

دراسة تقييمية للموسية الخدمات السياحية في منطقة البترا

*د. فاروق عبدالنبي حسانين عطاالله *د. مصطفى محمود أبو حمد **محمد قاسم العمرات

*كلية السياحة والفنادق-جامعة الفيوم **سلطة اقليم البترا التتموى السياحي

ملخص الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى قياس درجة أهمية الملموسيات في تقديم الخدمات السياحية "المستفيدين" بدرجة جودة عالية، وبالتالي إتاحة عناصر الملموسية بشكل متميز ستساهم في تحسين جودة الخدمات المقدمة في منطقة البترا.

وتبرز أهمية هذه الدراسة في أن منطقة البترا يجب أن تعتني وتعطي اهتماما كبيرا بالملموسيات إذا ما أردت أن تقدم خدمات سياحية جيدة لأن إحدى أهم مؤشرات الحكم على جودة الخدمة السياحية المقدمة هو المستفيد "السائح" ، وقد تم دراسة الجوانب السلبية التي تؤثر على جودة الخدمات السياحية في منطقة البترا وإيجاد الحلول لها، فضلا عن تعزيز الجوانب الايجابية.

وانطلقت هذه الدراسة من فرضية مفادها أن للملموسيات تأثيرا ذا دلالة معنوية في تحسين جودة الخدمة السياحية في منطقة البترا. حيث تم تصميم إستبانة تكونت من (30) فقرة وتم من خلالها استطلاع وجهة نظر عينة من السائحين لمنطقة البترا بلغت (400) مستجيبا، وبعد تحليل البيانات توصل البحث الى مجموعة من النتائج أبرزها وجود علاقة ارتباط وتأثير معنوي حقيقي للملموسيات في جودة الخدمات السياحية، ومن أهم اقتراحات الدراسة ضرورة الحفاظ على التسهيلات المادية نظيفة ومرتبطة وإخضاعها بشكل مستمر للتحديث ومواكبة التطورات لأجل تحسين جودة الخدمات السياحية في منطقة البترا.

ويوجد العديد من الخدمات السياحية في منطقة البترا وتتمثل بالمكاتب السياحية و المطاعم السياحية والبازارات السياحية والمخيمات السياحية والفنادق السياحية.

الكلمات الدالة: الملموسية ، الخدمات السياحية، منطقة البترا، الجودة.

المقدمة

تمثل السياحة اليوم رافدة اقتصادية مهمة لكثير من الدول المتقدمة والنامية على حد سواء من خلال مساهمتها في دعم اقتصاديات تلك الدول، لذلك فان تحقيق الخدمة السياحية من خلال ارضاء رغبات السائح المادية والمعنوية سيزيد بالتأكيد من العوائد المالية للبلد وذلك يعود للإنفاق الكبير الذي يقوم به (السائح) المحلي والاجنبي والذي يتمثل في جلب رؤوس الأموال الاجنبية والعملية الصعبة، ومساهمتها كذلك في تشغيل عدد كبير من العمالة المحلية وزيادة المستوى المعيشي للسكان وانعكاس ذلك ايجابيا في

تطوير البنى التحتية وتوفير الخدمات، ومما لا شك فيه فقد أصبحت الخدمات السياحية من أولويات الدول المتقدمة حيث أن درجة تقدم الدول تقاس بمدى اهتمامها بأفرادها وتحقيق الرفاهية لهم وذلك بتوفير كل أنواع الخدمات وبدرجة عالية من الجودة ولاسيما جودة الخدمات السياحية نظرا لارتباطها المباشر بحياة الإنسان الذي يعد قيمة عليا. (سالم, 2007 وفرحي 2005).

ومن أبرز العناصر المساهمة في تقديم الخدمات السياحية بمستوى جودة عالية هو بُعد الملموسية والمتمثلة بما يلي : مظهر الأفراد العاملين في القطاع السياحي، والمباني، ووضع العلامات الإرشادية لمساعدة الزوار للوصول إلى مقصدهم دون عناء، وتوفير صالات انتظار مريحة وتوفير المرافق العامة والحدايق، وإتاحة مواقف للسيارات، وكل شيء مادي ملموس من شأنه تسهيل وتبسيط حصول الزوار على الخدمة وبأعلى جودة ممكنة (درويش, 2009).

أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلى:

- 1- التعرف على تقييم ملموسية الخدمات السياحية في منطقة البتراء.
- 2- استكشاف أكثر عناصر بُعد الملموسية تأثيرا على جودة الخدمات السياحية في منطقة البتراء الأثرية.

فرضية الدراسة

تقوم هذه الدراسة على اختبار مدى صدق الفرضية التالية:
لا توجد اختلافات ذو دلالة احصائية بين افراد عينة الدراسة تجاه تقييم الخدمات السياحية وأهمية السياحة في منطقة البتراء طبقا للعناصر الديموجرافية.

منهجية الدراسة

من أجل اختبار فرضية الدراسة وتحقيق أهدافها، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي. باستخدام استمارة استبيان كأداة لجمع البيانات الأولية للدراسة، حيث تم تصميم استمارة الاستبيان بعد تحديد نوع وكمية البيانات المطلوبة من خلال أهداف وأدبيات وفرضية الدراسة. وقد اعتمدت الدراسة على مقياس ليكرت وذلك من خلال وضع عدة أوزان كالتالي: (5 = "موافق بشدة"، 4 = "موافق"، 3 = "محايد"، 2 = "غير موافق"، 1 = "غير موافق بشدة")، (الإمام, 2014).

أ- المعالجة الإحصائية للبيانات

تم استخدام البرنامج الإحصائي SPSS VER21 كأداة رئيسية لتحليل البيانات التي تم الحصول عليها من مجتمع الدراسة و قد تم اجراء العديد من العمليات الإحصائية على البيانات بما يتناسب مع أهداف و فرضية الدراسة ، و التي تضمنت ما يلي :

1- استخدام مقياس كرونباخ الفا (Gorbach' s Alpha) للتحقق من

درجة الاعتمادية والثبات للعبارات المستخدمة في الدراسة.

2- التحليل الوصفي مثل (المتوسط الحسابي- الانحراف المعياري - النسب

- التكرارات)

3- تحليل One Way Anova

ب- معامل ثبات الفا كرونباخ

يقصد به استقرار المقياس و عدم تناقضه مع نفسه، أي أنه يعطى نفس النتائج إذا أعيد تطبيقه على نفس العينة و لإجراء اختبار الثبات لأسئلة الإستبانة تستخدم إحدى معاملات الثبات مثل معامل الفا كرونباخ، ومعامل الثبات يأخذ قيم تتراوح بين صفر والواحد الصحيح، فإذا لم يكن هناك ثبات في البيانات فإن قيمة هذا المعامل تساوي الصفر والعكس صحيح حيث إذا كان هناك ثبات تام تكون قيمة المعامل تساوي الواحد الصحيح، وعليه فإنه كلما اقتربت قيمة معامل الثبات من الواحد الصحيح دل ذلك على وجود ثبات في البيانات (الاستجابات مفردات المعينة) (أبو زينة و البطش 2007).

ج- اساليب جمع البيانات

اعتمدت الدراسة في جمع البيانات والمعلومات الخاصة بالجانب النظري على الرسائل والكتب العربية والأجنبية والمجلات والدوريات في مجال الملموسية.

أما فيما يتعلق بالجانب الميداني فقد تم الاعتماد على الاستبانة كأداة رئيسة لجمع البيانات والمعلومات المطلوبة لغرض تحقيق أهداف الدراسة واختبار فرضيته (البكري، ٢٠٠٥).

د- مجتمع الدراسة

تم توزيع استمارة الاستبيان في الفترة من فبراير حتى ابريل 2019 ، وقد تم اختيار منطقة البترا كمجتمع للدراسة لأنها هي مركز الدراسة ، وبها سلطة اقليم البترا التنموي السياحي التي تعتبر الجهة المسؤولة عن تطوير الخدمات السياحية في المنطقة وتضم عدد كبير من السكان يمثل طبقات مجتمعية

مختلفة للمجتمع المحلي، كما أنها تعد المحطة الأولى للسياحة في الأردن وتم تطبيق الدراسة الميدانية على جدول (1): السائحون لمنطقة البترا.

هـ- عينة الدراسة

ويوضح الجدول التالي رقم (1) عدد الإستثمارات التي تم توزيعها وعدد الردود وعدد الإستثمارات الصحيحة:

جدول رقم (1): عدد الإستثمارات الموزعة ونسب الردود						
الإستثمارات الصحيحة		الإستثمارات الواردة		الإستثمارات الموزعة		بيان
النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	
89.2	357	94.5	378	%100	400	السائحون المنطقة البترا

يتضح من بيانات جدول رقم (1) أنه قد تم توزيع عدد (400) إستمارة على زوار منطقة البترا وتم تحديد هذا العدد من الاستثمارات كي تغطي أكبر عدد ممكن زوار منطقة البترا، حيث تم استلام عدد (378) إستمارة منها، وتم استبعاد عدد (21) إستمارة عند تفريغ البيانات لعدم استيفاء جميع بياناتها، وبلغ عدد الإستثمارات الصحيحة (357) بنسبة قدرها 89.2%. وهي معدلات جيدة في مجالها، بحيث يمكن الاعتماد على النتائج التي تم الحصول عليها في اختبار فروض الدراسة واستخلاص النتائج.

الملموسية

مفهوم الملموسية

الملموسية تمثل الجوانب الملموسة والمتعلقة بالخدمة مثل التقنيات الحديثة المستخدمة والمباني والتسهيلات الداخلية للأبنية ومظهر الموظفين والتجهيزات اللازمة لتقديم الخدمة (اسماعيل و عبد العزيز، 2017). ذكر (الطويل وآخرون، 2010) أن الملموسية تشير إلى مظهر التسهيلات والمعدات المادية والبشرية إلى أن الجوانب المتعلقة بلملموسية الخدمة هي المباني والتسهيلات الداخلية للأبنية والتجهيزات اللازمة لتقديم الخدمة، والمظهر الخارجي للعاملين، والترتيبات الداخلية للمنظمة، ومواقع الانتظار للمستفيد من الخدمة.

وأوضح (البكري، 2005) أن الملموسية تتمثل بالقدرات والتسهيلات المادية والتجهيزات والأفراد، ومن معايير التقييم لهذا البعد: المظهر الخارجي لمقدمي الخدمة، وأماكن الانتظار والاستقبال المناسبة.

وأكد (ادريس، 2001) بأن المقصود بالجوانب الملموسة حداثة وجاذبية المباني والتصميم الداخلي والتطور التقني للمعدات والأجهزة وغيرها من التسهيلات المادية المستخدمة في إنتاج الخدمة، والأثاث والديكور، ومظهر العاملين في مواقع الخدمة. ويتضمن هذا البعد أربعة متغيرات وهي: توافر حداثة الشكل في تجهيزات المنظمة، الرؤية الجذابة للتسهيلات المادية، المظهر الانيق لموظفيها، المظهر العام للمنظمة. (درويش، 2009) وقد حدد (Parasuraman, et, al, 1998) في البداية عشرة ابعاد لقياس جودة الخدمات وهي: (التجسيد، الأمانة، الاستجابة، المنافسة، المجاملة، المصادقية، الامن، الحرية، الأتصال، وفهم العميل) (Parasuraman, et, al, 1988)، ثم تمكنوا بعدها من تطوير المقياس ليشمل خمسة أبعاد وهي: (Parasuraman, et, al, 1988) الملموسية، الأعتمادية، الاستجابة، الامان، التعاطف (سلمان، 2013).

أهمية الملموسيات

يمكن إبراز أهمية الملموسيات من خلال: (ديوب وعطية، 2005)، (حامد، 2002)

- 1- الملموسيات مهمة أيضا لأنها ربما تؤثر على توقعات الزبون بشأن الخدمة والثقة في مظاهر الخدمة أو المنتج الأخرى، وبما أن استعادة أو استرداد الكلفة هو اعتبار مهم، فإن الملموسيات ربما ترفع رغبة الزبون في الدفع لأجل الحصول على الخدمات.
2. الملموسيات "وسائل الراحة - Amenities" مرتبط بالمظهر المادي للتسهيلات، والأفراد العاملين، والمواد، فضلا عن وسائل الراحة، والنظافة
- 3- ملموسيات أخرى ربما تضم الخصائص التي تجعل الانتظار أكثر متعة أو سعادة مثل موسيقى، وأفلام فيديو تعليمية و ترفيهية، وقراءة مواد.

الخدمات السياحية

مفهوم الخدمات السياحية: وتُعني كل ما يقدم للسياح من المناظر الطبيعية والنصب التذكارية والمساح والآثار التاريخية والفنون الشعبية والآثار الدينية والرياضية والتسلية... الخ، وتعتبر هذه كمواد خام يراد لها أن تطور بطرق مختلفة من أجل تلبية احتياجات الأسواق المختلفة (بوشاشية، منير، 2017). وعرفها (سعيد، 2013) بأنها تهدف إلى إشباع الحاجات والرغبات عندما يتم تسويقها للمستهلك النهائي مقابل دفع مبلغ معين من المال ويجب أن تقتزن الخدمات ببيع منتجات أخرى، وهي منتجات غير ملموسة يتم التعامل معها في أسواق معينة تهدف أساساً إلى إشباع حاجات ورغبات المستهلك وتساهم في توفير

جانب كبير من الرعاية والراحة والإطمئنان ، كما توفر مردود إقتصادي سواء فردي أو على مستوى مجتمع.

أهمية جودة الخدمة السياحية :

لجودة الخدمة السياحية أهمية كبيرة في المؤسسات وذلك من أجل تحقيق النجاح والاستقرار الأمر الذي يتطلب من الموظفين والسياح ان يتعاملوا معا من أجل ايجاد الخدمة وتقديمها بأعلى مستوى، وعلى المؤسسات الاهتمام بالموظفين والزوار معا. (مرهج، بواط، 2015)

ان جودة الخدمة السياحية تعتبر مقياس للدرجة التي يرقى إليها مستوى الخدمة المقدمة للعملاء ليقابل توقعاتهم، وبالتالي فان تقديم خدمة ذات جودة متميزة يعني تطابق مستوى الجودة الفعلي مع توقعات العملاء أو التفوق عليها في بعض الأحيان، وهذه التوقعات تبنى على أساس أبعاد يتم من خلالها الحكم على جودة الخدمة المقدمة، ولقد ازدادت أهمية جودة الخدمة كأساس لتحقيق التميز، وبالتالي أصبح مستوى جودة أداء الخدمة أحد الأساليب التنافسية لبناء وتحقيق رضا وولاء العميل، هذا وتعتمد المؤسسة على مجموعة من الاستراتيجيات والأدوات لبناء ولاء زبائنهم، فلم تعد الجودة غاية في حد ذاتها بل أصبحت وسيلة تسعى من خلالها المؤسسة لبناء ولاء زبائنهم (بوشاشية، منير، 2017).

خصائص الخدمة السياحية

هناك عدة خصائص لجودة الخدمات السياحية ومن أهمها ما يلي:

1- اللاملموسية: الخدمة نفسها هي في الأساس غير ملموسة وتوصف بأنها الخدمة الخالصة التي لا يمكن رؤيتها أو لمسها فعند شراء الخدمة السياحية لا يتلقى الضيف منتج ملموس وإنما هي الخدمة التي تقدم للاستهلاك أي ليس لها وجود مادي وبالتالي لا يمكن الإحساس بها قبل شراءها (أحمد، 2017).

2- التلازمية (عدم الانفصال): حيث أن مقدم الخدمة يقدمها ويبيعها في نفس الوقت الذي تقدم فيها ويصعب الفصل بين الخدمة والشخص الذي يتولى تقديمها (مطرية، 2016).

3- عدم التجانس: من الصعب افتراض أن الخدمات التي تقدمها المؤسسة الخدمية الى الضيف تتم بنفس النوعية والمستوى، لأن جودة الخدمة تعتمد على مقدمها، فالخدمة المقدمه من شخص ما تختلف عن شخص آخر، أي من مقدم إلى آخر (بوشاشية، منير، 2017).

4- عدم القابلية للتخزين: تعتبر الخدمة ذات طبيعة غير قابلة للتخزين، أي لا يمكن حفظ الخدمة على شكل مخزون، فالخدمة تستهلك وقت إنتاجها وبالتالي عدم إمكانية تخزينها (بياز، 2017).

5- عدم انتقال الملكية: الخدمة لا يمكن امتلاكها بل الانتفاع بها فقط فعندما تُقيم بفندق ما فانك تنتفع بالإقامة وجميع الخدمات الاخرى دون امتلاك ذلك الفندق (سلمان، 2013).

6- تأثر السوق السياحية بالموسمية: تتأثر الاسواق السياحية بالموسمية اذ يطلق اسم موسم الذروة على الموسم الذي يكون فيه الطلب السياحي مرتفع وتكون نسبة الاشغال مرتفعة والفرص التسويقية اكثر، وأما الموسم المتوسط فهو الموسم الذي يتذبذب فيه الطلب من يوم الى آخر وموسم الكساد الذي ينخفض فيه نسبة الاشغال للفنادق والمواقع السياحية وقد ينعدم نهائياً، ويوجد بعض مناطق في العالم لا تتأثر بشكل كبير بالموسمية وذلك لإعتدال الجو والمقومات السياحية الاخرى (بلحس، 2012).

مناقشة نتائج الدراسة

تحليل قائمة الاستقصاء الخاصة بالملموسية

• التحليل الإحصائي الوصفي لبعده الملموسية جدول رقم (2)

الجدول رقم (2) يوضح التحليل الإحصائي الوصفي لبعده الملموسية

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المستويات (التكرار اسفل النسبة)					الفقرة	رقم
			غير موافق تماماً	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماماً		
6	.78	4.21	2	8	28	153	165	المظهر الداخلي والخارجي لمجمل المرافق السياحية في المحمية جذاب وملام	1
			%8	%2.2	%7.8	%42.9	%46.2		
1	.66	4.63	0	13	86	149	109	يوجد تجهيزات ومعدات متطورة لخدمة السياح	2
			%0	%3.6	%24.1	%41.7	%30.5		
2	.83	4.52	0	18	57	158	124	سعر تذكرة الدخول للمحمية مناسبة	3
			%0	%5	%16	%44.3	%34.7		
5	.65	4.27	0	7	16	104	230	المناطق الأثرية في المحمية جميلة	4
			%0	%2	%4.5	%29.1	%64.4		
4	.76	4.36	0	19	18	186	134	انتشار المنشآت السياحية (فنادق، مطاعم، شركات سياحية (في منطقة البترا بشكل يغطي حاجة السائح	5
			%0	%5.3	%5	%52.1	%37.5		
3	.77	4.43	0	18	33	192	144	تتوفر لوحات إرشادية للمواقع الأثرية في المحمية الأثرية	6
			%0	%5	%9.2	%53.8	%31.9		
7	.67	4.14	0	2	37	168	150	مقدمو الخدمات السياحية يعتنون بمظهرهم الخارجي	7
			%0	%6	%10.4	%47.1	%42		
-	.75	4.35	17	20	35	155	170	المتوسط العام	
			%5	%7	%15	%38	%45		

ويتضح أيضاً من نتائج التحليل الإحصائي و الموضح بالجدول رقم (2) عن إجابات عينة الدراسة عند سؤالهم عن البعد الخاص بالملموسية وقد تبين من خلال الإجابات أن 83% من اجمالى مفردات العينة توافق على هذه الفقرات وجاءت نسبة 15% من العينة إجابتهم محايدة. بينما أكدت نسبة 12% من حجم

العينة عدم الموافقة على هذه الفقرات، أيضا بلغ المتوسط الحسابي العام الإجمالي القيم (4.35) وجاءت قيمة الانحراف المعياري لإجمالي القيم (0.75). مما يعني عدم وجود فروق أو انحرافات في اجابات مفردات العينة عن قيمة المتوسط الحسابي بشكل كبير، مما يؤكد صحة بيانات العينة، وهذه النتائج تبين أن الجوانب الملموسة لها أهمية كبيرة في أبرز جودة الخدمات السياحية في منطقة البترا مما يُشعر السائح انه يحصل على مقابل محسوس جراء ما يدفعه.

ولتوضيح أبرز الفروق بين طرفي عينة الدراسة نجد أنه جاءت العبارة رقم (2) وجود تجهيزات ومعدات متطورة لخدمة السياح بالمرتبة الأولى من حيث موافقة أفراد عينة الدراسة عليها بالترتيب الاول وبمتوسط حسابي (4.63) وهو متوسط حسابي كبير جدا لانه واقع بين (3.68 - 5)، في حين العبارة (7) مقدمو الخدمات السياحية يعثنون بمظهرهم مظهر الخارجي الخارجي احتلت أقل نسبة للمتوسط وهي (4.14) ولكنها أيضا تعكس درجة موافقة مرضيه لحد ما، وهذا يتفق في رأي (بوشاشيه، 2017) أن الاهتمام بالمظهر الخارجي لا بد منه لمقدمي الخدمات السياحية ويعطي الانطباع عن الموقع الذي يشغله مقدم الخدمة السياحية.

• معامل ألفا كرونباخ

جدول رقم (3): معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات

الجدول (3): معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات أبعاد الإستبيانات		
إختبار الثبات		البعد
معامل الفا	عدد الاسئلة	
0.7	7	الملموسية

ويتضح بالجدول (3) من تحليل النتائج باستخدام كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha Coefficient) أن قيمة معامل الثبات ألفا كرونباخ أكبر من 0.7 لمتغيرات الدراسة، وهي قيم مرتفعة تشير إلى أن أداة الدراسة المستخدمة تتمتع بدرجة عالية من الثبات. وبالتالي يمكن الاعتماد على النتائج و الوثوق بها.

• النتائج للجزء المتعلق بالخصائص الديموغرافية

توزيع العينة طبقا للجنس:

يوضح الجدول رقم (4) توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير الجنس لزوار منطقة البترا ، حيث قياس التكرارات والنسب المئوية كما يلي:

جدول رقم (4): التوزيع التكراري والنسبي للعينة طبقاً للجنس		
زوار منطقة البترا		
الجنس	النسبة (%)	التكرار
ذكر	52.1	186
أنثى	47.9	171
المجموع	%100	357

يشير الجدول السابق إلى تقارب النسبة بين المستجيبين من حيث متغير الجنس، حيث بلغت نسبة الذكور (52.1%) في حين بلغت نسبة الإناث (47.9%).
توزيع العينة طبقاً للعمر:

يوضح الجدول رقم (5) توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير العمر لزوار منطقة البترا ، حيث قياس التكرارات والنسب المئوية كما يلي:

جدول رقم (5): التوزيع التكراري والنسبي للعينة طبقاً لعمر زوار منطقة البترا			
الترتيب	النسبة (%)	التكرار	السن
5	4.5	16	من 12 - إلى 20
1	42.6	152	من 21 - إلى 35
2	22.4	80	من 36 - 50
4	13.2	47	من 51-65
3	17.4	62	أكثر من 66
-	%100	357	المجموع

يبين الجدول رقم (5) أن (16) من أفراد عينة الدراسة يمثلون ما نسبته (4.5%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة عمرهم (12 - 20 سنة) ، في حين أن (152) من أفراد عينة الدراسة يمثلون ما نسبته (42.6%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة من عمرهم (21-35) وهم النسبة الأكثر في عينة عمر الدراسة ، في حين أن (80) من أفراد عينة الدراسة يمثلون ما نسبته (22.4%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة من عمرهم (36-50) وهم النسبة الثانية من حيث عمر عينة الدراسة ، في حين أن (47) من أفراد عينة الدراسة يمثلون ما نسبته (13.2%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة من عمرهم (51-65)، في حين أن

(62) من أفراد عينة الدراسة يمثلون ما نسبته (17.4%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة من عمرهم أكثر من 66.

توزيع العينة طبقاً للمؤهل العلمي:

يوضح الجدول رقم (6) توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير المؤهل العلمي لزوار منطقة البترا، حيث كان قياس التكرارات والنسب المئوية كما يلي:

جدول رقم (6): التوزيع التكراري والنسبي للعينة طبقاً للمؤهل العلمي			
زوار منطقة البترا			المؤهل العلمي
الترتيب	النسبة (%)	التكرار	
4	4.5	16	اساسي
2	27.5	98	ثانوي
1	51.5	184	جامعي
3	16.5	59	دراسات عليا
-	%100	357	المجموع

يبين الجدول رقم (6) أن (4.5%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة لزوار منطقة البترا يحملون مؤهل علمي (اساسي) وهي الاقل نسبة، و (27.5%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة يحملون مؤهل (ثانوي). في حين أن (51.5%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة مؤهلهم العلمي (جامعي) هم الاكثر نسبة في عينة الدراسة، في حين أن (16.5%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة مؤهلهم العلمي (دراسات عليا).

توزيع العينة طبقاً للجنسية

يوضح الجدول رقم (8) توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير الجنسية لزوار منطقة البترا، حيث كان قياس التكرارات والنسب المئوية كما يلي:

جدول رقم (8): التوزيع التكراري والنسبي للعينة طبقاً للجنسية			
زوار منطقة البترا			الجنسية
الترتيب	النسبة (%)	التكرار	
3	21.8	78	العربية
2	23	82	الأردنية
1	55.2	197	الأجنبية
-	%100	357	المجموع

يوضح الجدول رقم (8) أن توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير الإقامة ، حيث يتبين أن (21.8%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة كانت من الجنسية العربية وهي الأقل نسبة، ونسبة (23%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة كانت من الجنسية الأردنية، في حين نسبة (55.2%) من إجمالي أفراد عينة الدراسة كانت من الجنسيات الأجنبية وهي الأكثر زيارة لمنطقة البترا.

اختبار فرضيات الدراسة

جدول رقم (9) : نتائج اختبار (One Way ANOVA) لإستبانة السائحين، بين افراد عينة الدراسة اتجاه تقييم الخدمات السياحية وأهمية السياحة في منطقة البترا طبقا للعناصر الديموجرافية (للمؤهل العلمي).

الابعاد	البيان	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة ف	الدلالة
الملموسية	بين المجموعات	1.148	2	.574	2.786	.063
	داخل المجموعات	72.964	354	.206		
	المجموع	74.113	356			

يبين الجدول السابق رقم (9) على أنه لا توجد اختلافات ذو دلالة احصائية بين افراد عينة الدراسة اتجاه تقييم الخدمات السياحية وأهمية السياحة في منطقة البترا طبقا للعناصر الديموجرافية المؤهل العلمي حيث تبين أن قيمة (F) المحسوبة لجميع المحاور تساوي (2.786)، وعند درجة الحرية (2) وكذلك بلغت قيمة مستوى الدلالة للمحاور (.063)، وهي أكبر من (0.05)، وعليه نقبل فرضية العدم ونرفض الفرضية البديلة التي نصها: "لا توجد اختلافات ذو دلالة احصائية بين افراد عينة الدراسة اتجاه تقييم الخدمات السياحية وأهمية السياحة في منطقة البترا طبقا للعناصر الديموجرافية للمؤهل العلمي".

النتائج والتوصيات

توصلت الدراسة للنتائج التالية:

- 1- وجود اهتمام وعناية من قبل سلطة اقليم البترا بالتسهيلات المادية (الملموسيات) إذ سجل نسبة اتفاق كبير إلى حد ما وكذلك تبين رغبة إدارة الموقع للبحث عن الأفكار والمبادرات والسبل التي من شأنها تحسين جودة الخدمات المقدمة إلى المستفيدين وتطويرها.
- 2- نلتمس من نتائج التحليل لبعد الملموسية اهتماما بالمظهر الخارجي من جانب العاملين اثناء تقديم الخدمات السياحية وهذا يدل على الرقابة من قبل المسؤولين.
3. تبين من خلال الاستقصاء أن السائحين في منطقة البترا لديهم رضا عن الجوانب الملموسة والخدمات السياحية المقدمة في منطقة البترا.

4- تحقق وجود علاقة ارتباط معنوية بين متغير بعد الملموسية و متغير المؤهل العلمي ، وأن هذه العلاقة هي علاقة معنوية جدا كما في مابين في الجدول رقم 2.
من خلال هذه الدراسة لبعء الملموسية تم التوصل الى مجموعة توصيات مهمة في تطوير الخدمات السياحية في منطقة البترا و المساعدة لمتخذي القرار في منطقة البترا في فهم تصورات السائحين وطريقة ارضائهم وكيفية معالجة نقاط الضعف وتحسينها، و العمل على مزيد من البحوث لتطوير الخدمات السياحية في المنطقة.

وكانت أهم التوصيات كما يلي:

- 1- وضع أسس وقوانين لحل المشاكل في منطقة البترا وأن تكون رادعة.
- 2- إعادة النظر بسعر تذكرة دخول الموقع الاثري أو أن تتضمن خدمات أخرى تكون من ضمن التذكرة.
- 3- الحفاظ على المستوى العالي بالجوانب الملموسة نظيفة ومنظمة وإخضاعها بشكل مستمر للتحديث ومواكبة التطورات الحاصلة في مجال التقنيات لأجل تحسين جودة الخدمات السياحية.
- 4- الرقابة والتقييم للجوانب الملموسة بشكل مستمر وتطوير الخدمات السياحية في منطقة البترا.
- 5- العمل على تشجيع الاستثمار في القطاع السياحي.
- 6- المساعدة لمتخذي القرار في منطقة البترا في فهم تصورات السائحين وطريقة ارضائهم وكيفية معالجة نقاط الضعف وتحسينها.
- 7- العمل على مزيد من البحوث لتطوير الخدمات السياحية في المنطقة.

المراجع

المراجع باللغة العربية

1. أبو زينة، فريد والبطش، محمد(2007). "مناهج البحث العلمي: تصميم البحث والتحليل الإحصائي" دار الميسرة للطباعة والنشر. الطبعة الأولى.
2. احمد، دنيا طارق (2017) "الابداع المنظمي وتأثيره في جودة الخدمة الفندقية" كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد 51، ص 288.
3. ادريس، ثابت عبد الرحمن (2006). " كفاءة وجودة الخدمات اللوجستية: مفاهيم اساسية وطرق القياس والتقييم " الدار الجامعية، الاسكندرية.
4. اسماعيل، مراد وعبدوس، عبد العزيز (2017). "قياس مستوى جودة الخدمة الهاتفية النقالة بنموذج (ServPerf)" مجلة البشائر الاقتصادية ، الجزائر، المجلد 3 ، لعدد1، ص 4.
5. الإمام، وفقى (2014). " البحث العلمي : إعداد مشروع البحث وكتابة التقرير النهائي" المكتبة العصرية للنشر والتوزيع.

6. بياز، نذير (2017) " تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون في قطاع الاتصالات " رسالة ماجستير، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي ، الجزائر، ص 13.
7. بكري، ثامر ياسر(2005) " تسويق الخدمات الصحية" دار اليازوري العلمية للنشر، عمان، الاردن.
8. بلحس، سمية (2012) " تأثير جودة الخدمات على تحقيق رضا " رسالة ماجستير، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، ص 6-8.
9. بوشاشية، نادية ونوري، منير (2017) " جودة الخدمة السياحية واثرها على تعزيز ولاء السائح " الاكاديمية للدراسات الإجتماعية والإنسانية، الجزائر، العدد 18، ص 73-72-2.
10. درويش، مروان جمعة (2009) " اثر رضا خدمات الخدمات التي تقدمها البلديات في فلسطين على رضا المستفيدين" جامعة القدس، فلسطين، ص 6.
11. ديوب، محمد عباس وعملية، هاني رمضان (٢٠٠٥). "إدارة تسويق الخدمات الطبية بالتطبيق على مشفى الأسد الجامعي باللاذقية ومشفى الباسل بطرطوس" مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية، المجلد ٢٧، العدد ٢
12. سالم، حميد (2007) "سلوك السائح ودوره في تحديد النمط السياحي" مجلة العلوم الاقتصادية والادارية، المجلد 13، العدد 48، جامعة بغداد، العراق.
13. سعيد، جواهر وسمية، حسن (2013) " أثر تسويق الخدمات السياحية على مبيعات البرامج السياحية" رسالة ماجستير، جامعة أم درمان الإسلامية، السودان، ص 7.
14. سلمان، محمد (2013) "مستوى جودة الخدمات الجامعية كما يدركها طلبة الأقصى بغزة طبقاً لمقياس جودة الخدمة (SERVPERF) مجلة جامعة الأقصى، فلسطين، مجلد 17.
15. الطويل وأخرون (2010) "إمكانية إقامة أبعاد جودة الخدمات الصحية: دراسة في مجموعة مختارة من المستشفيات في محافظة نينوى" مجلة تكريت للعلوم الإدارية والأقتصادية، جامعة تكريت، العراق، المجلد 6، العدد19.
16. فرحي، محمد، محديد، ملكية (2005) "إشكالية الجودة في الخدمات السياحية" مجلة رماح للبحوث والدراسات، مركز البحث وتطوير الموارد البشرية، الاردن.
17. مرهج، منذر وغادة، بواط (2015) " اثر معدل دوران العمل على جودة الخدمات السياحية" مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، سوريا، العدد 1، المجلد 37، ص 379-380.
18. مطرية، باسم جميل (2016) "دور تخطيط وتنمية الموارد البشرية في تحسين جودة الخدمات التعليمية في مؤسسات التعليم العالي" رسالة ماجستير، فلسطين، ص 90-91.