

الإفريقيات

الاتجاهات الحديثة
في العمل السياحي المصري

• التخطيط والاستثمار السياحي

أولاً: التخطيط السياحي^(١): التخطيط السياحي نموذج خاص من التخطيط الإقتصادي والإجتماعي والطبيعي ينفرد بإهتمامات تنبثق من طبيعة ودوافع النشاط السياحي، والتخطيط السياحي يعطى للمكان الأهمية الأولى وتعتبر مرافق الإقامة والنقل عناصر مساعدة. فإن التخطيط السياحي يقوم أساساً على المحافظة على القيم للمواقع السياحية سواء كانت تعتمد في جاذبيتها على المناخ أو الطبيعة أو التاريخ أو أي عمل آخر.

* يتضمن التخطيط السياحي وضع خطة سياحية قومية متكاملة. حيث يتم تقسيمها إلى مجموعة:

- إستراتيجيات.

- خطط نوعية لقطاعات النشاط السياحي.

على أن تتضمن هذه الخطط وضع قواعد لترتيب أولويات المشروعات السياحية بما يتواءم مع طبيعة وحجم ومقتضيات الطلب السياحي، ومدى توافر المرافق الأساسية .. إلخ.

* إعادة النظر في أشكال الأنماط السياحية على الخريطة السياحية لمصر على فترات متباعدة طوال العام لتعميم المد السياحي.

حيث تمثل هذه الأنماط السياحية في سياحة:

- المؤتمرات - الإستجمام - سفارى الصحراء - الرياضية - العلاجية - الدينية - الصيد -

التسويق (الشوننج) - التصويرية ... إلخ.

* توجيه الإهتمام بالآثار والمناطق الأثرية مع الحفاظ عليها وترميم ما يحتاج منها، والإهتمام بالبيئة المحاطة بالآثار من حيث النظافة ونوعية الهواء بالمنطقة ومقدار إهتزاز التربة وأسبابها. وغيرها، مع الإهتمام بفتح مناطق أثرية جديدة للزيارات السياحية.

* تشجيع الإستثمارات وتوفير التمويل اللازم لمشروعات التنمية السياحية بالمناطق الجديدة، وفي هذا الشأن يجب تنوع المزايا والحوافز ومدد الإعفاءات الضريبية للمشروعات الإستثمارية السياحية في القانون حسب المناطق التي تقام فيها هذه المشروعات وحجم الإستثمارات ونوعيتها.

* الإهتمام بإنشاء مركز معلومات سياحية متطورة، ليكون أساساً للعمل السياحي

العلمي المؤثر.

* إعادة تخطيط صناعة النقل المشتمل فى:

- النقل البحرى والنهرى.

- الموانى الجوية (المطارات) والنقل الجوى.

بما يحقق التنسيق بينها وبين السياحة والتوسع فى المطارات الدولية البديلة لتخفيف الضغط على مطار القاهرة، كما يتطلب الأمر قيام المخطط بالنظر فى التخطيط لنظام متعدد الأطراف وإعطاءه الأولوية فى بعض المناطق إذا كان هذا النوع من النظام يساعد على نمو وتطور تلك بمعدلات أسرع.

* تبسيط وأستقرار السياسات النقدية والاقتصادية والجمركية توجيهها إلى تشجيع التنمية السياحية بكافة عناصرها ومقوماتها.

* الإقتصاد فى الضرائب والرسوم المفروضة على السائح (محلياً - قومياً) لتشجيعهم على القيام بالسياحة حيث تنحسر حركة السياحة الدولية إلى مصر.

* الإهتمام والإرتقاء بضاعة الفندق وأماكن الإقامة الأخرى، والمحال العامة السياحية وطرق إدارتها.

* كما يتضمن التخطيط السياحى الإهتمام بحماية البيئة والتوسع فى المحميات الطبيعية والمناطق الخضراء المقترحة التى تسهم فى زيادة الحركة السياحية.

ثانياً: الاستثمار السياحى: أن تطور السياحة الحديثة السريع وطبيعة الطلب السياحى المركبة وامتدادات هذا المطلب المباشر وغير المباشر إلى أكثر قطاعات الانتاج قد دفعت بالمصالح السياحية إلى تهيئة وتنظيم السياحة على اساس مبرمج ومخطط ليتسنى معه تحقيق الأهداف المنشودة فى أقرب مدة وباحسن الشروط تنفيذاً وتمويلاً.

فالسياحة صناعة مركبة تتطلب تخطيط واستثمارات وخبرات فنية فتطورها السريع وطبيعة الطلب السياحى وإمتدادات هذا الطلب المباشر وغير المباشرة إلى أكثر قطاعات الانتاج تقتضى تهيئة تنظيم استثمارى للسياحى على اساس مبرمج ومخطط فالسياحة على شاكلة معظم الصناعات الأخرى تتطلب استثماراً عظماً، والمستثمر عادة ما يفضل أن يضع ماله فى مشروع عائده سريع ومضمون. ومن هنا يتطلب معرفة العائدة المحتمل من أى استثمار قد يستمره الفرد وسيقارن بالعوائد من استثمارات قطاعات أخرى من قطاعات العمل.

وتعمد طبيعة الاستثمار فى حقل السياحة على اختيار القطاع المناسب الذى ستستثمر

فيه، فقد تخطط سلسلة من وكالات السياحة والسفر لافتتاح فرع جديد لها، وقد يدرس مروجى السياحة والسفر إمكانية عرض الاجازات الجماعية لمنطقة جديدة أو بأسلوب جديد، وقد تدرس إحدى شركات الطيران إمكانية شراء طائرات جديدة أو استبدال الموجودة منها بطائرات أحدث أو أسرع أو أكبر حجماً.

ومن المرجح أن لاتشتمل هذه القرارات على هذا النوع من الاستثمارات ولكنها جميعها تشتمل على إختيار نوع واحد أو أكثر من البدائل المختلفة.

فالانفاق على المشروعات السياحية هو إنفاق إستثمارى يحقق عائداً سريعاً فهى إحدى أسرع اسواق النمو وصناعة تختلف عن اية صناعة اخرى لانها تفيد عدداً كبيراً من الناس ونتائجها على الاقتصاد القومى هى الاخرى هائلة عن طريق ما تجلبه من عملة صعبة، وتشجيعها لسلسلة كبيرة من الصناعات السياحية، وتقديم مجالات أوفر من العمل لاناس كثيرين من الاداريين والفنيين والعمال المهرة والشغالة ومجالات أخرى مشجعة عن طريق التخطيط والاستثمار فى الفنادق والخدمات السياحية والتجهيز والترويج والتسويق والنقل^(٢).

وقد أوصت المنظمات والمؤتمرات الدولية الحكومات بتسهيل وتشجيع الاستثمار العام والخاص فى مجال السياحة فى الدول النامية.

فإن كثيراً من الاستثمار الابتدائى، يجب أن تقوم به الدولة ولجذب الاستثمار الخاص، فإن من واجب هذه الدول أن تكون على استعداد لخلق مناخ استثمارى مناسب لتشجيع المستثمر الخاص مثل منح الحوافز المالية الخاصة كالهبات واتمانات، ونسب فوائد ممتازة، وذلك لجعل الاستثمارى فى مجال السياحة مغرباً.

وتشجيع الجهود المشتركة لكافة فروعها الاقتصادية التى تهتم بالسياحة بشكل مباشر أو غير مباشر كصناعة الفنادق والايواء التكميلى ووكالات السفر ووسائل النقل والمواصلات باستثمار الاموال فى المشاريع السياحية، وبخلق الظروف الملائمة لتسهيل الاستثمارات الاجنبية فى مجال السياحة.

وذلك لما تعانة الدول النامية من نقصها الذاتى الشديد من مصادر رأس المال. فإن الاستثمار الأجنبى يجلب معه بشكل دائم عديد من المزايا مثل تقديرات أكثر واقعية للعمل السياحى، مكانية السوق، ومهارات العاملين فى مجال السياحة، وخبرات فى تشجيع المبيعات وفى التسويق.

على الرغم من أن الاستثمار فى مجال السياحة يتشابه مع غيره من الاستثمار فى

المجالات الأخرى غير السياحية وذلك من ناحية رغبة المستثمر فى تعظيم الربح، إلا أن الاستثمار السياحى يتميز بخصائص تميزه عن مجالات الاستثمار الأخرى.

والاستثمار فى مجال السياحة يتأثر بعدة عوامل نذكر منها على سبيل المثال (٣):

(١) مدى تبسيط الاجراءات الحكومة وعدم التقيد بالروتين، والحوافز المتاحة من الدولة للراغبين فى الاستثمار (السياحى) واستعداد الادارات الحكومية لتقديم العون والمعلومات وكذلك التسهيلات للمستثمرين.

(٢) مدى توافر عنصر الارض المناسبة للاستثمار السياحى.

(٣) الموقع من ناحية:

* الاقتراب من المراكز السياحية والحضرية ومراكز الخدمات.

* إمكانية الحصول على العمالة المدربة وتوافر مستلزمات البناء والتشييد وإمكانية

الحصول على مواد الغذاء والشراب بسهولة ويسر.

طبيعة الاستثمار فى حقل السياحة تعتمد طبيعة الاستثمار فى حقل السياحة على إختيار

القطاع المناسب الذى ستثمر فيه.

وسنبحث فيما يلى فى قوانين العرض والطلب بالنسبة لشركات السياحة والسفر،

وبادئين بالطلب حيث انه يحدث العرض (٤) كما ذهب بعض علماء الاقتصاد.

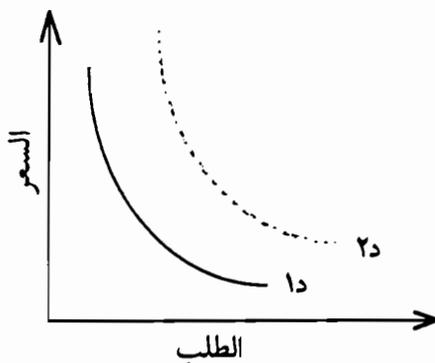
أولاً: الطلب السياحى. يعتمد مستوى الطلب فالخدمات السياحية على عدة عوامل،

كسعر تلك الخدمة ونوعيتها، والنشاطات التسويقية التى تنفق على السلعة كالدعاية

والترويج ومستويات دخول الافراد وغيرها ولعل أهم هذه العوامل هو، السعر ولتوضيح

العلاقة بين المطلب والسعر يستعمل الاقتصاديون تعبير منحنى الطلب كما هو مبين فى

الشكل :-



فالمنحنى (١د) يمثل مجموعة من القيم لجميع العوامل التي تؤثر في الطلب، فإذا تغيرت قيمة واحدة أو أكثر من هذه العوامل، كازياد مستوى الدخل الفردى مثلاً، فإن منحنى الطلب سينتقل إلى مكان أخرى كان ينتقل إلى (٢د) على سبيل المثال، فالمنحنى والحالة هذه يبين لنا أن الطلب في ظروف معينة ووقت محدد يزداد كلما انخفض السعر، ومن هنا يمكن التعرف على ثلاثة أنواع من منحنيات الطلب وهى:

١ - منحنى طلب السلعة، ويبين لنا هذا المنحنى الطلب لكل سعر على انفراد لجميع المستهلكين لتلك السلعة.

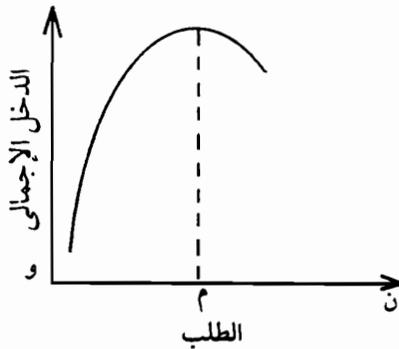
٢ - منحنى طلب المستهلك الفردى ويبين لنا كل سعر على انفراد للمستهلك الواحد، على إعتبار أن كل مستهلك يختلف عن الآخر.

٣ - منحنى الطلب للمؤسسة السياحية ويبين ما تستطيع أن تبيعه الشركة لكل سعر من الأسعار.

وعلى الرغم من صعوبة تركيب هذه المنحنيات لكن الفائدة مبدأ منحنى الطلب لا يمكن تجاهلها ويمكن قياس الطلب فى صناعة السفر بعده طرق، وتعتمد هذه الطرق فى أساسها على تخصيص قطاع معين من قطاعات السياحة لاجراء هذه المقاييس عليه، وكل ما يهمننا بشكل جوهري هو تحويل الطلب إلى دخل إجمالى لتلك الشركة وهذا الدخل فى أبسط أشكاله يمكن تمثيله بالمعادلة التالية:

$$\text{الدخل الإجمالى} = \text{الطلب الإجمالى} \times \text{السعر}$$

ويمكن أن نوضح الدخل الإجمالى النموذجى بالشكل التالى:



ويصل الدخل الإجمالى إلى اعلى مستوياته عندما يكون الطلب (أو البيع) عند نقطة

م - وكلما تجاوز الطب نقطة م - كلما تناقص الدخل الاجمالى، ولكن هذا

لا يعنى أن الربح يتناقص كذلك، وإذا ما عرفنا الدخل الحدى على أنه دخل اضافى لا يمكن الحصول عليه إذا لم يتم إشباع أخرى وحده من وحدات الطلب، فإن النقطة - أ - يمكن حدوثها عندما يكون الدخل الحدى مساوياً لصفر.

وهناك ميزة أخرى ذات فائدة وهى مرونة الطلب، وتعرف مرونة السعر للطلب على الوجه التالى:

$$Y = \frac{\text{نسبة الزيادة فى الطلب}}{\text{نسبة النقصان فى السعر}}$$

فالمرونة أذن مقياس ايجابية الطلب إلى التغييرات فى السعر، فإذا افترضنا أن $Y = 1$ ، وهذا ما يدعى بالمرونة الاحادية، فإن ١٠٪ تغير فى السعر، تسبب ١٠٪ تغير فى الطلب، وإذا كانت (Y) اكبر من ١ - فإن ١٠٪ تغير فى الطلب ويقال عن الطلب فى مثل هذه الحالات بانه طلب مرن نسبياً. وإذا كانت - Y - أقل من ١ - فإن نسبة ١٠٪ المقترض تغييرها فى السعر ستسبب اقل من ١٠٪ تغير فى الطلب، ويطلق على الطلب فى هذه الحالة صفه طلب غير مرن نسبياً.

ويوضح لنا الجدول التالى مدى علاقة المرونة بالدخل الاجمالي :-

Y = ١ (طلب مرن)	Y = ١ (طلب احادى)	Y > ١ (طلب غير مرن)	
ارتفاع فى الدخل	دخل ثابت	ارتفاع فى الدخل	ارتفاع السعر
ارتفاع فى الدخل	دخل ثابت	انخفاض فى الدخل	انخفاض السعر

وبمقارنة هذا الجدول فى الشكل رقم - ٢ - نلاحظ أن الدخل قد وصل إلى اقصاه فى النقطة - أ -، وانه، لزيادة بسيطة فى المطلب، لم يتغير. ويمكن القول كذلك أن الزيادة فى الطلب قد نجمت عن انخفاض فى السعر ولذلك لم يحدث التغيير فى السعر على النقطة - أ - أى تغيير فى العائدات وبذلك يكون الطلب على - أ - احادى المرونة. وعلى إعتبار أن الزيادة فى الطلب من - و - إلى - م - الناجمة عن انخفاض السعر، فإن المنحنى يبين لنا الزيادة فى العائدات، وبناء على ذلك يجب أن يكون الطلب مرنا فى محيط - م ن - . وخلاصة القول أنه يمكن ضبط المرونة بشكل جيد إذ بدأت من النقطة (ن) وتراجعت إلى الورا إلى النقطة ن - و - مفترضين أن انخفاض الطلب قد نجم عن الزيادة فى السعر.

ولاشك في أن معرفة مرونة الطلب تودى لنا خدمة جلييلة في تحديد أسعار السلع السياحية والسؤال الذى يطرح نفسه هنا هو تحديد مدى مرونة الطلب فى صناعة السياحة والسفر؟ وهذا يقودنا إلى أن نضع فى الاعتبار حركة السياحة العالمية قبل كل شىء ونستطيع أن نقسم هذه الحركة إلى عنصرين رئيسين هما :

١ - الحكر التجارية.

٢ - حركة الاجازة والاستجمام.

ويلاحظ أن الطلب للسفر التجارى عن طريق الجو غير مرن نسبياً حيث أن التاجر يسافر من أجل صفقات تجارية ذات قيمة مالية كبيرة، وغالبا ما تكون قيمة هذه الصفقات أكثر بكثير من تكاليف السفر، مفترضين والحالة هذه حلقة معقولة من الأسعار. كما أنه يصعب التعويض عن النقل الجوى باى نموذج سفر آخر، وهذا يعنى أن النقل الجوى يتمتع بالاحتكار الكامل فى هذا المجال.

ومن جهة أخرى يلاحظ كذلك أن السفر لقضاء الاجازة غالباً ما يكون مرناً نسبياً، حيث أن تكاليف قضاء الاجازة تحتل أهمية كبير ملموسة فى تجزئة الدخل الاحتياطى كما أن الكتاليف الباهظة لقضاء الاجازة يمكن التعويض عنها باساليب اقل تكلفة من غيرها وخاصة فى نفس بلد السائح وبالطبع فإن ذكر الدخل الاحتياطى يعنى أن الطلب قد يكون مرناً لاسباب اخرى عدى عن السعر وبذلك يمكن بالتأكيد أن نعرف مرونة الدخل للطلب. وإذا ما اخذنا فى الاعتبار السفر الداخلى فإن الطلب على السفر الجوى التجارى ايضاً يمكن أن يكون مرناً حيث نستطيع أن نعوض عن ذلك بالسفر براً أو بالقطار مثلاً.

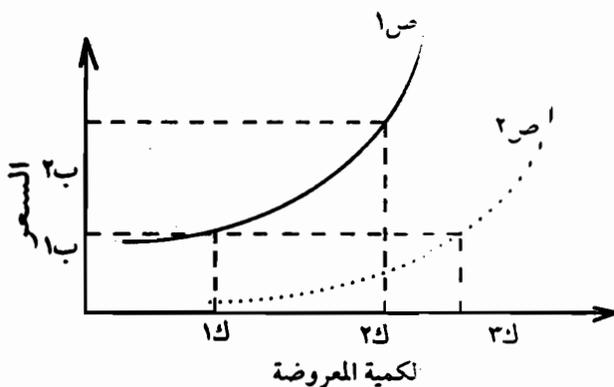
ومما سبق ذكره نستطيع القول أن الخدمات ذات الطابع الاحتكارى البسيط، أى التى يصعب التعويض عنها بخدمات أخرى، تتمتع بطلب غير مرن، فى حين أن الخدمات المتواجدة فى سوق المنافسة، أى حيث يمكن التعويض عنها بعدة خدمات أخرى، تعانى من مرونة الطلب.

ومن البديهي انه من الافضل للشركات أن تتواجد فى سوق غير مرن، أى فى سوق احتكارية حيث أن الاسعار يمكن أن تتبدل إلى اعلى بالطبع، لاقبل تأثير بسيط على الطلب. والاحتكارية تعنى عدم وجود بدائل مماثلة فى السوق المنافسة. وهذا يعنى التوجه نحو الاحتكار. وبوجه عام فإن نحو الاحتكار. وبوجه عام فإن مروجى السفر فى منافسة

دائمة مع بعضهم البعض ولذلك خد الطلب في هذه الاسواق مرناً، وحتى شركات السفر في منافسة دائمة مع بعضهم لاسواق مرنا، وحتى شركات الطيران فهي كذلك تتنافس على المسافرين بتعدد التجارة ولذلك نجد أن الطلب مرناً لهذه الشركات ومع ذلك فنظراً للتوقيع على اتفاقية تحسب الأسعار التي حدتها منظمة الاياتا فإن شركات الطيران اخذت تتجه إلى حالة الاحتكورية.

ثانياً العرض السياحي: تعتمد كمية خدمة التي تجهزها الشركة لتعرضها في السوق على عدة عوامل، كالسعر الذي ستتقاضاه، والطاقة الانتاجية، ورأس المال العامل والضرائب والمهبات وغيرها. وأهم هذه العوامل هو عامل السعر الذي يعزوه الكاتب الاقتصادي إلى الكمية المعروضة ويمثلة في تطبيقه النظرية بمنحنى العرض كما هو واضح في الشكل

- ٣ -

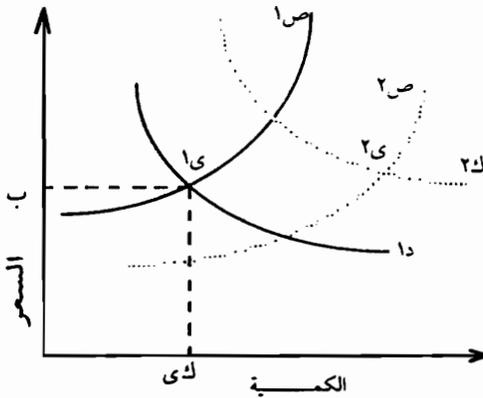


فالمنحنى - ص ١ - يمثل القيم المعنية لجميع العوامل التي تؤثر في العرض. ويشير المنحنى بأنه عندما يكون السعر - ب ١ - فإن الشركة ستعرض الكمية - ك ١ - إذا أرتفعت الاسعار، الى - ب ٢ -، فإن الشركة ستعرض - ك ٢ - وإذا ما تغيرت قيمة إحدى العوامل، الأخرى، كازدياد رأس المال العامل فإن منحنى العرض قد يتجه إلى - ص ٢ -، وفي هذه الحالة فعندما يكون السعر ب ١ فإن الشركة قد تعرض الكمية ك ٣ -.

وقياس العرض في صناعة السفر، فهو كذلك يعتمد تخصيص قطاع معين من قطاعات السياحة من أجل اجراء هذه المقاييس عليه.م فقد تعرض شركات الطيران طائرات جديدة أو مقاعد طيران جديدة أو حتى مقاعد ميلية جديدة. وسلسلة الفنادق فهي تعرض الاسرة، وتستطيع أن تزيد من طاقة العرض لديها بتوسيع الفنادق القائمة أو بناء فنادق جديدة.

وترتبط قضية تكاليف العرض بمستوى أو كمية العرض التي تؤثر في وضع منحنى العرض وأهم ما يتعلق بموضوعنا هذا هو الكلفة الحدية التي تعرف بانها تكاليف إضافية لزيادة حجم التجارة بوحدة واحدة كزيادة التكاليف الناجحة عن إدارة فندق بسعة ٣١ غرفة بدلاً من ٣٠ غرفة مثلاً.

والآن لابد من أن نتحدث عن كيفية تفاعل المستهلك والعرض في السوق. فمن منحنيات الطلب في الشكل ١ - ومنحنيات العرض في الشكل - ٣ - نستطيع أن نركب شكلاً جديداً كما هو واضح في الشكل - ٤ -.

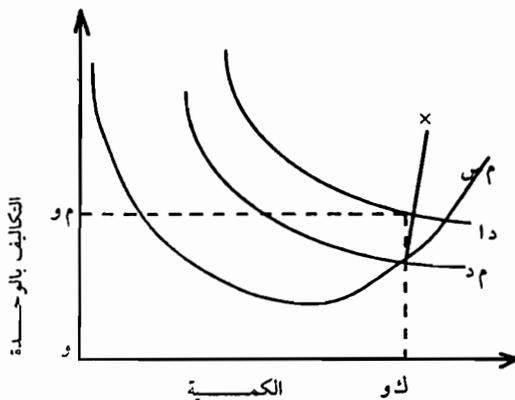


فالمنحنيات ١، ص١ - تتقاطع على النقطة - ١ى - والتي تعتبر نقطة التوازن، وفي هذه الحالة يطلق على السعر - بى - بسعر التوازن والكمية - كى - بكمية التوازن. ومن ناحية النظرية، فإن أسعار السوق في سوق المنافسة الحرة، ستتجه إلى - بى - والكمية المعروضة والمطلوب ستتجه إلى كى - وإذا اتجهت - د١، ص١ - من أماكنها إلى - ٢، ص٢، فإن النقطة - ١ى - ستنتقل إلى - ٢ى - وإذ كان المعارض على المنحنى ص١ فلا يوجد هنالك أية نقطة يستطيع أن يعرض عليها أكثر من - كى - حيث أنه لا يستطيع أن يبيعها وعلى الرغم من ذلك، فإنه إذا ما خفض التكاليف إلى المنحنى ص٢ فإنه قد يكون قادراً على بيع كمية أكثر لكن بأسعار أقل ومع ذلك فإن الأرباح الحدية قد تبقى نفسها. والربح في أبسط أشكاله يمكن تعريفه كما يلي:-

$$\text{الربح} = \text{مجموع العائدات} - \text{مجموعة التكاليف}$$

وتشير النتائج إلى أن الربح يصل إلى اقصاه عندما تتساوى العائدات الحدية (م د) مع التكاليف الحدية (أس). وهذا يعني أن الدخل الإضافي الناجم عن بيع وحدة إضافية

تساوى التكاليف الاضافية التى استهلكت فى انتاجها. ويمكن ملاحظة ذلك على النقطة x - وعندما تكون الكمية - ك و - كما هو واضح فى الشكل - ٥ - فالكمية - ك و - معادلة للسعر (م و) من منحني الطلب - د ا - . وبذلك فإن السعر يعتبر سراً جيداً ويكن للشركة من خلاله أن تدير اعمالها ولكنه قد لايتوافق مع سعر التوازن (دى) كما فى الشكل (٤).



ومن دراسة الشكلين ٤، ٥ دراسة علمية وتحليلية يمكننا رسم سياسة واضحة وعملية فى تحديد الأسعار.

الاستثمار السياحي العربى: أصبح للسياحة دور عظيم الأهمية ذو أبعاد كبيرة فى حياة الأمم والشعوب سياسية واجتماعية واقتصادية فأصبح عائدها ينافس الكثير من الصناعات الأخرى من خلال ما تحققة من عائدات مادية كبيرة تلعب دوراً هاماً فى حل الكثير من المشكلات التى تواجهها وانشأت من أجلها المنظمات الدولية والاقليمية والمحلية التى ترعى شئونها وتهتم لتطويرها والأرتقاء بها وتنميتها وتنشيطها بين الدول المختلفة.

تأجهت العديد من الأجهزة السياحية العربية خلال عدة سنوات إلى الأخذ بنظام المعلومات السياحية وبذلت جهوداً نحو انشاء أو تحسين هذه النظم لديها، وفيما يتعلق باحصاءات السياحة والسفر لم يكن هناك وضوح باغراض نظام المعلومات الاحصائية بين المعنيين بهذا النظام. إذ أن النظرة مختلفة ما بين الاجهزة السياحية من جهة، وبين الخبراء المتخصصين من جهة أخرى، وذلك لاختلاف النظرة الأساسية لاغراض نظام المعلومات.

فإن التنمية السياحية ليست مجرد مشروعات متفرقة ولكنها خطة تنمية شاملة تحوى

على كل العناصر المكونة المرض والطلب السياحي تحتاج إلى رؤوس أموال طائلة علاوة على جهود انمائية كبيرة - كما تحتاج عمليات التطوير في مجال الخدمات السياحية الاستثمار في التجهيزات التي تتبع عادة تنوع وتطور الطلب السياحي.

فالسياحة ليست صناعة مفردة بل هي جميع الصناعات اذ تسهم في تشييط صناعات رئيسية وجانبية وحرقة أو منشأة أو صناعة بدءاً بصناعة الفندقة والنقل ومروراً بالمعدات السياحية والمأكولات والتذكارات والهدايا والترفيه (ملاهي كازينوهات الخ) وانتهاء بالمنسوجات والاشخاب الخ.

ومن هنا تتطلب السياحة العربية استثمار هائلا فى النقل والتجهيزات وتنشء فى الوقت نفسه تجارة طبيعية هائلة فى شكل استثمارات فى الخدمات وحفز التجارة الدولية (الناجمة عن البضائع والخدمات) عن طريق زيادة صناعات المرض الأخرى التى تخلقها وتحركها هذه الصناعة فى إنتاج أو مضاعفة إنتاج قطاع الخدمات والمواصلات والتجارة.

ولنجاح عمليات الاستثمار فى المجال السياحي العربى لابد أن تتوفر المقومات التالية:
أولاً: المناخ الاستثمارى الملائم للمشاريع السياحية مع تبسيط الاجراءات المشجعة للاستثمار لتساعد على ارتفاع كفاءة التشغيل.

ثانياً: السعى وراء خلق أنماط جديدة من العمل السياحي تكون عنصر للجذب السياحي لمقابلة مختلف المتطلبات المتوقعة فى المنطقة العربية.

ثالثاً: تحقيق الاستغلال السياحي الأمثل دون إحداث أى تغييرات بيئية، واستثمار الامكانيات الطبيعية للحصول على مراكز سياحية عمرانية فريدة.

رابعاً: دور جامعة الدول العربية فى منح الدول الاعضاء أسلوب لتمويل المشاريع السياحية من أجل خلق الظروف الملائمة لتسهيل الاستثمارات، وذلك عن طريق هيئة عربية يتبع وزراء السياحة العرب. ودور هذه الهيئة لتدعيم وتطوير أو حل مشاكل المستثمرين بشكل قروض طويلة الأجل بفوائد هامشية.

وانطلاقاً من إيماننا بضرورة الوحدة العربية وخاصة فى مجال العمل للسياحي حيث تتنوع البيئة السياحية العربية ضرورة انشاء السوق السياحية العربية المشتركة لتشيط العمل السياحي العربى وتكاملة فى المنطقة العربية والتغلب على الصعوبات التى تعوقها.

لذلك يقترح المؤلف انشاء صندوق يعنى بالتنمية السياحية العربية وإستثمارتها وهو (الصندوق الاستثمارى السياحي العربى) فلن دور هذا الصندوق: الاسهام فى تمويل

مشروعات التنمية السياحية من أجل صناعة سياحية قوية ومنطورة عن طريق التمويل لمشاريع سياحية عربية مشتركة، وكذلك للحكومات والمؤسسات السياحية العربية الخاصة.

* تشجيع توظيف الأموال العامة والخاصة للدول الأعضاء بطريق مباشر أو غير مباشر بما يكفل تطوير وتنمية السياحة العربية.

* توفير الخبرات والمعونات الفنية للدول الأعضاء في مختلف مجالات التنمية والاستثمار السياحي.

* تعطى الأولوية للمشروعات السياحية ذات التأثير المباشر والسريع على التنمية السياحية وفقاً لما يلي:

أولاً: التنمية السياحية الملائمة والمأمونة بيئياً.

ثانياً: تعزيز الادارة السياحية البيئية.

ثالثاً: تطوير المراكز السياحية الهامة.

رابعاً: تنمية الموارد الطبيعية السياحية.

خامساً: حماية البيئة البحرية من المشروعات السياحية المدمرة لها.

سادساً: المساهمة في تعزيز دور التعليم السياحي العربي.

سابعاً: تعزيز المشاركة الشعبية في برامج التنمية السياحية.

راس مال هذا الصندوق يتكون على النحو التالي:

* من حصيلة اشتراكات الدول الاعضاء.

* مجمرع القروض من الدول الاعضاء والهيئات الدولية أو الهيئات العامة أو الخاصة.

* فتح الاكتتاب العام العربي أمام القطاع الخاص أو العام أو الافراد في الاكتتاب

في اسهم هذا الصندوق عن طريق طرح اسهمه في بورصة الاوراق المالية.

* كما يتكون رأس مال الصندوق من عوائد استثمار أموال الصندوق.

* نسبة من الناتج القومي للدول للمساهمة في راس مال هذا الصندوق. وخاصة للدول التي لها موارد متعددة.

يتألف عضوية هذا الصندوق على النحو التالي:

١ - الدول الاعضاء في جامعة الدول العربية.

٢ - الاعضاء المؤسسون المكتتبين فى رأس المال.

٣ - المؤسسات والهيات المالية العربية التى ترغب بالاككتاب فى راس المال لهذا الصندوق.

٤ - أية دولة عربية يوافق بمجلس محافظى الصندوق على انضمامها ويعتبرون اعضاء منضمون.

على الصندوق الاستثمارى السياحى العربى ادارة الموارد الطبيعية العربية من خلال ما يلى :-

* اعتماد سياسات سياحية جديدة تعمل على انماط سياحية تعزز التنمية السياحية المتواصلة.

* القيام، من خلال برامج البحث العلمى والتعليم والتدريب السياحى ونشر المعلومات بزيادة الوعى العام بالتراث الحضارى والحضارى والثقافى وفهمة.

* تكثيف فرص مساهمة القطاع الخاص فى تحقيق التنمية السياحية المتواصلة.

* ضمان استخدام التمويل المخصص من الميزانيات والصادر الدولية استخداماً فعالاً لحماية البيئة السياحية وتحقيق التنمية السياحية المتواصلة فى الوطن العربى.

مجالات استثمار (الصندوق الاستثمارى السياحى العربى) فى القطاع السياحى على النحو التالى:

أولاً: قطاع الايواء: يمكن للصندوق تأسيس شركة عربية للفنادق يكون هدفها الاهتمام بقطاع الايواء السياحى وتطوير الفنادق والقرى والمنتجعات السياحية، وتقديم خدمات سياحية جديدة تعتمد على المنظور البيئى كالايكولوج وهو «الفندق البيئى» وهو مطلب سياحى حديث.

ثانياً: قطاع النقل السياحى من القطاعات الاقتصادية السياحية الهامة، ويمكن الاستثمار فى هذا القطاع على النحو التالى:

النقل البرى: تدعيم شركة شرق الدلتا للنقل الدولى على الطرق العربية وشركات عربية أخرى، لتسهيل نقل الركاب والسائحين العرب بين الاقطار العربية. وهذا يتطلب انجاز شبكة الخطوط البرية العربية الواردة فى مؤتمر وزراء المواصلات العرب ضمن المواصفات الدولية.

النقل البحرى: تأسيس «شركة ملاحه عربية» غرضها القيام بجميع عمليات الملاحه

والنقل للركاب والسياح وجميع العمليات المتصلة باغراضها. وانشاء مثل هذه الشركة يحتاج إلى خبرات كبيرة ورؤوس اموال ضخمة لتقوم بتنظيم النقل السياحي البحري وأسعاره بالطرق التي تحقق بها أكبر فائدة ممكنة وتشرف على عمليات التدريب والتعليم لتكون هذه الشركة المدخل الطبيعي لخدمة الحركة السياحية في البلاد العربية.

النقل الجوي: تاسيس شركة طيران عربية لتوحيد الجهود في ميدان الطيران المدني. دعم شركات الطيران العربية لزيادة الحركة السياحية وتمكينها من مسائر التطور في عمليات النقل الجوي.

النقل بالسكك الحديدية: الاهتمام بعمل الشبكة العربية للسكك الحديدية لتدعيم المواصلات البرية وتجهيزها بما حدث ما وصل إليه العلم في هذا الخصوص.

ثالثاً: تدعيم اعمال التنقيب: صيانة وتدعيم المناطق الاثرية وذلك عن طريق تحويل اعمال البحث والتنقيب والكشف عن ثروات وشواهد تاريخية عربية. وهذه قضية هامة تحتاج للاستثمار والتمويل.

رابعاً: مجال التدريب المهني: الاهتمام بتخطيط القوى العاملة في مجال السياحة وذلك بوضع برامج تدريب للاخذ بتكنولوجية التعليم. مع الاهتمام بانشاء معهد متخصص عربي للتدريب المهني السياحي.

خامساً: التسويق السياحي: العمل على استثمار تمويل الحملات الاعلانية والدعائية عن الانماط السياحية العربية ومهرجانات السياحة بهدف زيادة الحركة السياحية العربية وذلك للفت نظر مروجي البرامج السياحية العالمية لامكانات السياحة بالمنطقة العربية.

كما سبق ذكره يتبين أهمية وضرورة انشاء الصندوق الاستثماري السياحي العربي في دعم المؤسسات والاجهزة والتنظيمات السياحية العربية تتولى الاشراف على جميع العمليات والمشاريع السياحية السابق ذكرها. مع دعم الخطط الاقليمية في المجال السياحي وتشجيع بالتالى على قيام مؤسسات تعنى بالاستثمار المباشر في المشاريع السياحية المشتركة وتنسيق التعاون مع الهيئات المعنية في مجال تمويل المشروعات السياحية. وتوطد الثقة كركيزة مبدئية يمكن على اساسها تحرير رؤوس الاموال بين البلاد العربية لصالح صناعة السياحة. مع حصر لشبكات المعلومات السياحية العربية وأعداد برنامج عربي لربط هذه الشبكات ببعضها البعض وبالشبكات العالمية.

• التنمية السياحية المتواصلة كاتجاه حديث في السياحة^(٥).

التنمية تعتبر في حد ذاتها وسيلة للارتقاء بمستوى الانسان حيث تستخدم الطبيعة والبشرية لتحقيق هذه التنمية. وهناك اعتقاد قاصر وهو أن الامكانية المطلقة للبيئة قادرة على الوفاء باحتياجات الانسان من الموارد الطبيعية بدون حدود. حيث أدت التنمية التقليدية والتي استخدمت تكنولوجيا غير مناسبة إلى استنزاف لموارد البيئة الطبيعية، أو في العمليات التحويلية لهذه الموارد إلى سلع وخدمات ضرورية للتنمية مما سبب للتلوث بانواعه المتعددة.

فلم تلتزم هذه التنمية بمحددات في أساليب التنمية ذاتها من حيث استخدامها لموارد البيئة بشكل غير طبيعي بالافراط في استخدام الموارد الطبيعية واستنزافها وكسر الديناميكية الطبيعية للسلاسل الغذائية المسئولة عن تكوين هذه الموارد - الأمر الذي أدى إلى نضوب الكثير منها وأصبح ما تبقى من هذه الموارد الطبيعية - مع استمرار هذه السياسات - مهدداً بالانتهاء.

فأصبحت التنمية التقليدية - غير البيئية والقائمة على الاعتبارات الاقتصادية فقط دون مراعاة الآثار البيئية سبباً مباشراً في بروز الكثير من المشكلات البيئية. وأصبحت النظرية الاقتصادية التقليدية «غير البيئية» والنتائج القومية كمقياس للنمو الاقتصادي محل نقد شديد. ومن هنا أدرك الاقتصاديون قبل غيرهم أهمية في دعم التنمية الاقتصادية، وبدأوا في توجيه الدعوة إلى التنمية الصحيحة بيئياً.

فإن الضمان الوحيد لاستمرار برامج التنمية هي أن تأخذ في الاعتبار الآثار الجانبية على البيئة بحيث تكون برامج التنمية في حد ذاتها معينة على حماية البيئة، ولا وسيلة لاستمرار التنمية إذا ما تسببت برامجها في إنهيار النظم الايكولوجية.

وقد أدى هذا إلى ظهور فرع جديد من العلوم الاقتصادية يسمى الإقتصاد البيئي Environmental Economics والذي تعتمد فلسفته أساساً على المحافظة على البيئة وحل مشكلاتها. فاستخدام موارد البيئة والضغط عليها دون أخذ البعد الايكولوجي في الاعتبار يؤدي إلى تعدي أقصى للتحميل البيئي^(٦). ومن هنا زاد الاهتمام - بالبعد الايكولوجي - كبعد جديد ومفهوم حتمي في التخطيط.

لقد آن الأوان أن يتنحى أسلوب التخطيط التقليدي ليترك المجال للتخطيط الايكولوجي كمفهوم أو منهج لتطبيق سياسة الحكومات في تأكيد الإدارة البيئية الجيدة بتنظيم الموارد البيئية بنجاح.

ومما يعزز الدعوة بضرورة الأخذ بالتخطيط البيئي كمنهج أساسى لتحقيق استخدام متوازن لموارد البيئة، أننا نعيش فى الوقت الحاضر فى عالم الندرة World of Scarity عالم أصبح فيه النمو السكانى سريعا وخاصة العالم النامى، ويشهد فى نفس الوقت تقدماً تكنولوجياً واقتصادياً سريعاً بغير ضغف شديداً ومخلا على معطيات البيئة بما يرهقها ويعطى لها صفة الندرة بل يهدد بحدوث خلل أو عدم توازن بيئى، وتصبح مهمة التخطيط الايكولوجى كيف يحقق التوازن فى العلاقة السكانية - الانتاجية - البيئة.

فالتخطيط البيئى ضابط لكل أنواع الخطط التى تستهدف استخدام موارد التنمية البيئية بما يحقق لها الاستخدام المتوازن الآمن. فاتخاذ أى قرار لوضع أى خطة يجب أن يصاغ من خلال المنظور البيئى.

• الاهتمام بالسياحة الداخلية من الإتجاهات الحديثة فى مصر.

تشير الإحصاءات الدولية الى أن السياحة الداخلية أصبحت تشكل فى الوقت الحاضر تسعة أمثال السياحة العالمية، بعد أن ظلت فترة طويلة إمتدت إلى السبعينات فى حدود أربعة أو خمسة أمثالها فقط، وفى عام ١٩٨٢ بلغ حجم السياحة الداخلية نحو ٦, ٢ مليون سائح بنسبة ٩٠٪ من الإجمالى، وهى نفس النسبة المشاهدة فى عامى ٨١، ١٩٨٢^(٩) ويوضح الجدول رقم (٢٣) الأهمية النسبية للسياحة الداخلية، ومنه يتضح ارتفاع هذه الأهمية إلى نحو ٩٦٪ بالنسبة لمنطقة جنوب آسيا وإلى ٩٤٪ بالنسبة للأمريكيتين، بعكس منطقتى أفريقيا والشرق الأوسط حيث تكاد تعادل الأهمية النسبية للسياحة الداخلية والدولية فى الأولى، وتصل نسبتها إلى ٢ : ٣ الثانية^(١٠).

جدول رقم (٢٣) الأهمية النسبية للسياحة الداخلية

إلى جملة الحركة السياحية حسب المناطق (العدد بالمليون)

المنطقة	السياحة الداخلية (١)	جملة السياحة (١)	الأهمية النسبية (٢ / ١)
أوروبا	١٥٥٤	١٧٥٠	٪٨٩
الأمريكيتين	٨٤٦	٩٠٠	٪٩٤
شرق آسيا ومنطقة الباسيفيك	١٤٤	١٦٠	٪٩٠
جنوب آسيا	٤٨	٥٠	٪٩٦
الشرق الأوسط	٨	١٣	٪٦٢
أفريقيا	٦	١٢	٪٥٠
الإجمالى	٢٦٠٦	٢٨٨٥	٩٠,٣

ويعكس هذا التطور الإهتمام الكبير الذى بدأت توليه الدول الكبرى لهذه السياحة لما لها من أهمية إقتصادية وإجتماعية، حيث تسهم فى تعمير وتنمية الكثير من المناطق بإقامة المنشآت والقرى السياحية، كما تسهم فى زيادة نسبة الإشغال الفندقى وأماكن الترفيه، وتوفر بالتالى مصدراً إضافياً للدخل والتوظيف ووفراً للتقدي الأجنبى الذى كان يتسرب خارج البلاد مع السياحة الدولية، هذا بالإضافة إلى تأثير السياحة الداخلية على تنمية الوعى السياحى وتقوية الشعور بالإنتماء الوطنى والإعتزاز بترائه.

وإلى عهد قريب لم تحظ السياحى الداخلية فى مصر بالعناية الكافية ويعود ذلك إلى:

- ١ - قصور الوعى السياحى.
 - ٢ - وإرتفاع أسعار الفنادق.
 - ٣ - وإنخفاض دخول قطاعات عريضة من المواطنين.
 - ٤ - عدم توفر الخدمات الترفيهية الملائمة للمواقع السياحية وإفتقار عدد منها للمرافق العامة،
 - ٥ - عدم العناية بالمناطق المختلفة التى تشكل نقاط جذب للسياحة المحلية وعدم تخطيط مواسمها بما لا يتعارض مع مواسم السياحة الدولية.
- وتستقبل المصايف الشمالية حالياً عدد من ٥، ٣ - ٤ مليون مصطاف سنويا يشكلون حوالى ٥، ٧ - ٨٪ من سكان مصر تقريباً، والجدول التالى رقم (٢٤) يبين توزيع هذا النمط بالنسب المبينة والتى يتضح منها عدم وجود توازن مكافئ لتوزيع المصطافين حيث تحتل الإسكندرية نسبة ٧٦,٧٪ من إجمالى عدد المصطافين، كما أنه لا يوجد توازن زمنى أيضاً حيث يحتل شهر أغسطس أكبر نسبة من إشغال المصطافين من جملة حركة السياحة الصيفية ثم شهر يوليو ثم سبتمبر (١١).

جدول رقم (٢٤) نسب السياحة الداخلية

بمصايف مصر الشمالية

المنطقة	إسكندرية	رأس البر	مرسى مطروح	جمصة	بلطيم	بورسعيد	العريش
النسبة ٪	٧٦,٧	١٠,٩	٤,٦	٣,٢	٢,٠	١,٧	٠,٩

ظهرت مناطق تنافسية جديدة كمنطقة السويس - بورسعيد - الإسماعيلية - فايد، وكذلك مناطق البحر الأحمر والعين السخنة وجنوب سيناء وكلها مناطق جذب تساعد على تخفيف حركة السياحة الداخلية من الشواطئ الشمالية. الأمر الذى يؤكد ضرورة الاهتمام بالسياحة الداخلية فى هذه المناطق صيفاً وشتاءً.

* توقعات الحركة السياحية الداخلية فى مصر حتى عام ٢٠١٠.

لاشك أن الطلب السياحى الداخلى يتوقف على مجموعة من العوامل نذكر منها على

سبيل المثال: -

١ - معدل النمو السكانى.

٢ - درجة التحضر.

٣ - الدخل.

٤ - مدى توفر مقومات النشاط السياحى الداخلى.

٥ - حجم السياحة الخارجية للمصريين.

ويتفاوت تقدير حجم الطلب السياحى على مصر وذلك بسبب عدم وجود إحصاءات دقيقة عن حجم السياحة الداخلية فى مصر فتشير دراسة «إيلاكو» إلى أن ٢ - ٣٪ من جملة السكان قادرون على تمضية أجازة خارج مكان الإقامة والعمل وينمو عددهم بمعدل ٥٪ سنوياً بينما أشارت دراسات الإستشارى الألمانى «شتا يثيرجر» والمكتب الإستشارى «بود» إلى أن نسبة أعلى فى حدود ١٠٪ من جملة السكان إفتترضت الدراسة زيادة سنوية بمعدل مناظر لمعدل الزيادة السكانية ٤, ٢٪.

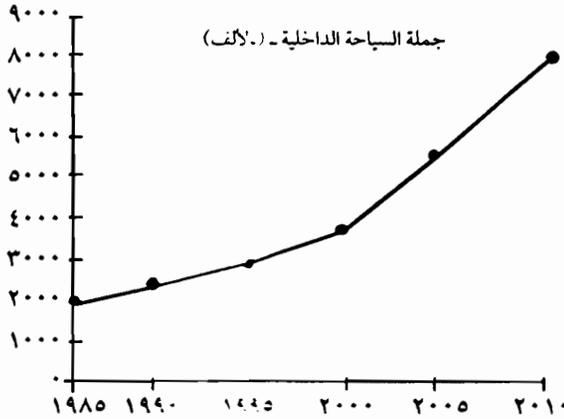
وتقوم تقديرات وزارة السياحة لحجم الطلب السياحى الداخلى على أن المصدر الأساسى للسياحة الداخلية هو نسبة من سكان الحضر وقدرتها الدراسة بنسبة ٨٪ (أخذين فى الإعتبار زيادة معدل الطلب السياحى بالنسبة للمصريين العاملين بالخارج، وعلى ذلك فقد قدر حجم الطلب فى عام ١٩٨٥ بحوالى ١,٩١ مليون سائح على أن تصل فى نهاية الخطة إلى ٨,١ مليون سائح وأن معدل النمو السنوى للطلب السياحى الداخلى من ٤ - ٦٪ سنوياً (١٢).

ويبين الجدول رقم (٢٥) والشكل رقم (٣) توقعات حركة السياحة الداخلية فى مصر

حتى عام ٢٠١٠.

جدول رقم (٢٥) توقعات السياحة الداخلية عام ٢٠١٠

جملة السياحة الداخلية بالألف	أنواع السياحة الداخلية		السنة
	لأجانب المقيمين بالألف	سياحة المواطنين بالألف	
١٩١٥	٧٥	١٨٤٠	١٩٨٥
٢٣٢٣	٨٣	٢٢٤٠	١٩٩٠
٢٩٥٢	٩٢	٢٨٦٠	١٩٩٥
٣٩٣٠	١٠٠	٣٨٣٠	٢٠٠٠
٤٥٨٠	١١٠	٥٣٧٠	٢٠٠٥
٨٠١١	١٢١	٧٨٩٠	٢٠١٠



شكل رقم (٣) تقديرات حركة السياحة الداخلية في مصر عام ٢٠١٠

• **الطلب السياحي على الشواطئ المصرية:** تأخذ سياحة تفضية الأجازات أشكالاً متعددة ويدخل فيها سياحة الآثار وسياحة الصحارى وسياحة الشواطئ وكذلك سياحة السيارات والسياحة الرياضية والسياحة الدينية، وكل شكل من هذه الأشكال له مقوماته وطبيعته المميزة.

وبالنظر إلى أشكال السياحة في مصر نجد أنها ترتبط كثيراً بنوعيات السياح الوافدين فالسياحة الوافدة من دول أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية هي في المقام الأول سياحة

تاريخية ثقافية فى شكل أفواج سياحية تنظيم رحلاتها المكاتب والشركات السياحية فى الخارج وتستهدف المزارات الأثرية والدينية، ومتوسط مدة إقامة السائح ٥ - ٦ أيام يقضى منها السائح يومين أو ثلاثة بالقاهرة لزيارة المتحف المصرى والأهرامات وأبو الهول وخان الخليلى وبعض المساجد بالقلعة ويوم أو يومين فى مدينة الأقصر وأخيراً يوم أو يومين فى أسوان (١٣).

والجدول رقم ()، () يبين أن سياحة الأجانب هى سياحة آثار بالدرجة الأولى حيث شكلت نحو (٧٠ - ٧٥٪) من جملة الحركة السياحية تتبعها سياحة التعرف على العائلات والتقاليد الاجتماعية والنواحي الجمالية والبيئية بنسبة (١٥ - ٢٠٪) وهى عادة ماتكون وجهتها واحات سيوة بالساحل الشمالى الغربى أو جنوب الصعيد أو مناطق البدو فى شمال وجنوب سيناء.

وبالتالى لا تبقى سوى نسبة متواضعة للغاية لاتتجاوز (٥ - ١٠) لسياحة الشواطئ ويمكن رفع هذه النسبة إذا ما توفرت المنتجعات السياحية الشاطئية الملائمة وإذا ماتم تزويدها بالمرافق والخدمات الترفيهية.

وقد إستعرضت بعض الدراسات حجم الطلب السياحى الممكن استقطابه للتردد على الشواطئ المصرية. ففى دراسة إيلكو إفتراض المخطط رفع نسبة الطلب على الشواطئ إلى (٤٣٪) عام ١٩٩٠، (٥٥٪) عام ٢٠٠٠ وهو مالا يتفق مع الحجم المتواضع للطلب السياحى فى الوقت الراهن ومحدودية فترة إقامة السائح التى يسمح قصرها بالتردد على الشواطئ المصرية بالإضافة إلى منافسة المواقع البديلة على إمتداد سواحل البحر المتوسط وفى جزره المتشجرة.

وبالأخذ فى الإعتبار معدلات أكثر تواضعاً يتفق وإمكانيات الشواطئ المصرية بحيث ترتفع نسبة سياحة الشواطئ للأجانب تدريجياً ٥٪ - ٨٪ عام ١٩٩٠، ثم إلى ١٠٪، ١٢٪ عام ١٩٩٥. ٢٠٠٠ وأخيراً إلى ١٥٪، ٢٠٪ فى عامى ٢٢٠٥، ٢٠١٠ على التوالى، وهى تقديرات مشابهة للواردة بدراسة بيسر - إيجيتيم (١٤).

وبالنسبة للسياحة العربية فهى أساساً لأغراض الترفيه ولذا يفضل العرب الإقامة فى القاهرة أساساً حيث يتوفر وسائل الراحة والترفيه والعلاج ويليهما فى الأهمية الإسكندرية فى فصل الصيف، أما السياحة الثقافية فهى تكاد تكون معدومة بالنسبة لهم.

جدول رقم (٢٦) النسبة المئوية لتوزيع نسبة اللبالي السياحية
حسب الغرض من الزيارة (١٥)

الغرض	عرب	أوروبيون	أمريكيون	أخرى	غير مبين	جملة
ترفيه	٤٥,٤	٤٠,٤	٧,٩	٦,٣	-	١٠٠
علاج	٩٥,٨	١,٣	٠,٢	٢,٧	-	١٠٠
دراسة	٨٤,٢	٥,٩	٤,٥	٥,٤	-	١٠٠
مؤتمرات	٥٠,٨	٢٤,٩	١١,٢	١٣,١	-	١٠٠
زيارة أقارب	٧٩,٥	١٠,٥	٣,٩	٦,١	-	١٠٠
الشغل في مصر	٤٠,٥	٣٠,٦	١٣,٢	١٥,٧	-	١٠٠
أعمال تجارية	٥٨,٠	٢٨,٤	٩,٠	٤,٦	-	١٠٠
حوافز	٢,٦	٧٠,٠	١٩,٧	٧,٧	-	١٠٠
ثقافة	٢,٥	٨٣,٤	٨,٣	٥,٨	-	١٠٠
أخرى	٣٥,٤	٤٧,٨	٥,٧	١١,١	-	١٠٠
غير مبين	٥,٣	٥٧,٧	٨,٩	٢٨,١	-	١٠٠
جملة (لبالي سياحية)	٥٣,٠	٣٣,٣	٦,٩	٦,٨	-	١٠٠
سائحين	٤١,١	٤٢,٤	٩,٠	٧,٥	-	١٠٠

جدول رقم (٢٧) النسبة المئوية لتوزيع اللبالي السياحية
حسب المنطقة السياحية (١٦)

المنطقة السياحية	%
القاهرة والجيزة	٦٢,٩
الأقصر	٨,٠
أسوان	٤,٣
الإسكندرية والشاطئ الشمالي	٨,٧
البحر الأحمر	٣,٧
سيناء الشمالية	٠,٩
سيناء الجنوبية	١,٨
أخرى	٩,٧
جملة	١٠٠

ويفيد الإحصاء الذى أجرى عام ١٩٨٧ لعينة من السياح العرب إستعداد ٢٠٪ من القادمين لمصر لشراء مساكن للإقامة الصيفية أو إستئجار مكان لمدة طويلة فى المناطق السياحية ومن ثم يمكن الإسترشاد بهذه النسبة فى تقدير طلب السياح العرب على الشواطئ المصرية حتى عام ٢٠١٠.

وبالنسبة للمجموعات السياحية الأخرى فقد أوضحت بيانات الإقامة تفضيل نحو ٢٣٪ منهم لإرتياد الشواطئ الساحلية^(١٠).

* تقدير الطلب السياحى الدولى على الشواطئ المصرية

وفى ضوء ما تقدم يمكن تقدير حجم الطلب السياحى الدولى على الشواطئ المصرية بنحو ٣٢٤ ألف سائح عام ١٩٩٥، ٤٤٢ ألف سائح عام ٢٠٠٠، ٦١٨ ألف سائح عام ٢٠٠٥، ثم ٨٩٨ ألف سائح عام ٢٠١٠، جدول رقم (٢٨).

جدول رقم (٢٨) تقدير الطلب السياحى الدولى على الشواطئ المصرية خلال الفترة (٩٠ - ٢٠١٠) (الأرقام بالآلاف)

السنة	السياحة العربية	%	السياحة الغربية	%	أخرى	%	جملة	%
١٩٩٠	١٣١	١٦	٨٣	٨	٢٧	٢٣	٢٤١	١٢
١٩٩٥	١٧١	١٨	١٢٠	١٠	٣٣	٢٤	٣٢٤	١٤
٢٠٠٠	٢٢٨	٢٠	١٧٣	١٢	٤١	٢٥	٤٤٢	١٦
٢٠٠٥	٢٩٧	٢١	٢٦٨	١٥	٥٣	٢٦	٦١٨	١٨
٢٠١٠	٣٨٦	٢٢	٤٤٤	٢٠	٦٨	٢٧	٨٩٨	٢١

(٪) النسبة المئوية من إجمالى السياحة الترويحية لكل جنسية من جنسيات المناطق المصدرة للسياحة).

* تقدير إجمالى الطلب السياحى على الشواطئ المصرية.

فى ضوء العرض السابق لنوعيات الطلب السياحى على الشواطئ يمكن تقدير إجمالى هذا الطلب بنحو ٣,٣ مليون سائح فى عام ١٩٩٥ (٤,٤ مليون سائح) فى عام ٢٠٠٠ (٦,١ مليون سائح) فى عام ٢٠٠٥ ثم ٩,٠ مليون سائح فى عام ٢٠١٠ وذلك على النحو المبين بالجدول رقم (٢٩).

جدول رسم (٢٩) نفدى إجمالى الطلب السياحى
على الشواطئ المصرية خلال الفترة (٩٠ - ٢٠١٠)
(الأرقام بالألف)

السنة	السياحة الدولية	السياحة الداخلية	الجملة	% السياحة الدولية
١٩٩٠	٢٤١	٢٣٢٣	٢٥٦٤	٩,٤
١٩٩٥	٣٢٤	٢٩٥٢	٣٢٧٦	٩,٨
٢٠٠٠	٤٤٢	٣٩٣٠	٤٣٧٢	١٠
٢٠٠٥	٦١٨	٥٤٨٠	٦٠٩٨	١٠
٢٠١٠	٨٩٨	٨٠١١	٨٩٠٩	١٠

(%) النسبة المئوية للسياحة الدولية من إجمالى السياحة الشاطئية).

• المزارات الترويحية الطبيعية فى مصر (١٧).

إن التخطيط للترويح فى المناطق الطبيعية يتطلب معلومات عن تلك الموارد التى تستخدم حالياً وتلك التى قد تكون للاستخدام الترويحي مستقبلاً.

كما توجد بعض الشغرات فى المعلومات لأبد من معرفتها قبل تقدير الإمكانيات الترويحية تقديراً كافياً. وهى لا تتعلق فقط للطاقة الاستيعابية للأنواع المختلفة من الأرض والنبات الطبيعى، بل وأيضاً بمعرفة ما يغييه طالب الترويح من الأنواع المختلفة للترويح بالمناطق الطبيعية.

فإن جميع صور الترويح بالمناطق الطبيعية تتطلب موارد من نوع معين.

ومن ناحية أخرى فإن الترويح بالمناطق الطبيعية قائم ومعتمد على الموارد الطبيعية، والمستجمون مستعدون فى أغلب الأحيان قطع مسافات طويلة لمواقع ذات نوعيات عالية متميزة. ومن هذه الأنشطة ارتياد الأخاديد - والأودية - والجزر. فهى لا تيسر إلا فى مواقع قليلة جداً حيث يوجد فى مورد معين.

وتتعدد الموارد الترويحية الطبيعية فى مصر حيث يمكننا أن ندرجها فيما يلى:-(١)

(٩)

١- الشواطئ؛ يصل امتداد سواحل مصر إلى حوالى ٢٤٠٠ كم، على البحر المتوسط بطول ٩٠٠ كم شاملاً سواحل سيناء الشمالية، وتتميز هذه الشواطئ بجمالها وطبيعتها

الرملية وغابات النخيل المنتشرة فى شمال سيناء وأشجار الزيتون والتين فى الساحل الشمالى الغربى، بالإضافة إلى بعض الشواطىء الصخرية ذات الطبيعة المتغيرة من خلجان وفيوردات وجزر صخرية.

ويتميز هذا البحر بهدوئه ودفئه على مدار العام فيما عدا أيام قليلة فى فصل الشتاء وهى صالحة لرياضة اليخوت. حيث الشواطىء الآتية :-

الاسكندرية؛ عروس البحر المتوسط التى تمتاز بشواطئها الكبيرة ذات الرمال الناعمة التى تبدأ شرقاً من المعمورة - المنتزه - المنذرة - العصفارة - ميامى - سيدى بشر - سان استفانو - جليم - ستانلى - رشدى - سيدى جابر - سبورتنج - الإبراهيمية - العجمى - الهانوفيل.

الشواطىء خارج الاسكندرية؛ شاطىء سيدى كرير - كنج مريوط - قرية مراقيا - شاطىء العلمين - شاطىء سيدى عبد الرحمن.

مرسى مطروح؛ تمتاز هذه الشواطىء برمال الناعمة البيضاء ومياه الشفافة الهادئة اذ تحميه سلسلة من الصخور الطبيعية من أهم الشواطىء حمام كليوباترا - شاطىء الأبيض - عجبية - رأس الحكمة.

بورسعيد؛ تمتاز شواطئها الهادئة والرمل الناعمة وانعدام الصخور كما تتمتع بموقع جغرافى يحيط أفريقيا بآسيا حيث تقع ضاحية بور فؤاد فى قارة آسيا البر الشرقى لقناة السويس وهناك شاطىء لسان ديلبس.

شواطىء البحر الأحمر؛ تمتد لأكثر من ١٠٠٠ كم، وتباين فيها الطبيعة من الشواطىء الضيقة فى الشمال، فيقترب البحر من الجبال حيث يتعانقان مكونين لوحة فريدة، فتحدر الجبال إلى البحر مكونة شاطئاً صخرياً تقابلها عدة جزر فى البحر فتشكل طبيعة محببة، وكثيراً ما تحدث حركة المد والجزر على امتداد شواطىء هذا البحر خاصة فى الجزء الشمالى منه، الذى يمتد فيه الحاجز المرجانى والشعب المرجانية الخلاصة المناظر وعموماً فإن مياه البحر الأحمر من اجمل المياه البحرية. حيث تتميز بالدفء على مدار السنة، وتمارس فيها الرياضات المائية والصيد والغطس احياناً كشواطىء السويس - منطقة كبريت - العين السخنة - شواطىء الغردقة.

شواطىء سيناء؛ فى الشمال : تقع سيناء الشمالية على ساحل البحر الأبيض المتوسط حيث تكثر اشجار النخيل المتداخلة مع الشاطىء من أهم الشواطىء فيها :

شاطىء العريش - النخيل - المساعيد - بئر العبد - رفح - الشيخ زايد.

ففى الجنوب : تقع شواطىء سيناء الجنوبية على البحر الأحمر حيث تمتاز الشواطىء بالرياضات المائية خاصة رياضة الغطس حيث الشواطىء العديدة كدهب حيث الرمال البراقة بلون الذهب - شاطىء نوبيع - شرم الشيخ - راس محمد جزيرة فرعون - راس سدر - شاطىء الرفع على خليج العقبة - شاطىء منطقة طابا.

٢- **البحيرات**: توجد عدة بحيرات فى مصر منها بحيرة ناصر - بحيرة قارون بالفيوم - بحيرات المنزلة والبرلس بحيرة ادكو ومربوط فى الشمال.

٣- **ضفتى النيل**: تمتد لمسافة ١٠٠٠ كم ، وتتركز فيها سياحة الترويح والتمتع برؤية المباني المطلة عليه والقرى والمدن والمساجد بمآذنها والكنائس بأبراجها والمساحات الخضراء الترامية والأشجار والنخيل.

٤- **الجزر**: فى منطقة أسوان مجموعة من جزر، جزيرة الفنتين وهى تقع فى مواجهة المدينة مساحتها ١٥٠ فدانا وبها معبد أمنوفيس الثالث - مقياس النيل بئر أسوان - كما توجد مجموعة شمال أسوان بين جزيرة النباتات على اليمين وجزيرة الفنتين على اليسار - جزيرة فيلة تقع جنوب الخزان بها معابد العصر البطليموسى والرومانى وتغمرها المياه اثناء غلق الخزان.

توجد أمام سواحل البحر الأحمر ما يزيد ٢٤ جزيرة تتمتع ببيئة نباتية وحيوانية على سطحها وتحت مياه شواطئها من أهمها جزيرة الزبرجد أمام ساحل برنيس - جزيرتا والجفتون الكبير والجفتون الصغير بالقرب من ساحل الغردقة - جزيرة أبو منقار بالغرقة - جزيرة شدوان أمام ساحل الغردقة - جزيرة فرعون تقع على خليج العقبة جنوب طابا تربط مصر بالأردن وإسرائيل - جزيرة نيس يمكن الوصول إليها باللنشات من محطة بورسعيد البحرية. شبه جزيرة القلس تقع عند بوغاز - بحيرة البردويل، حيث تكون المياه هادئة ومنخفضة صباحاً وعنيفة ومرتفعة ليلاً. تتميز بهدوئها الشديد.

٥- **الواحات** توجد بالواحات مناطق طبيعية عديدة وتمتد لمسافات بعيدة تمارس فيها رياضة صيد البط والغزال والطيور المهاجرة فى فصل الشتاء كما توجد بها مناطق (الصحراء البيضاء) وهى غاية السحر خاصة فى الليالى القمرية، وتمتاز الواحات بالهدوء العام ونقاء الهواء والطبيعة الساحرة ومناخها الصحراوى جاف لا توجد به رطوبة ولا توجد بها مصانع تلوث الهواء بل إن انتشار الخضرة والزراعات والأشجار بها ساعد على ضآلة نسبة ثانى أكسيد الكربون فى الهواء.

وتنتشر بين ربوع مصر العديد من الواحات ومنها على سبيل المثال وليس الحصر .
* الواحات البحرية تتبع محافظة الجيزة تقع فى الاتجاه الغربى لمدينة الجيزة بالصحراء الغربية، فى الجنوب الشرقى من واحة سيوة، جنوب غربى الفيوم، وهى عبارة عن منخفض بىضوى الشكل (١٨).

* الواحات الداخلة والخارجة والفرافرة وتتبع محافظة الوادى الجديد

* واحة اللقيطة وتتبع محافظة قنا

* واحة وادى النطرون وتتبع محافظة البحيرة

* واحة الفيوم *

مجموعة واحات وتتبع محافظة مطروح وتشمل قارة أم الصغير - واحة الجربة - واحة الملقا - واحة أبو زهرة - واحة شباطة - واحة جغبوب وهى مصرية الأصل وتتبع الجماهيرية الليبية الآن وتقع على مسافة ٢١٣ كيلو مترا جنوب غرب السلوم و ١٠٢ كيلو متر شمال غربى سيوة.

* مجموعة واحات النخيل فى سيناء حيث تتواجد هذه النوعية فى المنطقة الممتدة بين قرى بئر العبد نجيلة - الخربة - وحتى الميدان (٣٠ - ٤٠ كم). حيث تتميز بكثافة تجمعات النخيل والنباتات الصحراوية وبالكثبان الرملية التى تغطى جذوع النخيل وبالظلال القوية وتداخل اللونين الأصفر والأخضر الذى يكسب المشاهد الصحراوية شاعرية وجمالا. وهناك نوع آخر من اللوحات النخيل تتشابه من النوع السابق فى الخصائص مع تواجد البرك المائية ذات الترسيبات الملحية حولها. وانعكاسات التلال والنخيل على أسطح مياه البرك يتخذ أشكالا ساحرة.

حيث مجموعة واحات عيون مرسى وواحة دير سانت كاترين التى تتبع محافظة جنوب سيناء ومجموعة واحات نخل والقسيمة والجديرات - ومجموعة واحات الخربة التى تشمل (واحة العرج - واحة سترة - واحة البحيرة - عين الضالة - واحة الضالة - التى تتبع محافظة شمال سيناء (١٩).

* واحة سيوة بها ينابيع كثيرة منتشرة بالواحة ويقال انها كانت نحو الألف عين تبقى منها ٢٠٠ ينبوع وتتميز مياه هذه الينابيع بأنها بركة ونظيفة وجارية وفوارة وبعضها حارة المياه.

٦- الجبال: تنتشر الجبال فى بعض المناطق لمصر فى الصحراء الغربية ترتفع الجبال فى

الجنوب الغربى حيث العوينات، الذى يصل ارتفاع قمته ١٩٠٧ م فوق سطح البحر والصحراء الشرقية وهى تتميز بمجموعة الجبال التى تتوسطها من الشمال للجنوب :-

أ- جبال عوبيد وعتاقة، ويبلغ ارتفاعها ١٠٠ م، والجلالة البحرية والقبلية.

ب- مجموعة جبال أبو حياذ وجبل عطا الله وجبل حمادات شمالاً وجبل علبه والشايب شبه جزيرة سيناء فى الهضبة الوسطى ومجموعة جبال ذات ارتفاعات تتراوح بين ١٠٩٦ م (جبل سراييت الخادم) وجبل التيه ويبلغ ارتفاعه ١٥٧٠ م. كما يواجه بها جبل الحينة الذى يبلغ ارتفاعه ١٥٨٣ م.

كتلة الجبال الجنوبية : وهى مجموعة من الجبال ذات ارتفاعات تتراوح ما بين ١٠٠٠ م، ١٥٠٠ م، وأعلاها ارتفاعاً قمة جبل كاترينا ويصل إلى ٢٦٣٧ م. وجبال موسى - وجبال صفصافة وهى عبارة عن سلسلة جبال تمتد حوالى ٢ كم حيث توجد أعلى قمة لها جبل موسى.

٧- الأودية؛ ولعل من أهم الظواهر السياحية الطبيعية التى تتميز الصحراء الشرقية هى وجود الأودية الجافة أما عن المجموعة الأولى فتضم ثلاثة أودية رئيسية وهى من الجنوب إلى الشمال وادى العلاقى. ووادى خريط ووادى شعيب. ووادى العلاقى هو أهم الأودية الجافة التى تنحدر إلى النيل كما أنه أطولها إذ يبلغ طول مجراه الرئيسى إلى أكثر من ٣٥٠ كم. ووادى شعيب عن ٢٠٠ كم. ويصب وادى العلاقى فى النيل بالقرب من كورسيكو بينما يصل وادى خريط إلى النيل فى شرقى سهل كوم أمبو ووادى شعيب من كوم أمبو، ومن الأودية التى تنحدر صوب الغرب وادى دحبة الذى ينتهى إلى النيل من ناحية المعادى ووادى حوف الذى ينتهى إلى النيل عند حلوان ثم وادى طرفة ووادى أسبوط ووادى قنا.

وأهم الأودية التى تنحدر إلى البحر الأحمر من الجنوب إلى الشمال وادى الحوضين ووادى رصبة ووادى الجمال ووادى السكرى ويوجد مجموعة أخرى بعضها إلى خليج السويس مثل وادى عربية ووادى أبو هاد الذى ينتهى بالقرب من جبل الغرب ووادى الملاحه الذى ينتهى بالقرب من رأس مجسة.

٨- الغطس؛ حيث تنتشر أماكن الغطس خاصة بمنطقة جنوب سيناء حيث الأسماك الملونة والنادرة والشعب المرجانية البديعة منها منطقة غطس شرم المية - رأس محمد - رأس أم السيد - مرسى العاط - ذهب - نوبيع - شرم الشيخ - قرية غزالة ومن أهم مراكز الغوص بالبحر الأحمر الفردقة توجد فى قرية مجاويش - الجفتون - السمكة.

٩- المتاحف^(١٧): يوجد فى مصر العديد من متاحف الأحياء المائية فى الفردقة - ومتحف بور سعيد حيث يضم حوالى ٩٠٠٠ قطعة أثرية - متحف بورسعيد الحربى - مخبأ روميل الذى أصبح متحفاً حربياً بمرسى مطروح - متحف العلمين حيث يحتوى على نماذج للأسلحة الى استخدمت فى الحرب العالمية الثانية - ويوجد بمدينة الإسكندرية متحف المجوهرات الملكية - متحف الفنون الجميلة - متحف الأحياء المائية بالأنفوشى - متحف اليونانى الرومانى - متحف أسوان حيث يضم مجموعة من الآثار من العصور اليونانية والرومانية التى عثر عليها فى أسوان وبلاد النوبة - ومتحف الأقصر - متحف المنيا.

فى محافظة القاهرة : يوجد العديد من المتاحف وأهمها المتحف المصرى، وهو أكبر الآثار المصرية القديمة فى العالم - والمتحف القبطى المعروف باحتوائه على مجموعة من الآثار والفنون القبطية - والمتحف الفن الإسلامى الذى يشمل الكثير من روائع الفنون والصناعات والآثار الإسلامية - متحف العادات والتقاليد وهو قائم بالجمعية الجغرافية - ومن المتاحف الهامة أيضاً متحف السكك الحديدية، والمتحف الحربى - ومتحف الركائب، ومتاحف الفن الحديث بالأوبرا. فى منطقة الجيزة المتحف الزراعى بالدقى. ومتحف حديقة الحيوان بالجيزة.

مراجع الفصل الأول

- ١- ماهر السيسى - مبادئ السياحة - مطابع الولاء الحديثة ٢٠٠١.
- ٢ - أحمد الجلاد. البيئة وجغرافية الترويج وأوقات الفراغ - ط ١ عالم الكتب - القاهرة ١٩٩٨.
- 3- World Tourism Organization (1950 - 1999).
- 4- Source: WTO, Tourism Highlights 2000 (First ed., March 2000).
- ٥ - تقرير منظمة السياحة العالمية (W.T.O) ١٩٩٩.
- ٦ - تقرير منظمة السياحة العالمية عام ١٩٩٨.
- ٧ - وزارة السياحة المصرية - السياحة بالأرقام - ١٩٩٩.
- ٨ - وزارة السياحة المصرية - نشرات وزارة السياحة - ١٩٩٩.
- ٩ - وزارة التعمير - جهاز البحوث والدراسات - الدراسات السياحية لمخطط التنمية لسهل حشيش بالبحر الأحمر (١٩٨٩) - ص (٤٥).
- ١٠ - وزارة السياحة - مجلة البحوث - مجلد (٢) - العدد الرابع (١٩٩٢).
- ١١ - صلاح عبدالوهاب - الدراسة السياحية لمخطط التنمية السياحية لمنطقة سهل حشيش بالبحر الأحمر - (١٩٨٩) ص (٤٥).
- ١٢ - وزارة السياحة - نشر العلاقات الدولية من ١٩٩٢ - ١٩٩٧ - الإدارة العامة للعلاقات الدولية ووزارة السياحة ١٩٩٧.

مراجع الفصل الثانى

- ١- أحمد الجلاد - البيئة وجغرافية الترويج وأوقات الفراغ - عالم الكتب - ط ١ - القاهرة - ١٩٩٨.
- 2- Agenda 2, fir The Travel & Tourism Industry.
- ٣- ماهر السيسى - مبادئ السياحة - مطابع الولاء الحديثة - القاهرة ٢٠٠١.
- ٤- أحمد الجلاد - التنمية السياحية المتواصلة - عالم الكتب - ط ١ - القاهرة ٢٠٠٠.
- ٥- الهيئة العامة للتنشيط السياحى و Policy Implementation unit - الفندق البيئى - مطبوعات جمعية مستثمرى السياحة - ٢٠٠٠.
- ٦- أحمد الجلاد - البيئة المصرية - وقضايا التنمية - عالم الكتب - ط ١ - القاهرة ١٩٩٨.
- ٧- نور الدين عبدالله الربيعى - الأفاق التخطيطية لأنماط النقل والمواصلات - دار الشؤون الثقافية العامة - العراق - بغداد ١٩٨٦.

- ٨- عبدالرحمن سليم - وسائل النقل السياحي - وزارة السياحة ١٩٨٦ .
- ٩- هـ ردينسون - ترجمة/ محبات إمام - جغرافية السياحة - دار = دار المعارف - مصر - ١٩٨٥ .
- ١٠- صبرى عبدالسميع - نظرية السياحة - ط ٢ مطبعة الطوبجي التجارية - مصر - ١٩٩٣ .
- ١١- الهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي - التاكسي الطائر فى مصر - وزارة السياحة ١٩٩٠ .
- ١٢- ماهر السيسى - أعمال شركات الطيران - مطابع الولاة الحديثة - القاهرة ٢٠٠١ .
- ١٣- حسن عبدالحافظ - المرشد الفضائى فى خدمة الملاحة البحرية - مجلة النقل والمواصلات - العدد ٢٧ - المملكة العربية السعودية - ٢٠٠٠ .
- ١٤- المجالس القومية المتخصصة - مشكلات النقل الجوى فى المجال السياحي - الدورة ٣ - ١٩٧٦ - ١٩٧٧ - الموسوعة ١٩٨٩ .
- ١٥- سعيد العنانى - دور واختصاص المكاتب السياحية فى الخارج - ملحق الأبحاث مجلة السياحة العربية - المملكة الأردنية الهاشمية - ١٩٧٦ .
- ١٦- مصطفى زيتون - دراسة فى نشاط شركات السياحة - مجلة البحوث السياحية - وزارة السياحة العدد ١١ / ١ / ١٩٩٤ .
- ١٧- بترز - السياحة الدولية - هتشنسوف ١٩٦٩ .
- ١٨- ماکتوش - السياحة مبادئ وممارسات وفلسفات ١٩٧٢ .
- ١٩- صلاح عبدالوهاب - رفع مستوى كفاءة صناعة السياحة وتحقيق رضا السائحين بخدماتها - مجلة البحوث السياحية - العدد ٨ - ديسمبر - ١٩٩٠ .
- ٢٠- ماهر السيسى - شركات السياحة ووكالات السفر - مطابع الولاة الحديثة - القاهرة - ٢٠٠١ .
- ٢١- وصال أبو علم - المشاركة الزمنية والنشاط السياحي فى مصر - رسالة دكتوراة - غير منشورة - كلية السياحة والفنادق .
- ٢٢- صلاح عبدالوهاب - رفع مستوى كفاءة صناعة السياحة - بحث وزارة السياحة سبتمبر ١٩٩٠ .
- ٢٣- على وهبة - الجغرافيا البشرية - المؤسسة الجامعة للدراسات والنشر والتوزيع ١٩٨٦ .
- 24- George, P. Dictionnaire de la geogra phine, Paris - 1974.
- ٢٥- فاصل الأنصارى - أبحاث الموسوعة العربية الميسرة - القاهرة ١٩٦٥ .
- ٢٦- محمد غربال - الموسوعة العربية الميسرة - القاهرة ١٩٦٥ .
- 27- Houston - J.A.Social - Geography of Europe, London 1953.

٢٨- أحمد الجلاد - بنة مصرية - الموقع والموضوع - عالم الكتب - (ج٢) - (ط١) - القاهرة ٢٠٠٠.

٢٩- عبدالله خليفة - صناعة الفوص - (ط٢) - المؤسسة الوطنية للطباعة والنشر البحريين ١٩٩٣.

30- Febvre L. Introduction géographique a' L'hisroire Paris - 1952.

Febvre. La Terre et l'voition de l'homme, Paris - 1924.

٣١- محمد غلاب - اينة والمجتمع - القاهرة ١٩٦٣.

32- A.H. Harcourt (et al.), "Public Attitudes to Wildlife and Conservation in the Third World," Oryx, vol. 20 (1986), p. 152.

33- H. Morris and M. Romeril. "Farm Tourism in England's Park," The Environmentalist, Vol. 6 (1986), p. 105. and France Ministry of Environment, State of the Environment, 1987 (Paris: The Ministry, 1987).

٣٤- عزة عبدالرحمن - سياحة الخوافز - مجلة البحوث السياحية - العدد ٩ - ١٩٩١.

٣٥- يوسف محمد حنظ - نظام الخوافز وأثره على إنتاجية المؤسسة - وزارة السياحة مجلة الدراسات السياحية - أكاديمية الدراسات السياحية - العدد ٢ / ١٩٩٥.

٣٦- عبدالرحمن عبدالباقي - إدارة الأفراد والعلاقات الإنسانية - مكتبة عين شمس - القاهرة - ١٩٩٠.

٣٧- صبرى عبد السبع - السياحة وتحديات الجات - جريدة الإهرام يونية ١٩٩٧.

٣٨- أحمد الجلاد - لنية والسياحة العلاجية - عالم الكتب ج٢ - ٢٠٠٠.

٣٩- احمد الجلاد. دراسات فى ... جغرافية السياحة - عالم الكتب ج١. ١٩٩٨.

مراجع الفصل الثالث

١- احمد الجلاد - التنية السياحية اتواصله - عالم الكتب ج١ - ٢٠٠٠.

٢- سليم بركات - ٦٠ عاماً من عمر الاتحاد العربى للسياحة - مجلة السياحة العربية - جامعة الدول العربية - اسكة الأردنية الهاشمية/ عمان العدد ٤٧ / ١٩٧٥.

٣- عبدالرحمن أبو ربح - أهداف التنمية السياحية العربية واستراتيجيتها - ملحق الأبحاث - المجلة السياحية - جامعة الدول العربية - المملكة الأردنية الهاشمية/ عمان/ العدد ٦٠ / ١٩٧٧.

٤- وزارة السياحة لبنان - مجموعة نشرات دورية عن السياحة فى لبنان - ١٩٩٩.

٥- وزارة السياحة لبنان - أماكن سياحية يحتضنها الوطن - مجلة كل الفصول - العدد ٣ السنة ٢ - صيف ٢٠٠٠.

- ٦- وزارة السياحة لبنان - مدينة صيدا - مدينة صور - مدينة طرابلس - نشرات دورية - ١٩٩٩ .
- ٧- دولة الإمارات العربية - الكتاب السنوي للسياحة فى دولة الإمارات العربية - ١٩٩٩ .
- ٨- وزارة الإعلام - عمان ١٩٩٩ - الكتاب السنوى - مسقط ١٤٢٠هـ / ١٩٩٩م .
- ٩- وزارة الإعلام الكويت - الكويت حقائق وأرقام - الكتاب السنوى - الكويت - ١٩٩٩ .
- ١٠- الديوان القومى التونسى للسياحة - ابتسم أنها تونس - تونس ٢٠٠٠ .
- ١١- الوكالة التونسية للاتصال الخارجى - تونس معطيات أساسية - تونس ١٩٩٩ .
- ١٢- الديوان القومى التونسى للسياحة - مدينة تونس - تونس ٢٠٠٠ .
- ١٣- وزارة السياحة المملكة المغربية - مجموعة نشرات عن المغرب - ١٩٩٩ .
- ١٤- مديرية الإحصاء المملكة المغربية - الإحصائيات السياحية بالمغرب - المغرب ١٩٩٨ .

مراجع الفصل الرابع

- ١- أحمد الجلاد - التخطيط السياحى والبيئى - بين النظرية والتطبيق - عالم الكتب - ١٩٩٨ .
- ٢- فيصل عارضه - التخطيط والتنمية والاستثمار السياحى - مجلة السياحة العربية المملكة الأردنية الهاشمية - العدد ٤٤ تشرين الأول ١٩٧٤ .
- ٣- عصام البدر اوى البرعى - اقتصاديات السياحة فى مصر - مؤتمر السياحة فى مصر واقتصادياتها وإدارتها - جامعة المنصورة - كلية التجارة ٢٢ - ٢٣ مارس ١٩٨٨ .
- ٤- فيصل عارضة - اقتصاديات شركات السياحة والسفر - مجلة السياحة العربية - المملكة الأردنية الهاشمية - العدد ٤٧ فيسات ١٩٧٥ .
- ٥- أحمد الجلاد - التنمية السياحية المتواصلة - عالم الكتب - ط١ - القاهرة ٢٠٠٠ .
- ٦- زين الدين عبدالمقصود - التخطيط البيئى مفاهيمه ومجالاته - قضايا البيئة - جمعية حماية البيئة الكويتية - الكويت - ١٩٧٨ .
- ٧- اللجنة العالمية للبيئة والتنمية - ترجمة/ محمد كامل عارف - المجلس الوطنى للثقافة والفنون - الكويت - عالم المعرفة - العدد ١٤٢ - ١٩٨٩ - مستقبلنا المشترك - .
- ٨- أحمد الجلاد - الأيكولوجيا والتنشيط السياحى فى مصر - رسالة دكتوراة - غير منشورة - جامعة عين شمس - معهد دراسات وبحوث البيئة - ١٩٩٥ .
- ٩- وزارة السياحة - مجلة البحوث - العدد الثالث (١٩٨٦) .

- ١٠- وزارة التعمير - المشروع الإقليمي لتنمية وتخطيط الإقليم الثالث - مخطط التنمية السياحية لسواحل بورسعيد - ١٩٨٩ ص ١٢ .
- ١١- وزارة السياحة - مجلة البحوث - العدد الثالث (١٩٨٦).
- ١٢- أحمد العيسوى - التخطيط الشامل لتنمية السياحة فى ج.م.ع. عام ٢٠٠٠ رسالة دكتوراه - كلية الهندسة جامعة الأزهر (١٩٨٧) - ص(٥٠).
- 13- Arthnr D'hittle A Priority Action Plan for Infrastructure and Tourism Development in Egypt, Phase II (1989) P. (2).
- ١٤- وزارة التعمير المخطط الرئيسى للتنمية الشاملة للساحل الشمالى الغربى ك ١٠٠ - ٢٦٨ - التقرير النهائى (١٩٨٦) ص ٢٨ .
- ١٥- وزارة السياحة - الهيئة العامة للتنمية السياحية - بعض المؤشرات الإحصائية فى المسح الميدانى بالعقبة لعام ١٩٩٠ نوفمبر ١٩٩١ .
- ١٦- وزارة السياحة - الهيئة العامة للتنمية السياحية - نوفمبر (١٩٩١) بعض المؤشرات الإحصائية من المسح الميدانى بالعينة لعام ١٩٩٠ .
- ١٧- أحمد الجلاد - دراسات أيكولوجية - بيئة وجغرافية مصر السياحية - عالم الكتب - ط ١ - القاهرة - ١٩٩٧ .
- ١٨- رجب يوسف سلام - دراسة ميدانية للوائح البحرية - وزارة السياحة أمريكان للطباعة / ٣ / ١٩٩١ .
- ١٩- جمال حمدان - شخصية مصر - عبقرية المكان - ج٤ - عالم الكتب - القاهرة ١٩٨٤ .

اسم الباحث:

موضوع البحث:

الفرقة: (سياحة ... ارشاد ... فندقة.

تقدير البحث: مرفوض ... مقبول جيد ... جيد جداً ممتاز

مع نحياتى

استخدام الوسائل التعليمية الحديثة من مراجع علمية وبحثية وتكنولوجية وتناول واحد من الموضوعات التالية:

- ١ - الاتجاهات الحديثة فى الفندقة وصناعة السياحة.
- ٢ - التنمية السياحية بالعالم العربى.
- ٣ - تناول نمط سياحى جديد كاتجاه حديثا فى السياحة.
- ٤ - الاتجاهات الحديثة فى حركة السياحة العالمية.
- ٥ - ابتكر موضوع جديد يصلح كاتجاه حديث للسياحة.
- ٦ - تناول مشروع سياحى يمكن أن ينفذ فى ج.م.ع.
- ٧ - من الاتجاهات الحديثة تطوير العمل السياحى... تناول اسلوب جديد للارشاد السياحى فى مصر.

رقم الإيداع
٢٠٠١ / ٤٦٧٠

L.S.B.N.
977-232-262-5

اطور الاتجاهات الخلية في السياحة

مطبعة السلام الحديثة

١٠ شرب عبد السلام منسجى - مدكور فيطل

ت : ٥٨٣١٩٣٠