

تنمية سياحة المؤتمرات في مصر بالإشراف بالتجربة الإماراتية
أسماء فكري مكاوي نرمين الشحات نصر مروة علي عبدالوهاب
كلية السياحة والفنادق، جامعة قناة السويس

المخلص

يعد الإهتمام بخلق وتطوير أنماط سياحية غير تقليدية تضاف إلى المنتج السياحي المصري أحد أهم محاور إستراتيجية التنمية السياحية في مصر، وتعد سياحة المؤتمرات أحد الأنماط السياحية الحديثة التي يجب الأهتمام بتنميتها لما لها من إعتبرات إقتصادية وسياسية وإجتماعية متعددة، ومن سبل التنمية وتحقيق الإستغلال الأمثل للموارد المتاحة في هذا المجال هي الإستعانة بتجارب الدول الأخرى الرائدة في هذا المجال مثل دولة الإمارات العربية المتحدة التي تعد الدولة الأولى عربيا في مجال تنظيم المؤتمرات وفقا لتقارير منظمة الأيكا، وتهدف هذه الدراسة الى دراسة مدى إمكانية الإستعانة بالتجربة الإماراتية في سياحة المؤتمرات في تنمية هذا النمط في مصر ويناقش هذا البحث تنمية سياحة المؤتمرات في مصر بالإستعانة بالتجربة الإماراتية في هذا النمط . وتم الإعتماد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي ويتضمن هذا المنهج نوعين من التحليل هما الكيفي للبيانات المتحصل عليها من مصادر الثانوية، والتحليل الكمي للبيانات المتحصل عليها من مصادر الأولية ، ثم الربط بين نتائج التحليلين، وقد تم توزيع إستمارة الإستبيان على عينة عشوائية من المبحوثين تضمنت نسبة مقبولة تمثل 2% من اجمالي الرقم المقدر لعدد وفود المؤتمرات الدولية الي مصر حيث صممت الباحثة عدد (2) استمارة استبيان تم استخدامها كوسيلة لتجميع البيانات تم توزيع إحداها على وفود المؤتمرات والأخرى على منظمين المؤتمرات في الدولة، كما تم توزيع عدد من الاستبيانات المفتوحة علي مجموعة من خبراء السياحة في مصر وعددهم (10 خبير سياحي) وذلك لاستطلاع رأيهم في متطلبات تنمية سياحة المؤتمرات في مصر، وكانت أهم النتائج التي توصلت لها الدراسة أن أهم المعوقات التي تواجه تنمية سياحة المؤتمرات في مصر هي عدم وجود خطة لتنمية وتسويق هذا النمط وضعف الإستثمارات في مجال المؤتمرات، وكانت أهم التوصيات يجب القيام بإنشاء مكتب أو هيئة مختصة لتنشيط وتنمية وتسويق سياحة المؤتمرات في مصر على غرار مكتب دبي للمؤتمرات ومكتب أبوظبي للمؤتمرات، ويجب على وزارة السياحة نشر مجلة دورية متخصصة (سنوية أو شبه سنوية) في مجال سياحة المؤتمرات مترجمة لعدد من اللغات.

الكلمات الدالة المؤتمرات - سياحة المؤتمرات في مصر - التنمية السياحية - سياحة المؤتمرات في دولة الإمارات.

الإطار العام للبحث

مقدمة

تكتسب التنمية السياحية أهمية متزايدة نظرا لدورها الهام و البارز الذي تلعبه في نمو اقتصاديات معظم دول العالم كونها تؤمن موارد مالية إضافية للسكان وتعمل على تحسين ميزان المدفوعات فهي تمثل احدي الصادرات الهامة غير المنظورة وعنصر أساسي من عناصر النشاط الاقتصادي (2014\5\4\dvd4arab.maktoo.com).

وتعتبر سياحة المؤتمرات احد الأنماط الحديثة من السياحة التي يجب تنميتها حيث تتميز عن غيرها من الأنماط السياحية التقليدية أو الحديثة باعتبارات اقتصادية وسياسية واجتماعية عديدة

حيث أنها تؤدي إلى جذب مستويات عالية من السائحين الذين يتميزون بارتفاع مستوى الإنفاق نتيجة تحمل منظماتهم لنفقات المؤتمر وارتفاع المستوى الثقافي لهم حيث يمثلون خير دعابة للدولة في حالة نجاحها في تنظيم المؤتمر وإرضاء المشاركين فيه إلى جانب تأثيرها المباشر على مستويات الإشغال في الفنادق والقرى السياحية التي جانب الرحلات السياحية المصاحبة للمؤتمرات أو بعدها مما يؤدي إلى ارتفاع العائد الاقتصادي من ورائها أما من الناحية السياسية فإن المؤتمرات التي تعقد في الدولة تعبر في كثير من الأحيان عن المكانة السياسية للدولة واستقرارها هذا إلى جانب المكانة الاجتماعية للدولة نتيجة لما تعبر عنه المؤتمرات من درجة تحضر الشعب وتمدنه ومدى إدراكه لأهمية العمل الجماعي المحلي و الدولي .

ولقد حققت سياحة المؤتمرات تطورا كبيرا ونموا اقتصاديا في دولة الإمارات فهي بوابة للنمو الاقتصادي كما نجحت سياحة المؤتمرات في مواجهة التحديات الاقتصادية العالمية (www.albayan.com,20\7\2015).

ولقد وقع الاختيار على إمارة دبي لاحتضان المؤتمرات لموقعها الاستراتيجي وبنيتها التحتية المتطورة حيث تعد دبي القلب التجاري و اللوجستي في منطقة الشرق الاوسط وتمثل مركزا مثاليا للمؤتمرات الإقليمية والدولية (www.zawya.com,4\2\2015).

وتركز هذه الدراسة علي تنميه سياحة المؤتمرات في مصر و تسليط الضوء علي أهميتها الاقتصادية بالاسترشاد بالتجربة الإماراتية.

مشكلة الدراسة

رغم النجاحات التي حققتها مصر في عقد واستقبال المؤتمرات ،ولا سيما الدولية منها والتي تشيد بها وسائل الإعلام المحلية والدولية إلا أن مصر لازالت في حاجة إلى مزيد من التنمية و التطور في هذا المجال ،حيث نلاحظ إنخفاض أعداد السائحين الوافدين لحضور المؤتمرات في الخمس سنوات الأخيرة، وعدم إستغلال الإمكانيات المتاحة في مجال المؤتمرات الإستغلال الأمثل.

أهداف الدراسة

الهدف الرئيسي لهذا الدراسة هو: إلقاء الضوء على اهمية سياحة المؤتمرات والعائد الاقتصادي والسياسي والإجتماعي منها بالنسبة لمصر وسوف يتم تحقيق هذا الهدف عن طريق عدة أهداف فرعية

- 1- التعرف علي الوضع الحالي لسياحة المؤتمرات في الدولة.
- 2- الاستفادة من التجربة الإماراتية في مجال تنمية سياحة المؤتمرات.
- 3- وضع أرضية إستراتيجية وطنية لقطاع المؤتمرات تهدف إلى تنميته وتطويره في مصر، وإقتراح بعض الحلول والتوصيات.

الفروض البحثية

الفرض الأول: الوضع الحالي لسياحة المؤتمرات في مصر لا يفي بمتطلبات التنمية السياحية عند مستوي دلالة احصائية معنوية 0.05.

الفرض الثاني: لا تعتبر التجربة الاماراتية نموذج فعال عند مستوي ذو دلالة احصائية معنوية لتنمية سياحة المؤتمرات في مصر.

الفرض الثالث: لا يمكن الاستفادة من الناحية التطبيقية بالتجربة الإماراتية في تنمية سياحة المؤتمرات في مصر عند مستوي معنوي 0.05.

أدبيات الدراسة

مفاهيم التنمية السياحية

هناك مفاهيم متعددة للتنمية السياحية يعبر بعضها عن " الامداد بالتسهيلات والخدمات أو الارتقاء بها لمقابلة كافة احتياجات السائحين وهي تأخذ عدة أشكال متباينة والأمثلة الكلاسيكية منها تشمل تنمية المنتجعات الشاطئية والمنتجعات الجبلية ، كما تمثل تنمية العواصم السياحية الكبرى " (الجلاد ، 2000 ، ص 31) .

التنمية السياحية أيضا هي " مختلف الخطط والبرامج التي تهدف إلى تحقيق الزيادة المستمرة المتوازنة في الموارد السياحية وتعميق وترشيد الانتاجية في القطاع السياحي فهي عملية مركبة متشعبة تضم عدة عناصر متصلة ببعضها ومتداخلة ببعضها البعض تقوم على محاولة علمية وطبيعية للوصول الى الاستغلال الأمثل لعناصر الانتاج السياحي الأولية في إطار طبيعي وحضاري من خلال التقدم العلمي والتكنولوجي وربط ذلك بعناصر البيئة واستخدامات الطاقة المتجددة وتنمية مصادر الثروة البشرية للقيام بدورها المرسوم في برامج التنمية وتحقيق التوسع في المرونة الواجب توافرها في تضافر القطاعات الإنتاجية المختلفة" (الجلاد، 2000، ص39).

أهداف التنمية السياحية

- 1- زيادة الإيرادات السياحية المحققة سنويا وبالتالي تحقيق التنمية الاقتصادية للمجتمع .
- 2- العمل على رفع مستوى معيشة المواطنين من خلال الإيرادات السياحية
- 3- زيادة الدور الذي تقوم به السياحة في الناتج القومي.
- 4- دعم ميزان المدفوعات وتحقيق التوازن به (عبد السميع ، بدون).
- 5- تخفيض التضخم من خلال سياسات اقتصادية مدروسة .
- 6- تحقيق درجة كبيرة من النمو السياحي.
- 7- تحقيق التنمية الاجتماعية من خلال زيادة فرص العمل المتاحة لأفراد المجتمع في مختلف مجالات العمل السياحي (البطوطى ، بدون) .
- 8- تدعيم الارتباط الإنتاجي بين القطاع السياحي والقطاعات الأخرى بالدولة.
- 9- تعظيم الآثار الإيجابية للسياحة في النواحي الاجتماعية والثقافية مع التخلص قدر الإمكان من الآثار السلبية لهذه النواحي.
- 10- المساهمة في تنمية البيئة والمحافظة عليها من خلال الاهتمام بمناطق الجذب السياحي وما يحيط بها من المدن والأماكن المختلفة (حسنين ، 2006) .

تأثر تنمية الأنماط السياحية غير التقليدية على التنمية السياحية

إن تنمية الأنماط السياحية في مصر يولد العديد من الفوائد التي تعود بالنفع الكبير على المجتمع المصري بصفة عامة وقطاع السياحة بصفة خاصة ومن أهم هذه التأثيرات والفوائد ما يلي:

- 1- إن العمل على تنمية الأنماط السياحية يتيح الفرص لفتح أسواق جديدة أمام المقصد السياحي المصري والتي تعد أسواق سياحية بكر امام السياحة المصرية.
- 2- تنوع المنتج السياحي المصري بما يلبي جميع الحاجات ويرضي كافة الأذواق مما يساعد مصر على الحفاظ على حصتها من حركة السياحة العالمية بل وغزو أسواق سياحية بالشكل الذي يحقق معدلات نمو مضطردة وغير مسبوقه.

- 3- إن تنمية الأنماط السياحية يجعل من المقصد السياحي المصري مقصد دائم على مدار العام.
- 4- ارتفاع أعداد السائحين والليالي السياحية (عبد القوي، 2012).
- 5- زيادة الإيرادات السياحية المتولدة من ارتفاع الإنفاق السياحي.
- 6- خلق فرص عمل جديدة للشباب في القطاع السياحي.
- 7- زيادة الاستثمارات السياحية وذلك نتيجة تسليط الضوء على المقصد السياحي المصري وعرض جميع مقوماته السياحية.
- 8- ارتفاع الطلب على المنتج السياحي المصري بطريقة غير مسبوقة.
- 9- اتاحة الفرصة أمام مصر لأن تكون في مصاف الدول المتقدمة في السياحة.

نشأة المؤتمرات وتطورها في العالم

الإنسان كائن اجتماعي بطبعه ولا يستطيع العيش بمفرده فلا بد من عيشه في تجمعات أو أسر أو عشائر الأمر الذي يحتاج فيه الناس الى إجراء مناقشات لاهتماماتهم وعمل مفاوضات لحل المشكلات التي تواجههم أو لوضع القواعد والنظم الجديدة لحياتهم أو لوضع خطط لحروبهم أو سلامهم مع جيرانهم، وكانت الأماكن التي تجمع هؤلاء البشر مراكز لتجمعهم ومع مرور الزمن تطورت لتكون مراكز للتجارة وتبادل المنافع وتطورت لتصبح محور هام من المحاور الاقتصادية البدائية.

ومع مرور الوقت تم إنشاء المنظمات والمؤسسات لحل المشكلات وديا وكانت تتناسب مع عصرها وتفي بالغرض الذي أنشأت من أجله وتم وضع القوانين المنظمة للبيع والتجارة وكان الجانب الديني له دور هام في وجود هذه المنظمات ولكن لم يكن بهذا الشكل الذي يتم الآن في الاجتماعات والمؤتمرات. وفي أواخر القرن السابع عشر قامت مجموعة من رجال الأعمال في ولاية ميتشجان الأمريكية بعمل اجتماع وقاموا بتطوير فكرته واعترفوا بإمكانية مساهمة الاجتماعات وتم تطويره ليكون الخطوة الأولى لعقد مؤتمر وتم إنشاء المكاتب الرسمية التي تهدف إلى جذب المؤتمرات والاجتماعات لاستضافتها في مدينة ديترويت الأمريكية، وأصبح تنظيم المؤتمرات والاجتماعات يدر دخلا كبيرا ثم بدأت كثير من المدن تتبع نفس طريقة هذه المدينة وبفلسفة الأسلوب التي أنشأ الاتحاد الأمريكي للفنادق والموتيلات كتتنظيم متخصص فيما سمي باستضافة الجمهور، وفي منتصف القرن العشرين ازدهرت هذه الصناعة وأصبحت جزءا من صناعة الضيافة (السيد، 2007).

وفي عام 1958 أنشأت أول هيئة قومية للمؤتمرات في بلجيكا ومن ثم تبعتها إنشاء هيئات في كل من فرنسا وسويسرا وانجلترا في السنوات العشر التالية لإنشاء الهيئة البلجيكية، وقد تم تحقيق تطور كبير في مفهوم التسهيلات والخدمات المتوفرة في أماكن عقد المؤتمرات الدولية فبعد أن كان المطلوب توفير مراكز لعقد المؤتمرات بها وفنادق للإقامة أصبح من الممكن الآن عقد المؤتمرات في الأماكن السياحية التي تتوفر فيها مختلف أنواع التسهيلات وأهمها تواجد قاعات لعقد المؤتمرات مجهزة بأحدث وسائل الاتصالات والخدمات الأخرى المساعدة (عثمان، 2013).

نشأة وتطور سياحة المؤتمرات في مصر

كانت إمكانيات استضافة المؤتمرات قبل عام 1989 كالتالي:

- 1- وجود قاعات في بعض الفنادق متعددة الأغراض وتم استخدامها لعقد المؤتمرات وعقد فيها مؤتمرات دولية مثل الشيراتون وماريوت وهيلتون.
- 2- قاعات مؤتمرات في بعض الأجهزة الحكومية مثل جهاز التعبئة والإحصاء وجامعة القاهرة.

وقد قامت هيئة التنشيط السياحي عام 1988 بعمل تقييم لمعرفة العائد الاقتصادي على الدولة من إقامة المؤتمرات وكانت الإحصائيات هي أن عدد المؤتمرات التي تم عقدها في مصر هي 656 مؤتمرا منها 202 دوليا و454 محليا بينما كان عددها في 1987 340 منها 142 دوليا و118 محليا. لم يبدأ الاهتمام الحقيقي بسياحة المؤتمرات الا في عام 1989 عندما قامت الحكومة المصرية بإنشاء مركز القاهرة الدولي للمؤتمرات بقرض من الحكومة الصينية(السيد، 2007).

تعريف سياحة المؤتمرات

عند تعريف سياحة المؤتمرات نجد أنها تتكون من جزئيين ومفهومين السياحة والمؤتمرات ولتعريفها يجب التعرف على المقصود بالمفهومين:
السياحة تعني "نشاط السفر بهدف الترفيه، وتوفير الخدمات المتعلقة لهذا النشاط ومن ثم فالسائح هو الشخص الذي يقوم بالانتقال لغرض السياحة لمسافة ثمانية كيلومترا على الأقل من منزله"
(www.world-tourism.org,20\10\2014).

وتعرف أيضا على أنها "انتقال الأفراد من مكان إقامته وعملهم إلى مكان آخر لمدة زمنية مؤقتة ويجب الإشارة إلى أن جميع أنواع السياحة تكون بعد السفر وليس كل سفر سياحة(chai,2013,p24).

مفهوم كلمة المؤتمر

يعرف المعجم الوجيز المؤتمر على أنه "مجتمع للتشاور والبحث في أمر ما. أما في القاموس فيعرف "تبادل رسمي للآراء أو اجتماع اثنين أو أكثر لمناقشة موضوعات ذات أهمية مشتركة(السيد، 2007، ص77). والمؤتمر أيضا عبارة عن "اجتماع يشارك فيه مجموعة من الأفراد يتم تصميمه للمناقشة، الوصول إلى حقائق، حل المشكلات والتشاور، ويكون له مدة محددة وأهداف معينة (International Congress z& Convention Association,2008).

تعرف سياحة المؤتمرات على أنها "تلك السياحة التي تحدث جراء اللقاءات الدولية التي تنعقد لبحث قضية معينة أو مشكلة محددة، وقد يكون الغرض منها رسم إستراتيجية لمنظمة تضم أكثر من دولة، وقد يكون موضوع البحث في المؤتمر سياسيا أو اقتصاديا أو علميا أو اجتماعيا أو فنيا أو رياضيا أو غير ذلك من مجالات الحياة، وعادة ما تعقد هذه المؤتمرات في العواصم والمدن الكبرى أو في المدن السياحية "

وتعرف على أنها "تلك الأنشطة السياحية المصاحبة لحضور المؤتمرات العالمية وتعتبر بذلك أحد أهم أنواع السياحة الثقافية حيث تهدف الى الترغيب في المعرفة وتوسيع دائرة المعلومات الثقافية والحضارية عن الدولة المضييفة للمؤتمر" (إبراهيم وآخرون، 2008، ص80، ص81).

أهمية سياحة المؤتمرات

- 1- القدرة العالية على الإنفاق للأعضاء المشاركين في المؤتمر فسياحة المؤتمرات تجتذب افراداً على مستوى عالٍ من الناحيتين الثقافية والاقتصادية مثل السياسيين ورجال الأعمال (Rogers,2003) ويرجع ارتفاع معدلات الإنفاق لسائح المؤتمرات الي عدة أسباب أهمها:
 - أ- طول مدة إقامة هذا النوع من السائحين خاصة اذا كانت البلد المضييفة للمؤتمر بعيدة عن بلد إقامته.
 - ب- وجود مرافقين لأعضاء الوفود المشاركة بالمؤتمرات (فراج، 2009).
- 2- يتمتع هذا النمط السياحي بجوانب إيجابية متعددة، فمعظم المؤتمرات ينتج عن عقدها حلول لبعض القضايا والمشاكل التي تعاني منها بعض الدول مما يساعد في تخفيف حدة التوتر بين الشعوب وينشط سبل اللقاء وبالتالي الحركة السياحية (عبد القادر، بدون).
- 3- الدعاية الإيجابية للبلد المضيف للمؤتمر عند عودة المشاركين فيه لوطنهم لأنهم عادة ما يكونوا ذو مستوى عالي من الثقافة والتعليم مما يكون له هذا المردود الإيجابي.
- 4- تتميز سياحة المؤتمرات بالأعداد الكبيرة التي تجتذبها في صورة أفواج مما يرفع نسب الإشغال في الفنادق والقرى السياحية وذلك الرحلات السياحية والجولات الحرة التي تقام خلال انعقاد المؤتمر أو على هامشه أو بعد جلسات المؤتمر الأمر الذي يؤدي الى حدوث رواج وانتعاش في البلد المضيف.
- 5- زيادة إنعقاد المؤتمرات في بلد ما يدل دلالة واضحة على تمتع هذه البلد بأوضاع أمنية وسياسية مستقرة ويدل على مكانتها المتميزة في المحفل الدولي مما يجعل المردود السياسي وكسب الثقة والثقل السياسي يليه تحسن في الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية في البلد المضيف .
- 6- تساعد سياحة المؤتمرات على زيادة عمليات التبادل الثقافي والحضاري وزيادة حركة تدفق المعلومات والنهوض الثقافي والعلمي والتقني للبلد المضيف خاصة في حالة التسويق الجيد والاعداد لها والإشراف عليها.
- 7- تنشيط السياحة وزيادة نسب الإشغال في الفنادق في مواسم الركود في المناطق السياحية الموسمية.
- 8- تعمل سياحة المؤتمرات على توفير فرص عمل ووظائف جديدة مستمرة أو مؤقتة مثل المترجمين ومنظمي المؤتمرات والفنيين وأيضاً المرشدين السياحيين المصاحبين للوفود في جولاتهم الحرة (دعبس، 2004).

الآثار السياحية لقطاع المؤتمرات

هناك ارتباط كبير بين قطاع المعارض والمؤتمرات وصناعة السياحة وبخاصة الفنادق، ومنظمي الرحلات، ووكالات السفر، وغيرها من الأنشطة والمهن السياحية، وتأثير كل منهما على الآخر، حيث تضم الفنادق أكثر قاعات المؤتمرات، ويقوم المشاركون فيها. وتقوم الكثير من الدول بربط استراتيجياتها السياحية باستراتيجيات تنمية قطاع المعارض والمؤتمرات فيها، علماً أن الرحلات السياحية بغرض حضور المعارض والمؤتمرات تمثل أكثر من 15% من إجمالي السياحة في

- العالم بواقع أكثر من (135) مليون رحلة سياحية حسب تقارير منظمة السياحة العالمية. ويمكن تلخيص الفوائد السياحية من قطاع المعارض والمؤتمرات حسب التالي:
- أ- يعد السياح القادمون بهدف حضور المؤتمرات بشتى أنواعها من أكثر السياح من حيث الإنفاق، ولديهم قوة شرائية عالية.
 - ب- تعمل المؤتمرات على زيادة الطلب على الخدمات والمنتجات السياحية في أوقات الركود السياحي وبالتالي توفير الفرص الوظيفية.
 - ج- تعزيز تجربة السائح وبالتالي زيادة مدة الإقامة، أو تكرار الزيارة للوجهة، فضلا عن إثراء روزنامة المؤتمرات التي تقام بها.
 - د- تسويق الوجهات وإبراز هويتها.

أهمية سياحة المؤتمرات لمصر

لسياحة المؤتمرات أهمية اقتصادية وأخرى سياسية بالنسبة لمصر:

فالأهمية الاقتصادية هي

- 1- مصر تعتبر من الدول النامية وتعاني من العجز في النقد الأجنبي وذلك نتيجة لزيادة واردتها من السلع الغذائية والاستثمارية ونمو سياحة المؤتمرات يعمل على إرتفاع الإيرادات من العملات الأجنبية مما يعمل على سد العجز في ميزان المدفوعات ثم توازنه.
- 2- تعاني مصر من إرتفاع معدل البطالة فيها وتنمية وإزدهار سياحة المؤتمرات يعمل على توفير فرص عمل للشباب الخرجين مما يساعد على التخفيف من حدة هذه الأزمة.
- 3- إن العمل على عقد المؤتمرات في أماكن بعيدة عن إزدحام المدن مثل القاهرة والإسكندرية وتتمتع بمقومات جذب سياحي عالية مثل العين السخنة والإسماعيلية والفيوم مما يساهم ذلك في إعادة توزيع الدخل القومي.
- 4- يساعد إقبال المشاركين بالمؤتمر على شراء السلع السياحية من المنتجات اليدوية ومنتجات خان الخليلي من النحاس والجلد والخشبية المطعمه بالصدف على رواج هذه السلع التي يقتصر شراؤها على السائحين.
- 5- تعاني مصر من تدني مستوى جودة المرافق الأساسية وتنمية سياحة المؤتمرات يعمل على الاهتمام بهذه المرافق وبصيانتها والتوسع في توفرها في الأماكن المحرومة منها.
- 6- زيادة نسب الإشغال في مواسم الركود السياحي مما يساعد على إنعاش السياحة بها مثل شرم الشيخ (منجي، 2007).

بالنسبة للأهمية السياسية فتؤثر سياحة المؤتمرات على عدد من النواحي منها:

- 1- تصحيح الاعتقادات الخاطئة عن مصر نتيجة للدعاية السلبية والحملات المغرضة وتوضيح صورتها الحقيقية وذلك من خلال عقد المؤتمرات الدولية التي تتيح للسائح أن يرى المجتمع المصري ومدى تحضره مما يساعده على تصحيح المعلومات الخاطئة واستبدالها بالحقائق الواقعية ونقل ذلك للخارج من خلال وسائل الإعلام الخارجي التي تنقل وقائع المؤتمر.
- 2- كسب تأييد ومساندة الشعوب المختلفة للقضايا المصرية وكذلك التخفيف من حدة رفض واستنكار هذه الشعوب وأيضا دعم المركز السياسي لمصر وذلك من خلال الاتصال

المباشر الذي توفره سياحة المؤتمرات فقد عانت مصر من عدم إمام الشعوب الأجنبية بجوانب القضايا المصرية.

- 3- التأكيد على أواصر الأخوة والوحدة بين مصر وباقي الدول العربية الشقيقة.
 - 4- إن نمو حركة سياحة المؤتمرات وازدهارها بين مصر وباقي الدول العربية يدعم وحدة العالم العربي ويزيد من تحقيق التقارب بين الأفكار والآمال.
- توضيح مدى تمتع مصر بالاستقرار من الناحية الأمنية والسياسية فيها مما يؤكد على مكانتها وأيضاً ثقلها السياسي بين الدول (منجي، 2005).

هيكل سياحة المؤتمرات بمصر

يوجد بمصر عدد من الجهات التي تكون هيكل سياحة المؤتمرات بها باعتبارها دولة مضيافة للمؤتمرات وهذه الجهات هي:

1- الإدارة العامة للمؤتمرات

وتقوم هذه الإدارة بدور هام وذلك من خلال قيامها بالترويج لمختلف مراكز المؤتمرات بالدولة بالاستعانة بمكاتب هيئة التنشيط السياحي المصرية بالخارج، وتقديم كافة التسهيلات المطلوبة لعقد المؤتمرات، بالإضافة الى تقديم الدعم المالي للمؤتمرات التي تتصل بالنشاط السياحي وحضور المؤتمرات الهامه وابداء الملاحظات التنظيمية عليها(فراج، 2009).

2- شركات تنظيم المؤتمرات

وهي الشركات التي يعد تنظيم المؤتمرات نشاطها الرئيسي وذلك من خلال القيام بكافة الترتيبات والإعدادات اللازمة لعقد المؤتمرات.

3- شركات السياحة

وهي الشركات التي يعد تنظيم المؤتمرات أحد فروع أنشطتها بجانب الأنماط السياحية الأخرى مثل شركة إيماكو للسياحة ومصر للسياحة(جمعة، 2004).

4- الهيئة العامة لمركز المؤتمرات

هي هيئة رسمية تابعة لوزارة الصناعة والتجارة الخارجية، تقوم بأعمال تنظيم وإستضافة المؤتمرات والمعارض داخل وخارج الدولة، بما يساعد أعمال الترويج والتسويق للمنتجات المحلية والقومية داخلياً وخارجياً (http://www.eeca.gov,2\3\2015).

عرض التجربة الإماراتية في سياحة المؤتمرات

أصبحت دولة الإمارات العربية المتحدة واحدة من أكثر الدول جذبا لسياحة المؤتمرات في منطقة الشرق الأوسط بل والعالم أجمع حيث يوجد بها العديد من مراكز المؤتمرات ذات القدرات الاستيعابية الضخمة والتي يتوفر بها المواصفات العالمية من حيث الجودة والموقع المتميز وبنيتها التحتية المتطورة ووجود العديد من الفنادق الفخمة ذات المستوى المرتفع من الخدمة كما يوجد بالدولة العديد من المطارات الدولية والتي توفر خطوط طيران لمعظم دول العالم وهذا يلعب دورا هاما في جذب المؤتمرات الدولية الى الإمارات (www.alghad.com,10\4\2015).

حجم سياحة المؤتمرات بدولة الإمارات العربية

يولد قطاع سياحة المؤتمرات إيرادات بحجم 653 مليون دولار سنويا في اقتصاد الدولة، ومن المتوقع أن تستمر نمو صناعة سياحة المؤتمرات والمعارض بالدولة بنسبة تصل الى 7% بفضل التجهيزات والتحصيرات لتنظيم لمعرض إكسبيو 2020 بحيث سيولد القطاع نحو 1,39 مليون دولار بحلول هذا العام (2015\5\6، www.dceb.gov.ae).

وتشير التقديرات الى أن دبي وحدها تستحوذ على 27% من حجم سياحة المؤتمرات التي تقام في الشرق الأوسط حيث يبلغ عدد السائحين لسياحة المؤتمرات 2015 نحو 900,000 سائح ومن المتوقع أن يتضاعف هذا العدد ليصل إلى 1,6-1,9 مليون سائح وهذا ما يفرض منافسة أقوى بجانب تشبع السوق الدول الرائدة في هذه الصناعة (2015\10\11، www.albawabhnews.com).

جدول 1: أعداد السائحين الوافدين لمصر حسب الغرض من الزيارة (ومنها سياحة المؤتمرات)

2014	2013	2012	الغرض من الزيارة
9406826	8943112	10938246	الاستجمام/الترفيه
86.00	81.76	100	معدل التغير في سياحة الاستجمام / الترفيه
470936	521237	593612	الأغراض الأخرى
79.33	87.81	100	معدل التغير في السياحة لأغراض أخرى
105913	109032	123154	الأعمال/المؤتمرات
86.00	88.53	100	معدل التغير في سياحة الاعمال والمؤتمرات
77025	81565	89564	العلاج/الاستشفاء
86.00	91.07	100	معدل التغير في السياحة العلاجية
38513	39850	44784	الدراسة/التدريب
86.00	88.98	100	معدل التغير في سياحة الدراسة والتدريب
249485	290790	336110	سياحة(زوار)اليوم الواحد
74.23	86.52	100	معدل التغير في سياحة اليوم الواحد
9877762	9464349	11531858	المجموع الكلي
85.66	82.07	100	المعدل الكلي للتغير في إجمالي عدد السياح

Source :Tourism in figures(2014)

من خلال الجدول السابق يتحدد اتجاهات معدلات التغير بالنسبة لعدد السائحين حيث يمكن تحليل هذه البيانات بالطريقة الأفقية التي تمثل الاتجاه من عام الي آخر وكذلك يمكن القيام بالتحليل الرأسي للبيانات في الاختلاف في نوعية السائحين في ذات العام

حيث أن اذا تم الاخذ في الاعتبار ان سنة 2012 هي سنة الأساس يتضح أن نسبة التغير في العدد الكلي للسائحين عن لسنة 2013 بالنقص بنسبة 18% ثم ارتفعت قليلا سنة 2014 لتسجل نسبة نقص عن سنة 2012 تبلغ 15.6% تقريبا وهذا يشير الي ان هناك زيادة ايجابية في عدد السائحين الكلي بين 2013 ، 2014 بنسبة قدرها 3.6%

ويتضح كذلك من الجدول السابق أن معدل التغير في سياحة المؤتمرات والأعمال في سنة 2013 بالنسبة لسنة الأساس وهي سنة 2012 تتجه الي الانخفاض بنسبة قدرها 11.5% ، وترتفع قليلا سنة 2014 لتبلغ 11% بزيادة ايجابية طفيفة عن سنة 2013 تبلغ 0.5%

وإذا ما تم التحليل الرأسي للبيانات نلاحظ أن نسبة سياحة المؤتمرات في سنة 2012 مقارنة بعدد السياح الكلي تبلغ = $11531858/123154 = 1.1\%$ تقريبا، بينما سنة 2012 تبلغ نسبة قدرها

(9464349/109032=1.15% تقريباً) ؛ تسجل زيادة طفيفة عن سنة 2012 بالنسبة لعدد السياح الكلي، في حين أن نسبة ذلك النوع من السياحة في سنة 2014 يبلغ (9877762/105913=1.1%) يسجل انخفاض طفيف وفي الاجمالي تتراوح النسبة خلال السنوات 2012 / 2014 مكانها وتدور حول نسبة 1% .

مقارنة بين المركز التنافسي المصري والإماراتي بالنسبة لسياحة المؤتمرات

هذه المقارنة تتم بناء على ما ورد في تقارير عام(2012-2013-2014-2015) الصادر عن المنظمة الدولية للمؤتمرات والاجتماعات International Congress and Convention Association (I.C.C.A)

جدول 2: مقارنة بين المركز التنافسي المصري والإماراتي بالنسبة لسياحة المؤتمرات

جمهورية مصر العربية			دولة الإمارات العربية المتحدة			السنة
عدد المؤتمرات الدولية	على مستوى الدول العربية	عالمياً	عدد المؤتمرات الدولية	على مستوى الدول العربية	عالمياً	
18	4	69	63	1	42	2012
17	5	75	62	1	44	2013
13	4	75	80	1	41	2014
22	3	69	101	1	40	2015

المصدر: عمل الباحثة إستناداً الى ICCA Statistics Reports,2012,2013,2014,2015 من الجدول السابق يتضح حصول دولة الإمارات على المرتبة الأولى عربياً في الأربع سنوات السابقة وما بين المرتبة 40 الى 44 عالمياً بينما تتراجع مصر عنها لتحتل المركز الرابع في بعض السنوات والخامس في أخرى وأخيراً المركز الثالث عربياً والمركز 69 الى 75 عالمياً على الرغم مما تمتلكه مصر من عدد كبير من قاعات المؤتمرات والشركات التي تقوم بتنظيم المؤتمرات إلا أنها لازالت تعاني من عدم الإستغلال الأمثل لهذه المقومات.

جدول 3: الخطة التنفيذية للاستراتيجية المقترحة لتنمية سياحة المؤتمرات في مصر

الملاحظات والمعلومات	من/الى (الوقت)	الكيفية	الجهة المسؤولة	الخطوات التنفيذية
	2017/2027	توفير شبكات الصرف الصحي والمياه الصالحة للشرب. رصف وتمهدها للوصول الى أماكن عقد المؤتمرات بسهولة ويسر. توفير الميزانيات المطلوبة لذلك.	وزارة الكهرباء، وزارة النقل، ووزارة الموارد المائية والري	تطوير عناصر البنية التحتية بالأماكن المراد إنشاء مراكز للمؤتمرات بها.
	2017/2025	إنشاء المطارات بمختلف محافظات الدولة التي تصلح لإقامة مراكز لعقد المؤتمرات بها. مد وتمهيد الطرق والكباري وصيانتها. توفير شركات النقل السياحي في جميع محافظات مصر.	وزارة النقل، وزارة	2- تطوير وتوفير وسائل النقل والمواصلات والطرق المؤدية الى أماكن عقد المؤتمرات.

		تسهيل إجراءات الدخول بالمطارات لأعضاء الوفود القادمة للمشاركة بالمؤتمرات التي يتم عقدها في مصر.	الطيران المدني.	
	2017/2027	تشجيع المستثمرين على إنشاء المزيد من الفنادق الفخمة بالقرب من مراكز عقد المؤتمرات، وكذلك الفنادق والشقق السكنية المناسبة لإقامة الجمعيات والهيئات ذات الميزانيات المحدودة.	التعاون بين وزارتي الاستثمار والسياحة.	تنمية وتطوير وسائل الإقامة بالدولة.
	2017/2022	توفير البيئة الاستثمارية المناسبة والمشجعة لاستقطاب رؤوس الأموال والمستثمرين العرب والأجانب لتنمية سياحة المؤتمرات، إيجاد المرونة والتيسيرات في الإجراءات التنظيمية في هذا المجال.	التعاون بين وزارة السياحة، ووزارة الاستثمار.	تحفيز الاستثمار الأجنبي والمحلي في مجال سياحة المؤتمرات.
	2017/2025	إنشاء مراكز جديدة للمؤتمرات على غرار مركز القاهرة الدولي للمؤتمرات بالمحافظات التي تتميز بسلاسة الحركة المرورية مثل محافظة الإسمايلية والساحل الشمالي.	وزارة السياحة بالتعاون مع المستثمرين.	البعد بالمؤتمرات عن الإختناقات المرورية وإزدحام الشوارع.
من أهم هذه المعارض المتخصصة في مجال المؤتمرات معرض IMEX في فرانكفورت، ومعرض EIBTM ببرشلونة، ومعرض BTC في إيطاليا، ومعرض IT&CM بالصين، وبالسوق العربي معرض GIBTM بأبوظبي بالإمارات. ومن أهم هذه الجمعيات الدولية الاتحاد الدولي للمؤتمرات International Conferences & Congress Association (ICCA)، ومخطوطو المؤتمرات الدولية Meeting Planners	2017/2020	الإشتراك في المجالات المتخصصة في مجال المؤتمرات للإعلان فيها عن أماكن عقد المؤتمرات بالدولة وما تقدمه من مزايا. دعوة عدد كبير من متخذي قرارات عقد المؤتمرات ومنظمي المؤتمرات بدول العالم للقيام بزيارة تعريفية للتعريف بإمكانيات مصر في مجال عقد المؤتمرات. الإشتراك في المعارض السياحية المتخصصة في مجال المؤتمرات والتي يمكن خلالها عرض المعلومات عن إمكانيات وتسهيلات عقد المؤتمرات بالدولة. الإشتراك بالجمعيات المتخصصة في مجال صناعة المؤتمرات.	وزارة السياحة وهيئة التنشيط السياحي المصري ومكاتبها بالخارج.	التعريف بإمكانيات سياحة المؤتمرات بمصر في مختلف دول العالم لتعزيز الوعي العالمي بهذه المقومات.

<p>International (M.P.I)، والجمعية الأمريكية لاتحاد التنفيذيين Americans Society of Associations Executives وغيرها من الاتحادات والجمعيات المتخصصة في مجال صناعة المؤتمرات بالعالم.</p>				
<p>بحيث يقوم هذا الكيان بالإشراف على كافة المؤتمرات التي تنظم وتعد بأنحاء الجمهورية بمختلف أنواعها وتنتهي إليه كافة الجهات المسئولة عن تنظيم وعقد المؤتمرات.</p>	<p>2017/ 2025</p>	<p>إنشاء مكتب أو هيئة مختص بـسياحة المؤتمرات على غرار مكتب دبي للمؤتمرات ومكتب أبوظبي للمؤتمرات.</p>	<p>وزارة السياحة</p>	<p>إنشاء كيان رسمي مختص ومسئول عن المؤتمرات بمصر.</p>
	<p>2017 ويستمر.</p>	<p>إستخدام إستراتيجيات وسياسات مبتكرة لتطوير وتنمية مهارات العنصر البشري والإرتقاء بسلوكه خاصة في المحافظات والأماكن التي يعقد بها المؤتمرات. عقد الندوات والمحاضرات للتعريف بأهمية سياحة المؤتمرات. حث المجتمع المضيف لسياحة المؤتمرات على المحافظة على نظافة الأماكن والشوارع. القيام بحملات نظافة في الشوارع، وعمل لوحات إرشادي تتضمن معلومات عن المناطق السياحية والتراثية بالدولة لتسهيل قيام أعضاء الوفود بالجولات السياحية.</p>	<p>وزارة السياحة ،وهيئة التنشيط السياحي المصري ،ووزارة التربية والتعليم، والجامعات المصرية، والمحليات في المحافظات المختلفة.</p>	<p>نشر الوعي بأهمية سياحة المؤتمرات لمصر.</p>
	<p>2017 وتستمر</p>	<p>دراسة الأسواق المستهدفة للتعرف على إحتياجات ومتطلبات الشرائح المختلفة للسائحين. العمل على تجويد المنتج السياحي المصري في مجال تنظيم وعقد المؤتمرات (مثل مواكبة التكنولوجيا والتطوير في الإتصالات والترجمة وغيرها). تقديم العروض والتخفيضات مع الحفاظ على مستوى الجودة للجمعيات والهيئات الدولية التي تعقد مؤتمرات</p>	<p>وزارة السياحة، وهيئة التنشيط السياحي ومكاتبها بالخارج.</p>	<p>وضع خطة لتسويق سياحة المؤتمرات بمصر.</p>

		<p>دورية لجذبهم لعقد مؤتمراتهم بمصر وذلك عن طريق رجال بيع على مستوى عالي من الخبرة والتدريب. خلق ميزة تنافسية من خلال المزج بين الإمكانيات المتاحة والقدرات البشرية، وتوفير المعلومات عن الأسواق المنافسة، والإهتمام بالعملاء من خلال سرعة الاستجابة في تلبية متطلباتهم، والبحث عن مصادر جديدة للتميز عن الأسواق المنافسة والاندماج والتحالف مع الوسطاء لغزو أسواق جديدة.</p> <p>تنوع البرامج السياحية المصاحبة للمؤتمرات الدولية في مختلف الأماكن السياحية بالدولة، والعمل على دمج الأنماط السياحية المختلفة مع سياحة المؤتمرات.</p> <p>الترويج الإعلامي السياحي المتخصص لهذه الصناعة بالاستعانة بالوسائل الإعلامية من صحف وتلفزيون ومجلات، وقيام هيئة التنشيط السياحي بإصدار مجلات وملاحق متخصصة على المستوى الإقليمي والمحلي بما يحقق الهدف المنشود من نشر ثقافة المؤتمرات.</p> <p>الترويج عن طريق الإنترنت حيث إمكانية الوصول إلى كل بلد في العالم.</p> <p>الاستعانة بإحدى الشركات أو بيوت الخبرة المتخصصة في مجال جذب المؤتمرات بالسوق الأوروبي للترويج والتسويق لمصر وجذب أكبر عدد من المؤتمرات لتعقد بالدولة.</p>		
	<p>2017 2020</p>	<p>عمل دليل إلكتروني شامل لتنشيط سياحة المؤتمرات يتضمن معلومات مفصلة ودقيقة عن الخدمات المتوفرة في مصر والمرافق وقاعات المؤتمرات وقوة استيعابها وطرق الوصول إليها وغيرها من المعلومات.</p> <p>وإتاحة الحجز الإلكتروني لعقد المؤتمرات وتحديد أعداد المشاركين والمساحات ونوعية المشاركة والندوات وورش العمل المصاحبة والتعامل معها بدقة عالية.</p> <p>توفير خدمة التسجيل عبر الإنترنت من مختلف دول العالم للمشاركة بالمؤتمرات التي تعقد بالدولة وتوضيح متطلبات وشروط التسجيل</p>	<p>وزارة السياحة وهيئة التنشيط السياحي المصري.</p>	<p>الإهتمام بالبوابة الإلكترونية لمصر في مجال سياحة المؤتمرات</p>

	الخاصة بكل مؤتمر.	<p>الإهتمام بوجود شركات على مستوى عالي من الخبرة متخصصة في مجال تنظيم المؤتمرات بالدولة لتحقيق التنظيم الدقيق والمحكم للمؤتمرات. الحد من البيروقراطية (الإجراءات الروتينية المعقدة) التي تنتشر في الأجهزة الرسمية للدولة والعمل على إلغائها والتي تتسبب في إطالة وتعقيد إجراءات تراخيص تنظيم وعقد المؤتمرات مما يكون له الأثر السلبي على جودة الخدمة المقدمة في هذا المجال.</p> <p>الإسراع في إصدار القوانين والتشريعات اللازمة لهذا النمط السياحي بما يحقق المرونة.</p> <p>إنشاء منطقة جمركية متخصصة لوفود المؤتمرات الدولية في المناطق التي تستقبل سياحة المؤتمرات ، و تشمل هذه المنطقة على توفير هذه التسهيلات من الدخول و الخروج من منطقة الجمرک بسرعة مع اعفاء المعدات المستخدمة بواسطة الوفود من الرسوم الجمركية كالألات التي يستخدمونها أثناء المؤتمر ثم يأخذونها معهم عند المغادرة وتقليل الرسوم الجمركية على المعدات المستوردة التي تستخدم في المؤتمرات.</p> <p>توفير اعفاءات ضريبية لمدة عشر سنوات للشركة الجديدة المتخصصة التي تدخل السوق الخاص بسياحة المؤتمرات مع بعض الضمانات بأن تلتزم تلك الشركات بعنصر الاختصاص في مجال سياحة المؤتمرات.</p>	وزارة السياحة، ووزارة الداخلية، ومجلس الشعب، ووزارة الطيران المدني	وضع تسهيلات في النواحي التنظيمية والإدارية في مجال عقد المؤتمرات
--	-------------------	---	--	--

منهجية البحث

تهدف الدراسة الميدانية الي تقديم الدليل العملي علي مدي الاستفادة من التجربة الامارتية في تنمية سياحة المؤتمرات في مصر من خلال الآتي :

1- تحديد الجوانب الأساسية للتجربة الإماراتية والتي تتمثل في عمليات التخطيط والتنظيم والترويج لسياحة المؤتمرات.

2- تحديد كل عنصر من هذه العناصر التي ثبت من خلال الدراسة النظرية مدي ارتكاز التجربة الإماراتية عليها.

3- محاول اسقاط عناصر التجربة الامارتية علي البيئة المصرية من خلال التالي :

- استطلاع رأي الوافدين الي المؤتمرات (السائحون) بشأن العناصر المفضلة لهم من خلال سياحة المؤتمرات.

- استطلاع رأي الوافدين الي المؤتمرات (السائحون) بشأن متطلبات تنمية ودعم سياحة المؤتمرات.
- استطلاع رأي الشركات المنظمة بشأن الاهتمامات التي يجب أخذها في الاعتبار عند تنظيم سياحة المؤتمرات.
- استطلاع رأي تلك الشركات المنظمة بشأن وجهات النظر في المتطلبات التي تساعد في تنمية سياحة المؤتمرات.

تحديد مجتمع وعينة البحث

- أ- **مجتمع البحث** يشمل مجتمع الدراسة كافة الوافدين الي مصر لحضور المؤتمرات الدولية التي تعدها الجامعات والمراكز البحثية والجمعيات العملية ، كما يشمل مجتمع الدراسة كافة الشركات المنظمة لسياحة المؤتمرات في مصر.
- ب- **عينة البحث** ارتكزت الدراسة الميدانية علي عينة عشوائية من المبحوثين تضمنت نسبة مقبولة تمثل 2% من اجمالي الرقم المقدر لعدد وفود المؤتمرات الدولية الي مصر حيث صممت الباحثة عدد (2) استمارة استبيان تم استخدامها كوسيلة لتجميع البيانات علي النحو الذي يأتي شرحه في النقطة التالية ، كما تم توزيع عدد من الاستبيانات المفتوحة علي مجموعة من خبراء السياحة في مصر وعددهم (10 خبير سياحي) لاستطلاع رأيهم في متطلبات تنمية سياحة المؤتمرات في مصر.

أداة الدراسة الميدانية ومدى الثبات والثقة في الإجابات

يتضمن ملحق هذه الدراسة نماذج الاستبيانات الموزعة، حيث تبين الباحثة من خلال الجدول التالي

جدول 4: حركة الاستبيانات الموزعة

البيان- المبحوثين	الوافدين للمؤتمرات	المنظمين للمؤتمرات	خبراء السياحة	الاجمالي	نسبة الردود
عدد الاستمارات المرسله	120	50	12	182	100
عدد الردود الصالحة	106	38	10	154	%84
نسبة الردود	%88	%76	%83	%84	

ت- ويبين الجدول السابق نسبة الردود التي تكون كلياً وجزئياً في حدود النسبة المقبولة احصائياً بالمقارنة بمجتمع البحث

اختبار صحة الفروض

أولاً اختبار مدي صحة الفرض الاحصائي الأول حيث ينص علي الوضع الحالي لسياحة المؤتمرات في مصر لا يفي بمتطلبات التنمية السياحية عند مستوي دلالة احصائية معنوية 0.05. وتتحدد المتغيرات المستقلة في مطلوبات السائحين الوافدين من برامج سياحة المؤتمرات، وفي المتغير التابع يتمثل في ما يمكن أن توفره الجهات او الشركات المنظمة لهذه المطلوبات ، وتستخدم الباحثة اختبار (كا2) لقياس مدي صحة الفرض الحالي وهذا ما يوضحه الجدول التالي

جدول 5: اختبار كا2 لقياس مدي صحة الفرض الاحصائي الأول

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	136.875 ^a	135	.379.

من خلال الجدول السابق يتضح أن قيمة (كا) 136.87 وهي أقل من القيمة الجدولية عند مستوى معنوي قدره 0.37 وهو أكبر من مستوي 0.05 والذي عنده يتقرر ان هناك اختلاف بين ما يطلبه الوافدين من برامج سياحة المؤتمرات ، وبين ما تستطيع الشركات المنظمة أن توفره لهم من خدمات سياحية مما يتقرر مع ذلك قبول الفرض الاحصائي الذي ينص علي " أن الوضع الحالي لسياحة المؤتمرات في مصر لا يفي بمتطلبات التنمية السياحية ". وأن قبول الفرض الاحصائي بمعامل ارتباط عكسي بين مطلوبات الوافدين وبين ما تستطيع أن تقدمه الشركات المنظمة وهذا ما يوضحه اختبار Paired Samples Correlations الذي يتضح من الجدول التالي:

جدول 6: اختبار (ت) لقياس الارتباط بين متغيرات الفرض الاحصائي الأول

		N	Correlation	Sig.
Pair 1	متطلبات تنمية سياحة المؤتمرات لرأي المنظمين & متطلبات تنمية سياحة المؤتمرات لرأي الوافدين	36	-.149-	.387

حيث يبين الجدول السابق أن قوة الارتباط قدرها 14% وهو ارتباط ضعيف عكسي بين مطلوبات الوافدين من برامج سياحة المؤتمرات وبين ما يمكن أن توفره الشركات المنظمة لهم من خدمات

ثانياً الفرض الاحصائي الثاني حيث ينص علي لا تعتبر التجربة الاماراتية نموذج فعال عند مستوى ذو دلالة احصائية معنوية لتنمية سياحة المؤتمرات في مصر.

وتتمثل المتغيرات المستقلة لهذا الفرض في تفضيلات الوافدين من السائحين باعتبارها درجة المثالية التي تبنتها التجربة الاماراتية واستطاعت تحقيقها من خلال عمليات التخطيط والتنظيم والترويج لسياحة المؤتمرات، وبين المتغير التابع الذي يمثل المتوسط العام للمتطلبات الخاصة بالوافدين التي تمثل أقصى درجة تحقيق المأمول لهم من برامج سياحة المؤتمرات في أي دولة. حيث يتم اختبار الفرض الثاني من خلال مجموعة فروض فرعية تمثل جوانب التخطيط والتنظيم والترويج للتجربة الاماراتية ، وذلك من خلال التالي .

أ- اختبار فاعلية التجربة الإماراتية من حيث تخطيط سياحة المؤتمرات : وتستخدم الباحثة تحليل (كا) لبيان مدي صحة الفرض الثاني فيما يخص عملية التخطيط وهو ما يعبر عنه من خلال الجدول التالي :

جدول 7: اختبار كا2 لقياس مدي صحة الفرض الاحصائي الثاني بشأن تخطيط سياحة المؤتمرات

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	114.700 ^a	104	.039

من خلال الجدول السابق يتضح أن قيمة (كا) 114.7 وهي أكبر من القيمة الجدولية عند مستوى معنوي قدره 0.039 وهو أقل من مستوي 0.05 والذي عندها يتقرر عنده رفض الفرض الاحصائي وقبول الفرض البديل الذي ينص علي " تعتبر التجربة الإماراتية نموذج فعال لتنمية سياحة المؤتمرات بشأن عملية التخطيط لهذا النوع من السياحة "

ب- اختبار فاعلية التجربة الإماراتية من حيث تنظيم سياحة المؤتمرات : وتستخدم الباحثة تحليل (كا) لبيان مدي صحة الفرض الثاني فيما يخص جانب التنظيم لسياحة المؤتمرات وهو ما يعبر عنه من خلال الجدول التالي:

جدول 8: اختبار كا2 لقياس مدي صحة الفرض الاحصائي الثاني بشأن تنظيم سياحة المؤتمرات

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	113.100 ^a	104	.008

من خلال الجدول السابق يتضح أن قيمة (كا) 113.1 وهي أكبر من القيمة الجدولية عند مستوي معنوي قدره 0.008 أقل من مستوي 0.05 والذي عندها يتقرر رفض الفرض الاحصائي وقبول الفرض البديل الذي ينص علي " تعتبر التجربة الإماراتية نموذج فعال لتنمية سياحة المؤتمرات بشأن عملية تنظيم هذا النوع من السياحة "

(ج) اختبار فاعلية التجربة الإماراتية من حيث الترويج سياحة المؤتمرات وتستخدم الباحثة تحليل (كا) لبيان مدي صحة الفرض الثاني فيما يخص جانب الترويج لسياحة المؤتمرات وهو ما يعبر عنه من خلال الجدول التالي :

جدول 9: اختبار كا2 لقياس مدي صحة الفرض الاحصائي الثاني بشأن الترويج لسياحة المؤتمرات

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	293.307 ^a	154	.000

من خلال الجدول السابق يتضح أن قيمة (كا) 293.07 وهي أكبر من القيمة الجدولية عند مستوي معنوي قدره 0.00 وهو أقل من مستوي 0.05 والذي عندها يتقرر رفض الفرض الاحصائي وقبول الفرض البديل الذي ينص علي " تعتبر التجربة الإماراتية نموذج فعال لتنمية سياحة المؤتمرات بشأن عملية الترويج لهذا النوع من السياحة "

ثالثاً : الفرض الإحصائي الثالث: ينص علي لا يمكن الاستفادة من الناحية التطبيقية بالتجربة الإماراتية في تنمية سياحة المؤتمرات في مصر عند مستوي معنوي 0.05 .

وتتمثل المتغيرات المستقلة لهذا الفرض جوانب التجربة الاماراتية التي تتبني عمليات التخطيط والتنظيم والترويج لسياحة المؤتمرات المعبر عنها بالعناصر المتوافقة مع رغبات الوافدين وبين المتغير التابع الذي يتمثل في المتوسط العام لمتطلبات تنمية سياحة المؤتمرات في مصر بناء علي رأي مسؤولي الشركات المنظمة لهذا النوع من السياحة .

وتستخدم الباحثة تحليل الانحدار العام البسيط بمعلومية (ف) لكل جانب من جوانب التجربة الاماراتية والتي تمثل فروض فرعية لهذا الفرض ويتم اختبار كل جانب من خلال التالي .

(أ) اختبار الفرض الثالث فيما يتعلق بجانب التخطيط لسياحة المؤتمرات حيث يوضح الجدول التالي مدي معنوية العلاقة من خلال اختبار (ف)

جدول 10: اختبار مدي صحة الفرض الثالث بشأن جانب التخطيط لسياحة المؤتمرات

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	.331	1	.331	1.497	.029 ^a
	Residual	6.440	35	.184		
	Total	6.770	36			

وأنة من خلال الجدول السابق يتضح أن قيمة (ف) 1.497 وهي أكبر من القيمة الجدولية عند مستوي معنوي 0.029 وهو أقل من مستوي 0.05 والتي عنده يرفض الفرض الاحصائي ويقبل الفرض البديل القائل " يمكن الاستفادة من الناحية التطبيقية بالتجربة الإماراتية في تنمية سياحة المؤتمرات في مصر فيما يخص عملية التخطيط لهذا النوع من السياحة "

وأن قبول هذا الفرض جاء بقوة ارتباط يعبر عنها اختبار **Paired Samples Correlations** والتي يوضحها الجدول التالي

جدول 11: الارتباط بين متغيرات الفرض الثالث بشأن جانب التخطيط لسياحة المؤتمرات

		N	Correlation	Sig.
Pair 1	مفضلات الوافدين من حيث تخطيط & متطلبات تنمية سياحة المؤتمرات لرأي المنظمين	38	.718	.013

حيث يشير التحليل السابق أن هناك ارتباط معنوي قوي في الاتجاه الايجابي بنسبة 72% تقريبا بين تفضيلات الوافدين من حيث التخطيط الواجب وبين متطلبات تنمية سياحة المؤتمرات وفقاً لرأي منظمي سياحة المؤتمرات في مصر.

(ب) اختبار الفرض الثالث فيما يتعلق بجانب التنظيم لسياحة المؤتمرات : حيث يوضح الجدول التالي مدي معنوية العلاقة من خلال اختبار (ف):

جدول 12: اختبار مدي صحة الفرض الثالث بشأن جانب تنظيم سياحة المؤتمرات

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	.038	1	.038	.246	.036 ^a
	Residual	5.603	36	.156		
	Total	5.641	37			

وأنة من خلال الجدول السابق يتضح أن قيمة (ف) 0.24 وهي أكبر من القيمة الجدولية عند مستوي معنوي 0.036 وهو أقل من مستوي 0.05 والتي عندها يرفض الفرض الاحصائي ويقبل الفرض البديل القائل " يمكن الاستفادة من الناحية التطبيقية بالتجربة الإماراتية في تنمية سياحة المؤتمرات في مصر فيما يخص عملية تنظيم هذا النوع من السياحة "

وأن قبول هذا الفرض جاء بقوة ارتباط يعبر عنها اختبار **Paired Samples Correlations** والتي يوضحها الجدول التالي

جدول 13: الارتباط بين متغيرات الفرض الثالث بشأن جانب التنظيم لسياحة المؤتمرات

		N	Correlation	Sig.
Pair 1	مفضلات الوافدين من حيث التنظيم & متطلبات تنمية سياحة المؤتمرات لرأي المنظمين	38	.616	.047

حيث يشير التحليل السابق أن هناك ارتباط معنوي متوسط في الاتجاه الايجابي بنسبة 61% بين تفضيلات الوافدين من حيث التنظيم الواجب وبين متطلبات تنمية سياحة المؤتمرات وفقاً لرأي منظمي سياحة المؤتمرات في مصر.

(ح) اختبار الفرض الثالث فيما يتعلق بجانب الترويج لسياحة المؤتمرات حيث يوضح الجدول التالي مدي معنوية العلاقة من خلال اختبار (ف)

جدول 14: اختبار مدي صحة الفرض الثالث بشأن جانب الترويج لسياحة المؤتمرات

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.023	1	.023	.084	.042 ^a
	Residual	9.431	35	.269		
	Total	9.453	36			

وأنة من خلال الجدول السابق يتضح أن قيمة (ف) 0.08 وهي أكبر من القيمة الجدولية عند مستوي معنوي 0.042 وهو أقل من مستوي 0.05 والتي عندها يرفض الفرض الاحصائي ويقبل الفرض البديل القائل " يمكن الاستفادة من الناحية التطبيقية بالتجربة الإماراتية في تنمية سياحة المؤتمرات في مصر فيما يخص عملية الترويج لهذا النوع من السياحة "

وأن قبول هذا الفرض جاء بقوة ارتباط يعبر عنها اختبار **Paired Samples Correlations** والتي يوضحها الجدول التالي

جدول 15: الارتباط بين متغيرات الفرض الثالث بشأن جانب الترويج لسياحة المؤتمرات

		N	Correlation	Sig.
Pair 1	متطلبات تنمية سياحة المؤتمرات من حيث الترويج & متطلبات تنمية سياحة المؤتمرات لرأي المنظمين	37	.49	.044

حيث يشير التحليل السابق أن هناك ارتباط معنوي متوسط في الاتجاه الايجابي بنسبة 49% بين تفضيلات الوافدين من حيث الترويج الواجب وبين متطلبات تنمية سياحة المؤتمرات وفقاً لرأي منظمي سياحة المؤتمرات في مصر.

والخلاصة ان المبحث تناول جوانب التحليل الاحصائي الوصفي والاستدلالي لمتغيرات وعناصر التجربة الإماراتية من خلال جوانب التخطيط والتنظيم والترويج وبيان مدي فاعليتها في ذاتها ومدي الاستفادة منها للتطبيق في مصر حتي أنتهت نتائج الدراسة الي نتائج هامة تتعلق بالآتي

- 1- أن جانب التخطيط في التجربة الإماراتية وفيما يمثله من عناصر مختلفة تحددت بإجابات الوافدين تحقق جزء من الفاعلية المطلوبة لتحقيق التنمية في سياحة المؤتمرات في مصر.
- 2- أنه يمكن الاستفادة بجوانب التنظيم والترويج للتجربة الإماراتية حيث ثبت فاعليتها من خلال إجابات الوافدين من السياح ، وبالتالي يمكن اسقاطها لتحسين متطلبات سياحة المؤتمرات في مصر بما يؤدي الي تحقيق تنمية شاملة لهذا النوع من السياحة .

نتائج الدراسة

- من خلال الدراسة النظرية تم التوصل الى النتائج التالية
- 1- خلو مصر من المكاتب المختصة على غرار مثيلتها في دولة الإمارات(مكتب دبي للمؤتمرات -مكتب أبو ظبي للمؤتمرات) التي تتولى الإهتمام بكل ما يخص صناعة المؤتمرات من ترويج وتسويق خارجي وتوفير كافة المعلومات هن القاعات الموجودة بالدولة وكيفية الوصول اليها.
 - 2- الصورة السلبية التي تقوم وسائل الإعلام ببحثها عن المشكلات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية التي تعاني منها مصر بشكل يثير القارئ أو المشاهد أو المستمع مما يجعل الراغبين في عقد مؤتمراتهم بالدولة يحجمون عن ذلك ويتجهون إلى بلاد أخرى أحسنت في استخدام وسائلها الإعلامية.
 - 3- عدم قيام وزارة السياحة بإصدار كتيبات أو نشرات تشمل قاعات المؤتمرات في مصر وتتضمن الإمكانات والخدمات الموجودة بالقاعات وكيفية الوصول إليها.
 - 4- تمتلك مصر مقومات كثيرة لسياحة المؤتمرات تجعلها رائدة في هذا المجال إلا أنها غير مستغلة الإستغلال الأمثل.

النتائج الميدانية للدراسة

- 1- أن اهم مقترحات زيادة حركة سياحة المؤتمرات الي مصر تمثل في استضافة مؤتمرات متنوعة ومتخصصة يليهم التأكيد علي الاستقرار الأمني ، ثم ضرورة الترويج الفعال لسياحة المؤتمرات من خلال إنشاء جهاز مختص بسياحة المؤتمرات وإنشاء موقع إلكتروني يضم إمكانات مصر لسياحة المؤتمرات بلغات متعددة.
- 2- أن أهم عناصر تنظيم سياحة المؤتمرات في مصر يتمثل في ضرورة العمل علي زيادة الاستثمارات في مجال سياحة المؤتمرات، وضرورة الاشراف الحكومي علي الشركات المنظمة للمؤتمرات ودعمها بما يحقق التنمية في هذا المجال .
- 3- أن اكثر المعوقات التي تحد من تنمية سياحة المؤتمرات في مصر يتمثل في عدم وجود مشاركة بين الجهات المعنية ، ثم تعقيد اجراءات الدخول الي مصر والخلاف بين وزارة الخارجية ووزارة السياحة ، ويلي ذلك قلة الاستثمارات وضعف البنية التحتية وقلة البرامج التدريبية.
- 4- لا بد من مراعاة مدة إقامة المؤتمر عند تنظيم الحملات الترويجية والتخطيطية ، لاسيما أن نسبة مدد إقامة المؤتمر لأكثر من أسبوع الي ثلاثة أسابيع تصل الي 31% يحتاج الي دعاية وتخطيط مكثف للاستفادة من إقامة السائح هذه المدة.
- 5- أن أهم متطلبات تنمية سياحة المؤتمرات بالنسبة لجانب التخطيط السياحي وفقاً لوجهة نظر المنظمين تتمثل في ضرورة توافر درجة تأمين للأموال والأنفس في المناطق السياحية المنعقد بها المؤتمر، وبنفس درجة الأهمية ضرورة توافر البنية التحتية والدعم الإعلامي المصاحب للمؤتمر .
- 6- أن أهم مطلب لتنظيم سياحة المؤتمرات بغرض تحقيق التنمية وفقاً لإجابات الوافدين تتمثل بضرورة توافر قاعات مجهزة لإقامة المؤتمرات الدولية تحتوي علي الوسائل السمعية والبصرية اللائقة ، يلي ذلك ضرورة توافر وسائل انتقال سهلة وميسرة في محيط المؤتمر ،

- وأنه يجب أن تتولي اللجان المنظمة للمؤتمر بالقيام بالحجز للإقامة وحجز وسائل الانتقال ضمن الأعمال التنظيمية.
- 7- بناء على رأي خبراء السياحة أن نسبة كبيرة منهم تؤكد عدم وجود خطة لتحسين سياحة المؤتمرات في مصر تركز على الاهتمام بالبنية الفوقية أو البنية التحتية ، وكذلك إنشاء كيان إداري مختص بسياحة المؤتمرات.
- 8- أن نسبة كبيرة من السائحين (وفود المؤتمرات) في عينة البحث ترى أن تخفيض تكاليف الإقامة والخدمات في المؤتمر تعمل على تشجيع وتنمية سياحة المؤتمرات وأن هذا ترك توصية بضرورة مراعاة الناحية الاقتصادية للوافد لما لها من دور كبير في تنمية سياحة المؤتمرات.

توصيات موجهة لكلا من وزارة السياحة وهيئة التنشيط السياحي

- 1- ضرورة إعادة تبعية مركز القاهرة الدولي لوزارة السياحة ليكون تحت إشرافها بدلا من تبعيته لوزارة التجارة.
- 2- يجب طرح مناقصة لاختيار إحدى الشركات ذات الخبرة في مجال المؤتمرات لإدارة وتشغيل مركز القاهرة الدولي للمؤتمرات وتسويقه لجذب أكبر عدد ممكن من المؤتمرات مقابل حصولها على نسبة نظير هذا التشغيل، وأيضا طرح مناقصة أخرى لاختيار خبير دولي لإعداد كراسة الشروط المطلوبة لهذه المناقصة.
- 3- يجب القيام بإنشاء مكتب أو هيئة مختصة لتنشيط وتنمية وتسويق سياحة المؤتمرات في مصر على غرار مكتب دبي للمؤتمرات ومكتب أبوظبي للمؤتمرات.
- 4- يجب على وزارة السياحة نشر مجلة دورية متخصصة (سنوية أو شبه سنوية) في مجال سياحة المؤتمرات مترجمة لعدد من اللغات ويتم توزيعها على كل المؤسسات والشخصيات الدولية المهتمة بإقامة المؤتمرات و منظمو المؤتمرات بالخارج، على أن تضمن هذه المجلة القدرات و التسهيلات المتاحة في مصر في مجال سياحة المؤتمرات و بعض الأخبار بخصوص المؤتمرات الناجحة التي تم عقدها بالفعل في الدولة ومؤتمرات مستقبلية و الانطباعات الخاصة بسائحي المؤتمرات ، و تكلفة الطباعة و التوزيع يجب أن يمول من خلال الإعلانات التي تنشرها الشركات المتخصصة في السفر و عقد وتنظيم المؤتمرات و الفنادق و مراكز المؤتمرات.
- 5- تشجيع الاستثمار في مجال سياحة المؤتمرات من خلال توفير دوافع مختلفة تشجع المستثمرين على أن يستخدموا أموالهم في بناء قاعات للمؤتمرات وفنادق معدة كليا لوفود المؤتمرات.
- 6- تحفيز دور المكاتب التابعة لهيئة التنشيط السياحي المصري بالخارج للمساهمة بفاعلية في الترويج لمصر كمقصد لسياحة المؤتمرات.
- 7- عرض افلام تخص قدرة مصر في قطاع سياحة المؤتمرات في قنوات متخصصة التي تصل إلى العملاء المستهدفين في هذا المجال.
- 8- مساهمة فعالة في المعارض الدولية و المؤتمرات المتخصصة في مجال صناعة المؤتمرات بهدف عرض الافلام و النماذج فيما يخص مكونات المنتج الذي يتم توفيره بواسطة مصرفي مجال سياحة المؤتمرات.

9- - تصميم موقع إلكتروني بلغات متعددة تبيين قدرات مصر في مجال سياحة المؤتمرات وتعرض معلومات موضوعية فيما يخص المنتج المقدم بواسطة الدولة، و الترويج لهذا الموقع بمواقع دولية مختلفة معنية بالسفر.

المراجع

أولاً المراجع العربية

- البطوطى ، سعيد (بدون) ،اقتصاديات السياحة والفنادق ، مكتبة الأنجلو المصرية القاهرة .
الجلاد ، أحمد (2000) ، التنمية السياحية المتواصلة ، عالم الكتب ، القاهرة .
الجلاد ، أحمد (2000) ، البيئة والسياحة في توشكي ، دار جهاد ، القاهرة .
السيد، هالة حسن،(2007)، إدارة الحفلات والمؤتمرات (الاجتماعات- المهرجانات- المعارض)، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر، الإسكندرية.
إبراهيم، الشيماء عبد السلام، الرشيدى، هالة أحمد محمد(2008)، كيفية تنشيط سياحة المؤتمرات دراسة مقارنة، مجلة البحوث، القاهرة.
جمعة، هالة أحمد علي،(2004)، دور الاستراتيجية في تدعيم سياحة المؤتمرات في مصر، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية السياحة والفنادق ، حلوان.
حسنين ، جلييلة حسن (2006) ، دراسات في التنمية السياحية ، الدار الجامعية القاهرة.
دعيس ،يسري (2004)، صناعة السياحة بين النظرية والتطبيق (دراسة وبحوث في أنثروبولوجيا السياحة) ،الملتقى المصري للإبداع والتنمية، القاهرة.
عبد السميع ، صبري (بدون) ، اقتصاديات السياحة ، بدون.
عبد القادر، مصطفى،(بدون)، دور الإعلان في التسويق السياحي دراسة مقارنة، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، القاهرة.
عبد القوي، سالم،(2012)، دراسة تحليلية عن الوضع السياحي الراهن وكيفية تحسينه، مجلة البحوث، القاهرة.
عثمان، سمر غريب،(2013)، سياحة المؤتمرات في مصر دراسة جغرافية للسياحة باستخدام نظم المعلومات الجغرافي، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب والعلوم الإنسانية قسم الجغرافيا والخرائط، الإسماعيلية.
فراج، محمد محمد(2009)، تقييم إدارة المؤتمرات في مصر في ضوء متطلبات الجودة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية السياحة والفنادق، جامعة الفيوم.
منجي، إيمان،(2005)، المداخل الأساسية لدراسة السياحة الحديثة،(بدون)، القاهرة.
منجي، إيمان محمد،(2007)، سياحة المؤتمرات ودورها في تنمية السياحة المصرية، المنظمة العربية للتنمية للإدارية، شرم الشيخ.

ثانيا المراجع باللغة الإنجليزية

- Chai,W,(2013)” tourism and hospitality studies”, By Personal, Social and Humanities Education Section ,Education Bureau, Hong Kong.
International congress & convention association (2008).
Rogers,T.,(2003)”conferences and conventions A global industry” ,first edition ,Oxford, Burlington , UK.
International Congress and Convention Association Repot, Country and City Rankings , 2012, Available at www.iccaworld.org/archiveedetails.
International Congress and Convention Association Repot, Country and City Rankings,2013, , Available at www.iccaworld.org/archiveedetails.
International Congress and Convention Association Repot, Country and City Rankings , 2014, Available at www.iccaworld.or,dcps,doc.

International Congress and Convention Association Repot, Country and City
Rankings , 2015, Available at www.clcvecta.nl/files/kennissysteem.

ثالثا مواقع الإنترنت

- 1- dvd4arab.maktoo.com,4\5\2014.
- 2- http://www.eeca.gov.eg/arab_site/indexhtm,12\3\2015.
- 3- www.albawabhnew.com ,11\10\22015.
- 4- www.albayan.com ,20\7\2015.
- 5- www.alghad.com,10\4\2015.
- 6- www.dceb.gov.ae,6\5\2015.
- 7- www.world-tourism.org ,20\10\2014.
- 8- www.zawya.com ,4\2\2015.

Abstract

Development of Conference Tourism in Egypt Guided by the United Arab Emirates (UAE) Experience

The interest in creating and developing unconventional tourism patterns added to the Egyptian tourism product is one of the most important axes of Egypt's tourism development strategy, and tourism is one of the modern tourism patterns that must be given attention to their development because of their multiple economic, political and social considerations, and from the means of development and optimizing the use of available resources in this area are the use of the experiences of other leading states in this area such as the United Arab Emirates, which is the first Arab State in the organization of conferences according to the reports of the (ICCA) organization, The study aims to study the extent to which the Emirati experience in conference tourism can be used to develop this pattern in Egypt and discusses the development of conference tourism in Egypt, using the Emirati experience in this style. This study has relied on the analytical descriptive approach, which includes two qualitative analyses of data obtained from its secondary sources and a quantitative analysis of data obtained from its primary sources, The results of the analysis were then linked, and the questionnaire form was distributed to a random sample of the respondents, which included an acceptable ratio 2% of the estimated total number of international conference delegations to Egypt where the researcher designed a questionnaire (2) Form used as a means of collecting data, one of which was distributed to conference delegates and the other to conference organizers in the country, and a number of open questionnaires were distributed to a group of tourism experts in Egypt and their number (10 tourism experts), In order to explore the requirements for the development of conference tourism in Egypt, The main findings of the study were that the main obstacles to the development of conference tourism in Egypt were the lack of a plan for the development and commercialization of this pattern and the weak investments in the Conference area ,The most important recommendations should be the establishment of an office or a competent body for the promotion, Development and marketing of conference tourism in Egypt, such as the Dubai Conference office and the Abu Dhabi office. For conferences, the tourism industry must publish a

specialized periodical (annual or semi-annual) in the area of conference tourism translated for a number of languages.

Keywords: Meeting/conference - Conference tourism in Egypt - Tourism Development - Conference Tourism-Conference tourism in the UAE.