



جامعة المنصورة
كلية السياحة و الفنادق

دور التكنولوجيا في تحسين اداء وكفاءة المرشد السياحي دراسة تطبيقية على محافظة بغداد بالعراق

إعداد

/ زينب عبد الرضا

باحثة دكتوراه بكلية السياحة و الفنادق

جامعة المنصورة

د. محمود عبد الله

المدرس بقسم الارشاد السياحي بكلية

السياحة و الفنادق جامعة المنصورة

أ.د محمد احمد عبد اللطيف

استاذ الاثار القبطية و الاسلامية و عميد

كلية السياحة و الفنادق جامعة المنصورة

مجلة كلية السياحة و الفنادق - جامعة المنصورة

عدد (١٤) - ديسمبر ٢٠٢٣

دور التكنولوجيا في تحسين اداء وكفاءة المرشد السياحي
دراسة تطبيقية على محافظة بغداد بالعراق

دور التكنولوجيا في تحسين اداء وكفاءة المرشد السياحي دراسة تطبيقية على محافظة بغداد بالعراق

الملخص

أثر تطور استخدام تكنولوجيا المعلومات في صناعة السياحة بشكل واضح على اداء المرشد السياحي، الذي يُعتبر عنصراً جوهرياً في تمثيل المقصد السياحي، وقد هدف البحث إلى استكشاف أهمية تكنولوجيا المعلومات في القطاع السياحي، وتوضيح متطلبات تطبيق تكنولوجيا المعلومات السياحية، وتحديد ابعاد ادارة الاداء الوظيفي للمرشد السياحي، والتعرف على اهم نماذج تحسين اداء المرشد السياحي، واتبع البحث المنهج المنهج الاستقرائي والمنهج الاستنتاجي، كما استخدمت المنهج الكمي في التحليل الاحصائي لاستمارة الاستبيان، التي تم توزيعها على عينة عشوائية من المرشدين السياحيين في محافظة بغداد وبلغ حجمها 299 استمارة استبيان صحيحة. وتوصل البحث إلى ارتفاع درجة استجابات المرشدين السياحيين نحو اثر التكنولوجيا على تحسين اداء وكفاءة المرشد السياحي بابعاده (الجودة، الفاعلية، الانتاجية، الربحية)، وأوصى البحث بانشاء بتفعيل الخدمات

السياحية المقدمة على المواقع الالكترونية السياحية، وتدريب المرشدين السياحيين على تطبيق تكنولوجيا البرامج السياحية. الكلمات الدالة: تكنولوجيا المعلومات - الاداء الوظيفي - المرشد السياحي - بغداد.

Abstract

The impact of the development of the use of information technology in the tourism industry has a clear effect on the performance of the tour guide, which is considered an essential element in the representation of the tourist destination. , and to identify the most important models for improving the performance of the tour guide, and the research followed the inductive approach and the deductive approach, and the quantitative approach was used in the statistical analysis of the questionnaire form, which was distributed to a random sample of tour guides in Baghdad governorate, and its size reached 299 correct questionnaire forms. The research found a high degree of tourist guides' responses towards the impact of technology on improving the performance and efficiency of the tour guide in its dimensions (quality, effectiveness, productivity, profitability).

Keywords: information technology - job performance - tour guide - Baghdad

المقدمة:

تعد السياحة صناعة متجددة، تتميز ببنیان اقتصادي قوي ومتطور يرتبط ارتباطاً وثيقاً بتكنولوجيا المعلومات بفضل التقدم في وسائل الدفع الإلكتروني، وتطور التسويق الإلكتروني للمنتجات والخدمات السياحية التي تقدم مختلف العروض حسب رغبات العملاء، حيث تعد الخدمات السياحية منتجاً غير ملموساً وبالتالي أصبح استخدام تكنولوجيا المعلومات بديلاً منطقياً للتسويق التقليدي للرحلات السياحية، فضلاً عن إن جودة الخدمات السياحية لا تكتمل إلا باستخدام تكنولوجيا المعلومات في مختلف المجالات السياحية، لذلك وجهت منظمة السياحة العالمية كل من الحكومات والهيئات والمنظمات السياحية بأهمية استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في القطاع السياحي؛ حيث أصبحت تكنولوجيا المعلومات تمثل اللبنة الأساسية للتنمية السياحية الحديثة والمستدامة.

لقد أثر تطور استخدام تكنولوجيا المعلومات في صناعة السياحة بشكل واضح على أداء المرشد السياحي، الذي يُعتبر عنصراً جوهرياً في تمثيل المقصد السياحي، وفي التأثير المباشر على نجاح التجربة السياحية، وبالتالي على المنافع الاقتصادية

والاجتماعية والثقافية المتحققة للمجتمعات المحلية؛ وقد ارتبط الانتشار الواسع لتطبيق التكنولوجيا في مهنة الارشاد السياحي بعدة عوامل منها زيادة مساهمة السياحة الإلكترونية في جملة التجارة الإلكترونية الدولية، وما ترتب على ذلك من خفض تكاليف الخدمات السياحية وتطوير المنتج السياحي وزيادة جودة الخدمات المقدمة، وتطوير الانشطة السياحية الجديدة التي تتفق مع فئات المجموعات السياحية المختلفة، بالاضافة الى بناء الميزة التنافسية للمنظمات السياحية، وزيادة القيمة المضافة للقطاع السياحي ومساهمته في الاقتصاد القومي.

مشكلة البحث:

تتبقى مشكلة الدراسة من عدم مواكبة بعض المرشدين السياحيين للتطورات التكنولوجية العالمية التي يشهدها القطاع السياحي، حيث أصبح الاعتماد على الوسائل التقليدية في جمع البيانات والمعلومات وتحليلها لا يفي بمتطلبات مهنة الارشاد السياحي في العصر الرقمي الحالي، وهو ما يؤثر على دور القطاع السياحي في الاقتصاد الوطني، لذا أصبح من الضروري للمرشدين السياحيين ان يستخدموا تكنولوجيا المعلومات المتطورة لجمع البيانات وتصنيفها وتحليلها بهدف تقديمها بنوعية جيدة

للمعمل النهائي، وبما يمكنهم من تقديم خدماتهم بكفاءة وفاعلية، في ظل الدور الذي تلعبه تكنولوجيا المعلومات بشكل عام في صناعة السياحة.

وتطرح مشكلة الدراسة تساؤل رئيسي هو: هل تسهم تكنولوجيا المعلومات في تطوير قطاع السياحة عامة، وتطوير مهنة الارشاد السياحي خاصة؟ وهل تسهم تكنولوجيا المعلومات في تحسين كفاءة اداء المرشد السياحي؟
فرضيات البحث:

الفرضية الاولى: يوجد فروق ذات دلالة احصائية بين اراء عينة الدراسة حول تاثير تكنولوجيا المعلومات على اداء المرشد السياحي ترجع الى المتغيرات الديموغرافية (النوع - المؤهل الدراسي - عدد سنوات الخبرة).

الفرضية الثانية: يوجد اثر ذو دلالة الاحصائية لتكنولوجيا المعلومات على أداء المرشد السياحي.

وتتفرع منها الفرضيات الفرعية التالية:

- **الفرضية الفرعية الاولى:** يوجد اثر ذو دلالة الاحصائية لتكنولوجيا المعلومات على جودة الاداء للمرشد السياحي

- الفرضية الفرعية الثانية: يوجد اثر ذو دلالة الاحصائية لتكنولوجيا المعلومات على تعزيز فاعلية الاداء للمرشد السياحي
- الفرضية الفرعية الثالثة: يوجد اثر ذو دلالة الاحصائية لتكنولوجيا المعلومات على تحسين انتاجية الاداء للمرشد السياحي
- الفرضية الفرعية الرابعة: يوجد اثر ذو دلالة الاحصائية لتكنولوجيا المعلومات على تحسين ربحية الاداء للمرشد السياحي

أهداف البحث:

- يهدف البحث إلى ما يلي:
- استكشاف أهمية تكنولوجيا المعلومات في القطاع السياحي.
- توضيح متطلبات تطبيق تكنولوجيا المعلومات السياحية.
- تحديد ابعاد ادارة الاداء الوظيفي للمرشد السياحي.
- التعرف على اهم نماذج تحسين اداء المرشد السياحي.

اهمية البحث:

تتبع اهمية البحث من ضرورة تطوير أداء المرشد السياحي في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتحسين جودة الخدمات السياحية المقدمة نظرا لارتباطها ارتباطا وثيقا بتكنولوجيا المعلومات بما يتضمنه من الفعاليات الارشادية السياحية سواء منها المباشرة التي تتم في داخل القطاع السياحي نفسه مثل نشاط الارشاد والفندقة والترفيه، أم غير المباشرة التي تتم في القطاعات السياحية الاخرى المساندة للقطاع السياحي مثل النقل السياحي والمطاعم، وما سوى ذلك من الانشطة التي لها علاقة بالقطاع السياحي.

الإطار النظري:

أولاً: تكنولوجيا المعلومات السياحية:

١. اهمية تكنولوجيا المعلومات في القطاع السياحي:

تتمثل اهمية تكنولوجيا المعلومات السياحية فيما يلي:

١/١- **تقليل التكلفة:** وذلك من خلال سرعة انجاز الأعمال السياحية عبر استخدام شبكات الاتصال الداخلية، او من خلال

استخدام شبكات الاتصال الخارجية عن بعد، التي تدعم الأعمال في المناطق المختلفة، بما يخفض تكاليف الإنتاج، والتوزيع^(١).
٢/١- تحسين مرونة الهياكل التنظيمية: وذلك عن طريق تطوير الاليات والوسائل الحديثة للنظم الادارية والتشغيلية والرقابية، بما توفره تكنولوجيا المعلومات من العمل كبديل للهيكل التنظيمي التقليدي^(٢)، والتخفيف من عبء العمل واعادة تنظيم المهام الوظيفية مما يساعد فرق العمل على اتخاذ القرارات الصحيحة، نظرا للقدرة على معالجة البيانات وتصحيح الاخطاء داخل المنظمة^(٣).

٣/١- تحسين عمليات التشغيل: اصبحت تكنولوجيا المعلومات جزءا لا يتجزأ من عمل الادارة الحديثة، كونها موردا رئيسيا من

(١) نازم محمود ملكاوى، تطبيق تكنولوجيا المعلومات في قطاع الخدمات السياحية أثر استخدام نظام الحجز الالكتروني في تحسين خدمة الزبائن في فنادق الخمس نجوم في الأردن، مجلة جامعة الاقصى سلسلة العلوم الانسانية، المجلد ٢٠، العدد ١، ٢٠١٦، ص ١٨٢.

(2) Travica, B., New Organizational Designs: Information Aspects, Ablex Publishing Company, Stamford, 1999, p.70

(٣) دنيا طارق أحمد، تكنولوجيا المعلومات وأثرها على الصناعة الفندقية دراسة تطبيقية في عينة من فنادق مدينة بغداد، مجلة الادارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية، العدد ٧٩، ٢٠٠٩، ص ٩.

موارد المنظمة^(١)، حيث تسهم تكنولوجيا المعلومات في تسهيل عمليات تدفق وتبادل المعلومات، واكتشاف الفرص الجديدة بما بما يزيد من فعالية الاداء التنظيمي عن طريق انجاز الأعمال المطلوبة بالطريقة الصحيحة وتحقيق الميزة التنافسية للمنظمة^(٢).

٤/١ - تحسين القدرة على اتخاذ القرارات: حيث تتطلب القرارات اليومية الروتينية توفر المعلومات الصحيحة والمؤكدّة والواضحة بينما تتطلب القرارات الجديدة توفر المعلومات الدقيقة القائمة على نظريات الاحتمالات والنتائج الاستنتاجية مما يتطلب المعرفة التامة باحتمالات تاثير القرارات على نجاح العمل وتحقيق الاهداف الاستراتيجية للمنظمة^(٣).

(١) ليث شاكر ابو طبيخ، دور عوامل البنى التحتية التكنولوجية في تحسين جودة الخدمات السياحية دراسة ميدانية في عدد من المؤسسات السياحية في محافظة النجف الاشرف، مجلة كلية التربية للبنات للعلوم الانسانية، جامعة الكوفة، العدد ١٨، ٢٠١٦، ص ٥٧٠.

(٢) بشار عباس الحميرى، واحمد كاظم بريس، اثر تكنولوجيا المعلومات في جودة الخدمات الفندقية دراسة ميدانية على عينة من الفنادق السياحية في محافظة كربلاء، مجلة جامعة اهل البيت، العدد ٤، ٢٠٠٦، ص ٣٤٩.

(٣) معالي فهمي حيدر، نظم المعلومات مدخل لتحقيق الميزة التنافسية، الدار الجامعية، الاسكندرية، ٢٠٢٢، ص ٢٢.

٥/١- تحسين ادارة الموارد البشرية: تؤدي تكنولوجيا المعلومات إلى زيادة قابلية الموارد البشرية على اتخاذ القرارات الملائمة في الوقت المناسب، كما تحسن من تحسين الاداء الوظيفي والنهوض بجودة الخدمات بفضل العلاقات القوية بين تكنولوجيا المعلومات وتحسين اداء الموارد البشرية^(١).

٦/١- تحسين خدمة العملاء: تقدم تكنولوجيا المعلومات وسائط متعددة للتفاعل المباشر بين المنظمة وعملائها والتي يمكن استغلالها في التواصل الدائم مع العملاء والتعرف على حاجاتهم ورغباتهم، مما ينعكس على تحقيق مستويات اعلى من رضا العملاء^(٢).

(١) اسماء شاكر عاشور، وآخرون، اثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على اداء الموارد البشرية في المؤسسات التعليمية في العراق جامعة بابل نموذجا، مجلة كلية الادارة والاقتصاد للدراسات الاقتصادية، جامعة بابل، المجلد ١١، العدد ٤، ٢٠١٩، ص ٣.

(٢) محمد تقوروت، أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تطوير الخدمات السياحية، الملتقى الوطني حول السياحة والتسويق السياحي في الجزائر، الإمكانات والتحديات التنافسية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة ٨مايو، قالمة، ٢٠٠٩، ص ٧.

٧/١- تعزيز الوصول الى الاسواق: تسهم تكنولوجيا المعلومات في تطوير العلامة التجارية للمنظمة وادارة عمليات التوزيع وتنظيم سلاسل الامداد، وتوفير الدعم التقني للاطلاع على احتياجات ورغبات العملاء وتحقيق مرونة اكثر في سرعة انجاز الطلبات وادارة الوقت مما يعزز سرعة الوصول الى الاسواق^(١).

٢ - متطلبات تكنولوجيا المعلومات السياحية:

تتطلب تكنولوجيا المعلومات في قطاع السياحة توفر عدد من المتطلبات الاساسية اهمها:

١/٢- الهياكل التنظيمية والمؤسسية: تعمل السياحة الالكترونية في سياق الاتفاقية العامة لتحرير تجارة الخدمات التابعة لمنظمة التجارة العالمية، التي تمثل الاطار العام للمتطلبات القانونية لنشاط الخدمات السياحية الإلكترونية، من خلال ما تضمنته الاتفاقية من تحرير وضبط الالتزامات الخاصة بالنشاط السياحي عبر

(١) احمد محمد عبدالعال رشوان، قدرات تكنولوجيا المعلومات كمتغير وسيط في العلاقة بين عوامل نجاح تطبيق مدخل اعادة هندسة العمليات والاداء التشغيلي للبنك دراسة تطبيقية، مجلة كلية التجارة للبحوث العلمية، جامعة الاسكندرية، المجلد ٥٤، العدد ١، ٢٠١٧، ص ١٤

الانترنت، وتمهيد الطريق امام وضع الاسس العامة لنشاط السياحة الالكترونية^(١).

٢/٢ - تهيئة البيئة الثقافية التنظيمية: تستلزم تكنولوجيا المعلومات توفير الثقافة التنظيمية التي تتقبل الاعمال الالكترونية واتمام المعاملات الرقمية المرتبطة بها، فما تزال الثقافة التنظيمية التقليدية تقاوم التوسع في استخدام تكنولوجيا المعلومات داخل القطاع السياحي لاسيما في الوزارات والهيئات الحكومية، أو بسبب الاجراءات والتنظيمات البيروقراطية التي يقوم فيها موظفوا الخدمة العامة بادوار قيادية تفرض سيطرتهم على العاملين^(٢).

٣/٢ - الوساطة الإلكترونية: اوجدت استخدام تكنولوجيا المعلومات انماط جديدة من الوظائف والخدمات لشركات السياحة

(١) نوفل عبدالرضا علوان، ومحمد زكى عبدالرزاق، استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في شركات السياحة والسفر وأثرها على عملية تطوير الخدمات المقدمة دراسة تحليلية لعينة من شركات السياحة والسفر في مدينتي بغداد وكربلاء المقدسة، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد ٤٧، ٢٠١٦، ص ١٨١.

(٢) علا الخواجة، الفرص والتحديات امام تطبيق نموذج الحكومة الالكترونية في مصر، سلسلة اوراق اقتصادية، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، العدد ٣٥، ٢٠٠٧، ص ٢٢.

ووكالات السفر والمكاتب السياحية، التي بدأت في اطلاق المواقع الالكترونية لها والتي تقدم العديد من الخدمات السياحية الجديدة القائمة على تكنولوجيا المعلومات بما تمثله من حلقة الوصل بين مقدمي الخدمات السياحية في مجالات خطوط الطيران او الفنادق، او وكالات السياحة والسفر، وكذلك خدمات الارشاد السياحي، ويمكن من خلال ذلك توطيد التعاون والتنسيق مع الوسطاء التقليديين لفتح افاق جديدة من العمل في الوساطة السياحية الالكترونية^(١).

٢/٤- تأهيل الموارد البشرية: تحتاج تكنولوجيا المعلومات الى توفر عناصر مميزة من الموارد البشرية المؤهلة للتعامل مع النظم التكنولوجية الحديثة من خلال الاهتمام بتدريب ورفع كفاءة العاملين لذلك اصبح ينظر الى تدريب الموارد البشرية على انه

(١) يوسف محمد ورداني، كيفية تنظيم السياحة الالكترونية ومردودها على صناعة السياحة، الموقع الالكتروني: المدن التاريخية والتراث الثقافي، www.historicalcities.wordpress.com، الاطلاع بتاريخ ١١/٦/٢٠٢٣

احد الاسس الداعمة لتطبيق تكنولوجيا المعلومات في المنظمات السياحية لتنمية المهارات الفنية وتحقيق اهداف المنظمة^(١).

ثانيا: كفاءة الأداء الوظيفي للمرشد السياحي:

١ - ابعاد ادارة الاداء الوظيفي للمرشد السياحي:

١/١- **الجودة:** تمثل السمات والخصائص التي تميز المنتج او الخدمة التي تحقق رضا العملاء^(٢) بما تتفق مع والاستراتيجيات التنافسية في المنظمات، وذلك عن طريق التركيز ليس فقط على المنتج او الخدمة، ولكن ايضا التركيز على الأنشطة والعمليات داخل المؤسسة، حتى يتم تحقيق الجودة المطلوبة، وإرضاء العميل، لتحقيق الميزة التنافسية، عن طريق تحقيق التفوق والتميز في الأداء^(٣).

(١) عبدالأمير عبد كاظم، دور التدريب في إعداد الموارد البشرية السياحية المتخصصة وتأثيره على مستوى تقديم الخدمات، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية، جامعة الكوفة، العدد ٢٥، ٢٠١٢، ص ١١٥.

(٢) Harrods's librarians, Glossary and Reference Book: a dictionary of over 10,200 terms, Britain: MPG, Books Ltd, 2005, p.576

(٣) تيمان ادريس، ثابت ابوالروس، دور ادارة الجودة الشاملة في تحسين الاداء المؤسسي دراسة تطبيقية، المجلة العربية للنشر العلمي، العدد ٤٠،

٢/١- **الفاعلية:** تعني قدرة المنظمة على الوصول الى الاهداف التنظيمية بطريقة مثالية من خلال تقديم الخدمات بشكل متميز كما ونوعاً^(١)، ويتحقق ذلك من خلال القدرة على تنفيذ الأهداف، وتوفير المدخلات الاساسية والتطور المستمر في المنتجات والخدمات، وتحقيق رضا العملاء^(٢).

٣/١- **الانتاجية:** يقصد بها الاستغلال الامثل لموارد المنظمة بما يحقق التوازن بين عوامل الإنتاج المختلفة، باقل التكاليف والجهود^(٣)

٤/١- **الربحية:** تتحقق من خلال تحديد حجم وكمية العمل المطلوب انجازه كدافع رئيسي للوصول الى المعدلات المستهدفة

(١) Santark, K. & Obluska, I., Process Approach To The Evaluation Of information System Effectiveness, Information Systems in Management, Vol. 1, No.2, 2012, p.149

(٢) سلام جاسم عبدالله العزي، جودة خدمات المعلومات ودورها في تحسين الاداء المؤسسي جامعة ديالى انموذجا، رسالة دكتوراه، كلية الاداب، الجامعة المستنصرية، ٢٠١٩، ص ١٠٤

(٣) صلاح الشنواني، ادارة الانتاج مدخل تاريخي التطور التكنولوجي مدخل انشائي المنشأة الصناعية، مركز الاسكندرية للكتاب، الاسكندرية، ٢٠٠٠،

من النمو وتحسين الأداء، بما يتوافق مع امكانيات المنظمة وما تمتلكه من خبرات وموارد^(١).

٢ - نماذج تحسين اداء المرشد السياحي:

توجد العديد من النماذج التي يمكن استخدامها في تحسين كفاءة اداء المرشد السياحي ومن اهمها

١/٢- نموذج كايزن:

وضع هذا نموذج العالم الياباني تاييشي أو هونو Taiichi Ohno في عام ١٩٨٦م لتحسين الادارة والقيادة في المنظمات الصناعية والمالية، ومنظمات الاعمال، ويعتبر هذا النموذج من أهم نماذج تحسين المستمر للاداء، حيث يعتمد على التحليل والعملية من خلال ما يلي^(٢):

- مسؤولية كل فرد في المنظمة على تحسين الاداء لان تحسين الأداء مسؤولية تكاملية بين الإدارة والعاملين.

(١) محمد حمود ناصر، واخرون الوهبي، اثر الرضا الوظيفي على الاداء المؤسسي بوزارة الشؤون الرياضية بسلطنة عمان، المجلة الالكترونية الشاملة متعددة المعرفة، العدد ٢٧، ٢٠٢٠، ص ٢٢

(٢) هيثم حمود الشبلي، ادارة المنشآت المعاصرة، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٩، ص ٤٦٧

- عدم التركيز فقط على النتائج وانما على التحسين المستمر للعمليات للوصول الى افضل النتائج .
 - شمول تحسين الأداء لكل المجالات الادارية والإنتاجية والمالية والتسويقية.
 - التناغم بين الفكر الإداري ونظم الاعمال وأدوات التشغيل وتحليل المشاكل واتخاذ القرارات.
 - تحديد المشاكل بشكل دقيق لانه السبيل الامثل لتحسين الأداء.
 - التركيز على العميل وتحقيق الرضا وإشباع الحاجات للعملاء.
 - تحسين الأداء يعد عملية مستمرة في حد ذاتها.
- ٢/٢- نموذج ديمينج:

وضع هذا النموذج العام الأمريكي إدوارد ديمينج Edward Deming حيث يقوم النموذج على ادوات تميز الاداء من خلال اربعة مبادئ ادارية هي خطط - نفذ - افحص - حسن، لتحقيق الإبداع وإدارة المعرفة، وتحسين الأداء بشكل مستمر^(١)، حيث تم تاسيس جائزة ديمينج للمنظمات التي تحقق انجازات مهمة

(١)عائشة يوسف الشميلي، برنامج تحسين الاداء، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠١٧، ص١٧

في الاداء المتميز، حسب معايير النموذج التي تهتم بضمان الجودة للمنتجات والخدمات، وفق المعايير التالية: (سياسات الجودة، ومراقبة الجودة، وتأكيد الجودة، والتعلم والنشر، وإدارة التنظيم، وجمع المعلومات، والنتائج، والتخطيط المستقبلي)^(١).

٣/٢- نموذج مالكوم:

تم وضع نموذج مالكوم بالدريج في عام ١٩٧٨م بالولايات المتحدة الامريكية، من خلال جائزة سنوية تقدم للمنظمات الأعمال التي تحقق تقدما في الجودة وتحسين الاداء الذي يركز على قيمة العميل، حيث يقوم نموذج مالكوم على المعايير التالية: (القيادة، والتخطيط الاستراتيجي، وإدارة العمليات، والموارد البشرية، وتقديم قيمة للعملاء، ونتائج الاعمال)^(٢)

(١) محمد انور رشدي هنية، مدى ممارسة الرشاقة الاستراتيجية وعلاقتها بتميز الاداء المؤسسي لدى قطاع الصناعات الغذائية في قطاع غزة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التجارة، الجامعة الاسلامية، غزة ، ٢٠١٦، ص٣٤

(٢) محمد انور رشدي هنية، المرجع السابق، ص٣٣

الدراسة الميدانية:

أولاً - منهجية الدراسة الميدانية

١ - حدود الدراسة:

الحدود المكانية: تختص الدراسة بمحددات مكانية تتمثل في محافظة بغداد بالعراق.

الحدود الزمانية: يتم إجراء الدراسة الميدانية عن طريق توزيع استمارات الاستبيان، وذلك خلال الفترة ٢٠٢٣/٢/١٠ وحتى ٢٠٢٣/٥/١٥.

الحدود البشرية: اقتصرت هذه الدراسة على عينة عشوائية من المرشدين السياحيين في محافظة بغداد حيث تم توزيع ٣٢٠ استمارة استبيان عن طريق الانترنت (نماذج استبيان جوجل) وبعد استبعاد 21 استمارة لوجود خطأ في البيانات أو نقصانها فقد تم اجراء التحليل الاحصائي لعدد 299 استمارة استبيان صحيحة.

منهج الدراسة والبحث:

استخدمت الدراسة المنهج الاستقرائي والمنهج الاستنتاجي، كما استخدمت المنهج الكمي في التحليل الاحصائي لاستمارة الاستبيان، وتحليلها باستخدام برنامج (SPSS, V.24).

٢ - تصميم اداة الدراسة:

صممت استمارة الاستبيان على شكل أسئلة تتعلق بأثر اثر تكنولوجيا المعلومات على أداء المرشد السياحي، حيث يقوم المبحوث بالإجابة علي الأسئلة من خلال اختيار إحدى الإجابات المقيدة في استمارة الاستبيان التي تكونت من اربعة محاور.

١/٢ اختبار صدق وثبات فقرات الاستبيان:

جدول (1) معامل صدق وثبات محاور استمارة الاستبيان

معامل الصدق (الجذر التربيعي لمعامل الثبات)	معامل الثبات (الفا كرونباخ)	عدد الفقرات	المحور
٠.٨٨٨	٠.٧٨٩	١٦	اثر تكنولوجيا المعلومات على كفاءة اداء المرشد السياحي

يلاحظ من الجدول (1) ان معامل الفا كرونباخ لمحور
اثر تكنولوجيا المعلومات على كفاءة اداء المرشد السياحي الذي
تكون من ١٦ سؤالاً بلغ ٠.٧٨٩، مما يشير الى وجود درجة
ثبات عالية لفقرات استمارة الاستبيان، كما يتضح ان معامل

صدق الاتساق الداخلي بلغ ٠.٨٨٨، ما يشير الى وجود درجة عالية لصدق فقرات استمارة الاستبيان.

نتائج التحليل الاحصائي:

١ - الاحصاء الوصفي للبيانات الديموغرافية:

جدول (2) الاحصاء الوصفي لاراء عينة الدراسة حول

البيانات الديموغرافية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسبة المئوية	التكرار	المتغير	
٠.٥٠	١.٢	٨٤.٠	٢٥١	ذكر	النوع
		١٦.٠	٤٨	انثى	
٠.٧٠	٢.٥	١٤.٤	٤٣	دكتوراه	المؤهل الدراسي
		٢٥.٨	٧٧	ماجستير	
		٧١.٩	٢١٥	بكالوريوس	
٠.٧٠	٢.٠	١٣.٤	٤٠	أقل من ٥ سنوات	عدد سنوات الخبرة
		٧٣.٥	٢٢٠	من ٥ لأقل من ١٠ سنوات	
		١٣.١	٣٩	١٠ سنة فأكثر	

يتبين من الجدول (2) توزيع عينة الدراسة على حسب

النوع، حيث بلغ عدد المرشدين السياحيين من الذكور ٢٥١

مرشدا بنسبة ٨٤%، بينما بلغ عدد الإناث ٤٨ مرشدة بنسبة ١٦%، وبلغ الإنحراف المعياري ٠.٥، والمتوسط الحسابي ١.٢، مما يدل على تجانس استجابات عينة الدراسة حول النوع وميل الاستجابات الى تفوق عدد المرشدين السياحيين من الذكور.

يتبين من الجدول (2) توزيع عينة الدراسة على حسب المؤهل الدراسي، حيث جاء في المرتبة الاولى الحاصلين على شهادة البكالوريوس بعدد ٢١٥ مرشدا وبنسبة ٧١.٩%، وجاء في المرتبة الثانية الحاصلين على درجة الماجستير بعدد ٧٧ مرشدا وبنسبة ٢٥.٨%، وجاء في المرتبة الثالثة الحاصلين على درجة الدكتوراه بعدد ٤٣ مرشدا وبنسبة ١٤.٤%، وبلغ الإنحراف المعياري ٠.٧، والمتوسط الحسابي ٢.٥، مما يدل على تجانس استجابات عينة الدراسة حول المؤهل العلمي البكالوريوس.

يتبين من الجدول (2) توزيع عينة الدراسة على حسب عدد سنوات الخبرة، حيث جاء في المرتبة الاولى الخبرة من ٥-١٠ سنوات بعدد ٢٢٠ مرشدا وبنسبة ٧٣.٥%، وجاء في المرتبة الثانية الخبرة اقل من ٥ سنوات بعدد ٤٠ مرشدا وبنسبة ١٣.٤%، وجاء في المرتبة الثالثة الخبرة اكثر من ١٠ سنوات بعدد ٣٩ مرشدا وبنسبة ١٣.١%، وبلغ الإنحراف المعياري

٠.٧، والمتوسط الحسابي ٢.٠، مما يدل على تجانس استجابات عينة الدراسة حول عدد سنوات الخبرة من ٥-١٠ سنوات.

٢ - الاحصاء الوصفي للبيانات الموضوعية

جدول (3) الاحصاء الوصفي لآراء عينة الدراسة حول اثر تكنولوجيا المعلومات على كفاءة اداء المرشد السياحي

الرتبة	الوزن النسبي	معامل التباين	الإحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبرة
اثر تكنولوجيا المعلومات على جودة الاداء للمرشد السياحي					
٢	٤٢	٠.٧	٠.٨	٢.١	أدت تكنولوجيا المعلومات الى تحسين نوعية الخدمات السياحية التي يقدمها المرشد السياحي
٢	٤٢	٠.٨	٠.٨	٢.١	اسهمت تكنولوجيا المعلومات في تقليل الاخطاء التي تحدث خلال تنفيذ البرامج السياحية
١	٤٤	٠.٢	٠.٥	٢.٢	ساعد استخدام المرشد السياحي لتكنولوجيا

					المعلومات في زيادة رضا السائح
٣	٤٠	٠.٢	٠.٤	٢.٠	ساعد استخدام المرشد السياحي لتكنولوجيا المعلومات في تقليل شكاوى السائح
اثر تكنولوجيا المعلومات على تعزيز فاعلية الاداء للمرشد السياحي					
١	٤٦	٠.٦	٠.٨	٢.٣	اسهمت تكنولوجيا المعلومات في سرعة انجاز المرشد السياحي للاعمال في الوقت المحدد
٢	٤٤	٠.٨	٠.٩	٢.٢	ساعدت تكنولوجيا المعلومات المرشد السياحي في الاستغلال الامثل للموارد المتاحة
١	٤٦	٠.٤	٠.٧	٢.٣	مكنت تكنولوجيا المعلومات المرشد السياحي من متابعة كل ما يتعلق بتنفيذ البرنامج السياحي

١	٤٦	٠.٧	٠.٨	٢.٣	ساعدت تكنولوجيا المعلومات المرشد السياحي في تحقيق اهداف الشركة السياحية
اثر تكنولوجيا المعلومات على تحسين انتاجية الاداء للمرشد السياحي					
٤	٤٢	٠.٤	٠.٧	٢.١	ادت تكنولوجيا المعلومات الى زيادة عدد البرامج السياحية التي ينفذها المرشد السياحي
٢	٤٦	٠.٦	٠.٧	٢.٣	ساعدت تكنولوجيا المعلومات المرشد السياحي على تقليل جهود تنفيذ البرنامج السياحي
٣	٤٤	٠.٩	٠.٩	٢.٢	وفر استخدام المرشد السياحي لتكنولوجيا المعلومات من الوقت المستغرق في تنفيذ البرنامج السياحي

١	٤٨	٠.٧	٠.٨	٢.٤	كان لتكنولوجيا المعلومات دور في التوفيق بين المتطلبات الداخلية للشركة واحتياجات المرشد السياحي
اثر تكنولوجيا المعلومات على تحسين ربحية الاداء للمرشد السياحي					
٣	٤٦	٠.٧	٠.٨	٢.٣	ادى استخدام المرشد السياحي لتكنولوجيا المعلومات الى تقليل النفقات وتخفيض تكاليف البرنامج السياحي
١	٥٠	١.٠	١.٠	٢.٥	ساعد استخدام المرشد السياحي لتكنولوجيا المعلومات في زيادة الحصة السوقية للشركة
١	٥٠	١.٤	١.٢	٢.٥	ادى استخدام المرشد السياحي لتكنولوجيا المعلومات الى زيادة خبرته مما ساعد في

					زيادة الاجور والحوافز
٢	٤٨	٠.٦	٠.٧	٢.٤	كان لاستخدام المرشد السياحي لتكنولوجيا المعلومات دور في زيادة ارباح الشركة

يوضح الجدول (3) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب آرائهم في اثر تكنولوجيا المعلومات على كفاءة اداء المرشد السياحي حيث يمكن ترتيب الفقرات وفقا للوزن النسبي كما يلي:

١- اثر تكنولوجيا المعلومات على جودة الاداء للمرشد السياحي:

- جاءت في المرتبة الأولى الفقرة " ساعد استخدام المرشد السياحي لتكنولوجيا المعلومات في زيادة رضا السائحين"، حيث بلغ الوزن النسبي ٤٤%، وقد بلغ الإنحراف المعياري ٠.٥، ومعامل التباين ٠.٢، مما يشير إلى تجانس استجابات عينة الدراسة حول المتوسط الحسابي ٢.٢، مما يشير الى وقوع متوسط الاجابة في المدى غالبا الذي يتراوح بين (اكبر من ١.٨ الى ٢.٦).

- جاءت في المرتبة الثانية الفقرة " أدت تكنولوجيا المعلومات الى تحسين نوعية الخدمات السياحية التي يقدمها المرشد السياحي "، حيث بلغ الوزن النسبي ٤٢%، وقد بلغ الإنحراف المعياري ٠.٨، ومعامل التباين ٠.٧، مما يشير إلى تجانس استجابات عينة الدراسة حول المتوسط الحسابي ٢.١، مما يشير الى وقوع متوسط الاجابة في المدى غالبا الذي يتراوح بين (اكبر من ١.٨ الى ٢.٦).
- كما جاءت في نفس المرتبة الثانية الفقرة " اسهمت تكنولوجيا المعلومات في تقليل الاخطاء التي تحدث خلال تنفيذ البرامج السياحي "، حيث بلغ الوزن النسبي ٤٢%، وقد بلغ الإنحراف المعياري ٠.٨، ومعامل التباين ٠.٨، مما يشير إلى تجانس استجابات عينة الدراسة حول المتوسط الحسابي ٢.١، مما يشير الى وقوع متوسط الاجابة في المدى غالبا الذي يتراوح بين (اكبر من ١.٨ الى ٢.٦).
- جاءت في المرتبة الثالثة الفقرة " ساعد استخدام المرشد السياحي لتكنولوجيا المعلومات في تقليل شكاوى السائحين "، حيث بلغ الوزن النسبي ٤٠%،

وقد بلغ الإنحراف المعياري ٠.٤، ومعامل التباين ٠.٢، مما يشير إلى تجانس استجابات عينة الدراسة حول المتوسط الحسابي ٢.٠، مما يشير إلى وقوع متوسط الإجابة في المدى غالبا الذي يتراوح بين (أكبر من ١.٨ إلى ٢.٦).

٢ - اثر تكنولوجيا المعلومات على تعزيز فاعلية الاداء للمرشد السياحي

- جاءت في المرتبة الأولى الفقرة " اسهمت تكنولوجيا المعلومات في سرعة انجاز المرشد السياحي للاعمال المكلف بها في الوقت المحدد"، حيث بلغ الوزن النسبي ٤٦%، وقد بلغ الإنحراف المعياري ٠.٨، ومعامل التباين ٠.٦، مما يشير إلى تجانس استجابات عينة الدراسة حول المتوسط الحسابي ٢.٣، مما يشير إلى وقوع متوسط الإجابة في المدى غالبا الذي يتراوح بين (أكبر من ١.٨ إلى ٢.٦).

- كما جاءت في نفس المرتبة الأولى الفقرة " مكنت تكنولوجيا المعلومات المرشد السياحي من متابعة كل ما يتعلق بتنفيذ البرنامج السياحي"، حيث بلغ الوزن النسبي ٤٦%، وقد بلغ الإنحراف المعياري ٠.٧،

ومعامل التباين ٠.٤، مما يشير إلى تجانس استجابات عينة الدراسة حول المتوسط الحسابي ٢.٣، مما يشير الى وقوع متوسط الاجابة في المدى غالبا الذي يتراوح بين (اكبر من ١.٨ الى ٢.٦).

- كما جاءت في نفس المرتبة الأولى الفقرة " ساعدت تكنولوجيا المعلومات المرشد السياحي في تحقيق اهداف الشركة السياحية"، حيث بلغ الوزن النسبي ٤٦%، وقد بلغ الإنحراف المعياري ٠.٨، ومعامل التباين ٠.٧، مما يشير إلى تجانس استجابات عينة الدراسة حول المتوسط الحسابي ٢.٣، مما يشير الى وقوع متوسط الاجابة في المدى غالبا الذي يتراوح بين (اكبر من ١.٨ الى ٢.٦).

- جاءت في المرتبة الثانية الفقرة "ساعدت تكنولوجيا المعلومات المرشد السياحي في الاستغلال الامثل للموارد المتاحة"، حيث بلغ الوزن النسبي ٤٤%، وقد بلغ الإنحراف المعياري ٠.٩، ومعامل التباين ٠.٨، مما يشير إلى تجانس استجابات عينة الدراسة حول المتوسط الحسابي ٢.٢، مما يشير الى وقوع متوسط

الاجابة في المدى غالبا الذي يتراوح بين (اكبر من ١.٨ الى ٢.٦).

٣ - اثر تكنولوجيا المعلومات على تحسين انتاجية الاداء للمرشد السياحي

- جاءت في المرتبة الأولى الفقرة " كان لتكنولوجيا المعلومات دور في التوفيق بين المتطلبات الداخلية للشركة واحتياجات المرشد السياحي "، حيث بلغ الوزن النسبي ٤٨%، وقد بلغ الإنحراف المعياري ٠.٨، ومعامل التباين ٠.٧، مما يشير إلى تجانس استجابات عينة الدراسة حول المتوسط الحسابي ٢.٤، مما يشير الى وقوع متوسط الاجابة في المدى غالبا الذي يتراوح بين (اكبر من ١.٨ الى ٢.٦).

- جاءت في المرتبة الثانية الفقرة " ساعدت تكنولوجيا المعلومات المرشد السياحي على تقليل جهود تنفيذ البرنامج السياحي "، حيث بلغ الوزن النسبي ٤٦%، وقد بلغ الإنحراف المعياري ٠.٧، ومعامل التباين ٠.٦، مما يشير إلى تجانس استجابات عينة الدراسة حول المتوسط الحسابي ٢.٣، مما يشير الى وقوع

متوسط الاجابة في المدى غالبا الذي يتراوح بين
(اكبر من ١.٨ الى ٢.٦).

- جاءت في المرتبة الثالثة الفقرة " وفر استخدام
المرشد السياحي لتكنولوجيا المعلومات من الوقت
المستغرق في تنفيذ البرنامج السياحي "، حيث بلغ
الوزن النسبي ٤٤%، وقد بلغ الانحراف المعياري
٠.٩، ومعامل التباين ٠.٩، مما يشير إلى تجانس
استجابات عينة الدراسة حول المتوسط الحسابي
٢.٢، مما يشير الى وقوع متوسط الاجابة في المدى
غالبا الذي يتراوح بين (اكبر من ١.٨ الى ٢.٦).

- جاءت في المرتبة الرابعة الفقرة " ادت تكنولوجيا
المعلومات الى زيادة عدد البرامج السياحية التي
ينفذها المرشد السياحي "، حيث بلغ الوزن النسبي
٤٢%، وقد بلغ الانحراف المعياري ٠.٧، ومعامل
التباين ٠.٤، مما يشير إلى تجانس استجابات عينة
الدراسة حول المتوسط الحسابي ٢.١، مما يشير الى
وقوع متوسط الاجابة في المدى غالبا الذي يتراوح
بين (اكبر من ١.٨ الى ٢.٦).

٤: اثر تكنولوجيا المعلومات على تحسين لربحية الاداء للمرشد السياحي

- جاءت فى المرتبة الأولى الفقرة " ساعد استخدام المرشد السياحي لتكنولوجيا المعلومات في زيادة الحصة السوقية للشركة"، حيث بلغ الوزن النسبي ٥٠%، وقد بلغ الإنحراف المعياري ١.٠، ومعامل التباين ١.٠، مما يشير إلى تجانس استجابات عينة الدراسة حول المتوسط الحسابي ٢.٥، مما يشير الى وقوع متوسط الاجابة في المدى غالبا الذي يتراوح بين (اكبر من ١.٨ الى ٢.٦).

- كما جاءت فى نفس المرتبة الأولى الفقرة " ادى استخدام المرشد السياحي لتكنولوجيا المعلومات الى زيادة خبرته مما ساعد في زيادة الاجور والحوافز"، حيث بلغ الوزن النسبي ٥٠%، وقد بلغ الإنحراف المعياري ١.٢، ومعامل التباين ١.٤، مما يشير إلى تشتت استجابات عينة الدراسة حول المتوسط الحسابي الذي بلغ ٢.٥، مما يشير الى وقوع متوسط الاجابة في المدى غالبا الذي يتراوح بين (اكبر من ١.٨ الى ٢.٦).

- جاءت في المرتبة الثانية الفقرة " كان لاستخدام المرشد السياحي لتكنولوجيا المعلومات دور في زيادة ارباح الشركة "، حيث بلغ الوزن النسبي ٤٨%، وقد بلغ الإنحراف المعياري ٠.٧، ومعامل التباين ٠.٦، مما يشير إلى تجانس استجابات عينة الدراسة حول المتوسط الحسابي الذي بلغ ٢.٤، مما يشير الى وقوع متوسط الاجابة في المدى غالبا الذي يتراوح بين (اكبر من ١.٨ الى ٢.٦).

- جاءت في المرتبة الثالثة الفقرة " ادى استخدام المرشد السياحي لتكنولوجيا المعلومات الى تقليل النفقات وتخفيض تكاليف البرنامج السياحي "، حيث بلغ الوزن النسبي ٤٦%، وقد بلغ الإنحراف المعياري ٠.٨، ومعامل التباين ٠.٧، مما يشير إلى تجانس استجابات عينة الدراسة حول المتوسط الحسابي الذي بلغ ٢.٣، مما يشير الى وقوع متوسط الاجابة في المدى غالبا الذي يتراوح بين (اكبر من ١.٨ الى ٢.٦).

٢ - اختبار صحة فروض الدراسة

تم اختبار صحة الفرضية الرئيسية الاولى باستخدام اختبار (t test) ، ويوضح الجدول (4) نتائج الاختبار:
جدول (4) اختبار (t test) للمتغيرات الشخصية

احتمال الدلالة p	٩٥ % فترة الثقة لفرق بين الوسطين		اختبار t	الخطأ المعياري للمتوسط	الانحراف المعياري	المتوسط	المتغير
	الحد الاعلى	الحد الادنى					
٠.٠٠٠٠	٠.٢٤٠	٠.١٠٥	٠.٧٠٥	٠.٠٥٠	٠.٥٠	١.٢	النوع
٠.٠٠٠٠	٠.٢٥٥	٠.١٢٠	٠.٢٥٠	٠.٠٥٥	٠.٧٠	٢.٥	المؤهل
٠.٠٠٠٠	٠.٢٣٣	٠.١١١	٠.٢٢٠	٠.٠٣٢	٠.٧٠	٢.٠	الخبرة

يتضح من الجدول (4) ان احتمال الدلالة p اصغر من مستوى معنوية (٠.٠٠٥) وبالتالي يتم قبول الفرضية البديلية انه يوجد فروق ذات دلالة احصائية بين اراء عينة الدراسة حول تأثير تكنولوجيا المعلومات على اداء المرشد السياحي ترجع الى المتغيرات الديموغرافية (النوع - المؤهل الدراسي - عدد سنوات الخبرة).

تم اختبار صحة الفرضية الرئيسية الثانية باستخدام نموذج الانحدار الخطي المتعدد باستخدام برنامج SPSS, 7.24 ويوضح الجدول رقم (5) نتائج الاختبار:
جدول (5) نتائج تحليل نموذج الانحدار المتدرج لتأثير تكنولوجيا المعلومات على اداء المرشد السياحي

المعالم	القيمة المقدرة	الخطأ المعياري	قيمة اختبار (ت)	قيمة الدلالة	مستوى الدلالة
الجزء الثابت (تكنولوجيا المعلومات)	٤.٧١٥	٠.١٠٢	٤٠.٣٥٦	٠.٠٠٠	٠.٠٥
١ - جودة الاداء	٠.٦٩٤	٠.٠٥٦	١٠.٥٢٠	٠.٠٠٠	٠.٠٥
٢ - فاعلية الاداء	٠.٤٢٧	٠.٠٢٥	١٥.٤٤٠	٠.٠٠٠	٠.٠٥
٣ - انتاجية الاداء	٠.٤١١	٠.٠٣٠	١٧.٣٧٠	٠.٠٠٠	٠.٠٥
٤ - ربحية الاداء	٠.٤١١	٠.٠٢٤	١٥.٣٧٥	٠.٠٠٠	٠.٠٥
قيمة الارتباط بين المتغيرات				R	٠.٧٩٠
معامل التحديد				R2	٠.٦٩٣

٠.٦٨٩	Adj.R2	معامل التحديد المعدل
١٩٠.٣٠٠	F	قيمة اختبار (ف)
٠.٠٠٠٠	P-Value	قيمة الدلالة لاختبار (ف)

كانت علاقة خط الانحدار على النحو الآتي:

$$Y = 4.715 + 0.694x1 + 0.427x2 + 0.411x3 + 0.411x4$$

حيث أن: $Y =$ تكنولوجيا المعلومات، و $X1 =$ جودة الاداء، و $X2 =$ فاعلية الاداء، و $X3 =$ انتاجية الاداء، و $X4 =$ ربحية الاداء.

أظهرت نتائج الانحدار المتعدد العلاقة قوية بين تكنولوجيا المعلومات واداء المرشد السياحي ، حيث بلغ معامل الارتباط $(R) (0.790)$ ؛ مما يشير إلى قوة تأثير تكنولوجيا المعلومات على اداء المرشد السياحي، كما بلغت قيمة القابلية التفسيرية لنموذج الانحدار المتمثلة في معامل التحديد $(R^2) (0.693)$ ؛ مما يشير إلى أن ٦٩.٣% من التغيرات الحاصلة في اداء المرشد السياحي تفسرها تكنولوجيا المعلومات، وبلغت قيمة (F) المحسوبة في نموذج الانحدار للفرضية ١٩٠.٣٠٠ وبمستوى دلالة إحصائية $(sig= 0.000)$ ، وهي أصغر من مستوى الدلالة الإحصائية المعتمد (0.05) ، وهذا يدل على وجود تأثير معنوي

ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات على أداء المرشد
السياحي

ويتضح مما سبق قبول الفرضية البديلة انه يوجد اثر ذو
دلالة الاحصائية لتكنولوجيا المعلومات على أداء المرشد السياحي
بابعاده الاربعة جودة الاداء وفاعلية الاداء ونتاجية الاداء وربحية
الاداء.

الخاتمة:

نتائج الدراسة:

- تتمثل اهمية تكنولوجيا المعلومات في تقليل التكلفة
ومرونة الهياكل التنظيمية وتحسين عمليات التشغيل
وتحسين القدرة على اتخاذ القرارات وتحسين
الاتصالات التنظيمية وتحسين ادارة الموارد البشرية
وتحسين خدمة العملاء وتعزيز الوصول الى الاسواق
بينما تتمثل اهمية تكنولوجيا المعلومات السياحية في
تخفيض تكاليف الخدمات السياحية وتوفير المعلومات
السياحية وتحسين جودة الخدمات السياحية وتطوير
المنتجات السياحية الجديدة وزيادة القدرة التنافسية
وتشجيع الاستثمارات الاجنبية.

- تشمل متطلبات تكنولوجيا المعلومات السياحية مجموعة المتطلبات الفنية والمتطلبات القانونية والمتطلبات الادارية والمتطلبات الاقتصادية والمتطلبات البشرية بينما تتضمن متطلبات تكنولوجيا المعلومات السياحية توفير الهياكل التنظيمية والمؤسسية ونظم الادارة السياحية وتهيئة البيئة الثقافية التنظيمية وتطبيق التجارة الالكترونية والوساطة الإلكترونية وتأهيل الموارد البشرية.
- تشمل ابعاد إدارة كفاءة أداء المرشد السياحي كل من الجودة والفاعلية والانتاجية والربحية.
- يوجد العديد من نماذج تحسين الاداء التي تهدف الى الارتقاء بالاداء ومن اهمها نموذج ديمنج ونموذج كايزن ونموذج مالكوم.
- اوضحت الدراسة التطبيقية وجود فروق دالة احصائيا بين اراء عينة الدراسة حول اثر تكنولوجيا المعلومات على كفاءة المرشد السياحي
- تبين وجود فروق دالة احصائيا بين اراء عينة الدراسة حول تاثير تكنولوجيا المعلومات على اداء

المرشد السياحي ترجع الى المتغيرات الديموغرافية

(النوع - المؤهل الدراسي - عدد سنوات الخبرة).

- اتضح وجود اثر ذو دلالة الاحصائية لتكنولوجيا

المعلومات على أداء المرشد السياحي فيما يتعلق

بجودة الاداء والفاعلية والانتاجية والربحية

توصيات الدراسة:

- التوسع في استخدام انظمة الاحجز الالكتروني عبر مواقع

الشركات السياحية والفندقية.

- تفعيل وسائل الدفع الالكتروني في شركات السياحة

والفنادق

- تحديث الاجهزة الالكترونية في المكاتب الامامية ونظم

الادارة السياحية

- تفعيل الخدمات السياحية المقدمة على المواقع الالكترونية

السياحية

- الشراكة مع شركات التسويق العالمية للترويج الالكتروني

للبرامج السياحية المتكاملة

- تدريب المرشدين السياحيين على تطبيق تكنولوجيا

البرامج السياحية

- عقد الندوات حول اهمية استخدام تكنولوجيا المعلومات

في قطاع الارشاد السياحي

قائمة المراجع:

اولاً: المراجع العربية:

- احمد محمد عبدالعال رشوان، قدرات تكنولوجيا

المعلومات كمتغير وسيط في العلاقة بين عوامل نجاح

تطبيق مدخل اعادة هندسة العمليات والاداء التشغيلي

للبنك دراسة تطبيقية، مجلة كلية التجارة للبحوث العلمية،

جامعة الاسكندرية، المجلد ٥٤، العدد ١، ٢٠١٧

- اسماء شاکر عاشور، واخرون، اثر استخدام تكنولوجيا

المعلومات على اداء الموارد البشرية في المؤسسات

التعليمية في العراق جامعة بابل انموذجا، مجلة كلية

الادارة والاقتصاد للدراسات الاقتصادية، جامعة بابل،

المجلد ١١، العدد ٤، ٢٠١٩

- بشار عباس الحميرى، واحمد كاظم بريس، اثر تكنولوجيا

المعلومات في جودة الخدمات الفندقية دراسة ميدانية على

عينة من الفنادق السياحية في محافظة كربلاء، مجلة

جامعة اهل البيت، العدد ٤، ٢٠٠٦

- تيمان ادريس، ثابت ابوالروس، دور ادارة الجودة الشاملة في تحسين الاداء المؤسسي دراسة تطبيقية، المجلة العربية للنشر العلمي، العدد ٤٠، ٢٠٢٢
- دنيا طارق أحمد، تكنولوجيا المعلومات وأثرها على الصناعة الفندقية دراسة تطبيقية في عينة من فنادق مدينة بغداد، مجلة الادارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية، العدد ٧٩، ٢٠٠٩
- سلام جاسم عبدالله العزي، جودة خدمات المعلومات ودورها في تحسين الاداء المؤسسي جامعة ديالى نموذجاً، رسالة دكتوراه، كلية الاداب، الجامعة المستنصرية ، ٢٠١٩
- صلاح الشنواني، ادارة الانتاج مدخل تاريخي التطور التكنولوجي مدخل انشائي المنشأة الصناعية، مركز الاسكندرية للكتاب، الاسكندرية، ٢٠٠٠
- عائشة يوسف الشميلي، برنامج تحسين الاداء، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠١٧
- عبدالأمير عبد كاظم، دور التدريب في إعداد الموارد البشرية السياحية المتخصصة وتأثيره على مستوى تقديم

- الخدمات، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية،
جامعة الكوفة، العدد ٢٥، ٢٠١٢
- علا الخواجة، الفرص والتحديات امام تطبيق نموذج
الحكومة الالكترونية في مصر، سلسلة اوراق اقتصادية،
كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة،
العدد ٣٥، ٢٠٠٧
- ليث شاكر ابو طيخ، دور عوامل البنى التحتية
التكنولوجية في تحسين جودة الخدمات السياحية دراسة
ميدانية في عدد من المؤسسات السياحية في محافظة
النجف الاشرف، مجلة كلية التربية للبنات للعلوم
الانسانية، جامعة الكوفة، العدد ١٨، ٢٠١٦
- محمد انور رشدي هنية، مدى ممارسة الرشاقة
الاستراتيجية وعلاقتها بتميز الاداء المؤسسي لدى قطاع
الصناعات الغذائية في قطاع غزة، رسالة ماجستير غير
منشورة، كلية التجارة، الجامعة الاسلامية، غزة، ٢٠١٦
- محمد تقوررت، أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات
في تطوير الخدمات السياحية، الملتقى الوطني حول
السياحة والتسويق السياحي في الجزائر، الإمكانيات

- والتحديات التنافسية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم
التسيير، جامعة امابو، قالمه، ٢٠٠٩
- محمد حمود ناصر، واخرون الوهبيي، اثر الرضا
الوظيفي على الاداء المؤسسي بوزارة الشؤون الرياضية
بسلطنة عمان، المجلة الالكترونية الشاملة متعددة
المعرفة، العدد ٢٧، ٢٠٢٠
- معالي فهمي حيدر، نظم المعلومات مدخل لتحقيق الميزة
التنافسية، الدار الجامعية، الاسكندرية، ٢٠٢٢
- نازم محمود ملكاوى، تطبيق تكنولوجيا المعلومات في
قطاع الخدمات السياحية أثر استخدام نظام الحجز
الالكتروني في تحسين خدمة الزبائن في فنادق الخمس
نجوم في الأردن، مجلة جامعة الاقصى سلسلة العلوم
الانسانية، المجلد ٢٠، العدد ١، ٢٠١٦
- نوفل عبدالرضا علوان، ومحمد زكى عبدالرزاق،
استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في شركات
السياحة والسفر وأثرها على عملية تطوير الخدمات
المقدمة دراسة تحليلية لعينة من شركات السياحة والسفر
في مدينتي بغداد وكربلاء المقدسة، مجلة كلية بغداد
للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد ٤٧، ٢٠١٦

- هيثم حمود الشبلي، ادارة المنشآت المعاصرة، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٩
- يوسف محمد ورداني، كيفية تنظيم السياحة الالكترونية ومردودها على صناعة السياحة، الموقع الالكتروني: المدن التاريخية والتراث الثقافي، www.historicalcities.wordpress.com الاطلاع بتاريخ ٢٠٢٣/٦/١١

ثانياً: المراجع الأجنبية:

- Harrods's librarians, Glossary and Reference Book: a dictionary of over 10,200 terms, Britain: MPG, Books Ltd, 2005
- Santark, K. & Obluska, I., Process Approach To The Evaluation Of information System Effectiveness, Information Systems in Management, Vol. 1, No.2, 2012
- Travica, B., New Organizational Designs: Information Aspects, Ablex Publishing Company, Stamford, 1999