

دور النضج الروحي لمقدم الخدمة في الحد من السلوك السلبي للزبون: دراسة تطبيقية في فنادق العتبة الحسينية المقدسة

الباحث
سيف علي جاسم محمد المفرجي

أ.د. حسين علي عبد الرسول الجنابي
جامعة القادسية
كلية الإدارة والاقتصاد
hussien.ali@qu.edu.iq

ISSN 2709-6475

DOI: <https://dx.doi.org/10.37940/BEJAR.2021.S.8>

تأريخ قبول النشر 2021/7/26

تأريخ استلام البحث 2021/5/16

المستخلص

الغرض من الدراسة الحالي هو الكشف عن دور النضج الروحي لمقدم الخدمة في معالجة السلوك السلبي للزبون، وعليه من أجل الكشف عن مستوى توافر متغيرات الدراسة لدى فنادق العتبة الحسينية المقدسة تم تبني أداة الاستبانة كأداة قياس يمكن من خلالها الكشف عن المشاكل والأحداث التي تقف دون حيولة وتطور الفنادق، وبالتالي تم توزيع (183) استمارة على مجموعة من المنتسبين داخل الفنادق، وبعد تبويب البيانات تبين إن البيانات الصالحة للاستعمال هي (175) استبانة، الأمر الذي يعني أن نسبة الاستجابة تمثلت في (96%)، ومن أجل تبين النتائج التي تسعى الدراسة إلى إيضاحها تم استعمال مجموعة من الأساليب الكفيلة في اختبار الجانب التطبيقي للدراسة، ولعل أشهر هذه الأساليب تمثل في المتوسط الحسابي، والانحراف المعياري، ومستوى الأهمية، ومعامل ارتباط بيرسون، ومعاملات التأثير بين المتغيرات الداخلية وفق برنامج (AMOS.V.25)، وعليه توصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية موجبة بين النضج الروحي لمقدم الخدمة والسلوك السلبي للزبون، وبالتالي فإن أهم نتائج الدراسة تمثل في إن اهتمام إدارة فنادق العتبة الحسينية المقدسة بتطوير النضج الروحي لمقدم الخدمة يساهم في معالجة أسباب السلوك السلبي للزبون.
الكلمات المفتاحية: النضج الروحي، والسلوك السلبي للزبون، والدعم الروحي، والانفتاح الروحي، اللإساءة اللفظية، ورفض المشاركة.



مجلة اقتصاديات الأعمال
العدد (خاص – ج1) أيلول / 2021
الصفحات: 119-132

The role of spiritual maturity of service provider in reducing customer Misbehavior: An Applied Study in Hotels of Imam Hussain Holy Shrine

Abstract

The purpose of current study is to reveal role of spiritual maturity of service provider in addressing customer Misbehavior, Thus, in order to detect level of availability of study variables at Holy Holy Shrine of Imam Hussainiya Hotels, and questionnaire tool has been adopted as a measurement tool to detect problems and events that stand in way of hotel development, Therefore, distributed to (183) questionnaires were a group of associates within hotels, and after data were collated, data were found to be usable data are (175) questionnaires. This means that response ratio was (96%). In order to reflect results that study seeks to illustrate, a range of methods have been used to test applied aspect of study. Perhaps best known of these methods is mean, standard deviation, level of importance, Pearson correlation coefficient and impact coefficients between internal variables under (AMOS.V. 25). Thus, study found that there was a statistically significant correlation between spiritual maturity of service provider and customer Misbehavior. Most important result of study was that interest of Sacred Threshold Hotel Department in developing spiritual maturity of service provider contributed to addressing reducing causes of customer Misbehavior.

Keywords: Spiritual maturity, customer Misbehavior, spiritual support, spiritual openness, verbal abuse and refusal to participate.

المقدمة:

نظراً للتطور والتعقيد والتغيرات السريعة وزيادة شدة المنافسة بين الفنادق المنافسة سواء على المستوى المحلي أو الإقليمي، فإن هذا الأمر أدى إلى زيادة وتحسين وعي الزبائن تجاه الخدمات التي تقدمها الفنادق من أجل إشباع أذواق الزبائن، وعليه أصبح من أولويات الفنادق المدروسة تطوير النضج الروحي لمقدم الخدمة من أجل تحقيق الأهداف التي تسعى الفنادق إلى تحقيقها على الأمد البعيد من خلال الحد من السلوك السلبي للزبون الخاصة بـ(الإساءة اللفظية، ورفض المشاركة) بهدف المحافظة على الزبائن وتحقيق متطلباتهم وإشباع أذواقهم المختلفة. فانضج الروحي لمقدم الخدمة يساهم في تعزيز العلاقة بين الفندق والزبون من خلال تحسين قدرة الفندق على فهم متطلبات الزبائن والقيم والإجراءات التي يفضلونها.

فالنضج الروحي لمقدم الخدمة يعمل على التعامل مع ردود الفعل السلوكية التي يقوم بها الزبون، والتي تنتهك قواعد السلوك المقبولة تجاه الخدمات التي يقدمها الفندق، مما يتعين على الفندق فهم السلوك السلبي للزبون، ومن هنا جاءت الدراسة الحالية لتسليط الضوء على دور النضج الروحي لمقدم الخدمة المتمثل بـ(الدعم الروحي، والانفتاح الروحي) في معالجة السلوك السلبي للزبون المتمثل بـ(الإساءة اللفظية، ورفض المشاركة) لدى عينة من فنادق العتبة الحسينية المقدسة. وعليه من أجل تبيان وقياس متغيرات الدراسة، تم تقسيم الدراسة إلى أربع مباحث، ضم المبحث الأول المنهجية العلمية للدراسة، وبين المبحث الثاني الجانب النظري للدراسة، بينما تمثل المبحث الثالث في الجانب التطبيقي للدراسة، في حين ضم المبحث الرابع الاستنتاجات والتوصيات التي خرجت بها الدراسة.

المبحث الأول: المنهجية العلمية للدراسة:

أولاً: مشكلة الدراسة:

تعاني أغلب الفنادق من السلوك السلبي للزبائن، وهذا يعود إلى التطورات والطفورات في البيئة السياحية نتيجة نتاج متغيرات وأحداث من شأنها التأثير على أذواق الزبائن ومتطلباتهم، الأمر الذي يخلق تحدياً أما فنادق العتبة الحسينية المقدسة تجاه معالجة السلوكيات السلبية غير المرغوبة للزبائن من أجل الحد من فشل الخدمة، وبالتالي فإن تحقيق متطلبات الزبائن هي المحرك الأساس الذي يمكن من خلاله أن يركز الفندق على تلبيةها وجعلها الهدف الرئيس له، وعليه يمكن عكس مشكلة الدراسة في تساؤل جوهري مفاده (ما هي السلوكيات التي يمكن لفنادق العتبة الحسينية المقدسة استثمارها من أجل تطوير النضج الروحي لمقدمي الخدمة والحد من السلوك السلبي للزبون؟).

ثانياً: أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في النقاط الآتية:

1. اهتمام الدراسة ببحث الفنادق على تطوير قابليات ومقدرات النضج الروحي لمقدم الخدمة من أجل معالجة السلوك السلبي للزبون.
2. أسهمت الدراسة في تعريف العينة المدروسة بالنضج الروحي لمقدم الخدمة والسلوك السلبي للزبون.

3. تبيان مستوى أهمية متغيرات الدراسة (النضج الروحي لمقدم الخدمة، والسلوك السلبي للزبون) في فنادق العتبة الحسينية المقدسة، وتحديد مستوى التلكؤ الذي تعاني منه الفنادق تجاه كل متغير من المتغيرات.

ثالثاً: أهداف الدراسة:

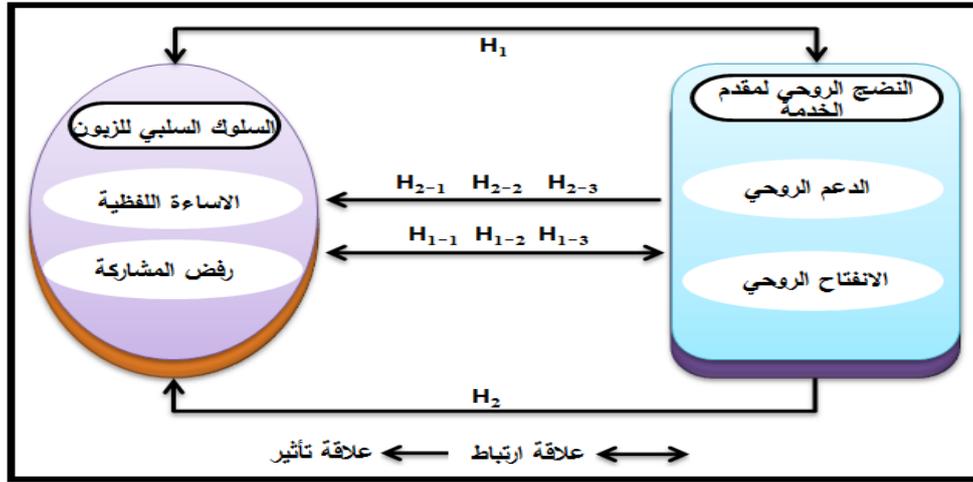
تعكس الدراسة أهدافها الرئيسية في النقاط الآتية:

1. تحديد مستوى توافر متغيرات الدراسة (النضج الروحي لمقدم الخدمة، والسلوك السلبي للزبون) تجاه فنادق العتبة الحسينية المقدسة.
2. تحديد مستوى حاجة فنادق العتبة الحسينية المقدسة لكل متغير من متغيرات الدراسة (النضج الروحي لمقدم الخدمة، والسلوك السلبي للزبون).
3. تبيان طبيعة ونوع العلاقة بين متغيرات الدراسة.

رابعاً: مخطط الدراسة الفرضي:

في ضوء ما تقدم من مشكلة الدراسة وأهميتها وأهدافها، تم إعداد مخطط دراسة فرضي للتعبير عن العلاقة بين متغيرات الدراسة، الشكل (1)، وبالتالي فإن متغيرات الدراسة يمكن عكسها في النقاط الآتية:

1. المتغير المستقل: النضج الروحي لمقدم الخدمة وتمثل في بُعدين هما (الدعم الروحي، والانفتاح الروحي).
2. المتغير التابع: السلوك السلبي للزبون، وضم بُعدين هما (الإساءة اللفظية، ورفض المشاركة).



الشكل (1) المخطط الفرضي للبحث

خامساً: فرضيات الدراسة:

1. فرضيات الارتباط:

أ. توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين النضج الروحي لمقدم الخدمة بأبعاده (الدعم الروحي، والانفتاح الروحي) والسلوك السلبي للزبون.

- ب. توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين النضج الروحي لمقدم الخدمة بأبعاده (الدعم الروحي، والانفتاح الروحي) والإساءة اللفظية.
- ت. توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين النضج الروحي لمقدم الخدمة بأبعاده (الدعم الروحي، والانفتاح الروحي) ورفض المشاركة.

2. فرضيات التأثير:

- أ. يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للنضج الروحي لمقدم الخدمة بأبعاده (الدعم الروحي، والانفتاح الروحي) في السلوك السلبي للزبون.
- ب. يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للنضج الروحي لمقدم الخدمة بأبعاده (الدعم الروحي، والانفتاح الروحي) في الإساءة اللفظية.
- ت. يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للنضج الروحي لمقدم الخدمة بأبعاده (الدعم الروحي، والانفتاح الروحي) في رفض المشاركة.

سادساً: الأساليب الإحصائية:

- لتحليل البيانات وتبويبها وإثبات صحة الفرضيات المتعلقة بالدراسة تم استعمال عدد من الأساليب الإحصائية باستعمال البرنامج الإحصائي SPSS وتم التوصل لما يأتي:
1. الوسط الحسابي: يستعمل لغرض معرفة متوسط إجابات أفراد العينة.
 2. الانحراف المعياري: يستعمل لغرض معرفة تشتت إجابات أفراد العينة المدروسة عن وسطها الحسابي.
 3. معامل الارتباط بيرسون: يستعمل لغرض تحديد علاقة الارتباط بين بيانات النوعية.
 4. معامل كرونباخ الفا: للتأكد من ثبات مقياس الدراسة وتناسق الفقرات فيما بينها.
 5. تحليل التوزيع الطبيعي: للتحقق من وجود توزيع طبيعي للبيانات المسحوبة من مجتمع عينة الدراسة وذلك باعتماد مجموعة من الاختبارات الإحصائية كاختبار كالمجروف - سمرنوف (Kolmogorov-Smirnov).
 6. معاملات التأثير وفق برنامج (AMOS.V 24).

سابعاً: وصف عينة الدراسة:

يتألف مجتمع الدراسة من فنادق العتبة الحسينية المقدسة، إذ تم توزيع (183) استمارة على مجموعة من المنتسبين داخل الفنادق، وبعد تبويب البيانات تبين أن عدد من الاستبانة غير صالحة للتحليل (8)، وبالتالي فإن الاستبانة الداخلة في التحليل بلغت (175) استبانة لغرض قياس مستوى توافر متغيرات الدراسة، الأمر الذي يعني أن العينة المدروسة شملت (96%) من مجتمع الدراسة.

ثامناً: متغيرات الدراسة ومقاييسها:

اعتمدت الدراسة على أسلوب أداة الاستبانة من أجل قياس مستوى توافر متغيرات الدراسة لدى العينة المدروسة، إذ اعتمدت استبانة الدراسة على مقياس ليكرت الخماسي كونه من المقاييس الشائعة في الجانب الإحصائي والإداري، كما يلاحظ من النتائج الظاهرة في الجدول إن أداة القياس تتسم بالثبات النسبي، كون أن معاملات كرونباخ الفا أعلى من (0.70)، الأمر الذي يعني إن أداة القياس مناسبة للعينة المدروسة، والجدول (1) يوضح مقاييس الدراسة التي تم استهدافها والتي تعبر عن المتغيرات الداخلة في الدراسة ومعاملات كرونباخ الفا.

الجدول (1) متغيرات الدراسة ومقاييسها ومعاملات الثبات

المتغيرات	كرونباخ الفا للمتغير	الابعاد	الفقرات	الرمز	كرونباخ الفا للابعد	كرونباخ الفا للدراسة	المصدر
النضج الروحي (XX)	0.958	الدعم الروحي	13	XA	0.964	0.967	Genia,1997
		الانفتاح الروحي	10	XB	0.693		
السلوك السلبي للزبون (YY)	0.957	الاساءة اللفظية	21	YA	0.691	0.967	Keeffe,2010
		رفض المشاركة	23	YB	0.964		

المبحث الثاني: الجانب النظري:

أولاً: النضج الروحي:

1. مفهوم النضج الروحي:

يمثل النضج الروحي مرتكز أساس للتأثير على القيم والإجراءات الخاصة بمقدم الخدمة (Freer & Robertson,2020:103)، فالنضج الروحي يعمل على تحسين قدرة مقدم الخدمة على بناء علاقات ايجابية مع الزبون والعمل على استثمارها إلى أقصى حد ممكن (Hall,et.al., 1998:304)، فضلاً عن أن النضج الروحي يشير إلى مقدار ايمان مقدم الخدمة بالقدرة على تطوير وتجسين معايير المنظمة وعكسها على الخدمة التي يقدمها للزبون (Edwards,2015:1). ويرى (Fidler,2020:1-3) إن النضج الروحي لمقدم الخدمة يشير الى القدرة على التواصل مع الزبون والعمل على معرفة متطلبات وأذواق الزبائن والعمل على تلبيتها قدر الإمكان.

من جانب آخر يعمل النضج الروحي لمقدم الخدمة على تحسين الدرجة التي يجسد بها مقدم الخدمة الأولويات والالتزامات ووجهات النظر التي تعكس طبيعة ونوع الخدمة المقدمة (Varnado,2018:13). وأشار (Holt,2019:3) إلى أن النضج الروحي يشير إلى مدى قدرة مقدم الخدمة تحقيق نتائج تعود على المنظمة بشكل ايجابي.

2. أبعاد النضج الروحي:

يمكن قياس النضج الروحي لمقدم الخدمة من خلال الدعم الذي يقدمه للعميلة التسويقية، فضلاً عن مقدار الانفتاح مع الزبون، وعليه يمكن قياس النضج الروحي من خلال الآتي:

أ. الدعم الروحي:

يشير الدعم الروحي إلى مقدار الجوانب المدركة والداعم لمقدم الخدمة تجاه المعتقدات والقيم التي يفضلها الزبون (Nasser & Overholser,2005:125). وبين (Krause & Hayward, 2016:485) إن الدعم الروحي يشير إلى الدعم الذي يقدمه مقدم الخدمة لتعزيز المعتقدات والسلوكيات الايجابية للزبون. وأدعى (Meluch,2018:137) إن الدعم الروحي يمثل مقدار بين مقدمي الخدمات من أجل بيان وفهم وتوضيح مقدار اهتمام المنظمة بالزبون.

ب. الانفتاح الروحي:

حضى الانفتاح الروحي أو التطور الروحي باهتمام كبير في السنوات الأخيرة في مختلف العلوم (Reinert & Smith,1997:235)، إذ يمثل الانفتاح الروحي مؤشر مهم للخبرة الروحية كونه يمثل سمة شخصية للانفتاح على الخبرة (Eyer,et.al.,2018:1)، إذ أنه يعكس حالة التفاهم داخل أعضاء المنظمة والنشاط الروحي مؤشرات للنضج الروحي بناءً على نموذج الروحانية العلائقية (Williamson & Sandage,2009:792). وبين (Barfield,2020:1) إن الانفتاح الروحي للفرد يفسر من خلال وجوده ضمن حدود المنظمة والتي تعمل على تحفيز وتطوير قابلياته من أجل معالجة مشاكل العمل.

ثانياً: السلوك السلبي للزبون:

1. مفهوم السلوك السلبي للزبون:

تعكس الأفعال السلوكية التي يقوم بها الزبائن والتي تنتهك قواعد السلوك المقبولة تجاه الخدمات التنظيمية المقدمة من قبل مقدم الخدمة، وبالتالي يتعين فهم السلوك السلبي للزبون من أجل تسليط الضوء على ضرورة إدارة هذا النوع من السلوكيات من أجل الحد من تأثيره على المنظمة وأداء مقدم الخدمة والزبائن الآخرين المتعاملين مع المنظمة (Phillips,et.al.,2005:73; Drennan,et.al.,2007:705; Salmela & Ylönen,2009:11). إذ أن الأساس الذي يؤدي إلى السلوك السلبي للزبون يعود إلى الانتهاكات المنظمة لحقوق مقدم الخدمة المدركة والتي تؤثر بدورها على قوة وسمعة المنظمة (Grybś-Kabocik,2016:121). ويرى (Fullerton & Punj,1997:336) إن السلوك السلبي للزبون يمثل سلوك الزبون الذي ينتهك قواعد السلوك المقبولة لمواقف المصرف وبناء تصور سلبي تجاه مواقف المنظمة المتبعة. وأشار (Korzynski & Evans,2013:768) بأن السلوك السلبي للزبون يشير إلى ردود الفعل التي يقوم بها الزبائن تجاه مقدم الخدمة والتي تنعكس في الإساءة اللفظية والاعتداء الجسدي والتهجم الشخصي. وصرح (Chao,2019:597) أن السلوك السلبي للزبون يمثل السلوك الموجه نحو التأثير في الخدمات المصرفية ومقدمي الخدمة والزبائن الآخرين التابعين للمصرف. ومما تقدم أعلاه، يمكن القول إن السلوك السلبي للزبون يمثل ردود الفعل السلوكية التي تنتهك القواعد والإجراءات والتشريعات واللوائح التي تضعها المنظمة.

2. أبعاد السلوك السلبي للزبون:

يمكن قياس السلوك السلبي للزبون من خلال التركيز على ردود فعل الزبون المتعلق بالإساءة اللفظية ورفض المشاركة في أي معلومات تتعلق بأذواق الزبائن، ويمكن تفسير ذلك على النحو الآتي:

- أ. الإساءة اللفظية: تشير الإساءة اللفظية إلى السلوكيات التي تؤثر على سمعة ومكانة مقدم الخدمة والتأثير عليه بشكل عدواني، وجسدي، وشفهي (Lane,2003:106). وبين (Joubert,et.al., 2008:200; Kisa,2008:200; 2005:40) إن الإساءة اللفظية تشير إلى مقدار التهجم والتلفظ بألفاظ بذيئة على الزبون والتي بدورها تؤثر على المستوى الوظيفي والشخصي لمقدم الخدمة.
- ب. رفض المشاركة: يمثل رفض المشاركة إلى المدى الذي يقرر به الزبون العزوف عن المشاركة بشكل ايجابي أو سلبي في الإدلاء بالأذواق والخدمات التي يفضلها (Hinds,et.al.,1995:233).

وصرح (Condon,1986:87) إلى أن رفض المشاركة يشير إلى مقدار قوة العلاقة المتبادلة بين الزبائن والمنظمة ومدى تبني المنظمة لتلبية متطلبات الزبائن من الحاجات والرغبات.

المبحث الثالث: الجانب التطبيقي للدراسة:

أولاً: تحليل التوزيع الطبيعي:

توضح هذه الفقرة إمكانية تعميم نتائج الدراسة على المجتمع المدروس، إذ من أجل تبيان ذلك تم استعمال اختبار كلومجروف سيمنروف، الكفيل بالإجابة على تساؤل الدراسة الذي ينعكس في هل أن النتائج التي تخرجها الدراسة يمكن تعميمها على المجتمع المدروس، وبالتالي فإن الإجابة على هذه التساؤل بالقبول تكمن في ضرورة أن تكون القيمة المعنوية للاختبار أعلى من (0.05).

الجدول (2) اختبارات التوزيع الطبيعي لمتغيرات الدراسة

Kolmogorov-Smirnov ^a			
Sig.	df	Statistic	
***	175	0.173	الدعم الروحي
***	175	0.201	الانفتاح الروحي
***	175	0.190	النضج الروحي
***	175	0.175	الاساءة اللفظية
***	175	0.183	رفض المشاركة
***	175	0.179	السلوك السلبي للزبون

يلاحظ من النتائج الظاهرة في الجدول اعلاه إن النتائج تبين أن القيمة المعنوية لاختبار الدراسة أعلى من (0.05)، الأمر الذي يعني أن الاختبار حقق الهدف المطلوب، وبالتالي يمكن تعميم نتائج الدراسة على المجتمع المدروس.

ثانياً: الإحصاء الوصفي للدراسة:

تبين هذه الفقرة نتائج الإحصاء الوصفي الخاصة بالمتغيرات الداخلة في الدراسة، وبالتالي فإن هذه النتائج سوف تتمحور حول الوسط الحسابي والانحراف المعياري والأهمية النسبية، وترتيب الأهمية، وكما في الجدول (3).

1. متغير النضج الروحي لمقدم الخدمة:

يلاحظ من نتائج الجدول (3) إن المعدل العام لمستوى توافر النضج الروحي لمقدم الخدمة في فنادق العتبة الحسينية بلغ (77%) وبمتوسط حسابي مقداره (3.87) وانحراف معياري يبلغ (0.563)، الأمر الذي يعني إن فنادق العتبة الحسينية تمتلك إدراك جيد تجاه الاهتمام بتطوير مهارات مقدمي الخدمة، ولعل اهتمام الفنادق المدروسة بالانفتاح الروحي بمستوى توافر مساوٍ لـ(78%) وبمتوسط حسابي مساوٍ لـ(3.88) وانحراف معياري قدره (0.617)، الأمر الذي يعني أن انفتاح الفنادق بشكل أكبر يؤدي إلى تحسين مهاراتها في معرفة متطلبات الزبون، في حين تمثل الدعم الروحي في المرتبة الأخيرة بمستوى توافر بلغ (77%) وبمتوسط حسابي يبلغ (3.85) وانحراف معياري مقداره (0.551).

الجدول (3) الإحصاء الوصفي لمتغير النضج الروحي لمقدم الخدمة

التسلسل	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	ترتيب الأهمية	التسلسل	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	ترتيب الأهمية
XA1	4.07	0.841	81%	3	XB1	4.1	0.838	82%	1
XA2	3.89	0.829	78%	6	XB2	3.8	0.743	76%	8
XA3	4.29	0.85	86%	1	XB3	3.85	0.736	77%	5
XA4	3.73	0.839	75%	11	XB4	3.82	0.977	76%	7
XA5	3.81	1.058	76%	9	XB5	3.73	0.972	75%	10
XA6	4.14	0.768	83%	2	XB6	3.85	1.096	77%	6
XA7	3.36	1.19	67%	13	XB7	4.01	0.827	80%	3
XA8	3.48	0.909	70%	12	XB8	4.02	0.806	80%	2
XA9	3.79	0.918	76%	10	XB9	3.79	0.868	76%	9
XA10	3.95	0.782	79%	4	XB10	3.89	0.976	78%	4
XA11	3.82	0.902	76%	8	الانفتاح الروحي	3.88	0.617	78%	الأول
XA12	3.83	0.784	77%	7	النضج الروحي	3.87	0.563	77%	***
XA13	3.94	0.872	79%	5					
الدعم الروحي	3.85	0.551	77%	الثاني					

2. متغير السلوك السلبي للزبون:

تشير نتائج الجدول (4) إن المعدل العام لمستوى توافر السلوك السلبي للزبون في فنادق العتبة الحسينية بلغ (81%) وبمتوسط حسابي مقداره (4.03) وانحراف معياري يبلغ (0.591)، مما يدل على أن الفنادق المدروسة تهتم بتطوير مقدراتها تجاه الحد من السلوك السلبي للزبون، ولعل اهتمام الفنادق المدروسة بمعالجة رفض المشاركة بمستوى توافر مساوٍ لـ (82%) وبمتوسط حسابي مساوٍ لـ (4.11) وانحراف معياري قدره (0.618)، مما يدل على اهتمام الفنادق المدروسة بمعالجة أوجه الصور في المصرف تجاه الطرق التي يمكن بها استثمار قدرات مقدم الخدمة في اقناع الزبون بشراء المنتج، في حين تمثل الإساءة اللفظية في المرتبة الأخيرة بمستوى توافر بلغ (79%) وبمتوسط حسابي يبلغ (3.95) وانحراف معياري مقداره (0.604).

الجدول (4) الإحصاء الوصفي لمتغير النضج الروحي لمقدم الخدمة

التسلسل	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	ترتيب الأهمية	التسلسل	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	ترتيب الأهمية
YA1	3.45	0.869	69%	21	YB1	3.81	0.798	76%	23
YA2	3.55	0.835	71%	20	YB2	4.1	0.712	82%	14
YA3	3.83	0.817	77%	16	YB3	4.01	0.9	80%	17
YA4	4.06	0.895	81%	8	YB4	3.84	0.951	77%	22
YA5	4.25	0.9	85%	2	YB5	3.86	0.807	77%	21

الاهمية النسبية	ترتيب الاهمية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	التسلسل	ترتيب الاهمية	الاهمية النسبية	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	التسلسل
16	81%	0.833	4.03	YB6	10	80%	0.913	4.02	YA6
6	85%	0.797	4.25	YB7	7	81%	0.907	4.07	YA7
7	84%	0.736	4.18	YB8	17	75%	0.893	3.77	YA8
12	82%	0.853	4.12	YB9	15	77%	0.88	3.86	YA9
11	83%	0.862	4.14	YB10	11	80%	0.75	3.98	YA10
3	88%	0.809	4.4	YB11	1	87%	0.839	4.33	YA11
18	80%	0.781	4	YB12	4	83%	0.835	4.14	YA12
9	83%	0.865	4.15	YB13	5	83%	0.778	4.13	YA13
2	88%	0.788	4.4	YB14	18	74%	0.791	3.7	YA14
1	88%	0.81	4.41	YB15	14	77%	0.809	3.87	YA15
8	83%	0.769	4.15	YB16	6	82%	0.738	4.08	YA16
19	78%	0.875	3.9	YB17	9	81%	0.976	4.03	YA17
10	83%	0.701	4.14	YB18	3	83%	0.82	4.17	YA18
13	82%	0.742	4.11	YB19	12	79%	0.887	3.97	YA19
5	86%	0.845	4.29	YB20	19	74%	1.281	3.69	YA20
20	78%	0.68	3.88	YB21	13	79%	0.768	3.95	YA21
15	82%	0.866	4.09	YB22	الثاني	79%	0.604	3.95	الإساءة اللفظية
4	86%	0.836	4.29	YB23					
الاول	82%	0.618	4.11	رفض المشاركة					
***	81%	0.591	4.03	السلوك السلبي للزبون					

ثالثاً: اختبار فرضيات الدراسة:

1. اختبار فرضية الارتباط:

تسهم هذه الفقرة في تبيان قوة وعلاقة الارتباط بين المتغيرات الداخلة في الدراسة، وبين أبعاد كل منها، والتي تم ايضاحها في مصفوفة الارتباط المبينة في الجدول (5).

الجدول (5) مصفوفة الارتباط

السلوك السلبي للزبون	رفض المشاركة	الإساءة اللفظية	النضج الروحي	الانفتاح الروحي	الدعم الروحي
الدعم الروحي					1
الانفتاح الروحي				1	.854**
النضج الروحي			1	.967**	.959**
الإساءة اللفظية		1	.797**	.768**	.768**
رفض المشاركة	1	.870**	.763**	.749**	.718**
السلوك السلبي للزبون	.968**	.966**	.806**	.784**	.768**

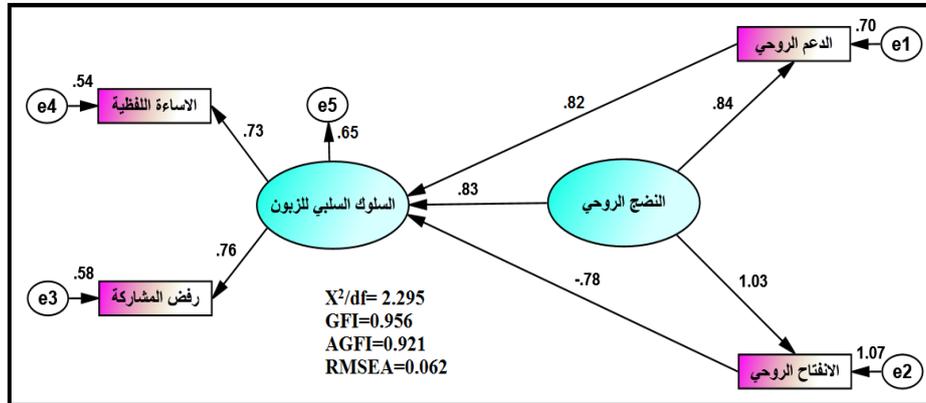
** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed). Sig. (2-tailed) = 0.000
N=175

تبين النتائج الظاهرة في الجدول (5) إلى وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين متغيرات الدراسة الداخلة في التحليل، وتحت مستوى معنوية بلغ (0.01) أي بمستوى ثقة مقداره (0.99)، إذ النتائج تبين إن أعلى قوة ارتباط بين متغيرات الدراسة بلغت (0.806) بين النضج الروحي والسلوك السلبي للزبون، وفي المقابل بلغت أدنى قوة ارتباط ومقدارها (0.718) بين الدعم الروحي ورفض المشاركة، مما يدل على ضرورة تحفيز الفنادق على مشاركة الزبائن في الإذلاء بأصواتهم تجاه الخدمة التي يفضلونها.

2. اختبار فرضية التأثير:

من أجل قياس فرضية التأثير من متغيرات الدراسة المتمثلة في النضج الروحي لمقدم الخدمة (متغير مستقل)، السلوك السلبي للزبون (متغير تابع)، وعلى النحو الآتي:

تبين النتائج الظاهرة في الشكل (2) والمبينة في الجدول (6) إلى وجود تأثير إحصائي للنضج الروحي لمقدم الخدمة في معالجة السلوك السلبي للزبون، إذ أن تطوير مقدم الخدمة لمقدراته في التعامل مع الزبائن بمقدار (0.834) يؤدي إلى معالجة السلوك السلبي بالمقدار نفسه وتخفيض نسبة الخطأ إلى (0.047) وبقيمة حرجة أعلى من (1.96) وقدرها (17.745) مما يدل على إن اهتمام الفنادق المدروسة في النضج الروحي لمقدم الخدمة سوف يسهم في معالجة السلوك السلبي للزبون بمقدار (0.166).



الشكل (2) المخطط القياسي لعلاقة تأثير النضج الروحي لمقدم الخدمة بأبعاده في السلوك السلبي للزبون في أبعاده

من جانب آخر يسهم النضج الروحي لمقدم الخدمة في تفسير الأسباب التي تؤدي إلى عزوف الزبون وانهاك سلوكيات الفنادق المدروسة وتؤدي إلى إحداث ردود فعل سلبية وتفسيرها بمقدار (0.651) مما يدل على ضرورة أن تحرص الفنادق المدروسة على تطوير امكاناتها بقيمة (349) من أجل ضمان السيطرة على السلوكيات السلبية للزبون. وتنبثق من هذه الفرضية فصيلتين هما:
أ. وجود تأثير معنوي ايجابي للدعم الروحي لمقدم الخدمة في السلوك السلبي للزبون، مما يدل على أن زيادة الدعم الروحي لمقدم الخدمة بمقدار (0.823) يؤدي إلى تحسين السلوك السلبي للزبون بالمقدار نفسه، مما يولد الحاجة إلى ضرورة (0.177) وبخطأ معياري مقداره (0.052) وبقيمة حرجة أعلى من (1.96) وقدرها (15.827).

ب. وجود تأثير معنوية عكسي للانفتاح الروحي لمقدم الخدمة في السلوك السلبي للزبون، مما يدل على ضرورة اهتمام الفنادق المدروسة في الانفتاح الروحي لمقدمي الخدمات من أجل معالجة السلوكيات السلبية للزبائن وتطويرها بمقدار (1.775)، إذ تمثل القيمة (1) الطريقة التي يمكن من خلالها معالجة وتطوير مقدرات مقدمي الخدمات من أجل كسب رؤى الزبائن ورضاهم والحد من الخطأ المعياري بمقدار (0.066) وبقيمة حرجة أقل من (-1.96) وبقيمة (-11.742).

الجدول (6) الأوزان المعيارية لعلاقة تأثير النضج الروحي لمقدم الخدمة بأبعاده في السلوك السلبي للزبون في أبعاده

الحالة	P	R ²	C.R.	S.E.	الأوزان	المسار	الدعم الروحي
قبول الفرضية	** *	0.651	15.827	0.052	0.823	السلوك السلبي للزبون	<---
قبول الفرضية	** *		-11.742	0.066	-0.775	السلوك السلبي للزبون	<---
قبول الفرضية	** *		17.745	0.047	0.834	السلوك السلبي للزبون	<---

المبحث الرابع: الاستنتاجات والتوصيات:

أولاً: الاستنتاجات:

1. وجود علاقة ايجابية معنوية للنضج الروحي لمقدم الخدمة بأبعاده (الدعم الروحي، والانفتاح الروحي) في السلوك السلبي للزبون بأبعاده (الإساءة اللفظية، ورفض المشاركة) مما يدل على أن اهتمام الفنادق المدروسة في تطوير النضج الروحي لمقدم الخدمة يؤدي إلى تطوير قدرات ومهارات معرفة مقدمي الخدمات بشأن التعامل مع السلوكيات السلبية للزبائن.
2. وجود تأثير معنوية للنضج الروحي لمقدم الخدمة في السلوك السلبي للزبون مما يدل على أن اهتمام الفنادق المدروسة في مهارات مقدمي الخدمات يؤدي إلى تعزيز قدرة الفنادق على كسب ولاء الزبائن تجاه الخدمات التي يقدمها.
3. وجود تأثير معنوي عكسي للانفتاح الروحي لمقدم الخدمة في السلوك السلبي للزبون مما يدل على ضرورة تحسين الروح المعنوية لمقدمي الخدمات من أجل السيطرة على ردود الفعل السلبية للزبائن بما يتوافق مع متطلبات ومعايير الفنادق المدروسة.

4. تحرص الفنادق المدروسة على تقديم خدمات آمنة وبأسعار وجودة مناسبة، الأمر الذي يؤدي إلى الحد من ردود الفعل السلبية للزبائن، وهذا الأمر بدوره يؤدي إلى كسب تعاطف ورضا الزبائن من خلال إدراك الزبون لقيمة الفنادق المدروسة.
5. تحرص الفنادق المدروسة على وضع مجموعة من اللوائح والقوانين التي تحكم السلوكيات الداخلية للمتعاملين مع الفنادق، الأمر الذي يسهم في تحديد السلوك المرغوب والسلوك المطلوب، ومعالجة السلوك غير المرغوب.

ثانياً: التوصيات:

1. يتعين على الفنادق المدروسة أن تعمل على تقديم مكافآت دورية لمقدمي الخدمات ذوي المهارات والقدرات العالية الذين يسهمون في تعزيز قدرة ونمو وزيادة أرباح الفنادق، مما يسهم في تحسين النضج الروحي لمقدمي الخدمات.
2. ضرورة أن تحرص الفنادق المدروسة على تحقيق الحاجات والمتطلبات الخاصة بالزبائن وإشباع أنواعهم المختلفة، من أجل كسب رضا الزبائن، وهذا الأمر يؤدي إلى زيادة عطاء الزبائن تجاه الفنادق المدروسة.
3. ضرورة إيفاء الفنادق المدروسة بجميع التزاماته تجاه الزبائن من خلال المحافظة على جودة الخدمات المقدمة، والعمل على وضع مدونات أخلاقية تسهم في توعية مقدمي الخدمات تجاه الاهتمام بمتطلبات الزبائن.
4. ضرورة غرس روح التعاون والثقة بين مقدمي الخدمات بعضهم تجاه بعض، الأمر الذي سوف ينعكس بشكل ايجابي تجاه الانفتاح الروحي لهم.
5. ضرورة أن تحرص الفنادق المدروسة على تحقيق بناء علاقة ايجابية مع الزبائن من أجل ضمان خلق سمعة ايجابية لدى الزبائن تجاه الخدمات المقدمة.

المصادر: References

1. Barfield, R. (2020). **Children and the Imago Dei: A Reformed Proposal Regarding the Spiritual Openness of the Child**. Christian Education Journal, 17(1), 7-17.
2. Chao, C. W. (2019). **A study on the relationship between Customer Misbehavior and Turnover Intention of Hospitality employees-the self-efficacy as moderator variable**. In 2019 5th International Conference on Humanities and Social Science Research (ICHSSR 2019) (pp. 596-599). Atlantis Press.
3. Condon, J. T. (1986). **The 'unresearched'-those who decline to participate**. Australian and New Zealand Journal of Psychiatry, 20(1), 87-89.
4. Drennan, J., Drennan, P., & Keeffe, D. (2007). **Research in consumer misbehaviour: A simulation game approach**. In **Australia And New Zealand Marketing Academy 2007 Conference Proceedings And Refereed Papers** (pp. 704-710). Department of Marketing, University of Otago.
5. Edwards, K. J. (2015). **When Word Meets Flesh: A Neuroscience Perspective on Embodied Spiritual Formation**. Journal of Psychology & Christianity, 34(3).
6. Eyer, J. C., Kapoor, S., Combs, M. A., Jay, E. M., & Thorn, B. E. (2018). **Spiritual openness, revisiting a potentially important aspect of spirituality: scale review and revision**. Journal of religion and health, 57(3), 883-900.
7. Fidler, B. W. (2020). **Communion with God, Self-Differentiation, and Spiritual Maturity of Master's Level Counseling Students at Christian Institutions** (Doctoral dissertation, Regent University).

8. Freer, A. S., & Robertson, P. J. (2020). **Organizational spiritual maturity: a goal of positive leaders and direction for change.** In *New Horizons in Positive Leadership and Change* (pp. 103-125). Springer, Cham.
9. Fullerton, R. A., & Punj, G. (2004). **Repercussions of promoting an ideology of consumption: consumer misbehavior.** *Journal of Business Research*, 57(11), 1239-1249.
10. Genia, V. (1997). **The spiritual experience index: Revision and reformulation.** *Review of religious research*, 344-361.
11. Grybś-Kabocik, M. (2016). **Consumer misbehavior in tourism market.** In *CBU International Conference Proceedings* (Vol. 4, pp. 121-125).
12. Hall, T. W., Brokaw, B. F., Edwards, K. J., & Pike, P. L. (1998). **An empirical exploration of psychoanalysis and religion: Spiritual maturity and object relations development.** *Journal for the Scientific Study of Religion*, 303-313.
13. Hinds, P. S., Quargnenti, A., & Madison, J. (1995). **Refusal to participate in clinical nursing research.** *Western journal of nursing research*, 17(2), 232-236.
14. Holt, S. C. (2019). **God in the city: A spirituality of chaos, dissonance and intensity.** *Zadok Perspectives*, (145), 3-4.
15. Joubert, E., Du Rand, A., & Van Wyk, N. (2005). **Verbal abuse of nurses by physicians in a private sector setting.** *Curatationis*, 28(3), 39-46.
16. Keeffe, D. A. (2010). **Consumer misbehaviour during professional service encounters** (Doctoral dissertation, Queensland University of Technology).
17. Kisa, S. (2008). **Turkish nurses' experiences of verbal abuse at work.** *Archives of Psychiatric Nursing*, 22(4), 200-207.
18. Korczynski, M., & Evans, C. (2013). **Customer abuse to service workers: An analysis of its social creation within the service economy.** *Work, employment and society*, 27(5), 768-784.
19. Krause, N., & Hayward, R. D. (2016). **Anxious attachment to God, spiritual support, and obesity: Findings from a recent nationwide survey.** *Journal for the Scientific Study of Religion*, 55(3), 485-497.
20. Lane, T. (2003). **Women have different risk factors for verbal, physical partner abuse.** *Perspectives on Sexual and Reproductive Health*, 35(2), 106.
21. Meluch, A. L. (2018). **Spiritual support experienced at a cancer wellness center.** *Southern Communication Journal*, 83(3), 137-148.
22. Nasser, E. H., & Overholser, J. C. (2005). **Recovery from major depression: the role of support from family, friends, and spiritual beliefs.** *Acta Psychiatrica Scandinavica*, 111(2), 125-132.
23. Phillips, S., Alexander, A., & Shaw, G. (2005). **Consumer misbehavior: The rise of self-service grocery retailing and shoplifting in the United Kingdom c. 1950-1970.** *Journal of Macromarketing*, 25(1), 66-75.
24. Reinert, D. F., & Smith, C. E. (1997). **Childhood sexual abuse and female spiritual development.** *Counseling and Values*, 41(3), 235-245.
25. Salmela, M., & Ylönen, S. (2009). **The New Music Industry:-Understanding the Dynamics of the New Consumer of Music.**
26. Varnado, L. J. (2018). **A comparison of senior pastors' transformational leadership relationship to spiritual development: Church planter vs. church called.** Dallas Baptist University.
27. Williamson, I. T., & Sandage, S. J. (2009). **Longitudinal analyses of religious and spiritual development among seminary students.** *Mental Health, Religion & Culture*, 12(8), 787-801.