

أثر استخدام تطبيقات الجدولة الالكترونية على تحول العملاء بالفنادق المصرية دراسة ميدانية

المؤلف¹ شيماء شريف عبداللطيف شريف

ملخص البحث:

هدف البحث لتحديد أثر استخدام تطبيقات الجدولة الالكترونية على تحول العملاء متمثلاً في الابعاد التالية (جاذبية بدائل التحول، نوايا تحول العملاء، تكاليف تحول العملاء بالفنادق المصرية الاربع نجوم (فندق نوفتيل، فندق فيروايجيبت، فندق اطلس)، وتمثل حجم العينة (274) من العاملين، وتوصلت النتائج إلى اتجاهها عاماً نحو الموافقة لجميع أبعاد الجدولة الالكترونية لتحديد أسباب تحول العملاء في الفنادق، كما توصلت إلى تطوير التطبيقات الذي تعتمد على الخبرات الذاتية للعاملين، وتسهيل الإدارة لعملية تداول المعلومات بالجودة العالية، وهذا يدل على أن الفنادق تسعى جاهدة لتطوير العاملين، بالإضافة إلى مدى قناعة العاملين بسهولة استخدام الجدولة الالكترونية .

كما توصلت النتائج حول جاذبية بدائل التحول من خلال سعى الإدارة لمحاولة جذب عملاء جدد للفندق وتتبع الإدارة استراتيجية دفاعية لعدم تحول العملاء لفندق اخر وتوجيه وسلوك العاملين تجاه تقديم الخدمة بالمستوى الذي يحقق رضا العملاء، وتسهيل الإدارة لعملية تداول المعلومات بالجودة العالية، حيث تسعى الإدارة لتقديم خصومات سعرية كبيرة للعملاء الدائمين بالفندق، وتؤدي ارتفاع تكلفة وجود العاملين بالفندق 24 ساعة عبئاً على الميزانية، يؤثر ذلك على سلوك العملاء تجاه التحول على الأرباح، تسعى الفنادق لجذب عدد كبير من العملاء والحفاظ عليهم من خلال تقديم بعض العروض والامتيازات التي تكون حاجز أساسى أمام تحول العملاء.

الكلمات المفتاحية: استخدام تطبيقات الجدولة الالكترونية، تحول العملاء، جاذبية بدائل التحول، نوايا تحول العملاء، تكاليف تحول العملاء، الفنادق المصرية، الاربع نجوم.

Abstract

The aim of the research is to determine the impact of using electronic scheduling applications on customer transformation represented in the following dimensions (attractiveness of shift alternatives, customer conversion intentions, customer conversion costs in four-star Egyptian hotels (Novotel Hotel, Fairway Egypt Hotel, Atlas Hotel), and the sample size is 274) And the results reached a general trend towards agreeing to all dimensions of electronic scheduling to determine the reasons for the shift of customers in hotels. To the extent to which employees are satisfied with the ease of using electronic scheduling.

The results also reached about the attractiveness of the alternatives to transformation through the administration's endeavor to try to attract new customers to the hotel, and the administration follows a defensive strategy not to transfer customers to another hotel, directing the behavior of workers towards providing service at a level that achieves customer satisfaction, and facilitating the administration for the process of circulating information with high quality, as the administration seeks to offer discounts Large price tags for regular customers in the hotel, and the high cost of staff presence in the hotel 24 hours is a burden on the budget, and this affects the behavior of customers

towards the transformation of profits, hotels seek to attract and maintain a large number of customers by providing some offers and privileges that are a main barrier to customer transformation.

Key words: the use of electronic scheduling applications, customer conversion, attractiveness of shift alternatives, customer conversion intentions, customer conversion costs, Egyptian hotels.

مقدمة:

تعتبر حزم برامج الجدولة الإلكترونية إحدى التطبيقات الهامة لتكنولوجيا المعلومات، ويمكن استخدام هذه البرامج لتساعد في إنجاز العمل المحاسبي والاداري بسرعة وكفاءة أكبر والحفاظ على العملاء وتحسين الاداء والارتقاء بمستوى وجودة الخدمات الذي يتم تقديمها (David, 2014)، حيث تعد مصر المركز الأول بين دول الشرق الأوسط، وتحتل مصر المركز الأول بين هذه الدول والمركز (24) ضمن أهم المقاصد السياحية في العالم، حيث تحظى السياحة المصرية بنسبة (23%) من حجم السياحة في منطقة الشرق الأوسط (1.2%) من حجم السياحة العالمية (1%) من إجمالي الإيرادات السياحية العالمية (الموقع الرسمي لوزارة السياحة المصرية، 2017).

ويمثل قطاع الفنادق أحد أهم القطاعات التي تركز عليها السياحة حيث تعمل على تصميم نظام لجودة الخدمة داخل الفندق، وتسعى بشكل دوري لنقصي آراء واتجاهات العملاء تجاة الخدمة المقدمة لهم، ومن ثم الاحتفاظ بعملائها لفترات طويلة وعدم تحولهم للمنافسين من الفنادق الأخرى (Han, 2011)، ويرجع إهتمام الفنادق بجودة الخدمة تجنباً لتزايد نوايا التحول لدى العملاء، فقد أدركت الفنادق أن تحول عملائها يؤدي بها إلى ضعف الموقف التنافسي وخسائر مالية كبيرة (Hung, 2015)، وذلك بناء على الجدول رقم (1) (العدد بالالف):

الجدول (1) الليالى السياحية بالفنادق المصرية للفترة مابين (2014 : 2019)

الدول	الارقام	2014	2015	2016	2017	2018	2019
العرب	العدد	19010	16818	13560	30706	34420	46637
	النسبة	19.5	20.0	41.5	36.6	35.7	34.5
الاوربيين	العدد	73587	62425	15098	42601	63213	72481
	النسبة	75.7	74.2	46.2	50.8	52.0	53.5
الامريكيين	العدد	2340	2271	1745	4668	6529	7346
	النسبة	2.4	2.7	5.3	5.6	5.4	5.4
اخرى	العدد	2319	2614	2309	5808	8335	9808
	النسبة	2.4	3.1	7.1	6.9	6.9	6.6
الاجمالي	العدد	97256	84128	32712	83783	121497	136272
	النسبة	100	100	100	100	100	100

تقرير السياحي، (2021)، الجهاز المركزي للتعبئة العامة والاحصاء

هدفت الباحثة بتحديد المتغيرات المتمثلة في استخدام تطبيقات الجدولة الالكترونية كمتغير مستقل، وتحول العملاء كمتغير تابع بأبعاد الفرعية (جاذبية بدائل التحول، نوايا تحول العملاء، تكاليف تحول العملاء)، وذلك لتحديد المشكلة، المتمثلة في أثر استخدام تطبيقات الجدولة الالكترونية على تحول العملاء بالفنادق.

المحور الاول: الاطار النظرى والدراسات السابقة

اولا: الجانب النظرى

1. الجدولة الالكترونية" المفهوم"

يختلف العديد من الباحثين حول المفاهيم للجدولة الالكترونية نجدها تتفق مضمونها ومفهومها رغم كثرتها وتعددتها نظراً لكبر مجال التطبيق، وعرف (Pinging, 2020)، الجداول الإلكترونية بأنها فكرة تقوم على بناء جداول على التطبيقات الحاسوبية مختصة بالجدول الإلكترونية، ولهذا يمكن القول أنها عبارة عن جداول مرنة يتم إنشاؤها على برامج وتطبيقات حاسوبية مختصة بمعالجة الأرقام، وتقوم بالعديد من العمليات الحسابية بصورة إلكترونية وعرض رسوم بيانية والقدرة على طباعة التقارير، كما عرف كلاً من (اياد؛ وسوزان، 2018)، الجدولة على أنها تنظيم مجموعة من الأنشطة خلال فترة زمنية محددة، مع مراعاة مجموعة من القيود التي تحكم هذه المسألة كالقيود الزمنية والخاصة بمدى إتاحة ووفرة الموارد المستعملة؛ وتعتبر مخرجات الجدولة عن حل لمسألة الجدولة.

2. استخدام تطبيقات لجدولة الالكترونية

يمكن للمنظمات استخدام تطبيقات الجدولة الالكترونية للسماح للعاملين بعرض المواعيد التي تكون فيها متاحاً وجدولة مواعيدهم بأنفسهم، وتلقي علامات تذكير لمواعيدهم القادمة وكل ذلك دون بذل أي جهد يُذكر، ومن أهم مميزات الاستخدام، بأنها واجهة مستخدم مرنة وهى سهلة الاستخدام، ولا تطلب من العاملين إنشاء حساب، ويتيح لك إنشاء قاعدة بيانات للعملاء ولمعلومات جهات الاتصال الخاصة بهم، باستخدام تطبيق الجدولة الالكترونية يوفر للعملاء الوقت فى الانتظار لتقديم الخدمة لهم(عبد الرازق، مراد، 2012)،

3. نوايا تحول العملاء"مفهوم"

يتصف الوضع التنافسي اليوم بوتيرة من التغيرات والتطورات المتسارعة التي أدت إلى وجود كم هائل من المعلومات، التي تتدفق نحو العميل وهذه التطورات تغذيها الدوافع المستمرة في أذواق ورغبات العملاء بشكل مستمر، وذلك مع ازدياد عدد الفنادق التي تقدم نفس الخدمة وأصبح أمام العملاء مجموعة من البدائل التي تشبع نفس الحاجة، وعلية أصبحت العديد من الفنادق تعاني من مشكلة تحول نسب كبيرة من العملاء لديهم إلى فنادق أخرى (أبو القاسم، 2019).

عرف (Vander, 2015) نوايا تحول العملاء بأنها التفكير في إنهاء العلاقة مع الفندق الحالي والانتقال إلى آخر نتيجة حدوث بعض المشاكل وعدم معالجتها من قبل الفندق الحالي، وكما عرفها (Mosaic, 2018) بأنه يحدث بسبب عدم رضا العملاء عن التوقعات المطلوبة، المقدمة لهم ويتم تجنب سلوك التحول إلى حد كبير من قبل الفنادق لأنه يؤثر على حصته في السوق، ويتضح أن نوايا تحول العملاء هي نتيجة لانتقال العملاء من فندق إلى آخر منافس لايجاد فرصة أفضل لتحقيق متطلباته ورغباته وذلك نتيجة عدم الرضا والمشكلات التي تحدث مع عدم وجود حلول بديلة.

4. أسباب تحول العملاء

وضح العلاقة المباشرة بين نوايا تحول العملاء وسلوك ومعتقدات العملاء، وتم تحديد أنواع الاسباب التي تحول العملاء إلى الخدمات الفندقية، وترجع الاسباب على قرارات التحول بأنها فردية أو متعددة ومدى تأثير قرارات النقل والإزعاج للعملاء، ومدى تأثير شرح المشاكل التي يواجهها العميل قبل التحول، وفشل أداء الخدمة بشكل جيد، وزيادة اسعار الخدمات، التي لها تأثير كبير على نوايا التحول، فضلاً عن متغيرات الثقة التي تؤثر على نوايا تحول العملاء بشكل عام من الفندق لآخر (Mosavi, 2018).

تحقيق رغبة الفندق في التخلص من العملاء وذلك لتحول هذا العميل إلى استثمار غير مربح من وجهة نظر الفندق، أو إيجاد عملاء أكثر أهمية وقدرة على خلق الإيرادات وفي هذه الحالة تبدأ الفنادق بالتخلي عن العملاء الضعفاء لديها، وفشل الفندق في الاحتفاظ بالعملاء وذلك بسبب ضعف عرضها التسويقي مقارنة بالعروض الأخرى التي تكون أكثر إقناعاً من وجهة نظر عملائها، وغالباً ما يرتبط ذلك بضعف قدرتها على المنافسة في القطاع الفندقي (أبو القاسم، 2019، ص 31).

5. أبعاد تحول العملاء

وتأسيساً على ماتقدم فإن الباحثة سوف تعتمد على الابعاد التي أتفق عليها أغلب الكتاب وهي (جاذبية بدائل التحول، نوايا تحول العملاء، تكاليف تحول العملاء)، كمتغيرات معتمدة ثانوية في أبحاثهم وهي كالتالي:

- **جاذبية بدائل التحول:** عرفت بأنها تقدير العميل للإشباع المحتمل الذي يوفره البديل الثاني ولذلك فإذا لم يكن لدى العملاء علم بوجود بديل جذاب للخدمة الحالية فيمكن أن يستمر مع مقدم الخدمة الحالية حتى لو لم يكن رضاهم مرتفعاً عن الخدمة الحالية، ويقرر العملاء إنهاء العلاقة الحالية والتوجه لبديل آخر وتوقع منهم بأن الخدمة الجديدة أفضل، وبأسعار عادلة ومريحة أكثر وفقاً لتوقعاتهم (الفقيه، 2018، ص 212)، ومن المحتمل أن يغير العملاء مزود الخدمة

الخاص بهم عندما يشعرون بانجذابهم إلى البدائل، فإن جاذبية البدائل ستكون مكونًا بيني حاجز تحول العملاء (Kim, 2016).

- **نوايا تحول العملاء:** وعرفت بأنها الفشل في تقديم الخدمات، وتعتبر حواجز التبديل هي العوامل التي تجعل من الصعب على العملاء تغيير مزود الخدمة الخاص بهم، وإذا كانت هذه الحواجز مرتفعة فمن المحتمل أن يظل العملاء مع نفس الفندق، لتجنب التكاليف والخسائر المحتملة، حتى لو لم يكونوا راضين وتميل نية تحول العملاء الفعلية إلى الحد بسبب وجود الحواجز لتحول العملاء (Syllae, 2017) ويمكن تصور رضا العملاء على أنه تقييم شامل قائم على الخبرة يتم إجرائه بواسطة العميل، ويمكن تعريف نوايا تبديل العميل على أنها الخروج أو قرار العميل بإنهاء التعاقد مع الفندق (Aris, 2017).

- **تكاليف تحول العملاء:** عرف بالتأثير على القيم التي يتصورها العملاء لخدمة الفنادق وفي إثارة ولاء العميل للعلامة التجارية، وذلك لأهمية تبديل التكاليف في تحديد عملية صنع القرار لدى العميل وتحديد عدد زيارات العملاء المتكررة للفندق باعتبارها مكونًا رئيسيًا في تقييم جودة الخدمات الفندقية (Yin, 2017)، وعرفت تكاليف تحول العملاء بأنها تكون مفيدة في متابعة مستويات أعلى من رضا العملاء إذا كان الوقت والجهد اللازمين للتحويل ضروريين، لذلك يجب على الفنادق التركيز على مميزات الخدمة التي تزيد من تكاليف التحويل دون إنشاء معوقات للتحويل، وعرفت التكاليف الاقتصادية والمادية والنفسية لتحويل الموردين الذين يتعين على العميل تحمله (Kooa, 2019).

ثانياً: الدراسات السابقة

تتاولات الباحثة في هذا البحث موضوع أثر استخدام تطبيقات الجدولة الالكترونية على تحول العملاء بالفنادق المصرية وذلك من خلال الدراسات التالية:

1. الدراسات المتعلقة بالجدولة الالكترونية

دراسة (Avdic, 2018) هو بحث تطبيقي للاعتمادات التفاعلية لتطوير المستخدم النهائي من الدرجة الثانية في تطوير تطبيقات القطاع العام باستخدام برامج جداول البيانات للجدولة الالكترونية في السويد، وجاءت المشكلة في تطوير استخدام تطبيقات العاملين النهائي والاعتماد عليها وكيفية الاستفادة من الفرص المتعلقة باستخدام التطبيقات الالكترونية، وتوصلت النتائج أن العاملين الذين لديهم معرفة عميقة بمجال المشكلة يمكنهم الاستفادة من أدوات العاملين النهائيين بالجدولة الالكترونية في عملية حل المشكلات المحددة، ويتجسد الاعتماد في التطوير المستمر لمختلف

تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وضرورة تحديد بسبب المشكلات التي تظهر عند استخدام البرامج والأنظمة الموجودة، وتحديد أنظمة تخطيط موارد المؤسسات لموظفيها، بعض هذه الأنظمة ضخمة وصلبة ومعقدة وينظر إليها العاملين على أنها أقل قابلية للاستخدام من الأنظمة الأخرى.

دراسة (Mack, 2018) هو بحث تطبيقي لتوصيف المشكلات القابلة للتوسع في تطبيقات الجدولة الإلكترونية باستخدام المنتديات عبر الإنترنت، وتحديد الأدوات الأساسية لفهم احتياجاتهم وتحدياتهم للجدولة، ونظرًا لتكاليف الوقت والمال باستخدام البيانات الحالية الإلكترونية، وتوصلت النتائج إلى أن مع الاستخدام تأتي الأخطاء من العاملين والتطبيقات، مما يجعل استخدام جداول البيانات أقل فعالية، وتم تجميع مجموعة من الأسئلة والشكاوى ومناقشة الآثار المترتبة على النتائج وتصميم تطبيقات الجدولة الإلكترونية.

2. الدراسات المتعلقة بتحول العملاء

دراسة (Priyanka, 2019) هو بحث تطبيقي على القيادة التحويلية وأداء استعادة الخدمة وتحديد مدى تأثير الوسيط للعمل العاطفي وتأثير الثقافة على العاملين في دور الضيافة في المطاعم الأمريكية، وجاءت المشكلة في تحديد دور القيادة في عدم تحول العملاء ومواجهة التحديات التي تواجه هذه المطاعم نتيجة جائحة كورونا، وحددت العلاقة بين تحول العملاء وأداء الخدمة من خلال العمل العاطفي وتحديد الاختلافات المحتملة بين الثقافات المختلفة، حيث ارتبط تحول العملاء إيجابيا بالتمثيل العميق، كما أثرت الثقافة على أداء استعادة الخدمة من خلال التمثيل العميق أو السطحي للعملاء، وتم استخدام عينة من (217) من موظفي الضيافة من الولايات المتحدة، بالإضافة إلى (219) من الصين، وتوصلت النتائج إلى أنه يمكن للثقافة التأثير على العلاقة بين تحول العملاء وأداء استعادة الخدمة، كانت هذه النتائج متسقة بين العينة الأمريكية والصينية.

دراسة (Hamza, 2018) هو بحث تطبيقي يربط نوايا تحول العملاء باحتمالية انخراط العملاء في سلوك العميل، وجاءت مشكلة البحث في كيفية تصرف العملاء في المستقبل نحو نوايا تحولهم، وتحديد جذور نظرية السلوك المخطط، في النية السلوكية للعملاء في ماليزيا، وبفحص العلاقة بين النية السلوكية للعملاء والعوامل الأساسية الأخرى، وتظهر النتائج أن جميع العلاقات توضح أن جودة الخدمة المدركة والقيمة المتصورة والمشاركة والرضا لهم آثار إيجابية على العملاء مع نوايا السلوك ووجود علاقة سلبية مباشرة بين القيمة المدركة ورضا العملاء، حيث أن رضا العملاء يحدد نوايا سلوك العملاء.

دراسة (Schaubroe, 2016) هو بحث تطبيقي هدفت أنماط القيادة للعاملين كقادة لجودة الخدمة المدركة بين أقرانهم، بشأن نوايا تحول العملاء والتغيير في سلوكياتهم، وجاءت المشكلة في

تحديد التحديات الأساسية لنوايا تحول العملاء، وتوصلت النتائج إلى أن أسلوب القيادة يؤثران على الالتزام بجودة الخدمة وأداء الخدمة من خلال مسارين متميزين، عززت القيادة التحويلية معتقدات أقرانهم حول فوائد نوايا التحول، وعززت القيادة الأخلاقية المعتقدات حول التوقعات الاجتماعية لإشراك السلوكيات.

التعليق على الدراسات السابقة

ناقشت الدراسات السابقة استخدام تطبيقات الجدولة الإلكترونية، (Avdic, 2018)، (Mack, 2018)، لتحديد مدى استخدامها في الفنادق المصرية لتحديد أسباب تحول العملاء الدائمين لديهم وتحديد دور العاملين في سبل نجاح تطبيقات الجدولة، وبمراجعة الدراسات السابقة الذي ناقشت موضوع تحول العملاء نتيجة سلوكهم لاداء الخدمة (Priyanko, 2019)، (Hamza, 2018)، (Schaubroe, 2016)، وذلك من خلال الابعاد والمتمثلة في (جاذبية بدائل التحول، نوايا تحول العملاء، تكاليف تحول العملاء)، وتوصلت النتائج إلى وجود تأثير جوهري لخفض نوايا تحول العملاء، وهذا ما أستتدت إليه الباحثة في صياغة فروض البحث، ويختلف البحث الحالي عن الدراسات السابقة من حيث الهدف ومجال التطبيق حيث ساهم البحث في سد الفجوة البحثية، وركز على موضوع استخدام تطبيقات الجدولة الإلكترونية من منظور مختلف عن المنظور التي تتاولته الدراسات السابقة في القطاع الفندقى.

المحور الثانى: منهجية البحث

اولا: الدراسة الاستطلاعية

قامت الباحثة بإجراء الدراسة الاستطلاعية باختيار عينة ميسرة من (30) مفردة مقسمة بالتساوى على العاملين بالفنادق المصرية الاربع نجوم والمتمثلة في (فندق نوفتيل، فندق فيروايجيبت، فندق اطلس)، لتكوين فكرة جديدة عن استخدام تطبيقات الجدولة الإلكترونية لتحديد أسباب تحول عملاء الفنادق المصرية، وتم إجراء هذه الدراسة من خلال إعداد قائمة استقصاء مبدئية، كما فى الجدول (2):

جدول رقم (2) توضيح الجدولة الإلكترونية لتحديد اسباب تحول العملاء الفنادق

م	العبارات	موافق	غير موافق
1	مامدى استخدم الفندق تطبيقات الجدولة الإلكترونية لتحديد اسباب تحول العملاء .	24	6
2	هل تعتقد أن هناك أثر لأبعاد تطبيقات الجدولة الإلكترونية (استخدام التطبيقات، وقناعة العاملين باستخدام التطبيقات) لتحديد اسباب تحول العملاء الفندقيين (جاذبية بدائل التحول، نوايا تحول العملاء، تكاليف تحول العملاء).	25	5
3	تحديد مدى قناعة العاملين بسهولة استخدام تطبيقات الجدولة الإلكترونية فى الفندق لتحديد أسباب تحول العملاء .	22	8

المصدر: من إعداد الباحثة

حيث استهدفت الدراسة الاستطلاعية التأكد على وجود المشكلة وتحديد ابعادها، وبالإضافة الى استكمال بيانات الاطار النظرى للبحث، بهدف الإلمام بجميع جوانب الموضوع وتحديد أبعاده المختلفة وتحديد مجتمع الدراسة، وأساليب جمع البيانات من خلال قائمة الاستقصاء الموجهة للعاملين بالفنادق بناء على المستوى الادارى، فضلاً عن اجراء بعض المقابلات الشخصية معهم، وتوصلت الباحثة بعد إجراء وصف تحليلى لنتائج الدراسة الاستطلاعية، وذلك كما يوضح الجدول رقم (3):

جدول رقم (3) تحليل نتائج الدراسة الاستطلاعية لاستخدام تطبيقات الجدولة الالكترونية

لتحديد اسباب تحول عملاء الفنادق

م	تحليل القطاع الفندقى فى مصر
1	يعتقد (80%) من العاملين بالفنادق أن استخدم تطبيقات الجدولة الإلكترونية لتحديد اسباب تحول العملاء أمر هاماً وضرورياً.
2	يعتقد (83.3%) من العاملين أن هناك أثر لأبعاد تطبيقات الجدولة الالكترونية (استخدام التطبيقات، وقناعة العاملين باستخدام التطبيقات) لتحديد اسباب تحول العملاء الفندقيين (جاذبية بدائل التحول، نوايا تحول العملاء، تكاليف تحول العملاء).
3	يقتنع (73.3%) من العاملين بسهولة استخدام تطبيقات الجدولة الالكترونية فى الفندق لتحديد أسباب تحول العملاء.

المصدر: من إعداد الباحثة

ثانياً: مشكلة البحث

أكدت العديد من الدراسات السابقة أن استخدام تطبيقات الجدولة الإلكترونية تعتبر أداة هامة ومفيدة نظراً لأنها تحقق العديد من المزايا، أهمها إنجاز المهام بسرعة وكفاءة أكبر، لتحسين الأداء والنهوض بمستوى الخدمات التي تقدمها الفنادق، كما كشفت بعض الدراسات التي أجريت في بعض الدول العربية وهي محدودة جداً عن وجود مقاومة للعاملين نحو استخدام تطبيقات الجدولة الإلكترونية، وقد يرجع ذلك إما بعدم الاقتناع بأهمية استخدام تلك التطبيقات أو لصعوبة استخدامها (Farid, 2017)، من خلال كل ما سبق يمكن التعبير عن مشكلة البحث في: أثر استخدام تطبيقات الجدولة الالكترونية على تحول العملاء بالفنادق المصرية والتمثل ابعاده فى (جاذبية بدائل التحول، نوايا تحول العملاء، تكاليف تحول العملاء) وبمعنى آخر يمكن صياغة مشكلة الدراسة فى التساؤل التالى: تحديد أثر استخدام تطبيقات الجدولة الالكترونية على تحول العملاء بالفنادق المصرية؟

ثالثاً: أهمية البحث

تكمن أهمية البحث فى أثر استخدام تطبيقات الجدولة الالكترونية فى الفنادق المصرية، وتكمن أهميتها ايضاً فى تحديد أسباب تحول العملاء، بحيث توفر معلومات للإدارة العليا التي يمكن استخدامها كأساس لإتخاذ قرارات بشأن تقديم الخدمات الفندقية للعملاء ذات جودة عالية تجعل الفنادق قادرة علي الاستمرار فى المنافسة فى ظل التغيرات الاقتصادية والتكنولوجية التي تجتاح العالم.

رابعاً: أهداف البحث

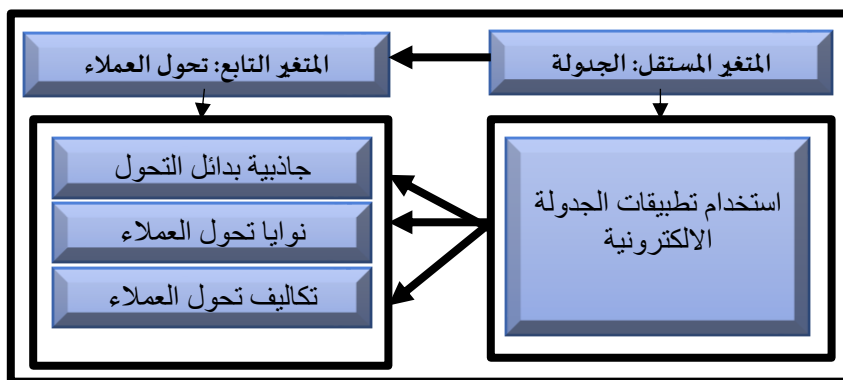
تحديد أثر استخدام تطبيقات الجدولة الالكترونية على تحول العملاء في الفنادق.

خامساً: فروض البحث

- يوجد أثر ايجابي ذو دلالة إحصائية لتحديد مدى استخدام تطبيقات الجدولة الالكترونية على تحول العملاء بالفنادق، وينقسم إلى ثلاث فروض فرعية وهما كالتالي:
- يوجد أثر ايجابي ذو دلالة إحصائية لتحديد مدى استخدام تطبيقات الجدولة الالكترونية على جاذبية بدائل التحول للعملاء بالفنادق المصرية.
- يوجد أثر ايجابي ذو دلالة إحصائية لتحديد مدى استخدام تطبيقات الجدولة الالكترونية على نوايا تحول العملاء بالفنادق المصرية.
- يوجد أثر ايجابي ذو دلالة إحصائية لتحديد مدى استخدام تطبيقات الجدولة الالكترونية على تكاليف تحول العملاء بالفنادق المصرية.

سادساً: مخطط البحث الافتراضى

تتطلب المعالجة المنهجية لمشكلة البحث تصميم مخطط افتراضى يوضح العلاقات المفترضة بين المتغيرات المستقلة والتابعة، وذلك من خلال الشكل التالى:



الشكل رقم (1) نموذج مقترح للعلاقات بين المتغيرات المستقلة والتابعة في البحث

المصدر: من أعداد الباحثة

سابعاً: منهج البحث

يتمثل مجتمع البحث من العاملين بالفنادق المصرية الاربعة نجوم والمتمثلة فى (فندق نوفتيل المطار، فندق فيروايجيبت المهندسين، فندق اطلس جامعة الدول العربية)، ويعود سبب اختيار الباحثة للقطاع ك مجال لتطبيق البحث لأنه يعتبر من أهم القطاعات الجاذبة للعملة الصعبة، حيث يتكون مجتمع

البحث من العاملين بالفنادق الثلاثة وعددهم (954) مفردة، وتمثلت حجم العينة (274) مفردة، وتم الاعتماد على طريقة المقابلة فى توزيع الإستمارات، وتمثل عدد المفردات التى سوف يتم إختبارها من المستويات الادارية الثلاثة بأسلوب العينة العشوائية الطبقية بالفنادق المصرية.

المحور الثالث: الجانب الميدانى

اولا: استخدام تطبيقات الجدولة الالكترونية على تحول العملاء

1. استخدام تطبيقات الجدولة الالكترونية كمتغير مستقل

يتضح أن اتجاهات مفردات عينة البحث قد أظهرت اتجاهاً عاماً نحو الموافقة لحد ما على استخدام تطبيقات الجدولة الالكترونية، وذلك بمتوسط حسابى تراوحت من (3.18، 4.28) وبمعامل اختلاف معياري (25.97%)، بما يعادل نسبة اتفاق (74.03%)، وكان أكثر العبارات أهمية (تطوير التطبيقات يعتمد على الخبرات الذاتية للعاملين)، (تسهل الادارة عملية تداول المعلومات بالجودة العالية)، وذلك بمعامل اختلاف معياري (16.85%)، (21.85%)، وذلك على التوالى، من خلال الجدول رقم (4).

جدول (4) المقاييس الوصفية لبعء استخدام تطبيقات الجدولة الالكترونية

م	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	الترتيب
1	تسعى الادارة إلى توفير أجهزة الكمبيوتر الحديثة.	3.98	1.17	29.50%	4
2	تستخدم الادارة التطبيقات المناسبة للعمل الفندقى.	3.57	1.32	37.20%	5
3	تسهل الادارة عملية تداول المعلومات بالجودة العالية.	4.10	0.89	21.85%	2
4	يمكن تحديث طبقاً لاحتياجات الفندق من المعلومات.	3.97	0.97	24.43%	3
5	تطوير التطبيقات يعتمد على الخبرات الذاتية للعاملين	4.64	0.78	16.85%	1
	اجمالى المتوسط	4.052	1.026	25.97%	

المصدر: من إعداد الباحثة بناء على جداول التحليل الاحصائى

2. تحول العملاء بالفنادق المصرية كمتغير تابع

- جاذبية بدائل التحول: يتضح أن اتجاهات عينة البحث قد أظهرت اتجاهاً عاماً نحو الموافقة لحد ما على جاذبية بدائل التحول، وذلك بمتوسط حسابى تراوحت من (3.18، 4.28) وبمعامل اختلاف معياري (34.43%)، بما يعادل نسبة اتفاق (65.75%)، وكان أكثر العبارات أهمية (تسعى الادارة لمحاولة جذب عملاء جدد للفندق)، (تتبع الادارة استراتيجية دفاعية لعدم تحول العملاء لفندق اخر)، وذلك بمعامل اختلاف معياري (16.12%)، (27.02%)، على التوالى وذلك من خلال الجدول رقم (5).

جدول (5) المقاييس الوصفية لبعء جاذبية بدائل التحول

م	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	الترتيب
1	تحرص الادارة على تقديم الخدمة بشكل يحقق رضاء العملاء دون ارتكاب الاخطاء .	4.15	1.28	42.50%	4
2	تتفاعل الادارة مع العملاء لترسيخ العلاقة فيما بينهم.	4.05	1.34	47.50%	5
3	يتلائم تقديم الخدمة في الوقت المناسب للعميل	2.16	1.28	39.01%	3
4	تتبع الادارة استراتيجية دفاعية لعدم تحول العملاء لفندق اخر.	4.46	1.11	27.02%	2
5	تسعى الادارة لمحاولة جذب عملاء جدد للفندق.	4.23	0.77	16.12%	1
	اجمالي المتوسط	3.81	1.156	34.43%	

المصدر: من إعداد الباحثة بناء على جداول التحليل الاحصائي

- نوايا تحول العملاء: يتضح أن اتجاهات العينة أظهرت اتجاهًا عامًا نحو الموافقة لحد ما على نوايا تحول العملاء، وذلك بمتوسط حسابي تراوحت من (3.18، 4.28) وبمعامل اختلاف معياري (37.36%)، بما يعادل نسبة اتفاق (62.64%)، وكان أكثر العبارات أهمية (يتعامل العاملون مع العملاء بشكل لائق للاهتمام برضاهم)، (تقدم الادارة الخدمة بشكل مجاني لفترة زمنية محددة للعملاء الدائمين)، وذلك بمعامل اختلاف معياري (32.95%)، (34.50%)، على التوالي وذلك من خلال الجدول رقم (6).

جدول (6) المقاييس الوصفية لبعء نوايا تحول العملاء

م	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	الترتيب
1	تحرص الادارة على استجابة العاملين لشكاوى العملاء .	4.31	1.154	34.75%	3
2	تقدم الادارة بعض العروض الجاذبة للعملاء .	4.12	1.347	44.12%	5
3	يتعامل العاملون مع العملاء بشكل لائق للاهتمام برضاهم	4.34	1.220	32.95%	1
4	تقدم الادارة الخدمة بشكل مجاني لفترة زمنية محددة لعملاء الفندق الدائمين.	4.31	1.201	34.50%	2
5	تحرص الادارة على متابعة العاملين اخلاقيا لترسيخ الثقة.	4.19	1.288	40.50%	4
	اجمالي المتوسط	4.254	1.242	37.36%	

المصدر: من إعداد الباحثة بناء على جداول التحليل الاحصائي

- تكاليف تحول العملاء: يتضح أن اتجاهات عينة البحث قد أظهرت اتجاهًا عامًا نحو الموافقة بشدة على تكاليف تحول العملاء، وذلك بمتوسط حسابي تراوحت من (4.20- 5) وبمعامل اختلاف معياري (28.978%)، بما يعادل نسبة اتفاق (71.022%)، وكان أكثر العبارات

أهمية (يؤثر سلوك العملاء تجاه التحول على ارباح الفندق)، (تسعى الادارة لتقديم خصومات سعرية كبيرة للعملاء الدائمين بالفندق)، وذلك بمعامل اختلاف معيارية (19.98%)، (22.01%)، على التوالي وذلك من خلال الجدول رقم (7).

جدول (7) المقاييس الوصفية لبعء تكاليف تحول العملاء

م	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	الترتيب
1	تحرص الادارة على تقديم السعر العادل للخدمة دون المنالفة.	4.29	1.23	35.5%	4
2	تؤدى تكلفة وجود العاملين بالفندق 24 عبئ على الميزانية.	4.39	1.17	30.50%	3
3	تسعى الادارة لتقديم خصومات سعرية كبيرة للعملاء الدائمين بالفندق.	4.56	0.92	22.01%	2
4	يؤثر سلوك العملاء تجاه التحول على ارباح الفندق	4.60	0.82	19.98%	1
5	تقارن الادارة أسعار الخدمات المقدمة للعملاء بمنافسيها	4.26	1.06	36.90%	5
	اجمالى المتوسط	4.42	1.04	28.978	

المصدر: من إعداد الباحثة بناء على جداول التحليل الاحصائي

ثانيا: إختبارات الفروض

استخدام تطبيقات الجدولة الالكترونية: قامت الباحثة باستخدام تحليل الارتباط والانحدار الخطي والمتعدد لقياس مسارات مدى تأثير المتغيرات المستقلة على المتغيرات التابعة لإختبارات الفرض، يوجد تأثير ايجابي ذو دلالة إحصائية لمفردات العينة لمعرفة مدى استخدام تطبيقات الجدولة الالكترونية لتحديد أسباب تحول العملاء والمتمثل فى (جاذبية بدائل التحول، نوايا تحول العملاء، تكاليف تحول العملاء) بالفنادق المصرية، حيث تمثلت متغيرات الفرض على بعد استخدام تطبيقات الجدولة الالكترونية كمتغير مستقل، وأبعاد أسباب تحول العملاء بالفنادق المصرية كمتغير تابع، وتم اختبار الفرض من خلال معامل ارتباط بيرسون بإستخدام أسلوب تحليل الانحدار الخطي البسيط، يوضح الجدول أنه يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية لإجمالي بعد المتغير المستقل استخدام تطبيقات الجدولة الالكترونية علي إجمالي بعد المتغير التابع تحول العملاء، حيث بلغت قيمة معامل التحديد R^2 الذى يمثل نسبة تفسير المتغير المستقل فى التابع (69.21%)، كما بلغت قيمة "ت" (28.228)، بمستوي معنوية (0.01) وبالتالي صحة قبول الفرض، وذلك كما فى الجدول رقم (8).

جدول (8) تحليل الانحدار الخطي لقياس معنوية أثر متغيرات البحث

المتغير المستقل استخدام تطبيقات الجدولة الالكترونية	المسار	المتغير التابع أسباب تحول العملاء	التقدير β	الخطأ المعياري	قيمة ت ²	المعنوية	R ² معامل التحديد
استخدام تطبيقات الجدولة الالكترونية	<-- -	جاذبية بدائل التحول	0.627	0.06	13.785	0.01**	39.30%
	<-- -	نوايا تحول العملاء	0.399	0.06	7.462	0.01**	15.90%
	<-- -	تكاليف تحول العملاء	0.374	0.04	6.981	0.01**	14.01%
الاجمالي	<-- -	الاجمالي	1.40	0.16	28.228	0.01**	69.21%

**دالة عند مستوى معنوية أقل من (0.01).

المحور الرابع: النتائج والتوصيات

أولاً: نتائج البحث ودلالاته

أظهرت نتائج التحليل الإحصائي اتجاهاً عاماً نحو الموافقة لجميع أبعاد الجدولة الالكترونية لتحديد أسباب تحول العملاء في الفنادق الأربعة نجوم المتمثلة في (نوفتيل، فيروايجيبت، اطلس).

- أوضحت النتائج حول استخدام تطبيقات الجدولة الالكترونية من خلال تطوير التطبيقات الذي تعتمد على الخبرات الذاتية للعاملين وتسهيل الإدارة لعملية تداول المعلومات بالجودة العالية، وهذا يدل على أن الفنادق تسعى جاهدة لتطوير العاملين من خلال استخدام التطبيقات لتحسين الأداء الفندقى، وتحديد أسباب تحول العملاء بالفنادق المصرية.

- أوضحت النتائج حول جاذبية بدائل التحول من خلال سعى الإدارة لمحاولة جذب عملاء جدد للفندق، حيث تتبع الإدارة استراتيجية دفاعية لعدم تحول العملاء لفندق آخر حيث يوجد علاقة إرتباط وثيقة بين المسؤولية الاقتصادية بالفندق وسلوك العاملين تجاه تقديم الخدمة بالمستوى الذى يحقق رضا العملاء.

- أوضحت النتائج حول نوايا تحول العملاء حيث يتعامل العاملون مع العملاء بشكل لائق للاهتمام برضاهم، وتقدم الإدارة الخدمة بشكل مجاني لفترة زمنية محددة لعملاء الفندق الدائمين، حيث تؤثر نوايا التحول على موافق العملاء والتي بدورها تؤدي إلى التغيير في سلوك العملاء تجاه الخدمة، لذا يجب على الفنادق الوصول إلى رضا العملاء أو صفر من العيوب وذلك للتخلص من جميع أسباب التحول للعملاء بالفنادق.

- أوضحت النتائج حول تكاليف تحول العملاء حيث تسعى الإدارة لتقديم خصومات سعرية كبيرة للعملاء الدائمين بالفندق، حيث تؤدي ارتفاع تكلفة وجود العاملين بالفندق 24 عبئ على الميزانية، يؤثر ذلك على سلوك العملاء تجاه التحول على أرباح الفندق، حيث تسعى الفنادق لجذب عدد كبير من العملاء والحفاظ عليهم من خلال تقديم بعض العروض والامتيازات التي تكون حاجز أساسي أمام تحول العملاء

ثانياً: توصيات البحث

- بناء على نتائج هذا البحث وماتم التوصل إليه في الدراسات السابقة يمكن تقديم عدد من التوصيات للفنادق المصرية الأربع نجوم، ذلك من خلال موضوع أثر استخدام تطبيقات الجدولة الإلكترونية على تحول العملاء بالفنادق المصرية، على ضوء ذلك يمكن تقديم عدد من التوصيات وهي كالتالي:
- يعتبر استخدام تطبيقات الجدولة الإلكترونية يمكن تحديث طبقاً لاحتياجات الفندق من المعلومات، حيث تسعى الإدارة إلى توفير أجهزة الكمبيوتر الحديثة، وتستخدم الإدارة التطبيقات المناسبة للعمل الفندقى.
- يعتبر تركيز الإدارة بالفندق على جاذبية تحول البدائل أمراً أساسية حيث تحرص الإدارة على تقديم الخدمة بشكل يحقق رضا العملاء دون إرتكاب الأخطاء، ويجب أن تتفاعل الإدارة مع العملاء لترسيخ العلاقة فيما بينهم بالشكل الذى يحافظ على العملاء الدائمين وذلك بما يتلائم مع تقديم الخدمة فى الوقت المناسب للعميل بما يحقق رضاه.
- يعتبر دراسة نوايا تحول العملاء من خلال المعلومات الناتجة عن استبيانات العملاء بشكل دورى، بالإضافة إلى حرص الإدارة على متابعة العاملين اخلاقياً لترسيخ الثقة فى الفندق، واستجابة العاملين لشكاوى العملاء، تقدم الإدارة بعض العروض الجاذبة للعملاء وذلك من خلال تحسين الصورة الذهنية للفندق لدى العملاء، لما لها من تأثير واضح نية العميل لشراء الخدمة مع مراعاة الصدق والوضوح.
- ضرورة أهتام الاداة بالفندق على تحديد تكاليف تحول العملاء من خلال مقارنة أسعار الخدمات المقدمة للعملاء بمنافسيها وتقديم السعر العادل للخدمة دون المنالغة، وحل المشكلات بشكل جذرى لتقليل التكاليف حيث تؤدي تكلفة وجود العاملين بالفندق 24 عبئ على الميزانية .

ثالثاً: حدود البحث ومقترحات البحوث المستقبلية

2. حدود البحث

- الحدود المكانية: اقتصر على الفنادق الاربعة نجوم بمحافظة القاهرة والجيزة.
- الحدود البشرية: اقتصرت الدراسة الميدانية على العاملين بالفنادق المصرية.
- الحدود الزمنية: اقتصرت على الفنادق الاربعة نجوم خلال إجراء مدة البحث.

3. مقترحات البحوث المستقبلية

- إجراء بحوث مستقبلية على قطاعات أخرى في نفس موضوع البحث استخدام تطبيقات الجدولة الالكترونية وتحول العملاء.
- انحصر البحث الحالي على استخدام تطبيقات الجدولة الالكترونية وتحول العملاء، لذلك يمكن للبحوث المستقبلية دراسة متغيرات مستقلة أخرى مثل قناعة العاملين بسهولة استخدام الجدولة الالكترونية على تحول العملاء.

مراجع الدراسة:

1. المراجع العربية:

- أبو القاسم، محمد عبد الله، (2019)، الدور الوسيط لإتجاهات العملاء في العلاقة بين التسويق المجتمعي المدرك ونية تحول العميل الاثر المعدل لتكاليف التحول دراسة علي عينة من عملاء شركات الاتصالات بولاية الخرطوم، رسالة دكتوراة، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان.
- الفقهاء، سام، (2018)، أسباب نوايا العملاء لترك المصرف الذي يتعاملون معه اختبار الدور الوسيط لرضا العملاء، مجلة جامعة النجاح للأبحاث للعلوم الإنسانية، فلسطين، المجلد 32، العدد 1، ص 33-59.
- اياد، محمود الرحيم، وعباس، سوزان، (2018)، تقييم فاعلية قواعد الأسبقية وفق معايير الجدولة التشغيلية دراسة حالة في الشركة العامة للصناعات الكهربائية، المؤتمر العلمي التخصصي الرابع للكلية التقنية الإدارية بعنوان الإبداع الإداري لتحقيق الرؤية المستقبلية لمنظمات الأعمال، بغداد.
- عبد الرزاق، الشحادة، ومراد، خالد، (2012)، تقنيات التتقيب عن البيانات وأهميتها في إدارة العمليات المصرفية والمحاسبية في المصارف الأردنية، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر بعنوان نكاه الأعمال واقتصاد المعرفة، جامعة الزيتونة الأردنية.
- الموقع الرسمي لوزارة السياحة المصرية، شبكة المعلومات الدولية، (2017).
- تقرير السياحي، الجهاز المركزي للتعبئة العامة والاحصاء، (2021).

2. المراجع الأناجيزية

- Aris, Pagoropoulou, (2017) Assessing transformational change from institutionalising digital capabilities on implementation and development of Product Service Systems: Learnings from the maritime industry, Journal of Cleaner Production, Vol 166, 1, No 2, pp 369-380.
- Avdic, Anders, (2018), Second Order Interactive End User Development Appropriation in the Public Sector Application Development Using Spreadsheet Programs, Journal of Organizational and End User Computing, Vol 30, No 3, PP 82-106.
- David, Alvis, (2014), Spreadsheet Usage by Management Accountants An Exploratory Study, Journal of Accounting Education, Vol 32, No 2, pp 24-30.
- Farid, Shaymaa, (2017), Internet Banking adoption in Egypt Extending Technology acceptance Model, Journal of Business and Retail Management Research, Vol. 12, No 1, pp 1-13.
- Hamza, Imhimmed, (2018), Evaluated the public transport services accorded by public transport in Kuala Lumpur Highlights Developed a model behavioural intentions Case study of the behavioural intentions of public transportation passengers in Kuala Lumpur, Vol 6, No 4, December, pp 462-474.
- Han, Kim Hyun, (2011), Switching intention model development Role of service performances, customer satisfaction, and switching barriers in the hotel industry. International Journal of Hospitality Management, Vol 30, No 3, pp 619-629.
- Hung, Lee, (2015), The effect of service failure on customer switching intention in the tourism industry. Universal Journal of Management, Vol 3, No 9, pp 353-363.
- Kim, Moon Koo, et al, (2016), The Effect of Switching Barriers on Customer Retention in Korean Mobile Telecommunication Services, Journal of Telematics and Informatics archive, Vol 33, No 4, pp 209-221.
- Kooa, Bonhak, (2019), The role of loyalty programs in boosting hotel guest loyalty Impact of switching barriers, International Journal of Hospitality Management, Vol 84, No 1, pp 71-98.
- Mack, Kelly, (2018), Characterizing Scalability Issues in Spreadsheet Software using Online Forums." Cornell University, Vol 2, No 1, 2018, pp 80-94.
- Mosavi, Sangari, An integrative framework for customer switching behavior, The Service Industries Journal, Vol 38, No 1, pp 207-221.

- Pingjing Yang, (2020), Understanding Data Analysis Workflows on Spreadsheets Roadblocks and Opportunities, Workshop on Human In the Loop Data Analytics (HILDA'20), New York.
- Priyanko, Guchait, (2019), Transformational Customers and service recovery performance: The mediating effect of emotional labor and the influence of culture, International Journal of Hospitality Management, Vol 77, No 3, pp 31-39.
- Schaubroe, ckaSimon, (2016), Organizational Behavior and Human Decision Processes Can peers' ethical and transformational leadership improve coworkers' service quality? A latent growth analysis, Journals homepage, Vol 133, No 1, pp 45-58.
- Syllae, Vareillesm, (2017), Customer Supplier Relationship Reducing Uncertainties in Commercial Offers Thanks to Readiness, Risk and Confidence Considerations, International Journal of Production Economics, Vol 9, No 3, pp 1115-1122.
- Vander, Michelle Caroline, (2015), Comparison between switching intention and switching behavior in the South Africa mobile telecommunications industry, PhD, Degree, university of Pretoria.
- Yin, Chau Ka & Shen, Huawen, (2017), Assessing the Effects of Switching Costs on Perceived Values and Brand Loyalty: The Impact of Customers' Perceived Authenticity in Hotel Sector, International Journal of Business and Management, Vol 12, No 1, pp 14-22.