

خارطة الطريق لقطاع السياحة في مصر

المنهجية

- الاطلاع على كافة التقارير والدراسات والإحصاءات المحلية والعالمية الحديثة التي تناولت قطاع السياحة في مصر والعالم والاستناد إلى العديد منها في البيانات المدرجة بخارطة الطريق.
- إجراء مسح ميداني للحصول على أحدث التطورات في قطاع السياحة في مصر بالإضافة إلى تقدير عدد من البيانات ذات الأهمية الكبيرة عند تحليل وضع القطاع، وهذا من خلال التعاون مع الخبراء في المجال.



أين
نحن؟



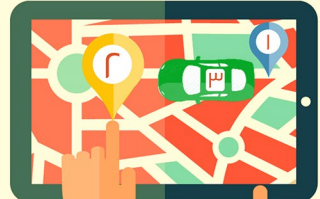
أين نحن؟



أين نريد أن نكون
في ٢٠٢٠؟



كيف نحقق هذه
الأهداف؟



سلسلة القيمة

توفير الانتقالات
الدولية

التسويق للمنتج السياحي

توفير الانتقالات
الداخلية

توفير سبل
الإقامة

تنظيم البرنامج السياحي

بيانات عن أداء القطاع

وفقاً لبيانات وزارة السياحة

(٢٠١٦)

0,٤

*(٢٠١٠)

١٤

عدد السياح الوافدين (مليون سائح)



الإيرادات السياحية (مليار دولار)

٢,٧

١٢,٥

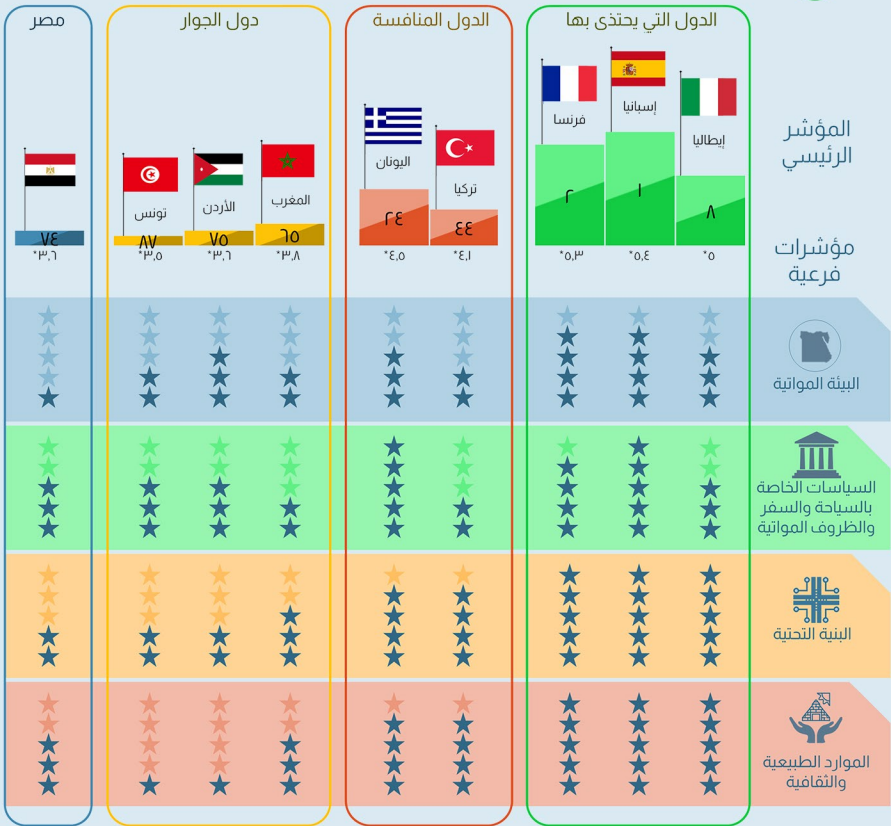


* عام ٢٠١٠ هو الأعلى قيمة من حيث عدد السياح الوافدين إلى مصر ومن حيث قيمة الإيرادات السياحية منذ أكثر من عشرين عاماً

مصر مقارنةً بالدول المنافسة

مؤشر التنافسية للسفر والسياحة الصادر عام ٢٠١٧

- تشغل مصر المركز ٧٤ من ١٣٦ دولة.
- تقدمت مصر ٩ مراكز في التقرير الصادر عام ٢٠١٧ مقارنةً بنظيره الصادر عام ٢٠١٥ (المركز ٨٣)، إلا أنها ما زالت في مركز متأخر حيث تتقدم دولتين فقط من دول المقارنة هما الأردن (٧٥) وتونس (٨٧).



• تراجع ترتيب مصر مقارنةً بالدول المختارة في المؤشرين الفرعيين، البيئة المواتية والبنية التحتية، ويُعد ترتيبها جيدًا نسبيًا من حيث مؤشر السياسات الخاصة بالسياحة والسفر والظروف المواتية، ومؤشر الموارد الطبيعية والثقافية.

* تتراوح قيمة المؤشر من ١ إلى ٧، فكلما اقتربت من «٧»، كلما كان الأداء أفضل، والعكس صحيح. المصدر: المنتدى الاقتصادي العالمي (WEF)، تقرير تنافسية السفر والسياحة، ٢٠١٧.

مصفوفة تنافسية الأنشطة السياحية

النجوم الصاعدة*

السياحة الثقافية

الفرص الضائعة

- سياحة المؤتمرات والحوافز
- سياحة الاستشفاء
- سياحة الطعام
- سياحة المغامرة (سفاري، تسلق جبال..)
- سياحة السينما والمسرح
- سياحة كبار السن وذوي الإعاقة
- السياحة الدينية
- السياحة الخضراء

لا تنطبق في الوقت الحالي

سياحة الشواطئ والغوص

المنتجات المتراجعة

النجوم الصاعدة*

*تختلف تصنيفات الأنشطة السياحية عن المتعارف عليه من شرح لتصنيفات مصفوفة تنافسية الصدرات وذلك لاختلاف طبيعة القطاع السياحي عن القطاعات الساعية. وبالتالي، فإن السياحة الثقافية، وسياحة الشواطئ والغوص هي نجوم صاعدة بالنسبة لمصر، ولا ينطبق على مصفوفة الأنشطة السياحية لمصر عصري النجوم الأقلة والمنتجات المتراجعة.

أين نريد أن نكون في ٢٠٢٠؟



معالجة أوجه الضعف التي تواجه القطاع واستهداف النهوض بالأنشطة الواعدة النسبة لمصر وهي الأنشطة الثقافية، والطبي، والاستشفاء، والمعارض والمؤتمرات والحوافز، وحاجات سياحة المغامرة لدرجة لا تقلد ما بعد ٢٠٢٠ لكن استمرارية الأوجه الأساسية في القطاع المعنية بهذا النوع من السياحة.

الرسالة

الاستفادة مكانة مصر على الخريطة العالمية كمقصد سياحي للوافدين من مختلف دول العالم وأن تكون مقصداً عالمياً الجودة بحلول عام ٢٠٢٠

الرؤية

Egypt: Where It All Begins

Egypt: Where It All Begins
(الشعار الحالي - وزارة السياحة)

الشعار

الأهداف الكلية الكمية ا

أهم تبنى توقعات المجلس العالمي للسياحة والسفر وWorld Tourism Council WTCG لتعزز سنوات ليم بعضها بحلول عام ٢٠٢٠

١٠%

٤,٦%

٦,١%



معدل نمو المساهمة في الحوافز



معدل نمو المساهمة (المشاركة وغير المشاركة) في خلق فرص العمل



معدل نمو المساهمة (المشاركة وغير المشاركة) في الناتج المحلي الإجمالي

الهدف العام

١٦٦٩٥

عدد السياح الوافدين (بالملايين سنح)



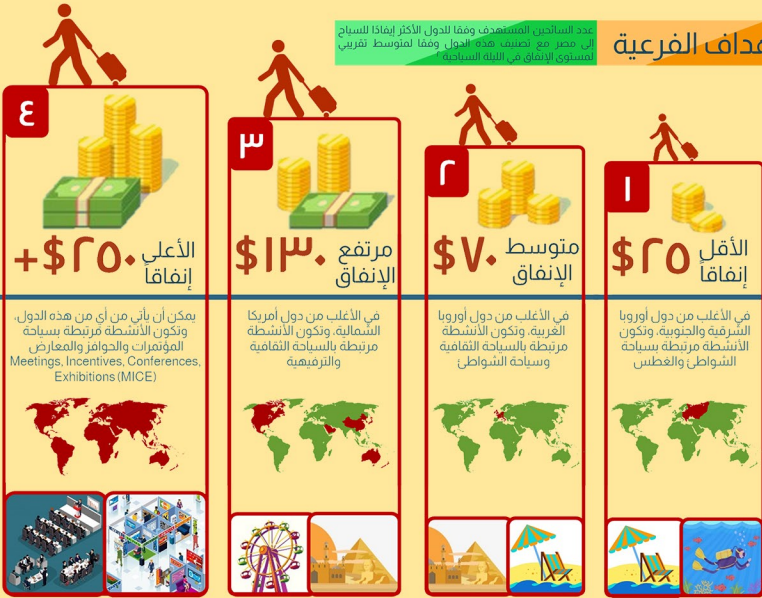
٨,٣

الإيرادات السياحية (مليار دولار)



الأهداف الفرعية

عدد المسافرين المستهدف وفقا للدول الأكثر إيفاقا للسائح
في مصر مع تصنيف هذه الدول وفقا لمتوسط تقريبي
لنصف الإنفاق في السنة السياحية.



٢ تم تقدير الأعداد المستهدفة من السياة الوافدة والمؤتمسات القريبة من خلال المشاورات مع خبراء المجال ودراسة الظروف السياسية والاقتصادية والديموقراطية والثقافية لأهم الدول مصدرا للسياحة الوافدة إلى مصر، بالإضافة إلى افتراض عدم تغير مستوى البنية التحتية.

الأعداد المستهدفة من السائحين الوافدين إلى مصر (بالآلف)



الوصول

٢٠٢٠	٢٠١٨	الدولة	٢٠٢٠	٢٠١٨	الدولة
٣٠٠	٢٠٠	رومانيا	٤٠٠٠	*١٠٠٠	روسيا
٣٠٠	٢٠٠	بلغاريا	١٢٦٠	٧٠٠	بولندا
٩٢٨٠	٤١٥٠	إجمالي أهم دول أوروبا الشرقية والجنوبية (١) (٤)	٣٠٠	٢٠٠	العجز
			٣٠٠	٢٠٠	التشيك
			١٥٠	١٠٠	سلوفينيا
١٥٠٠	١٢٠٠	ألمانيا	٣٠٠	٢٠٠	صربيا
١٥٠٠	٨٠٠	بريطانيا	١٥٠	١٠٠	كرواتيا
٥٠٠	٣٠٠	فرنسا	١٥٠	١٠٠	جورجيا
٨٠٠	٦٠٠	إيطاليا	٤٥٠	٢٥٠	بيلاروسيا
٤٣٠٠	٢٩٠٠	إجمالي أهم دول أوروبا الغربية (٢) (٤)	١٢٦٠	٧٠٠	أوكرانيا
			٣٦٠	٢٠٠	كازاخستان

*تحقق هذا الرقم المستهدف مشروط باستئناف طيران الشارتر بدءً من يونيو ٢٠١٨، على أن يبدأ هذا الإجراء في تحقيق نتائجه بدءً من أكتوبر من نفس العام.



الوصول

٢٠٢٠	٢٠١٨	الدولة	٢٠٢٠	٢٠١٨	الدولة
١٢٠	٨٠	أستراليا	٤٥٠	٣٠٠	الصين
٢٠	٨	نيوزلندا	٢٠٠	١٥٠	اليابان
١٤٠	٨٨	إجمالي أستراليا ونيوزلندا (٣) (٤)	١٢٥	١٠٠	كوريا الجنوبية
٦٠٠	٥٠٠	السعودية	٧٧٥	٥٥٠	إجمالي أهم الدول الآسيوية (٣) (٤)
٣٠٠	٢٠٠	الكويت			
		الإمارات	٦٠٠	٣٠٠	الولايات المتحدة
٢٠٠	١٠٠	قطر	٣٠٠	١٥٠	كندا
		سلطنة عمان	٢٠٠	١٠٠	المكسيك
**١١٠٠	٨٠٠	إجمالي أهم الدول العربية (٣) (٤)	١١٠٠	٥٥٠	إجمالي دول أمريكا الشمالية (٣) (٤)
١٦٦٩٥	٩.٣٣٨	الإجمالي العام المستهدف			

**من الممكن أن يصل هذا الرقم التقديري لمجموع أهم الدول العربية إلى مليون و٧٠٠ ألف سائح حال فتح الحصول على تأشيرة الدخول.

زيادة كراسي كافة أنواع الطيران

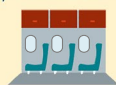
(المنتظم، العارض، ذو التكلفة المنخفضة)

الطيران العارض Charter



٢٩٥ ع
رحلة يومياً* ٣

الطيران المنتظم



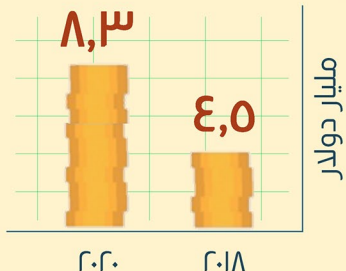
٢,٠٠٠ ع
كرسي في الأسبوع
خلال ٣-٢ سنوات

الطيران العارض إلى الساحل الشمالي

٤٨,٠٠٠ ع إلى ٥ ع
أي ما يعادل نحو
كرسي سنوياً
في فترة الذروة
(من ٧١٥ إلى ٩٠٠)



الإيرادات السياحية المستهدفة*



* من المستهدف زيادة رحلات الطيران العارض وذو التكلفة المنخفضة إلى ٣٠ طائرة يومياً للفرد، و٢٥٠ لترسم السياح، و٣٠ لطلاب، و٣٠ لمرضى علم، وهو ما كان يتحقق فعلياً عام ٢٠١٠

* تم تقدير هذه المستهدفات بافتراض الثبات النسبي لسعر صرف الدولار الأمريكي أمام العملة المصرية.

بناء القدرات

- التدريب التحويلي لتوجيه العمالة من المجالات المتعلقة إلى السياحة (حال إنشائها لغة أجنبية).
- تنمية قدرات موظفي كل من وزارة السياحة وهيئة تشييد السياحة وفقاً لمطالبات السوق الحالية وتماشياً مع المعايير الدولية.
- الاستعانة عند الحاجة بخبراء من خارج الوزارات وهيئاتها خاصة للوظائف بالمكاتب السياحية خارج مصر (ستلزم خبرات عالية وأتقان للغات الأجنبية).

- إعادة تشغيل مراكز التدريب المغلقة مع تحديثها وفقاً للمعايير العالمية (مثل: مركز إعداد الطهاة، ومشروع تنمية مهارات العاملين بالسياحة).

- إعادة هيكلة المؤسسات التعليمية ذات الصلة وخاصة تحديث المناهج وفقاً مع المناهج العالمية.

- حملات توعية واسعة للعاملين بالطعام عن أهمية السياحة بشكل عام وأهميه دورهم فيها مهما كانت مهنتهم بسيطة (كالجسوات، وسائقي الأجرة، والبائعون الجائلين...)، بالإضافة إلى ذوي المهن ذات الصلة بكثيرة السياحة، مع البدء بتوعية الأطفال بأهمية السياحة.

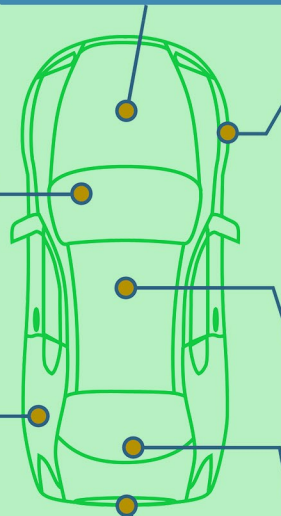
- وضع شرط إلزامي اجتياز كافة قاندي المركبات السياحية للبرامج التدريبية بالمركز المصري للقيادة الآمنة.

- حملات توعية لسائقي الحافلات وسيارات الأجرة باحترام شروط القيادة الآمنة وحسن معاملة السائحين، وإجراء الكشف الدوري عليهم للتأكد من عدم تعاطيهم للمواد المخدرة.

متابعة الأداء

- متابعة أداء القطاع بواسطة لجنتي السياحة والثقافة بالبرلمان والمجتمع المدني للتأكد من تحقق المستهدف من أهداف كمية وتوعوية وسلامة السياسات والإجراءات المتخذة من الدولة.

- متابعة البدء في إعداد استراتيجية جديدة للقطاع قبل انتهاء السابقة لها بعام على الأقل.
- تطبيق اللوائح الإدارية والمالية - إن وجدت - الخاصة بتأدياد الغرف السياحية والوزارات ذات الصلة.



الإطار المؤسسي

- تعيين نائب لرئيس الوزراء ممثلاً بالإشراف والتنسيق بين وزارات الآثار والطيران والسياحة مع وضع رؤية شاملة للقطاع، على أن يتبعه:

- وحدة للمعلومات، تجميع وتحليل دراسات السوق والإشراف عليها.

- Convention Bureau، يتولى كل ما يخص سياحة المعارض والمؤتمرات والحوافز.

- ممثلون في اللجان الاستشارية من القطاع الخاص مع ذوي الخبرة في التخصص وفقاً للمعايير العالمية.

- إعادة هيكلة وزارات السياحة والطيران والآثار والهيئات والشركات التابعة لهم بما يتفق مع رؤية قطاع السياحة ككل (تحديث الإدارات ذات العلاقة ودورها ومؤشرات أدائها).

- استقلال تأدياد الغرف السياحية عن وزارة السياحة إلا في بعض الأنشطة التي تقدم فيها الوزارة الدعم المباشر لبعض الجهات.

- ضمان توفير بيانات محدثة خاصة بالقطاع ككل وقطاعاته الفرعية، متاحة بشفاافية وانتظام لمجتمع الأعمال السياحي.

- استكمال منظومة التأشيرة الإلكترونية (مبادرة الرئيس).

- إضفاء طابع المرونة على إجراءات إصدار التأشيرة المصرية (مثال: المنح الفوري للتأشيرة للأجانب على فيزا شينجن، أو تأشيرة الولايات المتحدة الأمريكية، أو إقامة في إحدى الدول العربية، أو كبار السن من ذوي الأعمار الأكبر من ستين عاماً).

- يمكنه كافة التوافقات البرية والبحرية القائمة لكافة الأنشطة السياحية.

إعادة تأهيل المنشآت السياحية

- تفعيل خطة التطوير المُعدة بواسطة الغرف السياحية وفقاً للبروتوكول المبرم بين وزارة السياحة ووزارة الثقافة (المشروعات الفنية (New Norms (NN) project).

- الحاجة إلى تمويل للأجل والتجديد والصيانة.
- إعادة تمويل للقطاع السياحي بغض النظر عن تعثر الشركات.

- تفعيل صندوق الاستثمار السياحي بالمشاركة بين وزارة السياحة والقطاع الخاص "Papyrus".

إدارة الأماكن السياحية

- توحيد إدارة المطارات (في ظل وجود سبع جهات رقابية تشرف عليها)، مع توفير أقصى تأمين لها من خلال تبني استراتيجية ديناميكية للتأمين.

- توفير كافة التسهيلات اللازمة لتنقلات ذوي الاحتياجات الخاصة.

- تطوير الأداء في المطارات وفقاً للمعايير الدولية وإسنادها إلى الشركات المتخصصة في ذلك.

التسويق

- إطلاق بوابة للسياحة (Web Portal) تضم كافة المعلومات ووسائل الحصول على المنتجات السياحية المصرية بكافة أنواعها.
- الترويج لمصر كمقصد سياحي عالمي باستخدام شعار يعطي طابع مفرّد لمصر (Branding).

- إعداد دراسات سوق تتضمن تحديداً للمنتجات المستهدفة (السياحة الشاطئية، الثقافية، المؤتمرات والحوافز)، والأسواق المُصدرة للسياح إلى مصر (ذات العائد السريع وذات العائد طويل الأجل)، وتحديد طبيعة السياحة في مصر (طوال العام أم مقصد شتوي...).

- مستوى التسعير وتوعبه، من خلال شركات دولية متخصصة.

- وضع أجندة للمناسبات والمهرجانات المستقبلية مما يسمح بتحقيق أقصى استفادة منها (ومنها: مهرجان التمر، ماراثون الأقصر، مهرجان الموسيقى الآدوية...).

- إمداد المنشآت السياحية بأماكن الترفيه (مولات، ملاهي...) مع الترويج لذلك.

- وضع حوافز استثمارية لتشجيع الاستثمار في إنشاء أماكن الترفيه للتمكن من استكمال المنظومة السياحية.

وسائل النقل

- تحديد عربات السكة الحديد (المتجهة إلى الأقصر وأسوان والإسكندرية) وإمدادها بخدمات مبررة ذات جودة مرتفعة.

- استخدام وسائل نقل غير ملوثة للبيئة وخاصة في المناطق الريفية.

- السماح بشراء توبيسات سياحية مستوردة تم تصنيعها منذ ثلاث سنوات، حيث يتم بيعها بخصم 45%، وهذا في ضوء تقدم الأتوبيسات الحالية وتعدّد أسعارها وعدم القدرة على إحلالها.

- توفير وسائل النقل المناسبة للمناطق البعيدة والتي يصعب الوصول إليها ككبونة، والجزء البيضاء وغيرها.

- التأمّن على السائحين وفقاً للمتطلبات الدولية للاتحاد الأوروبي والولايات المتحدة الأمريكية، والتي تتبعها العديد من الدول.

- إجراء دراسة مع شركات التأمّن للتأمين على المرشدين السياحيين.



كيف نحقق
هذه الأهداف؟

إجراءات خاصة بكل نشاط سياحي

• دراسة الإمكانيات الحالية والمستقبلية لهذا النوع من السياحة لتحقيق أقصى استفادة مما تخر به مصر من مميزات طبيعية واماكن خلابة كالصحراء البيضاء وسهول وجيزة النباتات بأسوان وغيرها دون المساس بعوامل الاستدامة البيئية.

• اتخاذ كافة الإجراءات المناسبة التي تجعل من مصر دولة صديقة للبيئة مع الترويج لذلك مما يعطي صورة أكثر إيجابية لمصر ويشجع على توافد السياح إليها.

• توفير سبل الأمان في المناطق المعنية بهذا النوع من السياحة لتحقيق أقصى استفادة منها كمنطقة جبل سانت كاترين والصحاري المختلفة والترويج لها كمناطق آمنة للسياحة.

• الترويج للمنتجات المصرية كالعصائر وغيرها من خلال البرامج السياحية.

• البدء في تطوير المزارات الغذائية والإسلامية وغيرها من الآثار الدينية.

• حصر قاعات الاجتماعات والمؤتمرات والمناقذ الفعالة على تقديم هذا النوع من الخدمات السياحية بجودة تنافسية ومن ثم تمييزها بشعار يوضح كونها صالحة لإقامة المؤتمرات.

• إقامة مكاتب للترويج لهذا النوع من السياحة (Convention Bureau) للتسويق لقاعات المؤتمرات القائمة الفعالة على استضافة المؤتمرات والمعارض، مع البدء فوراً بالترويج المكثف لقاعة المؤتمرات بالعاصمة الإدارية الجديدة لجذب شريحة هامة من السياح.

• تفعيل قرار حظر الصيد في المحميات الطبيعية وخلال مواسم تزاوج الأسماك (إبريل - يونيو) في محافظتي جنوب سيناء والبحر الأحمر، مع صرف تعويضات للصيادين عن ذلك وتزجيم المخالفين.

• إطلاق بروتوكول مضمن لعمويات رادعة لضمان منع التلوث بالبحر الأحمر بسبب عمليات الإنتاج للشركات والمصانع.

• وضع قواعد صارمة لتنظيم سياحة الغوص والتمتع الممارسات غير المهنية، بما في ذلك تجديد الرخص سنوياً.

• إصدار وتوزيع التقرير السنوي المعنى للبراذع الدوري لحالة الشعاب المرجانية والبيئة البحرية.

• تخصص ميزانية لعمول برامج التدريب لطعام سياحة الغوص حيث يعاني من ضعف المستوى الفني لبعض المدربين والمرشدين.

• القضاء على تضارب الاختصاصات بين وزارات السياحة والنقل والانداد المصري للغوص.



• دراسة المطلب الخاص بتوحيد الجهات القائمة على تنفيذ برامج الحج حيث تتفرق بين وزارات الداخلية والنظام والسياسة.

- إعدام العاملين بهذا النشاط بأي ضوابط جديدة يتم إقرارها قبل دخوله حيز التنفيذ بفترة مناسبة.
- فتح باب التقدم للعمرة قبل طول موسم العمرة بفترة طويلة للاستفادة من الأسعار المنخفضة المتاحة خارج أوقات الذروة، بالإضافة إلى وضع حد أقصى لأعداد المعتمرين في كل موسم بالاتفاق مع عرمة شركات السفر والسياحة.
- إنشاء بوابة إلكترونية لسياحة الحج والعمرة في مصر، على أن تتضمن على سبيل المثال:
 - عرض عناصر الخدمة التي تتناسب السوق المصرية (مواصفات الفنادق، المسافة من الحرم، الوجبات، وغيرها من العناصر ذات الأهمية).
 - ربط طور الرحلة ومنها ومنفذ الخدمة في طبق عمل واحدة مع جعل شركات السياحة المصرية هي المنفذة فعلياً وقانونياً (حتى أنها المنفذ الحقيقي كاليا على أرض الواقع ولكن قانونياً التنفيذ مسؤولة الشركات السعودية).
 - ربط البوابة الإلكترونية بكافة دول العالم الإسلامي للترويج للسياحة المصرية إلى تلك الدول من خلال برامج مشتركة مع الجانب السعودي (عمرة - حج - ملف زيارة إلى مصر (One package trip program)).
 - توحيد الجهة المنوط بها التعاقد على رحلات الحج والعمرة مع الجانب السعودي (الابتعاد عن تأشيرات الحجامة، والسماسة...).
 - إتاحة الفرصة أمام الاستثمارات المصرية في فنادق مكة المكرمة والمدينة المنورة أسوة بمعظم الدول الإسلامية الأخرى (ماليزيا - إندونيسيا - تركيا) لخفض تكلفة رحلات الحج والعمرة على المواطن المصري.

• إسناد إدارة المناطق السياحية الثقافية لشركات إدارة متخصصة لتكون مسئولة عن مستوى الخدمة والنظافة وغيرها من العوامل المؤثرة.

• الترويج عبر وسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي عن كافة الأكتشافات والمتاحف الجديدة، وما تم من ترتيبات للآثار مع تهيئة كافة المواقع للزيارة من حيث طرق الوصول إليها ووسائل الانتقال والطرق المناسبة لإقامته.

• استكمال طرق الكباش، وإدخال وتحديث عرض الصوت والضوء في كافة المزارات السياحية،

• رعاية جيدة وواسعة للمتحف المصري الكبير.

• تطوير شارع الهرم للقضاء على الشكل العشوائي الحالي.

• تطوير منطقة نزلة السمان والمناطق المحيطة بهضبة الأهرام الكبرى.

مسئولية تنفيذ الخطة

يتم التنفيذ من خلال لجنة مكونة من نائب رئيس الوزراء المنوط بالتنسيق والإشراف والمتابعة (سابق الإشارة إليه وتوضيح اختصاصاته)، بالإضافة إلى أعضاء من الجهات الآتية:

١ ممثلون عن الجهات الحكومية ذات الصلة

٢ رئيس اتحاد الغرف السياحية

٣ رؤساء جمعيات المستثمرين ورجال الأعمال في البحر الأحمر وجنوب سيناء وغيرها من المحافظات السياحية

٤ ممثلون عن الغرف السياحية من ذوي الخبرة* وفقاً للمعايير الدولية على أن يتم اختيارهم من كافة القطاعات السياحية

٥ ممثلون عن قطاع التسويق



* حيث إن المستثمر ليس بالضرورة خبير في القطاعات السياحية المختلفة



وختاماً، تجدر الإشارة إلى؛ ضرورة إجراء تطوير مؤسسي يحقق الفصل الواضح بين المهام الثلاث من حيث

