتوفر الطاولات او المناضد والكراسي المريحة بأنواعها وتميز المطاعم بالمأكولات الشعبية وضرورة ان يتميز مقدمو خدمة المطاعم يجب ان يتميزون بالثقافة العالية والخدمة السريعة من خلال الفهم الكامل لزيائن والتعرف السريع على حاجاتهم ولهم خبرة ودراية كافية في مجال الاستقبال ويتقنون اللغات العديدة وخاصة اللغة الانكليزية وذوي شخصية قوية وجذابة من حيث التأثير على ارتياح الزبائن ورضاهم عن الخدمة المقدمة .

١٥- أهمية المساحات الخضراء التي تحيط بالفندق وتوفر مرافق السيارات والتي تتميز بالنظافة الدائمة لما لها من تأثير على النظرة الاولى للزبون عند دخوله للفندق.

ملحق رقم (١)

كلية المأمون الجامعة
قسم إدارة الأعمال

أخي الكريم
أختي الكريمة
تحية طيبة

بين أيديكم الكريمة استبانة تحوي مجموعة استفسارات وأسئلة نبغي من ورائها دراسة جودة الخدمة المقدمة في الفندق ، نرجو تعاونكم معنا في ملئ هذه الاستبانة بما يساهم في الوصول الى نتائج بحثية مهمة ، اغراضها لا تتعدى سوى المجال العلمي ولا داعي لذكر اسمك وعنوانك على الاستبانة حيث ان الاجابات ستظهر بشكل مجاميع ، لذا يرجى وضع علامة صح امام الاجابة التي تعكس وجهة نظرك .

نشكر تعاونكم معنا خدمة لمصلحة العلم وتقديم البلد

الاستاذ المساعد
فانز غازي البياتي
رئيس قسم ادارة الاعمال
كلية المأمون الجامعة

أولاً: معلومات عامة :

١ - العمر :

أقل من ٢٥ سنة

()

()

()

()

٢٥ سنة - أقل من ٣٥ سنة

٣٥ سنة - أقل من ٥٠ سنة

٥٠ سنة فأكثر

٢ - الحالة الاجتماعية:

اعزب

متزوج مع وجود اطفال

متزوج مع عدم وجود اطفال

ارمل مع وجود اطفال

مطلق مع عدم وجود اطفال

مطلق مع وجود اطفال

()

()

()

()

()

()

٣ - المؤهل العلمي :

غير مؤهل

تعليم ابتدائي

تعليم ثانوي

تعليم بكالوريوس

تعليم عالي

()

()

()

()

()

٤ - الطبقة الاجتماعية:

الدخل محدود

الدخل متوسط

الدخل عالي

()

()

()

٥ - الجنسية:

اجانب

عراقيين

()

()

ثانياً: الاسئلة المتعلقة بجودة الخدمة الفندقية :

ت	التفاصيل	اتفق	الى حد ما	لا اتفق
١	يعد الفندق من الفنادق الفخمة والخمس نجوم من خلال جودة الطعام وجميع مرافقه وخدماته وثقافته عماله			
٢	يعد الوعي السياحي التي تتمتع به ادارة الفندق من حيث الامان والمصداقيه وروح الاجتماعية عاملا مهما للسانح			
٣	تعد التكلفة التي يتحملها السانح بالفندق عاملا مهما لزيادة عدد مرات بقاءه			
٤	تقوم ادارة الفندق بتطوير وتنمية الفندق وتحسين جودة الخدمة واساليب تقديمها للمستهلك باستمرار			
٥	تقوم ادارة الفندق بتوفير سبل الراحة التي يتمتع بها الزبون من حيث تقليل الجهد المبذول للحصول على جميع المنافع والخدمات المقدمة له			
٦	تحاول ادارة الفندق ان تقدم للسانح ما هو مثير وعريب وغير مالوف ويرضي ذوقه			
٧	تحاول ادارة الفندق ان تثير اهتمام وتقدير وترحيب جميع النزلاء			
٨	دانما يرغب النزلي بالتعامل مع الفندق ليس فقط حاليا وإنما مستقبليا ايضا			
٩	توجد مساحة واسعة في الفندق للاستقبال ، جذابه من حيث الاثاث والكاونترات والمكاتب الامامية مع توفر كفاه وسائل الاتصال			
١٠	تتمتع غرف النوم بمستوى عالي من الجودة ورفاهيه مستهلك الخدمة الفندقية			
١١	يتمتع الزبون داخل الغرفه بكافه الوسائل التكنولوجية كالانترنت والتلفزيون والتلفون			
١٢	وجود من الوسائل المريحة التي تجعل المستهلك اكثر ارتياح واثارة داخل الغرفه			
١٣	حمام الغرفه يتميز بالنظافه الدائمية ومزود بكافه الوسائل واجودها من الصابون والشامبو اضافة الي المناشف التي تتميز بالنظافة			
١٤	يوجد في غرف النوم تلاجحات تحتوي على جميع المشروبات والمعلبات وتتابع من قبل عمال الفندق يوميا			
١٥	المرمات المؤديه الي غرف النوم فيها اضاءات كافيه وبشكل غير مباشر ، مع نباتات زينة ، أجهزة إنذار مع مراعات كافة شروط الدفاع المدني			
١٦	عند الاتصال بمقدم خدمة الغرف لغرض الحاجة تتوفر الخدمة المقدمة بالسرعه الممكنة وبدون تأخير			
١٧	مقدمي خدمة الغرف يتميزون بالثقافه العاليه والخدمة المميزه			
١٨	تتوفر لدى السانح المعلومات الكافيه عن الغرفه والفندق وانواع المطاعم والماكولات داخل الغرفه			
١٩	المطاعم الفلكلوريه داخل الفندق تتميز بالماكولات الشعبيه ذات النوعيه الجيده والخدمة الممتازة			
٢٠	تتميز المطاعم داخل الفندق بالماكولات الطازجه ذات المذاق الجيد التي تميزه عن بقية الفنادق			
٢١	توفر الكراسي والمناضد المريحة التي تجعل الزبون اكثر ارتياحا في هذا الفندق			
٢٢	مقدمي خدمة المطاعم يتميزون بالثقافه العاليه والخدمة السريعه في توفير وجبه الطعام			
٢٣	يتميز عمال المطاعم بالفهم الكامل بخدمة الزبائن والتعرف السريع على حاجاتهم ولهم خبرة في الاستقبال ويتقنون لغات عديدة وذوي شخصية قوية وجذابه ولديهم الخبرة والمهارة الكافية			
٢٤	تتوفر كفاه وسائل والاستفرار داخل الفندق			
٢٥	تقوم إدارة الفندق بتقديم الخدمات الامنيه إنشاء دخول او خروج الزبون من الفندق			
٢٦	يتوفر لدى الفندق مركز صحي يقدم كفاه الخدمات الممكنة للنزلاء وبدون تأخير			
٢٧	وجود حمامات الساونه والمسابع وصالات الحفلات ذات الخدمة الممتازة التي تجعل الزبون أكثر ارتياح والتي تميزها عن بقية الفنادق			
٢٨	توجد صالة حفلات متوفرة فيها كافة التجهيزات ابتداء من دورات المياه إلى أجهزة الإنذار والحريق			
٢٩	توفر وسائل الاتصال بكافه انواعها داخل وخارج الفندق			
٣٠	ما يحيط ببناء الفندق من ساحات ومواقف سيارات ما لها الاثر في نفس الزبون			

قائمة المصادر :

- ١ - الديوه جي ، ابي سعيد ، ادارة التسويق ، الموصل ، دار الكتب للطباعة والنشر ، ١٩٩٩ .
- ٢ - توفيق ، ماهر عبد العزيز ، صناعة السياحة عمان دار زهران ، ١٩٩٧ .
- ٣ - البكري ، ثامر ياسر ، ادارة التسويق ، بغداد ، دار الكتب للطباعة والنشر ، ١٩٨٦ .
- ٤ - الياس ، سراب واخرون ، تسويق الخدمات السياحية ، الطبعة الاولى : عمان دار المسيرة للنشر والطباعة ، ٢٠٠٢ .
- ٥ - الخضيرى ، محسن احمد، التسويق السياحي، الاردن مطبعة مدبولي ١٩٩٦ .
- ٦ - ابو رحمة ، مروان ، واخرون ، تسويق الخدمات السياحية، عمان ، الطبعة الاولى، ادارة البركة ، ٢٠٠١ .
- ٧ - نجمو ، علي فادية ، التقنيات وفن الاتكيت ، دمشق ، دار الرضا ، ٢٠٠٢ .
- ٨ - عطير ، حسين ، واخرون ، ادارة المنشآت السياحية، عمان ، الطبعة الاولى ، دار المسيرة ٢٠٠٢ .
- ٩ - الطائي ، حميد عبد نبي، التسويق السياحي ، عمان، مؤسسه الوراق ، ٢٠٠٣ .
- ١٠ - الخضيرى ، حامد العربي ، تقييم الاستثمارات الفندقية، القاهرة ، دار الكتب العلمية، ١٩٩٩ .
- ١١ - سماره، فؤاد رشيد ، تسويق الخدمات السياحية ، عمان ، الطبعة الاولى ، دار المستقبل للنشر والتوزيع ، ٢٠٠١ .
- ١٢ - الطائي ، حميد، اصول صناعه السياحة ، الاردن ، الطبعة الاولى، دار الوراق للنشر ، ٢٠٠١ .
- ١٣ - توفيق ، ماهر عبد العزيز ، صناعة السياحة ، عمان دار زهران ، ١٩٩٧ .
- ١٤ - الطائي حميد عبد نبي ، صناعة الضيافة ، بغداد الجامعة المستنصرية ، ١٩٩٢ .
- ١٥ - مقابلة ، خالد ، فن الدلاله السياحية ، عمان ، دار وائل للنشر ، ١٩٩٩ .
- ١٦ - السرابي ، علاء مقابله ، خالد ، التسويق السياحي الحديث ، عمان ، دار وائل للنشر ، ٢٠٠١ .