

فاعلية تطبيق معايير التصميم الداخلي في المنشآت السياحية في الأردن وأثرها على رضا السياح (دراسة ميدانية)

نائلة صالح محمد خليل^١

تاريخ القبول
2024/5/12

تاريخ الاستلام
2024/4/8

الملخص

يلعب التصميم الداخلي دورًا بارزًا في خلق فراغات داخلية مرضية للمنشآت السياحية، فضلًا عن استجابته لاحتياجات السياح، ويمكن أن يسهم في تحسين تجربتهم وبالتالي زيادة مستوى رضاهم، وقد هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر تطبيق المنشآت السياحية لمعايير التصميم الداخلي (التخطيط الفعال، والديكور والأثاث، والإضاءة والألوان، والتكنولوجيا، والترفيه، وعناصر الأمان والراحة) على رضا السياح، ولتحقيق هدف الدراسة اعتمدت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت عينة الدراسة من (140) سائحًا زاروا المنشآت السياحية في العاصمة عمان، ومحافظة العقبة خلال الفترة (من 2023/8/1 إلى 2024/10/1)، ووزعت الاستبانة عليهم كأداة لجمع المعلومات.

توصلت الدراسة إلى أن المنشآت السياحية تطبق معايير التصميم الداخلي بدرجة مرتفعة من وجهة نظر السياح، وأنَّ هناك أثرًا إيجابيًا ذات دلالة إحصائية لتطبيق معايير التصميم الداخلي في رضا السياح. وأوصت الدراسة بضرورة العمل على تحديث المعايير، والتوجيهات المتعلقة بتصميم المنشآت السياحية؛ ليتماشى مع التطورات الحديثة وتوجهات السوق، مع التركيز على عناصر التصميم الداخلي التي أظهرت أهمية كبيرة في تحسين رضا السياح.

الكلمات المفتاحية: التصميم الداخلي، رضا السياح، المنشآت السياحية.

The Effectiveness of Applying Interior Design Standards in Tourist Facilities in Jordan and its Impact on Tourist Satisfaction (A field study)

Abstract:

Interior design plays a prominent role in creating satisfactory interior spaces for tourist facilities, responds to the needs of tourists, and can contribute to improving their experience and thus increasing their level of satisfaction. This study aimed to identify the impact of tourism facilities' application of interior design standards (effective planning, décor and furniture, lighting and colors, technology and entertainment, safety and comfort elements) on tourists' satisfaction. To achieve the aim of the study, the researcher adopted the descriptive analytical approach, and the study sample consisted of 140. The researcher distributed a questionnaire to tourists who visited tourist facilities in the capital, Amman, and Aqaba Governorate during the period (1/8/2023–1/10/2023), with the aim of gathering information. The study found that tourist establishments apply interior design standards to a high degree from the point of view of tourists and that there is a statistically significant positive effect of applying interior design standards on tourists' satisfaction. The study recommended the need to work on updating standards and directives related to the design of tourist facilities to be in line with modern developments and market trends, with a focus on interior design elements that have shown great importance in improving tourists' satisfaction.

Keywords: Interior Design, Tourist Satisfaction, Tourist Facilities.

مقدمة

يشهد النشاط السياحي نمواً وتطوراً كبيرين في الوقت الحالي؛ إذ إن السياحة بشكل عام تعد من أهم الظواهر الاقتصادية والاجتماعية، متخذة بذلك موقعاً مهماً في اقتصاديات العديد من الدول المتقدمة والنامية، كونها إحدى الركائز في معظم اقتصاداتها بالنظر لمساهمتها الفعالة في الدخل الوطني، وفي مستوى الاستثمارات الوطنية والدولية في المناطق السياحية، وكذلك العديد من الآثار على المستويين الجزئي والكلّي. ولعل من أهم المجالات التي تؤثر عليها السياحة مستوى التشغيل والبطالة في جميع المناطق السياحية (Dexter, et al, 2014).

ويعد الأردن من البلدان التي تتمتع بمزايا ومقومات جغرافية، وطبيعية، وتاريخية، تجعل منه بلداً جذاباً سياحياً في جميع الفصول المختلفة، وتلبي معظم الأغراض السياحية، حيث تتوفر الأماكن المقدسة، والأماكن السياحية، والمواقع الأثرية، والمصايف، والمشاتي، وشاطئ خليج العقبة، والينابيع، والغابات، والصحاري، والمحميات الطبيعية، وهذه المناطق تشكل في مجموعها مقومات سياحية تجذب السائحين المحليين، والإقليميين، والدوليين (العمرات، 2019).

والمنشآت السياحية الركيزة الأساسية في العملية السياحية بشكل عام، فهي عبارة عن منظمات أعمال تقوم بالعمل على تقديم مختلف الخدمات السياحية اللازمة، من خدمات إقامة، وطعام، وشراب، وخدمات علاجية، وثقافية، ورياضية، وتجارية، وإرشاد سياحي، وتنظيم برامج للرحلات، وكذلك خدمات النقل السياحي بمختلف أنواعه لكافة السياح على مختلف أنواعهم، وبالتالي فإن الاهتمام بهذه المنشآت يعد من قبيل التشجيع على السياحة والترويج لها، وجزءاً لا يتجزأ من تكامل العملية السياحية (عبوي، 2018).

من ناحية أخرى شهد العالم في الآونة الأخيرة العديد من التطورات في مجال التصميم الداخلي التي تلبي احتياجات الإنسان ومتطلباته المستقبلية؛ إذ يعد التصميم الداخلي عملية تفاعل بين الإنسان والمكان والزمان والثقافة (سركن، 2017). ومما لا شك فيه أن التصميم الداخلي له أثر كبير في الفراغات الداخلية للمنشآت السياحية، حيث يستجيب لاحتياجات السياح المترددين على هذه المنشآت، ومن الممكن أن يحدث نقلة نوعية فريدة من نوعها في موضوع الفراغات الداخلية للمباني والمنشآت بشكل عام، والسياحية منها على وجه الخصوص؛ إذ لم تعد محددات الفراغ الداخلي مجرد جمادات يستخدمها الإنسان كما هو معروف، لكنها أصبحت قادرة على استشعار المستخدم، والتعرف عليه، والتفاعل معه، والتكيف مع رغباته (عبيدات وآخرون، 2023).

مشكلة الدراسة وتساولاتها

يعد التصميم الداخلي تخصصاً فنياً وعملياً، يحتاج فيه المصمم إلى طاقة فكرية، وذهنية، ومعرفية متكاملة، تدفعه ليضع أفكاره وتصميماته وفقاً لمنظومة متوازنة بين القيم الجمالية والوظيفية، وهو في ذلك يواجه صراعاً بين الاتجاه إلى المحاكاة والقدرة على الإبداع، يتحدد من خلال ذاتيته الثقافية، وهويته الحضارية. كما يعد مجال التصميم الداخلي من المجالات التي تتسم بالاستدامة، والتنمية الفكرية والتصميمية، ولها دور فعال في السياحة من خلال التصميم الداخلي للمنشآت السياحية، كالفنادق والمنتجعات السياحية، والمقاهي، والمطاعم، والبيوت، وغيرها.

من جهة أخرى تسعى المنشآت السياحية كغيرها من منظمات الأعمال إلى تقديم خدماتها بكفاءة وفعالية؛ وذلك بهدف الوصول إلى رضا السياح المستخدمين لتلك المنشآت السياحية، مما يسهم في نجاحها، واستمراريتها، وتحقيق الميزة التنافسية في بيئة القطاع السياحي، ويمكن القول إن استخدام التصميم الداخلي بشكل فعال يسهم في تحسين تجربة المستخدمين والزوار في المنشآت

السياحية؛ إذ يعمل التصميم الداخلي على خلق تفاعلات إيجابية وتأثير مستدام، ويساهم في تحقيق رؤية المنشأة وتميزها في سوق السياحة، كما يعزز من جودة تجربة المستخدم وفراحتها، وتحسين رضا المستخدمين والسياح.

وبناء على ما تقدم، فإن مشكلة الدراسة تبرز من خلال الإجابة عن السؤال الرئيس: (ما مدى تطبيق عناصر التصميم الداخلي في المنشآت السياحية في الأردن وأثرها في رضا السياح؟) وينبثق من السؤال الرئيس مجموعة من الأسئلة الفرعية تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة عنها، وهي على النحو الآتي:

- 1- ما مدى تطبيق عناصر التصميم الداخلي في المنشآت السياحية في الأردن؟
- 2- ما أثر تطبيق عناصر التصميم الداخلي (الديكور والأثاث، والإضاءة والألوان، والتكنولوجيا، والترفيه، وعناصر الأمان والراحة) في المنشآت السياحية في الأردن على رضا السياح؟

أهمية الدراسة

يتمثل الهدف العام من الدراسة الحالية، بمعرفة أثر تطبيق عناصر التصميم الداخلي في المنشآت السياحية الأردنية على رضا السياح. وبناءً على ذلك، فإن أهمية الدراسة تنقسم إلى قسمين رئيسيين هما:

أولاً: الأهمية العلمية (النظرية)

تأتي أهمية هذه الدراسة من أهمية المتغيرات التي تتناولها، وهي: عناصر التصميم الداخلي بأبعادها (التخطيط الفعال، والديكور والأثاث، والإضاءة والألوان، والتكنولوجيا والترفيه، وعناصر الأمان والراحة) وأثرها على رضا السياح في المنشآت السياحية الأردنية، كما تسعى هذه الدراسة إلى إثراء البحث وتوسيعه في موضوع التصميم الداخلي للمنشآت السياحية ورضا السياح، من خلال إنشاء إطار مفاهيمي شامل يغطي متغيرات الدراسة. علاوة على ذلك، وفي حدود علم الباحثة، ومن خلال الاطلاع على الدراسات السابقة، لاحظت الباحثة قلة الدراسات في البيئة العربية، لا سيما الدراسات التي تربط بين متغيرات الدراسة (عناصر التصميم الداخلي للمنشآت السياحية ورضا السياح) في نموذج واحد. لذلك تسعى الباحثة من خلال هذه الدراسة إلى تقليص الفجوة النظرية، عن طريق البحث في الدراسات السابقة، وبناء النموذج الذي يظهر طبيعة العلاقة بينها. بالإضافة إلى ذلك، تأمل الباحثة أن تشكل الدراسة الحالية إضافة علمية للباحثين، وسد الفجوة البحثية لإثراء المعرفة في المكتبة العربية في هذا المجال، وأن تكون هذه الدراسة بمثابة رؤى للباحثين، لإجراء المزيد من الدراسات حول متغيراتها.

ثانياً: الأهمية العملية (التطبيقية)

تبرز أهمية هذه الدراسة من أهمية مجتمع الدراسة والمتمثل بالمنشآت السياحية الأردنية؛ إذ إنّ تلك المنشآت تعد رافداً رئيساً للخزينة العامة في الدولة من خلال الإيرادات الضريبية وإيرادات العملة الصعبة، ما يساهم بدعم الاقتصاد الوطني وتعزيزه، كما أن زيادة ربحية المنشآت السياحية تعني زيادة في نمو القطاعات التي تعمل بها، ما سيرفع من مساهمة تلك القطاعات في نمو الناتج المحلي الإجمالي، إضافة إلى قدرتها على توظيف أعداد كبيرة من العاملين للتقليل من معدلات البطالة.

بالتالي فإن الدراسة الحالية ستسهم في تقديم رؤى نقدية لصناع القرار والاستشاريين في مجال الأعمال، وخاصة في القطاع السياحي الأردني، حيث ستقدم نتائج هذه الدراسة اقتراحات عدة

للإدارة العليا للاهتمام بعناصر التصميم الداخلي في مختلف المنشآت السياحية الأردنية، من أجل تطوير العمل والنجاح وزيادة التنافسية، وكذلك ضمان رضا السياح وولائهم تجاه المنشآت السياحية.

أهداف الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:

- 1- التعرف على عناصر التصميم الداخلي في المنشآت السياحية الأردنية.
- 2- التعرف على أثر عناصر التصميم الداخلي (التخطيط الفعال، والديكور والأثاث، والإضاءة والألوان، والتكنولوجيا والترفيه، وعناصر الأمان والراحة) المستخدمة في المنشآت السياحية في الأردن على رضا السياح.

فرضيات الدراسة

بناء على مشكلة الدراسة وأسئلتها، وسعيًا لتحقيق أهدافها، فإن هذه الدراسة ستختبر الفرضيات الآتية:

H01: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لعناصر التصميم الداخلي (التخطيط الفعال، والديكور والأثاث، والإضاءة والألوان، والتكنولوجيا والترفيه، وعناصر الأمان والراحة) للمنشآت السياحية الأردنية في رضا السياح.

ويتفرع من هذه الفرضية الفرضيات الفرعية الآتية:

H01-1: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للتخطيط الفعال في المنشآت السياحية الأردنية في رضا السياح.

H01-2: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للديكور والأثاث في المنشآت السياحية الأردنية في رضا السياح.

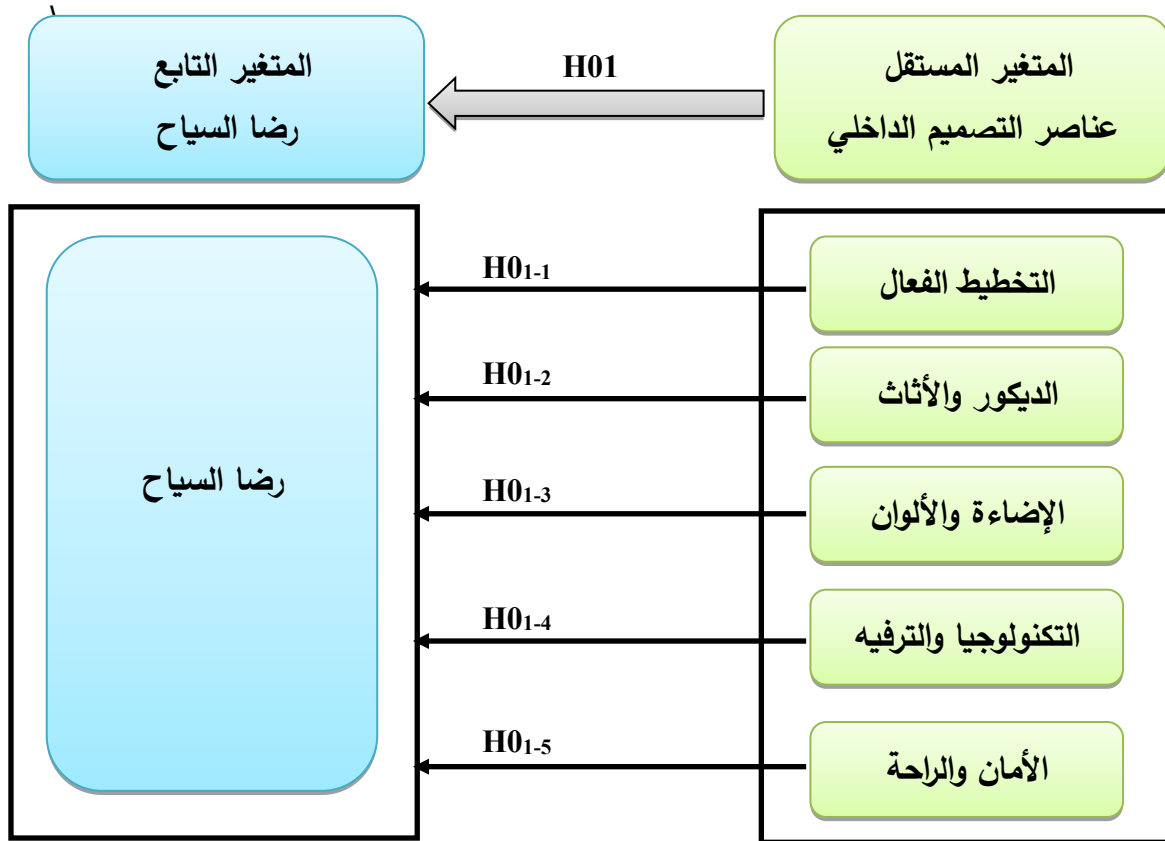
H01-3: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للإضاءة والألوان في المنشآت السياحية الأردنية في رضا السياح.

H01-4: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للتكنولوجيا والترفيه في المنشآت السياحية الأردنية في رضا السياح.

H01-5: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لعناصر الأمان والراحة في المنشآت السياحية الأردنية في رضا السياح.

أنموذج الدراسة

تم تمثيل العلاقة بين متغيرات الدراسة، حسب الأنموذج التالي:



شكل رقم (1):

إطار مقترح لتأثير عناصر التصميم الداخلي على رضا السياح

حدود الدراسة

تم العمل على هذه الدراسة لإنجازها ضمن الحدود الآتية:

- 1- الحدود المكانية:** اقتصرَت الدراسة الحالية على عدد من المنشآت السياحية في كل من عمان العاصمة ومحافظة العقبة.
- 2- الحدود الزمانية:** أنجزت هذه الدراسة ضمن حدود العام (2023-2024)، وتم توزيع الاستبانات في الفترة (2023/8/1-2023/10/1).
- 3- الحدود البشرية:** اقتصرَت الدراسة على عينة من السياح المستخدمين للمنشآت السياحية في العاصمة عمان ومحافظة العقبة خلال الفترة الزمنية (من 2023/8/1 إلى 2023/10/1).
- 4- الحدود العلمية:** اعتمدت الدراسة على دراسة المتغير المستقل (عناصر التصميم الداخلي) والمتغير التابع (رضا السياح) في المنشآت السياحية الأردنية.

الإطار النظري والدراسات السابقة

يمتلك الأردن مقومات سياحية متميزة تجعله جديراً باستقبال ملايين السياح من أنحاء العالم كله، فهو متحف كبير يضم آثاراً لحضارات متعددة وموغة بالقدم، ويتمتع بمناخ متوسطي معتدل، وطبيعة متنوعة من جبال، وغابات، وبادية، وأنهار، ومغارات، وكهوف، وتتوافر فيه البنى التحتية الأساسية والضرورية كشبكات الطرق، والاتصالات، والكوادر السياحية المدربة، ما يشكل قاعدة أساسية لصناعة سياحية وانتعاش سياحي حقيقي.

وللمنشآت السياحية دور مهم في النشاط السياحي، بل هي بمثابة المحرك له، ذلك أنه لا وجود للنشاط السياحي في أي بلد مهما كان متقدماً، أو له مؤهلات سياحية طبيعية، وتاريخية، وثقافية كبيرة دون وجود منشآت سياحية (جلولي، 2020). ويعد التوجه نحو توظيف عناصر التصميم الداخلي للمنشآت السياحية من الاهتمامات الحديثة التي توجه نحو دعم السياحة واجتذاب السائح، وذلك من خلال تطويع العناصر التصميمية للفراغات الداخلية في المنشآت السياحية نحو إيجاد منشآت سياحية لها، والقدرة على اجتذاب السياح، والاستمرارية، وتحقيق الأهداف، وزيادة القدرة التنافسية (الحوتي، 2018).

من ناحية أخرى يعد رضا السياح من الاهتمامات التي ما زالت قائمة لدى المسوقين، والفاعلين في القطاع السياحي من الهيئات الحكومية في السياحة، والفنادق، والمنتجعات، ومؤسسات النقل السياحي وغيرهم؛ إذ يسعون باستمرار إلى تحسين تجربة السياح لعروضهم السياحية، لذا فإن التقييم المستمر لمستوى رضا السياح أمر ضروري، فالرضا أو عدم الرضا من البواعث التي تحفز سلوك السياح، وتحقيق الرضا، وزيادة مستواه، تزداد أعداد السياح للوجهات السياحية المختلفة، وتزداد مستوى فعالية المنشآت السياحية؛ مما يؤدي إلى زيادة السياحة وتحقيق النتائج الإيجابية التي تمتد للدولة والأفراد (الفكاير وبرصالي، 2023).

أولاً- المنشآت السياحية

تعرف المنشآت السياحية على أنها: "كل منظمة تسعى لتقديم خدمة معينة للسياح وإشباع حاجاتهم من سكن، ونقل، وطعام، ورحلات، وبرامج سياحية وترفيهية" (سوزان، 2011)، وهي كذلك: "الأماكن المعدة في الأساس لاستقبال السياح، وتقديم مختلف الخدمات لهم من مأكولات، ومشروبات ضمن منشآت كالمطاعم، وكذلك المنشآت التي تمتلك وسائل النقل المختصة في نقل السياح، أو المنشآت المعدة لإقامة النزلاء والسياح مثل الفنادق" (عبوي، 2018).

وتعد المنشآت السياحية مكاناً للراحة والاسترخاء والإقامة المؤقتة، والحصول على خدمات الطعام، والتنقل من خلال خدمة معيشية وترويحية، وبناءً على ذلك فإن التصميم الداخلي لهذه المنشآت يعد العنصر الرئيس الذي يقوم على أساسها النشاط السياحي، بهدف تقديم خدمة متميزة للسائح؛ لتحقيق الرضا والراحة له، من خلال تحقيق القيمة الوظيفية، والجمالية، والنفسية (إمام وآخرون، 2023).

وتتضمن أهم المنشآت السياحية في معظم بلدان العالم ومنها الأردن: الفنادق، ودور الإيواء، والمنشآت العلاجية، ووكالات السياحة والسفر، والمطاعم السياحية، ومنشآت النقل السياحي، ومتاجر التحف الشرقية، ومكاتب تأجير السيارات، وغيرها. ويوضح الجدول (1) نشاطات قطاع السياحة في الأردن وعدد منشآته خلال الفترة 2019-2022.

جدول (1): نشاطات قطاع السياحة في الأردن وعدد منشآته خلال الفترة 2019-2022

النشاط	2019	2020	2021	2022
منشآت الإيواء				
الفنادق	237	245	255	261
الشفق والأجنحة الفندقية	151	165	170	186
الفنادق الشعبية	125	125	125	125
المخيمات السياحية	56	56	56	56
المجموع	569	591	606	628
الغرف	27073	27664	28160	29311
الأسرة	53811	52928	53811	55864
المطاعم السياحية	983	1006	1014	976
مكاتب السياحة والسفر	856	868	872	898
متاجر التحف الشرقية	375	385	392	305
مكاتب تأجير السيارات	252	252	230	232
شركات النقل السياحي	8	8	8	8
الأدلاء السياحيون	1188	1123	1138	1135

المصدر: وزارة السياحة والآثار، تقرير الاستراتيجية السياحية، 2023.

ثانياً- عناصر التصميم الداخلي للمنشآت السياحية

يعد التصميم الداخلي محصلة العمليات التي يقوم بها المصمم، ويؤثر بواسطتها في بيئته، وذلك من خلال التشكيل، والصياغة، والكيفية التي تُخرج الفضاء الداخلي بصورة تُلبي حاجات المستخدمين، وتوفر لهم الراحة والأمان، وتتناغم مع متطلباتهم. ويهتم التصميم الداخلي بدراسة الفراغ، والحيز، ووضع الحلول، والتصورات التي تُمكن من استغلال هذا الفضاء أفضل استغلال؛ من أجل أداء وظيفته بصورة كاملة وموضوعية، ويكون هذا الأمر وفق ضوابط تراعي طبيعة الفراغ وشكله الهندسي، ووظيفته، والمناخ الذي يحيط به، إلى جانب الاعتماد على العوامل المؤثرة في التصميم للحيز المراد شغله، كما تُراعى رغبات شاغلي المكان، وميولهم، وثقافتهم، وهويتهم (أبو عطية، وآخرون، 2018).

والتصميم الداخلي وظيفته تهيئة الفراغ الداخلي، واستغلاله بالشكل الأمثل؛ ليؤدي وظيفة محددة من خلال معالجة مساحته وأبعاده، والاستفادة من جميع عناصر التصميم الداخلي، مثل: الخامات، والأثاث، ومقاييسه، وكيفية توزيعه، والإضاءة، والإكسسوار، وغيرها من العناصر التي تجعل

الفراغ ملائماً لوظيفته، مع تحقيق الناحية الجمالية التي تتناسب مع هذه الوظيفة، وذلك بالتناغم والتنسيق بين عناصر الفراغ الداخلي والنشاط المعد فيه (Assali, 2017). وقد عرف Silva (2016) التصميم الداخلي بأنه: "فن وعلم تعزيز المناطق الداخلية من مبنى معين، وذلك لتحقيق بيئة أكثر صحة وجمالاً بالنسبة للأفراد، عن طريق استخدام التخطيط الفراغي بشكل ملائم وصحيح، كما أن التصميم الداخلي يُعد مهنة متعددة الأوجه، والتي تشمل تطوير المفاهيم، وتخطيط المساحة، والتفتيش عن الموقع، والبرمجة، والبحث، والتواصل مع أصحاب المصلحة في المشروع، وإدارة البناء، وتنفيذ التصميم بشكل علمي وعملي وفق أسس ومعايير عالمية".

وأجمعت العديد من الدراسات، على أن للتصميم الداخلي مجموعة من العناصر والأبعاد، تتمثل في الآتي:

1- **التخطيط الفعال:** يتضمن تنظيم المساحات بشكل يسمح للزوار بالتنقل بسهولة، وتوفير تدفق منطقي للحركة داخل المنشأة (عبيدات، 2022). والهدف الأساسي من التخطيط الفعال هو تصميم الفراغات الداخلية وتخطيطها، وتحديد مساحتها؛ لتحقيق الانسجام والتوازن ما بين السياح والبيئة التي يزورونها (عبدالصمد، 2018).

2- **الديكور والأثاث:** يجب أن يكون الديكور متناسقاً مع هوية المكان، ويعكس الثقافة المحلية، أو السمة الفريدة للمنشأة. والأثاث يجب أن يكون مريحاً وجذاباً للضيوف (الصبان، 2012). ويتم توزيع عناصر الأثاث المهمة التي يحتاجها الزائر بشكل مباشر للوصول إليها بكل سهولة ويسر، بينما العناصر الأقل أهمية توزع على جوانب خط الحركة الرئيسي من دون تأثير على العنصر الرئيسي (إمام وآخرون، 2021).

3- **الإضاءة:** للإضاءة دور مهم في التصميم؛ إذ إنها تساعدنا على الحركة والتنقل داخل الفراغات الداخلية، فاستخدام الإضاءة بصفة عامة تساعد في تصميم الفراغات من الناحية الوظيفية أولاً، والجمالية ثانياً، فهي تؤثر بشكل كبير على نشاط الأفراد، ومزاجهم في أثناء تواجدهم داخل فراغ معين، كما تبرز قطع الأثاث المستخدمة، وتسלט الضوء عليها، فهي تعالج الفراغ الداخلي بإبراز الجماليات، وإخفاء بعض العيوب المفروضة على الفراغ (فرج، 2020).

4- **التكنولوجيا والترفيه:** وتتضمن وسائل الترفيه والتكنولوجيا المناسبة لتلبية احتياجات الضيوف، مثل الإنترنت اللاسلكي عالي السرعة، وتلفزيونات ذكية، وأنظمة صوت عالية الجودة (Obinwanne & Alozie, 2019). كما يمكن أن تشمل المسابح، والمناطق الترفيهية، والمطاعم، والمتاجر، وصالات اللياقة البدنية، ومراكز العافية، وغيرها، ويجب أن تكون مصممة بعناية لتوفير تجربة شاملة للضيوف.

5- **الأمان والراحة:** يجب أن تكون المنشأة آمنة ومريحة للضيوف من خلال توفير خدمات الأمان والراحة، مثل الأنظمة الأمنية، والخدمات الطبية، والخدمات الخاصة بالضيوف من ذوي الاحتياجات الخاصة (محفوظ وعبد السلام، 2013).

ثالثاً- رضا السياح

يعرف الرضا بشكل عام بأنه: "درجة إدراك الزبون لمدى قدرة المنظمة على تقديم السلع والخدمات، وبالشكل الذي يحقق حاجاته ورغباته، وهو درجة مقارنة الأداء المتوقع للخدمة مع الأداء الفعلي" (الفكاير وبرصالي، 2023).

أما رضا السياح فيعرف بأنه: "ذلك الشعور الذي يوحى للسياح بالسرور أو عدم السرور الذي ينتج عند مقارنة أداء المنتج الملاحظ مع توقعات السياح". (الطائي والعلاق، 2015)، وهو كذلك: "الدرجة التي في حدودها توقعات السائح لإعادة شراء منتج أو خدمة ما، تكون مستجابة (محقة أو منجزة)، أو تفوق تلك التوقعات" (بوزيان، 2014).

وتكتسب دراسة رضا السائح أهمية بالغة لأسباب عدة؛ إذ تُمكن صناع السياحة والمنشآت السياحية من فهم سلوك كل الشرائح السوقية ودوافعهم، سواء تعلق الأمر بالسائح لأول مرة، أو الذي يكرر التجربة، كتغذية عكسية للمنشأة السياحية حيث تكون أكثر اطلاعاً برغبات السياح واحتياجاتهم؛ مما يساعدها على تطوير الخدمة المقدمة لهم، وتحديد الأسواق السياحية الواعدة أو الناشئة؛ كما أن رضا السائح يعد معياراً لمدى قوة الاستراتيجيات التسويقية وصحتها والتخطيط الاستراتيجي؛ إضافة إلى أن رضا السائح يعد مقياساً لتقييم جودة الخدمات السياحية على المدى الطويل، والذي يُمكن المنشآت السياحية من المنافسة والمحافظة على المكانة السوقية (إمان وآخرون، 2023).

ويظهر السائح الراضي مجموعة من الاستجابات تترجم حاله ومستوى الرضا الذي حققه وتتمثل هذه السلوكيات فيما يأتي:

- **تكرار الشراء:** إن تكرار الشراء بالنسبة للخدمة وتكرار العودة إلى الوجهة السياحية المختارة دليل على الرضا التام للسائح، وهذا لحصوله على كافة الخدمات التي تلبى رغباته وحاجاته (عبيدات، 2005).

- **سلوك التحدث بكلام إيجابي:** يعد سلوك التحدث بكلام إيجابي أحد أهم سلوكيات ما بعد الشراء المترتبة عن الرضا، فالرضا يعد مقدمة مهمة لسلوك التحدث الإيجابي عن الخدمة، فالسائح بانبهاره لوجهته السياحية التي اختارها وإعجابه بمناطق الجذب فيها، والإمكانات والخدمات المقدمة تجعله يتحدث بإيجاب عن هذه المنطقة (أبو النجا، 2008).

- **سلوك الولاء:** يعد سلوك الولاء أحد السلوكيات المترتبة على الرضا وهو يتميز بأنه التزام عميق بتكرار الشراء، أو إعادة الزيارة للوجهة السياحية على الدوام (أبو النجا، 2008).

رابعاً- الدراسات السابقة

هناك العديد من الدراسات السابقة في البيئتين العربية والأجنبية، التي تناولت أثر التصميم الداخلي في المنشآت السياحية على عدد من المتغيرات، تم تلخيص مجموعة من هذه الدراسات، وترتيبها وفقاً للتسلسل الزمني من الأحدث إلى الأقدم، وكما يأتي:

دراسة عبيدات وآخرون (2023) بعنوان: "أثر استخدام التصميم الداخلي التفاعلي في تحسين أداء المنشآت الخدمية العامة".

هدفت هذه الدراسة التعرف على أثر استخدام التصميم التفاعلي في المنشآت الخدمية وتحديداً في المنشآت التجارية، من خلال توظيف التصميم التفاعلي في محددات الفراغ: (الأسقف، الأرضيات، الجدران)، من أجل تلبية احتياجات ومتطلبات المستخدمين دائمة التطوير سواء كانت

اجتماعية، أو بيئة إضافة لتفاعل الفراغ مع رغبات الأفراد، ولتحقيق أهداف الدراسة اعتمد الباحثون المنهج الوصفي التحليلي، واستخدم الباحثون أسلوب الزيارة الميدانية كأداة لجمع المعلومات. وأظهرت النتائج أن التصميم التفاعلي يمكن أن يؤدي إلى تغيير إدراك الأسطح التي يتكون منها الفراغ الداخلي للمنشآت التجارية، والتفاعل معه واستمراريته، وأن التصميم التفاعلي يعمل على التقليل من الجوانب السلبية في التصميم، ويقدم تصميمًا مبتكرًا وهادفًا وسهل التعلم والممارسة والاستخدام، ويعمل على تعزيز الجوانب الإيجابية في التصميم من خلال تقديم تصميم ترفيهي ومرح يستطيع المستخدم الاستمتاع به من خلال توظيف الحواس المختلفة ويحسن من خبرة المستخدم.

دراسة (Shinegi & Widjaja (2022 بعنوان:

The Influence of Hotel Interior, Hotel Customer Process, and Hotel Design on Repurchase Intentions Mediated by Customer Satisfaction

هدفت هذه الدراسة إلى اختبار أثر التصميم الداخلي للفنادق في مدينة كيكارنج في أندونيسيا على رضا الزبائن ونية إعادة الشراء، ولتحقيق هدف الدراسة اعتمد الباحثان المنهج الوصفي التحليلي، وتم اختيار عينة عشوائية بسيطة قوامها (150) مفردة من زبائن الفنادق المبحوثة. وأظهرت نتائج الدراسة أن الالتزام بأبعاد التصميم الداخلي للفندق، وعملية العملاء في الفندق، وتصميم الفندق يؤثر على رضا العملاء، بينما تؤثر عملية العملاء في الفندق، وتصميم الفندق على رضا العملاء، ويؤثر رضا العملاء على نية إعادة الشراء.

دراسة عبيدات (2022) بعنوان: "التصميم الداخلي العاطفي وتأثيره على سلوك الأفراد في البيئات العلاجية".

هدفت هذه الدراسة التعرف على دور التصميم الداخلي العاطفي في سلوك الأفراد داخل البيئات العلاجية، وذلك من خلال توظيف عناصر التصميم الداخلي: (الألوان، الإضاءة، الخامات، الأثاث، التخطيط الفراغي) كمحفزات جسدية، ونفسية، واجتماعية، وحسية، وبيئية داخل البيئات العلاجية؛ لتكون قادرة على تعزيز العواطف الإيجابية للأفراد المرضى والعاملين، ولتحقيق هدف الدراسة اعتمد الباحث المنهج المختلط (الكمي والكيفي) بأسلوب الاستقصاء الميداني، حيث تم تصميم استبيانين (قبل وبعد) وتوزيعهما على عينة عشوائية مكونة من (100) مفردة في بيئات علاجية مختلفة في الأردن، وإجراء مقابلات شخصية مع (40) مختصاً، و(20) طبيباً و(20) مصمماً. أظهرت النتائج أن التصميم الداخلي يحسن من جودة البيئات العلاجية وظيفياً وجمالياً، ويزيد من السلوك الإيجابي لمستخدميها جسدياً ومعنوياً، من خلال دمج عناصر التصميم الداخلي التي تؤثر على الأفراد وعواطفهم؛ لتحسن من عملية علاجهم وشفائهم، وبالتالي يتلخص دور التصميم الداخلي كعنصر محفز لعواطف المستخدمين وسلوكهم لتلك البيئات إيجابياً.

دراسة أيمن وشرف الدين (2021) بعنوان: "البيئة المادية وأثرها على رضا الزبون: دراسة حالة فندق البساط الأحمر ميلة".

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى تأثير البيئة المادية بأبعادها (التجهيزات، والمعدات، والأثاث، والبيئة المحيطة) لفندق البساط الأحمر ميلة في الجزائر، ولتحقيق هدف الدراسة اعتمد الباحثان المنهج الوصفي التحليلي، وتم استخدام الاستبيان كأداة للحصول على البيانات اللازمة، حيث تم توزيعه على عينة من الزبائن المتعاملين مع فندق البساط الأحمر بميلة وبواقع (50) مفردة تم اختيارها عشوائياً، وتوصلت الدراسة إلى نتائج عدة، من أهمها: وجود مستوى مرتفع من تطبيق

أبعاد البيئة المادية الداخلية والخارجية ومحدداتها في الفندق المبحوث، ووجود أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد البيئة المادية لفندق البساط الأحمر بولاية ميله على رضا الزبون. دراسة مرغم (2021) بعنوان: "عناصر التصميم الداخلي في ضوء السياحة المستدامة ودورها في تحقيق الهوية: دراسة حالة واحة الداخلة قرية القصر".

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أبرز عناصر التصميم الداخلي التي تؤهل واحة الداخلة لتكون نواة للسياحة المستدامة، والوقوف على أهم العوامل التي تساعد على تطوير الوضع الحالي، بالإضافة إلى تقديم مقترح لإعادة صياغة بعض عناصر التصميم الداخلي لغرفة فندقية بأحد الفنادق المستدامة في واحة الداخلة بما يحقق التوافق مع البيئة، ويساعد على استغلال الحرف اليدوية التي يتميز بها سكان الواحة، ويؤكد على الهوية والتراث الثقافي، وتلك إحدى الركائز المهمة في السياحة المستدامة، ولتحقيق أهداف الدراسة اعتمد الباحث المنهج الوصفي التحليلي الاستنباطي، وذلك من خلال الملاحظة، والمقابلات، والزيارات الميدانية كأدوات لجمع المعلومات. وقد أظهرت نتائج الدراسة أن تحقيق التوافق بين مبادئ السياحة المستدامة، ومعايير التصميم الداخلي وأسسها في المنشآت السياحية يساهم في خلق فراغات داخلية أصيلة ومرتبطة بالهوية والتراث الثقافي، كما أن للمصمم الداخلي دوراً حيوياً في تقديم تصميمات تساهم في تطوير الصناعات الحرفية التراثية، وحل كثير من المشكلات البيئية.

دراسة (2019) Shantha بعنوان:

The Impact of Interior and Exterior Designs of Hotels on Customer Perception: The Sri Lankan Experience.

هدفت هذه الدراسة التعرف على تأثير التصميم الداخلي والخارجي على مستوى الطلب على الفنادق العاملة في مدينة هيكادوا في سريلانكا، وأثر الالتزام بالمعايير العالمية في التصميم الداخلي والخارجي على رضا السياح، ولتحقيق هدف الدراسة اعتمد الباحث المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت عينة الدراسة من (30) فندقاً و(60) سائحاً زاروا الفنادق المبحوثة، حيث تم اختيار العينة باستخدام طريقة أخذ العينات العشوائية الطبقية. وتم جمع البيانات من خلال المقابلات، والاستبيانات، والملاحظات الميدانية. وأظهرت النتائج أن التصميم الداخلي والخارجي للفنادق المبحوثة تؤثر على رضا الزائرين، كما أن هناك علاقة إيجابية بين التصميم وإدراك العملاء لمستوى الخدمات المقدمة لهم، وأن تصميم بهو الفندق، وألوان الجدران، وديكورات الغرف، وتصنيف النجوم، ونوع الغرفة كانت في غاية الأهمية في زيادة الطلب على الفنادق.

دراسة (2019) Obinwanne & Alozie بعنوان:

Interior Design of Hotel Rooms as a Factor Affecting Customer Satisfaction in Hotels

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد عناصر التصميم الداخلي كعامل مؤثر في رضا الزبائن في الفنادق العاملة في أباكليكي، عاصمة ولاية إيبوني، نيجيريا، ولتحقيق هدف الدراسة اعتمد الباحثان المنهج المسحي، وتم استخدام عينة حجمها (150) مفردة، وزعت عليهم الاستبانة كأداة لجمع المعلومات. كشفت النتائج أن التصميم الداخلي المناسب لغرف الفندق يقلل من تكاليف الصيانة؛ مما يجعل النزيل يشعر بمزيد من الرضا والرغبة في إنفاق المزيد، ويزيد من مستوى الرعاية؛ مما يؤدي إلى توليد الدخل وبالتالي زيادة العائد على الاستثمار (ROI) لأصحاب الفنادق.

دراسة (2019) Dzremedo et al. بعنوان:

Interior Design in Customer Satisfaction and Retention in the Restaurant Industry in Tamale Metropolis

هدفت هذه الدراسة التعرف إلى دور التصميم الداخلي في رضا العملاء والاحتفاظ بهم في قطاع المطاعم السياحية في مدينة متروبوليس في غانا، ولتحقيق هدف الدراسة اعتمد الباحثون المنهج الوصفي التحليلي، وتكونت عينة الدراسة من (224) مفردة من زبائن قطاع المطاعم تم اختيارهم بالطريقة العشوائية البسيطة، وزعت عليهم الاستبانة كأداة لجمع المعلومات. وأظهرت النتائج أن التصميم الداخلي له تأثير ذو دلالة إحصائية على رضا العملاء، ومعظم العملاء يزورون مطعمًا معينًا بناءً على مجموعة من العوامل، مثل: التصميم الداخلي، وخدمة الوجبات عالية الجودة، وخدمة العملاء عالية الجودة. وعلى الرغم من ذلك، فإن إدارة المطاعم في المدينة لا تعتبر التصميم الداخلي مهمًا لرضا العملاء، وبالتالي ليس لديها سياسات وخطط لتحسين التصميم الداخلي لمطاعمها.

التعقيب على الدراسات السابقة

من خلال عرض الدراسات السابقة اتضح في حدود علم الباحثة، أن هناك ندرة في الدراسات التي تناولت موضوع عناصر التصميم الداخلي وأثره في رضا السياح، وعلى وجه الخصوص في البيئة العربية، ولكن مع هذا فإن العامل المشترك بين الناتج من كافة الدراسات السابقة هو أن لتطبيق عناصر التصميم الداخلي في المنشآت السياحية فوائد إيجابية تنعكس على تحسين جودة الخدمات المقدمة في تلك المنشآت وتحسين سلوك الأفراد.

منهجية الدراسة

اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي لمناسبتها لطبيعة الدراسة وأهدافها وأسئلتها، فالمنهج الوصفي هو المنهج الذي يستخدم لدراسة الأوضاع الراهنة للظواهر من حيث خصائصها، وأشكالها، وعلاقاتها والعوامل المؤثرة في ذلك (عليان وغنيم، 2013).

مجتمع الدراسة وعينتها

تكون مجتمع الدراسة من السياح المستخدمين للمنشآت السياحية في العاصمة عمان ومحافظة العقبة خلال الفترة الزمنية (من 2023/8/1 إلى 2023/10/1)، وقد اختارت الباحثة عينة عشوائية بسيطة، وبواقع (150) مفردة، وزعت عليهم الاستبانة، وتم استرجاع (140) استبانة صالحة لأغراض التحليل الإحصائي شكلت عينة الدراسة الفعلية. وقد عمدت الباحثة إلى شرح معايير التصميم الداخلي لعينة الدراسة، بحيث تكون جميع المعايير واضحة بالنسبة لهم، لتكون إجاباتهم على مدى التزام المنشأة السياحية بمعايير التصميم الداخلي دقيقة.

أداة الدراسة

بناءً على الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة الحالية، طورت الباحثة استبانة كأداة لجمع المعلومات من عينة الدراسة، وقد تكونت الاستبانة من محورين، تضمن المحور الأول مجموعة من الفقرات تقيس مدى التزام المنشآت السياحية بمعايير التصميم الداخلي، أما المحور الثاني فقد تضمن مجموعة من العبارات التي تقيس مدى رضا السياح عن المنشآت التي

يزورونها والخدمات التي تقدمها لهم. وقد تم إعطاء كل عبارة من العبارات المكونة للاستبانة درجة ليتم معالجتها إحصائياً على النحو التالي:

- موافق بشدة = 5 موافق = 4 محايد = 3
- غير موافق = 2 غير موافق بشدة = 1

وبناء عليه تم اعتماد المقياس التالي للحكم على المتوسطات الحسابية لمستوى التقييم:
أولاً: (أقل من 2.33) درجة منخفضة.
ثانياً: (من 2.33-3.67) درجة متوسطة.
ثالثاً: (من 3.67-5) درجة مرتفعة.

صدق أداة الدراسة (الاستبانة)

تم اختبار صدق محتوى أداة الدراسة من معامل ارتباط الفقرة بالبعد الذي تنتمي إليه، وكما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (2): صدق البناء لأبعاد أداة الدراسة

المتغير	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
المتغير المستقل (معايير التصميم الداخلي)		
البعد الأول: التخطيط الفعال	0.82	**0.000
البعد الثاني: الديكور والأثاث	0.92	**0.000
البعد الثالث: الإضاءة والألوان	0.88	**0.000
البعد الرابع: التكنولوجيا والترفيه	0.85	**0.000
البعد الخامس: الأمان والراحة	0.87	**0.000
المتغير التابع (رضا السياح)	0.84	**0.000

** دال إحصائياً عند (0.01)

من الجدول السابق يتضح أن معاملات الارتباط لفقرات المتغير المستقل مع أبعادها تراوحت ما بين (0.82) و(0.92)، وهي دالة إحصائياً عند المستوى (0.01)، وهذا يشير إلى وجود اتساق داخلي قوي لأبعاد متغيرات الدراسة المستقلة والتابعة.

ثبات أداة الدراسة

تم قياس الثبات لأبعاد أداة الدراسة كل على حدة، ومن ثم قياس الثبات لكل الأداة، وذلك حسب معامل (كرونباخ – ألفا)، ويبين الجدول (3) نتائج الثبات:

جدول (3): ثبات أداة الدراسة باستخدام معامل ألفا كرونباخ (ن=140)

المتغير	عدد العبارات	معامل ألفا كرونباخ
المتغير المستقل- معايير التصميم الداخلي		
البعد الأول: التخطيط الفعال	3	0.891
البعد الثاني: الديكور والأثاث	3	0.916
البعد الثالث: الإضاءة والألوان	3	0.901
البعد الرابع: التكنولوجيا والترفيه	3	0.925
البعد الخامس: الأمان والراحة	3	
المتغير المستقل ككل	15	0.972
المتغير التابع (رضا السياح)		
رضا السياح	10	0.921
أداة الدراسة (الاستبانة) ككل	25	0.978

تشير نتائج الجدول السابق إلى أن معامل كرونباخ ألفا لجميع أبعاد أداة الدراسة بلغ (0.978) وهو مؤشر على ثبات أداة الدراسة، ويعد معامل ثبات أكبر من (0.70) مقبولاً، كما أن معاملات كرونباخ ألفا لأبعاد محاور أداة الدراسة كل على حدة كان مرتفعاً، وهذا ما يشير إلى ثبات أداة الدراسة.

تحليل تقديرات أفراد العينة لمتغيرات الدراسة

للتعرف على تقديرات أفراد العينة من السياح الذين تم اختيارهم في المنشآت السياحية في كل من عمان العاصمة ومحافظة العقبة، على أبعاد متغيرات الدراسة المتمثلة بالمعايير التصميمية المطبقة في المنشآت السياحية، ومدى رضاهم عن تلك المنشآت وما تقدمه من خدمات، تم احتساب الأوساط الحسابية، والانحرافات المعيارية لإجاباتهم، وجاءت النتائج كما هو موضح في الجدول (4):

جدول (4): الوسط الحسابي والانحراف المعياري لتقديرات أفراد العينة على أبعاد الدراسة

الرقم	البعد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية
	معايير التصميم الداخلي			
1	البعد الأول: التخطيط الفعال	3.61	0.625	متوسطة
2	البعد الثاني: الديكور والأثاث	3.77	0.782	مرتفعة
3	البعد الثالث: الإضاءة والألوان	3.94	0.747	مرتفعة
4	البعد الرابع: التكنولوجيا والترفيه	3.71	0.822	مرتفعة
5	البعد الخامس: الأمان والراحة	3.68	0.711	مرتفعة
	رضا السياح	3.91	0.721	مرتفعة

يلاحظ من خلال الجدول السابق الذي يبين متوسطات إجابات أفراد العينة على أبعاد المتغير المستقل (معايير التصميم الداخلي) والمتغير المستقل (رضا السياح)، أن المتوسطات الحسابية لتقديرات أفراد العينة حول مدى تطبيق معايير التصميم الداخلي في المنشآت التي يزورونها جاءت قيمها ما بين (3.61) و (3.94)، وجاء معيار (الإضاءة والألوان) في المرتبة الأولى بأعلى متوسط حسابي بلغ (3.94)، وبأهمية نسبية مرتفعة، يليه معيار (الديكور والأثاث)، بمتوسط حسابي بلغ (3.77)، وبأهمية نسبية مرتفعة، يليه معيار (التكنولوجيا والترفيه)، بمتوسط حسابي بلغ (3.71)، وبأهمية نسبية مرتفعة، يليه معيار (الأمان والراحة)، بمتوسط حسابي بلغ (3.68) وبأهمية نسبية مرتفعة، وأخيراً معيار (التخطيط الفعال) بمتوسط حسابي (3.61)، وبأهمية نسبية متوسطة.

أما فيما يتعلق برضاهم عن التعامل مع المنشآت السياحية والخدمات التي تقدمها، فقد بلغ متوسط تقديراتهم لدرجة رضاهم (3.9)، وهذا يشير إلى مستوى مرتفع من الرضا.

اختبار فرضيات الدراسة

لاختبار الفرضيات الرئيسية والفرعية قامت الباحثة بالاعتماد على تحليل الانحدار الخطي المتعدد والبسيط، وللتأكد من صلاحية البيانات لهذا الاختبار، قامت الباحثة باختبار مدى ملاءمة البيانات من خلال اختبار التوزيع الطبيعي، بالإضافة إلى مؤشرات جودة المطابقة بين النموذج وبيانات الدراسة.

1- اختبار التوزيع الطبيعي

بهدف التعرف على مدى خضوع بيانات الدراسة للتوزيع الطبيعي قامت الباحثة باستخدام اختبار ((kolmogorov-Smirnov(K-S)، وقد بينت نتائج التحليل المشار إليه في الجدول رقم (5) أن البيانات الخاصة بالدراسة الحالية اتبعت منهج التوزيع الطبيعي، وتظهر عدم وجود فروق إحصائية بين توزيع قيم المتغيرات وقيم التوزيع الطبيعي عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

الجدول (5): التوزيع الطبيعي (K-S)

البعد	قيمة الاختبار	مستوى الدلالة
التخطيط الفعال	0.92	0.75
الديكور والأثاث	0.145	0.61
الإضاءة والألوان	0.93	0.71
التكنولوجيا والترفيه	0.188	0.77
الأمان والراحة	0.92	0.75
رضا السياح	0.151	0.151

2- مؤشرات جودة المطابقة بين النموذج وبيانات الدراسة
تم استخراج مؤشرات جودة مطابقة نموذج الدراسة البنائي وتظهر النتائج في الجدول (6).

الجدول (6): مؤشرات جودة مطابقة النموذج لبيانات الدراسة

المؤشر	معياري القبول	قيمة المؤشر	النتيجة
(CMIN/DF)	أقل من 3	1.88	قبول
(GFI)	أكبر من 0.90	0.95	قبول
(AGFI)	أكبر من 0.90	0.93	قبول
(CFI)	أكبر من 0.90	0.91	قبول
(RMSEA)	أقل من 0.08	0.05	قبول

CMIN/DF: Chi-square/degrees of freedom), **GFI:** Goodness of Fit Index, **AGFI:** Adjusted Goodness of Fit Index, **CFI:** The comparative fit index, **RMSEA:** root mean square error of approximation.

يوضح الجدول (6) أن كل المؤشرات في النموذج قد جاءت بقيم مقبولة، وبلغت نسبة مربع كاي (CMIN/DF) قيمة (1.88) وهي أقل من (3)، كما بلغت قيمة مؤشر جودة المطابقة (GFI) ما قيمته (0.95) وهي أكبر من القيمة الدنيا المسموح بها (0.90)، كما بلغت قيمة مؤشر جودة المطابقة المصحح (AGFI) (0.93) وهي كذلك أكبر من (0.90). كذلك أن قيمة مؤشر المطابقة المقارن (CFI) تساوي (0.91) وهي أكبر من (0.90). أما قيمة الجذر التربيعي لخطأ الاقتراب (RMSEA) التي تدل على وجود خطأ تقارب مقبول فقد بلغت (0.05) وهي أقل من (0.08). وبناء على هذه النتائج يتم اختبار فرضيات الدراسة دون وجود أية مشكلات إحصائية.

3- اختبار الفرضية الرئيسية

H01: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لعناصر التصميم الداخلي (التخطيط الفعال، والديكور والأثاث، والإضاءة والألوان، والتكنولوجيا والترفيه، وعناصر الأمان والراحة) للمنشآت السياحية الأردنية في رضا السياح.

استخدمت الباحثة تحليل الانحدار المتعدد لتحديد أثر تطبيق معايير التصميم الداخلي (التخطيط الفعال، والديكور والأثاث، والإضاءة والألوان، والتكنولوجيا والترفيه، وعناصر الأمان والراحة) في رضا السياح في المنشآت السياحية في عمان العاصمة ومحافظة العقبة، وكما هو موضح بالجدول (7).

الجدول (7): تحليل الانحدار المتعدد لتأثير معايير التصميم الداخلي على رضا السياح

جدول المعاملات Coefficient					تحليل التباين ANOVA			ملخص النموذج Model summary		المتغير التابع
Sig F* مستوى الدلالة	t المحسوبة	الخطأ المعياري	β	البيان	Sig F* مستوى الدلالة	درجة الحرية df	F المحسوبة	R ² معامل التحديد	r معامل الارتباط	
0.000	3.55	0.064	0.227	التخطيط الفعال	0.000	5	131.86	0.739	0.860	رضا السياح
0.014	2.49	0.045	0.112	الديكور والأثاث						
0.001	3.33	0.056	0.187	الإضاءة والألوان						
0.000	5.47	0.061	0.335	التكنولوجيا والترفيه						
0.000	15.220	0.068	0.899	عناصر الأمان والراحة						

* دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)

تشير نتائج الجدول (7) أن معامل الارتباط ($R=0.860$) يشير إلى العلاقة الموجبة والقوية بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، كما أن أثر المتغيرات المستقلة (معايير التصميم الداخلي) على المتغير التابع (رضا السياح) هو أثر ذو دلالة إحصائية، حيث كانت قيمة F المحسوبة (131.86) وبمستوى دلالة ($\text{Sig}=0.000$) وهو أقل من (0.05) حيث ظهر أن قيمة معامل التحديد ($R^2=0.739$) وهي تشير إلى أن (73.9%) من التباين في (رضا السياح) يمكن تفسيره من خلال التباين في (معايير التصميم الداخلي)، وتشير هذه النتيجة إلى أن تطبيق معايير التصميم الداخلي يؤثر إيجابياً في مستوى رضا السياح.

وبناء على ما سبق من تحليل يتم رفض الفرضية العدمية الرئيسة ونقبل الفرضية البديلة القائلة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لعناصر التصميم الداخلي (التخطيط الفعال، والديكور والأثاث، والإضاءة والألوان، والتكنولوجيا والترفيه، وعناصر الأمان والراحة) للمنشآت السياحية الأردنية في رضا السياح.

4- اختبار الفرضيات الفرعية

انبثق عن هذه الرئيسة الفرضيات الفرعية الآتية:

H0₁₋₁: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للتخطيط الفعال في المنشآت السياحية الأردنية في رضا السياح.

جدول (8): نتائج اختبار الانحدار البسيط التخطيطي الفعال على رضا السياح

جدول المعاملات Coefficient					تحليل التباين ANOVA			ملخص النموذج Model summary		المتغير التابع
Sig F*	t	الخطأ المعياري	β	البيان	Sig F*	درجة الحرية df	f	r ² معامل التحديد	r معامل الارتباط	رضا السياح
مستوى الدلالة	المحسوبة				مستوى الدلالة		المحسوبة			
0.000	16.90	0.043	0.72 6	التخطيط الفعال	0.000	1	285.61	0.602	0.776	

* دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)

تشير نتائج الجدول (8) إلى أن قيمة ($r=0.776$)، وهذا يعني أن هناك علاقة ارتباط قيمتها (77.6%) وهي تعتبر مرتفعة بين التخطيط الفعال كأحد معايير التصميم الداخلي في المنشآت السياحية ورضا السياح. ويتبين أن قيمة معامل التحديد ($r^2=0.602$)، وهذا يعني أن معيار التخطيط الفعال قد فسر ما مقداره (60.2%) من التباين في رضا السياح. وأن قيمة $t=16.90$ عند مستوى ثقة ($\text{sig} = 0.000$) وهذه تؤكد معنوية المعامل عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$). وبناء على ما سبق من تحليل، لا نقبل الفرضية العدمية الفرعية الأولى ونقبل الفرضية الفرعية البديلة القائلة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للتخطيط الفعال في المنشآت السياحية الأردنية في رضا السياح.

H01-2: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للديكور والأثاث في المنشآت السياحية الأردنية في رضا السياح.

جدول (9): نتائج اختبار الانحدار البسيط لأثر الديكور والأثاث على رضا السياح

جدول المعاملات Coefficient					تحليل التباين ANOVA			ملخص النموذج Model summary		المتغير التابع
Sig F*	t	الخطأ المعياري	β	البيان	Sig F*	درجة الحرية df	f	r ² معامل التحديد	r معامل الارتباط	رضا السياح
مستوى الدلالة	المحسوبة				مستوى الدلالة		المحسوبة			
0.000	11.11	0.051	0.565	الديكور والأثاث	0.000	1	123.46	0.395	0.629	

* دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)

تشير نتائج الجدول (9) إلى أن قيمة ($r=0.629$)، وهذا يعني أن هناك علاقة ارتباط قيمتها (62.9%) وهي تعتبر مرتفعة بين الديكور والأثاث كأحد معايير التصميم الداخلي في المنشآت السياحية ورضا الزبون، ويتبين أن قيمة معامل التحديد ($r^2=0.395$)، وهذا يعني أن معيار التصميم الداخلي قد فسر ما مقداره (39.5%) من التباين في رضا السياح، وأن قيمة $t=11.1$ عند مستوى ثقة ($\text{sig}=0.000$) وهذه تؤكد معنوية المعامل عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$). وبناء على ما سبق من تحليل، لا نقبل الفرضية العدمية الفرعية الثانية ونقبل الفرضية الفرعية البديلة القائلة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للديكور والأثاث في المنشآت السياحية الأردنية في رضا السياح.

H01-3: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للإضاءة والألوان في المنشآت السياحية الأردنية في رضا السياح.

جدول (10): نتائج اختبار الانحدار البسيط لأثر معيار الإضاءة والألوان على رضا السياح

جدول المعاملات Coefficient				تحليل التباين ANOVA			ملخص النموذج Model summary		المتغير التابع
Sig F* مستوى الدلالة	t المحسوبة	الخطأ المعياري	β	البيان	Sig F* مستوى الدلالة	درجة الحرية df	f المحسوبة	r ² معامل التحديد	r معامل الارتباط
0.000	16.69	0.038	0.632	الإضاءة والألوان	0.000	1	278.64	0.596	0.772

* دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)

تشير نتائج الجدول (10) إلى أن قيمة ($r=0.772$)، وهذا يعني أن هناك علاقة ارتباط قيمتها (77.2%) وهي تعتبر مرتفعة بين معيار الإضاءة والألوان كأحد معايير التصميم الداخلي في المنشآت السياحية ورضا السياح. ويتبين أن قيمة معامل التحديد ($r^2=0.596$)، وهذا يعني أن معيار الإضاءة والألوان قد فسر ما مقداره (59.6%) من التباين في رضا السياح، وأن قيمة $t=16.69$ عند مستوى ثقة ($\text{sig}=0.000$) وهذه تؤكد معنوية المعامل عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$).

وبناء على ما سبق من تحليل، لا نقبل الفرضية العدمية الفرعية الثالثة ونقبل الفرضية الفرعية البديلة القائلة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للإضاءة والألوان في المنشآت السياحية الأردنية في رضا السياح.

H_{01-4} : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للتكنولوجيا والترفيه في المنشآت السياحية الأردنية في رضا السياح.

جدول (11): نتائج اختبار الانحدار البسيط لأثر التكنولوجيا والترفيه في رضا السياح

جدول المعاملات Coefficient				تحليل التباين ANOVA			ملخص النموذج Model summary		المتغير التابع
Sig F* مستوى الدلالة	t المحسوبة	الخطأ المعياري	β	البيان	Sig F* مستوى الدلالة	درجة الحرية df	F المحسوبة	r ² معامل التحديد	r معامل الارتباط
0.000	18.75	0.039	0.734	التكنولوجيا والترفيه	0.000	1	351.65	0.650	0.806

* دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)

تشير نتائج الجدول (11) إلى أن قيمة ($r=0.806$)، وهذا يعني أن هناك علاقة ارتباط قيمتها (80.6%) وهي تعد مرتفعة بين معيار التكنولوجيا والترفيه كأحد معايير التصميم الداخلي في المنشآت السياحية ورضا السياح. ويتبين أن قيمة معامل التحديد ($r^2=0.650$)، وهذا يعني أن معيار التكنولوجيا والترفيه قد فسر ما مقداره (65.0%) من التباين في رضا السياح، وأن قيمة $t=18.75$ عند مستوى ثقة ($\text{sig}=0.000$) وهذه تؤكد معنوية المعامل عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$).

وبناء على ما سبق من تحليل، لا نقبل الفرضية العدمية الفرعية الرابعة ونقبل الفرضية الفرعية البديلة القائلة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) للتكنولوجيا والترفيه في المنشآت السياحية الأردنية في رضا السياح.

H0₁₋₅: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لعناصر الأمان والراحة في المنشآت السياحية الأردنية في رضا السياح.

الجدول (12): نتائج اختبار الانحدار البسيط لأثر عناصر الأمان والراحة على رضا السياح

جدول المعاملات Coefficient					تحليل التباين ANOVA			ملخص النموذج Model summary		المتغير التابع
Sig t*	t	الخطأ المعياري	β	البيان	Sig F*	درجة الحرية df	F	R ² معامل التحديد	R معامل الارتباط	رضا السياح
مستوى الدلالة	المحسوبة				الدلالة		المحسوبة			
0.000	14.566	0.065	0.789	عناصر الأمان والراحة	0.000	1	221.135	0.623	0.789	

تشير نتائج الجدول (12) أن قيمة ($r=0.789$)، وهذا يعني أن هناك علاقة ارتباط قيمتها (78.9%) وهي تعد مرتفعة بين معيار الأمان والراحة كأحد معايير التصميم الداخلي في المنشآت السياحية ورضا السياح. ويتبين أن قيمة معامل التحديد ($r^2=0.623$)، وهذا يعني أن معيار الأمان والراحة قد فسر ما مقداره (62.3%) من التباين في رضا السياح، وأن قيمة $t=14.566$ عند مستوى ثقة ($\text{sig}=0.000$) وهذه تؤكد معنوية المعامل عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$).

وبناء على ما سبق من تحليل، لا نقبل الفرضية العدمية الفرعية الخامسة ونقبل الفرضية الفرعية البديلة القائلة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لعناصر الأمان والراحة في المنشآت السياحية الأردنية في رضا السياح.

مناقشة النتائج والتوصيات

أولاً- مناقشة النتائج

أظهرت نتائج الدراسة وجود مستوى مرتفع من تطبيق معايير التصميم الداخلي في المنشآت السياحية من وجهة نظر السياح في تلك المنشآت، وجاء معيار (الإضاءة والألوان) في المرتبة الأولى بأعلى متوسط حسابي بلغ (3.94)، يليه معيار (الديكور والأثاث)، بمتوسط حسابي بلغ (3.77)، ويليه معيار (التكنولوجيا والترفيه)، بمتوسط حسابي بلغ (3.71)، يليه معيار (الأمان والراحة)، بمتوسط حسابي بلغ (3.68)، وأخيراً معيار (التخطيط الفعال) بمتوسط حسابي (3.61).

وتفسر الباحثة وجود مستوى مرتفع من تطبيق معايير التصميم الداخلي في المنشآت السياحية بالتطور في صناعة السياحة، ويشير هذا إلى الوعي المتزايد لأصحاب المنشآت السياحية بأهمية مراعاة معايير التصميم الداخلي لمنشآتهم من حيث توفير بيئة مريحة ومميزة للزوار. بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن يكون الضغط التنافسي دافعاً قوياً لتحسين جودة التصميم الداخلي، إذ يسعى أصحاب المنشآت لتقديم تجارب تفوق توقعات الزوار وتلبي احتياجاتهم المتغيرة.

كما قد تلعب التوجهات الثقافية والاجتماعية دوراً حيوياً في شكل التصميم الداخلي للمنشآت السياحية، حيث يمكن أن تؤثر التفضيلات الثقافية والاجتماعية للزوار على اختيارات أصحاب المنشآت للعناصر الديكورية والأثاثية والتكنولوجية. وبالتالي، فإن فهم هذه التوجهات والاستجابة لها يمكن أن يؤدي إلى تحسين تجربة السياح وزيادة جاذبية المنشآت السياحية.

وأظهرت نتائج الدراسة وجود أثر إيجابي ذي دلالة إحصائية لجميع عناصر التصميم الداخلي (التخطيط الفعال، الديكور والأثاث، الإضاءة والألوان، التكنولوجيا والترفيه، عناصر الأمان والراحة) في المنشآت السياحية الأردنية في رضا السياح، حيث ظهر أن قيمة معامل التحديد ($R^2=0.739$) وهي تشير إلى أن (73.9%) من التباين في (رضا السياح) يمكن تفسيره من خلال التباين في (معايير التصميم الداخلي).

وتفسر الباحثة هذه النتيجة في أن تطبيق معايير عناصر التصميم الداخلي مثل الإضاءة الجيدة، والألوان المناسبة، والأثاث المريح تسهم في خلق بيئة مريحة وممتعة للسياح؛ إذ عندما يجد السائح نفسه في بيئة تصميم جذابة ومريحة، فإنه يشعر بالراحة والاسترخاء؛ مما يزيد من رضاه وتقديره لتجربته، كما أن التصميم الداخلي الجذاب والمميز يعمل على جذب انتباه السياح ويثير اهتمامهم، فعندما يكون لدى المنشأة السياحية مظهر داخلي مبتكر وجميل، يشعر السائح بأنه يعيش تجربة فريدة ومميزة؛ مما يزيد من إشباعه ورضاه. بالإضافة لما سبق فإن تطبيق معايير التصميم الداخلي الجيد يعزز الشعور بالأمان والراحة لدى السياح، ما يولد بالثقة والرضا ويتمتع بتجربة إيجابية.

ثانياً- التوصيات

- 1- ينبغي للقائمين على صناعة السياحة العمل على تحديث المعايير والتوجيهات المتعلقة بتصميم المنشآت السياحية؛ ليتماشى مع التطورات الحديثة وتوجهات السوق، مع التركيز على عناصر التصميم الداخلي التي أظهرت أهمية كبيرة في تحسين رضا السياح.
- 2- العمل على توفير برامج تدريبية وتأهيلية للعاملين في صناعة السياحة حول أحدث مفاهيم التصميم الداخلي، وكيفية تطبيقها بشكل فاعل في المنشآت السياحية؛ مما يساهم في تعزيز مهاراتهم وقدرتهم على تلبية احتياجات وتوقعات السياح.
- 3- ينبغي لأصحاب المنشآت السياحية التفاعل مع زوارهم، وجمع ملاحظاتهم، ومقترحاتهم بشأن جودة التصميم الداخلي وتجربتهم السياحية، واستخدام هذه الملاحظات في تحسين معايير التصميم الداخلي وتطويرها.
- 4- ينبغي لأصحاب المنشآت السياحية الاستثمار في التكنولوجيا والابتكار في تصميم الديكور والأثاث والأجهزة التقنية؛ مما يساهم في جعل التجربة السياحية أكثر تفاعلية ومبتكرة.
- 5- يتعين على أصحاب المنشآت السياحية أن يأخذوا في الاعتبار التنوع الثقافي والاجتماعي للسياح وتوجهاتهم عند تصميم المنشآت الداخلية، وتوفير خيارات متنوعة تلبي احتياجات الجمهور المتنوع وتعزز جاذبية المنشأة لجميع الفئات.
- 6- إجراء دراسات مستقبلية تبحث في تأثير عناصر التصميم الداخلي للمنشآت السياحية في متغيرات أخرى، كمتغير جودة الخدمات المقدمة فيها، أو على السمعة الجيدة.

المراجع

أولاً- المراجع باللغة العربية

- أبو النجا، محمد عبد العظيم. (2008). إدارة التسويق، الدار الجامعية للنشر والتوزيع.
- أبو عطية، إسراء عادل، فهمي، سارة فتحي أحمد، وفرغلي، ياسر علي معبد. (2018). تطور مفهوم التصميم الداخلي في العصر الحديث. مجلة الفنون والعلوم التطبيقية، 5 (4)، 23-34.
- إمام، محمد حسن أحمد محمد، فوزي، سارة، والخطيب، محمد زعل. (2021). القيم الجمالية لمفردات التراث الأردني وتوظيفها في التصميم الداخلي لمنطقة الاستقبال للمنشآت السياحية. مجلة التراث والتصميم، 1(6)، 188-208.
- إمام، محمد حسن أحمد محمد، مصطفى، سارة فوزي أحمد، والخطيب، محمد زعل. (2023). توظيف مفردات التراث الأردني في التصميم الداخلي لوحدات الإقامة في المنشآت السياحية. مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية، (39)، 514-537.
- إمام، محمد، مصطفى، سارة والخطيب، أحمد. (2023). توظيف مفردات التراث الأردني في التصميم الداخلي لوحدات الإقامة في المنشآت السياحية، مجلة العمارة والفنون والعلوم الإسلامية، (39)، 514-537.
- إمان، يوسف، عداد، رشيدة، وبلقاضي، آسيا. (2023). علاقة الاستراتيجيات التسويقية برضا السائح في الجزائر: دراسة ميدانية في الجزائر العاصمة، مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية، 17(1)، 429-448.
- أيموت، قوت، وشرف الدين، بوالشغلاغم (2021). البيئة المادية وأثرها على رضا الزبون: دراسة حالة فندق البساط الأحمر ميلة، [رسالة ماجستير منشورة]، الجزائر: معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.
- بوزيان، حسان. (2014). أثر جودة الخدمة على رضا الزبون: دراسة حالة مؤسسة اقتصادية الجزائرية العلمية، مجلة رؤية اقتصادية، (6)، 50-72.
- جلولي، رضا سيف الدين. (2020). إدارة المنشآت السياحية والفندقية: دراسة مقارنة بين تونس والجزائر، [أطروحة دكتوراه غير منشورة]، الجزائر: جامعة قاصدي مرباح.
- حسن، سوزان علي. (2011). التشريعات السياحية والفندقية، ط (3)، الإسكندرية: دار الجامعة الجديدة.
- الحوتي، إيمان محمد. (2018). دور العمارة البيئية المستدامة في التصميم الداخلي للمنتجات السياحية. مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية، (12)، 35-47.
- سركن، إيمان إبراهيم. (2017). الأساليب التصميمية في تطبيق علم الهندسة الكسرية في التصميم الداخلي للمنشآت السياحية، مجلة التصميم الدولية، 7 (3)، 89-96.
- الصبان، ريم فاروق. (2012). التصميم الداخلي بين الأصالة والمعاصرة في المنشآت السياحية بمدينة الرياض، المؤتمر الدولي: تطوير السياحة والفندقة في الوطن العربي، عمان: جامعة الشرق الأوسط.
- الطائي، حميد، والعلاق، بشير. (2015). تسويق المنتجات والخدمات (ط 4)، الدار العربية للنشر والتوزيع.
- عبدالصمد، فارس محمد. (2018). دور التصميم الداخلي للمنشآت الإدارية في الارتقاء بمستوى الإنتاجية. مجلة بحوث في العلوم والفنون النوعية، (10)، 125-153.

- عبوي، زيد منير (2018). إدارة المنشآت السياحية والفندقية، (ط 4)، عمان: دار الراية للنشر والتوزيع.
- عبيدات، أحمد محمود، السعيد، هاني محمد، وعفيفي، عبداللطيف محمد أحمد. (2023). أثر استخدام التصميم الداخلي التفاعلي في تحسين أداء المنشآت الخدمية العامة. مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية، (41)، 168-184.
- عبيدات، أحمد، السعيد، هاني محمد، وعفيفي، عبداللطيف محمد. (2023). أثر استخدام التصميم الداخلي التفاعلي في تحسين أداء المنشآت الخدمية العامة. مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية، (41)، 168-184.
- عبيدات، إسلام. (2022). التصميم الداخلي العاطفي وتأثيره على سلوك الأفراد في البيئات العلاجية، مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية، 49(5)، 364-397.
- عبيدات، محمد إبراهيم. (2005). مبادئ التسويق (ط5)، دار المستقبل للنشر والتوزيع.
- عليان، ربحي مصطفى وغنيم، عثمان محمد. (2013). أساليب البحث العلمي، عمان، الأردن: دار صفاء للنشر والطباعة.
- العمرات، سعيد أحمد. (2019). مقومات الأردن السياحية، عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.
- فرج، إيمان محمد. (2020). الإضاءة وعلاقتها الوظيفية والجمالية بالتصميم الداخلي، مجلة الجامعي، (32)، 394-408.
- الفكاير، أمينة، وبرصالي، محمد نبيل. (2023). تأثير الصورة الذهنية العاطفية للوجهة السياحية على رضا السياح: حالة مدينة تيبازة. مجلة الدراسات التجارية والاقتصادية المعاصرة، 6 (1)، 468-493.
- محفوظ، جورج، وعبدالسلام، يوسف. (2013). دور التصميم الداخلي لغرفة الفندق السياحي وأهميته لمدينة دمشق: دراسة ميدانية تحليلية، مجلة جامعة دمشق للعلوم الهندسية، 29 (2)، 711-746.
- مرغم، علياء عزت. (2021). عناصر التصميم الداخلي في ضوء السياحة المستدامة ودورها في تحقيق الهوية: دراسة حالة واحة الداخلة قرية القصر، مجلة الآداب والدراسات الإنسانية، (50)، 50-57.

ثانياً- المراجع باللغة الإنجليزية

- Assali, I. (2017). Women's Boutique Design And Its Impact On Purchasing Decision. International Journal of Civil Engineering and Technology (IJCIET), 8 (8), 491-499.
- Dexter, R., Nancy, S., Jandel, B. and Marasigan, P. (2014). Effects of Social Media in the Tourism Industry of Batangas Province, Asia Pacific Journal of Multidisciplinary Research, 3(2), 123-131.
- Dzremedo, E. B., Asantewaa, E. A., & Justina, C. (2019). Interior Design in Customer Satisfaction and Retention in Therestaurant Industry in Tamale Metropolis. European Journal of Hospitality and Tourism Research, 7(3), 25-34.
- Obinwanne, C. O., & Alozie, E. N. (2019). Interior design of hotel rooms as a factor affecting customer satisfaction in hotels. International journal of advanced studies in ecology, development, and sustainability, 6(1), 34-46.
- Shantha, A. A. (2018). The Impact of Interior and Exterior Designs of Hotels on Customer Perception: The Sri Lankan Experience. Advances In Business, Hospitality And Tourism Research, 109.
- Shinegi, D., & Widjaja, A. W. (2022). The Influence Of Hotel Interior, Hotel Customer Process, And Hotel Design On Repurchase Intentions Mediated By Customer Satisfaction. Dinar: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam, 9(1), 34-50.
- Silva, M (2016). Healthcare Interior Design can help promote Healthier Lifestyles. Simour, <https://simourdesign.com/interior-design-helps-promote-healthy-lifestyle/>.