

دراسة تأثير المتغيرات الدولية والمحلية علي صناعة السياحة

الحاضر والمستقبل

د. نيفين جلال إبراهيم عيد . كلية السياحة والفنادق - جامعة قناة السويس

ملخص البحث

يعيش العالم في الآونة الاخيرة ثورة سياحية تتقدم بسرعة هائلة، وفي دراسة مستقبلية بشأن حركة السياحة العالمية قامت بها منظمة السياحة العالمية UNWTO (من 1995حتى 2020)وأوضحت النتائج ان حجم السياحة الدولية في تطور وازدياد مستمر ليصل في عام 2020 الي مليار و 600 مليون زيارة سياحية وعائد يقدر ب 2000 مليار دولار (السيسي، 2003، ص:281).

وحسب توقعات عالم المستقبلات الامريكي (جون نيزيت) بأن اقتصاد العالم في القرن الحادي والعشرين سوف تقوده ثلاث صناعات خدمية وهي (صناعة الاتصالات- تكنولوجيا المعلومات- صناعة السفر والسياحة)، فهناك عوامل من شأنها التأثير على صناعة السياحة في العقد المقبل، وحيث أن التغير المستمر هو أحد سماتها الرئيسية فمن ثم يجب دراسة مدي المتغيرات المتوقعة في السياحة ، ثم التنبؤ بالطلب السياحي من قبل المخططين والمدراء. ذلك أن هناك مجموعة واسعة من العوامل تؤثر على مستقبل السياحة ومنها؛ العوامل الديموغرافية، السياسية، الاقتصادية، التكنولوجية والتي تحدد طبيعة هذه الاتجاهات، ونسبة المشاركة في السياحة.

ويهدف البحث الي دراسة واستنتاج تلك الآثار المحتملة للمتغيرات التي تؤثر في مستقبل صناعة السياحة .

ويوصي البحث بضرورة فهم المستجدات والمتغيرات الحادثة في السياحة الدولية، سواء كانت متغيرات كمية أو كيفية، واعتبارات المنافسة الدولية، ومايجبه ذلك من تبني الأسلوب العلمي في اعداد دراسات سوقية وتسويقية مستمرة، لكي يتم تخطيط وتنفيذ أدوات وأساليب التسويق السياحي علي أسس علمية وواقعية متطورة، تهدف الي تحقيق النتائج المرجوة.

مقدمه

لاشك أن العالم يتغير الآن بصورة غير مسبوقه، فالمتغيرات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والحضارية والبيئية تتم بمعدل فرضته الاكتشافات العلمية والتطورات التكنولوجية الحديثة، وهو معدل زاد في سرعته خلال الثلاثين عاما الأخيرة أضعافا مضاعفة عن معدل تقدم الانسانية خلال ثلاثة قرون من الزمان.

فالعالم يعيش الآن ثورة تكنولوجية في المعلومات والاتصالات ووسائط النقل تمثل مرحلة جديدة من مراحل تقدم الانسانية، ونتيجة للتقدم الاقتصادي والانتاجي والتكتلات الاقتصادية الاقليمية (النافتا والاتحاد الأوروبي والآسيان) والنظام العالمي الجديد يعيش العالم الآن ثورة آخري هي ثورة العولمة (المجالس القومية المتخصصة، 998، ص

(452-453)

مشكلة البحث: وتتمثل في عدم استخدام التكنولوجيا الحديثة والمتقدمة لمواجهة التطورات الطارئة والتغيرات التي تواجه السياحة الي جانب قصور في التدريب الفعال علي فهم المواقف، وإدارة الأزمات بشكل علمي، وفهم أكبر لحركة السياحة العالمية.

أهمية البحث:

- 1) تكمن أهمية البحث في إلقاء الضوء على مجموعة من المتغيرات التي طرأت علي السياحة والتي من سماتها سرعة التغير وتأثيرها على هذه الصناعة، وكيفية مواكبه التطور المستمر لمواجهة هذه المتغيرات.
- 2) يوضح البحث أهمية التعرف علي الواقع الحالي للسياحة المصرية لامكانية التنبؤ بالطلب السياحي، وكذلك تأثيره على صناعة السياحة في المستقبل.
- 3) تكمن أهمية البحث في وضع تصور ورؤية مستقبلية تساعد الحكومة المصرية والقائمين على صناعة السياحة في مصر على التخطيط المستقبلي الجيد والفعال للسياحة.

أهداف البحث

- 1) مساعدة المدراء وصناع القرار المعنيين بتقديم الخدمات السياحية على مواجهة التحديات المستقبلية التي تواجه صناعة السياحة، مما يساعد على اتخاذ القرار المناسب.
- 2) دراسة واستنتاج الآثار المحتملة للمتغيرات التي تؤثر في مستقبل صناعة السياحة، بما فيها المتغيرات الديمغرافية، والسياسية، والاقتصادية، والتكنولوجية.

3) فهم كيفية تطوير وتحسين السياحة حتى تكون أكثر تفاعلا مع الموارد والمصادر الطبيعية، والذي يعتبر تحديا عالميا.

فروض البحث

الفرض الأول: ان دراسة المتغيرات الدولية والمحلية لا يعود بالنفع علي النشاط السياحي فقط بل وعلي المجتمع المصري اجتماعيا واقتصاديا وسياسيا وحضاريا.

الفرض الثاني: ان الاهتمام بالبحوث والدراسات العلمية للسوق والتسويق قد يؤدي لاستيعاب المتغيرات والمستحدثات في الاسواق السياحية المصدرة، وبالتالي يمكن تعديل أدوات وأساليب التسويق تبعا لهذه المتغيرات والمستحدثات أولا بأول.

منهج البحث

استخدمت الباحثة في هذا البحث: المنهج الوصفي في الدراسة النظرية ، وقامت بجمع البيانات عن الظاهرة وتحليلها، واستنباط الاستنتاجات منها. أما عن الدراسة الميدانية فقد قامت الباحثة بتوزيع استمارات استبيان وعمل لقاءات شخصية مع المسؤولين في وزارة السياحة وهيئة تنشيط السياحة وتحليل النتائج للوصول الي التوصيات .

المبحث الأول

المتغيرات السياحية في القرن الجديد وأثرها علي السياحة المصرية

هناك عدة متغيرات حديثة أثرت بلا شك علي السياحة في القرن الجديد ومن هذه المتغيرات:

1- المتغيرات الديموغرافية

أ- ارتفاع أعمار السكان: فمن أهم التغيرات الديموغرافية في العالم المتقدم هي ارتفاع أعمار السكان، ونمو سوق كبار السن (You, and O'Leary, 1999, p: 23-24) ويوضح Jang and Wu (2006, p: 139) أن هناك دراسات سابقة لسوق كبار السن والدوافع المختلفة للسفر لهذه الفئة السنية (من العمر) من حيث: الرغبة في الراحة والاسترخاء، والتفاعل الاجتماعي، التمارين البدنية، التعلم، الحنين لزيارة الأصدقاء والأقارب.

ب- وتركز الدراسات السكانية والاجتماعية على أن أبرز التغيرات في البلاد المتقدمة (المصدرة للسياحة) تتمثل في :

(1) انخفاض نسب تزايد السكان إلى أدنى درجة.

(2) زيادة عدد الأسر التي بدون أطفال مما يتيح فرصا أكبر لسفر هذه الأسر

للسياحة.

(3) زيادة عدد الأسر ذات الدخل المزدوج وبدون أطفال أيضا، وهي شريحة ذات دخل يفسح لها مجال السفر أكثر مما عليه الحال بالنسبة للأسر التي لديها أطفال.

(4) الميل إلى تأخير سن الزواج مما يعنى وجود شريحة من الأفراد بدون زواج لها متطلبات تختلف عن نوعيتى الأسر السابقتين .

(5) تغيير النظرة إلى شريحة المعاقين لكي يندرجوا فى ممارسات الحياة العادية وممارسة الانشطة المختلفة كالرياضة والسفر وغيرها.

(6) فى إطار الدراسات السكانية يتبين أن البلاد النامية (وهى فى معظمها بلاد مستقبلية للسياحة) ستعانى من استمرار الزيادة فى السكان، مما يمثل ضغوطا متزايدة على مرافقها ومواردها ، وبالتالي على قدراتها السياحية .

(7) الموارد البشرية المطلوبة للعمل فى قطاع السياحة والمتصلة بقطاعي التعليم والتدريب السياحي، تحتاج الي عناية من جانب الدول المستقبلية للسياح، وهذا يؤكد علي الاتجاه العالمي المتزايد للجودة الشاملة والمنافسة غير المحدودة (المجالس القومية المتخصصة، 1998، ص: 501-503).

ومما لاشك فيه أن العادات والميل للسفرتتغير كما أوضحها الطائي (2000، ص: 111-112) من حيث الأولويات والأفضليات، حيث أن المسافرين لن يقوموا برحلاتهم ولديهم الشعور بالخوف وعدم الثقة. ونتج عن ذلك حدوث تغير في سلوكهم، كما تظهر ردود أفعالهم من خلال أشكال مختلفة منها ما يلي:

- (1) إلغاء أو تأجيل قرار السفر وقطع الرحلة والعودة إلي بلادهم في وقت سريع.
- (2) تنظيم الرحلات إلي مقاصد سياحية آمنة بالقرب من بلادهم ويعيدا عن المقاصد المنكوبة، مع استخدام وسائل النقل البري للوصول اليها مما يضع صناعة النقل الجوي في موقف سيء، والاتجاه نحو الاقامه القصيرة أثناء الأجازات.
- (3) زيادة الطلب علي السياحة الداخلية.
- (4) تفضيل السفر الفردي عن السفر الجماعي.

- 5) زيادة الطلب علي الإقامة في غير الفنادق.
6) التحول من السفر لممارسة الأنشطة الترفيهية إلي السفر من أجل الحصول علي تجربة جديدة، والاتجاه إلي زيارة الأصدقاء والأقارب.

2- المتغيرات التجارية

السياسات الحكومية وتطبيق مبادئ الجاتس على السياحه أثار عدة مشكلات، من أهمها: مبدأ عدم السماح بالدعم الحكومى للتجارة الدولية يحتاج إلى معالجة خاصة فى السياحة، فالبرغم من أن الدعم الحكومى يؤدي إلى الإخلال بالمنافسة، فإنه يبدو من الصعوبة بمكان الاستغناء كلية عن الدعم الحكومى فى السياحة : إما فى صورة حوافز مالية أو ضرائبية للتنمية أو فى صورة التنشيط السياحى والدعاية (www.traveldailynews.com)
مصر والجاتس : يعتبر توقيع مصر على اتفاقيتى الجات والجاتس التزاما رسميا بتنفيذ أحكامهما، التى تتضمن بوجه عام الكثير من الشروط الخاصة بالدول النامية، وهناك نوعان من الالتزامات :

أ- **الالتزامات العامة** : وهى التى تطبق على جميع الخدمات التى تقابل كلا من التجارة الدولية والتجارة الداخلية، سواء تلك التى تحررت أو التى سيتم تحريرها فى المستقبل ، ونلخص هذه الالتزامات فى الآتى :

- (1) شروط الدولة الاكثر رعاية: إعطاء أية نوعية من المميزات لأحد الأطراف يقابله نفس المميزات لجميع الأطراف الأخرى .
 - (2) نشر وإتاحة المعلومات: بمعنى نشر وإتاحة كل ما يتعلق بتنظيم التجارة من قوانين ولوائح وقرارات إدارية أو تنظيمية تتعلق بقطاعات الخدمات .
 - (3) الالتزام بتحديد جدول زمني تدريجي لتجارة الخدمات طبقا لظروف كل دولة.
- ت- **الالتزامات المحددة** وتخلص فى: وضع بيان بالقطاعات والأنشطة الخدمية التى تلتزم كل دولة متعاقدة بتحريرها، وشروط هذا التحرير، والجدول الزمنى، بالإضافة الي عدم التفرقة بين المواطن والاجنبي (المجالس القومية المتخصصة، ص:ص159-168).

3- المتغيرات الاقتصادية

- أ- مع بداية عام 2000 حدثت بعض المتغيرات الاقتصادية وتتمثل في: إنشاء منظمة التجارة العالمية وتحرير حركة الاقتصاد العالمي وأثر ذلك علي السياحة كالتالي:
- (1) تغيرت الأسعار نتيجة لاتحاد شركات الطيران وزيادة الإنتاج.
 - (2) ظهور هيئة المعايير الدولية International Standard Organization ISO وارتفاع الجودة لأعمال السياحة نتيجة لظهور معايير للجودة.
 - (3) تحرير حركة التجارة العالمية أدى إلي زيادة الاستثمارات وزيادة حركة دوران المنتج السياحي (الطائي، 2000، ص:ص 108-111).

ب- ولعل من أهم ما طرأ على السياحة من متغيرات هو إعادة النظر في الكم والكيف في السياحة، فلم تعد أعداد السائحين هي المعيار الرئيسي في تقييم النشاط السياحي أو التوسع السياحي في دولة ما، كما لم تعد أعداد الليالي السياحية هي المعيار الأساسي لقياس الأثر الاقتصادي للسياحة على اقتصاد دولة ما، وإنما أصبح المعيار الحقيقي هو الناتج الاقتصادي، أي حجم الإنفاق السياحي داخل الدولة، سواء كان ذلك في صورة إيرادات سياحية إجمالية أو قيمة صافية أو قيمة مضافة للسياحة (وهما المعياران الحقيقيان للتأثير الاقتصادي للسياحة) (www.worldwatch.org).

ت- إن ظاهرة التكتلات الإقليمية التي بدأت في النصف الثاني من الخمسينات أصبحت تضم تكتلات رئيسية في العالم وهي الاتحاد الأوربي واتحاد الناقتا في أمريكا الشمالية واتحاد الآسيان واتحاد الإنديز. ويعد التكتل الاوروي المتمثل في الاتحاد الأوروي ايجابيا لدول أوروبا، حيث أدى الي الاتجاه للسياحة الداخلية، ولكن هذا الاتجاه يعتبر سلبياعلى مصر حيث استقطب العديد من السائحين الاوروبيين نظرا لانخفاض النسبي في سعر الرحلة (Lockwood, 2002, p:290).

ث- انتشار ظاهرة التكتلات المهنية والاندماجات والتحالفات في قطاعي الطيران والسياحة في العشرين عاما الأخيرة، مما أدى إلى ظهور الشركات متعددة الجنسيات.

ج- تغير في اتجاهات السوق العالمي وتأثيره على السوق المصرية: فمنذ تفكك الاتحاد السوفيتي وبدء انهيار الأنظمة الشمولية التي كانت تسود دول أوربا الشرقية وبعض الدول الأخرى، بدأ يسود العالم نظام عالمي جديد من سماته حرية حركة التجارة والاستثمار. وكانت مصر أحد الدول التي تأثرت بهذا النظام العالمي الجديد وبدأت

مرحلة جديدة تتوجه فيها إلى نظام اقتصاديات السوق الحر لكي توائم أوضاعها الاقتصادية مع هذا التغير؛ وحقت خلال هذه الفترة إنجازات ملموسة في المجالات النقدية والمالية كان من نتائجها إسقاط أجزاء من ديون مصر الخارجية، وخفض معدلات التضخم، وتحرير سعر الجنيه المصري في مواجهة الدولار، وتحرير أسعار الفائدة، وخفض العجز في ميزان المدفوعات وغير ذلك (Medlik,2004,p:67).

ح- اطلاق يد القطاع الخاص في الاستثمار والتنمية، وبدء اهتمام الدولة المصرية باتخاذ تدابير واجراءات ايجابية للقضاء علي كثير من المعوقات وتحسين مناخ الاستثمار، ومن بين هذه الاجراءات: الاعتراف بمبدأ السماوات المفتوحة، والسماح للطيران العارض بالنزول في كافة المطارات المصرية ماعدا مطار القاهرة الدولي، وتسهيل اصدار تراخيص البناء للفنادق والقرى السياحية ومختلف المنشآت السياحية والفندقية، والسماح بالاستثمار الخاص في مشروعات البنية التحتية (مثل الطرق والمطارات) تحت نظام البناء والتشغيل واعادة نقل الملكية BOT، والتوسع في الحملات التسويقية المتكاملة وتخصيص الاراضي الشاطئية علي البحر الاحمر وجنوب سيناء بواسطة هيئة التنمية السياحية (المجالس القومية المتخصصة،2000،ص:385).

خ- نتيجة لسياسة الخصخصة التي تبنتها الحكومة المصرية فان قطاع الأعمال العام لن يكون له دور كبير في تسيير العمل السياحي إلا لملكية الفنادق التاريخية فقط وليس ادارتها، مثل ميناء هاوس وماريوت القاهرة وونتر بالاس بالأقصر وكاتراكت بأسوان والتي تديرها شركات إدارة فندقية خاصة، وبالنسبة لشركات السياحة التابعة للقطاع العام، فتخصيص هذه الشركات يزيد من كفاءة تشغيلها كشركة مصر للسياحة وهو الاستثناء الوحيد في اتفاقية الجات الدولية نظرا للمكانة المرموقة في الأسواق السياحية الدولية (المجالس القومية المتخصصة،1997، ص122).

د- تأثير اليورو على السياحة المصرية: إن اتفاق دول أوربية من أعضاء الاتحاد الأوربي على تبني اليورو كعملة أوربية موحدة أثر بالزيادة على اتجاهات حركة السياحة الأوربية إلى منطقة الشرق الأوسط مع استقرار أوضاعه السياسية والأمنية؛ وتحرير النقل الجوي أدي إلى تخفيضات كبيرة في الأسعار في أوربا، بحيث أصبحت سوقا سياحية تنافسية على مستوى العالم، فضلا عن كونها سوقا تنافسية في الاتصالات والمعلومات ومنظومات الحجز الإلكترونية وبالتالي زيادة حركة السياحة الدولية إلى أوربا وبين دولها المختلفة ومنها كسوق مصدر. ولأن

اليورو أصبح عملة قوية دوليا فإنه أدى إلى خفض الفوارق بين مستويات النمو والدخول في الدول الأوروبية، وأدى إلى تقوية موقف الدول الأوروبية ذات العملات الأقل قوة كدول مصدرة للسياحة إلى دول الشرق الأوسط، ومنها مصر .

ذ- العولمة وتعدد الجنسيات: أدى التحرر من القيود التنظيمية على شركات الطيران والخصخصة والمساهمة الأجنبية في الملكية والاندماجات عبر حدود الدول، إلى تغيير شامل في تراكيب صناعة الطيران في العالم، فهناك ثمة اتجاه نحو تخفيض نسب مساهمات الحكومات في ملكية شركات الطيران بالدول المتقدمة، وهذا ما يحدث حاليا في مصر حيث شركات القطاع الخاص تشارك مع شركة مصر للطيران سوق الطيران المصري (المجالس القومية المتخصصة، 1999، ص:ص 159-173).

4- المتغيرات السياسية

أ- سقوط الاتحاد السوفيتي أضاف لسوق السياحة العالمي ملايين من السائحين، كما أضاف في نفس الوقت عددا كبيرا من المقاصد السياحية موجودة في هذه الدول بحيث أصبح مجال الاختيار واسعا. وأصبحت السياحة الروسية ثاني جنسية تقبل علي مصر [. \(ar.rian.ru/policy/arab/2007\)](http://ar.rian.ru/policy/arab/2007)

ب- الأنظمة السياسية غير المستقرة: وبشكل عام فإن الأنظمة السياسية غير المستقرة (حيث تسود الحروب والنزاعات المدنية وغيرها) قد تمنع السفر كلية أو قد تحدده للظروف الخاصة أو الطارئة، الأمر الذي قد يؤثر سلبيا علي النشاط السياحي، سواء داخل البلد المعني أو خارجه .

ت- الحكومات تؤثر تأثيرا مباشرا على نمط السفر: ويمكن أن تعوق أو تشجع السياحة و ذلك يتوقف على السياسات والأنشطة والمناخ التي توفره الحكومات لمواطنيها والزوار على السواء. واحد الأمثلة على ذلك هو النمو السريع في براغ في الجمهورية التشيكية . كذلك الوجهات الساحلية مثل جمهوريات الجبل الأسود (إحدى جمهوريات الاتحاد اليوغسلافي السابق) وكرواتيا والتي أصبحت مقصدا سياحيا للمسافر المحب المغامرة (Frechtling, 2002, p:69).

ث- ومن الضروري أيضا أن ندرك أن الاستقرار السياسي للحكومات يدعم صناعة السياحة، وبخاصة القدرة على التخطيط الاقتصادي والسياحي ومثال علي ذلك الاستقرار السياسي في مصر .

ج- السياسة العالمية والعلاقات الدولية سوف تشكل تحديا رئيسيا لتحقيق المزيد من

الانسجام والاتفاق السياسي بين البلدان لسهولة السفر وحرية الحركة بين شعوب البلدان المختلفة، والتي سنأتي بنتائج متوازنة مع الحاجة إلى تحديد التهديدات الارهابية والتعاون لمحاربتها بشكل جماعي (www.traveldailynews.com).

5- المتغيرات في الأمن والأمان والسلامة

هناك عوامل هامة تهدد الأمن والسلامة تؤثر في قطاع السياحة كما يوضحها Lohmann (2004, p:91) أولها: من صنع الطبيعة كالزلازل والبراكين والاعاصير والوباء والأمراض. ، وثانيها: من صنع البشر كالارهاب والحروب.

أ- الكوارث الطبيعية

(1) كارثة المد البحري

كارثة المد البحري "تسونامي" عام 2005 والموج العاتي الذي مسح قرى ومنتجعات بجنوب آسيا ، وأثارها على أكثر من 11 دولة في جنوب آسيا ، وفقدت دولة مثل سريلانكا أكثر من 46 ألف من سكانها، بالإضافة إلى تشرد الآلاف. ورغم أن 70 % من مناطقها السياحية لم تتأثر، إلا أن صناعة السياحة في هذا الجزء من العالم تأثرت بشدة. وهبطت حجوزات الفنادق الى أقل من 50 بالمائة في المالديف، أما أكبر حصيلة قتلى بين السياح فكانت في تايلاند، كما أن نسبة المسافرين إلى هذه المنطقة تراجعت بقرابة الثلث. وحاولت مكاتب السياحة والسفر إقناع السياح بالتوجه إلى مناطق مشمسة أخرى بآسيا حال لم يقتنعوا بالتوجه إلى المالديف أو سريلانكا أو غيرها من الدول المتضررة، بأمل الاحتفاظ بـ 25 مليار دولار من العائدات السياحية تفوق سنويا في جنوب آسيا (arabic.cnn.com/2005/business).

كارثة الزلازل

قبل بدء العام الجديد 2007 دمر زلزال جزيرة جاوا الإندونيسية وخلف أكثر من 4900 قتلى، واضر بمنتجعات هذه الجزر ومعظم الفنادق السياحية الكبيرة وهو ما أسلزم إعادة تعميمها وبناء شبكات جديدة للطرق والاتصالات، وتوفير الخدمات، وحوالي 60% من السياح

الأجانب ألغوا حجوزات قضاء احتفالات رأس السنة في إندونيسيا. وتراجعت أسعار أسهم بعض شركات الطيران في البورصات الآسيوية على أثرها (pr.sv.net/svw/2005/march/study.htm).

(2) كارثة الوباء والأمراض

(أ) أدى انتشار مرض سارس عام 2003 إلى تراجع السفر والسياحة في آسيا الى ما بين 9 و14%. وشهدت العديد من الدول الآسيوية تراجعا قويا في صناعتها السياحية في أعقاب موجة نفثي مرض الالتهاب الرئوي الحاد SARS الذي أضر بها.

(ب) أنفلونزا الطيور وأثرها على السياحة: في تركيا أبدت شركات في مجال السياحة والسفر تخوفها من أن يؤثر انتشار أنفلونزا الطيور على الحركة السياحية وخاصة أن الأرقام أشارت الى تراجع نسبي وتحول السياح الى دول أخرى مثل أسبانيا واليونان، وانخفاض الحجوزات بنسبة 30% (www.asharqalawsat.com/details.asp).

وقد تم مواجهة أنفلونزا الطيور في مصر بمعاونة وزارة شئون البيئة كالتالي:

- تم تشكيل لجنة وطنية تضم عدة وزارات (الصحة - الداخلية - الزراعة - الدفاع - السياحة) لمنع جميع أشكال الصيد وتداول الطيور المهاجرة.
- رصد أسراب الطيور المهاجرة وأخذ عينات منها للفحص بالتعاون مع وحدة البحوث الطبية في عدد 8 محميات و34 موقعا ضمن مسارات هجرة الطيور وبلغ عدد العينات 3150 عينة ثبت خلوها من مرض أنفلونزا الطيور .
- تدريب العاملين على طرق مكافحة المرض .
- إعداد مطبوعات إعلامية عن دور الطيور المهاجرة في نقل المرض وعقد عدة ندوات للتوعية حول المرض
- وفي عام 2006 اكتشف العلماء سلالة جديدة من فيروس H5N1 المسبب لمرض أنفلونزا الطيور والذي يصيب البشر والدواجن على حد سواء لإحداث مناعة ضد هذا

المرض (www.sis.gov.eg/Ar/Society/BIRDFLU/FLUINEGY/htm).

ب- الكوارث من صنع البشر:

(1) كارثة الارهاب

(أ) يوضح المجلس العالمي للسفر والسياحة (WTTC, 2002) أنه قد حدث هبوط حاد في أعداد السياح راجع إلي حادث 11 سبتمبر 2001 نتيجة لحالة الاكتئاب العالمية وفقدان الرغبة في السفر، مما أثر علي النقل السياحي وخاصة الطيران والاستغناء عن أعداد ضخمة من العاملين في شركات الطيران والسياحة، حتى إن بعضها عجز عن الاستمرار في التشغيل وأشهر إفلاسه، وحدثت زيادة في التوجه للسياحة الداخلية في أمريكا وفي فرنسا وذلك باستخدام القطار. ويقدر الانخفاض في قطاع السياحة بحوالي 70 % في دول مثل الشرق الأوسط ومنطقة الكاريبي و 30 % في أوروبا وأمريكا. وقد انتهت هذه الفترة بنهاية شهر ديسمبر سنة 2001، حين بدأ اتجاه ملحوظ في عودة المد السياحي لبعض المقاصد السياحية في ذات الوقت من بعض الأسواق المصدرة مثل : روسيا وإيطاليا بالنسبة لشرم الشيخ في مصر.

أوجه العلاج دوليا: كان رد فعل عدة حكومات لأحداث 11 سبتمبر 2001 هو اتخاذ التدابير الكثيرة للمحافظة على القدرة التشغيلية لصناعة السياحة وعودتها إلى حالتها الطبيعية . ويوضح Frechtling (2002,p:69) هذه التدابير كالتالي:

- (1) تقديم مساعدات لدوائر الأعمال والمنشآت السياحية ، وبوجه خاص في المناطق الأشد تأثرا بهذه الأزمة.
- (2) تنفيذ تدابير إعادة الثقة في الصناعة ، وتنمية النشاطات الترويجية الموجهة الي المستهلكين.
- (3) وقد وجهت حكومات الدول المختلفة اهتمامها لإعادة بناء ثقة المستهلك في السفر والسياحة، مستخدمة بعض التدابير اللازمة لتوفير الأمن والأمان.
- (4) كما أن التسويق والتنشيط يؤديان لعودة الطلب السياحي إلى حالته الطبيعية، وتنسيق الجهود بشكل متكامل بين الجهات السياحية الرسمية وقطاع الأعمال الخاص، واختيار الأدوات الصحيحة للتسويق التي تتواءم مع التقدم التكنولوجي .

وأثار أحداث 11 سبتمبر 2001 على السياحة المصرية هي :

- الانخفاض الحاد في التدفقات السياحية ، وكذلك انخفاض نسب الإشغال في الفنادق، وانكماش الطلب على بقية الخدمات السياحية(النقل السياحي /الإرشاد/التذكارات السياحية) .

- انخفاض التدفقات النقدية، مما تعذر معه الوفاء بالالتزامات الثابتة للمنشآت والالتزامات قبل الأطراف الأخرى مثل: البنوك والضرائب والتأمينات الاجتماعية ومرافق الكهرباء والمياه .
 - توقف الحجوزات الجديدة، مع استمرار كبار منظمي الرحلات في الخارج في الضغط علي موردي الخدمات السياحية للحصول على مزيد من التخفيضات، وبالذات علي أسعار الغرف، مما كاد يقضى على المنشآت والشركات السياحية(المجالس القومية المتخصصة، 2002، ص:89-105)
- أوجه العلاج بالنسبة لمصر: اتخذت الحكومة مجموعة من الإجراءات بالتعاون مع القطاع الخاص لاستعادة ثقة المسافرين والعمل على فتح أسواق جديدة ووضع خطط تسويقية جيدة والترويج لشرائح سوقية جديدة وتدعيم السياحة الداخلية عن طريق زيادة الاستثمار في قطاع السياحة بما يتلاءم مع طبقات المجتمع.
- وارتفع عدد السياح الذين وفدوا إلى مصر إلى 5.2 مليون سائح عام 2002، كما بلغ عدد الليالي السياحية التي قضاها السياح في مصر نحو 33 مليون ليلة سياحية ووصلت السياحة العربية الي مصر عام 2002 إلى 1.13 مليون سائح قضوا 7,1 مليون ليلة سياحية في مصر الامر الذي اعتبر عاملا رئيسيا في التحسن العام في قطاع السياحة المصري في العام المذكور
- . (www.egyptiangreens.com/docs/general/index)

(ب) أحد أسباب تراجع السياحة في مصر هو وقوع هجمات مسلحة كالتى وقعت في طابا عام 2004 وأوقعت 34 قتيلا، وفي شرم الشيخ عام 2005 وأوقعت قرابة 70 قتيلا، وانفجارات دهب بسيناء في أبريل 2006 وأدت إلى مقتل 20 شخصا.

(2) كارثة الحروب

(أ) القصف الإسرائيلي العاشم على قرية قانا جنوب لبنان كان له الاثر السلبي خاصة بالنسبة للسياحة العالمية الوافدة إلي مصر، إحصاءات الحركة السياحية عن شهر يوليو 2006 التي أظهرت نقصاً في سياح أوروبا يصل في المتوسط إلي -6%. ولهذا كانت المسارعة بتكثيف الحملة الإعلانية عن مصر في تليفزيونات أوروبا(السوق الرئيسي لمصر) ليعرف الناس أن مصر بعيدة عن مسرح الأحداث، كذلك كان لابد من التفكير في مناسبات مصرية سياحية تقام في العواصم الأوروبية للترويج لمصر دون انتظار لمجيء موعد المعارض الدولية، ولقاءات مع منظمي

الرحلات العالمية للتشاور فيما يمكن عمله (www.emigration.gov.eg).
(ب) كما أشارت المنظمة الدولية للهجرة بأن عدد النازحين بالعراق يتزايد باضطراد ويفرون من العنف الطائفي وان نحو 480 ألف عراقي سجلوا كنازحين منذ بداية عام 2007 وهي أسوأ أزمة من نوعها تشهدها منطقة (الشرق الأوسط) منذ عام 1948، كما أفادت وزارة الدفاع الأمريكية (البنتاجون) ان حربي العراق وأفغانستان ستكلفان 190 مليار دولار على الأقل في 2008 مما يجعله أكثر الأعوام كلفة في الحربيين منذ بدأها الرئيس جورج بوش (www.emigration.gov.eg).

6- المتغيرات الاجتماعية

تغير أنماط الحياة والتأثير السلبي على السلوك الاجتماعي و العادات والتقاليد والقيم الحضارية للدول المستقبلية بوجه عام، وبوجه خاص في المجتمعات التقليدية مثل المجتمع المصري ذي العادات الشرقية الاسلامية ، حيث تؤدي المشاهدة إلى تقليد السائحين في سلوكهم وعاداتهم وطرق مشربهم ومأكلهم وملبسهم، مما قد يؤدي إلى ضياع الشباب بين ما درجوا عليه وبين العادات الوافدة مع السائحين، وصيغ كرم الضيافة الأصيلة بصيغة تجارية مادية والتي تعرض سائر القيم والسلوكيات الاجتماعية الجميلة للتهديد بما هو قائم في الدول المصدرة للسائحين، وقد لا تكون كلها محمودة ، وفضلا عن ذلك فإن التوسع السياحي المفاجيء يمكن أن يؤدي إلى انتشار الجرائم، واتساع قاعدة البغاء والأخلاقيات (www.tab.fzk.de,2005).

7- المتغيرات البيئية والحضارية

أ- القضايا البيئية وازدياد حدة التلوث الهوائي والمائي في بقاع عديدة في العالم، وخاصة العواصم الكبرى، وبالتطبيق على مصر فان منطقة القاهرة الكبرى و ضواحيها وما يؤدي إليه الانفجار السكاني مع زيادة عدد السائحين إلى تفاقم أزمات عديدة منها أزمات الغذاء والمرور في المدن، وزيادة الضغوط على المرافق العامة الأساسية والطاقة المحركة، ومياه الشرب والصرف الصحي، والاتصالات السلوكية واللاسلكية (Lockwood, 2002, p: 290).

ب- ما ظهر مؤخرا من اختلال في المناخ العالمي، والزيادة الطارئ في تعرض البشر
لأمراض شديدة الفتك نتيجة ثقب الأوزون، وظاهرة الاحتباس الحراري التي أخلت
بالمناخ في مناطق متعددة من العالم.

أوجه العلاج : لاشك أن كل ذلك يؤدي إلى ضرورة الاهتمام الدولي بالحفاظ على البيئة،
وتخفيف حدة التلوث عن طريق التوسع في المساحات الخضراء في المدن، ومحاربة
التصحّر، والعمل على استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة للقضاء على ضياع الموارد
المائية وازدياد فعالية طرق الري. وهذا ما بدأت به بالفعل الحكومة المصرية من حملات
التوعية لتنظيم الأسرة، وزراعة أحزمة خضراء حول القاهرة الكبرى، ومحاربة التلوث المائي
والهوائي... وغير ذلك (Mastyn, 2001, p: 157).

8- المتغيرات التكنولوجية

أ- ظهرت عدة متغيرات في العالم في مجال تكنولوجيا المعلومات والإدارة كما يوضح
(Page: 2005, p: 2005): ظهور أنواع جديدة من الطائرات الضخمة، وأسعار متباينة للنقل
الجوي، وتراكيب وبدائل جديدة في: طرق الإدارة بالعائد، ونظم الحجز الإلكترونية،
ونظم تحويل الأموال إلكترونياً، وشبكات التليفون الرقمية، والكروت الإلكترونية لاستخدام
التليفون دولياً، وآلات الطباعة بالليزر والمتصلة بالأقمار الصناعية، ولا شك أن هذه
التكنولوجيات المتقدمة تساعد على:

(1) زيادة الكفاءة الإنتاجية.

(2) توسيع قاعدة التسويق الفعال والتوزيع الكفء للخدمات السياحية.

(3) تقديم خدمات ذات جودة عالية .

(4) التطور التكنولوجي كما يوضحها Watson et al. (2004, p: 317) في إيجاد
خدمات جديدة ومرنة مثل المؤتمرات التليفونية Teleconferencing أو نظم
الحجز المركزي مثل سابروأبولو وجيتز وجاليليو وأدوات الاتصال المتحركة
كتليفونات الطائرات واليخوت.

ب- أصبح للتقدم التكنولوجي السريع أثر ملحوظ علي جميع الأنشطة المختلفة المتعلقة
بمجال التعليم والتدريب السياحي والفندقي، وقد بدأت آثاره تظهر في التسعينات مع
ظهور الألياف الضوئية التي كان لها أكبر الأثر في زيادة سرعة الحاسبات الآلية،
ومضاعفة ذاكرتها، وكذلك انخفاض أسعار تلك الحاسبات حتى أصبح في مقدور أي
فندق أو مكتب سياحي بغض النظر عن حجم تعاملاته أن يستخدم التكنولوجيا

المتطورة، والتي تغيرت معها تماما طرق جمع المعلومات ووسائل الاتصال الحديثة بين عناصر صناعة السياحة المختلفة، من شركات نقل ومكاتب سياحية وفنادق، وبين عملائها الحاليين أو المرتقبين (Spencer, T., 2004, P: 33).

ت- وقد بدأت بشائر التقدم في مجال الاتصالات بظهور شبكات الانترنت والتي استخدمتها الكثير من شركات الفنادق العالمية توفيراً للمصروفات والتكلفة الباهظة لأجهزة الاتصال التقليدية كالتليفون والفاكس خاصة في مجال الحجز والتسويق، ويظهر تطبيق التكنولوجيا المتطورة علي مستوي الخدمات المقدمة للسائحين في الفنادق سواء عن طريق الأقفال الالكترونية للغرف، أو سنترالات الفندق الالكترونية، والأجهزة التليفونية المتطورة والمرتبطة بالحاسب الآلي، أو عن طريق شاشات التليفزيون المتطورة والمصممة لكي تتفاعل مع النزلاء لتوفير خدمات الفندق المختلفة لهم، كما ظهرت برامج متقدمة في مجال شركات النقل السياحي تسمح للنزلاء بأن يتعرف علي الخدمات الخاصة بعدة فنادق من خلال أجهزة الحاسب الآلي وتحديد أسعارها. وبالتطبيق علي مصر نجد أنها قطعت شوطا كبيرا في مجالات التكنولوجيا المتطورة ونظم المعلومات في قطاع السياحة، وبالأخص في مصر للطيران والقطاع السياحي الخاص والفنادق

(المتخصصة، 1998، ص: 478-479)

المبحث الثاني

السياحة الحديثة وخصائصها

رصدت منظمة السياحة العالمية UNWTO (2001) أربعة تغيرات أساسية طرأت علي هيكل السياحة منذ الخمسينيات وحتى الوقت الراهن:

- 1) تركزت السياحة في الماضي في فترة الصيف، أما الآن فقد أصبحت أقل تركيزا وأكثر امتداد علي مدار السنة.
- 2) تغيرت درجة التركيز المكاني، فبعد أن كانت أوروبا وأمريكا تستحوذان علي النسبة الكبرى من حركة السياحة الدولية، أما الآن فقد اتسعت حركة السياحة جغرافيا.
- 3) أصبحت السياحة الدولية أكثر تنوعا بالنسبة للغرض من الرحلة ومدة الإقامة ونوع الإقامة، وكذلك أدي توسع العلاقات الاقتصادية الدولية وتقويتها إلي تزايد سياحة رجال الأعمال والمؤتمرات والمعارض.

4) تزايد حدة المنافسة بين الدول السياحية المستقبلية للسائحين، وظهور منافسين جدد، وقد ظهر عدد من الدول ومنها مصر والتي حصلت علي جانب من النمو للسياحة الدولية .

سمات السياحة الجديدة

إن الكتابات السياحية التي تعالج مستقبل السياحة يكثر فيها تعبير السياحة الجديدة والتي تختلف جذريا عن السياحة الحالية، سواء من حيث نوعية السياح أو المنتج أو أساليب الإدارة أو الإطار العام الحاكم للعمل السياحي ، وإيضاحا لذلك:

1-نوعية السائح: فى الوقت الذي اتسمت فيه السياحة القديمة بأنها تعمل أساسا من أجل سائح يبحث عن الشمس على الشواطئ، قليل الخبرة فى شؤون السفر، يعتمد اعتمادا كليا على وكيل السياحة، ويشعر بمزيد من الأمان والطمأنينة إذا كان فردا فى مجموعة كبيرة. نجد أن السائح فى ظل مفهوم السياحة الجديدة يريد أن يحتفظ بملابسه خوفا من الأشعة الشمسية الضارة نتيجة ثقب الأوزون، وأنه أكثر نضوجا وخبرة نتيجة لغزارة معلوماته التي أصبح الحصول عليها ميسرا وبدون عناء، وأنه يريد أن يختلف عن غيره ولا يحتمي بالآخرين.

2-نوعية المنتج السياحي:

أ- فمع استمرار التوجه للشواطئ فإن التركيز لن يكون منصبا على التعرض للشمس بقدر ماسيكون لممارسة الرياضة(السياحة النشطة بدلا من السياحة الساكنة). ومن هنا فإن هناك فرصة أكبر لنمو المقاصد التي تتوافر لها بحار دافئة وتسمح بممارسة رياضات مثل:الغوص أو رياضات الشراع، والرياضات الجماعية على الشواطئ كالتمارين الرياضية والكرة الطائرة. وقد أصبحت شرم الشيخ والغردقة في مصر من أهم المقاصد السياحية العالمية في مجالات ممارسة الرياضات الشاطئية والبحرية.

ب- وهناك اتجاه واضح لتزويد المنشآت السياحية بإمكانيات أكبر لممارسة الرياضة خاصة الجولف والتي بدأت تنمو سريعا في جميع مقاصد مصر السياحية.

ت- الاهتمام بما يتعلق بالمنتجات الصحية، والعناية المتزايدة بصحة الإنسان، نتيجة للتغيرات السكانية والاجتماعية وما يخص كبار السن وإلى حد ما المعاقين، والمواصفات البنائية والإنشائية فى كثير من بلاد العالم تتضمن مواصفات خاصة بالمعاقين .ويستلزم العناية والتخطيط لها بشكل أكبر في مصر .

3- شكل المنتج السياحي: لا يقتصر التغيير المتوقع في المنتج السياحي والمرتبط بتغير المستهلك، وإنما يمتد إلى "شكل المنتج"، والتغيير أوضح بالنسبة لزيارة المعالم حيث أن مواعيد وأسلوب الزيارة لا بد وأن يختلفان ، فالمواعيد المبكرة جدا أو المتأخرة جدا قد لا تتناسب مع نوعية السائح ومفهوم السياحة، كما أن المزارات التي تتطلب لياقة بدنية عالية قد يقتضى الأمر توفير أسلوب أكثر يسرا لزيارتها.

4- جودة المنتج السياحي: إذا كانت أساليب الإدارة في السياحة التقليدية تركز على المنافسة في السعر، وعلى ربحية أكبر وعلى التكامل الرأسى والأفقى بين المنشآت السياحية، فإن السياحة الجديدة تركز على المنافسة في التجديد والجودة بهدف إرضاء العميل، وفي الوقت الذى تعتبر فيه السياحة القديمة العمالة أحد عناصر التكلفة فإن العمالة الآن أحد عناصر الجودة.

5- المنتج السياحي وعلاقته بالتنمية المتواصلة: تتبنى السياحة الجديدة مفهوم التنمية المتواصلة في التنمية والتي تراعى بصورة واضحة متطلبات الحفاظ على البيئة ومشاركة ومساندة السكان المحليين لمشروعات التنمية السياحية ، فضلا عن سلامة الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والحضارية وهو أهم الفروق بينها وبين السياحة القديمة(المجالس القومية المتخصصة، 1997، ص: 116-118).

6- فكرة الموسمية التي تقوم عليها السياحة الحالية: والتي لا تتأسس على الاعتبارات المناخية، ولكنها ترتبط بنظام الأجازات الذى كان سائدا والذي يركز على الإجازة فى فصل الصيف، ومع تغير نظام الأجازات فى كثير من الدول، وخاصة المتقدمة، فإن الإجازة الآن موزعة على مدار السنة بواقع أسبوع كل شهرين مما يعنى : ضرورة إضافة مقاصد جديدة تتناسب مناخيا مع الأجازات المتكررة، مع استخدام عوامل جذب جديدة بخلاف الإشتاء والاصطياف، وهذا هو السبب فى الاتجاه للتوسع فى المناسبات الخاصة، كتنظيم المعارض والمهرجانات الفنية والمناسبات الرياضية.

أ- تغير النظرة إلى متوسطات ليالي الإقامة كدليل على كفاءة الأداء السياحي، والدليل الصحيح هو القدرة على إرضاء أكبر عدد من السائحين وتنويع عوامل الجذب.

ث- ان ثمة عاملا آخر وراء التغيير فى أسلوب التعامل مع الموسمية، ويرجع إلى انكماش عدد أيام أسبوع العمل وساعاته مما زاد من الحاجة إلى وجود مقاصد سياحية تعتمد على زائر اليوم الواحد وسائح الليلة والليلتين، وهو نمط يغلب عليه خدمة السياحة الداخلية، إلا أن الواقع يشهد بأن تيار عطلة نهاية الأسبوع بدأ يتجه بصورة متزايدة

للخارج ، ووصل الأمر إلى أن بعض الأوربيين يقضون الآن عطلة نهاية الأسبوع في الولايات المتحدة وبالعكس(المجالس القومية المتخصصة،1998،ص:ص503-506).

المبحث الثالث

واقع صناعة السياحة في مصر

وبدراسة واقع صناعة السياحة في مصر ، فإنه يمكن تلخيصه في النقاط التالية كما أوضحه الجلاد(2002،ص:ص88-91) :

1- دور شركات السياحة المصرية:

أ- لا يعمل غير قلة في مجال السياحة الوافدة، في حين تعمل باقى الشركات في مجالات السياحة الأخرى مثل السياحة الدينية والسياحة الطاردة، ودور هذه الشركات يقتصر تقليديا على كونها وكلاء للشركات الأجنبية لتنفيذ الخدمات السياحية الأرضية في مصر، وهذا الدور تقلص بالنسبة لمعظم هذه الشركات، بعد أن لجأت الشركات الأجنبية (التي يعملون وكلاء لها) إلى الاتصال والتعاقد مباشرة مع موردي الخدمات السياحية . وهذا الدور الذي تقوم به الشركات المصرية سيواجه الكثير من التقلص بدخول الشركات العالمية إلى سوق السياحة بعد تنفيذ اتفاقية التجارة الحرة في الخدمات سنة 2005

ب- الأصل أن شركات السياحة المصرية لا تقوم بدور فعال في جلب حركة السياحة الدولية الى مصر من أى سوق من الأسواق المصدرة، وإنما تضطلع بهذا الدور شركات السياحة الأجنبية التي تنظم برنامج الرحلات الشاملة الى مصر .

ت- أظهرت الأزمات التي حدثت لصناعة السياحة في مصر على فترات مختلفة ضعف شركات السياحة المصرية ، وعدم مقدرتها على زيادة حجم أعمالها نتيجة عدم خبرتها وعدم تواجدها في الأسواق المصدرة للحركة السياحية إلى مصر، ومن ثم واجهت هذه الشركات أزمات حادة وضعت بعضها على حافة الإفلاس .

ث- مع نمو التكتلات الاقتصادية والإقليمية مثل: الاتحاد الأوربي واتحاد الناftا واتحاد الآسيان واتحاد الأنديز، واحتمال ظهور تكتلات أخرى في مناطق أخرى من العالم ، ومع تزايد اتجاه العديد من شركات السياحة الأجنبية منظمة

الرحلات إلى العولمة؛ كل ذلك أدى إلى فتح المجال أمام سيطرة شبه احتكارية على السوق السياحية ، للتحكم في حجم حركة السياحة الوافدة إلى مصر ونوعيتها وأسعار الخدمات السياحية فيها .

ج- سوف تعتمد هذه الشركات السياحية بالدرجة الأولى في نقل الحركة السياحية الناشئة عنها على شركات الطيران التابعة لها والداخلة معها في أحلاف العولمة ، مما يعمل على خفض أسعار النقل الجوي، واتساع شبكة النقل لطائرات هذه الشركات إلى داخل مصر، يكون ظاهرها رحلات طيران عارض ولكنها في حقيقة الأمر رحلات على خطوط منتظمة . والمحصلة النهائية لهذا الاتجاه هي الإضرار بالمصالح الحيوية لشركات الطيران المصرية ، وخاصة مؤسسة مصر للطيران، التي ساهمت بدرجة كبيرة في تنمية الحركة السياحية إلى مصر، عن طريق توسيع شبكة خطوطها، وتحملها وحدها كافة أعباء الخطوط الجديدة وتميئتها وتحديث أسطول طائراتها .

ح- إذا فرض أن خفض أسعار الخدمات السياحية وتدنى مستويات جودتها سوف يؤدي إلى زيادة الحركة السياحية وأعداد السائحين بمصر، فإن ذلك يعني نموا في حجم حركة السياحة الرخيصة، ويجذب السائحين محدودي الدخل بصورة قد تحمل في طياتها انخفاض الدخل السياحي لمصر، بل ودعم الدولة لهؤلاء السائحين الأجانب .

خ- وترتبيا على ما تقدم ، فإنه لما كان من المتعذر إيقاف تغلغل الشركات الأجنبية في مصر بإجراءات سيادية ، حيث إن تكتل هذه الشركات وتواجدها في مصر يتفق وصحيح القانون مع بنود اتفاقية التجارة الحرة في الخدمات (الجات) التي تلتزم بها مصر، وبعد دراسة كافة الاحتمالات والبدائل المختلفة لكيفية مواجهة المتغيرات الحالية والمستقبلية على السوق السياحية العالمية فإن الحل الأمثل هو نقل معركة المنافسة على الحركة السياحية إلى ساحة الدول المصدرة لهذه الحركة إلى مصر وإنشاء كيان أو كيانات قوية تشارك تدريجيا في توجيه الحركة السياحية من هذه الدول إلى مصر، والوقوف أمام شركات السياحة العالمية للحد من سيطرتها على صناعة السياحة المصرية، وأن تصل قوتها في يوم من الأيام إلى أن تكون مقدرات السياحة المصرية في يد هذه الكيانات بما يحقق لمصر أهدافها، واستمرار تدفق نوعيات السياحة القادرة على الإنفاق إلى

كافة المناطق السياحية المصرية(المجالس القومية المتخصصة،2000،ص:ص143-146) .

2- حجم الطاقة الإيوائية فى مناطق الجذب السياحي فى مصر:

فزيادتها وبوجه خاص فى مناطق البحر الأحمر وجنوب سيناء وفى الفنادق العائمة العاملة على نهر النيل، تتطلب تكثيف الجهود التسويقية المتطورة وخاصة فى الفترات ما بين المواسم السياحية، مما يؤدي الى زيادة الطلب السياحي على مصر بشكل يكفل تغطية الطاقة الإيوائية المتزايدة طوال العام.

3- دور شركات الطيران الصغيرة:

ان التنبؤ بأن مستقبل صناعة النقل الجوى سيسوده عدد قليل من الشركات العملاقة والتكتلات الضخمة؛ لا يعنى أنه لم يعد هناك مكان لشركات الطيران الصغيرة، لأن الدروس المستفادة من التجربة الأمريكية أكدت استمرار وجود مكان للشركات الصغيرة . ولكن لابد من التسليم بأن تغييرا كبيرا سيطر على هذه الشركات، فبعضها سيرتبط مع احدي الشركات الكبرى، ويقدم بعضها الخدمات الجوية الحرة فى إطار شبكة خطوط متكاملة، وبعضها سيستمر كشركات نقل صغيرة تتخصص فى أسواق معينة صغيرة . ولعل أهم دور تقوم به الشركات الصغيرة هو حمل جزء كبير من حركة النقل الجوى السياحي إلى الدول أو الأقاليم التى تنتمي إليها هذه الشركات (المجالس القومية المتخصصة،2002،ص381-382).

المبحث الرابع

رؤية مستقبلية للسياحة المصرية

1- الشركات السياحية فى مصر:

تتطلب الرؤية المستقبلية لشركات السياحة المصرية ضرورة قيام هذا القطاع السياحي الهام بتطوير نفسه تحت ضغط المتغيرات الجوهرية فى السوق ليتواءم مع هذه المتغيرات، خاصة أن هذه الشركات قامت أساسا لخدمة المجموعات، فى الوقت الذى سوف يتحول فيه الطلب من سياحة المجموعات الى سياحة الأفراد من الأسواق المصدرة، وسوف تقتصر رحلات المجموعات علي الطيران العارض المتجه لبعض المناطق الشاطئية أو البواخر السياحية، وهى فى معظمها لا تحتاج لخدمات كثيرة من شركات السياحة. ومن هنا فإن الشركات الحالية بحجمها وعدد العاملين بها وخبراتهم

لن تكون مؤهلة للتعامل مع الموجة القادمة من حركة السياحة.

ولتطوير شركات السياحة المصرية لتواكب متغيرات العصر ، يتأتى ذلك عن طريق:

أ- إيجاد أداة تشريعية جديدة تعالج قضيتى حجم وتصنيف هذه الشركات، والأمر يحتاج الى استصدار تشريع جديد لتنظيم عمل هذه الشركات، يتم إعداده بعد دراسة متأنية تسهم فيها كافة الأطراف المعنية (وزارة السياحة/الاتحاد المصرى للغرف السياحية/غرفة شركات السياحة /خبراء السياحة/خبراء قانونيون ممن لهم دراية بالتشريعات المقارنة)، وربما يدعو الأمر الى أن يتضمن التشريع الجديد المقترح نصا يحفز على الدخول فى مشاركة مع بعض الشركات الكبيرة فى الخارج، لكى يتييس لشركات السياحة المصرية اللحاق بركب الاندماجات، بحيث تكون طرفا فاعلا فيما يتعلق بتوجيه الحركة السياحية لمصر وتحديد أسعارها .

ب- تحفيز شركات السياحة المصرية على الدخول فى شراكة مع كبريات الشركات المنظمة للرحلات السياحية الشاملة فى الخارج، فضلا عن تأسيس الشركة القابضة المصرية التى تقوم بإنشاء شركات منظمة للرحلات الشاملة فى الأسواق السياحية المصدرة (المجالس القومية المتخصصة، 2004، ص:ص 67-88).

2- السياحة المصرية خلال السنوات المقبلة: تتوقع أن تتزايد مساحة السياحة الداخلية للمصريين بصورة واضحة ومؤثرة ، فزيادة فرص العمل، وزيادة الدخول، وارتفاع مستوى المعيشة مع تغير أسلوبها، وما يتبع ذلك من تغير فى أولويات الإنفاق وزيادة عدد الأفراد الراغبين فى السفر والقادرين عليه، سيؤدى إلى زيادة حجم الطلب الداخلى، إلا أن توقع تغير نظام الإجازات الحالى الذى يتركز فى أشهر الصيف وخلال فترة إجازة نصف السنة الدراسية لتصبح على نحو ما تحقق فى كثير من دول العالم موزعة على مدار العام، وهذا التوزيع سيؤدى الى ضمان تدفقات أكثر على المناطق التى تعاني من شدة الازدحام خلال موسم معين، كما سيؤدى الى التخفيف من حدة الموسمية (www.alphraeen.com/newsdetails.asp) .

3- السياحة المصرية تشهد نموا متزايدا كل عام: هناك زيادة ملحوظة فى أعداد السائحين خلال العام المالى 2007/2006 حيث زار مصر خلال هذه الفترة 9.7 مليون سائح قضاوا 92.3 مليون ليلة سياحية بايرادات اجمالية 8.2 مليار دولار مقابل 85.1 مليون ليلة فى عام 2005 / 2006 بايرادات اجمالية 7.2 مليار دولار ، مما أدى

إلى زيادة الدخل السياحي المحقق بنسبة بلغت حوالي 14%، كما ارتفعت الطاقة الإيوائية من 175 ألف غرفة إلى 184 ألف غرفة بنسبة زيادة 5% ذلك مقارنة بالعام المالي 2006/2005 ، ومن المتوقع ان تبلغ قيمة الايرادات السياحية 14 مليار دولار واستقبال 16 مليون سائح بحلول عام 2011 (www.mksrat.com/akhbar/middleeast/tourism).

4- وهناك دراسة رؤية سنة 2020 للمنظمة العالمية للسياحة أن نصيب الشرق الأوسط سيبلغ 39 مليون زيارة سنة 2010، وحوالي 1600 مليون زيارة سياحية في عام 2020 والوصول بنصيب مصر الي 1% من اجمالي الحركة العالمية، والي 1.5% من اجمالي الايرادات، وهو ما يعني أن يقترب نصيب مصر من الحركة الاقليمية من 40% بدلا من النصيب الحالي الذي يدور حول 28% (المجالس القومية المتخصصة، 1998، ص: 519-520).

5- السياحة تعد المصدر الاول للدخل القومي اذ توفر السياحة فرصا للعمل في جميع المجالات المساعدة والمغذية لها، والعاملين بقطاع السياحة (بصورة مباشرة وغير مباشرة) يمثلون 12% من إجمالي حجم العمالة في مصر، والسياحة هي أول مورد للعملات الأجنبية متجاوزة بذلك جميع الصناعات التصديرية الخدمية أو السلعية كما تساهم بـ 11.3% من إجمالي الناتج المحلي وتمثل 41.5% من إجمالي صادرات الخدمات، متجاوزة بذلك جميع الصناعات التصديرية الخدمية والسلعية، حيث تشكل السياحة 23% من النقد الاجنبي وتغطي 60% من عجز الميزان التجاري وتساهم بـ 11.3% من اجمالي الناتج المحلي (www.aawsat.com/leader.asp).

6- وقامت وزارة السياحة بوضع إستراتيجية تستهدف الوصول في عام 2011 إلى 14 مليون سائح، والتوسع في الطاقة الإيوائية ليصل عدد الغرف إلى 240 ألف غرفة فندقية وزيادة المشروعات السياحية الكبرى من خلال التخطيط لمشروعات ذات جدوى اقتصادية، بالإضافة إلى خلق ما يزيد عن مليون فرصة عمل جديدة مباشرة وغير مباشرة مع النمو المتوقع في أعداد السائحين ؛ وقامت بإطلاق عدد من الحملات للترويج للمقصد السياحي المصري، بالإضافة إلى حملات التوعية الداخلية بأهمية السياحة، علاوة على فتح أسواق جديدة وتنمية الأسواق التقليدية لزيادة أعداد السائحين الوافدين (www.asharqalawsat.com/details.asp).

7- إنشاء مدن سياحية جديدة في مصر في مختلف الارحاء تجذب مليارات الدولارات من الإستثمارات المحلية والأجنبية، إلى جانب التنوع الكبير الذي يشهده المنتج السياحي

المصرى وخاصة فى الأنماط السياحية الجاذبة للشرائح ذات الإنفاق المرتفع، مثل سياحة اليخوت والجولف والتسوق وغيرها، ودعم التخطيط السياحي طويل الأجل فى إطار خطة حيث تم وضع رؤية مستقبلية للتنمية السياحية المستدامة لمصر حتى عام 2020 (المجالس القومية المتخصصة، 1997، ص:ص 111-113).

8- الطاقة الفندقية فى مصر حققت زيادة موازية لزيادات السائحين والليالى السياحية، حيث كانت الطاقة الفندقية فى يوليو 2006 حوالى 175 ألف غرفة فندقية، وارتفعت هذه الطاقة فى يوليو 2007 لتصل إلى 187 ألف غرفة، وفرت أكثر من 2.5 مليون فرصة عمل مباشرة وغير مباشرة. ولعل أهم ما يميز هذه الطاقة الفندقية أنها مخططة وفقا لدراسات علمية اعتمدت على كل من الخبرة الوطنية والخبرة الأجنبية ، وموزعة جغرافيا على امتداد مصر الشاطئية ومدنها السياحية الرئيسية، بل إن بعضها موجود فى عمق الصحراء وفى الواحات، كما أن نسبة من هذه الطاقة عبارة عن فنادق عائمة تجوب نهر النيل أو بحيرة ناصر خلف السد لإثراء السياحة النيلية ذات الشهرة العالمية (www.aljazeera.net/NR/exeres/).

9- وأوضحت البيانات الرسمية أن تلك الطاقة الفندقية ممولة برؤوس أموال وطنية وأجنبية، ومشاركات استثمارية تخلق قاعدة مصالح مشتركة لمصر مع منظمى الرحلات الأجانب الذين يروجون للمنتج السياحي المصرى فى الخارج ، كما أنها مرتبطة بوعى بيئى متزايد ومراعاة لاعتبارات الحفاظ على الموارد الطبيعية النادرة على الأرض وتحت الماء، والتي تشكل عصب النشاط السياحي فى معظم مناطق التنمية السياحية الجديدة

(www.masrawy.com/news/2007/egypt/economy/november/1/tourism).

10- إدخال أنماط جديدة للسياحة بمصر وتشجيع سياحة الإقامة: تهدف وزارة السياحة الي تشجيع الانماط الجديدة من السياحة وأهمها سياحة الإقامة حيث أنها تعتبر عالميا أقوى قاعدة لنمو صناعة السياحة وانه ستفوق فى المستقبل السياحة التقليدية وستصبح عام 2020 أهم مجال سياحي، وقد تبنت جمعية الاعمال المصرية البريطانية برنامجا لادخال سياحة الإقامة فى مصر حيث انها تتميز بمعدلات انفاق مرتفعة من جانب السائح الذي يقيم بالوحدة لمدة عدة اشهر فى العام تجنبا لاشهر الشتاء البارد فى بلاده وبالتالي يستمر انفاقه فترة طويلة بدلا من قضائه عدة ايام او اسابيع فى مصر (www.beba.org.eg/).

11- وثيقة مصر والقرن الحادى والعشرون لسنة 2017 والصادرة فى 15 مارس 1997 قد حددت لسنة 2017 أهدافا تتركز فى الجوانب الآتية :

- أ- الوصول بعدد السائحين إلى نحو 27 مليوناً في نهاية الخطة الخمسية السابعة عام 2017 ، مقابل نحو أربعة ملايين سائح عام 1997/96 .
- ب-زيادة أعداد الليالي السياحية من نحو 26 مليوناً عام 1997/96 إلى ما يقرب من 237 مليون ليلة سياحية عام 2017، نتيجة زيادة متوسط مدة إقامة السائح إلى نحو تسع ليال .
- ت-زيادة الطاقة الاستيعابية الفندقية للوصول بالطاقة الإيوائية للفنادق والغرف السياحية والبواخر النيلية إلى ما يقرب من 618 ألف غرفة عام 2017 (المجالس القومية المتخصصة، 2001، ص286-287).

الدراسة الميدانية

كانت نتائج استمارة الاستقصاء بناء علي المقابلات الشخصية مع المسؤولين في وزارة السياحة وهيئة تنشيط السياحة ، كالتالي:

- 1- **عن التنبؤ بالطلب السياحي كوسيلة فعليه يلجأ إليها متخذو القرار للسياحة المستقبلية:** نعم (✓) لا (-)

وعن الأسباب فهي كالاتي:

- أ- التنبؤ أصبح علماً في جميع الجوانب والمجالات لكافة علوم الدنيا، وبما إن السياحة أصبحت احدي أهم الصناعات في العالم فان رصد الحقائق ودراسة الأسواق المتنوعة وآلياتها ووضع خطط لتحقيق الأهداف مع متابعة التطور أصبح من الضروري في استراتيجيات التخطيط للطلب السياحي ويؤثر بشكل كبير وأساسي في اتخاذ القرار.
- ب- التنبؤ أساسي في صناعة السياحة ، فالسياحة صناعة راسخة مستقرة تتفاعل مع الصناعات الأخرى والتطور التكنولوجي المعاصر لها، فظهر صناعات جديدة وتكنولوجيات حديثة في المستقبل سوف يؤدي إلي ظهور سياحة جديدة تتلاءم مع التقدم الصناعي والتكنولوجي في ذلك الوقت .
- ت- التنبؤ بشكل السياحة في المستقبل وكذلك بالطلب السياحي سيتم من خلال دراسة الحقائق والبيانات والأرقام الواقعية الحالية والمتوقعة في المستقبل
- ث- يرتبط التنبؤ باتجاهات السياحة في دولة معينة بتحديد الدور والمنهج الذي تقوم به الدولة وأهم مثال علي ذلك الصين والهند كدولتين بدأتا الانفتاح علي العالم والسماح

لرعاياها بزيارة الدول، وتوقع الطفرات الاقتصادية في بعض الدول مثل أسواق روسيا.

ج- التوقعات من قبل متخذي القرار الإداري مطلوبة دائما، سواء عن طريق التخمين الفردي، ومن خلال العمل الجماعي، ودقة التنبؤات سوف تؤثر على نوعية وفعالية ذلك القرار.

2- عن شكل السياحة المستقبلية في مصر:

أ- الشكل المستقبلي للاتجاهات السياحية المستقبلية سيتحدد نتيجة لدراسة التطور في المتغيرات ودراسة اتجاهات السائحين وإضافة مقومات وأنماط جديدة إلى البرامج السياحية مثل: سياحة الإقامة - سياحة الجولف - سياحة اليخوت - سياحة الأنشطة المائية-السياحة البيئية.

ب- الاتجاه إلى الدول النامية ومنها مصر حيث السياحة البديلة والبيئة الطبيعية مع مراعاة معايير السياحة المستدامة.

ت- المنافسة بين مصر ودول العالم لزيادة الدخل وعدد السائحين.

ث- توفير الأجهزة المساعدة المتطورة والحديثة والتي تساعد فئات كبار السن والمعاقين وغيرهم، من الأسباب التي تساعد على تسهيل الأنماط السياحية المستحدثة كسياحة كبار السن وسياحة المعاقين وغيرها حتى يمكن مواكبه مستوي التطور في مستوي الخدمات السياحية المصاحبة للمنتج السياحي بما يحقق الجودة السياحية.

ج- تنظيم السباقات الدولية وسباق الزوارق الفائق السرعة، وبطولات الجولف والتي ترعاها مصر.

ح- الأنماط السياحية المشتركة مثل: السياحة الثقافية مع السياحة الترفيهية-السياحة الثقافية مع سياحة المؤتمرات... وغيرها.

3- عن التوقع بظهور أنماط سياحية غير تقليدية في مصر:

نعم (✓) لا (-)

ومن هذه الأنماط غير التقليدية: تسلق الجبال-المشي في الصحراء- دخول الكهوف- السياحة الجيولوجية- السفاري- المغامرة -أنشطة الالعب الصحراوية.

4- عن دور الدولة في مواجهة التغيرات والتحديات المستقبلية في السياحة:

- أ- توافر الأمن واستقرار الحالة الأمنية مع مواجهة الأزمات التي تحدث من خلال: أولاً: إنشاء ادارة متخصصة للأزمات، ثانياً: وضع مجموعة من السيناريوهات لمواجهة تلك التغيرات، ثالثاً: ايجاد البديل.
- ب- التنسيق والتعاون بين كافة الجهات والوزارات والادارات والاجهزة والتي تتداخل أنشطتها مع الانشطة السياحية.
- ت- يقع علي هيئة تنشيط السياحة عبء كبير في الوعي الجماهيري بقيمة السياحة وهو ما تقوم به الحكومة من خلال حملة توعية للفئات المختلفة من الشعب وتعميق ثقافة مجتمع الخدمات السياحية بحيث يتحول المجتمع الي مجتمع جاذب للسياحة وليس طاردا لها.
- ث- دور الدولة في توفير الوسائل التكنولوجية الحديثة مثل (Last minute reservation)-خدمات الانترنت المجاني، خدمات التليفون المتقدمة، التوسع في الشبكات، الاتصال المباشر بالأقمار الصناعية.
- ج- التوسع في التسهيلات والتيسيرات المقدمة للسياح كاجراءات الدخول والاقامة والمغادرة.
- ح- اقامة العديد من المعارض والبورصات السياحية الدولية .
- خ- توفير الخدمات ورفع مستواها وخاصة المصاحبة للمناطق الأثرية والسياحية، مثال: (دورات المياه بالمناطق السياحية- النظافة.. وغيرها).
- د- تدريب العاملين بالقطاع السياحي والفندقي ، وتهدف وزارة السياحة لإنشاء مراكز تميز للتدريب بمدينة 6 أكتوبر وعدد من المراكز التدريبية الإقليمية بالمدن السياحية النائية وذلك بالتعاون مع اتحاد الغرف السياحية، كما قامت بتوقيع بروتوكول مع جامعة كورنيل لتحسين القدرات المهنية للعاملين وذلك للارتقاء بمستوى الخدمة وبالتالي زيادة معدل تكرار زيارة السائح .

5- عن دور القطاع الخاص في مواكبة التغيرات للحاق بقاطرة السياحة الحديثة:

- أ- دور مكمل لدور الدولة فالتسويق لمصر بصفة عامة في الأسواق الدولية مهمة الدولة الرئيسية.
- ب- تقديم الخدمات المتميزة والحفاظ علي المنتج.
- ت- دور قطاع الأعمال الخاص يتمثل في: التعاقدات- استخدام أساليب الحجز المتطورة- وضع البرامج السياحية وتنفيذها وجلب السائحين.

ث- رفع كفاءة العمالة السياحية واستخدام الجودة في تقديم الخدمات مثل استخدام برامج ال Six Sigma في الإدارة لتحسين أداء المؤسسات الخدمية والمنتجات السياحية ورضاء العميل ، للوصول إلي zero defect منتج غير معيب مع خفض التكاليف وتحسين استغلال طاقة العمل .

ج- الاندماج والتكتلات الاقتصادية مع شركات السياحة (مثال:شركة ترافكو مع شركة تيوي الألمانية)، الشركات السياحية الصغيرة تندمج مع بعضها البعض.

ح- يتجه العالم تدريجيا الي ما يمكن تسميته بالعولمة السياحية ، وبعد مرور 12 عاما على تنفيذ مصر لاتفاقية الجات على قطاع السياحة المصري ، كانت هناك آثار إيجابية، وتحسن ملحوظ في مؤشرات الأداء السياحي بمصر في فترة ما بعد تطبيق اتفاقية الجاتس على القطاع السياحي تمثلت في:

(1)تأثيرات جيدة على القطاع السياحي منذ تطبيقها عام 1995 منها توليد انطباع جيد على المستوى الدولي عن تحرير النشاط السياحي، وما يتيح هذا أمام الشركات دولية النشاط والمستثمرين الأجانب للوجود داخل الأسواق المصرية، والتمتع بذات المعاملة الوطنية التي تلقاها الشركات المصرية، وذلك وفقا للالتزامات والشروط الواردة بالاتفاقية، وإن نسبة مساهمة أنشطة المطاعم والفنادق في الناتج المحلي الإجمالي بالأسعار الثابتة خلال الفترة من (2004 – 2005) تبلغ 3.4% من إجمالي الناتج المحلي .

(2)وجود آثار سلبية على العمالة المصرية أمر في غير محله، لأن انتقال العمالة يخضع للشروط الواردة في جدول التزامات الاتفاقية المصرية، والتي تتضمن عدم زيادة العمالة الأجنبية على 10% من إجمالي فروع المنشأة وفقا لقانون العمل في مصر رقم 137 لعام 1981، بما يضمن عدم إحلال العمالة الأجنبية محل العمالة المصرية إلا في نطاق محدود يكون في مجال الإدارة العليا فقط. فزيادة التنافسية الناتجة عن دخول الشركات الأجنبية للعمل داخل السوق المصرية وزيادة عمليات الاندماج والاستحواذ على المستوى الدولي، قد أدت إلى زيادة الاتجاه لتنويع المنتج السياحي في مصر، وعدم الاعتماد فقط على السياحة الثقافية أو سياحة الآثار، وكذلك الاهتمام بتطبيق معايير ومتطلبات الجودة السياحية وذلك لضمان الاستمرار والمنافسة داخل السوق.

(3)ومن مزايا انضمام مصر لاتفاقية الجاتس زيادة الاعتماد على التكنولوجيا الحديثة، إذ ساهمت التطورات الحديثة في مجال تكنولوجيا المعلومات والبنود الواردة في الاتفاقية والملمزة للدول المتقدمة بمساعدة الدول النامية على نشر التكنولوجيا الحديثة، وإحلال

سلاسل الفنادق العملاقة راقية المستوى في الآونة الحديثة والتي حلت محل السلاسل التقليدية (مثال: الفورسيزون -انتركونتيننتال-فيرمونت-ريجنسي-كيمبنسكي-وستن) وسلاسل المطاعم العملاقة (مثال: كنتاكي-ماكدونالد-هارديز-بيتزا هت)، أو النقل السياحي على استخدام الأنظمة المتطورة ذات التكنولوجيا العالية مثل بناء المواقع الترويجية للسياحة المصرية على شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت)، والاشتراك في المواقع الدولية الخاصة بتقديم الخدمات الإلكترونية لحجز الفنادق وتذاكر الطيران وتأجير السيارات.

6- وعن تأثير ارباب 11 سبتمبر علي السياحة المصرية:

يوضح الجدول التالي نسب الانخفاض في أعداد السائحين ، والليالي السياحية، والايادات السياحية مقارنة بالسنة السابقة لها:

السنة	عدد السائحين بالمليون سائح	نسبة الانخفاض في عدد السائحين	عدد الليالي السياحية بالمليون ليلة	نسبة الانخفاض في عدد الليالي السياحية	الايادات السياحية بالمليون دولار	نسبة الانخفاض في الايادات السياحية
2000	5.506		32.8		4345.3	
2001	4.648	15.6%	29.8	9.2%	3800.3	12.5%

7- وعن الإنجازات التي حققتها وزارة السياحة فيما يتعلق بالنمو السياحي:

تحقق نحو 90 مليون ليلة سياحية عام 2006 وإنفاق سياحي وصل الي 7.6 مليار دولار، الحملة الدعائية والتي نفذتها وزارة السياحة أدت الى تحقيق نتائج ايجابية، وتطوير عدة مطارات في مصر بمواصفات دولية، وتطبيق سياسة السماوات المفتوحة، وتنويع المنتج السياحي المصري، واستخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة للنهوض بصناعة السياحة، والتي تشمل البوابة الإلكترونية لوزارة السياحة على شبكة الأنترنت واستخدامها بإثنى عشرة لغة مختلفة. واطلاق حملة توعيه داخلية للتعريف بأهمية السياحة ونشر الوعي بين طلبة المدارس الإبتدائية، وتنمية وتطوير القوى العاملة فى القطاع السياحي وتطوير البرامج التدريبية بالتعاون مع سلاسل الفنادق العالمية من خلال التعاون مع أفضل الجامعات والمؤسسات العالمية المتخصصة فى هذا المجال، إضافة إلى ذلك تهتم وزارة السياحة بعملية

الإصلاح الإدارى لخلق مناخ أكثر كفاءة، وذلك عن طريق اتباع منهج اللامركزية فى القرار وتيسير الإجراءات ، وخاصة فيما يتعلق بالمشروعات الاستثمارية. وتهدف وزارة السياحة إلى أن يصل عدد السياح القادمين بحلول عام 2020 إلى 20 مليون سائح سنويا أي بمعدل زيادة من 7 إلى 8 في المائة سنويا، وهو الهدف الرئيسى فى الفترة المقبلة وزيادة الطاقة الفندقية ومضاعفة الليالى السياحية.

8- وعن أهم الدول المصدرة للسياح إلى مصر:

السوق الرئيسية للسياحة فى مصر أوروبا، وتليها الدول العربية ثم بقية دول العالم، والجنسية الأولى التى زارت مصر عام 2006 هم البريطانيون وتجاوز عددهم 998 ألف سائح ثم الألمان 900 ألف سائح ثم جنسيات أخرى.

9- وعن ترتيب مصر سياحيا على مستوى العالم:

فى آخر إصدار عن منظمة السياحة العالمية الذى صدر عام 2005 كان ترتيب مصر رقم 24 فى العالم من حيث عدد السائحين وكانت قبل ذلك تحتل الترتيب رقم 27.

10- وعن التسهيلات والامتيازات التى تمنح للمستثمرين الأجانب، مازال هناك عوائق أمام الاستثمار السياحي الأجنبي فى مصر:

لاشك أن المستثمر يسعى للحصول على مستقبل آمن لاستثماراته، ووزارة السياحة تسعى إلى إزالة العوائق وتسهيل القوانين للاستثمار السياحي. وفى السنة المالية 2005.2006 لعبت الاستثمارات الأجنبية إلى مصر دورا كبيرا، إذ بلغت أكثر من 7 مليارات دولار ونصفها فى مجال السياحة.

11- وعن الأمن الذى يلعب دورا مهما فى تنشيط السياحة، ومصر عانت من بعض الأحداث الإرهابية، فهل يستطيع السائح حاليا أن يشعر بالأمن أثناء زيارة مصر:

مصر تهتم بسلامة وأمن السائحين، هناك قوات أمن بطرق ظاهرة ومرئية وهناك عناصر أمن غير ظاهرة، بالإضافة إلى أن مصر تستخدم بصفة مستمرة أحدث الوسائل التكنولوجية الخاصة بالتأمين، لأن الحرب ضد الإرهاب هى حرب إلكترونية عالمية ولا بد من استخدام كل الطرق فيها والتكنولوجيا تلعب دورا كبيرا فى ذلك.

12- وعن العمليات العدوانية الإرهابية في الاعوام الماضية هل لها تأثير علي حركة السياحة في مصر؟

بالنسبة للأحداث التي وقعت في مصر في شرم الشيخ عام 2005 وذهب عام 2006 ، كان لها تأثير سلبي على حركة السياحة ، وتأثير الحركة كان محدودا في فترة زمنية من 3 إلى 6 أشهر ثم عادت الحركة إلى طبيعتها بدرجة كبيرة، وفي عام 2005 حققت مصر زيادة قدرها 6 % عن السنة السابقة وفي عام 2006 تم تحقيق زيادة بنسبة 5.5 % عن السنة السابقة، وهذا ما يؤكد ما صدر عن مؤسسة السياحة العالمية من أن أثر الإرهاب على السياحة أقل تأثيرا مما لو وقعت قبل 6 أو 10 سنوات.

13- وعن أهم المدن السياحية التي تجذب السائح في مصر في السنوات الأخيرة:

هناك اتجاه كبير من قبل السياح إلى المناطق النائية والقرى والفنادق البيئية في الصحراء ومنتجعات جديدة في البحر المتوسط قد لا تتوفر فيها البنية السياحية ولكنها تجذب الكثير من السياح.

14- وعن الوسائل والأنشطة التي تستخدمها هيئة تنشيط السياحة في دعم السياحة المصرية:

هناك عناصر مختلفة ومنها: العنصر الأول: الإعلانات التي تقوم بها هيئة تنشيط السياحة في دول السوق السياحي، وهذه الحملة تكلفت نحو 40 مليون دولار في عام 2006، العنصر الثاني: حملات دعائية مع منظمي الرحلات بالمنافسة في أسواق السياحة مع الشركات المختلفة وتقدر بحوالي 12 مليون دولار سنويا، العنصر الثالث: المعارض السياحية في مصر تشارك في أكثر من 100 معرض سياحي في دول الأسواق المختلفة ويتكلف ذلك نحو 8 ملايين دولار سنويا، العنصر الرابع: القوافل السياحية في الدول العربية، العنصر الأخير: هو استضافة المكاتب السياحية وغير السياحية والإعلاميين من دول مختلفة لكتابة الأحداث السياحية عن مصر.

15- وعن تأثير المتغيرات الدولية والمحلية علي صناعة السياحة في المستقبل:

أ- المتغيرات الديمغرافية: حيث تؤثر تركيبة السكان تأثيرا كبيرا وبالأخص: تغيرات في المجتمع - والتقاليد - والأعمار التي امتدت نتيجة للصحة والتقدم في العلاج مع

ظهور فئات عمرية جديدة مثل المسنين-زيادة مفاهيم الشباب للسياحة- زيادة نسبة التعليم-ارتفاع معدلات السفر للمرأة بسبب تأخر سن الزواج وارتفاع معدلات الطلاق- دور المرأة في اختيار المنتج السياحي - دور الأطفال في قرار السفر- شرائح الأسرة المكونة من الأب والأم والأطفال.

ب- المتغيرات السياسية: الاستقرار السياسي عامل جذب سياحي وهام في صناعة السياحة في المستقبل وعدم الاستقرار السياسي له تأثير مباشر وقوي وله مردود فعلي علي توجه الحركة السياحية من دولة لأخرى، مثل هذه المؤثرات علاقة الدول بعضها ببعض- تذبذب السلام في المنطقة المحيطة والاستقرار- كوضع مصر في منطقة الشرق الأوسط والحروب المحيطة وكيفية إدارة الأزمة باستخدام الأساليب العلمية والكوادر المدربة.

ت- المتغيرات الاجتماعية: لها تأثير فعال وقوي، حرية الأعلام والفضائيات والتعليم المفتوح كان له اكبر الأثر في شرائح المجتمع؛ فالطبقة الوسطي وطبقة العمال هي القطاع العريض في الأقبال علي السياحة في المستقبل.

ث- المتغيرات الاقتصادية: الحالة الاقتصادية تتعلق بالدول المصدرة للسياحة، فكما ارتفع النمو الاقتصادي لتلك الدول زاد معدل الدخل لمواطنيها، وبالتالي زادت الحركة السياحة منها إلي الدول الأخرى والعكس صحيح، أما في الدولة المستقبلة للسياحة وبالتطبيق علي مصر فتدفق السياحة سوف يؤدي إلي رفع الدخل بشكل مباشر وغير مباشر وذلك يؤدي إلي إحساس المواطنين بالقيمة الحقيقية للسياحة، ولكن لابد من مراعاة رفع المستوي الاقتصادي للمجتمعات التي تقترب من المواقع السياحية حتى لا تكون هناك فجوة تعطي إحساسا غير مطلوب تجاه السياحة والسائحين.

استقرار أسعار الصرف واستقرار الاوضاع الاقتصادية لاشك يؤثر في جذب الاستثمارات السياحية وخلق أسواق جديدة لم تكن موجودة من قبل.

ج- المتغيرات التكنولوجية: ثورة في الأنظمة التكنولوجية الحديثة للمعلومات في صناعة السياحة عبر الأقمار الصناعية مع تطور في نظم الحجز والبيع- التطور التكنولوجي في سياحة المؤتمرات- تيسير انتشار التكنولوجيا الحديثة في كل مكان كواقع ملموس مع إمكانية في التسهيلات للحصول عليها نتيجة للتطور الاقتصادي في الدولة والنهوض في التعليم والمجتمعات.

نتائج البحث

بعد تحليل بيانات الاستبيان تبين للباحثة النتائج التالية:

1. يمكن التنبؤ بشكل السياحة في المستقبل وكذلك التنبؤ بالطلب السياحي من خلال دراسة الحقائق والبيانات والأرقام الواقعية الحالية والمتوقعة في المستقبل، والذي سوف يؤدي للوصول إلي المنفعة الحدية المرجوة من صناعة السياحة علي المدى الطويل.
2. يمكن تحديد الشكل المستقبلي للاتجاهات السياحية المستقبلية نتيجة لدراسة التطور في المتغيرات ودراسة اتجاهات السائحين .
3. تستطيع الدولة أن تواجه الدولة التغيرات والتحديات المستقبلية في السياحة من خلال التنسيق والتعاون بين كافة الجهات والوزارات والادارات والاجهزة والتي تتداخل أنشطتها مع الأنشطة السياحية .
4. يمكن للقطاع الخاص أن يواكب التغيرات للحاق بقاطرة السياحة الحديثة من خلال رفع كفاءة العمالة السياحية واستخدام الجودة في تقديم الخدمات.
5. يعتبر تطوير العديد من المطارات في مصر بمواصفات دولية، وتطبيق سياسة السماوات المفتوحة، وتوزيع المنتج السياحي المصري، واستخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة للنهوض بصناعة السياحة من أهم انجازات وزارة السياحة فيما يتعلق بالنمو السياحي المستقبلي.
6. هناك العديد من الوسائل والأنشطة والتي تستخدمها هيئة التنشيط السياحي في دعم السياحة المصرية وهي بالترتيب كالاتي: أولاً: الاعلانات، ثانياً: الحملات الدعائية، ثالثاً: المعارض السياحية، رابعاً: القوافل السياحية، خامساً: استضافة المكاتب السياحية والاعلاميين.
7. تؤثر المتغيرات الدولية والمحلية علي صناعة السياحة في المستقبل وبالأخص: المتغيرات الديموغرافية كسريحة كبار السن، المتغيرات السياسية وتتمثل في عدم الاستقرار السياسي، والمتغيرات الاجتماعية وتتمثل في: ظهور الطبقة الوسطي وطبقة العمال في الإقبال علي السياحة، والمتغيرات الاقتصادية وتتمثل في: استقرار الأوضاع الاقتصادية والذي أثر في جذب الاستثمارات السياحية، أما المتغيرات التكنولوجية فتتمثل في الأنظمة التكنولوجية الحديثة للمعلومات في صناعة السياحة عبر الأقمار الصناعية مع تطور في نظم الحجز والبيع.

اختبار صحة الفرضين: تم تأكيد صحة الفرضين الأول والثاني، وهذا ما أكدته النتائج المتحصل عليها من تحليل الاستبيان بأن دراسة المتغيرات الدولية والمحلية لا يعود بالنفع

علي النشاط السياحي فقط بل وعلي المجتمع المصري اجتماعيا واقتصاديا وسياسيا وحضاريا كما في الفرض الأول، وأن الاهتمام بالبحوث والدراسات العلمية للسوق والتسويق قد يؤدي لاستيعاب المتغيرات والمستحدثات في الأسواق السياحية المصدرة، وبالتالي يمكن تعديل أدوات وأساليب التسويق تبعا لهذه المتغيرات والمستحدثات أولا بأول كما في الفرض الثاني.

التوصيات

فيما يلي عرض للتوصيات توضح الدور الذي يجب أن تقوم به كل من: الدولة، وزارة السياحة، هيئة تنشيط السياحة، الشركات السياحية في تطوير السياحة المصرية:

1- الدور الذي يجب أن تقوم به الدولة في تطوير السياحة المصرية ويتمثل في:

- أ- تطوير الوعي السياحي عند الأطفال والشباب مع غرس الأفكار والمعلومات السياحية السليمة وتوسيع ثقافتهم ومداركهم تجاه مدي أهمية السياحة للمجتمع .
- ب- توفير البنية التحتية وتطوير وتحديث المتاح منها، ومثال علي ذلك: تطوير المطارات الموجودة وإنشاء العديد من المطارات الجديدة في المناطق السياحية المتوقع لها اجتذاب أعداد كبيرة من السائحين في المستقبل القريب.
- ت- توسيع دور القطاع الخاص في الاستثمار السياحي واستقطاب رأس المال من خلال إطار عمل التعاون المشترك بين القطاعين الأعمال والخاص .
- ث- المزيد من الجهود التسويقية التي تبذلها الدولة مع القطاع الخاص السياحي مع الاهتمام بعنصر الجودة، وتأسيس وقيادة حملات التسويق والترويج في السوق الدولية والإقليمية، وتقوية التعاون الدولي .
- ج- التيسير علي القطاع الخاص للمشاركة في مجال النقل الجوي وخدمات المرافق العامة التي من شأنها تعزيز جودة المنتج السياحي المصري.

2- الدور الذي يجب أن تقوم به وزارة السياحة في تطوير السياحة المصرية ويتمثل

في:

- أ- أن تقوم بإعداد جرد شامل للمقومات السياحية الطبيعية والحضارية والبيئية والإدارية ومشروعات البنية التحتية والفوقية في مصر، علي ضوء ما طرأ علي السياحة الدولية من متغيرات، سواء بالنسبة لأنماطها أو تنظيماتها أو سلوكيات ودوافع وتوقعات السائحين من مختلف الأسواق المصدرة التي يفدون منها، وكذلك رصد

مختلف تيارات المنافسة بين المقاصد السياحية الرئيسية التي تتنافس علي اجتذاب هؤلاء السائحين.

ب- أن تقوم بإجراء دراسة شاملة للنظام الإحصائي السياحي في مصر، لضمان دقة بياناته والتي يمكن الاعتماد عليها في طرق التنبؤ بمستقبل السياحة، ولإمكان تطبيق نظام الحسابات الفرعية للسياحة للوصول الي تحديد أدق للإيرادات السياحية المصرية.

ت- أن تقوم بتخطيط وتنفيذ البرامج التسويقية والحملات التنشيطية علي المستوي القومي في الخارج، عملا علي رفع مستوي الصورة السياحية لمصر وزيادة التدفق السياحي إليها، مع اجراء الدراسات التسويقية في الأسواق السياحية العامة، وكذلك رفع مستوي العمل السياحي باستخدام التكنولوجيات الحديثة للمعلومات، مما يقتضي إعادة هيكلة نظام المعلومات السياحي بما يواكب أحدث التطورات العالمية في هذا المجال.

ث- أن تهتم بالبحوث والدراسات العلمية للسوق والتسويق لاستيعاب المتغيرات والمستحدثات في الأسواق السياحية المصدرة، وبالتالي تعديل أدوات وأساليب التسويق تبعاً لهذه المتغيرات والمستحدثات أولاً بأول.

ج- أن تعيد تنظيم هيئاتها العامة لكي تساير التطورات والمتغيرات الحادثة في السياحة الدولية بوجه عام، وعلي ضوء التقدم الحضاري والعلمي والتكنولوجي الضخم في المعلومات والاتصالات وطرق التوزيع الشاملة، ومتطلبات السياحة الجديدة الموجبة لوضع استراتيجيات جديدة للتسويق السياحي المتكامل، ومقتضيات المنافسة الدولية في ظل اتفاقية التجارة الحرة في الخدمات (الجاتس)، والتطورات في مكونات صناعة السياحة وأنماطها الجديدة بوجه خاص.

ح- في شان استراتيجية تصحيح مسار العمل السياحي في مصر، يجب إعداد وتنفيذ خطة بحثية متكاملة للقيام بما يلزم من بحوث الطلب وبحوث للأسواق وبحوث تنمية العرض السياحي بحيث تشمل هذه الخطة دراسات التنبؤ بالطلب السياحي في الأمد القصير والمتوسط والطويل.

خ- ان تضع الضوابط العلمية الكفيلة برفع مستوي السياحة المصرية تنظيمياً، وتخطيطياً، وتنمية، وتسويقاً، وتعليماً، وتدريباً، والتي تجعلها متناسبة مع التطورات التكنولوجية، والمعلوماتية، والفنية، والاقتصادية، والاجتماعية، والبيئية الجديدة، حتي يمكن أن تصمد في مجال المنافسة الدولية المشددة مع تطبيق اتفاقية التجارة

الحرّة في السلع والخدمات، فضلا عن تطبيق النظام الاقتصادي العالمي الجديد الذي تزول فيه كل الحواجز والقيود تدريجيا.

د- المبادرة إلى إعداد مشروعات تعديل القوانين السياحية المختلفة وسائر التشريعات واللوائح التي تتصل بالعمل السياحي ، بقصد تطوير تلك القوانين والتشريعات واللوائح لتواكب التطور الحادث دوليا وداخليا، ولتتضمن المستجدات بمنطق سبق الفعل وليس رد الفعل، وهذا الواجب يقع على عاتق جهتين رسميتين بصورة رئيسية وهما : وزارة السياحة ولجنة الثقافة والإعلام والسياحة بمجلس الشعب ، بالإضافة إلى الاتحاد المصري للغرف السياحية بغرفه الأربع.

3- الدور الذي يجب أن تقوم به هيئة تنشيط السياحة في تطوير السياحة المصرية ويتمثل في:

أ- ضرورة فهم المستجدات والمتغيرات الحادثة في السياحة الدولية ، سواء كانت متغيرات كمية أو كيفية، واعتبارات المنافسة الدولية، وما يوجب ذلك من تبني الأسلوب العلمي في إعداد دراسات سوقية وتسويقية مستمرة، لكي يتم تخطيط وتنفيذ أدوات وأساليب التسويق السياحي علي أسس علمية وواقعية متطورة، تهدف الي تحقيق النتائج المرجوة.

ب- الدعاية المكثفة لمقاصد الجذب السياحي وتحسين صورة مصر بالتعاون مع كافة أجهزة الدولة، مع الارتفاع بمستوي وسائل التنشيط السياحي المستخدمة لتصل الي المستوي العالمي.

ت- النهوض بالسياحة المصرية نظرا لأن مصر تتمتع بميزة نسبية قوية في مجال النشاط السياحي، ومن أجل أن تتحول تلك الميزة النسبية إلى قدرة تنافسية يتعين أن تحقق مجموعة من العناصر أهمها :

(1) زيادة الاعتمادات المالية المخصصة للتنشيط والترويج السياحي لمواجهة المنافسة الشديدة من المقاصد السياحية.

(2) إنشاء كيانات سياحية قوية من خلال تنظيمات القطاع السياحي ، لإمكان مواجهة التكتلات والاندماجات الدولية .

(3) تنشيط السياحة الداخلية والسياحة العربية الوافدة للتعويض الجزئي عن تراجع الحركة السياحية من الدول الغربية.

(4) تنويع المنتج السياحي المصري لاستقطاب مزيد من التدفقات السياحية وجذب شرائح جديدة

- (5) التخفيف من الأعباء المالية الملقاة علي مشروعات التنمية السياحية
- (6) ضرورة الاهتمام بالسياحة الداخلية خاصة أنها البديل المناسب لتنشيط السياحة المصرية خاصة وقت الأزمات والاهتمام بالسياحة العربية .
- (7) ضرورة الاندماج بين المؤسسات الصغيرة وذلك لمواجهة الأزمات الطارئة
إزالة المعوقات المؤسسية خاصة وأن البعض أشار للدور السلبي للمحليات كأحد المعوقات الأساسية للنهوض بالسياحة.
- (8) إنشاء صندوق لدعم السياحة يأخذ من أيام الرواج السياحي لأيام الكساد.
- (9) النهوض بالسياحة المتخصصة خاصة سياحة المغامرات والمعارض والمؤتمرات والسياحة العلاجية.

4- الدور الذي يجب أن تقوم به شركات السياحة في تطوير السياحة المصرية ويتمثل في:

- أ- التخطيط المستقبلي وتنفيذ الأعمال السياحية باستخدام أفكار جديدة ورؤية متفتحة والقدرة على التنبؤ وتطوير اتجاهات جديدة وتحديد شكل السياحة في المستقبل، وهو يستلزم التدريب الفعال علي فهم المواقف، وإدارة الأزمات بشكل علمي، وفهم أكبر لحركة السياحة العالمية.
- ب- يجب علي كل إدارة تعمل في صناعة السياحة علي تنفيذ سياسات الموارد البشرية الجديدة ، وكفالة العاملين وتدريبهم وتعليمهم مع القدرة علي التكيف مع التغيير .
- ت- يجب علي المخططين ومدراء السياحة مراقبة مدى التغيرات والعوامل التي من شأنها التأثير على السياحة في العقد المقبل، فالتطور المستقبلي للسياحة غير مؤكد نتيجة للازمات، ومحاولة التخطيط لمستقبل النمو هي السيناريوهات التي تطرح تحديات كثيرة، فالتغيير هو سمة صناعة السياحة.
- ث- تطوير البرامج والأنشطة السياحية لتعزيز المنتجات السياحية لضمان إطالة فترة بقاء السياح وزيادة العائدات السياحية.
- ج- الإسراع باستخدام التكنولوجيا الحديثة والمتقدمة لمواجهة التطورات الطارئة والتغيرات التي تواجه السياحة، والنهوض بنوعية الخدمات السياحية للوصول إلى المعايير الدولية، مما يستلزم قدرة عالية علي التنبؤ بالطلب السياحي، وهذا يبين الحاجة إلى مديري السياحة ذوي القدرة علي التنبؤ بإمكانية استيعاب المنتجعات والمواقع السياحية لحجم الزوار المتوقع .

ح- السعي إلى الأسواق الواعدة الجديدة خصوصا سوق شرق آسيا، لأن المستقبل به يشير إلى فرص جيدة ، ولذلك يجب أن تهتم بهذا السوق اهتماما خاصا، وأن تطور البرامج التسويقية بناء على دراسات كاملة للسوق والتي تبين التغيير في تلك الأسواق، وبناء على دراسة السوق يتم اختيار الأدوات التي تحقق أكبر مردود ممكن من السائحين.

خاتمة

لاشك أن السياحة كظاهرة إنسانية اجتماعية عالمية لم تعد هي ذاتها حركة الانتقال التي بدأت، في صورتها المنظمة الحديثة، والتي ظهرت في أعقاب انتهاء الحرب العالمية الثانية. فلقد طرأت على السياحة الدولية بوجه خاص متغيرات كثيرة أدت إلى تنوع أنماطها تنوعا كبيرا، وتغير اتجاهاتها وقوانينها والجهات القائمة علي تنظيمها بصورة توجب التوقف لإمعان النظر وإعادة الحساب لمسيرة الركب العلمي والتطور البيئي والتحديث المستمر في تنظيماتها ومضامينها الاقتصادية والاجتماعية. إن المتغيرات الدولية والمحلية القائمة والمتوقعة، تجعل من الضروري التعامل مع التسويق والمنافسة والميزة التنافسية من منظور يختلف عما تجري به الأمور تقليديا، ويجب تكاتف الجميع: أجهزة الدولة، وأهل المهنة، والخبراء للتوصل للصيغة لأمثل لتحقيق موقع أكثر تقدما للمنتج السياحي المصري في قائمة الدول الرائدة في التعامل مع السياحة.

المراجع العربية

- 1) الجلال، أحمد(2002)، أطوار الاتجاهات الحديثة في السياحة، الطبعة الأولى، القاهرة ، عالم الكتب، 88-91.
- 2) السيسي، ماهر عبد الخالق(2003)، صناعة السياحة، القاهرة ، مطابع الولاء الحديثة، ص:281.
- 3) الطائي، حميد عبد النبي والعلاق، بشير عباس (2000)، سلوكيات السائح والطلب السياحي، عمان، دار زهران، ص:108-113.

- 4) المجالس القومية المتخصصة (2001)، استراتيجيات التسويق السياحي المتكامل، ص: 501-520.
- 5) المجالس القومية المتخصصة (1998)، التعليم والتدريب السياحي، ص: 452-479.
- 6) المجالس القومية المتخصصة (2000)، السياحة والنقل الجوي، ص: 380 - 385
- 7) المجالس القومية المتخصصة (2001)، التنمية السياحية المتوازنة والمتواصلة، ص: 268-287
- 8) المجالس القومية المتخصصة (1999)، السياحة واتفاقيات التجارة في الخدمات، ص: 158-168.
- 9) المجالس القومية المتخصصة (2002)، آثار أحداث 11 سبتمبر علي السياحة العالمية والمصرية، ص: 89-105.
- 10) المجالس القومية المتخصصة (1997)، تسيير العمل السياحي في ظل نظام اقتصاديات السوق، ص: 111-118.
- 11) المجالس القومية المتخصصة (2000)، صناعة السياحة المصرية في عصر العولمة، ص: 143-146 .
- 12) المجالس القومية المتخصصة (2004)، رؤية مستقبلية للسياحة المصرية، ص: 64-88.

المراجع الأجنبية

- 1) D'Aveni, R. (1998) 'Hyper competition closes in', Financial Times, 4 February (global business section) , p: 142.
- 2) Frechtling, D. (2002) 'World population and standard of living: Implications for international tourism', in A. Lockwood and R., p: 69-70.
- 3) Hall, D.R. (2003) 'Niche tourism in question: Keynote', in D. Macleod (ed.) Niche Tourism in Question Interdisciplinary Perspectives on Problems and Possibilities. Dumfries: University of Glasgow Crichton Publications, p: 18.
- 4) Jang, S. and Wu, C. (2006) 'Senior's travel motivation and the influential factors: An examination of Taiwanese seniors', Tourism Management, p: 139.
- 5) Lockwood, A. and Medlik, R. (Eds) (2002) Tourism and Hospitality in the Twenty First Century. Oxford: Butterworth- Heinemann, p: 290.
- 6) Lohmann, Martin (2004) New ways of travel, paper to be presented to the European Tourism Forum, Budapest ,Hungary; October 15, p:91

- 7) Mastyn, L. (2001) Travelling Light: New Paths for International Tourism. Washington, DC: World watch, p: 157.
- 8) Medlik (2004) Tourism and Hospitality in the Twenty First Century. Oxford: Butterworth-Heinemann, p: 67.
- 9) Page, S.J (2005) Transport and Tourism: Global Perspectives. Harlow: Prentice Hall, p; 111.
- 10) Spencer, T. (2004) Space Tourism: Do You Want To Go? Burlington, ON: Apogee Books Tourism Research Council of New Zealand (2004) International Visitor Arrival Forecasts 2004-2070. www.trencz.govt.nz. Accessed 28.1.2005, p: 33.
- 11) Watson, R., Akselsen, S., Monod, E. and Pitt, L. (2004) 'the open tourism consortium: Laying the foundations for the future of tourism', European Management Journal, p: 317.
- 12) UNWTO (World Tourism Organization) (2001) Forecasts to 2010 Madrid: World Tourism Organization.
- 13) You, X. and O'Leary, J (1999) 'Destination behaviour of older UK travellers', Tourism Recreation Research, p: 23-24.
- 14) WTTC (World Travel and Tourism Council) (2002) Travel and Tourism Security Action Plan, www.wttc.org, accessed 28.1.2005.
- 15) WTTC (World Tourism and Travel Council) (2003) Blueprint for New Tourism. London: WTTC.

Internet

www.worldwatch.org

www.traveldailynews.com/new.

www.aawsat.com/leader.asp?

www.egyptiangreens.com/docs/general/index.

ar.rian.ru/policy/arab/2007 .

www.emigration.gov.eg

arabic.cnn.com/2005/business

pr.sv.net/svw/2005/march/study.htm.

www.asharqalawsat.com/details.asp?

www.sis.gov.eg/Ar/Society/BIRDFLU/FLUINEGY/htm

www.tab.fzk.de,2005

www.alphraeen.com/newsdetails.asp?

www.mksrat.com/akhbar/middleeast/tourism.

www.beba.org.eg./2007

www.asharqalawsat.com/details.asp?

www.masrawy.com/news/2007/egypt/economy/november/1/tourism.

The Impact of International and Domestic Variables on Tourism Industry: the present and Future

The world is currently witnesses a tourist revolution studies conducted by the UNWTO(1995-2020) regarding the movement of world tourism indicated that the revolution of the value of international tourism will continue to increase to reach the number of 600 million visits generated 2000 billion US dollars by the year of 2020. the above was supported by the American futurologist (John Nezi) who argued that the world economy will be governed by service organization such as the communication industry, the industry of information technology , the travel and tourism industry.

However, the literature suggests that there are many factors that dramatically affect the growth of travel and tourism. those factors can be summarized as follow: (Demographic-policy-economy-technology) there fore, there is a crucial need to examine the potential effect of those variables on this industry

This study aims at analyzing factors and variables that affects the future of the growth of the travel and tourism industry.

A systematic mythology was designed the chef objective of the research.

Results: Research results indicate that can determine the future shape of the future trends in tourism due to study evolution in the study variables and tourist's trends.

Based on results attained, this research recommends the follow:

- 1. Analyzing circumstances and changes that have influence on international, either equalizations or quantities.**
- 2. International competition.**
- 3. Conducting a through and scientific market research that could be the base for sustainable yet adaptable market plans.**

4. **Using untraditional marketing tools that successfully the chef achieve the desired of factures.**