

## تعاقدات شركات السياحة الإلكترونية في ظل تطبيقات تكنولوجيا العالم الافتراضي ( دراسة تحليلية على السوق السياحي المصري )

أمانى عادل خيرى منصور

باحث – قسم الدراسات السياحية  
كلية السياحة والفنادق- جامعة الإسكندرية

عبير أحمد عطيه

أستاذ بقسم الدراسات السياحية  
كلية السياحة والفنادق- جامعة الإسكندرية

ايتن نبيل الروبى

أستاذ مساعد بقسم الدراسات السياحية  
كلية السياحة والفنادق- جامعة الإسكندرية

### ملخص البحث

التعرف على الوضع القانونى فى حالة إبرام العقد بين العميل وشركة السياحة التى قد تتم عن طريق الحجوزات الإلكترونية ، كما يسعى البحث إلى التعرف على المشاكل التى قد تواجه العميل أثناء تسوقه على المواقع الإلكترونية المختلفة بحيث لا يتعرض العميل إلى ضرر مادي أو نصب أو تدليس ، وكيفية إبرام العقود السياحية الإلكترونية بالشكل الصحيح فى ظل نظام قانونى محكم يضمن حقوق كلاً من الطرفين .

استخدم البحث المنهج الوصفى التحليلي للتعرف على المشاكل التى قد تنتج عن التعاقد بين كل من الطرفين من حيث إبرامه وإثباته ، وبيان معرفة الإختصاص القانونى والقضائى لعقود السياحة الإلكترونية الدولية، كما أعتمد البحث ايضا على

بادرت شركات السياحة بوضع وتسويق برامجها عن طريق موقعها على شبكة الإنترنت ، بحيث يمكن للعميل الإطلاع على البرنامج السياحي قبل التعاقد بشأنه بل تطور الأمر إلى أن إتاحت هذه الشركات لعملائها التعاقد عن طريق الإنترنت ، وكذلك إبرام صفقات سياحية بواسطة عقود ؛ تسمى " بعقود السياحة الإلكترونية " وهو عقد ينطوى على تبادل للرسائل والمعلومات بين الشركة السياحية و العملاء من خلال نماذج وصيغ معدة سلفاً ومعالجة إلكترونياً وينشأ عنها إلتزامات تعاقدية .

ويهدف البحث إلى التعرف على وضع التعاقد السياحي الإلكتروني لتحقيق علاقة متوازنة فى عمليات التعاقد بين العميل وشركة السياحة ، وكذلك

لقد أصبحت المعلومات بكافة أشكالها رقمية وقابلة للانتقال على الشبكات مما سمح بتداولها بسهولة. حيث أن التطور المستمر للإنترنت وظهور الويب 2.0 جعل من مستخدم الإنترنت ينتقل من مجرد متصفح إلى منتج للمعلومة وبالتالي من مجرد مستهلك إلى مستهلك فعال.

هذا ما جعل الشركات؛ ومن بينها الشركات السياحية تهتم بوجودها في هذه الشبكة التي أصبحت مركز نشاط زبائنها وهذا الوجود يتضمن استعمال الإنترنت لتقديم وعرض منتجاتها، كوسيلة لاقتناء منتجاتها على الخط، وكذلك كوسيلة لتفعيل والحفاظ على صورتها. لقد غيرت شبكة الإنترنت من سلسلة القيمة التقليدية للسياحة والتي تفصل ما بين المنتجين والموزعين، حيث مكنت من تسهيل عملية التوزيع بواسطة وسائل متعددة، فلم يعد هناك وسيط بين المنتج والمستهلك الذي أصبح بإمكانه الاستفسار ومقارنة ما يعرض عليه في أي وقت (التهامي، 2008).

وقد كانت صناعة السياحة قبل ظهور الإنترنت تعتمد على وجود وسيط ما بين المنتج والمستهلك، أما بعد الإنترنت أصبح المنتج على علاقة مباشرة مع المستهلك، كما أنه أصبحت تحت تصرفه مجموعة من الأدوات التي تمكنه من البحث عن المعلومات المتعلقة بالخدمة التي يطلبها، عبر مقارنة عدة توليفات من الخدمات وبالتالي اختيار التوليفة المناسبة له وكذلك الاستفادة من آراء المستهلكين الآخرين هذا ما يسمح له الحصول على خدمة مشخصة تطابق احتياجاته ورغباته الاستهلاكية (ابراهيم، 2005).

ومما لا شك فيه أيضاً أن السياحة بصورتها التقليدية لم تعد تتواءم مع مستجدات العصر التقني، ففي

المقابلات الشخصية وتوزيع إستثمارات الإستقصاء وعمل دراسة حالة للخروج بتوصيات وأطر من شأنها مساعدة الشركات السياحية لادراج نمط التعاقد السياحي الإلكتروني بشكل رسمي في مصر كأحد الأنماط المعروفة في العالم.

خُصَّ البحث على وضع إرشادات وتوصيات ومقترحات منها ضرورة قيام المشرع المصري بإصدار تشريع ينظم التحكيم الإلكتروني على غرار مراكز التحكيم الدولية حتى يطمئن السائح أو العميل لوجود نظام سريع ومنجز يقوم بحسم حقه في حالة النزاع أو الخلاف، ولابد أيضاً من عمل حملات توعية خاصة للشركات السياحية و العملاء المحتملين عن العقود السياحية الإلكترونية وكيف يتم إبرامها والشروط الواجب توافرها فيها لضمان حقوق أفرادها، وكيف يطالب كل فرد بحقوقه الناجمة عن هذه العقود.

### الكلمات المفتاحية

السياحة الإلكترونية - عقود السياحة الإلكترونية - الشركات السياحية - التحكيم الإلكتروني .

### المقدمة

مما لا شك فيه ان ظهور شبكة الإنترنت جعلت العالم يظهر بشكل شبكة عملاقة بلا حدود. حيث أصبح لا مادي، رقمي، ويتسم بالتواصل المستمر بين مختلف أطرافه وخاصة بفضل ما سمح به انتشار وتداول تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. حيث برزت نتاجا لذلك عدة مفاهيم، فنجذ إدارة الأعمال الإلكترونية، التجارة الإلكترونية وكذلك السياحة الإلكترونية.

أنواع المعلومات أو إرسال أحدث العروض وأفضل الأسعار ، بل إعطاء العميل الثقة في عمليات الحجز عبر الإنترنت ، و القيام بالتعاقد وإجراء عمليات الدفع مع العملاء إلكترونياً (Andreea, et al., 2012).

ورغم ما يقدمه عقد السياحة الإلكتروني من مميزات للشركات السياحية أو للسائحين أنفسهم ، والتي تسهم في تجاوز الحواجز التقليدية في التعاقدات السياحية النمطية إلا أن إبرام العقد من خلال هذه الوسيلة الحديثة - أي الإنترنت - يتم دون معاينة الخدمة السياحية بالمعنى الدقيق عند التعاقد بل على أساس الدعاية والإعلان الإلكتروني ، بحيث يقوم السائح بسداد ثمن الخدمة مقدماً ، ولا يتعرف عليها إلا في وقت قيام الرحلة السياحية ، مما قد يعرضه لحادث غير متوقع ( الأودن ، 2005) . كما أن إبرام عقد السياحة الإلكتروني يتم من خلال شبكات الإنترنت - أي أنه يتم بين طرفين لا يجمع بينهما مجلس عقدي حقيقي بل مجلس عقدي حكومي أو افتراضي - أي أنه يبرم دون التواجد المادي لمتعاقديه ( سيد ، 2001 ) .

فالسائح بوصفه مستهلك لا يتعامل مباشرة مع الشركة السياحية بوصفها مهني ، بل من خلال موقعها الافتراضي الذي تعرض من خلاله الخدمات السياحية ، فضلاً عن صعوبة تحديد هوية الموقع الإلكتروني، أو مكان بثه ، وعنوان مركز إدارته ، ومركز الخادم الخاص به كما يصعب التمييز بين الموقع الوهمي والموقع الحقيقي إلا بعد أن تحدث مشكلة ويتم تعقب مقدم الخدمة الوهمي ( بدر ، 2016 ) ، هذا بالإضافة إلى عدم إمكانية تحديد كل من طرفي العقد لهوية المتعاقد الآخر ، ومحل إقامته ، وجنسيته الأمر الذي قد ينجم عنه مشكلة

ظل الانتشار الواسع لأستخدام الإنترنت في حياتنا اليومية تحولت تلك التقنية من مجرد بيئة لتبادل المعلومات إلى أحد الركائز المهمة في تطوير قطاع السياحة ، فبعد أن كان التسويق السياحي يتم من خلال الوسائل التقليدية المقروءة ، والمرئية ، والمسموعة ، أصبح التسويق السياحي وعرض البرامج السياحية من قِبَل الشركات السياحية وقبولها من قِبَل جمهور السائحين يتم عبر شبكة الإنترنت ، والأكثر من ذلك يتم الحجز والتنظيم للرحلة السياحية وكذلك دفع ثمنها لشركات السياحة عبر تقنية البريد الإلكتروني أو عن طريق رسالة عبر جهاز الهاتف النقال أو الحاسوب الشخصي (توفيق ، 2010) .

فمن خلال شبكة الإنترنت بادرت شركات السياحة في البداية إلى تسويق برامجها وأنشطتها عن طريق موقعها على شبكة الإنترنت مستخدمة في ذلك تقنيات لم تكن متاحة في السابق تعرض من خلالها صوراً تفصيلية للمقاصد السياحية موضوع برامجها ، كما تعرض صوراً أيضاً للفنادق المقترحة لتكون محل إقامة عملائها ، بل أنها طورت من هذه العروض بصور ثلاثية الأبعاد بحيث يشعر العميل بأنه في جولة حقيقية للإطلاع على البرنامج السياحي قبل التعاقد بشأنه بأستخدام تقنيات مثل الواقع المعزز و الواقع الافتراضي. ولم يقتصر الأمر عند هذا الحد بل تطور الأمر إلى أن إتاحت هذه الشركات لعملائها التعاقد عن طريق الإنترنت وإبرام صفقات سياحية ، بواسطة عقود تسمى بعقود السياحة الإلكترونية تطرحها الشركات السياحية على الموقع الخاص بها على الإنترنت ، أو من خلال البريد الإلكتروني (مجاهد، 2003) .

وجدير بالذكر ان دور الشركات بالنسبة للعملاء لم يعد يقتصر فقط في إمكانية التوصيل الفوري لجميع

❖ ينجم عن عدم ثقة العميل في الحجز الإلكتروني قيامه بالحجز بالطرق التقليدية والعزوف عن عمليتي الحجز والتعاقد الإلكتروني .

❖ يؤثر عدم وجود نظام قانوني للمعاملات السياحية الإلكترونية يضمن حق العميل سلباً على قرار الحجز والشراء عبر الإنترنت .

### الإطار النظري للدراسة

التجارة الإلكترونية هي جميع المعاملات التي تتم عبر الإنترنت حتى وأن لم تتمتع بالصفة التجارية. ويعتبر مفهوم السياحة الإلكترونية من المفاهيم الحديثة التي تتداخل بشدة مع مفهوم التجارة الإلكترونية ، وتتكون من عدة عناصر وهي الشركة مقدمة الخدمة السياحية ، السائح متلقى الخدمة ، والربط الإلكتروني بينهما وهو الإنترنت و Egger & (Buhalis,2008).

قد عُرف عقد السياحة الإلكتروني بأنه "التقاء إيجاب صادر من شركة أو مؤسسة سياحية بشأن عرض سياحي مطروح بطريقة إلكترونية ، سواء كانت سمعية، أو بصرية، أو سمعية وبصرية معاً على شبكة المعلومات العالمية الإنترنت ، بقبول مطابق له صادر من الطرف القابل بذات الطرق بهدف تحقيق صفقة سياحية معينة يرغب الطرفان في إنجازها " ( بيومي ، 2006 ، ؛ على الدين، 2010).

أختلفت الإتجاهات في تحديد الطبيعة القانونية لعقد السياحة الإلكتروني فمنهم من يكيّف العقد على أنه عقد نقل ، أو عقد مقاوله ، أو وكالة ، وذلك نظراً لتعدد الأعمال التي تقوم بها شركة السياحة ( الوكيل السياحي) (العبيدي ، 2010) . ولعقد السياحة الإلكتروني العديد من الخصائص التي يتميز بها ؛

قانونية تتعلق بمسئولية الشركات السياحية ومسئولية من تستعين بهم من ممتهنى تقديم الخدمات السياحية ، وكذلك مشكلة تعيين المحكمة المختصة والقانون الواجب التطبيق في عقد السياحة الإلكتروني الدولي (على ، 2004).

إلا إنه بالرغم مما عاد على الشركات السياحية من ربح نتيجة استخدام الحواسيب الآلية في الترويج والتعاقد عن طريق شبكة الإنترنت ، إلا إنه ظهر العديد من المشاكل القانونية التي صاحبت إبرام هذه العقود عن هذه الطريقة من حيث الإحتجاج بها، أو من حيث إثباتها ، أو من حيث المسئولية عنها ، كما إثرت الكثير من التساؤلات بشأن هذ الموضوع ( بنانى ، 2018 ) .

### يهدف البحث إلى

❖ التعرف على مدى وعى الأطراف السياحية و القائمين بالعمل السياحي والشركات السياحية عن نظام التعاقدات الإلكترونية ومدى إدراجهم لهذا النظام في أعمالهم في ظل التغييرات العالمية ، والتعرف على أهم المعوقات في عملية التعاقد السياحي الإلكتروني .

❖ التعرف على وضع عمليات التعاقد والشراء الإلكتروني في السوق السياحي المصري من خلال العملاء المستخدمين للخدمة.

❖ التوصل إلى المقترحات التي تساعد على خلق بيئة صالحة للتعاقد السياحي الإلكتروني ودعمه ضمن السياسة السياحية للدولة .

### تم وضع الفرضيات التالية كمنطلق للبحث

❖ عدم الدراية بالجوانب القانونية للعقود الإلكترونية من أهم معوقات الحجز والتعاقد السياحي الإلكتروني .

فهو ينتمي إلى طائفة العقود التي تبرم عن بُعد ، ويتميز بالطابع التجاري الإستهلاكي ، ويعتبر من عقود بيع الخدمات ، وهو عقد يتم إثباته عبر المحرر والتوقيع الإلكتروني ، ويتم استخدام وسائل الدفع الإلكتروني للوفاء به ، ويتميز ايضا بالطابع الدولي ، وأخيراً هو عقد من عقود الأذعان ، كما أنه عقد مقترن بحق العدول فيه (على الدين ،2010) . ويتكون عقد السياحة الإلكتروني من ثلاثة أركان ؛ الأول وهو الرضى بالإيجاب من شركة السياحة والقبول من السائح ، والثاني هو المحل بإلتزام شركة السياحة بتنظيم الرحلات لعملائها ، وإلتزام السائح بدفع ثمن الرحلة المتفق عليها ، والركن الأخير يتمثل في السبب (بناني ، 2018)، وهو وجود منفعة تتحقق وسبب من التعاقد بين شركة السياحة والسائح ، ولا بد وأن يكون عقد السياحة مشروعاً وغير مخالف للنظام والأداب العامة في شروطه وبنوده ، وأن يكون المحل ايضا معيناً وقابلاً للتعيين بحيث أن تكون الصور التي تقدمها شركة السياحة واضحة ومن نفس نوع الخدمات التي سوف يتم تقديمها للعميل (الادون، 2005).

ولا يختلف عقد السياحة الإلكتروني عن العقود الأخرى إلا في وسيلة إبرامه فهو يكتسب الطابع الإلكتروني من الطريقة التي ينعقد بها فينعقد بتلاقي الإيجاب بالقبول بوسيلة مرئية مسموعة تتمثل في شبكة الأنترنت ، ولا بد أن يكون الإيجاب الإلكتروني الصادر من شركة السياحة جازماً ، ومحدداً ، وibatاً (سيد، 2006) ، ويتضح التعبير في عقد السياحة في وسيلة الإتصال الحديثة في شبكة الإنترنت ، فالإيجاب عن طريق البريد الإلكتروني والإيجاب الذي يتم عبر صفحات الويب ، والإيجاب عبر المحادثة أو المشاهدة (سيد، 2001) .

يترتب على عقد السياحة الإلكتروني إلتزامات وحقوق متبادلة بين شركة السياحة والسفر والسائح ، حيث يقع على عاتق الشركة ( مقدم الخدمة ) إلتزامات معينة يجب الوفاء بها لتقديم خدمة سياحية على أكمل وجه للسائح ( متلقى الخدمة ) ، وإلا تعرضت للمسئولية القانونية (خبابة، 2010). ومن أهم تلك الإلتزامات التي يجب أن تلتزم بها شركة السياحة ؛ هي إلتزامها بالإعلام قبل التعاقد مع السائح بأن تكون كل المعلومات صحيحة وسليمة عن الخدمة السياحة ، وإلتزامها ايضا بعدم تقديم إعلانات خادعة وتضليل السائح عند ترويجها لبرامجها السياحية (توفيق ، 2010) ، ولا بد وأن تلتزم وتأخذ الحيطة والحرص عند اختيارها لمقدمي الخدمات السياحية التي تستعين بهم في تنفيذ رحلتها وبرامجها ومراقبتهم طوال فترة الرحلة ، وأن تلتزم الشركة بتوفير كافة وسائل الأمن للسائح والعمل على ضمان سلامته طوال مدة سفره (شبرى ؛ مناصرية ، 2017)، وأخيراً يجب عليها أن تقدم كافة أنواع المساعدات وأن تلتزم بالأنضباط في تنفيذ الخدمة السياحية المقدمة المتعلقة بزمان ومكان وبرنامج الرحلة المتفق عليه (مجاهد، 2003) . كما يجب على السائح ايضا الإلتزام بإعلام وأخبار الشركة بأى أمور يعلمها قد تعرقل الرحلة السياحية ، ويترتب عليها مخاطر وأن يلتزم بدفع ثمن الرحلة كما هو متفق عليه في العقد السياحي (نعمان، 2001) .

تعد مسؤولية شركة السياحة مسئولية عقدية مزدوجة (على ، 2004) ، من حيث مسئوليتها الشخصية عن عدم إلتزامها وتنفيذها لعقد السياحة الإلكتروني سواء في كونها مقاول أو ككونها وكيل للحجوزات ، وتكون مسئولة ايضا عن الإخطاء التي قد تقع من

القضائي لقانون العقد ؛ وهذا في حالة غياب الإرادة الصريحة للمتعاقدين حول إختيار قانون معين يتم تطبيقه في حالة نزاعهما ( المنزلاوي ، 2008 ) .

لكن واجه هذا الإختيار ايضا بعض الصعوبات حال تنفيذه كمشكلة الإعتماد على موطن وجنسية المتعاقدين ، ومشكلة الإعتماد على محل إبرام وتنفيذ العقد في ظل تعدد وسائل الإتصال الحديثة ، و ايضا مشكلة الإعتماد على محل تنفيذ العقد (عمران، 2006) ، وكلها معايير قد لا تصلح لتحديد قانون واجب التطبيق على العقود المبرمة على شبكة الإنترنت بصفة عامة ، وبالأخص على عقود السياحة الإلكترونية (الخالدي، 2009). وظهر ايضا معيار الأداء المميز لعقود السياحة الإلكترونية الدولية وهو معيار يهدف إلى تطبيق قانون دولة مقر أو مركز شركة السياحة باعتبارها مقدم الخدمة السياحية ، ولكن يؤخذ عليه بأنه سوف يتم تطبيق قانون الطرف الأقوى ، وهو شركة السياحة مقابل الطرف الضعيف وهو السائح (المنزلاوي، 2008).

أما بالنسبة للقضاء المختص لفض النزاع الخاص بعقود السياحة الإلكترونية الدولية في النظام القانوني المصري (يعقوب، 2009)، حيث يوجد ضابطتين للإختصاص القضائي وأولهما الضوابط العامة للإختصاص الدولي بعقود السياحة الإلكترونية ، يوجد ثلاث ضوابط أقرها قانون المرافعات المدنية والتجارية المصري تتعلق بتحديد الإختصاص القضائي في منازعات العقود الدولية الخاصة وهذه الضوابط هي (السنهوري، 2004) اولاً : إختصاص محكمة موطن أو محل إقامة المدعى عليه ، وثانياً: محكمة جنسية المدعى عليه ، وثالثاً: إختصاص

مقدمى الخدمات السياحية التي عهدت إليهم بتنفيذ بعض الخدمات وتكون مسئوليتها في هذه الحالة هي مسئولية عقدية عن فعل الغير(منصور، 2003).

ولنظام التأمين الإجباري أهمية لشركة السياحة يأتي لنقل المسئولية من على عاتقها إلى عاتق شركة التأمين كما يحقق الحماية الفعالة للسائحين المضرورين (مقابلة ، 2014)، ومن خلاله يستطيعون أن يحصلوا على جميع حقوقهم والتعويض المناسب إذا تم الإخلال بالعقد السياحي من جانب شركة السياحة والسفر (حمار، 2016).

وتأتى عملية الإختصاص القانوني والقضائي لعقود السياحة الإلكترونية الدولية ، و وسائل فض المنازعات البديلة ، وذلك للتعرف على القانون الواجب تطبيقه على عقود السياحة الإلكترونية ؛ ويتمثل في صورته الأولى وهو الإختيار الإتفاقي لقانون العقد ؛ أى القانون الذى يختاره الأطراف صراحةً أو ضمناً ، حيث أن القانون المصري أخذ بمبدأ قانون الإرادة بصورة متدرجة فقد نص أولاً علي تطبيق قانون الموطن المشترك للمتعاقدين في حالة إتحاد موطنهما (الحداد، 2007). وإذا اختلف الموطن تم تطبيق قانون الدولة التي تم فيها العقد مع ترك الحرية للمتعاقدين للإتفاق على القانون الواجب التطبيق بمنارعات عقد السياحة الإلكترونية من خلال إتفاق الطرفان على القانون الواجب التطبيق على صفحة الويب (معوض؛ رمضان واخرون ، 2016) ، ولكن قد يواجه بعض الصعوبات سواء للإختيار الإتفاقي الصريح أو الضمني لقانون العقد ، كصعوبة الإعتماد على لغة العقد ، أو الإعتماد على العملة التي يتم بها تنفيذ العقد. وتتمثل الصورة الثانية وهو الإختيار

أوجب المشرع المصري أن يكون المتعاقدون في التحكيم ممن لهم التصرف المطلق في حقوقهم ، فلا يملكه قاصر ولا محجور عليه ، ولا وكيل بدون توكيل خاص (القصبي،2008) ، ومن ناحية أخرى يجب أن يتضمن العقد تعيين المحكم أو المحكمين ، فإذا لم يتضمن الإتفاق على التحكيم أشخاص المحكمين كان الإتفاق باطلاً ، كما أن المشرع المصري إستلزم الكتابة المعبرة عن رضا الطرفين لإستخدام التحكيم الإلكتروني لفض منازعتها لإنعقاد عقد التحكيم (إبراهيم،2005).

حيث أنه لا يوجد حتى الآن مجتمع منظم له قواعده الخاصة المنظمة للمعاملات السياحية عبر الإنترنت ، ولهذا لا يمكن تصور وجود كيان قانوني حقيقي للسلوكيات وقواعد المعاملات في عقود السياحة الإلكترونية ، كما هو الحال في عقود السياحة التقليدية ، والمنظمة من قبل منظمة السياحة العالمية.

### منهجية البحث

✘ إعتمدت الدراسة البحثية في تجميع البيانات على إستمارات الإستقصاء التي تم توجيهها للعملاء من خلال المقابلة المباشرة وتسليمها يدويا أو المكالمات التليفونية وإرسال الرسائل الإلكترونية مرفقة بنسخة من الأستبيان " ONLINE QUESTIONNAIRE" على الإيميلات أو مواقع التواصل الأجتماعي الرسمية للعملاء ، بداية من شهر نوفمبر 2018 إلى شهر يونيو 2019 ، وذلك من أجل إستهداف أكبر عدد من العملاء ، وتلك الإستمارات قد تم أعدادها للتحقق من صحة فروض الدراسة ، و وضع الحلول

محكمة محل إبرام أو تنفيذ العقد (الدياز،2004) . ولكن قد تواجه هذه الضوابط أيضا بعض الصعوبات مثل ما يتكبده السائح من مصاريف ومشقة سفر لرفع دعواه على المدعى عليه ، وايضا صعوبة تحديد مكان إبرام وتنفيذ العقد (بزيدي،2014).

ظهرت العديد من الوسائل لفض المنازعات البديلة لفض النزاع المتعلق بعقود السياحة الإلكترونية ، حيث ظهرت فكرة التحكيم الإلكتروني ، وهو الإتفاق الذي بموجبه يحيل أطراف النزاع الذي نشب بينهما إلى محكم ، أو محكمة قضائية إفتراضية بوسائل إلكترونية (يونس،2009) ، ويصدر الحكم ويبلغ إلى الأطراف بذات الوسيلة الإلكترونية حيث يتسم بالسرعة والمرونة التي قد لا تتوافر في التحكيم بصورته التقليدية (الرومي،2004)، وظهر أيضا المحاكم الإفتراضية وفقاً لنظام المحكمة تتم كافة الإجراءات إلكترونياً عبر موقع المحكمة الإلكترونية بدءاً من طلب التسوية ، ومروراً بالإجراءات وإنهاءً بإصدار الحكم ، وتسجيله على الموقع الإلكتروني للمحكمة ، وتقديم المحكمة خدماتها باللغتين الإنجليزية والعربية ، و وجه للمحكمة إنتقادات ، وذلك لعدم قدرتها على ضمان تنفيذ أحكامها وإرتكانها كلية على إرادة الأطراف في تنفيذ الأحكام طواعية (الحداد ، 2007) .

أما بالنسبة للموقف المصري من التحكيم الإلكتروني فأفرض المشرع المصري بعض الشروط الخاصة اللازمة لصحته (بدوي،2006) ؛ وأهمها بأن التحكيم لا يكون إلا إختيارياً برضي أطرافه وأن أساس التحكيم هو الإتفاق ، فالرضاء بالتحكيم لا بد أن يكون رضاءً حقيقياً وليس مفترضاً ، وخالياً من الغلط أو الإكراه ، أوالتدليس ، والإستغلال ، كما

أساتذة ودكاترة كلية الحقوق - جامعة الإسكندرية.

- تمت المقابلة الشخصية مع مديرى شركات السياحة فئة ( أ ) وعددهم 8 (ثمانى ) من مديرى الشركات السياحية بالإسكندرية ، وقد تم اختيار شركات فئة أ حيث ان معظم شركات سياحة أ تركز بها معظم الاعمال و هم من منظمي الرحلات وهم المنوطين بتصميم الرحلات السياحية و التعامل علي نطاق واسع مع الفنادق وشركات الطيران العالمية والدولية و شراء الخدمات بالجملة bulk ولها باع وخبرة فى الحجز عبر الإنترنت منذ فترة طويلة نظرا لامكانياتها و ميزانيتها الكبيرة و التي اتاحت لها عملية التحويل الألكترونية بسرعة و سلاسة و ذلك علي عكس شركات فئة (ب) و هي شركات او وكالات سفر تقوم بتسويق الرحلات السياحية المجمعمة لشركات فئة (أ) .

- و قد تم تجميع بيانات المقابلات الشخصية ابتداءً من شهر سبتمبر 2019 إلى يناير 2020 ، وذلك للتعرف على نظام الحجوزات المتبع فى الشركة ، وبالأخص نظام الحجز عبر الإنترنت وعمليات التعاقد الإلكتروني مع العملاء ، والتعرف على آرائهم فى العملاء الإلكترونيين ، ومدى اعتماد الشركة على تلك الحجوزات وكيفية إبرامها ، وضمان حقوق كلاً من الشركة والعميل المتعاقد ، و وضع البرامج السياحية أو الأعلان عنها على المواقع الإلكترونية سواء الموقع الرسمي أو

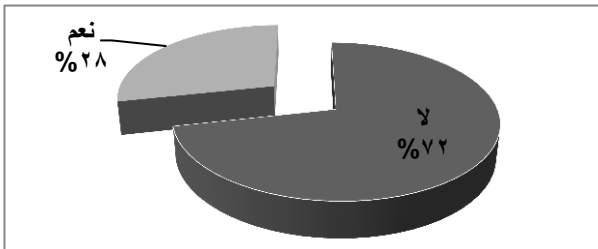
والمقترحات من أجل تطوير القطاع بما يتناسب مع احتياجات ورغبات العملاء فى مجال التعاقدات السياحية الإلكترونية. وتم الاجابة علي عدد 460 استمارة من العملاء المحتملين.

و قد واجه البحث عدد من المعوقات أثناء القيام بالدراسة الميدانية للعملاء وهو تجاهل بعض العملاء للأجابة على الإستمارات وعدم رغبة البعض الآخر حيث إمتنع حوالى 15 شخص عن المشاركة لأسباب مختلفة سواء كان ذلك من خلال المقابلة الشخصية أو إرسال الرسائل الإلكترونية أو من خلال المكالمات الهاتفية . وقد تم الإستعانة بالبرنامج الاحصائي (Statistical SPSS Package for the Social Sciences) لتحليل البيانات التي تم الحصول عليها من إستمارات الإستبيان . كما تم الاستعانة بعدد من أدوات المعالجة الإحصائية فى تحليل الإستبيان من أهمها المتوسطات Means، الإنحرافات المعيارية Standard Deviation ، تحليل الإنحدار Regression analysis ، واخيراً معامل الارتباط Correlation. وبعد إستبعاد الإستمارات الغير صحيحة ورفض بعض العملاء الأجابة ، تم إعتداد ردود 415 عميلاً من مختلف الأعمار والوظائف والمستويات التعليمية والأجتماعية المختلفة .

☒ كما اعتمدت ايضا الدراسة البحثية على إجراء المقابلات الشخصية مع مديرى شركات السياحة فئة ( أ ) بالإسكندرية ، وإجراء المقابلات مع رجال القانون الأكاديميين من أعضاء هيئة التدريس -



من خلال تحليل نتائج إستثمارات الإستقصاء الموزعة على العملاء المستهدفين الذين يقومون بعمليات الحجز والتعاقد الإلكتروني عبر الإنترنت ، حيث إتجهت معظم الأجابات الخاصة بتلك العملاء بأنهم ليس على دراية بالجوانب القانونية التي تشملها العقود السياحية، أو القانون الذي ينظم تلك المعاملات في حالة النزاع ، الأمر الذي قد ينعكس بالسلب على عدم قيامهم وإتمامهم لعمليات الحجز والتعاقد الإلكتروني ، وهو يعتبر معوق من معوقات عملية التعاقد السياحي الإلكتروني . حيث بلغ عدد العملاء 297 عميلاً من أصل 415 عميلاً بنسبة (71.6 % ) الذين ليس لديهم دراية بأركان أو بنود شروط التعاقد السياحي الإلكتروني التي تضعها الشركات السياحية أو مواقع الحجز المختلفة ، ولا بالقانون الواجب التطبيق في حالة الإخلال بالتعاقد أو في حالة النزاع ، و بلغ عدد العملاء الذين على دراية ببنود و شروط التعاقد السياحي الإلكتروني التي تضعها الشركات السياحية 118 عميلاً بنسبة (28.4 % ) ، وهذا له دلالة واضحة على عزوف الكثير من العملاء للقيام بالعقود الالكترونية وذلك لعدم درايتهم وكثرة مخاوفهم من البنود أو الشروط التي قد تملى عليهم في العقد



شكل (1)

لتوضيح مدى دراية العملاء بالبنود التي تضعها الشركات السياحية لإتمام التعاقد والقانون الواجب التطبيق في حالة عدم الإتفاق والإخلال ببنود التعاقد

كما إظهرت نتائج التحليل الأحصائي بأستخدام مربع كاي وجود علاقة ذات دلالة قوية بين

الإعلانات عبر التواصل الأجماعي ( السوشيال ميديا ) ، و الإجراءات التي تقدمها الشركة للعميل لكي يتم تشجيعه على عمليات التعاقد والدفع الكترونياً ، ودرايتهم بالقانون الذي ينظم المعاملات السياحية الإلكترونية لضمان حق الشركة في حالة النزاع مع العميل ، ودراسة مدى إمكانية تطوير العمل بنظام التعاقدات الإلكترونية لتواءم التغييرات العصرية الحديثة والعمل على تعزيز تجربة العميل في ظل هذا النظام من الحجز .

- وقد تم ايضا إجراء المقابلات الشخصية مع رجال القانون المختصين الأكاديميين حيث تم المقابلة مع اثنين من أعضاء هيئة التدريس - أساتذة ودكاترة كلية الحقوق في مجال القانون المدني - جامعة الإسكندرية إيماناً بدورهم كخبراء في المجال القانوني والتعاقدات الإلكترونية ، وايضا لمعرفة آرائهم و اقتراحاتهم في صحة هذه العقود وإبرامها من أجل الإستفادة من آرائهم في تطوير العمل بالتعاقدات عبر الإنترنت في ظل نظام قانوني محكم يضمن حقوق كلاً من الطرفين ، والتعرف على عقد السياحة الإلكترونية وما له من ذاتية خاصة .

#### أما فيما يخص اثبات فرضيات البحث

- فيما يخص الفرض الأول أثبتت الدراسة الميدانية الفرض الأول والمتمثل في « عدم الدارية بالجوانب القانونية للعقود الإلكترونية من أهم معوقات الحجز والتعاقد السياحي الإلكتروني»

مستوى الدلالة	كا	س1-هل قمت من قبل بإجراء عملية التعاقد (إمضاء وتوقيع عقد عبر الإنترنت) مع شركة سياحة عبر الإنترنت؟		س4-هل أنت عميل لديك دراية بأركان أو بنود شروط التعاقد السياحي الإلكتروني التي تضعها الشركات السياحية أو مواقع الحجز والقانون الواجب التطبيق في حالة الإخلال بالتعاقد؟	
		لا (ن = 347)	نعم (ن = 68)	لا (ن = 347)	نعم (ن = 68)
دال	**56.931	21.0	73	66.2	45
		79.0	274	33.8	23

جدول (1) يوضح العلاقة بين عملية التعاقد (إمضاء وتوقيع عقد عبر الإنترنت) ، و بين دراية العميل بأركان أو بنود شروط التعاقد السياحي الإلكتروني التي تضعها الشركات السياحية أو مواقع الحجز والقانون الواجب التطبيق في حالة الإخلال بالتعاقد باستخدام مربع كاي

كما أظهرت أيضا نتائج التحليل الأحصائي باستخدام نموذج الانحدار من خلال (معامل الارتباط ومعامل الانحدار) وجود علاقة بين العملاء الذين لم يقوموا بإجراء عملية التعاقد عبر الإنترنت ، و بين درايتهم بأركان أو بنود شروط التعاقد السياحي الإلكتروني التي تضعها الشركات السياحية أو مواقع الحجز والقانون الواجب التطبيق في حالة الإخلال بالتعاقد بقيمة (-) 0.217 ، حيث جاءت قيمة (بيتا) Beta التي توضح العلاقة بين دراية العملاء بالجوانب القانونية للعقود الإلكترونية والقانون الواجب التطبيق و بين الإمضاء والتوقيع الإلكتروني بقيمة (-) 0.217 سالبة ذات دلالة إحصائية حيث يمكن إستنتاج ذلك من قيمة (ت) T وهو (6.019\*\*) والدلالة المرتبطة بها ، ويعنى ذلك أنه كلما زاد عدم دراية العملاء بالجوانب القانونية للعقود الإلكترونية والقانون الواجب التطبيق بمقدار وحدة قل توقيعهم على العقود الإلكترونية وهي علاقة عكسية .

العملاء الذين لم يقوموا بإجراء عملية التعاقد عبر الإنترنت ، و بين عدم درايتهم بأركان أو بنود شروط التعاقد السياحي الإلكتروني التي تضعها الشركات السياحية أو مواقع الحجز والقانون الواجب التطبيق في حالة الإخلال بالتعاقد بنسبة (56.931\*\*) وبالتالي يوجد علاقة ذات دلالة قوية بين المتغير الأول وهو العملاء (العينة) الذين قاموا بإجراء عمليات تعاقد وإمضاء عقد عبر الإنترنت ، والعملاء (العينة) الذين لم يقوموا بإجراء عملية التعاقد عبر الإنترنت ، والمتغير الثاني وهو درايتهم بأركان أو بنود شروط التعاقد السياحي الإلكتروني التي تضعها الشركات السياحية أو مواقع الحجز والقانون الواجب التطبيق في حالة الإخلال بالتعاقد ، وذلك لأن نسبة كاي المحسوبة تتضح عن (56.931\*\*) أكبر من قيمة كاي الجدولية عند مستوى معنوية 0.01 ، وقد ميزت بعلاقة \*\* للدلالة على أنها دالة إحصائيا عند مستوى معنوية 0.01 ، و بناءً على ما تقدم بأن المتغيران مستقلان فإننا نرفض الفرض الصفري ، ونقبل الفرض البديل الذى ينص على أن المتغيران غير مستقلين بحيث يؤثر أحدهما على الآخر ، وذلك بسبب أن نسبة العينة (العملاء) بالإجابة ب لا كانت ذو نسبة أكبر من نعم ، أى أنهم ليسوا على دراية ببنود وأركان التعاقد والقانون الواجب التطبيق ، وبالتالي لم يقوموا بإجراء عمليات التعاقد والتوقيع عبر الإنترنت .

جدول (1) العلاقة بين عملية التعاقد و بين دراية العميل بأركان أو بنود شروط التعاقد

## جدول (2) تحليل الإنحدار الخطي

المتغيرات المستقلة	اختبار "ف"		معامل الارتباط R	معامل التحديد R <sup>2</sup>	اختبار T	
	قيمة "ف"	مستوى المعنوية			قيمة T	الدالة
من-هل أنت عميل لديك دراية بأركان أو بنود شروط التعاقد السياحي الإلكتروني التي تضعها الشركات السياحية أو مواقع الحجز والقانون الواجب التطبيق في حالة الإخلال بالتعاقد؟	31.809**	دال	0.529	0.280	0.217-	6.019**

جدول (2) يوضح تحليل الإنحدار الخطي بين المتغير التابع لعملية التعاقد وهو إمضاء وتوقيع عقد عبر الإنترنت، وبين المتغير المستقل وهو دراية العملاء بالجوانب القانونية للعقد الإلكتروني والقانون الواجب التطبيق في حالة الإخلال بالتعاقد.

- فيما يخص **الفرض الثاني** أثبتت الدراسة الميدانية الفرض الثاني والتمثل في « **ينجم عن عدم ثقة العميل في الحجز الإلكتروني قيامه بالحجز بالطرق التقليدية والعزوف عن عمليتي الحجز والتعاقد الإلكتروني** » .

■ وذلك من خلال تحليل نتائج المقابلات الشخصية التي تمت مع مديري شركات السياحة فئة ( أ ) حيث إتجهت معظم الأجابات الخاصة بهم بأن بعض العملاء لازال ليس لديهم ثقة في إبرام عقد مع الشركة عبر الإنترنت ، ويفضلون المجئ إلى مقر الشركة السياحية في حالة إبرام العقد، وبالتالي قد ينعكس هذا الأمر على قيامهم بعمليات التعاقد الإلكتروني والتعامل عن طريق الطرق التقليدية في حجوزاتهم السياحية وعزوفهم عن عمليات الحجز الإلكتروني. حيث إتفقت جميع "أراء مديري الشركات السياحية " على أن عدم ثقة بعض العملاء التقليديين في المبادرة بالحجز على الإنترنت" ، وعدم ثقتهم في بعض البنود والشروط التي قد تدرج في

العقد ومخاوفهم من توقيع عقد عبر الإنترنت له تأثير سلبي على عمليات الحجز للشركة بالطبع ، وبالتالي عدم ثقتهم تؤدي إلى عزوفهم وتعاملهم بالطرق التقليدية القديمة.

■ كما إظهرت نتائج التحليل الأحصائي باستخدام مربع كاي وجود علاقة ذات دلالة قوية بين العملاء الذين قاموا بإجراء عمليات تعاقد وإمضاء عقد عبر الإنترنت ، والعملاء الذين لم يقوموا بإجراء عملية التعاقد عبر الإنترنت ، وبين اعتبار نظام التعاقد عبر الإنترنت يعتبر من الأنظمة الأمانة بنسبة (95.373\*\*) يوجد علاقة ذات دلالة قوية بين المتغير الأول وهو العملاء ( العينة ) الذين قاموا بإجراء عمليات تعاقد وإمضاء عقد عبر الإنترنت ، والعملاء ( العينة ) الذين لم يقوموا بإجراء عملية التعاقد عبر الإنترنت ، والمتغير الثاني وهو أن نظام التعاقد عبر الإنترنت يعتبر من الأنظمة الأمانة ، وذلك لأن نسبة كاي المحسوبة (95.373\*\*) أكبر من قيمة كاي الجدولية عند مستوى معنوية 0.01 ، وقد ميزت بعلاقة \*\* للدلالة على أنها دالة إحصائياً عند مستوى معنوية 0.01 ، بناءً على ما تقدم بأن المتغيران مستقلان فإننا نرفض الفرض الصفري ، ونقبل الفرض البديل الذي ينص على أن المتغيران غير مستقلين بحيث يؤثر أحدهما على الآخر ، وذلك بسبب أن نسبة العينة ( العملاء ) وأرائهم جاءت بالموافقة من اكبر النسب مقارنة بغيرها من النسب .

## جدول (4) تحليل الإنحدار الخطي

المتغيرات المستقلة	اختبار تـا		معامل الارتباط R	معامل التحديد R <sup>2</sup>	اختبار T	
	قيمة تـا	مستوى المعنوية			قيمة T	الدلالة
س- هل يعتبر نظام التعاقد عبر الإنترنت من الأنظمة الآمنة بالنسبة لك؟	31.809**	دل	0.529	0.280	0.141-	8.248** دل

جدول (4) يوضح تحليل الإنحدار الخطي بين المتغير التابع لعملية التعاقد وهو إمضاء وتوقيع عقد عبر الإنترنت، وبين المتغير المستقل وهو اعتبار نظام التعاقد الإلكتروني من الأنظمة الآمنة للعملاء

- فيما يخص **الفرض الثالث** أثبتت الدراسة الميدانية الفرض الثالث والمتمثل في « يؤثر عدم وجود نظام قانوني للمعاملات السياحية الإلكترونية يضمن حق العميل سلباً على قرار الحجز والشراء عبر الإنترنت»

■ وذلك من خلال تحليل نتائج المقابلات الشخصية مع رجال القانون المختصين الأكاديميين حيث إتجهت الأجابات الخاصة بهم و رأيهم في أن وجود نظام قانوني للمعاملات السياحية الإلكترونية يكفل حق العميل له تأثير على قرار الحجز والشراء عبر الإنترنت ، وأنه من أهم معوقات تطبيق هذا النظام بالشكل الأكمل، كما أن وجود نظام قانوني خاص بالمعاملات السياحية الإلكترونية يشجع العملاء على إتخاذ قرار الشراء والحجز عبر الإنترنت.

■ وايضا يتضح من خلال تحليل نتيجة الإستبيانات الموزعة على العملاء الذين يقومون بعمليات الحجز والتعاقد الإلكتروني عبر الإنترنت أشار نسبة ( 52.8 % ) من إجمالي أفراد العينة بموافقتهم بشدة على أن عدم وجود قواعد واضحة تنظم المعاملات الإلكترونية وعدم دراية العميل

## جدول (3) العلاقة بين بين العملاء الذين قاموا بإجراء عمليات تعاقد وإمضاء عقد عبر الإنترنت

مستوى الدلالة	2α	س- هل قمت من قبل بإجراء عملية التعاقد (إمضاء وتوقيع عقد عبر الإنترنت) مع شركة سياحة عبر الإنترنت؟			
		نعم (ن = 68)		لا (ن = 347)	
		ن	%	ن	%
دل	95.373**	23	33.8	14	4.0
		30	44.1	71	20.5
		13	19.1	164	47.3
		2	2.9	85	24.5
		0	0.0	13	3.7

جدول (3) يوضح العلاقة بين بين العملاء الذين قاموا بإجراء عمليات تعاقد وإمضاء عقد عبر الإنترنت ، والعملاء الذين لم يقوموا بإجراء عملية التعاقد عبر الإنترنت ، وبين اعتبار نظام التعاقد عبر الإنترنت يعتبر من الأنظمة الآمنة باستخدام مربع كاي.

كما إظهرت ايضا نتائج التحليل الأحصائي بأستخدام نموذج الإنحدار من خلال ( معامل الارتباط ومعامل الانحدار ) وجود علاقة بين العملاء الذين لم يقوموا بإجراء عملية التعاقد عبر الإنترنت ، وبين اعتبار نظام التعاقد الإلكتروني نظام امان بالنسبة لهم بقيمة (  $-0.141$  ) ، وكذلك جاءت قيمة ( بيتا ) Beta التي توضح العلاقة بين نظام التعاقد الإلكتروني وإعتبارها من الأنظمة الآمنة له و بين الإمضاء والتوقيع الإلكتروني بقيمة (  $-0.141$  ) سالبة ذات دلالة إحصائية ، حيث يمكن إستنتاج ذلك من قيمة ( ت ) T وهو (  $8.248^{**}$  ) والدلالة المرتبطة بها ، ويعنى ذلك أنه كلما زاد عدم وجود نظام التعاقد الإلكتروني بشكل أمان كلما قل إقبال العملاء على عملية التعاقد والتوقيع الإلكتروني وهى علاقة عكسية .

وبعنى ذلك أنه كلما تحسنت و وجدت القواعد الواضحة التى تنظم المعاملات الإلكترونية بمقدار وحدة يؤدى إلى زيادة عملية التعاقد والإمضاء الإلكتروني عبر الإنترنت وهى علاقة طردية.

جدول (5) تحليل الإنحدار الخطى

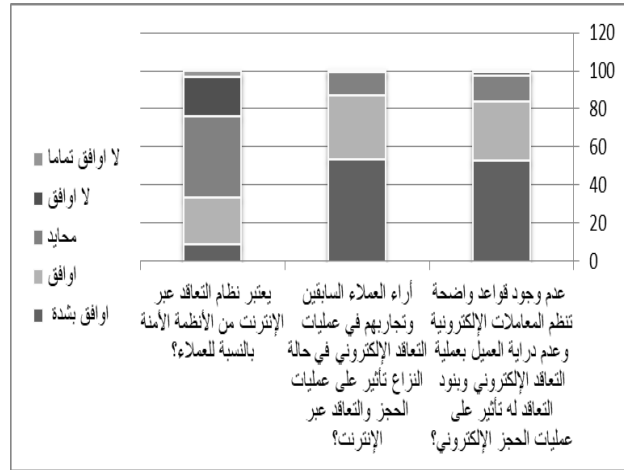
المتغيرات المستقلة	اختبار "ف"		معامل الارتباط التحديد		اختبار T	
	قيمة "ف"	مستوى المعنوية	R	R <sup>2</sup>	قيمة T	الدالة
س-حل عدم وجود قواعد واضحة وتنظم المعاملات الإلكترونية وعدم إدراية العميل بعملية التعاقد الإلكتروني وينود التعاقد له تأثير على عمليات الحجز الإلكتروني؟	31.809**	دال	0.529	0.280	0.020	0.905

جدول (5) يوضح تحليل الإنحدار الخطى بين المتغير التابع لعملية التعاقد وهو إمضاء وتوقيع عقد عبر الإنترنت، وبين المتغير المستقل وهو وجود القواعد الواضحة التى تنظم المعاملات الإلكترونية

حيث تم وضع نموذج تصورى لعقد مبرم بين شركة السياحة والعميل موضح به كافة الشروط والبنود التى يجب ان يلتزم بها الطرفين كى يتم ضمان حق العميل و الحصول على حقه بسهولة ويسر وفى وقت منجز ، إلى أن يتم تشريع قانون خاص بالمعاملات السياحية الإلكترونية ، وهذا عقد تصورى فمن الممكن التغيير فيه حسب مصلحة كلا من طرفى العقد وحسب الإتفاق المبرم بينهما.

هذا النموذج تم تصميمه بناء على المقابلات الشخصية التى تمت مع مديرين شركات السياحة وما لهم خبرة فيما يحتاجه العملاء من بنود و ضمانات لضمان حقهم فى الرحلة السياحية ، حيث يختلف من شركة سياحية لآخرى طبقاً لمتطلبات الرحلة السياحية، ولكن هذه البنود ثابتة فى معظم الاوقات فى عمليات التعاقد الإلكتروني التى قد تثبت حق العميل والشركة .

بعملية التعاقد الإلكتروني وينود التعاقد له تأثير على عمليات الحجز الإلكتروني .



شكل (2)

يوضح ان عدم وجود قواعد واضحة وتنظم المعاملات الإلكترونية، وعدم إدراية العميل بعملية التعاقد الإلكتروني وينود التعاقد يؤثر بالفعل على العملاء فى عمليات التعاقد السياحى الإلكتروني

■ ووضحت نتائج التحليل الأحصائى باستخدام نموذج الإنحدار من خلال ( معامل الارتباط ومعامل الانحدار ) وجود علاقة بين العملاء الذين لم يقوموا بإجراء عملية التعاقد عبر الإنترنت ، و بين القواعد الواضحة التى تنظم المعاملات الإلكترونية ، ويعنى ذلك أنه كلما تحسنت و وجدت القواعد الواضحة التى تنظم المعاملات الإلكترونية بمقدار وحدة يؤدى إلى زيادة عملية التعاقد الإلكتروني بقيمة (0.020) ، وكذلك جاءت قيمة ( بيتا ) Beta( التى توضح العلاقة بين القواعد الواضحة التى تنظم المعاملات الإلكترونية و بين الإمضاء والتوقيع الإلكتروني بقيمة (0.020) موجبة ، وهذا غير دال إحصائياً حيث يمكن إستنتاج ذلك من قيمة ( ت ) T وهو (0.905) والدلالة المرتبطة بها فى الجدول بأنها ليس ذات دلالة إحصائية ،

والايجاب ،ومن ثم فإنه يعتبر من قبيل عقود الإستهلاك ، ولذلك يخضع عقد السياحة الإلكتروني لأحكام قانون حماية المستهلك رقم 67 لسنة 2006 . وقد تم مراجعته قانونياً من رجال القانون المختص في مجال ابرام العقود.

وقد تم ايضا اخذ رأى العملاء فيما يحتاجونه من ضمانات وينود قد تكون سبباً في اتمام عملية الحجز الإلكتروني الخاص برحلتهم السياحية ، ما يقترح العملاء من بنود حيث ان العقد السياحي عقد رضائي يتفق عليه الطرفين في حالة القبول

<p><b>* الملحق رقم ١ *</b> <b>بنود عقد الترفيهي لتوفير رحلة سياحية</b></p> <p>كُنه في يوم ..... الموافق / / ٢٠٢٠ . شركا / ..... للسياحة والسفر، لتقديم في محافظة..... والمعتبر موثقاً مختاراً للشركة في كل ما يتعلق بهذا العقد.</p> <p><b>* الطرف الأول *</b> السيد / .....والمقيم في محافظة.....والمعتبر موثقاً مختاراً فيما يتعلق بهذا العقد.</p> <p><b>* الطرف الثاني *</b></p> <p><b>* الملحق رقم ٢ *</b></p> <p>• ما كان الطرف الأول من الشركات السياحية المرخصة لدى وزارة السياحة برقم ..... ترخيص - كرجح: / / م • ما كان الطرف الأول من الشركة المختصة بتوفير الرحلات السياحية داخل جمهورية مصر العربية وخارجها بموجب مرافقة وزارة السياحة على الرحلة رقم / / تاريخ / / ٢٠٢٠ م.</p>	<p>• ولما كان الطرف الثاني راجعاً للإشتراك برحلتاً سياحية وفق البرنامج المقدم من قبل الطرف الأول عن طريق (البر - البحر - الجو) إلى ..... • ولما كان الطرف الأول قد أخذ عن هذه الرحلة في إطار عمله الترويجية بوسائل الإعلان عن طريق الإنترنت وعبر موقعها الرسمي ، ويعد أن أطلع عليها الطرف الثاني وعلى شروطها وخذ سيرها وقبل بها.</p> <p>لذلك فقد إتفق الطرفان على تنفيذ هذه الرحلة وفق الشروط المدرجة أدناه:</p> <p><b>* الملحق الأول *</b></p> <p>تعتبر مقدمة هذا العقد جزءاً لا يتجزأ منه</p> <p><b>* الملحق الثاني *</b></p> <p>يخطر الطرف الأول عن تنفيذ رحلة سياحية وينفذ برنامج الرحلة (الزيارات - القفاق وكل ما يتعلق بخطة سير الرحلة) وفق البرنامج المعطى عنه عن طريق الوئع الخامس بالشركة على الإنترنت والذي يعتبر جزءاً لا يتجزأ من هذا العقد ، وتكون هذه الزيارات برقعة أدلاء ومرشدين سياحيين</p>
--	--

<p><b>* الملحق الثالث *</b></p> <p>يقدر الطرف الثاني بأنه إطلع على برنامج الرحلة المعطى على الإنترنت عن طريق موقعها الرسمي الخاص بالشركة ، وقبل بكل بنوده وكافة الشروط الواردة فيه إطلاعاً ذاتياً للجهة.</p> <p><b>* الملحق الرابع *</b></p> <p>بالنسبة إلى القفاق وتصنيفها تكون إقامة المشتركين في القفاق الوارد ذكرها في برنامج الرحلة حسب الإتفاق . يضمّن الطرف الأول تصنيف القفاق المذكورة والمتفق عليها كما هي في البلد المضي زيارته. وفي حالة الظروف القاهرة أو في حالات الضرورة القصوى يحق للطرف الأول تغيير أي من القفاق التي تم الإتفاق عليها مسبقاً بينه وبين العميل بشرط أن تكون تلك القفاق المقترحة ، والتي حلت محل القفاق الأخرى مساوية لها في الدرجة والخدمة السياحية . ولكن في حالة قيام الطرف الثاني برغبته في تغيير القفاق إلى مستوى أو درجة سياحية أعلى فإنه يتحمل كافة التكاليف المترتبة على هذه التغيير.</p> <p><b>* الملحق الخامس *</b></p> <p>بالنسبة للتأمين يقدر الطرف الأول أن هذه الرحلة تخضع لأحكام عقد تأمين موقع مع شركة تأمين ..... للتأمين ويقوم الطرف الأول بالتأمين على المشتركين في الرحلة شخصياً خلال فترة الرحلة .</p>	<p>يقدر الطرف الثاني أن (قيمة الرحلة موضوع هذا العقد) مبلغاً وقدره ..... ( يدفع من قبل الطرف الثاني على الشكل التالي : الدفعة الأولى: وقبعتها (٥٠%) من قيمة الإشتراك المتفق عليه ، ويسددها الطرف الثاني عند التوقيع على العقد. الدفعة الثانية: وقبعتها (٥٠%) من قيمة الإشتراك المتفق عليه ، ويسددها الطرف الثاني قبل أسبوعين من بداية الرحلة .</p> <p><b>* الملحق السادس *</b></p> <p>في حالات إلغاء الرحلة يحق للطرف الثاني إلغاء الإشتراك بالرحلة بعد إبلاغ الطرف الأول عن طريق الوسيلة المبرمة بها ( البريد الإلكتروني - صفحات الويب - المحادثة أو المشاهدة ) عن ذلك حسب الشروط المدرجة في برنامج الرحلة ، وتتضمن هذه الشروط حق الطرف الأول بإقتطاع ما تحمله من مبلغ مائة لقاء الحصول على ترتيبات السفر من الطرف الثاني. في حال كان الإلغاء صكراً عن الطرف الأول ويعد إبلاغ الطرف الثاني عن طريق الوسيلة المبرمة بها ( البريد الإلكتروني - صفحات الويب- المحادثة أو المشاهدة ) فإنه يلتزم بإعادة مبلغ الرحلة كاملاً أو تقسيم عرض بنيل بنفس الغرايا والشروط خلال فترة زمنية لا تتعدى شهراً من تنفيذ الرحلة المأذنة.</p>
--	---

1- تأخر الطرف الثاني في منح الطرف الأول في إرسال وثائق السفر لتأمين التذكرة ضمن الوقت المحدد.  
 ب- في حال عدم منح الطرف الثاني تذكرة دخول ناجم عن رفض سفارة الدولة المعنية.  
 ج- تأخر حضور الطرف الثاني إلى العود المحدد لبداية الرحلة لأي سبب من الأسباب التي لا علاقة لتأخر الطرف الأول بها (مرض - سفر) .

#### المسند القانوني المعاصر

يتوجب على الطرف الثاني وعلى أي مشترك من المشتركين في الرحلة الالتزام وعدم مخالفة الأنظمة والقوانين المرصية ضمن أراضي جمهورية مصر العربية أو خارجها ، كما يتوجب عليهم عدم حمل المواد الخطرة أو المهربة المغلفة للقوانين الجمركية ، والمدفئة ، والإحصائية ، والقضائية في مصر أو خارجها ، وكل تصرف من هذا القبيل يتحمل فاقته مالياً ، ومخوياً دون أن يكون للطرف الأول أي مسئولية جزائية أو مدنية أو قضائية على تصرفات المشترك .

#### المسند القانوني المعاصر

تختص المحكمة المختصة بأي منازعة تنشأ عن تنفيذ هذا العقد .

#### المسند القانوني

يحق للطرف الأول زيادة أسعار الرحلة قبل بدءها بمدة (٣٠) يوماً فيما في حالة أي زيادة طارئة على الأسعار مثل زيادة في أسعار (الوقود - تذاكر السفر - رسوم المغسرة.....) أو أية رسوم إضافية ، ويحق للطرف الثاني قبول الزيادة أو عدمها ، وفي حال عدم قبول الطرف الثاني بالزيادة بعد المبلغ كالمأثور أي خصم .

#### المسند القانوني

الطرف الأول غير مسئول عن الظروف القاهرة التي تحدث أثناء الرحلة والتي لا يد له فيها ، والتي قد تؤدي إلى تغير في أو مخطط الرحلة ، مع بذل كل جهد لإنجاح الرحلة ومحولة تلافى ما قد تلاقه من موقفات لا قدر الله .

#### المسند القانوني

يتوجب على الطرف الثاني تمكين الطرف الأول من وثائق السفر خاصته ( الجواز - الهوية الشخصية - رسوم الفيزا..... ) حتى يتمكن من تأمين (الفيزا).  
 لا يجبر الطرف الأول لئلا عن تنفيذ عقد الرحلة ولا يلزم بالتعويض في حال عدم تمكن الطرف الثاني من المشاركة بالرحلة في الحالات التالية:

### المسند الثالث المعاصر

يقر الطرفان بأن الخنوان المبين بصدر هذا العقد هو موثقاً مختاراً صالحاً للتبليغات ،  
 كتب هذا العقد على نسختين يحتفظ كل طرف بنسخته الورقية أو الإلكترونية للعمل  
 مقتضاهما .

الطرف الأول: شركة / ..... للسياحة والمطعم  
 الطرف الثاني: السيد / .....  
 توقيع / ..... توقيع / .....

شكل (3) "نموذج تصوري لعقد سياحي إلكتروني لتنفيذ رحلة سياحية"

## النتائج

### أولاً نتائج الدراسة النظرية

- ❖ تبين عدم وجود تنظيم قانوني لمعاملات ولعقود التجارة الإلكترونية بصفة عامة ، وعقود السياحة الإلكترونية بصفة خاصة ، بالرغم من التطورات العالمية والتغيرات الجذرية التي يشهدها العالم كل يوم .
- ❖ النصوص الواردة في القانون المدني لا تحمل حلاً لمسألة تنازع القوانين فيما يخص
- ❖ العقود الدولية إذ أن المشرع قد قصد من وضعها حل مشكلات العقود الدولية التقليدية وليست الإلكترونية .
- ❖ نجد أن التحكيم الإلكتروني أصبح لغة العصر الحالي بما أحدثه من إهتمام كبير لدى الدول والهيئات المتخصصة في حسم المنازعات مما دفعها لإنشاء مراكز التحكيم

❖ غياب الوعي لدى المسئولون عن الشركات السياحية بقانون ينظم المعاملات السياحية الإلكترونية ، وليس لديهم دراية بنظم التحكيم الإلكتروني كالمحكمة الافتراضية أو القاضى الافتراضى.

❖ القانون الواجب التطبيق الخاص بمنازعات عقد السياحة الإلكتروني في مصر: يمكن اللجوء إلي المحكمة المختصة في حالة قيام النزاع و تطبيق أحكام القانون المصرى فيما يتعلق في مسالة النزاع كما متفق عليه في العقد المبرم بين الشركة والعميل وتختص به جميع المحاكم المصرية ، وتتنظر في أمر النزاع المتعلق ، بإعتبار عقود السياحة الإلكترونية من عقود الإستهلاك .

❖ فيما يتعلق بشرعية التحكيم الإلكتروني في مصر و وسائله كالمحاكم الافتراضية أو القاضى الافتراضى أنه لم يتم التعامل في مصر بنظم التحكيم الإلكتروني بشكل موسع كما يتم التعامل بنظم التحكيم التقليدية .

❖ لابد من النظر إلى القانون المصرى في تلك التشريعات ، و نحتاج إلى سن و وضع قانون خاص لتنظيم المعاملات السياحية عبر الإنترنت يواءم ويواكب التطور التكنولوجى السريع فى العصر الحالى ، كما أن وجود نظام قانونى خاص بالمعاملات السياحية الإلكترونية يشجع العملاء على إتخاذ قرار الشراء والحجز عبر الإنترنت .

❖ الحاجة إلى توعية العملاء لأنهم ليسوا على دراية أو معرفة بنظم التحكيم الإلكتروني

أو المشاريع الخاصة لحسم تلك المنازعات إلكترونيا كمشروع القاضى الافتراضى والإتحاد العربى للتحكيم الإلكتروني .

❖ بشأن الوسائل البديلة لفض منازعات السياحة الإلكترونية من خلال الوسائل الإلكترونية تبدو طموحة أكثر من اللازم فى ظل عدم خلق رأى عام واعى ، خاصة أن هذه الوسائل مازالت تستند للرضائية فى وجودها كوسيلة لفض النزاع ، وحتى عند تنفيذ الأحكام الصادرة عنها .

### ثانيا نتائج الدراسة الميدانية

#### نتائج استمارات الاستبيان ( العملاء ) ونتائج المقابلات الشخصية ( شركات السياحة ورجال القانون المختصين )

❖ تقوم الشركات السياحية بأستخدام مواقع مثل BOOKING, TRIVAGO للترويج عن بعض الفنادق والقرى السياحية التى تديرها ، ويساهم بنسبة كبيرة فى عمليات الحجز الإلكتروني الخاصة بهم بإعتبارها مواقع عالمية يفد إليها ملايين العملاء الإلكترونيين يوميا ، وتيسير إجراءات الحجز والتعاقد على تلك المواقع لجذب العديد من العملاء المستهدفين .

❖ تفضل الشركات السياحية التعاقد مع العملاء عبر الإنترنت لأنها توفر كثير من الوقت والجهد وتضمن موافقة كلاً من الطرفين وقبولهم للتعاقد بشروط صريحة وواضحة .



الإلكترونية نتيجة لأسباب مادية أو لنقص الخبرة المطلوبة ، وقد يشمل ذلك تزويد تلك الشركات بالأجهزة والأنظمة والبرمجيات اللازمة لتطبيق التجارة الإلكترونية ، وتدريب العاملين فيها على كيفية التعامل معها . دراسة الآثار السلبية المستقبلية للتوسع فى استخدام السياحة الإلكترونية ، والتي سوف تؤدي إلى تغير فى هيكل قطاع السياحة التقليدى ، من حيث تقليل الفوائد العائدة على الوسطاء التقليديين مثل مشغلي الرحلات ، و وكلاء السفر والسياحة ، وشبكات الحجز والتوزيع الدولية والذين يقومون بدور أساسى فى الربط بين مزودى الخدمات السياحية كالفنادق ، والمطاعم ، والخطوط الجوية ، ومراكز الجذب السياحى وتسويقها فى شكل حزم سياحية متكاملة للسائحين .

#### ✘ توصيات تتعلق بالبنية القانونية

والتشريعية ؛ يستدعى الأمر من المشرع المصرى سرعة إصدار قانون التجارة الإلكترونية ، لتنظيم كافة المسائل المتعلقة بهذا المجال والمتزايدة فى الفترة الأخيرة، ومنها السياحة الإلكترونية ، وأن ينص فى هذا القانون على نصوص تشريعية خاصة بالنشاط السياحى بصفة عامة والسياحة الإلكترونية بصفة خاصة . تعديل قانون حماية المستهلك المصرى رقم 67 لسنة 2006 بإضافة مواد خاصة بحماية السائح المستهلك فى التعاقد عن بُعد ، وأهمها الإلتزام بالإعلام قبل التعاقد ومواجهة الشروط التعسفية فى عقود الإذعان ، وحقه فى الرجوع عن التعاقد . إنشاء دوائر

الحديثة كالمحكمة الافتراضية أو القاضى الافتراضى ، التى من الممكن أن يلجئوا إليها فى حالة النزاع بينهم وبين الشركة .

#### توصيات البحث

#### ✘ توصيات خاصة بالإطار التنظيمى

والمؤسسى ؛ من أجل زيادة الأهتمام بمجال السياحة الإلكترونية سواء بين الوزارات المعنية بالحركة السياحية أو داخل وزارة السياحة نفسها ، يلزم تكوين إطار تنظيمى ومؤسسى تكون له صفة الدوام والإستمرارية على الأقل خلال المراحل الأولى من إدخال نظم التجارة الإلكترونية فى عمل الهيئات السياحية والوسطاء السياحيين المختلفين . دعوة وزارة السياحة المصرية إلى تشجيع ودعم ثقافة اللجوء إلى نظام التحكيم التقليدي بصورة عامة والإلكترونى بصورة خاصة فى منازعات السياحة الإلكترونية من خلال إستحداث وحدة قانونية متخصصة بقضايا التحكيم الإلكتروني ، وعقد الندوات المتخصصة للتعريف بالتحكيم الإلكتروني فى منازعات السياحة على كافة المحاور الأكاديمية والحكومية. إعداد قياسات للرأى عن إستعداد الشركات و وكالات السفر والفنادق وغيرها من الوسطاء السياحيين لتطبيق السياحة الإلكترونية ، والمعوقات المادية والبشرية والفنية التى تواجهها ، والإجراءات المقترحة لتلافيها ودور أجهزة الدولة تجاهها . دراسة أنسب السبل لتقديم الدعم المادى والتقنى اللازم للشركات السياحية الصغيرة والفنادق المصرية التى تعجز عن مسايرة متطلبات السياحة

- قضايا متخصصة في منازعات عقود
- السياحة المبرمة عبر شبكة الإنترنت مما يجعلها أقدر من غيرها على الفصل في هذه المنازعات التي يكتنفها صعاب عدة مردها الطبيعة التقنية للشبكة . دراسة التشريعات الخاصة بالسياحة في مصر، ومدى توافقها مع المتطلبات الخاصة بتنظيم السياحة الإلكترونية ، وخاصة في مجال عمل الشركات السياحية . وجود نظام قانوني متكامل للمعاملات الإلكترونية على الصعيدين الدولي والوطني يتكاتف مع جهود الدول الحثيثة في توفير الإمكانيات المادية والفنية لشركات السياحة للعمل على تفعيل نمط السياحة الإلكترونية . لا بد أن يبادر المشرع المصري بإصدار تشريع ينظم التحكيم الإلكتروني على غرار مركز تحكيم جامعة مونتريال بكندا حتى يطمئن السائح أو العميل بوجود نظام سريع ومنجهز يقوم بحسم حقه في حالة النزاع أو الخلاف .
- المراجع**
- المراجع العربية:**
- أحمد ، رشا على الدين . (2010) ، النظام القانوني لعقد السياحة الإلكتروني . الإسكندرية : دار الجامعة الجديدة .
- إبراهيم ، خالد ممدوح . (2005) ، إبرام العقد الإلكتروني . الإسكندرية : دار الفكر العربي .
- إبراهيم ، نضال اسماعيل . (2005) ، أقسام عقود التجارة الإلكترونية . طبعة أولى . عمان : دار الثقافة .
- التهامي ، سامح عبد الواحد . (2008) ، التعاقد عبر الإنترنت ، دراسة مقارنة ، مصر : دار الكتب القانونية .
- الحداد ، حفيظة السيد . (2007) ، الموجز في النظرية العامة في التحكيم التجاري الدولي . منشورات الحلبي الحقوقية .
- الخالدي ، ايناس . (2009) ، التحكيم الإلكتروني . القاهرة : دار النهضة العربية .
- الدياز ، ليلي قمار . (2003-2004) ، الروابط القانونية بين وكالات السياحة والسفر والعلاء . مذكرة لنيل شهادة الماجستير تخصص قانون النقل - كلية الحقوق - جامعة أبي بكر بلقايد - تلمسان .
- الرومي ، محمد أمين . (2004) ، التعاقد الإلكتروني عبر الإنترنت . الإسكندرية : دار المطبوعات العربية .
- السنهوري ، عبد الرازق . (2004) ، الوجيز في النظرية العامة للإلتزام . الإسكندرية : منشأة المعارف .
- العبیدی، زينة غانم ؛ العبیدی، سارة أحمد حمد . (2010) ، عقد السياحة الإلكتروني - دراسة تحليلية مقارنة . مجلة تكريت للعلوم القانونية والسياسية .
- القصبی ، عصام الدين . (2008) ، القانون الدولي الخاص . طبعة جامعة المنصورة .
- المنزلاوي ، صالح . (2008) ، القانون الواجب التطبيق على عقود التجارة الإلكترونية . الإسكندرية : دار الجامعة الجديدة .
- الأودن ، سمير عبد السمير . (2005) ، العقد الإلكتروني . الإسكندرية : منشأة المعارف .
- بدر، ياسر أحمد . (2005) ، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني . القاهرة : دار الجامعة الجديدة للنشر .
- بدر، ياسر أحمد . (2016) ، حماية السائح في عقود السياحة الإلكترونية . المؤتمر العلمي الثالث الذي تقيمه كلية الحقوق - جامعة طنطا ، طنطا .
- بدوى ، بلال عبد المطلب . (2006) ، التحكيم الإلكتروني كوسيلة لتسوية منازعات التجارة الإلكترونية . مجلة العلوم القانونية والاقتصادية ، مجلد 48 ، عدد 1 ، يناير 2006 .
- بناني ، أحمد موافى . (2018) ، الإلتزام بضمان السلامة (المفهوم ، المضمون ، اساس المسؤولية) . مجلة الفكر - العدد العاشر .
- توفيق ، هالة فؤاد . (2010) ، عقد السياحة الألكترونية والمسئولية القانونية لأطرافه . مجلة الفكر الشرطي - مركز بحوث الشرطة - القيادة العامة لشرطة الشارقة - الإمارات .
- حمار، محمد . (2015-2016) ، حماية المستهلك في عقد السياحة والأسفار . مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في القانون ، فرع قانون حماية المستهلك والمنافسة ، كلية الحقوق ، جامعة الجزائر .
- خبابة ، أمينة . (2010) ، التحكيم الإلكتروني في التجارة الإلكترونية . دراسة مقارنة ، رسالة ماجستير . المنصورة الطبعة الأولى : دار الفكر والقانون .
- سيد ، أشرف جابر . (2001) ، عقد السياحة ، دراسة مقارنة في القانونين المصري والفرنسي : دار النهضة العربية .
- سيد، أشرف جابر . (3:5 أبريل 2006) . عقد السياحة ، دراسة مقارنة في القانونين المصري والفرنسي . بحث مقدم لمؤتمر أكاديمية شرطة دبي حول الجوانب القانونية والأمنية لصناعة السياحة ، المجلد الاول .
- شبري، عزيزة ؛ مناصرية ، حنان . (2017) ، دور قانون الإرادة في تطبيق العقود الإلكترونية . مجلة جيل الأبحاث القانونية المعمقة - العدد 18 .
- عرب، يونس . (2000) ، منازعات التجارة الإلكترونية ، الإختصاص والقانون الواجب التطبيق وطرق التقاضي البديلة . ورقة عمل مقدمة الى مؤتمر التجارة الإلكترونية التي اقامته منظمة الاسكوا/ الامم المتحدة . بيروت ، لبنان .
- على ، جمال عبد الرحمن محمد . (2004) ، المسئولية المدنية للمتفاوض ، نحو تطبيق القواعد العامة على مسئولية المتفاوض عبر الإنترنت، دراسة مقارنة بين القانونين المصري والفرنسي : بدون ناشر .
- عمران ، السيد محمد . (2006) ، الإلتزام بالإعلام الإلكتروني قبل التعاقد عبر شبكة الإنترنت : الدار الجامعية للطباعة والنشر .

- كركورى ، حنان مباركة . (2017) ، المسؤولية المدنية المزدوجة لوكالة السياحة والأسفار . دفاتر السياسة والقانون العدد 17 جوان 2017.
- مجاهد ، أسامة ابو الحسن .(2000) ، خصوصية التعاقد عبر الإنترنت . القاهرة: دار النهضة العربية .
- مجاهد ، أسامة ابو الحسن . (2003) ، خصوصية التعاقد عبر الإنترنت . القاهرة : دار النهضة العربية .
- معوض ، رعدة ؛ رمضان ، اكمل ؛ عنتر ، محمد . (2016) ، التحكيم الإلكتروني فى منازعات السياحة الإلكترونية . المجلة العلمية لكلية السياحة والفنادق ، عدد 12، الجزء الأول.
- مقابلة ، نبيل زيد . (2014) ، التحكيم الإلكتروني . مجلة الفقه والقانون.
- منصور، محمد حسين . (2003)، المسؤولية الإلكترونية : دار الجامعة الجديدة للنشر .
- نعمان ، ضحى محمد سعيد . (2001) ، المسؤولية المدنية لمتعهدي السفر والسياحة . دراسة مقارنة . اطروحة دكتوراه مقدمة إلى كلية القانون بجامعة الموصل .
- يزيد ، دلال . (2014) ، الحماية القانونية للسائح في ضوء عقد السياحة . دفاتر السياسة والقانون العدد 14 جوان 2014 .
- يعقوب ، الاء . (2009) ، الإطار القانوني لإتفاق التحكيم الإلكتروني ، بحث منشور فى مجلة جامعة الشارقة للعلوم الشرعية والقانونية ، المجلد السادس ، العدد الثاني ، جمادى الأول 1430 هـ .
- يونس ، عمرو عبد الفتاح ، على . (2009) . جوانب قانونية للتعاقد الإلكتروني فى إطار القانون المدنى ( دراسة مقارنة ) مدعمة بأحدث الأحكام القضائية الأجنبية والعربية الإسكندرية .

#### References:

- Andreea, M., Donici, A.& Teofil, P. (2012 ), Electronic Tourism (E-tourism) - a theoretical approach, Munich Personal RePEc Archive. Available online at [https://mpra.ub.uni-muenchen.de/41745/MPPRA\\_Paper\\_No.\\_41745](https://mpra.ub.uni-muenchen.de/41745/MPPRA_Paper_No._41745), posted 14. October 2012 20:33 UTC.
- Egger, R.& Buhalis, D. (2008), E-tourism Case Studies – Management and Marketing issues, Elsevier, p.8.

## **The Contracts of E-Tourism Companies amid the Applications of Cyberspace Technologies (An Analytical Study on Egyptian Tourism Market)**

**Amany Adel Khairy**

Researcher – Tourism Studies Department  
Faculty of Tourism and Hotels - Alexandria University, Egypt

**Abir Ahmed Attia**

Professor - Tourism Studies Department  
Faculty of Tourism and Hotels - Alexandria University, Egypt

**Iten Elrouby**

Associate Professor - Tourism Studies Department  
Faculty of Tourism and Hotels - Alexandria University, Egypt

### **Abstract**

Tourism companies are nowadays promoting their programs mainly through their websites, so that the customer could view the tourism program online before contracting. Further developments took place until these companies are now allowing their clients to do their contracting with the company via the Internet, as well as concluding tourism deals online. This type of contracts is called "e-tourism contracts" which can be defined as a contract that involves the exchange of messages and information between a tourism company and its customers through pre-prepared forms that are processed electronically and that result in contractual obligations.

The research aims to identify the status of the electronic tourism contract in terms of achieving a balanced relationship in the contracting processes between the client and the tourism company, as well as to identify the legal position in case of conflict between the client and the tourism company. Furthermore, the research seeks to identify the problems that may face the customer while shopping for tourism services online so that the customer is not exposed to material damage, fraud, and how to conclude electronic tourism contracts in the correct manner under a tight legal system that guarantees the rights of both parties.

The research tested the research hypotheses using a descriptive analytical research methodology. It also relied on data selection tools like structured interviews, survey questionnaire and a case study to arrive at recommendations and a framework for tourism companies in Egypt to rely on when using this new emerging pattern of online contracting.

The research concluded that the Egyptian legislator must take the initiative to issue a legislation regulating electronic arbitration, similar to international arbitration centers, in order to assure the customer of the existence of a fast and accomplished system that resolves any issues in the occurrence of a dispute or disagreement. It is also necessary to conduct awareness campaigns especially for tourism companies and customers about electronic tourism contracts, how they are concluded and the conditions that must be met to guarantee their rights, and how each individual can claim his rights according to these contracts.

**Keywords:** Internet, Electronic Arbitration, E-tourism, E-tourism Contracts, Tourism Companies