الأنماط السياحية وأهميتها فى تنشيط السياحة فى مصر

د. سعاد عمران منصور

مـقـدمـة

حتى عام ١٩٥٥ لم تحقق السياحة الدوليه زيادة محسوسة ، وكان السبب فى ذلك هو توتر العلاقات بين الحكومات بعضها البعض نتيجة للحرب العالمية الثانية ، وكان من أبرزها ظهور التكتلات الجديدة حول كل من المعسكرين الاشتراكى والرأسمالى .

وبعد عام ١٩٥٥ بدأت الدول فى تحسين العلاقات السياسية الدولية وبدأت السياسة الدولية تتحول من سياسة الحرب الباردة الى تعميق الاتصالات بمختلف أوجه النشاط بين الحكومات بعضها البعض . وأصبحت السياحة معترف بها رسميا من جانب المنظمات الدولية المختلفة كعامل من عوامل اقرار السلام و توطيد الصداقة بين الشعوب .

وقد ترتب على هذا نتائج هامة نجملها فيما يلى :-

١- ظهور طبقة اجتماعية جديدة هى الطبقة الوسطى التى تتميز بضخامة العدد و الامكانيات المادية المحدودة بالمقارنة بالطبقة الارستقراطية القديمة .

٢- زيادة فى دخل الفرد تتبعها زيادة فى مدخراتة نتيجة للتوسع الكبير فى استغلال الثروات و استخدام وسائل انتاجية اكثر كفاية .

٣- زيادة فى أوقات الفرغ بسبب تنظيم اوقات العمل ، و بالتالى ظهور الحاجة الى تنظيم الانتفاع بها بالاضافة الى التطور الثقافى و انتشار العلم مما دفع الفرد الى المزيد من التنظيم فى استغلال أوقات فراغه

٤- تقدم وسائل الاتصال الفكرى إذ أن التطور الصناعى أدى الى انتشار الصحافة و السينما و الراديو والتليفزيون ، التى تقوم بعرض مظاهر التطور للمجتمعات الانسانية المختلفة فى صورة جذابة تخلق الرغبة لدى الفرد فى الانتقال والسفر لمشاهدتها .

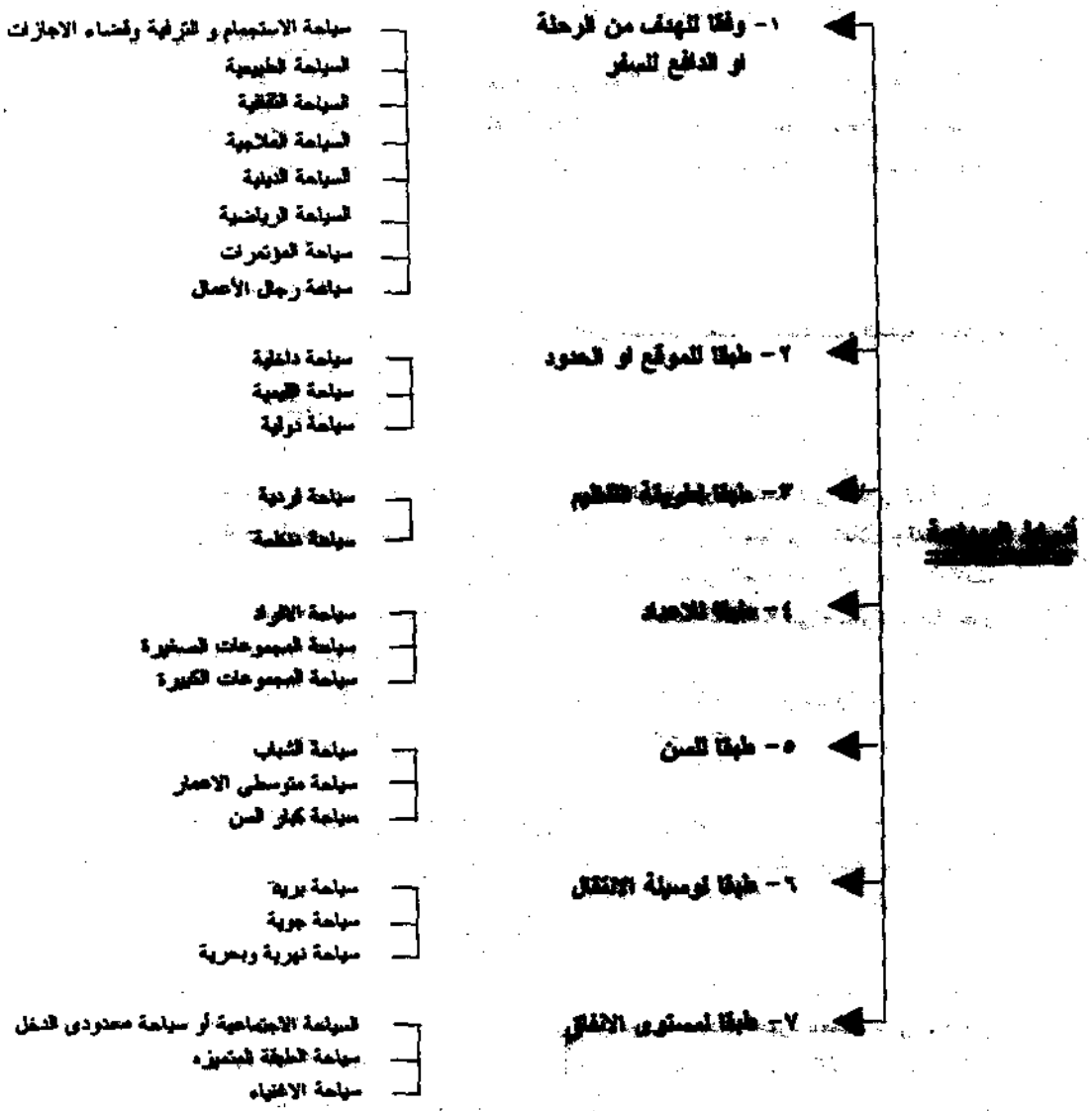
٥- التطور الكبير فى وسائل النقل الحديث مما أدى الى زيادة السرعة واختصار الوقت وتوفير لمزيد من الراحة ، فضلا عن تخفيض تكاليف الانتقال .

وكرد فعل لجميع ما تقدم من نتائج ، فقد تعرفت المجتمعات البشرية المتطورة على أهمية السياحة فى المجتمع الحديث كظاهرة اجتماعية تؤثر بدرجة كبيرة فى اقتصاديات هذة المجتمعات ، وذلك بعد أن كانت السياحة - حتى عهد قريب قاصرة على طبقة اجتماعية محدودة العدد واسعة الثراء ، وهى طبقة الأغنياء والارستقراطيين الذى كان هدفهم الأساسى من السياحة مجرد المتعة وقضاء وقت الفراغ بشكل أو بأخر .

وقد ترتب على هذا التطور فى مفهوم السياحة كظاهرة اجتماعية ، أن اهتمت أجهزة السياحة الدولية بجذب هذة الطبقة المحدودة الدخل والوقت والكثيرة العدد فى نفس الوقت ، وبذل الجهود للعمل على تخفيض أجور السفر وتطوير وسائله كما تطورت أماكن الإقامة وظهرت فنادق الطبقة الثانية والثالثة ، كما ظهرت فنادق السيارات وبيوت الشباب والمخيمات حتى تجذب أفواج الشباب والموظفين والعمال وأصبحت السياحة ذات أهمية حيوية بالنسبة لجميع الطبقات .

اتخذت السياحة أنماطا مختلفة تتم من خلالها عملية السفر سواء كان هذا السفر داخل حدود الدولة أو خارجها وخاصة بعد أن أصبحت السياحة ظاهرة من ظواهر العصر الحديث ويتم هذا وفقا للدوافع والبواعث التى تدفع السائح الى تحقيق رغبة ما فى زيارة بلد معين أو منطقة معينة وذلك لاشباع هذة الرغبة أو الهدف الذى يسعى اليه السائح .

و فيما يلى أهم هذة الانماط و الاشكال التى تتم عليها العملية السياحية



أولا : أنماط السياحة وفقا للدافع على السفر

١- السياحة الترفيهية :- Leisure Tourism

المقصود بسياحة الاستجمام هو السياحة التى يلتمس السائح منها الراحة ، سواء عن طريق المكان الذى يوفر له هذة الراحة أو الظروف التى تحقق لجسمه الراحة ، والابتعاد عن كافة الأنشطة التى اعتاد السائح ممارستها فى حياته اليومية .

وتعد سياحة الاستجمام من أهم أنواع السياحة على الاطلاق ، خاصة فى هذا العصر الذى تسود فيه التوترات النفسية والعصبية الشديدة التى تصعب فيها الحياة اليومية بمشاكلها المختلفة ، مع الازدحام الشديد التى تعانى منه المدن الكبرى ، والتلوث السمعى والبصرى والارهاق فى العمل .... إلى غير ذلك من مؤثرات .

وبالتالى فان سياحة الترفيه والاستجمام أصبحت تستحوذ على أكثر من ٥٠٪ من حركة السياحة الدولية وتميزت بطابعها الجماهيرى الذى يتصل بعدد ضخم من الجماهير الذين يمارسون وظيفة معينة أو مهنة خاصة تتيح لهم الحصول على أجازة أو عطلة سواء ذات طابع دورى كعطلة نهاية الأسبوع والأعياد والأجازات الرسمية ، أو ذات طابع غير دورى كالاجازات السنوية والراحات التى من حق الموظف أو العامل أن يحصل عليها ويترك له حرية تحديدها وفقا لنظام العمل بالمؤسسة أو الشركة التى يعمل بها .

وليس المقصود بالراحة هنا عدم مزاولة أى نشاط عضلى ، بل من الممكن مزاولة بعض الأنشطة الرياضية المختلفة خلال فترة الاستجمام والتى من أهمها رياضة المشى أو الجرى أو بعض الرياضات الخفيفة الأخرى ، مثل السباحة. فالمقصود هنا بالراحة هى الراحة الذهنية والفكرية من عناء العمل .

وأهم الأماكن التى تصلح لسياحة الاستجمام والترفيه هى الأماكن الخلوية على شواطئ البحار والبحيرات أو المناطق الخضراء أو الغابات وفى المناطق الجبلية أو الصحراوية أو المنتجعات السياحية ذات الجو الصحى الخالى من التلوث .

السياحة الترفيهية فى مصر :-

تمتلك مصر جميع مقومات سياحة الترفيه وقضاء الأجازات بما تزخر به من مناطق يمكن للسائح فيها أن يمضى أجازته فى هدوء واستجمام بعيدا عن صخب الحياة العصرية التى تعانى منها غالبية المدن المصرية .

ومن أمثلة هذة المناطق :

- سواحل جنوب سيناء والبحر الأحمر التى تمتاز بالهدوء والراحة والجمال و بنظافة المياه .
- مناطق عيون موسى وحمامات فرعون ومنطقة بوردويس على خليج السويس والعين السخنة .
- الواحات الصحراوية التى تنتشر فى ربوع مصر فى الصحراء الغربية حيث تنتشر بها عيون المياه وأشجار النخيل وتتميز بالمناظر الطبيعية الساحرة .

سواحل البحر المتوسط التى تمتاز بالقرب من وسائل المواصلات وتوافر التسهيلات السياحية من فنادق مختلفة الدرجات والمطاعم وأماكن اللهو والترفيه خاصة شواطئ مدينة الأسكندرية والمنتجعات الشاطئية الجديدة مثل مراقيا ومارابيلا وسيدى عبد الرحمن والعلمين ومرسى مطروح غربا والعريش شرقا .

- منطقة الفيوم وما تتوافر بها من امكانيات طبيعية وصناعية وتسهيلات سياحية ومن أهمها بحيرة قارون ووادى الريان .
- منطقة القناطر الخيرية وما تتمتع به من وجود مساحات خضراء وحدائق غناء فضلا عن مبنى القناطر ذاته .
- منطقة حلوان وما يتوافر بها من امكانيات سياحية لزيارة حدائقها ذات الطراز اليابانى وعيونها الكبريتية .
- الجزر المتعددة فى البحر الأحمر وبصفة خاصة جزر شدوان وجزيرة حجر الزبرجد ، وغيرها من الجزر التى يسودها الهدوء ويمكن فيها مشاهدة القاع البحرى .
- مدن الاسماعيلية والقاهرة بما تتمتع به من مساحات خضراء وهدوء ومصفاء بجانب شواطئ البحيرات المرة وقناة السويس .
- مدينة بورسعيد وما تتميز به شواطئها من الهدوء والنقاء .

الجهود التى تبذلها مصر من أجل دعم سياحة الترفية :-

تبذل مصر قصارى جهدها لدعم سياحة الترفيه والاستجمام بعد أن أصبح هذا النوع من السياحة هو أهم أنواع السياحة السائدة فى العالم كما ذكرنا من قبل ولحاجة السوق السياحى المصرى اليه سواء بالنسبة للسياحة الداخلية أو السياحة الدولية على السواء .

وبالتالى فقد تعاونت الجهود من قبل وزارة السياحة ووزارة التعمير والهيئات المختصة الأخرى من أجل تخطيط المناطق السياحية التى تخدم هذا النوع من السياحة والتى من أهمها :

- الساحل الشمالى الغربى :

ذلك بإقامة بعض المراكز والقرى السياحية فى منطقة رأس الحكمة والعلمين ومنطقة مطروح واعداد تلك المناطق بما يتناسب مع الامكانيات المتاحة لسياحة الاستجمام والسياحة الشاطئية والسياحة الرياضية الداخلية الدولية .

- منطقة القناة :

بإقامة القرى السياحية فى بورفؤاد والاسماعيلية والبحيرات المرة وفايد وبورتوفيق وتخصص للاصطياف والترويح لخدمة السياحة الداخلية .

- ساحل البحر الأحمر :

الذى يتميز بطبيعته الخلابة وثرائه بالأحياء المائية مثل الشعاب المرجانية والأسماك النادرة والجبال المتباينة الألوان التى تمتد فى سلسلة طويلة وبمحاذاة البحر بالاضافة الى الجو الرائع طوال العام .

وأهم مناطق سياحة الاستجمام على ساحل البحر الأحمر هى منطقة العين السخنة والغردقة ومنفاجة ، وسهل حشيش سواء للسياحة الدولية أو المحلية .

- القاهرة الكبرى :

بالنسبة للقاهرة الكبرى فهى فى حاجة ماسة لهذا النوع من السياحة ، لذلك يجرى الاعداد لاقامة مدينة سياحية كبرى بمنطقة المقطم ، وكذلك النهوض بمنطقة حلوان بعد أن أصبح جوها ملوثا من مداخن المصانع المحيطة بها . ويجرى حاليا تعميم فكرة انشاء حديقة بكل حى من أحياء القاهرة لتكون مقصدا سياحيا للمواطنين وتعد الحديقة الدولية من نتائج هذه المشروعات .

ولا يجب أن نغفل نهر النيل الخالد الذى يمر بوسط القاهرة وكيفية استغلاله سياحيا خاصة فى بعض الأماكن الغير مزدحمة مثل جزيرة الذهب بالجيزة لتلبى احتياجات التنمية السياحية وتخدم حركة السياحة العربية والدولية بجانب السياحة الداخلية بعد تخطيط الجزيرة سياحيا وإقامة بعض المشروعات مثل القرى السياحية ، ووسائل الترفيه التكميلية ، وبعض الأنشطة الرياضية الخاصة بالرياضات المائية . وتعد القرية الفرعونية من الأمثلة الناجحة التى انشئت فى ذلك الموقع .

منطقة الفيوم :

تتمتع الفيوم بمقومات سياحية متعددة من سياحة ترفيهية وثقافية واستشفائية ورياضية لذلك فان التخطيط السياحى فى الوقت الراهن اخذ فى هذه المنطقة للتطوير مما بها من امكانيات لخدمة السياحة الترفيهية بجانب أنواع السياحة الأخرى عن طريق اقامة قرية سياحية على ضفاف بحيرة قارون ، وقريـــة سياحية فى عيـــن السلين .

منطقة الواحات :

رغم ما تتمتع به منطقة الواحات من عناصر جذب سياحى تعتبر فريدة من نوعها ، الا أنها لـــلآن لم تستغل الاستغلال الكافى . فهى تتمتع بنوع جديد من السياحة وهو سياحة الصحارى التى تجذب الآن نوعيات جديدة من السائحين يكون على رأسها الشباب الذى يهوى المغامرة وكل ما هو جديد ، الا أن الأمر يتطلب رفع كفاءة الطرق المؤدية الى مناطق الواحات وتوفير خدمات الأمن والاسعاف وخدمات الطرق المختلفة الأخرى ، وقبل كل هذا اقامة القرى السياحية فى سيوة والفرافرة والداخلة والبحرية لتوفير أماكن الاقامة والايواء المناسبة .

٢- سياحة المؤتمرات :- Conference Tourism

لقد زاد النشاط فى مجال سياحة المؤتمرات نتيجة لعدة عوامل من أهمها زيادة العلاقات الدولية ودعمها بين الشعوب ، وسهولة وسائل الاتصال وتوافر المواصلات وسرعتها وزيادة التعاون الدولى فى مختلف المجالات السياسية والاقتصادية والعلمية والفنية والرياضية ... مما يجعل من الضرورى عقد اللقاءات والاجتماعات بين المتخصصين فى المجالات المختلفة من أجل دراسة الأمور المشتركة ومحاولة الوصول الى صور أفضل للتعاون .

وتوجد أنواع عديدة من المؤتمرات تختلف فيهما بينها وتتنوع من حيث اهتماماتها والتى يمكن حصرها فيما يلى :

- المؤتمرات السياسية فى نطاق المنظمات العالمية وتحت رعاية الحكومات .
- المؤتمرات واللقاءات والحلقات العلمية .
- المؤتمرات الاقتصادية والتجارية التى تقيمها المنظمات العالمية أو الاتحادات أو بين الدول أو مجموعة من الدول الاقليمية - ومعظمها من المنظمات غير الحكومية .
- لقاءات دورية للشركات الكبرى أو مجموعة الشركات متعددة الجنسيات أو الشركات الوطنية .
- مؤتمرات الاتحادات النوعية (اتحادات رياضية - اتحادات عمالية - اتحادات مهنية)

المؤتمرات وأثرها على السياحة :-

ان مجرد توجه عدد من المشتركين فى مؤتمر الى منطقة معينةيمثل نوعا هاما وفعالا من أنواع الطلب السياحى الذى يسهم بصورة مباشرة وغير مباشرة فى زيادة العائد السياحى للمنطقة ، اذ أن أهم ما يميز سياحة المؤتمرات هو أن معدلات انفاقها تكون مرتفعة نسبيا حيث الانتقالات والايواء والاعاشة والترويح والرحلات ومشتريات الهدايا التذكارية والسلع السياحية بالاضافة الى أن الكثيرين من الأعضاء المشتركين فى المؤتمرات يصطحبون زوجاتهم اللاتى وان كن لا يشاركن بشكل مباشر فى أعمال المؤتمر الا أنهن يسهمن بدور كبير فى النشاط الاجتماعى والترويحى والرحلات السياحية السابقة أو اللاحقة للمؤتمر ، وشراء التذكارات أو المصنوعات التقليدية التى تشتهر بها المدينة أو المنطقة مكان انعقاد المؤتمر .

ويمكن تلخيص أثر المؤتمرات على السياحة فى الآتى :

- تحقيق ايرادات ضخمة للعديد من القطاعات والجهات التى يتكون منها الجهاز الاقتصادى للدولة .
- تنشيط السياحة فى المراكز السياحية التقليدية .
- جذب الأنظار الى مناطق جديدة لم يسبق استغلالها سياحيا .

- التغلب على الآثار السلبية المترتبة على فترات الركود في المناطق ذات السياحة الموسمية .
- عائد اعلامي ضخم ينتج عنه تسويق الفائم وتوفير صفات الصداقة والتعارف على المستويين الرسمي والشعبي .

ولتهيئة لنمو حركة المؤتمرات وسلامتها الدائمة بالمنطقة فقد زاد الاهتمام بتشجيعها من جانب الحكومات لخدمة الأجهزة الرسمية للسياحة والهيئات الخاصة .

وهناك مكاتب متخصصة تقوم بدور الوسيط بين الجهة صاحبة المؤتمر والجهة المنفذة تكون مهمتها تقديم الخدمات الاستشارية والتنظيمية وترتيب تنفيذ برامج المؤتمر وتوفير امكانيات الاتصال والإيواء والاعاشة والرحلات والترويح نظير مقابل مادي ، وليس على الجهة التي ترغب في تنظيم مؤتمر الا أن تتقدم الى تلك المكاتب بالبيانات الأساسية المتعلقة بالمؤتمر من حيث الميزانية الاجمالية ومدة انعقاد المؤتمر والعدد المتوقع من الأعضاء والأنشطة الأخرى التي ترغب في اقامتها على هامش انعقاد المؤتمر مثل الحفلات والمعارض والمناسبات الاجتماعية وغير ذلك .

المنظمات الدولية الخاصة بالمؤتمرات :

توجد العديد من المنظمات الدولية التي ينبغي الارتباط بها والاستفادة من جهودها مثل :

-الاتحاد الدولي لقصور المؤتمرات

- Association Internationale de Palais de Congres "AIPC".

ويقدم هذا الاتحاد لأعضائه خدمات تسويقية ومساعدات في تطوير الخدمات وفي أعمال التدريب والارتقاء بمستوى العمالة المتخصصة في هذا المجال .

- الاتحاد الدولي لمدن المؤتمرات .
- الاتحاد الأوروبي لمدن المؤتمرات .
- الرابطة الدولية للمنظمين المحترفين للمؤتمرات

- International Association of Professional congres organisors " IABCO ".

- الاتحاد الدولي لمنظمي المؤتمرات

- Itinernation Conference Coordinations Association "I.C.C.A".

- اتحاد الهيئات الدولية .

- Union of International Associations "UIA"

مقومات نجاح المؤتمرات :-

من المقومات الأساسية لنجاح المؤتمرات ما يلي :

أولا: من حيث مكان المؤتمر وامكانياته :

فلابد أن يتميز بموقع جغرافي سهل الوصول اليه وتتوافر فيه وسائل المواصلات السريعة ووسائل الاتصالات الدولية والمحلية مثل التليفون والتلكس والفاكس .

- توافر أماكن الاقامة والاعاشة لجميع الأعضاء المشتركين فى مكان واحد ليسهل الاتصال بهم ولدعم التفاهم فيما بينهم مع مراعاة قرب أماكن الإيواء من قاعات الاجتماعات .
- توفير كافة التجهيزات والخدمات العصرية الممكنة فى أماكن الإيواء .

ثانيا : من ناحية التجهيزات والخدمات :

- لابد من توافر عدد متنوع من القاعات للاجتماعات والمحاضرات واللجان .
- توافر خدمات السكرتارية والترجمة الفورية وأجهزة العرض السينمائى ووسائل الإيضاح السمعية والبصرية والدوائر التليفزيونية المغلقة ... وغير ذلك .
- توافر خدمات الاستعلامات والعلاقات العامة وتواجد عدد كاف من المضيفات وأفراد العلاقات العامة على أرقى مستوى من الكفاءة .
- توافر المحلات التجارية ومراكز بيع السلع السياحية والهدايا التذكارية والجرائد والصحف .

ثالثا : توافر الجاذبية السياحية فى مكان انعقاد المؤتمر :

ذلك لخلق نوع من التوازن بين جدية ونمطية المناقشات ورغبة الأعضاء فى الترويح والترفيه وكذلك القيام بعمل أنشطة ترفيهية مختلفة مثل الحفلات والرحلات السياحية وجولات التعرف على البيئة المحيطة وخلق المناسبات الاجتماعية لدعم الصلات فيما بينهم .

رابعا : قدرة المسئولين على التنسيق والتعاون :

وتوافر المبادرة على المستوى الفردى والجماعى لدى كافة المسئولين فى مكان انعقاد المؤتمر للتعاون مع القائمين على تنظيمه وتقديم كافة التسهيلات والخدمات والتخفيضات والتصاريح المطلوبة للمؤتمر وتذليل الصعوبات التى يمكن أن تواجهه .

خامسا : الدعاية والاعلان للمؤتمر :

وهى من العوامل الهامة التى تخدم المؤتمرات وتؤدى الى انجاحها وعادة ما يتشكل لكل مؤتمر مكتب للدعاية والاعلان والعلاقات العامة يقوم بتقديم كافة الخدمات التمهيدية قبل انعقاد المؤتمر وتوفير مختلف الوسائل التعليمية أثناء انعقاده والقيام بالحملات الاعلامية لاعلام المواطنين بأهداف المؤتمر والموضوعات التى يتناولها ذلك قبل انعقاد المؤتمر بوقت كاف (شهور على الأقل) ، وعقد المؤتمرات واللقاءات الصحفية والاذاعية والتليفزيونية للتناول أبحاث المؤتمر والنتائج التى تم التوصل اليها واصدار بيان صحفى بذلك مع اصدار مطبوعات تشمل ملخصا لأهم الأبحاث التى تمت مناقشتها بالمؤتمر وغير ذلك من أنشطة متنوعة .

- أهم الدول فى سياحة المؤتمرات :-

يتسع سوق المؤتمرات بشكل مستمر نتيجة لتزايد عدد المنظمات والاتحادات الدولية والاقليمية والمحلية المرتبطة بالتجارة والمهن المختلفة .

وتقع معظم هذه المنظمات الدولية فى دول أوروبا الغربية التى تستحوذ على حوالى ثلثى عدد هذه المنظمات البالغ عددها ما يزيد عن ٥١٣٩ منظمة سواء كانت منظمات حكومية أو غير حكومية .

وتعتبر كل من باريس ولندن وبروكسل أكبر ثلاث مدن بها مراكز منظمات دولية ومع ذلك فان نسبة عدد المؤتمرات الدولية التى تعقد بأوروبا الغربية تقل تدريجيا نتيجة توزيع هذه المؤتمرات الدولية على عدد أكبر من دول العالم (بلغت نسبتها فى عام ١٩٨٣ حوالى ٥٩٪) .

ويلى أوروبا الغربية فى ذلك أمريكا الشمالية (١٤,٢ ٪) تليها شرق آسيا والباسفيك (١٠,٩ ٪) من جملة سياحة المؤتمرات .

أما بالنسبة لمنطقة الشرق الأوسط فان نسبتها ضئيلة من المؤتمرات الدولية وان كانت مصر تسعى جاهدة لاستقطاب مزيد من حركة سياحة المؤتمرات اليها يساعدها فى ذلك عودة الجامعة العربية الى مقرها الأساسى بالقاهرة ودور مصر الرائد على المستوى العربى والافريقى والدولى وفى كافة المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية .

- ورغم أن أوروبا الغربية تحظى بنصيب كبير من سياحة المؤتمرات الا أن الولايات المتحدة الأمريكية هى الدولة الأولى فى العالم فى استضافة المؤتمرات الدولية (بلغت ٨٨١ مؤتمرا فى عام ١٩٨٦) يليها فرنسا (٦٩٣ مؤتمرا) والمملكة المتحدة (٧٥٠ مؤتمرا) ثم ألمانيا الغربية (٤٨٨ مؤتمرا) ثم بلجيكا وسويسرا والنمسا وايطاليا ثم كندا فى المركز التاسع والنمسا فى المركز العاشر .

أما أكثر المدن تفضيلا فى المؤتمرات فهى باريس ثم لندن وجنيف وبروكسل وفيينا ومدريد وسنغافورة التى تطورت فيها تسهيلات المؤتمرات تطورا ضخما ثم تأتى واشنطن .

كما تقدمت تايلاند أيضا فى هذا الاتجاه منذ انشاء هيئة تنشيط المؤتمرات للترويج لمركزها الدولى للمؤتمرات فى بانجوك الذى تم افتتاحه فى عام ١٩٨٣ وتتعدد فيه طاقته الاستيعابية .

وجدير بالذكر فإن نسبة الزيادة فى الاجتماعات والمؤتمرات التى عقدت فى العالم خلال عام ١٩٨٨ قد زادت بنسبة ١٣,٩ ٪ عن الأعوام السابقة (احصاءات اتحاد الجمعيات الدولية UIA.) . وقد فاقت القارة الأفريقية هذا المعدل حيث بلغت نسبة الزيادة ١٤,٨ ٪ عن عام ١٩٨٧ كان نصيب المؤتمرات الدولية منها ١٣,٨ ٪ مما يدل على أن بوسع مصر التركيز على هذا النشاط السياحى القابل للتوسع خاصة وأن نصيب مصر من السوق الأفريقية قد بلغ ٩,٩ ٪ عن نفس العام ١٩٨٨ تليها كينيا بنصيب ٩,٣ ٪ ثم زيمبابوى ٨,٢ ٪ ثم المغرب ٥,٢ ٪ .

وبالنسبة للمدن فى القارة الأفريقية تصدرت القاهرة المركز الأول تليها نيروبى ثم هرارى عاصمة زيمبابوى.

- تطور سياحة المؤتمرات فى مصر :-

اتجهت مصر مؤخرا الى الدخول فى مضمار سياحة المؤتمرات خاصة وأن طبيعة مصر كدولة لها عراقتها وتاريخها ودولة يتوافر فيها الأمن والاستقرار بجانب ما تتمتع به من مميزات سياحية كمناخ ملائم طوال العام وموقع جغرافى متميز يتوسط قارات العالم الثلاث وشبكة الخطوط الجوية التى تربطها بجميع أرجاء العالم . كل هذا جعل منها مركزا هاما يمكن استغلاله فى تنمية وتنشيط سياحة المؤتمرات فى مدنها المختلفة .

ورغم اهتمام بعض الفنادق الكبرى من خمس وأربع نجوم - فى القاهرة والاسكندرية على أن تضم منشأتها قاعات متعددة الأغراض يمكن استغلالها فى عقد المؤتمرات الدولية والمحلية مثل فندق شبرد وشيراتون وميناهاوس وسميراميس ... ورغم وجود قاعات للمؤتمرات فى بعض الأجهزة الحكومية والجامعات مثل الجهاز المركزى للتعبئة العامة والإحصاء ومعهد التخطيط القومى وجامعات القاهرة وعين شمس والمنصورة و وزارة الخارجية والمركز الزراعى الدولى وغيرها الا أن سياحة المؤتمرات فى مصر أخذت شكلا جديدا خلال السنوات الأخيرة بعد انشاء المركز الدولى للمؤتمرات بالقاهرة ومركز المؤتمرات بالأسكندرية .

- مركز القاهرة الدولي للمؤتمرات :-

تم افتتاحه فى نوفمبر ١٩٨٩ بمدينة نصر وقد تم انشاءه بمساعدة الحكومةالاسبانية التى قدمت لمصر قرضا لهذا الغرض بجانب الخبرة الفنية والعمالة المدربة . ويقام هذا المركز على مساحة قدرها سبعين فدان ويضم :

- قاعة رئيسية بطاقة تقدر ب ٢٧٠٠ مقعد وبها مسرح متحرك .
- قاعة ثانية طاقتها ثمانمائه مقعد يمكن تقسيمها الى قاعتين تتسع كل منها الى ٤٠٠ مقعد .
- قاعة ثالثة تتسع لنحو ٦٠٠ مقعد يمكن تقسيمها الى أربع قاعات اثنتين منها بطاقة مائتى مقعد و قاعتين بطاقة مائه مقعد لكل واحدة.
- صالة للحفلات تتسع لنحو ١٢٠٠ شخص .
- معدات للترجمة الفورية لثماني لغات .
- مركز ارسال تلفزيوني و اذاعى مباشر و دائرة تلفزيونية مغلقه .
- مركز تجارى و كافتريا وصالتين للعرض .
- مكاتب ادارية للعاملين بالمركز .
- مركز صحفى يشتمل على التجهيزات اللازمة لخدمة ٢٠٠ صحفى و خدمات التليكس و الفاكس و خطوط التليفونات الدولية و المحلية .

أهم المناسبات التى عقدت بمركز المؤتمرات :-

- مع افتتاح المركز انتوانى المؤتمرات فى ١٩٨٩/١١/١٢ اقيم افتتاح الدورة الثامنة و العشرين للاتحاد الدولى لمنظمى المؤتمرات .

- Internation Conference Coordinetores Association "I.C.C.A"

يعد عقد مثل هذا المؤتمر فى مصر كسبا دوليا ومؤشرا على أن مصر اصبح لديها الامكانيات لعقد المؤتمرات الدولية الكبيرة .

- وتلا هذا المؤتمر انعقاد المؤتمر السنوى لاتحاد شركات السياحة الرسمية " أوفتا " الذى عقد فى القاهرة خلال عام ١٩٩٠

(Universal Feaderation of Travel Associations - UFTA).

- وقد كان اجتماع الجمعية الأمريكية لوكلاء السياحة " ASTA " تتويجا لجهود مصر فى مجال سياحة المؤتمرات حيث عقدت فى الفترة من ٢٠ - ٢٦ سبتمبر عام ١٩٩٢ مؤتمرها السنوى ولأول مرة فى القارة الأفريقية وكان هذا نتيجة المبادرة المصرية المعجزة باستضافة هذا المؤتمر رغم المنافسة الشرسة التى تعرضت لها مصر من دول كثيرة مثل أسبانيا واسرائيل والهند والمكسيك لاستضافة الاجتماع الثانى والستين للمنظمة عام ١٩٩٢ فى أراضيها .

- هذة المنظمة التى تضم أكبر حشد هائل من وكالات السفر والسياحة التى تصل الى حوالى ١٥ ألف شركة يمثلون ١٢٥ دولة سياحية . (ويبلغ عدد أعضائها ما يقرب من ٢١ ألف عضو) .

هذا وقد أكدت مصر مرة ثانية للعالم أجمع أنها على مستوى المسئولية عندما استضافت المؤتمر الثالث للسكان والتنمية خلال شهر سبتمبر ١٩٩٤ (من ٥ - ١٣) وحضره خبراء ووفود من ١٦٢ دولة أشادت جميعها بقدرات مصر الفنية والتنظيمية والأمنية على استضافة مثل هذة المؤتمرات الكبرى .

- مركز المؤتمرات بمدينة الأسكندرية :-

وفى عام ١٩٩٠ تم افتتاح مركز المؤتمرات الجديد التابع لجامعة الاسكندرية والذى يتكون من قاعة رئيسية تسع لنحو ٢٤٠٠ شخص ومجهزة بكافة المعدات والأجهزة الخاصة بالمؤتمرات والترجمة الفورية لأربع لغات وأجهزة اتصالات بالاضافة الى قاعتين طاقة كل منهما ٤٥٠ مقعد وقاعة رابعة تتسع لـ ٤٠٠ مقعد .

وقد ساهم هذا المركز فى تخفيف العبء على مدينة القاهرة وتوزيع الاهتمام على جهات أخرى . ومن المؤتمرات التى عقدت فيه ونالت نجاحا كبيرا المؤتمر العلمى الأول للسياحة العلمية الذى عقد فى أبريل عـــام ١٩٩٢ .

هذا بجانب بعض القاعات التى تم انشاءها فى بعض مدن المحافظات السياحية مثل الغردقة والأقصر وأسوان ، وان كانت فى بدايتها الا أنها تعتبر نواة لتوزيع هذا النشاط السياحى الهام على جميع محافظات مصر .

- التنشيط لسياحة المؤتمرات فى مصر :-

مما لا شك فيه أن الأهمية الاقتصادية لسياحة المؤتمرات تجعل من الضرورى دراسة كيفية التنشيط والتسويق لها من أجل تنمية هذا النشاط والاستفادة بكافة التجهيزات والامكانيات المتاحة له ، لكى تكون مصر دائما على خريطة سياحة المؤتمرات الدولية والاقليمية بجانب المحلية - ولتكون مصر نقطة الالتقاء لرجال الأعمال والمهنيين وكافة المهتمين بعقد اجتماعات وندوات علمية وتخصصية فى كافة المجالات ، وكذلك اعداد المعارض وكافة الأنشطة المصاحبة لسياحة المؤتمرات ، ذلك من أجل تنمية وتدعيم هذا النشاط ليصبح موردا حيويا للعملات الأجنبية ولتنعكس مزاياه على كافة قطاعات صناعة السياحة التى بدورها تستطيع استقطاب أعداد هائلة من الأيدى البشرية المتوافرة فى مصر وبذلك نكون قد أسهمنا فى حل مشكلة رئيسية تواجه المسئولين فى مصر ألا وهى مشكلة البطالة .

ويتأتى هذا النشيط باتباع بعض النقاط التالية :

١- ضرورة انشاء جهاز مركزى متخصص لتنشيط وتنظيم عقد المؤتمرات فى كل من القاهرة والأسكندرية على أن يكون له أفرع فى بعض المدن الأخرى التى سوف يكون لها مستقبل فى هذا النشاط - ذلك لتحقيق التنسيق والتعاون بينه وبين جهاز السياحة الرسمى - " هيئة تنشيط السياحة " والوزارات والهيئات المعنية .

وهذا الجهاز يكون على عاتقه القيام بأعمال التسويق والدعاية والتعريف بامكانيات مصر فى هذا المجال وتقديم كافة المعلومات الخاصة عن المؤتمرات وعن مصر بشكل عام للترغيب فيها كمقصد هام .

٢- وضع البرامج وتقدير تكاليفها لكافة الجهات الراغبة فى عقد مثل هذه المناسبات على حدة مع تقديم كافة التفاصيل الخاصة بالخدمات الضرورية المتعلقة بالمؤتمرات من ترجمة فورية وبرامج سياحية بجانب خدمات الاقامة والاعاشة والمواصلات الداخلية وغير ذلك .

٣- حصر الامكانيات المتاحة القائمة بسياحة المؤتمرات والعمل على استكمال نواحى النقص والتوسع فى تجهيزات جديدة .

٤- تحقيق الاتصال من جانب جهاز المؤتمرات بالمنظمات الدولية والهيئات والاتحادات المهنية لتنظيم المؤتمرات سواء عن طريق الاتصال المباشر أو عن طريق الوفود الرسمية المصرية التى تحضر اجتماعاتها ومحاولة التعريف المستمر بالامكانيات والأجهزة العاملة والتسهيلات التى يمكن تقديمها للمشتركين فى المؤتمرات .

٥- دعوة الشخصيات الهامة التى ترأس تلك المنظمات أو المشتركة فى الاشراف على عقد المؤتمرات أو من بين السكرتارية الهامة لهذه المنظمات والوكالات المتخصصة للتعرف على امكانيات مصر فى استضافة كافة أنواع سياحة المؤتمرات .

ونود الاشارة الى أن هذا الجانب يعتبر من الجوانب الهامة والتى ثبت فعاليتها خاصة فيما يتعلق بعقد مؤتمر الاستا فى مصر فى خريف ١٩٩٢ والذى كان نتيجة لجهد استمر عشر سنوات لتوريط الاقناع المسئولين عن المنظمة بامكانيات مصر فى هذا المجال .

٦- يجب عدم اغفال دور المكاتب السياحية فى الخارج وكذلك دور السفارات والمكاتب الاعلاميه والتمثيل التجارى ، والذى يكون له أثره البالغ فى اقناع الجمعيات المهنية والاتحادات والشركات الكبرى وغيرها فى عقد اجتماعاتها بمصر ، ويعتمد هذا الاقناع على مدى العلاقات الشخصية لمندوب المكتب السياحى وقدرته على الاقناع مع تزويد المكاتب بكافة المعلومات الخاصة بسياحة المؤتمرات فى مصر مثل الخرائط الفضوئية والشرائح الملونة وأفلام الفيديو التى تعرض لامكانيات مصر فى هذا المجال بجانب كافة الوسائل الاعلامية الأخرى وابراز مقومات الجذب السياحى لمصر بجانب التسهيلات والخدمات السياحية المتاحة .

٧- الاشتراك فى المعارض والأسواق السياحية سواء من قبل جهاز السياحة الرسمى أو الأجهزة المعاونة (مندوب مركز المؤتمرات) واعلام الحاضرين فى تلك الأسواق والمعارض بكل ما يلزم عن سياحة المؤتمرات مع عرض بعض النماذج المجسمة لمركز المؤتمرات بجانب توزيع الصور والمطبوعات وعرض الأفلام والشرائح الملونة مع شرح تفصيلى للخدمات والتسهيلات التى تمنحها مصر لتحقيق هذا النشاط .

٨- استغلال كافة المناسبات السياحية وغير السياحية فى الخارج وعقد المؤتمرات الصحفية للترويج لهذا النشاط وارسال بعثات الصداقة التى تضم متخصصين من ذوى الخبرة السياحية المصرية والتى لديهم القدرة على الاقناع أو من بين المتميزين بعلاقاتهم العامة والتسويق للسفر الى الدول السياحية التى يزداد فيها هذا النشاط السياحى ذلك لغرضين :

الأول : التعرف على أحدث وسائل التسويق لهذا النشاط

الثانى : للترويج للمؤتمرات فى تلك الأسواق السياحية الرئيسية المصدرة مثل الولايات المتحدة وفرنسا والمملكة المتحدة وألمانيا وبلجيكا وغيرها .

- الوعى التام بدراسة تلك الاسواق و التعرف على الاسلوب الأمثل لكل سوق على حده فى مجال التسويق و الترويج حيث لختلاف وسائل التسويق من مجتمع الى آخر .

- اختيار التوقيت المناسب للقيام بتلك الحملات الترويجية و اختيار التوقيت المناسب ايضا لعقد المؤتمرات فى فترات الركود الموسمية و الابتعاد عن قمة الموسم السياحى و ذلك لخلق نشاط فعال يتغلب على الاثار السلبية للركود و يسبب انتعاشا و رواجا اقتصاديا و اجتماعيا طوال العام .

- الاهتمام بخدمات النقل بجميع وسائلها الجوى و البرى و البحرى التى تربط مصر بالاسواق السياحية الرئيسية المصدرة ، و إن كانت مصر تعتمد فى المقام الاول على النقل الجوى بالنسبة للسياحة ، و على هذا فلا يجب اغفال دور شركات الطيران التى غالبا ما تقدم تخفيضات و تسهيلات للمشتركين فى المؤتمرات قد تصل الى ٥٠٪ خاصة شركات الطيران الامريكية .

ويمكن فى مصر التنسيق بين هيئة تنشيط السياحة أو جهاز سياحة المؤتمرات و بين شركة مصر للطيران لوضع الترتيبات اللازمة و التنسيق فيما بين الجهتين للاعداد للمؤتمرات ذات الاعداد الكبيرة ذلك من اجل رفع نسب التشغيل على خطوطنا القومية مع تقديم أسعار مناسبة و خدمات متميزة فى نفس الوقت .

- وفيما يتعلق بالنقل الداخلى فيتطلب التنسيق بين جهاز المؤتمرات و كافة الشركات الداخلية للنقل سواء النقل الجوى أو البرى لنقل الوفود من المطارات الى الفنادق و الى مقر المؤتمرات و الى كافة الجهات التى يتضمنها برنامج الزيارات و خلافة والالتزام بالمواعيد التى يحددها برنامج الزيارة حتى يتم تنفيذ الزيارة بدقة و نظام مما يكون له أثره الايجابى على الوفود الاجنبية و المشتركين .

- والتوسع فى نشاط سياحة المؤتمرات ، فلابد من منح الأولوية لمن المناطق السياحية فى كافة المحافظات الشاطئية و النهرى الداخلية و غيرها ، لانشاء القاعات و توفير التجهيزات المناسبة بالمؤتمرات و عدم قصرها فقط على القاهرة و الاسكندرية و التى يتم تواجدها على مناطق الجذب السياحى التقليدية او غير التقليدية مثل الغردقة و شرم الشيخ – الساحل الشمالى ، البحر الأحمر – مدن القناة .... وغيرها من مناطق الجذب .

الخلاصة :-

يمكن للقارة الافريقية ان تستحوذ على نصيب اكبر من سياحة المؤتمرات خاصة وان بها نحو تسعة عشر مركزا دوليا لاغراض المؤتمرات الدولية الا انها بحاجة الى انتهاج الاساليب العلمية فى رسم الخطط و السياسات التشغيلية .

- بالنسبة لمصر فانها تحظى بعضوية نحو ٧٥٠ هيئة و منظمة و جمعية على المستويين الاقليمى والدولى . و المطلوب هو التعرف على الطلب الدولى و تحديد حجمه و مدى ملائمة البرنامج الوطنى لخدمة سياحة المؤتمرات و تقدير حجم الايرادات التى يمكن ان تولدها بعيدا عن مشاركة نصيبها من سياحة المؤتمرات ، كذلك التعرف على الجهات التى لابد وان ترتبط مصر بها والوسائل الضرورية لاجراء الاتصالات معها وفقا للتقسيمات جغرافية و سياسية واقتصادية .

ومن وجهة النظر الاقتصادية فانى اعتبر ان هذا سيكون بداية الحل العلمى السليم الذى لابد وان ننتهجه فى معالجة ازمة السياحة التى تمر بها مصر حاليا ، حيث لابد و ان نعمل على كافة الجبهات و ان نستخدم كافة الطاقات المتاحة باسلوب علمى ، محددين الأهداف والاولويات وفقا للامكانيات المتاحة فى الوقت الراهن مع تطويرها المستمر وبما يتفق مع الطلب السياحى الدولى ، مستقبلا .

٣- السياحـة الثقافيـة : *Cultural Tourism*

تعتبر السياحة الثقافية من أهم مجالات السياحة التقليدية ، التى يسعى فيها السائح للتعرف على أشياء جديدة و اثراء معلوماته و توسيع دائرة معارفة و ثقافته عن طريق زيارة بلاد أجنبية و دراسة شعوبها و الخصائص التى تميز هذه الشعوب عن غيرها . و يسعى السائح فيها الى زيارة الاماكن التاريخية و الاثرية و المتاحف ، وأيضا الاشتراك فى المناسبات الثقافية و الفنية كالمهرجانات و المعارض و التمتع بمشاهدة فنون تلك الدولة من تمثيل و رقص شعبى و فلكلورى أو الاستماع للموسيقى فى دور الاوبرا أو حضور العروض المسرحية المختلفة ....الخ .

وهذا النوع من السياحة يستحوز على حوالى ١٠٪ من حركة السياحة الدولية و تشتهر به دول كثيرة ممن تتمتع بتراث حضارى وثقافى عريق مثل اليونان و ايطاليا و أسبانيا و فرنسا و المكسيك و الصين و اليابان و مصر .

السياحة الثقافية بمصر :

بالنسبة لمصر فان السياحة الثقافية تعتبر من أهم أنواع السياحة بل هى العنصر الاول من عناصر الجذب السياحى فيها ذلك لما تتمتع به مصر من حضارات متنوعة نمت و ازدهرت على أرضها خاصة على ضفتى نهر النيل الخالد من الجنوب و حتى الشمال .
ويتركز فى مصر ثلث أثار العالم تقريبا و تعتبر أرضها متحفا يضم كافة مراحل تطور الحضارات البشرية المتعاقبة من فرعونية و يونانية - رومانية و مسيحية وإسلامية ...
و نذكر على سبيل المثال لا الحصر أهم المزارات بالنسبة للسياحة التاريخية فى مصر :

أ- مناطق الحضارات الفرعونية :

وتتمثل فى الأهرامات المتعددة و المقابر و المعابد الفرعونية و مجموعات التماثيل و المسلات و أهمها :

- أهرمات الجيزة و أبو الهول ، مراكب الشمس ، المتحف المصرى ، منطقة سقارة و منطقة ميت رهينة و أبو صير ، و منطقة أثار دهشور و هرم هوارة و هرم سنوسرت بالفيوم ومنطقة اهناسيا ومنطقة ميدوم ببنى سويف ، ومنطقة بنى حسن وتونا الجبل والأشمونيين بالمنيا ومنطقة أبيدوس بسوهاج ، وما تزخر به مدينة الأقصر من مقابر ومعابد مثل مقابر وادى الملوك بالبر الغربى ومعبد الكرنك بالبر الشرقى . ومعبد كلابشة ومعبد ادفو ومعبد كوم امبو بأسوان ومعابد أبو سمبل جنوب أسوان .

ب- الآثار الرومانية واليونانية :

وتتمركز بصفة أساسية في مدينة الأسكندرية خاصة منطقة كوم الشقافة وعامود السوارى والمسرح الرومانى والمتحف اليونانى - الرومانى .

وهناك الكثير من المعابد فى الوجه القبلي مثل معبد كلابشة الذى أنشأه الامبراطور الرومانى " أوكتافيوس أغسطس " .

جـ- المعالم المسيحية :

وتتركز بصفة خاصة بمنطقة مصر القديمة بالقاهرة حيث الكنيسة المعلقة وكنيسة أبى سرجة وكنيسة السيدة بربارة وكنيسة العذراء وكنيسة مارجرجس ... الخ ، بالاضافة الى شجرة العذراء بالمعادى وكنيسة العذراء بالزيتون والمتحف القبطى بمصر القديمة .

وتنتشر المزارات السياحية المسيحية فى كافة أرجاء البلاد ، خاصة فى شبه جزيرة سيناء (دير سانت كاترين) ، ومنطقة الواحات وأسيوط .

د- المعالم الاسلامية :

وتتمثل فى المساجد المختلفة ومتحف الفن الاسلامى ومتحف قصر الجوهرة وبيت الكريتلية بالقرب من جامع أحمد بن طولون وخان الخليلى وقلعة صلاح الدين الأيوبى والقصور المختلفة .

وفيما يتعلق بالنواحى الثقافية الأخرى من معارض ومهرجانات ومناسبات ثقافية أخرى نذكر منها بايجاز :

المعـــارض : تقام فى مصر سنويا عدة معارض بعضها ذو نشاط اقتصادى مثل سوق القاهرة الدولى والآخر ثقافى مثل معرض القاهرة الدولى للكتاب ومعرض القاهرة لكتب الأطفال .

وتعد هـذة المعارض من المناسبات الثقافية الهامة لما يتخللها من ندوات ثقافية ولقاءات أدبية مع كبار الشخصيات والكتاب والناشرين .

المهرجانات : تمثل سياحة المهرجانات وسيلة وأداة أساسية للجذب السياحى تتفنن فيها الدول كنوع من الدعاية والاعلان إذ يتم تزويدها بكافة عناصر التشويق والجذب السياحى لمختلف جنسيات السائحين فى العالم ومن أبرز الدول فى تنظيم المهرجانات هى البرازيل حيث يقام فى ربيع كل عام مهرجانات راقصة تجوب كافة الشوارع وتبرز فيها كافة الفنون الشعبية من رقص وغناء وأزياء شعبية... كما تقيم كل من ألمانيا الغربية وأسبانيا كثير من تلك المهرجانات مستغلة بعض المناسبات المختلفة مثل جنى بعض المحاصيل كالكروم واعياد القديسين التى تكون مناسبة شعبية يحتفل بها المواطنون داخل الدولة .

و يحاول المسئولون عن تنظيم تلك المهرجانات اكسابها طابعا خاصا يتم من خلاله جذب العديد من السائحين لمشاهدتها .

كما تقيم المكسيك مهرجانا دوليا فى شهر أكتوبر من كل عام يطلق عليه مهرجان " سيزفاناتيو " الدولى تدعو فيه جميع الدول لتقديم ألوان متنوعة من فنونها الشعبية والموسيقى والغناء .

وفى مصر هناك مناسبات عديدة يمكن استغلالها فى هذا النوع من السياحة مثل عيد وفاء النيل والموالد الشعبية المختلفة ، ومهرجان الربيع " شم النسيم ".

ومن أبرز المهرجانات فى مصر هو مهرجان الاسماعيلية السنوى الذى تنظمه محافظة الاسماعيلية كل عام وتشترك فيه فرق متنوعة للفنون الشعبية العالمية ويعتبر أحد الوسائل التى لها أثر سياحى كبير فى جذب العديد من السائحين للمحافظة .

وهناك نوع آخر من المهرجانات قد لقى نجاحا كبيرا رغم أنه قد تم بالجهود الفردية وهو " مهرجان الزفاف العالمى " بقرية بشبيش بالمحلة الكبرى ، إذ تقام فيه احتفالات الزفاف على الطريقة الشعبية سواء فى استخدام الموديج المحمول على ظهور الجمال أو فى الموسيقى والفنون الشعبية وزفة العروسين .

الأعياد القومية والدينية :وتتمثل فى الاحتفال بالأعياد والمناسبات القومية الهامة عن طريق الاحتفالات الشعبية وتقديم العروض والفرق الموسيقية وفرق الغناء والرقص الشعبى الشوارع الرئيسية فى المدن ، ويرتدى خلال المهرجان الزى الوطنى والملابس الشعبية المختلفة وتنظيم مثل هذه الاحتفالات فى المناسبات القومية حتى يكون عاملا للجذب وعنصرا من عناصر الاثارة والابهار والمتعة لمن يحضره على أن يبرز تقاليد الشعوب وعاداتهم التى تميزها عن غيرها من سائر الدول .

وتعتبر الاحتفالات الدينية بشهر رمضان المبارك من أبرز المناسبات الدينية فى مصر .

الحفلات الموسيقية والأوبرا :تعد الحفلات الموسيقية لونا من ألوان الجذب السياحى لمصر عرفها المصريون منذ حفلات سيدة الغناء العربى الراحلة السيدة أم كلثوم حيث كان يحضر اليها عشاقها خصيصا لحضور احتفالاتها الشهرية خلال موسم الشتاء من شتى الأقطار العربية .

ومازالت تلك العادة قائمة من قبل عشاق الفن والحفلات المصرية حيث يحضر الكثيرون من الأشقاء العرب فى مثل تلك المناسبات وفى الأعياد لحضور حفلات أضواء المدينة وغيرها .

وفيما يتعلق بأنشطة الأوبرا فقد أصبحت من المظاهر السياحية البارزة بعد النجاح العظيم الذى حققته أوبرا عايدة فى كل مرة تقام فيها سواء كانت فى الأقصر أو القاهرة بجوار أهرامات الجيزة ، وسوف تكون تلك المناسبات من المعالم الثابتة فى الأجندة السياحية المصرية حيث من المقرر اقامتها مرة كل عامين فى أحد المناطق الأثرية الهامة .

هذا بجانب حفلات دار الأوبرا المصرية لإحياء الموسيقى والتراث الفنى المصرى الأصيل وأيضا حفلات الباليه والفن المسرحى وغير ذلك من أنشطة فنية غيرها .

٤- السياحة الدينية

وهى أحد أنواع السياحة التقليدية ، التى تمثل مصدرا هاما ومتجددا من مصادر السياحة ويقصد بها زيارة بعض الأماكن الدينية للتبرك أو للحج أو لأداء واجب دينى أو للتعرف على التراث الدينى لديانة ما . مثل زيارة مكة والمدينة المنورة بالنسبة للمسلمين والقدس بالنسبة للمسيحين واليهود والمسلمين ، والفاتيكان بالنسبة للمسيحين ٠٠٠٠الخ .

وتنتشر فى مصر المزارات الدينية المختلفة وأهمها ما يلى :

- منطقة جنوب سيناء حيث تشمل :

طريق خروج موسى عليه السلام والذى يضم صحراء التيه ووادى فيران ، جبل سربال وجبل موسى وحورن موسى وأودية الملكين وعين شعيب ، طريق رحلة السيد المسيح الى مصر ومع والدته السيدة مريم ويوسف النجار والقرى التى مروا بها والمدن التى نزلت فيها العائلة المقدسة .

- منطقة السيدة العذراء والمعادى :

هى أول منطقة فى مصر السيدة زارت بها العائلة المقدسة ، وبنيت المنطقة لإعطاء كرامة الزائرين المباركة .

- شجرة مريم بالمطرية :

وهى الشجرة التى أوت اليها السيدة العذراء مع السيد المسيح وهو رضيع .

- حى مصر القديمة :

والذى يضم مجموعة نادرة من الكنائس والمتحف القبطى .

- منطقة الدير المحرق بأسيوط :

والذى يعتبر مزارا هاما للسياحة الدينية فى مصر .

- بالنسبة للسياحة الاسلامية :

فقد كانت مصر مهد لهذة الحضارة الاسلامية منذ الفتح الاسلامى لمصر فى القرن السابع الميلادى حيث أسس عمرو بن العاص عاصمة الفسطاط " بمصر القديمة " وأنشأ أول جامع فيها وهو جامع " عمرو بن العاص " ثم توالت فترات الحكم الاسلامى المختلفة والتى أضافت كل منها مزيدا من الحضارة والفنون الاسلامية الى القاهرة بصفة خاصة والتى يطلق عليها مدينة الألف مئذنة .

وأهم المراكز الاسلامية فى مصر هو الأزهر الشريف الذى يعتبر منارة للعلم والمعرفة يضئ أرجاء الأمة العربية والاسلامية ويفد اليه الكثير من طالبى العلم والمعرفة ، بجانب مجموعة نادرة من المساجد المختلفة مثل مسجد بن طولون ، والمسجد الحسينى ومسجد المرسى أبو العباس بالاسكندرية ، ومسجد السيد البدوى بمدينة طنطا .

وتشتهر هذة المساجد بشعبيتها الزائدة وتعتبر مقصدا هاما للزيارة والتبرك ، هذا بجانب القصور والقلاع مثل قصر محمد على وقلعة صلاح الدين والتى تم جميعها من الفن المعمارى الرفيع أثناء الحكم الاسلامى.

لذلك فإن الاهتمام بمناطق المزارات الدينية وتزويدها بالتسهيلات السياحية المناسبة مثل وسائل المواصلات السهلة المريحة المؤدية اليها والخدمات المختلفة والارتقاء بالمستوى الجمالى ، والنظافة لذلك المناطق يكون واجبا للاستفادة من هذا النوع من السياحة وزيادة حجم المساهمين فيه ، سواء على المستوى المحلى أو الدولى .

٥ – السياحة الرياضية : Sport Tourism

تعنى السياحة الرياضية بإشباع رغبات السائحين فى ممارسة رياضاتهم المفضلة سواء عن طريق استغلال عناصر الطبيعة مثل الانزلاق على الماء والتجديف أو صيد الأسماك والحيوانات البرية والغطس تحت الماء والتزحلق على الجليد أو تسلق الجبال أو تلك التى تتطلب امكانيات خاصة تكفل ممارستها مثل الجولف والفروسية والتنس ورحلات السفارى والتخييم فى الغابات والصحارى .

ولا تقتصر السياحة الرياضية على مشاركة السائح فى النشاط الرياضى بذاته ، بل تمتد الى المشاهدة والاستمتاع بحضور بعض المناسبات الرياضية العالمية أو المهرجانات العالمية مثل مباريات كأس العالم لكرة القدم والدورات الأوليمبية وكذلك الدورات الاقليمية مثل الدورة الافريقية والدورة الأوروبية لكرة القدم .

كذلك الدورات المحلية التى تقيمها الاتحادات والهيئات المحلية داخل الدولة نفسها تعمل على تنشيط السياحة فى المدن المختلفة التى تقام على أرضها تلك المباريات .

ولذلك تتنافس الدول على تنشيط السياحة الرياضية اليها بما يتناسب مع امكانياتها المتاحة سواء الطبيعية أو التى تتعلق بامكانيات التجهيز والاعداد ، خاصة فيما يتعلق بالمناسبات الهامة كما ذكر من قبل . إذ أن الحدث الرياضى يجذب معه الكثيرين من عشاق تلك الرياضة ويعتبر دعاية مباشرة لتلك الدولة ، والأمثلة كثيرة مثل دورة سيول فى الألعاب الأوليمبية ومباريات كأس العالم فى كل من المكسيك وايطاليا والولايات المتحدة الأمريكية .

وتعود هذه الدورات بالفائدة الاقتصادية والاجتماعية على الدولة المضيفة حيث ترتفع فيها نسبة الاشغال فى الفنادق ووسائل النقل المختلفة المؤدية الى هذه الدولة كما يحدث رواج اقتصادى من بيع الهدايا التذكارية الخاصة بالحدث الرياضى نفسه ومنتجات البيئة فى هذه الدولة بالاضافة الى انتعاش الخدمات الأخرى من مطاعم وكافتريات وملاهى وغير ذلك من خدمات .

ونوجز أهم الفوائد التى تعود على الدول التى تستضيف مثل هذه الأحداث الهامة فيما يلى :

- الاعلام المباشر وغير المباشر قبل وأثناء وبعد الدورة .
- توعية الشعوب رياضيا وسياحيا وثقافيا .
- التعبئة العامة للفنادق وأماكن الاقامة على اختلاف مستوياتها لاستيعاب الضيوف بما يزيد من الدخل القومى.
- ازدياد الحركة والقوة الشرائية فى البلاد .
- تشغيل مرافق الدولة من وسائل نقل وترفيه وغيرها .

لذلك تستغل شركات السياحة تلك المناسبات الرياضية الهامة عن طريق تنظيم برامج سياحية بما يتفق مع هذه المناسبة الرياضية بجانب بعض البرامج الترفيهية والثقافية الأخرى داخل الدولة المضيفة .

السياحة الرياضية في مصر :

اهتمت مصر ممثلة في وزارة السياحة و بعض الجهات المعنية بالسياحة الرياضية باعتبارها من أهم أنواع السياحة العصرية ، ولوليها عناية خاصة عن طريق توفير الامكانيات اللازمةلممارسة مختلف أنواع الرياضة ، خاصة وأن مصر تتمتع بمناخ معتدل ملائم لممارسة كافة أنواع الرياضة طوال العام كما تتمتع بمميزات طبيعية من مسطحات مائية وشواطئ جذابة على البحر المتوسط والبحر الأحمر ، والنيل الخالد الذى يجرى فى أراضيها من الجنوب الى الشمال .

وتتركز فى مصر فى الوقت الحاضر الرياضات المائية بمختلف أنواعها خاصة رياضة الغوص وصيد الأسماك والتجديف والشراع .. وغيرها .

أهم الأماكن التى تمارس فيها السياحة الرياضية بمصر :

- ساحل البحر الأحمر وبصفة خاصة ساحل مدينة الغردقة حيث تنظم مسابقات لصيد الأسماك ولممارسة رياضة الغوص وسباق اليخوت والتشات والانزلاق على الماء .

- شاطئ خليج العقبة حيث تنتشر مراكز الغوص ورياضات الماء فى مدن نويبع ودهب وشرم الشيخ ورأس محمد ، حيث تتوافر امكانيات نادرة فى تلك المناطق من حيث صفاء المياه ودفئها صيفا وشتاء ووجود مجموعة نادرة من الأحياء المائية والشعب المرجانية .

- شواطئ الجزر المنتشرة فى البحر الأحمر حيث تمارس فيها مختلف أنواع الرياضات المائية السابق ذكرها والتصوير تحت الماء ويمكن تنمية سياحة اليخوت على بعض هذة الجزر أيضا .

- الساحل الشمالى الغربى المطل على البحر المتوسط والذى يتميز بقربه من المدن الساحلية الهامة المطلة على البحر المتوسط والتابعة لأهم الدول المنافسة لنا فى السياحة الرياضية مثل اليونان ، وايطاليا ، وأسبانيا ، خاصة سياحة اليخوت ، والتى يمكن الاستفادة من هذا الموقع بربط برنامجنا فى هذا النوع من النشاط السياحى مع تلك الدول .

وفى الوجه البحرى : محافظات الشرقية والبحيرة حيث تمارس رياضة الصيد بأنواعها المختلفة .

وبالوجه القبلى : على طول ضفاف النيل حيث تمارس الرياضات المائية المختلفة (سباحة ، تجديف ، قوارب شراعية ... الخ)

محافظة الفيوم : حيث يمكن ممارسة – بجانب الرياضات المائية – كما ذكرنا من قبل رياضة صيد البط وصيد الحيوانات برالى الغزلان .

أهم المهرجانات الرياضية التى تقام فى مصر وفى شتى مجالات النشاط والعصر :

- المهرجان الدولى لصيد الأسماك بالغردقة (شرم الشيخ)
- المهرجان الدولى لصيد الأسماك بشرم الشيخ .
- المهرجان الدولى للتصوير تحت الماء بشرم الشيخ .
- المهرجان الدولى للانزلاق على الماء بالغردقة .
- المهرجان الدولى للألواح الشراعية بالعريش .
- مهرجان صيد البط فى محافظة الشرقية .
- سباحة المسافات الطويلة فى نهر النيل .
- سباق الدراجات " رالى القراصنة " .
- المهرجان الدولى للحصان العربى بالقاهرة وسباق الفروسية .
- المهرجان الدولى لوفاء النيل بالقاهرة .
- سباق الماراثون .

وفيما يلى يمكننا القاء الضوء على بعض المهرجانات الرياضية الهامة :

سباق الدراجات :

يقام فى شهر ديسمبر من كل عام بدءاً من الأقصر مارا بمحافظات الوجه القبلى ثم محافظات الوجه البحرى ومحافظات القنال وينتهى بالقاهرة وتشترك فيه أرقى دول العالم مستوى فى رياضة الدراجات مثل ألمانيا ، بولندا ، تشيكوسلوفاكيا ، رومانيا ، تركيا ، فرنسا ، أسبانيا ، ايران ، وبعض الدول العربية .

ويتيح هذا السباق فرصة للاحتكاك العالمى بأبطال العالم والاستفادة بخبراتهم بجانب التعريف بحضارة مصر وقدمها فى كافة الميادين من خلال استضافة هذه الكوكبة من أبطال العالم الذى يمر بأسبوع قرى ومدن مصر على طول طريق السباق .

كما أن هذا السباق يكون فرصة اعلامية هامة للتحدث عن مصر فى وسائل الاعلام العالمية كما نقل فقرات منه على الهواء مباشرة فى محطات الارسال التليفزيونى يتيح للعالم مشاهدة حضارات مصر الشامخة.

رياضة اليخوت :

وهى رياضة واسعة الانتشار فى العالم ولها أنديتها الكثيرة كما أن لها اتحاد عالمى ينظم رحلاتها الى كل مكان .

وتستقبل موانى البحر المتوسط الكثير من اليخوت عن طريق تخصيص أماكن الرسو خاصة بها كذلك تخصيص بعض الموانيات التى ترتبط بالبحر وتسمى بالمونيات أى فنادق اليخوت وتتميز بتكامل تجهيزاتها من كافتريات ومطاعم وملاهى ليلية ومراكز لخدمة اليخوت ومحلات تجارية ٠٠٠الخ .

ويتسم معظم أصحاب اليخوت بالثراء ولذا فان انفاقهم السياحى يكون كبيرا ويشمل :

- رسوم الرسو بالميناء .
- قيمة الخدمات بالرصيف المخصص لليخت .
- قيمة الاقامة فى الموتيل .
- قيمة التموين بالوقود والاصلاحات .
- قيمة الأغذية والمواد العذبة لليخت .
- قيمة الانفاق على الرحلات الداخلية الى مناطق الجذب السياحى .

سياحة اليخوت بمصر :

مازالت سياحة اليخوت بمصر فى حاجة الى المزيد من الأعداد والتجهيز رغم ما تتمتع به مصر من مزايا كثيرة تنفرد بها مثل الشواطئ الممتدة على البحر المتوسط والبحر الأحمر .

وتعتبر منطقة البحر الأحمر من أهم المناطق السياحية التى يمكن أن تستقل فيها سياحة اليخوت لما تتميز به من هدوء وصفاء وما تزخر به من أنواع مختلفة من رياضات الماء كالغطس والصيد والتصوير تحت الماء ، ولتنشيط سياحة اليخوت لابد من توفير الموانى الخاصة برسو اليخوت وتجهيزها بالقرى السياحية والخدمات الخاصة اللازمة لهذا النوع من الرياضة مع تبسيط اجراءات دخول اليخوت الى مصر وتسهيل تحركها فى الموانى الاقليمية .

٦- السياحة العلاجية : Health Tourism

أصبحت السياحة العلاجية الآن من الأنواع الهامة السائدة في السياحة تعتنى بها دول كثيرة فى العالم خاصة الدول المتقدمة سياحيا وهي أغلبها دول صناعية ، ذلك نظرا لأهميتها الحيوية في هذا الوقت الذى يتميز بظهور أمراض عصرية عديدة مثل القلق النفسى والتوتر العصبى وأمراض القلب والجهاز التنفسى وغيرها من أمراض العصر حيث يتجه العالم حديثا الى العودة الى استخدام الوسائل الطبيعية التى كانت تستخدم فى الماضى كنوع من العلاج مثل استخدام عيون المياه المعدنية أو الكبريتية أو استخدام حمامات الطين أو الرمال المشع وعيون المياه الساخنة أو استخدام اشعة الشمس ومياه البحار وغيرذلك من الوسائل ..

ولابد من التمييز بين السياحة العلاجية بشكل عام وبين السياحة الاستشفائية :

فالأولى وهى السياحة الطبية يهدف فيها السائح الى السفر للعلاج أو لاجراء جراحة معينة فى أحد المصحات أو المراكز الطبية . وفى هذة الحالة يكون السائح تحت الاشراف الطبى التام وفقا لحالته المرضية التى غالبا ما تستمر لبضعة أسابيع (أسبوعين على الأقل) والتى يحتاج بعدها الى فترة من النقاهة يقضيها فى احدى المنتجعات وقد يزاول خلالها بعض الأنشطة السياحية الأخرى وفقا لحالته الصحية .

أما الشق الثانى وهو السياحة الاستشفائية فتعنى الاقامة فى المصحات المختلفة أو المنتجعات الصحية التى تتمتع بخصائص استشفائية للعناية بالصحة العامة ، مثل ارتياد الأماكن التى بها ينابيع المياه المعدنية أو الكبريتية وحمامات الطين أو الرمال المشع أو عيون المياه الساخنة . ذلك بهدف الراحة والاستشفاء بطرق العلاج الطبيعية من بعض الأمراض مثل الأمراض النفسية والعصبية وأمراض الجهاز التنفسى مثل الربو وبعض الأمراض الجلدية والأمراض الروماتيزمية .

وأهم الدول التى تشتهر بالسياحة العلاجية هى ايطاليا ، فرنسا ، المانيا ، أسبانيا ، النمسا ، بولندا ، تشيكوسلوفاكيا ، المجر ، رومانيا ، المغرب ... الخ .

مقومات السياحة العلاجية :-

يمكن تحديد مقومات السياحة العلاجية فيما يلى :

- توافر المياه المعدنية أو الكبريتية .
- توافر نوعيات معينة من الطين ذات خواص طبية معينة أو الرمال المشعة .
- توافر الجو الصحى المستقر والبعيد عن مناطق التلوث بكافة أشكاله .
- توافر المساحات الخضراء والحدائق وأماكن الترفيه والاستجمام مثل شواطئ البحار أو البحيرات .
- توافر النظافة التامة والهدوء .

- توافر الامكانيات المادية لاقامة المصحات والمنتجعات الصحية .
- توافر الخبرة الطبية المتخصصة والامكانيات الطبية فى هذا النوع من السياحة .
- توافر الكوادر المدربة للعمل داخل تلك المراكز الصحية ، خاصة النواحى التمريضية والمتخصصين فى العلاج الطبيعى والنفسى .
- توافر مستوى مقبول للاقامة والاعاشة على مختلف المستويات .

مزايا السياحة العلاجية :-

وللسياحة العلاجية مزايا عديدة من أهمها :

طول مدة الاقامة :

حيث أن السائح القادم للعلاج أو النقاهة أو الاستشفاء يقضى عادة مدة أطول من التى يقضيها السائح العادى ، قد تصل الى شهرين أو أكثر وقد يشارك فيها السائح ببعض الأنشطة السياحية الأخرى مثل زيارة الأماكن السياحية المختلفة بالبلاد .

كثرة الانفاق :

فغالبا ما يكون السائح من ذوى الدخول المتميزة أو المرتفعة القادر على الانفاق لمدة طويلة .

- تساعد سياحة الاستشفاء على خلق انطباع ايجابى سياحى عالمى تجعل الدولة منطقة جذب سياحى على مستوى عالمى للأنواع الأخرى من السياحة ، حيث أن نجاح العلاج للسائح يجعله يشجع غيره من السياح والأفراد على زيارة الدولة للتمتع بها وقضاء فترة من الراحة فى مصحاتها وعيونها المعدنية ومنتجعاتها الريفية والشاطئية .
- تحتاج سياحة المنتجعات السياحية عموما ، والاستشفائية بشكل خاص الى عمالة كبيرة ولذلك تمتص كثيرا من الطاقة البشرية الموجودة فى الدولة كما تسهم فى رفع الدخل الفردى والقومى للبلاد .
- تعتمد كثير من مدن المياه المعدنية ليس فقط على الجانب العلاجى للسائح كمصدر للدخل وانما تقوم بأنشطة أخرى كتعبئة المياه المعدنية وتسويقها داخليا وخارجيا .

السياحة العلاجية فى مصر وأهميتها :-

رغم ما تتمتع به مصر من امكانيات ضخمة تصلح للسياحة العلاجية والاستشفاء ، من مناخ معتدل وشمس ساطعة طوال العام وتوافر عيون المياه المعدنية والكبريتية والرمال والطمى وشواطئ البحار الدافئة ، بجانب ارتباطها بتاريخ حضارى يجعلها أكثر جاذبية لسائحى العلاج ، رغم كل هذا لم تحظى السياحة العلاجية بمصر بالاهتمام الكافى ولم تستغل بعد المناطق التى تصلح لهذا النوع من السياحة والتى قد تصل الى ١٥ منطقة جغرافية تضم حوالى ١٣٥٦ عينا للمياه المعدنية والكبريتية ذات الخصائص العلاجية .

ورغم وجود مجموعة من المعاهد العلمية الصحية والجامعية التى تعد الكوادر المتخصصة فى مجالات المعالجة الصحية بالعلاج الطبيعى والراحة النفسية ، وتوافر الطاقة البشرية التى يمكن تأهيلها وتدريبها واعدادها اعدادا مناسبا للقيام بهذا العمل وممارسته .

ويرجع تأخر مصر فى تنمية هذا النوع الهام من السياحة الذى يمثل حوالى ٥٪ من حركة السياحة الدولية الى الامكانيات المادية المحدودة المخصصة لهذا النوع من السياحة والتى تتطلب رؤوس أموال واستثمارات كبيرة تخصص لتخطيط وتنفيذ وتسويق المشروعات المختلفة فى المناطق التى تصلح لهذا النوع من السياحة ذلك لاقامة المنتجعات الصحية وتجهيزها من الناحية الفنية وتوفير الفنادق والمواصلات بالقرب من مناطق العيون الكبريتية والمعدنية والمسطحات المائية الطبيعية ، من أجل النهوض بالسياحة العلاجية وتقديم الخدمة فيها على مستوى لائق لخدمة السياحة المحلية والدولية على السواء .

أمثلة على أهم مناطق السياحة العلاجية بمصر :

منطقة حلوان :

تعتبر منطقة حلوان من أقدم مناطق العلاج فى مصر لما يتوافر فيها من مناخ جاف وعيون مياه كبريتية ومعدنية مختلفة العناصر تصلح لعلاج مختلف الأمراض الروماتزمية والجهاز الهضمى والاعصاب الا ان هذه المنطقة أصبح نشاطها محدودا بعد أن توارت خلف مداخن المصانع و التى حولت منطقة حلوان من مركز للسياحة العلاجية و الاستجمام الى منطقة صناعية ضخمة .

عين الصيرة :

اشتهرت منذ القدم بعيونها و حماماتها الطينية الا أنها ايضا فى حاجة ماسة الى التخطيط و التطوير خاصة أنها فى قلب القاهرة و يمكن أن تستغل اذا ما تم الاعتناء بها .

الفيـــــوم :

تزخر الفيوم بعيونها المعدنية بجانب مقومات أخرى للسياحة الثقافية و سياحة الترفيه و الاستجمام والسياحة الرياضية . و من أهم ، مناطق العيون الطبيعية فى الفيوم عين السايح و ترجع شهرتها الى أن مياهها تعتبر من أعظم المياة المعدنية الصالحة للشرب و ثبت فائدتها فى علاج آلام المعدة و الجهاز الهضمى و فى علاج تصلب الشرايين وارتفاع ضغط الدم .

حمام فرعون :

وهو مكون من سلسلة مياه كبريتية دافئة تصلح لعلاج الأمراض الروماتيزمية وتعتبر مكانا متميزا للاستشفاء وقد تم مؤخرا الموافقة على تخطيط المنطقة لتشييد أول منتجع صحي عالمي في مصر على أحدث النظم العالمية .

الواحات الخارجة :

اشتهرت بأنها من أهم مناطق العلاج الطبيعي ومشتى من المشاتي الفرعونية القديمة لما بها من ينابيع للمياه المعدنية والكبريتية .

جزيرة الفنتين بأسوان :

تعتبر أسوان مشتى صيفي عالمي لما تتمتع به من مناخ دافئ جاف وشمس ساطعة بالاضافة الى ما تتمتع به من رمال مشعة تصلح لعلاج الأمراض الروماتيزمية .

وهناك أمثلة أخرى للسياحة العلاجية بمصر مثل واحة سيوة ، وادى النطرون ، وادى مريوط ، كوم أبو مينا بالصحراء الغربية ، وعيون موسى والعين السخنة ، وحمامات كليوباترا بمرسى مطروح وسيناء .

٧- سياحة رجال الأعمال : Business Travel

وهي التي تمثل نشاط رجال الأعمال في الانتقال والاقامة لاتمام بعض الصفقات التجارية أو الاشتراك في المعارض التجارية أو لاقامة شركات مشتركة وغير ذلك .

وينبثق عن هذا النوع من السياحة حركة سياحية هامة ، اذ أن المناسبات والمهرجانات الاقتصادية لا تجتذب مشتركين فقط بل انها تجتذب أيضا أعداد كبيرة من الراغبين في مشاهدتها ، بسبب المزايا وتسهيلات السفر التي تمنحها الحكومات لمواطنيها الراغبين في حضور تلك المناسبات . وهذا النوع من السياحة يمثل الآن حوالي ٢٠٪ من حركة السياحة الدولية ويتميز سائحوها بمستوى انفاق مرتفع سواء في أماكن الاقامة أو الخدمات السياحية الأخرى .

ووفقا للدراسات التي أجريت على السوق المصري وجد أن سياحة رجال الأعمال تشكل الآن حوالي ٣٠٪ من حركة السياحة الدولية في مصر ، نظرا لما تتمتع به مصر من استقرار سياسي واقتصادي ، ونظرا للتسهيلات التي تقدمها الدولة للمستثمرين ورجال الأعمال لجذب الاستثمارات العربية والأجنبية الى مصر ومساهمتها في القطاعات الانتاجية المختلفة خاصة قطاع التنمية السياحية .

ولعل سوق القاهرة الدولي الذي يقام سنويا بأرض المعارض بمدينة نصر ، مناسبة طيبة لالتقاء رجال الأعمال لتبادل الخبرات وعقد الصفقات .

ثانيا : السياحة وفقا للموقع أو الحدود

وتنقسم الى :

أ- سياحة داخلية .

ب- سياحة اقليمية .

جـ- سياحة دولية .

أ- السياحة الداخلية : Domestic Tourism

أصبحت السياحة فى الوقت الحاضر ظاهرة اجتماعية هامة تتميز بها حياة كل الشعوب ، وسعت جميع الدول لحصر وتنشيط امكانياتها السياحية كل حسب ظروفه وحسب أماكن الجذب الموجودة فى البلاد . ولذا كانت السياحة الدولية ذات أهمية كبرى لدعم الاقتصاديات أيا كان النظام السياسى ، كان للسياحة الداخلية أيضا دور هام يستهدف فى النهاية رفع مستوى معيشة المواطنين وتحقيق رفاهيتهم .

ولو درسنا الدور الذى تقوم به السياحة الداخلية نجدها تحقق نفس أهداف السياحة الدولية اذ أن رفاهية المواطنين هى الغاية من كل نشاط الدولة الحديثة ، وهذه الغاية تسهم فى تحقيقها مباشرة الزيادة امكانيات السياحة الداخلية .

وتشير الاحصاءات الدولية الى أن السياحة الداخلية فى الدول السياحية المتقدمة تبلغ من خمسة الى عشرة أمثال حجم السياحة الدولية ، كما أن بعض الدول المتقدمة قد تطورت بالنسبة للسياحة الداخلية لتصبح خدمة ضرورية يجب على الدولة أن توفرها لمواطنيها فى حدود الدراهم المالية المتاحة لما لها من أثر بالغ على تقدم الصحة النفسية للشعب وبالتالى زيادة الانتاجية .

- انواع السائح فى السياحة الداخلية :

هو الشخص - أيا كانت جنسيته - الذى ينتقل من مكان اقامته المعتاد ليزور مكان آخر أو منطقة أخرى داخل حدود الدولة التى يقيم فيها بحيث يقطع مسافة لا تقل عن اربعين كيلو مترا ويقضى ليلة على الأقل فى المكان المزار وذلك لغرض من الأغراض فيما عدا العمل لغرض الكسب . وهذه الأغراض قد تكون للترفيه أو الرياضة أو الاستجمام أو زيارة الأصدقاء والأهل أو الدراسة أو لأسباب دينية أو العلاج أو حضور مؤتمر أو ندوة أو غير ذلك .

وشرطى المسافة وقضاء ليلة يكون بسبب التمييز بين السائح للسياحة الداخلية وبين الشخص الذى يقوم بنشاط ترفيهى مؤقت قد يستغرق بضعة ساعات من اليوم أو طوال اليوم بدون مبيت .

- ارتباط السياحة الداخلية بالسياحة الدولية :

١- تعتبر السياحة الداخلية ركيزة صلبة تعتمد عليها السياحة الخارجية ذلك أن تنشيط السياحة الداخلية فى المناطق السياحية المختلفة يؤدى الى استكمال تحسين المرافق والخدمات فيها ، مما يجعلها على مر السنين أكثر صلاحية بعد ذلك لاستقبال السياح الأجانب .
كما أن الاهتمام بالسياحة الداخلية يؤدى الى توسيع النشاط السياحى وخلق مناطق سياحية جديدة يمكن أن تمتد اليها بعد بضعة سنين أنشطة السياحة الخارجية .

٢- ان تنشيط السياحة الداخلية يؤدى الى خلق كوادر فنية مدربة على تقديم مختلف أنواع الخدمات السياحية ، والذى يكون مؤديا الى انجاحهم بعد ذلك فى استقبال السائحين الأجانب .

٣- يؤدى تنشيط السياحة الداخلية الى زيادة الوعى السياحى بين المواطنين واقتناعهم بأهمية تنشيط السياحة والعمل على حسن استقبال السائحين والزائرين القادمين لمناطقهم من جهات أخرى .

٤- يؤدى تنشيط السياحة الداخلية الى احداث رواج اقتصادى فى المناطق السياحية نتيجة لما ينفقه الزوار مقابل حصولهم على الخدمات المختلفة فيها . مع ملاحظة أن العائد الاقتصادى من الانفاق السياحى الداخلى يمثل دائما موردا ثابتا يعين على استمرار استخدام المنشآت السياحية اذا ما تسببت أزمة عالمية طارئة فى اضعاف حركة السياحة الدولية .

٥- تختلف السياحة الداخلية عن الخارجية فى أنه بينما ينظر الى السياحة الخارجية على أنها مصدر ايراد من العملات الأجنبية ، فان السياحة الداخلية وان كانت تحقق أرباحا لشركات السياحة ، فانها تعتبر من الخدمات الاجتماعية التى تلتزم الدولة ممثلة فى أجهزتها المختلفة وفى شركاتها ومصانعها وهيئاتها بتحمل جانب من أعبائها مستهدفة من ذلك الترويح عن المواطنين وازالة مشاعر الارهاق والتعب من نفوسهم - حتى يعودوا الى أعمالهم بعد انقضاء الاجازات وهم أكثر نشاطا وحيوية .

الفوائد التي تحققها السياحة الداخلية :-

تحقق السياحة الداخلية فوائد اقتصادية واجتماعية وثقافية وانسانية نوجزها فيما يلي :

أولا : الفوائد الاقتصادية :-

التنشيط في حالة الرواج الاقتصادي وتنشيط المعاملات التجارية التي تنطلق الزيارات السياحية نتيجة لما ينفقه الزوار للحصول على الخدمات المختلفة مثل النقل و الاقامة والتغذية وأجور المرشدين والأدلاء السياحيين ، وشراء التذكارات والهدايا السياحية ... الخ .

يترتب على زيادة النشاط السياحي اتجاه المستثمرين الى بناء الفنادق والمطاعم والمحلات العامة وأماكن الترفيه في المناطق السياحية وما يتبع ذلك النشاط أيضا من عمليات شراء أثاثات الفنادق والمحلات العامة وشراء مواد الأطعمة اليومية اللازمة للتشغيل ... والذي يؤدي في مجمله الى زيادة الرواج الاقتصادي في المنطقة السياحية .

كما أن السياحة الداخلية تزيد من فرص تحسين ورفع مستوى تشغيل المنشآت السياحية من طريق امتداد الموسم السياحي .

ثانيا : الفوائد الاجتماعية : وتتمثل في :

عدالة توزيع الدخل القومي لان جزء من دخول الطبقات الأكثر ثراء الى المقيمين على تقديم الخدمات السياحية المختلفة بالمناطق السياحية .

- تزيد السياحة الداخلية من فرص العمالة وتساعد على استقرار العمالة السياحية .
- تزيد من الصلات والعلاقات بين المجموعات المختلفة من سكان الدولة مما يقوى تماسك المجتمع.
- تعمل السياحة الداخلية على رفع مستوى المناطق السياحية وتطويرها ، وذلك أن اهتمام المواطنين بالمحافظة على جمال المظهر العام ورونق منطقتهم السياحية حتى تصبح لائقة لاستقبال الزوار واجتذاب السياح لمنطقتهم من شأنه أن يؤدي الى تطوير منطقتهم سياحيا وتوالي تقدمها .

تهيئ السياحة الداخلية فرصا طيبة لتنمية الهوايات والحرف اليدوية نظرا لقدرتها على امتصاص المنتجات التذكارية ومنتجات البيئة وهو ما يفتح الآفاق أمام نمو الهوايات والابتكار في هذا المجال.

ثالثا : الفوائد الثقافية :

- تعمل السياحة الثقافية على تنمية الجوانب الثقافية والتعليمية وترفع من المستوى الفنى والثقافى للمواطنين اذ أن برامج السياحة الداخلية يتضمن عادة زيارة المتاحف والصحارى والآثار التى توجد فى نطاق المناطق السياحية التى تشملها الزيارات ، والتى تؤدى زيارة المواطنين لها خلال جولاتهم السياحية الى توسيع دائرة معلوماتهم بطريق مباشر .وهذا يوفر جانبا من انفاق الدولة على وسائل التعليم والتثقيف غير مباشر مثل المطبوعات وقصور الثقافة ... الخ

- تعمل السياحة الداخلية على تثقيف مواطنى الدولة بحسن استخدام أوقات فراغهم فى النشاطات السياحية وبالتالى تعمل كأداة لتحقيق الإستخدام الأمثل للموارد السياحية .

رابعا : فوائد انسانية ووطنية :

- تسهم فى بناء الشخصية القومية للأجيال الجديدة بما تتيحه لهم من فرص الثقافة والفهم والترويح عن الجسم والنفس .
- تخلق وعيا أكبر بالاعتداد بالوطن وبالعادات والتقاليد والقيم السائدة فيه .
- كما أن زيارة مناطق الآثار التى تعرف المواطنين ببلادهم وحضارة أجدادهم تؤدى الى تنمية الشعور الوطنى وحب وغيرة المواطن على بلاده .

ويترتب على نمو الشعور الوطنى لدى المواطنين رفع مستوى انتاجيتهم وشدة الغيرة على اقتصاديات بلادهم .

السياحة الداخلية فى مصر :

تشير الدراسات الى أن حجم السياحة الداخلية يقدر بواقع ١٠٪ من عدد السكان ، بمعنى أن تقدير عدد المشتركين فى نشاط السياحة الداخلية بمصر يكون حوالى ٥ مليون سائح أى ضعف حجم السياحة الدولية الى مصر . وهذا الرقم يمثل الحد الأدنى لما يجب أن تكون عليه السياحة المحلية بمصر حيث أن المعدل العالمى للسياحة المحلية يصل حاليا الى حوالى ثمانية أضعاف السياحة الدولية .

ولو استعرضنا مقومات النجاح للسياحة الداخلية فى مصر نجد أن مصر تمتلك من المقومات السياحية ما يمكنها - اذا أحسنت استغلالها أن تصبح فى طليعة الدول السياحية وهذه المقومات نوجز أهمها وهى :

١- المناخ المعتدل خاصة فى فصل الشتاء وظهور الشمس معظم أيام السنة .

٢- الشواطئ الجميلة الممتدة لعدة مئات من الكيلومترات مطلة على كل من البحرين المتوسط والأحمر وخليجى العقبة والسويس بالاضافة الى العديد من البحيرات مثل بحيرة قارون وبحيرة ناصر .

٣- التراث الحضارى والتاريخى الذى تزخر به أرض مصر .
٤- انخفاض أسعار الخدمات السياحية وتنوعها وفقا لنوعية السائح ومستواه الاجتماعى .

ويتم حاليا المناطق السياحية الخاصة بسياحة الاصطياف وسياحة الشواطئ النصيب الأعظم من حركة السياحة الداخلية بمصر نظرا لما تضمه الهيئات والشركات والمصانع والمؤسسات المختلفة للعاملين فيها من تسهيلات ، وتنظم لهم رحلات منخفضة الى المناطق الشاطئية لهذا النوع من السياحة مثل الأسكندرية ورأس البر وبورسعيد وبلطيم ومرسى مطروح . حيث أن حوالى نصف حركة السياحة الداخلية تقريبا تستوعبها هذه المناطق أما النصف الأخر - من العدد المقدر به مليون سائح - يمكن أن تستوعبها المناطق الجديدة على البحرين الأبيض والأحمر وخليجى العقبة والسويس تلك بعد تنمية واعداد تلك المناطق لاستقبال المواطنين واعداد القرى السياحية بمستوياتها المختلفة وأماكن التخييم بها بالقدر واستكمالها جميع الخدمات .

ب- السياحة الاقليمية : Regional Tourism

وهى حركة السفر والاقامة بين دول متجاورة تشكل منطقة سياحية واحدة . وفى هذه الحالة تقدم الدول المتجاورة كافة التسهيلات المتبادلة والملزمة لتحقيق نوع من التكامل فيما بينها بغية تنمية وتنشيط السياحة .
وأمثلة ذلك دول غرب أوروبا ، دول شرق أوروبا ، الدول العربية ، دول شمال افريقيا ، دول حوض البحر المتوسط .

وتتأثر السياحة الاقليمية داخل كل اقليم بالظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية التى تتحكم فيه . وبالنسبة للسياحة الاقليمية فى غرب أوروبا فهى تشكل حوالى ٦٠٪ من حركة السياحة الدولية بين دولها ، ذلك لأسباب عديدة من أهمها قانون الجوار ، وانخفاض تكاليف الرحلة داخل هذا الاقليم واختصار الوقت وتلاشى المسافات ، والاحساس بالاطمئنان اذ أن السائح لا يشعر بالغربة أثناء تجواله داخل الدولة المجاورة ، مع توافق العادات والتقاليد وطريقة الحياة والتقارب الذهنى واللغوى ... الى غير ذلك من مقومات .

وبالنسبة لاقليم الشرق الأوسط أو مجموعة الدول العربية فان مصر تشكل عنصرا هاما من عناصر تنشيط السياحة داخل هذا الاقليم ، اذ أنها مقصدا للزيارة بالنسبة لكل مواطن عربى حيث يشعر كل منهم أنه داخل وطنه وبين أهله ، بالاضافة الى العوامل السابق ذكرها داخل مجموعة دول غرب أوروبا .

كما أننا لا يمكن أن نغفل الروابط الاجتماعية التى تجمع بين مصر والوطن العربى والذى يجعل من السياحة الاجتماعية لزيارة الأهل والأصدقاء أهم أنواع السياحة المنتشرة بين أرجائها .

بالاضافة الى أن سياسة مصر المتطورة سواء على الصعيد السياسى والاقتصادى قد جعل الكثيرون من مواطنى الدول العربية يستثمرون أموالهم وأعمالهم داخل أرض مصر .

جـ- السياحة الدولية : International or External Tourism

وتتمثل في حركة الانتقال والاقامة المؤقته عبر حدود الدول المختلفة في العالم .

وقد نمت حركة السياحة الدولية بشكل واسع خلال السنوات الأخيرة وشملت مناطق ودول عديدة بعد أن كان النشاط السياحي يتركز اساسا في دول غرب أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية . إذ ظهرت دول أخرى تساهم في هذا النشاط من أهمها دول شرق وجنوب شرق آسيا وعلى رأسها اليابان والصين وكوريا الجنوبية وهونج كونج بجانب استراليا وكثير من الدول الأفريقية ودول أمريكا الجنوبية .

وهناك عوامل كثيرة أدت الى الاهتمام بالسياحة الدولية من أهمها العائد المادى الذى يفوق فى معدلاته أية زيادة فى أنشطة اقتصادية أخرى حيث يتضح من الدراسات الدولية أن العائدات من السياحة تفوق العائدات من التجارة الدولية (١٢٪ من الناتج الإجمالى العالمى) .

كما أن المستوى الثقافى والتعليمى وارتفاع مستوى المعيشة وزيادة دخل الفرد والمستوى الاقتصادى لتلك الدول وتشجيع حكوماتها للأفراد بقضاء أجازاتهم خارج الوطن ، وكذلك سفر رجال الأعمال والتبادل الفنى وتبادل الخبرات لأبناء دول تلك المنطقة مع بعض دول العالم وغير ذلك من أسباب أدت جميعها الى زيادة الحركة السياحية . وقد ساعد فى ذلك أيضا التقدم الهائل فى وسائل النقل الجوى والتوسع فى استخدام الطيران العارض وتحسن العلاقات الدولية وتقدمها فى معظم أقاليم العالم خاصة بعد تفكك الاتحاد السوفيتى وظهور التكتلات الاقتصادية العالمية الجديدة التى وضعت التبادل السياحى ضمن بنود اتفاقياتها ، وكذلك الاهتمام بالمناسبات والأحداث الدولية والأنشطة الرياضية وعقد الندوات والمؤتمرات العلمية فى الخارج والاهتمام بالتسويق السياحى وشدة المنافسة بين الدول السياحية .

وبما ان التوسع فى النشاط السياحى يساهم بشكل واسع فى حل كثير من المشكلات الاقتصادية وعلى رأسها مشكلة البطالة التى بدأت تتفشى فى معظم دول العالم سواء الدول المتقدمة أو الدول النامية ، فقد ساهمت هذه الأسباب وغيرها فى زيادة حركة السياحة الدولية وشمولها على مناطق جديدة لم تكن تحظى باهتمام عالمى مثل بعض الدول الافريقية التى اشتهرت أخيرا بسياحة السفارى - كينيا - تنزانيا - ... وبعض الدول الآسيوية مثل كوريا الجنوبية وسنغافورة وأندونيسيا ... كما لا يمكن اغفال بعض دول شرق أوروبا التى بدأت منذ بداية التسعينات فى اجتذاب رؤوس الأموال الأجنبية ورجال الأعمال بجانب مساهمة مواطنيها فى النشاط السياحى الدولى ونذكر منها على سبيل المثال بلغاريا ورومانيا والمجر .

اتجاهات حركة السياحة الدولية خلال عام ١٩٩٣ :-

حققت حركة السياحة الدولية تزايدا فى عدد السائحين وفى الايرادات السياحية خلال عام ١٩٩٣ رغم الكساد العالمى الذى شمل جميع أفرع الاقتصاد العالمى خلال تلك الفترة .

وقد بلغ اجمالى عدد السائحين ٥٠٠ مليون سائح بزيادة بلغت ٣,٨ ٪ وبلغ اجمالى الايرادات السياحية ٣٢٤ مليار دولار بزيادة قدرها ٩,٣ ٪ .

وحققت القارة الأوروبية نموا ضئيلا بالنسبة لعدد السائحين لم تتجاوز نسبتة ٢,١ ٪ بينما كان النمو الذى حققته الأمريكتان أكثر حظا ، حيث بلغت نسبته ٥,٦ ٪ . وقد بلغ النمو أقصاه فى منطقة شرق آسيا والباسفيك ، حيث بلغت نسبته ١١,٨ ٪ وتراجع نصيب الشرق الأوسط من السائحين بنسبة -٨,٤ ٪ ذلك بالمقارنة لأرقام عام ١٩٩٢ .

توزيع الحركة السياحية الدولية خلال عام ١٩٩٣

الأقاليم	النسبة المئوية لعدد السائحين (٪)	النسبة المئوية للإيرادات السياحية (٪)
أوروبا	٥٩,٢	٥٠,٢
الأمريكتين	٢١,٣	٢٩,٥
شرق آسيا والباسفيك	١٣,٧	١٦,٢
أفريقيا	٣,٦	٢,٠
الشرق الأوسط	١,٥	١,٥
جنوب آسيا	٠,٧	٠,٦

المرجع : اصدارات منظمة السياحة العالمية W.T.O.

ترتيب الدول المستقبلة للسياحة الدولية خلال عام ١٩٩٣ :

الدولة	عدد السائحين بالمليون	الدولة	عدد السائحين بالمليون
١- فرنسا	٥٩,٦	٢- الولايات المتحدة	٤٤,٦
٣- أسبانيا	٣٩,٦	٤- ايطاليا	٢٦,١
٥- المجر	٢٠,٢	٦- النمسا	٢٠,٠
٧- المملكة المتحدة	١٨,٥	٨- المكسيك	١٧,٣
٩- الصين	١٦,٥	١٠- ألمانيا	١٥,٢
١١- كندا	١٤,٧	١٢-سويسرا	١٢,٨
١٣- اليونان	٩,٣	١٤- البرتغال	٨,٩
١٥- تشيكوسلوفاكيا (سابقا)	٨,٠		

ثالثا : أنماط السياحة وفقا لطريقة التنظيم

وتنقسم الى :

أ- السياحة الفردية .

ب- السياحة المنظمة .

أ- السياحـــة الفـرديـة : Individual Tourism

وهى التى تتضمن سفر شخص واحد أو شخصين أو شخص وأسرته على أن يقوم فيها السائح بتنظيم رحلته بنفسه وأن يختار فيها الأماكن التى يرغب فى زيارتها والوقت الذى يتناسب مع ظروف عمله واجازته ، ذلك بما يتناسب مع رغباته وقدراته ودوافعه الشخصية .

وفى كثير من الأحيان يستخدم الفرد سيارته الخاصة كوسيلة للانتقال اذا ما كان من السهل استخدام الطرق البرية فى رحلته . أو يستخدم وسيلة أخرى الى البلد المزار يقوم بتأجير سيارة للتنقل بها داخليا لتحقيق برنامج رحلته وفى هذة الحالة تتطلب السياحة الفردية أن يكون الشخص ملما بشبكة الطرق والمواصلات التى تربط للمراكز السياحية المراد زيارتها ، وأن يستعين بالخرائط الايضاحية والكتيبات الارشادية .

ويجد كثير من الأفراد متعة كبيرة فى هذا النمط السياحى حيث يحس فيها السائح بنوع من التحرر والانطلاق والمغامرة فى بعض الأحيان .

والسياحة الفردية ليس المقصود بها الاقتصاد فى مصروفات الرحلة ، لأنه فى كثير من الأحيان ترتفع تكلفة الرحلة فى السياحة الفردية عنها فى السياحة الجماعية التى تحاول فيها شركات السياحة تخفيض أسعارها خاصة فيما يتعلق بالرحلات الشاملة أو السياحة الجماعية . إذ أن السائح فى السياحة الفردية لا تعنيه تكاليف الرحلة بقدر ما يعنيه التمتع وتحقيق أهدافه التى يرغب فى الوصول اليها عن طريق تنفيذ برنامجه الذى وضعه لنفسه .

ب- السيـاحـة المنظمـة :

وهى السياحة التى تنظمها الهيئات والشركات الكبرى والمصالح الحكومية والنوادى الاجتماعية وغير ذلك للعاملين فيها باعتبارها نوعا من الترفيه والتثقيف ، نظير دفع اشتراك رمزى فى مقابل الخدمات السياحية أو بدون أى اسهام مادى من قبل المشتركين وفى هذة الحالة تكون كنوع من المكافئة أو الاثابة للعاملين على حسن أدائهم وجهدهم الملموس فى انجاز العمل وهو ما يطلق عليه سياحة الحوافز .

سياحة الحوافز : Incentive Tourism

تعد سياحة الحوافز نمطا من أنماط السياحة المنظمة ، التى تنظمها الهيئات والشركات الكبرى للعاملين فيها كنوع من المكافأة ولتشجيع العاملين المتميزين على زيادة الانتاج وتحفيزهم على مواصلة العمل ، خاصة العاملين بالتسويق وادارات البيع ، ويعتبر هذا أسلوبا مستحدثا تنتهجه الادارة الحديثة فى تلك الشركات مستبدلة بذلك الأسلوب القديم الذى كانت تمنح فيه علاوات تشجيعية أو مكافآت مالية للعاملين المتفوقين والجهود الاستثنائية المبذولة ، والتى كان ينفقها العاملون فى كماليات أخرى بعيدا عن الاستجمام والسفر ، أو لأغراض أخرى غير التثقيف والمتعة . وعلى هذا رأى المسئولون على ادارة تلك الشركات أن خير وسيلة لرفع كفاءة العاملين وأيضا لزيادة المبيعات والتسويق لانتاجهم يكون عن طريق تنظيم مستويات مختلفة من السفر تبعا لمستوى انتاجيتهم وغالبا ما تكون تلك الرحلات على أعلى المستويات فيقيم أعضاء هذة المجموعات فى أحسن الفنادق وتقدم لهم برامج متميزة وخارجة عن المألوف حتى تترك فى نفوسهم ذكريات لا تنسى عن المكان أو البلد الذى قضى فيه الفرد اجازته .

- نمو سياحة الحوافز وتطورها :-

تطورت سياحة الحوافز وأصبحت ذات أهمية كبرى فى سوق السفر تتنافس الدول السياحية على استقطابه وقد أدى هذا النمط الى ظهور شركات ووكالات سفر متخصصة فى تنظيم هذة الرحلات وانتشرت بشكل واسع فى كل من الولايات المتحدة الأمريكية ودول أوروبا الغربية حيث استخدمته معظم الشركات الكبرى فى كل من المملكة المتحدة وفرنسا وألمانيا وهو يشكل نصف انفاق شركات تلك الدول على الحوافز سواء للسياحة الدولية أو السياحة الداخلية .

ويرجع ذلك الى أن حافز السفر يتفق مع دوافع الناس ورغباتهم فى تحقيق حلم يراودهم فى زيارة بلد معين لا يستطيعون من خلال قدراتهم المادية الخاصة السفر اليه .

كما ان التنظيم الذى يتضمن هذا النوع من السياحة يتفق مع رغبة هؤلاء الاشخاص فى عدم تحمل المسئولية فى اختيار و تنظيم الرحلات السياحية .

و قد اقبلت كثير من الشركات الامريكية على استخدام هذا النظام مما ادى الى ظهور شركات متخصصة فى تنظيم سياحة الحوافز ، كما تشئت فى عام ١٩٧٣ الجمعية الامريكية لمسئولى سياحة الحوافز .

Society of Incentive Travel Executives , " SITE " .

وتتميز سياحة الحوافز الآن بالتنوع فى المستويات و تعدد المناطق السياحية المزارة سواء كانت داخلية او دولية ، و كذلك اختلاف مدد الاقامة طولا أو قصرا و اختلاف العدد المشارك فى الرحلات و قد اصبح ممكنا تنظيم رحلات الحوافز فى مجموعات صغيرة الحجم من ستة الى عشرة اشخاص او ان تكون رحلات فردية فى حالة الاداء الوظيفى المتميز الاستثنائى .

وقد اصبح من اهم العوامل المؤثرة فى نجاح مثل هذا النوع من الرحلات المنظمة هو اختيار الدولة او المكان المزار الذى لابد وان يتمتع بعناصر جذب قوية و خدمات متميزة و تسهيلات فى وسائل النقل و الانتقالات الداخلية و شعور بالامـان و الاستقرار وغير ذلك من عوامل الترغيب . فاذا ما كانت الصورة سلبية لدولة المقصد أو كانت غير معروفه لدى العاملين بالشركة مانحه الرحلة فسوف تنصرف الاذهان عـن التفكير فى زيارتها أو الفوز بالرحلة اليها .

- الفوائد التى تحققها سياحة الحوافز :-

تشير الدلائل الى ان سوق سياحة الحوافز يزداد نموا وبمعدلات تفوق معدلات النمو الاقتصـادى فى كل من الولايات المتحدة و دول غرب اوربا .

ولعل السبب فى ذلك يرجع الى ان المؤسسات التجارية و الصناعية فى هذة الدول ادركت اهمية سياحة الحوافز و انها ليست مجرد رحلة عادية لمكافأة العاملين فيها ، فهى بجانب كونها تمثل الحوافز للعامل باعتبار ان السفر افضل باعث و محرك للانسان على تجديد نشاطه و حيويتة وزيادة قدرتة على بذل مزيد من الجهد ، الا ان هناك فوائـد اقتصادية اخرى تحققها تلك الشركات من وراء السفر بغرض سياحة الحوافز و يمكن اجمالها فى الاتى :-

- زيادة فى الانتاج
- زيادة فى حجم المبيعات
- بيع و تقديم سلع و خدمات جديدة
- تنشيط المبيعات لمنتجات راكدة
- مقاومة منافسة حادة
- الحصول على معلومات هامة عن المنافسين
- معالجة اختناقات موسمية فى السوق
- التدريب فى مجال المبيعات
- فتح اسواق جديدة و مناطق توزيع
- الارتفاع بالروح المعنوية بين العاملين
- تحريك المنتجات الغالية السعر أو المحققة لارباح اعلى (مثل صناعة السيارات)

ومن المعروف ان سوق سياحة الحوافز يزداد نشاطة فى المؤسسات التجارية و الصناعية الكبرى مثل شركات التأمين و شركات صناعة السيارات و السفن و الطائرات و صناعة الاطارات و تصنيع الفيبار و المنتجات الكيميائية و صناعة الاغذية .

- مستقبل سياحة الحوافز :-

توضح الدراسات التي قامت بها جمعية سياحة الحوافز بالولايات المتحدة (SITE) ان سياحة الحوافز اصبحت نشاطا واسع الانتشار و أصبحت الآن تشكل جزءا اكبر من حجم الانفاق السياحي . فقد ارتفع عدد رحلات سياحة الحوافز التي منحت من قبل الشركة الامريكية بمعدل يصل الى ٩,٥٪ خلال عام ١٩٨٩ ذلك عما كانت عليه عام ١٩٨٨ ، كما ان معدل انفاق الولايات المتحدة على سياحة الحوافز خلال عام ١٩٨٩ قد وصل الى ٥,١ مليون دولار .

وقد وصل معدل الانفاق على سياحة الحوافز خلال عام ١٩٩٠ الى ١٦,٩ بليون دولار ومن المقدر ان يصل الى ٥٦ بليون دولار عام ٢٠٠٠ .

و قد اوضح التقرير ان بعض الشركات الصناعية قد سجلت ارتفاعا ملحوظا في معدل انفاقها على هذا النشاط فعلى سبيل المثال شركة الطائرين الامريكية الذي ارتفع معدل انفاقها بنسبة ١٢٪ ، و شركة سفاسة السوارتد التي ارتفع معدل انفاقها بنسبة ١٠,٨٪ كما سجلت مجموعة فريكان اكسبريس زيادة معدل انفاقها على سياحة الحوافز بلغت الضعف .

- أهمية سياحة الحوافز لمصر :-

تسعى كثير من الدول المستقبلة للسياحة ان تكون ضمن الدول المزارة لهذا النوع من السياحة الذى يمثل الآن سوقا واسعا تتنافس الدول في الحصول على نصيب كبير منه ، خاصة وان معظم العاملين (حوالى ٩٠٪ منهم) يصطحبون زوجاتهم خلال رحلاتهم مما يضاعف الانفاق لهذه المجموعات .

و يمكن لمصر المنافسة في هذا المجال لو وضعت استراتيجية تسويقية سليمه لكسب ثقه القائمين على تنظيم هذه الرحلات .

هذه الاستراتيجة تجيب على اسئلة ثلاث :-

- من هو المنتج
- من هو المستهلك
- من هو المنافس

بالنسبة للسؤال الاول فان المنتج المصرى رغم تميزه بالخصوصية و التميز الا اننا في حاجة ماسة الى تطوير البرامج التقليدية و ادخال مناطق جديدة فيها لا تدخل ضمن برامج السائح العادى و استغلال كافة مقومات الجذب السياحى لعمل برامج متنوعة ترضى ازواق الفئات المتعددة من السائحين .

وللاجابة على السؤال الثانى ، لابد من التعرف على من هو المستهلك حيث ان مـا يرضـى شريحة منه من الجائز الا ترضى شرائح اخرى ، فالطلب السياحى يتميز باختلاف الرغبات والحاجات والأمزجه وتنوعها و تناقضها وتنافرها فى بعض الاحيان .

و لهذا فلابد وان نتعرف على ازواق وامزجة الجنسيات المختلفة بل والشرائح المختلفة داخل الجنسية الواحدة وهذا يتأتى بعمل الدراسات و البحوث السوقية للتعرف علـى كل المتغيرات التى طرأت على الطلب السياحى الدولى فى الدول الرئيسية المصدرة لسياحة الحوافز .

ثالثا : بالنسبة للمنافسه فلابد من التعرف على الدول المنافسة لنا ومـا هـى البرامج والاسعار التى تقدمها تلك الدول فان كان السعر أو التكلفة فى رحلات سياحة الحوافز ليست هى المشكلة الرئيسية ، بل ان الأهم هو مستوى الخدمات والأداء وعوامل الجذب السياحى القائمة فى دولـة المقصـد ومـن المهم أيضا ان يحس السائح بالاهمية والتميز والتفوق .

- الخلاصـــة :-

- يمكن لمصـر المنافسة فى مجـال سياحة الحوافز عن طريق سرعة استرداد و تحسين صورتهـا السياحية فى مختلف الاسواق السياحية الرئيسية الستة و العالمية بشكل عام .
- الارتباط بالشركات المانحة لرحلات الحوافز و الشركات المتخصصـة فى تنظيمها مثل قسم سياحة الحوافز بشركة توماس كـوك وشـركـة كامباس " compass " فـــى المملكـــة المتحـــدة و كمجموعـــة كارلسون (Carlson Marketing Group) ، التى تضم اكبر شركتين لسياحة الحوافز فى الولايات المتحدة الامريكية و هما شركة ماكدونالد للسياحة و السفر و شركة ماريوتز - وهما اولى الشركات العاملة فى سياحة الحوافز - مع تقديم برامج ذات مستوى رفيع للغايه ومحاولة عقد اتفاقات مباشرة مع هذه الشركات .
- بالنسبة للمكاتب السياحية فى الخارج لابد من بذل الجهد المضنى للوصول الى المستهلك المباشر فى الشركات والمصلنع والتجمعات العمالية للتعريف بمصر وابراز عوامل الجذب السياحى الفريدة فيها ذلك عن طريق توطيد العلاقات بين مسئول المكتب وبين المسئولين فى تلك المؤسسات و إلقاء المحاضرات أو توزيع الكتيبات والنشرات السياحية غير ذلك من وسائل الترويج من اعلان فى الصحف والمجلات ذات الانتشار فى تلك الاوساط .

- الاتصال بشركات السياحة المنظمة للبرامج السياحية فى الخـارج (Tour Operatores) واقناعها بأهمية وضع مصر فى برامج سياحة الحوافز مع ابراز كافة الخدمات و المقومـات المتوافرة لمصـر فى هذا المجال و تقديم كافة التسهيلات اللازمة لتحقيق الرحلة .

- ثبت من الدراسات التى قامت بها الجمعية الامريكية لمسئولى سياحة الحوافز ان اهم شهور فى سياحة الحوافز هى فبراير و ابريل و مايو تجمع نسبة لا تقل عن ٢٧٪ من حجم سياحة الحوافز الكلية فى امريكا .

ويمكن استغلال تلك الدراسة بابراز مقومات الجذب السياحى الطبيعى فى مصر خلال تلك الفترة من السنة حيث تتمتع مصر بمناخ رائع و شمس ساطعه و شواطئ هادئة بجانب تلاءم هذا المناخ مع رحلة السائح الثقافية الى مناطق الاثار فى جنوب مصر .

اذن لابد من التركيز على كل مقومات الجذب الطبيعية وغيرها فى آن واحد لتحقيق الفائدة الكبرى وهى جذب المزيد من اعداد السائحين فى سياحة الحوافز نظرا لما تحققة من عائد اقتصادى ضخم قد يصل الى ضعف ما ينفقة السائح العادى . وهذا هو الهدف الاساسى الذى نسعى الى تحقيقـة .

رابعا : أنماط السياحة طبقا للاعداد

وتنقسم الى (١) سياحة الأفـــراد
(٢) سياحة المجموعات الصغيرة
(٣) سياحة المجموعات الكبيـرة

١- سياحة الأفراد :- " Independent Travel "

رغم التوسع الكبير فى الرحلات الجماعية الا أن سياحة الافراد مـا زالت تمثل جزءا كبيرا من حركة السياحة الدولية . وتتم الرحلة وفقا لاحتياجات هذا الفرد ورغباتـه وخصائصه و قدراته و دوافعه .

والسائحون من هذا النوع يستخدمون سيارات ليموزين خاصة فى انتقالاتهم و زياراتهم ولذلك فان مكاتب السياحة تربح كثيرا من ورائهم ، حيث أنهم يدفعون مبالغ كبيرة للتمتع برحلاتهم السياحية و الخدمات الخاصـة التى تقدم اليهم .

٢- سياحة المجموعات الصغيرة :-

وتعنى سفر مجموعة من الاشخاص يربطهم رباط معين مثل نادى أو مدرسة أو جامعة أو شركة أو رحلة منظمة بواسطة شركة سياحية أو وكالة سفر ، ويتم تصميم برنامج الرحلـة وفقا لمعايير منها المستوى الثقافى والاجتماعى والمادى للاشخاص المشتركين فى الرحلـة .

وفى حالة ما اذا كانت جهة العمل هى المنسقة للرحلة (شركة أو جامعـــة أو وزارة) يكون برنامج الرحلة غير نمطى أى يحدد البرنامج على أساس كل حالة على حدة .

ويتراوح عدد المشتركين فى هذة الرحلة بين ١٠ ،١٥ افردا ويستخدم المشتركون فى هذة الرحلة سيارات كبيرة مثل الميكروباس أو الأوتوبيس فى تنقلاتهم وزياراتهم . وهذة الرحلات تمتاز بانخفاض سعر النقل الجوى للمشتركين عن الرحلات الفردية طبقا لقوانين منظمة " الاياتا " .

٣- سياحة المجموعات الكبيرة : وتنقسم الى :-

أ- الأفواج الكبيرة الوافدة بطريق البحر : (Cruises)

وهو نوع من العمليات السياحية الآخذة فى النمو بسرعة فى السنوات الأخيرة وتقوم بتنظيمها الشركات الملاحية الكبرى مع مكاتب السياحة المحلية الموجودة بالبلاد التى تقف البواخر فى موانيها .

كما قد تنظمها شركات سياحية أجنبية كبرى Tour Operators بأن تستأجر باخرة لحسابها وتنظم بها رحلة سياحية كبيرة لعدد من السائحين وتقف بهم فى عدة موانى لزيارة مدنها لمدة يومين أو ثلاثة ثم يعودون الى باخرتهم لاستئناف الرحلة .

ب- الرحلات السريعة : (Quick Trip)

وهى بالنسبة لمصر تنحصر بزيارة سريعة للقاهرة ثم يلحقون بباخرتهم فى بورسعيد فى نفس اليوم . أو يتوقفون فى بورسعيد ويزورون القاهرة ثم يلحقون بالباخرة فى السويس . وجميع المكاتب السياحية المصرية التى تستقبل ركاب البواخر لتنظم لهم هذة الرحلات السريعة لها فروع فى الموانى لتسهيل عملها .

جـ- رحلات الطائرة الخاصة أو الطيران العارض : (Charters)

وهى ظاهرة نشطت ونمت بسرعة فى العشرين سنة الأخيرة وتتلخص فى استئجار طائرات خاصة لنقل الأفواج السياحية الكبيرة وبذلك تستطيع شركة السياحة الأجنبية تخفيض أجر النقل الجوى حيث أن أجور الطائرات الخاصة لا تخضع لقواعد منظمة " الإياتا " وبذلك تستطيع بيع رحلاتها فى الخارج بأسعار منخفضة تتناسب مع امكانيات العمال وذوى الدخول المتوسطة .

د- الرحلات الشاملة : (Package Tours)

وهى الرحلة التى تشمل تذاكر السفر والاقامة والزيارات الداخلية للأماكن السياحية ووسائل النقل الداخلى مع بعض أو كل الوجبات .

وقد اتسع نطاق هذة الرحلات الشاملة نظرا لما يجده السائح من سهولة وتنظيم لهذة الرحلة كما استطاع منظموا الرحلات الشاملة ترويج برامج الرحلة الشاملة لبعض الدول السياحية ذات الجذب السياحى لكثير من السائحين .

ورغم أن الرحلة الجوية أصبحت أكثر الرحلات الشاملة جاذبية ، الا أن الرحلات الشاملة البرية والبحرية أصبح لها عشاقها هى الأخرى .

وليست الرحلات الشاملة قاصرة فقط على الطبقات المتوسطة أو على الأقل دخلا من السائحين بل أن جزءا من الرحلات الشاملة يخصص لذوى الشرائح الاقتصادية العليا من السائحين مستخدمين المستويات العليا من الفنادق بالاضافة الى برامج متعددة من سياحة المغامرات كالسفارى فى الغابات والصحراء .

والرحلات السياحية الشاملة بطريق الجو يمكن أن تستخدم فيها طائرات الخطوط المنتظمة أو الطيران المعارض Charters الا أنها عادة ما تكون على الخطوط المنتظمة ، نظرا لمرونتها من حيث عدد المشتركين واستخدام مستويات متميزة من الفنادق بما يتفق مع المستويات العليا من السائحين الذين يفضلون السفر فى رحلة شاملة .

وهذا النوع من الرحلات يناسب الأسفار الطويلة المدى كالشرق الأقصى أو أمريكا اللاتينية أو أوروبا .

خامسا : أنماط السياحة طبقا للسن

يعتبر السن عاملا هاما لابد وأن يراعى عند القيام بأنشطة سياحية مختلفة ، ذلك لتقديم برامج تتفق وطبيعة كل مرحلة عمرية ، فما يتطلع اليه الشباب من أنشطة يختلف اختلافا كبيرا عما يسعى اليه المسنون أو كبار السن .

ويمكن تقسيم الأنماط السياحية وفقا لسن الى المراحل التالية :

أ- سياحة الشباب (من ١٦ الى ٣٠ سنة)

ب- سياحة متوسطى الأعمار (من ٣٠ الى ٦٠ سنة)

جـ- سياحة كبار السن (أعلى ٦٠ سنة)

أ- سياحة الشباب : Juvenile Tourism

وهى السياحة التى يقوم بها الشباب من سن السادسة عشر وحتى الثلاثين ولها خصائصها ومميزاتها . الا أن أهم ما يميزها أن الشباب فى هذه المرحلة هم فى سن التكوين الذهنى والتكوين الثقافى ، ولذلك فان النشاط السياحى يكون عنصرا هاما فى تنمية شخصياتهم ، وفى تعويدهم على الحياة الاجتماعية واختلاطهم بالآخرين وتكوين الصداقات وخلق الروابط الاجتماعية وتعودهم على النظام والتزام بعضهم البعض كما تعتبر السياحة حب المغامرة والاعتماد على النفس وتؤكد لديهم الشعور بالانتماء وتذيب الفوارق الاجتماعية بينهم .

الا أن سياحة الشباب تتطلب تطوير مستمرة اذ أن الشباب فى هذا السن يتوقون الى الانطلاق ويتوقون الى المغامرة والقيام بكل ما هو جديد ومثير .

لذلك تتطلب سياحة الشباب ما يلى :

- إعداد البرامج التى تناسب وميول هؤلاء الشباب على أن تتضمن أنشطة رياضية وترفيهية متنوعة .
- إعداد المسابقات الثقافية المتنوعة حتى تغرس فيهم روح التعرف على ما هو جديد والاطلاع والثقافة .
- ضرورة الاهتمام بإقامة منشآت الإقامة المناسبة للشباب مثل القرى السياحية وبيوت الشباب والمستعمرات والمخيمات حتى يتسنى للشباب لمزاولتهم فى بيئة طبيعية تتوافر فيها الامكانيات المناسبة على أن تكون هذه الخدمات بأسعار تناسب مع الامكانيات المحدودة لهؤلاء الصغار .
- تنظيم التسهيلات والتخفيضات فى وسائل النقل والاقامة للشباب خاصة فى موسم الاجازات حتى يتاح لهم الفرصة للقيام بنشاط سياحى وترفيهى . أو أن تكون الرحلة كنوع من الحوافز على تفوقهم الدراسى أو الفنى أو تفوقهم فى العمل أو الأنشطة المختلفة .

- لابد من اعداد وتدريب جهاز مناسب لاعداد هذة البرامج حتى تتلاءم وطبيعة الشباب والاستفادة من الاجازات .
- العمل على ازالة المعوقات التى تقف أمام حرية الشباب من مختلف الدول للسفر اليها ومقابلة بعضهم البعض .
- تخصيص منظمات أو هيئات مستقلة لسياحة الشباب من قبل السلطات الاقليمية والمحلية وممثلى مختلف الاتجاهات الثقافية والسياسية والدينية ومنظمات الشباب والمدارس والأجهزة التربوية وهيئات الشئون الاجتماعية وغيرها لتنظيم البرامج والأنشطة لهؤلاء الشباب .

وفى مصر ، فان الاهتمام قائم لدعم أنشطة الشباب السياحية ، والترفيهية خاصة على شواطئ الساحل الشمالى وشواطئ البحر الأحمر .

وقد قامت وزارة السياحة بانشاء ادارة خاصة لسياحة الشباب تهدف الى تنشيط هذا النوع من أنواع السياحة .

كما أن كثيرا من القرى السياحية التى تقام حاليا تهتم بشكل أساسى بتقديم كافة النواحى الترفيهية والرياضية الخاصة بهؤلاء الصغار .

وهناك كثير من الهيئات التى تهتم بهؤلاء الشباب مثل المجلس الأعلى للشباب والرياضة والمجلس الأعلى للشئون الاسلامية الذى يقيم سنويا وطوال أشهر الصيف معسكراتٌ للشباب من جميع أنحاء العالم (معسكر ابو بكرالصديق بالأسكندرية) يكون مثالا طيبا للنشاط الشبابى فى مصر .

ب- سياحة متوسطى الأعمار أو الناضجين :

وهم ما بين الثلاثين الى الستين سنة هم فى غالبيتهم من العاملين الذين يهدفون بصفة رئيسية الى التمتع والاسترخاء والراحة من عناء العمل . وغالبا ما يفضلون سياحة الشواطئ أو الذهاب الى الأماكن التى تتميز بالهدوء مثل الجبال والريف أو الصحارى . كما أن جزءا كبيرا منهم يهتم بالسياحة الترفيهية والثقافية فى نفس الوقت .

جـ- سياحة كبار السن :

وهو من أهم أنواع السياحة التقليدية ، حيث يتطلع السائح فى هذة المرحلة العمرية الى الراحة الذهنية والنفسية خاصة بعد سن التقاعد عن العمل ، وهم سن فى غاية الحساسية بالنسبة لنفسية السائح ، الذى يدخل مرحلة جديدة من مراحل العمر بعد حياة مليئة بالعمل والجهد . لذلك تتطلب هذة المرحلة الرحلات الهادئة المريحة .

كما أن السائح فى هذة المرحلة من العمر يريد مشاهدة ما كان يحلم بمشاهدته من قبل ولكن لم يكن لديه الوقت الكافى للقيام بالرحلة .

وغالبا ما تكون مدة رحلته طويلة ، ويسعى فيها لزيارة أكثر من بلد فى وقت واحد ، والأمثلة على ذلك : رحلات حول العالم فى خمسين يوم ، برنامج زيارة الأمريكتين ، رحلة فى أوروبا ، رحلة فى دول شرق آسيا ... وغالبا ما يصطحب السائح زوجته أو أبنائه فى مثل هذة الرحلات السياحية .

سادسا : أنماط السياحة طبقا لوسيلة الانتقال

أحدث التطور الهائل فى تكنولوجيا النقل ، تقدما كبيرا فى حركة السياحة والسفر حيث أسهم النقل بوسائله المختلفة من جوية وبرية وبحرية الى زيادة الحركة السياحية الدولية وساعد على اسهام طبقات اجتماعية متوسطة الدخول فى السياحة الدولية .

كما وفرت وسائل النقل الحديثة الأمن والأمان وثلاثى عنصرى الوقت والمسافة بالنسبة للسائح الذى يستطيع الآن السفر بسهولة ويسر فى أقل وقت ممكن والى أية دولة يرغب فى مشاهدتها .

وتنقسم وسائل النقل السياحى الى ثلاثة أقسام رئيسية هى :

١- السياحة بطريق الجو .
٢- السياحة بطريق البر .
٣- السياحة النهرية والبحرية .

١- السياحة بطريق الجو :

يعتبر التقدم التكنولوجى الهائل الذى حدث فى وسائل النقل الجوى خاصة بعد الحرب العالمية الثانية وظهور الطائرات العملاقة ، سببا مباشرا فى تضاعف أعداد السائحين اذ يعتبر النقل الجوى الآن الوسيلة الرئيسية المستخدمة فى النقل السياحى ويشكل حوالى ٦٥ ٪ من حركة السياحة الدولية . ويفضل السائحون استخدام الطائرة خاصة فى المسافات الطويلة ، حيث أنها وسيلة سريعة ومريحة وقليلة التكاليف بجانب توفر الراحة والأمان . وقد ظهرت أنواع كثيرة من الطائرات تفوق سرعتها سرعة الصوت كما تقدم كافة الخدمات الرئيسية على متنها من وسائل للتسلية مثل الأفلام والموسيقى ووسائل اعلامية أخرى متنوعة .

وترجع زيادة الحركة السياحية الدولية بطريق الجو أيضا الى برامج السياحة الشاملة عن طريق تقديم الرحلات الشاملة التى تشمل النقل الجوى ووسائل الاقامة فى البلد المزار بجانب الرحلات الداخلية والمزارات السياحية فى تلك الدولة والتى تقوم بها حاليا كل خطوط الطيران المنتظم والطيران العارض .

كما أن كثيرا من شركات الطيران العالمية مثل شركة بان أمريكان تمتلك بجانب الخطوط الجوية ، شركات للفنادق حتى يتكامل النشاط السياحى ، وحتى تضمن هذة الشركات مستوى أعلى من الربحية التى تعتمد أساسا على نسبة اشغال عالية فى عدد المقاعد بالطائرة ، ونسبة اشغال مماثلة لها فى الفنادق .

وقد ازدهرت الرحلات السياحية باستخدام الطيران المؤجر أو العارض خاصة بعد الخمسينات، والذى يتميز بانخفاض تكاليف الرحلة ذلك بسبب نسبة الاشغال المرتفعة فى رحلة الطيران العارض التى قد تصل ما بين ٩٠ ، ١٠٠ ٪ ، أما فى الطيران المنتظم فقد تبلغ نسبة الإشغال فى المتوسط ما بين ٦٥ - ٧٠ ٪ تقريبا ، مما يقلل من تكاليف الطائرة . وقد ساعد هذا على تنظيم رحلات جماعية خاصة لطبقة محدودى الدخل ذات الأعداد الضخمة .

٢- السياحة البرية :

يعتبر النقل البرى من أهم وسائل النقل السياحى حيث يلى النقل الجوى فى الأهمية بالنسبة للسياحة الدولية والسياحة الاقليمية الا أنه يعتبر الوسيلة الرئيسية بالنسبة للسياحة الداخلية لما له من مميزات كثيرة من أهمها انخفاض تكاليف الرحلة والمرونة وسهولة الوصول والانتقال من منطقة الى أخرى وحرية تحديد مواعيد بدء الرحلة والتحرك .

ومن أهم وسائل النقل البرى السكك الحديدية والسيارة الخاصة وسيارة الاوتوبيس السياحى .

أ - السكك الحديدية :

ان التقدم الكبير فى السكك الحديدية خاصة فى سرعة القطارات والخدمات التى تقدم عليها فقد جعلها وسيلة هامة من وسائل النقل السياحى خاصة بين دول أوروبا التى تصل عدد الخطوط فيما بينها الى أكثر من اثنتى عشر خطا يربط كثير من مدن أوروبا الغربية . ويرتكز ثلثى النقل بالسكك الحديدية الآن فى دول أوروبا ودول شمال أمريكا ، أما باقى دول العالم فان شبكات السكك الحديدية فيها ليست ضخمة باستثناء الهند والأرجنتين . كما تلعب السكك الحديدية دورا هاما فى اليابان وزادت سرعتها حتى وصلت الى ما يزيد عن ٣٠٠ كم/ ساعة .

وظهرت أنواع كثيرة من القطارات تسير على منحدرات الجبال وتنقل الأشخاص بين المنتجعات السياحية ومن أمثلتها العربات المعلقة بالسلك وتسير على قضبان وتسمى Funicular Railway وهى وسيلة أكثر أمنا من التلفريك وتحمل عددا أكثر من الأشخاص قد يصل الى خمسين شخصا ويمكن أن تسير الى مسافات تصل الى عدة كيلومترات مع تسلق منحدر جبلى - وعادة تصمم هذة الوحدات بحيث تتكامل مع التلفريك فى حالة الارتفاعات الضخمة .

وقد ظهرت تطورات حديثة أخرى فى تكنولوجيا السكك الحديدية جعلت منها وسيلة جذب سياحى مثل :

- القطارات والسكك الحديدية الطائرة :

وهى بواخر مزودة بالقضبان لنقل قطارات السكك الحديدية بركابها مثل ماهو موجود بين دوفر فى بريطانيا وكالية فى فرنسا .

- المونوريل :

وهى قطارات تسير على قضيب واحد ومن أهم أمثلتها ما هو موجود فى اليابان وفى دوزاس وورلد بمدينة أورلاندو بفلوريدا .

- قطارات الهوفر :

وهى قطارات تسير على مخدات هوائية بدلا من القضبان .

ومن أهم ما يميز السفر بالقطار هو التمتع والمشاهدة على طول الطريق وسهولة الحركة بين مقاعده ، واستخدام كافة الخدمات الملحقة به مثل عربات النوم والمطعم والكافتريا ... كما يعتبر القطار بديلا للطائرة فى السفر لمن لا يفضلون السفر بالطائرة . كما يوفر الوقت الذى يستغرق فى الذهاب والعودة للمطارات .

وكثيرا ما يكون بجوار محطات السكك الحديدية بعض الفنادق أو الموتيلات والمطاعم كما امتدت هذه الخطوط لتصل الى الأماكن السياحية والمنتجعات خاصة الشاتى والمصايف .

ب- السيارة :

أصبحت السيارة وسيلة هامة ضمن وسائل النقل السياحى ، خاصة فى المسافات القصيرة والمتوسطة لما تتمتع به من مميزات أهمها رخص تكاليف الرحلة ، والتمتع والمشاهدة وحرية الحركة والتنقل الى أماكن ليس من السهل الوصول اليها بأى وسيلة أخرى ، كما أنها قد شجعت على سياحة العائلات ، وغرست فى النفوس الرغبة فى السفر والتمتع بالمناطق السياحية الخلابة مثل الشواطئ والصحارى وغيرها ، كم يتمتع سائقو السيارات بالراحة والأمان والتحكم فى الوقت والسرعة .

وتمثل السيارة الأهمية الأولى فى النقل السياحى فى كثير من البلدان ، وعلى سبيل المثال فهى تمثل فى الولايات المتحدة ٨٥ ٪ وفى انجلترا ٧٠ ٪ من حجم النقل السياحى الداخلى .

ولم يقتصر دور السيارة على كونها وسيلة للانتقال فقط بل ظهرت أنواع كثيرة من السيارات الخاصة مثل الكارافانات وعربات النوم تستخدم كوسيلة للايواء على الطرق السريعة وفى أماكن التخييم .

وبالنسبة للسيارة الكبيرة أو الأتوبيس السياحى ، فقد أصبحت تساهم بنصيب كبير فى حركة السياحة الداخلية والدولية على السواء ، فهو أقل تكلفة وأكثر راحة ومتعة ويستريح السائح فيها من مشقة الطريق دون الحاجة الى القيادة بجانب أنها تصل بالسائحين الى أماكن الإيواء المخصصة لهم .

وقد أصبح النقل بالسيارة الكبيرة أو الأوتوبيس السياحى وسيلة هامة من وسائل النقل السياحى فى كثير من الدول خاصة عبر حدود الدول الأوروبية وفى أمريكا الشمالية ولها خطوط منتظمة ومواعيد محددة .

ويعتمد نجاح هذا النوع من النقل السياحى - السيارة بأنواعها - على توافر شبكات الطرق واللافتات الارشادية والخدمات اللازمة من استراحات ومطاعم ومحطات خدمة السيارات وورش الاصلاح وموتيلات للاقامة ... وغير ذلك .

٣- النقل المائى :

تراجعت أهمية النقل البحرى بالنسبة للسياحة الدولية ولم يعد يساهم بنصيب كبير كما كان من قبل ذلك نتيجة للتقدم الهائل فى وسائل النقل الجوى والبرى الا أن شركات النقل البحرى قد بدأت فى المساهمة فى السياحة الدولية عن طريق تقديم الرحلات الشاطئة أسوة بشركات النقل الجوى والتى تزور فيها المجموعات السياحية أكثر من دولة عن طريق الرسو على سواحلها مثل رحلات مدن البحر المتوسط ، والبحر الكاريبى .. ثم زيارة المعالم السياحية لهذة الدول . وتتميز هذة الرحلات بالراحة والمتعة .

كما تنتشر أيضا الرحلات بواسطة اليخوت وهى بالطبع أكثر متعة وراحة خاصة أن اتساعها محدود وبالتالى فانها عادة ما تقوم ببرامج سياحية خاصة .

فيما يتعلق بالنقل النهرى ، فانه يكون عادة بالنسبة للسياحة الداخلية . وقد استغلت شواطئ الأنهار الكبرى فى أوربا وأمريكا فى السياحة الموسمية الصيفية مثل نهر الراين والرون والدانوب والمسيسبى حيث تجوب البواخر هذة الأنهار .

وفى مصر يستغل نهر النيل الآن فى هذا النوع من السياحة النهرية على خط القاهرة - الأقصر - أسوان ، ويتمتع السائحون بالنزهة النيلية بجانب مشاهدة أهم المعالم السياحية فى المدن الرئيسية خاصة بين المنطقة من الأقصر - أسوان .

سابعا: أنماط السياحة وفقا لمستوى الانفاق

وتنقسم الى :

أ- السياحة الاجتماعية .

ب- سياحة الطبقة المتميزة .

جـ- سياحة الأغنياء .

أ- السياحة الاجتماعية :

وهى السياحة التى تشترك فيها قطاعات عريضة من الناس لا تستطيع مستويات دخولهم وأوجهة نفقات مرتفعة فى السفر والاقامة . لذلك يتطلب تقديم التسهيلات المختلفة لهذة الفئات حتى يتثنى لها المساهمة فى النشاط السياحى ، خاصة بعد أن أصبحت السياحة ظاهرة عامة ذات تأثير فعال على حياة الأفراد ، تؤثر على اتجاهاتهم وتؤدى الى زيادته ، ومن ثم تؤدى الى ازدهار الاقتصاد القومى .

لذلك حملت كثير من الدول على إيجاد حلول تمكن تلك الطبقات من ذوى الدخل المحدود من الاستفادة من اجازاتهم عن طريق تشجيع الرحلات الجماعية ودعمها لهم والمبالغة فيها وتميزت الشباب بأسعار رمزية وتوفير وسائل النقل المنخفضة .

وظهر السفر بالتقسيط والذى يتيح للفرد فرصة السفر وقتما يشاء ثم يقوم بسداد نفقات رحلته على عدة أقساط .

كما ظهر الادخار السياحى الذى يمكن للمدخر أن يخصص نسبة معينة من دخله يودعها من أجل السفر فى صندوق الادخار السياحى . وقد طبقت سويسرا وكثير من دول أوروبا الغربية هذا النظام الذى ساعد كثيرا على انعاش حركة السياحة الاجتماعية .

ويتناسب مع هذة الفئات الاجتماعية ذات الدخل المحدود الرحلات القائمة على الطيران المنتظم والتى يكون فيها سعر الرحلة أقل من نظيرتها على الطيران المنتظم لأسباب عديدة منها نوع الطائرات المستخدمة ومستويات أماكن الاقامة وغير ذلك .

وتلجأ الدول الى هذة الرحلات المنخفضة لمحدودى الدخل لزيادة حركتها السياحية فى حالة ما اذا كانت هذة الدولة فى حاجة الى سائحى الرحلات الشاملة بالطيران المنخفض كنوعية السائحين ، وكذلك لتنشيط السياحة فى منطقة سياحية ذات جذب سياحى أقل أو عند انشاء منطقة سياحية جديدة تريد الدولة التعريف بها والاعلام عنها عن طريق هذا النوع من الرحلات .

وتتطلب السياحة الاجتماعية أنواع معينة من أماكن الاقامة كالمخيمات والقرى السياحية وقرى الاجازات ذات الدرجة السياحية المتوسطة (ثلاثة نجوم فأقل) .

ب- سياحة الطبقة المتميزة :

وهى الطبقة التى تتمتع بظروف اقتصادية ودخل متميز يمكنها من السفر والاقامة فى الدرجات الممتازة مع استخدام الخدمات المتميزة أيضا فى وسائل النقل والمواصلات وغير ذلك من خدمات سياحية .

وقد أصبحت هذة الفئة أيضا من أهم الفئات السياحية خاصة مواطنى الدول الصناعية الكبرى مثل ألمانيا والولايات المتحدة الأمريكية واليابان ودول غرب أوروبا بشكل عام ، حيث تتمتع هذة الدول بمستوى معيشة مرتفع ودخل فردى يزيد على احتياجات الشخص .

وهذا النوع من السياحة هو النوع الذى يتناسب مع ظروف مصر وامكانياتها السياحية اذ أن ما يعنى مصر هو الكيف وليس الكم أى نوعية السائح ومستوى انفاقه أكثر ما يعنيها عدد السائحين الوافدين اليها .

جـ- سياحة الأغنياء :

وهى سياحة أصحاب الملايين والمليارديرات ، أو الشخصيات العالمية البارزة التى غالبا ما تستخدم طائراتها الخاصة أو يخوتها فى السفر والانتقال . وهذة النوعية من السائحين وان كان عددها قليل الا أن لها متطلبات معيشية خاصة حيث لا تفضل الاقامة فى الفنادق ، بل فى القصور والمبانى الفخمة ، وبالطبع فان مستوى انفاقها يكون مرتفع للغاية ، وتصطحب عادة عدد من المساعدين والسكرتارية ... وغير ذلك .

وتفتقد مصر لهذة النوعية من السائحين ، حيث ظروف المعيشة ومستوى الخدمات لا يرقى لمستوى هؤلاء السائحين رغم أن مصر بامكانها جذب هؤلاء السائحين اليها لو وفرت لهم مستوى الخدمات التى تليق بهم ، وهذا ما حدث بالفعل عندما حضر الى مصر كثير من الشخصيات البارزة لحضور عروض الأوبرا فى الأقصر ومنطقة الأهرامات بالجيزة .

قائمة بأسماء المراجع

أولاً : المراجع العربية :

١- د. سعاد عمران – محاضرات في السياحة الدولية وأنماط السياحة . مطبعة جامعة القاهرة والكتاب الجامعي ١٩٩٢ القاهرة .

٢- د. صلاح الدين عبد الوهاب ، السياحة الدولية (الطبعة الثانية) ١٩٩٠ ، مطبعة زهران – القاهرة .

٣- د. صلاح الدين عبد الوهاب ، التنمية السياحية ، مطبعة زهران – القاهرة ١٩٩١ .

٤- أ- عادل طاهر ، السياحة ، ماضيها وحاضرها ومستقبلها ، القاهرة ١٩٨٠ .

٥- د. محسن أحمد الخضيري ، التسويق السياحي – مدخل اقتصادي متكامل ، ١٩٩١ ، الناشر مكتبة مدبولي ، القاهرة .

٦- د. نبيل الروبي ، التخطيط السياحي ، ١٩٨٧ ، مؤسسة الثقافة الجامعية ، الأسكندرية .

ثانياً : المراجع الأجنبية :

1- Burkart John, Medlik, s. Tourism : Past, Present and Future, Heinemann, London, 1974.

2- Christopher J., Holloway, The Business of Tourism, Third Edition, Pitman, london, 1989.

3- Devill, L . Edgell, International Tourism Policy, Van Nostrand Reinhold New York, 1990 .

4- Douglas Pearce, Tourist Development, second Edition, Longman Group, New York, 1989 .

5- Edward Inskeep, Tourism Planning, Van Nostrand Reinhold, New York, 1991 .

6- Medlik, s. Managing Tourism, Butterworth . Heinemann, London, 1991.

7- Rob Davidson, Tourism, Pitman, London, 1989.