



مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة (JAAUTH)

الموقع الإلكتروني: <http://jaauth.journals.ekb.eg/>



أثر استخدام منصة البيانات الإلكترونية في تحسين أداء العاملين بالشركات السياحية في مصر

رضوه محمد زرزور - نادية حسين أحمد ماهر - نيفين جلال إبراهيم عيد
قسم الدراسات السياحية - كلية السياحة والفنادق - جامعة قناة السويس

معلومات المقالة الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على استخدام منصة البيانات الإلكترونية (تكنولوجيا المعلومات والاتصال، التحول الرقمي، البيانات الضخمة، تطبيقات الواقع الافتراضي، تطبيقات الهواتف الذكية) وأثرها في تحسين أداء العاملين بالتطبيق على الشركات السياحية في مصر، وتكونت عينة الدراسة من (٣٨٤) مفردة من العاملين بالشركات السياحية بمحافظة القاهرة، كما تكونت من (٣٦٢) مفردة من العملاء، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت أيضاً قائمتي استبيان للتعرف على آراء عينة الدراسة، وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود أثر إيجابي دال إحصائياً عند مستوى (٠.٠١) لأبعاد منصة البيانات الإلكترونية (تطبيقات الهواتف الذكية، تكنولوجيا المعلومات والاتصال) على تحسين أداء العاملين بالشركات السياحية في مصر، ووجود أثر إيجابي دال إحصائياً عند مستوى (٠.٠٥) لُبعد التحول الرقمي على تحسين أداء العاملين بالشركات السياحية في مصر، وعدم وجود أثر دال إحصائياً لُبعد البيانات الضخمة وتطبيقات الواقع الافتراضي على تحسين أداء العاملين بالشركات السياحية في مصر، وأوصت الدراسة بضرورة دعم الإدارة العليا في الشركات السياحية لاستخدام منصة البيانات الإلكترونية، وتصميم برامج لإنتاج الأفكار الإبداعية بما يساهم في تعظيم إيرادات الشركات السياحية، وتطوير المواقع الإلكترونية للشركات السياحية من خلال الانتقال إلى الرقمنة، ودعم الإدارة العليا للبحوث والتطوير في الشركات السياحية.

الكلمات المفتاحية

منصة البيانات الإلكترونية؛ أداء العاملين؛ الشركات السياحية في مصر.

(JAAUTH)

المجلد ٢٤،
العدد ٢،
(يونيه ٢٠٢٣)،
ص ١٣٢ - ١٤٣.

المقدمة

يتسم العصر الحالي بتعاظم ثورة المعلومات وتزايد كمية البيانات المتبادلة في العالم، حيث أصبحت التقنيات العلمية جزءاً أساسياً من حياة الفرد نتيجة لتطور الاتصالات مثل انتشار وزيادة مواقع الفيديو والاتصال المرئي واستخدام البيانات الافتراضية، مما أدى إلى التوسع في استخدام تكنولوجيا المعلومات والتحول الرقمي والبيانات الضخمة وتطبيقات الواقع الافتراضي وتطبيقات الهواتف الذكية والاستفادة منها في القطاع السياحي، والاستجابة لها من خلال تطوير شركات السياحة، وتوظيف المستحدثات التكنولوجية فيها من خلال منصة البيانات الإلكترونية التي تعد ثمرة تفاعل الفرد مع التكنولوجيا الحديثة.

تعتبر السياحة أحد أهم مصادر الدخل القومي بما توفره من عائدات دولاريه سنوية، وعوائد العملة الأجنبية التي مكنتها من المشاركة بشكل كبير بالنتائج الإجمالية المحلي في جميع دول العالم، حيث قامت منظمة السياحة العالمية برفع شعار "السياحة والتحول الرقمي" في اليوم العالمي للسياحة عام ٢٠١٨، وذلك لتسليط الضوء على أهمية التطورات والابتكارات التكنولوجية في تواصل النمو مع تزايد الاستدامة بقطاع السياحة (حجي، ٢٠١٨).

تقضي رقمته النشاط السياحي على الأساليب التقليدية المتبعة في تنظيم السياحة، ويعتمد المجال السياحي بشكل كبير على البيانات مع وجود التكنولوجيا الرقمية، وتعمل على الرقي بالبنية التحتية للمجال السياحي، الأمر الذي يساعد على النهوض بالسياحة المصرية، فالتحول الرقمي يدعم عدة مميزات تهم القطاع السياحي والتي تعد من الأساليب القوية في عملية تنشيط السياحة في مصر، حيث أصبحت الخدمات السياحية مرتبطة ارتباطاً كبيراً مع هذه التكنولوجيا فيما يعرف بـ "رقمه القطاع السياحي"، فالإتجاه العام اليوم هو تعميم تطبيق الرقمنة ومعالجة البيانات الضخمة واستغلالها بالشكل الأمثل، وإطلاق منصات إلكترونية تتكفل بملفات مشاريع الاستثمار على مستوى القطاع السياحي، والتوسع في استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة من خلال إدراج الرقمنة، ولا سيما في مجال ترقية الخدمات السياحية والترويج والتسويق بهدف تعظيم الإيرادات ودعم الاستثمار السياحي ككل (خليفة، ٢٠١٦).

مشكلة الدراسة

تلخص مشكلة الدراسة الحالية في: "وجود قصور في إمكانية تعظيم الاستفادة من استخدام منصات البيانات الإلكترونية بالشركات السياحية في مصر (مجال التطبيق) بصفة خاصة والقطاع السياحي بصفة عامة من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات والتحول الرقمي، وتدفق البيانات الضخمة (Big-Data) على المنصات الإلكترونية، وتخزين أكبر قدر من هذه البيانات ومعالجتها وتقديمها للعميل في صورة خدمة سياحية رقمية من خلال تطبيقات الواقع الافتراضي وتطبيقات الهواتف الذكية، وذلك بهدف تعظيم الإيرادات السياحية للشركات السياحية من خلال تحسين أداء

العاملين بالقطاع السياحي وتقديم أسعار تنافسية للخدمة الرقمية المقدمة بأعلى جودة وصولاً لرضا العميل بهدف زيادة الأرباح وتحقيق مكاسب قيمة".

ويُمكن صياغة مشكلة الدراسة من خلال التساؤل الآتي:

ما أثر أبعاد استخدام منصة البيانات الإلكترونية في تحسين أداء العاملين بالشركات السياحية في مصر؟

هدف الدراسة

يُمكن تحديد الهدف من الدراسة في ضوء تحديد أثر أبعاد استخدام منصة البيانات الإلكترونية في تحسين أداء العاملين بالشركات السياحية في مصر.

أهمية الدراسة

تشمل أهمية الدراسة على ما يلي:

١. التعرف على منصات البيانات الإلكترونية ونظم الحجز الإلكترونية الحديثة التي تعد أحد الأعمدة الأساسية في التسويق لدى الشركات السياحية.
٢. الربط بين أبعاد منصة البيانات الإلكترونية وتطبيقاتها المقترحة بالدراسة وكيفية استغلالها في تعظيم الإيرادات السياحية بالشركات السياحية في مصر.
٣. تستمد هذه الدراسة أهميتها من أهمية الرقمنة وضرورة تفعيلها في الشركات السياحية وإدارة أنظمة البيانات الضخمة وتطبيقات الواقع الافتراضي وتطبيقات الهواتف الذكية بهدف تعظيم الإيرادات السياحية.
٤. توضيح الدور الذي تقوم به تطبيقات منصة البيانات الإلكترونية في تنمية القدرات التنافسية وتحقيق الاستدامة وتعظيم الإيرادات السياحية.

حدود الدراسة

تم إجراء هذه الدراسة في ضوء الحدود الآتية:

١. **الحدود الموضوعية:** اقتصرت الدراسة على التعرف على استخدام منصة البيانات الإلكترونية (تكنولوجيا المعلومات، التحول الرقمي، البيانات الضخمة، تطبيقات الواقع الافتراضي، تطبيقات الهواتف الذكية) وتحسين أداء العاملين بالشركات السياحية في مصر.
٢. **الحدود المكانية:** طبقت الدراسة على (١٢٥) شركة سياحية بمحافظة القاهرة موضع الدراسة والتطبيق، وتم تحديد عدد الشركات السياحية نظراً لصعوبة التطبيق على جميع الشركات

السياحية بمحافظة القاهرة البالغ عددها (١٢١٩) شركة سياحية، كما تم تحديد محافظة القاهرة نظراً لتواجد المكاتب الرئيسية الكبرى للشركات السياحية بها.

٣. **الحدود الزمنية:** اقتصرت عملية جمع وتحليل البيانات خلال الفترة من بداية عام (٢٠٢٢) إلى نهاية عام (٢٠٢٢).

٤. **الحدود البشرية:** اعتمدت الدراسة على أخذ عينة عشوائية من العاملين بالشركات السياحية في مصر موضع الدراسة.

الإطار النظري

أولاً: مفهوم منصة البيانات الإلكترونية

يُعرف Callum (2021) منصة البيانات الإلكترونية بأنها بيئة يكثر فيها التفاعل، وتهتم بتوظيف تقنيات الإنترنت مع إدارة المحتوى الموجود في شبكات التواصل، وتسهم في مشاركة المحتوى وتبادل المعلومات والأفكار.

يؤكد أحمد (٢٠٢١) على أن منصة البيانات الإلكترونية تعني تطوير وتقديم خدمات البريد والاتصالات الإلكترونية ذات نوعية مضمونة في ظروف موضوعية وشفافة وغير تمييزية في مناخ تنافسي مع ضمان المصلحة العامة.

يشير الحداد (٢٠٢٢) إلى أن المنصة الرقمية أو الإلكترونية هي البيئة التفاعلية التي تقوم بتوظيف جميع التقنيات المختلفة المرتبطة بالويب كما تجمع المنصة الإلكترونية بين مميزات أنظمة المحتوى وبين شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة مثل تويتر فيسبوك وغيرها.

يتضح مما سبق أن منصة البيانات الإلكترونية للشركات السياحية تدور حول استخدام الأعمال الإلكترونية في مجال السياحة والسفر، واستخدام تقنيات الإنترنت من أجل تفعيل عمل الموردين السياحيين والوصول إلى تسهيلات أكثر فعالية للمستهلكين السياحيين.

ثانياً: خصائص منصة البيانات الإلكترونية

يوضح علي (٢٠٢٠) خصائص منصة البيانات الإلكترونية من خلال الصفات والخصائص الأساسية التالية:

١. **قابلية استخدام المنصة على الأجهزة المحمولة:** يعني مفهوم Mobile-Friendly قابلية الموقع لنتم قراءة محتواه من خلال الأجهزة المحمولة واللوحية، وبهذا يمكن للمستخدم مشاهدة الفيديوهات، وقراءة النصوص والاستماع إلى المحتويات عبر هاتفه، سواء كان متواجداً في منزله، في وسائل النقل العامة أو حتى في أي مكان آخر.

٢. **قابلية تخصيص أسلوب التعلم:** ينمو سوق التعليم عن بُعد بشكل مستمر، وهذا يدل على حدة المنافسة في هذا المجال، وأن رواد الأعمال والمدرّبين بحاجة إلى بذل الجهود لتقديم المحتويات الغنية بالمعلومات ذات الجودة، والأهم من ذلك تقديم مزايا وفوائد للعملاء.
 ٣. **بيئة تعليمية افتراضية:** يجب على المنصة الإلكترونية أن تكون أكثر من مجرد مكان أو حيز ليتم وضعها فيه، بل يجب على هذه المنصة أن تتمتع بكافة المزايا والوظائف التي تسهل إدارة المعلومات بين الشركة والعملاء، وتتيح خدمة بيئة التعلم الافتراضية حدوث الاستفادة بشكل افتراضي دون أن يتوجب على أي شخص أن ينتقل من مكان لآخر.
 ٤. **الحرية في صياغة المحتوى:** يجب اختيار صيغة المحتوى التي تتناسب مع الخدمات التي تقدمها الشركة، وتتسجم مع رغبات وتفضيلات الجمهور.
 ٥. **أمان المعلومات:** مهما كان الناس معتادين على العمل من خلال الإنترنت أو ضمن الوسط الافتراضي، إلا أنه لا يزال هناك بعض الخوف أو عدم الثقة من الشراء أو حتى التعلم في الوسط الرقمي، وبالتالي يجب على العملاء المحتملين أن يفهموا من البداية أن الشركة تهتم كثيراً بناحية الأمن والأمان عبر المنصة، كما تعتمد على طرق آمنة للدفع، ولديها سياسات واضحة عن فترات استرجاع المال، وسهولة في إنهاء عمليات الشراء.
 ٦. **دعم العملاء والمسوقين:** بالنسبة للعملاء يجب أن تتم الإجابة على جميع تساؤلاتهم ومحاولة تلبية جميع احتياجاتهم وحل المشكلات التي تواجههم، وهذا كله يساعد الشركة على كسب رضاه، وبالنسبة للمسوق بالعمولة يجب عليه أن يتعرف على المزايا التي تتحقق له من الترويج والتسويق للخدمة السياحية، وكذلك التعرف على بعض الاستراتيجيات والتقنيات التي تساعد على الترويج الصحيح للمنصة الإلكترونية.
 ٧. **مجانية الاستعمال:** تستطيع الشركة من خلال الإنترنت العثور على خيارات لمنصات مجانية بالكامل ومنصات مأجورة بالكامل، ومنصات تدفع عندما تحقق مبيعات فقط، وهذا الأمر يدخل في تحديد صفات المنصة الإلكترونية.
- ينضج مما سبق تعدد خصائص منصة البيانات الإلكترونية التي تستخدمها الشركات السياحية، حيث تتمتع المنصة الإلكترونية بالحفاظ على المعلومات، والحرية في اختيار المحتوى، بالإضافة إلى أنها بيئة افتراضية يتم التعلم والاستفادة منها دون انتقال العملاء إلى مقر الشركة السياحية.

ثالثاً: تحسين أداء العاملين

تقوم فكرة تحسين أداء العاملين في الشركات السياحية على أساس علاج القصور أو الانحراف في الأداء الفعلي عن الأداء المستهدف والتي قد تعود إلى أي من عناصر الأداء، ومن ثم تتجه عمليات تحسين الأداء إلى علاج القصور في مدخلات أو عمليات أو مخرجات نظام الأداء أو فيها

مجتمعة، وكذلك تتجه إلى عملية تطوير الأداء بغرض الارتقاء بها إلى مستويات جديدة وأفضل من الكفاءة والفعالية، ويقصد بتحسين أداء العاملين بأنه: "استخدام جميع الموارد المتاحة لتحسين المخرجات وإنتاجية العمليات وتحقيق التكامل بين التكنولوجيا الصحيحة التي توظف رأس المال بالطرق المثلى، ويتطلب تحسين أداء العاملين بالشركة توازن مجموعة من العناصر المتمثلة في الجودة والإنتاجية والتكنولوجيا والتكلفة، وذلك لأن توازن هذه العناصر يؤكد توقعات واحتياجات أصحاب المصلحة في الشركة" (محمود، ٢٠١٥).

تتضمن أهداف عملية تحسين أداء العاملين تخطيط أداء الأفراد، ووضع أهداف بشكل ينظم ويتفق مع الأهداف التنظيمية، ووضع توقعات الأداء، وقياس الأداء الفعلي للشخص مقابل الأداء المستهدف، وتوافر الأسس لتمييز الشخص، وتوافر المعلومات عن أداء الشخص للعمل، وتحديد الاحتياجات التدريبية، وتحديد الأجور والمكافآت والرواتب والتغيرات في منصب وموقع الوظيفة (Emin & Ahya, 2007).

يتضح مما سبق أن العنصر البشري من أهم موارد الشركات السياحية والمحرك الأساسي للنهوض بالقطاع السياحي، والأكثر تأثيراً في إيراداتها، مما دفعها إلى زيادة الاهتمام بالموارد البشري والنظر إليه كشريك استراتيجي خاصة بعد التقدم التكنولوجي وتغير بيئة العمل والتحول الرقمي في القطاع السياحي، مما فرض على الشركات السياحية تحسين أداء العاملين للاستمرار والصمود أمام المنافسين من خلال الاعتماد على مجموعة أنظمة تمثل مفتاح نجاح الشركات في تشجيع العاملين لبذل المزيد من الجهود لتحقيق الاستخدام الأمثل للموارد المتاحة وتحسين الأداء وتعظيم الإيرادات السياحية، ويمكن تعريف تحسين أداء العاملين بأنه تلك العملية المنظمة والشاملة التي تهدف إلى علاج المشاكل التي يعاني منها المورد البشري في الشركة، والذي يحول دون وصولها إلى الأهداف المراد تحقيقها.

فرض الدراسة

تقوم هذه الدراسة على الفرض الآتي:

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد منصة البيانات الإلكترونية في تحسين أداء العاملين بالشركات السياحية في مصر.

منهج الدراسة

تتطلب طبيعة الدراسة الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي الذي يهتم بوصف الظاهرة وتحليلها للوصول إلى الاستنتاجات الدقيقة حول الظاهرة وتفسيرها، كما يهتم بوصفها وصفاً دقيقاً وتحليلها كميًا ونوعيًا، وربط المعلومات بالمشكلة وتفسيرها وتحليلها بطريقة تؤدي إلى الاستنتاجات الدقيقة حول المشكلة وطرق علاجها، وتستعرض الباحثة منهجية الدراسة من خلال توضيح متغيرات

الدراسة وأبعادها، وتحديد نوع ومصادر البيانات ومجتمع وعينة الدراسة، وأساليب جمع البيانات، وأساليب التحليل الإحصائي التي تم الاعتماد عليها في تحليل بيانات الدراسة الميدانية.

عينة الدراسة

طبقت الدراسة على (١٢٥) شركة سياحية بمحافظة القاهرة موضع الدراسة والتطبيق، وتم تحديد عدد الشركات السياحية نظراً لصعوبة التطبيق على جميع الشركات السياحية بمحافظة القاهرة البالغ عددها (١٢١٩) شركة سياحية، كما تم تحديد محافظة القاهرة نظراً لتواجد المكاتب الرئيسة الكبرى للشركات السياحية بها.

اعتمدت الدراسة على عينة عشوائية من العاملين بالشركات السياحية موضع الدراسة والتطبيق، ويبلغ عدد العاملين في هذه الشركات السياحية (٨٥٣٣) مفردة، وبالكشف في جداول تحديد حجم العينة عند مجتمع بحث (١٠٠٠٠)، تبين أن حجم العينة يبلغ (٣٨٤) مفردة، وتم توزيع (٤٠٠) استمارة استبيان على العاملين، وبلغ عدد الاستمارات الصحيحة (٣٨٤) استمارة استبيان بنسبة (٩٦%)، وذلك للتعرف على آرائهم ومقترحاتهم بشأن أبعاد المتغيرات موضع الدراسة.

الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة

تم استخدام اختبار تحليل الانحدار المتعدد لقياس أثر المتغير المستقل على المتغير التابع، والتعرف على القدرة التفسيرية للمتغير المستقل على المتغير التابع من خلال طريقة (Stepwise) لاختبار مدى صحة الفروض الفرعية، ويستخدم لتحديد أكثر المتغيرات المستقلة تأثيراً في المتغير التابع والتعرف على القدرة التفسيرية للمتغيرات المستقلة على المتغير التابع.

نتائج الدراسة

ينص فرض الدراسة على: "يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد منصة البيانات الإلكترونية في تحسين أداء العاملين بالشركات السياحية في مصر".

تم استخدام اختبار تحليل الانحدار المتعدد للتعرف على مدى أثر أبعاد استخدام منصة البيانات الإلكترونية في تحسين أداء العاملين بالشركات السياحية في مصر، ويوضح الجدول رقم (١) نتائج معاملات الارتباط المتعدد لأثر أبعاد استخدام منصة البيانات الإلكترونية في تحسين أداء العاملين بالشركات السياحية في مصر كما يلي:

جدول رقم (١)

نتائج معاملات الارتباط لأثر أبعاد استخدام منصة البيانات الإلكترونية في تحسين أداء العاملين بالشركات السياحية في مصر

الأبعاد المؤثرة	قيمة (R)	قيمة (R ²)	قيمة Adjusted (R ²)	الخطأ المعياري	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (F)	مستوى الدلالة
تطبيقات الهواتف الذكية	٠.٨٩٩	٠.٨٠٩	٠.٨٠٨	٢.٣١٦٣١	١٦٨٥٩.٨٦١	١	١٦٨٥٩.٨٦١	٣١٤٢.٤٠٤	٠.٠١
					٣٩٩١.٧٦٥	٧٤٤	٥.٣٦٥		
					٢٠٨٥١.٦٢٦	٧٤٥	-		
تكنولوجيا المعلومات والاتصال	٠.٩١٠	٠.٨٢٨	٠.٨٢٧	٢.١٩٩٧٥	١٧٢٥٦.٣٣١	٢	٨٦٢٨.١٦٦	١٧٨٣.٠٨٨	٠.٠١
					٣٥٩٥.٢٩٥	٧٤٣	٤.٨٣٩		
					٢٠٨٥١.٦٢٦	٧٤٥	-		
التحول الرقمي	٠.٩١٠	٠.٨٢٨	٠.٨٢٨	٢.١٩٥٤٥	١٧٢٧٥.١٨٢	٣	٥٧٥٨.٣٩٤	١١٩٤.٦٨٦	٠.٠١
					٣٥٧٦.٤٤٤	٧٤٢	٤.٨٢٠		
					٢٠٨٥١.٦٢٦	٧٤٥	-		

يتضح من الجدول رقم (١) أن القدرة التنبؤية للأبعاد الآتية: (تطبيقات الهواتف الذكية، تكنولوجيا المعلومات والاتصال، التحول الرقمي) على تحسين أداء العاملين بالشركات السياحية في مصر بلغت (٨٠.٨%، ٨٢.٧%، ٨٢.٨%) على التوالي، وأن قيمة (F) بلغت (٣١٤٢.٤٠٤، ١٧٨٣.٠٨٨، ١١٩٤.٦٨٦) على التوالي، وهي قيم دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٠١)، مما يشير إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية لهذه الأبعاد على تحسين أداء العاملين بالشركات السياحية في مصر، لذا يمكن التنبؤ بتحسين أداء العاملين بالشركات السياحية في مصر من تطبيقات الهواتف الذكية وتكنولوجيا المعلومات والاتصال والتحول الرقمي، حيث أسهم بُعد تطبيقات الهواتف الذكية في تفسير (٨٠.٩%) من تباين تحسين أداء العاملين بالشركات السياحية في مصر، وأسهم بُعد تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تفسير (٨٢.٨%) من تباين تحسين أداء العاملين بالشركات السياحية في مصر، وأسهم بُعد التحول الرقمي في تفسير (٨٢.٨%) من تباين تحسين أداء العاملين بالشركات السياحية في مصر، ويوضح الجدول رقم (٢) نتائج تحليل الانحدار المتعدد لأثر أبعاد منصة البيانات الإلكترونية على تحسين أداء العاملين بالشركات السياحية في مصر كالاتي:

جدول رقم (٢)

نتائج تحليل الانحدار المتعدد لأثر أبعاد منصة البيانات الإلكترونية على تحسين أداء العاملين بالشركات السياحية في مصر

الأبعاد المؤثرة	معاملات الانحدار غير المعيارية (B)	الخطأ المعياري لمعاملات النموذج	معاملات الانحدار المعيارية (Beta)	قيمة (T) لمعاملات النموذج	مستوى الدلالة
تطبيقات الهواتف الذكية	٠.٥٢٩	٠.٠٢٥	٠.٦٦١	٢١.٣٢١	٠.٠٠١
تكنولوجيا المعلومات والاتصال	٠.١٤٣	٠.٠٢٨	٠.١٩٩	٥.١٨٣	٠.٠٠١
التحول الرقمي	٠.٠٦٤	٠.٠٣٢	٠.٠٨٣	١.٩٧٨	٠.٠٠٥

يتضح من الجدول رقم (٢) وجود أثر إيجابي دال إحصائياً عند مستوى (١%) لُبُعدَي تطبيقات الهواتف الذكية وتكنولوجيا المعلومات والاتصال على تحسين أداء العاملين بالشركات السياحية في مصر محل الدراسة والتطبيق، حيث بلغت قيم معامل الانحدار المحسوبة (٠.٦٦١، ٠.١٩٩)، وبلغت قيم "T" (٢١.٣٢١، ٥.١٨٣) على التوالي، كما بلغت قيم التأثير لهذه الأبعاد على تحسين أداء العاملين بالشركات السياحية في مصر (٠.٥٢٩، ٠.١٤٣) على التوالي، كما يتضح وجود أثر إيجابي دال إحصائياً عند مستوى (٥%) لُبُعد التحول الرقمي على تحسين أداء العاملين بالشركات السياحية في مصر محل الدراسة والتطبيق، حيث بلغت قيمة معامل الانحدار المحسوبة (٠.٠٨٣)، وبلغت قيمة "T" (١.٩٧٨)، كما بلغت قيمة تأثير التحول الرقمي على تحسين أداء العاملين بالشركات السياحية في مصر (٠.٠٦٤)، وبهذا يعد بُعد تطبيقات الهواتف الذكية أفضل أبعاد منصة البيانات الإلكترونية في التأثير على تحسين أداء العاملين بالشركات السياحية في مصر يليه بُعد تكنولوجيا المعلومات والاتصال، ثم بُعد التحول الرقمي، ويوضح الجدول رقم (٣) نتائج تحليل الانحدار المتعدد لأبعاد منصة البيانات الإلكترونية غير المؤثرة على تحسين أداء العاملين بالشركات السياحية في مصر كما يلي:

جدول رقم (٣)

نتائج تحليل الانحدار المتعدد لأبعاد منصة البيانات الإلكترونية غير المؤثرة على تحسين أداء العاملين بالشركات السياحية في مصر

الأبعاد غير المؤثرة	قيمة (Beta)	قيمة (T)	مستوى الدلالة	الارتباط الجزئي
البيانات الضخمة	٠.٠٤٥	٠.٩٠٠	٠.٣٦٨	٠.٠٣٣
تطبيقات الواقع الافتراضي	٠.٠١٨-	٠.٤٢٦-	٠.٦٧٠	٠.٠١٦-

يتضح من الجدول رقم (٣) عدم وجود أثر دال إحصائياً لُبُعدي البيانات الضخمة وتطبيقات الواقع الافتراضي على تحسين أداء العاملين بالشركات السياحية في مصر محل الدراسة والتطبيق، وبالتالي لا يؤثر بُعدي البيانات الضخمة وتطبيقات الواقع الافتراضي بدرجة مرتفعة على تحسين أداء العاملين بالشركات السياحية في مصر.

نتائج الدراسة

١. وجود أثر إيجابي دال إحصائياً عند مستوى (١%) لُبُعدي تطبيقات الهواتف الذكية وتكنولوجيا المعلومات والاتصال على تحسين أداء العاملين بالشركات السياحية في مصر محل الدراسة والتطبيق.
٢. وجود أثر إيجابي دال إحصائياً عند مستوى (٥%) لُبُعدي التحول الرقمي على تحسين أداء العاملين بالشركات السياحية في مصر محل الدراسة والتطبيق.
٣. عدم وجود أثر دال إحصائياً لُبُعدي البيانات الضخمة وتطبيقات الواقع الافتراضي على تحسين أداء العاملين بالشركات السياحية في مصر محل الدراسة والتطبيق.

توصيات الدراسة

- في ضوء النتائج العامة للدراسة يمكن تقديم بعض التوصيات التي تساهم في تحسين أداء العاملين كالاتي:
١. ضرورة دعم الإدارة العليا في الشركات السياحية لاستخدام منصة البيانات الإلكترونية لاستقطاب وتوظيف الموارد البشرية وفق مهاراتها وقدراتها على معالجة المعلومات المتاحة لتقييم أداء الشركات واتخاذ القرارات التي تعظم الإيرادات السياحية.
 ٢. تصميم برامج لإنتاج الأفكار الإبداعية بما يساهم في تعظيم إيرادات الشركات السياحية، وتحقيق رضا وثقة العملاء والعاملين مع مراعاة الاعتماد على تلك الأفكار الإبداعية في برامج التقييم السنوية.
 ٣. تطوير المواقع الإلكترونية للشركات السياحية من خلال الانتقال إلى الرقمنة بدأ من طرح الأفكار من داخل وخارج الشركة عن طريق التنسيق بين الدولة وشركات السياحة لدعم الأفكار الريادية التي تساعد في دعم السياحة وتعظيم الإيرادات السياحية.
 ٤. دعم الإدارة العليا للبحوث والتطوير في الشركات السياحية موضع الدراسة والإهتمام بها في استثمار الأموال التي تساهم في زيادة ربحية الشركة.

مراجع الدراسة

- أحمد، إيمان (٢٠٢١). السياحة والتحول الرقمي. تاريخ الدخول ٢٠-٧-٢٠٢٢، رابط الموقع <https://travelpostonline.com>
- حجي، محمد (٢٠١٨). الثورة الرقمية "تقلية نوعية في صناعة السياحة". تاريخ الدخول ٦-٢٨-٢٠٢٢، رابط الموقع: <https://lusailnews.net/article>
- خليفة، علاء (٢٠١٩). التحول الرقمي في قطاع السياحة. تاريخ الدخول ٦-٢٦-٢٠٢٢، رابط الموقع: <https://www.abou-alhool.com/arabic1/details.php>
- خليفي، عيسى وفرحات، سميرة (٢٠١٦). أثر الاستثمار السياحي على السياحة الداخلية في الجزائر. مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات الإدارية والاقتصادية جامعة القدس المفتوحة، المجلد (٢)، العدد (٦)، ص ١١٩-١٤٢.
- عبدالله محمد الحداد، منى (٢٠٢٢). المنصة الرقمية أو الإلكترونية. تاريخ الدخول ١٥-٧-٢٠٢٢، رابط الموقع: <https://portal.arid.my>
- عمر، محمد (٢٠١١). صناعة السياحة وأهميتها الاقتصادية. مجلة الدراسات الإنسانية جامعة دنقلا بالسودان، العدد (٥)، ص ٩٤-١١٦.
- محمود، حازم مصطفى محمد (٢٠١٥). دور السعادة في العمل في تحسين الأداء. المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، المجلد (٦)، العدد (١)، ص ٢٠١-٢٢٠.
- Callum, G. (2021). Towards a fully functional integrated photonic-electronic platform via a single SiGe growth step. *Journal of Scientific Reports*, 6(1), Pp. 1-7.
- Emin, K. & Ahya, H. (2007). The Effects of Job Characteristics and Working Conditions on Job Performance. *International Journal of Industrial Ergonomics*, 37(1), Pp. 5-17.
- Kawal, N. (2020). Competitive excellence and its impact on improving tourism revenues. *International Journal of Human-Resource Management*, 26(4), Pp. 501-519.
- Yustisia, K. (2022). Tourism and Original Local Government Revenue in Indonesia Tourism Provinces: The Java Island Experience. *Journal of Sys Rev Pharm*, 11(9), Pp. 745-750.
- Zakery, A. & Afrazeh, A. (2022). The quality of training and its impact on raising production efficiency and increasing revenues in industrial companies. *Journal of Industrial & Labor Relations Review*, 4(2), Pp. 422-452.



**Journal of Association of Arab Universities
for Tourism and Hospitality (JAAUTH)**

journal homepage: <http://jaauth.journals.ekb.eg/>



The Impact of Using the Electronic Data Platform in Improving the Performance of Employees in Tourism Companies in Egypt

Radwa Mohamed Zarzor Nadia Hussein Ahmed Maher Nevin Galal Ibrahim Eid

Tourism Studies Department Faculty of Tourism and Hotels Suez Canal University

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Keywords:

electronic data platform; employee performance ; tourism companies in Egypt.

(JAAUTH)

Vol. 24, No. 2,

(June 2023),

PP.132 -143.

This study aims to identify the use of the electronic data platform (information and communication technology, digital transformation, big data, virtual reality applications, smart phone applications) and its impact on improving the performance of employees in the application on tourism companies in Egypt. The study sample consisted of (384) individuals from The employees of the tourism companies in Cairo Governorate, as it consisted of (362) individual clients and the study used the descriptive analytical approach and also used two questionnaire lists to identify the opinions of the study sample and the results of the study concluded that there was a statistically significant positive effect at the level (0.01) for the dimensions of the electronic data platform (smart phone applications, information and communication technology) to improve the performance of employees of tourism companies in Egypt and there is a statistically significant positive effect at the level (0.05) of the digital transformation dimension on improving the performance of employees in tourism companies in Egypt and there is no statistically significant effect of the two dimensions of big data and virtual reality applications on improving the performance of employees in tourism companies in Egypt. The study recommended the need in tourism companies to use the electronic data platform, design programs to produce creative ideas that contribute to maximizing the revenues of tourism companies, develop websites for tourism companies through the transition to digitization and for research and development in tourism.