

تنوع الأنماط السياحية كأداة في دعم حركة السياحة الداخلية إلى مدن

القناة (دراسة تطبيقية على محافظة الإسماعيلية)

ريهام محمد أحمد السيد العجوز، أ.د/نادية حسين ماهر، د/رشا أحمد خليل
قسم الدراسات السياحية - كلية السياحة والفنادق - جامعة قناة السويس

الملخص

معلومات المقالة

يعد التنوع في الأنماط السياحية من أشكال التطور السياحي، فتتعدد المنتج السياحي هدفاً رئيسياً للدول التي تعتمد على الاستمرار في مخاطبة شرائح جديدة من السائحين، ويتم تحقيق هذا التنوع من خلال إضافة أنماط سياحية بديلة إلى أنماط السياحة التقليدية التي تقدمها الدولة، ويعتمد زيادة الطلب السياحي على وفرة مقومات المقصد السياحي وعوامل الجذب التي تقدم وعلى كيفية استغلال هذه المقومات في استحداث أنماط سياحية جديدة، لذلك يهدف البحث إلى تحديد الأنماط السياحية البديلة التي يُمكن الاعتماد عليها لدعم حركة السياحة الداخلية إلى محافظة الإسماعيلية، وتوضح أهمية البحث في التركيز على أنماط السياحة المتنوعة والبديلة والتي من شأنها تعديل الصورة الذهنية لدى السائح الداخلي عن النمط التقليدي ومن ثم تحقيق الجذب السياحي إلى محافظة الإسماعيلية، استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي الذي يهتم بدراسة الظاهرة وتحليلها للوصول إلى الإستنتاجات الدقيقة حول الظاهرة وتفسيرها ، واعتمدت الدراسة الميدانية على توزيع استمارات الإستبيان على كل من الخبراء والمسؤولين عن المحافظة وأخرى موجهة لعدد من السائحين ومن أهم نتائج البحث أنه تستحوذ السياحة الشاطئية على النصيب الأكبر من حجم حركة السياحة الوافدة إلى محافظة الإسماعيلية يليها سياحة المهرجانات، تمثل السياحة الداخلية النسبة الأكبر في حركة السياحة الوافدة إلى محافظة الإسماعيلية، ومن أهم توصيات البحث الإهتمام بتطوير مناطق الجذب السياحي والترويج للأنماط السياحية البديلة.

الكلمات المفتاحية

الأنماط السياحية؛
السياحة البديلة؛
محافظة الإسماعيلية.

(JAAUTH)

المجلد ٢٢، العدد ٣،
(٢٠٢٢)،
ص ٢٣٠ - ٢٥٠.

١. المقدمة

يعد التنوع في الأنماط السياحية من أشكال التطور السياحي، حيث كلما زادت عوامل الجذب السياحي لأي بلد كلما زادت إمكانية الطلب السياحي عليها والعكس صحيح، فتتعدد المنتج السياحي أصبح رغبة ملحة لدى السائح (علي، ٢٠١٢)، وبالتالي تنمية أنماط سياحية جديدة أحد أهم عوامل الميزة التنافسية للمقاصد السياحية

ويتم تحقيق هذا التنوع من خلال إضافة أنماط سياحية بديلة إلى الأنماط التقليدية التي تقدمها الدولة من أجل تلبية رغبات واتجاهات السائحين المختلفة (أبوزيد، ٢٠١٢).

مشكلة البحث

على الرغم من تمتع محافظة الإسماعيلية بالعديد من مقومات الجذب السياحية (الطبيعية والتاريخية والترفيهية) إلا أنه لا يوجد تنوع في المنتج السياحي الذي تقدمه المحافظة لزائريها حيث أنها تعتمد على نمط سياحي سائد وهو السياحة الشاطئية أو ما يسمى بسياحة اليوم الواحد حيث يقف حائلاً دون إطالة مدة إقامة زائريها، بالإضافة إلى تقليدية البرامج السياحية المقدمة واعتماد المحافظة على النمط التقليدي وغياب السياسات البديلة للأنماط المتعددة والمتنوعة، والتي تساعد في زيادة حركة السياحة الداخلية للمحافظة وتحفيز أنواع جديدة من الطلب السياحي وارتفاع معدل إقامة السائحين وزيادة معدل الإنفاق اليومي.

٢. الإطار النظري

١.٢. مفهوم الأنماط السياحية

يعرف سالم (٢٠٠٧، ص ٧٢) الأنماط السياحية على أنها " كافة الفعاليات والنشاطات التي تمارس لتقديم خدمات ذات طبيعة سياحية بصورة رئيسية بما يحقق الاشباع الفردي والجماعي للسائحين في مجال حاجاتهم ورغباتهم وتحقيق فوائد اقتصادية واجتماعية متبادلة للسائح والمنظمة والمجتمع"، كما أن الأنماط السياحية ليست منفصلة كلياً عن بعضها البعض، بل تتداخل وتتكامل فيما بينها بالنسبة للسائح، وكذلك بالنسبة لدولة المقصد السياحي، فيكون نوع السياحة هو الهدف الرئيسي من ذهاب السائح إلى هذا المقصد السياحي، ولكن من الأكد أن السائح سوف يتعامل مع مغريات الجذب السياحية الأخرى الموجودة في المكان (جمعة، ٢٠١١).

٢.٢. الأنماط السياحية البديلة

أنصبت الاتجاهات الحديثة في السياحة إلى ما يعرف بالسياحة البديلة "Tourism Alternative" والتي تقوم على إشباع اتجاهات متعددة لم تكن معروفة، وأنشطة تتميز بمراعاتها للجوانب الاجتماعية والبيئية، وتثري تجارب السائحين، وتعتبر السياحة البديلة الاتجاه البديل لنمط السياحة التقليدية الذي كان سائداً لفترة طويلة وظهرت آثاره السلبية على البيئة والمجتمع نتيجة للأعداد الكبيرة والاستغلال غير الواعي للموارد البيئية (الشربيني، ٢٠١٢)، لذلك أخذ بعض منظمي الرحلات في البحث عن أفكار وخيارات جديدة تحاول أن تلبى حاجات فئات معينة من السائحين وفق للسياحة البديلة والتي تتضمن عمل برنامج سياحي معد بطريقة مختلفة وإعداد الخدمات بطريقة تختلف عن تلك المستخدمة في السياحة التقليدية (الرواضية، ٢٠١٣).

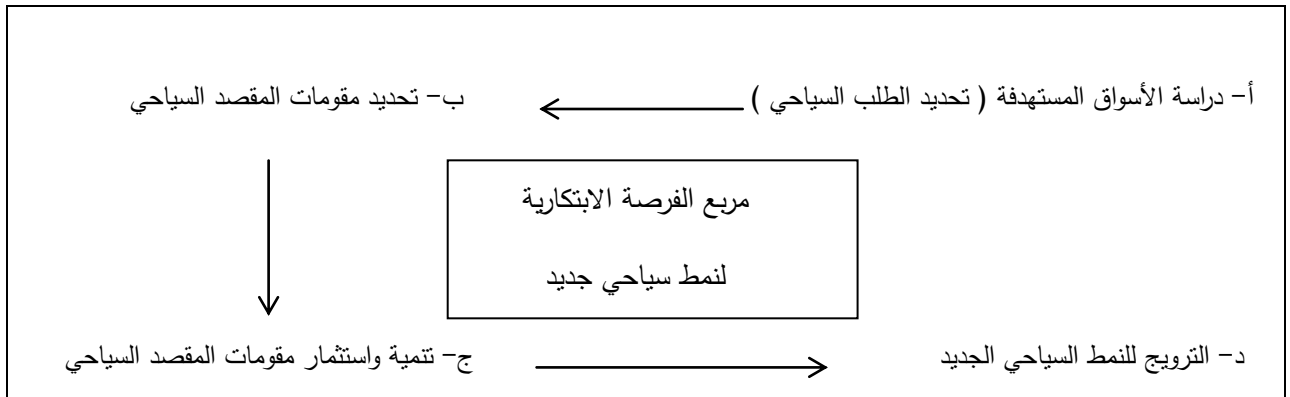
3.2. استحداث الأنماط السياحية البديلة

يتطلب لاستحداث نمط سياحي جديد البحث عن آفاق ومجالات جديدة وتطويرها، من خلال الاهتمام بالمجالات التالية والتي وضحتها (سالم، ٢٠١٤) كما يلي:-

- الجوانب الإقتصادية: يمكن من خلالها دراسة الأقاليم والمواقع السياحية وإبراز مقوماتها البيئية وتحليل خصائصها ومنشأتها؛
- دراسة الخصائص الطبيعية: كأشكال السطح، الموقع، المناخ، التربة، الحياة النباتية والحياة الحيوانية وإمكانية استخدامها السياحي؛
- دراسة العوامل البشرية: كعدد السكان، توزيعهم، كثافتهم، عاداتهم وتقاليدهم؛
- دراسة المنشآت السياحية ونظم ملكيتها ومستوى الأيدي العاملة وأساليب التشغيل السياحي والأسواق السياحية؛
- دراسة حالة تفصيلية للمناطق السياحية؛
- دراسة الموارد والمؤسسات والأفواج السياحية؛
- دراسة الأماكن الأثرية والحضارية والاضطرابات السياسية والأمنية، والرسوم الجمركية ومعرفة آثارها المحتملة على السياحة؛
- الدراسات الجغرافية من خلال جمع وتصنيف وتخزين وتحليل وعرض المعلومات والبيانات السياحية وذلك باستخدام نظم المعلومات الجغرافية (GIS)، والاستفادة من نظم الاستشعار عن بعد، واستخدام الحاسب في رسم الخرائط والأشكال والاعتماد على الطرق والأساليب الإحصائية والرياضية، كلما كان ذلك ضرورياً، في مجالات التخطيط والإدارة والترويج السياحي.

يحتاج ابتكار نمط سياحي جديد إلى توافر مقومات في المقصد السياحي تلبى رغبات وحاجات السائح لذلك النمط، مع ضرورة توافر استجابة لشرائح سوقية معينة، متقاربين في السلوك والتصرف باتجاه النمط الجديد ويتم ذلك بناءً على دراسة الأسواق المحتملة والحالية والمستهدفة للمقصد السياحي، حيث تتأثر حركة السياحة برغبة السائح المرتبطة بهدف معين يريد اشباعه من خلال برنامج سياحي معين (إبراهيم، ٢٠٠٦).

يقوم استحداث نمط سياحي جديد على أربعة عناصر أساسية والتي يمكن تسميتها بمربع الفرصة الابتكارية للأنماط السياحية وهي كالتالي:-



الشكل رقم: (١) مربع الفرصة الابتكارية لنمط سياحي جديد

المصدر: (سالم، ٢٠١٤)

أ. دراسة الأسواق المستهدفة (تحديد الطلب السياحي)

يعتمد أسلوب التفكير التسويقي بشكل أساسي على العميل فهو نقطة التركيز، والتي تركز على دراسة احتياجاته ورغباته ودوافعه (شمت، ٢٠١٠)، وإشباع تلك الحاجات والرغبات لا تقوم فقط على مجرد تلبية تلك الحاجات، ففي ظل المنافسة الشديدة بين المقاصد السياحية يتم الإحتياج إلى التسويق القائم على دراسة الأسواق المختلفة، والتعرف على حالة الأسواق السياحية، واحتياجات ومتطلبات الشرائح المختلفة من السائحين، والتنبؤ باحتياجات تلك الأسواق، مع التطوير الدائم للمنتج المقدم ليشبع تلك الاحتياجات ويجذب شرائح مختلفة (Albaum and Duerr, 2002)، وكل ذلك يتم وفق خطط تسويقية علمية مدروسة ومرنة يتم وضعها بناءً على دراسة الأسواق، فأساس النجاح هو دراسة متطلبات الأسواق السياحية لتوفير مزايا تنافسية للنمط السياحي الجديد، فيجب التعرف على البيئة التسويقية المؤثرة على السوق السياحية لمعرفة هياكل هذه الأسواق، وميولها، ومدى ملائمة المزيج التسويقي لشرائح العملاء، وهذا ما يطلق عليه أسم دراسة الأسواق السياحية المصدرية.

ب- تحديد مقومات المقصد السياحي

لتحديد مقومات المقصد السياحي الملائم للنمط السياحي الجديد يجب تحليل البيئة الداخلية والخارجية للمقصد عن طريق إجراء تحليل SWOT للتعرف على نقاط القوة والضعف، فيعتبر SWOT أداة رئيسية لتقييم البيئة الداخلية (عناصر القوة والضعف)، وتقييم البيئة الخارجية (الفرص والتهديدات)، كما يعتبر أسلوب جيد في الربط بين جوانب القوة والضعف طبقاً للمنافسين ونظرة العميل، ومحاولة الحد من جوانب الضعف وتطوير جوانب القوة، ويساعد أيضاً على تحليل المتغيرات البيئية المحيطة بالمقصد السياحي كالمتغيرات الاقتصادية، الطبيعية، السياسية والتكنولوجية، وتحديد الفرص والتهديدات في هذه البيئة وكيفية التكيف معها للاستفادة من الفرص المتاحة وتجنب المخاطر والتهديدات (مرسي، ٢٠١٢).

ج- تنمية واستثمار مقومات المقصد السياحي

بعد دراسة الأسواق السياحية وتحديد المقومات السياحية تأتي مرحلة الموائمة بين إمكانيات المقصد السياحي ورغبات الشرائح السوقية ويتم ذلك من خلال تلبية احتياجات العملاء، ومراعاة المعايير والمواصفات المحددة في اختيار النمط السياحي الجديد المراد استحداثه وتقديم منتجات جديدة قائمة على الابتكار، وتطوير المنتج الحالي بما يلائم المتغيرات التي تحدث، مع ضرورة توفير الميزة التنافسية للنمط السياحي الجديد من خلال المزج بين إمكانيات المقصد المتاحة والقدرات البشرية الموجودة، لتحويل تلك الإمكانيات إلى قيمة متميزة ولتنمية نمط سياحي جديد قائم على التميز فيجب القيام بالآتي:-

١. تنمية واستثمار المقومات السياحية لمواكبة متطلبات العملاء من خلال وجود منهجية علمية في دراسة المقومات السياحية والأسواق السياحية تلائم الوضع الحالي والمتوقع؛
٢. ضرورة الاهتمام بمقومات الجذب السياحي والاهتمام بالبنية التحتية والفوقية للمقصد السياحي وتطويرها بشكل مستمر ملبياً لرغبات العملاء التي تبحث عن التفرّد والتميز بين المقاصد السياحية؛

٣. متابعة التطورات والمستجدات العالمية من خلال وجود نظام للمعلومات يعمل بصفة مستمرة على تجميع البيانات من داخل المقصد ومن البيئة المحيطة بها لمعرفة الأنماط السياحية الجديدة على خريطة السياحة العالمية؛

٤. مراعاة أن النمط السياحي الجديد سيلبي رغبات وحاجات الأسواق السياحية المستهدفة؛

٥. ضرورة تنويع وتطوير النمط السياحي بما يلائم قطاعات الأسواق المستهدفة بشكل مستمر من خلال:-

➤ القياس المقارن بالأنماط السياحية الرائدة في الدول الأخرى؛

➤ البحث المستمر عن الميزة التنافسية لنمط السياحة الجديد المقدم والتي يصعب تواجدها في مقاصد سياحية منافسة؛

➤ تحسين صورة النمط السياحي الجديد على المستوى الدولي والعمل على تحقيق أعلى مستوى من الجودة في الخدمات التي يتلقاها السائح؛

➤ الاهتمام بتنويع منافذ التوزيع على حسب الأسواق المستهدفة (سالم، ٢٠١٤).

د - الترويج للنمط السياحي الجديد

بعد تنمية واستثمار مقومات المقصد السياحي يأتي الدور المهم للترويج الإعلامي عن طريق نشر معلومات عن النمط السياحي الجديد وتدعيم صورته أمام الدول المصدرة للسائحين، من أجل التأثير على مستوى الطلب السياحي (Morgan and Pritchard, 2000)، حيث يهدف المزيج الترويجي إلى تعريف وإقناع العملاء بالنمط السياحي الجديد، وحثهم على الإقبال عليه، مع تكوين صورة ذهنية مناسبة عن المكان وتعزيز إمكانياته التنافسية، والترويج للنمط السياحي المستحدث وتوجيهه للأسواق المستهدفة يتم من خلال الآتي:-

١. اللجوء لمنظمات تسويق المقاصد السياحي Destination Marketing Organization بالأسواق السياحية المستهدفة؛

٢. مخاطبة أنواع جديدة من الأسواق السياحية تلائم الأنماط المستحدثة من السياحة، مع استمرار الجهود الترويجية للأسواق القائمة مما يساعد ذلك على تنويع الأسواق المستهدفة؛

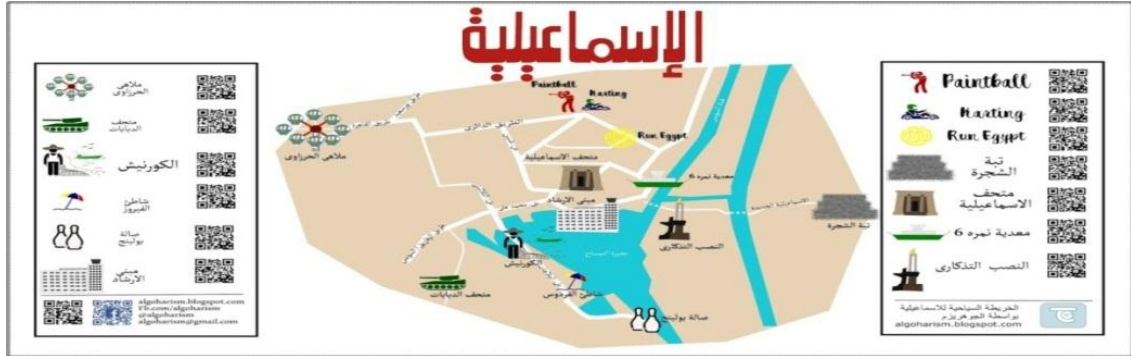
٣. تنظيم حملات إعلامية وإعلانية مكثفة تشترك فيها الأجهزة الرسمية للسياحة والمنشآت السياحية موجهه لشرائح الأسواق المرتقبة (سالم، ٢٠١٤).

٤.٢. محافظة الإسماعيلية

تعتبر محافظة الإسماعيلية عاصمة إقليم قناة السويس ومعروفة أيضا بأسم "باريس الصغرى" وهذا لكثرة المساحات الخضراء والحدائق بها بالإضافة للتخطيط الأوروبي لهذه المدينة من تقسيم شوارع وميادين وتخطيط معماري لفيلات ومساكن العاملين بشركة قناة السويس عند تأسيسها (خليل، ٢٠١٧)، وتمتلك المحافظة العديد من المقومات السياحية الطبيعية والتاريخية والترفيهية التي تؤهلها لاستحداث أنماط سياحية جديدة للمحافظة، فالمحافظة بها ثلاث بيئات (صحراوية وزراعية وساحلية) مما أدى إلى وجود تنوع سكاني من ريف وحضر وتنوع في الحرف البيئية المنتشرة في نجوع المحافظة، وكذلك تتميز ببعض الفنون الشعبية ذات الطبيعة الخاصة بها،

هذا بالإضافة إلى الشواطئ الممتدة بطول بحيرة التمساح والبحيرات المرة، كما تتمتع بالعديد من مقومات التراث الحضاري والأثري (فايد و فراج، ٢٠١٥)، كذلك يوجد بها مشروعات قناة السويس الجديدة مثل: (الإسماعيلية الجديدة - ضاحية الأمل - مشروع وادي التكنولوجيا) والتي لها تأثير إيجابي على المحافظة سياحياً من خلال:

- ١- تخصيص مناطق للتنمية السياحية المتكاملة - ٢- زيادة الطلب السياحي على المنطقة - ٣- زيادة فرص الاستثمار السياحي بالمنطقة - ٤- تنمية وتنوع المنتج السياحي والارتقاء بجودته - ٥- جذب وتنشيط السياحة الدولية (خليل، ٢٠١٧).



الشكل رقم: (٢) أهم المعالم السياحية لمحافظة الإسماعيلية

المصدر: البوابة الإلكترونية لمحافظة الإسماعيلية.

٥.٢. الأنماط السياحية البديلة المقترحة لزيادة الجذب السياحي بمحافظة الإسماعيلية

➤ سياحة المخيمات

أنواع أماكن المخيمات

تقسم أماكن المخيمات حسب الغرض منها كالآتي:-

- أ. للإقامة المؤقتة: بالنسبة للرواد المارين على طريق المخيم (مخيمات المبيت المؤقت).
- ب. للإقامة فترة ترفيهية بسيطة: للرواد القادمين من بلاد أو أماكن قريبة (مخيمات الترفيه السريع).
- ج. لقضاء الأجازة كاملة (مخيمات الأجازة) (ماهر، ١٩٩١).

➤ سياحة السفن

تعتبر سياحة مشاهدة السفن من الأنماط السياحية المستحدثة، وتمثل نوع من سياحة الاهتمامات الخاصة لأنها تستهدف مجالات وأنشطة غير تقليدية، حيث يسافر السائحون سعياً وراء هدف لا يمكن إشباعه إلا في منطقة معينة وعادة ما تكون هذه الاهتمامات طبيعية أو ثقافية أو بيئية أو اجتماعية (الشربيني، ٢٠٠٨)، مما يكون دافع لبعض الهواة من السائحين لمشاهدة السفن العملاقة أثناء عبورها في قناة السويس ومتابعة كم السفن العالمية العابرة في قناة السويس يوماً لمعرفة مدى الأهمية الاقتصادية لقناة السويس بالنسبة لحركة التجارة العالمية، وأنها رمز من رموز مصر الحديثة، مع إمكانية تصوير السفن وقت عبورها والنقاط الصور التذكارية،

حيث يشكل هذا النوع نمطاً جديداً لمحافظة الإسماعيلية في جذب شرائح جديدة من السائحين لتحقيق هدف معين بعيداً عن الأهداف التقليدية.

ويمكن تطوير هذا النمط عن طريق:-

- التواصل مع الهيئات والنقابات بتنظيم رحلات إلى محافظة الإسماعيلية ودعوتهم لمشاهدة عبور السفن العملاقة في قناة السويس؛
- عمل مهرجان سنوي للاحتفال بإنشاء قناة السويس لجذب السائحين من فئات مختلفة.

➤ سياحة المؤتمرات

- إنشاء مركز دولي للمؤتمرات بمحافظة الإسماعيلية وتخصيص عدد من الأفدنة بمدخل الإسماعيلية لإقامة المركز والتنسيق مع وحدة دعم وتطوير المحافظات بوزارة التنمية المحلية؛
- إضافة قاعات للمؤتمرات بالفنادق السياحية وعمل العديد من المؤتمرات الدولية التي تساعد على رفع معدلات الحركة السياحية بالمحافظة؛

➤ سياحة رجال الأعمال

إن اتساع قاعدة الأعمال بمنطقة قناة السويس سوف يعمل على تنشيط سياحة رجال الأعمال حيث أن هذا النمط لا يمكن أن ينشط إلا باتساع قاعدة الأعمال حتى تجذب أعداد كبيرة من رجال الأعمال العرب والأجانب إلى مصر، لدراسة مجالات الاستثمار في المنطقة أو للاشتراك والمساهمة في العديد من مشروعات الاستثمار وخاصة القادمة من الصين والهند كأحد أهم الدول المصدرة لسياحة رجال الأعمال نتيجة لزيادة الاستثمارات الأجنبية بالمنطقة (خليل، ٢٠١٧).

يمكن تطوير هذا النمط عن طريق:-

- زيادة عدد الشركات السياحية المنظمة لسياحة رجال الأعمال في مصر وإنشاء شركات متخصصة في هذا المجال مما يعمل على تنشيط عدد أكبر من سياحة رجال الأعمال وزيادة فترة بقائهم بالمنطقة وزيادة معدل إنفاقهم السياحي، من خلال ما تقدمه هذه الشركات السياحية من تنشيط لهذا النمط السياحي سواء من خلال الرحلات السياحية المخصصة لهم بحيث تشمل جزء ترفيهي واستمتاع بالمنطقة بجانب خط سير عملهم، أو من خلال عرض للمقامات السياحية (طلبة، ٢٠٠٨).

➤ السياحة الرياضية

- الاهتمام باستضافة البطولات والأحداث العالمية الخاصة بالسياحة الرياضية؛
- إنتاج مطبوعات سياحية خاصة بمقامات السياحة الرياضية المتوفرة بالمحافظة (مسطحات خضراء - نوادي رياضية - حمامات سباحة)، وتوزيعها على جميع النوادي والجهات الرياضية بمختلف أنحاء الجمهورية بهدف تنشيط استضافة المحافظة للأحداث والمسابقات الرياضية (جاد المولى، ٢٠١٤).

➤ السياحة الأثرية والتاريخية

- ضرورة استغلال مقومات السياحة التاريخية التي تزخر بها محافظة الإسماعيلية مما يعمل على دعم السياحة الأثرية والتاريخية بها حيث ترميم الآثار التي ترجع للعديد من الأزمنة والعصور المختلفة؛
- تفعيل دور المجلس الأعلى للآثار في الترميم والحفاظ على الآثار الموجودة بالمتاحف والمقابر بمحافظة الإسماعيلية بالتعاون مع وزارة السياحة.
- القيام بحملات دعائية عن مقومات السياحة التاريخية والأثرية التي تزخر بها المحافظة؛
- تطوير الطرق المؤدية إلى المناطق الأثرية وداخلها وتنظيم المرور فيها بطريقة سليمة؛
- الاهتمام بمواد رصف المناطق المحيطة بالمواقع الأثرية بما لا يتعارض مع العبق التاريخي للمناطق السياحية (خليل، ٢٠١٧)؛

٣. الدراسة الميدانية

تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي الذي يهتم بدراسة الظاهرة وتحليلها للوصول إلى الاستنتاجات الدقيقة حول الظاهرة وتفسيرها.

١.٣. طرق جمع البيانات : لتحقيق أهداف الدراسة تم الاعتماد على مصدرين أساسيين للبيانات، ويمكن توضيح ذلك على النحو الآتي:

- أ- مصادر البيانات الثانوية: يمكن تحديد البيانات الثانوية التي تم الاعتماد عليها في تحقيق أهداف الدراسة في ضوء مشكلة الدراسة والمتغيرات المتعلقة بها، حيث تم الاعتماد في جمع البيانات الثانوية على ما يلي:
 - المراجع العربية والأجنبية والأبحاث المنشورة وغير المنشورة المتعلقة بموضوع الدراسة.
 - الدوريات العربية والأجنبية والنشرات والتقارير والإحصاءات المختلفة.
 - التقارير السنوية الصادرة عن حركة السياحة بمحافظة الإسماعيلية.
- ب- مصادر البيانات الأولية: تم إعداد جانب تطبيقي ميداني لمعالجة الجوانب التحليلية واستقصاء الآراء حول موضوع الدراسة من خلال استمارة استبيان موجهة لعينة من السائحين القادمين إلى محافظة الإسماعيلية من جمهورية مصر العربية، وأخرى موجهة لعينة من الخبراء والمسؤولين.

٢.٣. طبيعة وحجم العينة:

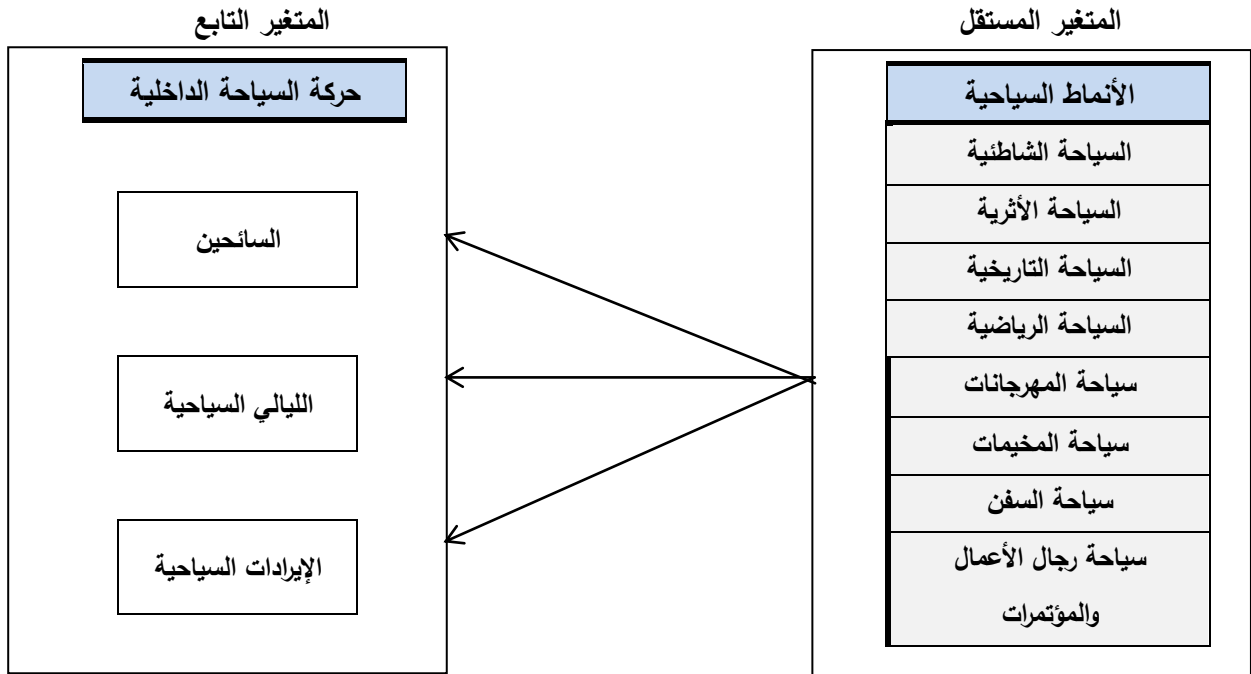
يتمثل مجتمع الدراسة في عينة من السائحين القادمين إلى محافظة الإسماعيلية من جمهورية مصر العربية، وتم توزيع (٤٣٠) قائمة استبيان على السائحين القادمين إلى محافظة الإسماعيلية، وبلغ عدد القوائم الصحيحة (٤٠٠) قائمة استبيان بنسبة (٩٣.٠٢%)، للتعرف على آرائهم بشأن أبعاد المتغيرات موضع الدراسة، كما اعتمدت الدراسة على عينة من الخبراء والمسؤولين بلغ حجمها (١٢٠) مفردة للتعرف على آرائهم ومقترحاتهم بشأن أبعاد المتغيرات موضع الدراسة.

٣.٣. متغيرات الدراسة

تم عرض متغيرات الدراسة وأبعادها من خلال عرض المتغير المستقل (الأنماط السياحية) المتمثلة في الأبعاد الأتية: (السياحة الشاطئية، السياحة الأثرية، السياحة التاريخية، السياحة الرياضية، سياحة المهرجانات، سياحة رجال الأعمال والمؤتمرات، سياحة السفن، سياحة المخيمات)، والمتغير التابع المتمثل في حركة السياحة الداخلية، كما هو موضح في الشكل رقم (٣) على النحو الآتي:

الشكل رقم (٣)

متغيرات الدراسة وأبعادها



٤.٣. الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة

تم استخدام البرنامج الإحصائي (SPSS, Ver. 26)، لتحليل بيانات الدراسة الميدانية، وذلك من خلال استخدام الأساليب الإحصائية التالية:

أ. معامل ارتباط بيرسون (Correlation): لاختبار مدى صحة الفرض الأول.

٥.٣. الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة

١. معاملات صدق وثبات استبيان السائحين:

أ. صدق استبيان السائحين :

يقصد بصدق الاستبيان أن تقيس عبارات الاستبيان ما وضعت لقياسه، وتم التأكد من صدق استبيان السائحين من خلال ما يلي:

• صدق الاتساق الداخلي:

يوضح الجدول رقم (١) صدق الاتساق الداخلي لأبعاد استبيان السائحين كما يلي:
جدول رقم (١): صدق الاتساق الداخلي لأبعاد استبيان السائحين

م	الأبعاد	معاملات الارتباط	م	الأبعاد	معاملات الارتباط
١	السياحة الشاطئية	**٠.٨٠٤	٥	سياحة المهرجانات	**٠.٨٢١
٢	السياحة الأثرية	**٠.٨٥٣	٦	سياحة رجال الأعمال والمؤتمرات	**٠.٧٦٥
٣	السياحة التاريخية	**٠.٧٠٧	٧	سياحة السفن	**٠.٨٢٤
٤	السياحة الرياضية	**٠.٨٢٦	٨	سياحة المخيمات	**٠.٨٤٩
حركة السياحة الداخلية					
**٠.٧٠٤					

يتضح من الجدول رقم (١) أن قيم معامل الارتباط لأبعاد استبيان السائحين تراوحت بين (٠.٧٠٤)، وجاءت جميع قيم معاملات الارتباط موجبة، كما أن جميع هذه القيم مقبولة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠٥)، مما يشير إلى صدق الاتساق الداخلي لاستبيان السائحين، وبذلك تم التحقق من صدق الاتساق الداخلي لاستبيان السائحين.

• الصدق الذاتي: جدول رقم (٢): الصدق الذاتي لأبعاد استبيان السائحين

م	الأبعاد	الصدق الذاتي	م	الأبعاد	الصدق الذاتي
١	السياحة الشاطئية	٠.٨٣٨	٥	سياحة المهرجانات	٠.٩١٣
٢	السياحة الأثرية	٠.٨٧٠	٦	سياحة رجال الأعمال والمؤتمرات	٠.٨٩١
٣	السياحة التاريخية	٠.٨٤٩	٧	سياحة السفن	٠.٨٦١
٤	السياحة الرياضية	٠.٨٦٤	٨	سياحة المخيمات	٠.٨٧١
حركة السياحة الداخلية					
٠.٨٥٢					

يتضح من الجدول رقم (٢) أن قيم معامل الصدق الذاتي لأبعاد استبيان السائحين تراوحت بين (٠.٨٣٨)، وجاءت جميع قيم الصدق الذاتي مقبولة إحصائياً، مما يشير إلى الصدق الذاتي لاستبيان السائحين، وبذلك تم التحقق من الصدق الذاتي لاستبيان السائحين.

ب. ثبات استبيان السائحين:

يقصد بثبات الإستبيان "الحصول على نفس النتائج عند تكرار القياس باستخدام نفس الأداة وفي نفس الظروف"، ولتقدير ثبات الإستبيان تم استخدام طريقتي ألفا كرونباخ والتجزئة النصفية، ويوضح الجدول رقم (٣) قيم معاملات ثبات ألفا كرونباخ والتجزئة النصفية لكل بُعد من أبعاد الإستبيان كالتالي:

جدول رقم (٣): قيم معاملات ثبات ألفا كرونباخ والتجزئة النصفية لكل بُعد من أبعاد استبيان السائحين

م	الأبعاد	معاملات ثبات ألفا كرونباخ	
		معادلة جتمان	سبيرمان براون
١	السياحة الشاطئية	٠.٧٠٣	٠.٧٢٣
٢	السياحة الأثرية	٠.٧٥٨	٠.٧٢٥
٣	السياحة التاريخية	٠.٧٢٢	٠.٨١٥
٤	السياحة الرياضية	٠.٧٤٨	٠.٦٥٠
٥	سياحة المهرجانات	٠.٨٣٥	٠.٧٦٩
٦	سياحة رجال الأعمال والمؤتمرات	٠.٧٩٥	٠.٧٥٩
٧	سياحة السفن	٠.٧٤٢	٠.٧٣٢
٨	سياحة المخيمات	٠.٧٦٠	٠.٧٠٩
	حركة السياحة الداخلية	٠.٧٢٧	٠.٧٣١

يتضح من الجدول رقم (٣) أن قيم معاملات ثبات ألفا كرونباخ جاءت في المدى (٠.٧٠٣، ٠.٨٣٥)، وأن قيم معاملات ثبات التجزئة النصفية قبل التصحيح وفقاً لمعادلة جتمان جاءت في المدى (٠.٦٤٥، ٠.٨١٥)، وبعد التصحيح وفقاً لمعادلة سبيرمان براون جاءت في المدى (٠.٦٥٠، ٠.٨١٥)، وجميعها قيم معاملات مرتفعة إحصائياً، مما يؤكد ثبات وصلاحيّة استخدام إستبيان السائحين وملاءمته لأغراض الدراسة.

يتضح مما سبق أن إستبيان السائحين موضوع الدراسة يتسم بدرجة عالية من الصدق والثبات، تعزز النتائج التي سيتم الحصول عليها من البيانات للوصول للنتائج النهائية للدراسة.

٢. معاملات صدق وثبات استبيان الخبراء:

أ. صدق استبيان الخبراء:

تم من خلال ما يلي:

• صدق الاتساق الداخلي :

يوضح الجدول رقم (٤) صدق الاتساق الداخلي لأبعاد استبيان الخبراء كما يلي:

جدول رقم (٤): صدق الاتساق الداخلي لأبعاد استبيان الخبراء

م	الأبعاد	معاملات الارتباط	م	الأبعاد	معاملات الارتباط
١	السياحة الشاطئية	**٠.٨٠٥	٥	سياحة المهرجانات	**٠.٨٣٥
٢	السياحة الأثرية	**٠.٨٥٦	٦	سياحة رجال الأعمال والمؤتمرات	**٠.٧٦٢
٣	السياحة التاريخية	**٠.٧٢١	٧	سياحة السفن	**٠.٨١٣
٤	السياحة الرياضية	**٠.٨٢٩	٨	سياحة المخيمات	**٠.٨٥٩
	حركة السياحة الداخلية				**٠.٧٠٨

يتضح من الجدول رقم (٤) أن قيم معامل الارتباط لأبعاد استبيان الخبراء تراوحت بين (٠.٧٠٨، ٠.٨٥٩)، وجاءت جميع قيم معاملات الارتباط موجبة، كما أن جميع هذه القيم مقبولة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠١)، مما يشير إلى صدق الاتساق الداخلي لاستبيان الخبراء، وبذلك تم التحقق من صدق الاتساق الداخلي لاستبيان الخبراء.

• الصدق الذاتي:

تم حساب الصدق الذاتي لكل بُعد من أبعاد استبيان الخبراء من خلال الجذر التربيعي لقيم معاملات الثبات، ويوضح الجدول رقم (٥) الصدق الذاتي لأبعاد استبيان الخبراء كما يلي:

جدول رقم (٥): الصدق الذاتي لأبعاد استبيان الخبراء

م	الأبعاد	الصدق الذاتي	م	الأبعاد	الصدق الذاتي
١	السياحة الشاطئية	٠.٨٥٧	٥	سياحة المهرجانات	٠.٩١٠
٢	السياحة الأثرية	٠.٨٧٨	٦	سياحة رجال الأعمال والمؤتمرات	٠.٩٦٩
٣	السياحة التاريخية	٠.٩٠١	٧	سياحة السفن	٠.٩٥٧
٤	السياحة الرياضية	٠.٨٩١	٨	سياحة المخيمات	٠.٩٥٠
حركة السياحة الداخلية					
					٠.٩١٢

يتضح من الجدول رقم (٥) أن قيم معامل الصدق الذاتي لأبعاد استبيان الخبراء تراوحت بين (٠.٨٥٧، ٠.٩٦٩)، وجاءت جميع قيم الصدق الذاتي مقبولة إحصائياً، مما يشير إلى الصدق الذاتي لاستبيان الخبراء، وبذلك تم التحقق من الصدق الذاتي لاستبيان الخبراء.

ب. ثبات استبيان الخبراء:

تم التأكد من ثبات استبيان الخبراء باستخدام طريقتي ألفا كرونباخ والتجزئة النصفية، ويوضح الجدول رقم (٦) قيم معاملات ثبات ألفا كرونباخ والتجزئة النصفية لكل بُعد من أبعاد الإستهبيان الخبراء كالتالي:

جدول رقم (٦): قيم معاملات ثبات ألفا كرونباخ والتجزئة النصفية لكل بُعد من أبعاد استبيان الخبراء

م	الأبعاد	معاملات ثبات ألفا كرونباخ	
		معاملات ثبات ألفا كرونباخ	معاملات ثبات التجزئة النصفية
١	السياحة الشاطئية	٠.٧٣٦	٠.٨٠١
٢	السياحة الأثرية	٠.٧٧٢	٠.٧٢٤
٣	السياحة التاريخية	٠.٨١٣	٠.٨٧٧
٤	السياحة الرياضية	٠.٧٩٥	٠.٧٠٨
٥	سياحة المهرجانات	٠.٨٢٩	٠.٧٥٠
٦	سياحة رجال الأعمال والمؤتمرات	٠.٩٤٠	٠.٩١٨
٧	سياحة السفن	٠.٩١٦	٠.٨٨٠
٨	سياحة المخيمات	٠.٩٠٣	٠.٩١٢
حركة السياحة الداخلية		٠.٨٣٣	٠.٧٦٢

يتضح من الجدول رقم (٦) أن قيم معاملات ثبات ألفا كرونباخ جاءت في المدى (٠.٧٣٦، ٠.٩٤٠)، وأن قيم معاملات ثبات التجزئة النصفية قبل التصحيح وفقاً لمعادلة جتمان جاءت في المدى (٠.٧٠٨، ٠.٩١٨)، ويعد التصحيح وفقاً لمعادلة سبيرمان براون جاءت في المدى (٠.٧١٦، ٠.٩١٩)، وجميعها قيم معاملات مرتفعة إحصائياً، مما يؤكد ثبات وصلاحيّة استخدام إستبيان الخبراء وملاءمته لأغراض الدراسة.

يتضح مما سبق أن استبيان الخبراء موضوع الدراسة يتسم بدرجة عالية من الصدق والثبات، تعزز النتائج التي سيتم الحصول عليها من البيانات للوصول للنتائج النهائية للدراسة.

٦.٣ الإحصاء الوصفي لأبعاد الدراسة الميدانية

١. التحليل الوصفي لمفردات السياحة الشاطئية:

يوضح الجدول رقم (٧) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية ومستوى التحقق والترتيب لمفردات السياحة الشاطئية كما يلي:

جدول رقم (٧): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية ومستوى التحقق والترتيب لمفردات السياحة الشاطئية

م	المفردة	الساكنين			الخبراء						
		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	مستوى التحقق	الترتيب	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	مستوى التحقق	الترتيب
١	تقوم بزيارة الشواطئ أثناء زيارتك إلى محافظة الإسماعيلية.	٤.٤٣	٠.٥٧١	٨٨.٦%	مرتفع تماماً	١	٤.٢١	٠.٦٥٠	٨٤.٢%	مرتفع تماماً	٤
٢	تستمتع أثناء زيارتك إلى محافظة الإسماعيلية بسواحلها الشاطئية.	٤.٢٧	٠.٦٤١	٨٥.٤%	مرتفع تماماً	٤	٤.٢٤	٠.٧٥٩	٨٤.٨%	مرتفع تماماً	٣
٣	تشعر بالهدوء والإسترخاء عند الجلوس على الشواطئ بمحافظة الإسماعيلية.	٤.٢٨	٠.٦٦١	٨٥.٦%	مرتفع تماماً	٣	٤.٢٧	٠.٦٨١	٨٥.٤%	مرتفع تماماً	١
٤	تحرص على الحضور إلى شواطئ محافظة الإسماعيلية.	٤.٣٢	٠.٦١٦	٨٦.٤%	مرتفع تماماً	٢	٤.٢٥	٠.٧٣١	٨٥%	مرتفع تماماً	٢
	المتوسط العام	٤.٣٢	٠.٦١٦	٨٦.٤%	مرتفع تماماً		٤.٢٤	٠.٧٢٥	٨٤.٨%	مرتفع تماماً	

يتضح من الجدول رقم (٧) أن المتوسط العام لإجابات أفراد عينة الدراسة من الساكنين على المفردات المرتبطة بنمط السياحة الشاطئية جاءت مرتفعة تماماً، حيث بلغ متوسطها الحسابي (٤.٣٢) بانحراف معياري (٠.٦١٦)، وجاءت أعلى إجابة للساكنين على نمط السياحة الشاطئية للمفردة (١) حيث بلغ متوسطها الحسابي (٤.٤٣) بانحراف معياري (٠.٥٧١)، وتنص على (تقوم بزيارة الشواطئ أثناء زيارتك إلى محافظة الإسماعيلية)، في حين جاءت أقل إجابات للساكنين على نمط السياحة الشاطئية للمفردة (٢) حيث بلغ متوسطها الحسابي (٤.٢٧) بانحراف معياري (٠.٦٤١)، وتنص على (تستمتع أثناء زيارتك إلى محافظة الإسماعيلية بسواحلها الشاطئية).

كما يتضح أيضاً أن المتوسط العام لإجابات أفراد العينة من الخبراء على المفردات المرتبطة بنمط السياحة الشاطئية جاءت مرتفعة تماماً، حيث بلغ متوسطها الحسابي (٤.٢٤) بانحراف معياري (٠.٧٢٥)، وجاءت أعلى إجابة للخبراء على نمط السياحة الشاطئية للمفردة (٣) حيث بلغ متوسطها الحسابي (٤.٢٧) بانحراف معياري

(٠.٦٨١)، وتنص على (يشعر السائح بالهدوء والإسترخاء عند الجلوس على الشواطئ بمحافظة الإسماعيلية)، في حين جاءت أقل إجابات للخبراء على نمط السياحة الشاطئية للمفردة (١) حيث بلغ متوسطها الحسابي (٤.٢١) بانحراف معياري (٠.٦٥٠)، وتنص على (يقوم السائح بزيارة الشواطئ أثناء زيارته إلى محافظة الإسماعيلية)، فمن خلال اجابات كلاً من السائحين والخبراء المرتبطة بنمط السياحة الشاطئية تبين أنها جاءت مرتفعة تماماً مما يدل على اعتماد المحافظة بشكل أساسي على نمط السياحة الشاطئية.

٢. التحليل الوصفي لمفردات سياحة المهرجانات:

يوضح الجدول رقم (٨) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية ومستوى التحقق والترتيب لمفردات سياحة المهرجانات كما يلي:

جدول رقم (٨): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية ومستوى التحقق والترتيب لمفردات

سياحة المهرجانات

م	المفردة	السائحين				الخبراء				
		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	مستوى التحقق	الترتيب	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	مستوى التحقق
١	تحرص على حضور مهرجان الإسماعيلية الدولي للفنون الشعبية.	٣.٢٢	١.٢٥١	%٦٤.٤	متوسط	٢	٢.٨٧	١.٠١٩	%٥٧.٤	متوسط
٢	تحرص على حضور مهرجانات أعياد الربيع بمحافظة الإسماعيلية.	٣.٢٦	١.١١٠	%٦٥.٢	متوسط	١	٣.٠٤	٠.٩٥٢	%٦٠.٨	متوسط
٣	تحرص على مشاهدة بساتين الماتجو بمحافظة الإسماعيلية.	٣.٠٧	١.٠٩٤	%٦١.٤	متوسط	٣	٢.٩٥	١.٠٢١	%٥٩	متوسط
٤	تحرص على حضور مسابقة أميرات الفراولة بمحافظة الإسماعيلية.	٢.٨٢	١.٢٦٠	%٥٦.٤	متوسط	٤	٢.٨٠	١.١٧٥	%٥٦	متوسط
	المتوسط العام	٣.٠٩	١.٢٥٤	%٦١.٨	متوسط		٢.٩١	١.١٦٤	%٥٨.٢	متوسط

يتضح من الجدول رقم (٨) أن المتوسط العام لإجابات أفراد عينة الدراسة من السائحين على المفردات المرتبطة بنمط سياحة المهرجانات جاءت متوسطة، حيث بلغ متوسطها الحسابي (٣.٠٩) بانحراف معياري (١.٢٥٤)، وجاءت أعلى إجابة للسائحين على نمط سياحة المهرجانات للمفردة (٢) حيث بلغ متوسطها الحسابي (٣.٢٦) بانحراف معياري (١.١١٠)، وتنص على (تحرص على حضور مهرجانات أعياد الربيع بمحافظة الإسماعيلية)، في حين جاءت أقل إجابات للسائحين على نمط سياحة المهرجانات للمفردة (٤) حيث بلغ متوسطها الحسابي (٢.٨٢) بانحراف معياري (١.٢٦٠)، وتنص على (تحرص على حضور مسابقة أميرات الفراولة بمحافظة الإسماعيلية).

كما يتضح أيضاً أن المتوسط العام لإجابات أفراد العينة من الخبراء على المفردات المرتبطة بنمط سياحة المهرجانات جاءت متوسطة، حيث بلغ متوسطها الحسابي (٢.٩١) بانحراف معياري (١.١٦٤)، وجاءت أعلى إجابة للخبراء على نمط سياحة المهرجانات للمفردة (٢) حيث بلغ متوسطها الحسابي (٣.٠٤) بانحراف معياري (٠.٩٥٢)، وتنص على (يحرص السائح على حضور مهرجانات أعياد الربيع بمحافظة الإسماعيلية)، في حين جاءت أقل إجابات للخبراء على نمط سياحة المهرجانات للمفردة (٤) حيث بلغ متوسطها الحسابي (٢.٨٠)

بانحراف معياري (١.١٧٥)، وتنص على (يحرص السائح على حضور مسابقة أميرات الفراولة بمحافظة الإسماعيلية)، وهذا يتفق مع (أحمد، ٢٠١٩) بأنه يوجد قصور في التسويق والتنشيط السياحي لسياحة المهرجانات والمناسبات الخاصة في محافظة الإسماعيلية بشكل كبير، على الرغم من وجود العديد من المقومات الطبيعية والبشرية بالمحافظة والتي تؤهلها لأن تكون مدينة عالمية للمهرجانات.

٣. التحليل الوصفي لمفردات سياحة السفن:

يوضح الجدول رقم (٩) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية ومستوى التحقق والترتيب لمفردات سياحة السفن كما يلي:

جدول رقم (٩): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية ومستوى التحقق والترتيب لمفردات

سياحة السفن

م	المفردة	الساكنين			الخبراء						
		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	مستوى التحقق	الترتيب	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	مستوى التحقق	الترتيب
١	تتابع مشاهدة سير السفن العملاقة التي تمر من خلال قناة السويس.	١.٩٠	١.٣٢٨	٣٨%	منخفض	٤	٢.٢٨	١.٥٠١	٤٥.٦%	منخفض	٤
٢	تحرص على تصوير السفن العملاقة التي تمر من خلال قناة السويس.	٢.٢٥	٠.٩٥٦	٤٥%	منخفض	٢	٢.٤٨	١.٣١٥	٤٩.٦%	منخفض	٢
٣	تحرص على عبور القناة من خلال المعديّة.	٢.٤٨	١.٣٨٩	٤٩.٦%	منخفض	١	٢.٥٩	١.٤٨٦	٥١.٨%	منخفض	١
٤	تدعوا أصدقائك إلى مشاهدة السفن التي تمر من خلال قناة السويس.	٢.٠٤	١.٠٠٠	٤٠.٨%	منخفض	٣	٢.٣٧	١.٣٦٠	٤٧.٤%	منخفض	٣
	المتوسط العام	٢.١٦	٠.٩٨٩	٤٣.٢%	منخفض		٢.٤٣	١.٣٤٢	٤٨.٦%	منخفض	

يتضح من الجدول رقم (٩) أن المتوسط العام لإجابات أفراد عينة الدراسة من الساكنين على المفردات المرتبطة بنمط سياحة السفن جاءت منخفضة، حيث بلغ متوسطها الحسابي (٢.١٦) بانحراف معياري (٠.٩٨٩)، وجاءت أعلى إجابة للساكنين على نمط سياحة السفن للمفردة (٣) حيث بلغ متوسطها الحسابي (٢.٤٨) بانحراف معياري (١.٣٨٩)، وتنص على (تحرص على عبور القناة من خلال المعديّة)، في حين جاءت أقل إجابات للساكنين على نمط سياحة السفن للمفردة (١) حيث بلغ متوسطها الحسابي (١.٩٠) بانحراف معياري (١.٣٢٨)، وتنص على (تتابع مشاهدة سير السفن العملاقة التي تمر من خلال قناة السويس).

كما يتضح أيضاً أن المتوسط العام لإجابات أفراد العينة من الخبراء على المفردات المرتبطة بنمط سياحة السفن جاءت منخفضة، حيث بلغ متوسطها الحسابي (٢.٤٣) بانحراف معياري (١.٣٤٢)، وجاءت أعلى إجابة للخبراء على نمط سياحة السفن للمفردة (٣) حيث بلغ متوسطها الحسابي (٢.٥٩) بانحراف معياري (١.٤٨٦)، وتنص على (يحرص السائح على عبور القناة من خلال المعديّة)، في حين جاءت أقل إجابات للخبراء على نمط سياحة السفن للمفردة (١) حيث بلغ متوسطها الحسابي (٢.٢٨) بانحراف معياري (١.٥٠١)، وتنص على (يتابع السائح مشاهدة سير السفن العملاقة التي تمر من خلال قناة السويس).

٤. التحليل الوصفي لمفردات سياحة المخيمات

يوضح الجدول رقم (١٠) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية ومستوى التحقق والترتيب لمفردات سياحة المخيمات كما يلي:

جدول رقم (١٠): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية ومستوى التحقق والترتيب لمفردات

سياحة المخيمات

م	المفردة	السائحون			الخبراء						
		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	مستوى التحقق	الترتيب	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	مستوى التحقق	الترتيب
١	تستمتع بإقامة المخيمات أثناء الرحلة السياحية بمحافظة الإسماعيلية.	١.٦٠	١.٠١٣	٣٢%	منخفض تماماً	٤	٢.٢٥	١.٣٣٧	٤٥%	منخفض	٣
٢	تحرص المحافظة على توفير كل ما تطلبه سياحة المخيمات.	١.٨٢	١.٠٧٤	٣٦.٤%	منخفض	٢	٢.٢٧	١.٢٤٣	٤٥.٤%	منخفض	٢
٣	تعمل على توفير جو من الألفة والمودة أثناء سياحة المخيمات.	١.٦٨	١.١٤٨	٣٣.٦%	منخفض تماماً	٣	٢.٢٢	١.٣٠٥	٤٤.٤%	منخفض	٤
٤	تهتم بسياحة المخيمات بمحافظة الإسماعيلية.	٢.١٥	١.٣١٧	٤٣%	منخفض	١	٢.٤١	١.٢٩٣	٤٨.٢%	منخفض	١
	المتوسط العام	١.٨١	١.٠٧٩	٣٦.٢%	منخفض		٢.٢٩	١.٢٥٤	٤٥.٨%	منخفض	

يتضح من الجدول رقم (١٠) أن المتوسط العام لإجابات أفراد عينة الدراسة من السائحين على المفردات المرتبطة بنمط سياحة المخيمات جاءت منخفضة، حيث بلغ متوسطها الحسابي (١.٠٨١) بانحراف معياري (١.٠٧٩)، وجاءت أعلى إجابة للسائحين على نمط سياحة المخيمات للمفردة (٤) حيث بلغ متوسطها الحسابي (٢.١٥) بانحراف معياري (١.٣١٧)، وتنص على (تهتم بسياحة المخيمات بمحافظة الإسماعيلية)، في حين جاءت أقل إجابات للسائحين على نمط سياحة المخيمات للمفردة (١) حيث بلغ متوسطها الحسابي (١.٦٠) بانحراف معياري (١.٠١٣)، وتنص على (تستمتع بإقامة المخيمات أثناء الرحلة السياحية بمحافظة الإسماعيلية). كما يتضح أيضاً أن المتوسط العام لإجابات أفراد العينة من الخبراء على المفردات المرتبطة بنمط سياحة المخيمات جاءت منخفضة، حيث بلغ متوسطها الحسابي (٢.٢٩) بانحراف معياري (١.٢٥٤)، وجاءت أعلى إجابة للخبراء على نمط سياحة المخيمات للمفردة (٤) حيث بلغ متوسطها الحسابي (٢.٤١) بانحراف معياري (١.٢٩٣)، وتنص على (يهتم السائح بسياحة المخيمات بمحافظة الإسماعيلية)، في حين جاءت أقل إجابات للخبراء على نمط سياحة المخيمات للمفردة (٣) حيث بلغ متوسطها الحسابي (٢.٢٢) بانحراف معياري (١.٣٠٥)، وتنص على (يعمل السائح على توفير جو من الألفة والمودة أثناء سياحة المخيمات).

٧.٣ اختبارات فروض الدراسة وتحليل النتائج

(١) نتائج التحقق من الفرض الأول:

ينص الفرض الأول على: "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تنوع الأنماط السياحية وحركة السياحة الداخلية في محافظة الإسماعيلية".

للتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب معامل ارتباط بيرسون بين تنوع الأنماط السياحية وحركة السياحة الداخلية في محافظة الإسماعيلية، ويوضح الجدول رقم (١١) مصفوفة معاملات الارتباط بين الأنماط السياحية وحركة السياحة الداخلية في محافظة الإسماعيلية كالآتي:

جدول رقم (١١): مصفوفة معاملات الارتباط بين الأنماط السياحية وحركة السياحة الداخلية في محافظة الإسماعيلية

الأبعاد	السياحة الشاطئية	السياحة الأثرية	السياحة الأثرية	السياحة التاريخية	السياحة الرياضية	سياحة المهرجانات	سياحة رجال الأعمال والمؤتمرات	سياحة السفن	سياحة المخيمات	حركة السياحة الداخلية
السياحة الشاطئية	١.٠٠									
السياحة الأثرية	**٠.٥٧٥	١.٠٠								
السياحة التاريخية	**٠.٥٠٩	**٠.٥٩٨	١.٠٠							
السياحة الرياضية	**٠.٥٧٣	**٠.٦٨٨	**٠.٤٦٢	١.٠٠						
سياحة المهرجانات	**٠.٥٩٩	**٠.٧٢٣	**٠.٥٤٣	**٠.٧٠٤	١.٠٠					
سياحة رجال الأعمال والمؤتمرات	**٠.٥٣٩	**٠.٧٢١	**٠.٤٨٧	**٠.٦٠٦	**٠.٦١٢	١.٠٠				
سياحة السفن	**٠.٦١٧	**٠.٧٢٠	**٠.٥٤٧	**٠.٦٥٨	**٠.٦١٢	**٠.٦٥٨	١.٠٠			
سياحة المخيمات	**٠.٦١٦	**٠.٧٦٤	**٠.٥٣١	**٠.٧٠٦	**٠.٧٣٩	**٠.٦٤١	**٠.٦٩٠	١.٠٠		
حركة السياحة الداخلية	**٠.٦٧٨	**٠.٤٤١	**٠.٤١٣	**٠.٥١٦	**٠.٤٠١	**٠.٤٠٣	**٠.٤٨٦	**٠.٤٧٣	١.٠٠	

يتضح من الجدول رقم (١١) وجود علاقات إيجابية دالة إحصائياً عند مستوى (٠.٠١) بين الأنماط السياحية وحركة السياحة الداخلية في محافظة الإسماعيلية.

النتائج والتوصيات

جدول رقم (١٢) خطة عمل تنفيذ التوصيات

م	النتيجة	التوصية	آليات التطبيق
١	تستحوذ السياحة الشاطئية على النصيب الأكبر من حجم حركة السياحة الوافدة إلى محافظة الإسماعيلية يليها سياحة المهرجانات.	استحداث أنماط سياحية بديلة	تضافر الجهود مع كافة الجهات المعنية بالدولة كلاً فيما يخصه في مجال السياحة، مثل وزارة السياحة والآثار من خلال الاهتمام بأماكن الآثار في محافظة الإسماعيلية والترويج لها، ووزارة البيئة واهتمامها بالموارد البيئية الطبيعية وتهيئتها للزيارات السياحية.
٢	تحتوي محافظة الإسماعيلية على العديد من مقومات الجذب السياحي، إلا أنه لا يوجد تنوع في البرامج السياحية التي تقدمها المحافظة لزائريها وتعتمد على نمط سياحي واحد	الإهتمام بتطوير مناطق الجذب السياحي وللأنماط السياحية البديلة.	- الاستمرار في تدعيم وتطوير البنية الأساسية لتوفير متطلبات استحداث أنماط سياحية بديلة. - القيام بحملات دعائية عن المحافظة والاهتمام بتقديم خدمات سياحية متميزة ذات جودة عالية.
٣	تعتبر محافظة الإسماعيلية مركزاً متميزاً لنمط سياحة المؤتمرات يؤهلها لأن تكون مقر لعقد العديد من المؤتمرات إلا أنها بحاجة إلى مزيد من الإهتمام و الترويج لهذا النمط	انشاء مركز دولي للمؤتمرات بمحافظة الإسماعيلية.	- تخصيص عدد من الأقدنة بمدخل الإسماعيلية لإقامة المركز.
٤	تمثل محافظة الإسماعيلية مركزاً متميزاً لسياحة المهرجانات إلا أنها بحاجة إلى مزيد من الترويج لهذا النمط.	ابتكار مهرجانات جديدة متنوعة للمحافظة.	- التنسيق بين الجهات المختلفة لابتكار مهرجانات جديدة في الأجندة السياحية. - إقامة المهرجانات والدورات الرياضية واستغلال بحيرة التمساح والبحيرات المرة للرياضيات العالمية. - وضع أجندة سياحية خاصة بالمهرجانات و المناسبات الخاصة، مجدول بها كل الفعاليات حسب المقومات التي تشتهر بها المحافظة.

<ul style="list-style-type: none"> - القيام بحملات دعائية عن مقومات السياحة التاريخية و الأثرية التي تزخر بها المحافظة. - الترميم والحفاظ على الآثار الموجودة بالمتاحف التي ترجع للعديد من الأزمنة والعصور المختلفة. - تطوير الطرق المؤدية إلى المناطق الأثرية وداخلها وتنظيم المرور فيها بطريقة سليمة. - توفير موقع إلكتروني يعرض جميع المعالم الأثرية والتاريخية بالمحافظة. 	<p>ضرورة الاهتمام بمقومات السياحة التاريخية والأثرية في محافظة الإسماعيلية و الترويج لها الترويج الملائم.</p>	<p>٥ تتمتع محافظة الإسماعيلية بمقومات تاريخية وأثرية هامة</p>
<ul style="list-style-type: none"> - إدراج محافظة الإسماعيلية ضمن البرامج السياحية في شركات السياحة. - وضع برامج جديدة للأماكن السياحية الجديدة وإرسالها إلى شركات السياحة خارج المحافظة. 	<p>عمل برنامج سياحي متنوع يضم العديد من الأنشطة السياحية.</p>	<p>٦ عدم إدراج محافظة الإسماعيلية ضمن البرامج السياحية لشركات السياحة</p>

المراجع

المراجع العربية :-

- إبراهيم، وفاء زكي (٢٠٠٦) دور السياحة في التنمية الاجتماعية - دراسة تقويمية للقرى السياحية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية.
- أبو زيد، أسماء عبد العاطي محمد (٢٠١٢) تنمية الأنماط السياحية المستحدثة وتنافسية المنتج السياحي المصري، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية السياحة والفنادق جامعة قناة السويس.
- أحمد، ندا محسن فريد (٢٠١٩) تنشيط سياحة المهرجانات والمناسبات الخاصة في محافظة الإسماعيلية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية السياحة والفنادق، جامعة قناة السويس.
- الرواضية، زياد عيد (٢٠١٣) السياحة البيئية: المفاهيم والأسس والمقومات، دار زمزم ناشرون، عمان.
- الشربيني، محمد زيدان محمد (٢٠٠٨) أثر سلوك ودوافع السائح على الأنماط السياحية في إطار المتغيرات الحديثة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية السياحة والفنادق، جامعة قناة السويس.
- الشربيني، محمد عطا زين العابدين (٢٠١٢) مقومات السياحة العلمية في مصر، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية السياحة والفنادق، جامعة قناة السويس.
- جاد المولى، نيفين رشدي أحمد (٢٠١٤) دور الهيئات الإقليمية لتنشيط السياحة في زيادة الحركة السياحية الداخلية الوافدة إلى مدن القناة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية السياحة والفنادق، جامعة قناة السويس.

- جمعة، شيماء خليل سالم (٢٠١١) الأنماط السياحية في محافظة الفيوم دراسة في جغرافيا السياحة، مجلة البحث العلمي في الآداب، كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، جامعة عين شمس عدد ١٢.
- خليل ، ميرفت حسين محمد حساني (٢٠١٧) دور التنمية المستدامة في تنشيط الحركة السياحية (بالتطبيق على محافظة الإسماعيلية) رسالة ماجستير غير منشورة، كلية السياحة والفنادق، جامعة قناة السويس.
- سالم، سالم حميد (٢٠٠٧) سلوك السائح ودوره في تحديد النمط السياحي، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، جامعة بغداد المجلد ١٣ / ع ٤٨ / لسنة ٢٠٠٧.
- سالم، هند محمد سيد (٢٠١٤) تنمية أنماط جديدة للسياحة وإدراجها على الخريطة السياحية، مجلة البحوث السياحية، وزارة السياحة، القاهرة، عدد أكتوبر ٢٠١٤.
- شمت، نيفين حسين (٢٠١٠) التسويق الدولي والإلكتروني، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية.
- طلبية، سهام صفوت محمد (٢٠٠٨) تنمية سياحة رجال الأعمال في مصر، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية السياحة والفنادق، جامعة حلوان.
- علي، حورية محمود أحمد (٢٠١٢) الأنماط السياحية المستحدثة ودورها في التنمية السياحية بمحافظة الوادي الجديد، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية السياحة والفنادق، جامعة قناة السويس.
- فايد، هناء عبد القادر و فراج، محمد محمد (٢٠١٥) البدائل الإستراتيجية المقترحة لتنمية المنتج السياحي لمحافظة الإسماعيلية بإستخدام نموذج التحليل الرباعي SWOT ، مجلة كلية السياحة والفنادق، جامعة الفيوم، المجلد التاسع، العدد (٢ / ١) سبتمبر ٢٠١٥.
- ماهر، نادية حسين أحمد (١٩٩١) تقييم الكفاءة التسويقية في قطاع السياحة بالتطبيق على محافظة الإسماعيلية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التجارة، جامعة بورسعيد.
- مرسي، على السيد شحاته (٢٠١٢) تقييم وتطوير التسويق الفندقي في ظل العولمة، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية السياحة والفنادق، جامعة قناة السويس.

المراجع الأجنبية:-

- Albaum, G.,Strandskov,J. and Duerr, E. (2002), International Marketing and Export Management, 4th Edition, Prentice Hall, New York.
- Morgan, N. and Annette, A. (2000), "Advertising in Tourism and Leisure", Butterworth- Heinemann, Londo



**Journal of Association of Arab Universities
for Tourism and Hospitality (JAAUTH)**

journal homepage: <http://jaauth.journals.ekb.eg/>



**Diversity of the Tourist Patterns as a Tool to Support the Domestic
Tourism to Canal Cities: An Applicable Study on Ismailia
Governorate**

Reham Mohamed Ahmed El Agoz, Nadia Hussein Maher, Rasha Ahmed Khalil
Tourism Studies Department, Faculty of Tourism and Hotels, Suez Canal University

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Keywords:

Tourism patterns;
Alternative tourism;
Ismailia Governorate.

(JAAUTH)

**Vol.22, No.3
, (2022),
PP. 230-250.**

Diversity in tourism patterns is a form of tourism development. Tourism product diversity is a major objective of countries that rely on continuing to address new segments of tourists. This diversity is achieved by adding alternative tourism patterns to the traditional tourism patterns offered by the State. The increase in tourist demand depends to a large extent on the abundance of tourist destinations, attractions and facilities offered and how these ingredients are used to develop new tourism patterns, This study aimed to identify To identify alternative tourism patterns that can be relied upon to support the internal tourism movement to Ismailia Governorate, The researcher used the descriptive and analytical method that is concerned with studying and analyzing the phenomenon to reach accurate conclusions about the phenomenon and its interpretation, One of the most important results of the study Beaches tourism holds the largest share in the volume of inbound tourism to the Ismailia Governorate, followed by festivals tourism, Domestic tourism represents the largest percentage of inbound tourism to Ismailia Governorate, One of the most important recommendations of the study is to pay attention to developing tourist attractions and promoting alternative tourism patterns.