

أثر تكنولوجيا المعلومات في جودة الخدمة الفندقية

دراسة ميدانية على عينة من الفنادق السياحية في محافظة كربلاء

م.م. بشار عباس الحميري
م.م. احمد كاظم بريس



أثر تكنولوجيا المعلومات في جودة الخدمة الفندقية

دراسة ميدانية على عينة من الفنادق السياحية في محافظة كربلاء

م.م بشارعباس الحميري م.م احمد كاظم بريس

المقدمة

أحدثت التطورات التقنية التي شهدها العالم خلال العقود الأربعة من القرن الماضي تغييرات مهمة في مختلف مجالات الحياة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، إذ أصبح أهم ما يميز بيئة العمل المحيطة بالمنظمات المعاصرة هي التقلب والتغيير السريع والانفتاح وتجاوز الحدود بين الدول والمجتمعات. ومن بين أهم هذه التطورات ما يسمى اليوم (تكنولوجيا المعلومات)، فقد أحدثت تغييرات مهمة في بنية المنظمات، فمن خلال استخدام أدواتها وعلى وجه الخصوص الحاسوب وشبكة المعلومات العالمية ووسائل الاتصال المختلفة، أصبح بإمكان العاملين تجميع و تخزين وإرسال ومعالجة واسترجاع البيانات والمعلومات مما ولد دافعا لعدد كبير من المنظمات على استخدام تكنولوجيا المعلومات كأصول استراتيجية لتحقيق ميزة تنافسية على مستوى الأسواق المحلية والعالمية.

وقد شهدت القطاعات الخدمية، ولاسيما القطاع الفندقي اهتماماً بالغاً في مجال استخدام تكنولوجيا المعلومات الحديثة، بهدف الارتقاء بجودة الخدمات الفندقية؛ لتلبية حاجات ورغبات السائحين.

واستشعاراً من الباحثين بأهمية استخدام تكنولوجيا المعلومات في المنظمات بصورة عامة، والمنظمات الفندقية بصورة خاصة، جاء هذا البحث ليلسط الضوء على طبيعة العلاقة القائمة بين تكنولوجيا المعلومات وأثرها في جودة الخدمة الفندقية من خلال إطار نظري وآخر تطبيقي على عينة واحدة من الفنادق السياحية وأخرى من زوار محافظة كربلاء المقدسة.

وبناءً على ما تقدم، فقد جاء البحث بأربعة مباحث، خصص الأول منها للإطار العام للبحث، في حين تناول الثاني منهجية البحث، واختص الثالث بالدراسة الميدانية، فيما كرس المبحث الرابع للاستنتاجات والتوصيات.

المبحث الأول: الإطار النظري

أولاً : تكنولوجيا المعلومات :

أ- مفهوم تكنولوجيا المعلومات وأهميتها :

إن موضوع تكنولوجيا المعلومات لا يختلف عن بقية حقول علم الإدارة الأخرى التي ظلت تفتقد إلى وجود تعريف جامع متفق عليه. فالتعريف التي عرضت عن تكنولوجيا المعلومات كثيرة ومتعددة وسنستعرض بعضاً منها :

عرف (Haag & Peter, ١٩٩٦:٨) تكنولوجيا المعلومات بانها ((مجموعة من الادوات تساعد مستخدميها على التعامل بالمعلومات وانجاز الفعاليات أو الأنشطة ذات العلاقة بمعالجة المعلومات)) في حين يرى (Powell & Micallef, ١٩٩٧:٣٧٦) إن تكنولوجيا المعلومات ما هي ((إلا نوع من أنواع نظم المعلومات المستند إلى الحاسوب وتطبيقاته)) ويرى (O.Brein, ٢٠٠٣:٨) أن تكنولوجيا المعلومات عبارة عن (أجهزة ومعدات وبرامجيات الحاسوب وشبكة الانترنت ووسائل الاتصال البعدية الأخرى) وعرفها ((بلقاسم وعلي، ٢٠٠٣: ٧٠)) إنها (حصيلة التزاوج بين التكنولوجيا الرقمية أو الرمزية والمعلومات، وهو يعد من أهم وابرز التطورات التي عرفها الاقتصاد العالمي).

وإذا أردنا أن نقدم وصفاً لما اشتملت عليه تلك التعريفات يمكن القول إن تكنولوجيا المعلومات هي الأجهزة والمعدات والبرامجيات وشبكات الاتصالات البعدية وقواعد البيانات وغيرها من أدوات التكنولوجيا التي تستخدم في الحصول على البيانات والمعلومات ومعالجتها وتخزينها واسترجاعها.

ومن الجدير بالذكر إن لثورة المعلومات تأثير مهم في المنظمات، فمن خلال استخدام هذه التكنولوجيا أصبح بإمكان العاملين والمسؤولين الحصول على ما يحتاجون إليه من معلومات بسهولة وبالوقت المحدد والمناسب إذ أن التقدم الذي أحرزته تكنولوجيا الاتصالات وشبكة المعلومات العالمية (الانترنت) خلال القرن الماضي سهل من عملية تبادل المعلومات على مستوى الأفراد والمنظمات فضلاً عن أن تكنولوجيا المعلومات أحدثت تغييرات مهمة في بنية المنظمات من بينها تقليص حجم المعلومات بالشكل الذي يسهل على العاملين والمسؤولين التعامل معها والاستفادة منها دون أن تمر تلك المعلومات والمقترحات عبر المستويات التنظيمية، قبل اتخاذ القرارات من قبل المعنيين في المنظمة، مما يمكن هؤلاء من اتخاذ القرارات في الوقت المناسب.

لقد سهلت شبكة الاتصالات انسيابية القرارات وتدفق المعلومات، إذ يمكن القول إن تكنولوجيا المعلومات البعدية تعد من أهم خيارات إعادة التصميم التنظيمي، فالمدراء الذين تنحصر مهمتهم الأساسية بتجميع المعلومات وتصنيفها تنتفي الحاجة إليهم في ظل التكنولوجيا الحديثة، أضف إلى ذلك، وبسبب ما أحدثته تكنولوجيا المعلومات من انسياب في عمل العديد من الوظائف المهمة كالاتصالات

والتنسيق والرقابة وغيرها من الوظائف تحرر المدراء العاملين في المنظمات من عدد كبير من المهام الروتينية وخصصوا وقتاً واهتماماً أكبر لمهمة التخطيط واتخاذ القرار.

إن استخدام تكنولوجيا المعلومات الحديثة يزيد من فاعلية العاملين، إذ إنها تزودهم بمختلف أنواع البيانات والمعلومات ذات العلاقة بالزبائن والمنافسين والأسواق والخدمات وغيرها. علاوة على ذلك، فهي تسهل عملية تبادل المعلومات فيما بينهم وتحررهم من قيود المكان والوقت وتزيد من سرعة العمليات التشغيلية، وتقلل التكاليف، وبعبارة أخرى، أن استخدام تكنولوجيا المعلومات يساعد المدراء والعاملين على التكيف والانسجام مع ما يحصل من مستجدات في بيئة العمل وتقليص وقت أداء المهام المكلفين بها واكتشاف فرص جديدة بما يضمن تحقيق مزايا تنافسية.

ب- مكونات تكنولوجيا المعلومات :

تباينت آراء الباحثين والمختصين حول مكونات تكنولوجيا المعلومات وربما يعود هذا التباين إلى اختلاف هؤلاء في خلفياتهم النظرية أو في اهتمامهم ببعض الجوانب دون غيرها. فهناك من يعتقد إن مكونات تكنولوجيا المعلومات (Haag & Peter, 1996:9) هي ((وحدات الإدخال والإخراج، البرمجيات، وسائل الاتصال، محرك المعالجة، المعلومات، وحدات الحزن، الأفراد))

ويرى (Williams, etal, 1997:9) إن تكنولوجيا المعلومات ما هي إلا (نظام من الحاسوب والاتصال وان هذا النظام يضم ستة عناصر أساسية هي الإجراءات، البيانات والمعلومات، الأجهزة، المعدات، والبرمجيات، والاتصالات)) وبالنسبة إلى (Seen, 1998:14) فأنا مكونات تكنولوجيا المعلومات هي الحاسوب والاتصالات والكادر البشري في حين يرى (Turban, 1999: 27) إن مكونات تكنولوجيا المعلومات تتمثل بالأجهزة والمعدات والبرمجيات وشبكات الاتصال. وبالنسبة لـ (Kenneth & Jane, 2000:55) فأنا مكونات تكنولوجيا المعلومات هي الأجهزة والمعدات والبرمجيات والاتصالات والموارد البشرية.

من هنا يتضح إن المكونات التي حظيت باتفاق أغلب الباحثين هي الحاسوب وشبكة الانترنت والاتصالات والكادر البشري وهي التي تم اعتمادها في هذه الدراسة.

ثانياً : جودة الخدمة الفندقية :

١. المفهوم والأهمية :

يعتمد تطور الصناعة الفندقية في الوقوف على حاجات ورغبات الزبائن والعمل على إشباعها بالشكل الذي يحقق رضاهم. وبما إن الخدمة الفندقية تعد محورياً أساسياً في عملية المنافسة حيث يتنافس هذا النوع من المنشآت السياحية على أساس جودة الخدمة المقدمة للزبون، وان قياس كفاءة أدائها في السوق يتحدد بحسب مستوى هذه الجودة.

إن مفهوم جودة الخدمة لا يختلف عن بقية المفاهيم الأخرى، إذ تعددت وتباينت وجهات نظر الباحثين حول هذا المفهوم فقد حدد (Garvin, 1988 p: 60- ٤٠) خمس وجهات نظر مختلفة حول مفهوم الجودة. فوجهة النظر الأولى تستند إلى التفوق (Transcendent) ووفقاً لوجهة النظر هذه يستطيع الزبون أن يميز بين الجودة العالية والجودة الرديئة للسلعة أو الخدمة، إلا انه من الصعب وضع تعريف محدد لجودة السلعة أو الخدمة قبل أن يراها ذلك الزبون أما وجهة النظر الثانية، فتقوم على أساس الإنتاج (Product-based)، حيث تحدد بعض الصفات أو الخصائص التي يمكن قياسها لتحديد

مستوى جودة السلعة أو الخدمة في حين تستند وجهة النظر الثالثة إلى المستخدم النهائي (user-based) أي إن رضا الزبون عن السلع والخدمات يعد مقياساً لجودة السلعة أو الخدمة ، فهي تركز على تلبية المتطلبات الظاهرية أو الضمنية التي يرغب الزبون في توافرها في السلع والخدمات التي يسعى إلى الحصول عليها. أما وجهة النظر الرابعة ، فأنها تستند إلى أساس التصنيع (manufacturing-based) ، أي مدى مطابقة السلع والخدمات للمتطلبات والمواصفات المحددة مسبقاً ، فالجودة تتحقق إذا أشبعت جميع المتطلبات المحددة من قبل الجهاز. وأخيراً تستند وجهة النظر الخامسة إلى أساس القيمة (value-based) ، فالسلعة أو الخدمة تكون ذات جودة إذا حققت رضا الزبون في الأداء والسعر .

وعلى العموم فإن هناك تعاريف عديدة عرضت لمفهوم الجودة فقد عرّفها ، (Evans, 1997: 48) بأنها تلبية ما يتوقعه الزبون أو التفوق على هذه التوقعات في حين عرّفها (Ivancevich, etal, 1997: 455) بأنها ((مدى تلبية السلعة أو الخدمة لما يتوقعه الزبون منها)) أما الجمعية الأمريكية فقد عرفت الجودة بأنها ((مجموعة صفات وخصائص معينة تتسم بها السلعة يمكن من خلالها إشباع الحاجات المحددة أو المعلنة)) (Haksever, etal, 2000: 33) .

وبناءً على ما تقدم يمكن تعريف جودة الخدمة الفندقية بأنها قابلية الخدمة الفندقية على إشباع حاجات وتوقعات المستفيدين منها .

وتأسيساً على ما تقدم فقد أصبحت الجودة تحتل أهمية خاصة في الصناعة الفندقية إذ إن توافرها أو وجودها يعد من الشروط الأساسية لبقاء ونمو المنشآت الفندقية في دنيا الأعمال ، إن أهميتها تكمن في إنها تحقق رضا الزبون ، إذ أن هذا الرضا يولد ولاء يجعل من الصعوبة بمكان أن يفضل الزبون خدمة غير منظورة إليه الآن على الخدمة التي جربها وتأكد من جودتها ، مما يضمن للمنشأة التي تعامل معها حصة سوقية أكبر ، وعوائد مالية أعلى .

إن النجاح الذي حققته المنشآت السياحية وعلى وجه الخصوص الفندقية منها في دول العالم المتقدم وبعض دول العالم النامي يعزى للدور الاستراتيجي الذي احتلته الجودة عند مدراء هذه المنشآت. لذا لقي موضوع الجودة اهتماماً كبيراً من لدن الباحثين والمختصين ، إذ تعد اليوم مدخلاً مهماً تتبناه المنظمات المعاصرة كفلسفة إدارية ومنهج علمي في ظل بيئة يسودها التنافس ويغلب عليها التغيير السريع.

٢. أبعاد جودة الخدمة الفندقية :

تباينت آراء الباحثين ، المختصين حول إبعاد جودة الخدمة ومن هنا يرى الباحثين من الأهمية بمكان عرض آراء بعض هؤلاء الباحثين بهدف تحديد الإبعاد الأساسية لجودة الخدمة الفندقية .

فبالنسبة لـ (Heizer & Rander, 2001: 187) تتمثل أبعاد جودة الخدمة بـ (المعولية ، القدرة على الاستجابة ، اللياقة والأهلية ، سهولة الوصول ، الكياسة ، الجمالية ، الاتصال ، الأخلاقية والأمانة ، معرفة وتفهم الزبون ، والملموسات)

في حين حدد (Chase, etal, 2001: 266) أبعاد الجودة بـ (سرعة ودقة التسليم ، الإتمام ، التعامل ، التناسق ، سهولة الاتصال ، الدقة ، والاستجابة) أما (Haksever, etal, 2000: 331-332) فقد حدد أبعاد جودة الخدمة بـ (المعولية ، الاستجابة ، الدقة ، العناية ، الأشياء الملموسة) ويرى (Colin & Stephen, 1994: 125) إن أبعاد جودة الخدمة هي (المعولية ، الاستجابة ، الأهلية ، الوصول ، اللياقة

،الاتصال ،المصادقية ،الأمان ، تفهم الزبون ، المظهر) . يتضح من هذا إن أبعاد جودة الخدمة التي حظيت باتفاق اغلب الباحثين هي الاعتمادية ، الاستجابة ، الضمان ، التقمص العاطفي ، والملموسات وهي التي تم اعتمادها في هذا البحث .

المبحث الثاني: منهجية البحث

تناول هذا المبحث منهجية البحث متمثلة بالمشكلة والأهمية والأهداف ، ومن ثم الفرضيات والأتمودج الفرضي وعينة البحث والأدوات ، كالآتي :

أولاً : مشكلة البحث :

تواجه المنشآت الفندقية المعاصرة تحديات كبيرة نتيجة للمستجدات التي تطرأ على بيئتها ، ومن بين أهم هذه المستجدات هو التطور المستمر في تكنولوجيا المعلومات . ولأهمية الدور الذي يمكن أن يؤديه هذا العنصر في مجمل أبعاد العملية الإدارية . لاسيما جودة الخدمة الفندقية ، فقد بات من الضروري قيام هذا النوع من المنشآت السياحية بإجراء مراجعة مستمرة لما تحتاج إليه من مكونات تكنولوجيا المعلومات الحديثة ، إذ أكدت البحوث والدراسات النظرية والميدانية أهمية تكنولوجيا المعلومات باعتبارها عنصراً مهماً في تحسين جودة الخدمة الفندقية .

وانطلاقاً من ذلك ، فإن مشكلة البحث تتجسد في ضعف إدراك إدارات المنشآت الفندقية في محافظة كربلاء لعلاقة وتأثير تكنولوجيا المعلومات في جودة الخدمات التي تقدمها للزبائن خصوصاً زوار العتبات المقدسة ، وما لذلك من تأثير في حركة النشاط السياحي في مدينة كربلاء المقدسة .

ثانياً : أهمية البحث :

تتبع أهمية البحث من خلال ما يأتي :

١ . تناول البحث قطاع الصناعة الفندقية في مدينة كربلاء المقدسة إذ تكتسب المنشآت الفندقية أهمية خاصة في هذه المدينة التي تعد من المدن السياحية المهمة على مستوى العالم الإسلامي ، حيث يقصدها سنويا أعداد كبيرة من الناس لزيارة مرقد الإمام الحسين وأخيه العباس (عليهما السلام) وبما إن تكنولوجيا المعلومات يمكن أن تؤدي دوراً مهماً في جودة الخدمات التي تقدم من قبل المنشآت الفندقية للزبائن بما يزيد من إقبالهم على الإقامة فيها مدة أطول ، لذا فإن اطلاع المعنيين في هذا القطاع الحيوي على أهمية تكنولوجيا المعلومات الحديثة يسهم في تشجيع هؤلاء على استخدامها بشكل يعزز من دورها في تنشيط الحركة السياحية .

٢ . وفي حدود استقصاء البحث ، لم يسبق أن تناول احد الباحثين متغيري البحث على مستوى المنشآت الفندقية الموجودة في محافظة كربلاء ، مما يكسب البحث أهمية في تأصيل الجانب الميداني من البحث .

ثالثاً : أهداف البحث:

تتجسد أهداف البحث بالآتي :

١ . دراسة مكونات تكنولوجيا المعلومات ومدى استخدامها من قبل المنشآت الفندقية عينة البحث .

٢. بيان مدى تأثير مكونات تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في جودة الخدمات التي تقدمها المنشآت عينة البحث.

٣. بلورة مشكلة البحث أمام المعنيين في المنشآت الفندقية بغية اطلاعهم على نقاط القوة للعمل على تعزيزها والحد من جوانب الضعف أو التخلص منها.

رابعاً: حدود الدراسة :

١. الحدود المكانية : تضمن البحث عينة من الفنادق السياحية في كربلاء.
٢. الحدود الزمانية : إن الحدود الزمانية للبحث تحددت بالمدة من ٢٠٠٥/١٠/١ ولغاية ٢٠٠٦/٤/٢٠.
٣. الحدود البشرية: تضمن البحث مديري الفنادق في الفنادق عينة البحث ومجموعة من الزبائن (زوار العتبات المقدسة).

خامساً: فرضيات الدراسة :

يتبنى البحث الفرضيات الآتية :

- الفرضية الرئيسة الأولى :

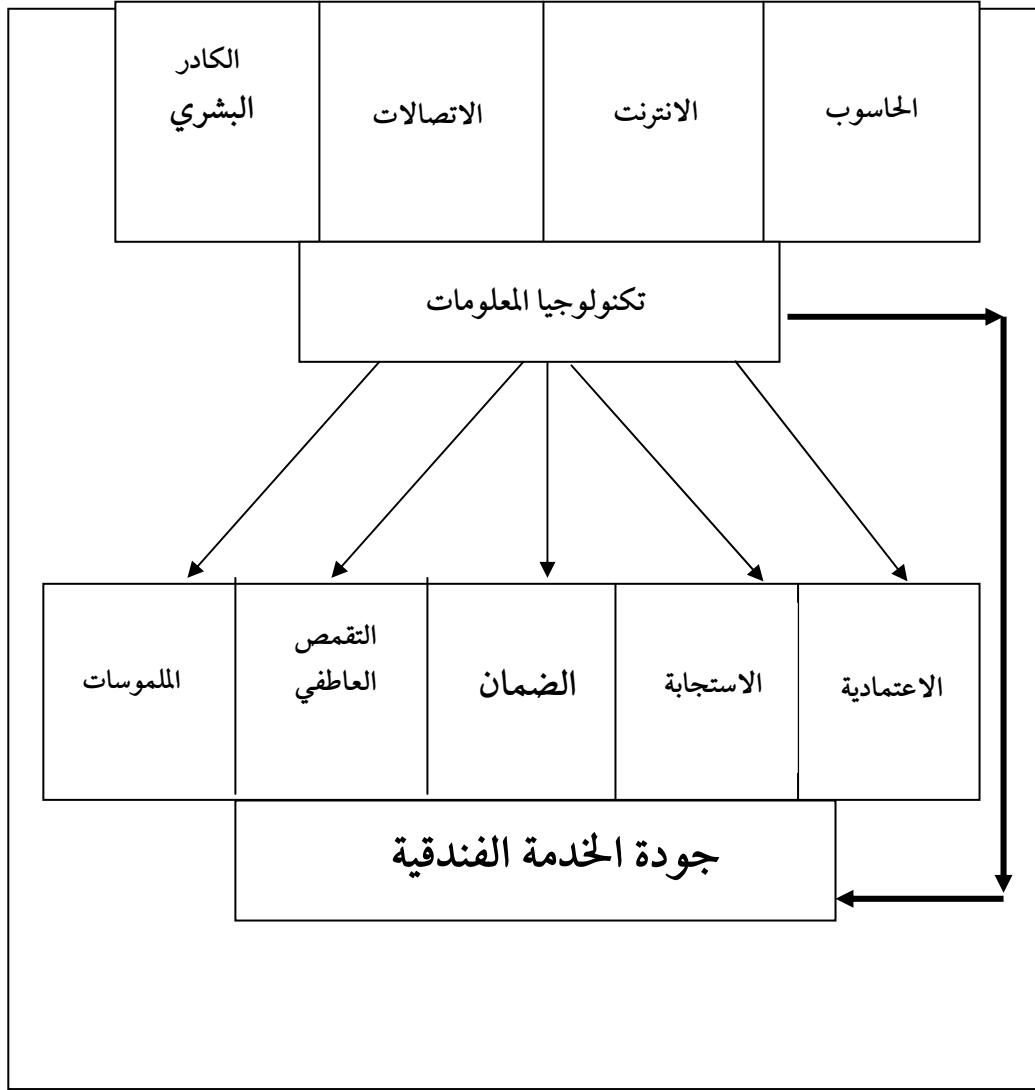
لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات وجودة الخدمة الفندقية ، وتشقق منها الفرضيات الآتية :

١. لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين الحاسوب وجودة الخدمة الفندقية.
 ٢. لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين الانترنت وجودة الخدمة الفندقية.
 ٣. لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين الاتصالات وجودة الخدمة الفندقية.
 ٤. لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين الكادر البشري وجودة الخدمة البشرية.
- الفرضية الرئيسة الثانية :

لا توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات وجودة الخدمة الفندقية وتشقق منها الفرضيات الفرعية الآتية :

١. لا توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين الحاسوب وجودة الخدمة الفندقية.
٢. لا توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين الانترنت وجودة الخدمة الفندقية.
٣. لا توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين الاتصالات وجودة الخدمة الفندقية.
٤. لا توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين الكادر البشري وجودة الخدمة الفندقية.

سادساً : أنموذج البحث الفرضي :



سابعاً : التعاريف الإجرائية :

١. تكنولوجيا المعلومات : هي الأجهزة والمعدات والبرامجيات وشبكات الاتصال البعدية وقواعد البيانات وغيرها من أدوات تكنولوجيا المعلومات التي تستخدم في الحصول على البيانات والمعلومات ومعالجتها وتخزينها واسترجاعها.

أ - الحاسوب : نظام يتكون من مجموعة مترابطة من المكونات التي تؤدي مشتركة مع بعضها بعضاً الوظائف الأساسية للنظام من إدخال ومعالجة وإخراج وتخزين ورقابة , وبالتالي توفر للمستخدم النهائي أداة قوية لمعالجة البيانات (غراب وحجازي ، ١٩٩٩ : ١٦١).

ب- الانترنت : وهي شبكة تضم مجموعة كبيرة من شبكات الكمبيوتر تنتشر في مختلف أنحاء العالم ، وهي ذات أغراض متعددة وتدخل في مختلف مجالات الحياة من علوم وتجارة وصناعة واتصالات وغيرها. وتخضع لقواعد معينة تحكم عملية تبادل المعلومات وتضبط عملية التراسل بين المستخدمين منها(John,etal,١٩٩٧:١٤٣)(Mclean,١٩٩٩:١٦٩).

ج- الاتصالات : وهي مجموعة من الوسائل تستخدم لأغراض الاتصالات البعيدة وتبادل البيانات والمعلومات من قبل الفندق وزبائنه ومن أهم هذه الوسائل هي التلفون ، التلكس ، الفاكس والبريد الإلكتروني.

د- الكادر البشري : مجموعة من العاملين المتخصصين في مجال المعلوماتية يتمتعون بالخبرة والمهارة اللازمة لإدارة معدات تكنولوجيا المعلومات وعلى وجه الخصوص إدارة وتشغيل نظم المعلوماتية , وبالرغم من أهمية توافر المستلزمات المادية المتمثلة بالحاسوب ووسائل الاتصال المختلفة والبرامجيات إلا إن هذه المستلزمات لا يمكن الاستفادة منها ما لم يتوافر كادر بشري يمتلك المؤهلات اللازمة في التعامل معها.

٢. جودة الخدمة الفندقية : تعد جودة الخدمة الفندقية محور أساس في عملية المنافسة , إذ تتنافس المنشآت الفندقية مع بعضها على أساسها , وان قياس كفاءة أدائها في السوق يتحدد بحسب مستوى هذه الجودة فهي تعني مدى تلبية الخدمة الفندقية لحاجات وتوقعات المستخدمين منها.

أ- الاعتمادية : يقصد بها في مجال الخدمة الفندقية مدى إمكانية المنشآت الفندقية على انجاز الخدمة التي وعدت الزبون بها بالدقة والموثوقية , أي انجاز الخدمة بشكل صحيح , وبالوقت الذي يطلب منه الزبون الخدمة.

ب- الاستجابة : تعني مدى رغبة العاملين على تقديم الخدمة المطلوبة , أي انجاز الخدمة في الوقت المناسب , أو حين الطلب عليها بما يضمن تحقيق رغبات وحاجات الزبائن.

ج- الضمان : ويقصد به مدى امتلاك العاملين في المنشأة الفندقية للمعرفة والخبرة اللازمة لانجاز الخدمة المطلوبة. فضلاً عن تحليهم بالأدب والصدق والنزاهة ومراعاتهم لمشاعر الزبائن عند التعامل معهم.

د- التقمص العاطفي : يعرف بأنه العناية بالزبائن ورعايتهم بشكل خاص والعمل على فهم ومعرفة حاجاتهم وتسهيل الاتصال بينهم وبين القائمين على الخدمة في الفندق.

هـ- الملموسات : تتمثل بالتسهيلات أو العناصر المادية ذات العلاقة المباشرة أو غير المباشرة بتقديم الخدمة ومن بينها المعدات ووسائل الاتصال المستخدمة والديكور وترتيب الأثاث والمظهر الخارجي للعاملين في الفندق.

تاسعاً : عينة البحث :

بما إن المنشآت الفندقية تحتل أهمية خاصة في القطاع السياحي باعتباره من عناصر الجذب المهمة وعلى وجه الخصوص في محافظة كربلاء المقدسة لكثرة عدد الوافدين ممن يقصدون زيارة العتبات

المقدسة الموجودة فيها فقد تم اختيار عينتين إحداهما من مدراء الفنادق السياحية والأخرى من زوار العتبات المقدسة وقد بلغ حجم عينة مدراء الفنادق ٣٠ مديراً في حين بلغت عينة البحث من الزوار ٦٠ زائراً .

وقد استخدم الباحثين عدداً من الأساليب في جمع البيانات والمعلومات منها: المصادر العلمية والمقابلات الشخصية والمشاهد الميدانية ، وعلاوة على ذلك فقد اعتمدت استمارة الاستبيان في هذا البحث بشكل أساس . لأهميتها في جمع البيانات ، فقد تم تصميم الاستمارتين الأولى تخص مدراء الفنادق عينة البحث والثانية مختصة بالزبائن المتعاملين مع هذه المنشآت الفندقية ، وقد تكونت استمارة المدراء من خمس عشرة فقرة تركزت على مكونات تكنولوجيا المعلومات وصيغت على المقياس ذي الإحدى عشرة درجة تنحصر بين (اتفق بنسبة ١٠٠٪ / واتفق بنسبة ٠٪) بينما ضمت استمارة الزبائن خمس عشرة فقرة ، تركزت على أبعاد جودة الخدمة الفندقية ، وصيغت أيضاً على المقياس ذي الإحدى عشرة درجة تنحصر بين (اتفق بنسبة ١٠٠٪ / واتفق بنسبة ٠٪).

وبهدف التأكد من الصدق الظاهري فقد تم عرض فقرات المقياس على مجموعة من الأساتذة المختصين في كليات جامعتي كربلاء وأهل البيت بهدف الحكم على مدى صلاحيتها في قياس الخاصية المراد قياسها . وقد أعيدت صياغة بعض الفقرات وفقاً لملاحظات هؤلاء الخبراء ، من أجل تحقيق الدقة والوضوح في عملية جمع البيانات ، أضف إلى ذلك تم استخدام (الفاكرومباخ) للتحقق من الاتساق الداخلي (ألفا) للمقياس وقد بلغت متغيرات تكنولوجيا المعلومات (٠.٩٧) ولأبعاد جودة الخدمة الفندقية (٠.٩٩) مما يدل على إن مقياس البحث يتسم بدرجة عالية من الاستقلالية في قياسه للمتغيرات المصمم من أجلها.

علاوة على ذلك فقد بلغ معامل الثبات لمقياس تكنولوجيا المعلومات وجودة الخدمة الفندقية (٠.٩٧ ، ٠.٩٩) على التوالي ، مما يدل على إن استمارتي البحث لمتغيراتها المذكورة ذات ثبات عالي.

المبحث الثالث: نتائج التحليل الميداني

تم تحويل الإجابات على المقياس ذي الإحدى عشرة درجة بهدف قياس مستوى إجابة أفراد عينة البحث ، واعتمد الوسط الفرضي البالغ (٠.٥) معياراً لقياس وتقييم الدرجة المستحصل عليها من خلال استجابات أفراد العينة ، علماً أن الوسط الفرضي هو عبارة عن الوسط الحسابي لأوزان المقياس أي أن

$$٠.٥ = \frac{١+٠.٩+٠.٨+٠.٧+٠.٦+٠.٥+٠.٤+٠.٣+٠.٢+٠.١+٠}{١١}$$

وبناءً على ذلك سيتم إعطاء الوصف التفصيلي لاستجابات أفراد العينة كآلاتي :

الجدول رقم (١)

التوزيعات التكرارية والأوساط الحسابية لمتغيرات تكنولوجيا المعلومات

التوزيعات التكرارية													أبعاد تكنولوجيا المعلومات
الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	٠	٠,١	٠,٢	٠,٣	٠,٤	٠,٥	٠,٦	٠,٧	٠,٨	٠,٩	١	الحاسوب
٠,٢٨	٠,٦٥	١	١	١	٣	٢	٢	٢	٤	٥	٥	٤	X _١
٠,٢٧	٠,٦٢	٠	٢	٤	٠	١	٢	٧	٢	٦	٣	٣	X _٢
٠,٢٦	٠,٦٥	٠	٢	٢	١	٠	٣	٥	٦	٤	٢	٥	X _٣
٠,٢٩	٠,٦٥	٢	٠	٢	٠	١	٥	٦	٢	٢	٢	٨	X _٤
١,١	٢,٥٧	٣	٥	٩	٤	٤	١٢	٢٠	١٤	١٧	١٢	٢٠	المجموع
٠,٢٨	٠,٦٤												المعدل
													الانترنت
٠,٢٦	٠,٦٦	٠	٢	٢	٠	١	٣	٦	٣	٥	٣	٥	X _٥
٠,٢٣	٠,٤٣	٣	٢	٠	٥	٦	٥	٤	٣	١	١	٠	X _٦
٠,٣	٠,٣٤	٥	٢	٤	٤	٥	٤	٣	٢	٠	١	٠	X _٧
٠,٢٥	٠,٧٢	٠	١	٠	٣	٠	٢	٥	٥	٣	٢	٩	X _٨
١,٠٤	٢,١٥	٨	٧	٦	١٢	١٢	١٤	١٨	١٣	٩	٧	١٤	المجموع
٠,٢٦	٠,٥٤												المعدل
													الاتصالات
٠,٢١	٠,٧١	٠	١	٠	٣	٠	٤	٥	٧	٢	٢	٧	X _٩
٠,٢٢	٠,٧٦	٠	٠	١	٢	٠	٢	٣	٤	٦	٥	٧	X _{١٠}
٠,٢٥	٠,٧	١	٠	٠	٢	١	٤	٤	٥	٣	٢	٨	X _{١١}
٠,٢	٠,٨	٠	٠	١	٠	١	٢	٢	٤	٦	٦	٨	X _{١٢}
٠,٨٨	٢,٩٧	١	١	٢	٧	٢	١٢	١٤	٢٠	١٧	١٥	٣٠	المجموع
٠,٢٢	٠,٧٤												المعدل
													الكادر البشري
٠,٣	٠,٣٤	٦	٤	٥	٤	٢	٠	٢	٣	٢	١	١	X _{١٣}

٠,٢٦	٠,٣١	٥	٦	٢	٤	٧	٢	١	٠	١	١	١	X _{١٤}
٠,٢٨	٠,٣٣	٧	٣	٤	٦	٠	٠	٥	٣	٠	٢	٠	X _{١٥}
٠,٨٤	٠,٩٨	١٨	١٣	١١	١٤	٩	٢	٨	٦	٣	٤	٢	المجموع
٠,٢٨	٠,٣٣											المعدل	
٠,٢٦	٠,٦											المعدل العام	

أولاً : وصف متغيرات تكنولوجيا المعلومات بحسب استمارة الاستبيان:

يظهر الجدول (١) نتائج التحليل الإحصائي لإجابات مدراء الفنادق حول متغيرات تكنولوجيا المعلومات إذ يتضمن الأوساط الحسابية الموزونة والانحرافات المعيارية ، ومن خلال استعراض النتائج الواردة في الجدول المذكور يتضح الآتي :

- ان تكنولوجيا المعلومات قد جاءت بمتوسط اعلى من الوسط الفرضي بقليل ، اذ بلغ المتوسط الحسابي الموزون العام لها (٠,٦) وهو اعلى من الوسط الفرضي البالغ (٠,٥) وبانحراف معياري (٠,٢٦) ، مما يعني ان هناك استخدام لا بأس به لادوات تكنولوجيا المعلومات من قبل الفنادق عينة البحث في ادارة الانشطة والفعاليات المختلفة.

❖ وعند ملاحظة النتائج الخاصة لكل بعد من ابعاد تكنولوجيا المعلومات تبين الاتي :

- إن الوسط الحسابي العام لمتغير الحاسوب بلغ (٠,٦٤) وهو في ارتفاع ملحوظ عن الوسط الفرضي البالغ (٠,٥) وبانحراف معياري عام مقداره (٠,٢٨) مما يعني أن هناك استخدام لا بأس به لأجهزة الحاسوب والبرمجيات المتقدمة من قبل الفنادق عينة البحث في إدارة الأنشطة والفعاليات المختلفة.

وعند ملاحظة نتائج الفقرات الخاصة بمتغيرات الحاسوب ، نجد أن جميع فقراته قد ساهمت بدرجات متفاوتة نسبياً في اغناؤه وتحسين مستواه وهي (١,٣,٤,٢) ، (تستخدم إدارة الفنادق أجهزة حاسوب متقدمة في ممارسة أعمالها المختلفة) ، (يمكن من خلال أجهزة الحاسوب والبرمجيات تحقيق الاتصال بين إدارة الفندق والزبائن) ، (يساهم استخدام الحاسوب في تحقيق وتطوير الخدمة الفندقية المقدمة للزبائن) ، (البرامج المستخدمة حالياً تعمل على تحليل وتبويب وتلخيص البيانات لإعداد المعلومات التي تحتاج إليها إدارة الفندق) ، إذ جاءت بأوساط حسابية (٠,٦٥,٠,٦٥,٠,٦٥,٠,٦٢) وبانحرافات معيارية مقدارها (٠,٢٧,٠,٢٩,٠,٢٦,٠,٢٨) على التوالي.

- هناك انخفاض في الوسط الحسابي الموزون العام لمتغير الانترنت اذ جاء هذا المتغير بوسط حسابي موزون عام (٠,٥٤) وهو أعلى من الوسط الفرضي البالغ (٠,٥) بقليل وبانحراف معياري عام مقداره (٠,٢٦) مما يدل على ضعف تبني هذا المتغير وعدم اهتمام إدارات الفنادق المبحوثة باستخدام الانترنت في تحسين الخدمة الفندقية.

وعند الدخول في تفاصيل نتائج التحليل الإحصائي لمتغير الانترنت نجد أن أفضل الفقرات التي أسهمت في وجوده هما (٨,٥) (يساعد موقع الفندق على شبكة الانترنت على زيادة إمكانية إدارة الفندق وسرعة استجابتها لطلبات ورغبات الزبائن) (يوجد للفندق موقع على شبكة الانترنت يتيح للزبائن على اختلاف أنواعهم الحصول على المعلومات عن الفندق ونوع الخدمة المقدمة من قبله) ، إذ جاءت بأوساط حسابية (٠,٧٢,٠,٦٦) وهي أعلى من الوسط الفرضي البالغ (٠,٥) ، وبانحرافات معيارية

(٠.٢٥.٠.٢٦) على التوالي ، أما الفقرات التي أسهمت في ضعف مستواه هما (٧.٦) . (تتيح إدارة الفندق للنزلاء استخدام شبكة الانترنت) ، (تستخدم إدارة الفندق شبكة الانترنت للحصول على المعلومات عن الفنادق المنافسة) إذ جاءتا بأوساط حسابية موزونة (٠.٣٤.٠.٤٣) وبانحرافات معيارية (٠.٣.٠.٢٣) على التوالي .

وفيما يتعلق ببعد الاتصالات نجد إن هناك ارتفاعاً في الوسط الحسابي الموزون العام لمتغير الاتصالات إذ بلغ (٠.٧٤) وهو أعلى من الوسط الفرضي البالغ (٠.٥) وبانحراف معياري عام (٠.٢٢) مما يدل على اهتمام الفنادق المبحوثة بتوفير شبكة للاتصالات الداخلية والخارجية واستخدام البريد الإلكتروني لأغراض التراسل واستقبال المعلومات من والى الزبائن .

وعند ملاحظة الفقرات الخاصة بمتغير الاتصالات نجد أن جميع فقراته قد ساهمت في اغنائه وإثراء أدائه وهي (١٢.١٠٩.١١) (تستخدم إدارة الفندق البريد الإلكتروني لأغراض التراسل واستقبال المعلومات من الأشخاص والوكالات والشركات السياحية) . (يتوفر لدى إدارة الفندق منظومة للاتصالات الداخلية لاستقبال طلبات ومقترحات النزلاء وتزويدهم بالمعلومات المطلوبة) . (توفر إدارة الفندق منظومة شبكة للاتصالات الخارجية (هاتف ، تليكس ، فاكس ، ثريا) لتلبية حاجة الزبائن على اختلاف أنواعهم) (يساعد نظام الاتصالات الحالي للفندق على الاستجابة السريعة للمتغيرات قد تطرأ في البيئتين الداخلية والخارجية) قد بلغت أوساطها الحسابية الموزونة (٠.٨.٠.٧٦.٠.٧١.٠.٧) ، وبانحرافات معيارية (٠.٢.٠.٢٢.٠.٢١.٠.٢٥) ، على التوالي .

- أما فيما يتعلق بمتغير الكادر البشري فقد حقق أوطاً متوسط موزون عام حيث بلغ (٠.٣٣) وهو اقل من الوسط الحسابي الفرضي البالغ (٠.٥) بانحراف معياري عام (٠.٢٨) مما يدل على إن الفنادق المبحوثة تفتقر إلى وجود كادر متخصص باستخدام تكنولوجيا المعلومات في العمل الفندقي .

وعند الدخول في تفاصيل نتائج التحليل الإحصائي ، نجد إن جميع فقرات هذا المتغير قد أسهمت في تدني مستوى أدائه وهي (١٤.١٥.١٣) ، (تهتم إدارة الفندق بإشراك العاملين ضمن دورات تدريبية في مجال العمل على أجهزة ومعدات تكنولوجيا المعلومات) . (هناك كادر متخصص في صيانة وإدامة أجهزة ومعدات تكنولوجيا المعلومات) . (تستعين إدارة الفندق بكادر وظيفي متخصص يتمتع بالخبرة اللازمة للعمل على أجهزة ومعدات تكنولوجيا المعلومات قد حققت أوساط حسابية (٠.٣١.٠.٣٣.٠.٣٤) وهي اقل من الوسط الفرضي البالغ (٠.٥) وبانحرافات معيارية (٠.٢٦.٠.٢٨.٠.٣) على التوالي .

الجدول رقم (٢)

التوزيعات التكرارية والأوساط الحسابية لإبعاد جودة الخدمة

التوزيعات التكرارية													أبعاد جودة الخدمة
الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	٠	٠,١	٠,٢	٠,٣	٠,٤	٠,٥	٠,٦	٠,٧	٠,٨	٠,٩	١	الاعتمادية
٠,٢٦	٠,٧	٢	٠	٢	٣	٤	٨	٨	٩	٤	٩	١١	X _١
٠,٢٤	٠,٧	٠	٢	١	٣	٤	٨	٧	٩	٨	٨	١٠	X _٢

٠,٣	٠,٦	١	٤	٢	١٠	٥	٨	٠	٨	٦	٧	٩	X _٣
٠,٨	٢	٣	٦	٥	١٦	١٣	٢٤	١٥	٢٦	١٨	٢٤	٣٠	المجموع
٠,٢٧	٠,٧												المعدل
													الاستجابة
٠,٢٨	٠,٦٣	٠	٣	٤	٥	٤	٦	٧	٦	٨	٧	١٠	X _٤
٠,٢٧	٠,٦٧	٠	٤	٢	٣	٣	٨	٥	٩	٧	٩	١٠	X _٥
٠,٢٧	٠,٦١	٤	٢	٠	٨	٣	٨	٥	٩	١٠	٦	٦	X _٦
٠,٨٢	١,٩١	٤	٩	٦	١٦	١٠	٢٢	١٧	٢٤	٢٥	٢٢	٢٦	المجموع
٠,٢٧	٠,٦٤												المعدل
													الضمان
٠,٢٧	٠,٦	١	٠	٦	٨	٩	٥	٤	٨	٧	٦	٦	X _٧
٠,٢٩	٠,٦	٠	٠	٢	٣	٥	٩	٧	٥	٩	٧	٧	X _٨
٠,٢٥	٠,٧	٠	٢	٤	٠	٤	٨	٨	٨	٩	٧	١٠	X _٩
٠,٨١	١,٩	١	٢	١٢	١١	١٨	٢٢	١٩	٢١	٢٥	٢٠	٢٣	المجموع
٠,٢٧	٠,٦٣												المعدل
													التقمص العاطفي
٠,٢٦	٠,٦	٠	٢	٥	٦	٥	١٠	٨	٥	٨	٣	٨	X _{١٠}
٠,٢٧	٠,٦	٣	٠	٤	٥	٦	٩	٩	٧	٦	٤	٧	X _{١١}
٠,٢٨	٠,٦	٣	٤	٢	٥	٥	٩	٧	٨	٦	٤	٧	X _{١٢}
٠,٨١	١,٨	٦	٦	١١	١٦	١٦	٢٨	٢٤	٢٠	٢٠	١١	٢٢	المجموع
٠,٢٧	٠,٦												المعدل
													الملموسات
٠,٢٥	٠,٧	٣	٠	٠	٢	٥	٨	٨	٩	٨	٨	٩	X _{١٣}
٠,٢٥	٠,٧	٠	٣	٣	٠	٦	٦	٨	١٠	٨	٧	٩	X _{١٤}
٠,٢٩	٠,٦	١	٥	٥	٦	٧	٩	٤	٦	٥	٤	٨	X _{١٥}
٠,٧٩	٢	٤	٨	٨	٨	١٨	٢٣	٢٠	٢٥	٢١	١٩	٢٦	المجموع
٠,٣	٠,٧												المعدل
٠,٢٨	٠,٧												المعدل العام

ثانياً: وصف أبعاد جودة الخدمة الفندقية بحسب استمارة الاستبيان:

يظهر الجدول رقم (٢) نتائج التحليل الإحصائي لإجابات الزبائن حول أبعاد جودة الخدمة الفندقية، حيث يتضمن الأوساط الحسابية الموزونة والانحرافات المعيارية، ومن خلال استعراض النتائج الواردة في الجدول المذكور يتضح الآتي:

- إن جودة الخدمة الفندقية قد جاءت بمستوى جيد، إذ بلغ المتوسط الحسابي الموزون العام لها (٠.٧) وهو أعلى من الوسط الفرضي البالغ (٠.٥) وبانحراف معياري (٠.٢٨) مما يدل على أن جودة الخدمة المقدمة من قبل الفنادق المبحوثة قد تحققت بمستوى جيد.

وعند ملاحظة النتائج الخاصة لكل بعد من أبعاد جودة الخدمة يتبين الآتي:

- إن بعد الاعتمادية قد حقق متوسط موزون عام مقداره (٠.٧)، وهو أعلى من الوسط الفرضي البالغ (٠.٥) بارتفاع ملحوظ وانحراف معياري (٠.٢٧) مما يدل على أن هذا البعد قد تحقق بمستوى جيد.

وعند الدخول في تفاصيل التحليل الإحصائي لبعد الاعتمادية نجد إن جميع فقرات هذا المتغير قد أسهمت في تحسين مستواه إذ جاء بأوساط حسابية موزونة (٠.٧.٠.٧.٠.٦) هي (١.٢.٣)، وهي أعلى من الوسط الفرضي البالغ (٠.٥) وبانحرافات معيارية (٠.٢٦.٠.٢٤.٠.٣) على التوالي.

- وبالنسبة لبعد الاستجابة فقد حقق متوسط موزون عام مقداره (٠.٦٤) وهو أعلى من الوسط الفرضي البالغ (٠.٥) بانحراف معياري (٠.٢٧) مما يؤشر إلى إن المتحقق من مستوى هذا البعد أعلى بقليل من الوسط الفرضي وهو دون طموح الزبائن أو المستفيدين من الخدمة الفندقية.

وعند إمعان النظر في الفقرات الأساسية لهذا البعد نجد أن جميع فقراته قد أسهمت في تحسين أدائه وهي (٥.٤.٦) (يستجيب العاملون لطلبات الزبائن بسرعة)، (يبادر العاملون في الفندق على تقديم الخدمات)، (تقدم الخدمات التي يحتاج إليها الزبائن بالأوقات التي يرغبون فيها) إذ جاء بأوساط حسابية موزونة (٠.٦٧.٠.٦٣.٠.٦١) وهي أعلى من الوسط الفرضي (٠.٥) وبانحرافات معيارية (٠.٢٧.٠.٢٨.٠.٢٧) على التوالي.

- وفيما يخص بعد الضمان فقد حقق متوسط موزون عام مقداره (٠.٦٣) بانحراف معياري (٠.٢٧) مما يعني هذا البعد قد جاء بمستوى أعلى بقليل من الحد الأدنى وإن هناك حاجة لزيادة الاهتمام والعناية به لتلبية رغبات وحاجات الزبائن.

وعند إرجاع هذا البعد إلى فقراته الأساسية نجد إن جميعها قد أسهمت في تعزيز مستواه (يتصرف العاملون في الفندق في الأمانة والصدق)، (يتمتع العاملون في الفندق بالمؤهلات اللازمة لأداء الخدمات الفندقية المطلوبة)، (يعامل الزبائن من قبل العاملون في الفندق باحترام وتقدير) إذ جاء بأوساط حسابية موزونة (٠.٧.٠.٦.٠.٦) وهي أعلى من الوسط الفرضي (٠.٥) وبانحرافات معيارية (٠.٢٥.٠.٢٧.٠.٢٩) على التوالي.

- كذلك حقق بعد التقمص العاطفي متوسط موزون عام مقداره (٠.٦) وهو أعلى بقليل من الوسط الفرضي البالغ (٠.٥) وبانحراف معياري (٠.٢٧) مما يدل على أن هذا البعد قد تحقق بمستوى الحد الأدنى وهو بحاجة إلى المزيد من الاهتمام لتلبية ما يطمح إليه الزبائن ضمن نطاق هذا البعد من أبعاد جودة الخدمة الفندقية.

- وفيما يتعلق ببعدها الملموسات فقد جاء بموسم موزون عام مقداره (٠.٧) وهو أعلى من الوسط الفرضي البالغ (٠.٥) بارتفاع مناسب وبانحراف معياري (٠.٣) مما يعني إدارات الفنادق المبحوثة تبدي اهتماماً ملحوظاً في هذا البعد.

وعند الدخول في تفاصيل التحليل الإحصائي نجد إن جميع فقرات هذا المتغير قد أسهمت في تحسين مستواه وهي (١٣.١٤.١٥) (يقوم مقدمي الخدمة في الفندق بتنظيف وترتيب الأثاث في غرف وصالات الفندق بصورة مستمرة) ، (يوجد في الفندق منظومة اتصال متطورة " هاتف ، تلكس ، فاكس ، ثريا ، انترنت ") ، (يتوفر في الفندق وسائل الراحة اللازمة لسكن الزبائن) إذ جاءت بأوساط حسابية موزونة (٠.٧.٠.٧.٠.٦) وهي أعلى من الوسط الفرضي البالغ (٠.٥) بارتفاع ملحوظ وبانحراف معياري قدره (٠.٢٥.٠.٢٥.٠.٢٩) على التوالي مما يعني إن الفنادق المبحوثة قد حققت مستوى حقيقياً من وجهة نظر الزبائن فيما يتعلق في بعد الملموسات.

المبحث الرابع: تحليل علاقات الارتباط بين متغيرات الدراسة

يتناول هذا المبحث تحليل علاقة الارتباط بين تكنولوجيا المعلومات ، وجودة الخدمة الفندقية من اجل اختبار مدى صحة الفرضية الرئيسة الأولى والفرضيات الفرعية المنبثقة عنها والتي مفادها (لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات وجودة الخدمة الفندقية).

الجدول رقم (٣)

نتائج علاقات الارتباط بين متغيرات تكنولوجيا المعلومات وجودة الخدمة الفندقية

الجودة		المتغير المعتمد		
مستوى المعنوية	الجدولية t	المحسوبة t	R	المتغير المستقل
٠.٠٥	١.٨٣	٩.٥	٠.٩٥	الحاسوب
٠.٠٥	١.٨٣	٦.٣	٠.٩	الانترنت
٠.٠٥	١.٨٣	٩.٢	٠.٩٥	الاتصالات
٠.٠٥	١.٨٣	٠.٨٣	٠.٢٧	الكادر البشري
٠.٠٥	١.٨٣	١١.٣	٠.٩٧	المؤشر الكلي

- يظهر الجدول (٣) نتيجة قياس علاقة الارتباط بين تكنولوجيا المعلومات وجودة الخدمة الفندقية إذ يتضح وجود علاقة ذات دلالة إحصائية موجبة بين هذين المتغيرين المذكورين آنفاً تفصيلاً وإجمالاً إذا بلغت قيمة معامل الارتباط بينهما (٠.٩٧) وهي قيمة عالية تعكس وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بمستوى ثقة (٩٥ %) وتفسر هذه العلاقة انه كلما اعتمدت الفنادق على تكنولوجيا المعلومات في عملها ، كان هناك تأثير واضح على جودة الخدمة المقدمة من قبلها ومن ثم قدرتها على تحقيق رضا الزبائن . وتؤشر النتيجة السابقة إن العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات وجودة الخدمة الفندقية هي علاقة

ذات دلالة معنوية إذ بلغت قيمة t المحسوبة (١١.٣) وهي أكبر من قيمة t الجدولية البالغة (١.٨٣) عند مستوى معنوية (٠.٠٥).

- يتضح من الجدول (٣) إن نتيجة قياس علاقة الارتباط بين الحاسوب وهو احد متغيرات تكنولوجيا المعلومات وجودة الخدمة الفندقية إذ يتضح وجود علاقة ذات دلالة إحصائية موجبة بين الحاسوب وجودة الخدمة الفندقية , إذ بلغت قيمة معامل الارتباط بينهما (٠.٩٥) وهي قيمة عالية تعكس وجود علاقة ايجابية ذات دلالة إحصائية بمستوى ثقة (٩٥٪) إذ بلغت قيمة t المحسوبة (٩.٥) وهي أكبر من قيمة t الجدولية البالغة (١.٨٣) عند مستوى معنوية (٠.٠٥).

وتأسيساً على ذلك يتم رفض الفرضية الفرعية الأولى (لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين الحاسوب وجودة الخدمة الفندقية) لعدم وجود ما يثبت صحتها.

- يظهر الجدول (٣) نتيجة قياس علاقة الارتباط بين الانترنت وهو احد متغيرات تكنولوجيا المعلومات وجودة الخدمة الفندقية إذ يتضح وجود علاقة ذات دلالة إحصائية موجبة بين الانترنت وجودة الخدمة الفندقية. إذ بلغت قيمة معامل الارتباط بينهما (٠.٩) وهي قيمة عالية تعكس وجود علاقة ايجابية ذات دلالة إحصائية بمستوى ثقة (٩٥٪), إذ بلغت قيمة t المحسوبة (٦.٣) وهي أكبر من قيمة t الجدولية البالغة (١.٨٣) عند مستوى معنوية (٠.٠٥) وتأسيساً على ذلك يتم رفض الفرضية الفرعية الثانية (لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين الانترنت وجودة الخدمة الفندقية) لعدم وجود ما يثبت ذلك.

- يبين الجدول (٣) نتيجة قياس الارتباط بين متغير آخر من متغيرات تكنولوجيا المعلومات (الاتصالات) وجودة الخدمة الفندقية إذ يتضح وجود علاقة ذات دلالة إحصائية موجبة بين الاتصالات وجودة الخدمة الفندقية , إذ بلغت قيمة معامل الارتباط بينها (٠.٩٥) وهي قيمة عالية تعكس وجود علاقة ايجابية ذات دلالة إحصائية بمستوى ثقة (٩٥٪), إذ بلغت قيمة t المحسوبة (٩.٢) وهي أكبر من قيمة t الجدولية البالغة (١.٨٣) عند مستوى معنوية (٠.٠٥) وتأسيساً على ذلك يتم رفض الفرضية الفرعية الثالثة (لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين الاتصالات وجودة الخدمة الفندقية) لعدم وجود ما يثبت صحتها.

- يظهر الجدول (٣) نتيجة قياس الارتباط بين الكادر البشري وهو احد متغيرات تكنولوجيا المعلومات وجودة الخدمة الفندقية إذ يتضح وجود علاقة ارتباط موجبة بين الكادر البشري وجودة الخدمة الفندقية , إذ بلغت قيمة معامل الارتباط بينهما (٠.٢٧) وهي قيمة ضعيفة . فقد بلغت قيمة t المحسوبة (٠.٨٣) وهي اصغر من قيمة t الجدولية البالغة (١.٨٣) عند مستوى معنوية (٠.٠٥) وتأسيساً على ذلك يتم قبول الفرضية الفرعية الرابعة (لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين الكادر البشري وجودة الخدمة الفندقية).

وبناءً على ما تقدم ترفض الفرضية الرئيسة الأولى (لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات وجودة الخدمة الفندقية).

المبحث الخامس: تحليل علاقات التأثير بين متغيرات الدراسة

يتناول هذا المبحث تحليل علاقات التأثير بين تكنولوجيا المعلومات وجودة الخدمة الفندقية من اجل اختبار مدى صحة الفرضية الرئيسية الثانية والفرضيات الفرعية المنبثقة عنها والتي مفادها (لاتوجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات وجودة الخدمة الفندقية).

تحليل علاقة الأثر بين تكنولوجيا المعلومات وجودة الخدمة الفندقية :

تشير معطيات الجدول (٤) إلى نتائج علاقات التأثير بين متغيرات تكنولوجيا المعلومات (تفصيلاً وإجمالاً) وإجمالي جودة الخدمة الفندقية: إذ بلغ معامل التحديد R^2 لإجمالي تكنولوجيا المعلومات وجودة الخدمة الفندقية مانسبته (٩٣٪) وهي نسبة عالية وتعني قدرة المتغير المتمثل بتكنولوجيا المعلومات على تفسير التغير الذي يطرأ على المتغير المعتمد (جودة الخدمة الفندقية) بنحو ما قيمته (٩٣٪) وان النسبة المتبقية (٧٪) تمثل نسبة اسهام متغيرات غير داخلية في النموذج الدراسة الحالي او التي لا يمكن السيطرة عليها.

يدعم ذلك اختبار F, فقد بلغت قيمة F المحسوبة (٦. ١٢٦) وهي اكبر من قيمة F الجدولية البالغة (٥.١٢) عند مستوى معنوية (٠.٠٥) أي بدرجة ثقة (٩٥٪).

الجدول (٤)

نتائج علاقات التأثير بين متغيرات تكنولوجيا المعلومات وجودة الخدمة الفندقية

الجودة			المتغير المعتمد
Sig	F الجدولية	F محسوبة	R ²
٠,٠١	٥,١٢	٩٠,٢	٪٩١
٠,٠٢	٥,١٢	٣٩,٥	٪٨١
٠,٠١	٥,١٢	٨٥,٣	٪٩١
٠,٤٣	٥,١٢	٠,٦٩	٪١٠
٠,٠٠١	٥,١٢	١٢٦,٦	٪٩٣

F الجدولية (١,٩٠,٠٠٥) = ٥,١٢

تحليل علاقة الأثر بين الحاسوب وجودة الخدمة الفندقية

- تشير معطيات الجدول (٤) الى نتائج علاقة التأثير, إذ بلغ معامل التحديد R^2 لمتغير الحاسوب وهو احد متغيرات تكنولوجيا المعلومات واجمالي جودة الخدمة الفندقية مانسبته (٩١٪) وهي نسبة عالية مما يعني قدرة متغير الحاسوب على تفسير التغير الذي يطرأ على متغير جودة الخدمة الفندقية بنحو ما قيمته (٩١٪) وان النسبة المتبقية (٩٪) تمثل نسبة اسهام متغيرات غير داخلية في النموذج الدراسة الحالي او التي لا يمكن السيطرة عليها. يدعم ذلك اختبار F فقد بلغت قيمة F المحسوبة (٩٠,٢) وهي اكبر من قيمة F الجدولية البالغة (٥,١٢) عند مستوى معنوية (٠,٠٥) أي بدرجة ثقة (٩٥٪) مما يدل على رفض الفرضية الفرعية الأولى (لاتوجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين الحاسوب وجودة الخدمة الفندقية).

- تحليل علاقة الأثر بين الانترنت وجودة الخدمة الفندقية :

من الجدول (٤) يتبين علاقة التأثير بين الانترنت وجودة الخدمة الفندقية , إذ بلغ معامل التحديد R^2 مانسبته (٨١٪) وهي نسبة عالية مما يعني قدرة متغير الانترنت على تفسير التغير الذي يطرأ على متغير جودة الخدمة الفندقية بنحو ما قيمته (٨١٪) وان النسبة المتبقية (١٩٪) تمثل إسهام متغيرات غير داخلية في النموذج الدراسة الحالي أو التي لا يمكن السيطرة عليها.

يدعم ذلك اختبار F فقد بلغت قيمة F المحسوبة (٣٩.٥) وهي اكبر من قيمة F الجدولية البالغة (٥.١٢) عند مستوى معنوية (٠.٠٥) أي بدرجة ثقة (٩٥٪) , مما يدل على رفض الفرضية الفرعية الثانية (لا توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين الانترنت وجودة الخدمة الفندقية).

- تحليل علاقة الأثر بين الاتصالات وجودة الخدمة الفندقية :

تشير معطيات الجدول (٤) إلى نتائج علاقة التأثير , إذ بلغ معامل التحديد R^2 لمتغير الاتصالات وهو احد متغيرات تكنولوجيا المعلومات وإجمالي جودة الخدمة الفندقية مانسبته (٩١٪) وهي نسبة عالية ويعني قدرة متغير الاتصالات على تفسير التغير الذي يطرأ على متغير جودة الخدمة الفندقية بنحو ما قيمته (٩١٪) وان النسبة المتبقية (٩٪) تمثل نسبة إسهام متغيرات غير داخلية في النموذج الدراسة الحالي أو التي لا يمكن السيطرة عليها.

يدعم ذلك اختبار F فقد بلغت قيمة F المحسوبة (٨٥.٣) وهي اكبر من قيمة F الجدولية البالغة (٥.١٢) عند مستوى معنوية (٠.٠٥) أي بدرجة ثقة (٩٥٪) , مما يدل على رفض الفرضية الفرعية الثالثة (لا توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين الاتصالات وجودة الخدمة الفندقية).

- تحليل علاقة الأثر بين الكادر البشري وجودة الخدمة الفندقية :

من خلال الجدول (٤) الذي يبين نتائج علاقة التأثير , فقد بلغ معامل التحديد R^2 لمتغير الكادر البشري وهو احد متغيرات تكنولوجيا المعلومات وإجمالي جودة الخدمة الفندقية مانسبته (١٠٪) وهي نسبة ضعيفة جداً ويعني قدرة متغير الكادر البشري (المتغير المستقل) على تفسير التغير الذي يطرأ على متغير جودة الخدمة الفندقية بنحو ما قيمته (١٠٪) وان النسبة المتبقية (٩٠٪) تمثل نسبة إسهام متغيرات غير داخلية في النموذج الدراسة الحالي أو التي لا يمكن السيطرة عليها.

يدعم اختبار F فقد بلغت قيمة F المحسوبة (٠.٦٩) وهي اصغر من قيمة F الجدولية البالغة (٥.١٢) عند مستوى معنوية (٠.٠٥) أي بدرجة ثقة (٩٥٪) , مما يدل على قبول الفرضية الفرعية الرابعة (لا توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين الكادر البشري وجودة الخدمة الفندقية).

وبناء على ماتقدم ترفض الفرضية الرئيسية الثانية بنسبة ٧٥٪ (لا توجد علاقة تأثير ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات وجودة الخدمة الفندقية).

المبحث السادس: الاستنتاجات والتوصيات

أولاً: الاستنتاجات:

١. تآرجحت قيم الأوساط الحسابية لأبعاد تكنولوجيا المعلومات , فقد حقق بعد الاتصالات أعلى متوسط عام موزون إذ بلغ (٠.٧٤) مما يدل على الأهمية التي يحتلها هذا البعد في تحسين جودة الخدمة

الفندقية. من جانب آخر، حقق بعد الكادر البشري أوطأ متوسط عام موزون، إذ بلغت قيمته (٠.٣٣). مما يؤشر إلى عدم وجود كادر بشري متخصص في مجال المعلوماتية وتقنياتها.

٢. يتبين من نتائج الإجابة على الفقرات المتعلقة بأبعاد تكنولوجيا المعلومات، إن بعد الانترنت كان الأكثر تقلباً في قيم أوساطه الحسابية للفقرات المتعلقة في هذا البعد، إذ كان الحد الأدنى لهذه الأوساط (٠.٣٤) للفقرة (٧) (تتيح إدارة الفندق للنزلاء استخدام شبكة الانترنت) في حين بلغت قيمة الحد الأعلى لهذه الأوساط (٠.٧٢) للفقرة (٨) (يساعد موقع الفندق على شبكة الانترنت على زيادة إمكانية إدارة الفندق وسرعة استجابتها لطلبات ورغبات الزبائن) مما يعني إن شبكة الانترنت المتوفرة لدى الفنادق المبحوثة كانت مخصصة لخدمة الأعمال الإدارية منها لخدمة الحاجات الشخصية للنزلاء كما هو واضح من قيم نتائج الإجابة.

٣. وفيما يخص أبعاد أو متغيرات جودة الخدمة الفندقية، فإن تأرجح قيم الأوساط الحسابية لفقرات أغلب أبعادها كانت متشابهة، إذ بلغت قيمة الحد الأدنى لهذه الأوساط (٠.٦) وقيمة الحد الأعلى (٠.٧) لأبعاد (الاعتمادية، الضمان، الملموسات)، بينما كان تأرجح قيم الأوساط الحسابية أكثر تقارباً لبعد الاستجابة، أما بعد التقمص العاطفي فقد كانت قيم الأوساط الحسابية لفقراته ثابتة عند قيمة (٠.٦).

٤. كانت علاقات الارتباط بين متغيرات تكنولوجيا المعلومات وإجمالي جودة الخدمة الفندقية معنوية وذات دلالة إحصائية فيما يخص (الحاسوب، الاتصالات، الانترنت)، إذ بلغت قيم معاملات ارتباطاتها (٠.٩٥، ٠.٩٥، ٠.٩٥) على التوالي، إذ بلغت قيمة t المحسوبة (٦.٣٩٢.٩٥) على التوالي وهي أكبر من قيمة t الجدولية البالغة (١.٨٣) في حين كانت علاقة الارتباط بين متغير الكادر البشري وإجمالي جودة الخدمة الفندقية غير معنوية إذ بلغت قيمة معامل الارتباط (٠.٢٧) وهي قيمة ضعيفة وبلغت قيمة t المحسوبة (٠.٨٣) وهي أصغر من قيمة t الجدولية (١.٨٣) مما يؤشر على ضعف اهتمام إدارات الفنادق المبحوثة في اختيار وتعيين العاملين من أصحاب المؤهلات اللازمة للعمل في النشاط الفندقية.

٥. أما فيما يتعلق بالعلاقات التأثيرية، فقد اتضح من التحليل الإحصائي، أن أبعاد تكنولوجيا المعلومات (الحاسوب، الاتصالات، الانترنت) كانت لها تأثير واضح في جودة الخدمة الفندقية، إذ بلغت قيم F المحسوبة (٣٩.٥٨٥.٣٩٠.٢) على التوالي، عند مستوى معنوية (٠.٠٥)، في حين كانت علاقة تأثير المتغير المستقل (الكادر البشري) بالمتغير المعتمد (جودة الخدمة) ضعيفة إذ بلغت قيمة F المحسوبة (٠.٦٩) عند مستوى معنوية (٠.٠٥) مما يؤشر على إن هناك اهتماماً واضحاً من قبل إدارات الفنادق المبحوثة على اقتناء أجهزة ومعدات تكنولوجيا المعلومات من جانب آخر، فأنت هذه النتائج تؤشر أيضاً ضعف إمكانات ومؤهلات الكادر الوظيفي العامل في المنشآت الفندقية.

ثانياً : التوصيات :

١. نظراً لتناول موضوع البحث النشاط الفندقية في مدينة دينية مهمة (مدينة كربلاء المقدسة)، التي تشتهر بكثرة الوافدين إليها، وعلى وجه الخصوص المسلمين من العرب والأجانب، لذا فإن الأمر يستلزم من الجهات الرسمية ذات العلاقة بالقطاع السياحي متابعة النشاط الفندقية وتشجيع الإدارات الفندقية على تبني أدوات تكنولوجيا المعلومات الحديثة، وذلك لما لها من انعكاسات إيجابية يمكن أن تتجسد في الارتقاء بمستوى الخدمة الفندقية، ومن ثم إعطاء صورة أفضل عن واقع هذا النوع من

- الخدمات السياحية ، التي يمكن أن يكون لها مردود اقتصادي كبير على المدى البعيد ، إذ بات من الممكن أن يشكل قطاع السياحة الدينية في العراق إحدى دعائم الاقتصاد والتنمية المهمة .
- ٢ . بما إن تكنولوجيا المعلومات تتضمن أساليب حديثة ومتطورة يمكن من خلالها تحسين جودة الخدمة الفندقية لذا نجد من الأهمية بمكان تعميق وعي المسؤولين والعاملين في المنشآت الفندقية بأهمية تكنولوجيا المعلومات ودورها في تحسين الأداء الفندقي من خلال قيام الجهات المعنية في القطاع السياحي بتعميم ونشر التجارب العربية والعالمية الرائدة في مجال استخدام تكنولوجيا المعلومات في القطاع الفندقي .
- ٣ . إشراك العاملين في الفنادق المعنية بدورات تدريبية متخصصة في تقانة المعلومات وإدارة جودة الخدمة بغية الارتقاء بمستوى أدائهم بما ينسجم والدور الذي يمكن أن يحتله القطاع السياحي في عملية التنمية الشاملة .
- ٤ . تشجيع المؤسسات العلمية على إقامة مؤتمرات علمية متخصصة لبحث مختلف أبعاد النشاط السياحي وضرورة حث الإدارات الفندقية على الاستفادة من التوصيات المتمخضة عن هذه المؤتمرات من اجل إيجاد أسس وثوابت علمية تكون منطلقاً لآفاق مستقبلية تتواصل مع التطورات التي تشهدها مجتمعات عالمنا المعاصر .
- ٥ . بما إن حركة الصناعة الفندقية في مدينة كربلاء تجري إلى حد ما معزلة عن النشاط الفندقي العالمي ، مما اثر على أدائها في مجال التشييد والتعاطي مع الخدمة المقدمة الى الزائرين وتنوعها وفنونها . وافتقارها لكثير من الخبرات والتجارب الناضجة في المضمار السياحي العالمي . لذا نوصي بضرورة منح تراخيص تشييد المشاريع الفندقية وممارسة الخدمة فيها وفق ضوابط محددة وواضحة ترتقي إلى مستوى المعايير الدولية في المجال السياحي ، أضف إلى ذلك ، ضرورة استخدام كادر بشري متخصص قادر على التعامل مع التقانة المعلوماتية والتكيف مع التطورات الحاصلة فيها ، علاوة على إيمانه بأن الخدمة التي يقدمها للزائرين هي من مفردات واجبه الديني .

المصادر باللغة العربية

- ١ . بلقاسم ، زابيري ، وعلي بلطاش ، "طبيعة التجارة الالكترونية وتطبيقاتها" ، مجلة المستقبل العربي ، العدد - ٢٨٨ ، ٢٠٠٣ .
- ٢ . غراب ، كامل السيد ، وحجازي فادية محمد ، " نظم المعلومات الإدارية ، مدخل إداري " ، ط ١ ، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية ، ١٩٩٩ .

المصادر باللغة الانكليزية

- ١ . Chase B.R and others , "Operation management for competitive advantage",
Mc Graw –Hill co. , ٢٠٠١ .
- ٢ . Evans, R.james, "production operation management quality: performance and value" , ٥th ed , west pub co. , ١٩٩٧ .

٣. Garvin ,D.A , "Managing Quality" , Newyork , ١٩٨٨.
٤. Haag , Stephen and keen , peter , "Information Technology : Tomorrow advantage today" , Mc Graw-Hill co. , ١٩٩٦.
٥. Haksever , Cengiz and others , "Service management and Operation" , Prentice Hall , ٢٠٠٠.
٦. Heizer , J. and Rander , B. , " Operation management" , ٦th ed. , prentice Hall , ٢٠٠١.
٧. Ivancevich and others , " management Quality and competitiveness" , ٢th ed. , Mc Graw-Hill co. , ١٩٩٧.
٨. John , M.Ivancevich and Other ,"Management Quality and Competitiveness", ٢nd ed, Mc Graw-Hill co., ١٩٩٧.
٩. Kenneth , C.L. and Jane,P. , "management information system" , Mc Graw-Hill co. , ٢٠٠٠.
١٠. Mclean, Ephraim,"Information Technology for management, Making connections for strategic advantage" johin wiley and sons, Inc- New York- USA, ١٩٩٩.
١١. Morgan, Colin and Murgatroyd, Stephen ,"Total Quality management in the public sector"An International Perspective, ١٩٩٤.
١٢. O.Brein , J.A , "Introduction to information system" , McGrow-Hill co. , ٢٠٠٣.
١٣. Powell , T.A and Micallef , A.D , " Introduction Technology as competitive advantage – the role of human business and technology resources" , strategic management , journal , vol – ١٨ , no-٥ , ١٩٩٧.
١٤. Seen ,J.A , " Information Technology in business : principles , practice and opportunities" ٢nd ed , prentice hall co. , ١٩٩٨.
١٥. Turban , E. , and mclean , E. , " Information technology in management : making connections for strategic advantegy" ٢nd ed. , ١٩٩٩.

١٦. Williams , Brian ,k. , Sawyer , Staege , Huthinson , Sarah , E. ,
"Using
Information Technology : Apractical introduction to computers
and
communications" , ٢nd ed. , Mc Graw-Hill co. , ١٩٩٧ .

الملحق (١) بيانات عامة

الجنس:	ذكر	أنثى		
العمر:	اقل من ٢٥	٢٦ - ٤٠	٤١ - ٥٥	٥٦ فأكثر
المؤهل العلمي:	يقرأ ويكتب	متوسطة	ثانوية	معهد بكالوريوس
ماجستير	٧ - ١	١٤ - ٤	٢١ - ١	٢٢ فأكثر
عدد سنوات الخدمة				

❖ الحاسوب:

مجموعة من المكونات الالكترونية التي تساعد في معالجة وتخزين البيانات والمعلومات .

ت	الأسئلة	اتفق بنسبة	١٠٠٪	٩٠٪	٨٠٪	٧٠٪	٦٠٪	٥٠٪	٤٠٪	٣٠٪	٢٠٪	١٠٪	٠٪
١	تستخدم إدارة الفندق أجهزة حاسوب متقدمة في ممارسة أعمالها المختلفة												
٢	البرامج المستخدمة حالياً تعمل على تحليل وتبويب وتلخيص البيانات لإعداد المعلومات التي تحتاج إليها إدارة الفندق												
٣	يمكن من خلال أجهزة الحاسوب والبرمجيات تحقيق الاتصال بين إدارة الفندق والزبائن على اختلاف أنواعهم (أشخاص ، وكالات وشركات سياحية)												
٤	يساهم استخدام الحاسوب في تحقيق وتطوير الخدمة الفندقية المقدمة للزبائن												

الانترنت:

شبكة من الحاسبات المتشابهة أو المختلفة الأنواع والأحجام تربطها قواعد عملية المشاركة في تبادل المعلومات وضبط عملية التراسل بين هذه الحاسبات .

ت	الأسئلة	اتفق بنسبة	١٠٠٪	٩٠٪	٨٠٪	٧٠٪	٦٠٪	٥٠٪	٤٠٪	٣٠٪	٢٠٪	١٠٪	٠٪
١	يوجد للفندق موقع على شبكة الانترنت يتيح للزبائن												

اتفق بنسبة											ت	
٠٪	١٠٪	٢٠٪	٣٠٪	٤٠٪	٥٠٪	٦٠٪	٧٠٪	٨٠٪	٩٠٪	١٠٠٪	الأسئلة	
											١	تستعين إدارة الفندق بكادر وظيفي متخصص يتمتع بالخبرة اللازمة للعمل على أجهزة ومعدات تكنولوجيا المعلومات
											٢	تهتم إدارة الفندق بإشراك العاملين ضمن دورات تدريبية في مجال العمل على أجهزة ومعدات تكنولوجيا المعلومات .
											٣	هناك كادر متخصص في صيانة وإدامة أجهزة ومعدات تكنولوجيا المعلومات

الملحق (٣)

استمارة استبيان للبحث الموسوم
(اثر تكنولوجيا المعلومات في جودة الخدمة الفندقية))

الجنس: ذكر أنثى
العمر: اقل من ٢٥ ٢٦ - ٤٠ ٤١ - ٥٥ ٥٦ فأكثر

بلد ساكن الفندق

١. الاعتمادية :

تعني إمكانية إدارة الفندق والعاملين على إنجاز الخدمة بالدقة والموثوقية التي وعد بها زبائن الفندق أي إنجاز الخدمة بشكل صحيح وبالوقت الذي يطلب فيه الزبون الخدمة .

ت	الأسئلة	اتفق بنسبة	١٠٠٪	٩٠٪	٨٠٪	٧٠٪	٦٠٪	٥٠٪	٤٠٪	٣٠٪	٢٠٪	١٠٪	٠٪
١	تنجز الخدمة المطلوبة بالوقت المناسب												
٢	تؤدي الخدمة وفقاً لما هو متوقع عن سمعة وشهرة الفندق												
٣	الخدمات التي يقدمها الفندق تلبى حاجات ورغبات الزبائن												

٢. الاستجابة :

مدى رغبة واستعداد العاملين على تقديم الخدمة بالشكل الذي يحقق رغبات الزبائن .

ت	الأسئلة	اتفق بنسبة	١٠٠٪	٩٠٪	٨٠٪	٧٠٪	٦٠٪	٥٠٪	٤٠٪	٣٠٪	٢٠٪	١٠٪	٠٪
١	يبادر العاملون في الفندق على تقديم الخدمات .												
٢	يستجيب العاملون لطلبات الزبائن بسرعة .												
٣	تقدم الخدمات التي يحتاج إليها الزبائن بالأوقات التي يرغبون فيها .												

