

جامعة طنطا

كلية الحقوق

المؤتمر السنوي الثالث في القانون

بحث بعنوان

السياحة ودورها في مجال

التنمية الاقتصادية والاجتماعية

الباحث

حسام عبد الحلیم عيسى

بحث مقدم إلى المؤتمر السنوي الثالث للقانون

بكلية الحقوق – في الفترة من ٢٦-٢٧ إبريل ٢٠١٦

تحت عنوان

((القانون والسياحة))

مقدمة:

بداية نود الإشارة بالذكر ان مصر من اهم دول العالم فى مجال السياحة ويرجع هذا للكثير من الاسباب اهمها المناخ فكلنا درسنا فى الجغرافيا ان مناخ مصر حار جاف صيفاً ودافئ ممطر شتاءً هذا المناخ يساعد على توافد السياح الى مصر من جميع جهات العالم الى جانب ميزة المناخ فهناك معالم مصر السياحية حيث تعتبر مصر بها الكثير من المعالم السياحية فتمتلك بمفردها ثلثى اثار العالم تقريباً الى جانب المطاعم والمحلات التجارية والفنادق الفخمة و الحدائق الواسعه والمساحات الخضراء والمقاهي الرائعة كل هذا داخل مصر الى جانب الحضارة فمصر بها اول حضارة عرفها التاريخ وهى الحضارة الفرعونية لهذا تعتبر السياحة بأنواعها المختلفة من اهم العوامل في دفع عجلة التنمية الاقتصادية والاجتماعية فى مصر كما تعد من اهم مصادر الدخل القومي كانت هذه مقدمه عن موضوعنا اليوم حتى ينتهى لنا شرح اهم وابرز ما يمكن الحديث عنه بخصوص السياحة فى جمهورية مصر العربيه.

كما تلعب السياحة باختلاف أنواعها ومنا ما يعرف بالسياحة الإلكترونية دوراً هاماً في اقتصاديات الدول وتحتل مكانا مرموقا واهتماما عالميا من جانب الحكومات والخبراء حيث الإصرار على ان الدولة التي أخذت في تطوير وتنمية القطاع السياحي فيها تأخذ طريقها نحو التنمية الاقتصادية وتحسين الهيكل الاقتصادي ويظهر الأثر الاقتصادي للسياحة في زيادة الإيرادات السياحية من النقد الأجنبي مما يعطي الدفعة اللازمة للتنمية بتوفير اكبر قدر من العملات الأجنبية التي ينفقها السائحون خلال مدة أقامتهم على مختلف الخدمات والسلع السياحية وغير السياحية كما أن هذا الأنفاق السياحي يحقق أثرا مضاعفا إذا أعيد إنفاقه عددا من المرات على تحسين السلع والخدمات مما يؤدي الى مضاعفة هذا الدخل ولا تقتصر الفائدة التي تعود على الاقتصاد القومي من النشاط السياحي الجاري بل ان الأنفاق السياحي الاستثماري يساهم في تنمية عدد من القطاعات التي تغذي قطاع السياحة بما يحتاجه من سلع وخدمات، كما يمكن للحكومة التحكم في مساهمة السياحة في الإيرادات الحكومية بالقدر الذي تحتاجه متمثلاً في أشكال ضريبية مباشرة وغير مباشرة على الأرباح التجارية والصناعية والجمركية.

وفي مجال إيجاد فرص العمل المتعددة فان الأنشطة السياحية تحقق عمالة وطنية مباشرة تتمثل في العاملين في شركات السياحة والفنادق والشقق المفروشة والمحال السياحية والمرشدين السياحيين وعمالة وطنية غير مباشرة تحققها القطاعات الأخرى مثل قطاع الزراعة والصناعات الغذائية وقطاع البناء والتشييد.

وللسياحة المحلية للمواطنين أهمية كبرى إذ ترتبط بمعرفة الأفراد لتراث البلد وحضارته وبذلك يزداد الوعي الثقافي والفكري الذي يؤدي بالتالي الى زيادة القدرة على العمل والإنتاج تبعاً لما يتاح للفرد من الراحة والاستمتاع بإجازته و من هنا يتضح انه يجب على الدولة ان توفر للأفراد فرصة السياحة المحلية كأحد العوامل الرئيسية لدفع عجلة التنمية السياحية.

ودائماً ما تترك السياحة أثارها على مختلف نواحي الحياة في المجتمع الذي يتجه بقوته ونشاطه الى التنمية السياحية وتعتبر الآثار الاجتماعية للسياحة واضحة جداً تظهر آثارها بقوة على جوانب الحياة الاجتماعية المختلفة مثل الطابع العام للمجتمع وبعض الظواهر الاجتماعية والعادات والتقاليد الموجهة لسلوك الأفراد ومن اهم العوامل لحدوث هذه الآثار هو التداخل بين المواطنين والسائحين خاصة من لهم علاقة مباشرة مع السائحين مثل العاملين بشركات السياحة والفنادق والإرشاد السياحي ولهذه الطوائف من العاملين مواصفات خاصة تمكنهم من أداء مهارتهم بكفاءة تامة كما تؤثر السياحة على المجتمع الدولي بالإسهام في إقضاء جو من السلام والأمن العالمي مما يخفض من حدة التوتر الدولي ويعمل على زيادة روح المودة والتفاهم العالمي بين المجتمعات والشعوب المختلفة.

وعلىنا كبلد إسلامي يتمتع بتقاليد وقيم اجتماعية ألا نغفل الآثار السلبية للسياحة على المجتمع حيث يمكن ان تساعد على زيادة انهيار التقاليد والمثل والقيم الاجتماعية عندما تختلط عدة ثقافات فيما بينها مع المجتمع المحلي مما يولد انعكاسات خطيرة وضارة على القاعدة العريضة لشعبنا العربي ولذلك علينا ان نكون مدركين لمدى خطورة هذه التأثيرات ونضعها تحت الدراسة الجادة والمراقبة المستمرة لضمان تنفيذ نتائج هذه الدراسات بما يضمن التأثيرات المباشرة وغير المباشرة للسياحة على المجتمع المصري.

وللسياحة في الناحية الثقافية دور لا يمكن إغفاله من تعريف المواطنين والسائحين بتراث مصر وحضارتها و التعريف بالبيئة مما يؤدي الى ادراك الشخصية القومية للمملكة العربية السعودية وبالتالي زيادة الانتماء للوطن من جانب مواطنيه وإعطاء صورة دقيقة عن المملكة وسكانها والمعلومات الصحيحة عن البيئة الاجتماعية والثقافية والدينية التي سيواجهها السائحون .

أما بالنسبة لأهمية السياحة في مصر كإحدى مصادر الدخل القومي للبلاد حيث تعد احد المصادر الرئيسية للنقد الأجنبي ، مقارنة بمصادر الدخل الأخرى ، فقد وهب الله مصر مقومات وإمكانات تجعلها دولة سياحية من الطراز الأول واستغلال مقومات الجذب السياحي التاريخية والدينية والطبيعية والأحداث السياسية والاجتماعية والرياضية مثل حضور المؤتمرات والألعاب الرياضية وتوقيع الاتفاقات والمعاهدات وارتباط ذلك بمعرفة الأساليب الحديثة والقيم الحضارية والاجتماعية للشعب المصري وبذا تكون المعرفة والاطلاع هي الحافز والدافع على السفر والسياحة الى مصر ، كما كان لظهور ما يعرف بمفهوم السياحة الإلكترونية منذ سنوات قليلة دور هام، حيث تناولتها العديد من المنظمات الدولية تطبيقاته المختلفة وأثرها على زيادة النمو السياحي خصوصاً في الدول الأقل نمواً، والتي تشكل فيها عوائد السياحة نسبة كبيرة من الناتج المحلي الإجمالي. وقد أسهم في زيادة انتشار هذا المفهوم وتطبيقاته المختلفة عدة عوامل أهمها ارتفاع نسبة إسهام السياحة الإلكترونية في إجمالي التجارة الإلكترونية الدولية، وما ينتج عن دمج هذا المفهوم في البنى المؤسسية للهيئات المعنية بالسياحة من تخفيض في تكاليف الخدمات السياحية المقدمة وبالتالي الأسعار، وتطوير المنتج السياحي المقدم واستحداث أنشطة سياحية جديدة تتفق مع شرائح السائحين المختلفة، وذلك فضلاً عن زيادة القدرة التنافسية للمؤسسات السياحية، وما يترتب عليها من زيادة في القيمة المضافة للقطاع السياحي في الاقتصاد القومي.

مشكلة البحث:

تتحدد مشكلة الدراسة في بحث دور السياحة بأنواعها المختلفة وأهميتها في دفع عجلة التنمية الاقتصادية والاجتماعية، وكذا وتحليل آليات وسبل تنظيم السياحة الإلكترونية في مصر كإحدى أنواع السياحة، ومردود ذلك على صناعة السياحة ودورها في التنمية الاقتصادية والاجتماعية وزيادة الدخل القومي لمصر.

هدف البحث:

يسعى البحث الي التعرف علي السياحة وأنواعها وأهميتها ودورها في مجال التنمية الاقتصادية والاجتماعية كما يهدف هذا البحث المتواضع الي الإجابة على سؤال رئيسي مفاده ما هي الجهود المطلوبة لتنظيم السياحة في مصر ومنها ما يعرف بالسياحة الإلكترونية، وأثر ذلك على نمو صناعة السياحة ؟ وسوف يقوم الباحث بالإجابة علي ذلك السؤال من خلال ما يلي:

- ١- بيان ماهية السياحة وأنواعها، ومفهوم السياحة الإلكترونية والمتطلبات العامة لتطبيقه.
- ٢- بحث سبل كيفية الاستفادة من الوسائل والآليات التي توفرها شبكة المعلومات الدولية في مجال توعية أكبر عدد من مرتادي الشبكة بالمميزات التنافسية للمنتج السياحي المصري
- ٣- بحث كيفية ضمان التنسيق الأمثل بين الفاعلين المختلفين فيما يتعلق بتنظيم السياحة الإلكترونية في مصر.
- ٤- دراسة البيئة القانونية والتشريعية المنظمة للسياحة الإلكترونية في مصر.

منهجية البحث:

تميل الدراسة إلى أن تكون استكشافية تستهدف إلقاء مزيد من الضوء على المشكلة البحثية موضوع الدراسة وبلورتها كخطوة أولية نحو مساعدة متخذي القرار على ضمان الاستفادة من المزايا التنافسية التي تقدمها السياحة الإلكترونية لمجمل صناعة السياحة في مصر.

ومن ثم اعتمدت الدراسة على اقتراب أساسي وهو اقتراب التحليل النظمي الذي يجده الباحث أكثر الاقتراحات البحثية ملائمة، وذلك انطلاقاً من أن السياحة بوجه عام ومنها السياحة الإلكترونية كإحدى أنواع السياحة تعد من الظواهر النظامية التي لها مدخلاتها ومخرجاتها الخاصة، والتي تستلزم إيجاد نظم للعمل والتنسيق بين مختلف الفاعلين المعنيين بقضية السياحة في مصر.

تقسيم البحث:

ينقسم البحث إلى ثلاثة فصول يسبقهما مقدمة وبعقبهما خاتمة، وذلك كما يلي:

الفصل الأول : ماهية السياحة وأنواعها، وفيه نعرض لمفهوم السياحة بوجه عام، وأنواعها ، ومفهوم السياحة الإلكترونية، ويتناول تعريف مفهوم السياحة الإلكترونية، وبيان أهميته، والمتطلبات العامة لتطبيقه في الدول النامية والمتقدمة

الفصل الثاني: تطبيق السياحة الإلكترونية في مصر . ويعرض هذا الفصل لمظاهر التنوع في المنتج السياحي المصري، وحالة البنية التحتية الأساسية والتكنولوجية الموجودة، والبنية التشريعية القائمة ومتطلبات تطويرها بالنظر إلى القوانين المماثلة في الدول الأخرى.

الفصل الثالث: الجهود الدولية والعربية في مجال تنظيم السياحة الإلكترونية.

خاتمة، وتبرز التوصيات العامة للبحث، والمتطلبات التي يجب توافرها حتى يمكن الإسراع في عملية تطبيق السياحة الإلكتروني.

الفصل الأول

ماهية السياحة، وأنواعها

ومفهوم السياحة الإلكترونية

تعد مصر كما ذكرنا اهم دول العالم في مجال السياحة ويرجع هذا للكثير من الاسباب اهمها المناخ والتاريخ ونبدأ الحديث في البداية بعرض بحث عن انواع السياحة في مصر حيث ان مصر لديها لكثير من المعالم السياحية كما ذكرنا والكثير من الاماكن الترفيهية التي تساعد على جلب الملايين من السياح سنوياً الى داخل مصر بغرض السياحه والترفيه عن النفس انواع السياحة في مصر لا نستطيع ان نذكرها في مجرد نقاط بسيطه او ان نضعها في مجرد موضوع به العدد من الكلمات لهذا سنبدأ بوضع الانواع وكل نوع نضع له وصف ولو كان بسيط حتى يشرح محتواه لكن نوفر لكم روابط لموضوعات كامله عن كل نوع بالتفصيل بشكل منفصل في موضوع خاص به من خلال دراسة الفصل الثاني.

- انواع السياحة في مصر

١- السياحة الدينية في مصر:-وتعد السياحة الدينية في مصر صاحبة نصيب عملاق في مصر فمصر تحتوى على الكثير من الاثار الدينية للديانات الثلاثة اليهودية والمسيحية والاسلامية والتي تتمثل في المساجد والكنائس و الادييره و الاماكن الاثريه للحضارات في مصر اتبع الرابط التالي حتى تأخذ فكره كامله عن هذا النوع

٢-السياحة الترفيهية في مصر:

تتمثل في العديد من الاماكن الترفيهية الموجوده في مصر حيث ان مصر تطل على البحرين الاحمر والمتوسط ويتواجد بها اماكن كثيره للنزهة و الترفيه عن النفس من اهمها شواطئ البحر الاحمر والمتوسط والشعاب المرجانية والطبيعة الخلابة التي حباها الله لمصر والتي جعلت السياحة الترفيهية في مصر لها اهميه خاصه وكذلك المتعه في شبه جزيرة سيناء و شرم الشيخ والمدن المطله على البحر الاحمر وكذلك توافر الحدائق والمناظر الخلابه في البحر الاحمر وجباله التي تعطى الشعور بالراحه ويقصدها السياح للأستجمام والترفيه عن انفسهم و تتمثل هذه المدن في شرم الشيخ والغردقه ومدينة دهب ونويبع وطابا ايضاً

٣-السياحة الثقافية في مصر :

وتظهر في مصر في زيارة المتاحف والاهرامات و الاماكن الاثريه للحضاره الفرعونييه في مصر والتي من امثلتها اهرامات الجيزة وهرم سقاره المدرج و كذلك تتمثل في المتحف المصرى بميدان التحرير وكذلك تتمثل السياحة الثقافية في مصر في زيارة برج القاهره الذى يمكن للسياح من خلاله مشاهدة القاهره كلها من اعلى البرج الى جانب الحدائق العامه مثل حديقة الازهر والفسطاط وحديقة الحيوان بالجيزة وكذلك حديقة الاسماك والتنزه في القاهره والتبضع من خان الخليلي وزيارة المعابد الشهيره مثل معبد الكرنك ومعبد ابو سمبل ومعبد حتشبسوت

٤-السياحة الرياضيه:

تتمثل في تسلق الجبال في مصر والمرتفعات وكذلك ممارسة رياضة الغوص في البحر الاحمر والكثير من الرياضات الاخرى مثل ركوب الدرجات والجرى وركوب الامواج والتزلج علي الامواج

٥-سياحة المؤتمرات في مصر:

وهي من اهم انواع السياحة في مصر حيث تمتلك أسيوط الكثير من المقومات التي تؤهلها لإستضافة وتنظيم مؤتمرات في شتى المجالات نظرا لتوافر القاعات المجهزة ذات الإمكانيات العالية مثل قاعة المؤتمرات الكبرى بديوان عام المحافظة وكذلك قاعات المؤتمرات في القاهره ومركز المؤتمرات في مكتبة الاسكندرية والكثير من القاعات الاخرى الجدير بالذكر ان سياحة المؤتمرات توفر عدد مميز من السياح لأى دوله يمكنها احتضان هذا النوع من انواع السياحة

٧-السياحة العلاجية في مصر

تعد هذه النوعيه من السياحة من افضلها لأن الكثير من السياح يقصدون مصر بهدف العلاج حيث يتم في محافظة الوادي الجديد والواحات ومناطق من سيناء العلاج بالدفن في الرمال الساخنة واهدف اخرى السياحة العلاجية هامه كأحد اهداف السياح لزيارة مصر في العلاج بالدفن في الرمال وكذلك الاستشفاء المائي لوجود العيون الطبيعية مثل عيون موسى وعين حلوان.

ونتيجة لما فرضته المتغيرات التكنولوجية والتطور في تقنية المعلومات والاتصالات صوراً حديثة للتعامل في مقدمتها الخدمات السياحية الإلكترونية التي أصبحت في الوقت الحالي ضرورة حتمية لا يمكن لأى نشاط

سياحي تجاهله. وأصبح الحديث عن هذه الخدمات مثار اهتمام العديد من الدراسات القانونية والسياحية فى محاولة لوضع أطر قانونية وتنظيمية لها.

ومن ثم سوف نقوم بتناول مفهوم السياحة الإلكترونية وارتباطه بمفهوم التجارة الإلكترونية باعتباره الإطار الأوسع لعمل السياحة الإلكترونية، وبيان أهمية السياحة الإلكترونية، ومتطلبات تطبيقها بالنظر إلى سرعة التغيرات المتعاقبة فى بيئة العمل السياحي على المستويين الدولي والمحلى.

أولاً: تعريف السياحة الإلكترونية

يعتبر مفهوم السياحة الإلكترونية من المفاهيم الحديثة فى علم السياحة التي تتداخل بشدة مع مفهوم التجارة الإلكترونية. وقد استطاع الباحث أن يرصد عدة تعريفات لمفهوم السياحة الإلكترونية، كان أهمها أنه يشير إلى "استخدام الأعمال الإلكترونية فى مجال السفر والسياحة، واستخدام تقنيات الإنترنت من أجل تفعيل عمل الموردين السياحيين والوصول إلى تسهيلات أكثر فعالية للمستهلكين السياحيين[1]"، وأنه "نمط سياحي يتم تنفيذ بعض معاملته التي تتم بين مؤسسة سياحية وأخرى أو بين مؤسسة سياحية ومستهلك (سائح) من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات... وبحيث تتلاقى فيه عروض الخدمات السياحية من خلال شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) مع رغبات جموع السائحين الراغبين فى قبول هذه الخدمات السياحية المقدمة عبر شبكة الإنترنت[2]"

ويلاحظ على هذه المفاهيم أنها تولى أهمية كبرى للتقدم التكنولوجى الحادث فى شبكة المعلومات الدولية، وتأثيره على الأنماط السياحية المختلفة، وبحيث أصبح بالإمكان تسمية أى نمط سياحي بأنه "الكتروني" إذا ما تم استخدام التقنيات الحديثة فى عرض منتجاته وتقديمها للسائحين على شبكة المعلومات. ويشمل ذلك كافة العمليات السياحية النمطية المعروفة من عروض البرامج السياحية، وحجز الرحلات السياحية وتنظيمها من خلال الإنترنت، وخدمات ما بعد الحصول على المنتج.

وترتبط السياحة الإلكترونية ارتباطاً وثيقاً بمفهوم التجارة الإلكترونية الذى يتفاوت تعريفه باختلاف النظرة الضيقة والواسعة إليه. فيقصر التعريف الضيق التجارة الإلكترونية على عملية تبادل السلع والخدمات عن طريق وسيلة الكترونية أو وسيط الكتروني، وهو المعنى الذى أخذ به مشروع القانون المصرى للتجارة الإلكترونية كما تم نشره فى مجلة الأهرام الاقتصادية عام ٢٠٠١. على حين تعرفها منظمة التجارة العالمية بأنها "أنشطة إنتاج السلع والخدمات وتوزيعها وتسويقها أو تسليمها للمشتري من خلال الوسائط الإلكترونية[3]".

وبهذا المعنى الموسع يكون للتجارة الإلكترونية خمسة أنواع من الأنشطة المتعلقة بالمعاملات التجارية هى الإعلان عن السلع والخدمات التي يتم عرضها عبر شبكة الانترنت من خلال متاجر افتراضية أو محال بيع على الانترنت، وتبادل المعلومات والتفاعل بين البائع والمشتري، وعقد الصفقات وإبرام العقود من خلال شبكة الانترنت، وسداد الالتزامات المالية من خلال وسائل الدفع الإلكترونية، وعمليات توزيع وتسليم السلع والخدمات ومتابعة الإجراءات سواء عن طريق شبكة الانترنت on-line أو عن طريق القنوات العادية. وهذا التعريف يجعل

التجارة الإلكترونية تتسع لتشمل أية معلومات أو خدمات تقدمها شركة لأخرى أو شركة لمستهلك عبر الإنترنت أو غيرها من وسائل الاتصال الإلكتروني بدءاً من معلومات ما قبل الشراء وانتهاء بخدمات ما بعد البيع.

على حين يرى البعض أن المفهوم يتسع ليشمل "إنجاز مختلف أنواع الأعمال عن طريق الشبكة الدولية للمعلومات". ويشمل ذلك التعاملات بين الشركات والمستهلكين والتعاملات الحكومية سواء بين الهيئات الحكومية وبعضها البعض أو بينها وبين الشركات الخاصة على شبكة الإنترنت [4].

ثانياً: أهمية السياحة الإلكترونية وتأثيرها على الاقتصاد القومي

تتبع أهمية السياحة الإلكترونية من المنافع الضخمة التي توفرها سواء لمقدمي الخدمات السياحية أو للسائحين أنفسهم، والتي تسهم في تجاوز الحواجز التقليدية في المعاملات السياحية النمطية، ومن أهم هذه المنافع: [5]

١- تيسير تقديم المعلومات التي تعتمد عليها صناعة السياحة، حيث تتسم الخدمات السياحية بأنها منتجات تتباين فيها المعلومات بشكل كبير فلا يمكن قياس جودتها إلا بالتجربة، وأنها تعتمد بالأساس على ثقة السائح في جودة الخدمات السياحية التي تقدمها الشركات والمؤسسات السياحية.

ومن هنا أصبح بإمكان المستهلك السياحي الحصول على جميع البيانات والمعلومات التي يحتاجها عن المنتج السياحي من خلال شبكة الإنترنت، ويشمل ذلك معلومات عن الطيران والفنادق والبرامج السياحية وأماكن تأجير السيارات.. إلخ. وأسهم ذلك في تحقيق رغبات السائح وإرضاء احتياجاته الأساسية، وذلك من خلال إمكانية قيام السائح بإجراء العديد من المقارنات بين المواقع السياحية المختلفة واختيار الأنسب منها دون أن يحتاج إلى الانتقال من مكان إلى آخر. وتتيح شبكة الإنترنت ذلك من خلال أشكال متعددة تشمل المعلومات التفصيلية المكتوبة والمصورة التي يستطيع السائح من خلالها زيارة الأثر أو تصفح المنتج بنفسه، أو حتى إمكانية قيام السائح بتصميم البرنامج السياحي الذي يرغب فيه دون التقيد ببرنامج مُعد سلفاً ووفقاً للتكلفة التي يستطيع دفعها.

٢- تخفيض تكاليف الخدمات السياحية المقدمة ومن ثم تمتع المنتج السياحي بميزة مقارنة نتيجة لانخفاض الأسعار. فمن شأن استخدام السياحة الإلكترونية التقليل من تكاليف التسويق السياحي، وتكاليف الإنتاج (تسهيل وتسريع التواصل بين منتج الخدمة السياحية والوسيط)، وتكاليف التوزيع (تسهيل إجراء الصفقات مع شريحة كبيرة من المستهدفين)، بالإضافة إلى خفض حجم العمالة. فعلى سبيل المثال يمكن للسائح تسلم تذاكر الطيران الإلكترونية أو وقسيمة التبادل الخاصة بحجز أحد الفنادق من خلال بريده الإلكتروني.

٣- سهولة تطوير المنتج السياحي وظهور أنشطة سياحية جديدة تتفق مع شرائح السائحين المختلفة، وذلك من خلال قياسات الرأي التي يمكن من خلالها معرفة التوجهات السياحية الجديدة والخدمات الأساسية والمكملة التي يحتاجها السائحون.

٤- زيادة القدرة التنافسية للمؤسسات السياحية بما يسهم فى زيادة مبيعاتها وإيراداتها وأرباحها، وهو ما ينعكس فى النهاية على زيادة القيمة المضافة للقطاع السياحى فى الناتج المحلى الإجمالى.

٥- وأخيراً كون شيوع استخدام السياحة الإلكترونية دليلاً على تقدم البنية التكنولوجية والخدمات الإلكترونية فى البلد المعنى، بما يسهم - ضمن عوامل أخرى - فى زيادة الاستثمارات الأجنبية وفى تمتع بنية الأعمال الحكومية والخاصة بالمصادقية فى التقارير الدولية.

وتزداد أهمية السياحة الإلكترونية مع زيادة الاهتمام بالتجارة الإلكترونية فبعد أن كانت السياحة الإلكترونية تسهم بـ ٧% من التجارة الإلكترونية زادت النسبة إلى ٣٥% من إجمالى التجارة الإلكترونية فى عام 2002. ورصدت بعض الأبحاث والدراسات ما يلى:

استخدام أكثر من ٦٤ مليون مواطن أمريكى خدمة الانترنت خلال عام ٢٠٠٣ للبحث عن المعلومات الخاصة بالمقاصد السياحية المختلفة والأسعار والبرامج السياحية، وقيام ٦٦% منهم بالحجز الإلكتروني من خلال شبكة الانترنت. ووصول مبيعات الانترنت إلى نسبة ٣٠% من إجمالى سوق السفر فى الولايات المتحدة فى عام ٢٠٠٥. زيادة مبيعات السفر عبر الانترنت فى دول الاتحاد الأوربي لتصل إلى مبلغ ١٤ مليار دولار فى عام ٢٠٠٣ [6]. امتلاك ٨٠% من الفنادق فى أوربا لمواقع الكترونية، وفقاً لحصر المفوضية الأوربية عام ٢٠٠٥. على حين يوجد فى النمسا مواقع الكترونية لـ 90% من الفنادق، منها ٦٣% تقدم خدمات البيع عن طريق الشبكة، وتصل طلبات الحجز الإلكتروني فيها إلى ٧٣% [7].

وصول حجم المبيعات السياحية عن طريق التجارة الإلكترونية إلى ٦٣ مليار دولار فى عام ٢٠٠٦، منها ٢٠ مليار دولار فى أوروبا [8].

ثالثاً: المتطلبات العامة لتطبيق السياحة الإلكترونية

تحتاج السياحة الإلكترونية إلى توافر عدة متطلبات حتى يمكن تطبيقها، وبالأخص فى الدول النامية. ولا ترتبط هذه المتطلبات بالبنية السياحية القائمة، وإنما تتجاوز ذلك لتشمل الإطار المؤسسى والتنظيمى المنظم للعمل، والبنية التشريعية فى مجال التجارة الإلكترونية، والتقدم فى بنية تكنولوجيا المعلومات، وأخيراً البنية الثقافية التى تساعد على تقبل المجتمع والأشخاص لفكرة التجارة الإلكترونية فى مجملها.

١- توافر إطار مؤسسى وتنظيمى

يتعلق هذا الجانب بأهمية التعاون بين مؤسسات الحكومة وبعضها البعض، وكذلك الشراكة مع القطاع الخاص والمجتمع المدنى عن طريق إبراز المزايا التى تعود على كل فاعل من جراء تطبيق نظم التجارة الإلكترونية فى مجال النشاط السياحى. فوجود حوار بناء ما بين المؤسسات وبعضها البعض يساعد على خلق

بيئة صحية ومواتية لتنفيذ المشروعات، حيث يمكن للحكومات ممثلة في وزارات السياحة والهيئات المعنية أن تقدم الدعم المادى للشركات والوسطاء السياحيين المختلفين من أجل استعمال تطبيقات الانترنت فى مجال عملها، وكذلك توفير قواعد بيانات تفصيلية عن الموارد السياحية والمنتج السياحى ودعم المواقع الإلكترونية الخاصة بتلك الصناعة. على حين يمكن لشركات القطاع الخاص المتميزة من خلال خبراتها مع تكنولوجيا المعلومات والتسويق والتجارة الإلكترونية أن تقدم نصائح واستشارات لصانعى القرار.

وتتعدى الجهود التنظيمية والمؤسسية المستوى الداخلى لتشمل الإطارين الإقليمى والدولى، على النحو الذى ستمم الإشارة إليه فى الفصل الثالث من هذا البحث.

٢- وجود إطار قانونى محدد على المستويين الدولى والمحلى

تعتبر السياحة الإلكترونية جزءاً لا يتجزأ من التجارة الدولية والتي تعمل فى إطار الاتفاقية العامة لتحرير التجارة فى الخدمات بمنظمة التجارة العالمية، وهو الأمر الذى جعل معظم الدول العربية تدرج الخدمات السياحية فى جداول التزاماتها الملحقه بالاتفاقية العامة لتحرير التجارة فى الخدمات، وذلك بهدف التحرير التدريجى للقطاع السياحى لتحقيق أهداف التنمية المرجوة وجذب الاستثمار الأجنبي. ومن ثم تكون الاتفاقية العامة لتحرير التجارة فى الخدمات هى البداية الحقيقية للبحث عن المتطلبات القانونية لتنشيط السياحة بصفة عامة والسياحة الإلكترونية بصفة خاصة.

وقد تضمنت الاتفاقية العامة لتحرير التجارة فى الخدمات عدة التزامات خاصة بالنشاط السياحى موضحة فى ملاحق على النحو التالى:

• الفنادق والمطاعم وتقديم المأكولات ٨١ التزاماً منها ٧١ التزاماً خاص بتقديم المأكولات.

• خدمات منظمى الرحلات ووكالات السفر ويوجد ٧١ جدولاً شاملة الخدمات التى ستقدم للمسافرين وتتضمن المعلومات السياحية وخدمات إعداد رحلات السفر وإصدار التذاكر.

• خدمات المرشدين السياحيين ويوجد ٤٢ جدولاً تشمل التزامات خدمات المرشدين السياحيين.

• خدمات سياحية أخرى وتتضمن خدمة المؤتمرات (خدمات النقل السياحى) وتوجد فى ٣١ جدولاً.

• خدمات الترفيه والثقافة الرياضية وتوجد فى ٣٠ جدولاً، بالإضافة إلى الالتزامات التى تتعلق بالترويج والترفيه السياحى.

وتُعد أهداف هذه الاتفاقية فى حقيقتها وسيلة لمعاونة الدول فى تمهيد الطريق لنشاط سياحى جاد فيقع على عاتق الدول العمل على تحقيق عدة أمور من أهمها:

• زيادة حجم التجارة الدولية فى مجال السياحة بإزالة كافة القيود المحلية خاصة تلك المتعلقة بحركة التنقل والسفر والحصول على تأشيرات السفر.

العمل على تحقيق نوع من الأمن والسلامة للسائح من خلال مكافحة كل ما من شأنه ترويع السائح أو المساس بسلامته، ولا يتأت ذلك إلا من خلال العمل على توفير الأمن والسلام في كل مناطق العالم ليتسنى للسائح التنقل بكل سلامة واطمئنان خاصة في منطقتنا العربية التي يشوبها الكثير من التوتر الذي من شأنه المساس بأمن السائح وما قد يترتب عليه هذا من عزوف جموع السائحين عن المنطقة مما قد يهدد عملية التطوير في هذا القطاع التنموي الهام.

العمل على تفعيل القوانين الخاصة بالعمل وما يترتب عليها من منح العاملين فترات أجازات طويلة نسبياً مما يعد دعماً لعملية السياحة سواء في الداخل أو الخارج. بالإضافة إلى السعى نحو رفع الدخل القومي والعمل على رفع المستوى المعيشي وتحقيق مستويات التوظيف الكامل مما يخلق فرص جيدة للسياحة سواء على صعيد السياحة الداخلية أو السياحة الخارجية.[9]

وبناءً على هذا، يمكن تحديد أهم المتطلبات القانونية اللازمة لتنظيم السياحة الإلكترونية فيما يلي:

• وجود نظام قانوني متكامل للمعاملات الإلكترونية على الصعيدين الدولي والوطني يتكاتف مع جهود الدول الحثيثة في توفير الإمكانيات المادية والفنية لشركات السياحة للعمل على تفعيل نمط السياحة الإلكترونية.

• وجود تشريعات ولوائح منظمة لعمل المؤسسات والوكالات السياحية تتواءم مع الأشكال المستحدثة التي فرضتها السياحة الإلكترونية مثل الشركات السياحية الإلكترونية، وتضع القواعد الخاصة بتنظيم التوقيع الإلكتروني والدفع الإلكتروني وغيرها من وسائل المعاملات الإلكترونية.

• وضع تشريعات قانونية خاصة بتنظيم عمل المرشدين السياحيين تشمل بيان التزاماتهم وشروط العمل والقدر المعرفي الواجب توافره في من يزاول هذه المهنة، ويراعى فيها العلم الكافي بكل الوسائل التكنولوجية الحديثة والتعامل مع أجهزة الحاسب الآلي وشبكة الإنترنت بوصفهما الأداة الحقيقية للسياحة الإلكترونية.

• زيادة حوافز الاستثمار السياحي لتشجيع رؤوس الأموال الوطنية والأجنبية للدخول بجدية في مجالات السياحة مع زيادة هذه الحوافز للشركات التي تعمل في مجال السياحة الإلكترونية التي ستصبح من أهم محددات اتجاهات الطلب السياحي العالمي مستقبلاً.

٣- التقدم في مجال بنية تكنولوجيا المعلومات:

تتعلق هذه المتطلبات بحالة البنية التقنية الموجودة، وكيفية تطويرها واستثمار الموجود منها في مجال السياحة الإلكترونية. ويشمل ذلك ما يلي:[10]

• تنمية البنية الأساسية لوسائل الاتصال والمعلوماتية الحديثة لإتاحة فرصة أوسع للاتصال بخدمات الإنترنت سواء في دولة المنتج السياحي أو الدول المستهدفة بالتسويق السياحي.

• تشجيع ظهور الوسيط الإلكتروني Intermediary في قطاع السياحة، وهذا من خلال العمل على تشجيع إقامة شبكة من المواقع الإلكترونية الموازية لجميع العاملين في قطاع السياحة. سواء مجال الفنادق،

وخطوط الطيران، ووكالات السفر والمرشدين السياحيين، وغيرها من قطاعات العمل السياحي. ويتم ذلك بالتعاون مع الوسطاء التقليديين في مجال السياحة فكلاهما مكماً للآخر.

تخليق أنماط جديدة من المؤسسات والهيئات الخاصة بتنشيط السياحة والتي تعتمد في عملها على المواقع الالكترونية المتقدمة على شبكة الانترنت، وتوفير الدعم الفني والمعلوماتى لهذه المواقع. ويلزم أن يتم تصميم هذه المواقع وفق المعايير العالمية المتعارف عليها، وذلك حتى يمكن لها التنافس مع غيرها من المواقع السياحية المنافسة في الدول الأخرى.

٤- وجود حد أدنى من استخدام التجارة الالكترونية في المعاملات المختلفة

ويشمل ذلك استخدام تطبيقات الانترنت والتجارة الالكترونية في المجالات المرتبطة بالسياحة الالكترونية كتذاكر وخدمات الطيران، والخدمات الفندقية، وشركات النقل وتأجير السيارات، والمطاعم السياحية. ويتعلق ذلك باستخدام أنظمة الحجز الآلي من خلال الانترنت في حجز وشراء تذاكر الطيران وغرف الفنادق، وفي إتاحة خدمات الانترنت سواء أثناء السفر على متن الطائرات أو أثناء إقامة السائح في الفنادق. فعلى سبيل المثال يتيح حجز وشراء تذاكر الطيران الالكترونية من خلال الانترنت حرية أكبر للسائح في تحديد خطر السير الذي يريده، ومكان جلوسه ونوع الوجبات الغذائية التي يحصل عليها. كما تتيح بعض شركات الطيران الكبرى إمكانية تعديل الحجز وتعديل خط السير على التذاكر الالكترونية أو حتى بيعها إلى آخرين خلال ٢٤ ساعة فقط من تاريخ السفر [11].

٥- توافر البيئة الثقافية المساندة:

من الضروري لتطبيق السياحة الإلكترونية والمعاملات المرتبطة بها - شأنها شأن جهود تطبيق الحكومة الالكترونية - وجود بيئة ثقافية مهينة لمثل هذا النوع من التعاملات. فمن شأن المضى قدماً في برامج السياحة الالكترونية إلحاق الضرر بالهيئات الحكومية والخاصة التي يقاوم فيها الموظفين الحاليين نظم العمل الجديدة وميكنة الخدمات المقدمة كنتيجة لعدم إلمامهم بالمهارات اللازمة لسوق العمل أو بسبب الإجراءات الروتينية والبيروقراطية المعوقة التي يلعب فيها موظفو الخدمة العامة أدوراً سيادية على من حولهم [12]. وهذا ما يدفع إلى ضرورة بناء إستراتيجية جديدة لهؤلاء الوسطاء التقليديين تؤهلهم للحاق بالسياحة الإلكترونية من خلال البرامج التدريبية التي تهدف للتوعية بأهمية الوعي بالتجارة الإلكترونية وارتباط السياحة الالكترونية بها، وتزويدهم بالمهارات اللازمة لذلك.

الفصل الثانى

آليات تطبيق نظام السياحة الإلكترونية فى مصر

يعرض هذا الفصل لمظاهر التنوع فى المنتج السياحي المصري، وحالة البنية التحتية الأساسية والتكنولوجية الموجودة، والبنية التشريعية القائمة.

نبدأ الحديث فى البدايه بعرض بحث عن انواع السياحة فى مصر حيث ان مصر لديها لكثير من المعالم السياحية كما ذكرنا والكثير من الاماكن الترفيهية التى تساعد على جلب الملايين من السياح سنوياً الى داخل مصر بغرض السياحة والترفيه عن النفس انواع السياحة فى مصر لا نستطيع ان نذكرها فى مجرد نقاط بسيطه او ان نضعها فى مجرد موضوع به العدد من الكلمات لهذا سنبدأ بوضع الانواع وكل نوع نضع له وصف ولو كان بسيط حتى يشرح محتواه لكن نوفر لكم روابط لموضوعات كامله عن كل نوع بالتفصيل بشكل منفصل فى موضوع خاص به

1-السياحة الدينية فى مصر : وتعد السياحة الدينية فى مصر صاحبة نصيب عملاق فى مصر فمصر تحتوى على الكثير من الاثار الدينية للديانات الثلاثة اليهودية والمسيحية والاسلامية والتى تتمثل فى المساجد والكنائس و الاديبره و الاماكن الاثريه للحضارات فى مصر اتبع الرابط التالى حتى تأخذ فكره كامله عن هذا النوع

2-السياحة الترفيهية : والتى تتمثل فى العديد من الاماكن الترفيهية الموجوده فى مصر حيث ان مصر تطل على البحرين الاحمر والمتوسط ويتواجد بها اماكن كثيره للترفيه و الترفيه عن النفس من اهمها شواطئ البحر الاحمر والمتوسط والشعاب المرجانية والطبيعة الخلابة التى حباها الله لمصر والتى جعلت السياحة الترفيهية فى مصر لها اهميه خاصه وكذلك المتعه فى شبه جزيرة سيناء و شرم الشيخ والمدن المطله على البحر الاحمر وكذلك توافر الحدائق والمناظر الخلابه فى البحر الاحمر وجباله التى تعطى الشعور بالراحه ويقصدها السياح للأستجمام والترفيه عن انفسهم و تتمثل هذه المدن فى شرم الشيخ والغردقه ومدينة دهب ونويبع وطابا ايضاً

3-السياحة الثقافيه : وتظهر فى مصر فى زيارة المتاحف والاهرامات و الاماكن الاثريه للحضاره الفرعونييه فى مصر والتى من امتلتها اهرامات الجيزة وهم سقاره المدرج و كذلك تتمثل فى المتحف المصرى بميدان التحرير وكذلك تتمثل السياحة الثقافيه فى مصر فى زيارة برج القاهره الذى يمكن للسياح من خلاله مشاهدة القاهره كلها من اعلى البرج الى جانب الحدائق العامه مثل حديقة الازهر والفسطاط وحديقة الحيوان بالجيزة وكذلك حديقة الاسماك والتنزه فى القاهره والتبضع من خان الخليلى وزيارة المعابد الشهيره مثل معبد الكرنك ومعبد ابو سمبل ومعبد حتشبسوت

السياحة الرياضيه

4-السياحة الرياضية : تتمثل فى تسلق الجبال فى مصر والمرتفعات وكذلك ممارسة رياضة الغوص فى البحر الاحمر والكثير من الرياضات الاخرى مثل ركوب الدرجات والجرى وركوب الامواج والتزلج علي الامواج
سياحة المؤتمرات فى مصر

5- سياحة المؤتمرات فى مصر : وهى من اهم انواع السياحة فى مصر حيث تمتلك أسبوط الكثير من المقومات التي تؤهلها لإستضافة وتنظيم مؤتمرات فى شتى المجالات نظرا لتوافر القاعات المجهزة ذات الإمكانيات العالية مثل قاعة المؤتمرات الكبرى بديوان عام المحافظة وكذلك قاعات المؤتمرات فى القاهره ومركز المؤتمرات فى مكتبة الاسكندرية والكثير من القاعات الاخرى الجدير بالذكر ان سياحة المؤتمرات توفر عدد مميز من السياح لأى دولة يمكنها احتضان هذا النوع من انواع السياحة
السياحة العلاجية فى مصر

6-السياحة العلاجية فى مصر : تعد هذه النوعيه من السياحة من افضلها لأن الكثير من السياح يقصدون مصر بهدف العلاج حيث يتم فى محافظة الوادي الجديد والواحات ومناطق من سيناء العلاج بالدفن فى الرمال الساخنة واهداف اخرى السياحة العلاجية هامه كأحد اهداف السياح لزيارة مصر فى العلاج بالدفن فى الرمال وكذلك الاستشفاء المائي لوجود العيون الطبيعية مثل عيون موسى وعين حلوان.
أولاً: مظاهر التنوع فى المنتج السياحي المصري

تعتبر مصر من أهم نقاط الجذب السياحي بين دول العالم نظراً لما تتمتع به من مناطق سياحية متعددة، وإلى تنوع المنتج السياحي الذى تقدمه. وقد ظهرت فى الفترة الأخيرة أنماط سياحية جديدة أصبحت تخاطب شرائح أوسع من السائحين عبر العالم ،وذلك إضافة إلى الأنماط التقليدية المعروفة كسياحة الآثار على سبيل المثال. ومن هذه الأنماط سياحة المؤتمرات والمعارض الدولية وسياحة السفارى الصحراوية وسياحة اليخوت والسياسة البحرية والبيئية والعلاجية والرياضية ، وسياحة المهرجانات والفعاليات الترفيهية والثقافية ، و" سياحة مراكز الغوص" التى أصبحت تمثل اليوم نشاطاً سياحياً يلقى رواجاً كبيراً تعكسه زيادة عدد هذه المراكز الى ٣٤٦ مركزاً عام ٢٠٠٥.

وفيما يلي عرضاً مبسطاً لأهم مظاهر التنوع فى المنتج السياحي المصري، والذى أسهم فى زيادة عدد إجمالي عدد السائحين الوافدين إلى مصر خلال عام 2006/2007حتى وصل إلى ٩,٨ مليون سائح بزيادة قدرها ١٢,٧% عن عام 2005/2006.

١- السياحة الترفيهية

تعد السياحة الترفيهية احد اهم أنواع الأنشطة السياحية التي توجد فى مصر والتي تجتذب عددا كبيرا من السائحين من مختلف دول العالم، لما تتمتع به مصر من شواطئ خلابة على البحرين الأبيض والأحمر وتمتد لنحو ٣٠٠٠ كيلو متر.وتتمثل أهم المناطق التى يمكن زيارتها لممارسة هذه السياحة فى الساحل الشمالى وسيناء والعريش ومطروح.

٢- سياحة المؤتمرات

تمثل سياحة المؤتمرات والمعارض نمطاً سياحياً هاماً حيث يتيح موقع مصر الجغرافى ومكانتها السياسية فرصة كبيرة لاستضافة عشرات المؤتمرات الدولية سنوياً فى المجالات السياسية والإقتصادية والثقافية والطبية والمهنية. ويعتبر مركز القاهرة الدولي للمؤتمرات الواجهة الحضارية الرئيسية لهذا النمط السياحي لما يتوافر به من إمكانيات فنية وتكنولوجية وتجهيزات حديثة من أجهزة سمعية وترجمة فورية بمختلف اللغات.

وقد نجحت مصر الفترة الماضية فى استضافت أول بورصة سياحية دولية باسم بورصة البحر المتوسط ، والمؤتمر الدولي الأول للبحر المتوسط لسيدات الأعمال ، ومؤتمر اتحاد شركات ومنظمات السياحة لدول أمريكا اللاتينية كوتال ، ومؤتمر الاتحاد العام لوكلاء السفر وشركات السياحة الإيطالية (الفيافيت) بالأقصر. كما نظمت مصر العديد من المؤتمرات الشبابية التى شارك فيها شباب من مختلف دول العالم كالقمة العالمية لعمالة الشباب التى انعقدت بمكتبة الإسكندرية خلال الأسبوع الأخير من شهر أغسطس ٢٠٠٧، والمؤتمر الدولي للشباب الذى انعقد فى مدينة شرم الشيخ خلال الفترة ١-٣ سبتمبر من نفس العام.

٣- سياحة المهرجانات والفعاليات الفنية والثقافية

تعتبر سياحة المهرجانات من اهم وأحدث وسائل الجذب السياحي الجديدة، ويُقام فى مصر العديد من المهرجانات التى تحظى بإقبال جماهيرى مثل مهرجان القاهرة الدولي للأغنية، ومهرجان السينما الدولي، و مهرجان السياحة والتسوق ويضم بداخله مهرجان الذهب.

٤- سياحة السفارى

ويزدهر هذا النوع من السياحة فى جبل سانت كاترين، وجبل موسى، والواحات الداخلة والخارجة الزاخرة بالآثار والعيون المائية والآبار، والعين السخنة. وتوفر شركات السياحة الخيام والمعدات اللازمة للحياة البدوية فى هذه المناطق بما يُمكن السياح من معايشة هذه الحياة التى تجمع بين البساطة وقسوة الطبيعة الجبلية الصحراوية، ومراقبة الحيوانات فى الصحراء، والطيور المهاجرة من مكان إلي آخر.

٥- سياحة اليخوت

تزدهر سياحة اليخوت فى ساحل البحرين الأبيض والمتوسط الذى يجوبه أكثر من 30 ألف يخت سنوياً . وقد تم افتتاح أول مارينا لليخوت فى خليج نعمه بشرم الشيخ تم انشاؤها بأحدث الأساليب التكنولوجية ويعتبر المشروع خطوة هامة على طريق تنمية سياحة اليخوت البحرية فى مصر وهو نمط سياحي مستحدث يمكن ان يضيف دخلا سياحيا وفيرا وقد تم تحديد ٢٤ موقعا فى مناطق التنمية السياحية المختلفة لإقامة مرافق بحرية متنوعة الطاقات ومزودة بالخدمات التكميلية والترفيهية اللازمة لليخوت البحرية أهمها فى مدينة الإسكندرية. وجاري إصدار تشريع جديد لتنظيم سياحة اليخوت البحرية و سهولة دخولها وخروجها و تخفيض الرسوم المفروضة و أساليب التعامل مع سائحيها.

٦- السياحة العلاجية: تتعدد المناطق السياحية التي تتمتع بميزة السياحة العلاجية في مصر وهي مناطق ذات شهرة تاريخية عريقة مثل : حلوان، عين الصيرة، والعين السخنة، والغردقة، والفيوم ، ومنطقة الواحات، وأسوان، وسيناء، ومدينة سفاجا على شاطئ البحر الأحمر والتي تشتهر بالرمال السوداء التي لها القدرة على التخلص من بعض الأمراض الجلدية.

كما تنتشر في مصر مئات من العيون والآبار الطبيعية ذات المياه المعدنية والكبريتية التي تختلف في العمق والسعة ودرجة الحرارة بين ٣٠ ، ٧٣ درجة مئوية. وقد أثبتت التحليلات المعملية احتواء الكثير من هذه الينابيع الطبيعية على أعلى نسبة من عنصر الكبريت مقارنة بالآبار المنتشرة في شتى أنحاء العالم. كما تحتوى الكثبان الرملية بالصحراء المصرية على نسب مأمونة وعظيمة الفائدة من العناصر المشعة، وقد أدى العلاج بطمر الجسم أو الوضع المؤلم منه بالرمال لفترات مدروسة ومحددة الى نتائج غير مسبوقه في عدة أمراض روماتزمية مثل مرض الروماتويد والآلام الناجمة عن أمراض العمود الفقري وغير ذلك من أسباب الألم الحاد والمزمن [13].

وأشارت إحصائيات منظمة السياحة العالمية التابعة للأمم المتحدة إلى أن هذا التنوع قد أدى إلى أن واحد من بين كل ٥ سياح قادمين إلى الشرق الأوسط وشمال أفريقيا يتوجه إلى مصر الأمر الذي نتج عنه أن بلغت الإيرادات السياحية في مصر خلال العام المالي ٢٠٠٦/٢٠٠٧ حوالى ٨,١٨ مليار دولار بزيادة قدرها حوالى ١٣% عن عام ٢٠٠٥/٢٠٠٦. وبلغت مساهمة قطاع السياحة نسبة 93.2% من قيمة الصادرات الخدمية لمصر في عام ٢٠٠٦/٢٠٠٧ [14].

ويظهر تقرير رؤية السياحة لعام ٢٠٢٠ الذى أصدرته منظمة السياحة العالمية فى أكتوبر ١٩٩٧ فى المجلد الخامس منه عن السياحة فى الشرق الأوسط عدة حقائق، أهمها اتجاه السياح الزائرين لمنطقة الشرق الأوسط إلى نمط الرحلات القصيرة المتقطعة منه إلى نمط الرحلات السياحية الطويلة، وزيادة استخدام الانترنت كوسيلة تسويقية تسهم فى زيادة المبيعات.

ويتوقع التقرير أن يصل عدد السائحين الدوليين عام ٢٠٢٠ إلى ١,٥٦ مليار نسمة بمعدل نمو سنوى قدره ٤,١% فى الفترة من ١٩٩٥-٢٠٢٠، وأن عدد السائحين الذين سيزورون منطقة الشرق الأوسط سيصل إلى ٦٨,٥ مليون سائح بمعدل نمو سنوى قدره ٧,١% خلال الفترة ١٩٩٥ - ٢٠٢٠ أى بزيادة قدرها ٣% عن المعدل العالمى. ويضيف التقرير أن مصر ستظل من أكثر الدول استقبالا للسياح فى الشرق الأوسط، حيث من المتوقع أن يصل عدد القادمين إليها إلى ١٧ مليون سائح [15].

ويلاحظ على الأنماط السياحية الجديدة فى مصر أنها لم تشمل أنماطاً آخذة فى الانتشار مثل سياحة المعاقين أو ذوى الاحتياجات الخاصة، والذى يزيد فيها إنفاق السائح عن السائح العادي بحوالى ٢٠٠% من السائح العادى وربما يكون ذلك بسبب عدم توافر كافة الاحتياجات والتسهيلات اللازمة لراحة هذا النوع من السائحين. وكذلك سياحة نهاية الأسبوع الذى تستلزم تصميم برامج سياحية متكاملة يغلب عليها الطابع الهادئ

والبعيد عن جو العمل، والذي يساعد قرب مصر الجغرافى من دول الخليج العربى ومن دول شمال المتوسط على انتشاره.

ثانياً: حالة البنية التحتية الأساسية والتكنولوجية الموجودة

احتلت مصر المرتبة ٦٦ فى تقرير التنافسية السياحية والسفر الذى أصدره المنتدى الاقتصادى العالمى فى مارس ٢٠٠٨، وتم إجرائه على عدد ١٣٠ دولة بعد أن كانت تشغل المرتبة رقم ٥٨ فى عام ٢٠٠٧. وقد سبق مصر فى ترتيب المؤشر العام خمسة دول عربية، هى: قطر (٣٧)، وتونس (٣٩) والإمارات (٤٠)، والبحرين (48)، والأردن (٥٣). كما سبقها أيضاً من منطقة الشرق الأوسط دولتى إسرائيل (35) وتركيا (٥٤).

وأشار التقرير إلى أن مصر تملك ثاني أفضل تنافسية فى الأسعار فى العالم بعد إندونيسيا بسبب الأسعار المنخفضة نسبياً بما فيها أسعار الوقود والغرف الفندقية، بالإضافة إلى ضرائب التذاكر ورسوم المطار المنخفضة إلى حد ما. وأوضح أن سبب تراجع تصنيف مصر عن العام الماضى يكمن فى تدنى البنية التحتية العامة للبلاد، وخصوصاً البنية التحتية للسياحة التى نالت المرتبة ٦٩، والبنية التحتية لتقنية المعلومات التى احتلت المرتبة ٨٧، ونوعية الموارد البشرية للبلاد والمناخ للعمل فى القطاع التى حظيت بالمرتبة ٨٢ [16].

وفيما يلى عرضاً للبنية السياحية القائمة ومدى توافقها مع متطلبات تطبيق السياحة الالكترونية.

١- الفنادق

تزايد إجمالى عدد الفنادق الثابتة والقرى السياحية والفنادق العائمة بشكل ملحوظ خلال الفترة (١٩٩٨-٢٠٠٦)، حيث وصل عددها فى عام ٢٠٠٦ إلى ١٣٣٢ فندق وقرية مقارنة بـ ٨٢٩ فندق وقرية عام ١٩٩٨، وذلك بمعدل زيادة يبلغ 53.3% ونتيجة لهذه الزيادة زادت الطاقة الإيوائية بحوالى ١٠ أضعاف خلال الفترة ١٩٨٢/١٩٨١-٢٠٠٦، ووصل عدد الغرف بالفنادق الثابتة والعائمة والقرى السياحية إلى ١٨٧,٥ ألف غرفة فى يونيو ٢٠٠٧ بمعدل زيادة ١٨% عما كان عليه الوضع سبتمبر ٢٠٠٥. هذا، وقد شهدت الفترة ١٩٩٧/١٩٩٦-٢٠٠٧/٢٠٠٦ زيادة مستمرة وملحوظة فى أعداد الليالى السياحية للمغادرين إذ بلغت ٩٦,٢٧ مليون ليلة فى عام ٢٠٠٧/٢٠٠٦ مقارنة بحوالى ٢٥,٩٩ مليون ليلة عام ١٩٩٧/١٩٩٦، وذلك بنسبة زيادة قدرها ٢٧٠ [17].%

وقد تعهد الرئيس مبارك فى برنامجه الرئاسى الذى خاض بموجبه انتخابات 2005 فى الجزء القسم الخاص بـ "شبابنا يعمل" الجزء الخاص ببرنامج "السياحة فى مصر" بزيادة الطاقة الفندقية الحالية التى تقدر ١٥٠ ألف غرفة بنحو ٩٠ ألف غرفة تصل إلى ٢٤٠ ألف غرفة، وإنشاء ٧٥٠ فندقاً وقرية سياحية خلال الفترة ٢٠٠٥-٢٠١١. وبالفعل انتهت الدولة خلال الفترة من سبتمبر ٢٠٠٥- يونيو 2007 من إنشاء ١٦٠ فندقاً جديداً، وتحقيق زيادة فى عدد الليالى السياحية بنسبة ١٢,٤% [18]. ويتزامن ارتفاع عدد الليالى السياحية من سنة لأخرى مع التزايد المضطرد فى أعداد السائحين الوافدين إلى مصر، والذى من المتوقع أن يصل عددهم إلى ١٤ مليون سائح فى عام ٢٠١١ طبقاً لما ورد بالبرنامج الانتخابى للرئيس مبارك.

وشهد عام ٢٠٠٦ تنفيذ أكثر من مشروع فندقى حيث هدف مشروع تطوير منطقة سيدي عبد الرحمن الي إضافة نحو ثلاثة آلاف غرفة فندقية وملاعب جولف ومارينا علي مستوي عالمي. كما تم افتتاح فندق عالمي بالساحل الشمالي خلال عام ٢٠٠٦ يتكون من ٤٠٠ غرفة كمرحلة أولي من المشروع الذي يضم ستة فنادق علي مساحة ثلاثة ملايين متر مربع وباستثمارات تبلغ مليار جنيه حيث يوفر نحو ٥٠ ألف فرصة عمل.

وبالنسبة لموقف هذه الفنادق من قضية تطبيق التجارة الالكترونية فى خدماتها، يمكن التفريق بين سلاسل الفنادق العالمية والفنادق المصرية، وذلك كما يلي:

أ - سلاسل الفنادق العالمية

ومن أمثلة هذه السلاسل فنادق هيلتون، والفور سيزونز، وريتز كارلتون وحياء بشرم الشيخ. وتقوم هذه الفنادق بتطبيق نظم التجارة الإلكترونية فى جميع خدماتها بدءاً من عرض الخدمات والإمكانيات التى تقدمها، وإتاحة إمكانية الحجز من خلال مواقعها الالكترونية على شبكة الانترنت، ومروراً بإمكانية الدفع الإلكتروني عن طريق إدخال رقم بطاقة الائتمان الخاصة بالعميل والتى تقوم السلسلة العالمية بتحصيلها لصالح فرع مصر، وانتهاءً بتوفير الخدمات التكنولوجية وخدمة الانترنت للزلاء بالفندق.

وتتميز المواقع الالكترونية لهذه الفنادق بعناصر الجذب المتطورة والمتعارف عليها فى المواقع العالمية سواء من حيث استخدام أسلوب عرض الصور للخدمات المتاحة بالفندق وإمكانية تصفحها من خلال الجولات الافتراضية، وإجابتها على جميع الاستفسارات التى يحتاجها السائح مثل تحديد فترة الإقامة وطريقة الدفع والشروط التى يتطلبها فى مكان الإقامة كحجم الأسرة وموقع الغرفة وإمكانية التدخين فيها من عدمه.

ب - الفنادق المصرية

مازال أداء هذه الفنادق فى مجال تطبيق نظم التجارة الالكترونية والخدمات المرتبطة بالسياحة الالكترونية ضعيفاً، حيث لا يوجد لمعظم هذه الفنادق مواقع على شبكة الانترنت، وغالبية الموجود منها غير مؤهل لاستقبال الحجز من خلالها أو تقبل الدفع الكترونياً. وتتيح هذه المواقع للسائح القيام بإرسال تفاصيل الحجز التى يرغب فيها على أن يتم التحصيل باستخدام الوسائل التقليدية وليس من خلال شبكة الانترنت. ويرجع ذلك إلى عدة عوامل سيتم شرحها عند الحديث عن أوضاع التجارة الالكترونية فى مصر. [19]

٢- شركات الطيران والبواخر وتأجير السيارات

يتضح من جدول طريقة وصول السائحين إلى مصر فى سبتمبر ٢٠٠٧ أن غالبية المستهلكين السائحين يفضلون السفر جواً (٨٤,٥%)، ويلى ذلك السفر براً بنسبة 8.9%، ثم السفر عن طريق البحر بنسبة ٦,٦%. ومن ثم تحتل أولوية تطوير المطارات ونظم العمل بشركات الطيران أولوية أولى فى مجال العمل السياحي.

وحرصت شركة مصر الطيران على الاستفادة من التغيرات المتسارعة فى مجال عمل شركات الطيران العالمية، فقامت بإنشاء موقع خاص بها على شبكة الانترنت يمكن من خلاله للسائح معرفة جميع البيانات التى يحتاج إليها عن رحلات الشركة وأسعارها ومواعيدها، ولكن ذلك الموقع لا يتيح إمكانية الشراء أو الحجز من

خلال الانترنت. وقامت الشركة منذ عام ٢٠٠٢ بالتعاقد مع شركة موبنيل لتقديم خدمة السفر المحمول لعملائها. ويشمل ذلك تقديم كافة البيانات الخاصة بالرحلات الجوية للشركة ومواعيدها وسعارها من خلال خدمة الرسائل القصيرة أو من خلال الخدمات الصوتية.

أما فيما يتعلق بوسائل النقل الأخرى، فيلاحظ أن معظم البواخر السياحية العاملة في مصر لا توفر على مواقعها الالكترونية القليلة إمكانية الحجز أو شراء الرحلات السياحية الخاصة بها من خلال موقعها، وإن كان بعضها يكتفى - مثل الفنادق المصرية - بقيام العميل بالحجز عن طريق استيفاء البيانات الواردة باستمارة الحجز الموجودة على الموقع دون أن تتم عملية الدفع أو الشراء على الشبكة. ومن أمثال ذلك البواخر السياحية التابعة لشركة Flash.

ويختلف الوضع بالنسبة لبعض شركات تأجير السيارات الكبرى في مصر، فالشركات التابعة لشركات عالمية كبرى توفر عملية الحجز والتأجير من خلال الموقع الخاص بالشركة الأم كمواقع شركات Hertz و Avis ، في حين تقوم بعض الشركات المصرية بقبول فكرة الدفع الالكتروني من خلال أحد المواقع الوسيطة على شبكة الانترنت مقابل عمولة من الشركة متفق عليها [20].

٣- الشركات السياحية

ارتفع عدد الشركات السياحية في مصر بمعدل ٥٨,٦% تقريباً خلال الفترة 1997-2006، حيث وصل عدد الشركات السياحية إلى ١٣٣٤ شركة في عام ٢٠٠٦ مقارنة بـ ٨٤١ شركة في عام ١٩٩٧. ووصل عدد الشركات ووكالات السفر أعضاء الجمعية العمومية لغرفة شركات ووكالات السفر و السياحة (ETA) إلى ١١٩٥ شركة [21].

وتنقسم الشركات السياحية حسب الدراسة الميدانية التي أجرتها الباحثة هند محمد حامد عن "تقييم دور التجارة الالكترونية في الشركات السياحية" على عدد ٦٥ شركة من الشركات العاملة في بمنطقة القاهرة الكبرى إلى ثلاثة أنواع من الشركات [22]. الأولى تدرك أهمية التجارة الالكترونية ولديها كافة الإمكانيات المادية والبشرية لتطبيقها، والثانية لديها الرغبة في تطبيق التجارة الالكترونية ولدى معظمها الإمكانيات المطلوبة لتطبيقها بمفهومها الشامل ولكنها لا تدرك بالشكل المطلوب جميع متطلباتها، والثالثة لا توجد لديها الرغبة في تطبيق التجارة الالكترونية ولديها عقبات في تطبيقها.

ومن تحليل نتائج الدراسة الميدانية، اتضح للباحثة أن الشركات السياحية الموجودة في مصر مازالت في المراحل الأولى لتطبيق التجارة الالكترونية، حيث أن معظمها يقتصر على وجود موقع خاص بالشركة على شبكة الانترنت يقتصر نشاطه على التعريف بالشركة وخدماتها السياحية فقط، وأن معظم الشركات تعتمد بشكل أساسي على البريد الالكتروني في تعاملاتها مع الوكلاء السياحيين ومنظمي البرامج السياحية بالخارج، وليس على موقع الشركة. ورأت الدراسة أن معظم الشركات السياحية المصرية لا يوجد لديها الوعي الكافي بأبعاد تطبيقات التجارة الالكترونية، ويشمل ذلك عدم اهتمام العديد منها بالربط بين الموقع الالكتروني وبين نظم العمل

الداخلية فيها، وعدم اهتمامها بتأمين مواقعها على شبكة الانترنت بدعوى عدم إتمام معاملات بيعية من خلاله، وعدم إيجاد وسيلة تمكنها من معرفة عدد زوار الموقع بوصفه معيار من معايير تقييم نجاح أى موقع الكترونى. أضف إلى ذلك عدم إدراج عناوين المواقع الالكترونية لهذه الشركات على المواقع الالكترونية السياحية ذات معدلات التردد العالى كهيئة تنشيط السياحة وغيرها [23].

٤- المواقع الالكترونية السياحية القائمة:

من مطالعة المواقع الالكترونية السياحية فى مصر، اتضح للباحث أنه لا يوجد حصر دقيق بعناوينها الالكترونية، أو بتتبعاتها المختلفة. فعلى سبيل المثال أورد موقع الهيئة العامة للاستعلامات فى الجزء الخاص بالسياحة فى مصر حصراً بـ ٢٣ موقعاً ذا صلة بالحركة السياحية مثل مواقع وزارة السياحة المصرية، وهيئة تنشيط السياحة، والهيئة العامة للتنمية السياحية المصرية، وموقع المكاتب السياحية المصرية فى الولايات المتحدة، والاتحاد المصرى للغرف السياحية، وغرفة شركات ووكالات السفر والسياحة المصرية، وبوابة التراث المصرى، ودليل السياحة فى مصر، ودليل مصر السياحى، ومركز القاهرة الدولى للمؤتمرات والمعارض، والهيئة العامة لشئون المعارض والأسواق الدولية، والصوت والضوء، ومطار القاهرة الدولى، وشركة مصر للطيران، والقرية الفرعونية، والفنادق ووسائل الترفيه بالقاهرة، وأهم الخدمات الموجودة فى أحياء القاهرة، ومناطق الغوص فى سيناء، ومناطق الغوص بالبحر الأحمر، ودليل السفريات، ومصر أرض الفراعنة، وملتقى الحضارات على أرض مصر، والمتحف المصرى [24].

على حين أورد موقع الحزب الوطنى الديمقراطى - الحزب الحاكم فى مصر - عرضاً لـ ١٣ موقعاً سياحياً يتوزعون بين المواقع القومية كموقعى وزارة السياحة و ملتقى الحضارات على أرض مصر، ومواقع ثقافية كمكتبة الإسكندرية وآثار القاهرة الإسلامية وعدد من المتاحف كالمتحف المصرى والمتحف القبطى والمتحف اليونانى الرومانى، ومواقع جمعيات رجال أعمال كموقع مجتمع السياحة المصرية [25].

وبالتحليل العام لهذه المواقع، يتضح ما يلى:

• عدم تحديث البيان الخاص بالموقع الالكترونى لوزارة السياحة على موقع مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار بمجلس الوزراء، حيث ذكر الموقع أنه <http://www.egypt.travel/index.php>، وهو موقع هيئة التنشيط السياحى [26]. واحتلالها ترتيباً متأخراً على شبكة الانترنت، حيث احتلت المرتبة رقم 12.700.361 من حيث معدل المرور وفقاً لما ورد على موقع Alexa الدولى <http://www.alexa.com> يوم ٣٠ مارس ٢٠٠٨ (يزداد عدد زائرى الموقع حين يقل معدل المرور به). ولاحظ الباحث أكثر من مرة ولاحظ الباحث أكثر من مرة وجود مشاكل فنية فى فتح رابط موقع وزارة السياحة على الانترنت كما ورد عنوانه على موقع الهيئة العامة للاستعلامات وهو <http://www.visitegypt.gov.eg/>.

• أن اللغة المستخدمة فى غالبية هذه المواقع هى اللغة الإنجليزية باستثناء موقع هيئة تنشيط السياحة والمصمم بأكثر من لغة كالفرنسية والأسبانية والإيطالية والصينية.

أنه لا يوجد سوى موقعين الكترونيين سياحيين فقط من ضمن أفضل مائة ألف موقع الكتروني على مستوى العالم، وهما موقعي دليل السياحة في مصر Tour Egypt ، وموقع هيئة تنشيط السياحة، وذلك وفقاً لمعدل المرور Traffic Rank على موقع Alexa الدولي يوم ٣٠ مارس ٢٠٠٨. وكان ترتيب أهم ثلاث مواقع سياحية في مصر كما يلي:

٧ حصل موقع دليل السياحة في مصر Tour Egypt على ترتيب ٣٩,٦٨٦ من حيث معدل المرور خلال آخر ثلاث شهور. وكان أغلب زوار الموقع من الولايات المتحدة الأمريكية (١٩%)، والمملكة المتحدة (٧,١%)، وكندا (٣,٩%)، وأستراليا (٢,٥%).

٧ حصل موقع هيئة تنشيط السياحة على ترتيب ١٠٧,٣٣٥ من حيث معدل المرور خلال آخر ثلاث شهور وبزيادة قدرها ٣١% عن الثلاثة شهور السابقة. واحتلت فرنسا المرتبة الأولى من حيث زوار الموقع (٤٢,٥%)، ثم كندا (٩,٥%)، وتلاهما بلجيكا (٦,٢%)، وهولندا (٦,١%).

٧ جاء ترتيب موقع دليل مصر السياحي متأخراً من حيث معدل المرور خلال آخر ثلاث شهور حيث حصل على ترتيب ٥٤٣,٠٨٠، وبذلك لم يدرج ضمن أفضل مائة ألف موقع على مستوى العالم.

٧ قيام موقع هيئة تنشيط السياحة بإتاحة خدمة تصميم البرنامج السياحي للزائر على الموقع، وذلك من خلال ثلاثة مراحل تشمل ما قبل السفر، وخدمات الإقامة في مصر من خلال بيان مستويات الفنادق المختلفة من خلال رابط غرفة المنشآت الفندقية، ومرحلة الزيارة نفسها والتي يحتاج فيها السائح لخدمات النقل والمواصلات وأهم أرقام التليفونات التي قد يحتاج إليها والأشياء المحببة للمصريين وما لا يجب أن يفعله. كما يقدم الموقع خدمات موازية مثل أهم الجمل التي يستعملها السائح أثناء زيارته كإعطاء عنوان الفندق للتاكسي وكيفية محاسبته [27].

٥- التطور في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات

يرتبط بالمواقع الالكترونية القائمة متغير آخر غير مباشر هو وضع بنية الاتصالات والمعلومات. ومن البيانات المتاحة من الكتب السنوية لوزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات عن الفترة من أكتوبر ١٩٩٩ حتى ديسمبر ٢٠٠٤ يتضح حدوث تحسن في جميع المؤشرات حيث زادت الطاقة الكلية للخطوط التليفونية من ٦,٤ مليون خط عام ١٩٩٩ إلى ١٢ مليون خط عام ٢٠٠٤، وزاد عدد مشتركى التليفون المحمول من ٤,٩ مليون شخص إلى ٩,٥ مليون شخص في ديسمبر 2004. كما زاد عدد أكشاك التليفون العام من ١٣,٣٠٥ تليفون عام ١٩٩٩ إلى 52670 تليفون عام في ديسمبر ٢٠٠٤، وتضاعف عدد مستخدمي الانترنت ١٣ مرة من 300 ألف عام ١٩٩٩ إلى ٤,٣ مليون مستخدم في أبريل ٢٠٠٥، وأصبح اشتراك الانترنت مجاني بدلاً من رسم قدره ١٠٠ جنيه شهرياً عام ١٩٩٩. وأيضاً زاد عدد شركات تكنولوجيا المعلومات والعاملين فيها من ١٠,٢٥٦ شخصاً يعملون في 266 شركة في أكتوبر ١٩٩٩ إلى ٣٦,٥٦٨ شخصاً يعملون في ١٣٧٤ شركة في ديسمبر 2004. [28]

وتعطى هذه المؤشرات اتجاهاً إيجابياً لتحسن وضع بنية الاتصالات والمعلومات لارتباطها المباشر بمجال السياحة الالكترونية سواء في مجال عمل الشركات السياحية الداخلية التي تعتمد على الانترنت في عملها، أو حتى للسائحين الذين يستخدمون هذه البنية أثناء فترات إقامتهم في مصر. ولكن هذه المؤشرات في حاجة إلى تحسين، وخاصة في نسبة مستخدمي الانترنت إلى إجمالي عدد السكان، والتي لا تزيد عن ٣٩ لكل ١٠٠٠ مواطن، وفي نسبة عدد أجهزة الحاسب الآلى الشخصي التي لا تزيد عن ٥٧ لكل ١٠٠٠ مواطن، ناهيك عن وجود قدر كبير من الأمية الالكترونية وعدم قدرة العديد من المواطنين على التعامل مع التقنيات الحديثة ولاسيما في الجهاز الوظيفي في الدولة الذي لا يبلغ معدل الحاسبات الشخصية مقارنة بعدد العاملين فيه جهاز واحد لكل ١٦ موظف [29].

ثالثاً: السند التشريعي المنظم للسياحة الالكترونية:

لا يوجد في مصر قانون لتنظيم التجارة الالكترونية والمعاملات الالكترونية على غرار القوانين الموجودة في العديد من الدول العربية مثل القانون رقم ٢ لسنة ٢٠٠٢ بشأن المعاملات والتجارة الالكترونية في الإمارات . وإن كان المشرع المصري قد أصدر في عام ٢٠٠٤ القانون رقم ١٥ الخاص بتنظيم التوقيع الالكتروني وإنشاء هيئة تنمية صناعة تكنولوجيا المعلومات.

وقد حدد القانون في المادة الثالثة منه الأهداف التي تسعى هيئة تنمية صناعة تكنولوجيا المعلومات إلى تحقيقها فيما يلي:

- ١- تشجيع وتنمية صناعة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
- ٢- نقل التكنولوجيا المتقدمة للمعلومات وتحقيق الاستفادة منها.
- ٣- زيادة فرص تصدير خدمات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات ومنتجاتها.
- ٤- الإسهام في تطوير وتنمية الجهات العاملة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
- ٥- توجيه وتشجيع وتنمية الاستثمار في صناعة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
- ٦- رعاية المصالح المشتركة لأنشطة تكنولوجيا المعلومات.
- ٧- دعم البحوث والدراسات في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتشجيع الاستفادة بنتائجها.
- ٨- تشجيع ودعم المشروعات الصغيرة والمتوسطة في مجال استخدام وتوظيف آليات المعاملات الإلكترونية.
- ٩- تنظيم نشاط خدمات التوقيع الإلكتروني وغيرها من الأنشطة في مجال المعاملات الإلكترونية وصناعة تكنولوجيا المعلومات.

وأعطى القانون للهيئة في مجال مباشرة عملها الاختصاصات التالية:

- ١- إصدار وتجديد التراخيص اللازمة لمزاولة أنشطة خدمات التوقيع الإلكتروني وغيرها من الأنشطة في مجال المعاملات الإلكترونية وصناعة تكنولوجيا المعلومات.

- ٢- تحديد معايير منظومة التوقيع الالكتروني بما يؤدي إلى ضبط مواصفاتها الفنية.
- ٣- تلقي الشكاوى المتعلقة بأنشطة التوقيع الالكتروني والمعاملات الالكترونية وتكنولوجيا المعلومات واتخاذ ما يلزم في شأنها.
- ٤- تقييم الجهات العاملة في مجال أنشطة تكنولوجيا المعلومات وتحديد مستوياتها الفنية بحسب نتائج هذا التقييم.
- ٥- تقديم المشورة الفنية بشأن المنازعات التي تنشأ بين الأطراف المعنية بأنشطة التوقيع الالكتروني والمعاملات الالكترونية وتكنولوجيا المعلومات.
- ٦- تقديم المشورة الفنية إلى الجهات العاملة في أنشطة تكنولوجيا المعلومات ، وتدريب العاملين فيها.
- ٧- إقامة المعارض والمؤتمرات والندوات المتخصصة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات داخليا وخارجيا.
- ٨- إنشاء الشركات التي تساعد في تنمية صناعة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أو المساهمة فيها.

وتخدم هذه الاختصاصات مجال عمل السياحة الالكترونية، ولاسيما في البندين (د) و (و) والذان يمكن من خلالهما تقديم المشورة الفنية اللازمة إلى وزارة السياحة بشأن رفع كفاءة الشركات السياحية العاملة في مجال السياحة الإلكترونية أو تلك التي لا تمتلك الدعم الفني لإنشاء المواقع الالكترونية وتأمينها واستخدامها في المعاملات التجارية.

فضلاً عن ذلك فقد تضمن القانون ١٣ مادة من ضمن مواد البالغ عددها ٣٠ مادة للحد من التوقيع الالكتروني، والضوابط المنظمة له، والعقوبات المرتبطة به. فأكدت المادة ١٥ من القانون على أن للكتابة الالكترونية والمحركات الالكترونية، في نطاق المعاملات المدنية والتجارية والإدارية، ذات الحجية المقررة للكتابة والمحركات الرسمية والعرفية في أحكام قانون الإثبات في المواد المدنية والتجارية. وأضافت المادة ١٦ بأن الصورة المنسوخة على الورق من المحرر الالكتروني الرسمي حجة على الكافة بالقدر الذي تكون فيها مطابقة لأصل هذا المحرر، وذلك مادام المحرر الالكتروني الرسمي والتوقيع الالكتروني موجودين على الدعامة الالكترونية.

وكفلت المادة ٢١ ممن القانون السرية لبيانات التوقيع الالكتروني والوسائط الالكترونية والمعلومات التي تقدم إلى الجهة المرخص لها بإصدار شهادات التصديق الالكتروني. وحددت المادة ٢٣ العقوبات المرتبطة بإصدار شهادة تصديق الكتروني دون الحصول على ترخيص بمزاولة النشاط من الهيئة، أو إتلاف أو عيب أي توقيع أو وسيط أو محرر الكتروني وغيرها من الجرائم المتعلقة باستخدام التوقيع الالكتروني.

وبهذا يكون المشرع المصري قد قطع أولى خطوات تيسير عملية السياحة الالكترونية باعتبار أن التوقيع الإلكتروني أصبح الأساس في الكثير من المعاملات المصرفية الإلكترونية وله دوره الفاعل في السياحة الإلكترونية وحجز تذاكر السفر وغيرها من التعاقدات السياحية.

وبمقارنة الإطار التشريعي المنظم للتجارة الإلكترونية في مصر ومقارنته بالوضع في دولة الإمارات على سبيل المثال، فإننا نجد تقدماً كبيراً من جانب الأخيرة في مجال البنية التشريعية المنظمة للتجارة الإلكترونية والسياحة الإلكترونية. فقد سنت الإمارات عدة قوانين خلال العقد المنصرم بهدف تعزيز بيئة آمنة للأعمال والمستثمرين. ففي عام ١٩٩٢، أقرت الحكومة الاتحادية للإمارات ٣ قوانين هي: قانون حقوق الملكية الفكرية وحقوق النشر، وقانون العلامة التجارية، وقانون براءة الاختراع. وقد جعلت هذه المكونات التشريعية الثلاث من الإمارات بلداً خالياً عموماً من بيع البرمجيات المقرصنة. وصدر في عام ٢٠٠١ قانون خاص باستخدام الحواسيب في الإجراءات الجنائية. ووفقاً لهذا القانون، فإنه ستكون الوثائق الموقعة إلكترونياً مقبولة كأدلة في التحقيق الجنائي. وقطعت الإمارات خطوة كبيرة في تنظيم البيئة القانونية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية بإصدار القانون رقم ٢ لسنة ٢٠٠٢ بشأن المعاملات والتجارة الإلكترونية والذي جاء في ٣٩ مادة وقسم إلى ثمانية فصول.

وحرص المشرع في هذا القانون على وضع أهداف تكفل ثقة الأفراد في التعامل الإلكتروني وإزالة أي عوائق من شأنها الحد من المعاملات الإلكترونية، وإرساء مبادئ موحدة للقواعد واللوائح الخاصة بالمراسلات الإلكترونية بوصفها الطريق الأولى والأساسي في المعاملات الإلكترونية. وحددت المادة الخامسة من القانون مجالات تطبيقه بالنص على سريانه على السجلات والتوقيعات الإلكترونية ذات العلاقة بالمعاملات والتجارة الإلكترونية باستثناء المعاملات والأمور المتعلقة بالأحوال الشخصية كالزواج والطلاق والوصايا، وسندات ملكية الأموال غير المنقولة، و السندات القابلة للتداول، و المعاملات التي تتعلق ببيع وشراء الأموال غير المنقولة والتصرف فيها وتأجيرها لمدد تزيد على عشر سنوات وتسجيل أية حقوق أخرى متعلقة بها. ويتضح من هذه المادة خضوع جميع المعاملات السياحية الإلكترونية بكافة صورها وأشكالها لأحكام هذا القانون. ونصت المادة السابعة على أن الرسالة الإلكترونية لا تفقد أثرها القانوني أو قابليتها للتنفيذ لمجرد أنها جاءت في شكل إلكتروني، كذلك لا تفقد المعلومات التي تشير إليها الرسالة الإلكترونية دون تفصيل أثرها القانوني أو قابليتها للتنفيذ، متى كان الإطلاع على تفاصيل تلك المعلومات متاحاً ضمن النظام الإلكتروني الخاص بمرسلها، وتمت الإشارة إلى كيفية الإطلاع عليها. ويحقق هذا النص العام مصداقية للتعامل عبر الإنترنت في المجال السياحي الذي يقوم على السرعة والثقة المتبادلة في شركة السياحة والسائح في ذات الوقت. كما تضمن القانون النص على تعريف محدد للتوقيع الإلكتروني وضع نهاية للعديد من الخلافات الفقهية حول صحة وقانونية التوقيع الإلكتروني بوصفه طريق من طرق الإثبات، وحدد شروط صحته.

غير أن ذلك التأخر في إصدار قانون التجارة الإلكترونية في مصر وانعكاس ذلك على مجال السياحة الإلكترونية، لا يعني عدم وجود تشريعات قانونية على مستوى عال من الجودة خاصة بمجال السياحة في مصر، ومنها القانون رقم ٨٥ لسنة 1968 بإنشاء غرف سياحية وتنظيم اتحاد لها، والقانون رقم ١ لسنة ١٩٧٣ في شأن المنشآت الفندقية والسياحية، والقانون رقم ٣٨ لسنة ١٩٧٧ بتنظيم الشركات السياحية وتعديلاته، والقانون رقم ١٢١ لسنة ١٩٨٣ في شأن المرشدين السياحيين ونقابتهم، والقانون رقم ١ لسنة ١٩٩٢ في شأن

محال بيع العاديات والسلع السياحية والمعدل بالقانون رقم ١٦ لسنة ٢٠٠٤. وتوفر هذه المنظومة القانونية الإطار العام لتنظيم السياحة في مصر [30].

الفصل الثالث

طرق الاستفادة من الجهود الدولية والعربية

فى مجال تنظيم السياحة الإلكترونية

يعرض هذا الفصل لأبرز الجهود المبذولة على المستويين الدولي والإقليمي لتنظيم عمل السياحة الإلكترونية. كما يعرض لتجربتي الإمارات وتونس فى مجال تشجيع المشروعات الصغيرة المرتبطة بالتجارة الإلكترونية وتطبيقاتها فى مجال السياحة.

أولاً: الخبرات الدولية

١- مبادرة الأونكتاد للسياحة الإلكترونية

طرح مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية فى دورته الحادية عشرة المنعقدة فى مدينة ساو باولو بالبرازيل خلال الفترة ١٣-١٨ يونيو ٢٠٠٤ مبادرة خاصة بالسياحة الإلكترونية. وهدفت المبادرة إلى تزويد البلدان النامية بالوسائل التقنية اللازمة لترويج خدماتها السياحية وتسويقها وبيعها عبر الانترنت واستحداث منتجات سياحية جديدة، وذلك بهدف "تيسير تطوير قطاعها السياحي على نحو فعال باستخدام أدوات تستند إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات [31]". وأوضح المؤتمر أن ذلك يتم من خلال الشراكة مع الدول الأعضاء فى المؤتمر والمنظمة العالمية للسياحة واليونسكو وسلطات السياحة الوطنية والجامعات.

وحددت المبادرة المستفيدين من المبادرة التى يستمر إطارها الزمنى لمدة أربعة سنوات فى أصحاب المصلحة فى صناعة السياحة المحلية فى البلدان النامية والمنظمات الإقليمية المعنية مثل المشاريع الصغيرة والمتوسطة الحجم كالفنادق والنقل والحرف اليدوية، ومجالس الدوائر السياحية الوطنية، ومنظمات تسويق الوجهات وغيرها من مقدمى الخدمات.

وتوفر الأونكتاد مع شركائها من خلال هذه المبادرة إسهامات عينية تغطى تطوير قاعدة نموذجية للانترنت تستخدم فى مجال السياحة الإلكترونية. وتشمل هذه القاعدة معلومات عامة عن الدولة، وبيانات تفصيلية عن الخدمات السياحية التى تقدمها، وعن المنتجات اليدوية السياحية المنتجة فيها، وكذلك روابط بالمواقع الإلكترونية لأبرز الشركاء السياحيين ومصادر المعلومات على شبكة الانترنت. كما وفرت الأونكتاد تمويل قدره ١,٥ مليون دولار لهذا المشروع تستفيد منه خمسة دول خلال فترة المشروع [32].

٢- الاتحاد الدولي للسياحة الإلكترونية: [33]

تم افتتاح أول موقع للإتحاد الدولي للسياحة الإلكترونية لأول مرة في الشرق الأوسط بشراكة سعودية - فرنسية - إسبانية - إيطالية ومصرية، وبرعاية العديد من منظمات السياحة العالمية. وقد اختيرت مصر لتكون مقراً رئيسياً للإتحاد.

ويهدف الإتحاد إلى تنظيم عمل السياحة و السفر عبر الإنترنت، وتقديم أحدث و أفضل الاستشارات في هذا المجال، وإتاحة فرص تبادل الخبرات بين الأعضاء من خلال إصدار مجلة ربع سنوية بعدة لغات، وتنظيم رحلات تسويقية وتعليمية لأعضاء الإتحاد، وإيجاد حلول علمية لمشاكل صناعة السياحة الإلكترونية من خلال إنشاء دليل عالمي موحد يضمن معلومات رسمية لكل ما هو متعلق بصناعة السياحة يتم من خلاله خلق مكان للمنافسة العادلة بين الأعضاء لضمان زيادة حجم المبيعات السياحية عبر الإنترنت و توفير الأموال المنفقة على العروض السياحية و البرامج التسويقية.

ويسمح الموقع بتسويق منتجات الأعضاء على موقع الإتحاد مما قد يحمي العاملين من الدخلاء والقراصنة، ويتيح الإتحاد خدمة تصميم المواقع على يد محترفين دوليين، وخدمة ترقية المواقع على مواقع البحث SEO وكتابة محتوى المواقع و التي يقوم بها محترفون متخصصون من جنسيات مختلف.

ثانياً: الخبرة العربية

١- على المستوى الجماعي:

لم تكن الدول العربية بعيدة عن التطورات في مجال السياحة الإلكترونية، حيث قررت الدورة السادسة للمجلس الوزاري العربي للسياحة، المنعقدة خلال شهر مايو ٢٠٠٣م بناءً على اقتراح من المملكة العربية السعودية، تشكيل فريق عمل برئاسة المملكة، وعضوية المملكة الأردنية الهاشمية، ودولة الإمارات العربية المتحدة، ودولة قطر، ودولة الكويت لوضع تصور مفصل حول موضوع السياحة الإلكترونية في الدول العربية. واشتمل التصور المقدم على خمسة فصول متضمناً مفاهيم أساسية عن السياحة الإلكترونية، وأهميتها وتطورها، ووضعها الحالي في الدول العربية مع الإشارة إلى تجارب بعض الدول العربية في هذا المجال. كما قدم التصور المحاور الرئيسية في استراتيجية تطبيق السياحة الإلكترونية في الدول العربية متضمناً معوقات التطبيق، وسبل علاجها. ووافق المجلس الوزاري العربي للسياحة في دورته السابعة عام ٢٠٠٤م، على التصور المقدم، ودعا الدول العربية إلى اعتماد نتائجه والعمل على تنفيذ توصياته[34].

وأوصت هذه الدراسة بتفعيل السياحة الإلكترونية عبر ثلاث مراحل، الأولى ربط إدارات السياحة الوطنية العربية إلكترونياً، والتنسيق فيما بينها بشأن عرض المعلومات وإحالة الزائر إلكترونياً إلى الشركات السياحية التي تعتمد السياحة الإلكترونية كأسلوب تسويقي لعروضها السياحية. وتتمثل المرحلة الثانية في إيجاد البنية التي تمكن المؤسسات السياحية من إتمام الصفقات التجارية وتسوية المبالغ المالية المترتبة عليها، فضلاً عن تمكين السائح من شراء العروض ودفع قيمتها إلكترونياً. ويتم في المرحلة الأخيرة تطبيق السياحة الإلكترونية المتكاملة حيث يتمكن القطاع السياحي بأكمله من الاستفادة من خدمات التجارة الإلكترونية في مجال السياحة وإنهاء

المعاملات المالية إلكترونياً والتنسيق فيما بينهم، علاوة على ربط السياحة الإلكترونية مع بقية الأنشطة التجارية والاقتصادية في البلدان العربية المختلفة.

٢- على مستوى الدول:

يوضح الجدول التالي الترتيب العام لمصر مقارنة بالدول العربية ودولتي إسرائيل وتركيا الواردين في تقرير التنافسية السياحية العالمية لعام ٢٠٠٨، وكذلك ترتيب مصر مقارنة بتلك الدول فيما يتعلق بمؤشرات التشريعات القائمة، والبنية التحتية من مطارات وطرق وغيرها، وبنية تكنولوجيا المعلومات.

ويكشف عن تمتع تونس بأفضلية عن غيرها من الدول العربية والشرق الأوسطية فيما يتعلق بالإطار التشريعي المنظم للسياحة حيث جاءت في المرتبة رقم ٢٥، وتلاها إسرائيل (٣٢)، والأردن (٣٦)، وقطر (٤٣)، والإمارات (٤٤)، وتركيا (56)، ومصر (٥٨). وأن الإمارات تتمتع بأفضل بنية تحتية وبيئة أعمال ملائمة للسياحة حيث جاءت في المرتبة رقم (٢٥) تلاها البحرين (٢٨)، وقطر (٣٥)، وإسرائيل (٣٦). وأوضح التقرير أن إسرائيل تتمتع بأفضل بنية تقنية في المنطقة حيث احتلت المرتبة رقم (٢٢) تلاها الإمارات (٣٦)، فقطر (٤٠)، ثم البحرين (٤٣). كما تتمتع إسرائيل بأفضل عمالة بشرية في مجال السياحة بترتيب رقم (٢٠) ثم قطر (٢٣) وتونس (٢٨).

وفيما يلي عرضاً للتجربة الإماراتية في مجال السياحة الإلكترونية،

التجربة الإماراتية

ينبع تميز تجربة السياحة الإلكترونية في دولة الإمارات، وتحديدًا في مدينة دبي من تقدم مجال عمل الحكومة الإلكترونية فيها. ففي عام ٢٠٠٤، صنفت مدينة دبي ضمن أفضل عشر مدن رقمية في العالم عام ٢٠٠٤. وكانت هي المدينة العربية الوحيدة التي تم تصنيفها ضمن قائمة أفضل ٢٠ مدينة رقمية في العالم وفقاً لتقرير مركز دراسات الاقتصاد الرقمي " مدار " الذي يتخذ من دبي مقراً له. كما جاءت ضمن أفضل ١٠ مدن فقط في العالم نتيج خدمات دفع رسوم الخدمات الحكومية إلكترونياً، واحتلت المركز ١١ عالمياً في مجال توفير المعلومات الإلكترونية بمعدل ٨,٢٥ نقطة من ٢٠ مقارنة بالمتوسط العام البالغ ٤,٧٧ نقطة.

وتتميز بنية تكنولوجيا المعلومات بتقدم كبير فيها حيث اتخذت الحكومة الاتحادية في شهر فبراير ٢٠٠٢ قرار إنشاء منطقة تجارة حرة للتجارة الإلكترونية والتقنيات، وذلك إضافة إلى مدينة دبي للإنترنت، والتي افتتحت في نوفمبر ٢٠٠٠، وهي مركز متكامل لتقنيات المعلومات والاتصالات يقع داخل منطقة التجارة الحرة. وتستضيف المدينة حالياً أكثر من ٤٥٠ شركة باختصاصات مختلفة في صناعة المعلومات. وتشكل مدينة دبي للإنترنت أول مركز كامل للاتصالات وتقنيات المعلومات يُبنى داخل المنطقة الحرة. وفيها تُعفى الشركات من ضرائب الأرباح. كما تنعم الشركات في هذه المدينة بمعاملة خاصة لم تكن متاحة سابقاً لشركات المنطقة الحرة

فى الإمارات. ومن المزايا الرئيسية السماح بالملكية الأجنبية ١٠٠% للشركات دون الحاجة لكفيل محلي، والإعفاء الضريبي ١٠٠%، كما يمكن للشركات الحصول على إيجار أراضي لخمسين عاماً قابلة للتجديد.

وينبع الجانب الأخر من تميز التجربة الإماراتية فى وجود بنية تشريعية وقانونية متطورة ومواكبة للتقدم التقنى فى مجال الحكومة الالكترونية، والذى ظهر بوضوح فى القانون رقم ٢ لسنة ٢٠٠٢ بشأن المعاملات والتجارة الالكترونية- كما سبق الذكر. وفضلاً عن هذه الجوانب، فقد كان السبق لحكومة دى فى استحداث دبلوم للسياحة الالكترونية بالتعاون مع دائرة السياحة والتسويق التجارى يركز على تعزيز مفهوم الإبداع والابتكار لدى موظفي الدائرة وتطوير مهاراتهم فى مجال العلاقات مع العملاء والتواصل الاجتماعى مع الجمهور، وخاصة فى المجالات المتعلقة بالعمل السياحى[35].

آليات تطبيق نظام السياحة الإلكترونية فى مصر

بعد التعرض لمفهوم السياحة الإلكترونية والمتطلبات العامة لتطبيقه، وبيان وضع البنية التحتية والتقنية والتشريعية فى مصر، وتحليل لأبرز المواقع الالكترونية السياحية النشطة، يصبح من الضرورى استخلاص الدروس والنتائج التى يمكن من خلالها رسم الملامح الأولية لنموذج تطبيق السياحة الالكترونية فى بلدنا، سواء فيما يتعلق بإيجاد الإطار المؤسسى والقانونى المناسب للعمل، أو باقتراح بعض التغييرات التى يجب أن تطرأ على الوضع التشريعى المنظم للسياحة الالكترونية، أو ببيان بعض الإجراءات المساندة التى يجب أن يعيها جهد وتعاون دولى مع المنظمات العربية والدولية المعنية.

أولاً: الإطار التنظيمى والمؤسسى

من أجل زيادة الاهتمام بمجال السياحة الالكترونية سواء بين الوزارات المعنية بالحركة السياحية أو داخل وزارة السياحة نفسها، يلزم تكوين إطار تنظيمى ومؤسسى تكون له صفة الدوام والاستمرارية على الأقل خلال المراحل الأولى من إدخال نظم التجارة الالكترونية فى عمل الهيئات السياحية والوسطاء السياحيين المختلفين. وتتكون مجموعة العمل المقترحة مما يلى:

١- ممثلى الوزارات والهيئات الخدمية المرتبط عملها بالسياحة الالكترونية، مثل: وزارات النقل والطيران المدنى والثقافة والتعليم العالى والتنمية الإدارية، وهيئة الآثار وهيئة تنمية صناعة تكنولوجيا المعلومات.

٢- ممثلين عن القطاعات والأجهزة الرئيسية بالوزارة المعنية بالموضوع مثل قطاعى الشركات والتخطيط والبحوث والتدريب، ومركز المعلومات بالوزارة، وهيئة التنشيط السياحى، وغرفة شركات ووكالات السفر والسياحة (ETAA).

وتتلخص مهام هذه المجموعة فيما يلى:

١- وضع الأطر التنسيقية بين الوزارات والهيئات المعنية فيما يتعلق بإدخال تطبيقات التجارة الالكترونية فى سائر المعاملات السياحية.

٢- متابعة أحدث الأبحاث والدراسات العالمية المتعلقة بالسياحة الإلكترونية وباستخدامات التجارة الإلكترونية في المجالات المختلفة للعمل السياحي، وإتاحة ذلك للشركات السياحية والمشروعات السياحية بوجه خاص.

٣- إعداد قياسات للرأى عن استعداد الشركات ووكالات السفر والفنادق وغيرها من الوسطاء السياحيين لتطبيق السياحة الإلكترونية، والمعوقات المادية والبشرية والفنية التى تواجهها، والإجراءات المقترحة لتلافيها ودور أجهزة الدولة تجاهها.

٤- دراسة أنسب السبل لتقديم الدعم المادى والتقنى اللازم للشركات السياحية الصغيرة والفنادق المصرية التى تعجز عن مسايرة متطلبات السياحة الإلكترونية نتيجة لأسباب مادية أو لنقص الخبرة المطلوبة. وقد يشمل ذلك تزويد تلك الشركات بالأجهزة والأنظمة والبرمجيات اللازمة لتطبيق التجارة الإلكترونية، وتدريب العاملين فيها على كيفية التعامل معها.

٥- دراسة الآثار السلبية المستقبلية للتوسع فى استخدام السياحة الإلكترونية، والتى سوف تؤدى إلى تغير فى هيكل قطاع السياحة التقليدى، من حيث تقليل الفوائد العائدة على الوسطاء التقليديين مثل مشغلى الرحلات، ووكلاء السفر والسياحة، وشبكات الحجز والتوزيع الدولية والذين يقومون بدور أساسى فى الربط بين مزودى الخدمات السياحية كالفنادق، والمطاعم، ولخطوط الجوية، ومراكز الجذب السياحي وتسويقها فى شكل حزم سياحية متكاملة للسائحين.

وترفع هذه المجموعة تقارير عن نتائج عملها إلى الوزير لدراسة أنسب السبل للاستفادة من من نتائج أعمالها.

ثانياً: السند القانوني والتشريعي

١- أهمية قيام المشرع المصرى بإصدار قانون للتجارة الإلكترونية ينظم المعاملات الإلكترونية المتزايدة فى الفترة الأخيرة، وأن ينص فى هذا القانون على نصوص تشريعية خاصة بالنشاط السياحي بصفة عامة والسياحة الإلكترونية بصفة خاصة أو على الأقل تتيح نصوصه الفرصة الكاملة لعمل الفاعلين السياحيين.

٢- دراسة التشريعات الخاصة بالسياحة فى مصر، ومدى توافقها مع المتطلبات الخاصة بتنظيم السياحة الإلكترونية، وخاصة فى مجال عمل الشركات السياحية.

ثالثاً: الإجراءات المساعدة:-

وتشمل هذه الإجراءات ما يلى:

١- إتباع سياسات مشجعة لاستخدام تطبيقات الانترنت فى المعاملات السياحية من خلال قيام شركة مصر للطيران وشركات الطيران الأجنبية العاملة فى مصر بإعطاء تخفيضات على أسعار التذاكر لخطوط السير المختلفة التى يتم شرائها عبر الانترنت، أو منح العملاء الذين يقومون بإجراء الحجوزات الخاصة بهم مباشرة عن

طريق الانترنت عدد إضافي من الأميال مجاناً، أو منح تذاكر مجانية لعدد معين يتم شرائه من قبل العميل من على الشبكة الالكترونية.

٢- العمل على رفع كفاءة المواقع السياحية الموجودة بحيث يدخل معظمها ضمن أفضل مائة ألف موقع على مستوى العالم. ويراعى فى ذلك المعايير المتفق عليها عالمياً فى تصميم المواقع الالكترونية ومحتواها، وهى:

• التركيز على الهدف الرئيسي للموقع الإلكتروني، وإيلاء مزيد من الاهتمام للتخصص فى مجال تقديم الخدمات السياحية سواء لشرائح معينة من السائحين أو فى مجال نمط سياحى معين.

• التواصل مع جمهور المستهلكين مع مراعاة اختلاف الأذواق ومستويات الدخول والفئات العمرية لهؤلاء المستهلكين وما يترتب على ذلك من اختلاف فى الطلبات السياحية. ويتم ذلك بإتاحة خاصية قيام العميل بتفصيل البرنامج السياحى وفقاً لمتطلباته واحتياجاته الشخصية من خلال عرض كم كبير من البدائل المتاحة.

• مراعاة تصميم الموقع بأكثر من لغة تضمن تحقيق أكبر قدر من الانتشار. ويمكن التركيز على اللغات الأكثر استخداماً فى الدول العشرة الأكثر تصديراً للسياحة إلى مصر، والتي تمثلت فى عام ٢٠٠٧ فى دول روسيا (1.516 ألف زائر)، ألمانيا (1.08 ألف زائر)، المملكة المتحدة (1.05 ألف زائر)، إيطاليا (٩٨٣ ألف زائر)، فرنسا (464 ألف زائر)، ليبيا (439 ألف زائر)، السعودية (412 ألف زائر)، أوكرانيا (٣٥٨ ألف زائر)، بولندا (٣٣٥ ألف زائر)، الولايات المتحدة الأمريكية (٢٧٢ ألف زائر [39]).

• توفير البيانات السياحية الحقيقية بصورة مرتبة وواضحة للمتصفح عبر الإنترنت، وتأمينها بما يضمن سلامة المعاملات والبيانات التى قد يتم تداولها من خلال هذه المواقع.

• التنسيق مع المواقع الإلكترونية الخاصة بمختلف المشاركين فى تلك الصناعة والربط الإلكتروني بين تلك المواقع.

تبادل المعلومات السياحية على مستوى دولى.

* إقامة مجموعات الكترونية باللغة الإنجليزية على شبكة الفيس بوك Facebook بهدف استهداف شرائح جديدة من الشباب العربى والأجنبى، وتعريفه بأهم أوجه التميز السياحى لمصر وكيفية تنظيم رحلات سياحية بأسعار مناسبة إلى مصر تراعى الاختلاف فى الأولويات والأسعار.

* إرسال نشرة شهرية بأهم التطورات فى المجال السياحى (العروض السياحية المقدمة من الشركات - أسعار الفنادق - المنشآت الجديدة الجاذبة وصورها - خدمات الطيران - بعض المقالات والحوارات مع المسؤولين وصناع القرار فى المجال السياحى) عبر البريد الإلكتروني إلى الجهات والشركات والأفراد المشتركين بالخدمة. ويستلزم ذلك تكليف سفارتنا ومكاتبنا السياحية فى الخارج بالحصول على أكبر عدد من قوائم البريد الإلكتروني التى توفرها الشركات المتخصصة فى ذلك، والمصنفة حسب الشريحة العمرية أو المهنة أو المكان الجغرافى.

* التنسيق مع وزارة التعليم العالى حول إدخال منهج "السياحة الإلكترونية وتطبيقاتها" ضمن مناهج كليات السياحة والفنادق والتجارة فى الجامعات المصرية. ويشمل ذلك مستوى الطلاب والخريجين فى مرحلة الدراسات العليا.

* توفير الخدمات الإلكترونية المصرفية وتكامل هذه الخدمات مع بيئة قانونية وبرمجية آمنة لهذه المصارف العاملة فى مجال السياحة الإلكترونية لتتمكن من تزويد هذه الخدمات للسائحين والقيام بكل المعاملات المصرفية فى مجال السياحة الإلكترونية.

* ضرورة الاهتمام بنشر الوعى القانونى أثناء تدريب الكوادر العاملة فى مجال السياحة.

رابعاً: أهمية دور الجهود التعاونية والدولية.

تحتاج صناعة السياحة إلى تعاون دولى فلا يكفى توافر المقومات الأساسية لها بدولة ما أو توافر المكونات التكنولوجية لها لتظهر السياحة الإلكترونية. وتتمثل أهم جهود التعاون الدولى فى التعاون مع المنظمات الدولية المعنية بقطاع السياحة مثل منظمة التجارة العالمية، ومؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، ومنظمة السياحة العالمية والاتحاد الدولى للسياحة الإلكترونية للاستفادة من الدعم المادى والتقنى الذى تقدمه، ولمحاولة توجيه توصيات هذه المنظمات إلى الدول المتقدمة حتى يكون هناك التزام على عاتقها بالمساعدة فى تنفيذ تلك التوصيات، ودعم الدول النامية بالخبرة والتدريب الكافيين للعمل فى مجال السياحة الإلكترونية.

ويتمتع هذا التعاون ليشمل الاستفادة من الدراسات والجهود البينية العربية فى مجال العمل، ومحاولة التنسيق مع الدول العربية بشأن تنفيذ مقررات دراسة "السياحة الإلكترونية فى الدول العربية" والتى اعتمدها المجلس الوزارى العربى السياحى فى دورته السابعة يونيو ٢٠٠٤، وذلك من خلال تأسيس لجنة تنسيقية تضم كافة الأطراف العربية المعنية بالنشاط السياحى من القطاعين الخاص والعام من اجل دراسة المشاكل الفنية والقانونية والمؤسسية والإجرائية التى تعترض تطوير السياحة فى بلدان المنطقة العربية

ولا يقتصر التعاون الدولى على مجالى الدعم المادى والتقنى فقط، حيث يمكن استثمار اتفاقيات التعاون المبرمة مع الجهات الأكاديمية والمهنية الدولية فى مجال تدريب العاملين فى المجال السياحى على التقنيات الخاصة بالسياحة الإلكترونية. ومن هذه الاتفاقيات اتفاقية التعاون العلمى الاكاديمى بين الاتحاد المصرى للغرف السياحية المصرية وجامعة كورنيل الدولية للتعليم السياحى والفندقى، والتى بموجبها سيتم نقل الخبرة العلمية والمناهج الدراسية لجامعة كورنيل الى وحدة التدريب التابعة للاتحاد المصرى للغرف السياحية لتطوير وتنمية الأيدي العاملة بالقطاع السياحى والفندقى المصرى وإعداد كوادر مدربة على اعلى مستوى منهجى وعلمي.

الخاتمة

من خلال عرضنا السابق لموضوع بحثنا المتواضع يمكن لنا الخروج ببعض النتائج والتوصيات ويمكننا ايجازها فى ان السياحة اليوم أحد أهم القطاعات الاقتصادية والاجتماعية فى العالم والتي تلعب دوراً بارزاً فى تنمية وتطوير البلدان. وقد ازدادت أهميتها كصناعة وحرفة من خلال وسائل الإعلام كافة، خصوصاً بعد أن تم استحداث وزارات للسياحة فى معظم دول العالم وافتتاح

جامعات وكليات ومعاهد تقنية متخصصة بالسياحة والفندقة، وكذلك الانتشار الواسع للكتب والدراسات والبحوث العلمية التي تتعلق بالشؤون السياحية، ونعرض بإيجاز الدور الذي تقوم به السياحة في التنمية وكما يلي: -

أولاً: السياحة والتنمية الاقتصادية، ثانياً: السياحة والتنمية الاجتماعية،

تبرز السياحة في الدول المتطورة كرافد أساسي في التنمية الاقتصادية ولذلك نجد ضخامة الاستثمارات المختلفة في القطاع السياحي كما حدث في إيطاليا وأسبانيا واليونان والمكسيك، وغيرها من البلدان التي حققت تقدماً كبيراً في هذا المجال. ونوضح بإيجاز أهم المزايا التي تبين دور السياحة في التنمية الاقتصادية: -

■ تعتمد العديد من الدول على السياحة، كمصدر مهم من مصادر الدخل الوطني، واستطاعت هذه الدول الحصول على مدخولات سنوية كبيرة من القطاع السياحي كما يحدث في الولايات المتحدة وأسبانيا وإيطاليا واليونان والنمسا وسويسرا وفرنسا وإنجلترا وتركيا، وغيرها من بلدان العالم. إن الدخل السياحي له شأن كبير في اقتصاديات الدول السياحية. فهو يعزّز ميزان المدفوعات ويعتبر مصدراً كبيراً لتوفير فرص العمل للمواطنين مما يدعم مستواهم المعاشي والاجتماعي. ولأهمية السياحة فقد أصبحت ترتبط بالتنمية الاقتصادية ارتباطاً وثيقاً بعد أن كانت علماً مجرداً يدرس في الجامعات والمعاهد. وتعتبر السياحة أحد العناصر الأساسية للنشاط الاقتصادي في الدول السياحية، اهتمت بها المنظمات العالمية كالبنك الدولي ومنظمة اليونسكو التي أصبحت تنظر إلى السياحة كعامل أساسي ومهم للتقريب بين الثقافات.

■ وكمثال على أهمية السياحة في قطاع العمل، ووفقاً لتقارير (المجلس العالمي للسياحي والسفر (WTTC) فإن صناعة السياحة والسفر ساهمت في إيجاد أكثر من مليون فرصة عمل شهرياً بشكل مباشر أو غير مباشر في جميع أنحاء العالم خلال عام ١٩٧٧م. وقد تضاعفت فرص العمل في السنوات الأخيرة والتي توفرها صناعة السياحة والسفر في جميع أنحاء العالم.

■ تعتبر السياحة مصدراً مهماً من مصادر اكتساب العملات الأجنبية وذلك بما ينفقه السائح على السلع والخدمات من هذه العملات، ولا ينكر أن العملات الصعبة، خصوصاً في الدول النامية كمصر وتونس والمغرب، تمكن البلد من استيراد السلع والخدمات وتسند العملة المحلية ما يؤدي إلى التقليل من التضخم وغلء المعيشة.

■ يتجه العالم بخطى سريعة نحو توظيف التقنيات الحديثة في كل جزئيات العمل السياحي سواء في:

- إعداد ونشر المعلومات السياحية،- ترتيب وتنفيذ البرامج السياحية، إعداد وتأهيل الكوادر السياحية، تصميم وبناء المنشآت الفندقية والترفيهية للسائحين،السياحة والتنمية المستدامة

التنمية المستدامة هي التنمية الاقتصادية والاجتماعية المتجددة والقابلة للاستمرار دون الأضرار بنوعية الموارد الطبيعية التي تستخدم في الأنشطة البشرية وتعتمد عليها عملية التنمية.

وبذلك يعتبر القطاع السياحي أحد القطاعات الإضافية الناشطة إلى جانب القطاعات الاقتصادية الأخرى حيث يساعد على نمو البلد اقتصادياً واجتماعياً.

وتسعى العديد من الدول وخاصة الدول التي تهدف إلى تحقيق تنمية مستدامة إلى تطوير وتنشيط القطاع السياحي لما يُحدثه من تنمية اقتصادية واجتماعية. على أن سياسات السياحة لا تبنى فقط على اعتبارات اقتصادية وتكنولوجية، ولكن يجب أن يؤخذ بنظر الاعتبار أيضاً الحفاظ على البيئة واحتياجات السكان المضيفين عامة والذين يعملون في الحقل السياحي خاصة، إذ أن السياحة التي تستجيب لهذه الشروط هي السياحة البديلة أو السياحة المتوافقة والتواصل السياحي. وفي أواخر عام ١٩٩٧م دعت منظمة السياحة العالمية إلى عقد مؤتمر لوزراء السياحة لآسيا والباسيفيك عن السياحة والبيئة، وقد غطى المؤتمر بكثافة مواضيع فنية واسعة تتعلق بالسياحة المستدامة، وصدر عن المؤتمر بيان أوضح الاهتمام العالمي الرسمي بمبدأ الاستدامة. وأشار إلى أن هناك إحساس وإحاح لبذل الجهود لحماية البيئات الطبيعية في المقاصد السياحية.

إن الاهتمام بالسياحة ك باعث على التنمية المستدامة يعتبر مطلباً اقتصادياً مهماً لحفز الاستثمار في الأماكن السياحية الطبيعية والبيئية والثقافية، وتعد التوعية بأهمية تنمية السياحة وإدارتها على نحو كفوء أحد أهداف منظمة السياحة العالمية.

إن مبادئ الإدارة تؤكد على الجوانب الاقتصادية والثقافية والاجتماعية والبيئية لقطاع السياحة كمصدر مهم للدخل المتزايد باعتباره من الدعامات الأساسية في التنمية المستدامة للبلد.

لذلك يتوجب من أجل استمرار السياحة كمصدر مهم للدخل الالتزام بالفقرات أدناه:

■ تحسين نوعية الحياة للمجتمع المضيف.

■ حماية المراكز السياحية والطبيعية والبيئية داخل البلد.

■ احترام الموروث الثقافي للمجتمع والحفاظ على القيم والتقاليد والعادات والمساهمة في فهم العلاقات الثقافية والتسامح.

■ التأكيد على الخطط السياحية الطويلة الأمد مع توفير ما ينتج عنها من منافع اقتصادية وتوزيعها بصورة عادلة على الجهات المساهمة، ومنها توفير فرص العمل لتحسين دخل الفرد ومحاربة الفقر.

■ إن تطوير السياحة كمصدر دائم للدخل يتطلب ترسيخ المفاهيم السياحية والوعي بها عند الحكومة وعند المجتمع.

■ إن تأمين تطور القطاع السياحي هو عملية متواصلة وتحتاج إلى الإشراف والإدارة الدائمة الكفوءة من قبل كوادر متخصصة بالسياحة.

■ تقديم نوعية عالية من المعلومات والخبرات السياحية بالشكل المناسب للسياح والزوار.

التنمية السياحية

■ يعبر اصطلاح التنمية السياحية عن مختلف البرامج والخطط التي تهدف إلى تحقيق الزيادة المستمرة والمتوازنة في الموارد السياحية وتعميق وترشيد الإنتاجية في القطاع السياحي، وهي عملية مركبة ومتشعبة تضم عدة عناصر متصلة ببعضها ومتداخلة بعضها مع البعض تقوم على محاولة علمية وتطبيقية للوصول إلى الاستغلال الأمثل لعناصر الإنتاج السياحي، وربط ذلك بعناصر البيئة وتنمية مصادر الثروة البشرية للقيام بدورها في برامج التنمية.

■ تعني التطور والإضافات وتجميل المناطق أو المدن التي تصلح للتنمية السياحية من خلال تزويدها بالمرافق الأساسية العامة والمنشآت الإيوائية والخدمية والترويجية بالإضافة إلى الأعمال الهندسية المرتبطة بتنسيق الموقع مع الحفاظ المستمر على البيئة وإنشاء المحميات الطبيعية البرية والبحرية وتوفير الرقابة المستمرة للمقومات الطبيعية والسياحية، وأيضاً مراقبة المشروعات السياحية وتأثيرها على البيئة.

■ التنمية السياحية يقصد بها تنمية مكونات المنتج السياحي وبوجه خاص في إطاره الحضاري والطبيعي أو بمعنى آخر تنمية الموارد السياحية الطبيعية والحضارية ضمن مجموع الموارد السياحية المتاحة للدولة.

■ يمكن للجغرافيا أن تلعب دوراً مهماً في التنمية السياحية، حيث أن دراسة الموقع الأمثل لأي مشروع سياحي واختياره يجب أن يؤخذ بنظر الاعتبار كونه يعطي أكبر قدر من العائد بأقل التكاليف.

■ التنمية السياحية تعتبر ضرورة ملحة لأنها تساعد على خلق فرص أكثر للعمالة، وبالتالي تعمل على رفع مستوى المعيشة وتكون معيناً للوصول إلى ما يصبو إليه المجتمع من تقدم ورقي.

■ التنمية السياحية في أي بلد له مقومات سياحية تتيح له فرص كبيرة في زيادة الدخل الوطني وتحسين ميزان مدفوعاته وحسابه الجاري الدال على ثروته من العملات الصعبة.

■ هي صياغة الهدف الرئيسي لسياسة سياحة إنسانية واعية بالبيئة.

■ ضمان التكامل الأمثل للحاجيات السياحية لجميع السائحين من مختلف المستويات في إطار التنظيمات الفعالة وفي بيئة صالحة مع الأخذ بنظر الاعتبار مصالح السكان المحليين.

■ التنمية السياحية هي طريق المستقبل وهي مرحلة من مراحل تحقيق هدف أكبر هو تحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة.

نحو مفهوم جديد للتنمية السياحية

يستند هذا المفهوم الجديد على عدد من الركائز التالية:

■ التخطيط العلمي السليم.

■ الاستغلال الأمثل للموارد الطبيعية والبشرية.

■ احترام البيئة وحماية الموارد الطبيعية من الخراب والتلوث.

■ استيفاء كل مشروع سياحي مجموعة من الشروط البيئية – لتكون التنمية السياحية صديقة للبيئة – منها:

- قيام كل مشروع سياحي بتحديد وتقييم الأثر البيئي (إيجابي أم سلبي).

- وضع أصول وحلول لكيفية النهوض بالبيئة وحمايتها.

- وضع التصميمات المرتبطة بالبيئة والتي تعكس أصالتها.

■ الاستفادة من اقتصاديات الحجم الكبير، ويتم ذلك بتجميع المشروعات التي تنتمي إلى كل مركز أو (مجمع) سياحي جديد في إطار شركة يساهم فيها أصحاب المشروعات داخل المركز أو (المجمع) بحيث تكون الشركة مسؤولة عن:

- تنفيذ كافة المشروعات السياحية الأساسية الخاصة بالمركز والمرافق الملحقة بها.

- قيام المركز بإدارة وصيانة مشروعاته بصورة شاملة.

- توفير العمالة وتدريبها لصالح كافة مشروعات المركز.

- التسويق الخارجي للمركز ككل، وكذلك تسويق خدماته السياحية.

■ ويتم تحقيق الأهداف الاقتصادية والاجتماعية للتنمية السياحية من خلال:

- إيجاد مراكز حضارية جديدة.

- زيادة مساحة العمران.

- توفير فرص جيدة للعمالة والقضاء على البطالة.

- عدم إتاحة الفرصة للمستثمرين غير الجادين بالتجار في أراضي المناطق السياحية.

- توفير التوازن المطلوب بين حجم الإسكان السياحي والفندقي لتنشيط السياحة الواحدة الداخلية سويماً مع السياحة الخارجية.

المركز أو (المجمع) السياحي

هو مجموعة متكاملة من الأنشطة:السياحية، والثقافية، والتجارية، بالإضافة إلى منطقة إسكان العاملين ومنطقة الخدمات في تجمع عمراني متكامل وظيفياً.

- يرتكز المركز السياحي على مفهوم التنمية المتواصلة المستدامة والحفاظ على الموارد الطبيعية الجاذبة للسياحة وتنوع عناصر الجذب السياحي لتحقيق أفضل استخدام للعرض السياحي المتكامل.

إن من أهم محاور التطوير لتحقيق التنمية السياحية هي:

■ الارتقاء بجودة الخدمات السياحية باعتبارها معيار السبق والتميز في عالم اليوم والمستقبل.

■ التعاون بين كافة مؤسسات الدولة لتطوير النشاط السياحي والارتقاء به، ذلك أن قطاع السياحة له علاقة مباشرة (وغير مباشرة أيضاً) بجميع مؤسسات الدولة، ومن ثم لا بد من دراسة تأثير مؤسسات الدولة المختلفة على القطاع السياحي وكذلك لا بد من تحديد العلاقة بين جهات تقديم الخدمات وجهات الرقابة والإشراف.

■ العمل على رفع كفاءة العنصر البشري من خلال:

- التعليم: لا بد من تحديد مجالات الدراسة أولاً لتحقيق أهداف العملية التعليمية في المدارس والمعاهد السياحية والفندقية، ويجب على الدولة أن تقدم الدعم للمؤسسات العلمية المتخصصة في السياحة والفندقة وتطوير برامجها الدراسية والاستفادة من البرامج الدراسية العالمية المتقدمة.

- التدريب: لا بد أن يتم تحديد أهداف التدريب السياحي والفندقي الحالية والمستقبلية على أساس الاحتياجات الفعلية لمجمل القطاع السياحي مع توفير الكوادر الملائمة للعمل في قطاع السياحة بشكل يؤدي إلى رفع مستوى أداء الخدمات السياحية لمواجهة تنوع الطلب السياحي، وكذلك تطوير البرامج التدريبية باستمرار.

- الاهتمام بوعي المجتمع في مجال السياحة وذلك من أجل إيجاد صناعة سياحية راقية.

- الاستفادة من الإمكانيات الهائلة لشبكة المعلومات العالمية (الانترنت) في العمل على زيادة معدل نمو الاستثمار السياحي والفندقي.

المعوقات التي تعترض التنمية السياحية

تعترض التنمية السياحية عدد من المعوقات التي تؤخر وتقلص دورها في مجالات التنمية الاقتصادية والاجتماعية ومن أهم هذه المعوقات:

1- المعوقات الخاصة بالتخطيط السياحي:

وتتمثل في غياب النظام الجيد للمعلومات والإحصاء السياحي، فلا شك أن توفر المعلومات والبيانات الخاصة بمناطق الجذب السياحي أو المتعلقة بنشاط معين تعتبر أحد الأعمدة التخطيطية. فالنظام الإحصائي في بعض الدول خصوصاً العربية منها يتصف بعدم الشمول ويقتصر على بعض الأرقام الخاصة بتصنيف السائحين على حسب الجنسية، وعدد السائحين موزعاً على شهور السنة وعدد الليالي السياحية. إن الجانب السلبي في هذا النظام يكمن في غياب الكثير من المعلومات المهمة واللازمة للباحثين أو القائمين بالتخطيط في مجال السياحة مثل:

- توزيع السياح على حسب طريقة الوصول إلى البلد (براً أو بحراً أو جواً).

- الغرض من القدوم.

- أماكن إقامة السياح (المدن - المصايف - الفنادق - القرى السياحية - بيوت الشباب - الشقق والغرف المفروشة).

- الأماكن التي يزورها السائح.

- تصنيف السياح على حسب السن والجنس وبلد القدوم.

- تصنيف السياح في الرحلات السريعة أو الترانزيت على حسب الجنسية والمدة.

- استطلاع رأي السياح في الأماكن السياحية.

إن توفر هذه البيانات والمعلومات يمكن القائمين بالتخطيط على تركيز جهودهم نحو التوسع في إنشاء الفنادق من فئة معينة وتحسين أداء الخدمات فيها من جهة، وتطوير الخدمات المرفقة والملحقة بها من جهة أخرى. وكذلك تنمية وتطوير الموارد والمقومات السياحية الموجودة. كما أن معرفة عدد السياح موزعاً طبقاً لطريقة الوصول يساعد في تطوير أو دعم طرق النقل ووسائل المواصلات اللازمة من البلد إلى الخارج أو من خارج البلد إلى الأماكن السياحية الموجودة داخل البلد.

يضاف إلى ذلك فإن عدم توفر كرايس وكتيبات وخرائط سياحية كاملة وشاملة تحتوي على مناطق الجذب السياحي القائمة، وتضارب وتشتت الاختصاصات بين الوزارة المختصة بالسياحة وبعض المؤسسات والوزارات الأخرى ذات العلاقة، وانخفاض الوعي بأهمية وقيمة التراث الحضاري كما هو في بعض دول العالم الثالث، وعدم توفر رؤوس الأموال المحلية والأجنبية اللازمة للاستثمار السياحي، تعتبر جميعها من أهم العوامل السلبية الرئيسية المؤثرة على التخطيط السياحي.

2- سوء توجيه الاستثمارات في قطاع السياحة:

وقد يلاحظ في العديد من الدول السياحية أن بعض شركات الاستثمار السياحية الوطنية والأجنبية تركز استثماراتها في مجالات ضيقة قد لا يحتاجها السائح أو يرغب فيها كالنوادي ومحلات الترفيه الليلية.

3- عدم فعالية التسويق السياحي:

يقوم التسويق السياحي بدور هام في بيع المنتج السياحي، فالتسويق السياحي من خلال الدعاية والإعلان يكون أمراً ضرورياً بالنسبة لمنتج يعتمد على الرضا والمتعة التي يتوقعها المستهلك من عملية الشراء، والتسويق السياحي الناجح هو الذي يثير رغبة المستهلك ويولد القناعة لديه بأن المنتج السياحي المعلن عنه هو أفضل المتوفر في سوق السياحة العالمية ويلبي رغباته المطلوبة.

قد تمتلك الدولة العديد من الموارد السياحية المهمة كما هو في العراق ومصر واليمن وسوريا وليبيا، ولكنها تعاني من مشكلة التصغير في تسويق مواردها ومقوماتها داخلياً وخارجياً، بمعنى آخر أن الحد الأدنى من الجهود والأنشطة التسويقية اللازمة لتنشيط الحركة السياحية لم يتوفر بعد في مثل تلك الدول.

4- التضخم:

يعتبر الارتفاع المستمر في أسعار السلع والخدمات أحد العوامل الاقتصادية المؤثرة على الطلب السياحي في بلد ما. وتعد الدول العربية من الدول التي تعاني من الارتفاع المستمر في معدل التضخم السنوي، ويعود ذلك إلى عدة أسباب من أهمها انخفاض الانتاجية وقلة العرض قياساً بحجم الطلب.

5- انخفاض مستوى الخدمات المساعدة للسياحة:

رغم التحسن النسبي لطرق المواصلات ووسائل الاتصالات السلكية واللاسلكية الداخلية والخارجية في الكثير من دول العالم، إلا أن الدول المعنية بالسياحة في العالم الثالث مازالت تعاني من ضعف خدمات الاتصالات وكذلك من مشكلات أخرى تتعلق بمشاركة الصرف الصحي وشبكات المياه والكهرباء والإنارة وطرق المواصلات التي تربط بين المواقع والأماكن السياحية المتنوعة.

6- الاستقرار السياسي والأمن الاجتماعي:

رغم اعتراف خبراء السياحة والاقتصاد بضرورة تمتع الدول السياحية بدرجة عالية من الاستقرار الأمني والسياسي، إلا أن العديد من دول العالم الثالث ما زالت تعاني من قلة الاستقرار الأمني والسياسي نظراً لضعف القانون وتدهور الاقتصاد وانتشار البطالة وتفشي الجريمة والفساد.

7- مشاكل ومعوقات أخرى:

هناك أيضاً مشاكل أخرى تشترك فيها معظم الدول السياحية في البلدان النامية وأهمها:

- عدم الاهتمام بنظافة الأماكن السياحية خصوصاً الأثرية والدينية منها.
- عدم وجود شرطة للسياحة في بعض المناطق السياحية وخاصة الأثرية والتاريخية.
- تخلف خدمات السياحة المصرفية في البنوك وخاصة في الفنادق.
- سوء المعاملة بمكاتب شركات السياحة والطيران في الداخل والخارج.
- استغلال سائقي سيارات الأجرة لمجاميع السياح من الأجانب بصفة عامة مما يسيء إلى سمعة البلدان السياحية.
- عدم الاهتمام بالمظهر العام والزي الخاص بالعاملين في قطاع السياحة مع متطلبات العمل.

ثانياً: السياحة والتنمية الاجتماعية

■ تساهم السياحة في تنمية المجتمع إسهاماً واضحاً مما يحتم التركيز على قطاع السياحة بشكل كبير من خلال تحسين مستوى الخدمات السياحية والفندقية والنقل وإعداد برامج تدريبية في هذا المجال باستخدام التخطيط العلمي السليم المتكامل.

■ الازدهار المستمر للسياحة يقضي على العديد من المشاكل، كالبطالة والركود الاقتصادي، وإعادة توزيع السكان بشكل أفضل وذلك بإقامة المشاريع السياحية في المجتمعات العمرانية السياحية الجديدة.

■ السياحة الداخلية تستلزم الاهتمام بالجانب الصحي للمجتمع والقضاء على التلوث البيئي، من خلال انتشار المسطحات المائية والمساحات الخضراء.

■ السياحة بكل أنواعها لها أبعادها الاجتماعية والجمالية والعمرانية والصحية، التي يجب مراعاتها عند التنمية السياحية.

■ السياحة صناعة بشرية تحقق الرفاهية للمجتمع، فهي تتيح فرصة الراحة والاستجمام مما تؤدي إلى استعادة اللياقة الذهنية والعصبية لما يفيد زيادة الإنتاج.

■ السياحة تمثل أهمية بالغة في المجتمع الإنساني في تأكيد حق الإنسان في الاستمتاع بوقت الفراغ من خلال حريته في السفر مقابل حقه في العمل لارتباط ذلك إيجابياً بعملية الإنتاج والتنمية.

■ السياحة تقود إلى تحقيق التآلف بين المجتمع والمشروع السياحي من خلال اختيار الأنماط السياحية التي تتلاءم وطبيعة ظروف البلد والتي لا تتعارض مع قيم وعادات المجتمع، وتوسع قاعدة المشاركة لأكثر عدد من المواطنين داخل المنشآت السياحية بحيث تستوعب أكبر عدد ممكن من العاملين في المناطق السكنية المحيطة بالمشروع السياحي.

■ السياحة تفيد المجتمع من الخدمات التي توفرها المشاريع السياحية من تبليط الطرق وتجميل المناطق كإقامة الحدائق وملاعب الأطفال وكذلك تحسين خدمات الاتصال ومشاريع الصرف الصحي وإنفاق السواح وغيرها.

■ السياحة أداة لتعميق الانتماء وتنمية الوعي الوطني والاعتزاز بالوطن، وتساهم في بناء الشخصية الإنسانية وتماسك المجتمع بما تتيحه من أشكال التآلف والتعارف.

■ يعتبر الوعي السياحي أحد العوامل المهمة في رفع الوعي الاجتماعي عند السكان، من خلال الزيارات والرحلات التي تؤدي إلى تنمية الوعي السياحي لدى أفراد المجتمع، مما يجعلهم يتعرفون على قيمة ما يحيط بهم ويعملون على تقديمه في أفضل صورة تجذب السواح من مختلف دول العالم.

■ إن الرواج الاقتصادي المتحقق من تطور النشاط السياحي له تأثير يعود بالفائدة المباشرة على الارتقاء بالمجتمع، ويقود السكان إلى التمسك بالسلوكيات والقيم الحضارية الجيدة مثل كرم الضيافة وحسن معاملة الغير.

■ إن تطوير السياحة وإنشاء المجتمعات الجديدة والالتقاء والاحتكاك بثقافات وحضارات مختلفة تعزز التنمية الاجتماعية في المناطق المزدهرة سياحياً.

■ السياحة كمصدر مهم للدخل تعتبر قاطرة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية.

■ السياحة نشاط إنساني وظاهرة اجتماعية تسود المجتمعات المختلفة فتؤثر بها سلباً وإيجاباً لأنها تقوم على تفاعل مباشر بين السائح وأفراد المجتمع المضيف.

■ السياحة أصبحت مصدراً مهماً من مصادر التغيير والتحول الطبقي بين أفراد المجتمعات السياحية نظراً لأن بعض فئات المجتمع التي ترتبط أعمالهم بالسياحة سواء بشكل مباشر أو غير مباشر ينتقلون من طبقة اجتماعية إلى طبقة أفضل لما يحققونه من مكاسب وأرباح من العمل السياحي.

■ السياحة هي وسيلة حضارية لتنمية الثقافة بين الشعوب والمجتمعات المختلفة حيث تكتسب الدول السياحية المهارات الثقافية والخبرات المختلفة من سائحي الدول القادمين إليها مثل اللغة والأفكار السليمة.

■ السياحة تقود إلى التطور الاجتماعي بين أفراد المجتمع في الدول المستقبلية للسائحين نتيجة الاحتكاك المباشر بين السائحين وبين أفراد المجتمع سواء في أماكن الإقامة كالفنادق وغيرها أو في المطاعم والمحلات التجارية وأثناء التجول، ويأخذ هذا التطور أشكالاً مختلفة مثل اكتساب أفراد المجتمع لعادات وقيم سليمة من السائحين كاحترام القوانين والنظام وآداب السلوك.

■ السياحة الداخلية تدعم النسيج الوطني للمجتمع بالاحتكاك المباشر بين أبناء المجتمعات المحلية، وتؤدي إلى تماسك الأسرة كوحدة اجتماعية أساسية في المجتمع وتعمل على تعزيز وحدة التراب الوطني.

■ تبنت الجمعية العامة لمنظمة السياحة العالمية خلال دورتها الثالثة عشر التي عقدت في سانتياغو عاصمة شيلي مجموعة من المبادئ الأخلاقية للسياحة. وبدورها تبنت الحكومات والمؤسسات والشركات السياحية التي شاركت في منتدى منظمة السياحة الدولي الثالث للبرلمان والسلطات المحلية هذه المبادئ.

إن أهم ما جاء في المبادئ الأخلاقية للسياحة هي:

- مساهمة السياحة في تحقيق التفاهم والاحترام بين الشعوب والمجتمعات.

- السياحة وسيلة لتحقيق الإنجازات الفردية والجماعية.

- السياحة عنصر من عناصر التنمية.

- السياحة تستخدم الميراث الثقافي للإنسانية وتساهم في تطويرها.

- السياحة نشاط نافع ومفيد للدول المضيفة ومجتمعاتها.

- السياحة تشجع الاستثمار بالتنمية السياحية.

- السياحة تقوّي الشعور بالحق في السياحة وبحرية الحركات السياحية.

- السياحة تشجع الحفاظ على حقوق العاملين في القطاع السياحي.

استراتيجيات التنمية السياحية

يمكن القول بأنه لا توجد استراتيجية واحدة للتنمية السياحية يمكن اعتمادها في جميع الدول، ولكن توجد استراتيجيات تقوم على الأسس العلمية السليمة والقدر الكافي من الموضوعية والخبرة السياحية التي يمكن اختيار الأفضل منها بما يتناسب مع الظروف الجغرافية والمناخية والبيئية والاجتماعية والاقتصادية والتمويلية الخاصة بالمقصد السياحي وبما يتلاءم مع الطلب السياحي الخارجي والداخلي المتاح أو المحتمل.

ورغم ظهور العديد من الانتقادات التي وجهت للسياحة كقطاع إنتاجي سواء من الناحية الاقتصادية أو الاجتماعية أو البيئية فإن الحكم على صحة هذه الانتقادات يتوقف بشكل جاد على النموذج الذي يمكن تبنيه أو الاستراتيجية التي يمكن اختيارها للتنمية السياحية، إذ يمكن تفادي مخاطر وتكاليف التنمية السريعة الخطى غير الخاضعة للقدر كبير من الرقابة التخطيطية.

وبما أن السياحة ترتبط ارتباطاً مباشراً وكذلك غير مباشر بقطاعات إنتاجية وخدمية عديدة من قطاعات الاقتصاد الوطني كالزراعة والصناعة والبنوك والعمران والتأمين والإعلام وغيرها، وكونها نشاط يعتمد على الخدمات الإنسانية إلى حد كبير فإنها تؤدي إلى زيادة في فرص العمالة داخل البلد بشكل أفضل من غيرها من النشاطات أو الصناعات، وتزيد أهمية هذا الجانب في أوقات الأزمات الاقتصادية بوجه خاص سواء في الدول النامية أو في الدول المتقدمة.

ويرى العديد من علماء السياحة والخبراء الدوليين أن الكثير من المتغيرات الكمية والكيفية الناجمة عن المشكلات الاقتصادية والاجتماعية قد سيطرت على العرض السياحي خلال التسعينات من القرن الماضي، مما أدى إلى ظهور أنواع جديدة من الطلب السياحي وظهور التكنولوجيا غير المسبوقة. فالتغير في الطلب السياحي يتضمن ظهور أنواع جديدة من العرض السياحي استجابة للمتغيرات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية، ونتيجة لزيادة حدة المنافسة بين دول المقصد السياحي، الأمر الذي يوجب اهتماماً أكبر لتحسين مستوى الخدمات السياحية بشكل أفضل. من ناحية أخرى سيحدث اتجاه نحو مزيد من التكامل بين مكونات العرض السياحي في دول متجاورة تشكل مناطق جغرافية موحدة مما يعتبر استجابة للطلب السياحي الدولي وشمول أكثر من دولة واحدة في الرحلة السياحية الواحدة.

لقد ساهمت السياحة بشكل إيجابي في اقتصاديات دول عديدة بشكل أصبحت عاملاً مهماً في التنمية الاقتصادية نتيجة ضخامة عائداتها ومرونة واستخدام تلك العائدات في قطاعات عديدة من الاقتصاد الوطني.

وفي الثمانينات من القرن الماضي ساهمت السياحة بصورة متميزة في التنمية المحلية من حيث استخدامات الأراضي وذلك بإتباع استراتيجيات تنمية محلية تضمنها حماية الموارد الطبيعية والاجتماعية والحضارية والعمل على زيادة نشاط التفاعلات الاجتماعية والحضارية ورفع مستوى الإدارة المحلية للموارد السياحية.

ويعتبر الرخاء الاقتصادي والإنساني هو الهدف الأساس لكل الجهود التي تستهدف التنمية، ولا يقتصر الرخاء على رفع مستوى المعيشة في المناطق النامية فحسب بل إنه يشمل أيضاً نشر القيم الإنسانية التي تساعد في تحقيق التنمية. ومن هنا تتضح الحقيقة بأن السياحة تحقق رسالة إنسانية عظيمة إلى جانب هدفها الاقتصادي. -

قائمة المراجع

[1] Anis Khanchouch: E-Tourism; an Innovative Approach for the Small and Medium-Sized Tourism Enterprises (SMTE) in Tunisia, OECD, 2004.

[2]رشا على الدين أحمد :السياحة الإلكترونية حلم دبي القادم نظرة قانونية، فى <http://www.oman0.net/forum/showthread.php?t=117336>

[3]أحمد حمد الله السمان: التجارة الإلكترونية وتنمية الصادرات ، سلسلة أوراق اقتصادية (جامعة القاهرة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، العدد ٢٤، فبراير ٢٠٠٥)، ص ص ٧-٩.

[4]المرجع السابق، ص ص ١١-١٢.

[5]المرجع السابق.

[6] Hannes Werthner and Francesco Ricci : E commerce and Tourism in Communications of the Acm, Vol.47.No 12, December 2004, P. 101.

[7] Hannes Worthier: E-Tourism: Impact of New Technologies. Some Insights (Vienna University of Technology: Electronic Commerce Competence Center)

[8]هند محمد حامد :التجارة الإلكترونية فى المجال السياحى (القاهرة، دن، ٢٠٠٣)، ص ١٥٦.

[9]رشا على الدين أحمد :مرجع سبق ذكره.

[10]المرجع السابق.

[11] هند محمد حامد :مرجع سبق ذكره، ص ص ١٥٧-١٦٧.

[12] علا الخواجة: الفرص والتحديات أمام تطبيق نموذج الحكومة الإلكترونية في مصر، سلسلة أوراق اقتصادية (جامعة القاهرة: كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، العدد ٣٥، ٢٠٠٧)، ص ٢٢.

[13] موقع الهيئة العامة للاستعلامات، الجزء الخاص بالسياحة

<http://www.sis.gov.eg/Ar/Tourism/Types/Archaeological/060201000000000001.htm>

[14] السياحة في مصر.. هل أصبحت بالفعل قاطرة التنمية الاقتصادية (مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار بمجلس الوزراء، السنة الأولى، العدد ١٢، ديسمبر ٢٠٠٧)، ص ٣.

[15] Tourism 2020 vision: volume 5 Middle East (Spain: World Tourism organization, 1997).

[16] طالع النص الكامل للتقرير على موقع المنتدى الاقتصادي العالمي <http://www.weforum.org/ttcr08browse/index.html>

Jennifer Blanke & Thea Chiesa: The Travel & Tourism competitiveness Report 2008. Balancing Economic Development and Environmental Sustainability (World Economic Forum, March 2008)

ومن جدير بالذكر أن تقرير مؤشر تنافسية السفر والسياحة يعمل على قياس العوامل والسياسات التي تجعل من تطوير قطاع السياحة والسفر في بلدان مختلفة أمراً جذاباً، بناءً على قوانين وأنظمة السياسة وقابلية الاستمرار البيئي والسلامة والأمن والصحة والنظافة وترتيب أولويات القطاع وتنافسية الأسعار ورأس المال البشري وجاذبية القطاع والموارد الطبيعية والحضارية.

[17] السياحة في مصر.. هل أصبحت بالفعل قاطرة التنمية الاقتصادية، مرجع سبق ذكره، ص ٥. ووثيقة وعدنا وأوفينا، المؤتمر العام التاسع للحزب الوطني الديمقراطي ٢-٦ نوفمبر ٢٠٠٧، ص ١٠.

[18] وثيقة البرنامج الانتخابي للرئيس مبارك نوفمبر ٢٠٠٥. وانظر أيضاً وثيقة وعدنا وأوفينا، مرجع سبق ذكره، ص ١٠

http://www.ndp.org.eg/ar/archive/program_2.aspx

[19] هند محمد حامد :مرجع سبق ذكره، ص ص ١٧٨-١٧٩.

[20] المرجع السابق، ص ١٦٨، ص ١٨١، وص ١٨٦.

[21] موقع الاتحاد المصري للغرف السياحية على شبكة الانترنت <http://www.etf.org.eg/ara/ETAA.asp>

[22] هند محمد حامد: تقييم دور التجارة الإلكترونية في الشركات السياحية، رسالة ماجستير (القاهرة: جامعة حلوان، كلية السياحة والفنادق، ٢٠٠٢).

[23] هند محمد حامد: التجارة الإلكترونية في المجال السياحي، مرجع سبق ذكره، ص ص ٢٥٢-٢٥٤.

[24] موقع الهيئة العامة للاستعلامات <http://www.sis.gov.eg/Ar/Tourism/links/060500000000000001.htm>

[25] موقع الحزب الوطني الديمقراطي على شبكة الانترنت

<http://www.ndp.org.eg/ar/Links/Links.aspx>

[26] الرابط على موقع مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار هو

<http://www.idsc.gov.eg/Directories/Directory.aspx?id=2>

[27] موقع هيئة تنشيط السياحة على الانترنت وعنوانه <http://www.egypt.travel/index.php>

[28] علا الخواجة: مرجع سبق ذكره، ص ص ٢٦-٢٧.

[29] المرجع السابق، ص ٣٦.

[30] ورقة "قطاع السياحة التشريعات والاتفاقيات"، الصادرة عن مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار بمجلس الوزراء، والموجودة على موقعه الإلكتروني على شبكة الانترنت، وعنوانه http://www.idsc.gov.eg/Studies_More.aspx :

[31] مذكرة من أمانة الأونكتاد بعنوان "شراكات الأونكتاد الحادي عشر الجامعة لعدة أطراف من أصحاب المصلحة" والمقدمة في الدورة الحادية عشرة المنعقدة بمدينة ساو باولو خلال الفترة ١٣-١٨ يونيو ٢٠٠٤، ص ٥.

[32] UNCTAD'S E-TOURISM INTIATIVE, United Nations Conference on Trade and Development, Eleventh session, Sao Paulo, 13-18 June 2004 published in English in 24 April 2004, pp.2-5.

[33] <http://vb.aljremh.com/thread29045.html>

[34] <http://www.sct.gov.sa/sctguide/index.jsp?p=83>

[35] المجلة الرسمية لحكومة دبي الإلكترونية، موقع حكومة دبي الإلكترونية على شبكة الانترنت وهو

http://e4all.dubai.ae/content/view/333/30/lang_ar_AE/

[36] Anis Khanchouch: Op.Cit, p.4,

[37] Chulwon Kim: E Tourism; an Innovative Approach for the Small and Medium-Sized Tourism Enterprises (SMTE) in Korea, OECD, 2004.

[38] Anis Khanchouch: Op.Cit, p. 7.;

[39] قائمة الدول العشر الكبرى في تصدير السياحة إلى مصر في ٢٠٠٧، والمنشورة على موقع الهيئة العامة للاستعلامات رابط

<http://www.sis.gov.eg/Ar/Tourism/intro/0601000000000001.htm>