

دور عوامل البنى التحتية التكنولوجية في تحسين

جودة الخدمات السياحية

دراسة ميدانية في عدد من المؤسسات السياحية في محافظة النجف الاشرف

م.م. ليث شاكر ابو طيبخ

جامعة الكوفة / كلية الادارة والاقتصاد

Laiths.abutabeikh@uokufa.edu.iq

المستخلص

الغرض من البحث للتعرف على دور بعض عوامل البنى التحتية التكنولوجية (المهارة والخبرة، استثمار التكنولوجيا، الكفاءة التكنولوجية) في تحسين جودة الخدمات السياحية (الاعتمادية، الاستجابة، الثقة، التعاطف، الملموسية) المنشودة من قبل الزبون (السائح) المحلي والدولي، واختيرت المؤسسات السياحية في محافظة النجف الاشرف كمجتمع للبحث وذلك للأهمية التي تحتلها في السياحة كونها تضم مرقد الامام علي (ع)، وعدد من المراكز والمزارات الدينية، ويسعى البحث الى اختبار علاقات التأثير والاثر بين هذه المتغيرات، باستخدام معامل ارتباط بيرسون، معامل الانحدار الخطي البسيط والمتعدد، واستخدام اختبار (F) من خلال برنامج الرزمة الاحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS V.20)، وتقديم نموذج يمكن ان يساهم في تحسين جودة الخدمة السياحية المنشودة، واستعملت الاستبانة مصدراً رئيسياً في جمع البيانات، اذ وزعت (95) استبانة واسترجعت (78) استبانة صحيحة، أي بنسبة استرجاع (82%)، وقد تضمن البحث اربعة محاور تضمن الاول منها المنهجية العلمية وتخصص الثاني بالاطار النظري، اما الثالث فتضمن عرض وتحليل النتائج، ثم جاء المحور الرابع ليقدم مجموعة من الاستنتاجات والتوصيات.

الكلمات المفتاحية: عوامل البنى التحتية التكنولوجية، جودة الخدمات السياحية.

**The role of technological infrastructure factors in improving
the quality of tourism services
Field study in a number of tourism enterprises in the
governorate of Najaf**

*A.L. Laith Shakir Abutabeikh
University of kufa
Laiths.abutabeikh@uokufa.edu.iq*

Abstract

The purpose of the search to identify the role of some factors technological infrastructure (skill and experience, technology investment, technological competence) in improving the quality of tourist services (reliability, responsiveness, trust, empathy, tangibility) sought by the customer (tourists) domestic and international tourist organizations were selected in the governorate of Najaf as a society to look to importance in tourism, With the shrine of Imam Ali (as), and a number of shrines and religious shrines, the research seeks to test the effect and impact of relationships between these variables, using the Pearson correlation coefficient, coefficient of simple linear regression and multiple Use test (F) through the statistical package for social science (SPSS V.20), providing a model that can contribute to improving the quality of tourist service desired, The questionnaire was used as a major source of data collection, distributed (95) identify and retrieve (78) identification is correct, or retrieval (82%), and included four research axes ensure the first scientific methodology, and Specialty The second conceptual framework, and the third ensures presentation and analysis of results, then came the fourth axis introduces a set of conclusions and recommendations.

Key words: infrastructure and technological factors, the quality of tourism services.

المقدمة:

تمثل السياحة اليوم رافداً اقتصادياً مهماً لكثير من الدول المتقدمة والنامية على حد سواء من خلال مساهمتها في دعم اقتصاديات تلك الدول، لذلك فإن تحقيق جودة الخدمة السياحية من خلال ارضاء رغبات السائح المادية والمعنوية سيزيد بالتأكيد من العوائد المالية للبلد كونها تعد استثمارات غير قابلة للنضوب بسبب الإنفاق الكبير الذي يقوم به المستهلك (السائح) المحلي والاجنبي على وجه الخصوص والذي يتمثل في جلب رؤوس الاموال الاجنبية والعملية الصعبة، ومساهمتها كذلك في تشغيل عدد كبير من العمالة وفي زيادة المستوى المعاشي للسكان من خلال تطوير البنى التحتية وتوفير الخدمات الصحية. ومما لا شك فيه فقد اصبحت تكنولوجيا المعلومات القوة الدافعة للتحويلات الاقتصادية والاجتماعية والحياة السياسية على المستوى الدولي، ولا توجد فرصة مواتية امام الدول للتقدم في هذا الوقت بدون الاندماج في ثورة المعلومات، فلذلك من الضروري على المؤسسات السياحية التكيف بسرعة مع التطورات التكنولوجية.

لذا فان هذا البحث سيسلط الضوء على طبيعة العلاقة بين عوامل البنى التحتية التكنولوجية وجودة الخدمات السياحية المقدمة في المرافق السياحية في محافظة النجف الاشرف، وذلك باعتماد المنهج الوصفي والتحليلي، في اختبار فرضيات البحث من خلال البرنامج الاحصائي (SPSS V.20) للمؤسسات السياحية المبحوثة.

المحور الاول

1. منهجية البحث

اولاً: مشكلة البحث

تعد الجودة احدى الاستراتيجيات التنافسية التي تستخدمها المنظمات ومنها السياحية في عالما المعاصر لتحافظ على استمرارها وبقائها في بيئة ابط ما يقال عنها متغيرة ومتسارعة تخطت الحدود المحلية الى العالمية حتى اصبحت المدن والمنظمات السياحية تستمد شهرتها من جودة خدماتها السياحية (فرحان، 2006)، لذا اصبح لزاماً عليها الاستفادة من التطورات التكنولوجية في وسائل الاتصال والنقل والنشاطات والعلاقات التجارية فضلا عن ذلك التطبيقات الالكترونية لتحسين جودة خدماتها السياحية، وانطلاقاً من ذلك فإن مشكلة البحث تتمثل بالتساؤلات الآتية:

- ماهي عوامل البنية التحتية التكنولوجية ومفهومها.
- ما هو مفهوم جودة الخدمة السياحية وماهي متطلباتها.
- كيف يمكن ان تساهم عوامل البنية التحتية التكنولوجية في تحسين جودة الخدمة السياحية.

ثانياً: أهمية البحث

تعد تكنولوجيا المعلومات احدى التحديات التي تواجه منظمات الأعمال في عالم اليوم باعتبارها تمتلك دوراً استراتيجياً يساهم في تحسين ادائها والذي ينعكس ايجاباً على جودة منتجاتها وخدماتها، وبالإمكان تطبيق ذلك على المنظمات الانتاجية والخدمية على حد سواء ومنها المؤسسات السياحية، والتي باتت تتنافس حول جودة الخدمات التي تقدمها، ومن هنا تتمثل أهمية البحث في:

1. ندرة البحوث المقدمة في هذا المجال.
2. بناء اطار نظري عن الخلفية الفكرية لأهمية تكنولوجيا المعلومات كبنى تحتية في تحسين جودة الخدمات السياحية المقدمة.
3. يتناول البحث احدى الموضوعات المهمة والتي تمثل مورداً اقتصادياً يساهم في تحقيق الرفاهية الاجتماعية لأبناء مدينة النجف الاشرف ولغرض مواجهة التحديات المرتبطة بأسواق المنافسة والعولمة والجودة لذلك فإن تكنولوجيا المعلومات يساعد المؤسسة السياحية في تحسين الخدمات المقدمة للسائحين.

ثالثاً: اهداف البحث

1. للتحقق من العلاقة بين عوامل البنى التحتية التكنولوجية وجودة الخدمات السياحية المقدمة من قبل المؤسسات السياحية في محافظة النجف الاشرف.
2. لتثبيت اثر وتأثير العلاقة بين عوامل البنى التحتية التكنولوجية (المهارة والخبرة، استثمار التكنولوجيا، الكفاءة التكنولوجية) وجودة الخدمات السياحية (الاعتمادية، الاستجابة، الثقة، التعاطف، الملموسية).

رابعاً: فرضيات البحث

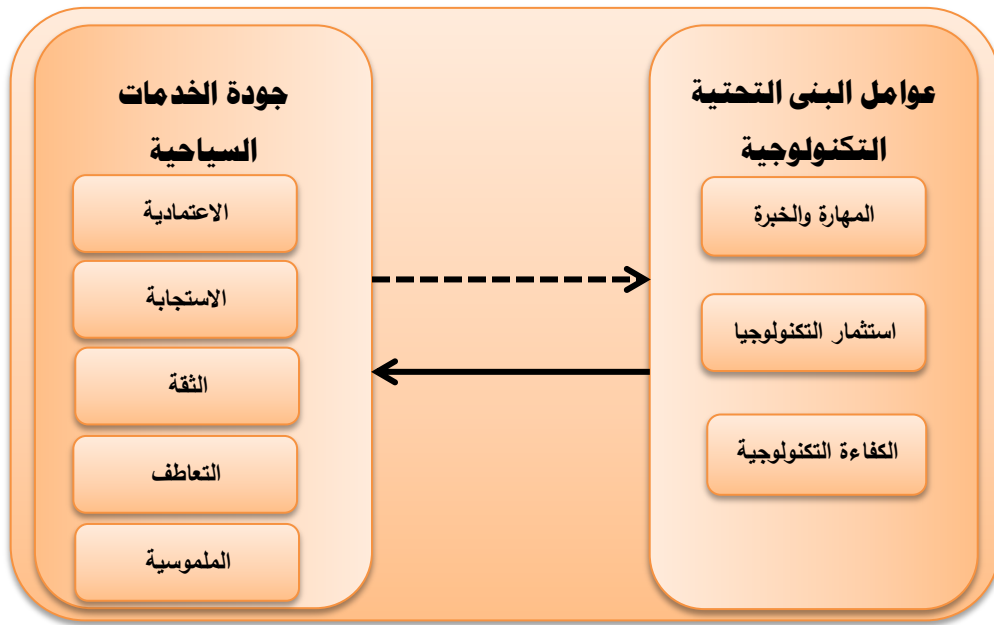
الفرضية الاولى: هناك علاقة ذات تأثير معنوي بين عوامل البنى التحتية التكنولوجية (المهارة والخبرة، استثمار التكنولوجيا، الكفاءة التكنولوجية) وجودة الخدمات السياحية (الاعتمادية، الاستجابة، الثقة، التعاطف، الملموسية).

الفرضية الثانية: هناك علاقة ذات أثر معنوي بين عوامل البنى التحتية التكنولوجية (المهارة والخبرة، استثمار التكنولوجيا، الكفاءة التكنولوجية) وجودة الخدمات السياحية (الاعتمادية، الاستجابة، الثقة، التعاطف، الملموسية).

خامسا: انموذج البحث الافتراضي

يتضمن الانموذج الافتراضي للبحث مجموعتين من المتغيرات وكالاتي:

- 1. المتغير المستقل:** (عوامل البنى التحتية التكنولوجية)، وتشمل (المهارة والخبرة، استثمار التكنولوجيا، الكفاءة التكنولوجية)، (الحدراوي والعلي، 2012)، (الحدراوي وآخرون، 2015)، (طالب وشهيد، 2012)
- 2. المتغير المعتمد:** (جودة الخدمات السياحية)، وتشمل (الاعتمادية، الاستجابة، الثقة، التعاطف، الملموسية)، (فرحان، 2006)، (دليازيد، 2015).



الشكل (1)

الانموذج الافتراضي

سادسا: مجتمع وعينة البحث

يتكون مجتمع البحث من عدد من المؤسسات السياحية ضمن محافظة النجف الاشرف، حيث تم اختيار عينة عشوائية من بينهم، تم حسابها بحسب معادلة (Steven K. Thompson, 2002)
10:) والتي تحسب من المعادلة التالية (الحدراوي، 2013 :2):

$$n = \frac{N \times p(1-p)}{\left[\left[N-1 \times \left(d^2 \div z^2 \right) \right] + p(1-p) \right]}$$

ومن المعادلة اعلاه تم التوصل الى ان حجم العينة يجب ان يكون ($n \geq 76$) وبناءا عليه تم اختيار العينة عشوائيا، وبلغ عدد الاستثمارات الموزعة (95) استثمارة، تم استرجاع (84) استثمارة، وكان عدد الصالح للتحليل منها (78) استثمارة، وبنسبة استرجاع (82%)، وهي مناسبة للعدد المطلوب.

سابعا: حدود البحث:

تحدد حدود البحث بما يأتي:

1. **الحدود المكانية:** عينة من المؤسسات السياحية ضمن محافظة النجف الاشرف وهي (شركة الرافدين للسفر والسياحة، شركة تدمر للسياحة، شركة جوهرة الخليج للسياحة والسفر، شركة عبر البحار العالمية للسفر والسياحة، شركة الذكرى للسفر والسياحة، شركة المباهلة للسفر والسياحة، شركة سما الهاني للسياحة والسفر، شركة المروج للسياحة والفندقة، قصر الروان للسفر والسياحة وشركة نسر العراق للسفر والسياحة المحدودة).
2. **الحدود الزمانية:** مدة تطبيق البحث من 11/ 2015 إلى 1/ 2016.

ثامناً: أداة البحث:

1. **استخدمت استثمارة الاستبانة:** كأداة رئيسية لجمع البيانات المطلوبة وتنقسم على ثلاثة أجزاء يتعلق الجزء الأول بالبيانات الشخصية للمبحوثين، أما الجزء الثاني فيتعلق بالمتغير المستقل والمتمثل بالبنية التحتية التكنولوجية وبواقع (18) سؤالاً، بينما الجزء الثالث يتعلق بالمتغير المعتمد والمتمثل بجودة الخدمة السياحية وبواقع (13) سؤالاً. وتم استخدام مقياس ليكرت الخماسي (Likert Scale) لتحويل الآراء الوصفية إلى صيغة كمية، وذلك باستخدام الأوزان الآتية للمقياس: اتفق تماماً (5)، اتفق (4)، محايد (3)، لا اتفق (2)، لا اتفق تماماً (1).
2. **صدق الاداة وثباتها:** صممت الاستبانة بشكل اولي بالاعتماد على جهود باحثين سابقين في بعض جوانبها، بعد الاضافة والحذف والتعديل بما يتناسب مع ضرورات البحث في مجال البنية التحتية التكنولوجية وجودة الخدمة السياحية، وتم التأكد من الصدق الظاهري وصدق المحتوى

للاستبانة باستخدام اسلوب التحكيم لمتخصصين في العلوم الادارية بلغ عددهم (8) خبراء، وقد اخذت ملاحظاتهم بنظر الاعتبار وبعدها تم تطوير الاستبانة بشكلها النهائي، انظر ملحق رقم (1).
3. الصدق الإحصائي: فقد استعمل الباحث معامل (Corn Bach's Alpha) باستخدام البرنامج الاحصائي (SPSS V.20) وقد حقق معامل (Corn Bach's Alpha) للبنية التحتية التكنولوجية (0.87) وكان معامل (Corn Bach's Alpha) لجودة الخدمة السياحية (0.89)، اما على المستوى الكلي للاستبانة فقد بلغ (0.81) وهذه النتيجة مقبولة لو تم اعادة توزيع الاستبانة على المبحوثين مرة اخرى وبمدة معقولة.

جدول رقم (1)

معامل ثبات ألفا كرونباخ لأبعاد المقياس الرئيسية

الأبعاد	عدد الفقرات لكل بعد	قيمة ألفا
البنية التحتية التكنولوجية	18	0.87
جودة الخدمة السياحية	13	0.89
الدرجة الكلية للمقياس	31	0.81

2. الدراسات السابقة

اولاً: دراسة طالب (2006):

عنوان الدراسة (تقويم جودة الخدمات السياحية الدينية من وجهة نظر الزائرين)، تناولت الدراسة عينة من الزائرين لمدينة كربلاء المقدسة من الايرانيين والهنود لبيان وجهة نظر الزائرين عن جودة الخدمات المقدمة من قبل المنظمات السياحية في مدينة كربلاء المقدسة وتوصلت الى عدة نتائج اهمها لم تلق جودة الخدمة السياحية الاهتمام الكافي من لدن المنظمات السياحية وادارة المحافظة.

ثانياً: دراسة التميمي (2006):

عنوان الدراسة (أثر الابتكار التسويقي في جودة الخدمات المصرفية)، تناولت الدراسة موضوعاً حيوياً وهاماً وهو الابتكار التسويقي ومدى تبنيه وتطبيقه من قبل الادارات التسويقية في المصارف التجارية الاردنية واثره في تحسين جودة خدماتها المصرفية المقدمة لعملائها، وتوصلت الى عدة نتائج من بينها وجود تأثير معنوي لمجمل عناصر الابتكار التسويقي في اجمالي ابعاد جودة الخدمات المصرفية للمصارف التجارية الاردنية كما يراه المتعاملون معها.

ثالثاً: دراسة عبد الرزاق (2011):

عنوان الدراسة (استخدام تقانة المعلومات من اجل ضمان جودة الخدمة الصحية)، وقد اجريت الدراسة على عينة من العاملين في مستشفيات الكندي التعليمي ومستشفى اليرموك التعليمي في مدينة بغداد، وتوصلت الى نتائج منها هناك علاقة ارتباط بين تقانة المعلومات وجودة الخدمة الصحية حيث ان تقانة المعلومات تؤثر معنوياً في ابعاد الجودة الصحية.

رابعاً: دراسة آل مراد (2012):

عنوان الدراسة (دور تقانة المعلومات في تحسين جودة الخدمات المصرفية)، شملت الدراسة المدراء ومعاونيهم ومسؤولي الوحدات في فرعي مصرفي الرافدين والرشد في مدينة الموصل، وتوصلت الدراسة الى ان هناك علاقة ارتباط وتأثير معنوية موجبة بين تقانة المعلومات وتحسين جودة الخدمات المصرفية.

خامساً: دراسة دليازيد، (2015):

عنوان الدراسة (جودة الخدمة الفندقية وتأثيرها على ولاء الزبائن)، هدفت الدراسة الى معرفة أثر جودة الخدمة على ولاء الزبائن للفنادق في مدينة وهران الجزائرية، وتوصلت الدراسة الى وجود علاقة ايجابية بينهما.

المحور الثاني: الجانب النظري

1- عوامل البنى التحتية التكنولوجية

اولاً: المفهوم

ان الاتجاهات الحديثة في نظم المعلومات تؤكد على أهمية الدور الاستراتيجي لتكنولوجيا المعلومات، فقد أصبحت المعلومات جزءاً لا يتجزأ من نسيج الادارة ومورداً اساسياً تعتمد عليه في تدعيم العملية الادارية، إذ إن التحدي الحقيقي الذي يواجه المعنيين في المنظمات المعاصرة يتمثل في كيفية استخدام تكنولوجيا المعلومات كأداة استراتيجية في مواجهة التحديات الكبيرة ومواجهة التقدم الحضاري والتكنولوجي لضمان نجاح المنظمات واستمرارها في ظل بيئة تنافسية تتسم بالتعقيد والتغيير السريع. ومن هذا المنطلق فقد تباينت آراء المختصين والباحثين حول مفهوم تكنولوجيا المعلومات، فيشير اليها (قنديلجي، والسامرائي، 2002، 35) بأنها التنظيم والاستخدام الفعال والمؤثر لمعرفة الإنسان وخبرته من خلال وسائل ذات كفاءة تطبيقية عالية، وتوجيه الاكتشافات والقوى الكامنة المحيطة بنا لغرض التطوير وتحقيق الأداء الأفضل، أي بعبارة أخرى فان التكنولوجيا هي

التطبيق المنظم للمعرفة العلمية ومستجداتها من الاكتشافات في تطبيقات وأغراض عملية (مهدي، 2006: 4).

نظر (O'Brien, 2000: 467) إليها بأنها "تقنيات المعلومات المعتمدة على أنظمة المعلومات المحوسبة، فهي قوة رئيسة للتغييرين المنظمي والإداري، وأدائها في اتخاذ القرار، وتصميم الهياكل الإدارية، ومهام العمل الوظيفي في مختلف المنظمات ذات النشاط العالمي. وفي هذا السياق تشير (محاجبي، 2014) بأنه يمكن اعتبار تكنولوجيا المعلومات بأنها مجموع التقنيات، الأدوات، الوسائل، أو النظم المختلفة التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون أو المحتوى الذي يراد توصيله.

وفي إطار تكنولوجيا المعلومات يشير مصطلح البنية التحتية الى توفر المتطلبات الضرورية والاساسية، مثل الاجهزة والمعدات الحديثة، ووسائل الاتصال السريعة والكفؤة، والتي تتسم بعدد من الخصائص الاساسية وكالاتي (ثابت، 2005: 74):

أ. التجديد التقني المستمر والسريع الذي يشهده قطاع تقنية المعلومات والاتصالات والذي يعيق قدرة البلدان النامية في طموحها الرامي لإقامة شبكات اتصالات ويعتبر في الوقت ذاته فرصة متاحة لهذه البلدان لاختصار الجهود باعتماد أحدث التقنيات وأنجعها.

ب. يستوجب تزايد الحاجيات في مجال تقنية الاتصال توفير استثمارات هائلة تعجز العديد من البلدان النامية، والعربية منها، عن رصدها مما يحتم اللجوء إلى أساليب استثمار جديدة.

ثانيا: الأهمية

مما لا شك فيه ان تطوير وبناء انظمة للمعلومات له علاقة مباشرة بنمو وتطوير العمل بالمنظمة، وان الحاجة الى انتاج معلومات اصبحت من المتطلبات الاولية والاساسية للبقاء والاستمرار، وليس فقط هدفا لتحسين الكفاءة (الدهان، 2012: 30)، كما انها اصبحت مصدرا هاما من مصادر العمل داخل وخارج المنظمة، وهذا المصدر قادر على مساندة ودعم الاعمال والانشطة الاخرى التي تدعم العمليات والقابليات السريعة لمتخذي القرار (العلي، 2012: 40)، ومن هنا فانها تمثل

عصب نظم المعلومات في اي منظمة لما تقدمه من دعم كبير في تنفيذ العمليات المختلفة ومساعدة المستويات الادارية في كافة الانشطة والقرارات التي يتطلبها العمل فيها.

كما وان الاتجاهات الحديثة في نظم المعلومات تؤكد على اهمية تكنولوجيا المعلومات فقد اصبحت المعلومات جزءا لا يتجزأ من نسيج الادارة وموردا اساسيا تعتمد عليه في تدعيم العملية الادارية، وفي هذا الصدد يشير (Daft, 2001, 246) الى ان الوقت المستغرق لانجاز العمل يتضائل من خلال ما توفره الشبكات المحلية والعالمية لتكنولوجيا المعلومات.

وهنا تكمن الاهمية بما يأتي (عبد الرحمن، 2005 :11):

1. الاستجابة والتكيف مع متطلبات البيئة.

2. التنسيق بين الأقسام.

3. تقليص الحجم.

4. تقليل الاعتماد على الأيدي العاملة.

5. إيجاد قنوات اتصال.

6. إيجاد القيمة.

ثالثا: عوامل البنى التحتية التكنولوجية :

يشير عدد من الكتاب والباحثين الى ان عوامل البنى التحتية التكنولوجية يمكن ان تتمثل بالاتي:

1- المهارة والخبرة

وهي تمثل جميع الاشياء التي نستطيع ان نحدد لها مقاييس ملموسة لاكتسابها الناجح، اما الخبرة فهي الملاحظة الفعلية او المعرفة العملية بالحقائق او الاحداث، حيث تعد الخبرة الاكثر قيمة وصعوبة من الموجودات الضمنية، كما وان المهارة والخبرة تمثلان عوامل فردية وتنظيمية مختلفة والتي لا بد من تنميتها وتطويرها ولا يتم ذلك الا من خلال التجارب الشخصية للأفراد وكذلك التعلم المنتظم (الكعبي، 2006 : 69) ومن هنا فان المصطلحان يكادان لا ينفصلان حيث ان المهارة تولد الخبرة والخبرة كافية الى العمل بمهارة، ومن هنا فان المهارة والخبرة للموارد البشرية باتت مهمة جدا لنجاح المنظمات.

2- استثمار التكنولوجيا :

يعرف الاستثمار التكنولوجي على انه تطوير العملية الإنتاجية والأساليب المستخدمة فيها بما يحقق خفض تكاليف الإنتاج أو تطوير الأسلوب، أو الوصول إلى مستويات الإنتاج المرتفعة بنفس كمية وتوليفة مدخلات عناصر الإنتاج، أو استخدام كميات أقل من عناصر الإنتاج للوصول إلى نفس كمية الإنتاج، أو اكتشاف منتجات جديدة (طالب وشهيد، 2012 :5).

3- الكفاءة التكنولوجية :

ان الكفاءة التكنولوجية تشير الى كفاءة الاجهزة والمعدات المستخدمة اي بمعنى كفاءة المكونات المادية والبرمجيات المتوفرة لدى المنظمة (العلي، 2012 :30).

2- جودة الخدمات السياحية

أولاً: المفهوم

تتعدد وجهات النظر من قبل المفكرين والمحللين حول تحديد مفهوم دقيق وموحد للجودة، حيث عرفتها الجمعية الامريكية لضبط الجودة (ASQC) بأنها المجموع الكلي للمزايا والخصائص الرئيسية التي تؤثر في قدرة المنتج او الخدمة على تلبية حاجات معينة (البرزنجي وعلوان، 2004 : 159). ويعرفها (Feigenbaum) على إنها الخصائص الأساس للمنتج أو الخدمة التي تشمل نشاطات التسويق والهندسة والتصنيع والصيانة التي ستقابل توقعات الزبون (الزبيدي ، 2004 : 50). وفي هذا الصدد يشير (Incesu&Aşıkıl,2012:93) الى ان الجودة تمثل درجة المواءمة للاستعمال المرتبطة بالقيمة المدركة من المستهلك وبرضاه، وهو مفهوم نسبي يتباين من مستهلك لآخر، ويستند في ذلك إلى خصائص الجودة الخمس (التقنية، السيكولوجية، الزمنية، التعاقدية، الاخلاقية).

ويورد عدد من الكتاب مفهوم الجودة من منظور مختلف فيعرفها(Morrison,2002:2) بانها ملائمة للاستعمال، المطابقة للمتطلبات الجودة تعني الأفضل من حيث السعر والاستعمال.

ويشير (عبد الرحمن، 2008 :175) الى ان جودة الخدمة تعد من اهم المتغيرات التي تسعى المنظمات إلى تحقيقها، وذلك لضمان تحقيق رضا الزبائن وولائهم وزيادة الربحية وتعزيز المركز التنافسي وضمان البقاء والاستمرار بالأسواق المحلية وزيادة قدرة المنظمة على الاستحواذ على الفرص والدخول في اسواق خارجية، وهنا يشير (التميمي، 2007 :103) الى ان جودة الخدمة تشير

الى حكم الزبون حول جودة الخدمة والتي تقوم على أساس جودة عملية تقديم الخدمة فضلا عن الأساس المستند على المنافع النهائية التي يحبذها الزبون من الخدمة، لذا فان الزبون لا يقيم جودة الخدمة على أساس الطريقة التي قدمت إليه وإنما يكون التقييم ايضا على سلوك العاملين خلال تعاملهم مع الزبون فضلا عن سرعة انجاز الخدمة المقدمة في الوقت المحدد والمكان المطلوب.

وفي هذا الصدد يشير (Solnet,2011:11) الى ان جودة الخدمة اصبحت واحدة من المواضيع البارزة في مراكز إدارة الخدمات بالاعتماد على فكرة تطور الخدمات وإمكانيات وطاقت المنظمة، إلا إن الجودة في سياق الأعمال تميل إلى أن تكون موجهة نحو جودة المنتج أو جودة التصنيع والتي يمكن أن يتم التحقق منها قبل عملية التسليم ، كالتحقق من الجودة في المصنع أو أثناء عمليات التصنيع، وبعدها تم الإشارة إلى جودة الخدمة من خلال الأبحاث التي قام بها كل من Zemthal، Beerli وبيننا ان جودة الخدمة تمثل الطريق لتقديم خدمات تتوافق مع رغبات وحاجات وتوقعات الزبائن (الحدراوي والكلابي، 2012 : 87).

ثانيا: الأهمية

تعد الجودة في وقتنا الحاضر احد العوامل الرئيسية في نجاح منظمات الأعمال وقدرتها على تحقيق ميزة تنافسية والحصول على الحصة السوقية الكبرى، ومن هنا فان أهمية الجودة تكمن فيما يأتي (عارف، 2007: 26) :

1. تعزيز وتحقيق رغبات المستهلك واشباع حاجاته.
2. اكتساب وتعزيز القدرة التنافسية.
3. تحقيق أهداف استراتيجية وعلى المدى البعيد.
4. تؤدي إلى زيادة رضا المستهلك و زيادة الحصة السوقية الذي بدوره يؤدي إلى زيادة العائد.
5. تحسن المقدرة التنافسية وطنيا وعالمياً.
6. تزيد من سهم السوق، الذي يترجم إلى أرباح محسنة اجمالياً.
7. إنها تقلل الكلفة التي تترجم إلى أرباح محسنة ايضا.
8. إنها تقلل او تتخلص من مشاكلات الإنتاج المحتملة متحسبة الكلف غير الضرورية.
9. تخلق مناخا لمعنويات عالية للمستعمل التي تؤدي إلى تحسين الإنتاجية.

10. ان تطبيق مبادئ الجودة خلال جميع المراحل الإنتاجية سوف يؤدي ذلك إلى تقليل التكاليف إلى ادنى حد.

ثالثاً: ابعاد جودة الخدمات السياحية

تمتلك الخدمة بشكل عام أبعاداً كما هو الحال بالنسبة للسلعة التي يمكن من خلالها تحديد قدرة إشباعها للحاجات، وقد اثنى الباحثون الكتب بتلك الأبعاد واختلفوا بعددها حتى تراوحت بين الخمسة إلى عشرة أبعاد، وفي هذا الصدد يشير عدد من الكتاب والباحثين الى ان هنالك عدد من الابعاد لجودة الخدمة قد تصل الى عشرة ابعاد او اكثر، الا ان هنالك شبه اتفاق على ان الاكثرها شيوعاً هو ماقدمه كل من (Evans, Slack, Russell) وكالاتي (طالب، 2006: 302):

1. الاعتمادية : الالتزام بتقديم الخدمة حسب الموعد الذي قطع للسائح.
2. الاستجابة : يقصد بها وجود الرغبة في المساعدة الفورية للسائح وتزويده بالخدمة.
3. الثقة والتوكيد : القدرة على خلق وكسب ثقة السائح.
4. التعاطف : تشير إلى الأدب والاحترام والمودة عند الاتصال الشخصي بالسائح.
5. الملموسية : تعني الدليل المادي لخدمة السياحة.

المحور الثالث: الجانب التطبيقي

أولاً: تحليل علاقات الارتباط

1- الفرضية الفرعية الاولى

يشير الجدول (2) عن تحقق الفرضية الفرعية الأولى وذلك بوجود علاقة ارتباط موجبة بين المتغيرين (المهارة والخبرة وجودة الخدمات السياحية)، حيث بلغت قيمتها (0.731)، ومن متابعة قيم (t) نلاحظ معنوية علاقة الارتباط بين المتغيرين بالاعتماد على معنوية قيمة (t) حيث كانت المحسوبة اكبر من الجدولية.

الجدول (2)

نتائج علاقات الارتباط بين المهارة والخبرة وجودة الخدمات السياحية

قيمة (t) الجدولية		جودة الخدمات السياحية	المتغيرات المستقلة المعتمدة
%1	%5	0.731**	المهارة والخبرة
2.40	1.67	8.091	قيمة (t) المحسوبة
درجة الثقة		0.000	معنوية (t) P-Value
%99	%95	توجد علاقة ارتباط موجبة ومعنوية	القرار (النتيجة)

(* تعني الارتباط معنوي عند مستوى الدلالة $(\alpha = 0.05)$ (** تعني الارتباط معنوي عند مستوى الدلالة $(\alpha = 0.01)$)

2- اختبار الفرضية الفرعية الثانية

يشير الجدول (3) عن تحقق هذه الفرضية وذلك بوجود علاقة ارتباط موجبة بين المتغيرين (استثمار التكنولوجيا وجودة الخدمات السياحية)، حيث بلغت قيمتها (0.747)، ومن متابعة قيم (t) نلاحظ معنوية علاقة الارتباط بين المتغيرين بالاعتماد على معنوية قيمة (t) حيث كانت المحسوبة اكبر من الجدولية.

الجدول (3)

نتائج علاقات الارتباط بين استثمار التكنولوجيا وجودة الخدمات السياحية

قيمة (t) الجدولية		جودة الخدمات السياحية	المتغيرات المستقلة المعتمدة
%1	%5	**0.747	استثمار التكنولوجيا
2.40	1.67	8.49	قيمة (t) المحسوبة
درجة الثقة		0.001	معنوية (t) P-Value
%99	%95	توجد علاقة ارتباط موجبة ومعنوية	القرار (النتيجة)

(* تعني الارتباط معنوي عند مستوى الدلالة $(\alpha = 0.05)$ (** تعني الارتباط معنوي عند مستوى الدلالة $(\alpha = 0.01)$)

3- اختبار الفرضية الفرعية الثالثة

يشير الجدول (4) عن تحقق هذه الفرضية وذلك بوجود علاقة ارتباط موجبة بين المتغيرين (الكفاءة التكنولوجية وجودة الخدمات السياحية)، حيث بلغت قيمتها (0.732)، ومن متابعة قيم (t) نلاحظ معنوية علاقة الارتباط بين المتغيرين بالاعتماد على معنوية قيمة (t) حيث كانت المحسوبة اكبر من الجدولية.

الجدول (4)

نتائج علاقات الارتباط بين الكفاءة التكنولوجية وجودة الخدمات السياحية

قيمة (t) الجدولية		جودة الخدمات السياحية	المتغيرات المعتمدة المتغير المستقل
%1	%5	**0.732	الكفاءة التكنولوجية
2.40	1.67	8.11	قيمة (t) المحسوبة
درجة الثقة		0.000	معنوية (t) P-Value
%99	%95	توجد علاقة ارتباط موجبة ومعنوية	القرار (النتيجة)

(* تعني الارتباط معنوي عند مستوى الدلالة $(\alpha = 0.05)$ (** تعني الارتباط معنوي عند مستوى الدلالة $(\alpha = 0.01)$)

بناءً على ما تقدم ، حيث تم اختبار الفرضيات الفرعية للفرضية الرئيسية الأولى ، لذا ينبغي أن نثبت صحة الفرضية الرئيسية الأولى أو عدم صحتها و كما يلي :

من معطيات الجدول (5) يتضح تحقق الفرضية الرئيسية الأولى وذلك بوجود علاقة ارتباط موجبة بين المتغيرات (عوامل البنى التحتية التكنولوجية وجودة الخدمات السياحية) على المستوى الكلي، ويتضح من خلال المؤشرات التي تشير إلى وجود ارتباط موجب بينها على المستوى الكلي حيث بلغت قيمتها (0.926)، ومن متابعة قيم (t) نلاحظ معنوية علاقة الارتباط حيث كانت قيمة (t) المحسوبة اكبر من الجدولية.

الجدول (5)

نتائج علاقات الارتباط بين عوامل البنى التحتية التكنولوجية وجودة الخدمات السياحية

قيمة (t) الجدولية		جودة الخدمات السياحية	المتغيرات المعتمدة المتغير المستقل
%1	%5	**0.926	عوامل البنى التحتية التكنولوجية
2.40	1.67	18.50	قيمة (t) المحسوبة
درجة الثقة		0.000	معنوية (t) P-Value
%99	%95	توجد علاقة ارتباط موجبة ومعنوية	القرار (النتيجة)

(* تعني الارتباط معنوي عند مستوى الدلالة $(\alpha = 0.05)$ (** تعني الارتباط معنوي عند مستوى الدلالة $(\alpha = 0.01)$)

ثانياً: تحليل علاقات التأثير

سيتم ضمن هذا المحور اختبار علاقة التأثير بين المتغيرات والتي عكستها القيم الواردة في الجدول (6) وكالاتي :

1. حقق بعد المهارة والخبرة أثرا ذو دلالة معنوية في بعد جودة الخدمات السياحية، إذ كانت قيمة (F) المحسوبة أكبر من الجدولية عند مستوى $(P \leq 0,05)$ ، وبلغت قيمة المعلمة (α) لهذا المتطلب (0.594) ، في حين كانت قيمة (β) (0.731)، وهذا يعني أن تغييراً مقداره (1) في بعد المهارة والخبرة يحدث تغييراً مقداره (0.731) في بعد جودة الخدمات السياحية.

وان المتغير المستقل (المهارة والخبرة) يفسر (53.5%) من التغيرات الحاصلة في المتغير المعتمد (جودة الخدمات السياحية) إذ بلغت قيمة معامل التحديد $(R=0.535)$ وهذا يعني أن (46.5%) من التغيرات الحاصلة في المتغير المعتمد تعود الى متغيرات أخرى لم يتضمنها النموذج.

2. أظهر بعد استثمار التكنولوجيا أثرا ذو دلالة معنوية في بعد (جودة الخدمات السياحية) إذ كانت قيمة (F) المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية عند مستوى $(P \leq 0.05)$ ، وبقية (α) تعادل (0.579)، في حين كانت قيمة (β) (0.747)، وهذا يعني ان تغييراً مقداره (1) في استثمار التكنولوجيا يقود إلى تغيير مقداره (0.747) في بعد جودة الخدمات السياحية. وانه يفسر (74.7%) من التغيرات الحاصلة في المتغير المعتمد (جودة الخدمات السياحية) إذ بلغت قيمة

معامل التحديد ($R^2=0.747$) وهذا يعني أن (24.3%) من التغيرات الحاصلة في المتغير المعتمد تعود الى متغيرات أخرى لم يتضمنها النموذج.

3. أظهر بعد الكفاءة التكنولوجية أثراً ذو دلالة معنوية في بعد (جودة الخدمات السياحية) إذ كانت قيمة (F) المحسوبة أكبر من القيمة الجدولية عند مستوى ($P \leq 0.05$)، وقيمة (α) تعادل (0.712)، في حين كانت قيمة (β) (0.732)، وهذا يعني ان تغييراً مقداره (1) في الكفاءة التكنولوجية يقود إلى تغيير مقداره (0.732) في بعد جودة الخدمات السياحية. وانه يفسر (53.6%) من التغيرات الحاصلة في المتغير المعتمد (جودة الخدمات السياحية) اذ بلغت قيمة معامل التحديد ($R^2=0.536$) وهذا يعني أن (46.4%) من التغيرات الحاصلة في المتغير المعتمد تعود الى متغيرات أخرى لم يتضمنها النموذج.

4. حققت عوامل البنى التحتية التكنولوجية بشكل عام تأثيرات كبيرة ودالة معنوياً في (جودة الخدمات السياحية)، إذ كانت قيمة (F) المحسوبة أكبر من الجدولية عند مستوى ($P \leq 0.01$)، وبلغت قيمة المعلمة (α) (0.995)، في حين كانت قيم (β) (0.926)، وهذا يعني ان تغييراً مقداره (1) في الابعاد مجتمعة يحدث تغييراً مقداره (0.926) في جودة الخدمات السياحية. وان المتغير المستقل (عوامل البنى التحتية التكنولوجية) يفسر (85.7%) من التغيرات الحاصلة في المتغير المعتمد (جودة الخدمات السياحية) إذ بلغت قيمة معامل التحديد ($R^2=0.857$) وهذا يعني أن (14.3%) من التغيرات الحاصلة في المتغير المعتمد تعود إلى متغيرات أخرى لم يتضمنها النموذج.

الجدول (6)

أثر عوامل البنى التحتية التكنولوجية في جودة الخدمات السياحية

المتغيرات	المؤشرات	جودة الخدمات السياحية	الدلالة
المهارات والخبرة	F	65.47	دالة على مستوى 5%
	المحسوبة	1,58	
	درجة الحرية	0.000	
	P	0.535	
	R2	0.594	
	α	0.731	
	β		

دالة على مستوى 5%	72.16	المحسوبة	F	الاستثمار التكنولوجي
	1,58	درجة الحرية		
	0.000	P		
	0.559	R2		
	0.579	α		
	0.747	β		
دالة على مستوى 5%	65.77	المحسوبة	F	الكفاءة التكنولوجية
	1,58	درجة الحرية		
	0.001	P		
	0.536	R2		
	0.712	α		
	0.732	β		
دالة على مستوى 1%	342.59	المحسوبة	F	عوامل البنى التحتية التكنولوجية
	1,58	درجة الحرية		
	0.000	P		
	0.857	R2		
	0.995	α		
	0.926	β		

المصدر: الجدول وفقاً لنتائج الحاسوب

المحور الرابع: الاستنتاجات والتوصيات

أولاً: الاستنتاجات

1. أظهرت النتائج أن هنالك علاقة ارتباط موجبة ذات دلالة معنوية بين عوامل البنى التحتية التكنولوجية وجودة الخدمات السياحية.
2. كشفت التحليلات الإحصائية عن وجود تأثيرات معنوية ذات دلالة معنوية لعوامل البنى التحتية التكنولوجية في جودة الخدمات السياحية، على المستوى الكلي وعلى مستوى العوامل الفرعية المكونة لها، وثبتت قوة العلاقة والتأثير بين المتغيرات التي اعتمدت في بناء مخطط الدراسة، وبهذا أسفرت النتائج على قبول مخطط الدراسة قبولاً وبنسب متفاوتة، مما يعطي مؤشراً على إمكانية اعتماده.

3. افرزت النتائج الى ان من بين المتطلبات الاقل تاثيرا في جودة الخدمة السياحية، كان تاثير المهارة والخبرة حيث كانت ضعيفة نسبيا، وربما هذا ناتج عن عدم الاهتمام باستقطاب الافراد ذوي القدرات والمهارات التكنولوجية (اما عدم توفرهم او عدم استقطابهم) الامر الذي يسبب خلا يمكن ان يعكس ضعفا في هذا المحور.

ثانيا: التوصيات

1. وضع الخطط والبرامج المستقبلية لتفعيل دور تكنولوجيا المعلومات وتهيئة بنية تحتية ملائمة للعمل بشكل يجعلها اكثر فاعلية.
2. تأهيل الكوادر العاملة في القطاع السياحي من خلال اشراكهم بدورات تدريبية متقدمة للاطلاع على التقدم الحاصل في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
3. ضرورة استقطاب الافراد ذوي الخبرات والكفاءة العالية لغرض العمل او المساعدة في العمل داخل المؤسسة السياحية للنهوض بالواقع السياحي بشكل عام والمؤسسة بشكل خاص.
4. على المؤسسات السياحية الاخذ بأراء السياح لتطوير خدماتها الحالية بالشكل الذي يلبي رغباتهم من خلال تبنيها للأفكار الجديدة.

المصادر

أولاً: المصادر العربية

1. البرزنجي، أمال كمال حسن، وعلوان، نوفل عبد الرضا،(2004)، (بناء وتطبيق نموذج لإدارة الجودة الشاملة للنهوض بالمؤسسات التعليمية في العراق : دراسة تطبيقية، مجلة كلية الادارة والاقتصاد)، العدد (51) .
2. التميمي، وفاء صبحي، (2007)، (أثر الابتكار التسويقي في جودة الخدمات المصرفية- دراسة ميدانية في المصارف التجارية الاردنية)، المجلة الاردنية للعلوم التطبيقية، العدد (1).
3. الحدراوي، حامد، ابوطبيخ، ليث، طه، عدنان،(2015)، (تكنوستراتيجية المعلومات ودورها في فاعلية ادارة الازمات في ظل التوجهات الادارية المعاصرة-دراسة تطبيقية في جامعة الكوفة)، ملتقى التكامل المعرفي لمقاربات تسيير الموارد البشرية في ظل التكنولوجيات الحديثة، جامعة باتنة/1- كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجزائر.

4. الحدراوي، حامد، والكلابي، امير،(2013)، (دور التوجه الريادي في ادراك الزبون لجودة الخدمة)، مجلة الغري للعلوم الادارية والاقتصادية، العدد (25).
5. الدهان، جنان مهدي، (2012)، (تكنوستراتيجية ادارة المعلومات ودورها في تحقيق الميزة التكنولوجية التنافسية المستدامة)، رسالة ماجستير في ادارة الاعمال، جامعة كربلاء.
6. الزبيدي، غني دحام، (2004)، (علاقة الالتزام المنظمي بمشاركة العاملين وأثرهما في تحقيق متطلبات الجودة للموارد البشرية دراسة استطلاعية في قطاع الاعمار والاسكان)، رسالة ماجستير في ادارة الاعمال، جامعة بغداد.
7. العلي، علي حميد، (2012)، (دور تكنوستراتيجية إدارة المعلومات في تحقيق أبعاد إدارة الجودة الشاملة للمنظمات التعليمية، دراسة حالة في كلية الطب، جامعة الكوفة)، رسالة ماجستير في ادارة الاعمال، جامعة الكوفة.
8. الكعبي، نعمة شليبية، (2006)، (اثر المعرفة في ادارة علاقات الزبون)، اطروحة دكتوراه في ادارة الاعمال، الجامعة المستنصرية.
9. آل مراد، نبال يونس، (2012)، (دور ثقافة المعلومات في تحسين جودة الخدمات المصرفية)، مجلة بحوث مستقبلية، العدد (37).
10. ثابت، علي كنانة محمد عبد المجيد، (2005)، (التعليم الإلكتروني باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات نموذج مقترح في جامعة الموصل)، رسالة ماجستير في ادارة الاعمال، جامعة الموصل.
11. طالب، علاء فرحان، (2006)، (تقويم جودة الخدمات السياحية الدينية من وجهة نظر الزائرين دراسة ميدانية في محافظة كربلاء المقدسة)، المؤتمر العلمي الثالث لجامعة اهل البيت (ع)، مجلة جامعة اهل البيت، العدد (4).
12. طالب، علاء فرحان، وشهيد، جنان مهدي،(2012)، (تكنوستراتيجية ادارة المعلومات ودورها في تحقيق الميزة التكنولوجية التنافسية المستدامة دراسة استطلاعية لعينة من المنظمات العربية والاجنبية)، المجلة العراقية للعلوم الادارية، العدد (32).
13. عارف، منهل، (2007)، (جودة السلعة واثرها في الحصة السوقية دراسة استطلاعية في معمل السجاد الميكانيكي)، بحث دبلوم عالي، الكلية التقنية الادارية، بغداد.
14. عبد الرحمن، بسام، (2005)، (اثر تقنية المعلومات ورأس المال الفكري في تحقيق الأداء المتميز- دراسة استطلاعية في عينة من كليات جامعة الموصل)، اطروحة دكتوراه في ادارة الاعمال.

15. قنديلجي، عامر ابراهيم، والسامرائي، فاضل، ايمان،(2002)، (تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها)، ط1، دار الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الاردن.
16. مهدي، جوان فاضل، (2006)، (تأثير تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمة المصرفية-دراسة تطبيقية مقارنة بين المصارف الحكومية والاهلية في محافظة بابل)، رسالة ماجستير في ادارة الاعمال، جامعة بابل.
17. دليازيد، وهيبه، (2015)، (جودة الخدمة الفندقية وتأثيرها على ولاء الزبائن)، مجلة المنصور، العدد (23).

ثانيا: المصادر الاجنبية

1. Daft, R., (2001), "**Organization Theory and Design**", 7th edition, South Western, USA.
2. Morrison, Michael C., (2002), "**School-to-Work and Continuous Quality Improvement**" ,Vice President for Academic Affairs, North Iowa Area Community College.
3. Incesu, G. ; Aşıkçıl, B.(2012)"**An Evaluation of the Relationship between Service Quality in Primary Education and Parent Satisfaction**" International Journal of Business and Management; Vol. 7, No. 18, p.94.
4. O'brien,J.A., (2000),"**Introduction to information system :essential for Internet worked end reprise**", Irwin, Boston.
5. Solnet, David, (2011) "**Service Management and Tourism**", Journal Of Contemporary Tourism Reviews, Vol.5, No.2.
6. Thompson S. K., (2002),"**Sampling**", 3rd Edition, wiley series in probability and statistics.

ملحق (1)

أسماء السادة المحكمين		
جامعة الكوفة/ كلية الادارة والاقتصاد	أ.م.د. علي رزاق العابدي	1
جامعة الكوفة/ كلية الادارة والاقتصاد	أ.م.د. حامد كريم الحدراوي	2
جامعة الكوفة/ كلية الادارة والاقتصاد	أ.م.د. عباس مزعل مشرف	3
جامعة الكوفة/ كلية الادارة والاقتصاد	أ.م.د. قاسم محمد العنزي	4
جامعة كربلاء/ كلية الادارة والاقتصاد	أ.م.د. سعدي احمد الموسوي	5
جامعة الكوفة/ كلية الادارة والاقتصاد	أ.م.د. حاكم جبوري الخفاجي	6
جامعة القادسية/ كلية الادارة والاقتصاد	أ.م.د. عبد الله كاظم السعيد	7
جامعة الكوفة/ كلية الادارة والاقتصاد	م.د. حاكم أحسوني الميالي	8