

## أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال في جودة الخدمة السياحية

دراسة حالة عينة من فنادق ولاية بجاية

**The Impact of Information and Communication Technology in the Quality of tourism service A case study of a sample of hotels in the state of Bejaia**/بوالفخار وسيلة، جامعة بجبل، [boulfekhar.wassila@gmail.com](mailto:boulfekhar.wassila@gmail.com)،أ.د/ قريشي محمد، جامعة بسكرة، [Mohamed.grichi@univ-biskra.dz](mailto:Mohamed.grichi@univ-biskra.dz)،

تاريخ الاستلام: 2022/11/13 تاريخ القبول: 2023/02/06 تاريخ النشر: 2023/06/10

ملخص: هدفت الدراسة إلى معرفة تصورات المبحوثين حول مستوى توفر تكنولوجيا المعلومات والاتصال بأبعادها المختلفة في الفنادق محل الدراسة، وكذا مستوى جودة الخدمة السياحية بهذه الأخيرة، ومعرفة طبيعة العلاقة والأثر بينهما، حيث قمنا باستخدام الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات والمعلومات من عينة الدراسة. واستخدمنا في التحليل الإحصائي للبيانات عدة أساليب إحصائية منها مقاييس الإحصاء الوصفي (الوسط الحسابي والانحراف المعياري)، تحليل التباين للانحدار، وتحليل الانحدار الخطي المتعدد ... الخ. توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أبرزها: وجود أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال بأبعادها المختلفة في جودة الخدمة السياحية للفنادق محل الدراسة. خلصت الدراسة إلى عدة توصيات من بينها: على الفنادق محل الدراسة أن تزيد من استثماراتها في مجال البرمجيات والأجهزة والمعدات المكونة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، وأن تطور من مستوى جودة خدماتها السياحية وتواكب التغيرات العالمية.

الكلمات المفتاحية: تكنولوجيا المعلومات والاتصال، الجودة، الخدمة، جودة الخدمة السياحية.

Abstract: The goal of the study was to know the respondents' perceptions about the degree of availability of information and communication technology in its various forms in the hotels under study, as well as the quality of the tourist service, and to know the nature of the relationship and the impact between them, where we used a questionnaire as a main tool for collecting data and information from the study sample. In the statistical analysis of the data, we used several statistical methods, including descriptive statistics measures (arithmetic mean and standard deviation), regression analysis of variance, multiple linear regression analysis ... etc. The study concluded with the following: There is a statistically significant impact of information and communication technology with its various dimensions on the quality of tourism service for the hotels under study. The study came up with several recommendations, including: The hotels under study should increase their investments in the field of software, hardware and equipment that comprise information and communication technology, and develop the quality level of their tourism services and keep up with global changes.

Keywords: information and communication technology, quality, service, tourism service quality

المؤلف المرسل: بوالفخار وسيلة،

الإيميل: [boulfekhar.wassila@gmail.com](mailto:boulfekhar.wassila@gmail.com)

## 1. مقدمة:

في ظل التغيرات البيئية وشدة المنافسة تعمل المنظمات السياحية والفندقية على التكيف مع مختلف التغيرات لمواجهة المنافسة والاستمرار في الحفاظ على أسواقها ولوج أسواق جديدة، ومن أهم التغيرات الحاصلة التطورات الكبيرة والسريعة في مجال المعلوماتية وتكنولوجيا المعلومات والاتصال مما أثر على النشاط السياحي بمختلف جوانبه انطلاقاً من التخطيط للمشاريع السياحية من خلال برامج التصميم والمحاكاة وصولاً إلى تقديم العروض السياحية والخدمات بشكل عالمي للزبائن وبالجودة المطلوبة، وتعتمد اليوم المنظمات السياحية والفندقية بشكل أساسي على تقنيات تكنولوجيا المعلومات والاتصال للاستفادة من تحسين أداء عاملها وتخفيض الوقت والجهد والتكاليف في إنجاز مختلف الأنشطة وتحسين جودة السلع والخدمات السياحية التي يرغبها السائح وتلبي احتياجاته وتنال رضاه، هذا ما أثر على مختلف المعاملات والتعاملات في تقديم الخدمات السياحية.

**1.1. الإشكالية:** لقد ازداد الاهتمام بامتلاك وتطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال بمختلف أدواتها وتطبيقاتها المعاصرة من قبل القطاعات الاقتصادية الصناعية والخدمية. وتعد السياحة من القطاعات الخدمية الهامة التي تدر على الاقتصاد عائدات ضخمة من العملة المحلية والأجنبية تسهم في تطور البلاد ورفع مستوى المعيشة، ولتحقيق ذلك تسعى المنظمات السياحية والفندقية إلى تحسين جودة الخدمات السياحية باستمرار من خلال عدة مداخل أهمها تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال من أجل جلب السياح أكثر فأكثر وكسب ولائهم. وتأسيساً على ما تقدم نطرح التساؤل الرئيسي التالي:  
ما أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في جودة الخدمة السياحية للفنادق محل الدراسة؟  
وتنتبئ عن هذه الإشكالية الأسئلة الفرعية التالية:

- ما مستوى استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الفنادق عينة الدراسة؟
- ما مستوى توفر جودة الخدمة السياحية بأبعادها المختلفة في الفنادق محل الدراسة ؟
- هل توجد علاقة بين استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال بأبعادها المختلفة وجودة الخدمة السياحية المقدمة في الفنادق محل الدراسة ؟

**2.1. فرضيات الدراسة:** لمعالجة الإشكالية المطروحة، قمنا بطرح الفرضية الرئيسية التالية:

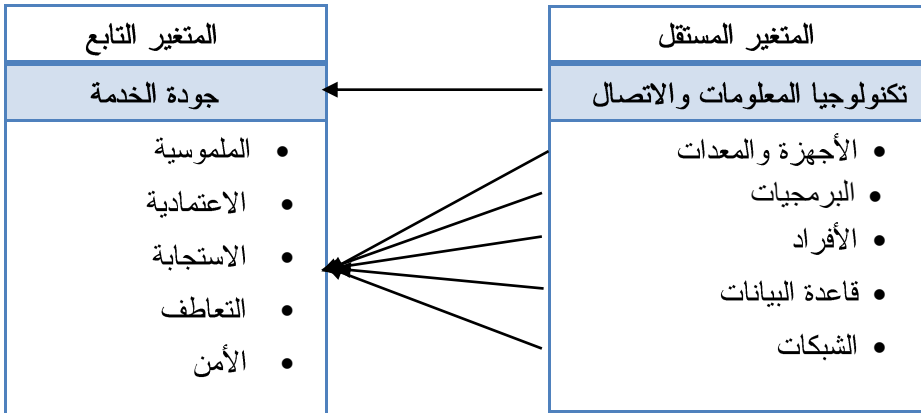
- **الفرضية الرئيسية:** لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال بأبعادها المختلفة في جودة الخدمة السياحية في الفنادق محل الدراسة.
- وبندرج ضمن هذه الفرضية عدة فرضيات فرعية هي:
- **الفرضية الفرعية الأولى:** لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للأجهزة والمعدات في جودة الخدمة السياحية بالفنادق محل الدراسة.

- الفرضية الفرعية الثانية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للبرمجيات في جودة الخدمة السياحية بالفنادق محل الدراسة.
  - الفرضية الفرعية الثالثة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لقواعد البيانات في جودة الخدمة السياحية بالفنادق محل الدراسة.
  - الفرضية الفرعية الرابعة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للشبكات في جودة الخدمة السياحية بالفنادق محل الدراسة.
  - الفرضية الفرعية الخامسة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للأفراد في جودة الخدمة السياحية بالفنادق محل الدراسة.
- 3.1. أهداف الدراسة: تهدف الدراسة إلى:

- التعرف على مدى توفر مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الفنادق محل الدراسة.
- التعرف على مستوى توفر جودة الخدمات السياحية في الفنادق محل الدراسة.
- تقديم تفسيرات للنتائج التي يتم التوصل إليها في الفنادق محل الدراسة لتوضيح العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات وتحسين جودة الخدمة السياحية.

1. 4. نموذج الدراسة: يمكن توضيح نموذج الدراسة في الشكل التالي:

الشكل (1): النموذج الفرضي للدراسة



المصدر: إعداد الباحثين بالاعتماد على الدراسات السابقة

2. تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

## 2-1- تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

• تكنولوجيا المعلومات" مرتبطة بظهور الحواسيب ( وما يتصل به من معدات اتصال وبرمجيات تمكنه من التخاطب في إطار شبكي مع أجهزة أخرى)، وعلى المؤسسة تحقيق أعظم استفادة من خلال إدارة عدد مهم من البيانات التي تقدم لها معلومات عنها أو عن المحيط على حد سواء" (Soutenain & P.Farcet, 2006, p. 233). أما تكنولوجيا الاتصالات هي مجموعة من الأدوات التي تساعدنا في استقبال المعلومات ومعالجتها وتخزينها واسترجاعها وطباعتها ونقلها بشكل الكتروني سواء كانت بشكل نص أو صورة أو فيديو وذلك باستخدام الحاسوب (Taibi, 2016, p. 110). وعليه فإن تكنولوجيا المعلومات والاتصال مجموع التقنيات أو الأدوات أو الوسائل أو النظم المختلفة التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون أو المحتوى الذي يراد توصيله من خلال عملية الاتصال الجماهيري أو الشخصي أو التنظيمي والتي يتم من خلالها جمع المعلومات والبيانات المسموعة أو المكتوبة أو المصورة أو المطبوعة أو الرقمية ( من خلال الحاسبات الرقمية ) ثم تخزين هذه البيانات والمعلومات واسترجاعها في الوقت المناسب، ثم عملية نشر هذه المواد الاتصالية أو الرسائل أو المضامين المسموعة أو مسموعة مرئية أو مطبوعة أو رقمية، ونقلها من مكان إلى آخر، ومبادلتها، وقد تكون هذه التقنية يدوية آلية أو الكترونية أو كهربائية (Hassan, 2015, p. 7).

## 2-2- مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

2-2-1-الأفراد: يقومون بإدارة وتشغيل تكنولوجيا المعلومات من إداريين ومتخصصين ومستخدمين نهائيين للنظام، ويكاد يتفق أغلب المتخصصين في مجال نظم المعلومات على أهمية العنصر البشري في إدارة وتشغيل نظام المعلومات تفوق أهمية المستلزمات المادية على نحو كبير (Nourhan & others, 2020, p. 48).

2-2-2- الأجهزة والمعدات: يشير المصطلح إلى المكونات المادية التي يعتمد عليها نظام تكنولوجيا المعلومات. يتضمن طرق الإدخال، وحدة المعالجة المركزية، والمخرجات، ووسائل التخزين المختلفة، ووسائل مجال الاتصالات (Ahmad, 2017, p. 362).

2-2-3- الشبكات: هي ترتيب منسق لوحدات مستقلة، منفصلة، متداخلة بغية تحقيق بعض الأهداف بكفاءة أكبر مما لو حاولت كل وحدة مستقلة أن تحققها منفردة، وذلك من خلال مجموعة من الأجهزة وتقنيات اتصال مناسبة (Ahmed & Saad, 2020, p. 329).

2-2-4- قاعدة البيانات: البيانات مدخلات تتمثل في أرقام أو حروف أو صور أو أشكال بيانية غير مفسرة وليس لها معنى إلا بعد ترتيبها ومعالجتها من قبل النظام لتصبح مخرجات صالحة، يتم تخزينها في قاعدة البيانات واسترجاعها متى دعت الحاجة إليها.

2-2-5- البرمجيات: هي مجموعة الأوامر التي سيتم تنفيذها بواسطة الحاسب الآلي بهدف انجاز مهمة معينة، ويعتبر المكمل الأساسي للحاسوب من أجل أن يصبح هذا الأخير أداة قابلة للاستعمال (Salma, 2018، صفحة 303).

### 3. جودة الخدمة السياحية:

3-1- مفهوم جودة الخدمة: يرتبط مفهوم جودة الخدمة بالمفاهيم التالية:

أ- جودة الخدمة: تقييم عام لمنظمة خدمية متخصصة ناتج عن المقارنة بين أداء هذه المنظمة والتوقعات الإجمالية للعملاء ، أخذاً بعين الاعتبار أداء منظمات نفس القطاع.

ب- جودة الخدمة: عملية تحسين مستمرة أساسها تقديم خدمة صحيحة من المرة الأولى، مع مراعاة احتياجات العملاء وتطورها بمرور الزمن، لضمان مستويات جودة أحسن لتلبية هذه الاحتياجات (Fethiye, 2015، صفحة 285).

ج- جودة الخدمة: تعتمد على مدى انسجام القائم بالتجربة المستند إلى الخبرات السابقة للخدمة المنجزة وعلى إدراك جدارة الخدمة وذلك من خلال المقارنة بما يمتلكه من معلومات وبخبرته السابقة من الخدمة وما يحصل عليه حالياً (Mohamed و others, 2015، صفحة 91).

3-2- جودة الخدمة السياحية: تعرفها منظمة السياحة العالمية بأنها عملية تتضمن تلبية جميع احتياجات المستهلك ومتطلباته وتوقعاته 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 (AbdulKarim, 2010, p. 259).

3-3- أبعاد جودة الخدمة: ينظر عادة إلى تقييم جودة الخدمة من وجهتي نظر إحداهما داخلية تعبر عن موقف الإدارة ومدى التزامها بالموصفات التي صممت الخدمة على أساسها أما وجهة النظر الخارجية فتركز على جودة الخدمة المدركة من قبل العملاء. ويتم

تقييمها من خلال خمسة أبعاد أساسية تتمثل في " الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، التعاطف والأمان "

الجدول (1): أبعاد جودة الخدمة

الشرح	البعد
حادثة وجاذبية مظهر المؤسسة، مظهر العاملين، تسهيلات مادية	الملموسية
القدرة على الوفاء بالوعد في الأجل المحدد، معلومات دقيقة وصحيحة، مصداقية الأداء وإمكانية الاعتماد على مؤهلات وكفاءات	الاعتمادية
إعلام العملاء بأجال الوفاء بالخدمة، سرعة تنفيذ المعاملات، سرعة الرد على شكاوي العملاء	الاستجابة
ضمان الحصول على الخدمة حسب الوعد انعدام الخطر والشك في تعاملات المنظمة أداء سليم من طرف الموظفين	الأمان
فهم ومعرفة حاجاته، الوعي بأهميته، ملائمة ساعات العمل مع التزاماته	التعاطف

Source : Bouhroud Fethiye, 2015, P 289.

#### 4. منهجية الدراسة وإجراءاتها

1.4. منهج الدراسة: تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي في جمع بيانات الدراسة وعرضها، في الجانب النظري تم الاعتماد على مراجع مختلفة أما في الجانب التطبيقي فقد تم جمع البيانات ومعالجتها وتحليلها للتعرف على دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة السياحية لعينة من الزبائن بمجموعة من الفنادق المصنفة بولاية بجاية.

2.4. مجتمع وعينة الدراسة: يتمثل مجتمع الدراسة في زبائن الفنادق المصنفة بولاية بجاية، حيث قمنا بأخذ عينة قصدية مكونة من الفنادق المصنفة ثلاثة نجوم وأربعة نجوم، تم توزيع (80) استبيان على عينة من زبائن هذا النوع من الفنادق بغية جمع البيانات اللازمة للقيام بالدراسة الميدانية، وتم استرجاعها كلها، تم فحصها واستبعاد (3) منها لعدم تحقيقها

شروط الإجابة الصحيحة، وعليه فإن عدد الإستبانات الصالحة للتحليل الإحصائي (77) استبانته.

### 3.4.3. أداة الدراسة ومصادر جمع البيانات والمعلومات

1.3.4. أداة الدراسة: بناء على دراسات سابقة تناولت متغيرات الدراسة ومن أجل جمع بيانات الدراسة التطبيقية حول أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال في جودة الخدمة السياحية تم تطوير استبيان يتضمن جزئيين: الجزء الأول يتعلق بالبيانات الشخصية للزبائن من: الجنس، العمر، المستوى العلمي، المهنة ومستوى التحكم في تكنولوجيا المعلومات والاتصال، أما الجزء الثاني فيحتوي على محورين: المحور الأول يضم 31 عبارة تخص مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصال المتمثلة في: الأفراد، الأجهزة والمعدات، الشبكات، البرمجيات وقاعدة البيانات. أما المحور الثاني يتناول 29 عبارة خاصة بأبعاد جودة الخدمة السياحية التي تتضمن: الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، التعاطف، الأمن.

2.3.4. مصادر جمع البيانات والمعلومات: اعتمدنا مصدرين لجمع البيانات والمعلومات هما:

أ- المصادر الأولية: تم الحصول عليها من خلال تصميم استبانته وتوزيعها على عينة مجتمع الدراسة، ثم تفرغها وتحليلها باستخدام برنامج (SPSS.V17)، بالاعتماد على الاختبارات الإحصائية المناسبة للوصول إلى دلالات ذات قيمة ومؤشرات تدعم موضوع البحث.

ب- المصادر الثانوية: تم الحصول عليها من خلال مراجعتنا للكتب والدوريات والمنشورات الورقية والالكترونية والرسائل الجامعية والمقالات المتعلقة بالموضوع قيد الدراسة سواء بشكل مباشر أو غير مباشر لتساعدنا في جميع مراحل هذه الدراسة.

4.4. الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات: لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها واختبار الفرضيات، تم استخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) من خلال الأساليب الإحصائية المناسبة وهي:

أ- مقاييس الإحصاء الوصفي: وذلك لوصف مجتمع البحث وإظهار خصائصه بالاعتماد على النسب المئوية والتكرارات والإجابة على أسئلة البحث وترتيب متغيرات البحث حسب أهميتها بالاعتماد على المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

- ب- تحليل التباين للانحدار: للتأكد من صلاحية النموذج المقترح.
- ج- تحليل الانحدار الخطي المتعدد: وذلك لاختبار أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال بأبعادها المختلفة في جودة الخدمة السياحية.
- د- اختبار (F): لاختبار معنوية أو ملائمة نموذج الانحدار.
- هـ- اختبار كولمجروف سمرنوف: لمعرفة هل البيانات تتبع التوزيع الطبيعي أم لا.
- و- معامل الثبات ألفا كرونباخ: وذلك لقياس ثبات أداة البحث.
- ز- معامل صدق المحك: وذلك لصدق أداة البحث.
- 5.4. اختبار التوزيع الطبيعي (اختبار كولمجروف-سمرنوف: One-Sample K-S) اختبار كولمجروف- سمرنوف يستخدم لمعرفة هل البيانات تتبع التوزيع الطبيعي أم لا، وهو اختبار ضروري عند دراسة تحليل الانحدار الخطي، لأن معظم الاختبارات المعلمية تشترط أن يكون توزيع البيانات طبيعياً. يوضح الجدول (2) نتائج هذا الاختبار، حيث أن قيمة مستوى الدلالة المحسوب أكبر من المستوى المعتمد (0.05)، ما يدل على أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي.

جدول (2): اختبار التوزيع الطبيعي (One-Sample Kolmogorov-Smirnov)

المتغير	قيمة Z	مستوى الدلالة (Sig)
تكنولوجيا المعلومات والاتصال	0.690	0.728
جودة الخدمة السياحية	1.096	0.181

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS. V 17

#### 6.4. صدق أداة الدراسة وثباتها

أ- صدق الأداة: يقصد بصدق الأداة قدرة الإستبانة على قياس المتغيرات التي صممت لقياسها، وللتحقق من صدق الإستبانة المستخدمة في البحث اعتمدنا على صدق المحك، حيث تم حساب معامل صدق المحك من خلال أخذ الجذر التربيعي لمعامل الثبات "ألفا كرونباخ"، وذلك كما هو موضح في الجدول (3) إذ نجد أن معامل الصدق الكلي لأداة الدراسة بلغ (0.985) وهو معامل جيد جدا ومناسب لأغراض وأهداف هذه الدراسة، كما نلاحظ أيضا أن معامل الصدق لمحوري الدراسة كبير جدا ومناسبة وبهذا نكون قد تأكدنا من صدق الأداة.



ب- ثبات الأداة: يقصد بها مدى الحصول على نفس النتائج أو نتائج متقاربة لو كرر البحث في ظروف مشابهة باستخدام الأداة نفسها، وتم قياس ثبات أداة الدراسة باستخدام معامل ألفا كرونباخ الذي يحدد مستوى قبول أداة القياس عند (0.60) فأكثر، حيث كانت النتائج كما يلي:

الجدول (3): معاملات الثبات و الصدق

المتغير	عدد العبارات	معامل الثبات ألفا كرونباخ	معامل الصدق
تكنولوجيا المعلومات والاتصال	31	0.972	0.986
جودة الخدمة السياحية	29	0.967	0.983
الإستبانة ككل	60	0.971	0.985

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS. V 17

من خلال هذا الجدول نلاحظ أن معامل الثبات الكلي لأداة الدراسة بلغ (0.971) وهو معامل ثبات جيد جدا ومناسب لأغراض البحث، كما نلاحظ أن معامل الثبات لمحوري الدراسة مرتفع جدا ومناسب، وبهذا نكون قد تأكدنا من ثبات أداة الدراسة مما يجعلنا على ثقة تامة بصحتها وصلاحيتها لتحليل النتائج.

### 5. نتائج التحليل الإحصائي للدراسة واختبار الفرضيات

5.1. نتائج التحليل الإحصائي للدراسة: نقوم في هذا الجزء بتحليل محاور الإستبانة للإجابة على تساؤلات الدراسة، تم استخدام مقاييس الإحصاء الوصفي باستخراج المتوسط الحسابي والانحراف المعياري (على مقياس ليكرت الخماسي) لإجابات أفراد عينة الدراسة عن عبارات الإستبانة المتعلقة بالمحورين "تكنولوجيا المعلومات والاتصال و جودة الخدمة السياحية"، تقرر أن يكون المتوسط الحسابي لإجابات المبحوثين عن كل عبارة من (1 أقل من 2.33) دالا على مستوى منخفض من القبول، ومن (2.33 أقل من 3.66) دالا على مستوى متوسط، ومن (3.66-5) دالا على مستوى مرتفع. ويظهر الجدولين (4) و(5) تلك النتائج.

#### 5.1.1. تحليل المحور الأول للإجابة عن السؤال التالي:

ما مستوى توفر تكنولوجيا المعلومات والاتصال بأبعادها المختلفة في الفنادق محل الدراسة

؟

للإجابة عن هذا السؤال يجب دراسة وتحليل النتائج الموضحة في الجدول الموالي.

جدول (4): الاتجاه العام لإجابات أفراد عينة الدراسة عن عبارات محور تكنولوجيا المعلومات والاتصال

الرقم	أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصال وعبارات القياس	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	مستوى التوفر
أولاً. الأجهزة والمعدات					
1	يعتمد الفندق في تقديم خدماته على أجهزة تكنولوجيا المعلومات متطورة.	3.69	0.815	6	مرتفع
2	يعتمد الفندق في تقديم خدماته على معدات تكنولوجيا المعلومات متطورة.	3.57	0.850	7	متوسط
3	يسهل استعمال الفندق لأجهزة تكنولوجيا المعلومات حصول الزبائن على خدمة أفضل.	4.04	0.677	4	مرتفع
4	استخدام الفندق لأجهزة تكنولوجيا المعلومات تزيد من مصداقية الخدمات المقدمة للزبون.	4.06	0.592	3	مرتفع
5	استخدام أجهزة تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالفندق يؤدي إلى تقديم الخدمة في وقت قصير.	4.10	0.661	1	مرتفع
6	يؤدي اعتماد الفندق على تكنولوجيا المعلومات إلى زيادة ثقة العميل في الفندق.	4.09	0.729	2	مرتفع
7	هناك استخدام واسع لتكنولوجيا المعلومات والاتصال بالفندق ما يؤدي إلى مرونة في التعامل مع الزبون.	3.75	0.876	5	مرتفع
ثانياً. البرمجيات					
8	يعتمد الفندق على برمجيات متطورة في عملية تقديم الخدمات للزبائن.	3.45	0.882	5	متوسط
9	يستخدم الفندق برمجيات متعددة لأغراض تقديم خدمات جيدة.	3.39	0.845	6	متوسط
10	يستخدم الفندق برمجيات متعددة لمتابعة الزبائن.	3.49	0.883	4	متوسط
11	يستخدم الفندق برمجيات تمتاز ببساطتها لإتاحة فهمها من قبل الزبون مثل كشوفات الحساب.	3.71	0.776	3	مرتفع
12	استخدام البرمجيات في الفندق يساهم في اتخاذ القرارات.	3.82	0.739	2	مرتفع
13	تساهم البرمجيات في الفندق على إعطاء حلول للمشكلات التي تواجه الزبائن.	3.90	0.754	1	مرتفع

مرتفع	3	0.662	3.89	ثالثا. قواعد البيانات	
مرتفع	2	0.705	3.95	يعتمد الفندق في تعامله مع الزبائن على قاعدة بيانات يمكن الرجوع إليها عند الحاجة.	14
مرتفع	3	0.754	3.90	يعتمد الفندق على قاعدة البيانات للاتصال بالزبائن ما يساهم في سرعة أداء الخدمات.	15
مرتفع	4	0.762	3.84	تتوفر قاعدة البيانات في الفندق على بيانات ومعلومات واضحة ودقيقة تزيد من الشفافية والثقة في التعامل مع الزبائن.	16
مرتفع	5	0.749	3.79	يملك الفندق قاعدة بيانات تمكنه من بناء علاقات إيجابية مع الزبائن.	17
مرتفع	1	0.688	4.00	تتيح البيانات المتوفرة في قاعدة البيانات أداء الخدمات بشكل جيد.	18
مرتفع	1	0.566	3.93	رابعا. الشبكات	
مرتفع	4	0.644	3.92	يطلع الزبون على خدمات الفندق عبر موقعه الالكتروني.	19
مرتفع	5	0.772	3.78	يطلع الزبون على الأسعار المطبقة من طرف الفندق عبر موقعه الالكتروني.	20
مرتفع	6	0.762	3.70	يستخدم الفندق البريد الالكتروني في الرد الفوري على مختلف التساؤلات والاستفسارات.	21
مرتفع	2	0.647	4.05	استخدام الانترنت في الفندق يزيد من التفاعل الإيجابي بين الفندق والزبون.	22
مرتفع	1	0.615	4.13	يسهل وجود الانترنت في الغرفة تقديم الخدمة من طرف الفندق.	23
مرتفع	3	0.628	4.00	استخدام الفندق لشبكات التواصل الاجتماعي يساهم في بناء علاقة تفاعل إيجابية بينهم وبين الزبائن من خلال استقبال مختلف انطباعاتهم .	24
مرتفع	4	0.573	3.81	خامسا. الأفراد	
متوسط	6	0.821	3.48	يعتمد الفندق على عدد كاف من العاملين ذوي الخبرة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال.	25
متوسط	7	0.804	3.42	يعتمد الفندق على عدد كاف من العاملين المتخصصين في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال.	26
مرتفع	5	0.629	3.81	يساهم الاعتماد على العاملين مؤهلين في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تقديم الخدمة بشكل	27

				أفضل.
مرتفع	3	0.595	3.96	استخدام أفراد مؤهلين في تكنولوجيا المعلومات والاتصال يزيد من سرعة أداء الخدمة.
مرتفع	4	0.570	3.94	استخدام أفراد مؤهلين في تكنولوجيا المعلومات والاتصال يزيد من سرعة الإجابة على استفسارات الزبون.
مرتفع	1	0.675	4.06	توظيف متخصصين في تكنولوجيا المعلومات يخلق الثقة بين الزبون والفندق حول البيانات الشخصية والمعلومات والوثائق.
مرتفع	2	0.628	4.00	اعتماد الفندق على متخصصين في تكنولوجيا المعلومات يحسن إدارة التفاعل بينهم وبين الزبائن.
مرتفع	/	0.540	3.83	تكنولوجيا المعلومات والاتصال كمجموعة

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS. V 17

يتضح من خلال هذا الجدول أن بعد:

أ- الشبكات: جاء بالترتيب الأول من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل أفراد عينة الدراسة، إذ بلغ الوسط الحسابي للإجابات عن هذا البعد (3.93) بانحراف معياري (0.566). وفقا لمقياس الدراسة فإن هذا البعد يشير إلى نسبة قبول "مرتفعة". كما نلاحظ من متوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات هذا البعد أنها تشكل قبولاً مرتفعاً أيضاً، حيث تراوحت المتوسطات ما بين (3.70-4.13) وتراوحت انحرافات المعيارية ما بين (0.628-0.772). تدل هذه النتيجة على أن الفنادق محل الدراسة توفر وتستخدم مختلف أنواع شبكات الاتصال، إذ يطلع الزبائن على خدمات الفنادق من خلال موقعها الإلكتروني، ويطلع أيضاً على مختلف الأسعار المطبقة، هذا بالإضافة إلى أن الفنادق محل الدراسة تستعمل البريد الإلكتروني في الرد الفوري على مختلف التساؤلات والاستفسارات المطروحة من قبل الزبائن.

ب- الأجهزة والمعدات: جاء بالترتيب الثاني من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل أفراد عينة الدراسة، إذ بلغ الوسط الحسابي للإجابات عن هذا البعد (3.90) بانحراف معياري (0.593). ووفقاً لمقياس الدراسة فإن هذا البعد يشير إلى نسبة قبول "مرتفعة". والشئ الملاحظ أيضاً من متوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات هذا البعد

أنها تشكل قبولاً مرتفعاً، حيث تراوحت المتوسطات ما بين (3.57-4.10) بانحرافات معيارية محصورة ما بين (0.592-0.876)، تدل هذه النتيجة على أن استخدام أجهزة ومعدات حديثة ومتطورة بالفنادق محل الدراسة يؤدي إلى تقديم الخدمة في وقت قصير وبشكل جيد، وهذا ما يزيد من ثقة الزبون بالفندق، والزيادة أيضاً في مصداقية الخدمات المقدمة له.

ج- قواعد البيانات: جاء بالترتيب الثالث من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل الباحثين، إذ بلغ الوسط الحسابي للإجابات عن هذا البعد (3.89) بانحراف معياري (0.662). ووفقاً لمقياس الدراسة فإن هذا البعد يشير إلى نسبة قبول "مرتفعة". كما نلاحظ من متوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات هذا البعد أنها تشكل قبولاً مرتفعاً أيضاً، حيث تراوحت المتوسطات ما بين (3.79-4.00) وتراوحت انحرافات المعيارية ما بين (0.688-0.762). تبين هذه النتيجة أن الفنادق محل الدراسة تعتمد في تعاملاتها مع الزبائن على قاعدة بيانات هامة يمكن الرجوع إليها عند الحاجة، والتي تمكنها من أداء الخدمة بشكل أفضل وسريع، وبالتالي هذا ما يسمح للفنادق من بناء علاقات إيجابية مع الزبائن.

د- الأفراد: جاء بالترتيب الرابع من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل الباحثين، إذ بلغ الوسط الحسابي للإجابات عن هذا البعد (3.81) بانحراف معياري (0.573). ووفقاً لمقياس الدراسة فإن هذا البعد يشير إلى نسبة قبول "مرتفعة". ونلاحظ من متوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات هذا البعد أنها تشكل قبولاً تراوح بين المتوسط والمرفع، حيث كانت المتوسطات محصورة ما بين (3.42-4.06) وتراوحت انحرافات المعيارية ما بين (0.570-0.821). وبهذا نستنتج أن الفنادق محل الدراسة تقوم بتوظيف أفراد متخصصين في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال وهذا ما يخلق نوع من الثقة بين الزبون والفندق حول البيانات الشخصية والمعلومات والوثائق، ويحسن إدارة التفاعل بينهم بالشكل المناسب، هذا بالإضافة إلى تقديم الخدمة في أسرع وقت ممكن وبالجودة المطلوبة.

هـ- البرمجيات: جاء بالترتيب الخامس من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل الباحثين، إذ بلغ الوسط الحسابي للإجابات عن هذا البعد (3.62) بانحراف معياري (0.695). ووفقاً لمقياس الدراسة يشير هذا البعد إلى نسبة قبول "متوسطة". كما نلاحظ من

متوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات هذا البعد أنها تشكل قبولاً تراوح بين المتوسط والمرتفع، وتراوحت المتوسطات ما بين (3.39 - 3.90) بانحرافات معيارية ما بين (0.739 - 0.883). تبين النتيجة أن البرمجيات المستخدمة في الفنادق محل الدراسة تساهم في إعطاء حلول للمشكلات التي تواجه الزبائن واتخاذ القرارات في الوقت المناسب، تجدر الإشارة أن الفنادق محل الدراسة لا تعتمد على برمجيات متطورة في عملية تقديم الخدمات للزبائن.

مما تقدم يتضح أن مستوى توفر تكنولوجيا المعلومات والاتصال بأبعادها المختلفة في الفنادق محل الدراسة مرتفع وفقاً لمقياس الدراسة، حيث بلغ الوسط الحسابي لإجابات الباحثين عن عبارات محور تكنولوجيا المعلومات والاتصال مجتمعة (3.83) بانحراف معياري (0.540).

#### 2.1.5. تحليل المحور الثاني للإجابة عن السؤال التالي:

ما مستوى توفر جودة الخدمة السياحية بأبعادها المختلفة في الفنادق محل الدراسة؟

للإجابة عن هذا السؤال يجب دراسة وتحليل النتائج الموضحة في الجدول الموالي.

جدول(5): الاتجاه العام لإجابات أفراد عينة الدراسة عن عبارات محور جودة الخدمة السياحية

الرقم	أبعاد جودة الخدمة السياحية وعبارات القياس	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	مستوى التوفر
	أولاً. درجة الملموسية	4.26	0.543	1	مرتفع
1	يتمتع الفندق بإطلالة جميلة.	4.40	0.730	3	مرتفع
2	المظهر الخارجي للفندق جذاب.	4.44	0.698	1	مرتفع
3	التصميم الداخلي للفندق ملائم.	4.42	0.656	2	مرتفع
4	يتوفر الفندق على مرافق الراحة.	4.14	0.823	6	مرتفع
5	يتوفر الفندق على أثاث مريح.	4.25	0.652	5	مرتفع
6	يلتزم موظفون في الفندق بلباس موحد أنيق.	4.26	0.523	4	مرتفع

مرتفع	7	0.854	4.14	غرف الفندق تتوفر على وسائل الرفاهية ومزودة بحمام.	7
مرتفع	8	0.885	4.08	يتوفر الفندق على موقف للسيارات.	8
مرتفع	3	0.632	4.02	ثانياً درجة الاعتمادية	
مرتفع	5	0.848	3.87	يوفر الفندق مختلف الخدمات التي يحتاجها الزبون.	9
مرتفع	3	0.664	4.08	يتمتع الموظفون بالمهارة والكفاءة في تقديم الخدمة.	10
مرتفع	2	0.653	4.09	يوفر الفندق معلومات حول الخدمات التي يقدمها بشكل واضح.	11
مرتفع	4	0.724	3.95	يوفر الفندق المعلومات المتعلقة بالخدمات التي يقدمها بشكل دقيق.	12
مرتفع	1	0.656	4.13	يمكن الاعتماد على موظفي الفندق عند الحاجة إليهم.	13
مرتفع	4	0.633	3.87	ثالثاً. درجة الاستجابة	
مرتفع	1	0.639	4.01	الفندق على استعداد دائم لتقديم الخدمة لزيائته.	14
مرتفع	2	0.618	3.99	يقدم الفندق الخدمة لزيائته في الوقت المناسب.	15
مرتفع	5	0.880	3.68	يعالج الفندق شكاوى الزبائن بسرعة لحظة تلقيها.	16
مرتفع	4	0.733	3.83	يجيب الموظفين عن تساؤلات واستفسارات الزبائن فوراً.	17
مرتفع	3	0.648	3.88	يتمتع الموظفون بالفندق بقدرتهم على فهم احتياجات الزبائن مما يؤدي إلى استجابتهم السريعة لها.	18
مرتفع	5	0.664	3.79	رابعاً. درجة التعاطف	
مرتفع	3	0.875	3.70	يولي الفندق الاهتمام الشخصي لكافة زبائنه.	19
مرتفع	1	0.664	3.92	يسعى موظفي الفندق لمعرفة احتياجات الزبون وتوفيرها.	20
مرتفع	2	0.699	3.90	يحرص الموظفون على تقديم نصائح لك في اختيار الخدمات الملائمة .	21
مرتفع	4	0.868	3.66	ساعات العمل في الفندق ملائمة لجميع الزبائن.	22

مرتفع	2	0.534	4.11	خامس درجة الأمان	
مرتفع	3	0.715	4.17	23	مبنى الفندق آمن.
مرتفع	2	0.576	4.22	24	المحيط الخارجي للفندق آمن.
مرتفع	1	0.491	4.25	25	يتمتع موظفون في الفندق بالأمانة والأخلاق الحسنة.
مرتفع	7	0.669	4.00	26	يقدم الفندق كشوفات حساب حقيقية.
مرتفع	6	0.716	4.01	27	يحفظ الفندق على سرية المعلومات الخاصة بالزبون.
مرتفع	5	0.656	4.06	28	أثق في الإجراءات التنظيمية للفندق.
مرتفع	4	0.653	4.09	29	أثق في المعاملات المالية للفندق.
مرتفع	/	0.515	4.05	جودة الخدمة السياحية كمجموعة	

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS. V 17

يتضح من خلال هذا الجدول أن بعد:

أ- درجة الملموسية: جاء بالترتيب الأول من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل أفراد عينة الدراسة، إذ بلغ الوسط الحسابي للإجابات عن هذا البعد (4.26) بانحراف معياري (0.543). ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذا البعد يشير إلى نسبة قبول "مرتفعة". كما نلاحظ من متوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات هذا البعد أنها تشكل قبولاً مرتفعاً أيضاً، حيث تراوحت المتوسطات ما بين (4.08 - 4.44) وانحرافاتها المعيارية ما بين (0.523 - 0.885). تدل هذه النتيجة على أن الفنادق محل الدراسة لها مظهر خارجي جذاب وتتمتع بإطلالة جميلة، وتصميمها الداخلي ملائم، ويتوفر لديها مختلف مرافق الراحة.

ب- درجة الأمان: جاء بالترتيب الثاني من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل أفراد عينة الدراسة، إذ بلغ الوسط الحسابي للإجابات عن هذا البعد (4.11) بانحراف معياري (0.534)، ووفقا لمقياس الدراسة فإن هذا البعد يشير إلى نسبة قبول "مرتفعة"، والملاحظ أيضاً أن من متوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات هذا البعد أنها تشكل قبولاً



مرتفعاً أيضاً، حيث تراوحت المتوسطات ما بين (4.00 – 4.25) بانحرافات معيارية محصورة ما بين (0.491-0.716). تدل هذه النتيجة على أن الفنادق محل الدراسة تتميز بالأمان من حيث المبنى والمحيط الخارجي والموظفين، وهناك ثقة في إجراءاتها التنظيمية ومعاملاتها المالية، إضافة إلى ذلك فالفنادق محل الدراسة تحافظ بشكل جيد على سرية معلومات الزبائن.

ج-درجة الاعتمادية: جاء بالترتيب الثالث من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل أفراد عينة الدراسة، إذ بلغ الوسط الحسابي للإجابات عن هذا البُعد (4.02) بانحراف معياري (0.632). ووفقاً لمقياس الدراسة فإن هذا البعد يشير إلى نسبة قبول "مرتفعة"، والشئ الملاحظ من متوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات هذا البعد أنها تشكل قبولاً مرتفعاً أيضاً، حيث تراوحت المتوسطات ما بين (3.87 – 4.13) بانحرافات معيارية محصورة ما بين (0.653-0.848). تدل هذه النتيجة أن الفنادق محل الدراسة لديها موظفين أكفاء يمكن الاعتماد عليهم في تقديم الخدمات بشكل مميز، وتوفير كافة المعلومات التي يحتاجها الزبائن.

د-درجة الاستجابة: جاء بالترتيب الرابع من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل أفراد عينة الدراسة، إذ بلغ الوسط الحسابي للإجابات عن هذا البعد (3.87) بانحراف معياري (0.633). ووفقاً لمقياس الدراسة فإن هذا البعد يشير إلى نسبة قبول "مرتفعة"، والشئ الملاحظ من متوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات هذا البعد أنها تشكل قبولاً مرتفعاً أيضاً، حيث تراوحت المتوسطات ما بين (3.68 – 4.01) بانحرافات معيارية محصورة ما بين (0.618-0.880). تدل هذه النتيجة أن الفنادق محل الدراسة لديها استعداد دائم لتقديم الخدمات للزبائن في الوقت المناسب، ويتمتع موظفيها بالقدرة الكبيرة على فهم احتياجات الزبائن المختلفة ومن ثم تلبيةها بشكل سريع.

ه-درجة التعاطف: جاء بالترتيب الخامس والأخير من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل المبحوثين، حيث بلغ الوسط الحسابي للإجابات عن هذا البُعد (3.79) بانحراف معياري (0.664). ووفقاً لمقياس الدراسة فإن هذا البُعد يُشير إلى نسبة قبول "مرتفعة"، والشئ الملاحظ من متوسطات إجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات هذا البعد أنها تشكل قبولاً مرتفعاً أيضاً، حيث تراوحت المتوسطات ما بين (3.66 – 3.92) بانحرافات معيارية محصورة ما بين (0.664-0.875). تدل هذه النتيجة على أن موظفي الفنادق محل الدراسة

يسعون دائما لمعرفة مختلف احتياجات ورغبات الزبائن وتلبيتها بالشكل المطلوب، وتقديم النصائح لهم فيما يخص اختيار الخدمات الملائمة.

بناء على ما تقدم، يتضح أن مستوى توفر جودة الخدمات السياحية بالفنادق محل الدراسة جاء مرتفعا وفقا لمقياس الدراسة، حيث بلغ الوسط الحسابي لإجابات المبحوثين عن عبارات هذا المحور مجتمعة (4.05) بانحراف معياري (0.515).

2.5. اختبار الفرضيات: في هذا الجزء سوف نقوم باختبار الفرضية الرئيسية بأبعادها المختلفة:

"لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال بأبعادها المختلفة في جودة الخدمة السياحية بالفنادق محل الدراسة وذلك عند مستوى المعنوية 0.05".

قبل اختبار هذه الفرضية يجب أولا التأكد من صلاحية أو ملائمة النموذج باستخدام

تحليل التباين للانحدار (Analysis of Variance) وذلك بالشكل التالي:

الجدول (6) نتائج تحليل التباين للانحدار للتأكد من صلاحية النموذج لاختبار فرضية البحث

#### الرئيسية

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى المعنوية
الانحدار	4.476	5	0.895	4.051	0.003
الخطأ	15.691	71	0.221		
المجموع	20.167	76			

\* ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية (0.05)

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS. V 17

من خلال هذا الجدول يتضح أن قيمة (F) فيشر بلغت (4.051) بمستوى معنوية محسوب (0.003) وهو أقل من مستوى المعنوية المعتمد (0.05) وبهذا نستدل على معنوية أو صلاحية النموذج لاختبار فرضية البحث الرئيسية؛ أي أن هناك علاقة معنوية بين المتغيرين محل الدراسة؛ "تكنولوجيا المعلومات والاتصال وجودة الخدمة السياحية".

استخدم تحليل الانحدار المتعدد لاختبار فرضية البحث الرئيسية بفروعها المختلفة، حيث كانت

النتائج موضحة في الجدول الموالي:

الجدول (7) نتائج تحليل الانحدار المتعدد لتوضيح أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال بأبعادها

#### المختلفة في جودة الخدمة السياحية بالفنادق محل الدراسة

مصدر التباين	B	الخطأ المعياري	Beta	قيمة T المحسوبة	مستوى المعنوية	معامل الارتباط R	معامل التحديد R <sup>2</sup>

0.064	0.254	0.026	2.272	0.254	0.097	0.220	الأجهزة والمعدات
0.086	0.293	0.010	2.656	0.293	0.082	0.217	البرمجيات
0.132	0.364	0.001	3.380	0.364	0.084	0.283	قواعد البيانات
0.115	0.339	0.003	3.125	0.339	0.099	0.309	الشبكات
0.196	0.443	0.000	4.277	0.443	0.093	0.398	الأفراد
0.222	0.471	0.001	3.589	0.383	0.102	0.365	تكنولوجيا المعلومات والاتصال كمجموعة

\* ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ( $\alpha=0.05$ )

المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS. V 17

يتضح من خلال النتائج الموضحة في هذا الجدول ما يلي:

1- وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية (0.05) لتكنولوجيا المعلومات والاتصال كمجموعة في جودة الخدمة السياحية للفنادق محل الدراسة، وهذا لأن قيمة (T) المحسوبة بلغت (3.589) بمستوى دلالة (0.001) وهذا الأخير هو أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.05). وتشير قيمة معامل الارتباط ( $R = 0.471$ ) إلى أن هناك علاقة ارتباط موجبة ومتوسطة نسبياً بين "تكنولوجيا المعلومات والاتصال وجودة الخدمة السياحية"، في حين فسر متغير تكنولوجيا المعلومات والاتصال (22.2%) من التغيرات الحاصلة في مستوى جودة الخدمة السياحية للفنادق محل الدراسة وذلك بالاعتماد على قيمة معامل التحديد ( $R^2$ )، وبناء على كل هذا نرفض الفرضية الصفرية ونقبل بديلتها.

2- عند بحث أثر كل بعد من أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصال على نحو مستقل في جودة الخدمات السياحية بالفنادق محل الدراسة، تبين ما يلي:

- وجود أثر ذو دلالة إحصائية للأجهزة والمعدات في جودة الخدمات السياحية بالفنادق محل الدراسة عند مستوى المعنوية (0.05)، وذلك لأن قيمة (T) المحسوبة بلغت (2.272) بمستوى معنوية (0.026) وهو أقل من المستوى المعتمد (0.05)، وعليه نرفض الفرضية الصفرية الفرعية الأولى ونقبل بديلتها. إضافة إلى ذلك نجد أن قوة العلاقة بين المتغيرين "الأجهزة والمعدات وجودة الخدمة السياحية" بلغت (0.254) وذلك بالاعتماد على قيمة معامل الارتباط.

- وجود أثر ذو دلالة إحصائية للبرمجيات في جودة الخدمات السياحية بالفنادق محل الدراسة عند مستوى المعنوية (0.05)، وذلك لأن قيمة (T) المحسوبة بلغت (2.656) بمستوى معنوية (0.010) وهو أقل من المستوى المعتمد (0.05)، وبالتالي نرفض الفرضية

الصفريّة الفرعية الثانية ونقبل بديلتها. كذلك نلاحظ أن قوة العلاقة بين المتغيرين السابقين بلغت (0.293) وذلك بالاعتماد على قيمة معامل الارتباط.

- وجود أثر ذو دلالة إحصائية لقاعدة البيانات في جودة الخدمات السياحية بالفنادق محل الدراسة، وهذا لأن قيمة (T) المحسوبة بلغت (3.380) بمستوى معنوية (0.001) وهو أقل من المستوى المعتمد (0.05)، وعليه نرفض الفرضية الصفريّة الفرعية الثالثة ونقبل بديلتها. أيضا نستنتج أن قوة العلاقة بين المتغيرين "قواعد البيانات" و"جودة الخدمة السياحية" بلغت (0.364) وذلك بالاعتماد على قيمة معامل الارتباط، وهو ارتباط موجب متوسط نسبيا.

- وجود أثر ذو دلالة إحصائية لشبكات الاتصال في جودة الخدمات السياحية بالفنادق محل الدراسة، وهذا لأن قيمة (T) المحسوبة بلغت (3.125) بمستوى معنوية (0.003) وهو أقل من المستوى المعتمد (0.05)، وعليه نرفض الفرضية الصفريّة الفرعية الرابعة ونقبل بديلتها. أيضا نستنتج أن قوة العلاقة بين المتغيرين "الشبكات" و "جودة الخدمة السياحية" بلغت (0.339) وذلك بالاعتماد على قيمة معامل الارتباط، وهو ارتباط موجب متوسط نسبيا.

- وجود أثر ذو دلالة إحصائية للأفراد في جودة الخدمات السياحية بالفنادق محل الدراسة، وهذا لأن قيمة (T) المحسوبة بلغت (4.277) بمستوى معنوية (0.000) وهو أقل من المستوى المعتمد (0.05)، وعليه نرفض الفرضية الصفريّة الفرعية الخامسة ونقبل بديلتها. كذلك نلاحظ أن قوة العلاقة بين المتغيرين السابقين بلغت (0.443) وهذا بالاعتماد على قيمة معامل الارتباط، وهو ارتباط موجب متوسط نسبيا أيضا.

مما سبق، نجد أن متغير "الأفراد" الأكثر تأثيرا في جودة الخدمة السياحية للفنادق محل الدراسة، لأن لديه أكبر معامل انحدار (B) البالغ قيمته (0.398)، ثم يأتي في المرتبة الثانية متغير "الشبكات" بمعامل انحدار (B) قدره (0.309)، في المرتبة الثالثة متغير "قواعد البيانات" بمعامل (B) قدره (0.283) وفي المرتبة الرابعة متغير "الأجهزة والمعدات" بمعامل انحدار قدره (0.220)، المرتبة الأخيرة من حيث التأثير جاء متغير "البرمجيات" بمعامل (B) قيمته (0.217)

## 6. الخاتمة: إثر دراسة أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة

السياحية لعينة من الزبائن فنادق ثلاثة وأربعة نجوم بولاية بجاية توصلنا للنتائج التالية:

• مستوى توفر تكنولوجيا المعلومات والاتصال بأبعاها المختلفة مرتفع في الفنادق محل الدراسة.

• مستوى جودة الخدمة السياحية مرتفع في الفنادق عينة الدراسة بولاية بجاية.

• للأجهزة والمعدات اثر ايجابي على جودة الخدمة السياحية في الفنادق محل الدراسة.

• للبرمجيات اثر ايجابي على جودة الخدمة السياحية في الفنادق محل الدراسة.

• لشبكات الاتصال اثر ايجابي على جودة الخدمة السياحية في الفنادق محل الدراسة.

• لقواعد البيانات اثر ايجابي على جودة الخدمة السياحية في الفنادق محل الدراسة.

• للأفراد اثر ايجابي على جودة الخدمة السياحية في الفنادق محل الدراسة.

من خلال النتائج التي تم التوصل إليها يتم تقديم الاقتراحات التالية:

• زيادة الاستثمار في مجال البرمجيات والأجهزة والمعدات المكونة لتكنولوجيا المعلومات

والاتصال للتحسين المستمر في جودة الخدمة السياحية بالفنادق محل الدراسة لمواكبة

التطورات التكنولوجية ، نظرا للتوجه العالمي نحو السياحة الالكترونية.

• الاهتمام بتدريب وتكوين الأفراد العاملين ( الكفاءات التكنولوجية) من حيث التحكم في

التكنولوجيا والتعامل مع الزبون لدورهم المباشر في إدارة العلاقة مع الزبائن الكترونيا.

• استخدام أوسع لبرامج وتطبيقات وأجهزة تكنولوجيا المعلومات والاتصال لتعزيز مستوى

جودة الخدمة السياحية بأبعاها المختلفة في الفنادق عينة الدراسة لضمان الاستمرار داخل

القطاع السياحي الذي يشهد ديناميكية مستمرة.

## 7. List of references

1. AbdulKarim, H. (2010). *Hotel management and tourism (first edition)*. Amman, Jordan: Osama House for publication and distribution.
2. Ahmad, F. M. (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.
3. Ahmed, S., & Saad, Q. (2020). *The contribution of information technology in improving the quality of service in the health sector, a case study of the public hospital institution, Ibn Omar Al-Jilani.*

- National forum about Quality of life and sustainable development in Algeria - dimensions and challenges. Algeria: El-Oued University.*
4. Amara Salma .(2018) .*The impact of the use of information and communication technology on improving time management in the organization - an analytical study of the Algeria Post Corporation and the Agency of Oum El Bouaghi .Journal of Financial, Accounting and Administrative Studies.*(2) 5 .
5. Bouhroud Fethiye (2015) .*Quality management in business organizations - theory and practice. (first edition) Amman ,Jordan : Dar Al Maysara for publication and distribution.*
6. Diab Mohamed و and others .(2015) .*Fundamentals of evaluating the efficiency of the performance of hotel institution .(first edition) .Amman ,Jordan :Dar Al-Ayyam for publication and distribution.*
7. Hassan, M. A. (2015). *Knowledge management and information technology (first edition). Amman, Jordan: Dar Al-Moataz for publication and distribution.*
8. Nourhan, Q. a. (2020). *Information and communication technology as a cornerstone of the e-training process:presenting a set of examples and experiences. Distance Education and Open Education , 8 (15),*
9. Soutenain, J., & P.Farctet. (2006). *Organisation et gestion de l entreprise. Paris, france: Berti éditons.*
10. Taibi, R. (2016). *Information technology management (first edition). Amman, Jordan: Dar Al-Easar Al-Alami for publication and distribution.*