

تحديد مستوى جودة الخدمة للسائح الديني بحث مقارنة لفنادق ومجمعات الايواء السكني في محافظتي كربلاء والنجف

. قيس زهير عبد الكريم الحسني *

يهدف البحث الى التعرف على مستوى الخدمات المقدمة للسائح الديني الذي يقصد محافظتي كربلاء والنجف خلال العام من خلال توفير الفنادق المناسبة لهم ونوعية الخدمات التي تقدمها هذه الفنادق ، ونسبة المصروفات الى الايرادات ونسبة المشغلين التي تتكبدها الفنادق في كلا المحافظتين لخدمة النزلاء من ا تحسين هذه الخدمات لجذب المزيد من الزائرين وتقديم خدمة تلبي احتياجاتهم وتوقعاتهم وتشعرهم بالرضا تجاه الخدمات المقدمة، مما يسهم في زيادة الدخل القومي للبلاد وتحقيق فرص عمل لشريحة كبيرة من العاطلين.

اعتمد البحث المنهج التحليلي () 247 602 فندق ومجمع ايوائي في محافظتي

اهم نتائج البحث هي انخفاض الخدمات التي تقدمها فنادق القطاع الخاص للنزلاء بشكل عام في كلا المحافظتين عدا خدمات الانترنت فانها حققت اعلى مستوى خدمة كما تبين ارتفاع نس في محافظة النجف عن نسبة مشغلي الفنادق في محافظة كربلاء و انعكس هذا على ارتفاع نسبة تكلفة

، السائح الديني، فنادق القطاع الخاص :

* الجامعة التقنية الوسطى- الكلية التقنية الادارية/بغداد

تعد السياحة الدينية في العراق مصدرا من مصادر الدخل نتيجة لوجود العتبات المقدسة والمزارات الدينية المتنوعة فيها، والتي يقصدها شريحة كبيرة من الزائرين خصوصا في منطقة وبالتحديد محافظتي كربلاء والنجف.

وعليه فان الاهتمام بجودة الخدمات السياحية المقدمة للزائرين ينعكس ايجابيا على اقتصاد البلد ويحقق فرص استثمارية كما يوفر فرص عمل كثيرة، لذا لا بد من التركيز على تقديم خدمة متميزة تتسم بالجودة تلبي احتياجات الزائرين وتفي بمتطلباتهم مما يؤدي الى شعورهم بالرضا وتشجيعهم على الزيارة من جديد.

ونتيجة للازدياد المستمر في اعداد الزائرين لمحافظة كربلاء والنجف ، فقد ارتفع الطلب على الفنادق ومجمعات الايواء السياحية، عليه دعت الحاجة لمعرفة مستوى ونوعية الخدمات التي تقدمها فن ومجمعات الايواء السياحية في المحافظتين للزائرين وفيما اذا كانت اعداد هذه الفنادق كافية لاستيعاب الزائرين خاصة في المناسبات الدينية.

تكمن اهمية البحث في معرفة نسبة اعداد ودرجات الفنادق ومجمعات الايواء السياحية المتوفرة في محافظة المصروفات الى الإيرادات وماهي درجات الفنادق الاكثر طلبا للزائرين ، كما يسعى البحث الى معرفة نواحي القصور في فنادق ومجمعات الايواء السياحية للمحافظتين لمستوى تقديم الخدمات للزائرين.

جاءت اهم التوصيات بضرورة الاهتمام بالخدمات المقدمة للزلاء ، والتركيز على انشاء معاهد متخصصة في مجال الفندقية والسياحة تؤهل العاملين لسوق العمل لاجل تحسين جودة الخدمات المقدمة، وتطوير البنى التحتية للمحافظات بما يتواءم مع الطلب المتزايد لاعداد الزائرين. تناول البحث اربع مباحث ، خصص المبحث الاول للمنهجية والدراسات السابقة ، بينما الثاني الجانب النظري ، اما المبحث الثالث فغطى الجانب العملي ، واخيرا المبحث الرابع للاستنتاجات والتوصيات.

اولاً: منهجية البحث

1.

في تزايد اعداد الزائرين الى محافظتي كربلاء والنجف من العراقيين وغير العراقيين الراغبين في زيارة العتبات المقدسة مما يشكل ارتفاع الطلب على الفنادق ومجمعات الايواء السياحية والحاجة الى معالجته معالجة جادة ، اذ يقاس الطلب باعداد الزوار (عدد ليالي المبيت) ضعفا لادراك اصحاب الفنادق والمجمعات الايوائية لاهمية جودة الخدمة السياحية والحاجة للاهتمام بها بشكل اكبر ، وعليه تكمن مشكلة البحث في التساؤلات التالية:

- ا. هل هناك اعداد كافية للفنادق ومجمعات الايواء السياحية التي تستقطب هذا العدد الكبير من الزائرين ؟
- ب. ما هي نوعية ومستوى الخدمات التي توفرها هذه الفنادق للزلاء في محافظتي كربلاء والنجف ؟
- ج. ما هي نسبة اجمالي المصروفات الى اجمالي الإيرادات للفنادق في كلا المحافظتين؟

د.ماهي نسبة مشغلي الفنادق في محافظتي كربلاء والنجف؟

2.هدف البحث

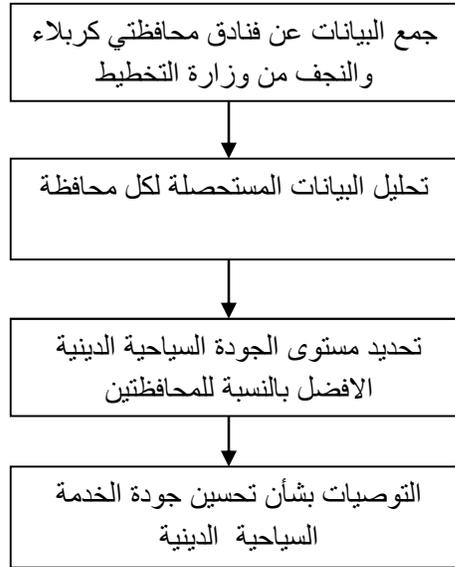
- التعرف على نسبة درجات الفنادق في محافظتي كربلاء والنجف التي تشهد اقبال كبير من قبل الزائرين ب.معرفة نوعية الخدمات المقدمة من قبل الفنادق وما هو مستوى تقديمها للنزلاء.
- التعرف على نسبة اعداد الزائرين النازلين في الفنادق واجراء مقارنة بين محافظتي كربلاء والنجف.
- التعرف على نسبة اجمالي المصروفات الى اجمالي الايرادات التي تتكبدها كلا من فنادق محافظتي

افظتين.

3.اهمية البحث

- اهمية موضوع جودة الخدمة السياحية الدينية لما له من دور في تقديم خدمة جيدة في الوقت المناسب بحيث تلبي حاجات ورغبات الزبائن.
- تقديم دراسة مفيدة لقطاع السياحة والفندقة تمكنها من معرفة نواحي القصور في المحافظتين وما هي سبل علاجها.
- التركيز على الخدمات التي يجب تقديمها للزائرين والمشاريع الاستثمارية الاكثر اهمية لمعالجة الطلب المتزايد لاعداد الزائرين.

4.



:

5. متغير البحث

التعريف الاجرائي لمتغير البحث (جودة الخدمة) :
عن طريق الخدمات التي تتوافق مع توقعات الزبائن. [1]
وقد تم التوصل الى المتغير الاجرائي للبحث من خلال مؤشرات وضعت لقياس أهداف البحث.

6. منهج البحث

استخدم المنهج المقارن ،فهو منهج مسحي ،يقوم الباحث بمقارنة الاداء في عدد من المؤسسات والوحدات الادارية [2]،وقد تم جمع البيانات بواسطة الاحصائيات المتوفرة في جهاز الاحصاء المركزي لوزارة التخطيط .

7.

ا. الحدود المكانية:تمثلت بفنادق ومجمعات الايواء السكنية في محافظتي كربلاء والنجف.
ب. الحدود الزمانية: تمثلت بمدة عام من 2015/1/1 ولغاية 2015/12/31.

8.

تم اختيار فنادق ومجمعات الايواء السياحية في مدينتي النجف وكربلاء مجتمعاً للبحث وذلك لاهمية السياحة الدينية في المدينتين لما تحتويه من مرافد ومزارات دينية يفد عليها ملايين الزائرين سنويا ، وقد 602 فندق ومجمع ايوائي في محافظة كربلاء و 247 فندق ومجمع ايوائي في محافظة النجف.

9.

ا. الجانب النظري :اعتمد البحث في جانبه النظري على الكتب والرسائل والاطاريح المتوفرة في ا
ب. الجانب العملي: تم جمع البيانات من الاحصائيات المتوفرة في جهاز الاحصاء المركزي لوزارة التخطيط لعام 2015.

10. أدوات تحليل البيانات

تم اعتماد الاساليب التالية للوصول الى نتائج البحث: [3]

ا. النسبة المئوية = (الجزء/الكل)*100%

ب. = (/) * 100%

ج.نسبة المصروفات=(اجمالي المصروفات/اجمالي الإيرادات) * 100%

د.نسبة المشغلين = (عدد المشغلين /عدد النزلاء)*100%

هـ.نسبة تكلفة العمالة=(اجمالي الاجور والمزايا/اجمالي الإيرادات) * 100%

و. نفاقية للنزيل الواحد=(اجمالي إيرادات الفندق /عدد النزلاء)*100%

ثانياً: دراسات سابقة

دراسة (عزيز ومطلق، 2015) [4] "خصائص الخدمة السياحية وتأثيرها على جودة الخدمة في فنادق الدرجة الممتازة"،، يهدف البحث الى الارتقاء بمستوى الخدمات السياحية وجودتها في فنادق الدرجة الممتازة في بغداد، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، اذ تم توزيع 60 استبانة على عينة من المديرين ورؤساء الاقسام والشعب في فنادق الدرجة الممتازة لمدينة بغداد، وتوصل البحث الى ان ابعاد الضمان والملموسية و الاستجابة والموثوقية والتعاطف هي الاكثر استخداما في المنظمات الفندقية واوصى البحث بضرورة الاهتمام اكثر بهذه الابعاد والعمل على تلبية توقعات العميل.

(2010) [5] "ادراك جودة الخدمات الفندقية من وجهة نظر الزبائن/دراسة ميدانية لفنادق من فئة الخمس نجوم في عمان"، هدفت الدراسة الى معرفة مستوى الخدمات المقدمة في الفندق والتوصل الى مقياس لجودة الخدمة المقدمة للزبون. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، اذ تم توزيع 60 استبانة على ضيوف خمس فنادق من الدرجة الاولى في عمان ، وتم اختبارها بمجموعة من الوسائل الاحصائية، وتوصلت الدراسة الى وجود علاقة بين جودة الخدمة الفندقية وادراك الزبائن فنادق الخمس نجوم وان جودة خدمة الفندق اقل من المتوقع ، كما واصلت الدراسة بالاهتمام بتوفير مختلف التسهيلات اللازمة لنزلاء فنادق الخمس نجوم للمحافظة على مستوى رضاهم عن الخدمة المقدمة وكذلك الاهتمام بتدريب العاملين على فن التعامل مع الزبائن.

(2013 Suhu Rao) [6] "تأثير جودة الخدمة على رضا الزبون في صناعة الفنادق"، هدفت الدراسة الى تقييم مستوى توقع العملاء لجودة الخدمة المقدمة من قبل موظفي مكاتب May Fair في خمس ابعاد هي الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، التوكيد، والتعاطف. وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، اذ تم توزيع 60 للفندق ، واختبرت بمجموعة من الوسائل الاحصائية، وتوصلت الدراسة الى ان معظم الزبائن يشعرون بالارتياح تجاه جودة الخدمات المقدمة من قبل موظفي الاستقبال لفندق May Fair بالاهتمام بعيد التعاطف لانه كان اضعف الابعاد و يجب على ادارة الفندق اقامة دورات تدريب خاصة لتحسين التواصل الفعال، واوصت ادارة الفندق بالمحافظة على ادامة جودة بعد الملموسية لانه كان اقوى

(2012 Campos & Marodin) [7] "الفندق"، هدفت الدراسة الى تحليل مستوى رضا نزلاء الفندق عن الفجوات القائمة بين توقعات وادراك الخدمة المقدمة في الفنادق، من خلال توزيع استبانات على 1440 نزيل في ست فنادق ذات التصنيف السياحي المترف، حيث جمعت العينات على مرحلتين الاولى، تم اجراء المقابلة الاولى مع النزلاء قبل والثانية بعد انتهاء اجراءات المغادرة check out، وتوصلت الدراسة الى ان هناك فروق طفيفة في ترتيب الصفات سواء من قبل التصنيف او الفنادق، وان توقعات الضيوف لم تتغير بشكل ملحوظ عندما تغيرت فئة الفندق سواء في التقييم العام من قبل الضيوف او من قبل التغييرات المحسوبة 13 من خصائص جودة خدمة الفنادق تجاوز توقعات الضيوف.

تم الاستفادة من الدراسات السابقة في جمع الجانب النظري للبحث اما وجه اختلاف ما بين البحث والدراسات السابقة فيتمثل في الجانب العملي اذ استعمل البحث المنهج الكمي واعتمد تحليل البيانات والخروج بمؤشرات تفيد مجال المقارنة بين فنادق محافظة كربلاء والنجف للوصول الى نتائج البحث.

1. تعريف الجودة

يرتبط مفهوم الجودة بقدرة المنظمة على انتاج سلعة او تقديم خدمة تلبي رغبات العملاء وتوقعاتهم ويحقق الرضا لديهم، بحيث تستطيع المنظمة من خلال ذلك على الوفاء بالتزاماتها تجاه العملاء، وهذا يتم من خلال تحديد ابعاد لانتاج السلعة او تقديم الخدمة ويجاد صفة التميز فيها. وقد تنوعت تعريفات الجودة في الادب الاداري و من ابرزها :

- Juran الجودة بأنها " الملائمة للاستخدام" (Fitness for Use) [8]
- بينما عرفت الجمعية الامريكية لضبط الجودة (ASQC) الجودة بانها:
"مجموعة الصفات والخصائص التي تؤثر في قدرة المنتج او الخدمة لاشباع حاجات ضمنية محددة" [9]

ويرى Crosby بان الجودة هي
"المطابقة للاحتياجات"، "Conformance to Requirement" [10]
" Deming " Fitness for purpose" [11]
" مصطلح يستخدم من قبل العملاء لوصف الرضا العام عن الخدمة او المنتج ". [12]

ويميز الباحثون بين جودة المنتج وجودة الخدمة ، اذ تعرف جودة الخدمة بانها
" اي نشاط رئيسي او تكميلي الذي لاينتج مباشرة المنتج ، جزء غير المنتج الذي ينتقل بين المشتري وهو المستهلك والبائع وهو المزود" [13] ، وعلى المنظمات الخدمية ان تولي الاهتمام الكافي لتعاملات الزبون

اذ يمكن قياس جودة المنتج بسهولة ، بينما جودة الخدمة ومنها الخدمة السياحية الدينية هو حكم يصدره الزبون الزائر بعد إدراكه الأداء الفعلي للخدمة، وعليه فان مفهوم جودة الخدمة يرتبط بالادراكات والتوقعات، فالادراكات تعني "درجة الاتفاق والاختلاف بين ادراكات الزائرين و توقعاتهم" بينما "رغبات أو حاجات الزائرين أي شعورهم بما يتوجب على مقدم الخدمة تقديمه وليس ما يقدمه" [14].

وقد تم تصنيف توقعات الخدمة في ثلاث مستويات: [15]
*الخدمات الضرورية: هي التي تكون ملازمة لاعمال الخدمة وتحقق هذه الخدمات المتطلبات الاساسية لاستمرار العمليات.

* الخدمات المتوقعة: هي الخدمات التي يتوقع الضيوف ان تقدم لغرض توفير الخدمة الكافية فهي ابعد من الخدمات الضرورية لكي تستمر الشركة في البقاء في الاعمال.
*الخدمات الاخرى او الاختيارية: تمثل هذه الخدمات منحاً اضافية للضيوف تعزز من قيمة زيارتهم ،وعلى موفر الخدمة ان يدرك الرغبات الحقيقية للضيوف المحتملين ليوفر الخدمات الاختيارية بكفاءة.

2.

يعتبر قياس جودة الخدمة صعباً نوعاً ما، بسبب طبيعة عمل المنظمات الخدمية فهي تقدم خدمات غير ملموسة ، وعليه يمكن اعتماد ابعاداً تمثل خصائص الخدمة المقدمة يتم من خلالها معرفة مدى قدرتها على ويرى الباحثون و المتخصصون في إدارة الإنتاج والعمليات بان ابعاد جودة الخدمة هي :

[16]:(Stevenson)

- * ا. سهولة المنال Convenience: توافر وسهولة الوصول .
- ب. الاعتمادية Reliability: القدرة على اداء خدمة يمكن الاعتماد عليها باستمرار وبدقة.
- ج. Responsiveness: قدرة موظفي الخدمة في مساعدة العملاء في الحالات غير العادية والتعامل مع المشاكل.
- د. Time: كم من الوقت على العميل الانتظار.
- هـ. Assurance: المعرفة التي يظهرها موظف خدمة العملاء وقدرته على نقل الثقة.
- و. الكياسة Courtesy: قدرة موظف خدمة العملاء على الترحيب بكل الزبائن .
- ز. الملموسية Tangibles: التسهيلات المادية والمعدات والافراد ومواد الاتصال.

[17]:(Evans)

- Time:
- ب.التوقيت Timeliness:هل الخدمة تلبى عندما يوعد بها.
- ج. completeness:هل كل العناصر متضمنة في الخدمة.
- د. الكياسة Courtesy: هل موظفي الخدمة للخط الامامي يرحبون بابتهاج بكل زبون.
- هـ. Consistency: هي الخدمة تقدم بنفس النسق لكل زبون ،وفي كل
- و. إمكانية الوصول Accessibility:هل من السهولة الحصول على الخدمة.
- ز. Accuracy:هل الخدمة تقدم صحيحة منذ المرة الاولى.
- ح. Responsiveness: هل يستطيع موظف الخدمة التصرف وحل المشاكل غير المتوقعة.

3.أهداف الخدمة السياحية

تعد خدمة الزبون مهمة لموفري خدمات السياحة والضيافة للاسباب الاتية:[18]
تسهم الكثير من الخدمات في احساس الضيف بالراحة والرضا والافتتاح بالخدمة المقدمة.
تعزير الصورة المدركة لدى الزبون عن طريق جودة الخدمة المقدمة له.

ضمان امن الزبون، اذ تقوي الخدمات المتعددة الاحساس بالامن لديه.
بناء الحافة التنافسية للزبون بتوفير مجموعة من الخدمات الاساسية من قبل مقدم الخدمة .
تلبية طلب الزبون بتوفير الخدمات الاضافية المتوقعة التي يطلبها من قبل مقدم الخدمة.

4. أهمية جودة الخدمة السياحية الدينية:

تعد جودة الخدمة السياحية الدينية ذات أهمية كبيرة على مستوى المنظمة السياحية والمجتمع بشكل عام وذلك للأسباب التالية: [19] [20]

- تحدد حجم الطلب على الخدمة مما يحقق فرص استثمارية .
- توفير فرص عمل للشباب والمواطنين بشكل عام .
- تنمية مشاريع البنى التحتية وتفعيل نشاطات اقتصادية في المحافظة.
- تحقيق حاجات ورغبات الزائر المعنوية بزيارة الأماكن الدينية للتبرك .
- مساهمة قطاع السياحة بنسبة كبيرة بإجمالي الناتج المحلي للدولة.

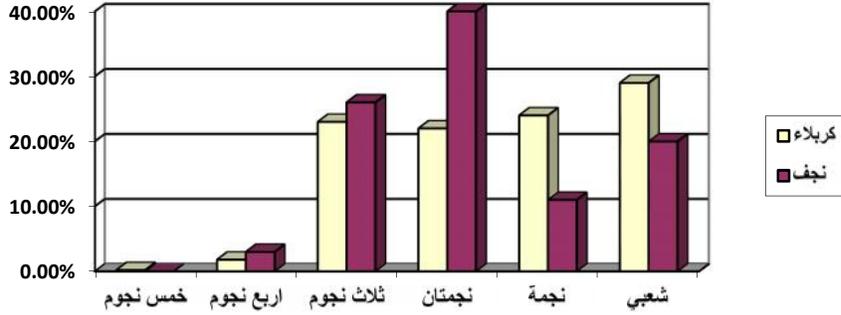
5. أنواع الخدمات السياحية الأساسية

تنقسم الخدمة السياحية إلى عدد من الخدمات الفرعية أهمها: [21]

- خدمة الإقامة: تقدمها الفنادق ومجمعات الأيواء والقرى السياحية والشقق المفروشة وغيرها.
- خدمة الإعاشة: تقدمها وسائل الإقامة المختلفة والمطاعم والكافيتريات والمحلات العامة وغيرها.
- خدمة النقل السياحي: تتولى شركات النقل السياحي العامة والخاصة والشركات السياحية وبعض الفنادق ومكاتب تأجير السيارات تقديم هذه الخدمة .
- والسياحة: تقدم خدمات الحجز بالفنادق ووسائل الانتقال الداخلية والحجز على الرحلات الجوية الدولية والمحلية وغيرها من الخدمات للسائحين .
- خدمة المعلومات السياحية: تقدمها بعض الفنادق الكبرى ومكاتب الاستعلامات السياحية .
- خدمة المشتريات السياحية: تقدمها محلات بيع الهدايا والتذكارات السياحية وبعض المحلات العامة الأخرى التي تبيع مثل هذه السلع السياحية .
- خدمة الاتصالات: تقدم هذه الخدمة المكاتب الحكومية والخاصة اضافة الى الفنادق التي تقدم خدمات

لايواء السياحي لمحافظة كربلاء والنجف 2015

(1)



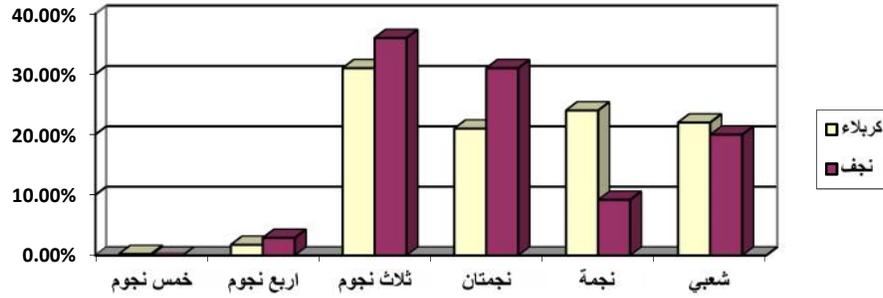
ثانيا:نسبة عدد نزلاء الفنادق حسب درجات التصنيف للفنادق ومجمعات الايواء السياحي.

(2)نسبة عدد النزلاء حسب درجات التصنيف للفنادق ومجمعات الايواء السياحي 2015

()	()	()	ثانية ()	()	()	()
559085	609593	540056	798211	44711	5967	
%22	%24	%21	%31	%1.75	%0.23	
2557623		ومجمعات ايواء				
100424	45058	153933	177084	14133	0	
%20	%9.2	%31	%36	%2.9	%0	
490632		ومجمعات ايواء				

المصدر: اعداد الباحث على وفق الجهاز المركزي للإحصاء 2015

يتضح من الجدول (2) ان نسبة اعداد النزلاء لمدينة كربلاء بلغ اعلى مستوى في الفنادق ذات ثلاث نجوم (31%) وبعدها جاءت الفنادق الشعبية نجمتان، اربع نجوم ، خمس نجوم على التوالي من حيث نسبة النزلاء. ويعزو ذلك ان نسبة كبيرة من الزائرين هم من ذوي الدخل المتوسط وبالتالي يزيد الاقبال على فنادق الدرجات المتوسطة. بينما نسبة النزلاء في مدينة النجف بلغ (36%) وبعدها جاءت الفنادق الشعبية، فنادق النجمة، فنادق الاربع نجوم ، ، على التوالي من حيث عدد النزلاء.



(2) نسبة عدد النزلاء في فنادق ومجمعات الايواء السياحي

2015

ثالثاً: نسبة مجموع عدد الغرف للنزلاء حسب درجة التصنيف للفنادق ومجمعات الايواء السياحية.

(3) نسبة مجموع عدد الغرف للنزلاء حسب درجة التصنيف للفنادق ومجمعات الايواء

السياحية لمحافظة كربلاء والنجف للعام 2015

	كربلاء				النجف	
	عدد الغرف	النزلاء	النسبة (%)	عدد الغرف	النزلاء	النسبة (%)
أولى	()	()	()	()	()	()
ثانية	22154	2298	10%	9189	1419	6.4%
ثالثة	()	()	()	()	()	()
رابعة	()	()	()	()	()	()
خامسة	()	()	()	()	()	()
شعبي	9926	830	8.4%	3870	460	4.6%
مجموع	()	()	()	()	()	()

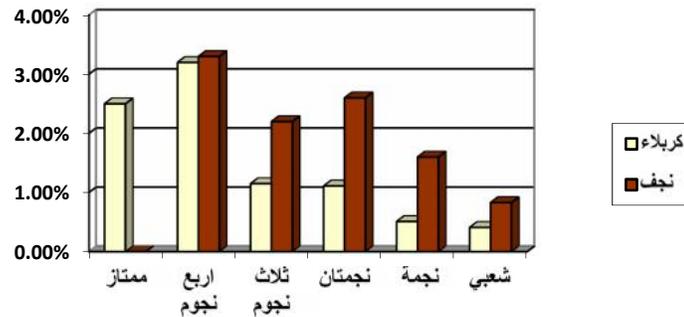
المصدر: اعداد الباحث على وفق الجهاز المركزي للإحصاء 2015

()
(27%) من اجمالي الغرف ثم يلي ذلك فندق

يتضح من الجدول (3)
(41%) ،

(4)نسبة عدد الغرف للنزلاء الى عدد الزائرين حسب درجة التصنيف
ومجمعات الايواء السياحية لمحافظة كربلاء والنجف للعام 2015
* = (/) * 100%

	()	()	()	ثانية () ()	() ()	() ()	
22154	2298	3082	6014	9189	1419	152	
255762 3	559085	609593	540056	798211	44711	5967	
%0.87	%0.41	%0.51	%1.11	%1.15	%3.2	%2.5	*
	()	()	()	ثانية () ()	() ()	() ()	
9926	830	718	4048	3870	460	0	
490632	100424	54058	153933	177084	14133	0	
%2.0	%0.83	%1.6	%2.6	%2.2	%3.3	0	*



(4)نسبة مجموع عدد الغرف لعدد نزلاء الفنادق ومجمعات الايواء السياحي
2015

خامسا: نسبة عدد الفنادق ومجمعات الايواء السياحي حسب نوع الخدمة 2015.

(5) نسبة عدد الفنادق ومجمعات الايواء السياحي التي تقدم خدمات
2015.

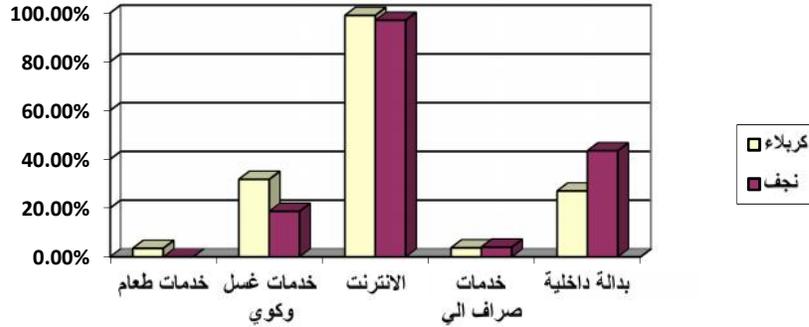
سيارات	سياحية						
1	0	1	1	191	21		
0.2%	%0	%0.2	%0.2	%31.8	%3.5		
0	0	0	0	46	0		
%0	%0	%0	%0	%18.7	%0		
	داخلية	رياضية		ATM	فية		
1	165	0	0	597	22	1	
0.2%	%27	%0	%0	%99	%3.7	%0.2	
0	107	0	1	239	10	0	
%0	%43	%0	%0.2	%97	%4	%0	
	602		1	601			
	247		1	246			

المصدر: اعداد الباحث على وفق الجهاز المركزي للإحصاء 2015

(5) ان الخدمات المقدمة من قبل الفنادق لنزلائه اقتصرت على خدمات الانترنت فقط اذ لهذه الخدمة هي(99%)
ثم تلاها من حيث الخدمات المقدمة ،خدمات الغسل والكوي بنسبة (31.8%)
وبينما تنخفض النسبة الى(18.7%) لفنادق محافظة النجف ،اما خدمات الطعام فهي قليلة جدا وبنسبة (3.5%)
ادق محافظة كربلاء ،بينما وصلت نسبة الفنادق التي تقدم خدمات البدالة الداخلية الى (27%) (43%)
لمحافظة كربلاء والنجف على التوالي، ويجدر الاشارة هنا الى عدم وجود خدمات تذكر لكل من خدمات الرحلات السياحية وخدمات مصرفية وصالة الالعب وصالة رياضية والمننديات.

ويبين ذلك ان الزائر في محافظة كربلاء والنجف يعتمد فقط على خدمة الانترنت المقدمة من قبل الفنادق ، بينما لا يعتمد على كثير على الخدمات المقدمة من الفنادق خاصة فيما يتعلق بخدمات الطعام اذ غالبا ما يتلقى الخدمات من خارج الفندق. اضافة الى ان خدمة الاكل تقدم مجانية في كثير من المناسبات الدينية المليونية التي تشهد اقبال كبير للزائرين خصوصا في زيارة عاشوراء والاربعين، كما ان هناك ضعفا

اما بقية الخدمات فلا تذكر ويعزو ذلك ان السياحة دينية في المحافظتين فلا يقبل فيها الزائر على خدمة تقديم صالة المنتديات وصالة الالعاب والخدمة المصرفية وخدمات الرحلات السياحية.



(5)نسبة عدد الفنادق ومجمعات الايواء السياحي حسب نوع الخدمة المقدمة
2015

سادسا: المؤشرات الاجمالية لنشاط الفنادق ومجمعات الايواء السياحي لمحافظة كربلاء 2015.

(6) نسبة المصروفات ونسبة المشغلين ونسبة تكلفة العمالة والمتوسط العام للقوة الانفاقية للنزيل الواحد لفنادق ومجمعات الايواء السياحي لمحافظة كربلاء والنجف للعام 2015

*	المزايا (مليون دينار)	الايادات (مليون دينار)	الايواء السياحي	
0.23%	12698	44769	191551	602
0.17%	1441	14610	87383	247
***	الانفاقية للنزيل ****	المشغلين**		عدد المشغلين
6.62%	7.49%	0.12%	2557623	3146
1.65%	17.81%	0.21%	490632	1033

*نسبة المصروفات = (اجمالي المصروفات/اجمالي الايرادات)*100%

**نسبة المشغلين = (عدد المشغلين/عدد)*100%

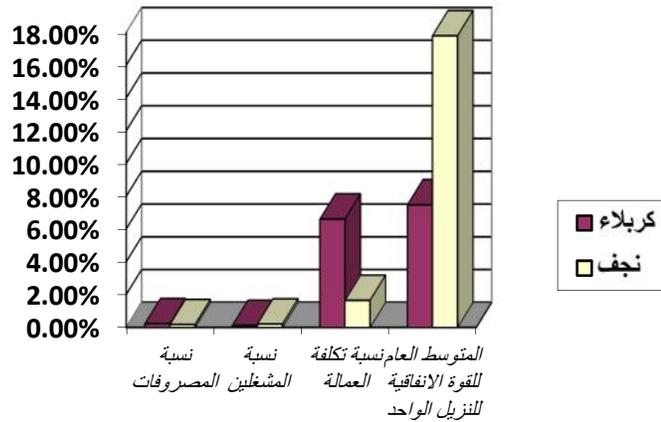
***نسبة تكلفة العمالة = (اجمالي الاجور والمزايا/اجمالي الايرادات)*100%

****المتوسط العام للقوة الانفاقية للنزيل الواحد = (اجمالي ايرادات الفندق/عدد النزلاء)*100%

يبين الجدول (6) نسبة المصروفات ، ففي محافظة كربلاء بلغت هذه النسبة مقدار(0.23%) وهي اعلى (0.17%) وهذا يدل على ارتفاع بسيط لكفاءة تشغيل الفنادق في محافظة

كما يبين الجدول (6) نسبة المشغلين ،ففي محافظة كربلاء بلغت هذه النسبة مقدار(0.12%) وهي اقل من النسبة التي حققتها محافظة النجف والبالغة (0.21%)، وهذا يؤشرالى ارتفاع عدد المشغلين لتلبية احتياجات النزلاء بالمقارنة مع اعدادهم في الفنادق بشكل اكبرفي محافظة النجف.أما بالنسبة لتكلفة (6.62%) وهي اعلى من النسبة التي حققتها (1.65%)، وهذا يؤشرالى ارتفاع نسبة تكلفة العامل في الفنادق في محافظة

كما يبين الجدول (6) قية للنزيل الواحد،ففي محافظة كربلاء بلغت هذه النسبة (7.49%) وهي اقل من النسبة التي حققتها محافظة النجف والبالغة (17.81%)، وهذا يؤشرالى ارتفاع انفاق النزيل الواحد في محافظة النجف بمقدار الضعف تقريبا عن انفاق النزيل في محافظة



(6) نسبة المصروفات ونسبة المشغلين ونسبة تكلفة العمالة والمتوسط العام للقوة الانفاقية للنزيل الواحد لنشاط الفنادق ومجمعات الايواء السياحي لمحافظة كربلاء والنجف للعام 2015

- توصل البحث الى مجموعة من الاستنتاجات هي:
1. تبين ان اعلى نسبة لمستوى النزلاء في محافظة كربلاء هو في فنادق الدرجة الثانية (ثلاث نجوم)، يليها فنادق الدرجة الرابعة (النجمة)، ثم الفنادق الشعبية، ففنادق الدرجة الثالثة (النجمتان) ثم فنادق الدرجة الاولى (الاربع نجوم)، واقل نسبة للنزلاء هو فنادق الدرجة () .
 2. تبين ان اعلى نسبة لمستوى النزلاء في محافظة النجف هو في فنادق الدرجة الثانية (ثلاث نجوم)، يليها فنادق الدرجة الثالثة (النجمتان)، ثم الفنادق الشعبية، فنادق الدرجة الرابعة (النجمة) واقل نسبة للنزلاء هو فنادق الدرجة الاولى (اربع نجوم).
 3. نسبة كبيرة من الزائرين هم من ذوي الدخل المتوسط يزيد الاقبال على فنادق الدرجات المتوسطة.
 4. انخفاض الخدمات التي تقدمها فنادق القطاع الخاص للنزلاء بشكل عام في كلا المحافظتين عدا خدمات الانترنت فانها حققت اعلى مستوى خدمة في المحافظتين، كما تبين ولان نوع السياحة هي دينية فلا توجد خدمات مقدمة من قبل الفنادق للنزلاء مثل خدمات الرحلات السياحية والخدمات المصرفية وصالة الالعاب وصالة رياضية والمنتديات.
 5. تبين ارتفاع كفاءة تشغيل الفنادق في محافظة كربلاء عن محافظة النجف.
 6. تبين ارتفاع نسبة ع
- كربلاء وبالتالي انعكس هذا على ارتفاع نسبة تكلفة العمالة في فنادق محافظة كربلاء الى اربع اضعاف

7. ارتفاع انفاق النزيل الواحد في فنادق محافظة النجف بمقدار الضعف تقريبا عن انفاق النزيل في

ثانياً: التوصيات

يوصي البحث بمجموعة من التوصيات هي :

1. الاهتمام بزيادة عدد الفنادق ذات الدرجة الثانية والثالثة والرابعة خصوصا في محافظة كربلاء لانها تستوعب اكبر عدد من الزائرين اذ يكون الطلب عليها اكبر ما يمكن خاصة من الزائرين ذوي الطبقة
2. العمل على زيادة اعداد الفنادق المقامة في محافظ النجف والتركيز على فنادق الدرجة الثانية والثالثة لزيادة اقبال الزائرين عليها .
3. الاهتمام بشكل اكبر بالخدمات المقدمة للزلاء والبحث عن خدمات اضافية لهم تجذب اهتمامهم رغباتهم، واستخدام الانترنت في الترويج للخدمات السياحية والتعريف بها.
4. التركيز على انشاء معاهد تخصص في مجال الفنادق والسياحة تدرّب الافراد لكي يكونون مؤهلين لسوق العمل من اجل تحسين جودة الخدمات المقدمة لشريحة كبيرة من الزائرين.
5. تطوير البنى التحتية للمحافظات بما يتواءم مع الطلب المتزايد لاعداد الزائرين، مع ضرورة نشر الوعي والثقافة السياحية عند جميع المواطنين .
6. تطوير مركز للمعلومات الاحصائية يوفر البيانات للباحثين والمهتمين في تطوير القطاع الخدمي للسياحة.
7. وضع استراتيجية علمية لتطوير الخدمات السياحية الدينية المقدمة في المحافظتين بما يتناسب مع العدد المتزايد من الزائرين.

1. الجريري ، صالح عمرو،(2006)،"اثر التسويق الداخلي وجودة الخدمات في رضا الزبون/دراسة تطبيقية لعينة من المصارف اليمنية"، اطروحة دكتوراة في علوم ادارة الاعمال غير منشورة ،كلية
2. قنديلجي، عامر،(2008)،"البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والالكترونية/اسسه،اساليبه،مفاهيمه،ادواته"،دار المسيرة للنشر والتوزيع،عمان،ص130.
3. (2014)،"استخدام أساليب التحليل المالي في تقييم أداء الفنادق/دراسة تطبيقية على السودان"،اطروحة دكتوراة فلسفة في المحاسبة والتمويل،جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا،كلية الدراسات العليا.
4. عزيز ، زهير عباس ومطلق ، علاء كريم ،(2015)،"خصائص الخدمات السياحية وتأثيرها جودة الخدمة في فنادق الدرجة الممتازة في مدينة بغداد"، مجلة المستنصرية للدراسات العربية والدولية
www.iasj.net .293-242 49
5. دة نبيل،(2010)،" قياس ادراك جودة الخدمات الفندقية من وجهة دراسة ميدانية لفنادق من فئة الخمس نجوم في عمان"،مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة ،
www.iasj.net . 164 -139 25
6. Rao , P. Srinivas & Sahu, Padma Charan ,(2013),
" Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Hotel Industry",
IOSR Journal Of Humanities And Social Science (IOSR-JHSS), Volume
18, Issue 5 (Nov. - Dec. 2013), PP : 39-44 .
7. Campos, Domingos & Marodin ,Tatian,(2012), "Perceptions of quality and expectation of hotel services", Journal of operations and supply chain Management ,volume 5,no.1, PP :82-99.
8. Summers ,Donna,(2006), "**Quality**",4th ed ,Pearson Prentice Hall ,
New Jersey,P:5.
9. Heizer, Jay & Render, Barry,(2008), "**Operations Management**",
9th ,ed, Pearson Education .Inc ,New Jersey ,P:194 .
10. (2005) "انظمة ادارة الجودة والبيئة ISO 9000 & ISO14000" : 2
18:
11. علوان قاسم نايف 2009 ، " ادارة الجودة الشاملة ومتطلبات الايزو 9000: 2001"
دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان،ص:23.
12. Krajewski , Lee j.& Ritzman Larry P.,& Malhotra, Manoj K
,(2010),"operations management /processes and Supply Chains
Global Edition",Pearson Education Inc, United states of America,P:198.

13. Evans, James W. & James R., Dean, IR, (2003), "Total Quality Management ,Organization, and Strategy", 3rd ed, South western, USA, P:12.

14. (2006)، "تقويم جودة الخدمات السياحية الدينية من وجهة نظر الزائرين /

ميدانية في محافظة كربلاء"، المؤتمر العلمي الثالث، مجلة جامعة اهل البيت، مجلد 1 4 :
295-315 . www.iasj.net

15. (2007)، "ادارة جودة الخدمة/في الضيافة والسياحة ووقت الفراغ"، تحرير كلا
مبولي، كوني موك، بيفر سباركس، دار المريخ للنشر، الرياض، ص: 96 .

16. Stevenson ,William,(2012), "Operations Management :Theory and Practice" , 11 ed ,Mc Graw-Hill/Irwin , UK ,P:374.

17. Evans ,James W. & James R. ,Dean ,IR,(2003), "Total Quality Management ,Organization, and Strategy", Previous Reference , P:14.

18. سرور، علي سرور، "ادارة جودة الخدمة/في الضيافة والسياحة ووقت الفراغ"، مرجع سابق ،
101- 103 .

19. طالب ، علاء فرحان،، "تقويم جودة الخدمات السياحية الدينية من وجهة نظر الزائرين/دراسة ميدانية
" 291-292 .

20. جودة ، لطفي حميد، (2006) ، "افاق السياحة الدينية في كربلاء واثارها الاقتصادية المباشرة وغير
علمي الثالث، مجلة جامعة اهل البيت، مجلد 1 4 287-293 .

www.iasj.net

21. <http://ouruba.alwehda.gov.sy/node/231581>..

22. وزارة التخطيط، جهاز الاحصاء المركزي العراقي للعام 2015
<http://www.cosit.gov.iq/ar/2015-11-23-08-03-55>

Determination the Level of Service Quality For Religious Tourists

“ Comparative research of hotels and residential complexes shelter
for the provinces of Karbala and Najaf”

Kabas Zuhir AbdulKarim Alhasani*,M.Sc.(Lecturer)

Abstract

The objective of this research is to identify the level of services provided for religious tourists, who visit the provinces of Karbala and Najaf during the year. By providing them the appropriate hotels, and the level of quality services offered by these hotels .Also the ratio of expenses and revenues and the ratio operators incurred by hotels in the two governorates to serve guests. In order to upgrade these services to attract more visitors, and provide services meet the needs and the expectations of visitors, and make them satisfy. That increases the national income of the country, and provides opportunities jobs for a large segment of unemployed.

This research had adopted the (comparative) analytical approach, included numbers of 602 and 247 hotels and motels (residential complex shelter) in Karbala and Najaf respectively.

The most important results of this research are:

*the services provided by the private sectors hotels in general are not very good, expect the internet services which gives the highest level of services.

*the ratio of hotels' operators in Najaf is more than the ratio of hotels' operators in Karbala ,so this increases the ratio of labor cost in Karbala more four times the ratio of labor cost in Najaf.

Key words: Service Quality.

* Technical College of Management/Baghdad