

دور الرقمنة في تحسين جودة الخدمات السياحية: دراسة استطلاعية لآراء

عينة من زبائن فندق شيراتون بولاية عنابة

The Role of Digitalization in Improving the Quality of Tourism Services: An Exploratory Study of a Sample of Sheraton Hotel Customers in Annaba Province

بشير حمزة، المخبر، مخبر تنويع ورقمنة الاقتصاد الجزائري، جامعة 8 ماي 1945

قالمة، bechir.hemza@univ-quelma.dz

سماعلي فوزي، مخبر تنويع ورقمنة الاقتصاد الجزائري، جامعة 8 ماي 1945 قالمة،

smaali.faouzi@univ-quelma.dz

تاريخ الاستلام: 2025/08/16 تاريخ القبول: 2025/11/17 تاريخ النشر: 2025/12/31

ملخص: تهدف هذه الدراسة إلى بيان دور الرقمنة في تحسين جودة الخدمات السياحية، من خلال استطلاع آراء زبائن فندق شيراتون عنابة. توصلت النتائج إلى وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين تطبيق الرقمنة وتحسين جودة الخدمات الفندقية، مما يعكس أهمية التكنولوجيا الرقمية في الرفع من كفاءة الخدمات السياحية وتلبية توقعات الزبائن. الكلمات المفتاحية: الرقمنة؛ جودة الخدمات السياحية؛ فندق شيراتون بولاية عنابة.

تصنيف JEL: M31, L83, O33

Abstract

This study examines the impact of digitalization on tourism service quality, using the Sheraton Hotel in Annaba Province as a case study.

The results show a significant positive relationship between adopting digital technologies and improving hotel service efficiency, highlighting their importance in meeting customer expectations.

Keyword: Digitalization; Quality of Tourism Services; Sheraton Hotel in Annaba.

JEL classification code : M31, L83, O33

المؤلف المرسل: بشير حمزة،

الإيميل المرسل: bechir.hemza@univ-quelma.dz

1. مقدمة:

يشهد قطاع السياحة تطوراً سريعاً في ظل التحولات الرقمية التي أعادت تشكيل مختلف أنماط الإنتاج والخدمة، وبما أن السياحة لا تقتصر على كونها نشاطاً ترفيهياً فقط، وإنما تعتبر من أبرز روافد الاقتصاد الوطني، لما تساهم به في تنويع مصادر الدخل، خلق فرص العمل، وتحقيق التنمية المستدامة. وعلى ضوء هذا التحول، أصبحت جودة الخدمات السياحية من أبرز الرهانات التي تواجه المؤسسات الفندقية، خاصة في بيئة تتسم بشدة المنافسة على المستويين المحلي ولاسيما الدولي بالإضافة إلى ارتفاع سقف توقعات الزبائن.

على هذا الأساس، برزت الرقمنة كآلية استراتيجية لإعادة تصميم تجربة الزبون السياحي، بدءاً من مرحلة الحجز والتفاعل المسبق، وصولاً إلى تقديم الخدمة الفعلية وما بعدها. حيث أن الانتشار الواسع لتكنولوجيا المعلومات والاتصال أدى إلى تسارع تبني حلول رقمية متنوعة تهدف إلى تحسين الأداء، وتسهيل التواصل، ورفع مستوى الكفاءة التشغيلية للمؤسسات الفندقية.

إشكالية الدراسة:

ما مدى مساهمة الرقمنة في تحسين جودة الخدمات المقدمة من قبل فندق شيراتون عناية

من وجهة نظر زبائنه؟

من أجل الإجابة على التساؤل الرئيسي نطرح الأسئلة الفرعية التالية:

- ما مستوى توفر مظاهر الرقمنة في فندق شيراتون بولاية عناية من وجهة نظر زبائنه؟
- ما مستوى جودة الخدمات الفندقية المقدمة في فندق شيراتون بولاية عناية من وجهة نظر زبائنه؟

- هل توجد علاقة أثر أو ارتباط ذات دلالة احصائية للرقمنة على تحسين جودة الخدمات المقدمة بفندق شيراتون بولاية عناية من وجهة نظر زبائنه عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$ ؟

الفرضية الرئيسية للدراسة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للرقمنة في تحسين جودة الخدمات السياحية المقدمة بفندق شيراتون بولاية عنابة من وجهة نظر الزبائن عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

الفرضيات الفرعية للدراسة:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية للبنية التحتية الرقمية في تحسين جودة الخدمات المقدمة بفندق شيراتون بولاية عنابة من وجهة نظر الزبائن عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)؛
- توجد علاقة ارتباط بين الاتصالات الرقمية وتحسين جودة الخدمات المقدمة بفندق شيراتون بولاية عنابة من وجهة نظر الزبائن عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$).

أهداف الدراسة: تتجلى أهمية الدراسة في النقاط التالية:

- تسليط الضوء على المفاهيم النظرية المتعلقة بـ "الرقمنة، وجودة الخدمة السياحية"؛
 - تحديد مستوى توفر مظاهر الرقمنة بفندق شيراتون بولاية عنابة من منظور الزبائن؛
 - تقييم مستوى جودة الخدمة الفندقية بفندق شيراتون بولاية عنابة من وجهة نظر زبائنه؛
 - تحليل طبيعة العلاقة بين الرقمنة ببعديها (البنية التحتية الرقمية، الاتصالات الرقمية)؛
 - تحسين جودة الخدمة الفندقية بفندق شيراتون بولاية عنابة من وجهة نظر الزبائن؟
- منهجية الدراسة:** سعيًا لتحقيق أهداف الدراسة وتعزيز الفهم العميق للمفاهيم المرتبطة بها، تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي كإطار منهجي عام. وقد تم الاطلاع على الدراسات السابقة ذات الصلة بالموضوع، واستخدام أدوات تحليلية ملائمة لجمع البيانات وتحليلها.

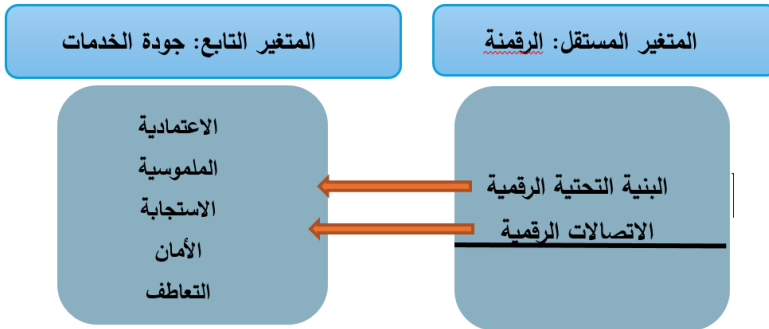
الدراسات السابقة:

أولاً: دراسة: " راييس عبد الرحمان " سنة (2023)، تحت عنوان: " تأثير الرقمنة علة جودة الخدمات الفندقية: دراسة حالة عينة من الفنادق المصنفة لولايات الشرق "، مجلة الآفاق للدراسات الاقتصادية، المجلد 8، العدد 1.

هدفت الدراسة إلى تحليل أثر الرقمنة على جودة الخدمات بفنادق الشرق الجزائري، وأظهرت النتائج تأثيرًا إيجابيًا لأبعاد الرقمنة على الجودة، ما يؤكد أن تطبيقها يحسّن الخدمة المقدمة. **ثانياً: دراسة:** "سلطان محمد صالح الخزيم" سنة (2023)، تحت عنوان: "أثر التحول الرقمي على جودة الخدمات السياحية لجزائري المملكة العربية السعودية بغرض العمرة والحج أو الترفيه"، مجلة كلية السياحة والفنادق - جامعة المنصورة"، العدد 14.

هدفت دراسة تقييم استخدام الزوّار في السعودية للخدمات السياحية الرقمية وجودتها، وأظهرت النتائج ارتفاع مستوى الاستخدام والجودة، مع وجود علاقة طردية معنوية بين المتغيرين. **النموذج الفرضي للدراسة:** بناء على الدراسات السابقة فإن نموذج الدراسة يتمثل فيما يلي:

الشكل 1: النموذج الفرضي للدراسة



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على الدراسات السابقة

2. الإطار المفاهيمي للرقمنة:

1.1. مفهوم الرقمنة:

تباينت آراء الباحثين في تعريف الرقمنة باختلاف تخصصاتهم وسياقاتهم. وفيما يلي نستعرض بعض هذه التعريفات التي تسهم في توضيح الأبعاد المتنوعة لهذا المفهوم:

يعتبر كاني تيري الرقمنة بأنها تحويل مختلف مصادر المعلومات إلى صيغة رقمية قابلة للقراءة بالحاسوب عبر النظام الثنائي، باستخدام تقنيات وأجهزة متخصصة لتحويل المحتوى إلى أرقام ثنائية. (Al-Najjar, 2020, p. 160)

كما تعرف على أنها العملية التي يتم بمقتضاها تحويل البيانات من الصيغة التناظرية إلى الرقمية، بهدف معالجتها ونقلها وتخزينها بالاعتماد على الحواسيب والتقنيات الرقمية. (Fanour & Chehib, 2023, p. 250)

وتعرف كذلك بأنها العملية التي تهدف إلى تحويل المعلومات من صورتها الورقية إلى صيغة إلكترونية وتخزينها بواسطة وسائل إلكترونية. (Sebti & Ben Ajaimiya, 2024, p. 773)

وبناء على ما تقدم، يرى الباحثان أن الرقمنة تتمثل في عملية تحويل أشكال المعلومات التقليدية، سواء الورقية أو التناظرية، إلى صيغ رقمية تخزن وتعالج باستخدام الوسائل والتقنيات الإلكترونية، بما يسمح بتيسير استخدامها وتداولها في السياق الرقمي.

2.2 أهمية الرقمنة:

لقد ظهرت هذه الأهمية من خلال آثارها المتعددة على مختلف القطاعات، كما يتضح فيما يلي (Boutaleb & Sanoussi, 2025, pp. 244-245):

- أ. الأهمية الاقتصادية: تبرز من خلال خفض التكاليف والوقت، رفع كفاءة الموارد، دعم التنمية، فتح فرص استثمارية وخلق وظائف تقنية؛
- ب. الأهمية الإدارية: تبرز في تحسين الأداء، تبسيط الإجراءات، تقليل البيروقراطية، إلى جانب تعزيز الشفافية وتوحيد الجهود داخل بيئة عمل أكثر كفاءة وتنظيماً؛
- ت. الأهمية الاجتماعية: تتجلى في ناء مجتمع معلوماتي، تعزيز التواصل عبر التطبيقات الرقمية، تسهيل الوصول للمعلومات وتنشيط الأنشطة الاجتماعية.

3.2. أبعاد الرقمنة: تركز هذه الدراسة على بعدين رئيسيين، هما:

أ. **بعد البنية التحتية الرقمية:** يعرف هذا البعد على أنه مجموع العناصر التقنية واللوجستية المتاحة التي تمكن من تنفيذ الأنشطة الرقمية، وتتيح للمستهلكين الاتصال بشبكات الإنترنت والاستفادة من الخدمات الرقمية (Belghnou & Mwasim Remissa Najah, 2024, p. 117).

ب. **بعد الاتصالات الرقمية:** عرف هذا البعد على أنه عملية تواصل اجتماعي تتم عن بعد بين أطراف يتبادلون الأدوار في إرسال واستقبال رسائل اتصالية متنوعة، وذلك عبر النظم الرقمية ووسائلها، بهدف تحقيق أغراض محددة (Zaouch, 2022, p. 464).

3. الإطار المفاهيمي لجودة الخدمة السياحية:

1.3. مفهوم جودة الخدمة السياحية:

تعرف الخدمة السياحية حسب (Al-Zoubi, 2013, p. 91) على أنها منتج غير مادي يقدّم منافع وفوائد مباشرة للعميل، وينتج عن توظيف جهد بشري أو تقني أو فني يتم تطبيقه على أشخاص أو أشياء محددة. وتتميز هذه الخدمة بأنها غير قابلة للحيازة أو التملك المادي، ولا يمكن تخزينها.

أما جودة الخدمة السياحية فتعرف بأنها مجموعة الأساليب والآليات التي تعتمد عليها المؤسسات السياحية ومؤسسات الترويج السياحي لضمان تقديم الأنشطة والخدمات المخططة للعملاء إلكترونياً، بمستوى عالٍ من الجودة، وبما يعزز الثقة في قدرتها على تلبية احتياجاتهم وتوقعاتهم. (Sultan, 2023, p. 126)

وعرفت أيضاً حسب (Ghadban, 2021, p. 184) على أنها مدى تلبية مطالب الزبائن خاصه تلك المتعلقة بسهولة الحصول على الخدمة بأقل وقت انتظار ممكن.

أما الباحثان فيعتقدان أن جودة الخدمة السياحية هي قدرة المؤسسات السياحية على تقديم خدمات مخططة تلبي احتياجات وتوقعات الزبائن بكفاءة عالية، وسهولة في الحصول عليها، وفي أقل وقت ممكن، بما يعزز رضاهم وثقتهم.

2.3. أهمية جودة الخدمات السياحية:

يمكن عرض أهمية الخدمات السياحية في النقاط التالية: (Misbah, 2025, p. 18)

- أ. تعزيز سمعة المؤسسة عبر تلبية حاجات الزبائن وبناء الثقة معهم ومع الموردين؛
- ب. المسؤولية القانونية وتجنب تبعات التقصير المؤثر على الزبائن والمجتمع؛
- ت. خفض التكاليف من خلال تقليل الأخطاء واسترجاع المبالغ وزيادة الإنتاجية؛
- ث. دعم القدرة التنافسية بجذب الزبائن والحفاظ عليهم عبر جودة عالية وأسعار مناسبة؛
- ج. تفهم احتياجات الزبائن والتعامل الجيد لتحقيق رضاهم واستقرار المؤسسة.

3.3. أبعاد جودة الخدمات السياحية:

قدّم باراسورامان وزيثامل وبيري (1982) عشرة أبعاد لقياس جودة الخدمة، تمثلت في: الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الكفاءة، المصداقية، الأمان، الاتصالات، الفهم، التعاطف، وسهولة الوصول (Bougassi, 2023, p. 17)، ثم أعادوا عام 1988 دمجها في خمسة أبعاد رئيسية ضمن نموذج SERVQUAL، الذي أصبح الأكثر اعتماداً في الدراسات والتطبيقات العملية لقياس جودة الخدمات، وهي كما يلي (Misbah, 2025, pp. 20, 21):

- أ. الاعتمادية: الوفاء بالوعد وتقديم الخدمة بدقة وثبات وفق معايير الجودة؛
- ب. الملموسية: وهي جودة وتصميم المرافق والمظهر العام للعاملين؛
- ت. الاستجابة: تتمثل في سرعة التجاوب مع طلبات الزبائن وحل شكاواهم؛
- ث. الأمان: هو تعزيز ثقة الزبائن من خلال كفاءة الموظفين وحسن تعاملهم؛
- ج. التعاطف: ويُقصد به تقديم عناية شخصية وفهم احتياجات كل زبون.

4. دراسة تحليلية لدور الرقمنة في تحسين جودة الخدمات الفندقية بفندق

شيراتون بولاية عنابة:

لاستكمال الجانب النظري للدراسة، ارتأينا إجراء دراسة ميدانية تهدف إلى إبراز مدى التقارب بين المعطيات النظرية والواقع العملي. وقد وقع اختيارنا على عينة من نزلاء فندق الشيراتون بولاية عنابة، قصد التعرف على آرائهم وتقييمهم لدور الرقمنة في تحسين جودة الخدمات السياحية المقدمة في الفندق. وتم جمع البيانات وتحليلها باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS.

1.4. التعريف بالفندق محل الدراسة: فندق شيراتون عنابة هو أحد ثلاثة فنادق تحمل علامة Sheraton العالمية في الجزائر، وهي علامة تأسست عام 1937 بالولايات المتحدة الأمريكية على يد John Williard Marriot افتتح الفندق سنة 2016 ضمن فئة الخمس نجوم، ويتكون من 19 طابقاً تضم 185 غرفة و16 جناحاً فندقياً. يوفر الفندق مجموعة متنوعة من المرافق والخدمات. كما يشغل حوالي 250 موظفاً.

2.4. منهج الدراسة: اعتمد الباحثان المنهج الوصفي التحليلي لوصف الظاهرة المدروسة وتحليل أبعادها واستخلاص العلاقات بين متغيراتها.

3.4. مجتمع وعينة الدراسة: يتكوّن مجتمع الدراسة، كما تم التطرق إليه سابقاً، من زبائن فندق شيراتون بولاية عنابة. وقد تم اختيار عينة منهم بغرض استقصاء آرائهم حول موضوع الدراسة. - أداة الدراسة: لجمع البيانات، اعتمد الباحثان على الاستبيان الإلكتروني كأداة رئيسية، حيث تم توزيعه عبر مختلف منصات التواصل الاجتماعي. وتضمن هذا الاستبيان (28) عبارة مغلقة ذات صلة بموضوع الدراسة، تم تصميمها وفق مقياس "ليكرت الخماسي"، بهدف قياس مدى استجابات المبحوثين بدقة وموضوعية. والجدول الموالي يبين توزيع أفراد العينة:

الجدول 1: وصف أفراد عينة الدراسة

النسبة %	العدد	البيانات الشخصية والوظيفية	
51.5	67	ذكر	الجنس
48.5	63	أنثى	
16.2	21	أقل من 25 سنة	العمر
22.3	29	من 25 إلى 34 سنة	
31.5	41	من 35 إلى 44 سنة	
19.2	25	من 45 إلى 54 سنة	
10.8	14	55 سنة فما فوق	
33.8	44	من ولاية عنابة	المنطقة الجغرافية
58.5	76	من ولاية جزائرية أخرى	
7.7	10	من خارج الجزائر	
44,6	58	سياحة واستجمام	الغرض من الزيارة
27,7	36	حضور فعالية (مؤتمر، معرض..)	
32,3	42	العمل	
24,6	32	الاحتفال بمناسبة خاصة	
2,3	3	غرض اخر	

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج SPSS v.25

- **الجنس:** يشكل الذكور النسبة الأكبر (51.5%) مقابل 48.5% للإناث، مع إقبال أعلى نسبياً من الذكور خاصة لأغراض العمل.
- **العمر:** تتركز النسبة الأكبر في الفئة 35-44 سنة بنسبة (31.5%)، تليها الفئة 25-34 سنة بنسبة (22.3%)، مما يعكس طغيان الفئات الشابة والكهلة التي تمتلك القدرة المالية والخبرة الرقمية.
- **المنطقة الجغرافية:** أغلبية الزائرين من ولايات جزائرية أخرى بنسبة (58.5%)، يليهم سكان عنابة بنسبة (33.8%)، ثم الزوار الأجانب بنسبة (7.7%)، ما يشير إلى تنوع قاعدة العملاء مع انفتاح محدود على السوق الدولية.

- **الغرض من الزيارة:** الأغراض متعددة ومتشابهة، وأبرزها السياحة والاستجمام بنسبة (44.6%)، ثم الاحتفالات الخاصة بنسبة (32.3%)، حضور الفعاليات بنسبة (27.7%)، العمل بنسبة (22.3%)، وأخيرا أغراض أخرى بنسبة محدودة قدرت بـ (2.3%).

- **حدود الدراسة:** أجريت هذه الدراسة على مستوى فندق شيراتون بولاية عنابة، حيث تم جمع البيانات خلال الفترة الممتدة من 25 جويلية إلى غاية 13 أوت 2025. وقد استهدف الباحثان عينة من زبائن الفندق، من خلال توزيع استبيان إلكتروني عبر مختلف منصات التواصل الاجتماعي.

4.4 بنية وثبات أداة الدراسة: تم تطوير أداة الدراسة بناءً على الأطر النظرية والدراسات السابقة ذات الصلة، حيث تكونت الاستبانة من محورين أساسيين:

- **المحور الأول:** الرقمنة، واشتمل على (13 عبارة) موزعة على بُعدين رئيسيين هما: البنية التحتية الرقمية والاتصالات الرقمية؛ **المحور الثاني:** جودة الخدمات السياحية، واحتوى على (15 عبارة)، تم تصميمها لقياس خمس أبعاد أساسية من أبعاد الجودة حسب نموذج "SERVQUAL"، وهي: الاعتمادية، الملموسية، الاستجابة، الأمان والتعاطف.

- **ثبات الدراسة:** اعتمد الباحثان على معامل "ألفا كرونباخ" لتقدير ثبات الدراسة كما يلي:

الجدول 2: نتائج اختبار ثبات أداة الدراسة

محاوِر الاستبيان	عدد العبارات	قيمة ألفا كرونباخ
الرقمنة	13	0.870
تحسين جودة الخدمات السياحية	15	0.935
الاستبيان ككل	28	0.929

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج SPSS v.25

أظهرت النتائج أن قيمة ألفا كرونباخ لكلا المحورين مقبولة احصائياً، وأن القيمة الكلية للاستبيان هي (0.9290) وبالتالي فالاستبيان يتمتع بدرجة ثبات عالية جداً، وهذا ما يبين أن إجابات أفراد العينة تتسم بالثبات بنسبة (92.9%).

5.4. تحليل وتفسير نتائج الدراسة الميدانية

في هذا الجزء من الدراسة، سيتم التطرق إلى تحليل نتائج البيانات الميدانية بغرض الإجابة على الإشكالية الرئيسة وتساؤلاتها الفرعية، إلى جانب اختبار الفرضيتين الرئيسة والفرعية، وذلك من أجل تفسير طبيعة العلاقة بين متغيرات البحث المستقلة (الرقمنة) والمتغيرات التابعة (جودة الخدمات السياحية).

ويعتمد هذا التحليل على مجموعة من الاختبارات الإحصائية المناسبة، بما يضمن بناء نموذج علمي يوضح تأثير دور الرقمنة في تحسين جودة الخدمات السياحية في فندق شيراتون بولاية عنابة، وذلك بالاستناد إلى نتائج الدراسة الميدانية والبيانات التي تم جمعها باستخدام أداة الاستبيان.

أ. مستوى توفر مظاهر الرقمنة بالفندق: تتضمن الإجابة عن التساؤل الفرعي الأول والذي كان: "ما مستوى توفر مظاهر الرقمنة في فندق شيراتون بولاية عنابة من وجهة نظر زبائنه؟"، تحليل إجابات أفراد عينة الدراسة حول عبارات المحور الثاني المتعلق بالرقمنة، وكانت النتائج كما يلي:

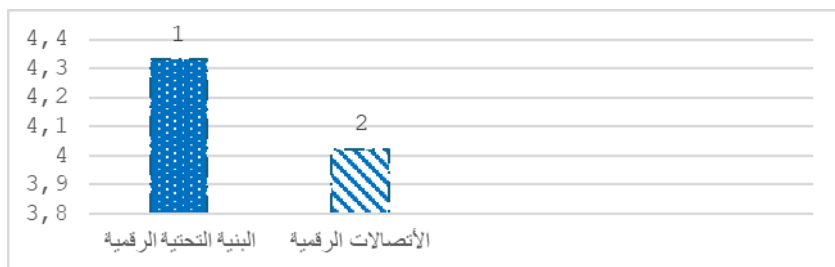
الجدول 3: نتائج إجابات الأفراد حول عبارات محور مستوى توفر الرقمنة بالفندق

البعد	المتوسط الحسابي للبعد	الحكم
البنية التحتية الرقمية	4.33	عالي جداً
الاتصالات الرقمية	4.02	عالي
المتوسط الحسابي العام للمحور	4.18	عالي

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج SPSS v.25

يظهر الجدول (3) ترتيب أبعاد المحور الثاني المتعلق بالرقمنة بفندق شيراتون عناية؛ حيث يقدر المتوسط الحسابي لهذا المحور بـ (4.18) والذي يشير إلى أن درجة الموافقة عالية على سلم ليكارت الخماسي، وهو يفسر اعتماد الفندق على الرقمنة. وهذا ما يوضحه الشكل رقم 2:

الشكل 2: ترتيب أبعاد محور الرقمنة



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على الجدول رقم 2

يبين الشكل 2 أن المتوسط الحسابي لبعد البنية التحتية الرقمية جاء في المرتبة الأولى بـ (4.33) ما يدل أن فندق شيراتون عناية يتمتع تجهيزات تقنية متطورة إضافة إلى أنظمة وبرمجيات حديثة إضافة إلى شبكة أنترنت ذات كفاءة عالية. فيما حل بعد الاتصالات الرقمية المرتبة الثانية بمتوسط حسابي بلغ (4.02)، ما يعكس توظيف الفندق لوسائل اتصال رقمية عديدة ومتنوعة مثل: البريد الإلكتروني، المنصات الرقمية، التطبيقات...الخ.

ب. مستوى جودة الخدمة السياحية في الفندق: تتضمن الإجابة عن التساؤل الفرعي الثاني والذي كان: " ما مستوى جودة الخدمات الفندقية المقدمة في فندق شيراتون بولاية عناية من وجهة نظر زبائنه؟"، تحليل إجابات أفراد عينة الدراسة حول عبارات المحور الثالث المتعلق بجودة الخدمة السياحية، وكانت النتائج كما يلي:

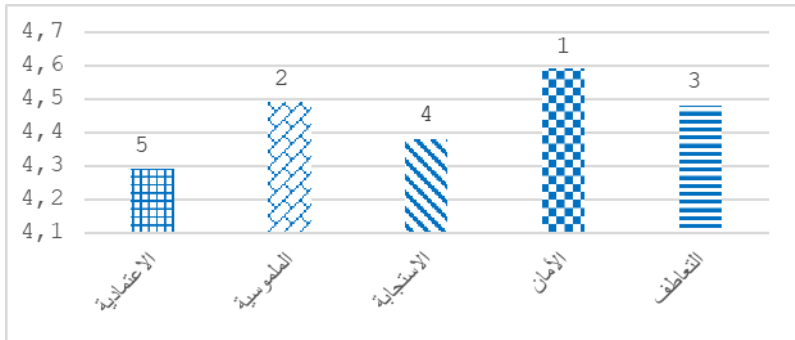
الجدول 4: نتائج إجابات الأفراد حول عبارات محور مستوى تطبيق الفندق لأبعاد جودة الخدمة

البعد	المتوسط الحسابي للبعد	الحكم
الاعتمادية	4.29	عالي جدا
الملموسية	4.49	عالي جدا
الاستجابة	4.38	عالي جدا
الأمان	4.59	عالي جدا
التعاطف	4.48	عالي جدا
المتوسط الحسابي العام للمحور		4.45

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج SPSS v.25

يظهر الجدول 4 ترتيب أبعاد المحور الثالث المتعلق بجودة الخدمات الفندقية في فندق شيراتون عناية؛ حيث يقدر المتوسط الحسابي لهذا المحور بـ (4.45) والذي يشير إلى أن درجة الموافقة عالية جدا على سلم ليكارت الخماسي، وهو ما يفسر مستوى جودة ممتازة لخدمات الفندق. وهذا ما يوضحه الشكل رقم 3:

الشكل 3: ترتيب أبعاد محور جودة الخدمة



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على الجدول رقم 3

يظهر الشكل 3 أن المتوسطات الحسابية لأبعاد المحور الثالث تراوحت بين (4.59) لبعد الأمان في المرتبة الأولى و(4.29) لبعد الاعتمادية في المرتبة الخامسة، فيما تفاوتت باقي الأبعاد في المتوسطات الحسابية حيث جاءت على النحو التالي: البعد المتعلق باللموسية في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (4.49)؛ كما جاء بعد التعاطف في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي بلغ (4.48)؛ فيما حل بعد الاستجابة في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (4.38).

ت. علاقة الرقمنة بمستوى جودة الخدمة الفندقية بفندق شيراتون عناية من وجهة نظر زبائنه: تتضمن الإجابة عن التساؤل الفرعي الثالث المتمثل في: " هل يوجد أثر ذو دلالة احصائية للرقمنة على تحسين جودة الخدمات المقدمة بفندق شيراتون بولاية عناية من وجهة نظر زبائنه؟ إن اختبار صحة الفرضية الرئيسية والفرضيات المنبثقة عنها، غير أنه قبل المباشرة في اختبار لأبد من التأكد أولاً من طريقة توزيع البيانات المجمعة.

-توزيع بيانات الدراسة: يوضح الجدول رقم 5 نتائج اختبار (K.S Test) التوزيع الطبيعي لكافة متغيرات الدراسة، والتي جاءت كما يلي:

الجدول 5: نتائج اختبار التوزيع الطبيعي لمتغيرات الدراسة

		x1	x2	Y
	N	130	130	130
Paramètres normaux ^{a,b}	Moyenne	4,3341	4,0187	4,4456
	Ecart type	,67419	,56344	,54389
Différences les plus extrêmes	Absolue	,195	,179	,154
	Positif	,162	,120	,154
	Négatif	-,195	-,179	-,134
Statistiques de test		,195	,179	,154
Sig. asymptotique (bilatérale)		,000 ^c	,000 ^c	,000 ^c

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج SPSS v.25

بالعودة إلى نتائج الجدول رقم 5، نلاحظ أن قيمة مستوى الدلالة (Sig) للمتغيرات (x1) و (x2) و (Y) كانت كلها معدومة وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة ($\alpha \leq 0.05$) أي أن البيانات الخاصة بجميع المتغيرات لا تتبع التوزيع الطبيعي، وبالتالي فإنه لا يمكن إجراء الاختبارات المعلمية، وإنما سيتم الاعتماد في هذه الحالة الاعتماد على ما يسمى بالاختبارات البديلة أو الاختبارات اللامعلمية.

اختبار فرضيات الدراسة الأولى والثانية: يوضح الجدول رقم 6 نتائج اختبار ارتباط الرتب (Spearman) فيما يتعلق بعلاقة كل من بعدي الرقمنة بتحسين جودة الخدمات السياحية:

الجدول 6: نتائج اختبار سبيرمان للعلاقة بين الرقمنة وتحسين جودة الخدمات السياحية

أبعاد الرقمنة	معامل ارتباط الرتب سبيرمان (r)	مستوى الدلالة (Sig)	الترتيب من حيث قوة العلاقة
البنية التحتية الرقمية (X1)	0.730	0.000	1
الاتصالات الرقمية (X2)	0.319	0.000	2

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على برنامج SPSS v.25

يتضح من نتائج الجدول رقم (6) أن المتغيرين المستقلين المتمثلين في البنية التحتية الرقمنة (X1) والاتصالات الرقمية (X2) لهما علاقة معنوية بالمتغير التابع (Y) الذي يعبر عن جودة الخدمات السياحية وأن طبيعة العلاقة هي علاقة طردية (إيجابية). يعني حسب أفراد عينة الدراسة أنه كل زيادة في قيمة البعدين "البنية التحتية الرقمية والاتصالات الرقمية" في فندقهم بوحدة واحدة كلما ارتفع بالمقابل التحسين في جودة الخدمات الفندقية بـ (73.0%) و (31.9%) على التوالي والعكس، ذلك أن قيم (Sig) الخاصة بمعاملات سبيرمان (r) لهذان المتغيران كانت قيمتهما معدومة وهي أقل من مستوى المعنوية المفترض في الدراسة ($\alpha \leq 0.05$).

أما قوة العلاقة التي تربط المتغيرات المستقلة بالمتغير التابع فهي ليست نفسها، حيث تبين أن البنية التحتية الرقمية (X1) هي البعد أو السبب الأكثر تأثيراً في تحسين جودة الخدمات السياحية (Y)، حيث بلغت قيمة سبيرمان التي تشير إلى وجود علاقة بين المتغيرين ب (0.730) والتي تدل على علاقة ارتباط قوية جداً، في حين جاءت الاتصالات الرقمية (X2) المرتبة الثانية من حيث قوة العلاقة بالمتغير التابع بمعامل ارتباط بلغت قيمته (0.319) والتي تعبر عن وجود علاقة ارتباط موجبة متوسطة.

تأسيساً لما سبق فإنه يتم قبول الفرضية الفرعية الثالثة والرابعة القائلتين أنه توجد علاقة دلالة إحصائية بين البنية التحتية الرقمية والاتصالات الرقمية وتحسين جودة الخدمات بفندق شيراتون عناية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) من وجهة نظر زبائنه.

ويفسر الباحثان ذلك، كون فندق شيراتون بولاية عناية يعتبر جزء من سلسلة شيراتون العالمية التابعة لمجموعة ماريوت الدولية، والتي تعد من أكبر السلاسل المعروفة عالمياً والتي تعتمد على معايير تشغيلية وتقنية موحدة على مستوى العالم. هذا يفسر الاستثمار الكبير في البنية التحتية الرقمية كأنظمة حجز ودفع متطورة، شبكات عالية السرعة، التعاقد مع منصات سفر عالمية، إضافة إلى امتلاكها لتجهيزات ومعدات تتميز بالجودة العالية تضمن تقديم خدمات بجودة عالية. أما الاتصالات الرقمية كمنصات التواصل الاجتماعي والبريد الإلكتروني وتطبيقات المحادثة وغيرها فلم تكن بنفس مستوى البنية التحتية، وهذا راجع لطبيعة الزبائن كونهم يفضلون الحضور الشخصي أو الاتصال الهاتفي المباشر بدل الاعتماد على قنوات الاتصال الرقمية.

وعلى ضوء ما سبق يمكن للباحثين الحكم بقبول الفرضية الرئيسة القائلة: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للرقمنة ببعديها البنية التحتية الرقمية والاتصالات الرقمية وبين تحسين جودة الخدمات الفندقية في فندق شيراتون بولاية عناية من وجهة نظر الزبائن عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)".

5. الخاتمة:

أصبحت الرقمنة في عصرنا الحالي عنصراً محورياً في تطوير قطاع السياحة والخدمات المرتبطة به، وخاصة السياحة الفندقية، حيث لم تعد مجرد خيار تقنيا وإنما تحولت إلى ضرورة استراتيجية لمواكبة التحولات السريعة في أنماط استهلاك الخدمات السياحية عالمياً. فالاستثمار في البنية التحتية الرقمية وتبني أنظمة الاتصال الحديثة يتيحان للمؤسسات السياحية والفندقية تحسين كفاءة عملياتها، ورفع جودة الخدمات المقدمة، إضافة إلى تعزيز قدرة المؤسسات التنافسية في سوق يتسم بالتغير المستمر.

أبرز النتائج التي توصلت لها الدراسة:

- أكدت آراء الباحثين تمتع الفندق بمستوى عالٍ من الرقمنة وجودة الخدمات الفندقية؛
- جاء مستوى البنية التحتية الرقمية مرتفعاً جداً، خاصة من حيث توفر شبكة Wi-Fi قوية وواسعة التغطية تشمل جميع مرافق الفندق، إضافة إلى إتاحة الفندق لوسائل دفع إلكترونية متنوعة مثل البطاقات الرقمية، ورموز QR، والدفع عبر الإنترنت، فضلاً عن امتلاكه موقعاً إلكترونياً محدثاً وسهل الاستخدام؛
- جاء مستوى الاتصالات الرقمية في الفندق متوسطاً، خاصة فيما يتعلق بإرسال تأكيدات الحجز والفواتير إلكترونياً، مع توفير قنوات تواصل رقمية فعّالة مثل البريد الإلكتروني، والواتساب، وتطبيق الفندق، التي يتفاعل من خلالها مباشرة مع زبائنه؛
- جاء مستوى جودة الخدمات الفندقية في جميع أبعادها عالي جداً، وأن نقاط القوة الرئيسية لجودة الخدمة بالفندق تتمثل في الأمان والملموسية، حيث شكلوا أعلى مستويات رضا الزبائن؛
- توجد علاقة أثر وارتباط للرقمنة ببعديها البنية التحتية الرقمية والاتصالات الرقمية وبين تحسين جودة الخدمات الفندقية في فندق شيراتون بولاية عنابة من وجهة نظر الزبائن.

التوصيات:

- ينبغي لفندق شيراتون عناية تكثيف جهوده في تطوير الاتصالات الرقمية، لرفع فعاليتها إلى مستوى مماثل للبنية التحتية الرقمية، وذلك عبر تفعيل أسلوب التواصل الدوري مع الزبائن من خلال إرسال العروض والخدمات الجديدة إلى يريدهم الإلكتروني بين الحين والآخر؛
- توسيع استخدام تقنيات الاتصال التفاعلي خاصة الرد الآلي (chatbots) على الموقع الرسمي للفندق وكذا تطبيقات الهاتف؛ تحفيز الموظفين على الرد السريع والفعال لاستفسارات الزبائن عبر البريد الإلكتروني والمنصات الرقمية المختلفة؛
- السعي لتعزيز تقديم عروض شخصية بناءً على بيانات الزبائن السابقة، لتحسين تجربة النزيل؛
- مواصلة تطبيق أعلى معايير الأمان الرقمي لحماية بيانات الزبائن وتعزيز الثقة.

6. قائمة المراجع:

1. Al-Najjar, A. M. (2020). *Modern Digital Libraries (1st ed.)*. Desouk, Egypt: Dar Al-Elm wal Iman for Publishing and Distribution.
2. Al-Zoubi, A. F. (2013). *Tourism and Hotel Marketing (1st ed.)*. Jordan: Al-Maysarah Publishing, Distribution, and Printing House.
3. Belghnou, S., & Mwasim Remissa Najah, R. (2024). *Digital Infrastructure and Its Role in Attracting Foreign Direct Investment to Algeria during the Period 2019–2022*. *North African Economics Journal*, 20(34), 115-130.
4. Bougassi, A. (2023). *The Importance of Tourism Service Quality in Promoting and Developing the Tourism Industry: A Case Study of Algeria*. Doctoral Thesis in Management Sciences, Specialization in Environmental and Tourism Management. Faculty of Economic, Commercial, and Management Sciences, Algeria: University of Algiers 3.

5. Boutaleb, A., & Sanoussi, S. A.-F. (2025). *The Role of Digitalization in Improving Services Provided by Economic Institutions: A Case Study of Sonelgaz*. *Algerian Journal of Public Finance*, 15(1), 244-253.
6. Fanour, N., & Chehib, A. (2023). *Digitalization in Higher Education and the Challenges of Distance Learning in Algeria*. *Journal of Legal and Social Sciences*, 8(4), 247-263.
7. Ghadban, L. (2021). *Tourism Service Quality as an Approach to Gaining Customer Loyalty*. *Journal of Legal and Economic Studies*, 4(1), 177-197.
8. Misbah, I. (2025, February 13). *The Impact of Tourism Service Quality on the Orientation Toward Domestic Tourism in Algeria: A Study from the Perspective of Hotel Customers in Ghardaia and El Ouedi*. *Faculty of Economic, Commercial, and Management Science, Algeria: University of Ghardaia*,.
9. Sebti, S., & Ben Ajaimiya, B. (2024). *Scientific Research in Algeria: The SNDL Platform as a Model*. *Al-Riwaq Journal for Social and Human Studies*, 10(2), 770-790.
10. Sultan, M. S.-K. (2023). *The Impact of Digital Transformation on the Quality of Tourism Services for Visitors to the Kingdom of Saudi Arabia for Umrah, Hajj, or Leisure*. *Journal of the Faculty of Tourism and Hotels – Mansoura University*(14), 106-164.
11. Zaouch, R. (2022). *The Role of Digital Communication in Achieving Customer Satisfaction: A Case Study of Salam Bank in Algeria*. *Al-Manhal Economic Journal*, 5(2), 463-474.