

# الذكاء الاجتماعي واستراتيجية إدارة العلاقات العامة وأثرهما في ولاء الضيف

( دراسة تطبيقية في فنادق القطاع المختلط في بغداد )

أطروحة مقدّمة

إلى مجلس كلية الإدارة والاقتصاد / الجامعة المستنصرية  
وهي جزء من متطلبات نيل درجة دكتوراه فلسفة في علوم السياحة وإدارة الفنادق  
من قبل الطالب

محمد فاضل عباس النعيمي

ياشرف

الأستاذ الدكتور

دينا حامد جمال

## المستخلص

تتحكم بعلاقة الضيف في الفندق منظومة من العوامل تمارس دور مباشر أو غير مباشر في الحد من تلك العلاقة وتقويض ولائه لخدمات الفندق أو تطوير تلك العلاقة وتنميتها بما يحقق حالة المودة والولاء لخدمات الفندق ، فالوصول لنهاية سلم تلك العلاقة وجعل الضيف في أعلى درجات السلم بولائه لخدمات الفندق لم يكن من فراغ بل مزيج من عوامل عديدة منها مايتعلق بالمتغيرات المستقلة للدراسة ( الذكاء الاجتماعي ) و ( استراتيجية إدارة العلاقات العامة ) فهنا تكمن مشكلة الدراسة من خلال محدودية الاهتمام والمعرفة بهذا النوع من الذكاء في صناعة يعتمد أساس نجاحها على اللسة الانسانية وفن التعامل بكل احترام ومودة مع الآخرين ، فضلاً عن تراجع دور وأهمية العمل ضمن استراتيجية إدارة العلاقات العامة في صناعة يعتمد تشغيلها بالاساس على التواصل وتحقيق الفهم ما بين الفندق ومختلف جماهيره ، وقد عبرت الدراسة عن تلك المشكلة من خلال عدة تساؤلات تتمحور بمدى علاقة ارتباط الذكاء الاجتماعي مع استراتيجية إدارة العلاقات العامة وكيف يسهمان في ولاء الضيف ؟ وهل تتباين المنظمات الفندقية في مستوى الذكاء الاجتماعي لدى أفرادها فضلاً عن تباينهم في العمل ضمن استراتيجية إدارة العلاقات العامة وتحقيق ولاء الضيف ؟

وللتوصل للإجابة على تلك التساؤلات استندت الدراسة في إعداد جانبها التطبيقي على فنادق القطاع المختلط في مدينة بغداد من خلال عينة عمدية قصدية قوامها ( ١٠٥ ) مبحوث شملت ذوي المسؤوليات المباشرة مع الضيف منهم ( المدير المفوض ومعاونية ، مدراء الاقسام والشعب ومعاونيهم فضلاً عن مسؤولي الانشطة ) واعتمد على جمع البيانات بشكل اساسي من تلك العينة على استمارة الاستبانة المكونة من ( ١٠٠ ) فقرة موزعة على عدد المتغيرات الرئيسية والفرعية للدراسة ، ولإستخراج نتائجها استعمل بوساطة البرنامج الاحصائي الجاهز ( SPSS ) عدة أساليب إحصائية منها الوسط الحسابي والانحراف المعياري ومعامل الاختلاف لتشخيص مستوى متغيرات الدراسة فضلاً عن معامل الارتباط والانحدار البسيط والمتعدد واختبار ( Kruskal – Wallis ) و ( Mann – Whitney ) لأختبار فرضيات الدراسة، واستناداً لتلك النتائج توصلت الدراسة لعدد من الاستنتاجات أبرزها :

إن ولاء الضيف حالة مثلى تطمح المنظمات الفندقية بلوغها و من دعائم تحقيق ذلك هو مستوى الذكاء الاجتماعي لدى موظفيها ونوع الاستراتيجية التي تعمل بها إدارة العلاقات العامة في ممارسة أنشطتها التي تخدم المنظمة الفندقية .

وعلى ضوء تلك الاستنتاجات وضعت جملة توصيات من أبرزها :

ضرورة اهتمام إدارات الفنادق بمستوى الذكاء الاجتماعي لدى عاملها عند توظيفهم أو ترقيتهم من وظيفة إلى أخرى خصوصاً المهام ذات التماس المباشر بالضيف فضلاً عن ممارسة أنشطة إدارة العلاقات العامة وفقاً لاستراتيجية معينة سيؤدي ذلك حتماً إلى ترقى الضيف في سلم ولائه للفندق .