



جامعة الموصل
كلية الإدارة والاقتصاد

دور جودة الخدمات السياحية في جذب الزبون: دراسة استطلاعية لأراء عينة من مرتادي منطقة حمام العليل/ محافظة نينوى

رسالة ماجستير

إدارة التسويق

ريم ضرغام عبدالفتاح الدباغ

إشراف

الأستاذ المساعد الدكتور

جرجيس عمير عباس

المستخلص

تتمثل مشكلة الدراسة في دراسة مدى تأثير جودة الخدمات السياحية التي يقدمها منتج حمام العليل في نينوى على جذب الزبائن، وذلك من خلال تحليل تطبيق معايير معهد السياحة البريطاني في تقديم تلك الخدمات، إذ يعتبر معهد السياحة البريطاني مرجعاً عالمياً في تحديد معايير الجودة في القطاع السياحي، وتعتبر هذه المعايير عاملاً رئيسياً في جذب السياح و تحقيق رضا الزبائن، ويسعى البحث إلى تحقيق أهداف لاستكشاف العلاقة بين جودة الخدمات السياحية وولاء الزبائن للمنتج، أي أن الدراسة ستبحث في مدى تأثير جودة الخدمة على استمرار زيارة الزبائن للمنتج أو توصيتهم به للآخرين، وتحديد علاقة الارتباط والاثـر المعنوي الذي تحققه معايير جودة الخدمة السياحية في تحقيق جذب الزبون لمرتادي منتج حمام العليل في نينوى، وتقدم هذه الدراسة مساهمة أكاديمية مهمة في مجال جودة الخدمات السياحية من خلال تسليط الضوء على تطبيق معايير معهد السياحة البريطاني، إذ تساهم هذه الدراسة في فهم كيف يمكن للمعايير العالمية أن تؤثر في جودة الخدمات السياحية في السياقات المحلية، إذ توفر الدراسة إطاراً نظرياً لفهم العلاقة بين جودة الخدمة وجذب الزبائن، إذ يمكن من خلال النتائج النظرية فهم كيفية تأثير جودة الخدمة على الجذب السياحي في المنطقة المدروسة.

تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، كما تم الاعتماد في الجانب الميداني للدراسة على دراسة حالة منتج حمام العليل السياحي، أما التساؤل الرئيسي هو كيف تؤثر جودة الخدمات السياحية المقدمة في منتج حمام العليل في نينوى وفقاً لمعايير معهد السياحة البريطاني على جذب الزبائن؟

تضيف الدراسة تحليلاً ميدانياً لبيئة سياحية محلية، بما في ذلك فهم تأثير جودة الخدمة على جذب الزبائن في منطقة نينوى، وهذا يملأ فجوة كبيرة في الأدبيات السياحية المحلية، حيث لم يتم تسليط الضوء بشكل كافٍ على هذا الموضوع في السياقات العراقية أو العربية.

Abstract

The problem of the study is to study the extent to which the quality of tourism services provided by Hammam Al-Alil Resort in Nineveh affects customer attraction, by analyzing the application of the British Tourism Institute standards in providing these services, as the British Tourism Institute is considered a global reference in determining quality standards in the tourism sector, and these standards are a major factor in attracting tourists and achieving customer satisfaction. The research seeks to achieve objectives to explore the relationship between the quality of tourism services and customer loyalty to the resort, meaning that the study will examine the extent to which service quality affects customers' continued visits to the resort or their recommendation of it to others, and determine the relationship of association and moral impact achieved by tourism service quality standards in achieving customer attraction for visitors to Hammam Al-Alil Resort in Nineveh. This study provides an important academic contribution in the field of tourism service quality by shedding light on the application of the British Tourism Institute standards, as this study contributes to understanding how global standards can affect the quality of tourism services in local contexts, as the study provides a theoretical framework for understanding the relationship between service quality and customer attraction, as it is possible through theoretical results to understand how service quality affects tourism attraction in the studied area. The descriptive analytical approach was adopted, and the field aspect of the study was based on a case study of the Hammam Al-Alil tourist resort. The main question is: How does the quality of tourism services provided at the Hammam Al-Alil resort in Nineveh according to the standards of the British Tourism Institute affect customer attraction? The study adds a field analysis of a local tourism environment, including understanding the impact of service quality on customer attraction in the Nineveh region. This fills a large gap in the local tourism literature, as this topic has not been sufficiently highlighted in the Iraqi or Arab contexts.

University of Mosul

College of Administration & Economics



The Role Of Tourism Services Quality In Attracting Customers: A Survey Study Of The Opinions Of A Sample Of Visitors To The Hammam Al-Alil Area/Nineveh Governorate

Master's thesis in Marketing Management

Reem Dargham Abdel Fattah Al Dabbagh

Supervised by

Assistant Professor Dr.

Jerjes omair Abbas