



بناء نموذج للعلاقة بين جودة الخدمات السياحية في منطقة عسير ورضا الزبون ونوايا البقاء باستخدام نمذجة المعادلة البنائية وفقاً لرؤية المملكة العربية السعودية (2030)

عبد الجلال عثمان إدريس أبكر^{a*} ، أنور الزين بابكر مصطفى^b
جامعة الملك خالد

المخلص

هدفت هذه الدراسة الى بناء نموذج لقياس جودة الخدمة السياحية في منطقة عسير وعلاقتها مع رضا الزبون والنوايا الحسنة للزبون، باعتبار رضا الزبون كمتغير وسيط. تم تصميم أداة الدراسة بناءً على النظريات والدراسات السابقة بخمس محاور لجود الخدمة وخمسة متغيرات لرضا الزبون وثلاثة متغيرات لنوايا البقاء. تم جمع البيانات من منطقة عسير بالمملكة العربية السعودية، وقد بلغ حجم العينة 420 فرد. تم استخدام نمذجة المعادلة البنائية لبناء نموذج العلاقات باستخدام برنامج أموس (AMOS 23). وقد توصلت الدراسة الى عدد من النتائج أهمها: ان جودة الخدمات السياحية في منطقة عسير تتكون من خمس عوامل، وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمات ورضا الزبون وعدم وجود علاقة ذات دلالة بين جودة الخدمة ونوايا البقاء وان رضا الزبون لا يتوسط العلاقة بين جودة الخدمات السياحية والنوايا الحسنة للزبون. كما أظهرت النتائج استقلال آراء المستجيبين عن العمر وعن النوع عدا علاقة النوع بنوايا البقاء. وقد خلصت الدراسة الى عدد من التوصيات أهمها: الاعتماد على نموذج جودة الخدمات السياحية في منطقة عسير على عوامل (الملموسية والاعتمادية والأمان والاستجابة والتعاطف) لتطوير قطاع السياحة والاستفادة من الموارد السياحية التي تتمتع بها المنطقة. واقتراح آليات إضافية لجودة الخدمات السياحية بغرض جذب الزبائن للعودة للسياحة في منطقة عسير.

معلومات المقالة

تاريخ البحث

الاستلام: 2021/3/10
تاريخ التعديل: 2021/3/28
قبول النشر: 2021/3/28
متوفر على الأنترنت: 2021/8/29

الكلمات المفتاحية :

جودة الخدمة
رضا الزبون
نوايا البقاء
نمذجة المعادلة البنائية
منطقة عسير



Structural Equation Modeling for the relation between service quality of tourism in Aser Region and customer satisfaction and intention in the Light of KSA Vision 2030

Abdelgalal Osman Idris^{a*} , Anowr Elzain Babiker^b
King Khalid University.

Abstract

This study aims to build a model to measuring the service quality of tourism in Aser region and its relationship with customer satisfaction and the customer's intention, considering customer satisfaction as a mediator variable. The study tool design was based on the theories and previous studies with five factors for service quality, five variables for customer satisfaction, and three variables of customer's intention. Data were collected from Asir region in the Kingdom of Saudi Arabia, and the sample size was 420 individuals. Structural equation modeling was used to build the model using AMOS 23 software. The study has concluded to various results, the most important is that the service quality of tourism in Asir region consists of five factors. Secondly, there are a statistically significant relationship between the service qualities and customer satisfaction. Thirdly, there is no significant relationship between service quality and customer's intension. Fourthly, customer satisfaction does not mediate the relationship between the service quality of tourism and the customer's intention. In addition, the results has indicated that independence of the respondents' opinions on age and gender, except for the relationship of gender and customer's intentions. The study recommendations could be summarized as: reliance on the service quality model of tourism in Asir region on factors (tangibility, reliability, safety, responsiveness and sympathy) to develop the tourism sector and benefit from the tourism resources enjoyed by the region. Moreover, proposing additional mechanisms for the service quality of tourism in order to attract customers to return to tourism in Asir region.

*

Corresponding author : E-mail addresses : aoadrees@kku.edu.sa.

2021 AL – Muthanna University . DOI:10.52113/6/2021-11/141 -155.

Key Words: Service quality, customer satisfaction, customer's intentions, structural equation modeling, Aser region.

المقدمة

ومدى قدرتها على جذب السياح من الداخل والخارج وبالتالي المساهمة في زيادة الناتج المحلي. ولذلك فإن الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني تهتم بإجراء الدراسات والبحوث والمسوح والإحصاءات اللازمة في مجالات اختصاص الهيئة ومتابعة تنفيذها وتقييمها بما يحقق أهداف الهيئة ويلبي احتياجات قطاع السياحة (الهيئة العامة للآثار والتراث الوطني 2015 ص 21).

أهداف الدراسة

- تهدف الدراسة الى:
- تحديد عوامل جودة الخدمات السياحية في منطقة عسير.
- بناء نموذج المعادلات البنائية لجودة الخدمات السياحية في منطقة عسير باستخدام التحليل العاملي التوكيدي.
- تحديد وقياس الأثر المباشر وغير مباشر لعوامل جودة الخدمات السياحية، ورضا الزبون على النوايا السلوكية لزبائن الخدمة السياحية بمنطقة عسير.
- تقديم نتائج وتوصيات يمكن ان تستفيد منها الجهات المعنية بالتحول الاقتصادي الى قطاعات غير بترولية في المملكة في اتخاذ القرارات المناسبة في عملية التحول.

فروض الدراسة

إن جودة الخدمة تعتبر من أهم العوامل التي تساعد على الارتقاء بالمنظمة وبدون شك هنالك علاقات متعددة بين مكونات جودة الخدمة والعوامل ذات الصلة وكذا الحال في جودة الخدمات السياحية في منطقة عسير فهنالك علاقات بين مكونات جودة الخدمات يمكن ان تمثل بنية عاملية يتكون من عدة عوامل تتداخل وتتفاعل لتكوين جودة الخدمات وتمثل الفرضية الرئيسية في البحث في السؤال التالي: مما يتكون هيكل العلاقات بين عوامل جودة الخدمات السياحية في منطقة عسير ورضا الزبون ونوايا البقاء؟، ومنها الفرضيات الفرعية التالية:

- يتكون النموذج الهيكلي لجودة الخدمة السياحية في منطقة عسير من عوامل الملموسية والاعتمادية والأمان والاستجابة والتعاطف.
- جودة الخدمات السياحية في منطقة عسير لا تؤثر على الرضا
- جودة الخدمات السياحية في منطقة عسير لا تؤثر النوايا الحسنة للزبون.
- رضا الزبون لا يتوسط العلاقة بين جودة الخدمة السياحية والنوايا الحسنة للزبون.
- عدم وجود اختلاف في استجابات الباحثين حول جودة الخدمات السياحية ورضا الزبون ونوايا البقاء يعزى الى متغيري النوع والعمر.

يعتبر اقتصاد المملكة العربية السعودية أكبر اقتصاد في المنطقة العربية ومنطقة الشرق الأوسط وهي من دول مجموعة العشرين الأكبر اقتصاداً في العالم، ولكن يلاحظ أن اقتصادها يعتمد بشكل أساسي على مورد البترول على الرغم من ان الدولة بها الكثير من الموارد الاقتصادية غير البترولية وقد جاءت رؤية المملكة (2030) برؤى وبرامج للتحول الاقتصادي بالدولة. وتعد السياحة من القطاعات التي تمتلك المملكة فيها الكثير من المزايا إذا تم استغلالها بشكل جيد يمكن ان تسهم في الدخل القومي وتساعد في تحول المملكة الى القطاعات غير البترولية، فهناك الكثير من السياح يتجهون الى خارج المملكة لقضاء أوقاتهم وبدون شك فان ذلك يكلف الدولة موارد ليست بالقليلة، فاذا تم استغلال الإمكانيات السياحية في المملكة فانه يمكن التقليل من تكلفة السياحة الخارجية كما يمكن جذب سياح من الخارج وهو ما يعود الى البلد بالعملة الصعبة.

هنالك مجموعة من الأماكن داخل المملكة العربية السعودية تمتلك مقومات للسياحة يمكن ان تنافس أشهر الأماكن السياحية في العالم، من تلك الأماكن منطقة عسير التي تقع في جنوب المملكة وبها سلسلة مرتفعات عسير وتطل على البحر الأحمر.

مشكلة البحث

إن التحول الاقتصادي المنشود في المملكة العربية السعودية وفقاً لرؤيتها حتى الام (2030م) يعتمد على مجموعة من القطاعات الغير بترولية منها قطاع السياحة وهنالك مجموعة من المؤسسات الربحية وغير الربحية تعمل في مجال السياحة بمنطقة عسير بغرض جذب السياح في إطار تحقيق أهدافها وتساهم في تحقيق التحول الاقتصادي والاجتماعي. في هذا الإطار نجد أن هنالك سؤال يطرح نفسه: هل الخدمات السياحية التي تقدم الى السياح تتضمن عوامل الجودة المناسبة والتي تؤدي لجذب السياح الى المناطق السياحية في منطقة عسير، ومن ثم تساهم في تحقيق أهداف الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني فيما بالتحول الاقتصادي؟ ويمكن ان تتمثل مشكلة الدراسة في السؤالين التاليين: ما هي عوامل جودة الخدمات في قطاع السياحة، وما مدى تأثيرها على رضا السياح الذين يرتادون منطقة عسير؟

أهمية البحث

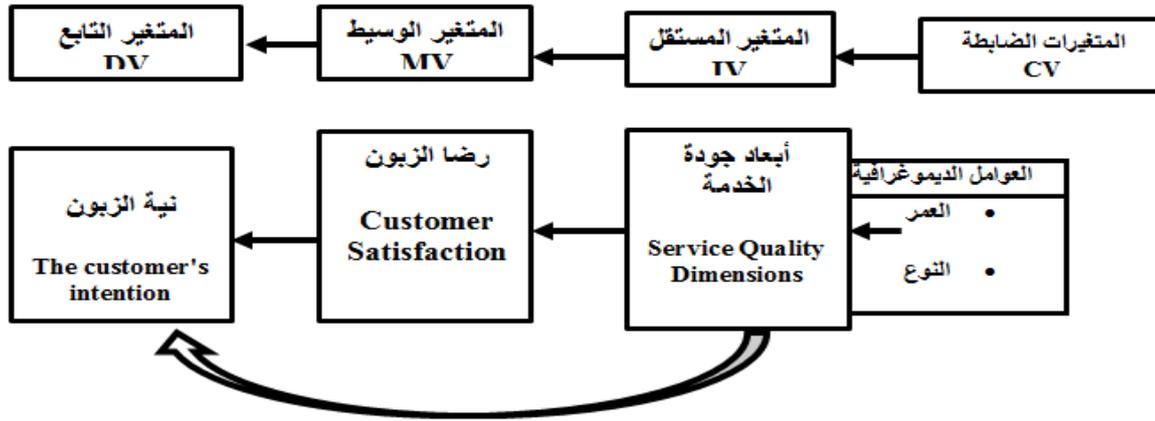
تتبع أهمية الدراسة من واقع أن السياحة في منطقة عسير تتميز بمناخات تناسب السياحة في مختلف فصول السنة، وفي ظل توجه المملكة الاقتصادي الحالي بزيادة الموارد غير البترولية فانه من المهم دراسة مدى جودة الخدمات السياحية

منهج وأداة الدراسة

والمراجع وعلى أداة الاستبيان لجمع البيانات. فيما يمثل مجتمع الدراسة سكان منطقة عسير والسياح الزائرين وهو مجتمع كبير، وسوف يتم اختيار حجم العينة وفقاً لأسس اختيار العينات للمجتمعات الكبيرة (لا يقل عن 385 مفردة). وسيتم استخدام العينة العشوائية البسيطة لاختيار مفردات الدراسة. وسوف يتم استخدام برامج التحليل الاحصائي SPSS و AMOS لتحليل بيانات الدراسة وبناء النموذج.

اتبعت الدراسة المنهج الوصفي لوصف العوامل ذات الصلة بجودة الخدمات السياحية في منطقة عسير والمنهج التحليلي لبناء نموذج المعادلات البنائية لعلاقة عوامل جودة الخدمة السياحية برضا ونوايا الزبون، بالإضافة الى الاعتماد على المنشورات من الجهات ذات الصلة بالسياحة في المملكة والدراسات السابقة

شكل رقم (1) رسم مقترح لنموذج الدراسة



الإطار النظري

أولاً: الإطار النظري – التحليل العاملي

يعتبر التحليل العاملي من أساليب الاعتماد المتبادل حيث يتمثل هدفه الأساسي في تحديد بنية المتغيرات الأساسية في التحليل، ويهتم التحليل العاملي بتوفير أدوات تحليل هياكل العلاقات المتبادلة (الارتباطات) بين من المتغيرات من خلال تحديد المجموعات ذات الارتباط المرتفع والتي يمكن ان تتم تسميتها بالعوامل (Hair, 2014 :92).

- نموذج التحليل العاملي

يمكن التعبير عن نموذج التحليل العاملي باستخدام التباين والتغاير او التباين المشترك الموجود في متغيرات مستمرة ومشاهدة للعوامل $f_k (k=1,2,\dots,m)$ وللأخطاء او البواقى $\varepsilon_j (j=1,\dots,p)$. ويمكن التعبير عن العلاقة بالشكل الرياضي التالي:

$$y_{i1} = v_1 + \lambda_{11}f_{i1} + \lambda_{12}f_{i2} + \dots + \lambda_{1k}f_{ik} + \dots + \lambda_{1m}f_{im} + \varepsilon_{i1}$$

$$y_{i2} = v_2 + \lambda_{21}f_{i1} + \lambda_{22}f_{i2} + \dots + \lambda_{2k}f_{ik} + \dots + \lambda_{2m}f_{im} + \varepsilon_{i2}$$

$$y_{ij} = v_j + \lambda_{j1}f_{i1} + \lambda_{j2}f_{i2} + \dots + \lambda_{jk}f_{ik} + \dots + \lambda_{jm}f_{im} + \varepsilon_{ij}$$

$$y_{ip} = v_p + \lambda_{p1}f_{i1} + \lambda_{p2}f_{i2} + \dots + \lambda_{pk}f_{ik} + \dots + \lambda_{pm}f_{im} + \varepsilon_{ip}$$

حيث:

يمثل و λ_{jk} تحميلات العوامل المختلفة و ε_{ij} الأخطاء بوسط متوقع يساوي صفر مستقل عن العوامل واذا تم استخدام صيغة المصفوفات يمكن التعبير عن نموذج التحليل العاملي بالصيغة التالية :

$$Y = v + \Lambda F + \varepsilon$$

حيث Y متجه قيم المتغيرات و Λ مصفوفة قيم تحميلات العوامل المختلفة F العوامل غير المرئية و ε متجه العامل الوحيد.

وبصورة ينقسم التحليل العاملي الي نوعين:

أ. التحليل العاملي الاستكشافي.

ب. التحليل العاملي التوكيدي.

- التحليل العاملي الاستكشافي

يهدف التحليل العاملي الاستكشافي الى إيجاد العلاقات البيئية لعدد غير محدد من المتغيرات المشاهدة بحيث كل عامل يساهم في التباين المشترك بين عدد من المتغيرات يسهل التعامل معها من الناحية العملية ولذلك نجد ان هدفه الأساسي تقليل المشاهدات المستخدمة الي عدد صغير من العوامل غير المشاهدة (تبخزة، 2012 : 17).

- فروض التحليل العاملي الاستكشافي:

لاستخدام التحليل العاملي الاستكشافي هنالك عدد من الشروط لابد من توفرها اهمها:

1. أن تكون المتغيرات المشاهدة رتبته على الأقل.
2. أن تكون عينة الدراسة عشوائية وحجمها كافي وحتى تكون كافية لابد من أن يكون حجمها خمس اضعاف عدد المتغيرات المشاهدة المستخدمة في الدراسة او قيمة مؤشر KMO أكبر من 0.6.
3. أن تكون العلاقة خطية بين المتغيرات المشاهدة في الدراسة.
4. وجود علاقة ارتباط بين المتغيرات المشاهدة لا تقل قيمتها عن.
5. عدم وجود قيم شاذة في المتغيرات المشاهدة في الدراسة.
6. تكون المتغيرات المشاهدة في الدراسة موزعة توزيعاً طبيعياً (القحطاني، 2015 : 284-285).

- الخطوات اللازمة لأجراء التحليل العاملي الاستكشافي:

يتم اجراء التحليل العاملي الاستكشافي من خلال الخطوات التالية:

- 1 – التأكد من البيانات مستوفية لجميع شروط استخدام التحليل العاملي الاستكشافي.
- 2 – استخدام طرق استخلاص العوامل سوي كانت طريقة المكونات الرئيسية او المحاور الأساسية او الاحتمال الأعظم لاستخلاص العوامل المختلفة من المتغيرات المشاهدة في الدراسة.
- 3 بعد استخلاص العوامل باستخدام أي من طرق الاستخلاص يتم تدويرها باستخدام التدوير المتعامد ومن اهم اساليبه المستخدمة التباين الأعظم (Varimax) او باستخدام التدوير المائل ومن اهم اساليبه المستخدمة البروماكس (Promax).
- 4 - بعد استخلاص العوامل وتدويرها باستخدام الطرق المختلفة تتم تسمية العوامل وتفسيرها بحيث تكون العوامل المستخلصة لها دلالة منطقية ومتوافقة مع النظريات (القحطاني، 2015 : 286-292).

- التحليل العاملي التوكيدي

يستخدم التحليل العاملي التوكيدي لاختبار الفرض وجود صلة معينة بين المتغيرات والعوامل ، ثم يختبر الباحث نظام الصلة المفترض اختبارها احصائياً وعليه فإن التحديد المسبق للنموذج العاملي التوكيدي يسمح للمتغيرات بحرية التشبع على عوامل محددة دون غيرها، ثم يتم تقييم النموذج بطريقة إحصائية لتحديد دقة مطابقته للبيانات المستخدمة وهنالك عدة طرق وأساليب تستخدم في مجال اختبار صحة طبيعة شبكة العلاقات بين المتغيرات أهمها نماذج المعادلات البنائية حيث تساعد بناء العلاقات بين المتغيرات اعتماداً على نتائج التحليل العاملي الاستكشافي، ويمكن اجراء التحليل العاملي التوكيدي من خلال اتباع عدد من الخطوات الأساسية يمكن تناولها كما يلي :

- بناء او تحديد النموذج:

تلعب النظريات والأطر النظرية المناسبة دوراً حاسماً في تطوير نموذج نظري عاملي فقد يكون النموذج العاملي أحادي البعد، أو ثنائي البعد، أو نموذج عاملي من الدرجة الثانية. ومن الضروري دعم تحديد النموذج برسم تخطيطي للنموذج Path Diagram فالرسم التخطيطي للنموذج العاملي يساعد على التوضيح وتنظيم الأبعاد، إضافة إلى استخدام اللغة والمعادلات والرموز، مما يعين على ترجمة النموذج التخطيطي إلى لغات برامج الإحصائية المتخصصة في المعادلات البنائية (لغة التعليمات لحزمة ليزر LISREL، وحزمة إيكويواس EQS، وحزمة أموس AMOS)، وتعتبر حزمة أموس AMOS أشهر الحزم المتخصصة في النمذجة بالمعادلات البنائية، والأكثر استعمالاً وانتشاراً (القحطاني، 2015 ص 188)

- تعيين النموذج / حساب المعالم

إن الخطوة الأساسية في التحليل العاملي التوكيدي هي تحديد فيما إذا كان النموذج المحدد معيناً وإذا كان عدد المعلمات غير معين (مجهول) أي مقدراً بأصغر من عدد المعلمات اللازمة، وبعد النموذج غير قابل للتعين إذا كانت المعلومات التي يتطلبها النموذج أكثر من المعلومات المتوفرة (القحطاني، 2015 ص 193).

- تقدير معالم

تعني هذه المرحلة قيم عددية للبارامترات الحرة في النموذج؛ بحيث تكون مصفوفة البيانات المشتقة من النموذج (مصفوفة التباين والتغاير لنموذج المفترض) قريبة جداً من العينة ، أي من مصفوفة التباين والتغاير للعينة تمثل الإطار المرجعي الذي ينبغي أن يعد النموذج المفترض إنتاجها بدقة لكي يكون النموذج نظرياً متطابق مع بيانات العينة، وهنالك عدد من الطرق المستخدمة في

$$\chi^2(df) = (N - 1)F[S, \Sigma(\theta)]$$

$$df = v - t$$

حيث V هي عدد المتغيرات في المصفوفة، t عدد المعالم المراد تقديرها، N حجم العينة (عامر، 2018 ص 244).

- الجذر التربيعي لمتوسط مربعات الخطأ التقريبي (RMSEA) :Root mean Square Error of Approximation

يعد من أهم مؤشرات جودة المطابقة وأفضلها، وهو يحدد المدى الذي يستطيع النموذج المفترض؛ الذي يحتوي على بارامترات مجهولة تم تقديرها بكفاءة على تحقيق مطابقة مع مصفوفة التباين والتغاير للعينة عند توفرها، إن مؤشر (RMSEA) وهو يقيس التباعد عن طريق درجات الحرية مما يجعله حساساً تجاه المعلمات الحرة التي تحتاج إلى تقدير في النموذج المفترض فهو يتأثر بمدى تعقيد النموذج ولكن ليس حساساً لحجم العينة كما ويقاس مؤشر RMSEA المدى الذي يعتبر فيه النموذج ملائم بشكل منطقي ومقبول للعينة. إن القيم التي تقل عن 0.05 تدل على أن النموذج يتطابق تماماً مع بيانات العينة، وإذا كانت القيمة محصورة بين 0.05 و 0.08 دل ذلك على أن النموذج يتطابق بدرجة كبيرة مع بيانات العينة؛ أما إذا زادت قيمته عن 0.08 فيتم رفض النموذج، فمؤشر (RMSEA) هو مؤشر سوء مطابقة بحيث إن القيمة صفر تدل على أفضل مطابقة ممكنة كما ويسمى (RMSEA) مؤشر خطأ التقريب لأنه يقيم المدى الذي يناسب النموذج بدرجة مقبولة ومنطقية ويحسب المؤشر من الصيغة الرياضية الآتية:

$$Rmse = \sqrt{\frac{\chi^2 - df}{df(N - 1)}}$$

حيث df درجات الحرية، N حجم العينة. ويلاحظ أن المؤشر تنقص قيمته كلما زادت درجات الحرية (Hoofs, et al 2017) (P6).

- مؤشر تكرر-لويس: (مؤشر المطابقة غير المعياري (Tucker-Lewis Index)(TLI)

ينطوي هذا المؤشر إضافة لنموذج العدم على دالة عقابية A عند تعقيد النموذج تقوم هذه الدالة بإضافة معامل حرة) لتقدير قيمتها في النموذج المفترض) بدون جدوى، أي بدون أن تؤدي هذه الإضافة إلى أي تحسن في مستوى المطابقة للنموذج المفترض، وذلك لتعويض أثر تعقيد النموذج المفترض وقيمة هذا المؤشر التي تفوق 0.90 تدل على تطابق أفضل للنموذج مع بيانات العينة ويحسب هذا المؤشر من المعادلة التالية:

تقدير معالم النموذج أهمها : طريقة المربعات الصغرى المعممة وطريقة الاحتمال الأقصى والمربعات الصغرى الموزونة وغير الموزونة (القحطاني، 2015 : 205-207).

- اختبار جودة المطابقة للنموذج

تقوم مؤشرات حسن المطابقة بتزويدنا بصورة عامة أو إجمالية عن مطابقة النموذج للبيانات، حيث لا توفر معلومات تفصيلية عن الأجزاء أو المكونات الفردية (المعلمت الفردية) للنموذج التي تفتقر إلى المطابقة، والتي قد تشكل مواطن ضعف فيه، على الرغم من أن مؤشرات حسن المطابقة قد تدل على مطابقة جيدة للنموذج ككل إلا أنها مؤشرات إجمالية وليست تفصيلية، حول مطابقة النموذج ككل، ولا تزودنا عن مطابقة المكونات أو الأجزاء الموضوعية أو المعلمت الفردية للنموذج؛ التي قد تختلف حالة مطابقتها عنا لمطابقة الإجمالية للنموذج وهناك عدد من المؤشرات تستخدم للحكم مدي جودة المطابقة اهمها:

- مربع كاي: χ^2 (Chi-Square)

وهو أعرق مقياس لتقدير مدى حسن المطابقة بين مصفوفة التباين للعينة ومصفوفة التباين للنموذج المفترض؛ ويقوم على النسبة بين قيم كاي ودرجات الحرية df ، أما قيمة مربع كاي غير الدالة احصائياً تدل على عدم وجود فروق جوهرية بين مصفوفة التباين للنموذج المفترض ومصفوفة ولذلك يتم استخدام الاختبار لتقييم مطابقة نموذج المعادلة البنائية وذلك من خلال اختبار الفروض الآتية:

$$H_0: \Sigma = \Sigma(\theta), \Sigma - \Sigma(\theta) = 0$$

$$H_1: \Sigma > \Sigma(\theta)$$

حيث Σ هي مصفوفة التغاير للمجتمع و $\Sigma(\theta)$ مصفوفة التغاير المشتقة من النموذج في المجتمع، وبما ان مصفوفة المجتمع مجهولة يتم اختبار الاختلاف بين مصفوفة التغاير للعينة S ومصفوفة التغاير المستخلصة من النموذج $\Sigma(\theta)$ من البيانات. والفرق بين $\Sigma - \Sigma(\theta)$ يمثل مصفوفة الأخطاء او البواقي. فإذا كانت قيمة إحصائية كاي تساوي صفر فان النموذج يتطابق تماماً وإذا كانت قيمتها أكبر من الصفر فان النموذج فوق التحديد وكلما ازدادت قيمة مربع كاي، فإن مطابقة النموذج فإن مطابقة النموذج تزداد سوءاً بالتالي يعتبر مربع كاي مؤشراً للسوء المطابقة "badness-of-fit" وليس لحسن المطابقة، لأنه كلما ارتفعت قيمته كلما تدهورت مطابقة النموذج المفترض للبيانات، وبالتالي تزيد احتمالية رفض النموذج (قبول الفرض البديل)، أي وجود دلالة إحصائية، وتحدد بالآتي:

طريق النموذج، وهو مشابه لمعامل التحديد في الانحدار المتعدد ويتحدد من خلال الصيغة الرياضية التالية:

$$GFI_{ML} = 1 - \frac{F_t}{F_b} = 1 - \frac{\chi_t^2}{\chi_b^2}$$

حيث χ_t^2 قيمتها للنموذج المستهدف المفترض، و χ_b^2 قيمتها للنموذج الصفري القاعدي و F قيمة الدالة الوظيفية للمطابقة الدنيا (عامر، 2018 : 255).

- تعديل النموذج

في الخطوة الأخيرة من مراحل التحليل العملي التوكيدي يتم فحص مواطن الخلل في مواقع موضعية في النموذج المفترض، أو خلل في جزء أو عنصر (قد يكون علاقة أو معلمة أو غيره) من عناصر النموذج، توجد طريقتان أو استراتيجيتان واسعتا الاستعمال: طريقة فحص البواقي residuals، وطريقة فحص مؤشرات التعديل modification indices التي توفرها كل الحزم الإحصائية المختصة.

ثانياً: الدراسات السابقة

■ دراسة حملاوي، حميد عمرون، سارة (2018): كان عنوان الدراسة بمسمى دور جودة الخدمة السياحية المقدمة في تعزيز الصناعة السياحية -دراسة تحليلية لأراء عينة من السياح، هدفت الدراسة إلى التعرف على أبعاد جودة الخدمات السياحية في ماونة للسياحة والسفر كمؤشر قياس للمؤسسات السياحية والسياح، وتأثيرها على صناعة السياحة، تم اختيار عينة عشوائية من السياح الذين يتعاملون مع الوكالة، ولقد بلغ حجم العينة 54 سائح، وتم استخدام برنامج (SPSS) لتحليل البيانات وتوصلت الدراسة الى نتائج اهمها أن هناك اهتمام من قبل الوكالة بجميع أبعاد جودة الخدمات، وان الوكالة تهتم بعلاقات الصداقة مع الزبائن، و وجود تأثير لأبعاد جودة الخدمات السياحية على صناعة السياحة.

■ دراسة (Savić, J., Pavlović, G) (2018)، بعنوان تحليل عوامل تطوير السياحة الذكية في صربيا: هدفت الدراسة الي تحليل عوامل تطوير السياحة الذكية في صربيا. تناولت الدراسة عوامل التكنولوجيا ورأس المال البشري والابتكار. اعتمد التحليل على بيانات لخمس سنوات ماضية من التقارير حول مؤشر التنافسية في صربيا ومقارنتها مع بيانات بلدان أخرى بها مبادرات تنمية المدن الذكية. تم الاستنتاج الى أن لدى صربيا أساس جيد لتنمية السياحة الذكية من وجهة نظر التكنولوجيا ورأس المال البشري، ولكن هناك ضعف في الابتكار. إن التطور الحالي والسابق لهذه العوامل، وكذلك

$$TLI = \frac{(\chi_i^2/v_i) - (\chi_t^2/v_t)}{(\chi_i^2/v_i) - 1}$$

حيث: χ_t^2 و χ_i^2 تشير الى قيم اختبار كاي للنموذج المفترض ونموذج البحث v_t و v_i قيم درجات الحرية المناظرة لاختبار كاي

- مؤشر المطابقة المقارن (CFI) Comparative Fit Index

ويعد من أفضل المؤشرات القائمة على المقارنة، ويقوم على مقارنة مربع كاي للنموذج المفترض بقيمة مربع كاي للنموذج المستقل، وتتراوح قيمة هذا المؤشر بين (0-1)، وتشير القيمة المرتفعة بين هذا المدى إلى تطابق أفضل للنموذج مع بيانات العينة) ويحسب وفقاً للمعادلة التالية:

$$CFI = 1 - \frac{\max[(\chi_t^2 - v_t), 0]}{\max[(\chi_t^2 - v_t), (\chi_i^2 - v_i), 0]}$$

حيث: χ_t^2 و χ_i^2 هي قيم اختبار كاي للنموذج المفترض ونموذج البحث v_t و v_i قيم درجات الحرية المناظرة لاختبار كاي (Sengu & Ilker 2015 P158).

- جذر متوسط مربعات البواقي (RMR) Root Mean Square Residual

يستخدم المؤشر لتقييم مطابقة البواقي التي تنتج من الفروق معالم النموذج المقدره هو مؤشر لسوء المطابقة وقائم على أساس البواقي المتطابقة، وقيمة المؤشر أقل من 0.08 تمثل مطابقة مناسبة، ويمكن حساب قيمته من الصيغة الرياضية التالية:

$$RMR = \sqrt{\frac{\sum_i \sum_j (S_{ij} - \sigma_{ij})^2}{\left(\frac{p(p+1)}{2}\right)}}$$

حيث S_{ij} العنصر في مصفوفة التباين للعينة، و σ_{ij} العنصر في مصفوفة التباين المشتقة عن طريق النموذج، p عدد المتغيرات المقاسة في النموذج (عامر، 2018 ص 253).

- مؤشر حسن او جودة المطابقة (GFI) Goodness of Fit Index

هذا المؤشر حساس لحجم النموذج ومجاله من 0-1 وكلما اقترب من الواحد دل على مطابقة جيدة وقدمه Joreskog & Sorbom (1986, 1989) لطريقة التقدير ML، وهو معيار لمقدار التباين أو التباين في مصفوفة بيانات العينة (S) عن

الإيواء السياحي المحلية، بالإضافة إلى تحفيز الاستثمار البيئي وازالة المعوقات التي تهدد البيئة بهدف المضي قدماً نحو تحقيق تنمية سياحية مستدامة في المملكة العربية السعودية.

دراسة Javid Seyidov, Roma Adomaitienė (2016)، بعنوان العوامل المؤثرة على قرار السائحين المحليين في اختيار الوجهة: حالة أذربيجان. هدفت الدراسة الى تحليل العوامل المؤثرة على السياح المحليين في اختيار أذربيجان كوجهة. تم جمع البيانات الأولية من المسافرين المحليين لأذربيجان. تم تلخيص العوامل الداخلية والخارجية الرئيسية التي تؤثر على سلوك السياح وصنع القرار. تم تحليل العوامل الاجتماعية والثقافية والشخصية والنفسية التي تؤثر على اتخاذ القرار من قبل السياح الأذربيجانيين المحليين لاختيار الوجهات السياحية مع سمات مختلفة مثل، وسائل الجذب السياحي، وسائل الراحة، سهولة الوصول، الاسعار والموارد البشرية. تم استخدام البيانات الثانوية لإعطاء فكرة عن الموضوع وتقييم الاستنتاجات. تم تحليل نتائج المسح باستخدام الإحصائيات الوصفية والاختبارات اللامعلمية وتحليل العوامل. تشير النتائج إلى أن أهم العوامل التي تؤثر على سلوك السياح في السفر تتمثل في، وسائل الراحة في وجهات السفر والسياحة تحت الماء والميزات البيئية والموارد البشرية والأسعار هي السمات الهامة للسياح المحليين في اختيار الوجهة السياحية.

دراسة J. Mensah-Ansah ، (2014) : "تحديد دوافع أصحاب أعمال الإقامة السياحية الصغيرة في غانا" هدفت الدراسة الى تحديد دوافع أصحاب أعمال الإقامة السياحية الصغيرة في غانا لامتلاك / تشغيل شركة سياحية صغيرة والتحديات التي يواجهونها، تم اخذ العينة المناسبة وتم إجراء تحليل عاملي لتحديد ما إذا كانت متغيرات الدوافع والتحديات مجتمعة معاً على عوامل مهمة. تم استخدام تحليل الارتباط وتحليل المكون الرئيسي لتحديد العوامل. وتم الوصول الى ان الدوافع تتمثل في الحفاظ على نمط الحياة، وكونهم رؤساء، والاستفادة من فرصة العمل، وتوليد دخل تقاعدي يؤثر على قرار امتلاك / تشغيل أعمال إقامة سياحية صغيرة، ويمكن تصنيف هذه المتغيرات على أنها عوامل غير اقتصادية واقتصادية. يرى أصحاب أعمال الإقامة السياحية الصغيرة في غانا أن عدم توفر موظفين مهرة في مجال الضيافة ومحدودية الوصول إلى برامج تدريب الضيافة المنظمة يمثل التحدي الأكبر الذي يواجه صناعتهم.

دراسة Bindu Narayan (2008)، وكان الغرض من هذه الورقة هو تطوير والتحقق من صحة المقاييس لقياس جودة

مستوى التطور بالبلدان التي توجد بها مدن ذكية، سيساعد في تحديد إلى أي مدى يمكن تحسين هذه العوامل لخلق الظروف اللازمة لتطوير السياحة الذكية في صربيا.

دراسة عنتر عبدالعال أبوقرين ومحمد إمام أحمد إمام (2018)، تحت مسمى استراتيجية مقترحة لتنمية السياحة الجبلية في المملكة العربية السعودية". هدفت الدراسة الى محاولة وضع استراتيجية شاملة لتنمية المناطق الجبلية في المملكة كمناطق سياحية تحدد كيفية التعامل مع الواقع ولوليات تنميتها، تم مراجعة اسس ومتطلبات السياحة الجبلية وتم تحليل بعض التجارب الناجحة المحلية والعالمية، ثم قدم البحث حصراً لمقومات السياحة الجبلية وصياغة استراتيجية شاملة لتنمية السياحة الجبلية في المملكة.

دراسة عبد الله العجلوني وعبد المهدي العجلوني (2017)، بعنوان مقومات الجذب السياحي وضوابطه الشرعية: حالة المملكة العربية السعودية". هدفت الدراسة الى القاء الضوء على قطاع السياحة ووسائل الجذب السياحي في المملكة العربية السعودية باعتباره نموذج اسلامي. تم استخدام منهج المسح وتم التوصل الى النتائج أهمها، للسياحة دور مهم في المساهمة في الناتج المحلي وتوفر فرص العمل واهتمام الحكومة السعودية بالسياحة وتضمينها ضمن رؤية المملكة 2030 وان للمملكة المقومات السياحية الدينية وان الضوابط الشرعية تعتبر عامل تحفيز للسائح المسلم بالمملكة.

دراسة عنبر بنت خميس بلال 2016، والتي حملت عنوان التأثير الاقتصادي لنشاط السياحة في المملكة العربية السعودية خلال الفترة 2004 حتى 2010م. هدفت الدراسة الي تتبع التأثير الاقتصادي للأنشطة السياحية في المملكة العربية السعودية. تم استخدام منهج حساب السياحة الفرعي كأداة رئيسة للبحث. وتشير النتائج على ان للنشاط السياحي تأثير اقتصادي ايجابي، وقد تبين ذلك من خلال القيمة المضافة للنشاط السياحي في اجمالي الناتج المحلي للمملكة العربية السعودية.

دراسة فاروق فؤاد داغستاني (2016)، الموسومة بنموذج منهجي تطبيقي تخطيطي مستدام لمواقع الإيواء السياحي في جبال السروات". هدفت الدراسة الى اقتراح منهجية تطبيقية تخطيطية لمواقع الإيواء السياحي المحلية من خلال التطبيق على موقع بيئي في منطقة الهدا بمحافظة الطائف كمقترح، تم استعراض أدبيات السياحة المستدامة ومعايير تصميم النزل البيئي وبعض الأمثلة لمشاريع عمرانية مستدامة، ثم تناول البحث المنهجية التخطيطية المقترحة. وأخير تم تقديم توصيات حول أهمية تطبيق ضوابط ومنهجيات بيئية لتخطيط وتصميم وتشغيل وصيانة مرافق

- الجانب التطبيقي لدراسة نموذج جودة الخدمات السياحية في منطقة عسير

بعد استعراض الإطار النظري والدراسات السابقة تم استخدام الاستبيان لجمع البيانات، وقد تم الاعتماد في تصميمه بدرجة كبيرة على نظريات والدراسات السابقة، كما تم الاعتماد على دراستي كل من لكمح (2011)، التي اعتمدت على خمس محاور لجودة الخدمة، ودراسة (Festus, 2006:59) التي اعتمدت على نموذج متكامل لرضا الزبون كمتغير وسيط بين جودة الخدمة ونوايا بقاء الزبون، مع أخذ رأي الخبراء في مجال جودة الخدمة فيما يتعلق بالاستبيان. تم توزيع الاستبيان إلكترونياً عبر الوسائط لعدد غير محدود من المجموعات وكانت الاستجابة 420 مفردة مكتملة. تم استخدام برنامج أموس نسخة (23 AMOS) لتحليل البيانات باستخدام التحليل العاملي التوكيدي، أولاً لنموذج جودة الخدمة ثم لنموذج جودة الخدمة وعلاقتها مع رضا الزبون ونوايا بقاء الزبون كنموذج متكامل لقياس التأثيرات المباشرة وغير المباشرة للمحاور الثلاث. كما تم اختيار طريقة الاحتمال الأكبر (Maximum likelihood) كطريقة للتقدير وقد تم بناء النموذجين على النحو التالي:

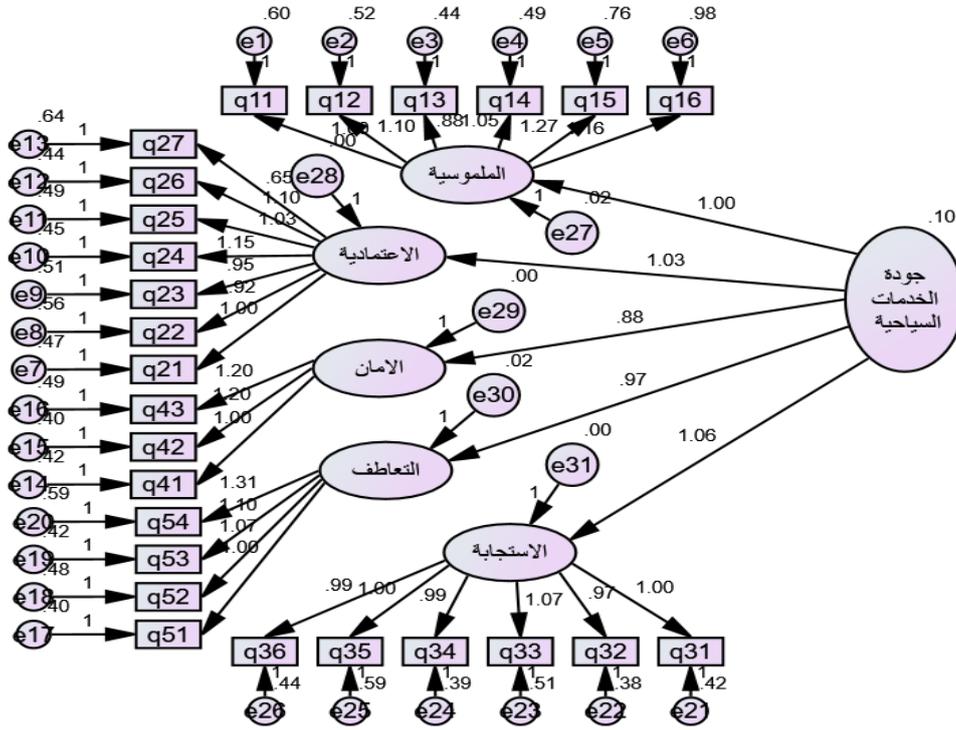
- نموذج جودة الخدمات السياحية في منطقة عسير

بناءً على الدراسات السابقة وما تم جمعه من البيانات صمم نموذج جودة الخدمات السياحية بالاعتماد بشكل أساسي على محاور جودة الخدمة بدراسة (لكمح، 2001) وذلك كما في الشكل رقم (1)، واستخدام برنامج أموس (AMOS)، وقد ترميز المحاور كالآتي: (F1 الملموسية)، (F2 الاعتمادية)، (F3 الاستجابة)، (F4 الأمان)، (F5 التعاطف)، (F6 جودة الخدمة)، (F7 رضا الزبون)، (F8 نوايا البقاء):

الخدمة (SQ) في صناعة السياحة. تم استخدام التحليل العاملي التوكيدي من الدرجة الثانية للتحقق من صحة الأداة. تم تصميم أبعاد جودة الخدمة والتي لها تأثير كبير على رضا العملاء (CS) بشكل منفصل عن تلك التي ليس لها تأثير كبير. وتم التوصل الى نتائج تتمثل في ان للضيافة والطعام واللوجستيات والأمن والقيمة مقابل المال تأثير كبير على الرضا، في حين أن المرافق وتجربة السياحة الأساسية والنظافة وعدالة الأسعار ومراكز المعلومات والثقافة واللهم والمعلومات الشخصية والحانات ليس لها تأثير كبير. المقياس الذي تم تطويره سيكون مفيداً لمديري الوجيهات لقياس جودة الخدمة من وجهة نظر السياح والوجيهات المرجعية. التمييز بين أبعاد جودة الخدمة مع وبدون التأثير على رضا الزبون يمكن المدير من إدارة هاتين المجموعتين من العوامل بشكل منفصل.

■ دراسة (Festus Olorunniwo et.al, 2006): "تطوير بنية جودة الخدمة التشغيلية من خلال صناعة الخدمة" هدفت هذه الدراسة إلى التحقق من تطوير بنية جودة الخدمة التشغيلية من خلال صناعة الخدمة، وفيما إذا كان التصنيف الذي تنتمي إليه الخدمة قد يفسر طبيعة بناء جودة الخدمة وعلاقتها برضا العميل والنوايا السلوكية. تم اختيار عينة من طلاب المرحلة الجامعية وعينة من نزلاء الفنادق، وتم استخدام التحليل العامل الاستكشافي ثم التحليل العاملي التوكيدي من الدرجة الثانية. تم التوصل الى نتائج اهمها أبعاد جودة الخدمة هي: الملموسة، والتعافي، والاستجابة، والمعرفة. تشير المزيد من النتائج إلى أنه على الرغم من أن التأثير المباشر لجودة الخدمة على النوايا السلوكية كبير، فإن التأثير غير المباشر عبر الرضا يعد محرراً أقوى للنوايا في سياق انتاج الخدمة.

شكل رقم (2): نموذج جودة الخدمات السياحية



351.516=CMIN
294= DF
.012= P-VALUE
1.196= CMIN/DF
.958= CFI
.953= TLI
.025=RMR
.022=RMSEA

المصدر: نتائج التحليل الاحصائي باستخدام أموس

الشكل أعلاه رقم (2) يمثل نموذج جودة الخدمات السياحية بمنطقة عسير وقد جاءت مؤشرات مطابقة النموذج كما في الجدول رقم (1).

جدول (1) مؤشرات جودة مطابقة نموذج جودة الخدمات السياحية بمنطقة عسير

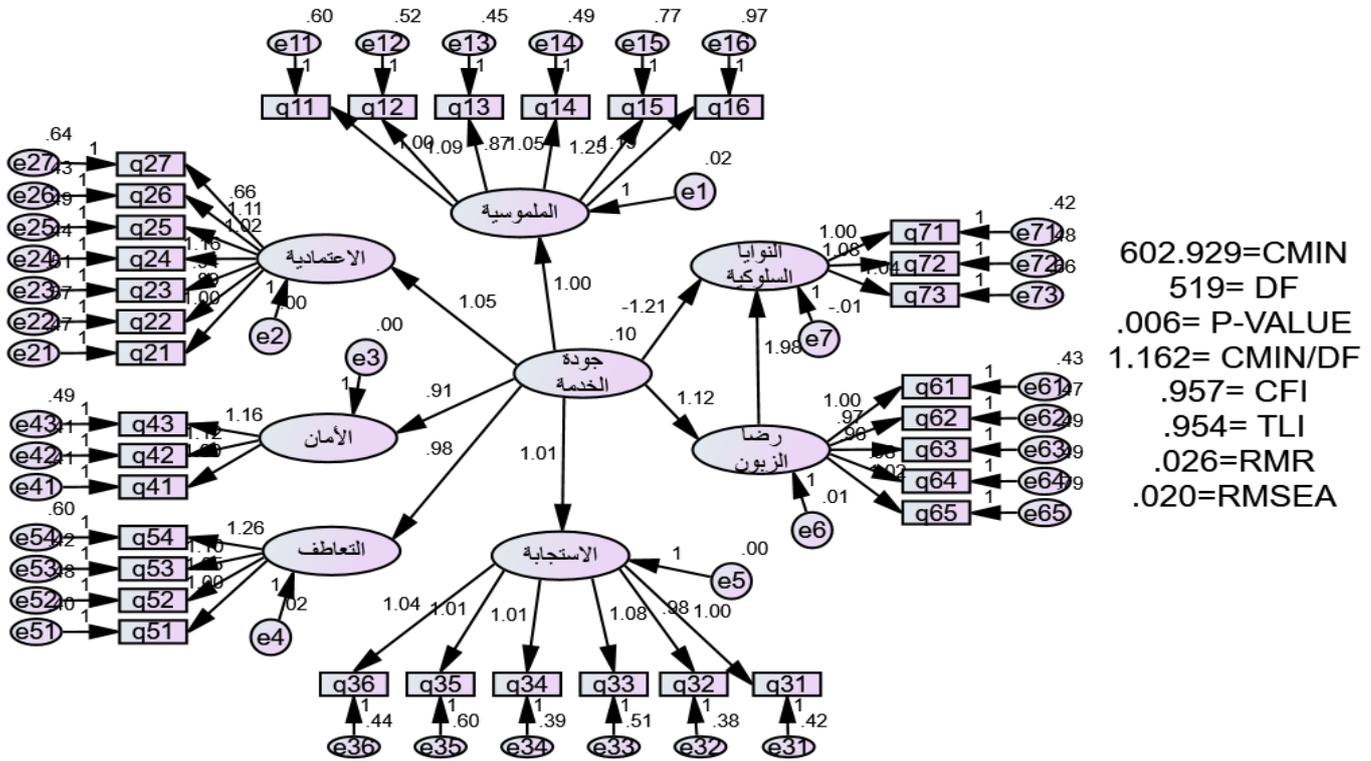
المؤشر	مربع كاي	مربع كاي المعياري	RMR	CFI	TLI	RMSEA
القيمة	0.012	1.196	0.025	0.958	0.931	0.022

- النموذج المتكامل للعلاقة بين جودة الخدمات السياحية ورضا ونوايا بقاء الزبون

تم تصميم نموذج المعادلة البنائية لعلاقة أبعاد جودة الخدمات السياحية بمنطقة عسير، ونوايا بقاء الزبون، ومن خلال اعتبار متغير رضا الزبون كمتغير وسيط لقياس مدى تطابق النموذج وقياس التأثيرات المباشرة وغير المباشرة من خلال النموذج القياسي والهيكلي المتكامل. وقد تم ترميز المحاور الرئيسية كالتالي: (F6) تمثل أبعاد جودة الخدمة، و (F7) تمثل متغير رضا الزبون، بينما (F8) تمثل نوايا البقاء لدى الزبون، وفي هذا الإطار فقد تم الاعتماد بشكل أساسي على نموذج (Festus) (2006)، وذلك وفقاً للشكل (3):

يوضح الجدول (1) أعلاه مؤشرات جودة مطابقة نموذج جودة الخدمات السياحية، حيث بلغت قيمة معنوية اختبار كاي 0.012 ولكن قيمة مربع كاي المعياري بلغت 1.196 فيما بلغت قيمة (RMR=0.025) و (CFI=0.958) و (TLI=0.953) و (RMSEA=0.022) وهو ما يشير الى تطابق جيد وان نموذج جودة الخدمات السياحي في منطقة عسير يتكون من خمس محاور هي، الملموسية والاعتمادية والاستجابة والأمان والتعاطف.

الشكل رقم (3): نموذج جودة الخدمات السياحية في منطقة عسير



602.929=CMIN
519= DF
.006= P-VALUE
1.162= CMIN/DF
.957= CFI
.954= TLI
.026=RMR
.020=RMSEA

المصدر: نتائج التحليل الاحصائي باستخدام برنامج أموس

- مؤشرات مطابقة النموذج المتكامل (Model Fit Summary)

جدول رقم (2) مربع كاي ومربع كاي المعياري (CMIN)

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	76	602.929	519	.006	1.162
Saturated model	595	.000	0		
Independence model	34	2513.414	561	.000	4.480

جدول رقم (3) مؤشرات جودة المطابقة (RMR, GFI)

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	.026	.924	.913	.806
Saturated model	.000	1.000		
Independence model	.110	.479	.448	.452

جدول رقم (4) مؤشرات المطابقة المقارن (CFI)

Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Default model	.760	.741	.958	.954	.957
Saturated model	1.000		1.000		1.000
Independence model	.000	.000	.000	.000	.000

جدول رقم (5) مؤشر جذر متوسط مربعات البواقي التقريبية (RMSEA)

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	.020	.011	.026	1.000
Independence model	.091	.088	.095	.000

تشير الجداول (2، 3، 4، 5) الى بعض مؤشرات تطابق النموذج مع البيانات حيث انه على الرغم من أن مربع كاي معنوية بقيمة بلغت 0.006 الا ان قيمة مربع كاي المعياري قد بلغت 1.162 وهي اقل بكثير من الحد الأدنى لتطابق النموذج فيما بلغت قيمة جذر متوسط مربعات البواقي (RMR=0.026)، وهي اقل من الحد الأدنى لجودة التطابق، و قيمة مؤشر المطابقة المقارن (CFI=0.957) وتكر-لوييس

تلي أكبر من الحد الأدنى المطلوب 0.90، فيما بلغت قيمة متوسط مربعات الأخطاء (RMSEA=0.02) وهي أقل من الحد الأدنى المطلوب للتطابق الممتاز، فيمكن القول أن النموذج متطابق ويمكن الحصول على نتائج ممتازة للعلاقات بين المتغيرات في هذا النموذج.

- التأثيرات المباشرة وغير المباشرة لعلاقة جودة الخدمة برضا ونوايا بقاء الزبون:

جدول رقم (6) أوزان الانحدار العادية والمعيارية (Regression Weights)

	Estimate	Standardized Estimate	S.E.	C.R.	P
F7 <--- F6	1.120	.967	.183	6.122	***
F1 <--- F6	1.000	.905			
F2 <--- F6	1.053	1.010	.180	5.842	***
F3 <--- F6	.913	.972	.162	5.648	***
F4 <--- F6	.979	.897	.167	5.863	***
F5 <--- F6	1.012	.986	.172	5.890	***
F8 <--- F6	-1.211	-1.096	2.605	-.465	.642
F8 <--- F7	1.981	2.077	2.310	.857	.391

يشير الجدول رقم (6) الى أوزان الانحدار المعيارية وغير المعيارية في النموذج، حيث نلاحظ أن معاملات انحدار جودة الخدمات السياحية (F6) على عوامل جودة الخدمة معنوية بقيمة (P-value=0.000). كما نجد ان معامل انحدار أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون (F7) معنوي بقيمة (P-value=0.000). أما معامل انحدار جودة الخدمة على محور نوايا بقاء الزبون (F8) فليست معنوية اذ بلغت قيمة المعنوية

وكذلك معامل انحدار رضا الزبون على نوايا البقاء ليست معنوية (P-value=0.391).

جدول رقم (7) التأثيرات الكلية المعيارية (Standardized Total Effects)

	F1	F2	F3	F4	F5	F8	F7
F6	0.905	1.01	0.972	0.897	0.986	0.912	0.967
F7	0	0	0	0	0	2.077	0

يمثل الجدول (7) التأثيرات الكلية المعيارية للنموذج الكامل، وهي متساوية لمعاملات الانحدار عدا المتغيرات ذات العلاقات غير المباشرة وهي العلاقة بين محور جودة الخدمات السياحية (F6) ونوايا بقاء الزبون (F8) وقد بلغ التأثير الكلي لمحور جودة الخدمات السياحية على نوايا البقاء 0.912.

جدول رقم (8) التأثيرات المباشرة المعيارية (Standardized Direct Effects)

	F1	F2	F3	F4	F5	F8	F7
F6	0.905	1.01	0.972	0.897	0.986	-1.096	0.967
F7	0	0	0	0	0	2.077	0

الجدول رقم (8) يوضح التأثيرات المعيارية المباشرة بين محور أبعاد جودة الخدمة ومحور رضا الزبون ومحور نوايا البقاء، وقد بلغت تأثير محور جودة الخدمة على رضا الزبون 0.967 بينما بلغت تأثيره على نوايا البقاء -1.096، ويلاحظ أن التأثير قيمة سالبة، وهو لا يتفق مع العلاقة المتوقعة وهو ما يشير الى عدم اهتمام الزبائن بنفس مكان الايواء في المستقبل.

جدول رقم (9) التأثيرات غير المباشرة المعيارية (Standardized Indirect Effects)

	F1	F2	F3	F4	F5	F8	F7
F6	.000	.000	.000	.000	.000	2.008	.000
F7	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000

التأثيرات غير المباشرة لجودة الخدمات السياحية على نوايا البقاء مبين في الجدول رقم (9)، وقد بلغ التأثير 2.008، ولكن وفقاً لـ (Baron-Kenny) هذا التأثير غير معنوي، لان تأثير جودة الخدمة على رضا الزبون غير معنوي كما أن التأثير المباشر لرضا الزبون على نوايا البقاء غير معنوي.

جدول رقم (10) اختبار مربع كاي لاستقلالية آراء الاستجابات عن النوع والعمر

العلاقة	Chi-Square	Value	df	Sig. (2-sided)
النوع*جودة الخدمة	Pearson Chi-Square	53.795a	45	.173
النوع*رضا الزبون	Pearson Chi-Square	17.527a	13	.176
النوع*نوايا البقاء	Pearson Chi-Square	17.183a	9	.046
العمر*جودة الخدمة	Pearson Chi-Square	146.859a	135	.229
العمر*رضا الزبون	Pearson Chi-Square	48.915a	39	.133
العمر*نوايا البقاء	Pearson Chi-Square	38.296a	27	.073

يشير الجدول رقم (10) الى نتائج اختبار مربع كاي لاختبار استقلالية استجابات المبحوثين عن النوع والعمر، ونلاحظ ان قيم المعنوية لاختبار مربع كاي للعلاقة بين النوع والعمر والمحاور الثلاثة جودة الخدمة ورضا الزبون ونوايا البقاء جميعها أكبر من

■ الفرضية الثالثة:

تنص هذه الفرضية على الآتي: جودة الخدمات السياحية في منطقة عسير لا تؤثر على النوايا الحسنة للزبون، تشير مؤشرات تطابق النموذج في الجداول رقم (2،3،4،5) الى أن البيانات تتطابق مع النموذج، وبالتالي تم الاعتماد على معنوية معاملات الانحدار الجدول رقم (6)، وقد بلغت معنوية تأثير جودة الخدمة على نوايا الزبون في البقاء (P-value=0.642) وهذه القيمة غير معنوية، وقد بلغ حجم تأثير محور جودة الخدمة على رضا الزبون 0.967 جدول (8).

■ الفرضية الرابعة

الفرضية الرابعة وهي أن رضا الزبون لا يتوسط العلاقة بين جودة الخدمة السياحية والنوايا الحسنة للزبون، حيث تشير نتائج التحليل الاحصائي في الجدول رقم (6) الى وجود علاقة معنوية بين محور جودة الخدمات السياحية ورضا الزبون وعدم وجود علاقة معنوية بين جودة الخدمات السياحية ونوايا بقاء الزبون وكذلك عدم وجود علاقة معنوية بين رضا الزبون ونوايا البقاء، ووفقاً لبارون – كيني (Baron & Kenny 1986) يجب ان تتوفر ثلاثة شروط هي معنوية العلاقات الثلاثة حتى تكون المتغير وسيط جزئي، أو معنوية العلاقة بين المتغير المستقل والوسيط وبين الوسيط والتابع وعدم معنويتها بين المتغير المستقل والتابع لكي تكون وسيط كلي، وهذه العلاقات لا تستوفي أي من الحالتين، عليه يمكن قبول الفرض العدمي بأن متغير رضا الزبون لا يتوسط العلاقة بين متغير جودة الخدمات السياحية في منطقة عسير ونوايا بقاء الزبون.

■ الفرضية الخامسة

الفرضية الخامسة تنص على، وجود اختلاف في استجابات المبحوثين حول جودة الخدمات السياحية ورضا الزبون ونوايا البقاء يعزى الى النوع والعمر. باستخدام اختبار مربع كاي لاختبار استقلالية متغيرات النموذج، جودة الخدمات السياحية ورضا الزبون ونوايا البقاء عن متغيرات النوع والعمر، كما في الجدول رقم (10) حيث جاءت مستوى المعنوية لعلاقة نوايا البقاء والنوع معنوي عند مستوى 0.05، حيث بلغت 0.046، اما بقية العلاقات فقد جاءت غير معنوية عند مستوى دلالة 5%، عليه يمكن ان نقبل الفرض العدمي بان اراء المستجيبين لا تعتمد على النوع والعمر، عدا متغيري النوع ونوايا البقاء فنقبل الفرض البديل وهو ان اراء المستجيبين لمحور نوايا البقاء تعتمد على النوع.

0.05 عدا العلاقة بين النوع ونوايا البقاء فقد بلغت 0.046، اي ان اراء المستجيبين حول نوايا البقاء تعتمد على النوع، وفيما عدا ذلك فان النوع مستقل عن اراء المستجيبين حول جودة الخدمة رضا الزبون. اما العمر فمستقل كلياً عن كل المحاور.

- مناقشة نتائج التحليل واختبار الفرضيات

بعد أن تم استعراض الإطار النظري والدراسات السابقة وجمع البيانات وتحليلها باستخدام برنامج أموس (AMOS 23) و (SPSS 21)، سوف يتم مناقشة نتائج التحليل الاحصائي مع الإشارة الى الإطار النظري بغرض اختبار فرضيات البحث، وتمثل الفرضية الرئيسية في البحث في السؤال التالي: مما يتكون هيكل العلاقات بين عوامل جودة الخدمات السياحية ورضا ونوايا بقاء الزبون في منطقة عسير؟، وسوف يتم اختبار الفرضية اعلاه من خلال اختبار الفرضيات الفرعية التالية:

■ الفرضية الاولى

يتكون النموذج الهيكلي لجودة الخدمة السياحة في منطقة عسير من عوامل الملموسية والاعتمادية والأمان والاستجابة والتعاطف، بالرجوع الى تصميم نموذج جودة الخدمات السياحية والذي يتكون من خمس عوامل، واستخدام التحليل العاملي التوكيدي لاختبار النموذج كما في الجدول رقم (1) مؤشرات مطابقة النموذج فقد أشارت المؤشرات أن النموذج المتكون من خمس عوامل لجودة الخدمات السياحية متطابق بدرجة كبيرة، عليه نقبل الفرضية القائلة بان جودة الخدمة السياحة في منطقة عسير تتكون من خمسة عوامل هي الملموسية والاعتمادية والأمان والاستجابة والتعاطف.

■ الفرضية الثانية

تتمثل الفرضية الصفرية في الآتي: جودة الخدمات السياحية في منطقة عسير لا تؤثر على الرضا، لاختبار هذه الفرضية يمكن الرجوع الى نتائج التحليل كما في الجداول رقم (2،3،4،5) حيث مؤشرات التطابق المختارة تشير الى تطابق جيد للنموذج، وبالتالي يمكن الاعتماد على معنوية معاملات الانحدار الجدول رقم (6) حيث نجد ان قيمة معنوية تأثير أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون عند مستوى 5% قد بلغت (P-value=0.000) وبناءً على ذلك نرفض الفرض العدمي حول تأثير جودة الخدمة على رضا الزبون. ونقبل الفرض البديل حول تأثير جودة الخدمات السياحية بنوايا البقاء. وعليه نقبل الفرض البديل أي يوجد تأثير معنوي لجودة الخدمات السياحية على رضا الزبون وعدم وجود تأثير لجودة الخدمات السياحية على نوايا بقاء الزبون.

الاستنتاجات والتوصيات

بناءً على ما تم من التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة ومناقشة النتائج فقد توصل الباحثان الى بعض النتائج سوف تعتمد عليها بعض التوصيات التي يمكن ان تساعد الجهات ذات الاختصاص في التحول الاقتصادي الى القطاعات غير بترولية في مجال السياحة في المملكة العربية السعودية:

الاستنتاجات

أهم الاستنتاجات التي تم التوصل اليها تتمثل في الآتي:

1. يتكون محور جودة الخدمات السياحية في منطقة عسير من خمس عوامل هي الملموسية والاعتمادية والأمان والاستجابة والتعاطف.
2. جودة الخدمات السياحية في منطقة عسير تؤثر معنوياً في رضا الزبون.
3. جودة الخدمات السياحية في منطقة عسير لا تؤثر معنوياً في نوايا الزبون في البقاء
4. رضا الزبون عن جودة الخدمات السياحية لا تؤثر على نوايا الزبون للبقاء.
5. رضا الزبون لا يتوسط العلاقة بين جودة الخدمات السياحية ونوايا بقاء الزبون.
6. لا يوجد اختلاف بين المفردات حول جودة الخدمات السياحية ورضا الزبون ونوايا الزبون للبقاء يرجع الى الفئات العمرية، كما لا يوجد اختلاف بين المفردات يرجع الى النوع.
7. آراء المستجيبين حول محور نوايا الزبون للبقاء تعتمد على النوع.

التوصيات

بناءً على الاستنتاجات التي تم التوصل اليها يقدم الباحثان بعض التوصيات التي يمكن أن تساعد جهات الاختصاص في قطاع السياحة بمنطقة عسير في عملية التحول الاقتصادي المنشود في المملكة:

1. الاعتماد على نموذج جودة الخدمات السياحية في منطقة عسير على النموذج ذي الخمس عوامل، الملموسية والاعتمادية والأمان والاستجابة والتعاطف لتطوير قطاع السياحة والاستفادة من الموارد السياحية التي تتمتع بها المنطقة.
2. العمل على زيادة رضا الزبون من خلال زيادة جودة الخدمات السياحية في منطقة عسير
3. اقتراح آليات اضافية لجودة الخدمات السياحية بغرض جذب الزبائن بالعودة للسياحة في منطقة عسير
4. استخدام اساليب لجذب الزبون للبقاء تناسب لكل من الذكور والاناث كل على حدا.

5. اجراء المزيد من الدراسات حول رغبات السياح بغرض وضع اساليب جذب يجعل رضا السياح عن جودة الخدمات السياحية في منطقة عسير تؤثر على الرغبة في العودة مما يساعد في استمرارية اختيار منطقة عسير كوجهة للسياح.

المصادر

أبوقرين، عنتر عبدالعال وإمام، محمد إمام أحمد. (2018). "استراتيجية مقترحة لتنمية السياحة الجبلية في المملكة العربية السعودية". مجلة جامعة اسبوت للعلوم الهندسية المجلد 46 العدد 1 يناير

القحطاني، سعد بن سعيد. (2015). " الاحصاء التطبيقي المفاهيم الاساسية وادوات التحليل الاحصائي الاكثر استخداماً في الدراسات والبحوث الاجتماعية والانسانية باستخدام SPSS". مركز البحوث معهد الادارة العامة، المملكة العربية السعودية

عامر، عبد الناصر السيد. (2018). " نمذجة المعادلة البنائية للعلوم النفسية والاجتماعية الأسس والتطبيقات والفضاي". ص 253 دار جامعة نايف للنشر، الرياض

العجلوني، عبد الله وعبد المهدي العجلوني. (2017). "مجلة جامعة النجاح للأبحاث (العلوم الإنسانية)". المجلد 31(12)

داغستاني، فاروق فؤاد. (2016). " نموذج منهجي تطبيقي تخطيطي مستدام لمواقع الإيواء السياحي في جبال السروات". مجلة العمارة والتخطيط الرياض العدد 28 (1)

الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني المملكة العربية السعودية. (2015م). " تأسيس الهيئة العامة للسياحة والتراث الوطني المملكة العربية السعودية". الرياض.

بلال، عنبر بنت خميس. (2016). "التأثير الاقتصادي لنشاط السياحة في المملكة العربية السعودية خلال الفترة 2004 - 2010". (مجلة جامعة طيبة للأداب والعلوم الانسانية السنة الخامسة العدد 8

حملوي، حميد عمرون، سارة. (2018). "دور جودة الخدمة السياحية المقدمة في تعزيز الصناعة السياحية -دراسة تحليلية لأراء عينة من السياح". المؤتمر الدولي الثاني حول: السياحة كآلية للتنوع الاقتصادي في ظل متطلبات التنمية المستدامة – الواقع والمأمول. المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف-ميلة. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

لكمخ، عيسى سالم علي لكمخ. (2011). "أثر العلاقات التسويقية وجودة الخدمة على ولاء العملاء دراسة على الخدمات الفندقية في مدينة عدن". رسالة دكتوراة غير منشورة، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.

تيغزة، أمحمد بوزيان. (2012). " التحليل العاملي الاستكشافي والتوكيدي مفاهيمها ومنهجيتها بتوظيف حزمة SPSS وليزرل LISREL"، دار المسيرة للنشر والتوزيع عمان الاردن

Festus .(2006). service quality, customer satisfaction, and behavioral intentions, Journal of service Marketing Vol (20) No (1)

Festus Olorunniwo et.al. (2006). Service quality, customer satisfaction, and behavioral intentions in the service factory. Journal of Services Marketing 20/1 Emerald Group Publishing Limited

Hoofs,et al, (2017). Evaluating Model Fit in Bayesian Confirmatory Factor Analysis With Large Samples: Simulation Study Introducing the BRMSEA. Educational and Psychological Measurement.

Hair et al. (2014). Multivariate Data Analysis. 7th edition, Pearson Education Limited, England,

Javid Seyidov, Roma Adomaitie. (2016). Factors Influencing Local Tourist' Decision-making on Choosing a Destination: A Case of Azerbaijan Online. ekonika Vol. 95(3): <https://doi.org/ekon>.

Mensah-Ansah. (2014). Small tourism accommodation business owners in Ghana: a factor analysis of motivations and challenges (African Journal of Hospitality Tourism and Leisure Vol. 3 (1)

Reuben M. Baron and David A. Kenny. (1986). The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations, Journal of Personality and Social Psychology, Vol. 51, No. 6,

Savić, J., Pavlović, G. (2018). Analysis of factors of smart tourism development in Serbia. Hotel and Tourism Management, 2018, Vol. 6, No. 1

Sengul Cangur and Ilker Ercan Uludag. (2015). Comparison of Model Fit Indices Used in Structural Equation Modeling Under Multivariate Normality. Journal of Modern Applied Statistical Methods, Vol. 14, No. 1.