

## جودة خدمات فنادق الخمس نجوم في مدينة العقبة الأردنية من وجهة نظر السياح الأجانب

حكم سالم شطناوي

Hakamss@yahoo.com

قسم الادارة الفندقية - جامعة اليرموك - الأردن

### الملخص:

استهدفت هذه الدراسة تقييم جودة خدمات فنادق الخمس نجوم في مدينة العقبة (جنوب الأردن) من خلال التعرف على الفروق بين إدراكات *Perceptions* السياح الأجانب المقيمين في هذه الفنادق وتوقعاتهم *Expectations* لمستوى الخدمة المقدمة لهم . ولهذا تم اختيار عينة عشوائية من السياح الأجانب قوامها 215 سائحا، وتم استخدام الاستبيان كأداة لقياس الفروق بين إدراكات وتوقعات هذه العينة.

توصلت نتائج الدراسة إلى أن مجال التعاطف (*Empathy*) ومجال الضمان (*Assurance*) قد أظهرتا تقييماً سلبياً دالاً إحصائياً بنسبة فرق (-0.44) لمجال التعاطف و (-0.06) لمجال الضمان، وأظهرت نتائج الدراسة أيضاً أن الدرجة الكلية لفروق تقييم السياح لمجالات جودة الخدمة وعناصرها قد بلغت (-0.02) ؛ وهذا مؤشر إلى وجود فجوة سلبية محدودة في مستوى جودة الخدمات المقدمة مقارنة مع ما يتوقعه السياح للخدمات التي ينبغي أن تقدم لهم. وقد أوصت الدراسة إدارة فنادق الخمس نجوم في مدينة العقبة الاهتمام بعناصر مجال التعاطف ومجال الضمان لرفع مستوى رضا السياح عن الخدمات المقدمة لهم .

**الكلمات المفتاحية :** الأردن - العقبة - فنادق - سياحة - جودة الخدمات .



**المقدمة:**

تشهد الدول المهتمة باستقطاب السياح لقضاء أوقاتهم في مناطقها السياحية تنافساً إيجابياً في مجال الخدمات المقدمة ونظراً لأن السائح ينفق الحجم الأكبر من أمواله داخل وسائل الإقامة كان لا بد من الاهتمام بجودة الخدمات الفندقية المقدمة لهم تحقيقاً للعديد من المنافع كزيادة الإيرادات وتقليل التكاليف والحد من أعداد الشكاوى المقدمة. وفي إطار سعي الفنادق إلى الحصول على أكبر حصة من السياح القادمين، كان الجهد واضحاً للفنادق الأردنية فئة الخمس نجوم لاستقطاب العدد الأكبر من السياح القادمين للمملكة؛ ولكن يلاحظ أن نسب الإشغال الفندقي في فنادق الخمس نجوم تختلف من فندق إلى آخر، إذ حصلت بعض الفنادق على حصة أكبر من غيرها، ويعتقد أن السبب يعود إلى الفروق في جودة الخدمات المقدمة واستكمالاً نحو تحقيق أعلى معدلات الإشغال ومضاعفة الأرباح حاولت فنادق الخمس نجوم في مدينة العقبة الأردنية أن تواكب مستوى التطور الحاصل في جودة الخدمات الفندقية العالمية وأن تسعى إلى تكوين صورة ذهنية مسبقة لدى السياح عن الخدمات المقدمة. وللمحافظة على هذه الصورة كان لا بد من الارتقاء بمستوى هذه الصورة لتجنب حصول فجوات ما بين ادراكات الضيوف وتوقعاتهم للخدمات المقدمة.

تشير إحصائيات وزارة السياحة والآثار الأردنية لعام 2015 إلى وجود اثنين وثلاثون فندقاً فئة الخمس نجوم، ستة منها في مدينة العقبة. والتي تعتبر إحدى زوايا المثلث السياحي الذهبي الأردني (العقبة - البتراء - وادي رم) تقع العقبة جنوب المملكة الأردنية الهاشمية وهي المنفذ البحري الوحيد للمملكة حيث يمتد شاطئها لمسافة 27 كم وينتشر في محيط هذا الشاطئ معظم فنادق فئة الخمس نجوم وتشهد منافسة قوية في مجال تقديم الخدمات للضيوف المقيمين بها. كما تعتبر مقراً لإقامة العديد من السياح القاصدين زيارة البتراء، إحدى عجائب الدنيا السبع وأحد أهم المواقع السياحية الأردنية التي يقصدها العديد من السياح الأجانب من مختلف أنحاء العالم.

ويلاحظ أن معظم رواد هذه الفنادق هم من السياح الأجانب، لهذا فقد سعت هذه الدراسة إلى قياس الفجوة بين توقعات و ادراكات السياح الأجانب المقيمين في هذه الفنادق نحو جودة الخدمات الفندقية.

**أهمية الدراسة:**

تتبع أهمية هذا البحث من الأهمية الكبيرة للقطاع الفندقي كإحدى ركائز النشاط السياحي في الأردن باعتباره من أهم موارد المملكة وأحد أكبر القطاعات المشغلة لليد العاملة؛ الأمر الذي يتطلب رفع مستوى الرضا لدى السياح من خلال دراسة جوانب الضعف والقصور في الخدمات المقدمة لهم ومحاولة علاجها والسعي إلى المحافظة وتنمية الجوانب الإيجابية في ادراكات السياح للخدمات المقدمة لهم في أثناء زيارتهم للأردن والإقامة في فنادق مدينة العقبة.

**أهداف الدراسة:**

يهدف البحث إلى ما يلي:

- 1- التعرف على الفروق بين إدراكات السياح وتوقعاتهم لأبعاد جودة الخدمات الفندقية المقدمة في فنادق مدينة العقبة الأردنية فئة الخمس نجوم؛
- 2- تقييم مستوى رضا الضيوف من خلال دراسة الفجوة بين الإدراكات والتوقعات.
- 3- تقديم توصيات لإدارة الفنادق يمكن الاستفادة منها في تطوير خدمات الفنادق ورفع جودتها للوصول إلى حالة من الرضا للسائح الأجنبي بشكل خاص ولضيوفها بشكل عام.

**مشكلة الدراسة**

إن السياح الأجانب في الغالب توقعاتهم سلبية تجاه الخدمات التي من الممكن أن يحصلوا عليها في بلدان العالم الثالث، ولكن من الملاحظ أن المنظمات الفندقية في الأردن فئة الخمس نجوم تسعى إلى التميز وتقديم خدمات عالية الجودة لترضي من خلالها عملاءها ولتعكس صورة جيدة عن السياحة في الأردن ومشكلة هذه الدراسة يمكن توضيحها من خلال الوقوف على حجم الفجوة بين الخدمات الفندقية المتوقعة والخدمات المدركة من قبل السياح الأجانب المقيمين في فنادق فئة الخمس نجوم في مدينة العقبة الأردنية.

فالفجوة بين التوقع والإدراك تعكس بوضوح نوعية خدمة الفنادق، فهناك فجوة إيجابية (+) وتعني جودة الخدمة في الفنادق جيدة والفنادق تقدم خدمات أفضل من المتوقع وبالتالي يكون الضيف في حالة رضا. وهناك فجوة سالبة (-) وتعني جودة خدمة أقل من المتوقع ويكون الضيف في حالة عدم رضا، وتوجد فجوة صفر (0) وتعني أن جودة الخدمة في الفنادق تلبى احتياجات العملاء. (Boon-Itt, and Rompho (2012)

**الإطار النظري والدراسات السابقة:**

الجودة إحدى الأدوات المهمة في مساعدة أي مؤسسة للاستفادة من مواردها ولزيادة إنتاجها وتميزها وبالتالي تنافسيتها. وبالجودة نحافظ على عملائنا ونضبط تكاليفنا ونسير في الاتجاه الصحيح (الغدير وحداد(2011). وفي المنظمات الفندقية على وجه الخصوص فإن الجودة هي المقياس للحكم على نجاح العمل وهي أحد الأدوات للحصول على خدمة أفضل وحصة سوقية أكبر(الصواف و اسماعيل،(2011).

وقد اختلف العلماء على تعريف محدد للجودة فقد عرفها (Foster,1992) بأنها "الأداء بالمستوى الذي يتوقعه العملاء" أما دراكية (2006) فقد ربطها بجودة الانتاج والتصميم والأداء وركز على جودة التقديم للخدمات والسلع إلى العملاء، وهو ما يمكن تسميته بجودة الخدمة المقدمة (الواقع والإدراك) وهو المؤثر الرئيسي لرضاء الزبائن ونوعية الخدمات المقدمة. وعرفت الجودة من قبل الصميدعي(1992) بأنها عبارة عن نوعية الخدمات المتوقعة والمدركة وهي المحدد الرئيسي لرضا المستهلك أو عدم رضاه (عبد القادر،2015). وفي مجال الخدمات الفندقية فقد عرف الصواف واسماعيل (2011) الجودة الفندقية بأنها "مجموعة من الخواص والصفات التي يجب أن تتصف بها الخدمات الفندقية المقدمة للزبون والتي تلبى متطلباتهم وتفوق توقعاتهم".

ومن خلال العديد من الأدبيات المتعلقة بهذا الموضوع نستطيع تعريف الجودة في المجال الفندقي بانها عبارة عن الصورة المدركة والصورة المتوقعة للخدمة الفندقية؛ وعلى أساس الفرق بين هاتين صورتين يمكن تقييم رضا المستفيد من الخدمة.

#### قياس الجودة:

يعتبر Parasuraman, et al (1988-1991-1994-2004) من أوائل من قاموا بتطوير مقياس لجودة الخدمة وقد عرف بمقياس (SERVQUAL)، إذ يقيس الفجوة بين التوقعات مقارنة بمستوى الأداء الفعلي للخدمة التي يحصل عليها المستفيد. وفي مجال صناعة الضيافة بشكل خاص قام Knutson et al. (1991) بتطوير نموذج قياس خاص بقطاع الضيافة عرف بـ LODGSERV إعتماً على نموذج SERVQUAL الذي استخدمه بعد ذلك العديد من الباحثين لما له من مصداقية وقبول

(Bolton and Drew, 1991)؛ (Mola and Jusoh, 2011).

يتكون مقياس (SERVQUAL) من خمسة أبعاد وكل بُعد له مجموعة من العناصر المرتبطة به حسب البيئة التي يجري عليها القياس. وهذه الأبعاد تتمثل في بعد الملموسية (Tangibility) وتشمل المرافق والتسهيلات المادية والأجهزة والمعدات والأفراد، وبعد الاعتمادية (Reliability) أو القدرة على أداء الخدمة بثقة وبدقة حسب ما تم الاتفاق عليه، وبعد الاستجابة (Responsiveness) أو الاستعداد لخدمة الضيوف بسرعة ورغبة في الاستجابة للخدمات التي يطلبها الضيوف، وبعد الأمان (Assurance) يمثل القدرة على بث الثقة للضيوف وأشعارهم بالأمان في تعاملاتهم، وبعد التعاطف (Empathy) وهو توفير الرعاية والاهتمام الفردي للعملاء وإيجاد الحلول الممكنة. (جاي وزملاؤه، 2007).

#### الدراسات السابقة:

دراسة Mei et al. (1999) عن أبعاد جودة الخدمة الفندقية في قطاع الضيافة في أستراليا تبين أن جودة الخدمة في صناعة الضيافة يمكن تمثيلها من خلال ثلاثة أبعاد وهي شؤون العاملين (السلوك والمظهر) بالإضافة إلى الجوانب الملموسة ومجال الاعتمادية، وتبين أيضاً أنه لتعزيز إدراك الضيوف لجودة الخدمة لا بد من الاهتمام بمظهر وسلوك العاملين.

وفي دراسة Tsang et al. (2000) عن تقييم جودة الخدمة في صناعة الفنادق في الصين من وجهة نظر كل من السياح الدوليين ومدراء هذه الفنادق تبين أن توقعات مدراء الفنادق لجودة الخدمة المقدمة مرتفع جداً بخلاف ادراكات السياح السلبية لجودة الخدمة وهذا يرجع إلى مجرد تطابق أداء العاملين مع المعايير والمواصفات التي وضعها المدراء.

وفي دراسة معلا والطائي (2003) عن تقييم السياح العرب لجودة الخدمات الفندقية المقدمة من قبل الفنادق العاملة في الأردن/ عمان وتحديد تأثير مجموعة من العوامل الديموغرافية المتعلقة بالسياح العرب في هذا التقييم أوضحت النتائج أن تقييم السياح العرب لجودة الخدمات الفندقية كان سلبياً، ولا يوجد أثر للعوامل الديموغرافية في تقييمهم لجودة الخدمات الفندقية.

وإذا انتقلنا إلى دراسة Antony et al. (2004) عن العلاقة بين جودة الخدمة المقدمة في ستة من فنادق المملكة المتحدة باستخدام مقياس SERVQUAL وأداء الأعمال في هذه الفنادق حيث تم قياس جودة الخدمة في ستة مواقع مختلفة تبين وجود اختلاف كبير في جودة الخدمة في هذه الفنادق الستة رغم أنها تتبع نفس السلسلة. كما تبين أن بُعد الاستجابة هو البعد الأهم في التقييم وبعد التعاطف هو الأقل أهمية.

أيضاً دراسة Mohsin and Lockyer (2010) عن تقييم ادراكات العملاء لجودة الخدمة المقدمة أظهرت وجود اختلاف كبير بين توقعات الضيوف وادراكاتهم للخدمة الفندقية في عينة من فنادق الهند.

هذا بينما بينت دراسة الغزاوي والحوامة (2010) أن معظم آراء عينة من نزلاء فنادق الخمس نجوم في عمان كانت راضية عن مستوى جودة الخدمات المقدمة، وأوصت الدراسة بمتابعة التطورات التكنولوجية في صناعة الضيافة بالإضافة إلى توفير المزيد من التسهيلات اللازمة للنزلاء وذلك بهدف رفع جودة الخدمة الفندقية المقدمة.

وفي ماليزيا تبين من خلال دراسة Mola and Jusoh (2011) وجود العديد من الفروق الإيجابية والسلبية بين التوقع والإدراك للخدمات الفندقية، كما تبين من خلال العشرات من البنود التي تم دراستها قيم سلبية ناتجة عن نقص في تقديم الخدمات للضيوف حيث كانت توقعاتهم أكبر من ادراكاتهم للخدمات الفندقية.

هكذا تكشف الدراسات السابقة عن محاولات للكشف عن مستوى الجودة المتوقعة والجودة المدركة في أماكن متعددة من العالم. ويتضح أيضاً أن معظم الدراسات أشارت إلى عناصر تقييم الجودة المتمثلة في الأبعاد التالية: الاعتمادية والاستجابة والتعاطف والأمان والجوانب المادية الملموسة وهي الأبعاد المستخدمة في المقياس المعروف بمقياس (SERVQUAL) Parasuraman et al. (1988) كما أشارت العديد من الدراسات إلى نتائج سلبية بخصوص تقييم الفنادق لمستوى الجودة المقدمة في أماكنها وفق هذا المقياس (Kleynhans and Zhou, 2012).

من الملاحظ أيضاً أن اهتمام الباحثين بدراسة جودة الخدمات الفندقية والعلاقة بين التوقعات والإدراك حديثة ونادرة مقارنة بالقطاعات الأخرى، إضافة لمحدودية هذا النوع من الدراسات في الأردن بالرغم من الحاجة الماسة لكل من إدارة الفندق والضيف للتعرف على وجهات نظر كل طرف، والحاجة الماسة للإدارة الفندقية لبناء قراراتها التسويقية على أسس علمية وموضوعية.

#### الطريقة والإجراءات:

##### أولاً: مجتمع وعينة الدراسة

تكون مجتمع الدراسة من السياح الأجانب (غير العرب) المقيمين لمدة يومين فأكثر في فنادق الخمس نجوم في مدينة العقبة، ويبلغ عدد الفنادق فئة خمس نجوم فيها ستة فنادق بطاقة استيعابية بلغت 1567 غرفة فندقية و 2771 سرير. (وزارة السياحة والآثار، 2015)

**ثانيا: عينة الدراسة**

تم اختيار عينة عشوائية تتلاءم وأغراض الدراسة من السياح الاجانب المقيمين وقت إجراء الدراسة (شهر أكتوبر من عام 2015) في الستة فنادق المشار إليها مع الأخذ بعين الاعتبار أن متوسط نسبة الإشغال في هذه الفنادق خلال فترة إجراء الدراسة كانت 85% من السعة الإجمالية وأن أكثر من 50% من النزلاء هم من السياح الأجانب وبذلك تكون النسبة الإجمالية لعدد السياح الأجانب في وقت إجراء الدراسة هو 1177 سائح. وبناء على الحصر السابق تم اختيار 20% من السياح أي 235 سائح وزعت استمارات عليهم وتم استرداد 215 استمارة صالحه للتحليل الإحصائي .

**ثالثا: أداة الدراسة**

أداة الدراسة في هذا البحث إستمارة إستبيان لقياس جودة الخدمة يعتمد على المقياس الذي أعده Parasuraman,et.al (1988) متمثل في الابعاد الخمسة (الجوانب المادية الملموسة، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف). تم الاستعانة بالاستبيان المعد من قبل Mola and Jusoh (2011) ومشل (2014) في بناء الفقرات الواردة في مجالات قياس جودة الخدمة الفندقية في مدينة العقبة الاردنية، وفق مقياس ليكرت المكون من خمس درجات (راض بشدة، راض، محايد، غير راض، غير راض بشدة)

**صدق الأداة وثباتها:**

تم استخدام اختبار صدق أداة القياس عن طريق عرض الاستبيان على عدد من المحكمين، وتم تعديل الاستبيان بناء على اقتراحاتهم. أما ثبات أداة القياس فقد تم اختباره عن طريق اختبار (كرو نباخ - ألفا) وقد بلغت قيمه 88% لأبعاد جودة الخدمة المتوقعة و 89% لأبعاد جودة الخدمة المدركة وهذه النسبة مقبولة وتعكس ثبات أداة القياس .

**أساليب التحليل :**

لقياس مستوى الفجوة بين الادراكات والتوقعات من وجهة نظر السياح الأجانب لجودة الخدمات التي تقدمها فنادق الخمس نجوم في مدينة العقبة الاردنية تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي المقارن . وتم استخدام برنامج (SPSS) لاستخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والاختبار الثاني.

**خصائص عينة الدراسة :**

يوضح الجدول رقم (1) أن خصائص عينة الدراسة كانت على النحو التالي:

جدول رقم (1) خصائص عينة الدراسة

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
49,30	106	ذكر
50,70	109	انثى
%100	215	المجموع
		الإقامة في فنادق خمس نجوم
9,30	20	اول إقامة
90,70	195	أكثر من إقامة
%100	215	المجموع

يشير الجدول رقم (1) إلى تقارب خصائص عينة الاناث مع الذكور ويعزى ذلك إلى أن السياح الأجانب يكونون برفقة أزواجهم . لهذا لم يتم دراسة تأثير متغير الجنس في مقياس جودة الخدمات المدركة والمتوقعة في فنادق مدينة العقبة.

كما يتضح من الجدول أن 9,30% مقابل 90,70% أقاموا أكثر من مرة في. وهذا السؤال يؤكد أن للسياح الاجانب خبرة حول توقعاتهم لجودة الخدمة المقدمة في فنادق الخمس نجوم.

## تحليل نتائج الدراسة ومناقشتها:

للإجابة عما إذا كانت هناك فروق بين ادراكات السياح وتوقعاتهم لأبعاد جودة الخدمات الفندقية المقدمة في فنادق العينة.

تم استخراج المتوسطات الحسابية لإدراكات السياح وتوقعاتهم لمجالات قياس جودة الخدمة الفندقية وللعناصر التي تشتمل عليها هذه المجالات والمتمثلة في الجوانب المادية للموسسة، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف إذ يعتبر انخفاض مستوى الخدمة هو نتاج الفروق السالبة بين التوقع والادراك ويعتبر مستوى الجودة المقبول لدى السائح هو نتاج الفروق الموجبة بين التوقعات والادراكات. وباستخدام اختبار

(Paired-samples, T.test) لمجموعتين مترابطتين تم استخراج النتائج الموضحة في الجدول رقم (2).

\* الفرق بين المتوسطات الحسابية لإدراكات السياح وتوقعاتهم لمستوى عناصر الخدمة في فنادق الخمس نجوم وقيمة (ت) المحسوبة.

مستوى المعنوية	قيمة ت المحسوبة	الفرق	متوسط التوقع	متوسط الإدراك الفعلي	مجالات الخدمة وعناصرها	
					مجالات الجوانب المادية للموسسة	أولا
0.03	4.03	0.52	3.50	4.02	جاذبية تزيين الفندق وتصميمه	1
0.01	3.49	0.45	3.41	3.86	المظهر الأنيق والمهنية لدى الموظفين	2
0.00	1.66	0.08	3.58	3.66	المظهر العصري للفندق وحدثه المعدات	3
0.04	5.37	0.41-	3.71	3.30	البيئة الهادئة المحيطة بالفندق	4
0.00	3.30	0.30-	3.40	3.10	توفر أماكن لغير المدخنين	5
0.09	2.66	0.10-	3.50	3.40	ديكور ونظافة الغرف والاستقبال	6
0.00	4.05	0.10	3.50	3.60	الأثاث المريح والجذاب	7
0.00	4.04	0.05	3.51	3.56	المتوسط الكلي لمجال الجوانب المادية للموسسة	
					مجالات التعاطف	ثانيا
0.00	3.76	0.45	3.39	3.84	الود والمعاملة من قبل الموظفين	8
0.07	0.00	0.10-	3.66	3.56	التخاطب مع العملاء بأسمائهم	9
0.00	0.63	0.08	3.44	3.52	تفهم الاحتياجات الخاصة بالضيوف	10
0.02	1.32	0.13	4.10	4.23	الاستماع بعناية إلى الشكاوى	11
0.01	2.22	0.75	3.50	4.25	قدرة الموظفين على حل المشكلات	12
0.00	1.38	0.73-	4.25	3.52	مصلحة الزبائن هي مبدأ عمل الموظفين	13
0.22	2.46	0.33-	3.66	3.33	اهتمام خاص من قبل الموظفين لمعرفة جميع النزلاء	14
0.00	0.04	-0.44	3.71	3.27	المتوسط الكلي لمجال التعاطف	
					مجالات الاعتمادية	ثالثا

0.00	0.09	0.01-	3.42	3.41	الموظفون مدربون جيداً ولديهم معرفة	15
0.04	1.81	0.79	3.48	4.27	الدقة في الفواتير المقدمة للزبائن	16
0.03	1.94	0.25-	3.31	3.06	تقديم الخدمات كما تم الإعلان عنها	17
0.01	0.26	0.03-	3.80	3.77	تقدم الخدمات بشكل صحيح من أول مرة	18
0.00	2.87	0.60	3.11	3.71	تقديم الخدمات حسب الوقت المحدد	19
0.04	1.10	0.10-	3.66	3.56	الدقة في خدمات الأغذية والمشروبات	20
0.00	3.21	0.00	3.99	3.99	خدمات الاشراف الداخلي بالوقت المحدد	21
0.02	2.39	0.14	3.54	3.68	المتوسط الكلي لمجال الاعتمادية	
			مجال الاستجابة			رابعاً
0.00	1.95	0.25-	3.31	3.06	إعطاء اهتمام بشكل فردي لكل الضيوف	22
0.00	0.54	0.07-	3.49	3.42	توفير خدمات سريعة	23
0.04	3.50	0.46	3.41	3.87	استعداد دائم لدى الموظفين لمساعدة الضيوف	24
0.33	1.65	0.20-	3.17	2.97	توافر الموظفين عند حاجتهم	25
0.01	3.55	0.90	3.10	4.00	سرعة عمل اجراءات التسكين والمغادرة	26
0.04	3.59	0.33	3.55	3.88	سرعة تقديم خدمات الطعام للضيوف	27
0.00	2.06	0.02	3.33	3.53	المتوسط الكلي لمجال الاستجابة	
			مجال الضمان			خامساً
0.04	0.75	0.10	3.41	3.51	قدرة الموظفين على اشاعة الثقة في نفوس الضيوف	28
0.31	2.46	0.33-	3.66	3.33	توافر الخدمات بسهولة وراحة	29
0.01	1.60	0.10-	3.31	3.21	المعرفة المهنية للموظفين	30
0.04	0.82	0.11	3.62	3.73	يتوفر الأمن والأمان للضيوف	31
0.39	0.54	0.07-	3.49	3.42	لباقة الموظفين وودهم مع الزبائن	32
0.04	2.09	0.06-	3.50	3.44	المتوسط الكلي لمجال الضمان	
0.00	2.44	0.02-	3.52	3.50	الدرجة الكلية لجميع المجالات	

يتضح من جدول (2) أن نتائج تقييم مستوى الجودة في فنادق الخمس نجوم في مدينة العقبة من وجهة نظر السياح الأجانب لكل مجال كما يلي :

مجال الجوانب المادية الملموسة : تقييم السياح لمستوى الجودة في الفقرات رقم 1-2-3-7 تشير الى فروق ايجابية بمعنى هنالك مستوى جيد من الرضا عن جودة الخدمات فيما يخص الفقرات السابقة . وتشير الفقرات رقم 4-5-6

إلى فروق سالبة مما يدل على انخفاض مستوى الرضا عن جودة الخدمات للفقرات السابقة. ويتضح مما سبق أن السياح الأجانب كان أعلى مستوى رضا لهم في هذا المجال للفقرة "جاذبية تزيين الفندق وتصميمه" بدرجة فرق بين متوسط الإدراك والتوقع بلغت 0,52، وبدلالة إحصائية 0,03 وهذا يتفق مع ما جاء في دراسة Shahin,et.al (2010) التي أكدت على أنه يجب على إدارة الفندق الاهتمام دوماً بتزيين الفندق لتوفير خدمات ذات جودة متميزة. وكانت أكبر نسبة انخفاض في مستوى جودة الخدمات في مجال الجوانب المادية الملموسة للفقرة "البيئة الهادئة المحيطة بالفندق" بفرق بين متوسط الإدراك والتوقع مقداره -0,41 وبدلالة إحصائية 0,04.

**مجال التعاطف:** تقييم السياح لمستوى الجودة في الفقرات رقم 12-11-10-8 يشير إلى فروق إيجابية بمعنى أن هنالك مستوى جيداً من الرضا عن جودة الخدمات فيما يخص هذه الفقرات. أما الفقرات رقم 14-13-9 فتشير إلى فروق سالبة دلالة على انخفاض مستوى الرضا عن جودة الخدمات للفقرات السابقة. ويتضح مما سبق أن السياح الأجانب كان أعلى مستوى رضا لهم في هذا المجال للفقرة "قدرة الموظفين على حل المشاكل" بفرق بين متوسط الإدراك والتوقع قدره 0,75، وبدلالة إحصائية 0,01. وإن أكبر نسبة انخفاض في مستوى جودة الخدمات في مجال التعاطف كانت للفقرة "مصلحة الزبائن هي مبدأ عمل الموظفين" بفرق بلغ -0,73، وبدلالة إحصائية 0,00. وفي هذا الصدد فقد أكدت دراسة Karatepe and Ekiz (2004) على أنه حال وجود مشكلة في هذا المجال يجب على إدارة الفندق وضع خطة فاعلة لتدارك الأخطاء وتركز على أن يكون لولاء الضيف ورضاه أولوية وخطة عمل الفندق.

**مجال الاعتمادية:** تقييم السياح لمستوى الجودة في الفقرات رقم 21-19-16 يشير إلى فروق إيجابية، وهذا يعني مستوى جيداً من الرضا عن جودة الخدمات فيما يخص الفقرات السابقة. وتشير الفقرات رقم 20-18-17-15 إلى فروق سالبة مما يدل على انخفاض مستوى الرضا عن جودة الخدمات للفقرات السابقة. ويتضح مما سبق أن رضا السياح الأجانب كان أعلى مستوى بالنسبة للفقرة "الدقة في الفواتير المقدمة" بفرق بين متوسط الإدراك والتوقع مقداره 0,79، وبدلالة إحصائية 0,04. وهذا وكانت أكبر نسبة انخفاض في مستوى جودة الخدمات في مجال الجوانب المادية الملموسة للفقرة "تقديم الخدمات كما تم الاعلان عنها" بفرق -0,25، وبدلالة إحصائية 0,03.

**مجال الاستجابة:** تقييم السياح لمستوى الجودة في الفقرات رقم 27-26-24 تشير إلى فروق إيجابية تعني مستوى جيداً من الرضا عن جودة الخدمات فيما يخص الفقرات السابقة. أما الفقرات رقم 25-23-22 فتشير إلى فروق سالبة مما يدل على انخفاض مستوى الرضا عن جودة الخدمات للفقرات السابقة. بذلك يتضح أن السياح الأجانب كان أعلى مستوى رضا لهم في هذا المجال للفقرة "السرعة في إجراءات التسكين والمغادرة" بفرق 0,90، وبدلالة إحصائية 0,01. كما كانت أكبر نسبة انخفاض في مستوى جودة الخدمات في مجال الجوانب المادية الملموسة للفقرة "اعطاء اهتمام فردي لكل الضيوف" بفرق بين الإدراك والتوقع بلغ -0,25، وبدلالة إحصائية 0,00.

**مجال الضمان:** تقييم السياح لمستوى الجودة في الفقرات رقم 31-28 يشير إلى فروق إيجابية بمعنى أن هنالك مستوى جيداً من الرضا عن جودة الخدمات فيما يخص الفقرات السابقة. وتشير الفقرات رقم 32-30-29 إلى فروق سالبة مما يدل على انخفاض مستوى الرضا عن جودة الخدمات للفقرات السابقة. ويتضح مما سبق أن السياح الأجانب كان أعلى مستوى رضا لهم في هذا المجال للفقرة "يتوفر الامن والامان للضيوف" بفرق بلغ 0,11، وبدلالة إحصائية 0,04. وإن أكبر نسبة انخفاض في مستوى جودة الخدمات في مجال الضمان كانت للفقرة "توفر الخدمات بسهولة وراحة" بفرق بلغ -0,33، ولا توجد دلالة إحصائية لهذه الفقرات 0,31. أما عن الأبعاد الخمسة لمجالات جودة الخدمة الفندقية المتمثلة في مجال (الاستجابة والتعاطف والاعتمادية والضمان والجوانب المادية الملموسة) فيوضحها الجدول رقم (3):

جدول رقم (3)

الفرق بين المتوسطات الحسابية لإدراكات السياح وتوقعاتهم لمجالات قياس جودة الخدمة الفندقية.

م	المجال	الإدراك	التوقع	الفرق	قيمة ت	مستوى الدلالة
1	الجوانب المادية الملموسة	3.56	3.51	0.05	4.04	0.00
2	التعاطف	3.27	3.71	-0.44	0.04	0.00
3	الاعتمادية	3.68	3.54	0.14	2.39	0.02
4	الاستجابة	3.53	3.33	0.02	2.06	0.00
5	الضمان	3.44	3.50	-0.06	2.09	0.04
	الكلية	3.50	3.52	-0.02	2.44	0.00

من الجدول نرى أن جميع هذه المجالات كانت ذات دلالة إحصائية وإن مجال التعاطف كان الفرق له سالبا (-0.44) وهو أعلى مستوى في الفروق السالبة؛ وهذا يعني أن أعلى نسبة عدم رضا عن الخدمات المقدمة في فنادق الخمس نجوم في مدينة العقبة كانت لهذا المجال وبشاركه في الفروق السالبة مجال الضمان ولكن نسبة أقل -0.06.



هذا بينما حصل مجال (الاعتمادية والاستجابة والجوانب المادية الملموسة) على فروق موجبة ، وكان أعلى مستوى رضا للسياح الأجانب لمجال الاعتمادية، إذ حصل على مستوى فروق ايجابي بلغ 0.14 . وبلغ مستوى الرضا عن مجال الجوانب المادية الملموسة 0.05 ويليه مباشرة مجال الاستجابة بفرق ايجابي بلغ 0.02. أما بالنسبة للدرجة الكلية لجميع مجالات تقييم جوانب الخدمة الفندقية في فنادق مدينة العقبة الأردنية من قبل السياح الاجانب فقد كان متوسط الفروق بمجملها سلبية بدرجة بسيطة -0.02. بمعنى أن مستوى رضا السياح عن الخدمات المقدمة كان سلبيا إلى حد ما ويحتاج إلى جهد قليل من خلال معالجة جميع ما ورد في الفقرات ذات الفجوات السالبة من مجالات مقياس جودة الخدمة الفندقية ، لتصل النسبة إلى حد التطابق أو لما يزيد عنه. ومن جماع ما سبق يمكن أن نصل إلى مجموعة توصيات يمكن تقديمها إلى صناع القرار في فنادق مدينة العقبة فئة الخمس نجوم لرفع مستوى رضا السياح عن الخدمات المقدمة .  
ومن خلال ربط نتائج هذه الدراسة بالدراسات السابقة يتضح أن نتائج هذه الدراسة إتفقت إلى حد كبير مع نتائج دراسة كل من ( Juwaheer and Ross,2003) وإن اختلفت مع دراسة (Antony et al. 2004).

### التوصيات :

من خلال ما أظهر من نتائج يوصي الباحث بما يلي:

أولا : فيما يخص مجال الجوانب المادية الملموسة (Tangibility) ضرورة الاهتمام بتطوير البيئة المحيطة بالفندق بحيث تكون أكثر هدوءاً لإقامة السائح مع الاهتمام بالنظافة العامة للفنادق؛

ثانياً : فيما يخص مجال التعاطف (Empathy) يجب تدريب العاملين على آلية الاتصال مع السائح بحيث يشعر السائح بالاهتمام الفردي الخاص الصادق وان يؤمن الموظفين بأن مصلحة الزبون هي الأساس وليس المصلحة الشخصية للعامل أو الفندق؛

ثالثاً : في مجال الاعتمادية (Reliability) على ادارة الفندق توفير كافة السبل للموظفين لإبصال الخدمات التي تم وعدهم بها من خلال الاعلانات وتطوير عمل الموظفين من خلال دورات تأهيلية وتطويرية دائمة؛

رابعاً : في مجال الاستجابة (Responsiveness) فلا بد من توفير العدد الكافي من الموظفين القادرين على أداء أعمالهم بشكل سريع؛

خامساً : في مجال الضمان (Assurance) يترتب على العاملين بث الثقة في نفوس الضيوف واشعارهم بها في كل مجالات الخدمة المقدمة وذلك من خلال تقديمها بشكل ودود وبكل سهولة ويسر ، وبما يتوافق مع المعايير العالمية لخدمات الضيافة .

### المراجع :

- جاي ككاندا مبولي ، كوني موك، بيفرلي سباركس (2007) ادارة جودة الخدمة في الضيافة و السياحة ووقت الفراغ، ، تعريب سرور علي ابراهيم سرور، دار المريخ للنشر.
- الدرادكة. مأمون (2006). إدارة الجودة الشاملة وخدمة العملاء، عمان، الطبعة الأولى، دار الصفاء للنشر والتوزيع.
- الصواف. محفوظ ، و إسماعيل. عمر (2011). مدى توافر قيم ثقافة الجودة في المنظمات الفندقية دراسة حالة فندق نينوى الدولي. مجلة جامعة كربلاء العلمية ، 9 (1): 76-91.
- عبد القادر. محمد نور (2015) قياس جودة الخدمات الصحية في المستشفيات الحكومية في السودان من وجهة نظر المرضى والمراجعين ، المجلة الاردنية في ادارة الاعمال. 11(2):899-920.
- العزاوي. نجم ، والحوامدة ، نبيل .(2010). قياس إدراك جودة الخدمات الفندقية من وجهة نظر الزبائن . مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية ، 25 ، 139-164.
- الغدير. حمد؛ حداد. شفيق ؛ جودة. محفوظ (2011) جودة خدمات مكتبة أمانة عمان الكبرى بين التوقع والإدراك "دراسة ميدانية من وجهة نظر المستفيدين .مجلة دراسات الجامعة الاردنية ،38(2) :525-545.
- مشعل . فهد منذر(2014) " اثر جودة الخدمات الفندقية على رضا ضيوف فنادق الخمسة نجوم في مدينة عمان " رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة الزرقاء ،الأردن.
- معلا. ناجي، و الطائي. حميد (2003). تقييم السياح العرب لجودة الخدمات الفندقية التي تقدمها الفنادق ،مجلة دراسات للعلوم الإدارية -عمان، 30(1) 1، 128-144.
- وزارة السياحة والآثار الأردنية ، مديرية المعلومات والاحصاءات ، النشرة الإحصائية السنوية، 2015.
- <http://www.mota.gov.jo/Contents/StatisticsAr.aspx>.

Antony, J; Antony, F.J. and Ghosh, S. (2004). Evaluating service quality in UK hotel chain: a case study. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 16(6), 380-384.

- Bolton, N. and Drew, H. (1991). A longitudinal analysis of the impact of service changes on customer attitude. *Journal of Marketing*, 55, 1-9.
- Boon-itt, S. and Rompho, N. (2012). Measuring Service Quality Dimensions: An Empirical Analysis of Thai Hotel Industry, *International Journal of Business Administration*. Vol. 3, No. 5; 2012.
- Foster, D. (1992). *Marketing Hospitality: Sales and Marketing for Hotels, Motels and Resort*, Macmillan/Mc Grew –Hill School Publishing Company, P10.
- Karatepe, M. and Ekiz, H. (2004). The effect of organizational responses to complaints on satisfaction and loyalty: a study of hotel guests in Northern Cyprus. *Manage. Serv. Qual.* 14(6):476-486.
- Kleynhans, C. and Zhou, P. (2012) "Service quality at selected hotels in Pretoria, South Africa." *African Journal of Business Management* 6(45): 11342-11349.
- Knutson, B; Stevens, P; Wullaert, C; Patton, M. and Yokoyama, F. (1991) LODGSERV: A Service Quality Index for the Lodging Industry. *Journal of Hospitality and Tourism Research* 14: 277-284. 54.
- Mei, W; Dean, M. and White, J. (1999) "Analysing service quality in the hospitality industry", *Managing Service Quality*, Vol. 9, Issue 2, pp. 136-143.
- Mohsin, A. and Lockyer, T. (2010). Customer perceptions of service quality in luxury hotels in New Delhi, India: an exploratory study: *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 22 No. 2, 2010, pp. 160-173.
- Mola, F. and Jusoh, J. (2011). Service Quality in Penang Hotels: A Gap Score Analysis. *World Applied Sciences Journal (Special Issue of Tourism and Hospitality)*, No.12, pp.19-24.
- Parasuraman, A; Berry, L. and Zeithaml, A. (1991) Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale. *Journal of Retailing* 67: 420-450.
- Parasuraman, A; Berry, L. and Zeithaml, A. (2004) Refinement and reassessment of the SERVQUAL scale. *Journal of Retailing*. 67: 114-130.
- Parasuraman, A; Zeithaml, A. and Berry, L. (1994) Reassessment of expectations as a comparison standard in measuring service quality: implications for further research. *The Journal of Marketing* 58: 111-124.
- Parasuraman, A; Zeithaml, A. and Berry, L. (1988) SERVQUAL: A Multiple -Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing* 69: 12-37. 25.
- Shahin, A. and Debestani, R. (2010). Correlation analysis of service quality gaps in a four-star hotel in Iran. *Int. Bus. Res.* 3(3):40-46.
- Juwaheer, D. and Lee-Ross, D. (2003) "A study of hotel guest perceptions in Mauritius", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 15 Iss: 2, pp.105 – 115.
- Tsang, N. and Qu, H. (2000). Service Quality in China's Hotel Industry: a Perspective from Tourists and Hotel Managers. *International J. Contemporary Hospitality Management*, 12(5): 316-326.

### **Service Quality at five star hotels in Aqaba City from foreign tourists' perception**

**Hakam Salem Shatnawi**

**Department of Hotel Management - Yarmouk University**

#### **ABSTRACT:**

This study aimed to examine the service quality of the five star hotels in the Aqaba city (South of Jordan) through identifying the differences between the perceptions of foreign tourists staying in these hotels and their expectations for the level of services provided to them. Thus, 215 questionnaires were distributed randomly to tourists and the questionnaires were used to measure the differences between the perceptions and expectations of the study sample. The results indicate that the Empathy and Assurance have a negative significant effect on the Empathy (0.44) and (0.06-) for the Assurance. The results also showed the

differences of tourists' measurement for the service quality and their variables reached (0.02-) and there was a limited negative gap in the level of service quality with what the tourists' expected forms the five star hotels in the Aqaba City. The study recommends the management of five star hotels of the Aqaba city give more concern to the Empathy and Assurance variables to improve the level of service quality for tourists' satisfaction.

**Keywords:** Jordan, Aqaba, Service Quality, Tourism, Hotel.