

## أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة الفندقية

## دراسة عينة من السياح في فندق سيدي يحيى - بسكرة

## Impact of ICT in improving the quality of hotel service.

## Study of a sample of tourists at Sidi Yahya Hotel – Biskra

أ.خلوط جهاد<sup>1</sup>، د.شنشونة محمد<sup>2</sup><sup>1</sup>مخبر العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير \_ جامعة بسكرة، Khallout89djihed@gmail.com<sup>2</sup>مخبر العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير \_ جامعة بسكرة، mohamed.chenchoune@univ-biskra.dz

تاريخ النشر: 19 / 12 / 2019

تاريخ القبول: 26 / 11 / 2019

تاريخ الاستلام: 25 / 05 / 2019

**ملخص:** هدفت هذه الدراسة إلى البحث في أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة الفندقية في الفنادق الجزائرية. وقد تمت أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصال في: الأجهزة والبرمجيات، الأفراد، قواعد البيانات والشبكات، كما تم تحليل جودة الخدمة الفندقية إلى: الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان والتعاطف. و تمت دراسة عينة من النزلاء في فندق سيدي يحيى بسكرة كدراسة تطبيقية لإسقاط الجانب النظري للدراسة على الواقع الموجود في الفنادق الجزائرية. وقد أظهرت النتائج توافر عناصر تكنولوجيا المعلومات والاتصال الأربعة في الفندق محل الدراسة، كما تم التوصل إلى وجود مساهمة لكل من الأجهزة والبرمجيات وقواعد البيانات في تحسين جودة الخدمات المقدمة من طرف الفندق، بينما لم تكن هناك مساهمة لبعدي الأفراد والشبكات في تحسين جودة الخدمة حسب العينة المدروسة بالرغم من توافر البعدين في الفندق محل الدراسة.

**كلمات مفتاحية:** تكنولوجيا المعلومات والاتصال، جودة الخدمة الفندقية، الأجهزة والبرمجيات، الأفراد، الشبكات وقواعد البيانات.  
تصنيف JEL: M15, L83.

**Abstract:** This study aimed at exploring the impact of ICT in improving the hotel service quality in the Algerian hotels. Information and communication technologies were represented in: Hardware and software, individuals, databases and networks while the hotel service quality used dimensions were: tangibles, responsiveness, reliability, assurance and empathy. As part of the practical part of our study a questionnaire was distributed to a sample of guests who stayed at the Sidi Yahia Hotel in Biskra. The results showed the existence of the four previously cited ICT components in the studied hotel. The findings also showed the contribution of both hardware and software and databases in improving the quality of services provided by the hotel, While there was no contribution of individuals and networks in improving the quality of service according to the studied sample despite the availability of these two dimensions in the Hotel.

**Keywords:** information and Communication Technology; hotel service quality; Hardware and Software; Individuals; Data bases and Networks.

**Jel Classification Codes:** M15, L83.

**Résumé:** Cette étude visait à rechercher l'impact des technologies de l'information et de la communication (TIC) dans l'amélioration de la qualité du service hôtelier dans les hôtels Algérien. Les dimensions des TIC étaient : le matériel et les logiciels, les individus, les bases de données et les réseaux, la qualité du service hôtelier a également été analysée à : ....., fiabilité, réactivité, sécurité et empathie. Un échantillon de clientèles à l'hôtel de Sidi Yahia à Biskra a été étudié comme une étude empirique pour faire superposer l'aspect théorique de l'étude à la réalité trouvée dans les hôtels Algériens. Les résultats ont montré la disponibilité des quatre composantes de la technologie de l'information et de la communication au niveau de l'hôtel étudié, aussi une

contribution à la fois matériel et logiciels et bases de données a été atteinte dans l'amélioration de la qualité des services fournis par l'hôtel, alors qu'il n'y avait aucune contribution pour les dimensions de l'individu et les réseaux pour améliorer la qualité du service selon l'échantillon étudié bien que les deux dimensions sont disponibles à l'hôtel en question. .

**Mots-clés:** technologies de l'information et de la communication; qualité du service hôtelier; matériel et logiciels; individus; bases de données et réseaux.

**Codes de classification de Jel:** :M15, L83.

المؤلف المرسل: خلوط جهاد، الإيميل: [khallout89djihed@mail.com](mailto:khallout89djihed@mail.com)

## 1. مقدمة:

إن جودة الخدمات وانعكاساتها على العملاء سمة ظاهرة في مختلف القطاعات العامة، وفي قطاع الخدمات الفندقية على وجه الخصوص، بحيث تسعى الفنادق إلى تقديم خدمات مختلفة كالإقامة والإطعام وخدمات أخرى، ومن المظاهر التي يشهدها القطاع الفندقي تلك التحديات والمستجدات التي تخص اعتبارات الجودة الفندقية، والتي تعتبر بدورها ملازمة للتغيرات والتطورات التي شهدتها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ومن ثم بات من الضروري على المنظمات السياحية والفندقية منها على نحو خاص التعامل مع هذه المستجدات والتغيرات حتى يمكن لها المنافسة والبقاء في السوق. حيث أن التطور الحاصل في خدمات الفنادق والاستخدام الواضح لتكنولوجيا المعلومات وشبكات الاتصال والتي تمكن من توسيع قاعدة الزبائن من خلال الرفع وتحسين مستوى جودة الخدمات المقدمة. وهذه هي سمات المؤسسات التي تتسم بالكفاءة والفاعلية، والقادرة على تقديم الخدمات السياحية وبسمات نوعية حديثة.

### 1.1 إشكالية الدراسة:

استناداً إلى ما سبق، ومن أجل دراسة الدور الذي تؤديه عناصر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين جودة الخدمة الفندقية تم صياغة الإشكالية التالية: " ما أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين جودة الخدمة الفندقية في الفنادق الجزائرية؟". وقد تم تحليل هذه الإشكالية في التساؤلات التالية:

1. هل تؤثر الأجهزة والبرمجيات في تحسين جودة الخدمة الفندقية بالفندق محل الدراسة؟
2. هل يؤثر الأفراد في تحسين جودة الخدمة الفندقية بالفندق محل الدراسة؟
3. هل تؤثر قواعد البيانات في تحسين جودة الخدمة الفندقية بالفندق محل الدراسة؟
4. هل تؤثر الشبكات في تحسين جودة الخدمة الفندقية بالفندق محل الدراسة؟

وقد وضعت الفرضية الرئيسية التالية للإجابة على الإشكالية الرئيسية والتساؤلات المصاحبة لها: " توجد علاقة تأثير معنوية ذات دلالة إحصائية بين أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتحسين جودة الخدمة الفندقية في الفنادق الجزائرية. وتتفرع عن هذه الفرضية الرئيسية الفرضيات الفرعية التالية:

1. الفرضية الأولى: هناك علاقة تأثير معنوية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 5% بين الأجهزة والبرمجيات وجودة الخدمة الفندقية؛
2. الفرضية الثانية: هناك علاقة تأثير معنوية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 5% بين الأجهزة والبرمجيات وجودة الخدمة الفندقية؛
3. الفرضية الثالثة: هناك علاقة تأثير معنوية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 5% بين الأجهزة والبرمجيات وجودة الخدمة الفندقية؛
4. الفرضية الرابعة: هناك علاقة تأثير معنوية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 5% بين الأجهزة والبرمجيات وجودة الخدمة الفندقية.

## 2.1 أهمية الدراسة:

تنبع أهمية هذه الدراسة من خلال أهمية القطاع الفندقي والذي يعتبر العمود الفقري لصناعة السياحة، هذه الأخيرة التي أصبحت موردا اقتصاديا هاما لكبرى الدول في العالم، ومصدرا لتحقيق التنمية الاقتصادية، هذا من جهة ومن جهة أخرى من الضروري تسليط الضوء على جودة الخدمات الفندقية والتي أضحت مطلبا مهما لجميع النزلاء والسياح في ظل المنافسة الشديدة التي تتطلب التجديد والابتكار وإدخال التكنولوجيا الحديثة في الخدمات الفندقية والسياحية بوجه عام لضمان التميز والبقاء في السوق.

## 3.1 أهداف الدراسة:

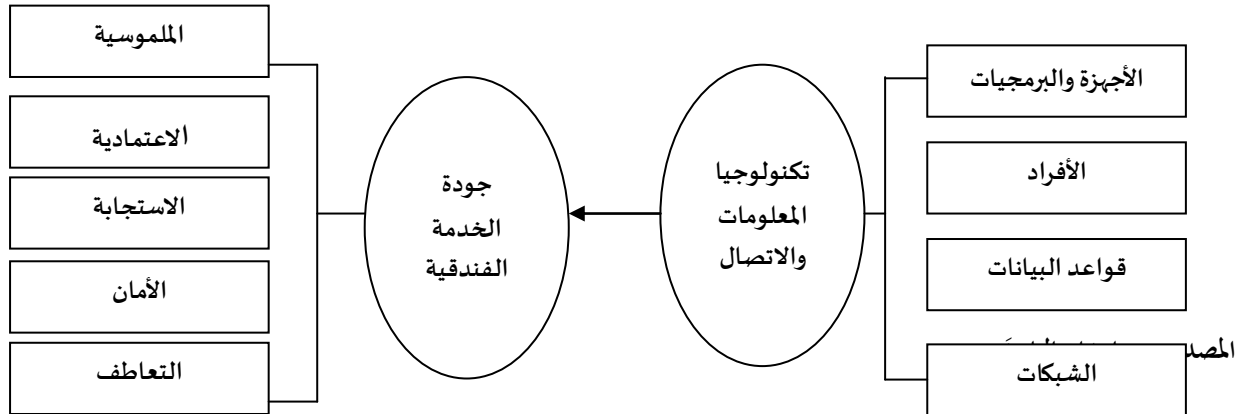
تهدف هذه الدراسة إلى مجموعة من الأهداف:

- ◀ التعرف على مدى توفر عناصر تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الفنادق الجزائرية؛
- ◀ الوقوف على واقع ووضعية الجودة في الفنادق الجزائرية؛
- ◀ توضيح العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال بأبعادها وأثرها في تحسين جودة الخدمة الفندقية في الفنادق الجزائرية.

## 4.1 نموذج الدراسة:

يمثل الشكل رقم (1) نموذج الدراسة المتبع، حيث يتمثل المتغير المستقل في " تكنولوجيا المعلومات والاتصال " ممثلا بأبعاده الأربعة: الأجهزة والبرمجيات، الأفراد، قواعد البيانات، الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الضمان (الأمان)، التعاطف. تمثيله في خمسة أبعاد هي: الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الضمان (الأمان)، التعاطف.

الشكل 1: نموذج الدراسة



## 5.1 متغيرات وأبعاد الدراسة:

المتغير المستقل: ويتمثل في " تكنولوجيا المعلومات والاتصال " وهي أربعة أبعاد:

- الأجهزة والبرمجيات: الأجهزة عبارة عن الحواسيب وملحقاته، أما البرمجيات هي عبارة عن المكونات غير المادية للحاسوب، وهي تعليمات منظمة تخبر المكونات المادية للحاسوب ما ينبغي عمله وكيفية انجاز الوظائف المختلفة؛
- الأفراد: وهم الأفراد الذين لديهم القدرة على تطوير وتشغيل وصيانة أنظمة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتشكل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الجزء الرئيسي من وظائفهم؛
- قواعد البيانات: مجموعة مهيكلة من البيانات المخزنة إلكترونيا، والتي يتم السيطرة والوصول إليها من خلال الحاسوب؛

- الشبكات: هي عبارة عن الوسائل التقنية التي تستخدم لنقل البيانات من حاسوب إلى حاسوب آخر أو من محطة فرعية إلى محطة فرعية أخرى، وإتاحة الفرصة للاستفادة من جميع البيانات الموجودة على جميع المحطات الفرعية والحاسوب المركزي.

\_ المتغير التابع: ويتمثل في "جودة الخدمة الفندقية"، ممثلاً في خمسة أبعاد رئيسية:

- الملموسية: وهي التسهيلات المادية المساعدة في تقديم الخدمة مثل: الأجهزة، المظهر الداخلي للفندق ومظهر العمال؛
- الاعتمادية: أي قدرة مقدم الخدمة على أداء الخدمات الفندقية بشكل يمكن من الاعتماد عليها وأيضاً بدرجة عالية من الدقة والصحة؛
- الاستجابة: مدى قدرة ورغبة واستعداد مقدم الخدمة بشكل دائم في تقديم الخدمة الفندقية للزبائن عند احتياجهم لها؛
- الأمان: أي درجة الشعور بالأمان والثقة في الخدمة المقدمة وبمن يقدمها؛
- التعاطف: أي تمتع مقدمي الخدمات بروح الصداقة، الاحترام واللطف في التعامل والاستقبال الطيب مع التحية والابتسامة في وجوه نزلاء الفندق.

## 2. الإطار النظري للدراسة

### 1.2 ماهية تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

تنطوي تكنولوجيا المعلومات والاتصال (TIC : Technologies de l'Information et de la Communication) على مجموعة الطرق والتقنيات الحديثة المستخدمة لحفظ واسترجاع ونقل إلكتروني ومعالجة للمعلومات. وتعرف كذلك على أنها " جميع أنواع التكنولوجيا المستخدمة في تشغيل ونقل وتخزين المعلومات في شكل إلكتروني وتشمل تكنولوجيا الحسابات الآلية ووسائل الاتصال وشبكات الربط وأجهزة الفاكس وغيرها من المعدات التي تستخدم بشدة في الاتصالات". (بن السعيد و لحر، 13\_12 نوفمبر 2005، صفحة 3)

تتكون تكنولوجيا المعلومات والاتصالات TIC من مجموعة من العناصر المترابطة التي تتفاعل مع بعضها البعض لتحقيق الهدف المنشود، وهذه المكونات الحاسوب ومكوناته المادية والبرمجيات والأفراد وقواعد البيانات والشبكات:

\_ الأجهزة والبرمجيات: يتألف الحاسوب من مجموعة من المعدات المادية الملموسة والتي تقوم بأداء جميع مهام المعالجة للبيانات وتشغيل المعلومات. (الشوابكة، 2011، صفحة 175) وتشمل كل الأجزاء والتجهيزات المادية التي تراها وتلمسها في الحاسوب لذلك يطلق عليها **Hardware**. أما البرمجيات هي عبارة عن مجموعة منظمة من التعليمات المصاغة منطقياً يزود بها الحاسوب من أجل تمكينه من تنفيذ الأعمال والقيام بالمعالجات المطلوبة. (زرزار و غياد، 2016، صفحة 62) ويطلق عليها **Software**.

\_ الأفراد: يعرف سثرلاند و فيدج (Sutherland and Viedge, 2005, p87) العاملين في تكنولوجيا المعلومات بأنهم: " العاملون الذين يعملون الذين ينشغلون في إيجاد والحفاظ على كل أو بعض الأعمال الآتية: إستراتيجية تكنولوجيا المعلومات، ونظم الأجهزة، ونظم البرمجيات، والبنية التحتية، والعمليات **Process** أو عمليات الأعمال ذات العلاقة، سواء أكانوا في شركات تكنولوجيا المعلومات أم في إدارات تكنولوجيا المعلومات في الشركات الأخرى." (الكساسبة، 2011، صفحة 71)

\_ قواعد البيانات: قاعدة البيانات هي حزمة منظمة من البيانات المترابطة منطقياً، وبالتالي يمكن القول أن قاعدة البيانات هي ترتيب منظم من ملفات الأعمال المتكاملة. (ياسين، 2012، صفحة 147)

\_ الشبكات: أي " شبكات المعلومات المحوسبة " فإنها مجموعة مترابطة من الحواسيب، أو النظم المحوسبة، المستقلة، يهدف الربط الشبكي فيها إلى توصيل البيانات والمعلومات والخدمات المحوسبة، عن طريق تهيئة الاتصالات الفعالة بين المستخدمين والمستخدمين".(قنديلجي و السامرائي، 2009، صفحة 24)

## 2.2 جودة الخدمة الفندقية:

1.2.2 مفهوم الخدمة الفندقية: تعرف الخدمة عموماً: عرفتها الجمعية الأمريكية للتسويق بأنها " منتجات غير ملموسة يتم تبادلها مباشرة من المنتج إلى المستعمل، و لا يتم نقلها أو خزنها و هي تقريبا تفتى بسرعة، و هي أيضا النشاطات أو المنافع التي تعرض للبيع أو التي تعرض لارتباطها بسلعة معينة".(سويدان و حداد، 2003، صفحة 226)

وتعرف أيضا: " فهي إنجاز أو أداء يقدمه طرف لطرف آخر يمكن أن يكون مرتبطا بمنتج مادي، ويكون هذا الأداء غير ملموس ولا ينتج عنه أي انتقال للملكية".(Lovelock, Wirtz, & Lapert, 2004, p. 9)

أما الخدمة الفندقية: تعرف بكونها " مجموعة من نشاطات وفعاليات ملموسة وغير ملموسة تطرحها المنظمات الفندقية لزبائنها بالشكل الذي يحقق الرضا أو القبول والانتفاع وزيادة ولائته والاحتفاظ به لفترة زمنية طويلة لتحقيق أهداف المنظمة ".(كورتل، 2009، صفحة 216)

2.2.2 مفهوم جودة الخدمة الفندقية: يختلف تعريف الجودة كثيرا في قطاع الخدمات قياسا إلى القطاع الإنتاجي المتمثل بالسلعة الملموسة، إذ أن الأبعاد التي تتضمنها كلمة ( جودة) تتباين في السياقات الخدمية عن تلك التي تستخدم عادة في السياقات الصناعية. ويمكن إبراز هذا التمايز والاختلاف، من أن الجودة بالنسبة للتصنيع تدور في الأساس حول ( المطابقة مع مواصفات المنتج)، أما في الخدمات فالجودة بالأساس تدور حول ( الزبون) لأنه منذ البداية وحتى النهاية. وعليه يمكن تعريف الجودة بأنها: " قياس مدى تطابق مستوى الجودة المقدمة مع توقعات المستفيد".(زغدار، 2012، صفحة 19)

وفي الصناعة الفندقية، الجودة هي سمات ومواصفات ذات أهمية مثل معايير دقيقة ومطالب متغيرة يجب توفيرها، وذلك ما يزيد من تعقيد مهمة تحديد وتوصيل وقياس جودة الخدمة.(فرطاس، 2017، صفحة 366)

وتختلف توقعات النزلاء لجودة الخدمة من شخص لآخر كل حسب الزاوية والمعيار الذي ينظر منه إلى الجودة وكيفية إدراكها وفيما يلي سنتطرق إلى أبعاد الجودة الفندقية وتوقعات النزلاء لها.(محمودي، 2016، صفحة 344)

3.2.2 أبعاد جودة الخدمة الفندقية: كما هو الحال بالنسبة لمفهوم جودة الخدمات لا يوجد اتفاق بين الباحثين حول الأبعاد أو الجوانب التي تحدد مستوى جودة الخدمة. حيث وصل ( Parasuraman et al 1985 ) إلى تطوير عشرة أبعاد أساسية للجودة، هي التي تحدد جودة الخدمة وفقا لإدراكات العملاء انطلاقا من أن "المعايير الوحيدة التي يعتمد عليها في تقييم جودة الخدمة هي تلك المعايير التي يحددها المستفيد من الخدمة".(قطاف و بزقراري، 2019، صفحة 74)

وقد تمكن بارسورمان وزملائه لاحقا من دمج أبعاد الأبعاد العشرة السابقة لجودة الخدمة في خمسة أبعاد فقط، بعد سلسلة من الاختبارات باستخدام أسلوب تحليل العوامل Factor Analyse وأطلق على هذه الأبعاد نموذج SURVQUAL لقياس جودة الخدمة.(صكري و بن عيشاوي، 2017، صفحة 200) واشتملت هذه الأبعاد على مايلي:

\_ الملموسية: ويقصد بها المظهر الخارجي للفندق وموقعه وتصميمه الداخلي والتجهيزات المستخدمة ومظهر العاملين فيها على الرغم من أن الفنادق تعتمد على العنصر البشري بالدرجة الأولى في تقديم الخدمات، إلا أنه مع ذلك ينبغي أن تكون هناك جوانب ملموسة ذات درجة عالية من التقنية يمكنها من تقديم الخدمات للزبائن بأفضل شكل، فضلا عن وضع ديكورات وتصاميم وأثاث ومظهر لائق للعاملين يتناسب مع درجة الفندق، إذ أن نظرة الزبائن إلى جمالية الفندق تمكّنهم من تقييم جودة خدماته.(أري و شرفاني، 2017، صفحة 19)

\_ الاعتمادية: أي قدرة مقدم الخدمة على أداء الخدمات الفندقية بشكل يمكن من الاعتماد عليها وأيضا بدرجة عالية من الدقة والصحة.(بوحميد و يحيياوي، العدد الرابع، صفحة 230)

\_الاستجابة: أي مدى توفر الرغبة والاستعداد لدى مقدمي الخدمات الفندقية لخدمة الضيوف دون أي تردد أو ملل، إذ أن الاستجابة لمتطلبات وحاجات الضيف والعمل على تلبيتها في الوقت المحدد تشعره بأن إدارة الفندق مهتمة به وتعمل على تقديم أفضل الخدمات له.(الحميري و الطويل، 2016، صفحة 226)

\_الأمان: إن من أولويات عمل الفنادق هو القدرة على توفير السلامة والأمان لضيوفها سواء الأمان من الحرائق أو السرقات أو الاعتداءات أو الحوادث، إذ ينبغي أن تضمن المنظمة الفندقية توفير الأمان للضيف وممتلكاته الموجودة في الفندق.(حمودي و العمري، 03 و04 ديسمبر 2013، صفحة 10)

\_التعاطف: يتطلب من مقدم الخدمة أن يمتاز بالمحاذة المهذبة والاحترام المتبادل والشفافية والألفة، هذه صفات ينبغي إبرازها خلال التفاعل المتبادل، لا سيما في اللحظات الأولى التي يبني على أساسها الزبون انطباعه عن مستوى الخدمة المقدمة.(مسعودي و مرايمي، 2018، صفحة 209)

### 3. عرض وتحليل الدراسة الميدانية

تمت الدراسة الميدانية على مستوى فندق سيدي يحي بسكرة، وقد تم اعتماد الاستمارة كأداة لجمع البيانات من نزلاء الفندق. وقد تم توزيع 60 استمارة استردت كلها بغرض دراسة مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة الفندقية في فندق سيدي يحي بسكرة.

#### 1.3 التعريف بالمركب السياحي سيدي يحي \_ بسكرة:

يعد المركب السياحي «سيدي يحي»، الواقع في ولاية بسكرة من المشاريع الهامة لاستقطاب السياح نحو السياحة الداخلية ومصدرا هاما من مصادر تنوع الاقتصاد الوطني، انطلق مشروع المستثمر طيب الورد في فيفري 2013 وانتهى في سبتمبر 2016، ثم استقدم اليد العاملة المؤهلة في الإطعام والاستقبال وهم شباب متخرجون من المعاهد، تم اختيارهم على حسب المهنة من باتنة وبسكرة وتيزي وزو، والمركب السياحي يشغل مساحة 10 هكتارات، بدأ بالعمل في بداية مارس 2017، ويقصد المركب زبائن من داخل الوطن ومن خارجه فقد راسلت المركب وكالات سياحية من بلجيكا وروسيا، لإبرام عقد يتم بموجبه إحضار السياح إلى بسكرة. علما أن فئة المسنين والمرضى تقصد المركب بشكل كبير للاستفادة من الخدمات الحموية والعلاجية للمركب، ويقدم المركب الذي يشغل به 130 عامل للزبائن خدمات متعددة فهو مشروع متكامل يضم كل المرافق لجلب السائح الجزائري، من حمام بالمجان، عيادة إعادة التأهيل الحركي والوظيفي، محلات لبيع منتجات تقليدية، مسجد للصلاة، قاعة متعددة الخدمات لتنظيم محاضرات والأعراس وخيمة للمأكولات التقليدية، كما يضم المركب فندقا بالإضافة إلى منتزه يضم ألعاب للأطفال و مسابح منها مسبح مغطى مخصص للنساء.(بوعموشة، 2018)

الجدول 1: بطاقة تعريفية لفندق سيدي يحي

المعلومات	البيان
فندق سيدي يحي	إسم الفندق
منطقة فيض الحمام القطب الحضري الجديد المنطقة الغربية قسم 161 قطعة رقم 47، بسكرة مدينة، بسكرة.	الموقع
+213 671 607 108	رقم الهاتف المحمول
+213 671 607 110	رقم الهاتف الثابت
+213 (0) 33 53 48 09	الفاكس
+213 (0)33 53 48 10	الإيميل
info@sidiyahiabiskra.com	تاريخ بداية الإنجاز
2012 /11 /08	تاريخ انتهاء الإنجاز
2017/12/14	تاريخ دخول الاستغلال
2017/03/03	

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على المقابلة

فندق سيدي يحي (Hôtel Sidi Yahia) الواقع بمدينة بسكرة، يعود إلى مالكة السيد: طيب الورد، يخضع الفندق إلى التصنيف، من المفروض أن يصنف بين 3 و 4 نجوم، يتكون الفندق من ثلاثة طوابق، يحتوي على الفندق على 44 غرفة مبيت،

يحتوي الفندق على هياكل متنوعة متمثلة في: مطعم، بيتزيريا، كافيتريا، وحاليا يترأس الفندق السيد: طيب سيف الدين وهو القائم بكل أعمال الفندق، يعمل في الفندق 160 عاملا ويتم تصنيف وظائفهم على حسب مستواهم الدراسي وتخصصهم.(شنشونة، قطاف، و خلوط، 12 و 13 نوفمبر 2019، صفحة 11)

2.3 أداة جمع البيانات:

تم اعتماد الاستبيان في جمع البيانات من المؤسسة محل الدراسة. وقد اشتمل الاستبيان الموضح في الملحق على مايلي:

1. المحور الأول: يتعلق بتكنولوجيا المعلومات والاتصال ويضم 20 عبارة موزعة على أبعاد هذا المتغير كما يلي:

- أولا: الأجهزة والبرمجيات: معبر عنها في العبارات من 01 إلى 05؛
- ثانيا: الأفراد: معبر عنه في العبارات من 06 إلى 10؛
- ثالثا: قواعد البيانات: معبر عنها في العبارات من 11 إلى 15؛
- رابعا: الشبكات: معبر عنها في العبارات من 16 إلى 20.

2. المحور الثاني: يتعلق بجودة الخدمة الفندقية ويضم 24 عبارة موزعة على أبعاد هذا المتغير كما يلي:

- أولا: الملموسية: معبر عنها في العبارات من 21 إلى 26؛
- ثانيا: الاعتمادية: معبر عنه في العبارات من 27 إلى 29؛
- ثالثا: الاستجابة: معبر عنها في العبارات من 30 إلى 33؛
- رابعا: الضمان: معبر عنها في العبارات من 34 إلى 39،
- خامسا: التعاطف: معبر عنها في العبارات من 40 إلى 44.

بالإضافة إلى ذلك، فإن كيفية الإجابة على عبارات الاستبيان تعتمد على سلم Likert خماسي الأبعاد لقياس درجة

الموافقة من 1 إلى 5، وذلك كما يلي:

- غير موافق على الإطلاق: من 1 إلى 1.8 ؛
- غير موافق: من 1.8 إلى 2.6 ؛
- محايد: من 2.6 إلى 3.4 ؛
- موافق: من 3.4 إلى 4.2 ؛
- موافق تماما: من 4.2 إلى 5.

3.3 ثبات أداة جمع البيانات:

يقصد بثبات أداة القياس (Reliability) أن تعطي الأداة نفس الدرجة حينما نقوم بتكرار عملية القياس. وهناك عدد من الطرق الإحصائية لقياس الثبات، أكثرها شيوعا طريقة ألفا كرونباخ " $\alpha$ " (Cronbach alpha) التي تعتمد على ثبات الاتساق الداخلي وتعطي فكرة عن اتساق الأسئلة مع بعضها البعض. وقد بلغت قيمة " $\alpha$ " للاستمارة الكلية 96.3%، وهي نسبة مقبولة كونها أعلى من النسبة المطلوبة (70%).

الجدول 2: يوضح ثبات أداة القياس

متغيري الدراسة	عدد العبارات	معامل الثبات ألفا كرونباخ	معامل الصدق
تكنولوجيا المعلومات والاتصال	20	0.928	0.963
جودة الخدمة الفندقية	24	0.948	0.973
	44	0.963	0.981

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات لspss.

## 4.3 التحليل الوصفي لاتجاهات عينة الدراسة حول متغيري الدراسة:

يتعلق هذا الجزء بدراسة وتحليل نتائج أسئلة المحور الأول والمحور الثاني من الاستبيان، والتي جاءت نتائجها كما يلي: حيث يظهر الجدولين رقم (03) و(04) مدى توافر أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصال وكذا جودة الخدمة الفندقية لدى العينة المدروسة، وذلك بإبراز كل من: المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري، مستوى القبول على كل بعد وفقا لسلم Likert الخماسي وأيضا ترتيب توافر الأبعاد حسب العينة المدروسة.

الجدول 3: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لإجابات أفراد العينة عن عبارات المتغير المستقل (تكنولوجيا المعلومات والاتصال):

رقم العبارة	المجال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	مستوى القبول
	الأجهزة والبرمجيات	3,9067	0,60334	1	مرتفع
01	تعتقد أن الفندق يعتمد في تقديم الخدمة على الأجهزة والبرمجيات المتطورة.	3,70	0,926	5	مرتفع
02	تعتقد أن استعمال الفندق للحاسوب والبرمجيات يسهل من عملية تقديم الخدمة للزبون السائح	3,93	0,733	2	مرتفع
03	تعتقد أن استعمال الفندق للحاسوب والبرمجيات يؤدي إلى السرعة في أداء الخدمات الفندقية	4,08	0,766	1	مرتفع
04	تعتقد أن استخدام الأجهزة والبرمجيات يخلق نوعا من الشفافية التي تسهم في خلق حالة من الثقة بين السائح والفندق	3,92	0,850	3	مرتفع
05	إن اعتماد الفندق على الحاسوب وملحقاته من قبل الموظفين يجعل الزبائن السياح يشعرون بارتياح أكثر.	3,90	0,933	4	مرتفع
	الأفراد	3,8867	0,65496	2	مرتفع
01	تعتقد أن الفندق يعتمد في إدارته على عدد كاف من الأفراد العاملين ذوي الخبرة والاختصاص في مجال الحاسوب والتكنولوجيا.	3,62	0,904	5	مرتفع
02	تعتقد أن الاعتماد على أفراد مؤهلين في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال يسهم في تقديم الخدمة بالشكل الكامل.	3,93	0,899	3	مرتفع
03	استخدام أفراد مؤهلين في الفندق يساعد في سرعة أداء الخدمة وفهم استفسارات الزبون والسرعة في الاستجابة لتساؤلاته.	3,85	0,899	4	مرتفع
04	اعتماد الفندق على موظفين ذوي مهارات تكنولوجية يخلق جوا من الثقة في الوثائق والمعلومات بين الفندق والزبون السائح.	3,97	0,823	2	مرتفع
05	تعتقد أن اعتماد الفندق على أفراد بمهارات تكنولوجية يحسن من إدارة التفاعل بينهم وبين الزبون السائح.	4,07	0,841	1	مرتفع
	الشبكات	3,8633	0,80126	3	مرتفع
01	أعتقد أن الفندق يعتمد على شبكات الاتصال وأهمها الانترنت بمعظم تطبيقاتها في تقديم الخدمات الفندقية.	3,65	0,840	5	مرتفع
02	أعتقد أن استعمال الفندق للشبكات وأهمها الانترنت حيث وجود النت في الغرفة يساعد في أداء الخدمة بالشكل الكافي	3,80	1,054	4	مرتفع
03	تسهم وسائل الاتصال الحديثة في سرعة تقديم الخدمة	3,98	1,017	2	مرتفع
04	أعتقد أن إنجاز معاملاتي بالفندق عبر الشبكات يساهم في تحقيق كفاءة عالية وبالتالي الدقة والوضوح في المعلومات.	3,87	1,016	3	مرتفع
05	تعتقد أن استعمال الفندق لشبكات الاتصال يسهم في بناء علاقة تفاعلية إيجابية بين الفندق والزبائن من خلال استقبال انطباعاتهم الايجابية والسلبية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.	4,02	0,833	1	مرتفع
	قواعد البيانات	3,8633	0,80121	4	مرتفع
01	تعتقد أن الفندق يعتمد في عمله على استخدام قواعد البيانات	3,83	0,785	3	مرتفع
02	البيانات والمعلومات المخزنة في قواعد البيانات تتيح أداء الخدمات كما ينبغي.	3,80	0,777	4	مرتفع
03	تعتقد أن اعتماد الفندق على قواعد البيانات للاتصال بالزبائن يساهم في سرعة أداء الخدمات الفندقية.	3,83	1,044	3	مرتفع
04	تحتوي قواعد البيانات الموجودة في الفندق على معلومات دقيقة وواضحة مما يخلق نوع من الثقة بين الإدارة والسائح.	3,92	0,720	1	مرتفع
05	تعتقد أن اعتماد الفندق على قواعد البيانات يمكنه من التواصل مع	3,88	0,825	2	مرتفع

مرتفع	0.57183	3,8775	زبائنه وبالتالي علاقات ايجابية بينه وبين الزبائن. تكنولوجيا المعلومات والاتصال على نحو عام
-------	---------	--------	---

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات برنامج لspss

\_ يشير الجدول رقم (03) توافر أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصال في فندق سيدي يحي ببسكرة بدرجات مرتفعة ولكن متفاوتة، فحسب آراء أفراد العينة المدروسة، فإن الإهتمام بالأجهزة والبرمجيات هو أقوى بعد يعبر عن توفر تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الفندق المدروس بمتوسط حسابي قدره 3,9067 وانحراف معياري يقدر ب 0,60334 هذا المتوسط ذو مستوى "مرتفع" حسب سلم Likert الخماسي، يليه مباشرة بعد الأفراد بمتوسط حسابي يقدر ب 3,8867 وانحراف معياري يقدر ب 0,65496 هذا المتوسط ذو مستوى "مرتفع" حسب سلم Likert الخماسي، بعدها يليه بعد الشبكات بمتوسط حسابي قدره 3,8633 وانحراف معياري يقدر ب 0,80126 هذا المتوسط ذو مستوى "مرتفع" حسب سلم Likert الخماسي، وأخيرا بعد قواعد البيانات بمتوسط حسابي قدره ب 3,8633 وانحراف معياري يقدر ب 0,80121 هذا المتوسط ذو مستوى "مرتفع" حسب سلم Likert الخماسي. ومما سبق يتضح توافر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على نحو عام في فندق سيدي يحي ببسكرة بمتوسط حسابي قدره 3,8775 وانحراف معياري يقدر ب 0.57183 هذا المتوسط ذو مستوى "مرتفع" حسب سلم Likert الخماسي.

الجدول 4: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لإجابات أفراد العينة عن عبارات المتغير التابع (جودة الخدمة الفندقية):

رقم العبارة	المجال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	مستوى القبول
	<b>الملموسية</b>	<b>4,0583</b>	<b>0,45185</b>	<b>1</b>	<b>مرتفع</b>
01	مبنى الفندق جذاب بالنسبة لك .	4,15	0,547	1	مرتفع
02	يستخدم الفندق أحدث التقنيات في تقديم الخدمات.	3,87	0,676	5	مرتفع
03	التصميم الداخلي للفندق منظم و متكامل.	4,00	0,638	4	مرتفع
04	يتوفر الفندق على مرافق وقاعات وأثاث مريح وملائم.	4,10	0,573	3	مرتفع
05	يحتوي الفندق على أماكن لركن السيارات.	4,10	0,573	3	مرتفع
06	ألاحظ أن الموظفين يلتزمون باللباس الموحد والمحترم.	4,13	0,650	2	مرتفع
	<b>الاعتمادية</b>	<b>3,9667</b>	<b>0,81811</b>	<b>2</b>	<b>مرتفع</b>
01	يمكنني الاعتماد على موظفي الفندق	3,92	0,809	3	مرتفع
02	يتمتع موظفو الفندق بالمهارة في تقديم الخدمة	3,97	0,920	2	مرتفع
03	يقدم الفندق لي جميع المعلومات المتعلقة بأي خدمات جديدة	4,02	0,911	1	مرتفع
	<b>الأمان</b>	<b>3,8917</b>	<b>0,71494</b>	<b>3</b>	<b>مرتفع</b>
01	أعتقد أن الفندق يقوم بتنفيذ الخدمة بالشكل الصحيح من المرة الأولى	3,73	0,918	6	مرتفع
02	أثق في التعامل مع موظفي الفندق	3,83	0,977	5	مرتفع
03	أثق دائما في عمليات الفندق	3,90	0,730	3	مرتفع
04	يقدم لي الفندق كشوف حسابات واضحة ودقيقة.	3,88	1,091	4	مرتفع
05	يتعامل الفندق مع المعلومات الخاصة بي بسرية تامة	3,93	0,880	2	مرتفع
06	أشعر بالأمان في التعامل مع الفندق	4,07	0,899	1	مرتفع
	<b>التعاطف</b>	<b>3,8333</b>	<b>0,74758</b>	<b>4</b>	<b>مرتفع</b>
01	يمتاز الفندق بسمعة حسنة في خدمة عملائه	3,82	0,854	3	مرتفع
02	يعتبر الفندق خدمة العميل من أهم أولوياته	3,73	0,880	5	مرتفع
03	يولي الفندق رعاية خاصة فردية بي كعميل	3,77	1,031	4	مرتفع
04	أشعر بحسن استقبال الفندق للعميل	3,90	0,877	2	مرتفع
05	يمتاز موظفو الفندق بسمعة حسنة في خدمة عملائهم	3,95	0,928	1	مرتفع
	<b>الاستجابة</b>	<b>3,8167</b>	<b>0,91696</b>	<b>5</b>	<b>مرتفع</b>
01	أشعر أن الموظفين في الفندق يفهمون طلبي بسرعة	3,90	0,951	1	مرتفع
02	يجيب الموظفون على استفساراتي فوراً	3,82	1,033	4	مرتفع
03	يقوم الموظف بتلبية خدماتي بسرعة	3,70	1,078	3	مرتفع
04	يقوم موظفو الفندق بتكثيف الخدمة لتلبية طلبي	3,85	1,117	2	مرتفع
	<b>جودة الخدمة الفندقية على نحو عام</b>	<b>3,9181</b>	<b>0,58870</b>		<b>مرتفع</b>

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على مخرجات لspss.

يشير الجدول رقم (04) توافر أبعاد جودة الخدمة الفندقية في فندق سيدي يحي ببسكرة بدرجات مرتفعة ولكن متفاوتة، فحسب آراء أفراد العينة المدروسة، فإن الاهتمام باللموسية هو أقوى بعد يعبر عن توفر جودة الخدمة الفندقية في الفندق المدروس بمتوسط حسابي قدره 4,0583 وانحراف معياري يقدر ب 0,45185 هذا المتوسط ذو مستوى "مرتفع" حسب سلم Likert الخماسي، يليه مباشرة بعد الاعتمادية بمتوسط حسابي يقدر ب 3,9667 وانحراف معياري يقدر ب 0,81811 هذا المتوسط ذو مستوى "مرتفع" حسب سلم Likert الخماسي، بعدها يليه بعد الأمان بمتوسط حسابي قدره 3,8917 وانحراف معياري يقدر ب 0,71494 هذا المتوسط ذو مستوى "مرتفع" حسب سلم Likert الخماسي، وبعدها يأتي بعد التعاطف في المرتبة ما قبل الأخيرة بمتوسط حسابي قدره ب 3,8333 وانحراف معياري يقدر ب 0,74758 هذا المتوسط ذو مستوى "مرتفع" حسب سلم Likert الخماسي. وأخيراً بعد الاستجابة بمتوسط حسابي قدره ب 3,8167 وانحراف معياري يقدر ب 0,91696 هذا المتوسط ذو مستوى "مرتفع" حسب سلم Likert الخماسي. ومما سبق يتضح جودة الخدمة الفندقية على نحو عام في فندق سيدي يحي ببسكرة بمتوسط حسابي قدره 3,9181 وانحراف معياري يقدر ب 0,58870 هذا المتوسط ذو مستوى "مرتفع" حسب سلم Likert الخماسي.

#### 4. تحليل وتفسير النتائج:

##### 1.4 اختبار فرضيات الدراسة:

تم اختبار نموذج الدراسة باستخدام أسلوب الانحدار الخطي المتعدد الذي يقيس أثر كل متغير واحد على المتغير التابع، أي دراسة مدى قدرة أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تفسير التغير في جودة الخدمة الفندقية، حيث يظهر التحليل الإحصائي أياً من أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصال لها علاقة بتأثير ذات دلالة معنوية على جودة الخدمة الفندقية. ولاختبار الفرضية الرئيسية التي تنص على " هناك علاقة تأثير معنوية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 5% بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وجودة الخدمة الفندقية" تم الاعتماد على الانحدار الخطي البسيط والانحدار الخطي المتعدد، كما يلي:

##### 1.1.4 الانحدار الخطي البسيط:

لاختبار الفرضيات الفرعية الأربعة سيتم حساب الانحدار الخطي البسيط، وقد تم تجميع نتائجها في الجدول أدناه:

الجدول 5: نتائج معادلة الانحدار البسيط بين أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصال وجودة الخدمة الفندقية.

المعلومات المقدره		المعايير الاحصائية				معامل التحديد	أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات
b1	الثابت	مستوى الدلالة	Bêta	F	R		
0.715	1.123	0.000	0.733	67.447	0.733	0.538	الأجهزة والبرمجيات
0.611	1.543	0.000	0.680	49.688	0.680	0.462	الأفراد
0.698	1.229	0.000	0.712	59.587	0.712	0.507	قواعد البيانات
0.383	2.438	0.000	0.521	21.657	0.521	0.272	الشبكات

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على برنامج spss

1.1.1.4 اختبار الفرضية الفرعية الأولى: من خلال الجدول رقم (05) ومن خلال نتائج اختبار فيشر يتبين لنا معنوية النموذج حيث نلاحظ أن مستوى الدلالة المحسوب 0.000 أقل من مستوى الدلالة 0.05 وهذا ما يوضح وجود علاقة بين بعد الأجهزة والبرمجيات وجودة الخدمة الفندقية، كما تشير النتائج إلى وجود ارتباط قوي بين بعد الأجهزة والبرمجيات وجودة الخدمة الفندقية، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 73.3% وهي دالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.01$ ). كما نلاحظ أن ما قيمته 53.8% من التباين في المتغير التابع (جودة الخدمة الفندقية) يفسره بعد الأجهزة والبرمجيات. أما قيمة المعلمة b1 والتي بلغت 0.715 فتوضح قوة تأثير المتغير المستقل على المتغير التابع فكلما ارتفع بعد الأجهزة والبرمجيات بوحدة واحدة ارتفعت

قيمة جودة الخدمة الفندقية ب 0.715 وحدة. وبالتالي تقبل الفرضية الفرعية الأولى: "هناك علاقة تأثير معنوية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 5% بين الأجهزة والبرمجيات وجودة الخدمة الفندقية".

2.1.1.4 اختبار الفرضية الفرعية الثانية: من خلال نتائج اختبار فيشر يتبين لنا معنوية النموذج حيث نلاحظ أن مستوى الدلالة المحسوب 0.000 أقل من مستوى الدلالة 0.05 وهذا ما يوضح وجود علاقة بين بعد الأفراد وجودة الخدمة الفندقية، كما تشير النتائج إلى وجود ارتباط قوي بين بعد الأفراد وجودة الخدمة الفندقية، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 68% وهي دالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.01$ ). كما نلاحظ أن ما قيمته 46.2% من التباين في المتغير التابع (جودة الخدمة الفندقية) يفسره بعد الأفراد. أما قيمة المعلمة b1 والتي بلغت 0.611 فتوضح قوة تأثير المتغير المستقل على المتغير التابع فكلما ارتفع بعد الأفراد بوحدة واحدة ارتفعت قيمة جودة الخدمة الفندقية ب 0.611 وحدة. وبالتالي تقبل الفرضية الفرعية الثانية: "هناك علاقة تأثير معنوية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 5% بين الأفراد وجودة الخدمة الفندقية".

3.1.1.4 اختبار الفرضية الفرعية الثالثة: من خلال نتائج اختبار فيشر يتبين لنا معنوية النموذج حيث نلاحظ أن مستوى الدلالة المحسوب 0.000 أقل من مستوى الدلالة 0.05 وهذا ما يوضح وجود علاقة بين بعد قواعد البيانات وجودة الخدمة الفندقية، كما تشير النتائج إلى وجود ارتباط قوي بين بعد الأجهزة والبرمجيات وجودة الخدمة الفندقية، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 71.2% وهي دالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.01$ ). كما نلاحظ أن ما قيمته 50.7% من التباين في المتغير التابع (جودة الخدمة الفندقية) يفسره بعد قواعد البيانات. أما قيمة المعلمة b1 والتي بلغت 0.698 فتوضح قوة تأثير المتغير المستقل على المتغير التابع فكلما ارتفع بعد قواعد البيانات بوحدة واحدة ارتفعت قيمة جودة الخدمة الفندقية ب 0.698 وحدة. وبالتالي تقبل الفرضية الفرعية الثالثة: "هناك علاقة تأثير معنوية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 5% بين قواعد البيانات وجودة الخدمة الفندقية".

4.1.1.4 اختبار الفرضية الفرعية الرابعة: ومن خلال نتائج اختبار فيشر يتبين لنا معنوية النموذج حيث نلاحظ أن مستوى الدلالة المحسوب 0.000 أقل من مستوى الدلالة 0.05 وهذا ما يوضح وجود علاقة بين بعد الشبكات وجودة الخدمة الفندقية، كما تشير النتائج إلى وجود ارتباط متوسط بين بعد الشبكات وجودة الخدمة الفندقية، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 52.1% وهي دالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.01$ ). كما نلاحظ أن ما قيمته 27.2% من التباين في المتغير التابع (جودة الخدمة الفندقية) يفسره بعد الشبكات. أما قيمة المعلمة b1 والتي بلغت 0.383 فتوضح قوة تأثير المتغير المستقل على المتغير التابع فكلما ارتفع بعد الشبكات بوحدة واحدة ارتفعت قيمة جودة الخدمة الفندقية ب 0.383 وحدة. وبالتالي تقبل الفرضية الفرعية الرابعة: "هناك علاقة تأثير معنوية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 5% بين الشبكات وجودة الخدمة الفندقية".

2.1.4 الانحدار الخطي المتعدد: فيما يلي تحليل الفرضية الرئيسية والتي تفترض: "وجود علاقة تأثير معنوية ذات دلالة إحصائية لأبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصال على جودة الخدمة الفندقية". ومن أجل ذلك تم حساب الانحدار الخطي المتعدد لتفسير أثر أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصال على التغير في تباين جودة الخدمة الفندقية كما يلي:

الجدول 6: نتائج اختبار فيشر لأثر أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصال على جودة الخدمة الفندقية

مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	اختبار t	مستوى الدلالة
الانحدار	13.301	4	3.325	25.592	0.000
البواقي	7.147	55	0.130		
المجموع	20.448	59			
$R = 0.807$ ، $R^2 = 0.650$					

المصدر: من إعداد الباحثين اعتمادا على برنامج SPSS.

من خلال نتائج اختبار فيشر يتبين لنا معنوية معاملات النموذج حيث نلاحظ أن مستوى الدلالة المحسوب (0,00) أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0,05) وهذا ما يوضح وجود علاقة بين المتغير المستقل (أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصال) والمتغير

التابع (جودة الخدمة الفندقية)، أي أن النموذج صالح من الناحية الإحصائية لتفسير التغير الحاصل في المتغير التابع. كما تشير النتائج إلى وجود علاقة ارتباط مرتفع بين أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصال وجودة الخدمة الفندقية، حيث بلغت قيمة معامل ارتباط بيرسون 80.7% وهي دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.01$ ). كما نلاحظ أن ما قيمته 65% من التباين في المتغير التابع تفسره أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

الجدول 7: نتائج معادلة الانحدار لأثر أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصال على جودة الخدمة الفندقية

المتغيرات	المعلومات المقدرة		اختبار t	Bêta	مستوى الدلالة	الدلالة
	قيمة المعلمة	الخطأ المعياري				
الثابت	0.519	0.340	1.526		0.133	
الأجهزة والبرمجيات	0.444	0.106	4.143	0.451	0.000	معنوي
الأفراد	0.111	0.130	0.850	0.123	0.399	غير معنوي
قواعد البيانات	0.353	0.137	2.571	0.360	0.013	معنوي
الشبكات	-0.29	0.082	-0.351	-0.39	0.727	غير معنوي

المصدر: من إعداد الباحثين اعتماداً على برنامج SPSS.

يتضمن الجدول أعلاه نتائج الانحدار المتعدد، حيث نلاحظ من خلال اختبار ستودنت (t) عدم معنوية بعدي الأفراد والشبكات لأن مستوى الدلالة المحسوب (0.39) و (0.72) أكبر من مستوى الدلالة المعتمد (0.05) أما بعدي الأجهزة والبرمجيات وقواعد البيانات فهو معنوي عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.01$ ).

أما معلمات النموذج فتوضح الأهمية النسبية لكل متغير في التأثير على جودة الخدمة الفندقية، وهنا نلاحظ أن بعدي الأجهزة والبرمجيات وقواعد البيانات هما الوحيدان المؤثران، حيث نجد أن الأجهزة والبرمجيات هو أقوى بعد مؤثر على جودة الخدمة الفندقية وبالتالي فإن تجميع أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصال يجعل من بعدي الأفراد وقواعد البيانات لا يؤثران في جودة الخدمة الفندقية، وهكذا يتم استبعادهما من النموذج الكلي للانحدار المتعدد.

ومنه نقبل الفرضية الرئيسية: "وجود علاقة تأثير معنوية ذات دلالة إحصائية لأبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصال (الأجهزة والبرمجيات، الأفراد، قواعد البيانات والشبكات) على جودة الخدمة الفندقية."

#### 2.4 تفسير النتائج:

توصلت الدراسة في ضوء العينة المبحوثة إلى جملة من النتائج فيما يتعلق بأثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة الفندقية، وذلك حسب عينة من زبائن فندق "سيدي يحيى" ببسكرة. وفيما يلي تفسير للنتائج المتوصل إليها في الدراسة الميدانية. تم التوصل إلى وجود علاقة تأثير معنوية بين المتغير المستقل (تكنولوجيا المعلومات والاتصال) والمتغير التابع (جودة الخدمة الفندقية)، حيث تبين أن استخدام أدوات تكنولوجيا المعلومات والاتصال تسهم في تقديم خدمة فندقية بجودة عالية من خلال تقليص الوقت والجهد والانجاز في تقديمها. وذلك من خلال:

1.2.4 علاقة الأجهزة والبرمجيات بجودة الخدمة الفندقية: مَثَلُ بُعْدِ "الأجهزة والبرمجيات" أهم عنصر من عناصر تكنولوجيا المعلومات والاتصال للرفع من جودة الخدمة الفندقية في فندق "سيدي يحيى ببسكرة"، ويستنتج من ذلك اهتمام فندق "سيدي يحيى" بعنصر الأجهزة والبرمجيات. ويظهر ذلك من خلال اعتماد الفندق على استخدام الأجهزة والبرمجيات لتقديم الخدمة الفندقية وهذا ما يؤدي إلى السرعة في أداء الخدمات، هذا ما يجعل الزبائن يشعرون بارتياح أكثر.

حيث تسهم الأجهزة والبرمجيات في تحسين نوعية الخدمات الفندقية والسياحية بشكل عام وهذا ما تؤكدته دراسة "نوفل عبد الرضا، محمد زكي" حيث يؤثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في شركات السياحة والسفر تأثيراً إيجابياً في تطوير الخدمات المقدمة، من خلال امتلاك إدارات هذه الشركات الموارد البشرية الكفؤة في تقنيات الحاسوب والتي تساهم في تصميم أحدث العروض وتقديم أجود الخدمات للسياح. (علوان و عبد الرزاق، 2016، صفحة 197)

أما عن دراسة " ليث شاكر أبو طبيخ " والتي توصلت إلى وجود علاقة ارتباط موجبة ذات دلالة معنوية بين عوامل البنية التحتية التكنولوجية وجودة الخدمة السياحية، ومن بين عوامل البنية التحتية التكنولوجية بعد الكفاءة التكنولوجية والذي عرف في هذه الدراسة " الكفاءة التكنولوجية تشير إلى كفاءة الأجهزة والمعدات المستخدمة أي بمعنى كفاءة المكونات المادية والبرمجيات المتوفرة لدى المنظمة" وهو ما يوافق الأجهزة والبرمجيات في دراستنا، وقد أظهرت نتائج دراسة " ليث شاكر أبو طبيخ " أن لبعده الكفاءة التكنولوجية أثرا ذو دلالة معنوية في بعد جودة الخدمات السياحية.(أبو بطيخ، 2016، صفحة 577)

2.2.4 علاقة قواعد البيانات بجودة الخدمة الفندقية: جاء بعد "قواعد البيانات" في المرتبة الثانية من حيث العلاقة بجودة الخدمة الفندقية في فندق "سيدي يحي بسكرة". ويفسر ذلك باهتمام الفندق بقواعد البيانات كعنصر مهم بعد الأجهزة والبرمجيات، ويظهر ذلك من خلال اعتماد الفندق على قواعد البيانات التي تمكنه من التواصل مع زبائنه وبالتالي علاقات ايجابية بينه وبين الزبائن لأن البيانات والمعلومات المخزنة في قواعد البيانات تتيح أداء الخدمات كما ينبغي. كما أن احتواء قواعد البيانات الموجودة في الفندق على معلومات دقيقة وواضحة مما يخلق نوع من الثقة بين الإدارة والسائح.

حيث يؤكد " مصطفى يوسف كافي" أن النقل الإلكتروني للبيانات "Transfert data" داخل الفندق الواحد وبين فنادق السلسلة (مثل التقارير المالية وبيانات الشراء)، وهذا النقل الإلكتروني يتحقق بأقل التكاليف ويؤدي إلى وصول المعلومات بسرعة وفي الوقت المناسب.(كافي، 2017، صفحة 312)

### 3.2.4 علاقة الأفراد بجودة الخدمة الفندقية:

احتل بعد "الأفراد" المرتبة ما قبل الأخيرة من حيث العلاقة بجودة الخدمة الفندقية في فندق "سيدي يحي بسكرة" بمعامل ارتباط ضعيف، والذي أكد عدم وجود علاقة تأثير معنوية بين الأفراد وتحسين جودة الخدمة الفندقية في فندق "سيدي يحي".

فبالرغم أن الفندق يعتمد في إدارته على عدد كاف من الأفراد العاملين ذوي الخبرة والاختصاص في مجال الحاسوب والتكنولوجيا. حيث أن اعتماد الفندق على أفراد بمهارات تكنولوجية يحسن من إدارة التفاعل بينهم وبين الزبون السائح، إلا أن الزبائن يرون أن الأفراد لا يدخلون كعنصر مهم لتحسين الخدمة فندقية. وقد يرجع ذلك إلى أن الزبائن ليس لديهم فكرة عن الأبعاد التي يرونها ضرورية لتحسين جودة الخدمات إلى مستوى التطلعات، كما أن الفندق لا يلفت انتباه الزبائن إلى تلك الأبعاد التي يركز عليها في خدماته المقدمة، ولهذا الأمر نجد الزبائن يؤكدون توافر عنصر الأفراد في الفندق ولكن لا يؤكدون أهميتها في تحسين جودة الخدمات المقدمة من طرف الفندق.

على العموم، تشير العديد من المراجع والدراسات أن الأفراد أي العاملون في حقل تكنولوجيا المعلومات والاتصال يساهمون في تحسين نوعية الخدمات المقدمة في الفنادق فحسب " سعد إبراهيم حمد " تعد الموارد البشرية من أهم مكونات تكنولوجيا التسويق السياحي بما تمتلك من مهارات ومعارف لانجاز مهام المنظمة السياحية، وان تهيئة هذه الموارد من ذوي الخبرة هي احد متطلبات تطبيق التكنولوجيا التسويقية، ويتم ذلك عن طريق التدريب في المؤسسات العلمية لكونها هي المسؤولة عن سيطرة وإدارة وتشغيل المكونات الأخرى. ويرى أيضا "سعد إبراهيم حمد" أن المنظمات السياحية لا تعمل بمفردها وإنما هناك بيئة تنافسية سواء كانت داخل البلد أو إقليمية لذلك لابد من تحسين أداء الخدمات للمنظمات السياحية التي تقدم المنتج السياحي الذي يلبي حاجات ورغبات و أذواق المستهلك السياحي وهذا لا يتأتى إلا من خلال امتلاك المنظمة السياحية للموارد البشرية ذات الخبرة والمؤهلة بإدارة وتشغيل التكنولوجيا المستخدم في المنظمة السياحية.(حمد، 2014، صفحة 1047)

كذلك توصي " صفاء جواد عبد الحسين " بأهمية توفير المتطلبات المادية من مختلف الأجهزة المتطورة في مجال الاتصالات والعمل على الاستفادة منها في التسويق الإلكتروني، وكذلك تطوير العاملين وإكسابهم مهارات من خلال دورات تدريبية تؤهلهم لاستخدام هذه الأجهزة وتطوير نشاط التسويق الإلكتروني.(عبد الحسين، 2010، صفحة 74) وهذا يفسر على أن الأجهزة والبرمجيات لا يمكن إدارتها بالشكل المطلوب والمناسب إلا من قبل أفراد مؤهلين ومتخصصين في هذا المجال للاستفادة منها بالشكل الأمثل.

4.2.4 علاقة الشبكات بجودة الخدمة الفندقية: احتل بعد "الشبكات" المرتبة الأخيرة من حيث العلاقة بجودة الخدمة الفندقية في فندق "سيدي يحيى"، والذي أكد عدم وجود علاقة تأثير معنوية بين الشبكات وجودة الخدمة الفندقية في فندق "سيدي يحيى".

فبالرغم من تأكيد الزبائن على أن الفندق يعتمد على شبكات الاتصال وأهمها الانترنت بمعظم تطبيقاتها في تقديم الخدمات الفندقية، إلا أنهم يرون أن الشبكات لا تدخل كعنصر مهم لتحسين جودة الخدمة الفندقية. وقد يفسر هذا بأن الزبائن قد لا يمنحون أهمية لهذا البعد مقارنة بالأبعاد الأخرى وأن انتباههم يتجه نحو استخدامهم الشخصي للشبكات وخصوصاً الانترنت أثناء تواجدهم بالفندق وليس استخدام إدارة الفندق لها في مختلف اتصالاتها وأعمالها، ولهذا الأمر نجد الزبائن يؤكدون توافر الشبكات في الفندق - من باب استخدامهم الشخصي لها - ولكن لا يؤكدون أهميتها لتحسين جودة الخدمات المقدمة من طرف الفندق. حيث تسهم وسائل الاتصال الحديثة بالأخص في التأثير على أبعاد الاستجابة والاعتمادية والأمان من حيث في سرعة تقديم الخدمة والثقة و شخصنة العلاقة. واستعمال الفندق لشبكات الاتصال يسهم في بناء علاقة تفاعلية إيجابية بين الفندق والزبائن من خلال استقبال انطباعاتهم الإيجابية والسلبية عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

وقد تتعارض دراستنا مع الكثير من الدراسات التي أكدت على أهمية الشبكات في تحسين جودة الخدمة الفندقية نذكر منها:

\_ ترى "نازم محمود ملكاوي" أسهمت الجهود الكبيرة من قبل الحكومات والمنظمات البحثية والتجارية بشكل كبير في تطوير شبكات الإنترنت الأمر الذي انعكس بشكل إيجابي في تطوير المنظمات وتسهيل حياة الأفراد من خلال الاستخدامات المختلفة لهذه الشبكات. كما مكنت الزبائن من الاستعلام عن الحجز في الفنادق عن بعد ومعرفة تكلفة الإقامة وجميع التفاصيل الأخرى ومن ثم الحجز قبل السفر الأمر الذي يريح الزبون بحيث يعرف وبشكل مسبق المكان الذي سينام فيه والتكلفة التي سيتحملها قبل الخروج من منزله وفي أي مكان من العالم. أي أن استخدام تكنولوجيا المعلومات في هذا القطاع الخدمي الكبير (القطاع السياحي الفندقية) لعب دوراً رئيساً في التأثير على سلوك الزبائن بدءاً من لفت انتباه الزبون بالتقييم والتواصل مع الزبون إلى ما بعد الحصول على الخدمة..(ملكاوي، 2016، صفحة 189\_190)

\_ وتؤكد "خلود وليد العكيلي" على ضرورة تقديم خدمة سياحية متميزة ومتطورة من خلال استخدام مواقع الانترنت وموقع الويب الخاص بالفندق باستقبال رسائل البريد الإلكتروني لتقديم المعلومات والبيانات والأسعار وتقديم الحجوزات سواء للفندق أو للحجز على إحدى خطوط الطيران والخدمات المصرفية وحجز الرحلات السياحية وحجوزات الشحن.(العكيلي، 2011، صفحة 133)

## 5. خاتمة:

هدفت هذه الورقة البحثية إلى دراسة أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة الفندقية، مع دراسة حالة على مستوى فندق "سيدي يحيى" ببسكرة. وقد خلصت الدراسة إلى أن للأجهزة والبرمجيات وقواعد البيانات دوراً مهماً في تحسين جودة الخدمة الفندقية في الفنادق، حيث أن استعمال الفندق للحاسوب والبرمجيات يسهل من عملية تقديم الخدمة للزبون السائح، ويؤدي إلى السرعة في أداء الخدمات الفندقية، حيث تحتوي قواعد البيانات الموجودة في الفندق على معلومات دقيقة وواضحة مما يخلق نوع من الثقة بين الإدارة والسائح وغيرها لها أهمية كبيرة في تحسين جودة الخدمة الفندقية وترك انطباع جيد بأن الفندق يهتم لزبائنه ويقدم خدمات في المستوى المطلوب.

وبالمقابل، أظهرت الدراسة عدم وجود مساهمة للأفراد والشبكات في تحسين جودة الخدمة الفندقية؛ فحسب العينة المدروسة فإن العاملين بالفندق، وشبكات الاتصال وأهمها الانترنت المتوفرة في الفندق لا تدخل في عوامل رفع جودة خدمات الفندق محل الدراسة حسب العينة المدروسة، رغم أن العديد من المراجع والدراسات السابقة تؤكد أهمية الأفراد والشبكات في تحسين جودة الخدمة الفندقية.

تؤكد النتائج المستخلصة صحة الفرضية الرئيسية الموضوعية لهذه الدراسة: "تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة الفندقية في الفنادق الجزائرية من خلال: الأجهزة والبرمجيات وقواعد البيانات"، ويستثنى من ذلك الأفراد والشبكات.

ذلك، وقد خرجت الدراسة بجملة من الاقتراحات أهمها:

- القيام بالمزيد من الأبحاث والدراسات المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال ودورها في تحسين جودة الخدمة الفندقية؛
- القيام بدراسات حول مدى وعي الفنادق بضرورة توافر تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الفنادق والمؤسسات الخدمية على وجه العموم؛
- زيادة اهتمام فندق "سيدي يحيى" بإبراز دور وأهمية الأفراد والشبكات كعنصرين مهمين من عناصر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي تلعب دورا مهما في تحسين جودة الخدمة الفندقية، وتشجيع زبائنها على التوجه نحو استخدامهما في عمليات الحجز المختلفة وتقديم الملاحظات والشكاوى عبر شبكاتهما، بالإضافة إلى توفير الكوادر البشرية المؤهلة والمسؤولة على تسيير وتشغيل هذه التكنولوجيا الحديثة ، وكذا الاهتمام بإعداد وتنظيم دورات تدريبية في المجال التكنولوجي للعاملين بالفندق.

## 6. قائمة المراجع العربية:

- أحمد زغدار. (ماي، 2012). إدارة الجودة الشاملة في الخدمة الفندقية وأثرها في تحقيق رضا ضيوف الفنادق فئة خمس نجوم بالجزائر العاصمة. مجلة العلوم الإنسانية\_ جامعة محمد خيضر\_ بسكرة\_ ، صفحة 19.
- أحمد محمودي. (ديسمبر، 2016). تحليل جودة الخدمات الفندقية السياحية لفندق الإخوة بوغرت\_ تيارت\_ بالإعتماد على نموذج الأداء الفعلي. مجلة المعيار ، صفحة 344.
- العياشي زرار، و كريمة غباد. (2016). استخدامات تكنولوجيا المعلومات والاتصال ( في المؤسسة الاقتصادية ودورها في دعم الميزة التنافسية. عمان : دار صفاء للنشر والتوزيع.
- أيوب صكري، و أحمد بن عيشاوي. (ديسمبر، 2017). أثر الرضا الوظيفي على جودة الخدمة الفندقية دراسة ميدانية لعينة من فنادق صنف ثلاثة نجوم بولاية المدية. مجلة ميلاف للبحوث والدراسات ، صفحة 200.
- خلود وليد العكيلي. (العدد السابع والثمانون، 2011). دراسة ميدانية لعينة فنادق في محافظة أربيل وبغداد والنجف. مجلة الإدارة والاقتصاد ، صفحة 133.
- دلال حمودي، و أصيلة العمري. (03 و 04 ديسمبر 2013). نحو تفعيل دور الإعلان السياحي الإلكتروني وجودة الخدمات السياحية الفندقية في تنشيط الطلب السياحي المحلي: دراسة عينة من الفنادق في ولاية بسكرة. اقتصاديات السياحة المحلية الأبعاد والأفاق (صفحة 10). بسكرة: جامعة محمد خيضر.
- سعد ابراهيم حمد. (العدد الرابع، 2014). التسويق السياحي الإلكتروني وأثره على مستوى أداء الخدمات في صناعة الضيافة \_ دراسة تطبيقية على فنادق الدرجة الممتازة في العراق. مجلة جامعة بابل ، صفحة 1047.
- سعد غالب ياسين. (2012). أساسيات نظم المعلومات الإدارية وتكنولوجيا المعلومات. عمان : دار المناهج للنشر والتوزيع.
- سهام بوعموشة. (3 أبريل، 2018). المركب الجهوي " سيدي يحيى " بسكرة تحفة طبيعية: مصدر لتتويج الإقتصاد والترويج للسياحة الصحراوية. تاريخ الاسترداد 13 جانفي، 2019، من استطلاعات وتحقيقات " مجلة الشعب " : <http://www.ech-chaab.com/ar/.html>
- صفاء جواد عبد الحسين. (العدد السابع، 2010). تسويق الخدمة السياحية إلكترونيا وأثره في جودة الخدمة في الشركات السياحية. مجلة كلية التربية ، صفحة 74.
- عامر ابراهيم قنديلجي، و ايمان فاضل السامرائي. (2009). شبكات المعلومات والاتصالات. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
- عدنان عواد الشوابكة. (2011). دور نظم وتكنولوجيا المعلومات في اتخاذ القرارات الإدارية. عمان: دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع.

- فايذة فرطاس. (جانفي، 2017). تبني مخطط السياحة الجزائر \_ كحركية لتحقيق استراتيجية جودة الخدمات الفندقية ( دراسة على فنادق ولاية سطيف). مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية ، صفحة 366.
- فريد كورتل. (2009). تسويق الخدمات. عمان: دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع.
- فيروز قطاف، و عبلة بقراري. (2019). جودة الخدمة المصرفية. عمان : دار أسامة للنشر والتوزيع.
- ليث شاكر أبو بطيخ. (العدد الثامن عشر، 2016). دور عوامل البنية التحتية التكنولوجية في تحسين جودة الخدمات السياحية \_ دراسة ميدانية في عدد من المؤسسات السياحية في محافظة النجف الأشرف، مجلة كلية التربية للبنات للعلوم. مجلة كلية التربية للبنات للعلوم الإنسانية ، صفحة 577.
- ليلي بوحديد، وإلهام مجاوي. (العدد الرابع). تقييم جودة الخدمات الفندقية ومستوى رضا الزبائن عنها: دراسة حالة. مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية ، صفحة 230.
- محمد بن السعيد، و عباس لحر. (12\_13 نوفمبر 2005). تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتنمية الاقتصادية. تسيير المؤسسات المعرفية الركيزة الجديدة والتحدى التنافسي للمؤسسات الاقتصادية (صفحة 03). بسكرة \_الجزائر: جامعة محمد خيضر.
- محمد شنشونة، فيروز قطاف، و جهاد خلوط. (12 و 13 نوفمبر 2019). واقع ممارسة التدقيق الاجتماعي في المؤسسات السياحية \_ دراسة حالة فندق سيدي يحي \_ بسكرة \_ (Hôtel Sidi Yahia). \_الملتقى الوطني السابع حول تسيير الموارد البشرية: "تطبيقات التدقيق الاجتماعي بمنظمات الأعمال". (صفحة 11). \_ جامعة محمد خيضر \_بسكرة: كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.
- محمد علي أري، و دلمان خوشفي رمضان شرفاني. (العدد الرابع، 2017). تأثير البراعة التنظيمية في تحسين أبعاد جودة الخدمة الفندقية دراسة استطلاعية لأراء المديرين لعينة من فنادق الأربعة والخمسة نجوم في محافظتي دهاوك وأربيك. مجلة الابتكار والتسويق ، صفحة 19.
- مصطفى يوسف كافي. (2017). تسويق الخدمات الفندقية. قسنطينة : ألفا للوثائق.
- موفق عدنان عبد الجبار الحميري، و رامي فلاح الطويل. (2016). التسويق الاستراتيجي لخدمات الفنادق والسياحة ( توجه حديث متكامل). عمان: دار ومكتبة الحامد للنشر والتوزيع.
- نازم محمود ملكاوي. (يناير، 2016). تطبيق تكنولوجيا المعلومات في قطاع الخدمات السياحية: أثر استخدام نظام الحجز الالكتروني في تحسين خدمة الزبائن في فنادق الخمسة نجوم في الأردن. مجلة جامعة الأقصى ( سلسلة العلوم الإنسانية) ، صفحة 189، 190.
- نظام موسى سويدان، و شفيق ابراهيم حداد. (2003). التسويق مفاهيم معاصرة. عمان: دار حامد للنشر والتوزيع.
- نوفل عبد الرضا علوان، و محمد زكي عبد الرزاق. (العدد السابع والأربعون، 2016). استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تطوير شركات السياحة والسفر وأثرها على عملية تطوير الخدمات المقدمة \_ دراسة تحليلية لعينة من شركات السياحة والسفر في مدينتي بغداد وكربلاء المقدسة. مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة ، صفحة 197.
- وصفي الكساسبة. (2011). تحسين فاعلية الأداء المؤسسي من خلال تكنولوجيا المعلومات. عمان: دار البيازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- يوسف مسعودي، و أسماء مرايمي. (جوان، 2018). تأثير المظهر المادي للخدمات الفندقية في كسب رضا الزبون: دراسة حالة فندق النجاح بعين الدفلى. مجلة الإدارة والتنمية للبحوث والدراسات ، صفحة 209.

## 7. قائمة المراجع باللغة الأجنبية

- Lovelock, c., Wirtz, J., & Lapert, D. (2004). *Marketing des services*. france: Pearson education.