

أثر تبني سياسات الاقتصاد الرقمي على التحول الرقمي والاستدامة في صناعة السياحة والضيافة: مصر نموذجاً

إسماعيل محمد حسين¹، عبد الفتاح سليمان شوالى²، محمد عزت حشاد³

³⁻¹ قسم إدارة الفنادق، كلية السياحة والفنادق، جامعة مدينة السادات، مصر

² قسم الدراسات السياحية، كلية السياحة والفنادق، جامعة مدينة السادات، مصر

الملخص العربي

أدت الثورة التكنولوجية والرقمية وتكنولوجيا الاتصالات والإنترنت إلى ظهور الاقتصاد الرقمي وأهمية التحول الرقمي في صناعة السياحة والضيافة لتحقيق الاستدامة. هدف هذا البحث إلى استكشاف العلاقة بين تبني سياسات الاقتصاد الرقمي وبين التحول الرقمي في صناعة السياحة والضيافة المصرية. كما هدف البحث إلى دراسة العلاقة بين تبني سياسات الاقتصاد الرقمي واستدامة صناعة السياحة والضيافة المصرية، بالإضافة إلى التعرف على العلاقة بين ممارسات التحول الرقمي واستدامة صناعة السياحة والضيافة في مصر. لتحقيق هذه الأهداف اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي. تم تحليل 317 استجابة لعينة عشوائية من العاملين في شركات السياحة فئة (أ) والفنادق الخمس نجوم في القاهرة الكبرى باستخدام برنامج SPSS V.26. أظهرت النتائج أن تبني سياسات الاقتصاد الرقمي يؤثر على التحول الرقمي لشركات السياحة والفنادق في مصر، بالإضافة إلى تأثير ذلك على استدامة صناعة السياحة والضيافة المصرية. أثبتت النتائج أيضاً أن هناك علاقة بين ممارسات التحول الرقمي في شركات السياحة والفنادق المصرية وبين استدامة صناعة السياحة والضيافة المصرية. في ضوء هذه النتائج أوصى البحث بضرورة دعم الدولة لسياسات الاقتصاد الرقمي وتذليل أي عوائق أمام التحول الرقمي في المؤسسات السياحية والفندقية لما سيكون له بالغ الأثر في تحقيق استدامة صناعة السياحة والضيافة في مصر.

الكلمات الدالة: الاقتصاد الرقمي، التحول الرقمي، الاستدامة، شركات السياحة فئة أ، فنادق الخمس نجوم، مصر.

المقدمة

حظي مفهوم الاستدامة باهتمام كبير من العلماء، ووصفت الاستدامة على أنها التنمية التي تلبي احتياجات الحاضر دون المساس بقدرة الأجيال القادمة على تلبية احتياجاتهم الخاصة والمستقبلية (Khatte et al., 2021). تعد التنمية المستدامة أهم أهداف الاقتصاد الحديث ومعيار التقييم النوعي لتقدمه. حيث يوفر تطبيق معايير الاستدامة في جميع مستويات الاقتصاد البيئة الملائمة لزيادة كفاءة الأداء والقدرة التنافسية للمنظمات (Ragulina et al., 2021). يحتوي مفهوم الاستدامة على عدة جوانب بما في ذلك الاهتمامات البيئية والاجتماعية والاقتصادية. كما تهدف إلى تحقيق التوازن بين حماية البيئة والنمو الاقتصادي. مع زيادة الوعي بالحاجة إلى الاستدامة، زاد اعتماد وتبني المنظمات السياحية والفندقية للممارسات الصديقة للبيئة بما في ذلك ترشيد استهلاك الماء والطاقة، وتقليل انبعاثات الكربون، وتحسين تدابير حماية البيئة (Gibbes et al., 2020; Hallin et al., 2021). ومع ذلك، أشار Fischer & Riechers (2019) إلى استمرار بعض المشكلات مثل تغير المناخ والفقر وغيرها.

أشار Rosário & Dias (2022) أن هذه القضايا توضح الحاجة إلى تحديد وتطوير مقاييس متقدمة لقياس وحل مشاكل عدم الاستدامة لحماية رفاة الأجيال الحالية والمستقبلية. وبالتالي، حدد العلماء التقنيات الناشئة كحلول محتملة لقضايا الاستدامة، حيث شكلت الثورة الصناعية الثالثة الاقتصاد الأخضر الذي يهدف إلى الموازنة بين المستهدفات الاقتصادية وبين العوامل الاجتماعية والبيئية الداعمة، لضمان عدم الإخلال بالنظام البيئي (Melnyk et al., 2019). كما أشار الديراوى (2021) أن الثورة الصناعية الرابعة وتطور التقنيات التكنولوجية والرقمية وتكنولوجيا الاتصالات والانترنت أدت إلى ظهور مفهوم الاقتصاد الرقمي، والاقتصاد الرقمي عبارة عن نشاط اقتصادي يستخدم التقنيات الرقمية وتكنولوجيا الاتصالات في توليد وتخزين وتوزيع وتطبيق المعرفة لتحقيق الأهداف الاقتصادية. ويشير أيضا إلى الاقتصاد الذي يعتمد على تقنيات الحوسبة الرقمية. ويشار إليه أيضًا باسم اقتصاد الإنترنت أو الاقتصاد الجديد أو الاقتصاد الإلكتروني أو اقتصاد الويب. يتعامل الاقتصاد الرقمي مع الرقميات أو المعلومات الرقمية كالعلاء الرقميين، والشركات الرقمية، والتكنولوجيا الرقمية، والمنتجات الرقمية، كما يعتمد على توفير الوقت والجهد والتكلفة والتحول من الندرة إلى الوفرة.

لقد غيرت التقنيات الرقمية الناشئة طريقة مشاركة المنظمات والأفراد في الحياة اليومية وأنشطة الأعمال، مما أدى إلى ظهور التحول الرقمي. يشير مفهوم التحول الرقمي إلى الانتقال من العمليات التناظرية إلى العمليات الرقمية التي تسمح للأدوات الرقمية بنمذجة العمليات والأنشطة، وبالتالي تحسين الأداء والإنتاجية. بالإضافة إلى ذلك، أدى التحول الرقمي إلى زيادة القدرة على تطوير وتنفيذ حلول مستدامة من خلال التقنيات الحديثة كالذكاء الاصطناعي (El Hilali et al., 2020). تستخدم المنظمات تقنيات الذكاء الاصطناعي لإيجاد حلول للمخاوف الاجتماعية، والتي تُصنف ضمن الركائز الأساسية للاستدامة جنباً إلى جنب مع الاهتمامات البيئية والاقتصادية (Purvis et al., 2019). فانتشار التقنيات الحديثة بسبب الرقمنة أدى إلى تعزيز حماية البيئة من خلال زيادة التحكم في الأنشطة الاقتصادية وتطوير التقنيات الرقمية الخضراء. كما حسن من إشباع الاحتياجات الاجتماعية من خلال تنفيذ أهداف التنمية المستدامة مثل زيادة إمكانية الوصول ونوعية المنتجات والخدمات (Budzinskaya & Teregulova, 2021).

أشار Rosário & Dias (2022) إلى قلة الأبحاث التي ناقشت العلاقة بين الاستدامة والتحول الرقمي. وبالتالي، فإن نقص الأبحاث يعوق الممارسين عن تحسين الأدوات الرقمية لتوفير حلول مستدامة لقضايا عدم الاستدامة في العالم. لذلك، تهدف هذه الدراسة إلى سد الفجوة في الأدبيات السابقة حول العلاقة بين الاقتصاد الرقمي والتحول الرقمي والاستدامة، من خلال توضيح تأثير الاقتصاد الرقمي والتحول الرقمي على الاستدامة في صناعة السياحة والضيافة.

المشكلة البحثية

تتميز صناعة السياحة بحساسيتها الشديدة للتغيرات المتسارعة التي تحدث في عالمنا اليوم، وأحد هذه التغيرات هو الثورة الصناعية الرابعة والتطور التكنولوجي الكبير مما ينعكس على مستقبل صناعة السياحة والضيافة في مصر.

على الرغم من ذلك إلا أنه ما زال هناك بعض شركات السياحة والفنادق التي لم تستجيب لهذه التغيرات إما لعدم معرفتهم بأهمية هذا التطور التكنولوجي أو لاعتمادهم على الأساليب التقليدية في تشغيل مؤسساتهم. لذلك يأتي هذا البحث للتعرف على السبل والوسائل التي تساهم في مواكبة شركات السياحة والفنادق في مصر للتطور التكنولوجي مع تحقيق أفضل أداء وأكبر ربح من خلال تبني سياسات الاقتصاد الرقمي وممارسات التحول الرقمي مع إبراز أهمية ذلك في وضع حلول لاستدامة صناعة السياحة والضيافة في مصر. بالإضافة إلى ذلك، يوجد ندرة في الدراسات التي تناولت العلاقة بين تطبيق سياسات الاقتصاد الرقمي وبين التحول الرقمي والاستدامة، أما في مصر فليس هناك على حد علم الباحثين أي دراسات جمعت بين تبني سياسات الاقتصاد الرقمي وبين ممارسات التحول الرقمي وبين استدامة صناعة السياحة والضيافة.

أهمية البحث

تكمن أهمية البحث من إلقاء الضوء على سياسات الاقتصاد الرقمي وأهمية تبني سياساته في التحول الرقمي لشركات السياحة والفنادق واعتمادها على ركائز التكنولوجيا الحديثة في كل جوانب العمليات التنظيمية والإدارية والتشغيلية. تأتي أهمية البحث أيضاً في إبراز دور سياسات الاقتصاد الرقمي وممارسات التحول الرقمي في تحقيق استدامة صناعة السياحة بأبعادها الاجتماعية والاقتصادية والبيئية. يكتسب البحث كذلك أهميته من مساهمته في تحقيق خطط الدولة وتطلعها للتحول الرقمي وتحقيق رؤية مصر 2030 للتنمية المستدامة.

أهداف البحث

تتمثل أهداف البحث فيما يلي:

1. إلقاء الضوء على المفاهيم المتعلقة بالاقتصاد الرقمي والتحول الرقمي.
2. إبراز مفهوم الاستدامة وأبعادها.
3. دراسة العلاقة بين تبني سياسات الاقتصاد الرقمي وبين ممارسات التحول الرقمي.
4. استكشاف العلاقة بين سياسات الاقتصاد الرقمي وبين استدامة صناعة السياحة والضيافة.
5. تحديد العلاقة بين ممارسات التحول الرقمي واستدامة صناعة السياحة والضيافة.
6. تقديم توصيات ومقترحات حول أفضل سياسات الاقتصاد الرقمي وممارسات التحول الرقمي لصناعة السياحة والضيافة.

فروض البحث

يسعى البحث إلى التحقق من صحة ثلاثة فروض رئيسية هي كالاتي:

1. هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين تبني سياسات الاقتصاد الرقمي وبين ممارسات التحول الرقمي في شركات السياحة والفنادق بمصر.

2. هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين تبني سياسات الاقتصاد الرقمي وبين استدامة صناعة السياحة والضيافة المصرية.

3. هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين تبني ممارسات التحول الرقمي وبين استدامة صناعة السياحة والضيافة المصرية.

منهجية البحث

اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي وذلك لوصف متغيرات البحث وصفاً دقيقاً من خلال مراجعة الأدبيات والدراسات السابقة التي تناولت الاقتصاد الرقمي والتحول الرقمي والاستدامة، بالإضافة إلى تحليل البيانات لاستكشاف العلاقة المختلفة بين متغيرات البحث والتوصل إلى النتائج التي على أساسها يمكن اقتراح التوصيات.

الإطار النظري

أولاً: الاقتصاد الرقمي

على الرغم من الاستخدام الواسع لمصطلح الاقتصاد الرقمي، إلا أنه يظل مفهوماً غامضاً ومتناقضاً. يُفهم عادةً على أنه جميع أنواع النشاط الاقتصادي القائم على التقنيات الرقمية، بما في ذلك التجارة الإلكترونية، وخدمات الإنترنت، والخدمات المصرفية الإلكترونية، والترفيه، وغيرها (Lowry, 2021). يُعرّف الاقتصاد الرقمي بأنه حصة الناتج الاقتصادي الكلي المشتقة من مجموعة واسعة من المدخلات "الرقمية". وتشمل هذه المدخلات المهارات الرقمية، والمعدات الرقمية (الأجهزة والبرامج وتجهيزات الاتصالات)، والسلع والخدمات الرقمية الوسيطة المستخدمة في الإنتاج، وتعكس هذه المقاييس العريضة الأسس التي يقوم عليها الاقتصاد الرقمي (Knickrehm et al., 2016). الاقتصاد الرقمي هو ذلك الجزء من الناتج الاقتصادي المستمد كلياً أو بشكل أساسي من التقنيات الرقمية مع نموذج أعمال يعتمد على السلع أو الخدمات الرقمية (Bukht & Heeks, 2017). عرف الديراوى (2021) الاقتصاد الرقمي بأنه النشاط الاقتصادي الذي يستخدم التقنيات الرقمية وتكنولوجيا الاتصالات في توليد وتخزين وتوزيع وتطبيق المعرفة لتحقيق الأهداف الاقتصادية. كما عرفه قدارة (2021) بأنه اقتصاد قائم على المعلومات، ويضم مجموعة واسعة من الأنشطة الاقتصادية التي يعتمد على استخدامها. كما أنه يسهل من عملية الانخراط في الأسواق العالمية، ويوفر فرصاً جديدة للشركات والأفراد.

ويرى Ershova et al. (٢٠١٨) أن عوامل تطوير الاقتصاد الرقمي تتمثل في ثلاثة عوامل رئيسية وهم: أولاً العوامل المؤسسية: وهي مجموعة من العوامل التي تخلق البيئة المناسبة لنمو الاقتصاد الرقمي، مثل السياسة العامة، والقيادة والمؤسسات، ورأس المال البشري، وبيئة الأعمال، والبحث والتطوير والابتكار، والثقة والأمن. ثانياً العوامل التكنولوجية: وهي مجموعة من العوامل التي توفر البنية التحتية اللازمة للتحول الرقمي، مثل البنية التحتية للاتصالات، ومراكز معالجة البيانات، والمنصات الرقمية، وما إلى ذلك. وثالثاً العوامل الاقتصادية: وهي مجموعة من

العوامل التي تساهم في نمو الاقتصاد الرقمي، مثل قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وقطاع المحتوى والإعلام.

أهمية الاقتصاد الرقمي

يعد الاقتصاد الرقمي أحد أهم ركائز الاقتصاد العالمي في الوقت الحالي، حيث يلعب دوراً رئيسياً في تحقيق النمو الاقتصادي والتنمية المستدامة، وتتمثل أهمية الاقتصاد الرقمي فيما يلي (هياجنة، 2021؛ قدارة، 2021):

- تشجيع التجارة الدولية: حيث يوفر الاقتصاد الرقمي فرصة للمنظمات من جميع أنحاء العالم للوصول إلى الأسواق العالمية بأقل تكلفة ممكنة، مما يساهم في زيادة حجم التجارة الدولية وتعزيز النمو الاقتصادي (Li et al., 2020).

- تحسين الكفاءة التشغيلية: يساعد الاقتصاد الرقمي المنظمات على تحسين الكفاءة التشغيلية من خلال تحسين تدفق المعلومات واتخاذ القرارات بشكل أسرع وأكثر دقة (Shcherbakova, 2020).

- خلق فرص عمل جديدة: يساهم الاقتصاد الرقمي في خلق فرص عمل جديدة في قطاعات مختلفة، مثل التجارة الإلكترونية والخدمات الرقمية (Valenduc, 2019).

- تعزيز الابتكار: يساعد الاقتصاد الرقمي على تعزيز الابتكار من خلال توفير بيئة ملائمة لريادة الأعمال والإبداع (Ding et al., 2021).

ويرى قدارة (2021) أن التكنولوجيا الرقمية تلعب دوراً محورياً في الاقتصاد، حيث تسهم تقنيات الاقتصاد الرقمي بشكل مباشر في النمو الاقتصادي من خلال مردودها العالي، وذلك من خلال التسويق الإلكتروني الذي يسهل على المنظمات الوصول إلى أسواق جديدة وزيادة مبيعاتها. كما يساهم الاقتصاد الرقمي في توفير فرص عمل جديدة في مجال التقنيات الإلكترونية، ويوفر للمستهلكين خيارات واسعة من المنتجات والخدمات من خلال التبادل الإلكتروني.

مؤشرات قياس الاقتصاد الرقمي

مع التحول الواسع من معظم دول العالم نحو الاقتصاد الرقمي، بات من الضروري وجود مؤشرات لقياس هذا الاقتصاد ومدى تطوره. وقد تعددت تلك المؤشرات، ومن أهمها ما يلي (هياجنة، 2021؛ قدارة، 2021):

1- مؤشر المعرفة العربي ومؤشر المعرفة العالمي

يصدر كلا المؤشرين عن البرنامج الإنمائي للأمم المتحدة بالتعاون مع مؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم للمعرفة. تم إطلاق مؤشر المعرفة العربي في عامي 2015 و2016، استجابةً لنقص البيانات والأدبيات حول المعرفة في الدول العربية. يهدف المؤشر إلى قياس مستوى المعرفة في هذه الدول، مع مراعاة خصوصيتها وتحدياتها التنموية. يركز المؤشر على سبع قطاعات رئيسية هي: التعليم ما قبل الجامعي، والتعليم العالي، والتعليم التقني والتدريب المهني، وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والبحث والتطوير، والاقتصاد (البرنامج الإنمائي للأمم المتحدة ومؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم، 2016). بينما مؤشر المعرفة العالمي هو مؤشر شامل يقيس المعرفة على مستوى العالم. يتكون

المؤشر من سبعة مؤشرات فرعية، تغطي مجالات التعليم، وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والبحث والتطوير، والاقتصاد، والبيئة، والسياسة، والمؤسسات. تم إطلاق المؤشر في عام 2017، وهو امتداد لمؤشر المعرفة العربي، مع إدخال مؤشر جديد يتمثل في البيئات التمكينية. يهدف المؤشر إلى توفير إطار عمل لفهم وقياس الأداء المرتبط بالمعرفة، وتعزيز السياسات التي تدعم التنمية المستدامة (البرنامج الإنمائي للأمم المتحدة ومؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم، 2017).

2- مؤشر التنمية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات

هو مؤشر عالمي يقيس مستوى تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الدول. يتكون المؤشر من ثلاثة مؤشرات رئيسية هي (هياجنة، 2021؛ وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات المصرية، 2022):

- النفاذ: وهو مؤشر يقيم مدى توفر البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الدولة، ويشمل عدد الاشتراكات في خدمة الهاتف الثابت وخدمات الهاتف المحمول وعرض النطاق الدولي للإنترنت.
- الاستخدام: وهو مؤشر يقيم مدى استخدام الأفراد في الدولة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ويشمل نسبة الأفراد الذين يستخدمون الإنترنت وعدد الاشتراكات في خدمات النطاق السلكي واللاسلكي.
- المهارات: وهو مؤشر يقيم مدى امتلاك الأفراد في الدولة للمهارات اللازمة لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ويشمل معدل الإلمام بالقراءة والكتابة لدى البالغين والمعدل الإجمالي للالتحاق بالمدارس الثانوية ومؤسسات التعليم العالي.

يتم حساب مؤشر التنمية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات بوزن كل مؤشر رئيسي بنسبة معينة، وهي 40% للنفاذ و40% للاستخدام و20% للمهارات (هياجنة، 2021).

3- مؤشر التطور الرقمي

هو مؤشر يُصدر عن كلية فليتشر من جامعة تافتس الأمريكية بالتعاون مع شركة ماستر كارد، ويُقيم المؤشر التقدم الذي تصل إليه الدول في تطوير الاقتصاد الرقمي، ويتكون من أربعة مؤشرات رئيسية، هي (Chakravorti & Chaturvedi, 2017):

- البنية التحتية الرقمية: وهي تُقيس جودة وجاهزية البنية التحتية الرقمية، بما في ذلك مدى انتشار الإنترنت، وسرعة الوصول إليه، ومدى توفر الخدمات الرقمية الأخرى، مثل التجارة الإلكترونية والحكومة الإلكترونية.
- القدرة الرقمية: وهي تُقيس مدى قدرة الأفراد والمنظمات على استخدام التقنيات الرقمية، بما في ذلك مهارات استخدام الحاسوب والإنترنت، ومدى اعتمادهم على التقنيات الرقمية في حياتهم اليومية.
- البيئة المؤسسية: وهي تُقيس السياسات والإجراءات التي تدعم أو تعيق التحول الرقمي، بما في ذلك القوانين التي تنظم استخدام الإنترنت، والحوافز التي تقدمها الحكومات للمنظمات التي تستثمر في التقنيات الرقمية.
- الابتكار والتغيير: وهي تُقيس مستوى الابتكار في استخدام التقنيات الرقمية، بما في ذلك تطوير منتجات وخدمات جديدة، وتحسين العمليات التجارية.

4- مؤشر الجاهزية الشبكية

- هو مؤشر يقيس قدرة دولة معينة على استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لزيادة قدرتها التنافسية. يصدر هذا المؤشر سنوياً عن المنتدى الاقتصادي العالمي، ويأخذ قيماً تتراوح بين 1 و7، حيث يشير الرقم 7 إلى أفضل أداء للدولة. يعتمد مؤشر الجاهزية الشبكية على أربعة محاور رئيسية وهي (World Economic Forum, 2016):
- البيئة التكنولوجية: يشمل هذا المحور قياس جودة البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الدولة، مثل الوصول إلى الإنترنت وسرعة الاتصال.
 - الجاهزية الرقمية: يشمل هذا المحور قياس مدى استعداد الدولة لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، مثل مهارات القوى العاملة ووجود السياسات والتنظيمات الداعمة.
 - الاستخدام: يشمل هذا المحور قياس مدى استخدام الأفراد والشركات والمؤسسات لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، مثل استخدام الإنترنت للأعمال والتعليم والصحة.
 - الأثر: يشمل هذا المحور قياس تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الاقتصاد والمجتمع، مثل المساهمات في النمو الاقتصادي والابتكار.

ثانياً: التحول الرقمي

أصبح التحول الرقمي في الآونة الأخيرة مصطلحاً شائعاً في الأوساط الأكاديمية والتجارية. فجميع الأعمال وكل صناعة تقريباً تشهد "تحولاً رقمياً" في ظل الثورة الصناعية الرابعة (Verina & Titko, 2019). ولذلك هناك الكثير من التعريفات الخاصة بالتحول الرقمي المقدمة من الأكاديميين والهيئات الحكومية وخبراء الأعمال. تم وصف التحول الرقمي بأنه استخدام التكنولوجيا لتحسين الأداء، أو إعادة التفكير الجذري في كيفية استخدام المؤسسة للتكنولوجيا والأشخاص والعمليات لإحداث تغيير جذري في أداء الأعمال (Westerman et al., 2014). التحول الرقمي هو عملية تقوم من خلالها الشركات بتجميع تقنيات رقمية جديدة متعددة، مدعومة باتصال شامل، بهدف تحقيق أداء متفوق وميزة تنافسية مستدامة، وذلك من خلال تحويل أبعاد تجارية متعددة، بما في ذلك نموذج الأعمال، وتجربة العملاء، والعمليات، وفي نفس الوقت التأثير على الأشخاص والشبكات (Ismail et al., 2017). وفقاً للمفوضية الأوروبية فالتحول الرقمي يتميز بدمج التقنيات المتقدمة وتكامل الأنظمة المادية والرقمية، وهيمنة نماذج الأعمال المبتكرة والعمليات الجديدة، وإنشاء منتجات وخدمات ذكية (European Commission, 2019). في الأساس، يعني التحول الرقمي دمج الأدوات والتقنيات الجديدة التي تعتمد على البيانات الرقمية في جميع مجالات الأعمال، وبالتالي تغيير طريقة العمل (O'leary & Armfield, 2020).

التحول الرقمي يُعرّف بأنه التحول الجذري لأعمال ونشاطات وتقنيات ومهارات ونماذج المنظمات للاستفادة الكاملة من التغييرات والفرص التي توفرها مجموعة من التقنيات الرقمية وآثارها المتسارعة على المجتمع بطريقة استراتيجية (ElMassah & Mohieldin, 2020). وعرف محمد وغنام (٢٠٢٢) التحول الرقمي بأنه عملية تغيير جذري في طريقة عمل قطاع السياحة والفنادق، من خلال تبني التكنولوجيا الرقمية في جميع مجالات العمل، بما في ذلك

التسويق والبيع، والعمليات الإدارية، والخدمات المقدمة للعملاء. كما يُعرف التحول الرقمي بأنه عملية تحويل الأعمال من خلال دمج التكنولوجيا الرقمية في جميع جوانب المؤسسة، بما في ذلك العمليات والمنتجات والخدمات. ويهدف إلى تحسين الكفاءة والإنتاجية، وتعزيز تجربة العملاء، وتوسيع الوصول إلى الأسواق الجديدة، وخلق ميزة تنافسية. تتمثل الدوافع الرئيسية للتحول الرقمي في الرقمنة والاتصال العالمي، ويكملها نظام بيئي موسع للتكنولوجيات والتطبيقات الرقمية المترابطة. وتشمل المكونات الرئيسية لهذا النظام البيئي بعض العناصر مثل إنترنت الأشياء، والتحليلات التنبؤية، والذكاء الاصطناعي، والروبوتات، وتتكون أيضاً من تقنيات الحوسبة السحابية، وتقنية الدفاتر الموزعة، والإنتاج الإضافي، والواقع الافتراضي/المعزز. بالإضافة إلى ذلك تعتبر عوامل التحول الرقمي عناصر مهمة في إدارة تطوير الاقتصاد الرقمي، إلى جانب رصد وتقييم الآثار الاجتماعية والاقتصادية لاستخدام التقنيات الرقمية (Ershova et al., 2018).

أهمية التحول الرقمي

عند اختيار المنظمات نهج للتحول الرقمي المناسب، يجب أن تؤخذ في الاعتبار خاصيتان رئيسيتان: حجم العمل وتفردته. تتضمن المجموعة الأولى المهام المتكررة التي يتم تنفيذها بكميات كبيرة يومياً. تتكون المجموعة الثانية من مهام فردية فريدة وقد يتطلب تنفيذها أساليب غير قياسية. من خلال الجمع بين التقنيات المختلفة، تحصل المنظمات على أدوات تسمح لها بزيادة إنتاج المنتجات، وتقليل المرتجعات، وتقليل استهلاك المواد، وزيادة توافر المعدات. تعتمد الفوائد التي يوفرها التحول الرقمي للعمليات التجارية على نوع النشاط. وتكمن أهمية التحول الرقمي في قدرته على المساهمة في حل مشاكل الأفراد من جهة، وتفعيل التنمية وتعزيز استدامتها من جهة أخرى، بالإضافة إلى تحقيق فوائد مالية مضاعفة في المستقبل (Kondarevych et al., 2020). ومن ناحية أخرى، تركز فوائد التحول الرقمي على توفير الوقت والجهد والتكلفة، وتحسين الكفاءة التشغيلية والتنظيم، وتحسين الجودة وتبسيط إجراءات الحصول على الخدمات المطلوبة. حيث تسهل الرقمنة حفظ جميع المحتويات التي تتم معالجتها رقمياً وتداولها ومشاركتها في أي وقت وفي أي مكان (Sawan, 2021). يقدم التحول الرقمي فوائد متنوعة لكلا الطرفين مقدم الخدمة (سواء كان القطاع الحكومي أو القطاع الخاص) وأيضاً متلقي الخدمة، حيث إنه يوفر الكثير من الجهد والمال بشكل كبير، كما أن له مميزات كبيرة في تحسين العمل وكفاءة التشغيل، ويساعد على تحسين الجودة وتبسيط إجراءات الحصول على الخدمات المقدمة للمستفيدين. كما يوفر التحول الرقمي فرصاً أكبر للقطاع الخاص للتوسع والانتشار بشكل كبير بين الأفراد الراغبين في الحصول على الخدمات، وذلك من خلال حلول مبتكرة وبسيطة بعيداً عن الروتين (محمد وغنام، 2022).

يُعد التحول الرقمي أحد أهم الاتجاهات العالمية في الوقت الحالي، حيث يؤثر على جميع القطاعات الاقتصادية والاجتماعية، بما في ذلك قطاع السياحة والضيافة. حيث يُساهم التحول الرقمي في هذا القطاع في تحقيق العديد من الأهداف المهمة، من أبرزها (عبد المعطى، 2019؛ محمد وغنام، 2022):

- تعزيز التسويق السياحي: يُتيح التحول الرقمي للجهات السياحية والفنادق إمكانية الوصول إلى شريحة أوسع من العملاء المحتملين من خلال استخدام المنصات الرقمية المختلفة، مثل مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقات الهواتف الذكية. كما يُساعد التحول الرقمي في تطوير طرق تسويق مبتكرة وغير تقليدية، مثل الواقع الافتراضي والواقع المعزز.
- تحقيق التنمية السياحية المستدامة: يُسهم التحول الرقمي في تحقيق التنمية السياحية المستدامة من خلال دعم الاستثمارات السياحية التي تعتمد على استخدام التقنيات التكنولوجية الصديقة للبيئة. كما يُساعد التحول الرقمي في تقليل الأثر البيئي للأنشطة السياحية، مثل استخدام الطاقة الشمسية والرياح في تشغيل المنشآت السياحية والفندقية.
- تحسين تجربة السائح: يُساعد التحول الرقمي في تحسين تجربة السائح من خلال توفير المعلومات اللازمة له حول الوجهات السياحية المختلفة، وأماكن الإقامة، وأماكن الخدمات والتسهيلات السياحية بها. كما يُمكن للتحول الرقمي من تقديم خدمات سياحية ذات جودة عالية للعملاء، وذلك من خلال استخدام التقنيات الذكية مثل الذكاء الاصطناعي.

أبعاد التحول الرقمي

يتمثل التحول الرقمي في القطاع السياحي والفندقي في استخدام التقنيات الرقمية لتحسين العمليات والمنتجات والخدمات المقدمة للسياح والنزلاء. وقد أشار Sawan (2021) إلى ثلاثة أبعاد رئيسية لتحقيق التحول الرقمي في المنظمات وهي (التقنيات، والبيانات، والموارد البشرية)، بينما أشار محمد وغنام (2022) و Wenzel (2022) أن التحول الرقمي يتطلب أربعة أبعاد أساسية هي الاستراتيجية والثقافة التنظيمية والقيادة التحويلية والموارد البشرية كما يلي:

- الاستراتيجية: تتمثل أهمية الاستراتيجية في التحول الرقمي في أنها تساعد المؤسسات على تحديد أهدافها ووضع الخطط لتحقيقها. وتشمل الاستراتيجية الرقمية للقطاع السياحي والفندقي تحديد رؤية ورسالة وأهداف واضحة للتحول الرقمي، وتطوير خطط إستراتيجية تتضمن التقنيات الرقمية التي سيتم استخدامها، وتحديد الموارد اللازمة لتنفيذ الاستراتيجية.
- الثقافة التنظيمية: تعد الثقافة التنظيمية من أهم العوامل التي تؤثر على نجاح التحول الرقمي. ويجب أن تدعم الثقافة التنظيمية التغيير والابتكار، وأن تشجع العاملين على استخدام التقنيات الرقمية. وتشمل الثقافة التنظيمية الرقمية التركيز على الابتكار والإبداع، والترحيب بالتغيير، والتشجيع على استخدام التقنيات الرقمية.

- القيادة التحولية: تلعب القيادة التحولية دوراً أساسياً في إنجاح التحول الرقمي. فهي نمط قيادي يتميز بقدرة القائد على إيصال رسالة المنظمة ورؤيتها المستقبلية بوضوح للأفراد من خلال التواصل الفعال وإشراكهم في عملية صنع القرار، مما يعزز من شعورهم بالمسؤولية والمشاركة في عملية التحول الرقمي.
- الموارد البشرية: تعد الموارد البشرية من أهم الأصول التي تمتلكها المؤسسات. ويجب أن يكون لدى العاملين المهارات والقدرات اللازمة لاستخدام التقنيات الرقمية. وتشمل الموارد البشرية الرقمية التخطيط لاحتياجات الموارد البشرية الرقمية، وتدريب العاملين على استخدام التقنيات الرقمية، وخلق بيئة عمل مناسبة لاستخدام التقنيات الرقمية.

ثالثاً: الاستدامة

يعتبر مفهوم الاستدامة ذا أهمية متزايدة على المستوى العالمي، ويشير تعريف وكالة حماية البيئة الأمريكية إلى أن الاستدامة تهدف إلى إدراك احتياجات كل من الأجيال الحالية والمستقبلية وهذا يعني ضمان قدرتنا على تلبية احتياجاتنا الأساسية دون الإضرار بقدرة الأجيال القادمة على تلبية احتياجاتها الخاصة. وخلق ظروف متعاظمة بين الإنسان والبيئة وهذا يتطلب إيجاد توازن بين الأنشطة البشرية والأنظمة الطبيعية (US EPA, 2017). الاستدامة هي الحالة التي تُلبى فيها احتياجاتنا دون المساس باحتياجات الأجيال القادمة. علاوة على ذلك، ترتبط الاستدامة بالأهداف طويلة الأجل أكثر من الأهداف قصيرة الأجل. وهذا يعتمد بشكل أساسي على التوازن والدمج بين الأبعاد الاقتصادية والبيئية والاجتماعية في عملية صنع القرار (Amer, 2019).

أبعاد الاستدامة

لم تعد الاستدامة تشير فقط إلى القضايا البيئية، بل هي بالأحرى مفهوم تكاملي يأخذ بعين الاعتبار الأبعاد الثلاثة المعروفة بأبعاد الاستدامة الثلاثة (الاقتصادية والاجتماعية والبيئية). يجب اعتبار هذه الأبعاد متساوية الأهمية ومتكاملة لأن كلاً منها له تأثير على البعدين الآخرين. كما أنه لا يمكن تحقيق الاستدامة البيئية في ظل ظروف اقتصادية أو اجتماعية صعبة، وينطبق الأمر نفسه على الأبعاد الأخرى (Amer, 2019).

- الاستدامة البيئية: هي ممارسة استخدام أنظمة وإجراءات لتعزيز وصيانة وتحسين نوعية البيئة الطبيعية على المدى الطويل (Morelli, 2011). كما يشير إلى مدى استخدام الشركة الموارد الطبيعية بحكمة مثل استخدام مصادر الطاقة المتجددة والعمل قدر الإمكان على تخفيف الأضرار البيئية الناجمة عن عمليات الأعمال المختلفة، بهدف الحفاظ على الموارد الطبيعية للأجيال القادمة (Alhaddi, 2015).
- الاستدامة الاقتصادية: فهي تشير إلى الممارسات التي تدعم النمو الاقتصادي على المدى الطويل دون التأثير سلباً على الجوانب الاجتماعية والبيئية والثقافية للمجتمع. من خلال تبني الممارسات الاقتصادية المستدامة مثل الاعتماد على الطاقة المتجددة والتقنيات النظيفة، والمحافظة على الموارد الطبيعية وإدارة

النفائيات بشكل فعال، ودعم الابتكار والنمو الاقتصادي منخفض الكربون، وتعزيز المساواة الاجتماعية والعدالة الاقتصادية.

- الاستدامة الاجتماعية: هي حالة تتمتع فيها المجتمعات بمستوى عالٍ من الرفاه الاجتماعي، ويتم تحقيق ذلك من خلال عملية تتضمن مجموعة من المبادئ والممارسات. وتتمثل هذه المبادئ في الوصول العادل إلى الخدمات الأساسية، والعدالة بين الأجيال، واحترام التنوع الثقافي، والمشاركة السياسية للمواطنين، والشعور بالملكية المجتمعية. في البعد الاجتماعي للاستدامة، تنظر المنظمات إلى الأنشطة التي تقوم بها من حيث تأثيرها على المجتمع. ومن الضروري معالجة القضايا التي تواجه الموظفين والعملاء والشركاء والموردين وما إلى ذلك (Hajirasouli & Kumarasuriyar, 2016).

على المستوى التنظيمي، يجب على المنظمات التركيز على جميع أبعاد الاستدامة من أجل تحقيق الاستدامة (Ramirez et al., 2013). ويمكن تحقيق الاستدامة من خلال دمج الأبعاد الاقتصادية والبيئية والاجتماعية في عملية صنع القرار (Emas, 2015). في نفس السياق، أكد Giovannoni & Fabietti (2013) على أهمية مراعاة أبعاد الاستدامة الثلاثة على كل المستويات التنظيمية باستخدام نهج متكامل يتم فيه تصميم وتطبيق أنظمة الحوكمة والإدارة والقياس والإبلاغ ونماذج الأعمال بشكل فعال. أخيراً، من المهم إبراز إضافة البعد المؤسسي كركيزة رابعة مع الأبعاد الثلاثة الأخرى البيئية والاجتماعية والاقتصادية، والذي تم تقديمه من قبل لجنة التنمية المستدامة في عام 1995 وهو مرتبط بالمساواة بين الجنسين، والمساواة في التعليم، ومشاركة النظام السياسي وغيرها (Doan et al., 2017).

الدراسة الميدانية

أداة الدراسة

اعتمدت الدراسة على أسلوب الاستقصاء، حيث تم تصميم استمارة استقصاء بالاعتماد على الدراسات السابقة. تكونت استمارة الاستقصاء من جزئين: الجزء الأول تضمن البيانات العامة حول العينة المشاركة في الدراسة، أما الجزء الثاني تناول الأبعاد الثلاثة للدراسة (أهمية الاقتصاد الرقمي – التحول الرقمي – استدامة صناعة السياحة والضيافة). تضمن البعد الأول (سياسات الاقتصاد الرقمي) 6 عبارات تم صياغتها بالاعتماد على أحمد (2022)، أما البعد الثاني (التحول الرقمي) تضمن 11 عبارات من خلال كلاً من عرفة (2019) ومصطفى وآخرون (2021)، وأخيراً البعد الثالث اشتمل على 13 عبارة تقيس مدى استدامة المقصد السياحي بالرجوع إلى Lucrezi et al. (2017). وفقاً لوزارة السياحة والآثار المصرية (2022) تحتوي منطقة القاهرة الكبرى بمصر على 30 فندق فئة الخمس نجوم و 1666 شركة سياحية فئة أ. تم تصميم استمارة الاستقصاء إلكترونياً على نموذج جوجل وإرسالها للعاملين في شركات السياحة فئة أ والعاملين في الفنادق الخمس نجوم عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي بالقاهرة الكبرى. تم

الحصول على 317 استجابة من عينة عشوائية للعاملين ب 17 فندق فئة خمس نجوم و76 شركة سياحية فئة أ جميعها صالحة للتحليل.

الاختبارات الإحصائية المستخدمة

تم استخدام برنامج SPSS v.26 لفحص وتحليل البيانات التي تم جمعها بهدف تحقيق أهداف الدراسة وفروضها. تم قياس درجة ثبات استمارة الاستبيان، والتحقق من صلاحيتها لقياس متغيرات الدراسة باستخدام مقياس ألفا كرونباخ، والتحليل الوصفي للخصائص الديموغرافية لأفراد العينة باستخدام التكرارات والنسب المئوية، والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري لبيان استجاباتهم على عبارات الاستبيان، كما استخدمت الدراسة معامل الارتباط سبيرمان لتوضيح العلاقة بين المتغيرات، ومعامل الانحدار البسيط لبيان تأثير المتغيرات المستقلة على المتغير التابع.

ثبات الاستقصاء

تم حساب معامل ثبات الاستقصاء ألفا كرونباخ (Cronbach Alpha) لكافة محاور البحث، وذلك للتأكد من ثبات الاستقصاء ومدى الاعتماد على نتائج هذه الدراسة وتعميمها على مجتمع الدراسة. تبلغ القيمة المقبولة في بحوث العلوم الإنسانية لاختبار ألفا كرونباخ (0,70). ويوضح جدول رقم (1) قيمة معامل ألفا كرونباخ لمحاور البحث

جدول رقم (1) معامل الثبات (ألفا كرونباخ)

م	المتغيرات	عدد العبارات	معامل ألفا كرونباخ
1	سياسات الاقتصاد الرقمي	6	0,843
2	ممارسات التحول الرقمي	11	0,935
3	استدامة صناعة السياحة والضيافة	13	0,942

من خلال النتائج الواردة في جدول رقم (1) نجد أن قيمة معامل ألفا كرونباخ لمحور سياسات الاقتصاد الرقمي بلغت (0,843)، كما بلغت قيمة معامل ألفا كرونباخ لمحور ممارسات التحول الرقمي (0,935)، بينما بلغت قيمته لمحور استدامة صناعة السياحة والضيافة (0,942)، وجميع هذه القيم أكبر من 0.7 مما يدل على صلاحية أداة البحث للاستخدام وقدرتها على تحقيق أهداف البحث، وأنها تتسم بدرجة عالية من الصدق والثبات تعزز النتائج التي سيتم جمعها للحصول على النتائج النهائية للبحث.

التحليل الوصفي للخصائص الديموغرافية لأفراد العينة

اشتملت خصائص عينة البحث على النوع، والعمر، وجهة العمل، والمستوى التعليمي وعدد سنوات الخبرة، ويوضح الجدول التالي هذه النتائج:

جدول رقم (2) خصائص عينة البحث

النسبة %	التكرار	البيانات	
76,7%	243	ذكر	النوع
23,3%	74	أنثى	
20,5%	65	أقل من 25 سنة	العمر
36,9%	117	من 25 إلى 40 سنة	
28,1%	89	من 41 إلى 55 سنة	
14,5%	46	أكثر من 55 سنة	
37,5%	119	شركة سياحة	جهة العمل
62,55%	198	فندق	
22,1%	70	مؤهل متوسط	المؤهل الدراسي
71,3%	226	بكالوريوس	
4,1%	13	ماجستير	
2,5%	8	دكتوراه	
47,3%	150	أقل من 3 سنوات	سنوات الخبرة
37,5%	119	من 3 إلى 10 سنوات	
15,2%	48	أكثر من 10 سنوات	

يتضح من جدول رقم (2) أن نسبة أفراد عينة البحث من الذكور بلغت 76,6%، فيما بلغت نسبة الإناث 23,3%، أما بالنسبة للعمر فكانت الفئة الأكبر في عينة البحث هي التي تتراوح أعمارها بين 25 و 45 سنة وذلك بنسبة 36,9%. تنوع المشاركين في الاستبيان بين العاملين في شركات السياحة والفنادق، حيث بلغت نسبة العاملين في شركات السياحة 37,5%، بينما كانت النسبة الأكبر لصالح العاملين في الفنادق بنسبة 62,5%. من ناحية أخرى تنوع المستوى التعليمي للعينة بين مؤهل متوسط بنسبة 22,1% والبكالوريوس بنسبة 71,3%، بالإضافة إلى ما نسبته 4,1% حاصلين على الماجستير و 2,5% حاصلين على الدكتوراه. أخيراً، بالنسبة للخبرة بلغت نسبة من خبرتهم دون الثلاث سنوات 47,3%، ومن 3 سنوات حتى 10 سنوات بلغت نسبتهم 37,5%، أما من لديهم خبرة أكثر من 10 سنوات بلغت نسبتهم 15,2%.

التحليل الوصفي لمحاو البحث

المحور الأول: الاقتصاد الرقمي

يوضح الجدول التالي درجات الموافقة لمفردات العينة حول إدراك تبني سياسات الاقتصاد الرقمي في شركات السياحة والفنادق المصرية محل الدراسة.

جدول رقم (3): التحليل الوصفي لمدى تبني سياسات الاقتصاد الرقمي في شركات السياحة والفنادق المصرية

م	العبارات	درجات الموافقة (%)					الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي
		موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة		
1	تتبنى الشركة/الفندق سياسات الاقتصاد الرقمي من خلال تخفيض التكاليف التشغيلية	38,5	42,9	14,5	2,8	1,3	0,859	4,15
2	تتبنى الشركة/الفندق سياسات الاقتصاد الرقمي من خلال زيادة الحصة السوقية	34,4	45,4	14,5	3,8	1,9	0,899	4,07
3	تتبنى الشركة/الفندق سياسات الاقتصاد الرقمي من خلال تدعيم الاتصال المباشر بالعملاء	30,6	41	19,2	7,3	1,9	0,977	3,91
4	تتبنى الشركة/الفندق سياسات الاقتصاد الرقمي من خلال تعزيز جودة الخدمات السياحية والفندقية	37,9	48,9	9,8	2,8	0,6	0,779	4,21
5	تتبنى الشركة/الفندق ممارسات الاقتصاد الرقمي من خلال تهيئة بيئة العمل ومرورتها	29	50,2	14,5	4,4	1,9	0,886	4,00
6	تتبنى الشركة/الفندق الاقتصاد الرقمي من خلال تعزيز الإبداع والابتكار	31,5	45,1	17	4,4	1,9	0,914	4,00
	المتوسط العام						0,66	4,05

يوضح جدول رقم (3) نتائج التحليل الوصفي لمدى تبني شركات السياحة والفنادق في مصر لسياسات الاقتصاد الرقمي، حيث أبرزت النتائج وجود مستوي عالٍ من تبني شركات السياحة والفنادق في مصر لسياسات الاقتصاد الرقمي، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام لهذا المحور (4,05)، وذلك عند انحراف معياري قيمته (0,66).

المحور الثاني: التحول الرقمي

يوضح الجدول التالي درجات الموافقة لمفردات العينة حول محور التحول الرقمي في شركات السياحة والفنادق المصرية.

جدول رقم (4): التحليل الوصفي لممارسات التحول الرقمي في شركات السياحة والفنادق المصرية

م	العبارات	درجات الموافقة (%)					الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي
		موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة		
1	التسيق بين إدارات الشركة/الفندق يتم من خلال شبكة ربط إلكترونية.	39,1	37,5	15,5	6,3	1,6	4,06	0,969
2	يتم تبادل الخطابات والمكاتبات بين الإدارات وبعضها إلكترونياً.	35,3	49,2	11,4	3,8	0,3	4,15	0,790
3	يتم الاعتماد على الأرشيف الإلكتروني لحفظ المستندات بدلاً من السجلات الورقية.	47,3	37,5	9,1	4,1	1,9	4,24	0,918
4	يتم تبادل البيانات والمعلومات بين الإدارات وبعضها إلكترونياً.	38,2	41	17	3,8	-	4,14	0,829
5	يتم تعديل الهيكل المؤسسي للشركة/الفندق باستمرار بما يتفق ومتطلبات التحول الرقمي	41,3	42,9	9,5	4,4	1,9	4,17	0,910
6	يتم تدريب وتطوير قيادات إدارية قادرة على التعامل مع تكنولوجيا المعلومات والاتصال.	36,6	45,7	12,3	4,7	0,6	4,13	0,849
7	تشجع المؤسسة كافة العاملين على التحول الرقمي	36,3	48,9	10,1	3,2	1,6	4,15	0,843
8	يتم تدريب العاملين على متطلبات التحول الرقمي	35,6	46,7	12,9	2,8	1,9	4,11	0,871
9	يتوافر لدى الشركة/الفندق نظام إلكتروني جيد لحماية أمن وسرية المعلومات.	39,7	41	14,2	3,5	1,6	4,14	0,896
10	يتم مراقبة الأعمال وتقييم نتائج الأداء للعاملين إلكترونياً.	39,4	46,1	10,7	2,8	0,9	4,20	0,813
11	يتم تحديث الأجهزة والحاسبات الآلية باستمرار وفقاً لاحتياجات التحول الرقمي	42,9	42	10,4	3,2	1,6	4,21	0,870
	المتوسط العام						4,10	0,677

يتضح من نتائج جدول رقم (4) نتائج التحليل الوصفي لمدى تبني شركات السياحة والفنادق في مصر ممارسات التحول الرقمي، حيث أبرزت النتائج وجود مستوي عالٍ من تبني شركات السياحة والفنادق في مصر لممارسات التحول الرقمي، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام لهذا المحور (4,10)، وذلك عند انحراف معياري قيمته (0,677).

المحور الثالث: الاستدامة

يوضح الجدول التالي درجات الموافقة لمفردات العينة حول إدراك استدامة صناعة السياحة والضيافة في مصر.

جدول رقم (5): التحليل الوصفي لمدى استدامة صناعة السياحة والضيافة المصرية

م	العبارات	درجات الموافقة (%)					الانحراف المعياري
		متوسط الحسابي	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق بشدة	
البعد الاجتماعي							
1	تدعم صناعة السياحة المجتمع المحلي	4,21	1,9	2,8	9,5	43,5	42,3
2	يتم توجيه بعض الإيرادات الناتجة عن صناعة السياحة لصالح المجتمع المحلي	4,09	1,3	2,8	17	42,9	36
3	تقوم صناعة السياحة على احترام المجتمع المحلي	4,04	2,2	3,2	14,2	49,2	31,2
4	تخلق صناعة السياحة فرصاً ترفيهية للمجتمع المحلي	4,11	1,6	2,8	12	50,2	33,4
5	تشكل صناعة السياحة جزءاً من المجتمع المصري	3,96	3,2	4,1	16,1	46,7	30
البعد الاقتصادي							
1	توفر صناعة السياحة فرص عمل	4,05	3,2	4,1	16,1	46,7	33,8
2	توفر صناعة السياحة المزيد من الفرص للشركات والفنادق في المقصد السياحي	4,01	4,7	2,2	16,1	41,6	35,3
3	تساهم صناعة السياحة في صيانة البنية التحتية والخدمات في المقصد السياحي	4,16	1,3	3,2	13,2	42,6	39,7
4	تولد صناعة السياحة المزيد من الدخل للمقصد السياحي	4,14	2,5	4,4	9,1	44,2	39,7
5	تولد صناعة السياحة إيرادات للحفاظ على بيئة المقصد السياحي	4,12	0,9	3,8	13,9	45,1	36,3
البعد البيئي							
1	تساهم صناعة السياحة في جمع وإدارة النفايات في المقصد السياحي	4,12	35,6	47	11,7	4,7	0,9
2	تعمل صناعة السياحة على تعزيز الحفاظ على المقصد السياحي	4,17	0,9	3,8	12,3	43,5	39,4
3	تعمل صناعة السياحة على تعزيز الوعي البيئي في المقصد السياحي	4,11	0,6	1,6	13,9	53,9	30
0,678	المتوسط العام	4,15					

يتضح من نتائج جدول رقم (5) نتائج التحليل الوصفي لمدى استدامة صناعة السياحة المصرية، حيث أبرزت النتائج وجود مستوي عالٍ من الاستدامة في صناعة السياحة المصرية طبقاً لرؤية العاملين في شركات السياحة والفنادق في مصر، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام لهذا المحور (4,15)، وذلك عند انحراف معياري قيمته (0,678).

العلاقة بين تبني سياسات الاقتصاد الرقمي في شركات السياحة والفنادق والتحول الرقمي

يتضح من خلال الجدول رقم (6) أن العلاقة معنوية بين تبني سياسات الاقتصاد الرقمي وبين التحول الرقمي في شركات السياحة والفنادق المصري حيث أن مستوي المعنوية 0,00 وهو أقل من 0,05، وقد بلغ معامل ارتباط سبيرمان 0,780 وهو ارتباط موجب قوي، مما يدل على طردية العلاقة. أي أنه كلما تبنت شركات السياحة والفنادق المصرية سياسات الاقتصاد الرقمي كلما ساهم ذلك في تحولها الرقمي وبقوة، اتفقت هذه النتيجة مع دراسة محمد وغنام (2022) التي أكدت أن التحول الرقمي يعتمد على سياسات الاقتصاد الرقمي من خلال دعم الاستثمارات السياحية التي تعتمد على استخدام التقنيات التكنولوجية في العمليات المختلفة للمؤسسات.

جدول رقم (6): العلاقة بين تبني سياسات الاقتصاد الرقمي في شركات السياحة والفنادق والتحول الرقمي

التحول الرقمي	تبني سياسات الاقتصاد الرقمي			
**0,780	1,000	معامل الارتباط	تبني سياسات الاقتصاد الرقمي	معامل سبيرمان
0,000	0	المعنوية		
317	317	حجم العينة		
1,000	**0,780	معامل الارتباط	التحول الرقمي	
0	0,000	المعنوية		
317	317	حجم العينة		

تأثير تبني سياسات الاقتصاد الرقمي في شركات السياحة والفنادق على التحول الرقمي

من خلال الجدول رقم (7) نجد أن معامل التحديد قيمته 0,651 في حين كان معامل التحديد المصحح 0,650 ، وانخفاض الفارق بينهما عند خطأ معياري 0,401 يؤكد على دقة النتائج، وبناء على ذلك يمكن القول بأن المتغير المستقل وهو تبني سياسات الاقتصاد الرقمي يُفسر ما نسبته 65% من التغيرات الحاصلة في التحول الرقمي لشركات السياحة والفنادق.

جدول رقم (7) انحدار تبني سياسات الاقتصاد الرقمي في شركات السياحة والفنادق على التحول الرقمي

النموذج	الانحدار	معامل التحديد (R^2)	معامل التحديد المصحح	الخطأ المعياري
1	0,807	0,651	0,650	0,401

العلاقة بين تبني سياسات الاقتصاد الرقمي في شركات السياحة والفنادق واستدامة صناعة السياحة المصرية يتضح من خلال الجدول رقم (8) أن العلاقة معنوية بين تبني سياسات الاقتصاد الرقمي في شركات السياحة والفنادق المصرية وبين استدامة صناعة السياحة، حيث أن مستوي المعنوية 0,00 وهي أقل من 0,05، وقد بلغ معامل ارتباط سبيرمان 0,768 وهو ارتباط موجب قوي، مما يدل على طردية العلاقة، أي أنه كلما تبنت شركات السياحة والفنادق المصرية سياسات الاقتصاد الرقمي كلما ساهم ذلك في استدامة صناعة السياحة في مصر، وتتفق هذه النتيجة مع دراسات كلاً من هياجنة (2021) وقدارة (2021) التي وضحت أن الاقتصاد الرقمي يساهم في تحقيق أبعاد الاستدامة سواء الاجتماعية أو البيئية أو الاقتصادية.

جدول رقم (8): العلاقة بين تبني سياسات الاقتصاد الرقمي في شركات السياحة والفنادق واستدامة صناعة السياحة والضيافة المصرية

استدامة صناعة السياحة المصرية	تبني سياسات الاقتصاد الرقمي	معامل الارتباط	تبني سياسات الاقتصاد الرقمي	معامل سبيرمان
0,768**	1,000	معامل الارتباط	تبني سياسات الاقتصاد الرقمي	معامل سبيرمان
0,000	0	المعنوية		
317	317	حجم العينة		
1,000	0,768**	معامل الارتباط	استدامة صناعة السياحة والضيافة المصرية	معامل سبيرمان
0	0,000	المعنوية		
317	317	حجم العينة		

تأثير تبني سياسات الاقتصاد الرقمي في شركات السياحة والفنادق على استدامة صناعة السياحة والضيافة المصرية من خلال الجدول رقم (9) نجد أن معامل التحديد قيمته 0,598 في حين كان معامل التحديد المصحح 0,597 ، وانخفاض الفارق بينهما عند خطأ معياري 0,430 يؤكد على دقة النتائج، وبناء على ذلك يمكن القول بأن المتغير المستقل وهو تبني سياسات الاقتصاد الرقمي يُفسر ما نسبته 59,7% من التغيرات الحاصلة في استدامة صناعة السياحة والضيافة المصرية.

جدول رقم (9) انحدار تبني سياسات الاقتصاد الرقمي في شركات السياحة والفنادق على استدامة صناعة السياحة والضيافة المصرية

النموذج	الانحدار	معامل التحديد (R^2)	معامل التحديد المصحح	الخطأ المعياري
1	0,773	0,598	0,597	0,430

العلاقة بين ممارسات التحول الرقمي واستدامة صناعة السياحة والضيافة المصرية يتضح من خلال الجدول رقم (10) أن العلاقة معنوية بين ممارسات التحول الرقمي في شركات السياحة والفنادق المصرية وبين استدامة صناعة السياحة والضيافة، حيث إن مستوي المعنوية 0,00 وهي أقل من 0,05، وقد بلغ معامل ارتباط سبيرمان 0,845 وهو ارتباط موجب قوي، مما يدل على طردية العلاقة. يعني ذلك أنه كلما تبنت شركات السياحة والفنادق المصرية ممارسات التحول الرقمي كلما ساهم ذلك في استدامة صناعة السياحة والضيافة في مصر، وتتفق هذه النتائج مع دراسات كلاً من Purvis et al. (2019) و Budzinskaya & Teregulova (2021). في نفس السياق، يؤكد النتائج ما توصلت إليه دراسة El Hilali et al. (2020) بأن التحول الرقمي يؤدي إلى زيادة القدرة على تطوير وتنفيذ حلول مستدامة من خلال التقنيات الحديثة كالذكاء الاصطناعي.

جدول رقم (10): العلاقة بين ممارسات التحول الرقمي واستدامة صناعة السياحة والضيافة المصرية

استدامة صناعة السياحة والضيافة المصرية	ممارسات التحول الرقمي			
معامل سبيرمان	معامل الارتباط	1,000	0,845**	ممارسات التحول الرقمي
	المعنوية	0	0,000	
	حجم العينة	317	317	
استدامة صناعة السياحة والضيافة المصرية	معامل الارتباط	0,845**	1,000	ممارسات التحول الرقمي
	المعنوية	0,000	0	
	حجم العينة	317	317	

تأثير ممارسات التحول الرقمي في شركات السياحة والفنادق على استدامة صناعة السياحة المصرية من خلال الجدول رقم (11) نجد أن معامل التحديد قيمته 0,744 في حين كان معامل التحديد المصحح 0,743، وانخفاض الفارق بينهما عند خطأ معياري 0,343 يؤكد على دقة النتائج، وبناء على ذلك يمكن القول بأن المتغير المستقل وهو ممارسات التحول الرقمي يُفسر ما نسبته 74,3% من التغيرات الحاصلة في استدامة صناعة السياحة المصرية.

جدول رقم (11) انحدار ممارسات التحول الرقمي في شركات السياحة والفنادق على استدامة صناعة السياحة والضيافة المصرية

النموذج	الانحدار	معامل التحديد (R^2)	معامل التحديد المصحح	الخطأ المعياري
1	0,862	0,744	0,743	0,343

ملخص النتائج

- من خلال الدراسة النظرية والميدانية توصل البحث إلى مجموعة من النتائج تتمثل فيما يلي:
- أوضحت النتائج وجود مستوي عالٍ من تبني شركات السياحة والفنادق في مصر لسياسات الاقتصاد الرقمي وتمثلت هذه السياسات في مساهمة آليات الاقتصاد الرقمي في تخفيض التكاليف التشغيلية وزيادة الحصة السوقية، وتدعيم الاتصال المباشر بالعملاء، بالإضافة إلى تعزيز جودة الخدمات السياحية والفندقية وتهيئة بيئة العمل ومرونتها وتعزيز الإبداع والابتكار.
 - أظهرت النتائج أن لدى شركات السياحة والفنادق في مصر مستوى عالٍ من تطبيق ممارسات التحول الرقمي ومن هذه الممارسات التنسيق بين الإدارات من خلال شبكة ربط إلكترونية، وتدريب وتطوير العاملين والقيادات الإدارية ليكونوا قادرين على التعامل مع تكنولوجيا المعلومات والاتصال، بالإضافة إلى توفير نظام إلكتروني جيد لحماية أمن وسرية المعلومات، ومراقبة الأعمال وتقييم نتائج الأداء للعاملين إلكترونياً، وتحديث الأجهزة والحاسبات الآلية باستمرار وفقاً لاحتياجات التحول الرقمي.
 - اتضح من خلال النتائج مساهمة صناعة السياحة والضيافة المصرية في تحقيق أبعاد التنمية المستدامة الاقتصادية والاجتماعية والبيئية.
 - هناك علاقة طردية بين تبني شركات السياحة والفنادق في مصر لسياسات الاقتصاد الرقمي وبين ممارسات التحول الرقمي.
 - يوجد تأثير طردي قوي لتبني سياسات الاقتصاد الرقمي على استدامة صناعة السياحة والضيافة في مصر.
 - هناك علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين ممارسات التحول الرقمي في شركات السياحة والفنادق في مصر وبين استدامة صناعة السياحة والضيافة.

التوصيات

- من خلال نتائج البحث يمكن اقتراح التوصيات الآتية:
- ضرورة تبني شركات السياحة والفنادق في مصر سياسات الاقتصاد الرقمي من خلال وضع برامج توعية ودورات تدريبية للعاملين والقيادات داخل هذه المؤسسات للتعرف على سبل وآليات تطبيق سياسات الاقتصاد الرقمي.
 - تحسين الكفاءة التشغيلية في شركات السياحة والفنادق من خلال استخدام التطورات التكنولوجية التي تظهر في صناعة السياحة مثل الاستعانة بالذكاء الاصطناعي والروبوتات.
 - تحسين جودة الخدمات السياحية والفندقية من خلال تقديم الخدمة بالوسائل التكنولوجية الحديثة.

- زيادة الحصص السوقية لشركات السياحة والفنادق من خلال استخدام أحدث الأساليب التكنولوجية التي ظهرت في مجال التسويق السياحي مثل مواقع التواصل الاجتماعي وغيرها.
- ضرورة قيام شركات السياحة والفنادق بتصميم شبكات ربط إلكترونية للتنسيق بين الإدارات المختلفة بالإضافة إلى وضع نظام لتبادل جميع المكاتبات والخطابات إلكترونياً.
- الاعتماد على نظم الأرشفة الإلكترونية لحفظ المستندات بدلاً من السجلات الورقية.
- ضرورة تعديل الهياكل التنظيمية في شركات السياحة والفنادق بما يتفق مع متطلبات التحول الرقمي.
- وضع نظام إلكتروني لحماية أمن وسرية المعلومات والبيانات داخل المؤسسات السياحية والفندقية.
- ضرورة مراقبة الأعمال وتقييم نتائج أداء العاملين إلكترونياً لتجنب الخطأ لوضع نظام عادل للثواب والعقاب.
- تحديث الأجهزة والحاسبات الآلية والبرامج الإلكترونية باستمرار وفقاً لاحتياجات التحول الرقمي وتطورات التكنولوجيا.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع العربية

- أحمد، هيام (2022). الاقتصاد الرقمي وتعزيز تنافسية البنوك التجارية في مصر: دراسة ميدانية، *المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية*، 13(4)، 111-160.
- البرنامج الإنمائي للأمم المتحدة ومؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم. (2016). تقرير مؤشر المعرفة العربي. دبي، الإمارات العربية المتحدة: دار الغرير للطباعة والنشر.
- البرنامج الإنمائي للأمم المتحدة ومؤسسة محمد بن راشد آل مكتوم. (2017). تقرير المعرفة العالمي: تقرير ملخص. دبي، الإمارات العربية المتحدة: دار الغرير للطباعة والنشر.
- الديراوي، سليمان. (2021). متطلبات الاقتصاد الرقمي في القطاع السياحي ودوره في تطوير السياحة الفلسطينية من وجهة نظر الإداريين العاملين في فنادق المحافظات الجنوبية. *مجلة جامعة الأقصى-سلسلة العلوم الإنسانية*، 25(2)، 336-330.
- عبد المعطي، غادة على. (2019). التحول الرقمي في السياحة المصرية (المفهوم-التحديات-المتطلبات). *المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة (IJHTH)*، 13(2)، 491-515.
- عرفة، عمرو (2019). أثر تطبيق الإدارة الإلكترونية على التطوير المؤسسي للأجهزة السياحية الرسمية: بالتطبيق على وزارة السياحة المصرية، رسالة دكتوراة، غير منشورة، كلية السياحة والفنادق، جامعة مدينة السادات، مصر.
- قدرة، عبد الرحمن فخر. (2021). أثر متغيرات الاقتصاد الرقمي على أداء الاقتصاد الأردني (2012-2019). (رسالة ماجستير منشورة)، جامعة آل البيت، الأردن.
- محمد، حسين عبد الجابر وغنام، محمد احمد. (2022). تأثير التحول الرقمي على مستوى أداء جودة الخدمة المقدمة بالقطاع السياحي والفندقي وفقاً لرؤية مصر 2030م. *مجلة كلية السياحة والفنادق- جامعة المنصورة*، 11(3)، 463-587.
- مصطفى، سميرة؛ ماهر، عزة؛ العزب، محمود (2021). دور التحول الرقمي في تحسين أداء شركات السياحة المصرية (بالتطبيق على شركات السياحة المصرية فئة أ، *مجلة كلية السياحة والفنادق-جامعة مدينة السادات*، 5(1/1)، 76-92.
- هياجنة، حمزة حسين. (2021). أثر الاستثمار في رأس المال البشري على الاقتصاد الرقمي الأردني خلال الفترة (2019-2000). (رسالة ماجستير منشورة)، جامعة آل البيت، الأردن.
- وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات المصرية. (2022). مؤشرات وبيانات: تقرير موجز عن مؤشرات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات. تم الاسترجاع من الرابط: <https://mcit.gov.eg/ar/Indicators>

- وزارة السياحة والآثار المصرية. (2022). دليل المنشآت الفندقية والشركات السياحية. تم الاسترجاع من الرابط: <https://mota.gov.eg/ar/>

ثانياً: المراجع الأجنبية

- Alhaddi, H. (2015). Triple bottom line and sustainability: A literature review. *Business and Management Studies*, 1(2), 6-10.
- Amer, M. S. (2019). Sustainability assessment of hospitals in West Bank. (Published Master Thesis), An-Najah National University, Palestine.
- Budzinskaya, O. V., & Teregulova, N. F. (2021). Human Resources Priorities for the Digital Economy for Sustainable Development. In *Sustainable Development of Modern Digital Economy: Perspectives from Russian Experiences* (pp. 189-197). Cham: Springer International Publishing.
- Bukht, R., & Heeks, R. (2017). Defining, conceptualising and measuring the digital economy. *Development Informatics Working Paper*, (68), 1-26.
- Chakravorti, B., & Chaturvedi, R. S. (2017). Digital plant: How competitiveness and trust in digital economies vary across the world. The Fletcher School, Tufts University, Insight report, from Tufts database. Retrieved from: <https://digitalplanet.tufts.edu/#>
- Ding, C., Liu, C., Zheng, C., & Li, F. (2021). Digital economy, technological innovation and high-quality economic development: Based on spatial effect and mediation effect. *Sustainability*, 14(1), 216.
- Doan, D. T., Ghaffarianhoseini, A., Naismith, N., Zhang, T., Ghaffarianhoseini, A., & Tookey, J. (2017). A critical comparison of green building rating systems. *Building and Environment*, 123, 243-260.
- El Hilali, W., El Manouar, A., & Idrissi, M. A. J. (2020). Reaching sustainability during a digital transformation: a PLS approach. *International Journal of Innovation Science*, 12(1), 52-79.
- ElMassah, S., & Mohieldin, M. (2020). Digital transformation and localizing the sustainable development goals (SDGs). *Ecological Economics*, 169, 106490.
- Emas, R. (2015). The concept of sustainable development: definition and defining principles. *Brief for GSDR, 2015*, 10-13140.
- Ershova, T. V., Hohlov, Y. E., & Shaposhnik, S. B. (2018). Methodology for digital economy development assessment as a tool for managing the digital transformation processes. In *2018 Eleventh International Conference "Management of large-scale system development" (MLSD)* (pp. 1-3). IEEE.
- European Commission. (2019). Digital transformation. Retrieved from <https://ec.europa.eu/growth/industry/policy/digitaltransformation>
- Fischer, J., & Riechers, M. (2019). A leverage points perspective on sustainability. *People and Nature*, 1(1), 115-120.
- Gibbes, C., Hopkins, A. L., Díaz, A. I., & Jimenez-Osornio, J. (2020). Defining and measuring sustainability: A systematic review of studies in rural Latin America and the Caribbean. *Environment, Development and Sustainability*, 22, 447-468.

- Giovannoni, E., & Fabietti, G. (2013). What is sustainability? A review of the concept and its applications. In C. Busco, M. L. Frigo, P. Quattrone, & A. Riccaboni (Eds.), *Integrated reporting: Concepts and cases that redefine corporate accountability* (pp. 22- 23). New York, USA: Springer International Publishing.
- Hajirasouli, A., & Kumarasuriyar, A. (2016). The social dimension of sustainability: Towards some definitions and analysis. *Journal of Social Science for Policy Implications*, 4(2), 23-34.
- Hallin, A., Karrbom-Gustavsson, T., & Dobers, P. (2021). Transition towards and of sustainability—Understanding sustainability as performative. *Business Strategy and the Environment*, 30(4), 1948-1957.
- Ismail, M. H., Khater, M., & Zaki, M. (2017). Digital business transformation and strategy: What do we know so far. *Cambridge Service Alliance*, 10(1), 1-35.
- Khatter, A., White, L., Pyke, J., & McGrath, M. (2021). Barriers and drivers of environmental sustainability: Australian hotels. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33(5), 1830-1849.
- Knickrehm, M., Berthon, B., & Daugherty, P. (2016). Digital disruption: The growth multiplier. *Accenture Strategy*, 1, 1-11.
- Kondarevych, V., Andriushchenko, K., Pokotylska, N., Ortina, H., Zborovska, O., & Budnyak, L. (2020). Digital transformation of business processes of an enterprise. *TEM Journal*, 9(4), 1800-1808.
- Li, K., Kim, D. J., Lang, K. R., Kauffman, R. J., & Naldi, M. (2020). How should we understand the digital economy in Asia? Critical assessment and research agenda. *Electronic Commerce Research and Applications*, 44, 101004.
- Lowry, A. (2021). Russia's Digital Economy Program: An Effective Strategy for Digital Transformation?. *The Palgrave Handbook of Digital Russia Studies*, 53-75.
- Lucrezi, S., Milanese, M., Markantonatou, V., Cerrano, C., Sarà, A., Palma, M., & Saayman, M. (2017). Scuba diving tourism systems and sustainability: Perceptions by the scuba diving industry in two Marine Protected Areas. *Tourism management*, 59, 385-403.
- Melnyk, L., Dehtyarova, I., Kubatko, O., Karintseva, O., & Derykolenko, A. (2019). Disruptive technologies for the transition of digital economies towards sustainability. *Economic Annals-XXI*, (9-10), 22-30.
- Morelli, J. (2011). Environmental sustainability: A definition for environmental professionals. *Journal of Environmental Sustainability*, 1(1), 1-9.
- O'Leary, T., & Armfield, T. (2020). Adapting to the digital transformation. *Alberta Law Review*, 58, 249.
- Purvis, B., Mao, Y., & Robinson, D. (2019). Three pillars of sustainability: in search of conceptual origins. *Sustainability science*, 14, 681-695.
- Ragulina, J. V., Khachatryan, A. A., Abdulkadyrov, A. S., & Babaeva, Z. S. (2021). *Sustainable Development of Modern Digital Economy*. Germany: Springer International Publishing.

- Ramirez, B., J. West, D., & M. Costell, M. (2013). Development of a culture of sustainability in health care organizations. *Journal of Health Organization and Management*, 27(5), 665-672.
- Rosário, A. T., & Dias, J. C. (2022). Sustainability and the Digital transition: A literature review. *Sustainability*, 14(7), 4072.
- Sawan, N. (2021). Impact of digital transformation on supply chain management during corona pandemic at the manufacturing companies in Abdullah II industrial city / Amman. (Published Master Thesis), Al al-Bayt University, Jordan.
- Shcherbakova, T. (2020). Service business model-a new approach to improving efficiency in the digital economy. In *2nd International Scientific and Practical Conference “Modern Management Trends and the Digital Economy: From Regional Development to Global Economic Growth” (MTDE 2020)* (pp. 1012-1017). Atlantis Press.
- US EPA. (2017). Sustainability. Retrieved from: <https://www.epa.gov/sustainability>
- Valenduc, G. (2019). New forms of work and employment in the digital economy. In A. Serrano-Pascual., & M. Jepsen (eds.), *The deconstruction of employment as a political question* (pp. 63-80). Cham, Germany: Springer.
- Verina, N., & Titko, J. (2019). Digital transformation: Conceptual framework. In *Proc. of the Int. Scientific Conference “Contemporary Issues in Business, Management and Economics Engineering* (pp. 9-10). Vilnius, Lithuania.
- Wenzel, K. (2022). Digital Transformation Foundations. In K, Wenzel (ed.) *Management models of digital transformation: Analysis and definition of success factors for the development of a management framework*, (pp. 7-19). Wiesbaden, Germany: Springer Gabler.
- Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). The nine elements of digital transformation. *MIT Sloan Management Review*, 55(3), 1-6.
- World Economic Forum. (2016). The global information technology report: Innovating in the digital economy. Committed to improving the state of the world, the Business School for the World (INSEAD), JOHNSON Cornell University. Retrieved from: <https://www.weforum.org/publications/the-global-information-technology-report-2016/>

The Impact of Adopting Digital Economy Policies on Digital Transformation and Sustainability in the Tourism and Hospitality Industry: Egypt as a Model

Ismail Mohamed Hussien¹, Abdelfattah Soliman Shawaly², Mohammed Ezzat Hashad³

^{1,3} Hotel Management, Faculty of Tourism and Hotels, University of Sadat City, Egypt.

² Tourism Studies, Faculty of Tourism and Hotels, University of Sadat City, Egypt.

Abstract

The technological and digital revolution, communication technology, and the internet have led to the emergence of the digital economy and the importance of digital transformation in the tourism and hospitality industry to achieve sustainability. This research aimed to explore the relationship between the adoption of digital economy policies and digital transformation in the Egyptian tourism and hospitality industry. The research also aimed to study the relationship between the adoption of digital economy policies and the sustainability of the Egyptian tourism and hospitality industry, in addition to identifying the relationship between digital transformation practices and the sustainability of the tourism and hospitality industry in Egypt. To achieve these goals, the study relied on a descriptive-analytical approach. 317 responses were analyzed for a random sample of employees in the tourism companies' category (A) and five-star hotels in Greater Cairo using SPSS V.26 software. The results showed that the adoption of digital economy policies affects the digital transformation of tourism and hotel companies in Egypt, in addition to its impact on the sustainability of the Egyptian tourism and hospitality industry. The results also proved that there is a relationship between digital transformation practices in Egyptian tourism and hotel companies and the sustainability of the Egyptian tourism and hospitality industry. Considering these results, the research recommended the need for state support for digital economy policies and overcoming any obstacles to digital transformation in tourism and hotel establishments, as this will have a significant impact on achieving the sustainability of the tourism and hospitality industry in Egypt.

Keywords: Digital economy, digital transformation, sustainability, tourism companies' category-A, five-star hotels, Egypt.