

دور موظفي المكاتب الامامية في تحقيق رضا العملاء (دراسة ميدانية في فنادق 4 نجوم في مدينة طرطوس)

الدكتورة: رنا إبراهيم داود

كلية السياحة - جامعة طرطوس

ملخص البحث باللغة العربية:

هدفت هذه الدراسة الى دراسة دور موظفي المكاتب الامامية في تحقيق رضا العميل في فنادق الأربع نجوم في مدينة طرطوس. اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي. وتم استخدام الاستبانة والمقابلات مع عملاء الفنادق المدروسة. وتم تكييف الاستبانة لقياس متغيرات البحث بالاعتماد على دراسات سابقة. استخدم الباحث مقياس ليكرت الخماسي. تم توزيع 60 استبانة وتم استرداد 37 استبانة قابل للتحليل، وكما تم توزيع الاستبانة على مدار أربعة أشهر (من كانون الثاني الى نيسان 2021)، تواجدت بعض الصعوبات من حيث تمنع قسم الاستقبال في التعاون لتوزيع الاستبانة، وعدم تجاوب الكثير من العملاء لتعبئة الاستبانة، ناهيك عن قلة العملاء المقيمين في الفنادق في هذه الأشهر من السنة (خارج المواسم).

ومن اهم النتائج التي تم التوصل لها:

عدم وجود علاقة وتأثير للمظهر الخارجي لموظفي المكاتب الامامية والاستجابة وسرعة تقديم الخدمات على رضا العملاء، ووجود تأثير للطف وحسن الاستقبال على رضا العملاء.

ومن اهم المقترحات:

السعي من قبل إدارات الفنادق لاختيار عمال المكاتب الامامية من ذوي حسن الخلق واللطافة في التعامل مع العملاء وممن تتوفر لديهم خبرة العمل الفندقي وخاصة ان العمل في المكاتب الامامية حساس للغاية نتيجة ان العمال فيه على تماس مباشر ودائم مع جميع عملاء وضيوف الفندق.

كلمات مفتاحية:

موظفي المكاتب الامامية، المظهر الخارجي لموظفي المكاتب الامامية، الاستجابة وسرعة تقديم الخدمات، اللطف وحسن الاستقبال، رضا العملاء، فنادق الأربع نجوم في مدينة طرطوس.

Abstract:

This study aimed to study the role of front office employees in achieving customer satisfaction in four-star hotels in Tartous. The researcher relied on the descriptive analytical approach. The questionnaire and interviews were used with clients of the studied hotels. The questionnaire was adapted to measure research variables, depending on previous studies. The researcher used Likert's pentagonal scale. 60 questionnaires were distributed and 37 questionnaires were retrieved, and as the questionnaire was distributed over a period of four months (from January to April 2021), some difficulties were encountered in terms of preventing the reception department in cooperating to distribute the questionnaire, and many clients did not respond to filling out the questionnaire.

Among the most important results that have been reached:

The absence of a relationship and influence on the external appearance of the front office employees and the responsiveness and speed of service provision on customer satisfaction, and the presence of an effect of kindness and good reception on customer satisfaction

Among the most important proposals:

The pursuit by hotel administrations to choose front office workers with good manners and kindness in dealing with customers and those who have hotel work experience, especially that work in the front offices is very sensitive because of the workers in it in direct and permanent contact with all clients and guests of the hotel.

Key words

Front office staff, front office staff appearance, responsiveness and speed of service delivery, kindness and good reception, customer satisfaction, four-star hotels in Tartous.

أولاً: مقدمة عامة

يُعد مفهوم رضا العميل من أبرز المفاهيم التجارية العصرية التي تهدف إلى تلبية حاجات ومتطلبات العملاء، والرد على كافة استفساراتهم، وتأمين متطلباتهم في الوقت المحدد، وحسب الخصائص المطلوبة، وضمن الشروط المُحددة، بصورة تضمن استمرار تعاملهم معها، وتحقيق مزيداً من المبيعات، وبالتالي تضمن زيادة الأرباح. فرضا العميل يعتبر من المفاهيم التسويقية التي تقيس مدى مطابفة المنتجات والخدمات لتوقعات المستهلكين من حيث السعر، والكمية، والنوعية والمهارة بإنجاز المطلوب، ويتم ذلك عن طريق اتباع جُملة من العمليات الإدارية والتسويقية التي تضمن تحقيق ما يُسمى بالأداء المتوازن، والذي يحافظ على أرباح المنظمة، ويُرضي عملاءها¹.

إن تحقيق رضا العميل هي من المهام الأساسية للمكاتب الامامية في الفنادق. والمكاتب الامامية هي عصب الفندق وعموده الفقري ومركز اتصالاته، لأنه من خلالها سوف يتم توليد الانطباع الأول عند العميل حول قراره بالإقامة في الفندق من عدمه، حيث يتم في مكتب الاستقبال والحجز انجاز الحجوزات وتعديلها والغاءها والترحيب بالعملاء والزوار والرد على كافة تساؤلاتهم وشكاويهم وتقديم المساعدة للضيوف، لذلك فهو على درجة عالية من الأهمية، والتي تتمثل بصفة عامة في تقديم خدمات نوعية متوافقة مع معايير الخدمة المتكاملة، والجدير بالذكر أن كافة خدمات الفندق تتم عن طريق المكاتب الامامية². ولذلك مما سبق يتضح العلاقة الوثيقة ما بين المكاتب الامامية وتحقيق رضا العملاء، فأداء عمال المكاتب الامامية في الفنادق لأعمالهم بشكل يفوق توقعات وتصورات العميل هذا سيؤدي حتما الى نيل رضاه عن الخدمات وجعله عميلا دائما وجذبه لعملاء محتملين اخرين للفندق. ولذلك سيسعى الباحث في بحثه الحالي الى تسليط الضوء على دور المكاتب الامامية في

¹ صلاح، رزان. 2017/11/16. مفهوم رضا الزبون.

رابط الوصول: (مفهوم-رضا-الزبون /https://mawdoo3.com/).

² مركز أبحاث الدولية للتدريب. إدارة المكاتب الامامية في الفنادق والمرافق السياحية.

رابط الوصول: (http://dawliatraining.com/trainers/bags/show/149)

فنادق 4 نجوم في مدينة طرطوس في تحقيق رضا عملاءها لأهمية هذا الموضوع وندرة الدراسات العربية حوله.

ثانيا: مشكلة البحث

مفهوم رضا العملاء من المفاهيم التي تسعى الفنادق الى تحقيقها في ظل الانتشار الكبير للفنادق وتنوع خدماتها المقدمة وذلك حفاظا على عملائها وكسب رضاهم وعدم تحولهم عنها. ويشير الواقع الى ان الكثير من الدراسات تطرقت الى دراسة (رضا العملاء)، ففي دراسة (Turgay Bucak، 2014) اعتبر الباحث ان ابعاد جودة الخدمة الخمسة (التعاطف، الضمان، المظهر المادي، الاعتمادية، الاستجابة) هي من اهم ما يؤثر في رضا العميل في الفنادق، كما ان الباحثين (Umesh Gunarathne، 2014) و (Nguyen Hue Minh, Nguyen Thu Ha, Phan Chi Anh & Yoshiki Matsui، 2015) و (Deepak Gupta، 2017) أكدوا أيضا ان ابعاد جودة الخدمة هي اهم ما يؤثر في رضا العملاء في الفنادق.

ومن خلال المقابلات الأولية للباحث مع عملاء فنادق 4 نجوم في مدينة طرطوس تبين ان العملاء غير راضين تماما عن خدمات المكاتب الامامية ولوحظ وجود العديد من الملاحظات حول الية العمل وتقديم الخدمات الفندقية من قبل هذه المكاتب وهذا ما دفع بالباحث لإنجاز هذه الدراسة، حيث ان مشكلة البحث تتمثل في (رضا العملاء) وسيسعى الباحث الى دراسة تأثير المتغير المستقل (المكاتب الامامية بأبعاده: مظهر موظفي المكاتب الامامية، الاستجابة وسرعة تقديم الخدمات، اللطف وحسن الاستقبال) على المتغير التابع رضا العملاء. ومما سبق يمكن صياغة مشكلة البحث بالتساؤل التالي:

ما هو دور المكاتب الامامية في فنادق 4 نجوم في مدينة طرطوس في تحقيق رضا

عملائها؟

ويتفرع عنه:

1. ما هو تأثير مظهر موظفي المكاتب الامامية في الفنادق قيد الدراسة في تحقيق رضا عملائها؟
2. ما هو تأثير استجابة وسرعة تقديم الخدمات من قبل موظفي المكاتب الامامية في الفنادق قيد الدراسة في تحقيق رضا عملائها؟
3. ما هو تأثير لطف وحسن استقبال موظفي المكاتب الامامية في الفنادق قيد الدراسة في تحقيق رضا عملائها؟

ثالثا: أهمية البحث

تتلخص أهمية البحث بالنقاط التالية:

1. تناوله لموضوع (المكاتب الامامية في الفنادق). فالمكاتب الامامية في الفنادق من المواضيع القليلة التناول في الأبحاث العلمية، ناهيك عن أن هذا القسم هو القسم الأهم في الفندق فهو أحد الأقسام التشغيلية الرئيسية والمدرة للإيرادات في الفندق والذي يدر ثلثي الإيرادات التي يجنيها الفندق من بيع غرف النزلاء، ويتضمن تقديم خدمات قيمة للضيوف خلال دورة الضيف بأكملها التي تتكون من قبل الوصول، والوصول، والإشغال، والمغادرة. وتشمل وظائف المكتب الأمامي التقليدية الحجز والتسجيل وتخصيص الغرفة والسعر وخدمات النزلاء وحالة الغرفة وصيانة حساب الضيف وتسويته وإنشاء سجلات الضيف¹. وبالمختصر هو القسم الأول والأخير الذي يتعامل معه الضيف.
2. تسليط الضوء على مفهوم (رضا العملاء) وهو الموضوع الذي تدور حوله مشكلة البحث. فقبل شراء واستخدام الخدمة الفندقية يكون للعملاء دائما توقعاتهم الشخصية بشأن أدائها، بعد شراء واستخدام الخدمة، إذا كانت النتيجة مساوية أو أفضل من المتوقع، فهذا يعني أن التوقع له تأكيد إيجابي، وفي الحالة المعاكسة إذا كانت النتيجة أقل من المتوقع يكون التأكيد سلبي. فالعملاء عادة يكونون راضون فقط إذا كانت هناك تأكيدات إيجابية للتوقعات. ومع ذلك، يختلف مستوى رضا العملاء بين العملاء المختلفين لأن كل واحد منهم يمتلك احتياجاته

¹) Front Office Department Introduction, Operations and Key Functions Introductions to The Hotel Front Office Department. From: (<https://setupmyhotel.com/train-my-hotel-staff/front-office-training/743-front-office-introduction-operations-functions.html>).

الشخصية ومطالبه وخبراته¹. فرضا العملاء هو مفهوم نفسي يتضمن الشعور بالرفاهية والمتعة الناتج عن الحصول على ما يأمل فيه العميل ويتوقعه من خدمة فندقية جذابة.

3. اجراء الدراسة في فنادق الأربع نجوم في مدينة طرطوس. فهي مدينة ساحلية والحركة السياحية كبيرة اليها وخاصة في مواسم الأعياد وعطل نهايات الأسبوع وتغص في فترات المواسم السياحية (الصيف). ناهيك عن ان تصنيف الأربع نجوم هو تصنيف الفنادق الأعلى في مدينة طرطوس نتيجة عدم وجود فنادق من تصنيف الخمس نجوم، ولذلك كان لازما دراسة واقع انجاز المكاتب الامامية لأعمالها في هذه الفنادق ودراسة مدى رضا العملاء عن أدائها.

رابعاً: هدف البحث

يهدف البحث الحالي الى دراسة دور موظفي المكاتب الامامية في تحقيق رضا العملاء في فنادق الأربع نجوم في مدينة طرطوس ويتحقق هذا الهدف من خلال:

1. دراسة أثر (مظهر موظفي المكاتب الامامية) في فنادق الأربع نجوم في مدينة طرطوس في تحقيق رضا عملائها.
2. دراسة أثر (الاستجابة وسرعة تقديم الخدمات) لدى موظفي المكاتب الامامية في فنادق الأربع نجوم في مدينة طرطوس في تحقيق رضا عملاءها.
3. دراسة أثر (اللطف وحسن الاستقبال) لدى موظفي المكاتب الامامية في فنادق الأربع نجوم في مدينة طرطوس في تحقيق رضا عملائها.

خامساً: فرضيات الدراسة

من مشكلة البحث والاسئلة البحثية يمكن صياغة الفرضيات التالية:

- H_1 يوجد أثر ذو دلالة إحصائية ما بين (مظهر موظفي المكاتب الامامية) في فنادق الأربع نجوم في مدينة طرطوس وتحقيق رضا عملائها.
- H_2 يوجد أثر ذو دلالة إحصائية ما بين (الاستجابة وسرعة تقديم الخدمات) لدى موظفي المكاتب الامامية في فنادق الأربع نجوم في مدينة طرطوس وتحقيق رضا عملائها.

¹) TEAM TRILYO. 18/9/2018. HOTEL MARKETING. Service Quality & Customer Satisfaction in The Hotel Industry. From: (<https://www.trilyo.com/blog/service-quality-customer-satisfaction-in-the-hotel-industry/>).

H₃ يوجد أثر ذو دلالة إحصائية ما بين (اللفظ وحسن الاستقبال) لدى موظفي المكاتب الامامية في فنادق الأربع نجوم في مدينة طرطوس وتحقيق رضا عملائها.

سادسا: حدود البحث

تتمثل حدود البحث:

1. الحدود الزمانية: تم انجاز البحث في الفترة الممتدة من شهر كانون الثاني 2021 ولغاية نهاية نيسان 2021.
2. الحدود المكانية: تمثلت بفنادق الأربع نجوم في مدينة طرطوس.

سابعا: مصطلحات البحث وتعريفاته الاجرائية

المكاتب الامامية في الفندق: يُطلق على المكتب الأمامي اسم المركز العصبي للفندق. يمكن تعريفه على أنه واجهة لقسم الإسكان يقع حول منطقة بهو الفندق ويمكن رؤيته للضيوف والرواد والزائرين. حيث يقوم بالاتصال المباشر بالنزلاء. الوظيفة الرئيسية لهذا القسم هي الحجز، وخدمة الضيوف، وتسجيل الوصول، وتسجيل المغادرة، والهاتف، وصرف العملات الأجنبية، وتخصيص الغرفة، والاستعلام، جميع أنشطة ومجالات المكتب الأمامي صممت لدعم معاملات وخدمات الضيف.¹

موظفي المكاتب الامامية في الفندق: هم الافراد الذين يعملون في المكاتب الامامية في الفندق وهم عادة (موظف الاستقبال، المناوب الليلي، موظف الحجز، الحمال، البواب، الكابتن، الساعي، المحاسب، متلقي الاتصالات الهاتفية)².

مظهر موظفي المكاتب الامامية في الفندق: هو المظهر الخارجي لعامل المكاتب الامامية بغض النظر عن جنسه وتشمل (ملابسه، نظافته الشخصية، لغة جسده، تعابير وجهه)³.

¹) Front Office Department Introduction, Operations and Key Functions Introductions to The Hotel Front Office Department. From: (<https://setupmyhotel.com/train-my-hotel-staff/front-office-training/743-front-office-introduction-operations-functions.html>).

²) FRONT OFFICE ORGANISATION. INSTITUTE OF HOTEL MANAGEMENT BHUBANESWAR Est. By Ministry of Tourism, Government of India. 2017.

³) Personal Appearance. From: (<https://www.skillsyouneed.com/ips/personal-appearance.html>).

الاستجابة وسرعة تقديم الخدمات: السرعة والجودة في تقديم الخدمة والرد على الاستفسارات. (السرعة التي يستغرقها الموظفون لبدء التفاعل بالإضافة إلى الوقت الذي يستغرقونه لإكمال طلب العميل)¹.

اللطف وحسن الاستقبال: ان يكون موظف المكاتب الامامية متمتعاً بالتهذيب وذو رجابة صدر مع العملاء². رضا العملاء: مقياس يحدد مدى رضا العملاء عن منتجات الشركة وخدماتها وقدراتها³. مقياس يحدد كيفية تلبية المنتجات أو الخدمات التي تقدمها الشركة لتوقعات العملاء. رضا العملاء هو أحد أهم مؤشرات نوايا الشراء وولاء المستهلك⁴.
ثامنا: مراجعة الدراسات السابقة

أولاً: الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت المتغير المستقل: المكاتب الامامية

الدراسة الأولى: دراسة (Nguyen Hanh Huyen My، 2019)⁵.

عنوان الدراسة: (Optimizing the Role of Hotel Front Office Staff in Modern-Day Revenue Management)

عنوان الدراسة: تحسين دور موظفي المكاتب الامامية للفندق في إدارة الإيرادات الحديثة. هدفت الدراسة الى: دراسة دور موظفي المكاتب الامامية في تحسين إيرادات الفندق من خلال دورهم في التعامل مع أدوات إدارة إيرادات الفندق، عناصر نظام إدارة الفندق، والتعامل مع عوامل البيئة الداخلية والخارجية. توصلت الدراسة الى ان: عمال المكاتب الامامية غير قادرين بعد على اتباع إجراءات وأساليب تمكنهم من تحسين إيرادات الفندق، لان معظمهم يفهم بأن وظيفته مقتصرة على

¹) Clint Fontanella. What's Customer Responsiveness. From: (<https://blog.hubspot.com/service/customer-responsiveness>).

²) Yuchao Shao. (THE EFFECT OF FRONT DESK EMPLOYEES' CHARACTERISTICS ON THE FIRST IMPRESSION OF CUSTOMERS AND CUSTOMERS' SATISFACTION). A Thesis presented to the Faculty of the Graduate School. University of Missouri.

³) WHAT IS CUSTOMER SATISFACTION? From: (<https://asq.org/quality-resources/customer-satisfaction>).

⁴) Lucjan Kierczak. Customer Satisfaction: Why It's Still Important in 2021. From: (<https://survicate.com/customer-satisfaction/importance-customer-satisfaction/>).

⁵) Nguyen Hanh Huyen My. Optimizing the Role of Hotel Front Office Staff in Modern-Day Revenue Management. Saimaa University of Applied Sciences Faculty of Tourism and Hospitality, Imatra Degree Programme in Hotel, Restaurant and Tourism Management 2019.

حجز الغرف واستقبال الضيوف وتسجيلهم، ومدراء الفنادق لا يسمحون لموظف المكتب الامامي بالتصرف في بعض المواقف دون الرجوع إليهم. تمت الدراسة في فنادق في الفنتام.

متغيرات الدراسة:

المتغير المستقل: موظفي المكاتب الامامية

المتغير التابع: تحسين إيرادات الفنادق (نظام إدارة الفندق، أدوات إدارة الإيرادات، التعامل مع عوامل البيئة الداخلية والخارجية).

الفرق بين دراسة الباحث الحالية والدراسة الوحيدة التي وجدها الباحث والتي تناولت المتغير المستقل (موظفي المكاتب الامامية) وهي دراسة (Nguyen Hanh Huyen My، 2019) هو ان دراسة الباحث الحالية تدرس دور موظفي المكاتب الامامية في تحقيق رضا العميل وليس تحسين إيرادات الفندق، ودراسة الباحث الحالية تمت في فنادق الأربع نجوم في مدينة طرطوس بينما دراسة (Nguyen Hanh Huyen My، 2019) تمت في فنادق الفنتام.

ثانيا: الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت (المتغير المستقل: المكاتب الامامية) و (المتغير التابع: رضا العملاء).

الدراسة الاولى: دراسة (ALIN SRIYAM، 2010)¹.

عنوان الدراسة: (CUSTOMER SATISFACTION TOWARDS SERVICE QUALITY OF FRONT OFFICE STAFF AT THE HOTEL)

عنوان الدراسة: رضا العملاء تجاه جودة الخدمة لموظفي المكاتب الامامية في الفندق. هدفت الدراسة الى: تقييم جودة الخدمات المقدمة من قبل موظفي المكاتب الامامية من النواحي التالية: (الملموسية، الموثوقية، الاستجابة، الضمان، التعاطف). تمت الدراسة في فندق Mercure في باتايا في الفترة من 2009/5/1 الى 2009/5/15، وتم توزيع الاستبيانات على 60 من عملاء الفندق.

¹ ALIN SRIYAM. The role of standard service quality in front office of five-star hotels in Tehran in order to satisfy customers. Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the Master of Arts Degree in Business English for International Communication at Srinakharinwirot University May 2010.

اهم نتائج الدراسة: تبين من الدراسة ان التعاطف هو اقل ابعاد جودة خدمات المكاتب الامامية التي لم تلق الرضا من قبل العملاء، اما الملموسية والجوانب المادية هي اكثر ابعاد جودة الخدمة التي نالت الرضا.

متغيرات الدراسة:

المتغير المستقل: جودة خدمات موظفي المكاتب الامامية (الملموسية، الموثوقية، الاستجابة، التعاطف، الضمان).

المتغير التابع: رضا العملاء في الفندق.

الدراسة الثانية: دراسة (Nina Bashirian Tina Majdpuor، 2011)¹

عنوان الدراسة: **The role of standard service quality in front office of five star hotels in Tehran in order to satisfy customers**

عنوان الدراسة: دور جودة الخدمة القياسية في المكتب الأمامي لفنادق خمس نجوم في طهران من أجل إرضاء العملاء.

هدفت الدراسة الى: دراسة دور جودة الخدمات المقدمة من قبل موظفي المكاتب الامامية (الاستجابة، الملموسية، الموثوقية، الضمان، التعاطف) في تحقيق رضا العملاء في أربعة فنادق من تصنيف الخمس نجوم في طهران وتتبع الى سلاسل فندقية.

اهم نتائج الدراسة: تم التوصل الى ان كل ابعاد جودة الخدمات المقدمة من قبل عمال المكاتب الامامية لها دورا في تحقيق رضا العميل.

متغيرات الدراسة:

المتغير المستقل: جودة خدمات موظفي المكاتب الامامية (الاستجابة، الملموسية، الموثوقية، الضمان، التعاطف).

المتغير التابع: رضا العملاء.

تم توزيع الاستبانة في أربعة من فنادق الخمس نجوم في طهران بواقع 100 استبانة في كل فندق على مدار ستة أشهر وتم استرجاع 384 استبانة قابل للتحليل.

الدراسة الثالثة: دراسة (Rasika Gumaste, Ritu Bhagwat, Puneet Thakkar، 2015)¹

¹) Nina Bashirian, Tina Majdpuor. **The role of standard service quality in front office of five-star hotels in Tehran in order to satisfy customers.** Luleå University of Technology Department of Business Administration, Technology and Social Sciences.

عنوان الدراسة: **A study on Hotel Front Office Practices and its Impact on Guest**

Satisfaction with Reference to the Vivanta by Taj Blue Diamond, Pune

عنوان الدراسة: (دراسة حول ممارسات مكتب الاستقبال في الفندق وتأثيرها على رضا النزلاء في فينتام في تاج بلو دايموند، بيون).

هدفت الدراسة الى: دراسة الممارسات المبتكرة وجودة الخدمة (المجاملة، الكفاءة، الاستجابة) لقسم الاستقبال في فندق تاج بلو دايموند في فينتام ومدى تأثيرها على رضا عملاءه. وقد شملت الأسئلة عمليات الوصول والمغادرة الى الفندق وممارسات الحمال والبواب والمستقبل في المطار وموظف الاستقبال.

اهم نتائج الدراسة: وجود تأثير لممارسات المكتب الامامي في الفندق متمثلة بجودة الخدمات المقدمة (المجاملة، الكفاءة، الاستجابة) على رضا عملاء الفندق. وأشاد الضيوف بممارسات للمكتب الامامي أحبوها كإرسال الفاتورة الى الغرفة قبل بيوم من المغادرة، تسليم الهدايا مع المغادرة، التعامل مع الشكاوى بكل رحابة صدر، بذل الجهود لإرضاء العميل بوضوح.

متغيرات الدراسة:

المتغير المستقل: الممارسات المبتكرة (جودة الخدمات): المجاملة، الكفاءة، الاستجابة.

المتغير التابع: رضا العملاء.

تم تحليل البيانات باستخدام النسب المئوية والجدول.

تم توزيع الاستبانة على 84 عميل من العملاء الذين زاروا فندق تاج بلو دايموند واقاموا فيه خلال الفترة من 2015/6/1 وحتى 2015/6/30 من خلال ارسال الاستبيانات لهم عبر موقع الفندق على الانترنت.

الدراسة الرابعة: (Yuchao Shao، 2017)².

عنوان الدراسة: **(THE EFFECT OF FRONT DESK EMPLOYEES' CHARACTERISTICS ON**

THE FIRST IMPRESSION OF CUSTOMERS AND CUSTOMERS' SATISFACTION)

¹) Rasika Gumaste, Ritu Bhagwat, Puneet Thakkar. **A study on Hotel Front Office Practices and its Impact on Guest Satisfaction with Reference to the Vivanta by Taj Blue Diamond, Pune.** Article can be accessed online at <http://www.publishingindia.com>.

²) Yuchao Shao. **(THE EFFECT OF FRONT DESK EMPLOYEES' CHARACTERISTICS ON THE FIRST IMPRESSION OF CUSTOMERS AND CUSTOMERS' SATISFACTION).** A Thesis presented to the Faculty of the Graduate School .University of Missouri.

عنوان الدراسة: تأثير خصائص موظفي المكاتب الامامية على العملاء ورضاء العملاء.
هدفت الدراسة الى: دراسة خصائص مقدمي الخدمة التي تؤثر على الانطباعات الأولى للعملاء من قبل موظفي مكتب الاستقبال بالفندق. علاوة على ذلك، بحثت هذه الدراسة في كيفية تأثير الانطباعات الأولى لموظفي مكتب الاستقبال على رضا العملاء عن تجربة تسجيل الوصول في الفندق.

أهم نتائج الدراسة: إن (اللطف، والسلوك) لموظفي المكاتب الامامية تلعب دورا في تشكيل الانطباع الأول الإيجابي للعميل، وكل من (الكفاءة، والمعرفة) لهما تأثيرا في تكوين الانطباع الأول السلبي، وكل من الانطباع الأول السلبي والإيجابي له دورا في الرضا عن الخدمات المقدمة.

متغيرات الدراسة:

المتغير المستقل: خصائص موظفي المكاتب الامامية: الكفاءة، المعرفة، اللطف، السلوك.

المتغير الوسيط: الانطباع الأول

المتغير التابع: رضا العملاء.

تم توزيع حوالي 261 استبانة وتم استرداد 241 استبانة صالح للتحليل في فندقين من فنادق الماريوت في شنغهاي في الصين، وكان عدد عمال الاستقبال في كل فندق ما يقرب 8 عمال في الورديات الثلاث. والاستبيانات كانت باللغة الإنكليزية والصينية.

الدراسة الخامسة: دراسة (سعاد بورومة، شهيرة عبد العالي، 2017)¹.

عنوان الدراسة: دور موظفي المكاتب الامامية في تحقيق رضا وولاء الزبون (دراسة حالة اتصالات الجزائر بميلة).

هدفت الدراسة الى: التعرف على أثر سلوك موظفي المكاتب الامامية على رضا وولاء الزبون بمؤسسة اتصالات الجزائر بميلة.

أهم نتائج الدراسة: وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين سلوك موظفي المكاتب الامامية على رضا وولاء الزبائن، كما توصلت الدارسة إلى وجود علاقة بين سلوك موظفي المكاتب

¹ (سعاد بورومة، شهيرة عبد العالي. دور موظفي المكاتب الامامية في تحقيق رضا وولاء الزبون (دراسة حالة اتصالات الجزائر بميلة). مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، تخصص تسويق خدمات. المركز الجامعي عبد الحفيظ بالصوف ميلسة معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.

الامامية والرضا بمعامل ارتباط قدره 18%، بالإضافة إلى وجود علاقة بين سلوك موظفي المكاتب الامامية والولاء بمعامل ارتباط وقدره 22%.

متغيرات الدراسة:

المتغير المستقل: موظفي المكاتب الامامية (المظهر الخارجي لعمال المكاتب الامامية، المهارات الاتصالية لعمال المكاتب الامامية، النواحي المعرفية، أسلوب تقديم الخدمات).

المتغير التابع: ولاء الزبون، رضا الزبون

تم توزيع 155 استبانة على زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر بميلة.

الفرق بين دراسة الباحث الحالية (دور موظفي المكاتب الامامية في تحقيق رضا العملاء في فنادق الأربع نجوم في مدينة طرطوس) والدراسات السابقة الذكر في المجموعة الثانية هو:

1. اختلفت الدراسات بطريقة قياس المتغير المستقل وهو (موظفي المكاتب الامامية)، في الدراسة الحالية سيعتمد الباحث على قياس المتغير المستقل على الابعاد التالية: (مظهر موظفي المكاتب الامامية، الاستجابة وسرعة تقديم الخدمات، اللطف وحسن الاستقبال) وذلك انطلاقا من مراجعة الدراسات السابقة ومن استطلاعات الرأي الأولية التي اجراها الباحث مع عملاء فنادق 4 نجوم في مدينة طرطوس، بينما الدراسات السابقة الذكر اعتمدت مقاييس مختلفة لقياس (موظفي المكاتب الامامية) فبعضها اعتمد معايير جودة خدمة موظفي المكاتب الامامية (كالضمان، الموثوقية، الاستجابة، التعاطف، الملموسية)، والبعض الاخر اعتمد على (الكفاءة، المعرفة، اللطف، السلوك)، وبعضها الاخر اعتمد على (المجاملة، الكفاءة، الاستجابة)، والبعض الاخر على (المظهر الخارجي لعمال المكاتب الامامية، المهارات الاتصالية لعمال المكاتب الامامية، النواحي المعرفية، أسلوب تقديم الخدمات).
2. تمت الدراسات في المجموعة الثانية في أماكن جغرافية مختلفة (فيتنام، الجزائر، طهران، الصين، باتايا) عن المنطقة الجغرافية للدراسة الحالية والتي تمت في فنادق مدينة طرطوس من تصنيف الأربع نجوم.

ثالثا: الدراسات العربية والأجنبية التي تناولت المتغير التابع: (رضا العملاء).

الدراسة الاولى: (Turgay Bucak، 2014)¹.

عنوان الدراسة:

The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction:

A Research on Hotel Businesses

عنوان الدراسة: تأثير جودة الخدمة على رضا العملاء (بحث في الأعمال الفندقية).

هدفت الدراسة الى: دراسة تأثير ابعاد جودة الخدمة (التعاطف، المصادقية، المظهر المادي، الاستجابة، الضمان) في تحقيق رضا العميل في فنادق 5 و4 نجوم في مدينة (جناق قلعة) في تركيا.

اهم نتائج الدراسة: وجود أثر لجميع ابعاد الخدمة في تحقيق رضا العميل، ولكن يحتل التعاطف المرتبة الأولى.

متغيرات الدراسة:

المتغير المستقل: جودة الخدمة (التعاطف، المصادقية، المظهر المادي، الاستجابة، الضمان).

المتغير التابع: رضا العملاء.

تمت الدراسة في فنادق 5 و4 نجوم في مدينة جناق قلعة في تركيا.

الدراسة الثانية: دراسة (Umesh Gunarathne، 2014)².

عنوان الدراسة: Relationship between Service Quality and Customer

Satisfaction in Sri Lankan Hotel Industry

عنوان الدراسة: العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العملاء في صناعة الفنادق السريلانكية

هدفت الدراسة الى: إيجاد العلاقة وطبيعة التأثير بين ابعاد الجودة (الملموسية والضمان، الاستجابة، التعاطف، الموثوقية) في تحقيق رضا العملاء في الفنادق السريلانكية.

اهم نتائج الدراسة: وجود علاقة ايجابية بين جميع ابعاد جودة الخدمة (الملموسية، الموثوقية، الاستجابة، التعاطف) والرضا، اما الضمان فقد كانت علاقته سلبية برضا العملاء.

¹) Turgay Bucak. **The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction: A Research on Hotel Businesses.** International Journal of Education and Research Vol. 2 No. 1 January 2014.

²) Umesh Gunarathne. **Relationship between Service Quality and Customer Satisfaction in Sri Lankan Hotel Industry.** International Journal of Scientific and Research Publications, Volume 4, Issue 11, November 2014.

متغيرات الدراسة:

المتغير المستقل: جودة الخدمة (التعاطف، الموثوقية، الملموسية، الاستجابة، الضمان).
المتغير التابع: رضا العملاء.

تم توزيع الاستبانة على زوار أجناب زاروا سريلانكا سابقا عن طريق الفنادق، حيث وزع 150 استبانة وتم استرداد 134 استبانة صالح للتحليل.

الدراسة الثالثة: دراسة (Nguyen Hue Minh, Nguyen Thu Ha, Phan Chi Anh &)

1(2015، Yoshiki Matsui

عنوان الدراسة: Service Quality and Customer Satisfaction: A Case Study of Hotel Industry in Vietnam

عنوان الدراسة: جودة الخدمة ورضا العملاء: دراسة حالة لصناعة الفنادق في فيتنام
هدفت الدراسة الى: دراسة ابعاد جودة الخدمة (التعاطف، المصادقية، المظهر المادي، الاستجابة، الضمان) على رضا العميل في فنادق 3 نجوم في مدينة دا نانغ في الفيتنام.
توصلت الدراسة الى: ان (التعاطف، الاستجابة، المصادقية، والضمان) أكثر الابعاد تأثيرا في رضا العملاء.

متغيرات الدراسة:

المتغير المستقل: جودة الخدمة (التعاطف، المصادقية، المظهر المادي، الاستجابة، الضمان).

المتغير التابع: رضا العملاء.

تم توزيع 432 استبانة في 33 فندق من تصنيف 3 نجوم في مدينة دا نانغ في الفيتنام.

الدراسة الرابعة: دراسة (Deepak Gupta، 2017).²

عنوان الدراسة: Service Quality & Customer Satisfaction in Hotel Industry

عنوان الدراسة: جودة الخدمة ورضا العملاء في صناعة الفنادق.

¹) Nguyen Hue Minh, Nguyen Thu Ha, Phan Chi Anh & Yoshiki Matsui. **Service Quality and Customer Satisfaction: A Case Study of Hotel Industry in Vietnam.** Published by Canadian Center of Science and Education. Asian Social Science; Vol. 11, No. 10; 2015.

²) Deepak Gupta. **Service Quality & Customer Satisfaction in Hotel Industry.** International Journal of Techno-Management Research, Vol. 05, Issue 02, September 2017 .

هدفت الدراسة الى: دراسة ابعاد جودة الخدمة المختلفة (الملموسية، التعاطف، الضمان، الموثوقية، الاستجابة) على رضا العملاء في فنادق ولايتي هيماشال بارديش وهاريانا في الهند.

اهم نتائج الدراسة: يوجد أثر لأبعاد الجودة بالترتيب التالي في التأثير على رضا العميل (الملموسية، التعاطف، الضمان، الموثوقية، الاستجابة).

متغيرات الدراسة:

المتغير المستقل: جودة الخدمة (التعاطف، الموثوقية، الملموسية، الاستجابة، الضمان).

المتغير التابع: رضا العملاء.

تم توزيع 300 استبانة واسترد 220 استبانة صالح للتحليل في ست فنادق من فئة الخمس نجوم في ولايتي هيماشال بارديش وهاريانا في الهند.

الفرق بين دراسة الباحث الحالية (دور موظفي المكاتب الامامية في تحقيق رضا العملاء

في فنادق الأربع نجوم في مدينة طرطوس) والدراسات السابقة الذكر في المجموعة الثالثة:

هو انه في الدراسة الحالية يبحث الباحث في دور موظفي المكاتب الامامية في تحقيق رضا

العملاء، اما في الدراسات السابقة الذكر في المجموعة الثالثة جميعها تبحث في دور جودة

الخدمة في تحقيق رضا العميل. والاستفادة من هذه الدراسات هي معرفة طريقة قياس المتغير

التابع.

تاسعا: الإطار النظري

مفهوم المكاتب الامامية

يستخدم مصطلح "المكتب الأمامي" في الفنادق في جميع أنحاء العالم ويشير إلى الموظفين

الذين يعملون مباشرة مع الضيوف وغالبًا ما يكون أيضًا نقطة الاتصال الأولى للقادمين¹.

¹) Nguyen Hanh Huyen My. **Optimizing the Role of Hotel Front Office Staff in Modern-Day Revenue Management.** Saimaa University of Applied Sciences Faculty of Tourism and Hospitality, Imatra Degree Programme in Hotel, Restaurant and Tourism Management 2019.

يتولى موظفو المكتب الأمامي التعاملات بين الفندق وضيوفه. يستقبل الموظفون الضيوف ويتعاملون مع طلباتهم ويساهمون في صنع الانطباع الأول عن الفندق في أذهانهم¹. عادة ما يطلق على المكتب الامامي قسم الاستقبال². يعمل موظفو قسم الاستقبال على الترحيب بالضيوف القادمين الى الفندق ويقومون بعمليات تسجيلهم وتسكينهم حسب الغرف ورغباتهم، ويعمل المكتب الامامي في الفندق على مدار 24 ساعة في ثلاث ورديات عادة من 7 حتى 3 ظهرا، من 3 ظهرا حتى 11 ليلا، ومن 11 ليلا حتى 7 صباحا³. وعادة يعمل في هذا القسم بشكل أساسي (مدير قسم الاستقبال، موظف الاستقبال، موظف الحجز، البواب، الحمال، الكابتن، الساعي، المحاسب، منلقي الاتصالات)⁴.

يجب ان تتوفر المواصفات التالية في المكتب الامامي (الاستقبال)⁵:

1. يجب ان يتوضع قسم الاستقبال بشكل مباشر بالقرب من مدخل الفندق في مكان يطلق عليه اللوبي او ردهة الفندق، وفي حال المساحة الكبيرة لقسم الاستقبال فيجب ان يكون تصميم وديكور قسم الاستقبال يرشد العميل اليه تلقائيا بحيث لا يضطر العميل للسؤال عن قسم الاستقبال.
2. الكاونتر الخاص بقسم الاستقبال يجب ان يكون جميلا ونظيفا وخاليا من المعدات غير اللازمة ومريحا للتعامل مع الموظفين ومُجهز بكل المعدات اللازمة واللوحات الارشادية.
3. يجب ان يتمتع موظفي قسم الاستقبال بمظهر خارجي جذاب، كما يجب ان يتمتعوا بمهارات الاتصال باللغة الإنكليزية، مهارات التواصل واللباقة والادبيات العامة، ويجب ان يقدموا الخدمات للعملاء واقفا دون اسناد الايدي على الكاونتر او التأفف او جعل العميل ينتظر طويلا.

العمليات في قسم الاستقبال¹:

¹) Front Office Management – Introduction. From: (https://www.tutorialspoint.com/front_office_management/front_office_management_introduction.htm).

²) Служба приема и размещения. From: (<https://umhos.ru/consulting/Sluzhba%20priema%20i%20razmeshhenija/>).

³) СЛУЖБА ПРИЕМА И РАЗМЕЩЕНИЯ (FRONT OFFICE). From: (https://studref.com/333866/turizm/sluzhba_priema_razmescheniya_front_office).

⁴ (المرجع السابق نفسه.

⁵) Функции и задачи службы приема и размещения. From: (<https://studfile.net/preview/5410322/page:2/>).

يوجد عمليات المكتب الامامي والمكتب الخلفي.

عمليات المكتب الامامي: وهي عمليات مرئية للنزلاء ويمكن لهم التفاعل مع الموظف لإنجازها ومن هنا جاء اسمها بعمليات المكتب الامامي وتشمل:

1. الترحيب والاستقبال
2. التعامل مع طلبات الإقامة والتسكين في الفندق (التسكين) والتحقق من مدى توفر غرف للإقامة حسب طلبات النزلاء
3. تسجيل الدخول والمغادرة
4. انشاء حساب وبطاقة للضيف
5. تسليم المفاتيح
6. الإجابة على كل استفسارات العملاء
7. تسوية حسابات وفواتير العملاء.
8. انجاز حجوزات²walk-in

عمليات المكتب الخلفي: هي كل العمليات التي لا تتطلب توفر الضيف كشخص لإنجازها وتتضمن على سبيل المثال:

1. التأكد من حسابات وفواتير النزلاء
2. اعداد التقارير
3. التعامل مع الأقسام الأخرى بشأن النزلاء
4. انجاز الحجوزات المسبقة

مفهوم رضا العملاء

يتفق معظم الباحثين على أن الرضا هو موقف أو تقييم يتشكل من قبل العميل يقارن به توقعاته قبل الشراء أي لما سيحصل عليه من المنتج (تصوراته الشخصية للأداء) مع النتيجة

¹) Front Office Management - Quick Guide. From:

(https://www.tutorialspoint.com/front_office_management/front_office_management_quick_guide.htm).

²)حجوزات Walk-in وهي قدوم العميل مباشرة في قسم الاستقبال في الفندق بدون حجز مسبق للغرفة وبيعه الغرفة المطلوبة وتسكينه فيها في حال توفرت رغبته لدى الفندق.

الفعلية¹. الرضا هو شعور العميل بالسعادة او خيبة الامل من جراء المقارنة بين أداء المنتج مع توقعات العميل للمنافع التي سيحصل عليها، فاذا انخفض الأداء عما كان متوقعا فإن العميل لن يكون راضيا، وإذا زاد الأداء عما كان متوقعا فيكون العميل راضيا وسعيد جدا، وإذا تساوى الأداء مع ما كان متوقعا يكون العميل راضيا².

فوائد تحقيق رضا العميل³:

1. كسب ولاء العميل
2. الكلمة المنطوقة الإيجابية
3. تغير سلوكيات العميل الشرائية الى إيجابية
4. تحقيق الثقة
5. الاحتفاظ بالعملاء واستقطاب عملاء جدد.
6. رضا العاملين بالمنظمة

أدوات قياس الرضا⁴

1. نظام الشكاوى والمقترحات: وهو النظام الذي تلجأ إليه أغلب المؤسسات وذلك من أجل تسهيل تقديم الشكاوى والاقتراحات وقد يكون ذلك طريق وضع استمارات في جهة الاستقبال في المؤسسة أو عن طريق تخصيص خط هاتفي أو بريد أو موقع الكتروني وكل ذلك من أجل تلقي كل ما يتقدم به الزبائن من شكاوى واقتراحات التي تمس وتكشف عن نقاط الضعف في خدمات أو أنشطة المؤسسة.
2. المسح الميداني لرضا العميل: وتكون دورية وميدانية حيث تقوم المؤسسة باستقصاء العملاء عن طريق الاستبانة لقياس مستوى الرضا لديهم، وتستخدم فيه مجموعة من العبارات وباعتماد مقاييس محددة.

¹) ALIN SRIYAM. **The role of standard service quality in front office of five-star hotels in Tehran in order to satisfy customers.** Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the Master of Arts Degree in Business English for International Communication at Srinakharinwirot University May 2010.

²) شنة جمال، سماعيل عيسى. **جودة الخدمات الفندقية كمدخل لتحقيق رضا العميل** دراسة حالة فنادق تيسمسيلت. الأعمال والدراسات الاقتصادية مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية. المجلد (6)، 2020.

³) المهيدب رائد. **رضا العملاء والمستفيدين (أفكار تسويقية للمنظمات الربحية وغير الربحية)**. بحوث التأسيس. مركز استيراتيبيات التربية. 2017.

⁴) الصباغ نور. **أثر التسويق الإلكتروني على رضا الزبائن في قطاع الاتصالات (دراسة ميدانية)**. مذكرة ماجستير في إدارة الاعمال التخصصي. الجامعة السورية الافتراضية. 2016.

3. تحليل العملاء المتوقعين عن التعامل مع المنظمة: ويتم من خلاله الاتصال بالعملاء الذين تحولوا للتعامل مع المنافسين لاكتشاف السبب في ذلك من جهة ومراقبة معدل العملاء الذين تفقددهم من جهة أخرى.

4. المقابلات الشخصية والاتصال بالزبائن الحاليين: ويقوم بذلك المدراء أو موظفين في المؤسسة مكلفين بهذه المهمة وذلك قصد معرفة واستطلاع التغييرات في رغبات وتطلعات زبائنهم ومعرفة وقياس مستوى رضاهم.

عاشرا: منهج الدراسة وادواتها

تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي من خلال مراجعة الأدبيات النظرية والدارسات السابقة في مجال موضوع البحث. وفيما يتعلق بالدراسة الميدانية اعتمد فيها الباحث على المقابلة الشخصية مع بعض عملاء فنادق 4 نجوم في مدينة طرطوس وتوجيه الأسئلة التي تخص موضوع الدراسة، بالإضافة إلى استخدام استبانة صمم بما يتناسب مع مشكلة البحث وأهدافه وتم توزيعه على عملاء الفنادق قيد الدراسة للحصول على المعلومات اللازمة والضرورية للبحث.

حادي عشر: مجتمع وعينة الدراسة

قام الباحث بدراسته الميدانية في مجتمع البحث المؤلف من فنادق 4 نجوم في مدينة طرطوس، حيث ان افراد المجتمع تمثلت بعملاء هذه الفنادق¹ الذين تم الوصول إليهم خلال الفترة الممتدة من شهر كانون ثاني الى شهر نيسان 2021.

الجدول رقم (1): مجتمع البحث والاستبيانات الموزعة والمستردة

التسلسل	اسم الفندق	عدد الاستبيانات الموزعة	عدد الاستبيانات المستردة
1	فندق رويال ان	20	17
2	فندق جنادي	20	11
3	فندق برج شاهين	20	9

المصدر: من اعداد الباحث ومعلومات فنادق 4 نجوم من موقع وزارة السياحة السورية

ثاني عشر: الإطار الميداني للبحث

¹ (تمثلت بعض صعوبات البحث بعدم تعاون قسم الاستقبال في الفنادق قيد الدراسة مع الباحث لتوزيع الاستبانة على العملاء خلال فترة تواجدهم واقامتهم في الفندق، حيث استطاع الباحث توزيع الاستبانة على العملاء الذين استطاع مصادقتهم في قسم الاستقبال فقط وعلى مدار أربعة أشهر. ناهيك عن امتعاض بعض العملاء وعدم التجاوب مع الباحث لتعبئة الاستبانة كاملا. ولهذا اقتضت الاستبيانات القابلة للتحليل على 37 استبانة من أصل 60 استبانة تم توزيعهم.

من أجل تحقيق أهداف الدراسة واختبار فرضياتها تم إعداد استمارة استبانة تتضمن العديد من الأسئلة المتعلقة بمحاور الدراسة وفرضياتها، بالإضافة إلى عدد من الأسئلة التي تتناول الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة، وقد احتوى الاستبانة على قسمين:

1. القسم الاول (معلومات عامة) شملت الأسئلة الديموغرافية (النوع - المؤهل العلمي).

2. القسم الثاني وهو الجزء الخاص بالعبارات التي تصب في جوهر الدراسة وبلغ عددها (16) عبارة، وتم تقسيم عبارات هذا القسم الى محاور خاصة بمتغيرات الدراسة كالآتي:

المتغير المستقل (موظفي المكاتب الامامية) من خلال عناصره التي قسمت الى المحاور الثلاثة الأولى كما يلي:

المحور الأول: المظهر الخارجي لموظفي المكاتب الامامية ويتكون من (4) عبارات

المحور الثاني: الاستجابة وسرعة تقديم الخدمات ويتكون من (4) عبارات

المحور الثالث: اللطف وحسن الاستقبال ويتكون من (4) عبارات

المتغير التابع المحور الرابع (رضا العملاء) ويتكون من (4) عبارات

تم توزيع الاستبانة المؤلف من 4 محاور على عملاء فنادق 4 نجوم في مدينة طرطوس خلال الفترة الممتدة من شهر كانون الثاني حتى شهر نيسان 2021. وتم الاستعانة بصياغة عبارات محور (الاستجابة وسرعة تقديم الخدمات، اللطف وحسن الاستقبال، رضا العملاء) من الدراسات التالية:

1. دراسة (Hossein Bodaghi Khajeh NOBAR, Reza ROSTAMZADEH، 2017)¹.

2. دراسة (Yuchao Shao، 2017)².

3. دراسة (Nguyen Hue Minh et at، 2015)³.

4. دراسة (بزن بشار المصري، 2018)¹.

¹) Hossein Bodaghi Khajeh NOBAR, Reza ROSTAMZADEH. THE IMPACT OF CUSTOMER SATISFACTION, CUSTOMER EXPERIENCE AND CUSTOMER LOYALTY ON BRAND POWER: EMPIRICAL EVIDENCE FROM HOTEL INDUSTRY. Journal of Business Economics and Management, 2018, 19(2): 417-430.

²) Yuchao Shao. THE EFFECT OF FRONT DESK EMPLOYEES' CHARACTERISTICS ON THE FIRST IMPRESSION OF CUSTOMERS AND CUSTOMERS' SATISFACTION.

³) Nguyen Hue Minh et at. Service Quality and Customer Satisfaction: A Case Study of Hotel Industry in Vietnam. Asian Social Science Vol. 11, No. 10; 2015.

5. دراسة (Umesh Gunarathne W.H.D.P، 2014)².

اما عبارات محور (المظهر الخارجي لموظفي المكاتب الامامية) فقد تمت صياغتها من قبل الباحث وعرضها على مجموعة من أعضاء الهيئة التدريسية ذوي الاختصاص لإعطاء الرأي حولها.

وكان الاستبانة على الشكل التالي:

التسلسل	المحور الأول: المظهر الخارجي لموظفي المكاتب الامامية	موافق جدا	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق اطلاقا
1	يتميز لباس موظفي المكاتب الامامية بالأناقة					
2	تغلب صفة الرسمية على لباس موظفي المكاتب الامامية					
3	يتمتع موظفي المكاتب الامامية بنظافة ورتابة المظهر بشكل واضح					
4	يتمتع موظفي المكاتب الامامية بجمالية الهيئة والمظهر					
المحور الثاني: الاستجابة وسرعة تقديم الخدمات						
التسلسل	المحور الثاني: الاستجابة وسرعة تقديم الخدمات	موافق جدا	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق اطلاقا
5	يغطي الفندق احتياجات العملاء على مدار 24 ساعة					
6	موظفي المكاتب الامامية على استعداد تام لخدمة الضيوف					
7	لا انتظر كثيرا عند طلبي لاي خدمة من موظفي المكاتب الامامية					
8	موظفي المكاتب الامامية يتعاملون بشكل					

¹ (يزن بشار المصري. أثر جودة الخدمات على ولاء العملاء (دراسة حالة شركة "سيريتل" للاتصالات). دراسة أعدت لنيل درجة الإجازة في الاقتصاد تخصص إدارة الأعمال. جامعة بلاد الشام.

² Umesh Gunarathne W.H.D.P. **Relationship between Service Quality and Customer Satisfaction in Sri Lankan Hotel Industry.** International Journal of Scientific and Research Publications, Volume 4, Issue 11, November 2014.

				سرع مع الشكاوى والاستفسارات	
غير موافق اطلاقا	غير موافق	محايد	موافق	موافق جدا	المحور الثالث: اللطف وحسن الاستقبال
					9 يتحلى موظفي المكاتب الامامية بالأدب وحسن الخلق
					10 موظفو المكاتب الامامية لطيفون جدا ومهذبون بالتعامل مع الضيوف والعملاء
					11 يعتذر الموظفون بسرعة ولباقة واضحة عند حدوث خطأ أو تأخر في تقديم الخدمة
					12 يستمع الموظف باهتمام الى استفساراتي
غير موافق اطلاقا	غير موافق	محايد	موافق	موافق جدا	المحور الرابع: رضا العملاء
					13 اشعر بأن تجربتي مع هذا الفندق رائعة
					14 انا راض عن زيارتي لهذا الفندق
					15 ارغب بالإقامة في هذا الفندق في المرة القادمة
					16 اوصي الأصدقاء والاقارب بتجربة خدمات هذا الفندق

ملاحظة: لاحقا عند توزيع الاستبيان على العينة النهائية تم حذف العبارة الأولى والثانية عشرة والثالثة عشرة لعدم ارتباطها كل منها بالدرجة الكلية للمحور ولأن التحليل الاحصائي أيضا بين بأن حذف هذه العبارات يرفع من مستوى معامل الفا كرونباخ.

صدق وثبات أداة الدراسة (الاستبانة)

من اجل قياس صدق وثبات أداة الدراسة تم توزيع 15 استبانة على عينة البحث الاستطلاعية المؤلفة من 3 فنادق (مجتمع البحث) (رويال إن، جنادى، برج شاهين) بواقع خمس استبيانات في كل فندق من عينة الدراسة الاستطلاعية موزعة كالتالي:

جدول رقم (2) توزيع الاستبانة على عينة الدراسة الاستطلاعية

فنادق مجتمع البحث	الاستبيانات الموزعة	الاستبيانات المستردة
فندق جنادى	5	3
فندق الرويال ان	5	4
فندق برج شاهين	5	3
المجموع	15	10

المصدر: من اعداد الباحثة

حيث تم جمع الاستمارات وتفرغ بياناتها وتحليلها إحصائياً باستخدام برنامج SPSS 23

الصدق: وهو ان يقيس الاستبانة ما وضع لأجله

أولاً: صدق المحتوى Content validity

من خلال مراجعة كل الدراسات السابقة التي تناولت متغيري البحث والاعتماد عليها في وضع عبارات الاستبانة (بمعنى انه تم التحقق من صلاحية هذه العبارات) الا ان الباحثة عرضت عبارات الاستبانة أيضاً على متخصصين في مجال التسويق والصناعة الفندقية وتمت الموافقة على معظم العبارات. كما انه سابقاً تم ذكر الدراسات التي تم الاعتماد عليها لتكييف عبارات الاستبانة.

ثانياً: صدق الاتساق الداخلي

الجدول رقم (3): نتائج ارتباط عبارات المحور الأول مع الدرجة الكلية للمحور

التسلسل	العبارات	معامل الارتباط
2	تغلب صفة الرسمية على لباس موظفي المكاتب الامامية	0.679**
3	يتمتع موظفي المكاتب الامامية بنظافة ورتابة المظهر بشكل واضح	0.440*
4	يتمتع موظفي المكاتب الامامية بجمالية الهيئة والمظهر	0.404**

*مستوى الدلالة عند 0.05 **مستوى الدلالة عند 0.01

من الجدول رقم (3) يتضح بأن كل عبارات المحور الأول متسقة مع المحور الذي تنتمي اليه وتراوحت معاملات الارتباط 0.375 و 0.679 وكان بعضها دال احصائيا عند 0.01 وبعضها عند 0.05.

الجدول رقم (4): نتائج ارتباط عبارات المحور الثاني مع الدرجة الكلية للمحور

التسلسل	العبارات	معامل الارتباط
5	يغطي الفندق احتياجات العملاء على مدار 24 ساعة	0.905**
6	موظفي المكاتب الامامية على استعداد تام لخدمة الضيوف	0.763*
7	لا انتظر كثيرا عند طلبي لاي خدمة من موظفي المكاتب الامامية	0.782**
8	موظفي المكاتب الامامية يتعاملون بشكل سريع مع الشكاوى والاستفسارات	0.869**

***مستوى الدلالة عند 0.05 **مستوى الدلالة عند 0.01**

من الجدول رقم (4) يتضح بأن كل عبارات المحور الثاني متسقة مع المحور الذي تنتمي اليه وتراوحت معاملات الارتباط بين 0.763 و 0.905 وكان بعضها دال احصائيا عند 0.01 وبعضها عند 0.05.

الجدول رقم (5): نتائج ارتباط عبارات المحور الثالث مع الدرجة الكلية للمحور

التسلسل	العبارات	معامل الارتباط
9	يتحلى موظفي المكاتب الامامية بالأدب وحسن الخلق	0.762*
10	موظفو المكاتب الامامية لطيفون جدا ومهذبون بالتعامل مع الضيوف والعملاء	0.872**
11	يعتذر الموظفون بسرعة ولباقة واضحة عند حدوث خطأ او تأخر في تقديم الخدمة	0.808**

***مستوى الدلالة عند 0.05 **مستوى الدلالة عند 0.01**

من الجدول رقم (5) يتضح بأن كل عبارات المحور الثالث متسقة مع المحور الذي تنتمي اليه وتراوحت معاملات الارتباط بين 0.762 و 0.872 وكان بعضها دال احصائيا عند 0.01 وبعضها عند 0.05.

الجدول رقم (6): نتائج ارتباط عبارات المحور الرابع مع الدرجة الكلية للمحور

معامل الارتباط	العبارات	التسلسل
**0.937	انا راض عن زيارتي لهذا الفندق	14
**0.937	ارغب بالإقامة في هذا الفندق في المرة القادمة	15
**0.937	اوصي الأصدقاء والاقارب بتجربة خدمات هذا الفندق	16

*مستوى الدلالة عند 0.05 **مستوى الدلالة عند 0.01

من الجدول رقم (6) يتضح بأن كل عبارات المحور الثالث متسقة مع المحور الذي تنتمي اليه وحملت جميعها القيمة 0.937 وهي دالة احصائيا عند مستوى دلالة 0.01.

ثالثا: الصدق البنائي

الجدول رقم (7): نتائج ارتباط المحاور مع الدرجة الكلية للاستبيان

معامل الارتباط	المحاور
*0.661	المحور الأول: المظهر الخارجي لموظفي المكاتب الامامية
**0.937	المحور الثاني: الاستجابة وسرعة تقديم الخدمات
**0.818	المحور الثالث: اللطف وحسن الاستقبال
*0.665	المحور الرابع: رضا العملاء

*مستوى الدلالة عند 0.05 **مستوى الدلالة عند 0.01

نلاحظ من الجدول رقم (7) بأن كل محاور الاستبانة مرتبطة مع الدرجة الكلية للاستبيان وتراوحت القيم بين 0.661 و0.937 وبعضها دال احصائيا عند 0.01 وبعضها عن مستوى دلالة 0.05.

رابعا: ثبات أداة الدراسة (الموثوقية) (Reliability test)

الجدول رقم (8): نتائج معامل الفا كرونباخ (Reliability Statistics)

قيمة معامل الفا كرونباخ Cronbach's alpha	عدد العبارات	المحاور
0.760	3	محور (المظهر الخارجي لموظفي المكاتب الامامية)
0.847	4	محور (الاستجابة وسرعة تقديم الخدمات)
0.777	3	محور (اللطف وحسن الاستقبال)

1.000	3	محور (رضا العملاء)
-------	---	--------------------

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على تفرغ استبيانات العينة الاستطلاعية على Spss بعد حذف السؤال الأول من المحور الأول والسؤال الثاني عشر من المحور الثالث والسؤال الثالث عشر من المحور الرابع.

من الجدول رقم (8) تبين ان معامل الفا كرونباخ لكل المحاور قيمته جيدة واعلى من 60% ((Phan & Matsui, 2012; Nunnally, 1978))² وهذا ما يعني ان كل عبارة تقيس ما يجب ان تقيسه، ويمكن توزيع الاستبانة على العينة النهائية لاجراء المزيد من التحليلات واختبار الفرضيات.

خامسا: الإحصاءات الوصفية المتعلقة بالمتغيرات الديمغرافية

الجدول رقم (9): توزع افراد العينة وفقا لمتغير الجنس

الجنس	التكرارات
ذكر	26
انثى	11
المجموع	37

الجدول من اعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج Spss

كما هو ملاحظ من الجدول رقم 9 بأن 26 من افراد العينة من الذكور و 11 من افراد العينة من الاناث.

الجدول رقم (10): توزع افراد العينة وفقا للمؤهل العلمي

		العلمي المؤهل			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ثانوية	4	10.8	10.8	10.8
	متوسط معهد	6	16.2	16.2	27.0
	جامعية شهادة	25	67.6	67.6	94.6
	عليا دراسات	2	5.4	5.4	100.0
	Total	37	100.0	100.0	

الجدول من اعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج Spss

¹ Phan, C. A., & Matsui, Y. (2012). Contribution of total productive maintenance to quality performance: Empirical evidence from Japanese manufacturing plants. The Journal of Japanese Operations Management and Strategy, 3(1), 38-54.

² Nunnally, J. (1978). Psychometric theory. McGraw Hill, New York.

كما هو ملاحظ من الجدول رقم 10 فإن 10.8% من افراد العينة من حاملي الثانوية العامة و16.2% من افراد العينة من ذوي المعاهد المتوسطة والنسبة الأكبر وهي 67.6% من ذوي الشهادة الجامعية و5.4% فقط من ذوي حملة شهادة الدراسات العليا.

الجدول رقم (11): توزيع افراد العينة وفقا للعمر

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 30 الى 20 من	12	32.4	32.4	32.4
40 الى 31 من	12	32.4	32.4	64.9
50 الى 41 من	11	29.7	29.7	94.6
فوق وما 51 من	2	5.4	5.4	100.0
Total	37	100.0	100.0	

الجدول من اعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج Spss

كما هو واضح من الجدول رقم (11) بأن 32.4% من المستجوبين ينتمون الى الفئة العمرية من 20 الى 30، و32.4% ينتمون الى الفئة العمرية من 31 الى 40، و29.7% ينتمون الى الفئة العمرية من 41 الى 50 ولدينا فقط ما نسبته 5.4% من الفئة العمرية من 51 وما فوق.

سادسا: الإحصاءات الوصفية المتعلقة بالمحاور والعبارات

❖ توضيح المقياس المعتمد في الاستبانة

تم الاعتماد على مقياس ليكرت الخماسي

جدول رقم (12) درجات مقياس ليكرت الخماسي

الدرجة	موافق جدا	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق اطلاقا
1	2	3	4	5	

المصدر: من اعداد الباحث بالاعتماد على رابط الوصول التالي: <http://statistic-think.blogspot.com/2019/02/blog-post.html>

جدول (13) المتوسط المرجح ودلالته¹

المتوسط المرجح	الدلالة
من 1 إلى 1.80	غير موافق اطلاقا

¹ (العبد الله عبدو. مقياس ليكرت. رابط الوصول:

(/https://www.facebook.com/928701163862433/posts/1507273006005243)

غير موافق	من 1.81 إلى 2.60
محايد	من 2.61 إلى 3.40
موافق	من 3.41 إلى 4.20
موافق جدا	من 4.21 إلى 5

من اعداد الباحث بالاعتماد على المصدر أعلاه.

الجدول رقم (14): يبين الإحصاءات الوصفية لاسئلة المحور الأول (المظهر الخارجي لموظفي المكاتب الامامية)

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
تغلب صفة الرسمية على لباس موظفي المكاتب الامامية	37	2	5	3.54	.836
يتمتع موظفي المكاتب الامامية بنظافة ورتابة المظهر بشكل واضح	37	2	5	4.03	.645
يتمتع موظفي المكاتب الامامية بجمالية الهيئة والمظهر	37	2	5	3.86	.787
المظهر الخارجي لموظفي المكاتب الامامية	37	2.67	4.67	3.8108	.56949
Valid N (listwise)	37				

الجدول من اعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج Spss

من الملاحظ من الجدول رقم 14 بأن المبحوثين يوافقون على عبارات المحور الثلاثة حيث ان الإجابات تراوحت بين (3.41 إلى 4.20). أي يوافقون على ان موظفي المكاتب الامامية يتمتعون بنظافة ورتابة المظهر ويتمتعون بجمالية الهيئة والمظهر كما انهم يوافقون على ان الرسمية تغلب على لباس موظفي المكاتب الامامية.

الجدول رقم (15): يبين الإحصاءات الوصفية لاسئلة المحور الثاني (الاستجابة وسرعة

تقديم الخدمات)

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
يغطي الفندق احتياجات العملاء على مدار 24 ساعة	37	2	5	3.73	.652
موظفي المكاتب الامامية على استعداد تام لخدمة الضيوف	37	3	5	4.32	.626
موظفي المكاتب الامامية يتعاملون بشكل سريع مع الشكاوى والاستفسارات	37	2	5	3.46	.767
لا انتظر كثيرا عند طلبي لاي خدمة من موظفي المكاتب الامامية	37	2	5	3.24	.863
الاستجابة وسرعة تقديم الخدمات	37	2.75	4.25	3.6892	.40141
Valid N (listwise)	37				

الجدول من اعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج Spss

من الملاحظ من الجدول رقم 15 بأن المبحوثين يوافقون على العبارات التالية (يغطي الفندق احتياجات العملاء على مدار 24 ساعة، لا انتظر كثيرا عند طلبي لاي خدمة من موظفي المكاتب الامامية، موظفي المكاتب الامامية يتعاملون بشكل سريع مع الشكاوى والاستفسارات) حيث تراوحت قيم المتوسط بين (3.41 إلى 4.20)، في حين انهم يوافقون بشدة على ان موظفي المكاتب الامامية على استعداد تام لخدمة الضيوف حيث بلغت قيمة المتوسط ضمن المجال من 4.21 إلى 5.

الجدول رقم (16): يبين الإحصاءات الوصفية لاسئلة المحور الثالث (اللفظ

وحسن الاستقبال)

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
يتحلى موظفي المكاتب الامامية بالأدب وحسن الخلق	37	2	5	3.89	.809
موظفو المكاتب الامامية لطيفون جدا ومهذبون بالتعامل مع الضيوف والعملاء	37	3	5	3.62	.758
يعتذر الموظفون بسرعة ولباقة واضحة عند حدوث خطأ او تأخر في تقديم الخدمة	37	2	5	3.49	.692
اللفظ_وحسن_الاستقبال	37	3.00	4.67	3.6667	.53863
Valid N (listwise)	37				

الجدول من اعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج Spss

من الملاحظ من الجدول رقم 16 بان المبحوثين يوافقون على عبارات المحور الثالث حيث ان قيمة المتوسط للعبارات تراوحت بين (3.41 إلى 4.20).

الجدول رقم (17): يبين الإحصاءات الوصفية لاسئلة المحور الرابع (رضا

العملاء)

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
انا راض عن زيارتي لهذا الفندق	37	3	5	3.76	.760
ارغب بالإقامة في هذا الفندق في المرة القادمة	37	2	5	3.51	.768
اوصي الأصدقاء والاقارب بتجربة خدمات هذا الفندق	37	3	5	3.57	.689
رضا العملاء	37	2.67	4.67	3.6126	.45483
Valid N (listwise)	37				

الجدول من اعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج Spss

من الملاحظ من الجدول رقم 17 بان المبحوثين يوافقون على عبارات المحور الثالثة

حيث ان المتوسط المرجح للعبارات تراوحت قيمته بين (3.41 إلى 4.20).

سابعا: اختبار الفرضيات

H_1 يوجد أثر ذو دلالة إحصائية ما بين (مظهر موظفي المكاتب الامامية) في فنادق الأربع نجوم في مدينة طرطوس وتحقيق رضا عملائها.

نتائج اختبار الفرضية الأولى:

الجدول رقم (18): نتائج اختبار تأثير المظهر الخارجي لموظفي المكاتب الامامية

على رضا العملاء

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.005 ^a	.000	-.029-	.46128

a. Predictors: (Constant), المظهر_الخارجي_لموظفي_المكاتب_الامامية,

كما هو واضح من الجدول السابق قيمة معامل الارتباط R ضعيفة جدا بين المتغيرين، كما ان قيمة معامل التحديد R Square تفسر بأن المظهر الخارجي لموظفي المكاتب الامامية لا يلعب دورا ابدا في التغييرات الحاصلة بالمتغير التابع رضا العملاء.

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.000	1	.000	.001	.977 ^b
	Residual	7.447	35	.213		
	Total	7.447	36			

a. Dependent Variable: رضا العملاء

b. Predictors: (Constant), المظهر_الخارجي_لموظفي_المكاتب_الامامية,

الجدول من اعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج Spss

أيضا كما هو ملاحظ من الجدول السابق قيمة Sig أكبر من قيمة F المحسوبة والتي بلغت (0.001) وبالتالي نرفض الفرضية القائلة بوجود تأثير لمظهر موظفي المكاتب الامامية على رضا العملاء ونقبل بالفرضية الصفرية القائلة بعدم وجود تأثير لمظهر موظفي المكاتب الامامية في تحقيق رضا العميل.

نتائج اختبار الفرضية الثانية:

H_2 يوجد ذو أثر دلالة إحصائية ما بين (الاستجابة وسرعة تقديم الخدمات) لدى موظفي المكاتب الامامية في فنادق الأربع نجوم في مدينة طرطوس وتحقيق رضا عملائها.
الجدول رقم (19): نتائج اختبار تأثير الاستجابة وسرعة تقديم الخدمات على رضا العملاء.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.007 ^a	.000	-.029-	.46127

a. Predictors: (Constant), الاستجابة وسرعة تقديم الخدمات

كما هو واضح من الجدول السابق قيمة معامل الارتباط R ضعيفة جدا بين المتغيرين، كما ان قيمة معامل التحديد R Square تفسر بأن الاستجابة وسرعة تقديم الخدمات لا تلعب دورا في التغييرات الحاصلة بالمتغير التابع رضا العملاء.

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.000	1	.000	.002	.968 ^b
	Residual	7.447	35	.213		
	Total	7.447	36			

a. Dependent Variable: رضا العملاء

b. Predictors: (Constant), الاستجابة وسرعة تقديم الخدمات

الجدول من اعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج Spss

أيضا كما هو ملاحظ من الجدول رقم 19 قيمة Sig أكبر من قيمة F المحسوبة والتي بلغت (0.002) وبالتالي نرفض الفرضية القائلة بوجود تأثير للاستجابة وسرعة تقديم الخدمات على رضا العملاء ونقبل بالفرضية الصفرية القائلة بعدم وجود تأثير للاستجابة وسرعة تقديم الخدمات على رضا العملاء.

نتائج اختبار الفرضية الثالثة:

H_3 يوجد أثر ذو دلالة إحصائية ما بين (اللفظ وحسن الاستقبال) لدى موظفي المكاتب الامامية في فنادق الأربع نجوم في مدينة طرطوس وتحقيق رضا عملائها.
الجدول رقم (20): نتائج اختبار تأثير اللفظ وحسن الاستقبال على رضا العملاء.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.605 ^a	.366	.348	.36739

a. Predictors: (Constant), اللطف_وحسن_الاستقبال

كما هو واضح من الجدول السابق قيمة معامل الارتباط R بين المتغيرين جيد وإيجابي، كما ان قيمة معامل التحديد R Square (0.366) تفسر بأن الاستجابة وسرعة تقديم الخدمات تلعب دورا في التغييرات الحاصلة بالمتغير التابع رضا العملاء بما قيمته 36.6%.

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.723	1	2.723	20.177	.000 ^b
	Residual	4.724	35	.135		
	Total	7.447	36			

a. Dependent Variable: رضا_العملاء

b. Predictors: (Constant), اللطف_وحسن_الاستقبال

الجدول من اعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج Spss

كما هو ملاحظ من الجدول رقم 20 قيمة Sig أصغر من قيمة F المحسوبة والتي بلغت (20.177) وبالتالي نقبل الفرضية القائلة بوجود تأثير اللطف وحسن الاستقبال على رضا العملاء ونرفض الفرضية الصفرية القائلة بعدم وجود تأثير.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.740	.421		4.132	.000
	اللطف وحسن الاستقبال	.511	.114	.605	4.492	.000

a. Dependent Variable: رضا_العملاء

هذا الجدول يبين ان كل زيادة في اللطف وحسن الاستقبال بمقدار وحدة واحدة سيؤدي هذا الى زيادة رضا العملاء بمقدار 0.511 وحدة.

الجدول رقم (21): نتائج الفرضيات

النتيجة	الفرضيات
مرفوضة	H ₁ يوجد أثر ذو دلالة إحصائية ما بين (مظهر موظفي المكاتب الامامية) في فنادق الأربع نجوم في مدينة طرطوس وتحقيق رضا عملائها.
مرفوضة	H ₂ يوجد أثر ذو دلالة إحصائية ما بين (الاستجابة وسرعة تقديم الخدمات) لدى موظفي المكاتب الامامية في فنادق الأربع نجوم في مدينة طرطوس وتحقيق رضا عملائها.
محققة	H ₃ يوجد أثر ذو دلالة إحصائية ما بين (اللطف وحسن الاستقبال) لدى موظفي المكاتب الامامية في فنادق الأربع نجوم في مدينة طرطوس وتحقيق رضا عملائها.

المصدر: من اعداد الباحثة

نتائج الدراسة

أولاً: النتائج المرتبطة (بالإحصاءات الوصفية) الخاصة بالمتغيرات الديمغرافية.

1. إن 10.8% من افراد العينة من حاملي الثانوية العامة و 16.2% من افراد العينة من ذوي المعاهد المتوسطة والنسبة الأكبر وهي 67.6% من ذوي الشهادة الجامعية و 5.4% فقط من ذوي حملة شهادة الدراسات العليا.
 2. إن 26 من افراد العينة من الذكور و 11 من افراد العينة من الاناث.
 3. إن 32.4% من المستجوبين ينتمون الى الفئة العمرية من 20 الى 30، و 32.4% ينتمون الى الفئة العمرية من 31 الى 40، و 29.7% ينتمون الى الفئة العمرية من 41 الى 50 ولدينا فقط ما نسبته 5.4% من الفئة العمرية من 51 وما فوق.
- ثانياً: النتائج المرتبطة (بالإحصاءات الوصفية لمحاور الدراسة الاربعة) (المتوسط الحسابي والانحراف المعياري).

1. تقييم افراد العينة لفقرات محور المظهر الخارجي لموظفي المكاتب الامامية كانت جيدة (موافق) حيث بلغت قيمة المتوسط للمحور ككل 3.810.
2. تقييم افراد العينة لفقرات محور الاستجابة وسرعة تقديم الخدمات كانت جيدة (موافق) حيث بلغت قيمة المتوسط للمحور ككل 3.689.
3. تقييم افراد العينة لفقرات محور اللطف وحسن الاستقبال كانت جيدة (موافق) حيث بلغت قيمة المتوسط للمحور ككل 3.666.

4. تقييم افراد العينة لفرقات رضا العملاء كانت جيدة (موافق) حيث بلغت قيمة المتوسط للمحور ككل 3.612.

ثالثاً: النتائج المرتبطة (بالإحصاءات الاستدلالية) (اختبار الفرضيات).

1. لم تتحقق الفرضية الأولى وكانت النتيجة انه لا يوجد تأثير للمظهر الخارجي لموظفي المكاتب الامامية في تحقيق رضا العملاء. لم تتفق هذه النتيجة مع دراسة (سعاد بورومة، شهيرة عبد العالي، 2017) والتي اعتبرت ان المظهر الخارجي لموظفي المكاتب الامامية يلعب دورا في تحقيق رضا العميل وهي الدراسة الوحيدة التي وجدها الباحث والتي تحدثت عن المظهر الخارجي لموظفي المكاتب الامامية.

2. لم تتحقق الفرضية الثانية وكانت النتيجة انه لا يوجد تأثير للاستجابة وسرعة تقديم الخدمات في تحقيق رضا العملاء. هذه النتيجة لم تتفق مع معظم الدراسات السابقة المذكورة في المجموعة الثانية والتي اكدت ان للاستجابة دورا في تحقيق رضا العميل.

3. تحققت الفرضية الثالثة وهي انه يوجد تأثير للطف وحسن الاستقبال في تحقيق رضا العملاء. اتفقت هذه النتيجة مع معظم الدراسات السابقة المذكورة في المجموعة الثانية والتي اثبتت ان اللطف له دورا في تحقيق رضا العميل.

المقترحات

1. يجب السعي الحثيث من قبل إدارات الفنادق الأربع نجوم في مدينة طرطوس على العمل على اختيار العاملين في المكاتب الامامية خاصة ممن تتوفر فيهم صفات الادب وحسن الخلق واللباقة والتعامل.

2. اخضاع موظفي المكاتب الامامية لدورات تدريبية متعلقة بقواعد السلوك العامة والاتيكييت في التعامل مع الضيوف.

3. الحرص على ان يكون موظفي المكاتب الامامية من العاملين الذين لديهم خبرة في مجال العمل الفندقية وليسوا من العمال الذين يمارسون العمل الفندقية لأول مرة وذلك لأنهم على تماس مباشر بالضيوف والعملاء على عكس موظفي الأقسام الأخرى في الفندق.

تمثلت اهم صعوبات البحث بالتالي:

1. عدم تجاوب العملاء في تعبئة الاستبانة، وخاصة ان اللقاء بهم تم في قسم الاستقبال مع وصولهم للفندق او مغادرتهم منه.

2. تمنع موظفي قسم الاستقبال من توزيع الاستبانة على العملاء تحسبا لإزعاجهم.

قائمة المراجع العلمية

أولاً: قائمة المراجع العربية (الكتب والمقالات وابحاث رسائل الدكتوراه والماجستير ذات الصلة بالترويج السياحي والطلب على الخدمات الفندقية).

1. الصباغ نور. أثر التسويق الالكتروني على رضا الزبائن في قطاع الاتصالات (دراسة ميدانية). مذكرة ماجستير في إدارة الاعمال التخصصي. الجامعة السورية الافتراضية. 2016.

2. المهيدب رائد. رضا العملاء والمستفيدين (أفكار تسويقية للمنظمات الربحية وغير الربحية). بحوث التأسيس. مركز استراتيجيات التربية. 2017.

3. سعاد بورومة، شهيرة عبد العالي. دور موظفي المكاتب الأمامية في تحقيق رضا وولاء الزبون (دراسة حالة اتصالات الجزائر بميلة). مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، تخصص تسويق خدمات. المركز الجامعي عبد الحفيظ بالصفوف ميلة معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.

4. شنة جمال، سماعيل عيسى. جودة الخدمات الفندقية كمدخل لتحقيق رضا العميل دراسة حالة فنادق تيسمبيلت. الأعمال والدراسات الاقتصادية مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية. المجلد (6)، 2020.

5. يزن بشار المصري. أثر جودة الخدمات على ولاء العملاء (دراسة حالة شركة "سيريتل" للاتصالات). دراسة اعدت لنيل درجة الإجازة في الاقتصاد تخصص إدارة الأعمال. جامعة بلاد الشام.

ثانياً: قائمة المراجع الاجنبية (الكتب والمقالات وابحاث رسائل الدكتوراه والماجستير

ذات الصلة بالترويج السياحي والطلب على الخدمات الفندقية).

1. ALIN SRIYAM. The role of standard service quality in front office of five-star hotels in Tehran in order to satisfy customers. Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the Master of Arts Degree in Business English for International Communication at Srinakharinwirot University May 2010.
2. Deepak Gupta. Service Quality & Customer Satisfaction in Hotel Industry. International Journal of Techno-Management Research, Vol. 05, Issue 02, September 2017 .

3. Hossein Bodaghi Khajeh NOBAR, Reza ROSTAMZADEH. THE IMPACT OF CUSTOMER SATISFACTION, CUSTOMER EXPERIENCE AND CUSTOMER LOYALTY ON BRAND POWER: EMPIRICAL EVIDENCE FROM HOTEL INDUSTRY. Journal of Business Economics and Management, 2018, 19(2): 417–430.
4. Nguyen Hanh Huyen My. Optimizing the Role of Hotel Front Office Staff in Modern-Day Revenue Management. Saimaa University of Applied Sciences Faculty of Tourism and Hospitality, Imatra Degree Programme in Hotel, Restaurant and Tourism Management 2019.
5. Nguyen Hue Minh, Nguyen Thu Ha, Phan Chi Anh & Yoshiki Matsui. Service Quality and Customer Satisfaction: A Case Study of Hotel Industry in Vietnam. Published by Canadian Center of Science and Education. Asian Social Science; Vol. 11, No. 10; 2015.
6. Nina Bashirian, Tina Majdpuor. The role of standard service quality in front office of five-star hotels in Tehran in order to satisfy customers. Luleå University of Technology Department of Business Administration, Technology and Social Sciences.
7. Nunnally, J. (1978). Psychometric theory. McGraw Hill, New York.
8. Phan, C. A., & Matsui, Y. (2012). Contribution of total productive maintenance to quality performance: Empirical evidence from Japanese manufacturing plants. The Journal of Japanese Operations Management and Strategy, 3(1), 38-54.
9. Rasika Gumaste, Ritu Bhagwat, Puneet Thakkar. A study on Hotel Front Office Practices and its Impact on Guest Satisfaction with Reference to the Vivanta by Taj Blue Diamond, Pune. Article can be accessed online at <http://www.publishingindia.com>.
10. Umesh Gunarathne. Relationship between Service Quality and Customer Satisfaction in Sri Lankan Hotel Industry. International Journal of Scientific and Research Publications, Volume 4, Issue 11, November 2014.
11. Yuchao Shao. (THE EFFECT OF FRONT DESK EMPLOYEES' CHARACTERISTICS ON THE FIRST IMPRESSION OF CUSTOMERS AND CUSTOMERS' SATISFACTION). A Thesis presented to the Faculty of the Graduate School. University of Missouri.

ثالثاً: قائمة الروابط الإلكترونية باللغة الإنكليزية

1. Front Office Department Introduction, Operations and Key Functions Introductions to The Hotel Front Office Department. From: (<https://setupmyhotel.com/train-my-hotel-staff/front-office-training/743-front-office-introduction-operations-functions.html>).
2. TEAM TRILYO. 18/9/2018. HOTEL MARKETING. Service Quality & Customer Satisfaction in The Hotel Industry. From: (<https://www.trilyo.com/blog/service-quality-customer-satisfaction-in-the-hotel-industry/>).
3. Front Office Department Introduction, Operations and Key Functions Introductions to The Hotel Front Office Department. From: (<https://setupmyhotel.com/train-my-hotel-staff/front-office-training/743-front-office-introduction-operations-functions.html>).
4. FRONT OFFICE ORGANISATION. INSTITUTE OF HOTEL MANAGEMENT BHUBANESWAR Est. By Ministry of Tourism, Government of India. 2017.) Personal Appearance. From: (<https://www.skillsyouneed.com/ips/personal-appearance.html>).
5. Clint Fontanella. What's Customer Responsiveness. From: (<https://blog.hubspot.com/service/customer-responsiveness>).
6. WHAT IS CUSTOMER SATISFACTION? From: (<https://asq.org/quality-resources/customer-satisfaction>).
7. Lucjan Kierczak. Customer Satisfaction: Why It's Still Important in 2021. From: (<https://survicate.com/customer-satisfaction/importance-customer-satisfaction/>).
8. Front Office Management – Introduction. From: (https://www.tutorialspoint.com/front_office_management/front_office_management_introduction.htm).

رابعا: قائمة الروابط الالكترونية باللغة الروسية

1. Служба приема и размещения.
2. From: (<https://umhos.ru/consulting/Sluzhba%20priema%20i%20razmeshhenija/>).
3. СЛУЖБА ПРИЕМА И РАЗМЕЩЕНИЯ (FRONT OFFICE). From: (https://studref.com/333866/turizm/sluzhba_priema_razmesheniya_front_office).
4. Функции и задачи службы приема и размещения. From: (<https://studfile.net/preview/5410322/page:2/>).
5. Front Office Management - Quick Guide.

From:(https://www.tutorialspoint.com/front_office_management/front_office_management_quick_guide.htm).

رابعاً: قائمة الروابط الالكترونية باللغة العربية

1. صلاح، رزان. 2017/11/16. مفهوم رضا الزبون.

رابط الوصول:(<https://mawdoo3.com> مفهوم-رضا-الزبون).

2. مركز أبحاث الدولية للتدريب. إدارة المكاتب الامامية في الفنادق والمرافق السياحية.

رابط الوصول: (<http://dawliatraining.com/trainers/bags/show/149>)

3. العبد الله عبدو. مقياس ليكرت. رابط الوصول:

)

<https://www.facebook.com/928701163862433/posts/1507273006005>

./243

