



مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة

(JAAUTH)

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



دور التحول الرقمي في رفع كفاءة العاملين في المجال السياحي

سارة عاطف الموجي

المعهد المصري العالي للسياحة و الفنادق بشيراتون - مصر الجديدة

معلومات المقالة الملخص

الكلمات المفتاحية

التحول الرقمي؛

الثقافة الرقمية؛

الإدارة الرقمية.

إن تقنية التحول الرقمي أصبحت في الوقت الراهن من الاستراتيجيات الأولية بهدف تعزيز الثقافة الرقمية لجعل الثورة الرقمية أساساً لتقديم الخدمات وخاصة في ظل التطورات المتلاحقة في مجال الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، كما أصبح الاستثمار في التحول الرقمي جزء لا يتجزأ من صناعة السياحة من خلال الاعتماد على تقنيات التكنولوجيا الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي، والمنصات الرقمية، السياحة الافتراضية وغيرها من التقنيات التكنولوجية الحديثة، ومن أهداف الدراسة التعرف على المفاهيم المختلفة للتحول الرقمي وأهمية تطبيقها في قطاع السياحة، ودراسة وعرض بعض التقنيات والوسائل الرقمية اللازمة في السياحة، واعتمد الجانب الميداني في الدراسة على جزئين : الجزء الأول تم عمل لقاءات مع بعض المسؤولين والمختصين بوزارة السياحة والهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي ووزارة الآثار في الفترة بين يناير ٢٠٢٢ وأغسطس ٢٠٢٢، والجزء الثاني تم توجيه استمارات الاستقصاء على بعض مديرو التسويق وبعض المديرين التنفيذيين في شركات السياحة فئة (أ) وكان عدد الاستمارات الصحيحة ١٠٥ استمارة بنسبة ٨٨.٩% من إجمالي حجم العينة ١١٨ استمارة و تم استبعاد ١٣ استمارة بناءً على بياناتها غير الصالحة للتحليل الإحصائي، ومن نتائج الدراسة ضعف الأساليب الرقمية الحديثة التي تعتمد على الابتكار في طرق تسويق المنتج السياحي المصري، وغياب الرؤية الشاملة للتحول الرقمي في الأجهزة السياحية الرسمية المصرية مثل وزارة السياحة ووزارة الآثار، وأوصت الدراسة بضرورة وضع خطة متكاملة للتحول الرقمي في الهيئات والأجهزة الرسمية المصرية ومشاركة القطاعين الخاص والحكومي في اعداد استراتيجيات وطنية للحكومة الرقمية ومتابعة اجراءات تنفيذها لضمان الالتزام لتحقيق الجودة فضلاً عن دعم الابتكار الرقمي لبناء حكومة رقمية مستقبلية.

(JAAUTH)

المجلد ٢٣، العدد

١، (ديسمبر

٢٠٢٢)،

ص ١٠٤-١٢٦.

مقدمة

تعد الثورة الرقمية إحدى أبرز تجليات التطور التكنولوجي الذي يشهده عالمنا اليوم حيث فتحت أفقاً جديدة أمام الأفراد مع تغير مفهوم المكان والزمان بالنسبة لهم وهذه التطورات التي يشهدها المجتمع البشري من خلال الانتقال

المتزايد من عالم الماديات إلى عالم الإلكترونيات والرقمنة قد فتح الطريق إلى عهد اقتصادي جديد يطلق عليه التحول الرقمي للاقتصاد، ويرى المختصون في المجال السياحي أن الإنترنت أصبح العمود الفقري والركيزة الأساسية لصناعة السياحة في الوقت الراهن (Nedelea and Balan, 2010).

إن التحول الرقمي أحد الركائز الرئيسية للتنمية الاجتماعية والاقتصادية والسياحية في الدول المتقدمة ويشمل التحول الرقمي استخدام الروبوتات وتقنيات إنترنت الأشياء والحوسبة السحابية وغيرها لإحداث تحولات جذرية عالميا في الاقتصاد و إيجاد محفزات للنمو في كبرى الشركات والمؤسسات الحكومية التي تضمن استمراريتها في دائرة المنافسة إقليميا وعالميا بمختلف القطاعات (البار، ٢٠١٨).

مشكلة الدراسة

تتمثل مشكلة الدراسة في إنه على الرغم من تنوع المنتج السياحي المصري وأن قطاع السياحة من القطاعات التي تعتمد بشكل كبير على تكنولوجيا المعلومات كوسيلة مهمة وفعالة لتبادل المعلومات عن المنتج السياحي المصري والخدمات المقدمة في المقاصد السياحية المصرية وطرق تسويقها الحديثة التي تعتمد على استخدام الوسائط الرقمية المتعددة (جعفر، ٢٠١٨)، إلا أنه يلاحظ أن المقصد السياحي المصري لازال حتى الآن يعاني من عدم تطبيق التقنيات التكنولوجية الرقمية الحديثة في إدارة المنشآت الخدمية السياحية فضلاً عن عدم استخدام الأساليب التكنولوجية الحديثة التي تعتمد على الابتكار في طرق تسويق المنتج السياحي المصري مما أثر سلباً على نصيب مصر من الطلب السياحي العالمي بالإضافة إلى عدم رضا السائح عن مستوى جودة الخدمات المقدمة في مصر (البار، ٢٠١٨).

أهداف الدراسة

- دراسة مفهوم التحول الرقمي وأهمية تطبيقه في قطاع السياحة.
- إبراز أسباب التحول من الإدارة التقليدية إلى الإدارة الرقمية الحديثة.
- دراسة الإجراءات التي تم اتخاذها لتطبيق التحول الرقمي في القطاع السياحي.
- استعراض وتحليل طرق الإدارة الرقمية كمفهوم مبتكر لثورة المعلومات.
- تقديم وعرض بعض التقنيات والوسائل الرقمية اللازمة في قطاع السياحة.

مفهوم التحول الرقمي

أصبح التحول الرقمي ضرورة للعاملين في القطاع السياحي من أجل مواكبة الثورة التكنولوجية، والانتقال من الخدمات التقليدية إلى الخدمات الرقمية والقضاء على البيروقراطية وتقليل الأخطاء البشرية، وترشيد النفقات، وتحقيق كفاءة المعاملات والخدمات، ويسهم في خلق فرص لتقديم خدمات ابداعية (هيثم ونصر الله، ٢٠٢٠).

يعرف التحول الرقمي بأنه الانتقال من نظام تقليدي إلى نظام رقمي قائم على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في جميع مجالات العمل السياحي، في ضوء مجموعة من المتطلبات المتمثلة في وضع استراتيجية التحول

الرقمي، ونشر ثقافة التحول الرقمي، وتصميم البرامج السياحية الرقمية، وإدارة وتمويل التحول الرقمي، بالإضافة إلى المتطلبات البشرية، والتقنية والأمنية، والتشريعية (Kumar, 2016).

كما عرف التحول الرقمي بأنه "استخدام التقنيات الرقمية الحديثة المرتبطة بإنترنت الأشياء والذكاء الاصطناعي والبيانات الضخمة والمنصات الرقمية، وذلك بهدف ربط الأشياء والأشخاص والعمليات والبيانات معا" (دبوسي وربيح، ٢٠١٥).

أو "هو نظام متكامل يعمل على تسهيل وتسريع عملية تقديم وإيصال الخدمات للمستهلكين بكفاءة عالية، وذلك بالاستفادة من التطبيقات والتقنيات الرقمية الحديثة" (مراد، ٢٠٢٠).

أو هو مشروع حكومي يشمل كافة خدمات المؤسسات والقطاعات المختلفة بالدولة، ويتمثل في تحويل الخدمات الحيوية والأساسية المرتبطة بخدمة الأفراد، والمؤسسات والاستثمارات المختلفة من شكلها التقليدي إلى الشكل الإلكتروني الذكي بالاعتماد على التقنيات الحديثة والمتطورة (البلوشية وآخرون، ٢٠٢٠).

بعض المفاهيم المتعلقة بالتحول الرقمي

الإدارة الرقمية

تعرف الإدارة الرقمية بأنها نهج استراتيجي لإدارة المستقبل وديناميكية المنظمة من أجل تنمية أداء متميز من خلال استخدام النظام التكنولوجي والتركيز على التكامل والذكاء الاصطناعي من خلال استخدام التطور التكنولوجي السريع لإيجاد بيئة معرفية لتحقيق أهداف المنظمة (Yao et al., 2011).

كما تعرف على أنها تطبيق متميز للتقنيات المعتمدة على الويب في النظم المرتبطة بالموارد البشرية، والذي سيسهم مع بعض التغييرات التنظيمية الأخرى في إتاحة إمكانية الوصول إلى المعلومات الخاصة بالموارد البشرية على نطاق واسع وكذلك توفير فرص عديدة لإدارة تلك المعلومات (العريشي، ٢٠٠٨).

الحكومة الرقمية

هي الهيئة أو الجهة أو المؤسسة التي تهتم بتطوير الخدمات الرقمية في القطاع الحكومي وفق جودة، وسرعة، وتيسير كافة العمليات والإجراءات، والمعاملات بين الجهات الحكومية، والأفراد من المواطنين والمقيمين، والزائرين وشركات القطاع الخاص لتعزيز الميزة التنافسية، والإستدامة، والاستثمار، ورفع العائد، وتحقيق القيمة المضافة للاقتصاد الرقمي (الخوري، ٢٠٢١).

أو هي الجهة التي تعني بتوظيف تقنيات المعلومات والاتصالات في مجال تقديم الخدمات الحكومية للمواطنين لضمان الجودة، والسرعة والدقة، والشفافية، والعدالة (مولاي ونورالدين، ٢٠٢١).

كما تعرف على إنها استخدام أجهزة القطاع العام لتقنيات المعلومات والاتصالات بهدف تحسين تقديم المعلومات، والخدمات، وإشراك المواطنين في عمليات صنع القرار، وتعزيز مجموعة من المبادئ والقيم مثل المساواة، والشفافية، والمساءلة (ناويس وقوريش، ٢٠١٨).

هي أيضاً حكومة تتمحور حول المواطن في علاقة اتصالية تعاونية تسمح بالمشاركة والتعاون وتبادل الآراء والتأثير والتأثر باستخدام التقنيات الرقمية الحديثة، وإن مشاركة المواطنين هي المعيار الرئيسي لتعزيز مفهوم الحكومة الرقمية المتمركزة حول المواطن (Alkhowaiter, 2020).

للتحول السليم للحكومة الرقمية يجب توافر مجموعة من الدعائم الرئيسية لبناء الحكومة الرقمية (الخوري، ٢٠٢١):

- القيادة الداعمة للتحول الرقمي وتلبية متطلباته و العمل على تقليص الفجوة الرقمية.
- قاعدة بيانات كبيرة وحديثة مع تعزيز الشراكات مع الشركات العالمية في هذا المجال و مشاركة العاملين في ابداء آرائهم نحو التطوير.
- البيئة التحتية المهيأة والملائمة للتقنيات الرقمية.
- الشراكات بين القطاعات الحكومية والقطاع الخاص.
- الرؤية المحددة ذات الرسالة والأهداف الواضحة.
- ثقافة الابتكار والثقافة التنظيمية المرنة.
- الحوكمة لكافة البيانات لتيسير الوصول لها واستخدامها مثل البيانات المفتوحة.
- الموارد البشرية مع ضمان تأهيلها بالمهارات الرقمية اللازمة، و استطلاع آراء المواطنين.
- تعزيز التعاملات المالية رقمياً من خلال نظام رقمي مدعم بالحماية ، وأمن المعلومات.
- تقييم الأداء بشكل دوري استناداً الى معايير مقننة مع تشجيع الابتكار الرقمي.

المستهلك الرقمي

يعتمد مستقبل السياحة الرقمية على فهم القائمين عليها لذهنية وعقلية الشريحة الأكبر من مستهلكيها على وجه الخصوص، وبالتالي يجب على العاملين في مجال السياحة الرقمية سواء التابعين للإدارة أو الحكومة الرقمية أن يضعوا السائح الرقمي أو المستهلك الرقمي في اعتبارهم وخاصة مع تغير سلوك المستهلك المستمر بعد ظهور التكنولوجيا الحديثة، ووسائل التواصل الاجتماعي، وبالتالي فإن التحول الرقمي في سلوك المستهلكين أصبح أمراً واقعاً إذ لكل خدمة يريدها السائح الرقمي الآن تطبيقاً خاص بها (شعلان، ٢٠١٧).

أسباب التحول من الإدارة التقليدية إلى الإدارة الرقمية

إن الإدارة الرقمية تعمل على توفير إدارة مرنة تقدم خدماتها للراغبين فيها في الوقت والمكان المناسب ووفق المواصفات التي يرغبها هؤلاء المستفيدون ويمكن تلخيص أسباب التحول من الإدارة التقليدية إلى الإدارة الرقمية في (سلام، ٢٠١٧):

- ١- الإنتشار الواسع للثقافة الرقمية.
- ٢- الإجراءات والعمليات المعقدة وأثرها على زيادة تكلفة الأعمال.
- ٣- ترشيد استخدام الموارد وضبط الأداء وفق المواصفات القانونية والفنية والنظم الإدارية.
- ٤- ازدياد المنافسة بين الشركات وضرورة وجود آليات للتمييز داخل كل شركة تسعى للتنافس.

- ٥- حتمية تحقيق الإتصال المستمر بين العاملين على اتساع نطاق العمل.
- ٦- ضرورة توحيد وتكامل البيانات على مستوى الشركة وتوفيرها وقت الحاجة.
- ٧- الحاجة إلى تقليل التكاليف التشغيلية وزيادة عائد الشركة.

التحول الرقمي في قطاع السياحة

شهدت السنوات الأخيرة اتجاهاً واضحاً لتطوير قطاع السياحة من خلال الإهتمام بتوفير الابتكار والتجديد، وإدخال التقنيات التكنولوجية الحديثة على المنتجات والخدمات السياحية، بالإضافة إلى الأنظمة الخاصة بتحديد المواقع الجغرافية والبيانات الضخمة وتقنيات الذكاء الاصطناعي وغيرها (بظاظو، ٢٠١٨).

إن السياحة أحد القطاعات الاقتصادية الأكثر قدرة على دفع التنمية الاقتصادية والإجتماعية الشاملة في العديد من الدول من خلال جذب الإستثمارات الأجنبية وزيادة الدخل القومي، ورفع نسبة النمو في الناتج المحلي الإجمالي، وتوفير فرص العمل والحد من مشكلات الفقر والبطالة (Baytona, 2019).

يعتمد التحول الرقمي في قطاع السياحة أو ما يعرف "بالسياحة الرقمية" على السرعة والسهولة والفاعلية في الترويج السياحي، كما ازداد نمو المؤسسات السياحية من خلال تبني التكنولوجيا والشبكات الذكية في تسير أعمالها، كما إن معظم المؤسسات والشركات السياحية أدركت أهمية التحول الرقمي في صناعة السياحة، حيث أصبحت الحلول الرقمية ضرورة لتحقيق السياحة المستدامة وتعزيز المنافسة وجعله أكثر تطوراً وحداثاً مع الإتجاهات الحديثة العالمية (بن حسنية، ٢٠٢١).

متطلبات تطبيق التحول الرقمي في القطاع السياحي

يعتمد تطبيق التحول الرقمي على نظام متكامل من المكونات التقنية والمعلوماتية والبشرية والتشريعية، يستلزم تطبيقها العديد من المقومات المتكاملة (عبد البديع، ٢٠١٦).

خطوات التحول الرقمي

يبدأ التحول الرقمي كما ذكره : (رشوان وقاسم، ٢٠٢٠)

- بناء استراتيجية رقمية وإجراء تحسين على الوضع الراهن، ولا يمكن أن يتحقق ذلك إلا من خلال قياس الإمكانيات الرقمية الحالية، ولتحديد أفضل هيكل عمل لأنشطة التسويق الرقمي في المنشأة.
- يتم تحديد المتطلبات لخطط الاستثمار مع تحديد عوائق التكامل الرقمي لعمل خطة شاملة ومحكمة لكافة الظروف ولتدفع بعجلة التحول إلى المسار المنشود.
- يجب توافر إدارة للتغيير والتي تساعد على التحول الرقمي للوصول إلى الأهداف الإستراتيجية المنشودة.

يستلزم تطبيق التحول الرقمي توافر كلاً من:

- ١- الموارد البشرية: تتضمن توفير الكوادر المؤهلة والمدرية والقادرة على استخدام البيانات وتحليلها لاتخاذ قرارات فعالة وتنفيذها، (البار، ٢٠١٨) وتتمثل متطلبات الموارد البشرية فيما يلي:

- توفير الكفاءات القادرة على الابتكار والتجديد وإعادة الثقافة التنظيمية وصنع المعرفة (المسعودي، ٢٠١١).
- توفير كوادر بشرية من المبرمجين والفنيين والمتخصصين في تقنيات الاتصالات وتشغيل الأجهزة وصيانتها (السميري، ٢٠٠٩).
- التدريب وبناء القدرات للعاملين على أجهزة الحاسب والشبكات.
- تحديد الاحتياجات الحالية والمستقبلية من الموارد البشرية المؤهلة على نظم المعلومات والبرمجيات (الحسنات، ٢٠١١).
- التمكين الإداري للأفراد حتى يتيح لهم التعامل السريع مع المتغيرات في البيئة التكنولوجية (اشتوي، ٢٠١٣).
- ٢- **التقنيات الرقمية:** تشمل توفير المتطلبات التكنولوجية لبناء التحول الرقمي بإستخدام منظومة من البيانات والأجهزة والتخزين والبرمجيات التي تعمل ضمن بيئات رقمية وتقنية ومراكز معلومات (دبوسي، ٢٠١٥).
- أهم التقنيات الرقمية:** (شعلان ، ٢٠١٧)
 - البيانات الضخمة وأدوات التحليل الخاصة بها والتي تساعد على اتخاذ القرارات والتنبؤات بالأعمال.
 - أجهزة الهواتف المحمولة التي يستطيع العميل من خلالها متابعة كل ما يهمه من خدمات بالإضافة إلى إتمام الكثير من الأعمال التي تحتاج إلى الوقت والجهد كسواء وحجز تذاكر الطيران.
 - شبكات التواصل الاجتماعي، والتي عززت الأعمال التجارية والتسويقية.
 - الحوسبة السحابية والتي ستساعد في إحداث عملية التحول الرقمي.
 - يعتبر انترنت الأشياء من العوامل المساعدة في تحول أي شركة رقمياً مثل ادخال الروبوتات في مجال الأعمال أو ابتكار أحد الأدوات التي تعتمد على التكنولوجيا بهدف جمع المعلومات.
 - تقنية كشف المواقع، وكشف عمليات الإحتيال .
 - التفاعل بين الإنسان والآلة.
 - الواقع المعزز (الأجهزة القابلة للإرتداء).
 - أجهزة الطباعة ثلاثية الأبعاد وأجهزة الإستشعار الذكية.
 - تحليل البيانات الضخمة.
- ٣- **العمليات الرقمية:** تتضمن عمل بناء تقني فعال يسمح بتطوير الأداء على الصعيد الداخلي والخارجي للمؤسسة لضمان التطبيق الأمثل للتحول الرقمي، ويتضمن ذلك الإجراءات والسياسات التي تغطي كافة نشاطات الشركة وعملياتها المترابطة والتقنيات المتطورة (دبوسي، ٢٠١٥).
- ٤- **البيانات الرقمية:** تشمل البيانات الرقمية قيام المؤسسات بإدارة وتحليل البيانات بشكل منظم وفعال، وذلك لتوفير بيانات نوعية مع توفير وتطوير أدوات مناسبة للتحليل الإحصائي والبحث عن البيانات والتنبؤ بالمستقبل، ومتابعة البيانات بشكل مستمر لضمان إستمرار تدفقها (عبد المعطي، ٢٠١٩).

فوائد تطبيق التحول الرقمي

- ١- **تحسين الأداء الحكومي:** إن تطبيق التحول الرقمي له فائدة هامة مثل زيادة كفاءة وفعالية الخدمات الحكومية ورفع مستوى الأداء الحكومي، والقضاء على الفساد ومكافحته، وتوفير الخدمات على مدار ٢٤ ساعة، فضلاً عن ضمان مستوى مرتفع من جودة الخدمات ورضاء المواطنين والحفاظ على سرية وأمن المعلومات (The world Economic Forum,2017).
- ٢- **جذب المستثمرين:** تتمثل في تشجيع وجذب الاستثمار الخارجي وتبسيط الإجراءات وتحقيق الشفافية وتوفير البنية المعلوماتية واستخدام التطبيقات التكنولوجية الحديثة على نطاق واسع في الإدارة والتدريب (Janssen,2012).
- ٣- **تحقيق المنفعة للمواطنين:** تشمل تعزيز حق المواطنين في المعرفة والمعلومات واستخدامها ومشاركتها في أسرع وقت وأقل تكلفة وتيسير الحصول على الخدمات، وتحفيز الابتكار وتوفير فرص جديدة للعمل (Janssen,2012).

مزايا التحول الرقمي في قطاع السياحة

- دعم الإستثمارات السياحية لتحقيق التنمية السياحية المستدامة من خلال استخدام التقنيات التكنولوجية لتحقيق أعلى عائد اقتصادي والحفاظ على البيئة في نفس الوقت (برنامج التحول الوطني، ٢٠١٨).
- تطوير صناعة المتاحف الرقمية لزيادة فرص العرض وتنوع المنتج السياحي وزيادة المزايا النسبية والتنافسية من خلال استخدام نظارات الواقع الافتراضي وكتيبات الإرشاد السياحي الرقمية المتعددة اللغات وغيرها من الوسائل الرقمية المتعددة، فضلاً عن توفير تصميمات متعددة في بناء المنشآت الفندقية المعتمدة على تقنية الذكاء الاصطناعي لمعرفة احتياجات ومتطلبات السائحين وتلبيتها بالصور المثلى (بظاظو، ٢٠١٨).
- الالتقاء بين العرض والطلب السياحي من خلال الطرق الحديثة المبتكرة وغير التقليدية في التسويق الرقمي لترويج المقاصد السياحية سواء في الداخل أو الخارج عبر المنصات الرقمية والإتمام السريع لإجراءات الحجز والدفع الإلكتروني للفنادق والطيران والمنشآت والمزارات السياحية (بظاظو، ٢٠١٨).
- تسهم في عمل صورة شمولية رقمية متكاملة لإدارة المواقع الأثرية والتراثية فضلاً عن توفير إدارة سياحية مثلى تتمكن من مواجهة كافة التحديات الأمنية والطبيعية والبشرية (بظاظو، ٢٠١٦).
- تحديد المواقع الجغرافية التي تعتمد على البيانات الضخمة وتوفير كافة المعلومات للسائح عن المقاصد السياحية المختلفة وأماكن الخدمات والتسهيلات السياحية بها، مما يساعد السائح في اختيار وتخطيط إجازته بنفسه (بظاظو، ٢٠١٨).

التقنيات والوسائل الرقمية اللازمة في قطاع السياحة

تتمثل التقنيات الرقمية أو الوسائل التكنولوجية في الآتي:

- **المدينة الذكية:** هي المدينة التي تتوفر بها البنية التحتية والفوقية الذكية ومراكز المعلومات لتقديم خدمات رقمية تعتمد على التطبيقات الرقمية من خلال أجهزة الحوسبة الشخصية المتنقلة المتصلة بالإنترنت. المستدامة وتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات والخدمات الحكومية المعتمدة على المنظومة الرقمية المتطورة وكذلك وسائل نقل ذكية (Garcia and Nam, 2015)، وتسهم الإمكانيات المتطورة للمدن الذكية في تسهيل مهمة الإدارات السياحية والسائحين، وسهولة التسويق والترويج للمنتجات السياحية بطرق مختلفة ومبتكرة، مع سرعة الوصول للسائحين وسهولة تنقل السائحين وزيادة مدة إقامتهم.
 - **الإنترنت أو الشبكة العنكبوتية:** يلعب الإنترنت دوراً حيوياً كوسيلة للتواصل بين الأجهزة التقنية المترابطة مع بعضها البعض دون تدخل الإنسان ودون الحاجة لتواجهه في مكان محدد، فضلاً عن كونه له دوراً في رفع مستوى الخدمات المقدمة وبالتالي قدرة المقاصد السياحية المختلفة على المنافسة والابتكار بشكل أسرع لتحقيق أعلى مستوى من رضا العملاء باختلاف سماتهم ورغباتهم (Cisco, 2018).
 - **الذكاء الاصطناعي وتطبيقاته:** هو محاكاة لذكاء الإنسان وفهم طبيعته عن طريق عمل برامج للحاسب الآلي، ومن أمثلتها السيارات ذاتية القيادة والطائرات بدون طيار وغيرها (ماجد، ٢٠١٨).
- أما بالنسبة لقطاع السياحة والفندقة فالتطبيقات تشمل إدارة المواقع التراثية والسياحية والفندقية مع فهم متطلبات السائح مثل معرفة وقت الحجز وطلباته في نوع الغرف وتوفيرها له (بظاظو، ٢٠١٨).

الإدارة الرقمية كمفهوم مبتكر لثورة المعلومات

تعد الإدارة الرقمية أو الإدارة الإلكترونية مفهوم حديث ومبتكر ظهر نتيجة ثورة المعلومات والإقتصاد الرقمي، ونظراً للتطور الكبير في مجالات تكنولوجيا المعلومات كافة ورخص أسعارها، أخذت المؤسسات الرسمية والخاصة تتسابق في استخدام أحدث الابتكارات في المجال الإداري، وساعد أيضاً ظهور شبكة الإنترنت في جعلها أكثر تأثيراً في إنجاز أعمالها واستخدام هذه التكنولوجيا المتطورة يساعد على تقليل استخدام الورق وتبسيط الإجراءات (عبد القادر، ٢٠١١).

الإدارة الرقمية تعد منظومة متكاملة تهدف إلى تحويل العمل الإداري القديم من إدارة يدوية إلى إدارة رقمية، بالاعتماد على نظم معلوماتية قوية، تساعد في اتخاذ القرار الإداري بأسرع وقت وبأقل التكاليف، إذ تهدف الإدارة الرقمية إلى تأمين البنية التحتية الضرورية للمنشأة وربطها بشبكة المعلومات (عبد الحميد، ٢٠١٦).

تعرف الإدارة الرقمية بأنها "عبارة عن منظومة إلكترونية متكاملة، تهدف إلى تحويل العمل الإداري التقليدي العادي من إدارة يدوية ورقية إلى إدارة باستخدام الأجهزة الإلكترونية والتكنولوجية بالاعتماد على نظم معلوماتية ومعرفية وعقلية قوية تساعد في اتخاذ القرار الإداري بأسرع وقت وبأقل جهد وتكاليف". (الحسنات، ٢٠١١).

كما تعرف الإدارة الرقمية بأنها "الاستثمار الإيجابي لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في جميع وظائف العملية الإدارية القائمة على التخطيط والتنظيم والتنفيذ والرقابة والمتابعة والتقويم، وذلك بهدف تحسين أدائها وتعزيز مركزها التنافسي" (ابوعاشور والنمري، ٢٠١٣).

وبناء على ما سبق يمكن تعريف الإدارة الرقمية بأنها منظومة إدارية رقمية أو مدخلاً إدارياً حديثاً يعمل على سد الفجوة الرقمية في المجتمع، باستثمار تكنولوجيا المعلومات والاتصالات المتقدمة ونظم المعرفة والبرامج المتطورة لتوفير الخدمات للمستفيدين ومؤسسات الأعمال الحكومية وتعزيز وتدعيم فرص التنمية والإصلاح الإداري والإقتصادي وإنجاز المهام إلكترونياً عن طريق تحويل العمل الإداري الورقي إلى أعمال تتجز بواسطة التقنيات الرقمية الحديثة المختلفة عبر شبكة الإنترنت بسرعة ودقة وبتكاليف ومجهود أقل مع سهولة تبادل المعلومات والبيانات بين العاملين في المنشأة بعضهم البعض أو مع الأطراف الخارجية مما يساعد على اتخاذ القرارات بشكل سريع ورفع كفاءة الأداء.

أهداف الإدارة الرقمية كما أوضحها (المليجي، ٢٠١٢):

هناك مجموعة من الأهداف للإدارة الرقمية منها:

- متابعة الإدارات المختلفة للمؤسسة وكأنها وحدة مركزية.
- تجميع البيانات من مصادرها الأصلية بصورة موحدة.
- تقليص معوقات اتخاذ القرار عن طريق توفير البيانات وربطها.
- توظيف تكنولوجيا المعلومات من أجل دعم وبناء ثقافة مؤسسية إيجابية لدى العاملين كافة.
- زيادة الترابط بين العاملين والإدارة العليا، ومتابعة الموارد كافة.
- الحفاظ على حقوق العاملين من حيث الإبداع والإبتكار في البرامج الإلكترونية في المنشأة.
- زيادة حجم التبادلات المعلوماتية بين العاملين.
- إلغاء نظام الأرشيف الورقي، واستبداله بنظام الأرشيف الإلكتروني.
- الحفاظ على سرية المعلومات وتقليل مخاطر فقدانها وبخاصة ما يتعلق بالتقويم والسجلات.
- إقامة الندوات والمؤتمرات من خلال الشبكة الإلكترونية للإدارة "الفيديو كونفرانس".
- الحد من أخذ العطلات لإنجاز المهام الإدارية.
- فتح قنوات اتصال جديدة بين القائمين على إدارة المنشأة والأفراد العاملين.
- تلبية إحتياجات ورغبات العملاء.

تأثير البيئة الرقمية على كفاءة أداء العاملين في مجال السياحة

للبيئة الرقمية تأثير كبير على كفاءة أداء العاملين في مجال السياحة وذلك من خلال تأثيرها على إنتاجية الشركات والمؤسسات، والقوى العاملة، وكذلك عمليات تطوير وتسويق الخدمات والمنتجات بالإضافة إلى

تحسين جودة الأعمال، وبناء المنظمة المبدعة مما يعمل على تعزيز الابتكار وتوفير المعلومات اللازمة لخدمة المؤسسة أو الشركة (زرزور، ٢٠٢٠).

تلعب البيئة الرقمية دوراً هاماً في تقليل التكاليف التي تتحملها الشركات السياحية من خلال تقليل التكاليف البريدية عن طريق استبدالها بالبريد الإلكتروني، واستبدال إرسال قوائم البيع والنشرات الفنية وغيرها من إصدارات الشركة بإتاحتها على موقع الشركة على الإنترنت بالإضافة إلى عقد الاجتماعات بنظام اللقاءات عن بعد للحد من مصاريف التنقلات ونشر الوباء خاصة بعد جائحة كورونا، وتقليل الاستخدام الورقي في تقديم الخدمات المختلفة بالشركة. كما تساهم البيئة الرقمية في فعالية إدارة الوقت وتحسين عملية اتخاذ القرار من خلال إتاحة اللامركزية وتقويض السلطة وتوفير نظام معلومات يساعد في اتخاذ القرار بسرعة وفعالية (بوعقال، ٢٠١٦).

وفرت البيئة الرقمية بيئة بها أعمال تفاعلية بين مقدم الخدمة (العاملين) ومتلقيها (العملاء) والتي أصبحت تتم على مدار الساعة بدون أي توقف، وتحكمها نماذج أعمال رقمية حيث يستخدمون الإنترنت ووسائل الاتصال الرقمية في الإتصال والتواصل فيما بينهم (عيساني، ٢٠٠٩).

دور الإدارة الرقمية في رفع كفاءة العاملين في المجال السياحي

تهدف الإدارة الحديثة إلى تحسين إجراءات العمل من خلال تحديد الأهداف ووضع الإستراتيجيات، وإزالة العقبات التي تؤثر على سير العمل وذلك باستخدام أحدث وسائل التكنولوجيا لتطوير أداء الإدارة داخل الشركة السياحية بشكل يستجيب لإحتياجات العملاء وينعكس دور الإدارة الرقمية في رفع كفاءة أداء العاملين من خلال:

- رضا العملاء وتبسيط وتسهيل إجراءات العمل الجديدة (أمجوج، ٢٠١٩).
- تدريب وتأهيل مهارات جديدة ذات كفاءة عالية ووضع حلول قطعية لمشاكل العمل سواء بالنسبة للعاملين أو للعملاء، وتقليل الوقت والجهد والمال سواء بالنسبة للعاملين أو للعملاء (بن حسين، ٢٠١٤).
- تقليل تكلفة الأعمال والخدمات والعديد من الإجراءات وتمكين العملاء من الحصول على المعلومات الخاصة بالخدمات والإجراءات في أماكن تواجدهم دون الحاجة إلى حضورهم الشخصي، معالجة منظومة حفظ وتوثيق البيانات، مما يحقق تميز أداء الشركة ويطور أعمالها (عبدالناصر وقريشي، ٢٠١١).

التحديات التي تواجه تطبيق التحول الرقمي في السياحة المصرية (زرزور، ٢٠٢٠):

- ضعف الإجراءات الفعلية التي تم اتخاذها على أرض الواقع للتطبيق الكامل للتحول الرقمي.
- ارتفاع التكلفة المادية والتكنولوجية المطلوبة.
- صعوبة توفير التدريب المناسب في كافة قطاعات الضيافة والسياحة لإرتفاع التكلفة والوقت المطلوب للتدريب.

- عدم وجود ثقافة الابتكار والإبداع لدى العاملين وعدم رغبة البعض في استخدام التكنولوجيا الحديثة.
- الحاجة إلى عقد مزيد من الإتفاقات والبروتوكولات في مجال التكنولوجيا مع كبرى الشركات الدولية المتخصصة.
- عدم رغبة العديد من المنشآت السياحية في تحمل التكلفة المادية للإشتراك مع الدولة والأجهزة الرسمية الحكومية.

منهجية الدراسة

اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي في الجانب النظري بناءً على أسلوب البحث المكتبي والتي تتضمن الكتب العربية والأجنبية، والأبحاث والرسائل العلمية، والمواقع الإلكترونية. كما اعتمد البحث على الجانب الإستنباطي في الدراسة الميدانية من واقع تحليل استمارات الإستقصاء لدراسة الجانب الميداني في البحث والتي تم توجيهها إلى عينة من:

- المسؤولين والمختصين بوزارة السياحة والهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي ووزارة الآثار.
- المديرون التنفيذيون ومديرو التسويق والسياحة بشركات السياحة فئة (أ) ، ويوضح الجدول التالي عينة الدراسة ومعدل الإستجابة في الفترة بين يناير ٢٠٢٢ وأغسطس ٢٠٢٢، وكان عدد الاستمارات الصحيحة ١٠٥ إستمارة بنسبة ٨٨.٩% من إجمالي حجم العينة.

الدراسة الميدانية

اعتمد الجانب الميداني في البحث على توزيع استمارات إستقصاء موجهة إلى عينة من شركات السياحة فئة (أ) بالقاهرة الكبرى وذلك باللغة العربية حيث تم توزيع عدد ١١٨ إستمارة إستقصاء على عينة من المسؤولين المختصون في وزارة السياحة وهيئة التنشيط السياحي ووزارة الآثار، والمديرون التنفيذيون ومديرو التسويق السياحي في شركات السياحة فئة (أ) في الفترة بين يناير ٢٠٢٢ وأغسطس ٢٠٢٢، وكان عدد الاستمارات الصحيحة ١٠٥ إستمارة بنسبة ٨٨.٩% من إجمالي عينة الدراسة.

١- معدل الاستجابة لعينة الدراسة

جدول رقم (١) معدل الاستجابة لعينة الدراسة

العينة	عدد الاستمارات الموزعة	عدد الاستمارات المقبولة	معدل الاستجابة (تقريباً)
المسؤولون المختصون في وزارة السياحة وهيئة التنشيط ووزارة الآثار	٤٠	٣٤	٨٥
الخبراء المختصون في المجال السياحي	٣٧	٣٣	٨٩.٢
المديرون التنفيذيون في شركات السياحة	٢٣	٢١	٩١.٣

فئة (أ)			
مديرو التسويق والسياحة في شركات السياحة فئة (أ)	١٨	١٧	٩٤.٤
الإجمالي	١١٨	١٠٥	٨٨.٩

يوضح الجدول رقم (١) ان اجمالي الإستثمارات الصحيحة المقبولة (١٠٥) استثمارة من اجمالي عدد الإستثمارات الموزعة (١١٨) استثمارة وذلك بعد استبعاد عدد (١٣) استثمارة بناءً على بياناتها الغير مكتملة أو الخاطئة أو الغير صالحة للتحليل الإحصائي وبذلك يصبح معدل الإستجابة ٨٨.٩% ، ويعد معدل مرتفع وجيد جداً في مثل هذه الدراسات (شاكر، ٢٠٠٥) ، وقد تم تحديد نوعية المدروسين في العينة بناءً على ما يتوافر لديهم من خبرة عن التحول الرقمي بالإضافة إلى الخطوات التي يتم تنفيذها من جانب الدولة لتطبيق التحول الرقمي وذلك بالنسبة للمسؤولون في وزارة السياحة وهيئة التشغيل ووزارة الآثار.

أما بالنسبة لمديرون التسويق والمديرون التنفيذيون في شركات السياحة فئة (أ) تم اختيار الخبراء بناءً على الخبرة السابقة لديهم في التشغيل والتسويق السياحي الخارجي بالأجهزة الرسمية وعلمهم بالمنافع التي يمكن تحقيقها من التحول الرقمي في تنظيم وتسويق النشاط السياحي ومتطلبات تحقيقه وكذلك التحديات التي تواجه مصر في هذا المجال.

٢- تصميم إستثمارة الإستقصاء

تتضمن إستثمارة الإستقصاء مجموعة من الأسئلة تشمل على البيانات الخاصة بمدى توافر استراتيجية واضحة ومتكاملة لتطبيق التحول الرقمي على السياحة المصرية من خلال الاستعانة بخبرات الدول الناجحة في تطبيق التحول الرقمي وإعلام العاملين في الأجهزة الرسمية الحكومية والمختصين بالمجال السياحي وكذلك توفير بنية تكنولوجية ورقمية حديثة لتطبيق التحول الرقمي وإعداد الكوادر البشرية المؤهلة تكنولوجياً وسياحياً، كما تشمل الاستثمارة التعرف على التحديات التي تواجه تطبيق التحول الرقمي في السياحة المصرية من وجهة نظرهم من حيث ارتفاع التكلفة المادية والتكنولوجية المطلوبة وصعوبة توفير التدريب المناسب في المجال السياحي بالإضافة إلى عدم وجود ثقافة الابتكار والإبداع لدى بعض العاملين، كما تم السؤال عن المنافع أو الفوائد التي يمكن تحقيقها من تطبيق التحول الرقمي على السياحة في مصر من خلال زيادة العائدات المتحققة لقطاع السياحة.

٣- تحليل الدراسة الميدانية

تم التأكد من مصداقية النتائج من خلال تحليل المصدقية والثبات (CITC) لمتغيرات الدراسة، كما هو بالجدول التالي جدول رقم (٢) بالإضافة إلى التأكد من مدى ثبات وصدق العينة من استخدام معامل الثبات والصدق (Alpha Coefficient Conbach) لقياس مدى الترابط الداخلي والمصدقية للمتغيرات المستخدمة في الاستبيان، وقد بلغت قيمة معامل (ألفا) نسبة أكبر من (0.7) لجميع متغيرات

الدراسة، مما يؤكد على ثبات وصدق العينة وصحة الاعتماد على النتائج التي توصلت إليها الدراسة. (محمود، ٢٠١٠).

- النتائج الخاصة بالمصادقية والثبات لمتغيرات الدراسة

جدول رقم (٢) تحليل النتائج الخاصة بالمصادقية والثبات لمتغيرات الدراسة

Alpha Coefficient Conbach	CITC	متغيرات الدراسة
٠.٧٣٩	٠.٨٠ ٠.٧٨ ٠.٧٤ ٠.٦٩	<u>توافر خطة استراتيجية متكاملة لتطبيق التحول الرقمي على القطاع السياحي في مصر:</u> - تعتمد استراتيجية التحول الرقمي على الإستعانة بخبرات الدول الناجحة في تطبيق التحول الرقمي في المجال السياحي. - هناك أسس علمية تبني عليها استراتيجية تطبيق التحول الرقمي على السياحة المصرية. - يتم تدريب العاملين وإعلام المختصين بقطاع السياحة باستراتيجية التحول الرقمي للسياحة في مصر. - تشتمل استراتيجية التحول الرقمي على خطة واقعية خلال فترات زمنية.
٠.٧١٩	٠.٧١ ٠.٦٣ ٠.٨٠ ٠.٥٩	<u>خطوات التحول الرقمي في المجال السياحي ومتطلباته في مصر:</u> - توفير خطة لإعداد الكوادر البشرية المؤهلة سياحياً وتكنولوجياً على استخدام أنظمة التحول الرقمي. - إعداد الدولة للمتطلبات الإدارية والتشريعية والتنظيمية لتطبيق التحول الرقمي بنجاح. - توفير البنية الرقمية التكنولوجية الحديثة لتطبيق التحول الرقمي للسياحة في مصر. - إعداد خطة تدريبية للعمالة السياحية على استخدام الأنظمة التكنولوجية الحديثة على مراحل زمنية.
	٠.٧٩ ٠.٦٦	<u>الفوائد التي يمكن تحقيقها عند تطبيق التحول الرقمي للسياحة في مصر:</u> - زيادة الدخل السياحي والقطاعات المتصلة بها. - الابتكار في طرق التسويق للمنتج السياحي المصري والدخول لأسواق سياحية جديدة ذات قدرة إنفاقية مرتفعة.

٠.٩٦٢	٠.٦٩	-تحسين جودة الخدمات السياحية المقدمة للسائح مع زيادة الأمن والحفاظ على الإستدامة.
	٠.٨٠	-زيادة الطلب السياحي على المنتج السياحي المصري.
	٠.٧٥	-ارتفاع مدة إقامة السائح في مصر ورضائهم عن الخدمات والمنتجات السياحية المصرية.
	٠.٧٨	-ظهور الإدارة الرقمية مما يؤدي إلى تقليل الطرق التقليدية في إدارة وتنظيم وتسويق المنتج السياحي المصري.
٠.٨٩٥	٠.٧٧	التحديات التي تواجه تطبيق التحول الرقمي للسياحة في مصر :
	٠.٦٧	-عدم رغبة بعض العاملين في القطاع السياحي في استخدام التكنولوجيا الحديثة وعدم وجود ثقافة الابتكار والتغيير والإبداع.
	٠.٦٩	-ارتفاع التكاليف المادية والتكنولوجية المطلوبة.
	٠.٥٧	-قلة الإتفاقات والبروتوكولات في مجال التكنولوجيا مع كبرى الشركات الدولية المتخصصة في هذا المجال.
	٠.٨٠	-عدم مشاركة بعض المنشآت السياحية للأجهزة الرسمية الحكومية بالدولة في تحمل التكاليف المادية المرتفعة للتحول الرقمي.
		-عدم وجود تشريعات وقوانين فعالية تحكم تطبيق التحول الرقمي للسياحة في مصر.

- النتائج الخاصة بتوافر خطة استراتيجية متكاملة لتطبيق التحول الرقمي على القطاع السياحي في مصر:

جدول رقم (٣) تحليل النتائج الخاصة بتوافر خطة استراتيجية متكاملة لتطبيق التحول الرقمي على القطاع السياحي في مصر

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	البيان
٠.٨١	٢.٢٤	-تعتمد استراتيجية التحول الرقمي على الإستعانة بخبرات الدول الناجحة في تطبيق التحول الرقمي على قطاع السياحة.
٠.٨٥	٢.١٢	-هناك أسس علمية تبني عليها استراتيجية تطبيق التحول الرقمي على السياحة المصرية.
٠.٨٧	٢.٣١	-يتم تدريب العاملين وإعلام المختصين في المجال السياحي باستراتيجية التحول الرقمي للسياحة في مصر.
٠.٩٠	٢.١٧	-تشمل استراتيجية التحول الرقمي على خطة واقعية خلال فترات زمنية.

يوضح الجدول رقم (٣) ان جميع قيم المتوسط الحسابي تدل على عدم موافقة المبحوثين على توافر خطة استراتيجية متكاملة لتطبيق التحول الرقمي على القطاع السياحي في مصر، حيث تتراوح جميع القيم بين ٢:٣ (حيث يشير ١=أوافق بشدة ، ٢=أوافق ، ٣=محايد ، ٤=غير موافق ، ٥=غير موافق بشدة).

كما أن قيم الانحراف المعياري تقدر بأقل من نصف قيم المتوسط الحسابي وهذا يدل على وجود تشتت مقبول في البيانات الخاصة بتحليل تلك النتائج.

- خطوات التحول الرقمي في السياحة ومتطلباته في مصر:

جدول رقم (٤) خطوات التحول الرقمي في السياحة ومتطلباته في مصر

البيان	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف C.V%
-توفير خطة لإعداد الكوادر البشرية المؤهلة سياحياً وتكنولوجياً على استخدام أنظمة التحول الرقمي.	٣.٦٩	٠.٩٣	٠.٢٥١
-إعداد الدولة المتطلبات الإدارية والتشريعية والتنظيمية لتطبيق التحول الرقمي بنجاح.	٣.٨٤	٠.٩٥	٠.٢٧٥
-توفير البنية الرقمية التكنولوجية الحديثة لتطبيق التحول الرقمي للسياحة في مصر.	٣.٧٥	٠.٩٢	٠.٢٣٧
-إعداد خطة تدريبية للعمالة السياحية على استخدام الأنظمة التكنولوجية الحديثة على مراحل زمنية.	٣.٦٢	١.٠٤٢	٠.٣٠٣

يوضح الجدول رقم (٤) ان جميع قيم المتوسط الحسابي تدل على موافقة المبحوثين على ضرورة توافر خطوات التحول الرقمي للسياحة في مصر ، حيث تتراوح جميع القيم بين ٣:٤ ، كما ان قيم الانحراف المعياري ومعامل الاختلاف جميعها اقل من نصف قيم المتوسط الحسابي ، مما يدل على عدم وجود تشتت في البيانات.

- الفوائد التي يمكن تحقيقها عند تطبيق التحول الرقمي للسياحة في مصر

الجدول رقم (٥) الفوائد التي يمكن تحقيقها عند تطبيق التحول الرقمي للسياحة في مصر

البيان	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف C.V%
-زيادة الدخل السياحي والقطاعات المتصلة بها.	٤.٢١	٠.٧٠١	٠.١٧١
-الابتكار في طرق التسويق للمنتج السياحي المصري	٤.٥١	٠.٧٩٣	٠.٢١٠

			والدخول لأسواق سياحية جديدة ذات قدرة إنفاقية مرتفعة.
٠.٢٢٢	٠.٩٧١	٤.٤٥	-تحسين جودة الخدمات السياحية المقدمة للسائح مع زيادة الأمن والحفاظ على الإستدامة.
٠.١٨٢	٠.٧٣٢	٤.١٧	-زيادة الطلب السياحي على المنتج السياحي المصري.
٠.١٨٢	٠.٧٤٤	٣.٩٨	-ارتفاع مدة إقامة السائح في مصر ورضائهم عن الخدمات والمنتجات السياحية المصرية.
٠.٢١٩	٠.٨٢٧	٣.٨٧	-ظهور الإدارة الرقمية مما يؤدي إلى تقليل الطرق التقليدية في أسلوب الإدارة والتنظيم والتسويق للمنتج السياحي المصري.

يتضح من الجدول السابق رقم (٥) موافقة المبحوثين على الفوائد التي يمكن تحقيقها عند تطبيق التحول الرقمي للسياحة في مصر ، حيث تتراوح جميع القيم بين ٣:٥ ، في حين ان قيم الانحراف المعياري ومعامل الاختلاف جميعها اقل من نصف قيم المتوسط الحسابي ، مما يدل على عدم وجود تشتت في البيانات.

- التحديات التي تواجه تطبيق التحول الرقمي للسياحة في مصر :

الجدول رقم (٦) التحديات التي تواجه تطبيق التحول الرقمي للسياحة في مصر

البيان	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف %C.V
-عدم رغبة بعض العاملين في القطاع السياحي في استخدام التكنولوجيا الحديثة وعدم وجود ثقافة الابتكار والتعبير والابداع.	٣.٨٢	١.٠٤٤	٠.٣٥١
-ارتفاع التكاليف المادية والتكنولوجية المطلوبة.	٣.٥١	٠.٩٢٢	٠.٢٤٧
-قلة الاتفاقات والبروتوكولات في مجال التكنولوجيا مع كبرى الشركات الدولية المتخصصة في هذا المجال.	٣.٦٠	١.٠٢٤	٠.٣٤١
-عدم مشاركة بعض المنشآت السياحية للأجهزة الرسمية الحكومية بالدولة في تحمل التكاليف المادية المرتفعة للتحول الرقمي.	٣.٧٤	٠.٩٥٢	٠.٣٠٩
-عدم وجود تشريعات وقوانين فعلية تحكم تطبيق التحول الرقمي للسياحة في مصر .	٣.٥٤	٠.٩٨١	٠.٢٩٧

يوضح الجدول رقم (٦) موافقة المبحوثين على التحديات التي تواجه تطبيق التحول الرقمي للسياحة في مصر ، حيث تتراوح جميع القيم الخاصة بالمتوسط الحسابي بين ٣:٤.

نتائج الدراسة

- أشار خبراء السياحة والمسؤولون في وزارة السياحة وهيئة التشغيل والمديرون التنفيذيون والتسويق في شركات السياحة فئة (أ) أن تطبيق التحول الرقمي تم بشكل أولي وسوف يتم إكماله على مدار السنوات القادمة.
- تم وضع برامج لتدريب العاملين في الوزارات الحكومية المختلفة عامة وخاصة في وزارة السياحة وهيئة التشغيل بالتنسيق مع وزارة الاتصالات والتكنولوجيا، ويتم التدريب بمشاركة المؤسسات الدولية مثل Microsoft.
- غياب الرؤية الشاملة للتحول الرقمي في الأجهزة السياحية الرسمية المصرية.
- عدم وجود استراتيجية متكاملة من قبل الدولة بشكل عام ووزارة السياحة بشكل خاص.
- يسهم الإنترنت كوسيلة رقمية في تقليص الوقت والجهد لإختيار المنتج السياحي.
- هناك قيود قانونية تمنع من الاستفادة من الخدمة الرقمية بشكل كاف.
- يحقق التحول الرقمي التفاعل والتواصل بين شركات السياحة وبين الوزارات المرتبطة بها والجهات الرقابية في دولة المقصد السياحي.
- إن المقصد السياحي المصري مازال يعاني من عدم تطبيق التكنولوجيا الرقمية الحديثة في إدارة المنشآت الخدمية والسياحية.
- ضعف الأساليب الرقمية الحديثة التي تعتمد على الابتكار في طرق تسويق المنتج السياحي المصري مما أثر سلباً على نصيب مصر من الطلب السياحي العالمي.

توصيات الدراسة

- المشاركة في رسم وإعداد الإستراتيجية الوطنية للحكومة الرقمية بالتنسيق مع شركات السياحة والجهات المختصة ومتابعة اجراءات تنفيذها وتطويرها والمتابعة الدورية لضمان الالتزام لتحقيق الجودة.
- رسم السياسات المرتبطة بكل هيئة او مؤسسة أو شركة، وبرامجها، وخططها والعمل على تنفيذها، وتحقيق متطلباتها.
- اصدار القوانين والقواعد اللازمة لقياس أداء القطاعات الحكومية الرقمية والشركات السياحية والوصول إلى رضا المستفيدين.
- إرساء المعايير الفنية الموضحة لنماذج التحول الرقمي في القطاعات الحكومية وشركات السياحة، والعمل على الإلتزام بتطبيقها من خلال التنسيق مع القطاعات ذات الصلة.
- متابعة أداء القطاعات الحكومية للتعرف على التزامها بكل ما يصدر من قرارات منظمة للتعاملات الرقمية.

- التوسع في اجراء الدراسات والبحوث العلمية في مجال الحكومة الرقمية، والعمل على استثمارها.
- تقديم الدعم والمساندة للقطاعات الحكومية بشأن خدمات الحكومة الرقمية، ودعم تبني التقنيات الرقمية الحديثة، والعمل على توفيرها.
- دعم الابتكار الرقمي لبناء حكومة رقمية مستقبلية.
- تقديم الخدمات الإستشارية المرتبطة بالحكومة الرقمية لكافة القطاعات الحكومية والقطاع الخاص، والأفراد من المواطنين المحليين والزائرين الدوليين.
- تشجيع العاملين بشركات السياحة على الابتكار والإبداع في المجال التكنولوجي المرتبط بالتسويق السياحي للمقصد السياحي المصري.
- عمل البروتوكولات والإتفاقيات بين شركات السياحة المصرية مع الشركات التكنولوجية المتخصصة العالمية لرفع كفاءة العاملين بها.
- توفير خطة لإعداد الكوادر البشرية المؤهلة سياحياً وتكنولوجياً على استخدام أنظمة التحول الرقمي سواء بشركات السياحة المصرية أو بالأجهزة السياحية الرسمية.

المراجع

المراجع العربية

- أبو عاشر، خليفة مصطفى و النمري، ديانا جميل (٢٠١٣) مستوى تطبيق الإدارة الإلكترونية في جامعة اليرموك من وجهة نظر الهيئة التدريسية والإداريين، المجلة الأردنية في العلوم التربوية، جامعة اليرموك، العدد ٢ ، المجلد ٩ ، حزيران.
- امحوج ، صورية (٢٠١٩) دور المسؤولية الاجتماعية في تحسين أداء المؤسسة العمومية، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر.
- البار ، عدنان (٢٠١٨) تقنيات التحول الرقمي، كلية الحاسبات وتقنية المعلومات، جامعة الملك عبد العزيز، السعودية.
- برنامج التحول الوطني ، (٢٠١٨-٢٠٣٠) الخطة التنفيذية لبرنامج التحول الوطني ٢٠٢٠، المملكة العربية السعودية ، متاح على الموقع : <http://vision2030.gov.sa/ar/programs/NTP> وتم الدخول بتاريخ ١٥ سبتمبر ٢٠١٨.
- بظاظو ، ابراهيم (٢٠١٨) تقنيات الذكاء الاصطناعي في صناعة السياحة الدولية، كلية السياحة والفندقة، الجامعة الأردنية فرع العقبة، الأردن.
- البلوشية، نوال بنت علي، الحراصي، نيهان بن حارث والعوفي، علي بن سيف (٢٠٢٠) واقع التحول الرقمي في المؤسسات العمانية، مجلة دراسات المعلومات والتكنولوجيا، ص ٤.
- بن حسنية ، رقية (٢٠٢١) صعوبات التحول إلى السياحة الذكية في الجزائر، مجلة تطوير العلوم الاجتماعية ، (٩٠-١٠٢) ١٤ (٠١).

- بن حسين، سليمة (٢٠١٤) دور الإدارة الإلكترونية في تحسين أداء الخدمات الإدارية، المجلة الجزائرية للأمن والتنمية ، ١٥ (٧) ، ص ص ٢١٩-٢٤١.
- بوعقال ، وسام (٢٠١٦) دور البيئة التكنولوجية والاتصالات في تحسين أداء المنظمات، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر.
- الحسنات، سارة عوض (٢٠١١) معوقات تطبيق الإدارة الإلكترونية في الجامعات الفلسطينية، رسالة ماجستير، معهد البحوث والدراسات العربية، المنظمة العربية للتربية والعلوم والثقافة، جامعة الدول العربية ، القاهرة.
- الخوري، علي محمد (٢٠٢١) بناء الحكومة الإلكترونية لمواطني الحادي والعشرين، المنظمة العربية للتنمية الإدارية ، القاهرة ، ص ٢٥٠.
- دبوسي ، ربيع (٢٠١٥) التحول الرقمي حقبة انترنت الأشياء تحقق مزايا ضخمة، سيسكو الإمارات، متاح على الموقع: https://www.cisco.com/c/ar_ae/about/blogs/2015-11-05.html، تم الدخول بتاريخ ٤ فبراير ٢٠٢٢.
- رشوان ، عبدالرحمن محمد سليمان و قاسم، زينب عبد الحفيظ أحمد (٢٠٢٠) دور التحول الرقمي في ركفاءة اداء البنوك وجذب الاستثمارات ، المؤتمر الدولي الأول في تكنولوجيا المعلومات والاعمال ، ص٨ ، جامعة غزة ، غزة.
- زرزور، رضوى (٢٠٢٠) البنية الرقمية لشركات السياحة وأثرها في جودة الخدمات السياحية، رسالة ماجستير، جامعة قناة السويس ، الإسماعيلية ، جمهورية مصر العربية.
- سلام ، ايمان (٢٠١٧) معوقات تطبيق الإدارة الإلكترونية بمؤسسات الإيواء وعلاقتها بجودة الخدمات، رسالة دكتوراه غير منشورة ، قسم إدارة المنزل والمؤسسات ، كلية الاقتصاد المنزلي، جامعة المنوفية، جمهورية مصر العربية.
- السميري، مريم (٢٠٠٩) درجة توافر متطلبات تطبيق الإدارة الإلكترونية في المدارس الثانوية بمحافظة غزة وسبل التطوير، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم أصول التربية الإدارة التربوية، كلية التربية، الجامعة الإسلامية، غزة ، فلسطين.
- شعلان، محمد علي حسن (٢٠١٧) حوكمة التحول الرقمي في الرؤية السعودية ٢٠٣٠ (١)، مجلة المهندسين ، تصدر عن الهيئة السعودية للمهندسين ، العدد ٩٩.
- عبد البديع، محمد (٢٠١٦) متطلبات تطبيق الإدارة الإلكترونية بالادارة العامة لرعاية الطلاب بجامعة الزقازيق ، رسالة ماجستير غير منشورة ، قسم الإدارة الرياضية والترويح ، كلية التربية الرياضية، جامعة الزقازيق، جمهورية مصر العربية.

- عبد الحميد، حسن سعد (٢٠١٦) معوقات مجتمع المعرفة في الجامعات العراقية، مركز الببان للدراسات والتخطيط، العراق، بغداد، متاح على موقع: <http://www.bayancenter.org/2016/10/2533> وتم الدخول بتاريخ: ٢٧ مايو ٢٠٢٢
- عبد القادر ، يودي (٢٠١١) الإدارة الرقمية كإبداع في تسيير منظمات الأعمال مع الإشارة لنموذج للإدارة الرقمية في المنصات العربية، أعمال الملتقى الدولي "الإبداع والتغيير التنظيمي في المنظمات الحديثة". دراسة وتحليل تجارب وطنية ودولية "، الجزء الثاني، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سعد دحلب ، بالبلدية ، الجزائر.
- عبد المعطي، غادة علي محمد (٢٠١٩) التحول الرقمي في السياحة المصرية (المفهوم ، التحديات ، المتطلبات) (المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة) ، ٢ (١٣) ، ص ٤٩٤.
- عبد الناصر، موسى وقريشي ، محمد (٢٠١١) مساهمة الإدارة الإلكترونية في تطوير العمل الإداري بمؤسسات التعليم العالي: دراسة حالة كلية العلوم والتكنولوجيا، مجلة الباحث، جامعة بسكرة، الجزائر، ٩ (١٧) ، ص ص ٨٧-١٠٠.
- العريشي ، محمد بن سعيد محمد (٢٠٠٨) إمكانية تطبيق الإدارة الإلكترونية في الإدارة العامة للتربية والتعليم بالعاصمة المقدسة "بنين"، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الإدارة التربوية والتخطيط ، كلية التربية، جامعة أم القرى مكة المكرمة، المملكة العربية السعودية، ص ٦٤.
- عيساني ، عامر (٢٠٠٩) فنون التسويق الإلكتروني، المؤتمر العالمي بعنوان التسجيل والتسويق بمحركات البحث والاعلان الإلكتروني ، جامعة القاهرة ، ص ص ٣١٩-٣٤١.
- ماجد ، أحمد (٢٠١٨) الذكاء الاصطناعي بدولة الإمارات العربية المتحدة ، إدارة الدراسات والسياسات الاقتصادية ، وزارة الاقتصاد ، الإمارات العربية المتحدة.
- مراد، سامي محمود عبد الحميد (٢٠٢٠) الجاهزية التنظيمية والتكنولوجية للجامعات ودورها في دعم الاقتصاد المعرفي وتعزيز التحول الرقمي وفق رؤية ٢٠٢٠، مجلة أبحاث ودراسات التنمية، ص ٧٤.
- المسعودي ، سميرة (٢٠١١) معوقات تطبيق الإدارة الإلكترونية في إدارة الموارد البشرية بالقطاع الصحي الخاص بمدينة مكة المكرمة من وجهة نظر مديري وموظفي الموارد البشرية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، الجامعة الافتراضية الدولية، المملكة المتحدة.
- المليجي، رضا ابراهيم (٢٠١٢) إدارة التميز المؤسسي بين النظرية والتطبيق، عالم الكتب ، القاهرة.
- مولاي، خليل و نورالدين، شنوفي (٢٠٢١) الحكومة الإلكترونية كمدخل لتحقيق جودة الخدمة العمومية الحكومة الالكترونية في البحرين نموذجاً المجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، ص ص: ١٤٢-١٥٦.
- ناويس، اسماء و قوريش ، نصيرة (٢٠١٨) الحكومة الالكترونية كأحد أشكال إرساء الاقتصاد الرقمي- قراءة لواقعها في الوطن العربي، مجلة العلوم الادارية والمالية، ٢ (١) ، ص ص ٢٦٠-٢٧٦.

- هيثم، المصدر ونصر الله ، عبد الفتاح (٢٠٢٠) دور التحول الرقمي في تحسين الخدمات الحكومية في فلسطين، المؤتمر الدولي الأول في البيئة التكنولوجية والأعمال، (ICITB 2020) ، متاح على الموقع: http://papers.ssrn.com/s0131/papers.cfm?abstract_id=3688246، تم الدخول بتاريخ

١٣ يوليو ٢٠٢٠.

المراجع الاجنبية

- Al-Khowaiter, W. A. (2020) Digital payment and banking adoption research in Gulf countries: A systematic literature review, International journal of information management, Vol.53 ,pp. 102-118
- Bagtona, N. (2019) World tourism organization, Innovation and digital transformation 21- strategy, Spain.
- Castelnovo, W. and Sorrentino, M. (2018) The digital government imperative: a context -aware perspective, Public management review, Vol.20(5), pp. 709-725.
- Garcia, J. R, Pardo, T. A. and Nam, T. (2015) What makes a city smart ? Identifying core components and proposing an integrative and comprehensive conceptualization. Information polity, Vol.20.
- Janssen, M. (2012) Benefits, adoption barriers and myths of open data and open government, Information systems management, 29 (4), England.
- Kumar, B. (2016) “Digital revolution in the Mauritian public service, A human resource development perspective in two unrelated companies”, International journal of novel research in Interdisciplinary studies, Vol.3, Issue (5), pp.1-10.
- Nedelea, A. and Balan, A. (2010) “E- Tourism and tourism services consumer protection”, in Amphitheatre Economic, Vol.11, No.28, June 2010, P503 .
- The world economic forum (2017) Digital transformation initiative aviation, Travel and tourism industry, Geneva , Switzerland.
- Yao,L., Bin Othman, A., Abdalla, A. and Mahdi, O. (2011) E-Management development and employment strategy for future organization , African Journal of business management , Vol.5 , No.16,August 2011, pp.6657-6667.



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

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



The Role of Digital Transformation in Raising the Efficiency of Workers in the Tourism Field

Sara Atef El-Mogy

Egyptian Higher Institute for hotels and tourism

ARTICLE INFO ABSTRACT

Keywords:

Digital
Transformation;
Digital culture;
Digital Management.

(JAAUTH)

Vol. 23,

No. 1, (December
2022),

PP.104 -126.

Digital transformation technology has now become one of the primary strategies with the aim of promoting digital culture to make the digital revolution a basis for providing services, especially in light of the successive developments in the field of communications and information technology, and investing in digital transformation has become an integral part of the tourism industry by relying on technology technologies. Modern technologies such as artificial intelligence, digital platforms, virtual tourism and other modern technological technologies, and the study aims to identify the different concepts of digital transformation and the importance of its application in the tourism sector, and to study and present some of the technologies and digital means necessary in tourism, The field aspect of the study was based on two parts: the first part held meetings with some officials and specialists at the Ministry of Tourism, the Egyptian General Authority for Tourism Activation and the Ministry of Antiquities between January 2022 and August 2022, and the second part was directed to some marketing managers and some executive managers in tourism companies. Category (A) and the number of correct forms was 105, representing 88.9% of the total sample size, 118 forms, and 13 forms were excluded based on their incomplete, incorrect or invalid data for statistical analysis, Among the results of the study are the weakness of modern digital methods that depend on innovation in marketing the Egyptian tourism product, and the absence of a comprehensive vision of digital transformation in the Egyptian official tourism agencies such as the Ministry of Tourism and the Ministry of

Antiquities. And the government in preparing a national strategy for the digital government and following up its implementation procedures to ensure commitment to achieving quality as well as supporting digital innovation to build a future digital government.
