



كلية التربية بقنا



قسم الجغرافيا ونظم المعلومات الجغرافية



جامعة جنوب الوادي

محاضرات في جغرافية السياحة والترويج

إعداد

أ.م.د. مريان نشأت فرح

أستاذ مساعد الجغرافيا البشرية

بجامعة جنوب الوادي

العام الجامعي

٢٠٢٤ / ٢٠٢٥ م

بيانات الكتاب

الكلية : كلية التربية

الفصل: الدراسي الثالث (الفرقة الثانية)

التخصص: الجغرافيا

تاريخ النشر: ٢٠٢٤/٢٠٢٥ م

عدد الصفحات: ٢٠٣

المؤلفون: ا.م.د. مريان نشأت فرح

الرموز المستخدمة

الصفحة	
صفحات مختلفة	نص للقراءة والدراسة. 
٣٣	أنشطة ومهام. 
١٩١-١٤٣-١٠٥-٧٩	أسئلة للتفكير والتقييم الذاتي. 
١٤٤	فيديو للمشاهدة. 

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
٥-٢	فهرس المحتويات
٣٣-٦	الفصل الأول: جغرافية السياحة " الظاهرة و المفهوم والمداخل " وأنواعها
١٠٥-٣٤	الفصل الثاني : المقومات الجغرافية للجذب السياحي ودراسة تطبيقية علي جمهورية مصر العربية
١٤٤-١٠٦	الفصل الثالث : السياحة العالمية والتباين الاقليمي
١٩١-١٤٥	الفصل الرابع : الآثار الاقتصادية للسياحة الدولية في جمهورية مصر العربية
٢٠٠-١٩٢	قائمة الاختصارات العلمية الخاصة بالسياحة والترويج
٢٠٣-٢٠١	المراجع العربية وغير العربية

فهرس الجداول

الصفحة	الجدول
٨٢	جدول (١) توزيع الأنشطة الإنسانية بين العمل والفراغ (ميزانية الوقت)
٨٤	جدول (٢) الإجازات السنوية والعطلات مدفوعة الأجر في الدول الصناعية
١١٢	جدول (٣) عدد السائحين الواصلين بحسب الأقاليم الجغرافية بين ١٩٩٠ - ٢٠٠٢ بالمليون
١١٣	جدول (٤) ترتيب أهم الدول في عدد السائحين الواصلين عام ٢٠٠٢
١١٥	جدول (٥) ترتيب الدول في عوائد السياحة ونسبة إسهام كل منها في العوائد العالمية
١٥٣	جدول (٦) الميزان السياحي
١٥٦	جدول (٧) نسبة مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي خلال الفترة من (٢٠٠٢/٢٠٠١، ٢٠١٢/٢٠١١) (القيمة بالمليون جنيهه)
١٦٣	جدول (٨) العاملين بالقطاع السياحي ونسبتهم لإجمالي العاملين بالقطاعات الاقتصادية خلال الفترة (٢٠٠٢/٢٠٠١-٢٠١٢/٢٠١١م)
١٦٥	جدول (٩) توزيع العاملين بالقطاع السياحي وفقاً للنوع عام ٢٠١١م
١٦٨	جدول (١٠) توزيع العاملين بالقطاع السياحي ببعض محافظات مصر وفقاً للنوع عام ٢٠١١م
١٧٠	جدول (١١) تطوّر عدد المرشدين السياحيين في مصر خلال الفترة (٢٠٠١) (٢٠١١م)
١٧٣	جدول (١٢) مدي مساهمة السياحة في الاقتصاد المصري عام ٢٠١١م
١٧٦	جدول (١٣) الدخل السياحي بالفنادق والقرى السياحية وفقاً للتوزيع الجغرافي عام ٢٠١١م
١٨٨	جدول (١٤) تطوّر الاستثمار العام والخاص في قطاع السياحة خلال الفترة (٢٠٠٢/٢٠٠١م-٢٠١٢/٢٠١١م) (بالأسعار الجارية وبالمليون جنيهه)
١٩٠	جدول (١٥) نصيب المناطق الجغرافية المصرية من الاستثمارات خلال الفترة من (٢٠٠٠/١/١) حتى (٢٠٠٩/٦/٣م)

فهرس الصور والاشكال

الصفحة	الصور والشكل
١٦	شكل (١) تصنيف المسافرين
٣٩	شكل (٢) جمهورية مصر العربية
٤٠	شكل (٣) موقع مصر في مركز العالم
٤٤	صورة (٤) محمية كهف وادي سنور
٤٥	صورة (٥) محمية قبة الحسنة بالجيزة
٤٨	شكل (٦) خريطة تضاريس مصر
٤٩	شكل (٧) الصحراء الشرقية
٦٢	شكل (٨) المحميات الطبيعية في مصر
٦٢	صورة (٩) محمية رأس محمد في جنوب سيناء بمصر
٦٤	صورة (١٠) حمام فرعون في جنوب سيناء بمصر
٦٤	شكل (١١) اليابس والماء في الكرة الأرضية
٦٥	صورة (١٢) ممارسة رياضة الغوص علي ساحل البحر الأحمر
٧٤	شكل (١٣) المواقع الأثرية الفرعونية في الوجه البحري
٧٤	شكل (١٤) المواقع الأثرية في عصور ما قبل التاريخ والعهد الفرعوني في الوجه القبلي
٧٥	شكل (١٥) الآثار الفرعونية بمحافظة قنا معبد دندره
٧٦	صورة (١٦) الكنيسة المعلقة بمصر
٧٧	صورة (١٧) مسجد سيدي عبد الرحيم بقنا
٩٣	شكل (١٨) عدد السائحين طبقاً لطريقة الوصول إلي مصر عام ٢٠١١م
٩٨	شكل (١٩) النقل في مصر
١٠٣	صورة (٢٠) نموذج لخدمات الإمداد بمدينة الغردقة
١٠٤	شكل (٢١) الترتيب الهرمي للمحلات والخدمات في منتجع سياحي
١٥٧	شكل (٢٢) نسبة مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي خلال

	الفترة من (٢٠٠٢/٢٠٠١م، ٢٠١٢/٢٠١١م)
١٥٩	شكل (٢٣) التوزيع القطاعي للنتائج المحلي الإجمالي بتكلفة عوامل الإنتاج الجارية عام ٢٠١١/٢٠١٠م
١٦٨	شكل (٢٤) توزيع العاملين بالقطاع السياحي ببعض محافظات مصر وفقاً للنوع عام ٢٠١١م
١٧٠	شكل (٢٥) تطوّر عدد المرشدين السياحيين في مصر خلال الفترة (٢٠٠١-٢٠١١م)
١٧٥	شكل (٢٦) مدي مساهمة السياحة في الاقتصاد المصري عام ٢٠١١م
١٧٨	شكل (٢٧) الدخل السياحي بالفنادق والقرى السياحية وفقاً للتوزيع الجغرافي عام ٢٠١١م
١٨٤	صورة (٢٨) مشتريات السائحين بمدينة الغردقة
١٨٤	صورة (٢٩) المشتريات من الملابس والمصنوعات الجلدية في مدينتي الغردقة والأقصر عام ٢٠١٤م
١٨٩	شكل (٣٠) تطوّر الاستثمار العام والخاص في قطاع السياحة خلال الفترة (٢٠٠٢/٢٠٠١م-٢٠١٢/٢٠١١م)
١٩١	شكل (٣١) نصيب المناطق الجغرافية المصرية من الاستثمارات خلال الفترة من (٢٠٠٠/١/١م حتى ٢٠٠٩/٦/٣م)

فهرس الفيديو

الصفحة	الفيديو
١٤٤	فيديو ١
١٤٤	فيديو ٢

الفصل الأول

جغرافية السياحة
" الظاهرة و المفهوم
والمداخل "
وأنواعها

الفصل الأول

جغرافية السياحة " الظاهرة والمفهوم والمداخل " وأنواعها



أن السياحة قديمة قدم الإنسان ، لأنها ترتبط بغريزة حب الاستطلاع عند الإنسان ، فمنذ بدء الخليقة والإنسان ينتقل من مكان إلى آخر مع اختلاف الأغراض . يقصد بالسياحة في اللغة التنقل من بلد إلى آخر طلباً للتنزه أو الاستطلاع أو الكشف ، وتعد السياحة ظاهرة قديمة ارتبطت بوجود إنسان وتحركاته منذ فجر التاريخ إما سعياً وراء البحث عن أوطان جديدة في بيئات جغرافية، أو لتبادل المعارف ، أو لإقامة علاقات تجارية وسياسية مع الآخرين .

وكان الإنسان في تحركاته المختلفة مدرجاً - بدرجات متفاوتة - بملامح البيئة الطبيعية وتباينها مكانياً وزمنياً ، فمن حيث المكان كان يتجنب مناطق الصعوبة الجغرافية ، ومن حيث الزمان كان يتجه إلى النطاقات الأنسب مناخياً ، وكان الإنسان يتجنب بعض النطاقات ذات الصعوبة الطبيعية من حيث المناخ خلال فترات محددة من السنة مما أدى إلى ظهور ما عرف بالرحلات الموسمية .

ويمكن القول أن تحركات الإنسان وسياسته خلال المراحل الأولى للحضارة البشرية ارتبطت بأهداف تراوحت بين الاجتماعية والسياسية والاقتصادية ، ومع تقدم الإنسان الحضاري سعي إلى تحقيق المنفعة المادية والكسب المعنوي متمثلاً في المتعة الذهنية و الراحة النفسية

والتحصيل الثقافي مما حول السياحة كظاهرة بشرية من مرحلة البدائية (حيث الأهداف المعنوية) وهذا جعل السياحة تقترب من مفهومها الحديث .

وتطور مفهوم السياحة كظاهرة ارتبط بتقدم الإنسان وازدهار حضارته ، كما أن السائح بالمفهوم الحديث وما يسبق رحلاته من استعداد وتخطيط وما يتمتع به من خصائص الأمن والراحة والاستمتاع في تنقلاته ... يشكل نتاج تراكمات حضارية وتفاعل أجيال متعاقبة من الرحالة والسياح اتصفت بالشجاعة والإقدام علي كشف المجهول والاستمتاع بخصائصه الايجابية المميزة .

ولعل من المفيد - في هذا الصدد- أن نبدأ بتقديم بعض المفاهيم المرتبطة بالسياحة وجغرافيتها .

كثير من المفاهيم صعبة التعريف ، ومن هذه المفاهيم السياحة والترويج لوجود العديد من التباينات بشأنها ، ورغم أن للسياحة تاريخ طويل يمتد لمئات السنين ، إلا أنها لم تحظي الوضع العالمي إلا حديثاً ، بعد أن أصبحت ظاهرة تعم قارات العالم ، وساعد علي ذلك وجود المزيد من وقت الفراغ لدي الأفراد ، وأتاحه الأموال اللازمة للإنفاق .

وتتضمن السياحة والترويج بالقطع بعدا مكانياً Spatial ، وبعدا زمنياً Temporal ، وتركز جغرافية السياحة والترويج علي هذين البعدين ، وقد بذل كثير من العلماء جهودهم لتعريف السياحة .

١- تعريف منظمة السياحة العالمية WTO للسياحة عام ١٩٩١ م : الأنشطة التي

يقوم بها الفرد خلال سفره إلي مكان يقع خارج بيئته المعتادة لفترة لا تقل عن وقت

معين ، وان يكون غرضه الرئيسي من السفر مختلفا عن الأنشطة التي تسعى للربح .

٢- تعريف الاتحاد الأوروبي للمنظمات السياحية IUOTO : وركز علي ضرورة قضاء

ليلة في المنطقة التي تمت بها الزيارة .

٣- ويشير قاموس ويبستر Webster إلي أن Tourist : مشتق من لفظ Tour

ويعني في الانجليزية رحلة يقوم بها الفرد إلي نفس النقطة التي بدأ منها ، كما عرف

السياحة Tourism بأنها ممارسة السفر من أجل الاستجمام ، وعرف الترويج بأنه

عودة الإنسان إلي حيويته بعد عناء العمل.

٤- وجاء في قاموس أكسفورد Oxford : أن Tour أصل لفظ السياحة عبارة عن

رحلة تبدأ من المنزل وتنتهي إليه ، ويتم خلالها زيارة عدة أماكن أو عدة زيارات

لأماكن يتم تنظيمها بمعرفة شركة محترفة ، وعرف نفس القاموس السائح ، بأنه

الشخص المسافر من أجل المتعة .

٥- أشار قاموس لونجمان Longman : أن Tour - أصل Tourist عبارة عن رحلة

يتم خلالها زيارة عدة أماكن تشكل محط اهتمام الزائر ، وأن السياحة Tourism هي

ممارسة السفر من اجل المتعة ، وعلي ذلك يعد السائح هو الشخص المسافر من

اجل المتعة .

٦- وفي اللغة العربية : تعني السياحة التنقل من بلد إلى آخر طلباً للتنزه أو الاستطلاع والكشف نحو ذلك .

٧- أشار الألماني جوير فرويلر Guier Freuler (عام ١٩٠٥م): السياحة ظاهرة طبيعية من ظواهر العصر الحديث والأساس فيها الحاجة المتزايدة للحصول علي عمليات الاستجمام وتغيير الجو والوعي الثقافي المنبثق لتذوق جمال المشاهد الطبيعية .

٨- وعن التعريف الاقتصادي للسياحة ، فقد عرف شوليرن شرانتهوفن Schuler schrutenhofen (عام ١٩١٠م) :السياحة بأنها التفاعلات والأنشطة الاقتصادية المباشرة ،وغير المباشرة الناتجة عن وصول زوار إلى إقليم أو دولة بعيداً عن موطنهم الأصلي ، والتي توفر الخدمات التي يحتاجون إليها وتشبع حاجياتهم المختلفة طوال فترة إقامتهم .

٩- حصر الباحثان هونزيكر Hunziker ، وكرافت Kraf (عام ١٩٤٢م): تعريف السياحة في إطار الظواهر والارتباطات الناتجة عن إقامة المسافرين (السياح) غير الدائمة وغير المرتبطة بأي عمل سواء كان دائماً أو مؤقتاً .

١٠- وقد ذهبت الجمعية البريطانية للسياحة (عام ١٩٧٦م) : إلى أن السياحة هي حركة موسمية قصيرة المدى إلى المناطق السياحية بعيداً عن محل الإقامة والعمل الدائمين، وأنها تشمل الحركة لكل الأغراض فضلاً، عن زيارة اليوم الواحد والنزهات،

وقد أعيدت صياغة هذا التعريف ، وذلك في المؤتمر الدولي الذي عقد من اجل وقت الفراغ والترويح والسياحة (عام ١٩٨١م) في كارديف Cardiff (ويلز) ، وفي التعديل نجد أن السياحة " أنشطة خاصة مختارة تتم خارج المنزل تشمل الإقامة والبقاء بعيداً عن المنزل .

١١- وعرف كل من **Burkart .A& Medlik.S** : السياحة بأنها ظاهرة تتصف

بثلاث خصائص هي :

- تعني بعض السفر والحركة .
- تستغل وقت الفراغ ، ولكنها لا تتضمن استغلال كل أوقات الفراغ .
- تمثل صورة من صور الاستجمام ولكنها لا تشمل كل صورة ، وبهذا التعريف تعني السياحة السفر والحركة وشغل بعض أوقات الفراغ ، وهي بذلك تشكل صورة من صور الاستجمام .

١٢- يعرف **Douglas Pearce** (عام ١٩٨١م) : السياحة بأنها ظاهرة تتبعها

مجموعة علاقات قائمة علي الرحلات والإقامة المؤقتة للمسافرين من أجل المتعة والترفيه ، وقد تتباين مدة الإقامة حيث تتراوح إحصائياً بين الإقامة لمدة أربع ليال علي الأقل بالنسبة للسياحة الداخلية ، وأربع وعشرون ساعة علي الأقل بالنسبة للسياحة الدولية .

١٣- يعرف كل من ووال وماتسون Mathieson&Wall (عام ١٩٨٢م) : حركة

مؤقتة للأفراد إلي جهات بعيدة عن أماكن عملهم وإقامتهم العادية ، إلي حيث تقدم لهم التسهيلات التي نفي بحاجتهم .

١٤- ويقول بيرس في كتابه (السياحة اليوم) (عام ١٩٨٧م) : أن السياحة ببساطة

تعني الانتقال من مكان إلي آخر بحثا عن أشياء جديدة لم يكن المرء ليحل عليها

في بيئته المعتادة ، كما أنها ترجع إلي دافعين رئيسين هما حب التجوال Wander

Lust ، أو جرياً وراء روعة الشمس Sun Lust.

السائح : تعدد التعبيرات والتفسيرات الخاصة بالسائح ومنها :

١- وقد وجهت لجنة خبراء السياحة ببعض الامم اهتماما بالغا بالسياحة ، ولكنها

تجنبت وضع أي تعريف لهذه الظاهرة وانصب اهتمامها بتعريف السائح بأنه الفرد الذي يسافر لمدة ٢٤ ساعة أو أكثر إلي بلد غير التي يقيم بها .

٢- في عام ١٩٦٣م قام مؤتمر الأمم المتحدة للسياحة والسفر الدولي والمنعقد في

روما بتعريف السائح بأنه (أي شخص يزور بلد غير التي يقيم فيها عادة لأي سبب غير السعي لأي وظيفة مدفوعة الأجر .

ويعتبر سائحا متنزها عابرا Excursionist كل من يقوم بزيارة مؤقتة لأقل من ٢٤

ساعة في البلد الذي يزوره Destination Passenger ، وهكذا تبدي السياحة ديناميات متباينة ومفاهيم متداخلة .

٣- تعريف قاموس أكسفورد ، وفيه نجد أن السائح (هو الشخص الذي يقوم برحلة -

أو رحلات - بغرض الترويح والتثقيف ، ومن أجل الاهتمامات الخاصة أو لكون منطقة الاستقبال مفضلة لديه .

٤- تعريف أوجفلي Ogilive (عام ١٩٣٣م) : هو الشخص الذي تتسم حركته بسمتين الأولى ، هي البعد عن المنزل الدائم لفترة قصيرة نسبيًا - والثانية ، أن ما ينفقه السائح من مال خلال فتره بقاءه ، ما لا لم يكتسبه من منطق الاستقبال ، ويركز هذا التعريف علي الجانب الاقتصادي ،فالسائح -هنا - مستهلك وليس منتجاً .

ويحسن لاستكمال الإطار الخاص بأبعاد ظاهرة السياحة وما يتطلبه ذلك السابق من التعرض للترويج والاستجمام علي اعتبار أنها أشكال مختلفة لشغل أوقات الفراغ، ودراسة المفاهيم الخاصة بالأشخاص الساعين لشغل أوقات فراغهم ، وهي مفاهيم متداخلة يشوبها كثير من الخلط والتداخل لاشتراكها في صفة أساسية في السعي إلي شغل أوقات الفراغ .

المسافر Traveler :

هو القائم برحلة بعيدًا عن مقر لإقامته الدائمة لأي سبب من الأسباب يستثني من ذلك رحلة العمل اليومية التي قد تضطر البعض إلي قطع مسافات متباينة الطول تفصل بين محال الإقامة ومقار العمل سواء كان ذلك داخل دولة واحدة أو عبر خط الحدود السياسية الفاصلة بين دولتين متجاورتين .

الزائر Visitor :

هو الذي يقوم بزيارة مكان ما والإقامة فيه بصورة مؤقتة ودون أن يحاول الحصول علي عمل فيه ، أو تكون الزيارة لفترة زمنية قصيرة ، وقد تكون ضيافة آخرين .

المتنزه Excursionist :

هو الذي يقوم بنزهة في الهواء المطلق أو برحلة قصيرة لا تتجاوز اليوم الواحد ، وتشمل القائمين بزيارات يومية من أجل الاستجمام أو المشاركين في جولات بحرية ترويحية ، لذا يمكن أن نطلق عليه المستجم أي الذي استراح وهي تعني في اللغة العربية وجود الراحة .

وقت الفراغ Leisure :

هو الوقت الذي يعد خارج وقت العمل والإنتاج ، فوقت الفراغ هو الوقت المتبقي بعد قضاء واجبات العمل الضروري والمهم بكافه أشكاله .

الترويح Recreation:

هو الوقت الذي يمضيه الفرد في نشاط يدخل السرور Pleasure ، أثناء قضاء وقت الفراغ دون انتظار عائد مادي من هذا النشاط ، ومن ذلك مثلا الهوايات Hobbies ، وفي بعض الأحيان تحدد القدرة المالية فرصة الحصول علي الترويح .

ومن المصطلحات التي تستوجب التحديد :

السائح الدولي International Tourist:

هو الشخص الذي يسافر عبر الحدود الدولية ، ويبقى بعيدًا عن محل إقامته الدائم ٢٤ ساعة .

السائح الداخلي Domestic Tourist:

هو الشخص الذي يتنقل داخل دولته ولكن بقاءه يزيد عن ٢٤ ساعة ، وقد اختلفت تعريفات السائح الداخلي باختلاف الدول ، ولكنها اجتمعت علي ثلاثة عناصر رئيسية هي المسافة ، الغرض من السفر ، مدة البقاء .

Framework وإبراز التباينات المكانية والإقليمية في النشاط السياحي ، ودراسة المقومات الطبيعية والثقافية للنشاط السياحي ومحاولة صياغة نظرية تستند إليها السياحة .

وتعد السياحة موضوعا فرعيا لكثير من العلوم ، وأن أفضل المناهج لدراستها يجب أن يكون نهجا بينيا Interdisciplinary أو تعدديا Multidisciplinary يأخذ بقدر من علوم شتي في إطار بيني متعدد شامل .

وفيما يلي نورد بعض المداخل Approaches التي يمكن من خلالها دراسة السياحة :

٢- المدخل التاريخي Historical Approach :

يدرس المدخل التاريخي السياحة من منظور تطوري من أقدم العصور، وبدايات الإنسان في السفر والترحال ،وتعد الرحلات التي قام بها المصريون إلي بلاد بونت وحول إفريقيا أو إلي سواحل البحر المتوسط لجلب الأخشاب ، والطرق القديمة مثل طريق الحرير والرحلات التاريخية التي قام بها هيردوت وابن بطوطة مثلا للمدخل التاريخي للسياحة ، كما يمكن تطبيق هذا المنهج في دراسة تطور النشاط السياحي في منطقة ما أو في العالم ككل .

٣- المدخل المؤسسي Institutional Approach :

يؤكد المنهج علي دراسة المؤسسات القائمة أو ذات علاقة بالنشاط السياحي مثل وكالات السفر، وشركات الطيران والوضع المالي لها وطبيعة الخدمات التي تقدمها مما يساعد القائمين بالعمل علي تطوير وتخطيط نشاط سياحي.

٤- المدخل الإداري والتنظيمي Management Approach :

يركز المدخل على إدارة النشاط السياحي، وكم من شركات السياحة أشرفت علي الإفلاس، وكان نجاتها من التدهور بفضل حسن الإدارة ، وإعادة ترتيب الأوراق والاستجابة السريعة لأية تحولات أو تغيرات في الأوضاع السياسية علي سبيل المثال الآثار التي تلحق بالسياحة، من جراء الحوادث الفجائية، كالآثار التي لحقت بالسياحة كأحداث ٢٥ يناير ٢٠١١م.

٥- المدخل الإنتاجي Product Approach :

يهتم بالمنتج السياحي ، أو المنتج الذي يسهم في تفعيل النشاط السياحي ومفرداته من أدوات مادية وخدمية تقدم للسائح وطريقة إنتاج وتسويق المنتج، وهذا يتطلب وقتا طويلا لاستيعابه.

٦- المدخل الاقتصادي Economic Approach :

يركز علي أمور اقتصادية بحتة، مثل العرض والطلب وميزان المدفوعات وكيف أن السياحة يمكن أن تصلح من عدم توازنه والقيمة المضافة من السياحة، والقوي العاملة في السياحة ونظام الأجور والتشغيل وما إلي ذلك ، مقارنة بجوانب بيئية واجتماعية وثقافية وأنثربولوجية عادة ما يجري تهميشها في مقابل إبراز المدخل الاقتصادي .

٧- المدخل الاجتماعي Sociological Approach :

يركز المدخل علي السياحة كمنشأ اجتماعي، وما إذا كان هذا النشاط يتم بصورة فردية أو جماعية، والعلاقات الاجتماعية المتضمنة في السياحة وعواقب النشاط السياحي لكل من السائح والمضيف.

٨- المدخل الجغرافي Geographical Approach :

يعد هذا المدخل أكثر شمولية وأبعد عن النظرة الجزئية التي تتسم بها المداخل الأخرى التي تدرس السياحة ، ومحاور المدخل الجغرافي عديدة ومتنوعة، ولما كان المكان هو اهتمام الجغرافي الأول، فإن الجغرافيين اقدر من غيرهم علي إبراز قيمة المكان وإظهاره كمنتج سياحي، والجغرافيون اقدر علي تقييم الأماكن وترتيبها من حيث جاذبيتها، وإضفاء الأهمية علي بعضها من منطلق جغرافي طبيعي أو بشري ، ودراسة المواقع المطلقة النسبية وعلاقتها بالسياحة ، ويمكن القول بأن الجغرافيا تستوعب معظم المداخل الأخرى التاريخية والاقتصادية والاجتماعية وكذلك يسهم الجغرافيين كثيرا في دراسة التأثيرات الناتجة عن النشاط السياحي علي البيئة لمعرفةهم بأقاليم العالم ومشكلاتها المتنوعة.

٩- مدخل ما بعد الحداثة post-Modernism Approach :

يركز هذا المدخل علي الإنسان بصورة أكبر كنتائج التطور في المواصلات وجعل أبعد الأماكن قريبة (كما يحدث في السياحة)، وأيضا يركز علي المرأة، وعلي الاتجاه الأنثوي . Feminism

١-مدخل بيئي Interdisciplinary Approach:

يعتمد علي مداخل بيئية متعددة، وهو يركز علي جوانب بيئية وطبيعية واجتماعية واقتصادية وسياسية وأنثروبولوجية وسيكولوجية، ليس بصورة منفردة، بل بشكل يجعل هذه العلوم يتفاعل بعضها مع بعض ،ويمكن القول أن هذا المدخل يشبه المدخل الجغرافي .

٢- المدخل البيئي Environmental Approach :

يطلق عليه أحيانا المدخل الايكولوجي، ويركز علي علاقة البيئة بالنشاط السياحي، وإذا كان هناك إلحاق أذي بالبيئة، بحيث يحدث تدهور بيئي Environmental Deterioration من جراء النشاط السياحي،يلاحظ أن الآثار البيئية للسياحة سلبيا ، وقد ظهرت بدائل للمحافظة علي البيئة، مثل السياحة المتوافقة مع البيئة Ecotourism والسياحة المستدامة sustainable tourism .

٣-المدخل السلوكي Behavioral Approach:

يركز علي أن السلوك هو الدافع وراء صنع القرار أو اتخاذ القرار السياحي سواء من قبل الأفراد أو من قبل شركات السياحة المندمجة في ذلك النشاط،والملاحظ أن كل مجموعة سياحية تنتمي لدولة ما عادة ما يكون لها قواسم مشتركة ، ويشكل السائح رؤيته بناء علي خريطة الذهنية Mental Map، ولا بد أن يكون المخطط السياحي علي علم بهذه الجوانب وما يطرأ من تغيرات .

٤- المدخل الإنساني Humanistic Approach :

يركز علي العلاقات بين الأفراد والجماعات ودورها في اللاندسكيب (الطبيعي والبشري)، والتغير الذي يلحق به، كما يركز علي فهم العلاقات الإنسانية البيئية، وعند تطبيق هذا المدخل في السياحة يحدث تفاهمٌ أكثر بين البشر من خلال تصحيح وتغيير المفاهيم، التي تكونت سلفا قبل القيام بالرحلة السياحية .

٥- المدخل الإقليمي Regional Approach :

يعني دراسة الظاهرة السياحية في إقليم ، وتتم الدراسة علي أساس التقسيم إلي أقاليم ، ويدرس من خلالها الإقليم بهدف إبراز شخصيته وطابعه السياحي .

٦- المدخل الموضوعي Topical Approach :

فوحدة البحث فيه الموضوع ويمكن معالجة موضوعات مثل سياحة الاستجمام، والسياحة الاجتماعية والثقافية والمنتجعات وغيرها وتبدأ المعالجة هنا بمقدمة تاريخية عن النشاط موضوع الدراسة ،ومن ثم بيان الشروط الواجب توافرها لقيام هذا النشاط .

٧- المنهج التحليلي:

يعتمد علي أساليب ومناهج عديدة، فبعد جمع المادة العلمية من مصادرها ومراجعتها المختلفة سواء من مؤلفات أو كتب أو أبحاث أو مقالات ، وكذلك الأرقام من مصادرها سواء أكانت تعدادات أو إحصاءات أو بيانات ثم تنقيتها وجدولتها وإعداد رسوم بيانية وخرائط توزيعية لها، بالإضافة إلي ما يتم جمعه من مادة خام من الميدان سواء أكانت بالاستبيانات أو

كاميرات التصوير بعد تنقيحها واختيار الصادق والسليم منها وجدولتها ورسمها إن أمكن ثم عرضها بشكل جيد، وبعدها يبدأ الباحث أو الدارس في تحليل وتعليل هذه المادة العلمية مع ذكر السببية .

٨- المنهج الوصفي:

هو أكثر المناهج استخداما في العلوم الاجتماعية عامة والجغرافيا خاصة، وفي جغرافية السياحة بالأخص، وهو يستخدم لرصد الحقائق المتعلقة بالظاهرة من الواقع رسداً واقعياً من الزيارة الميدانية ثم الدراسة الميدانية مستعيناً بالاستبيانات لجمع المادة العلمية والنقاط الصور، وهذا المنهج وهذه الطريقة عملية أساسية لتحديد الأدوات المتعلقة بجمع البيانات الأخرى وأساليب معالجتها وتحليلها.

وخلاصة القول : أن الباحث في مجال السياحة بصفة عامة، وجغرافية السياحة بصفة خاصة ، لا يمكن أن يتبنى منهاج واحداً من المناهج سالفه الذكر ، وإلا أهمل أحد الجوانب المهمة التي تبرزها المداخل والمناهج الأخرى .

أنواع وأشكال السياحة

Types & forms of Tourism

يمكن تصنيف السياحة تصنيفات متعددة تختلف بحسب المعايير المستخدمة في التصنيف ، وفيما يلي نعرض للعديد من هذه الأنواع والأشكال السياحية ، وجدير بالذكر أن بعض هذه الأشكال السياحية يرتبط بغيرها بشدة ، كما أنها قد تعتمد بعضها علي البعض الآخر ، إذ تقدم الدعم لبعضها البعض ، ويمكن معالجة السياحة بحسب المدى Range علي أساس أن هناك سياحة داخلية Domestic وأخري دولية International ، كما يمكن أيضا معالجة السياحة علي أساس زمني Temporal ، فهناك سياحة اليوم الواحد ، وهناك سياحة الأفواج طويلة المدى ، وهناك السياحة الفردية ، التي يقوم بها الفرد بنفسه ، وهناك سياحة الأفواج ، وهناك السياحة التي يدفع السائح فيها تكلفة السفر فقط والإقامة كاملة أو نصف إقامة مقدما ، بينما يتكفل بباقي المصروفات في المقصد السياحي ، وعلي العكس ذلك، هناك سياحة الرزمة الواحدة الشاملة One Package التي عادة ما تدفع كلفتها مقدما ، ولا يكون السائح ملزما بدفع أية مصروفات أخري حتى عودته لبلد المنشأ ، وتسمي أحيانا السياحة الكلية ، وفيما يلي نناقش بعض أنواع وأشكال السياحة التي عادة ما تتضمن في السفر الدولي .

٩- السياحة الزراعية Agriculture Tourism :

هذا النوع من السياحة يتركز في أحدي المزارع العاملة ، وعادة ما يتضمن النشاط السياحي والإعاشة والإقامة وغير ذلك من الخدمات . وعادة ما تكون الإقامة في أكواخ ريفية معدة لمثل هذا النوع ، أو في كارافانات أو مواضع خاصة بالمعسكرات ، وهذا النوع من السياحة هو أحد فروع السياحة الريفية Rural Tourism ، ويطلق عليه أيضا Farm Tourism، ولها أسماء أخرى عديدة ، وتشيع خصوصًا في أمريكا الشمالية .

١٠- السياحة البديلة Alternative Tourism :

هذا التعبير عادة ما يطلق علي أشكال السياحة التي تتحاشى التأثيرات السلبية علي المناطق السياحية في الجوانب البيئية والثقافية والاجتماعية ،وتحاول أن تعالج آثار السياحة الكتلية الكثيفة Mass Tourism وهذا النوع من السياحة يتميز بصغر الحجم للأفواج السياحية والفردية والأنشطة المستقلة أو الصغيرة ، وببطء التطوير السياحي وخضوعه للمراقبة المستمرة المنظمة ، يتميز هذا الشكل السياحي بالتركيز علي خبرة الثقافات المحلية في البلد المضيف والحفاظ علي القيم التقليدية وعادات المجتمع ، ولهذا الشكل السياحي أسماء متعددة أخرى مثل السياحة المناسبة والخضراء .

١١- السياحة المناسبة (الملائمة) Appropriate Tourism :

هذا النوع من السياحة يشير إلي شكل السياحة المناسب لمنطقة بعينها بالنظر إلي ظروفها الطبيعية والاقتصادية والاجتماعية والبيئية ، ويستخدم التعبير تبادليا مع النوع

السابق من السياحة (البديلة) ، وفي السياحة ، فالتعبير يعني النشاط الذي لا يسيء للبيئة ويحافظ علي الملامح الثقافية والتقاليد المحلية.

١٢ - سياحة العمل Business Travel Tourism :

يشير هذا النوع من السياحة إلي رحلات العمل المتصلة بالتجارة والصفقات التي يقوم بها الموظفون ورجال الأعمال وغيرهم والمتصلة أصلا بأعمالهم ، ويشمل ذلك حضور اللقاءات والمؤتمرات والمعارض ، عموما تكون هذه الأسفار اقرب إلي الجوانب الاقتصادية التجارية منها إلي المتعة أو التسلية .

١٣ - السياحة الحضرية Urban Tourism :

يركز هذا النوع من السياحة علي زيارة المدن لأسباب تتعلق بما فيها من مناطق جذب سياحي . وهذا الشكل هو نقيض للسياحة الريفية Rural Tourism التي تركز علي زيارة الريف والبقاء فيه لأسباب مختلفة . وهذا النوع سريع النمو حاليًا ومن الأسباب التي حفزت السياحة الحضرية وما يوجد في المدن من أسس تدعيم هذا الشكل مثل المواضع التاريخية والثقافية ، ويتيح ذلك الشكل - إضافة للمجموعة الثقافية التي يحصل عليها السائح - فرصًا للتسوق وحضور المناسبات التي يتصادف حدوثها في المدينة أثناء وجود السياحة كالمهرجانات والأسواق والمعارض . وقد أدي هذا النوع من السياحة إلي إعادة الحياة والنمو لبعض المدن مما عزز من القاعدة الاقتصادية لها . وينطبق ذلك الوضع علي مدن بالتيمور (الولايات المتحدة الأمريكية) وبرشلونة (أسبانيا) .

١٤ - سياحة الاهتمامات المشتركة Common interest travel

Tourism :

يتميز هذا النوع من السياحة عن سياحة العمل وسياحة العطلات وقضاء وقت الفراغ في أن الزائر والمضيف يشتركان في اهتماماتهما (المشتركة) من حيث الغرض من الزيارة ، كمثل ذلك النوع السياحة التي إغراضها زيارة الأصدقاء والأقارب والسياحة التعليمية والدينية ، وتتميز هذه السياحة بطول مدة الإقامة عن غيرها من الأنواع وبقلة الاستخدام للتسهيلات التجارية والخدمات الاقتصادية في المكان المقصود بالزيارة .

١٥ - السياحة المجتمعية Community Tourism

يشير هذا الشكل من السياحة إلي منهج في التخطيط السياحي يركز علي أخذ حاجات السكان وأرائهم في منطقة المقصد السياحي في الاعتبار ، وان تكون هذه الاتجاهات مندمجة بقوة في تخطيط وتنمية العمليات السياحية .

١٦ - السياحة الثقافية : Culture Tourism

السياحة الثقافية هي التي يكون من دوافعها زيارة المراكز الثقافية والمواقع Sites التي تعكس ثقافة معينة وعموما يجذب لهذا النوع من السياحة قطاع معين من السياح ، وتوجه الوفود السياحية المهمة بهذا الشكل من السياحي نحو المواقع التاريخية والأثرية ، وإلي المتاحف والمهرجانات، ويهتم من سياح هذا الشكل السياحي بأسلوب وطريقة وحياة

Life style المجتمعات الغربية عنهم، وعموما فهي نوع من السياحة يتضمن مكونا ثقافيا بدرجة أو بأخرى .

١٧ - السياحة الداخلية : Domestic Tourism

يقصد بالسياحة الداخلية السفر داخل نفس الدولة وزيارة أحد الأقاليم بعيدًا عن مكان الإقامة المعتاد ، وهذا الشكل يختلف جذريا عن السياحة الدولية التي يميزها عبور الحدود السياسية للدول ، وإحصاءات السياحة الداخلية تكون منفصلة عن إحصاءات السياحة الدولية ، وفي معظم الدول تكون للسياحة الداخلية أهمية قد تفوق السياحة الدولية وخصوصا في الدول المتقدمة كبيرة المساحة متنوعة الأقاليم مثل الولايات المتحدة الأمريكية .

١٨ - سياحة المحافظة علي البيئة : Ecotourism

اختلفت تفسيرات هذا المصطلح ، ولكن عموما فإن معناها يتضمن الأنشطة السياحية التي تراعي الاستدامة Sustainability والحفاظ علي الموارد السياحية في المقصد السياحي إضافة إلي ذلك تراقب طبيعية المقصد السياحي وتحفظه من التدهور وتهتم بصيانة Conservation الموارد الطبيعية ، وتجعل تأثير زيارة السياح في أقل الحدود ، وتركز علي إدماج السكان المحليين في الحفاظ علي البيئة ، وتركز علي الأنشطة الصغيرة والمتوسطة ولا ترحب بالأفواج السياحية كبيرة العدد Mass Tourism والحفاظ علي ثقافة المجتمع المحلي وقيمة ، وقد يتطلب الأمر صدور تشريعات رسمية لكل ذلك .

١٩ - السياحة العرقية Ethnic Tourism :

يشمل هذا النوع من السياحة مفهوميين : الأول يعني بزيارة مناطق للسكان الأصليين في المقصد السياحي أو زيارة المجموعات السكانية الغريبة Exotic عن السياح الزائرين وذلك لمراقبة أسلوبهم الحياتي ، ومن ذلك جماعات اللالاب أو سكان استراليا الأصليين ، أما المفهوم الثاني لهذا الشكل من السياحة فيتعلق بزيارة السائح إلي المنشأ الأصلي له أو للمنطقة التي انحدر أسلافه منها ، ومن ذلك زيارة الأمريكيان من أصول بريطانية ويونانية وبولندية وإيرلندية وغيرهم ، وهؤلاء يمثلون نسل من نزحوا من هذه البلاد إلي الولايات المتحدة الأمريكية.

٢٠ - السياحة الخضراء Green Tourism:

هذا النوع من السياحة هو مماثل وشبيه بالسياحة البديلة التي سبقت الإشارة إليها ، والتي تحافظ علي هوية المقصد السياحي من الجوانب البيئية والطبيعية والاجتماعية والثقافية وتجعل التأثيرات السلبية في أدنى حدودها .

٢١ - السياحة الصلبة Hard Tourism:

هذا النوع من السياحة هو نقيض لنوع سياحة آخر هو السياحة المرنة soft Tourism والسياحة البديلة ، والسياحة الصلبة عموما لا تأخذ في الاعتبار الجوانب البيئية والاجتماعية والثقافية وقيم المجتمع في منطقة المقصد السياحية ، ويمكن القول أن هذا النوع من السياحة هو نقيض للسياحة المستدامة .

٢٢ - السياحة الصحية (Health- Care Tourism):

وهذا النوع يعرف أيضا باسم سياحة الرعاية الصحية ، ويركز القائمون علي هذا النوع علي توجيه الأفواج السياحية نحو المنتجعات الصحية والمراكز الخاصة بالاستشفاء والتي تخصصت في علاج مختلف الأمراض والعلاج الطبيعي والطب الرياضي وتحقيق مستويات من الرشاقة وفقد الوزن وأيضا الاسترخاء والبعد عن الضغوط المرتبطة بالحياة اليومية ، وبعض هذه الخدمات تقدم من خلال الفنادق أو الفنادق العائمة Cruise Lines ومن خلال بعض المزارع الريفية المنعزلة تحقيقا للهدوء و الاسترخاء .

٢٣ - السياحة التراثية: Heritage Tourism:

تركز هذه السياحة علي زيارة المناطق التي تشتهر إما بالمناطق التراثية الطبيعية Natural Heritage ، وهذا النوع من السياحة يطلبه قطاع معين من السائحين عادة ما يكون مستواه الثقافي مرتفعا.

٢٤ - السياحة المتجهة داخليا : Inbound Tourism

وهذا الشكل يعني زيارة أماكن في الدولة سواء من قبل المقيمين أو من قبل غير المقيمين Non- Residents بمعنى وصول أجانب لزيارة الدولة .

٢٥ - السياحة المتجهة خارج الدولة : Outbound Tourism

وهذا الشكل علي عكس الشكل السابق ، وفيه تتم زيارة المقيمين في دولة تقع خارج حدود دولتهم ، أي خارج مواطني الدولة لزيارة دول خارجها.

٢٦ - سياحة الحوافز Incentive Tourism :

هذا الشكل السياحي يعني زيارة بعض العاملين في المؤسسات والشركات والقطاعات الاقتصادية لمقاصد سياحية خارج (أو داخل) بلدانهم ، وغالبًا مع أزواجهم كمكافأة لهم علي تحقيق مستويات مرتفعة من الأداء أو المبيعات غير ذلك من الأهداف ، ولإنجازه المتميز أو تشجيعًا لهم علي مزيد من العمل المستقبلي.

٢٧ - السياحة الدولية : International Tourism :

هذا الشكل هو أكثر أنواع السياحة شهرة ، ويعني الانتقال أو السفر بين الدول Inter States وبهذا الشكل تختلف السياحة الدولية عن السياحة الداخلية التي تقوم بها سكان نفس الدولة من زيارة لإقليمها المختلفة ، وعلاوة علي الزوار الأجانب المندمجين في هذا الشكل السياحي فإنه يتضمن أيضا الزوار من أصول سكانية لنفس الدولة ولكنهم مقيمون في خارجها (كمثال زيارة المصريين المهاجرين هجرة دائمة والحاملين لجنسية دولة أجنبية لمصر).

٢٨ - سياحة الأعداد الكبيرة Mass Tourism :

هذا النوع من السياحة يعني قيام تدفق سياحي بأعداد كبيرة مما يميز الوضع في الدول المتقدمة ، وخصوصًا في النصف الثاني من القرن العشرين ، بالمقارنة بالوضع قبل ذلك ، وأيضًا ما يناقض الوضع في الدول النامية التي لا تتدفق منها الوفود السياحية بنفس الكثافة ، وأيضًا علي العكس من السياحة المحدودة للاماكن الجبلية مثلًا.

٢٩ - السياحة الدينية Religious Tourism :

سياحة تركز علي اكتساب خبرة ذات صبغة دينية أو عقائدية ، ومثال ذلك رحلات الحج Pilgrimages لأصحاب الديانات السماوية في جنوب شرق آسيا ، وبعض مناطق العالم الأخرى ، وتعكس بعض الرموز أهمية خاصة في هذا النوع من السياحة مثل المسجد الحرام في مكة المكرمة ، والمسجد النبوي المدينة المنورة ، والمسجد الأقصى في القدس بالنسبة للمسلمين ، وكنيسة القيامة والفاتيكان والكنائس والكاتدرائيات المختلفة بالنسبة للمسيحيين وتشهد الهند - وبها العديد من الديانات واللغات والطوائف- رحلات الحج والزيارة إلي المعابد الخاصة بكل طائفة.

٣٠ - السياحة المسؤولة Responsible Tourism :

هذا الشكل من السياحة يركز علي مسئولية القائمين بالنشاط السياحي بالنسبة للحفاظ علي الموارد السياحية بأنواعها ، والتعبير مرادف للسياحة البديلة التي سبق الحديث عنها.

٣١ - سياحة الجذور Roots Tourism :

نوع من السياحة يتعلق برغبة السائحين في زيارة المناطق الجغرافية التي تمثل جذورهم السكانية أو العرقية ، ومن ذلك زيارة زواج الولايات المتحدة الأمريكية لمناطق افريقية أو الأمريكان لأصولهم في البلدان الأوروبية، والتعبير مرادف للسياحة العرقية التي سبق الحديث عنها .

٣٢ - السياحة الاجتماعية Social Tourism :

هذا النوع من السياحة يندمج فيه قطاعات سكانية في الدولة من ذوي المشكلات المتعلقة بقلّة الموارد أو الإعاقة وكبر السن ،أو الظروف الأسرية ، وتصبح الرحلات السياحية متاحة لهؤلاء من خلال ترتيبات خاصة من الدولة أو مؤسسات متخصصة من خلال الدعم والحوافز المقدمة لهذه الفئات السكانية ذات الصبغة التعاونية ، والسياحة الاجتماعية نشطة للغاية في بعض دول أوروبا مثل بليجكا ، وفرنسا ، بعض دول شرق أوروبا علي وجه الخصوص .

٣٣ - السياحة المرنة Soft Tourism :

هذا الشكل السياحي يعني النشاط السياحي المتعدد الجوانب الذي يأخذ في الاعتبار المحافظة علي الموارد السياحية في منطقة الوفود للسياح ، إضافة لعدم الإساءة لثقافة وتقاليد المجتمعات المحلية أو البيئية ، والتعبير مرادف للسياحة البديلة.

٣٤ - السياحة المستدامة Sustainable Tourism :

ظهر هذا الشكل السياحي بتأثير شيوع مصطلح التنمية المستدامة والذي عرفته الأمم المتحدة ١٩٨٧م بأنه الاستغلال الرشيد للموارد وعدم إهدارها والحفاظ عليها من التدهور وتميئتها باستمرار مع الأخذ في الاعتبار عدم الجور أو إغفال حق الأجيال القادمة ، ويتم النشاط السياحي بصورة متناغمة ومنسجمة مع مفردات البيئة الطبيعية والاجتماعية والثقافية

علي المدى الطويل، والسياحة المستديمة لا تقتصر علي الأعداد الصغيرة من السياح مثل
السياحة البديلة إنما تراعي الاعتبارات سابقة الذكر في كل المستويات.

٣٥ - السياحة الشبابية : Youth Tourism :

تهتم السياحة الشبابية بقطاع من النشاط السياحي عادة ما يتضمن فئات عمرية خاصة
لدمجها في سوق السياحة ، وخصوصا من هم في العمر ١٥-١٩ سنة ، و ٢٥ - ٢٩ سنة ،
وأياً كان التحديد الذي يجري تبنيه ، فإن المصادر الإحصائية تشير إلي أن السياحة الشبابية
تنمو بمعدلات سريعة للغاية بالمقارنة بالنشاط السياحي ككل.

تدريبات علي الفصل الأول

أنشطة ومهام.



- ١- ضع تعريفاً مجمع من وجه نظرك يضم كل تعريفات الدراسات لمفهوم السياحة ؟
- ٢- أقرأ عن الانشطة السياحية في جمهورية مصر العربية كمقصد سياحي وسجلها
لديك ؟

الفصل الثاني

المقومات الجغرافية
للجذب السياحي ودراسة
تطبيقية علي جمهورية
مصر العربية

الفصل الثاني

المقومات الجغرافية للجذب السياحي ودراسة تطبيقية علي جمهورية مصر العربية

مقدمة:



تتمثل المقومات الجغرافية في المقومات الطبيعية والبشرية والحضارية فضلاً عن

المقومات الخدمية .

أولاً : المقومات الطبيعية :

يتأثر النشاط السياحي في أي منطقة بمجموعة من العوامل المتشابكة ، سواء جغرافية أو

اقتصادية أو تاريخية، وهذه لعبت دوراً مهماً في توزيع مواقع وأماكن الاستجمام ، وفي تحديد

أنماط ومحاور حركة وتدفق السائحين ، بل أحيانا تسهم في تحديد مدة الإقامة وموسمية ،

ويعني ذلك أن البيئة تهئ ملامح يبحث عنها السائحون ويحتاجون إليها ويقطعون مسافات

متباينة من أجل الوصول إلي مواقعها، ويؤكد ذلك وجود علاقة وثيقة بين البيئة الطبيعية

والسياحية حيث أن بعض أنشطة السياحة تعتمد علي المشاهدة والاستمتاع بمناظر البيئة

الطبيعية .

وفيما يلي دراسة لأهم المقومات الطبيعية المؤثرة في السياحة وتتمثل في :

أ- الموقع .

ب- التركيب الجيولوجي .

ج- ظاهرات السطح .

- د- المناخ .
- هـ- الحياة الفطرية .
- و- موارد المياه .
- ز- توزيع اليابس والماء .

أ- الموقع:

يعد الموقع واحدًا من أهم المقومات التي تعني بها الدراسات الجغرافية عامة والسياحة خاصة ، ويمكن إعطاء صورة مبسطة عنه علي أنه ذلك الإطار الجغرافي الكبير الذي يحدد علاقة المقصد السياحي بغيره من الأماكن والظواهر الطبيعية التي تمثل عناصر جذب سياحي للمكان أو الإقليم أو الدولة، وعليه يسهم الموقع في تكوين شخصية الإقليم السياحي وتحديد وزنه السياحي بالنسبة للدولة والعالم ، ويعد الموقع من أكثر المقومات التي تدخل في تبرير وجود الإقليم السياحي أو الدولة علي الخريطة السياحية للعالم .

وقد أصبح من المؤلف النظر أثناء الدراسات الجغرافية من زاويتين الأولى: موقع الإقليم السياحي من منظور ثابت أو مطلق ، وفيها يظهر الموقع بالنسبة لخطوط الطول ودوائر العرض ، والزاوية الثانية: هي الموقع المتغير ويتمثل في علاقة الإقليم بجيرانه علي المستوي الإقليمي والدولي ، أو ما يطلق عليه أحيانا بالعلاقات المكانية .

وللموقع الجغرافي أثر واضح علي السياحة من ناحيتين الأولى موقع منطقة الجذب

السياحي من مناطق تصدير السائحين و راغبي الترفيه ، فكلما كان الموقع قريبًا من مصادر

ورود السائحين بحيث يمكن الوصول إليه بسرعة وبتكاليف قليلة كلما كان الإقبال عليها كبيرًا

، كذلك فإن الموقع الجغرافي الجيد لبعض الدول ساعد في رواج صناعة السياحة بها لسهولة

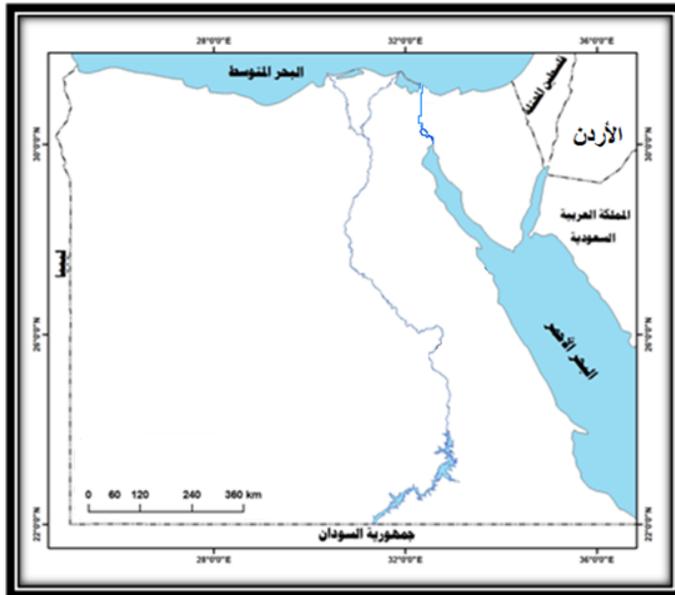
اتصالها بالعالم الخارجي بوسائل النقل المختلفة (خاصة الجوي والبحري) ، وخاصة إذا كانت قريبة من مناطق الطلب السياحي الرئيسي كما هو الحال بالنسبة لكل من قبرص ومصر وتونس والمغرب القريبة من دول أوروبا .

والناحية الثانية لأثر الموقع ، هي موقع منطقتي الاستقبال والإرسال من دوائر العرض ، فهذا السبب نجدان الحركة السياحية في أوروبا تتجه صوب السواحل ، هرباً من صقيع وبرد الشمال والوسط بحثاً عن المناخ المعتدل بشمس الدافئة الساطعة ، وأثناء الموسم السياحي . وأحياناً يكون للموقع الجغرافي لبعض الأقاليم علي مسارات طرق النقل العالمية دور مباشر في نشاط صناعة السياحة، كما هي الحال لجزر هاواي الواقعة علي الطرق التي تربط بين قارتي آسيا وأمريكا الشمالية عبر المحيط الهادي ، وعلي العكس من ذلك الدول ذات المواقع الجغرافية المتطرفة أو البعيدة إلا أنها تعاني من صعوبة تنشيط السياحة الدولية بها لارتفاع تكاليف السفر إليها بحكم طول المسافة بينها وبين العديد من دول العالم وبخاصة أوروبا - كما هي الحال بالنسبة لاستراليا ونيوزيلندا .

ونخلص من هذا إلي أن دراسة الموقع الجغرافي يحدد عوامل كثيرة منها اختيار التوقيت والمكان للسفر واختيار وسيلة النقل الملائمة ، وتحديد قرب أو بعد أماكن الارتياح السياحي بالنسبة للأسواق السياحية المصدرة للسائحين ، حيث أنه كلما قلت المسافة بين منطقة الجذب السياحي ومناطق تصدير السائحين قلت معها تكاليف الرحلة والوقت المستقطع فيها ، وخاصة وأن الكثيرين منهم يفضل زيارة أكثر من مكان أو أكثر من دولة في الرحلة الواحدة .

تتميز مصر بموقع جغرافي فريد، حيث تقع عند ملتقي ثلاث قارات (إفريقيا وأوروبا وآسيا) مما جعلها تحتل مكانة سياسية قوية بين دول المنطقة ، وتمتلك العديد من الموارد والمقومات الجغرافية التي تجعلها في مقدمة دول العالم سياحياً من حيث الموقع والمناخ والتضاريس، كما تتفرد بأصالة التراث وعراقة الحضارات علي مر التاريخ وبذلك أصبحت مصر من الناحية الجغرافية منطقة جذب سياحي، تجذب إليها السائحون من شتي بقاع العالم، ومن ثم فقد كان لذلك الأثر في حركة السياحة الدولية

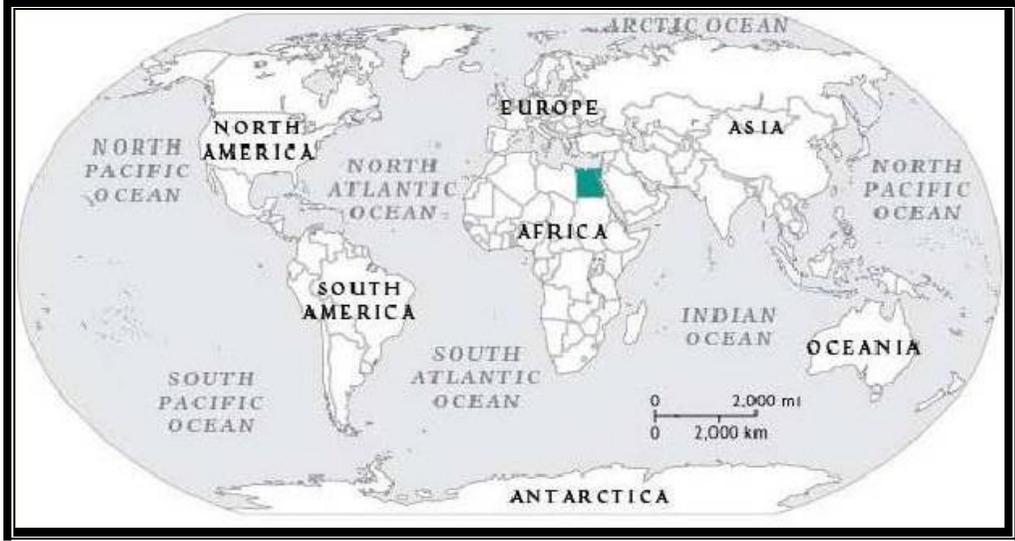
وتقع جمهورية مصر العربية بين دائرتي عرض ٢٢° و ٣٦° / ٣١° شمالاً، وبين خطي طول ٢٥° و ٣٠° / ٣٦° شرقاً، وتمثل مصر الركن الشمالي الشرقي لقارة إفريقيا، ويحدها شمالاً البحر المتوسط، وجنوباً السودان، ومن ناحية الشرق البحر الأحمر وخليج العقبة وحدود فلسطين المحتلة، ومن الغرب ليبيا (شكل ٢) .



شكل (٢) جمهورية مصر العربية

وتتمد مصر قرابه عشرة دوائر عرضية واثنتي عشر خط طول وقد أعطها هذا الموقع شكل

مربع تقريباً الذي يقع في الركن الشمالي الشرقي من قارة إفريقيا.



شكل (٣) موقع مصر في مركز العالم

وهذا الموقع المتوسط أكسبها أهمية كبيرة كمطقة عبور بين الشرق والغرب وبين الشمال والجنوب وهو ما ساعد علي قيامها بالسياحة العابرة، وذلك بمعاونة عدد من المنافذ مثل: بورسعيد، السويس، الإسكندرية وأسوان .

ورغم أن الموقع الفلكي أكسب معظم الأراضي المصرية صفة المناخ الصحراوي خاصة في الجنوب فإنها أطرافها الشمالية تتميز بمناخ معتدل نسبياً في فصل الصيف ودافئ في فصل الشتاء ، وقد ترتب علي ذلك أن أصبحت مناطق عديدة في مصر خاصة مصر العليا وساحل البحر الأحمر، وخليج العقبة مشاتي جيدة تتمتع بطقس مشمس معظم شهور الشتاء ، وتقتصر الجهات المعتدلة علي ما يجاورها نهر النيل والبحر المتوسط والبحر الأحمر وخليجي السويس والعقبة ، ويؤكد ذلك أن نسبة السائحين الوافدين إلي مصر في فصل الخريف

٣٠,٦% ، وفي فصل الصيف ٢٦,١% ، وفي فصل الشتاء ٢٢,٥% ، وتتنخفض في فصل الربيع بنحو ٢٠,٧% من جملة السائحين الوافدين عام ٢٠١١ م .

أما عن الموسمية في حركة السياحة الدولية الوافدة إلي مصر خلال الفترة من (١٩٥٢ - ٢٠١١ م) أشدها في فصل الصيف The Intensive season ، ويأتي الخريف في المرتبة الثانية ، في حين يأتي الشتاء (فصل البرد والمطر) في ذيل القائمة ، ويعني ذلك أن قمة السياحة الدولية لمصر هي قمة صيفية وخريفية، فنهر السياحة يفيض متدفقاً في موسم الصيف ، ويغيب في فصل الشتاء ، وهو في ذلك مرتبط بظروف المناخ ونظام الإجازات، أما في أسواق التصدير وإما في منتجات استقباليهم.

ب- التركيب الجيولوجي:

يعمل التركيب الجيولوجي علي إكساب بعض المناطق جمال المنظر وبمعاونه النبات الطبيعي والحيوان البري ، ويرى روبنسون Robinson أن المناظر الطبيعية الجميلة تعد ثاني أهم عوامل الجذب للترويج (هـ. روبنسون ، ١٩٨٥ ، ٢٧) .

كما يساعد التباين في التكوينات الجيولوجية وتعدد وتداخل الظواهر الجيومورفولوجية علي تحديد مواقع الآبار والعيون والأودية وأنواع الصخور وتكويناتها المعدنية المختلفة وتباين درجاتها وألوانها حيث يخلق هذا التباين مناظر طبيعية ما يؤدي إلي جذب السائحين .

وتقيد دراسة البناء الجيولوجي في توضيح النشاط السياحي بصورة مباشرة ، وما يتصل بتأثير الجيولوجي في وجود أنواع معينة من الصخور ذات أهمية للسائحين .

ويمكن أن توضح أهم خصائص التركيب الجيولوجي للأراضي المصرية ويمكن إيجازها

فيما يلي :

تغطي التكوينات النارية والمتحولة ما يقرب من عشر مساحة الأراضي المصرية ،

وتنتشر في عدة مناطق خاصة في جنوب شرقي الهضبة الشرقية والسفوح الشرقية والجنوبية

الشرقية لكتلة العوينات في الصحراء الغربية ، والبحر الأحمر ، ثم المثلث الجنوبي لشبة جزيرة

سيناء ، وتخلو هذه التكوينات من الحفريات كما تتميز بشده صلابتها ومقاومتها لعوامل

التعرية ، وهي مصدر لكثير من المعادن الفلزات الخاصة الذهب بالإضافة إلي بعض أنواع

الأحجار: مثل الجرانيت والرخام والزمرد .

تغطي تكوينات الحجر الرملي والحجر الجيري نحو خمسي مساحة الأراضي المصرية

وتظهر في نطاق كبير في جنوب الصحراء الغربية ووسطها ، إلي الشرق من مجري النيل في

قطاع محافظة قنا ، وفي وسط سيناء ، وتعرف هذه التكوينات في الجنوب بالحجر الرملي

النوبي الذي يتميز بمساميته ومن ثم وجود خزانات المياه حيث تجمعت فيها الأمطار التي

سقطت في الفترات المطيرة في البليستوسين ، أو الأمطار التي تسقط في الوقت الحاضر في

بعض الأحيان .

تغطي تكوينات الايوسين والميوسين مساحات كبيرة في الهضبة الشرقية والصحراء

الغربية وفي هضبة العجمة في وسط سيناء مكونه هضابًا جيرية في الهضبة الشرقية بهضبة

المعازة وفي شمال الصحراء الغربية باسم بهضبة مارماريكا ، تعرضت الأراضي المصرية في

الزمن الجيولوجي الرابع إلي عمليات التعرية النهرية والتعرية البحرية والتعرية الهوائية ، والتي عملت علي تغطية أجزاء منها برواسب أهمها الرمال ، ورواسب الأودية ثم التكوينات الفيضية علي جانبي مجري النيل وفي دالتاه أو التكوينات التي تغطي بطون المنخفضات خاصة تكوينات الطوفا التي تظهر بوضوح علي الجانب الشرقي لمنخفض الخارجة .
ومن أهم أشكال تفاعل التراكيب الجيولوجية للطبقات الأرضية مع عوامل التعرية المختلفة:

١- المسلات البحرية Sea Stacks:

تمتد أمام بعض السواحل البحرية، وتكونت بفعل نحت الأمواج في التكوينات الصخرية الساحلية ، وكذلك تلك المسلات البحرية التي تكونت في صخور الحجر الرملي ، كما توجد المسلات البحرية في بعض أجزاء من السواحل الشمالية الغربية لمصر ، وأشهرها المسلات البحرية المجاورة لساحل مرسي مطروح مثل مسلة كيلوباترا.

٢ - الكهوف Caves :

تعتبر الكهوف ممرات طبيعية عظيمة الاتساع تمتد تحت سطح الأرض في جوف الصخور الجيرية علي شكل فجوات أو فتحات ، كما قد يتألف البعض منها من حجرة واحدة أو من عدة حجرات ، وقد تعمل الأمواج علي تكوين بعض الكهوف البحرية Sea Caves علي طول أجزاء من الشواطئ تبعا لتحلل الصخور اللينة وتآكلها ، وتعمل الرياح كذلك تبعاً لإحتكاكها بأسطح التكوينات الإرسابية الرخوة علي تكوين بعض الكهوف الصغيرة Caves

Wind وفي مصر نجد كهف وادي سنور ، والذي يقع علي بعد ٧٠ كم جنوب شرق مدينة بني سويف ، وهو يقع في منطقة المحجر رقم (٥٤) لاستخراج الألباستر من الصحراء الشرقية ، ونتيجة لعمليات استخراج الألباستر المستمر ظهرت في قاع المحجر فجوة كبيرة تؤدي إلي كهف في باطن الأرض ، حيث يرجع تكوينه إلي عصر الإيوسين نتيجة تسرب المحاليل المائية المشبعة بأملاح المعدنية ، وترجع أهمية هذا الكهف إلي ندرة هذه التكوينات الجيولوجية الطبيعية في العالم .

وتستغل هذه التكوينات لزيادة مواردها السياحية وذلك لان هذه التكوينات إلي جانب ابهارها وجمال منظرها وروعة تكوينها تتيح للباحثين إجراء دراسات تفصيلية مقارنة من حيث اختلاف طبيعة الظروف البيئة القديمة ، كما يوجد كهف أو مغارة روميل بالقرب من مرسى مطروح .



صورة (٤) محمية كهف وادي سنور

٣ - الشلالات والمساقط المائية :

تتكون نتيجة جريان النهر فوق تكوينات صخرية متباينة التركيب والخصائص من طبقات أفقية صلبة تتعاقب فوق صخور لينة ،وهذه الصخور الأخيرة سرعان ما تتآكل بفعل عوامل التعرية المائية فينشأ الشلال ،ومن أعظم وأشهر شلالات العالم المستغلة سياحياً تلك المعروفة باسم شلالات نياجرا، وهي تقع علي نهر سنت لورنس علي الحدود الأمريكية الكندية.

وهناك تركيب جيولوجي شهير في مصر هو قبة الحسنة والتي تقع بأبي رواش (محافظة الجيزة) علي طريق القاهرة/ الإسكندرية الصحراوي .



صورة (٥) محمية قبة الحسنة بالجيزة

٤- ظاهرات السطح :

يعتبر شكل سطح الأرض المتنوع في ظاهرة المختلفة من العوامل المؤثرة في صناعة السياحة ، وتساعد الظاهرات الطبيعية مثل الجبال والهضاب والتلال والأودية والجزر والخوانق والبحيرات علي خلق ونشأه العديد من مراكز أقاليم الجذب السياحي لما تتمتع به من حياه فطرية تتيح فرصة لقيام العديد من الأنماط السياحية .

وتتباين أهمية المرتفعات في مجال السياحة وتوقيت استغلالها تبعا لموقعها الفلكي وأن كانت في كل الأحوال تتفرد بنقاء هوائها وتأثيرها الصحي المنعش لبعده عن مصادر التلوث ففي العروض المعتدلة أو الباردة تستغل شتاءً لممارسة الرياضات الشتوية كالترحلق علي الجليد ، وصيفا من أجل الاستحمام مثل جبال الالب والبرانس في اوروبا والروكي في امريكا الشمالية .

أما في العروض الحارة وشبه الحارة فإن المناطق الجبلية تتصف باعتدال درجة الحرارة لذا تستغل كمنتجات صيفية كما هو الحال في القارة الهندية وفي افغانستان والمملكة العربية السعودية والمصايف التركية.

ونجت تضاريس مصر بناء علي التركيب الجيولوجي لها عبر الأزمنة المختلفة ، فاختلقت التكوينات الجيولوجية من منطقة إلي أخرى ، بعضها تغطيها الصخور النارية والمتحولة ، كما في الصحراء الشرقية (جبال البحر الأحمر) ، وسيناء (المنطقة الجنوبية) ،

وبعضها الأخر تغطية الصخور الرسوبية ، كما في (الصحراء الغربية والساحل الشمالي وسيناء) وتقسم الأراضي المصرية من حيث تضاريسها إلي الأقسام التالية :

١- شبة جزيرة سيناء .

٢- الصحراء الشرقية .

٣- الصحراء الغربية .

٤- وادي النيل ودلتاه ومنخفض الفيوم .

١- شبة جزيرة سيناء :

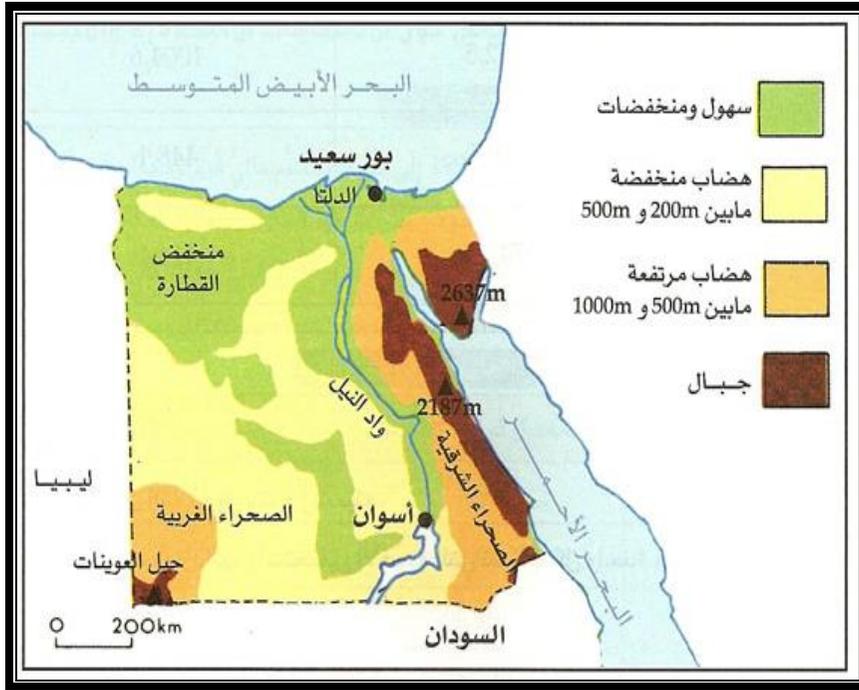
تشغل شبة جزيرة سيناء الركن الشمالي الشرقي من مصر ، وتتباين ظاهرات السطح في سيناء ، ففي الجنوب يمتد الإقليم الجبلي حيث تتجمع فيه كوكبه من الجبال ذات مناسيب مختلفة أهمها جبل سانت كاترين ، وبه دير سانت كاترين الذي يعد من أهم المعالم السياحية، وحبل موسى وعلي قمته توجد كنيسة ومسجد يحرص السائحون علي تسلقها ، وتمتد به مجموعة من الأودية نحو خليج العقبة ومن أهم هذه الأودية وادي وتر ولهذه الأودية أهميتها في النشاط السياحي.

ويقع الإقليم الهضبي شمال الإقليم الجبلي وجنوب الإقليم الساحلي ويتألف من هضبتين

(هضبة العجمة وهضبة التيه) ، ويوجد به سهلا ساحليا تتوافر به بعض العيون والآبار مثل

عيون موسى .

أما عن الإقليم الساحلي فيقع شمال سيناء ، وتقع في هذا الإقليم مدينة العريش علي
البحر المتوسط ، وقد شهد هذا الجزء من سيناء هجرة وحركة جماعات بشرية عديدة وافدة
ونازحة تركت أثارها في التاريخ المصري ويجذب شاطئ العريش بمياه وأشجاره وتاريخه ورماله
الكثيرة من السياح لقضاء إجازتهم عليه .

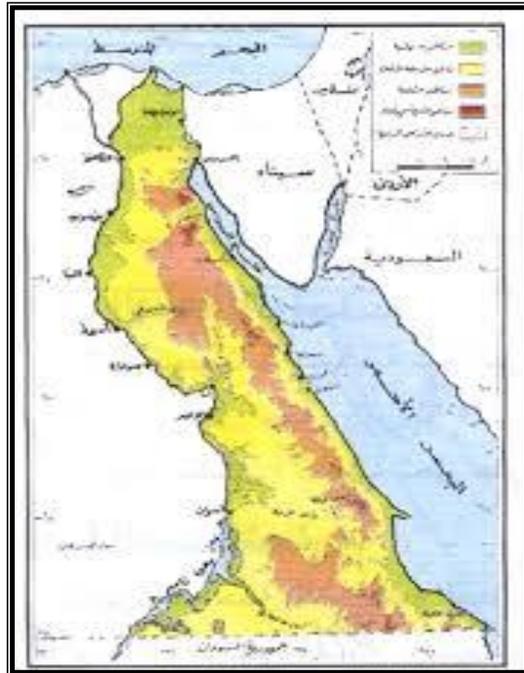


شكل (٦) خريطة تضاريس مصر

٢- الصحراء الشرقية :

تقع بين ساحل البحر المتوسط في الشمال والحدود المصرية السودانية في الجنوب
والبحر الأحمر وقناة السويس شرقاً، ووادي النيل ودلتاه في الغرب، وتتنوع ظاهرات السطح
في الصحراء الشرقية بسبب تعقد تركيبها الجيولوجي وتأثرها بعوامل التعرية وخاصة المائية ،
وتعد مرتفعات البحر الأحمر أهم ظاهرات السطح بها، وتتحد من سلسلة جبال البحر

الأحمر مجموعة من الأودية تتجه نحو الشرق، ثم مجموعة أخرى من الأودية تنحدر نحو الغرب، ولهذه الأودية أهميتها التاريخية مع أهميتها في التنمية الاقتصادية بشكل عام والتنمية السياحية خاصة وادي العلاقي، وتمتاز هذه الأودية بقصرها وشدة انحدارها، وهذا الجزء من الصحراء الشرقية ذات أهمية بالغة في النشاط السياحي حيث الشعاب المرجانية والجبال والقرى السياحية ، والرمال والعيون واعتدال درجات الحرارة صيفا ودفئها شتاءً ، إلي جانب ثروتها التعدينية ، وبين مرتفعات البحر الأحمر وساحل البحر الأحمر يمتد سهل ساحلي ويتميز خط الساحل باستقامته وقله الخلجان وينحدر من مرتفعات البحر الأحمر عدة أودية مثل وادي سفاجه ودعيب.



شكل (٧) الصحراء الشرقية

٣- الصحراء الغربية :

تعد الصحراء الغربية أكبر الوحدات التضاريسية في مصر، وتمتد بين البحر المتوسط في الشمال إلي الحدود الجنوبية لمصر ومن وادي النيل والدلتا في الشرق حتى الحدود المصرية الليبية في الغرب ، وتتعدد ظاهرات السطح في الصحراء الغربية نذكر منها :

- جبل العوينات في أقصى الجنوب الغربي .
- الكثبان الرملية وتتركز في منطقتين ، الأولى تعرف باسم بحر الرمال العظيم والأخرى تمتد بين منخفض الواحات البحرية شمالا ومنخفض الخارجة جنوبًا وتعرف بالغرود .
- المنخفضات وتضم الداخلة والخارجة و سيوه والغرافرة والقطارة .
- السهل الساحلي ويتباين في اتساعه من جزء إلي آخر .

٤- وادي النيل والدلتا ومنخفض الفيوم :

يدخل وادي النيل الأراضي المصرية من الجنوب من دائرة عرض ٢٢° شمالاً عبر بحيرة ناصر ، وتتعدد الجزر في مجري النيل ، واكبر هذه الجزر المنصورية ، ويمتد علي جنبي نهر النيل سهلا فيضيا ويضيق علي جانبه الشرقي باستثناء منطقه ثنية قنا ويتسع علي الجانب الغربي .

وتأخذ دالتا الشمال شكل مثلث قاعدة في الشمال ورأسه في الجنوب وتنتهي دالتا النيل

بعدد من البحيرات أهمها بحيرة المنزلة .

أما منخفض الفيوم يقع جنوب غرب مدينة القاهرة وتحيط به عدد من الهضاب المرتفعة وهو ذات تصريف داخلي وانه يتصل بالنيل عن طريق بحر يوسف عند فتحه اللاهون ، وتقع بحيرة قارون في شمال غرب المنخفض، ويعتبر نهر النيل منذ دخوله الأراضي المصرية وحتى قمة الدلتا من أهم معالم الجذب السياحي في مصر إذ يوجد به الجندل (صخور وسط النيل) الأول بأسوان والجزر العديدة التي تنتشر وسط مجراه ، والمياه وكذلك مواقع الآثار العديدة بأسوان وطيبة والأقصر وقنا وأسيوط والمنيا والجيزة وسد أسوان والسد العالي .

ج- المناخ :

يُعد المناخ واحدًا من أهم عوامل الجذب السياحي، إن لم يكن أهمها جميعًا، وتختلف درجة الأهمية من عنصر مناخي إلى آخر، وغالبًا ما يكون هذا التأثير مباشرًا على حياة الإنسان بكونه عامل طرد أو جذب له (١)، لأن صحة الإنسان وطاقته وراحته الجسمية تتأثر بالمناخ أكثر من تأثرها بأي عوامل أخرى من عوامل البيئة الطبيعية، حيث أن الوظائف الفسيولوجية للجسم البشري تستجيب للتغيرات المناخية بشكل ملحوظة. ويحدد المناخ حركة السائح بهدف التخفيف من حدة الضغط المناخي (الحرارة والرطوبة) الذي يعاني منه في منطقة إقامته الأصلية، لذلك يتجه إلي أماكن تتلائم مع راحته الجسمية والنفسية (٢).

(١) يوسف عبد المجيد فايد: جغرافية المناخ والنبات، القاهرة عام ١٩٧٣، ص ١٢٩.

(٢) على حسين موسى، المناخ والسياحة ، دمشق، ١٩٩٨، ص ١٢٣.

وتعتبر الحرارة والرطوبة النسبية والرياح أكثر عناصر المناخ تأثيرًا على راحة الإنسان، فمع ارتفاع كل من الحرارة والرطوبة يحدث انخفاض حاد في النشاط البشري وما يواكب ذلك من انخفاض في كل من قوته العقلية ومدى الشعور بالراحة (١) .

وعلى الرغم من أن المناخ المثالي لا وجود له في أي بقعة من العالم، إلا أن المناخ الأنسب والملائم يستحق أن يمثل محورًا من العناية بتنشيط السياحة في الإقليم السياحي، على أن يراعي الموقع الجغرافي من خطوط العرض والارتفاع والانخفاض عن سطح الأرض تمشيًا مع القاعدة المعروفة كلما نرتفع ١٥٠م فوق منسوب سطح البحر تقل درجة الحرارة بمعدل درجة مئوية والعكس صحيح.

ويُعد المناخ أكثر جوانب العرض تأثيرًا في السياحة والاستجمام، فالمناخ الجيد يعد أحد عوامل الجذب لأي منطقة سياحية، حيث أن هناك العديد من الأماكن التي تتميز بمرغبات سياحية متعددة ولكنها تفتقر إلي المناخ الملائم معًا يقل من أهمية تلك المرغبات السياحية.

ولكي يستمتع السائحون بعطلاتهم يجب أن يكون هناك ارتياحًا لديهم تجاه الأحوال المناخية في المناطق التي يقصدونها دون الالتفات إلي نوع النشاط الذي يرغبون في ممارسته مثل الاستمتاع بالشمس أو ركوب الخيل، أو التزلق على الجليد.. الخ، كذلك يجب أن يتسم المناخ في المناطق القاصد إليها السائحون بالجاذبية حيث يشعر الإنسان

(١) Ayoade, J.O : Introduction to climatology for the tropics, New York. ١٩٧٧.P.٢٢٤.

بالابتهاج والبشر ويميل إلي الاسترخاء في الأيام ذات الطقس المشمس والسماء الصافية عنه في الأيام ذات الطقس السيئ والسماء الملبدة بالغيوم.

وتُعد سياحة الاستجمام أكثر أشكال السياحة ارتباطاً بالمناخ حتى أن البعض مثل كلاوسون Clawson ذهب إلي أن هناك ما يمكن أن يسمى بمناخ الاستجمام، وذكر أن المناخ الأمثل للاستجمام يجب أن ينعدم فيه المطر أو يكون خفيفاً- وأن يكون الطقس مقترنا بالدفء والجو المشمس بعيداً عن الحرارة الشديدة وأشعة الشمس الحارقة، والرطوبة المرتفعة، وحيث النسيم اللطيف وانعدام الضباب والشبورة وعناصر المناخ الأخرى التي تؤثر سلبيًا على الاستمتاع.

وقد وجد أن بعض أشكال سياحة الاستجمام مثل السياحة تعتمد إلى حد ما على ارتفاع درجة الحرارة - درجة حرارة المياه والظهير - وجملة سطوع الشمس، في حين وجد أن الأنشطة السياحية الأخرى مثال التجوال والتنزه والاستمتاع بالطبيعة ومتمعه القيادة ترتبط بشكل أو بآخر بعناصر المناخ الأخرى.

والحقيقة أن المناخ له تأثير مزدوج على صناعة السياحة حيث يؤثر بصورة مباشرة في أنشطة السياحة والترويج، بما توفره عناصر المناخ من جذب سياحي لأقاليم محدودة سواء طول العام أو خلال فترة محددة من السنة، ويلعب المناخ دورًا لا يمكن إنكاره في توطن المنتجات السياحية في مواقع محددة، بل وأحيانًا في مواضع بعينها، إما بهدف التمتع الكامل بأشعة الشمس أو للاستفادة من نسيم جبل أو نسيم البحر، لذا توضع خصائص

بعض عناصر المناخ وخاصة درجة الحرارة وأشعة الشمس واتجاه الرياح في الاعتبار عند تصميم المنشآت السياحية وتحديد أشكالها واتجاه وخصائص فتحات التهوية بها.

أما التأثير غير المباشر للمناخ في مجال السياحة فيتمثل في دوره في تحديد خصائص وثقل ووزن الموارد السياحية الأخرى المؤثرة في هذه الصناعة سواء كانت شواطئ أو مرتفعات أو نطاقات غابية، وهي موارد جذب لا يمكن تقييم مدى جذبها السياحي بعيداً عن عامل المناخ.

وهناك جانب لا يمكن إغفاله، حيث أن المناخ يؤثر على زيادة النفقات، وذلك عند إقامة أو تطوير بعض المنتجات لاسيما في جانب التشييد والبناء، كما أن هناك تكاليف مضافة تحدث حينما تزيد أو تقل درجة الحرارة، مما يتطلب التزود بأجهزة التدفئة أو التبريد المركزية، كما هو الحال في منتجج لابلان La plangne الفرنسي، إذ يعتمد التكامل الطبيعي به على تدفئة المنازل المقامة على ارتفاع ٢٠٠٠ متر.

ودراسة العناصر المكونة للمناخ تعد ضرورية مثل دراسة عدد ساعات سطوع الشمس ودرجات الحرارة على مدار العام ونسبة الرطوبة والتساقط، والضغط الجوي واتجاهات الرياح وقوتها، وتعد جميعها من الأمور الهامة لدراستها وتحليلها حتى يمكن تحديد المواسم السياحية وتوزيعها على فصول السنة الأربعة، وفيما يلي دراسة لأهم عناصر المناخ وعلاقتها بالسياحة.

١- درجة الحرارة والرطوبة النسبية:

إن درجة الحرارة الطبيعية للجسم الإنساني تكون عادة ٣٦,٥م وترتفع طبيعيًا عند بذل الجهد أو عند التعرض للحرارة المباشرة، مثل التعرض لوهج الشمس، وحرارة الجسم يتم ضبطها ذاتيًا عن طريق العرق، حيث أن درجة الحرارة لأجسامنا ترتفع بمقدار درجتين مؤويتين لو لم يخرج العرق، وقابلية الهواء على تجفيف العرق تعتمد على الرطوبة النسبية، فإذا كانت الرطوبة النسبية هي الأخرى مرتفعة بنسبة تزيد على ٧٠% فإن الهواء في هذه الحالة لا يستطيع حمل المزيد من بخار الماء ، وبالتالي لا يجف العرق فيشعر المرء بارتفاع درجة الحرارة ومعها يشعر بعدم الارتياح، وفي حالة ارتفاع الرطوبة النسبية إلي هذه الدرجة ٧٠% فأكثر يجب أن تكون درجة الحرارة حول ٢٦م.

ويعني ذلك أن مناخ المناطق التي ترتفع فيها درجة الحرارة، وترتفع فيها كذلك الرطوبة النسبية لا يلائم السياحة والنشاط السياحي للأفراد، كذلك فن انخفاض درجة الحرارة عن ١٦م يجعل الإنسان يشعر بالبرودة ويحمله على ارتداء الملابس الثقيلة التي تعوق ممارسة بعض الأنشطة السياحية.

وفي المناخ الجاف يتمكن الجسم الإنساني من تحمل الارتفاع في درجات الحرارة حتى ٣٦م، وذلك طالما أن الجسم محتميًا من أشعة الشمس المباشرة، ويحصل على كمية المياه الكافية لتعويض الجسم بالرطوبة التي يفقدها عن طريق البخر، ودرجة الحرارة الأنسب الجاذبة للحركة السياحية هي التي تتراوح بين ١٧م و ٢٩م على مدار السنة.

٢- الرياح:

أما الرياح، فتعتبر هي الأخرى من العناصر الهامة عند القيام بتنمية نشاطات الترويح الخلوي والاستجمام، فاعتدالها يعمل على إنجاح تلك النشاطات ويساعد على القيام بكافة أنواع السياحة الرياضية والمائية، وتؤثر الرياح كذلك على درجة الحرارة، فإذا كان الإنسان عادة يشعر بالراحة عند ٥١٨ مئوية ، فإن زيادة سرعة الرياح تعمل على فقدان حرارة الجسم ليس فقط عن طريق سرعة فقدان الرطوبة المتبخرة من سطح الجلد، ولكن أيضًا نتيجة لتيار الهواء المار على الجسم فيشعر المرء بالبرودة، وقد تكون الرياح ساخنة محملة بالرمال والأتربة مثل رياح الخماسين في مصر، والتي تهب خلال فصل الربيع وتتسبب في تعطيل الطرق الصحراوية وملء الجو بالغبار والأتربة، وتزيد الإحساس بارتفاع درجة الحرارة، كما تعرق أنشطة الاستجمام، والترويح الخلوي والسياحة الرياضية.

وإذا كان النسيم العليل قد يؤدي إلي خفض درجات الحرارة والمحافظة على الشعور بالراحة، فإن الرياح القوية قد تسبب الشعور بالرعشة نتيجة لبرودة الجسم بشكل مفاجئ، ويظهر ذلك بصورة واضحة في المناطق القطبية والمرتفعات الجبلية حيث تصل درجة الحرارة عند حد درجة التجمد أو أقل في معظم أوقات السنة وبذلك فإن برودة الجو يزداد الشعور بها كلما زادت سرعة الرياح وشدتها، والتي بالضرورة تكون من العوامل التي تحد من القدرة على مزاوله أنشطة السياحات الشتوية في تلك المناطق حتى لا يتعرض ممارسوها لأخطار ضربات الصقيع Frostbite.

٣- الأمطار:

بما أن معظم مناطق التدفق السياحي تقع في نصف الكرة الشمالي، إذًا فإن أكثر المناطق السياحية جذبًا لهذا التدفق السياحي هي المناطق التي تتمتع بالشمس المشرقة والجو الجاف أثناء الصيف في نصف الكرة الشمالي (يونيه - سبتمبر) وكذلك الحال في نصف الكرة الجنوبي الذي يكون بشكل عكسي (ديسمبر - مارس).

وفي المناطق شبه الصحراوية ومناطق البحر المتوسط المعتدلة يتميز المناخ بصيف طويل جاف بدون أمطار فيما عدا بعض المناطق التي تتميز بعلامح مناخية متميزة نتيجة لبعض التأثيرات الطبوغرافية خاصة في المناطق الجبلية حيث تتساقط الأمطار، إلا أن طبيعة سقوط الأمطار قد يكون لها أثر إيجابي علي السياحة، إذ أن رذاذ المطر القصير والمفاجئ والتي تختلط بفترات سطوع الشمس والجفاف لفترات طويلة (المناطق شبه الصحراوية ومناخ البحر المتوسط شتاء) يمكن أن تكون مفضلة عند السائحين لأنها تشعر المرء بالانتعاش بسبب البرودة النسبية المحببة.

٤ - السحب:

ترتبط الحالة التي توجد عليها كميات السحب بحالة سقوط الأمطار، ففي بعض المواقع قد توجد كميات كبيرة من السحب أو الضباب (التي قد تؤدي إلي سقوط أمطار ولكن بكميات قليلة) مثلما يحدث على شواطئ كاليفورنيا حيث تتسبب مياه المحيط في تبريد الهواء المار فوقها مما ينتج عنه ظهور الضباب الذي قد يؤدي إلي سقوط بعض الأمطار عند وصوله للساحل، ومن جهة أخرى فإن المناطق الاستوائية تكون الشمس فيها ساطعة معظم أوقات النهار رغم تمتعها بسقوط الأمطار بكثافة عالية.

٥- سَطُوعُ الشَّمْسِ:

ربما يكون سطوع الشمس، هو أصعب ظاهرة مناخية يمكن قياسها بدقة، فهي قد تختلف في بعض الأحيان عن توقعات الأرصاد الجوية نتيجة لما قد يؤثر عليها من مرور بعض السحب أو تساقط الأمطار فتختفي لبعض الوقت من ساعات النهار، إلا أنه يمكن قياس متوسط ساعاتها بالتقريب، والتعريف العلمي لسطوع الشمس هو مجموع الساعات اليومية للإشعاع الشمسي، والتي تختلف طبقاً لدرجات العرض ووفقاً للفصل المناخي، وتتناسب كمية سطوع الشمس تناسباً عكسياً مع كمية سقوط الأمطار، ووجود السحب، بحيث أنه كلما ازدادت كمية الأمطار والسحب تناقصت كمية سطوع الشمس، هذا إلى جانب عامل آخر يعمل على خفض الرؤية الأفقية عند سطوع الشمس وهو التلوث الهوائي الذي يمكن أن يظهر على شكل طبقة من الدخان Smog التي تحجب أشعة الشمس رغم سطوعها في الحقيقة مثلما هو الحال في المدن الصناعية أو المزدحمة مثل القاهرة، ومكسيكو سيتي، ولوس أنجلوس، ويمكن القول بأن هذه الظاهرة لا تتواجد في المدن الساحلية أو المنتجعات الجبلية، ولسطوع الشمس أهمية كبيرة حتى أن بعض مراكز السياحة ومناطق الانتجاع نجدها دائماً فخورة بالإعلان عن بيانات سطوع الشمس.

نخلص مما سبق إلى أن المناخ الأمثل للسياحة هو الذي تتوفر فيه عدة خصائص مناخية هامة تعمل على راحة السائح الذي يحرص على قضاء إجازته وسط طقس يشعره بالمتعة، ويتعد فيه عن الطقس السيئ الممطر المملوء بالسحب والغيوم، قائل الحرارة، ذو الرطوبة المرتفعة الذي يسود بعض المناطق في أوقات معينة من السنة، ولذلك فإن من أهم

متطلبات النشاط السياحي اختيار الفصول المناخية المناسبة لكل منطقة، بحيث تكون الرحلات السياحية في الأوقات المناسبة لها لتحقيق النجاح والرضاء النفسي للسائحين، وبذلك يمكن استثمار المناخ الجيد ك رأس مال في صناعة السياحة يمكن أن يدر دخلاً له صفة الاستمرارية مع تزايد حجمه سنه بعد أخرى تبعاً لطبيعة المنشآت السياحية ومستوى الدعاية لها.

كما يعد المناخ من أهم عوامل الجذب السياحي وغالباً ما يكون هذا التأثير مباشر علي الإنسان بكونه عامل جذب أو طرد ، ويحدد المناخ حركة السائح بهدف التخفيف من حده الضغط المناخي (الحرارة والرطوبة) لذلك يتجه إلي أماكن لتتلاءم مع راحته (السائح) فالمناخ الأنسب الملائم يمثل محوراً من العناية وتنشيط السياحة ، ولكي يستمتع السائحون بعطلاتهم يجب أن يكون هناك ارتياحاً تجاه الأحوال المناخية في المناطق التي يقصدونها مثل الاستمتاع بالشمس ، وركوب الخيل ، والطقس المشمس، وتعد سياحة الاستجمام أكثر أشكال السياحة ارتباطاً بالمناخ .

ويفضل السائحون الذهاب إلي أماكن تعوضهم فيها الخصائص المناخية عما ينقصهم فيها في بلادهم القادمون منها ، فمثلاً يفضل السائحون الوافدين من الشمال البارد - الدول الاسكندنافية وكندا - التوجه إلي الدول الواقعة في الجنوب والتي تتمتع بظروف مناخية معتدلة أو دافئة في فصل الشتاء ويفضل مواطنوا المناطق الحارة السفر إلي المناطق الباردة شتاء لمزاولة الرياضيات الشتوية المحببة لهم، أو السفر صيفاً إلي الشواطئ أو المنتجعات

الجبلية عالية المنسوب حيث تسود في النمطين من المنتجعات مناخات معتدلة الحرارة تساعد على ممارسة أنشطة الترويج والاستجمام.

وأن كانت مصر ضمن الأقاليم الحارة لكنها تتصف بالاعتدال في فصل الصيف بتأثير مياه البحر المتوسط والأحمر وخليج السويس وخليج العقبة وبالدفء في فصل الشتاء ، ومن ثم يلعب المناخ دورًا مهمًا في جذب الأفواج السياحية طوال العام .

ويشترك المناخ مع بعض العوامل الأخرى خاصة موسم الإجازات في التأثير علي موسمية السياحة في مصر فطول الموسم السياحي من شأنه زيادة العائد المادي ، وتشير البيانات والإحصائيات عن عام ٢٠١١م ، أن السياحة العربية تتركز الموسمية في أشهر (يوليو- يونيو- سبتمبر - مايو) (سياحة ترفيهية)، أما السياحة الأوروبية فتتركز من سبتمبر إلي أكتوبر، مع وجود قمتين هما القمة الشتوية (من ديسمبر إلي يناير) والقمة الصيفية (تضم شهري يوليو وأغسطس) بجانب شهر (أكتوبر)، في حين ظهرت موسمية السياحة الأمريكية وباقي دول العالم في شهر يناير.

د- الحياة الفطرية :

تضم الحياة الفطرية كل من النبات الطبيعي والحيوان البري والطيور وتضيف الحياة الفطرية إلي عناصر الجذب الطبيعية ، مثل الجبال والمسطحات المائية قوة للحركة السياحية ، والحياة الفطرية هي انعكاس حقيقي للظروف المناخية وخصائص السطح في أي منطقة .

تستقبل السواحل الشمالية المصرية كمية من الأمطار تساعد علي نمو بعض النباتات ، وتتنوع الحياة النباتية في سواحل شمال سيناء بسبب اختلاف كميات الأمطار ونوعية التربة ومن النباتات التي تنمو في سواحل شمال سيناء النخيل والخروع والزيتون ، وفي المرتفعات الشرقية في سيناء والبحر الأحمر تعطي الحياة النباتية في جبل علبة مثال جيداً للحياة النباتية وتبدو منطقة جبل علبة كواحة وسط بيئة صحراوية قاحلة .

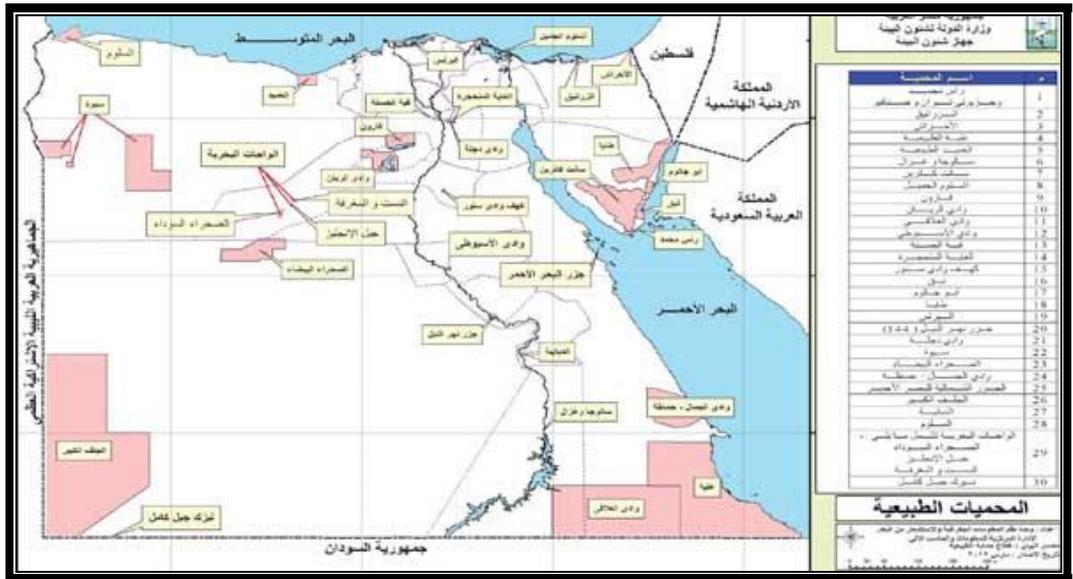
وفي مرتفعات جنوب سيناء تنمو أنواع عديدة من النباتات يبلغ عددها ٥٢٥ نوعا علي الأقل، لا وجود لها في أي منطقة أخرى في مصر ، ومن أهم هذه الأنواع الصبار البري وعشب الماء والسكران .

ومما يسبق يتضح أن كلها أنماط نباتية تستغل في أغراض السياحة والترويج بدرجات متفاوتة .

ومن أميز النطاقات السياحية التي تعتمد علي أنماط النبات في ممارسة أنشطة السياحة والترويج المنتزهات، وفي مصر نجد المنتزهات علي جانبي نهر النيل وفي جزره في حلوان والروضة وأسوان أهمها منتزهات القناطر الخيرية ، حديقة الارومان ، وحديقة الميريلاند ، وحديقة النباتات بأسوان .

أما عن الحيوان البري يمثل أحد الموارد المهمة للسياحة وخاصة في الدول التي بذلت الجهد في سبيل المحافظة عليته وحمايته وذلك فيما يعرف بالمحميات وكان لتطور السياحة والترويج دور كبير في ذلك ، فأصبحت السياحة اليوم تعتمد علي مشاهدة الحيوانات البرية في بيئتها الطبيعية والتقاط الصور الفوتوغرافية لها، ومن أمثلة ذلك في مصر محمية علبة

الطبيعية ، وتتميز محمية علبة بالحياة الفطرية واحتوائها علي بيئة جبلية تحتوي علي غابات ونباتات برية نادرة وأنواع كثيرة من الحيوانات والطيور والزواحف ومن أهم المحميات في مصر محمية رأس محمد ، وقد اكتسبت شهرتها ومن قربها من منطقة شرم الشيخ ، وتتمتع بشهرة عالمية باعتبارها من أجمل مناطق الغطس في العالم ، وقد حباها الله عناصر الجمال ، وتضم الكثير من السلاحف البحرية النادرة وتعيش بها فصائل متعددة من الحيوانات مثل الغزال المصري والأرانب الجبلي والنسور والصقور وثعلب الفنك.



شكل (٨) المحميات الطبيعية في مصر



صورة (٩) محمية رأس محمد في جنوب سيناء بمصر

هـ - موارد المياه :

تمثل السياحة أحد الصناعات القائمة علي الموارد الطبيعية ، ونظرًا لما تمثله موارد المياه من أهمية في النشاط السياحي كأحد مكونات الوسط الايكولوجي، فإن المياه غالبًا ما تقف حائلًا نوعًا وكما لاختيار مواضع المشروعات السياحية وتزيد المياه من المنظر الجمالي لإقليم المقصد السياحي ، وتتمثل في زيادة مساحة المساحات الخضراء والحدائق والنفورات والبيادين ، وتعد مركزًا للعديد من الأنشطة السياحية ، وتمثل موارد المياه أحد المقومات الخدمية المؤثرة والمساعدة في تطوير ونمو مركز أو الإقليم السياحي ، وقد استخدمت التقنيات الحديثة في تعذيب وتحليه المياه البحار والمحيطات لاعتبارها مقومًا من مقومات الطبيعية المؤثرة في السياحة وتمثل المياه الجوفية وخاصة العيون من أهم وسائل الاستفادة من موارد

المياه الجوفية لغرض لسياحة ، وتستخدم للأغراض السياحة العلاجية والاستجمام والاستمتاع والترويح السياحي ، كما في حلوان وفي محافظة الفيوم والوادي الجديد وسيناء الشمالية والجنوبية خاصة في حمام فرعون وموسي التي تستخدم لعلاج أمراض الروماتيزم والجلدية، كما أنها كثير ما تخلق أماكن ومواقع جذب سياحي مهمة .

وقد أمكن استغلال مياه العيون المتمركزة حول دير سانت كاترين وأصبحت أهم مراكز

الجذب السياحي الديني في سيناء حيث يعتمد الرهبان والمسيحيين علي هذه العيون .



صورة (١٠) حمام فرعون في جنوب سيناء بمصر

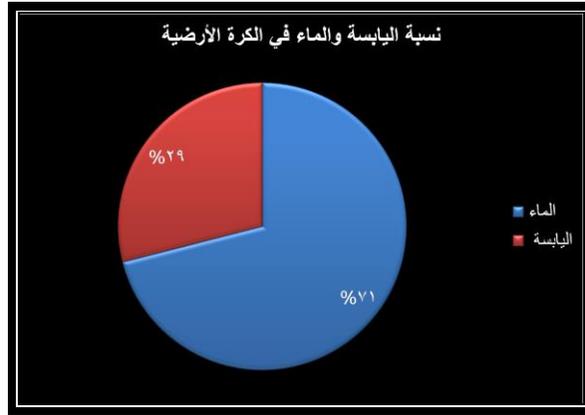
و- توزيع اليابس والماء :

تبلغ مساحة الأرض نحو ٥١٠ مليون كم^٢ وتنقسم إلي يابس يمثل ٢٩,٢% وماء

٧٠,٨% حيث تتركز المساحة المائية في النصف الجنوبي، ويتركز معظم اليابس في نصف

الكرة الشمالي، ويفسر طبيعة الرحلات السياحية ووسائل النقل المستخدمة فيها والتي تربط

نصفي الكرة الأرضية ، والتي تتراوح بين البحرية والجوية تبعًا لإمكانات السائحين والبرامج السياحية المعدة لهم .



شكل (١١) اليابس والماء في الكرة الأرضية

وحقيقة أخرى أن المسطحات المائية تتباين من حيث الموقع الفلكي الذي ساعد على تباين خصائصها الطبيعية من حيث درجة حرارة الماء واتجاه التيارات البحرية كلها عوامل أسهمت في تباين طبيعة الحياة البحرية التي يمكن استغلالها سياحيا مثل مهرجانات صيد الأسماك خلال فترات محددة بهدف تنشيط السياحة في مصر على ساحل البحر الأحمر وبخاصة الغردقة ، كذلك تجمعات الشعاب المرجانية في بعض المناطق البحرية كمزارات سياحية بممارسة رياضة الغوص على ساحل البحر الأحمر .



صورة (١٢) ممارسة رياضة الغوص علي ساحل البحر الأحمر

ثانيًا: المقومات البشرية :



لا تقل أهمية المقومات البشرية للجذب السياحي عن مثيلاتها الطبيعية بل تتفاعل جميعها معًا لتكون منظومة خاصة تؤثر في النشاط السياحي في مختلف جوانبه ، وتختلف المقومات البشرية عن الطبيعية في تأثير بعدها الزمني سواء القديم أو الحديث في السياحة ، وتتمثل المقومات البشرية للجذب السياحي في طبيعة السكان و المواقع الأثرية والتاريخية ، وخصائص البيئات المحلية ، والسياسات الحكومية ، وتتصف مصر بخصائص مميزة لكل هذه العوامل وهو ما سوف يرد في الدراسة التالية ومن أهم هذه المقومات :

أ- طبيعة السكان وخصائص البيئات المحلية.

ب-السياسات الحكومية.

ج- المواقع الأثرية والتاريخية .

د- الاستعمار

هـ-العقيدة الدينية .

أ- طبيعة السكان وخصائص البيئات المحلية :

السكان من العوامل البشرية المهمة في الجذب السياحي لمصر ، سواء في السياحة الداخلية التي يقوم بها السياح وخاصة علي الشواطئ الشمالية لمصر في مواسم الأجازات والأعياد ، أو في السياحة الخارجية حيث يقوم السكان بالخدمات اللازمة للسائحين ، وفي الحالة الأولى يعتبر السكان عنصر استهلاكي في مجال السياحة ، وفي الحالة الثانية عنصر إنتاجي ، وكلما زاد عدد السكان كانت هناك إمكانيات لتنمية السياحة .

تتأثر السياحة في أي دولة بطبيعة سكانها وخصائص البيئات المحلية وعلي أي حال

يمكن إيجاز طبيعة السكان مصر ، وخصائص البيئات المحلية السياحة في النقاط التالية :

■ من أهم صفات سكان مصر الوداعة والتسامح والدعابة وكرم الضيافة وحسن

الاستقبال ويحرصون دائماً علي إرشاد السائح للمكان الذي يقصده ونجدهم كثيراً

يشاركون السياح احتفالاتهم في الأقصر وأسوان .

ومن ناحية أخرى أثر الدخل المنخفض للأفراد في مصر علي أن يقوموا بسياحة

اليوم الواحد المنخفض حيث يذهبون إلي المصايف القريبة لقضاء يوم واحد في

المصيف والعودة أحر اليوم .

■ تنوع البيئات المحلية في مصر واعني بها البيئات البشرية التي تعكسها أنماط الحياة

الاجتماعية ، وتتمثل في البيئة الحضرية والبيئة الريفية ، والبيئة البدوية ويتصف

الريف المصري بجمالة ، فضلاً عن وداعه الفلاح المصري وتنوع التقاليد والعادات

كلها عوامل تساعد على الجذب السياحي بالنسبة لسائحي الرحلات والمخيمات ،
وتجمع مصر بشكل فريد ومميز بين الماضي والحاضر فالأحياء القديمة مثل حي
الأزهر وخان الخليلي والحسين تجاور الأحياء الحديثة بكل معالمها الحضرية مثل
المعادي ومصر الجديدة والزمالك .

- تعدد عوامل الجذب السياحي داخل المنطقة الواحدة أو في المدينة الواحدة علي سبيل
المثال مدينة القاهرة تجمع بين الأهرامات والصوت والضوء والمتاحف والقلعة
والمسجد والكنائس والأديرة والمعالم الحديثة .
- تنفرد مصر في مجال السياحة الدينية بلامح خاصة أهمها تعدد المواسم أو الأعياد
الدينية مثل المولد النبوي ورأس السنة الهجرية.

وقد تطور عدد السكان في مصر من حقبة الستينيات حتى العقد الأول من الألفية
الثالثة^(١)، حيث كان عدد السكان عام ١٩٦٠م نحو ٢٦ مليون نسمة ، زادوا في تعداد
١٩٧٦ م إلي ٣٦,٦ مليون نسمة ، وفي تعداد ١٩٨٦م وصل العدد إلي ٤٨,٣ مليون
نسمة ، وفي تعداد ١٩٩٦م بلغ عدد السكان نحو ٥٩,٣ مليون نسمة ، وفي عام ٢٠٠٦
م وصلوا إلي ٧٢ مليون نسمة ، وفي عام ٢٠١١م بلغ العدد نحو ٨٠,٤ مليون نسمة،
ومن ثم يمكن القول بأنهم عماد الحركة السياحية في مصر .

(١) الألفية = ١٠ قرون / القرن = ١٠٠ سنة / العقد = عشر سنوات / السنة = ١٢ شهر
الألفية الأولى ١ ق.م إلي ٩٩٩ م .
الألفية الثانية ٩٩٩ إلي ٢٠٠٠ م .
الألفية الثالثة ٢٠٠١ إلي ٢٠٩٩ م .
العقد الأول من الألفية الثالثة هو عشر سنوات بمعنى من ٢٠٠٠ إلي ٢٠١٠ م .

ب- السياسات الحكومية:

تعد مصر اغني بلاد العالم من حيث المعالم السياحية المتنوعة من متاحف متنوعة علي كل أقاليم مصر الجغرافية ، وأن كان يتركز بعضها في محافظات بعينها مثل القاهرة والجيزة من ناحية وقنا والأقصر وأسوان من ناحية أخرى،بالإضافة إلي المنتجات السياحية المنتشرة علي سواحل مصر الشمالية والشرقية ومن ثم فمصر تمثل قوة جذب سياحي هائلة مكن استثمارها استثماراً أفضل لو أن الدولة وضعت نصب أعينها ما يلي من مقترحات :

❖ تخطيط المناطق السياحية .

❖ وضع القوانين والتشريعات التي تتطلبها التنمية السياحية .

❖ الأشراف علي حسن أداء الهيئات والشركات العاملة في مجال السياحة

❖ إزالة المعوقات التي تعوق التنمية السياحية .

ويمكن للدولة الاهتمام بجوانب السياحة المختلفة في إقليم مصر المختلفة علي سبيل

المثال ، في وادي النيل تتمثل بيئة زراعية خضراء تحيط بها الجبال والمرتفعات من أجل تنمية

السياحة النيلية .

كما تلعب السياسات الحكومية دوراً مهماً ومميزاً في النشاط السياحي، ويتجسد دور

السياسات الحكومية في الاهتمام بالتنمية السياحية كجزء من منظومة التنمية الاقتصادية وإذا

اتسعت الدائرة لتكون جزء من التنمية الشاملة،والاستفادة من إمكانات الجذب السياحي التي

تمتلكها، إذ من المعروف أن نصيب مصر من حركة السياحة العالمية محدود نحو ٩, % من

إجمالي الحركة العامية والبالغة نحو (٩٩٠ مليون سائح) من إجمالي الإيرادات السياحية العالمية والبالغة نحو (١,٠٥٣ مليار دولار) عام ٢٠١١ م .

ومن المعروف أن التنمية السياحية يمكن أن تحقق التنمية الاقتصادية السريعة وذلك لعدة اعتبارات أهمها أن السياحة من أقل الأنشطة من حيث تمويل الإنفاق الاستثماري ، فتشغيل عامل واحد في السياحة في الدولة النامية يحتاج ما يعادل ١٠٠٠ جينة مقابل ٢٥٠٠ جينة في حالة تشغيل عامل في الصناعة ، ولا تتطلب السياحة قدرًا كبيرًا من النقد الأجنبي لتجهيزات السياحة ، فضلاً عن ذلك فإن معظم الدخل السياحي قوامه النقد الأجنبي علي عكس القطاعات الاقتصادية الأخرى .

ومنذ الخمسينيات ظهرت عدة تشريعات في مجال السياحة في مصر بهدف تنمية القطاع السياحي وبدأت عام ١٩٥٣م بصدور القانون رقم ٤٤٧ بإنشاء المجلس الأعلى للسياحة الذي تولي وضع برامج التنمية السياحية وتنظيم استخدام الأرض في المناطق السياحية ، وفي عام ١٩٧٥م صدر القرار الجمهوري بإنشاء الهيئات الإقليمية لتنشيط السياحة وذلك في الإسكندرية والقاهرة والسويس والفيوم والجيزة والمنيا والأقصر وأسوان وتتمثل أهم مهام هذه الهيئات في استغلال إمكانات كل إقليم في مجال السياحة .

وشهدت بداية فترة الستينيات نشاطا ملحوظا للتنمية السياحية ، من خلال وضع السياحة ضمن الخطة العامة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية للسنوات الخمس ٦٠/٦١ و ٦٤/٦٥م كما أنشئت المؤسسة المصرية العامة للسياحة والفنادق عام ١٩٦١م والتي تولت التخطيط

للتنشيط لإنشاء الفنادق وتوقيع الاتفاقيات مع الشركات السياحية العالمية بهدف تنمية السياحة.

وتدخل السياسات الحكومية مرحلة جديدة في مجال التنمية السياحية في فترتي السبعينيات والثمانينيات ، فبعد حرب ١٩٧٣م انتهجت السياسة الاقتصادية في مصر سياسة الانفتاح الاقتصادي ، وقد تطلب ذلك إصدار عدد من القوانين بدأت عام ١٩٧٣م والإعفاء الجمركي علي المستلزمات الخاصة بالمنشآت السياحية.

ورغم كل هذه التشريعات فإن التنمية السياحية لم تحقق بعد الأهداف المرجوة منها رغم الزيادة الملحوظة في حجم الحركة السياحية الدولية الوافدة إلي مصر ، ويضاف إلي ذلك بعض الأحداث السياسية في الشرق الأوسط والتي أثرت سلبياً علي حجم الحركة السياحية في مصر خاصة حرب ١٩٦٧م وحرب ١٩٧٣م والمقاطعة العربية ١٩٧٩م .

ولهذا السبب تم التخطيط للتنمية الاقتصادية في الفترة بين عامي ١٩٩٧-٢٠١٧م ، وقد تحسن الإشارة أهم ملامح الخطة السياحية في بعض أقاليم مصر السياحية منها:

❖ استغلال إمكانات الجذب السياحي في محافظات الصعيد خاصة الفيوم وبني سويف والمنيا ، وتتمثل هذه الإمكانيات بالإضافة إلي المواقع الأثرية القديمة في البحيرات ، ونهر النيل ، وتهدف الخطة إلي إنشاء من الفنادق حول بحيرة قارون وفي بني سويف .

❖ استغلال إمكانات الجذب السياحي في شبة جزيرة سيناء ومحاولة تنويع العرض السياحي بها من خلال السياحة الترويحية والسياحة الشاطئية ، والسياحة الثقافية والسياحة العلمية

، وسياحة السفاري في الجبال والصحاري وسياحة المؤتمرات بالإضافة إلي السياحة الدينية .

وعلي الدولة أن تحكم إشرافها علي الشركات السياحية وفق تشريعات منظمة يكون فيها تشجيع للسياحة من ناحية وضمان مورد رزق مناسب للعاملين فيها وكذلك تحقيق الملائمة بين التكاليف التي تفرضها هذه الشركات في الخدمات السياحية التي تقدمها مع دخول السائحين من ناحية أخرى ، وتشجيع الشركات مع الدولة في إعداد كتيبات عن المنطقة السياحية في مصر بها الخرائط التي توضح مواقعها وطرق الوصول إليها ، وما هي من وسائل النقل التي يمكن أن يستخدمها السائح للوصول إليها والخرائط بلغات متعددة تتفق مع لغات السياح الوافدين إلي مصر ، وأن تكون هناك مكاتب للدعاية عن هذه المناطق سواء في مصر أو ملحقاتنا الثقافية في الخارج.

ويتطلب تشجيع السياحة عامة في مصر الإشراف الدقيق علي الفنادق والمحال العامة في مجال السياحة وذلك بالتنسيق بين الجهات المشرفة مثل وزارة السياحة وشرطة السياحة وشرطة الآداب ومصالح الضرائب (الدخل والملاهي والمبيعات)، ووزارة الصحة والتموين والحكم المحلي ، حتى لا تتضارب اختصاصات هذه الجهات بعضها مع بعض وأن يكون الإشراف في أوقات لا يترتب عليها إرباك التشغيل وعرقلته ، وبوجه عام علي الدولة أن تدرس ما هي وسائل تشجيع السياحة في مصر وتزيد منها وما هي معوقات السياحة والعمل علي حلها .

ج- المواقع الأثرية والتاريخية:

تستند الدولة صاحبة الحضارات القديمة مثل مصر وإيطاليا وفرنسا واليونان وغيرها في تطوير السياحة علي الإرث التاريخي كوسيلة جذب سياحي .

وتمتلك مصر ثروة هائلة من المواقع الأثرية والتاريخية تضرب بجذورها إلي عصر ما قبل التاريخ ، وتشير المصادر إلي اكتمال المسيرة الحضارية في عصورها ، أو بعبارة فكل العصور الحضارية في مصر ممثلة في مناطقها المختلفة وتجدر الإشارة بأن السياحة الثقافية والدينية تكسب أنماط السياحة الأخرى في مصر عمقا خاصة في مناطق المعمور ، وصحيح أن السياحة في مصر قد ظلت فترة طويلة حبيسة هذا النمط فإن تطويرا واضحا قد شهده هذا النمط من السياحة مع أنماط السياحة الأخرى في السنوات الأخيرة .

ولا يمكن تجاهل المزارات التاريخية والآثار القديمة بمختلف أنواعها كعامل بشري حدد نمط سياحة خاص وهو السياحة التاريخية والثقافية التي لعبت دورا مباشرا في تحديد اتجاه تيارات السياحة في العالم ،فالآثار الفرعونية والقبطية والإسلامية أسهمت في جذب السياح إلي مصر .

ولإبراز أهمية المناطق السياحية في مصر وما تحويه من مواقع تاريخية ومراكز دينية يمكن

تقسيم هذا الموقع استنادا علي البعد الزمني إلي :

- المواقع الأثرية في عصور ما قبل التاريخ والعهد الفرعوني .
- المواقع الأثرية في العصرين اليوناني والروماني .

- المواقع الأثرية والمراكز الدينية في العهد القبطي .
- المواقع الأثرية والمراكز الدينية في العهد العربي .
- المواقع والمعالم الحديثة .

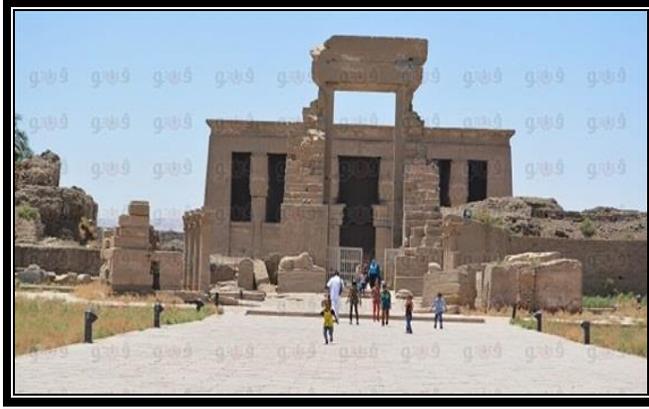
• المواقع الأثرية في عصور ما قبل التاريخ والعهد الفرعوني :

تتعدد المواقع الأثرية التي ترجع إلي عصر ما قبل التاريخ والعهد الفرعوني في مصر علي امتداد وادي النيل من أسوان جنوباً حتى الجيزة شمالاً، وفي دالتا النيل ويمكن إيجاز أهم المواقع الأثرية التي عثر عليها التي ترجع إلي عصور ما قبل التاريخ، أحدهما ويمثله المعادي ، والآخر ويتمثل في بقايا " مدينة هليوبوليس " .

ويعد إقليم مصر العليا من المناطق العريقة في الحضارات القديمة ، ففيه قامت أقدم الحضارات المصرية ، ففي **سوهاج** نجد أهم المواقع الأثرية :جبل هريدي علي الضفة الشرقية للنيل في مواجهه مدينة طهطا وفيه عدد من المقابر التي تنسب إلي عهد الدولتين القديمة والحديثة ،وتكرر هذه المقابر في **أخميم** ونجع الدير وأبيدوس والسلاموني - شمال شرق أخميم - وأولاد عزاز في شمال غربي مدينة سوهاج .

وفي محافظة قنا أمكن حصر ١٥ موقعاً اثرياً تنسب إلي عصور ما قبل التاريخ والعهد الفرعوني ،أهمها علي الإطلاق الأقصر وندرة وقط ونقادة ، وفي محافظة الأقصر أكثر من موقع اثري يعكس أهمية هذه المدينة في التاريخ المصري القديم ، وتتمثل أهم آثار الأقصر في معبد الأقصر ومعبد الكرنك وكلاهما علي الضفة الشرقية ،ثم معبد حتشبسوت بالدير البحري.

وتتضم محافظات الصعيد عددًا من المواقع الأثرية التي ترجع إلى العصرين اليوناني والروماني ، ففي محافظة الأقصر عثر علي معبد له أهميته في مدينة إسنا ، وفي دندرة المعبد اليوناني والروماني الشهير .



صورة (١٥) الآثار الفرعونية بمحافظة قنا معبد دندره

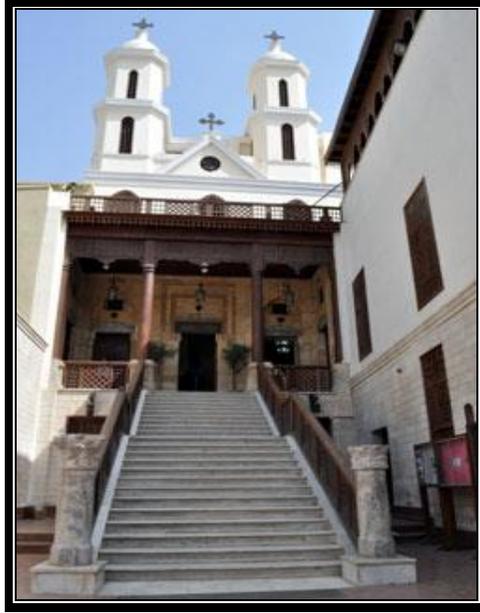
كما تحتوي محافظة أسوان بعدد من المعابد اليونانية والرومانية ذات الشهرة العالمية ويعد معبد ادفو من أكمل المعابد المصرية ، وثاني المعابد الرومانية معبد كوم أمبو .

• المواقع الأثرية والمراكز الدينية في العهد القبطي :

انتشرت المسيحية في مصر مع نهاية الدولة الرومانية ، ويمكن تقسيم المواقع الأثرية والمراكز الدينية في العهد القبطي إلي ثلاثة أنواع هي : الأديرة والكنائس والطرق التي اكتسبت الصفة المقدسة .

- الأديرة:- أشهرها دير سانت كاترين في جنوب سيناء، وبالقرب من مدينة برج العرب محافظة الإسكندرية يقع دير مارمينا ، وفي أسيوط نجد دير المحرق، وفي شمال إسنا يقع دير آخر يعرف بالدير الأنبا ماتيوس وبأصفون دير الفاخوري.

-الكنائس:- هناك مجموعة من الكنائس لها شهرتها التاريخية أهمها كنيسة السيدة العذراء في الزيتون وكنيسة مارجرجس والكنيسة المعلقة في مصر .



صورة (١٦) الكنيسة المعلقة بمصر

- الطرق المقدسة:- أشهر هذه الطرق علي المستوى العالمي طريق العائلة المقدسة في شمال سيناء ،وهو الطريق الذي سلكته العائلة المقدسة إلي مصر وتضم المسيح عليه السلام ومريم العذراء ويوسف النجار .

• المواقع الأثرية والمراكز الدينية في العهد العربي :

تتعدد المواقع الأثرية والمراكز الدينية الإسلامية في مصر ، ويمكن تقسيم هذه الآثار إلى عدة أنواع وهي المساجد والأضرحة والقلاع والحصون والطرق المقدسة، ومن أهم الأضرحة التي تؤثر في حركة السياحة الداخلية في مصر ضريح العارف بالله سيدي أبو الحسن الشاذلي في جنوب شرق القاهرة وضريح السيد البدوي وسيدي عبد الرحيم القنائي وإبراهيم الدسوقي .
ومن أشهر القلاع التي شيدت في مصر في العهد العربي قلعة صلاح الدين الأيوبي في القاهرة وقلعة قايتبای في الإسكندرية ، ومن الطرق المقدسة ذات الأهمية الدينية طريق الحج القديم في سيناء والذي عرف باسم " طريق المحمل " .



صورة (١٧) مسجد سيدي عبد الرحيم بقنا

• المواقع والمعالم الحديثة :

يمكن أن نميز من المواقع الحديثة في مجال السياحة عدة أنواع أهمها المتاحف: المتحف المصري والمتحف اليوناني والروماني والمتحف القبطي ومتحف الفن الإسلامي ومتحف النوبة ومتحف قلعة قايتباي بالإسكندرية .

د- الاستعمار القديم :

لا يمكن إغفال تأثير الاستعمار القديم كعامل بشري مؤثر في السياحة الدولية من حيث محاور اتجاه الأفواج السياحية وأحجامها ، إذ أن سيادة النفوذ السياسي لبعض الدول الأوروبية والأمريكية علي بعض دول العالم طوال فترات تاريخية متباعدة من حيث الزمان وما تبع ذلك من استقرار بعض العناصر الوافدة من الدول صاحبة السيادة فيها وإدخالها لأنماط اقتصادية ومعيشية وتزايد حجم الاستثمارات فيها كلها متغيرات لا بد من وضعها في الاعتبار عن محاولة تفسير أسباب ارتفاع نسبة السياح الوافدين من بعض الدول الأوروبية والأمريكية إلي دول معينة في العالم ، مثال ذلك ارتفاع نسبة السياح الفرنسيين في ساحل العاج حيث يشكلون نحو نصف السياح الوافدين إليها من مختلف العالم سنويًا .

هـ-المعتقدات الدينية :

من العوامل البشرية المهمة المؤثرة في السياحة الدولية حيث أن الرغبة في زيادة الأماكن الدينية تمثل دافعًا لاتجاه أعداد من السياح إلي أماكن معينة من العالم وخلال فترات محددة أحيانا كما هي الحال بالنسبة لاتجاه المسلمين إلي المملكة العربية السعودية خلال شهر ذي

الحجة من كل عام لأداء فريضة الحج في مكة المكرمة وزيارة المدينة المنورة حيث قبر رسول الله عليه أفضل الصلاة والسلام ، وهي ظاهرة لا يوجد مثل لها في عالمنا المعاصر من حيث ضخامة حجم التجمع البشري وحسن التنظيم .

وزيارة الأماكن ذات الأهمية الدينية في الفاتيكان تفسر الحجم الكبير لأفواج السياح الوافدين إلي هذه الدول الصغيرة التي لا تتجاوز مساحتها ٤٤ هكتار تقريباً كما أن تدفق السياح بمعدل مليون سائح سنوياً تقريباً إلي فلسطين المحتلة يفسره رغبة المسيحيين الوافدين من العديد من دول العالم في زيارة الأماكن ذات الأهمية الدينية في القدس العربية وبيت لحم ، وكان لوجود بعض المزارات الدينية بظواهر معينة دور مباشر في نشاط حركة السياحة الدينية الداخلية لزيارة مثل هذه الأماكن في العديد من دول العالم كمصر .

تدريبات علي الفصل الثاني

أسئلة للتفكير والتقييم الذاتي.



١- صيغ أهم اهتمامات الإنسان بالسياحة في الوقت الحاضر ؟

ثالثاً : المقومات الخدمية :



تبعاً للبيانات والإحصائيات المتاحة يقدر عدد العاملين المستفيدين بالأجازات مدفوعة الأجر - بحكم قوانين العمل - في العالم بأكثر من ٥٠٠ مليون عامل ، فإذا أضفنا إليهم أفراد أسرهم ، يتراوح العدد بين ١,٢ مليار نسمة وهو ما يشكل بين ٢٠%، ٤٠% تقريباً من جملة سكان العالم .

ومعني ذلك أن نسبة كبيرة من سكان العالم لديهم الوقت والقدرة المالية - علي السفر إلي مسافات مختلفة لقضاء أجازاتهم وعطلاتهم ،لذلك أصبحت السياحة والسفر تشكل سلوكاً أو نمطاً اجتماعياً متعارفاً عليه علي الأقل بين قطاعات المثقفين ومرتفعي الدخل .

وتتعدد المقومات الخدمية المؤثرة في السياحة كظاهرة وكصناعة لتشمل وقت الفراغ، ومستوي الدخل، والنقل، والدعاية والإعلام السياحي، بالإضافة إلي العوامل الثقافية التي تشمل علي المهرجانات، الكرنفالات، المتاحف، المعارض ، الأسواق الدولية ،أحوال الشعوب وصناعاتهم اليدوية وأساليب حياتهم .

أ- وقت الفراغ :

يعرف الوقت المخصص للترفيه بأنه الفترة التي لا يمارس الشخص خلالها وظيفة بأجر أو متجها لها ، ووقت الفراغ عامل ضروري في ممارسة الأنشطة الترويحية والسياحية ،وهو فراغ من الأعمال الجادة المنتجة التي تعود بالنفع المادي المباشر للإنسان .

ومصطلح وقت الفراغ مشتق من الأصل اللاتيني (Licere) ويعني التحرر من قيود المهنة والوظيفة، إلا أنه في هذا العصر يرتبط بحرية استخدام الرد لهذا الوقت بطرق متعددة ولا نهائية .

وقد ظهرت محاولات متعددة لتعريف وقت الفراغ، منها أنه الوقت الذي يكون فيه الفرد حرًا من ارتباطات العمل أو من أية التزامات أخرى ، بحيث يمكن الاستفادة من هذا الوقت في الراحة والاسترخاء ، أو في ممارسة أنواع من النشاط تعود عليه بالتطوير ذاته واتساع مداركه وزيادة معارفه .

ويشكل وقت الفراغ Leisure مجالاً زمنياً اختيارياً يشغله المرء وفقاً لما يراه مناسباً لظروفه وإمكاناته ، وهو ليس ابتكاراً حديثاً ، أو من نتاج هذا العصر، فقد عرف الإنسان منذ القدم وقت الفراغ ، بل أن معظم حياته وقت فراغ ، فبعد اختراع الزراعة واستئناس الحيوان، تحققت الوفرة المادية بإنتاج الطعام واستقرار الإنسان ، وتوفرت أوقات ليس بها عمل منتج ، وبذلك كانت هناك أوقات فراغ بعد الحصاد ، ولكن لم تعرف بالمعنى الذي يعرفه الإنسان الآن.

وتتحدد أبعاد هذا العامل من خلال متغيرين رئيسيين هما طول وقت الفراغ وطبيعة المجتمع الذي يعيش فيه الإنسان المالك لهذا الوقت .

وكان وقت الفراغ يشكل ميزة تتمتع بها الطبقات الغنية في العالم دون غيرها حتى القرن الثامن عشر، في حين لم يتوافر هذا الوقت للطبقات الفقيرة الكادحة إلا خلال عطلات نهاية الأسبوع والمناسبات الدينية، إلا أن قيام الثورة الصناعية (عام ١٧٦٩م) في أوروبا والولايات

المتحدة الأمريكية خلال مراحلها الأولى وما نتج عنها من تزايد قدرة القوي العاملة علي الإنتاج الأكثر حجمًا وبالتالي الأعلى قيمة في فترة زمنية أقصر شجع علي تحديد ساعات العمل ورفع مستوى الأجور وتحسين ظروف معيشة الطبقات العاملة .

جدول (١) توزيع الأنشطة الإنسانية بين العمل والفراغ (ميزانية الوقت)

م	نوع النشاط	الممارسة التامة الضرورية	الممارسة العالية	الممارسة الطارئة 'الفراغ'
١	النوم	النوم الضروري		الاسترخاء
٢	العناية الشخصية والمران	الصحة والحيوية		الرياضة واللعب الممل
٣	الأكل	الوجبات الرئيسية		الأكل والشراب خارج المنزل
٤	التسوق	المشتريات الضرورية	المشتريات الطارئة	التسوق الاختياري
٥	العمل	العمل الوظيفي (الأساسي)	العمل الزائد (الإضافي)	
٦	العمل المنزلي	العمل الضروري (الطهي والتنظيف)	إصلاح المنزل، وصيانة السيارة	العناية بالمزروعات
٧	التعلم	العمل المدرسي	التعليم الإضافي والواجب المنزلي	
٨	الثقافة والاتصالات (بدون رحلة)		الدين - السياسة	تليفزيون - راديو - قراءة - مسرح - هوايات - ألعاب سلبية.
٩	أنشطة اجتماعية	تربية الأطفال		الندوات، الحفلات، الأحزاب
١٠	الرحلة (الانتقال)	الرحلة إلى العمل أو المدرسة		المشي أو القيادة للتسليم

وفيما يتعلق بطبيعة المجتمع الذي يعيش فيه الإنسان المالك لوقت الفراغ بالإضافة إلي

خصائص المجتمعات الحضرية التي تتمثل في تعدد أنماط استخدام الأرض، وتباين أنماط

السكن والطرق والأنشطة، وكثرة الأندية الاجتماعية ووكالات وأندية السفر والاتحادات

والتنظيمات النوعية والمكاتب السياحية ، وكلها تقدم التسهيلات وتتيح الفرص من أجل حسن

استغلال أوقات الفراغ في الترويج والسياحة والاستجمام من عناء العمل وضغوطه ومسئوليته مما يعمل علي تجديد نشاط الإنسان وتزايد قدرته علي العمل والإنتاج .

ويلعب توقيت الأجازات والعطلات دورًا مؤثرًا في تحديد فترات الذروة علي الطلب السياحي، وتحديد حجم واتجاهات المحاور السياحية ، وفي معظم الأحوال يتركز استثمار الجزء الأكبر من وقت الأجازات والعطلات سياحيا خلال شهور الصيف لارتباط ذلك بإجازات مؤسسات التعليم (المدارس والجامعات والمعاهد)، وبعض البنوك وبيوت المال والمصارف ، مما يعني اتجاه محاور السياحة خلال هذه الفترة صوب المصايف والمنتجعات الجبلية في المناطق الحارة والمعتدلة علي حد سواء ، وهو ما نتج عنه في بعض الحالات ارتفاع الأسعار وكثرة التزاحم في أماكن محددة ، والاتجاه إلي مزارات سياحية وترويحية بديلة سواء داخل الوطن أو خارجه .

ويبين الجدول تفاصيل متوسط عدد أيام الأجازات والعطلات المدفوعة الأجر سنويا في

بعض الدول الصناعية بالعالم .

جدول (٢) الإجازات السنوية والعطلات مدفوعة الأجر في الدول الصناعية

الدولة	عدد ايام الاجازات مدفوعة الاجر	عدد ايام العطلات	عطلة نهاية الاسبوع	الجملة
الولايات المتحدة الأمريكية	١٨ - ٣٠	٨-١٠	١٠٤	١٣٠-١٤٤
روسيا الاتحادية	٣٠	٦	١٠٤	١٤٠
السويد	٣١	١٠	١٠٤	١٤٥
ألمانيا	٢٨	١٦	١٠٤	١٤٤
إيطاليا	١٥ - ٢٠	١٧	١٠٤	١٣٣-١٤١
فرنسا	٢٤	٩	١٠٤	١٣٧
بلجيكا	١٨	١٠	١٠٤	١٣٢
بريطانيا	١٥	٦	١٠٤	١٢٥
مصر	١٥ - ٣٠	١٥	١٠٤	١٥٠-١٣٤
اليابان	-	١	٥٤	٥٥

ويتضح من الجدول طول وقت الفراغ في الدول الصناعية عدا اليابان وهذه الدول الصناعية المصدرة للسياح بصورة فعالة ، إذا أضفنا لهذا العامل ارتفاع مستوى الدخل في مثل هذه الدول نجد تفسيراً لتصدر الدول المذكورة في الجدول دول العالم المصدرة للسياحة .

❖ وفيما يلي دراسة للعلاقة بين السياحة والترويج وارتباطهما بأوقات الفراغ :

بعد تطور أنشطة السياحة والترويج (بعد نهاية الحرب العالمية الثانية) ثورة في مجال تمضية أوقات الفراغ ، حيث بدأت النظم الاجتماعية في العالم تتجه إلي تحقيق الاستقرار للطبقة العاملة ، وتوفر لها أسباب المعيشة الكريمة ، كما بدأت هذه الطبقة تتمتع بالحصول علي نصيبها من أنشطة خاصة بأوقات الفراغ ، حتى أصبحت طبقة العاملين ذوي الدخل المحدود والمتوسط هي الطبقة التي تشكل الجزء الأكبر من الحركة السياحية الداخلية والخارجية .

وتعتبر السياحة والترويج كظاهرة من الأنشطة المهمة لتمضية أوقات الفراغ لذلك فإن النشاط السياحي والترويجي يرتبط ارتباطاً وثيقاً بوقت الفراغ ، وإذا كان المستوي الحضاري والاقتصادي للفرد مرتفعاً فإنه يستطيع أن يقوم بالسياحة والترويج في وقت فراغه ، ويتحدد نوع النشاط السياحي وطول الرحلة السياحية لطول وقت الفراغ ، فهناك أوقات فراغ تتيح لصاحبها التنقل بين عدد من الدول وأخري لا تتيح القيام بنزهة قصيرة ، ويمكن أن تنقسم أوقات الفراغ - العطلات والأجازات- حسب طول مدته إلي:

* أوقات فراغ قصيرة :

وهي الأجازات أو العطلات القصيرة كعطلة نهاية الأسبوع أو العطلات الرسمية، وتختلف من دولة إلي أخرى ، ففي الدول العربية علي سبيل المثال يعد يوم الجمعة هو اليوم المحدد للعطلة الرسمية، إلا أن بعض الدول تكون العطلة فيها يوم الخميس والجمعة أو الجمعة والسبت ، ونظراً لانخفاض الدخل النسبي وقلة عدد مالكي السيارات الخاصة نجد أن استغلال أوقات الفراغ في معظمها يتم داخل المدن في أغلب الأحوال في التنزه والزيارات، وإن جد اتجاه جديدة مؤخراً هو **سياحة اليوم الواحد** وذلك باستغلال وقت الفراغ لمدة يوم كامل دون الحاجة إلي المبيت في المكان المقصود كالقيام برحلة إلي أقاليم سياحية قريبة من محل السكن ، والمكان المقصود، قد يكون شاطئ (رأس سدر والعين السخنة) ،فقد تكون الرحلات داخلية بين حدود الدولة إلي أماكن التنزه والاستجمام ، وقد يتعدى الأمر ذلك حيث ينتقل الأفراد بسيارتهم الخاصة لقضاء العطلات في الدول المجاورة ، ويرجع ذلك إلي :

١-سهولة العبور من دولة إلي أخرى كما يتم بين مواطني (دول غرب أوروبا) -
(الاتحاد الأوروبي) .

٢-صلاحية شبكات النقل البرية والسيارات وكفاءتها لاستيعاب حركة الركاب والمركبات
بين هذه الدول .

٣-توافر كل أشكال الإقامة المساعدة علي جذب راغبي السياحة والترويح في هذه
الدول .

٤-غني هذه الدول بالعديد من المرغبات السياحية .

* أوقات فراغ طويلة :

وتكون عادة سنوية ، مثل الأجازات السنوية للعاملين ،أو أجازات نصف الدراسة ونهاية
العام للطلاب ، ويتم استغلالها بالسفر إلي أقاليم أخرى بعيدًا عن محل الإقامة سواء داخل
الدولة أو خارجها ، ففي مصر علي سبيل المثال (ترتبط الأجازة السنوية للعاملين الحكوميين
بفصل الصيف وتستغل عادة للاصطياف ، وتتم في معظمها داخل حدود الدولة ، أما في
الدول المتقدمة فتتم في الأغلب خارج حدود الدولة ، هذا إلي جانب زيارة المتاحف الأثرية
والأماكن الشهيرة .

دوافع الطلب السياحي:

لقد أصبحت السياحة ظاهرة عامة من ظواهر النشاط الإنساني التي نخفي وراءها
عشرات الأسباب ، فهناك السفر للأعمال ، وحضور المؤتمرات والسفر لأسباب دينية أو

لأسباب صحية ، والسفر للتسلية والترفيه ، وقضاء أوقات الفراغ، والسفر لممارسة هواية رياضية أو الاشتراك في مسابقات رياضية ، والسفر لزيارة أماكن جديدة والتعرف علي طرق جديدة لمعيشة الشعوب ، وقد تصبح السياحة مجرد مظهر من مظاهر الانسحاب من الحياة اليومية الروتينية ، وقد تكون السياحة - بصورة أو أخرى - سيلا وأداة لتجديد الصحة النفسية والمعنوية ، ومن هنا نوضح مدي التطور في مفهوم السفر للسياحة فقد أصبح حاجة إنسانية ضرورية ، وليس مجرد رغبة للتسلية وقضاء الوقت .

ويمكن أن نكشف - أن أوقات الفراغ والسياحة يبدوان اليوم كعنصرين متلازمين يرتبطان بالطبيعة الإنسانية ، وان السياحة كمنشأ إنساني تتطلب اجتماع ثلاثة عناصر ، أولهما دخل كاف يسمح بالإنفاق السياحي ، والثاني وقت الفراغ ، والثالث إرادة السفر للسياحة .

ويمكن التمييز بين سياح الأجازات علي ضوء عناصر مختلفة : مثل الخصائص الديموجرافية للمسافرين (السن والجنس والحالة الاجتماعية و حجم العائلة ومحل الإقامة والحالة التعليمية والوظيفة) ، وعادات السفر وموسميته ، والغرض من الرحلة ، وهذه العناصر تؤثر بلا شك علي طريقة وسلوك الفرد في الأجازات ، كما أنه يعطي مؤشرا جيداً للتنبؤ بحالة الطلب السياحي مستقبلاً.

ب- الدخل :

يعد ثاني أهم العوامل الخدمية المؤثرة في صناعة السياحة لتأثيره المباشر في تحديد مستوى الطلب السياحي ، إذ يعني ارتفاع مستوى الدخل تزايد الإقبال علي السفر والسياحة

وخاصة خلال الأجازات والعطلات سعيًا وراء الترويج والمتعة، والعكس صحيح في حالة انخفاض مستوى الدخل وحتى إذا توافر عامل الأجازات مما يدعو إلي القول بأن استغلال الأجازات والعطلات في السياحة والترويج هي إمكانية متاحة للموسرين دون غيرهم في معظم الأحوال .

ومن الطبيعي أن يرتبط مستوى الدخل بحجم الثروات الشخصية وبمستوي الأجور والمرتبات ، ومعني ذلك أن أصحاب الدخل المرتفعة والمرتبات الكبيرة هم أقدر الأشخاص علي استغلال أوقات فراغهم وأجازاتهم في الترويج والسياحة سواء داخل أوطانهم أو خارجها ، وليس من شك أنه كلما ارتفع مستوى الدخل كلما زاد الإقبال علي السفر من أجل السياحة والترويج .

ومن المؤكد أن تزايد أعداد السياح خلال السنوات الأخيرة سواء علي مستوى العالم أو علي مستوى الدولة الرئيسية هي نتاج تفاعل مجموعة من العوامل المتداخلة يأتي في مقدماتها ارتفاع مستويات الدخل وتحسن مستوى الأجور والمرتبات ، ويرتبط بمستوي الدخل متوسط إنفاق السياح في أقاليم العرض السياحي .

ويبدو تأثير مستوى الدخل واضح في حجم الإنفاق في المراكز السياحية وخاصة أماكن الإقامة فأصحاب الدخل المرتفعة يفضلون الإقامة في القرى والمنتجعات السياحية المرتفعة التكاليف أو في الفنادق والشاليهات من ذوات النجوم الخمسة والتي تحظي بخدمات أكثر وأكثر تقدمها لعملائها ونزلائها ، و يكثر الطلب علي الفنادق وأماكن الإقامة الأقل في المستوى والتكلفة لدي متوسطي ومحدودي الدخل في أماكن العرض السياحي .

ولمستوى الدخل تأثيره المباشر وغير المباشر في استخدام وسيلة النقل للوصول إلى مراكز الترويج والسياحة ، فعلي سبيل المثال نجد أن أعلى هذه الوسائل يتمثل في النقل النهري كنهر النيل في مصر ، وخاصة بالمقارنة مع وسائل النقل الأخرى كالمسافة بين القاهرة والقناطر الخيرية وبين الأقصر وأسوان.

ويرتبط بعامل مستوى الدخل امتلاك وسيلة خاصة للنقل السياحي (السيارة)، وهي تشكل متغير مهمًا يلعب دورًا مؤثرًا في سهوله الحركة ومداها من أجل الترويج والسياحة علي المستويين القومي والدولي : إذ كثيرًا ما يستغل بعض أصحاب السيارات - وهم في معظمهم أصحاب الدخل التي تتراوح بين المرتفعة والمتوسطة - أجازاتهم في القيام برحلات ترويجية يتباين مداها تبعًا لعدة متغيرات منها مدة الأجازة وقوة جذب المزار (المكان المقصود) وخاصة أن امتلاك السيارة كسر حاجز المسافات الطويلة ووفر سمة المرونة وعدم التقيد بمواعيد محددة وقلل إلي حد كبير من تكاليف السفر خاصة بالنسبة للأسر كبيرة الحجم ، مما أسهم بدوره في استخدام السيارة علي نطاق واسع في السياحة الدولية وفي أغراض الترويج لقضاء عطلات نهاية الأسبوع ، وهذا ساعد علي اتساع دائرة أنشطة ومراكز الترويج .

ج- النقل :

يعد النقل أحد أضلاع مثلث السياحة الذي يضم بالإضافة إلي النقل منشآت الإقامة والسائحين، فالنقل سبب ونتيجة معًا لنمو السياحة حيث تساعد وسائل النقل وتطورها في تنمية السياحة ، وفي نفس الوقت تؤدي السياحة إلي تطور طرق ووسائل النقل ، ويرتبط التطور في

السياحة ارتباطا وثيقا بالتقدم في تكنولوجيا المواصلات ، ولا تصبح المواقع أكثر جذبًا للسائحين طالما لا تتوفر فيها إمكانية الوصول ، بصرف النظر عما تقدم من تسهيلات التطور المبكر لمنتجات العيون والشواطئ .

وتؤثر وسائل النقل السريعة والمريحة علي السياحة والترويح فالمسافة والزمن مرتبطان ، وتغطي مصر شبكة واسعة من خطوط السكك الحديدية وطرق السيارات علي درجة عالية من الكفاءة ، وتجري عليها أحدث وحدات النقل السريع، وقد بذلت الدولة في السنوات الأخيرة جهدًا طيبًا في إقامة عدد من الكباري العلوية ، وبحفر الانفاق لسهولة الانتقال .

وقد تصعب الاستفادة من بعض طرق وسبل النقل بحكم التوزيع الجغرافي لدول العالم والحواجز السياسية والجمركية والموانع المختلفة التي تحد من حرية الحركة والسفر والانتقال .

ولكي تخدم طرق ووسائل النقل والمواصلات الأغراض السياحية بالشكل الأمثل يجب أن تتوفر فيها الشروط التالية :

* الراحة : يقصد السائح بالدرجة الأولى راحة الجسم ، فوسائل النقل يجب أن توفر المقاعد المريحة مع التهوية ودرجات الحرارة المناسبة .

* الأمان : أن تطبيق مستوي جيد من الأمان للأشخاص وتأمين الأمتعة ضد الضياع والتلف ، من الأمور التي تشجع استعمال وسائل النقل للأغراض السياحية والترويحية .

* السرعة : يكون من الأفضل اختيار السرعة التي يطمئن إليها المسافر وتوقيت الرحلات السياحية بموجب ذلك .

* السعة: يجب أن تنتهى طاقات النقل للأشخاص والأمتعة مع ما يتلاءم ومقدار الطلب .

فضلاً عن عوامل أخرى كالانتظام والتكلفة المناسبة والمسئولية وغيرهما .

وتلقي الصفحات التالية الضوء علي دور النقل في النشاط السياحي في مصر :

(١) النقل الجوي.

(٢) النقل المائي ويصنف إلي:

أ- البحري .

ب- النهري.

(٣) النقل بالسيارات .

(٤) النقل بالسكك الحديدية .

(١) النقل الجوي:

يستأثر النقل الجوي بأكبر نصيب في نقل السائحين الأجانب إلي مصر وذلك لتميزه

بالسرعة مما يتيح للسائح الوقت الكافي الذي يمكنه فيه الاستمتاع بكل مشاهد السياحة .

عرفت مصر الطيران ، إذ تمت أول عملية طيران في المجال الجوي المصري في ١٥

ديسمبر عام ١٩٠١م ، وتوالت الجهود بعد ذلك لإنشاء شركة طيران محلية حتى صدر في ٧

مايو عام ١٩٣٢م .

ويتميز السفر جواً ب:

١- درجة الأمان .

٢- عامل السرعة .

٣- المواظبة والراحة والتكرار .

٤- الأجر .

ويخدم حركة الطيران في مصر عدة مطارات علي أربعة محاور وهي :

❖ **المحور العرضي الشمالي** : يمتد هذا المحور من الشرق إلي الغرب ، يضم مطارات

العريش - بورسعيد - الإسكندرية " النزهة " - برج العرب - مرسى مطروح - السلوم

❖ **المحور الطولي الشرقي** : يشمل مطارات : الغردقة - سانت كاترين - شرم الشيخ -

الطور .

❖ **المحور الطولي الأوسط**: يمتد من الشمال إلي الجنوب مخترقاً وادي النيل ، ويشمل

مطارات : القاهرة - المنيا - أسيوط - الأقصر - أسوان - أبو سمبل .

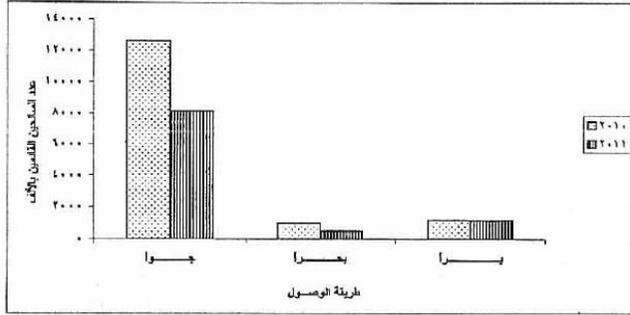
❖ **المحور الغربي** : يتمثل في الصحراء الغربية ويشمل الوادي الجديد ، وتحتاج معظم

المطارات إلي التطوير والتنمية لتحويلها إلي مطارات دولية.

عدد السائحين القادمين طبقاً لطريقة الوصول
عام ٢٠١١ مقارنة بعام ٢٠١٠

بالآلاف

عدد السائحين القادمين		طريقة الوصول
٢٠١٠	٢٠١١	
١٢٦١٦	٨١٥٩	جوا
٩٥٧	٥٢٣	بحرا
١١٥٨	١١٥٣	براً



شكل (١٨) عدد السائحين طبقاً لطريقة الوصول إلى مصر عام ٢٠١١ م

(٢) النقل المائي:

يشمل نقل السياح عبر البحار (نقل بحري) أو عبر الأنهار (نقل نهري) إلى

المناطق السياحية المختلفة ولكل من النمطين أهمية خاصة لدى السائحين طبقاً للأهداف التي

يبيغون تحقيقها من كل نمط ، ويسهم كل نمط في السياحة كما يلي :

أ- النقل البحري :

تمتلك مصر عددًا من مقومات في مجال النقل السياحي والمتمثلة في وجود ساحلين

طويلين تقع عليهما عدة موانئ ، ويواجه ساحل البحر المتوسط أكبر الأسواق السياحية

في مصر (السوق الأوربي) ، بينما يواجه الساحل الشرقي (السوق العربي والآسيوي).

وتتعدد الأسباب التي تفسر ضعف الإقبال علي النقل البحري في السياحة وأهمها :

• ارتباط السائحين بأفواج وبرامج سياحية منخفضة التكاليف تنظمها الشركات والوكالات السياحية المتخصصة .

• ارتفاع دخل كل من السائح الأوروبي والسائح الأمريكي وهو يساعد علي تحمل نفقات السفر بالطائرة اختصارًا للوقت للتمتع بأغراض الرحلة ذاتها .

وتتباين الموانئ البحرية في خدماتها للسياحة حسب وظيفة كل ميناء ومدى القرب أو البعد عن المناطق السياحية الرئيسية ، وتنتشر هذه الموانئ علي محورين الأول منهما شمالي علي طول امتداد ساحل البحر المتوسط ميناء السلوم - ميناء مرسي مطروح ، أما المحور الثاني فهو شرقي علي امتداد ساحل البحر الأحمر وخليج السويس كميناء سفاجا ، وميناء مرسي علم .

وتظهر أهمية النقل الملاحي السياحي في السنوات الأخيرة في تنشيط الحركة السياحية (الدولية والداخلية) من جهة ، ومن جهة أخرى ذات أثر كبير في الاقتصاد القومي المصري والإيرادات السياحية .

أهم الخطوط الملاحية البحرية السياحية في مصر :



- ١- خط ملاحي يربط بين مصر ودول شمال غرب أوروبا مارا بموانئ البحر المتوسط .
- ٢- خط ملاحي يربط بين مصر وروسيا وتركيا ورومانيا عبر بحر ايجة .
- ٣- خط ملاحي يربط بين مصر والهند عن طريق عدن.
- ٤- خط ملاحي يربط بين مصر ودول شرق أفريقيا.

٥- خط ملاحى يربط بين مصر ودول غرب أفريقيا عبر تونس والمغرب .

ب- النقل النهري :

أهم الطرق فى خدمة السياحة هو نهر النيل نفسه الذى يخترق الأراضى المصرية من أقصى الجنوب إلى أقصى الشمال حتى يصب بمياهه فى البحر المتوسط ، وترجع أهميته إلى وجود العديد من المناظر الطبيعية (جمال وهضاب) وأراضى زراعية (وادي النيل) ، ويبلغ طول نهر النيل إجمالى ٦٦٥٠ كم، يغطى حوض النيل مساحة ٣,٤ مليون كم٢، ويمر مساره بعشر دول إفريقية يطلق عليها دول حوض النيل.

ومن أهم الخطوط الملاحية النهريّة فى مصر:

- ١- الخط الملاحى النهريّ الدولى بين أسوان وحلفا فى السودان .
- ٢- الخط الملاحى السياحى من الأقصر إلى أسوان عبر إسنا .
- ٣- الخط الملاحى من القاهرة إلى أسوان بطول نهر النيل فى الوادى مارًا بجميع عواصم المحافظات فى الصعيد .
- ٤- الخط الملاحى فى فرع دمياط .
- ٥- الخط الملاحى فى فرع رشيد .

ويواجه النقل النهريّ فى نهر النيل عدة مشكلات منها : عدم وجود مسار ملاحى

ثابت ومحدد مما يؤدى إلى ميل السفن العابرة إلى أحد جانبيّ النهر ، وعدم توافر

المراسي النيلية بالعدد الكافي الذي يخدم حركة السياحة ، وعدم انتظام منسوب ماء النيل

علي مدار السنة مما قد يعوق حركة السفن في فترة انخفاض منسوب المياه .

(٣) النقل بالسيارات:

قد تشمل الطرق المرصوفة أو الممهدة ، ويمكن السير عليها بواسطة السيارات ولهذا

النوع من الطريق أهمية في الجذب السياحي خاصة إذا كانت جهات الوفود قريبة .

بلغت أطوال الطرق المرصوفة في مصر عام ١٩٣٦م نحو ٤٣٠ كم فقط وزادت في عام

١٩٤٨م إلي ١٩٣٢ كم .

تتخذ شبكة الطرق البرية في الدلتا النمط الشبكي ، وفي صعيد مصر النمط الطولي ، كما

هو الحال في شبكة السكك الحديدية ، وذلك يرجع إلي امتداد وشكل كل منهما ، والصعيد

يمتد امتداد طوليًا لمسافة تقترب من الألف كيلو متر في حين عرضه قليل ، وتنتشر به مراكز

العمران علي جانبي نهر النيل وأن كان العمران علي الجانب الغربي للنيل أكبر ، وتسير

محاور الطرق البرية في شكل متوازي تقريبًا مع المجاري المائية وخطوط السكك الحديدية ،

وذلك لان معظم المجاري المائية محفورة واستغل الحفر في مد الطرق البرية والحديدية منها

علي سبيل المثال خط سكة حديد الوجه القبلي .

✚ **ومن أمثلة الطرق :** يربط وادي النيل بالبحر الأحمر عدد من الطرق من الشمال إلي

الجنوب (طريق القاهرة / السويس) ، (طريق قنا / سفاجا) ، (طريق ققط/ القصير) ، (ادفو /

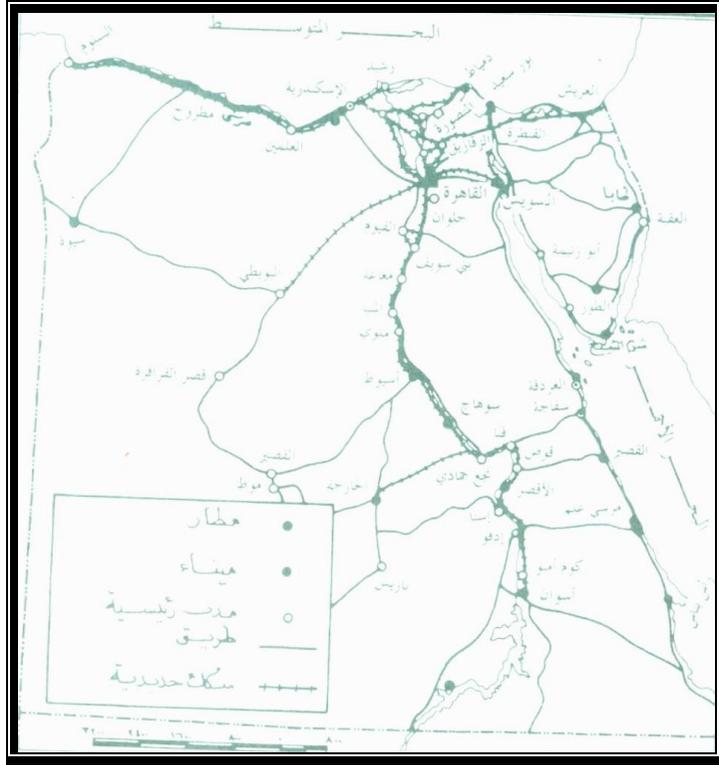
مرسي علم) ، ويمتد عدد من محاور الطرق مع الساحل الشمالي (طريق النفق/ شرم الشيخ

(الذي يخدم المراكز السياحية علي خليج السويس إلي جانب الطريق الشرقي علي امتداد خليج العقبة ويخدم المراكز السياحية علي امتداد خليج العقبة .

٤) النقل بالسكك الحديدية:

تتميز السكك الحديدية بأنها توفر الراحة والأمان للمسافر خاصة في الأوقات الراهنة بعد أن زودت بغرف النوم وبأجهزة التكييف الملائمة ، كما أنها تمكن السائح من مشاهدة المناظر الطبيعية علي امتداد سيرها ، وبدأ إنشاء أول خط في مصر عام ١٨٥١م ، وفي عام ١٨٥٤م أنشئ خط يربط بين الإسكندرية ومحلة كفر العيس التابعة لمركز كفر الزيات ، وتم استكمال الخط إلي القاهرة عام ١٨٥٦م ، وكان هذا الخط مفردًا ، وتم ازدواجه خلال الفترة بين عامي ١٨٥٩م ، و١٨٧٦م.

وتتملك مصر شبكة جيدة من الخطوط الحديدية وتتباين أطوال السكك الحديدية بين محافظات مصر، وتتخذ شبكة السكك الحديدية نمطين: **النمط الأول:** هو النمط الشبكي ويتمثل في الوادي والدلتا حيث تنتشر الخطوط الحديدية علي شكل شبكة تغطي المدن المنتشرة بالدلتا، أما **النمط الثاني** فهو نمط طولي يتمثل في محافظات الوجه القبلي .



شكل (١٩) النقل في مصر

ولا تزال السكك الحديدية تتحمل القدر الرئيسي للسياحة الداخلية الموسمية في مصر خاصة في العطلات الصيفية أو أجازات العام الدراسي للمدارس والجامعات أو الأعياد ، بالإضافة إلي الرحلات المنظمة علي مدار العام إلي الأقصر وأسوان والفيوم .

د- خدمات الإقامة والمناطق السياحية:

مهما كانت درجة جاذبية المنطقة السياحية ، فإن الإقبال عليها يصبح محدودًا إذا لم تتوفر فيها التسهيلات الأساسية التي يتطلبها السائح ، وتضم هذه التسهيلات قطاع الضيافة - وهو يختلف باختلاف موضع الجذب السياحي، كما أن الضيافة تمثل أحد عوامل الجذب ، وعليها يقع عبء اختيار الموقع السياحي ، ومدته بقاءه ، ونمط السفر ، والأنشطة التي

تمارس، فضلاً عن الانفاق ، وتشكل الضيافة ميداناً مهماً للعمالة والدخل ، كما يتأثر حجم الزوار في أية منطقة بتخطيط وصيانة وتوزيع تسهيلات الضيافة .

ويغد السائحون من أسواق متعددة وهم يتغيرون من حيث المستوي الاجتماعي والاقتصادي وحتى يمكن إقامة صناعة السياحة ناجمة لابد من إشباع رغبات مجموعات السائحين .

وقد عرفت The Development of Tourism تسهيلات الضيافة السياحية بأنها عبارة عن (الفنادق - المنشآت الأخرى) التي تقدم فيها خدمات النوم بهدف التجارة أو الأعمال ، وتشمل أشكال الإقامة ما يلي:

(أ) **الفنادق:** تعد الفنادق في أي منطقة سياحية الشكل الرئيسي للإقامة ويمكن تقسيمها إلي

- ١- فنادق دولية .

- ٢- فنادق محلية .

- ٣- فنادق المصايف والمشاتي.

(ب) **نظام المشاركة الزمنية : Time Sharing** من نظم الإقامة المستحدثة ، وبمقتضي هذا النظام يدفع الفرد مقابل استعمال وحده إسكان فندقي ، ويشارك بحسب نسبته في الانتفاع في التكاليف السنوية الإدارة وصيانة المشروع ، وتباع هذه الوحدات علي أساس التمتع بملكية الوحدة ملكية كاملة أو بحق سكني أو استعمال لمدة أسبوع .

ومازال نظام المشاركة الزمنية في أولي تطبيقاته في مصر ، وترجع أهمية هذه التجربة إلي أن هذا النظام يمكن الاستفادة منه في توسيع قاعدة السياحة الداخلية والخارجية بصفة خاصة في شواطئ البحر الأحمر والساحل الشمالي الغربي علي البحر المتوسط وفي سيناء ، فضلاً عن نظام التبادل الدولي في مشروعات المشاركة الزمنية الذي بدأ ينتشر انتشار كبيراً في الوقت الحاضر .

(ج) المخيمات والكرنفالات.

(د) البنسيونات.

(هـ) مراكز المؤتمرات والأجازات.

(و) الضيافة المؤقتة تشمل الشقق والشاليهات .

هـ - خدمات البنية الأساسية:

تمثل البنية الأساسية درجة كبيرة من الأهمية لقيام النشاط سياحي ، فنجاح أي منطقة سياحية يعتمد بالقدر الكافي علي مدي التناغم والتوافق بين القطاع السياحي و خدمات البنية الأساسية كعنصر جذب سياحي .

وتتمثل شبكة البنية الأساسية في الكهرباء والمياه العذبة والصرف الصحي كما تتشابه خدمات البنية الأساسية مع الخدمات الأخرى وذلك لخدمة مراكز ومناطق الإيواء السياحي لإنتاج مواصفات عمرانية وسكانية بنائية مميزة علي الدوام في البيئات المختلفة .

تعد خدمات البنية الأساسية من الخدمات الضرورية في دول العرض السياحي ويستفيد السائح من هذه الخدمات مثل الشخص المقيم في أي منطقة سياحية ، وتوافر خدمات البنية الأساسية وارتفاع كفاءتها يعني وجود مقوم رئيسي من مقومات الجذب السياحي يقوي من قوة جذب المقومات الطبيعية والبشرية لتعمل جميعها في منظومة واحدة تساعد علي نجاح النشاط السياحي في اي منطقة سياحية، ولا شك أن اختلاف حجم الحركة السياحية بين الدولة التي تمتلك مقومات جذب سياحية طبيعية وبشرية متشابهة يفسره اختلاف مستويات البنية الأساسية بين هذه الدول .

وتصنف خدمات البنية الأساسية إلي عدة أقسام أهمها خدمات الاتصال بين منطقة الاستقبال وأسواق السياحة ، وخدمات شرايين الحركة بين مناطق الاستقبال وأسواق السياحة داخل مناطق الاستقبال .

وتشمل أشكال البنية الأساسية كل أشكال البناء فوق وتحت الأرض ويمكن تناول أهم خدمات البنية الأساسية علي النحو التالي:

١- خدمات البنية الأساسية التي تمثل خطوط الاتصال بين منطقة الاستقبال مع العالم الخارجي .

٢- خدمات البنية الأساسية التي تمثل شرايين الحركة في منطقة الاستقبال.

٣- خدمات البنية الأساسية التي تدعم المطالب الرئيسية مثل الإضاءة والتدفئة والطاقة والمياه والصرف ، ثم التخلص من النفايات .

و- الخدمات الترويحية:

السياحة أساسها الترويج ، ويكمل منظومة الترويج منشآت خاصة تحقق جانبا من الترويج ، وهذه المنشآت قد تكون مستقلة ، أو قد تلحق بالفنادق ، وتختار مواضع منشآت الترويج بعناية كبيرة ، ففي الإسكندرية مثلا تنتشر هذه المنشآت علي طول امتداد ساحل البحر المتوسط لإمكانية استفادة السائح من منظر البحر ، وهكذا بالنسبة للقاهرة أو أسوان حيث تنتشر علي طول امتداد مجري النيل أو في الجزر .

وتضم منشآت الترويج المطاعم والكافيتريات ومنشآت الترفيه والتسلية ، وتشير المصادر الإحصائية أن عدد المنشآت يقدر بنحو ١١٨٥ منشأة ، يخص المطاعم منها ٤٢% ، والكافيتريات ٣٣,٧% ، وباقي النسبة لمنشآت الترفيه والتسلية عام ٢٠١١م ، ويتفق هذا الترتيب إلي حد كبير مع احتياجات السائحين، فالمطعم عنصر أساسي فهو يوفر متطلبًا أساسيا للسائح (الطعام) وثمة ملاحظة أخرى تتمثل في اختلاف مستويات كل نوع من مشآت الخدمات السياحية إذ يلاحظ أن المطاعم من فئتي " ثلاث وأربع نجومات " تحقق اعلي نسبة وتكون الكافيتريات من نفس الفئتين أيضا .

ز- خدمات الإمداد:

إلي جانب التسهيلات والتجهيزات السابقة ، فإن هنالك معدلا واسعا من تسهيلات الإمداد Supporting Facilities ، كما هو الحال في المحلات التجارية التي توجه نشاطها إلي السائح علي وجه الخصوص ، مثل محلات الأدوات الرياضية ، والتذكارات .

وبعض هذه المحلات يوجه للخدمات العامة : مثل الصيدليات ومحلات المطاعم وبيع الملابس والبنوك والحلاقون والمراكز الطبية ، وكثير من هذه المحلات تخدم السكان المحليين

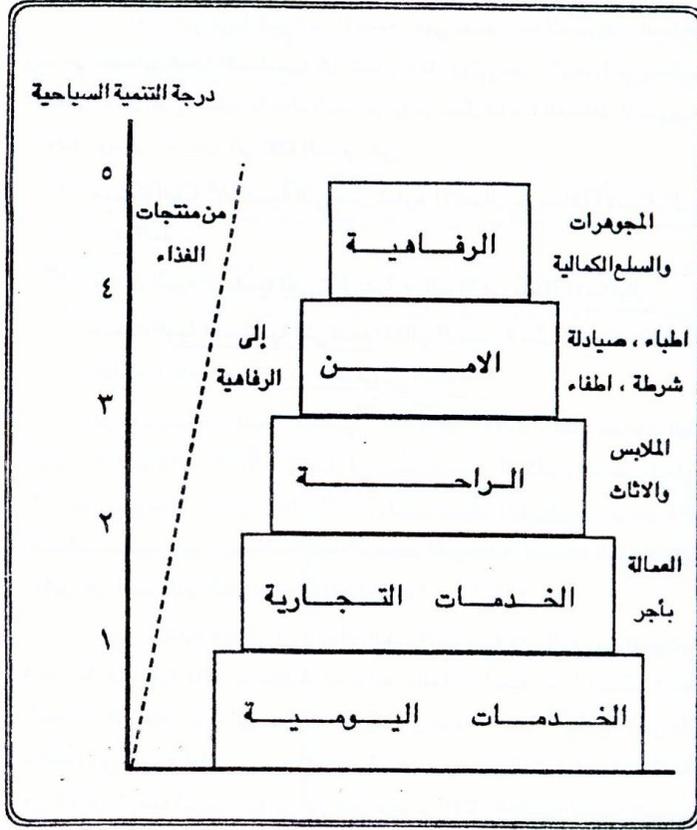


صور (٢٠) نموذج لخدمات الإمداد بمدينة الغردقة

وتتوقف أهمية هذه الخدمات في أي منتج علي تكرار استخدامها ، وقد اقترح ديفرت Defert، نموذجا هرميًا من أجل تنمية هذه الخدمات في أي منتج تقليدي.

١- خدمات الاستخدام اليومية ، مثل محلات منتجات الألبان والقهوي والبقالة والأغذية.

٢- خدمات الرفاهية : وتحتل الدرجات العليا من الهرم وتمثلها محلات الصاغة والفراء وتقع بين هاتين الدرجتين درجات أخرى مثل الخدمات التجارية وخدمات الرفاهية والخدمات الأمنية .



شكل (٢١) الترتيب الهرمي للمحلات والخدمات في منتج سياحي

خدمات أخرى :



هي خدمات لا تقل أهمية ولا شأنًا عن الخدمات الأخرى السابقة وأهمها :

- ١- خدمات النقد والبنوك والمصارف والتحويلات .
- ٢- الخدمات الصحية التي تخدم السائحين وتجعلهم في حالة اطمئنان وأمان بتوفير هذه الخدمات عن طريق المستشفيات والعيادات العادية والمنتقلة ومراكز الإسعاف الثابتة والطائرة ومراكز الإسعاف بجوار مناطق السياحة المتخصصة عن أماكن السياحة والغوص والعموم والانزلاق وتسلق الجبال، وتوفير الأدوية والأطباء في جميع التخصصات .

٣- الخدمات السلكية واللاسلكية (الاتصالات) من مد شبكات ومكاتب البريد والهاتف وخاصة التسهيلات الخاصة بالمحمول (الجوال- الموبايل) في أماكن التجمعات السياحية وفي الأماكن النائية ولدي نقط الإنقاذ والإسعاف.

٤- الحدائق والمتنزهات وملاهي الأطفال العامة ، وهذه الخدمات تقع علي كاهل الحكومة والدولة لتنشيط السياحة وتنميتها لدي متوسطي ومحدودي الدخل.

٥- الخدمات التجارية التي تختص بالبيع والشراء سواء كانت محلات أو بازارات أو أكشاك لبيع المياه الغازية والدخان والمياه المعدنية والأسواق العامة التي توفر متطلبات السائحين .

٦- خدمات الغوص والإنقاذ خاصة عند مناطق العرض السياحي التي تكسب أهمية بجهات بحرية شاطئية .

٧- خدمات ثقافية وتعليمية تتمثل في المسارح ودور العرض السينمائية وقصور الثقافة لعرض الفنون الشعبية والمحلية والمتاحف والمعارض .

٨- خدمات ترويحية تتمثل في المقاهي التي توفر بعض الألعاب التي يقبل عليها السائحين والمشروبات المختلفة .

أسئلة للتفكير والتقييم الذاتي.



ما رأيك في هذه العبارة: أهمية المغريات البيئية والمادية تفوق المغريات الاجتماعية في

السياحة؟

الفصل الثالث

السياحة العالمية والتباين
الاقليمي

الفصل الثالث

السياحة العالمية والتباين الإقليمي

International Tourism & Regional Variation

مقدمة:



تعد السياحة أحد القطاعات الاقتصادية المهمة، التي تمتد آثار نموها لأجيال طويلة، وقد ازدهرت حركة السياحة الدولية بنهاية القرن العشرين ازدهارًا كبيرًا، حيث يضع العالم السياحة علي رأس الأولويات، حتى أصبحت تمثل مكونًا مهمًا من مكونات التجارة الدولية، ويعد توافر مقومات الجذب السياحي من ثروات طبيعية وأثار ومعالم حضارية حديثة، واستقرار المناخ السياسي والأمني والاجتماعي، من أهم الركائز لنمو الطلب السياحي.

تختلف الأقاليم الجغرافية في استهدافها للنشاط السياحي من حيث المنشأ *origin* والمقصد *Destination*. وفي عام ٢٠٠٢ أحرزت السياحة الدولية رقمًا غير مسبوق حيث تجاوز عدد السائحين أو المسافرين *Arrivals* علامة سبعمائة مليون مسافر (٦١٤,٦ مليون). ورغم كل التوقعات المتشائمة عن آثار حادث ١١ سبتمبر عام ٢٠٠١ في الولايات المتحدة الأمريكية فإن عام ٢٠٠٢ انتهى بزيادة قدرها ٣,١% في النشاط السياحي عن العام السابق، وهكذا أثبتت السياحة قدرتها على العودة لحجمها الطبيعي.

وكان حجم الزيادة في عدد الزوار عام ٢٠٠٢ يزيد عنه في عام ٢٠٠١ بحوالي ٢٢ مليون مسافر، وأكثر من مسافري عام الألفية الثالثة سنة ٢٠٠٠ بحوالي ١٩ مليون مسافر، وتجدر الإشارة إلي أن هذا الحجم الكبير لعدد السياح لا يتضمن عدد السياح المندمجين في السياحة الداخلية Domestic Tourism، وهذه الأخيرة تنتعش حين تصاب السياحة الدولية بالأزمات والركود، ويركز التخطيط السياحي حاليًا على استعادة ثقة العالم في أمن السياحة العالمية، وهو ما يتطلب تعاونًا دوليًا أكثر من أي وقت مضى.

والأرقام الخاصة بالسياحة الدولية توضح تغيرات جذرية في خريطة السياحة العالمية، وتأتي أوروبا في المقام الأول، بينما تأتي آسيا وعالم المحيط الهادي في الترتيب الثاني، وفي المرتبة الثالثة تأتي الأمريكيتين، يلي ذلك أفريقيا في المرتبة الرابعة ثم الشرق الأوسط في المرتبة الخامسة والأخيرة.

وكانت نتائج السياحة بالنسبة لأقاليم أوروبا الفرعية في عام ٢٠٠٢ نتائج إيجابية، وكان إقليم جنوب أوروبا والبحر المتوسط في المقدمة بالنسبة لدول مثل إيطاليا واليونان، أما بقية الإقليم الفرعية فأحرزت نجاحات متفاوتة بعضها قليل مثل دول البينولكس، أما غرب أوروبا فأحرزت دول الإقليم بها انخفاضًا عن المتوسط. أما بولندا وجمهورية التشيك فكان الانخفاض في عدد الواصلين إليها أكثر في نسبته عن ٥%.

وفي آسيا ومنطقة المحيط الهادي، والتي وصل إليها أكثر من ١٣٠ مليون زائر، ويعتبرها خبراء السياحة هي "مقصد المستقبل Destination of the future" فإنها من أهم مناطق النمو السياحي.

ويقود الإقليم الجغرافي شمال شرق آسيا بقية أقاليم آسيا والمحيط الهادي الجغرافية ونسبة النمو السياحي فيه ١٢% سنويًا، ويليه إقليم جنوب شرق آسيا، ونسبه نموه في حدود ٤% عن العام السابق لسنة ٢٠٠٢. أما الأقيانوسية فأحرزت نسبة نمو ١% وجنوب آسيا ٢%. وقد تحققت توقعات منطقة السياحة العالمية Word Tourism Organization من أن الصين وهونج كونج وماكاو هي مناطق سياحية واعدة ونامية بسرعة، أما الهند فقد عانت من نسبة هبوط قدرت بحوالي ٦,٦% بينما أحرزت إيران والمالديف وسيريلانكا نموًا فوق المتوسط العام للإقليم، ويعني ذلك سلامة الاستراتيجيات السياحية في هذه البلدان.

وبالنسبة للأمريكتين فقد كان الإقليم الجغرافي الذي أحرز انخفاضًا جزئيًا في النشاط السياحي، ورغم ذلك فنصيبها من عائدات السياحة كبير ويأتي في مقدمة أقاليم العالم الجغرافية، وأحرزت دول الأمريكتين نسبًا مختلفة من النمو أو الانحدار السياحي، فمثلًا أحرزت كندا نتائج إيجابية، ودول أمريكا الجنوبية نتائج سلبية كذلك أحرزت دول أمريكا الوسط نموًا ملحوظًا عام ٢٠٠٢.

وأحرزت أفريقيا صورة مختلفة، وبينما أحرز شمال إفريقيا الجغرافي انخفاضًا قدرة ٤% أحرزت دول جنوب الصحراء نموًا فوق المتوسط بزيادة قدرها ٨,٥، أما إقليم الشرط الأوسط الجغرافي فقد أحرز انخفاضًا قدره ٤% عام ٢٠٠١ ثم أحرز نموًا كبيرًا في عام ٢٠٠٢ قدرة ١١%، هذا عن الوضع العالمي في السياحة لأحدث السنوات (٢٠٠٢)، ويوضحه الجدول (٣)، عن عدد السائحين في الأقاليم الرئيسية بين سنة ١٩٩٠ وسنة ٢٠٠٢.

ويعكس الجدول ما سبق ذكره عن تنامي النشاط السياحي في أقاليم وتخلفه في أقاليم أخرى، كما يعكس الآثار الناجمة عن حادث ١١ سبتمبر ٢٠٠١ في معظم الأقاليم، أيضًا يوضح الجدول سرعة النمو الفائق في أقاليم جغرافية مثل آسيا والمحيط الهادي وأفريقيا جنوب الصحراء وأمريكا الوسطى، وتتفاوت نسبة الإسهام في السوق السياحي بحسب حجم السياح الواصلين إلى كل إقليم جغرافي، وتقف أوروبا عامة قمة الهرم السياحي وتستقطب وحدها ٥٧,٥% من عدد السائحين عام ٢٠٠٢.

ويوضح الجدول أن عدد السائحين في العالم قفز خلال عقد ونصف من ٤٥٦ مليون إلى ٧١٥ مليون سائح بزيادة قدرها ٢٥٩ مليون سائح أي بنسبة زيادة حوالي ٥٧%، ويلاحظ أن العقد التسعيني من القرن العشرين كان هو العقد الذي أسرع فيه السياحة في النمو.

وللمقارنة وصل عدد السياح في العالم عام ١٩٥٠ حوالي ٢٥,٣ مليون سائح وفي عام ١٩٦٠ حوالي ٧٠ مليون، وفي سنة ١٩٨٠ وصل إلى ٢٨٥ مليون، وفي عام ١٩٨٥ بلغ ٣٢١ مليون وفي عام ١٩٩٠ كان ٤٥٦,٦ مليون سائح :

ويلاحظ أن أوروبا تقليديا كانت تستأثر بنسبة تراوحت ما بين ٦٣,٤% و ٧٢,٧ من عدد الواصلين في الفترة ما بين ١٩٥٠ - ١٩٩٠ ووصلت النسبة إلى ٥٧,٥ عام ٢٠٠٢، وكان انخفاض نصيبها - رغم زيادة أعداد السياح المطلقة - بسبب نمو مناطق جغرافية أخرى وفي آسيا وأفريقيا والشرق الأوسط.

جدول (٣) عدد السائحين الواصلين بحسب الأقاليم الجغرافية بين ١٩٩٠ - ٢٠٠٢
بالمليون

الإقليم	١٩٩٠	١٩٩٥	٢٠٠٢	٢٠٠١	٢٠٠٢	% من السوق السياحي عام ٢٠٠٢
العالم	٤٥٦,٦	٥٥١,٧	٦٩٦,١	٦٩٢,٩	٧١٤,٦	١٠٠
أوروبا	٢٨٢,٢	٣٢٤	٤٠٢,٨	٤٠١,٤	٤١١,٠	٥٧,٥
شرق أوروبا	٢٩,١	٣٧	٤٤,١	٤١,٥	٤٢,٥	٥,٩
غرب أوروبا	١١٣,٨	١١٦,٧	١٤١,٢	١٣٨,٩	١٤١,٤	١٩,٨
وسط وشرق أوروبا	٤٣,٨	٦٧,١	٧٦,٨	٧٨,٠	٨١,١	١١,٣
جنوب أوروبا والبحر المتوسط	٩٥,٥	١٠٢,٧	١٤٠,٧	١٤٣,٠	١٤٦,١	٢٠,٤
آسيا والمحيط الهادي	٥٧,٧	٨٦,٦	١١٥,٣	١٢١,٠	١٣٠,٦	١٨,٣
شمال شرق آسيا	٢٨,٠	٤٤,١	٦٥,٥	٦٢,٦	٧٣,٤	١٠,٣
جنوب شرق آسيا	٢١,٥	٢٩,٢	٣٧,٠	٤٠,١	٤١,٧	٥,٨
الأوقيانوسية	٥,٢	٨,١	٩,٦	٩,٤	٩,٦	١,٣
جنوب آسيا	٣,٢	٤,٢	٦,١	٥,٨	٥,٩	٠,٨
الأمريكتين	٩٢,٩	١٠٨,٩	١٢٨,٣	١٢١,٠	١٢٠,٢	١٦,٨
أمريكا الشمالية	٧١,٧	٨٠,٥	٩١,٢	٨٥,٠	٨٥,٣	١١,٩
الكاريبية	١١,٤	١٤,٠	١٧,٢	١٦,٩	١٦,٤	٢,٣
أمريكا الوسطى	١,٨	٢,٦	٤,٣	٤,٤	٤,٨	٠,٧
أمريكا الجنوبية	٧,٩	١١,٨	١٥,٥	١٤,٧	١٣,٦	١,٩
إفريقيا	١٦	٢٠,٠٠	٢٧,٠	٢٧,٧	٢٨,٧	٤,٠
شمال إفريقيا	٨,٤	٧,٣	١٠,١	١٠,٦	١٠,١	١,٤
أفريقيا جنوب الصحراء	٦,٦	١٢,٧	١٧,٠	١٧,١	١٨,٦	٢,٦
الشرق الأوسط	٩	١٣,١	٢٢,٧	٢١,٨	٢٤,١	٣,٤

World Tourism Organization, ٢٠٠٣

المصدر:

ويصدق نفس لتحليل الخاص بأوروبا على الأمريكيتين وخصوصًا أمريكا الشمالية وتعني أرقام الواصلين من السياح على مستوى العالم أن نحو أكثر من ١٠% من سكان العالم يتحركون من أجل السياحة العالمية - لا يشمل ذلك السياحة الداخلية- وهذه طفرة كبيرة توضح إتاحة النشاط السياحي والترويجي لأعداد متزايدة من سكان العالم، بعد أن كان ذلك قاصرًا في الماضي على الصفة القادرة في المجتمعات المختلفة في العالم، والتحليل سابق الذكر هو للنشاط السياحي وعدد السائحين على مستوى الأقاليم الجغرافية الرئيسية والفرعية. أما على مستوى الدول فإن الجدول (٤) يوضح هيراركية وترتيب الدول المستقبلية للسياح في العالم عام ٢٠٠٢.

جدول (٤) ترتيب أهم الدول في عدد السائحين الواصلين عام ٢٠٠٢.

الترتيب	الدولة	عدد الزائرين	الترتيب	الدولة	عدد الزائرين
١	فرنسا	٧٧٥٠٠٠٠٠	٩	كندا	١٩٧٠٠٠٠٠
٢	إسبانيا	٤٩٥٠٠٠٠٠	١٠	النمسا	١٨٢٠٠٠٠٠
٣	الولايات المتحدة	٤٥٥٠٠٠٠٠	١١	ألمانيا	١٧٩٠٠٠٠٠
٤	إيطاليا	٣٩١٠٠٠٠٠	١٢	المجر	١٥٣٠٠٠٠٠
٥	الصين	٣٣٢٠٠٠٠٠	١٣	بولندا	١٥٠٠٠٠٠٠
٦	المملكة المتحدة	٢٢٨٠٠٠٠٠	١٤	هونغ كونج (الصين)	١٣٧٠٠٠٠٠
٧	روسيا	٢١٢٠٠٠٠٠	١٥	اليونان	١٣١٠٠٠٠٠
٨	المكسيك	١٩٨٠٠٠٠٠			

World Tourism Organization, ٢٠٠٣

المصدر

ويوضح الجدول تريع فرنسا لسنوات - على قمة العالم بالنسبة لعدد الزوار - وفرنسا

هي التي أعطت لأوروبا قصب السبق في الاستئثار بحصة السياحة في العالم، وتتميز فرنسا

بالنمو المستمر في ذلك المجال، والتأرجح في عدد السياح الواصلين إليها أقل منه في كل من إسبانيا وإيطاليا وهما من المنافسين الرئيسيين في أوروبا، إضافة إلى ذلك فإن عدد الواصلين إليها يفوق كل الواصلين إلى روسيا ودول شرق أوروبا المهمة ووسطها مثل ألمانيا وبولندا والمجر .

ويوضح الجدول (٥) العوائد المتحصلة من السياحة في الدول المهمة في هذا المجال، يلاحظ أن ترتيب الدول في عدد السياح القادمين ليس بالضرورة هو نفس الترتيب بالنسبة لعوائد السياحة، بل إنه يختلف بشدة.، ويوضح الجدول أيضًا نسبة إسهام الدول المبيّنة في سوق السياحة من حيث العوائد.

ويوضح الجدول أن الولايات المتحدة الأمريكية تقف على قمة الدول من حيث حجم المتحصل من النشاط السياحي ويبلغ ٧٢,٣ بليون دولار سنويًا، وهو ما يزيد على دخل دول كندا والنمسا واليونان وتركيا والمكسيك وهونج كونج وأستراليا وسويسرا مجتمعين في نفس السنة (عام ٢٠٠١). وتسهم الولايات المتحدة الأمريكية في سوق السياحة من حيث المدخلات المالية بأكثر من ١٥% من السوق العالمية، وتستأثر وحدها بحوالي ٧/١ هذه السوق.

جدول (٥) ترتيب الدول في عوائد السياحة ونسبة إسهام كل منها في العوائد العالمية

الدولة	جملة العوائد السياحية بالبليون دولار عام ٢٠٠٢	نسبة إسهام الدولة في السوق العالمي %
الولايات المتحدة	٧٣,٣	١٥,٦
أسبانيا	٣٢,٩	٧,١
فرنسا	٣٠,٠٠	٦,٥
إيطاليا	٢٥,٨	٥,٦
الصين	١٧,٨	٣,٨
ألمانيا	١٧,٢	٣,٧
المملكة المتحدة	١٦,٣	٣,٥
كندا	١٠,٨	٢,٣
النمسا	١٠,١	٢,٢
اليونان	٩,٢	١,٩
تركيا	٨,٩	١,٩
المكسيك	٨,٤	١,٨
هونج كونج (الصين)	٨,٢	١,٨
استراليا	٧,٦	١,٦
سويسرا	٧,٦	١,٦

World Tourism Organization, ٢٠٠٣

المصدر:

وتعدّ الدول المتقدمة من أهم الأسواق المصدرة والمستقبلة للسائحين في العالم، وعلي

النقيض من ذلك، فإن الدول النامية التي تعاني من مشكلات اقتصادية واجتماعية، تسهم في

السياحة الدولية مساهمة قليلة، وتسود فيها حركة السياحة الداخلية (Cooper, et al, ١٩٩٨،

٣٦:٣٣)، ونظرًا لاعتماد هذه الدول النامية علي السياحة، في تحسين اقتصادها، فقد تركز

اهتمامها على النشاط السياحي بصفة خاصة .

++السياحة الدولية الوافدة إلي مصر

كشفت منظمة السياحة الدولية عن أربعة متغيّرات جوهرية طرأت علي حركة السياحة

الدولية إلي مصر :

(١) كانت السياحة في الماضي مركزة زمنياً في فترة الصيف، أما الآن فقد أصبحت أكثر امتداداً

علي مدار السنة .

(٢) تغير درجة التركيز المكاني، فقد كانت أوروبا تستحوذ علي الغالبية العظمي من حركة

السياحة الدولية الوافدة إلي مصر، أما الآن فقد انتشرت حركة السياحة جغرافياً علي مستوي

أكثر اتساعاً.

(٣) صارت السياحة الدولية أكثر تنوعاً بالنسبة للغرض من الرحلة ومدة الإقامة ونوع الإقامة،

وقد يساعد توسع العلاقات الاقتصادية الدولية وتقويتها علي تزايد السياحة بغرض نشاط

الأعمال .

(٤) زيادة حدة المنافسة بين مصر والدول السياحية المستقبلية للسائحين.

تعد السياحة الدولية الوافدة إلي مصر حجر الزاوية في عملية التنمية السياحية، فمن خلالها

تتحصل مصر علي ربع متحصلاتها من العملة الصعبة، خاصة في دولة لم تصبح السياحة

الداخلية حتى الآن بديلاً مكافئاً للسياحة الدولية (مصطفى محمود حسن ، ٢٠١٠، ٦٥) .

وتوجد مجموعة من العوامل المؤثرة في السياحة الدولية عامةً ، والتي تساعد علي خلق

التدفقات السياحية إلي مصر، وتؤثر في حركة السياحة الدولية إليها أهمها:

١) المسافة، فكلما كانت المسافة بين دول الطلب السياحي قريبة من دول العرض السياحي، توجّه السائح إليها عدة مرات، فالموقع الجيد يساعد علي رواج السياحة لسهولة الوصول، وينطبق ذلك علي مصر بالنسبة لجنسيات الدول الأوروبية لسهولة الانتقال عبر البحر المتوسط، وأيضًا الجنسيات العربية لقرب الموقع الجغرافي لمصر مع الدول العربية.

٢) يمثل النقل عنصرًا أساسيًا، فإن ازدهار السياحة في أقاليم العالم ودُوله ترتبط بتقدم طرق النقل، فإن الدول ذات المواقع المتطرفة والتي لا ترتبط بشبكة من طرق المواصلات تعاني من صعوبة تنشيط صناعة السياحة الدولية ، فقد أسهم تطوّر النقل الجوي في مصر علي جذب السياح الروسيين علي الرغم من بُعد المسافة .

٣) مستوي الدخل من أهم العوامل البشرية التي أسهمت في ارتفاع السياحة الدولية.

٤) الروابط الثقافية تشجع السياحة بين دول العالم ، مثل توطيد أواصر العلاقة بين مصر والدول العربية، ووحدة التجانس البشري، ووحدة الدين واللغة.

٥) العوامل الجغرافية السياسية تؤثر تأثيرًا فعّالًا بين الدول، فالصراع السياسي أو التعاون بين الدول، يمكن أن يشجّع حركة السياحة الدولية أو يعوقها .

٦) الجاذبيات السياحية العامة لدولة ما، بالنسبة إلي أخري مع الانطباع الذهني للمنطقة المستهدفة بالسياحة، كما يتصورها السائحون (Williams, et al, ١٩٧٠, ٥٣٦:٥٦٦).

يتناول هذا الفصل تحليل الحجم الحقيقي للسياحة الدولية الوافدة إلي مصر، باستعراض تطوّر

الحركة السياحية إلي مصر خلال الفترة من عام ١٩٥٢-٢٠١١م، ثم تحليل التذبذبات والتقلبات

خلال هذه الفترة، ويتضمن هذا الفصل أيضًا مصادر الحركة وموسميتها، والتي تشكل محور جغرافية السياحة الدولية، فتؤثر تلك التدفقات علي اقتصاديات الدولة .

أولاً: تطُّور الحركة السياحية الوافدة إلي مصر ومعدلات نمو الزائرين:



تعد صناعة السياحة من أكثر الصناعات الواعدة في العالم، ومن أكثرها نموًا، وتشير الإحصاءات التي تصدرها منظمة السياحة العالمية W.T.O إلي أن الحركة السياحية الدولية تتزايد بمعدلات تفوق المعدلات الخاصة ببعض الأنشطة الاقتصادية الأخرى، حيث تضاعف عدد السياح في الفترة من ١٩٥٢-٢٠١١م، فقد بلغت حركة السياحة الدولية ١٩٥٢ نحو ٣٣ مليون زيارة سياحية ارتفعت إلي ٩٩٠ مليون زيارة سياحية عام ٢٠١١ م .

وقد شهدت حركة السياحة في مصر خلال الستة عقود الماضية تطوُّرًا كبيرًا، وأخذت موقعًا متميزًا بين الأنشطة الاقتصادية، وأصبحت موردًا اقتصاديًا مهمًا لها ، وبالرغم من هذا، لم تحصل علي نصيبها العادل من حركة السياحة الدولية ، كما تعاني في الوقت الحاضر من نُقص في ميزان مدفوعاتها ، لذلك اتجهت نحو السياحة بوصفها نشاطًا يمكن أن يؤدي دورًا مهمًا في استقرار هذا الميزان (محمد صبحي عبد الحكيم وحمدى أحمد الديب ، ١٩٩٥، ٢٥٧)، وبالرغم من امتلاكها مقومات السياحة الدولية، فإنها تستأثر بنحو ٩,٩ مليون زيارة سياحية تشكل ٩% من جملة حركة السياحة الدولية عام ٢٠١١ م .

وكشفت الدراسات عن تطوّر حركة السياحة الدولية إلى مصر ونصيب مصر، من السياحة العالمية، ويتبين أن معدلات النمو في مصر مقارنة بمعدلات النمو العالمية في الفترة ١٩٥٢-٢٠١١م. ويمكن أن نستخلص الجوانب التالية:

(١) أن الإطار العام للحركة السياحية في مصر يتجه نحو الصعود ، على الرغم من التذبذبات التي تعرضت لها خلال هذه الفترة من تطورات اقتصادية وسياسية ومجموعة من المؤثرات، والأحداث الداخلية والخارجية التي تركت بصماتها علي صناعة السياحة، فبعد أن كان عدد السائحين الوافدين إلى مصر ٧٦ ألف زيارة سياحية عام ١٩٥٢ م ، تزايدت أعدادهم وأصبحت ٩٨٤٥ ألف زيارة سياحية عام ٢٠١١م أي أنهم تزايدوا خلال تسع وخمسين سنة وهي الفترة بين عامي ١٩٥٢-٢٠١١م، بمتوسط معدل نمو سنوي ٩,٥%، واتسم معدل النمو السنوي بحركة السياحة الدولية إلى مصر بالتذبذب من سنة إلى أخرى خلال تلك الفترة، وقبل عام ١٩٥٢ كانت السياحة في مصر لا تشكل القدر الكافي والمراد من حجم السياحة بالقدر الذي يتفق مع مكانة مصر التاريخية والحضارية، ويُعزى ذلك لقلة الموارد المالية المخصصة للسياحة (فاتن محمد البنداري، ٢٠٠٨، ص ٣٠) .

يلاحظ أن هناك سلسلة من الانخفاضات في أعداد السياحة الوافدة إلى مصر، خلال الفترة محل الدراسة، ومن أوضح تلك الانخفاضات تلك المحققة في أعوام (١٩٥٧ و ١٩٦٧ و ١٩٨٥ و ١٩٨٦ و ١٩٩٣ و ١٩٩٨ و ٢٠٠١ و ٢٠٠٩ و ٢٠١١م)، وارتبطت سنوات انخفاض أعداد السائحين بأزمات معروفة، مثل التأثر بالعدوان الثلاثي ١٩٥٦م وحرب ١٩٦٧م، وتأثرت الحركة بالمطارات المصرية القاهرة والإسكندرية وبورسعيد والأقصر) نتيجة

العدوان الإسرائيلي (فاروق كامل محمد عز الدين ، ١٩٧٠ ، ١٦٣) ، فهبط حجم الوافدين بشكل واضح مما أثر علي الحركة السياحية الدولية الوافدة ، كما كان لتوجيه جزء كبير من الدخل القومي نحو الإنفاق العسكري منذ عام ١٩٦٧ م أثره في ضعف الاستثمارات في خدمات البنية الأساسية ، وهو ما كان له تأثير سلبي علي حركة السياحة الدولية الوافدة ، وقد استغلت الدول السياحية في حوض البحر المتوسط الظروف الداخلية التي مرت بها مصر في تشجيع جذب السائحين إليها (محمد صبحي عبد الحكيم وحمدي أحمد الديب ، ٢٦٥ ، ١٩٩٥) ، ثم تضاعف عقب هذه الحرب ، وبدأ من عام ١٩٨٠ م تزايد أعداد السائحين بسبب تدفق السياح الأوروبيين والأمريكيين عقب معاهدة السلام بين مصر وإسرائيل في كامب ديفيد ١٩٧٩ ، ثم تحول السياح العرب خاصة الخليجين من لبنان إلي مصر ، بسبب نشوب حرب لبنان الأهلية (٦٩ ، ١٩٩٦ ، Meyer) .

(٢) شهد عام ١٩٨٦ م انخفاض حركة السائحين ، بسبب أحداث الأمن المركزي واختطاف الفدائيين الفلسطينيين للباخرة الايطالية ، والاعتداء العسكري للولايات المتحدة علي الجماهيرية الليبية ، وفي عام ١٩٨٧ أخذت حركة السياحة في الازدياد ، وترجع الزيادة إلى إعلان سياسة الانفتاح الاقتصادي^(١) التي انتهجتها الدولة (جيهان أبو بكر الصاوي ، ١٩٩٧ ، ٧٢) ، حيث أدي تحسين العلاقات السياسية مع دول الكتلة الغربية في ظل سياسة الانفتاح إلي اجتذاب السائحين ، وما لبثت أن انخفضت الحركة عام ١٩٩١ بمعدل نمو سنوي (-١٤,٨%) ومرد ذلك أحداث حرب الخليج (محمد الفتحي بكير ، ٢٠٠٢ ، ١٢٨) .

(١) سياسة الانفتاح الاقتصادي : هي سياسة تبنتها السلطات المصرية ، أبان حكم الرئيس محمد أنور السادات بعد حرب أكتوبر ، وتعد أهم خطوة اتخذت علي طريق الانفتاح إعلان قانون ٤٣ لسنة ١٩٧٤ م وتعديلاته وفتح باب الاقتصاد المصري لرأس المال العربي والأجنبي (٨٢٠٦١=www.ahewar.art.aspaid) .

٣) بدأت أعداد السائحين في التزايد مرة أخرى عام ١٩٩٢ فارتفعت بنسبة (٤٤,٨%)، ثم أخذت في التناقص مرة أخرى عامي ١٩٩٣ و١٩٩٤م بنسبة (-٢١,٨%) و٢,٩% علي التوالي) نتيجة لحوادث الإرهاب^(١)، فغاض نهر السياحة الدولية إلي مصر عامة (Meyer, ١٩٩٦, ٧٥:٧٦)، كما أدى الهجوم الإرهابي علي الأقصر في نوفمبر ١٩٩٧م إلي انخفاض أعداد السائحين ، ويعزي تدهور الحركة ١٩٩٨م أساسًا إلي موجة الكساد الاقتصادي (إبراهيم علي غانم ، ٢٠٠٣، ٥٢٤) .

٤) تراجع عدد السائحين عام ٢٠٠١م ووصل ٤٦٤٨ ألف زيارة سياحية بمعدل نمو سنوي (-١٥,٦%) ويرجع ذلك إلي أحداث سبتمبر ٢٠٠١م التي أثرت بالانخفاض في أعداد السائحين، إذ انخفض التدفق السياحي إلي مصر في الأشهر الثلاثة الأخيرة من عام ٢٠٠١م عقب تلك الأحداث، مما ترتب عليه تراجع سياحي يقدر بنحو (-١٥,٦%) علي مدار عام ٢٠٠١م بالنسبة لعدد السائحين ليصل في تلك السنة ٤٦٤٨ ألف زيارة سياحية بدلا من ٥٥٠٦ ألف زيارة سياحية سنة ٢٠٠٠م .

(١) حوادث الإرهاب: تعرض السائحون لإحداث إرهابية تركزت معظمها في عقد التسعينيات، واتخذت شكل هجوم علي أتوبيسات سياحية وفنادق عاتمة ،وعلي مدي ٢٢ شهرًا في السنوات ١٩٩٢-١٩٩٤م حدث ١٢٧ هجوما إرهابيًا وتكررت أحداث العنف بعد هذه الفترة ،فوق حدث فندق شارع الهرم بالجيزة ،ثم الاعتداء علي الأتوبيس السياحي بميدان التحرير بالقاهرة ، بالإضافة إلي أحداث الإرهاب التي قصدها السياح الأجانب في صعيد مصر ١٩٩٣م ثم الغردقة (٧٥:٧٦، Meyer, ١٩٩٦)، وآخر هذه الحوادث مذبحه الأقصر في نوفمبر ١٩٩٧م التي راح ضحيتها ٥٨ سائح من مختلف الجنسيات،(عمر محمد علي محمد، ٢٠٠٧، ١٠١) وقد كان تأثير هذه الحوادث كبيرًا علي السياحة المصرية، فأدي ذلك إلي استبعاد مجموعة كبيرة من منظمي الرحلات السياحية لمصر من برامجها السياحية (جيهان أبو بكر الصاوي ، ١٩٩٧، ٧٢) ، وشهد عام ٢٠٠٥م تفجيرات شرم الشيخ في منتصف يوليو .

٥) بلغ عدد السائحين عام ٢٠٠٣ نحو ٦٠٤٥ ألف زيارة سياحية، ومقارنة بعام ٢٠٠٤م نجد العدد ارتفع إلي ٨١٠٤ ألف زيارة سياحية ، وقد زاد عدد السائحين الوافدين من (٦,٨ مليون زيارة سياحية) عام ٢٠٠٥م إلي (٧,١٤ مليون زيارة سياحية) عام ٢٠١٠م.

٦) تشير الإحصاءات إلي تراجع أعداد السياح عام ٢٠١١م إلي ٩٨٤٥ ألف زيارة سياحية، تأثراً بما حدث في الخامس والعشرين من يناير عام ٢٠١١م مقارنة بعام ٢٠١٠م حيث بلغ إجمالي السائحين في تلك السنة نحو ١٤,٧ مليون زيارة سياحية ولا تزال السياحة المصرية تعاني بسبب تداعيات مرحلة ما بعد هذه الأحداث وإحجام السياح عنها بعد تردي الأوضاع الأمنية في أكثر من منطقة .

٧) بلغ معدل النمو السنوي للسياحة الدولية الوافدة إلي مصر أقصاه في السنوات الأولى من الستينيات، وعامي ٢٠٠٤م و٢٠٠٧م نحو ٣٤,١% و ٢٢,١% علي الترتيب) لاستقرار الأوضاع الأمنية والسياسية في تلك الفترة، كما هو موضح بالجدول رقم (٣) ، في حين بلغ اقل معدل تغير سنوي عام ٢٠١١م و ٢٠٠١م و ٢٠٠٩م بنحو (-٣٣,٢% و-١٥,٦% و-٢,٣% علي التتابع)، ويعزي انخفاض الحركة عام ٢٠٠٩م إلي الأزمة المالية والاقتصادية في الولايات المتحدة والعالم المتقدم، وقد نتج عنها انخفاض في عدد السائحين الدوليين في جميع أنحاء العالم (نتائج منظمة السياحة العالمية، استناداً إلي المؤشر العالمي ٢٠٠٩ World Tourism Barometer June).

٨) بلغ معدل النمو السياحي العالمي أقصاه عام ١٩٦٠م (١٣,٦%) ، في حين بلغ ذلك المعدل أدناه عام ٢٠٠٩م (-٤,٣%)، واتسم معدل النمو السنوي بالارتقاع والانخفاض لتأثره بمجموعة من المؤثرات العالمية، مثل الأزمة المالية والاقتصادية في العالم والولايات المتحدة .

٩) تذبذب حركة السياحة الدولية الوافدة إلى مصر بصورة لا تتفق مع مكانة مصر، وتأخذ نسقًا واضحًا علي فترات زمنية محددة، وقد تكون ذات علاقة بالدخل ومدى التوتر والانفراج في العلاقات السياسية إقليميًا ودوليًا (سعيد صفي الدين الطيب ، ٢٠٠١، ٨٨)، ففي الوقت الذي بلغ فيه معدل النمو السنوي لحركة السياحة الدولية إلى مصر أدناه ٢٠١١م (-٣٣,٢%)، كان معدل النمو السنوي لحركة السياحة العالمية (١,٥%)، وفي عام ١٩٦٠م بلغ المعدل في مصر أقصاه (٣٤,٣%) وهو معدل يفوق مثيله العالمي للعام نفسه والذي لم يتجاوز (١٥%) .

١٠) بالرغم من المكانة السياحية لمصر، وما تحتويه من أنماط متعددة للسياحة، بل إن بعضها تنفرد به، دون غيرها من شتى دول العالم، وعلى الرغم من النمو الكبير في الحركة السياحية القادمة إلى مصر خلال فترة الدراسة، فإن الطلب السياحي يتسم بحساسية شديدة للإحداث السياسية والاقتصادية المختلفة التي مرت بها مصر، ومن المعتقد هبوط الطلب السياحي بسبب مثل هذه الأحداث التي تتخذ شكل دورة متكررة كل ثلاث سنوات أو أربع، وأن سنة الهبوط تليها سنة رواج سياحي، وأصبح المستثمرون الأجانب يتعايشون مع التقلبات الدورية للطلب السياحي (محيارزيتون، ٢٠٠٢، ٥٢)، مع الأخذ في الاعتبار أن هذه التقلبات تؤثر سلبا علي التدفقات النقدية للمشروعات السياحية، وتؤدي إلى عدم استقرار القطاع السياحي.

١١) ترجع الزيادة في حجم الحركة السياحية الدولية إلى مصر في بعض السنوات لجهود

الدولة في (الكتاب الإحصائي السنوي، ١٩٥٢-١٩٨٢، أغسطس، ٢٤٣) :

أ) جعل تكاليف الدولة أقل التكاليف بالنسبة لدول العالم السياحية الأخرى .

ب) عُدّ اتفاقيات بهدف تنشيط السياحة، والاتفاق مع عدد من الشركات الفندقية لإدارة الفنادق والاهتمام بصناعة الفنادق، باعتبارها قاعدة التوسع السياحي.

ج) إرسال البعثات للخارج لاكتساب الخبرات اللازمة .

د) فَتَح كثيرٍ من المكاتب السياحية، لجذب أكبر عدد من السائحين .

ثانياً: مصادر حركة السياحة الدولية إلى مصر :



تمثل دراسة مصادر حركة السياحة جانباً مهماً في المعالجة ،كما تعد نقطة البداية لمعرفة حركة السياحة الدولية، ويمثل هذا الجانب خصائص السوق السياحية لمناطق المصدر (محمد صبحي عبد الحكيم وحمدى أحمد الديب ، ١٩٩٥ ، ٢٦٧)، فالدول المتقدمة اقتصادياً ذات الدخول المرتفعة هي ما تصدر السياح .

وتعرف أسواق الطلب السياحي بأنها منابع الحركة السياحية أو مناطق الإرسال أو التوالد

السياحي Tourist Generating Regions، فهي تمثل أقاليم المنشأ أو المكان الذي تبدأ منه

الرحلات السياحية وتنتهي Origin Regions are the place where tours begin and

end، وتعد أقاليم الإرسال موقع السوق الرئيسي لصناعة السياحة The Location Of the

The source of basic market of tourism industry، أو هي مصدر الطلب السياحي

the tourism demand، وبذلك تمثل أسواق الطلب أحد الأركان الرئيسية في الهيكل المكاني

للنشاط السياحي Spatial framework of tourism، وفقاً لنموذج " ليبر " للنظام الجغرافي -

السياحي Leiper Model (Leiper, ١٩٧٩, ٣٩٦:٣٩٧) (١) .

(١) يتكون النظام الجغرافي - السياحي وفقاً لنموذج ليبر من ثلاثة عناصر :

وبذلك يؤدي الموقع الجغرافي دورًا قويًا في تحديد جنسية السياح، وأحيانًا مدة الإقامة، ويتمثل هذا الدور الجغرافي في الجوار الجغرافي من خلال عامل المسافة.

تفيد معرفة مصادر السائحين الوافدين إلى مصر المهتمين بالتخطيط السياحي من جوانب عدة، أهمها التخطيط لاحتياجات كل جنسية من السائحين من إقامة أو أنماط السياحة المفضلة، بالإضافة إلى البحث عن أسواق جديدة، فضلًا عن ذلك التخطيط لمواجهة المنافسة من الدول الأخرى في استقطاب أسواق معينة (محمد الفتحي بكير، ٢٠٠٢، ١٣٢:١٣٣).

تستقبل مصر سائحين من دول عديدة من العالم والوطن العربي، وتُقسّم إحصاءات السائحين الوافدين إلى مصر لأربع مجموعات رئيسية من الجنسيات (عربيًا وأوروبيين وأمريكيين وجنسيات أخرى).

وقد طرأ تغير في الوزن النسبي لجنسيات السائحين الرئيسية علي مدى العقود الستة الماضية، ويوضح الجدول (٤) التطور العددي والنسبي ومعدلات نمو السياح الوافدين إلى مصر، تبعًا لجنسياتهم من خلال الفترة الممتدة من ١٩٥٢-٢٠١١م، وتبرز أرقام الجدول تراجعًا كبيرًا في التوزيع النسبي للسائحين العرب في مجمل الطلب السياحي لمصر، في حين تزايد كثيرًا التوزيع النسبي للسائحين الأوروبيين ومن أهم الحقائق ما يلي:

١- السياحة الأوروبية :

-
- أ- أقاليم التوالد السياحي Tourist Generating Regions (أقاليم الإرسال).
ب- أقاليم المقصد السياحي Tourist Destination Regions (أقاليم الاستقبال).
ج- طرق العبور Transit Routs (طرق النقل ووسائله) .
(Leiper, ١٩٧٩, ٣٩٠:٤٠٧) .

تمثل السياحة الأوروبية المصدر الأول للسياحة الدولية إلي مصر، بمتوسط يبلغ (٥٩,٧%) سابقة التدفقات العربية والأمريكية والجنسيات الأخرى، ومرد ذلك إلى أن المنطقة الساحلية بمصر تمثل جاذبية للبريطانيين، بسبب ارتباطهم الطويل بالبحر، وسهولة الانتقال عبر البحار .

هذا، ويعتبر الايطاليون مصر مقصدهم السياحي الأول، لأنهم في مقدمة من اكتشفوا سحر مصر بمنتجاتها ومعالمها السياحية التاريخية والأثرية، كما تأثرت السياحة الأوروبية بالعوامل الداخلية والخارجية، سواء كانت سياسية أو اقتصادية، وتشير الإحصائيات إلي أن حجم السياحة الأوروبية إلي مصر اتصف بطابع التذبذب، وقد بلغ معدل النمو للسياحة الأوروبية أعلى نسبة في الخمسينيات، وأواسط الستينيات، وأيضًا في التسعينيات، فقد شهدت أعداد السائحين زيادة تدريجية من ١٩٥٢ بنحو ٢٧ ألف زيارة إلي ٩١ ألف زيارة سياحية عام ١٩٦٠م وتم التطرق إلي الأسباب التي أدت إلي تشجيع هذه الحركة، والمتمثلة في اهتمام الدولة بقطاع السياحة، ووجود رعايا أوروبيين علي الأراضي المصرية، سواء لإقامات طويلة أو قصيرة، ويُلاحظ أن حركة التدفقات الأوروبية أخذت في الانخفاض عام ١٩٦٧م و١٩٧٠م و١٩٧٣م ويرجع ذلك إلي نشوب الحرب العربية الإسرائيلية، وما تلاها من توتر وعدم استقرار سياسي في المنطقة، مما أثر علي حركة السفر في المنطقة بكاملها، كما أدت المقاطعة النفطية العربية في تلك السنة إلي ارتفاع أسعار النفط، التي أدت بدورها إلي ارتفاع تكاليف السفر .

وقد شهدت حركة الأفواج السياحية الأوروبية ارتفاعاً ملحوظاً، فيما بين أعوام (١٩٧٥ و١٩٩٩م)، وجاء الارتفاع الإيجابي للسائحين الأوروبيين نتيجة لعدة أسباب، منها تزايد حركة السياحة الغربية، وخاصة من أوروبا، وبلغت ذروتها مع توقيع اتفاقية كامب ديفيد (اتفاقية السلام مع إسرائيل) .

ولكنَّ أعداد السائحين في هذه الفترة ما لبثت وأنْ انخفضت في بعض السنوات منها (١٩٨١ و١٩٨٦ و١٩٩٠ و١٩٩١ و١٩٩٣ و١٩٩٤ و١٩٩٨م) ومرد هذا إلى أحداث أكتوبر ١٩٨١م واعتداء الولايات المتحدة علي ليبيا، فضلاً عن التوترات التي شابت العلاقات المصرية الأوروبية خلال عَقدي الثمانينيات والتسعينيات، هذا بجانب ما سببته حرب الخليج الثانية من آثار سلبية عن حركة الأفواج السياحية في المنطقة بأكملها، فضلاً عن انخفاض أعداد رحلات الطيران العارض (الشارتر) إلي مصر من دول أوروبا، بسبب غزو العراق لدولة الكويت، وارتفاع رسوم تأمين شركات الطيران التي تسير رحلات لها إلي منطقة الخليج والشرق الأوسط بوجه عام (جيهان أبو بكر الصاوي، ١٩٩٧، ٩٠) .

وتزايدَ أعداد السائحين الأوروبيين خلال الفترة ٢٠٠٠/٢٠١١م بوجه عام وقد حدث انخفاض في أعدادهم في أعوام (٢٠٠١-٢٠٠٩-٢٠١١م)، ويعزي الانخفاض إلي الأسباب السابق ذكرها ، وتعد أوروبا والدول العربية خصوصاً دول الخليج العربي هي المغذي الأكبر للسياحة في مصر (محمد مدحت جابر، ط١، ٢٠٠٤، ١٨٤) ، فضلاً عن إضافة أعداد السائحين الإسرائيليين إلي قارة أوروبا، لذلك ارتفعت السياحة الأوروبية إلي مصر، حيث أن إسرائيل

تنتهي إلى قارة آسيا جغرافياً، كما هو موضح بجداول النشر السياحية بوزارة السياحة، فزاد بذلك أعداد السائحين الأوروبيين .

٢- السياحة العربية :

تشكل السياحة العربية جزءاً من حجم الحركة الدولية للسياحة إلى مصر، إذ تستأثر بنحو ٢٦% كمتوسط من ١٩٥٢م-٢٠١١م وقد تطُور حجم السياحة العربية من ٢١ ألف عام ١٩٥٢م إلى ١٨٠٢ ألف زيارة سياحية عام ٢٠١١م .

وتمثل فئة السائحين العرب ثقلاً في حركة السياحة، ومرد ذلك إلى توطيد أواصر العلاقة علي المستوى السياسي بين مصر والدول العربية، إلى جانب قُرب الموقع الجغرافي لمصر والدول العربية، ووحدة التجانس البشري، ووحدة الدين واللغة، فضلاً عن ارتفاع مستوى المعيشة والقدرة الشرائية المرتفعة، ويغلب علي هذا النمط من السياحة طابع السياحة العائلية، بالإضافة إلى قلة التكلفة التي يتحملها السائح بالسفر، إلى جانب أن كثيراً من سكان الخليج وشبه الجزيرة العربية يرتبطون بعلاقات من القرابة والصداقة مع أبناء الدولة، كما أنها أكثر تجاوباً مع الظروف الاجتماعية والبنية السائدة في مصر، كبلد عربي شقيق، ويجب الاهتمام بالسياح العرب، كمصدر ثابت من مصادر استقبال العرب (٣، ١٩٩٩؛ UNCTAD).

وقد بلغ متوسط معدل النمو السنوي للسياحة العربية خلال الفترة محل الدراسة ١٠,٠%، وقد شهدت معدلات النمو للسياحة العربية ست قفزات خلال الفترة، وترجع القفزات إلى الأوضاع السياسية والاقتصادية بين مصر والدول العربية، خلال الخمسينيات والستينيات

وبعد حرب ١٩٧٣م، مع ارتفاع أسعار البترول، وعلي الرغم من هذه القفزات فإن معدلات النمو السنوي شهدت انخفاضاً في حقبة الستينيات وتضم سنوات (١٩٦٠-١٩٦١-١٩٦٧) ويُعزى الانخفاض إلى الأحداث التي تبعت قرارات التأميم والانفصال بين مصر وسوريا وحرب ١٩٦٧م (محمد صبحي عبد الحكيم وحمدى أحمد الديب، ١٩٩٥، ٢٧١).

أما عن فترة السبعينيات فقد شهدت انخفاضاً في الفترة من (١٩٧٧م حتى ١٩٧٩م) ويرجع ذلك إلى تآرجح العلاقات بين مصر والدول العربية في السنوات الأخيرة، ما بين الؤدّ والقطيعة، خاصة بعد توقيع اتفاقية كامب ديفيد، فقطعت معظم الدول العربية علاقتها بمصر ، فضلاً عن جذب بعض دول حوض البحر المتوسط للسياحة العربية (محمد صبحي عبد الحكيم وحمدى أحمد الديب، ١٩٩٥، ٢٧١)، كما تأثر الانخفاض الثالث في الثمانينيات بتناقص السائحين في الفترة (١٩٨٣م حتى ١٩٨٦م) بالتدهور في أسعار البترول العالمية مع ظهور دولة منافسة لمصر نجحت في جذب السائح العربي مثل (تركيا واليونان وبلغاريا) (أحمد عبد الحميد إسماعيل، ١٩٩١، ٢٩).

أما انخفاض فترة التسعينيات لاسيما في أعوام (١٩٩١ و١٩٩٣ و١٩٩٥ و١٩٩٩م) فيرجع إلى أحداث حرب الخليج، ويرجع هذا التناقص إلى عدم إدراج معظم الزائرين الليبيين الواصلين عبر منفذ السلوم البري ضمن أرقام الزائرين، اعتباراً من شهر أكتوبر ١٩٩١م (وزارة السياحة، النشرة السياحية، العدد الثاني، ١٩٩٢، ٤٥)، فضلاً عن الأزمة الاقتصادية وتأثير حوادث الإرهاب في سنة ١٩٩٣م (إبراهيم علي غانم، ٢٠٠٣، ٥٢٨).

وتأثر الانخفاض السادس والأخير في الألفية بأعوام (٢٠٠٠ و ٢٠٠١ و ٢٠٠٨ و ٢٠٠٩ و ٢٠١١م)، وشهدت السياحة تراجعاً في عام ٢٠٠١، ولا يرجع هذا التراجع إلي أحداث الحادي عشر من سبتمبر في الولايات المتحدة، والتي أثرت في الأشهر الأربعة الأخير من عام ٢٠٠١م إنما كان الاتجاه السائد في عام ٢٠٠١م تراجعاً في معدلات السياحة علي مدار العام (محمود معوض تمام سالم، ٢٠٠٧، ١٠٢)، فضلاً عن الأحداث السياسية لمنطقة الشرق الأوسط، التي أثرت سلباً علي السياحة في مصر والتي شاهدهتها المنطقة العربية، كما أثرت أحداث الخامس والعشرين من يناير عام ٢٠١١م بمصر، علي انخفاض حركة السياحة العربية.

٣- سياحة الولايات المتحدة الأمريكية:

يأتي السائحون الأمريكيون من بين المجموعات السياحية الوافدة إلي مصر، وتشكل السياحة الأمريكية نحو (٦,٥%) كمتوسط للفترة من ١٩٥٢-٢٠١١م، كما بلغ متوسط معدل النمو السياحي (٦,٦%)، وقد بلغ معدل النمو أقصاه في عام ١٩٦٠م (١٠,٥,٦%)، وأدنى حد له في عام ١٩٦٧م (-٥,٥%) وشهدت معدلات نمو السياحة الأمريكية تدهوراً في أعوام (١٩٥٣ و ١٩٥٦ و ١٩٥٧ و ١٩٦٢ و ١٩٦٥ و ١٩٦٧ و ١٩٦٨ و ١٩٧٠ و ١٩٧٣ و ١٩٨٢ و ١٩٨٥ و ١٩٨٦ و ١٩٩٠ و ١٩٩١ و ١٩٩٣ و ١٩٩٤ و ١٩٩٧ و ١٩٩٨ و ٢٠٠١ و ٢٠٠٢ و ٢٠١١م) وعلي الرغم من أن الولايات المتحدة الأمريكية وكندا يعتبران من أهم الدول المصدرة للأفواج السياحية في العالم، فإن حركة التدفقات السياحية الأمريكية تأثرت سلباً بالمؤثرات نفسها التي تعرضت لها حركة السياحة الأوروبية، بالإضافة إلي تأثرها ببعض الظروف الأخرى الخاصة

بطبيعة علاقات مصر والولايات المتحدة، كذلك توقف الرحلات البحرية التي كانت تنظمها شركات الملاحة الأمريكية الكبرى إلى البحر المتوسط (أحمد عبد الحميد إسماعيل، ١٩٩١، ٣٨:٣٩)، كما أن السوق الأمريكية أكثر الأسواق السياحية تأثراً بالأحداث السياسية والإرهابية في مصر والشرق الأوسط، كما شهدت معدلات النمو السياحي ازدهاراً في أعوام (١٩٥٤ و١٩٥٨ و١٩٦٠ و١٩٦٣ و١٩٧٢ و١٩٨٧ و١٩٩٢م) وتُعزى الزيادة إلى حالة الاستقرار التي أعقبت الفترة السابقة، فضلاً عن التطور الإيجابي في العلاقات السياسية والاقتصادية بين مصر والولايات المتحدة، مع زيادة برامج الشركات السياحية في الولايات المتحدة، فقامت شركة American express بمضاعفة البرامج السياحية التي تنظمها إلى مصر عام ١٩٩٠م، وأثّر توقيع اتفاقية السلام مع إسرائيل على قيام أعداد كبيرة من السياح المسافرين إلى إسرائيل، بالسفر إلى مصر في الرحلة ذاتها، فتأتي السياحة الأمريكية ضمن جولة سياحية لمجموعة من الدول، فهي جزء من سياحة الوقوف المتعدد، كما أسهم ما يسمى بنظام السياحة بالنقسيط، الذي يتيح الفرصة لأي فرد بالسفر في أي وقت، على أن يتم تُسَدّد نفقات رحلته على عده مراحل، ويعرف بنظام الادخار السياحي، وهذا متبع في الولايات المتحدة الأمريكية، حيث يتم تخصيص نسبة من دخولهم وإيداعها في صندوق للادخار، من أجل السياحة، ويعرف ذلك بالسياحة الاجتماعية، ولا يتوقع زيادة في حجم السائحين من معظم دول السوق الأمريكية إلى مصر، بسبب تطرف مواقعها بالنسبة لمصر، فضلاً عن تأثرها بالمؤثرات نفسها التي عرضت عند معالجة تيارات الحركة الأوروبية.

٤- السياحة من باقي دول العالم:

تشمل إفريقيا وآسيا غير العربية والأوقيانوسية وتعد من مناطق التصدير الرئيسية، ويبلغ متوسط إسهامها نحو (٧,٧%) كمتوسط للفترة محل الدراسة (١٩٥٢-٢٠١١م)، وهذه النسبة القليلة تشير إلي ضَعْف مشاركة الأفواج السياحية الآسيوية غير العربية وغيرها، إذا ما قيست بضخامة الكتلة البشرية بهذه القارة وباقي المناطق المشار إليها، إلا أن اغلب هذه الدول تقع ضمن العالم النامي ذات الدخل المنخفضة، والتي تقلل من نسبة مساهمة هذه الدول في السياحة الدولية، فيما عدا اليابان وتايوان وكوريا الجنوبية .

نستخلص من ذلك أن هناك علاقة بين حركة بعض المصادر السياحية بصفة عامة، والمصادر الأوروبية والعربية بصفة خاصة، وبين حركة التنمية الاقتصادية والاجتماعية في مصر، والمرتبطة بدورها بأسعار النفط، لذلك ترتفع حركة الأفواج السياحية في فترات الرخاء والاستقرار، وتنخفض في فترات الأزمات الاقتصادية، كما اتضح تأثير الأزمات السياسية الإقليمية والدولية في انخفاض نسبة بعض المصادر الأخرى (سعيد صفي الدين الطيب، ٢٠٠١، ١٠٣:١٠٤).



ثالثاً: موسمية السياحة الدولية الوافدة إلى مصر (١) :

تختلف حركة السياحة الدولية إلى مصر، من شهر إلى آخر، ومن فصل إلى آخر، حيث تؤثر فيها مجموعة العوامل الكامنة في مصر، وأخري في دول المصدر (محمد صبحي عبد الحكيم وحمدى أحمد الديب، ١٩٩٥، ٢٨٨)، ويظهر تأثير عامل الموسمية علي حركة السياحة الدولية إلى مصر، من خلال

الإحصاءات الموزعة علي أشهر السنة خلال الفترة من ١٩٥٢ إلى ٢٠١١ م :

١- أن نسب متوسطات أعداد السائحين لكل شهر من أشهر السنة يتقارب بعضها من بعض، فيمثل شهر أكتوبر قمة الموسم السياحي جذباً للسياحة الدولية الوافدة إلى مصر، إذ يستأثر بنحو (٢٧٣ ألف زيارة سياحية) من جملة الحركة كمتوسط للفترة محل الدراسة، يليه شهر أغسطس بنحو ٢٦٣ ألف زيارة سياحية بنحو ٩,٧% ويتذيل شهر يناير شهور السنة، بمتوسط يبلغ (١٨٨ ألف زيارة سياحية) ، وهو ما يعني اختلاف مقومات الجذب السياحي بين مناطق مصر المختلفة، واتساع أسواق السياحة المصدرة للسائحين، فضلاً عن عدم استثمار البلاد لبعض عوامل الجذب الطبيعية؛ مثل الصحاري والشواطئ الرملية .

(١) تتأثر حركة السياحة بعامل الموسمية، وتعني موسمية السياحة تركُّز النشاط السياحي في فترات معينة من السنة، تعرف بالتغيرات الموسمية، حيث تنصف أنشطتها بالموسمية (محمد خميس الزوكة، ٢٠٠٨، ٩٣)، وقمة الموسمية هي ذروة الموسم السياحي، وقد يكون للموسمية ذروة واحدة في منطقة ما وأكثر من ذروة في منطقة أخرى (محمد الفتحي بكير، ٢٠٠٢، ١٤٤)، ومن أهم العوامل التي تفسر ظاهرة موسمية السياحة علي المستوي العالمي اختلاف مواسم الإجازات، كما تؤثر الاختلافات المناخية بين دول العرض السياحي والطلب السياحي في تحديد الموسمية (محمد الفتحي بكير، ٢٠٠٢، ١٤٤)، فضلاً عن التقدم الاقتصادي للشعوب وتحسين طرق المواصلات وتطويرها.

يقصد بالموسم السياحي: الفترة التي تشهد تدفق موجات السياحة وازدهار الأنشطة السياحية والخدمات القائمة عليها ، والتي تتباين تبعاً لطبيعة العرض السياحي وخصائصه (محمد خميس الزوكة، ٢٠٠٨، ١١٢)، وتعد التقلبات الموسمية إحدى السمات التي تميز الطلب السياحي، ففي موسم الذروة السياحية يرتفع الطلب السياحي نتيجة لتوافر الظروف المناخية الملائمة، وعامل وقت الفراغ، والعكس تماماً في موسم الكساد السياحي، نتيجة لسوء الأحوال المناخية، وعدم توافر وقت الفراغ فينخفض الطلب السياحي، ويستمر العرض السياحي في معاناته مع انخفاض نسب الإشغال (أحمد الديب أحمد، ٢٠٠٦، ٩٦)، وتعمل المنشآت السياحية لفترة محدودة من السنة (محمد صبحي عبد الحكيم وحمدى أحمد الديب، ١٩٩٥، ٢٨٧) .

٢- يتضح تطُّور عدد الوافدين لمصر، ووفقًا للتغيُّرات الموسمية (فصول السنة) التي تؤثر علي هذا التطور، وعلي مستوى فصول السنة تتقارب نسب متوسطات الأعداد السياحية، حيث يأتي فصل الصيف في مقدمتها، بمتوسط نسبة يبلغ (٢٦,٩%)، وخاصة السياحة العربية، لاعتدال المُناخ في هذه الفترة من السنة، بالقياس إلي خصائص المناخ الطارد للسكان في كثير من الدول العربية، خاصة الخليجية منها، كما أن هذه الفترة من السنة تمثل موسم الإجازات الدراسية في نهاية العام الدراسي لعدد كبير من أبناء الدولة العربية ، يليه فصل الخريف (٢٦,٧%)، فموسم الذروة السياحية في مصر ليس واحدًا، بل يوجد موسمان (يوليو وأغسطس للعرب)، (أكتوبر ونوفمبر للأوروبيين)، وَيُعزى ذلك إلي أنه أدفأ فصول السنة في مصر، وأكثرها استقرارًا في درجات الحرارة، ثم فصل الربيع (٢٤,٣%) حيث تُظهِر معدلات فصل الربيع درجات حرارة متوسطة عادة بين الشتاء والصيف (عمر محمد علي محمد، ٢٠٠٧، ١٠٦)، فالشتاء (٢٢%) .

٣- وإذا كانت الموسمية تستند في جانب منها إلي عوامل كامنة في منطقة الاستقبال، فإنها تعتمد علي عوامل تخص منطقة الإرسال ، مثل نظام الإجازات العامة المدفوعة الأجر، والإجازات السنوية (الصيفية/إجازات المدارس/المصانع) فضلاً عن المناسبات الخاصة، إذ تزدهر الحركة في هذه الأوقات، كما تؤثر الاختلافات المناخية بين دول العرض والطلب السياحي في تحديد الموسمية .

-لـعلاج موسمية السياحة الدولية في مصر، تسعى الجهات المسئولة عن السياحة في اتخاذ عدة إجراءات، من شأنها أطالة الموسم السياحي، ومن أهم هذه الإجراءات، أن ينشِط منظمو الرحلات الدعاية للنشاط السياحي، من خلال تخفيض أسعار الإقامة

والانتقالات، في الفترات التي تقل فيها موسمية السياحة، ويبقى من الضروري إيجاد تكافؤ بين المناطق السياحية التي تنتوع فيها أنماط السياحة كإيجاد تكامل بين أقاليم مصر العليا (السياحة الثقافية) وإقليم البحر الأحمر (سياحة الغطس والترويح)، أو بين إقليم القاهرة والفيوم والواحات، أو بين إقليم الإسكندرية وإقليم الساحل الشمالي الغربي، وإذا كانت السوق الأوروبية والأمريكية والعربية صارت تقليدية لمصر، فلتكن أسواق آسيا وإفريقيا هي الأسواق التي يجب التركيز عليها في فترات الركود السياحي، والعمل علي تقديم تخفيضات لسائحيها في خدمات النقل والإقامة والترويح (محمد الفتحي بكير، ٢٠٠٢، ١٤٧).

رابعاً: توزيع الحركة السياحية بمحافظات مصر المختلفة:



يتضح من دراسة الإحصاءات التي تبين التدفقات الرئيسية للسياح ووجهاتهم التي يقصدونها، أن التوزيع المكاني غير متساوٍ مع النشاطات السياحية داخل الدولة، ويُعزى هذا التوزيع إلي التنوع العريض لتلك النشاطات في كل محافظة، بالإضافة إلي الأنماط المختلفة لوسائل النقل، فضلاً عن التغيرات في فصول السنة.

ويمكن أن يتغير التدفق السياحي أو يتناقص، وهذا التوسع والانكماش في التدفقات السياحية، يُعزى إلي الروابط الاقتصادية والخصائص الثقافية، إلي جانب ما يجري في الظروف والمواقف السياسية الدولية والمحلية، مع ارتفاع أسعار الخدمات السياحية أو انخفاضها بما يشمل نفقات الإسكان وعوامل الاجتذاب للفترات القصيرة، مثل ما يجري في أثناء المهرجانات والأحداث الرياضية، ومن الأسباب الأخرى لوجود تدفق ما للسياح،

من محافظة إلي أخرى، وجود اختلاف في مقومات الجذب، ما بين التاريخية والثقافية والاقتصادية والترفيهية وغيرها .

يتبين اختلاف التوزيع الحجمي والنسبي ومعدلات النمو لحركة السياحة الدولية

الوافدة إلي مصر إقليمياً، باختلاف المحافظات والمناطق الجغرافية :

١- تحتل القاهرة المركز الأول بين محافظات مصر المختلفة، من حيث نصيبها

كمتوسط لحجم الحركة السياحية الوافدة لمصر خلال الفترة (١٩٨٥-٢٠١١م)، إذ تستأثر

بحوالي (٣٧,٤%) من حجم الحركة، تليها سيناء في المرتبة الثانية بنحو (٢٦,٥%)

كمتوسط لحجم الحركة، فالبحر الأحمر (٢١,٦%) من حجم الحركة ، وتتذيل قائمة

السنوات محافظة بورسعيد بنسبة (٠,٣%) من حيث نصيبها كمتوسط حجم

الحركة، ويُعزى ذلك إلى أن القاهرة تتميز بتعدد الأنشطة السياحية التي تجذب أعدادًا كبيرة

من السائحين وتعتبر نقطة انطلاق إلي المواقع السياحية الأخرى سواء إلي سيناء والبحر

الأحمر من ناحية، والي الإسكندرية ومدن الدلتا من ناحية ثانية أو إلي مدن الصعيد،

وخاصة الأقصر وأسوان من ناحية ثالثة ، ومن هنا يجب الاهتمام بهذا المورد السياحي

الضخم، الذي يشكل جانباً مهماً في الاقتصاد المصري (محمود محمد سيف، ٢٠٠٧، ٢٨٠) .

٢- جاءت محافظة القاهرة في المرتبة الأولى بحوالي (٣٧,٤%) كمتوسط للفترة محل

الدراسة ١٩٨٥-٢٠١١م، فتعد القاهرة حلقة الوصل بين مشرقى العالم وغربة وشماله

وجنوبه، وهذا يعني أن ميناء القاهرة أكثر أهمية من بعد، وقد أثر وتأثر ميناء القاهرة الجوي

بكل بعد من هذه الإبعاد(فاروق كامل محمد عز الدين ،١٩٧٠، ٨٢)، تليها محافظة سيناء في المرتبة الثانية (٢٦,٥%) فالبحر الأحمر بنحو (٢١,٦%) فالأقصر (٦,٣%) ومرد ذلك إلى توسُّط مدينة الغردقة المنطقة الساحلية للبحر الأحمر، وهي نقطة ارتكاز للوصول لليابس المقابل لمنطقة الساحل الشرقي لخليج السويس، مما جعلها مركزاً إدارياً بمحافظة البحر الأحمر، فضلاً عن تنوع النشاط السياحي المقام علي سواحلها، إلي جانب مناخها الملائم للسياحة في جميع فصول السنة ،كما أن وجود الحواجز المرجانية أدي إلي نجاح رياضة الصيد، بالإضافة إلي وجود المنتجات السياحية،ولما تتمتع به محافظة البحر الأحمر من جُزر وشعاب مرجانية ومحميات طبيعية،فقد جعلها هذا تعد منطقة سياحية من الدرجة الأولى (فاتن محمد البنداري، ٢٠٠٨، ٧٣) .

ومن مقومات الجذب في محافظة الأقصر، تمتع مدينة الأقصر بتوافر المقومات السياحية؛ كالموقع الجغرافي والمغريات السياحية والآثار التاريخية والحضارية القديمة والحديثة،بالإضافة إلي السياحة الثقافية والدينية وسياحة المؤتمرات،كما أن موقع مدينة الأقصر وقُربها النسبي من مدينة أسوان، زاد من أهميتها في مجال السياحة الأثرية والثقافية،كما زاد أيضاً من فُرص وفود السائحين إليها، ولاسيما أن جميع البرامج السياحية ترتبط بالمدينتين معاً ،وقد كان لأهمية هذا الموقع ما جعلها من أجمل المشاتي في مصر،فضلاً عن أن نهر النيل يعد من المقومات الأساسية للسياحة النيلية بالمحافظة.



خامسًا :موسمية الحركة السياحية الوافدة لمصر عام ٢٠١١م:

تتبلور قيمة الجذب السياحي لكل منطقة في شهور معينة، وتوضّح الدراسة موسمية حركة السياحة واتجاهاتها، وأثر مقومات الجذب السياحي المتوفرة في المناطق السياحية علي جذب السياح في شهر بدرجة أكبر من شهر آخر، وتؤكد بدرجة كبيرة علي إبراز عامل المناخ وأثره في تزايد أعداد السائحين الوافدين إلي منطقة ما، وحجم حركة السياحة بها، ومن الدراسة نستخلص الحقائق التالية :

١- قوة الجذب السياحي لمنطقة القاهرة تتمثل في أشهر (يوليو -أغسطس-يونيو)، ويرجع ذلك إلي أن السياحة الخارجية تؤدي دورًا كبيرًا في الطلب السياحي علي منطقة القاهرة، مع العدد الكبير من الفنادق ومفردات البنية الأساسية السياحية، وتشمل عناصر الجذب البشرية للسياحة، منها متاحف القاهرة سواء كانت ثقافية أو أثرية أو تاريخية وأهرامات الجيزة ، فضلاً عن تنوع مقومات الجذب الثقافية المؤثرة في السياحة، لتشمل المؤتمرات والمعارض والمهرجانات السينمائية والمسرحية والأنشطة الرياضية، مثل الدورات الإقليمية أو الدولية بالقاهرة .

٢- تمثل الحركة السياحية في محافظة الإسكندرية جزءًا كبيرًا من حجم الحركة إلي مصر بعد محافظة القاهرة، وتأتي أشهر (يوليو - يونيو -أغسطس)، في مقدمة شهور السنة.

٣- تبلغ موسمية حركة السياحة إلي محافظة السويس أشدها في أشهر (سبتمبر-أغسطس- يوليو)، ويرجع ذلك إلي توافر المناطق العلاجية، مثل منطقة العين السخنة التي تعد مصيفًا

ومشتي في آن واحد، لما تتمتع به من شاطئ رملي، وعين ساخنة تتدفق منها مياه دافئة محتوية على الكبريت، وهي تعد من المنتجات الرائعة.

٤- وعن الموسمية الشهرية في حركة السياحة إلي محافظتي الأقصر وأسوان فقد جاء شهر (يوليو) في مقدمة شهور السنة بمحافظة الأقصر جذبًا للسياح، يقابله شهر (نوفمبر) في المقدمة بمحافظة أسوان ، حيث تنفرد أسوان بمناخ دافئ وشمس ساطعة وجفاف جَوِّها، كما أن أشعة الشمس الساطعة، يليه شهر (يونيو) في المرتبة الثانية جذبًا للسياحة بالمحافظتين، ويرجع تقارب النسب في الشهر نفسه إلي نهر النيل، الذي يربط مدينة الأقصر بأسوان ، كما يعد هذا الطريق المائي أكثر أجزاء نهر النيل جذبًا للسياحة، وأكثرها ازدحامًا بالحركة السياحية، التي تتمثل في البواخر النيلية التي تعد بمنزلة فنادق عائمة تربط المدينتين، ومصدر الجذب يتصل هنا بطبيعة الوادي، الذي أسهم في تنشيط حركة السياحة، جعلها أقرب أجزاء الوادي إلي ساحل البحر الأحمر، ما ساعد علي سهولة الاتصال بالبحر الأحمر، فمعظم الوافدين للأقصر من الأجانب يمثلون سائح اليوم الواحد، التي ابتدعها منظمو الرحلات السياحية الوافدة من الغردقة، وشرم الشيخ، ومرسي علم، والقاهرة .

٥-زيادة أعداد السائحين الوافدين إلي محافظة البحر الأحمر خلال أشهر (يوليو - يونيو - نوفمبر)، ومرد ذلك إلى أن محافظة البحر الأحمر تعدّ بقعة فريدة تجمع بها معظم مقومات الجذب السياحي ، فتمتلك مقومات طبيعية، من شواطئ ومناخ معتدل ،حيث تتميز المنطقة بالطقس الجيد، والتي تسمح برياضة الغوص بالماء،وقد تستغل الموارد السمكية في بعض

المواقع لتنظيم مهرجانات لصيد الأسماك في فترات محددة، تسهم في تنشيط السياحة وتعد محافظة البحر الأحمر من البيئات الصالحة لنمو المَرْجان ،ويوجد به محميات طبيعية مثل (جزيرة الجفتون، ومحمية جبل علبة، ومُتْحَف الأحياء المائية) كل هذه المقومات صنعت أنشطة سياحية تجذب السياحة الدولية بالدرجة الأولى (ماجدة محمد جمعة، ٢٠٠٠، ١٥٧) .

٦-تركز الموسمية في محافظة سيناء في أشهر (يوليو-أغسطس- يونيو) ، ويُعزى ذلك إلي أنها مصيف ومشتي عالمي من محبي الصيد والسياحة والغوص تحت الماء، وفيها أكبر مركز للغوص (وجيه محمد السيد سلامه، ٢٠١٢، ٣٧)، كما يمكن التعرف إلي ثقافة البدو وملاحظة مفردات ثقافة مغايرة بالنسبة للسياح الأجانب ، بالإضافة إلي سياحة المؤتمرات حيث عُقد بمدينة شرم الشيخ مؤتمرات دولية عديدة، أهمها مؤتمر صانعي السلام في الشرق الأوسط عام ١٩٩٦م (ماجدة محمد جمعة، ٢٠٠٠، ٢٠٢) ، بجانب السياحة التاريخية والدينية والمهرجانات، وأهمها دير سانت كاترين أحد المزارات الدينية السياحية عالمياً (محمد مدحت جابر، ٢٠٠٤، ١٧٩: ١٨٠) ، فضلاً عن سياحة الغوص بخليج نعمة الذي يعد متنزهاً سياحياً وترفيهياً، وتمثل هذه الشهور في كل منطقة علي حدة قمة السياحة الخارجية وقوه الجذب بالمنطقة، وتتنخفض قليلاً في باقي شهور السنة .

٧-تفضيل السائحين من الدول العربية زيارة الأقصر، بوصفها منتجاً شتوياً لأسباب ترفيهية بدلاً من الثقافية حيث الرحلات النيلية، ويشكل العرب حصة متزايدة في السوق المصري، فالزوار العرب يميلون إلي البقاء خلال أشهر الصيف عند ساحل البحر المتوسط (الإسكندرية) الأكثر برودة، مقارنة مع ارتفاع درجة الحرارة في شبة الجزيرة العربية، أما

السائحون من الدول الأخرى قَبِصِلُون في موسم الشتاء الذي يكون أكثر دافئًا عن أماكن أخرى في البحر المتوسط (Boniface, & Cooper, ٢٠٠٩, ٣٩٩) .

 **سادسًا: حقائق وأرقام عن السياحة في مصر في ظل فيروس كورونا المستجد:**

تمتلك مصر مقومات سياحية متميزة ومتنوعة منها السياحة الثقافية والتاريخية في القاهرة والجيزة والإسكندرية والأقصر وأسوان وغيرها، وسياحة الشواطئ والغوص في شرم الشيخ والغردقة ودهب ونويبع وطابا ورأس سدر، والسياحة الدينية الإسلامية والقبطية، والسياحة العلاجية في حلوان وعين الصغيرة والعين السخنة والغردقة والفيوم ومنطقة الواحات وأسوان وسيناء ومدينة سفاجا على شاطئ البحر الأحمر. كما يضم القطاع الفندقية في مصر نحو ٨٩٤ فندقاً يحوي ١٧٨٦٩٢ غرفة، وتأتي شرم الشيخ والغردقة في مقدمة المدن التي تضم أكبر عدد من الفنادق في مصر.

 **موقف الحركة السياحية في ظل أزمة فيروس كورونا:**

- شهدت الحركة السياحية في العالم هذا العام ظروفًا استثنائية غير مسبقة بسبب أزمة فيروس كورونا، وعليه يمكن تقسيم الحركة السياحية خلال عام ٢٠٢٠ إلى ثلاثة مراحل:
- مرحلة ما قبل أزمة فيروس كورونا (يناير-١٦ مارس ٢٠٢٠): وصل عدد السائحين إلى P والي ٢ مليون سائح
 - في ١ من شهر مارس تم تعليق حركة الطيران حتي ١٦ مارس ٢٠٢٠: وصل عدد السائحين إلى ٣٩٨,٣ ألف سائح (بالرغم من انتشار الفيروس في العالم وغلق معظم المطارات الدولية).
 - مرحلة التعامل مع ظهور الأزمة والاستعدادات لاستئناف السياحة:

*منذ مارس ٢٠٢٠، تم التنسيق مع الوزارات المختلفة والمحافظات وسفارات الدول الأجنبية في مصر للسماح لرعاياهم والوفود السياحية المتواجدة بمصر بالعودة إلى بلادهم، وقد وصل إلى الوزارة خطابات من السفارات المختلفة تعرب فيها عن تقدير بلادها لجهود

مصر في مساعدة مواطنيها. كما تم التنسيق مع وزارتي الصحة والسكان والطيران المدني ومحافظة البحر الأحمر، غرفة المنشآت الفندقية، لاستقبال آلاف المصريين العالقين وإقامتهم بفنادق مرسى علم.

* صدور قرار وزاري بتشكيل لجنة إدارة الأزمات والمخاطر بالقطاع السياحي تضم الاتحاد المصري للغرف السياحية وممثلي الجهات الحكومية المعنية، وذلك لمجابهة تداعيات فيروس كورونا.

* تخصيص الخط الساخن ١٩٦٥٤ لتلقى شكاوى العاملين بقطاع السياحة، وتفعيل خدمة باللغة الإنجليزية، لأول مرة، لتلقي استفسارات السائحين.

* تعقيم وتطهير جميع المنشآت الفندقية والسياحية والمتاحف والمواقع الأثرية.

* استحداث علامة السلامة الصحية (Hygiene Safety) المعتمدة من الوزارة ووزارة الصحة والسكان وغرفة المنشآت الفندقية، واللازمة للسماح للمنشآت الفندقية والسياحية لاستقبال الزائرين في ضوء تداعيات أزمة فيروس كورونا، وتشكيل لجان مشتركة مع وزارة الصحة والسكان والغرف السياحية للتفتيش الدوري على الأنشطة والمنشآت الفندقية والسياحية للتأكد من التزامها بالإجراءات والضوابط. وقد أصدرت الوزارة قرارات بإلغاء ترخيص عدة فنادق بسبب قيام إدارتها بتسريح العمالة أو عدم التزامها بالضوابط، مما ساهم في التزام الشركات والمنشآت بالتعليمات والحفاظ على العاملين بالقطاع.

* مرحلة استئناف السياحة الداخلية (١٥ مايو)

تم استئناف السياحة الداخلية بالفنادق الحاصلة على شهادة السلامة الصحية فقط في منتصف مايو، حيث حصل عليها ٧٨ فندق، بنسبة إشغال ٢٥ ٪ من طاقتها الاستيعابية. وقد لعبت السياحة الداخلية دورا هاما خلال فترة انحسار السياحة الوافدة في توفير بعض السيولة للقطاع السياحي.

تم زيادة نسبة الإشغال بالفنادق الحاصلة على شهادة السلامة الصحية إلى ٥٠ ٪ من طاقتها الاستيعابية. و قد حصل علي الشهادة ٦٩٥ فندق ثابت و ٥٢ فندق عائم، في ٢٣ محافظة.

*إعلان ضوابط عودة حركة السياحة الوافدة، والتي تم إعدادها بالتنسيق مع وزارتي الصحة والسكان، والطيران المدني، والاتحاد المصري للغرف السياحية، مع التنسيق مع وزارة الصحة والسكان لتحمل تكلفة الأدوية والعلاج للسائح المصاب بفيروس كورونا بالفندق والمستشفى.

*إعادة فتح المطاعم السياحية بنسبة إشغال ٢٥% من طاقتها الاستيعابية.

*استئناف حركة السياحة الوافدة إلى محافظتي البحر الأحمر وجنوب سيناء بنسبة إشغال ٥٠% كحد أقصى من الطاقة الاستيعابية للفنادق والمنتجعات السياحية بها، ووصلت رحلات من حوالي ٢٠ دولة إلى مطارات شرم الشيخ والغردقة ومرسى علم.

*إعادة فتح عدد من المواقع الأثرية والمتاحف.

*زيادة نسبة الإشغال بالمطاعم السياحية إلى ٥٠% من طاقتها الاستيعابية.

*إعادة فتح باقي المواقع الأثرية والمتاحف التي كانت مفتوحة للزيارة قبل الإغلاق.

*استئناف الرحلات النيلية للفنادق العائمة ب ٥٠% من طاقتها الاستيعابية.

*السماح لشركات السياحة بنقل السائحين المحليين (لمدة ثلاثة أشهر) بشكل استثنائي لمساندة الشركات في ظل تداعيات أزمة فيروس كورونا في القطاع السياحي.

أسئلة للتفكير والتقييم الذاتي.



١- تناول من وجه نظرك سبل تنشيط السياحة العربية في ظل فيروس كورونا

المستجد؟

فيديو للمشاهدة



اضغط علي الرابط لمشاهدة فيديو (١)

<https://www.youtube.com/watch?v=aVNgcGAZXJA>



#صباح_الخير_يا_مصر #حصار_خداد #جرماتنا_ماهر
"خطوة مهمة جداً للسياحة المصرية" ... الطيران: عودة الطيران الروسي لشرم الشيخ والغردقة

اضغط علي الرابط لمشاهدة فيديو (٢)

<https://www.youtube.com/watch?v=-YMQ&e9imyB8>

الفصل الرابع

الآثار الاقتصادية للسياحة
الدولية في جمهورية مصر
العربية

الفصل الرابع

الآثار الاقتصادية للسياحة الدولية في جمهورية مصر العربية

مقدمة:



تعد السياحة من أهم القطاعات الاقتصادية لدى كثير من الدول النامية، لأنها تعد أحد أهم مصادر العملات الأجنبية، وما يتعلق بذلك من التخفيف في عجز ميزان المدفوعات (UNCTAD، ١٩٩٩، ١٠)، وفي توفير فرص عمل كثيرة في أنشطة اقتصادية مختلفة، سواء كانت لها علاقة مباشرة، أو غير مباشرة بالسياحة.

يعد النشاط السياحي مزيجاً من عمليات مترابطة، بعضها خدَمي وبعضها الآخر سَلعيّ، فشركات السياحة والمرشدون السياحيون عبارة عن خدمات، في حين أن الصناعات الفندقية تعد خليطاً من الخدمات والسلع، مثل المبيت، وخدمات الطعام والشراب، والسلع المصنعة مثل المنتجات التقليدية، والبازارات التي تقبل التخزين وغيرها (Joseph; Vol .١١, No .٤, ١٩٩٢، (٣١٠)، إلى جانب تشجيعها للاستثمار في مجال الخدمات، كإنشاء الفنادق والمطاعم والكافيتريات والنقل السياحي وغيرها، كما أن لها تأثيراً كبيراً في تطوير البنية التحتية للدولة، فالدولة التي تأخذ في تنمية القطاع السياحي وتطويره، بها تأخذ طريقها نحو التنمية الاقتصادية وتحسين الهيكل الاقتصادي، ويظهر الأثر الاقتصادي للسياحة في زيادة الإيرادات السياحية من النقد الأجنبي .

ترجع الآثار الاقتصادية الرئيسية للسياحة إلي: (Lickorish,&Jenkis; ١٩٩٧,٦٩)

١- عائدات النقد الأجنبي . ٢-مساهمة الحكومة في الإيرادات .

٣- خَلْق فرص عمل . ٤- تشجيع وتحفيز التنمية الإقليمية .

تتضح المزايا الاقتصادية للسياحة في (أحمد الجراد، ط١، ١٩٩٨، ١١٨) :

(١) أن السياحة تُدرّ دخلا بالعملات نتيجة بيع السلع، وأن هذا الدخل يتغلغل بسرعة، وبطريقة مباشرة ذات قاعدة توزيع عريضة في الاقتصاد القومي.

(٢) أن السياحة سوق قابل للتوسع، بفتح آفاق لزيادة النشاط الاقتصادي داخل البلاد، من خلال ما يحقق من إيرادات سياحية عديدة تعود للدولة.

(٣) أن المنتج السياحي المبيع يقوم أساسًا علي خدمات و ثروات مادية، لا تحقق عائداً بطبيعتها بغير النشاط السياحي؛مثل المُناخ المعتدل وجمال الطبيعة والأماكن التاريخية.

(٤)زيادة فرص العمالة وتنمية القوي البشرية، حتى تغطي قطاعات عديدة من المواطنين بمختلف فئاتهم العلمية والمهنية .

(٥)تعد السياحة نشاطاً تصديرياً يأتي المستهلك الأجنبي إليه، بحثاً عن المنتج أو الخدمة، دون الحاجة إلي تخزين أو شحن أو نقل .

(٦) أن صناعة السياحة تتطلب استثمارات مالية في الدولة.

(٧) أن صناعة السياحة أداة فعالة ومؤثرة للنظام العام لإيجاد تكامل اقتصادي وصناعي، لتنمية صناعات أخرى، مرتبطة بصناعة السياحة، وخلق مجتمعات سياحية متكاملة لخدمة، وتنويع مكونات العرض السياحي.

تحتل السياحة في عالمنا المعاصر مركزاً مهماً بالاقتصاد القومي لدول العالم ، وقد بدأت الدول تهتم بالسياحة وتميل تلقائياً إلي تقدير المكانة الاقتصادية، التي تحتلها السياحة، وأهميتها علي المستوى القومي بالنسبة لعائدها وآثارها الاقتصادية، لتكثيف مساهمتها في الناتج القومي الإجمالي، وأخذت في التنافس علي اجتذاب أكبر عدد من السائحين، قدر عددهم في مصر عام ٢٠١٠م نحو ١٤,٧ مليون سائح أنفق نحو ١٢,٨ مليار دولار سنوياً .

السياحة ظاهرة جغرافية قاعدتها البيئة الطبيعية ، وبنيتها الاقتصاد ومحركها، الإنسان، وتمثل الآثار الاقتصادية للسياحة أهمية كبيرة علي القطاع الاقتصادي بمصر، فإن التأثيرات الاقتصادية الناتجة عن النشاط السياحي يمكن تحقيقها من خلال السياحة الدولية أو الداخلية، في حين يتضح أن زيادة حصيلة الدولة من النقد الأجنبي لا يمكن أن يتحقق، إلا من خلال السياحة الدولية وليس الداخلية (هاني أحمد علي ، ٢٠١١، ٧٠)، وتنقسم هذه الآثار إلي آثار مباشرة وغير مباشرة، ويهدف هذا الفصل إلي إبراز الدور الذي يمثله قطاع السياحة في دعم ميزان المدفوعات بمصر، إلي جانب مساهمة السياحة في إجمالي الناتج المحلي، كما يركز علي التوزيع الجغرافي للعمالة مع عرض بعض الخصائص المرتبطة بهم للوقوف علي مدي كفاءة العمالة السياحية كما-كيفية، ويتضمن أيضاً السياحة وإعادة توزيع الدخل، ثم السياحة والمستوي العام للأسعار، ويتناول أيضاً دراسة آثار السياحة علي الأنشطة الاقتصادية، وتنمية

المرافق الأساسية وتسويق السلع ، ويوضح دور السياحة في زيادة فرص الاستثمار في الاقتصاد الوطني في مصر .

أولاً: الآثار الاقتصادية المباشرة :



تنشأ الآثار المباشرة عن طريق إنفاق السائحين، والذي يولد دخلاً مباشراً، لكل من قطاعات الأعمال والصناعات المرتبطة بقطاع السياحة، كما يُنتج هذا الإنفاق فرص عمل، ويضيف إلي دخل القطاع الحكومي من الضرائب^(١) وغيرها، وتتمثل في المبيعات والدخل والوظائف المتلقية للإنفاق السياحي، فعلى سبيل المثال نجد أن زيادة عدد السياح الأجانب في الليلة، يؤدي بشكل مباشر إلى زيادة المبيعات في داخل قطاع الفنادق (أحمد توفيق حسن، ٢٠٠٩، ٤٣).

١- السياحة وميزان المدفوعات:-

يعكس ميزان المدفوعات لدولة ما في وقت خاص مجموعة من الحسابات، التي تتمثل في تجارة الدولة مع بقية دول العالم (Lickorish,&Jenkins; ١٩٩٧, ٦٥). ويمكن تعريفه أيضاً، بأنه مجموعة حسابات مالية تعكس الإيرادات أو المكاسب (الدائنة) والمصروفات (المدينة) للدولة في علاقتها مع الدول الأخرى، بحيث تسجل كل المعاملات المالية الحقيقية (تبادل السلع والخدمات) بين الدولة وبقية دول العالم خلال مدة سنة

(١) الضرائب: مثل ضرائب المطاعم ومرافق الإقامة والمطارات، ووسائل النقل وضرائب المبيعات ورسوم دخول المتاحف والحدائق والمنتزهات العامة وغيرها (أحمد توفيق حسن، ٢٠٠٩، ٥٤).

كاملة، ويوضح ميزان المدفوعات، العلاقة بين إجمالي مدفوعات الدولة إلى كل الدول الأخرى وإجمالي إيراداتها منها (أحمد توفيق حسن، ٢٠٠٩، ٤٤).

تمثل السياحة أحد مصادر العملات الصعبة في ميزان المدفوعات، ويعني ميزان المدفوعات في أية دولة: عملية التبادل الاقتصادي خلال فترة زمنية (غالبًا ما تكون سنة)، بين هذه الدولة وباقي دول العالم، ويمكن أن يعرف علي أنه بيان بالداخل والمنصرف علي مستوي الدول، ويوضع في الاعتبار (قيمة كل من السلع والمنح والقروض والمساعدات الخارجية) :
وكثيرًا ما تقاس الأهمية الاقتصادية للسياحة بآثارها علي ميزان المدفوعات في الدولة، ويترتب علي النشاط السياحي آثارٌ علي ميزان المدفوعات ربما تكون سلبية أو إيجابية، فعند دخول رءوس الأموال، تترك أثرًا إيجابيًا، والأنشطة التي يترتب عليها خروج رءوس الأموال، فتترك أثرًا سلبيًا .

أ- الآثار الإيجابية :

١- دخول السياح الأجانب إلى مصر وقيامهم بالوظيفة الاستهلاكية، أي دخول العملات الصعبة.

٣- استعانة المنتج الأجنبي بالسلع والخدمات الوطنية، أي تصديرها وينتج عنها دخول عملات صعبة إلى مصر .

ب- الآثار السلبية :

١- السياحة المعاكسة، وهي خروج المواطنين المصريين خارج البلاد، وإنفاقهم العملات الصعبة في بلد آخر.

٢- استعانة المنتج الوطني بالسلع والخدمات الأجنبية، أي استيرادها وينتج عنها خروج

العملات الصعبة .

فإذا كان الأثر الإيجابي للميزان السياحي كبيراً، فإنه قد يجبر العجز في ميزان التجاري

أو يخفف منه علي الأقل، ولهذا تضع معظم الدول السياحية في اعتبارها ضرورة محاولتها

لتعظيم الآثار إيجابية للنشاط السياحي، والحد من الآثار السلبية علي الميزان التجاري، ومن

ثمَّ علي ميزان المدفوعات .

الميزان السياحي: (١)

يقوم النشاط السياحي علي حركة مزدوجة، فالدولة تكون مستوردة للسائحين وفي الوقت

نفسه مصدرة وأصبحت تهتم الدول بميزان السياحة، برصد جانب الإيرادات من السياحة الوافدة

أو المدفوعات (السياحة العكسية)، والفرق بينهما يكون فائضاً أو عجزاً، وفي جميع الأحوال فإن

الإيرادات السياحية للدولة والمصاريف السياحية لها (الصادرات والواردات السياحية) تظهر في

الميزان السياحي، ويؤثر هذا الميزان السياحي في الدولة، ويمثل جزءاً كبيراً من الدخل القومي .

وفي مصر نجد أن العائد من العملات الأجنبية في القطاع السياحي لا يفوقه سوي

التحويلات من الخارج، علي اعتبار أن عائد العملات الأجنبية من النشاط السياحي يعد وسيلة

مهمة للتنمية الاقتصادية في هذه الدول، من خلال تمويل واردات الرأسمالية الضرورية لنمو

قطاع التصنيع .

(١) يأخذ الميزان شكلاً مختصراً حيث يكتفي بحساب إنفاق السائحين الأجانب داخل الدولة بعد طرح إنفاق السياح الوطنيين ومن ثمَّ يكون فائضاً أو عجزاً (سمر الامير غازي، ٢٠٠١، ٤٢).
الميزان السياحي = إنفاق السياح الأجانب - إنفاق السياح الوطنيين بالخارج .

ويتكون الميزان السياحي من جانبين، هما المدين والدائن، وهذا تصوُّرٌ للميزان السياحي:

جدول (٦) الميزان السياحي

الجانب المدين	الجانب الدائن
-المصرفات السياحية للمواطنين بالخارج. - البضائع المستوردة (غالبًا مأكولات وآلات وغيرها لقطاع السياحة. - النقل) نصيب الشركات الأجنبية من سفر المواطنين للخارج للسياحة للخارج).	-الإيرادات السياحية (الإتفاق بواسطة السانحين. - الصادرات (السلع السياحية -البضائع والآلات السياحية- القطع الأثرية والفنية). -النقل (نصيب الشركة الوطنية للطيران والملاحة من النقل الجوي الدولي السياحي). - العائد من الاستثمارات السياحية بالخارج. - التحويلات من العاملين الوطنيين بقطاع السياحة بالخارج. - المصرفات علي الدعاية السياحية والإعلانات الأجنبية السياحية في مصر.
- التحويلات من العاملين الأجانب من عملهم بمصر للخارج . - المصرفات علي الدعاية السياحية الوطنية والإعلانات السياحية بالخارج.	

المصدر : -أحمد الجلاذ، ١٢٧، ١٩٩٨.

يُظهر من دراسة ميزان السياحة بشقيه: الإيرادات والمدفوعات، فالسياحة العكسية تعد

مكون أساسي لقطاع السياحة، ولها أثرها في ميزان المدفوعات، والذي لا يقل أهمية عن تأثير

السياحة الوافدة، وإن كان في الاتجاه المضاد

يتضح أن التأثير الإيجابي للسياحة علي ميزان المدفوعات، بالنظر إلي الميزان السياحي،

حيث سجل فائضًا نحو ٢,٣ مليار دولار خلال العام المالي ٢٠٠١/٢٠٠٢م وأخذ الفائض

في الارتفاع حتى وصل قدرة ٩,٣ مليار دولار عام ٢٠٠٩/٢٠١٠م، وكان يمكن أن تستمر

المساهمة الإيجابية لهذا القطاع، لولا تأثر السياحة سلبًا بالأحداث التي طرأت في عام

٢٠١٠/٢٠١١م وأدي ذلك إلي توقُّف الاتجاه المتصاعد لنمو المساهمة الإيجابية، وانخفضت

نسبة المساهمة إلي سبعة مليارات دولار، وقد ظلت نسبة هذا الفائض للإيرادات السياحية

متذبذبة علي مستوى العام بين ٦٧,٦ و ٨٠,٣%، خلال الفترة (٢٠٠١/٢٠٠٢م- ٢٠١١/٢٠١٢م)، وهكذا يتعرض النشاط السياحي في مصر، لأحداث داخلية وخارجية، تؤثر في منحنيات مسار من فتره لأخرى .

تعد السياحة موردًا ومصدرًا مهمًا من مصادر الدخل الأجنبي ، خاصة أنها من الصادرات غير المكلفة، بمعنى أنها تتجنب كثيرًا من أعباء التصدير، فأدت زيادة واردات مصر من السلع الاستثمارية الاستهلاكية مقابل انخفاض ما تصدره إلي عجز في العملات الأجنبية، وأيضًا عجز في ميزان المدفوعات، وعن أسهام الإيرادات السياحية في الميزان الخدمي لميزان المدفوعات.

يتضح أن السياحة تسهم بما يقارب من ٤٤% من المتوسط نسبة الإيرادات السياحية إلي الصادرات الخدمية، كمتوسط سنوي خلال الفترة (٢٠٠١/٢٠٠٢-٢٠١١/٢٠١٢م)، فإن اتجاه إسهام السياحة في الصادرات الخدمية، يتجه إلي التصاعد، فقد زادت نسبة الإيرادات السياحية إلي الصادرات الخدمية من ٣٥,٤% عام ٢٠٠١/٢٠٠٢ إلي ٥٤,٣% عام ٢٠٠٧/٢٠٠٨م، حيث تؤمّن السياحة لمصر ميزان مدفوعات سياحي في صالحها، إذ إن عدد القادمين من السياح أكبر من الخارجين، ومعظم السياحة الخارجية هم من الحجاج والسائحين للعمرة، وزيارة الأماكن المقدسة (محمد مدحت جابر، ١٨٢، ٢٠٠٤)، إلا أن هذا التصاعد بدأ في التراجع مع مطلع عام ٢٠٠٨/٢٠٠٩م وعام ٢٠٠٩/٢٠١٠م بسبب الأزمة العالمية، ومن الأهمية التأكيد علي أن إسهام السياحة في الاقتصاد بصفة عامة، وفي ميزان المدفوعات، بصفة خاصة شهد تراجعًا كبيرًا عام ٢٠١٠/٢٠١١م وعام ٢٠١١/٢٠١٢م بنحو ٤٩,٣% و ٤٥,٦%، علي التوالي، تأثرًا بأحداث ٢٥

يناير ٢٠١١ م، بسبب حالة الانفلات الأمني التي حدثت في البلاد، ومن هنا تتجلى أهمية الإعلام السياحي في ترويج السياحة في مصر، للحد من هذا التراجع .

٢- السياحة وإجمالي الناتج المحلي :

يتعلق بإسهام السياحة في الاقتصاد، ما يعرف بالناتج المحلي الإجمالي، وهو مؤشر آخر يعد من أهم المقاييس الاقتصادية التي تقيس الحجم الاقتصادي، والآثار الناجمة عن السياحة لأية دولة، ومن المعروف أن الناتج المحلي الإجمالي، هو مجموع القيم المضافة للأنشطة الاقتصادية المختلفة داخل اقتصاد الدولة .

وساعدت السياحة في رفع الناتج القومي، تشير إحصاءات المجلس العالمي للسياحة والسفر world tourism ,Travel council إلي أن متوسط مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي، تصل إلي ١٠% علي المستوى العالمي (WTTC) (١).

وقد تصل العَلاقة بين النشاط السياحي من جهة، والاقتصاد القومي من جهة أخرى، إلي الحد الذي يكون فيه الاقتصاد القومي عاملاً تابعاً للنشاط السياحي، وهذا ما يحدث فعلاً في بعض البلدان السياحية إذ ينتعش الاقتصاد القومي بانتعاش السياحة، ويتراجع مع تراجع النشاط السياحي، فهناك دول وأقاليم يصل الإنتاج القومي فيها إلي قمته، مع موسم الذروة السياحية، وينخفض إلي القاع مع موسم الكساد السياحي، وهذا خير مؤشر ودليل علي مدى قوة وتأثير النشاط السياحي في الاقتصاد القومي، من خلال التأثير علي عملية الإنتاج والاستثمار في القطاعات الأخرى (أحمد أديب أحمد، ٢٠٠٦، ١٤٥).

(١) <http://www.wttc.org/research/economic-impact-research.19/11/2013>

ويتبين من قراءة الجدول (٣) مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي خلال الفترة من

(٢٠٠٢/٢٠٠١، ٢٠١٢/٢٠١١) :-

جدول (٧) نسبة مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي خلال الفترة من (٢٠٠٢/٢٠٠١، ٢٠١٢/٢٠١١) (القيمة بالمليون جنيه)

السنة	ناتج قطاع السياحة (١)	الناتج المحلي الإجمالي بالأسعار الجارية (٢)	نسبة مساهمة قطاع السياحة GDP (١) % (٢) ÷ (١)
٢٠٠٢/٢٠٠١	٦٤٥٧	٣٥٤٥٦٣,٨	١,٨
٢٠٠٣/٢٠٠٢	٧٧٠٤,١	٣٩٠٦١٩,٤	١,٩
٢٠٠٤٢/٢٠٠٣	١٢٦٦١,٦	٤٥٦٣٢٢,٤	٢,٧
٢٠٠٥/٢٠٠٤	١٦٧١٢,٨	٥٠٦٥١١	٣,٢
٢٠٠٦/٢٠٠٥	١٨٧٩٧,٩	٥٨١١٤٤,١	٣,٢
٢٠٠٧/٢٠٠٦	٢٥٨٦٢,٩	٧١٠٣٨٧	٣,٦
٢٠٠٨/٢٠٠٧	٣٢٤٢٣,٦	٨٥٥٣٠١,٨	٣,٧
٢٠٠٩/٢٠٠٨	٣٤٣٨١,٩	٩٩٤٠٥٥,١	٣,٤
٢٠١٠/٢٠٠٩	٤٠٠٢٧,٩	١١٥٠٥٨٩,٦	٣,٤
٢٠١١/٢٠١٠	٤١٧٥٥	١٣٠٩٩٠٥,٧	٣,١
٢٠١٢/٢٠١١	٤٥٧٨٣	١٥٠٥٨٢٧,١	٣,٠

المصدر: مريان نشأت فرح، ٢٠١٥، ٢١٥ .

-وزارة السياحة والبنك الأهلي المصري ، النشرة الاقتصادية ، أعداد مختلفة

يتضح من الجدول (٣) اتجاه مساهمة الإيرادات السياحية في الناتج المحلي الإجمالي من

١,٨% في عام ٢٠٠٢/٢٠٠١م إلي ٣,٤% في عام ٢٠١٠/٢٠٠٩م، ويلاحظ انخفاض طفيف

في عام (٢٠١١/٢٠١٠م) بنحو ٣,١% متأثرًا بتداعيات أحداث ٢٥ يناير، ويشير الجدول إلي زيادة

إيجابية وإن كانت محدودة في الناتج المحلي الإجمالي المقدر للسياحة، والتي وصلت في بعض

السنوات إلي ٣,٧% عام ٢٠٠٩/٢٠٠٨م.

(^١) GDP : Gross Domestic Product (الناتج المحلي الإجمالي) .

ويؤدي زيادة نشاط القطاع السياحي إلي زيادة الدخل القومي،ولما كانت زيادة الإنفاق في مختلف المجالات المتصلة بالقطاع السياحي تؤدي إلي زيادة دخول العديد من الأفراد،فذلك سوف يؤدي إلي ارتفاع الإنفاق علي مختلف السلع في الدولة،مما يساعد بدوره علي تنشيط الصناعات المتصلة بالقطاع السياحي بشكل مباشر أو غير مباشر،بالإضافة إلي ما يعود علي الخزنة العامة للدولة من رسوم التأشيرات،بجانب الضرائب علي الإرباح التجارية والصناعية، التي يحققها الممولون المشتغلون بالمهن والأعمال المتصلة بالسياحة .



شكل (٢٢) نسبة مساهمة قطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي خلال الفترة من (٢٠٠١/٢٠٠٢م، ٢٠١١/٢٠١٢م)

مساهمة السياحة في الناتج المحلي :

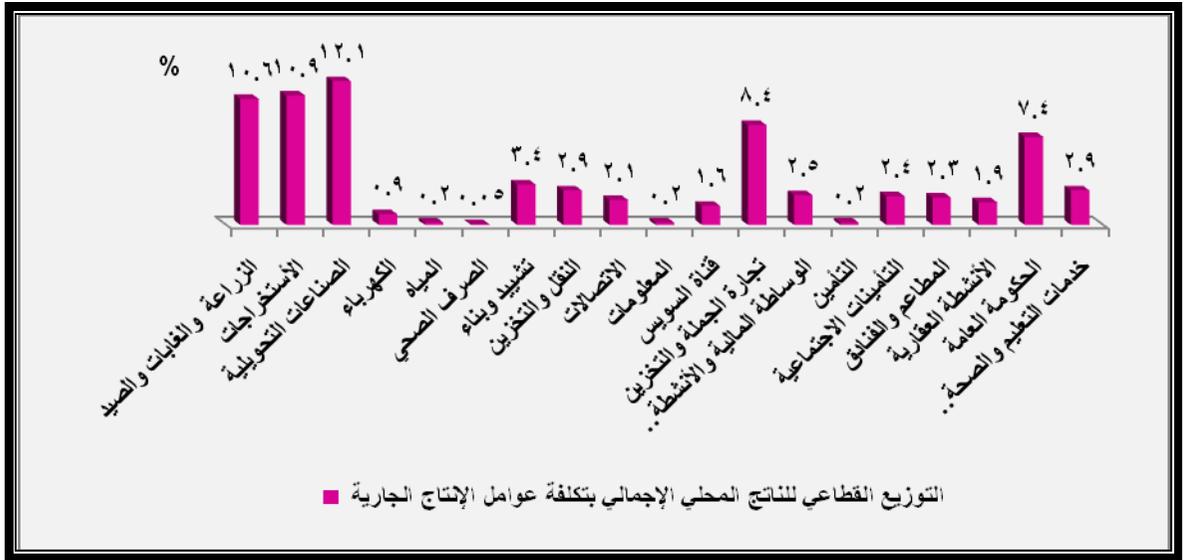


يعد قطاع المطاعم والفنادق معبراً عن النشاط السياحي،وعلى الرغم من كونه الجزء الأهم والأكثر تحديداً وارتباطاً مباشراً بنشاط السياحة خاصة السياحة الوافدة،فإن تمثيل السياحة في الاقتصاد القومي بقطاعي الفنادق والمطاعم، فقط يعد قصوراً في حصر الإنفاق السياحي الذي يتغلغل في مختلف القطاعات الاقتصادية في المجتمع، وليس فقط في قطاعي الفنادق

والمطاعم، فهناك أنشطة أخرى، مثل المواصلات والتجارة والمال وخدمات الترفيه والثقافة وغيرها، تدخل في إطار النشاط السياحي أيضاً، لكن المشكلة تتمثل في أن ناتج هذه الأنشطة المتعددة يتولد في الأساس نتيجة طلب المستهلكين المحليين (القطاع العائلي)، ولا تمثل السياحة الوافدة سوى شريحة صغيرة وهامشية من هذا الناتج، لذلك يصعب علي القائمين بأعداد الحسابات القومية فصل هذه الشرائح الصغيرة من القطاعات المختلفة، وضمها إلي قطاع السياحة، وبدلاً من التغلب علي هذه المشكلة، أصبح معتاداً التعبير عن السياحة بقطاع المطاعم والفنادق، علي مستوي الحسابات القومية .

يتبين أن مساهمة قطاع المطاعم والفنادق في الناتج المحلي (بالأسعار الجارية) عام ٢٠١٠/٢٠١١م، محدود للغاية (٢,٣%)، وهي نسبة تقل عن مساهمة القطاعات الأخرى، ومرد ذلك إلى إن تقدير ناتج السياحة يشوبه قصور، بسبب عدم الأخذ في الاعتبار الأنشطة الأخرى المولدة للدخل، بخلاف المطاعم والفنادق .

ويتضح أن مساهمة قطاع المطاعم والفنادق، تكاد لا تُذكر، إذا قورنت بقطاعات الصناعات التحويلية (١٢,١%)، والزراعة (١٠,٦%)، وبالرغم من ارتفاع هذه النسب المذكورة في القطاعات المبينة، فإن للسياحة نصيباً فيها، وبمراجعة المساهمة علي مدار الزمن، يتبين أن مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحلي تظل متواضعة ومتقلبة، ولم تزدْ علي قيمة بلغتْها علي (٣,٧%) في عام ٢٠٠٧/٢٠٠٨م، وذلك علي مدي الفترة ١٩٨٠/١٩٨١م - ٢٠١٠/٢٠١١م .



شكل (٢٣) التوزيع القطاعي للنتائج المحلي الإجمالي بتكلفة عوامل الإنتاج الجارية عام

٢٠١١/٢٠١٠ م

تعد السياحة من الأنشطة الاقتصادية الرائدة، إذ تنمو بوجه عام بمعدلات عالية ومتسارعة، تفوق معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي، ولا يستثني من ذلك سوي عام ٢٠١١/٢٠١٠م الذي عاصر تداعيات أحداث ٢٥ يناير عام ٢٠١١م، وشهد ركودًا سياحيًا بفعل اضطراب الأوضاع الأمنية والسياسية .

احتلت السياحة المركز الأول بوصفها أهم مصدر للنقد الأجنبي في مصر، خلال النصف الأول من العُقد الماضي، وتراوح مركزها بين الثاني والثالث في السنوات اللاحقة، ويسهم قطاع السياحة في مصر بنسبة ٦% من GDP، ويأتي في الترتيب الثالث من مصادر النقد الأجنبي، بعد دَخل قناة السويس عام ٢٠٠١م (محمد منحت جابر، ١٨٣، ٢٠٠٤)، أظهرت بعض الدراسات أن عائدات السياحة نحو (٣,٦) تربو علي إيرادات قناة السويس من رسوم العبور نحو (٣,٣) عام

٢٠٠٧/٢٠٠٦ م .

وقد أثرت هذه الإحداث سلبيًا علي مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي والتجارة الدولية، إذ تراجع بحجم المساهمة في الناتج من ٤,٥% إلي ٣,٧% ما بين عامي ٢٠١٠/٢٠١١م و٢٠١٢/٢٠١١م .

ولرفع معدل الطلب السياحي، من خلال رفع معدل مساهمة العائدات السياحية في الناتج المحلي الإجمالي، عن طريق عدة أهداف؛ من أبرزها :

١- تحقيق زيادة في معدل النمو للسياحة الوافدة .

٢- رفع معدل النمو في العائدات النقدية للسياحة الدولية .

٣- السياحة والعمالة :

تمثل العمالة السياحية حجر الزاوية، بالنسبة لقيام المنشأة السياحية بوظيفتها، بشرط توافر باقي معطيات العرض السياحي Supply procedures (سماح عبد القادر ، ٢٠١٢ ، ٢٢٦)، ويؤثر في النواحي الاقتصادية مكان المنشأة السياحية، وهل هي في الريف أم في الحضر، وينعكس ذلك علي العمالة (محمد مدحت جابر ، ط٤، ٢٠٠٤، ١٠٣١٢) .

وتتضح قدرة النشاط السياحي علي خلق فرص عمل، ليست في أنشطة القطاع السياحي فحسب، بل في أنشطة القطاعات الأخرى ،التي اعتُبرت من مزايا السياحة الرئيسية بالنسبة للدول النامية . (Emanuel,;١٩٧٩ ,١٥٩) .

ويؤدي النشاط السياحي إلي استيعاب قدر مناسب من العمالة، حيث يتيح فرصًا واسعة أمام الشباب من الجنسين، للحصول علي دخول مناسبة، وذلك يساعد علي حل مشكلة البطالة

تدرّجياً، واستيعاب للأيدي العاملة، ومع ظهور أنماط جديدة علي الخريطة العالمية للسياحة من الترفيهية، والعلاجية، والدينية، والسفاري، والحوافز والرياضية، و سياحة المؤتمرات، فإن المنشآت الفندقية من الدرجة الممتاز تحتاج إلي ثلاثة عمال لكل غرفتين (هالة عبد الرحمن ١٨٩، ١٩٩٨)، وتشير الدراسات إلى أن مؤسسات الإقامة (الفنادق) توفر فرص عمل واحدة لكل غرفة كما توفر أنشطة السياحة والترويج ما لا يقل عن ٧٥% مما توفره أنشطة الإقامة (فاروق كامل عز الدين ومحمد عبده عاشور، ٢٧١، ٢٠٠٥)، وتقدر منظمة العمل الدولية ILO أن السياحة ولدت ٢٥٣,٠٠,٠٠٠ وظيفة في جميع أنحاء العالم عام ٢٠١٠م (نعيم الظاهر وسراب أياس، ٢٠٠١، ٨٢)، ومن المتوقع أن ترتفع فرص العمالة إلي ٢٦٢,٦ مليون فرصة في عام ٢٠١٧ م .

تنقسم العمالة في ميدان السياحة إلي ثلاثة أقسام، تتوافق مع التقسيم الثلاثي لأبواب

نوقشت سلفاً وهي (محمد صبحي عبد الحكيم ومحمدي أحمد الديب، ١٥٣، ١٩٩٥):

أ- العمالة المباشرة: هي الناتجة عن الإنفاق السياحي في المنشآت السياحية، مثل أعمال الفنادق .

ب- العمالة غير المباشرة: هي الناتجة عن الإنفاق غير المباشر للسائح، مثل قطاع الإمداد .

ج- العمالة الفرعية : هي العمالة المضافة الناتجة عن أثر معامل التغلغل والناتجة عن إنفاق

السكان المحليين، لما اكتسبوه من السياحة .

ويمكن تصنيف القوي العاملة المرتبطة بصناعة السياحة إلي ثلاث فئات رئيسية، هي :

(محمد خميس الزوكة، ٢٤٥، ٢٠٠٨).

- العاملون الدائمون: وهم الفئة التي ترتبط وظائفهم بإنفاق السائحين المترددين علي المنشآت السياحية ومرافق الخدمات .

- العاملون بصورة غير مباشرة: هم الفئة العاملة بالخدمات المرتبطة بأنشطة السياحة والترويج.

- العاملون في قطاعات مختلفة: يستفيدون من قطاع السياحة، ويطلق عليهم العمالة المستحدثة، وتشمل العاملين في مجالات البناء والتشييد والزراعة .

وتعمل السياحة علي تغيير البناء الديموجرافي للسكان، فالحركة السياحية تؤثر علي حجم

السكان في الأقاليم السياحية، نتيجةً لخلق فرص عمل جديدة، وجذب عمال جدد إلي المنطقة السياحية، للعمل في هذا القطاع والخدمات المكملة له .

العمالة السياحية :



يعرف العامل بأنه المحرك الرئيسي لأي نشاط إنتاجي، وخاصة النشاط السياحي،

وعنصر العمل يمثل الجهود البشرية إلي يبذلها العاملون في مختلف الأنشطة السياحية، ويوضح

الجدول رقم (٤) تطوّر أعداد العاملين بالمطاعم والفنادق خلال الفترة (٢٠٠١/٢٠٠٢-٢٠٠٢-٢٠١١)

: (٢٠١٢/٢٠١١م)

جدول (٨) العاملين بالقطاع السياحي ونسبتهم لإجمالي العاملين بالقطاعات الاقتصادية خلال الفترة (٢٠٠٢/٢٠٠١-٢٠١٢/٢٠١١م)

السنوات	إجمالي العاملين بالقطاعات الاقتصادية (ألف عامل) (١)	العاملين بالقطاع السياحي (ألف عامل) (٢)	نسبة العاملين بالقطاع السياحي إلي إجمالي العاملين بالقطاعات الاقتصادية (٢) ÷ (١) %	معدل النمو السنوي للعمالة بالقطاع السياحي
٢٠٠٢/٢٠٠١	١٧٦٧٤	٢١٧	١,٢	٠
٢٠٠٣/٢٠٠٢	١٨٠٧٩	٢٣٩	١,٣	١٠,١
٢٠٠٤/٢٠٠٣	١٨٥٠٨	٢٦٠	١,٤	٨,٧
٢٠٠٥/٢٠٠٤	١٩٠٠٣	٢٨٥	١,٤	٩,٦
٢٠٠٦/٢٠٠٥	١٩٥٤٠	٣١٥	١,٦	١٠,٥
٢٠٠٧/٢٠٠٦	٢٠١٢٠	٣٤٥	١,٧	٩,٥
٢٠٠٨/٢٠٠٧	٢٠٨١٠	٣٨٠	١,٨	١٠,١
٢٠٠٩/٢٠٠٨	٢١٥٠٠	٤١٥	١,٩	٩,٢
٢٠١٠/٢٠٠٩	٢٢٢٣٥	٤٣٠	١,٩	٣,٦
٢٠١١/٢٠١٠	٢٢٧٤٥	٤٦٨	٢,٠	٨,٨
٢٠١٢/٢٠١١	١٦٧٦٣	٤١٨	٢,٤	١٠,٦-
المتوسط				٦,٣

المصدر: مريان نشأت فرح، ٢٠٢٣، ٢٠١٥.

يتبين من قراءة الجدول السابق ما يلي :-

(١) ارتفع حجم العمالة العاملة بالقطاعات الاقتصادية المختلفة في مصر من ١٠٥٢٢ ألف

عامل عام ١٩٨١/١٩٨٢م ، إلي ١٦٧٦٣ ألف عامل ٢٠١١/٢٠١٢م ، بنسبة زيادة

قدرها ٥٩,٣% خلال تلك الفترة .

ارتفع إجمالي عدد العاملين بالقطاع السياحي (المطاعم والفنادق) من ١٥٤ ألف عامل عام ١٩٨٢/١٩٨١ إلى ٤١٨ ألف عامل عام (٢٠١٢/٢٠١١م) بنسبة ١٧١,٤%، كما بلغ معدل النمو السنوي للعمالة أدنى حد له في عام ٢٠١٢/٢٠١١م ووصل إلي - ١٠,٦%، والتي أدت بدورها إلي انخفاض عدد السائحين ولياليهم السياحية، ففتح عن ذلك صَغف في الإيرادات، وغلَق العديد من المنشآت والاستغناء علي عدد كبير من العاملين، وهجرة العمالة المدربة المتخصصة في شؤون الفنادق والسياحة إلي قطاعات أخرى ودول أخرى (سمر الامير غازي، ٢٠٠١، ٥٢).

(٢) تبلغ نسبة العمالة السياحية من إجمالي العمالة بالقطاعات الاقتصادية في مصر نحو ١,٧% من المتوسط خلال الفترة (٢٠٠٢/٢٠٠١ - ٢٠١٢/٢٠١١م).

(٣) تغيّر نسبة العمالة وحجمها من فترة إلي أخرى، وذلك نتيجة لموسمية النشاط السياحي، حيث توجد العمالة المؤقتة مثلاً في مواسم الذروة السياحية فقط، فبعض المناطق السياحية بمصر ذات نشاط موسمي لعدة شهور فقط ، متمثلة في الأقصر، الواقعة جغرافياً علي نهر النيل، حيث يستمتع السياح بالجو المشمس في شهور الشتاء، ويضطر أصحاب الأعمال إلي تقليل العمالة .

العمالة السياحية بمحافظات مصر السياحية :



يتباين توزيع العمالة علي محافظات الدولة زمنياً ومكانياً ، وتتباين الأدوار بينهما، ويتضح

توزيع العمالة في الفنادق والقرى السياحية، حسب المحافظة عام ٢٠١١م، جنباً إلي جنب مع

التوزيع العددي للطاقة الفندقية وتتطابق الحصة النسبية لكل محافظة، من إجمالي عدد العاملين مع حصتها في الطاقة الفندقية تقريبًا .

ويختلف تأثير السياحة في الاقتصاد إيجابا وسلبًا، بحسب مدي محافظة الدولة علي توفير البنية الأساسية أو صيانتها (محمد مدحت جابر، ط ١، ٢٠٠٤، ٣١٢).

تتمتع محافظتا جنوب سيناء والبحر الأحمر بأعلى نسبة من الطاقة الفندقية، فإنهما تشتملان أيضًا علي أعلى نسبة توظيف، وتستوعبان ٥٩,١% من إجمالي العمالة الفندقية في عام ٢٠١١م، حيث يتركز بهما معظم العاملين بالسياحة، فمن الناحية الجغرافية نجد أن النشاط السياحي مُركَّز في نقاط بعينها، معظمها ساحلي، فضلاً عن حجم صناعة السياحة ومستواها والترويج في كل منها، ولا يمكن إغفال تأثير الوظيفة الإدارية والأهمية الحضارية في هذا المجال (محمد خميس الزوكة، ٢٠٠٨، ٢٤٩)، تليهما القاهرة والجيزة بنسبة ١٥,٧% و ٧,٥% علي التوالي، ويرجع ذلك إلي المكانة الحضارية للقاهرة، فضلاً عن أنها تمثل مركز النقل السكاني والاقتصادي الرئيسي، بالنسبة لإقليم وادي النيل، نظرًا لما تمتلكه من أنماط سياحية متباينة، إلي جانب احتواء القاهرة علي أكثر المطارات ضخمًا للحركة السياحية، بالإضافة إلي أن القاهرة والجيزة تعدان نقطة البداية التي تنطلق منها الرحلات السياحية .

جدول (٩) توزيع العاملين بالقطاع السياحي وفقًا للنوع عام ٢٠١١م

البند	ذكر	%	أنثي	%	الجملة
قطاع عام	٤٥٥٣	٥	٥٠٩	٨,١	٥٠٦٢
قطاع خاص	٨٦٨١٦	٩٥	٥٧٥٣	٩١,٩	٩٢٥٦٩
الإجمالي	٩١٣٦٩	٩٣,٦	٦٢٦٢	٦,٤	٩٧٦٣١

المصدر: مريان نشأت فرح، ٢٠١٥، ٢٢٧.

- الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء ، النشرة السنوية لإحصاء مقومات النشاط الفندقى والقرى السياحية، لقطاعي الأعمال العام والخاص ، ٢٠١١ ، ٢٦:٢٩.

يتبين من قراءة بيانات الجدول (٦) تفوق نسبة العاملين الإناث في القطاع العام السياحي، بنحو ٨,١% عن الذكور بنسبة ٥%، في حين اختلفت النسب في القطاع الخاص، فارتفعت نسبة العاملين الذكور عن الإناث بنحو ٩٥% و ٩١,٩% لكل منهما علي التوالي، ويقدر عدد العاملين الذكور في القطاع السياحي(عام وخاص) بمصر بحوالي ٩١٣٦٩ عامل، أي أن الذكور يشكلون ٩٣,٦% من جملة العاملين، في حين يشكل العنصر النسائي النسبة الباقية ٦,٤% فقط من جملة العمالة، وهذا يعني أنه وفقاً للتركيب النوعي فإن السيادة للعاملين بالنشاط السياحي من القطاع الذكوري ، حيث تميل الفنادق في الدول المتقدمة لتشغيل الإناث أكثر من الذكور علي العكس في الدول النامية(محمد مدحت جابر، ط١، ٢٠٠٤ ، ٣١٢)، ويرجع ذلك إلي أن العمل في الفنادق يتطلب في كثير من الأحيان الغياب عن المنزل لعدة أيام، وفقاً للبرامج السياحية المنظمة، وهذا الغياب يتنافى مع المكون القيمي والثقافي في المجتمع المصري، بوصفه مجتمعاً شرقياً، يتحفظ كثيراً علي غياب المرأة، وإن كان بسبب العمل، وتتسم بالحراك المستمر، والعمل في أوقات العطلات والأعياد، بالإضافة إلي طول يوم العمل المرهق(محمد مدحت جابر، ط١، ٢٠٠٤ ، ٣١١) .



لا تخلق السياحة المصرية عددًا من فرص العمل للمرأة المصرية، وتكشف الإحصاءات أن نصيب العمالة النسائية السياحية في النشاط الفندقي قد تراجع بشكل ملحوظ خلال الفترة ٢٠٠٢م إلي ٢٠١٠م من ٨,٨% إلي ٥,٩%.

وتدل الإحصاءات السابقة علي محدودية مشاركة النساء المصريات في الأنشطة السياحية، فمصر دولة ذات تقاليد اجتماعية قوية، وفيما يتعلق بأدوار المرأة، فعادة ما يُفضّل قيام الرجال بتنفيذ كثير من المهام التي تنطوي علي اتصال مباشر بالسياح، وينطبق الشيء نفسه علي الوظائف التي تتطلب نوبات عمل ليلية في الفنادق، أو العمل في الفنادق النائية خارج المحافظة، التي تقيم فيها المرأة، فالمرأة تشارك بشكل هامشي فقط في مجال التوظيف السياحي، وربما تعمل بشكل أساسي في الوظائف التي هي أقرب إلي أدوارها المنزلية، من التنظيف والمساعدة في أعمال الطهي وغيرها .

ويتضح من الجدول (٧) ما يلي :

تستأثر محافظتا القاهرة والجيزة علي العنصر النسائي في العمل بالفنادق والقرى السياحية بنحو ١٨٢٦ عاملاً و ٨٩٤ عاملاً علي التوالي، ويرجع ذلك إلي المرونة النسبية التي توجد لدي قاطني القاهرة والجيزة في النظر إلي المرأة، أما الأقصر وأسوان فلا يوجد بهما دَوْر للعنصر النسائي بشكل كبير، ومرد ذلك إلي الموروث الثقافي السائد والمهيمن علي المجتمع في هاتين المحافظتين، بما يتنافي مع طبيعة العادات والتقاليد بالمجتمع المضيف، خاصة الصعيد الذي يتحفظ بعض الشيء علي عمل المرأة .

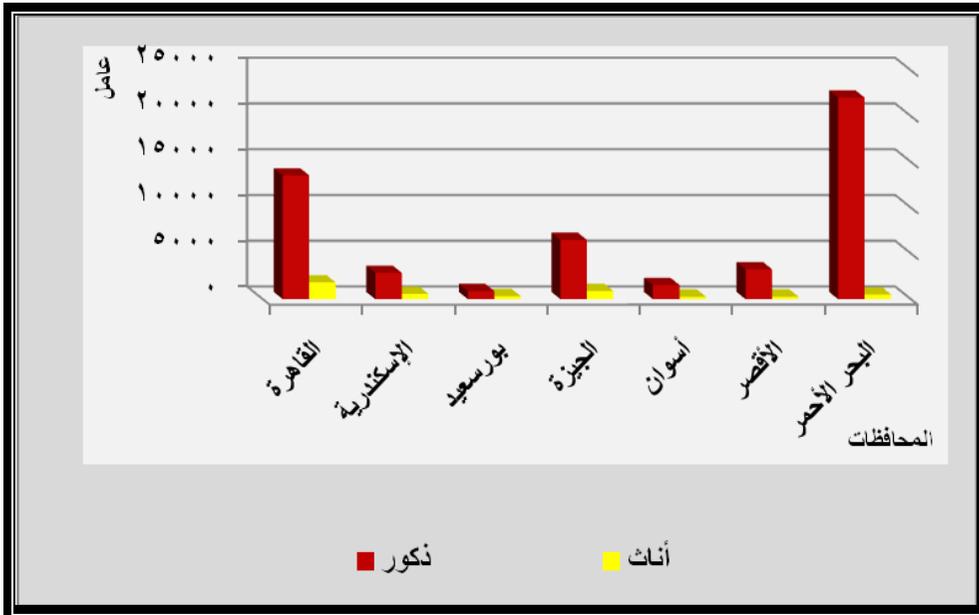
جدول (١٠) توزيع العاملين بالقطاع السياحي ببعض محافظات مصر وفقاً للنوع عام ٢٠١١م

المحافظات	ذكور	إناث
القاهرة	١٣٥٢٣	١٨٢٦
الإسكندرية	٢٨٨٥	٥٩٣
بورسعيد	٨٨٦	٣١٧
الجيزة	٦٤٧٢	٨٩٤
أسوان	١٥٤٦	٢٧٧
الأقصر	٣٢٦٨	٢٧٧
البحر الأحمر	٢٢٠٢٢	٥١٦

المصدر: مريان نشأت فرح، ٢٠١٥، ٢٢٩.

- الجهاز المركزي للتعبة العامة والإحصاء ، النشرة السنوية لإحصاء مقومات النشاط الفندقى والقرى

السياحية، لقطاعى الأعمال العام والخاص ، ٢٠١١ ، ٢٦ : ٨٠ : ٨٤ : ٨٦ : ٨٨ .



شكل (٢٤) توزيع العاملين بالقطاع السياحي ببعض محافظات مصر وفقاً للنوع عام ٢٠١١م



المرشدون السياحيين:

يعد المرشد السياحي وسيطاً مهنيًا بين السائحين والأماكن والخدمات السياحية، ويعتبر الإرشاد السياحي من الأنشطة المكتملة للنشاط السياحي، والتي تتطلب كفاءة علمية وفنية، وخبرة بالجوانب الجغرافية والتاريخية، ويعد المرشد السياحي اللسان المعبر عن المقومات السياحية، علي اختلافه، سواء كانت مقومات طبيعية أو تاريخية، وكل مقومات البلد السياحي، ويفقد النشاط السياحي أهميته من دون الإرشاد السياحي وتتعدم فعاليته، لذا أصبح الإرشاد السياحي أهمية كبيرة للنشاط السياحي، لا تقل عن باقي الأنشطة الأخرى المرتبطة بالسياحة .

وقد استوعب قطاع السياحة أعدادًا مطردة التزايد، من المرشدين السياحيين، لمواكبة الحركة السياحية المتدفقة إلي مصر، ويوضح الجدول (٨) الحقائق التالية :

١-زيادة عدد المرشدين السياحيين من ٧٧٣ مرشد عام ١٩٨٠م ،إلي ١٨١١٠ مرشد عام ٢٠١١م.

٢-بلوغ أعلى معدل نمو سنوي ٤١,١ % عام ٢٠٠٧ م حيث زاد عدد المرشدين من حوالي ٩٩٥٤ مرشد عام ٢٠٠٦م، إلي ١٤٠٤٨ مرشد عام ٢٠٠٧م.

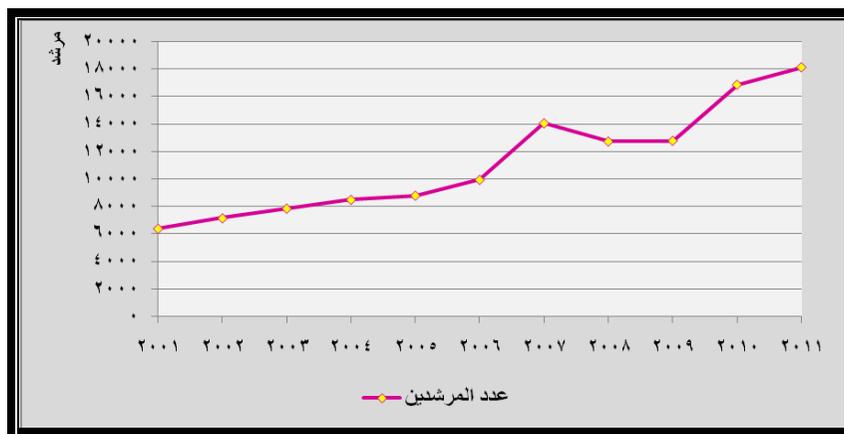
٣-بلوغ أقل معدل نمو سنوي نحو -٩,٣% عام ٢٠٠٨م، حيث انخفض عدد المرشدين من ١٤ ألف مرشد عام ٢٠٠٧م ،إلي ١٢,٧ ألف مرشد عام ٢٠٠٨م.

جدول (١١) تطوّر عدد المرشدين السياحيين في مصر خلال الفترة (٢٠٠١-٢٠١١م)

السنوات	عدد المرشدين (مرشد)	معدل النمو السنوي %
٢٠٠١	٦٤٠٧	-
٢٠٠٢	٧١٦٨	١١,٨
٢٠٠٣	٧٨٦٩	٩,٧
٢٠٠٤	٨٥٠٥	٨
٢٠٠٥	٨٨٠٨	٣,٥
٢٠٠٦	٩٩٥٤	١٣
٢٠٠٧	١٤٠٤٨	٤١,١
٢٠٠٨	١٢٧٣٢	٩,٣-
٢٠٠٩	١٢٧٨١	٠,٤
٢٠١٠	١٦٨٤٧	٣١,٨
٢٠١١	١٨١١٠	٧,٤

المصدر: مريان نشأت فرح، ٢٠٢٦:٢٣٠، ٢٠١٥.

- من تجميع وحساب الطالبة عن وزارة السياحة Ministry Of Tourism, Different years
()، الهيئة العامة للتنشيط السياحي، القاهرة، تقارير غير منشورة.



شكل (٢٥) تطوّر عدد المرشدين السياحيين في مصر خلال الفترة (٢٠٠١-٢٠١١م)



مازالت مصر ملتزمة، بموجب اتفاقية الجات، بتحرير قطاع السياحة، وإزالة الكثير من العقبات التي تعترض وصول الأجانب إلى السوق السياحية، ومن ناحية أخرى تميل كثير من الفنادق في مصر، ولاسيما الفنادق ذات النجوم الخمسة و الأربعة، إلى الارتباط بعقود مبرمة مع الشركات العالمية لإدارة الفنادق، ومنحهم مسؤوليات كاملة عن تشغيل الفندق، وعادة ما تفتح هذه العقود الطريق أمام توظيف الأجانب في الفنادق، نظرًا لافتقار بعض الخبرات والكفاءات المطلوبة، وبالرغم من الجانب الاقتصادي السلبي جراء الاستعانة بالقوي العاملة الأجنبية، في مثل هذا المجال المتمثل في تحويلاتهم لنسب متباينة من دخولهم بالعملات الصعبة إلى بلادهم الأصلية، فإنه يشكل تطويرًا لابد منه في السياحة (محمد خميس الزوكة، ٢٠٠٨، ٢٤٨).

والأهم من عدد الأجانب العاملين في صناعة السياحة، نوع الوظائف التي يشغلونها، ولا توجد معلومات حديثة تتعلق بنوع الوظائف المسندة للأجانب، وتحتل الأيدي العاملة الأجنبية في صناعة السياحة أعلى المناصب الإدارية والوظائف، ذات الخبرة التقنية العالية، مثل: المدير العام، ومدير قسم الأغذية والمشروبات، ومدير المبيعات، ورئيس الطهاة، ومشرف المنتجات الصحية، ومن المعتقد أيضًا أن هذا الاتجاه مازال سائدًا حتى الآن، بالإضافة إلى النشاط الفندقية، فإن بعض الأجانب يعملون مرشدين سياحيين، وهي مهنة تتطلب إتقان اللغة الأجنبية .

ويمكن إبراز العلاقة بين السياحة والعمالة في الجوانب التالية (محمد صبحي عبد الحكيم وحمدى أحمد

١- تأثير السياحة علي العمالة تحدده أنماط النشاط، فبعض أنماط السياحة تحتاج إلي عمالة كثيفة، لاسيما الفنادق وبيوت الضيافة .

٢- تأثير السياحة علي العمالة تحدده المهارات المتاحة، فالسياحة تتطلب عددًا كبيرًا من العمال ذوي المهارات، كما تخلق عددًا آخر من الوظائف الإدارية والمتخصصة.

٣- العمالة المؤثرة في السياحة، غالبًا ما تكون مستعارة، فهي تجتذب عمالها من القطاعات الاقتصادية الأخرى، ولاسيما سكان الريف -فالعمل يعني وقتًا إضافيًا، ولذا يمكن شغله بأفراد يعملون عملاً إضافيًا .

وأكدت منظمة العمل الدولية أن السياحة هي القطاع الاقتصادي الحيوي، الذي سيصبح في مطلع القرن الواحد والعشرين أكبر الصناعات في العالم، وسيوفر أفضل عرض لاستيعاب الملايين من العاطلين، ودعت منظمة العمل الدولية مختلف دول العالم لإعطاء دفعة إستراتيجية لصناعة السياحة، لتعزيز الاقتصاد القومي، عن طريق تشجيع إقامة البنية التحتية اللازمة (نعيم الظاهر وسراب أياس، ٢٠٠١، ٨٤).

٤- السياحة وإعادة توزيع الدخل :

يشير إعادة توزيع الدخل من السياحة الدولية، إلي أن معظم السائحين من الدولة المرسله ينفقون جزءًا من دخلهم في الدولة المستقبلة لهم، من أجل شراء الهدايا في الأعياد والمناسبات، ويكشف ذلك أن فائض القوة الشرائية للسائحين يعاد توزيعه كدخل لبلدان العالم النامي (Lickorish,&Jenkis; ١٩٩٧، ٦٣).

ويعد النشاط السياحي بطبيعته نشاطا اقتصادياً متضاعف الدخل، نظراً لانتقال النقود التي ينفقها السائحون عبر عدة أشخاص وقنوات متعددة، فضلاً عن استخدامها أكثر من مرة بانتقالها من حائز إلي آخر، ومن ثم يتزايد الدخل السياحي ويتضاعف (Gee, et al; ١٩٨٤، ١٧٠).

تعد السياحة مطلباً اجتماعياً وقومياً، يهدف إلي زيادة الدخل الوطني، وتدعيم التنمية الشاملة (هالة عبد الرحمن، ١٩٩٨، ١٤٦)، فالسياحة مصدر من مصادر الدخل الرئيسية، وخلق فرص عمل. إن القطاع السياحي والفندقي هو المحرك الحقيقي للدورة الاقتصادية، وتعد السياحة من أهم مصادر الدخل في الاقتصاد المصري، ويوضح الجدول (٩) مدى مساهمة السياحة في الاقتصاد المصري، إذ تمثل ٤٩,٢% من صادرات الخدمات، و٢٠% من النقد الأجنبي، حوالي ١١,٣% من الناتج المحلي الإجمالي بصورة مباشرة أو غير مباشرة، و١٢,٦% من فرص العمل المباشرة وغير المباشرة، و٢% من إجمالي الاستثمارات المنفذة، و٧,٨% من الاستثمارات في قطاع الخدمات، و٢٥% من إجمالي حصيلة الضرائب علي الخدمات وفقاً لبيانات عام ٢٠١١م (وجيه محمد السيد سلامه، ٢٠١٢، ٤٤٤).

جدول (١٢) مدى مساهمة السياحة في الاقتصاد المصري عام ٢٠١١م

مدي مساهمة السياحة في الاقتصاد المصري	%
صادرات الخدمات	٤٩,٢
النقد الأجنبي	٢٠
الناتج المحلي الإجمالي	١١,٣
فرص العمل المباشرة وغير المباشرة	١٢,٦
إجمالي الاستثمارات المنفذة	٢
الاستثمارات في قطاع الخدمات	٧,٨
إجمالي حصيلة الضرائب على الخدمات	٢٥
إجمالي حصيلة الضرائب على المبيعات	٣,٤

المصدر: وجيه محمد السيد سلامه، ٢٠١٢، ٤٤٤.

يرتبط تكوين الدخل القومي، ووضع ميزان المدفوعات بحجم السياحة الذي يؤثر علي مجالات الإنتاج والعملات الأجنبية، كما أن هذا الدخل الذي يحققه قطاع السياحة يعد من الدخول المالية غير المكلفة، والداعمة لتوازن ميزان المدفوعات .

ولتأثير السياحة علي إعادة توزيع الدخل القومي، لابد من دراسة أثر الإنفاق السياحي، حيث يعرف الإنفاق بأنه التقييم الاقتصادي لمجموع الخدمات المقدمة للسائحين، أي أن كل إنفاق من السائح يقابله خدمة يحصل عليها ، وهذا الإنفاق يمثل دخلاً مباشراً للأفراد الذين يعملون في قطاع السياحة، وهؤلاء يقومون بإنفاق جزء من هذا الدخل لسد احتياجاتهم المختلفة، فتولد بذلك دخول أخرى لمجموعة جديدة من الأفراد، وهكذا تستمر دورة الدخل والإنفاق.

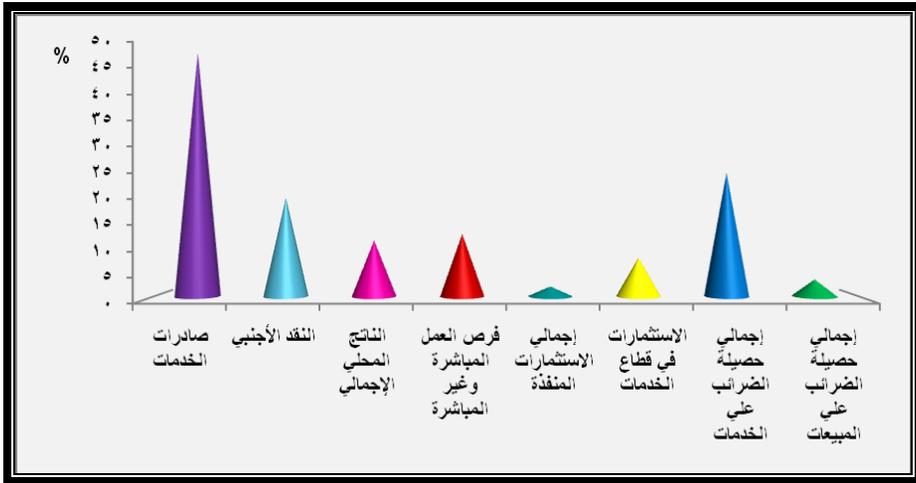
ويؤدي الإنفاق السياحي إلي تنشيط الدورة الاقتصادية، محلياً وقومياً، ويختلف الإنفاق ومستوي الدخل من دولة إلي أخرى، وفقاً لعدة عوامل :

أ- طبيعة الخدمات ووسائل التسلية المتاحة والتسهيلات التي يتطلبها السائح .

ب-مدي توافر المغريات السياحية في الإقليم أو الدولة، فكلما تنوعت المغريات السياحية زادت التدفق السياحي، ومن ثم ارتفع الدخل السياحي .

ج-المستوي العام للأسعار، فكلما ارتفعت الأسعار في دول العرض السياحي، انحسرت الحركة السياحية الوافدة، إذ تتيح الدول السياحية ذات الأسعار المتعددة المستويات، فرصاً للسائحين في مختلف الفئات .

ولهذا الإنفاق أثر مباشر علي الدخل القومي، يتمثل في نشوء نشاطات اقتصادية جديدة لم تكن موجودة، وتنشيط الجوانب القائمة من القطاعات الإنتاجية، مما يخلق دخلاً جديدة، أو يزيد من الدخول القائمة .



شكل (٢٦) مدى مساهمة السياحة في الاقتصاد المصري عام ٢٠١١ م

تؤدي السياحة إلى تطوير وتنمية مناطق هامشية، معزولة أو نامية اقتصاديًا والسياحة بامتدادها إلى هذه المناطق، تعيد التوازن إليها، نتيجة الاستثمارات التي تصحب الدخول في المشروعات السياحية (محمد صبحي عبد الحكيم وحمدى أحمد الديب ، ١٩٩٥، ١٥٩)، مما يزيد من دخول المنشآت والأفراد في هذه المناطق، نتيجة نشوء نشاطات فرعية تحتاجها السياحة، مما يؤدي إلى إعادة توزيع الدخول بين المدن ومراكز العمران، والتنمية الرئيسية بين المراكز السياحية الجديدة، بحيث يستفيد من ذلك العاملون، ومن ثم يقف تيار الهجرة من الريف، وفي هذه المناطق البعيدة إلى المدن الكبيرة، ومن هنا تخلق فرص عمل جديدة ودخولاً جديدة، فتعمل على إعادة توزيع الدخل على كافة المناطق، بدلا من تركزه في المراكز الحضرية الرئيسية، كالقاهرة والإسكندرية (علي أحمد هارون ، ١٩٨٢، ١٦٨).

هذا، ويتباين مستوي الدخل من إقليم إلى آخر تبعاً لطبيعة الخدمات وحجمها، ومدى تنوع وسائل الترفيه ومستواها، بالإضافة إلى قوة الجذب السياحي، وتبعاً للمستوى السياحي للوافدين وحجم دخولهم (محمد صبحي عبد الحكيم وحمدى أحمد الديب ، ١٩٩٥، ١٥٩).

وفيما يتصل بالدخل السياحي لكل منطقة، فيتضح من بيانات الجدول (١٠) على الوجه

التالي:

جدول (١٣) الدخل السياحي بالفنادق والقرى السياحية وفقاً للتوزيع الجغرافي عام ٢٠١١ م

المحافظات	الإيرادات ألف جنيه	%
جنوب سيناء	٧٩١٦٧٩١	٤١,٥
البحر الأحمر	٦٢٥٦٣٩٧	٣٢,٨
القاهرة	٢٣٣٢١٦٠	١٢,٢
الجيزة	١٠٧٦٣٣٨	٥,٦
الإسكندرية	٤٣٤٣٥٧	٢,٢
السويس	٣٩٧٨٧٦	٢,١
الأقصر	٢٤٥٨٦٦	١,٣
أسوان	٩٥٩٧٤	٠,٥
مطروح	٨١٧٧٨	٠,٤
شمال سيناء	٣١٤٩٧	٠,٢
بورسعيد	٧٢٠١٩	٠,٣
دمياط	١٣٠٢٤	٠,١
الدقهلية	١٤٥٦٤	٠,١
الغربية	١٤١٨٣	٠,١
الفيوم	١٢٦٥٥	٠,١
المنيا	٢٨٢٣٢	٠,١
أسيوط	١٢٦٩٢	٠,١
سوهاج	١٠٠٤٤	٠,١
الإسماعيلية	٢٥٥٥٧	٠,١
كفر الشيخ	٦٨٢	٠,٠٣
الوادى الجديد	٥١٥٩	٠,٠٢
بنى سويف	٣٣١٠	٠,٠١
قنا	١٢٤٠	٠,٠١
الشرقية	١٦٤٠	٠,٠١
البحيرة	١٩٩٨	٠,٠١
المنوفية	٨٧٠	٠,٠٠٤
الإجمالي	١٩٠٨٦٩٠٣	١٠٠

المصدر : مريان نشأت فرح، ٢٠١٥، ٢٤٢، ٢٤١.

- الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء ، النشرة السنوية لإحصاء مقومات النشاط الفندقي والقرى السياحية، قطاعي الأعمال العام والخاص ، ٢٠١١، ٢٨:١٠٦.

أسهمت إيرادات السياحة في تحقيق التنمية في العديد من الأقاليم، ونظرًا لإدخال

محافظات جديدة علي الخريطة السياحية ك(الفيوم- المنيا- أسيوط- سوهاج)، والتوسع في

سياحة الصحراء والمغامرات، أصبحت السياحة في مصر تستمر علي مدار العام،فارتفعت الإيرادات السياحية لتلك المناطق،وتحولت هذه المناطق الجغرافية من مناطق طُرْد للأيدي العاملة، إلي مراكز جَذْب للعمالة في المهارات والتخصصات كافةً.

تتنوع المقاصد السياحية، بحسب رغبات السائحين،ويُظهر الجدول(١٠) الدخل السياحي لمحافظة مصر السياحية،ويسهم في توزيع الدخل عدة مقومات، يأتي في مقدماتها: مستوى الإنفاق للسائح وتعدد بنوده المختلفة في المحافظات،وتحتل محافظة جنوب سيناء المركز الأول بنحو ٤١,٥% من إجمالي الدخل السياحي بالمحافظات،تليها البحر الأحمر بنحو ٣٢,٨% من الإجمالي،حيث يتمتعان بملامح بيئية خاصة،ويمتد علي طول سلسلة إقليم البحر الأحمر الشعاب والحواجر المرجانية التي تتقطع عند بعض المواقع، التي يتفق توزيعها الجغرافي مع توزيع الأودية النهرية،فضلاً عن أنه يمكن رَبْط إقليم البحر الأحمر برحلات سياحية إلي المزارات الأثرية في المدن التاريخية الأقصر وأسوان، بحكم عامل القرب المكاني(محمد خميس الزوكة،٢٠٠٨، ٣٤٣:٣٤٢)،بالإضافة إلى إقامة مناطق حديثة للمنتجات الرياضية والفنادق والقرى المتعددة، بالقرب من السواحل،فضلاً عن مظاهر السياحة الشديدة التركيز في هذه المناطق سواء جغرافية أو فصلية(محمد مدحت جابر،٢٠٠٠، ١١١)،ثم القاهرة بنحو ١٢,٢%،وتختلف عوائد الإقامة بين المحافظات السياحية، لاختلاف المستوي الفندقي من ناحية،وللخدمات المتكاملة التي تقدمها المحافظة للسائح عن محافظة أخرى،مع تزايد أعداد الليالي السياحية في الفنادق المختلفة بمحافظات عن محافظات أخرى،مما ينعكس عليه تزايد الإنفاق السياحي، من ناحية أخرى.

يؤثر ارتفاع المستوى العام للأسعار تأثيرًا عكسيًا علي حركة السياحة الدولية بدرجات مختلفة، وذلك تبعًا لأهمية العوامل الأخرى المؤثرة في الطلب السياحي الدولي.

ويجب وضع سياسات سعرية محكمة ومرنة في الوقت نفسه للإقامة في الفنادق، وهو أهم البنود علي الإطلاق في إنفاق السائحين الدوليين من كافة الجنسيات، وأهمية أن تكون السياسة السعريه محكمة، كما يجب مراعاة موسمية الطلب السياحي بحيث يسمح للأسعار المحددة بالتقلب في مدي معين بين حدين، أقصى وأدني وفقًا للطلب .

ثانيًا: الآثار الاقتصادية غير المباشرة :



تنشأ من الدخل الأول المتولد عن السياحة، والذي حصلت عليه الدولة والقطاع العائلي^(١)، وقطاعات الأعمال الأخرى، والذي يتم إعادة إنفاق جزء منه للحصول علي السلع والخدمات التي يقوم السائحون بشرائها، كما أن قطاع الحكومة، وقطاعات الأعمال تقوم بإنفاق بعض من هذا الدخل علي استهلاكهم الخاص (أحمد توفيق حسن، ٢٠٠٩، ٤٣).

إن التغيرات في النشاط الاقتصادي التي تتعلق بالصناعات المغذية للقطاع السياحي، والذي تمده بالسلع والخدمات، تعد آثارًا غير مباشرة للسياحة، فمثلا التغيرات في المبيعات والوظائف والدخل في مجال صناعة المفروشات، نتيجة التغيرات في مبيعات الفنادق، تعد آثارًا غير المباشرة، كما أن توفير المنتجات والخدمات لصناعة المفروشات الأخرى، من الآثار غير المباشرة للسياحة (أحمد توفيق حسن، ٢٠٠٩، ٤٣) .

(١) القطاع العائلي : الأسر التي تكسب دخلها من العمل في السياحة والأنشطة المرتبطة بها .

وتتميز صناعة السياحة بقدرتها الفائقة علي بَعث سلسلة من العمليات والنشاطات الإنتاجية والاستثمارية في الاقتصاد القومي ، بسبب امتداد آثار الطلب السياحي إلي العديد من السلع والخدمات، إلي كافة النشاطات الرئيسية، منها الثانوية، والتي تسهم في تصنيع المنتج السياحي، وتبعث حركة اقتصادية، حصيلتها تحقيق المزيد من النمو الاقتصادي وزيادة الإنتاج والدخل، ومن ثم تحقيق الرفاه الاقتصادي والاجتماعي (أحمد أديب أحمد، ٢٠٠٦، ١٤٥).

١ - السياحة والأنشطة الاقتصادية :-

تمثل السياحة دوراً مهماً في تحقيق التنمية الاقتصادية، من خلال ما تحقّقه من فوائد عديدة تعود علي المجتمع بواسطة الاستثمارات الموجهة للسياحة، أو باعتبار أن السياحة مصدر مهم من مصادر الدخل القومي، يسهم في حل بعض المشكلات الاقتصادية وغيرها، فالسياحة ذات علاقات تشابكية، تربطها بالقطاعات الأخرى في الاقتصاد، وهذا التشابك وراء خَلْق الطلب في هذه القطاعات، فأصبحت السياحة مرتبطة بالتنمية للأنشطة الاقتصادية .

وتعد السياحة قطاعاً مهماً في الاقتصاد الوطني المصري، يجب العمل علي تنمية موارده الاقتصادية، والعمل علي مواجهة التحديات التي تَجَابَهُ هذا القطاع، فالصناعات السياحية والأنشطة الأخرى، هي صناعات متداخلة، ومتشابكة مع الصناعات الموجودة في الاقتصاد الوطني، وخاصة قطاع الزراعة والصناعة الذي هو الأساس في تطوير الأثر الاقتصادي لقطاع السياحة نفسه وتعظيمه، ومدى الاستفادة من عائداته، أي أن نمو قطاع السياحة وتطويره، متغير تابع في التنمية، ومن ثَمَّ يجب الاهتمام بالاقتصاد الوطني ككل لتنمية القطاع السياحي .

ويرتبط قطاع السياحة بكثير من القطاعات والمشروعات ارتباطاً، يؤثر علي التنمية الاقتصادية، ومن ذلك الارتباط بين قطاع السياحة وقطاع التشييد، فكلما نَمَا القطاع السياحي، أدى ذلك إلي زيادة الطلب علي وسائل الإقامة المختلفة، وعلي سائر المشروعات السياحية يؤثر قطاع السياحة ويتأثر، بالقطاعات الاقتصادية الأخرى في الاقتصاد القومي، ويرتبط بها ارتباطاً مباشراً (كالزراعة - النقل - الصناعة - التجارة - السكان - القطاع المالي والبنكي) وغير من ذلك، ويعتمد هذا النشاط علي الخدمة الإنسانية، وتتناسب الحركة الاقتصادية طرداً مع الحركة السياحية .

٢- السياحة وتنمية المرافق الأساسية:

تمثل البنية الأساسية أحد الخدمات الضرورية في دول العرض السياحي، وتشمل هذه الخدمات كل أشكال البناء، فوق الأرض وتحتها التي يتطلبها السكان، ويمكن أن تقسم إلي ثلاثة أقسام وهي :

أ- خدمات البنية الأساسية، التي تتمثل في خطوط الاتصال بين منطقة الاستقبال مع العالم الخارجي.

ب- خدمات البنية الأساسية، التي تمثل شرايين الحركة في منطقة الاستقبال.

ج- خدمات البنية الأساسية، التي تدعم المطالب الرئيسية، مثل الإضاءة والتدفئة والطاقة والمياه والصرف الصحي ثم التخلص من النفايات، وفي المقابل خدمات البنية الأساسية المتمثلة في خدمات البنية الفوقية، من محطات السفر بأنواعها من محطات القطارات والمطارات ومواقف

السيارات، إلى جانب الفنادق والمطاعم والترفيه، وتسهيلات التسويق من المحلات التجارية والأسواق الحرة.

وتوافر خدمات البنية الأساسية وارتفاع كفاءتها، يعني وجود مقوم رئيسي من مقومات الجذب السياحي، الذي يتكاتف مع المقومات الطبيعية والبشرية في منطوق واحد، تساعد علي نجاح النشاط السياحي (علاء الدين عبد العزيز، ٢٠١٢، ١٢٠: ١٢١).

٣- السياحة وتسويق السلع :

يعرف التسويق السياحي بأنه طريقة الإدارة، واستخدام المعرفة الفنية، التي تمكن الدولة أو المنشأة السياحية من تحديد الأسواق المصدرة للسياحة، بناء نظام اتصال مع هذه الأسواق، بقصد التعرف علي رغبات السائحين ودوافعهم والتأثير فيها محلياً وإقليمياً ودولياً، وأن تلائم بين المنتج السياحي وهذه الرغبات والدوافع، بقصد الوصول إلي أقصى درجات الإشباع لهذه الرغبات والدوافع (سمر الأمير غازي، ١١٤، ٢٠٠١).

ولم يظهر الاهتمام بالجانب التسويقي في السياحة إلا في الثمانينيات، مع استطراد نمو النشاط السياحي الدولي وزيادة إيراداته، ومع إتباع سياسة اقتصادية جديدة في قطاع السياحة، ارتبطت بالتححر الاقتصادي والخصخصة، فقد تم إنشاء الهيئة العامة للتنشيط السياحي، بقرار جمهوري عام ١٩٨١م، وكان من أول أهدافها رفع معدلات النمو في الحركة السياحية الدولية إلي مصر، وإبراز ماضيها الحضاري، ونهضتها الحديثة، ومقوماتها السياحية المختلفة .

ويحتفظ السائحون بجزء كبير من ميزانيتهم الترويحية، للإِنفاق علي المشتريات من الدولة التي يزورونها، ليس فقط لشراء التذكارات السياحية، بل لشراء بعض المنتجات الوطنية التي يجدونها.

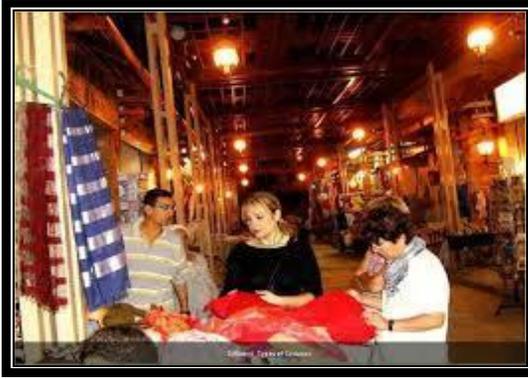
ويعد هذا الإِنفاق من قبيل التصدير لمنتجات وطنية، دون الحاجة إلي شَحْنٍ وتسويقٍ خارجي في الغالب الأعم، ويعرف بالصادرات غير المنظورة ومن ثَمَّ يعتبر هذا التصدير خالصًا من صعوبات المنافسة في التجارة الدولية، وكلما زادت حركة السياحة، وخاصة السائحين القادرين، ارتفعت حصيلة هذا التصدير من داخل الدولة إلي المشتريين الزائرين (صلاح الدين عبد الوهاب، ١٩٩٠، ١٤٧).

فإن التسويق التجاري علامة مميزة للطلب السياحي، فإن السياح حول العالم يزورون الدول، ويتسوقون كما أن عملية السفر تشجع وتحفز التبادل التجاري من خلال السائحين (Lickorish, & Jenkis; ١٩٩٧, ٦٤).

ولقد أثبت أحدي الدراسات أن السائحين يُقدمون علي شراء سلع معينة ، فَيُقدمون علي شراء منتجات الغردقة المطعمة بالصَّدَف، والجلدية، والملابس المطبوع عليها الرسومات الفرعونية، والمصنوعات الجلدية، والتمائيل الأثرية، وغيرها .



صورة (٢٨) مشتريات السائحين بمدينة الغردقة



صورة (٢٩) المشتريات من الملابس والمصنوعات الجلدية في مدينتي الغردقة والأقصر عام ٢٠١٤م

* دور الحكومة والقطاع الخاص في السياسة التسويقية :

للحكومة والقطاع الخاص دورٌ رئيسي في السياسة التسويقية التي هي محور السياسة السياحية، فتستطيع الحكومة أن تتعهد وتقود عمليات البحث العلمي، من أجل التعرف علي نوعية المنتج السياحي المطلوب، وسعة الأسواق السياحية الدولية، ورغبات السائحين في هذه الأسواق، فحكومة الدولة المضيفة أكثر قدرة علي القيام بالدعاية، من أجل تنشيط السياحة

الدولية داخل البلد (سمر الأمير غازي، ٢٠٠١، ١١٦).

ويختلف دور التسويق للقطاع الخاص بين شركات السياحة، فمنها من لها دور في تنمية الحركة السياحية إلى مصر وتنشيطها في حضور المؤتمرات والمهرجانات والبورصات السياحية، وأخري يتمثل دورها في فتح فروع لمكاتبها بالمناطق المصدرة للسياحة، ودور آخر في الترويج والتسويق، من خلال المواقع الإلكترونية والتلفزيون والصحف والمنشورات، وهناك شركات تعقد اتفاقيات مع شركات سياحية مصدرة (مصطفى محمود حسين، ٢٠١٠، ٧٤).

٤- السياحة وزيادة فرص الاستثمار الأجنبي والوطني:

تعد المشروعات السياحية من أكثر المشروعات الإنتاجية استقطابًا لرؤوس أموال المستثمرين الأجانب والوطنيين (محمد صبحي عبد الحكيم وحمدى أحمد الديب، ١٩٩٥، ١٦٠)، وهذا من شأنه خلق مجال للتعاون الدولي في هذا الميدان، وإقامة هذه المشروعات، سواء من جانب المواطنين أو الأجانب، يعني تشغيل أيدٍ عاملة ودخولٍ عديدة يمتد أثرها إلى الجوانب الأخرى من الحياة. ويؤدي دخول الاستثمارات الأجنبية في الدول السياحية، خاصة النامية، كمصر إلى زيادة خبرة المستثمرين الوطنيين، نتيجة اختلاطهم بالمستثمرين الأجانب من ذوي الخبرات الأكثر تقدمًا، وتضطرهم لذلك إلى أخذ بأسباب التطور التكنولوجي والبحث العلمي في الأعمال .

زيادة الدخل السياحي تؤدي إلى زيادة حجم الاستثمار التابع للقطاع السياحي وغيره من القطاعات التي تقدم خدماتها إليه، حيث إن ارتفاع مستوى الدخل السياحي يعد حافزًا لرجال الأعمال والمستثمرين، لزيادة الاستثمار في هذا القطاع (Roy, 1961, 209).

وهذا يعمل علي شَحْذِ هِمَمِ مَنْ لَدَيْهِ القُدْرَةُ علي الاستثمار،إلي ابتداع الأفكار الجديدة التي من شأنها المساعدة علي تطوير المجتمع،وزيادة فرص ارتفاع مستوى المعيشة لجميع المواطنين.

وشهدت مصر في الآونة الأخيرة طفرة حقيقية،تمثلت في تصاعد معدلات الاستثمار،وذلك في كافة القطاعات الإنتاجية والخدمية،حيث زاد الاهتمام بجذب الاستثمارات الأجنبية، بمنحها العديد من المزايا والإعفاءات الضريبية .

يسهم الاستثمار الأجنبي في دَفْعِ عجلة التنمية الاقتصادية،حيث يعد مصدرًا مهمًا من مصادر التمويل الخارجي،خاصة في الدول التي يعجز فيها مستوى المدخرات المحلية عن تمويل المستوي الملائم من الاستثمارات اللازمة، لتحقيق معدلات مرتفعة للنمو والتنمية الاقتصادية .

تطوّر أهمية الاستثمار السياحي :



يؤدي نمو القطاع السياحي إلي ازدهار الاستثمار في العديد من المشروعات الاقتصادية المختلفة،وتتفاوت القطاعات الجاذبة للاستثمارات،وتشمل أنشطة الاستثمار السياحي:الفنادق والقرى السياحية والمطاعم،وتعكس المؤشرات المتاحة عن الاستثمار السياحي الأولوية المتزايدة للسياحة في خطط التنمية،فقد تزايد حجم الاستثمارات السياحية بمعدلات عالية علي مدي تسعة وعشرين عامًا، بدءًا بخطة (١٩٨٧/٨٢م، وحتى عام ٢٠١٠/٢٠١١م)،ويتضح أن نسبة الاستثمارات في القطاع السياحي إلي إجمالي الاستثمارات كانت ضئيلة جدًا، إذ تراوحت ما بين ١,٩ إلي ٦,١% فقط خلال فترة الدراسة .

وقد تزايدت هذه النسبة من عام ١٩٨٢/١٩٨٧م حتى عام ٢٠١٠/٢٠١١م، وقد بلغت قيمة الاستثمارات في عام واحد ٢٠١١/٢٠١٠م حوالي ٥٧٤٤,٨ مليون جنيه، أما جملة الاستثمارات السياحية خلال التسعة وعشرين عامًا، كاملة فبلغت نحو ٧٦٧٥١,٣ مليون جنيه .

وتكشف بيانات التخطيط أيضًا أن هذا التزايد في نصيب السياحة تم علي حساب تراجع الأهمية النسبية للاستثمار، في تكرير البترول ومنتجاته، ولكن مع هذه التغيرات في أهمية القطاعات المختلفة في هيكل الاستثمار القومي، فما يزال نصيب السياحة حتى الآن أقل من الغاز الطبيعي والأنشطة العقارية والنقل والتخزين (٢,١٤%، ١٤%، ١١%) علي الترتيب في عام ٢٠١٠/٢٠١١م، ففي الفترة الأخيرة حدثت تغيرات في الاقتصاد العالمي أزاحت مصادر الثروة التقليدية (زراعة وصناعة)، وحلت محلها صناعات الخدمات (الاتصالات، والمصارف، وتكنولوجيا والمعلومات، وصناعة السياحة، والسفر) .

وفي الفترة من ٢٠٠٧/٢٠٠٨م حتى عام ٢٠١٠/٢٠١١م تراجعت نسبة الاستثمار السياحي، ويعود ذلك إلي نمو الاستثمار العام بمعدل أكبر من معدل نمو الاستثمار السياحي، ومرد انخفاض نسب الاستثمار السياحي إلي ١,٩% عام ٢٠١٠/٢٠٠٩م بسبب الأزمة المالية العالمية، ويعيد هذا الاستثمار في السياحة مقصورًا علي الاستثمار في المطاعم والفنادق، دون للتطرق إلي الاستثمار في الصناعات المرتبطة بالسياحة.

وبقراءة بيانات الجدول (١١) يتضح التمييز بين الاستثمار العام والخاص .

جدول (١٤) تطوّر الاستثمار العام والخاص في قطاع السياحة خلال الفترة

(٢٠٠٢/٢٠٠١م-٢٠١٢/٢٠١١م) (بالأسعار الجارية وبالمليون جنيهه)

السنوات	قطاع عام	%	قطاع خاص	%	الجملة
٢٠٠٢/٢٠٠١	٢٢٦,١	٨,٣	٢٥٠٠	٩١,٧	٢٧٢٦,١
٢٠٠٣/٢٠٠٢	٢٩٥,٢	١٣,٧	١٨٥٨	٨٦,٣	٢١٥٣,٢
٢٠٠٤/٢٠٠٣	٥٠١,٩	٢٠,١	٢٠٠٠	٧٩,٩	٢٥٠١,٩
٢٠٠٥/٢٠٠٤	٥٤٠,٢	١٩,٧	٢٢٠٠	٨٠,٣	٢٧٤٠,٢
٢٠٠٦/٢٠٠٥	٢٤٥,٤	٧,٦	٣٠٠٠	٩٢,٤	٣٢٤٥,٤
٢٠٠٧/٢٠٠٦	٣٧٤,٢	٩,٨	٣٤٥٠	٩٠,٢	٣٨٢٤,٢
٢٠٠٨/٢٠٠٧	٣٦٣,٩	٦,٩	٤٩٣٨	٩٣,١	٥٣٠١,٩
٢٠٠٩/٢٠٠٨	٦٣٤,٣	١٢,١	٤٥٩٥	٨٧,٩	٥٢٢٩,٣
٢٠١٠/٢٠٠٩	٣٤٥,٥	٧,٩	٤٠٣٨	٩٢,١	٤٣٨٣,٥
٢٠١١/٢٠١٠	٣٧٣,٣	٦,٥	٥٣٧١,٥	٩٣,٥	٥٧٤٤,٨
٢٠١٢/٢٠١١	٥٧٠,٣	١٠,٢	٥٠٠٠	٨٩,٨	٥٧٧٠,٣

المصدر: -مريان نشأت فرح ، ٢٠١٥ ، ٢٦٦ .

- وزارة التخطيط ،خطة التنمية الاقتصادية والاجتماعية ،أعوام مختلفة .

- البنك المركزي بيانات غير منشورة .

تقوم معظم الاستثمارات في السياحة علي كاهل القطاع الخاص،ويلاحظ الأهمية النسبية لاستثمارات الخاصة في السياحة في عام ٢٠٠٢/٢٠٠١م مثلت نحو٧٠,٩١%، وزادت في عام ٢٠٠٩/٢٠١٠م إلي نحو ٩٢,١%، ثم وصلت في عام ٢٠١١/٢٠١٠م نحو ٩٣,٥%،وعاودت الانخفاض في عام ٢٠١٢/٢٠١١م ومثلت نحو٨٩,٨%، لتصبح الاستثمارات السياحية استثمارات خاصة في الأغلب الأعم،ويتم ذلك في برنامج الخصخصة والتحرير الاقتصادي الذي تتبناه الدولة، فضلاً عن أن معظم المستثمرين من القطاع الخاص يَسْعَوْنَ إلي عائد سريع ،لذا فلا بد من تسهيلات وحوافز مالية خاصة،مثل الهبات والائتمانات، والفوائد المعتدلة علي القروض،وذلك لجعل الاستثمار

في القطاع السياحي مغرياً (محمد صبحي عبد الحكيم وحمدى أحمد الديب، ١٩٩٥، ١٦١)، ويتفق ذلك مع التحولات في الاقتصاد المصري، وتراجع دور الدولة في النشاط الاقتصادي، باتباع سياسات انكماشية فيما يتعلق بالإنفاق الاستثماري الحكومي، واعتبار القطاع الخاص مسئولاً عن قيادة التنمية ويظهر الشكل التالي تراجع أهمية الاستثمارات العامة، علي مستوى القطاع السياحي.

فيركز القطاع الخاص علي زيادة فعالية مناخ الاستثمار، بما يسمى "التوازن الإقليمي" والتوجه إلي المناطق العمرانية الجديدة، مثل مشروع تنمية سيناء، وتنمية جنوب مصر، وغيرها من المشروعات القومية، وسيكون من المتوقع، في ظل تلك المشروعات، اتساع نطاق النشاط السياحي، وزيادة دوره في إطار خطط التنمية الاقتصادية والاجتماعية، المتبعة من القطاع الخاص، والذي يتحمل مسئولية كبيرة تجاه البيئة، خصوصاً في المناطق السياحية الجديدة .



شكل (٣٠) تطوّر الاستثمار العام والخاص في قطاع السياحة خلال الفترة (٢٠٠٢/٢٠٠١-٢٠١٢/٢٠١١ م)

التوزيع الجغرافي الاستثمارات :

شهدت الخريطة الاستثمارية في مصر تغيراً في النصيب النسبي لمختلف المناطق الجغرافية خلال الفترة ٢٠٠٠/١/١م حتى ٢٠٠٩/٦/٣٠م، وفيما يخص توزيع الاستثمارات السياحية إقليمياً، فيوضح الجدول (١٢) حجم الاستثمار السياحي موزعاً علي بعض محافظات الدولة، وتحظي محافظة البحر الأحمر بمفردها بنسبة ٣٢,٢% من حجم الاستثمارات السياحية في مصر، ومحافظة القاهرة تستوعب ٢٤,١%، تليها محافظة الجيزة بنحو ١٥,٢%، ومحافظة جنوب سيناء بنسبة ١٤%، ومحافظة السويس بنسبة ٦,٨%، وعلي الرغم من أن ذلك يتفق مع أهداف إستراتيجية التنمية السياحية، من حيث تنوع المنتج السياحي، وتوجيه الاستثمارات للمناطق الساحلية الحديثة التطوير، فإن هذا ما دعا إلي ضرورة إعادة النظر في نسب الاستثمارات الموجهة إلي محافظات الصعيد، لكي يتم تحقيق مبدأ العدالة في توزيع الاستثمارات .

جدول (١٥) نصيب المناطق الجغرافية المصرية من الاستثمارات خلال الفترة من
(٢٠٠٠/١/١م حتى ٢٠٠٩/٦/٣م)

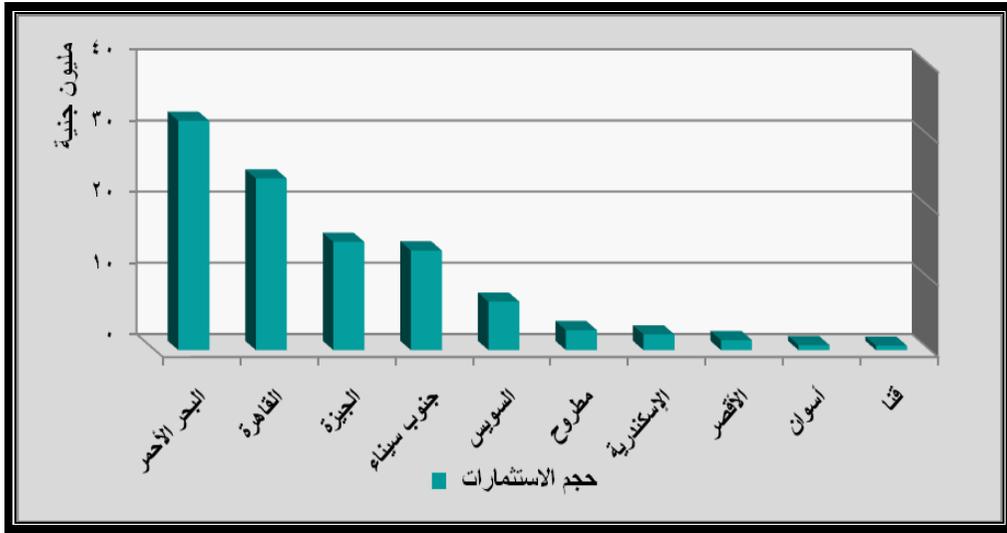
المحافظة	حجم الاستثمارات بالمليون جنيه	النسبة
البحر الأحمر	١٨١١٩,٠٣	٣٢,٢
القاهرة	١٣٥٣٩,٦٠	٢٤,١
الجيزة	٨٥٥٣,٨٣	١٥,٢
جنوب سيناء	٧٨٧٩,٤٠	١٤
السويس	٣٨٤٠,٦٨	٦,٨
مطروح	١٥٥٤,٤٤	٢,٨
الإسكندرية	١٢٣٧,٤٦	٢,٢
الأقصر	٧٩٩,٨٣	١,٤
أسوان	٤٢٤,٨٢	٠,٧
قنا	٣١٣,٢٢	٠,٦
الإجمالي	٥٦٢٦٢,٣١	-

المصدر: محمد سليمان عبد الحميد ودولت عز الدين ، ٢٠١١ ، ١٠١

تتأثر مشروعات الاستثمار السياحي بموسمية الطلب السياحي، التي تتأثر بدورها بمستوي

تدفق الحركة السياحية، ونسب الإشغال علي مدار العام، ولذلك يسعى المستثمرون إلي إقامة

مشروعاتهم في أقل المناطق التي تتصف بالموسمية، أو المناطق ذات الموسم السياحي الطويل .



شكل (٣١) نصيب المناطق الجغرافية المصرية من الاستثمارات خلال الفترة من (٢٠٠٠/١/١م حتى ٢٠٠٩/٦/٣م)

تدريبات علي الفصل الرابع

أسئلة للتفكير والتقييم الذاتي.



- ١- أن السياحة ستواجه صعوبات في المستقبل وضحاها؟
- ٢- اكتب عن الاتجاهات المستقبلية لنمو السياحة العالمية حتى عام ٢٠٢٠؟

**قائمة الاختصارات العلمية
الخاصة بالسياحة والترويج
List of Abbreviations**

قائمة الاختصارات العلمية الخاصة بالسياحة والترويج

List of Abbreviations

WTO	World Tourism Organization
IUOTO	International union official travel organization
ATA	African Travel Association
ATO	Arab Tourism Organization
BITOA	British Incoming Tour Operators
CTT	Council for Travel and Tourism
EATA	East Asia Travel Association
ETA	Estimated Time of Arrival
EU	European Union
FE	Far East
GDP	Gross Domestic Product

GMT	Greenwich Mean Time
IT	Information Technology
LSA	Leisure Studies Association
MEA	Middle East Airlines
PT	Part Time
UAA	United Arab Airlines
UAE	United Arab Emirates
US	United State
USA	United State Of America
VIP	Very Important person
ETD	Estimated Time of Departure
FT	Full Time
HHM	Historical Houses Association
HIMG	Hotel Industry Marketing Group

HORECA	International Organization Of Hotel And Restaurant Association
IACA	International Air Carrier Association
IATA	International Air Transport Association
ICAA	International Civil Airports organization
ICOM	International Council of Museums
IDL	International Date Line
IHA	International Hotel Association
ITB	Information Tourism Bourse
ITHA	International Tourist Health Association
ITT	Institute of Travel and Tourism
MEA	Middle East Airlines
PT	Part -time
RTA	Regional Tourist Association
TIAA	Travel Industry Association of America

TIAC	Tourism Industry Association of Canada
TIC	Tourist International Centre
TTP	Travel And Tourism Programme
UK	United Kingdom
UN	United Nations
USAID	United State Agency For International Development
VTO	Vertical Take-off
VTOL	Vertical Take-off and Landing
WHO	World Health Organization
WL	Waiting List
WLRA	World Leisure and recreation Association
WTM	World Travel Market

اتحاد دراسات وقت الفراغ	LSA	منظمة السياحة العالمية	WTO
خطوط طيران الشرق الأوسط	MEA	الاتحاد الأوروبي للمنظمات السياحية	IUOTO
العمل بعض الوقت	PT	اتحاد السفر الإفريقي	ATA
دولة الإمارات العربية المتحدة	UAE	منظمة السياحة العربية	ATO
الولايات المتحدة	US	اتحاد منظمي السياحة البريطاني	BITOA
الولايات المتحدة الأمريكية	USA	مجلس السفر والسياحة	CTT
شخص مهم جدا	VIP	اتحاد شرق آسيا للسفر	EATA
الزمن المقدر للمغادرة	ETD	الزمن المقدر للوصول	ETA
العمل كل الوقت	FT	الاتحاد الأوروبي	EU

اتحاد المنازل التاريخية	HHM	الشرق الأقصى	FE
مجموعة تسويق صناعة الفنادق	HIMG	النتاج المحلي الإجمالي	GDP
تقنية المعلومات	IT	توقيت جرينتش القياسي	GMT

اتحاد صناعة السياحة الكندي	TIAC	الاتحاد الدولي لنقل الدولي	IACA
مركز المعلومات السياحية	TIC	الاتحاد الدولي لنقل الجوي	IATA
برنامج السفر والسياحة	TTP	الاتحاد الدولي للمطارات المدنية	ICAA
الخطوط الجوية لدولة الإمارات	UAA	المجلس العالمي للمتاحف	ICOM
الاتحاد الدولي لقضاء وقت الفرغ والترويح	WLRA	خط التاريخ الدولي	IDL

المملكة المتحدة	UK	اتحاد الفنادق العالمي	IHA
الأمم المتحدة	UN	بورصة السياحة الدولية	ITB
وكالة الولايات المتحدة للتنمية الدولية	USAID	الاتحاد الدولي لصحة السائح	ITHA
إقلاع رأسي	VTO	معهد السفر والسياحة	ITT
إقلاع وهبوط رأسي	VTOL	اتحاد السياحة الإقليمي	RTA
قائمة الانتظار	WL	خطوط طيران الشرق الأوسط	MEA
سوق السفر العالمي	WTM	العمل بعض الوقت	PT

المراجع العربية وغير العربية

أولاً: المراجع العربية :

- (١) المعجم البسيط ، مجمع اللغة العربية ، الإدارة العامة للمعجمات وإحياء التراث ، الطبعة الثانية ، الجزء الأول ، القاهرة ، ١٩٨٠ ، ص ٤٦٧ .
- (٢) علي أحمد هارون (٢٠١٠): أسس الجغرافيا الاقتصادية، دار الفكر العربي، القاهرة.
- (٣) فاروق كامل محمد عز الدين ومحمد عبده عاشور (٢٠٠٥): جغرافية السياحة: تطور وأسس ومناهج وتطبيقات، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة .
- (٤) محمد الفتحي بكير (٢٠٠٢): جغرافية مصر السياحية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية .
- (٥) محمد خميس الزوكة (٢٠٠٨): صناعة السياحة من المنظور الجغرافي، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية .
- (٦) محمد صبحي عبد الحكيم وحمدى أحمد الديب (٢٠٠١): جغرافية السياحة ، ط٢ ، الأنجلو المصرية ، القاهرة .
- (٧) محمد مدحت جابر (٢٠٠٤): جغرافية السياحة والترويج ، ط١، الأنجلو المصرية ، القاهرة .
- (٨) محمود محمد سيف (٢٠٠٧): جغرافية مصر السياحية ، دار التركي ، طنطا.
- (٩) مريان نشأت فرح (٢٠١٢): السياحة الدينية بإقليم جنوب الوادي: دراسة في جغرافية السياحة ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الآداب بقنا، جامعة جنوب الوادي .
- (١٠) مريان نشأت فرح (٢٠١٥): الآثار الاقتصادية للسياحة الدولية في مصر"دراسة حالة لمدينتي الأقصر والغردقة": دراسة في جغرافية السياحة ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية الآداب بقنا، جامعة جنوب الوادي.

ثانيًا : المراجع غير العربية :

- ١) Burkart,A.J.,& Medlik,S.; Tourism: Past ,Present And future , Heinemann, London, ١٩٧٦.
- ٢) Longman Dictionary of contemporary English Beirut, ١٩٨٤,p.١١٧١.
- ٣) Mathieson,A.&Wall,G., Tourism Economic, Phsical &Social Impact, Longman, London, ١٩٨٢.
- ٤) Oxford Dictionary of current English London , ١٩٤٨,p.٩١٥.
- ٥) Preace ,D.; Tourist Development , John wiley, Sons, New York , ١٩٨١.
- ٦) Preace ,D.; Tourism Today,A Geographical analysis , John wiley, Sons,Ink, New York , ١٩٨٧.
- ٧) Webster's Ninth New Collegiate Dictionary, Springfield, ١٩٨٧.
- ٨) Williams, Tourism Geography, Rout ledge ,London ,New York , ١٩٩٨.