ولكى تستطيع الشركات ووكالات السفر الحفاظ على وجودها فى ظل المتغيرات التكنولوجية الحديثة فعليها أن تقوم بالأتى:

١- ادخال نظام الحجز الإلكترونى Electronic booking system بالشركة لإجراء التذاكر الإلكترونية للعملاء الذين يفضلونها عن التذاكر الورقية.

٢- التركيز على تقديم الرحلات السياحية الشاملة والترويج للمقاصد السياحية الجديدة أكثر من التركيز على بيع تذاكر الطيران.

٣- بالنسبة للشركات السياحية التى يعتمد دخلها بشكل كبير على العمولات الناتجة عن بيع تذاكر الطيران لحساب شركات الطيران المختلفة التى تحتاج الى فرض رسوم على خدماتها المختلفة لتعويض الخسارة الناتجة عن خدمة الوكيل السياحى، الشركة السياحية وقيامهم بالحجز لأنفسهم عن طريق الإنترنت.

ولكن فى نفس الوقت يجب أن يشعر العميل أن الوكيل السياحى يقوم بإضافة شيء متميز له يستحق تلك الرسوم المفروضة.

**وخلاصة القول أنه يجب إشعار العملاء بأن الشركة ، أو الوكالة السياحية بإمكانها أن تقدم لعملائها مالا يستطيع الحاسب الآلي والإنترنت تقديمه لهم.**

## ١-١١ الرؤية المستقبلية للشركات السياحية فى ظل المتغيرات التكنولوجية الحديثة:

ومما سبق يتضح لنا أن الشركات السياحية المصرية ما زالت فى طور التعرف على الوسائل التكنولوجية الحديثة خاصة فى مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وأنها مازالت تمارس تجاربها الأولى لتلك الوسائل الحديثة كما أنها تحتاج إلى العديد من المتطلبات على مستوى الدولة ككل وعلى مستوى الشركة السياحية نفسها حتى تستطيع مواكبة العصر التكنولوجى الحديث ومواجهة المنافسة والتحديات الدولية التى سوف تتعرض لها خلال الأعوام القادمة فى ظل المتغيرات الدولية المصاحبة لعصر الثورة التكنولوجية التى نعيش به فى الوقت الحالى.

ويرى البعض أن استخدام الشركات السياحية المصرية لتكنولوجيا المعلومات وخاصة لشبكة الإنترنت فى مجال البيع الإلكترونى مازال محدودا ولكنه سوف ينتشر خلال السنوات العشر المقبلة حتى تصبح التجارة الإلكترونية فى المجال السياحى السمة الرئيسية السائدة فى الدولة.

كما يرى البعض أنه فى ظل ظاهرة العولمة التى بدأت بعض سماتها فى التحقيق وأهم تلك السمات ما يلي:

١- ثورة تكنولوجيا المعلومات.

٢- التكتلات الإقليمية بين الدول.

٣- اتفاقية "الجات".

٤- التحالفات الاستراتيجية لشركات عملاقة عن طريق المشروع المشترك والمدمج.

٥- الشركة العالمية التي انتشرت فروعها الخارجية عالمياً.

سوف يتأثر النشاط الاقتصادى ككل فى مصر بوجه عام ونشاط الشركات السياحية بوجه خاص حيث أنها سوف تواجه العديد من التحديات فى ظل تحقق السمات السابقة وفور دخولها طور التنفيذ.ومن أهم تلك التحديات ما يلى:

- تحدى الارتقاء لمستوى ثورة تكنولوجيا المعلومات وتهيئة نظم معلومات إلكترونية كفء مع استغلالها كما يجب من خلال منظومة برامج فعالة ومهارات عالية مع تأمين هذه المعلومات فى الحاسبات الآلية.
- تحدى المنافسة الشديدة بفعل التسابق على صفقات البيع الإلكترونى عبر الإنترنت.
- تحدى الارتقاء للتوافق مع المعايير العالمية للجودة حيث أنها سوف تكون هى المعيار الأساسى للقدرة التنافسية مع الاهتمام بمراعاة كل من التكنولوجيا المتقدمة والخدمة المتميزة، ما يعرف بمصطلح "Hi-Tech, Hi- Touch".
- تحدى التعامل مع مديرين وعاملين ينتمون لجنسيات وثقافات مختلفة طالما تتزايد ظاهرة تكوين مشروعات مشتركة مع منظمات أجنبية ومع التزايد المتوقع للشركات الأجنبية التى سوف تأتى للعمل فى مصر وبالمجال السياحى بوجه خاص.

ومن هنا فإن لم تستعد الشركات السياحية المصرية لمواجهة جميع تلك التحديات التى سوف تقف أمام تقدمها خلال الفترة القادمة الاستعداد الجيد القائم على التخطيط العلمي السليم والتعاون فيما بين الشركات السياحية مع بعضها البعض تحت إشراف الأجهزة الحكومية الرسمية المعنية وعلى قمتها غرفة الشركات السياحية، وكذلك وزارة السياحة، فقد تتعرض العديد من الشركات السياحية المصرية للعديد من الضغوط بسبب عدم القدرة على المنافسة ومن ثم قد يؤدى ذلك إلى خروجها جميعاً من دائرة السوق السياحى على مشارق عام ٢٠٢٠.



سؤال للمشرف / ام المتطلبات المطلوبة لحد الاقصاح لهذه الاموال