

## ■ دائرة حوار حول ■

## مصر وتحديات المستقبل

### ١٢- قطاع السياحة وتحدياته

#### أعد وقائع الحوار للنشر

#### فادية عبد السلام\*

عقدت دائرة الحوار بمقر المجلة بمعهد التخطيط القومي - مدينة نصر - القاهرة في الثالث والعشرين من شهر المحرم عام ١٤٢٤هـ الموافق السادس والعشرين من شهر مارس عام ٢٠٠٣ ، وقد شارك فيها بحسب الترتيب الهجائي كل من السادة :

- |                           |  |
|---------------------------|--|
| أ.د. أحمد برانية          | مستشار بمعهد التخطيط القومي  |
| أ.د. أحمد محمد عبد الهادي | مدير عام السياحة بوزارة التخطيط                                      |
| أ.م. خالد محمد مخلوف      | رئيس الإدارة المركزية لتنمية المناطق السياحية -هيئة التنمية السياحية |
| أ.د. سلوى محمد مرسى       | مستشار بمعهد التخطيط القومي  |
| أ.د. عبد الفتاح ناصف      | مستشار بالمعهد ورئيس هيئة تحرير المجلة                               |
| أ.د. عبد القادر دياب      | مستشار بمعهد التخطيط القومي  |
| أ.د. على حمدي             | مستشار وزارة السياحة لشئون البيئة                                    |
| أ.د. فادية عبد السلام     | مستشار بمعهد التخطيط القومي  |
| أ.د. محسن احمد الخضيرى    | أستاذ الاقتصاد الادارى بالجامعات المصرية                             |
| أ.د. محمد شتا القاضى      | رئيس الادارة المركزية للتخطيط بهيئة التنمية السياحية                 |
| أ.د. محيا زيتون           | استاذ الاقتصاد - كلية التجارة - جامعة الأزهر (فرع البنات).           |
| أ.د. محمود الشراوى        | مستشار بمعهد التخطيط القومي  |

\* أ.د. فادية عبد السلام : مدير مركز العلاقات الاقتصادية الدولية - معهد التخطيط القومي.

## "وقائع دائرة الحوار"

عبد الفتاح ناصف

يسعدنى فى البداية أن أرحب بحضراتكم وأشكركم على تلبية دعوة هيئة التحرير لحضور دائرة الحوار للعدد القادم ان شاء الله، المتبع منذ صدور المجلة منذ عشر سنوات أن كل عدد من الاعداد يشتمل على دائرة حوار تركز على موضوع من موضوعات التنمية فى مصر .

فى الأحد عشر عددا الأخيرة تبيننا سلسلة حوارات حول مصر وتحديات المستقبل غطينا فيها الكثير من القطاعات وخصنا لهذه الدائرة قطاع السياحة وتحدياته.

والقاعدة المتبعة أننا نقدم ورقة عمل تساعد، لاندعى أنها تشتمل على كل مايمكن ، لكنها تحدد مجموعة من المحاور الرئيسية للمناقشة بالنسبة للمداخلات التى تبدأ بعد عرض سريع للورقة لمن لم يقرأ ولتذكرة من قرأ على أن تكون المداخلات طويلة نسبيا ١٠-١٥ دقيقة أوأكثر، ثم فى الجولة الثانية تكون المداخلات أقصر حيث تكون تعليقا على بعض الآراء التى قيلت .

والآن نبدأ بعرض سريع كمقدمة للمناقشة ، يقدم العرض أ.د.فادية عبد السلام التى أعدت الورقة الخاصة بدائرة الحوار فلتفضل.

فادية عبد السلام

بسم الله الرحمن الرحيم .. بداية أكرر ترحيبى بحضراتكم جميعا فى هذا اللقاء ..

لم يعد النشاط السياحى اليوم مجرد ظاهرة انسانية اجتماعية ولا رغبة طارئة للترفيه أو التسلية ، وإنما اصبح الآن نشاطا اجتماعيا واقتصاديا وإنسانيا ويثيا يخضع للعديد من المؤثرات والمتغيرات والظروف التى ترتب عليها تعدد أنماطه وخصائصه واتجاهاته والجهات المناط بها تنميته وتطويره .

وتتمتع مصر بوجود العديد من المقومات والمغريات السياحية التاريخية والثقافية والترفيهية التى تسمح بوجود العديد من الأنماط السياحية مثل الثقافية والترفيهية والرياضية والمؤتمرات والمغامرات والسفارى والتعليمية والمعارض والدينية والمستريات والعلاجية وغيرها من الأنماط السياحية .

والجدير بالذكر أن تعدد هذه الأنماط السياحية يعطى النشاط السياحي أهمية ودوراً فعالاً فى العديد من الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية . فنمو وتطور النشاط السياحي يؤدي إلى توفير المزيد من الموارد النقدية بالعملات الحرة وتخفيف العجز فى ميزان المدفوعات وخلق المزيد من فرص العمل المباشرة وغير المباشرة وزيادة إيرادات الخزنة العامة للدولة من رسوم التأشيرات والضرائب على الارياح التجارية والصناعية وغو العديد من الأنشطة الاقتصادية المختلفة فى الدولة ، نتيجة للتشابه القطاعى بينها وبين القطاع السياحي هذا بالإضافة إلى تنمية وتطوير المناطق العمرانية الجديدة التى تقام فيها مشروعات سياحية .

وقد بلغ معدل نمو الايرادات السياحية نحو ١٠,٨٪ خلال الفترة من عام ١٩٩٦ حتى عام ٢٠٠٠ وذلك بالرغم من حادث الأقصر الارهابى فى نوفمبر ١٩٩٧، كما حققت الطاقة الفندقية معدل نمو سنوى بلغ نحو ١٦,٤٪، حيث ارتفعت هذه الطاقة من ١٩ ألف غرفة فى عام ١٩٨٢ الى ١١٧ ألف غرفة فى نهاية عام ٢٠٠٠ .

وإذا كان القطاع السياحي قد حقق نجاحا كبيرا خلال عام ٢٠٠٠ اذ بلغ عدد السياح فى هذا العام حوالى ٥,٥ مليون سائح فى حين سجلت الإيرادات السياحية حوالى ٤,٣ مليار دولار فإن هذا النجاح لم يستمر خلال عام ٢٠٠١ حيث سجلت مؤشرات السياحة المصرية تراجعاً ملحوظاً فى عدد السياح والإيرادات السياحية والليالى السياحية وذلك نتيجة وجود بعض الأزمات العالمية والاقليمية التى أثرت على التدفق السياحي الى منطقة الشرق الأوسط مثل الانتفاضة الفلسطينية التى بدأت فى خلال عام ٢٠٠٠ وأحداث سبتمبر فى الولايات المتحدة الامريكية فى عام ٢٠٠١ ومن ثم فقد أدت هذه الاحداث الى تراجع أعداد السائحين القادمين إلى مصر إلى نحو ٤,٦ مليون سائح أى بانخفاض قدره ١٦,٣٪ فى حين تراجعت الإيرادات السياحية وسجلت ٣,٨ مليار دولار مقابل ٤,٣ مليار دولار خلال عام ٢٠٠٠ وهذا يعنى أن هذه الإيرادات قد سجلت انخفاضا قدره ١١,٦٪ . أما الليالى السياحية فقد سجلت ٢٩,٨ مليون ليلة سياحية خلال عام ٢٠٠١ مقابل ٣٢,٨ مليون ليلة سياحية خلال عام ٢٠٠٠ بانخفاض نسبته ٩٪ تقريبا خلال عام ٢٠٠١ بالمقارنة بعام ٢٠٠٠ .

وتشير التوقعات إلى احتمال تراجع النشاط السياحي المصرى خلال الأشهر الأولى من عام

٢٠٠٣ نتيجة للأحداث الجارية فى منطقة الشرق الأوسط وحرب العراق وقد بدأ بالفعل انحسار موجات التدفق السياحى الى مصر منذ يناير ٢٠٠٣.

وتجدر الإشارة الى أن أحداث سبتمبر ٢٠٠١ لم تؤثر فقط على النشاط السياحى فى مصر وإنما امتد تأثيرها ليشمل الحركة السياحية الدولية فطبقا لتقرير منظمة السياحة العالمية فقد تراجع عدد السياح فى العالم من ٦٩٦,٧ مليون سائح فى عام ٢٠٠٠ الى ٦٩٢,٦ مليون فى عام ٢٠٠١ بانخفاض نسبته ٠,٦٪ فى عام ٢٠٠١ بالمقارنة بعام ٢٠٠٠ وذلك مقابل زيادة قدرها ٦,٨٪ فى عام ٢٠٠٠ بالمقارنة بعام ١٩٩٩.

وإذا نظرنا إلى الوضع فى منطقة الشرق الأوسط لوجدنا ان نصيب منطقة الشرق الأوسط من السياحة العالمية قد انخفض بنسبة ٣٪ خلال عام ٢٠٠١ بالمقارنة بعام ٢٠٠٠ حيث سجل عدد السائحين الزائرين للمنطقة ٢٢,٥ مليون سائح خلال عام ٢٠٠١ مقابل ٢٣,٢ مليون خلال عام ٢٠٠٠ وذلك مقابل زيادة قدرها ١٣,٢٪ فى عام ٢٠٠٠ بالمقارنة بعام ١٩٩٩.

أما هيكل الحركة السياحية داخل جمهورية مصر العربية طبقا لاحصاءات وزارة السياحة فيشير إلى احتلال السياحة الأوروبية حوالى ٦٩,١٪ من الحركة السياحية الوافدة الى مصر خلال عام ٢٠٠٠ انخفضت إلى ٦٨٪ خلال عام ٢٠٠١ ، ثم تأتى بعد ذلك السياحة من الشرق الأوسط التى احتلت ١٦,٢٪ من اجمالى السياحة الوافدة الى مصر خلال عام ٢٠٠٠ ارتفعت إلى ١٩٪ خلال عام ٢٠٠١ فى حين سجلت السياحة الامريكية ٦,٢٪ من اجمالى الحركة السياحية الوافدة الى مصر خلال عام ٢٠٠٠ انخفضت الى ٥٪ خلال عام ٢٠٠١ . أما الحركة السياحية الوافدة الى مصر من الدول الأفريقية فقد سجلت ٣٪ خلال عام ٢٠٠١ مقابل ٢,٧٪ خلال عام ٢٠٠٠ أى أنها زادت خلال عام ٢٠٠١ وذلك مقابل انخفاض الحركة السياحية القادمة من آسيا فقد كانت تمثل ٥,٨٪ خلال عام ٢٠٠٠ انخفضت الى ٥٪ خلال عام ٢٠٠١ .

ومما سبق نستطيع القول إنه طبقا لحركة السياحة الدولية الى مصر فإن السوق الأوروبية تحتل المرتبة الأولى يليها السوق الشرق أوسطية ثم السوق الامريكية ثم يأتى بعد ذلك السوق الآسيوية وان كانت تقترب قليلا من السوق الامريكية ، ثم يلي ذلك فى المرتبة الأخيرة السوق الافريقية.

وتصدر كل من ألمانيا وانجلترا وإيطاليا وفرنسا السوق السياحية الأوروبية الوافدة الى مصر فى حين تصدر الولايات المتحدة الأمريكية وكندا السوق الأمريكية ، أما السوق العربية فتصدرها السعودية وليبيا وفلسطين والاردن وسوريا ، أما السوق الآسيوية فتصدرها كل من اليابان والهند وكوريا .

وقد أثرت كل من الأزمتين الاقليمية والعالمية السابقتين بدرجات متفاوتة على الأسواق المصدرة للسياحة الى مصر حيث انخفض عدد السائحين القادمين من ألمانيا بنسبة ١,٩٪ والقادمين من إيطاليا بنسبة ٢٠٪ والقادمين من المملكة المتحدة بنسبة ٩,٠٪ ومن فرنسا ٣,٢٤٪ ومن السعودية بنسبة ١,٦٪ وذلك خلال عام ٢٠٠١ مقارنة بعام ٢٠٠٠ .

هذا فى حين حققت الحركة السياحية القادمة من روسيا ودول الكومنولث زيادة قدرها ١,٣١٪ خلال عام ٢٠٠١ حيث احتل السوق الروسى المركز الثانى بعد السوق الالمانى خلال شهر ديسمبر ٢٠٠١ .

وإذا نظرنا الى مساهمة القطاع السياحى فى الناتج المحلى الاجمالى طبقا لتصريحات وزير السياحة يتضح لنا ان الأثر المباشر لمساهمة القطاع السياحى فى الناتج المحلى الاجمالى يبلغ حوالى ٤,٤٪ فاذا أضفنا اليه أثر المضاعف (الاثر غير المباشر) والذى يقدر بنحو ٢,٦٤٪ فيمكن القول ان الأثر الإجمالى لمساهمة القطاع السياحى فى الناتج المحلى الاجمالى تبلغ حوالى ١١,٣٪ وعلى نفس النسق يساهم هذا القطاع بحوالى ٥,١٪ من الإيرادات الضريبية المباشرة فى حين تصل هذه النسبة الى ١٣,٥٪ فى حالة اضافة الآثار غير المباشرة لحصيلة الضرائب السياحية طبقا لاحصاءات عام ١٩٩٩/٢٠٠٠ .

وتعتبر البطالة أحد التحديات الرئيسية التى تواجه الاقتصاد المصرى مما يعطى أهمية خاصة للتركيز على صناعة السياحة باعتبارها صناعة كثيفة العمل . اذ تؤكد احدى الدراسات أن كل غرفة فندقية تحتاج الى حوالى ١,٥ عمالة مباشرة و ١,٥ عمالة غير مباشرة . هذا فضلا عن فرص العمل الأخرى التى يوفرها القطاع السياحى فى الانشطة الاقتصادية المتعددة التى لها علاقة سواء مباشرة او غير مباشرة بالقطاع الصناعى حيث ان اكثر من ٧٠ صناعة وخدمة مغذية ومكملة للقطاع

السياحي ترتبط به ومن ثم فإنه طبقا لإحصاءات عام ٢٠٠٠/٩٩ فإن عدد العاملين في القطاع السياحي يقدر بحوالى ١,٢ مليون عامل (عمالة مباشرة) وهذا العدد يمثل ٧٪ من اجمالى العمالة فى مصر فإذا أضفنا اليه العمالة غير المباشرة والتي تقدر بحوالى ١,٥ مليون عامل يصبح اجمالى العمالة فى القطاع السياحي حوالى ٢,٧ مليون عامل وهو ما يمثل ١٥٪ من اجمالى قوة العمالة فى مصر .

كذلك فقد حظيت صناعة السياحة بأولوية متزايدة فى خطط التنمية حيث تعكس المؤشرات المتاحة عن الاستثمار السياحي كنسبة من اجمالى الاستثمار القومى زيادة من ٣,٣٪ خلال الفترة ٨٢-١٩٨٧ الى ٧,٣٪ عام ١٩٩٨-١٩٩٩ ثم تراجعت هذه النسبة لتصل الى أقل من ٧٪ خلال عام ١٩٩٩-٢٠٠٠ ثم ٥٪ خلال عام ٢٠٠١/٢٠٠٢ .

وقد تركزت هذه الاستثمارات السياحية بنسبة ٤٨٪ ( من اجمالى الاستثمارات) فى منطقة البحر الاحمر و٢٤٪ فى منطقة خليج العقبة وهذا يتفق مع أهداف استراتيجية التنمية السياحية من حيث تنوع المنتج السياحي وتوجيه الاستثمارات للمناطق السياحية الساحلية حديثة التطوير. وقد أشارت استراتيجية التنمية السياحية التى أعدتها هيئة التنمية السياحية حتى عام ٢٠١٧ الى كل من الأقصر واسوان كمراكز استقطاب للسياحة التاريخية والثقافية ، فى حين حددت هذه الخطة كل من شرم الشيخ والغردقة كمراكز رئيسية للسياحة الشاطئية وتشمل المراكز السياحية الواعدة كلا من رأس بانياس على ساحل البحر الاحمر وطابا على خليج العقبة .

وتتلخص عناصر الاستراتيجية السياحية فى الحد من النمو السريع للطاقت الإيوائية بمواقع التنمية السياحية الحالية التى تستأثر بغالبية الحركة السياحية فى مصر مع الارتقاء بمستوى جودة المنتج السياحي وتكثيف التنمية بالمناطق النشطة ذات الخصوصية الفريدة والشهرة العالمية ( الأقصر - أسوان - الغردقة - ساحل البحر الاحمر - شرم الشيخ ) وذلك فى إطار تنمية شاملة ومتكاملة .

ومما هو جدير بالذكر أن مصر قد تأثرت فى السنوات القليلة الماضية بظهور شكل جديد للنشاط السياحي ألا وهو السياحة الجماعية والتي تتميز بخصائص معينة مثل التركيز المكاني والزمانى وانخفاض اسعار الرحلات وقد كانت السياحة الجماعية تمثل ٢٩٪ فقط من النشاط

السياحى المصرى فى بداية التسعينات الا ان هذه النسبة ارتفعت الآن لتصل الى حوالى ٤٥٪ من هذا النشاط .

وإذا عرفنا أن هذا النشاط السياحى - أى السياحة الجماعية - تسيطر عليها الشركات العالمية المنظمة للرحلات التى تقوم بتنظيم الرحلات الشاملة ( أى الرحلات التى تشتمل على النقل والإقامة والطعام وأحيانا الانتقالات الداخلية والمزارات بأسعار منخفضة) فإنه يمكن القول ان هذه الشركات العالمية سوف تستحوذ على النصيب الأكبر للعائد السياحى لهذه الرحلات فى حين لن تحصل الدول المضيئة ( شركات السياحة والفنادق ) إلا على جزء قليل من هذه الإيرادات .

وفى إطار اهتمام الدولة بصناعة السياحة ارتفع عدد المرشدين السياحيين من ٢١٥٣ مرشدا سياحيا فى عام ١٩٩٠ الى ٦٤٠٧ مرشد سياحى خلال عام ٢٠٠١ أى بمعدل نمو سنوى يبلغ ١٠,٤٪ وذلك من خلال زيادة عدد المدارس والمعاهد والكليات السياحية لخلق موارد بشرية متخصصة .

وإذا نظرنا الى الطاقة الفندقية فى مصر لوجدنا نموا غير مسبوق على مدى العقدين الماضيين حيث فاق النمو فى الطاقة الفندقية النمو فى عدد الليالى السياحية، حيث سجل النمو فى عدد الغرف السياحية حوالى ١٢,٧٪ خلال الفترة من عام ١٩٩٦ وحتى عام ٢٠٠٠ فى حين اقتصر نمو الطلب السياحى مقدرا بعدد الليالى السياحية على ٩,٤٪ خلال نفس الفترة .

وفى سبيل دفع عجلة التنمية السياحية وتشجيع المستثمرين المصريين والعرب والأجانب للمشاركة الفعالة فى الاستثمار فى النشاط السياحى قامت الدولة بإصدار العديد من القوانين والتشريعات التى تساعد على ذلك ومن هذه التشريعات :

- الإعفاءات الضريبية للمشروعات السياحية لمدة تتراوح ما بين ٥ و ١٠ سنوات.
- بيع الأراضى فى المناطق النائية للمشروعات السياحية بأسعار منخفضة .
- امكانية تملك المشروعات السياحية بالكامل لغير المصريين .
- حرية التعامل فى النقد الأجنبى وتحويل الأرباح للخارج .
- الحق فى إعادة تصدير رأس المال المستثمر مرة أخرى .

- سهولة إجراءات الحصول على الموافقات والتراخيص الخاصة بالمشروعات السياحية .

وتمشيا مع سياسة الدولة فى خصخصة الشركات التى تمثل عبئا على الدولة والتى لا تحقق العائد منها فإن الدولة قامت ايضا بخصخصة بعض الفنادق السياحية المملوكة لها ، هذا بالإضافة الى بيع حصتها فى العديد من الشركات والفنادق السياحية الأخرى وذلك لزيادة فعالية النشاط السياحى وتنميته وتطويره .

ورغم هذه التيسيرات السخية من الحوافز فى مجال الاستثمار السياحى إلا أن الاستثمار السياحى المحلى مازال يمثل الجانب الأكبر من جملة استثمارات المشروعات السياحية بنسبة ٨٣٪ فى حين يساهم الاستثمار الأجنبى بنسبة ١٧٪ فقط وذلك طبقا لإحصاءات عام ١٩٩٩ وأغلب هذه الاستثمارات الأجنبية استثمارات عربية (حوالى ١٢٪) اتجهت لشراء فنادق عاتمة وذلك فى ظل برنامج الخصخصة .

وحول موقف السياحة المصرية من الجات تجدرا لاشارة الى أن مصر قد فرضت قيودا على توريد الخدمات عبر الحدود فى بعض مجالات الخدمة السياحية التى يملك الجانب المصرى ميزة تنافسية يخشى عليها من المشاركة الأجنبية المفتوحة مثل التوكيلات السياحية والنقل البرى وخدمات النقل عبر الممرات المائية الداخلية هذا بينما سمحت للأجانب بالدخول الى السوق بطريقة توريد الخدمات عبر الحدود دون قيود فى المجالات التى تحتاج فيها الى خبرة أجنبية أو الى موارد أجنبية مثل خدمات الإدارة السياحية ومعاهد التدريب السياحى وامدادات خدمات الطعام للمنشآت السياحية .

إن التخطيط السياحى بمفهومه الشامل يهدف الى تحقيق أقصى عائد صافى وهذا يعنى أنه لا يتم بمعزل عن التخطيط الاجتماعى والثقافى والبيئى . ويلاحظ ان الآثار الاجتماعية والثقافية والبيئية للتنمية السياحية وأن كان من الممكن ان تختلف من دولة الى أخرى الا انها تنشأ نتيجة وجود عدة عوامل اساسية لعل من اهمها نوع السياحة الوافدة (فردية - جماعية) والسلوك الاجتماعى والاقتصادى والبيئى للسائح فى المناطق السياحية ودرجة تطور المنطقة السياحية المزارة وعادات وتقاليد السكان ودرجة الوعى الثقافى للمنطقة السياحية ودرجة ونوع وسائل الإقامة فيها واخيرا مدى كثافة الأفواج السياحية . هذا بالإضافة الى طبيعة شخصية السائح ودرجة اهتمامه



بالنشاط الثقافى.

ونظرا لتزايد الوعى بأهمية قضية البيئة عالميا وفرضها فى برامج المؤسسات الدولية وفى اطار تدفقات التجارة العالمية انتشر مفهوم التنمية المطردة والتي تعنى باحتياجات الحاضر دون تقليص فرص الأجيال القادمة فى الوفاء باحتياجاتهم .

كذلك يلعب المناخ الاجتماعى والثقافى للفرد المصرى دوراً هاماً فى سلوكياته ونظرتة الى السائح والترحيب به أو حتى الاعتداء عليه .

وإذا كان قطاع السياحة قد حقق بعض الإنجازات الملموسة فى السنوات السابقة وباستثناء الآثار السلبية للأحداث السابق ذكرها على قطاع السياحة فى السنوات القليلة الأخيرة إلا أنه من الملاحظ أن نصيب قطاع السياحة المصرى من السياحة العالمية لا يتناسب مع ما تمتلكه من مقومات سياحية كبيرة مما يثير الكثير من التساؤلات والتي يمكن الإشارة إليها فى المحاور التالية:

### المحور الأول : التنافسية السياحية

إن قلة نصيب مصر من السياحة العالمية بالقياس إلى ما يتوافر لديها من مقومات سياحية يثير التساؤل حول مدى التنافسية السياحية لمصر فى السوق العالمية للسياحة وهو ما يوضع بدوره الكثير من التساؤلات التي يمكن ذكر أهمها فيما يلى:

١- ماهو أسلوب سيطرة الشركات متعددة الجنسيات المنظمة للرحلات السياحية على النشاط

السياحى؟

٢- ماهى مخاطر الاعتماد المتزايد على شركات السياحة العالمية؟

٣- هل يمكن درء هذا الخطر ؟ وهل البديل هو المساهمة أو شراء حصص فى الشركات

السياحية العالمية ؟

٤- هل يمكن للشركات السياحية المصرية العاملة على الساحة الدخول فى تحالفات مع

الشركات السياحية عابرة الجنسيات فى مجال أنشطة التسويق؟

٥- هل احجام الشركات السياحية المصرية الحالية وبرامجها فى ظل الاندماج تكفى للمنافسة

مع الشركات السياحية العالمية عابرة الحدود ؟

- ٦- هل يمكن زيادة القدرة التفاوضية للشركات العربية السياحية فى منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا والمنافسة حاليا من خلال تحقيق قدر من التنسيق والتعاون فى نطاق الدعاية والترويج السياحى ( مثال : تونس - والاردن - والمغرب ) ؟
- ٧- هل سيطرة شركات الإدارة الأجنبية على معظم الطاقة الفندقية فى مصر يسمح بتعزيز هذه الأنشطة المذكورة ؟ وهل يمكن تحسين الادارة المحلية للنشاط السياحى ؟
- ٨- هل عدد المرشدين السياحيين يتماشى مع النمو فى الحركة السياحية ؟
- ٩- وهل المرشدون السياحيون المصريون يشكلون كوادر متخصصة على درجة عالية من التعليم والالمام باللغات الأجنبية وبالثقافات المختلفة؟
- ١٠- وهل تدريب المرشدين السياحيين يتم بانتظام وفى الاتجاهات المرغوب فيها ؟
- ١١- هل يوجد اختلال بين كل من الطلب والعرض السياحى؟
- ١٢- هل يعكس النمو فى الطاقة الايوائية توازناً فى التوزيع الجغرافى على مستوى المراكز السياحية فى جمهورية مصر العربية ؟

### المحور الثانى : الجوانب المؤسسية والتنظيمية للتنمية السياحية

- من المؤكد أن للجوانب المؤسسية والتنظيمية دورها وتأثيرها فى تنشيط السياحة وفى تعزيز القدرة التنافسية للقطاع السياحى فى السوق العالمية للسياحة . وهنا أيضا يبرز الكثير من التساؤلات التى يمكن ذكر البعض منها فيما يلى:
- ١- الى أى مدى أثر التعدد والتضارب فى الاختصاصات بين وزارة السياحة وغيرها من الوزارات والمحليات فى إعاقه ملكية الأراضى وحقوق الاستغلال السياحى مما أدى الى هروب المستثمرين الأجانب ؟
- ٢- ما جدوى خصخصة بعض الفنادق السياحية المملوكة للدولة أو بيع حصة الدولة فى بعض الشركات السياحية وكذلك عمليات الاستحواذ والاندماج التى تمت من خلال هيئة سوق المال على تنمية النشاط السياحى اذا كانت معظم إيراداته تتسرب الى الخارج ولاتدخل الجهاز المصرفى ؟
- ٣- هل تفيد الدروس المستفادة من تجارب دول سياحية اخرى فى تفعيل دور الاشتراطات

القانونية والفنية والقضاء على الروتين والتعقيدات الإدارية وذلك لجذب المزيد من الاستثمارات السياحية فى المناطق الجديدة ؟ وما مدى ملاءمة المزايا والاعفاءات الممنوحة لحفز الاستثمار الأجنبي ؟

٤- هل الالتزامات فى ظل الجات تتعارض مع كم التيسيرات القائمة وما يرد عليها من قيود فى القوانين الأخرى التى لها صلة بالنشاط السياحى ؟

٥- هل يوجد معوقات تمويلية امام التنمية السياحية حاليا ؟ وهل النشاط السياحى مستولا عن جزء من مشكلة نقص السيولة والركود الاقتصادى الحالى ؟

### المحور الثالث : الأبعاد الاجتماعية والثقافية والبيئية :

لاشك أن للخصائص الاجتماعية والثقافية والبيئية للمجتمع المضيف تأثيره على الجذب السياحى ونمو النشاط السياحى، كما أن هذه الخصائص فى حد ذاتها قد تتأثر سلبيا أو ايجابيا نتيجة للنشاط السياحى ، وهو ما يثير الكثير من التساؤلات ومن بينها ما يمكن ذكره فيما يلى:

١- هل تعنى حوادث النصب والسرقة والاعتداء علي السائحين الأجانب الارتباط بأفراد ينتمون الى مستويات تعليمية وثقافية متدنية ؟

٢- كيف يمكن تجنب الآثار الثقافية والاجتماعية السلبية المترامنة مع النشاط السياحى والمرتبطة ببعض القيم غير المرغوب فيها ( مثل الدعارة ) والقيم الثقافية الغربية والانحرافات والتسول.....والتماذى فى تطويع وتنميط التراث المصرى لخدمة الطلب السياحى ؟

٣- لأى مدى تمثل هجرة بعض الأنشطة التقليدية علي حساب النشاط السياحى ( مثل هجرة أنشطة الصيد والزراعة ) خسارة فى بعض المدن مثل الفردقة وغيرها من مدن البحر الأحمر للنشاط الزراعى والثروة السمكية ؟

٤- هل ساهمت التنمية السياحية فى إحياء الثقافات والفنون المحلية ونمو العديد من الحرف والمنتجات اليدوية ؟

٥- هل ساهمت التنمية السياحية فى تنمية الاهتمام بالقيم الحضارية لفن العمارة والبناء وإحياء التقاليد المعمارية القديمة ؟

- ٦- لأي مدى ساهمت التنمية السياحية في ظهور بعض الاعمال غير المرغوب فيها من خلال الوسطاء والطفيليين والمستغلين للسياح والمنشطين لتجارة السوق السوداء فى النقد الأجنبي ؟
- ٧- ماهو الأثر على السلوك الاستهلاكى الترفى نتيجة لأثر المحاكاه وظهور بعض العادات غير المرغوب فيها مثل شرب الخمر والإدمان ؟
- ٨- ماهو الأثر على تكوين الأسرة والمحافظة على توازن القيم وتغيير بعض العادات والتقاليد الوطنية مع انتشار ظاهرة الزواج من أجنبيات؟
- ٩- ماهى احتمالات الهدر الاقتصادى لموارد البيئه من شعب مرجانية وثروة سمكية فى ظل إقامة بعض المنشآت السياحية فى مناطق المحميات ؟
- ١٠- هل سيؤثر هيكل الطلب السياحى الحالى وفقا للجنسيات ووفقا للمهن علي مستوى الهدر الاقتصادى والبيئى للشواطئ التى توجد فيها هذه المحميات فى ظل التنمية السياحية المتعجلة وغياب أولويات الاستثمار السياحى ؟ وهل يمكن تجنب ذلك من خلال تحسين إدارة النشاط السياحى؟
- ١١- هل يوجد التزام بالاشتراطات القانونية والفنية والبيئية من قبل المشروعات السياحية؟ وكيف يمكن تفعيل ذلك؟
- ١٢- هى يمكن الجزم بوجود تخطيط بيئى سليم للمشروعات السياحية أو لا؟

### المحور الرابع : نحو استراتيجية للتنمية السياحية

إن ماسبق ذكره فى التقديم لهذه الورقة وماسبق طرحه من تساؤلات يرفع بدوره التساؤل عن ماهية استراتيجية التنمية السياحية فى المستقبل وفى سبيل اثراء المناقشة والاجابة على هذا التساؤل يمكن طرح بعض التساؤلات الفرعية فيما يلى:

- ١- هل نحن بحاجة للتخطيط للحجم الأمثل للطاقة الايوانية ؟ وماهو مستوى هذه الطاقة؟
- ٢- هل التنمية السياحية التى تعد متعجلة بهذا الشكل والتى تفتقد الى الاولويات يمكن ان تعزز القدرة التنافسية السياحية لمصر مقارنة بمنافسيها فى الدول التى تتمتع بميزة نسبية فى السياحة الترفيهية والسياحة الدينية مثل ( الأردن - اسرائيل ) أو حتى السياحة الترفيهية وحدها مثل

( المغرب - تونس ) ؟

٣- هل التوسع الضخم في تسهيلات العرض السياحي تزامنت مع النجاح في تنوع المنتج

السياحي ؟

٤- هل يمكن تطوير البرامج السياحية وإدخال أنواع جديدة من السياحة على الخريطة

السياحية؟

٥- ماهى تداعيات هذا الاختلال الظاهر بين الطلب والعرض السياحي على توزيع منافع الحركة

السياحية وتنمية المجتمعات المحلية؟

٦- هل يمكن وضع أسس لتنمية استراتيجية للقطاع السياحي تقوم على التخطيط لإقامة

مراكز سياحية واعدة وتراعى الحجم الأمثل للطاقة الإيوائية وتنتهج سياسة تنوع المنتج السياحي المتميز وتفى بمتطلبات تمويل وتوريد الخدمات فى ظل المنافسة مع دول الشرق الأوسط وشمال افريقيا؟

٧- فى ضوء كل ما تقدم هل النشاط السياحي يعد قاطرة للتنمية فى مصر أم لا ؟

**عبد الفتاح ناصف**

الحقيقة أننا عادة نسأل فى بداية الندوة هل هناك رغبة أن نتناول المحاور كل محور على حدة وبالترتيب ، أم تكون المداخلة بحيث يتحدث المشارك فيما يريد من المحاور الأربعة، ودائما أجد الجميع يفضل ان تترك كل مشارك يقول مايشاء لذلك سأتركها مفتوحة حسب رغبة المتحدثين.

**محسن أحمد الحضرى**

بسم الله الرحمن الرحيم .. سعيد جدا أن اكون ضمن نخبة من الخبراء والمتخصصين والذين كنت أود مقابلتهم من زمن طويل وأشكر معهد التخطيط - وإدارة المجلة الذين اتاحوا لى الفرصة لايكون وسط حضراتكم اليوم

عندما نتحدث عن قطاع السياحة ، اسمحو لى أن اعرض وجهة نظر قد تكون ذات طبيعة خاصة، تستمد خصوصيتها من خصوصية التوجهات الجارية الآن ، سواء فى منطقتنا العربية وواقنا المحلى، أو ما يحدث وتجربى احدائه على مستوى العالم كله ، تأثيرا وتأثرا ، وفعلا وتفاعلا .. سواء فى المفاهيم والتعريفات، أو فى الممارسات والأنشطة ، أو فى الادوات والطرق ، أو حتى فى

المناهج والنظريات السياحية، فى مناهج مابعد الحداثة والدخول الى عصر العولمة التفاعلية والاجتياحية اصبح هناك محاور نشاط ومجالات عمل امتداديه ، فى قطاع السياحة ، وفى القطاعات والأنشطة المتصلة به، سواء بشكل مباشر أو بشكل غير مباشر، بالغة الخطورة ولا بد ان نعطي لها أولوياتها وأهميتها، فى اطار تتابع تنفيذ الأولويات ، وتلاحق الاهتمامات . . . لاننا اذا نظرنا إلى قطاع السياحة ، وما حدث فيه من أزمات، وما نجم عنها من مشاكل ، فإن الأمر لا ينبغى أن يقتصر على دراسة الظاهرة ، كنتاج لعوامل مستقلة ، ولتفعيل عوامل تابعة . . . بل يحتاج الأمر إلى اتفاق مبدئى على عنصرين هما :

العنصر الأول - اطار عام للحركة ، يحدد المجال والمدى الذى يمكن أن نذهب إليه فى دراسة الظاهرة السياحية ، وكذلك الحدود التى لايجب تخطيها فى تعاملنا مع هذه الظاهرة .

العنصر الثانى - فواعل التحريك، وأدواته ، وطرقه وأساليبه، والتى سيتم الاعتماد عليها ، واستخدامه فى التعامل مع الظاهرة السياحية ، ومعالجة مشاكلها فى التعامل مع الظاهرة السياحية، ومعالجة مشاكلها . ومن هنا ، فإننى أؤكد أن هناك دائما اطار حركة وفواعل تحريك وكلاهما حاكم ومتحكم فى عمليات التنمية السياحية المستديمة فالتنمية السياحية لايمكن ان تكون فى اطار تلقى فقط ، ولكن لابد من الدخول الى عصر جديد هو عنصر المبادأة بالابتكار والخلق والابداع.

ان القطاع الارحب والاوسع مجالا هو قطاع السياحة، باعتبارها يضم الآن ١٢٨ نشاطا سياحيا لاتعرف منهم مصر سوى ٧ أنشطة فقط ، فهناك ١٢١ نشاطا لاتمارسهم مصر فى السياحة ولذلك نتعرض لازمات عديدة ، هناك ٦ ازمات خارجية وداخلية تعرض لها قطاع السياحة فى مصر ومع هذا لم نلتفت الى ان هناك أنشطة سياحية اخرى قادرة على استعادة التوازن بآلياتها المختلفة وعلى سبيل المثال فالسياحة نشاط امتدادى تفاعلى يؤثر بايجابية على باقى الأنشطة الاقتصادية الاخرى ، ونشاط يضم ٤ أنشطة هى :

١- انتاج المنتج السياحى من خلال تحويل المكان الى مقصد سياحى مستمر، لقد تحول فى مفهومنا الضيق جدا أن السياحة مجرد نشاط ايوائى فاهتمينا بالايواء ولم نهتم ب١٢٨ نشاطا آخرين إلى جانب الايواء..

٢- التسويق وهو نشاط بالغ الأهمية خاصة فى اطار الفكر الجديد ، فكر ما بعد الحداثة القائم

على الابتكار للمقاصد السياحية ، والأنشطة السياحية ، والأكثر من هذا أن هذا النشاط التسويقي سواء فى تطوير المقصد السياحى ، أو فى عمليات الترويج بعناصرها الأربعة الإعلام والإعلان وتنشيط التعاقدات والتوزيع المكثف، وما أضيف إليها حديثا من استخدام وسائل جديدة كالانترنت ، والانترنت، هذا النشاط حتى الآن لم يأخذ دوره سوى حضور بعض البورصات وعقد بعض المؤتمرات ، ولم يأخذ دوره التفاعلى من حيث استخدام مهندسى مبيعات السياحة ، وأكثر من هذا لدينا هؤلاء المهندسون فى شكل خبراء وأرى نخبة أكثر من ممتازة جالسة أمامى ، لكن لم يعط لهم الدور كالعادة فى مصر .

٣- تمويل النشاط السياحى فلآن لا يوجد بنك متخصص للسياحة فى مصر ، ولا توجد مؤسسات تمويل للإقراض وإعادة الإقراض وللخصم والتخصيم وتوريق الديون السياحية ، بل إن عددا كبيرا من المنشآت السياحية بصفة عامة ومنشآت الإيواء السياحى بصفة خاصة لم تستكمل بنيانها بسبب غياب التمويل أو قصوره، أو لتقاعس مؤسسات كبيرة عن استكمال هذه المنشآت، ولذلك من المهم جدا أن نستكمل هذا الجانب البالغ الأهمية فى مجال التمويل السياحى .

٤- اعداد وتطوير الكوادر البشرية السياحية ، فحتى الآن مازال التعليم السياحى فى مصر تعليما تقليديا لا يأخذ فى معطياته المتغيرات والمستجدات التى طرأت على الحركة السياحية التفاعلية ، فذول كثيرة لم تكن على الخريطة السياحية ، وعندما اهتمت بالعنصر البشرى أوجدت كيانها على الخريطة السياحية وكثافة . مقصدى فى هذا أن الاطار التعليمى فى مصر يحتاج إلى تغيير للارتقاء به ، خاصة فى مجال التثقيف والتعليم والتدريب السياحى ، وزيادة حرفية ممارسة العمل السياحى بشكل يجعل من السائح الذى يفد من الخارج أو حتى من الداخل يستمتع بالسياحة فى مصر ، ويقوم بتكرار التعاقد على ذات البرنامج السياحى ، وعلى ذات المقصد السياحى المصرى . . . . وتحول العلاقة السياحية من عابرة الى علاقة دائمة ومستقرة .

فالسياحة ليست نشاط متقطعا ليمارسه البعض لمرة واحدة فى حياته ، وإنما أصبح نشاطا متكررا ومعتادا وكفى ما كنا نلاحظه قديما من أن البسطاء من محترفى السياحة فى صعيد مصر جعلوا الفرنسيين يتحولون إلى الإقامة الدائمة والمستديمة طواعية وذلك بحسن المعاملة ، وحسن الاستقبال ، وحسن الإقامة . . . . وعز يد من الدفء والصدقة . . . . وجميعها لا تكلف شيئا، ولانحتاج إلى استثمارات جديدة . . . . أو إلى أموال باهظة . . . . بل إن بعضهم أو بعضهم كان يميل

إلى الإقامة فى مصر رغم عدم سماح السلطات لهم ، ويكفى الحوادث من وقت لآخر . عندما نبحث عن سائحه أو سائح مجده مقيما فى مصر ، محبا لها عاشقا لها ومرتبطا بها رغم المخاطر التى يتعرض لها .

من أجل ذلك ، فنحن فى اطار الحركة لعناصر التحريك لناهج مابعد الحدائة التفاعليه ، يهمننا أن نؤكد أن السياحة قاطرة للتنمية المستديمة وبالفعل للاقتصاد القومى ، وهى نشاط يتوغل ويمتد بأذرعته المختلفه الى كافة أنشطة الاقتصاد ، سواء الاقتصاد السلعى أو الخدمى ، أو الفكرى . . . . . وسواء كان اقتصاداً متصلا مباشرة بالاقتصاد السياحى ، أو كان متصلا به بشكل غير مباشر .

يهمننا فى ذلك أن هناك وعيا ادراكيا شاملا ومتكاملا يتعين أن يتحقق وهو قائم على الآتى:

١- أن السياحة يمكن أن تساهم فى التكوين الرأسمالى السريع للاقتصاد القومى والذى تتحقق من خلاله قدرات على الانتاج .

٢- أن السياحة يمكن أن تساعد وبشكل سريع على تحقيق معدل ، مناسب من التراكم الرأسمالى والذى من خلاله تتحقق قدرات عالية على الاستثمار واعادة الاستثمار .

٣- ان السياحة يمكن أن تعطى الاقتصاد القومى قيمة مضافة ملموسة ومؤثرة تعمل على زيادة الربحية وتنمية العائد والمردود ، ومن ثم تحفيز الاستثمار .

٤- وإذا كانت العناصر الثلاثة السابقة هامة ، فإنه من الضرورى أن نعطى للسياحة قوتها ومسارها ، والتى يجب أن تتحقق بالخروج تماما عن المناهج التقليدية ، واعطاء الخبراء المتخصصين الفرصة لإثبات جدارتهم وكفاءتهم فى تحقيق ذلك وشكرا .

فيما يتعلق بالجوانب التنظيمية للتنمية السياحية - فإن التنمية السياحية ، باعتبارها تنمية مستديمه، ونشاطا دائما ومستمر ، تحتاج إلى كيان إدارى فاعل وفعال، كيان يعمل على حسن إدارة المقاصد السياحية : تخطيطا ، وتنظيما ، وتوجيها، ومتابعة ومن ثم فان وجود بنيان مؤسسى جيد، أمر يحتاج إلى مايلى:

١- ايجاد مجلس أعلى للسياحة يتولى رسم وإعداد والإشراف على تنفيذ استراتيجية علمية مستنيره للسياحة ، تأخذ فى معطياتها الامكانيات والموارد السياحية المتوفرة فى الاقتصاد المصرى .



٢- تطوير وزارة السياحة بشكل يجعلها أكثر تفاعلا وتفعيلا وقادرة على اعداد خطة للنهضة السياحية ، والإشراف على تنفيذها ، خاصة التحول الى خطط وبرامج وموازنات أداء.

٣- انتشار كيانات سياحية فاعلة تقدم الاستشارات السياحية فى مجال انتاج برامج متطورة للسياحة البيئية ، وبحيث تتفوق هذه البرامج على غيرها من البرامج التى تقدمها المقاصد السياحية الاخرى.

٤- انشاء كيانات سياحية تتولى عمليات تسويق البرامج السياحية المصرية ، وتنشيط التعاقدات التى تتم عليها ، فضلا عن نشر وتوزيع عمليات بيع هذه البرامج على جميع منافذ التوزيع فى جميع اسواق السياحة فى العالم ، خاصة وكلاء السفر والرحلات.

٥- انشاء كيانات مصرفية تتولى عمليات تمويل النشاط السياحى ، وتقديم الخدمات المصرفية والتمويلية اللازمة لوحداته ، وبالشكل الذى يساعد هذه الوحدات على تنفيذ خططها ، ويحقق بالتالى أهدافها.

إن الجانب المؤسسى والتنظيمى للعمل السياحى ، جانب شديد الأهمية إلا أنه يحتاج دائما الى تطوير وتكيف مع المستجدات والمتغيرات القائمة فى السوق السياحى ، ومن ثم يتعين ان يتصف هذا الجانب بالمرونة ، وبالقدره على التفاعل الخلاق.

كذلك فإن السياحة نشاط متعدد الوجوه ، وهو نشاط فاعل ومتفاعل ، سواء فى المجتمع المصرى ككل ، أو فى المجتمع العالمى فالسياحة نشاط اجتماعى ، يرتبط بمجتمع معين ، يستمد شخصيته من شخصية المجتمع ، ومن هنا فإن تأثير افراد المجتمع على النشاط السياحى ، تأثير طاغ وكبير ، وكلما كان المجتمع مثقفا سياحيا ، كلما نجح فى توفير عناصر جذب جيدة ، وكلما كان قادراً على وضع مقاصده السياحية على خريطة السياحة العالمية .

ومن هنا من الضروري نشر ثقافة السياحة ، وهى عملية ترتبط باستخدام المنظومات السياحية التفاعلية الاستهدافية القائمة على ثلاثة عناصر هى :

العنصر الأول - عنصر المدخلات : وما يتصل بها من عمليات التشقيف عبر برامج الاذاعة والتلفزيون والصحف والمجلات ، وغير نظام التعليم فى كافة مراحلها ، وبما يؤكد على أهمية وضرة النشاط السياحى .

العنصر الثانى : عنصر نظام التشغيل والتفعيل :

وهو مايرتبط اساسا بقدره البنيان المؤسسى والتنظيمى والمؤسسات السياحية على انتاج الفكر السياحى ، وعلى توظيف قدراتها فى زيادة ثقافة المجتمع .

العنصر الثالث - عنصر المخرجات:

وهو عنصر بالغ الأهمية يمثل ناتج فكر وتشغيل المنظومة ، والذي يتعين ان يخرج سلوكا واتجاها وقناعات لدى الجمهور، ولدى المتخصصين ايضا. وكلما كان المجتمع يهتم بنشاط السياحة ، وكلما كان لديه ثقافة السياحة ، كلما حقق أهدافه ، وكلما استطاع أن يطور من موارده ، ومن قدرته على استقطاب جانب هام من السوق السياحى، وزيادة حصة البلاد من هذه السوق.

واذا تطرقنا للتنافسية السياحية فهى مسألة ملموسة ومحسوسة، وهى واقع حى لا يستطيع احد انكاره ، بل أن الاعتراف به أمر من البديهيات . . . . وهو مايجعلنى انتقل من عرض التنافسية السياحية الى استخدام منظومة مابعد الحدائة التفاعلية ، كمنهج جديد لصناعة المزايا التنافسية .

ففى الوقت الذى كانت معاملات السعر الرخيص حافزا للسياحة ، تحول هذا الأمر الى اشياء اخرى ، وأصبحت المقاصد السياحية ، تتميز بتكامل عناصر الجذب السياحى، وهى عناصر متعددة الوجوه، ومتعددة الجوانب، بعضها اقتصادى وبعضها اجتماعى، وبعضها ثقافى . . . . بل أن بعضها الأكبر أصبح حضاريا علميا ثقافيا تفاعليا . . . . ولعل هذا يفسر أن أكبر الأسواق المصدرة للسياحة هى ذات الأسواق المستقبلية لها . . . . فلا تزال الولايات المتحدة الامريكية هى السوق السياحى الرئيسى للعالم، يأتى منه ويذهب اليه السياح.

ومن هنا فان السياحة نشاط تنافسى، تحكمه ضوابط وتتحكم فيه مبادرات جيدة قائمة على: - فكر وثقافة السياحة ، ومدى تغلغلها فى فكر وثقافة الأفراد القادمين من الشعب ، وليس فقط الممارسين لها .

- طبيعة البرنامج السياحى أو مدى كفاءة تصميمه ، وقدرته على إشباع احتياجات ورغبات السائح ، سواء كان أجنبيا أو محليا .

- تنافسية المقصد السياحى ككل ، بأبعاده وعناصره المختلفة ، وكذلك باطاره الكلى الذى يحدد الشخصية والهوية السياحية لهذا المقصد.

- تنافسية الخدمات السياحية وما يتصل بها بعناصر البنية الأساسية التحتية ، وكذلك البنية القومية ، ومقدار وجودة وسائل وأدوات وطرق تقديم هذه الخدمات.
- تنافسية الكوادر البشرية والعامل السكانى من حيث عناصر التعاون والمشاركة والتجاوب الايجابى مع متطلبات ممارسة النشاط السياحى واحتياجاته.

ايضا نحتاج الى تحديد مفهوم الاستراتيجية، خاصة وأن كثيرا ما تتداخل المصطلحات ، فالاستراتيجية هي فن التعميم ذلك الفن الذى يقود ويوجه حركة الاتجاه العام ، وللمجموع العام، ولفترة طويلة تمتد من الزمن ، ومن ثم فإن الاستراتيجية لها جانبان هما : الشمول : حيث شمل كل شىء .- المدى الزمنى : حيث تغطى عقدين من الزمان أو أكثر .

وكلما كانت الاستراتيجية مراعى فى بنائها المبادئ العلمية ، كلما كانت قادرة على التعبير عن طموحات وأهداف وآمال الوطن فى السياحة ، ومن ثم يتعين أن يكون هناك مجلس أعلى للاستراتيجيات، يتولى رسم وإعداد الاستراتيجية السياحية بجوانبها المختلفة ، والتي سوف تحدد التوجهات المستقبلية لقطاع السياحة ، ومن خلال هذه الاستراتيجية يتم وضع السياسات السياحية اللازمة ، خاصة وأن تنفيذ الاستراتيجية يحتاج إلى رسم مجموعة السياسات المرحلية المتلاحقة ، والتي تشكل كل منها حلقة فى اطار سلسلة متشابكة ، ومتابعة المراحل والحلقات.

ومن هنا فإننا نحتاج للعمل على ثلاثة مستويات هي :- المستوى الاستراتيجى القومى العام للدولة ككل.- المستوى السياسى القطاعى الخاص بقطاعات السياحة المختلفة.- المستوى التكتيكى التنفيذى لسلوك وعمل الوحدات السياحية المختلفة .

وكلما كانت الفكرة الاستراتيجية واضحة ومفهومة ومتفقا عليها ، كلما كانت الجهود موفقه وناجحة فى إنجاز وتحقيق الأهداف ، كانت الوحدات السياحية قادره على انتاج وتسويق وتمويل البرامج السياحية وفعاليتها، ومتابعة تنفيذها والرقابه عليها .

## محيا زيتون

شكرا سيدى الرئيس على تنظيم هذه الندوة وعلى الورقة المقدمة التى تحتوى كثيرا من التساؤلات التى بمثابة تحديات مهمة تواجه قطاع السياحة فى مصر.

أود أن أؤكد أن السياحة تواجه بالفعل تحديات متعددة وبالغة الخطورة، ولكنى سوف أركز هنا على اثنين منهما، الأول يتعلق بالاعتماد المكثف على شركات السياحة وضعف القدرات الذاتية فى مجال النشاط السياحى، والثانى يتعلق بالهدر البيئى المتضمن فى النشاط السياحى. فإذا كان تطلعنا نحو مستقبل أفضل للسياحة فى مصر فلا بد من توجيه إهتمام خاص بالحد من الاعتماد على الخارج والاتجاه نحو بناء قدراتنا الذاتية. كما أن التطلع المستقبلى يدعونا للحفاظ على مواردنا السياحية وتسليمها للأجيال المقبلة بأقل قدر من الهدر. وسوف أتناول أولا الاعتماد على الخارج وبناء القدرات الذاتية.

### أولا : الاعتماد على الخارج وضرورة بناء القدرات الذاتية:

من المعروف أن مصر تعتمد على الشركات العالمية إعتقادا كبيرا فى مجالات الأنشطة السياحية الثلاثة الرئيسية وهى : تنظيم الرحلات السياحية ، النقل السياحى الدولى ، والادارة الفندقية . ولا يمكن الادعاء أن هذه الخاصية تميز السياحة فى مصر وحدها . ولكن يشاركها فى هذه الخاصية عدد غير قليل من الدول النامية ذات الأسواق السياحية.

وقد ساهمت التطورات التى طرأت على السياحة فى مصر من جانب الطلب وجانب العرض على مدى العقدين الماضيين فى تزايد الاعتماد على الخارج. فالطلب السياحى كان يتشكل اساسا من قبل من رحلات فردية حيث ياتى السائحون لاغراض مختلفة مثل الاعمال التجارية والدراسة والعلاج وغيرها وكان الوزن النسبى للسائحين العرب كبيرا مقارنة بالسائحين الاوروبيين ولكن تغيرت هذه الاوضاع على مدى العقدين الماضيين وبدأت السياحة الجماعية وهى تنمو بمعدلات عالية وهى تتخذ شكل رحلات شاملة وتتم بواسطة الشركات المنظمة للرحلات وارتفعت بناء على ذلك الاهمية النسبية للسياحة الاوربية التى تعتمد اساسا على السياحة المنظمة لتصل نسبة الاوروبيين عام ٢٠٠٠ حوالى ٦٩٪ من اجمالى حركة السياحة الدولية لمصر .

وهذه التحولات فى جانب الطلب تعد رد فعل للتطورات التى طرأت على جانب العرض . فعلى مدى العقدين المذكورين تحقق تطوير سياحى وضخم فى سواحل البحر الأحمر وجنوب سيناء . ويتضح ضخامة هذا التوسع اذا علمنا أن نصيب المنطقتين فى مجمل الطاقة الفندقية فى مصر ارتفع من ٣,٤٪ عام ١٩٨٢ إلى ٥١,٨٪ عام ٢٠٠٠ ,وأصبحت السياحة الشاطئية بذلك تمثل موقعا

مهما للجذب السياحي فى مصر.

ومن المعتقد أن التوسع السريع فى الطاقة الفندقية له مزايا متعددة ، فهو يعنى تنوع المنتج السياحي المصرى ، كما يمكن أن يجذب شريحة جديدة من الطلب السياحي العالمى تتمثل فى السائحين الراغبين فى التمتع بالشمس والبحر للسياحة الشاطئية . ولكن فى الواقع لا يتحقق ذلك على النحو المطلوب . فالتوسع السريع يخلق الحاجة الى ضرورة شغل الطاقات الاضافية والحصول على عائد معقول للاستثمارات . ولكن مع وجود طلب محدود لا يتناسب مع هذه الطاقات المتوسعة ، يبدأ الاعتماد على الشركات العالمية المنظمة للرحلات الشاملة والقادرة على جلب أعداد ضخمة فى شكل سياحة جماعية منظمة . ولكن على الجانب الآخر تستنزف هذه الشركات جانبا كبيرا من عائد الرحلة . ولاتوجد دراسة فى مصر عن الرحلات الشاملة التى تأتى أساسا للمناطق الساحلية ، يمكن من خلالها معرفة نتيجة مايدفعه السائح فى موطنه مقابل الرحلة إلى مصر ، ونتيجة ما تحصل عليه مصر بالفعل من نقد أجنبى . ولتت معهد التخطيط تكون لديه فرصة للقيام بمثل هذه الدراسة التفصيلية . علما بأنه اتضح من بعض الدراسات التى أجريت أن عائد الرحلة للبلد المضيف قد لايتجاوز ١٥-٤٥ فى المائة من تكلفة الرحلة . بمعنى أن البلد المضيف يحصل على أقل من ٥٠٪ من هذه التكلفة . ويتوقف هذا على عوامل متعددة مثل شركة الطيران المستخدمة وهل هى محلية أم أجنبية ، مدى الاعتماد على الطيران الداخلى ومدى الاعتماد على الخارج فى الوفاء باحتياجات السائحين المختلفة .

المشكلة أيضا تكمن فى تزايد عدد الدول المنافسة سياحيا . فكل دولة نامية حاليا تعتبر السياحة هى الهدف ، وأنها بتنمية قطاعها السياحي تحصل على جزء من الكعكة السياحية الدولية فى نفس الوقت بدأت الشركات العالمية تنبج نحو الاندماج والتكامل وتقوى من شوكتها وسيطرتها على سوق السياحة العالمى وبالذات أسواق الدول النامية . وبدأت تستغل وجود دول نامية كثيرة تسعى نحو الجذب السياحي وتتمتع بمنتج نمطى ( بحر وشمس وشاطئ ) لتهدد بأنها يمكن أن تحول حركة السياحة من دولة لأخرى اذا لم يتم الاستجابة بتخفيض أسعار الفنادق والاقامة السياحية . وبدأت أيضا تتخذ أسلوب التفاوض الفردى . ولأن كل فندق يتم التفاوض معه على حدة ولأن أصحاب الفنادق يرغبون فى شغل الطاقات الكبيرة الشاغرة لديهم ، أصبحت المنافسة مشتتة ليس بين مصر وغيرها من الدول السياحية فقط ، ولكن على مستوى مصر بين الفنادق المختلفة . وتشتد

المنافسة وتتفاقم مشكلة تخفيض الاسعار فى اوقات الازمات حيث تكون الحركة السياحية محدودة.

وفى الحقيقة أن المستثمرين السياحيين أنفسهم يعانون معاناة شديدة من هذه المضاربة على الأسعار ، وأن أسعار الرحلات السياحية وخصوصا فى المناطق الساحلية فى البحر الأحمر وجنوب سيناء أصبحت شديدة الانخفاض مما يسبب الى مصر ويجعلها تنصف بأنها منطقة للسياحة الرخيصة. فهل يعقل مثلا أن تباع الفنادق من فئة اربع وخمس نجوم نصف اقامة بأسعار تتراوح بين ٦ أو ٩ دولارات فى الليلة ، وفى أفضل الأحوال قد يصل السعر إلى ١٨ وحتى ٢٤ دولار ؟

أيضا فى مجال السلاسل الفندقية ، اطلعت على أحد العقود التى أبرمت بين أحد الفنادق وبين شركة هيلتون التى ستدير الفندق، وهو عقد نمطى يمثل لنوعية العقود المبرمة بين فنادق مصرية وسلاسل ادارية عالمية . وقد وجدت أنه عقد اذعان ، فلاشترطات التى وضعتها الشركة الفندقية لا أول لها ولا آخر، وحجم الرسوم التى تحصل عليها من الإيرادات الكلية ، أى الإيرادات قبل طرح أى نوع من أنواع التكاليف تبلغ نسبتها ٤٪ . علاوة على حصولها على نسبة ١٢٪ من ربح التشغيل الاجمالي ، ويعد ذلك استنزاف كبير لموارد الفندق حيث يذكر أحد الخبراء فى مجال الادارة الفندقية العالمية أن حصول شركة الادارة على ٤٪ من الإيرادات الكلية يضمن لها تحقيق ربح كبير ولا تكون بحاجة لرسوم اضافية تحصل من ربح التشغيل الاجمالي.

ومن الضروري الادراك أن هذا الاستنزاف لا يحدث فقط بسبب النفوذ الكبير للسلاسل الفندقية، ولكن أيضا للضعف الشديد فى قدرات الاطراف المحلية وعجز قواهم التفاوضية عند ابرام العقود . فعملية التفاوض تكون بحاجة الى معرفة واسعة وخبرة عميقة ، يترتب على عدم توفرها خلل خطير يؤثر سلبا فى مدى تحقيق العقود لمصلحة الاطراف المحلية . مثلا بالنسبة لحزمة الخدمات التى تقدمها السلسلة الفندقية الطرف المحلى ، لا يكون لدى هذا الطرف عادة المعلومات الكافية لتفكيك الحزمة وشراء ما هو ضرورى فقط لتكلفة الخدمات التى قد تتوافر محليا. ونادرا ماتشاور المجتمعات النامية أو العربية فيما بينها وتتبادل خبرات التفاوض مما يضعف موقف كل منها.

ونحن نقول هذا ، نفاجأ بمن يعترض ويقول كيف أننا نحن كمجتمعات نامية أن ننافس الشركات العالمية العملاقة ؟ ومن ثم يعتبر أى حديث عن القدرات الذاتية مجرد لغو لا معنى له . وفى الواقع لا يمكن الادعاء بإمكانية المنافسة على نحو مباشر وعاجل مع الشركات العملاقة هذه ،

ولكن مايجب التأكيد عليه أنه اذا لم نخطو خطوات للامام فى هذا الاتجاه سنظل الى الابد تابعين ومستنزفين ، وأسرى فكرة عجزنا وقصورنا .. ومثالثنا على ذلك الصين - فلايوجد من يستطيع من البداية الاعتماد الكلى على الذات . فقد بدأت الصين بالاعتماد على شركات الادارة الاجنبية ، ولكن مع مرور الوقت واكتساب الخبرات بدأت تطور نفسها وتنشىء شركات صينية للادارة الفندقية، ثم بدأت تحل تدريجيا محل الشركات الاجنبية فى الادارة . بل وفى مرحلة لاحقة بدأت تنشىء سلاسل للادارة الفندقية ذات غط صينى، وبدأ الاسلوب الخاص بها فى الادارة الفندقية ينقله عنها آخريين . وفى الهند ايضا اصبحت شركات للادارة الفندقية تضاهى أكبر الشركات العالمية.

العملية اذن ليست مستحيلة ولابد من البدء بخصوات جديدة من اجل بناء قدراتنا الذاتية. وفى اعتقادى أنه كانت هناك بذرة فى مصر بحاجة الى التطوير والتنمية، ومع ذلك فنحن نهدها ونقل من شأنها بعمليات التخصص وعدم التطوير . فشركة مصر للسياحة شركة كبيرة ولها خبرة طويلة فى عمليات السفر والتسويق فى الخارج ، وتنظيم رحلات سياحية داخلية . هذه الشركة كان من الممكن أن تتطور ليس على أساس بيروقراطى حكومى عقيم، ولكن على أسس جديدة ، وبناء على دراسات جادة لأوضاع الأسواق الاجنبية، وعلى أساس اعادة هيكلة هذه الشركة وتدريب المشتغلين لها والارتقاء بقدراتهم التسويقية وايضا بوضع اصحاب الكفاءة وليس اصحاب النفوذ أو من ينتمون اليهم فى المواقع الرئيسية والمحورية كذلك يمكن أن تتعاون الشركة مع شركات اجنبية ربما فى اوروا لدعم مجهوداتها التسويقية . اذن توجد بداية يمكن أن تبدأ لها وتطورها إلى وضع شركة كبرى للسياحة والتسويق السياحى بالخارج.

أيضا من المفروض أن تلعب شركة الطيران الوطنية دورا أكبر بكثير من دورها الحالى فى نقل حركة السائحين من وإلى مصر . وهناك دراسة أعدت فى الجهاز المركزى للتعبئة العامة والاحصاء تظهر أن ٢٥٪ فقط من السائحين المسافرين يستخدمون شركات طيران مصرية ، بينما ٧٥٪ يسافرون على شركات اجنبية وعربية ، بل إن كثيرا من المصريين عندما يكون لديهم الخيار بين السفر على شركة مصرية أو أخرى عربية أو أجنبية قد يفضلون الشركات الأخرى ، طالما أن السفر لا يتم تبعا لمهمة حكومية مدفوعة . ويعنى ذلك أن المجال لازال أمامنا متسعا لكى نجذب عن طريق رفع كفاءة شركة الطيران الوطنية أعدادا كبيرة من السائحين للسفر عليها .

إضافة إلى ماسبق لابد من ايجاد مركز متطور للمعلومات السياحية ليشمل ليس فقط

معلومات سياحية عن مصر من أجل التنشيط السياحي ولكن ايضا معلومات تفصيلية وحقائق موضوعية عن كل ما يخص السياحة فى مصر وايضا ما يخص السياحة فى الدول المنافسة والدول التى تعد مصادر للسياحة ، وتلك التى يحتمل أن تصبح مصدرا جديدا ، ووسائل الانتقال والاتصال المختلفة عالميا ومحليا وغيرها من المعلومات . فالسياحة تقوم حاليا على المعلومات، والشركات العالمية من خلال تحكمها فى شبكات عالمية للحجز الالكترونى وللمعلومات، تعلم كل صغيرة وكبيرة فى كل بلد سياحي وبالتالى تسيطر على صناعة السياحة بهذه الوسيلة ولهذا فإن وجود مركز للمعلومات والدراسات السياحية على مستوى عال من الجودة يعد ضرورة اذا كان الهدف هو بناء القدرات الذاتية .

وأخيرا بالنسبة لبناء القدرات الذاتية من المهم أيضا وجود تفاوت بين مجموعة من الدول العربية ذات الاهتمامات السياحية . فتطوير القدرات الذاتية لمصر بمفردها قد يكون بالغ الأهمية فى حد ذاته، ولكنه غير كاف فتعاون مجموعة من الدول العربية السياحية كتونس والمغرب والاردن وغيرها مع مصر يمكن أن يحقق قوة تفاوضية أكثر تأثيرا فى السوق العالمى ، ويمكن أن يحقق التنسيق بين الجهود العربية بدلا من التنافس بين بعضها البعض وتشتيت الجهود .

### ثانيا : التحدى البيئى والسياحة المطردة:

حظيت السياحة على مستوى العالم باهتمام كبير من المعنيين بقضايا البيئة . ولقد أصبح شائعا الآن أن النشاط السياحي بينما يحقق منافع اقتصادية مختلفة ، يمكن أن يتسبب فى نفس الوقت فى أضرار بيئية خطيرة قد يصعب علاجها لذلك تعد الاضرار البيئية أحد التكاليف المهمة لعملية التطوير السياحي . وتواجه السياحة تحديات بيئية بالغة الخطورة لكونها نشاطا كثيف الاستخدام للموارد الطبيعية ، وأن هذه الموارد تتسم بالشيوع وليس بالخصوصية . ومن الأضرار البيئية التى يمكن أن تترتب على النشاط السياحي : تلوث المياه من خلال الفنادق ووسائل الانتقال من بواخر ويخوت وزوارق ، وتلوث الرؤية من خلال الامتداد العمرانى السياحي ، ومشاكل المخلفات، والخلل الايكولوجى الذى يصيب البيئة الطبيعية .

وعندما بدأت أبحث فى موضوع السياحة وأعد كتاب عن السياحة ومستقبل مصر ، وجدت معلومات قليلة جدا عن البيئة . والمعلومات القليلة هذه معظمها اتاحتها دراسات اجنبية بحثت فى



بيئة السواحل المصرية والبحر الأحمر على وجه الخصوص. والغريب فى الأمر أن الاجانب عموما أكثر حرصا على بيئة السياحة فى مصر أكثر منا نحن . وقد كنت اشاهد أحد البرامج فى التلفزيون وعندما سألت المذيعة احدى السائحات " ماهو الشئ الذى تمنى أن تجديه عند عودتك لمصر مرة أخرى ؟ قالت السائحة " أتمنى أن لا يوجد هدر فى الشعاب المرجانية أكثر مما هو حادث حاليا " . وقد تأثرت كيف أن السائحة الأجنبية تشعر بهذا بينما نحن أقل حرصا . حقيقة نحن لدينا أجهزة للبيئة ، وتعليمات ، ولدينا محميات سياحية ربما ساهمت ولو قليل فى الحد من الهدر البيئى ، ولكن المشكلة تظل على مستوى التنفيذ الأمور كلها سيئة للغاية .

وقد قدرت احدى الدراسات المشار إليها أنه حتى أوائل التسعينات تم بالكامل اهدار ١٩٪ من الشعاب المرجانية على سواحل البحر الاحمر . وقدر الهدر لعام ٢٠٠٠ بحوالى ٣٠٪، وقد تم ذلك بناء على توقع عدد معين من السائحين . وربما يكون الهدر الآن قد بلغ أكثر من هذه الحدود . والحقيقة كان للتنمية السياحية السريعة مساهمته فى هذا الهدر . فالتطوير السياحى السريع يتطلب اشغال وحدات ضخمة من الطاقة الفندقية ، ويحتاج هذا بدوره لرحلات كثيرة ورخيصة تجلب سائحين ربما عدد غير قليل منهم ينقصه الوعى البيئى . والحقيقة اذا كانت السياحة الاوروبية فى الغردقة وشرم الشيخ تقوم على الشعاب المرجانية ونشاط الغطس ، فهذا النشاط عندما يتجاوز كثافة معينة ينتج عنه هدر بيئى ، ويبدأ بعده السائحون فى عدم الرغبة فى زيارة المنطقة ، أو عدم الاقبال عليها لان المياه غير نظيفة ، ولأنه لا توجد المغريات السياحية الطبيعية التى كانت قائمة من قبل وكلنا نعلم دورة حياة المنطقة السياحية ، حيث تبدأ السياحة فى منطقة ما منتعشة ويزداد الرواج والاقبال السياحى، ثم يحدث الهدر للبيئة فتراجع أهمية المنطقة سياحيا ويبدأ السائحون فى تجنبها . وهذا هو التحدى الضخم الذى يواجه السياحة المصرية خاصة السياحة فى مناطق البحر الأحمر وجنوب سيناء .

## محمد شتا

الدكتورة محيا محدثت عن تضارب الاسعار بالنسبة للمنشآت السياحية فى ذلك الوقت ، هذا كان فى ظروف استثنائية لا يقاس عليها ، نحن نعرف احداث الاقصر، ونعرف ان السياحة عبارة عن منتج رأسمالى جبان يريد الطمأنينة والعيش بسلام.

عندما حدثت أحداث الاقصر، لست صاحب فندق وإنما فى وزارة السياحة ، ما الذى ترتب على هذه الاحداث ؟

من يأتى من الخارج يريد العيش فى سلام، يريد العيش يومين حلوين ، لماذا يحضر لمنطقة الشرق الأوسط المناطق المتهبة التى لا جدوى منها والتى يمكن أن يفقد حياته فيها مثل اخواننا اليابانيين فى معبد الاقصر، نتيجة ذلك حدث انكماشاً وهذا استثناء والاستثناء لا يقاس عليه للحركة السياحية .

عندما قرأت كلمات د. فادية ، وجدت أنها مقدمة تدل على معلومات قيمة وإن كان بعضها أصابه الشطط ولكن لا يرجع لها ، ثم تناولت فى الصفحات الأخرى المحاور الأربعة التى فى نظرى لو طبقت فعلاً لكانت مجدية ومؤدية الى ثمارها وجعلت السياحة فعلاً قاطرة فعالة مع القاطرات الأخرى كالبتترول وقناة السويس.

فتنمية النشاط الاقتصادى ليست نشاطاً واحداً ، بل هى ثمار أنشطة متعددة ، فى كل حادثة نقول السياحة هبطت هل هذه هى القاطرة ، الاصل فى القاطرة الاستدامة وتجبر على طول حتى أركب واسير ، لكن بالصدفة اذهب اجدها معطلة لان احدا سرق الفلنكة أو شد الجزيرة فهو جهد اشكر سيادتها عليه .

وفى النهاية شكراً خالصاً للاستاذ الدكتور عبد الفتاح ناصف رئيس هيئة التحرير والاخ الاستاذ احمد هاشم .

### عبد الفتاح ناصف

ليس الهدف أن يقول فرد ثم يرد آخر النقد بنقد ، أولاً المبدأ الذى قالته أ.د. محيا زيتون فيما يتعلق بالاعتماد على الذات بقدر الإمكان أو التخطيط للاعتماد على الذات وهذا مبدأ أساسى فى التنمية .

فى أى مجال من مجالات التنمية ، حقيقة يتم التعاون مع العالم الخارجى ، عرب وغير عرب، لكن مع الوقت لدى الكفاءة ، أرفع هذه الكفاءة الى مستوى يجعلنى مع مرور الوقت أقلل دور الأجانب فى هذه الأنشطة التنموية وزيادة دور المصريين ودور العرب اذا دعت الظروف واذا احتجنا

هذا، لكن خدمات عادية يستطيع أى فرد بقليل من التنظيم يعملها ولنسأل ماهو المنتج السياحى؟

المنتج السياحى فى الأساس خدمة ومجموعة مبانى تعتبر من قطاع الخدمات حتى لو كانت خدمات من نوع خاص ، فالعملية نستطيع القيام بها ، ليست تكنولوجيا معقدة أن أقدم خدمة سياحية من أى من الخدمات السياحية نستطيع القيام بها لكن بكفاءة تنافسية يمكن أعتد على الخارج إلى حد ما وأزيد امكاناتى بحيث أصبح أنا القائد بصفة أساسية ويكون التعاون مع الخارج بأقل القليل ، هذا مبدأ الصين أو فى غير الصين يعمل هذا ، المبدأ وأرد ومن حقى أن أقارن بأمرىكا فيما يتعلق بتقديم خدمة ، كيف لا يستطيع المصريون تقديم خدمة مع تدريبهم واعدادهم ؟ هل هى من الصعوبة أن أقارن هذا الجهد بمثيله فى أى دولة فى العالم ؟ ماهى المشاكل التى أقابلها ؟ وهل سأقابل نفس المشاكل أم لا ؟ أم ستقابلنى مشاكل أخرى مطلوب علاجها ؟

لا أقول إننى سأقدم الخدمة ١٠٠٪ غدا ، وهذا ما قالته د. محيا إننا نعد أنفسنا لكى يكون دورنا أكبر ودور الأجانب أقل فى تقديم هذه الخدمة، هذا مبدأ ، وليس الصين فقط ، فالصين نجحت وليس لديها الموارد والامكانيات السياحية الموجودة فى مصر، فكيف نجح هؤلاء . وماهى التجربة ؟ وماهى عناصر التجربة التى استطيع القيام بها ؟ وما الذى لم ينفذ، وماذا أستطيع تنفيذه ؟ وما الذى استطيع التعاون فيه مع العالم الخارجى؟ بحيث أننى مع الوقت أعتد على نفسى، هل سأظل أعتد على واحد يأتى يبنى لى فندقا؟هل لن نستطيع أن ندير فندقا ؟ ستكون كارثة ، كيف سأتعامل مع الناس فى التكنولوجيا المتطورة جدا فى الانتاج؟ومتى ؟

المفروض أن أسعى فى كل مجال من مجالات التنمية أن أكون قادرا على التنافس ، لا يمكن أن أظل طول الوقت انتظر أن يأتى لى الأجانب ليديروا بلدى ، اذا كانت خدمة مثل هذا لن نستطيع القيام بها فنحن محتاجون لمن يدير لنا البلد ، لذلك علينا أن نأخذ هذا على محمل عدم النقد ، لكن اذا كان هناك ما لدينا عليه ملاحظات نقولها بكل صراحة ، واذا كنا قادرين ، نقول قادرين، واذا لم نكن قادرين نعمل مثل الصين أو غير الصين فيما يتعلق بالخدمة السياحية نقول إننا غير قادرين ونبحث أسباب عدم قدرتنا ونناقش وتبادل الرأى وتقال الآراء بصراحة .

## مدوح الشرقاوى

الحقيقة لدى مجموعة استفسارات ومجموعة تعليقات ، نبدأ بالتعليقات إن القول بأن السياحة

قاطرة للتنمية حولها كلام كثير جدا ، إن القاطرة تشق طريقها للأمام مهما واجهت من عواصف ومتاعب وما إلى ذلك ، أما القاطرة التي نسميها قاطرة التنمية تقف عند حدوث حادثة الأقصر ، تتوقف مع حادث ١١ سبتمبر ، تتوقف في حرب الخليج ، فأى قاطرة هذه ؟ هل هي فعلا قاطرة للتنمية وتتحرك للأمام أم تتحرك للخلف ؟ أعتقد أن هذا الربط لا ينطبق على السياحة وإذا انطبق على السياحة يكون بمفهوم آخر .

ثانيا د . محيا تحدثت عن الشركات الأجنبية التي تحصل على ايرادات ، نريد مزيدا من التفاصيل، الشركات الأجنبية تحصل على ايراد ، الشركات الداخلية تحصل على ايراد ، ثم هناك الفتات الذى ينفقه السائح داخل هذا المجتمع، وحتى هذا الفتات يثير وي طرح سؤالا أين يصب هذا المبلغ الذى ينفقه السائح ؟ أسأل ولدينا استاذ من البنك الأهلى ، هل يوجد تسجيل للسائح الذى يأتى ومعه مبلغ معين يريد تحويله ، هناك صرافه وهناك بنك فهل هناك تسجيل للسائحين حسب جنسياتهم وعندما يحول سائح ١٠ دولار مثلا يعطيه ايصال ويكون لديه حصر فى آخر العام أنه جاءنا عدد كذا سائح حولوا كذا مليون وحسب الجنسيات من مقدار ماينفقه هؤلاء السائح حسب جنسياتهم وأعرف مقدار الفائدة التى استفادتها البلد.

شىء آخر ، أصحاب الشركات السياحية الذى يأخذ أرضا مجانا وكهرباء مدعمة ثم يضع حسابه فى بنك خاص أو فى حساب بالخارج ، تأتى الدولة تتفاوض معه وديا ليحول نسبة من اليراد الذى حصل عليه إلى داخل البنوك، لماذا أدمعه ؟ هل أدمعه ليحقق مكاسب شخصيه أم أدمعه ليحقق للمجتمع مكاسب حقيقية وفعلية ؟ هذا تساؤل .

أيضا د . فادية تقول حرية التعامل فى النقد الأجنبى وتحويل أرباحه للخارج ، نريد أن نعرف حرية مع من ؟ واحد يحول فى السوق السوداء ونقول حرية ؟ واحد يملك قرية سياحية يحول ايراده للخارج ونقول حرية ؟ اذا كانت شركة الطيران الاجنبية تأخذ بالعمله الاجنبية ، صاحب القرية يحول ايراده ، السائح المحلى يتعامل مع ناس خارجين عن السوق ، أين العائد الحقيقى لهذا المجتمع ؟ هذا هو السؤال الذى نريد أن نطرحه، وهل يصلح هذا للسياحة؟

شىء آخر، ماهى الأنشطة التى تشغل ١,٥ مليون آخرين من العمال ، هل وجود مطعم فى شرم الشيخ لأكل المصريين والأجانب أقول إنه يشغل اشخاصا فى السياحة ؟ نريد أن نعرف ماهى

الخدمات ذات الصلة التي يمكن حصرها ؟

### أحمد برانية

قضية هل السياحة قاطرة للتنمية أم لا ؟ هي لاحتسب نظريا ، لكن فى تصورى تحسب اقتصاديا من خلال تحديد ماهو العائد وماهى التكلفة ، وبالتالي يمكن الاجابة على هذا التساؤل ، وعندما نعرف أن كل دولار واحد من دخل السياحة فى تونس يقابله انفاق قدره ٤ دولار فان عائد السياحة يكون بالسالب.

من حسن الحظ أننى مشترك فى بحث بالمعهد عن تقييم أثر التنمية السياحية فى منطقة البحر الأحمر، ومنطقة الدراسة من الغردقة حتى سفاجا ، والورقة المحورية المقدمة فى دائرة الحوار أشارت إلى أن لدينا حوالى ٤٨٪ من حجم الاستثمارات السياحية الاجمالية مركز فى منطقة البحر الأحمر ٢٠٪ فى منطقة جنوب سيناء باجمالى قدره ٦٨٪ وهو حجم كبير ، وأعتقد أن هذا الحجم من الاستثمار موجه أساسا للسياحة التى نسميها السياحة البيئية.

هنا يمكن القول إن الاهتمام بالتنمية السياحية الذى يعتمد على موارد بيئية طبيعية يجب أن يركز عليه وبالتالي اذا نظرنا للسياحة فى البحر الأحمر نجد أنها تقوم على السياحة الشاطئية والتى تعتمد بشكل أساسى على الشعاب المرجانية، والشعاب المرجانية جزء من نظام بيئى بحرى يتعامل مع نظم أخرى مثل نظم المانجروف ونظم الاعشاب البحرية ونظم الموارد السمكية الحية. وهذه النظم متصله ببعضها وتقوم بينها علاقات تبادلية، وعندما يحدث هدر فى احدى هذه النظم يؤثر على النظم الأخرى.

وقمت بمحاولة لتقييم آثار التنمية السياحية على الموارد البحرية فى المنطقة من الغردقة الى سفاجا على ساحل البحر الاحمر على اساس القياس النقدى لقيمة الاضرار التى سببتها المشروعات والأنشطة السياحية على مكونات النظم البيئية الساحلية والبحرية، ونقصد بالاضرار هو توقف هذه المكونات كليا أو جزئيا عن اداء وظائفها ومايترتب على ذلك من اضرار لمستخدمى هذه الموارد ، كما أن القياس سوف يقتصر على الأضرار التى يمكن التعبير عنها بشكل نقدى وتكاليف معالجة أو التقليل من هذه الآثار ،وعلى هذا فإن هناك العديد من الاضرار قد تمت فى أماكن مختلفة ولم يتم حصر حجمها بشكل كمى وبالتالي يصعب تقييمها نقديا . وعليه فإنه من المتوقع توفير تقديرات

أولية لكلفة التدهور البيئي فى الموارد البحرية الحية فى منطقة الغردقة حتى سفاجا بغرض تقدير كلفة التدهور ولو جزئيا.

وعلى أساس المحددات السابقة وباعتبار الشعاب المرجانية كالأراضى الزراعية لها قيمة وتحقق ريعا فإن عناصر تكاليف الأضرار التى أمكن حصرها تتضمن مايلى:

١- قيمة الفقد فى رأس المال الطبيعى باعتبار الشعاب المرجانية كالأراضى الزراعية لها قيمة.

٢- الفاقد من الإيرادات التى كان يمكن تحقيقها من الأنشطة السياحية والترفيهية المرتبطة بالشعاب المرجانية والموارد الطبيعية الأخرى.

٣- تكاليف حماية الشواطىء بوسائل بديلة ( إقامة حواجز الأمواج ) بدلا من الشعاب المرجانية وأشجار المانجروف التى تمت ازلتها.

٤- قيمة الانخفاض فى الانتاج السمكى نتيجة تلف الشعاب المرجانية وأشجار المانجروف والحشائش البحرية.

وبسبب نقص أو عدم توفر الكثير من البيانات والتقديرات الخاصة بقياس آثار التدهور البيئى، فقد تم الاعتماد على بعض المؤشرات الدولية فى تقدير بعض عناصر تكلفة التدهور البيئى السابقة دون الأخذ فى الاعتبار التغيرات التى حدثت فى قيم عناصر التكلفة الناتجة عن التضخم . كما تم تحويل هذه القيم إلى الجنيه المصرى على أساس سعر صرف ٤ , ٥ جنيه = دولار امريكى وهو السعر السائد وقت اجراء التقييم.

ومرة أخرى يجب التنويه ان ما يتم التوصل اليه من تقديرات عن تكلفة التدهور البيئى هى تقديرات أولية ويجب النظر اليها باعتبارها مؤشرات عامة تحتاج الى بيانات ومعلومات اكثر دقة وتفصيلا.

### أولا : قيمة الفاقد فى رأس المال الطبيعى

تمثل الشعاب المرجانية وأشجار المانجروف أصولا طبيعية ملكا للمجتمع لها قيمة بيئية واقتصادية واجتماعية مثل الأراضى الزراعية ، وتشير تقديرات البنك الدولى إلى أن قيمة المتر

الواحد من الشعاب المرجانية على اساس قيمة الاحلال تقدر بحوالى ٣٠٠٠ دولار امريكى باسعار عام ١٩٩٧ وعلى اساس ان مساحة الشعاب المرجانية التى تم تدميرها بالكامل نتيجة المشروعات السياحية فى منطقة الدراسة تقدر بحوالى ٤ مليون متر مكعب يكون اجمالى قيمة الفقد فى الاصول حوالى ١٢ مليار دولار وهو مايعادل ٦٤,٨ مليار جنيه مصرى.

### ثانيا : الفاقد من ايرادات الأنشطة السياحية والترفيهية البحرية

تمثل المناطق الساحلية فى البحر الاحمر موردا اقتصاديا وترفيهيا هاما ، والشعاب المرجانية من أهم العوامل التى تستقطب السائحين الدوليين والمحليين الى البحر الاحمر خاصة هواة الغوص ، وهى بذلك تمثل منتجعا للسياحة المستدامة وتنميتها ، وتشير المعلومات التى تم جمعها خلال الزيارة الميدانية ان نوعية السائحين الذين يزرون البحر الاحمر تشهد تحولا نحو السائحين الذين ينفقون قدرا ادنى من المال فى اليوم الواحد بالمقارنة بنوعية السياح فى السنوات السابقة.

وفى دراسة اجراها Huybers and Benett عام ٢٠٠٠ حول الاستعداد للدفع من أجل الحفاظ على نوعية البيئة على مجموعة من السائحين الغربيين أثبت أنهم مستعدون لدفع ما يوازي ٧٠ دولار لليوم الواحد لزيارة مواقع للشعاب غير المتضررة.

ويشير احدث تقرير للبنك الدولى حول تكلفة التدهور البيئى فى جمهورية مصر العربية إلى أن الخسائر المترتبة على السياحة من جراء تدهور البيئة البحرية فى البحر الأحمر ( منطقة الغردقة ) تتراوح ما بين ٥٩٥ الى ٨٥٠ مليون جنيه عام ١٩٩٩ ، والتي تمثل ما بين ٠,٢ إلى ٠,٣ ٪ من اجمالى الناتج المحلى الاجمالى عن نفس العام .

### ثالثا : تكاليف حماية الشواطئ

كما سبق أن ذكرنا أن الشعاب المرجانية والرياح وأشجار المانجروف تلعب دورا اساسيا فى حماية الشواطئ من التآكل بتأثير الامواج ، وطبقا للتقديرات المنشورة ، فإن تكلفة اقامة حواجز صناعية لتحل محل الشعاب المرجانية تقدر بحوالى ١٢,٥ مليون دولار للكيلو متر الواحد ، وعلى اساس ان طول الساحل فى منطقة الغردقة الذى تأثر بالتنمية السياحية وتعرض للحفر والردم تقدر بحوالى ١٠٥ كيلو متر ( شمال الغردقة سفاجا ) فإن تكاليف حماية الشواطئ تقدر بحوالى ١٣١٣ مليون دولار ( ١,٣ مليار دولار ) وهو مايعادل ٧,٢ مليار جنيه مصرى.

رابعاً: قيمة الفاقد فى الموارد السمكية والتنوع البيولوجى:

يقدر الانتاج السنوى من اسماك الشعاب المرجانية عام ١٩٨٤ ( قبل التوسع فى الأنشطة السياحية ) بحوالى ٩٦٠ طن معظمها من الأنواع ذات القيمة الاقتصادية المرتفعة ، تقدر قيمتها بحوالى ٩,٦ مليون جنيه بأسعار ٢٠٠١ وطبقا لبيانات ٢٠٠١ قدر الانتاج بحوالى ٥٠٠ طن قيمتها حوالى ٥ مليون جنيه بأسعار نفس العام.

أى أن حجم الفاقد فى الموارد السمكية يقدر بحوالى ٤٦٠ طن بلغت قيمتها نحو ٤,٦ مليون جنيه.

بالنسبة لأسماك الزينة وغيرها من الكائنات البحرية التى تعيش بين وحول الشعاب المرجانية فلم تتوفر لدينا بيانات عن مقدار النقص فيها . أى أن اجمالى تكلفة اهدار البيئة تقدر بحوالى ٧٣ مليار جنيه.

### أحمد محمد عبد الهادى

بسم الله الرحمن الرحيم . . . شكرا على الدعوة الكريمة وأود فى البداية التعليق على الرقم المنشور عن العمالة فى قطاع السياحة فى الورقة المعروضة وأنه يوجد فى قطاع السياحة ١,٢ مليون عامل عمالة مباشرة وسوف أتكلم فى العمالة المباشرة لأن العمالة غير المباشرة طبعاً تعتمد على المضاعف وتأثيره فى القطاعات الأخرى ، ويمكن تقدير العمالة المباشرة بالطريقة التالية، تحتاج كل غرفة فندقية إلى ١,٥ عمالة مباشرة والطاقة الفندقية بافتراض أنها تبلغ حالياً ١٣٠ الف غرفة مضمروبا فى ١,٥ عامل تصل الى ١٩٥ الف عامل ، اذاً أين العمالة الباقية ؟ المليون الباقى من العمالة المباشرة وفى أى قطاع يعمل ؟ أى نشاط؟ اذا كان القطاع الفندقى بالكامل فيه ١٩٥ ألف طبقاً للحسابات ، اذا اين المليون المتبقى ؟ هنا أود أن أسأل أ.د. فادية عن هذا الرقم ومصدره وأتحفظ على هذا الرقم.

أود الحديث عن استراتيجية التنمية السياحية ، الحقيقة التنمية السياحية تقوم على ٤ محاور أساسية من وجهة نظرنا :

١- تشجيع القطاع الخاص للاستثمار فى المشروعات السياحية عن طريق الاعفاءات الضريبية