

اقتصادات القطاع السياحي في مصر وانعكاساتها على الاقتصاد القومي*

عرض: اجلال راتب**

مقدمة

إن مصر تتمتع بتوافر العديد من المقومات السياحية مثل : الموقع الجغرافي ، واعتدال المناخ في معظم أوقات السنة ، كذلك توفر العديد من المغريات السياحية مثل الآثار التاريخية والحضارية القديمة والحديثة وتوفر شواطئ المياه الدافئة في جنوب سيناء والبحر الأحمر ، وتوفر العديد من أماكن الاستشفاء والأماكن الترفيهية مما يؤدي إلى تنوع الطلب السياحي العالمي عليها ، بالإضافة إلى السياحة الثقافية والترفيهية ، كذلك السياحة الرياضية والدينية والعلاجية وسياحة المؤتمرات .

وحيث إن القطاع السياحي يلعب دورا هاما في التنمية الاقتصادية والاجتماعية للدولة وذلك لأنه يعد مصدرا هاما من مصادر النقد الأجنبي للدولة ومن ثم يعمل على مواجهة العجز في ميزان المدفوعات ، كما يعمل على زيادة الدخل القومي بطريق مباشر من خلال انفاق السياح الأجانب على

* قام باعداد هذه الدراسة فريق بحثي مكون من : أ.د. اجلال راتب (باحث رئيسي) ، أ.د. محمود عبدالحى ، أ.د. فادية عبد السلام ، أ.د. محمد عبد الشفيق عيسى ، أ.د. سلوى محمد مرسى ، د. مجدى محمد خليفة ، أ.عبد السلام محمد ، أ. أحمد هاشم خاطر .
وقد صدرت في سلسلة قضايا التخطيط والتنمية رقم(١٢٤).

** أ.د. اجلال راتب : مستشار ومدير مركز العلاقات الاقتصادية الدولية - معهد التخطيط القومي ،

بنود الاتفاقات المختلفة والتي تعتبر دخلا مباشرا لعناصر الانتاج التي شاركت في تقديم المنتج السياحي بينوده المختلفة أو بشكل غير مباشر وذلك عن طريق عمل ما يعرف "بمضاعف الدخل السياحي" حيث تتولد دخول أخرى لمجموعة أخرى جديدة من اصحاب عناصر الانتاج التي ستنفق بدورها جزءا من الدخول على احتياجاتها الاستهلاكية . وهكذا تستمر دورة الدخل والاتفاق حتى يتلاشى أثر الاتفاقات الأول - ونفس الشيء يحدث من خلال مضاعف التوظيف حيث يمتد الأثر ليتعدى القطاع السياحي والأنشطة السياحية إلى القطاعات التي تمد النشاط السياحي باحتياجاته من السلع والخدمات .

ولقد تطور مفهوم السياحة وكذلك أهدافها بحيث أصبحت ظاهرة انسانية ونشاطا اجتماعيا يخضع للعديد من المؤشرات والمتغيرات المحلية والعالمية ولم يعد نشاطا مؤقتا يخضع للظروف والرغبات الطارئة .

ومن هنا انتقل هذا المفهوم البسيط من مجرد اشباع رغبة الانسان المؤقتة بالتمتع بالتغيير إلى صناعة تسعى إلى التوسع المستمر في أسواقها وتعمل على خلق طلب مستمر على خدماتها وذلك عن طريق عرض الخدمات السياحية في شكل متطور ومتجدد من خلال الفلسفة القائلة بأن "العرض يخلق الطلب" .

ورغم تقدم وازدهار القطاع السياحي المصري خلال السنوات القليلة الماضية تقدما ملحوظا سواء على صعيد الدولة أو على صعيد القطاع الخاص المحلى والأجنبي وظهور العديد من المشروعات السياحية في مناطق البحر الأحمر وجنوب سيناء والساحل الشمالي والأقصر وأسوان وغيرها من المناطق السياحية الأخرى .

ورغم الاهتمام بمعالجة العديد من المعوقات والعقبات التنظيمية والادارية والتخطيطية للقطاع السياحي إلا أنه ما تزال هناك العديد من المعوقات الأخرى التي تقف حائلا دون تقدم وازدهار القطاع السياحي المصري .

من هنا جاء الاهتمام بدراسة اقتصادات القطاع السياحي المصري وانعكاساتها على الاقتصاد القومي.

وتنقسم هذه الدراسة الى ستة فصول ويهتم الفصل الأول منها باستعراض بعض المفاهيم ذات

الصلة بالموضوع وبعض المؤشرات العامة مثل :-

- أ - مفهوم السياحة والسائح
- ب- أنواع السياحة المختلفة
- ج - مفهوم السوق السياحي
- د - مفهوم الطلب السياحي
- هـ- مفهوم العرض السياحي ومكوناته

أما الفصل الثاني فيتم فيه تحديد أثر القطاع السياحي على الاقتصاد القومي وذلك عن طريق دراسة علاقات التشابك القطاعي في الاقتصاد المصري بالاعتماد على جداول المستخدم/المنتج والتي تعرف عادة بجداول المدخلات والمخرجات والتي ينسب الفضل في تصميمها واساليب التحليل التي تطبق عليها الى الاقتصادى ليونتييف .

وقد تم الاعتماد على جداول المدخلات والمخرجات للاقتصاد المصرى لعام ١٩٩٦/٩٧ والذي يقسم الاقتصاد الى (٣٢ قطاعا) انتاجيا لا يوجد بينها قطاع السياحة وإنما يشار اليه بقطاع المطاعم والفنادق والذي بلغ قيمة انتاجه بسعر السوق فى عام ١٩٩٦/٩٧ (٧٢٩٥ مليون جنيه مصرى) فى حين تشير احصاءات البنك المركزى المصرى لنفس العام أن الايرادات السياحية بالنقد الاجنبى فى ميزان المدفوعات تقدر بنحو (١٢٣٧٧ مليون جنيه) وتفسير ذلك وهذا ما أكده خيرا - وزارة التخطيط أن قطاع المطاعم والفنادق ما هو إلا جزء من القطاع السياحي ..

وعلى هذا اعتبر القطاع السياحي مجموعة الأنشطة التي تتكامل مع بعضها فى تقديم خدمة السياحة وهى المطاعم والفنادق ، النقل والمواصلات ، التجارة والمال والتأمين ، الثقافة الخ . وعلى هذا فقد تم توزيع قيمة الايرادات السياحية التي تظهر فى ميزان المدفوعات على القطاعات التي تمثل هذه الأنشطة المختلفة وفقا لنسب معينة وهى النسب التي اخذت بها وزارة التخطيط وهى كالتالى :-

- ٠,٠ ٦٠٪ مطاعم وفنادق
- ٣,١٩٪ صادرات سلعية
- ١,١٣٪ خدمات (مزارات سياحية)
- ٦,٧٪ نقل ومواصلات

غير أن الاساس الذى بنيت عليه هذه النسب غير معلوم ومن ثم فهى لا تعدو أن تكون تقديرات تقريبية ، أضف الى ذلك أن نسبة الـ ١٩,٣٪ التى أشير اليها كصادرات سلعية لم يصاحبها بيان بنوعيات هذه الصادرات ولا نسبها .

ومما سبق نخلص الى أن الاسلوب الذى تتم به معالجة قطاع السياحة فى جدول المدخلات والمخرجات المصرى لا يمكن من استخدام هذا الجدول للتعرف بطريقة شاملة على علاقات التشابك المباشرة وغير المباشرة لهذا القطاع ككل مع باقى قطاعات الاقتصاد القومى غير أن هذا الجزء من الدراسة توصل الى بعض الملاحظات حول هذه العلاقات فى حدود بيانات جدول المدخلات والمخرجات وتطبيق أساليب تحليل التشابك القطاعى على هذه البيانات وما تم حسابه من معاملات فنية ومقلوب مصفوفة ليونتيف . ومجمل هذه الملاحظات كالتالى:

أ- يستخدم قطاع المطاعم والفنادق مدخلات من كل القطاعات التى تظهر فى جدول المدخلات والمخرجات مما يؤكد أن هذا القطاع مصدر لقدر من الطلب على منتجات الغالبية العظمى من قطاعات الاقتصاد المصرى باستثناء قطاعات الحلج والكبس والبتترول والسيجار ومنتجات تقطير الفحم والخشب والأثاث والمطاعم والفنادق ولكننا لا نجد تفسيراً مقنعاً لعدم ظهور أى قيمة لمدخلات الخشب والاثاث الخشبية الى قطاع المطاعم والفنادق رغم اعتماد هذا القطاع بنسبة كبيرة على الاثاث والانشاءات الخشبية .

ب- تشير نسب مدخلات قطاع المطاعم والفنادق من القطاعات المختلفة الى جملة استخدامات منتجات كل من هذه القطاعات الى تواضع فى الأهمية النسبية لطلب هذا القطاع على منتجات أغلب القطاعات حيث إن نسبة طلب قطاع المطاعم والفنادق الى اجمالى الطلب الوسيط على منتجات كل من القطاعات الأخرى تقل عن ١٪ لعشرين قطاعاً وتتراوح بين ١٪ ، ٥٪ لسبعة قطاعات ولا تتجاوز ٥٪ إلا بالنسبة لخمسة قطاعات .

ج - توضح معاملات الانتاج الفنية وكذلك معاملات مقلوب مصفوفة ليونتيف لقطاع المطاعم والفنادق التى تظهر المعاملات المباشرة وغير المباشرة أن تغير طلب هذا القطاع بمقدار مليون جنيهه يؤدي الى تغير فى انتاج بقية قطاعات الاقتصاد القومى بمقدار ٤,٥ مليون جنيهه فى نفس الاتجاه ذلك لأن مضاعف طلب قطاع المطاعم والفنادق يزيد قليلاً عن ٤,٥ .

د- مما سبق يتضح أن قطاع المطاعم والفنادق يؤثر على مستوى النشاط فى الاقتصاد القومى من خلال علاقات التشابك القطاعى بما يتجاوز أربعة أمثال ونصف مستوى طلبه الوسيط على منتجات القطاعات الأخرى ، هذا بالإضافة الى ما يولده هذا القطاع من عوائد عوامل الانتاج والذى له آثار توسعية من خلال مضاعف الانفاق .

هـ- تبلغ مستلزمات القطاع المستوردة ٢٢٪ من جملة مستلزمات الانتاج التى يستخدمها ، و ١٠٪ من قيمة انتاجه بسعر السوق ، أى أن جزءا من عائدات القطاع يتسرب الى الخارج فى شكل واردات مما يضعف من الآثار التوسعية لزيادة الطلب على منتجات هذا القطاع ويمثل اقتطاعا من حصيلة العملات الاجنبية التى تحققها السياحة .

واخيرا يقدم هذا الفصل بعض الملاحظات الهامة :-

أ- أن جدول المدخلات والمخرجات المصرى يحتوى فى قسمه الأول على نسبة عالية من الخانات الصفرية (٣٢٪) مما يعكس ضعفا نسبيا فى علاقات التشابك القطاعى داخل الاقتصاد المصرى .

ب- عدم معاملة قطاع السياحة كقطاع مستقل ومنفصل ، كما أن هناك حاجة ملحة لزيادة متواصلة فى درجة اعتماد نشاط هذا القطاع على مدخلات محلية حتى يسهم فى تقوية علاقات التشابك ويستفيد منها .

ج- على الرغم من تعدد وتنوع المدخلات التى يستخدمها قطاع السياحة فإن هناك مدخلات رئيسية ينبغى ألا ترتفع أسعارها بسبب طلب القطاع عليها حتى لا يضر المستهلك المحلى ، أى يجب العمل على زيادة مرونة عرض هذه السلع والخدمات .

وفى الجزء الثانى تستمر الدراسة فى تقصى أثر قطاع السياحة على ميزان المدفوعات والعمالة والدخل القومى والاستثمارات :-

أولا : أثر القطاع السياحى على ميزان المدفوعات

تزايدت الأهمية النسبية لقطاع السياحة بالنسبة للمتحصلات الجارية خلال التسعينات. كما تزايدت الأهمية النسبية لقطاع السياحة بالنسبة للصادرات غير المنظورة بدرجة أكبر خلال نفس

الفترة.

كما ارتفعت الأهمية النسبية لقطاع السياحة فى تغطية الواردات، وعلى الرغم من ذلك فإن نسبة مساهمتها فى الناتج القومى الاجمالى مازالت محدودة .

ثانيا : اثر القطاع السياحى على العمالة

يلعب هذا القطاع دورا هاما فى زيادة مستوى التوظيف فى الدولة ، عن طريق خلق فرص عمل مباشرة وغير مباشرة ، وقد توصل البحث الى النتائج التالية :-

١- كل غرفة فندقية تخلق ما بين ١,٧ : ٢ فرصة عمل مباشرة ، وفرصة عمل غير مباشرة بالقطاعات الأخرى وهذا يعنى أن النشاط السياحى يخلق ما بين ٢,٧ : ٣ فرصة عمل (مباشرة وغير مباشرة) لكل غرفة فندقية .

٢- يساهم النشاط السياحى (القطاع العام) بنسبة لا تتعدى ١,١٪ خلال الفترة ١٩٨٦-١٩٩١ تصل الى ٠,٩٪ فقط من اجمالى العمالة فى القطاعات الاقتصادية المختلفة . مما يعنى ضآلة عدد العاملين فى هذا القطاع مقارنة بالعديد من القطاعات الأخرى .

٣- ان اجمالى العاملين فى القطاع السياحى (قطاع عام) بلغ ١٥١ ألف عام ١٩٩١ ، ١٣٠ ألف عام ١٩٩٢ ، وهذا الانخفاض ناجم عن الظروف السياسية التى حدثت فى منطقة الشرق الأوسط عام ١٩٩٠ بسبب حرب الخليج ثم تزايد الى حوالى ١٤٥ ألف عامل عام ١٩٩٦ ، إلا أنه لم يصل لما كان عليه عام ١٩٩١ .

٤- بلغ عدد المرشدين السياحيين ١٢٨٥ مرشدا عام ١٩٨٦ وصل الى ٢١٥٣ مرشدا عام ١٩٩٠ ، أى زاد بنسبة ٦٧,٥٪ ، ثم ٣٤٢١ مرشدا عام ١٩٩٣ أى بزيادة قدرها ١٦٦٪ عن عام ١٩٨٦ .

٥- ارتفاع عدد الشركات السياحية على اختلاف فئاتها فقد كان العدد عام ١٩٨٦ حوالى ٥٤٦ شركة ، ثم ٧٠٩ عام ١٩٩٠ أى بزيادة ٣٠٪ ، ثم ٧٦٥ عام ١٩٩٣ أى بزيادة ٤٠٪ عن عام ١٩٨٦ ، واخيرا ٨١٦ عام ١٩٩٦ أى بزيادة ٥٠٪ عن عام ١٩٨٦ .

ثالثا : أثر القطاع السياحي على الدخل القومي

يتوقف هذا الاثر على كل من الانفاق السياحي والمضاعف السياحي ، فيعتبر الانفاق السياحي دخلا مباشرا للعاملين في هذا القطاع ، يقومون بانفاق جزء منه لشراء احتياجاتهم فتتولد دخول أخرى لافراد آخرين وهكذا تستمر دورة الدخل والانفاق حتى يتوقف أثر الانفاق تماما .

ويعنى ذلك أن زيادة نشاط القطاع السياحي يؤدي الى زيادة الدخل القومي نتيجة لزيادة الانفاق على الخدمات في مختلف الأنشطة المتعلقة بالنشاط السياحي ، وينظر الى اثر الانفاق السياحي على الدخل القومي على أنه مجموع الدخول التي تولدت خلال دورات الانفاق السياحي من خلال آلية المضاعف السياحي والتي تعتمد على وجود طاقات معطلة جزئيا وكليا في الدولة وقابلة للاستجابة للتغيرات في الأنشطة المختلفة . أما قيمة المضاعف فتعتمد على طبيعة العلاقة ودرجة الترابط بين قطاع السياحة والقطاعات الاقتصادية الاخرى في الدولة فكلما زادت درجة الترابط كلما ادى ذلك الى زيادة قيمة المضاعف السياحي والعكس صحيح لان ضعف درجة الترابط يعنى أن هناك تسربا خارج الدولة بما يعنى زيادة حجم الاستيراد وبالتالي يقل أثر القطاع السياحي على الاقتصاد القومي.

وتشير هذه الدراسة الى أن نسبة الايرادات السياحية الى الناتج القومي الاجمالي قبل أخذ أثر المضاعف في الحسبان تتراوح بين ٣٪ الى ٦٪ وترتفع لتتراوح بين ٦٪ الى ١٢٪ اذا اخذنا أثر المضاعف في الحسبان .

رابعا : اثر القطاع السياحي في تنشيط الاستثمارات في الدولة

يؤدي ازدهار ونمو القطاع السياحي الى زيادة الاستثمار في العديد من المشروعات الاقتصادية المختلفة ، وهذا يؤدي الى زيادة فرص العمل وزيادة الدخول وفتح مجالات متعددة للاستثمار وزيادة خبرة العاملين المصريين .

خامسا : أثر القطاع السياحي في المساهمة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية للدولة

تلعب السياحة دورا هاما وفعالا في التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الدولة بما توفره من استثمارات ودخول واتاحة فرص عمل وتوفير العملات الاجنبية وسد العجز في ميزان المدفوعات ،

كذلك يساهم فى التنمية الاجتماعية عن طريق اعادة توزيع الدخل القومى والتوازن الاقليمى فى الدولة ، كما يودى الى دفع عجلة التنمية الاجتماعية وتطور الأماكن الصحراوية والريفية واعادة توزيع السكان وهجرتهم .

ويهتم الفصل الثالث من الدراسة بموضوع على قدر كبير من الأهمية ألا وهو تنافسية القطاع السياحى فى مصر . ولمعالجة هذا الموضوع تم التقسيم الى مبحثين : المبحث الأول يتعرض لمؤشرات الطلب السياحى فى مصر إزاء الدول المنافسة سياحيا مما استلزم تتبع حركة السياحة عالميا وبالأخص الدول المنافسة سياحيا لمصر مثل قبرص واليونان واسرائيل والمغرب وتونس وتركيا والأردن .

والمبحث الثانى اعتمد- لتحديد تنافسية القطاع السياحى المصرى- عند اعداد نموذج طلب على المنتج السياحى المصرى على تقدير مرونة الطلب الداخلية والسعرية هذا ويتم الاعتماد فى حساب التنافسية السعرية على المتوسط المرجح للأسعار فى كل من تونس والمغرب واسرائيل وهى الدول التى تمتلك مقومات سياحة الاستجمام والشواطىء ، بالإضافة الى تشابه المناخ ووحدة اللغة مع مصر (المغرب وتونس) . وبالنسبة لاسرائيل فبالإضافة الى تشابه المناخ والشواطىء ، فهى تتشابه مع مصر فى توافر بعض مقومات سياحة الاثار والسياحة الدينية ومن ثم فإن مقارنة مصر بهذه البلاد يمدنا ببعض المؤشرات عن الموقف التنافسى لمصر والمركز الذى يجب أن تتبوأه مقارنة بهؤلاء المنافسين.

ومن أهم نتائج النموذج أنه أوضح أن السياحة المصرية تتعرض لمجموعة من المتغيرات التى تؤثر عليها سلبا منها ما يتصل بالعالم الخارجى أى الدول المنافسة سياحيا لمصر مثل المغرب، وتونس واسرائيل ومنها ما يرتبط بالدول المستوردة للمنتج السياحى المصرى ويؤثر ايجابيا مثل متغير النشاط الاقتصادى (المعبر عنه بدلالة الدخل العالمية) واختلافه حسب التوزيع الجغرافى للسياحة الوافدة ومنها ما يرتبط بالظروف الاقتصادية الداخلية لمصر والتى تنعكس فى مستويات الأسعار نظام سعر الصرف الأجنبى ودرجة الاستقرار السياسى والأمنى .

وفى هذه الحدود يتضح لنا أن تنمية الطلب السياحى الدولى فى مصر من أجل تعظيم العائد الاقتصادى والاجتماعى يتطلب تعظيم التنافسية السياحية لمصر (بشقيها السعرى وغير السعرى) وهذا يتطلب عدة اجراءات وتوصيات يشمل النوع الاول توصيات عامة تتمثل فى إزالة كل ما يعوق

قطاع السياحة (السياسات السعرية ، السياسات الخاصة بالنقد الأجنبي ، السياسات التسويقية ، سياسات التوعية الاجتماعية ، السياسات الأمنية والسياسات البيئية) ، ثم النوع الثانى ويتضمن مقترحات بتعديل أنماط الاستثمار السياحى وذلك بالتركيز على تنمية أنواع جديدة من السياحة غير التقليدية فى مصر بحيث يخلق منتجات سياحية متميزة بخصائصه وغير قابلة للمنافسة مع الدول الأخرى .

يتناول الفصل الرابع القطاع السياحى فى إطار اتفاقية الجات الجديدة ، وينقسم هذا الفصل الى ثلاثة مباحث يتناول المبحث الأول السياحة كخدمة دولية وفيه يتم التعرف على نشوء وتطور اقتصاد الخدمات : الأبعاد المحلية والدولية . أما المبحث الثانى فيتناول السياحة فى إطار الخدمات الدولية بالتطبيق على مصر ، كما يتناول المبحث الثالث معالجة القطاع السياحى فى الاتفاقية العامة للتجارة فى الخدمات والالتزامات المصرية .

التحول من اقتصاد السلع الى اقتصاد الخدمات

فى اطار تطور ونشوء تجارة الخدمات فلقد تطور الاقتصاد من الاقتصاد السلعى الى الاقتصاد الخدمى ، وقد شهدت فترة الثمانينات والتسعينات تطورا هائلا فى مجال الخدمات كانت المرحلة الأخيرة منها التطور فى مجال الاتصالات والمعلومات ونقل التكنولوجيا عبر الحدود ، وقد شهدت هذه الفترة مرحلة التكنولوجيا الرفيعة والتي تتضمن مجالات رئيسية هى المعلوماتية والاتصالات وتكنولوجيا المواد الجديدة والمتجددة . وبذلك وصل العلم بالانتاج الى مرحلة جديدة هى الانتاج المعنوى بدلا من الانتاج السلعى الذى اعتمدت عليه الدول المتقدمة إبان الثورة الصناعية .

وقد ارتبط بذلك ظهور خدمات جديدة مثل التسويق والترويج ووصول السلعة للمستهلك، وظهرت الشركات عابرة الجنسيات محل الأشكال البسيطة التى سادت فى الستينات والسبعينات وأوائل الثمانينات مثل التجارة والتعاقد من الباطن ونقل المصانع ، فقد حل نقل المعارف محل نقل البضائع . واتخذت العلاقة بين المنتج والمستهلك أشكالا جديدة حيث ظل المنتج هو السيد ، واتخذ أساليب مختلفة للاتصال بالمستهلك مثل الترويج والمعارض والتوزيع والتسويق .

اقتصاد الجات بين العالم الصناعى والعالم النامى

إذا كان العالم قد تحول من اقتصاد سلمى الى اقتصاد خدمى فإن هذا التعبير لم يتم فى مختلف البلدان بنفس الاتجاه وبنفس المعدلات ، فإذا كان قطاع المعلومات فى الدول المتقدمة يمثل نسبة كبيرة من الدخل القومى فإن الوضع يختلف فى الدول النامية . فمثلا يمثل قطاع الخدمات والذي يعتمد بصفة أساسية على قطاع المعلومات ٦٠-٦٥٪ من الناتج القومى . أما فى الدول النامية التى تعانى من انخفاض النشاط العلمى والبحثى والتعليمى وانخفاض مستوى تكوين رأس المال البشرى وانخفاض الاستخدام المعلوماتى والاتصالى فإنها تعانى من انخفاض نصيب الخدمات القائمة على المعلومات . وعلى الرغم من ذلك فإن هناك مجموعة حقائق فى الدول النامية وهى :-

أن الخدمات التقليدية تقدم مساهمة كبيرة فى الدخل والعمالة فى الدول النامية .

يمكن تقسيم الخدمات فى الدول النامية الى :-

أ- الخدمات التقليدية مثل الاسكان والخدمات الشخصية والادارة المدنية.

ب- خدمات المجتمع مثل التعليم والصحة .

ج- خدمات المال والتجارة والنقل والتوزيع .

د- خدمات السياحة وعبور الممرات المائية ذات الطابع الدولى .

وعلى ذلك يمكن القول ان قطاع الخدمات يمثل اهمية كبيرة بالنسبة للدخل والعمالة فى الدول النامية ، فقد بلغت مساهمة هذا القطاع فى مصر ٣, ٥٢٪ من الناتج عام ١٩٩١/٩٠ ارتفع هذا النصيب الى ٥٤٪ عام ١٩٩٣ ، وفى الدول العربية تراوح هذا النصيب ما بين ٣, ٤٧٪ فى حالة السعودية و ٧, ٦٥٪ فى حالة المغرب، هذا إذا استثنينا الوضع الخاص للاقتصاد اللبنانى (بنصيب نسبى بلغ ٨٣٪) .

الخدمات فى التجارة الدولية

شهدت الفترة ٨٠-١٩٩٢ نموا مضطربا فى التجارة الدولية فى الخدمات حيث حقق معدل نمو الخدمات ٣, ٨٪ فى المتوسط بالمقارنة بمعدل ٥, ٥٪ بالنسبة للتجارة السلعية ، وقد ارتفع نصيب الخدمات التجارية من ١٧٪ فى عام ١٩٨٠ الى ٢٢٪ فى ١٩٩٢ من اجمالى الخدمات .

الخدمات فى التجارة الخارجية المصرية

تمثل الخدمات أهمية كبيرة بالنسبة لتجارة مصر الخارجية وخصوصا السياحة وقناة السويس وتحويلات العاملين بالخارج حيث تمثل ثلاثة أرباع المتحصلات من النقد الأجنبي .

أما فيما يتعلق بالسياحة فى إطار الخدمات الدولية فيمكن توصيف خدمات السياحة الى اربعة أنواع :-

- أ- خدمات تتضمن عدم انتقال أى من المنتج أو المستهلك مثل نقل البيانات .
- ب- خدمات تتضمن انتقال المنتج وعدم انتقال المستهلك مثل الحركة الدولية لعوامل الانتاج.
- ج- خدمات ينتقل فيها المستهلك مثل خدمات السياحة .
- د- خدمات تتضمن انتقال كل من المنتج والمستهلك مثل أنواع معينة من السياحة .

وعلى مستوى حركة السياحة الدولية فإن السائحين القادمين من دولة الى دولة أخرى يعتبرون مستهلكين ، كما تعتبر الدولة التى يقدمون اليها منتجاً أو مقدمة للخدمة . وتتنوع احتياجات السائحين والمسافرين وتختلف أنواع السياحة ، فهناك السياحة التى لا تعتمد على مستوى النشاط الاقتصادى مثل سياحة الآثار والسياحة الدينية وهناك السياحة التى تعتمد على التقدم الاقتصادى والتكنولوجيا مثل السياحة للتعليم وتلقى الخدمات العلاجية . وتستحوذ الدول الصناعية الرأسمالية المتقدمة على ٧٨٪ من صادرات الخدمات العالمية للسفر والسياحة .

السياحة والبلاد النامية والمتخلفة اقتصاديا

تتوفر فى الدول النامية كثير من الموارد السياحية مثل الآثار الخاصة بالعصور القديمة والوسطى، وهناك المواقع المقدسة الاسلامية والمسيحية . وقد حصلت البلاد النامية على ١٧,٣٪ من اجمالى صادرات خدمات السفر والسياحة على المستوى العالمى ومثلها فى الخدمات التجارية . ويعتبر مقياس الميزة النسبية الظاهرة فى مجال الصادرات الخدمية السياحية للبلاد النامية أعلى من نظيره فى الدول الصناعية حيث بلغ هذا المقياس ١٢,١٪ فى الدول النامية مقابل ٩٦,٠٪ فى الدول الصناعية . وبلغ هذا المقياس ٣,١٧٪ فى الدول النامية الافريقية .

وعلى الرغم من الأهمية النسبية المرتفعة للقطاع السياحى فى الدول النامية إلا أنها ما زالت

تعتمد على السياحة التقليدية (الدينية والآثار) وهي سياحة لا تتطلب تقدماً تكنولوجياً بالإضافة إلى أنها لا تعكس هيكل اقتصادياً متأسكاً ومتقدماً اقتصادياً .

وفيما يتعلق بمعالجة القطاع السياحى فى الاتفاقية العامة للتجارة فى الخدمات والالتزامات المصرية فى البداية يتم عرض لأهم أحكام الجات الجديدة فى الخدمات .

والمبدأ الجوهرى فى الاتفاقية العامة للتعريفات والتجارة هو مبدأ عدم التمييز الذى تمثله قاعدتا الدولة الأولى بالرعاية والمعاملة التفضيلية. وعلى الرغم من أن مبدأ الدولة الأولى بالرعاية يمثل التزاماً إلا أن الاتفاقية تسمح للبلدان بأن تطالب بالاعفاء من هذا الالتزام. أما المعاملة التفضيلية فهى تعرف كمعاملة لا تقل من حيث الأفضلية عن المعاملة الممنوحة للخدمات الوطنية المماثلة.

ويكمن جوهر الاتفاقية بالنسبة للخدمات فى الالتزامات المحددة التى تقدمها الدول ، وبالتالى فإن أثر اتفاقية الجات فى الخدمات يتوقف على تعهدات أو التزامات الأعضاء ، وقد اختار المفاوضون اتباع مزيج القوائم الايجابية والسلبية ، الايجابية بمعنى أنها تحدد القطاعات المشمولة بالالتزامات الخاصة بدخول السوق والمعاملة الوطنية ، والسلبية بمعنى أنها تبقى على التدابير التى تخرق ضوابط المعاملة التفضيلية ودخول السوق .

الالتزامات المصرية فى قطاع السياحة

تقدم الدول الأطراف فى اتفاقية الجات نوعين من الالتزامات : الالتزامات العامة وتشمل جميع القطاعات والالتزامات المحددة التى تخص قطاعات معينة تلتزم الدولة المعنية أو تتعارض باعتبارها مشمولة بقاعدتى المعاملة الوطنية والوصول للأسواق وقد حددت مصر أربعة قطاعات وتتضمن هذه القطاعات قطاع السياحة الذى يخضع للموقف من القيود على النفاذ للأسواق والمعاملة التفضيلية وذلك بكل طريقة من طرق تقديم الخدمات وهى :

- أ- توريد الخدمة عبر الحدود .
- ب- استهلاك الخدمة فى الخارج .
- ج - التواجد التجارى .
- د- تواجد أو انتقال الأشخاص الطبيعيين .

وفى الفصل الخامس يتم تناول الآفاق المستقبلية لقطاع السياحة فى مصر وينقسم هذا الفصل إلى أربعة مباحث يتناول المبحث الأول تحليل حركة السوق السياحى المصرى وتحديد الهيكل الجغرافى له ، ويستعرض المبحث الثانى مقومات السياحة فى أقاليم مصر المختلفة كما يتناول المبحث الثالث الآفاق المستقبلية للسياحة فى مصر فى بعض أقاليم مصر وأخيرا يتم تناول التوقعات المستقبلية للسياحة فى مصر من منظور الخطة القومية .

وبالنظر إلى الهيكل الجغرافى للسوق السياحى المصرى يلاحظ أن الدول الصناعية المتقدمة تحتل المركز الأول تليها الدول العربية ثم دول أوروبا الشرقية والصين واليابان واسرائيل وغيرها من الدول ذات الاهتمام بالسياحة المصرية . وعلى ذلك فإنه بالنسبة للدول الصناعية بلغ متوسط عدد السائحين منها إلى مصر نحو ١٢٧٩,٣ ألف سائح واحتلت الدول العربية المركز الثانى فى السوق السياحى المصرى حيث بلغ متوسط عدد السائحين العرب إلى مصر خلال الفترة ٨٦-١٩٩٦ نحو ٨٧٤ ألف سائح تمثل نحو ٣٥,٧٪ من السوق السياحى المصرى بمعدل نمو قدره ٦,٧١٪ وبلغ أعلى معدل للحركة السياحية العربية إلى السوق المصرى عام ١٩٩٢ حيث بلغ عدد السائحين ١١٠٢,٩ ألف سائح ولكن كانت تمثل ٣٤,٤٪ فى حين بلغ أقصى معدل للسوق السياحى المصرى فى بداية الفترة ٤٠٪ من السوق السياحى المصرى .

تأتى دول أوروبا الشرقية فى المركز الثالث فى الأهمية النسبية للسوق السياحى المصرى حيث بلغ عدد السائحين من أوروبا الشرقية وآسيا نحو ٥٨,٨ ألف سائح خلال الفترة تمثل ٣,٥٪ من السوق السياحى المصرى ولكن بلغ معدل النمو ١٨٪ حيث بلغ عدد السائحين فى بداية الفترة ٤٠,٣ ألف سائح وبلغت فى نهاية الفترة ٢٠٥ ألف سائح مما يشير إلى زيادة حركة السياحة الآسيوية وأوروبا الشرقية إلى مصر .

وفىما يتعلق ببعض التوقعات المستقبلية للسياحة فى مصر من منظور الخطة القومية فيتوقع زيادة معدل النمو من ٥,٣٪ فى عام ١٩٩٨/٩٧ لىصل إلى ٦,٥٪ عام ٢٠٠٢/٢٠٠١ كما يتوقع زيادة عدد السائحين من ٣,٨ مليون سائح إلى ٤ مليون سائح عام ٢٠٠٢/٢٠٠١ وتصل عدد الليالى السياحية ٢٧,١ مليون ليلة سياحية . ووفقا لمستوى الأسعار المتوقع فان إيرادات قطاع السياحة سوف ترتفع من ١٢,٦ مليار جنيه إلى ١٧,٧ مليار جنيه عام ٢٠٠٢/٢٠٠١ .

ويرجع التحسن في عدد السانحين والليالي السياحية إلى ارتفاع الطاقة الإيوائية من ٦٨ ألف غرفة عام ١٩٩٧/٩٦ إلى ٧٤,٩ ألف غرفة عام ٢٠٠٢/٢٠٠١ ، حيث تعد الطاقة الإيوائية من المحددات الهامة للجذب السياحي لأنها عبارة عن البنية الأساسية للقطاع السياحي. ونتيجة لتحسن ظروف السياحة فإن قيمة الإنتاج السياحي سوف يتحسن ليصل إلى ١٢ مليار جنيه عام ٢٠٠٢/٢٠٠١ .

أما فيما يتعلق بمقومات السياحة في مصر فتلاحظ أن مصر تعتبر من الدول ذات الجذب السياحي لما لها من مميزات جاذبة للسياحة . فمصر تتميز بالمناخ الجميل طوال العام خاصة في منطقة البحر الأحمر واقليم شبه جزيرة سيناء والقاهرة الكبرى وغيرها من المناطق السياحية وعلى ذلك فإن كل منطقة تم وضع خطة لها لتصبح منطقة جذب سياحي .

وفيما يتعلق بالسياحة في مصر في بعض الأقاليم فإن الدولة قد ركزت في خططها المستقبلية على مجموعة من المحاور الرئيسية التي يمكن بلورتها في الآتي :

تحسين البنية الأساسية من طرق وتليفونات ومياه واتصالات وكهرباء وغيرها .

الاهتمام بالصيانة الكاملة للآثار وتحسين أوضاعها لتظهر بالصورة اللاتقة للجذب السياحي وحتى يمكن حمايتها من عوامل التعرية المختلفة .

الاهتمام بزيادة السعات الفندقية وتحسين السعات المتاحة لتكون وسيلة لتنشيط حركة السياحة وترويجها .

الاهتمام بزيادة عدد المطاعم وتحسين القائم منها .

تشكيل لجان متخصصة في الترويج والدعاية السياحية لزيادة الجذب السياحي لمصر .

توفير المناخ الجيد للاستثمارات في مجالات السياحة وتقديم التسهيلات للمستثمرين لتشجيع القطاع الخاص على الاستثمار السياحي .

وعلى هذا فإن الدولة أخذت عدة خطوات جادة في سبيل تنمية وتنشيط قطاع السياحة باعتباره من القطاعات الرائدة والمولدة للنقد الأجنبي ، حتى اصبح يمثل مركزا متميزا بين القطاعات الاقتصادية المولدة للنقد الأجنبي حتى أنه في عام ١٩٩٥ اصبح يحتل المركز الثاني في مصادر

النقد الأجنبي بعد قناة السويس .

ويتناول الفصل السادس بعض معوقات التنمية السياحية وكيفية القضاء عليها ، فبالرغم من التقدم الكبير فى القطاع السياحى والاتجاز الذى تم فى العديد من المشروعات السياحية فى المناطق السياحية الجديدة مثل البحر الأحمر والعين السخنة وجنوب سيناء والساحل الشمالى ، وعلى الرغم من القضاء على العديد من المعوقات والعقبات التى تفت حائلا دون تقدم القطاع السياحى إلا أن هناك العديد من العقبات التى يجب إزالتها حتى نصل بالقطاع السياحى الى المستوى العالمى المطلوب ، وتمثل هذه العقبات فى التالى :-

- ١- عدم مواكبة العديد من القوانين الخاصة بالمنشآت السياحية والفندقية للتطور السريع للعصر الحديث مما يتطلب ضرورة تعديل هذه القوانين حتى تتلاءم والتطورات الحديثة .
- ٢- عدم التفرقة بين الشركات السياحية من حيث تنظيمها فالشركات السياحية متنوعة ومتعددة وأنشطتها مختلفة فبجانب الشركات السياحية منظمة الرحلات نجد وكالات السفر والسياحة التى يقتصر نشاطها على الترتيبات الأرضية للأفواج السياحية .
- ٣- تعدد وتضارب الاختصاصات بين وزارة السياحة والعديد من الوزارات الأخرى للموافقة على المشروعات السياحية مثل وزارة الدفاع والتعمير والثقافة والأشغال العامة والموارد المائية مما يؤثر على المستثمرين العرب والأجانب ويعرقل إقامة المشروعات السياحية .
- ٤- مغالاة بعض المحافظات فى تحديد أسعار الأراضى التى تصلح للاستثمار السياحى مما يؤدي الى هروب العديد من المستثمرين من الاستثمار فى هذه المناطق .
- ٥- وجود بعض الخلافات بين وزارة السياحة وبعض المحافظات السياحية وخاصة فى محافظة جنوب سيناء حول تبعية المناطق السياحية الأمر الذى يؤجل ويعرقل إقامة المشروعات السياحية حتى يتم البت فى هذه الموضوعات وحتى تتضح الصورة أمام المستثمر .
- ٦- عدم وجود مكاتب لتوثيق مشروعات التنمية السياحية داخل هيئة التنمية السياحية .
- ٧- زيادة رسوم دخول المتاحف والمناطق الأثرية بنسب كبيرة من قبل المجلس الأعلى للآثار دون الرجوع الى وزارة السياحة .

- ٨- زيادة رسوم المحليات على المشروعات السياحية مما يؤثر على أرباح هذه المشروعات ويقلل من فرص الاستثمار السياحي في المستقبل .
- ٩- تعدد الجهات المشرفة على المنشآت الفندقية فيجانب وزارة السياحة توجد شرطة السياحة وشرطة الآداب ووزارة الصحة ووزارة التموين وغيرها من الجهات الأخرى .
- ١٠- عدم وجود خريطة لأولويات الاستثمار السياحي في العديد من المناطق السياحية وهذا يؤدي الى عدم التمييز في التيسيرات الاستثمارية بين هذه المناطق .
- ١١- ارتفاع فائدة القروض الخاصة بالتنمية السياحية مما يسبب عبئا على المستثمر السياحي.
- ١٢- صعوبة وتعدد الاجراءات الحكومية الروتينية للموافقة على طلبات المستثمر السياحي مثل الروتين والتعقيدات الادارية المختلفة .
- ١٣- زيادة نسبة الضرائب المفروضة على خدمات القطاع السياحي وخصوصا ضريبة المبيعات.
- ١٤- عدم نظافة العديد من المدن والمناطق السياحية .
- ١٥- عدم كفاية اللافتات الارشادية باللغات المختلفة خاصة في المناطق السياحية .
- ١٦- عدم وجود مراكز اسعاف كافية على الطرق السياحية السريعة مما قد يتسبب في تأخير انقاذ حياة السياح في حالة وقوع بعض الحوادث .
- ١٧- افتقاد العديد من المناطق السياحية الى وجود مطارات دولية .
- ١٨- وجود الكثير من التعديلات على الشواطىء في المناطق السياحية وكذلك على البيئة البحرية .
- ١٩- وجود العديد من العقبات أمام السياحة النيلية وخاصة فيما يتعلق بوجود الاختناقات الملاحية في مناطق متعددة .
- ٢٠- سوء حالة العديد من المراسى السياحية على طول مجرى النيل .

٢١- عدم وجود مراكز للتحكم فى الملاحة النهرية على طول مجرى نهر النيل .

٢٢- ان التعريف بالمنشآت السياحية طبقا للقانون رقم (١) لسنة ١٩٧٣ فى شأن المنشآت الفندقية أصبح اليوم غير وافى ولا يتفق مع تطور صناعة السياحة واتساع مفهوم الحركة السياحية والنشاط السياحى .

٢٣- تعرض القطاع السياحى لعدد من الأزمات السياحية خلال السنوات القليلة الماضية منها حرب الخليج وحوادث العنف والارهاب ومحاوله بعض الدول المنافسة للسياحة المصرية تجسيم هذه الحوادث مما كان له أثر مضاعف على السياحة فى مصر .

ولكى يتم التغلب على هذه العقبات يجب التخطيط العلمى السليم للتنمية السياحية وكذلك يجب وضع سياسة لادارة الأزمات السياحية تلتزم بها وزارة السياحة والأجهزة المعنية .

بعض الملاحظات العامة والتوصيات

١ - تشير النتائج إلى أن مصر بالنسبة للسائح الأجنبى تمثل أهم بلد سياحى حيث ينفق السائح العديد من اللىالى السياحية دون النظر إلى عامل السعر . مما يشير إلى وجود محددات غير سعرية أمام السائح وللأسف لا تتوافر دراسات تطبيقية مقارنة حول مصر إلا النذر القليل لتعضد هذه النتائج أو تدحضها فيما عدا الدراسة الميدانية التى أعدها جهاز التنظيم والادارة التى اعتمدت على ملء استمارات الاستقصاء بواسطة السياح إلا أنه يمكن تفسير ذلك بأن منتج السياحة المصرى منتج متمايز جدا عن غيره من المنتجات السياحية . هذه النتيجة تحفز الدراسات المستقبلية لمحاولة استكشاف الدوافع السعريه للسياحة وأهمية التحديد الديناميكى لها ، الأمر الذى يعنى أن حوافز التخفيض فى أسعار المنتجات والخدمات السياحية المتقدمة قد لا تجذب بشكل جوهري التدفقات السياحية حيث إن هناك عوامل أخرى بخلاف التنافسية السعريه قد لعبت أدوارا حاسمة فى جذب السياح .

٢- أظهرت نتائج الدراسة الاستطلاعية التى أجراها الجهاز المركزى للتنظيم والادارة على عينة من ٥٠٠ فرد سائح تصادف وجودها فى مصر أن أهم معوقات النشاط السياحى فى مصر- ارتفاع أسعار الخدمات حيث يرى ٣٨٪ من مفردات العينة ارتفاع أسعار السلع والخدمات، هذا فضلا عن أن الشركات السياحية تطالب السائحين برسوم اضافية بين ١٠٠ جنيه و ٥٠٠ جنيه

بالرغم من أن معظم الوفود السياحية تكون دفعت مسبقا تكاليف هذه الاقامة (تفسر هذه الزيادة كفروق عملة ، تأشيرات دخول ، رحلات داخلية وانتقالات) وهذا يؤكد التالي:

أ- ضرورة منح تسهيلات كافية بغرض تخفيض تكلفة أجور الطيران والسفر للمجموعات السياحية والاهتمام باعداد رحلات مخفضة بحيث لا تزيد التكلفة فيها عن ٥٠٪ من أسعار السفر العادية .

ب- عمل دراسات وافية عن الهيكل الاجتماعى للسائحين وربطه بانشاء فنادق ذات النجمة الواحدة أو الاثنتين لأن الاقامة تمثل جزءا كبيرا من تكلفة الخدمة .

ج- تطبيق نظام التسعير السياحى ودراسة فرض نظام تحصيل للرسم السياحية لتجنب مثل هذه الشكاوى مثل عمل طوابق ورسوم زيارة الأماكن والمنشآت السياحية يشتريها السائح من المطار ، مع مراعاة موسمية الطلب السياحى بحيث يسمح للأسعار المحددة للتقلب فى حدود قصوى ودنيا وفقا لحالة الطلب . كذلك الاستفادة من سياسة التمييز فى الأسعار بحسب المجموعات السياحية الوافدة . مع أهمية اشراف وزارة السياحة على ايجارات الشقق المفروشة المؤجرة للسائحين .

٣- معوقات تتصل بالجانب السلوكى :

أ- مرحلة المرور بالجوازات والجمارك

حيث أظهرت الدراسة الميدانية أن ٦٥٪ من مفردات العينة مستاءة من معاملة العاملين بالمطار بدءا برجال الجوازات وانتهاء برجال الجمارك .

ب- المرحلة حتى الوصول الى مقر الاقامة

وترتبط بمضايقات سائقى تاكسى الأجرة (استغلال وجشع) فوضى الشارع المصرى فى المرور ، ارتفاع نسبة تلوث الجو وكثرة الأتربة وعدم نظافة الشوارع .

ج- اثناء الاقامة

د- وهى معوقات ترتبط أساسا بالسائح العربى حيث أثبتت الدراسة الميدانية شكوى ٣٠٪ من مفردات العينة من استغلال بعض أصحاب المساكن لهم .

وتتضح أهمية توفير أماكن الإقامة - شقق مفروشة - تابعة لوزارة السياحة على أن يقدم بيان للسائح بها عند وصوله الى المطار ، حيث تحتل السياحة العربية نسبة لا يستهان بها لا تقل عن ٤٠٪ من اجمالي السياحة فى مصر سواء من حيث عدد الليالى السياحية أو عدد الزائرين خلال سنوات الدراسة الحالية ٨٥-١٩٩٦ .

هذه المعوقات المرتبطة بالسلوك الانسانى للخدمة السياحية تؤثر تأثيرا كبيرا على نفسية السائح وبالتالي على الطلب السياحى .

٤- ضرورة الاهتمام بالسياسة التسويقية : يلاحظ أن استراتيجية خطط التنمية فى التسعينات قد تضمنت بعض عناصر تسويقية هامة مثل تثبيت صور عن مصر فى الأسواق السياحية الدولية وإبراز المنتج السياحى التقليدى وغير التقليدى مع التركيز على السياحات المستحدثة وخاصة السياحة الترفيحية وسياحة الحوافز وسياحة المؤتمرات وهو ما يتطلب الاتفاق بين الهيئة العامة للتخطيط السياحى وصندوق التنشيط السياحى بالاتحاد المصرى للغرف السياحية على محاور العمل التسويقى القومى لمنع التضارب فى المصالح، والتعرف على رغبات ودوافع السائحين والتأثير فيها محليا واقليميا وهو ما يستلزم تقسيم الأسواق وفقا لمستويات الدخول الفردية واعداد السكان والمرونة الداخلية على الطلب السياحى الدولى وكذلك تبعا للعوامل النفسية والاجتماعية والبيئية المؤثرة على الطلب السياحى كذلك العناية بالوساطة السياحية المتمثلة فى وكالات السفر والرحلات وذلك بهدف زيادة عوامل الجذب الى السوق المصرى. وبالنظر لأهمية السياحة العربية التى كان لها نصيب كبير فى اجمالي النشاط السياحى الدولى لمصر لا يقل عن ٤٠٪ فإن نشاط التسويق والدعاية للسياحة العربية لا يكاد يذكر بالمقارنة بما يتم فى البلدان المتقدمة ويعد هذا نقصا خطيرا فى مجال السياسة التسويقية للسياحة العربية فى مصر يجب تداركه.

٥- ضرورة الاهتمام بسياسة التوعية الاجتماعية والسياسية الأمنية وتتضمن تنمية الوعى السياحى العام فى اطار المصلحة القومية ، وتنمية دوافع المحافظة على البنية الأساسية فى مجال النشاط السياحى (المتاحف ، المزارات الأثرية ، محطات السكك الحديدية). وتنمية الوعى الاجتماعى فى مجال المحافظة على البيئة : منع تلوث الشواطئ ، القاء الفضلات فى الشوارع والأماكن الأثرية، المحافظة على الحدائق والأشجار والمساحات الخضراء والطيور والحيوانات النادرة) وكذلك توفير الأمن والسلامة للسائحين منذ لحظة الوصول حيث أبرزت نتائج الدراسة

حساسية الطلب السياحي الدولي لمسألة الأمن الداخلى ومن ثم فإن السياسات الأمنية ستظل لها دور خطير كمحدد لحجم هذا الطلب ونموه .

٦ - الاهتمام بالسياسة البيئية : ويتطلب هذا الأمر التأكيد على حاجة مصر لمسح بيئى/سياحى وتقدير دور الجذب السياحى لكل موقع أو نقطة داخل الخريطة السياحية الكلية وتحديد الطاقة الاستيعابية للموقع السياحى أى مدى ملامته للنشاط السياحى الحالى والمرتقب وكذلك اتخاذ اجراءات لحماية البيئة والمحميات الطبيعية . مع مراعاة الاهتمام من جانب المسئولين عن التخطيط والتسويق السياحى الاتجاهات العالمية لأنماط وأنواع السياحة ، حيث إن السياحة الثقافية (التقليدية) أصبحت لا تتجاوز ١٪ من حركة السياحة الدولية ومن ثم لا بد وأن تحظى الأنواع الاخرى من السياحة بالاهتمام مثل:

أ- السياحة العلاجية : وتجتذب هذه السياحة السائح الذى تطول فترة اقامته مقارنة بأنواع السياحة الأخرى إلى مدى قد يصل إلى شهرين وتشجع هذا النوع السياحة العربية حيث تنافسنا فيها اسرائيل ، ويمكن تطوير مناطق حلوان وسفاجا والقصير وغيرها من الأماكن لاستقبال هذا النوع من الطلب السياحى .

ب- السياحة الترفيهية (ملاهى ومسارح) وتجتذب السائح العربى .

ج- سياحة الاستجمام : وتجتذب السائح غير العربى وتنافسنا فيها دول مثل اسرائيل ، وتونس والمغرب وجزر اليونان وقبرص .

د- السياحة الدينية : وتمتلك مصر فيها طاقات كامنة مثل جبل موسى ودير سانت كاترين ، والجامع الأزهر والمساجد الأثرية .

هـ- السياحة الرياضية والمهرجانات : وقد بدأت مصر فى الاهتمام بها ممثلة فى مهرجانات الاسماعيلية السنوية .

و- سياحة المؤتمرات والمعارض : وقد خظت مصر فى السنوات الأخيرة خطوات ايجابية لاستغلال هذا النوع من السياحة .

ز- هذا فضلا عن تطور سياحة المشتروات (خلق أسواق كاملة لهذا الغرض) مثل السيارات.