

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

العنوان

تأثير ضغوط العمل على جودة تقديم خدمات الإطعام في المؤسسات السياحية
-دراسة حالة مجموعة من مطاعم ولاية جيجل -

مذكرة مقدمة استكمالاً لمتطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في العلوم التجارية

تخصص: تسويق فندقي وسياحي

إشراف الأستاذ:

* بولحية أعمار

إعداد الطالبتين:

➤ بوركوة كريمة

➤ زعيون مريم

أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الجامعة	الصفة
لطفي بوغرة	محمد الصديق بن يحيى - جيجل -	رئيسا
أعمار بولحية	محمد الصديق بن يحيى - جيجل -	مشرفا ومقررا
فيروز بوشويط	محمد الصديق بن يحيى - جيجل -	ممتحنا

السنة الجامعية: 2021/2020

العمل

﴿وقل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنون﴾
﴿وستردون إلى عالم الغيب والشهادة فينبئكم بما كنتم تعملون﴾

سورة التوبة الآية : 104



شكر وعرفان

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات وبنوره تنزل البركات نشكر الله العلي القدير
ونحمده على توفيقه وهدايته لإتمام هذا العمل، ونرجو من جلالته أن يوفقنا و
إياكم في المستقبل إلى خير ما نرناه.

نتقدم بالشكر الجزيل إلى الأستاذ "بولعية أعمار" الذي كان خير مؤطر لهذا العمل
بصانعه القيمة وتوجيهاته، وكان لنا الشرف أن يكون المشرف على مذكرتنا كما
نشكره على المعاملة الطيبة.

إلى جميع الأساتذة الذين ساهموا ولو بإرشاداتهم في إنجاز هذا العمل.

إلى كل العاملين في مطاعم ولاية جيجل _ محل الدراسة _

إلى كل من ساعدنا في إنجاز هذه المذكرة سواء من قريب أو من بعيد.



الإهداء

أول أحمد الله وأشكره على توفيقه في إنجاز هذا العمل.

أهدي هذا العمل إلى أمز ما أملك في الوجود إلى الوالدين الكريمين.

إلى التي أعطت ولم تدخر إلى التي جادت ولم تبخل إلى التي عانت ولم تيأس
إلى سر الوجدان منبع العطف والحنان، أمي الغالية.

إلى من علمني معنى الكفاح والنضال وكان قوتي في الحياة الذي يقضي عمره
وجهد نفسه من أجل تربيتي وتعليمي، بابا الغالي.

إلى أخواتي وإخوتي الأعمام وخاصة "وسام، لويظة، رتيبة، أسماء وحمزة ويحيى
وإخوتي المتزوجين"

وإلى صديقتي وزميلتي في العمل "مريم" وصديقتي أمينة وبشرى وفتيحة و
سارة وخديجة وشيما.

إلى خطيبي "هشام"

وإلى كافة الأصدقاء و الأحباب الذين عرفتهم طوال مشواري الدراسي.

إلى هؤلاء أهدي ثمرة هذا العمل المتواضع.

كريمة



الإهداء

إلى من قال الله تعالى فيهما:

" وانفض لهما جناح الذل من الرحمة وقل ربني إرحمهما كما ربياني صغيرا"

إلى ملاكي في الدنيا، إلى معنى الحب والحنان، إلى بسمة الحياة وسر الوجود، إلى
من كانت سر نجاحي "أمي العزيزة"

إلى من كلله الله بالهبة والوقار، إلى من علمني السعي دون انتظار، إلى من
أحمل إسمه بكل افتخار، ستبقى كلماتك نجوم في سماء العمر أهدني بها في درب
الحياة اليوم وفي الغد و إلى الأب "أبي الغالي".

إلى القلوب الطاهرة الرقيقة والنفوس البرينة، إلى رباحين حياتي أخواتي و إخوتي
سارة، إيناس، سيفو، معاد، إسلام"

و إلى صديقتي وزميلتي في العمل "كريمة"

إلى صديقتي و توأم روحي "بشرى" و كافة الأصدقاء والأحباب الذين عرفتهم
طوال مشواري الدراسي.

إلى هؤلاء أهدي ثمرة هذا العمل المتواضع.

مريم

ملخص

ملخص:

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى تأثير ضغوط العمل على جودة تقديم خدمة الإطعام بالمؤسسات السياحية في ولاية جيجل، وللإجابة على الإشكالية المطروحة والتأكد من صحة الفرضيات الموضوعية، تم استهداف عينة عشوائية من مجتمع الدراسة من فئة العمال والعاملات في المطاعم محل الدراسة بولاية جيجل والبالغ عددهم (50 فردا)، وقد تم الاعتماد على الاستبيان كأداة للدراسة بغرض جمع آراء أفراد العينة، ولهذا تم تقسيمه إلى ثلاثة محاور، يتناول الأول البيانات الشخصية لأفراد العينة، واشتمل الثاني على قياس مستوى ضغوط العمل، أما الثالث فقد خصص لقياس مستوى الجودة وفق مراحل تقديم خدمة الإطعام ، واستنادا إلى طبيعة الدراسة، فقد تم إتباع المنهج الوصفي التحليلي بهدف الوصول إلى إطار نظري شامل لموضوع الدراسة، والاعتماد على الاستبيان في الجانب التطبيقي، كما تم استخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (spss) في حساب النتائج.

وأهم النتائج التي خرجت بها الدراسة أن مصدر ظروف العمل هو المصدر الوحيد الذي يؤثر على جودة تقديم خدمة الإطعام عموما بالمؤسسات السياحية في ولاية جيجل بينما المصادر الأخرى المتمثلة في(عبء العمل، صراع الدور، غموض الدور، نمط الشخصية) لا تؤثر على مستوى جودة تقديم خدمة الإطعام بالمؤسسات السياحية في ولاية جيجل. أما حسب مراحل تقديم خدمة الإطعام قد توصلنا إلى تأثير كل من المصادر التالية: عبء العمل، صراع الدور، ظروف العمل.

الكلمات المفتاحية: ضغوط العمل، عبء العمل، غموض الدور، نمط الشخصية، ظروف العمل، صراع الدور، جودة تقديم خدمة الإطعام، مراحل تقديم خدمة الإطعام.

Summary:

the study aimed to identify the impact of work pressures on the quality of providing catering services in the touristic institutions in jijel city.

To answer this problem and to check if the given hypotheses in this study are true ,we have chosen a sample fourm the syudy community form the workers class (males and females) who are 50 individuals from the restarants in jijel city

Also ,a questionnaire has been adopted as a tool –for this syudy in order to collect the individuals's opinions , so the study has been devided into three (03)

Mais parts , the first part deals with personal statements, the second part deals with measuring the level of the work pressures and the third one deals with measuring the level of the service quality based on the steps of providing catering services .

According to specificity of the this study, we have followed the descriptive and analytical syllabus in order to get an overall theoretical framework of the study, Also,we have followed the statistician syllabus on the partial side so the we have used the statistician Faxiculus Program of the social sciences (spss) to calculate the results.

The most important results of this study is that the **working conditions** is the unique source which affects generally on the quality of providing catering services in the touristic institutions in jijel city. Moreover,the other sources which are (workload, role conflict, role ambiguity, character style) affect also.But according to the steps of providing catering services we have deducted that these following sources have also an impact on the quality of providing catering service.

The key words:

Work pressures, workload, role ambiguity, character style, working conditions, role conflict, quality of providing catering services, the steps of providing catering services.

فهرس المحتويات

الصفحة	المحتوى
-	الإهداء
-	شكر وعرافان
-	الملخص
-	فهرس المحتويات
-	قائمة الجداول
-	قائمة الأشكال
-	قائمة الملاحق
أ - و	مقدمة
الفصل الأول: الأدبيات النظرية والتطبيقية للدراسة	
8	تمهيد
9	المبحث الأول: مدخل لجودة تقديم خدمات الإطعام في المؤسسات السياحية
9	المطلب الأول: عموميات حول تقديم خدمات الإطعام
12	المطلب الثاني: أساسيات حول جودة تقديم خدمات الإطعام
20	المطلب الثالث: العوامل المؤثرة على جودة تقديم خدمات الإطعام
22	المبحث الثاني: مفاهيم أساسية حول ضغوط العمل
22	المطلب الأول: مفهوم ضغوط العمل
26	المطلب الثاني: مصادر ضغوط العمل
28	المطلب الثالث: آثار ضغوط العمل
31	المبحث الثالث: الدراسات التطبيقية السابقة للدراسة
31	المطلب الأول: الدراسات التطبيقية السابقة المتعلقة بضغوط العمل
33	المطلب الثاني: الدراسات التطبيقية السابقة المتعلقة بجودة الخدمة السياحية
34	المطلب الثالث: محل الدراسات السابقة من الدراسة الحالية
35	خلاصة الفصل

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية	
37	تمهيد
38	المبحث الأول: طريقة وأدوات الدراسة
38	المطلب الأول: متغيرات الدراسة
39	المطلب الثاني: اختبار أداة الدراسة
48	المطلب الثالث: أساليب المعالجة الإحصائية لبيانات الدراسة
50	المبحث الثاني: عرض وتحليل نتائج الدراسة
50	المطلب الأول: تحليل خصائص عينة الدراسة
55	المطلب الثاني: تحليل عبارات محاور الدراسة
63	المبحث الثالث: اختبار فرضيات الدراسة
63	المطلب الأول: اختبار فرضيات الدراسة للمحور الأول
65	المطلب الثاني: اختبار فرضيات الدراسة للمحور الثاني
65	المطلب الثالث: اختبار الفرضية الرئيسية
70	خلاصة الفصل
72	الخاتمة
77	قائمة المراجع
-	الملاحق

قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
39	مقياس ليكرث الخماسي	01
40	الصدق الداخلي لعبارات بعد عبء العمل	02
41	الصدق الداخلي لعبارات البعد صراع الدور	03
41	الصدق الداخلي لعبارات بعد غموض الدور	04
42	الصدق الداخلي لعبارات بعد نمط الشخصية	05
42	الصدق الداخلي لعبارات بعد ظروف العمل	06
43	صدق الاتساق لمرحلة جذب الانتباه و إثارة الاهتمام بالزيائن	07
44	صدق الاتساق لمرحلة خلق الرغبة لدى الزبائن وتحديد حاجياتهم	08
44	صدق الاتساق لمرحلة إقناع الزبون ومعالجة الاعتراضات لديه	09
45	صدق الاتساق لمرحة التأكد من استمرارية الزبون بالتعامل مع المطعم	10
46	الاتساق البنائي لأبعاد محور ضغوط العمل	11
46	الاتساق البنائي لأبعاد محور الجودة وفق مراحل تقديم خدمة الإطعام	12
47	معامل ألفا كرونباخ لثبات الإستبانة	13
50	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	14
51	توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر	15
52	توزيع أفراد العينة حسب متغير الدخل الشهري	16
53	توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	17
54	توزيع أفراد العينة حسب متغير الخبرة المهنية	18
55	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات بعد عبء العمل	19
56	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات بعد صراع الدور	20
57	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات بعد غموض الدور	21
57	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات بعد نمط الشخصية	22
58	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات بعد ظروف العمل	23
59	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات المرحلة الأولى	24
60	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات المرحلة الثانية	25
61	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات المرحلة الثالثة	26
62	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات المرحلة الرابعة	27
63	اختبار الفرضية الأولى للمحور الأول	28

64	اختبار الفرضية الثانية للمحور الأول	29
65	اختبار فرضية المحور الثاني	30
66	اختبار الفرضية الرئيسية	31
67	اختبار الفرضية الفرعية الأولى للفرضية الرئيسية	32
68	اختبار الفرضية الفرعية الثانية للفرضية الرئيسية	33

قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
17	نموذج الفجوة	01
50	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	02
51	توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر	03
52	توزيع أفراد العينة حسب متغير الدخل الشهري	04
53	توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	05
54	توزيع أفراد العينة حسب متغير الخبرة المهنية	06

قائمة الملاحق

رقم الملحق	عنوان الملحق
01	إستبانة الدراسة.
02	قائمة بأسماء الأساتذة المحكمين.
03	صدق الاتساق الداخلي لأبعاد محور ضغوط العمل.
04	صدق الاتساق الداخلي لأبعاد محور الجودة وفق مراحل تقديم خدمة الإطعام.
05	الاتساق البنائي لأبعاد محور ضغوط العمل.
06	الاتساق البنائي لأبعاد محور الجودة وفق مراحل تقديم خدمة الإطعام.
07	معامل ثبات الاستبيان.
08	نتائج توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب متغيرات الدراسة.
09	المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات محور الدراسة.
10	نتائج اختبار فرضيات الدراسة.

مقدمة

لقد أصبح عالم اليوم يتسم بالتغير والتطور السريع والمستمر في كافة المجالات، مما أدى إلى تعقد عملية إدارة المورد البشري وهذا ما يتطلب إحداث ثورة عارمة في هذا المجال لمواكبة هذه التغيرات، ونجاح المنظمة في تحقيق أهدافها يقاس بمجموعة من المؤشرات التي لقيت اهتماما كبيرا من طرف الباحثون في مجال الإدارة وذلك من خلال إبراز المسببات والآثار المترتبة عنها لما لها من انعكاسات سلبية على العمال، مما تؤثر على صحتهم وتفاعلاتهم الجسدية، وبالتالي ينعكس على مهامهم وعلاقتهم مع العاملين وزبائن المنظمات مما يؤثر على جودة الخدمة المقدمة من طرفهم.

إن ضغوط العمل أحد التحديات التي تواجه المنظمات المعاصرة في تحقيق أهدافها خاصة مع ازدياد حدة المنافسة بين هاته المنظمات.

لقد حظيت السياحة في الآونة الأخيرة بشكل عام والمطاعم بشكل خاص برعاية متميزة واهتمام كبير على الصعيد المحلي والعالمي، ويظهر هذا الاهتمام في جانبه الكمي بزيادة عدد المطاعم والفنادق عبر الوطن، أما في جانبه النوعي فيتمثل في محاولة توفير مستلزمات السياحة وتجهيئتها بشكل راقى يواكب التطورات الحاصلة، ويأتي على رأس الاهتمام بالسياحة العناية بالإطار البشري لها والمتمثل أساسا في العناية بالعامل لدى المطاعم الذي يمثل الدعامة الأساسية لتقديم الخدمة.

والمطاعم كغيرها من المنظمات تسعى لتحقيق أهدافها بكفاءة وفعالية، من خلال تقديم خدمات في المستوى المطلوب وبأعلى الدرجات من الجودة، بما يتفق مع متطلبات اقتصاد السوق في ظل عصر العولمة والمعلوماتية، والمطاعم اليوم تشهد العديد من المشاكل والصعوبات التي تحول دون تحقيقها لأهدافها، مثل تدني عدد السياح خلال السنة، كذلك عدم الإمكانيات من توفير كل الخدمات المطلوبة من الزبائن وإن توفرت ليست بالجودة المتوقعة.

وتأتي هذه الدراسة لتوضيح تأثير ضغوط العمل على جودة الخدمة المقدمة في المطاعم والتي تنعكس على أداء العمال عموما ومقدم الخدمة خصوصا، وهذا مما قد يؤثر سلبا على جودة الخدمة المقدمة من طرفهم .

أولاً: إشكالية الدراسة

ومن هنا جاءت فكرة الباحث في دراسة هذا الموضوع الذي سيتمحور حول نوعية وعمق تأثير ضغوط العمل على جودة تقديم خدمة الإطعام في المؤسسات السياحية، وذلك من خلال الإجابة على التساؤل الرئيسي التالي:

ما مدى تأثير ضغوط العمل على جودة تقديم خدمة الإطعام بالمؤسسات السياحية في ولاية جيجل؟

وللإجابة على التساؤل الرئيسي نحاول الإجابة عليه من خلال التساؤلات الفرعية التالية:

- هل يتعرض موظفو مطاعم ولاية جيجل لضغوط العمل؟
- ما هي مختلف مصادر ضغوط العمل؟ وما هو المصدر الذي يتعرض له موظفو مطاعم ولاية جيجل بصفة كبيرة؟

- ما مستوى جودة تقديم الخدمة في مطاعم ولاية جيجل؟
- ما هو المصدر الأكثر تأثيراً على جودة تقديم خدمة الإطعام في ولاية جيجل؟
- ما هي المرحلة من مراحل تقديم خدمة الإطعام الأكثر تأثراً بضغوط العمل؟

ثانياً: فرضيات الدراسة

للإجابة على التساؤل الرئيسي والأسئلة الفرعية قمنا بصياغة فرضية رئيسية ومجموعة من الفرضيات الفرعية التي نرى أنها مناسبة على النحو التالي:

أ- فرضيات المحور الأول:

- يتعرض موظفو مطاعم ولاية جيجل إلى ضغوط عمل كبيرة.
- يتعرض موظفو مطاعم ولاية جيجل لمختلف مصادر ضغوط عمل.

ب- فرضيات المحور الثاني:

- جودة تقديم خدمة الإطعام في ولاية جيجل تتميز بجودة عالية.

ت- الفرضية الرئيسية:

- يوجد تأثير لضغوط العمل على جودة تقديم خدمة الإطعام في ولاية جيجل.

وانبثقت عن الفرضية الرئيسية مجموعة من الفرضيات الفرعية التالية:

- تؤثر مصادر ضغوط العمل وبنسب متقاربة على جودة تقديم خدمة الإطعام في ولاية جيجل.
- تتأثر جميع مراحل تقديم الخدمة في مطاعم ولاية جيجل بمختلف مصادر ضغوط العمل.

ثالثا: أهداف الدراسة

وتتمثل أهداف الدراسة فيما يلي:

- تهدف الدراسة الحالية إلى إلقاء الضوء والتعرف على مصادر ضغوط العمل في بيئة العمل ومحاولة فهمها.
- الكشف عن الآثار السلبية لضغوط العمل التي تقلل من كفاءة أداء العمال.
- تقديم مقترحات عملية قابلة للتطبيق في المطاعم لتساهم في زيادة فاعليتها وكفاءتها لكي تسهم في الرفع من جودة تقديم خدمة الإطعام.
- وأخيرا تنمية ثقافة جودة تقديم خدمة الإطعام كمتطلب أساسي للمطعم، وزيادة الوعي لدى الموظفين بأهمية ثقافة الجودة.

رابعا: أهمية الموضوع

إدراكا للدور الهام الذي تلعبه ضغوط العمل على جودة الخدمة بشكل عام، وعلى جودة تقديم خدمة الإطعام في ولاية جيجل بشكل خاص، تتبع أهمية الدراسة من كونها تعالج موضوع جودة تقديم خدمة الإطعام ومدى تأثيرها بضغوط العمل، ويمكن إبراز أهمية هذه الدراسة كما يلي :

أ- **الأهمية النظرية:** إن الاهتمام بدراسة ضغوط العمل يثري الجانب المعرفي في هذا المجال، ويسهم في معرفة مصادر ومسببات ضغوط العمل، مما يساعد على تفسير الأبعاد النفسية والاجتماعية التي يعاني منها الموظفين والآثار الناجمة عنها، من أجل تحسين جودة الخدمة المقدمة.

ب- **الأهمية التطبيقية:** تكمن الأهمية التطبيقية في محاولة الكشف عن واقع مسببات ضغوط العمل لدى العمال بالمطاعم، ومعرفة مستواها وأثرها على جودة تقديم خدمة الإطعام في ولاية جيجل، حتى يتسنى للمسؤولين الاستفادة من نتائج الدراسة، وما يترتب عليها من تحسين في جودة الخدمة وتحقيق أهداف

المطاعم بكفاءة وفعالية ذلك للحد من تأثيرات ضغوط العمل وذلك من خلال تحديد مصادره وكشف مسبباته بهدف تفادي تأثيراته السلبية.

خامسا: أسباب اختيار الموضوع

نلخص الأسباب التي دفعتنا لاختيار الموضوع فيما يلي:

- إثراء رصيد المكتبة الجامعية و إفادة الطلبة بهذا الموضوع.
- إبراز أثر ضغوط العمل على جودة تقديم خدمة الإطعام في ولاية جيجل.
- الرغبة الشخصية في معالجة هذا الموضوع.

سادسا: حدود الدراسة

لقد تم القيام بهذه الدراسة في إطار حدود مكانية، زمنية وبشرية، والتي يتم توضيحها كما يلي:

- أ- **الحدود المكانية:** للإجابة على سؤال البحث حول إشكالية ضغوط العمل وعلاقته بجودة تقديم لخدمة الإطعام في ولاية جيجل، ونظرا للصعوبات التي تعرضنا إليها في الميدان والتي لا تسمح لنا بدراسة شاملة لضغوط العمل في الولاية ارتأينا أن نحدد دراستنا على مجموعة من المطاعم بالولاية.
- ب- **الحدود الزمنية:** امتدت فترة دراستنا التطبيقية من نهاية ماي 2021م إلى بداية جوان من نفس السنة، أما الدراسة النظرية فقد انطلقت بداية من شهر أبريل من نفس السنة، ورغم ذلك فإن هذه المدة غير كافية لمعالجة موضوعنا "أثر ضغوط العمل على جودة تقديم خدمة الإطعام في ولاية جيجل" من أجل الوصول إلى نتائج دقيقة، لأنه موضوع يستلزم أكبر مدة ممكنة من أجل محاولة الإلمام بجميع جوانبه كون السياحة بالولاية لا تزال موسمية صيفية.
- ت- **المجال البشري:** تم توجيه أسئلة الاستبيان لكل العمال الموظفين في المطاعم محل الدراسة والبالغ عددهم 50 عامل في إطار المسح الشامل، وكذا مقابلة أرباب العمل أصحاب المطاعم.

سابعا: المنهج المتبع

انطلاقا من طبيعة هذه الدراسة وأهدافها وبهدف الإجابة على تساؤلات الدراسة وإشكالية البحث، اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي في الجانب النظري للبحث، من خلال الاعتماد على الكثير من المراجع والمتمثلة في الكتب، المجالات، رسائل الماجستير، وهو ما ساهم في تشكيل خلفية علمية يمكن

أن تفيد في إثراء الجوانب المختلفة للبحث، وأما الجانب التطبيقي فقد استخدمنا المنهج الوصفي التحليلي، وذلك بهدف إسقاط الجانب النظري من هذه الدراسة على الجانب التطبيقي عن طريق الاستبيان، أين تم توزيعه على عينة من موظفي عمال مجموعة من مطاعم ولاية جيجل للإجابة عليه، وتم تحليل المعطيات باستخدام أدوات التحليل الإحصائي ومعالجتها واستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الإجتماعية SPSS.

ثامنا: صعوبات الدراسة

- صعوبة الحصول على المعلومات من الموظفين بالمطاعم بسبب التحفظ والتكتم.
- تهرب بعض العاملين من الإجابة على بعض الأسئلة.
- سوء الظروف الصحية بسبب الوباء العالمي وهو فيروس كورونا (كوفيد 19).
- قلة الدراسات السابقة في مجال تقديم خدمة الإطعام.

تاسعا: هيكل الدراسة

تضمنت هذه الدراسة التي جاءت بعنوان تأثير ضغوط العمل على جودة تقديم خدمات الإطعام في المؤسسات السياحية - دراسة حالة مجموعة من مطاعم ولاية جيجل - على فصلين (فصل نظري وآخر تطبيقي)، اعتمادا على طريقة "IMRAD" والتي تعطي أهمية أكبر لمساهمة الباحث اعتمادا على خطوات عملية صحيحة ومنهجية دون أن يولي أهمية للتوازن الشكلي للبحث، وقد صنف المعهد الوطني الأمريكي للمواصفات (ANSI) لأول مرة سنة 1972 هذه الطريقة كمييار (المواصفة) لإعداد البحوث العلمية ومذكرات التخرج.

حيث تناول الفصل الأول الخلفية النظرية للموضوع، الذي قسم إلى ثلاثة مباحث: المبحث الأول: مدخل لجودة تقديم خدمات الإطعام في المؤسسات السياحية، أما المبحث الثاني فتناول المفاهيم الأساسية حول ضغوط العمل أما المبحث الثالث فتناول الدراسات التطبيقية التي تناولت متغيرات الدراسة.

أما فيما يخص الفصل الثاني فقد تضمن الدراسة الميدانية حيث قسم إلى ثلاث مباحث: استعرضنا في المبحث الأول طريقة وأدوات الدراسة أين تناولنا فيه متغيرات الدراسة و اختبار أداة الدراسة ثم

أساليب المعالجة الإحصائية، أما المبحث الثاني فكان عن نتائج الدراسة وتحليلها، أينا تطرقنا فيه إلى تحليل خصائص عينة الدراسة، وتحليل عبارات محاور الدراسة.

أما في المبحث الثالث فقد تضمن اختبار فرضيات الدراسة، أين تطرقنا إلى اختبار فرضيات المحور الأول وكذا اختبار فرضيات الدراسة للمحور الثاني وكذلك اختبار الفرضية الرئيسية.

الفصل الأول: الأدبيات النظرية والتطبيقية للدراسة

✓ تمهيد

✓ المبحث الأول: مدخل لجودة تقديم خدمات الإطعام في المؤسسات السياحية

✓ المبحث الثاني: مفاهيم أساسية حول ضغوط العمل

✓ المبحث الثالث: الدراسات التطبيقية السابقة للدراسة

تمهيد:

يعد موضوع ضغوط العمل من الموضوعات التي تلقى اهتماما كبيرا من طرف الكثير من الباحثين، والمسؤولين في المؤسسات السياحية خصوصا في الآونة الأخيرة، حيث أن ممارسة أي عمل تشوبه العديد من العوامل المؤثرة فيه على شكل ضغوط تؤدي إلى استجابات مختلفة قد تكون إيجابية أو سلبية، وبالتالي ظهرت الحاجة إلى البحث والتعرف أكثر على مصادر هذه الضغوط بمختلف أنواعها، وكيفية التعامل مع تأثيراتها المتعددة. إذ أن تأثيراتها تنعكس على كل من جودة تقديم خدمات الإطعام في المؤسسات السياحية وعلى العاملين فيها سواء كانوا رؤساء العمل أو مرؤوسين، ويكون هذا التأثير بدرجات مختلفة تتفاوت من شخص إلى آخر ومن مؤسسة إلى أخرى.

ولهذا سوف نتطرق في هذا الفصل إلى ثلاث مباحث، المبحث الأول بعنوان مدخل لجودة تقديم خدمات الإطعام في المؤسسات السياحية والذي يضم ثلاث مطالب المطلب الأول بعنوان عموميات حول تقديم خدمة الإطعام والمطلب الثاني أساسيات حول جودة تقديم خدمة الإطعام والمطلب الثالث حول العوامل المؤثرة على جودة تقديم خدمة الإطعام أما المبحث الثاني فعنوانه مفاهيم أساسية حول ضغوط العمل ويشمل ثلاث مطالب، المطلب الأول بعنوان مفهوم ضغوط العمل، المطلب الثاني بعنوان مصادر ضغوط العمل، المطلب الثالث حول آثار ضغوط العمل، أما المبحث الثالث فتناول الدراسات التطبيقية السابقة لدراسة ويشمل ثلاث مطالب، المطلب الأول بعنوان الدراسات التطبيقية السابقة المتعلقة بضغوط العمل أما المطلب الثاني بعنوان الدراسات التطبيقية السابقة المتعلقة بجودة الخدمة السياحية أما المطلب الثالث بعنوان محل الدراسات السابقة من الدراسة الحالية.

المبحث الأول: مدخل لجودة تقديم خدمات الإطعام في المؤسسات السياحية

من خلال هذا المبحث سنتطرق إلى مدخل لجودة تقديم خدمات الإطعام في المؤسسات السياحية، حيث قسمناه إلى ثلاث مطالب أساسية يتناول المطلب الأول عموميات حول تقديم خدمات الإطعام، ويتطرق المطلب الثاني إلى أساسيات حول جودة تقديم خدمات الإطعام، أما المطلب الثالث فتناول العوامل المؤثرة على جودة تقديم خدمات الإطعام.

المطلب الأول: عموميات حول تقديم خدمات الإطعام.

أولاً: مفهوم خدمات الإطعام

أ. تعريف خدمات الإطعام: هي تقديم خدمات الطعام والشراب للسائحين أثناء توجههم للمناطق السياحية.¹

يعتبر قسم الأطعمة والمشروبات القلب النابض للفندق ومن الأقسام المنتجة الرئيسية في الفندق والمطاعم السياحية، الكافيتريات، المحلات العامة، حيث تعتبر خدمات الإطعام عامل جذب رئيسي للضيوف فيتم التركيز على هندسة المطاعم وتصميمها لأنها تعتبر مسألة أساسية إضافة إلى الجو الشعاري والمناسب من حيث الترتيب والديكور والإدارة... إلخ.²

ب. أهمية خدمات الإطعام:

يعتبر فن خدمة الزبائن مكملًا لمقومات نجاح المطاعم والفنادق في سبيل جذب المزيد منه، وفي خلق سمعة خاصة لهذا المكان يتم توارثها جيل بعد جيل، وكما يقترن ذلك النجاح بالإدارة العليا أو شركة المطاعم أو الفنادق العالمية التي تكتسب هذه الشهرة على مستوى العالم، وعادة ما يكتسب المطعم أو الفندق هذه الشهرة لدى عملائه وزبائنه نتيجة لوجود مجموعة من الأعمال والخبرات المكتسبة لهؤلاء العاملون في خدمته، بالإضافة إلى ما يتحده المكان من تجهيزات للأثاث وأدوات التقديم والمفارش والقوط والمناديل.³

¹ www.dee3arabi.com 21:00h، .2021/04/12 .

² محمد خميس الزوكة، صناعة السياحة في المنظور الجغرافي، ط1، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2005، ص 55-56.

³ <http://najafin.edu.iq>20:37h.2021 /04/13 .

ثانيا: أنواع خدمات الإطعام

وتتمثل أنواع خدمات الإطعام فيما يلي:¹

أ. **الخدمة الفرنسية (French Service)** : والمعروفة عالميا بخدمة العربة وتستخدم في المطاعم الفاخرة مستوى أربعة شوك، حيث يتم إحضار الطعام على عربة التقديم في أطباق ومعدات خاصة مزودة على سخانات للمحافظة على الأكل ساخنا إلى جانب مائدة الضيف ويتم التقديم من الأطباق والسخانات الخاصة إلى طبق العميل.

جوهر ومفهوم هذا النوع من الخدمة يهدف إلى تقديم الخدمة الراقية والتميزة للضيوف.

ب. **الخدمة الروسية (Russian Service)** : هذا النوع من الخدمة يطبق في الكثير من المطاعم الراقية بشركات الفنادق العالمية حيث تعتمد على استخدام صواني الخدمة التي تجهز بوضع المأكولات المطهية والمقطعة بطريقة مرتبة مع تزيينها بواسطة الطهاة داخل المطبخ ثم يقوم أفراد الخدمة بأخذها وعرضها على الضيف لأخذ الموافقة ثم يقومون بخدمة المأكولات من الصواني إلى أطباق الزبائن باستخدام ملعقة وشوكة الخدمة.

وجودة هذا النوع من الخدمة تماثل إلى حد كبير جودة الخدمة الفرنسية ولكنها أكثر شيوعا لأنها أسرع وأكثر عملية، غير أنها تحتاج إلى تكاليف تشغيل مرتفعة.

ج. **الخدمة الأمريكية (American Service)**: يعرف هذا النوع بخدمة الأطباق وهو شائع في المطاعم الاعتيادية والمطاعم العائلية، ويعتمد جوهر هذا النوع من الخدمة على السرعة والسهولة في خدمة الأطعمة والمشروبات، حيث يقوم رئيس المضيفين أو المضيف بأخذ الطلبات من الزبائن وإرسالها إلى المطبخ الذي بدوره يعمل على تجهيز الطلبات ووضعها مباشرة على الأطباق بطريقة فنية مع تزيينها وفق معايير محددة ثم يقوم المضيف بأخذ الأطباق وخدمتها مباشرة إلى الزبائن بطريقة معينة.

د. **الخدمة الإنجليزية (English Service)**: يعرف هذا النوع بالخدمة العائلية ويعتمد على استخدام صواني الخدمة التي توضع عليها الأطعمة بطريقة مرتبة داخل المطعم ثم يقوم أفراد الخدمة بأخذها من المطبخ وخدمتها بوضعها مباشرة على طاولة الزبائن الذين يقومون بخدمة أنفسهم.

¹ بدون مؤلف، خدمة المطاعم-281 ضيف تخصص خدمة الطعام "الضيافة"، الإدارة العامة لتصميم وتطوير المناهج، المملكة العربية السعودية، 1429هـ، ص ص 46-52.

وهذا النوع من الخدمة لا يحتاج إلى مهارات عالية من قبل طاقم الخدمة، وبالتالي فهو أقل تكلفة من الخدمة الفرنسية والروسية، كما أن رواد هذه المطاعم يهتمون بجودة الأطعمة أكثر من اهتمامهم بمهارات طاقم الخدمة.

هـ. خدمة الكاونتر (Counter Service): وهي خدمة الأغذية والمشروبات وعلى طاولة الخدمة أو الكاونتر حيث يقوم المضيف بخدمة الطلبات إلى الضيوف الواقفين أو الجالسين على الكاونتر. وتستخدم هذه الخدمة داخل مطاعم أغذية الخدمة السريعة داخل الفنادق أو على حمامات السباحة، وتعتمد هذه الخدمة على سرعة المضيف في أخذ الطلبات وإرسالها إلى المطبخ ثم استلامها وتقديمها إلى الزبائن.

و. خدمة البوفيه (Buffet Service): يطبق هذا النوع من الخدمة في وجبات المجموعات، الحفلات الخاصة والمطاعم الأساسية بالفندق، تعتمد هذه الخدمة على مفهوم عرض المأكولات الساخنة في سخانات العرض والمأكولات الباردة في ثلاجات عرض مكشوفة حيث يقوم الضيوف بخدمة أنفسهم.

ثالثاً: مفهوم المطعم

أ. تعريف المطعم: هو المكان المهيأ والمعد لتحضير وتقديم الطعام والشراب للضيوف خارج مكان سكنهم، لأسباب عديدة منها الراحة والاستجمام والعمل والتنقل والاستشفاء أو لإقامة الحفلات والمناسبات لقاء ثمن محدد مسبقاً، ويتناسب المكان مع نوع الخدمة ودرجة وطبيعة المطعم والحفلات وقد تطورت الفكرة في الوقت الحالي حيث يتم إعداد الطعام ونقله إلى المكان الذي يتفق عليه بين الطرفين (إدارة المطعم وطالب الخدمة) فيتم خدمة الطعام هناك من قبل العاملين في المطعم وغالباً ما يكون هذا النوع من الخدمة في المناسبات العامة والخاصة.¹

ب. أنواع المطاعم

ويمكن تقسيم المطاعم على النحو التالي:

- **المطاعم الكلاسيكية:** وهي مطاعم قليلة العدد إذا ما تم مقارنتها بأنواع المطاعم الأخرى نظراً لتناول وجبة واحدة فيها مكلف جداً، غالباً ما نجد هذه المطاعم في الفنادق والأماكن الفاخرة.²

¹ حميد عبد النبي الطائي، مدخل إلى إدارة الفنادق، الطبعة الأولى، دار الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص 195.

² مروان السكر، مختارات من الاقتصاد السياحي، الطبعة الأولى، دار المجذلاوي، عمان، 1999، ص 64.

- **المطاعم الراقية:** تنتشر بشكل أكبر قليلا من المطاعم الكلاسيكية فهي أقل درجة منها، كما أن أسعارها ليست باهظة بالشكل الذي يوجد به النوع السابق.¹
- **المطاعم المتخصصة:** وهي أكثر المطاعم انتشارا في وقتنا الحالي، وهذا النوع يختلف كليا عن ما سبق حيث تمتلك هذه المطاعم قوائم طعام محددة تدرج تحته الاسم المطلق عليها ذلك بجوانب الديكور والأثاث وزبي العاملين الذي لا بد أن يكون متماشيا مع التخصص.²
- **المطاعم الموسمية:** هي مطاعم تعمل في موسم معين من العام، مثل مطاعم الشواطئ والقرى السياحية مثلا، وينتشر هذا النوع في المناطق السياحية الموسمية.³
- **مطاعم المأكولات السريعة:** نشأت هذه المطاعم نتيجة تطور العصر وحاجة الناس إلى وجبة صغيرة وسريعة، لا يتطلب تناولها وقت كبير حيث تطور هذا النوع من المطاعم بسرعة كبيرة.⁴
- **مطاعم استراحة الطرقات:** ويقصد بها المطاعم التي نشأت بجانب طرق السفر حيث يتمكن أصحاب السيارات من تناول وجبة خفيفة بسعر معتدل.⁵

المطلب الثاني: أساسيات حول جودة تقديم خدمات الإطعام

أولا: تعريف جودة خدمات الإطعام

أ. تعريف الجودة

تعرف الجودة بأنها الدرجة التي تشبع فيها الحاجات والتوقعات الظاهرية والضمنية من خلال جملة من الخصائص الرئيسية المحددة مسبقا، أي ضرورة تحديد الحاجات والتوقعات وكيفية إشباعها.⁶

كما تعرف الجودة على أنها المزايا والخصائص الكلية للسلعة أو الخدمة والتي تشمل قدرتها على تلبية الاحتياجات.⁷

¹ نفس المرجع السابق، ص 64.

² نفس المرجع السابق، ص 64.

³ محمد خميس الزوكة، مرجع سبق ذكره، ص 55.

⁴ نفس المرجع السابق ص 56.

⁵ نفس المرجع السابق ص 56.

⁶ محمد عبد الوهاب الفراوي، إدارة الجودة الشاملة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2005، ص 15.

⁷ محمد عبد العال وآخرون، إدارة الجودة المعاصرة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص 31.

ب. تعريف جودة خدمات الإطعام

تعرف جودة خدمات الإطعام بأنها جودة أداء الخدمة والتي تعتمد بدورها على جودة التصميم والمطابقة، أي أن مقدم خدمة الإطعام يرى أن الجودة تكمن في التصميم أو تقديم الخدمة، أما جودة المطابقة فيقصد بها مدى مطابقة خدمة الإطعام للمواصفات والمتطلبات الأساسية للجودة.¹ من خلال هذا التعريف نلاحظ أن جودة خدمة الإطعام عبارة عن الجودة في تقديم الخدمة والتي تعتمد على جودة التصميم والمطابقة، وهي ملائمة ما يتوقعه العملاء من الخدمة المقدمة إليهم مع إدراكهم الفعلي للمنفعة التي يحصل عليها العملاء نتيجة حصولهم على الخدمة، لذا فالخدمة الجيدة من وجهة نظر العملاء هي التي تتفق وتتطابق مع توقعاتهم.²

بتعريف آخر جودة خدمة الإطعام تتمثل في تحقيق رغبات الزبون أي أن متلقي خدمة الإطعام يحكم على جودتها عن طريق ما حصل عليه مع ما توقعه من تلك الخدمة، أي أن درجة جودة الخدمة هي مقياس نسبي يختلف من شخص لآخر ويعتمد ذلك على مقارنة الجودة المتوقعة مع الجودة المدركة.³

ت. أهمية جودة خدمات الإطعام:

أصبحت الجودة تحتل أهمية خاصة في صناعة السياحة، إذ أن توفرها يعد من الشروط الأساسية لبقاء ونمو المؤسسات السياحية، وتكمن أهمية جودة خدمات الإطعام في:⁴

- **ازدياد شدة المنافسة:** إن تزايد عدد المؤسسات السياحية سيؤدي إلى وجود منافسة جديدة بينهم، لذلك فإن الاعتماد على جودة الخدمة سوف يعطي لهذه المؤسسات مزايا تنافسية جديدة.
- **زيادة حجم المبيعات في الحصة السوقية:** إن جودة خدمة الإطعام تؤثر بشكل كبير على حجم مبيعات المؤسسات السياحية، فتوفر المستوى المطلوب من الجودة في الخدمة سيجعل الزبون السياحي يقبل على شرائها.
- **المحافظة على الزبائن الحاليين وجذب زبائن جدد:** لتقوم المؤسسات السياحية بالحفاظ على زبائنها الحاليين وجذب زبائن جدد، لابد من الاهتمام أكثر بمستوى جودة خدمة الإطعام التي تقدمها له لتحقيق رضاهم وكسب ولائهم.

¹ عواطف إبراهيم الحداد، إدارة الجودة الشاملة، الطبعة الأولى، دار الفكر للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص 88.

² بوزاهر صونية وآخرون، تقييم جودة الخدمة السياحية من وجهة نظر الزبون، الملتقى الدولي حول اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، أيام 10/09 مارس 2010، ص 05.

³ أحمد بن عياشي، إدارة الجودة الشاملة في المؤسسة الخدمية، مجلة الباحث، جامعة ورقلة، العدد 04، 2006، ص 09.

⁴ مؤمن سليمان الدرادكة، طارق شبلي، الجودة في المنظمات الحديثة، دار صفاء، عمان، 2002، ص 65.

– **زيادة الكفاءة الإنتاجية:** ويقصد بالكفاءة إنجاز الأعمال بالطريقة الصحيحة، أي إبقاء التكلفة في حدودها الدنيا والأرباح في حدودها القصوى، أما الإنتاجية فتتمثل في قياس مدى جودة الموارد في المؤسسات السياحية و استغلالها في تحقيق أهداف محددة.

ثانيا: أبعاد جودة خدمات الإطعام

إن قياس جودة الخدمة بشكل عام يتم من خلال عدة أبعاد تمتاز بها الخدمة وتمثل أهم متطلبات الزبائن، فقد تناول العديد من الكتاب والباحثين في مجال إدارة الإنتاج والعمليات أبعاد الجودة المتمثلة فيما يلي:

أ. **الملموسية:** غالبا ما يتم تقييم جودة الخدمة من قبل الزبون في ظل مظهر التسهيلات المادية وتشمل جاذبية المباني، التصميم والديكور والتنظيم الداخلي للمباني، حداثة المعدات والوسائل ومستوى الأثاث، أدوات الطعام، الموقع والمناظر الطبيعية التي يطلع عليها المطعم، مظهر العاملين وسلوكياتهم و تصرفاتهم.¹

ب. **الاعتمادية:** أي قدرة الشخص أو مقدم الخدمة على أدائها بدرجة عالية من الدقة والصحة.²

ت. **المجاملة (التعاطف):** ينبغي أن يسود جو من الاحترام المتبادل والتعامل الحسن بين مقدم الخدمة والزبون الذي يستند على الأسس الأخلاقية والتنظيمية والمهنية التي تحفظ للكوادر الإدارية والفنية والقيادية مكانتها واحترامها وهيبته، هذا دون الإساءة للتعامل الإنساني الراقى.³

ث. **الاستجابة:** وهي التفاعل بسرعة من العاملين لحل المشاكل الغير متوقعة.⁴

ج. **الأمان:** هي حماية العاملين من مختلف المخاطر، سواء المادية والمالية أو النفسية والمعنوية.⁵

¹ السبتي جريبي، ناصر بوعزيز، التسويق الداخلي كمدخل لإدارة الموارد البشرية من أجل تحسين جودة الخدمات السياحية والفندقية، الملتقى الوطني حول السياحة و التسويق السياحي في الجزائر، الإمكانيات والتحديات التنافسية، جامعة قلمة، جزائر 27-28 أكتوبر 2009، ص 95.

² إلهام يحيوي، ليلي بوحديد، تقييم جودة الخدمات السياحية بالوكالات السياحية ومستوى رضا الزبائن عنها، دراسة حالة مجلة المعيار، مجلد التاسع، العدد الثاني، 2018، ص 390.

³ سوسن شاكور، محمد عواد زيادات، إدارة الجودة الشاملة، الطبعة الأولى، دار الصفاء، عمان 2007، ص 50.

⁴ سليمان زيدان، إدارة الجودة الشاملة - الفلسفة ومداخل العمل - دار المناهج للنشر والتوزيع، جزء الأول، عمان الأردن، 2010، ص 126.

⁵ نادية بوشاشي، منير، جودة الخدمة السياحية وأثارها على تعزيز ولاء السائح مع دراسة حالة ميدانية لكيفية تقديم الخدمة السياحية لمنطقة الشلف، المجلة الأكاديمية لدراسات الاجتماعية ولسانية، قسم العلوم الاقتصادية والقانونية، العدد 18، جوان 2017، ص 73.

ح. **التجسيد المادي:** غالبا ما يتم تقييم جودة الخدمة من قبل الزبون في ضوء مظهر التسهيلات المادية (مثل المعدات والأجهزة والأفراد ووسائل الاتصال) التابعة لمقدم الخدمة، فمثلا هل النادلين في مطعم ما يرتدون أزياء و ملابس نظيفة؟ وهل هندامهم لائق؟ ويبدو أن مثل هذه المعايير ترتبط في ذهن المستفيد بنظافة وسلامة الأكل المقدم له في المطعم.¹

بالإضافة إلى الأبعاد سابقة الذكر فلجودة الخدمة السياحية بشكل عام وجودة خدمة الإطعام بشكل خاص ثلاثة أبعاد إضافية أساسية تميزها عن الخدمات الأخرى وهي:

– **الصحة العامة:** يجب على جميع أماكن الإيواء والطعام والشراب أن تحافظ على النظافة والسلامة، ويجب أن لا تقتصر تطبيق معايير سلامة الأغذية على المؤسسات السياحية الكبيرة بل يجب أن يشمل جميع مواقع بيع الأغذية الصغيرة في الشوارع إلى المطاعم ذات مستويات عالية (حتى الخدمات المقدمات في الطائرات).

– **الأصالة:** تعبر عن حضارة أو تراث معين تجعل أي خدمة سياحية تختلف وتتميز عن بقية الخدمات المماثلة لها في أماكن أخرى، مع ضرورة أن تستجيب الأصالة لتطلعات الزبون (السائح). فالخدمة ذات الأصالة النابعة من تقاليد البلد نفسه تختلف فيما لو تم نقلها إلى موقع آخر، ولذلك فإن الخدمة بإمكانها أن تخلق أصالة ذات جودة خاصة بها.

– **التجانس:** التوافق والانسجام بين المحيط الطبيعي والإنساني يجعل السياحة تتصف بالاستدامة، وهذا يستلزم إدارة فعالة للمؤثرات البيئية والاقتصادية والاجتماعية بغية تأسيس مؤشرات لجودة الخدمات السياحية، كما يستوجب أن تعمل وحدات النشاط السياحي على تحقيق الأهداف العامة للسياحة.

ثالثا: طرق قياس جودة خدمات الإطعام

أ. قياس جودة الخدمة من وجهة نظر الزبائن:

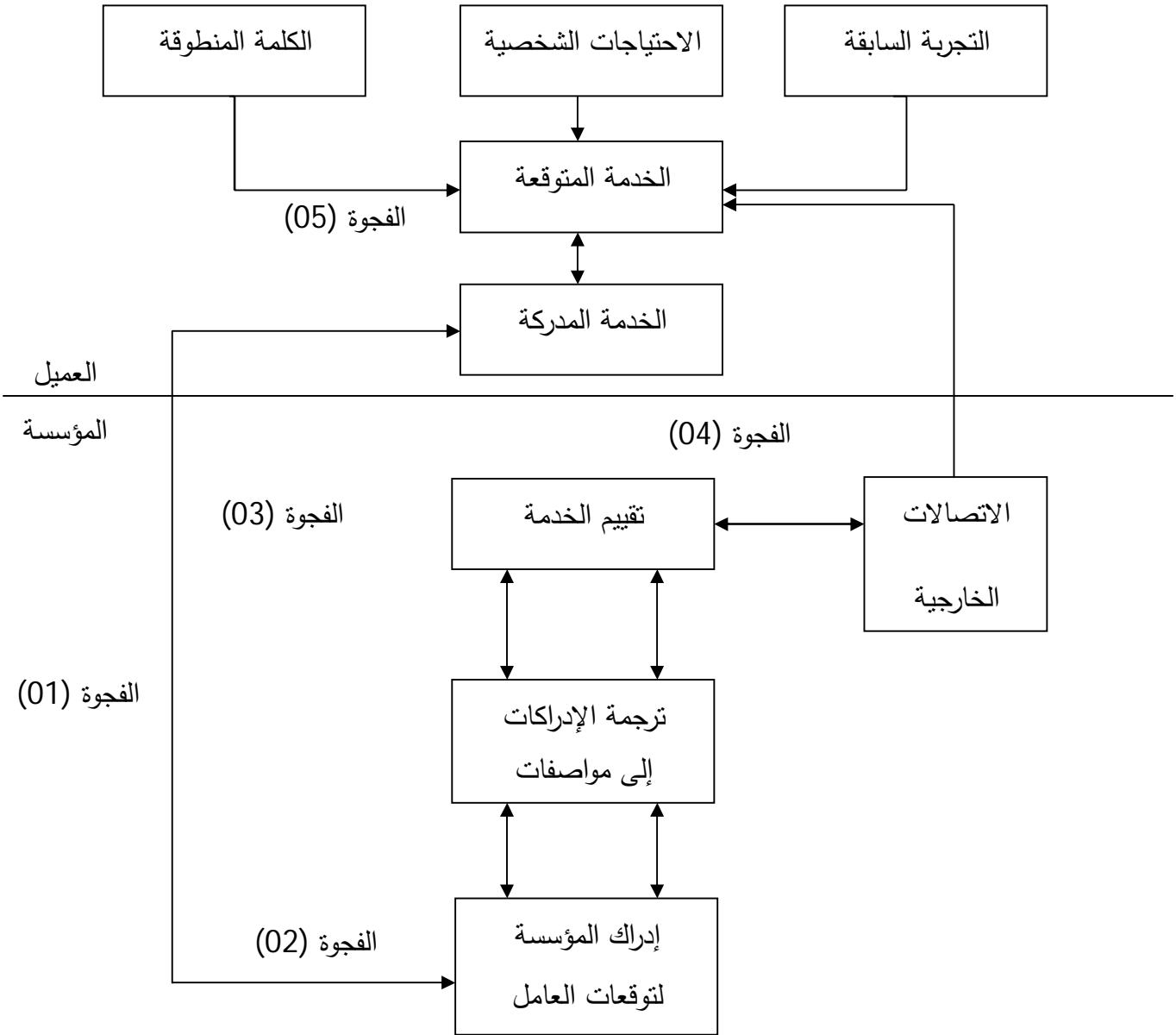
تسعى المؤسسات السياحية إلى التحسين المستمر في جودة خدماتها من خلال كسب رضا و ولاء زبائنهم من خلال وضع مقاييس لقياس جودة خدمات الإطعام وتقييمها والتي تتمثل فيما يلي:²

¹ حميد الطائي، بشير العلاق، إدارة عمليات الخدمة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص 144.

² محمدي وافية، دور الترويج في ترقية الخدمات السياحية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير، تخصص إدارة وتسويق خدمات، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2011-2012، ص ص 34-36.

- مقياس عدد الشكاوى: يمثل عدد الشكاوى التي يتقدم بها الزبائن خلال فترة زمنية معينة مقياسا هاما يعبر على أن الخدمات المقدمة دون المستوى وأن ما يقدم له من خدمات لا يتناسب مع إدراكهم له أو المستوى الذي ييغون الحصول إليه.
- مقياس الرضا: هو أكثر المقاييس استخداما لقياس اتجاهات الزبائن نحو جودة الخدمات المقدمة وخاصة بعد حصولهم على هذه الخدمات المقدمة لهم و جوانب القوة والضعف.
- مقياس الفجوة (نموذج الفجوة): يتمثل المحور الأساسي في قياس جودة الخدمة في الفجوة بين إدراك الزبون لمستوى الأداء الفعلي للخدمة وتوقعاته حول جودتها، حيث لقيت هذه الفجوة اهتماما كبيرا بين الباحثين والمهتمين بقياس جودة الخدمات، والشكل الموالي يبين ذلك بوضوح:

الشكل رقم (01): نموذج الفجوة



Source: Philip Kotler et Bernard du bois, Marketing managemet, Public-union 10emeédition, paris, 2000, p: 452.

- الفجوة الأولى: بين التوقعات الفعلية للزبائن وتصورات الإدارة لتلك التوقعات. سببها: عدم إدراك الإدارة للتوقعات الفعلية للزبائن عن جودة الخدمة.
- الفجوة الثانية: بين تصورات الإدارة لتلك التوقعات و مواصفات الجودة. سببها: صعوبة تحويل توقعات الزبائن إلى مواصفات ومعايير سلبية لجودة الأداء.
- الفجوة الثالثة: بين مواصفات الجودة والأداء الفعلي للخدمة.

سببها: عدم التزام المواطنين بمعايير مواصفات الأداء المقترحة من طرف الإدارة العليا.

– **الفجوة الرابعة:** بين الأداء الفعلي للخدمة والاتصالات الخارجية مع الزبائن.

سببها: تقديم الاتصالات الخارجية للمؤسسة لعود مبالغ فيها عن جودة الخدمة المقدمة فعلا.

– **الفجوة الخامسة:** بين الخدمة المتوقعة والخدمة المدركة.

سببها: شعور الزبون أن الخدمة المؤداة له (الفعلية) أقل من الخدمة المتوقعة.

ب. قياس الجودة المهنية:

يرى الكثير من الباحثين أن تقييم الجودة من منظور الزبون يمثل جزءا من برنامج الجودة، وعلى

ذلك فإن مقاييس الجودة المهنية تتناول قدرة منظمات الخدمة على الوفاء بخدماتها المتنوعة من خلال

الاستخدام الأمثل لمواردها المتاحة، وفي إطار هذا المفهوم يمكن التمييز بين أنواع المقاييس التالية:

– **قياس الجودة بدلالة المدخلات:** يستند أصحاب هذا المدخل إلى فكرة مفادها إمكانية اعتبار المدخلات

أو الموارد جوهر الخدمة وجودتها، فإذا ما توافر للمطعم البناء المناسب بتجهيزاته ومعداته والعاملين

الأكفاء، القوانين واللوائح المحكمة، الأدوات والنظم المساعدة الكافية، فضلا عن الأهداف المحددة

الواضحة والزبون المستفيد لتلقي الخدمة، فإذا توفر للخدمة كل هذا كانت الخدمة مميزة دون شك¹.

– **قياس الجودة من خلال العمليات:** ويركز هذا القياس على جودة العمليات أو المراحل المختلفة لتقديم

الخدمة المطلوبة، وإن كان أصحاب هذا المدخل لم يغفلوا كلية المدخلات خاصة عند تتبعهم لعلاقات

السبب والتأثير، وينطوي هذا المدخل على مجموعة من المؤشرات أو المعايير التي توضح النسب المقبولة

لكافة عناصر أنشطة الخدمات المقدمة والتي يجب أن تستوفيها كافة هذه العناصر لكي يتم تصنيف هذه

الخدمات كخدمات جيدة.²

وتتمثل مراحل تقديم الخدمة فيما يلي:³

✓ **جذب الانتباه وإثارة الاهتمام بالزبائن:**

ويمكن أن تحقق ذلك من خلال المواقف التي يبديها مقدم الخدمة للزبائن وفقا لما يلي:

- الاستعداد النفسي والذهني لمقابلة الزبائن والاهتمام بهم والرغبة في تقديم الخدمة لهم.
- الابتسام والرقرة والدفء في التعامل مع الزبائن وإظهار روح الود والمحبة في مساعداتهم.

¹ قاسم نايف علوان المحباوي، إدارة الجودة في الخدمات، الطبعة الأولى، دار الشروق، عمان، 2006، ص 104.

² نفس المرجع السابق، ص 105.

³ خضير كاظم حمود، إدارة الجودة و خدمة العملاء، الطبعة الثانية، دار المسيرة للنشر و التوزيع، عمان 2007، ص ص 215-

- الروح الإيجابية نحو الزبائن بصرف النظر عن الجنس، العمر والمظهر.
- إشعار الزبائن بالسعادة المتناهية في تقديم الخدمة وأن المؤسسة التي يعمل بها تمثل أكثر المؤسسات تأكيدا للجودة والاهتمام بتقديمها.
- التركيز على أن المؤسسة تبدأ بالزبون وتنتهي به في توفير الخدمة.
- ✓ خلق الرغبة لدى الزبائن و تحديد حاجياتهم:

إن خلق الرغبة لدى الزبائن وتحديد حاجاتهم و تطلعاتهم وسبل تلبيةها إنما تعتمد أيضا على

- المهارات البيعية والتسويقية التي يتميز بها مقدم الخدمة حيث يتم الاعتماد على:
- العرض السليم والمنطقي والمرتب بمزايا الخدمة المقدمة بالتركيز على خصائصها ووفرته.
- ترك الفرصة للزبون بشكل كامل لكي يستفسر عن كافة الأمور التي يجب أن يستوضحها.
- التركيز على الجوانب الإنسانية بالتعامل كالترحيب والابتسامة والشعور بأهمية توفير متطلبات الحاجات الحالية والمستقبلية للزبائن.
- ✓ إقناع الزبائن ومعالجة الاعتراضات لديهم:

وهناك مجموعة من القواعد التي يمكن الاعتماد عليها في الرد على اعتراضات الزبائن ويمكن

توضيحها كما يلي:

- الاعتماد على مبدأ - نعم هذا صحيح ولكن -، حيث يظهر مقدم الخدمة للزبون اتفاهه مع وجهة نظره ثم يعمل على تنفيذها بذكاء، فأغلبية الناس لا يحبون أن يثبت الآخرون لهم خطأ مقولتهم حتى لو كان الإثبات صحيحا.
- الإقلاع قدر الإمكان في الاعتماد على النفي المباشر مع الاعتماد عليه في الحالات التي لا يكون منها مفر اللجوء إليه.
- يجب على مقدم الخدمة أن لا يجعل الزبون يشعر بانهزامه في المناقشة وأنه قد انتصر عليه لأن هذا الشعور قد يؤدي به إلى فشل عملية البيع.
- يجب على مقدم الخدمة أن يكون مسمعا جيدا للعميل وأن يظهر الاهتمام واليقظة.
- ✓ التأكد من استمرارية الزبائن بالتعامل مع المؤسسة السياحية:

إن عملية التأكد من استمرارية التعامل مع المؤسسة وخلق الولاء لدى الزبائن يأتي من خلال بعض

الخدمات:

- الاهتمام بشكاوي الزبائن وملاحظاتهم بحيث يجب على مقدمي الخدمات أن يكون على درجة عالية من الصبر في استيعاب شكاوي الزبائن.
 - توفير الخدمات بعد إتمام عملية البيع للتعاقد.
 - ✓ قياس الجودة بدلالة المخرجات: وهو من المقاييس التي تتعلق بالنتائج النهائية، حيث ينظر إلى النتائج على أنها الإنجاز أو عدم الإنجاز للنتائج النهائية من الخدمة التي يسعى إليها الزبون.¹
- المطلب الثالث: العوامل المؤثرة على جودة تقديم خدمات الإطعام.**

يتأثر النشاط السياحي بمجموعة من العوامل التي بدورها تؤثر على جودة تقديم خدمة الإطعام وتتمثل هذه العوامل فيما يلي:²

أولاً: العوامل الجغرافية والديموغرافية

يتأثر حجم السياحة بالعوامل الجغرافية، بالإضافة إلى التوزيع السكاني بين المناطق الريفية والمناطق الجغرافية، حيث إن أغلب المناطق الريفية لا يوجد لديهم المال أو الوقت لعمل سياحة. كما أن المناخ له دور في إيجاد موسمية السياحة حيث تغطي على حركة السياحة مما يؤثر سلباً على طلب الخدمة والاستثمار في قطاع السياحة بشكل عام وفي تقديم خدمة الإطعام بشكل خاص وما يترتب عليه من قلة العوائد للمستثمر وموسمية العمل للمشتغلين بهذا القطاع. وتعتبر خصائص السكان (متوسط السن، الجنس، عدد أفراد الأسرة) عاملاً مؤثراً في النشاط السياحي.

ثانياً: العوامل الاقتصادية

تؤدي الزيادة المضطردة في دخل الفرد إلى إنفاقه جزءاً منه في إشباع حاجاته الضرورية ومن ضمنها السياحة، فإن ارتفاع متوسط دخل الفرد وهبوطه يؤثر في طلبه على السياحة بطريقة مباشرة وفي طلبه على خدمة الإطعام بطريقة غير مباشرة، كما أن تكاليف المعيشة المتزايدة تؤثر في النشاط السياحي بشكل عام وخدمة الإطعام بشكل خاص، حيث ترتفع معها تكلفة الخدمات السياحية المتمثلة في (المواصلات، السكن، الطعام، الخدمات الترفيهية).

¹ قاسم نايف علوان المحياوي، مرجع سبق ذكره، ص 106 .

² هياس رجاء الحربي، التسويق السياحي في المنشآت السياحية، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص 64 - 65.

ثالثا: العوامل السياسية والتنظيم

يؤدي حدوث الأزمات السياسية إلى تأثير على النشاط السياحي حيث ينخفض الميل إلى الإنفاق على الترفيه والإستجمام فعدم وجود معايير ومقاييس لضمان الجودة للخدمات السياحية المقدمة ومناقستها في هذا المجال كما أن البنية الأساسية التي يجب توفرها في بعض المناطق السياحية وعدم الاهتمام بها من قبل الجهات ذات العلاقة مثل البلديات والكهرباء والصرف الصحي والهاتف والمواصلات يؤثر على النشاط السياحي.

رابعا: المعوقات الاجتماعية والثقافية

إن أغلب المجتمع يرى أن الظروف السياحية تعد أكثر ملائمة لأفراد العائلة، ووجود حالة من الإرباك لدى المجتمع وخصوصا في تفسير قواعد السلوك السياحي والاجتماعي والحدود الفردية العائلية، مما أثر ذلك على شريحة المستفيدين (السياح) والمشغلين (مقدمين الخدمات السياحية).

وقد تكون الجوانب الثقافية (تربوية و تعليمية) تعزيز في التأثير السياحي، حيث إن عدم وجود مواد أو مقررات للسياحة والترويج أو مضامين تربوية وتعليمية تعزز من احتياج السياحة كمطلب ترويجي وترفيهي نتيجة لمعطيات الحياة المعاصرة أثر في إيجاد ثقافة مقاومة لمفهوم السياحة.

خامسا: معوقات مختلفة

هناك بعض العوامل التي تؤثر على النشاط السياحي ومن ذلك زيادة المنافسة في قطاع الطيران وتطوير الطرق السريعة وسكك الحديد وغيرها. كما أن التوعية بأهمية الفوائد الاقتصادية والاجتماعية للسياحة وسياسات التوزيع والتسعير ومعرفة الأسواق السياحية المستهدفة وتصميم المنتجات السياحية وعرضها وعدم الاهتمام بذلك يؤثر على النشاط السياحي. وبالإضافة إلى هذه العوامل هناك عامل آخر مهم والمتمثل في:

- **ضغوط العمل:** حيث أن مقدم الخدمة السياحية بشكل عام ومقدم خدمة الإطعام بشكل خاص قد تواجهه مجموعة من التأثيرات و الضغوط سواء كانت إيجابية أو سلبية والتي تؤدي إلى الرفع أو الخفض من مستوى أدائه مما ينعكس على جودة خدمة الإطعام المقدمة للضيوف.

المبحث الثاني: مفاهيم أساسية حول ضغوط العمل

نظرا لأهمية دراسة ضغوط العمل فقد أصبح هذا الموضوع أحد المجالات الأساسية لاهتمام العديد من المؤسسات السياحية في محاولات لتفسير الضغوط من الجوانب المختلفة ومناظير مختلفة، من خلال هذا المبحث سنتطرق إلى المفاهيم الأساسية حول ضغوط العمل حيث قسمناه إلى ثلاث مطالب، يتناول المطلب الأول مفهوم ضغوط العمل، ويتطرق المطلب الثاني إلى مصادر ضغوط العمل أما المطلب الثالث فتناول آثار ضغوط العمل.

المطلب الأول: مفهوم ضغوط العمل

أولاً: تعريف ضغوط العمل

لقد تعددت تعريفات ولم يتفق الباحثون على تعريفا واحد له وذلك نابع من اختلاف نظرت كل باحث إلى ضغوط العمل، فقط ركز بعضهم على البيئة الخارجية واعتبرها مصدرا رئيسيا لضغوط العمل، في حين ركز بعضهم على مقدار الضغوط التي يشعر بها الفرد، واعتبرها آخرون ناشئة عن صعوبات ومعوقات تقف أمام الفرد حيث تنشأ الضغوطات في نظرهم نتيجة مواقف سلبية يتعرض لها مقدمو الخدمة كما قد تنشأ عن فرص يستطيع مقدم الخدمة استغلالها، وسنحاول عرض عينة من التعاريف بعض الباحثين لضغوط العمل :

- أ. يعرف بارون (BARON) ضغوط العمل على أنها: " الاستجابة للمواقف الضاغطة للمسؤوليات أو التهديدات الحقيقية أو التصورية التي تنشأ عن البيئة"¹
- ب. ويعرفها سيزلاقي (SZILAG) وآخرون (1991م) بأنها: " تجربة ذاتية تحدث اختلالا نفسيا أو عضويا لدى مقدم الخدمة وتنتج عن عوامل في البيئة الخارجية أو بيئة عمل المؤسسة أو لدى مقدم الخدمة نفسه"²

¹ معن محمود عياصرة، مروان محمد بني أحمد، إدارة الصراع والأزمات وضغوط العمل والتغيير، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص 107.

² هدى ميمون، زهية بوغريغزة، بسمة بونبيرات، أثر ضغوط العمل على الرضا الوظيفي، دراسة حالة مؤسسة ميناء جن جن - أشواط جيغل - مذكرة مكملة لنيل شهادة ليسانس في علوم تسيير، تخصص تسيير المؤسسات، جامعة جيغل، سنة 2013 / 2014، ص 07.

ت. أما حسن راوية (2000م) فقد عرفتها بأنها " مجموعة من التفاعلات بين مقدم الخدمة وبيئته التي تؤدي إلى حالة وجدانية غير سارة، كحالات التوتر والقلق التي يشعر بها مقدم الخدمة نتيجة الصعوبات والمعوقات التي تواجهه".¹

ومما سبق يمكن القول أن ضغوط العمل هي حالة من الإجهاد النفسي والبدني التي تؤثر على سلوك مقدم الخدمة ورضاه عن عمله وهي ناتجة عن مختلف المنبهات الصادرة على البيئة الداخلية والخارجية للعمل أو ناجمة عن مقدم الخدمة نفسه.

ثانياً: أهمية دراسة ضغوط العمل

تبرز أهمية دراسة ضغوط العمل في عدة جوانب يمكن تلخيصها فيما يلي:²

- أ. إن الضغوط لها تأثيرات فسيولوجية على العاملين و مساهمات في تحقيق فاعلية تنظيمية، إذا أنه يمكن أن تسبب لهم الأزمات القلبية و تمنع مقدمي الخدمة من التركيز واتخاذ القرارات.
- ب. إن الضغوط هي السبب الرئيسي في غياب العاملين وعدم استقرارهم في العمل.
- ت. إن العامل المصاب بالضغط يمكن أن يؤثر على سلامة زملائه و بالإضافة إلى ما سبق فإن من الكتاب من يضيف كذلك:³

- حماية متخذ القرار ومن ثم المؤسسة من اتخاذ قرار خاطئ ناجم عن انفعالات اللحظة والتأثير العاطفي والوجداني أو الناجم عن ردود الفعل العصبية من المواقف الصعبة التي تواجه متخذ القرار .
- تأكيد ربحية المؤسسة وتحقيق أهدافها بالشكل السليم وفقاً لما هو مخطط وموضوع بالبرامج التنفيذية.
- توفير الظروف المناسبة والجو الصحي المناسب في بيئة العمل بالمؤسسة وبالشكل الذي يجعل لكل عامل جو عمل أفضل، بما يمكنه من ممارسة نشاطاته ومهامه بشكل أفضل.
- تعزيز روح التعاون وسيادة روح الفريق بين الرؤساء والمرؤوسين وزيادة التفهم والمشاركة الإيجابية، وبما يسهم في الروح المعنوية للعاملين وإحساسهم بالمشاركة الفعالة في صنع حاضرهم ومستقبلهم الوظيفي في المؤسسة.

¹ حسن راوية، السلوك في المنظمات، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2000، ص 365.

² فوزي شعبان مذكور، دراسة بحثية " ندوة ضغوط العمل والصراعات وورشنة عمل التعامل مع ضغوط العمل"، المنظمة العربية للتنمية المحلية، مصر، 2006، ص 01.

³ محمد الصرفي، السلوك الإداري: العلاقات الإنسانية، الطبعة الأولى، دار الوفاء، الإسكندرية، 2007، ص 324 - 325.

ثالثاً: أنواع ضغوط العمل

لقد تباينت تصنيفات ضغوط العمل من قبل الباحثين في هذا المجال وذلك راجع لاختلاف المعايير المعتمدة في التقسيم، ومن أهم هذه المعايير: الأثر، الشدة، المصدر.

أ. أنواع ضغوط العمل حسب معيار الأثر

- ضغوط العمل السلبية:

ويطلق عليها اسم الضغوط الهدامة، وهي تلك الضغوط التي لها انعكاس سلبي على المورد البشري وعلى المؤسسة، حيث تسبب للمورد البشري انخفاض في الدافعية، أما بالنسبة للمؤسسة فإنها تحملها بتكاليف باهظة ناتجة عن انخفاض الأداء والرضا الوظيفي وزيادة حوادث العمل، وتتولد معها مجموعة من الإجراءات التي تركز معظمها حول:¹

✓ فقدان الرغبة في العمل.

✓ العزوف عن المبادرات الفردية والاستسلام إلى الرقابة ونمطية العمل.

✓ تنامي الإحساس بالإحباط.

✓ الضعف والتشاؤم من المستقبل.

✓ قتل الدافع للإنجاز وروح التحدي.

- ضغوط العمل الإيجابية:

وهي الضغوط المفضلة أو المرغوب فيها، وتعد دافعا أو حافزا يدفع العمال نحو الأداء الأفضل، وعلى المستوى الوظيفي قد يتعرض العامل للعديد من هذه الضغوط مثل اختبار ما، أو دورة تدريبية معينة للترفيه... الخ، مما يساعده على الإبداع وتنمية الثقة بالنفس.²

وقد وضح بعض الكتاب الحاجة إلى ضغوط العمل المثالية للوظيفة، حيث أن الهدف من إيجاد وظيفة فعالة للضغوط هو أن تتقدم كمنبه أو كأداة تحذير للمشاكل، التي تتعرض لها المؤسسة، بالإضافة إلى تقليل حدة آثار هذه المشاكل، وقد أوضح فوربس "FORBES" مؤشرات فيها يتعلق بالضغوط

¹ عمر وصفي عقيلي، إدارة الموارد البشرية المعاصرة، بعد إستراتيجية، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص 595.

² معمن محمود عياصرة، مروان محمود بن أحمد، مرجع سبق ذكره، ص 14.

الإيجابية التي تحدث بين العمال وتتمثل في ارتفاع حجم النشاط وقوته، وزيادة الدوافع، تعلم الهدوء وعدم الانفعال تحت الضغوط، القدرة على تحليل المشاكل، زيادة القدرة على التعرف، زيادة القدرة على التركيز والتذكر والاسترخاء.¹

كما أن هناك من يرى أن الضغط الإيجابي ضغط بناء وهو الضغط الذي يدفع العامل داخل بيئة العمل إلى زيادة المجهود، محاولة التطوير والتبديد، إعادة تنظيم الوقت والجهد وابتكار وسائل حديثة لأداء الخدمة أو العمل.²

ب. أنواع ضغوط العمل حسب معيار الشدة

يمكن تقسيم ضغوط العمل حسب هذا المعيار إلى:³

- **ضغوط العمل البسيطة:** وهي ضغوط تتصل بالمواقف اللحظية اليومية للمؤسسة والتي تنشأ عن المعاملات اليومية وفراغات العمال في إطار العمل اليومي مثل: الضغوط الناتجة عن العاملين وتوزيع الأعباء على باقي العاملين المتواجدين.

- **ضغوط العمل المعتدلة:** وهي ضغوط عادة ما تتصل بالسياسات الإدارية للمؤسسة، فهي تحكم العمل داخلها ومن أمثلتها: ضغوط ناتجة عن توزيع الأنشطة.

- **ضغوط العمل الشديدة:** وهي ضغوط قوية و عنيفة تمارس على الإدارة، يستحيل على المدير تجاهلها أو التقادي عنها نظرا لما تفرضه من تهديدات على المؤسسة واستمرارها، وهي ضغوط طويلة الأجل.

ت. أنواع ضغوط العمل حسب معيار المصدر

يمكن تقسيم ضغوط العمل حسب هذا المصدر إلى:⁴

- **ضغوط العمل الناتجة عن البيئة الاجتماعية:** هي تلك الضغوط الناتجة عن التفاعلات الاجتماعية ما بين العمال داخل مواقع العمل.

¹ محمد الصرفي، الضغوط و القلق الإداريين، مؤسسة حورس الدولية للنشر، الإسكندرية، 2007، ص 51.

² طارق طه، السلوك التنظيمي في بيئة العولمة و الانترنت، دار الجامعة الجديدة، إسكندرية، 2007، ص 596.

³ فاروق عبدو فليبه، السيد محمد عبد المجيد، السلوك التنظيمي في إدارة المؤسسات التعليمية، الطبعة الثانية، دار الميسرة، عمان، 2009، ص 307.

⁴ شفيق شاطر، أثر ضغوط العمل على الرضا الوظيفي للموارد البشرية بالمؤسسة صناعية، دراسة ميدانية بمؤسسة إنتاج الكهرباء - سونلغاز جيجل - مذكرة مقدمة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في علوم التسيير، جامعة أحمد بوقرة بومرداس، 2009-2010، ص 80-81.

- ضغوط العمل الناتجة عن البيئة المادية: هي تلك الضغوط التي يتعرض لها العامل نتيجة توفر ظروف مادية غير ملائمة كضعف الإضاءة، الحرارة، الضوضاء....الخ
- ضغوط العمل الناتجة عن النظام الشخصي للعامل: هي تلك الضغوط التي تنتج عن الفروق الفردية ما بين العمال مثل: اختلاف الجنس، الاختلاف في العرق والديانة....الخ.

المطلب الثاني: مصادر ضغوط العمل

يتعرض الفرد في حياته إلى ضغوط تأتي من مصادر مختلفة تعمل كل منها بشكل مستقل أو تتفاعل معا في تأثيرها على العامل إذ أنه لا يوجد إجماع بين الباحثين والكتاب حول المصادر الرئيسية لضغوط العمل.

أولاً: المصادر المتعلقة بشخصية الفرد

أي المصادر المتعلقة بالفرد في حد ذاته و سماته وخصائصه وتأثيرها على عمله وعلاقته مع محيطه ونذكر منها ميلي:

- أ. **نمط الشخصية:** ويعرفها عمار كشرود في معجمه بأنها تشير إلى الخصائص والسمات التي تتوفر في تركيب بنيان و كيان الشخص.¹
- ب. **الجنس:** يعد عامل الجنس من ذكور وإناث من الخصائص الشخصية المؤثرة في دراسة ضغوط العمل ولاسيما مع زيادة معدلات دخول الإناث في سوق العمل ومحدودية الدور الوظيفي الذي يسمح لها به وناهيك عن التفرقة في التعامل كونها امرأة، وعند الترقية أو اختيارها لمناصب عليا.²
- ت. **الحالة النفسية والبدنية:** أي نوع من التوتر لابد أن يصاحب نوع من التغيرات البدنية الظاهرة التغيرات الفيزيولوجية الداخلية، أي عندما يمر الفرد بحالة من الضغط فإنه من الممكن أن يتلمس آثار هذه الحالة على ما يجري في جسمه من زيادة ضربات القلب، وزيادة ارتفاع ضغط الدم، وزيادة معدل

¹ قراري حنان، الضغط المهني وعلاقته بدافعية الإنجاز لدى أطباء الصحة العمومية، مذكرة ماجستير في علم النفس، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014، ص ص 52-53.

² نفس المرجع السابق، ص 53.

التنفس، وتصيب العرق، وجفاف الحلق، وتتطور تلك الآثار الناجمة عن ضغط العمل ببطء محدثة نتائج فسيولوجية واضطرابات نفسية وسلوكية.¹

ث. **الأحداث الشخصية:** يتعرض الفرد من حين إلى آخر إلى أحداث في حياته الشخصية تمثل قدر من الإثارة والضغط النفسي، وهذه الأحداث في ما تسببه من توتر ينتقل تأثيرها على العمل.²

ج. **تعارض قيم الفرد مع قيم المنظمة:** أي تعارض قيم الفرد و التي يستند عليها في الحكم على الأشياء وقيم المؤسسة، وتعد مشكلة من المشكلات التي يتعرض لها الفرد والذي تحول دون انسجام بين أهدافه وأهداف المؤسسة التي يعمل بها، مما يؤدي إلى العجز في تحقيق تلك الأهداف المزدوجة.³

ثانيا: المصادر المتعلقة بالعمل ذاته

إن محيط العمل أكثر المصادر المسببة للضغوط بالنسبة للفرد في المؤسسة، سواء تعلق الأمر بظروف العمل، بعملية اتخاذ القرار أو بغيرهما، من أكثر العوامل تأثيرا على الفرد ما يلي:

أ. **ظروف العمل:** قد تؤدي الخصائص البيئية، ظروف العمل المادية إلى الشعور بالضغوط فاختلال ظروف العمل المادية من إضاءة و ضوضاء و ترتيب مكان العمل و غيره من الظروف ممكن أن يؤدي إلى شعور الفرد بعدم مناسبة مكان العمل، فيؤدي بذلك إلى زيادة الشعور بالتوتر و الضغوط النفسية.⁴

ب. **صعوبة العمل:** تسبب صعوبة العمل شعور الفرد بعدم الاتزان، وهي ترجع إما لعدم المعرفة لجوانبه أو عدم فهم الفرد لهذه الجوانب، أو أن كمية العمل أكبر من نطاق الوقت الخاص بالأداء أو أكبر من القدرات المتاحة للفرد.⁵

ت. **غموض الدور:** يعني غموض الدور النقص في المعلومات اللازمة لتأدية الدور المتوقع من الفرد كذلك يحدث غموض الدور عندما تكون الأهداف والمهام والاختصاصات ومتطلبات العمل غامضة وغير واضحة مما يؤدي إلى شعور الفرد بعدم سيطرته على عمله.⁶

¹ ميسون سليم السقا، أثر ضغوط العمل على عملية اتخاذ القرارات، مذكرة ماجستير في إدارة الأعمال، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية، غزة، 2009، ص 16.

² محمود سلمان العميان، السلوك التنظيمي، الطبعة الثانية، دار وائل لنشر والتوزيع، عمان، 2004، ص 163.

³ قراري حنان، مرجع سبق ذكره، ص 54.

⁴ أحمد ماهر، السلوك التنظيمي، مدخل بناء المهارات، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2003، ص 385.

⁵ محمود سلمان العميان، مرجع سبق ذكره، ص 164.

⁶ نفس المرجع السابق، ص 164.

كما يترتب على غموض الدور مجموعة من العوامل التي تسبب ضغوط سلبية لدى الأفراد من بينها:¹

- الشعور بالإحباط وانخفاض الثقة بالنفس.
- الشعور بالاستياء والإهمال واللامبالاة.
- انخفاض درجة الرضا عن الوظيفة.
- زيادة التوترات المصاحبة للوظيفة.
- انخفاض دوافع العمل مع زيادة حجم القلق النفسي.

ث. **صراع الدور:** يحدث صراع الدور للفرد عندما يجد الفرد في بيئة عمله توقعات محددة حول كيفية ما ينبغي أن يسلكه ولكن هذه التوقعات تجعل من الصعب أو المستحيل تحقيق التوقعات السلوكية الأخرى كذلك فإن الضغوط تكون نتيجة لعدم القدرة أو الصعوبة في مقابلة التوقعات المختلفة للسلوك.²

ج. **عبء العمل:** ويأخذ صورتين أساسيتين هما:

- **زيادة عبء العمل:** وتعني قيام الفرد بمهام لا يستطيع إنجازها في الوقت المتاح، وقتاً إضافياً لا يتحملة، أو يعمل في وظيفة أخرى غير وظيفته الأساسية التي تتناسب مع مهاراته وقدراته ومؤهلاته، وتبين الدراسات أن من يتعرض لعبء عالي من العمل يميلون للتدخين، والإصابة بأمراض القلب وأن من يعملون في أكثر من وظيفة معرضين للإرهاق الجسمي والنفسي.³

- **انخفاض عبء العمل:** إن انخفاض عبء العمل يحدث عندما يشعر العامل أن عمله أقل مما يجب أن يقوم به سواء من حيث انخفاض حجم العمل، أو زيادة الوقت المتاح للعمل.⁴

المطلب الثالث: آثار ضغوط العمل

بما أن أنواع الضغوط تكون ايجابية أو سلبية، فإن آثار الضغوط ستكون لها آثار إيجابية و أخرى سلبية، يمكن إبرازها فيما يلي:

¹ الصديق محمد العفيفي، أحمد إبراهيم عبد الهادي، السلوك التنظيمي، دراسة من التحليل السلوكي للبيروقراطية المصرية، الطبعة العاشرة، مكتبة عين شمس لنشر، القاهرة، 2003، ص 315.

² سامر جلدة، السلوك التنظيمي والنظريات الإدارية الحديثة، دار أسامة لنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص ص 181-182.

³ محمد إسماعيل بلال، السلوك التنظيمي، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2008، ص ص 59-60.

⁴ زاهد محمد ديري، السلوك التنظيمي، دار المسيرة لنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص 143.

أولاً: الآثار الإيجابية

إن العديد من المؤسسات تنظر إلى ضغوط العمل على أنها شر يجب مكافحته وذلك لآثارها السلبية على العامل و المؤسسة معا، ولكن الحقيقة غير ذلك، إذ أن لضغوط العمل آثار إيجابية مرغوب فيها إلى جانب الآثار السلبية الغير مرغوب فيها ومن الآثار الإيجابية ما يلي: التحفيز على العمل، تجعل العامل يفكر في العمل، يزداد تركيز العامل على العمل، ينظر العامل إلى عمله بتميز، التركيز على نتائج العمل، النمو بشكل مريح، المقدرة على التعبير عن الانفعالات ومشاعر الشعور بالمتعة، الشعور بالإنجاز، النظر إلى المستقبل بتفاؤل.¹

ثانياً: الآثار السلبية يترتب على الإحساس بتزايد ضغوط العمل بعض الآثار السلبية الضارة للفرد والمؤسسة وأهمها ما يلي:

أ. الآثار السلبية على العامل أهمها نذكر:

- آثار سلوكية: مثل الميل للحوادث والإدمان على الخمر واستخدام المخدرات والمسكنات والإنجاز العاطفي والإفراط في الأكل والتدخين والسلوك العدواني والضحك بعصبية.²
- آثار نفسية (سيكولوجية): يترتب على إحساس الفرد بتزايد الضغط عليه في العمل حدوث بعض الاستجابات النفسية التي تحدث تأثيرها على تذكير العامل وعلى علاقته بالآخرين ومن أهم تلك الأعراض النفسية ما يلي: الحزن والكآبة والشعور بالقلق، النظر إلى المستقبل بتشاؤم والتصرف بعصبية شديدة، عدم القدرة على التركيز، فقدان الثقة بالغير، النسيان المتكرر، الحساسية للنقد من طرف الآخرين، عدم الاتزان الانفعالي.³

✓ آثار جسدية (صحة بدنية): تمتد نتائج تزايد الضغوط على العامل لتحدث بعض الآثار السلبية الضارة على العامل وسلامته البدنية ومن أهم الأمراض الجسدية التي يمكن أن يعاني منها العامل بسبب الضغوط في العمل ما يلي: الصداع، قرحة المعدة، السكري، أمراض القلب.⁴

¹ حسن صادق حسن عبد الله، دراسة بحثية ندوة ضغوط العمل والصراعات و ورشة عمل التعامل مع ضغوط العمل، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 2006، ص 15.

² حسن حريم، سلوك التنظيمي سلوك الأفراد والجماعات في منظمات الأعمال، دار ومكتبة الحامد، 2004، ص 293.

³ محمد سلمان العميان، السلوك التنظيمي في منظمات الأعمال، الطبعة الثانية، دار وائل، عمان، 2004، ص 168.

⁴ أحمد ماهر، السلوك التنظيمي، الطبعة الثامنة، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2002، ص 407.

ب. أثار سلبية على المؤسسة:

يمكن إيجاز الآثار السلبية لضغوط العمل على المؤسسة بما يلي: زيادة التكاليف (تكلفة التأخر عن العمل، الغياب والتوقف عن العمل، تشغيل عمال إضافيين، عطل الآلات وإصلاحها، وتكلفة الفاقد من المواد أثناء العمل، تدني مستوى الإنتاج وانخفاض جودته، الاستياء من جو العمل وانخفاض الروح المعنوية، سوء العلاقات بين العمال و المؤسسة، التسرب الوظيفي، الشعور بالفشل).¹

¹ خميسي بسمة، ضغوط العمل وعلاقتها بحوادث العمل لدى عمال التنفيذ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، تخصص تنظيم وعمل، جامعة جيجل، 2014/2015، ص 93.

المبحث الثالث: الدراسات التطبيقية السابقة للدراسة.

سنتطرق في هذا المبحث إلى الدراسات السابقة التي تناولت موضوع بحثنا، حيث سنتطرق في المطلب الأول للدراسات السابقة المتعلقة بضغط العمل، في حين خصص المطلب الثاني للدراسات التطبيقية السابقة بجودة الخدمات السياحية.

المطلب الأول: الدراسات التطبيقية السابقة المتعلقة بضغط العمل.

أولاً: دراسة عبد الله حيمر، بلال بوقلية، دور إدارة ضغوط العمل في تحسين جودة حياة العمل دراسة حالة المؤسسة العمومية الإستشفائية مجذوب السعيد بالطاهير_ ولاية جيجل_ مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير من كلية العلوم الاقتصادية والتجارة وعلوم التسيير جامعة جيجل 2017_2018 تحت إشراف سامية يغني، هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور إدارة ضغوط العمل في تحسين جودة حياة العمل وعلى مستويات مجذوب السعيد بالطاهير ولاية جيجل، وكذلك التعرف على مصادر ضغوط العمل وكيفية إدارتها، حيث يتمثل مجتمع الدراسة في فئة الشبه طبي حيث يبلغ عددهم 134 شبه طبي واستخدمت أداة الاستبيان لجمع البيانات وفق المنهج الوصفي التحليلي، وتوصلت هذه الدراسة إلى أن :

_ الطاقم الشبه طبي في مستشفى مجذوب السعيد بالطاهير يعاني من مستوى متوسط لضغوط العمل حيث بلغ المتوسط الحسابي الكلي لهذا المحور 3,33.

_ تساهم إدارة ضغوط العمل في تحسين جودة حياة العمل بالمؤسسة الإستشفائية مجذوب السعيد بالطاهير .

_ توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد العينة حول جودة حياة العمل تعود إلى متغير الجنس، العمر، الحالة العائلية، المستوى التعليمي، الخبرة المهنية والراتب الشهري.

_ توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات أفراد العينة حول إدارة ضغوط العمل تعود إلى متغير العمر والخبرة المهنية.

وعرضت الدراسة مجموعة من التوصيات:

_ الاهتمام بدراسة مصادر ضغوط العمل التي يعاني منها العاملون.

_ الاهتمام بتحسين ظروف العمل.

_ تنظيم دورات تدريبية بهدف تعليم وتوجيه العاملين على كيفية التعامل مع الضغوط وتخفيف أثارها.

ثانيا: دراسة بوشرمة هيبية، بوشرمة فطيمة، أثر ضغوط العمل على أداء العاملين في المؤسسات السياحية_ دراسة حالة عينة من الفنادق في ولاية جيجل_، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة جيجل، 2017/2016،
تحت إشراف أسماء شاكر، هدفت هذه الدراسة إلى:

_ إظهار مدى تأثير ضغوط العمل على أداء المؤسسات السياحية محل الدراسة (الفنادق في ولاية جيجل).

_ تقديم بعض التوصيات التي من شأنها أن تحسن من ممارسات العاملين في المؤسسات محل الدراسة بالتقليل ومحاولة الحد من الضغوط التي تؤثر على أداء العاملين.

تتمثل عينة الدراسة في جميع موظفي الفنادق محل الدراسة (فندق الجزيرة، فندق الإقامة، فندق السلام، فندق لويزة، فندق دار العز) والبالغ عددهم 65 موظف، حيث تم الاعتماد على الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات والمعلومات اللازمة للدراسة.
وتوصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج:

_ من الخطأ الافتراض بأن ضغوط العمل يتولد عنها دائما نتائج سلبية حيث أن مقدارا مناسباً من الضغوط في العمل يمثل مقدارا من التحدي في قدرات العاملين مما يزيد الرغبة لديهم في تقديم خدمات أفضل.

_ يتعرض العاملين في المؤسسات محل الدراسة (الفنادق بولاية جيجل) لضغوط عمل متنوعة.

_ العاملين في المؤسسات محل الدراسة (الفنادق بولاية جيجل) يقدمون مستويات أداء مقبولة.

وعرضت الدراسة مجموعة من التوصيات أهمها:

_ محاولة توفير بيئة عمل تضمن رضا العامل والتي بدورها ستؤدي إلى وجود بيئة أفضل لتقديم أفضل الخدمات في تلك الفنادق.

_ العمل على تعزيز العلاقات بين العاملين والرؤساء وهذا بغرض خلق بيئة عمل إيجابية لأجل رفع مستوى الأداء.

_ على المؤسسة استغلال الآثار الإيجابية للضغوط واستخدامها لرفع من كفاءة أداء العاملين.

ثالثا: التعليق على الدراسات التي تناولت ضغوط العمل.

بعد تحديد الهدف من كل الدراسات السابقة، وكذا أهم الاستنتاجات تبين لنا أن هناك علاقة بين دراستنا والدراسات السابقة من حيث التشابه في المنهج المتبع والمتغير المستقل، ويكمن الاختلاف في أن

الدراسات تناولت المتغير المستقل للدراسة الحالية مع متغيرات مختلفة عن المتغير التابع لهذه الدراسة، كما تختلف في البيئة والفترة الزمنية ومجتمع الدراسة وفي طبيعة دراسة حالة وبالتالي فاختلاف الهدف التي تسعى إليه الدراسة.

المطلب الثاني: الدراسات التطبيقية السابقة بجودة الخدمات السياحية

أولاً: دراسة بوشاشية نادية، نوري منير (2017): مقال بعنوان جودة الخدمات السياحية وأثرها على تعزيز ولاء السائح _ دراسة ميدانية لكيفية تقديم الخدمة السياحية لمنطقة الشلف، المجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، العدد 18، والتي تهدف إلى معرفة مستوى تأثير جودة الخدمات السياحية المقدمة للسائح، بهدف تطوير جودة الخدمات لإرضاء الزبائن عن طريق تحديد المفاهيم لولاية الشلف من سنة 2015، واستخدمت أداة الاستبيان لجمع البيانات وفق المنهج الاستنباطي بأدواته الوصف والتحليل، وكان من أبرز نتائجها:

_ يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لجودة الخدمات السياحية المقدمة بولاية الشلف على ولاء المستفيد

_ تباين وجهات نظر الباحثين عن الجودة بصفة عامة وجودة الخدمات السياحية بصفة خاصة على الرغم من ذلك إلا أنهم اتفقوا على أن الجودة تعد أحد أهم دعائم نجاح أي مؤسسة ومنها المؤسسات السياحية.

ثانياً: دراسة إلهام يحيوي، بوحديد ليلي (2018): مقال بعنوان تقييم جودة الخدمات السياحية ومستوى رضا الزبائن عنها، مجلة المعيار العدد الثاني، والتي تهدف إلى إبراز واقع مستوى جودة الخدمات السياحية ومستوى رضا الزبائن عنها، وكذلك التعرف على ماهية الخدمات السياحية وبالوكالات السياحية، وتمثلت عينتها في جميع الزبائن للوكالة وحجمها 30 زبون، واستخدمت أداة الاستبيان لجمع البيانات وفق المنهج الوصفي التحليلي، وكان من أبرز نتائجها:

_ يقيم أفراد عينة الدراسة الخدمات السياحية المقدمة لهم بالوكالة من ناحية كل معيار من معايير جودة الخدمة السياحية تقيماً إيجابياً.

_ عدم وجود فوارق بين آراء وانطباعات أفراد عينة الدراسة نحو جودة الخدمات السياحية المقدمة بالاختلافات الجنس، السن، الدخل الشهري، الجنسية.

ثالثاً: التعليق على الدراسات التي تناولت جودة الخدمة.

تناولت هذه الدراسات جودة الخدمة السياحية كمتغير مستقل وتتشابه الدراسة الحالية بالدراسات السابقة من حيث أنها درست متغير جودة الخدمة السياحية، والمنهج المستخدم هو المنهج الوصفي التحليلي، واختلفت عنها من حيث المتغير التابع، ومن حيث الفترة التي أجريت فيها ومكان وتاريخ إجراء الدراسة وبالتالي اختلاف الهدف الذي تسعى إليه الدراسة.

المطلب الثالث: محل الدراسات السابقة من الدراسة الحالية

تناولت الدراسات السابقة لموضوع ضغوط العمل من جانب، وجودة الخدمة السياحية من جانب، تميزت دراستنا عن الدراسات السابقة بدراستنا للمتغيرين معا ومحاولة التعريف بمدى تأثير ضغوط العمل على جودة تقديم خدمات الإطعام وإسقاط الجانب التطبيقي على مجموعة من مطاعم ولاية جيجل.

خلاصة:

اتضح من الفصل الأول في الجانب النظري أن ضغوط العمل هي جزء لا يتجزأ من حياة المورد البشري، فهي عبارة عن ردود الأفعال التي تصدر عنه نتيجة تعرضه لمجموعة من المؤثرات سواء كانت تتعلق بشخصية الفرد أو تتعلق بالعمل ذاته، وردود الأفعال هذه قد تكون إيجابية أو سلبية تؤثر على القدرات الجسمية والسلوكية والنفسية للعامل.

وجودة تقديم الخدمة هي من أهم المعايير التي تعتمد عليها المؤسسات السياحية بصفة عامة والمطاعم بصفة خاصة من أجل استقطاب الزبائن وكسب ولائهم وباعتبار ضغوط العمل من أهم العوامل المؤثرة على جودة تقديم خدمة الإطعام كان لابد من دراسة هذا التأثير لمساعدة هذه المؤسسات للتغلب والتقليل من هاته الضغوط

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية

تمهيد

- ✓ المبحث الأول: طريقة وأدوات الدراسة
- ✓ المبحث الثاني: عرض وتحليل نتائج الدراسة
- ✓ المبحث الثالث: اختبار فرضيات الدراسة

تمهيد:

بعدها تطرقنا في الفصل الأول إلى أهم الجوانب النظرية لمتغيري الدراسة، وبغية إعطاء نظرة أكثر شمولية عن موضوع الدراسة، سيتم في هذا الفصل إسقاط الجانب النظري على الواقع العملي من خلال إجراء دراسة ميدانية تطبيقية على عينة عشوائية متمثلة في عمال لمجموعة من مطاعم ولاية جيجل بهدف معرفة تأثير ضغوط العمل على جودة تقديم خدمة الإطعام، لذلك سنتناول هذا الفصل في ثلاث مباحث.

المبحث الأول سنتطرق فيه إلى طريقة و أدوات الدراسة حيث تناول متغيرات الدراسة و اختبار أداة الدراسة و أساليب المعالجة الإحصائية، أما المبحث الثاني فكان عن نتائج الدراسة وتحليلها، أينا سنتطرق فيه إلى تحليل خصائص عينة الدراسة، وتحليل عبارات محاور الدراسة.

أما في المبحث الثالث فكان عن اختبار فرضيات الدراسة، أين سنتطرق إلى اختبار فرضيات المحور الأول وكذا اختبار فرضيات الدراسة للمحور الثاني واختبار الفرضية الرئيسية.

المبحث الأول: طريقة وأدوات الدراسة

من خلال هذا المبحث وقبل الشروع في عرض نتائج الدراسة الميدانية يجب أولاً أن نوضح طريقة وأدوات الدراسة وكذا الأساليب الإحصائية التي اعتمدنا عليها.

المطلب الأول: متغيرات الدراسة

سننتظر في هذا المطلب إلى مجتمع الدراسة وكذا الأداة المستخدمة في جمع البيانات و المحاور التي تغطيه.

أولاً: المجتمع

تكون مجتمع الدراسة من مجموعة موظفي مطاعم ولاية جيجل وعددهم 50 فرد، وذلك لغرض التعرف على موقف هؤلاء الموظفين حول تأثير ضغوط العمل على جودة تقديم خدمات الإطعام في المؤسسات السياحية، وقد تم استعادة 49 استمارة من بين الاستمارات الموزعة.

ثانياً: أداة الدراسة

تتمثل أساساً في الإستبانة وتتضمن عدداً من العبارات تتصل باستطلاع الرأي أو بخصائص أية ظاهرة متعلقة بنشاط اقتصادي أو فني أو ثقافي، وقد صممت الإستبانة كأداة لجمع البيانات وهذا نظراً لأهمية هذه الأخيرة كونها تعتبر أداة مضبوطة ومنظمة لجمع بيانات الدراسة من خلال صياغة نموذج من العبارات موجهة لأفراد مجتمع الدراسة.

وقد تم تقسيم الاستبانة إلى ثلاث محاور أو أقسام:

- **المحور الأول:** يتكون من البيانات الشخصية لمجتمع الدراسة و يشمل الجنس، العمر، الدخل الشهري، المستوى التعليمي، مستوى الخبرة المهنية.
- **المحور الثاني:** يحتوي على 15 عبارة لتعرف على مستوى ضغط العمل في مجموعة من مطاعم ولاية جيجل.
- **المحور الثالث:** يحتوي على 13 عبارة للتعرف على الجودة وفق مراحل تقديم خدمة الإطعام من أجل قياس درجة استجابة أفراد مجتمع الدراسة حول عبارات المحاور تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي.

ولتحديد قيم المتوسط الحسابي في أي مجال ينتمي نقوم بحساب طول الفئة.

ولحساب طول الفئة نقوم بحساب أولاً المدى:

$$* \text{المدى} = \text{أكبر قيمة} - \text{أصغر قيمة} = 5 - 1 = 4$$

$$* \text{طول الفئة} = \text{قسمة المدى} / \text{عدد الفئات} = 4/5 = 0.8$$

وتكون درجة الموافقة على محتوى العبارات كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (01): يوضح مقياس ليكرت الخماسي

درجات المقياس	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الرمز	1	2	3	4	5
الفئات]1.8 - 1]]2.6 - 1.8]]3.4 - 2.6]]4.2 - 3.4]]5 - 4.2]
درجة الموافقة	ضعيفة جدا	ضعيفة	متوسطة	عالية	عالية جدا

المصدر: من إعداد الطالبتين.

المطلب الثاني: اختبار أداة الدراسة.

أولاً: صدق أداة الدراسة

يقصد بصدق أداة الدراسة أن الاستبيان يقيس ما وضع لقياسه وذلك بشمول الاستمارة لكل العناصر التي يجب أن تدخل في التحليل من ناحية ووضوح عباراتها ومفرداتها من ناحية ثانية بحيث تكون مفهومة لكل من يستخدمها، وقد تم التأكد من صدق أداة الدراسة من خلال الصدق الظاهري والبنائي.

- الصدق الظاهري للاستبيان:

لمعرفة مدى صدق أداة الدراسة ظاهرياً، تم عرضه في صورته الأولية على مجموعة مختارة من المحكمين من أعضاء هيئة التدريس للاستفادة من رصيدهم المعرفي و خبرتهم، وقد بلغ عددهم 4 محكمين من كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير بجامعة جيجل والموضحة في الملحق رقم 2، وذلك بهدف إبداء ملاحظاتهم حول مدى صدق الإستبيان و كفاءته في قياس متغيرات الدراسة، في ضوء الملاحظات المقدمة ضمن إطار الصدق الظاهري تم إدخال بعض التعديلات البسيطة، والتعديلات

تمثلت في إعادة صياغة بعض العبارات، لنصل في الأخير إلى الصورة النهائية للاستبيان الموضحة في الملحق رقم 1.

- صدق الاتساق الداخلي لفقرات الإستبانة:

يقصد بالصدق الداخلي مدى اتساق كل عبارة من عبارات الاستبيان مع المجال الذي تنتمي إليه هذه العبارة، حيث تم حساب الاتساق الداخلي لعينة الدراسة المكونة من 49 موظف، وذلك بحساب معاملات الارتباط بين كل عبارة و الدرجة الكلية للمحور التابعة له.

أ- صدق الاتساق الداخلي لأبعاد محور ضغوط العمل

للتأكد من الصدق الداخلي لعبارات محور ضغوط العمل، نقوم أولاً بتأكد من الصدق الداخلي لعبارات كل بعد من أبعاده الخمسة، بحساب معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات البعد والدرجة الكلية له على النحو التالي:

- الصدق الداخلي لعبارات بعد عبء العمل

- الجدول رقم (02): الصدق الداخلي لعبارات بعد عبء العمل

البعد	رقم العبارة	العبارة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
عبء العمل	1	أشعر بالملل في عملي نتيجة لتكرار نفس المهام.	0.744**	0.000
	2	المهام الموكلة إلي تفوق قدراتي.	0.771**	0.000
	3	أضطر أحياناً للعمل لساعات إضافية.	0.642**	0.000

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss.

يبين الجدول معاملات الارتباط بين كل عبارة من العبارات بعد عبء العمل والدرجة الكلية له وكذا مستوى المعنوية، حيث يتضح أن قيم معاملات الارتباط تتراوح بين (0.642 و 0.771) وهي جميعاً موجبة، كما أن مستوى المعنوية لكل عبارة أقل من 0.01 مما يدل على أن عبارات البعد الأول صالحة لما وضعت لقياسه، وبالتالي إمكانية تطبيقه واستخدامه.

- الصدق الداخلي لعبارات البعد صراع الدور

الجدول رقم (03): الصدق الداخلي لعبارات البعد صراع الدور

مستوى الدلالة	معامل الارتباط	العبرة	رقم العبرة	البعد
0.000	0.656**	أتلقي تعليمات متناقضة من رئيسي المباشر.	4	صراع الدور
0.000	0.657**	أشعر بالضغط بسبب عدم توافق قيم الرؤساء مع مبادئ الخاصة.	5	
0.000	0.724**	أعاني من صراع الأدوار بين عملي وحياتي الشخصية.	6	

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS.

يبين الجدول معاملات الارتباط بين كل عبارة من العبارات بعد صراع الدور والدرجة الكلية له وكذا مستوى المعنوية، حيث يتضح أن قيم معاملات الارتباط تتراوح بين (0.656 و 0.724) وهي جميعاً موجبة، كما أن مستوى المعنوية لكل عبارة أقل من 0.01 مما يدل على أن عبارات البعد الثاني صالحة لقياس ما وضعت لقياسه، وبالتالي إمكانية تطبيقه واستخدامه.

- الصدق الداخلي لعبارات بعد غموض الدور

الجدول رقم (04): الصدق الداخلي لعبارات بعد غموض الدور

مستوى الدلالة	معامل الارتباط	العبرة	رقم العبرة	البعد
0.000	0.569**	أعاني من نقص المعلومات حول المهام الموكلة إلي.	7	غموض الدور
0.000	0.761**	مسؤولياتي غير محددة بدقة.	8	الدور
0.000	0.736**	تتداخل مهامي مع مهام زملائي في العمل.	9	

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS.

يبين الجدول معاملات الارتباط بين كل عبارة من العبارات بعد غموض الدور والدرجة الكلية له وكذا مستوى المعنوية، حيث يتضح أن قيم معاملات الارتباط تتراوح بين (0.569 و 0.736) وهي جميعا موجبة، كما أن مستوى المعنوية لكل عبارة أقل من 0.01 مما يدل على أن عبارات البعد الثالث صالحة لما وضعت لقياسه، وبالتالي إمكانية تطبيقه واستخدامه.

- الصدق الداخلي لعبارات بعد نمط الشخصية

الجدول رقم (05): الصدق الداخلي لعبارات بعد نمط الشخصية

البعد	رقم العبارة	العبارة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
نمط الشخصية	10	أُتسرع في تنفيذ عملي.	0.621**	0.000
	11	أجد صعوبة في التعامل مع الآخرين.	0.696**	0.000
	12	أشعر بالكآبة والإحباط عند تواجدي في عملي.	0.757**	0.000

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS.

يبين الجدول معاملات الارتباط بين كل عبارة من العبارات بعد نمط الشخصية والدرجة الكلية له وكذا مستوى المعنوية، حيث يتضح أن قيم معاملات الارتباط تتراوح بين (0.621 و 0.757) وهي جميعا موجبة، كما أن مستوى المعنوية لكل عبارة أقل من 0.01 مما يدل على أن عبارات البعد الرابع صالحة لما وضعت لقياسه، وبالتالي إمكانية تطبيقه واستخدامه.

- الصدق الداخلي لعبارات بعد ظروف العمل

الجدول رقم (06): الصدق الداخلي لعبارات بعد ظروف العمل

البعد	رقم العبارة	العبارة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
ظروف العمل	13	نظام التهوية في مكان العمل غير ملائم.	0.732**	0.000
	14	الأدوات والأجهزة التي تستخدمها في عملي غير مناسبة.	0.662**	0.000
	15	مستوى الإضاءة في مكان العمل غير مناسب.	0.783**	0.000

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS.

يبين الجدول معاملات الارتباط بين كل عبارة من العبارات بعد ظروف العمل والدرجة الكلية له وكذا مستوى المعنوية، حيث يتضح أن قيم معاملات الارتباط تتراوح بين (0.662 و 0.783) وهي جميعا موجبة، كما أن مستوى المعنوية لكل عبارة أقل من 0.01 مما يدل على أن عبارات البعد الخامس صالحة لما وضعت لقياسه، وبالتالي إمكانية تطبيقه واستخدامه.

ب- صدق الاتساق الداخلي لأبعاد محور الجودة وفق مراحل تقديم خدمة الإطعام:

- صدق الاتساق الداخلي لمرحلة جذب الانتباه و إثارة الاهتمام بالزبائن

الجدول رقم (07): صدق الاتساق الداخلي لمرحلة جذب الانتباه وإثارة الاهتمام بالزبائن

المرحلة	رقم العبارة	العبارة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
جذب الانتباه وإثارة الاهتمام بالزبائن	1	أنا في كامل استعدادي النفسي والذهني لاستقبال الزبائن والاهتمام بهم.	0.549**	0.000
	2	أحافظ باستمرار على الابتسامة وإظهار الود والمحبة في التعامل مع الزبائن.	0.788**	0.000
	3	أعامل جميع الزبائن بإيجابية و دون تمييز.	0.837**	0.000
	4	أهتم بتلبية كل رغبات الزبائن.	0.844**	0.000

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss.

يبين الجدول معاملات الارتباط بين كل عبارة من العبارات مرحلة جذب الانتباه وإثارة الاهتمام بالزبائن والدرجة الكلية لها وكذا مستوى المعنوية، حيث يتضح أن قيم معاملات الارتباط تتراوح بين (0.549 و 0.844) وهي جميعا موجبة، كما أن مستوى المعنوية لكل عبارة أقل من 0.01 مما يدل على أن عبارات المرحلة الأولى صالحة لما وضعت لقياسه، وبالتالي إمكانية تطبيقه واستخدامه.

- صدق الاتساق الداخلي لمرحلة خلق الرغبة لدى الزبائن وتحديد حاجياتهم
الجدول رقم (08): صدق الاتساق الداخلي لمرحلة خلق الرغبة لدى الزبائن وتحديد حاجياتهم.

مرحلة	رقم العبارة	العبارة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
خلق الرغبة لدى الزبائن وتحديد حاجياتهم	5	أسعى باستمرار لإبراز مزايا و أنواع الطعام المقدم للزبائن.	0.775**	0.000
	6	أصغي باهتمام كبير لجميع استفسارات الزبون حول خدمات الإطعام المتوفرة.	0.850**	0.000
	7	أخذ بعين الاعتبار جميع اقتراحات الزبائن حول تحسين نوعية خدمة الإطعام.	0.576**	0.000

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss.

يبين الجدول معاملات الارتباط بين كل عبارة من العبارات مرحلة خلق الرغبة لدى الزبائن وتحديد حاجياتهم والدرجة الكلية لها وكذا مستوى المعنوية، حيث يتضح أن قيم معاملات الارتباط تتراوح بين (0.576 و 0.850) وهي جميعا موجبة، كما أن مستوى المعنوية لكل عبارة أقل من 0.01 مما يدل على أن عبارات المرحلة الثانية صالحة لما وضعت لقياسه، وبالتالي إمكانية تطبيقه واستخدامه.

- صدق الاتساق الداخلي لمرحلة إقناع الزبون ومعالجة الاعتراضات لديه
الجدول رقم (09): صدق الاتساق الداخلي لمرحلة إقناع الزبون ومعالجة الاعتراضات لديه

المرحلة	رقم العبارة	العبارة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
إقناع الزبون ومعالجة الاعتراضات لديه	8	أسعى لتقبل انتقادات الزبائن حتى وإن كانت في غير محلها.	0.809**	0.000
	9	أتجنب قدر الإمكان النفي المباشر (كلمة لا، لا يوجد، لا أستطيع....الخ) مع الزبون.	0.818**	0.000
	10	أتجنب الظهور كالمنتصر في النقاشات عند مناقشتي لآراء الزبون.	0.608**	0.000

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss.

يبين الجدول معاملات الارتباط بين كل عبارة من العبارات مرحلة إقناع الزبون ومعالجة الاعتراضات لديه والدرجة الكلية لها وكذا مستوى المعنوية، حيث يتضح أن قيم معاملات الارتباط تتراوح بين (0.608 و 0.818) وهي جميعا موجبة، كما أن مستوى المعنوية لكل عبارة أقل من 0.01 مما يدل على أن عبارات المرحلة الثالثة صالحة لما وضعت لقياسه، وبالتالي إمكانية تطبيقه واستخدامه.

- صدق الاتساق الداخلي لمرحة التأكد من استمرارية الزبون بالتعامل مع المطعم

الجدول رقم (10): صدق الاتساق لمرحة التأكد من استمرارية الزبون بالتعامل مع المطعم

المرحلة	رقم العبارة	العبارة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
لمرحلة التأكد من استمرارية الزبون بالتعامل مع المطعم	11	أسعى باستمرار للاهتمام بشكاوي الزبائن.	0.774**	0.000
	12	أقبل بصدر رحب جميع الانتقادات والملاحظات المقدمة من طرف الزبائن.	0.714**	0.000
	13	يهمني رسم صورة إيجابية عن المطعم لدى الزبائن.	0.645**	0.000

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss.

يبين الجدول معاملات الارتباط بين كل عبارة من العبارات مرحلة التأكد من استمرارية الزبون بالتعامل مع المطعم والدرجة الكلية لها وكذا مستوى المعنوية، حيث يتضح أن قيم معاملات الارتباط تتراوح بين (0.645 و 0.774) وهي جميعا موجبة، كما أن مستوى المعنوية لكل عبارة أقل من 0.01 مما يدل على أن عبارات المرحلة الرابعة صالحة لما وضعت لقياسه، وبالتالي إمكانية تطبيقه واستخدامه.

ث - الاتساق البنائي: ونعني به مدى الاتساق بين المحور والأبعاد المشكلة له، وبين محاور الاستبيان ككل.

- الاتساق البنائي لأبعاد محور ضغوط العمل

جدول رقم (11): الاتساق البنائي لأبعاد محور ضغوط العمل

البعد	العنوان	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
البعد الأول	عبء العمل	0.739**	0.000
البعد الثاني	صراع الدور	0.765**	0.000
البعد الثالث	غموض الدور	0.813**	0.000
البعد الرابع	نمط الشخصية	0.774**	0.000
البعد الخامس	ظروف العمل	0.647**	0.000

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss.

يبين الجدول معاملات الارتباط بين كل بعد من أبعاد محور ضغوط العمل والدرجة الكلية لهذا المحور وكذا مستوى المعنوية، حيث يتضح أن قيم معاملات الارتباط تتراوح بين (0.647 و 0.813) وهي جميعا موجبة تدل على وجود ارتباط، كما أن مستوى المعنوية لكل بعد أقل من 0.01 مما يدل على أن أبعاد المحور الأول صالحة لما وضعت لقياسه، وبالتالي إمكانية تطبيقه واستخدامه.

- الاتساق البنائي لمحور الجودة وفق مراحل تقديم خدمة الإطعام

جدول رقم (12): الاتساق البنائي لأبعاد محور الجودة وفق مراحل تقديم خدمة الإطعام

المرحلة	العنوان	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
المرحلة الأولى	جذب الانتباه وإثارة الاهتمام بالزبائن	0.743**	0.000
المرحلة الثانية	خلق الرغبة لدى الزبائن وتحديد حاجياتهم	0.763**	0.000
المرحلة الثالثة	إقناع الزبون ومعالجة الاعتراضات لديه	0.768**	0.000
المرحلة الرابعة	التأكد من استمرارية الزبون بالتعامل مع المطعم	0.714**	0.000

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss.

يبين الجدول معاملات الارتباط بين كل بعد من أبعاد محور الجودة وفق مراحل تقديم خدمة الإطعام والدرجة الكلية لهذا المحور وكذا مستوى المعنوية، حيث يتضح أن قيم معاملات الارتباط تتراوح بين (0.714 و 0.768) وهي جميعا موجبة تدل على وجود ارتباط، كما أن مستوى المعنوية لكل بعد أقل من 0.01 مما يدل على أن أبعاد المحور الثاني صالحة لما وضعت لقياسه، وبالتالي إمكانية تطبيقه واستخدامه.

ثانيا: ثبات أداة الدراسة

ثبات الاستبيان هو أن يعطي الاختبار نفس النتائج باستمرار، إذا استخدم أكثر من مرة تحت ظروف مماثلة، بعبارة أخرى يعني الاستقرار في نتائج الاستبيان وعدم تغييرها بشكل كبير فيما لو تم إعادة توزيعها على أفراد العينة عدة مرات خلال فترة زمنية معينة، ومعامل الثبات ألفا كرونباخ يأخذ قيما تتراوح بين الصفر والواحد، فكلما اقتربت قيمته من الواحد كان معامل الثبات جيد، وكلما اقتربت قيمته من الصفر كان ضعيف، حيث يمكننا الحكم على الاستبيان بأنه يتمتع بدرجة عالية من الثبات إذا كانت قيمة معامل الثبات ألفا كرونباخ أكبر من 0.6 وللتأكد من ذلك قمنا بحساب معامل الثبات باستخدام spss لكل من المتغيرين، وكذا الثبات لجميع المحاور كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (13): معامل ألفا كرونباخ لثبات الإستبانة.

المحاور	العنوان	عدد العبارات	معامل ألفا كرونباخ
المحور الثاني	ضغوط العمل	15	0.810
المحور الثالث	الجودة وفق مراحل تقديم خدمة الإطعام	13	0.803

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss.

- معامل ألفا كرونباخ للمحور الثاني فاق معدل (0.6) حيث بلغ (0.81) بمعنى أنا معدل ثبات المحور الثاني يتمتع بدرجة ثبات ممتازة.
- معامل ألفا كرونباخ للمحور الثالث فاق معدل (0.6) حيث بلغ (0.803) بمعنى أنا معدل ثبات المحور الثالث يتمتع بدرجة ثبات ممتازة.

المطلب الثالث: أساليب المعالجة الإحصائية لبيانات الدراسة.

لتحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات التي تم تجميعها، فقد تم استخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية والتي يرمز لها بالرمز SPSS ، وقد تم استخدام الأساليب الإحصائية التالية:

أولاً: معامل الارتباط بيرسون: يستعمل لقياس اتجاه وقوة وطبيعة العلاقة بين متغيرين وهو قيمة محصورة بين (1) و (-1) كلما اقترب من 1 هناك ارتباط طردي قوي وكلما اقترب من -1 هناك ارتباط عكسي قوي و إذا كان في حدود 0 دل ذلك على عدم وجود ارتباط.

ثانياً: معامل ألفا كرونباخ يستخدم هذا لقياس مدى ثبات أداة الدراسة، ويعتبر هذا المعامل من أهم مقاييس الثبات والاتساق الداخلي، فهو يربط ثبات الاستبيان بثبات بنوده، والنسبة الإحصائية المقبولة له هي 60%.

ثالثاً: التكرار والنسب: يستخدم لمعرفة التكرارات المطلقة والنسب المئوية لعدد أفراد العينة داخل كل فئة حسب البيانات الشخصية.

رابعاً: المدى: هو الفرق المطلق بين أكبر قيمة وأصغر قيمة في الظاهرة.

أ - إذا كان المدى صغيراً تكون مفردات الظاهرة متقاربة أي متجانسة والعكس.

ب - إذا كان المدى كبيراً فإنه يدل على أن مفردات الظاهرة مبعثرة ومشتتة ومتباعدة على بعضها.

خامساً: الوسط الحسابي: من أكثر مقاييس النزعة المركزية انتشاراً، وذلك لفائدته الكثيرة وسهولته حيث يعرف المتوسط الحسابي لمجموعة من المشاهدات (مفردات إحصائية)، بأنه عبارة عن مجموع قيم تلك المشاهدات مقسوماً على عددها ويسمى أحياناً الوسط أو المتوسط أو المعدل الحسابي.

سادساً: الانحراف المعياري: يعد الانحراف المعياري من أكثر مقاييس التشتت استخداماً، وهو يشير إلى مقدار بعد المشاهدات عن المتوسط الحسابي.

ويتم إتباع القاعدة التالية في تحليل نتائج الانحراف المعياري:

أ - كلما كان الانحراف المعياري صغيراً يشير إلى تمركز الإجابات وعدم تشتتها عن الوسط الحسابي، ويعني ذلك تقارب إجابات أفراد العينة.

ب - كلما كان الانحراف المعياري كبير يشير إلى تشتت إجابات عن الوسط الحسابي، وذلك يعني تباين وتباعد إجابات أفراد العينة.

سابعاً: اختبار ستيودنت لعينة واحدة (**student- test**): وتم استعماله لاختبار الفرضيات المتعلقة بالمحور الأول والثاني.

ثامناً: معادلة الانحدار الخطي: لقياس مقدار التأثير بين المتغيرات.

تاسعاً: اختبار تحليل التباين (**ANOVA**): وتم استعماله لاختبار جودة نموذج الانحدار الخط

المبحث الثاني: عرض وتحليل نتائج الدراسة

سنحاول في هذا المبحث التعرف على الخصائص الشخصية للعينة، وعرض تحليل البيانات المتعلقة بمتغيرات الدراسة، وإبراز أهم نتائج الاستبيان، التي يتم الوصول إليها من خلال تحليل عباراته.

المطلب الأول: تحليل خصائص عينة الدراسة

يتضمن الجزء الأول من الاستبيان بيانات نوعية وكمية متعلقة بالمتغيرات الشخصية لأفراد العينة، وسيتم التطرق إليها وتحليلها كما يلي:

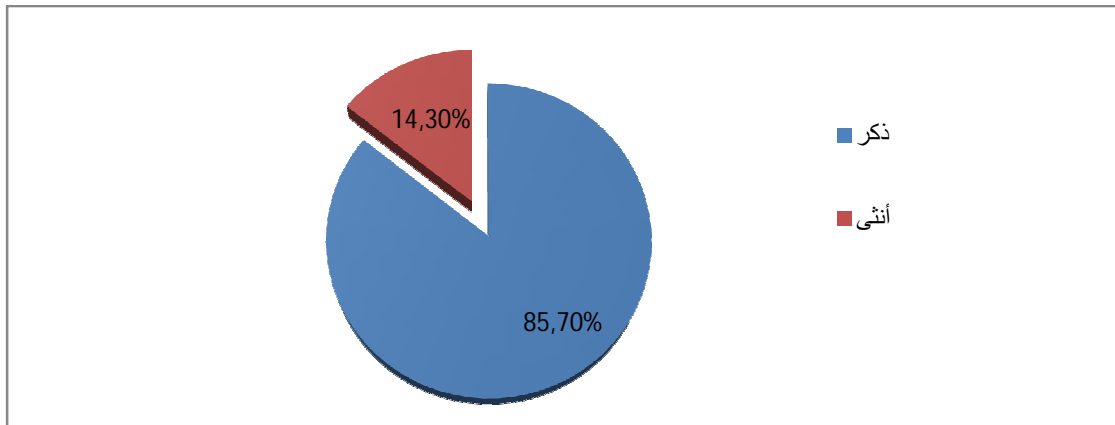
أولاً: متغير الجنس

الجدول رقم (14): توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسب المئوية
ذكر	42	85.7%
أنثى	7	14.3%
المجموع	49	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS.

الشكل رقم (02): توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس.



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS.

نلاحظ من الجدول والشكل أن النسبة العالية من أفراد العينة هي من الذكور حيث بلغ عددهم 42 ذكر أي ما يعادل 85.7%، في حين بلغ عدد الإناث 7 وبنسبة مقدارها 14.3% وقد يعود السبب في ذلك كون أن الذكور يميلون للعمل في المطاعم أكثر من الإناث.

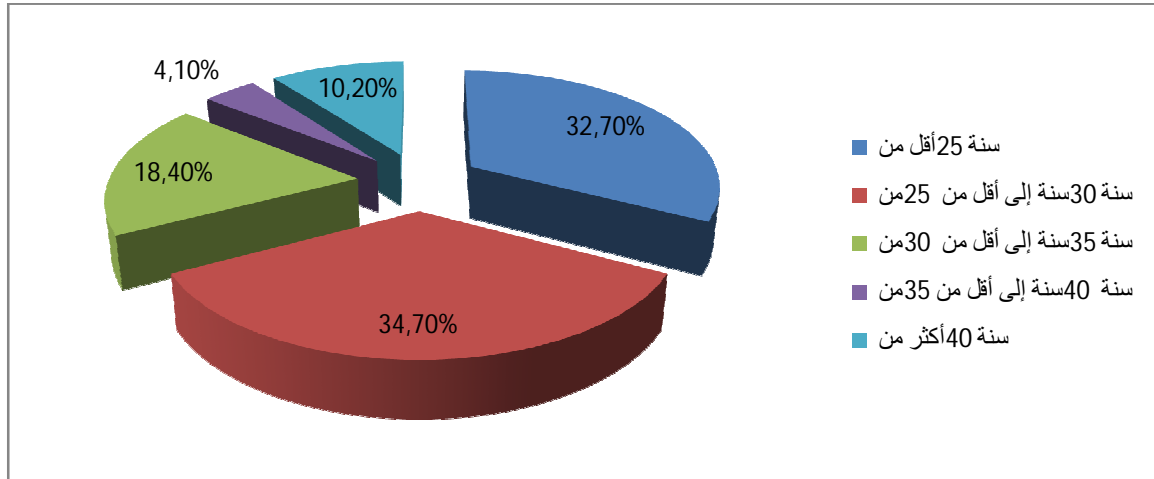
ثانيا: متغير العمر

الجدول رقم (15): توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر.

النسبة المئوية	التكرار	فئة العمر
32.7%	16	أقل من 25 سنة
34.7%	17	من 25 سنة إلى أقل من 30 سنة
18.4%	9	من 30 سنة إلى أقل من 35 سنة
4.1%	2	من 35 سنة إلى أقل من 40 سنة
10.2%	5	أكثر من 40 سنة
100%	49	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss.

الشكل رقم (03): توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر.



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss.

نلاحظ من الجدول والشكل أعلاه أن أغلب أفراد العينة هم من الفئة العمرية من 25 سنة إلى أقل من 30 سنة البالغ عددهم 17 موظف وبنسبة مقدارها 34.7% ثم تليها الفئة العمرية أقل من 25 سنة والبالغ عددهم 16 موظف و بنسبة مقدارها 32.7% ثم تليها الفئة العمرية من 30 سنة إلى أقل من 35 سنة والبالغ عددهم 9 موظفين و بنسبة مقدارها 18.4%، في حين جاءت في المرتبة ما قبل الأخيرة الفئة العمرية أكثر من 40 سنة حيث قدر عددهم ب 5 موظفين وبنسبة 10.2%، أما الفئة العمرية

الأخيرة فهي من 35 سنة إلى أقل من 40 سنة فقد بلغ عددهم 2 موظفين بنسبة 4.1%، وهذا ما يعني أن فئة الشباب هم الأكثر ميولا لتقديم خدمة الإطعام.

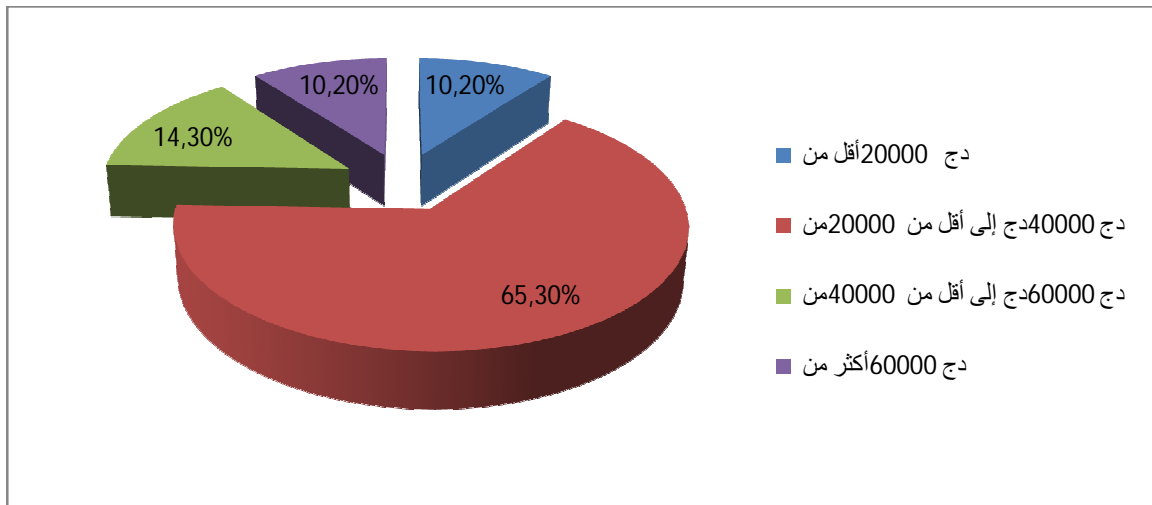
ثالثا: متغير الدخل الشهري

الجدول رقم (16): توزيع أفراد العينة حسب متغير الدخل الشهري

النسبة	التكرار	الدخل
10.2%	5	أقل من 20000 دج
65.3%	32	من 20000 دج إلى أقل من 40000 دج
14.3%	7	من 40000 دج إلى أقل من 60000 دج
10.2%	5	أكثر من 60000 دج
100%	49	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss.

الشكل رقم (04): توزيع أفراد العينة حسب متغير الدخل الشهري



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss.

نلاحظ من الجدول والشكل أعلاه أن أفراد العينة ذوي الدخل من 20000 دج إلى أقل من 40000 دج هو الذي يمثل الفئة الأكبر للموظفين و البالغ عددهم 32 موظف بنسبة 65.6% يليه الدخل من 40000 دج إلى أقل من 60000 دج، حيث بلغ عدد الموظفين 7 موظفين بنسبة 14.3% أما الدخل أقل من 20000 دج و أكثر من 60000 دج فهما في المرتبة الأخيرة حيث كان عدد

الموظفين لكل فئة منهما هو 5 موظفين و بنسبة 10.2%، وهذا ما يعني أن أغلب أفراد العينة هم من أصحاب الدخل المتوسط.

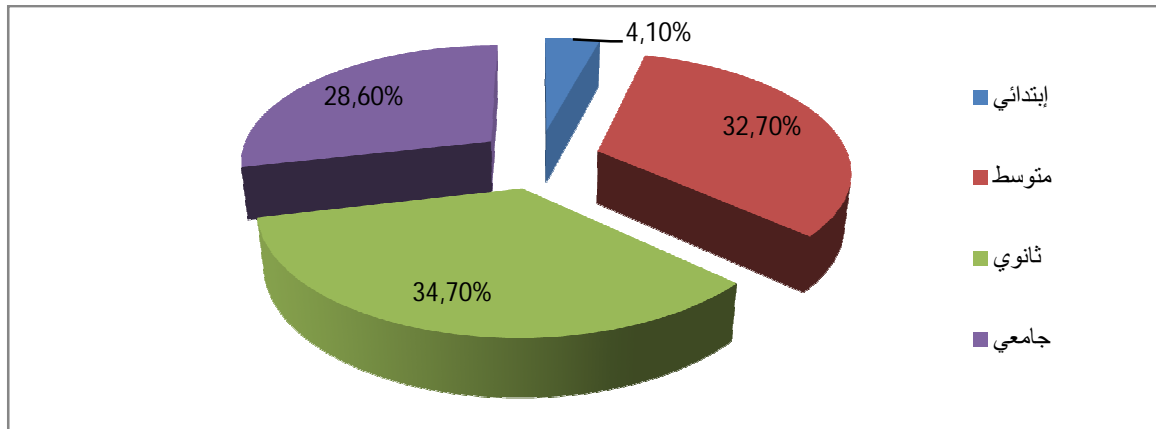
رابعاً: متغير المستوى التعليمي

الجدول رقم (17): توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي.

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
4.1%	2	إبتدائي
32.7%	16	متوسط
34.7%	17	ثانوي
28.6%	14	جامعي
100%	49	مجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss.

الشكل رقم (05): توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss.

نلاحظ من الجدول والشكل أعلاه أن أغلب أفراد العينة هم من فئة المستوى التعليمي الثانوي حيث بلغ عددهم 17 موظف و بنسبة 34.7%، ثم تليها فئة المستوى التعليمي المتوسط حيث بلغ عددهم 16 موظف وبنسبة 32.7%، ثم فئة المستوى التعليمي الجامعي والبالغ عددهم 14 موظف بنسبة 28.6%،

في حين جاءت فئة المستوى التعليمي الابتدائي في المرتبة الأخيرة حيث قدر عددهم بـ 2 موظفين بنسبة 4.1%.

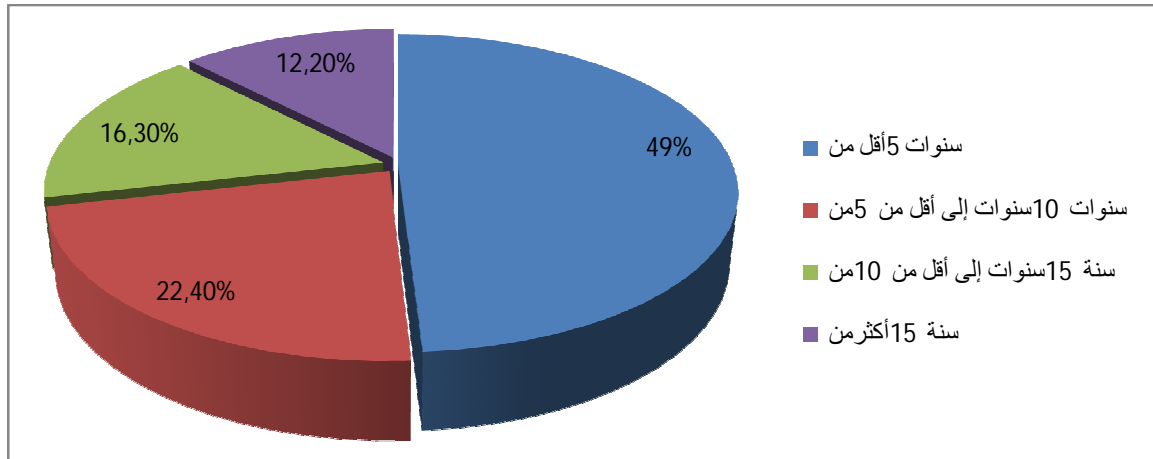
خامسا: متغير مستوى الخبرة المهنية

الجدول رقم (18): توزيع أفراد العينة حسب متغير الخبرة المهنية.

النسبة	التكرار	الخبرة المهنية
49%	24	أقل من 5 سنوات
22.4%	11	من 5 سنوات إلى أقل من 10 سنوات
16.3%	8	من 10 سنوات إلى أقل من 15 سنة
12.2%	6	أكثر من 15 سنة
100%	49	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS.

الشكل رقم (06): توزيع أفراد العينة حسب متغير الخبرة المهنية.



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS.

نلاحظ من الجدول والشكل أعلاه أن أغلب أفراد العينة ذوي خبرة محدودة مدتها أقل من 5 سنوات حيث بلغ عدد الموظفين 24 موظف بنسبة 49%، تليها الفئة من 5 سنوات إلى أقل من 10 سنوات حيث بلغ عدد الموظفين 11 موظف بنسبة 22.4%، تليها الفئة من 10 سنوات إلى أقل من 15 سنة حيث بلغ عدد الموظفين 8 موظفين بنسبة 16.3%، وأخيرا فئة أكثر من 15 سنة خبرة حيث بلغ عدد الموظفين 6 موظفين بنسبة 12.2%، وهذا ما يعني أن أغلب أفراد العينة ذوي خبرة مهنية محدودة.

المطلب الثاني: تحليل عبارات محاور الدراسة

أولاً: عرض وتحليل إجابات أفراد العينة حول محور الأول " ضغوط العمل "

أ- عرض وتحليل إجابات أفراد العينة لعبارات بعد عبء العمل.

الجدول رقم (19): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات بعد عبء العمل.

الرقم	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
1	أشعر بالملل في عملي نتيجة لتكرار نفس المهام	2.95	1.322	متوسطة
2	المهام الموكلة إلي تفوق قدراتي.	2.44	1.225	ضعيفة
3	أضطر أحيانا للعمل لساعات إضافية.	3.34	1.267	متوسطة
	بعد عبء العمل	2.91	0.914	متوسطة

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss.

من خلال الجدول المبين أعلاه يتضح أن النتائج الإحصائية على مستوى العبارات كانت كما يلي:

- **العبرة 1:** لقد حصلت هذه العبرة على متوسط حسابي قيمته 2.95 والذي ينتمي إلى المجال 2.60 إلى 3.40 والذي يدل على درجة متوسطة من الموافقة على هذه العبرة من قبل أفراد العينة، وانحراف معياري قدره 1.322.

- **العبرة 2:** لقد حصلت هذه العبرة على متوسط حسابي قيمته 2.44 والذي ينتمي إلى المجال 1.80 إلى 2.60 والذي يدل على درجة ضعيفة من الموافقة على هذه العبرة من قبل أفراد العينة، وانحراف معياري قدره 1.225.

- **العبرة 3:** لقد حصلت هذه العبرة على متوسط حسابي قيمته 3.34 والذي ينتمي إلى المجال 2.60 إلى 3.40 والذي يدل على درجة متوسطة من الموافقة على هذه العبرة من قبل أفراد العينة، وانحراف معياري قدره 1.267.

ب - عرض وتحليل إجابات أفراد العينة لعبارات بعد صراع الدور
الجدول رقم (20): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات بعد صراع الدور.

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
4	أتلقي تعليمات متناقضة من رئيسي المباشر .	2.38	1.204	ضعيفة
5	أشعر بالضغط بسبب عدم توافق قيم الرؤساء مع مبادئ الخاصة.	2.51	1.120	ضعيفة
6	أعاني من صراع الأدوار بين عملي و حياتي الشخصية.	3.04	1.428	متوسطة
	بعد صراع الدور	2.64	0.853	متوسطة

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss.

من خلال الجدول المبين أعلاه يتضح أن النتائج الإحصائية على مستوى العبارات كانت كما يلي:

- **العبارة 4:** لقد حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 2.38 والذي ينتمي إلى المجال 1.80 إلى 2.60 والذي يدل على درجة ضعيفة من الموافقة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة، وانحراف معياري قدره 1.204.

- **العبارة 5:** لقد حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 2.51 والذي ينتمي إلى المجال 1.80 إلى 2.60 والذي يدل على درجة ضعيفة من الموافقة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة، وانحراف معياري قدره 1.120.

- **العبارة 6:** لقد حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 3.04 والذي ينتمي إلى المجال 2.60 إلى 3.40 والذي يدل على درجة متوسطة من الموافقة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة، وانحراف معياري قدره 1.428.

ت - عرض وتحليل إجابات أفراد العينة لعبارات بعد غموض الدور
الجدول رقم (21): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات بعد غموض الدور.

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
7	أعاني من نقص المعلومات حول المهام الموكلة إلي.	2.40	1.097	ضعيفة
8	مسؤولياتي غير محددة بدقة.	2.67	1.231	متوسطة
9	تتداخل مهامي مع مهام زملائي في العمل.	3.24	1.392	متوسطة
	بعد غموض الدور	2.77	0.861	متوسطة

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS.

من خلال الجدول المبين أعلاه يتضح أن النتائج الإحصائية على مستوى العبارات كانت كما يلي:
- **العبارة 7:** لقد حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 2.40 والذي ينتمي إلى المجال 1.80 إلى 2.60 والذي يدل على درجة ضعيفة من الموافقة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة، وانحراف معياري قدره 1.097.

- **العبارة 8:** لقد حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 2.67 والذي ينتمي إلى المجال 2.60 إلى 3.40 والذي يدل على درجة متوسطة من الموافقة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة، وانحراف معياري قدره 1.231.

- **العبارة 9:** لقد حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 3.24 والذي ينتمي إلى المجال 2.60 إلى 3.40 والذي يدل على درجة متوسطة من الموافقة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة، وانحراف معياري قدره 1.392.

ث - عرض وتحليل إجابات أفراد العينة لعبارات بعد نمط الشخصية
الجدول رقم (22): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات بعد نمط الشخصية.

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
10	أُسرع في تنفيذ عملي.	3.26	1.303	متوسطة
11	أجد صعوبة في التعامل مع الآخرين.	2.36	1.318	ضعيفة
12	أشعر بالكآبة و الإحباط عند تواجدي في عملي.	2.22	1.212	ضعيفة
	بعد نمط الشخصية	2.61	0.881	متوسطة

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS

- من خلال الجدول المبين أعلاه يتضح أن النتائج الإحصائية على مستوى العبارات كانت كما يلي:
- **العبارة 10:** لقد حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 3.26 والذي ينتمي إلى المجال 2.60 إلى 3.40 والذي يدل على درجة متوسطة من الموافقة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة، وبانحراف معياري قدره 1.303.
 - **العبارة 11:** لقد حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 2.36 والذي ينتمي إلى المجال 1.80 إلى 2.60 والذي يدل على درجة ضعيفة من الموافقة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة، وبانحراف معياري قدره 1.318.
 - **العبارة 12:** لقد حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 2.22 والذي ينتمي إلى المجال 1.80 إلى 2.60 والذي يدل على درجة ضعيفة من الموافقة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة، وبانحراف معياري قدره 1.212.
- ج- عرض وتحليل إجابات أفراد العينة لعبارات بعد ظروف العمل.
- الجدول رقم (23): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات بعد ظروف العمل.

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
13	نظام التهوية في مكان العمل غير ملائم.	2.48	1.430	ضعيفة
14	الأدوات والأجهزة التي تستخدمها في عملك غير مناسبة.	2.00	1.136	ضعيفة
15	مستوى الإضاءة في مكان العمل غير مناسب.	2.02	1.198	ضعيفة
	بعد ظروف العمل	2.17	0.913	ضعيفة

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS

- من خلال الجدول المبين أعلاه يتضح أن النتائج الإحصائية على مستوى العبارات كانت كما يلي:
- **العبارة 13:** لقد حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 2.48 والذي ينتمي إلى المجال 1.80 إلى 2.60 والذي يدل على درجة ضعيفة من الموافقة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة، وبانحراف معياري قدره 1.430.
 - **العبارة 14:** لقد حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 2.00 والذي ينتمي إلى المجال 1.80 إلى 2.60 والذي يدل على درجة ضعيفة من الموافقة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة، وبانحراف معياري قدره 1.136.

- العبارة 15: لقد حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 2.02 والذي ينتمي إلى المجال 1.80 إلى 2.60 والذي يدل على درجة ضعيفة من الموافقة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة، وبانحراف معياري قدره 1.198.

ثانياً: عرض وتحليل إجابات أفراد العينة حول محور الثاني " الجودة وفق مراحل تقديم خدمة الإطعام "

أ- عرض وتحليل إجابات أفراد العينة لعبارة المرحلة الأولى.

الجدول رقم (24): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارة المرحلة الأولى.

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
1	أنا في كامل استعدادي النفسي والذهني لاستقبال الزبائن والاهتمام بهم.	4.20	0.644	عالية جدا
2	أحافظ باستمرار على الابتسام و إظهار الود والمحبة في التعامل مع الزبائن.	4.24	0.630	عالية جدا
3	أعامل جميع الزبائن بإيجابية و دون تمييز.	4.22	0.918	عالية جدا
4	أهتم بتلبية كل رغبات الزبائن.	4.26	0.700	عالية جدا
	مرحلة جذب الانتباه و إثارة الاهتمام بالزبائن			

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss.

من خلال الجدول المبين أعلاه يتضح أن النتائج الإحصائية على مستوى العبارات كانت كما يلي:

- العبارة 1: لقد حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 4.20 والذي ينتمي إلى المجال 4.20 إلى 5 والذي يدل على درجة عالية جدا من الموافقة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة، وبانحراف معياري قدره 0.644.

- العبارة 2: لقد حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 4.24 والذي ينتمي إلى المجال 4.20 إلى 5 والذي يدل على درجة عالية جدا من الموافقة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة، وبانحراف معياري قدره 0.630.

- العبارة 3: لقد حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 4.22 والذي ينتمي إلى المجال 4.20 إلى 5 والذي يدل على درجة عالية جدا من الموافقة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة، وبانحراف معياري قدره 0.918.

- **العبارة 4:** لقد حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 4.26 والذي ينتمي إلى المجال 4.20 إلى 5 والذي يدل على درجة عالية جدا من الموافقة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة، وبانحراف معياري قدره 0.700.

ب- عرض وتحليل إجابات أفراد العينة لعبارات المرحلة الثانية.

الجدول رقم (25): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات المرحلة الثانية.

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
5	أنا في كامل استعدادي النفسي والذهني لاستقبال الزبائن والاهتمام بهم.	4.00	0.957	عالية
6	أحافظ باستمرار على الابتسامة و إظهار الود والمحبة في التعامل مع الزبائن.	4.28	0.707	عالية جدا
7	أعامل جميع الزبائن بإيجابية و دون تمييز.	4.14	0.735	عالية
	مرحلة خلق الرغبة لدى الزبائن و تحديد حاجياتهم	4.14	0.589	عالية جدا

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS.

من خلال الجدول المبين أعلاه يتضح أن النتائج الإحصائية على مستوى العبارات كانت كما يلي:

- **العبارة 5:** لقد حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 4.00 والذي ينتمي إلى المجال 3.40 إلى 4.20 والذي يدل على درجة عالية جدا من الموافقة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة، وبانحراف معياري قدره 0.957.

- **العبارة 6:** لقد حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 4.28 والذي ينتمي إلى المجال 4.20 إلى 5 والذي يدل على درجة عالية جدا من الموافقة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة، وبانحراف معياري قدره 0.707.

- **العبارة 7:** لقد حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 4.14 والذي ينتمي إلى المجال 3.40 إلى 4.20 والذي يدل على درجة عالية من الموافقة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة، وبانحراف معياري قدره 0.775.

ت - عرض وتحليل إجابات أفراد العينة لعبارات المرحلة الثالثة.
الجدول رقم (26): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات المرحلة الثالثة.

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
8	أسعى لتقبل انتقادات الزبائن حتى وإن كانت في غير محلها.	3.57	1.154	عالية
9	أتجنب قدر الإمكان النفي المباشر (كلمة لا، لا يوجد، لا أستطيع....الخ) مع الزبون.	3.83	1.027	عالية
10	أتجنب الظهور كالمنتصر في النقاشات عند مناقشتي لآراء الزبون.	3.55	0.936	عالية
	مرحلة إقناع الزبون و معالجة الاعتراضات لديه	3.65	0.781	عالية

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول المبين أعلاه يتضح أن النتائج الإحصائية على مستوى العبارات كانت كما يلي:

- **العبارة 8:** لقد حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 3.57 والذي ينتمي إلى المجال 3.40 إلى 4.20 والذي يدل على درجة عالية من الموافقة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة، وانحراف معياري قدره 1.154.
- **العبارة 9:** لقد حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 3.83 والذي ينتمي إلى المجال 3.40 إلى 4.20 والذي يدل على درجة عالية من الموافقة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة، وانحراف معياري قدره 1.027.
- **العبارة 10:** لقد حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي قيمته 3.55 والذي ينتمي إلى المجال 3.40 إلى 4.20 والذي يدل على درجة عالية من الموافقة على هذه العبارة من قبل أفراد العينة، وانحراف معياري قدره 0.936.

ث - عرض وتحليل إجابات أفراد العينة لعبارات المرحلة الرابعة.
الجدول رقم (27): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لعبارات المرحلة الرابعة

الرقم	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
11	أسعى باستمرار للاهتمام بشكاوي الزبائن.	3.77	1.122	عالية
12	أقبل بصدر رحب جميع الانتقادات والملاحظات المقدمة من طرف الزبائن.	3.75	0.947	عالية
13	يهمني رسم صورة إيجابية عن المطعم لدى الزبائن.	3.44	0.792	عالية
	مرحلة التأكد من استمرارية الزبون بالتعامل مع المطعم	3.99	0.685	عالية

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول المبين أعلاه يتضح أن النتائج الإحصائية على مستوى العبارات كانت كما يلي:

- **العبرة 11:** لقد حصلت هذه العبرة على متوسط حسابي قيمته 3.77 والذي ينتمي إلى المجال 3.40 إلى 4.20 والذي يدل على درجة عالية من الموافقة على هذه العبرة من قبل أفراد العينة، وانحراف معياري قدره 1.122.

- **العبرة 12:** لقد حصلت هذه العبرة على متوسط حسابي قيمته 3.75 والذي ينتمي إلى المجال 3.40 إلى 4.20 والذي يدل على درجة عالية من الموافقة على هذه العبرة من قبل أفراد العينة، وانحراف معياري قدره 0.947.

- **العبرة 13:** لقد حصلت هذه العبرة على متوسط حسابي قيمته 3.44 والذي ينتمي إلى المجال 3.40 إلى 4.20 والذي يدل على درجة عالية من الموافقة على هذه العبرة من قبل أفراد العينة، وانحراف معياري قدره 0.792.

المبحث الثالث: اختبار فرضيات الدراسة

بعد عرض وتحليل البيانات الشخصية وعرض و تحليل القسم الثاني من الإستبانة وتفسير النتائج المتوصل إليها، سيتم بناء على ما سبق اختبار فرضيات الدراسة من خلال مناقشة كل فرضية على حدة، بهدف معرفة درجة الموافقة للإجابة في النهاية على الإشكالية (ما مدى تأثير ضغوط العمل على جودة تقديم خدمة الإطعام في ولاية جيجل) و بلوغ أهداف الدراسة و عليه سيتم اختبار الفرضيات لاستخدام الأساليب الإحصائية المتمثلة في الاختبار T، اختبار التباين الأحادي (ANOVA).

المطلب الأول: اختبار فرضيات المحور الأول

أولاً: اختبار الفرضية الأولى للمحور الأول.

يتعرض موظفو مطاعم ولاية جيجل إلى ضغوط عمل كبيرة.

➤ H0: لا يتعرض موظفو مطاعم ولاية جيجل إلى ضغوط عمل كبيرة.

➤ H1: يتعرض موظفو مطاعم ولاية جيجل إلى ضغوط عمل كبيرة.

الجدول رقم (28): اختبار الفرضية الأولى للمحور الأول.

القرار	القيمة الاحتمالية sig	قيمة T المجدولة	قيمة T المحسوبة	الفرضية
رفض	0.000	1.68	-3.956	يتعرض موظفو مطاعم ولاية جيجل إلى ضغوط عمل كبيرة.
درجة المعنوية المعتمدة $\alpha 0.05$				

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss

نلاحظ من خلال جدول أعلاه أن قيمة T المحسوبة تساوي -3.956 هي أصغر من قيمة T المجدولة والتي تساوي 1.68، وتبعاً لقاعدة القرار فإننا نقبل الفرضية H0 و نرفض الفرضية H1، أي أنه لا يتعرض موظفو مطاعم ولاية جيجل إلى ضغوط عمل.

ثانيا: اختبار الفرضية الثانية للمحور الأول.

يتعرض موظفو مطاعم ولاية جيجل لمختلف مصادر ضغوط العمل.

➤ H0: لا يتعرض موظفو مطاعم ولاية جيجل لمختلف مصادر ضغوط العمل.

➤ H1: يتعرض موظفو مطاعم ولاية جيجل لمختلف مصادر ضغوط العمل.

الجدول رقم (29): اختبار الفرضية الثانية للمحور الأول

القرار	القيمة الاحتمالية sig	قيمة T المجدولة	قيمة T المحسوبة	مصادر ضغوط العمل	الفرضية
قبول	0.535	1.68	-0.625	عبء العمل	يتعرض موظفو مطاعم ولاية جيجل لمختلف مصادر ضغوط عمل.
رفض	0.006	1.68	-2.901	صراع الدور	
قبول	0.074	1.68	-1.824	غموض الدور	
رفض	0.004	1.68	-3.024	نمط الشخصية	
رفض	0.000	1.68	-6.362	ظروف العمل	
درجة المعنوية المعتمدة α 0.05					

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss.

نلاحظ من الجدول القيمة الاحتمالية لمصدر عبء العمل وغموض الدور أكبر من الدرجة المعنوية المعتمدة 0.05 وبتالي نقبل الفرضية H1 أي أن موظفو مطاعم ولاية جيجل يتعرضون لمختلف مصادر ضغوط عمل المتمثلة في عبء العمل وغموض الدور، أما بالنسبة لمصدر صراع الدور ونمط الشخصية وظروف العمل فالقيمة الاحتمالية أصغر من الدرجة المعنوية المعتمدة 0.05 وبتالي نرفض الفرضية H1.

المطلب الثاني: اختبار فرضية المحور الثاني

أولاً: اختبار فرضية المحور الثاني.

تتميز جودة تقديم خدمة الإطعام في ولاية جيجل بجودة عالية.

➤ H0: لا تتميز عملية تقديم خدمة الإطعام في مطاعم ولاية جيجل بجودة عالية.

➤ H1: تتميز جودة تقديم خدمة الإطعام في ولاية جيجل بجودة عالية

الجدول رقم (30): اختبار فرضية المحور الثاني.

القرار	القيمة الاحتمالية sig	قيمة T المجدولة	قيمة T المحسوبة	الفرضية
قبول	0.000	1.68	14.874	تتميز جودة تقديم خدمة الإطعام في ولاية جيجل بجودة عالية
درجة المعنوية المعتمدة $\alpha 0.05$				

لمصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS.

نلاحظ من خلال جدول أعلاه أن قيمة T المحسوبة تساوي 14.874 هي أكبر من قيمة T المجدولة والتي تساوي 1.68، كما أن القيمة الاحتمالية تساوي 0.000 وهي أقل من 0.05 وتبعا لقاعدة القرار فإننا نقبل الفرضية H1 ونرفض الفرضية H0، أي جودة تقديم خدمة الإطعام في ولاية جيجل تتميز بجودة عالية.

المطلب الثالث: اختبار الفرضية الرئيسية.

أولاً: اختبار الفرضية الرئيسية.

تتمثل الفرضية الرئيسية فيما يلي: يوجد تأثير لضغوط العمل على جودة تقديم خدمة الإطعام في ولاية جيجل.

➤ H0: لا يوجد تأثير لضغوط العمل على جودة تقديم خدمة الإطعام في ولاية جيجل.

➤ H1: يوجد تأثير لضغوط العمل على جودة تقديم خدمة الإطعام في ولاية جيجل.

جدول رقم (31): اختبار الفرضية الرئيسية

القرار	مستوى sig	R ²	DDL		F	الفرضية الرئيسية
			Régression	Résidu		
رفض	0.369	0.017	1	47	0.824	يوجد تأثير لضغوط العمل على جودة تقديم خدمة الإطعام في ولاية جيجل.
مستوى المعنوية α 0.05						

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمة F تساوي 0.824 وهي أصغر من F المجدولة والتي تساوي 2.81، كما أن القيمة الاحتمالية تساوي 0.369 وهي أكبر من 0.05 بمعنى أن نموذج الانحدار غير صالح لتفسير العلاقة بين ضغوط العمل و جودة تقديم خدمة الإطعام حيث قدرت القدرة التفسيرية للنموذج بما يقارب 1.7%، وبالتالي نقبل الفرضية H0 و نرفض الفرضية H1 أي لا يوجد تأثير لضغوط العمل على جودة تقديم خدمة الإطعام في ولاية جيجل وقد يكون السبب راجع إلى تحيز العمال للإجابة على أسئلة الاستبيان.

ثانيا: اختبار الفرضية الفرعية الأولى للفرضية الرئيسية

تؤثر جميع مصادر ضغوط العمل و بنسب متقاربة على جودة تقديم خدمة الإطعام في ولاية جيجل.

➤ H0: لا تؤثر مصادر ضغوط العمل و بنسب متقاربة على جودة تقديم خدمة الإطعام في ولاية جيجل.

➤ H1: تؤثر مصادر ضغوط العمل و بنسب متقاربة على جودة تقديم خدمة الإطعام في ولاية جيجل.

الجدول رقم (32): اختبار الفرضية الفرعية الأولى للفرضية الرئيسية

القرار	القيمة الاحتمالية sig	قيمة T المجدولة	قيمة T المحسوبة	مصادر ضغوط العمل	الفرضية
رفض	0.145	2.01	-1.485	عبء العمل	تؤثر مصادر ضغوط العمل وينسب متقاربة على جودة تقديم خدمة الإطعام في ولاية جيجل
رفض	0.211	2.01	1.271	صراع الدور	
رفض	0.282	2.01	1.089	غموض الدور	
رفض	0.942	2.01	-0.073	نمط الشخصية	
قبول	0.006	2.01	-2.867	ظروف العمل	
درجة المعنوية المعتمدة α 0.05					

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات SPSS.

نلاحظ من الجدول أعلاه أن القيمة المطلقة ل T المحسوبة أصغر من قيمة T المجدولة و القيم الاحتمالية Sig أكبر من درجة المعنوية المعتمدة 0.05 وبالتالي قبول الفرضية H0 ورفض الفرضية H1 أي أن مصادر ضغوط العمل عبء العمل و صراع الدور وغموض الدور ونمط الشخصية لا تؤثر على جودة تقديم خدمة الإطعام في ولاية جيجل ماعدا مصدر ظروف العمل حيث لاحظنا أن القيمة المطلقة ل T المحسوبة تساوي 2.867 وهي أكبر من T الجدولية التي تساوي 2.01 والقيمة الاحتمالية تساوي 0.006 وهي أكبر من درجة المعنوية المعتمدة 0.05 وبالتالي قبول الفرضية H1 و رفض الفرضية H1 ومن خلال معامل ظروف العمل في معادلة الانحدار الخطي والذي يساوي -0.234 نلاحظ أنه كلما ارتفعت ضغوط العمل التي مصدرها ظروف العمل بوحدة واحدة انخفضت جودة تقديم الخدمة ب 0.234 وهذا دليل على أن الموظفين بمطاعم ولاية جيجل يحرصون على تقديم الخدمة بمستوى عالي من الجودة رغم عبء العمل الكثير أي أنهم لديهم القدرة على التأقلم مع هذا العبء ويعتبرونه شيء عادي من متطلبات الوظيفة، ويمكن تفسير عدم تأثير صراع الدور وغموض الدور ونمط الشخصية على جودة تقديم خدمة الإطعام بولاية جيجل بأن الموظفين لديهم القدرة على ترتيب عملهم حسب الأولويات ويستطيعون تنظيم وظيفتهم بالشكل الذي يسمح لهم بتقديم خدمة جيدة.

ثالثا: اختبار الفرضية الفرعية الثانية للفرضية الرئيسية

تتأثر جميع مراحل تقديم الخدمة في مطاعم ولاية جيجل بمختلف مصادر ضغوط العمل.

➤ H0: لا تتأثر جميع مراحل تقديم الخدمة في مطاعم ولاية جيجل بمختلف مصادر ضغوط العمل.

➤ H1: تتأثر جميع مراحل تقديم الخدمة في مطاعم ولاية جيجل بمختلف مصادر ضغوط العمل

الجدول رقم (33): اختبار الفرضية الفرعية الثانية للفرضية الرئيسية

القرار	القيمة الاحتمالية sig	قيمة T المجدولة	قيمة T المحسوبة	مصادر ضغوط العمل	مراحل تقديم الخدمة	الفرضية
رفض	0.505	2.01	-0.672	عبء العمل	جذب الانتباه واثارة الاهتمام بالزبائن	تتأثر جميع مراحل تقديم الخدمة في مطاعم ولاية جيجل بمختلف مصادر ضغوط العمل.
رفض	0.373	2.01	0.901	صراع الدور		
رفض	0.776	2.01	-0.287	غموض الدور		
رفض	0.287	2.01	1.079	نمط الشخصية		
قبول	0.002	2.01	-3.326	ظروف العمل		
رفض	0.271	2.01	-1.114	عبء العمل	خلق الرغبة لدى الزبائن وتحديد حاجياتهم	
رفض	0.910	2.01	-0.114	صراع الدور		
رفض	0.408	2.01	0.836	غموض الدور		
رفض	0.668	2.01	0.432	نمط الشخصية		
قبول	0.003	2.01	-3.180	ظروف العمل		
قبول	0.021	2.01	-2.392	عبء العمل	إقناع الزبون ومعالجة الاعتراضات لديه	
قبول	0.034	2.01	2.190	صراع الدور		
رفض	0.331	2.01	0.984	غموض الدور		
رفض	0.559	2.01	-0.589	نمط الشخصية		
رفض	0.553	2.01	-0.599	ظروف العمل		
رفض	0.976	2.01	-0.030	عبء العمل	التأكد من استمرارية الزبون بالتعامل مع المطعم	
رفض	0.697	2.01	0.392	صراع الدور		
رفض	0.102	2.01	1.670	غموض الدور		
رفض	0.318	2.01	-1.010	نمط الشخصية		
رفض	0.109	2.01	-1.638	ظروف العمل		

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss

نلاحظ من الجدول أعلاه أن القيمة المطلقة ل T المحسوبة لمرحلتين "جدب الانتباه وإثارة الاهتمام بالزيائن وخلق الرغبة لدى الزيائن و تحديد حاجياتهم" أصغر من T الجدولية و القيمة الاحتمالية Sig أكبر من الدرجة المعنوية المعتمدة 0.05 وبالتالي قبول الفرضية H_0 و رفض الفرضية H_1 أي أنا المرحلتين لا تتأثران بجميع مصادر ضغوط العمل ماعدا مصدر ضغوط العمل حيث لاحظنا أن القيمة المطلقة ل T المحسوبة أكبر من T الجدولية والقيمة الاحتمالية Sig أكبر من الدرجة المعنوية المعتمدة 0.05.

أما بالنسبة لمرحلة إقناع الزيون ومعالجة الاعتراضات لديه نلاحظ أن القيمة المطلقة ل T المحسوبة أصغر من T الجدولية والقيمة الاحتمالية Sig أكبر من الدرجة المعنوية المعتمدة 0.05 وبالتالي قبول الفرضية H_0 ورفض الفرضية H_1 أي أنا المرحلة لا تتأثر بجميع مصادر ضغوط العمل ماعدا مصدري عبء العمل وصراع الدور حيث لاحظنا أن القيمة المطلقة ل T المحسوبة أكبر من T الجدولية والقيمة الاحتمالية Sig أكبر من الدرجة المعنوية المعتمدة 0.05.

أما بالنسبة لمرحلة التأكد من استمرارية الزيون بالتعامل مع المطعم نلاحظ أن القيمة المطلقة ل T المحسوبة أصغر من T الجدولية والقيمة الاحتمالية Sig أكبر من الدرجة المعنوية المعتمدة 0.05 وبالتالي قبول الفرضية H_0 و رفض الفرضية H_1 أي أنا المرحلة لا تتأثر بجميع مصادر ضغوط العمل.

خلاصة:

من خلال الدراسة الميدانية بمطاعم ولاية جيجل، فإنه تم محاولة الربط بين المتغير المستقل لضغوط العمل، والمتغير التابع جودة تقديم خدمة الإطعام، والذي مكن من الإطلاع على واقع ضغوط العمل التي يتعرض لها العمال في هذه المطاعم، إذ يتبين من خلال عرض البيانات الميدانية وتحليلها باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS، أن مستوى جودة تقديم خدمة الإطعام في ولاية جيجل كان مرتفع وبالتالي لا يوجد تأثير كبير لضغوط العمل على جودة تقديم خدمة الإطعام.

خاتمة

من خلال هاته الدراسة لاحظنا أن العامل بالمطعم عموماً ومقدم الخدمة خصوصاً يلعب دوراً هاماً، إذ يعد حجر الزاوية فيه، وذلك من خلال الدور البارز والأهمية التي تتجلى في المهام المستندة إليه، والأدوار التي يؤديها، كما رأينا أن هذا العامل قد تواجهه جملة من المؤثرات والضغوط سواء كانت ايجابية أو سلبية والتي تؤدي إلى الرفع أو الخفض من مستوى أداءه مما ينعكس على جودة خدمة الإطعام المقدمة من طرفه. ومن خلال تطرقنا لبعض جوانب موضوع ضغوط العمل في المطاعم محل الدراسة بولاية جيجل، ومدى تأثيرها على العمل الذي يقوم به العمال والعاملات، وبالاعتماد على بعض المتغيرات التي تتمثل أساساً، في غموض الدور وصراعه، عبء العمل، وتأثيرها على جودة تقديم خدمة الإطعام المقدمة، خلصنا إلى النتائج التالية:

أولاً: نتائج الدراسة

توصلت هذه الدراسة إلى العديد من النتائج النظرية والتطبيقية، إذ تتمثل أهم النتائج النظرية في الآتي:

- ضغوط العمل هي مجموعة من التفاعلات بين مقدم الخدمة وبيئته التي تؤدي إلى حالة وجدانية غير سارة، كحالات التوتر والقلق التي يشعر بها مقدم الخدمة نتيجة الصعوبات والمعوقات التي تواجهه؛
- هناك عدة أنواع للضغوط حسب معايير أساسية متمثلة في: معيار الأثر، معيار الشدة، معيار المصدر؛
- تختلف مصادر ضغوط العمل من مصادر متعلقة بالعمل ذاته (ظروف العمل، غموض الدور، صراع الدور، عبء العمل) إلى مصادر متعلقة بشخصية الفرد (نمط الشخصية، الجنس، الحالة النفسية والبدنية، الأحداث الشخصية، تعارض قيم الفرد مع قيم المنظمة)؛
- يترتب عن ضغوط العمل التي يتعرض لها الفرد آثار سلبية وأخرى ايجابية، وهذا حسب درجة ونوعية الضغوط التي يتعرض لها؛
- تعد جودة الخدمة السياحية ومنها خدمة الإطعام أمراً ضرورياً فهي التي تعكس سمعة المؤسسة وربحياتها، ودرجة ثقة الزبائن بها؛
- تمر عملية تقديم خدمة الإطعام في المؤسسات السياحية بمجموعة من المراحل المتمثلة في (جذب الانتباه وإثارة الاهتمام بالزبائن، خلق الرغبة لدى الزبائن وتحديد حاجياتهم، إقناع الزبائن ومعالجة الاعتراضات لديهم، التأكد من استمرارية الزبائن بالتعامل مع المؤسسة)؛

- تؤثر مصادر ضغوط العمل على مختلف مراحل تقديم خدمة الإطعام بالمؤسسات السياحية.

ثانياً: النتائج التطبيقية

ولقد توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج التطبيقية التي اتضحت من خلال تحليل البيانات التي تم جمعها من عينة الدراسة، وفيما يلي عرض ملخص لأهم هذه النتائج:

- ✓ تبين أن مستوى ضغوط العمل بالمؤسسات السياحية بولاية جيجل متوسط وذلك بمتوسط حسابي 2.62، وهو مؤشر يقع في الفئة الوسطى من مقياس ليكرت الخماسي؛
- ✓ يتعرض العمال بمطاعم المؤسسات السياحية بولاية جيجل إلى ضغوط عمل ناتجة عن عبء عمل وغموض الدور بدرجة متوسطة وذلك لأن المتوسط الحسابي كان على التوالي 2.91 و 2.77، وهو مؤشر يقع في الفئة المتوسطة من مقياس ليكرت الخماسي؛
- ✓ تتميز جودة تقديم خدمة الإطعام في ولاية جيجل بجودة عالية، وذلك بمتوسط حسابي 4.02، وهو مؤشر يقع في الفئة العالية من مقياس ليكرت الخماسي.

نتائج اختبار فرضيات الدراسة:

- نتائج اختبار فرضيات المحور الأول:

- ✓ أظهرت نتائج الدراسة الميدانية أنه لا يتعرض موظفو مطاعم ولاية جيجل إلى ضغوط عمل كبيرة من وجهة نظر مفردات عينة الدراسة وبالتالي رفض الفرضية الأولى الخاصة بالمحور الأول؛
- ✓ أظهرت نتائج الدراسة الميدانية أنه لا يتعرض موظفو مطاعم ولاية جيجل لمختلف مصادر ضغوط عمل من وجهة نظر مفردات عينة الدراسة وبالتالي رفض الفرضية الثانية الخاصة بالمحور الأول ماعدا مصدري عبء العمل وغموض الدور فهما المصدران اللذان يتعرض لهما موظفو مطاعم ولاية جيجل؛

- نتائج اختبار فرضية المحور الثاني:

- ✓ أظهرت نتائج الدراسة الميدانية أن جودة تقديم خدمة الإطعام في ولاية جيجل تتميز بجودة عالية من وجهة نظر مفردات عينة الدراسة وبالتالي قبول الفرضية الخاصة بالمحور الثاني؛
- نتائج اختبار الفرضية الرئيسية:
- ✓ أظهرت نتائج الدراسة الميدانية عدم وجود تأثير لضغوط العمل على جودة تقديم خدمة الإطعام في ولاية جيجل من وجهة نظر مفردات عينة الدراسة وبالتالي رفض الفرضية الرئيسية؛

✓ أظهرت نتائج الدراسة الميدانية أنه لا تؤثر جميع مصادر ضغوط العمل و بنسب متقاربة على جودة تقديم خدمة الإطعام في ولاية جيجل من وجهة نظر مفردات عينة الدراسة وبالتالي رفض الفرضية الفرعية الأولى للفرضية الرئيسية ماعدا مصدر ظروف العمل فهو يؤثر على جودة تقديم خدمة الإطعام في ولاية جيجل؛

✓ أظهرت نتائج الدراسة الميدانية أنه لا تتأثر مرحلتي جذب الانتباه وإثارة الاهتمام بالزبائن وخلق الرغبة لدى الزبائن وتحديد حاجياتهم بجميع مصادر ضغوط العمل من وجهة نظر مفردات عينة الدراسة وبالتالي رفض الفرضية الفرعية الثانية للفرضية الرئيسية ماعدا مصدر ظروف العمل فهو يؤثر على هاتين المرحلتين، كما أظهرت نتائج الدراسة الميدانية أنه لا تتأثر مرحلة إقناع الزبون ومعالجة الاعتراضات لديه بجميع مصادر ضغوط العمل من وجهة نظر مفردات عينة الدراسة ماعدا مصدري عبء العمل و صراع الدور فهما يؤثران في هذه المرحلة، كذلك أظهرت نتائج الدراسة الميدانية أنه لا تتأثر مرحلة التأكد من استمرارية الزبون بالتعامل مع المطعم بجميع مصادر ضغوط العمل من وجهة نظر مفردات عينة الدراسة.

ثالثا: الاقتراحات

في ضوء مراجعة الإطار النظري للدراسة، والنتائج التي أسفرت عليها الدراسة الميدانية يمكن تقديم الاقتراحات التالية:

✓ الاهتمام بدراسة مصادر ضغوط العمل التي يعاني منها العاملون المتمثلة في ظروف العمل وصراع الدور وعبء العمل؛

✓ الاهتمام بتحسين ظروف العمل بالمطاعم، حيث أكد أفراد عينة الدراسة على وجود ظروف عمل غير مناسبة من حيث التهوية، الإضاءة؛

✓ إيضاح المهام لكل وظيفة على حدى وشرحها للعاملين بدقة، حيث أثبتت الدراسة الميدانية أن مسؤوليات العمال في المطاعم غير محددة بدقة؛

✓ يجب على المسؤولين في المطاعم توفير المعلومات اللازمة للعمال من أجل أداء عملهم على أكمل وجه، حيث أثبتت الدراسة الميدانية أن العمال يعانون من نقص المعلومات اللازمة لأداء عملهم؛

✓ محاولة التوفيق بين القيم السائدة في المطاعم و مبادئ العمال، حيث أثبتت الدراسة الميدانية أن العمال يشعرون بالضغط في المطاعم بسبب عدم توافق القيم السائدة مع مبادئهم الخاصة؛

✓ يجب على المسؤولين في المطاعم أن يحاولوا توفير مناخ اجتماعي ونفسي وتنظيمي يقلل من الضغوط والتوتر.

رابعاً: أفاق الدراسة

بعد التوصل إلى أهم النتائج واقتراح بعض التوصيات حول موضوع الدراسة، تقتضي المنهجية العلمية أن تفتح كل دراسة أكاديمية باب البحث العلمي المستمر، وحرصاً على ذلك يمكن تقديم بعض المواضيع التي قد تكون أفاقاً للدراسات المستقبلية:

- ✓ أثر ضغوط العمل على أداء العمال "دراسة حالة الفنادق
- ✓ أثر بعض المتغيرات الداخلية على مستوى ضغط العمل لدى العمال في الوكالات السياحية
- ✓ أثر جودة الخدمة السياحية على التنمية السياحية المستدامة

قائمة المراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية

أ - الكتب

- 1- أحمد ماهر، السلوك التنظيمي، مدخل بناء المهارات، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2003.
- 2- أحمد ماهر، السلوك التنظيمي، الطبعة الثامنة، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2002.
- 3- بدون مؤلف، خدمة المطاعم-281 2 ضيف تخصص خدمة الطعام " الضيافة"، الإدارة العامة لتصميم و تطوير المناهج، المملكة العربية السعودية، 1429هـ.
- 4- حسن حريم، سلوك التنظيمي سلوك الأفراد و الجماعات في منظمات الأعمال، دار ومكتبة الحامد، 2004.
- 5- حسن راوية، السلوك في المنظمات، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2000.
- 6- حميد الطائي، بشير العلاق، إدارة عمليات الخدمة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2009.
- 7- حميد عبد النبي الطائي، مدخل إلى إدارة الفنادق، الطبعة الأولى، دار الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2006.
- 8- خيضر كاظم حمود، إدارة الجودة و خدمة العملاء، الطبعة الثانية، دار المسيرة للنشر و التوزيع، عمان 2007.
- 9- زاهد محمد ديري، السلوك التنظيمي، دار المسيرة لنشر والتوزيع، عمان، 2011.
- 10- سامر جلدة، السلوك التنظيمي والنظريات الإدارية الحديثة، دار أسامة لنشر والتوزيع، عمان، 2009.
- 11- سليمان زيدان، إدارة الجودة الشاملة - الفلسفة ومداخل العمل - دار المناهج للنشر والتوزيع، جزء الأول، عمان الأردن، 2010.
- 12- سوسن شاكر، محمد عواد زيادات، إدارة الجودة الشاملة، الطبعة الأولى، دار الصفاء، عمان، 2007.
- 13- الصديق محمد العفيفي، أحمد إبراهيم عبد الهادي، السلوك التنظيمي، دراسة من التحليل السلوكي للبيروقراطية المصرية، الطبعة العاشرة، مكتبة عين شمس لنشر، القاهرة، 2003.
- 14- طارق طه، السلوك التنظيمي في بيئة العولمة والانترنت، دار الجامعة الجديدة، إسكندرية، 2007.

- 15- عمر وصفي عقيلي، إدارة الموارد البشرية المعاصرة، بعد إستراتيجية، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2005.
- 16- عواطف إبراهيم الحداد، إدارة الجودة الشاملة، الطبعة الأولى، دار الفكر للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
- 17- فاروق عبدو فليته، السيد محمد عبد المجيد، السلوك التنظيمي في إدارة المؤسسات التعليمية، الطبعة الثانية، دار الميسرة، عمان، 2009.
- 18- قاسم نايف علوان المحياوي، إدارة الجودة في الخدمات، الطبعة الأولى، دار الشروق، عمان، 2006.
- 19- محمد إسماعيل بلال، السلوك التنظيمي، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2008.
- 20- محمد الصرفي، السلوك الإداري: العلاقات الإنسانية، الطبعة الأولى، دار الوفاء، الإسكندرية، 2007.
- 21- محمد الصرفي، الضغوط و القلق الإداريين، مؤسسة حورس الدولية للنشر، الإسكندرية، 2007.
- 22- محمد خميس الزوكة، صناعة السياحة في المنظور الجغرافي، الطبعة الأولى، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2005.
- 23- محمد سلمان العميان، السلوك التنظيمي في منظمات الأعمال، الطبعة الثانية، دار وائل، عمان، 2004.
- 24- محمد عبد العال وآخرون، إدارة الجودة المعاصرة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
- 25- محمد عبد الوهاب الفراوي، إدارة الجودة الشاملة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2005.
- 26- محمود سلمان العميان، السلوك التنظيمي، الطبعة الثانية، دار وائل لنشر والتوزيع، عمان، 2004.
- 27- مروان السكر، مختارات من الاقتصاد السياحي، الطبعة الأولى، دار المجدلاوي، عمان، 1999.
- 28- معن محمود عياصرة، مروان محمد بني أحمد، إدارة الصراع والأزمات وضغوط العمل والتغيير، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
- 29- مؤمن سليمان الدرادكة، طارق شبلي، الجودة في المنظمات الحديثة، دار صفاء، عمان، 2002.
- 30- هباس رجاء الحربي، التسويق السياحي في المنشآت السياحية، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2012.

ب: المذكرات

- 1- خميسي بسمة، ضغوط العمل وعلاقتها بحوادث العمل لدى عمال التنفيذ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، تخصص تنظيم وعمل، جامعة جيجل، 2015/2014.
- 2- شفيق شاطر، أثر ضغوط العمل على الرضا الوظيفي للموارد البشرية بالمؤسسة الصناعية، دراسة ميدانية بمؤسسة إنتاج الكهرباء - سونلغاز جيجل - مذكرة مقدمة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في علوم التسيير، جامعة أحمد بوقرة بومرداس 2009 - 2010.
- 3- قراري حنان، الضغط المهني وعلاقته بدافعية الإنجاز لدى أطباء الصحة العمومية، مذكرة ماجستير في علم النفس، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014.
- 4- محمدي وافية، دور الترويج في ترقية الخدمات السياحية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير، تخصص إدارة وتسويق خدمات، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2011-2012.
- 5- ميسون سليم السقا، أثر ضغوط العمل على عملية اتخاذ القرارات، مذكرة ماجستير في إدارة الأعمال، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية، غزة، 2009.
- 6- هدى ميمون، زهية بوغريغزة، بسمة بونبيرات، أثر ضغوط العمل على الرضا الوظيفي، دراسة حالة مؤسسة ميناء جن جن - أشواط جيجل - مذكرة مكملة لنيل شهادة ليسانس في علوم تسيير، تخصص تسيير المؤسسات، جامعة جيجل، سنة 2013 / 2014.

ج: المجلات

- 1- أحمد بن عياشي، إدارة الجودة الشاملة في المؤسسة الخدمية، مجلة الباحث، جامعة ورقلة، العدد 04، 2006.
- 2- إلهام يحيوي، ليلي بوحديد، تقييم جودة الخدمات السياحية بالوكالات السياحية و مستوى رضا الزبائن عنها، دراسة حالة مجلة المعيار، مجلد التاسع، العدد الثاني، 2018.
- 3- نادية بوشاشي، منير، جودة الخدمة السياحية وأثارها على تعزيز ولاء السائح مع دراسة حالة ميدانية لكيفية تقديم الخدمة السياحية لمنطقة الشلف، المجلة الأكاديمية لدراسات الاجتماعية وإنسانية، قسم العلوم الاقتصادية والقانونية، العدد 18، جوان 2017.

د: الملتقيات

- 1- بوزاهر صونية وآخرون، تقييم جودة الخدمة السياحية من وجهة نظر الزبون، الملتقى الدولي حول اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، أيام 10/09 مارس 2010.
- 2- حسن صادق حسن عبد الله، دراسة بحثية ندوة ضغوط العمل والصراعات و ورشة عمل التعامل مع ضغوط العمل، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 2006.
- 3- السبتى جريبي، ناصر بوعزيز، التسويق الداخلي كمدخل لإدارة الموارد البشرية من أجل تحسين جودة الخدمات السياحية والفندقية، الملتقى الوطني حول السياحة والتسويق السياحي في الجزائر، الإمكانيات والتحديات التنافسية، جامعة قالمة، الجزائر 27-28 أكتوبر 2009.
- 4- فوزي شعبان مذكور، دراسة بحثية " ندوة ضغوط العمل والصراعات وورشة عمل التعامل مع ضغوط العمل"، المنظمة العربية للتنمية المحلية، مصر، 2006.

ه: المواقع الإلكترونية

- 1- www.dee3arabi.com 21:00 h 2021/04/12
- 2- <http://najaftin.edu.iq>¹20:37 h 2021 /04/13

ثانيا: المراجع باللغة الفرنسية

- 1- Philip Kolter et Bernard du bois, Marketing management, Public-union 10emeédition, paris, 2000.

الملاحق

الملحق رقم (01): استبانة الدراسة

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة جيجل

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

السنة الثانية ماستر

التسويق السياحي الفندقي

استبيان الدراسة

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته.....،

يسرنا أن نضع بين أيديكم هذا الاستبيان الذي صمم لجمع المعلومات اللازمة لدراسة التي نقوم بإعدادها المعنونة ب" تأثير ضغوط العمل على جودة تقديم خدمة الإطعام في المؤسسات السياحية - دراسة حالة مجموعة من مطاعم ولاية جيجل"، و ذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على شهادة الماستر في العلوم التجارية، نأمل منكم التكرم بإجابة على أسئلة الاستبيان بدقة، حيث أن صحة النتائج تعتمد بدرجة كبيرة على صحة إجاباتكم، لذلك نطلب منكم أن تولوا هذا الاستبيان اهتمامكم، فمشاركتمكم ضرورية و رأيكم عامل أساسي من عوامل نجاحها و نحيطكم علماً أن جميع إجاباتكم لن تستخدم إلا في أغراض البحث العلمي فقط.

شاكرين لكم حسن تعاونكم

وتفضلوا بقبول فائق التقدير والاحترام

أستاذ المشرف:

بولحية أعمار.

الطالبتين:

❖ زعيون مريم

❖ بوركوة كريمة

الجزء الأول: البيانات الشخصية

أرجو تعبئة البيانات التالية بوضع إشارة (X) في الخانة المناسبة لكم.

- 1- الجنس: ذكر أنثى
- 2- العمر: أقل من 25 سنة من 25 سنة إلى أقل من 30 سنة من 30 سنة إلى أقل من 35 سنة من 35 سنة إلى أقل من 40 سنة أكثر من 40 سنة
- 3- الدخل الشهري: أقل من 20000 دج من 20000 دج إلى أقل من 40000 دج من 40000 دج إلى أقل من 60000 دج أكثر من 60000 دج
- 4- المستوى التعليمي: ابتدائي متوسط ثانوي جامعي
- 5- مستوى الخبرة المهنية: أقل من 5 سنوات من 5 سنوات إلى أقل من 10 سنوات من 10 سنوات إلى أقل من 15 سنة أكثر من 15 سنة

الجزء الثاني: ضغوط العمل

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	العبارة	مصادر ضغوط العمل	الرقم
					أشعر بالملل في عملي نتيجة لتكرار نفس المهام	جاء العمل	1
					المهام الموكلة إلي تفوق قدراتي.		2
					أضطر أحيانا للعمل لساعات إضافية.		3
					أتلقي تعليمات متناقضة من رئيسي المباشر.	صراع دور	4
					أشعر بالضغط بسبب عدم توافق قيم الرؤساء مع مبادئ الخاصة.		5
					أعاني من صراع الأدوار بين عملي و حياتي الشخصية.		6
					أعاني من نقص المعلومات حول المهام الموكلة إلي.	غموض الدور	7
					مسؤولياتي غير محددة بدقة.		8
					تتداخل مهامي مع مهام زملائي في العمل.		9
					أتسرع في تنفيذ عملي.	نمط الشخصية	10
					أجد صعوبة في التعامل مع الآخرين.		11
					أشعر بالكآبة و الإحباط عند تواجدي في عملي.		12
					نظام التهوية في مكان العمل غير ملائم.	ظروف العمل	13
					الأدوات والأجهزة التي تستخدمها في عملي غير مناسبة.		14
					مستوى الإضاءة في مكان العمل غير مناسب.		15

الجزء الثالث: الجودة وفق مراحل تقديم خدمة الإطعام

الرقم	مراحل تقديم الخدمة	العبارة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
1	جذب الانتباه و إثارة الاهتمام بالزبائن	أنا في كامل استعدادي النفسي والذهني لاستقبال الزبائن والاهتمام بهم.					
2		أحافظ باستمرار على الابتسامة وإظهار الود والمحبة في التعامل مع الزبائن.					
3		أعامل جميع الزبائن بإيجابية ودون تمييز.					
4		أهتم بتلبية كل رغبات الزبائن.					
5	خلق الرغبة لدى الزبائن و حاجياتهم	أسعى باستمرار لإبراز مزايا وأنواع الطعام المقدم للزبائن.					
6		أصغي باهتمام كبير لجميع استفسارات الزبون حول خدمات الإطعام المتوفرة.					
7		أخذ بعين الاعتبار جميع اقتراحات الزبائن حول تحسين نوعية خدمة الإطعام.					
8	إقناع الزبون و معالجة الاعتراضات لديه	أسعى لتقبل انتقادات الزبائن حتى وإن كانت في غير محلها.					
9		أتجنب قدر الإمكان النفي المباشر (كلمة لا، لا يوجد، لا أستطيع....الخ) مع الزبون.					
10		أتجنب الظهور كالمنتصر في النقاشات عند مناقشتي لآراء الزبون.					

					أسعى باستمرار للاهتمام بشكاوي الزبائن.	التأكد من استمرارية الزبون بالتعامل مع المطعم	11
					أقبل بصدر رحب جميع الانتقادات والملاحظات المقدمة من طرف الزبائن.		12
					يهمني رسم صورة إيجابية عن المطعم لدى الزبائن.		13

الملحق رقم (02): قائمة بأسماء الأساتذة المحكمين.

الكلية	اسم الأستاذ	الرقم
كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير	بوالملح منيرة	1
	ملواح هدى	2
	بولعسل سامية	3
	حمودة سامي	4

الملحق رقم (03): صدق الاتساق الداخلي لأبعاد محور ضغوط العمل

- صدق الاتساق الداخلي لعبارات بعد عبء العمل

- صدق الاتساق الداخلي لعبارات بعد صراع الدور

		العمل_عبء	في بالملل أشعر لنتكرار نتيجة عملي المهام نفس	إلي الموكلة المهام قدراتي تفوق	للعمل أحيانا أضطر إضافية لساعات
العمل_عبء	Corrélacion de Pearson Sig. (bilatérale) N	1 49	,744** ,000 49	,771** ,000 49	,642** ,000 49
لنتكرار نتيجة عملي في بالملل أشعر المهام نفس	Corrélacion de Pearson Sig. (bilatérale) N	,744** ,000 49	1 ,000 49	,436** ,002 49	,145 ,319 49
قدراتي تفوق إلي الموكلة المهام	Corrélacion de Pearson Sig. (bilatérale) N	,771** ,000 49	,436** ,002 49	1 ,002 49	,246 ,088 49
إضافية لساعات للعمل أحيانا أضطر	Corrélacion de Pearson Sig. (bilatérale) N	,642** ,000 49	,145 ,319 49	,246 ,088 49	1 ,088 49

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

		تعليمات أتلقى من متناقضة المباشر رئيسي	بالضغط أشعر توافق عدم بسبب مع الرؤساء قيم الخاصة مبادئ	صراع من أعاني عملي بين الأدوار الشخصية حياتي و	صراع الدور
من متناقضة تعليمات أتلقى المباشر رئيسي	Corrélacion de Pearson Sig. (bilatérale) N	1 49	,221 49	,160 49	,656** 49
توافق عدم بسبب بالضغط أشعر الخاصة مبادئ مع الرؤساء قيم	Corrélacion de Pearson Sig. (bilatérale) N	,221 49	1 49	,208 49	,657** 49
بين الأدوار صراع من أعاني الشخصية حياتي و عملي	Corrélacion de Pearson Sig. (bilatérale) N	,160 49	,208 49	1 49	,724** 49
الدور_صراع	Corrélacion de Pearson Sig. (bilatérale) N	,656** 49	,657** 49	,724** 49	1 49

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

- صدق الاتساق الداخلي لعبارات بعد غموض الدور

Corrélations

		الدور_غموض	نقص من أعاني المهام حول المعلومات إلى الموكلة	محددة غير مسؤولياتي بدقة	مهام مع مهماتي تتداخل العمل في زملائي
الدور_غموض	Corrélacion de Pearson Sig. (bilatérale) N	1 49	,569** 49	,761** 49	,736** 49
المهام حول المعلومات نقص من أعاني إلى الموكلة	Corrélacion de Pearson Sig. (bilatérale) N	,569** 49	1 49	,224 49	,070 49
بدقة محددة غير مسؤولياتي	Corrélacion de Pearson Sig. (bilatérale) N	,761** 49	,224 49	1 49	,351* 49

العمل في زملائي مهام مع مهامي تتداخل	Corrélation de Pearson	,736**	,070	,351*	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,635	,013	
	N	49	49	49	49

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

* . La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

- صدق الاتساق الداخلي لعبارات بعد نمط الشخصية

Corrélations

		الشخصية_نمط	عملي تنفيذ في أتسرع	التعامل في صعوبة أجد الأخرين مع	الإحباط و بالكآبة أشعر عملي في تواجدي عند
الشخصية_نمط	Corrélation de Pearson	1	,621**	,696**	,757**
	Sig. (bilatérale)		,000	,000	,000
	N	49	49	49	49
عملي تنفيذ في أتسرع	Corrélation de Pearson	,621**	1	,051	,225
	Sig. (bilatérale)	,000		,727	,120
	N	49	49	49	49
الأخرين مع التعامل في صعوبة أجد	Corrélation de Pearson	,696**	,051	1	,378**
	Sig. (bilatérale)	,000	,727		,007
	N	49	49	49	49
في تواجدي عند الإحباط و بالكآبة أشعر عملي	Corrélation de Pearson	,757**	,225	,378**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,120	,007	
	N	49	49	49	49

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

- صدق الاتساق الداخلي لعبارات بعد ظروف العمل

Corrélations

		العمل_ظروف	مكان في التهوية نظام ملائم غير العمل	التي الأجهزة و الأدوات غير عمالك في تستخدمها مناسبة	في الإضاءة مستوى مناسب غير العمل مكان
العمل_ظروف	Corrélation de Pearson	1	,732**	,662**	,783**
	Sig. (bilatérale)		,000	,000	,000
	N	49	49	49	49
ملائم غير العمل مكان في التهوية نظام	Corrélation de Pearson	,732**	1	,141	,346*
	Sig. (bilatérale)	,000		,334	,015
	N	49	49	49	49
في تستخدمها التي الأجهزة و الأدوات مناسبة غير عمالك	Corrélation de Pearson	,662**	,141	1	,398**
	Sig. (bilatérale)	,000	,334		,005
	N	49	49	49	49
غير العمل مكان في الإضاءة مستوى مناسب	Corrélation de Pearson	,783**	,346*	,398**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,015	,005	
	N	49	49	49	49

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

* . La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

الملحق رقم (04): صدق الاتساق الداخلي لأبعاد محور الجودة وفق مراحل تقديم خدمة الإطعام

- صدق الاتساق الداخلي لعبارات المرحلة الأولى

Corrélations

		كامل في أنا استعدادي و النفسي الذهني و الانتباه جذب الاهتمام إثارة بالزبان	أحافظ على باستمرار و الابتسام و الود إظهار في المحبة مع التعامل الزبان	جميع أعمال بإيجابية الزبان تميز دون و	الزبان رغبات كل بتلبية أهتم	
إثارة و الانتباه جذب بالزبان الاهتمام	Corrélation de Pearson	1	,549**	,788**	,837**	,844**
	Sig. (bilatérale)		,000	,000	,000	,000
	N	49	49	49	49	49
استعدادي كامل في أنا لاستقبال الذهني و النفسي بهم و الاهتمام الزبان	Corrélation de Pearson	,549**	1	,387**	,132	,293*
	Sig. (bilatérale)	,000		,006	,366	,041
	N	49	49	49	49	49
على باستمرار أحافظ و الود إظهار و الابتسام مع التعامل في المحبة الزبان	Corrélation de Pearson	,788**	,387**	1	,551**	,511**
	Sig. (bilatérale)	,000	,006		,000	,000
	N	49	49	49	49	49
الزبان جميع أعمال تميز دون و بإيجابية	Corrélation de Pearson	,837**	,132	,551**	1	,715**
	Sig. (bilatérale)	,000	,366	,000		,000
	N	49	49	49	49	49
رغبات كل بتلبية أهتم الزبان	Corrélation de Pearson	,844**	,293*	,511**	,715**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,041	,000	,000	
	N	49	49	49	49	49

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

* . La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

- صدق الاتساق الداخلي لعبارات المرحلة الثانية

Corrélations

		لدى الرغبة خلق تحديد و الزبائن حاجياتهم	باستمرار أسعى و مزايا لإبراز الطعام أنواع للزبائن المقدم	باهتمام أصغي لجميع كبير استفسارات حول الزبون الإطعام خدمات المتوفرة	بعين أخذ جميع الاعتبار الزبائن اقتراحات تحسين حول خدمة نوعية الإطعام
و الزبائن لدى الرغبة خلق حاجياتهم تحديد	Corrélation de Pearson	1	,775**	,850**	,576**
	Sig. (bilatérale)		,000	,000	,000
	N	49	49	49	49
و مزايا لإبراز باستمرار أسعى للزبائن المقدم الطعام أنواع	Corrélation de Pearson	,775**	1	,554**	,030
	Sig. (bilatérale)	,000		,000	,840
	N	49	49	49	49
لجميع كبير باهتمام أصغي حول الزبون استفسارات المتوفرة الإطعام خدمات	Corrélation de Pearson	,850**	,554**	1	,360*
	Sig. (bilatérale)	,000	,000		,011
	N	49	49	49	49
جميع الاعتبار بعين أخذ تحسين حول الزبائن اقتراحات الإطعام خدمة نوعية	Corrélation de Pearson	,576**	,030	,360*	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,840	,011	
	N	49	49	49	49

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

* . La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

- صدق الاتساق الداخلي لعبارات المرحلة الثالثة

Corrélations

		إقناع الزبون و معالجة الاعتراضات لديه	أسعى لتقبل انتقادات الزبائن حتى و إن كانت في غير محلها	تجنب قدر الإمكان النفي المباشر) كلمة لا، لا يوجد، لا أستطيع...الخ (مع الزبون	أتجنب الظهور كالمنتصر في النقاشات عند مناقشتي لأراء الزبون
معالجة و الزبون إقناع لديه الاعتراضات	Corrélation de Pearson	1	,809**	,818**	,608**
	Sig. (bilatérale)		,000	,000	,000

	N	49	49	49	49
حتى الزبائن انتقادات لتقبل أسعى محلها غير في كانت إن و	Corrélation de Pearson	,809**	1	,554**	,184
	Sig. (bilatérale)	,000		,000	,205
	N	49	49	49	49
المباشر النفي الإمكان قدر تجذب لا يوجد، لا لا، كلمة)	Corrélation de Pearson	,818**	,554**	1	,269
الزبون مع (الخ...أستطيع	Sig. (bilatérale)	,000	,000		,062
	N	49	49	49	49
كالمنتصر في الظهور أتجنب لآراء مناقشتي عند النقاشات الزبون	Corrélation de Pearson	,608**	,184	,269	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,205	,062	
	N	49	49	49	49

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

- صدق الاتساق الداخلي لعبارات المرحلة الرابعة

Corrélations

	من التأكد الزبون استمرارية المطعم مع بالتعامل	باستمرار أسعى بشكاوي للاهتمام الزبائن	رحب بصدر أتقبل و الانتقادات جميع المقدمة الملاحظات الزبائن طرف من	صورة رسم يهمني المطعم عن إيجابية الزبائن لدى
الزبون استمرارية من التأكد المطعم مع بالتعامل	Corrélation de Pearson	1	,774**	,714**
	Sig. (bilatérale)		,000	,000
	N	49	49	49
بشكاوي للاهتمام باستمرار أسعى الزبائن	Corrélation de Pearson	,774**	1	,280
	Sig. (bilatérale)	,000		,051
	N	49	49	49
جميع رحب بصدر أتقبل المقدمة الملاحظات و الانتقادات الزبائن طرف من	Corrélation de Pearson	,714**	,280	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,051	,070
	N	49	49	49
عن إيجابية صورة رسم يهمني الزبائن لدى المطعم	Corrélation de Pearson	,645**	,256	,261
	Sig. (bilatérale)	,000	,076	,070
	N	49	49	49

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

الملحق رقم (05): الاتساق البنائي لأبعاد محور ضغوط العمل

Corrélations

		العمل_ضغوط	العمل_عبء	الدور_صراع	الدور_غموض	الشخصية_نمط	العمل_ظروف
العمل_ضغوط	Corrélation de Pearson	1	,739**	,765**	,813**	,774**	,647**
	Sig. (bilatérale)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	49	49	49	49	49	49
العمل_عبء	Corrélation de Pearson	,739**	1	,638**	,482**	,368**	,264
	Sig. (bilatérale)	,000		,000	,000	,009	,067
	N	49	49	49	49	49	49
الدور_صراع	Corrélation de Pearson	,765**	,638**	1	,557**	,377**	,301*
	Sig. (bilatérale)	,000	,000		,000	,008	,035
	N	49	49	49	49	49	49
الدور_غموض	Corrélation de Pearson	,813**	,482**	,557**	1	,668**	,350*
	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000		,000	,014
	N	49	49	49	49	49	49
الشخصية_نمط	Corrélation de Pearson	,774**	,368**	,377**	,668**	1	,482**
	Sig. (bilatérale)	,000	,009	,008	,000		,000
	N	49	49	49	49	49	49
العمل_ظروف	Corrélation de Pearson	,647**	,264	,301*	,350*	,482**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	,067	,035	,014	,000	
	N	49	49	49	49	49	49

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

* . La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

الملحق رقم (06): الاتساق البنائي لأبعاد محور الجودة وفق مراحل تقديم خدمة الإطعام

Corrélations

		الجودة وفق مراحل تقديم خدمة الإطعام	جذب الانتباه و إثارة الاهتمام بالزبانن	خلق الرغبة لدى الزبانن و تحديد حاجياتهم	إقناع الزبون و معالجة الاعتراضات لديه	التأكد من استمرارية الزبون بالتعامل مع المطعم
مراحل وفق الجودة الإطعام خدمة تقديم	Corrélation de Pearson Sig. (bilatérale) N	1 49	,743** 49	,763** 49	,768** 49	,714** 49
إثارة و الانتباه جذب بالزبانن الاهتمام	Corrélation de Pearson Sig. (bilatérale) N	,743** 49	1 49	,668** 49	,337* 49	,229 49
لدى الرغبة خلق تحديد و الزبانن حاجياتهم	Corrélation de Pearson Sig. (bilatérale) N	,763** 49	,668** 49	1 49	,341* 49	,358* 49
و الزبون إقناع معالجة لديه الاعتراضات	Corrélation de Pearson Sig. (bilatérale) N	,768** 49	,337* 49	,341* 49	1 49	,544** 49
استمرارية من التأكد مع بالتعامل الزبون المطعم	Corrélation de Pearson Sig. (bilatérale) N	,714** 49	,229 49	,358* 49	,544** 49	1 49

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

* . La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

الملحق رقم (07): معامل ثبات الإستبيان

معامل ثبات المحور الثاني:

Statistiques de fiabilité	
Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,810	15

معامل ثبات المحور الثالث:

Statistiques de fiabilité	
Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,803	13

الملحق رقم (08): نتائج توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب متغيرات الدراسة

الموظف جنس				
	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide ذكر	42	85,7	85,7	85,7
أنثى	7	14,3	14,3	100,0
Total	49	100,0	100,0	

الموظف عمر				
	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide سنة 25 من أقل	16	32,7	32,7	32,7
سنة 30 من أقل إلى سنة 25 من	17	34,7	34,7	67,3
سنة 35 من أقل إلى 30 من	9	18,4	18,4	85,7
سنة 40 إلى سنة 35 من	2	4,1	4,1	89,8
سنة 40 من أكثر	5	10,2	10,2	100,0
Total	49	100,0	100,0	

للموظف الشهري الدخل

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	دج 20000 من أقل	5	10,2	10,2	10,2
	دج 40000 من أقل إلى دج 20000 من	32	65,3	65,3	75,5
	دج 60000 من أقل إلى دج 40000 من	7	14,3	14,3	89,8
	دج 60000 من أكثر	5	10,2	10,2	100,0
	Total	49	100,0	100,0	

للموظف المهنية الخبرة مستوى

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	سنوات 5 من أقل	24	49,0	49,0	49,0
	سنوات 10 من أقل إلى سنوات 5 من	11	22,4	22,4	71,4
	سنة 15 من أقل إلى سنوات 10 من	8	16,3	16,3	87,8
	سنة 15 من أكثر	6	12,2	12,2	100,0
	Total	49	100,0	100,0	

الملحق رقم (09): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات محاور الدراسة

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type
أشعر بالملل في عملي نتيجة لتكرار نفس المهام	49	2.9592	1.32223
المهام الموكلة إلي تفوق قدراتي	49	2.4490	1.22579
أضطر أحيانا للعمل لساعات إضافية	49	3.3469	1.26740
أتلقي تعليمات متناقضة من رئيسي المباشر	49	2.3878	1.20444
أشعر بالضغط بسبب عدم توافق قيم الرؤساء مع مبادئ الخاصة	49	2.5102	1.12031
أعاني من صراع الأدوار بين عملي و حياتي الشخصية	49	3.0408	1.42827
أعاني من نقص المعلومات حول المهام الموكلة إلي	49	2.4082	1.09769
مسؤولياتي غير محددة بدقة	49	2.6735	1.23132
تتداخل مهامي مع مهام زملائي في العمل	49	3.2449	1.39240
أتسرع في تنفيذ عملي	49	3.2653	1.30345
أجد صعوبة في التعامل مع الآخرين	49	2.3673	1.31805
أشعر بالكآبة و الإحباط عند تواجدي في عملي	49	2.2245	1.21218
نظام التهوية في مكان العمل غير ملائم	49	2.4898	1.43065
الأدوات و الأجهزة التي تستخدمها في عملي غير مناسبة	49	2.0000	1.13652
مستوى الإضاءة في مكان العمل غير مناسب	49	2.0204	1.19878
أنا في كامل استعدادي النفسي و الذهني لاستقبال الزبائن والاهتمام بهم	49	4.2041	.64484
أحافظ باستمرار على الانتماسمة و إظهار الود و المحبة في التعامل مع الزبائن	49	4.2449	.63017
أعامل جميع الزبائن بإيجابية و دون تمييز	49	4.2245	.91891
أهتم بتلبية كل رغبات الزبائن	49	4.2653	.70046
أسعى باستمرار لإبراز مزايا و أنواع الطعام المقدم للزبائن	49	4.0000	.95743
أصغي باهتمام كبير لجميع استفسارات الزبون حول خدمات الإطعام المتوفرة	49	4.2857	.70711

أخذ بعين الاعتبار جميع اقتراحات الزبائن حول تحسين نوعية خدمة الإطعام	49	4.1429	.73598
أسعى لتقبل انتقادات الزبائن حتى وإن كانت في غير محلها	49	3.5714	1.15470
تجنب قدر الإمكان النفي المباشر) كلمة لا، لا يوجد، لا أستطيع...الخ (مع الزبون	49	3.8367	1.02768
أتجنب الظهور كالمتمنصر في النقاشات عند مناقشتي لأراء الزبون	49	3.5510	.93678
أسعى باستمرار للاهتمام بشكاوي الزبائن أتقبل بصدر رحب جميع الانتقادات	49	3.7755	1.12297
والملاحظات المقدمة من طرف الزبائن يهمني رسم صورة إيجابية عن المطعم لدى الزبائن	49	3.7551	.94716
	49	4.4490	.79218

الملحق رقم (10): نتائج اختبار فرضيات الدراسة

- نتائج فرضيات الدراسة للمحاور:

Test sur échantillon unique

	Valeur de test = 3					
	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
ضغوط_العمل	-3,965	48	,000	-,37415	-,5639	-,1844
عبء_العمل	-,625	48	,535	-,08163	-,3442	,1810
صراع_الدور	-2,901	48	,006	-,35374	-,5989	-,1085
غموض_النور	-1,824	48	,074	-,22449	-,4720	,0230
نمط_الشخصية	-3,024	48	,004	-,38095	-,6343	-,1276
ظروف_العمل	-6,362	48	,000	-,82993	-1,0922	-,5676
الجودة وفق مراحل تقديم خدمة الإطعام	14,874	48	,000	1,02355	,8852	1,1619
جذب الانتباه و إثارة الاهتمام بالزبائن	15,631	48	,000	1,23469	1,0759	1,3935
خلق الرغبة لدى الزبائن و تحديد حاجياتهم	13,576	48	,000	1,14286	,9736	1,3121
إقناع الزبون و معالجة الاعتراضات لديه	5,849	48	,000	,65306	,4286	,8776
التأكد من استمرارية الزبون بالتعامل مع المطعم	10,143	48	,000	,99320	,7963	1,1901

- نتائج اختبار الفرضية الرئيسية:

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,131 ^a	,017	-,004	,48261

a. Prédicteurs : (Constante), العمل_ضغوط

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1 Régression	,192	1	,192	,824	,369 ^b
Résidus	10,947	47	,233		
Total	11,139	48			

a. Variable dépendante : الإطعام خدمة تقديم مراحل وفق الجودة :

b. Prédicteurs : (Constante), العمل_ضغوط

- نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى للفرضية الرئيسية:

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1 Régression	2,524	5	,505	2,519	,044 ^b
Résidus	8,615	43	,200		
Total	11,139	48			

a. Variable dépendante : الإطعام خدمة تقديم مراحل وفق الجودة :

b. Prédicteurs : (Constante), الشخصية_نمط, الدور_صراع, الدور_غموض, العمل_عبء, العمل_ظروف

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	T	Sig.
	B	Ecart standard	Bêta		
1 (Constante)	4,259	,266		16,016	,000
العمل_عبء	-,140	,094	-,265	-1,485	,145
الدور_صراع	,135	,107	,240	1,271	,211
الدور_غموض	,123	,113	,221	1,089	,282
الشخصية_نمط	-,008	,106	-,014	-,073	,942
العمل_ظروف	-,234	,082	-,444	-2,867	,006

a. Variable dépendante : الإطعام خدمة تقديم مراحل وفق الجودة :

- نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى للفرضية الرئيسية:

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1 Régression	3,185	5	,637	2,384	,054 ^b
Résidus	11,491	43	,267		
Total	14,676	48			

a. Variable dépendante : بالزيائن الاهتمام إثارة و الانتباه جذب :

b. Prédicteurs : (Constante), العمل_ظروف, العمل_عبء, الدور_غموض, الدور_صراع, الشخصية_نمط, الدور_صراع

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	T	Sig.
	B	Ecart standard	Bêta		
1 (Constante)	4,594	,307		14,959	,000
العمل_عبء	-,073	,109	-,121	-,672	,505
الدور_صراع	,111	,123	,171	,901	,373
الدور_غموض	-,037	,131	-,058	-,287	,776
الشخصية_نمط	,132	,122	,210	1,079	,287
العمل_ظروف	-,314	,094	-,518	-3,326	,002

a. Variable dépendante : بالزيائن الاهتمام إثارة و الانتباه جذب :

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1 Régression	4,102	5	,820	2,808	,028 ^b
Résidus	12,565	43	,292		
Total	16,667	48			

a. Variable dépendante : حاجياتهم تحديد و الزيائن لدى الرغبة خلق :

b. Prédicteurs : (Constante), العمل_ظروف, العمل_عبء, الدور_غموض, الدور_صراع, الشخصية_نمط, الدور_صراع

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	T	Sig.
	B	Ecart standard	Bêta		
1 (Constante)	4,770	,321		14,853	,000
العمل_عبء	-,126	,114	-,196	-1,114	,271
الدور_صراع	-,015	,129	-,021	-,114	,910
الدور_غموض	,114	,137	,167	,836	,408
الشخصية_نمط	,055	,128	,083	,432	,668
العمل_ظروف	-,314	,099	-,486	-3,180	,003

a. Variable dépendante : حاجياتهم تحديد و الزبائن لدى الرغبة خلق :

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1 Régression	5,125	5	1,025	1,821	,129 ^b
Résidus	24,200	43	,563		
Total	29,324	48			

a. Variable dépendante : لديه الاعتراضات معالجة و الزبون إقناع :

b. Prédicteurs : (Constante), العمل_ظروف, العمل_عبء, الدور_غموض, الدور_صراع, الشخصية_نمط,

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	T	Sig.
	B	Ecart standard	Bêta		
1 (Constante)	3,651	,446		8,193	,000
العمل_عبء	-,377	,158	-,441	-2,392	,021
الدور_صراع	,391	,179	,427	2,190	,034
الدور_غموض	,187	,190	,206	,984	,331
الشخصية_نمط	-,104	,177	-,118	-,589	,559
العمل_ظروف	-,082	,137	-,096	-,599	,553

a. Variable dépendante : لديه الاعتراضات معالجة و الزبون إقناع :

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1 Régression	3,174	5	,635	1,409	,240 ^b
Résidus	19,379	43	,451		
Total	22,553	48			

a. Variable dépendante : المطعم مع بالتعامل الزبون استمرارية من التأكد :

b. Prédicteurs : (Constante), العمل_ظروف, العمل_عبء, الدور_غموض, الدور_صراع, الشخصية_نمط

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	T	Sig.
	B	Ecart standard	Bêta		
1 (Constante)	3,908	,399		9,799	,000
العمل_عبء	-,004	,141	-,006	-,030	,976
الدور_صراع	,063	,160	,078	,392	,697
الدور_غموض	,283	,170	,356	1,670	,102
الشخصية_نمط	-,160	,158	-,206	-1,010	,318
العمل_ظروف	-,201	,123	-,267	-1,638	,109

a. Variable dépendante : المطعم مع بالتعامل الزبون استمرارية من التأكد :