

## دور سياحة آثار ما قبل التاريخ فى زيادة معدلات الحركة السياحية الداخلية والخارجية بالتطبيق على محافظة الوادي الجديد بالمقارنة بين عامى ٢٠١٠-٢٠١٩م

شمس حسن حلمي عبد السلام<sup>١</sup>، وفاء أحمد نور الدين إلياس<sup>٢</sup>، رانيا محمد بهاء الدين<sup>٣</sup>، محمد عزت محمد<sup>٤</sup>

<sup>١</sup> باحثة بدرجة الدكتوراه كلية السياحة والفنادق، جامعة المنصورة، جمهورية مصر العربية

<sup>٢</sup> قسم الدراسات السياحية كلية السياحة والفنادق، جامعة المنيا، جمهورية مصر العربية

<sup>٣</sup> قسم الدراسات السياحية كلية السياحة والفنادق، جامعة المنصورة، جمهورية مصر العربية

### الملخص:

يهدف البحث إلى التعرف على "سياحة آثار ما قبل التاريخ ودورها فى زيادة معدلات الحركة السياحية الداخلية والخارجية بالتطبيق على محافظة الوادي الجديد"، وقد تم استخدام المنهج التجريبي الوصفي التحليلي، وتم تحليل إحصائيات تمثل الحركة السياحية الداخلية والخارجية الموجهة لمحافظة الوادي الجديد، وقد تم تطبيق هذه الدراسة على المواقع الأثرية لآثار ما قبل التاريخ المتمثلة فى (الواحات الداخلة، الخارجة، الفرافرة، منطقة صحراء مصر الغربية، هضبة الجلف الكبير، جبل العوينات) بمحافظة الوادي الجديد، بالمقارنة بين عامى ٢٠١٠ والذى يمثل فترة هدوء خاصةً فيما يخص الجانب السياسي والأمني وعام ٢٠١٩م قبل انتشار فيروس كوفيد ١٩ وتأثيره على الوضع السياحي، وأشارت النتائج أن عرض مواقع آثار ما قبل التاريخ فى مواقعها الأصلية يمكننا من استغلالها لزيادة معدلات الحركة السياحية للوادي الجديد سواء الداخلية أو الخارجية إعتقادا على ما تتميز به محافظة الوادي الجديد من خصائص جغرافية وأثرية وثقافية متنوعة، كمحاولة جادة لتنشيط السياحة ولجذب أكبر قدر من السائحين إلى هذا النوع من السياحة التي قد يسمح لمصر أن تنافس به على خريطة السياحة العالمية، مما قد يكون له الأثر الايجابي فى زيادة العملة الصعبة وإنعاش الاقتصاد المصري، لذا توصي الباحثة بضرورة تطبيق مصر إستراتيجيات سياحية جديدة تعتمد على تنوع المنتج السياحي المصري والترويج لمناطق جذب سياحية جديدة ومن أهمها سياحة آثار ما قبل التاريخ، لإشباع وتلبية احتياجات ورغبات الفئات المختلفة من السائحين فى كافة الدول، من أجل تحقيق المزيد من التنشيط والجذب السياحي لمصر، ولزيادة الطلب السياحي لديها.

**الكلمات المفتاحية:** آثار ما قبل التاريخ – الحركة السياحية – الوادي الجديد

## المقدمة

يبحث علم ما قبل التاريخ في أصل وتطور حضارات الإنسان قبل معرفته للكتابة، حيث تتمثل فيما تركته الحضارة من بقايا أثرية كالأدوات الحجرية والعظمية ورسومات ونقوش جدارية، والتي تسمح دراستها بإعادة تصوير وتصميم الحياة اليومية لإنسان ما قبل التاريخ في بيئة وزمن معين، وإذا كان هذا المفهوم لعلم ما قبل التاريخ يجعله يقترب من مفهوم علم الآثار، لكونهما يبحثان في موضوع واحد، وهو معرفة مختلف ميادين حياة الإنسان منذ نشأته، إلا أن علم ما قبل التاريخ ينفرد عن علم الآثار من حيث منهجية البحث، لأنه إذا كان علم الآثار يعتمد على النصوص الكتابية لتدعيم وتصحيح التاريخ بشواهد مادية، فإن علم ما قبل التاريخ يستند على العلوم الطبيعية مثل: جيولوجية الزمن، وعلم المستحاثات (الإنسانية والحيوانية) وعلم النبات القديم، والجيومرفولوجيا، وكذلك على العلوم الفيزيائية فيما يتعلق بتاريخ الشواهد المادية لوضعها في تسلسل زمني لحضارات ما قبل التاريخ (حكيم، ٢٠١٣).

وقد بدأت عصور ما قبل التاريخ مع ظهور أول آثار الوجود الإنساني، حيث يمكن تقسيم هذه العصور إلى ثلاثة عصور رئيسية هي: العصر الحجري القديم (الباليوليتي Paleolithic) والذي يتراوح ما بين ٢ مليون - ١٢.٠٠٠ ق.م، العصر الحجري الوسيط (الميزوليتي Mesolithic) أو (الإيباليوليت Epipaleolithic) والذي يتراوح ما بين ١٢.٠٠٠ - ٥.٠٠٠ ق.م، والعصر الحجري الحديث (النيوليتي Neolithic) والذي يتراوح ما بين ٥.٠٠٠ - ٣.٨٠٠ ق.م، ترك الإنسان القديمة نقوش وبقايا حيوانات وأوانى وآلات حجرية، كما ترك العديد من الحفريات والمخريشات التي توضح الحياة اليومية لإنسان ما قبل التاريخ مما يؤهل هذه المواقع لجذب أعداد كبيرة من السائحين المهتمين بهذا النمط (عرام، ٢٠١٢).

كما تعمل الأنماط السياحية الجديدة ومنها سياحة آثار ما قبل التاريخ على تنوع المنتج السياحي المصري، والتي أصبحت تخاطب شرائح أوسع من السائحين عبر العالم، حيث يجب أن يتبع هذا التنوع تطوير في الخدمات السياحية كسمة من سمات هذا التنوع بالمنتجات السياحية والذي يمكن أن يحقق لمصر جذباً سياحياً أكبر (محمد، ٢٠٢٠).

### مشكلة البحث:

تمتلك محافظة الوادي الجديد مواقع أثرية متعددة لآثار ما قبل التاريخ، في أماكن متفرقة إلا أن بعضها في حالة جيدة وبعضها يحتاج إلى ترميم وإهتمام، فعلى الرغم من تعدد أنواع وأنماط السياحة بمحافظة الوادي الجديد من سياحة رياضية وثقافية وسياحة المحميات وسياحة السفارى وغيرها ، إلا أن الأهمية التاريخية والسياحية التي تشكلها مواقع آثار ما قبل التاريخ في مصر، لم تحظى بالاهتمام الكافي من قبل وزارة السياحة وهيئة تنشيط السياحة المصرية ولم تدرج ضمن البرامج السياحية الأنماط السياحية المستجدة، كما يوجد قصور فى الدراسات السابقة التى أهتمت بآثار ما قبل التاريخ ما عدا القليل منها والذي أعتمد على إبراز تلك المواقع من الجانب الأثرى فقط دون محاولة لربط هذه المواقع بالجانب السياحى عن طريق خلق أنماط سياحية جديدة وعرضها ضمن إستراتيجيات الدولة وإستغلالها لتحقيق تنوع المنتج السياحى المصرى إعتقاداً على ما تتميز به المحافظة من مواقع متنوعة لآثار ما قبل التاريخ ما يؤثر سلباً على حركة السياحة الوافدة لمحافظة الوادي الجديد سواء كانت داخلية أو خارجية.

### أهداف البحث :

- تحليل مقومات سياحة آثار ما قبل التاريخ بالوادي الجديد.
- تقييم الوضع الحالي لسياحة آثار ما قبل التاريخ في الوادي الجديد.
- تقييم جهود الهيئات السياحية الرسمية في تسويق سياحة آثار ما قبل التاريخ بالوادي الجديد.
- تحليل الحركة السياحية الداخلية والخارجية الوافدة للمحافظة بالمقارنة بين عامى ٢٠١٠ و ٢٠١٩.
- طرح بعض المقترحات التي من شأنها استغلال ما يتمتع به الوادي الجديد من إمكانيات لتنمية سياحة آثار ما قبل التاريخ بهدف زيادة الحركة السياحية الداخلية والخارجية.

### تساؤلات البحث :

- كيف يمكن تقييم إمكانيات سياحية آثار ما قبل التاريخ في الوادي الجديد؟

- إلى أى مدى يتناسب حجم الطلب السياحي لزيارة آثار ما قبل التاريخ مع ما تتمتع به المحافظة من مقومات تنتمي إلى هذه الحقبة؟
- ما تقييم الجهود التسويقية التي تقوم بها الأجهزة الرسمية في تسويق سياحة آثار ما قبل التاريخ بالوادي الجديد؟
- إلى أى مدى يمكن تساهم وزارة السياحة والهيئات السياحية الرسمية في توجيه الحركة السياحية لمحافظة الوادي الجديد؟
- كيف يمكن التغلب على معوقات تنمية سياحة آثار ما قبل التاريخ بالوادي الجديد؟

### الإطار النظري للدراسة :

#### أهمية سياحة آثار ما قبل التاريخ :

أوضح عباس (٢٠٢٠) أن مصر تمتلك عدد كبير من آثار لما قبل التاريخ في معظم المدن المصرية وتتواجد بكثرة في محافظة الوادي الجديد بما يساعد في تنشيط السياحة الخارجية ونموها، ويسهم ذلك في زيادة العملة الصعبة لمصر. وأن الاكتشافات الجديدة التي تتم عن طريق الحفر والتنقيب لمواقع آثار ما قبل التاريخ على التنمية السياحية تحتاج تأهيل وتهيئة من إقامة فنادق قريبة من هذه المواقع ووصف للطرق وتوفير البنية التحتية المناسبة، لتصبح مركزاً أثرياً، وهو ما يتطلب الدعم والتمويل من طرف الدولة ، كما تعمل الاكتشافات الأثرية لمواقع آثار ما قبل التاريخ على زيادة تنوع المنتج السياحي المصري، والذي يجذب شرائح كثيرة من السائحين المهتمين بهذا النمط من السياحة، حيث أن كل موقع أثري يدل على حدث ما أو أمر أو قصة ما.

كما أوضح درويش (٢٠١٢) أن سياحة آثار ما قبل التاريخ تلعب دوراً رئيسياً في زيادة الخدمات السياحية بشكل مباشر وغير مباشر من القطاعات الأخرى في الدولة مثل انتعاش حركة الأسواق والمطاعم وارتفاع نسب إشغال الفنادق والمرافق الطبية وغيرها، كما يساهم إدراج مواقع آثار ما قبل التاريخ ضمن المحميات

الطبيعية، على الحفاظ على جودة البيئة من مناظر طبيعية وتضاريس مثيرة للاهتمام وحياء نباتية بريا وافرة وهواء نقي وماء نظيف، مما يساعد على جذب السائحين.

أضاف (Agnieszka 2018) الدور الكبير الذي تساهم به سياحة آثار ما قبل التاريخ في تبادل الثقافات وتقريب المسافات بين الشعوب، من خلال تعلم السائحين ثقافات الأماكن الجديدة التي يزورونها من العادات والتقاليد واللغات ، وينقلون تجاربهم إلى بلادهم وخصوصاً الإيجابية منها، وهذا يساهم في تنمية وتطوير المجتمعات.

### الأنماط السياحية بمحافظة الوادي الجديد :

أوضح درويش (٢٠١٢) أن محافظة الوادي الجديد تمتلك من عناصر الجذب السياحي التي تؤهلها لأن تكون مقصداً سياحياً يقصده الناس من كل مكان على مدار العام، حيث يمكن ممارسة العديد من الأنماط السياحية المختلفة التي تعمل معا بصورة تكاملية، فترتبط كل منهما بالأخرى في محافظة الوادي الجديد، فعلى سبيل المثال ترتبط سياحة آثار ما قبل التاريخ بالعديد من أنواع السياحة الأخرى ومنها السياحة التاريخية والتي تعود لمختلف العصور ابتداءً من عصر ما قبل التاريخ مروراً بالعصر الفرعوني والبطلمي والروماني والقبطي والإسلامي.

بالإضافة إلى السياحة العلاجية والاستشفائية والتي تتمثل في سياحة العيون الكبريتية والمعدنية (الرحلات القصيرة عبر الصحراء التي تتخللها العيون في امتداد الصحراء الغربية بين الواحات المختلفة وعيون المياه مثل عيون دله وأم الدباديب - بشمو - بير واحد - عين كليوباترا - بير الغابة - بير العبد). وسياحة الصحاري والسفاري والتي تتضمن سياحة الكهوف (١٨ ألف عام ق.م)، سياحة النقوش الصخرية (٣٠ ألف عام ق.م)، سياحة مساكن الإنسان الأول (النواميس والفيوم ١٠ الاف عام ق.م)، سياحة النقوش الصخرية (٣٠ الف عام ق.م)، سياحة الـ ICO التي تجمع ما بين الموقع التراثي الحجري القديم والبيئي (الصحراء البيضاء كمثال)، سياحة الـ GIO التي تجمع ما بين الموقع التراثي والبيئي والجغرافي (الجلف الكبير كمثال)، سياحة التزلج علي الرمال (بحر الرمال - علم الغرد - سترا كمثال)،

كما أضاف (2020) pawel أهمية سياحة الآثار والنقوش وتحليل الصخور الجيولوجية والتي تتضمن النمط العلمي الذي يستهدف فئة العلماء والباحثين وطلاب الجامعات والمدارس والمعاهد والمستثمرين الاقتصاديين والمهتمين بالبيئة والثروات المعدنية، وكذلك النمط الترفيهي والذي يستهدف السائح والباحث عن الراحة والاستجمام بالمنظر الطبيعي الخلاب للمظهر الجيولوجي المميز.

#### المنتج السياحي وتنوعه كأحد عناصر المزيج التسويقي:

يُعتبر المنتج السياحي في الأساس مُنتج خدمي حتى لو اشتمل على خصائص مادية ملموسة، ويعد المنتج السياحي العنصر الرئيسي للمزيج التسويقي السياحي، وهو خليط من الظروف الطبيعية (الجغرافية، المناخية، الحضارية والاجتماعية)، بالإضافة إلى العديد من الخدمات المرتبطة والمقومات كالأثار التاريخية القديمة والمعالم الحضارية الحديثة والمرافق الأساسية والتسهيلات السياحية، وبشكل عام فالاتجاهات التسويقية تتعامل مع النواحي الملموسة وغير الملموسة في المنتج السياحي بشكل مُنفصل، لذلك فإنّ هناك اتجاهات تُنادي بتبني إستراتيجيات تسويقية مُنفصلة للنواحي الملموسة في المنتج السياحي، عن تلك الإستراتيجيات المُتعلقة بتسويق النواحي غير الملموسة فيه . (خليفة، ٢٠١٨)

فالمنتج السياحي يتعلق بدراسة كافة المنتجات من حيث الإعداد والتسويق والاستهلاك، بمعنى دراسة الخدمة التي تقدمها المنشأة السياحية، كما تشمل دراسة المنتج السياحي دراسة كيفية إعداد الخدمة المطلوبة وأساليب التمويل والإدارة والإعلان والعلاقة بين المشتري والبائع والعوامل المؤثرة على تحديد الأسعار، لذا فالمؤسسات السياحية يستوجب عليها اختيار إستراتيجيات وسياسات مناسبة بخصوص ماهية وطبيعة الخدمات المراد تقديمها للمستهلكين ومدى تنوع هذه الخدمات، وما يمكن القيام به لإضافة خصائص لمنتجاتها . (سويدان ومنصور، ٢٠١٢)

أشار الرواضية (٢٠١٥) إن اتخاذ قرار التنوع في المنتج السياحي يهدف إلى جذب شرائح متنوعة من السائحين وهو السبيل الأمثل في ضوء المنافسة السياحية لمصر دولياً وإقليمياً ، كما أن اتخاذ قرار بالتنوع

يقود إلي ظهور أنماط سياحية جديدة مثل نمط آثار ما قبل التاريخ، كما أنه يعظم المنتج الثقافي بهدف خلق منتجات مساعدة لهذا المنتج الرئيسي حتي تستطيع الدولة خلق طلب علي هذا المنتج السياحي. لذا فإن تطوير المنتج السياحي يمكن أن يتحقق أما عن طريق إضافة عوامل جذب جديدة أو التوسع في ما هو قائم وتحديثه أو إضافة مقاصد فرعية جديدة تخفف الضغط على ما هو قائم بالفعل أو تؤدي الى جذب شرائح جديدة، الأمر الذي يعني في النهاية أن تطوير المنتج السياحي يتضمن التنوع في المنتجات السياحية والذي ينبغي أن يراعي الشرائح التي ستستفيد من هذا التطور سواء كانت شرائح جديدة في أسواق قائمة أو شرائح من أسواق مستحدثة . (السيد، ٢٠١٠)

في هذا الصدد تشير الهيئة العامة لتنشيط السياحة (٢٠١٣) أن تنوع وتطوير المنتج السياحي المصري لابد أن يكون من ضمن أولويات الدولة ويمكن أن يتم ذلك من خلال عدة خطوات وهي :-

- ١- الخطوة الأولى : تحديد احتياجات ورغبات السائح (المستهلك).
- ٢- الخطوة الثانية : تحديد الشرائح السوقية.
- ٣- الخطوة الثالثة: وضع أفكار مناسبة لتطوير المنتج السياحي.
- ٤- الخطوة الرابعة: اختيار الأفكار علي أساس المعايير المستقبلية.
- ٥- الخطوة الخامسة: وضع مواصفات المنتج السياحي بشكل يشبع احتياجات السائح.
- ٦- الخطوة السادسة: تقديم المنتج (ويتم اختيار السائح للمنتج المناسب له).
- ٧- الخطوة السابعة: تطوير المنتج تبعاً للمتغيرات الطارئة علي السوق والمنافسين

#### استراتيجيات تنوع المنتج السياحي المصري وتطويره:

نظراً للأهمية التي تمثلها صناعة السياحة في منظومة الاقتصاد القومي المصري، فقد وضعت وزارة السياحة استراتيجية لزيادة القدرة التنافسية للسياحة المصرية علي المستوى العالمي وزيادة إسهامات القطاع السياحي في دفع عجلة التنمية الاقتصادية، وذلك عن طريق اجتذاب أعداد متزايدة من السائحين الوافدين إلي المقصد السياحي المصري مع الوضع في الحسبان ما يرتبط ارتباطاً وثيقاً بهذا الهدف من ضرورة تطوير المنتج

السياحي والتوسع في إنشاء الغرف الفندقية بالشكل الذي يستوعب الأعداد المستهدفة من السائحين.(عبد  
الرازق، ٢٠١٩)

لذلك قامت وزارة السياحة بوضع مجموعة من الاستراتيجيات للنهوض بالقطاع السياحي المصري ومنها :

- ١- تطوير المنتج السياحي المصري وتلبية كافة احتياجاته.
- ٢- تنويع الأسواق المصدرة للسياحة بإضافة مجموعة من الأسواق الواعدة.
- ٣- تنشيط السياحة الوافدة إلي مصر من خلال العلاقات العامة مع أجهزة الإعلام الدولي وخطط التسويق المدروسة.
- ٤- الاهتمام بقضية الوعي العام بصناعة السياحة.
- ٥- الاهتمام بالجودة السياحية والعمل بالتوازي علي محاور التنشيط والتنمية والجودة السياحية.
- ٦- الانفتاح علي التطورات السياحية العالمية والاحتفاظ لمصر بدورها.
- ٧- مساندة القطاع الخاص لحل المشاكل التي تواجه الاستثمار السياحي (وزارة السياحة والآثار المصرية، ٢٠١٧).

في هذا الصدد يجب الإشارة إلى أن الإستراتيجيات التسويقية السياحية اختلفت عن ما كانت عليه من قبل، حيث أصبحت وزارة السياحة والقطاعات السياحية تهدف إلي زيادة أعداد السائحين إلي المقصد السياحي المصري لتخطي وتحطيم الأرقام السابقة من الوافدين إلى مصر، مع العمل علي تشييد وتجهيز فنادق لازمة لاستيعاب تلك الأعداد حتي تستطيع الحفاظ علي الطاقة الاستيعابية للمكان، كما أنها تهدف إلي استقطاب شرائح جديدة من السائحين ذو الدخل المرتفع، والعمل علي تنشيط المقصد السياحي طوال العام، وبناء عليه قامت الهيئة العامة لتنشيط السياحة (٢٠١٣) بوضع استراتيجيات لتطوير المنتج السياحي المصري تتمثل في :

- فتح مقاصد سياحية جديدة : مثل الساحل الشمالي ومرسي علم والوادي الجديد وغيرها من المناطق التي لم تكن موجودة من قبل.

- فتح أسواق سياحية جديدة لمخاطبة شرائح جديدة من السائحين: وقد طبقت مصر خلال السنوات الأخيرة ذلك عندما وسعت نطاق أسواقها المستهدفة وبدأت في توجيه جهودها التسويقية إلي دول الشرق الأوسط وبعض البلدان مثل أوربا الشرقية بالإضافة الى الصين والهند، لجذب شرائح جديدة من السائحين.
- استحداث أنماط سياحية جديدة: عن طريق تقديم أكثر من نمط داخل الزيارة الواحدة مثل (السياحة العلاجية والاستشفائية – السفاري – مراقبة الحياة البرية – سياحة آثار ما قبل التاريخ وغيرها)، مما يخلق عوامل جذب سياحي جديدة.
- الاهتمام بالتسويق والجهود التثقيفية للمقصد السياحي: من خلال عمل حملات إعلانية بمواقع إلكترونية بعدة لغات، وكذلك حملات دعائية في وسائل إعلام الدول الرئيسية المصدرة للحركة السياحية إلي مصر، وأيضا التواجد في المعارض الدولية والترويج للمقاصد السياحية المصرية.
- تطوير المنتج السياحي والفندقي المصري: وذلك بالعمل علي تحسين صورته وتحقيق أعلي مستوى من الجودة في الخدمات المقدمة للسائح بالإضافة إلي تنويع الخدمات بشكل مستمر، وتعتبر هذه الخطوة بمثابة ركيزة أولي لإطالة عمر المنتج وذلك لأن التطوير والأرتقاء بمستوي المنتج يفتح أفقاً جديدة لطرح أنماط متفاوتة من الرحلات، والنظر إلي الأماكن المهملة التي يمكن أن تصبح مصدر دخل للسياحة المصرية، وإذا طبقت هذه الفكرة علي المنتج السياحي المصري فإننا نجد أن تطوير المنتج يشمل نوعيات من الرحلات لم يتم طرحها قبل ذلك مثل سياحة المؤتمرات، سياحة الحوافر، سياحة القصور وكذلك سياحة آثار ما قبل التاريخ.
- مساندة القطاع الخاص: وذلك لحل المشاكل التي تواجه الإستثمار السياحي وتفعيل دور هيئة التنمية في تخصيص الأراضي السياحية للإستثمار السياحي والرقابة المستمرة للتأكد من استخدامها في الغرض المخصص لها.

## منهجية الدراسة :

تم استخدام المنهج التحليلي وذلك لملائمته لتحقيق أهداف الدراسة وطبيعة إجراءاته، وذلك عن طريق تحليل ما هو كائن واستخلاص الحقائق منه، إذ أن المنهج التحليلي يستهدف التحليل والتفسير للنتائج.

## تحليل نتائج الدراسة الميدانية :

تشير الإحصائيات السنوية للنزلاء الوافدين وعدد الليالي السياحية بمحافظة الوادي الجديد عن عام ٢٠١٠، أن إجمالي النزلاء المصريين بالفنادق بلغ (٣٨٢٨٧) بنسبة (٢٢.٢٦٪)، كما بلغ إجمالي النزلاء العرب والافارقة (١٠٦١٦) بنسبة (٦.١٧٪)، في حين بلغ إجمالي النزلاء الامريكان (١٦٧٢٩) بنسبة (٩.٧٢٪)، كما بلغ إجمالي النزلاء الاستراليين والاسيويين (١٩٨٠٤) بنسبة (١١.٥١٪)، واخيرا بلغ إجمالي النزلاء الاوربيين (٨٦٥٩٨) بنسبة (٥٠.٣٤٪)، كما تشير الإحصائيات السنوية لعدد الليالي السياحية التي قضاها النزلاء في نفس العام أن إجمالي الليالي السياحية التي قضاها المصريين بلغ (٩٩٩٨٠) بنسبة (٢٤.٣١٪)، كما بلغت إجمالي الليالي السياحية التي قضاها العرب والافارقة (٢٩٤٥٨) بنسبة (٧.١٦٪)، في حين بلغ إجمالي الليالي السياحية التي قضاها الامريكان (٤٦٧٦٦) بنسبة (١١.٣٧٪)، كما بلغ إجمالي الليالي السياحية التي قضاها الاستراليين والاسيويين (٥٥١٥٢) بنسبة (١٣.٤١٪)، واخيرا بلغ إجمالي الليالي السياحية التي قضاها الاوربيين (١٧٩٨٤٣) بنسبة (٤٣.٧٤٪)، وبذلك يكون إجمالي عدد النزلاء السنوي (١٧٢٠٣٤) مقسمين إلى مصريين والذي بلغ عددهم (٣٨٢٨٧) بنسبة (٢٢.٢٦٪) وأجانب والذي بلغ عددهم (١٣٣٧٤٧) بنسبة (٧٧.٧٤٪)، كما بلغ اجمال عدد الليالي السياحية المنقضية (٤٣٧٧٨٥) ليلة سياحية.

كما تشير الإحصائيات السنوية للنزلاء الوافدين وعدد الليالي السياحية بمحافظة الوادي الجديد عن عام ٢٠١٩، أن إجمالي النزلاء المصريين بالفنادق بلغ (٢١٤٨٣) بنسبة (٩٢.٠٧٪)، كما بلغ إجمالي النزلاء العرب والافارقة (٥٠) بنسبة (٠.٢١٪)، في حين بلغ إجمالي النزلاء الامريكان (١١) بنسبة (٠.٠٥٪)، كما بلغ إجمالي النزلاء الاستراليين والاسيويين (١٩٨٠٤) بنسبة (١١.٥١٪)، واخيرا بلغ إجمالي النزلاء الاوربيين

(٢٣٥) بنسبة (١.٠١%)، كما تشير الإحصائيات السنوية لعدد الليالي السياحية التي قضاها النزلاء في نفس العام أن اجمالي الليالي السياحية التي قضاها المصريين بلغ (٤٢٩٦٦) بنسبة (٩٢.٢٨%)، كما بلغت اجمالي الليالي السياحية التي قضاها العرب والافارقة (٨٤) بنسبة (٠.١٨%)، في حين بلغ اجمالي الليالي السياحية التي قضاها الامريكان (١٦) بنسبة (٠.٠٣%)، كما بلغ اجمالي الليالي السياحية التي قضاها الاستراليين والاسيويين (٤١٤) بنسبة (٠.٩٠%)، واخيرا بلغ اجمالي الليالي السياحية التي قضاها الاوربيين (٢٥٨٠) بنسبة (٥.٦٠%)، وبذلك يكون إجمالي عدد النزلاء السنوي (٢٣٣٣٣) مقسمين إلى مصريين والذي بلغ عددهم (٢١٤٨٣) بنسبة (٩٢.٠٧%) وأجانب والذي بلغ عددهم (١٨٥٠) بنسبة (٧.٩٣%)، كما بلغ اجمال عدد الليالي السياحية المتقضية (٤٦٠٦٠) ليلة سياحية.

كما يتضح أن ترتيب الجنسيات الوافدة من حيث الاعداد هي السائحين (اللاتجيز، المانيا، فرنسا، هولندا، استراليا، ايطاليا)، وأن نسبة الاشغال في ٢٠١٠ كانت حوالي (٤٣%) بمتوسط اقامة ٣ ليلة سياحية، في حين انخفضت هذه النسبة في ٢٠١٩ حيث كانت لا تتعدى (٥%) بمتوسط اقامة ٢ ليلة سياحية، وهذه الاحصائيات الواردة طبقا لآخر احصائيات أشارت إليها (هيئة تنشيط السياحة، ٢٠٢٢) وقد تم تحليلها كالتالي:

جدول (١) التحليل الإحصائي السنوي للحركة السياحية بين عامين ٢٠١٠-٢٠١٩ للمصريين الوافدين لمحافظة الوادي الجديد

مصريين (نزلاء - ليالي)									
ما بين عامي ٢٠١٠ - ٢٠١٩									
الشهور	نزلاء ٢٠١٠		نزلاء ٢٠١٩		معدل الانخفاض بين العامين	ليالي ٢٠١٠		ليالي ٢٠١٩	
	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات		النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات
يناير	7.77%	2974	12.61%	2710	8.88%	8922	12.61%	5420	39.25%
فبراير	6.41%	2455	10.48%	2251	8.31%	6132	10.48%	4502	26.58%

%					%					
63.28		3804			44.92		1902	9.02%	3453	مارس
%	8.85		10.36	10359	%	8.85%				
59.52		2846			49.45		1423	7.35%	2815	ابريل
%	6.62		7.03	7030	%	6.62%				
50.51		2994			38.22		1497	6.33%	2423	مايو
%	6.97		6.05	6050	%	6.97%				
41.88		2540			41.88		1270	5.71%	2185	يونيو
%	5.91		4.37	4370	%	5.91%				
35.77		2676			35.77		1338	5.44%	2083	يوليو
%	6.23		4.17	4166	%	6.23%				
30.57		3136			13.03		1568	4.71%	1803	أغسط
%	7.30		4.52	4517	%	7.30%				س
49.35		3094			28.11		1547	5.62%	2152	سبتمبر
%	7.20		6.11	6109	%	7.20%				
82.64		3326			79.78		1663	21.48	8223	أكتوبر
%	7.74		19.17	19162	%	7.74%		%		
65.68		3830			48.52		1915	9.72%	3720	نوفمبر
%	8.91		11.16	11160	%	8.91%				
60.03		4798			40.04	11.17	2399	10.45	4001	ديسمبر
%	11.17		12.01	12003	%	%		%		
57.03	100.0	42966	100.0	99980	43.89	100%	21483	100%	38287	إجمالي
%	0		0		%					

يتضح من جدول (١) أن نتائج التحليل الإحصائي السنوي للحركة السياحية ما بين عامين ٢٠١٠ - ٢٠١٩ للنزلاء والليالي السياحية بالنسبة للمصريين الوافدين لمحافظة الوادي الجديد، أن إجمالي النزلاء المصريين

بالفنادق عام ٢٠١٠ قد بلغ (٣٨٢٨٧)، كما أن إجمالي النزلاء المصريين بالفنادق عام ٢٠١٩ قد بلغ (٢١٤٨٣) بمعدل انخفاض بين العامين بلغ (٤٣.٨٩٪)، كما تشير النتائج أن إجمالي عدد الليالي السياحية التي قضاها المصريين بمحافظة الوادي الجديد عن عام ٢٠١٠ قد بلغ (٩٩٩٨٠)، كما أن إجمالي عدد الليالي السياحية التي قضاها المصريين بمحافظة الوادي الجديد عن عام ٢٠١٩ قد بلغ (٤٢٩٦٦)، بمعدل انخفاض بين العامين بلغ (٥٧.٠٣٪).

جدول (٢) التحليل الإحصائي السنوي للحركة السياحية بين عامين ٢٠١٠-٢٠١٩ عرب وإفريقيين الوافدين لمحافظة الوادي الجديد

عرب وإفريقيين (نزلاء - ليالي)										الشهور
ما بين عامي ٢٠١٠-٢٠١٩										
معدل الانخفاض بين العامين	ليالي ٢٠١٩		ليالي ٢٠١٠		معدل الانخفاض بين العامين	نزلاء ٢٠١٩		نزلاء ٢٠١٠		
	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات		النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	
99.00%	42.86 %	36	12.23 %	3603	98.25%	42.00 %	21	11.31 %	1201	يناير
98.67%	35.71 %	30	7.68%	2262	97.80%	40.00 %	20	8.55%	908	فبراير
99.88%	7.14%	6	17.56 %	5172	99.83%	6.00%	3	16.24 %	1724	مارس
100.00 %	0.00%	0	4.37%	1287	100.00 %	0.00%	0	4.89%	519	ابريل
100.00 %	0.00%	0	3.46%	1018	100.00 %	0.00%	0	3.88%	412	مايو
100.00 %	0.00%	0	1.51%	446	100.00 %	0.00%	0	2.10%	223	يونيو
100.00 %	0.00%	0	1.34%	394	100.00 %	0.00%	0	1.86%	197	يوليو
100.00 %	0.00%	0	2.32%	683	100.00 %	0.00%	0	2.54%	270	أغسطس
100.00 %	0.00%	0	5.12%	1507	100.00 %	0.00%	0	5.26%	558	سبتمبر
100.00 %	0.00%	0	10.29 %	3030	100.00 %	0.00%	0	11.76 %	1248	أكتوبر
99.89%	7.14%	6	17.81 %	5246	99.83%	6.00%	3	16.79 %	1782	نوفمبر

ديسمبر	1574	14.83 %	3	6.00%	99.81%	4810	16.33 %	6	7.14%	99.88%
إجمالي	10616	100%	50	100%	99.53%	29458	100%	84	100%	99.71%

يتضح من جدول (٢) أن نتائج التحليل الإحصائي السنوي للحركة السياحية ما بين عامين ٢٠١٠-٢٠١٩ للنزلاء والليالي السياحية بالنسبة للعرب والإفريقيين الوافدين لمحافظة الوادي الجديد : أن إجمالي النزلاء العرب والإفريقيين بالفنادق عام ٢٠١٠ قد بلغ (١٠٦١٦)، كما أن إجمالي النزلاء العرب والإفريقيين بالفنادق عام ٢٠١٩ قد بلغ (٥٠) بمعدل انخفاض بين العامين بلغ (٩٩.٥٣٪)، كما تشير النتائج أن إجمالي عدد الليالي السياحية التي قضاها العرب والإفريقيين بمحافظة الوادي الجديد عن عام ٢٠١٠ قد بلغ (٢٩٤٥٨)، كما أن إجمالي عدد الليالي السياحية التي قضاها العرب والإفريقيين بمحافظة الوادي الجديد عن عام ٢٠١٩ قد بلغ (٨٤)، بمعدل انخفاض بين العامين بلغ (٩٩.٧١٪).

جدول (٣) التحليل الإحصائي السنوي للحركة السياحية بين عامين ٢٠١٠-٢٠١٩ أمريكيين الوافدين لمحافظة الوادي الجديد

أمريكيين (نزلاء - ليالي) ما بين عامي ٢٠١٠-٢٠١٩										الشهر
معدل الانخفاض بين العامين	ليالي ٢٠١٩		ليالي ٢٠١٠		معدل الانخفاض بين العامين	نزلاء ٢٠١٩		نزلاء ٢٠١٠		
	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات		النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	
99.72 %	100.00 %	16	12.09 %	5652	99.42 %	100.00 %	11	11.26 %	1884	يناير
100.00 %	0.00%	0	7.93%	3708	100.00 %	0.00%	0	8.89%	1487	فبراير
100.00 %	0.00%	0	17.81 %	8328	100.00 %	0.00%	0	16.59 %	2776	مارس
100.00 %	0.00%	0	4.43%	2072	100.00 %	0.00%	0	5.03%	841	أبريل
100.00 %	0.00%	0	5.21%	2437	100.00 %	0.00%	0	5.91%	988	مايو
100.00 %	0.00%	0	2.05%	958	100.00 %	0.00%	0	2.86%	479	يونيو
100.00 %	0.00%	0	1.14%	532	100.00 %	0.00%	0	1.59%	266	يوليو
100.00 %	0.00%	0	1.90%	887	100.00 %	0.00%	0	2.10%	352	أغسطس

س										
سبتمبر	100.00 %	0.00%	0	5.05%	2362	100.00 %	0.00%	0	4.82%	806
أكتوبر	100.00 %	0.00%	0	10.13 %	4739	100.00 %	0.00%	0	11.38 %	1903
نوفمبر	100.00 %	0.00%	0	16.36 %	7649	100.00 %	0.00%	0	15.26 %	2553
ديسمبر	100.00 %	0.00%	0	15.91 %	7442	100.00 %	0.00%	0	14.31 %	2394
إجمالي	99.97 %	100.00 %	16	100%	46766	99.93 %	100%	11	100%	16729

يتضح من جدول (٣) أن نتائج التحليل الإحصائي السنوي للحركة السياحية ما بين عامين ٢٠١٠-٢٠١٩ للنزلاء والليالي السياحية بالنسبة للأمريكيين الوافدين لمحافظة الوادي الجديد : أن إجمالي النزلاء الأمريكيين بالفنادق عام ٢٠١٠ قد بلغ (١٦٧٢٩)، كما أن إجمالي النزلاء الأمريكيين بالفنادق عام ٢٠١٩ قد بلغ (١١) بمعدل انخفاض بين العامين بلغ (٩٩.٩٣%)، كما تشير النتائج أن إجمالي عدد الليالي السياحية التي قضاها الأمريكيين بمحافظة الوادي الجديد عن عام ٢٠١٠ قد بلغ (٤٦٧٦٦)، كما أن إجمالي عدد الليالي السياحية التي قضاها الأمريكيين بمحافظة الوادي الجديد عن عام ٢٠١٩ قد بلغ (١٦)، بمعدل انخفاض بين العامين بلغ (٩٩.٩٧%).

جدول (٤) التحليل الإحصائي السنوي للحركة السياحية بين عامين ٢٠١٠-٢٠١٩ استراليا وأسيويين الوافدين لمحافظة الوادي الجديد

استراليا وأسيويين (نزلاء - ليالي)										
ما بين عامي ٢٠١٠-٢٠١٩										
معدل الانخفاض بين العامين	ليالي ٢٠١٩		ليالي ٢٠١٠		معدل الانخفاض بين العامين	نزلاء ٢٠١٩		نزلاء ٢٠١٠		الشهور
	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات		النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	
97.58 %	38.16 %	158	11.84 %	6531	96.14 %	35.74 %	84	10.99 %	2177	يناير
98.65 %	16.43 %	68	9.13 %	5035	98.17 %	15.74 %	37	10.19 %	2018	فبراير
99.53 %	9.66 %	40	15.36 %	8472	99.19 %	9.79 %	23	14.26 %	2824	مارس
100.00 %	0.00 %	0	5.24 %	2889	100.00 %	0.00 %	0	5.84 %	1157	ابريل

%					%					
99.78 %	1.45%	6	5.03%	2773	99.46 %	2.55%	6	5.62%	1113	مايو
100.00 %	0.00%	0	1.61%	888	100.00 %	0.00%	0	2.24%	444	يونيو
100.00 %	0.00%	0	1.18%	650	100.00 %	0.00%	0	1.64%	325	يوليو
99.61 %	0.97%	4	1.85%	1023	99.51 %	0.85%	2	2.05%	405	أغسطس
100.00 %	0.00%	0	4.20%	2316	100.00 %	0.00%	0	4.17%	825	سبتمبر
99.71 %	3.38%	14	8.84%	4877	99.65 %	2.98%	7	10.09 %	1999	أكتوبر
99.79 %	4.83%	20	16.96 %	9353	99.59 %	5.53%	13	15.87 %	3142	نوفمبر
98.99 %	25.12 %	104	18.76 %	10345	98.13 %	26.81 %	63	17.04 %	3375	ديسمبر
99.25 %	100%	414	100%	55152	98.81 %	100.00 %	235	100%	19804	إجمالي

يتضح من جدول (٤) أن نتائج التحليل الإحصائي السنوي للحركة السياحية ما بين عامين ٢٠١٠-٢٠١٩ للنزلاء والليالي السياحية بالنسبة للاستراتيجيين والأسويين الوافدين لمحافظة الوادي الجديد : أن إجمالي النزلاء الاستراتيجيين والأسويين بالفنادق عام ٢٠١٠ قد بلغ (١٩٨٠٤)، كما أن إجمالي النزلاء الاستراتيجيين والأسويين بالفنادق عام ٢٠١٩ قد بلغ (٢٣٥) بمعدل انخفاض بين العامين بلغ (٩٨.٨١%)، كما تشير النتائج أن إجمالي عدد الليالي السياحية التي قضاها الاستراتيجيين والأسويين بمحافظة الوادي الجديد عن عام ٢٠١٠ قد بلغ (٥٥١٥٢)، كما أن إجمالي عدد الليالي السياحية التي قضاها الاستراتيجيين والأسويين بمحافظة الوادي الجديد عن عام ٢٠١٩ قد بلغ (٤١٤)، بمعدل انخفاض بين العامين بلغ (٩٩.٢٥%).

جدول (٥) التحليل الإحصائي السنوي للحركة السياحية بين عامين ٢٠١٠-٢٠١٩ أوربيين الوافدين لمحافظة الوادي الجديد

أوربيين (نزلاء - ليالي)										
ما بين عامي ٢٠١٠-٢٠١٩										
معدل الانخفاض بين العامين	ليالي ٢٠١٩		ليالي ٢٠١٠		معدل الانخفاض بين العامين	نزلاء ٢٠١٩		نزلاء ٢٠١٠		الشهور
	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات		النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	

98.02 %	21.09 %	544	15.30 %	27519	96.63 %	19.88 %	309	10.59 %	9173	يناير
97.85 %	14.73 %	380	9.84%	17701	97.12 %	13.32 %	207	8.29%	7180	فبراير
99.30 %	8.99%	232	18.46 %	33195	98.86 %	8.11%	126	12.78 %	11065	مارس
98.58 %	5.12%	132	5.18%	9324	98.56 %	4.95%	77	6.18%	5354	أبريل
98.78 %	4.42%	114	5.18%	9310	98.62 %	4.76%	74	6.20%	5365	مايو
93.64 %	3.10%	80	0.70%	1258	97.15 %	3.28%	51	2.07%	1791	يونيو
97.97 %	1.63%	42	1.15%	2070	97.29 %	1.80%	28	1.20%	1035	يوليو
89.44 %	4.34%	112	0.59%	1061	98.26 %	4.89%	76	5.05%	4377	أغسط س
98.68 %	6.43%	166	6.98%	12547	97.74 %	6.95%	108	5.53%	4789	سبتمبر
98.80 %	7.91%	204	9.42%	16936	98.87 %	8.69%	135	13.85 %	11992	أكتوبر
99.24 %	9.53%	246	18.02 %	32406	98.58 %	10.04 %	156	12.68 %	10984	نوفمبر
98.01 %	12.71 %	328	9.18%	16516	98.47 %	13.32 %	207	15.58 %	13493	ديسمبر
98.57 %	100%	2580	100%	17984 3	98.21 %	100%	1554	100%	86598	إجمالي

يتضح من جدول (٥) أن نتائج التحليل الإحصائي السنوي للحركة السياحية ما بين عامين ٢٠١٠-٢٠١٩ للنزلاء والليالي السياحية بالنسبة للأوروبيين الوافدين لمحافظة الوادي الجديد : أتضح أن إجمالي النزلاء الأوروبيين بالفنادق عام ٢٠١٠ قد بلغ (٨٦٥٩٨)، كما أن إجمالي النزلاء الأوروبيين بالفنادق عام ٢٠١٩ قد بلغ (١٥٥٤) بمعدل انخفاض بين العامين بلغ (٩٨.٢١%)، كما تشير النتائج أن إجمالي عدد الليالي السياحية التي قضاها الأوروبيين بمحافظة الوادي الجديد عن عام ٢٠١٠ قد بلغ (١٧٩٨٤٣)، كما أن إجمالي عدد الليالي السياحية التي قضاها الأوروبيين بمحافظة الوادي الجديد عن عام ٢٠١٩ قد بلغ (٢٥٨٠)، بمعدل انخفاض بين العامين بلغ (٩٨.٥٧%).

جدول (٦) التحليل الإحصائي السنوي للحركة السياحية بين عامين ٢٠١٠-٢٠١٩ لإجمالي (المصريين، عرب وإفريقيين، أمريكيين، استراليا وأسيويين، أوربيين) الوافدين لمحافظة الوادي الجديد

(المصريين، عرب وإفريقيين، أمريكيين، استراليا وأسيويين، أوربيين)										
(نزلاء - ليالي) ما بين عامي ٢٠١٠-٢٠١٩										
الشهور	إجمالي نزلاء ٢٠١٠		إجمالي ليالي ٢٠١٠		إجمالي معدل الانخفاض بين العامين	إجمالي نزلاء ٢٠١٩		إجمالي ليالي ٢٠١٩		إجمالي معدل الانخفاض بين العامين
	التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية		التكرارات	النسبة المئوية	التكرارات	النسبة المئوية	
المصريين	38287	22.26 %	99980	24.31 %	43.89 %	21483	92.07 %	42966	93.28 %	57.03 %
عرب وإفريقيين	10616	6.17 %	29458	7.16 %	99.53 %	50	0.21 %	84	0.18 %	99.71 %
أمريكيين	16729	9.72 %	46766	11.37 %	99.93 %	11	0.05 %	16	0.03 %	99.97 %
استراليا وأسيويين	19804	11.51 %	55152	13.41 %	98.81 %	235	1.01 %	414	0.90 %	99.25 %
أوربيين	86598	50.34 %	17984	43.74 %	98.21 %	1554	6.66 %	2580	5.60 %	98.57 %
إجمالي	17203	100 %	41119	100 %	86.44 %	23333	100 %	46060	100 %	88.80 %

يتضح من جدول (٦) أن إجمالي نتائج التحليل الإحصائي السنوي للحركة السياحية ما بين عامين ٢٠١٠-٢٠١٩ للنزلاء والليالي السياحية بالنسبة لإجمالي (المصريين، عرب وإفريقيين، أمريكيين، استراليا وأسيويين، أوربيين) الوافدين لمحافظة الوادي الجديد : أتضح أن إجمالي النزلاء بالفنادق عام ٢٠١٠ قد بلغ (١٧٢٠٣٤)، كما أن إجمالي النزلاء بالفنادق عام ٢٠١٩ قد بلغ (٢٣٣٣٣) بمعدل انخفاض بين العامين بلغ (%٨٦.٤٤)، كما تشير النتائج أن إجمالي عدد الليالي السياحية التي قضاها بمحافظة الوادي الجديد عن عام ٢٠١٠ قد بلغ (٤١١١٩٩)، كما أن إجمالي عدد الليالي السياحية التي قضاها بمحافظة الوادي الجديد عن عام ٢٠١٩ قد بلغ (٤٦٠٦٠)، بمعدل انخفاض بين العامين بلغ (%٨٨.٨٠).

#### الاستنتاجات

- تشير نتائج الحركة السياحية بالنسبة للمصريين الوافدين لمحافظة الوادي الجديد ما بين عامين ٢٠١٠-٢٠١٩ أن إجمالي النزلاء المقيمين بالفنادق عام ٢٠١٠ قد بلغ (٣٨٢٨٧)، كما أن إجمالي

النزلاء المصريين عام ٢٠١٩ قد بلغ (٢١٤٨٣) بمعدل انخفاض بين العامين بلغ (٤٣,٨٩%)، كما تشير النتائج أن إجمالي عدد الليالي السياحية التي قضوها المصريون بمحافظة الوادي الجديد عن عام ٢٠١٠ قد بلغ (٩٩٩٨٠)، كما أن إجمالي عدد الليالي السياحية التي قضوها المصريون بمحافظة الوادي الجديد عن عام ٢٠١٩ قد بلغ (٤٢٩٦٦)، بمعدل انخفاض بين العامين بلغ (٥٧,٠٣%).

■ تشير نتائج الحركة السياحية بالنسبة للعرب والإفريقيين الوافدين لمحافظة الوادي الجديد ما بين عامين ٢٠١٠-٢٠١٩ أن إجمالي النزلاء العرب والإفريقيين بالفنادق عام ٢٠١٠ قد بلغ (١٠٦١٦)، كما أن إجمالي النزلاء العرب والإفريقيين بالفنادق عام ٢٠١٩ قد بلغ (٥٠) بمعدل انخفاض بين العامين بلغ (٩٩,٥٣%)، كما تشير النتائج أن إجمالي عدد الليالي السياحية التي قضوها العرب والإفريقيين بمحافظة الوادي الجديد عن عام ٢٠١٠ قد بلغ (٢٩٤٥٨)، كما أن إجمالي عدد الليالي السياحية التي قضوها العرب والإفريقيين بمحافظة الوادي الجديد عن عام ٢٠١٩ قد بلغ (٨٤)، بمعدل انخفاض بين العامين بلغ (٩٩,٧١%).

■ تشير نتائج الحركة السياحية بالنسبة للأمريكيين الوافدين لمحافظة الوادي الجديد ما بين عامين ٢٠١٠-٢٠١٩ أن إجمالي النزلاء الأمريكيين بالفنادق عام ٢٠١٠ قد بلغ (١٦٧٢٩)، كما أن إجمالي النزلاء الأمريكيين بالفنادق عام ٢٠١٩ قد بلغ (١١) بمعدل انخفاض بين العامين بلغ (٩٩,٩٣%)، كما تشير النتائج أن إجمالي عدد الليالي السياحية التي قضوها الأمريكيين بمحافظة الوادي الجديد عن عام ٢٠١٠ قد بلغ (٤٦٧٦٦)، كما أن إجمالي عدد الليالي السياحية التي قضوها الأمريكيين بمحافظة الوادي الجديد عن عام ٢٠١٩ قد بلغ (١٦)، بمعدل انخفاض بين العامين بلغ (٩٩,٩٧%).

■ تشير نتائج الحركة السياحية بالنسبة للاستراليين والأسويين الوافدين لمحافظة الوادي الجديد ما بين عامين ٢٠١٠-٢٠١٩ أن إجمالي النزلاء الاستراليين والأسويين بالفنادق عام ٢٠١٠ قد بلغ (١٩٨٠٤)، كما أن إجمالي النزلاء الاستراليين والأسويين بالفنادق عام ٢٠١٩ قد بلغ (٢٣٥) بمعدل انخفاض بين العامين بلغ (٩٨,٨١%)، كما تشير النتائج أن إجمالي عدد الليالي السياحية التي قضوها الاستراليين والأسويين بمحافظة الوادي الجديد عن عام ٢٠١٠ قد بلغ (٥٥١٥٢)، كما أن إجمالي عدد الليالي السياحية التي قضوها الاستراليين والأسويين بمحافظة الوادي الجديد عن عام ٢٠١٩ قد بلغ (٤١٤)، بمعدل انخفاض بين العامين بلغ (٩٩,٢٥%).

■ تشير نتائج الحركة السياحية بالنسبة للأوروبيين الوافدين لمحافظة الوادي الجديد ما بين عامين ٢٠١٠-٢٠١٩ أن إجمالي النزلاء الأوروبيين بالفنادق عام ٢٠١٠ قد بلغ (٨٦٥٩٨)، كما أن إجمالي

النزلاء الأوربيين بالفنادق عام ٢٠١٩ قد بلغ (١٥٥٤) بمعدل انخفاض بين العامين بلغ (٩٨,٢١٪)، كما تشير النتائج أن إجمالي عدد الليالي السياحية التي قضوها الأوربيين بمحافظة الوادي الجديد عن عام ٢٠١٠ قد بلغ (١٧٩٨٤٣)، كما أن إجمالي عدد الليالي السياحية التي قضوها الأوربيين بمحافظة الوادي الجديد عن عام ٢٠١٩ قد بلغ (٢٥٨٠)، بمعدل انخفاض بين العامين بلغ (٩٨,٥٧٪).

■ تشير نتائج إجمالي الحركة السياحية بالنسبة لإجمالي (المصريين، عرب وإفريقيين، أمريكيين، استراليا وأسيويين، أوربيين) الوافدين لمحافظة الوادي الجديد ما بين عامين ٢٠١٠-٢٠١٩ أن إجمالي النزلاء بالفنادق عام ٢٠١٠ قد بلغ (١٧٢٠٣٤)، كما أن إجمالي النزلاء بالفنادق عام ٢٠١٩ قد بلغ (٢٣٣٣٣) بمعدل انخفاض بين العامين بلغ (٨٦,٤٤٪)، كما تشير النتائج أن إجمالي عدد الليالي السياحية التي قضوها بمحافظة الوادي الجديد عن عام ٢٠١٠ قد بلغ (٤١١١٩٩)، كما أن إجمالي عدد الليالي السياحية التي قضوها بمحافظة الوادي الجديد عن عام ٢٠١٩ قد بلغ (٤٦٠٦٠)، بمعدل انخفاض بين العامين بلغ (٨٨,٨٠٪).

■ يمثل عام ٢٠١٠م الذروة السياحية في مصر مقارنة بالأعوام والمواسم السياحية الذي سبقته والتي تليها حتى عام ٢٠١٨ والذي يعد ثاني ذروة سياحية بمصر.

#### التوصيات

- العمل على تنويع الأسواق المصدرة للسياحة بإضافة مجموعة من الأسواق الواعدة وخاصة لمحافظة الوادي الجديد.
- العمل على تنشيط السياحة الوافدة إلي مصر من خلال العلاقات العامة مع أجهزة الإعلام الدولي وخطط التسويق المدروسة.
- تقديم الخدمات السياحية والفندقية بسعر أرخص وجودة أعلى.
- استحداث أنماط سياحية جديدة بمحافظة الوادي الجديد عن طريق تقديم أكثر من نمط داخل الزيارة الواحدة مثل (السياحة العلاجية- وسياحة أثار ما قبل لتاريخ وغيرها) لجذب أكبر قدر من السائحين.
- الاهتمام بالتسويق والجهود التنشيطية للمقاصد السياحية بمحافظة الوادي الجديد من خلال عمل حملات اعلانية بمواقع الكترونية بعدة لغات، وكذلك حملة دعائية في وسائل إعلام الدول الرئيسية المصدرة للحركة السياحية إلي مصر، كذلك التواجد في المعارض والبورصات الدولية والترويج للمقاصد السياحية المصرية.
- يجب على المسؤولين تطوير المنتج السياحي المصري والعمل علي تحسين صورته الذهنية لدى السائحين لتحقيق أعلى مستوى من الجودة في الخدمات المقدمة للسائح بالإضافة إلي تنويع الخدمات بشكل مستمر.

- ضرورة عمل خريطة سياحية مفصلة مع الهيئة المصرية للتنشيط السياحي للمواقع السياحية والأثرية على مستوى الوادى الجديد ، وذلك لإرشاد السائحين إلى هذه المواقع بسهولة على أن يتم طبعها بعدة لغات.
  - الاهتمام بالبنية التحتية بمحافظة الوادى الجديد من تحسين وسائل الاتصالات التكنولوجية وكذلك شبكة الطرق عن طريق رصفها وخاصة المؤدية للمواقع الأثرية والسياحية بمحافظة الوادى الجديد.
  - العمل على تنمية الوعي السياحي لدى سكان محافظة الوادى الجديد وخاصة المقيمين بالقرب من الأماكن الأثرية من خلال برامج التوعية والاهتمام بتدريب العنصر البشري داخل صناعة السياحة.
  - الاهتمام بالصناعات والمشغولات اليدوية التي يتميز بها أهل الواحات بمحافظة الوادى الجديد كنوع من المنتجات والهدايا التذكارية التي يرغبها السائحين.
  - التعاقد مع الشركات العالمية لإعادة تصنيف الفنادق والقيام بعملية الرقابة للتأكد من جودة الخدمات المقدمة وجودة العنصر البشري بمحافظة الوادى الجديد.
  - يجب على الشركات السياحية تكثيف الحملات الدعائية الخاصة بالمناطق الأثرية بمحافظة الوادى الجديد والعمل على تنوع المنتجات السياحية ببرامج الزيارة للمحافظة.
  - العمل على مخاطبة شرائح جديدة من السائحين عن طريق تكثيف الجهود التسوية للمنتجات السياحية المصرية وخاصة نمط سياحة آثار ما قبل التاريخ.
- إستناداً إلي النتائج السابقة تم التوصل إلى عدد من التوصيات كما يلي:
- ١- ضرورة تطبيق مصر إستراتيجيات سياحية جديدة تعتمد على تنوع المنتج السياحي المصري والترويج لمناطق جذب سياحية جديدة ومن أهمها سياحة آثار ما قبل التاريخ لإشباع وتلبية احتياجات ورغبات الفئات المختلفة من السائحين في كافة الدول، من أجل تحقيق المزيد من التنشيط والجذب السياحي لمصر، ولزيادة الطلب السياحي لديها.
  - ٢- إنشاء موقع خاص بمحافظة الوادى الجديد يعرض المناطق الأثرية الموجودة بالمحافظة بتقنية (3D) أو الهيليوجرام وموضح بها كيفية الزيارة وكيفية الوصول إليها، وذلك لخلق طلب محلي لزيارة المحافظة.
  - ٣- تحسين وسائل الانتقال والمواصلات وتسهيل الوصول إلي محافظة الوادى الجديد ومن ثم مواقع آثار ما قبل التاريخ، عن طرق انشاء شبكة طرق حديثة وصيانة شبكة الطرق الحالية
  - ٤- إجراء المزيد من الدراسات لتحديد عصور إنسان ما قبل التاريخ في الوادى الجديد (الفترة الزمنية التي عاش بها إنسان ما قبل التاريخ) ليتم استخدام تلك المعلومات في التسويق فيما بعد كطريقة للجذب السياحي.
  - ٥- المشاركة فى بعض المؤتمرات الدولية لوضع أسس ترميم وحفظ هذا الإرث الأنسانى وفق قواعد منظمة.

- ٦- أن يتم ترميم هذه الآثار على أيدي مهندسين معماريين أو حاصلين على شهادات علمية مؤهلة لذلك ليتم الترميم بنفس الطراز دون تغيير في شكل الأثر.
- ٧- التوسع في استخدام تكنولوجيا الواقع الافتراضي لتلك المواقع للتعريف بها كنوع من أساليب التسويق الحديثة .

### قائمة المراجع

#### أولا : المراجع العربية

- الرواضية، زياد (٢٠١٥): أثر تطوير المواقع التراثية في تنوع المنتجات السياحية: دراسة حالة لقرية طيبة زمان، العدد ١-٢، المجلد ٩، مجلة كلية السياحة والفنادق، جامعة الفيوم.
- السيد، دينا السيد مهدي (٢٠١٠): دراسة المنتج السياحي النوبي كأحد عناصر الجذب في مصر، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية السياحة والفنادق، جامعة حلوان.
- الكومي، لبنى أحمد مصطفى (٢٠١٦) : التنمية السياحية للمناطق الأثرية بمحافظة أسيوط، المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة، مج ١٠، ع ١٠، كلية السياحة والفنادق، جامعة الفيوم.
- بدوي، عبد الرحمن (٢٠١٠) : تاريخ مصر وحضارتها- مصر ما قبل التاريخ - الجزء الأول، مركز الشرق الأوسط الثقافي.
- حكيم، شيخ (٢٠١٣): محاضرات ونصوص في ما قبل التاريخ، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر.
- خليفة، مي منصور (٢٠١٨): التنافسية وعلاقتها بتطوير المنتج السياحي، مجلة الاستواء، العدد ١٠، مركز البحوث والدراسات الاندونيسية، جامعة قناة السويس.
- درويش ، خالد سعد مصطفى (٢٠١٢): الرسوم والنقوش التاريخية في الجلف الكبير والعوينات بصحراء مصر الغربية في عصور ما قبل التاريخ، رسالة دكتوراه، غير منشورة، قسم الآثار المصرية، كلية الآثار، جامعة القاهرة.

- سويدان، نظام & منصور، محمد (٢٠١٢) : تأثير سعر مكونات المنتج السياحي على السياحة الداخلية في الأردن (دراسة حالة ميدانية بآراء المواطنين الأردنيين)، مجلة جامعة بيت لحم، العدد ٣١، كلية إدارة الأعمال، الأردن.
- عباس، حمدي (٢٠٢٠) : ما قبل التاريخ البشري منذ البدء وحتى نهايات العصر الحجري القديم الأعلى، دار المعرفة الجامعية، القاهرة.
- عبد الرازق، مي منصور (٢٠١٩) : الاستراتيجيات المتبعة لتطوير المنتج السياحي المصري والنهوض به، مجلة الاستواء، ع ١٦، مركز البحوث والدراسات الاندونيسية، قسم الدراسات السياحية، كلية السياحة والفنادق، جامعة قناة السويس.
- عرام، ريهام جلال (٢٠١٢): مواقع آثار ما قبل التاريخ بجنوب القاهرة بين الواقع والمأمول، المؤتمر الدولي الأول لعصور ما قبل التاريخ في الوطن العربي، الندوة العلمية لكلية الآثار حول المواقع الأثرية في مصر: أهميتها – مشاكلها – كيفية الحفاظ عليها، كلية الآثار، جامعة القاهرة.
- محمد، غادة عبد الله (٢٠٢٠) : دراسة تقييمية للإستراتيجيات التسويقية الحالية للمنتج السياحي الثقافي المصري، المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة، مج ١٤، ع ١٤، كلية السياحة والفنادق، جامعة الفيوم.

#### ثانيا : شبكة المعلومات الدولية

- البوابة الالكترونية لمحافظة الوادي الجديد : التنمية السياحية فى الوادي الجديد، ٢٠٢١.  
<http://newvalley.gov.eg/Pages/default.aspx>
- الهيئة العامة لتنشيط السياحة: إصدار بعنوان الانطلاق للقرن القادم ، ٢٠١٣.  
<http://egypt.travel/ar>
- وزارة السياحة والآثار المصرية : ملامح خطة التنمية السياحية فى مصر حتى عام ٢٠١٧  
<https://egymonuments.gov.eg/ar/historical-periods/predynastic-period>

#### ثالثا : المراجع الأجنبية

- **Agnieszka Mączyńska (2018):** Is There a Place for Prehistoric Egypt in Near Eastern Archaeology?: Some Remarks on Early Relations between Egypt and its Neighbours, Proceedings of the 10th International Congress on the Archaeology of the Ancient Near East, Volume 1, pp.45-56.

DOI: 10.5593/sgemsocial2018/4.1/S15.003

- **Pawel Polkowski (2020)** : Animal Hill – a Large Prehistoric Rock Art Site CO178 in the Central Dakhleh Oasis, Egypt, Project: THE PETROGLYPH UNIT - rock art research in the Dakhleh Oasis, Egypt

DOI:10.23858/APa58.2020.017

## **The role of Prehistoric Monuments tourism in increasing the rates of internal and external Tourism Applying to the New Valley Governorate compare between 2010-2019**

### **Abstract**

The role of Prehistoric Monuments tourism in increasing the rates of internal and external tourism : Applying to the New Valley Governorate”, this study was applied to the archaeological sites of prehistoric monuments (Dakhla Oasis, Kharga, Farafra, the western Desert of Egypt, the Gulf Al kabeer Plateau, jabal Al Owainat) in the New valley Governate compare to 2010,which represents a period of calm especially in the political and security aspects, and in 2019 before the spread of the covid 19 virus and its impact on the tourism situation ,and the results indicated that displaying the sites of prehistoric archaeological sites in their original locations enables us to exploit them to increase the rates of tourism movement in the new valley, whether internal or external ,depending on the geographical. Archaeological and cultural characteristics of the New Valley Governate .Diverse ,as a serious attempt to stimulate tourism and attract the largest number of tourists to this type of tourism that Egypt may be allowed to compete with on a map Global tourism, which may have a positive impact on increasing the hard currency and sustaining the Egyptian economy, so the researcher recommends that Egypt should implement new tourism strategies that depend on the diversity Egyptian tourist product and the promotion of new tourist areas, the most important of which is the tourism of prehistoric monuments ,to satisfy and meet the needs and desires of groups different types of tourists in all countries , in order to achieve more revitalization and tourists attractions to Egypt ,and to increase its tourists demand.

**Keywords:** Prehistoric archeology –tourist traffic - New Valley