

المعوقات الإجتماعية والإقتصادية للسياحة الداخلية

دراسة على شرائح إجتماعية متباينة

[١٠]

فوزى عبد الرحمن إسماعيل^(١) - هدى سيد لطيف^(٢) - منى زين سعد أبو سعيد^(٣)
(١) كلية البنات، جامعة عين شمس (٢) قسم السياحة والفنادق، معهد شيراتون (٣) شركة ينبع للسياحة.

المستخلص

تهدف الدراسة إلى التعرف على المعوقات الإجتماعية والإقتصادية للسياحة الداخلية، تعد السياحة من أهم مصادر الدخل القومى المصرى خاصة لما تسهم به كمصدر للعملة الأجنبية من جهة والحد من البطالة وتوفير فرص عمل من جهة أخرى، وهو الأمر الذى جعل لموضوع دراسة السياحة الداخلية أهمية بصفة عامة لمواجهة المعوقات التى تواجهها، قام الباحثون بقراءة فى الرؤى النظرية التى تتناول المعوقات الإجتماعية والإقتصادية المؤثرة على السياحة الداخلية لمعرفة سبل تنشيط هذا النوع من النشاط السياحى من حيث إثراء الجانب الإقتصادى وتشجيع وتشغيل العمالة من جهة وتعريف المواطن بأثار بلاده وتراثها وثروتها الطبيعية والقومية من جهة أخرى بما يدعم الإنتماء للوطن، واستعان الباحثون بالمنهج الوصفى التحليلى وكانت أدواتها الإستبيان والمقابلة.

أما بالنسبة للمجال المكانى فقد اختار الباحثون مدينة شرم الشيخ كأحد المدن السياحية، وبالنسبة للمجال البشرى كانت العينة من العملاء بالفنادق مستعينة بعدد (١٠٠) مفردة موزعة كالتالى (٦٠ من العملاء من فئات متباينة، و(٤٠) مفردة من العاملين بالفنادق، أما الإتجاه النظرى الذى إنطلقت منه الدراسة فهو البنائية الوظيفية.

ومن أهم النتائج التى أوضحها التحليل الإحصائى ما يلى:

- أن أهم المعوقات هى ارتفاع تكاليف السياحة الداخلية مقارنة بالسياحة فى بعض الدول بالمنطقة.
- تدنى مستوى المعاملة التى يلقاها السائح المصرى مقارنة بنظيره الأجنبى.
- عدم وجود إستراتيجية واضحة للسياحة الداخلية على الرغم من أهميتها.
- غياب الوعي ونقص المعلومات التى تقدم للسائح المصرى عن الأماكن التى يمكنه زيارتها، وعن خطط الأسعار.

ومن أهم توصياتها التالي:

- توصى الدراسة بالإهتمام بوضع إستراتيجية عامة وشاملة للنشاط السياحي بما يحقق أهداف هذا النشاط ويساعد فى النمو.
- الإهتمام بضرورة تسعير الخدمات السياحية والفندقية بما يتناسب مع الوضع الإقتصادى للمواطن المصرى ويشجعه على السياحة الداخلية.
- وضع برامج توعية مدروسة يمكنها الوصول لجميع شرائح المواطنين بما يشجع على قيام المواطن بالسياحة الداخلية.

المقدمة

تعد السياحة أحد أهم الركائز الأساسية فى إقتصاديات الدول المتقدمة وخاصة لدى الدول التى تملك مقومات السياحة من أثار تاريخية وتراث ثقافى وعمرانى وعوامل جذب مختلفة كالعوامل المناخية والمناظر الطبيعية والشواطئ الجذابة، وتعد مصر على رأس قائمة الدول التى تملك جل هذه المقومات إن لم تكن كلها .

ويعد وجود إستراتيجية واضحة للنشاط السياحي ورؤية شاملة لإستغلال الإمكانيات المتاحة والموارد والخبرات، والإستفادة من تجارب الدول صاحبة الباع والخبرة فى المجال السياحي، هى من أهم آليات تنشيط السياحة الداخلية والخارجية، بما تشمله الرؤية الإستراتيجية من توفير نقد أجنبى وفرص عمل، بالإضافة إلى نشر الثقافة المصرية وما لذلك من تأثير على كافة النواحي الإقتصادية والإجتماعية والسياسية والثقافية.

وتشير (غادة محمود) إلى ان صناعة السياحة تفتح المجال أمام الأشخاص غير المدربين للعمل فى صناعة الفنادق فهى صناعة جاذبة للأيدى العاملة لما توفره من دخل وفير وقد يلاحظ ان مشاركة المرأة فى مجال العمل السياحي تصل فى بعض الدول إلى ٧٠% فى بلد كندا حيث يعملن فى مجال الفنادق والمطاعم . (غادة محمود على: ١٩٩٨)

ومن حيث المحافظة على البعد البيئى تعمل السياحة على تطبيق مفهوم أن السائح صديق البيئة من خلال مصادر الطاقة الأقل ضررا على البيئة ومن خلال الإستفادة من المخلفات وتدويرها ومعالجتها ومن خلال مفهوم العالم الخضر والإهتمام بالمحافظة على الطبيعة، كما تعتبر صناعة الفنادق من أقل الصناعات ضررا على البيئة مقارنة بالصناعات

الأخرى). (وفاء أحمد عبد الله : ١٩٨٣)

ومن الجدير بالذكر أن صناعة الفنادق هي الأساس والجزء الحيوى فى صناعة السياحة وتعد الفنادق السياحية أو الخضراء حجر الأساس فى المنظومة السياحية والفنادق هى أحد أهم مستلزمات السياحة الحديثة، ولا يمكن وجود بلد متحضر بدون فندق (slattery.2002).

والسياحة بفضل انها تحسن الإنشاءات وتقدم وتنظيم الهيئات العمالية، أدى لأن تصبح فى تعداد الصناعات، أى أصبحت مشروعات فنية كاملة يستخدم فيها رأس المال والعمل على نطاق واسع ومنظم، واستدعى ذلك الإستعانة بأصحاب فنون الإدارة للمنشآت السياحية حتى أصبحت الفنادق فن يجذب الإستثمارات. (Hiemastra,1995)

ومن حيث أهمية الوعى وجد أن كثيرا من الدول المتقدمة فى النواحي السياحية إهتمت بنشر الوعى السياحى والبيئى واعتبرته أساسا يلزم أن تركز عليه التنمية السياحية وأهم هذه الدول فرنسا وإيطاليا وأسبانيا وبريطانيا، والسياحة الداخلية هى أحد أهم أنواع السياحة التى تهتم بها الدولة، ذلك لما لها من أهمية فى نشر ثقافة الإنتماء وتوفير فرص العمل وتنشيط العمل الفندقى والنقل السياحى وغيرها من الأمور. (أسامة عبد الرحمن، ٢٠١٠)

وترى الدراسة أن هذا النوع من السياحة يواجه بعض المعوقات الإجتماعية والإقتصادية التى تؤثر فى نموها ونجاحها بالصورة التى يجب أن تكون عليها فى ظل منافسة عالمية شرسة فى هذا المجال، وتسعى الدراسة إلى التعرف على هذه المعوقات وتنمية الوعى السياحى لدى المصريين بأهمية السياحة الداخلية وخاصة فى المرحلة الحالية التى تواجه فيها السياحة المصرية أشد أزماتها فى العصر الحديث.

مشكلة الدراسة

تعد السياحة أحد أهم مصادر الدخل القومى للعديد من الدول ومنها مصر، ولكنها لا تحصل على الإهتمام اللازم من الدولة ومنتخذ القرار يتناسب مع هذا القدر من الأهمية.

لذا تعاني السياحة فى مصر الكثير من المشكلات والمعوقات التى تؤثر سلبا على هذا القطاع الهام والحيوى فى إقتصاد الدولة، فالمجتمع المصرى وخاصة فى الفترة الأخيرة يعانى من المعوقات ما يقف حائلا دون نموه على الشكل المرجو أو المخطط، بعض هذه المعوقات

ذات بعد رسمي مرتبط بتعامل المنظومة الحكومية مع قضايا السياحة، من إهمال في تنمية الوعي بأهمية السياحة وصولاً لغياب إستراتيجية واضحة لتنمية هذا الجانب الهام من جوانب الإقتصاد بما له من ظلال على الحياة الإجتماعية من حيث نشر ثقافة المجتمع المصرى والإستفادة من الإحتكاك الثقافى إلى توفير فرص عمل تساعد فى إعالة أكثر من مليونى مواطن.

وتشير وفاء إبراهيم: ٢٠٠٦، إلى أن معرفة وتحديد هذه المعوقات والعوامل المؤدية إليها يساعد على وضع خطة للتغيير تساهم فى تحقيق أهداف هذا النشاط على المستوى الإجتماعى والثقافى والإقتصادى والنفسى. (وفاء زكى إبراهيم: ٢٠٠٦).

ويشير الببلاوى إلى أن تراجع السياحة وانخفاض تدفقات رأس المالى للاستثمار المباشر أو التوظيف فى السوق المالية مع خروج بعض هذه الأموال إلى الخارج، وقد أدى كل ذلك إلى تراجع ميزان المدفوعات الأمر الذى أدى إل تناقص احتياطات الأرصدة الأجنبية للإقتصادى المصرى من حوالي ٣٦ مليار دولار إلى أقل من ٢٠ مليار دولار فى نهاية أكتوبر ٢٠١١، ويتوقع أن يستمر هذا الاتجاه فى الأشهر القادمة (حازم الببلاوى ٢٠١٢) لذلك تهتم هذه الدراسة بتحديد أهم المعوقات الإجتماعية مثل نقص الوعي سلوكيات العاملين والإقتصادية كالتكاليف والأسعار المؤثرة على السياحة الداخلية، فى محاوله لوصف وتفسير هذه المعوقات وتقديم توصيات لتلافيها وتنمية هذا القطاع الإقتصادى الحيوى الهام.

تساؤلات الدراسة

- ١) ما المعوقات الاجتماعية التى تواجه السياحة الداخلية فى مصر؟
- ٢) ما المعوقات الاقتصادية التى تواجه السياحة الداخلية فى مصر؟
- ٣) ما النتائج والآثار المترتبة على هذه المعوقات ؟
- ٤) ما الحوائص الاجتماعية للمهتمين بالسياحة؟
- ٥) ما دور مؤسسات التنشئة فى توعية الأفراد؟
- ٦) ما دور الدولة والمجتمع فى تحقيق التنمية السياحية المستدامة؟

- ٧) ما دور التنمية المستدامة في تحقيق استثمار أفضل للسياحة الداخلية؟
٨) ما المقترحات التي يمكن صياغتها لتعزيز إيجابيات التنمية السياحية مع الحد من آثار تلك السلبيات؟

أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى :

- ١) تحديد أهم المعوقات الإجتماعية والإقتصادية التي تؤثر على السياحة في مصر .
- ٢) تحديد أهم الوسائل والآليات لمواجهة تلك المعوقات والعمل على تلافيتها .
- ٣) وضع رؤية علمية لكيفية وضع إستراتيجية للنهوض بالسياحة الداخلية .
- ٤) الكشف عن المشاكل التي تعوق السياحة الداخلية وتوضح التأثير المتبادل بين التنمية السياحية والإهتمام بالبيئة .

أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة الحالية في النقاط التالية:

- ١) تعتبر مصر من البلدان السياحية الهامة التي تمثل السياحة فيها المصدر الثاني للعملة الأجنبية بعد قناة السويس مما يجعل الدراسات في هذا المجال لها قدرا كبيرا من الأهمية .
- ٢) إن تحديد المعوقات الإجتماعية والإقتصادية التي تواجه السياحة الداخلية يشير ضمنا إلى أهمية تفعيل دور المواطنين والسائحين الاجانب في الحفاظ على المناطق الأثرية .
- ٣) ركزت العديد من الدراسات في هذا المجال على الجاب الإقتصادى وطرق الجذب السياحى بينما تحاول هذه الدراسة تناول جوانب أخرى كالنواحى الإقتصادية والإجتماعية والمعوقات والتحديات لقطاع السياحة في مصر .
- ٤) تؤكد الدراسة على أهمية زيادة الوعى السياحى عند المصريين، مع التأكيد على أهمية السياحة الداخلية والقدرة على إيجاد مجتمع داعم للسياحة وواع بأهميتها، لكى يتحقق من خلاله أكبر عائد ممكن إجتماعيا كالتبادل الثقافى والحضارى بين الشعوب وتعزيز النواحى

مهام الدراسة

تناولت الدراسة مجموعة من المفاهيم بالتوضيح أهمها (مفهوم السياحة - السياحة الداخلية - التنمية السياحية- التنمية الإقتصادية - الوعى الإجتماعى والوعى السياحى- العوامل الإقتصادية - العوامل الإجتماعية)

مفهوم السياحة: "Toursim": تعرف السياحة بأنها ذلك النشاط الإنساني الذي يتعلق بالحركة والتنقل؛ ويقوم به أفراد وجماعات بغرض التنقل من مكان إلى آخر لأسباب اجتماعية أو ترفيهية أو لقضاء الأجازات أو المهرجانات أو للعلاج أو للاستشفاء وليس بغرض العمل والإقامة الدائمة؛ وهذا يعني أن السياحة نشاط إنساني متعدد الجوانب يتضمن مجموعة من العلاقات المتبادلة بين السائح الذي يوجد بصفة مؤقتة فقط في مكان إقامته وبين الأشخاص الذي يقيمون بهذا المكان (Turner and Y.reisinger:1997)

مفهوم السياحة الداخلية: تبلغ السياحة الداخلية في الدول المتقدمة من ثمانية إلى تسعة أمثال حجم السياحة الدولية؛ وتهتم الدول المتقدمة اهتمامًا كبيرًا بتشجيع حركة السياحة الداخلية وتقديمها كخدمة ضرورية ولذلك يجب توفير كل الدعائم والمقومات للسائحين المحليين (مواطنيها) في حدود قدراتهم المالية والفروق الفردية في أمزجتهم واهتماماتهم ودوافع الرحلة لديهم؛ خصوصًا وأن هذا مردوده كبير على صحة المجتمع وزيادة الإنتاجية لأبناء المجتمع (يسري دعيس: ٢٠١،٢٢٣)

مفهوم التنمية السياحية: المفهوم الاصطلاحي للتنمية السياحية وهو أن بدأت تتبلور الأفكار في تحديد مفهوم السياحة مع بداية القرن العشرين حيث عرفت بأنها ظاهرة عصرية تنبثق من الحاجة المتزايدة إلى الراحة؛ والتغيير وإلى مولد الإحساس بالراحة؛ والإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة؛ ونمو الاتصالات بين الشعوب، وهي ثمرة اتساع نطاق التجارة والصناعة وتقدم وسائل النقل وبهذا فإن للسياحة بعد اجتماع ناتج عن زيادة أوقات الفراغ؛ والحاجة إلى المتعة؛ والإقامة بعيدًا عن محل السكن دون تحديد إطار الحركة؛ وطول المسافة؛

ومدة البقاء. (نعيم الظاهر وآخرون، ٢٠٠٩، ١٤)

مفهوم التنمية الاقتصادية: إن التنمية الاقتصادية هي عملية متواصلة؛ تساهم في زيادة الدخل القومي للبلاد إلا أن الزيادة المطردة في المكان والمنافسة الشديدة بين الأنشطة المختلفة وعوامل التلوث البيئي والإسراف في استخدام الموارد الاقتصادية تشكل جميعها قاعدة التحديات التي تقف في مواجهتها مجموعة من الأهداف والتي تتمثل في المحافظة على الموارد المتوفرة وتنميتها والعمل على زيادة كمياتها والحد من التلوث وتحسين نوعيته. (مصطفى يوسف كافي: ٢٠١٤، ٥٩)

مفهوم البيئة الاقتصادية: ويعرف اقتصاد البيئة بأن تدور مشكلة الاقتصاد حول ما هو مشاهد في الحياة الواقعية من ندرة نسبية في الموارد القابلة لإشباع الحاجات المختلفة، مما يحتم عليه استخدامها على أفضل نحو مستطاع حتى يمكنه الوصول إلى أقصى إشباع وما ينشأ من علاقات متطورة تاريخياً بين أفراد المجتمع الإنساني وخاصة فيما يتعلق بالملكية والتوزيع ومن هنا تنشأ مشكلة الاقتصاد. (مصطفى يوسف كافي: ٢٠١٤، ٤٩)

مفهوم الوعي الاجتماعي: الوعي الاجتماعي هو المجموع الكلي للأفكار والنظريات والآراء والمشاعر والعادات والتقاليد الموجودة في المجتمع؛ وتعد علاقات الإنتاج القائمة بين الأفراد عاملاً ضرورياً للتعبير عن أنفسهم وعن العلاقات السياسية والقانونية؛ فالبشر منتجون لتصورهم وأفكارهم ولا يمكن أن يكونوا شيئاً آخر سوى الوعي بالواقع (نجم طه: ١٩٨٩)

- الوعي الاجتماعي هو أسلوب إدراك كل جماعة للواقع الاجتماعي بما يشتمل عليه من علاقات ونظم وفهمهم لما يدور فيه من أحداث وتقييمهم لها وردود أفعالهم تجاهها (فهمي عادل، ١٩٩٥)

مفهوم الوعي السياحي: الوعي السياحي يعد شكلاً جديداً من أشكال الوعي الاجتماعي، ظهر نتيجة توسع نشاط الإنسان وحاجاته ومتطلباته؛ فالوعي السياحي هو إدراك الفرد وفهمه للسياحة وأهميتها الاقتصادية وتقديره للتنمية السياحية (عنيفة عبدالفتاح، ١٩٩٦)

والوعي السياحي أيضاً هو جملة من آداب السلوك والتعامل مع السائح واحترامه وعدم استغلاله والتصديق عليه أو النظر إليه على أنه مصدر للريح؛ إنما هو ضيف كريم (نوقل،

(١٩٩٢)

مفهوم العوامل الاقتصادية: وتعرف بأنها شكل الإنتاج؛ التوزيع الاستهلاك، نظام الملكية، التصنيع وتلعب هذه العوامل الاقتصادية دورًا هامًا في إحداث التغيير حيث يرتبط العامل الاقتصادي بعوامل أخرى كالسكان والبيئة التكنولوجية وقد يكون العامل الاقتصادي الأسبقية في إحداث التغيير والتعجيل به إلا أنه لا يكون العامل الوحيد المسبب للتغيير (جمال عبدالكريم كرواد، ٢٠٠١).

الدراسات السابقة

دراسة أمانى الشحات إبراهيم ٢٠٠٢: بعنوان تقييم فاعلية الإدارة فى السوق السياحى المصرى، هدفت الدراسة إلى تقييم فاعلية الإدارة فى السوق السياحى المصرى. تناول البحث المفاهيم الإدارية ومكونات السوق السياحى والمتغيرات السياسية والاقتصادية المؤثرة على الأداء الإدارى، وتقييم الأداء الإدارى ومعوقات الفاعلية الإدارية. أجريت دراسة ميدانية لمدى تطبيق المبادئ الإدارية على مستوى جهات البحث الميدانى. خلص البحث إلى أهمية تدريب العاملين بالنظام السياحى، واختيار الكوادر الإدارية، مع وضع نظام لتقييم الأداء الإدارى والمحافظة على مستويات الأداء المرتفع والمتميز لدى جهات البحث الميدانى.

دراسة صفوت محمد أحمد ٢٠١٣: هدف هذا البحث إلى: تقويم دور المؤسسات الاقتصادية فى رعاية السياحة الرياضية بمصر وتقديم نموذج مقترح للمؤسسات الاقتصادية لرعاية مهرجانات السياحة الرياضية من خلال التعرف على أهداف المؤسسات الاقتصادية من رعاية مهرجانات السياحة الرياضية بمصر، والمعوقات التى تواجه المؤسسات الاقتصادية عند رعاية مهرجانات السياحة الرياضية بمصر مستخدماً المنهج الوصفي، وعينة مكونة من ٤٠ من المسؤولين، وأدوات جمع البيانات هى الاستبيان، ومن نتائج البحث أن المؤسسات الاقتصادية تسعى إلى زيادة شهرتها من خلال تشجيع ودعم مهرجانات السياحة الرياضية وذلك تأكيداً على المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات الاقتصادية مستخدمة وسائل العرض فى وسائل الإعلام

ولا تسعى إلى احتكار عمليات الرعاية لمهرجانات السياحة الرياضية ومهرجانات السياحة الرياضية العالمية تحظى براعية المؤسسات الاقتصادية عن المهرجانات المحلية.

دراسة أسماء محمد أحمد ٢٠١٥ بعنوان دور التسويق السياحي في إدارة الأزمات في

مصر، وقد خلصت الدراسة إلى ضرورة إنشاء قسم لإدارة الأزمات مستقل بذاته لأن صناعة السياحة تتعرض باستمرار للتقلبات والأزمات مما يؤثر سلباً على الطلب السياحي ومن ثم الدخل القومي في مصر، وإلى التأكيد على استمرار التنسيق بين أجهزة السياحة الرسمية وكافة المؤسسات الأخرى الرسمية المعنية خلال الأزمات من أجل تقليل أثارها السلبية، وأهمية الشراكة بشكل أكثر فعالية مع القطاع الخاص وذلك بالنسبة لتنسيق الجهود التسويقية في إعداد الحملات التسويقية وتحمل التكاليف المادية المطلوبة، بالإضافة إلى إمكانية تكثيف الترويج عبر الانترنت وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي وتضمين المتغيرات التكنولوجية عند التسويق السياحي وقت الأزمات، وتكثيف الترويج في دول الجوار وهي الدول العربية، وإتباع سياسة القيمة المضافة عند التسعير وقت الأزمات والتركيز على العلاقات العامة والإعلام كأهم عنصران للترويج السياحي وقت الأزمات لدى القطاع الحكومي وكل ما سبق يؤدي إلى التسويق السياحي الفعال وقت الأزمات.

دراسة أحمد عادل محمود ٢٠١٤ بعنوان أثر الأزمة المالية العالمية على حركة

شركات السياحة في مصر، تهدف الدراسة إلى التعرف على أثر هذه الأزمة على أنشطة شركات السياحة في مصر في الفترة من عام ٢٠٠٧ و حتى عام ٢٠١٢، و معرفة مدى السلبيات التي لحقت بها و اكثر الأنشطة تضررا و التعرف على الخطوات و الحلول التي تم إتخاذها للحد من سلبيات هذه الأزمة على أنشطة شركات السياحة.

أظهرت نتائج الدراسة: حدوث تأثير سلبي علي شركات السياحة في مصر وأنشطتها المختلفة، حيث كانت السياحة الوافدة من الخارج هي الأكثر تضرراً "Incoming"، يليها السياحة الداخلية، ثم حجز وإصدار تذاكر الطيران، ثم السياحة الدينية. كما أظهرت الدراسة إفتقار معظم شركات السياحة في مصر إلي خطة لمواجهة الأزمة، وإعتمادها علي الحلول والقرارات الفورية لدرء سلبيات الأزمة المالية عام ٢٠٠٧.

دراسة ثويب حسن سليمان ٢٠١٣: بعنوان دور الهوية السياحية فى تعزيز القدرة

التنافسية للمقصد السياحى المصرى هدفت الدراسة إلى:

- توضيح تعدد مكونات الهوية السياحية المصرية سواء مكونات الهوية الثقافية ومكونات الهوية العمرانية وكذلك توضيح الهوية الإجتماعية للمقصد السياحى المصرى ومدى التناغم بين تلك المكونات لتشكل هوية متميزة للمقصد السياحى المصرى.
- محاولة التعرف على مفهوم الهوية السياحية وتطبيقه على صناعة السياحة المصرية
- وتوصلت الدراسة إلى
- الهوية فى شكلها العام هى الشكل المتميز لمجتمع ما وهى عميقة الجذور وتتناقل من جيل الى آخر، وتظهر عليها التغيرات الثقافية الداخلية والخارجية ولكنها تحتفظ اساساً بوحدة مستقرة
- تُعد هوية المقصد السياحى فى كثير من الأحيان جزء لا يتجزأ من مفهوم الصورة الذهنية للمقصد السياحى والتي تتضمن مجموعة من الخصائص أو الأبعاد الأساسية منها هو هوية المقصد، وصورة المستخدم أو السائح وملامح المنتج السياحى.
- تُعد مصادر المعلومات المتاحة عن المقصد السياحى عامل مؤثر فى تشكيل الصورة الذهنية لهوية المقصد السياحى

التعليق على الدراسات السابقة: تلاحظ ان اغلب الدراسات السابقة التى إطلعت عليها الباحثة ومنها المشار إليها عاليه يرى أن العامل البشرى وأسلوب الإدارة من أهم معوقات السياحة الداخلية، كما يتلاحظ أن التكلفة المرتفعة ونقص الوعى ونقص المعلومات عوامل مؤثرة بشدة على النشاط السياحى الداخلى، كما أشارت الدراسات أن غياب الخطة لمواجهة الأزمة التى تمر بها السياحة الداخلية من أسباب ظهور المعوقات المؤثرة على النشاط السياحى، كذلك إتفقت أغلب هذه الدراسات فى نتائجها مع نتائج الدراسة الحالية.

الإجراءات المنهجية والميدانية

المجال المكاني: أجريت هذه الدراسة على مدينة شرم الشيخ بإعتبارها مدينة سياحية هامة في مصر وستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، والإستبيان الذي تم تطبيقه على (١٠٠) مفردة من النزلاء منهم (٤٠) من العاملين بالقطاع السياحي.

أدوات الدراسة

تعتمد الدراسة على نوعين من الأدوات هما:

الإستبيان الذي أجرته على عدد من العملاء نزلاء الفنادق في مجال الدراسة الجغرافية وتشمل أسئلة عن البيانات الأولية للعينة وأخرى تتعلق بمتغيرات الدراسة.

الإستبيان الأول الخاص بالمستفيدين من الخدمات السياحية

وصف الإستبيان: بعد قيام الباحثون بالإطلاع على الإستبيانات التي أجريت في مجال السياحة من خلال مجموعة الدراسات التي توصل إليها إطلاع الباحثة، رأيت صياغة الإستبيان من خلال عدد من المحاور الهامة والتي لها علاقة مباشرة بموضوع الدراسة والتي من المتوقع أن تحقق فروضها، وكانت أهم هذه المحاور هي:

- ١) الحصول على المعلومات الأساسية والبيانات الأولية لأفراد العينة لمعرفة خصائصهم المختلفة من حيث السن والجنس والمستوى التعليمي والحالة الزوجية والدخل.
- ٢) مدى وجود توعية بالنشاط السياحي وتوعية بالأماكن والخدمات السياحية للسائح المحلي.
- ٣) مدى سهولة أو صعوبة الحصول على مكان في رحلة سياحية او المقطرة على حجز غرفة في فندق.
- ٤) مدى مناسبة الإستقبال للسائح المصري في المنشأة السياحية ورضاه عن مستوى الإستقبال من عدمه.
- ٥) مستوى الخدمة والضيافة وتوافر الخدمات والمساعدة والراحة والأمن وملائمة الغرف والمرافق .
- ٦) البرامج السياحية ومستوى الأداء فيها ودرجة الإهتمام بالسائح المصري وتلبية تطلعاته.

(٧) صدق وثبات الاستبيان الخاص بالمستفيدين من الخدمات السياحية. **الصدق:** بعد إعداد صحيفتي الاستبيان لعملاء الفنادق والعاملين في المجال السياحي بمدينة شرم الشيخ قامت الباحثة بعرضهما على مجموعة من الخبراء المحكمين وأشار المحكمين لبعض التعديلات وترتيب الأسئلة و إعادة صياغة بعضها .

صدق الإتساق الداخلي للاستبيان: تم حساب معاملات ارتباط كل بعد من أبعاد الاستبيان بالدرجة الكلية للاستبيان والتي نتجت عن تطبيق الاستبيان على عينة مبدئية من عينة الدراسة، وقامت الباحثة بحساب صدق الإتساق الداخلي ومعامل الارتباط المصحح كالتالي:

جدول رقم(١): ثبات العبارات وصدق الإتساق الداخلي لأبعاد الاستبيان

أبعاد الاستبيان	قيمة ألفا	إجمالي الاستبيان	معامل الارتباط المصحح
اتجاهات حركة السياحة الداخلية	٠,٦٠١	٠,٦١٤ (**)	٠,٧٦
البيئة الاقتصادية المحيطة بالسائحين المصريين	٠,٦٤٣	٠,٤٢٨ (**)	٠,٦٠
البيئة الاجتماعية المحيطة بالسائحين المصريين	٠,٦٠٩	٠,٩٠٤ (**)	٠,٩٥
درجة رضائهم عن مستوى جودة الخدمات السياحية المقدمة لهم داخل الدولة	٠,٦٤٣	٠,٨٨٨ (**)	٠,٩٤
إجمالي الاستبيان	٠,٨٤٣	--	--

يتضح من الجدول السابق أن قيم معاملات الثبات جميعها قيم مقبولة حيث بلغت قيم معامل الثبات (٠,٦٠١، ٠,٦٤٣، ٠,٦٠٩، ٠,٦٤٣)، لكل من (اتجاهات حركة السياحة الداخلية، البيئة الاقتصادية المحيطة بالسائحين المصريين، البيئة الاجتماعية المحيطة بالسائحين المصريين، درجة رضائهم عن مستوى جودة الخدمات السياحية المقدمة لهم داخل الدولة) على التوالي، وكانت قيمة ألفا لإجمالي الاستبيان (٠,٨٤٣) وهي قيمة مرتفعة، وتشير هذه القيم من معاملات الثبات إلى صلاحية الاستبيان للتطبيق وإمكانية الاعتماد على نتائجه والوثوق به.

الإستبيان الثاني: وكان عن إستطلاع رأى العاملين في السياحة عن المشكلات التي تواجههم في عملهم

وقد تضمن هذا الإستبيان عدة نقاط أساسية من وجهة نظر الدراسة وقد تم صياغتها بعد الإطلاع على الإستبيانات فى الموضوعات ذات الصلة بموضوع البحث والتي توصل إليها علم الباحثة وكان اهم هذه النقاط ما يلى:

- ١) البيانات الأساسية عن العاملين فى السياحة عينة البحث وقد شملت السن والجنس والمستوى التعليمى والحالة الزوجية والدخل والخبرة فى العمل والتدريب.
 - ٢) مدى إهتمام الدولة بالنشاط والمشروعات السياحية؟
 - ٣) التدريب الذى يحصل عليه العاملون فى السياحة للإرتقاء بمستواهم المهني.
 - ٤) التوعية بالأماكن السياحية والنشاط السياحى والخدمات والمميزات المختلفة للرحلات السياحية.
 - ٥) الإستثمار فى النشاط السياحى والمشكلات التى تواجه المستثمرين فى المشروعات السياحية.
 - ٦) مدى مساهمة السياحة الداخلية فى حل أزمات السياحة.
 - ٧) أهم المعوقات التى تواجه السياحة فى مصر ومقترحات حل مشكلات هذا القطاع الحيوى. هذا وقد حاولت الباحثة أن تتسم الأسئلة بالسهولة والموضوعية والوضوح والإختصار فى عدد الأسئلة قدر الإمكان حتى لا يكون الإستبيان طويلا فيصيب أفراد العينة بالملل فيؤثر ذلك على إستجابتهم.
- وقد كان عدد الأسئلة فى بداية الإستبيان الخاص بالعاملين فى مجال السياحة حول المشكلات التى تواجههم (١٦) سؤال وهو نفس العدد الذى إنتهى إليه الإستبيان بعد رأى المحكمين.

الصدق والثبات:

صدق الإستبيان: بعد إعداد صحيفتى الإستبيان لعلماء الفنادق والعاملين فى المجال السياحى بمدينة شرم الشيخ قام الباحثون بعرضهما على مجموعة من الخبراء المحكمين وأشار المحكمين لبعض التعديلات وترتيب الأسئلة و إعادة صياغة بعضها .

ثبات الاستبيان: للتحقق من ثبات الاستبيان استخدمت الباحثة معادلة ألفا كرونباخ (Alpha Cronbach)، ويوضح الجدول التالي معاملات الثبات الناتجة باستخدام هذه المعادلة.

صدق الإتساق الداخلي للاستبيان: تم حساب معاملات ارتباط كل بعد من أبعاد الاستبيان بالدرجة الكلية للاستبيان والتي نتجت عن تطبيق الاستبيان على عينة مبدئية من عينة الدراسة، وقامت الباحثة بحساب صدق الإتساق الداخلي ومعامل الارتباط المصحح كالآتي:

جدول رقم (٢) ثبات العبارات وصدق الإتساق الداخلي لأبعاد الاستبيان

أبعاد الاستبيان	قيمة ألفا	إجمالي الاستبيان	معامل الارتباط المصحح
اتجاهات حركة السياحة الداخلية	٠,٥٤٦	٠,٥٤١ (**)	٠,٧٦
البيئة الاقتصادية المحيطة بالسائحين المصريين	٠,٤٨٢	٠,٦٩٧ (**)	٠,٦٠
البيئة الاجتماعية المحيطة بالسائحين المصريين	٠,٧٥٩	٠,٦٧٨ (**)	٠,٩٥
درجة رضائهم عن مستوى جودة الخدمات السياحية المقدمة لهم داخل الدولة	٠,٥١٧	٠,٥٥٥ (**)	
إجمالي الاستبيان	٠,٦٤٩	--	--

يتضح من الجدول السابق أن قيم معاملات الثبات جميعها قيم مقبولة حيث بلغت قيم معامل الثبات (٠,٥٤٦، ٠,٤٨٢، ٠,٧٥٩، ٠,٥١٧)، لكل من (اتجاهات حركة السياحة الداخلية، البيئة الاقتصادية المحيطة بالسائحين المصريين، البيئة الاجتماعية المحيطة بالسائحين المصريين، درجة رضائهم عن مستوى جودة الخدمات السياحية المقدمة لهم داخل الدولة) على التوالي، وكانت قيمة ألفا لإجمالي الاستبيان (٠,٦٤٩) وهي قيمة مقبولة، وتشير هذه القيم من معاملات الثبات إلى صلاحية الاستبيان للتطبيق وإمكانية الاعتماد على نتائجه والوثوق به.

المقابلة المفتوحة: وهي أداة تقوم على لقاء الباحثة مباشرة مع عدد من العملاء وعدد من العاملين بالقطاع السياحي ممن تنطبق عليهم خصائص العينة توجه من خلالها أسئلة معدة سلفا وتتيح الفرصة للحصول على معلومات عميقة وواضحة عن موضوع السؤال كما تتيح للباحث الفرصة لملاحظة الشخص وإنفعالاته أثناء الإجابة على الأسئلة وتدوين هذه الملاحظات في الإستمارة الخاصة بالمقابلة.

عينة الدراسة

تتكون عينة الدراسة من:

أولاً: عدد (١٠٠) مفردة من عملاء الفنادق والعاملين بها بشرم الشيخ، منهم (٦٠) من العملاء من فئات متباينة تم إختيارهم عشوائياً حسب أرقام الغرف بالفنادق التي أجريت عليها الدراسة و (٤٠) من العاملين بالقطاع السياحي يتم إختيارهم عشوائياً من كشوف العاملين بحيث يمثلوا كل فئات العاملين بدءاً من عمال الخدمات إلى مدير فندق .

ثانياً: عدد (١٠) أفراد أجريت معهم مقابلة مقننة نصفهم من العملاء والنصف الآخر من العاملين بالقطاع السياحي بمدينة شرم الشيخ.

ليكون العدد الكلي للعينة (١١٠ مفردة)

جدول رقم (٣): يوضح خصائص عينة الدراسة من حيث العمر

النسبة المئوية	العدد	العمر
%٤٨	٤٨	أقل من ٢٥
%٣٣	٣٣	من ٢٦ - ٤٠
%١٥	١٥	من ٤١ إلى ٦٠
%٤	٤	أكثر من ٦٠
%١٠٠	١٠٠	المجموع

يوضح الجدول رقم (١) خصائص عينة الدراسة العمرية حيث جاء الشباب دون سن الخامسة والعشرين بأعلى النسب (٤٨)، ثم تلاهم الشباب حتى سن ٤٠ عام ليتمثل الفئتين ٨١% من العينة .

خصائص العينة: حددت الدراسة بعض الخصائص التي يجب توافرها في عينة الدراسة وهي كالتالي:

- أن يتراوح سن العينة من ١٥-٦٠ عام.
- أن تتكون العينة من الذكور والإناث بنسب متقاربة قدر الإستطاعة.
- أن يكون العميل من نزلاء الفنادق وقت إجراء الدراسة.
- أن يكون العامل بالفندق مر عليه عام على الأقل بالقطاع السياحي.
- أن تشمل العينة فنادق (خمس وثلاث نجوم وفنادق نجمتين).

- أن يكون لدى مفردات العينة القبول لإتمام الإستمبيان أو المقابلة وتستبعد كل إستمارة غير مكتملة.

- وقد أجريت الدراسة الميدانية في الفترة من شهر يناير إلى شهر مارس عام ٢٠١٦، بإستخدام إستبيان لعملاء الفنادق والعاملين بالسياحة بالإضافة لإستخدام المقابلة مع عدد من أفراد العينة؟

نتائج الدراسة

أولاً: التحقق من صحة فرض الدراسة:

الفرض الأول: هناك علاقة معنوية بين البيئة الاجتماعية المحيطة بالسائحين المصريين، ودرجة رضائهم عن مستوى جودة الخدمات السياحية المقدمة لهم داخل الدولة.

الجدول يوضح العلاقة بين البيئة الاجتماعية المحيطة بالسائحين المصريين ودرجة

رضائهم عن مستوى جودة الخدمات السياحية المقدمة لهم داخل الدولة

المتغيرات	معامل الارتباط	درجة رضائهم عن مستوى جودة الخدمات السياحية المقدمة لهم داخل الدولة
البيئة الاجتماعية المحيطة بالسائحين المصريين	٠,٨٤١ (**)	٠,٠٠١

بالنظر في الجدول السابق يتضح وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة معنوية عند مستوى

معنوية (٠,٠٥) بين البيئة الاجتماعية المحيطة بالسائحين المصريين ودرجة رضائهم عن مستوى جودة الخدمات السياحية المقدمة لهم داخل الدولة حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (٠,٨٤١) وقيمة الدلالة المعنوية (٠,٠٠١).

مما سبق يتحقق صحة الفرض الأول.

الفرض الثاني: هناك علاقة معنوية بين البيئة الاقتصادية المحيطة بالسائحين المصريين واتجاهات حركة السياحة الداخلية.

الجدول يوضح العلاقة بين البيئة الاقتصادية المحيطة بالسائحين المصريين واتجاهات حركة السياحة الداخلية

اتجاهات حركة السياحة الداخلية	المتغيرات	البيئية الاقتصادية المحيطة بالسائحين المصريين
٠,٤٢٤ (**)	معامل الارتباط	
٠,٠٠١	الدلالة المعنوية	

بالنظر في الجدول السابق يتضح وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة معنوية عند مستوى معنوية (٠,٠٥) بين البيئة الاقتصادية المحيطة بالسائحين المصريين واتجاهات حركة السياحة الداخلية حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (٠,٤٢٤) وقيمة الدلالة المعنوية (٠,٠٠١) و مما سبق يتحقق صحة الفرض الثاني.

أهم نتائج الدراسة:

- (١) هناك علاقة معنوية بين البيئة الاقتصادية المحيطة بالسائحين المصريين واتجاهات حركة السياحة الداخلية.
- (٢) هناك علاقة معنوية بين البيئة الاجتماعية المحيطة بالسائحين المصريين، ودرجة رضائهم عن مستوى جودة الخدمات السياحية المقدمة لهم داخل الدولة.
- (٣) تعد مشكلة عدم التوعية الكافية من أهم معوقات النشاط السياحي .
- (٤) عدم إهتمام الدولة بالسياحة بشكل عام وبالسياحة الداخلية بشكل خاص ساهم في عدم نمو هذا النشاط بالصورة المتوقعة مقارنة بالإمكانات المتاحة.
- (٥) عدم وضع برنامج واضح للرحلات السياحية وإعلام السائحين بهذا البرنامج.
- (٦) غياب خطط وبرامج التسويق الجيد للمشروعات السياحية.
- (٧) أوضحت غالبية العينة النقص الواضح في تدريب العاملين بمجال السياحة وضعف التعليم السياحي، كان عدد الحاصلين على دورة تنمية بشرية بعدد (٢) بنسبة (٥%)، بينما لم تحصل باقي العينة على الدورات التدريبية، وهو ما يعنى أن العمالة في مجال السياحة لم

تحصل على تدريب مناسب أو على أى تدريب على الإطلاق مما يعنى تدنى مستوى المهارات والإستفادة من الخبرات.

- ٨) وعن أهم المشكلات التى تواجه المستخدمين من الخدمات السياحية فكانت كانت مشكلة (الإقامة) بعدد (٢) مفردة بنسبة (٥%) من إجمالي عينة الدراسة، ومشكلة (ضعف السياحة) بعدد (مفردة) بنسبة (٢,٥%)، وترى الباحثة أن نسبة العينة التى رأت أنها لا تواجه أى مشكلات فى عملها والتى تمثل (٩٢%) من العينة لم يصرحوا بحقيقة المشكلات التى تواجههم وخاصة أن السياحة فى مصر فى الفترة الحالية تعاني بشكل واضح وهو ما دفع الباحثة للإعتقاد بأن هناك إنكار لوجود مشكلات فى مجال العمل.
- ٩) وعن إهتمام الدولة بالسياحة أوضحت النتائج أن أعلى إجابة للإختيار (لا) وبنسبة (٥٢,٥%)، يليه الإختيار بنسبة (٤٥%) وهي مؤشر لعدم إهتمام الدولة بقطاع السياحة.
- ١٠) غياب خطط الأسعار وعدم الرقابة على البائعين فى المناطق السياحية.
- ١١) تعتبر من معوقات السياحة الداخلية حسب ما أوردته نتائج الدراسة قلة الوعى وسلوك السائح المصرى وثقافته السياحية.

١٢) رأت عينة الدراسة أنه لا يوجد إهتمام بالسائح المصرى كما يحصل عليه السائح الأجنبى.

نتائج المقابلة:

- تلاحظ تنوع المؤهلات العلمية لعينة الدراسة بينما كان جميعهم من الحاصلين على مؤهل على وواحد منهم فقط من الدارسين بمجال السياحة والفنادق.
- كانت غالبية عينة الدراسة إجابتهم بلا على سؤال هل عملت بالسياحة بعد الخرج مباشرة.
- ٨٠% من العينة لم يحصلوا على أى دورات تدريبية فى مجال العمل السياحى.
- ورأت العينة ان أفضل فرص الإستثمار السياحى تتمثل فى الدعاية الجيدة وتشجيع السائحين وخاصة العرب لتعويض نقص السياحة الإجنبية، والإهتمام بالرحلات السياحية وبرامج الترفيه، افهتمام بوسائل تنقل السائحين .

- ورأت العينة أن أهم ما يساعد على تحسين الخدمة السياحية هو المصادقية في التعامل مع السائحين، والدعاية والتسويق الجيد، وتدريب العاملين بالمجال وتنمية مهارتهم، زيادة وعي المجتمع.
- كانت مدة العمل بالسياحة لأفراد العينة تتراوح بين عامين وعشرين عاما.
- أوضح (٨٠%) من العينة أنه لا توجد قاعدة بيانات للأماكن السياحية.
- رأى أفراد العينة أن أهم المشاكل التي تواجه المستثمرين في مجال السياحة تتمثل في غياب الأمن وضعف الخدمات والعمليات الإرهابية وقلة التسهيلات للمستثمرين الجادين.
- أكدت عينة الدراسة عدم وجود قاعدة بيانات عن المشاكل التي تواجه المستثمرين في مجال السياحة.
- وعن أهم المشاكل التي تواجههم أعربوا أنها تتمثل في تغيير فئة السائحين، واستخدام أساليب سيئة في الدعاية للسياحة، وثقافة السائح المصري التي يرونها غير متحضرة.
- أجمعت العينة على وجود فروق بين السائح المصري والأجنبي تمثلت في المصادقية، وكثرة الإستهلاك، ومستوى التحضر، والسلوك العام، وقلة الإلتزام، وقلة الوعي، وعدم تقدير المواعيد وقيمة الوقت.
- أوضحت جميع مفردات العينة أن هذه المشاكل السابقة لا يتم التعامل معها أو حلها.
- وعن معوقات الإستثمار السياحي رأت العينة أن أهم هذه المعوقات هي عدم الإهتمام بالعاملين بالسياحة وغياب الأمن وكثرة الحوادث المرتبطة بالسياحة، وقلة التوعية.
- ورأت العينة أن الحل الأمثل لتحسين فرص الإستثمار السياحي تتمثل في عودة السياحة الأجنبية حيث أن السياحة الداخلية في رأيهم لا تعوض غياب السائح الأجنبي.
- وكانت الإجابة عن كيفية تحسين الخدمة السياحية لها عدة مقترحات منها الدعاية الدولية المدروسة وعودة المن وتدريب العاملين بالسياحة، والإهتمام بالتعليم السياحي، وتحسين طرق التسويق ورفع كفاءة البنية التحتية للمشروعات السياحية.

وفيما يلي بعض الجداول التي توضع بعض نتائج الدراسة
جدول رقم (٢): يوضح رأى العينة فى أهم المعوقات الإقتصادية

النسبة المئوية	العدد	السبب
٦١%	٦١	ارتفاع تكاليف الإقامة
٢٢%	٢٢	ارتفاع تكاليف الإنتقالات
١٧%	١٧	الإستغلال الإقتصادى

يوضح الجدول رقم (٢) أهم المعوقات الإقتصادية من وجهة نظر عينة الدراسة، وإحتل ارتفاع التكاليف أعلى نسبة وأوضحت المقابلة أن العملاء يرون أن التكاليف السياحية بمدينة شرم الشيخ تقل قليلا عن تكاليف رحلة إلى تركيا مثلا، وأن الشكل الاجتماعى سيختلف كثيرا عندما يقضى السائح عطلة بتركيا مثلا عنه لو قضاها بشم الشيخ مع فارق مادى ليس مرتفعا.

وجاءت مصاريف الإنتقال فى المركز الثانى وأوضحت المقابلة أن السائح لا يقصد فقط الإنتقال من محافظته إلى شرم الشيخ بل يقصد رحلات السفارى والإنتقالات الداخلية فى المدينة وللمناطق السياحية خارجها.

جدول رقم(٣): يوضح رأى العينة فى أهم المعوقات الداخلية

النسبة المئوية	العدد	السبب	
٤٣%	٤٣	غياب الوعى السياحى	١
٣٠%	٣٠	اسلوب معاملة السائح المصرى	٢
٢٢%	٢٢	بعد مدينة شرم الشيخ عن الوادى	٣
١٠%	١٠	السلوكيات الخاطئة	٤

يوضح الجدول أهم الأسباب الإجتماعية التى تواجه السياحة الداخلية وجاء فى مقدمتها غياب الوعى السياحى حيث أكد ٤٣% من العينة أن غياب الوعى والتعريف بالأماكن السياحية والمحميات الطبيعية والبيئية يشكل السبب الأول فى عدم إقبال المصريين على السياحة الداخلية وأوضحت المقابلة أن اغلب العينة كانوا قبل حضورهم لشم الشيخ لا يعرفون إلا القليل عنها، كما جاء أسلوب معاملة العاملين للسائح المصرى فى المرتبة الثانية حيث يرى المصريون أن الإهتمام يكون بالسائح الأجنبى أكثر من السائح المصرى على الرغم من أنهم نزلاء بنفس الفندق.

توصيات ومقترحات الدراسة

- توصى الدراسة بالإهتمام بوضع إستراتيجية عامة وشاملة للنشاط السياحي بما يحقق أهداف هذا النشاط ويساعد في النمو.
- الإهتمام بضرورة تسعير الخدمات السياحية والفندقية بما يتناسب مع الوضع الإقتصادى للمواطن المصرى ويشجعه على السياحة الداخلية.
- وضع برامج توعية مدروسة يمكنها الوصول لجميع شرائح المواطنين بما يشجع على قيام المواطن بالسياحة الداخلية
- توفير الأمن بصورة تشجع المواطن على حرية الإنتقال إلى الأماكن السياحية وتحميه من الإستغلال .

المراجع

- أحمد عادل محمود(٢٠١٤): أثر الأزمة المالية العالمية على حركة شركات السياحة فى مصر خلال الفترة من عام ٢٠٠٧ إلى ٢٠١٢ أطروحة (ماجستير) - جامعة المنصورة. كلية السياحة والفنادق.
- أسامة عبد الرحمن(٢٠١٠): السياحة -إمكانيات ومعالم. دار زهور المعرفة والبركة -الجيزة
- أسماء محمد احمد محمد(٢٠١٥): دور التسويق السياحي في إدارة الأزمات في مصر طروحة(دكتوراه) - جامعة الفيوم. كلية السياحة والفنادق
- أمانى الشحات ابراهيم(٢٠٠٢): تقييم فاعلية الإدارة فى السوق السياحي المصرى.أطروحة (دكتوراه) - جامعة حلوان. كلية السياحة والفنادق.
- ثويب حسن سليمان(٢٠١٣): دور الهوية السياحية فى تعزيز القدرة التنافسية للمقصد السياحي المصرى اطروحة (ماجستير) - جامعة حلوان. كلية السياحة والفنادق.
- صفوت محمد أحمد(٢٠١٣): تقويم دور المؤسسات الاقتصادية فى رعاية السياحة الرياضية بمصر اطروحة(دكتوراه)-جامعة الإسكندرية. كلية التربية الرياضية بنين.
- غادة محمود على(١٩٩٨): المخل إلى عالم السياحة والسفر . مطبعة كلية السياحة والفنادق جامعة حلوان ص ٥٠ .

- وفاء أحمد عبد الله (١٩٨٣): حول العلاقة بين السياحة والبيئة المعاصرة. مؤتمر القادة القاهرة ص ٤٣
- وفاء زكى إبراهيم (٢٠٠٦): دور السياحة فى التنمية الإجتماعية. المكتب الجامعى الحديث ص ٤١٣.
- غنيمة عبدالفتاح (١٩٩٦): السياحة قاطرة التنمية لمصر المعاصرة، الإسكندرية، دار الفنون العلمية.
- نوفل (١٩٩٢): "البرامج السياحية فى الإذاعة المسموعة، رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- جمال عبد الكريم كرواد (٢٠٠١): ص ٢٠.
- مصطفى يوسف كافي (٢٠١٤): "اقتصاديات البيئة"، دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، ص ٤٩.
- نجم طه (١٩٨٩): "الصحافة المصرية وتشكيل الوعي الاجتماعى"؛ رسالة ماجستير (غير منشورة)، كلية الآداب، جامعة الإسكندرية.
- فهمي عادل (١٩٩٥): دور التلفزيون المصري فى تكوين الوعي الاجتماعى ضد الجريمة، رسالة دكتوراه (غير منشورة)، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ص ٦٣
- حازم الببلاوي (٢٠١٢): "أربعة شهور فى قفص الحكومة"، الطبعة الأولى، القاهرة، دار الشروق، ص ١٩.
- Hiemastra,s.j.(1987): factors affecting the supply and demand for employment in the lodging industry . Hospitality Education and research Journal ,Vol.11 no 2 ,pp135-141.
- Stattery,p. (2002): Finding the Hospitality industry. Journal of Hospitality,Leisure, Sport and Tourism Education.1.(1) :pp.157-168.
- "Turner and Y.reisinger" (cross- cultural differences in tourism), Cairo, 1987.

**SOCIAL AND ECONOMIC OBSTACLES DOMESTIC
TOURISM
STUDY AT DIFFERENT SOCIAL STRATA**

[10]

Ismail, F.A.⁽¹⁾; Lateef, Hoda, S.⁽²⁾ and Abu Said, Mona, Z. S.⁽³⁾

1) Faculty of Girls, Ain Shams University 2) Department of Tourism and Hotels, Sheraton Institute 3) Yanbu Tourism Company

ABSTRACT

The study deals with the social and economic handicaps domestic tourism, Tourism is the most important Egyptian national income sources, especially their contribution as a source of foreign currency on the one hand and the reduction of unemployment and provide job opportunities on the other hand, which made the subject of a study of domestic tourism importance in general to face the constraints faced by, the study by reading the theoretical perspectives that address the social and economic constraints affecting domestic tourism to figure out ways to activate this kind of tourism activity in terms of enriching the economic side and the promotion and employment on the one hand and the definition of citizen effects of his country and its heritage and natural and national wealth, on the other hand to support belonging to the homeland. The researcher used the descriptive analytical approach and tools were the questionnaire and interview.

As for the field of spatial researcher Sharm El-Sheikh was chosen as one of the tourist cities, and for the field of human was a sample of customers in hotels with the assistance of a number (100) single distributed as follows (60 clients from different categories, and (40) Single from hotel personnel, and the trend is theoretical which is the starting point of the study is the functional constructivism.

- The most important Altnaij clarified by statistical analysis of the following:
- That the most important constraint is the high cost of domestic tourism, compared to tourism in some countries in the region.
- Declined the treatment of Egyptian tourists compared to the level of the foreign counterpart.
- The lack of a clear strategy for domestic tourism in spite of its importance.
- Lack of awareness and lack of information provided to the Egyptian tourist places which can had, and price plans.
- One of the main recommendations follows:
- The study recommends the development of public attention and a comprehensive strategy for Tourism Activity in order to achieve the objectives of this activity and help growth.
- Attention to the necessity of tourism and hotel pricing of services commensurate with the economic situation of the Egyptian citizen and encourage domestic tourism.
- Develop a deliberate outreach programs can access for all segments of citizens, including citizens are encouraged to do domestic tourism.