العدد الاول
المجلد 8السنة 2023

الأفاق للدراسات الإقتصادية ISSN: 2571-9769, EISSN: 2602-5051
الصفحات 426ـــ439

تأثير الرقمنة على جودة الخدمات الفندقية –دراسة حالة عينة من الفنادق المصنفة لولايات الشرق-

The effect of digitization on the quality of hotel services - a case study of a sample of hotels classified in the states of the East

رايس عبد الرحمان*
جامعة تبسة
Abderrahmane.rais@univ-tebessa.dz

تاريخ الاستلام: 2022/12/29 تاريخ القبول: 2023/04/07

ملخص: تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على أثر الرقمنة على جودة الخدمات الفندقية؛ مع محاولة دراسة واقع هذه العلاقة على عينة من الفنادق المصنفة لولايات الشرق.

ففي ظل بيئة ديناميكية تتميز بالتعقيد والتغير المستمر، تسعى مؤسسات الخدمات الفندقية كغيرها من المؤسسات الخدمية لمواكبة التطورات التكنولوجية الحديثة التي تشهدها بيئتها، وايجاد أفضل الآليات لتحسين الخدمات المقدمة لنزلائها. ويتجلى ذلك في التحول نحو الاستخدامات الإلكترونية ورقمنة أنشطتها المختلفة في إطار السعي إلى التحسين من جودة خدماتها.

الكلمات المفتاحية: الرقمنة.، جودة الخدمة، الفندقة

تصنيف JEL: M10،M30،M31

Abstract: This study aims to shed light on the impact of digitization on the quality of hotel services; With an attempt to study the reality of this relationship on a sample of hotels classified in the eastern states. In a dynamic environment characterized by complexity and constant change, hotel services institutions, like other service institutions, seek to keep pace with the modern technological developments in their environment, and to find the best mechanisms to improve the services provided to their guests. This is reflected in the shift towards electronic uses and the digitization of its various activities in an effort to improve the quality of its services.

Keywords: Digitization, quality of service, hotel.
Jel Classification Codes: M10 ،M30 ،M31

المؤلف المرسل: رايس عبد الرحمن

I. تمهيد:

تلعب السياحة دورا مهما في تنمية الاقتصاديات، من خلال دورها المهم في خلق الثروة وتوفير مناصب الشغل. لذلك فإن تحقيق جودة الخدمة السياحية من خلال إرضاء رغبات السياح المادية والمعنوية سيزيد بالتأكيد من العوائد المالية.

في ظل هذه التحديات التي تعيشها مؤسسات الخدمة الفندقية، تم تبني توجهات جديدة في نوعية الخدمة الفندقية ترتكز بشكل أساسي على رقمنة الخدمات الفندقية لتحقيق أعلى جودة للخدمات، وربط المؤسسات الفندقية بالسائح إلكترونيا.

وقد ساهم الانتشار الواسع لشبكة الانترنت والتطبيقات المستخدمة في التعاملات الرقمية، إلى التوجه نحو خيار رقمنة الخدمة الفندقية كحتمية لا مفر منها.

ومن هذا المنطلق وفي إطار تحسين جودة الخدمات الفندقية، حظي مفهوم الرقمنة باهتمام خاص من طرف وزارة السياحة، حيث بذلت جهودا في سبيل تحسين الخدمات الفندقية وتقريبها للسائحين أو الزائرين على حد سواء، فاستحدثت العديد من الخدمات التي من شأنها تحسين جودة الخدمات الفندقية وكسب رضا زبائنها.

بناءا على ما سبق ذكره يسعى بحثنا للإجابة على الإشكالية الآتية:

كيف تساهم الرقمنة في تحسين جودة الخدمات الفندقية؟ وما و اقع ذلك بالفنادق المصنفة لولايات الشرق ؟

انطلاقا من الإشكالية المطروحة، يمكن طرح التساؤلات الموالية:

- هل توجد علاقة بين بعد البنية التحتية الرقمية وبين جودة الخدمة الفندقية بالفنادق المصنفة لولايات الشرق ؟
- هل توجد علاقة بين بعد الاتصالات وبين جودة الخدمة الفندقية بالفنادق المصنفة لولايات الشرق ؟

للإجابة على الإشكالية المطروحة تم وضع الفرضية الرئيسية الآتية:

يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين الرقمنة وبين جودة الخدمة الفندقية بالفنادق المصنفة محل الدراسة من وجهة نظر عينة الدراسة.

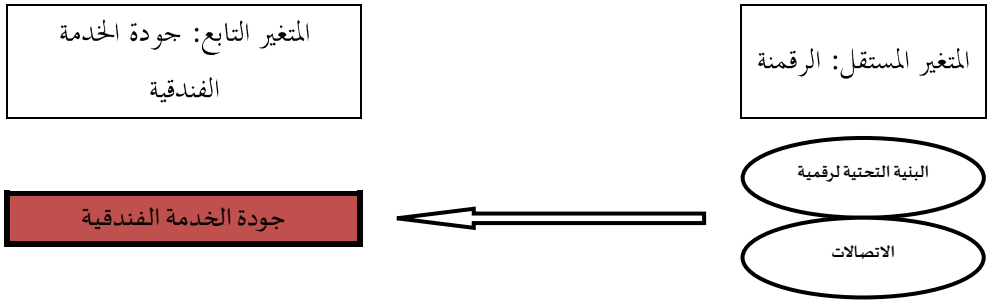
وتشتق منها الفرضيات الفرعية الموالية:

- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين بعد البنية التحتية الرقمية وبين جودة الخدمة الفندقية بالفنادق المصنفة محل الدراسة لولايات الشرق من وجهة نظر عينة الدراسة عند مستوى (α=0.05).
- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين بعد الاتصالات وبين جودة الخدمة الفندقية بالفنادق المصنفة محل الدراسة لولايات الشرق من وجهة نظر عينة الدراسة عند مستوى (α=0.05).

وتظهر أهمية دراستنا كون الرقمنة أصبحت أولوية من أجل تحقيق جودة الخدمات الفندقية وتطويرها، وتشخيص دورها في النهوض بالخدمة السياحية وترقيتها.

بالنسبة لمنهجية البحث تم الاعتماد على المنهج الوصفي والتحليلي في تأطير الجانب النظري، بالإضافة إلى منهج دراسة الحالة لدراسة وتحليل علاقة الارتباط واتجاهات التأثير بين متغيرات البحث.

يبين المخطط التالي نموذج الدراسة وفقا للفرضيات الموضوعة:



المصدر: من إعداد الباحث بناءا على فرضيات البحث

II- الاطار النظري للدراسة

أولا: الإطار المفاهيمي لجودة الخدمة الفندقية

1. **مفهوم جودة الخدمة**

فيما يلي بعض التعريفات التي أوردها بعض الباحثون لجودة الخدمة:

- عرف كل من **(Kotler & Keiler)** جودة الخدمة بأنها " درجة تطابق الأداء الفعلي للخدمة مع توقعات الزبون لهذه الخدمة". Error! Reference source not found.

- تعريف (**Berry; Zeithaml; Parasuraman**) " جودة الخدمة هي الفرق بين توقعات الزبائن للخدمة وإدراكاتهم للأداء الفعلي لها"..Error! Reference source not found

- تعريف **johnson** " جودة الخدمة القدرة على تحقيق رغبات المستهلك بالشكل الذي يتطابق مع توقعاته وتحقيق رضاه التام عن السلعة أو الخدمة المقدمة له"..Error! Reference source not found

مما سبق يمكن تعريف جودة الخدمة بأنها تقييم الزبائن لدرجة تطابق الأداء الفعلي للخدمة المقدمة إليهم مقارنة مع توقعاتهم لهذه الخدمة، حيث تعبر جودة الخدمة عن الفرق بين توقعات الزبائن للخدمة وإدراكهم للأداء الفعلي لها.

2. **مفهوم جودة الخدمة الفندقية**

تعرف منظمة السياحة العالمية الجودة الفندقية بأنها " نتيجة لعملية تتضمن تلبية جميع احتياجات النزلاء ومتطلباتهم وتوقعاتهم المشروعة من المنتجات والخدمات بسعر مقبول بحيث تكون مطابقة مع الشروط التعاقدية المتفق عليها ومحددات الجودة المشمولة بذلك مثل السلامة والأمن والصحة والنظافة العامتين ،

وسهولة الوصول ، والشفافية ، والأصالة وتجانس النشاط السياحي المعني مع بيئته البشرية والطبيعية" !Error! Reference source not found.

- وهناك من يعرفها بأنها ارتفاع الخدمة الفندقية إلى المستوى المتوقع من السائحين ويجب النظر إلى الجودة على أنها إرضاء العملاء والعاملين معا وهي السبيل المؤكد لرفع الإنتاجية وزيادة الدخل في المنشآت السياحية بوجه عام.

ومما سبق من تعاريف يتبين أن جودة الخدمة الفندقية هي الفرق بين توقعات الزبائن للخدمة المقدمة وإدراكهم للأداء الفعلي لها. حيث تشتمل جودة الخدمة الفندقية على عدة عناصر أهمها:

- الأمن والسلامة: يجب ألا يشكل المنتج أو الخدمة الفندقية خطر على الحياة أو يتسبب بضرر على الصحة أو على أي من الأمور الخاصة بسلامة المستهلك.

- **الصحة العامة**: يجب أن تتوفر الفنادق على النظافة والسلامة وأن تعتمد تطبيق المعايير سلامة الأغذية على المنظمات السياحية الكبرى بل يجب أن يشمل كل مواقع بيع الأغذية.

- **سهولة الوصول**: ويقصد بها البنية التحتية للنقل مثل المطارات، الموانئ، الطرق، السكك الحديدية وتساعد في سهولة الوصول إلى الوجهة الفندقية وسهولة الحركة ضمن الجهة السياحية، بالإضافة إلى إزالة كل الحواجز الطبيعية والاتصالية والخدمية.

- **الشفافية**: عامل مهم لتوفير المشروعية لتوقعات الزبون وحماية حقوقه، إذ ترتبط بتوفير وإيصال معلومات صحيحة حول مواصفات المنتج وما يتضمنه وكلفته الكلية وما يغطيه سعره بشكل فعال للزبون.

- الأصالة: تعبر عن حضارة أو تراث ما تجعل المنتج السياحي يتميز عن بقية منتجات الأماكن الأخرىمع ضرورة استجابة الأصالة لتطلعات الزبائن، إذ أن المنتج يتناقص ويزول عند فقدانه لأصالته.

-**التجانس**: التوافق والانسجام مع المحيط الطبيعي والإنساني يحافظ على السياحة المستدامة، ما يستلزم إدارة فعالة للمؤثرات البيئية والاقتصادية والاجتماعية بغية تأسيس مؤشرات لجودة المنتجات الفندقية.

ثانيا: أبعاد جودة الخدمات الفندقية

تتمثل أهم أبعاد جودة الخدمات الفندقية فيما يلي:.Error! Reference source not found

1- الملموسية: تمثل المستلزمات المادية المرافقة لتقديم الخدمة وتتمثل في: التسهيلات، التصميم الداخلي، طبيعة الأجهزة والمعدات، الأفراد. وتؤثر الملموسية بشكل أو أخر على تقييم جودة الخدمة من وجهة نظر المستفيد منها.

2- المصداقية: تعتمد المصداقية بشكل أساسي على إمكانية وقدرة مفهوم الخدمة على إعطاء الثقة التي تضمن المستفيد وتجعله واثق من حصوله على الخدمة المطلوبة وفقا لما يتوقع أن يحصل عليها، وهنا تلعب قدرات مقدم الخدمة ومستوى المعرفة لديه الدور الكبير في تحقيق ذلك، حيث أن مقدم الخدمة الذي يتمتع بالمواصفات المطلوبة: المعرفة، اللباقة،الخدمة السريعة، الاستجابة...الخ، فإنه سوف يجسد المصداقية في تقديم الخدمة وفي تحقيق الضمان والثقة والمصداقية للمستفيد وهذا يضمن حصول المستفيد على الخدمة بالخصائص المطلوبة.

3- الاستجابة: يقصد بها قدرة مقدم الخدمة على أداء وتقديم الخدمة الموجودة بشكل جيد ودقيق وأن هذه الخدمة تقدم من خلال الاعتماد على الأفراد والمعدات وغيرها.

4- الجدارة: وهي تمثل مدى استعداد مقدم الخدمة على تقديم المساعدة للمستفيد أو حل مشاكله.

5- الأمان: تلعب هذه الخاصية دورا كبيرا وفعالا في جذب الزبائن لطلب الخدمة لأن توفر عنصر الأمان والثقة يشكل نقطة أساسية بالنسبة للمستفيد، إن الحاجة إلا الأمان تمثل أحد الحاجات الأساسية التي يبحث عنها المستفيد من الخدمة لذلك يقوم المستفيد بتجميع المعلومات اللازمة من أجل أن يحصل على مستوى الثقة والأمان المطلوبة قبل القيام بشراء الخدمة.

6- الاعتمادية: تشير إلى قدرة المقدم على أداء أو إنجاز الخدمة بالشكل الجيد والدقيق وبشكل يعتمد عليه، فالمستفيد ينظر إلى مقدم الخدمة بأن يقدم له خدمة دقيقة وبانجاز عالي يمكن الوثوق به والاعتماد عليه.

7- المعاملة اللطيفة: أي أن المستفيد يهمه الكيفية والأسلوب الذي يتبعه مقدم الخدمة عند تقديمه لهذه الخدمة فالأسلوب اللطيف والكلمات الطيبة والمعاملة الحسنة لها وقع كبير في نفس المستفيد وتؤثر على تقييمه لجودة الخدمة.

8- الاتصال: يشير على قدرة مقدم الخدمة على تنوير المستفيد حول طبيعة الخدمة المقدمة والدور الذي يلعبه المستفيد من أجل الحصول على الجودة المطلوبة من الخدمة.

9- درجة فهم المقدم للخدمة: يقصد بها درجة فهم مورد الخدمة للمستفيد وكم من الوقت والجهد يحتاج هذا المورد كي يفهم المستفيد لطلباته الخاصة.

10- مدى تو افر الخدمة و إمكانية الحصول عليها: هذه تشير إلى إمكانية الحصول على الخدمة بكل سهولة وبالتالي الخدمة المقدمة سهلة المنال ويمكن للمستفيد الحصول عليها متى أراد ذلك، وتتعلق بمدى قدرة ومحاولة المنظمة الإجابة عن الأسئلة الآتية ومعرفة مدى أهميتها من وجهة نظر المستفيدين والمستهدفين.

ثالثا: **الرقمنة و أثرها على جودة الخدمة الفندقية:**

1. تعريف الرقمنة

تعددت التعاريف التي أعطيت للرقمنة، وفيما يلي بعض منها:

1.1 **التعريف الأول:** " الرقمنة هي تحويل البيانات إلى شكل رقمي، وذلك لأجل معالجتها بواسطة الحاسب الالكتروني".Error! Reference source not found.

1.2 **التعريف الثاني:** "الرقمنة هي عملية يتم عن طريقها تحويل المعلومات من شكلها التقليدي الحالي إلى شكل رقمي، سواء كانت هذه المعلومات صور أو بيانات نصية أو ملف صوتي أو أي شكل آخر" Error! Reference source not found.

1.3 **التعريف الثالث:** " الرقمنة هي إستخدام نظم تكنولوجيا المعلومات والإتصال وخاصة شبكة الإنترنت ، في جميع العمليات الإدارية الخاصة بمنشأ ما بغية تحسين العملية الإنتاجية وزيادة كفاءة وفاعلية الأداء بالمنشأة".Error! Reference source not found.

يتضح مما سبق من تعاريف، أن الرقمنة هي عملية تحويل كافة الأعمال والخدمات الإدارية التقليدية إلى أعمال وخدمات الكترونية تنفذ بسرعة عالية ودقة متناهية وبدون استخدام الورق، وتتم من خلال استغلال الوسائل الالكترونية الحديثة في تقديم الخدمات الإدارية من أجل تسهيل المعاملات الإدارية وتوفير الوقت والجهد.

2. أهمية الرقمنة

إن تطبيق المؤسسات للرقمنة يكسبها مجموعة من الفوائد، ومن أهمها:

- إتاحة الدخول إلى المعلومات بصورة واسعة ومعمقة بأصولها وفروعها.
- سهولة وسرعة تحصيل المعرفة والمعلومات من مفرداتها.
- تحصيل المعلومات من المجموعات الضخمة مهما بلغت ضخامتها.
- إمكانية التكامل مع المواد التعليمية وتطوير البحوث العلمية.
- إمكانية التكامل مع الوسائل الأخرى، الصوت، الصورة، الفيديو...إلخ.
- نقص تكاليف الحصول على المعلومات.
- إمكانية وجود نقد المصادر والموارد المعلوماتية.

3. أهداف الرقمنة

يمكن حصر مجل أهداف الرقمنة الإدارية فيما يلي:

- تحسين ظروف الاستقبال والعلاقة بين الإدارة والمواطن.
- تقليل كلفة الإجراءات الإدارية وما يتعلق بها من عمليات.
- زيادة كفاءة عمل الإدارة في تعاملها مع المواطنين والشركات والمؤسسات.
- استيعاب عدد أكبر من العملاء في وقت واحد إذ إن قدرة الإدارة التقليدية بالنسبة إلى تخليص معاملات العملاء تبقى محدودة وتضطرهم في كثير من الأحيان إلى انتظار في صفوف طويلة.
- إلغاء عامل العلاقة المباشرة بين طرفي المعاملة أو التخفيف منه إلى أقصى حد ممكن مما يؤدي إلى الحد من تأثير العلاقات الشخصية والنفوذ في المعاملات.
- القضاء على البيروقراطية بمفهومها الجامد وتسهيل تقسيم العمل والتخصص به.

4. دور الرقمنة في تحسين جودة الخدمة الفندقية

تساهم الرقمنة في تحسين جودة الخدمة العمومية من خلال:.Error! Reference source not found.

4.1 **تحقيق التميز في العلاقة مع العميل :** يعتبر التميز في العلاقة مع العميل ركيزة أساسية للمؤسسات السياحية لتطوير خدماتها وتعزيز وجودها في السوق، ويتطلب ذلك وضع عدة استراتيجيات منها: تقليل فترة انتظار العملاء، السرعة في التعامل مع شكاوي العملاء...الخ.

4.2 **مردودية الخدمة الفندقية:** إن شيوع استخدام الخدمات الالكترونية من شأنه المساهمة في تنمية وتطوير قطاع الفندقة والتعريف به أكثر بما يعود بالنفع على البلد المصدر والمساهمة في تحقيق التنمية المستدامة.

4.3 **تقليص تكاليف الخدمة:** تخفيض تكاليف الخدمات الفندقية المقدمة، من ثم تمتع المنتج السياحي بميزة مقارنة بنتيجة لانخفاض الأسعار، فمن شأن استخدام السياحة الالكترونية التقليل من تكاليف التسويق السياحي وتكاليف الإنتاج" تسهيل وتسريع التواصل بين منتج الخدمة السياحية والوسيط".

4.4 **سرعة الاستجابة واحترام المواعيد:** تساعد الرقمنة في حصول المستهلك السياحي على جميع البيانات والمعلومات التي يحتاجها من خلال شبكة الانترنيت، وبالتالي القيام بالالتزامات مع تحقيق سرعة الاستجابة للخدمة دون تأخر.

4.5 **السهولة والدقة في الحصول على الخدمة :** تساهم الرقمنة في تيسير وتسهيل تقديم الخدمة السياحية بعيدا عن التعقيد والصعوبة كلما كانت أكثر فائدة وجذبا للسائحين لأن السائح يبحث دائما عن الراحة والهدوء والاستقرار وهذا لا يتحقق في ظل الخدمات التي تتصف بكثرة الإجراءات والتعقيدات.

III- الإطار التطبيقي للدراسة

بعد التطرق للإطار النظري للدراسة، سيتم تسليط الضوء على عينة من الفنادق المصنفة بولايات الشرق، عن طريق اختيار عينة من النزلاء لمعرفة درجة تقييمهم لمدى الفنادق بمختلف جوانب الرقمنة ومدى تأثيرها في تحقيق الجودة، عن طريق جمع البيانات الإحصائية الخاصة بالفنادق محل الدراسة وتبويبها واستخلاص النتائج باستخدام البرنامج الإحصائي **SPSS**، وذلك لإثراء الجزء النظري أكثر ومعرفة مدى توافقه مع الواقع العملي.

أولا: منهجية الدراسة الميدانية

1. **أدوات جمع المعلومات:** تم الاعتماد على الاستمارة في الجانب التطبيقي، تكونت الأداة من مجموعة من محاور الدراسة وعدد فقرات كل مجال.

الجدول 01: محاور الدراسة وعدد فقرات كل محور

الرقم	المحور	عدد الفقرات
01	البنية التحتية الرقمية	7
02	الاتصالات	4
03	جودة الخدمة الفندقية	6
المجموع		17

المصدر: من إعداد الباحث.

كما تم استخدام مقياس ليكرت **likert** الخماسي في جميع أسئلة الاستمارة.

2. صدق وثبات الأداة

1.2 صدق الأداة: تم التحقق من صدق الاستمارة من خلال عرض الاستمارة على المحكمين حيث تم عرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين المختصين ولهم خبرة طويلة في مجال تكنولوجيات المعلومات والاتصال وجودة الخدمة وطلب منهم إبداء الرأي حول فقرات الاستمارة .

2.2 **ثبات الاستمارة:** من أجل استخدام معامل ثبات للأداة تم استخدام معامل كرونباخ ألفا لتحديد الاتساق الداخلي لفقرات الاستمارة، وكانت النتائج كالآتي: البنية التحتية الرقمية 0.891، الاتصالات 0.871، جودة الخدمة الفندقية 0.899. وتشير القيم الواردة في الجدول أعلاه أن الأداة تتمتع بدرجة ثبات مناسبة وتفي بأغراض هذه الدراسة.

3. مجتمع الدراسة وعينتها: يتمثل مجتمع الدراسة في عينة من نزلاء الفنادق المصنفة بالشرق الجزائري، حيث تم توزيع استمارات الاستبيان وبصفة عشوائية وكان عددها 220 استمارة وزعت بشكل شخصي، وبعد عملية جمع الاستبيانات تم اعتماد 150 استمارة، وذلك بعد استبعاد 30 استمارة غير مكتملة الإجابات 40 استمارة لم يتم استرجاعها.

4. أساليب التحليل الإحصائي: لغرض تحليل نتائج الدراسة التي جمعت من خلال الاستمارة، فقد استعملت الأساليب الإحصائية الآتية: التكرار والنسب: لمعرفة إجابات أفراد العينة وتحليلها، الوسط الحسابي: لمعرفة متوسط إجابات أفراد العينة، معامل الارتباط بيرسون، ألفا كرونباخ **Cronbach Alfa** : حيث استخدم للتحقق من صدق مقاييس الدراسة وثباتها.

ثانيا: عرض النتائج واختبار الفروض

1. وصف خصائص عينات الدراسة:

الجدول 02: خصائص عينة الدراسة

المتغير		العدد	النسبة %
الجنس	أنثى	50	33.33
	ذكر	100	66.67
	المجموع	150	100
السن	20 - 30	60	40
	30 - 40	60	40
	40 فما فوق	30	20
	المجموع	150	100
الوظيفة	موظف	70	46.67
	أعمال حرة	20	13.33
	طالب	20	13.33
	متقاعد	40	26.67
	المجموع	150	100

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج **SPSS**.

من الجدول أعلاه نلاحظ ما يلي:

- أن أغلبية أفراد العينة هم من الذكور والبالغ عددهم 100 بنسبة 66.67 %.
- أن أغلبية أفراد العينة تراوحت أعمارهم بين20 و40 سنة بنسبة 80 %.
- أن أغلبية أفراد العينة هم من الموظفين بنسبة 46.67 %.

2. **تحليل نتائج الدراسة:**

1.2 **تحليل فقرات المحور الأول (أبعاد الرقمنة)**

الجدول 03: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المتغير المستقل

أبعاد الرقمنة	الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
البنية التحتية الرقمية	1	توافر المستلزمات المادية والبشرية بما يساعد في الحصول الخدمات الالكترونية.	4.2	1.39
	2	توافر مهارات وكفاءات بشرية ذات خبرة في مجال التسويق الالكتروني.	4.0	1.34
	3	وجود خدمات شبكات الانترنت تستعمل في تسويق الخدمات الالكترونية.	4.1	1.30
	4	تساهم الحواسيب المستخدمة في تطوير الخدمات الفندقية المقدمة للزبائن.	4.3	1.36
	5	تساهم شبكة الانترنت في زيادة سرعة استجابتها لطلبات ورغبات الزبائن.	3.7	0.95
	6	تتوافر الفنادق على انترنت ذات سرعة لتسريع خدماتها.	4.0	1.04
	7	يتفاعل الموظفون إيجابيا مع التطورات الرقمية.	4.0	1.04
	جميع فقرات البنية التحتية الرقمية		4.04	1.35
الاتصالات	8	تهتم الفنادق بتحسين طرق تقديم خدماتها وسرعتها.	4.2	0.9
	9	تحرص الفنادق على توفير أنظمة أمن وحماية للشبكات.	4.1	0.81
	10	عملية تبادل المعلومات والبيانات تتم بشكل سريع وسهل بين الفنادق وبين زبائنها.	4.0	0.80
	11	تستجيب الفنادق لشكاوي واقتراحات الزبائن المقدمة الكترونيا.	3.9	0.73
	جميع فقرات الاتصالات		4.05	0.835

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج **SPSS**.

من خلال الجدول أعلاه يمكن ملاحظة ما يلي:

- فيما يتعلق ببعد البنية التحتية التكنولوجيا نجد أن أعلى متوسط حسابي كان من نصيب الفقرة الرابعة إذ بلغ الوسط الحسابي لها 4.3 أي بانحراف معياري قدره 1.36، مما يدل على أن أفراد العينة المبحوثة متفقون على أن الحواسيب المستخدمة تساهم في تطوير الخدمات الفندقية المقدمة للزبائن.

- فيما يتعلق ببعد الاتصالات نجد أن أعلى متوسط حسابي كان من نصيب الفقرة الأولى إذ بلغ الوسط الحسابي لها 4.2 أي بانحراف معياري قدره 0.99، مما يدل على أن أفراد العينة المبحوثة متفقون على أن الفنادق تهتم بتحسين طرق تقديم خدماتها وسرعتها.

2.2. تحليل فقرات المحور الثاني (جودة الخدمة الفندقية)

الجدول 04: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات المتغير التابع

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
12	تحرص الفنادق على تقديم قيمة للزبائن بما يتفق وتوقعاتهم.	4.1	0.80
13	تحرص الفنادق على الرد الفوري على استفسارات وشكاوي زبائنها.	4.1	0.83
14	تحاول الفنادق تفهم حاجات الزبائن والعمل على إشباعها.	4.3	0.82
15	تشعر الفنادق زبائنها بأهميتهم ودورهم المتميز في تحسين نوعية الخدمة المقدمة.	4.2	0.86
16	تمتلك الفنادق مرافق مادية ومعنوية ومعدات تتوافق مع راحة واستجمام العميل.	4	0.86
17	تلتزم الفنادق بتزويد النزلاء بالخدمات المطلوبة.	4.2	0.90
إجمالي درجة محور جودة الخدمة الفندقية		4.1	0.84

المصدر: الجدول من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج **SPSS**.

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن استجابات أفراد عينة الدراسة إلى الموافقة وبنسبة مرتفعة على العبارة الثالثة وهو ما يدل على أن أفراد العينة يتفقون على أن الفنادق تعمل على تفهم حاجات الزبائن وتسعى إلى إشباعها الزبائن والعمل على إشباعها.

3. **اختبار الفرضيات :** لاختبار الفرضيات الفرعية تم الاعتماد على نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط الذي يسمح بدراسة إمكانية وجود علاقة بين المتغير المستقل والتابع. $\mathbf{Y= ax + b}$

1.3 اختبار الفرضية الفرعية الأولى: توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية عند مستوى($\boldsymbol{\alpha}$**=0.05**) بين بعد البنية التحتية التكنولوجيا وجودة الخدمة الفندقية بالفنادق المصنفة لولايات الشرق من وجهة نظر عينة الدراسة. الجدول التالي يوضح معلمات نموذج الانحدار البسيط المستخدمة في تحديد العلاقة بين بعد البنية التحتية الرقمية وجودة الخدمة الفندقية.

الجدول 05: نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى

المتغير المستقل	المتغير التابع	b ثابت الانحدار	a معامل الانحدار	R الارتباط	R^2 معامل التحديد	F المحسوبة	F الجدولية	β معامل الانحدار المعياري
البنية التحتية الرقمية	جودة الخدمة الفندقية	1.965	0.301	0.864	0.746	15.561	4.08	*0.817

* ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية: $p < 0.05$.

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات **spss**.

تُشير نتائج التحليل الإحصائي الموضحة في الجدول رقم 05 إلى وجود ارتباط ثنائي قوي بين بعد البنية التحتية الرقمية وجودة الخدمة الفندقية يُقدر بـ 0.864 ، وقد بلغ معامل التحديد R^2: 0.746. وتجدر الإشارة إلى أنَّ معامل الانحدار β موجب ومعنوي إحصائيا ($p < 0.05$). وعليه؛ نخلص إلى رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة التي تنص على وجود علاقة تأثير موجبة ومعنوية لبعد البنية التحتية الرقمية على جودة الخدمة الفندقية بالفنادق المصنفة لولايات الشرق من وجهة نظر عينة الدراسة.

2.3. اختبار الفرضية الفرعية الثانية: توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية عند مستوى(α=0.05) بين بعد الاتصالات وجودة الخدمة الفندقية بالفنادق المصنفة لولايات الشرق من وجهة نظر عينة الدراسة. الجدول التالي يوضح معلمات نموذج الانحدار البسيط المستخدمة في تحديد العلاقة بين بعد الاتصالات وجودة الخدمة الفندقية.

الجدول 06: نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية

المتغير المستقل	المتغير التابع	b ثابت الانحدار	a معامل الانحدار	R الارتباط	R^2 معامل التحديد	F المحسوبة	F الجدولية	β معامل الانحدار المعياري
الاتصالات	جودة الخدمة الفندقية	1.126	0.106	0.838	0.702	18.624	4.08	*0.838

* ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية: $p < 0.05$

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج تحليل SPSS.

تشير نتائج التحليل الإحصائي الموضحة في الجدول رقم 06 إلى وجود ارتباط ثنائي قوي بين بعد الاتصالات وجودة الخدمة الفندقية يُقدر بـ 0.838 ، وقد بلغ معامل التحديد R^2: 0.702. وتجدر الإشارة إلى أنَّ معامل الانحدار β موجب ومعنوي إحصائيا ($p < 0.05$). وعليه؛ نخلص إلى رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة التي تنص على وجود علاقة تأثير موجبة ومعنوية لبعد الاتصالات على جودة الخدمة الفندقية بالفنادق المصنفة لولايات الشرق من وجهة نظر عينة الدراسة.

3.3 اختبار الفرضية الرئيسية: توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية عند مستوى (**α=0.05**) بين الرقمنة وجودة الخدمة الفندقية بالفنادق المصنفة لولايات الشرق من وجهة نظر عينة الدراسة. الجدول التالي يوضح معلمات نموذج الانحدار البسيط المستخدمة في تحديد العلاقة بين الرقمنة وجودة الخدمة الفندقية.

الجدول 07: نتائج اختبار الفرضية الرئيسية

المتغير المستقل	المتغير التابع	b ثابت الانحدار	a معامل الانحدار	R الارتباط	R^2 معامل التحديد	F المحسوبة	F الجدولية	β معامل الانحدار المعياري
أبعاد الرقمنة	جودة الخدمة الفندقية	1.306	0.145	0.861	0.742	18.624	4.08	*0.864

* ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية: $p < 0.05$

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات spss.

تُشير نتائج التحليل الإحصائي الموضحة في الجدول رقم 07 إلى وجود ارتباط ثنائي قوي بين الرقمنة وجودة الخدمة الفندقية يُقدر بـ 0.861 ، وقد بلغ معامل التحديد R^2: 0.742. وتجدر الإشارة إلى أنَّ معامل الانحدار β موجب ومعنوي إحصائيا ($p < 0.05$). وعليه؛ نخلص إلى رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة التي تنص على وجود علاقة تأثير موجبة ومعنوية للرقمنة على جودة الخدمة بالفنادق المصنفة لولايات الشرق من وجهة نظر عينة الدراسة.

IV- الخلاصة:

بناءا على ما تم عرضه من خلال الدراسة النظرية والتطبيقية، تم التوصل إلى النتائج الآتية:

- يوجد تأثير إيجابي لأبعاد الرقمنة على جودة الخدمة الفندقية بالفنادق محل الدراسة من وجهة نظر عينة الدراسة، وهذا يشير إلى أنه متى ما كان هناك تعزيز واهتمام بأبعاد الرقمنة انعكس ذلك إيجابا على جودة الخدمة الفندقية.
- وجود تقارب في الأهمية النسبية لأبعاد الرقمنة، مع أفضلية نسبية لبعد الاتصالات وهذا يشير إلى أن الفنادق محل الدراسة تسعى إلى تحسين خدماتها الالكترونية وسرعتها، بالإضافة إلى توفير بنية رقمية للنزلاء آمنة من أي اختراقات مما ينعكس إيجابا على جودة الخدمة.
- احتل بعد البنية التحتية الرقمية المرتبة الأخيرة بالنسبة لاتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو أبعاد الرقمنة، نتيجة إلى أن الفنادق محل الدراسة تبدي اهتمام ولكن ليس بالقدر المطلوب لنوعية الأنترنت في مجال الخدمات الفندقية.

ومن خلال الاستنتاجات التي سبق ذكرها، توصلت الدراسة إلى التوصيات الآتية:

- ضرورة حل مشكلة الجانب التقني الذي تحتاجه المؤسسات الفندقية في تأدية خدماتها.
- التطوير المستمر للبنية الرقمية من خلال التحديث المستمر لنظم الاتصالات الفعالة لنقل المعلومات والبيانات بين مختلف المؤسسات الفندقية.
- تأطير الكوادر البشرية وتأطيرها بما يتلائم مع عمليات الرقمنة، وتمكينهم من استخدام مختلف الأنظمة الالكترونية.
- التوجه لاستعمال التطبيقات الأكثر أمنا وحماية من القرصنة الالكترونية.
- العمل على التوسع في استخدام الرقمنة في كافة الخدمات المقدمة.
- التحديث المستمر لمعارف العاملين في الفنادق محل الدراسة، بما يساهم في انجاز وظائفهم بجودة عالية.
- استقطاب الأفراد ذوي الخبرات العلمية والعملية للاستفادة من خبراتهم المكتسبة.
- العمل على ترسيخ مفاهيم جودة الخدمة الرقمية لدى العاملين.

الاحالات والمراجع:

1. الدرادكة، مأمون سليمان و شلبي، طارق. (2000). الجودة في المنظمات الحديثة. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع. ص 35 .
2. الدرادكة، مأمون سليمان. (2018). إدارة الجودة الشاملة وخدمة العملاء. عمان: دار صفاء للنشر و ال توزيع. ص 181 .
3. سعد بن عبد الرحمن القاضي. (2004). الرؤية المستقبلية لنظم ضمان الجودة في السياحة في المملكة ا لعربية السعودية. *الجودة في صناعة السياحة* ، جدة. ص 1.
4. جاسم و يوسف. (2010). *تسويق الخدمات* .عمان: دار المسيرة. ص92- 95.
5. منير الحمزة. (2011). *المكتبات الرقمية*. الجزائر: دار الألمعية للنشر والتوزيع. ص 72.
6. الجواد. (2012) المكتبات والأرشيفات الرقمية القاهرة :شركة ناس للطباعة. ص 21.
7. أحمد .(2020) .الإدارة الإلكترونية .عمان: دار المسيرة لنشر والتوزيع. ص 42.
8. سوالمية وقاسمية .(2017) .ترشيد الخدمة العمومية من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات و ا لاتصال. *مجلة التنمية وادارة الموارد البشرية* العدد 8. ص 352.
9. Santouridis, i., & Panagiotis, t. (2010). Investigating the impact of service quality and customer satisfaction on consumer loyalty in mobile telephony in Greece. the TQM journal, 22(3) p 333.