

أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمات السياحية "دراسة عينة من زبائن الفنادق المصنفة بولاية سطيف"

The Impact of Information and Communication Technology (ICT) Usage on Enhancing the Quality of Tourism Services "A study on a Sample of Guests from Classified Hotels in Sétif Province"

نسيمة بوجملين^{1*}، منال كباب²، أحلام حامدي³

¹ مخبر الدراسات والأبحاث التسويقية والاقتصادية، جامعة سطيف 1 (الجزائر)، boudjemline.nassima@univ-setif.dz

² مخبر الدراسات والأبحاث التسويقية والاقتصادية، جامعة سطيف 1 (الجزائر)، manel.kebbab@univ-setif.dz

³ مخبر الدراسات والأبحاث التسويقية والاقتصادية، جامعة سطيف 1 (الجزائر)، hamdi.ahlem@univ-setif.dz

تاريخ النشر: 2025/06/30

تاريخ القبول: 2025/06/02

تاريخ الاستلام: 2025/04/29

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى قياس أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمات السياحية بالفنادق المصنفة بولاية سطيف من وجهة نظر الزبائن؛ حيث تم جمع البيانات من خلال استبيان إلكتروني وزع على عينة قصدية من 113 زبونا من زبائن هذه الفنادق. ولإجراء التحليل الإحصائي لفرضيات البحث تم استخدام برنامج SPSS V.22. أسفرت نتائج الدراسة إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال بأبعادها المختلفة على جودة الخدمات السياحية في الفنادق محل الدراسة، مما يبرز الدور الفعال الذي تلعبه هذه التكنولوجيا في الارتقاء بمستوى الخدمات المقدمة.

الكلمات المفتاحية: تكنولوجيا المعلومات والاتصال، جودة الخدمات السياحية، فنادق مصنفة.

تصنيف JEL: L83؛ O33؛ M15

Abstract:

This study aims to explore the impact of Information and Communication Technology (ICT) on enhancing the quality of tourism services in classified hotels located in the province of sétif, from the perspective of hotel customers. Data were collected using an online questionnaire distributed to a purposive sample of 113 hotel guests. To test the research hypotheses, the statistical software package SPSS (Version 22) was employed.

The findings revealed a statistically significant impact of ICT, across its various dimensions, on the quality of tourism services in the hotels under investigation. These results underscore the important role that ICT plays in improving the level of services provided in the tourism sector.

Keywords: Information and Communication Technology, Tourism Service Quality, Classified Hotels.

Jel Classification Codes : L83 ; O33 ; M15

مقدمة:

في ظل التحولات المتسارعة التي يشهدها العالم في العصر الراهن، أصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصال من أهم الأدوات الأساسية التي تساهم في دفع عجلة النمو والتطور في مختلف القطاعات، حيث تلعب دورا مهما في تحسين الأداء ورفع الكفاءة بالإضافة إلى تحسين جودة الخدمات المقدمة. ومع التحول نحو عصر الرقمنة أصبح من الضروري تبني هذه التكنولوجيا لضمان تكيف المؤسسات مع احتياجات السوق العالمية المتزايدة والمتغيرة وتلبية توقعات الزبائن بشكل مستمر.

ويعد القطاع السياحي والفندقي من أكثر القطاعات استفادة من تكنولوجيا المعلومات حيث أصبح استخدام هذه التكنولوجيا ركيزة أساسية في تطوير وتحسين الخدمات السياحية، فقد ساهمت في تسهيل آلية التواصل مع الزبائن وتقديم حلول مبتكرة؛ مثل الحجوزات الالكترونية وإدارة بيانات الزبائن وتعزيز تجارب السياح عموما، الأمر الذي ألزم الفنادق بتقديم خدمات ذات جودة عالية تواكب التطورات الحديثة وتلبي احتياجات العملاء بشكل فعال، فالمؤسسات الفندقية التي تعتمد على هذه التقنيات تضمن مكانتها في سوق تنافسي ومتغير.

إشكالية الدراسة:

تعد تكنولوجيا المعلومات والاتصال عنصرا محوريا في تطوير استراتيجيات الأعمال الحديثة، حيث تتيح للمؤسسات إمكانية جمع ومعالجة وتبادل المعلومات بكفاءة عالية، بما يعزز من قدرتها على اتخاذ قرارات دقيقة وفي الوقت المناسب. وفي المؤسسات الخدمية لا سيما السياحية، أصبح توظيف هذه التكنولوجيا ضرورة ملحة لتحسين جودة الخدمات، وتسهيل التفاعل مع الزبائن وتلبية احتياجاتهم بشكل أكثر فاعلية، الأمر الذي ينعكس إيجابا على مستوى رضاهم ويعزز من القدرة التنافسية للمؤسسة في سوق يشهد تحولات متسارعة.

ولمعرفة واقع تطبيق هذه التكنولوجيا في المؤسسات السياحية بالجزائر ومدى تأثيره على جودة الخدمات السياحية والفندقية، تم اختيار عينة من زبائن الفنادق المصنفة بولاية سطيف، هذ الأخيرة التي تعتبر من المدن الجزائرية المعروفة على المستوى الوطني كوجهة سياحية وتجارية وصناعية متميزة، الامر الذي شجع على الاستثمار في مجال السياحة والفندقة وجعلها تحتوي على عدد من فنادق مصنفة.

استنادا إلى ما تم طرحه سابقا، يمكن صياغة إشكالية الدراسة من خلال السؤال الرئيسي التالي:

ما أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمات السياحية في الفنادق المصنفة بولاية سطيف؟

فرضيات الدراسة:

من أجل معالجة الإشكالية المطروحة تم اقتراح الفرضية الرئيسية التالية:

H0: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمات السياحية في الفنادق محل الدراسة.

وللتحقق من صحة الفرضية الرئيسية المطروحة يتطلب الامر اختبار صحة الفرضيات الفرعية الناتجة عنها والتي تتمثل في:

H1: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للمعدات والبرمجيات في تحسين جودة الخدمات السياحية.

H2: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لقواعد البيانات في تحسين جودة الخدمات السياحية.

H3: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لكفاءة المستخدمين في تحسين جودة الخدمات السياحية.

H4: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للشبكات في تحسين جودة الخدمات السياحية.

أهداف الدراسة:

تمثل الأهداف الرئيسية لهذه الدراسة في النقاط التالية:

- ✓ تقديم إطار مفاهيمي لكل من تكنولوجيا المعلومات والاتصال وجودة الخدمات السياحية؛
- ✓ التعرف على أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمات السياحية؛
- ✓ تقديم مجموعة من التوصيات التي يمكن ان تساهم في زيادة فعالية تكنولوجيا المعلومات والاتصال للرقى بجودة الخدمات السياحية المقدمة في المؤسسات الفندقية محل الدراسة.

أهمية الدراسة:

تنبع أهمية الدراسة من أهمية الدور الذي تلعبه تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمات بصفة عامة والسياحية على وجه الخصوص؛ حيث تعمل على تحسين كفاءة العمليات التشغيلية وتطوير تجربة الزبائن. فبعد ان كانت تمارس فقط على الخدمات التكميلية أصبحت تتدخل في انتاج جوهر الخدمة، بالإضافة إلى مساهمتها في توسيع دائرة الخيارات بالنسبة للزبائن من خلال استخدام أساليب جديدة في تقديم الخدمة بما يؤدي إلى رفع من مستوى رضاهم ويزيد من تنافسية المؤسسات السياحية والفندقية.

منهج الدراسة:

تم الاعتماد في دراستنا على المنهج الوصفي لوصف متغيرات الدراسة وكيفية جمع البيانات الإحصائية، بينما تم استخدام المنهج التحليلي لاختبار الفرضيات وتحليل نتائج الدراسة.

هيكلية الدراسة

انطلاقاً من أهمية الموضوع وإشكاليته تم تقسيم هذه الدراسة إلى ثلاثة محاور أساسية:

1- مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال

2- مفهوم جودة الخدمة السياحية

3- الجانب التطبيقي للدراسة

الدراسات السابقة:

دراسة (2017) Ahmad Fawwaz Malkawi بعنوان The Impact of the Use of Information Technology in Improving the Quality of Services: A Field Study of Fast-Food restaurants in Jordan-

هدفت الدراسة إلى قياس تأثير توظيف تكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمات المقدمة في قطاع المطاعم وذلك من خلال دراسة دور كل من الأجهزة، البرمجيات، الموارد البشرية، والشبكات. أظهرت الدراسة وجود علاقة ارتباط إيجابية قوية بين استخدام تكنولوجيا المعلومات وتحسين جودة الخدمة. بمختلف أبعادها، لاسيما الاعتمادية والاستجابة والضممان، وبينت النتائج أن الأجهزة الحديثة والبرمجيات تساهم في رفع كفاءة العمليات بينما تساعد الشبكات في تعزيز التواصل السريع مع الزبائن، وتدعم الموارد البشرية في تقديم خدمات أكثر احترافية، كما أوصت الدراسة بضرورة الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات وتكثيف استخدامها داخل المؤسسات الخدمية لضمان رفع مستوى الجودة وتلبية توقعات الزبائن بشكل أفضل.

- دراسة مهند حميد ياسر العطوي وآخرون (2024) بعنوان " دور تكنولوجيا المعلومات في تعزيز جودة الخدمة المصرفية-بحث تطبيقي لعينة من المصارف التجارية العاملة في النجم الأشرف-".

ركزت الدراسة على تحليل تأثير تكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمات المصرفية، وذلك من خلال دراسة دور الأجهزة، البرمجيات، شبكات الاتصال وقواعد البيانات. أظهرت الدراسة وجود علاقة ارتباط إيجابية قوية بين استخدام التكنولوجيا وتحسين جودة الخدمة المقدمة؛ حيث تساهم كل من الأجهزة الحديثة والبرمجيات في تحسين العمليات التشغيلية، بينما تعزز شبكات الاتصال التفاعل مع العملاء، وتوفر قواعد البيانات معلومات دقيقة تسهل المعاملات المصرفية. وأوصت الدراسة بضرورة تبني المصارف للتكنولوجيا الحديثة لضمان تقديم خدمات عالية ذات جودة عالية تلبي احتياجات العملاء وتعزز من رضاهم.

3. دراسة كراغل عادل (2024) بعنوان " أثر التسويق الداخلي على جودة الخدمة الفندقية-دراسة مجموعة من الفنادق المصنفة في ولاية سطيف".

هدفت الدراسة الى تحليل تأثير التسويق الداخلي على جودة الخدمات الفندقية من خلال وجهة نظر الموظفين العاملين في مجموعة من الفنادق المصنفة في ولاية سطيف. ركزت الدراسة على مجموعة من عناصر التسويق الداخلي مثل الاختيار، التدريب، التمكين، التحفيز والاتصال الداخلي وأثرها على جودة الخدمة الفندقية وفقا لأبعادها المختلفة. وأظهرت النتائج وجود علاقة إيجابية بين التسويق الداخلي وجودة الخدمة المقدمة.

موقع الدراسة الحالية من الدراسات السابقة

تختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة من حيث المجال والسياق التطبيقي، حيث ركزت دراسة ملكاوي (2017) على قطاع المطاعم، ودراسة العطوي وآخرين (2024) على القطاع المصرفي، في حين تناولت دراسة كراغل عادل (2024) أثر التسويق الداخلي على جودة الخدمات الفندقية من وجهة نظر الموظفين بولاية سطيف لكنها لم تتناول دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال، أما الدراسة الحالية فقد توجهت إلى قطاع الخدمات السياحية الفندقية وركزت على تقييم الزبائن لأثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال بأبعاده المختلفة (الأجهزة والبرمجيات، الشبكات، الأفراد، قواعد البيانات) في تحسين جودة الخدمات بخلاف بعض الدراسات السابقة التي تناولت آراء الموظفين أو الإداريين، وعليه تسعى هذه الدراسة إلى تقديم إضافة جديدة من خلال دراسة العلاقة بين التكنولوجيا وجودة الخدمة السياحية من منظور الزبائن في البيئة الجزائرية.

المحور الأول: مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال

تلعب تكنولوجيا المعلومات والاتصال دورا متزايدا الأهمية في دعم المؤسسات الخدمية، إذ تمكنها من تطوير طرق العمل وتسريع تقديم الخدمات والاستجابة بشكل أكثر فعالية لاحتياجات المستفيدين، وهذا يجعلها أكثر قدرة على مواكبة التغيرات وتحقيق التميز في بيئة تنافسية متنامية.

أولا: تعريف تكنولوجيا المعلومات والاتصال

تعددت تعريفات تكنولوجيا المعلومات والاتصال باختلاف الزوايا التي تناولها الباحثون، وفيما يلي بعض هذه التعاريف:

تعرف تكنولوجيا المعلومات والاتصال بأنها الأداة التي تتيح تخزين المعلومات ومعالجتها داخل النظام، وتشمل كل ما يتعلق بالحواسيب، البرمجيات، الشبكات، قواعد البيانات، مواقع الويب، ووسائل الاتصال السلكية واللاسلكية (قدوج، نوي، و بركاتي، 2023، صفحة 234)

كما يمكن تعريفها على أنها مجموعة من الأدوات والأنظمة التي تستخدم لجمع، معالجة وتبادل المعلومات باستخدام الأجهزة والبرمجيات الحديثة (Malkawi, 2017, p. 361).

كما تعرف أيضا بأنها مجموعة من المكونات المادية والبرمجيات ووسائل الاتصال التي تتفاعل فيما بينها من أجل معالجة مختلف أنواع المعلومات وتخزينها كمعطيات رقمية، بحيث يمكن استعادتها من خلال الأجهزة المعلوماتية لاستخدامها عند الحاجة وتوزيعها إلى الجهات المعنية للاستفادة منها بالشكل المناسب وفي الوقت الملائم (يحيوي و الحسني، 2017، صفحة 419).

مما سبق يمكن استخلاص أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال تشير إلى الاستخدام المتكامل للحواسيب، والشبكات، وقواعد البيانات ووسائل الاتصال بهدف إنتاج المعلومات، ومعالجتها، وتخزينها، ونقلها أو تبادلها في أي زمان ومكان.

ثانيا: أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال

تكمن أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال من خلال ما تقدمه من فوائد ومزايا متعددة لمستخدميها مما دفع العديد من المؤسسات الخدمية إلى تبنيها في مختلف أنشطتها، وتتجلى هذه الأهمية من خلال ما يلي (حمد و صالح، 2018، صفحة 89):

– تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال بشكل كبير في تصميم وتطوير المنتجات بأعلى جودة وبتكلفة منخفضة من خلال استخدام أنظمة التصنيع المؤتمتة المتطورة مثل أنظمة التصميم بمساعدة الحاسوب (CAD) والتصنيع بمساعدة الحاسوب (CAM).

– توفير القدرة على توسيع أنشطة المؤسسة ومهامها بأسرع وقت ممكن، مما يتيح لها تحقيق قيمة مضافة وزيادة الحصة السوقية وبالتالي رفع قدرة المؤسسة على المنافسة.

– تحسن قدرة المؤسسة على التواصل الفعال مع الزبائن والموردين وغيرهم، مما يساهم في تحديد احتياجاتهم وإتمام الصفقات بدقة وسرعة بغض النظر عن المكان والزمان.

– توفير المعلومات الضرورية التي تساعد المديرين في اتخاذ القرارات الصائبة بسهولة دون الحاجة لتحمل ضغوط فكرية عالية وذلك باستخدام أنظمة دعم القرارات والذكاء الاصطناعي والأنظمة الخبيرة.

– تمكين المؤسسات من التواصل المستمر مع البيئة الخارجية والتكيف معها بما يتوافق مع متطلبات المسؤولية الاجتماعية والتنمية المستدامة.

– تحقيق تنسيق مثالي ونظام اتصال فعال بين مختلف أقسام المؤسسة من خلال إنشاء شبكة اتصالات شاملة تتميز بأعلى درجات الدقة والسرعة والاستجابة الفورية.

ثالثا: مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصال

تشمل تكنولوجيا المعلومات مجموعة من العناصر المترابطة التي تتفاعل لتحقيق أهدافها مما يساعد مختلف المستويات الإدارية في إنجاز مهامها بفعالية وتمثل فيما يلي:

1- الأجهزة: يقصد بها المكونات المادية التي يستند إليها نظام تكنولوجيا المعلومات بحيث تشمل وسائل الإدخال كالماسح الضوئي ولوحة المفاتيح بالإضافة إلى وحدة المعالجة المركزية التي تستعمل لعرض المعلومات كالسماعات والشاشة والطابعة فضلا عن وسائل التخزين المختلفة وأدوات الاتصال (Malkawi, 2017, p. 362).

2- البرمجيات: تعتبر برامج تكنولوجيا المعلومات العنصر الأساسي الذي يفعل المكونات المادية فبدونها لا يمكن الاستفادة منها بشكل كامل، والتهيئة عبارة عن تعليمات منظمة تعطى للحاسوب بطريقة منطقية لتمكينه من تنفيذ مهمة محددة، بحيث تعمل هذه التعليمات على تشغيل وإدارة المكونات المادية لأداء التطبيقات والوظائف المطلوبة بكفاءة (بن عمارة و بن عمارة، 2021، صفحة 15).

3- قواعد البيانات: هي مجموعة من البيانات والمعلومات التي تخزن في أجهزة مخصصة لتخزين البيانات، حيث تتميز بإمكانية تحديثها أو تعديلها أو إضافة بيانات جديدة باستمرار لمواكبة التغيرات الحديثة مما يساعد المدراء في اتخاذ قرارات استراتيجية دقيقة ويعزز كفاءة وفعالية أداء المستخدمين النهائيين لمهامهم (كاظم، علي، و العطوي، 2024، صفحة 1715).

4- شبكات الاتصال: هي أنظمة متكاملة تتيح تبادل البيانات والمعلومات بين الأجهزة المختلفة باستخدام وسائل الاتصال السلكية أو اللاسلكية، مما يساهم في ربط الافراد والمؤسسات لتحقيق أهداف التواصل وإدارة المعلومات حيث تعتمد على مكونات رئيسية تشمل الأجهزة، البرمجيات والبروتوكولات وتستخدم بشكل واسع لدعم نقل البيانات بكفاءة (stallings, 2007, p. 22).

5- الأفراد: يقصد بالأفراد جميع الأشخاص المسؤولين عن إدارة وتشغيل تكنولوجيا المعلومات، سواء كانوا إداريين أو متخصصين أو مستخدمين نهائيين للنظام، ويتفق معظم الخبراء في مجال نظم المعلومات على أن العنصر البشري يلعب دورا محوريا يفوق بكثير أهمية المستلزمات المادية كما يعزى إليهم غالبا السبب الرئيسي وراء حالات الفشل في تشغيل الانظمة (قرون ، بوضياف، و العيفة، 2020، صفحة 48).

المحور الثاني: مفهوم جودة الخدمات السياحية

يعتبر تحسين جودة الخدمات السياحية وتطويرها من الاستراتيجيات الحيوية التي تمكن المؤسسات السياحية من تحقيق التفوق والاستمرارية في الأسواق، فرفع مستوى جودة خدماتها يمكنها من اكتساب ميزة تنافسية قوية مما يعزز رضا العملاء ويفتح المجال أمام المنافسة بفعالية أكبر.

أولا: تعريف جودة الخدمات السياحية

قبل التطرق إلى مفهوم جودة الخدمة السياحية، من الضروري أولا توضيح معنى الخدمة السياحية والتي تعرف على أنها مجموعة من الأنشطة التي توفرها المؤسسة للزبائن لتلبية احتياجاتهم ورغباتهم من خلال توفير جميع التسهيلات اللازمة لضمان راحتهم التامة (كورتل، 2009، صفحة 215).

كما عرفت على أنها مجموعة من الأعمال غير المادية التي يمكن تقديمها بشكل مستقل وتلي حاجات ورغبات الزبائن، ولا تحتاج بالضرورة إلى الارتباط ببيع منتج آخر أو نقل الملكية (رمضاني و عيواج، 2020، صفحة 86)

في المقابل تعرف جودة الخدمة السياحية بأنها مدى تطابق مستوى الخدمة المقدمة مع توقعات الزبائن، أو تقديمها بجودة تتجاوز تلك التوقعات مما يلي احتياجاتهم ويحقق رضاهم (Benouadah & Benaichi, 2018, p. 193).

كما تعرف أيضا بأنها الفجوة بين توقعات الزبائن حول أداء الخدمة السياحية والتقييم الفعلي للخدمات المقدمة وتعكس هذه الجودة قدرة المؤسسات السياحية على تلبية رغبات واحتياجات الزبائن من خلال تفاعلاتهم مع موظفيها (Bayad & al, 2021, p. 17).

كما يمكن تعريفها على أنها إجمالي الصفات والخصائص التي تتمتع بها الخدمة بحيث تكون قادرة على تلبية احتياجات الزبون وتحقيق رضاه (Malkawi, 2017, p. 364).

من التعاريف السابقة يمكن تعريف جودة الخدمة السياحية (الفندقية) بأنها القيمة المضافة التي تقدمها المؤسسات السياحية مثل الفنادق لعملائها بما يتجاوز توقعاتهم حيث لم تعد الفنادق قادرة على تلبية احتياجات زبائنهم دون اعتماد التكنولوجيا الحديثة التي تساهم في

توفير خدمات مبتكرة ومتميزة بالإضافة الى ذلك أصبحت التكنولوجيا اليوم محور اهتمام الزبائن حيث تساهم بشكل كبير في تحقيق رضاهم وزيادة ولائهم مما ينعكس إيجابيا على تحقيق أرباح أعلى للمؤسسات.

ثانيا: أهمية جودة الخدمات السياحية

تعد جودة الخدمات السياحية من العوامل الرئيسية لنجاح المؤسسات السياحية، اذ تمثل معيارا جوهريا لتحقيق التميز التنافسي وزيادة الحصة السوقية مما يضمن استمرارية المؤسسة السياحية، ومن هذا المنطلق تتجلى أهمية جودة الخدمات السياحية فيما يلي (كراغل ، 2024، صفحة 127):

– **تحسين الكفاءة التشغيلية:** يساعد التركيز على الجودة في تحسين إدارة الموارد وتقديم الخدمات بشكل أكثر كفاءة مما يقلل من التكاليف التشغيلية ويزيد من رضا الزبائن.

– **جذب عملاء دائمين:** تقديم خدمات سياحية عالية الجودة يبني ثقة العملاء ويدفعهم للعودة مجددا، مما يعزز ولائهم للمؤسسة.

– **مواكبة توقعات الزبائن:** يساهم تقديم خدمات بجودة عالية في تلبية احتياجات الزبائن ورغباتهم وارضاء تطلعاتهم بشكل فعال.

ثالثا: أبعاد جودة الخدمات السياحية

حدد كل من Berry وParasuraman خمسة أبعاد رئيسية لقياس جودة الخدمة تحت اسم مقياس Servqual، ويمكن تفصيل هذه الابعاد على النحو التالي:

1-**الملموسية:** تشمل الملموسات مظهر المباني والمرافق، والأدوات والمعدات المستخدمة للتواصل في الأماكن السياحية بالإضافة الى مظهر مقدمي الخدمة (Kahnali & Esmaeili, 2015, p. 292).

2-**الاعتمادية:** تعكس قدرة المؤسسة على الاعتماد على مقدمي الخدمة لتقديم الخدمة المطلوبة من الزبون بدقة وموثوقية، كما تمثل مدى التزام المؤسسة بتعهداتها تجاه زبائنهم (موسلي و حساني، 2021، صفحة 152).

3-**الاستجابة:** تعكس مدى استعداد مقدمي الخدمة لتلبية احتياجات الزبائن ومتطلباتهم بشكل مستمر وفي الوقت المحدد (البعة و غيدة ، 2022، صفحة 232).

4-**التعاطف:** هو قدرة المؤسسة على تقديم الاهتمام والعناية الكافية لكل زبائنهم بصفة شخصية من خلال معاملة قائمة على الاحترام والمودة خاصة في اللحظات الأولى التي يتكون فيها انطباع الزبون عن مقدمي الخدمة (حمدي، داتو، و ردين، 2021، صفحة 420).

5-**الأمان:** يعتبر الأمان من العناصر الأساسية التي تركز عليها المؤسسات السياحية حيث يعكس شعور الزبائن بالأطمئنان والراحة اتجاه الخدمات المقدمة بحيث يجب على المؤسسات السياحية ضمان سلامة الزوار وحمايتهم من المخاطر المحتملة مثل الحوادث، السرقة والاعتداءات مما يعزز ثقتهم في المكان ويضمن تجربة آمنة لهم (نصور و ابراهيم، 2016، صفحة 423).

المحور الثالث: الجانب التطبيقي للدراسة

أولا: منهجية الدراسة واجراءاتها

1- المجتمع البحثي وعينته

يتمثل مجتمع الدراسة في جميع الزبائن الذين ارتادوا الفنادق المصنفة بولاية سطيف واستفادوا من خدماتها، ونظرا لصعوبة حصر جميع أفراد المجتمع الإحصائي وعدم توفر قاعدة بيانات شاملة للزبائن تم الاعتماد على أسلوب العينة غير الاحتمالية القصدية، حيث تم توزيع استبيان إلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالفنادق المدروسة، بالإضافة الى إرساله عبر البريد الإلكتروني إلى مجموعة من الأساتذة الجامعيين وغيرهم من الزبائن الذين أقاموا في هذه الفنادق، وقد أسفرت عملية جمع البيانات التي امتدت خلال الفترة بين

شهري جانفي وفيفري 2025 عن الحصول على 113 استجابات صالحة للتحليل، وهو ما يعكس وجهات نظر شريحة من الزبائن المستهدفين.

2- الأداة المستخدمة في الدراسة

بغرض الإجابة على تساؤلات الدراسة التحليلية والتحقق من صحة فرضياتها، تم إعداد استبيان الكتروني لجمع البيانات اللازمة حول تأثير استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين جودة الخدمات الفندقية، وقد اشتمل الاستبيان على مجموعة من الأسئلة المصممة لقياس أبعاد الموضوع المدروس وتم توزيعه عبر منصات التواصل الاجتماعي والبريد الإلكتروني على عينة من زبائن الفنادق المصنفة بولاية سطيف.

وقد تضمن الاستبيان ثلاثة محاور رئيسية:

- ❖ **المحور الأول:** يشمل البيانات الديموغرافية والشخصية للمشاركين في الدراسة.
- ❖ **المحور الثاني:** يتناول عددا من البنود التي تقيس مستوى توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال في بيئة الخدمات الفندقية.
- ❖ **المحور الثالث:** يركز على تقييم جودة الخدمة السياحية ويضم عدد من العبارات موزعة على الأبعاد الخمسة المعتمدة في القياس (الموثوقية، سرعة الاستجابة، التعاطف، الأمان والمظاهر المادية)، حيث خصص لكل بعد مجموعة من العبارات لقياسه بدقة.

ولتحليل البيانات المستخلصة تم استخدام برنامج SPSS V.22، وتم الاعتماد على مقياس ليكرت الخماسي لقياس مدى اتفاق الباحثين حول العبارات المطروحة.

3- صدق وثبات أداة البحث

في إطار التحقق من مصداقية الأداة البحثية المعتمدة في هذه الدراسة تم استخدام معامل ألفا كرونباخ كأحد الأساليب الشائعة لقياس الاتساق الداخلي بين بنود الاستبيان، وتعد قيمة هذا المؤشر معيارا لقبول الأداة حيث يعتبر معامل الثبات مقبولا إذا تجاوز عتبة 0.60، مما يدل على مستوى من الثبات يسمح باعتماد نتائج الدراسة وتحليلها بثقة، والجدول رقم 01 يبين معاملات ثبات أداة البحث

الجدول رقم 01: اختبار ثبات أداة الدراسة

متغيرات الدراسة	عدد العبارات	قيمة معامل الثبات
تكنولوجيا المعلومات والاتصال	16	0.937
جودة الخدمة السياحية	20	0.959
الاستبيان ككل	36	0.968

المصدر: من اعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات SPSS V.22

يتبين من الجدول أن معامل الثبات الإجمالي للاستبيان مرتفع جدا حيث بلغ 0.968 وهو أعلى بكثير من القيمة المقبولة 0.60، وهذا يشير الى أن الاستبيان يتمتع بثبات عالي جدا مما يضمن موثوقية نتائجه ويجعله قابلا للاعتماد في التطبيق الميداني للدراسة.

ثانيا: تحليل نتائج الدراسة الميدانية

1- عرض خصائص أفراد العينة

الجدول رقم 02: وصف متغيرات الدراسة

المتغير	الحالة	التكرار	النسبة المئوية	المتغير	الحالة	التكرار	النسبة المئوية
الجنس	ذكر	46	40.7%	الوظيفة	طالب	27	23.9%
	انثى	67	59.3%		موظف	65	57.5%
العمر	من 20 إلى 30 سنة	37	32.7%		مهن حرة	13	11.5%
	من 31 إلى 40 سنة	41	36.6%		متقاعد	3	2.7%
	من 41 إلى 50 سنة	29	25.7%		رجل أعمال	5	4.4%
	51 سنة فأكثر	6	5.3%	عدد مرات	مرة واحدة	45	39.8%
المؤهل العلمي	ثانوي فأقل	6	5.3%		من 2 إلى 3 مرات	38	33.6%
	جامعي	31	27.4%		من 4 إلى 6 مرات	13	11.5%
	دراسات عليا	76	67.3%		7 مرات فأكثر	17	15%
				المجموع	113	100%	

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات SPSS V.22

يتضح من تحليل خصائص العينة أن النسبة الأكبر من الزبائن المشاركين هي من الإناث بنسبة 59.3% في حين يمثل الذكور 40.7%، كما أن الفئة العمرية الأكثر تمثيلا هي بين 31 و 40 سنة بنسبة 36.6% مما يشير إلى أن الزبائن الأكثر إقبالا على الفنادق المصنفة في ولاية سطيف ينتمون إلى فئة عمرية تتمتع بالاستقرار الوظيفي والمالي، فيما يتعلق بالمستوى التعليمي فإن غالبية الزبائن يحملون شهادات دراسات عليا بنسبة 67.3% وهو ما يعكس أن العينة تضم أفرادا من فئات تعليمية عالية قد تكون أكثر قدرة على تقييم جودة الخدمات بدقة، أما من حيث الوظيفة فتشير البيانات إلى أن 65% من الزبائن هم موظفون مما يدل على أن غالبية العينة تنتمي إلى فئة عاملة مستقرة تشارك بشكل مستمر في استخدام الخدمات الفندقية، وفيما يخص عدد مرات الزيارة يتبين أن 39% من الزبائن زاروا الفنادق مرة واحدة فقط مما يدل على أن زيارتهم قد تكون قصيرة أو غير متكررة وربما لأغراض محددة.

2- تحليل وتفسير إجابات المبحوثين على محور تكنولوجيا المعلومات والاتصال

الجدول رقم 03: اتجاهات أفراد عينة الدراسة حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الفنادق محل الدراسة

الخوار	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
المعدات والبرمجيات	4.157	0.718	مرتفعة
قواعد البيانات	4.073	0.703	مرتفعة
الشبكات	4.031	0.764	مرتفعة
الأفراد	4.082	0.658	مرتفعة
تكنولوجيا المعلومات والاتصال	4.086	0.623	مرتفعة

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات SPSS V.22

تشير البيانات المعروضة في الجدول أعلاه إلى أن جميع الأبعاد المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال حققت درجة موافقة مرتفعة مما يعكس اعتمادا قويا من قبل الفنادق المدروسة على هذه التكنولوجيا لتحسين جودة الخدمات المقدمة، فقد أظهرت النتائج أن **المعدات والبرمجيات** تعد من العوامل الأكثر تأثيرا حيث حصلت على أعلى متوسط حسابي بلغ **4.157** مما يدل على دور الأجهزة الحديثة والبرمجيات في تعزيز الكفاءة وجودة الخدمة، كما أكدت نتائج **قواعد البيانات** على أهمية تخزين البيانات بدقة لتحسين تقديم الخدمات حيث سجلت متوسطا قدره **4.073**، كذلك أشارت البيانات إلى أن **الشبكات** تلعب دورا حيويا في تسريع تقديم الخدمات والتواصل مع الزبائن مع متوسط حسابي بلغ **4.031**، بالإضافة إلى ذلك أظهرت النتائج الخاصة **بالأفراد** تقييما مرتفعا بمتوسط **4.082** مما يعكس أهمية وجود موظفين متخصصين في تكنولوجيا المعلومات لتحسين سرعة استجابة الفنادق لاحتياجات الزبائن، وفي الأخير أظهرت النتائج أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال بشكل عام تلعب دورا أساسيا في تحسين الخدمات المقدمة حيث سجلت متوسطا حسابيا قدره **4.086** مع انحراف معياري قدره **0.623** مما يدل على أن هذه الفنادق تعتمد بشكل كبير على تكنولوجيا المعلومات والاتصال لتحسين مستوى الخدمات المقدمة.

3- تحليل وتفسير إجابات المبحوثين على محور جودة الخدمة السياحية (الفندقية)

الجدول رقم 04: اتجاهات أفراد عينة الدراسة حول جودة الخدمات السياحية في الفنادق محل الدراسة

المحور	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
الملموسية	4.161	0.709	مرتفعة
الاعتمادية	3.900	0.788	مرتفعة
الاستجابة	3.818	0.823	مرتفعة
الأمان	3.867	0.792	مرتفعة
التعاطف	3.997	0.684	مرتفعة
جودة الخدمة السياحية	3.949	0.675	مرتفعة

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات SPSS V.22

تشير البيانات المعروضة في الجدول أعلاه إلى أن جميع الأبعاد المتعلقة بجودة الخدمة السياحية قد حققت درجات موافقة مرتفعة، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية بين **3.818** و **4.161** مما يدل على أن الفنادق المدروسة تحرص على تقديم خدمات سياحية عالية الجودة، فقد أظهرت النتائج أن **الملموسية** هي البعد الأكثر تقديرا من قبل الزبائن حيث حصلت على أعلى متوسط حسابي بلغ **4.161** مما يشير إلى أن الفنادق المدروسة تتميز بتوفير مرافق وخدمات ملموسة على مستوى عال من الجودة، كما أظهرت **الاعتمادية** درجة مرتفعة حيث سجلت متوسطا قدره **3.900** مما يشير إلى أن الزبائن يثقون في قدرة الفنادق على تقديم خدمات ثابتة وموثوقة، كما تبين من خلال النتائج أن الأبعاد الأخرى **الاستجابة**، **الأمان** و **التعاطف** حققت نتائج إيجابية مما يعكس حرص الفنادق على الاستجابة لاحتياجات الزبائن بشكل سريع وآمن بالإضافة إلى توفير جو من الرعاية والاهتمام.

ثالثا: اختبار صلاحية نموذج وفرضيات البحث

1- اختبار نموذج البحث

1-1- تحليل شكل توزيع متغيرات الدراسة

تم تقييم شكل توزيع المتغيرات قيد الدراسة من خلال الاعتماد على معاملي الالتواء والتفلطح وذلك لتأكد من مدى انطباقها على التوزيع الطبيعي والجدول الآتي يبين ذلك

الجدول رقم 05: قيم معاملي الالتواء والتفلطح للمتغيرات

المتغير	معاملات الالتواء	معاملات التفلطح
المعدات والبرمجيات	-1.459	3.255
قواعد البيانات	-0.747	0.416
الشبكات	-0.731	0.962
الأفراد	-0.844	1.626
تكنولوجيا المعلومات والاتصال	-0.803	1.539
جودة الخدمات السياحية	-0.735	1.211

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على مخرجات SPSS V.22

تشير النتائج الإحصائية الموضحة في الجدول أعلاه إلى أن جميع قيم معاملات الالتواء والتفلطح تتراوح ما بين (-0.731 و-1.459) وهي تقع ضمن المجال المقبول للتوزيع الطبيعي الممتد من -3 إلى +3، أما بالنسبة لقيم معامل التفلطح فقد جاءت ضمن النطاق (0.416 و3.255) وهي بذلك أقل من الحد الأقصى الموصى به وهو 20، وبناء على ذلك يمكن القول إن متغيرات الدراسة تتوزع بشكل طبيعي مما يسمح بالاعتماد على الاختبارات المعلمية في اختبار الفرضيات.

1-2- اختبار العلاقة الخطية بين المتغيرات المدروسة

لقياس درجة الارتباط بين المتغير المستقل "تكنولوجيا المعلومات" والمتغير التابع "جودة الخدمات السياحية" تم الاعتماد على معامل الارتباط بيرسون، وجاءت نتائج التحليل كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم 06: معامل الارتباط بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وجودة الخدمات السياحية

المتغير التابع	معامل الارتباط	المتغير المستقل
0.747**	معامل الارتباط	
0.000	مستوى المعنوية	
113	N	

** ارتباط دال إحصائياً عند مستوى معنوية 0.01

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على مخرجات SPSS V.22

يوضح الجدول أعلاه وجود علاقة طردية قوية وذات دلالة إحصائية بين استخدام تكنولوجيا المعلومات وجودة الخدمة السياحية، حيث بلغ معامل الارتباط 0.747 وهو دال إحصائياً عند مستوى معنوية 0.01.

2- اختبار صحة فرضيات البحث

1-2- اختبار صحة الفرضية الفرعية الأولى

H1: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) للمعدات والبرمجيات في تحسين جودة الخدمات السياحية بالفنادق محل الدراسة، تم اختبار هذه الفرضية من خلال تحليل الانحدار الخطي البسيط حيث نأكد صحة الفرضية إذا كان مستوى المعنوية أقل أو يساوي 0.05

الجدول رقم 06: نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لقياس أثر المعدات والبرمجيات على جودة الخدمات السياحية

المعدات والبرمجيات					جودة الخدمة السياحية
معامل الارتباط	معامل التحديد	معامل الانحدار	قيمة F	قيمة Sig	
0.662	0.438	0.622	86.423	0.000	

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على مخرجات SPSS V.22

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن معامل الارتباط R بلغ 0.662 مما يدل على وجود علاقة طردية متوسطة بين المعدات وجودة الخدمات السياحية، كما بلغ معامل التحديد R^2 قيمة 0.438 وهذا يشير إلى أن 43.8% من التغيرات في جودة الخدمات السياحية تعزى إلى المعدات والبرمجيات، أما معامل الانحدار فقد بلغت قيمته 0.622 وهو ما يدل على أن كل زيادة بوحدة واحدة في المعدات والبرمجيات تساهم في رفع جودة الخدمات السياحية بمقدار 0.622، كما أكدت قيمة F المحسوبة دلالة الأثر حيث بلغت 86.423 بقيمة دلالة (Sig) 0.000 وهي أقل من مستوى المعنوية 0.05، وعليه تؤكد النتائج صحة الفرضية الفرعية الأولى.

2-2- اختبار صحة الفرضية الفرعية الثانية

H2: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لقواعد البيانات في تحسين جودة الخدمات السياحية، تم اختبار هذه الفرضية من خلال تحليل الانحدار الخطي البسيط حيث نأكد صحة الفرضية إذا كان مستوى المعنوية أقل أو يساوي 0.05

الجدول رقم 07: نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لقياس أثر قواعد البيانات على جودة الخدمات السياحية

قواعد البيانات					جودة الخدمة السياحية
معامل الارتباط	معامل التحديد	معامل الانحدار	قيمة F	قيمة Sig	
0.544	0.296	0.522	46.676	0.000	

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على مخرجات SPSS V.22

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن معامل الارتباط R بلغ 0.544 مما يدل على وجود علاقة طردية متوسطة بين قواعد البيانات وجودة الخدمات السياحية، كما بلغ معامل التحديد R^2 قيمة 0.296 وهذا يعني أن حوالي 29.6% من التغيرات التي تطرأ على جودة الخدمات السياحية يمكن تفسيرها من خلال استخدام قواعد البيانات، أما معامل الانحدار فقد بلغت قيمته 0.522 وهو ما يدل على أن كل زيادة بوحدة واحدة في المعدات والبرمجيات تساهم في رفع جودة الخدمات السياحية بمقدار 0.522، كما أكدت قيمة F المحسوبة دلالة الأثر حيث بلغت 46.676 بقيمة دلالة (Sig) 0.000 وهي أقل من مستوى المعنوية 0.05، وعليه تؤكد النتائج صحة الفرضية الفرعية الثانية.

2-3- اختبار صحة الفرضية الفرعية الثالثة

H3: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لكفاءة المستخدمين في تحسين جودة الخدمات السياحية بالفنادق محل الدراسة، تم اختبار هذه الفرضية من خلال تحليل الانحدار الخطي البسيط حيث نأكد صحة الفرضية إذا كان مستوى المعنوية أقل أو يساوي 0.05

الجدول رقم 08: نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لقياس أثر المستخدمين على جودة الخدمات السياحية

المستخدمين					جودة الخدمة السياحية
معامل الارتباط	معامل التحديد	معامل الانحدار	قيمة F	قيمة Sig	
0.710	0.504	0.728	112.845	0.000	

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على مخرجات SPSS V.22

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن معامل الارتباط R بلغ 0.710 مما يدل على وجود علاقة طردية قوية بين المستخدمين وجودة الخدمات السياحية، كما بلغ معامل التحديد R^2 قيمة 0.504 وهذا يشير إلى أن 50.4% من التغيرات في جودة الخدمات السياحية تعزى إلى المستخدمين، أما معامل الانحدار فقد بلغت قيمته 0.728 وهو ما يدل على أن كل زيادة بوحدة واحدة في المستخدمين تساهم في رفع جودة الخدمات السياحية بمقدار 0.728، كما أكدت قيمة F المحسوبة دلالة الأثر حيث بلغت 112.845 بقيمة دلالة (Sig) 0.000 وهي أقل من مستوى المعنوية 0.05، وعليه تؤكد النتائج صحة الفرضية الفرعية الثالثة.

2-3- اختبار صحة الفرضية الفرعية الرابعة

H4: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لشبكات الاتصال في تحسين جودة الخدمات السياحية بالفنادق محل الدراسة، تم اختبار هذه الفرضية من خلال تحليل الانحدار الخطي البسيط حيث نأكد صحة الفرضية إذا كان مستوى المعنوية أقل أو يساوي 0.05

الجدول رقم 09: نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لقياس أثر شبكات الاتصال في تحسين جودة الخدمات السياحية

شبكات الاتصال					جودة الخدمة السياحية
معامل الارتباط	معامل التحديد	معامل الانحدار	قيمة F	قيمة Sig	
0.702	0.493	0.621	107.938	0.000	

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على مخرجات SPSS V.22

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن معامل الارتباط R بين شبكات الاتصال وجودة الخدمات السياحية بلغ 0.702 مما يدل على وجود علاقة طردية قوية بين المتغيرين أي أن تحسين شبكات الاتصال يرافقه تحسن في جودة الخدمات السياحية، أما معامل التحديد R^2 فقط بلغ 0.493 وهذا يشير إلى أن 49.3% من التغيرات في جودة الخدمات السياحية تعزى إلى استخدام شبكات الاتصال، وبالنسبة إلى معامل الانحدار فقد بلغت قيمته 0.621 وهو ما يدل على أن كل زيادة بوحدة واحدة في فعالية شبكات الاتصال تؤدي في رفع جودة الخدمات السياحية بمقدار 0.621 وهو ما يؤكد أهمية هذا البعد في تحسين تجربة الزبائن، كما أكدت قيمة F المحسوبة دلالة الأثر حيث بلغت 107.938 بقيمة دلالة (Sig) 0.000 وهي أقل من مستوى المعنوية 0.05، وعليه تؤكد النتائج صحة الفرضية الفرعية الرابعة.

2-5- اختبار صحة الفرضية الفرعية الرئيسية

H0: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على تحسين جودة الخدمات السياحية في الفنادق محل الدراسة. تم اختبار هذه الفرضية من خلال تحليل الانحدار الخطي البسيط حيث نأكد صحة الفرضية إذا كان مستوى المعنوية أقل أو يساوي 0.05

الجدول رقم 10: نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لقياس أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمات السياحية

شبكات الاتصال					جودة الخدمة السياحية
قيمة Sig	قيمة F	معامل الانحدار	معامل التحديد	معامل الارتباط	
0.000	139.981	0.809	0.558	0.747	

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات SPSS V.22

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن معامل الارتباط R بين المتغير المستقل والمتغير التابع بلغ 0.747 مما يدل على وجود علاقة طردية قوية بين المتغيرين أي أن تحسين استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال يرافقه تحسن ملحوظ في جودة الخدمات السياحية، كما بلغ معامل التحديد R^2 0.558 وهذا يعني أن 55.8% من التغيرات في جودة الخدمات السياحية تعزى إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصال، أما معامل الانحدار فقد بلغت قيمته 0.809 وهذا يعني أن كل زيادة بوحدة واحدة في تكنولوجيا المعلومات والاتصال تساهم في رفع جودة الخدمات السياحية بمقدار 0.809 مما يبرز الأثر الإيجابي لهذه التكنولوجيا في تحسين تجربة الزبائن، كما أكدت نتائج تحليل ANOVA دلالة الأثر الإحصائي حيث بلغت قيمة F 139.981 بقيمة Sig 0.000 وهي أقل من 0.05، مما يعزز صحة الفرضية الرئيسية ويؤكد وجود أثر دال إحصائي لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمات السياحية في الفنادق المدروسة.

الخلاصة:

جاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمات السياحية من خلال استكشاف مدى تأثير مكوناتها الأساسية -الأجهزة والمعدات، قواعد البيانات، كفاءة الافراد والشبكات- في تحسين جودة الخدمات الفندقية (الموثوقة، سرعة الاستجابة، التعاطف، الأمان والمظاهر المادية) من وجهة نظر الزبائن. وقد أظهرت النتائج أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال أصبحت عنصرا أساسيا لا غنى عنه في القطاع السياحي، لما توفره من دعم فعال في مختلف مراحل تقديم الخدمة.

وقد تبين أن توفر الأجهزة والبرمجيات المناسبة، ووجود أفراد مؤهلين قادرين على استخدام هذه الأدوات بكفاءة، بالإضافة إلى فعالية الشبكات في تسهيل التواصل تعد من العوامل التي تساهم في رفع مستوى رضا الزبائن وتعزيز جودة الخدمات المقدمة، كما أشارت الدراسة إلى أن إدماج التكنولوجيا في العمل الفندقي لا يتوقف على الجانب التقني فحسب، بل يتطلب تفعيل حقيقي لدور الأفراد وهيئة بيئة تنظيمية قادرة على التكيف مع التحولات الرقمية.

وبذلك، تؤكد الدراسة أن الاستخدام الواعي والمنظم لتكنولوجيا المعلومات والاتصال يمكن أن يشكل رافعة استراتيجية لتحسين جودة الخدمات السياحية، وتعزيز قدرة الفنادق على الاستجابة لمتطلبات الزبائن وتوقعاتهم المتزايدة في ظل بيئة تنافسية متسارعة التغير.

توصيات الدراسة

في ضوء النتائج المتوصل إليها من خلال هذه الدراسة، تم تقديم مجموعة من التوصيات التي من شأنها الإسهام في الارتقاء بمستوى الخدمات السياحية وتعزيز فعالية التوظيف التكنولوجي داخل هذا القطاع الحيوي، ويمكن عرضها كما يلي:

- ✓ الاستثمار في تطوير البنية التكنولوجية داخل الفنادق المصنفة من خلال تحديث المعدات والبرمجيات بصفة دورية لضمان تقديم خدمات سريعة وفعالة تتماشى مع تطلعات الزبائن.
- ✓ تعزيز كفاءة المستخدمين (العاملين بالفنادق) من خلال تنظيم دورات تدريبية مستمرة تركز على استخدام تكنولوجيا المعلومات في التفاعل مع الزبائن وتسيير العمليات الداخلية بكفاءة أعلى.
- ✓ تحسين استخدام قواعد البيانات الفندقية من خلال اعتماد أنظمة أكثر تقدماً لتحليل بيانات الزبائن وتخصيص الخدمات حسب احتياجاتهم وتفضيلاتهم، مع الحرص على حماية خصوصيتهم.
- ✓ تقوية شبكات الاتصال الداخلية والخارجية، بما يضمن سرعة الاستجابة وفعالية التفاعل بين إدارات الفنادق والزبائن، خاصة عبر المنصات الرقمية والتطبيقات الذكية.
- ✓ اعتماد مقاربة شاملة لدمج التكنولوجيا في العملية السياحية، لا تقتصر على الجانب التقني فقط بل تشمل العنصر البشري والتنظيمي، لضمان الاستفادة الكاملة من إمكانيات تكنولوجيا المعلومات.
- ✓ تشجيع الإدارة الفندقية على تبني ثقافة رقمية تعتمد على الابتكار والتحسين المستمر للخدمة، وجعل التكنولوجيا جزءاً من هوية المؤسسة وليس فقط أداة مساندة.
- ✓ إجراء تقييم دوري لفعالية الأنظمة التكنولوجية المطبقة وتأثيرها على جودة الخدمات، من خلال مؤشرات أداء واضحة وربطها برضا الزبائن.

آفاق البحث المستقبلية

تفتح هذه الدراسة المجال أمام باحثين آخرين للتعلم في مواضيع أكثر تخصيصاً، مثل دراسة أثر كل بعد من أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصال بشكل منفصل على جودة الخدمة، أو استكشاف العلاقة بين التكنولوجيا ورضا الزبائن أو ولائهم في السياق السياحي، كما يقترح توسيع نطاق الدراسات لتشمل ولايات ومناطق سياحية أخرى من أجل المقارنة ورصد الفروقات المحتملة في تطبيق التكنولوجيا داخل مختلف السياقات الفندقية.

قائمة المراجع باللغة العربية

1. احمد رزاق كاظم، علي يوسف علي، و مهند ياسر العطوي. (2024). دور تكنولوجيا المعلومات في تعزيز جودة الخدمة المصرفية-بحث تطبيقي لعينة من المصارف التجارية العاملة في النجف الشرف-. *مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية*، المجلد 20، 1708-1732.
2. الطاهر بن عمارة، و نوال بن عمارة. (2021). أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على ابداع العملية- دراسة ميدانية في المؤسسة الوطنية للاشغال في الابار-. *مجلة اليانزا للبحوث والدراسات*، المجلد 06(العدد 02)، 09-28.
3. حنان البعة، و فلة غيدة . (2022). تمكين العاملين كمدخل لتحسين جودة الخدمات الفندقية- دراسة المركب السياحي لحمامات ريغة-. *مجلة الاقتصاد الجديد*، المجلد 13(العدد 02)، 245-226.
4. رشيد حمدوني، عماد سعيد داتو، و مصطفى ردين. (2021). جودة الخدمة الفندقية وتحدي التغيير. *مجلة اقتصاديات شمال افريقيا*، المجلد 17(العدد 26)، 430-415.
5. ريزان نصور، و نور ابراهيم. (2016). قياس مستوى جودة الخدمات الفندقية المقدمة في فنادق محافظة اللاذقية من وجهة نظر النزلاء- دراسة فندق أقاميا-. *مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية*، 38(4)، 415-432.
6. سعد ابراهيم حمد، و ماجد محمد صالح. (2018). تكنولوجيا المعلومات والاتصال واثراها في تسويق الخدمة السياحية-دراسة ميدانية في عينة من المنظمات السياحية في محافظة بغداد-. *مجلة جامعة بابل*، المجلد 26(العدد 01)، 83-107.
7. طيب موسلي، و رقية حساني. (2021). ادارة علاقات الزبائن الاجتماعية واثرها على تحسين جودة الخدمة-دراسة عينة من زبائن مؤسسة موبيليس-. *مجلة الاقتصاد الصناعي*، المجلد 11 (العدد 02)، 168-142.
8. عادل كراغل . (2024). اثر التسويق الداخلي على جودة الخدمة الفندقية -دراسة مجموعة من الفنادق المصنفة بولاية سطيف- اطروحة دكتوراه. سطيف، كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير : جامعة فرحات عباس سطيف 1.
9. فريد كورتل. (2009). *تسويق الخدمات*. عمان: دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع.
10. فوزي قدوج ، نورالدين نوي، و حسين بركاتي. (2023). دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة العمومية-دراسة عينة من مكاتب بريد الجزائر في ولاية برج بوعريش-. *مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والادارية*، المجلد 7(العدد 1)، 231-248.
11. نعيمة بجاوي ، و فاطمة الزهراء الحسيني. (2017). واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر. *مجلة الاقتصاد الصناعي*(العدد 13)، 414-436.
12. نورهان قرون ، جهاد بوضياف، و رحيمة العيفة. (2020). تكنولوجيا المعلومات والاتصال كركيزة أساسية لعملية التدريب الالكتروني-عرض مجموعة من الامثلة والتجارب-. *مجلة التعليم عن بعد والتعليم المفتوح*، المجلد 8(العدد 15)، 39-61.
13. هناء رمضان ، و مختار عيواج. (2020). أثر الابتكار في عناصر المزيج المزيح التسويقي المستحدثة على جودة الخدمات الفندقية-دراسة لاراء عينة من زبائن فندق شيراتون عناية-. *مجلة الاستراتيجية والتنمية*، المجلد 10(العدد 01)، 82-100.

References in english

14. Malkawi, A. F. (2017). The Impact of the Use of Information Technology in Improving the Quality of Services: A Field Study of Fast-Food Restaurants in Jordan. *European Scientific Journal*, Vol.13(No.23), 359-376.
15. Bayad, J. A., & al. (2021). Hotel Service Quality: The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Hospitality. *International journal of Engineering, Business and Management*, 14-28.
16. Benouadah, H., & Benaichi, A. (2018). A Field Study of the Role of Human Resources Training to Improve the Quality of the Algerian Hotel Services. *Arab Journal of Administration*, Vol.38(No.2), 210-191.
17. Kahnali, R. A., & Esmaeili, A. (2015). An integration of SERVQUAL dimensions and logistics service quality indicators-A case study-. *International Journal of Services and Operations Management*, Vol 21(No 03), 289-309.
18. Stallings, W. (2007). *Data and computer communications*. Upper Saddle River, NJ, USA.: Pearson Prentice Hall.