

التنمية السياحية المستدامة في مصر في ظل تحديات العولمة السياحية

*Sustainable Tourism Development in Egypt framework the Challenges of Globalization Tourism*د. صبيحي شهنياز¹

المدرسة الوطنية العليا للعلوم السياسية - الجزائر

shahinazsbi@yahoo.fr

تاريخ النشر: 2019/09/ 12

تاريخ الاستلام: 2018/09/ 11

Abstract:

This study will focus on sustainable tourism development in Egypt within the framework of the challenges imposed by the globalized international tourism environment. The aim of this study is to highlight the diagnosis of the reality of sustainable tourism development in Egypt in the context of the development of this sector in the world, especially the emergence of tourism globalization and its impact on the strategies adopted in the development of sustainable tourism through the liberalization of tourism services and allow more freedom and openness to facilitate the entry Tourism products and investments, and the use of information and communication technology in tourism through its various applications, and this study is a simple analysis of the main results achieved by the strategy followed, and we will try to finally identify the most important Challenges posed by globalization on the Egyptian Tourism Sustainable Tourism Development

The research paper reached the conclusions that try to grasp the main idea that shows that the sustainable tourism development in Egypt and although the challenges imposed by tourism globalization, it has been able to take advantage of it and achieve sustainable tourism development through a tourism strategy and a plan of action aimed at achieving the objectives set, by working on the development of products Tourism And with the necessary specifications.

Key words: Sustainable tourism development, Tourism globalization, Tourism services, Information and communication technology, Egypt.

مقدمة:

أصبحت السياحة أحد القطاعات الأكثر أهمية وديناميكية في العالم، نظرا لاستفادتها من التطور العلمي والتكنولوجي وخاصة في الجانب الخدماتي، بالإضافة إلى فتح الحدود أمام حرية تنقل الأفراد والسلع والخدمات، وهو ما جعلها أكبر الصناعات في العالم وإحدى أسرع القطاعات الاقتصادية المحققة للقيمة المضافة والثروة، بالإضافة إلى ارتباطها بقطاعات أخرى ثقافية منها والاجتماعية ما دفع العديد من الدول إلى تبني رؤية إستراتيجية في القطاع السياحي.

¹ - المؤلف المرسل: شهنياز صبيحي، مايل: shahinazsbi@yahoo.fr

ونظرا لارتباط السياحة بشكل أساسي بالبيئة فقد بدأ التركيز على مبدأ الاستدامة في السياحة وذلك منذ ثمانينيات القرن الماضي حيث لم يعد يقتصر المفهوم الجديد للسياحة على المنظور الاقتصادي فحسب، بل أصبحت هناك استجابة لمقتضيات التنمية المستدامة بخصوص انعكاسات النشاط السياحي على البيئة الطبيعية والبشرية بما تتضمنه من حماية للبيئة الاجتماعية والثقافية ورعاية حقوق الأجيال المقبلة.

- إشكالية الدراسة: تعتبر مصر من بين الدول التي استطاعت استغلال مواردها لتحقيق تنمية سياحية مستدامة حيث لعب الفرد المصري دوراً كبيراً في ذلك من خلال وعيه المستمر والنابع من ثقافة سياحية مبنية أساساً على ضرورة استقطاب السياح باستمرار إلى جانب اهتمام الدولة بوضع الآليات مناسبة للاستثمار العقلاني في هذا القطاع وفي إطار تحقيق تنمية مستدامة، وهكذا غدت التنمية السياحية المستدامة منهجا وأسلوبا تقوم عليه المشاريع السياحية وخصوصا بعد عولمة السياحة المصرية. ومنه ستنتقل هذه الدراسة في محاولة للإجابة عن الإشكالية التالية: إلى أي مدى يمكن تحقيق التنمية السياحية المستدامة في مصر في ظل تحديات العولمة السياحية؟

فرضية الدراسة: تأتي هذه الدراسة في ظل التغيرات الدولية والعالمية التي أثرت على إستراتيجية التنمية السياحية المستدامة المتبعة في مصر فالمتبع لسياسة التنمية السياحية المصرية سيكتشف مدى تأثير العولمة السياحية على القطاع السياحي المصري، لذلك ستحاول الدراسة إثبات أو تفنيد الفرضية التالية:

استطاعت مصر إلى حد ما من تحقق تنمية سياحية مستدامة من خلال استغلالها للعولمة السياحية التي زادت من حصتها الدولية في السوق السياحي بالرغم من التحديات التي فرضتها العولمة السياحية.

منهجية الدراسة: بغية الإجابة عن السؤال المحوري وتحقيق أهداف الدراسة ستحاول استخدام منهج دراسة الحالة وذلك راجع لطبيعة الموضوع، ومحاولة تحليل وتفسير العلاقة بين متغيرات الدراسة.

خطة الدراسة: يتم تناول موضوع البحث في أربع محاور رئيسية بدءاً بضبط مفهوم كل من بالتنمية السياحية المستدامة والعولمة السياحية مروراً إلى توضيح واقع التنمية السياحية المستدامة من خلال تبيان الإستراتيجية المتبعة والنتائج المحققة في ظلها، وصولاً إلى كيفية التي عولمة بها السياحة المصرية وأخيراً التحديات التي فرضت على التنمية السياحية المستدامة في مصر.

المحور الأول: مفهوم التنمية السياحية المستدامة والعولمة السياحية:

أولاً: تعريف التنمية السياحية المستدامة:

لقد اختلف الباحثين والكتاب والمهتمين بالتنمية السياحية المستدامة في إعطاء تعريف موحد لها، فمنهم من عرفها بأنها "تمثل في تحقيق الموائمة ما بين احتياجات السياح (إمكانات) والموقع السياحي مما يؤدي إلى حماية الموارد السياحية في الموقع السياحي، من خلال إدارة مثلى على الاستفادة من إمكانيات الموقع السياحي مع المحافظة على الواقع الحضاري والنمط البيئي الضروري والتنوع الحيوي وجميع مستلزمات الحياة وأنظمتها"¹.

وجاء في تعريف لمنظمة السياحة الدولية ب "أن التنمية المستدامة السياحية تقضي من جهة تلبية الاحتياجات الحالية للسياح وللناطق المضيفة، ويستوجب من الجهة أخرى وقاية وتحسين فرص المستقبل. والتنمية تستدعي إدارة شؤون الموارد بطريقة تتيح تلبية الاحتياجات الاقتصادية والاجتماعية والجمالية مع الحفاظ على كل المميزات الثقافية وملامح البيئة الفطرية وتنوع الإحياء وأنظمة دعم الحياة²، لذلك فإن التنمية السياحية المستدامة يجب أن تعمل على الاستخدام غير الجائر للموارد الطبيعية والثقافية، والأخذ بعين الاعتبار الخصائص الاجتماعية والحضارية للمجتمعات المضيفة للسائحين، مع ضمان تحقيق منافع

اقتصادية واجتماعية وبيئية لجميع الأطراف على المدى الطويل. ولذلك فقد طورت منظمة السياحة العالمية إرشادات وتوجيهات تتبع عند رسم سياسة للتنمية السياحية المستدامة كجزء من مبادرات كونية في شكل "مبادئ السياحة العالمية"، وتتضمن مبادئ عالمية عن الحد الأدنى لمتطلبات الاستدامة التي يجب أن تطبقها الفنادق والمنشآت والمنتجعات السياحية.

ومما سبق يتضح لنا التوافق والتشابه في التعارف حيث كل المفاهيم تصب في مصب واحد وهو كيفية استغلال المواقع السياحية استغلالا اقتصاديا أمثل مع الحفاظ على البيئة الطبيعية والاجتماعية والثقافية باعتماد إدارة مثلى تتطلع إلى الرضا الأقصى للسائح على أن يتم التوازن بين هذه الأهداف بغية الديمومة والاستمرارية.

ثانيا: تعريف العولمة السياحية:

يعرف مصطفى يوسف كافي العولمة السياحية أنها "النظام العالمي الجديد المراد به توحيد العالم اقتصاديا وثقافيا واجتماعيا وتربويا وعرفيا بحيث يصبح الإنسان حرا في الانتقال من مكان إقامته إلى مكان آخر في العالم دون قيود زمنية ولا مكانيا أو قانونيا"³.

وعرفت العولمة السياحية في الاتفاقية العامة لتجارة الخدمات بأنها الاستغلال الأفضل للموارد السياحية من خلال تمكن الدول من الاستخدام الأفضل للمزايا النسبية التقليدية أو المزايا النسبية المستحدثة (في الأجور، التكلفة، العائد، أسعار الصرف، الابتكارات والتقدمات التكنولوجية، كفاءة المنتج السياحي، كفاءة العمالة...)⁴. وعلى ضوء اتفاقية الغاتس تم تحرير التبادل الدولي في الخدمات السياحية وإعطائها الصبغة العالمية على حساب الصبغة الوطنية من خلال عولمة الأنشطة البشرية.

المحور الثاني: واقع التنمية السياحية بمصر:

تعتبر السياحة حاليا من أهم مقومات الاقتصاد المصري وتؤكد مؤشرات النمو والاستثمارات السياحية على ذلك رغم الأزمات العديدة التي مرت بها مصر مؤخرا بداية بثورة 25 يناير 2011 وما تلاها من أحداث غيرت مسار الحياة السياسية والاجتماعية والاقتصادية، وقد كان لها أثر كبير على القطاع السياحي.

أولا: مقومات السياحة المصرية:

تتمتع مصر كمقصد سياحي بتنوع مجالات السياحة والتي من أهمها السياحة الثقافية والأثرية باعتبارها من أقدم أنواع السياحة في مصر حيث يوجد بها ثلث الآثار المعروفة في العالم أجمع، بالإضافة إلى مقومات مادية متنوعة شكلت كلها قاعدة للسياحة المصرية.

1- المقومات الطبيعية:

تتمتع مصر بموقع جغرافي هام، فهي تقع في منطقة التقاء ثلاث قارات (قارة إفريقيا، أوروبا، آسيا)، وبذلك تحتل مكانة سياسية قوية بين باقي الدول الأخرى في المنطقة، وتنقسم الجغرافيا المصرية إلى أربعة أقسام⁵:

- القسم الأول: الأراضي الزراعية، نهر النيل وهو أهم السمات الطبيعية لمصر، يبلغ طوله 6690 كلم، ويتفرع عند مدينة القاهرة إلى فرعين رمياط والرشيد⁶ شرقا وغربا ويتميز بخصوصية تربته.

- القسم الثاني: الصحراء الغربية الممتدة من وادي النيل حتى الحدود الليبية في الغرب وحتى حدود السودان من الجنوب وتبلغ مساحتها 68% من مساحة مصر.

- القسم الثالث: الصحراء الشرقية شرقي النيل حتى البحر الأحمر ومساحتها 22% من مساحة مصر.
 - القسم الرابع: شبه جزيرة سيناء وتبلغ مساحتها 6% من مساحة مصر.
 وتعتبر قناة السويس أهم الممرات البحرية في العالم وترتبط البحرين الأبيض والأحمر لتختصر الطريق التجارية القديمة حول رأس الرجاء الصالح طولها 184 كلم.
 أما المناخ في مصر يتصف بالاعتدال طوال العام حيث يسوده الدفء شتاءً خصوصاً في الجنوب (مناطق أسوان والأقصر وأسبوط...)، أما صيفاً فهو متوسط الحرارة نهاراً، وتنقسم مصر مناخياً إلى ثلاث مناطق هي منطقة الساحل الشمالي منطقة وادي النيل ومنطقة سيناء و البحر الأحمر.

2- المقومات التاريخية:

تمتع مصر بمقومات تاريخية كثيرة فالآثار الفرعونية المنتشرة في أنحاء مصر شاهدة على حضارة مصر وتاريخها العميق، ومن أهم مناطقها التاريخية نجد:

-منطقة أسوان: تقع على الضفة الشرقية للنيل حيث يوجد بها العديد من المناطق الأثرية التاريخية.

-منطقة الإسكندرية والساحل الشمالي: تعد من أكبر موانئ مصر والعاصمة الثانية للبلاد (سميت بهذا الاسم نسبة إلى الإسكندر الذي أمر بإنشائها عام 332 قبل الميلاد).

كما نجد الآثار الإسلامية متنوعة منها :

-الجامع الأزهر: بناه القائد الفاطمي جوهر الصقلي عام 291 م الموافق ل 369 هجري بأمر من الخليفة المعز لدين الله ليكون مسجداً ومدرسة.

-مسجد عمرو بن العاص: يعد أول مسجد بني في مصر بعد الفتح الإسلامي في منطقة الفسفاط ويعرف بالجامع العتيق ، وتم إنشاؤه عام 21 للهجرة الموافق لعام 642 م وقد أنشأه القائد عمرو بن العاص⁷.

ثانياً: إستراتيجية التنمية السياحية من 1997-2017:

شرعت مصر سنة 1997 في وضع إستراتيجية للتنمية السياحية مدتها عشرون سنة أي من 1997 حتى عام 2017 تهدف إلى تطوير البنية الأساسية للبلد والمرافق السياحية، وإنعاش السوق الداخلي وزيادة الدخل السياحي على المستوى القومي وتوفير فرص عمل في القطاع السياحة والخدمات والإنشاءات والمرافق المختلفة المرتبطة بأنشطة السياحة مع تحسين كفاءة العاملين بالقطاع، وذلك من خلال نقاط محددة تركز على الأسس التالية⁸:

النقطة الأولى: تغيير دور القطاع العام السياحي وتكثيف دور القطاع الخاص

هذا يعني صياغة دور جديد للقطاع العام يتحول فيه من المالك والمشغل إلى ممارسة دور المخطط والمشجع والميسر وتعتمد هذه الصياغة لدور القطاع العام على:

- تقديم وسائل متطورة لتكامل وتنسيق الجهود بين الحكومة والقطاع الخاص.
- تحديد أولويات الاستثمار التي تحتاجها عمليات تنفيذ التنمية السياحية .
- تقديم المساعدة الفنية للمستثمرين من القطاع الخاص .

- تقييم المقترحات الخاصة بالتنمية السياحية في إطار المخططات العامة للمناطق السياحية .

النقطة الثانية: تطوير الإطار القانوني والمؤسسي

- مراجعة وتبسيط التشريعات والخطوات الخاصة بعمليات الاستثمار وتخصيص الأراضي والتعاقدات والتصاريح والموافقات الخاصة بالاستثمار في القطاع السياحي .
- وضع المعايير البيئية والفنية اللازمة للخدمات الأساسية (مثل الإمداد بالمياه ومعالجة الصرف الصحي والتخلص من المخلفات الصلبة)، والعمليات المرتبطة بالتشغيل داخل المناطق السياحية .
- تحديث التشريعات الخاصة بتنمية المناطق السياحية شاملة الجوانب الإدارية، الإقتصادية، الفنية والبيئية .

النقطة الثالثة: إمداد مناطق التنمية بالبنية الأساسية

تعد أهم أهداف الهيئة العامة للتنمية السياحية عدم تحميل ميزانية الدولة بأي أعباء إضافية بالنسبة لتوفير البنية الأساسية للمناطق الجديدة للتنمية السياحية، ومن هذا المنطلق تعمل الهيئة بصفة مستمرة على إيجاد صيغة عملية لتطبيق مفهوم المركز السياحي حيث تقوم الشركة الأم بتوفير مرافق البنية الأساسية للمشروع التنموي على مستوى المركز السياحي وثابت الحدود الإقتصادية لهذا النمط من المشروعات .

النقطة الرابعة: الحفاظ على البيئة

تهدف إستراتيجية التنمية السياحية إلى تحقيق تنمية متوازنة والتي تركز على التخطيط البيئي، وتوجه للحفاظ على الموارد الطبيعية التي تشكل رأس المال للتنمية السياحية، وتتضمن هذه الإستراتيجية الإجراءات التالية:

- إعداد مخططات استعمال الأراضي للمناطق ذات الأولوية تتيح تطبيق الأنماط المختلفة للتنمية السياحية .
- إعداد برامج للمتابعة وتقييم الآثار البيئية.

النقطة الخامسة: تحديد أولويات التنمية الشاملة

تحديد المناطق ذات الأولوية استناداً إلى الاعتبارات المتعلقة بالخصائص الطبيعية والمحددات الحالية وإمكانات التنمية المتوازنة، ولقد تم إعداد تخطيط المناطق ذات الأولوية وذلك لتحقيق:

- إعطاء رؤية للتنمية السياحية المستقبلية تركز على تحليل سوق السياحة العالمي والعرض والطلب وفرص الاستثمار.
- صياغة مدخل عقلائي للتنمية يركز على اختيار المناطق ذات الأولوية والمواقع ذات الطبيعة الخاصة.
- تحديد أولويات التنفيذ شاملة الإجراءات التنظيمية.
- إعداد مخطط مناطق ذات الأولوية يركز على احتياجات الاستثمار في البنية الأساسية لدعم الاستثمارات الخاصة في بها.

وفي ضوء هذه المرتكزات السابقة تم اعتماد المركز السياحي* كوحدة تخطيطية يشمل (المنطقة السياحية، القطاع السياحي، المركز السياحي) حيث تتوفر به كل إمكانات النمو المستقبلي. وقد حددت هذه المراكز السياحية بـ 67 مركزاً سياحياً يُوَظَرها عدد من المشروعات قدرت بـ 843 مشروعاً، تم تنفيذ طاقة فندقية تقدر بـ 143007 غرفة، وإجمالي وحدات إسكان سياحي 99324

وحدة، كما أن إجمالي الطاقة الفندقية تحت الإنشاء مقدرة بـ 6032 غرفة، وإجمالي وحدات إسكان سياحي تحت الإنشاء 3964 وحدة. أما إجمالي الطاقة المستهدفة بحلول مارس 2017 تقدر بـ 381027 غرفة⁹.

الجدول رقم (01): يوضح ما تم تنفيذه من إجمالي الطاقات الفندقية والسياحية بمناطق التنمية السياحية منذ إنشاء الهيئة حتى

مارس 2017

نوع الطاقة	الطاقة المعتمدة	الطاقة التنفيذية	النسبة
الطاقة الفندقية	217783	143007	%65.66
طاقة الإسكان السياحي	163245	99324	%60.84
إجمالي الطاقات	381028	242331	%63.60

المصدر: وزارة السياحة المصرية، الهيئة العامة للتنمية السياحية

أما مشروعات البنية الأساسية لمراكز التنمية السياحية فقد كان الهدف الرئيسي للهيئة العامة للتنمية السياحية إقامة مراكز للتنمية بالمناطق الساحلية دون تحميل الموازنة العامة للدولة أية أعباء. وتعتبر مرافق البنية الأساسية حجر الزاوية في حركة التنمية بوجه عام والتنمية السياحية بشكل خاص، فقد تمت إنجازات عديدة ومن أهمها:

الطرق: فقد تم تنفيذ 878.02 كلم طرق رئيسية وفرعية.

الكهرباء: تم تنفيذ محطات توليد للطاقة تنتج 380 ميغا.

المياه: تم تنفيذ محطات تحلية بطاقة 193240 م مكعب/ يوم.

الصرف الصحي: تم تنفيذ محطات معالجة بطاقة 113795 م مكعب/ يوم

وقد شملت هذه التهيئة المراكز المحددة بقطاعات التنمية التالية (البحر الأحمر، سيناء، العين السخنة، الساحل الشمالي الغربي)¹⁰.

الجدول رقم (02): البنية الأساسية بمناطق التنمية السياحية منذ إنشاء الهيئة حتى مارس 2017

الطرق	الكهرباء					الصرف		المياه	
	المحولات		المحطات والمولدات			طاقة المحطات	عدد المحطات	طاقة المحطات	عدد المحطات
شبكة	طاقة	عدد	طاقة	عدد	عدد				
الطرق /	المحولات /	المحولات	المولدات /	المولدات	المحطات	المحطات	المحطات	المحطات	المحطات
كليو متر	ميغاواط		ميغاواط						
478.02	590.19	537	380.22	415	93	113795	174	193240	142

المصدر: وزارة السياحة المصرية، الهيئة العامة للتنمية السياحية

ثالثاً: الملامح الأساسية لإستراتيجية التنمية السياحية المصرية:

تعد إستراتيجية التنمية السياحية التي أقرتها الهيئة العامة للتنمية السياحية في مصر الإطار العام لخطة العمل المستقبلية والتي تتمثل أهم ملامحها فيما يلي:

1- تصنيفات مراكز التنمية السياحية: تستند الإستراتيجية إلى التصنيفات التالية:

- **المراكز الرئيسية:** وتضم المراكز التي تستقطب الشطر الأعظم من الحركة السياحية وترتكز فيها غالبية الفنادق والخدمات السياحية، وتتمثل على وجه الخصوص في القاهرة الكبرى (القاهرة والجيزة) والإسكندرية في حالة (السياحة الداخلية) مع مراعاة تفاوت الأنماط السياحية والوزن النسبي لكل منهما.
 - **المراكز السياحية النشطة:** وهي المراكز التي تتصف بمقومات خاصة للجذب السياحي وتتمتع بشهرة عالمية تهيئ لها سبل النمو السريع والمنظم، وتتمثل في الأقصر وأسوان كمراكز استقطاب للسياحة التاريخية والثقافية، وشم الشيخ والغردقة كمراكز للسياحة الشاطئية، خاصة نشاطات الغوص والرياضات المائية.
 - **المراكز السياحية الواعدة:** ويقصد بها المراكز التي تملك إمكانات سياحية كبيرة ولكنها غير مستغلة بعد أو مستغلة على نطاق محدود لا يتناسب ومقوماتها الفعلية، وتشمل هذه المجموعة مناطق رأس الحكمة على الساحل الشمالي الغربي، ورأس بانياس على ساحل البحر الأحمر، وطابا على خليج العقبة، وسيوه بالصحراء الغربية، والمنيا بشمال الصعيد وأبو سمبل جنوب مدينة أسوان، وهذه المراكز يفضل تنميتها أو تنمية بعضها بصورة مكثفة، والبعض الآخر بصورة معتدلة وتختلف المراكز المدرجة بهذه المجموعة في أنماطها السياحية، حيث يبرز نمط سياحة الآثار في أبو سمبل، والسياحة الشاطئية في طابا ورأس الحكمة ورأس بانياس، وسياحة الصحاري والمغامرات في سيوة، والسياحة الدينية والتاريخية في المنيا.
 - **المراكز السياحية الفرعية:** وهي المراكز التي يفضل تنميتها على نطاق صغير نسبياً بما يتوافق وإمكاناتها واعتبارات الموقع والحجم وتوقعات الطلب السياحي خلال الفترة التخطيطية وتضم القائمة ما بين 15 و 20 مركزاً في مواقع منتشرة مع ملاحظة إمكانية تأخير بعض المراكز الواقعة في داخل هذه المجموعة، أو المجموعة السابقة وتنميتها على نطاق أوسع وبصورة متكاملة مع مراكز أخرى متاخمة تملك خصائص ومقومات شبيهة تشكل في مجملها مناطق سياحية متكاملة.
- 2- مناطق التنمية:** تركز الإستراتيجية على التنمية المتكاملة المكثفة في مناطق سياحية متكاملة تتوفر على خصائص متميزة يمكن الاستفادة من وفيات التجمع، وتضم مناطق التنمية المختارة كلا من: منطقة ساحل البحر الأحمر، منطقة سيناء، منطقة العين السخنة، منطقة الساحل الشمالي الغربي، منطقة الصعيد¹¹.
- وتشتمل مناطق التنمية المختارة على مراكز نشطة ومراكز واعدة في إطار متكامل يراعي الترابط فيما بينها وتدرج مستوياتها الخدمية في كل موقع للتنمية بحسب إمكاناته السياحية، كما يدعم هذا البديل فكرة الربط بين المزارع التاريخية بمنطقة الصعيد ومراكز التنمية الشاطئية بالبحر الأحمر وخليج العقبة.
- وفي ظل الإستراتيجية يجري تقييد النمو في المناطق الرئيسية (القاهرة الكبرى والإسكندرية) وتنمية عدد محدود من المراكز الفرعية بمنطقتي القناة وخليج السويس وساحل شمال سيناء مع التأكيد السياحي في مناطق التنمية المتكاملة.
- وترتكز الإستراتيجية على التنمية السياحية الشاطئية في المناطق المستحدثة بالساحل الشمالي الغربي، وعلى غرار النمط السياحي لدول حوض البحر المتوسط مثل اليونان وقبرص ورودس وتونس، وكذا التركيز على سياحة الرياضات البحرية والغوص في خليج العقبة والبحر الأحمر، والسياحة التاريخية والدينية بالصعيد بدءاً من المنيا وحتى أبو سمبل.

ووفقاً للتصور الإنمائي المطروح بهذه الإستراتيجية ينصب الاهتمام على السياحة الأجنبية الوافدة من الدول الغربية التي تتفق وتفضيلاتها السياحية المراد تنميتها وكذا دول الإرسال الجديدة الواعدة مثل اليابان ودول شرق آسيا، وذلك بجانب السياحة العربية والسياحة الداخلية (السياحة الترفيهية وسياحة الشواطئ والمواقع التقليدية في فصل الصيف).

ثالثاً: مؤشرات التنمية السياحية المستدامة المصرية:

يعتبر عدد السياح الوافدين لمصر خلال الفترة (1997-2017) من بين المؤشرات المهمة والأكثر دلالة على تطور السياحة المصرية، رغم ما تعرضت له مصر من توترات في المجال السياسي والهجمات الإرهابية، إلا أنها رغم ذلك ما زالت تحتل المركز الثامن عشر من أهم 50 مقصداً سياحياً عالمياً.

1- تطور عدد السياح الوافدين: أصبحت مصر مركزاً سياحياً يتوافد إليه ملايين السواح من مختلف أنحاء العالم وهذا ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم(03): تطور السياح الوافدين لمصر من 2007-2016

(الوحدة: مليون سائح)

السنة	2000	2007	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
عدد السياح الوافدين	5.11	11.1	14.731	9.845	11.532	9.464	9.878	9.139	5.258

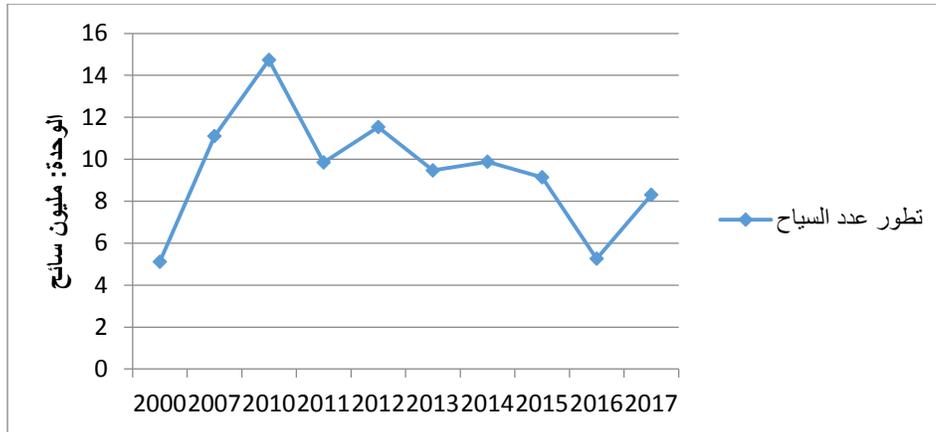
Source : -World Tourism Organization, Tourism Highlights 2017 Edition,WTO, p12.

- World Tourism Organization, Tourism Highlights 2015 Edition, p12.

- Egypt in figures 2016, p156.

توضح أرقام الجدول أن عدد السياح الوافدين إلى مصر ارتفع ما بين 2000-2007، لكن ومع التوترات السياسية وغياب الأمن انخفض خلال الفترة 2011-2016، وهذا ما يؤكد الشكل التالي:

الشكل رقم(01): تطور عدد السياح لمصر ما بين 2000-2017



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات الجدول رقم (01)

تشير بيانات كل من الجدول والشكل أن قطاع السياحة المصري سجل تذبذباً واضحاً في عدد السواح القادمين إلى مصر حيث نجد أنها قبل سنة 2011 تمكنت مصر من جذب عدد كبير من السياح، حيث وصل عدد السياح سنة 2010 إلى

14.05 مليون سائح واعتبرت هذه السنة هي سنة الذروة السياحية في مصر، لكن في 2011 انخفض عدد السياح إلى 9.49 مليون سائح ويعود السبب الرئيسي إلى الظروف السياسية والاقتصادية المحلية التي مرت بها مصر خلال هذه السنة والمتمثلة في الثورة الشعبية ضد نظام الحكم. ويظهر الشكل كذلك أنه هناك تراجع لعدد السياح من سنة 2013 إلى غاية سنة 2016 مقارنة بسنة 2012 حيث تراجع من 11.19 مليون سائح إلى 9.17 مليون سائح و 5.25 مليون سائح في 2016. وحسب آخر إحصائيات الصادرة عن البنك المركزي المصري التي تشير إلى انخفاض عدد السياح بمعدل 42.7% في سنة 2017 وذلك نتيجة التوترات السياحية والنزاعات في منطقة الشرق الأوسط والهجمات الإرهابية المتكررة التي وقعت في مصر حيث بلغ عدد الهجمات في سنة 2016 حوالي 195 هجوم إرهابي في محافظة سيناء وثمانية هجمات في الجيزة والقاهرة وأربع في الإسكندرية وغيرها التي أثرت بدرجة كبيرة على القطاع السياحي المصري.

ويعزى هذا الانخفاض الكبير إلى تراجع عدد السياح من الدول الأوروبية بمعدل 66.7% ليلعب 0.6 مليون سائح في 2016، وتراجع عدد السياح الوافدين من دول الأمريكيتين بمعدل 12.9% ليلعب 78 ألف سائح، في حين ارتفع عدد السياح الوافدين من الشرق الأوسط، والدول الإفريقية ودول آسيا والباسيفيك بمقدار 165 ألف سائح بمعدل 26.4%.

2- تطور الطاقة الفندقية:

التطور الحاصل في عدد الفنادق يترجم في زيادة عدد الطاقة الفندقية لمصر، كما يبينه الجدول التالي:

الجدول رقم (04): تطور الطاقة الفندقية المصرية من 1999-2016

السنة	الفنادق الثابتة		الفنادق العائمة		المجموع	
	عدد الفنادق	عدد الغرف	عدد الغرف	عدد الفنادق	الفنادق	الغرف
1999	651	75.489	226	11.684	877	87.173
2004	828	122.515	174	15.296	1002	137.811
2009	1020	170.055	282	16.988	1302	187.043
2014	945	178.799	283	17.228	1228	196.027
2016	901	179.1	264	16.1	1171	195.2

Source: egyptian hotel association, hotels capacity, hotels capacity in egypt, sur site : <http://egyptianhotels.org/Ar-cp-statistics.aspx>

من خلال الجدول نلاحظ أن طاقة الإيواء عرفت تطوراً ملحوظاً، حيث بلغ عدد الفنادق سنة 2009 ما يقارب 1302 فندقاً أي تضاعف مقارنة بسنة 1999 بعد أن كان عددها 877 فندقاً، وبلغ عدد الغرف 187.043 غرفة سنة 2009 بعد أن كان عددها 87.173 غرفة سنة 1999 أي أن العدد تضاعف بمقدار ثلاث مرات تقريباً. لكن نلاحظ أن عدد الفنادق بعد 2009 بدأ بالانخفاض حيث بلغ 1228 فندقاً في 2014 و 1171 في 2016 وذلك نظراً للأزمة السياسية والأمنية التي تمر بها مصر وسببت انخفاضاً في عدد السياح الوافدين مما أدى بالعديد من الفنادق بإغلاق أبوابها.

3- تطور الليالي السياحية: والجدول التالي يوضح تطور الليالي السياحية في مصر من 2010 إلى 2017**الجدول رقم (05): تطور الليالي السياحية بمصر ما بين 2010-2017**

(الوحدة: مليون ليلة سياحية)

السنوات	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
الليالي السياحية	14.7385	11.4214	13.7798	9.4410	9.7256	8.4128	10.8	12.864

Source : ministry of tourism, egypt in figures 2017, p155.

يوضح لنا الجدول تطور الليالي السياحية والتي شهدت هي الأخرى انخفاضاً في نسب تغيرها خلال السنوات المدروسة 2010-2016، نتيجة انعكاسات الأحداث السياسية والأمنية المحلية والدولية على منطقة الشرق الأوسط عامة ومصر خاصة حيث بلغ إجمالي عدد الليالي السياحية التي قضاها السائحون المغادرون 8.41 مليون ليلة خلال سنة 2016 مقابل 14.7 مليون ليلة في 2010، وارجع الجهاز المركزي للتعبئة والإحصاء هذا الانخفاض إلى انخفاض ليالي سائحي أوروبا وخاصة أوروبا الشرقية بنسبة 94.9%، أما الشرق الأوسط فكان له النصيب الأكبر في عدد الليالي بنسبة 36.1%، وكانت السعودية أكثر الدول في عدد الليالي السياحية بنسبة 31.2% من إجمالي عدد الليالي السياحية للشرق الأوسط. وبالنسبة لأوروبا الغربية بلغت نسبتها 30.5%، وكانت ألمانيا أكثر الدول في عدد الليالي السياحية بنسبة 42.9% من إجمالي الليالي السياحية لأوروبا الغربية، كما بلغت نسبة إفريقيا 11.6% وكانت السودان أكثر الدول في عدد الليالي السياحية بنسبة 81.3% من إجمالي الليالي السياحية إفريقيا. وبلغ متوسط مدة إقامة السائح المغادر 6.0 ليلة خلال 2016 مقابل 9.7 ليلة سنة 2015.

4- العوائد السياحية: لعبت الإمكانيات السياحية لمصر دوراً كبيراً في زيادة العوائد السياحية التي أصبحت تعتبر من المصادر الأولى للعملة الأجنبية كما يلي:

الجدول رقم(06): تطور الإيرادات السياحية لمصر من 2000-2016

(الوحدة: مليار دولار)

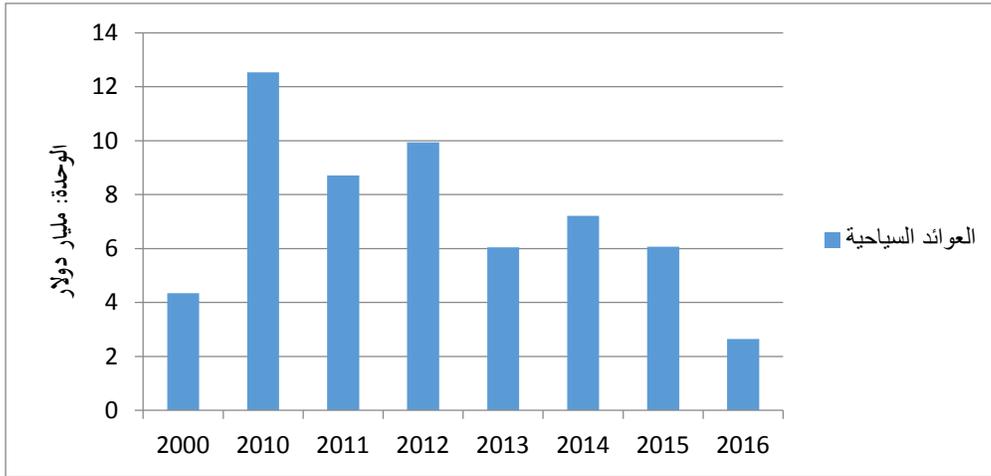
السنوات	2000	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
الإيرادات السياحية	4.345	12.528	8.707	9.940	6.047	7.208	6.065	2.645

Source: -World Tourism Organization, Tourism Highlights 2017 Edition, WTO, p12.

-World Tourism Organization, Tourism Highlights 2015 Edition, p12.

-World Tourism Organization, Tourism Highlights 2014 Edition, p12.

الشكل رقم (02): الإيرادات السياحية لمصر ما بين 2000-2016



المصدر: من إعداد الباحثة

يبرز الجدول والشكل وجود تذبذباً في العوائد السياحية لمصر خلال 2011-2016، حيث بلغ اعلي عائد لها سنة 2010 بـ 12.52 مليار دولار إلا أنها عرفت تراجعاً في السنوات التي تلتها، وتراجعت إلى 8.707 مليار دولار سنة 2011 إلى 6.047 مليار دولار سنة 2013، أما في 2014 فقد عرفت ارتفاعاً بنسبة 27% حيث بلغت العائدات 7.20 مليار دولار لكن سرعان ما انخفضت إلى 2.64 مليار دولار في 2016 وذلك يعود كما ذكرنا سابقاً إلى الظروف الأمنية وحظر الدول الأوروبية على مواطنيها السفر لمصر، مما أثرت سلباً على حركة السياح الذي نتج عنه تراجع إنفاق السياح وبالتالي تراجع العائدات السياحية لمصر.

5- مساهمة السياحة المصرية في الاقتصاد الوطني:

يمكن قياس مساهمة السياحة المصرية في الاقتصاد الوطني من خلال مساهمتها في الناتج المحلي الإجمالي، بالإضافة إلى مساهمة السياحة المصرية في توفير فرص العمل.

أ- مساهمة الإيرادات السياحية في الناتج المحلي الإجمالي في مصر:

الجدول رقم(07): المساهمة المباشرة للإيرادات السياحية في الناتج المحلي المصري ما بين 2010-2017

السنوات	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
الناتج المحلي الإجمالي	218.387	235.464	275.681	285.458	301.737	330.2	342.8	356.4
الناتج المحلي الإجمالي (مليون دولار)								
مساهمة المباشرة لعائدات السياحة في الناتج المحلي الإجمالي (مليار جنيه مصري)	159.4	127.8	125.1	99.2	109.4	104.1	87.4	89.5

2.5	-16.1	-4.8	10.2	-20.7	-2.1	-27.3	/	نسبة المساهمة في الناتج المحلي %
-----	-------	------	------	-------	------	-------	---	----------------------------------

المصدر: - صندوق النقد العربي، إحصائيات 2014، ص 14

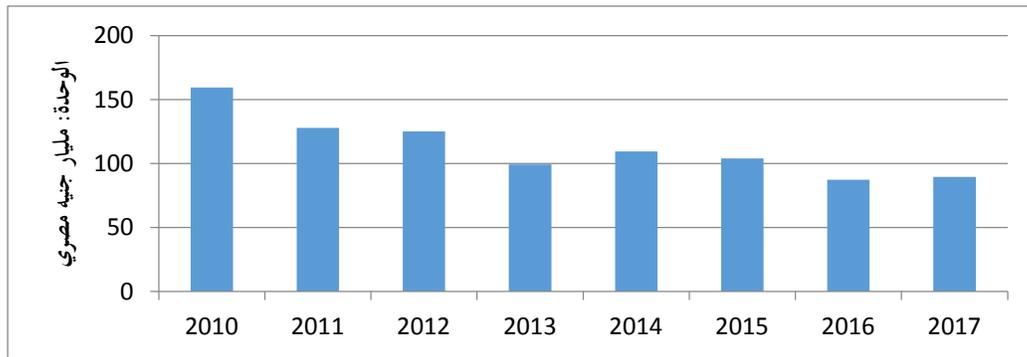
- المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادرات، الاقتصاد العربي مؤشرات الأداء 2000-2018، العدد الفصلي الرابع، أكتوبر/ ديسمبر 2016، ص 11.

- world travel and tourism council, travel and tourism economic impact 2017, egypt, p12-14
- world travel and tourism council, travel and tourism economic impact 2016, egypt, p12.

حسب الجدول فإن مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي، تعتبر مساهمتها منخفضة إذا ما قورنت بالسنوات السابقة

لمساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي لمصر وهذا ما يبينه الشكل التالي:

الشكل رقم (03): مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي



المصدر: من إعداد الباحثة

من خلال الشكل يتبين أن مساهمة الإيرادات السياحية في الناتج المحلي الإجمالي تراوحت بين 89.5 و 127.8 مليار جنيه مصري ما بين الفترة 2011-2017، حيث سجلت أدنى النتائج سنة 2016 بقيمة 87.4 مليار جنيه وسجلت أعلى قيمة لها سنة 2010 بـ 159.4 مليار جنيه، وإذا ما قارنا هذه القيمة بالقيمة العالمية فيمكن القول أن الإيرادات السياحية لمصر تساهم بنسبة كبيرة وفعالة في الناتج المحلي الإجمالي وهو مؤشر يدل على أن القطاع السياحي المصري يساهم في التنمية الاقتصادية بشكل كبير، أما الانخفاض في الإيرادات فيمكن القول بأنها أزمة وسرعان ما ستزول بمجرد استقرار الأوضاع الأمنية.

ب- المساهمة في التشغيل:

تعد السياحة مصدراً مهماً لدعم سوق العمل وتخفيض نسبة البطالة في مصر حيث تشير التقديرات الحكومية إلى أن كل مليون سائح إضافي يوفر 200 ألف فرصة عمل جديدة. والجدول التالي يوضح مدى مساهمة السياحة في التشغيل بمصر.

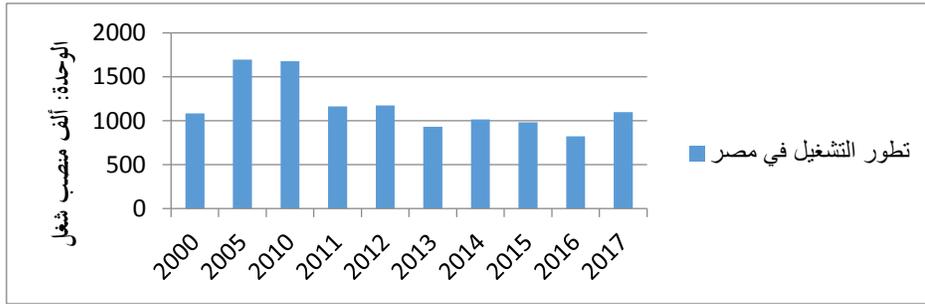
الجدول رقم (08): تطور حجم العمالة في القطاع السياحي المصري ما بين 2010-2017

(الوحدة: ألف منصب شغل)

السنة	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
المساهمة في التشغيل مباشرة	1676.9	1162.3	1173.5	931.6	1014.6	964.5	773.0	708.0

Source : world travel and tourism council, travel and tourism economic impact 2017, egypt, p12.

الشكل رقم (04): مساهمة السياحة في التوظيف



المصدر: من إعداد الباحثة

يلعب القطاع دورا قوميا كبيرا في مواجهة البطالة حيث يعمل به بطريقة مباشرة وغير مباشرة حوالي 2 مليون شخص¹². ومن خلال الجدول نلاحظ تناقص عدد الوظائف السياحية المباشرة التي توفرها السياحة من 1676.9 ألف وظيفة في عام 2010 إلى 708.0 ألف وظيفة في نهاية 2017، وذلك بسبب قيام بعض الشركات السياحية المحلية بتسريح العمالة بالإضافة إلى استغناء بعض المنشآت السياحية عن العمالة المؤقتة وذلك لما شهده من تتابع للأحداث السياسية والأمنية المتعلقة باستقرار الدولة، مما اضطر بعض الدول الأجنبية وخاصة الدول الأوروبية إلى حظر السفر إلى مصر ما أدى إلى التوقف التام لبعض الأنشطة السياحية، وهو ما انعكس على العمالة الدائمة والمؤقتة أي المنتظمة وغير المنتظمة بوجه عام وانخفضت أجور العمالة الدائمة في قطاع السياحة بإجمالي 70 مليون جنيه، فضلا عن هجرة 70% من العمالة السياحية المدربة عملها عقب هذه الأحداث وذلك لتدني الإيرادات. ويعيش القطاعي السياحي المصري مشكلة نتيجة عدم توفر عمالة مدربة كبيرا والعمالة الموجودة حالياً غير مدربة بالقدر الكافي وقد قررت البقاء لعدم قدرتها على إيجاد بديل عمل آخر.

المحور الثالث: عولمة السياحة في مصر:

أولاً: تحرير الخدمات السياحية في مصر:

بعد انضمام مصر لمنظمة التجارة العالمية في 1995 وتوقيع اتفاقية الغاتس، تقدمت بجدول التزاماتها المحددة بالنسبة لتحرير قطاع الخدمات السياحية وخدمات السفر المرتبطة بها، وقامت بإدخال قيود على هذه الالتزامات تتعلق بالحصول على التراخيص اللازمة لإنشاء الفنادق والمطاعم الأجنبية العالمية وتواجد الوكالات السياحية الأجنبية العالمية، وإنشاء الشركات السياحية الأجنبية في مجال الخدمات السياحية كخدمات النقل السياحي (البري والجوي)، وإنشاء الشركات السياحية المشتركة لنقل الركاب والبضائع ومشروعات تطهير الموانئ، وأخيراً إنشاء معاهد للتدريب السياحي وتواجد شركات الإدارة الأجنبية وإقامة مؤتمرات السياحة الدولية¹³.

ووفقاً للالتزامات السابقة فان تحرير الخدمات السياحية ترتب عليه العديد من الآثار الايجابية علي القطاع السياحي

المصري، حيث:

- إتاحة الفرصة أمام الشركات متعددة الجنسيات والمستثمرين الأجانب للدخول إلى السوق السياحي المصري، وإقامة تحالفات بين الشركات المصرية السياحية وشركات السياحة العالمية خاصة أن معظم الشركات السياحة في مصر تتسم بصغر أحجامها الاقتصادية، الأمر الذي استلزم الدخول في هذه التحالفات الإستراتيجية، مثل التحالف بين شركة TUI الألمانية مع شركات ترافكو المصرية وتشير الإحصائيات الخاصة بأعداد السائحين الواردة في وثيقة المجلس القومي للإنتاج إلى أن هذا التحالف مع الشركة الألمانية TUI حقق 7.1 مليون سائح ألماني بنسبة 35.3% من إجمالي الحركة السياحية من السوق الألماني، والتحالف الذي تم بين شركة L.T.U الفرنسية مع شركة سيتي فيرست المصرية، وشركة نيكرومان الألمانية وشركة بلوسكاي المصرية، وهذه التحالفات والتكتلات السياحية قد تنوعت ما بين شركات سياحية وفنادق وشركات طيران¹⁴، مما أدى بالضرورة إلى اكتساب المزيد من الخبرة الأجنبية وإتاحة الفرصة لجلب المزيد من الأفواج السياحية الأجنبية إلى مصر وزيادة الحركة السياحية في مصر.

- ارتفاع مستوى أداء العنصر البشري الوطني في المؤسسات السياحية المصرية نتيجة لدخول هذه المؤسسات في منافسة قوية مع الشركات الأجنبية واعتماد المؤسسات المصرية على الذات والاهتمام، حيث قام القطاع المهني المصري بإنشاء شركة على نفس خطوط الشركات السياحية المندمجة عن طريق تكوين شركة قابضة ذات رأس مال كبير يقدر ب 500 مليون جنيه للشركة الأم، منها 100 مليون جنيه مصري (رأسمال مصدر)، والمؤسسون الرئيسيون هم من البنوك وشركات التأمين والشركات المالكة للفنادق الكبيرة العاملة في مصر ومؤسسة مصر للطيران، والغرض الأساسي لهذه الشركة القابضة تملك شركات سياحية منظمة لبرامج الرحلات إلى مصر بصفة خاصة وإلى الدول الأخرى بصفة عامة وذلك عن طريق شراء شركات سياحية لها شهرتها في الدول المصدرة للحركة السياحية، أو عن طريق شراء أسهم في هذه الشركات بما يحقق للجانب المصري نسبة الأغلبية في رأسمالها¹⁵.

- سمح تحرير الخدمات السياحية في مصر إلى إحلال العمالة الأجنبية محل المحلية في نطاق محدود خاصة في الإدارة، أو لتعويض النقص في الكفاءات في قطاع السياحة وهو ما خلق منافسة وفرصة للتعليم والتدريب للعمالة وبالتالي رفع مستوى أداء العاملين فيها من خلال التدريب الداخلي والخارجي لمواكبة التطورات المتلاحقة التي تحدث في الأسواق السياحية العالمية¹⁶. كما منح فرص كبيرة أمام القوى العاملة المصرية الماهرة للعمل في المشروعات السياحية الأجنبية مما يسهم بدرجة كبيرة في حل مشكلة البطالة.

- إنشاء الفنادق والمطاعم الأجنبية وعمل الوكالات السياحية في خدمات النقل السياحي مما دعم كفاية وفعالية الخدمة السياحية في مصر ما أدى إلى جذب العديد من السياح وبالتالي زيادة الإيرادات السياحية خاصة في ظل ما تتمتع به مصر من مزايا نسبية في قطاع السياحة، حيث أن متوسط سعر الغرفة 68 دولار في حين أن متوسط الدول المنافسة في المنطقة 75 دولاراً، وبالنسبة لقطاع المطاعم السياحية فإن 50% من المطاعم التي تنشأ تخرج من السوق خلال فترة وجيزة، كما أن متوسط سعر الوجبة الغذائية المقدمة في الرحلات السياحية خارج الفندق ثابتة منذ 15 سنة وفي حدود 15 جنيه مصري على الرغم من زيادة التكلفة خلال نفس الفترة 100%. فمصر تعتبر من أرخص دول العالم من حيث التكلفة وأسعار الخدمات والسلع.

- خصخصة غالبية شركات ومنشآت قطاع الأعمال السياحية والفندقية بفتح مجالات الاستثمار أمام القطاع الخاص في كافة مجالات التنمية السياحية مما أدى إلى ارتفاع نصيب الفنادق الفاخرة بنسبة 75% تاركا نسبة متواضعة للفئات الدنيا من الفنادق أو التسهيلات السياحية من المنشآت الصغيرة والمتوسطة بما لديها من انخفاض في كثافة رأس المال وإمكانات اعلي في التشغيل.

ثانياً: الاستثمارات السياحية في مصر:

بعد 22 سنة من تحرير الخدمات السياحية المصرية التي أدت إلى عولمة السياحة من خلال فتح الباب للاستثمار السياحي، والذي يلعب دوراً مهماً في إنشاء الشركات الدولية للفنادق والمنتجعات السياحية والوكلاء السياحيين العالميين وتوفير فرص عمل جديدة للمواطنين ذو الخبرة والمهارة في العمل السياحي. وقامت مصر في إطار اتفاقية الغاتس بتعديل القانون 130 لسنة 1989 بقانون 8 لسنة 1997 الذي يقوم على زيادة ضمانات وحوافز الاستثمار وذلك لتأكيد مبدأ المعاملة بالمثل للمستثمر الأجنبي ومبدأ الشفافية لكافة المعاملات المتعلقة بشروط وإجراءات الاستثمار والتي تعتبر جزءاً لا يتجزأ من اتفاقية منظمة التجارة العالمية. ومن بين المزايا التي يتمتع بها المستثمرون في قطاع السياحة هي:

- حرية تحديد أسعار المنتجات وتحديد الأرباح دون تدخل الدولة في ذلك
- عدم جواز التأميم أو المصادرة للمشروعات الاستثمارية
- عدم جواز الحجز أو الاستيلاء أو مصادرة أموال المشروعات أو التحفظ أو فرض الحراسة عليها
- الإعفاءات الضريبية كحق الشركات والمنشآت في تملك أراضي البناء والعقارات المبنية مباشرة نشاطها والتوسع فيها أي كان جنسية الشركاء أو محل إقامتهم أو نسب مشاركتهم.
- إعفاء عقود التأسيس وعقود القرض وعقود الرهن المرتبط بأعمال الشركات والمنشآت من ضريبة الدمغة ورسوم التوثيق والشهرة لمدة 3 سنوات من تاريخ قيد الشركة في السجل الآلات والمعدات والأجهزة التي تستوردها الشركات والمنشآت داخل البلاد تسدد ضريبة جمركية موحدة (0%) مضافاً إليها ضريبة المبيعات (10%) تسقط على 10 سنوات¹⁷ بالإضافة إلى الإعفاءات الجمركية.

كما قامت الحكومة المصرية بفتح المجال للقطاع الخاص بحكم ارتباطه برؤوس أموال ومتعاملين أجنبى وهو ما أدى إلى أن يلعب دوراً أساسياً بصفته الموجه الرئيسي في عملية الاستثمار والتنمية السياحية وهو ما يؤكد عولمة السياحة المصرية واندماجها بصفة كاملة في السوق الدولية للسياحة وخاصة سوق الحوض المتوسط، حيث تحظى بمكانة هامة ضمن المنافسة القائمة بفضل اقتصادها المتفتح وأطرها القانونية والتنظيمية الجاذبة للاستثمار الأجنبي السياحي، وهذا ما مكنها من إنشاء قاعدة حقيقية للهياكل الفندقية التي تعرض منتوجات سياحية تعرف تنوعاً مستمراً وموجهة نحو أعداد متزايدة من الزبائن. والجدول التالي يوضح واقع الاستثمارات السياحية المصرية.

الشكل رقم (09): حجم الاستثمارات في مصر ما بين 2007-2017

(الوحدة: مليار جنيه مصري)

السنة	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
الاستثمارات السياحية	35.9	43.8	43.0	43.6	39.0	36.7	30.7	30.6	42.3	46.6	50.6

Source :- world travel and tourism council, travel and tourism economic impact 2017

- world travel and tourism council, travel and tourism economic impact 2014

توضح الأرقام الواردة في الجدول ارتفاعاً في حجم الاستثمارات السياحية في مصر من 2000 إلى غاية 2010 ويرجع ذلك إلى تهيئة الحكومة المصرية المناخ العام المناسب للاستثمار، حيث ارتفعت من مليار جنيه إلى 43.6 مليار جنيه، وحسب تقرير أطلقه مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية "UNCTAD" والمؤسسة العربية لضمان الاستثمار وائتمان الصادر في الكويت لسنة 2009 أن مصر هي ثالث دولة عربية جاذبة للاستثمار السياحي بقيمة 9.5 مليار دولار بحصة 9.8%، لكن وبعد ثورة 25 يناير 2011 تراجع الاستثمار السياحي نظراً للحساسية إلى 39 مليار جنيه واستمر في الانخفاض لغاية سنة 2014 حيث بلغ 30.6 مليار جنيه، رغم ضخ الحكومة المصرية 31 مليار جنيه في قطاع السياحة وبسبب الاضطرابات السياسية والأمنية والاجتماعية التي شهدتها مصر جعل البيئة الاستثمارية غير مناسبة للاستثمار. ومع بداية 2015 نلاحظ ارتفاعاً في حجم الاستثمارات حيث بلغت 42.3 مليار جنيه واستمرت في الارتفاع فبلغت 46.6 مليار جنيه في 2016. وحسب مجلس السياحة والسفر العالمي من المتوقع ارتفاع حجم الاستثمارات السياحية في عام 2017 إلى 50.6 مليار جنيه وخاصة بعد تغير الأوضاع الجيوستراتيجية في منطقة الشرق الأوسط والتي لها تأثير مباشر على قطاع السياحة، بداية بتوقيع اتفاق المصالحة الفلسطينية في القاهرة، والاضطراب بين الخليج وتركيا وظهور دعوات خليجية لمقاطعة أنقرة سياحياً وبالتالي من المحتمل أن تستفيد مصر من هذا التوتر الخليجي التركي بالإضافة إلى استعادة العلاقات الإيطالية المصرية ما يمهّد الطريق لجذب السوق الإيطالية. ولتشجيع الاستثمارات السياحية في مصر بعد الأزمة التي مرت بها قامت مصر بتوقيع العديد من الاتفاقيات منها¹⁸:

- موافقة لجنة السياحة والطيران المدني بمجلس النواب في 2016/8/3 على اتفاق قرض مقدم من اليابان لتطوير مطار برج العرب لإنشاء مبنى للركاب بمحطاته في مطار برج العرب، على أن يتولى الجانب الياباني عملية التنفيذ خلال 38 شهراً مما سيؤدي إلى زيادة عدد الركاب من 3 ملايين راكب سنوياً إلى 4 ملايين راكب بعد افتتاح المبنى الجديد.
- توقيع اتفاقية تعاون بين مجموعة فنادق أكور العالمية ومجموعة ياسين القابضة للاستثمارات المالية متضمنة تدشين فندق جديد لمجموعة فنادق أكور والمجمع افتتاحه عام 2019 بطاقة 350 غرفة بمساحات متنوعة ومطاعم مميزة.
- إصدار القرار الجمهوري رقم 464 لعام 2015 بشأن الموافقة على التعديل الأول لاتفاقية منحة المساعدة الموقع في القاهرة بتاريخ 13 سبتمبر 2015 بين حكومتي مصر والولايات المتحدة بشأن الاستثمار المستدام في السياحة بمصر "سايت" حيث نصت المادة الأولى من القرار على أنه ووفق على التعديل الأول لاتفاقية منحة المساعدة مع التحفظ بشرط التصديق.
- توقيع بروتوكول تعاون بين وزارة السياحة "مثلة في وحدة السياحة الخضراء" مع هيئة تنمية واستخدام الطاقة الجديدة والمتجددة بوزارة الكهرباء في 2017 وذلك من أجل تنفيذ مشروع ريادي في عدد من 6-10 فنادق يهدف إلى وضع نموذج استثماري لتحفيز الفنادق على استخدام الطاقة الشمسية في تسخين المياه وتوليد الكهرباء من الخلايا الفوتوفولطية، ويأتي ذلك في إطار اهتمام وزارة السياحة بتطبيق مفاهيم التنمية المستدامة ووضع آليات لتشجيع التحول التدريجي نحو السياحة الخضراء وتأهيل المنشآت الفندقية لهذا التحول.

ثالثا: مشاريع لتوطين تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات لعولمة السياحة المصرية:

عززت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات عولمة السياحة، فالقطاع السياحي متعدد الروافد يلتقي فيه فاعلون كثر كالمؤسسات الرسمية متمثلة في الوزارة الوصية بالسياحة، المؤسسات الفندقية، العقاريون، المستثمرون المليون كالمصارف والصناديق الاستثمارية، وكالات الأسفار، معاهد التكوين السياحي والفندقي، المرشدون السياحيين ومؤسسات النقل الجوي والبري. وبذلك أضحت التكنولوجيا حلقة الوصل للضبط والربط بين اختصاصات وتداخلات هؤلاء الفاعلين في السياحة. ونظرا للمنافسة القوية التي تواجهها مصر في جذب السياح قامت باستخدام تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في القطاع السياحي حيث قامت بـ:

- تقديم الحكومة المصرية عدد من الخدمات السياحية من خلال بوابة الحكومة الالكترونية منها: خدمة حجز التذاكر الالكترونية للنقل الجوي والنقل بالسكك الحديدية ويمكن الاختيار بين التسديد الالكتروني عن طريق البطاقة الائتمانية/ بطاقة الدفع أو التحويل المصرفي، أو الدفع عند الاستلام (للمقيمين في مصر مقابل عمولة مضافة على ثمن التذكرة)، وأيضا يمكن للسياح طلب تأشيرات الدخول على الخط بل ذهبت إلى أكثر من ذلك وهي خدمة شكاوي السائحين لشرطة السياحة والآثار.
- تنصيب خدمة الانترنت اللاسلكية للمناطق السياحية والفنادق العائمة بالأقصر وتم تعميمها بعد ذلك في كافة المناطق التي تقدم خدمات الانترنت بالأقصر لتصبح أول مدينة تقوم بتقديم خدمة الانترنت اللاسلكي في مصر، وهذا في إطار مواكبة التطور لخدمة السياح الراغبين في معرفة معلومات عن الأماكن التي يودون زيارتها قبل الرحلة¹⁹.
- تحالفت مصر للطيران مع السعودية- الأردنية- الشرق الأوسط اللبنانية- طيران الخليج لإصدار التذكرة الالكترونية وبدأت للطيران في تطبيق التذكرة الالكترونية في 2006/09/05 على الرحلات الداخلية وبدأت في 2007/01/08 تطبيقها على الرحلات الدولية، وتعد مصر للطيران من أوائل الشركات في الشرق الأوسط التي تطبق نظام التذكرة الالكترونية.
- قيام شركة مصر للطيران بإنشاء موقع خاص بها على شبكة الانترنت لتقديم جميع البيانات التي يحتاجها المسافر عن الرحلات الجوية من حيث مواعيدها وأسعارها. بالإضافة الى توقيع بروتوكول تعاون مع شركة موبينيل في 2012 يهدف الى تقديم خدمة السفر المحمول لعملائها M-travel.
- اعتماد الترويج الالكتروني لعرض إمكاناتها السياحة المصرية باستخدام تطبيقات المحمول، ويتم تقديم هذه الخدمة من خلال مساعدة المستخدم في الحصول على المعلومات المراد تحميلها من على التطبيق بسهولة ويسر²⁰، وهو ما جعل مصر تحتل المرتبة الثالثة في المؤتمر الدولي للسياحة والسفر والذي نظمه الاتحاد الدولي لتقنية المعلومات والسياحة والسفر بمدينة "لوجانو" السويسرية بالتعاون مع مركز المعلومات بهيئة تنشيط السياحة وبمشاركة أكثر من 25 دولة من مختلف دول العالم، وذلك بالابتكار في عرض المقاصد السياحية باستخدام تطبيقات تكنولوجيا المعلومات في إدارة المقصد السياحي المصري، من خلال عرض معلومات تتيح للسياح رؤية المناطق السياحية مثل المعابد والآثار وبثها عبر الأقمار الصناعية وكاميرات المراقبة في هذه المناطق ومشاهدتها بزوايا 360 درجة²¹ لتتماشى مع كل أدوات التسويق الرقمي الحديثة من أجل التواصل مع المسافرين الحاليين والمحتملين لتزويدهم بالتجربة التي يسعون إليها.

- إطلاق "مشروع تراف كي" في سبتمبر 2017م، وهو أول مشروع مصري لتنشيط السياحة الالكترونية من طرف شركة نيل مصر للسياحة والذي يستهدف 500 ألف زائر في المنصة الالكترونية لخدمات القطاع السياحي، على اعتبار أن 80% من سائحي الاتحاد الأوروبي يستخدمون خدمات السياحة الالكترونية حيث أن 40% من الحجوزات والأنشطة الترفيهية وقضاء الإجازات تتم إلكترونياً عبر منصات الخدمات الالكترونية للشركات.²²

- تأسيس أول شركة سياحة إلكترونية في مصر وهي "E-Tourism Marketing"، التي تقوم على الاستخدام الابتكاري للتسويق الإلكتروني في السياحة حيث يوضح الموقع الرسمي للمنظمة أنها تدعم الدول التي لا تريد الاعتماد فقط على الوسائل التقليدية والاتفاقات مع شركاء دوليين لجذب السياح، وإنما أيضاً تريد أن تعلي من كفاءتها الذاتية في جذبهم من خلال التسويق عبر شبكة الإنترنت من أجل سياسة مستدامة لجذب السياح عبر مواقع التواصل الاجتماعي والإعلانات الممولة على محرك البحث (google)²³. وتشير الإحصائيات إلى نمو المتزايد للسياحة الإلكترونية فأكثر من 85% من الفنادق المصرية يستخدمون نظام الحجز عن طريق الإنترنت، فقد قدمت الإنترنت فرصة للعاملين في مجال السياحة للوصول إلى السائح في أي مكان في العالم لدعوته لمصر، حيث نجد أن مستخدمي الإنترنت بمصر زاد عددهم إلى 33.79 مليون مستخدم في ديسمبر 2017 مقارنة بـ 26.8 مليون في أبريل 2016، بمعدل نمو سنوي 14.40%. وأوضح تقرير مؤشرات وزارة الاتصالات المصرية الصادر في جانفي 2018 أن مستخدمي الإنترنت فائق السرعة ADSL ارتفع إلى 5.20 مليون مشترك في ديسمبر 2017، بمعدل تغير سنوي 17.07% وذلك مقارنة بـ 4.44 مليون مشترك في ديسمبر 2016. وبلغت نسبة مستخدمي الإنترنت عن طريق المحمول من إجمالي مستخدمي المحمول 32.38% ديسمبر 2017، مقارنة بـ 29.30% في ديسمبر 2016²⁴. فانتشار الهواتف الذكية بتطبيقاتها المختلفة كانت من العوامل الرئيسية وراء اهتمام مصر حول كيفية استغلال تطبيقات المحمول في التسويق السياحي الإلكتروني.

المحور الرابع: تحديات عولمة السياحة على التنمية السياحية المستدامة في مصر:

فرضت عولمة السياحة متغيرات جديدة في مجالات السياحة المصرية فتحرير الخدمات السياحية وتوظيف المنجزات العلمية التكنولوجية المعاصرة في القطاع السياحي المصري بات قوة ضاغطة تسعى لتحقيق أكبر العوائد الاقتصادية دون النظر للاعتبارات التي تقف عائقاً في سبيل تحقيق تنمية السياحة المستدامة. ويمكن إجمالها في:

أولاً: التحديات الاقتصادية:

- انخفاض في حجم العرض السياحي في مصر نتيجة للدخول في دائرة المنافسة العالمية وخروج بعض الشركات السياحية المصرية وخصوصاً الصغيرة من السوق السياحية لعدم قدرتها على مواجهة هذه المنافسة التي تعتمد على تقديم خدمات وبرامج سياحية مرتفعة المستوى ومتميزة. فأغلب شركات السياحة تتراوح رؤوس أموالها بين 20 ألف جنيه لشركات تقوم بنشاط النقل السياحي و100 ألف جنيه لشركات تقوم بجميع أنواع النشاط السياحي، و40 ألف جنيه لشركات تقوم بنشاط حجز تذاكر النقل الداخلي، وهي قيمة متواضعة إذا ما قورنت بالوضع الحالي في سوق السياحة العالمية الذي يتسم بأكبر حجم رؤوس الأموال وبسيطرة الشركات عابرة القوميات.

- تحرير الخدمات السياحية فتح باب المنافسة في السوق السياحة العالمي مما أدى لزيادة مشاكل المؤسسات السياحية والفندقية الذي يبتعد كثيرا عن الإدارة بالتخطيط والتسويق الاستراتيجي وهو ما قلص فرص ومجالات أنشطتها مما يدفعها إلي بيع خدمات السياحة بأسعار متدنية والمضاربة على الأسعار (حرق الأسعار) خاصة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة التي تعمل بالأنشطة التقليدية مثل حجز تذاكر الطيران والنقل الداخلي. بالإضافة إلى مشاكل ارتفاع أسعار الطيران المصري عن شركات الطيران الأجنبية وازدواجية القرارات والإجراءات المفروضة من قبل بعض الوزارات مما يحد من أنشطة هذه الشركات السياحية، والدور السلبي الذي تمارسه البنوك، تزايد الأعباء الضريبية والرسوم المفروضة على المؤسسات السياحة لزيادة التنشيط السياحي المصري مثل التواجد في المعارض والمؤتمرات لمحدودية مواردها، ومعاناة الشركات السياحية الصغيرة والمتوسطة الحجم من ضعف وسائلها الإعلامية .

- إن وجود الشركات السياحية الأجنبية العملاقة داخل الدولة يسمح بظهور مخترين للخدمات السياحية المختلفة وعلى الرغم من نص الاتفاقية على عدم الاحتكار إلا أن ذلك لا يمنع من وجود هؤلاء المخترين بسوق السياحة المصرية لوفرة رؤوس الأموال الضخمة لديهم ووفرة كافة وسائل التكنولوجيا الأخرى، وهذا الأمر يصعب مع حدوثه أن تقدر شركات السياحة المصرية بأكملها على المنافسة مع هذه الشركات الأجنبية العملاقة²⁵.

-تقوم الشركات الأجنبية التي يسمح لها بإنشاء فنادق ومطاعم بالاشتراك في اختيار الموقع المناسب لإقامة المشروع السياحي، وفي سبيل تحقيقه تجرى هذه الشركات عدة دراسات معمقة ومتخصصة لتحديد هذا الموقع، بل تقوم هذه الشركات أيضا باختيار المهندسين وأدوات التشغيل وهذا يعني تدخلها في خطط وبرامج التنمية السياحية المستدامة من جهة، وفي كثير من الجوانب الإدارية والاقتصادية من جهة أخرى.

- تقوم معظم الشركات الأجنبية بنقل أرباحها إلى الخارج وبالتالي لا تخصص أي نسبة من هذه الأرباح في المساهمة في مشروعات التنمية الاقتصادية بالدولة بالإضافة إلى المشاكل الاقتصادية الأخرى التي يمكن أن تترتب على نقل هذه الأرباح إلى الخارج.

- انعدام ثقافة الاندماج والاستحواذ بين الشركات المصرية وبالتالي إمكانية بناء التحالفات أو التصدي للشركات العالمية فعلى سبيل المثال لا الحصر هناك في مجال النقل السياحي الداخلي أكثر من 60 شركة تخسر بينما لو توحدت في شركة واحدة يمكن أن تحقق أرباحا.

- تأثرت شركات السياحة المصرية من التطبيقات التكنولوجية وزيادة استخدام السياحة الالكترونية على عمليات حجز تذاكر الطيران، حيث تعتمد على دخلها من العملات الكبيرة التي تتقاضاها من شركات الطيران، وبعد استخدام الانترنت انخفضت هذه العمولة كثيرا ووصلت إلى 1% مقابل 9%، وأصبح العميل يحصل على الخدمة من منتجها.

- الفجوة التكنولوجية في عدد مستخدمي الانترنت في مجال السياحة 32% كنسبة زيادة سنوية وافتقاد المؤسسات السياحية نصيبها من الزيادة لعدم وجود نماذج محددة لهذه المؤسسات مما يؤدي إلى تدني مستوى الخدمات المؤدات وضعف القدرة التنافسية بسبب عدم تطور المؤسسات السياحية والفندقية المصرية.

- تركيز النشاطات السياحية في المناطق السياحية التقليدية والمعروفة داخل الدولة وعدم الاهتمام بامتداد هذا النشاط إلى المناطق السياحية البعيدة، ومن ثم يؤثر ذلك في زيادة تقدم الخدمات السياحية بوجه عام على الرغم من انتشار المناطق السياحية في كافة محافظات مصر.

ثانيا: التحديات التنظيمية:

إن تنمية الأعمال من خلال التسويق السياحي الإلكتروني يحتاج إلى إحداث تغييرات جوهرية في البنية التحتية (الهيكل والمسار والفلسفة التنظيمية للمؤسسات السياحية) فهناك حاجة ماسة إلى إعادة تنظيم هيكلها ودمج الأنشطة والفعاليات في البرامج الاتصالية الخاصة بالتسويق السياحي الإلكتروني، مع تحديث إجراءات العمل بما يتماشى مع التطورات التكنولوجية المتجددة.

ثالثا: التحديات الثقافية:

إن اللغة من أهم التحديات التي تعيق التفاعل بين كثير من السياح وبين العديد من المواقع الإلكترونية لذا فهناك حاجة ملحة لتطوير برمجيات من شأنها إحداث نقلة نوعية في ترجمة النصوص وإلى لغات يفهمها الطرفين، مع ضرورة مراعاة العوائق الثقافية والعادات والتقاليد والقيم بحيث لا تكون عائقا نحو استخدام المواقع والتطبيقات الخاصة بالسياحة. بالإضافة إلى عدم الثقة والتقبل في وسائل الدفع الإلكترونية وهو راجع للثقافة التي تربي عليها الفرد المصري لأحساسهم بعدم جودة الخدمة، فأسلوب الدفع بواسطة بطاقات الائتمان عبر الانترنت هو أكثر أشكال السداد ارتباطا بالخدمات السياحية الإلكترونية إذ تعتبر عملية تحويل النقود في صلب أي معاملات تجارية عبر الانترنت من أكثر التحديات التي تواجه العولمة السياحية المصرية لذا أصبح هناك اتجاه نحو استخدام برمجيات خاصة لتأمين وسائل السداد الإلكتروني وترسيخ ثقة السياح بها.

رابعا: التحديات البيئية:

أدت عولمة السياحة المصرية للتأثير على قضية التوازن بين الحفاظ على التراث والتنمية السياحية المستدامة فعلى سبيل المثال قامت أحد الشركات السياحية بالشروع في بناء أربعة أبراج لمركز القاهرة المالي والسياحي في حرم قلعة صلاح الدين الأيوبي بمنطقة القاهرة الإسلامية وهو ما يهدد التراث المعماري الهام للقلعة، وتعتبر هذه الأبراج الأربعة هي مرحلة أولية ستتبعها أربعة أبراج أخرى تصل إلى ارتفاع 120 مترا فوق سطح الأرض ويصل الحفر تحت سطح الأرض إلى عمق 42 مترا تنفذه جرافات حديثة²⁶. وهذا الارتفاع الزائد قد يؤثر على طبيعة التماسك في التربة باعتبار أن جزء كبير من المنطقة يتكون من الحجر الجيري الضعيف والذي هو جزء من حرم القلعة. كما انه وبعد الانتهاء من البناء سوف يصبح التلوث البصري حقيقة مؤكدة والذي يعتبر واحد من أهم أشكال التهديدات للتراث المصري، بينما على الجانب الآخر يعد المشروع من النشاطات السياحية العملاقة.

الخاتمة:

في الأخير نخلص إلى أن الاهتمام بالقطاع السياحي بدا مبكرا في مصر من خلال المؤشرات والنتائج المحققة والتي انعكست إيجابا على الاقتصاد الوطني من حيث الإيرادات المحققة والمساهمة في تكوين الناتج المحلي الإجمالي وخلق مناصب شغل، رغم أن مصر عرفت تراجعاً كبيراً خلال السنوات الأخيرة حيث شهدت التدفقات السياحية البشرية والنقدية انخفاضا كبيرا مما انعكس سلبا على مساهمة القطاع السياحي على التنمية الاقتصادية المصرية.

كما توضح بأن العولمة السياحية يمكن أن تصبح إحدى الأدوات الفاعلة التي يمكن أن تحقق تنمية اقتصادية للبلد من خلال تأثيرها في التنمية السياحة المستدامة، حيث أدت إلى زيادة نمو الاستثمارات السياحية وتحالف الشركات السياحية المحلية في مصر مع شريك استراتيجي دولي وذلك بهدف تسهيل الوصول إلى قاعدة أكبر من المستهلكين من خلال استخدام شبكة التوزيع والعلامة التجارية الفارقة للشريك الأجنبي، بالإضافة إلى عمل مصر على الاستفادة من العولمة السياحية من خلال زيادة حصتها في سوق السياحة العالمي بطرح منتجات سياحية ملائمة، ومواجهة التحديات المرافقة لها مثل زيادة التكتل والتركز بين منظمي الرحلات السياحية، وسلاسل الفنادق وشركات الطيران، وذلك برفع درجة المنافسة، تحسين بنيته الأساسية وعملت على توفير قدرات فنية وتنظيمية وبشرية متقدمة. بالإضافة إلى تطوير منتجات سياحية محلية مبتكرة لجذب السياح وبأسعار منافسة.

نتائج الدراسة:

- مكن الاهتمام المبكر بالقطاع السياحي في مصر من أن تتقدم بخطوات مهمة في مجال التنمية السياحة المستدامة وهو ما توضحه المؤشرات والنتائج المحققة والتي انعكست إيجاباً على الاقتصاد المصري من خلال الإيرادات المحققة والمساهمة في تكوين الناتج المحلي الإجمالي وفي خلق مناصب شغل، بالإضافة إلى قدرتها على التكيف مع التغيرات التي أدخلتها عولمة السياحة على القطاع السياحي وذلك بزيادة حصتها في سوق السياحة العالمي من خلال تحريرها للخدمات السياحية التي أدت بها إلى طرح منتجات سياحية ملائمة ومنافسة للمنتجات الدولية، وتطوير منتجات سياحية محلية مبتكرة لجذب السياح وبأسعار منافسة ما جعلها تحقق تنمية سياحية مستدامة فعلية رغم وجود بعض الآثار السلبية التي أفرزتها مثل زيادة التكتل والتركز بين منظمي الرحلات السياحية، وسلاسل الفنادق، وشركات الطيران، ورفع درجة المنافسة²⁷.

- أدت العولمة السياحية إلى تغييرين مهمين: الأول هو تقريب وتوحيد القوانين والأنظمة التي تحكم الأنشطة السياحية في مختلف الدول بهدف تقليص تكاليف إنتاج وتوزيع الخدمات السياحية وإتاحة المجال لمزيد من الحرية والانفتاح لتسهيل دخول المنتجات والاستثمارات السياحية، والثانية المزيد من التخصص في إنتاج وتوزيع وتسويق الخدمات والمنتجات السياحية على المستوى العالمي²⁸.

- أصبحت تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال أكثر أهمية لبقاء ونمو السياحة خاصة بالنسبة للبلدان التي تعتمد اعتماداً كبيراً على السفر الوافد من مناطق العالم التي تتوقع أن تكون التكنولوجيا المتطورة جزءاً لا يتجزأ من خطط السياح مستقبلاً²⁹.

- تعتبر تجربة التنمية السياحية المستدامة في مصر في ظل العولمة السياحية ناجحة نسبياً في تحقيق الأهداف المخططة وهو ما جعلها قبلة للسياح الأجانب، ويرجع السبب في ذلك إلى السياسة السياحية المطبقة في مصر والتي أدت إلى توفير منتجات سياحية تنافسية على مستوى أسواقها في الوقت الذي تعاني فيه بعض الدول من تخلف في هذا الميدان وليست لديها القدرات التنافسية التي تمكنها من الولوج إلى ساحة السياحة الدولية والحصول على المنافع التي حققتها بعض الدول كمصر.

- رغم استغلال مصر العولمة السياحية إلا أن ذلك لم يمنع من أن تكون هناك بعض التحديات التي اعترضت التنمية السياحية المستدامة فيها وتنوعت في شتى المجالات بداية بعدم قدرت المؤسسات والشركات السياحية المصرية على مواجهة هذه المنافسة الحادة التي تعتمد على تقديم خدمات وبرامج سياحية مرتفعة المستوى ومتميزة³⁰، ضف إلى ذلك ضعف البنية التحتية التكنولوجية المصرية بالرغم من المشاريع التكنولوجية السياحية المستحدثة في السنوات الأخيرة وصولاً إلى التحديات الثقافية والبيئية والتأثير على العادات والتقاليد وحتى البيئة الطبيعية المصرية.

قائمة المراجع:

1- المؤلفات:

- رعد العاني، الوجيز في الجغرافية السياحية وسياحة المجمعات، دار الحامد، الأردن، ط1، 2005.
- عبد القادر فتحي لاشين وآخرون، الاتفاقية العامة للتجارة في الخدمات (GATS)، وعلاقتها بقطاع النقل في الدول العربية، دار الكتب المصرية، القاهرة، 2005.
- محمد فريد عبد الله، وآخرون، إستراتيجية التنمية السياحية المستدامة، دار الأيام للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
- محمد يسرى إبراهيم دعبس، العولمة السياحية وواقع الدول المتقدمة والدول النامية، الملتقى المصري للإبداع والتنمية، الإسكندرية، 2002.
- مصطفى يوسف كافي، صناعة السياحة والأمن السياحي، دار رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، د.ب. ن، 2009.

2-المقالات:

- إبراهيم بختي، شعوبي محمود فوزي، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية قطاع السياحة والفندقة، مجلة الباحث، ورقلة، العدد 07، 2010.
- ياسر عوض عبد الرسول، معوقات التنمية السياحية المستدامة بمصر وأثارها الاقتصادية، مجلة مصر المعاصرة، المجلد 108، العدد 525، 2017.

3- الأطروحات:

- عبد القادر عوينان، السياحة في الجزائر الإمكانيات والمعوقات (2000-2025) في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص علوم ومالية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2012/2013.
- علي زيان بروجحة، أثر تحرير تجارة الخدمات على السياحة العربية، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي، الجزائر، 2010-2011.
- محمود فوزي أحمد السخاوي، أثر الاستثمار السياحي على تنوع المنتج السياحي بالتطبيق على الوادي الجديد، قسم الدراسات السياحية، كلية السياحة والفنادق، جامعة المنوفية، مصر، 2011-2012.
- مروه فوزي عبد الوارث عبد الهادي، العولمة كنظام عالمي جديد وأثره على الشركات السياحية فئة (أ) على منطقة القاهرة الكبرى، مذكرة ماجستير، كلية السياحة والفنادق، قسم الدراسات السياحية، جامعة المنوفية، مصر، 2002.

4- المداخلات:

- المملكة العربية السعودية، الهيئة العليا للسياحة، تأثير العولمة على السياحة في المملكة العربية السعودية، ورقة عمل مقدمة لندوة السياحة والعولمة، كلية سلطان لعلوم السياحة والعولمة، أبها، 2004.
- صلاح زين الدين، دراسة لفرض تحديات التنمية السياحية المستدامة في مصر، المؤتمر العلمي الدولي الثالث القانون والسياحة، جامعة طنطا، كلية الحقوق، مصر، 26-27 أبريل، 2016.

5- مواقع الانترنت:

- تراف كي أول مشروع لتنشيط السياحة الالكترونية في مصر، تم الاطلاع بتاريخ 2018/03/28، على الساعة: 18:46، من الموقع الالكتروني: <http://www.akhbarak.net/news/2017/09/26/11943978/articles/26404476>
- جمهورية مصر العربية ، الهيئة العامة للاستعلامات، حصاد السياحة في مصر لعام 2017: تسخير السياحة المستدامة من اجل التنمية، تم الاطلاع بتاريخ: 2018/03/27، على الساعة: 21:43، من الموقع الالكتروني: <http://www.sis.gov.eg/Story/154578?lang=ar>
- جمهورية مصر العربية، وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، استخدام تكنولوجيا تطبيقات المحمول في تنشيط السياحة خارجيا وداخليا، تم الاطلاع بتاريخ: 2018/03/26، على الساعة: 11:30، من الموقع الالكتروني: http://mcit.gov.eg/Ar/Project_Updates/351/ICT_Infrastructure/eContent
- جمهورية مصر العربية ، وزارة السياحة المصرية، الهيئة العامة للتنمية السياحية، تم الاطلاع بتاريخ: 2018/05/20، على الساعة: 17:54، من الموقع الالكتروني: <http://www.tda.gov.eg/TDABrief/TDAStrategy-AR.aspx>
- السيد نجم، كيف نحقق التوازن بين التراث والتنمية السياحية في عصر العولمة، جريدة ميدل ايست اونلاين، نشر بتاريخ 2006/07/29، تم الاطلاع عليه بتاريخ: 2018/03/29، على الساعة: 17:00، من الموقع الالكتروني: <http://www.middle-east-online.com/?id=39991=39991&for>
- موسوعة المسافر، مصر ثالث عالميا في استخدام تكنولوجيا المعلومات في السياحة، مقال منشور بتاريخ: 2015/03/21، تم الاطلاع عليه بتاريخ: 2018/03/26، على الساعة: 11:45، من الموقع الالكتروني: <https://news.travelerpedia.net>
- نihal نبيل، مبتكر السياحة الالكترونية: سياح العالم يسافرون أونلاين ومصر تكتفي بفييس بوك، مقال منشور بتاريخ: 2017/01/22، وتم الاطلاع بتاريخ: 2018/03/28، على الساعة: 18:50، من الموقع الالكتروني: <http://www.elyomnew.com/news/refresh/2017/01/22/62862>

الهوامش:

- ¹ - محمد فريد عبد الله، وآخرون، إستراتيجية التنمية السياحية المستدامة، دار الأيام للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2015، ص 27.
- ² - محمد فريد عبد الله، نفس المرجع، ص 28
- ³ - مصطفى يوسف كافي، صناعة السياحة والأمن السياحي، دار رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، د.ب. ن، 2009، ص 19.
- ⁴ - علي زيان بروج، أثر تحرير تجارة الخدمات على السياحة العربية، مذكرة ماجستير، جامعة حسيبة بن بوعلي، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم العلوم التجارية، الشلف، 2010-2011، ص 128.
- ⁵ - صلاح زين الدين، دراسة لفرض تحديات التنمية السياحية المستدامة في مصر، المؤتمر العلمي الدولي الثالث القانون والسياحة، جامعة طنطا، كلية الحقوق، مصر، 26-27 أبريل، 2016، ص 47.
- ⁶ - رعد العاني، الوجيه في الجغرافية السياحية وسياحة المجمعات، دار الحامد، الأردن، ط1، 2005، ص 89.
- ⁷ - عبد القادر عوينان، السياحة في الجزائر الإمكانات والمعوقات (2000-2025) في ظل الإستراتيجية السياحية الجديدة للمخطط التوجيهي للهيئة السياحية SDAT2025، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص علوم مالية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، 2012/2013، ص 94
- ⁸ - وزارة السياحة المصرية، الهيئة العامة للتنمية السياحية، تم الاطلاع بتاريخ: 2018/05/20، على الساعة: 17:54، من الموقع الالكتروني: <http://www.tda.gov.eg/TDABrief/TDAStrategy-AR.aspx>
- * المركز السياحي هو كيان متكامل ومتنوع تتوافر به كل مقومات المدينة وهي تتكامل وظيفيا فالنشاط الرئيسي والمتمثل في السياحة تخدمه مجموعة من الأنشطة والخدمات الفرعية (مدارس - خدمات تجارية - صحة - مستشفيات - مصانع... الخ).
- ⁹ - وزارة السياحة المصرية، الهيئة العامة للتنمية السياحية، تم الاطلاع بتاريخ 2018/02/25، على الساعة: 22:34، من الموقع: <http://www.tda.gov.eg>

- 10- نفس المرجع
- 11- وزارة السياحة المصرية، الهيئة العامة للتنمية السياحية، مناطق التنمية، تم الاطلاع بتاريخ: 2018/03/23، على الساعة: 20:33، <http://www.tda.gov.eg/MainPages/HomeAR.aspx>
- 12- ياسر عوض عبد الرسول، معوقات التنمية السياحية المستدامة بمصر وأثارها الاقتصادية، مجلة مصر المعاصرة، المجلد 108، العدد 525، 2017، ص ص 16-17
- 13- عبد القادر فتحي لاشين وآخرون، الاتفاقية العامة للتجارة في الخدمات (GATS)، وعلاقتها بقطاع النقل في الدول العربية، دار الكتب المصرية، القاهرة، 2005، ص 516
- 14- مروه فوزي عبد الوارث عبد الهادي، العولمة كنظام عالمي جديد وأثره على الشركات السياحية فئة (أ) على منطقة القاهرة الكبرى، مذكرة ماجستير كلية السياحة والفنادق، قسم الدراسات السياحية، جامعة المنوفية، مصر، 2002، ص ص 54-55
- 15- نفس المرجع، ص 56
- 16- محمد يسرى إبراهيم دعبس، العولمة السياحية وواقع الدول المتقدمة والدول النامية، ص 169
- 17- محمود فوزي أحمد السخاوي، أثر الاستثمار السياحي على تنوع المنتج السياحي بالتطبيق على الوادي الجديد، قسم الدراسات السياحية، كلية السياحة والفنادق، جامعة المنوفية، 2011-2012، ص ص 31-32.
- 18- جمهورية مصر العربية، الهيئة العامة للاستعلامات، حصاد السياحة في مصر لعام 2017: تسخير السياحة المستدامة من اجل التنمية، تم الاطلاع بتاريخ: 2018/03/27، على الساعة: 21:43، من الموقع الالكتروني: <http://www.sis.gov.eg/Story/154578?lang=ar>
- 19- إبراهيم بختي، شعوبي محمود فوزي، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية قطاع السياحة والفندقة، مجلة الباحث، ورقة، العدد 07، 2010، ص 282
- 20- جمهورية مصر العربية، وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، استخدام تكنولوجيا تطبيقات المحمول في تنشيط السياحة خارجيا وداخليا، تم الاطلاع بتاريخ: 2018/03/26، على الساعة: 11:30، من الموقع الالكتروني: http://mciit.gov.eg/Ar/Project_Updates/351/ICT_Infrastructure/eContent
- 21- موسوعة المسافر، مصر ثالث عالميا في استخدام تكنولوجيا المعلومات في السياحة، مقال منشور بتاريخ: 2015/03/21، تم الاطلاع عليه بتاريخ: 2018/03/26، على الساعة: 11:45، من الموقع الالكتروني: <https://news.travelerpedia.net>
- 22- تراف كي أول مشروع لتنشيط السياحة الالكترونية في مصر، تم الاطلاع بتاريخ 2018/03/28، على الساعة: 18:46، من الموقع الالكتروني: <http://www.akhbarak.net/news/2017/09/26/11943978/articles/26404476>
- 23- نغال نبيل، مبتكر السياحة الالكترونية: سياح العالم يسافرون أونلاين ومصر تكتفي بـ فيس بوك، مقال منشور بتاريخ: 2017/01/22، وتم الاطلاع بتاريخ: 2018/03/28، على الساعة: 18:50، من الموقع الالكتروني: <http://www.elyomnew.com/news/refresh/2017/01/22/62862>
- 24- تقرير موجز عن مؤشرات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، جمهورية مصر العربية، عدد شهري، يناير 2018، ص ص 2-3.
- ** حرق الأسعار: تعتبر ظاهرة "حرق الأسعار" أو سياسة البيع بأقل من التكلفة الاستثمارية الحقيقية، سياسة مخفوفة بالمخاطر. وقد تؤدي إلى وقوع المنشأة السياحية في مشاكل مالية، خاصة في حالة عدم قدرة المستثمر على اتخاذ الإجراءات التصحيحية في الوقت المناسب. وهي أحد أساليب/سياسات الترويج المؤقتة، التي يلجأ لها بعض مقدمي الخدمات السياحية، خاصة الفنادق في فترات الأزمات والركود السياحي؛ بهدف جذب المزيد من الأتواج السياحية في أعقاب الأزمات التي قد تحدث بتوقف الطلب السياحي على المنتجات والخدمات التي يقدمها هؤلاء المشغلون. وثمة سلبيات عديدة لهذه السياسة، منها: صعوبة تعديل الأسعار في المدى القصير بالنسبة إلى المنشأة التي تتبنى هذا الأسلوب، والخروج السريع للمنشآت السياحية الصغيرة من المنافسة، والإضرار بسمعة المنشأة السياحية في السوق، بل والمقصد السياحي كله، مقارنة بالمقاصد السياحية التي تتبنى سياسات تسعيرية واضحة ومحددة.
- 25- عبد القادر فتحي لاشين وآخرون، مرجع سابق، ص ص 532-533.
- 26- السيد نجم، كيف نحقق التوازن بين التراث والتنمية السياحية في عصر العولمة، جريدة ميدل ايست أونلاين، نشر بتاريخ 2006/07/29، تم الاطلاع عليه بتاريخ: 2018/03/29، على الساعة: 17:00، من الموقع الالكتروني: <http://www.middle-east-online.com/?id=39991=39991&format=0>
- 27- مروه فوزي عبد الوارث عبد الهادي، مرجع سابق، ص ص 53-55.
- 28- المملكة العربية السعودية، الهيئة العليا للسياحة، تأثير العولمة على السياحة في المملكة العربية السعودية، ورقة عمل مقدمة لندوة السياحة والعولمة، كلية سلطان علوم السياحة والعولمة، أبها، 2004، ص ص 10-11.
- 29- إبراهيم بختي، شعوبي محمود فوزي، ص 284.
- 30- عبد القادر فتحي لاشين وآخرون، ص 516.