

جامعة ميدأوشن

كلية الإدارة

قسم / تخصص : إدارة الأعمال

عنوان المشروع

تأثير حماية خصوصية بيانات النزلاء على جودة الخدمات الفندقية في المدينة المنورة

اسم الطالبة

يسرا ناصر

مشروع تخرج - 1

كلية الإدارة - جامعة ميدأوشن

إشراف

د. عبد الرحيم نادر

عضو هيئة التدريس - كلية الإدارة - جامعة ميدأوشن

الفصل الدراسي / العام الدراسي : 2026

جدول المحتويات

3.....	الفصل الأول: الإطار العام للدراسة
1.1 3.....	المقدمة
1.2 4.....	مشكلة الدراسة
1.2.1 4.....	فجوات على المستوى النظري
1.2.2 5.....	فجوات على المستوى التطبيقي
1.3 5.....	أهمية الدراسة
1.3.1 5.....	على المستوى النظري
1.3.2 6.....	على المستوى التطبيقي
1.4 6.....	أسئلة الدراسة
1.5 6.....	أهداف الدراسة
1.6 7.....	فرضيات الدراسة
1.7 7.....	نموذج الدراسة
1.8 8.....	منهجية الدراسة
1.9 8.....	الدراسة الميدانية
1.10 8.....	مخطط المشروع المقترح
9.....	الفصل الثاني: الدراسات السابقة
2.1 9.....	مقدمة
2.2 9.....	المتغير المستقل
2.3 10.....	المتغير التابع
2.4 10.....	العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع
2.5 11.....	الخاتمة
11.....	قائمة المراجع

الفصل الأول: الإطار العام للدراسة 1.

1.1 المقدمة

يشهد القطاع الفندقي تحولاً رقمياً متسارعاً جعل بيانات النزلاء جزءاً أساسياً من عملية تقديم الخدمة، فالحجز الإلكتروني، وتسجيل الوصول، وبرامج الولاء، والدفع الرقمي، وتخصيص الخدمات، كلها أنشطة تعتمد على جمع بيانات شخصية وسلوكية ومالية. ولم تعد جودة الخدمة الفندقية تقاس فقط بمستوى النظافة أو سرعة الاستجابة أو مهارة الموظفين، بل أصبحت تشمل كذلك إحساس النزيل بالأمان والثقة عند مشاركة بياناته مع الفندق. ومن هذا المنطلق تبرز حماية خصوصية بيانات النزلاء بوصفها بعداً (Berezina et al., 2012; Yu et al., 2022) إدارياً وأخلاقياً وقانونياً يؤثر في الصورة الذهنية للفندق وفي تقييم النزيل لجودة تجربته الخدمية (Saunders et al., 2023).

تكتسب هذه الدراسة أهميتها المكانية من تطبيقها في المدينة المنورة، وهي مدينة ذات خصوصية دينية وسياحية عالية، وتستقبل أعداداً كبيرة من الزوار والمعمّرين والحجاج على مدار العام. وتتميز بيئة الإقامة الفندقية فيها بتنوع النزلاء من حيث الجنسيات واللغات والأعمار وأغراض الزيارة، الأمر الذي يزيد تعقيد إدارة البيانات وحمايتها. كما أن تطبيق نظام حماية البيانات الشخصية في المملكة العربية السعودية يجعل الفنادق مطالبة بتطوير ممارساتها في جمع البيانات واستخدامها والإفصاح عنها، بما يعزز ثقة النزيل (Saudi Data & AI Authority, 2023; Saunders et al., 2023).

ينطلق هذا المشروع من فكرة رئيسية مفادها أن حماية خصوصية بيانات النزلاء ليست وظيفة تقنية منعزلة عن الخدمة، بل هي جزء من القيمة الخدمية المدركة. فالنزيل الذي يشعر بأن الفندق يحترم بياناته، ويشرح له سبب جمعها، ولا يطلب إلا الحد الضروري منها، ويؤمن أنظمتها ضد الاختراق، يكون أكثر استعداداً لتقييم الخدمة بأنها موثوقة ومحترفة. لذلك تسعى الدراسة إلى بناء إطار بحثي يربط بين أبعاد حماية الخصوصية بوصفها متغيراً مستقلاً وبين جودة الخدمات الفندقية بوصفها متغيراً تابعاً، مع مراعاة طبيعة (Malhotra et al., 2004; Parasuraman et al., 1988) القطاع الفندقي في المدينة المنورة.

1.2 مشكلة الدراسة

تتمثل مشكلة الدراسة في وجود حاجة علمية وعملية لفهم مدى تأثير حماية خصوصية بيانات النزلاء على جودة الخدمات الفندقية في المدينة المنورة. فالفنادق تعتمد على البيانات لتقديم خدمة أسرع وأكثر تخصيصاً، لكنها في الوقت ذاته قد تواجه مخاطر تتعلق بعدم وضوح سياسة الخصوصية، أو ضعف الموافقة المستنيرة، أو الإفراط في مشاركة البيانات مع أطراف أخرى، أو قصور الوعي لدى العاملين بكيفية التعامل مع معلومات النزلاء. وعندما يدرك النزيل وجود ضعف في حماية بياناته، فإن ذلك قد ينعكس (Smith et al., 2011; Yu et al., 2022) على ثقته بالفندق، وعلى شعوره بالأمان، وعلى تقييمه العام لجودة الخدمة.

رغم أن جودة الخدمة الفندقية درست على نطاق واسع من خلال أبعاد الاعتمادية والاستجابة والأمان والتعاطف والملموسات، فإن التحول الرقمي أدخل متغيرات جديدة في تجربة النزيل، من أهمها حماية البيانات والخصوصية الرقمية. ولذلك فإن المشكلة البحثية لا تتعلق بمجرد معرفة ما إذا كانت الفنادق تستخدم أنظمة أمنة، بل تتعلق بكيفية إدراك النزلاء لهذه الحماية، وكيف يؤثر هذا

الإدراك في تقييمهم لجودة الخدمة. ومن ثم يمكن صياغة السؤال الرئيس للدراسة على النحو الآتي: ما تأثير حماية خصوصية بيانات الإدراك في تقييمهم لجودة الخدمة. (Berezina et al., 2012; Martin & Murphy, 2017). النزلاء على جودة الخدمات الفندقية في المدينة المنورة؟

1.2.1 فجوات على المستوى النظري

على المستوى النظري، تركز أدبيات جودة الخدمة غالبًا على التفاعل المباشر بين الموظف والنزيل وعلى خصائص الخدمة التقليدية، بينما لا تزال العلاقة بين خصوصية البيانات وجودة الخدمة في الفنادق بحاجة إلى مزيد من الدمج النظري. فدراسات الخصوصية انطلقت في كثير من الأحيان من التجارة الإلكترونية ونظم المعلومات، في حين أن السياق الفندقي يجمع بين الخدمة المادية والتفاعل البشري والأنظمة الرقمية في تجربة واحدة. وبناءً على ذلك، تسعى الدراسة إلى سد فجوة معرفية تتعلق بدمج مفهوم حماية الخصوصية داخل نموذج جودة الخدمة في بيئة فندقية ذات خصوصية دينية وسياحية مثل المدينة المنورة (Malhotra et al., 2004; Smith et al., 2011).

تظهر فجوة أخرى في قلة الدراسات التي تختبر أثر أبعاد الخصوصية بشكل تفصيلي، مثل شفافية جمع البيانات، وتحكم النزيل في موافقته، وأمن تخزين البيانات، والحد من مشاركة البيانات، على مؤشرات جودة الخدمة المدركة. فالعديد من الدراسات تؤكد أهمية الخصوصية في بناء الثقة، لكنها لا تقدم دائمًا نموذجًا واضحًا يربطها بأبعاد جودة الخدمة في الفنادق. لذلك يقدم هذا المشروع (Kim et al., 2024; Yu et al., 2022). نموذجًا يربط حماية الخصوصية بالثقة والأمان والاعتمادية والاستجابة بوصفها أبعادًا مؤثرة في جودة الخدمة الفندقية.

1.2.2 فجوات على المستوى التطبيقي

على المستوى التطبيقي، تواجه الفنادق في المدينة المنورة تحديًا مزدوجًا يتمثل في ضرورة تقديم خدمة سريعة ومخصصة لعدد كبير ومتغير من النزلاء، مع الالتزام في الوقت نفسه بممارسات صارمة لحماية البيانات. وتشمل البيانات التي تتعامل معها الفنادق بيانات الهوية، ومعلومات التواصل، وطرق الدفع، وطلبات الإقامة، والتفضيلات الشخصية، وربما بيانات صحية أو غذائية مرتبطة باحتياجات خاصة. وإذا لم تُدار هذه البيانات وفق سياسات واضحة وتدريب مستمر للعاملين، فقد تتحول إلى مصدر قلق للنزلاء بدل أن تكون أداة لتحسين الخدمة (Saudi Data & AI Authority, 2023; Fakfare et al., 2024).

كما أن النزيل قد لا يميز بين جودة النظام التقني وجودة الخدمة ككل؛ فإذا واجه غموضًا في سبب طلب بياناته، أو لاحظ استخدامًا غير واضح لرقم هاتفه أو بريده الإلكتروني، أو شعر أن معلوماته متاحة لأطراف غير معروفة، فقد يربط ذلك مباشرة بانخفاض مهنية الفندق. لذلك تحتاج الإدارة الفندقية إلى معرفة الجوانب الأكثر تأثيرًا في إدراك النزيل لجودة الخدمة، حتى توجه (Berezina et al., 2012; Martin & Murphy, 2017). استثماراتها نحو سياسات الخصوصية، وأمن المعلومات، وتدريب الموظفين، وتحسين التواصل مع النزلاء.

أهمية الدراسة 1.3

على المستوى النظري 1.3.1

تتمثل الأهمية النظرية للدراسة في إثراء أدبيات إدارة الضيافة من خلال إدماج حماية خصوصية البيانات ضمن محددات جودة الخدمة الفندقية. فالنماذج الكلاسيكية لجودة الخدمة أسست لفهم الفجوة بين توقعات العميل وإدراكه، إلا أن البيئة الرقمية المعاصرة تستدعي إضافة بُعد الخصوصية بوصفه عاملاً مؤثراً في الثقة والأمان والاعتمادية. كما تسهم الدراسة في نقل مفاهيم الخصوصية من (Parasuraman et al., 1988; Smith et al., 2011) حقل نظم المعلومات إلى حقل إدارة الخدمات الفندقية، بما يوسع تفسير جودة الخدمة في الفنادق الحديثة.

تساعد الدراسة كذلك على بناء تصور نظري مناسب للسباق السعودي، حيث تتداخل متطلبات الامتثال لنظام حماية البيانات الشخصية مع توقعات النزلاء تجاه الاحترافية وجودة الخدمة. وبذلك لا تنتظر الدراسة إلى الخصوصية على أنها التزام قانوني فحسب، بل بوصفها مورداً غير ملموس يعزز الثقة ويؤثر في تقييم التجربة. كما توفر فرضيات قابلة للاختبار يمكن أن يستفيد منها باحثون (Saudi Data & AI Authority, 2023; Creswell & Creswell, 2023).

على المستوى التطبيقي 1.3.2

أما على المستوى التطبيقي، فتقدم الدراسة مؤشرات يمكن أن تساعد إدارات الفنادق في المدينة المنورة على تحسين جودة خدماتها من خلال تحسين سياسات حماية بيانات النزلاء. فنتائج الدراسة المقترحة قد تكشف عن أهمية توضيح سياسة الخصوصية في قنوات الحجز، أو تدريب موظفي الاستقبال على عدم الإفصاح عن معلومات النزلاء، أو تطوير آليات موافقة واضحة عند استخدام البيانات لأغراض تسويقية. وهذه الجوانب التطبيقية ترتبط مباشرة بتقليل الشكاوى، ورفع الثقة، وتحسين الانطباع العام عن الفندق (Yu et al., 2022; Saunders et al., 2023).

كما يمكن أن يستفيد صانعو السياسات والجهات المشرفة على القطاع الفندقي من الدراسة في تعزيز ثقافة حماية البيانات داخل منشآت الضيافة، خصوصاً في مدينة تشهد كثافة عالية من الزوار. فربط الخصوصية بجودة الخدمة يجعل الامتثال أكثر قرباً من أهداف الإدارة الفندقية، لأن الفندق لن ينظر إلى حماية البيانات كعبء تنظيمي فقط، بل كعنصر تنافسي يؤثر في رضا النزيل ونيته في العودة أو التوصية. وهذا التوجه يتسق مع الدراسات التي بينت أن مخاطر انتهاك البيانات تضر بتقييم الخدمة والولاء والسمعة (Berezina et al., 2012; Martin & Murphy, 2017).

أسئلة الدراسة 1.4

تتمحور الدراسة حول السؤال الرئيس الآتي: ما تأثير حماية خصوصية بيانات النزلاء على جودة الخدمات الفندقية في المدينة المنورة؟ ويتفرع عن هذا السؤال عدد من الأسئلة الفرعية التي تساعد على تحليل العلاقة البحثية بصورة أكثر تحديداً: ما مستوى إدراك النزلاء لحماية خصوصية بياناتهم في فنادق المدينة المنورة؟ وما مستوى جودة الخدمات الفندقية كما يدركها النزلاء؟ وما أثر

شفافية جمع البيانات والموافقة والتحكم وأمن البيانات والحد من استخدامها على جودة الخدمة المدركة؟ وهل تختلف درجة هذا الأثر (Creswell & Creswell, 2023; Saunders et al., 2023). باختلاف خصائص النزلاء أو نوع الفندق أو تكرار الإقامة؟

1.5 أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلى قياس أثر حماية خصوصية بيانات النزلاء على جودة الخدمات الفندقية في المدينة المنورة، وذلك من خلال تحديد مستوى إدراك النزلاء لممارسات حماية الخصوصية، وقياس جودة الخدمة المدركة، واختبار العلاقة الإحصائية بين المتغيرين. كما تهدف إلى تحديد أكثر أبعاد حماية الخصوصية تأثيراً في جودة الخدمة، وتقديم توصيات عملية للفنادق حول كيفية تحويل حماية البيانات إلى عنصر داعم للثقة والاحترافية وتجربة النزيل. وتنسجم هذه الأهداف مع طبيعة الدراسات الإدارية التي (Creswell & Creswell, 2023; Saunders et al., 2023). تربط بين بناء النموذج النظري وقابلية التطبيق الميداني

1.6 فرضيات الدراسة

بناءً على مشكلة الدراسة وأدبياتها، تفترض الدراسة وجود أثر إيجابي ذي دلالة إحصائية لحماية خصوصية بيانات النزلاء على جودة الخدمات الفندقية في المدينة المنورة. كما تفترض أن شفافية جمع البيانات، وموافقة النزيل وتحكمه في بياناته، وأمن البيانات، والحد من استخدام البيانات ومشاركتها، تؤثر إيجابياً في جودة الخدمة المدركة. ويستند هذا التوقع إلى أن ممارسات الخصوصية (Malhotra et al., 2004; Yu et al., 2022) الجيدة تخفف القلق من مخاطر البيانات، وتعزز الثقة، وتدعم إدراك النزيل بأن الفندق يتصرف بمهنية ومسؤولية

رمز الفرضية	نص الفرضية
H1	يوجد أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية لحماية خصوصية بيانات النزلاء على جودة الخدمات الفندقية في المدينة المنورة.
H1a	تؤثر شفافية جمع البيانات إيجابياً في جودة الخدمات الفندقية المدركة.
H1b	تؤثر موافقة النزيل وتحكمه في بياناته إيجابياً في جودة الخدمات الفندقية المدركة.
H1c	يؤثر أمن البيانات إيجابياً في جودة الخدمات الفندقية المدركة.
H1d	يؤثر الحد من استخدام البيانات ومشاركتها إيجابياً في جودة الخدمات الفندقية المدركة.

1.7 نموذج الدراسة

يقوم نموذج الدراسة على متغير مستقل هو حماية خصوصية بيانات النزلاء، ويتضمن أربعة أبعاد هي شفافية جمع البيانات، والموافقة والتحكم، وأمن البيانات، والحد من الاستخدام والمشاركة. أما المتغير التابع فهو جودة الخدمات الفندقية، ويقاس من خلال أبعاد الاعتمادية والاستجابة والأمان أو الثقة والتعاطف، مع مراعاة أن بعد الأمان في الخدمات الفندقية يتسع في البيئة الرقمية ليشمل

أمن المعلومات وحماية الخصوصية. ويهدف النموذج إلى اختبار ما إذا كانت ممارسات الخصوصية تفسر جزءاً من تباين جودة (Parasuraman et al., 1988; Berezina et al., 2012). الخدمة المدركة لدى النزلاء

المتغير	الأبعاد	الدور في النموذج
حماية خصوصية بيانات النزلاء	الشفافية، الموافقة والتحكم، أمن البيانات، الحد من الاستخدام والمشاركة	متغير مستقل
جودة الخدمات الفندقية	الاعتمادية، الاستجابة، الأمان/الثقة، التعاطف	متغير تابع

يمكن تمثيل العلاقة البحثية بصورة مبسطة على النحو الآتي: حماية خصوصية بيانات النزلاء → جودة الخدمات الفندقية. ولا يعني هذا النموذج أن الخصوصية هي العامل الوحيد المؤثر في جودة الخدمة، بل يعني أن الدراسة تختبر إسهامها النسبي ضمن تجربة فندقية أوسع تشمل عوامل تشغيلية وبشرية ومادية. وبذلك يحافظ النموذج على حدود واضحة تمنع المبالغة في تفسير العلاقة (Creswell & Creswell, 2023; Saunders et al., 2023). السببية قبل اختبارها ميدانياً

1.8 منهجية الدراسة

تعتمد الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، لأنه مناسب لدراسة العلاقات بين المتغيرات كما يدركها الأفراد في بيئة واقعية. وستستخدم الدراسة مدخلاً كمياً من خلال استبانة موجهة إلى عينة من نزلاء الفنادق في المدينة المنورة، بحيث تقيس الاستبانة أبعاد حماية الخصوصية وأبعاد جودة الخدمة باستخدام مقياس ليكرت الخماسي. ويعد هذا التصميم مناسباً لاختبار الفرضيات وقياس اتجاه (Creswell & Creswell, 2023; Saunders et al., 2023). العلاقة وقوتها دون التدخل في البيئة الطبيعية للفندق

يتكون مجتمع الدراسة من نزلاء الفنادق في المدينة المنورة ممن استخدموا خدمات الحجز أو الإقامة أو الدفع أو التواصل الرقمي مع الفندق. وتقتصر الدراسة استخدام عينة ملائمة أو عينة قصدية من النزلاء الذين لديهم تجربة حديثة مع الفندق، مع استهداف حجم عينة لا يقل عن 200 مفردة قدر الإمكان بما يتيح إجراء التحليل الإحصائي بصورة مستقرة. وستراعى في اختيار العينة قدر الإمكان الفروق في نوع الفندق، وسبب الزيارة، وعدد مرات الإقامة، لأن هذه العوامل قد تؤثر في إدراك الخصوصية وجودة الخدمة (Saunders et al., 2023; Creswell & Creswell, 2023).

ستكون أداة الدراسة من ثلاثة أجزاء: الأول للبيانات العامة غير التعريفية مثل الفئة العمرية ونوع الزيارة وعدد مرات الإقامة، والثاني لقياس حماية الخصوصية، والثالث لقياس جودة الخدمة الفندقية. وستُصاغ العبارات بلغة واضحة ومحايدة، ولن تطلب الاستبانة أي معلومات تعريفية مثل الاسم أو رقم الهوية أو رقم الحجز. كما ستخضع الأداة للتحكيم العلمي للتأكد من صدقها (American Psychological Association, 2020; Saunders et al., 2023). الظاهري، ثم يحسب معامل الثبات مثل كرونباخ ألفا بعد جمع البيانات، لأن جودة الأداة شرط أساسي لجودة النتائج

1.9 الدراسة الميدانية

ستتم الدراسة الميدانية من خلال توزيع الاستبانة إلكترونياً أو ورقياً على النزلاء بعد توضيح الغرض الأكاديمي من الدراسة والتأكيد على أن المشاركة اختيارية ولا ترتبط بأي خدمة يقدمها الفندق. وسيجري الحصول على موافقة مستنيرة من المشاركين من

خلال فقرة افتتاحية تبين هدف الدراسة، ومدة الإجابة، وحق الانسحاب، وطريقة حفظ البيانات. ويعد هذا الإجراء ضروريًا لأن موضوع الدراسة يتعلق أصلاً بالخصوصية، ومن غير المقبول أخلاقياً دراسة الخصوصية مع تجاهل حماية بيانات المشاركين في البحث (American Psychological Association, 2020; Saudi Data & AI Authority, 2023).

ستحفظ البيانات في ملف إلكتروني محمي، ولن تُشارك الاستجابات الفردية مع إدارات الفنادق أو أي طرف خارجي. وسيقتصر التحليل على البيانات المجمعة بصورة إجمالية، مثل المتوسطات والانحرافات المعيارية وتحليل الارتباط والانحدار. كما ستستخدم الدراسة اختبارات الصدق والثبات قبل اختبار الفرضيات، لأن أي توصية عملية يجب أن تستند إلى بيانات موثوقة لا إلى انطباعات عامة. وبذلك تلتزم الدراسة بمبدأ الحد الأدنى من جمع البيانات وبمبدأ السرية وبالمعايير المنهجية للتحليل الكمي (Creswell & Creswell, 2023; Saunders et al., 2023).

العنصر	التطبيق في الدراسة
مجتمع الدراسة	نزلاء الفنادق في المدينة المنورة ممن لديهم تجربة إقامة حديثة
أداة الدراسة	استبانة كمية بمقياس ليكرت الخماسي
التحليل المقترح	الإحصاء الوصفي، معامل الثبات، الارتباط، والانحدار الخطي
الاعتبارات الأخلاقية	موافقة مستنيرة، عدم جمع بيانات تعريفية، وحفظ البيانات بسرية

مخطط المشروع المقترح 1.10

يقترح المشروع تنفيذ الدراسة وفق مراحل مترابطة تبدأ بمراجعة الأدبيات وبناء الإطار النظري، ثم إعداد أداة الدراسة وتحكيمها، يلي ذلك جمع البيانات وتحليلها وكتابة النتائج والتوصيات في مرحلة لاحقة. ويضمن هذا التسلسل اتساق العمل البحثي، كما يساعد على ضبط الوقت وتحديد المسؤوليات وتقليل الأخطاء المنهجية. ويعد التخطيط الزمني عنصراً مهماً في البحوث الإدارية (Saunders et al., 2023; Creswell & Creswell, 2023). لأنه يحول الفكرة البحثية إلى إجراءات قابلة للتنفيذ والمتابعة

المرحلة	النشاط	المدة المقترحة
الأولى	تحديد المشكلة وصياغة الأسئلة والفرضيات	الأسبوع 1
الثانية	مراجعة الدراسات السابقة وبناء النموذج	الأسبوعان 2-3
الثالثة	تصميم الاستبانة وتحكيمها	الأسبوع 4
الرابعة	جمع البيانات الميدانية	الأسبوعان 5-6
الخامسة	تحليل البيانات وكتابة التقرير النهائي	الأسبوعان 7-8

الفصل الثاني: الدراسات السابقة 2.

مقدمة 2.1

تُعد الدراسات السابقة أساساً لبناء النموذج البحثي، لأنها توضح ما توصل إليه الباحثون حول خصوصية البيانات وجودة الخدمة والعلاقة بينهما. وتكشف الأدبيات أن الخصوصية في قطاع الضيافة لم تعد مسألة قانونية فقط، بل أصبحت مرتبطة بالثقة والرضا والولاء ونية التحول إلى منافس آخر. كما تشير أدبيات جودة الخدمة إلى أن إدراك العميل للجودة يتشكل من مجموع التجربة، بما فيها (Berezina et al., 2012; Parasuraman et al., 1988). الجوانب غير المرئية مثل الأمان والاعتمادية والثقة في المؤسسة

يركز هذا الفصل على ثلاثة محاور رئيسية: المتغير المستقل وهو حماية خصوصية بيانات النزلاء، والمتغير التابع وهو جودة الخدمات الفندقية، ثم العلاقة بين المتغيرين كما عالجتها الدراسات السابقة. ويساعد هذا العرض على تحديد موقع الدراسة الحالية ضمن الأدبيات، وعلى تبرير الفرضيات والنموذج المقترح، بدل التعامل مع العلاقة بين الخصوصية والجودة كافتراض عام غير (Creswell & Creswell, 2023; Saunders et al., 2023). مسنود علمياً

المتغير المستقل: حماية خصوصية بيانات النزلاء 2.2

تشير خصوصية البيانات إلى قدرة الفرد على معرفة كيفية جمع بياناته واستخدامها ومشاركتها، وعلى ممارسة قدر من التحكم في هذه العمليات. وقد أوضحت دراسات نظم المعلومات أن مخاوف الخصوصية تتكون من إدراك الفرد لحجم جمع البيانات، ومدى تحكمه فيها، ووعيه بممارسات الجهة التي تعالجها. وبالنسبة للنزلاء، لا يتعلق الأمر فقط بحفظ البيانات في نظام آمن، بل كذلك (Malhotra et al., 2004; Smith et al., 2011).

في السياق الفندقي، تتخذ حماية الخصوصية صورًا متعددة؛ منها وضوح سياسة الخصوصية في موقع الحجز، وإبلاغ النزيل بسبب طلب بيانات معينة، ومنحه خيار الموافقة على الرسائل التسويقية، وتقييد وصول الموظفين إلى البيانات وفق الحاجة الوظيفية، أن ممارسات خصوصية البيانات في الفنادق يمكن أن تقلل من إدراك (Yu et al., 2022). النزلاء لهشاشة البيانات ومخاطر الوصول غير المشروع، مما يحد من القلق والانتهاك العاطفي ونية التحول إلى فندق آخر (Yu et al., 2022).

كما تؤكد الدراسات الأحدث أن مشاركة النزيل لبياناته مع الفندق تقوم على مفاضلة بين المنافع المتوقعة والمخاطر المحتملة. فالنزيل قد يقبل مشاركة بياناته إذا شعر أنها ستؤدي إلى خدمة أفضل أو تجربة أكثر تخصيصًا، لكنه قد يرفض ذلك إذا رأى أن الفندق غير شفاف أو أن بياناته معرضة للاستخدام غير المنضبط. ولهذا فإن حماية الخصوصية لا تعني منع استخدام البيانات، بل تعني (Fakfare et al., 2024; Martin & Murphy, 2017).

المتغير التابع: جودة الخدمات الفندقية 2.3

تعرف جودة الخدمة بأنها الفجوة بين توقعات العميل وإدراكه للأداء الفعلي، وقد طورت أدبيات التسويق الخدمي نموذج الذي يقيس الجودة من خلال أبعاد مثل الاعتمادية والاستجابة والملموسات والأمان والتعاطف. وفي الفنادق، تظهر SERVQUAL هذه الأبعاد في دقة الحجز، وسرعة تسجيل الدخول والخروج، ونظافة الغرف، ومهارة العاملين، والاستجابة للشكاوى، والقدرة على إشعار النزيل بالطمأنينة. ومع التحول الرقمي، أصبح بعد الأمان لا يقتصر على السلامة الجسدية أو المهنية، بل يمتد إلى الثقة في (Parasuraman et al., 1988; Berezina et al., 2012).

وتختلف جودة الخدمة الفندقية عن جودة المنتج المادي لأنها تجربة مستمرة تبدأ قبل الوصول إلى الفندق من خلال الحجز والتواصل، وتستمر أثناء الإقامة وبعد المغادرة من خلال المتابعة والتقييم. لذلك يمكن أن تؤثر أي نقطة اتصال رقمية في الحكم العام على جودة الخدمة. فإذا كان الحجز الإلكتروني واضحًا وآمنًا، وسياسة الخصوصية مفهومة، والتعامل مع معلومات النزيل محترمًا، فإن هذه العناصر تصبح جزءًا من جودة التجربة حتى لو لم تكن ملموسة مثل الغرفة أو الطعام (Saunders et al., 2023; Martin & Murphy, 2017).

إن جودة الخدمة في المدينة المنورة تكتسب بعدًا إضافيًا بسبب توقعات الزوار العالية المرتبطة بمكانة المدينة وطبيعة الزيارة. فكثير من النزلاء يبحثون عن الراحة والطمأنينة وسهولة الوصول إلى الخدمات، ولذلك فإن أي خلل في التعامل مع بياناتهم قد يربك التجربة ويضعف الثقة بالفندق. ومن هنا يصبح قياس جودة الخدمة في هذا السياق محتاجًا إلى مراعاة الجوانب التشغيلية والإنسانية (Berezina et al., 2012; Saudi Data & AI Authority, 2023).

2.4 العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع

أن خرق أمن المعلومات في الفنادق يؤثر سلبًا في إدراك النزلاء لجودة الخدمة والرضا ونية Berezina et al. أظهرت دراسة إعادة الزيارة والتوصية للآخرين. وتوضح هذه النتيجة أن النزول لا يفصل بين أمن المعلومات وبين جودة التجربة، بل ينظر إلى خرق البيانات باعتباره دليلاً على ضعف الإدارة والاعتمادية. وبذلك توفر هذه الدراسة سنداً مهماً لفرضية المشروع الحالي التي ترى (Berezina et al., 2012) أن حماية خصوصية بيانات النزلاء يمكن أن ترفع جودة الخدمة المدركة.

أن خصوصية بيانات الفندق ترتبط بتقليل مخاطر اختراق البيانات ومخاطر الوصول غير المصرح Yu et al. وتؤكد دراسة به، كما تحد من مشاعر الانتهاك العاطفي ومخاوف الخصوصية ونية التحول. وتقيد هذه النتائج بأن الخصوصية تؤثر في تجربة النزول من خلال مسار نفسي وإدراكي؛ إذ يشعر النزول بالأمان عندما يرى أن الفندق يتصرف بوضوح ومسؤولية، ثم ينعكس ذلك على تقييمه للعلاقة مع الفندق. وهذا المسار قريب من فكرة الجودة المدركة التي لا تقوم على الأداء المادي وحده، بل على الإحساس (Yu et al., 2022; Parasuraman et al., 1988) بالثقة والاحترافية.

المخاوف المرتبطة بتقنيات الذكاء الاصطناعي الصوتي داخل غرف الفنادق، وبيّنت أن الثقة Kim et al. كما تناولت دراسة والقلق من الخصوصية يؤثران في نية استخدام التقنية ونية الإقامة في الفنادق التي توفرها. وتشير هذه النتيجة إلى أن التقنيات الحديثة يمكن أن تضيف قيمة للخدمة، لكنها قد تتحول إلى مصدر تهديد إذا لم تُدار خصوصيتها بوضوح. وبناءً على ذلك، فإن الفندق الذي (Kim et al., 2024) يستخدم أنظمة رقمية متقدمة يحتاج إلى استراتيجية خصوصية موازية حتى لا تؤثر التقنية سلباً في إدراك جودة الخدمة (al., 2024).

أن إدراك هشاشة البيانات لدى النزلاء يؤثر في مخاطر الخصوصية ومخاوفها وفي المنافع Fakfare et al. وتوضح دراسة المدركة من مشاركة البيانات. وهذا يعني أن النزول لا يرفض مشاركة البيانات مطلقاً، لكنه يوازن بين ما يحصل عليه من خدمة محسنة وبين ما قد يتعرض له من مخاطر. فإذا نجح الفندق في تقليل الشعور بالهشاشة من خلال الشفافية والأمن والتحكم، فإن (Fakfare et al., 2024; Malhotra et al., 2004) مشاركة البيانات يمكن أن تدعم تحسين الخدمة بدل أن تضعف الثقة بها.

بناءً على ما سبق، تبدو العلاقة بين حماية الخصوصية وجودة الخدمة علاقة منطقية ومدعومة بالأدبيات، لكنها تحتاج إلى اختبار محلي في فنادق المدينة المنورة. فالسياق المحلي يتميز بتطبيق نظام حماية البيانات الشخصية، وبخصوصية قطاع الضيافة الدينية، وبتنوع النزلاء، وهي عوامل قد تجعل إدراك الخصوصية أكثر أهمية في تشكيل الثقة. لذلك تضيف الدراسة الحالية قيمة من خلال (Saudi Data & AI Authority, 2023; Smith et al., 2011) اختبار هذه العلاقة في بيئة لم تحظ بالقدر الكافي من البحث التطبيقي المنشور (et al., 2011).

2.5 الخاتمة

خلص الفصل إلى أن حماية خصوصية بيانات النزلاء تمثل متغيراً مهماً في البيئة الفندقية المعاصرة، لأنها تؤثر في الثقة والطمأنينة وإدراك النزول لمهنية الفندق. كما بيّن عرض الدراسات السابقة أن جودة الخدمة لا تقتصر على الجوانب المادية أو سرعة الاستجابة، بل تشمل الجوانب الرقمية وغير المرئية التي يشعر من خلالها النزول بأن الفندق يحترم حقوقه ومعلوماته. لذلك فإن دراسة أثر حماية الخصوصية على جودة الخدمة في المدينة المنورة تمثل امتداداً منطقياً للأدبيات الحديثة في الضيافة والخصوصية،

(Berezina et al., 2012; Yu et al., 2022). وتقدم إطارًا عمليًا يمكن أن يساعد الفنادق على تحسين خدماتها في ظل متطلبات الامتثال والتحول الرقمي

كما يؤكد الفصل أن الفجوة البحثية لا تكمن في غياب الحديث عن الخصوصية أو جودة الخدمة كل على حدة، بل في الحاجة إلى ربطهما داخل نموذج واحد قابل للاختبار في بيئة محلية محددة. وبذلك يوفر المشروع أساسًا مناسبًا لدراسة ميدانية لاحقة يمكن أن تقيس العلاقة بين أبعاد حماية الخصوصية وأبعاد جودة الخدمة، وأن تقدم توصيات مبنية على بيانات للنهوض بجودة الضيافة في المدينة المنورة (Creswell & Creswell, 2023; Saunders et al., 2023).

قائمة المراجع

- American Psychological Association. (2020). Publication manual of the American Psychological Association: The official guide to APA style (7th ed.). American Psychological Association.
- Berezina, K., Cobanoglu, C., Miller, B. L., & Kwansa, F. A. (2012). The impact of information security breach on hotel guest perception of service quality, satisfaction, revisit intentions and word-of-mouth. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 24(7), 991–1010. <https://doi.org/10.1108/09596111211258883>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (6th ed.). SAGE Publications.
- Fakfare, P., Manosuthi, N., Lee, J.-S., Jin, M., Han, H., & Kim, J. J. (2024). Data vulnerability and privacy risk among hotel guests who share personal data. *Journal of Vacation Marketing*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1177/13567667241276213>
- Kim, J., Erdem, M., & Kim, B. (2024). Hi Alexa, do hotel guests have privacy concerns with you?: A cross-cultural study. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 33(3), 360–383. <https://doi.org/10.1080/19368623.2023.2251157>
- Malhotra, N. K., Kim, S. S., & Agarwal, J. (2004). Internet users' information privacy concerns (IUIPC): The construct, the scale, and a causal model. *Information Systems Research*, 15(4), 336–355. <https://doi.org/10.1287/isre.1040.0032>
- Martin, K. D., & Murphy, P. E. (2017). The role of data privacy in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 45(2), 135–155. <https://doi.org/10.1007/s11747-016-0495-4>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Saudi Data & AI Authority. (2023). Personal Data Protection Law and Implementing Regulations. <https://sdaia.gov.sa>

Saunders, M. N. K., Lewis, P., & Thornhill, A. (2023). *Research methods for business students* (9th ed.). Pearson.

Smith, H. J., Dinev, T., & Xu, H. (2011). Information privacy research: An interdisciplinary review. *MIS Quarterly*, 35(4), 989–1015. <https://doi.org/10.2307/41409970>

Yu, J., Moon, H., Chua, B. L., & Han, H. (2022). Hotel data privacy: Strategies to reduce customers' emotional violations, privacy concerns, and switching intention. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 39(2), 213–225. <https://doi.org/10.1080/10548408.2022.2061673>