

الزيارات الميدانية للمنظمات السياحية والفندقية وتأثيرها في إنماء ثقافة إدارة المراسم  
"دراسة تطبيقية على عينة من طلبة كلية العلوم السياحية "

The field visits of the touristic and hotel organizations and their impact on growing the  
ceremonies management culture  
Applied Study Of Students Sample In College Of Tourism Sciences- Mustansiriyah University

م.د. عماد حسين سعود الحسيناوي / كلية العلوم السياحية, الجامعة المستنصرية

Dr. Imad Hussein Suood Al-Hasnawi

[ahm3558@gmail.com](mailto:ahm3558@gmail.com)

**الملخص:**

غرض البحث الحالي هو الكشف عن أهمية وتحليل الزيارات الميدانية, وتأثيرها في إنماء ثقافة إدارة المراسم بالتركيز على عينة من طلبة كلية العلوم السياحية الجامعة المستنصرية كحالة لدراستها وتعميم الدراسة على جميع تخصصات العلوم السياحية الأخرى, وسعى الباحث من خلال هذه البحث للإجابة عن سؤال البحث الرئيسي, هل الزيارات الميدانية تؤثر في إنماء ثقافة إدارة المراسم أم لا ؟ كما هدف البحث إلى دراسة وتحليل طبيعة العلاقة بين المتغيرين , لتقديم بعض التوصيات لمتخذي القرارات في مؤسسات التعليم السياحي وسوق العمل السياحي, وقد تم اعتماد الاستبانة لاستنباط المعلومات من مصادرها الأولية احتوت على (20) سؤال, تم توزيع استبانة استبيان (103) طالب من أفراد عينة البحث, وتم استخدام برنامج الحزم الإحصائية (SPSS) لمعالجة الاستبانة وتحليلها للمعالجة الإحصائية لفرضيات البحث, وقد توصل البحث إلى وجود علاقة ارتباطية بين الزيارات العلمية وإنماء ثقافة إدارة المراسم, وقد أوصت الدراسة عمادة الكلية بتنظيم المزيد من الزيارات الميدانية .  
**المصطلحات الدالة:** برامج الزيارات الميدانية, تحسين مستوى الأداء, القيم التنظيمية , السلوك السياحي.

**Abstract**

The purpose of the current research is to reveal the importance and analyze the field visits of touristic and hotel organizations and their impact in growing of ceremonies management culture by focusing on a sample of students in the college of tourism sciences- Mustansiriyah university as a case to be studied and to generalize the study to all the touristic specializations. The researcher quests through this search to answer the main search question –do the field visits influence on the growing of ceremonies management culture or no. the search aimed also to study and analyze the nature of relation among the variables of search to introduce some recommendations of decision maker in the touristic education institution and touristic labor market. The questionnaire has been relied to extract the data from their primary resources. It contained 20 questions and 130 questionnaire application forms have been distributed. It has been used the statistical program (SPSS) to process the questionnaire and analyze them for the statistical process of search hypotheses ,and it concludes that there is correlational relation between the scientific visits and growth of ceremonies management culture, The study recommends that the deanary of college of tourism sciences organizes lot of field visits.

**The indicated terms;** field visits program, improving the level of performance, the organizational values, touristic behaviour .

## المقدمة

يتميز عالمنا اليوم بتداخل الثقافات الإنسانية وهذه نتيجة حتمية في عصر تكنولوجيا المعلومات, ونتج عن هذا التطور توسيع دائرة البحث العلمي, وتقدم المناهج التي تبحث بالجوانب الميدانية, ولاشك أن القطاع السياحي اثبت انه من أكثر القطاعات تقبل للثقافات, كما يشهد التعليم السياحي الجامعي اهتماماً كبيراً في معظم دول العالم, لما له من أهمية كبيرة في تطور منظمات سوق العمل السياحي, وانه يمثل أحد أنماط التعليم الذي اهتم به العراق منذ السبعينات من القرن الماضي, الا أن مؤسسات التعليم السياحي الجامعي في الوقت الحالي تواجه العديد من المشكلات والتحديات, الأمر الذي يستدعي إتباع أساليب حديثة في التعليم, وأبرزها الزيارات الميدانية التي تحفز مخرجات التعليم السياحي بغية إعداد جيل من الطلبة مؤهل لقيادة سوق العمل السياحي بالعراق, وهذا ما تركز عليه بحثنا الحالي وعبر بناء منهجية للبحث وتصميمه لتحقيق أهدافه, وتتبع ذلك مدخل البحث وإطاره النظري لتحليل طبيعة الزيارات الميدانية من حيث المفهوم والأهمية والأهداف والمراحل في المبحث الأول, واستعراض ومناقشة طبيعة إنماء ثقافة إدارة المراسم لدى طلبة تخصصات العلوم السياحية في المبحث الثاني, وعرض وتحليل النتائج واختبار الفرضيات في المبحث الثالث, وصولاً إلى الاستنتاجات والتوصيات

## البنية الإجرائية للبحث:

**أولاً: مشكلة البحث:** إن التركيز الرئيس في المشكلة البحثية الأولية يكمن في اكتساب المعرفة العملية التي وجدت العديد من التساؤلات الفكرية, ونذكرها على النحو الآتي:

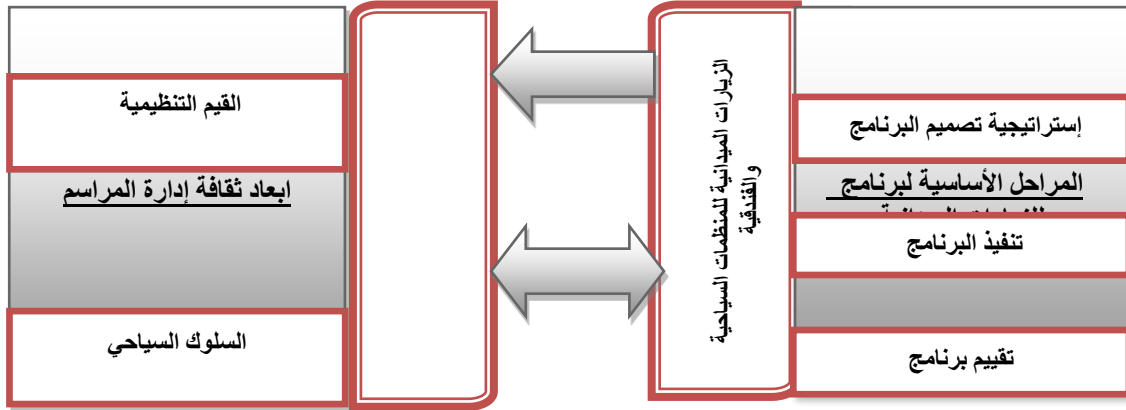
1. ما هي المعطيات النظرية (للزيارات الميدانية وإنماء ثقافة إدارة المراسم لدى طلبة كلية العلوم السياحية)؟
2. ما هي السياسات المتبعة في تنظيم الزيارات الميدانية, وما هي البرامج التي يتطلب توفيرها بالتعاون بين مؤسسات التعليم السياحي ومنظمات سوق العمل السياحي ؟
3. كيف تؤثر هذه السياسات والبرامج التعاونية, في إنماء ثقافة إدارة المراسم من حيث القيم التنظيمية والسلوك السياحي وتحسين مستوى الأداء لدى طلبة تخصصات العلوم السياحية.
4. ما مقدار وطبيعة العلاقة بين المتغيرين في مؤسسات التعليم السياحي؟

**ثانياً: أهداف البحث:** \_ يسعى البحث إلى تحقيق مجموعة من الأهداف أهمها :

1. تفعيل نشاطات الزيارات الميدانية وبشكل دوري , ولكافة المراحل الدراسية .
2. إعداد برامج للزيارات مصممة وفق إستراتيجية التعليم السياحي الهادف لتطبيق المادة النظرية بالواقع الميداني .
3. ترسيخ القيم التنظيمية لدى الطلبة , وتحفيز سلوكياتهم السياحي بغية إنماء ثقافة إدارة المراسم لإعداد جيل ينهض بالقطاع السياحي .
4. تحسين مستوى أداء الطالب المهني والشخصي, وتفعيل واقع العلاقات بينهم .

**ثالثاً: أهمية البحث:** تتبثق من خلال طبيعة برامج الزيارات الميدانية والهادفة لإنماء ثقافة إدارة المراسم لدى طلبة, لأنهم الشريحة المتوقع تخرجهم ويمكن توظيفهم في المستقبل ضمن مؤسسات سوق العمل السياحي لتقليص طبيعة الفجوة الحالية بين تلك المؤسسات, ويؤمل إن يحقق هذه البحث مساهمة متواضعة في إنماء ثقافة إدارة المراسم, ضمن الأوساط الأكاديمية, إذ تعد مؤسسات التعليم السياحي إحدى أهم مؤسسات المجتمع, ولها دور فاعل في إنماء هذا النوع من الثقافة بتعاقب الأجيال السياحية.

**رابعاً: مخطط البحث الفرضي:** لغرض تحقيق أهداف الدراسة يتطلب بناء مخطط فرضي ويوضح الشكل (1) طبيعة العلاقة بين متغيرات الدراسة , وابعادها الفرعية .



شكل (1) مخطط البحث الفرض

المصدر : من أعداد الباحث

خامساً:فرضيات البحث: يحاول الباحث إن يتحقق من الفرضيات الآتية :

1. الفرضية الرئيسة الأولى والتي تنص على: "توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الزيارات الميدانية و إنماء ثقافة

إدارة المراسم " وتتفرع هذه الفرضية الى عدد من الفرضيات الفرعية المتمثلة بالاتي :

أ- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين إستراتيجية تصميم برنامج الزيارات الميدانية وإنماء ثقافة إدارة المراسم بمتغيراته الفرعية.

ب- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين تنفيذ برنامج الزيارات الميدانية وإنماء ثقافة إدارة المراسم بمتغيراته الفرعية.

ج- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين تقييم برنامج الزيارات الميدانية وإنماء ثقافة إدارة المراسم بمتغيراته الفرعية.

2. الفرضية الرئيسة الثانية والتي تنص على: " يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لزيارات الميدانية للمنظمات السياحية والفندقية في إنماء ثقافة إدارة المراسم".

أ- يوجد تأثير معنوي إستراتيجية لتصميم برنامج الزيارات الميدانية في إنماء ثقافة إدارة المراسم بمتغيراته الفرعية.

ب- يوجد تأثير معنوي إستراتيجية لتنفيذ برنامج الزيارات الميدانية في إنماء ثقافة إدارة المراسم بمتغيراته الفرعية.

ج- يوجد تأثير معنوي إستراتيجية لتقييم برنامج الزيارات الميدانية في إنماء ثقافة إدارة المراسم بمتغيراته الفرعية.

سادساً:متغيرات البحث:اعتمدت الدراسة الحالية المقاييس الجاهزة في قياس متغيرات البحث والتي أثبتت صلاحيتها

عند تطبيقها في الدراسات السابقة، والتي تمتاز بالثبات والمصدقية، ويقدم الجدول (1) مقاييس متغيرات الدراسة.

جدول (1) مقاييس متغيرات البحث

المصدر	عدد الأسئلة	الابعاد الفرعية للمحور	المحور المقاس -	المتغير الرئيسي
:2011), (Mayaka :2009), Goh, (جثير & نصيف :2015).	3	إستراتيجية تصميم البرنامج	المراحل الأساسية لبرنامج للزيارات الميدانية للمنظمات السياحية والفندقية	الزيارات الميدانية (X)
	4	تنفيذ البرنامج		
	3	تقييم برنامج		
	10		المجموع على مستوى المتغير	
:2015), (Zborilova: 2015), (محمد & عصاد :2017), (العيداني & الاسدي :2018).	5	القيم التنظيمية	ابعاد ثقافة إدارة المراسم لدى طلبة كلية العلوم السياحية	إنماء ثقافة إدارة المراسم (Y)
	5	السلوك السياحي		
	10		المجموع على مستوى المتغير	
	20		المجموع الكلي	

المصدر : من أعداد الباحث

سابعاً: مجتمع الدراسة وعينة: اختارت الدراسة الحالية طلبة كلية العلوم السياحية الجامعة المستنصرية:(المرحلة الثالثة والرابعة من قسمي السياحة - والإدارة الفنادق) مجالاً للبحث (بكونهم قد اشتركوا بأكثر من زيارة ميدانية والتي نظمت من قبل عمادة الكلية)،وبالبلغ عددهم (509) طالب،وتم سحب عينة طبقية عشوائية بعد تطبيق قانون موزر لتحديد حجم العينة،وتم توزيع الاستبانة على عينه من ذلك المجتمع وشمل (103) مبحوثاً،وكما موضحة بالجدول (2)، في مدة بلغت أربعة أشهر لانجاز الاستبيان .

جدول (2) مجتمع وعينة البحث

ت	المرحلة	عدد الطلبة	العينة	الاستمارات الموزعة	الاستمارات الغير الصالحة	الاستمارات الصالحة للتحليل
1.	الثالثة	303	60	62	2	60
2.	الرابعة	206	40	41	1	40
	المجموع	509	100	103	3	100

المصدر: من إعداد الباحث

لدى إخضاع الاستبيانات بعد جمعها إلى مرحلة التدقيق اتضح بان هناك (3) نماذج غير صالحة للتحليل فتم استبعادها، وعلية يكون حجم العينة في مرحلة التحليل (100) مبحوثاً، وبنسبة بلغت (20 %) تقريبا من مجتمع الدراسة الاجمالي.

### المبحث الأول-الزيارات الميدانية

نظراً لأهمية الزيارات الميدانية في دعم عملية التعليم السياحي ولما لها من انعكاس ايجابي في بناء شخصية الطلبة وإكسابهم الخبرات والمهارات وإنماء ثقافة إدارة المراسم لديهم والاستفادة الفعلية من المعلومات النظرية التي درسها الطلبة وتطبيقها في المجال الميداني، وعلية يتطلب في هذا المبحث توضيح ومناقشة بعض المفردات المتعلقة بالزيارات الميدانية وعلى النحو التالي:-

أولاً:- مفهوم الزيارات الميدانية:- هي السمات الوظيفية التي يجب إن تتميز بالاستمرارية والمرونة والتكيف وفقاً للتطورات البيئية للمنظمة في ظل إدراك مؤسسات التعليم السياحي أهمية الثقافات الإنسانية وتنوع سياسات التدريب التي تتسجم مع نوع الخدمة وابعادها في تحقيق الوعي السياحي لدى الطلبة (Jones and George : 2004 :376)، ويقول (إبراهيم) ان الزيارات الميدانية: "هي التتويج النهائي لكافة الجهود الأكاديمية والنظرية والتطبيقية التي يتلقاها الطالب إبان دراسته في سبيل تأهله وتخرجه" (إبراهيم: 2010 :2)، بينما يراها (حلس) بأنها عملية أكاديمية تهدف إلى إتاحة الفرص للطلبة لتطبيق المفاهيم والمبادئ والنظريات التي يتلقونها بشكل أدائي فعلي في الميدان الحقيقي، لإكسابهم المهارات التي تتطلبها طبيعة العملية السياحية التعليمية بحيث يصبح الطالب قادراً على ممارستها بكفاءة وفاعلية (حلس: 2011 :5)، بينما يعتقد (عزمي) أنها "العناصر التربوية الهامة في البرامج الدراسية، وتعمل على اتصال المتعلم بالعالم الخارجي الواقعي، وتعرفه على الأشياء والمكونات الحقيقية الملموسة وإكساب المفاهيم المرتبطة بها" (عزمي: 2016 :1)، ويتضح أن الزيارات الميدانية تحقق الوعي السياحي لدى الطلبة المشاركين، وتمنحهم فرصاً لتطبيق الجانب النظري على أرض الواقع الميداني عن طريق المشاهدة والملاحظة ومحاكاة الدور، بغية إكسابهم مهارات ومعارف تعزز صورتهم الذهنية عن طبيعة الوظائف السياحية والفندقية المتوفرة ضمن المنظمات المزاره.

وعلية يمكن تعرف الزيارات الميدانية جزائياً على أنها عملية أكاديمية تهدف إلى إتاحة الفرص لطلبة تخصصات العلوم السياحية لتطبيق المفاهيم والمبادئ والنظريات المتعلقة بقواعد إنماء ثقافة إدارة المراسم في الميدان العملي ضمن المنظمات السياحية والفندقية، لإكسابهم المهارات وفن تقديم الخدمة السياحية والفندقية ليتمكن الطالب من تنمية قدراته وتحسين مستوى الأداء في ممارسة العمل السياحي والفندقي.

ثانياً:- أهمية الزيارات الميدانية:- تكمن أهميتها بالإبداع وقيم الحرية والمثابرة على العمل واستشراف المستقبل، وإدارة الوقت والإتقان (البيسط : 2015 :7)، والإبداع ملزم بالابتكار للإسهام في قدرة الطلبة على مزج الخيال العلمي المرن لتطوير فكرة قديمة

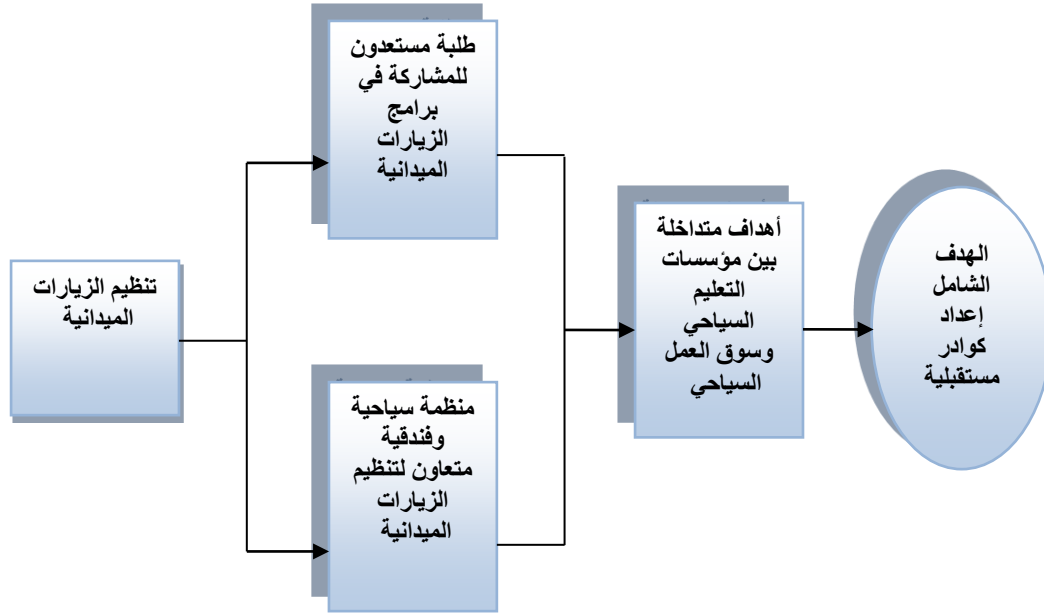
- أو إيجاد فكرة جديدة متميزة وغير مألوفاً يمكن تطبيقها والاستفادة منها في تطوير واقع الخدمة وتحسين مستوى الأداء (أبو دليوح: 2013: 11)، وللزيارات الميدانية مخرجات تطبيقية ذات أهمية للمشاركين فيها نذكرها على النحو الآتي:-
1. الربط بين النظرية والتطبيق في تخصص العلوم السياحية بصفة عامة وإدارة المراسم بصفة خاصة (أبوجيب: 2015: 3).
  2. تنمية المهارات السلوكية كالاتجاهات والإدراك والقدرة على حل المشكلات واتخاذ القرارات والابتكار والاتصالات، وفن الإصغاء، والتفاوض والعلاقات التبادلية والإشراف والتعامل مع الغير والتحفيز (Cascio:2010: 291)
  3. تنمية القدرة على التفكير المنظم والتنبؤ وتحليل العلاقات والسبب والنتيجة (Dessler :2011 :293).
  4. التعرف على كيفية تطبيق قواعد إدارة المراسم في أقسام الواجهة الأمامية (المكتب الأمامي ، الأطعمة والاشربة ، العلاقات العامة، والإشراف والتدبير، وقسم إنتاج الأطعمة، والأمن السياحي، والتسويق، والاتصال الشخصي ، وفن التفاوض ) .
  5. الاطلاع على طرق الخدمة المقدمة والمعتمدة علمياً (الفرنسية، الانكليزية، الروسية، الأمريكية، البوفيه المفتوح.....).
  6. التعرف على المؤثرات الداخلية (الديكور، الجو المحيط، زى العاملين، أنواع المواد المستعملة، معاملة الموظفين ، المناخ التنظيمي ، الثقافة التنظيمية ) (الحماقي : 2010 :5).

**ثالثاً: أهداف زيارات الميدانية** - تشمل الأهداف على مجموعة من العناصر الأساسية المترابطة معاً وحصيلتها الوصول للنتائج

المراد تحقيقها بمجهود بشري يعتمد على عدد من الموارد والإمكانيات المادية، ويمكن توضيح الأهداف على النحو الآتي :-

1. **التوافق الذاتي** : قدرة الطالب على التوفيق والموازنة بين رغباته ودوافعه وأهدافه وما ينتج عن ذلك موازنة ناجحة تجعله راضياً عن نفسه ومحيطة التعليمي والتفكير المستقبلي في تطوير قدراته الذاتية بسلوكيات فن إدارة المراسم.
2. **التوافق الاجتماعي** : ويتمثل بقدرة الطالب على إقامة علاقات اجتماعية مقبولة والتواصل مع أقرانه من الطلبة وأعضاء الهيئة التدريسية المشرفين على الزيارات الميدانية، والافراد العاملين بالمنظمات (الشمري:2013:120).
3. **القدرة على الانتباه** : هو احد المصادر التي تساعد الطالب على سرعة أداء واجباته وإعطاء شعور للآخرين بأنه مهتم وسوف يجعله يلاحظ ما يحتاجه قبل أن يطلب منه ، وهذا ما يحفز منظومة الرضا عند الطلبة وبالتالي تعزيز الثقة بالنفس والإيمان بالعمل السياحي والفندقي (الحماقي : 2010 :11).
4. **الارتقاء الشخصي** : ترتبط بمشاعر الثقة بالذات ، والشعور بالكفاءة ، وتحسين صورة الذات لدى الطلبة ليتمكن من مواجهة العلاقات العامة وتحسين مستوى الأداء.
5. **تحسين مستوى الأداء** : إنجاز الأعمال بكفاءة وخبرة من النواحي الفنية لضمان سلامتها سواء كان ذلك بالنسبة للمعدات المستخدمة بالخدمة ، أو بالنسبة للأفراد العاملين فيها (زيد الخير وآخرون : 2011 : 4- 5).

ومن خلال ما تقدم يتضح أن للزيارات الميدانية أهداف عدة اهمها تطبيق المادة النظرية التي درسها الطالب إثناء السنوات الدراسية وبشكل عملي وفق قواعد إدارة المراسم، فضلاً عن تقارب وجهات النظر بين مختلف الطبقات الاجتماعية ، والتخفيف من الأعباء التي تفرضها الحياة النظرية على طلبة التخصصات السياحية، كما ويترسخ في ذهنية الطالب حب المجموعة وكيفية إدارة المجاميع السياحية، فضلاً عن ذلك هنالك أهداف مشتركة تنعكس على طرفي العلاقة بين مؤسسات التعليم السياحي وبين منظمات سوق العمل السياحي، وإعداد كوادر متخصصة تشغل الوظائف المستقبلية وتسد العجز في وظائف سوق العمل السياحي بالعراق، ويمكن توضيح الأهداف الشاملة للزيارات الميدانية من خلال الشكل (2) .



الشكل (2) يوضح طبيعة الأهداف الشاملة للزيارات الميدانية .

الشكل من إعداد الباحث

رابعاً: المراحل الأساسية لبرنامج للزيارات الميدانية-ويمكن إن نوضح هذه المراحل على النحو الآتي :-

1. إستراتيجية تصميم البرنامج: إن عملية الإعداد لبرامج الزيارات الميدانية في التعليم السياحي هي من انجح السبل لتذليل صعوبات الحصول على الموارد البشرية المتخصصة في هذا القطاع (عبد الكاظم : 2012 : 126), ويحدد الاحتياج عندما يكون هنالك فجوة في الأداء الفعلي للطلبة لإحداث جملة التغيرات المطلوبة في المعارف والمهارات والاتجاهات ، بقصد تطوير أدائهم والسيطرة على المشكلات التي تعترض الأداء التطبيقي, ومن ثم يأتي دور التصميم للبرامج الواردة في الخطة الموضوعية للزيارات الميدانية, والمتضمنة وضع أهداف البرنامج , وضع محتوى البرنامج , واختيار المشرفين على البرنامج , الفئة المستهدفة من الطلبة , وضع الإطار الزمني للبرنامج, اختيار مكان تنفيذ البرنامج , أدوات التدريب, واختيار الوسائل المناسبة للترويج عن تلك البرامج (السلطة جي: 2016 : 28-26), ومن هذا المنطلق يمكن القول إن مؤسسات التعليم السياحي التي تعتمد إستراتيجية واضحة في تصميم البرامج للزيارات الميدانية للمنظمات السياحية والفندقية سيكون لديهم درجة اكبر من المرونة في إنماء مهارات الطلبة وإعدادهم كجيل سياحي متمكن من تطبيق الجوانب العملية والنظرية .
2. تنفيذ البرنامج: المرحلة التي يتم فيها إخراج البرنامج إلى حيز الوجود، ويتوقف نجاحه على قدرة التنسيق بين المشرفين ونوعية الفئة المستفيدة من البرنامج ، والظروف المادية وغير المادية التي تحيط بالبرنامج، وكذلك نوع البرنامج (زيد الخير :آخرون: 2011 : 5-6), وتتطلب هذه المرحلة تكثيف الجهود من قبل الكادر التدريسي المشرف على تنفيذ البرنامج، والتأكد من إن التصميم الذي وضعه أمكن تنفيذه، ويلعبون دوراً مهماً في تعزيز تجربة تعلم الطلاب وإكسابهم مهارات من خلال المشاركة والتفاعل في طرح الأسئلة وتلاقح الأفكار بين أعضاء الهيئة التدريسية المشاركين في البرنامج (62 : 2011 : Goh) , وأخيراً وبعد انتهاء البرنامج يتم مسح آراء المستفيدين حول إجراءات التنفيذ وانعكاساته على المستوى العام والخاص (الجميل: 2012 : 103), وعلمية يمكن القول ان عملية تنفيذ البرنامج هي خطوه حاسمة ترتكز على توحيد الجهود بين المشرفين على البرنامج , والمستفيدين من البرنامج, والمنظمة السياحية والفندقية المزارة, بهدف إخراج نموذج متميز للتصميم الزيارة.

3. **تقييم برنامج:** العملية التي تهدف إلى قياس فاعلية وكفاءة خطة برامج الزيارات الميدانية، ومقدار تحقيقها للأهداف المقررة وإبراز نواحي القوة والضعف (زيد الخير وآخرون: 2011: 5-6)، إما مدخلات عملية التقييم، فتستند على خطة الزيارات الميدانية، واحتياجات الزيارات، ومخرجات الزيارات والمعلومات المرتدة حول إليه التنفيذ، ويكون ذلك من خلال الخطوات التالية: تقييم الآثار والنتائج الفورية لمجريات الزيارة الميدانية، تقييم أثر ونتائج تفاعل الطلبة مع مفردات البرنامج، التقييم والمقارنة بين التطبيق الفعلي للتدريب على أرض الواقع وبين خطة التطبيق التي تم وضعها، وضع تقرير بنتائج التقييم موضحاً فيها الملاحظات عن البرنامج (طالب & خلف: 2018: 231) للوقوف على المستوى المطلوب من تقييم نتائج، ومدى تطوير أداء الطالب (الجميل: 2012: 103)، وكذلك إعادة صياغة البرامج المستقبلية وتجنب التكرار، وتخطيط المناهج والاستفادة من آداب التعليم من الزيارات الميدانية والخبرة العملية وتمكين المؤسسة التعليمية في تنوع مخرجات التدريب السياحي، واعتبار ذلك ميزة تنافسية تميز تخصص العلوم السياحية (18 : 2009 : Mayaka)، ويتضح من ذلك ان عملية التقييم تعتمد نظام متكامل من المدخلات والعمليات والمخرجات، والهدف من ذلك تقديم برامج مستدامة تتسجم مع الواقع العلمي لطلبة تخصصات السياحة، لتقليص الفجوة الكبيرة بين واقع الدراسة النظرية، والواقع التطبيقي.

وعليه يتضح إن هنالك مراحل منهجية للزيارات الميدانية تبين سير البرنامج من حيث إستراتيجية التصميم والتنفيذ والتقييم وفق إمكانية نوع البرنامج المعد للزيارة إن كانت (تعليمية، دراسة الحالة، الفائدة المتبادلة)، فالأولى تهدف لمشاهدة ما تم تعلمه بشكل نظري أثناء مرحلة الدراسة الجامعية وتعميم التجربة بشكلها الميداني، بهدف تعزيز المفاهيم وترسيخ الأفكار المتعلقة بتطبيق قواعد إدارة المراسم لدى الطلبة، إما الثانية فتتطوي على قصص النجاح أو حالات تستحق الوقوف عندها وتحليلها في مجال التدريب الميداني، إما الثالثة فتتقرن نوعاً ما بالنوع السابق، ولكن تتميز بدراسة وتحليل نقاط الضعف والقوة للمنظمات، لتمكن من معالجة نقاط الضعف واستثمار نقاط القوة، وبالتالي تستفيد المنظمة من خبرات المشاركين بما يحقق هذا النوع من الزيارة المصلحة المتبادلة للطرفين العلاقة، وتعظيم المسؤولية الاجتماعية في صناعة الضيافة.

### المبحث الثاني-ثقافة إدارة المراسم

**أولاً: مفهوم ثقافة إدارة المراسم:** - يصف (عزيز وزملائه) ثقافة إدارة المراسم بأنها ذلك الهيكل المعمق، الذي يكتسب أصوله من القيم والسلوكيات والافتراضات التي يحملها الأفراد داخل منظمة، فالقيم المشتركة تعد أساساً لقيام منظمة بوظائفها تجاه السياح، لكونها هي التي تحافظ على المنظمة بوصفها وحدة مترابطة، وتعطيها هويتها التي تميزها بقواعد إدارة المراسم والسلوك السياحي عن غيرها من المنظمات المنافسة (عزيز وآخرون: 2012: 53)، في حين يراها (محمود) أنها الأمر المكتوب، الذي كان يحتوي على مجموعة القواعد المطلوب الالتزام بها عند مقابلة الشخصيات، وكانت تستهدف تعليم الناس أصول وآداب المقابلة وما يجب الالتزام به عند تبادل الحديث معهم (محمود: 2015: 22)، بينما يعتقد (Merhaut) أنها سلوك بالغ التهذيب واحترام النفس واحترام الذات، واحترام الآخرين وحسن التعامل معهم، أو آداب الخصال الحميدة أو السلوك المقبول اجتماعياً (74 : 2015: Merhaut)، وفي السياق ذاته يرى (Zborilova) إن ثقافة إدارة المراسم هي ما يجب القيام به وما ينبغي الامتناع عنه من سلوك أو تصرفات وهي تتخذ شكل أو أمر أو تعليمات تعزز القيم التنظيمية (3 : 2015 : Nela)، وفي ضوء ذلك يضح ان ثقافة إدارة المراسم هي جزء من الثقافة التنظيمية، وتعد ميزة جوهرية للمنظمة، فهي تحدد شخصيتها بصورة واضحة، وتعتبر عن التراكم المعرفي، والمعلومات، والخبرات السياحية والفندقية بجانب القيم التنظيمية، والمعتقدات، والتقاليد، والفلسفة، والعرف، والأخلاقيات، والفن، والافتراضات والممارسات التي تشكل دليلاً لاتجاهات الأفراد والسلوك السياحي داخل المنظمة من حيث اتيكيت الاتصال واللغة، والزي المهني والمظهر، وخدمة الطعام، وإدارة الوقت، والعلاقات والأدوار والآراء، والأساليب الفكرية والتعلم، وعادات وممارسات العمل وتحسين مستوى الأداء.

وعليه يمكن تعريف ثقافة إدارة المراسم إجرائياً بأنها احد قواعد السلوك الإنساني الذي يكتسب أصوله من القيم التنظيمية ومعتقدات السلوك السياحي والافتراضات والعادات والقواعد والمعايير والفن التي يحملها الأفراد داخل المنظمة، وقد تكون بصيغة مكتوبة و غير مكتوبة التي يتم إتباعها ليسود المناخ التنظيمي الايجابي والهادف إلى تحقيق جودة الخدمة السياحية المقدمة للسياح.

ثانيا: أهمية ثقافة إدارة المراسم: - تكمن أهمية الثقافة إدارة المراسم في الأوجه التالية (العززي: 2004: 24-25), (صدقي: 2013: 61):

1. التكامل الداخلي بين الطلبة من خلال الاتصال والعمل معا بفاعلية لتحسين مستوى الأداء .
2. تحقيق التكيف بين الطلبة والبيئة الخارجية ذات الصلة بتخصص القطاع السياحي والفندقي.
3. تعد بمثابة دليل إرشادي للطلبة، وتشكل لهم نماذج السلوك السياحي والعلاقات التي يجب إتباعها .
4. هي إطار فكري مستقبلي يوجه الطلبة المتوقع تخرجهم , وينظم أعمالهم وعلاقاتهم .
5. تميز المؤسسة التعليمية عن غيرها من المؤسسات التعليمية، وهي كذلك مصدر فخر واعتزاز لطلبتها، وتعد بمثابة الميزة التنافسية للتخصص.

**ثالثاً: مكونات ثقافة إدارة المراسم :-** تتشكل من عدة قوى ومكونات تؤثر على سلوك الطلبة، وهذه النتيجة هي انعكاس لثقافة المنظمة والقيادات الإدارية المحتوية لنشاطات الزيارات الميدانية، ويقول (عزيز وزملائه): إن النظرة لثقافة إدارة المراسم تختلف من شخص لآخر، حيث يتعامل معها البعض باعتبارها عاملاً مستقلاً، والنظر للقيم بأنها تنتقل بواسطة العاملين إلى الطلبة كأحد نواتج التنظيم المتمثلة بالمعتقدات، واللغة المشتركة، والرموز والطقوس المختلفة التي تتطور مع مرور الوقت (عزيز، وآخرون: 2012 : 50)، فثقافة إدارة المراسم جزء من الثقافة العامة يتعلمها الفرد خلال تعاملاته مع الآخرين (الشيخ: 1995 : 17)، ومن هذا المنطلق فإن إدارة المراسم ترتكز على الثقافة بكونها أحد المحركات الأساسية للسلوك السياحي والقيم التنظيمية التي تساعد الطلبة على الانسجام والتلاؤم مع بعضهم البعض في البيئة التعليمية التي يتواصلون فيها (Charles : 1999 : 11)، وعليه يمكن مناقشة مكونات ثقافة إدارة المراسم على النحو الآتي: (خميس : 2012 : 217)، (أبو زيد، وآخرون : 2013 : 22)، (حورية: 2017 : 8):

1. **المعتقدات التنظيمية:** هي عبارة عن أفكار مشتركة عن طبيعة العمل والحياة الميدانية في بيئة العمل المستقبلية للطلبة المتوقع تخرجهم ، وكيفية إنجاز العمل والمهام ، ومن هذه المعتقدات أهمية المشاركة في عملية صنع القرارات، والمساهمة في العمل الجماعي، وأثر ذلك في تحقيق الأهداف التنظيمية.
2. **التوقعات التنظيمية:** هي التعاقد السيكولوجي الغير المكتوب، والذي يعني مجموعة من التوقعات، يحددها أو يتوقعها الطالب من المؤسسة التعليمية، وكذلك تتوقعها المؤسسة المستقبلية ،مثال ذلك التوقعات المتبادلة بين الرئيس والمرووس، وبين الزملاء فيما بينهم، والمتمثلة بالتقدير والاحترام المتبادل، وتوفر بيئة تنظيمية ومناخ تنظيمي، يساعد ويدعم احتياجات الفرد النفسية والاقتصادية.
3. **الطقوس:** تلك الإحداث والفعاليات السياحية التي يقوم بها الطلبة والتي ترتبط بأهداف معينة تسعى المؤسسة إلى تحقيقها ،كما تعبر هذه الأنشطة عن أفكار محددة تعكس قيم المؤسسة التي تسهم في زيادة الانتماء لها، كطقوس تحضير وإدارة الاجتماعات، وطريقة الكلام والكتابة، والزي الموحد، واتيكيت التعامل ، وعلاقات العمل ، والمهرجانات الثقافية الدورية .
4. **التقاليد:** هي أنشطة ذات صيغة مكررة والتي تعكس وتعزز القيم الرئيسة في التنظيم السياحي ومجالات التركيز في ما يتعلق بالأهداف والأهمية بالنسبة للمراكز والطلاب .
5. **الموروث الثقافي للمنظمة:** مجمل الأحداث والمواقف التي مرت بها المؤسسة التعليمية ، منها ما هو إيجابي، والتي تحاول التركيز عليه ونشره واعتباره مرجع محفز للطلبة، ومنها ما هو سلبي تحاول المؤسسة التغاضي عنه.
6. **الرموز:** تمثل علاقة خاصة بمعلومات المؤسسة وتعلق بالنظام الثقافي لها ، وتستخدم هذه الرموز للتعبير عن معاني معينة والتي يصعب إدراكها بحواسنا، حيث تظهر داخل المؤسسة في شكل أشياء وأفعال تستخدم كوسيلة أو طريقة لنقل معاني معينة للأفراد مثل شعار المؤسسة او علمها ،اسمها التجاري ، وكذلك تصميمها المعماري وأماكن الاستقبال وحتى نمط الزي الرسمي وغيرها من الرموز الأخرى التي يتحمل معاني ترتبط بقيم المؤسسة ومعاييرها .
7. **الأخلاقيات:** تمثل مكوناً رئيسياً لمكونات ثقافة إدارة المراسم، وما تشمل عليه من قيم وطرق التفكير، وأساليب التعامل بين طلبة كلية والأطراف الخارجية، وعادة ما تتكون أخلاقيات المؤسسة مما يلي:

- أخلاقيات الطلبة التي يستمدونها من العائلة والدين والأصدقاء والجامعة والمجتمع.
- أخلاقيات المهنة التي ترشد سلوكيات الطلبة في مدة الدراسة.
- أخلاقيات المجتمع الناتجة من النظام الرسمي القانوني، وما ينتج عنه من عادات وممارسات في المجتمع.

رابعاً: **ابعاد ثقافة إدارة المراسم** : يعتقد بعض الكتاب والباحثين إن ابعاد ثقافة إدارة المراسم ليس من السهل ملاحظتها، إذ تتطلب دقة وعناية في البحث، وعليه أصبحت القيم والسلوك هي الجوهر الأساسي للثقافة، ويمكن التمييز بينهما من خلال الآتي:

1. **القيم التنظيمية**: "هي مجموعة المبادئ والمعايير الموجهة للأخلاق الحسنة، لتصبح صفة راسخة يمارسها الأفراد دون تكلف أو عناء، فيألفونها، ويعتادون عليها في تعاملهم مع الآخرين" (العبد الله & برقان : 2017 : 148)، ويقول (الحيالي: وزملائه): ان القيم تمثل معياراً وجدانياً وفكرياً يعتقد بها الطلبة وبموجبها يتعاملون مع الأشياء بالقبول أو الرفض في مختلف المواقف (الحيالي وآخرون : 2012 : 165)، وترتبط القيم بثقافة المجتمع الذي تقع ضمن إطاره وخلال تفاعل الفرد معه، ويمكن ملاحظتها من خلال السلوك الظاهري المعبر عن إكحام القيم الداخلية، وبطبيعة القيم تكون ذاتية وموضوعية وديناميكية وهذه الخصائص تساهم في اكتساب الطالب ثقافة إدارة المراسم، وتعمل على تشكل شخصية الطالب المترنة القوية المتماسكة، وتستخدم كمعايير لقياس العمل السياحي وتقييمه من حيث الالتزام في تطبيق البروتوكولات السياحية، وتكسب الطالب الإحساس بالصواب والخطأ تجاه مجريات تقديم الخدمة السياحية والتعاملات في إدارة علاقات الضيوف (عبود: 2016 : 97-99).

القيم التنظيمية هي اتفاقات مشتركة بين أعضاء التشكيل، وغالباً ما تكتب بصيغة التقرير حول مهام المؤسسة وأهدافها، وإستراتيجيتها حول ما هو مرغوب أو غير مرغوب، وجيد أو غير جيد، ومهم أو غير مهم في بيئة العمل السياحي والفندقي، وتعمل على توجيه سلوك الطلبة ضمن الظروف التنظيمية المختلفة في المستقبل (خميس: 2012: 217)، والقيم تحتل المرتبة الأولى في قائمة العناصر المؤثرة على المناخ التنظيمي، ومن الأمثلة على القيم التي تركز عليها التنظيمات السياحية المختلفة: نوعية الخدمة السياحية والفندقية المقدمة، والاهتمام بالسياح، والعلاقات التعاونية بين العاملين، وتلعب القيم دوراً أساسياً في تحديد الثقافة المرغوبة، حيث يلقت الطلبة القيم التي يرغب التنظيم بها من خلال وسائل عديه وهما الزيارات الميدانية للمنظمات السياحية والفندقية (الحيالي وآخرون : 2012 : 165)، لان تلك الزيارات تساهم بالتوافق بين القيم الفردية للطلاب والقيم التنظيمية للمؤسسة التعليمية، ويعمل هذا التوافق الى زيادة ولاء الطلبة وتحفيزهم والتأثير على تصوراتهم والتزامهم بالمناهج العلمية والعملية، وتحقق من جراء ذلك إنباء ثقافة إدارة المراسم لديهم (محمد & عصاد: 2017: 171).

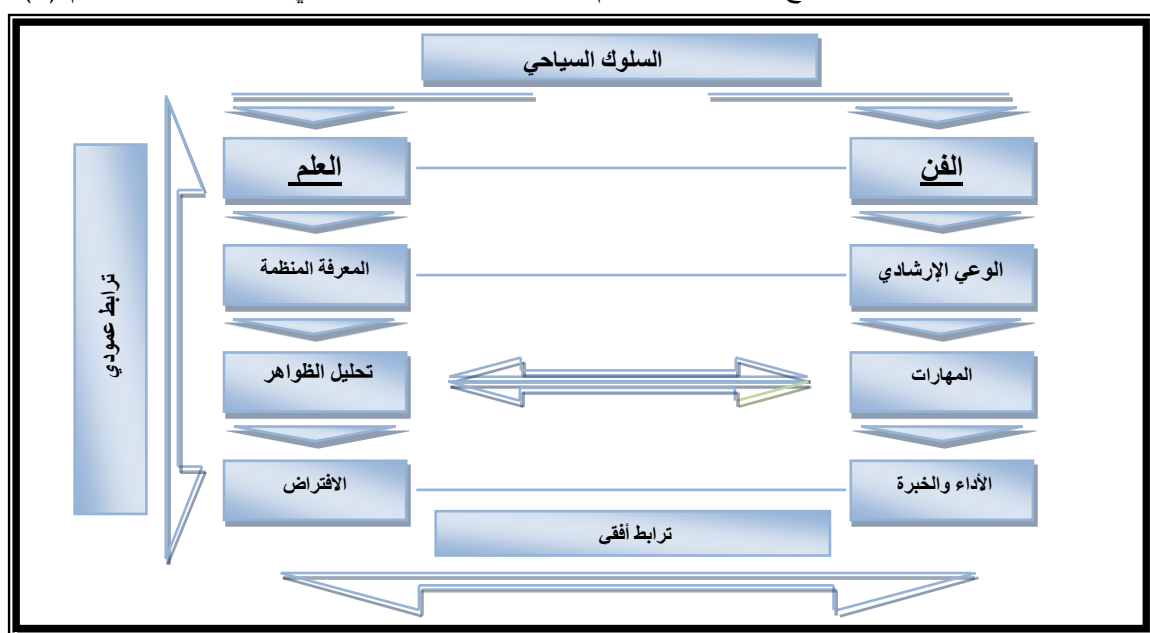
من خلال ما تقدم نلاحظ ان القيم التنظيمية تستند على طبيعة ذات الطالب النفسية والاجتماعية وما اكتسبه عن طريق التربية ومجريات الحياة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والدينية والتعليمية، لتمنحه القدرة على التكيف والتوافق مع من حوله وتحقيق الرضا النفسي لتشكيل شخصية، وتحديد اتجاهاته وأهدافه المستقبلية وفق القواعد التي تحددها المؤسسة التعليمية الذي ينتمي إليه.

2. **السلوك السياحي**: يوصف بأنه طريقة تعامل وتصرف الإنسان مع الظروف البيئية من خلال نشاط يكون الهدف منه تعديل أو تغيير لهذه الظروف، بحيث تصبح ملائمة له ولتطلباته كي تستطيع التكيف والبقاء والنمو (خضر: 2018: 2)، ويعتبر مجموعة الأنماط الحياتية التي يعيشها الفرد مع نفسه، ومع المجتمع السياحي بكافة مجالاته (الدليمي: 2017: 9)، وللسلوك السياحي قواعد خاصة تشكلها مجموعة من التوجيهات الإيجابية التي توضع كدليل حول كيفية التعامل والسلوك عند ممارسة الأنشطة السياحية، حيث يعتمد نجاح صناعة السياحة على مدى تقبل الثقافات المختلفة والتكيف معها (سلسلة قواعد السلوك السياحي : 2009 : 1)، لان السلوك السياحي يتطلب تصميم فعال للبرامج التدريبية لتحليل كل مهمة من المهام الوظيفية الى عناصرها ومكوناتها الأساسية، مثل (تحليل المعارف والمعلومات والمهارات)، ويقصد بذلك جميع النشاطات السلوكية الفعلية والمهنية للطلبة ومدى انسجامها مع الموقع الميداني للقطاع السياحي (عبد الكاظم : 2012 : 128).

ويعد السلوك السياحي سلوكاً استكشافياً لان الطالب يستجيب استجابة ايجابية للمثيرات الجديدة في بيئته التعليمية عن طريق محاولته استكشاف هذه المثيرات او معالجتها مدفوعاً بالرغبة في المعرفة المزيدة عن ذاته وبيئته، والبحث عن الخبرات

الجديدة , والاستمرار في دراسة واستكشاف المثيرات من اجل معرفة المزيد عنها ( العيداني & الاسدي:2018: 266), ويعتمد ذلك على مستوى الوعي الأوسع لقناعات طلبة التخصصات العلوم السياحية وطبيعة نشاطهم ودورهم ضمن الحياة العملية والميدانية(526: 1993: Thomas G and Others), وهناك مجموعتين من العوامل التي تؤثر في تطبيق واكتساب السلوك السياحي من قبل الطلبة : المجموعة الأولى العوامل الخارجية (الثقافة،الفنون، العادات،التقاليد , القيم الجمالية ، المهارات، الجماعات المرجعية، قادة الرأي)،إما المجموعة الثانية فهي العوامل الداخلية(الشخصية ,الدوافع،الحاجات ,الإدراك، التعليم، الاتجاهات)(جاير: 2016 :1).

وعلى يمكن القول ان السلوك السياحي يعتبر منظومة متكاملة من العوامل الموروثة والمكتسبة ويتأثر بالعديد من العوامل الشخصية والعامّة, ويبرز من خلال توافق بين العلم والفن: من حيث (Science) فهو انعكاس للمعرفة المنظمة والمنطقية التي تستهدف فهم الظواهر والتنبؤ بتكرار حدوثها وما تعلم تعلمه الطالب إثناء مدة دراسته النظرية في الجامعة, ومن حيث (Art) فهو الوصول إلى النتيجة عن طريق تطبيق المهارة التي تتعلق بالجوانب التطبيقية للمعرفة أو الأداء المجسدة من خلال الزيارات الميدانية للمنظمات السياحية,ويمكن ان نوضح طبيعة تفاعل العلم والفن بتجسيد السلوك السياحي من خلال الشكل رقم (3).



الشكل (3)

الشكل من إعداد الباحث

ومن خلال الشكل (3) يتضح أن السلوك السياحي يتوافق من خلال الترابط العمودي والأفقي لمتغيرات العلم والفن ,فنتاج المعرفة المنظمة تمكن الطالب من تحليل الظواهر السلوكية المتعلقة بقواعد ثقافة إدارة المراسم,ويمكن الطالب من الوصول الى الافتراضات الولية لبناء الصورة الذهنية لطبيعة التعاملات السياحية , والفن المكتسب من خلال الزيارات الميدانية يمكن الطالب من خلاج لمسائه الجمالية بالتعاملات السياحية من خلال الوعي الإرشادي, وبالتالي يتمكن من اكتساب العديد من المهارات السلوكية والاداء السياحي وتحفيز منظومة الخبرة المعزز بقواعد السلوك السياحي المنبث من خلال تطبيق قواعد إدارة المراسم والاتيكيث المتفق عليها من قبل طرفي العلاقة (مؤسسات التعليم السياحي والمنظمات المزارة ميدانياً), وبالتالي يمكن استشعار الجزء المرئي من أنماط السلوك السياحي ,من خلال القصص , والشعائر , والطقوس , الإصغاء والحديث, استعمال التقنيات والمعدات ,الأسبقية, الأناقة, لغة الجسد, التعامل الوظيفي, خدمة الأطعمة والاشربه, المؤتمرات والاجتماعات ,تقديم الزهور, الاستقبال والتوديع, فن وسائل الاتصال, التعارف والتقديم الاجتماعي, الأسماء والألقاب و(المراكز الاجتماعية), المقابلة الشخصية.

## المبحث الثالث - الجانب الميداني

نوضح من خلال هذا المبحث طبيعة الزيارات الميدانية المنظمة من قبل عمادة الكلية، وكذلك نتناول فيه الجانب العملي المتضمن النتائج المستندة على تحليل استمارة الاستبيان لتوضيح طبيعة العلاقة الاحصائية بين المتغيرين المبحوثين، وعلى النحو الآتي:-

**أولاً:- واقع الزيارات الميدانية:-** تسعى مؤسسات التعليم السياحي بالتعاون المستمر مع منظمات سوق العمل السياحي، للنفعة والفائدة من تبادل الخبرات بين طرفي العلاقة، وقد اهتمت عمادة كلية العلوم السياحية<sup>(\*)</sup> في الآونة الأخيرة بتنظيم مجموعة من الزيارات الميدانية ولبعض المنظمات، والجدول (3) يوضح واقع تلك الزيارات .

## جدول (3) واقع الزيارات الميدانية المنظمة من قبل عمادة كلية العلوم السياحية

ت	اسم المنظمة	عدد الزيارات	المشرف العلمي للزيارة
1	اثار بابل (الحلة)	1	م.د.خلود وليد
2	المتحف العراقي	1	أ.م.د. كاظم شامخ
3	موقع نصب الشهيد	4	م.د. عماد حسين
4	جزيرة بغداد السياحية	2	م.د. عماد حسين
5	فندق فلسطين	1	م.د. محمد زكي
6	فندق بابل	2	م.د. عماد حسين
7	فندق المنصور	2	أ.م.د. أمال كمال
8	فندق بغداد	1	م.د. عماد حسين

المصدر:- تقرير مطبوع (2018) "النشاطات العلمية والتطبيقية لكلية العلوم السياحية"، شعبة التعليم المستمر، كلية العلوم السياحية، بغداد .

يتضح من خلال الجدول رقم (3) أن عمادة كلية قد نظمت عدة زيارات، وتضمنت هذه الزيارة نشاطات فرعية تمثلت بزيارة أقسام الواجهة الأمامية المتمثلة بقسم(المكتب الأمامي، والأطعمة والمشروبات، والعلاقات العامة، وقسم المراسم، وتذاكر الضيوف، وصلات الشرف والانتظار، وقاعات المؤتمرات)، وقد تخللت الزيارة مجموعة من الشروح العملية عند كل قسم من الأقسام المذكورة، وبالتعاون بين المشرف العلمي، والمشرف الميداني ضمن المنظمة المزار، والصورة (1)، توضح بعض مجريات الزيارة الميدانية لأقسام فندق بابل.



صورة (1) توضح بعض مجريات الزيارة الميدانية لفندق بابل (21/ 3/ 2017)

(\* ) كلية العلوم السياحية:- يعود تأسيس الكلية لعام 2013 لتصبح أول كلية متخصصة في هذا المجال بالعراق وتضم قسمي السياحة وإدارة الفنادق، وتستقبل الكلية الطلبة من خريجي الإعدادية بفرعها العلمي والأدبي، وكذلك الفرع التجاري والأوائل من معاهد السياحة والفندقه، للمزيد من الاطلاع راجع المصدر:- دليل كلية العلوم السياحية - للعام الدراسي 2017-2018.

ثانياً:- عرض وتحليل نتائج الدراسة:- في هذه الفقرة سوف يتم عرض البيانات ونتائج الاستبيان وتحليلها إحصائياً وتفسيرها وتوضيح طبيعة العلاقة الإحصائية لمتغيرات الدراسة الحالية, من خلال ما يلي:-

### 1. اختبار درجة مصداقية البيانات:-

أ- الصدق:- هو ابرز المفاهيم والمرتكزات الضرورية لبناء إي مقياس في الاستبيان ضمن البحث العلمي, ويمكن اعتماد صدق الاستبيان كما يلي :

- الصدق التمييزي:- لغرض التأكد من مصداقية الاستبيان تم إجراء الأسلوب الإحصائي (المقارنة الطرفية) لصدق المحتوى وذلك من خلال ترتيب نتائج الاستبيان تنازلياً تصاعدياً وبعدها تقسم على مجموعتين شملنا الاستجابات العليا والاستجابات الدنيا ليؤخذ ( 27.5%) من أعلى المجموعة الأولى الخاصة بالاستجابات العليا و ( 27.5% ) من أدنى المجموعة الثانية ومن ثم إجراء اختبار (T) بين متوسطي الجزئين الأعلى والأسفل, اذ بلغت قيمة اختبار (T) المحسوبة (11.294) وهي أعلى من نظيرتها الجدولية البالغة (1.983) عند مستوى معنوية ( 0.05 ) وهو ما يشير إلى وجود فروق معنوية بين متوسطي الربع الأعلى والأسفل وبذلك يكون صدق الاستبانة تمييزي (ايجابي) إي انه قادر على تمييز الأشخاص الذين أجابوا على فقرات المقياس بسمة عالية وسمة منخفضة.

ب- الثبات :- تم احتساب معامل الثبات وفق طريقتين :-

الأولى :- التجزئة النصفية:- تم تجزئة استبانة الاستبيان إلى جزئين متجانسين , وقد استخدمت جميع الاستبانات العينة البحثية البالغ عددها (100) استبانة , قسمت فقرات المقياس والبالغة (20) فقرة إلى نصفين متجانسين متساويين: الفقرات الفردية وعددها (10) فقرات والزوجية وهي بالعدد نفسه ايضاً, ومن خلال احتساب معامل ارتباط بيرسون بين النصفين والبالغة قيمته (0.865) وباستخدام معادلة (سييرمان براون) التصحيحية كانت قيمة معامل الثبات وفق طريقة التجزئة النصفية (0.887) للنصف الأول و (0.824) للنصف الثاني, وبالتالي فقد بلغت قيمة معامل الثبات (0.89) وهذه قيم ثبات ممتازة تدعو إلى اعتماد نتائج البحث وتعميمها في الدراسات المستقبلية.

الثانية :- الاتساق الداخلي:- وتستند هذه الطريقة على مدى تناسق الإجابات المبحوث ذاته من فقرة الى أخرى, إذ استخدمت جميع الاستبانات في عينة البحث والبالغ عددها (100) استبانة وتم احتساب (معامل الفا - كرونباخ) لكل محور من محاور الاستبانة فضلاً عن (معامل الثبات العام ) لكافة فقرات الاستبانة وقد أظهرت نتيجة الاختبار بأن قيمة معامل الثبات (الفا- كرونباخ) لجميع محاور الاستبانة قد بلغت (0.891) وهي نسبة ممتازة حائزة على درجة عالية الاعتماد لنتائج الاستبيان في هذه الدراسة ويمكن التعويل من خلالها على نتائج هذا البحث في الدراسات المستقبلية اللاحقة, والجدول (4) يوضح النتائج.

جدول (4) قيمة معامل الثبات لاستبانة البحث

محاور الاستبانة	قيمة معامل الفا - كرونباخ
الزيارات الميدانية للمنظمات السياحية والفندقية	0.889
إنماء ثقافة إدارة المراسم	0.864
جميع المحاور	0.891

### 2. التحليل الإحصائي لمتغيرات محور الزيارات الميدانية:

أ- إستراتيجية تصميم برامج الزيارات الميدانية : اتسمت الاستجابة تجاه كافة فقرات هذا البعد بالارتفاع نتيجة لوقوع الأوساط الحسابية لتلك الفقرات ضمن المدى (3.51 - 5), وقد بلغ المعدل العام للأوساط الحسابية لهذا البعد (4.39) وبانحراف معياري (0.417) وهو الأعلى من بين الإبعاد الفرعية لمتغير الزيارات الميدانية بحسب معامل الاختلاف والبالغ (0.094), إما بخصوص فقراته الفرعية فيظهر الجدول (5) التوزيع التكراري والوسط الحسابي والانحراف المعياري لكافة فقرات متغير إستراتيجية تصميم الزيارات الميدانية, فكانت أقوى تلك الفقرات في شدة الاستجابة الفقرة (2) , والتي نصت على: (توفر المتخصصين بإدارة برامج الزيارات الميدانية والمستلزمات والوسائل), بحسب معامل الاختلاف والبالغ (0.15) بوسط حسابي بلغ (4.50) وعكست درجة

تأييد واستجابة عالية الشدة وتشير إلى مدى إمكانية توفير الأساتذة المتخصصين بالجانب الميداني والذين يعول عليهم في تحقيق نجاح برامج الزيارات الميدانية، مع إمكانية توفير كافة المستلزمات والوسائل التقنية الداعمة لتطبيق تلك البرامج، كما بلغ الانحراف المعياري للفقرة (0.659)، وتشير قيمة الانحراف المعياري إلى مدى انخفاض تشتت إجابات المبحوثين تجاه تلك الفقرة وبالتالي تجانس واتفاق كبيرين في آراء أفراد العينة حول مضمون هذه الفقرة.

كما كانت ادنى العبارات من حيث قيمة معامل الاختلاف الفقرة (1) والتي نصها (تضع عمادة الكلية أهداف محددة لتنظيم برامج الزيارات الميدانية) فكان وسطها الحسابي مساويا إلى (4.18) وهي قيمة تشير إلى تأييد مرتفع الشدة من قبل المبحوثين، وكانت قيمة انحرافها المعياري (0.7700)، والتي تشير إلى تشتت ملحوظ في إجابات وآراء عينة البحث، وهذا يشير إلى إن هناك اختلافا في وجهات النظر من قبل الطلبة تجاه مضمون الفقرة، إي أن بعض المبحوثين أيد ان هناك أهداف محددة لتنظيم برامج الزيارات الميدانية ومنها تجسيد الواقع النظري بشكل تطبيقي.

**ب- تنفيذ برامج الزيارات الميدانية:** لقد بلغ المعدل العام للأوساط الحسابية لهذا البعد ضمن المدى (3.78 - 5) ما يشير إلى مقبولية، وقد حقق المعدل العام للأوساط الحسابية (4.08) وانحراف معياري (0.824) ، ومن حيث الترتيب بين إبعاد الزيارات الميدانية فقد جاء بالمرتبة الأخيرة بحسب قوة معامل الاختلاف والبالغة (0.201)، والمبرر من ذلك لان عملية التنفيذ تعتمد على عملية إستراتيجية التصميم الناجح والتقييم الذاتي لتلك البرامج .

ويظهر الجدول (5) التوزيع التكراري والوسط الحسابي والانحراف المعياري لكافة فقرات محور تنفيذ برامج الزيارات الميدانية ، فكانت اقوى تلك الفقرات في شدة الاستجابة الفقرة (7) ، من حيث قيمة معامل الاختلاف والبالغ (0.17) ، والتي نصت على: (تحفز الشعور بالرضا عند الطلبة وتعزز الثقة بالنفس والإيمان بالعمل الميداني) بوسط حسابي بلغ (4.40) وعكست درجة تأييد واستجابة عالية الشدة وتشير إلى مدى تحفيز الزيارات الميدانية منظومة الشعور بالرضا، وهو معيار أساسي لتعزيز الثقة بالنفس لدى الطلبة لرسم الصورة الذهنية لميدان العمل المستقبلي وفق منظومة الإيمان بالعمل والمبادرة ، كما بلغ الانحراف المعياري للفقرة (0.7520)، وتشير قيمة الانحراف المعياري إلى مدى انخفاض تشتت إجابات المبحوثين تجاه تلك الفقرة وبالتالي تجانس واتفاق في آراء أفراد العينة حول مضمون هذه الفقرة.

كما كانت ادنى العبارات من حيث قيمة معامل الاختلاف الفقرة (6) والتي نصها (تقلص فجوة العلاقة بين مؤسسات التعليم السياحي وبين سوق العمل السياحي) فكان وسطها الحسابي مساويا إلى (3.78)، وكانت قيمة انحرافها المعياري (1.097) ، والتي تشير إلى تشتت ملحوظ في إجابات وآراء عينة البحث، وهذا يشير إلى إن هناك اختلافا في وجهات النظر من قبل الطلبة تجاه مضمون الفقرة، إي أن بعض المبحوثين أيد ان الزيارات الميدانية تقلص للفجوة بين مؤسسات التعليم السياحي وسوق العمل السياحي لحد معين .

**ج-تقييم برامج الزيارات الميدانية:** اتسمت الاستجابة تجاه كافة فقرات هذا البعد بالارتفاع نتيجة لوقوع الأوساط الحسابية لتلك الفقرات ضمن المدى (4.12 - 5)، وحقق هذا البعد وسط حسابي عام مقداره (4.21) وانحراف معياري (0.482) ، ومن حيث الترتيب بين إبعاد الزيارات الميدانية فقد جاء بالمرتبة الثانية بحسب قيمة معامل الاختلاف والبالغ (0.143)، والمبرر من ذلك لان عملية تقييم الزيارات إجراء ساند وتغذية راجعة لعملية تصميم برامج الزيارات الميدانية المستقبلية ومن ثم تنفيذها .

والجدول (5) يظهر التوزيع التكراري والوسط الحسابي والانحراف المعياري لكافة فقرات لبعد تقييم الزيارات الميدانية ، فكانت اقوى تلك الفقرات في شدة الاستجابة الفقرة (9)، على وفق قيمة معامل الاختلاف والبالغة قيمته (0.19)، والتي نصت على: (تبنى عمادة الكلية برامج دائمة ثابتة للزيارات بصورة منظمة لتحقيق طموحات الطلبة المستقبلية وزجهم في سوق العمل السياحي) بوسط حسابي بلغ (4.27) وعكست درجة تأييد واستجابة عالية الشدة وتشير إلى مدى أهمية الزيارات الميدانية في تحقيق طموحات الطلبة المستقبلية وإعدادهم لشغل الفرص الوظيفية ، كما بلغ الانحراف المعياري للفقرة (0.8020)، وتشير قيمة الانحراف المعياري إلى مدى انخفاض تشتت إجابات المبحوثين تجاه تلك الفقرة وبالتالي تجانس واتفاق كبيرين في آراء أفراد العينة حول مضمون هذه الفقرة.

كما كانت ادنى العبارات من حيث قيمة معامل الاختلاف الفقرة (10) والتي نصها (تهتم إدارة المنظمات السياحية ببرامج الزيارات الميدانية وتعدّها جزءاً من أنشطتها المستقبلية بغية استقطاب مخرجات التعليم السياحي) فكان وسطها الحسابي مساوياً إلى (4.12) وهي قيمة تشير إلى تأييد مرتفع الشدة من قبل المبحوثين، وكانت قيمة انحرافها المعياري (0.8320) والتي تشير إلى تشتت ملحوظ في إجابات وأراء عينة البحث، وهذا يشير إلى إن هناك اختلافاً في وجهات النظر من قبل الطلبة تجاه مضمون الفقرة، إي أن بعض المبحوثين أيد ان هناك عملية استقطاب لمخرجات التعليم السياحي من قبل إدارة المنظمات السياحية الى حد معين .

جدول (5) التوزيع التكراري والوسط الحسابي والانحراف المعياري لفقرات محور الزيارات الميدانية للمنظمات السياحية والفندقية

الترتيب	معامل الاختلاف	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرة
<b>أ- إستراتيجية تصميم برامج الزيارات الميدانية</b>				
3	0.18	.7700	4.18	1. تضع عمادة الكلية أهدافاً محددة لتنظيم برامج الزيارات الميدانية .
1	0.15	.6590	4.50	2. توفر المتخصصين بإدارة برامج الزيارات الميدانية والمستلزمات والوسائل.
2	0.15	.6740	4.49	3. تحرص على اختيار برامج تتواءم مع رسالة وسياسة القطاع السياحي .
الاول	0.094	0.417	4.39	<b>المجموع</b>
<b>ب- تنفيذ برامج الزيارات الميدانية</b>				
2	0.18	.7450	4.03	4. تتبنى اختبار الكفاءة العملية التي تتناسب مع إمكانية الطالب وقدراته الفكرية.
3	0.24	.9650	4.09	5. توفر محيطاً ايجابياً لتطبيق المادة النظرية ونقلها الى الواقع الميداني .
4	0.29	1.097	3.78	6. تقلص فجوة العلاقة بين مؤسسات التعليم السياحي وبين سوق العمل السياحي.
1	0.17	.7520	4.40	7. تحفز الشعور بالرضا عند الطلبة وتعزز الثقة بالنفس والإيمان بالعمل الميداني.
الثالث	0.201	0.824	4.08	<b>المجموع</b>
<b>ج- تقييم برامج الزيارات الميدانية</b>				
2	00.2	.8290	4.20	8. تسهم في رفع القدرة على الانتباه وتساعد الطالب على سرعة الأداء والاستجابة للبرامج التطبيقية.
1	0.19	.8020	4.27	9. تتبنى عمادة الكلية برامج دائمة ثابتة للزيارات الميدانية بصورة منظمة لتحقيق طموحات الطلبة المستقبلية وزجهم في سوق العمل السياحي.
3	00.2	.8320	4.12	10. تهتم إدارة المنظمات السياحية ببرامج الزيارات الميدانية وتعدّها جزءاً من أنشطتها المستقبلية بغية استقطاب مخرجات التعليم السياحي .
الثاني	0.143	0.603	4.19	<b>المجموع</b>
		0.482	4.21	<b>الإجمالي</b>

- قياس معنوية محور الزيارات الميدانية:- لتحقيق هذا الهدف استخدم الباحث الاختبار التائي لعينة واحدة، إذا بينت نتائج الجدول (6) قيمة الوسط الحسابي للمحور ككل قد بلغت (4.21) والانحراف المعياري (0.482) علماً إن الوسط الفرضي مساوي إلى (3)، وأظهرت نتائج الاختبار التائي وجود دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) نظراً لكون القيمة التائية المحسوبة والمساوية الى (25.045) وهي اكبر من نظيرتها الجدولية البالغة (1.982) بدرجة حرية (98) ما يشير الى ان المبحوثين يرون ضرورة الاهتمام بشكل اكبر بتنظيم الزيارات الميدانية من قبل عمادة كلية العلوم السياحية.

جدول (6) قياس معنوية محور الزيارات الميدانية

العينة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوسط الفرضي	درجة الحرية	القيمة التائية المحسوبة	القيمة التائية الجدولية	المعنوية
100	4.21	0.482	3	98	25.046	1.982	دالة

**3. التحليل الإحصائي لمتغيرات محور ثقافة إدارة المراسم:**

أ- **القيم التنظيمية:** وقعت قيمة الاوساط الحسابية لهذا البعد ضمن المدى (3.51 - 5) , وهي استجابة مرتفعة من أفراد عينة الدراسة تجاه جميع فقراته, وحقق هذا البعد وسط حسابي عام مقداره (4.18) وبانحراف معياري (0.501) , ومن حيث الترتب بين إبعاد إنماء ثقافة إدارة المراسم فقد حل بالمرتبة الأولى حسب قيمة معامل الاختلاف والبالغ (0.119), كما يظهر الجدول (7).

وقد كانت ابرز الفقرات في شدة الاستجابة لهذا البعد بحسب معامل الاختلاف الفقرة (1) والتي نصها (تتعامل عمادة الكلية مع جميع الطلبة بدون تمييز في توفير فرص الزيارات الميدانية) بوسط حسابي بلغ (4.18) وعكست درجة تأييد واستجابة عالية الشدة وتشير إلى إمكانية وخبرة عمادة الكلية بتعامل مع كافة الطلبة في توفير الفرص للزيارات الميدانية وفق جداول منظمة ومواعيد تضمن حق المشاركة لهم, كما بلغ الانحراف المعياري للفقرة (6090), وتشير قيمة الانحراف المعياري الى تشتت نوعا ما اجابات تجاه تلك الفقرة وبالتالي تجانس آراء أفراد العينة حول مضمون الفقرة على الرغم من وجود تفاوت بسيط في الآراء.

إما ادنى العبارات من حيث قيمة معامل الاختلاف فكانت من نصيب الفقرة (5) التي نصت على: (تحرص على إشعار كل طالب بأنه جزء من فريق العمل) اذ بلغ وسطها الحسابي (4.21) وهي قيمة تشير الى تأييد مرتفع الشدة من قبل المبحوثين, وكانت قيمة انحرافها المعياري (8440). والتي تشير الى قلة في تشتت إجابات وآراء عينة البحث, وهذا يشير الى ضرورة اعتماد إجراءات تساهم في تحفيز الطلبة على الانتماء بفريق العمل الميداني, ونشر ثقافة العلاقات الرسمية والغير الرسمية .

ب- **السلوك السياحي:** جاءت استجابة أفراد عينة البحث تجاه جميع فقرات السلوك السياحي ذات طابع مرتفع نتيجة لوقوع الأوساط الحسابية لتلك الفقرات ضمن المدى (3.51 - 5) , وحقق هذا البعد وسط حسابي عام مقداره (4.19) وبانحراف معياري (0.741) , ومن حيث الترتب بين إبعاد ثقافة إدارة المراسم فقد جاءه بالمرتبة الثانية حسب قيمة معامل الاختلاف والبالغ (0.176), كما يظهر الجدول (7) , اذ كانت ابرز الفقرات في شدة استجابة بحسب معامل الاختلاف الفقرة (7) والتي نصها (تمكن الطالب من الإلمام بالخبرة السياحية وتطبيق قواعد إدارة المراسم) بوسط حسابي بلغ (4.42) وعكست درجة تأييد واستجابة عالية الشدة وتشير إلى إمكانية تقبل الطلبة سلوكيات قواعد إدارة المراسم من جراء الإلمام بالخبرة السياحية المكتسبة من خلال الدراسة النظرية والزيارات الميدانية, كما بلغ الانحراف المعياري للفقرة (6090), وتشير قيمة الانحراف المعياري الى تشتت نوعا ما اجابات تجاه تلك الفقرة وبالتالي تجانس آراء أفراد العينة حول مضمون الفقرة على الرغم من وجود تفاوت بسيط في الآراء.

إما ادنى العبارات من حيث قيمة معامل الاختلاف فكانت من نصيب الفقرة (5) التي نصت على: (إرساء ثقافة الزى الموحد الذي يترجم طبيعة الخدمة السياحية المقدمة وحسب أقسامها المهنية والإدارية) اذ بلغ وسطها الحسابي (3.84) وهي قيمة تشير الى تأييد مرتفع الشدة من قبل المبحوثين, وكانت قيمة انحرافها المعياري (1.061) والتي تشير الى تشتت ملحوظ في إجابات وآراء عينة البحث.

جدول (7) توزيع التكرارات والوسط الحسابي والانحراف المعياري لفقرات محور ثقافة إدارة المراسم

الترتيب	معامل الاختلاف	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرة
<b>أ- القيم التنظيمية :</b>				
1	0.15	.6090	4.18	1. تتعامل عمادة الكلية مع جميع الطلبة بدون تمييز في توفير فرص الزيارات الميدانية.
3	0.18	.7450	4.10	2. إرساء المعرفة المنظمة التي تستهدف فهم وتحليل المشاهدات الميدانية.
4	0.19	.8040	4.20	3. تسعى للوصول إلى الهدف عن طريق تطبيق المهارة والمعارف والخبرة النظرية للطالب.
2	0.16	.6720	4.25	4. تهتم باعتماد الأسلوب الفرقي في إثناء الزيارات الميدانية.
5	0.20	.8440	4.21	5. تحرص على إشعار كل طالب بأنه جزء من فريق العمل.
الأول	0.119	0.501	4.18	<b>المجموع</b>
<b>ب- السلوك السياحي:</b>				
5	0.28	1.061	3.84	6. إرساء ثقافة الزى الموحد الذي يترجم طبيعة الخدمة السياحية المقدمة وحسب أقسامها المهنية والإدارية.
1	0.16	.7270	4.42	7. تمكن الطالب من الإلمام بالخبرة السياحية وتطبيق قواعد إدارة المراسم.
2	0.16	.6940	4.27	8. تدعم المهارات الشخصية بالتعامل مع الآخرين عن طريق استثمار المعرفة والسيطرة على المشاعر الذاتية وضبط النفس.
4	0.19	.7850	4.10	9. تظهر المهارات الفنية المعتمدة في استعمال التقنيات والوسائل الساندة لتقديم الخدمة.
3	0.19	.8050	4.33	10. تمكن الطالب من تطبيق قواعد الأسبقية وحق التقديم الرسمي والاجتماعي بين ضيوف المنظمة.
الثاني	0.176	0.741	4.19	<b>المجموع</b>
		0.415	4.19	<b>الإجمالي</b>

- قياس معنوية محور ثقافة إدارة المراسم:- لتحقيق هذا الهدف استخدم الباحث الاختبار التائي لعينة واحدة, إذ أظهرت نتائج الجدول (8) ان قيمة الوسط الحسابي للمحور قد بلغت (4.18) والانحراف المعياري (0.415) علما ان الوسط الفرضي مساوي الى (3), وبذلك أظهرت نتائج الاختبار التائي وجود دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) لكون القيمة التائية المحسوبة والمساوية الى (28.642) وهي اكبر من نظيرتها الجدولية البالغة (1.982) بدرجة حرية (98) ما يشير إلى أن المبحوثين يرون ان ثقافة إدارة المراسم مهمة جدا في العمل السياحي والفندقي, وذات إبعاد انعكاسية على سلوك الطالب المهني والشخصي.

جدول (8) قياس معنوية محور ثقافة إدارة المراسم

المعنوية	القيمة التائية الجدولية	القيمة التائية المحسوبة	درجة الحرية	الوسط الفرضي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	العينة
دالة	1.982	28.642	98	3	0.415	4.18	100

4. العلاقة بين إبعاد الزيارات وثقافة إدارة المراسم:- لأجل اتخاذ قرار بشأن الفرضية الرئيسية الأولى للبحث والتي تنبثق عنها ثلاث فرضيات فرعية سيتم إيجاد العلاقة بين ابعاد محور الزيارات الميدانية ومحور ثقافة إدارة المراسم عبر احتساب معامل ارتباط سبيرمان لارتباط الرتب ومن ثم اختبار تلك العلاقة من خلال استعمال اختبار (T) لبيان مدى معنوية معامل الارتباط المحتسب عبر البرنامج الإحصائي (SPSS) وكانت النتائج كما في الجدول (9) .

جدول (9) قيم الارتباط لمعامل (Spearman) بين الزيارات الميدانية وإنماء ثقافة إدارة المراسم

إنماء ثقافة إدارة المراسم	التقييم	التفويض	التصميم	المراحل الزيارات الميدانية
0.478**	0.292**	0.349**	1	التصميم
0.398**	0.442**	1		التفويض
0.426**	1			التقييم
1				إنماء ثقافة إدارة المراسم

(\*\*) مستوى معنوية (0.01)

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

ولاختبار الفرضيات الفرعية المتعلقة بعلاقة الارتباط بين متغيرين (Y - X): إذ يظهر الجدول (9) قيم ارتباط معامل (Spearman) بين مراحل الزيارات الميدانية على مستوى إبعاده الفرعية لإنماء ثقافة إدارة المراسم على المستوى الإجمالي، وكانت نتائج تحليل على النحو الآتي:

- **اختبار الفرضية الفرعية الأولى التي مفادها** (توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين إستراتيجية تصميم برنامج الزيارات الميدانية وإنماء ثقافة إدارة المراسم بمتغيراته الفرعية): وقد أظهرت النتائج وجود علاقة موجبة دالة معنوية إذ سجل الارتباط بينهما (0.478 \*\*\*)، عند مستوى معنوية (0.01) وهذا يشير إلى أن اعتماد استراتيجيات تصميمه لطبيعة الزيارات الميدانية وبما ينسجم مع أهداف الدراسة النظرية لطلبة كلية العلوم السياحة وعلى وفق المنهاج الدراسة التي تتطلب التطبيق العملي والميداني ومنها مادة ( إدارة الفنادق , إدارة المطاعم , إدارة المراسم, الإرشاد, الآثار), وتوفير المتخصصين في هذا الإطار, لتحقيق رسالة وسياسة عمادة كلية العلوم السياحية .
- **اختبار الفرضية الفرعية الثانية التي مفادها** (توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين تنفيذ برنامج الزيارات الميدانية وإنماء ثقافة إدارة المراسم بمتغيراته الفرعية): وتبين النتائج بأن العلاقة بينهما موجبة ومعنوية إذ بلغت (0.398 \*\*\*) عند مستوى (0.01)، وهذا يشير إلى اهتمام عمادة كلية العلوم السياحية في تنفيذ برامج الزيارات الميدانية في تبني اختبار الكفاءة العلمية بما يتناسب مع إمكانية الطالبة وقدراتهم الفكرية , من خلال توفير المحيط الإيجابي وتقليص الفجوة بين المادة النظرية و الواقع الميداني لتعزيز ثقة الطلبة بالقطاع السياحي .
- **اختبار الفرضية الفرعية الثالثة ومضمونها** (توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين تقييم برنامج الزيارات الميدانية وإنماء ثقافة إدارة المراسم بمتغيراته الفرعية): إذ عكست النتائج وجود علاقة بينهما موجبة ومعنوية بلغت (0.426 \*\*\*) عند مستوى (0.01)، وبهذا نستدل ان عملية التقييم ذات بعد إجرائي يساهم في رفع قدرة الطلبة واستجابتهم للبرامج التطبيقية، من خلال تبني عمادة الكلية برامج دائمة تحقق طموحات الطلبة , وتفتح لهم بوابة لاستقطابهم ضمن سوق العمل السياحي. وجمالاً أظهرت نتائج الجدول (10) ان قيمة معامل ارتباط سبيرمان بين محور الزيارات ومحور ثقافة إدارة المراسم قد بلغت (0.639) وهي قيمة موجبة تشير الى علاقة طردية بين المتغيرين وذات دلالة احصائية عند مستوى معنوية (0.05) نظرا لكون قيمة (T) المحسوبة لها وبالبالغة (7.082) وهي اكبر من نظيرتها الجدولية التي تساوي (1.982) عند ذات مستوى المعنوية (0.05)، هذه النتيجة تشير الى انه كلما كان هناك تصميم ناجح للبرامج الزيارات الميدانية وتنفيذ وتقييم فعال لتلك البرامج فذلك سيسهم في إنماء ثقافة إدارة المراسم لدى طلبة كلية العلوم السياحية، ونتيجة لقبول الفرضيات الفرعية الثلاث المنبثقة عن الفرضية الرئيسية الأولى يتم قبول الفرضية الرئيسية الأولى والتي تنص على "توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين الزيارات الميدانية وإنماء ثقافة إدارة المراسم".

جدول (10) العلاقة بين الزيارات الميدانية وإنماء ثقافة إدارة المراسم

الدالة	قيمة (T) المحسوبة	معامل ارتباط سبيرمان (r)	X	Y
دال معنوية	7.082	**0.639	الزيارات الميدانية	ثقافة إدارة المراسم

قيمة (T) الجدولية عند مستوى معنوية (0.05) ودرجة حرية (48) = 2.010

5. تأثير ابعاد الزيارات الميدانية في إنماء ثقافة إدارة المراسم: - وبغية اتخاذ قرار بشأن الفرضية الرئيسية الثانية التي تنبثق عنها ثلاث فرضيات فرعية سيتم حساب التأثير عبر احتساب معادلة انحدار خطي بسيط باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS) وتفسير النتائج وكما يلي:

- **اختبار الفرضية الفرعية الأولى: ويبين الجدول (11) إن بُعد إستراتيجية تصميم الزيارات الميدانية قد حقق تأثيراً معنوياً في المتغير المعتمد إنماء ثقافة إدارة المراسم بمتغيراته الفرعية ، إذ كانت قيمة (F) المحسوبة (78.11) وهي اكبر من القيمة الجدولية عند مستوى دلالة (0.05) و(0.01) ، وفُسر معامل التحديد (R<sup>2</sup>) ما نسبته (0.41) من مقدار لاسهامات الحاصلة في إنماء ثقافة إدارة المراسم بمتغيراته الفرعية ، كما أن قيمة (β) قد بلغت (0.57) وهي تشير إلى أن التغير**

الذي يحصل في إستراتيجية لتصميم برنامج الزيارات بمقدار وحدة واحدة يؤدي إلى تغير في إنماء ثقافة إدارة المراسم بمتغيراته الفرعية بمقدار (0.57)، وعلية يتم قبول الفرضية الفرعية الأولى والتي تنص على (يوجد تأثير معنوي لإستراتيجية لتصميم برنامج الزيارات الميدانية للمنظمات السياحية والفندقية في إنماء ثقافة إدارة المراسم بمتغيراته الفرعية).

## جدول (11)

نتائج تأثير الإستراتيجية تصميم برنامج الزيارات الميدانية في إنماء ثقافة إدارة المراسم باستخدام نموذج الانحدار الخطي البسيط

مستوى الدلالة (0.05)	قيمة F المحسوبة	قيمة معامل R <sup>2</sup>	قيمة معامل بيتا β	قيمة الثابت a	المتغير المعتمد	بعد المتغير المستقل
يوجد تأثير	78.11	0.41	0.57	1.21	إنماء ثقافة إدارة المراسم	إستراتيجية لتصميم برنامج الزيارات الميدانية

قيمة F الجدولية تحت مستوى دلالة (0.05) ودرجتي الحرية (98, 1) = 5.18  
قيمة F الجدولية تحت مستوى دلالة (0.01) ودرجتي الحرية (98, 1) = 8.24

- اختبار الفرضية الفرعية الثانية: وكما يوضح الجدول (12) فإن قيمة F المحسوبة (49.03) وهي أكبر من نظيرتها الجدولية عند مستوى دلالة (0.05) و (0.01) مما يدل على وجود تأثير لُبعد لتنفيذ برنامج الزيارات الميدانية في إنماء ثقافة إدارة المراسم بمتغيراته الفرعية، إذ بلغت قيمة معامل التحديد (R<sup>2</sup>) (0.29) والتي تشير إلى أن الاهتمام بتنفيذ برنامج الزيارات الميدانية من إنماء ثقافة إدارة المراسم بمتغيراته الفرعية، أما قيمة معامل (β) فكانت (0.42) فتشير إلى أن تغيير وحدة واحدة في بعد تنفيذ برنامج الزيارات الميدانية نحو الزيادة يؤدي إلى تغيير في إنماء ثقافة إدارة المراسم بمتغيراته الفرعية بمقدار (0.42)، وعلية يتم قبول الفرضية الفرعية الأولى والتي تنص على (يوجد تأثير معنوي لتنفيذ برنامج الزيارات في إنماء ثقافة إدارة المراسم بمتغيراته الفرعية).

## جدول (12)

نتائج تأثير تنفيذ برنامج الزيارات الميدانية في إنماء ثقافة إدارة المراسم باستخدام نموذج الانحدار الخطي البسيط

مستوى الدلالة (0.05)	قيمة F المحسوبة	قيمة معامل R <sup>2</sup>	قيمة معامل بيتا β	قيمة الثابت a	المتغير المعتمد	بعد المتغير المستقل
يوجد تأثير	49.03	0.29	0.42	1.35	إنماء ثقافة إدارة المراسم	لتنفيذ برنامج الزيارات الميدانية

قيمة F الجدولية تحت مستوى دلالة (0.05) ودرجتي الحرية (98, 1) = 5.18  
قيمة F الجدولية تحت مستوى دلالة (0.01) ودرجتي الحرية (98, 1) = 8.24

- اختبار الفرضية الفرعية الثالثة: إذ يتضح وجود تأثير لُبعد لتقييم برنامج الزيارات في متغير إنماء ثقافة إدارة المراسم بمتغيراته الفرعية، وكما موضح في الجدول (13) وعند مستوى معنوية (0.05) و (0.01)، إذ كانت قيمة (F) المحسوبة عند هذا المستوى (62.85) وهي أكبر من قيمة (F) الجدولية، وهذا التأثير المعنوي تفسره قيمة معامل التحديد (R<sup>2</sup>) التي بلغت (0.36)، وبلغت قيمة معامل الانحدار (β) ما مقداره (0.51) التي تشير إلى أن زيادة وحدة واحدة في بعد لتقييم برنامج الزيارات الميدانية سيساهم في إنماء ثقافة إدارة المراسم بمتغيراته الفرعية بمقدار (0.51)، وعلية يتم قبول الفرضية الفرعية الأولى والتي تنص على (يوجد تأثير معنوي لتقييم برنامج الزيارات الميدانية في إنماء ثقافة إدارة المراسم بمتغيراته الفرعية)

## جدول (13)

نتائج تقييم برنامج الزيارات الميدانية في إنماء ثقافة إدارة المراسم باستخدام نموذج الانحدار الخطي البسيط

مستوى الدلالة (0.05)	قيمة F المحسوبة	قيمة معامل R <sup>2</sup>	قيمة معامل بيتا β	قيمة الثابت a	المتغير المعتمد	بعد المتغير المستقل
يوجد تأثير	62.85	0.36	0.51	1.24	إنماء ثقافة إدارة المراسم	لتقييم برنامج الزيارات الميدانية

قيمة F الجدولية تحت مستوى دلالة (0.05) ودرجتي الحرية (98, 1) = 5.18  
قيمة F الجدولية تحت مستوى دلالة (0.01) ودرجتي الحرية (98, 1) = 8.24

أجمالاً أظهرت نتائج الجدول (14) تأثيراً دالاً معنوياً للزيارات الميدانية للمنظمات السياحية والفندقية في ثقافة إدارة المراسم لكون قيمة (F) المحتسبة من جدول تحليل التباين والبالغة (90.03) والتي تجاوزت نظيرتها الجدولية والبالغة (2.75) اما قيمة معامل التحديد ( $R^2$ ) فبلغت (0.49) وتشير هذه القيمة الى نسبة تفسير الزيارات الميدانية للمواقع السياحية لإجمالي الانحرافات في متغير ثقافة إدارة المراسم والتي قاربت نصف الانحرافات.

كما يمكن كتابة معادلة الانحدار لتأثير الخدمات السياحية في ثقافة إدارة المراسم كما يلي :

$$\text{ثقافة إدارة المراسم} = 1.67 + (0.69) \text{ الزيارات الميدانية للمواقع السياحية}$$

اما بلغت قيمة معامل الانحدار ( $\beta$ ) فبلغت (0.69) وتشير الى التأثير الطردي للزيارات الميدانية في انماء ثقافة إدارة المراسم كلما زادت تنظيم زيارات ميدانية بمقدار وحدة واحدة سترتفع بالمقابل إنماء ثقافة إدارة المراسم بمقدار (69%) , ونظر لقبول الفرضيات الفرعية الثلاث المنبثقة عن الفرضية الرئيسية الثانية نستنتج قبول الفرضية الرئيسية الثانية والتي تنص على وجود تأثير ذي دلالة معنوية للزيارات الميدانية في إنماء ثقافة إدارة المراسم.

جدول (14) تأثير الزيارات الميدانية في إنماء ثقافة إدارة المراسم

المتغير المستقل	المتغير المعتمد	قيمة الحد الثابت ( $\alpha$ )	قيمة معامل بيتا ( $\beta$ )	قيمة معامل التحديد ( $R^2$ )	قيمة (F) المحتسبة	مستوى الدلالة (0.05)
الزيارات الميدانية	ثقافة إدارة المراسم	1.67	0.69	0.49	90.03	يوجد تأثير

- النتائج المستندة على المقابلات الشخصية والزيارات الميدانية:-

1. إن أفراد عينة البحث, يعتقدون أن تطبيق نظام الزيارات الميدانية من قبل عمادة الكلية يشكل دوري سوف يسهم في إنماء ثقافة إدارة المراسم بين الأوساط الجامعية , ويعزز الإبداع لدى طلبة التخصصات العلوم السياحية .
2. قلة عدد الزيارات الميدانية المنظمة من قبل عمادة الكلية حيث بلغ عددها (14) زيارات ما بين العام الدراسي (2015- 2016) والعام الدراسي (2017- 2018), وللقسمي السياحة وإدارة الفنادق .
3. لم تثبت برامج الزيارات الميدانية كمنشآت أساسية ضمن أنشطة معايير الجودة والتقييم والأداء الجامعي.

### الأستنتاجات والتوصيات

#### أ- الاستنتاجات النظرية :

1. تحقق الزيارات الميدانية وبكافة أنواعها:(تعليمية,دراسة الحالة,الفائدة المتبادلة),إضافة معرفية لطلبة تخصصات الفندقية والسياحية من خلال تحقيق (التوافق الذاتي والتوافق الاجتماعي واختبار الكفاءة والقدرة على الانتباه والارتقاء الشخصي وتحسين مستوى الأداء في تطبيق قواعد إدارة المراسم).
2. هنالك مراحل أساسية للزيارات الميدانية تنطلق من عملية التصميم والإعداد الاستراتيجي , والتنفيذ , ومن ثم عملية التقييم .
3. ثقافة إدارة المراسم من الإدارات الحديثة التي تستند على المهارات (Skills) المرتبطة بالسلوك والقدرات العالية على التنظيم تدعم ثقافة إدارة المراسم القيم التنظيمية لدى الطلبة من خلال احترام المعتقدات والقواعد الخاصة بمؤسسات التعليم السياحي , وترسخ القيم الجمالية , والاجتماعية , والسياحية, وتعزز تبادل الاحترام والشعور بالرضا والانتماء والولاء .
4. أظهرت الدراسة إن إنماء ثقافة إدارة المراسم تعد الدليل الإرشادي لتوجيه سلوك السياحي لدى الطالبة من حيث (النظرة ,الحركات , الصوت , اللغة ,الزى الموحد , طريقة تقديم الخدمة , إدارة علاقات الضيوف, الاتصال, المقابلة الشخصية , مهارة اغتنام الفرص الوظيفية,تبادل الأدوار, جماليات المكان ,إدارة الوقت, الروح المعنوية , تبادل الأدوار, القدرة على التنظيم , إشاعة روح الفريق).

## ب- الاستنتاجات العملية :-

1. أظهر المراحل الأساسية للزيارات الميدانية المتمثلة (إستراتيجية تصميم الزيارات, وتنفيذها, وتقييمها), علاقات ارتباط قوية مع ابعاد إنماء ثقافة إدارة المراسم لدى طلبة العلوم السياحية, وهذا يؤكد إن عمادة كلية العلوم السياحية قد بادرت الى تنظيم الزيارات الميدانية بشكل دوري, وبالمقابل فإن التركيز على سلوك الطالب الهادف إلى تطبيق المهارة والمعارف التي تدعم ثقافة الخدمة من حيث القواعد وطريقة التقديم, فسوف يحقق ذلك إنماء ثقافة إدارة المراسم.
2. تزداد أهمية الزيارات الميدانية وتؤثر تأثيراً ايجابياً في إنماء ثقافة إدارة المراسم لدى طلبة, عن طريق تنظيم وجدولة الزيارات الميدانية وبشكل دوري من قبل عمادة الكلية, لتحقيق منظومة ابعاد ثقافة إدارة المراسم والمتمثلة:(القيم التنظيمية, والسلوك السياحي).

## التوصيات :-

في ضوء الاستنتاجات التي تم التوصل إليها تم طرح التوصيات الآتية:

1. يوصي الباحث عمادة كلية العلوم السياحية بضرورة تشجيع تنظيم الزيارات الميدانية وزيادة عددها وجدولتها وفق متطلبات المناهج الدراسية النظرية للمراحل الأربعة لتقريب وجهات نظر طلبة بين الجانب النظري والعملية .
2. أوصي رئاسة قسمي السياحة وإدارة الفنادق بالتعاون مع شعبة التعليم المستمر, لتشكيل لجان من الأساتذة المتخصصين, يعدون برامج دورية للزيارات الميدانية مصنفة وفق طبيعة الغرض:(تعليمية,دراسة الحالة,الفائدة المتبادلة), وتتسجم مع الاحتياجات الفعلية , مع توفير متطلبات تنفيذها, وتقييمها بغية تحقيق أهداف رؤية ورسالة كل قسم من الأقسام العلمية, لإعداد أجيال متخصص من الطلبة ينهضون بالواقع السياحي والفندقي.
3. أوصي الأساتذة المشرفين على تنظيم الزيارات الميدانية التركيز على مستويات ثقافة إدارة المراسم من حيث طبيعة الطلبة ونشاطهم ضمن دورة الحياة العملية والميدانية ومستوى وعيهم وقناعاتهم الذهنية في تطبيق قواعد السلوك وإرساء القيم التنظيمية لينعكس على سلوكهم السياحي ليكون دليلاً إرشادياً في صناعة الشخصية السياحية, ونشر الوعي السياحي.
4. أوصي مؤسسات التعليم السياحي, تضمين نشاط الزيارات الميدانية ضمن مقررات بعض المناهج الدراسية ذات الطابع التطبيقي : إدارة المراسم , إدارة المطاعم , إدارة الفنادق , الإرشاد السياحي , الآثار السياحية , تحليل المواقع السياحية, لترسيخ المادة النظرية ضمن الجانب الميداني.
5. أوصي الجهات المعنية في وزارة التعليم العالي والبحث العلمي, جهاز الإشراف والتقويم العلمي, قسم النشاطات الطلابية والفنية, على تثبيت نشاط الزيارات العلمية كإحدى نشاطات تقييم الأداء وجودة التعليم السياحي.
6. أوصي الجهات المعنية المشرفة على إدارة المنظمات السياحية والفندقية, أن تقدم الدعم المستمر لتشجيع الزيارات الميدانية الهادفة لنشر وإنماء ثقافة إدارة المراسم, بغية تبادل الخبرات والكفاءات العملية,وتوفير فرص عمل مستقبلية لاستيعاب مخرجات التعليم السياحي.
7. حث وسائل الإعلام على تغطية نشاطات الزيارات الميدانية , لنشر الوعي السياحي وفق ثقافة قواعد إدارة المراسم.

## قائمة المصادر

## أولاً: - الكتب :

1. حسن، كامل سرمك (2008) "إدارة المرسوم"، اليازوري للنشر و التوزيع، عمان.
2. الحماقي، يوسف محمد (2010)، "أدارة فن المأكولات والمشروبات"، ط2، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة.
3. القيار، عادل محمد (2009) "الدبلوماسية" الطبعة الأولى، دار الوسيم، دمشق.
4. محمود، نادية الحفيفي، (2015)، "إدارة الأبروتكول الرسمي والدبلوماسية"، ط2، دار العربية للكتاب، القاهرة.

## ثانياً: - المجلات والدوريات:

5. أبو دلبوح، موسى، و جرادات، صفاء، (2013)، "مستوى الإبداع الإداري لدى مديري ومديرات مدارس منطقة بنى كنانة من وجهة نظر المعلمين والمعلمات العاملين فيها" مجلة المنارة، المجلد 19، العدد 2.
6. أبو زيد، محمد خير سليم، عمر، بلجازية، (2011)، "دور الثقافة التنظيمية في الولاء اتجاه التغيير دراسة ميدانية في البنوك التجارية الأردنية" مجلة الأبحاث الاقتصادية، المجلد 9، العدد 9.
7. البسيط، موسى، (2015)، "هدى النبي محمد صلى الله عليه وسلم في التربية الإبداعية والابتكار" مجلة رسالة الخليج العربي، العدد 122.
8. جثير، سعدون حمود، و نصيف، إخلاص خالد، (2015)، "التدريب الاستراتيجي وأثره في تحسين أداء مكاتب المفتشين العاملين" مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد 21، العدد 86، جامعة بغداد.
9. الجميلي، أمل حمودي عبيد، (2012)، "دور التدريب في تنمية مهارات الإبداع الإداري لدى مديرات رياض الأطفال"، مجلة الفتح، العدد 48.
10. الحيايبي، سنده مروان، و التكا، أسيل زهير، العبيدي، نور علي عبود، (2012)، "انعكاس القيم المنظمية في تنمية المورد البشري دراسة تحليلية لأراء عينة من القيادة الإدارية في جامعة الموصل"، مجلة كلية الإدارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية، العدد 33.
11. خميس، ناصر محمد (2012)، "تأثير الثقافة التنظيمية في تبني نظام الإدارة البيئية ISO 14001"، مجلة جامعة الانبار للعلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد 4، العدد 8.
12. الدليمي، فؤاد حميد، (2017)، "تأثير الإيمان على السلوك الاقتصادي للمسلم"، مجلة العلوم الإسلامية، العدد 15.
13. الشمري، فاضل كردي، (2013)، "الصحة النفسية وعلاقتها بالتكيف الدراسي لدى طلاب كلية التربية الرياضية"، مجلة علوم التربية الرياضية، المجلد 6، العدد 4.
14. الشيخ، سوسن، (1995)، "إبعاد الثقافة التنظيمية في الفقه الإداري الإسلامي"، المجلة العلمية لكلية التجارة، العدد 12.
15. طالب، عباس صباح، وخلف، قيس مكي، (2018)، "أثر تطبيق المواصفة العالمية لجودة التدريب (ISO 10015) على خفض تكاليف الإنتاج"، المجلة العراقية للعلوم الإدارية، المجلد 14، العدد 58.
16. عبد الكاظم، عبد الأمير (2012)، "دور التدريب في إعداد الموارد البشرية المتخصصة وتأثيرها على مستوى تقديم الخدمات"، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، السنة الثامنة، العدد 25، جامعة الكوفة.
17. العبد الله، خلود، و برقان، إبراهيم، (2017)، "أسس القيم الأخلاقية في العهد الجديد وموقف القرآن الكريم منها: تحليل ونقد"، المجلة الأردنية في الدراسات الإسلامية، مجلد 13، العدد 2.
18. عبود، زينب عبد الرزاق، (2016)، "تأثير القيم الشخصية في بلورة التماثل التنظيمي"، مجلة كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بابل، المجلد 8، الإصدار 1.
19. عزمي، نبيل حاد (2016)، "الجولات التعليمية الافتراضية"، مجلة التعليم الالكتروني، العدد 13.
20. عزيز، خالد محمود، و ثابت، إحسان أحمد، و علاء، الدين عبد الإله، (2012)، "الثقافة التنظيمية وعلاقتها مع أساليب معالجة الصراع التنظيمي من قبل الملاك الإداري والفني لبعض المنظمات الرياضية محافظة نينوى"، مجلة علوم التربية الرياضية، المجلد 5، العدد 3 (ج2)، بغداد.
21. عسكر، مادونا (2019)، "فن الإصغاء"، مجلة عود النهد ثقافية فصلية، العدد 11.
22. العيداني، عبد الكريم غالي، و الاسدي، اسعد جبار، (2018)، "السلوك الاستكشافي لدى طلبة الجامعات"، مجلة أبحاث البصرة للعلوم الإنسانية، المجلد 43، العدد 3(ب).
23. محمد، نسرین جاسم، و عصاد، مصطفى عبد العباس، (2017)، "تأثير القيم التنظيمية في تحقيق النجاح الاستراتيجي"، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد 24، العدد 103، جامعة بغداد.
24. هيجان، عبد الرحمن أحمد. (2011)، "أهمية قيم المديرين في تشكيل ثقافة منظمين سعوديتين"، مجلة الإدارة العامة، عدد 74.

## ثالثاً:- الرسائل والاطراح :

25. إبراهيم, علاء طه أحمد, (2010), " تأثير فترة المشاهدة على مستوى الكفايات التدريسية للطلاب بالمعلم ", رسالة ماجستير مقدمة الى مجلس كلية التربية الرياضية للبنين, جامعة بينها .
26. حورية, غيلاني, (2017), " اثر الثقافة التنظيمية على استراتيجيات ادارة التغيير " رسالة ماجستير مقدمة الى كلية علوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير , جامعة قاصدي مرباح /ورقلة .
27. سلطة جي, سوسن معروف, (2016), " فعالية البرامج التدريبية من وجه نظر المتدربين لاستخدام تقنية تحليل(الأهمية, الأداة) دراسة تطبيقية على الشركة السورية للاتصالات ", رسالة ماجستير مقدمة إلى مجلس جامعة الافتراضية السورية ,دمشق.
28. صديقي , أمينة (2013), " اثر الثقافة التنظيمية على أداء لموارد البشرية " رسالة ماجستير مقدمة الى كلية علوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير , جامعة قاصدي مرباح /ورقلة .
29. العنزوي, بسام بن مناور, (2004), " الثقافة التنظيمية والإبداع الإداري -دراسة استطلاعية على العاملين في المؤسسات العامة في مدينة الرياض " , رسالة ماجستير مقدمة إلى مجلس كلية العلوم الإدارية جامعة الملك سعود,السعودية .

## رابعاً:- وقائع المؤتمرات والملتقيات:-

30. أبو جيب, ماسة, (2015), " أثر الرحلات والسفارات في ثقافة التواصل ", مؤتمر فيلادلفيا الدولي الرابع عشر ثقافة التواصل, عمان .
31. زيد الخير, ميلودو, بن برطال, عبد القادر, (211), " أثر التدريب على الإبداع والتغيير التنظيمي " , كلية العلوم الاقتصادية ملتقى دولي حول:الإبداع والتغيير التنظيمي في المنظمات الحديثة دراسة وتحليل تجارب وطنية ودولية.

## خامساً:- شبكة الانترنت :

32. جابر , آلاء, (2016), " العوامل المؤثرة في سلوك المستهلك " : <https://mawdoo3.com>
33. حلس, داود درويش, (2011), " التربية الميدانية العملية في الجامعات الفلسطينية( مفهومها – أهميتها – أهدافها – أبعادها – مراحلها ) ", مشروع تطوير برنامج التربية العملية, جامعة الأزهر – غزة الجامعة الإسلامية – غزة جامعة الأقصى- غزة : <http://site.iugaza.edu.ps/dhelles/files>
34. خضر, مجد, (2018), " سلوك المستهلك " : <https://mawdoo3.com>
35. قواعد المراسم والتشريفات: <http://balagh.co/pages/tex.php?tid>
36. مساق قواعد المراسم والتشريفات, (2016), قسم الصحافة والإعلام, كلية الآداب, الجامعة الإسلامية- غزة: <http://site.iugaza.edu.ps/awafi/files/>

## سادساً:-التقارير والمطبوعات:

37. تقرير عن " النشاطات العلمية والتطبيقية لكلية العلوم السياحية " , (2018), شعبة التعليم المستمر والتدريب, كلية العلوم السياحية, الجامعة المستنصرية , بغداد .
38. دليل كلية العلوم السياحية للعام الدراسي 2017-2018 .
39. سلسلة قواعد السلوك السياحي, (2009), الهيئة العامة للسياحة والآثار , الرياض .

## رابعاً:- المصادر الأجنبية :

40. Botha , Deonie Francesca , (2007) , " The Strategic Continuing Training Need of Executives and Managers in Selection of Large South African Companies " , Fulfilment of Requirement of Degree Doctor Philosophiae University of Pretoria , Africa.
41. Cascio, Wayne, F., (2010), " Human Resource Management ", Eighth Edition, McGraw-Hill, U.K
42. Day, Charles , WM , Hints on Etiquette and the Usages of Society , Boston : Otis , Broader & Co., Twenty two editions, London, 1999.
43. Dessler Gary, (2011), " Human Recsource Management ", Twelfth Edition, Prentice Hall, New Jersey.
44. Goh, Edmund, (2011), " The Value and Benefits of Fieldtrips in Tourism and Hospitality Education " Blue Mountains International Hotel Management School, Vol. 1, Num. 1 , Australia.
45. Jones , Garth R . & George , Jennifer M. (2004) , " Essentials of Contemporary Management ". Boston : MCGRAW \_ Hill Irwin .
46. Mayaka, Melphon, (1999), " Assessing tourism industry training and Education : the case of The tour operating sector in kenya " Presented in fulfilment of the requirements of the Degree of Master of

Business in Tourism Management ,School of Hospitality, Tourism and Marketing, University of Business and Law, KENYA.

47. Merhaut, Marek(2015)"**Protocol Ethical Aspects in Reality of Our Hotels Empirical Survey**"Universal Journal of Management 3(2): 73-78,Institute of Hospitality Management in Prague, Czech .
48. Thomas G ,Cummings ,Chrestopher. G,Worley,( 1993)" **Organization development and chang** ,5, New York, west publishing Company.
49. Zborilova, Nela,(2015)"**Etiquette in Society with a Focus on Hospitality**" dissertation Institute of Hospitality Management in PragueHospitality Department,Prague.

#### المقابلات الشخصية :

1. المقابلة الشخصية مع الأستاذ المساعد الدكتور أكرم عبد الرحمن, "معاون العميد للشؤون العلمية والدراسات العليا" كلية العلوم السياحية, الجامعة المستنصرية .
2. المقابلة الشخصية مع الدكتورة مها عبد الستار, "مسؤول شعبة التسجيل " كلية العلوم السياحية ,الجامعة المستنصرية .
3. المقابلة الشخصية مع الأستاذ جعفر جاسم"المدير المفوض" فندق بغداد.