

## الاستثمار السياحي في مصر المقومات والمعوقات

أشرف إسماعيل صوفي ميهوب<sup>1</sup>، هدى أظيف<sup>2</sup>، مصطفى محمود أبوحمود<sup>3</sup>

<sup>1</sup> باحث دكتوراة - قسم الدراسات السياحية - كلية السياحة والفنادق - جامعة الفيوم - مصر

<sup>2,3</sup> قسم الدراسات السياحية - كلية السياحة والفنادق - جامعة الفيوم - مصر

### ملخص البحث

تناول البحث تعريف مفهوم الاستثمار السياحي وأهميته وأنواعه، وأهم المقومات التي تشجع على الاستثمار السياحي في مصر، وأهم المعوقات التي تواجه الاستثمارات بصفة عامة والسياحية منها بصفة خاصة، واقتراح بعض التوصيات لعلاج هذه المعوقات. فالرغم من توافر العديد من عوامل الجذب السياحي الفريدة والتميزة بمصر، والتي تمثل ميزة تنافسية للمنتج السياحي المصري تتفرد به هذه المناطق، إلا أنها لا تجد الأهتمام المطلوب أو المستحق من الاستثمارات المختلفة التي تجعلها في استقبال الأعداد السياحية والسائحين من مختلف دول العالم وتقديم المنتج السياحي والخدمة السياحية بشكل مميز؛ الأمر الذي يرجع إلى العديد من المعوقات التي تواجه الاستثمارات السياحية في مصر (السخاوى، 2012). وتمثل هدف البحث في الوقوف على أهم محفزات الاستثمار السياحي، وأهم المعوقات التي تواجهه، ومحاولة تقديم بعض المقترحات للحد من هذه المعوقات. واعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي، كما تمثل مجتمع الدراسة في مجموعة من مديري المشروعات الاستثمارية السياحية بمحافظة الفيوم، وتم استقصاء مجتمع الدراسة بطريقة عينة عشوائية للمشروعات، حيث بلغ حجم مجتمع الدراسة (120) استمارة تم توزيعها على مديري المشروعات الاستثمارية في مجال السياحة والضيافة وبلغ معدل الاستجابة (101) بنسبة 84.17%. وتم تصميم استمارة استبيان من اعداد الباحث تناولت محفزات الاستثمار السياحي ومعوقات الاستثمار السياحي، وتمثلت أهم نتائج الدراسة في أن الاستثمار السياحي يساهم في الحفاظ على المعالم التراثية والحضارية والثقافية، والأهتمام بالمقومات الطبيعية والبشرية والمحافظة عليه، كما يساهم في الحفاظ على اساليب الحياة التقليدية المعبرة عن البيئة وعلى مقومات الجذب السياحي الموجودة بالمحافظة، وايضاً يساهم في المحافظة على المزارات الدينية وترميمها. وفي تنشيط السياحة بالمحافظة.

### معلومات المقال

الصفحات: 23 - 43

### الكلمات المفتاحية

الاستثمار السياحي  
مقومات الاستثمار  
معوقات الاستثمار

## المقدمة:

تعد مصر من أهم دول العالم في مجال السياحة ويرجع هذا للكثير من الاسباب أهمها المناخ الذي يساعد على توافد السياح الى مصر من جميع جهات العالم بالإضافة إلى معالمها السياحية؛ فتمتلك مصر بمفردها ثلثي اثار العالم تقريباً الى جانب المطاعم والمحلات التجارية والفنادق الفخمة والحدائق الواسعة والمساحات الخضراء والمقاهى الرائعة كل هذا داخل مصر الى جانب الحضارة فمصر بها أول حضارة عرفها التاريخ وهى الحضارة الفرعونية لهذا تعتبر السياحة بأنواعها المختلفة من اهم العوامل في دفع عجلة التنمية الاقتصادية والاجتماعية في مصر. فالسياحة تمثل احدى مصادر الدخل القومى للبلاد حيث تعد احد المصادر الرئيسية للنقد الأجنبي، مقارنة بمصادر الدخل الأخرى، فقد وهب الله مصر مقومات وامكانات تجعلها دولة سياحية من الطراز الأول واستغلال مقومات الجذب السياحي التاريخية والدينية والطبيعية والأحداث السياسية والاجتماعية والرياضية مثل حضور المؤتمرات والألعاب الرياضية وتوقيع الاتفاقات والمعاهدات وارتباط ذلك بمعرفة الأساليب الحديثة والقيم الحضارية والاجتماعية للشعب (عيسى،2016).

ويلعب الاستثمار السياحي في مصر دوراً مؤثراً حيث يهدف الاستثمار السياحي في الموارد الثقافية الطبيعية والتجهيزات والخدمات السياحية إلى تحقيق عدد من المنافع الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبيئية منها المساهمة في زيادة الناتج المحلى، فضلاً عن تدفق رؤوس الاموال الأجنبية والمحلية وزيادة الدخل من العملات الأجنبية. وينتج عن ذلك تحسن في ميزان المدفوعات، وزيادة القيمة المضافة وتنوع مصادر الدخل من خلال استقطاب رؤوس الاموال المحلية للقطاع الخاص واستثمارها في مجال الحرف والصناعات التقليدية ذات الصلة بصناعة السياحة، فضلاً عما يؤدي إليه ذلك من تنمية للبنية التحتية والمرافق العامة وتطويرها. كما ان للاستثمار في قطاع السياحة قدرة على توليد فرص عمل جديدة. وعلى الاخص في القطاع الخدمى بشكل يفوق النشاطات الاقتصادية الأخرى، فضلاً عن الآثار غير المباشرة الناتجة من زيادة فرص العمل والحد من البطالة وانخفاض نسبتها، كما يترتب على زيادة فرص العمل ارتفاع مستوى الرفاهية الاجتماعية، وغير ذلك من المنافع والفوائد الأخرى (سعيدى، والغمراوى،2013).

هذا من الناحية الاقتصادية، أما من الناحية الاجتماعية والثقافية فإن الاستثمار في القطاع السياحي يؤدي إلى إحداث التحولات الاجتماعية في النظرة إلى التعامل مع السائح بطريقة تحافظ على الأنماط الاجتماعية والثقافية وعادات المجتمع المحلى، وتقاليد، وتراثه، كما تعمل على تطوير الامكانات المجتمعية للتعامل مع الثقافات الوافدة والمتمثلة بالسائحين وتعاملهم، لإيجاد نوع من التجانس بين الثقافة المحلية والثقافة المصاحبة لدخول السائحين وإقامتهم واختلاطهم بالسكان المحليين. وبذلك يعد القطاع

السياسي أحد القطاعات الاقتصادية الهامة المضافة والتي تساعد على تحقيق نمو اقتصادي واجتماعي في البلدان المختلفة؛ لذا، فإن الاهتمام بالسياحة كباقي القطاعات على تحقيق تنمية مستدامة يعد مطلباً اقتصادياً أساسياً لتحفيز الاستثمار في المناطق السياحية الطبيعية والبيئية والثقافية والحضرية (الزهراني، وآخرون، 2018). لذا فقد اتخذت الدولة الكثير من الخطوات والإجراءات وأصدرت العديد من التشريعات والقوانين الخاصة بالاستثمار وتشجع المستثمرين وزيادة حوافز، وفرص الاستثمار، وذلك من أجل زيادة جذب الاستثمارات الأجنبية والعربية والمحلية (سعيدى، والغمراوى، 2013).

**مشكلة الدراسة:** يهدف الاستثمار في الموارد الثقافية الطبيعية والتجهيزات والخدمات السياحية إلى تحقيق عدد من المنافع الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبيئية، إذ يعود الاستثمار في القطاع السياحي بالعديد من الفوائد والمنافع الاقتصادية على الدولة والمجتمع، ومن هذه المنافع الاقتصادية، المساهمة في زيادة الناتج المحلي بما ينتجه القطاع السياحي من سلع وخدمات، فضلاً عن تدفق رؤوس الاموال الأجنبية والمحلية وزيادة الدخل من العملات الأجنبية، وينتج عن ذلك تحسن في ميزان المدفوعات، وزيادة القيمة المضافة وتنويع مصادر الدخل من خلال استقطاب رؤوس الاموال المحلية للقطاع الخاص واستثمارها في مجال الحرف والصناعات التقليدية ذات الصلة بصناعة السياحة، فضلاً عما يؤدي إليه ذلك من تنمية للبنية التحتية والمرافق العامة وتطويرها (سعيدى، والغمراوى، 2013).

وبالرغم من توافر العديد من عوامل الجذب السياحي الفريدة والتميزة بمصر، والتي تمثل ميزة تنافسية للمنتج السياحي المصري تنفرد به هذه المناطق، إلا أنها لا تجد الاهتمام المطلوب أو المستحق من الاستثمارات المختلفة التي تجعلها في استقبال الأعداد السياحية والسائحين من مختلف دول العالم وتقديم المنتج السياحي والخدمة السياحية بشكل مميز؛ الأمر الذي يرجع إلى العديد من المشكلات الاستثمارية السياحية في مصر وعدم التكيف مع هذه الاستثمارات (السخاوى، 2012).

وبالتالى يمكن صياغة المشكلة في الأسئلة الآتية:

1- ما هي أهم المقومات التي تشجع الاستثمار في مجال السياحة؟

4- ما أهم المعوقات التي تواجه الاستثمار السياحي؟

1- أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيسى للدراسة في معرفة أهم المقومات التي تشجع الاستثمار في مجال السياحة، وأهم المعوقات التي تواجهه، ومحاولة تقديم بعض المقترحات للحد من هذه المعوقات.

وينبثق من الهدف العام للدراسة عدة أهداف فرعية هي:

- 1- دراسة مفهوم وأهمية الاستثمار السياحي في مصر.
- 2- تحديد المقومات التي تشجع على الاستثمار السياحي في مصر.
- 3- تحديد المعوقات المؤثرة على الاستثمار السياحي في مصر.

ادبيات الدراسة:

## 2- مفهوم الاستثمار السياحي وأهميته.

مهما تعددت طرق وأساليب الاستثمار فإن الهدف منه يكمن في تحقيق عوائد لخزينة الدولة، وزيادة رؤوس الأموال الحقيقية للمجتمعات والدول، ومن ثم المساهمة في تحسين المستوى المعيشي للمواطنين، ويعد الاستثمار السياحي جزءاً من الاستثمارات الإجمالية للدول، ويعرف الاستثمار السياحي بأنه: "أوجه ومجالات الإنفاق والتمويل الاستثماري، الهادفة لتطوير وتحسين مكونات المنتج السياحي ليلائم الطلب المتوقع عليه وبما يخدم أهداف التنمية السياحية المستدامة في ظل ظروف بيئية ذات أبعاد اجتماعية وتراثية، وثقافية، واقتصادية، وحضارية، ومادية شديدة التعقيد، وبما يضمن تعزيز القيمة المضافة الكلية على المستوى الاقتصادي"، أى أنه سلسلة من المصروفات تعقبها سلسلة من الإيرادات فترات زمنية متعاقبة، وتأجيل لعوائد ومنافع فورية لكي تتحقق في المستقبل بصورة مرضية تتسم بالتنظيم وتعظيم النتائج بتخصيص جانب من الموارد المتاحة في استخدامات معينة، وهو ما يستلزم تعزيز العلاقات التشابكية بين القطاعات الاقتصادية المختلفة في إطار رؤية اقتصادية كلية (شوباوى، 2017).

ويمكن تعريف الاستثمار السياحي: انه يعنى الاستثمار في أحد المجالات التي يغطيها قطاع السياحة. فالمجالات التي يغطيها الاستثمار في القطاع السياحي متعددة ومتنوعة، وهي تشمل الاستثمار في المقومات والإمكانات الرئيسة لصناعة السياحة، التي يمكن إجمالها في محورين رئيسين هما (Ashe، 2013):

أ. الاستثمار في التجهيزات والتسهيلات السياحية، التي تعرف اصطلاحاً بالخدمات السياحية والاستثمار في مجال الخدمات السياحية يضم الاستثمار في أهم ثلاثة قطاعات خدمية هي:

- خدمات الإقامة والإعاشة والتسهيلات الترفيهية.
- خدمات النقل
- خدمات الاتصالات.

ب. الاستثمار في مجال الثروة السياحية ويتمركز الاستثمار في هذا المجال بصورة رئيسة في

مواقع الجذب السياحي وموارده المتمثلة في:

- مواقع التراث الثقافي.

• مواقع التراث الطبيعي.

3- أنواع الاستثمار السياحي:

هو الاستثمار في أحد المجالات التي يغطيها قطاع السياحة، وهي تشمل الاستثمار في المقومات والإمكانات الرئيسية لصناعة السياحة، التي يمكن إجمالها في محورين أولهما: الاستثمار في التجهيزات والتسهيلات والمرافق السياحية، التي تعرف اصطلاحاً بالخدمات السياحية.

ويمكن أن يأخذ الاستثمار السياحي الأنواع الأتية (محمد، 2005):

أ. الاستثمار السياحي المباشر: حيث يقدم المستثمر رأس المال وتقدم الدولة التسهيلات اللازمة لهذا الاستثمار في المواقع السياحية، ويجري الاتفاق على الاستثمار بين الطرفين وفق قوانين الاستثمار السائدة في الدولة وحسب الاتفاقيات التي تجرى بين الطرفين، وثانيها الاستثمار في مجال الثروة السياحية.

ب. الاستثمار السياحي غير المباشر: حيث يشارك المستثمر في توظيفات أمواله دون أن يكون له حق إدارة موجودات الشركة، ويتم ذلك من خلال تأسيس شركات سياحية تتولى إقامة المنشآت السياحية في المواقع المختارة من قبل القطاع الخاص وطرح أسهم وسندات في سوق الأوراق المالية، وبالتالي يمكن للمستثمر المساهمة في استثمارات هذه الشركات من أجل دعم قطاع السياحة وطرح أسهم وسندات في سوق الأوراق المالية، وبالتالي يمكن للمستثمر سواء أكان من البلد أو من خارجه المساهمة في استثمارات هذه الشركات من أجل دعم قطاع السياحة.

4- مقومات الاستثمار السياحي:

إن مناخ الاستثمار السياحي يرتبط بصورة رئيسة بتوفر المقومات والإمكانات السياحية، التي تعد محورياً أساسياً داعماً لاجتذاب رؤوس الأموال؛ لاستثمارها في مجالات القطاع السياحي المختلفة، وهناك كثير من مقومات الاستثمار السياحي يمكن إجمالها في الأتي (الزهراني، وآخرون، 2018):

4-1 موارد التراث الثقافي:

تمثل موارد السياحة الثقافية التي تعرف بالثروة السياحية الثقافية التي تجذب (Tourism Attraction) الكثير من السياح والزوار، وتتجسد هذه الموارد في الآتي:

- المواقع الأثرية.
- المباني والمدن والصروح التاريخية.
- التراث العمراني والعمارة التقليدية.
- التراث الشعبي (العادات والتقاليد والمعتقدات والفنون والآداب).
- المتاحف.

4-2 موارد التراث الطبيعي:

تمثل السياحة التي تعتمد على مقومات الموارد الطبيعية واحدة من أسرع القطاعات نموًا في كثير من بلدان العالم النامية، ونظرًا لوجود اتجاهات تنموية يمكن من خلالها الانتفاع بمرور البيئة الطبيعية مع المحافظة عليها، تأتي أهمية الاستغلال الأمثل لهذه الموارد. من خلال مبادئ التنمية السياحية المستدامة، التي تحقق الاستفادة من عناصر التراث الطبيعي وصونها وحمايتها للأجيال الحاضرة مع مراعاة استحقاقات أجيال المستقبل من هذه الموارد، ولكي تكون السياحة ملائمة للظروف المتغيرة ورشيدة في استخدامها للبيئة فإن من الضروري بمرور ربط أساليب التنمية السياحية بالمعايير البيئية في إطار الاستثمار طويل الأجل، وتتمثل موارد التراث الطبيعي في الآتي:

أ. المواقع الطبوغرافية، التي تشمل الأودية والجبال والصحاري والعيون المائية.

ب. مواقع البيئة الصناعية، وتشمل المزارع والحدائق والآبار

### 5-عوامل جذب الاستثمار السياحي:

نظرًا للمنافسة الشديدة بين الدول على استقطاب الاستثمار والمستثمرين داخلية وخارجية للمشروعات السياحية، فإن هنالك حاجة ملحة لتطوير الحوافز الاستثمارية، بحيث تتحقق الميزة الاستثمارية لمناطق الجذب السياحي، ومما لا شك فيه أن معطيات الاستثمار الإيجابي وبيئته ومناخه تمثل أهم حوافز الاستثمار الذي يشجع القطاع الخاص ويدفع به إلى الاستثمار في القطاع السياحي من خلال المساهمة في تشغيل المنشآت والخدمات السياحية خاصة (أبو عياش، وآخرون، 2007).  
إن تحقيق تحفيز الاستثمار في مناطق الجذب السياحي يتطلب ابتداءً ما يلي (الهيئة العليا للسياحة، 2002):

\* تحديد العوامل التي من المحتمل أن تحفز القطاع الخاص على المشاركة الفاعلة في المشروعات السياحية المقترحة، والتي اكتملت فيها دراسات الجدوى الاقتصادية.

\* تحديد مجالات الاستثمار السياحي ذات الجذب السياحي (موارد ثقافية وطبيعية، فنادق مطاعم سياحية، منتزهات ومنتجات سياحية)، والتي من المتوقع أن تعود بالمنافع المتعددة، وخاصة الاقتصادية منها.

\* تحديد المعوقات التي تواجه القطاع الخاص في الاستثمار في المشروعات السياحية، مع العمل على معالجة تلك المعوقات وتذليلها.

هذا وتشمل حوافز الاستثمار السياحي الإجراءات التي يوصى أن تقوم بها الدولة لتشجيع الاستثمار السياحي، كما تشمل أيضا الإجراءات التي تهدف إلى إزالة معوقات الاستثمار السياحي. أما مجالات حوافز الاستثمار السياحي العملية فإنها تشمل المجالات الآتية (الهيئة العليا للسياحة، 2002):

\*تحديث أنظمة سوق العمل لتتلاءم مع احتياجات السوق السياحية ومتطلبات أنظمة الاستثمار، بما يضمن حقوق الأطراف المتعاقدة، مع العمل على تطوير سوق العمل في القطاع السياحي.

\*تقديم الدعم والتمويل لقطاع السياحة، والاستثمار السياحي خاصة .

\*إعداد قائمة بيانات (Data Base) للمعلومات السياحية لخدمة المستثمرين.

\* الإعلام والترويج عن الفرص الاستثمارية ذات الجدوى الاقتصادية في مجال المشروعات السياحية.

\*الشراكة الفعالة بين كافة قطاعات الدولة والقطاع الحكومي والقطاع الخاص والمواطنين لضمان جذب السياح وتوفير الأمان لهم، بما يحقق أهداف السياحة والاستثمار السياحي.

\*تمويل خطط الاستثمار السياحي ودعم مشروعاته.

ويتحقق ذلك من خلال عدة عوامل تساعد على جذب الاستثمار في مجال السياحة من أهمها ( الزهراني، وآخرون، 2018):

#### 5-1. التجهيزات والتسهيلات السياحية:

إن أكثر الوسائل والآليات المؤثرة في اجتذاب رؤوس الأموال في الاستثمار في القطاع السياحي تتمثل في تهيئة التجهيزات والتسهيلات في مجال الخدمات السياحية، فالافتقار للبنى التحتية للسياحة الاقتصادية، من جذب رؤوس أموال في القطاع الخاص للاستثمار في القطاع السياحي، فالتجهيزات والتسهيلات السياحية والبنى التحتية تمثل رأس الحربة في العملية السياحية، وهي تشمل التجهيزات والتسهيلات التالية:

- خدمات النقل بوسائله المختلفة (جوي، وبحري، وبري).
- خدمات الإقامة والإعاشة والفنادق، والشقق، والقرى السياحية، والمقاهي والمطاعم).
- خدمات الاتصال بوسائله المتعددة (شبكة المعلومات الدولية "الإنترنت"، والهاتف الجوال، والهاتف الثابت، والفاكسات).

#### 5-2- الاستقرار السياسي والأمن الاجتماعي:

يعد توفر البيئة السياسية المستقرة والأمنة من أهم مقومات جذب الاستثمارات الخاصة (القطاع الخاص) الوطنية والأجنبية منها على حد سواء، لأن الاستقرار السياسي والأمني يعمل على تشجيع السياحة المحلية، كما يشجع السياح الأجانب ويحفزهم لزيارة مناطق الجذب السياحي في الدول المستقرة والأمنة، مما له الأثر الإيجابي في تحفيز الاستثمارات في القطاع السياحي.

#### 5-3. الموارد البشرية المؤهلة:

يتمثل دور الموارد البشرية كعامل من مقومات الجذب السياحي في قدرتها على تحقيق الحصول على قوة عمل فاعلة تسهم بفاعلية في تحسين أداء المؤسسات السياحية، فالمؤسسات السياحية الناجحة تقوم على قدرات ومهارات فنية متخصصة وقادرة على أداء الأعمال وإنجازها بالشكل المطلوب.

فالموارد السياحية المؤهلة تعد شريكة استراتيجية في الاستثمارات السياحية وصناعة السياحة، من خلال دورها المتعاظم في إدارة الفنادق والمطاعم ووكالات السفر والسياحة (David، 1999). ولأهمية الموارد البشرية في صناعة السياحة باعتبارها ميزة تنافسية ظهر علم جديد يطلق عليه إدارة الموارد البشرية، الذي يعرف بأنه: ربط إدارة الموارد البشرية بالأهداف الاستراتيجية، بهدف تحسين مستويات الأداء، وتنمية الثقافة التنظيمية، ومن بينها تنمية القطاع السياحي (Andrew, H.2000).

فالكوادر البشرية المدربة والمؤهلة في مجال السياحة تسهم كثيرا في تحقيق أهداف التنمية السياحية وتساعد في طرق تنظيم العمل وتنفيذه بالشكل الذي يضمن تخفيض التكلفة وتقليلها وزيادة جودة الخدمات، وغالبا ما يكون سلوك العاملين هو المفتاح الرئيس، والمدخل الملائم لتحقيق الميزة التنافسية في مجال صناعة السياحة، وبالتالي تحفيز رؤوس الأموال في القطاع الخاص للاستثمار في القطاع السياحي.

#### 5-4- البيئة الاقتصادية والنظام الضريبي :

إن إتباع نظام السوق الحر في المعاملات الاقتصادية، واتخاذ منهجا يشكل بيئة ملائمة وعامل أساس لتحفيز واستقطاب التدفقات المالية في مجال الاستثمار السياحي، فالغاء العقوبات أو تذليلها أمام تبادل العملات الأجنبية وصرفها وكذلك تحرير رؤوس الأموال من جميع القيود، واستقرار سعر الصرف (التضخم)، واتصاف المعدلات الضريبية بالاعتدال؛ كلها عوامل ومقومات تشجع على الاستثمار وتحفز في مجال القطاع السياحي.

#### 5-5- حجم السوق السياحي:

يعد اتساع حجم السوق السياحي عاملا فاعلاً ومحفزة أساسية للاستثمار في القطاع السياحي؛ فتطوير مناطق الجذب السياحي وتنميتها يساهمان في تزايد حركة السياحة وأعداد السياح والزوار المحليين والأجانب، وعمليات العرض والطلب السياحي تقوم بدور مهم في اتساع السوق السياحي المحلي والعالمية وتمدده، وبالتالي تحفيز القطاع الخاص لاستثمار رؤوس أمواله في القطاع السياحي.

#### 5-6- الإعلام والتسويق السياحي:

إن الإعلام بكل وسائله المتعددة والمتطورة يعد أساساً في عملية الاستثمار في القطاع السياحي وصناعة السياحة، فالإعلام ووسائل الاتصال المختلفة يقوم بأداء رسالة مؤثرة وفعالة تعمل على حماية الموارد الثقافية والطبيعية والبيئية والعمل على استدامتها (الجلاد، 2004).



فمن خلال هذه الوسائل والوسائط الإعلامية يمكن التعريف بمواقع التراث الثقافي والطبيعي لجذب السياح الأمر الذي يشجع القطاع الخاص على الاستثمار في القطاع السياحي.

#### 6- معوقات الاستثمار السياحي:

هناك من المعوقات التي تحد من إقبال القطاع الخاص واندفاعه إلى الاستثمار في مواقع التراث الثقافي والطبيعي وموارده، وفي مجال الخدمات والتسهيلات والتجهيزات السياحية، مما يتطلب تضافر الجهود؛ للحد من تأثير تلك المعوقات على الاستثمار وفوائده المتعددة حتى تصبح بيئة الاستثمار بيئة جاذبة، وإجمالاً تتمثل تلك المعوقات فيما يلي (الزهراني، وآخرون، 2018):

- الافتقار إلى التخطيط السياحي السليم، وتهيئة المواقع الثقافية والطبيعية وتنميتها وتطويرها، ومن ثم عرضها للمستثمرين في القطاع الخاص.
- قلة دراسات الجدوى الاقتصادية عن جدوى الاستثمار في مجال القطاع السياحي، مما أدى إلى تأخر جذب المستثمرين الوطنيين.
- قلة الخبرات الوطنية لدى الشركات الوطنية والقطاع الخاص في مجال الاستثمار في مواقع التراث الثقافي والطبيعي.
- عدم دقة النظم والتشريعات التي تثبت القطاع الخاص المستثمر، وتحدد حقوقه والتزاماته في القطاع السياحي عامة، وموقع التراث الثقافي والطبيعي وموارده خاصة.
- النقص في مجال البنية التحتية، ممثلاً في التسهيلات السياحية الأولية والتسهيلات: السياحية المساندة.
- ندرة تمويل الاستثمار السياحي في كثير من دول العالم؛ فعدم توفر رأس المال يقف عائقاً أساسية للاستثمار في القطاع السياحي؛ حيث تفنقر كثير من دول العالم وخاصة النامية منها، لوجود قنوات مناسبة لتمويل المشروعات التنموية في مجال القطاع السياحي.
- الحروب وضعف الأمن، فمن المعروف أن الحروب تؤدي إلى تدمير البنيات الأساسية والاقتصادية بشكل كبير، فانعدام الأمن، وإزهاق الأرواح تعد من أهم الإفرازات السلبية للحروب؛ إذ إن السياح يخشون على أرواحهم وممتلكاتهم من الضياع أو السرقة، ولا يتحركون في أجواء آمنة ومستقرة، مما يشكل عائقاً ومعوقاً رئيساً للاستثمار في القطاع السياحي.
- التلوث المناخي واستنزاف الموارد، إذ يعد التلوث من بين أخطر القضايا التي يواجهها العالم اليوم، كتلوث الهواء الذي أضر كثيراً بأثمن الموارد، وتلوث المياه بسبب مخلفات المصانع ونفايات المدن ومخلفات ناقلات النفط، ومما تخلفه من تسرب للنفط يؤدي إلى قتل كثير من الكائنات الحية، ولقد تعدي الإنسان كثيراً على الطبيعة، فالكثير من الغابات في العالم تم

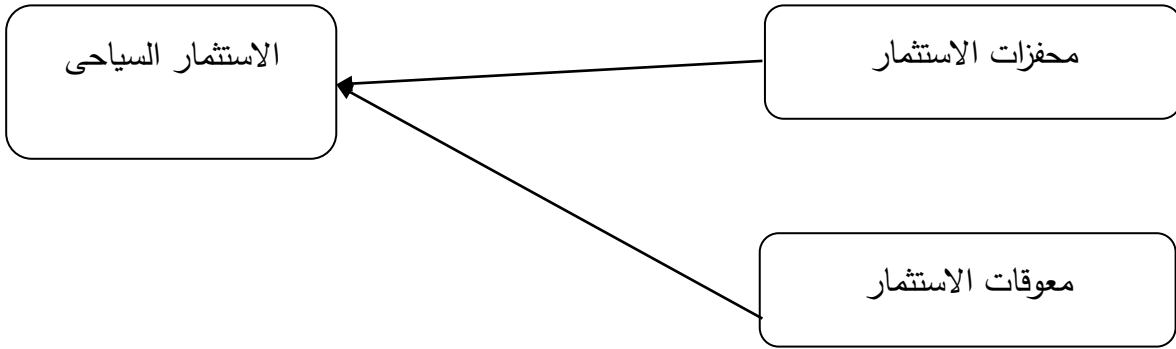
تدميرها لحساب الخطط العمرانية وإقامة المشروعات التنموية الصناعية والزراعية والتجارية. بالإضافة إلى الصيد الجائر للحيوانات النادرة. هذه المعوقات تمنع وجود سياحة مواكبة مع البيئة، وتمنع أيضاً من قيام تنمية سياحية مستدامة؛ مما يعوق الاستثمار في القطاع السياحي ويضعفه كثيراً.

**فروض الدراسة:**

- ف(1)- تؤثر محفزات الاستثمار في الاستثمار السياحي.  
ف(2)- تؤثر معوقات الاستثمار سلبياً في سياسات الاستثمار السياحي عند مستوى معنوية.

**ويوضح الشكل رقم (1) نموذج الدراسة**

شكل رقم (1) نموذج الدراسة



**المحددات المكانية للدراسة:** تم إجراء الدراسة على مجموعة من مديري المشروعات الاستثمارات السياحية بمحافظة الفيوم.

**منهج الدراسة:** انتهجت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وإعتمدت الدراسة على الاسلوب الكمي، وذلك من أجل تحقيق أهداف الدراسة وإختبار الفروض، حيث أنه أكثر ملائمة لمشكلة أو موضوع الدراسة، حيث يستخدم الاسلوب الكمي لحصر الظواهر (الامام،2014).

**مجتمع وعينة الدراسة:** يتمثل مجتمع الدراسة في مجموعة من مديري المشروعات الاستثمارية السياحية بمحافظة الفيوم؛ للوقوف على أهم معوقات ومحفزات هذه المشروعات، ومدى مساهمتها في الارتقاء بالمجتمع اقتصادياً واجتماعياً، وتنوع المنتج السياحي بها، وتم الحصول على بيان من الغرفة التجارية بالفيوم بأنشطة المشروعات الاستثمارية بالمحافظة، وتم استقصاء مجتمع الدراسة بطريقة عشوائية لمديري المشروعات الاستثمارية في مجال السياحة والضيافة طبقاً للبيان الوارد من الغرفة التجارية بالفيوم حيث بلغ (120) استمارة من مديري المشروعات الاستثمارية في محافظة الفيوم وبلغ معدل الاستجابة (101) بنسبة 84.17%

**جمع البيانات:** وتشمل هذه الخطوة جمع البيانات، وتصميم إستمارة الإستبيان، والدراسة الإستطلاعية، وعن أسلوب جمع البيانات الاولية المستخدمة في الدراسة قام الدارس بدراسة ميدانية للاستثمارات السياحية الموجودة في محافظة الفيوم وذلك من خلال الاستبيان، حيث تم تصميم إستمارة الإستبيان بعد تحديد نوع وكمية البيانات المطلوبة، من خلال موضوع الدراسة وفروضها، وذلك من أجل إختبار صحة الفروض وتحقيق أهدافها، وتتكون الإستمارة من عدد من الاسئلة تم بنائه بمقياس ليكرت الخماسي تشتمل على الاتي:

- محفزات الاستثمار السياحي: وتتضمن 13 عنصر، تم بنائها بمقياس ليكرت الخماسي، حيث تتراوح درجات المقياس من 1 إلى 5، حيث 1 تعنى "لا أوافق بشدة"، و5 تعنى "أوافق بشدة".
  - معوقات الاستثمار السياحي: وتتضمن 15 عنصر، تم بنائها بمقياس ليكرت الخماسي، حيث تتراوح درجات المقياس من 1 إلى 5، حيث 1 تعنى "لا أوافق بشدة"، و5 تعنى "أوافق بشدة".
- فضلاً عن تخطية هذه المرحلة من جمع المعلومات إلى التحليل والربط والتفسير لهذه البيانات وقياسها واستخلاص النتائج باستخدام برنامج (SPSS) لتقديم المقترحات والتوصيات (فاخر، وعامل، 1999).
- نتائج الدراسة:**

في هذه المرحلة تم تفسير النتائج من أجل قبول أو رفض فروض الدراسة بناءً على النتائج المستخلصة من التحليل (خليفة، 2001)، وهذا ما تم القيام به. كما تم تحليل ومناقشة النتائج الخاصة بالبيانات التي تم جمعها من المبحوثين من خلال استمارات الاستبيان والتي تمثلت في الوقوف على اهم معوقات الاستثمار، واهم محفزاته وذلك من خلال النقاط التالية:

- 1- معدل الاستجابة ودرجة ثبات الاستبيان
- 2- التحليل الوصفي للبيانات.
- 3- اختبار فروض الدراسة.

ويوضح الجدول (1) نتائج إختبار كرونباخ ألفا Cronbach's Alpha لمحاور الاستمارة.

جدول (1) نتائج اختبار كرونباخ ألفا Cronbach's Alpha

المحور	عدد العناصر	كرونباخ ألفا Cronbach's Alpha
محفزات الاستثمار السياحي	13	0.917
معوقات الاستثمار السياحي	15	0.94

تبين النتائج بالجدول (1) أن قيم ألفا بالنسبة لمحاور الاستمارة تزيد عن 0.7 وبهذا تكون المعايير البحثية المستخدمة في هذه المحاور مقبولة إحصائياً (أبو علام ، 2007).  
اولا : معوقات الاستثمار السياحي

جدول رقم (2) معوقات الاستثمار السياحي

م	معوقات الاستثمار السياحي	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	اوافق	أوافق بشدة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	البيروقراطية العالية	0	23.8	14.9	42.6	18.8	3.5644	1.05277
2	عدم وضوح السياسات الاقتصادية والمالية العامة	8.9	13.9	23.8	39.6	13.9	3.3564	1.15399
3	ارتفاع اسعار الخدمات السياحية	5.9	31.7	9.9	35.6	16.8	3.2574	1.23817
4	الافتقار الى التخطيط السياحي السليم	3	10.9	9.9	59.4	16.8	3.7624	0.96071
5	النقص في مجال البنية التحتية في بعض المناطق السياحية	7.9	3	35.6	36.6	16.8	3.5149	1.06409
6	عدم دقة النظم والتشريعات التي تشجع الاستثمار في السياحة	0	8.9	32.7	45.5	12.9	3.6238	0.82282
7	نقص الطاقة اللازمة للاستثمار	0	14.9	18.8	44.6	21.8	3.7327	0.96841
8	تداخل الاختصاصات بين الهيئات والجهات المنوطة بالاستثمار	3	14.9	20.8	47.5	13.9	3.5446	1.00523
9	طول الفترة الزمنية التي يستغرقها متخذو القرار بشأن الموافقة على المشروعات الاستثمارية المقدمة	0	17.8	27.7	40.6	13.8	3.5050	0.94471
10	نقص الخبرات المحلية في مجالات الاستثمار السياحي	0	8.9	31.7	42.6	16.8	3.6733	0.86150
11	القصور في دراسة متطلبات الاسواق المحلية الحلية والمستقبلية (الطلب السياحي)	0	8.9	32.7	38.6	19.8	3.6931	0.89154
12	القصور في وجود نظام للمعلومات	3	11.9	26.7	45.5	12.9	3.5347	0.96503

م	معلومات الاستثمار السياحي	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	وافق	أوافق بشدة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	
	لمواكبة التطورات والمستجدات العالمية								
13	ضعف الدعم الحكومي المقدم لتدعيم البنية التحتية والفوقية للمقاصد السياحية	0	5.9	32.7	50.5	10.9	3.6634	0.75203	
14	صعوبة حصول المستثمرين على اراضي	3	8.9	24.8	49.5	13.9	3.6238	0.93650	
1	صعوبة الوصول الى بعض المواقع السياحية لعدم توافر وسائل النقل أو شبكة الطرق	2	5.9	11.9	65.3	14.9	3.8515	0.81714	
		المتوسط العام						3.5934	

من الجدول السابق أظهرت النتائج أن معظم الباحثين قد أظهروا موافقتهم على عدد كبير من معوقات الاستثمار السياحي التي تم طرحها في الاستبيان وأكدت قيم الانحراف المعياري على اتفاق الباحثين على الإجابات (قيمة الانحراف المعياري أقل من واحد صحيح)، وفي بعض الأحيان كانت أعلى من الواحد الصحيح وبالتالي يمكن الإشارة إلى وجود تشتت بين الباحثين حيال تلك العناصر وعدم الاتفاق عليها.

ويمكن تلخيص التحليل الوصفي لدراسة معوقات الاستثمار السياحي فيما يلي مرتبة طبقاً للأهمية:

1- صعوبة الوصول الى بعض المواقع السياحية لعدم توافر وسائل النقل أو شبكة الطرق (قيمة الوسط الحسابي = 3.8515) .

2- الافتقار الى التخطيط السياحي السليم (قيمة الوسط الحسابي = 3.7624) .

3- النقص في مجال البنية التحتية في بعض المناطق السياحية (قيمة الوسط الحسابي = 3.7624) وكانت وقيمة الانحراف المعياري (1.06409) مما يدل على عدم اتفاق الباحثين ويتضح ذلك بأن نسبة (36.6%) موافق ونسبة (35.7%) محايد و نسبة (16.8%) موافق بشدة ونسبة (23.8%) غير موافق بشدة ونسبة (3%) غير موافق.

4- نقص الطاقة اللازمة للاستثمار (قيمة الوسط الحسابي = 3.7326) .

5- القصور في دراسة متطلبات الاسواق المحلية الحلية والمستقبلية (الطلب السياحي) (قيمة الوسط الحسابي = 3.6931).

6- نقص الخبرات المحلية في مجالات الاستثمار السياحي (قيمة الوسط الحسابي = 3.6723).

- 7- ضعف الدعم الحكومي المقدم لتدعيم البنية التحتية والفوقية للمقاصد السياحية (قيمة الوسط الحسابي = 3.6238) .
- 8- عدم دقة النظم والتشريعات التي تشجع الاستثمار في السياحة (قيمة الوسط الحسابي = 3.6238) .
- 9- صعوبة حصول المستثمرين على اراضى (قيمة الوسط الحسابي = 3.6238) .
- 10- البيروقراطية العالية (قيمة الوسط الحسابي = 3.5644) وكانت قيمة الانحراف المعياري (1.05277) مما يدل على عدم اتفاق المبحوثين ويتضح ذلك بأن نسبة (42.6%) موافق و نسبة (18.8%) موافق بشدة ونسبة (14.9%) محايد و نسبة (23.8%) غير موافق.
- 11- تداخل الاختصاصات بين الهيئات والجهات المنوطة بالاستثمار (قيمة الوسط الحسابي = 3.5446) وكانت قيمة الانحراف المعياري (1.00523) مما يدل على عدم اتفاق المبحوثين ويتضح ذلك بأن نسبة (47.5%) و نسبة (20.8%) محايد ونسبة (14.9%) غير موافق و نسبة (13.9%) موافق بشدة ونسبة (3%) غير موافق بشدة.
- 12- القصور في وجود نظام للمعلومات لمواكبة التطورات والمستجدات العالمية (قيمة الوسط الحسابي = 3.5347) .
- 13- طول الفترة الزمنية التي يستغرقها متخذو القرار بشأن الموافقة على المشروعات الاستثمارية المقدمة (قيمة الوسط الحسابي = 3.5050) .
- بينما هناك آراء محايدة للمبحوثين في الصعوبات التالية، كما تشير قيمة الانحراف المعياري إلى عدم اتفاق المبحوثين في آرائهم:
- 1- عدم وضوح السياسات الاقتصادية والمالية العامة (قيمة الوسط الحسابي = 3.3564)، وكانت قيمة الانحراف المعياري (1.15399) مما يدل على عدم اتفاق المبحوثين ويتضح ذلك بأن نسبة (39.6%) موافق و نسبة (23.8%) محايد و نسبة (13.9%) موافق بشدة و نسبة (13.9%) غير موافق و نسبة (8.9%) غير موافق بشدة.
- 2- ارتفاع اسعار الخدمات السياحية (قيمة الوسط الحسابي = 3.2574) ، وكانت قيمة الانحراف المعياري (1.23817) مما يدل على عدم اتفاق المبحوثين ويتضح ذلك بأن نسبة (35.6%) موافق و نسبة (31.7%) غير موافق و نسبة (16.8%) موافق بشدة و نسبة (9.9%) محايد و نسبة (5.9%) غير موافق بشدة.

ثانياً: محفزات الاستثمار السياحي

جدول رقم (3) محفزات الاستثمار السياحي

م	محفزات الاستثمار السياحي	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	أوافق بشدة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	
1	استقرار ووضوح السياسات الاقتصادية	3	17.8	16.8	33.7	3.6733	1.15852	
2	توافر البنية التحتية الملائمة للاستثمار السياحي	0	16.8	21.8	32.7	3.7327	1.05727	
3	تقديم الدعم والتمويل لقطاع السياحة	0	8.9	28.7	30.8	3.8515	0.97351	
4	تطوير مناطق الجذب السياحي وتمييزها	0	8.9	30.7	37.6	3.7426	0.91272	
5	الترويج الاعلامي وابرار المناطق السياحية لجذب الاستثمارات	0	5.9	16.8	45.5	4.0297	0.85388	
6	الاستقرار السياسي	0	3	23.8	55.4	3.8812	0.72508	
7	توافر الاطار التشريعي والتنظيمي المنظم للاستثمار	0	7.9	18.8	58.4	3.8020	0.78765	
8	وضوح النظام الضريبي	0	8.9	16.8	44.6	3.9505	0.90968	
9	توافر اليات لتسويق وترويج مشروعات الاستثمار السياحي محليا ودوليا	3	8.9	29.7	31.7	3.7030	1.05399	
10	تسهيل الاجراءات الادارية والتنظيمية	0	7.9	24.8	49.5	3.7723	0.83524	
11	توافر الطاقة اللازمة للاستثمارات السياحية	0	5	15.8	50.5	4.0297	0.8567	
12	توافر الخبرات المحلية في مجالات الاستثمار السياحي	0	4	21.8	42.8	4.0198	0.83642	
13	وجود نظام للمعلومات لمواكبة التطورات والمستجدات العالمية	5	5.9	10.9	39.6	4.0099	1.09083	
<b>المتوسط العام</b>							<b>3.8614</b>	

من الجدول السابق أظهرت النتائج أن معظم المبحوثين قد أظهروا موافقتهم على عدد كبير من محفزات الاستثمار السياحي التي تم طرحها في الاستبيان وأكدت قيم الانحراف المعياري على اتفاق المبحوثين على الإجابات (قيمة الانحراف المعياري أقل من واحد صحيح)، وفي بعض الأحيان كانت أعلى من الواحد الصحيح وبالتالي يمكن الإشارة إلى وجود تشنت بين المبحوثين حيال تلك العناصر وعدم الاتفاق عليها.

ويمكن تلخيص التحليل الوصفي لدراسة محفزات الاستثمار السياحي فيما يلي مرتبة طبقاً للأهمية:

- 1- الترويج الاعلامي وابرار المناطق السياحية لجذب الاستثمارات (قيمة الوسط الحسابي = 4.0297).
- 2- توافر الطاقة اللازمة للاستثمارات السياحية (قيمة الوسط الحسابي = 4.0297).
- 3- توافر الخبرات المحلية في مجالات الاستثمار السياحي (قيمة الوسط الحسابي = 4.0198).
- 4- وجود نظام للمعلومات لمواكبة التطورات والمستجدات العالمية (قيمة الوسط الحسابي = 4.0099) وكانت وقيمة الانحراف المعياري (1.09083) مما يدل على عدم اتفاق المبحوثين ويتضح ذلك بأن نسبة (39.6%) موافق ونسبة (38.6%) موافق بشدة وونسبة (10.9%) محايد ونسبة (5.9%) غير موافق ونسبة (5%) غير موافق بشدة.
- 5- وضوح النظام الضريبي (قيمة الوسط الحسابي = 3.9505).
- 6- الاستقرار السياسى (قيمة الوسط الحسابي = 3.8812).
- 7- تقديم الدعم والتمويل لقطاع السياحة (قيمة الوسط الحسابي = 3.8515).
- 8- توافر الإطار التشريعى والتنظيمى المنظم للاستثمار (قيمة الوسط الحسابي = 3.8020).
- 9- تسهيل الاجراءات الادارية والتنظيمية (قيمة الوسط الحسابي = 3.7723).
- 10- تطوير مناطق الجذب السياحي وتنميتها (قيمة الوسط الحسابي = 3.7723).
- 11- توافر البنية التحتية الملائمة للاستثمار السياحي (قيمة الوسط الحسابي = 3.7327) وكانت وقيمة الانحراف المعياري (1.05727) مما يدل على عدم اتفاق المبحوثين ويتضح ذلك بأن نسبة (32.7%) موافق ونسبة (28.7%) موافق بشدة ونسبة (21.8%) محايد وونسبة (16.8%) غير موافق.
- 12- توافر اليات لتسويق وترويج مشروعات الاستثمار السياحي محليا ودوليا (قيمة الوسط الحسابي = 3.7030) وكانت وقيمة الانحراف المعياري (1.05399) مما يدل على عدم اتفاق المبحوثين ويتضح ذلك بأن نسبة (31.7%) موافق ونسبة (29.7%) محايد ونسبة (26.7%) موافق بشدة ونسبة (8.9%) غير موافق ونسبة (3%) غير موافق بشدة.
- 13- استقرار ووضوح السياسات الاقتصادية (قيمة الوسط الحسابي = 3.6733) وكانت وقيمة الانحراف المعياري (1.15852) مما يدل على عدم اتفاق المبحوثين ويتضح ذلك بأن نسبة (33.7%) موافق و



نسبة (28.7%) موافق بشدة و نسبة (17.8%) غير موافق ونسبة (16.8%) محايد ونسبة (3%) غير موافق بشدة.

#### اختبار فرضيات الدراسة

لاختبار صحة فروض الدراسة تم إجراء عدد من الخطوات الاحصائية:

جدول رقم (4) معنوية الانحدار

Sig.	F	Mean Square	Df	Sum of Squares	Model
<sup>b</sup> 0.000	24.760	5.640	4	22.561	Regression
		0.228	96	21.869	Residual
			100	44.430	Total

من جدول معنوية الانحدار يتضح أن قيمة ف = 24.760 بمستوى معنوية اقل من 1% مما يعنى ان تأثير سياسات الاستثمار في القطاع العام و الخاص ومحفزاته ومعوقاته لها دور حقيقى في تنوع المنتج السياحي.

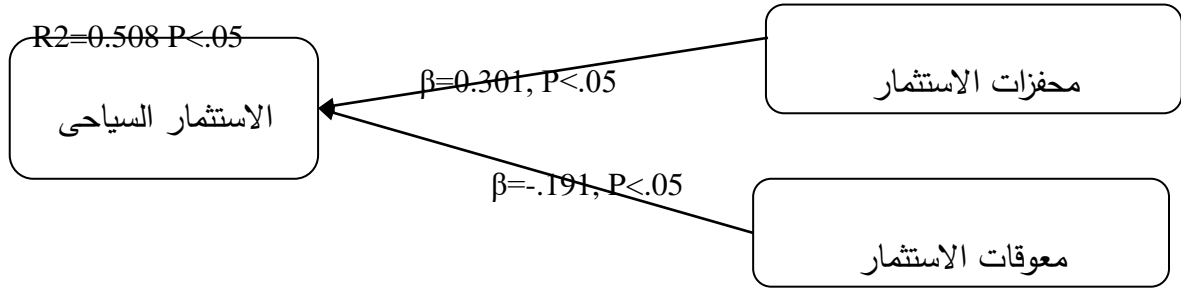
جدول رقم (5) معامل الانحدار

Sig.	T	Unstandardized Coefficients		Model
		Std. Error	B	
0.011	2.594	0.444	1.152	(Constant) 1
0.002	3.197	0.095	0.301	محفزات الاستثمار
0.014	2.516-	0.076	0.191-	معوقات الاستثمار

من جدول معامل الانحدار يمكن استنتاج ما يلي:

- محفزات الاستثمار فله دور معنوى يساعد فى تنوع المنتج السياحي، حيث إن قيمة معامل الانحدار = 0.301، وبمستوى معنوية يقل عن 5 %، وذلك يثبت صحة الفرض الاول.
- معوقات الاستثمار فله دور معنوى سلبي يضعف من قدرة الاستثمار على القيام بالدور الكامل فى تنوع المنتج السياحي، حيث ان قيمة معامل الانحدار = -0.191، ويحتاج إلى التغلب على هذه المعوقات للوصول لدور فعال للاستثمار فى تنوع المنتج السياحي.

شكل رقم (2) نتائج اختبار نموذج الدراسة



### 1- نتائج الدراسة

تمثلت أهم نتائج الدراسة فيما يلي

- أوضحت الدراسة الميدانية أن 89,1% ترى أن هناك قصور في الخدمات العامة المتوفرة حالياً لقطاع النقل والسياحة في بعض المناطق السياحية.
- يرى 60,4% من عينة الدراسة أنه لا تزال الخبرات المتوفرة من الأيدي العاملة في تلك المجالات متواضعة، ولا تتناسب مع المتطلبات التي ترقى إليها السياحة المصرية من حيث المكانة والإعداد.
- 53,4% ترى عدم تناسب القطاع الخدمي للبنية التحتية المؤثرة في قطاع النقل والسياحة مع حجم الطلب السياحي فما زال معظمها دون المستوى، حيث تعاني بعض المناطق السياحية بالرغم من جهود الحكومة من تدنى مستوى خدمات البنية التحتية بها؛ مما يتطلب تحسين مواصفاتها. مثل: تأمين الطاقة الكهربائية ومياه الشرب إلى مختلف المناطق والأحياء دون انقطاع لا سيما خلال فصل الصيف.
- انتقلت غالبية النتائج علي تدنى مستوى بعض الخدمات المتعلقة بالجوانب الصحية والطبية، في المناطق السياحية بنسبة 75,2%.
- 57,4% من نتائج الدراسة الميدانية ترى أن هناك قصور في توفير المعلومات الخاصة بمناطق الجذب السياحي، والتي تساعد القائمين بالتخطيط، والعمل على تحسين أداء الخدمات فيها.
- عدم كفاية المتوافر من الكتيبات السياحية والخرائط الشاملة التي تحتوي على مناطق الجذب السياحي المتاحة إذ يرى 61,4% من نتائج الدراسة الميدانية ذلك.
- يرى أكثر من نصف المبحوثين أن الارتفاع المستمر في أسعار المنتجات أحد العوامل الاقتصادية المؤثرة على الطلب السياحي بنسبة 52,4%.
- تبين من خلال الدراسة اتفاق أغلبية النتائج بنسبة 77,2% أن هناك إهمال جانب النظافة خاصة في الأماكن الدينية والأثرية.

- يرى 73,3% من المبحوثين عدم وضوح الإطار التشريعي والتنظيمي المنظم للاستثمار السياحي والفندقي.

## 2- توصيات الدراسة

- ومن خلال نتائج الدراسة يمكن صياغة بعض التوصيات، التي من الممكن أن تسهم بشكل أو بآخر في تنمية وتطوير الاستثمار بصفة عامة ومن ضمنها المشروعات السياحية، ومن أهمها ما يلي:
- تحديد المواقع المخصصة والصالحة للاستثمار السياحي وتسهيل سبل إقامتها لما تشكل من أهمية في دعم السياحة من خلال استحداث خريطة استثمارية للتنمية السياحية بالتعاون مع الهيئة العامة للتنمية السياحية.
- رفع مستوى الخدمات السياحية ونشرها في شتى الأحياء.
- الاهتمام بالأماكن السياحية وصيانتها وترميمها مع الحفاظ على الطابع الخاص بها.
- اعتبار التدريب السياحي عنصرًا أساسيًا لازمًا من عناصر التنمية السياحية، ما يقتضي التوسع في إنشاء مراكز التدريب السياحي والفندقي بالمحافظات لرفع مستوى العنصر البشري.
- تدريب الشركات السياحية ومنظمي الرحلات على التوسع في إعداد برامج وجولات سياحية متعددة تتناول الجوانب المختلفة الثقافية والدينية وغيرها وليست الاثرية فقط.
- تبنى رسم وتحسين الصورة الذهنية السياحية لمصر بحملة توعية وتنقيف شاملة عن المواقع السياحية بما يعكس حضارة مصر وعمقها التاريخي.
- تبنى واستخدام التسويق الإلكتروني عبر منصة للحرف التراثية وتوصيلها من خلال شركات البيع الإلكتروني.
- التوسع في إعداد نشرات بلغات متعددة حول الأماكن السياحية من خلال الهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي.
- تحديد الأطر الثقافية والفلكلورية والتراثية بالتعاون مع وزارة الثقافة والتعليم العالي والتضامن الاجتماعي والترويج لها كعلامة تجارية ثقافية وسياحية لمصر.

المراجع:

- ابو عياش، عبد الإله، واخرون، 2007: مدخل على السياحة في الاردن، الوراق للنشر والتوزيع ، عمان، الاردن.
- أبو علام، رجاى محمود، 2007، مناهج البحث في العلوم النفسية والتربوية، الطبعة السادسة، دار النشر للجامعات، القاهرة.
- الجلاى، احمد، 2004، التنمية والإعلام السياحي المستدام، عالم الكتاب، القاهرة.
- السخاوى، محمود فوزي أحمد، 2012، أثر الاستثمار السياحي على تنوع المنتج السياحي، بالتطبيق على محافظة الوادى الجديد، كلية السياحة والفنادق، جامعة المنوفية.
- الإمام، وفقى، 2014، البحث العلمى، إعداد مشروع البحث وكتابة التقارير النهائى، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع.
- الهيئة العليا للسياحة 2002، حوافز الاستثمار السياحي بالمملكة العربية السعودية، المنتدى السياحي الرابع، الامانة الفنية للمجلس الوزارى العربى للسياحة، تحرير تجارة الخدمات العربية السياحية، القاهرة.
- الزهرانى، عبد الناصر بن عبد الرحمن، قسيمة، كباشى حسين، 2018، الاستثمار السياحي في محافظة العلا، الهيئة العامة للسياحة والآثار، مركز المعلومات والابحاث السياحية، السعودية.
- خليفة، محمد عبد الصمد، 2001، مبادئ الإحصاء، مذكرات غير منشورة، كلية السياحة والفنادق بالفيوم، جامعة القاهرة.
- سعيدى، يحيى، والغمراوى، سليم، 2013، مساهمة قطاع السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية، حالة الجزائر، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة.
- شوباصي، شعبان عبد الله، 2017، أهمية السياحة والاستثمار السياحي في الاقتصاد السوري، منشورات وزارة السياحة، دمشق.
- عيسى، حسام عبدالحليم، 2016، السياحة ودورها في مجال التنمية الاقتصادية والاجتماعية، المؤتمر السنوى الثالث في القانون، في الفترة من 26-27 ابريل، 2016، كلية الحقوق، جامعة طنطا.
- فاخر، عاقل، 1999، أسس البحث العلمى، بيروت، دار العلم للملايين.
- محمد، اميرة حسب الله، 2005، محددات الاستثمار الاجنبى المباشر وغير المباشر في البيئة الاقتصادية العربية دراسة مقارنة (تركيا - كوريا الجنوبية - مصر) ، رسالة دكتوراه، كلية التجارة ، جامعة عين شمس ، القاهرة.
- Andrew, H.2000. Enveroment and tourism routldge.london.
  - devide, w.1999. Managing human resources in hospitality Industry . the educational institute of American hotel and motel association.
  - John Ashe, Tourism Investment as a Tool for Development and Poverty Reduction. The Experience in Small Island Developing States, Trade & Investment September 17, 2005,at: [http:// www. Irantravel biz/ tourism/ tourism\\_ investment. Pdf](http://www.Irantravelbiz.com/tourism/tourism_investment.Pdf) (Accessed January 14, 2013)

# The Ingredients and Impediments of Tourism Investment in Egypt

Ashraf Maihob<sup>1</sup>, Hoda Latiff<sup>2</sup>, Mostafa Abo-Hamad<sup>3</sup>

<sup>1</sup> PhD Scholar - Tourism Studies Department – Faculty of Tourism and Hotels – Fayoum University - Egypt

<sup>2,3</sup>Tourism Studies Department – Faculty of Tourism and Hotels – Fayoum University - Egypt

## Article Info

Pages: 23-43

## Keywords

Invest Ingredients  
Invest Impediments  
Tourism Investment

## Abstract

The research delves into the definition and significance of tourism investment, its types, as well as the fundamental elements that stimulate tourism investment in Egypt. It also identifies the obstacles that hinder both general and specific tourism investments and offers recommendations to address these obstacles. Despite Egypt's unique and exceptional range of tourist attractions, which represent a competitive advantage for the Egyptian tourism product, these areas do not receive the required or deserving attention from various investments in terms of receiving tourists from around the world or providing distinguished tourism services. This is attributed to several obstacles that face tourism investments in Egypt (El-Sakka, 2012). The research aims to identify the most important drivers and obstacles of tourism investment, attempt to offer recommendations to mitigate these obstacles, and adopts a descriptive-analytical methodology. The study's population comprises a group of investment project managers in the tourism and hospitality industry in the Fayoum governorate, and the study sample was selected randomly, with a population size of 120 questionnaires distributed among project managers, with a response rate of 84.17% (101 questionnaires). The questionnaire designed by the researcher focused on the drivers and obstacles of tourism investment, and the study's most significant findings reveal that tourism investment contributes to the preservation of heritage, civilization, and cultural landmarks, as well as the natural and human elements in the region. It also helps to maintain traditional ways of life that express the environment and tourism attractions in the region and contributes to the preservation and restoration of religious monuments, while stimulating tourism in the governorate.