

## أثر الذكاء الاصطناعي في تحسين مستوى الأداء لإدارة الموارد البشرية بالتطبيق علي القطاع الفندقى و السياحى

عايده فايز صابر <sup>1</sup> مدرس بقسم ادارة الضيافة بالمعهد العالى للسياحة والفنادق بمدينة بدر	هاني عاطف قزمال <sup>2</sup> استاذ مساعد بقسم ادارة الضيافة بالمعهد العالى للسياحة والفنادق ايجوث الاقصر	عزة محمد سيد مسعود <sup>3</sup> أستاذ الدراسات السياحية بالمعهد العالى للدراسات النوعية – مصر الجديدة وعميد المعهد المصري العالى للسياحة مصر الجديدة	دعاء جمال أحمد <sup>4</sup> مدرس بقسم الدراسات السياحية بمعهد سيناء العالى للدراسات النوعية بالعريش والإسماعيلية
---	--	---	--

### مستخلص

يهدف البحث الحالي إلى توضيح وقياس أثر الذكاء الاصطناعي في تحسين مستوى الأداء لإدارة الموارد البشرية، بالتطبيق علي القطاع الفندقى والسياحى نظرا لأهمية هذين البعدين اللذان يعدان الركيزة الأساسية في أي منظمه إنتاجيه لكى تتمكن من تقديم الخدمات التي تشبع حاجات العميل وترضى رغباته ، لذا تبنى البحث في إطاره النظري والميداني بعد الذكاء الاصطناعي بوصفه متغيرا رئيسيا على مستوى الاداء لإدارة الموارد البشرية بوصفه متغير تابع ، ووضع مخطط افتراضي للبحث يعكس طبيعة علاقه الارتباط والأثر بين الذكاء الاصطناعي من جهة وتحسين مستوى الاداء لإدارة الموارد البشرية من جهة أخرى ، ونتج عنه بعض من الفرضيات الرئيسية التي تم اختبارها باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS) من خلال البيانات المجمعة من استمارة استبيان مدراء إدارة الموارد البشرية بشركات السياحة وقطاع الفنادق ، وتوصل البحث إلى وجود علاقة ارتباط معنوي ايجابي بين الذكاء الاصطناعي واداء ادارة الموارد البشرية.

**الكلمات المفتاحية:** الذكاء الاصطناعي، ادارة الموارد البشرية، القطاع السياحى، القطاع الفندقى

### مقدمة

لقد فرض التطور السريع في النظم الإدارية والتنافسية العالمية ضرورة الاهتمام بأنشطة الموارد البشرية من حيث المحتوى والأسلوب يمثل العنصر البشري المؤهل والمحفز رأس المال الحقيقي للمؤسسات الرائدة ، وتساهم المنظومات التدريبية علي اختلاف أشكالها وتنوع أساليبها إلي تحقيق التراكم المعرفى والمهارى والسلوكى لذي المتدربين وصولا إلي تحقيق الإبداع والتميز ومن ثم التنمية المستدامة ، وقد بدأت تقنيات الذكاء الاصطناعي بالتأثير بالفعل علي قطاع الموارد البشرية وعمليات التوظيف ، وذلك من خلال تدريب وتطوير مفصلة لكل موظف انطلاقا من عمليات تجري في الخلفية ، وأصبحت المؤسسات العالمية تبني برامجها علي ما يسمى التطوير الذكي وهي استراتيجيه تهتم بربط منظومة التطوير في جميع مراحلها بمجموعة من المعايير الحاكمة ، بحيث نضمن أن الاستثمار في التطوير والتدريب سوف يحقق النتائج المحددة والمخطط لها سابقا ، مستخدمين بعض النظم الخبيرة والذكاء الاصطناعي في تنفيذ بعض مراحلها ، فبدءا من تحليل وتحديد الاحتياجات التدريبية مرورا بتصميم البرامج وتنفيذها وانتهاء بتقويمها ، وفق معايير محددة يحكمها مؤشرات قابلة للقياس.

### مشكلة البحث

تسعى معظم المؤسسات في الدول النامية إلى التطور والتقدم، لعدم قدرتها على التفاعل والتعامل مع معطيات هذا العصر ومجاراته، في وقت لم يعد هناك بديل آخر لتلك المؤسسات سوى التوجه إلى الذكاء الصناعي، فهو نمط جديد ومختلف تماماً عن الإدارة التقليدية لما يقدمه من إمكانيات جديدة وفريده، يصعب الاستغناء عن استخدامها، حيث أصبحت معظم الإدارات تعتمد على استخدام التكنولوجيا الحديثة في جميع أعمالها الإدارية من تخطيط، تنظيم، توجيه، ورقابة إلكترونية (خطابية، 2015). فم تعد المشكلة في الإدارة التقليدية المتمثلة في إدارة الأفراد والأعمال الإدارية فقط، بل هي مواجهه القادة الأكاديميين في مقدرتهم على التطور المستمر للمؤسسة واكتسابها خبرات متزايدة في الكم الهائل من المتغيرات الخارجية السريعة في بيئة العمل المحيطة بها. لذا أصبح الاعتماد على تقنية المعلومات والاتصالات هي الأساس التي تنطلق منها الإدارات الحديثة، حيث جاءت هذه الدراسة تحقيقاً لتوصيات دراسة Chang، (2017)، ودراسة Nadimpalli، (2019) بضرورة الاهتمام بموضوع الذكاء الصناعي وأثره في رفع كفاءة النظم الإدارية لإدارة الموارد البشرية وفي ظل توافر هذا التقدم التكنولوجي الكبير، جاءت هذه الدراسة لتكشف عن دور الذكاء الاصطناعي في رفع كفاءة النظم الإدارية لإدارة الموارد البشرية بالقطاع السياحي والفندقي، وتكمن مشكلة الدراسة في التساؤل: ما دور الذكاء الاصطناعي في رفع كفاءة النظم الإدارية لإدارة الموارد البشرية بالقطاع السياحي والفندقي، ويهدف البحث الي:

- تحديد مفهوم وأهمية الذكاء الاصطناعي كاتجاه عالمي معاصر.
  - التعرف علي فرص تطبيق تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال السياحة
  - استعراض أهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال السياحة حول العالم
  - التعرف علي العلاقة بين أداء الموارد البشرية وتكنولوجيا المعلومات والاتصال في القطاع السياحي
  - التعرف علي كيفية تحسين أداء ادارة الموارد البشرية من خلال تقنيات الذكاء الاصطناعي
- وتكمن اهمية البحث في تناول إحدى المهارات الأساسية والضرورية لنجاح المنظمة وهي استراتيجيات إدارة الصراع التي تتبعها إدارة الموارد البشرية، حيث أن القدرة على إدارة الصراع هي إحدى العوامل الهامة في نجاح المنظمات بصفة عامة ومنظمات القطاع السياحي بصفة خاصة وذلك لاعتمادها بشكل رئيسي على الموارد البشرية في أداء خدماتها وتحقيق أهدافها لذلك تحاول الدراسة الوقوف على طبيعة الاستراتيجيات المتبعة في هذا القطاع.

### منهجية البحث:

وقد اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي لوصف موضوع الدراسة وصفاً شاملاً من خلال جمع البيانات وتحليلها حول استراتيجيات الموارد البشرية بالقطاع السياحي في حل هذه الصراعات ومتطلبات نجاح هذه الاستراتيجيات، واعتمد البحث على أداة الاستبيان، والمقابلات الشخصية لكل مديري الموارد البشرية في المنظمات الممثلة لمجتمع البحث بالإضافة إلى العاملين في هذه المنظمات حيث تم إجراء الدراسة الميدانية على الفنادق الخمس نجوم بمدينة القاهرة التي توفر خدمات سياحة وفندقية متميزة بالإضافة إلى عينة من شركات

السياحة (فئة أ) بالقاهرة. وقد اعتمد البحث أسلوب الحصر الشامل لمجتمع الدراسة والذي تم بالفعل مع الفنادق الخمس نجوم بالقاهرة والتي يبلغ عددها 29 فندق تم توزيع الاستبيانات على مديري الموارد البشرية بها وكانت الاستجابة من عدد 26 فندق أي بنسبة ( 90% تقريباً) وكان عدد الاستثمارات غير الصالحة للتحليل ستة استثمارات، أما بالنسبة لشركات السياحة فقد تعذر دراسة مجتمع البحث كاملاً 1241 شركة فئة أ بمدينة القاهرة لذا قد تم اختيار عينة عشوائية بنسبة 10% من هذه الشركات (124 شركة) تم توزيع الاستبيانات على مديري الموارد البشرية بها وكانت الاستجابة من 95 شركة أي بنسبة ( 77%) وكانت الاستثمارات غير الصالحة للتحليل خمس استثمارات، وقد تم إجراء المقابلات الشخصية مع مديري الموارد البشرية في المنظمات محل الدراسة بالإضافة إلى بعض العاملين بهذه المنظمات، كما تم استخدام بعض الأساليب الإحصائية للتمكن من تحليل البيانات واستخلاص النتائج مثل التكرارات والنسب المئوية والمتوسطات الحسابية .

### الإطار النظري

#### مفهوم الذكاء الاصطناعي

ينظر للذكاء الاصطناعي علي انه عملية محاكاة للذكاء البشري عبر أنظمة الكمبيوتر، من خلال محاولة تقليد سلوك البشر ونمط التفكير والية اتخاذ القرار، ويتم ذلك عن طريق دراسة السلوك من خلال عدد من التجارب والتصرفات، ووضع الافراد في مواقف سلوكية معينة ومراقبة افعالهم وردود الافعال ونمط التفكير، ثم محاولة محاكاة طريقة التفكير والية اتخاذ القرار من خلال الاستعانة بأنظمة الكمبيوتر شديدة التعقيد، ولا يجب ان نعتقد ان مجرد وجود برمجية معينة تعمل من خلال احد الخوارزميات، وتقوم بمهام معينة هي نوع من الذكاء الاصطناعي فإطلاق مصطلح الذكاء الاصطناعي علي نظام حاسوبي معين يجب ان يتوافر به ثلاث خصائص رئيسية وهي (خليفة، 2017) :

1- القدرة على التعلم، من خلال اكتساب المعلومات ووضع قواعد استخدامها.  
2- إمكانية جمع وتحليل البيانات والمعلومات وخلق علاقات فيما بينها ، ويساعد علي ذلك التوسع المتنامي في البيانات العملاقة .

3- اتخاذ القرارات بالاعتماد على عملية تحليل البيانات.

#### التأثير المتوقع للذكاء الاصطناعي في مستقبل منظمات الاعمال:

لم يعد الذكاء الاصطناعي ينظر اليه كوسيلة لإتمام العمليات بهدف زيادة الكفاءة الانتاجية وانما تكنولوجيا ناشئة تساهم في التغلب علي التحديات والمنافسة المحلية والعالمية وتلعب دورا هاما من خلال توقع السيناريوهات المحتملة والازمات المستقبلية مما يؤدي لتحول جذري في نماذج الاعمال والمشروعات ومن هنا برزت ادوات الذكاء الاصطناعي كقوة دافعه رئيسية لتعزيز الاداء التنظيمي (محمد ومحمد، 2020) ، بلغ الاستثمار الخاص في مجال الذكاء الاصطناعي اكثر من 6,5 مليار يورو في اسيا واكثر من 12 مليار يورو في امريكا الشمالية مما

يؤكد زيادة الاهتمام بالذكاء الاصطناعي وبالتالي نمو استخدامه بشكل كبير، وتتمثل أهم الجوانب الايجابية التي تؤثر فيها تطبيقات الذكاء الاصطناعي في منظمات الاعمال فيما يلي:

1- رفع كفاءة ودقة التوقعات المستقبلية حيث يلعب الذكاء الاصطناعي دوراً محورياً في خلق بيئة عمل أكثر قابلية للتنبؤ و اقل مخاطرة من خلال استخدام مجموعة من الخوارزميات المعقدة تمكنها من التعامل مع قدر كبير من البيانات الضخمة والمتباينة ومعالجتها في زمن قياسي للتنبؤ بالأوضاع المالية والتنافسية للمشروعات ، حيث تدعم هذه الميزة جهودها في الكشف عن الفرص المتاحة والمخاطر المحتملة المستقبلية (Fernandez, 2019) مثل:

2- القدرة على القيام بالتخطيط وتحليل المشكلات باستخدام المنطق

3- القدرة على معالجة كم هائل من البيانات في نفس الوقت

4- إيجاد الحلول للمشكلات غير المألوفة باستخدام قدراتها المعرفية

5- فهم المدخلات وتحليلها جيداً وتقديم مخرجات تلبي حاجة المستخدم بكفاءة عالية

6- الآثار الاقتصادية للذكاء الاصطناعي على تقليل التكلفة وتغيير أنماط الاستهلاك والإنتاج وتحسين الإنتاجية فقط، بل تمتد إلى تحقيق معدلات نمو اقتصادي مرتفعة من خلال الاستثمار الذكي في مختلف القطاعات (ماجد والياشمي، 2018)، وعلى الرغم من إيجابيات الذكاء الاصطناعي، إلا أن عدداً من التحديات التي تواجه المنظمات عند قيامها باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وهي:

- غياب استراتيجية واضحة للذكاء الاصطناعي
  - غياب المواهب من أصحاب المهارات الملائمة لأعمال الذكاء الاصطناعي.
  - البيئات الوظيفية المنعزلة (العمل المنفرد)، غياب حماس القادة لفكر الذكاء الاصطناعي والالتزام به
  - غياب البنية التحتية التكنولوجية لدعم الذكاء الاصطناعي، نقص البيانات المتاحة، التوقعات غير المؤكدة او المنخفضة لعائد الاستثمارات في الذكاء الاصطناعي. (المجلس الوطني للذكاء الاصطناعي، 2019)
- كما انه على الرغم من المزايا والخصائص السابقة لاستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي إلا أن البعض يرى أن التوسع في تطبيقات الذكاء الاصطناعي قد يؤدي بشكل كبير الى ضعف الاعتماد على العنصر البشري مستقبلاً حيث أن زيادة الاعتماد المتزايد على الذكاء الاصطناعي قد يؤدي الى خسارة الكثير من الوظائف التي كانت تعتبر وظائف بشرية بشكل حصري.

**أهمية استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في تقديم الخدمات السياحية:**

وإيماناً من منظمة السياحة العالمية بأهمية التحول الرقمي والاعتماد على التكنولوجيا الحديثة في مختلف مجالات العمل السياحي، فقد قامت المنظمة مع العالم أجمع بالاحتفال بيوم السياحة العالمي لعام 2018 تحت شعار "السياحة والتحول الرقمي" حيث تم تسليط الضوء على أهمية التطورات والابتكارات التكنولوجية في تواصل النمو في قطاع السياحة، كما تم تسليط الضوء على الحاجة إلى الاستثمار في تكنولوجيات رقمية يمكنها خلق بيئة صالحة للإبداع والريادة في مجال السياحة.

- ذكر بظاظو ( 2018) أن هناك العديد من تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال السياحة من أمثلتها:
- إدارة المواقع التراثية والثقافية بشكل رقمي بهدف الوصول الى تحقيق الاستدامة في عمليات التنمية والتطوير
  - توفير أشكال متعددة في تصميم الفنادق بصورة تلبي احتياجات وتوقعات السائح بصورة مثلى.
  - مساعدة كل من المطارات وشركات الطيران على الارتقاء بجودة خدماتها وزيادة معدلات الأمن والسلامة.
  - زيادة انتشار مفهوم المتاحف الرقمية أو الافتراضية والتوسع في تقنيات الواقع الافتراضي وكتيبات الارشاد السياحي الرقمية متعددة اللغات.
- وتتعدد تطبيقات الذكاء الاصطناعي في مجال السياحة مثل روبوتات الدردشة التي تستخدمها معظم المنشآت السياحية والفندقية في الإجابة المباشرة على استفسارات السائحين بشكل فوري وعلى مدار الساعة، كما يمكن استخدام الذكاء الاصطناعي في توقع الخدمات السياحية التي سيطلبها السائح من خلال قاعدة بيانات المنشأة التي يتم فيها تخزين رغبات، واحتياجات السائح من الزيارات السابقة، وكذلك إمكانية استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في توفير كافة متطلبات السائح التي طلبها عند قيامه بالحجز الفندقي مثل أنواع المأكولات، ومواعيدها ودرجة حرارة الغرفة وما الى ذلك، وكذلك تقنية التعرف على الوجوه لتحديد هوية الشخص عند تسجيل دخول الفندق (Gidumal, 2020)، وقد اهتمت الكثير من المنشآت السياحية والفندقية بالإعلان عن خدماتها من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، بل وتشرك العميل في اعداد الخدمة السياحية التي تتناسب مع احتياجاته وكذلك التعرف على أوجه القصور والضعف في الخدمات المقدمة، على أن تراعي تلك المنشآت تقديم المعلومات التي تتسم بالمصداقية ومتابعة رد فعل العملاء وتعليقاتهم تجاه محتوى الإعلان والخدمات التي يتم تقديمها (هارون، 2017).
- تعتبر تطبيقات الهاتف الذكي من أبرز الأمثلة لتقنيات الذكاء الاصطناعي، والتي يستفيد منها الكثير من المسافرين والسائحين عند زيارتهم لمختلف المقاصد السياحية ومن أبرز الأمثلة لتلك التطبيقات تطبيق خرائط جوجل Google Maps والذي يفيد السائح والمسافر في التنقل بشكل أسرع وأسهل من خلال التغلب على الكثافة المرورية ومعرفة الوقت المقدر لموصول واكتشاف الأماكن والتعرف عليها وكأنك من السكان المحليين.
- كما يمكن استعراض بعض التطبيقات الأخرى لتقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال السياحة ( Tuo, et. al, ) (2021).

- وفرت العديد من الفنادق إمكانية تسجيل الدخول Check in باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في خلال 30 ثانية في ثلاث خطوات تتضمن مسح هوية النزيل من خلال جهاز خاص بذلك، ثم تأكيد عملية التسجيل، ثم الحصول بشكل تلقائي على مفتاح الغرفة.
- تعتمد المواقع الالكترونية الكبرى المتخصصة في حجز الخدمات السياحية على قواعد بيانات تتضمن بيانات لا حصر لها عن موردي الخدمات السياحية حول العالم، وتتم عملية البحث على هذه المواقع من

خلال تقنيات الذكاء الاصطناعي بحيث يمكنها تلبية رغبات واحتياجات السائحين بشكل متميز وفقاً للمعايير التي يحددها العميل

- كما تعتبر سماعه WT2 من أحدث تطبيقات الذكاء الاصطناعي التي يمكن الاستفادة منها بشكل كبير في مجال السياحة والسفر، حيث تتيح هذه السماعه للسائح أو المسافر إمكانية التحدث مع أي شخص بلغة لا يعرفها السائح، وبالتالي تتيح تجربة سياحية مميزة للسائح دون الحاجة لوجود مترجم أو مرشد سياحي.

#### إدارة الموارد البشرية:

يمكن تعريف إدارة الموارد البشرية بأنها: العملية التي يجب أن يقوم بها كل مدير تنفيذي في المنظمة بدأ بتحديد الاحتياجات المستقبلية من القوى البشرية كما وكيفا، ومروراً بانتقاء أفضل العناصر المتقدمة لشغل الوظائف، وتقييم أدائهم وتحديد احتياجاتهم التدريبية وقيامه بالأمر الخاصة (عبدالوهاب، 2010)، باقتراح ترفيهم وتحفيزهم وظائفهم الفرعية تحقيقاً للحصول على العناصر البشرية ذات الكفاءة العالية والإبقاء عليها.

#### أهداف إدارة الموارد البشرية :

إن الهدف العام والأساسي من إدارة الموارد البشرية هو مساعدة الأفراد العاملين في المؤسسات، وكذا تزويد المؤسسات بالموارد البشرية الملائمة لها، ومن هنا يمكن استخلاص عدة مستويات لأهداف إدارة الموارد البشرية وهي كالتالي:

#### الأهداف على مستوى المجتمع

وتتمثل في تحقيق أهداف المجتمع عن طريق الاستخدام الأمثل للموارد البشرية لكفاءتهم وقدراتهم بهدف تطوير المؤسسة بشكل خاص، وتطوير نمو المجتمع في جميع جوانبه وتراعى إدارة الموارد البشرية بعض المحددات الاجتماعية والقوانين الخاصة بالعمل والعاملين (عبد الرحيم، 2011).

كما تعمل إدارة الموارد البشرية على تحقيق مجموعة من الأهداف الاجتماعية والأخلاقية، وذلك استجابة للمتطلبات والاحتياجات والتحديات الاجتماعية؛ حيث تسعى إلى تقليص الآثار السلبية والمعوقات البيئية التي تواجه المؤسسة (مانع، 2015).

تعمل على المحافظة على التوازن بين الفرص المتاحة للعمل والطاقات البشرية التي بإمكانها التقدم للحصول على هذه الفرص، ومساعدة أفراد المجتمع في إيجاد أفضل الأعمال وأكثرها إنتاجية بالنسبة لكل منهم، وبالشكل الذي يجعلهم سعداء ومتحمسين للعمل، كذلك تمكين أفراد المجتمع من استثمار طاقاتهم بالشكل الجيد والحصول على مقابل عادل لهذا الاستثمار وصيانة الموارد البشرية والمحافظة عليها من سوء الاستخدام، إضافة توفير المناخ التنظيمي الذي يمكن أفراد المجتمع من التعبير بحرية عن أفكارهم، بأسلوب يحقق التطور الاجتماعي، والثقافي لأفراد المجتمع (القحطاني، 2008).

#### الأهداف على مستوى الوظيفة:

الحفاظ على مساهمة إدارة الموارد البشرية بالمستوى المناسب لاحتياجات التنظيم، أي أنه على إدارة الموارد البشرية أن تراعى المستوى التنظيمي الذي تقدم إليه خدماتها، وبالتالي تقوم بإشباع حاجاته بدون زيادة أو نقص؛

حيث أن ذلك يؤدي إلى عدم الاستخدام الأمثل للموارد البشرية المتاحة للمنظمة (سردار، 2016)، وتوظيف المهارات والكفاءة العالية للتدريب والمتحفزة، كذلك زيادة الرضا الوظيفي وتحقيق الذات عند الموظفين إلى أعلى قدر ممكن

#### الأهداف على مستوى الموظفين :

يقصد بالموظفين جميع الموارد البشرية العاملة في داخل التنظيم ويهدف هؤلاء إلى الحصول على ما يلي :  
الحصول على أجور عالية (المؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني، 2008)، والأمان والاستقرار الوظيفي، وأن تكون ظروف العمل آمنة، والحصول على الرضا الوظيفي، إضافة الي الحصول على الخدمات الأخرى مثل مرونة ساعات العمل، والإجازات بدون أجر ووجود دور الحضانة وهكذا.

#### الأهداف على مستوى المنظمة:

جلب أفراد أكفاء تتوفر فيهم جميع مواصفات الأعمال، وذلك عن طريق الاختيار، والتعيين وهذا بوضع الشخص المناسب في المكان المناسب، إضافة الي الاستفادة القصوى من الجهود البشرية عن طريق تدريبها وتطويرها، ويكون عن طريق إجراء فترات (دورات) تكوينية وإتاحة الفرصة لتمكنها من الحصول على المعرفة، والخبرة والمهارة التي تتمشى مع تطور نظم المؤسسة، والحفاظ على استمرارية الرغبة في العمل، ودمج أهداف الأفراد العاملين مع أهداف المؤسسة، كعامل تحفيز للولاء والانتماء وحب المؤسسة والعمل المستمر على تطويرها وتحسينها (الزغدوي، 2011)، والمساهمة في تحقيق أهداف المنظمة (المؤسسة العامة للتدريب، 2008)، بمساعدة المديرين على فهم الجوانب المتعلقة بأنشطة الموارد البشرية، مما يجعلهم يتجنبون بعض الأخطاء التي يقع فيها أغلب المديرين (عبدالصمد، 2011)، وتحقيق التعاون الفاعل بين العاملين لتحقيق أهداف المشروع، وإيجاد الحافز لدى القوى العاملة لتقديم أقصى مجهود ممكن لتحقيق أهداف المنظمة، وتنمية العلاقات الطيبة في العمل بين جميع أفراد التنظيم، كذلك تحقيق العدالة وتكافؤ الفرص لجميع العاملين في المشروع من حيث الترقية والأجور والتدريب والتطوير، إضافة الي الاحتفاظ بالسجلات المتعلقة بكل عامل في المشروع بشكل موحد (عبدالصمد، 2011)، والمساعدة في تطوير الاستراتيجية العامة للمؤسسة وبصفة خاصة بالنظر إلى ما يتعلق بالموارد البشرية، وتوفير الدعم والظروف التي سوف تساعد المديرين التنفيذيين في تحقيق أهدافهم .

إن الاهداف السابقة تعتبر أهداف خاصة لإدارة الموارد البشرية، تسعى من خلالها إلى تحقيق أهداف أعم واشمل، وهي الأهداف التي تسعى الإدارة بصفة عامة إلى تحقيقها، والتي تمثل أساساً في الإنتاجية، نوعية حياة العمل، الميزة التنافسية وتكييف قوة العمل للتغيرات البيئية.

#### متطلبات تطبيق نظم المعلومات الإلكترونية للموارد البشرية

توجد العديد من المتطلبات لتطبيق نظم المعلومات الإلكترونية للموارد البشرية، تتمثل في المتطلبات الإدارية، والبشرية والتنظيمية والفنية. كذلك متطلبات اجتماعية ونفسية ومالية، هذا ويمكن إيجاز تلك المتطلبات على النحو التالي:

المتطلبات الإدارية والبشرية تتمثل في:

- تدعيم الإدارة العليا للموارد البشرية لتطبيق الأساليب العلمية الحديثة للموارد البشرية وطرق اختيارهم وترقيتهم، والأجور والمكافآت، وتدريب وتقييم العاملين.
- المتطلبات التنظيمية (الهيكل التنظيمي) ايجاد هياكل تنظيمية تتوافق مع التقدم التكنولوجي والاستفادة من التطبيقات الجديدة، إلغاء كل تعارض وازدواجية في السلطة والمسؤولية.
- المتطلبات الفنية توفير الأجهزة والآلات اللازمة لتشغيل النظام، توفير الأفراد ذوي المهارات والخبرات الفنية، وتصميم نظام متكامل للصيانة والسلامة، وسرية البيانات والمعلومات بالنظام.
- المتطلبات الاجتماعية والنفسية للعاملين تشجيع العمل بروح الفريق، وتنمية اتجاهات الأفراد نحو تطبيق تكنولوجيا المعلومات، ودعم مهارات العاملين لتوفير أفكار جديدة، وزيادة قدرة العاملين على التعلم ومعرفة كل جديد.
- المتطلبات المالية حيث توفير وقت كاف لعملية إعداد وتصميم النظام، العمل على تخفيض التكاليف، الاستخدام الأمثل للأفراد العاملين على تشغيل نظام معلومات الموارد البشرية، تدريب العاملين، وتوفير الجهد المبذول في مراحل عمل المنظمة.
- المتطلبات اللازمة لتكوين الثقافة المعلوماتية والرؤية التكنولوجية حيث إعادة صياغة المفاهيم التقليدية لدى الموظف حول طرق التعامل مع البيانات، وأساليب العمل، وغيرها، ويتم ذلك من خلال ربط تقنية المعلومات بكل من أهداف واحتياجات المستويات الإدارية لاتخاذ القرارات، وتغيير أسلوب تفكير الموظفين للتعامل مع أساليب العمل الجديد.

#### تحليل البيانات

تم الاعتماد في تحليل البيانات واختبار صحة الفروض بالاستعانة بالبرنامج الإحصائي "SPSS V.21" على الأساليب التالية:

1. معامل كرو نباخ لقياس صدق وثبات بنود استمارة الاستقصاء والاتساق الداخلي بين العبارات
2. الإحصاء الوصفي (الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية).
3. الإحصاء الاستدلالي (معاملات الارتباط وتحليل الانحدار و ANOVA واختبار (T) ، واختبار فريدمان " Friedman Test " واختبار مان ويتني " Mann-Whitney U " .

تم الاعتماد في أعداد البحث على الآتي:

#### متغيرات البحث:

متغير مستقل: الذكاء الاصطناعي.

متغير تابع: مستوى الاداء لإدارة الموارد البشرية في القطاع الفندقي والسياحي.



شكل رقم (1) متغيرات البحث

### فروض البحث:

1. هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين تطبيقات الذكاء الاصطناعي " الأهمية - مدي تطبيق - الفرص والتحديات " و مستوى أداء إدارة الموارد البشرية في القطاع الفندقي و السياحي.
2. يوجد تأثير معنوي لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في القطاع السياحي والفندقي علي إدارة الموارد البشرية.
3. يوجد فروق ذات دلالة إحصائية تعزي الي القطاع (القطاع الفندقي والسياحي) ودور تطبيقات الذكاء الاصطناعي بالتأثير علي قطاع الموارد البشرية وعمليات التوظيف في القطاع الفندقي و السياحي.

### منهجية الدراسة:

تم الاعتماد في هذه البحث على المنهج الوصفي التحليلي بالاعتماد على الكتب والمراجع السابقة والدوريات العربية والأجنبية، والتقارير، والبحوث، والندوات. التي تناولت دور تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التأثير على قطاع الموارد البشرية وعمليات التوظيف في القطاع الفندقي والسياحي " .

### مجتمع وعينة البحث

حيث تم حصر الفنادق الخمس نجوم بمدينة القاهرة والتي يبلغ عددها 29 فندق بالإضافة إلى عينة تتكون من "14" من شركات السياحة (فئة أ) والبالغ عددها 1241 . يتحدد البحث الحالي بما يأتي: خبراء " قطاع الموارد البشرية في القطاع الفندقي والسياحي بمدينة القاهرة بعينة من 14 فندقاً من فئة الخمس نجوم وكذلك 14 شركة سياحة من الشركات الموجودة في نفس نطاق العينة، وتخدم نفس عينة الفنادق، وكان المستهدفون لهذه البحث هم خبراء القطاع الفندقي والسياحي، وأجريت البحث في الفترة من يناير 2023 إلى يوليو 2023 حول موضوع البحث. تم التواصل بواسطة الإنترنت، وكذلك الزيارات الشخصية تم استلام 400 استمارة من العاملين بقطاع الموارد البشرية في القطاع الفندقي والسياحي، وبالفحص تبين ان منهم 340 استمارة استقصاء صالحة تمثل نسبة 85% .

### العينة الاستطلاعية:

تم اجراء عينة استطلاعية بهدف قياس كفاءة أداة البحث وثباتها، إذ تكونت العينة من (30) مفردة من مجموعة من خبراء القطاع الفندقي والسياحي، والعاملين قطاع الموارد البشرية، والمديرين بالفنادق وشركات السياحة.

استخدمت استمارة الاستبيان كأداة للدراسة وانقسمت الي اربعة محاور رئيسية " المحور الاول: أهمية الذكاء الاصطناعي في تحسين مستوى الأداء لإدارة الموارد البشرية. المحور الثاني: مدي تطبيق الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي و السياحي. المحور الثالث: عوامل نجاح "الفرص" الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي و السياحي . المحور الرابع: التحديات التي تواجه الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي والسياحي، وشمل كل محور مجموعة عبارات، وقد تم استخدام أسلوب الصدق الظاهري لمعرفة قدرة الأداة لقياس مدي وعي ورضاء خبراء القطاع الفندقي و السياحي لدور الذكاء الاصطناعي في تحسين مستوى الأداء لإدارة الموارد البشرية في القطاع الفندقي و السياحي من خلال عرض استمارة الملاحظة بصيغتها الأولية على نخبة من خبراء السياحة و المديرين ورؤساء الأقسام بمجموعة من الفنادق المصرية فئة درجة الخمس نجوم وأعضاء هيئة التدريس بالمعهد العالي للسياحة والفنادق بالعريش و بالمعهد العالي للدراسات النوعية – مصر الجديدة و المعهد المصري العالي للسياحة مصر الجديدة، و كذلك المعهد العالي للسياحة و الفنادق إيجوث الأقصر وكلية السياحة والفنادق جامعة الأقصر وبالمعهد العالي للسياحة والفنادق كينج مريوط. وفي ضوء آراءهم أعيد صياغتها وتعديل بعض الفقرات التي أثرها الخبراء والسادة أعضاء هيئة التدريس.

### المناقشة والنتائج

### الصدق والثبات (Study Instrument reliability)

للتأكد من ثبات جميع البيانات تم استخدام معامل ألفا (Cronbach alpha correlation) لتحديد الثبات الداخلي ويعتبر معامل الثبات 0.70 أو أعلى مقبولاً جداً في معظم الحالات للعلوم الاجتماعية.

### جدول (1) مستوي الثقة باستخدام معامل ألفا (Reliability Statistics) عدد الاستمارات "340"

خبراء السياحة و الفنادق "340" استمارة		العنصر
معامل ألفا Cronbach's ) (Alpha	عدد التكرارات	
0.925	10	المحور الاول: أهمية "أثر" الذكاء الاصطناعي في تحسين مستوى الأداء لإدارة الموارد البشرية
0.960	10	المحور الثاني: مدى تطبيق الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي والسياحي
0.961	10	المحور الثالث: عوامل نجاح "الفرص" الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي والسياحي
0.927	10	المحور الرابع: التحديات التي تواجه الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي والسياحي
0.978	40	جميع المحاور الأربعة "الأهمية- مدى التطبيق – الفرص- التحديات"

كما هو يتضح من الجدول (1) تم حساب الثقة والثبات باستخدام معامل ألفا، وأظهرت الاختبارات أن معاملات الثبات لجميع البيانات كانت فوق 0.925 مما يدل على أنها أداء يمكن الاعتماد عليها واستخدامها في هذه الدراسة وحول الخصائص الديموغرافية لأفراد العينة، فكما يتضح من الجدول (2) خبرات أفراد العينة مما يؤكد على قدرتهم على تقديم بيانات موضوعية.

جدول رقم (2) البيانات الشخصية		
رقم	المتغير	خبراء السياحة و الفنادق
		التكرار
1.	العمر	
	من 20 الي 38	88
	من 39 الي 54	199
	أكبر من 54 سنة	53
	الإجمالي	340
2.	النوع	
	أنثى	73
	ذكر	267
	الإجمالي	340
3.	المؤهل التعليمي	
	بكالوريوس السياحة والفنادق	94
	بكالوريوس خارج التخصص	215
	دراسات عليا في السياحة والفنادق	10
	اخرى مؤهلات أخرى	21
	الإجمالي	340
4.	الخبرة	
	أقل من 5 سنوات	85
	5 – 10 سنوات	202
	15 سنه فأكثر	53
	الإجمالي	340

الجهة التي يعمل بها "القطاع"		5.
فندق	262	
شركة سياحة	78	22.9
الإجمالي	340	100

## كما يتضح من الجدول (2)

- بالنسبة لتوزيع خبراء قطاع الموارد البشرية في القطاع الفندقي و السياحي عينة البحث وفقا لمتغير العمر، يتضح أن الغالبية من 39 الي 54 جاءت في الترتيب الأول حيث بلغت نسبتهم 58.5%، وبين. وهذا يدل على إن أغلبية العينة من خبراء قطاع الموارد البشرية في القطاع الفندقي و السياحي ناضجين.
  - بالنسبة لتوزيع خبراء السياحة و الفندقية وفقا لمتغير النوع كان الأغلبية من الذكور بنسبة 78.5%.
  - بالنسبة لمؤهلات خبراء قطاع الموارد البشرية في القطاع الفندقي و السياحي بلغت النسبة الأعلى للحاصلين على تعليم جامعي- عالي حيث بلغت نسبتهم 63.2 % وهذا يدل على ان ه هناك حاجة لفتح شعبة ادارة الموارد البشرية بالفنادق وشركات السياحة بكليات السياحة والفنادق.
  - بالنسبة لخبرات عينة البحث من خبراء قطاع الموارد البشرية في القطاع الفندقي و السياحي بلغت النسبة الأعلى من 5 الي 10 سنوات بنسبة 59.4 % وهذا يدل على ان معظمهم متوسطي الخبرة.
  - بالنسبة لتوزيع خبراء قطاع الموارد البشرية في القطاع الفندقي والسياحي وفقا لمتغير الجهة التي يعمل بها "القطاع" كان الأغلبية من القطاع الفندقي بنسبة 77.1 % وهذا يتناسب مع نسبة العاملين بالقطاع الفندقي.
- المحور الاول: أهمية الذكاء الاصطناعي في تحسين مستوى الأداء لإدارة الموارد البشرية:

جدول رقم (3) ترتيب المحور الأول: أهمية "اثر" الذكاء الاصطناعي في تحسين مستوى الأداء لإدارة الموارد البشرية.				
م	الجملة	خبراء قطاع الموارد البشرية في القطاع الفندقي والسياحي		
		المتوسط	معدل الخطأ	الانحراف المعياري
				الترتيب
المحور الأول: أهمية الذكاء الاصطناعي في تحسين مستوى الأداء لإدارة الموارد البشرية.				
1.	تساعد تقنية الذكاء الاصطناعي المتخصصين في الموارد البشرية من التركيز بشكل أكبر على التخطيط الاستراتيجي على المستوى التنظيمي.	4.806	0.021	0.396
2.	تساعد برامج الذكاء الاصطناعي الحديثة المستخدمة جودة عملية التوظيف مما يؤدي إلى اتخاذ قرارات عمل فعالة وغير متحيزة.	4.700	0.025	0.459
3.	يساعد الذكاء الاصطناعي في معالجة كميات هائلة من المعلومات الخاصة بالموظفين بسرعة البرق وتقييمها بدقة	4.947	0.012	0.224
4.	يساعد الذكاء الاصطناعي في تبسيط المهام التنظيمية جنبا إلى جنب مع التعلم الآلي لتوفير تجربة محسنة للموظفين ويعمل على توفير الوقت والجهد.	4.974	0.009	0.161
5.	يعد الذكاء الاصطناعي مهما بشكل خاص لمتخصصي الموارد البشرية لأنه يوفر الوقت اللازم لتعريف الموظفين الجدد بمعلومات الوظيفة والشركة ككل مثل الملف الشخصي للفندق / الشركة السياحية وسياساتها وأعضاء الفريق وتوزيع المهام وغيرها من المعلومات.	4.868	0.018	0.339

1	0.132	0.007	4.982	يساعد الذكاء الاصطناعي في تسريع العمليات المتعلقة بالموارد البشرية مع تقليل عدد العمليات الإدارية بالفندق / الشركة السياحية	6.
4	0.257	0.014	4.929	يساعد استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في زيادة فاعلية التدريب والتوظيف الإلكتروني والتطوير في الفندق / الشركة السياحية	7.
6	0.284	0.015	4.912	يساعد الذكاء الاصطناعي في زيادة إنتاجية وكفاءة قسم الموارد البشرية بالشركة	8.
5	0.271	0.015	4.921	استخدام الذكاء الاصطناعي يساعد على تقييم الأداء بفاعلية عالية جدا	9.
7	0.330	0.018	4.876	من خلال استخدام التحليلات التنبؤية والذكاء الاصطناعي يمكن الفندق / الشركة السياحية الاحتفاظ بالموظفين الموهوبين	10.
	23225.	0126. 0	4.891 5	المحور الأول: أهمية "اثر" الذكاء الاصطناعي في تحسين مستوى الأداء لإدارة الموارد البشرية	

كما يتضح من الجدول (3) جاء في المركز الأول يساعد الذكاء الاصطناعي في تسريع العمليات المتعلقة بالموارد البشرية مع تقليل عدد العمليات الإدارية بالفندق / الشركة السياحية بمتوسط 4.982. تلاه في المركز الثاني يساعد الذكاء الاصطناعي في تبسيط المهام التنظيمية جنبا إلى جنب مع التعلم الآلي لتوفير تجربة محسنة للموظفين ويعمل على توفير الوقت والجهد بمتوسط 4.974. تلاه في المركز الثالث يساعد الذكاء الاصطناعي في معالجة كميات هائلة من المعلومات الخاصة بالموظفين بسرعة البرق وتقييمها بدقة بمتوسط 4.947. تلاه في المركز الرابع يساعد استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في زيادة فاعلية التدريب والتوظيف الإلكتروني والتطوير في الفندق / الشركة السياحية بمتوسط 4.929. جاء في المركز الخامس استخدام الذكاء الاصطناعي يساعد على تقييم الاداء بفاعلية عالية جدا بمتوسط 4.921. وهذا يدعم موافقة خبراء قطاع الموارد البشرية في القطاع الفندقي والسياحي على أهمية الذكاء الاصطناعي في تحسين مستوى الأداء لإدارة الموارد البشرية.

#### المحور الثاني: مدي تطبيق الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي والسياحي

جدول رقم (4) ترتيب المحور الثاني: مدي تطبيق الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي و السياحي					م
قطاع الموارد البشرية في القطاع الفندقي و السياحي "340" استثمار					الجملة
المتوسط	معدل الخطاء	المعياري	الانحراف	الترتيب	
1.241	0.023	0.428	6	1.	الوعي بأهمية وكيفية استخدام تقنية الذكاء الاصطناعي في ادارة الموارد البشرية متوفر وكافي
1.300	0.025	0.459	10	2.	مستوي الذكاء الاصطناعي و تكنولوجيا الخدمة الذاتية المستخدم يناسب حجم الاقبال على الفندق / الشركة السياحية
1.744	0.038	0.697	8	3.	هناك صيانة للاجهزة التي تستخدم الذكاء الاصطناعي و تكنولوجيا الخدمة الذاتية باستمرار
2.450	0.033	0.610	5	4.	الذكاء الاصطناعي و تكنولوجيا الخدمة الذاتية المستخدمة كافي لتلبية و ارضاء رغبات و متطلبات و توقعات العملاء
2.676	0.034	0.620	3	5.	ممارسات الذكاء الاصطناعي مثل الروبوتات و الاتمنة مستخدمة و مطبقة بكفاءة.
1.415	0.027	0.493	9	6.	يتم تطوير تطبيقات الذكاء الاصطناعي و تكنولوجيا الخدمة الذاتية المستخدمة كميزة تنافسية.
1.753	0.030	0.557	7	7.	مستوي الذكاء الاصطناعي المستخدم كافي لسرعة الحصول علي المعلومات الخاصة بالعاملين سواء بالقطاع السياحي / القطاع الفندقي.

4	0.612	0.033	2.506	استخدام وسائل الذكاء الاصطناعي كافي لتسهيل عمليات الاتصال بين الاقسام والادارات المختلفة بالقطاع السياحي / القطاع الفندقي.
1	0.592	0.032	2.788	مستوي التطبيق للذكاء الاصطناعي بالقطاع السياحي / القطاع الفندقي مرضي و كافي.
2	0.641	0.035	2.715	اسعار تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي اللازمة بالقطاع السياحي / القطاع الفندقي مناسبة وفي المتناول
	0.494 88	0.026 84	2.0588	المحور الثاني: مدى تطبيق الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي و السياحي

كما هو مبين بالجدول رقم (4) جاء في المركز الأول مستوى التطبيق للذكاء الاصطناعي بالقطاع السياحي / القطاع الفندقي مرضي وكافي بمتوسط 2.788. تلاه في المركز الثاني اسعار تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي اللازمة بالقطاع السياحي / القطاع الفندقي مناسبة وفي المتناول بمتوسط 2.715، تلاه في المركز الثالث ممارسات الذكاء الاصطناعي مثل الروبوتات مستخدمة ومطبقة بكفاءة بمتوسط 2.676. تلاه في المركز الرابع استخدام وسائل الذكاء الاصطناعي كافي لتسهيل عمليات الاتصال بين الاقسام والادارات المختلفة بالقطاع السياحي / القطاع الفندقي. بمتوسط 2.506. جاء في المركز الخامس الذكاء الاصطناعي و تكنولوجيا الخدمة الذاتية المستخدمة كافي لتلبية و ارضاء رغبات ومتطلبات و توقعات العملاء بمتوسط 2.450.

تلاه في المركز السادس الوعي باهمية وكيفية استخدام تقنية الذكاء الاصطناعي في ادارة الموارد البشرية متوفر وكافي بمتوسط 1.241، تلاه في المركز السابع مستوى الذكاء الاصطناعي المستخدم كافي لسرعة الحصول علي المعلومات الخاصة بالعاملين سواء بالقطاع السياحي / القطاع الفندقي بمتوسط 1.753. تلاه في المركز الثامن هناك صيانة للاجهزة التي تستخدم الذكاء الاصطناعي و تكنولوجيا الخدمة الذاتية باستمرار بمتوسط 1.744. تلاه في المركز التاسع يتم تطوير تطبيقات الذكاء الاصطناعي و تكنولوجيا الخدمة الذاتية المستخدمة كميزة تنافسية بمتوسط 1.415، تلاه في المركز العاشر مستوى الذكاء الاصطناعي و تكنولوجيا الخدمة الذاتية المستخدم يناسب حجم الاقبال على الفندق / الشركة السياحية بمتوسط 1.300 .

وعلي مستوي المحاور نجد أن المحور الثاني: مدى تطبيق الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي و السياحي بمتوسط 2.058 حيث أن درجات المتوسطات الحسابية لكافة العبارات أقل من 2.8، وبالتالي فإن أفراد العينة قد عبروا عن رفضهم وعد موافقتهم لكل العبارات حيث أن أقل قيمة لدرجة الموافقة هي 3 و هذا يوضح عدم رضا الخبراء عن مدى تطبيق الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي و السياحي . وهذا يدعم عدم موافقة خبراء قطاع الموارد البشرية في القطاع الفندقي و السياحي علي مدى تطبيق الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي و السياحي. ويؤكد ان هناك قصور في مستوى تطبيق الذكاء الاصطناعي الي الان وانه بحاجة الي رفع مستوى التطبيق ليصل الي الاستخدام والتطبيق الأمثل.

بالنسبة للمحور الثالث: عوامل نجاح الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي والسياحي كان ترتيب هذه العناصر كالتالي:

جدول رقم (5) ترتيب المحور الثالث: عوامل نجاح "الفرص" الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي و السياحي				
م	الجملة	قطاع الموارد البشرية في القطاع الفندقي و السياحي		
		المتوسط	الخطأ المعياري	التزييل
المحور الثالث: عوامل نجاح "الفرص" الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي و السياحي				
1.	التطبيق الامثل الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي و السياحي من اجل خلق بيئة صحية	4.697	0.025	0.460
2.	التركيز على الهدف الرئيسي للذكاء الاصطناعي والتمحور حول العميل لتطوير وتنمية القطاع الفندقي و السياحي.	4.632	0.026	0.483
3.	استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي بقدر من التواصل مع السائحين مع مراعاة اختلاف الأذواق ومستويات الدخول والفئات العمرية وما يترتب على ذلك من اختلاف في القطاع الفندقي و السياحي.	4.553	0.027	0.498
4.	استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي للتنسيق بين جميع الجهات المسؤولة والعمل في القطاع الفندقي و السياحي.	4.371	0.026	0.484
5.	استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي تضمن تحقيق أكبر قدر من الانتشار عن طريق مراعاة العملاء في القطاع الفندقي و السياحي بمختلف جنسياتهم ورغباتهم وتفضيلاتهم،	4.553	0.027	0.498
6.	استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي لتوفير البيانات الخاصة في القطاع الفندقي و السياحي بصورة مرتبة وواضحة لسهولة وسرعة ودقة اتخاذ القرارات	4.676	0.025	0.469
7.	تنمية الذكاء الاصطناعي وذلك من أجل خلق منافسة فاعلة بين كل المساهمين في القطاع الفندقي و السياحي على نحو يضمن تقديم منتج سياحي متكامل وأكثر تنافسية.	4.456	0.027	0.499
8.	الذكاء الاصطناعي يسمح للفندق / الشركة السياحية أن يصبح أكثر تجريبية لأساليب جديدة للتفاعل مع العملاء وتحسين مشاركة الموظفين والدفع دائما لتحقيق أفضل النتائج في تقديم المنتجات والخدمات.	4.759	0.023	0.428
9.	باستخدام التحليلات التنبؤية والذكاء الاصطناعي يمكن التحكم في التغيب في مكان العمل، علاوة على ذلك يمكن نشر خطط طوارئ محددة من قبل الفندق / الشركة السياحية.	4.829	0.020	0.377
10.	يمكن التعاون مع طرف ثالث ( شركات متخصصة في تطوير نظام الطلبات عبر الإنترنت و تقديم الإحصائيات و التطوير الملائم لك ) مثل ChowNow أو Netwaiter ، لتطوير الطلب عبر الإنترنت لموقع الويب الخاص بالفندق / الشركة السياحية	4.562	0.027	0.497
المحور الثالث: عوامل نجاح "الفرص" الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي و السياحي		4.6088	0.02197	0.40511

كما هو يتضح من الجدول (5) جاء في المركز الاول جاء في المركز الأول باستخدام التحليلات التنبؤية والذكاء الاصطناعي يمكن التحكم في التغيب في مكان العمل، علاوة على ذلك يمكن نشر خطط طوارئ محددة من قبل الفندق / الشركة السياحية بمتوسط 4.829 . تلاه في المركز الثاني الذكاء الاصطناعي يسمح للفندق / الشركة السياحية أن يصبح أكثر تجريبية لأساليب جديدة للتفاعل مع العملاء وتحسين مشاركة الموظفين والدفع دائما لتحقيق أفضل النتائج في تقديم المنتجات والخدمات بمتوسط 4.759، تلاه في المركز الثالث التطبيق الامثل الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي و السياحي من اجل خلق بيئة صحية بمتوسط 4.697. تلاه في المركز

الرابع استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي لتوفير البيانات الخاصة في القطاع الفندقي والسياحي بصورة مرتبة وواضحة لسهولة وسرعة ودقة اتخاذ القرارات بمتوسط 4.676. كما جاء في المركز الخامس التركيز على الهدف الرئيسي للذكاء الاصطناعي والتمحور حول العميل لتطوير وتنمية القطاع الفندقي والسياحي بمتوسط 4.632. وهذا يدعم موافقة خبراء قطاع الموارد البشرية في القطاع الفندقي والسياحي على المحور الثالث: عوامل نجاح الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي والسياحي "

#### المحور الرابع: التحديات التي تواجه الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي والسياحي

جدول رقم ( 6 ) ترتيب المحور الرابع: التحديات التي تواجه الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي والسياحي				
م	الجملة	خبراء قطاع الموارد البشرية في القطاع الفندقي والسياحي		
		المتوسط	الخطأ	الانحراف المعياري
المحور الرابع: التحديات التي تواجه الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي والسياحي				
1.	عدم كفاية وكفاءة البنية التحتية للاتصالات والحوسبة الرقمية المناسبة لدعم الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي والسياحي	4.962	0.010	0.192
2.	ارتفاع اسعار تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي اللازمة للقطاع الفندقي والسياحي	4.859	0.019	0.349
3.	وجود الحاجة الدائمة الى اتخاذ التدابير اللازمة للذكاء الاصطناعي لضمان امن القطاع الفندقي والسياحي وسلامتها.	4.800	0.022	0.401
4.	عدم توفر الوعي الكافي بأهمية استخدام الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي والسياحي	4.847	0.020	0.360
5.	ضعف مستوي تطبيق ممارسات الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي والسياحي.	4.606	0.027	0.489
6.	الخوف من احلال الذكاء الاصطناعي محل العمالة	4.879	0.018	0.326
7.	عدم تغطية تطبيقات الذكاء الاصطناعي المستخدمة كافة الاماكن والخدمات في القطاع الفندقي والسياحي	4.718	0.024	0.451
8.	صعوبة توفير بيئة قانونية وتشريعية تتسم بالشفافية والمرونة الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي والسياحي.	4.535	0.027	0.499
9.	ندرة وجود سياسات او قواعد عامة يكون الهدف منها حماية القطاع الفندقي والسياحي والمحافظة على حقوقه من تطبيقات الذكاء الاصطناعي.	4.665	0.026	0.473
10.	عدم القدرة علي ملاحقة التطور السريع والمستمر للذكاء الاصطناعي	4.944	0.012	0.230
	المحور الرابع: التحديات التي تواجه الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي والسياحي	4.7815	0.01642	0.30285

#### اختبار فرضيات الدراسة

**الفرض الاول:** هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين تطبيقات الذكاء الاصطناعي و مستوى الأداء لإدارة الموارد البشرية في القطاع الفندقي والسياحي.

جدول 7: الفرض الاول: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين تطبيقات الذكاء الاصطناعي " الاهمية -مدي تطبيق - الفرص والتحديات" و مستوى الأداء لإدارة الموارد البشرية في القطاع الفندقي والسياحي.. (العينة 340).				
Correlations				
التحديات	الفرص	التطبيق	اهمية	
0.757**	0.857**	0.806**	1	المحور الاول: أهمية "اثر" الذكاء الاصطناعي في تحسين مستوي الأداء لإدارة الموارد البشرية
0.000	0.000	0.000		ارتباط سبيرمان غير المعلمية (بين الأقران)
0.953**	0.931**	1		المحور الثاني: مدي تطبيق الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي والسياحي
0.000	0.000			ارتباط سبيرمان غير المعلمية (بين الأقران)

**0.887	1		ارتباط سبيرمان	المحور الثالث: عوامل نجاح "الفرص" الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي و السياحي
0.000			غير المعلمية (بين الأقران)	
1			ارتباط سبيرمان	المحور الرابع: التحديات التي تواجه الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي و السياحي
			غير المعلمية (بين الأقران)	
**ارتباط معنويًا عند مستوى 0.01 (بين الأقران)				

تم اختبار فرضيات الدراسة باستخدام معامل الارتباط سبيرمان لقياس درجة الارتباط بين المتغيرات وقد أجريت التحاليل الأولية لضمان عدم انتهاك الافتراضات. ويبين الجدول (7) وجود علاقة طردية (موجبة) قوية ذات دلالة إحصائية بين جميع العلاقات المقترحة في النموذج. ونجد أن هناك ارتباطات متوسطة "0.509\*\*" وقوية اعلي من " 0.7" بين جميع العلاقات المقترحة في النموذج المفاهيمي مع قيم (r) نجدها تتراوح القيم بين (0.757\*\* إلى 0.953\*\*). وقيمة الارتباط التي تم الحصول عليها متوقعة الاتجاه الإيجابي. وبناء على نتائج تحليل ارتباط سبيرمان التي تمثل انتظام العلاقات المقترحة، تم دعم جميع الفروض. مما يدل على أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين أهمية تطبيق ممارسات السياحة والفندقة الرقمية في تحقيق الاستدامة في مؤسسات الفندقة وشركات السياحة.

#### الفرض الثاني:

يوجد تأثير معنوي لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في القطاع السياحي والفندقي على إدارة الموارد البشرية لترتيب مدي دور تطبيقات الذكاء الاصطناعي علي قطاع الموارد البشرية وعمليات التوظيف في القطاع الفندقي و السياحي وفقا لتقييم خبراء السياحة و الفندقة لتأثير معنوي لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في القطاع السياحي والفندقي علي إدارة الموارد البشرية تم اعتماد المقارنة بين درجات الرضاء المختلفة فيما يتعلق بمستوى التقييم لمستويات المحاور المختلفة التي تقيس دور تطبيقات الذكاء الاصطناعي علي قطاع الموارد البشرية وعمليات التوظيف في القطاع الفندقي و السياحي . تم عمل اختبار Chi-Square و الذي يستخدم لاختبار الاستقلالية بين المتغيرات لقياس العوامل المختلفة التي تؤثر في دور وجود تأثير بدرجات مختلفة ذات دلالة إحصائية بين متوسط المحاور المختلفة التي تقيس دور ممارسات تطبيقات الذكاء الاصطناعي في علي قطاع الموارد البشرية وعمليات التوظيف في القطاع الفندقي و السياحي من أجل توضيح درجات التأثير المختلفة والفروق بين العناصر وفقاً لمستوى موافقة خبراء السياحة و الفندقة كما هو موضح في الجدول. كذلك أظهرت النتائج أن مربع كاي بالنسبة المحور الاول: أهمية "اثر" الذكاء الاصطناعي في تحسين مستوى الأداء لإدارة الموارد البشرية<sup>a</sup> 1525.018 و نسبة المعملية Sig. (0.000) . كذلك أظهرت النتائج أن مربع كاي المحور الثاني: مدي تطبيق الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي و السياحي <sup>b</sup> 331.412 و نسبة المعملية Sig. (0.001) كذلك أظهرت النتائج أن مربع كاي المحور الثالث: عوامل نجاح "الفرص" الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي و السياحي <sup>a</sup> 832.924 و نسبة المعملية Sig. (0.001) كذلك أظهرت النتائج أن مربع كاي المحور الرابع: التحديات التي تواجه الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي و السياحي <sup>c</sup> 461.900 و نسبة المعملية Sig. (0.001) وهذا يعني الاستقلالية بين المتغيرات وجود تأثير بدرجات مختلفة ذات دلالة إحصائية متوسط

المحاور المختلفة التي تقيس دور تطبيقات الذكاء الاصطناعي علي قطاع الموارد البشرية وعمليات التوظيف في القطاع الفندقي و السياحي . كما هو موضح من الجدول رقم (9).

الجدول 8 : اختبار Chi-Square بين المحاور المختلفة التي تؤثر على دور تطبيقات الذكاء الاصطناعي في علي قطاع الموارد البشرية وعمليات التوظيف في القطاع الفندقي و السياحي (العينة 340).			
المحور Dimension	الكود Code	مربع كاي Chi-Square	نسبة المعلمية Asymp. Sig.
المحور الاول: أهمية "اثر" الذكاء الاصطناعي في تحسين مستوي الأداء لإدارة الموارد البشرية	D1	<sup>a</sup> 1525.018	0.000
المحور الثاني: مدى تطبيق الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي و السياحي	D2	<sup>b</sup> 331.412	0.001
المحور الثالث: عوامل نجاح "الفرص" الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي و السياحي	D3	<sup>a</sup> 832.924	0.001
المحور الرابع: التحديات التي تواجه الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي و السياحي	D4	<sup>c</sup> 461.900	0.001
أ. 0 خلايا (0.0%) لديها ترددات متوقعة أقل من 5. الحد الأدنى لتردد الخلية المتوقع هو 30.9. a. 0 cells (0.0%) have expected frequencies less than 5. The minimum expected cell frequency is 30.9.			
ب. 0 خلايا (0.0%) لديها ترددات متوقعة أقل من 5. الحد الأدنى لتردد الخلية المتوقع هو 34.0. b. 0 cells (0.0%) have expected frequencies less than 5. The minimum expected cell frequency is 34.0.			
ج. 0 خلايا (0.0%) لديها ترددات متوقعة أقل من 5. الحد الأدنى لتردد الخلية المتوقع هو 20.0. c. 0 cells (0.0%) have expected frequencies less than 5. The minimum expected cell frequency is 20.0.			

للمقارنة بين آراء أفراد العينة أثر الذكاء الاصطناعي في تحسين الموارد البشرية في القطاع السياحي والفندقي

بسبب طبيعة القطاع . يتم استخدام اختبار Mann wheitny Test او Kruskal Wallis Test

اختبار كروسكال واليس (بالإنجليزية: Kruskal-Wallis) يعتبر من الاختبارات غير المعلمية، وهو مشابه لاختبار تحليل التباين الأحادي، إلا أنه حين يتخلف شرط من شروط تحليل التباين الأحادي مثل شرط السواء أو شرط تجانس التباين فإنه يمكن اللجوء إلى اختبار كروسكال واليس.

ولإثبات أن هناك فروق بين العناصر التي تمثل أثر دور تطبيقات الذكاء الاصطناعي من منظور خبراء الفنادق والسياحة تبعا لاختلاف العمر . ولترتيب تقييم خبراء القطاعات المختلفة لدور تطبيقات الذكاء الاصطناعي على قطاع الموارد البشرية وعمليات التوظيف في القطاع الفندقي والسياحي. تم اعتماد المقارنة بين درجات رضا خبراء الفنادق والسياحة المختلفة فيما يتعلق بمستوى التقييم لمستويات عناصر كل من مستوي السياحة والفندقة الرقمية في مستقبل الاستدامة "الفرص والتحديات" من منظور العاملين بقطاع الموارد البشرية تبعا لاختلاف الاعمار (شريحة من من 20 الي 38 و من 39الي 54 و زياده عن 54).

تم عمل الاختبارات غير البارامترية "Non Parametric Tests" مثل اختبار Kruskal-Wallis H بين العوامل المختلفة التي تمثل دور السياحة والفندقة الرقمية في مستقبل الاستدامة . (340N) من أجل توضيح درجات التقييم المختلفة والفروق بين العناصر وفقاً لمستوى موافقة خبراء (القطاع الفندقي والسياحي) تبعا لاختلاف العمر . الهدف

من هذه المقارنة هو تحديد ما إذا كان هناك فروق بين العناصر التي تمثل أثر دور تطبيقات الذكاء الاصطناعي علي قطاع الموارد البشرية وعمليات التوظيف في القطاع الفندقي و السياحي تبعا لاختلاف القطاع (قطاع الفنادق – قطاع السياحة) كما هو موضح في الجدول رقم (9).

وكذلك اظهرت النتائج أن هناك فرق بين اعلي متوسط ل 61.982 و أقل كروسكال واليس 6.69 وحيث اظهرت النتائج ان اعلي نسبة كروسكال واليس Kruskal-Wallis H 61.982 المحور الثالث: عوامل نجاح “الفرص” الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي والسياحي. يليه المحور الرابع: التحديات التي تواجه الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي والسياحي بنسبة كروسكال واليس Kruskal-Wallis H 60.471. ويليه المحور الثاني: مدي تطبيق الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي والسياحي بنسبة 57.358. ويليه في المقابل نجد أقل نسبة كروسكال واليس Kruskal-Wallis H 6.69 حصل عليها المحور الاول: أهمية الذكاء الاصطناعي في تحسين مستوي الأداء لإدارة الموارد البشرية. و كانت المعلمية 0.000 مما يدل علي وجود علاقة ذات دلالة احصائية. وهذا يدل أن هناك فروق بين العناصر التي تمثل أثر دور تطبيقات الذكاء الاصطناعي من منظور خبراء الفنادق والسياحة تبعا لاختلاف العمر و يؤكد الفرض الثاني يوجد تأثير معنوي لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في القطاع السياحي والفندقي على إدارة الموارد البشرية.

جدول 9 : اختبار Kruskal-Wallis H بين العوامل المختلفة التي توضح دور تطبيقات الذكاء الاصطناعي تبعا لاختلاف العمر ( N 340 )					
المعلمية	كروسكال واليس	متوسط الرتبة	العدد	العمر	
Asymp. Sig.	Kruskal-Wallis H	Mean Rank	N	age	
0.035	6.69	154.98	88	38- 20	المحور الاول: أهمية الذكاء الاصطناعي في تحسين مستوي الأداء لإدارة الموارد البشرية
		179.84	199	54 - 39	
		161.2	53	more than 54	
0.000	57.358	104.26	88	38- 20	المحور الثاني: مدي تطبيق الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي والسياحي
		192.41	199	54 - 39	
		198.24	53	more than 54	
0.000	61.982	105.56	88	38- 20	المحور الثالث: عوامل نجاح “الفرص” الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي والسياحي
		195.53	199	54 - 39	
		184.33	53	more than 54	
0.000	60.471	101.79	88	38- 20	المحور الرابع: التحديات التي تواجه الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي والسياحي
		191.81	199	54 - 39	
		204.58	53	more than 54	
a. Kruskal Wallis Test					
b. Grouping Variable: age					

**الفرض الثالث:** يوجد فروق ذات دلالة إحصائية تبعاً للقطاع (القطاع الفندقي والسياحي) ودور تطبيقات الذكاء الاصطناعي بالتأثير على قطاع الموارد البشرية وعمليات التوظيف في القطاع الفندقي والسياحي.

ولإثبات أن هناك فروق بين العناصر التي تمثل أثر دور تطبيقات الذكاء الاصطناعي من منظور خبراء الفنادق والسياحة تبعاً لاختلاف القطاع (القطاع الفندقي والسياحي). ولترتيب تقييم خبراء القطاعات المختلفة لدور تطبيقات الذكاء الاصطناعي على قطاع الموارد البشرية وعمليات التوظيف في القطاع الفندقي والسياحي. تم اعتماد المقارنة بين درجات رضاء خبراء الفنادق والسياحة المختلفة فيما يتعلق بمستوى التقييم لمستويات عناصر كل من مستوى السياحة والفندقة الرقمية في مستقبل الاستدامة "الفرص والتحديات" من منظور العاملين بقطاع الموارد البشرية تبعاً لاختلاف القطاع (قطاع الفنادق – قطاع السياحة). تم عمل الاختبارات غير البارامترية "Non Parametric Tests" مثل اختبار Mann-Whitney U بين العوامل المختلفة التي تمثل دور السياحة والفندقة الرقمية في مستقبل الاستدامة "الفرص والتحديات" (340N) من أجل توضيح درجات التقييم المختلفة والفروق بين العناصر وفقاً لمستوى موافقة خبراء (القطاع الفندقي والسياحي) تبعاً لاختلاف القطاع. الهدف من هذه المقارنة هو تحديد ما إذا كان هناك فروق بين العناصر التي تمثل أثر دور تطبيقات الذكاء الاصطناعي على قطاع الموارد البشرية وعمليات التوظيف في القطاع الفندقي والسياحي تبعاً لاختلاف القطاع (قطاع الفنادق – قطاع السياحة) كما هو موضح في الجدول رقم (10). وكذلك أظهرت النتائج أن هناك فرق بين أعلى متوسط ل 985 و أقل 40 Mann-Whitney U وحيث أعلى نسبة 985 Mann-Whitney U أهمية المحور الثاني: مدي تطبيق الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي والسياحي . يليه المحور الأول: أهمية الذكاء الاصطناعي في تحسين مستوى الأداء لإدارة الموارد البشرية بنسبة 202.5 Mann-Whitney U. ويليه المحور الرابع: التحديات التي تواجه الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي والسياحي بنسبة 110 Mann-Whitney U. ويليه في المقابل نجد أقل نسبة 40 Mann-Whitney U حصل عليها المحور الثاني: مدي تطبيق الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي والسياحي . وكانت المعلمية 0.000 مما يدل على وجود علاقة ذات دلالة إحصائية. وهذا يؤكد الفرض الثالث وجود يوجد تأثير معنوي لتطبيقات الذكاء الاصطناعي في القطاع السياحي والفندقي على إدارة الموارد البشرية

جدول 10 : اختبار Mann-Whitney U بين العوامل المختلفة التي توضح دور تطبيقات الذكاء الاصطناعي تبعاً لاختلاف القطاع (قطاع الفنادق – قطاع السياحة) (N 340)

القطاع	N	Mean Ran	Sum of Ranks	Mann-Whitney U	
القطاع الفندقي	262	208.73	54686.50	202.500	المحور الأول: أهمية الذكاء الاصطناعي في تحسين مستوى الأداء لإدارة الموارد البشرية
	78	42.10	3283.50		
القطاع السياحي	262	205.74	53903.50	985.500	المحور الثاني: مدي تطبيق الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي والسياحي
	78	52.13	4066.50		
القطاع الفندقي	262	209.08	54849.00	40.000	المحور الثالث: عوامل نجاح "الفرص" الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي والسياحي
	78	40.91	3121.00		
القطاع السياحي	262	209.35	54779.00	110.000	المحور الرابع: التحديات التي تواجه الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي والسياحي
	78	40.01	3191.00		

a. Grouping Variable: القطاع

## المنافشة:

بالنسبة للمحور الأول : أهمية "اثر" الذكاء الاصطناعي في تحسين مستوى الأداء لإدارة الموارد البشرية جاء يساعد الذكاء الاصطناعي في تسريع العمليات المتعلقة بالموارد البشرية مع تقليل عدد العمليات الإدارية بالفندق / الشركة السياحية، يساعد الذكاء الاصطناعي في تبسيط المهام التنظيمية جنبا إلى جنب مع التعلم الآلي لتوفير تجربة محسنة للموظفين ويعمل على توفير الوقت والجهد، يساعد الذكاء الاصطناعي في معالجة كميات هائلة من المعلومات الخاصة بالموظفين بسرعة البرق وتقييمها بدقة، يساعد استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في زيادة فاعلية التدريب والتوظيف الإلكتروني والتطوير في الفندق / الشركة السياحية، استخدام الذكاء الاصطناعي يساعد على تقييم الأداء بفاعلية عالية جدا ، وهذا يدعم موافقة خبراء قطاع الموارد البشرية في القطاع الفندقي و السياحي علي أهمية "اثر" الذكاء الاصطناعي في تحسين مستوى الأداء لإدارة الموارد البشرية.

بالنسبة للمحور الثاني: نجد ان مدي تطبيق الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي والسياحي بمتوسط 2.058 حيث أن درجات المتوسطات الحسابية لكافة العبارات أقل من 2.8، وبالتالي فإن أفراد العينة قد عبروا عن رفضهم وعد موافقتهم لكل العبارات وهذا يوضح عدم رضاء الخبراء عن مدي تطبيق الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي والسياحي. وهذا يدعم عدم موافقة خبراء قطاع الموارد البشرية في القطاع الفندقي والسياحي علي مدي تطبيق الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي والسياحي. ويؤكد ان هناك قصور في مستوى تطبيق الذكاء الاصطناعي الي الان وانه بحاجة الي رفع مستوى التطبيق ليصل الي الاستخدام والتطبيق الأمثل.

بالنسبة للمحور الثالث: عوامل نجاح "الفرص" الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي و السياحي كان اهم هذه العناصر كالتالي: باستخدام التحليلات التنبؤية والذكاء الاصطناعي يمكن التحكم في التغيب في مكان العمل ، علاوة على ذلك يمكن نشر خطط طوارئ محددة من قبل الفندق / الشركة، الذكاء الاصطناعي يسمح للفندق / الشركة السياحية أن يصبح أكثر تجريبية لأساليب جديدة للتفاعل مع العملاء وتحسين مشاركة الموظفين والدفع دائما لتحقيق أفضل النتائج في تقديم المنتجات والخدمات، التطبيق الامثل الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي و السياحي من اجل خلق بيئة صحية، استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي لتوفير البيانات الخاصة في القطاع الفندقي و السياحي بصورة مرتبة وواضحة لسهولة وسرعة ودقة اتخاذ القرارات، التركيز على الهدف الرئيسي للذكاء الاصطناعي والتحور حول العميل لتطوير وتنمية القطاع الفندقي و السياحي .

بالنسبة للمحور الرابع: التحديات التي تواجه الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي والسياحي كان اهم هذه العناصر كالتالي: عدم كفاية وكفاءة البنية التحتية الكافية للاتصالات والحوسبة الرقمية المناسبة لدعم الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي والسياحي، عدم القدرة علي ملاحقة التطور السريع والمستمر للذكاء الاصطناعي. تلاه في المركز الثالث ارتفاع اسعار تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي اللازمة للقطاع الفندقي والسياحي، الخوف من احلال الذكاء الاصطناعي محل العمالة، عدم توفر الوعي الكافي بأهمية استخدام الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي والسياحي.

وعلي مستوى المحاور جاء في المركز الاول المحور الاول: أهمية "اثر" الذكاء الاصطناعي في تحسين مستوى الأداء لإدارة الموارد البشرية بمتوسط 4.891. تلاه في المركز الثاني المحور الرابع: التحديات التي تواجه الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي والسياحي بمتوسط 4.781. تلاه في المركز الثالث المحور الثالث: عوامل نجاح "الفرص" الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي والسياحي بمتوسط 4.608. ونجد أن المركز الرابع المحور الثاني: مدي تطبيق الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي والسياحي بمتوسط 2.058 وهذا يوضح عدم رضا الخبراء عن مدي تطبيق الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي والسياحي.

وهذا يدعم توافق خبراء السياحة والفندقة علي أهمية "اثر" الذكاء الاصطناعي في تحسين مستوى الأداء لإدارة الموارد البشرية وجود التحديات التي تواجه الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي والسياحي بالإضافة هناك عوامل نجاح "الفرص" الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي والسياحي؛ بينما نري في الجانب الاخر عدم رضا الخبراء عن مدي تطبيق الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي و السياحي كما هو مبين بالجدول السابقة.

**التوصيات:**

**التوصيات الخاصة لوزارة السياحة والآثار والتي من شأنها تعظيم أثر الذكاء الاصطناعي في تحسين مستوى الأداء لإدارة الموارد البشرية بالتطبيق على القطاع الفندقي والسياحي منها:**

1. الاهتمام بتوفير الوعي الكافي بأهمية استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي على قطاع الموارد البشرية وعمليات التوظيف في القطاع الفندقي والسياحي.
2. توفير البنية التحتية الكافية المناسبة لدعم تطبيقات الذكاء الاصطناعي في القطاع الفندقي والسياحي.
3. دعم الإطار الاقتصادي الداعم لتبني سياسات موائمة في تطوير تطبيقات الذكاء الاصطناعي.
4. الاستفادة من انشاء مشروعات مشتركة تقوم علي الاستخدام الاكبر للإنترنت من خلال بناء شبكات ذات كفاءة عالية، باعتبار انه لا وجود تطبيقات الذكاء الاصطناعي بدون وجود شبكة انترنت ذات سعة كبيرة. وبالنسبة للمنشآت السياحية والفندقية هناك مجموعة من الإجراءات والتي من شأنها تطوير السياحة الرقمية ومنها: إتباع سياسات مشجعة لاستخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في قطاع الموارد البشرية وعمليات التوظيف في القطاع الفندقي والسياحي.

1. تطوير الذكاء الاصطناعي بمعنى أن يكون استخدام تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تبادل البيانات والمعلومات وإنهاء التعاملات جزءا متكاملًا في استراتيجية الإدارة.
2. اتخاذ التدابير اللازمة لضمان امن تطبيقات الذكاء الاصطناعي وسلامتها.

## المراجع

- إبراهيم بختي، محمود فوزي شعوبي(2010): دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية قطاع السياحة والفندقة، مجلة الباحث، العدد السابع، ص285.
- اقبال جاسم جعفر ( 2018 ): السياحة الإلكترونية واثرها في تطور صناعة السفر والسياحة ، تجربة دولة الامارات العربية المتحدة ، دراسة مقارنة ، بحث علمي ، مجلة الخليج العربي ، المجلد 46 ، العدد 3 ، العراق ، ص 90 .
- أمال فكيري (2020): الإدارة البيئية للفنادق استراتيجية حديثة للتنمية السياحة المستدامة، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد31، العدد2، ص ص 753- 771 ، الجزائر.

- أندرية كيم ديب (2017): الطلب السياحي وأهميته في البحث التسويقي للمشروع السياحي، حلقة بحثية مقدمة بكلية السياحة، جامعة البعث، ص4.
- اوشان حنان (2019): السياحة الرقمية ودورها في استدامة السياحة الصحراوية، مقال منشور بموقع الحاور المتمدن، العدد 6319، آخر اطلاع بتاريخ 2021/6/17 .
- باسل الجبر (2017): التجارة الإلكترونية: منطقة تجارة عالمية حرة خلال الإنترنت ، ص ص 24-25 .
- المجلس الوطني للذكاء الاصطناعي (2019)، الاستراتيجية الوطنية للذكاء الاصطناعي ، جمهورية مصر العربية.
- بظاظو، إبراهيم (2018)، تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة السياحة الدولية، جريدة المسلة
- براهيمى زرزور (2021): تكييف أهداف التنمية المستدامة وانعكاسات جائحة كورونا، مجلة دراسات في الاقتصاد وإدارة الأعمال، المجلد 4، العدد 1 ، ص ص 425-444.
- حسنية صيفي (2020): اليات التكنولوجيا الخضراء ودورها في تحقيق التنمية البيئية المستدامة، مجلة الحوكمة، المسؤولية الاجتماعية والتنمية المستدامة، المجلد 2، العدد 2، الجزائر، ص ص 1 – 20.
- خليفة، ايهاب (2017)، الذكاء الاصطناعي : تأثير تزايد دور التقنيات الذكية في الحياة اليومية للبشر ، مجلد المستقبل للدراسات المستقبلية ، ابو ظبي، العدد20
- زيد أكرم وشريف جمال (2019): ممارسات المفتاح الأخضر كاتجاه حديث في صناعة الفنادق الأردنية، مجلة كلية السياحة والفنادق، جامعة المنصورة، المجلد 6، العدد 6، مصر ، ص ص 347-382.
- زاهر عبد الرحيم، مفاهيم جديدة في ادارة الموارد البشرية ،دار الراهية للنشر والتوزيع، ط 1 الاردن ، 2011.
- سروار عثمان (2021): تحليل مؤشرات الاقتصاد الأخضر في قطاع الفنادق لمدينة أربيل دراسة تطبيقية لعينة من فنادق العمالة 2020، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد 17، العدد 54، جامعة تكريت، ص ص 91-110.
- سبرينه مانع ، أثر إستراتيجية تنمية الموارد البشرية على أداء الأفراد فى الجامعات ، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم فى علوم التسيير ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة محمد خيضر ، بسكرة ، 2015.
- سردار، ياسين صبرى ،ممارسات إدارة الموارد البشرية وأثرها على أداء المؤسسة ، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا،جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2016.
- عاشور نور الاسلام (2017): دور الاتصال التسويقي في ترقية الخدمات السياحيه في الجزائر دراسه ميدانيه لجمهور عدد من المجالات السياحيه بولاية ام البواقي ، رساله ماجستير قسم العلوم الانسانيه، كليه العلوم الاجتماعيه والانسانيه، جامعه العربي بن مهدي- ام البواقي الجزائر، ص 48 .
- عبد الحفيظ يحيوي واخرون (2022): القطاع السياحي ورهانات التنوع الاقتصادي في الجزائر ، كتاب جماعي بعنوان الاستثمار السياحي في الجزائر كآلية للتنوع الاقتصادي في ظل متطلبات التنمية المستدامة ، جامعة زيان عاشور الجلفة، الجزائر، ص ص 240-245.
- علي محمد عبد الوهاب، العنصر الإنساني في إدارة الإنتاج، مكتبة عين شمس، 2010.
- غنى الزبيدي (2021): تحقيق الاستدامة البيئية على وفق إدارة الموارد البشرية الخضراء، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، العدد63 ، العراق ، ص ص 73- 91.
- فتحي عليان وسليم عابر(2017): الفجوة الرقمية في السياحة كنتيجة لعدم التكافؤ في تبني تكنولوجيا المعلومات والاتصال: تحليل تأثير فجوة السياحة الرقمية في تفاعل العرض والطلب السياحي، بحث منشور، مداخلة مقدمة الى ندوة السياحة الرقمية: التحدي الجديد لمنظومة التسويق السياحي. من تنظيم جامعة البليدة 2 يوم 17 ابريل 2017، ص10.
- لحر هبية (2016): دور مواقع التواصل الاجتماعي في التسويق السياحي – دراسة ميدانية ، الجزائر ، ص ص 180 - 193.
- لطيفة قعيد (2020): متطلبات التنمية السياحية المستدامة، مجلة الاقتصاد والبيئة، المجلد 30، العدد 2، الجزائر، ص ص 60 – 33.
- محسن الصحنى (2021): دور إدارة سلاسل التوريد الأخضر في تحقيق الاستدامة البيئية للفنادق الخضراء، المجلة العربية لعلوم السياحة والفندقة والآثار، مجلد2، العدد3، مصر، ص ص 93-110.
- محمد، أسماء و محمد، كريمة (2020)، تطبيقات الذكاء الاصطناعي ومستقبل تكنولوجيا التعليم ، المجموعة العربية للتدريب والنشر، القاهرة .
- ماجد، أحمد والهاشمي، ندي(2018)، الذكاء الاصطناعي بدولة الامارات العربية المتحدة ، وزارة الاقتصاد بدولة الامارات العربية المتحدة.

- محمد بن دليم القحطاني، إدارة الموارد البشرية نحو منهج استراتيجي متكامل، مكتبة العبيكان، ط2، الرياض، 2008.
- هبة شوشة (2019): التوجه نحو الفنادق الخضراء داخل القطاع الفندقي – دراسة حالة فنادق دبي، مجلة الباحث الاقتصادي، المجلد 7، العدد 11، جامعي عبد الحميد مهري، الجزائر ص ص 90 – 109.
- هارون ، محمود(2017) ، الشبكات الاجتماعية علي الانترنت وتأثيرها في المعرفة البشرية: النظرية والتطبيق، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة، ص188
- وسيلة السبتي ( 2019 ): السياحة الالكترونيه احد تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ، ملتقى دولي بعنوان الاتجاهات الحديثة للتجارة الدولية وتحديات التنمية المستدامة نحو رؤى مستقبلية واعداد الدول النامية، الجزائر ، ص 45.

## The impact of artificial intelligence in improving the performance level of human resource management by applying it to the hotel and tourism sector

Ayda Fayez Saber<sup>1</sup>

Lecturer of  
hospitality Studies  
Higher institutes  
for Tourism and  
Hotels, Badr City

Hany Atef Kozmal<sup>2</sup>

Associate Professor  
of hospitality Studies  
, The higher institute  
for tourism and  
hotels “EGOT”  
Luxor

Azza Sayed Masoud<sup>3</sup>

Professor of Tourism  
Studies Higher Institute  
for Qualitative Studies –  
Heliopolis  
Dean of the Egyptian  
Higher Institute for  
Tourism Heliopolis

Doaa Gamal Ahmed<sup>4</sup>

Lecturer at department  
of Tourism Studies at  
Sinai Higher Institute  
for Specific Studies in  
Arish and Ismailia

### Abstract:

The current research aims to clarify and measure the impact of artificial intelligence in improving the level of performance of human resources management, by applying to the hotel and tourism sector due to the importance of these two dimensions, which are the main pillar in any productive organization in order to be able to provide services that satisfy the needs of the customer and satisfy his desires, so the research was adopted in its theoretical and field framework after artificial intelligence as a major variable Wii performance for human resource management as a dependent variable, and the development of a hypothetical scheme for research reflects the nature of the relationship of correlation and impact between artificial intelligence on the one hand and improving the level of performance of human resources management on the other hand, where the five-star hotels in Cairo, which number 29 hotel in addition to a sample of "14" from tourism companies (class A), which numbered 1241. The current research is determined by the following: Experts in the human resources sector in the hotel and tourism sector in Cairo, with a sample of 14 five-star hotels, as well as 14 tourism companies from the companies in the same sample area and serving the same hotel sample. The study followed the descriptive analytical approach and used questionnaires to collect Preliminary data, has been analyzed and conducted statistical tests necessary in order to achieve the objectives of the study, as well as personal interviews with human resources managers in these organizations. It resulted in some of the main hypotheses that were tested using the statistical program (SPSS) through the data collected from the questionnaire form of managers of human resources management in tourism companies and the hotel sector, and the research found a positive moral correlation between artificial intelligence and the performance of human resources management.

**Keywords:** Artificial Intelligence, Human Resource Management, Tourism Sector, Hotel Sector