



مجلة

جامعة طبرق للعلوم الاجتماعية والإنسانية

Tobruk University Journal of Social and Human Sciences

issn:2789-5068



العدد الحادي عشر

يوليو 2022

jshs@tu.edu.ly
www.jshs.tu.edu.ly
www.tu.edu.ly

الآية الكريمة

قال تعالى:

﴿أَنْزَلَ مِنَ السَّمَاءِ مَاءً فَسَالَتْ أَوْدِيَةٌ بِقَدَرِهَا فَاحْتَمَلَ السَّيْلُ زَبَدًا رَابِيًا وَمِمَّا

يُوقَدُونَ عَلَيْهِ فِي النَّارِ ابْتِغَاءَ حُلْيَةٍ أَوْ مَتَاعٍ زَبَدٌ مِثْلَهُ كَذَلِكَ يَضْرِبُ اللَّهُ

الْحَقَّ وَالْبَاطِلَ فَأَمَّا الزَّبَدُ فَيَذْهَبُ جُفَاءً وَأَمَّا مَا يَنْفَعُ النَّاسَ فَيَمْكُثُ فِي

الْأَرْضِ كَذَلِكَ يَضْرِبُ اللَّهُ الْأَمْثَالَ (17)﴾

صدق الله العظيم

[سورة الرعد: 17]

هيئة التحرير

د. عبدالكريم محمد على قناوي (رئيس هيئة التحرير)

د. حافظ الصديق إسماعيل منصور (منسق هيئة التحرير)

د. أشرف حافظ يوسف (عضواً)

د. محمود على المبروك (عضواً)

د. رضاء عبدالحليم جاب الله (عضواً)

د. عبدالكريم عبدالرحيم محمد (مشرفاً فنياً)

رقم الإيداع القانوني 2021 / 57

الرقم الدولي الموحد: ISSN: 2789-5068

<https://jshs.tu.edu.ly/>

قواعد النشر

إرشادات المؤلفين

في الوقت الذي تتشرف فيه مجلة جامعة طبرق بنشر الإسهامات العلمية للكتاب والباحثين، فإنها تتمنى منهم الإطلاع على مجموعة القواعد العامة والالتزام بما يرد في اشتراطات النشر، حفاظاً على الشكل المهني للأعمال المنشورة.

قواعد عامة

- * تهتم المجلة بنشر الأبحاث العلمية الأصيلة، وأعمال المؤتمرات العلمية، وعروض الكتب، والأعمال المترجمة.
- * لا تُقبل الأعمال التي سبق نشرها، أو قبلت للنشر في مكان آخر، وعلى الكاتب أن يتعهد خطياً بعدم نشر عمله كاملاً أو مجزئاً و بأي لغة أخرى أو شكل آخر إلا بعد الحصول على إذن كتابي من رئيس التحرير.
- * تخضع الأعمال المقدمة للتحكيم العلمي، ويخطر صاحب العمل بقرار المحكمين وملاحظاتهم قبل النشر، ويلزم الكاتب بإجراء التعديلات المطلوبة.
- * تحدد رئاسة التحرير الاعتبارات الفنية الخاصة بترتيب نشر المواد بغض النظر عن قيمة العمل ومكانة الكاتب.
- * ما ينشر في المجلة من أعمال يعبر عن وجهة نظر الكتاب وليس بالضرورة أن يعبر عن وجهة نظر المجلة أو الجامعة.
- * تتولى جامعة طبرق إدارة كامل حقوق التأليف والنشر، بما فيها قرارات النسخ والإتاحة بأي شكل تراه مناسباً، وبمجرد إخطار الكاتب بقبول العمل للنشر تنتقل جميع حقوق الملكية الفكرية لجامعة طبرق.

شروط النشر في المجلة

1. تُقبل البحوث العلمية المقدمة للنشر في حدود 25 صفحة متضمنة المستخلص، العربي، والإنجليزي، والأشكال التوضيحية، وقائمة المراجع. ويراعى حجم وشكل الأعمال العلمية الأخرى بحسب طبيعتها ومتطلبات نشرها.
2. يعد الباحث واجهة العمل وتشمل: عنوان البحث، واسم الباحث (أو الباحثين)، والمؤسسة الأم التي ينتمي إليها، وبيانات الاتصال به.
3. يقدم الكاتب مستخلصاً لعمله باللغتين العربية والإنجليزية على أن لا يتجاوز 250 كلمة، مصحوباً بكلمات مفتاحية لا تزيد عن خمس كلمات.
4. تكتب الأعمال العربية بخط (Simplified Arabic)، والأعمال الإنجليزية بخط (Times New Romans) ويضبط إخراج العمل وأبعاد الحواشي والمسافات بين الأسطر وفق النموذج المعد من قبل لجنة تحرير المجلة.
5. ترقم صفحات العمل بالأرقام العربية (1،2،3...) في أسفل منتصف الصفحة.
6. تُدرج الاستشهادات المرجعية في نهاية العمل، وفق قواعد جمعية علم النفس الأمريكية (النسخة السادسة) (APA 6th ed.) American Psychological Association.
7. تحتفظ المجلة بحق إجراء التعديلات المناسبة التي تقتضيها تنسيقات النشر، بحيث لا تؤثر في محتوى النص.
8. لهيئة التحرير حق الفحص الأولي للعمل المقدم للنشر، وإقرار قبوله أو رفضه، أو طلب إجراء تعديلات عليه.
9. يتعهد الباحث (أو الباحثون) كتابياً وفق النموذج المعد، بأن العمل المقدم لم يسبق نشره، وأنه غير مقدم للنشر، ولن يتم تقديمه للنشر في جهة أخرى، إلا بعد الانتهاء من تحكيمه ونشره في المجلة.
10. ترسل الأعمال المراد نشرها، وجميع المراسلات الخاصة بالمجلة إلى مدير التحرير عن طريق موقع المجلة.

كلمة العدد

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين سيدنا محمد وعلى آله وصحبه أجمعين

السادة القراء الأفاضل، يطيب لهيئة تحرير مجلة جامعة طبرق للعلوم الاجتماعية والإنسانية أن تضع بين أيديكم العدد الحادي عشر الذي يضم مجموعة متنوعة من البحوث العلمية الحديثة في كافة مجالات العلوم الاجتماعية والإنسانية، التي عكست الانتشار الواسع الذي وصلت له سمعة مجلتنا العلمية، حيث شارك في أعمال هذا العدد أساتذة أجلاء، وقامات علمية مرموقة تنتمي لمختلف جامعات بلادنا الحبيبة، وعلى رأسها أعمال من جامعات عريقة مثل جامعات بنغازي وسبها والأسمرية.

ونحن إذ ينتهي عملنا في رئاسة تحرير هذه المجلة مع نشر أعمال هذا العدد، فإنه لا يسعني إلا أن أقدم بأسمى آيات الشكر والعرفان لكل أعضاء لجنة التحرير على سعة صدرهم، وتحملهم لأعباء المراجعة العلمية والتقييم وتنسيق الأعمال لقراءة ثلاث سنوات كاملة، قاصدين بذلك رضى الله عز وجل، وإعلاء سمعة جامعتنا العلمية والبحثية، فلهم منى شخصياً أعطر آيات التقدير والاحترام.

كما أتوجه بجزيل الشكر والعرفان للسادة الباحثين الذين تفضلوا بنشر أبحاثهم عبر صفحات مجلتنا الرائدة في كل أعضائها السابقة، وندعوهم للتواصل مع رئاسة التحرير الجديدة، والاستمرار في نشر أعمالهم عن طريقها. وفى الوقت ذاته ندعو الله عز وجل أن يمن بكرمه وتوفيقه على رئاسة التحرير الجديدة التي ستباشر عملها مع العدد الثاني عشر.

وأخيراً لا يفوتني أن أشكر كل من قدم لنا يد العون المعنوى والفكرى، ولو بكلمة شكرٍ أو دعاءٍ في ظهر الغيب، فجزاهم الله عن عملهم خير الجزاء، والله من وراء القصد.

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته

د. عبدالكريم محمد على قناوي

رئيس هيئة تحرير المجلة

محتويات العدد

ب.....	الآية الكريمة	1
ج.....	هيئة التحرير	1
د.....	قواعد النشر	1
و.....	كلمة العدد	1
1.....	رسوم الذات على أبنية الاستعارات	1
1.....	د. أبوبكر محمد سويسي	1
23.....	تقوية المضمون في القرآن الكريم	23
23.....	د. حسين عبدالقادر الشريف	23
46.....	حدود سلطة القاضي في اللجوء إلى الخبرة القضائية	46
46.....	د. عبيد سالم عبد إله	46
83.....	تحليل الأخطاء في كتاب ما تلحن فيه العامة للكسائي	83
83.....	د. نواره منصور بلحوق يونس	83
111.....	أثر العلاقات الاجتماعية كأحد معوقات أخلاقيات المهنة	111
111.....	د. أيمن عبدالمنعم عبدالرحيم لياس	111
111.....	أ. سعيد مسعود سعيد الجيباني	111
132.....	التفكير الإيجابي وعلاقته بجودة الحياة لدى أعضاء هيئة التدريس بجامعة بنغازي في ضوء بعض المتغيرات الديموغرافية (دراسة ميدانية)	132
132.....	د. عبد الحكيم عبد الحميد بوشنيف	132
132.....	أ. نعيمة اسماعيل خطاب	132
155.....	العتبات النصية بين الإرسال والتلقي	155
155.....	أ. مبروكة مفتاح أنور	155
171.....	العلاقات التركيبية في الجملة الممتدة سورة يوسف (نموذجاً)	171
171.....	أ. إيناس إدريس محمود	171

- وسائل الاتصال الحديثة (الإنترنت) وعلاقتها ببعض القيم الاجتماعية.....193
- د. عبد الله أحمد المصراطي *.....193
- د. أشرف سليمان أبوبكر.....193
- أ. رجاء حمد حدوث **.....193
- دور الخدمة الاجتماعية في تفعيل الاندماج الاجتماعي لذوي الاحتياجات الخاصة.....215
- د. حسين الشارف عبدالله محمد.....215
- دور الجامعة في تنمية القيم الاجتماعية في ظل العصر الرقمي.....250
- أ. عماد صبحي محمد محمد.....250
- أثر المهاجر والكسارات على السكان القاطنين بمدينة المرج والابيار.....296
- د. عبد السلام عمران العمروني.....296
- أ. عز الدين جبريل سعد طيب موسى.....296
- د. ماهر ميلاد ابوراس.....296
- مدى انطباق نصوص قانون العقوبات الخاصة بالتزوير على جرائم تزوير المحرر المعلوماتي.....321
- د. أبوبكر عبد الجليل أحمد ابوبكر أشحيث.....321
- معوقات البحث التربوي كما يراها أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الليبية.....350
- عبد القادر صالح عيسى.....350
- مهارات ومعارف خريجي المحاسبة من الجامعات الليبية وما تتطلبه المهنة.....375
- د. عبدالعزيز يوسف شعيب مصباح.....375
- تقييم مستوى أداء الخدمات الفندقية بإقليم الجبل الأخضر.....400
- د. أمراجع محمد علي الهيلع.....400
- أ. أحمد فضل الله آدم.....400



مجلة جامعة طبرق للعلوم الاجتماعية والإنسانية

مجلة علمية محكمة تصدر ربع سنوياً

**تقييم مستوى أداء الخدمات الفندقية بإقليم الجبل الأخضر
(دراسة في الخدمات السياحية)**

د.أمرجع محمد علي الهيلم

أستاذ مشارك بقسم الدراسات السياحية بكلية السياحة والآثار

جامعة عمر المختار

أ.أحمد فضل الله آدم

محاضر بقسم الدراسات السياحية بكلية السياحة والآثار

جامعة عمر المختار

العدد: الحادي عشر

يوليو 2022

المستخلص

يهدف هذا البحث إلى تقييم مستوى أداء الخدمات الفندقية بإقليم الجبل الأخضر، حيث أصبحت المنشآت الفندقية الحديثة لا تقدم خدمة الإيواء فقط وإنما تقدم مزيجاً من الخدمات المتكاملة المتمثلة في خدمات الإيواء والطعام والشراب وتنظيف الملابس وبها قاعات كبيرة لإقامة المؤتمرات و الحفلات والمهرجانات والمعارض والنوادي الرياضية وإضافةً إلى ذلك توفر المسابح والمحلات التجارية والخدمات المصرفية والبريدية وبعضاً منها أصبح يقوم بتنظيم الرحلات السياحية.

وبذلك تنحصر مشكلة الدراسة هنا في تقييم مستوى أداء الخدمات الفندقية بإقليم الجبل الأخضر حيث تم تقييمها بتوزيع استبيانات كأداة جمع للبيانات والتي تبين من خلال تفريغ البيانات المتحصل عليها أن مستوى الخدمات بالمنشآت الفندقية ليست متوافقة مع مستوى درجات الخدمات الفندقية ، ومن هنا تكمن أهمية وأهداف هذه الدراسة في التعرف على العوامل التي عرقلت تطور مستوى الخدمات الفندقية في هذه المنطقة السياحية، و قد توصلت الدراسة من خلال نتائجها أن هناك عوائق عدة حالت دون تطور مستوى الخدمات الفندقية منها عدم وجود العمالة الماهرة بالإضافة عدم وجود اهتمام بعملية التدريب والتطوير للعمالة الفندقية بمنطقة الدراسة، ، مع ضعف في البنية التحتية للمنشآت الفندقية، وقد وضعت الدراسة العديد من التوصيات من أبرزها رفع المستوى الطاقم الإداري القائم على تشغيل المنشآت الفندقية.

الكلمات المفتاحية: المنشآت الفندقية - جودة الخدمات الفندقية - الدرجات التقييمية.

Abstract:

This research aims to assess the performance level of hotel services in the Jabal Al-Akhdar region, where modern hotel establishments do not provide accommodation only, but rather provide a mixture of integrated services represented in accommodation services, food and drink and cleaning clothes, and it has large halls for holding conferences, parties, festivals, exhibitions and sports clubs, in addition to This includes swimming pools, shops, banking and postal services, and some of them organize tourist trips.

Thus, the problem of the study here is limited to evaluating the performance level of hotel services in the Jabal Al-Akhdar region, where it was evaluated by distributing questionnaires as a data collection tool. In identifying the factors that impeded the development of the level of hotel services in this tourist area, and the study found through its results that there are several obstacles that prevented the development of the level of hotel services, including the lack of skilled labor in addition to the lack of interest in the process of training and development of hotel workers in the study area, , With the weakness in the infrastructure of hotel establishments, the study has developed many recommendations, most notably raising the level of the administrative staff based on the operation of hotel establishments.

المقدمة:-

مع ازدياد حركة السياحة العالمية وازدياد الرغبة لدى الأفراد في الانتقال من مكان لآخر ازداد الطلب على مكان للمبيت والراحة ويوفر في نفس الوقت الخدمات والاحتياجات التي يطلبها السائح ونتيجة لذلك ظهرت أماكن الإيواء والتي من أهمها الفنادق. وبما أن إقليم الجبل الأخضر يتمتع بمقومات وعوامل جذب سياحية متعددة ، والتي أصبحت نقطة جذب سياحي مهمة، إلا أنه يلاحظ أن هناك نقص واضح في توفر الخدمات السياحية وخاصةً بالمنشآت الفندقية متعددة الدرجات.

مما دفع الباحثان على دراسة تقييم مستوى أداء الخدمات الفندقية بإقليم الجبل الأخضر.

المبحث الأول: الإطار النظري للدراسة

المبحث الأول: منهجية الدراسة

مشكلة الدراسة:

يعد إقليم الجبل الأخضر ذو طابع سياحي مميز من حيث الموقع فهو يتمتع بطبيعة خلابة وغابات وجبال بالإضافة إلى إطلالة على البحر المتوسط بشاطئ طويل وجميل ومناخ معتدل يرغب الكثير من السواح القدوم إليه ، وكذلك احتوائه على بيئة طبيعية مميزة تحتضن مجموعة من المعالم الأثرية القديمة ومتعددة الحضارات التاريخية كل هذه المقومات تُعد نقاط جذب تساهم في تنشيط الحركة السياحية بالإقليم، وعلى الرغم من أن هناك العديد من أماكن الإيواء بالإقليم على رأسها الفنادق التي تقوم بتقديم الخدمات السياحية المختلفة إلا أنه يلاحظ أن هناك انخفاض كبير في مستوى أداء الخدمات السياحية بهذه المنشآت مما كان له الأثر البالغ على الحركة السياحية به .

تساؤلات الدراسة

- 1- هل المنشآت الفندقية قائمة على الإيواء فقط
- 2- تدني مستوى البنية التحتية أثر في خدمات المنشآت الفندقية.
- 3- عدم وجود العمالة المدربة أثر في الخدمات المقدمة بالمنشآت الفندقية.
- 4- رفع مستوى الأشغال الفندقية بالزبائن يتوقف على جودة الخدمات الفندقية.

أهداف الدراسة

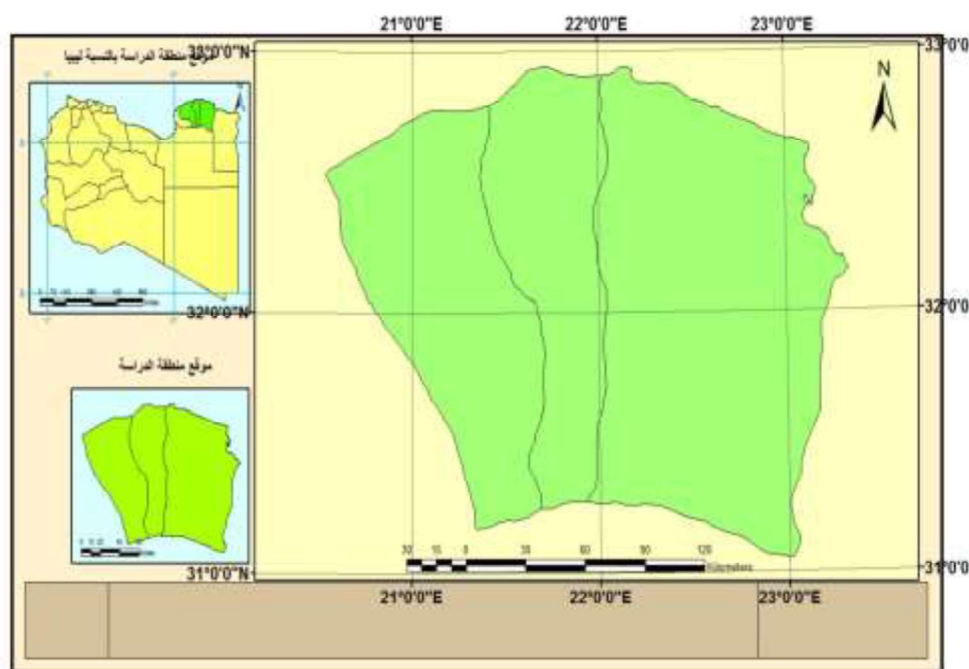
تكمن الأهداف الأساسية للبحث في التعرف على تقييم مستوى أداء الخدمات الفندقية بإقليم الجبل الأخضر، ومدى إمكانية تطوير هذه الخدمات لكي تعود بالنفع على النشاط السياحي، وازدياد الحركة السياحية بالإقليم الأمر الذي يؤدي إلى طلب المزيد من الأيدي العاملة اللازمة للفنادق، مع التعرف على كيفية تطوير المنشآت الفندقية القائمة، كذلك الوقوف على أهم الصعوبات التي تواجه المنشآت الفندقية بالإقليم .

أهمية الدراسة:

- 1- تتبع أهمية هذا الدراسة، في كونها الأولى من هذا النوع بإقليم الجبل الأخضر على حد علم الباحثين من حيث تناول الموضوع من جانب تقييم الخدمات السياحية بالمنطقة، بالتالي سوف تساهم في سد النقص الشديد، المتعلق بموضوع الدراسة في المكتبة الليبية.
- 2- بيان الوضع الراهن للمنشآت الفندقية في منطقة الدراسة، التي يمكن أن تبنى عليه خطط مستقبلية.
- 3- تساعد هذه الدراسة صناع القرار والمخططين، والمهتمين بالقطاع السياحي في رفع مستوى الخدمات السياحية بالمنشآت الفندقية بمنطقة الدراسة.

تحديد منطقة الدراسة :

تقع منطقة الدراسة في الجزء الشمالي الشرقي من ليبيا حيث تمتد من الشرق إلى الغرب في شكل هضبة لمسافة تزيد على 300 كم، وتطل شمالاً على البحر المتوسط بشكل مباشر وتشرف جنوباً على الصحراء ويحدها من الغرب إقليم بنغازي ومن الشرق إقليم البطنان. ويمكن تحديد منطقة الدراسة فلكياً فهي تقع ما بين دائرتي عرض 10° - 32° و 30' - 32° شمالاً وخطي طول 5' 33° - 25' 23° شرقاً، كما هو واضح في الشكل رقم (1).



شكل رقم (1) يوضح موقع منطقة الدراسة

أسلوب جمع البيانات:

تم الاعتماد في جمع البيانات، وتحليلها في هذه الدراسة على إطارين وهم الإطار النظري وهو يتمثل في الجانب المكتبي، والذي ضم كل الكتب والتقارير والإحصائيات التي تخص الخدمات السياحية بالمنشآت الفندقية. والإطار الميداني وهو يتمثل في إجراء مسح شامل لكافة المنشآت الفندقية وجمع بيانات عامة عن كل منشأة فندقية وعن مستوى الخدمات السياحية التي تقدمها. كما هو موضح بالملحق رقم (1).

منهجية الدراسة :

اقتضت الدراسة تبعاً لطبيعة البحث المزج بين أكثر من منهج، منها المنهج التاريخي، الذي اعتمد عليه الباحثان في سياق البعد التاريخي لتطور المنشآت الفندقية ، والمنهج الوصفي تم الاعتماد عليه في وصف الواقع الراهن للمنشآت الفندقية بمنطقة الدراسة ، والمنهج التحليلي الذي تم الاعتماد عليه في تحليل البيانات التي تم الحصول عليها من المسح الميداني للمنشآت الفندقية.

صعوبة الدراسة:

قد واجهت الدراسة العديد من الصعوبات من أهمها عدم تجاوب المسؤولين بالمنشآت الفندقية ، بالإضافة إلى ذلك عدم وجود قاعدة بيانات لدى المنشآت الفندقية بمنطقة الدراسة.

الدراسات السابقة :

من خلال مراجعة الدراسات السابقة، تبين لنا هناك العديد من الدراسات العالمية ، نحو تقييم خدمات المنشآت الفندقية من أمثلتها دراسة أحمد طلعت البشبيشي سنة 2000م في كتابة فن خدمة للفنادق والمنشآت السياحية حيث ركز على خدمات الطعام والشراب دون غيرها داخل المنشأة الفندقية. ، كما تناول أحمد منير البردقاني و فواز صالوم الحموي في دراستهما سنة 2017م دور جودة الخدمات الفندقية في تحسين الإيرادات حيث بينت نتائج دراستهما بأن جودة الخدمات الفندقية تقاس بطول فترة الإقامة لدى النزلاء مما يؤدي إلى رفع مستوى الأشغال الفندقي، وكذلك تناول مختار مفتاح ابوصاع وسناء الشكشاك في بحثيهما دور شركات الفنادق الدولية في الارتقاء بمستوى جودة الخدمات الفندقية في ليبيا سنة 2018م، حيث تبين من خلال دراستهما أن المنشآت الفندقية الدولية في ليبيا تتمتع بمستوى جوده عالية في الخدمات نتيجة لوجود ضوابط محدده من قبل سلاسل الفنادق العالمية، بينما لم توجد دراسات موسعة على ليبيا بصفة عامة ومنطقة الدراسة بصفة خاصة حول تقييم كافة الخدمات المنشآت الفندقية كخدمات سياحية بمختلف مستوياتها، كما تناول أحمد فضل الله المنصوري في دراسته للسياحة الداخلية في إقليم الجبل الأخضر سنة 2020م بين فيها أن فنادق منطقة الدراسة تعاني من تدني في مستوى الخدمات بكافة أنواعها ومستوياتها إلا أنه لم يتطرق لتقييم مستوى أداء تلك المنشآت حيث أن هذه الدراسة تركز على تقييم مستوى تلك المنشآت الفندقية، وهذه الدراسة تركز على تقييم مستوى الخدمات السياحية التي تقدمها المنشآت الفندقية للسائحين في منطقة الجبل الأخضر.

المبحث الأول: مفهوم الخدمات السياحية بالمنشآت الفندقية

1- مفهوم خدمات المنشآت الفندقية:

خدمات المنشآت الفندقية هي عبارة عن أنشطة خدمية متميزة وغير ملموسة بطبيعتها تقوم بإشباع حاجات ورغبات النزلاء، و خدمات المنشآت الفندقية تقوم بتوفير ثلاثة عناصر أساسية (الطعام، والشراب، والراحة)، وتحرص المنشأة الفندقية على تعزيز هذه الخدمات ، لتصبح أكثر جاذبية، وكذلك لتوافق حاجات ورغبات النزلاء من السوق المستهدف، في ظل الثقة المتبادلة بين المنشأة الفندقية والنزلاء بما يُسهم في تعزيز الصورة المرسومة للمنشأة الفندقية لدى النزلاء من السائحين.

و نتيجةً لذلك عرفت الخدمات السياحية على أنها " الشعور الطيب أو الرديء الذي يللمسه طالب الخدمة من مقدمها والتي يمكن قياسها من خلال الحس، والمنتج المنافس ، والسعر، والجودة ، ووقت التسليم " (الحماقي، 1989، ص32).

2- مستويات الخدمة الفندقية:

تتقسم مستويات الخدمة بالمنشأة الفندقية ، باعتبارها منشآت سياحية خدمية بحسب درجة الأولوية، ويمكن توضيح هذه المستويات كتالي :-

أ- **الخدمة الجوهرية:** الخدمة الأساسية للمنشأة الفندقية هي الإيواء، فخدمة السكن في الغرفة داخل الفندق هي الخدمة الجوهرية، وهذا يعني أن النزيل يشتري الغرفة لغرض الحصول على المنافع الرئيسة خلال فترة إقامته بالمنشأة الفندقية.

ب- **الخدمات التسهيلية:** وهي تلك الخدمات التي تساعد على استخدام الخدمة الجوهر والانتفاع بها ، كخدمات الحجوزات المسبقة عن بعد عن طريق الاتصالات وخدمات الاستقبال والتوديع للسائحين.

ج- **الخدمات الداعمة أو المساندة:** تحتاج الخدمة الجوهرية بالمنشأة الفندقية إلى خدمات تسهيلية بالدرجة الأولى، ولكنها لا تحتاج إلى الخدمات الداعمة ، لأن الخدمات الداعمة تُعدّ خدمات فوق المعتاد ، فهي تقدم قيمة إضافية للخدمة الجوهرية، وتساعد في جعلها خدمة متميزة قياساً بالمنافسين في سوق الفنادق، فمثلاً الخدمات التي تقدم لرجال الأعمال

، والخدمات الصحية ، والترفيه، والتسلية، هي خدمات داعمة للخدمة الجوهريّة (الإيواء) وقد يؤثر على قرار الشراء للضيف وجذبه لفندق دون غيره من الفنادق المنافسة (الطائي، سنة 2006م، ص70)، وبناءً على ذلك يمكننا القول إن الخدمات الداعمة هي خدمات للتمايز، وحتى تصبح هذه الخدمات ميزة تنافسية يمتلكها الفندق، على إدارة الفندق أن تقوم بالتخطيط والتنفيذ الملائم للخدمة المقدمة، لكي تكون قادرة على تلبية حاجات ورغبات العملاء المتوقعة وفوق المتوقعة ، ليكون تأثيرها إيجابياً وفعالاً.

ح- **الخدمات الإضافية:** هي الخدمات المتمثلة في توفير بعض احتياجات السائح مثل متطلبات السائح من السوق و من السلع غير متوفرة وقت طلبها بالإضافة إلى تقديم خدمات خاصة تتوفر له داخل المنشأة الفندقية مثل الحلاقة وما شابه ذلك . سهولة الوصول إلى المنشأة الفندقية والبيئة المادية والاجتماعية، والتفاعل بين الضيوف، وتعاونهم فيما بينهم، وتعاونهم مع مقدمي الخدمة. (ابوصاع و الشكشاك، سنة 2018م، ص196).

3- **خصائص الخدمات الفندقية:**

تتميز خدمات المنشآت الفندقية بعدد من الخصائص من أهمها ما يلي:

أ- **خدمات غير ملموسة:** وتتمثل في عدم القدرة على تقييمها من خلال اللمس، أو التذوق، أو الشم ، ويمكن اختيارها على أساس السمعة ، والشهرة ، والتجربة ، وتستطيع إدارة المنشأة الفندقية بناء إستراتيجية تسويقية لجعل خدمة غير الملموس ملموساً من خلال التسهيلات والأجهزة والمعدات التي يحتوي عليها الفندق، كما أن الإعلان أحد الوسائل التي تساعد على ذلك. (حافظ سنة 2010م، ص26).

ب- **خدمات سريعة التلاشي (القابلية للتلف):** فلا يمكن الاحتفاظ بها في المخزن، والفندق قد يخسر الكثير يومياً في حالة عدم بيع الغرف للنزلاء، أي لا يمكن تخزين غرفة الفندق غير المستخدمة.

ج- **خدمات التلازم (عدم القابلية لفصل الإنتاج عن الاستهلاك) :** فلا يمكن إنتاج الخدمة الفندقية في مكان معين واستهلاكها في مكان آخر، فهي تحتاج إلى تواجد السائح وهو النزيل ومقدم الخدمة أثناء إنتاجها في نفس الوقت. (الضمور، سنة 2009م، ص25).

د- خدمات موسمية النشاط: نتيجة لاختلاف درجة وحجم النشاط السياحي من فترة لأخرى، فتكون الزيادة على العمل في أشهر معينة، وانخفاضها في أشهر أخرى، مما يؤدي إلى زيادة التكاليف الثابتة والمتغيرة نتيجة انخفاض نسبة الأشغال في بعض الأحيان.

ذ- خدمات اختلاف طبيعة المنتج الفندقي: يتكون المنتج الفندقي من عناصر رئيسة هي الإيواء وخدمات الطعام ، والشراب، والترفيه، والخدمات الأخرى، فالمنتج الفندقي يحتاج إلى اللباقة في الأداء، واللفظ في المعاملة، والصدق في خدمة الزبائن. مما تقدم يتضح لنا أن المنشآت الفندقية ، حتى تصبح متميزة في خدماتها، تحتاج إلى إدارة فعالة وتنظيم جيد لتحقيق نسبة إشغال عالية، واستغلال الطاقة الفندقية الاستغلال الأمثل، وتقديم خدماتها بمستويات بما يضمن تحقيق الأهداف المرسومة.

4- جودة الخدمات السياحية بالمنشآت الفندقية:

يقصد بجودة الخدمات السياحية بالمنشآت الفندقية ، هي جودة الخدمة المقدمة ، المتوقعة والمدركة وهي المحدد الرئيس لرضا النزلاء، أو عدم رضاه ، فبعض المنظمات يجعلها من أولوياتها لتعزيز جودة خدماتها(عبدالمحسن، سنة 2006م ، ص40)، وهي الصفات أو المميزات المتكاملة للخدمة ، والتي تكون لها القدرة على إشباع الرغبات والحاجات الضمنية والظاهرة للسواح المقيمين بالمنشأة الفندقية.

5- العوامل المؤثرة في جودة الخدمات السياحية بالمنشآت الفندقية:

هناك عدد من العوامل التي تؤثر بشكل مباشر في جودة الخدمة بالمنشأة الفندقية أهمها ما يلي:

أ- الانتظام في كفاءة الأداء فلا يكون هناك أخطاء أو تأخير في جودة الخدمات المقدمة بالمنشأة الفندقية.

ب- الاستجابة والرغبة ، و الجاهزية من قبل الموظفين في تزويد الخدمة.

ج- سرعة تقديم الخدمة في الزمان، والمكان المحدد الذي يطلبه النزلاء.

د- المهارة والمعرفة في القدرة على الاتصال مع النزلاء .

- ر- المعاملة الحسنة، والتهديب، والاحترام أثناء تقديم الخدمة.
- ز- الأمانة ، والصدق، والثقة التي يجب أن تتمتع بها المنشأة الفندقية.
- و- المظهر الخارجي والمستلزمات المادية للخدمة والتجهيزات الأخرى، والخدمات الأساسية والتكميلية.
- هـ- الأمان، والتحرر من الشك من قبل النزيل وهو السائح عند الإقدام على شراء الخدمة، أو السلعة من المنشأة الفندقية. (العزاوي والحوامدة ،سنة 2010م ، ص140-165)

6- أنواع الخدمات السياحية في المنشآت الفندقية من حيث الملكية:

- أ- الخدمات السياحية بالمنشآت فندقية حكومية (Government Hotels).
وهي التي تكون ملكيتها تابعة للدولة وهي خدماتها في العادة تكون خاصة بالحكومة أو بعض الوزارات و في بعض الأحيان تقدم هذه المنشآت خدماتها إلى عامة الناس
- ب- الخدمات السياحية بالمنشآت فندقية مختلطة (Mixed Sector Hotels).
وهي التي تكون ملكيتها مشتركة بين الدولة والقطاع الخاص أو بين الدولة وشركات أجنبية وفي العادة يكون مستوى الخدمات بها مرتفع عن المنشآت الفندقية الحكومية .
- ت- الخدمات السياحية بالمنشآت فندقية خاصة (Private Hotels).
وهي التي يمتلكها شخص واحد وعادة تكون صغيراً وعدد غرفها قليلة وتقدم خدمات محدودة لقلّة رأس المال المستثمر فيها وهي منتشرة بشكل كبير داخل المدن الصغيرة.
- ث- الخدمات السياحية بالشركات والسلاسل الفندقية (Hotel Chains).
وهي عبارة عن إدارة عدة منشآت فندقية من قبل شركة واحدة وظهرت وتطورت هذه الأنواع من الشركات بعد الحرب العالمية الثانية، ونشأت نتيجة للمنافسة الشديدة بين الشركات، وهي تتمتع بخصائص ومزايا خاصة بها مثل ضخامة رأس المال المستثمر وكبر حجم الفنادق وبها خدمات سياحية ذات ميزات مرتفعة ، ومن أشهر السلاسل الفندقية في العالم هي سلسلة هيلتون Hilton وسلسلة شيراتون Sheraton وسلسلة هوليدي ان Holiday inn .(توفيق سنة 1996م، ص19-20).

7- أنواع الخدمات السياحية في المنشآت الفندقية من حيث الموقع .

أ- فنادق المدن .. (Cities Hotels) .

وهي تقع في المدن الكبرى والمتوسطة أى داخل حدود المدينة وتتراوح درجاتها ما بين الممتازة والدرجة الثالثة ويوجد بينها المتخصصة بإيواء رجال الأعمال وتتوفر بها كافة الخدمات التجارية والخدمية وقاعات الاجتماعات والمؤتمرات وفى العادة ملكيتها ما بين أهلية وشركات مختلطة (توفيق سنة 1996م، ص21).

ب- فنادق المطارات .. (Airport Hotels) .

يوجد هذا النوع من المنشآت الفندقية بالقرب من المطارات أو في داخل المطارات وتم أنشائها أصلاً لإيواء المسافرين بالطائرات ومسافري الشركات السياحية العالمية والترانزيت أو المسافر العابر الذي يضطر بسبب من الأسباب إلى التوقف عن مواصلة رحلته. كما أنها أصبحت في الفترة الأخيرة تجذب رجال الأعمال لعقد اجتماعاتهم و لقائهم ومؤتمراتهم بها لأنها تحتوى على كافة القاعات والتجهيزات اللازمة ولأنها داخل المطار فهي توفر الوقت والجهد حال الإنهاء من الاجتماع يسافر من داخل المطار على الفور دون تعطيل

ت- فنادق العبور .. الموتيل (Motels) :

أنشأت هذه الفنادق أصلاً على الطرق البرية السريعة وذلك لغرض إيواء المسافرين بالسيارات الخاصة الذين يقطعون مسافات بعيدة ويحتاجون إلى مكان للراحة والأكل ولصيانة سياراتهم .

ث- المنتجعات .. (Resorts) :

نشأت المنتجعات السياحية في نهاية القرن التاسع عشر وهي في العادة تكون قرب المناظر الطبيعية أو قرب الغابات أو الجبال أو قرب ينابيع المياه المعدنية أو قرب البحيرات أو الشلالات ومنها من يعمل في فصل واحد أي موسمية ومنها ما يعمل طول العام .

ج- فنادق الإقامة الدائمة ..(Permanent Residence Hotels) :

أنتشر هذا النوع من الفنادق في المراكز والمدن التجارية والصناعية الكبرى وهي تأوي الأفراد الذين يعملون في تلك المناطق بعيدين عن أسرهم طلباً للعمل وهي مخصصة للإقامة الدائمة الطويلة والتي تتراوح ما بين أسبوع إلى عدة سنوات

ح- بيوت الشباب ..(Youth Hostels) :

هي عبارة عن فندق أو بناية غرضها إيواء الشباب المحب للسفر والترحال ويكون تجهيزها وأثاثها عادة متواضع وتحتوي الغرف على ما هو ضروري فقط وأجر الإقامة بها زهيد .

خ- الفنادق العلاجية ..(Therapeutic Hotels):

هي في الغالب تقع بجانب المستشفيات أو المراكز العلاجية أو في داخلها أو بالقرب من المياه الكبريتية أو في المناطق التي يكون جوها صافي وهواها خالي من التلوث ، وهي تكون مجهزة بكافة أنواع الخدمات التي يحتاجها المريض مثل قاعات العلاج الطبيعي وحمامات السونا وأطباء متخصصين بالعلاج الطبيعي وتجهيز الطعام الصحي للمرضى .

د- الفنادق الرياضية ..(Sports Hotels):

قد تكون مؤقتة أو دائمة هي في الغالب تكون بجانب المدن الأولمبية أو قرب الملاعب الرياضية الكبيرة وهي كذلك تكون مجهزة بجميع الخدمات التي يحتاجها الرياضيين مثل قاعات التمرين والقاعات الرياضية .

8- أنواع درجات الخدمات السياحية بالمنشآت الفندقية.

أ- المنشآت الفندقية ذات الخمس نجوم: وهي من أرقى الفنادق وتقدم خدمات متكاملة و بأسعار مرتفعة.

ب- المنشآت الفندقية ذات الأربع نجوم: وتكون مستوى أسعارها وخدماتها أقل من فنادق الخمس نجوم .

ج- المنشآت الفندقية ذات الثلاث نجوم : وهي أقل مستوى من الأربع نجوم .

د- المنشآت الفندقية ذات النجمتين : وهي أقل في المستوى من الثلاث نجوم .

هـ- المنشآت الفندقية ذات النجمة الواحدة : وهي متواضعة جداً بالنسبة للخدمات وعدد الغرف (توفيق، 1996م، ص55-56).

المبحث الثالث: مستوى الخدمات السياحية بالمنشآت الفندقية في منطقة الدراسة :

من خلال مراجعة الدراسات السابقة تبين لنا أن هناك تطوراً ملموساً في الكثير من الأنشطة السياحية في ليبيا ككل، وفي منطقة الدراسة بالخصوص إلا أنها لا تزال تعثرها الكثير من العراقيل التي تقف حائلاً أمام النهوض بالنشاط السياحي، والتي منها عدم توفر أي بيانات أو معلومات دقيقة قد تبنى عليها استنتاجات صحيحة، وخاصة في منطقة الدراسة الأمر الذي دعا الباحثان إلى عمل نموذج مسح كامل من أجل توفير بيانات ومعلومات واقعية عن المنشآت الفندقية داخل منطقة الدراسة وقد ظهرت نتائج تحليل تلك البيانات في التالي:-

1- مستوى الخدمات السياحية بالمنشآت الفندقية:

أوضح من خلال الدراسة أن المنشآت الفندقية تنقسم إلى عدة مستويات من حيث الدرجة و الخدمات السياحية وكل مستوى يؤثر في الخدمات الفندقية فكلما زاد عدد النجوم كلما زادت الخدمات وتوسعت وارتفعت أسعارها (يونس، سنة 2011م، ص 25)، وكما هو واضح في الجدول رقم (1) فإن أغلب المنشآت القديمة بمنطقة الدراسة يتراوح ما بين نجمتين إلى أربعة نجوم حيث شكلت الفنادق ذات نجمه واحده 7.76% بينما كانت ذات نجمتين وثلاثة نجوم و أربعة نجوم نسبتهما على التوالي 38.36% و 30.83% و 15.29% من إجمالي المنشآت الفندقية في منطقة الدراسة وهذه المنشآت الفندقية تعمل فعلياً وتعمل بكامل طاقتها في استقبال السائحين بينما شكلت الفنادق ذات 5 نجوم ما نسبته 7.76% من إجمالي الفنادق في منطقة الدراسة وهذا يدل على أن هناك رغبة من قبل المسؤولين لرفع من مستوى الخدمات داخل المنشآت الفندقية.

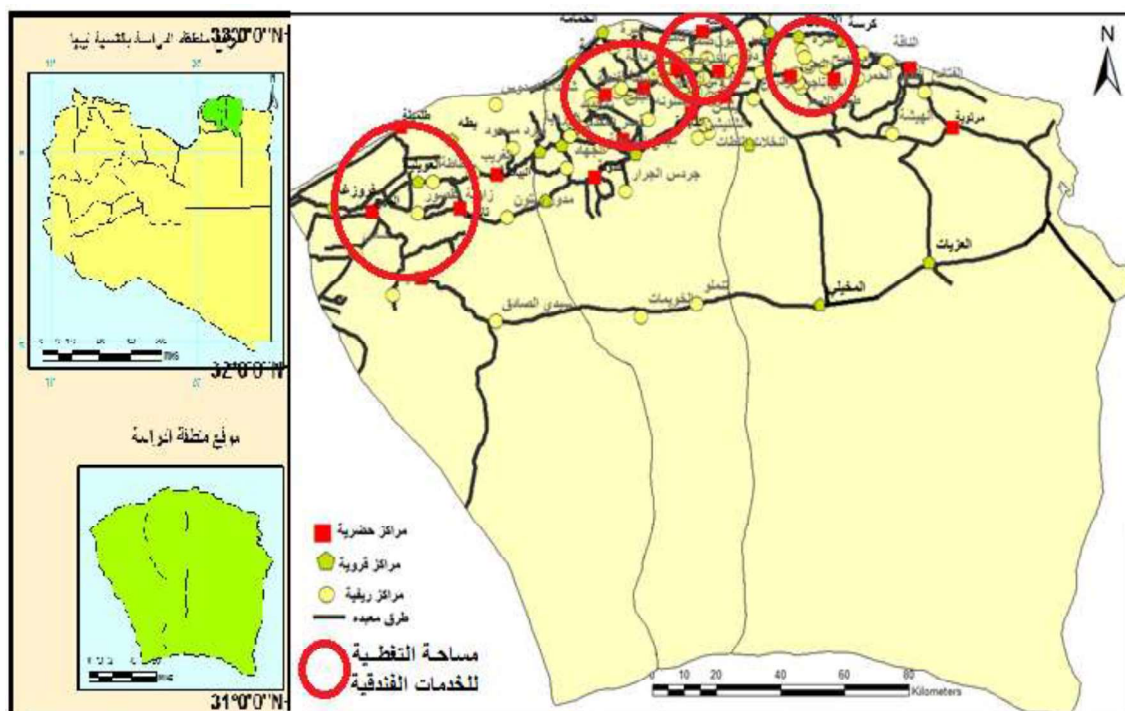
جدول (1) يوضح درجات الفنادق بالإقليم.

البيان	مستوى درجات المنشآت الفندقية					الإجمالي
	1 نجمة	2 نجمة	3 نجمة	4 نجمة	5 نجمة	
العدد	1	5	4	2	1	13
النسبة	7.76	38.36	30.83	15.29	7.76	100

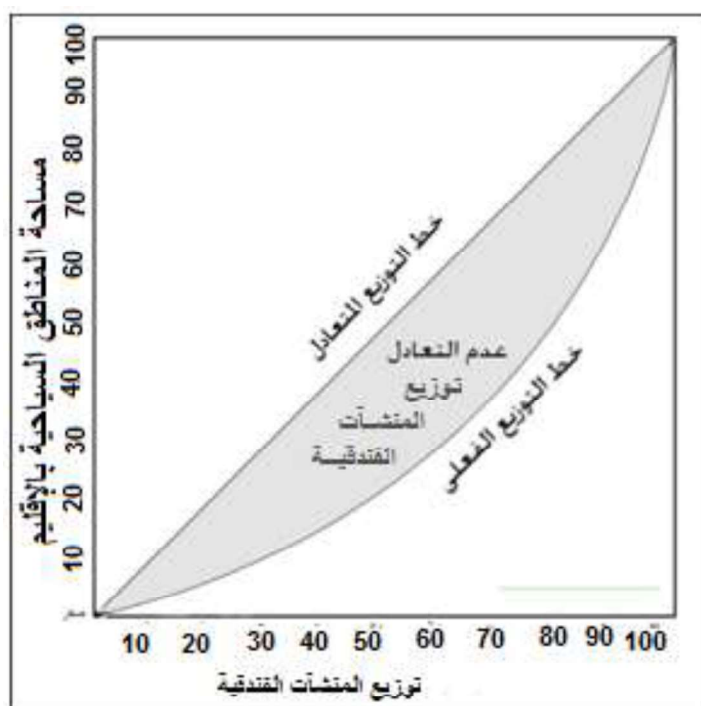
المصدر: تم إعداده من قبل الباحث بناء على نموذج المسح.

2- توزيع المنشآت الفندقية بمنطقة الدراسة:

ويتضح لنا من خلال الدراسة الميدانية بأن الفنادق تعتبر قليلة جداً لا تحقق المأمول إذا ما قورنت بإمكانات المنطقة السياحية إضافة إلى أن توزيعها غير مثالي حيث تتركز في مناطق، وتندر في مناطق أخرى هي أحوج إلى أماكن الإيواء؛ مثل مناطق كل من شحات وسوسة رأس الهلال و الأثرون وطمبيثة وقصر لبيي، على الرغم من أنهما من أفضل الأماكن بالجبل الأخضر تنوعاً وتفرداً بالمقامات السياحية، كما هو واضح في الشكل رقم (2) بالإضافة إلى ذلك يتضح من خلال الشكل (3) الذي يبين منحني لورنز (هو أحد أساليب قياس مثالية توزيع ظاهرة ما على مساحة جغرافية معينة) (إبراهيم سنة 2009 م ، ص135) يوضح أنه ليس هناك تعادل في توزيع المنشآت الفندقية على المناطق السياحية بمنطقة الدراسة حيث تتوزع 87% من المنشآت الفندقية على 35.12% من إجمالي مساحة المناطق السياحية بالإقليم.



الشكل رقم (2) يوضح توزيع المنشآت الفندقية على منطقة الدراسة
المصدر: من عمل الباحثين بالاعتماد على الصورة الفضائية.



الشكل رقم (3) يوضح منحني لورنز عدم عدالة توزيع المنشآت الفندقية

على مساحة المناطق السياحية بالإقليم

المصدر: حسب من قبل الباحثين بالاعتماد على مقياس منحني لورنز

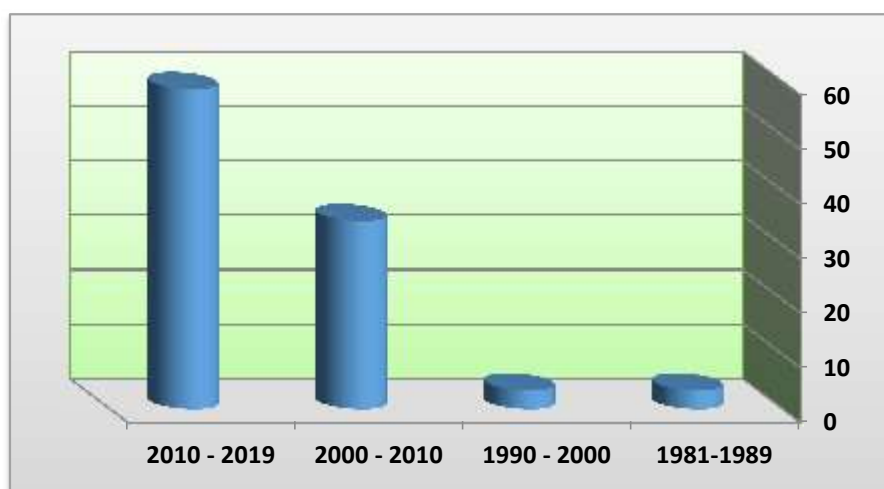
3- تاريخ إنشاء المنشآت الفندقية:

تبين لنا من خلال الدراسة أن هناك تبايناً في تاريخ إنشاء المنشآت الفندقية كما هو واضح في الجدول رقم (2) والشكل رقم (4) فقد وجد أن أعلى طفرة في تاريخ إنشاء المنشآت الفندقية حدثت بعد عام 2010م والتي شكلت 53.65% ويرجع ذلك بسبب توجه المستثمرين في منطقة الدراسة في الفترة الأخيرة إلى الاستثمار في المنشآت السياحية وبالذات المنشآت الخاصة لإيواء العائلات لما لها من عائد اقتصادي وفير ، يأتي بعدها بنسبة أقل المنشآت التي بنيت ما بين عام (2000-2010م) فقد شكلت نسبة 30.83% وهي نسبة معقولة للاستثمار السياحي، ونجد أن ما قبل عام 2000م توجد منشآت ولكن قليلة لا تشكل إلا نسبة 7.76% من إجمالي المنشآت الفندقية العاملة؛ لأن أغلب المنشآت القديمة تعرضت للتلف والتخريب نتيجة لعدم وجود الصيانة الدورية لها.

جدول (2) يوضح تاريخ إنشاء المنشآت الفندقية

السنوات	-1970	-1981	-1990	-2000	-2010	المجموع
	1980	1989	2000	2010	2019	
العدد	0	1	1	4	7	13
النسبة	0	7.76	7.76	30.83	53.65	100

المصدر: مسح الدراسة الميدانية



شكل (4) يوضح تاريخ إنشاء المنشآت الفندقية

4- نوع الخدمة السياحية التي تقدمها المنشآت الفندقية:

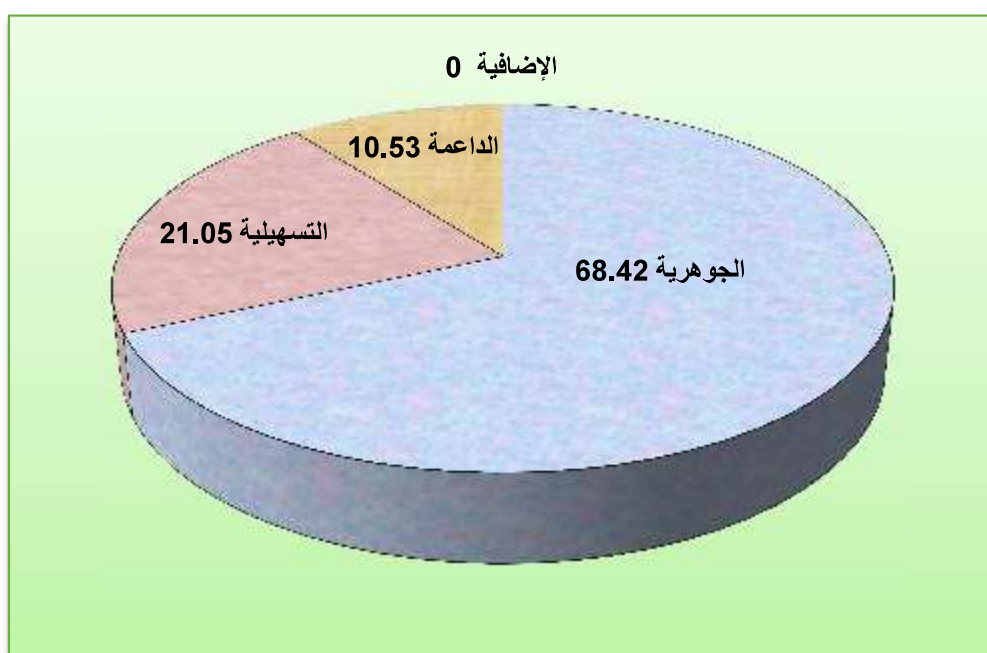
تقدم المنشآت الفندقية العديد من الخدمات السياحية والمتمثلة في الإيواء وتقديم خدمة الطعام والشراب وأيضاً احتضان تقديم خدمات إقامة المؤتمرات والاجتماعات داخل المنشأة الفندقية.

نجد أن الخدمة الجوهريّة تحصلت على أعلى نسبة والتي بلغت 68.42% من إجمالي المنشآت الفندقية في منطقة الدراسة بينما الخدمة التسهيلية بلغت نسبتها 21.05% بينما لم تشكل الخدمات الداعمة سوى 10.53% أما الخدمات الإضافية فهي لم يكن لها أي وجود بالمنشآت الفندقية بمنطقة الدراسة كما هو واضح في الجدول رقم (3) والشكل رقم (5).

جدول (3) يوضح نوع الخدمة المقدمة في المنشآت الفندقية.

المجموع	نوع الخدمة بالمنشأة الفندقية				البيان
	الإضافية	الداعمة	التسهيلية	الجوهرية	
19	0	2	4	13	العدد
100	0	10.53	21.05	68.42	النسبة المئوية

المصدر: نتائج المسح الميداني للمنشآت الفندقية.



شكل (5) يوضح نوع الخدمة المقدمة في الفنادق.

المصدر: نتائج المسح الميداني للمنشآت الفندقية.

الجهة المالكة للمنشآت الفندقية:

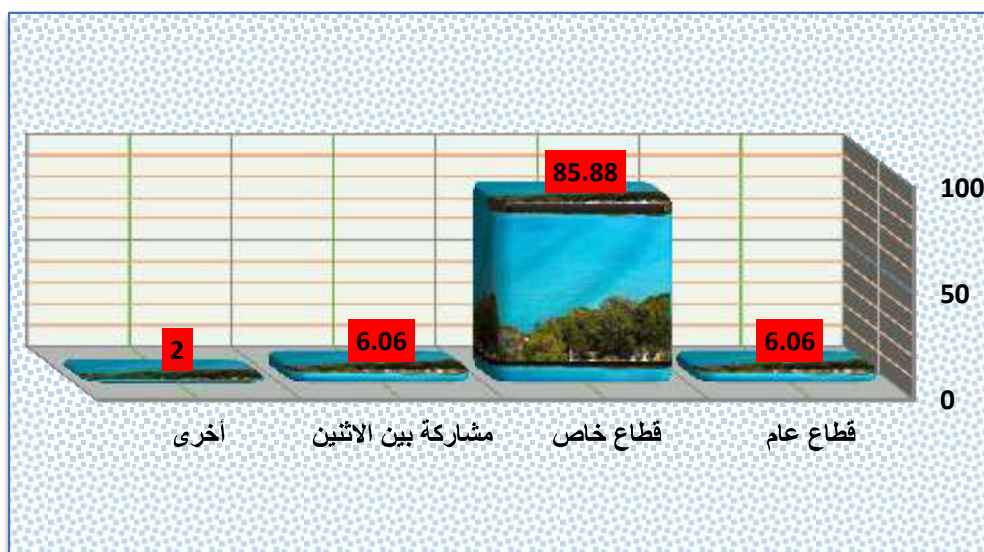
اتضح من خلال الدراسة الميدانية الجدول رقم (4) والشكل رقم (6) أن أعلى نسبة لملكية المنشآت الفندقية هي تتدرج تحت القطاع الخاص والمتمثلة في المستثمر المحلي والتي شكلت نسبة 76.95% من إجمالي المنشآت الفندقية، وهذا يعتبر من المؤشرات الجيدة في منطقة الدراسة من خلال إقبال المستثمر المحلي على الاستثمار السياحي المباشر وخاصة في المنشآت الفندقية ذات النجمة الثالثة ثم تأتي بعد ذلك ملكية القطاع العام المتمثلة في المنشآت الفندقية ذات

النجمة الرابعة والخامسة والتي نالت ما نسبته 15.29% أما الملكية المتلازمة في شكل المشاركة بين القطاع العام والخاص التي بلغت نسبتها 7.76% حيث تعد النسبة متدنية بالحالتين الأخيرتين وذلك بسبب غياب التشريعات الخاصة بالمشاركة من جهة وإهمال قطاع السياحة من قبل الدولة من جهة أخرى مما جعلهما متخلفة عن المنشآت التي تم بنائها من قبل المستثمر المحلي والقطاع الخاص.

جدول (4) يوضح الجهة المالكة للمنشآت الفندقية

البيان	قطاع عام	قطاع خاص	مشاركة بين الاثنين	أخرى	المجموع
العدد	2	10	1	0	13
النسبة المئوية	15.29	76.95	7.76	0	100

المصدر: نتائج المسح الميداني للمنشآت الفندقية.



شكل (6) يوضح نسبة الجهة المالكة للمنشآت الفندقية

المصدر: نتائج المسح الميداني للمنشآت الفندقية.

المبحث الرابع: الوضع الراهن للمرافق والخدمات السياحية في المنشآت الفندقية:

يقصد به تقييم الوضع الراهن للمرافق والخدمات السياحية في المنشآت الفندقية أي تقييم مدى ملائمة أماكن الإيواء داخل المنشآت الفندقية وجاهزيتها لاستقبال السواح والأعداد المتزايدة لهم؛ لأنه كلما كان هناك توافد للسياح كلما أصبحت الحاجة ملحة إلى وجود أماكن

للإيواء وان تكون كذلك بحاله ممتازة وتلبي جميع طلبات السائح وبالنظر إلى المنشآت الفندقية في منطقة الدراسة نجد أنها تفي بالغرض، ولكن ليست بالصورة المثلى، أو التي يجب أن تكون عليه وهذا اتضح من خلال المسح الشامل لتلك المنشآت في منطقة الدراسة والتي بينت أنها في حالة جيدة ويمكن أن تتطور لتصبح أفضل من ذلك.

أولاً: تقييم الخدمات السياحية التي تقدمها المنشآت الفندقية:

1- تقييم الخدمات الجوهريّة (الإيواء) بالمنشآت الفندقية.

تعد خدمة الإيواء هي الخدمة الجوهريّة بالمنشأة الفندقية وهي تأخذ عدة مستويات حيث الدرجة والحجم وهي كما يالي:-

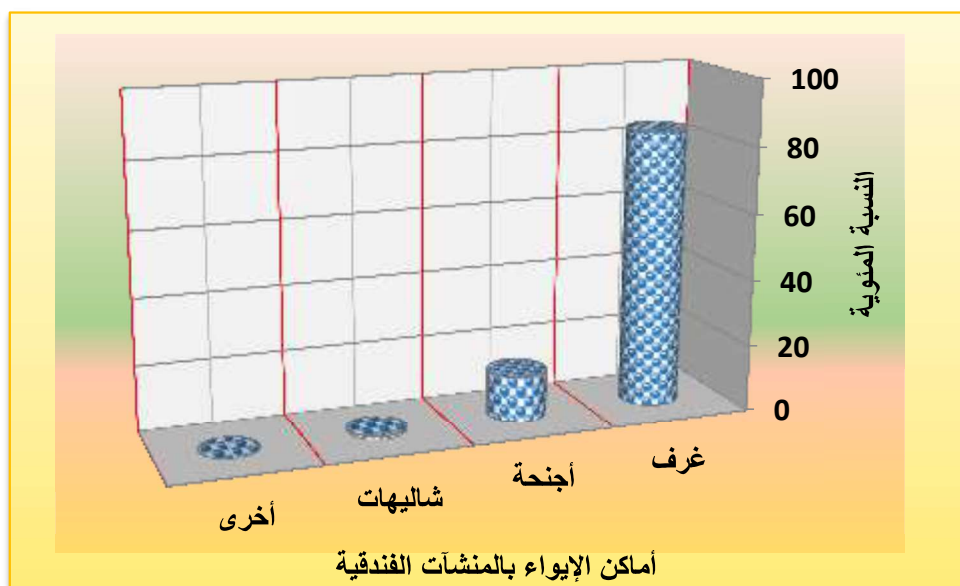
أ- عدد الغرف والأجنحة في المنشآت الفندقية.

على الرغم من الارتفاع الملحوظ في نسبة توافد السائحين على منطقة الدراسة من مختلف مناطق البلاد إلا أن القدرة الاستيعابية لأماكن الإيواء في المنشآت الفندقية لازالت محدودة ولا تلبي احتياجات السائح وإذا ما قورنت بالأعداد الوافدة للمنطقة، وكذلك بالإمكانيات والعوامل الجاذبة بمنطقة الدراسة، إذا تبين لنا من خلال الدراسة أن مجموع أماكن الإيواء في المنشآت الفندقية قد بلغ عددها (664) منها (571) غرفة، التي شكلت نسبتها 86%، و 93 جناحاً، أي مثلت نسبتها 14% من إجمالي أماكن الإيواء بالمنشآت الفندقية بمنطقة الدراسة كما هو موضح في الجدول رقم (5) والشكل رقم (7) .

جدول (5) يوضح عدد الغرف والأجنحة في المنشآت الفندقية

النوع	غرف	أجنحة	شاليهات	أخرى	المجموع
العدد	571	93	0	0	664
النسبة المئوية	86%	14%	0	0	100

المصدر: نتائج المسح الميداني للمنشآت الفندقية.



شكل (7) يوضح نسبة أماكن الإيواء (الغرف والأجنحة) في المنشآت الفندقية

المصدر: نتائج المسح الميداني للمنشآت الفندقية.

ب- مستوى خدمات الإيواء بالمنشآت الفندقية:

تعد خدمات الإيواء هي الخدمة الجوهرية للمنشأة الفندقية كما ذكر آنفاً ومن خلال الدراسة الميدانية تبين لنا أن المستوى التقييمي لهذه الخدمة لم يتجاوز الدرجة التقييمية (3) جدول رقم (6) والتي يعبر عنها بالمستوى الجيد أي أن في المجمل هذه الخدمة مستواها متدني لا يتناسب مع كفاءة الخدمات الفندقية في الوقت الحاضر، ويرجع ذلك إلى أن أغلب المنشآت الفندقية ترجع ملكيتها إلى القطاع الخاص الفردي، ويعيب على ملاك تلك المنشأة أنها ليس لها القدرة المادية والفكرية على تطوير الخدمة الجوهرية بها؛ مما ترتب عليه أن أغلب النزلاء من السائحين يتجهون إلى استئجار الشقق والشيلوهات بدلاً عن الإقامة في المنشآت الفندقية حسب ما بينتها دراسة (أحمد المنصوري سنة 2020م ص228).

جدول (6) يوضح تقييم حالة أماكن الإيواء بالمنشآت الفندقية

الفندق	النوع	العدد	الحالة (الدرجة التقييمية)	الفندق	النوع	العدد	الحالة (الدرجة التقييمية)
-	فندق اللؤلؤة	الأجنحة	-	-	فندق الجبل	الأجنحة	3
	البيضاء	الغرف	2		البيضاء	الغرف	3
	فندق مرحبا	الأجنحة	10		فندق اللؤلؤة	الأجنحة	3

-	البيضاء	الغرف	80	3	-	الخليج	الغرف	0	3
-	فندق اللؤلؤة	الأجنحة	120	2	-	فندق آية	الأجنحة	-	-
-	درنة	الغرف	24	1	-0	الغرف	5	3	3
-	فندق التلال	الأجنحة	10	4	-1	فندق المرج	الأجنحة	3	3
-	البيضاء	الغرف	45	4	-1	الغرف	0	3	3
-	فندق المنارة	الأجنحة	20	4	-2	فندق شباب	الأجنحة	3	3
-	سوسة	الغرف	70	4	-2	الجبل	الغرف	3	3
-	فندق الإفريقي	الأجنحة	3	3	-3	فندق	الأجنحة	-	-
-	الغرف	20	3	3	-3	المدينة	الغرف	4	3
-	فندق الثريا	الأجنحة	6	3					
-	البيضاء	الغرف	50	4					
الأجمالي العام		الأجنحة	89	32					
		الغرف	75	40					
المتوسط العام		الأجنحة	5	2.5					
		الغرف	7	3					
النسبة العامة		الأجنحة	28.47						
		الغرف	71.53						

مفتاح الدرجات التقييمية لمستوى حالة البنية التحتية بالفنادق.: 1 تالفة - 2 تحتاج للصيانة - 3 جيد - 4 ممتازة

المصدر: حسب بناء على المسح بيانات المسح الميداني.

2- تقييم الخدمات التسهيلية بالمنشآت الفندقية.

وهي تلك الخدمات التي تساعد في الحصول على الخدمة الجوهري والانتفاع بها، مثل خدمات الحجوزات المسبقة عبر الانترنت، والدفع بواسطة كروت الدفع المسبق، وخدمات الاستقبال .

3- تقييم الخدمات الداعمة بالمنشآت الفندقية.

الخدمات الداعمة تقدم كقيمة إضافية للخدمة الجوهر (الإيواء) قد تؤثر على قرار الشراء للسائح وجذبه لفندق دون غيره من الفنادق المنافسة، وتساعد في جعلها خدمة متميزة. لذا وجب على إدارة المنشأة الفندقية أن تقوم بالتخطيط والتنفيذ الملائم للخدمة المقدمة، لكي تكون قادرة على تلبية حاجات ورغبات العملاء المتوقعة وفوق المتوقعة ، ليكون تأثيرها إيجابياً وفعالاً، وبناءً على ذلك تبين لنا من خلال الدراسة الميدانية أن نوع هذه الخدمة غير موجودة بكافة المنشآت الفندقية إلا بنسبة قليلة لا تشكل 7.69% من إجمالي الخدمات المقدمة بالمنشآت الفندقية بمنطقة الدراسة، ومن نوع تلك الخدمات منها الخدمات الصحية ، والترفيهية، والشرائية التي تقدم لرجال الأعمال.

4- تقييم الخدمات الإضافية بالمنشآت الفندقية.

تتمثل في الخدمات التي تشمل سهولة الوصول إلى المنشأة الفندقية والبيئة المادية والاجتماعية، والتفاعل بين الضيوف، وتعاونهم فيما بينهم، وتعاونهم مع مقدمي الخدمة.

ثانياً : تقييم خدمات البنية التحتية للمنشآت الفندقية.

إن النشاط السياحي يختلف اختلافاً كبيراً عن ما سواه من القطاعات الأخرى فهو بالدرجة الأولى يعتمد على مستوى تقديم الخدمات السياحية المناسبة للزلاء من السائحين لذا لا بد أن يميز مكان الإقامة بالسمعة الحسنة والخدمات الجيدة التي تحقق كل رغبات السائح، مما ينتج عنه ازدياد في أعداد السائحين من سنة إلى أخرى، وهذا لا يتأتى إلا بوجود بنية تحتية متطورة ومتميزة من كهرباء ومياه واتصالات، ومن خلال المسح الشامل للمنشآت الفندقية، اتضح لنا أن البنية التحتية للمنشآت الفندقية تعاني من تدني في مستوى الخدمة، وبالنظر إلى الجدول رقم (7) فهي لم تتعدى المستوى الجيد المتمثل في المستوى التقييمي (3) الأمر الذي قد يؤدي إلى خفض إقبال السياح على منطقة الدراسة، إلا أن بعض المنشآت الفندقية تعدت هذا المستوى والتي منها فندق الأفريقي والمنارة التي بلغت متوسط دراجتهما التقييمية (4) والذي يمثل مستوى جيد جداً .

جدول (7) يوضح الدرجة التقييمية لمستوى خدمات البنية التحتية للمنشآت الفندقية

المنشأة الفندقية	نوع البنية التحتية						معدلات درجات التقييم	
	مياه	كهرباء	صرف صحي	اتصالات	الأجمالي العام	المتوسط العام	النسبة العامة	
فندق المدينة البيضاء			3	3	11	3	709	
فندق شباب الجبل المرج			3	3	10	2.5	6.45	
فندق المرج			3	3	10	2.5	6.45	
فندق آية البيضاء			3	3	12	3	7.74	
فندق لؤلؤة الخليج البيضاء			3	3	12	3	7.74	
فندق الجبل البيضاء			3	3	12	3	7.74	
فندق الثريا البيضاء			3	3	12	3	7.74	
فندق الإفريقي			4	4	16	4	10.32	
فندق المنارة سوسة			4	4	16	4	10.32	
فندق التلال البيضاء			3	3	14	3.5	9.03	
فندق اللؤلؤة درنة			3	2	12	3	7.74	
فندق مرحبا البيضاء			3	2	11	3	7.09	
فندق لؤلؤة البيضاء			2	2	7	2	4.51	
الإجمالي العام	7	0	40	38		39.5		
المتوسط العام	.84	.07	3.07	2.92		3.03		
النسبة العامة	3.49	5.93	25.93	24.65		25.48		

مفتاح الدرجات التقييمية لمستوى حالة البنية التحتية بالفنادق: 1 تالفة - 2 تحتاج للصيانة

- 3 جيد - 4 ممتازة

المصدر: الدراسة الميدانية جمعت وحسبت الدرجات التقييمية بناء على نموذج المسح الميداني.

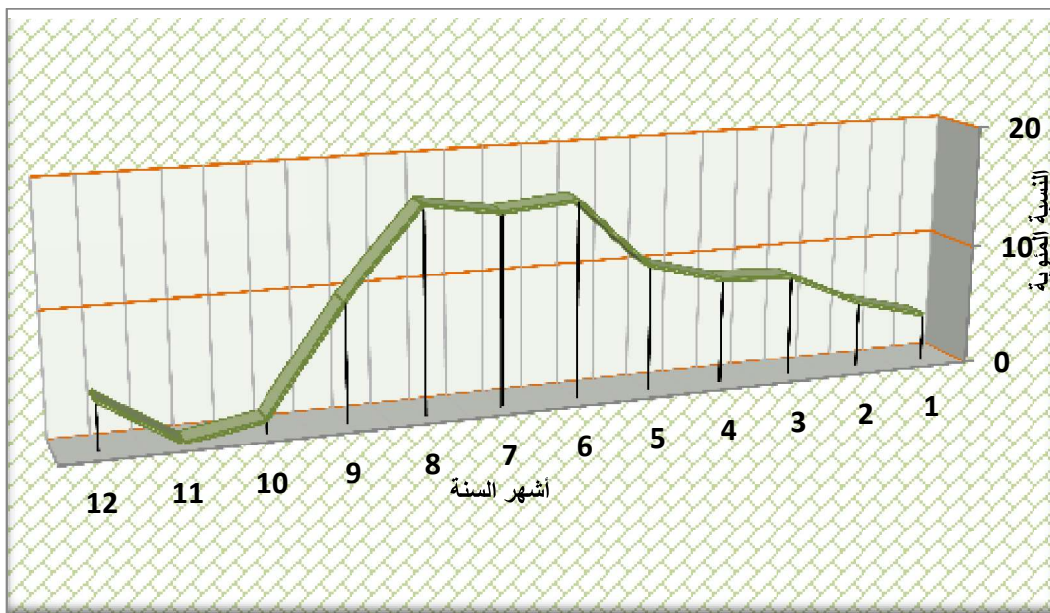
ثالثاً: تقييم مستوى إشغال المنشآت الفندقية بالنزلاء حسب المواسم السياحية

باعتبار أن مناخ الجبل الأخضر بارد شتاءً وحار صيفاً نجد أكثر أعداد النزلاء بالمنشآت الفندقية خلال المواسم التي بها أشهر معتدلة درجة الحرارة والتي تتراوح ما بين شهري مارس وسبتمبر حيث نجد موسم الصيف هو أكثر إشغال للمنشآت الفندقية بالنزلاء فشكلت نسبته 48.31% من إجمالي المواسم السياحية أي بمتوسط شهري يبلغ 764 نزير ثم يأتي في المرتبة الثانية موسم الربيع الذي شكلت نسبته 27.34% أي بمتوسط شهري بلغ 432 نزير ثم يأتي في المرتبة الثالثة موسم الشتاء الذي لم يتجاوز الأشغال فيه 13.60% من إجمالي المواسم السياحية ويأخذ في المرتبة الرابعة موسم الخريف وهو يمثل أدنى المواسم السياحية بالنسبة للأشغال بالمنشآت الفندقية بالنزلاء فهو لا يمثل سوى 10.75% من إجمال المواسم السياحية أي بمتوسط شهري لم يبلغ 170 نزير كما ما هو واضح في جدول رقم (8) والشكل الرقم (8).

جدول رقم (8) أعداد النزلاء بالمنشآت فنادق حسب المواسم السياحية

المواسم السياحية												اسم الفندق
الخريف			الصيف			الربيع			الشتاء			
نوفمبر	أكتوبر	سبتمبر	أغسطس	يولي	يونيو	ماي	أبريل	مارس	فبراير	جان	ديسمبر	
		0	0	0	0	0	0	0				فندق المدينة البيضاء
		0	0	0	0	0	0					فندق شباب الجبل المرج
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	فندق المرج
		0	0	0	0	0	0	5				فندق آية البيضاء
		0	0	0	0	0	0	5	5	0	0	فندق لؤلؤة الخليج
			0	0	0	0	0	0	0			فندق الجبل البيضاء
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	فندق الثريا
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	فندق المنارة سوسة
		0	0	00	0			0	0	0	0	فندق التلال البيضاء
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	فندق اللؤلؤة درنة
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	فندق مرحبا البيضاء
			0	0	0	0	0	0				فندق اللؤلؤة البيضاء
		00	00	00	00	0	0	0	0	0	0	فندق الإفريقي درنة
510			2290			1296			645			إجمالي الموسم السياحي
170			764			432			215			المتوسط الشهري للموسم
%10.75			%48.31			27.34 %			%13.60			النسبة الموسم السياحي

المصدر: نتائج المسح الميداني للمنشآت الفندقية.



شكل رقم (8) يوضح نسبة أعداد الزائرين للمنشأة الفندقية خلال أشهر السنة

المصدر: نتائج المسح الميداني للمنشآت الفندقية.

رابعاً: تقييم مستوى العائد اليومي من الخدمات المقدمة بالمنشآت الفندقية

تقوم المنشآت الفندقية بالكثير من الخدمات السياحية من أجل تحقيق عائد اقتصادي وهو الهدف الأساسي الذي أقيمت من أجله تلك المنشآت حيث نجد من خلال الجدول رقم (9) أن الخدمات السياحية بالمنشأة الفندقية التي تحقق عائد بمنطقة الدراسة متمثلة في الخدمة الجوهريّة (الإيواء) فهي تمثل 65.57% من إجمالي العائد للخدمات السياحية بينما خدمة الطعام والشراب فهي لا تمثل إلا 23.18% من إجمالي العائد اليومي من الخدمات السياحية بالمنشآت الفندقية ثم لم يكن لبقية الخدمات أي وجود بالمنشآت الفندقية والمتمثلة في وجود قاعات كبيرة لإقامة خدمات سياحية كثيرة منها المؤتمرات والاجتماعات والمنتديات و الحفلات والمهرجانات وأنشطة الرياضية و خدمات سياحية أخرى أكثر خصوصية منها مغاسل لتنظيف الملابس والمساح والمحلات التجارية والخدمات المصرفية والبريدية و تنظيم الرحلات السياحية فهي لا تمثل إلا 18.84% من إجمالي العائد من الخدمات السياحية بالمنشآت الفندقية بمنطقة الدراسة ومتمثلة في خدمة إقامة الحفلات والمهرجانات.

جدول رقم (9) العائد اليومي من الخدمات المقدمة بالمنشآت الفندقية

درجة الخدمة			نوع الخدمة	اسم الفندق	درجة الخدمة			نوع الخدمة	اسم الفندق
الأولى	الثانية	الثالثة			لأولى	لثانية	لثالثة		
500 فأكثر	100 – 500	10 – 100			00 فأكثر	00 – 500	0 – 100		
دينار					دينار				
			إيواء	التلال البيضاء				إيواء	المرج
			طعام					طعام	
			خدمات أخرى					خدمات أخرى	
			إيواء	لؤلؤة درنة				إيواء	آية
			طعام					طعام	
			خدمات أخرى					خدمات أخرى	
			إيواء	مرحبا البيضاء				إيواء	لؤلؤة الخليج
			طعام					طعام	
			خدمات أخرى					خدمات أخرى	
			إيواء	لؤلؤة البيضاء				إيواء	الجبيل
			طعام					طعام	
			خدمات أخرى					خدمات أخرى	
			إيواء	باب الجبيل المرج				إيواء	الثريا
			طعام					طعام	
			خدمات أخرى					خدمات أخرى	
								إيواء	المدينة البيضاء
								طعام	
								خدمات أخرى	
0	4000	0	إيواء	المتوسط العام					
0	500	300	طعام						
0	500	300	خدمات أخرى						
65.57			إيواء	النسبة العامة					
23.18			طعام						
18.84			خدمات أخرى						

ثانياً: تقييم مستوى خدمات القوى العاملة بالمنشآت الفندقية

تعتبر القوى العاملة هي أساس نجاح الخدمات المنشآت الفندقية وبذلك يترتب على المنشأة الفندقية نجاحها على انتقاء مستويات عدة من القوى العاملة بحيث تقدم الخدمة على أحسن ما يرام وهنا نجد أن مستويات القوى العاملة بالمنشآت الفندقية في منطقة الدراسة كما هو واضح في الجدول رقم (10) هي أغلبها دون المستوى المطلوب حيث شكلت نسبة القوى العاملة بالمنشآت الفندقية غير المدربة حوالي 55.57% بينما كانت نسبة القوى العاملة المدربة لا تشكل سوى نسبة 44.43% من إجمالي القوى العاملة بالمنشآت الفندقية.

جدول رقم (10) أعداد العمالة ونوعها في الفنادق

عدد العمالة			نوع العمالة	اسم المنشأة الفندقية	عدد العمالة			نوع العمالة	اسم المنشأة الفندقية
2	1	أ			30 - 0	20 - 0	قل من 10		
			عمالة مدربة	الجبيل				عمالة مدربة	اللؤلؤ البيضاء
			عمالة عادية	البيضاء				عمالة عادية	البيضاء
			عمالة مدربة	لؤلؤة				عمالة مدربة	مرحبا
			عمالة عادية	الخليج				عمالة عادية	الخليج
			عمالة مدربة	آية				عمالة مدربة	اللؤلؤة درنة
			عمالة عادية	آية				عمالة عادية	اللؤلؤة درنة
			عمالة مدربة	المرج				عمالة مدربة	التلال
			عمالة عادية	المرج				عمالة عادية	التلال
			عمالة مدربة	شباب				عمالة مدربة	المنارة
			عمالة عادية	الجبيل				عمالة عادية	المنارة
			عمالة مدربة	المدينة				عمالة مدربة	الإفريقي
				المدينة				عمالة عادية	الإفريقي
								عمالة مدربة	الثريا
								عمالة عادية	الثريا
	70	80	عادية						الإجمالي
20	60	40	مدربة						
	25.95	29.62	عادية	العمالة العادية 55.57% العمالة المدربة 44.43%					النسبة المئوية
7.40	22.22	14.81	مدربة						

الخاتمة

أولاً النتائج:

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج الرئيسية والتي تمثل إجابة على التساؤلات التي حددتها مشكلة الدراسة والأهداف الذي سعت الدراسة لتحقيقها وكانت على النحو التالي:

- 1- مستوى الخدمات السياحية المقدمة بالمنشآت الفندقية بمنطقة الدراسة تتراوح ما بين النجمة الثانية هي التي تشكل المرتبة الأولى بنسبة 38.36% ثم يليها النجمة الثالثة والتي تشكل 30.83% والتي يكون بها مستوى الخدمات متدني.
- 2- توزيع المنشآت الفندقية غير مثالي حيث تتركز المنشآت الفندقية في أماكن دون أخرى فهي تتركز في أماكن الجذب السياحي وتزدحم في مناطق أخرى.
- 3- الخدمات السياحية بالمنشآت الفندقية تتركز في خدمة واحدة وهي الخدمة الجوهرية والتي شكلت 68.42% بينما يندر وجود الخدمات الأخرى بها.
- 4- القطاع الخاص هو الذي يستحوذ على ملكية المنشآت الفندقية والتي استحوذ على 76.95% من إجمالي المنشآت الفندقية بمنطقة الدراسة.
- 5- الوضع الراهن للمرافق السياحية تحت المستوى الجيد لاماكن الإيواء بينما حالة البنية التحتية فهي لم تتجاوز مستوى الجيد في أغلب الأماكن السياحية.
- 6- مستوى الأشغال بالمنشآت الفندقية تنحصر بين موسمي الربيع والصيف الذين يمتازا باعتدال درجة الحرارة على عكس فصلي الشتاء والخريف.
- 7- العائد المالي اليومي للمنشآت الفندقية تتركز في خدمة الإيواء والذي ينال 57.98% بينما خدمات الطعام والشراب لم تتجاوز 23%.

ثانياً: التوصيات.

من خلال ما توصلت إليه الدراسة من استنتاجات مبنية على نتائج التحليلية ، يمكن أن تقدم مجموعة من التوصيات من أهمها:

- 1- العمل على رفع مستوى الخدمات بالمنشآت الفندقية لكي يتم تطوير هذه المنشآت للحصول على أعلى تقييم بالبنية التحتية الممنوحة له.

- 2- تنوع الخدمات بالمنشآت الفندقية مثل المقاهي وصالات الاجتماعات وإقامة المؤتمرات والنوادي الرياضية والحفلات والمهرجانات وتقديم الخدمات المصرفية والبريدية وتنظيم المعارض والمهرجانات والبرامج السياحية.
- 3- ضرورة رفع مستوى أداء العاملين بالمنشآت السياحية من خلال إقامة الدورات التدريبية وورش العمل ورفع الكفاءة لكي يتم تقديم الخدمات السياحية بشكل أفضل.
- 4- الاهتمام بنشر ثقافة الجودة وتطبيق مبادئها في الفنادق المحلية لتقديم خدمات ذات جودة عالية تتناسب مع رغبات الزبائن بما يضمن المحافظة على ولائهم للفندق.
- 5- تشجيع إقامة التنسيق بين الفنادق الدولية والفنادق المحلية العاملة في ليبيا في مجال تدريب العاملين بها، وذلك للمساهمة في رفع وزيادة كفاءة هؤلاء العاملين بما يزيد من قدرتهم على تقديم خدمات أفضل وذات جودة أعلى.

المراجع

- إبراهيم محمد إبراهيم الغنيمات، أثر تطبيق جودة الخدمات الفندقية في الأسبقيات التنافسية من وجهة نظر الزبائن، رسالة ماجستير، غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، كلية الأعمال، قسم إدارة الأعمال سنة 2015م
- أحمد طلعت البشبيشي، فن الخدمة للفنادق والمنشآت السياحية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، الطبعة الأولى، سنة 2000م.
- أحمد فضل الله آدم. دور السياحة الداخلية في دعم الاقتصاد الليبي، دراسة تطبيقية على منطقة الجبل الأخضر، رسالة دكتوراه، غير منشورة، جامعة المنصورة، سنة 2020م.
- أحمد منير البردقاني وفواز صالوم الحموي، (دور جودة الخدمات الفندقية في تحسين الإيرادات) جامعة دمشق، كلية السياحة، مجلة جامعة البعث، المجلد 39 العدد 47، عام 2017م.)
- توفيق محمد عبدالمحسن، قياس الجودة والقياس المقارن، دار الفكر للنشر والتوزيع، مصر، القاهرة، الطبعة الأولى، سنة 2006م.
- حافظ عبدالكريم، الإدارة الفندقية والسياحية، دار أسامة للنشر والتوزيع الأردن - عمان، الطبعة الأولى، سنة 2010م.

- حميد عبدالنبي الطائي، مدخل إلى إدارة الفنادق، دار الورق للنشر والتوزيع الاردن - عمان ، الطبعة الأولى، سنة 2006م.
- طاهر عمر يونس، واقع تطبيق نظم المعلومات الإدارية بالمنظمات الفندقية الليبية، جامعة بنغازي ، كلية الاقتصاد، رسالة ماجستير غير منشورة ، سنة 2011م.
- عيسي على إبراهيم، الأساليب الإحصائية والجغرافيا، دار المعرفة الجامعية ،الإسكندرية ، الطبعة الثانية ، سنة 2009م.
- ماهر عبدالعزيز توفيق، مبادئ إدارة الفنادق ، دار الصفاء للنشر والتوزيع ، الأردن - عمان ، الطبعة الأولى، سنة 1996م.
- مختار مفتاح ابوصاع وسناء عبدالله الشكشاك، مجلة الدراسات الاقتصادية ، كلية الاقتصاد ، جامعة سرت، المجلد الأول ، العدد الثاني، مارس 2018م.
- نجم العزاوي، و نبيل الحوامدة ، قياس إدراك جودة الخدمات الفندقية من وجهة نظر الزبائن (دراسة ميدانية لفنادق من فئة خمسة نجوم، عمان -الأردن ، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية (العدد 25، لسنة 2010 م)
- هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، دار وائل للنشر ، الأردن -عمان، الطبعة الخامسة ، سنة 2009م.
- يوسف محمد حافظ الحماقي، إدارة فن المأكولات والمشروبات، مكتبة لانجلوا المصرية ، القاهرة ، الطبعة الأولى، سنة 1989م.

الملحق رقم (1)
المسح الشامل للمنشآت الفندقية

بسم الله الرحمن الرحيم

المسح الشامل للمنشآت الفندقية

الأخوة المسئولين بالمنشأة السياحية : _

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

أضع بين أيديكم هذا النموذج الخاص بالمسح الشامل للمنشآت السياحية بإقليم الجبل الأخضر , راجيا من سيادتكم الإجابة عليه . علما بأن نتائج المسح سوف تستخدم للغرض البحثي الأكاديمي فقط .

شاكرين لكم حسن تعاونكم سلفا

..... : أسم المنشأة :

..... : تاريخ الإنشاء :

نوع المنشأة :

إيواء	طعام	إيواء وطعام	أخرى
()	()	()	()

نوع الخدمة المقدمة بالمنشأة :

قطاع عام	قطاع خاص	مشاركة بين الاثنين	أخرى
()	()	()	()

تبعية المنشأة:

عدد أماكن الإيواء : (..... غرفه _ جناح _ شاليه _ أخرى)

عدد الأسرة : (..... للغرفة _ للجناح _ للشاليه _ أخرى)

الطاقة الاستيعابية للمنشأة : (..... غرفه _ جناح _ شاليه _ أخرى)

حالة أماكن الإيواء :

نوع الإقامة	غير مناسبة	تحتاج للصيانة	مناسبة	ممتازة
الغرف				
الأجنحة				
الشاليهات				

حالة البنية التحتية :

نوع الخدمة	غير مناسبة	تحتاج للصيانة	مناسبة	ممتازة
المياه				
الكهرباء				
الصرف الصحي				
الاتصالات				

الهاتف	الحضور الشخصي	حجز الألكتروني	أخرى
()	()	()	()

طريقة الحجز بالمنشأة

الدعاية ()	نصائح الأصدقاء ()	وجود خدمة مميزة ()	أخرى ()
----------------	-----------------------	------------------------	-------------

سبب الإقبال على المنشأة

فصول السنة	محدودة	متوسطة	كاملة	لا يوجد إشغال
الشتاء				
الربيع				
الصيف				
الخريف				

نسب الإشغال بالمنشأة

أعداد الزائرين :-

فصول السنة		الشتاء			الربيع			الصيف			الخريف	
الشهر	ديسمبر	يناير	فبراير	مارس	أبريل	مايو	يونيو	يوليو	أغسطس	سبتمبر	أكتوبر	نوفمبر
العدد												

عدد أفراد الأسر الزائرة :- (2_3 ، 4_6 ، 7_10 ، 11 فأكثر)

متوسط الإنفاق اليومي للزائرين

الإنفاق اليومي	0 100	100 500	500 1000	1000 فأكثر
إيواء				
طعام				
خدمات أخرى				

عدد العمالة بالمنشأة :

نوع العمالة	اقل من 10	10 20	20 30	30 فأكثر
عمالة مدربة				
عمالة عادية				

هل توجد عوائق تحول دون القيام بتطوير أداء عمل المنشأة وتقديم خدمته بشكل مرضى : _

(نعم _ لا)

في حال الإجابة بنعم أذكر هذه العوائق : _

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

مع وافر التقدير والاحترام

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته