مجلة جامعة تشرين – سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية

اسم المقال: دور استخدام تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات الفندقية (دراسة ميدانية على الفنادق في محافظة اللاذقية)
اسم الكاتب: د. نبيلة سليمان، تيم علي عفيفة
رابط ثابت: https://political-encyclopedia.org/index.php/library/4948
تاريخ الاسترداد: 2026/11/03 20:34 +03

الموسوعة السياسيّة هي مبادرة أكاديمية غير هادفة للربح، تساعد الباحثين والطلاب على الوصول واستخدام وبناء مجموعات أوسع من المحتوى العلمي العربي في مجال علم السياسة واستخدامها في الأرشيف الرقمي الموثوق به لإغناء المحتوى العربي على الإنترنت.
لمزيد من المعلومات حول الموسوعة السياسيّة – Encyclopedia Political، يرجى التواصل على info@political-encyclopedia.org

استخدامكم لأرشيف مكتبة الموسوعة السياسيّة – Encyclopedia Political يعني موافقتك على شروط وأحكام الاستخدام المتاحة على الموقع https://political-encyclopedia.org/terms-of-use

تم الحصول على هذا المقال من موقع مجلة جامعة تشرين – سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية – ورفده في مكتبة الموسوعة السياسيّة مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكريّة ومتطلبات رخصة المشاع الإبداعي التي ينضوي المقال تحتها.

مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية _ سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية المجلد (39) العدد (1) 2017
Tishreen University Journal for Research and Scientific Studies -Economic and Legal Sciences Series Vol. (39) No. (1) 2017

دور استخدام تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات الفندقية (دراسة ميدانية على الفنادق في محافظة اللاذقية)

الدكتورة نبيلة سليمان*
تيم علي عفيفة**

(تاريخ الإيداع 24 / 8 / 2016. قُبِل للنشر في 19 / 2 / 2017)

□ ملخّص □

يتمثل الهدف من البحث في معرفة دور استخدام تكنولوجيا المعلومات IT في تحسين جودة الخدمات الفندقية. من أجل ذلك اتبع المنهج الوصفي وتم تصميم استبيان وفق مقياس لايكرت الخماسي، الذي ينقسم لقسمين. القسم الأول يتضمن أسئلة عن توفر التكنولوجيا في الفنادق والقسم الثاني يتضمن أسئلة عن جودة الخدمات الفندقية المقدمة. وزع الاستبيان على مستخدمي IT في أربعة فنادق من فئتي خمس وأر بع نجوم في اللاذقية من مدراء وموظفين وبلغ عدد الاستبيانات الصالحة للدراسة 75 استبيان.

توصل البحث لعدة نتائج أهمها وجود دور إيجابي لتكنولوجيا المعلومات في مختلف أبعاد جودة الخدمات المتمثلة بالملموسية والاستجابة والاعتمادية والضمان والتعاطف، كما تم اقتراح توصيات لتحسين جودة الخدمات من خلال التكنولوجيا كإضافة خدمات جديدة أتاحتها التكنولوجيا وبناء قاعدة بيانات خاصة بتفضيلات العملاء.

الكلمات المفتاحية: تكنولوجيا المعلومات، جودة الخدمة، الملموسية، الاستجابة، الاعتمادية، الضمان، التعاطف.

* دكتوراه – التسويق الدولي – قسم إدارة الأعمال – كلية الاقتصاد – جامعة طرطوس – طرطوس – سوريا.
** طالب ماجستير – قسم إدارة الأعمال تخصص سياحة واستضافة – كلية الاقتصاد – جامعة تشرين – اللاذقية – سوريا.

مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية _ سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية المجلد (39) العدد (1) 2017
Tishreen University Journal for Research and Scientific Studies -Economic and Legal Sciences Series Vol. (39) No. (1) 2017

The Role of Information Technology in Improving Hotel Service Quality

(A Survey Study on Hotels Located in Latakia)

Dr. Nabila Suliman[*]
Taim Afifa[**]

(Received 24 / 8 / 2016. Accepted 19 / 2 / 2017)

□ ABSTRACT □

The purpose of this study is to determine the role of Information technology (IT) in improving hotel service quality. To do that a questionnaire was designed according to Likert scale Quintet.The questionnaire is divided into two sections; first section includes questions about the availability of IT at the hotels, second section includes questions about quality of services provided at the hotels. The questionnaires were distributed to computer users including managers and staff in four of five-star and four-star hotels in Latakia. The returned and valid questionnaires were 75.

The research concluded that the use of information technology in hotels affects positively all the five dimensions of service quality which are tangibility, responsiveness, reliability, assurance, and empathy. Some recommendations have been put forward in order to enhance service quality through IT use, such as offering new technology based services and creating a database for resident's preferences.

Key words: Information Technology, Service Quality, Tangibility, Responsiveness, Reliability, Assurance, Empathy.

[*]**Phd In International Marketing- Department Of Administration- Faculty Of Economics- Tartous University- Tartous- Syria.**
[**]**Postgraduate Student- Department Of Business Administration Major Of Tourism And Hospitality- Faculty Of Economics- Tishreen University- Latakia- Syria.**

مقدمة:

تسعى المنظمات الخدمية لتقديم خدماتها بأفضل جودة ممكنة، وتحصل الجودة على الاهتمام المتزايد من قبل الإدارات المعاصرة التي تسعى لبناء الصورة الجيدة عن المنظمة والحصول على ثقة القطاعات السوقية المستهدفة، وفي سبيل الوصول إلى أفضل جودة ممكنة تبحث الإدارات عن الأدوات التي تحقق لها ذلك،وتسعى لاستخدام كافة الأدوات الحديثة والمتاحة، حيث تشكل تكنولوجيا المعلومات أحد هذه الأدوات الممكنة.

مع التطورات التكنولوجية الحاصلة أصبحت الحواسيب والهواتف الذكية جزءاً لا يتجزأ من نمط حياة الإنسان المعاصر ما يدعو قطاع الأعمال بكافة مجالاته للتأقلم مع البيئة المتغيرة والسعي لدمج هذه التكنولوجية الحديثة في أعمال المنظمات، وقد تعددت الأبحاث التي تناولت دور التكنولوجيا في أداء المنظمات المعاصرة، حيث بينت الكثير من آثار استخدام هذه التكنولوجيا وأوصى بعضها بإجراء المزيد من الأبحاث خاصة في البلدان النامية.

كما أن ازدياد استخدام تكنولوجيا المعلومات في عمليات المنظمات زاد من قدرة هذه المنظمات على تخصيص خدماتها وتحسين جودتها بتكلفة مقبولة.(Piccoli, et al., 2017)

مشكلة البحث:

إن إدخال تكنولوجيا المعلومات إلى العمل الفندقي يتطلب إحداث تغييرات في عمل الفنادق،وتدريب العاملين على استخدام التكنولوجيا،وبالتالي تغيير طريقة تقديم الخدمات الفندقية،حيث يسعى البحث لمعرفة الدور الذي تأخذه التكنولوجيا المستخدمة في الفنادق في تحسين أبعاد جودة الخدمات الفندقية.

يمكن تلخيص مشكلة البحث من خلال السؤال الآتي:

ما هو دور استخدام تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات الفندقية؟

حيث يتفرع عن هذا السؤال كل من الأسئلة الآتية:

1. ما هو دور استخدام تكنولوجيا المعلومات في تحسين ملموسية الخدمات الفندقية المقدمة؟
2. ما هو دور استخدام تكنولوجيا المعلومات في تحسين استجابة الخدمات الفندقية المقدمة؟
3. ما هو دور استخدام تكنولوجيا المعلومات في تحسين اعتمادية الخدمات الفندقية المقدمة؟
4. ما هو دور استخدام تكنولوجيا المعلومات في تحسين الضمان في الخدمات الفندقية المقدمة؟
5. ما هو دور استخدام تكنولوجيا المعلومات في تحسين التعاطف في الخدمات الفندقية؟

أهداف البحث و أهدافه:

يهدف البحث إلى معرفة دور استخدام تكنولوجيا المعلومات في جودة الخدمات الفندقية بأبعادها الخمسة وهي الاعتمادية والاستجابة والملموسية والضمان والتعاطف، وذلك لتقديم توصيات تؤدي إلى تحسين جودة الخدمات الفندقية المقدمة من خلال الاستخدام المناسب للتكنولوجيا الحديثة. حيث يمكن تلخيص الأهداف بما يلي:

دراسة دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين أبعاد جودة الخدمات الفندقية من خلال:

- تحديد العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات وملموسية الخدمات الفندقية المقدمة.
- تحديد العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات استجابة الخدمات الفندقية المقدمة.
- تحديد العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات اعتمادية الخدمات الفندقية المقدمة.
- تحديد العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات الضمان في الخدمات الفندقية المقدمة.

- تحديد العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات التعاطف في الخدمات الفندقية.

حدود البحث:

الحدود المكانية: تم إجراء البحث على فنادق في مدينة اللاذقية من فئتي خمس وأربع نجوم باعتبارها الفنادق التي تستخدم تكنولوجيا المعلومات.

الحدود الزمانية: تم إجراء البحث في صيف عام 2016 في شهري تموز وآب.

أهمية البحث:

الأهمية النظرية: يتم دراسة القطاع الفندقي في مدينة اللاذقية لأول مرة من ناحية استخدام التكنولوجيا في تحسين جودة الخدمات.

الأهمية العملية: تكمن الأهمية العملية للبحث في السعي لمعرفة دور استخدام تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات الفندقية، وبالتالي الوصول لنتائج وتقديم توصيات ترتبط بتكنولوجيا المعلومات تؤدي في حال الأخذ بها إلى تحسين جودة الخدمات الفندقية المقدمة، حيث أصبحت الجودة القائمة على معرفة حاجات ورغبات الزبائن هدفاً أساسياً من الأهداف التي تسعى الإدارة المعاصرة لتحقيقها. إن تكنولوجيا المعلومات تعد من المستجدات التي تؤثر على عمل الفنادق وتحقيقها لجودة الخدمات حيث أن إدخال التكنولوجيا يتطلب المزيد من الاستثمار والتدريب، ويحدث تغييرات في طريقة تقديم الخدمة، ما يجعل من المهم دراسة دور استخدام تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات في الفنادق.

منهجية البحث:

يعتمد البحث على المنهج الوصفي لدراسة العلاقة بين (تكنولوجيا المعلومات) كمتغير مستقل وكل من أبعاد جودة الخدمات الفندقية المقدمة كمتغيرات تابعة وتتضمن (الملموسية، الاستجابة، الاعتمادية، الضمان، والتعاطف) من خلال القسم النظري المعتمد على المراجع الأكاديمية والعلمية، والقسم العملي المعتمد على الدراسة الإحصائية لمعرفة العلاقة بين المتغيرات من خلال دراسة الارتباط والانحدار. تم جمع البيانات عبر توزيع استبيان بني وفق مقياس لايكرت الخماسي وفق درجات الموافقة الآتية (غير موافق إطلاقا / 1/، غير موافق / 2/، محايد / 3/، موافق / 4/، موافق بشدة /5/) على عينة من مستخدمي تكنولوجيا المعلومات في الفنادق حيث بلغت نسبة الاستجابة 100% من حجم العينة المطلوب وذلك وفق الأعداد الآتية (لاميرا 21، نسمة جبل 12، روتانا أفاميا 34، الريفيرا 8 – الإجمالي 75).بلغ عدد الموظفين المشكلين لمجتمع البحث في الفنادقمجتمعة90 موظفاً ومديراً وتم تحديد حجم العينة بالاعتماد على المعادلة الآتية:

$$n = \frac{P(1-P)}{\frac{P(1-P)}{N} + \frac{E^2}{SD^2}} = \frac{0.25}{\frac{0.25}{90} + \frac{0.0025}{3.8416}} = 73$$

حيث أن:n: عدد أفراد العينة / N: عدد أفراد المجتمع / P: نسبة مئوية تتراوح بين الصفر والواحد تم اعتمادها P = 0.5 / E: نسبة الخطأ المسموح به ويساوي E = 0.05 / SD: الدرجة المعيارية وتساوي 1.96 عند معامل ثقة 0.95%

فرضيات البحث:

يسعى البحث للتحقق من صحة الفرضيات الخمس الآتية:

1. لا يوجد علاقة معنوية بين استخدام تكنولوجيا المعلومات وجودة الخدمات الفندقية (بعد الملموسية) في الفنادق المدروسة.
2. لا يوجد علاقة معنوية بين استخدام تكنولوجيا المعلومات وجودة الخدمات الفندقية (بعد الاستجابة) في الفنادق المدروسة.
3. لا يوجد علاقة معنوية بين استخدام تكنولوجيا المعلومات وجودة الخدمات الفندقية (بعد الاعتمادية) في الفنادق المدروسة.
4. لا يوجد علاقة معنوية بين استخدام تكنولوجيا المعلومات وجودة الخدمات الفندقية (بعد الضمان) في الفنادق المدروسة.
5. لا يوجد علاقة معنوية بين استخدام تكنولوجيا المعلومات وجودة الخدمات الفندقية (بعد التعاطف) في الفنادق المدروسة.

الدراسات السابقة:

1. دراسة (عازر، 2006)

الحجز الإلكتروني وعلاقته بتطوير خدمة الإيواء في فنادق الخمس نجوم في الأردن

هدفت الدراسة إلى معرفة أثر الحجز الإلكتروني على كل من توفير النفقات والأمن وجودة خدمة الإيواء في الفنادق.

تم جمع البيانات عن طريق استبيان وزع على الموظفين العاملين بالحجز الإلكتروني في الفنادق من درجة خمس نجوم في الأردن. وقد توصلت الدراسة إلى أن استخدام الحجز الإلكتروني له أثر إيجابي على كل من المتغيرات الثلاثة المدروسة وأوصت بتوظيف ذوي الكفاءات العالية القادرة على استخدام تكنولوجيا المعلومات بالإضافة إلى إجراء دورات وتدريب مستمر للعاملين تؤهلهم لاستخدام تكنولوجيا المعلومات.

2. دراسة (حسين، 2010)

تكنولوجيا المعلومات ودورها في تحسين مستوى أداء الخدمة الفندقية (دراسة تطبيقية في فندق السدير)

هدفت الدراسة إلى معرفة أثر تكنولوجيا المعلومات في مستوى أداء الخدمة الفندقية لفندق السدير من حيث المساهمة في تحسين الجودة وتقليل التكلفة،لهذا الغرض تم توزيع استبيان على عينة من خمسين شخص من العاملين في فندق السدير،وقد بين معامل ارتباط سبيرمان عدم وجود أثر لتكنولوجيا المعلومات في تحسين مستوى أداء الخدمة الفندقية في فندق السدير،وذلك لانخفاض استخدام تكنولوجيا المعلومات في الفندق. كما بينت الدراسة ضعف اعتماد الشبكات الداخلية وعدم وجود تعاون بين العاملين والفندق في بناء قواعد البيانات. أوصت الدراسة بتوظيف تكنولوجيا المعلومات في الفنادق مع ضرورة توفير دعم الإدارة لها والتعرف على المشاكل التي تعيق تطبيقها من خلال العمل بها فعليا في الفنادق.

3. دراسة(Baggio, 2004)

Information and Communication Technologies in the Hospitality Industry: The Italian Case

تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في صناعة الضيافة (الحالة الإيطالية)

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في صناعة الضيافة الإيطالية. تم تطبيق نموذج دلفي على دورتين وذلك لمعرفة الأنشطة الرئيسية التي لها الأولوية في دعم التكنولوجيا بالاعتماد على مشاركة أربعة عشر خبيراً من أكاديميين ومستشارين ومطوري برمجيات. حيث تم تصنيف أنشطة الفنادق وفق أهميتها التنازلية،فأتت كل من العلاقات مع العملاء والحجز والمحاسبة في مقدمة الأنشطة التي يكون لها أولوية إدخال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. وعلى ضوء النموذج السابق تم تصميم استبيان وتوزيعه على عينة مؤلفة من 100 مدير فندق في إيطاليا لمعرفة مدى استخدام تكنولوجيا المعلومات في الأنشطة المختلفة .

بينت المقارنة بين نتائج العينة مع نتيجة نموذج دلفي انخفاض مستوى استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بشكل عام في الفنادق الإيطالية بشكل كبير بالمقارنة مع ما هو مفترض في نموذج دلفي. وأوصت الدراسة بزيادة استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في أنشطة معينة مثل إدارة علاقات العملاء ومعالجة البيانات.

تجمع الدراسات السابقة على ضرورة تبني تكنولوجيا المعلومات من قبل المنظمات المعاصرة ،وتتميز الدراسة الحالية عن سابقاتها بسعيها إلى معرفة دور استخدام تكنولوجيا المعلومات في تحسين الأبعاد المختلفة لجودة الخدمات المقدمة في عينة من الفنادق في مدينة اللاذقية ذات التصنيف أربع وخمس نجوم.

القسم النظري:

أولا: تكنولوجيا المعلومات (Information Technology)

يمكن تعريف تكنولوجيا المعلومات على أنها "مجموعة من الأدوات الإلكترونية التي تسهل الإدارة التشغيلية والاستراتيجية للمنظمة عن طريق تمكينها من إدارة معلوماتها ووظائفها وعملياتها بالإضافة للاتصال الفعال مع جميع أطراف العمل من أجل إنجاز رسالتها وأهدافها".(Buhalis and Jun, 2011, 5)

لتكنولوجيا المعلومات أربعة مكونات أساسية تتمثل في: المكونات المادية والبرمجيات وقواعد البيانات والشبكات.(مصطفى، 2006)

1. المكونات المادية (Hardware):

يعتبر الحاسوب المكون الرئيس الذي تقوم عليه تكنولوجيا المعلومات ويعرف على أنه جهاز أو آلة تتكون من عدد من الوحدات المستقلة يطلق عليها المكونات الصلبة (Hardware)حيث يقوم كل منها بمهمة مختلفة، يتم تشغيل المكونات المادية من خلال البرمجيات (Software) ومنها أنظمة التشغيل والتطبيقات المختلفة. (جرادات والعجلوني، 2009)

المكونات المادية هي مكونات يمكن رؤيتها ولمسها باليد وتتألف من الأجزاء الرئيسة الآتية (أجهزة الإدخال Input Devices،أجهزة الإخراج Output Devices، وحدات التخزين Storage Units ، وحدة المعالجة المركزيةCentral Processing Unit).(خضر وعمر، 1988)

2. البرمجيات (Software):

هي مجموعة الأوامر الموضوعة بلغة يفهمها الحاسوب، حيث تقوم بالتنسيق بين وحدات الحاسوب المختلفة لتنفيذ المهام التي تسند إليه، وتقسم إلى: (جرادات والعجلوني، 2009)

2.1. البرامج الجاهزة أو التطبيقات (Application Programs):

هي البرامج التي تمكن المستخدم من استغلال الحاسوب لهدف ومهمة محددة حيث غالبا ما تكون جاهزة ويتم شراؤها من الشركات المصنعة لها ولها نوعين: برامج خاصة الغرض مثل البرامج الخاصة بإدارة الفنادق، وبرامج عامة الغرض يمكن تعميم استخدامها على أكثر من غرض مثل برامج معالجة النصوص.

2.2.برمجيات النظم(System Software):

- أنظمة التشغيل (Operating Systems): هي عبارة عن مجموعة من البرامج المعدة بشكل خاص للتحكم بنظام الحاسوب وأشهرها أنظمة (Macintosh, Windows and Linux)
- لغات البرمجة (Programing Languages): هي وسيلة التواصل بين المبرمج والحاسوب وذلك عن طريق استخدام الأوامر والتعليمات التي يدخلها المبرمج.

3. قواعد البيانات (Data Base):

التصميم الجيد لقاعدة البيانات يساعد في الوصول إلى المعلومة بسرعة ويسر، ويساعد في الاحتفاظ بالبيانات بحجم مقبول، ويوفر السهولة اللازمة لأعمال التعديل والتطوير المستقبلية كما يوفر الكفاءة والمرونة اللازمة للتعامل مع البيانات. (عيسى، 2010)

تتكون قاعدة البيانات من المكونات الرئيسة (الجداول، السجلات، الحقول) (العاني، 2009)، ولها أنواع عديدة هي بدورها تطورت مع الزمن أبرزها قواعد البيانات الهجينة أو العلائقية الموجهة بالكائنات والتي توفر السرعة مع إمكانية إضافة الصور والوسائط المتعددة. (النجار، 2007)

4. الشبكات (Networks):

"الشبكة هي نظام مكون من حواسيب وطرفيات أخرى كالطابعات. يسهل هذا الاتصال بين الحواسيب مشاركة المعلومات فيما بينها. كما يمكن أن تتصل الحواسيب من خلال الكابلات أو لاسلكيا." (Tutorials Point Simply Easy Learning, 2016, 1)

يتبين من التعريف السابق أن الشبكات تسهم في سير أعمال المنظمة من خلال تحقيق التنسيق بين الأقسام وتوفير البيانات والمعلومات لمن يخول لهم بالوصول إليها وتتيح مشاركة الموارد المختلفة كالطابعات والبرامج.

هناك أنواع متعددة للشبكات منها الشبكات المحلية التي تتقيد ببناء واحد أو عدة أبنية متجاورة، وهناك الشبكات الإقليمية التي تغطي مدينة كاملة، وهناك الشبكات الواسعة ترتبط بها الدول مع بعضها وأشهر مثال عنها هو الإنترنت.(الأكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي ، 2016)

استخدام تكنولوجيا المعلومات في الفنادق:

يدعى النظام المتكامل لتشغيل الفنادق بنظام إدارة الموارد Property management systemومن أشهر هذه الأنظمة نظام Opera حيث تتميز هذه الأنظمة بشمولية الخدمات التي تقدمها والتي تتضمن (الرفاعي وآخرون، 2007):

- خدمات قسم المكتب الأمامي من حجز واستقبال وتنسيق مع باقي أقسام الفندق.
- خدمات التدبير الفندقي لتوضيح حالة الغرف.
- خدمات قسم إنتاج الطعام وخدمات قسم الطعام والشراب وما تتضمنه من ترحيل مباشر لعمليات البيع على حسابات النزلاء بالإضافة لبيانات التكاليف.
- ترحيل خدمات قسم الغسيل (اللوندري) بشكل مباشر على حسابات النزلاء.

ثانيا: الخدمة الفندقية(Hotel Service)

تعرف الخدمة حسب الجمعية الأمريكية للتسويق على أنها "النشاط أو المنافع التي تعرض للبيع أو التي تعرض لارتباطها بسلعة معينة" (خليفة وآخرون، 2011، 3)

كما يمكن تعريفها على أنها "أي نشاط أو منفعة يقدمه طرف إلى طرف آخر وهو في الأساس غير ملموس ولا يؤدي إلى ملكية أي شيء" (خليفة وآخرون، 2011، 3)

تقدم الفنادق خدمة الإيواء كخدمة رئيسة، "حيث تعتبر خدمةا لإيواء أو السكن في الغرفة داخل الفندق هي الخدمة الجوهرية، وهذا يعني أن الضيف يشتري الغرفة لغرض الحصول على المنافع الرئيسة خلال فترة إقامته بالفندق؛أي خدمات النوم،الراحة،التسلية،الطعام،الشراب" (مشعل، 2015، 22)

خصائص الخدمة(Service Characteristics):

تتميز الخدمة كمنتج بعدة خصائص تميزها عن السلع من هذه الخصائص نجد (مشعل، 2015):

- **عدم ملموسية الخدمة:** حيث أنها نشاط أو جهد يتم تقديمه من قبل الفندق للنزلاء وبالتالي لا يمكن لمسها أو خزنها أو نقلها وإنما يستعين الفندق ببعض السلع المادية الملموسة لتقديم خدمة الإيواء.
- **عدم نقل الملكية:** حيث أن شراء الخدمة الفندقية لا يترتب عليه نقل للملكية كما يحدث مع شراء السلع فالنزيل يمكنه الاستفادة من الخدمة لوقت محدد فقط.
- **التلازمية:** إن عملية إنتاج الخدمة تتطلب تواجد مقدم الخدمة والنزيل وتفاعلهما حيث أن التفاعل المباشر سمة مميزة للخدمة ويسهم بشكل كبير في تحديد جودة الخدمة وتحقيق رضا النزيل.
- **التباين:** من الصعب أن يتم تقديم نفس الخدمة لجميع النزلاء،لأن جودتها تتأثر بعوامل مختلفة كالوقت و طبيعة المقدم و المستفيد.
- **عدم القابلية للنقل وللتخزين:** لا يمكن تقديم الخدمة دون وجود طلب آني عليها حيث أن عدم وجود النزيل في تاريخ معين أو الغرف الشاغرة يعني فرص مبيعات ضائعة للفندق.
- **عدم استقرار الطلب:** انخفاض المبيعات في موسم الكساد وإمكانية عدم القدرة على تلبية الطلب بشكل كامل خلال موسم الذروة وهو الصيف عادة في صناعة الفنادق.

جودة الخدمة (Service Quality):

تعرف جوة الخدمة بحسب الجمعية الأمريكية لضبط الجودة على أنها "مجموعة من مزايا وخصائص المنتج أو الخدمة القادرة على تلبية حاجات المستهلكين" (نور الدين، 2007، 3)

كما تعرفها الجمعية الفرنسية للتقنيين على أنها "قدرة مجموعة من الخصائص والمميزات الجوهرية على إرضاء المتطلبات المعلنة أو الضمنية لمجموعة من العملاء" (نور الدين، 2007، 3)

يتضح من التعريفين السابقين أن جودة الخدمة ترتبط بتقديم خدمة بخصائص تضمن إشباع رغبات النزلاء وتحقيق توقعاتهم.

أبعاد جودة الخدمة (Service Quality Dimensions):

لتحديد مدى تحقيق الخدمات المقدمة للجودة المطلوبة تم اعتماد خمسة أبعاد لجودة الخدمة أثبتت فعاليتها في المستوى العملي، وقد اصطلح على تسمية هذه الأبعاد بمقياس SERVQUAL وهي تتضمن ما يلي: (ابن عيشاوي، 2013)

1. الاعتمادية (Reliability): التي تتمثل في مدى وفاء المؤسسة المقدمة للخدمة بوعودها التي وعدت بها عملائها بخصوص مستوى الجودة المتضمن لخدماتها.

2. الملموسية (Tangibility): وهي كافة الملموسات المادية ذات التماس المباشر مع العملاء مثل المبنى، الديكور التجهيزات المادية لتسهيل تقديم الخدمة إلى غيره.

3. الاستجابة (Responsiveness): وهي مدى قدرة المؤسسة على تقديم الخدمة بصورة فورية ومتقنة وفقا لما يتطلع له العميل، وكذلك التفاعل السريع مع الشكاوي والمقترحات والعمل على حلها وتلبيتها بصورة جيدة وفقا لتصوره.

4. الضمان (Assurance): وهو يشمل الاطمئنان النفسي والمادي اتجاه الخدمة المقدمة.

5. التعاطف (Empathy): التي تعني المحادثة المهذبة والاحترام المتبادل والود والألفة والتعامل المخصص كل هذا يقوي انطباع النزيل عن مستوى جودة الخدمة.

القسم العملي:

اختبار ثبات المقياس:

الجدول (1): اختبار ثبات المقياس

المتغير المقاس	عدد البنود	قيمة معامل ألفا كرونباخ
تكنولوجيا المعلومات	16	0.949
الملموسية	3	0.819
الاستجابة	4	0.774
الاعتمادية	4	0.770
الضمان	3	0.733
التعاطف	3	0.655

(المصدر من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS ؛ Chelsea Goforth, 2015)

يظهر من الجدول السابق أن قيمة معامل الثبات ألفا كرونباخ لمقاييس جميع المتغيرات المدروسة أكبر من 0.60 وبالتالي ثبات المقاييس مقبول وجيد لجميع المتغيرات المدروسة.

اختبار الفرضيات:

الفرضية الأولى:

لا يوجد علاقة معنوية بين استخدام تكنولوجيا المعلومات وجودة الخدمات الفندقية (بعد الملموسية) في الفنادق المدروسة.

الجدول (2): ملخص النموذج

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.857(a)	.734	.731	.43809

(المصدر من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS)

يبين جدول ملخص النموذج أن الارتباط بين المتغير المستقل (تكنولوجيا المعلومات) والمتغير التابع (ملموسية الخدمة) هو ارتباط إيجابي حيث يبلغ معلامل ارتباط بيرسون 0.857 وهو مرتفع وبالتالي يتم رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة القائلة بوجود علاقة معنوية بين المتغيرين.

في حين يبلغ معامل التحديد 0.734، والذي يعني أن 73.4% من التغير في مدى ملموسية الخدمة ينجم عن التغير في عامل تكنولوجيا المعلومات، وأن 26.6% من التغير في ملموسية الخدمة ينجم عن عوامل أخرى.

الجدول (3):ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	38.730	1	38.730	201.799	< 0.001
	Residual	14.011	73	.192		
	Total	52.741	74			

(المصدر من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS)

يبين الجدول السابق أن مستوى دلالة اختبار ANOVA صغير وأقل من 0.05 وبالتالي يعتبر خط الانحدار يلائم البيانات حيث أن العلاقة خطية.

الجدول (4): معاملات الانحدار

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	-.074	.256		-.288	.774
	x	.998	.070	.857	14.206	.000

(المصدر من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS)

يبين جدول تحليل معاملات الانحدار معادلة خط الانحدار للمتغيرين المتغير المستقل (تكنولوجيا المعلومات) والمتغير التابع (ملموسية الخدمة)، حيث أن قيمة sigالخاصة باختبار معنوية الميل تساوي 0.000 وبالتالي قيمة الميل تختلف معنويا عن الصفر في حين بلغت قيمة sigالخاصة باختبار معنوية الثابت 0.774 وهي أكبر من 0.05 وبالتالي قيمة الثابت لا تختلف معنويا عن الصفر،(العلي، 2003) وتكون معادلة خط الانحدار كما يلي:

$$Y = -0.074 + 0.998\ X$$

الفرضية الثانية:

لا يوجد علاقة معنوية بين استخدام تكنولوجيا المعلومات وجودة الخدمات الفندقية (بعد الاستجابة) في الفنادق المدروسة.

الجدول (5): ملخص النموذج

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.808(a)	.653	.649	.45589

(المصدر من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS)

يبين جدول ملخص النموذج أن الارتباط بين المتغير المستقل (تكنولوجيا المعلومات) والمتغير التابع (الاستجابة) هو ارتباط إيجابي حيث يبلغ معلامل ارتباط بيرسون 0.808 وهو مرتفع وبالتالي يتم رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة القائلة بوجود علاقة معنوية بين المتغيرين.

في حين يبلغ معامل التحديد 0.653، والذي يعني أن 65.3% من التغير في مدى الاستجابة ينجم عن التغير في عامل تكنولوجيا المعلومات، وأن 34.7% من التغير في الاستجابة ينجم عن عوامل أخرى.

الجدول (6):ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	28.600	1	28.600	137.606	< 0.001
	Residual	15.172	73	.208		
	Total	43.772	74			

(المصدر من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS)

يبين الجدول السابق أن مستوى دلالة اختبار ANOVA صغير وأقل من 0.05 وبالتالي يعتبر خط الانحدار يلائم البيانات حيث أن العلاقة خطية.

الجدول (7): معاملات الانحدار

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	.415	.266		1.560	.123
	x	.857	.073	.808	11.731	.000

(المصدر من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS)

يبين جدول تحليل معاملات الانحدار معادلة خط الانحدار للمتغيرين المتغير المستقل (تكنولوجيا المعلومات) والمتغير التابع (الاستجابة) حيث أن قيمة sigالخاصة باختبار معنوية الميل تساوي 0.000 وبالتالي قيمة الميل تختلف معنويا عن الصفر في حين بلغت قيمة sigالخاصة باختبار معنوية الثابت 0.123 وهي أكبر من 0.05 وبالتالي قيمة الثابت لا تختلف معنويا عن الصفر،(العلي، 2003) وتكون معادلة خط الانحدار كما يلي:

$$Y = 0.415 + 0.857X$$

الفرضية الثالثة:

لا يوجد علاقة معنوية بين استخدام تكنولوجيا المعلومات وجودة الخدمات الفندقية (بعد الاعتمادية) في الفنادق المدروسة.

الجدول (8): ملخص النموذج

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.685(a)	.469	.462	.54597

(المصدر من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS)

يبين جدول ملخص النموذج أن الارتباط بين المتغير المستقل (تكنولوجيا المعلومات) والمتغير التابع (الاعتمادية) هو ارتباط إيجابي حيث يبلغ معلامل ارتباط بيرسون 0.685 وهو جيد وبالتالي يتم رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة القائلة بوجود علاقة معنوية بين المتغيرين.

في حين يبلغ معامل التحديد 0.469، والذي يعني أن 46.9% من التغير في اعتمادية الخدمة ينجم عن التغير في عامل تكنولوجيا المعلومات، وأن 53.1% من التغير في اعتمادية الخدمة ينجم عن عوامل أخرى.

الجدول (9):ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	19.226	1	19.226	64.500	< 0.001
	Residual	21.760	73	.298		
	Total	40.987	74			

(المصدر من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS)

يبين الجدول السابق أن مستوى دلالة اختبار ANOVA صغير وأقل من 0.05 وبالتالي يعتبر خط الانحدار يلائم البيانات حيث أن العلاقة خطية.

الجدول (10): معاملات الانحدار

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	1.253	.319		3.931	.000
	x	.703	.088	.685	8.031	.000

(المصدر من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS)

يبين جدول تحليل معاملات الانحدار معادلة خط الانحدار للمتغيرين المتغير المستقل (تكنولوجيا المعلومات) والمتغير التابع (اعتمادية الخدمة)، حيث أن قيمة sigالخاصة باختبار معنوية الميل ومعنوية الثابت تساوي 0.000 وبالتالي تختلف قيمة كل من الميل والثابت معنويا عن الصفر،(العلي، 2003) وتكون معادلة خط الانحدار كما يلي:

$$Y = 1.253 + 0.703\ X$$

الفرضية الرابعة:

لا يوجد علاقة معنوية بين استخدام تكنولوجيا المعلومات وجودة الخدمات الفندقية (بعد الضمان) في الفنادق المدروسة.

الجدول (11): ملخص النموذج

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.621(a)	.386	.377	.74572

(المصدر من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS)

يبين جدول ملخص النموذج أن الارتباط بين المتغير المستقل (تكنولوجيا المعلومات) والمتغير التابع (الضمان) هو ارتباط إيجابي حيث يبلغ معلامل ارتباط بيرسون 0.621 وهو جيد وبالتالي يتم رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة القائلة بوجود علاقة معنوية بين المتغيرين.

في حين يبلغ معامل التحديد 0.386، والذي يعني أن 38.6% من التغير في ضمان الخدمة عن التغير في عامل تكنولوجيا المعلومات، وأن 61.4% من التغير في ضمان الخدمة ينجم عن عوامل أخرى.

الجدول (12):ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	25.479	1	25.479	45.819	< 0.001
	Residual	40.595	73	.556		
	Total	66.074	74			

(المصدر من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS)

يبين الجدول السابق أن مستوى دلالة اختبار ANOVA صغير وأقل من 0.05 وبالتالي يعتبر خط الانحدار يلائم البيانات حيث أن العلاقة خطية.

الجدول (13): معاملات الانحدار

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	-.001	.435		-.002	.999
	x	.809	.120	.621	6.769	.000

(المصدر من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS)

يبين جدول تحليل معاملات الانحدار معادلة خط الانحدار للمتغيرين المتغير المستقل (تكنولوجيا المعلومات) والمتغير التابع (ضمان الخدمة)حيث أن قيمة sigالخاصة باختبار معنوية الميل تساوي 0.000 وبالتالي قيمة الميل تختلف معنويا عن الصفر في حين بلغت قيمة sigالخاصة باختبار معنوية الثابت 0.999 وهي أكبر من 0.05 وبالتالي قيمة الثابت لا تختلف معنويا عن الصفر،(العلي، 2003) وتكون معادلة خط الانحدار كما يلي:

$$Y = -0.001 + 0.809X$$

الفرضية الخامسة:

لا يوجد علاقة معنوية بين استخدام تكنولوجيا المعلومات وجودة الخدمات الفندقية (بعد التعاطف) في الفنادق المدروسة.

الجدول (14): ملخص النموذج

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.540(a)	.292[1]	.282	.64041

(المصدر من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS)

[1]لا يوجد إجماع من قبل الباحثين على مستوى محدد للقبول بنتيجة معامل التحديد R Squaredلكن يكون مقبول فوق 2.5 بحسب (Robert Nau, 2013).

يبين جدول ملخص النموذج أن الارتباط بين المتغير المستقل (تكنولوجيا المعلومات) والمتغير التابع (التعاطف) هو ارتباط إيجابي حيث يبلغ معلامل ارتباط بيرسون 0.540 وهو مقبول وبالتالي يتم رفض فرضية العدم وقبول الفرضية البديلة القائلة بوجود علاقة معنوية بين المتغيرين.

في حين يبلغ معامل التحديد 0.292، والذي يعني أن 29.2% من التغير في التعاطف ينجم عن التغير في عامل تكنولوجيا المعلومات، وأن 70.8% من التغير في التعاطف ينجم عن عوامل أخرى.

الجدول (15):ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12.348	1	12.348	30.109	< 0.001
	Residual	29.939	73	.410		
	Total	42.287	74			

(المصدر من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS)

يبين الجدول السابق أن مستوى دلالة اختبار ANOVA صغير وأقل من 0.05 وبالتالي يعتبر خط الانحدار يلائم البيانات حيث أن العلاقة خطية.

الجدول (16): معاملات الانحدار

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	1.251	.374		3.344	.001
	x	.563	.103	.540	5.487	.000

(المصدر من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج SPSS)

يبين جدول تحليل معاملات الانحدار معادلة خط الانحدار للمتغيرين المتغير المستقل (تكنولوجيا المعلومات) والمتغير التابع (التعاطف)،حيث أن قيمة sigالخاصة باختبار معنوية الميل تساوي 0.000 وبالتالي قيمة الميل تختلف معنويا عن الصفر كما بلغت قيمة sigالخاصة باختبار معنوية الثابت0.001 وبالتالي قيمة الثابت أيضا تختلف معنويا عن الصفر، (العلي، 2003) وتكون معادلة خط الانحدار كما يلي:

$$Y = 1.251 + 0.563X$$

النتائج و المناقشة:

1. أظهر اختبار الفرضيات أن استخدام تكنولوجيا المعلومات له دور إيجابي كبير في تحسين كافة أبعاد جودة الخدمات الفندقية.

2. إن أكبر دور إيجابي يظهر في كل من الملموسية والاستجابة،حيث أن استخدام التكنولوجيا يمنح الفنادق مظهرا عصريا راقيا سواء داخل الفندق أو عبر الموقع الإلكتروني. كما أن استخدام التكنولوجيا يوفر وقت العاملين ويجعل تفاعلهم مع النزلاء أكثر سرعة وسهولة.

3. لتكنولوجيا المعلومات دور إيجابي أيضا على الاعتمادية نتيجة دقة القوائم التي تقدمها،والتي تتضمن معلومات مختلفة سواء عن حجوزات النزلاء ومواعيد وصولهم ومغادرتهم أو عن حالة الغرف،فتوفير هذه المعلومات يزيد من اعتمادية خدمات الاستقبال والتدبير الفندقي.

4. لتكنولوجيا المعلومات دور إيجابي أيضا في كل من التعاطف والضمان لكن الارتباط أقل من بقية الأبعاد. ويعود الدور الإيجابي للدعم الذي تقدمها لتكنولوجيا للعاملين حيث توفر لهم المعلومات الدقيقة بسرعة وفي أي وقت يحتاجونها بالإضافة لوسائل الرقابة والحماية الإلكترونية الموجودة.

التوصيات:

1. الاستمرار في حيازة وتوظيف التكنولوجيا الحديثة والاستثمار بها كلما كانت الفرصة سانحة وتقديم الخدمات الجديدة التي تتيحها كالتلفزيون التفاعلي ضمن الغرف ومراكز الاتصالات الدولية التي تتيح رقم دولي مجاني واستخدام قائمة الوجبات الإلكترونية في مطاعم الفندق.

2. تحسين مظهر الموقع الإلكتروني للفندق وتحديثه باستمرار وإتاحة الحجز المباشر من خلاله وإضافة المتاح من الخدمات التفاعلية إليه كالإجابة عن بعض الأسئلة المتكررة والتواصل مع العاملين والاستفسار عن تفضيلاتهم، بما يعزز من ملموسية الخدمة والتعاطف من خلال مظهر الموقع الإلكتروني وتخصيص أكبر للخدمات تبعا لتفضيلات كل نزيل.

3. العمل على التقييم المستمر لجودة الخدمات بمختلف أبعادها من خلال معرفة ما يحتاجه النزلاء وما يطرحه المنافسون، وذلك بما يضمن ويحسن من اعتمادية الخدمات المقدمة.

4. بناء قاعدة بيانات خاصة بالنزلاء من أجل العمل على تخصيص الخدمات في المستقبل بما يحقق توقعات ورغبات النزلاء ويحسن من بعد التعاطف مع النزلاء.

المراجع:

الكتب

1. جرادات، عبد الناصر؛ العجلوني، محمود. تطبيقات الحاسوب في الإدارة والتسويق. دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2009.

2. خضر، محمد؛ عمر، نبيل. مبادئ الحاسبات الإلكترونية. دار عمار الأردن، 1988.

3. الرفاعي، حسن؛ صالح، فراس؛ عطير، حسين؛ الديماسي، محمود. إجراءات وإدارة الدوائر الأمامية والاستقبال. دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، 2007.

4. العاني، مزهر شعبان. نظم المعلومات الإدارية منظور تكنولوجي. دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2009.

5. العلي، ابراهيم محمد. مبادئ علم الإحصاء مع تطبيقات حاسوبية. مديرية الكتب والمطبوعات، جامعة تشرين، سوريا، 2003.

6. عيسى، عبد الحكيم وآخرون. مهارات الحاسوب. دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، 2010.

7. مصطفى، علي. نظم المعلومات وإدارة المؤسسات. دار الرضا للنشر، سوريا، 2006.

8. النجار، فايز جمعة صالح. نظم المعلومات الإدارية. دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2007.

الأبحاث والدوريات

9. ابن عيشاوي، أحمد. قياس أبعاد جودة الخدمات من وجهة نظر العملاء، دراسة ميدانية لخدمات الهاتف النقال المقدمة من طرف المؤسسات الثلاثة: (موبليس، جيزي، وأوريدو) بمدينة ورقلة جنوب الجزائر. مجلة الباحث، عدد 14، 2013. ص ص:364-379.

10. حسين،يسرى محمد. تكنولوجيا المعلومات وتأثيرها في تحسين مستوى أداء الخدمة الفندقية (دراسة تطبيقية في فندق السدير). الجامعة المستنصرية،مجلة الإدارة والاقتصاد،العدد 85،2010.ص ص:315-357.

11. عازر،عماد سلمان. الحجز الإلكتروني وعلاقته بتطوير خدمة الإيواء في فنادق الخمس نجوم في الأردن. جامعة فيلادلفيا،قسم الإدارة الفندقية والسياحية، 2006.

12. BAGGIO, RODOLFO. Information and Communication Technologies in the Hospitality Industry: The Italian Case. E-Review of Tourism Research. Vol. 2, No.5, 2004. 108-114.

13. PICCOLI, GABRIELE; LUI, TSZ-WAI; GRUN, BETTINA. The impact of IT-enabled customer service systems on service personalization, customer service perceptions, and hotel performance. Elsevier, Tourism Management, No 59, 2017. 349-362.

المراجع الإلكترونية:

14. الأكاديمية العربية البريطانية للتعليم العالي.هندسة الشبكات.2016.تم استردادها من:
http://www.abahe.co.uk/free-courses-f/PC-Networking.pdf

15. CHELSEA GOFORTH.Using and Interpreting Cronbach's Alpha. University of Virginia Library. November 16, 2015.Retrieved from:
http://data.library.virginia.edu/using-and-interpreting-cronbachs-alpha/

16. DIMITRIOS BUHALIS and SOO HYUN JUN. E-Tourism. In chris cooper (Ed.) **Contemporary tourism reviews** (pp. 1-38). Goodfellow Publishers, Oxford, 2011.Retrieved from:
http://www.goodfellowpublishers.com/free_files/fileEtourism.pdf

17. ROBERT NAU. Statistical forecasting:notes on regression and time series analysis. Duke University.2013.Retrieved from:
http://www.people.duke.edu/~rnau/rsquared.htm#table

18. TUTORIALS POINT SIMPLY EASY LEARNING.Learn DCN data communication and computer network. 2016.Retrieved from:
http://www.tutorialspoint.com/data_communication_computer_network/data_communication_computer_network_tutorial.pdf