

دور الجامعات في تنشيط السياحة الداخلية دراسة حالة جامعة قناة السويس

نيفين جلال عيد¹ دعاء فتحي على محمد²

¹كلية السياحة والفنادق جامعة قناة السويس ²المعهد المصري العالي للسياحة والفنادق

ملخص البحث

إن عملية التنشيط السياحي في مصر تعتمد على الجهاز الحكومي الخاص بالتنشيط وهو الهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي، فالسياحة المصرية تعتمد على السياحة الوافدة كمصدر أساسي للدخل السياحي على غرار ما يحدث في الدول الأخرى من الاعتماد على السياحة الداخلية كمصدر هام من مصادر الدخل السياحي، لذا ظهرت الأزمات الحالية في السياحة المصرية بسبب قلة السياحة الوافدة إليها، مما جعل الدولة تناشد المؤسسات الحكومية وغير الحكومية والمجتمع المدني لتنشيط السياحة الداخلية، فبادرت الجامعات بدورها لتنشيط السياحة الداخلية من ضمنها جامعة قناة السويس موضوع الدراسة. وهدفت الدراسة إلى الوقوف على أهم المعوقات التي تؤثر في مساهمة الجامعة في تنشيط السياحة الداخلية، والتعرف على مدى وعي الطلاب والعاملين بأهمية قطاع السياحة في دعم الاقتصاد المصري، وتقييم الدور الذي تلعبه الجامعة في المساهمة في تنشيط السياحة الداخلية من خلال ما تنفذه من خطط لتنشيطها، وأوصت الدراسة بزيادة المخصصات المالية للرحلات الطلابية المقدمة من قبل وزارة الشباب وجمعية بيوت الشباب، والاستفادة من الرسائل العلمية التي يتم إجازتها بكلية السياحة والفنادق والعمل على تطبيقها من قبل وزارة السياحة والهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي لتنشيط السياحة الداخلية، وزيادة الدعم الموجه للمؤتمرات السياحية من قبل وزارة السياحة والهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي.

الكلمات المفتاحية: السياحة الداخلية - التنشيط السياحي - الجامعة

مقدمة

تعتبر صناعة السياحة من أهم الصناعات المؤثرة في الاقتصاد القومي المصري ومصدرا رئيسيا للعملة الصعبة، وتعتمد مصر اعتمادا أساسيا على السياحة الوافدة حيث توليها الاهتمام الأكبر، وفي ظل الازمة التي تمر بها السياحة المصرية منذ ثورة 25 يناير وحظر السفر إلى مصر من معظم دول العالم، أدى ذلك إلى انخفاض الحركة السياحية إلى مصر من 14.7 مليون سائح عام 2010، إلى 9.3 مليون سائح عام 2015 (بوابة المعلومات المصرية، 2016).

ففي ظل هذه الأوضاع المتأزمة بدأت الدولة تولى اهتمامها بالسياحة الداخلية، وتشجيع المواطنين على السفر والسياحة داخل مصر، وبدأت تنطلق العديد من المبادرات من قبل وزارة السياحة وهيئة تنشيط السياحة لتحفيز السياحة الداخلية وتخفيض الأسعار، واهتمت العديد من المؤسسات بالسياحة الداخلية التي لا تقل أهمية عن السياحة الدولية اقتصاديا واجتماعيا وثقافيا، كما هو الحال في العديد من دول أوروبا التي تولى الاهتمام بالسياحة الداخلية، التي تعتبر حصن الامان وخط الدفاع الثاني في حالة ركود السياحة الدولية، وتعتمد عليها كمصدر أساسي للدخل السياحي ليس فقط في أوقات الازمات.

أما عن دور المؤسسات التعليمية الجامعية وهي محل البحث، فبادرت بإطلاق العديد من المبادرات مثل ما قامت به جامعة قناة السويس إيماناً منها بأهمية تنشيط السياحة الداخلية من إطلاق آليات مبادرة تنشيط السياحة الداخلية من مدينة شرم الشيخ في 2016، وتضمن البرنامج ندوات حول التحديات التي تواجه الأمن القومي المصري وزيارات للأماكن السياحية، وأن الجامعة لديها خطط لتنفيذ برامج سياحية وترفيهية لمدينة شرم الشيخ والمدن السياحية للطلاب مثل مدن القناة -الغردقة، الاقصر -أسوان وغيرها من المدن السياحية، وذلك إيماناً بدور الجامعة في دعم خدمة المجتمع وحرصاً منها على مواجهة

الازمات التي تواجه السياحة في مصر قامت بمبادرة لتنشيط السياحة الداخلية في مختلف الأنشطة للطلاب والعاملين بالجامعة (<http://alwafd.org>) .

كما أطلقت جامعة الفيوم بالتعاون مع هيئة تنشيط السياحة ومركز الحضارة والتراث ، مبادرة "تعالوا زوروا الفيوم"، بمناسبة اليوم العالمي للسياحة (<http://www.elwatannews.com>) .

وأسوة بتلك المبادرات تسير جامعات أخرى على هذا النهج مثل جامعة عين شمس حيث بدأت بإطلاق توجه للتنشيط السياحي بعمل ملتقى بعنوان (إبدك في أيدينا . نبنى بلدنا) والذي ينظمه قطاع خدمة المجتمع وتنمية البيئة بمشاركة 17 شركة سياحية والتعاون مع بنك مصر، وقد بدأت الجامعة بعمل سلسلة من القوافل تجوب الجامعات المصرية لتنشيط السياحة وتعريف الطلاب بأبرز الاماكن السياحية في مصر (<http://www.shorouknews.com>)، كما قامت جامعة اسبوت بعمل فيلم عن آثار المحافظة تدعو فيه إلى تنشيط السياحة الداخلية .

إن طلاب الجامعات هم أهم الموارد البشرية الرئيسية للدولة وعدتها للمستقبل وأمل كل الدول، وهنا يبدأ دور الجامعة في تحقيق أهدافها بتصحيح الصورة السياحية السلبية لدى طلابها من خلال إعدادهم أكاديميا، وتوفير الفرص لإكسابهم المهارات الخاصة لقضاء اوقات الفراغ وممارسة الأنشطة الترويحية المفضلة مثل الأنشطة الثقافية والرياضية والترفيهية والفنية والاجتماعية من خلال ربطها بالتنشيط السياحي، حتى يمكنهم العمل بشكل فعال ودعم الاقتصاد المصري (مطر وآخرون، 2011).

مشكلة البحث

تتمثل مشكلة البحث في انخفاض حركة السياحة الداخلية والوعي بأهمية السياحة والدور الرئيسي الذي تساهم به في ميزان المدفوعات المصري ، ونقص الوعي الثقافي السياحي لدى طلاب الجامعة والعاملين بها، بأهمية السياحة ومساهمة المجتمع في تنشيطها للاعتماد عليها كركيزة اساسية في الاقتصاد في الوقت الراهن وخاصة في ظل الازمات التي تواجه السياحة المصرية .

ومن هنا تطرق البحث الى العديد من التساؤلات منها :-

- ما هي اهم المشكلات التي تواجه تنشيط السياحة الداخلية في الجامعة ؟
- ما هو الدور الذي تلعبه الجامعة في تنشيط السياحة الداخلية ؟
- ما هو الدور الذي تلعبه الجامعة في نشر الوعي السياحي بين طلابها وعاملها ؟
- هل هناك اتصال بين الجامعة والاجهزة السياحية الرسمية وغير الرسمية للعمل على تنشيط السياحة بها ؟

أهمية البحث

تكمن أهمية البحث في إبراز دور الجامعة في تنشيط السياحة الداخلية و إعادة الصورة السياحية الصحيحة للسياحة المصرية ، ونشر الثقافة السياحية في المجتمع الجامعي والذي بدوره يؤثر على زيادة حركة السياحة الداخلية ، لمواجهة الازمات السياحية المصرية من خلال الأنشطة التي تقوم بها الجامعة للطلاب .

أهداف البحث

تتمثل أهداف البحث في:

- الوقوف على أهم المعوقات التي تؤثر في مساهمة الجامعة في تنشيط السياحة الداخلية .
- التعرف على مدى وعى الطلاب والعاملين بأهمية قطاع السياحة في دعم الاقتصاد المصري .

- تقييم الدور الذى تلعبه الجامعة في المساهمة في تنشيط السياحة الداخلية من خلال ما تنفذه من خطط لتنشيطها.

منهجية البحث

قامت الدراسة معتمدة على المنهج الوصفي التحليلي فتم تجميع البيانات الاولية من مصادرها وهى (الكتب والابحاث والرسائل العلمية ومواقع الانترنت والجامعة)، وعن البيانات الثانوية فتم جمعها عن طريق الاستبيانات التي تمت مع المسؤولين والطلاب بالجامعة .

فروض البحث

تتمثل فروض البحث في:-

- توجد علاقة جوهرية ذات دلالة احصائية بين الوعى السياحي للطلاب وتنشيط حركة السياحة الداخلية.
- توجد علاقة جوهرية ذات دلالة احصائية بين الخطط الجامعية للأنشطة الطلابية وتنشيط السياحة الداخلية .

الاطار النظري للبحث

تعريف التنشيط السياحي

إن التنشيط السياحي هو المحور الرئيسي الذى تقوم عليه صناعة السياحة ، فهو أحد عناصر المزيج التسويقي المستخدمة في تسويق المنتج السياحي و السبيل الأول لمحاولة تعريف السائح بالمقاصد السياحية وعناصر الجذب بها وتشجيع السائحين الحاليين والمرتقبين للسفر لتلك المقاصد ،من خلال نشر المعلومات والبيانات والدعاية والعلاقات العامة التي يتم التخطيط لها واختيار افضل الطرق لتفعيل عملية التنشيط التي تهيئ الفرصة لاتخاذ القرار المناسب للقيام بالرحلة السياحية واختيار الدولة التي يريد زيارتها (Abul,2015) وأشارت الية (Ghaleb,2015) بأنه المصطلح الوصفي لمزيج من أنشطة الاتصالات التي تنفذ عن طريق المنظمات والمجالس السياحية للتأثير على جمهور السائحين الذين تعتمد عليهم فى مبيعاتها ، كما عرفه (عبدالسميع،2007) "بأنه تلك الجهود المبدولة التي تهدف الى توضيح الصورة السياحية للدولة للتأثير على السائحين وإثارة دوافعهم للقيام برحلة سياحية الى الدولة لإشباع رغباتهم وتحقيق أهدافهم السياحية" .

العوامل التي أدت إلى ظهور التنشيط السياحي

البعد الجغرافي بين السائح والمنتج - تعقد عملية الاتصال بالسوق السياحية العالمية - تعدد البدائل المتاحة أمام السائح - ازدياد الطلب السياحي المستقبلي (رشدي، 2015؛ أبو رحمة، 2001)

أهمية التنشيط السياحي

تتمثل مهام التنشيط للمنتج السياحي في ثلاث رسائل أساسية هي :-

- مهمة إقناعية: الهدف منها توضيح فوائد الخدمة السياحية لإقناع العميل وتحفيزه على شرائها .
- مهمة اخبارية: وتهدف إلى إمداد السائح بالحقائق والمعلومات الكافية عن خصائص المنتج والخدمة السياحية قبل السفر إليها وهى تعد مفيدة للمقاصد السياحية الحديثة .
- مهمة تذكيرية: إن الهدف منه تشجيع السائح الحالي على تكرار تجربته السياحية الإيجابية ودعوته بتكرار الزيارة مرة أخرى (عبدالوهاب، 2012 ؛ Kolb,2006)

أهداف التنشيط السياحي

- هناك العديد من الأهداف العامة للتنشيط السياحي تشير إليها (حسان و 2016) يمكن إجمالها فيما يلي :
- 1- زيادة النصيب السوقي وتقوية المركز التنافسي للدول السياحية من خلال الخطط والبرامج الخاصة بالتنشيط السياحي وزيادة الطلب السياحي.
 - 2- الاتصال بقطاع معين من القطاعات السوقية للتغلب على مشكلة عدم معرفة السائح بالمنتج السياحي ومميزاته
 - 3- الاعلام عن المنتج السياحي وخلق الصورة السياحية لدى السائح عن طريق تقديم معلومات صحيحة عن المقاصد السياحية وتوليد الرغبة لدى لشراء المنتج السياحي سواء من المنتج مباشرة أو من خلال قنوات التوزيع.
 - 4- التغلب على المشكلات والمعوقات التي تعترض نمو الحركة السياحية ورفع مستوى الوعي السياحي بين المواطنين.
 - 5- زيادة الطلب على الخدمة فالتنشيط الناجح هو الذى يمكنه تحويل الطلب من سلعة إلى أخرى مما يؤدي إلى زيادة المبيعات .

تعريف السياحة الداخلية

هي عملية انتقال الأفراد من مكان الإقامة الدائمة إلى مكان آخر داخل الدولة لفترة زمنية مؤقتة لممارسة أو مشاهدة الأنشطة السياحية والاعراض السياحية المختلفة (مطر واخرون، 2011؛ بكر، 2011) وتنقسم السياحة الداخلية بناء على نوع السائح في مصر إلى :-

السائح الداخلي: هو ذلك الشخص الذى يقيم بالدولة ويترك مكانه المعتاد للإقامة الى مكان اخر في نفس الدولة لأى غرض من الاعراض ما عدا العمل او الدراسة وينقسم السائحون الداخليون في مصر الى :-
السائحون المحليون: هم الاشخاص الذين يقضون في المنطقة السياحية مدة لا تقل عن 24 ساعة و زوار اليوم الواحد: هم الاشخاص الذين يقضون في منطقة المزارات السياحية مدة تقل عن 24 ساعة (عبدالسميع، 2008؛ ووحيد 2006).

تمثل السياحة الداخلية في الدول المتقدمة خمسة اضعاف السياحة الدولية وتشكل أيضا حوالى 5.6% من سكان العالم، فعلى الصعيد الدولى من حيث حجم الانفاق تمثل السياحة الداخلية بالولايات المتحدة سبعة أضعاف السياحة الوافدة وفى كندا وفرنسا أكثر من ضعفين السياحة الوافدة أما في الدول العربية في السعودية تمثل ضعف ونصف السياحة الوافدة وفى مصر فان الانفاق على الترفية يمثل 1% من دخل الاسرة (<http://www.ahram.org.eg>).

أنماط السياحة الداخلية

- تعتمد حركة السياحة الداخلية على مواقع الموارد الطبيعية والموارد غير الطبيعية المعنية بالزيارة داخل الدولة وهناك عدة تيارات للسياحة الداخلية كما تشير إليها (رشدى ، مرجع سابق) منها:-
- تيار رئيسي يخرج من المناطق الحضرية الى الشواطئ وغالبا ما يتجه الى اقرب الشواطئ واسهلها وصولا .
- تيار يخرج من المدن الى الريف والجبال .
- تيار يخرج في الاتجاه المضاد من الريف الى المناطق الحضرية لما لها من جذب خاص.
- تيار يأخذ موقعة من المدن ،ويتمثل في سفر الأعمال والسياحة الثقافية وزيارة الاصدقاء والأقارب

نشأة الجامعات المصرية

تعتبر جامعة الأزهر هي أولى الجامعات التي أنشئت في مصر منذ القرن الرابع الهجري (العاشر الميلادي) (<http://www.azhar.edu.eg>)، وبدأ التفكير في إنشاء جامعة أخرى من قبل المناضلين والوطنيين في مصر أمثال مصطفى كامل وسرعان ما خرجت تلك الفكرة الى النور بإنشاء الجامعة المصرية وهي اول جامعه اهلية في مصر في الحادي والعشرين من ديسمبر 1908، و في 23 من مايو عام 1940 تغير إسمها إلى جامعة فؤاد الأول ثم إلى جامعة القاهرة في 28 سبتمبر عام 1953، وسرعان ما بدأت تنتشر فكرة إنشاء الجامعات في ربوع مصر (<https://cu.edu.eg>) وكانت بدايتها ب:-

جامعة فاروق الاول - جامعة الاسكندرية

جامعة ابراهيم باشا الكبير - عين شمس

جامعة محمد على باشا الكبير - جامعة اسيوط

وتوالى إنشاء الجامعات المصرية إلى أن وصلت إلى 25 جامعة حكومية و20 جامعة خاصة. ويوضح

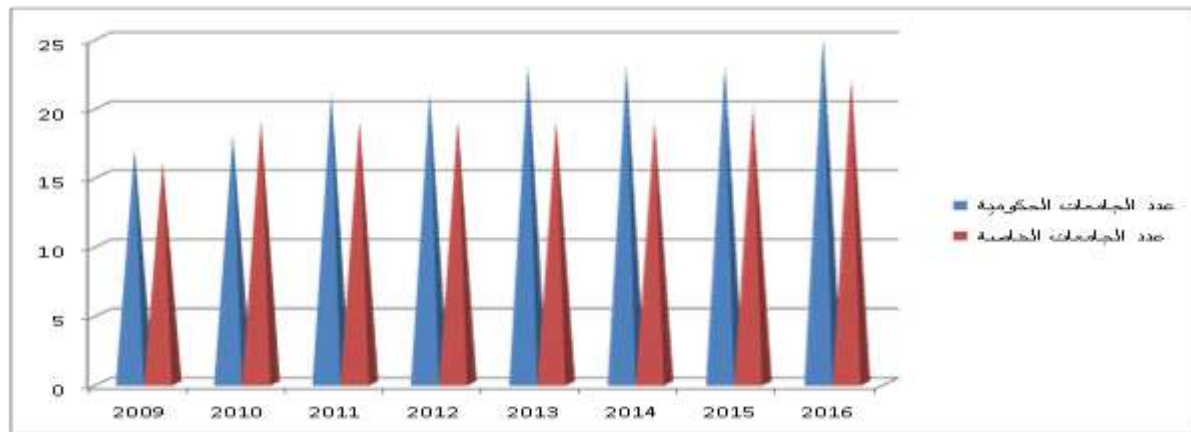
الجدول والشكل البياني رقم (1) بيان بأعداد الجامعات الحكومية منذ 2009/ 2016

جدول 1: بيان بأعداد الجامعات الحكومية والخاصة منذ 2009/ 2016

السنة	عدد الجامعات الحكومية	عدد الجامعات الخاصة
2009/6/30	17	16
2010/6/30	18	19
2011/6/30	19	19
2012/6/30	21	19
2013/6/30	23	19
2014/6/30	23	19
2015/6/30	23	20
2016/6/30	25	22

المصدر من اعداد الباحثين بالاستعانة ببوابة المعلومات المصرية (بوابة المعلومات المصرية، 2016)

شكل 1: بيان بأعداد الجامعات الحكومية والخاصة منذ 2009/ 2016



الشكل من اعداد الباحثين بالاستعانة ببوابة المعلومات المصرية

ومن الأهداف الأساسية للجامعات بشقيها الحكومي والخاص هو خدمة الطلاب ونشر العلم والمعرفة في جميع ربوع مصر ومن هنا بدأ ينتشر العلم ويزداد عدد الطلاب و يوضح الجدول رقم (2) بيان إجمالي عدد الطلاب المقيدون بالتعليم الجامعي الحكومي والخاص خلال الفترة من 2009/2015.

جدول 2: بيان بإجمالي عدد الطلاب المقيدون بالتعليم الجامعي الحكومي والخاص خلال الفترة من 2015/2009.

السنة	عدد الطلاب بالجامعات الحكومية	عدد الطلاب بالجامعات الخاصة
2009/6/30	1431469	53125
2010/6/30	1402938	71715
2011/6/30	1081215	67426
2012/6/30	1120935	71582
2013/6/30	1148805	88358
2014/6/30	1220065	103535
2015/6/30	1760047	105785

المصدر من اعداد الباحثين بالاستعانة ببوابة المعلومات المصرية (بوابة المعلومات المصرية، 2016)

مبادرات الجامعات المصرية لتنشيط السياحة ونشر الوعي السياحي

ومن منطلق سياسة الدولة لنشر الوعي السياحي وتنشيط السياحة المصرية اخذت الجامعات المصرية على عاتقها تنشيط السياحة المصرية ، لتكون المنار الذي يتم من خلاله زيادة الوعي الطلابي، وبدأت تطلق العديد من المبادرات لتنشيط السياحة الداخلية ومن هذه المبادرات منذ 2016/2013 ما يلي جدول رقم (3) :-

جدول 3: مبادرات تنشيط السياحة الداخلية

الجامعة	المبادرة السياحية	التنفيذ
جامعة القاهرة	(مصر فى عيونك) خلال الفترة من 15 الى 30 اغسطس 2015(كلية الاعلام - كلية الاقتصاد والعلوم السياسية - ادارة رعاية الطلاب	ندوات لزيادة الوعي السياحة تنظيم رحلات مدعمة للطلاب الى الاقصر واسوان http://masscomm.cu.edu.eg/
جامعة عين شمس	الملتقى الأول لتنشيط السياحة (إيدك في إيدنا ..نبني بلدنا) خلال الفترة من 5 إلى 9 من ديسمبر 2016	قطاع شئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة بالجامعة. بمشاركة 17 شركة سياحية و بالتعاون مع بنك مصر، وتقوم سلسلة من القوافل من طلاب الجامعة بزيارة جامعات مصر المختلفة لتنشيط السياحة http://news.asu.edu.eg
جامعة الاسكندرية	مبادرة لتنشيط السياحة الداخلية 21 اغسطس 2016	شئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة (دعوة أعضاء هيئة التدريس والطلاب والعاملين بجميع الكليات للمشاركة فى تنشيط السياحة الداخلية وزيارة المعالم السياحية والأثرية التى تتميز بها شبة جزيرة سيناء http://www.alexu.edu.eg)
جامعة حلوان	بروتوكول تعاون مع وزارة السياحة ، لإطلاق حملة قومية تستهدف الارتقاء بالوعي السياحي 2016/1/3	جامعة حلوان - وزارة السياحة-الهيئة العامة لتنشيط السياحة - كلية السياحة والفنادق (http://www.helwan.edu.eg)
جامعة بنها	مجلس الجامعة 2015/11/29	عقد مجلس الجامعة بمدينة شرم الشيخ -مؤتمرات وندوات لتنشيط السياحة - دعوة المجتمع الخارجي الذى له علاقة بالجامعة للمشاركة في زيارة مصر وكذلك الطلبة الوافدين واسرهم http://www.elwatannews.com
جامعة الزقازيق	تكريم المتفوقين 23-26 اغسطس 2016	تنظيم رحلة ترفيهية الى مدينة شرم الشيخ لمدة 3 ايام) http://www.zu.edu.eg تنظيم رحلات الى القاهرة والفيوم
جامعة المنصورة	عقد المؤتمرات بشرم الشيخ والمدن السياحية المبادرة رقم (1) مبادرة اهلا وسهلا في محافظة الدقهلية المبادرة رقم (2) مبادره طوف و	خطة الجامعة لتنفيذ برامج سياحية وترفيهية لمدينة شرم الشيخ والمدن السياحية للطلاب الوافدين بأسعار مخفضة، إيماناً بدور الجامعة في دعم الطلاب الوافدين في مختلف الأنشطة وأوجه الرعاية وقامت بها من خلال كلية السياحة والفنادق (http://thfac.mans.edu.eg)

المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة - تصدرها كلية السياحة والفنادق - جامعة الفيوم،
المجلد الحادي عشر، العدد (1/3)
عدد خاص بأبحاث المؤتمر الدولي العاشر للسياحة والضيافة، شرم الشيخ 8-11 فبراير 2017

	شوف فى محافظة الدقهليه المبادره رقم (3) مبادره مطاعم مخليات صحيه و نظيفه و آمنه فى محافظة الدقهليه المبادره رقم (4) مبادره لون مع المناطق السياحيه بمحافظه الدقهليه المبادره رقم (5) مبادره إدارة رشيدة لفنادق مخليات محافظه الدقهليه 6 نوفمبر 2016	
كلية السياحة والفنادق (تقديم عروض وبرامج من شركات السياحة المشتركة فى المعرض وهذه العروض والبرامج بأسعار مناسبة لجمهور السياحة الداخلية للمصريين- تقديم رؤى لتنشيط السياحة الداخلية من خلال زيادة الوعى السياحي للجمهور (https://www.masress.com/youm7/1111045) وفد طلابي من جامعة قناة السويس يزور شرم الشيخ لتنشيط السياحة (http://tourism.scuegypt.edu.eg) كلية السياحة والفنادق (scuegypt.edu.eg/ar/2016/11)	معرض بعنوان (بايدينا نحقق امانينا) فى 24 يونيو 2013 مبادرة الجامعة لتنشيط السياحة 6 اغسطس 2016 مؤتمر السياحة فى الوطن العربى بين النظرية والتطبيق الاحد 29 نوفمبر 2016	جامعة قناة السويس
تحت رعاية مركز حضارة و تراث الفيوم بالجامعة- كلية السياحة والفنادق (http://www.fayoum.edu.eg)	تعالوا زوروا الفيوم " بتاريخ 29 سبتمبر 2016 مؤتمرات سياحية دولية سنوية	جامعة الفيوم
جامعة اسبوط - رعاية الشباب - محافظة اسبوط تنظيم رحلات لطلاب وطالبات الجامعة لزيارة الأماكن الأثرية بالمحافظة من أجل الاستمتاع ورغبة فى التوعية الثقافية بتلك الأثار (http://assayta.weladelbalad.com)	دعوة إلى تنشيط السياحة الداخلية من خلال عرض فيلم تسجيلي للأماكن السياحية والأثرية بالمحافظة (طوف وشوف واعرف بلدك) بروتوكول التعاون المشترك مع هيئة تنشيط السياحة بتاريخ 13 سبتمبر 2016	جامعة اسبوط
تنظيم رحلات سياحية بأسعار مخفضة الى المدن السياحية لتحفيز طلاب الجامعة للاستفادة من تلك المبادرة لتشجيع السياحة (www.youm7.com/story2)	تفعيل مبادرة وزارة السياحة"مصر فى قلوبنا" ديسمبر 2015	جامعة بنى سوف
كلية السياحة والفنادق (http://www.minia.edu.eg)	مستقبل صناعة السياحة فى المنطقة العربية والشرق الأوسط(مؤتمرات) خلال الفترة من 27-29 اكتوبر 2016	جامعة المنيا
اتحاد طلاب الجامعة رعاية الطلاب (https://www.almasyalyoum.com/news)	حملة اعرف بلدك مهرجان يشارك فيه شباب الجامعات لزيارة الاماكن السياحية والاثريه الموجودة بكل محافظة بتاريخ 31 اغسطس 2014 تنظيم رحلات بأسعار مخفضة	جامعة المنوفية
جامعة جنوب الوادى -محافظة الاقصر - هيئة تنشيط السياحة (http://www.svu.edu.eg) كلية السياحة والفنادق http://www.svu.edu.eg	مهرجان تنشيط السياحة خلال الفترة من 5- 7 مارس 2016 المؤتمر الدولى الاول للسياحة بجامعة جنوب الوادى خلال الفترة من 19-21 ابريل 2016	جامعة جنوب الوادى
جامعة اسوان تحت رعاية وزارة التعليم العالى والشباب والرياضة	ماراثون الجامعات لتنشيط	جامعة

المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة - تصدرها كلية السياحة والفنادق - جامعة الفيوم،
المجلد الحادي عشر، العدد (1/3)
عدد خاص بأبحاث المؤتمر الدولي العاشر للسياحة والضيافة، شرم الشيخ 8-11 فبراير 2017

اسوان	السياحة بمشاركة 19 جامعة مصرية. 10 فبراير 2016 الملتقى الخامس لشباب الباحثين بمشاركة 14 جامعة خلال الفترة من 7- 10 فبراير 2016	http://agr.aswu.edu.eg https://www.youm7.com
جامعة سوهاج	ماراثون "الأمن والأمان" شارك فيه 500 طالب وطالبة، بالإضافة الى 50 موظف في الجامعة خلال الفترة من 23 نوفمبر 2015	نائب رئيس الجامعة لشئون التعليم والطلاب (www.dotmsr.com)
جامعة دمياط	مبادرة في حب مصر من أجل تنشيط السياحة الداخلية خلال الفترة من 31 يناير 2013 حتى 7 فبراير .	معهد اعداد القادة للطلبة المتميزين (http://www.du.edu.eg)
جامعة طنطا	مبادرة الغربية بلد سياحي من احدى شركات السياحة بالغربية وشاركت فيها الجامعة 2 فبراير 2016	محافظة الغربية - شركات السياحة (www.youm7.com)
جامعة 6 أكتوبر	مؤتمرات لتنشيط السياحة وزيادة الوعي السياحي(مؤتمر دور التعليم الجامعي في تنمية السياحة المنعقد بتايلاند	كلية السياحة والفنادق جامعة 6 أكتوبر http://www.ahram.org.eg

دور جامعة قناة السويس في تنشيط وزيادة الوعي السياحي

اما عن جامعة قناة السويس موضع الدراسة فتقع بمحافظة الاسماعيلية وجاءت نشأتها نتيجة لقرار القيادة السياسية بعد حرب اكتوبر لإعادة اعمار منطقة القناة وفي اطار نشر العلم والمعرفة في كل ربوع مصر . وتم وضع حجر الاساس في اكتوبر عام 1975 على مساحة 1300 فدان في نطاق محافظة الاسماعيلية ثم صدر القانون رقم 93 لعام 1976 بإنشاء جامعة قناة السويس، وكانت فلسفة الجامعة هي توجيهها للمجتمع والتي اختلفت بها عن باقي الجامعات المصرية فالهدف هنا تعليمي مجتمعي وكانت تضم ثلاثة فروع هم:-

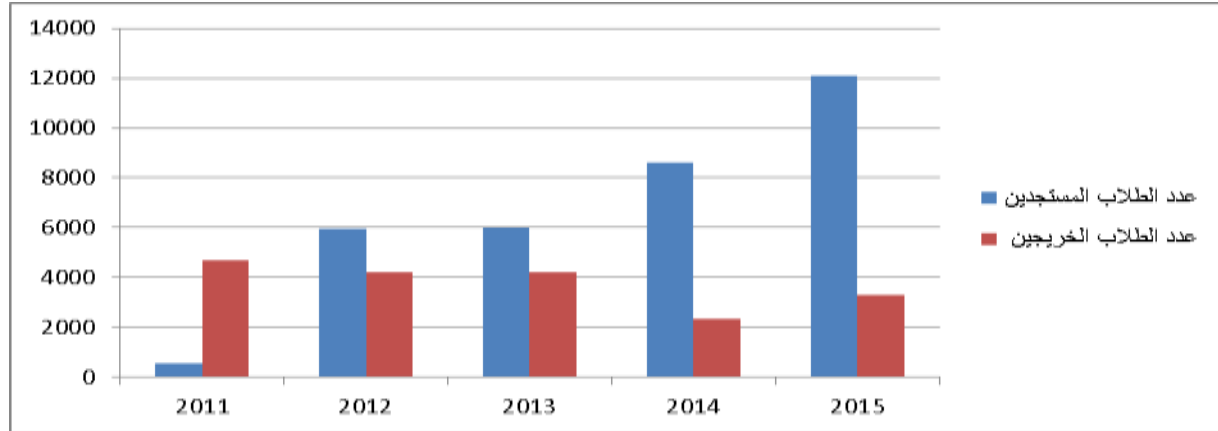
فرع بورسعيد - فرع السويس - فرع العريش وأصبحت كل هذه الفروع جامعات مستقلة عن الجامعة الام . اما عن كليات الجامعة بعد انفصالها فأصبحت تضم 15 كلية بالإضافة الى عدد 2 معهد للدراسات العليا.

جدول 4: كليات جامعة قناة السويس

م	الكلية	م	الكلية
1	العلوم	10	طب الاسنان
2	الزراعة	11	الحاسبات والمعلومات
3	التربية	12	الاداب والعلوم الانسانية
4	الطب البشرى	13	التمريض
5	الطب البيطري	14	معهد الاستزراع السمكي
6	التجارة	15	التربية الرياضية
7	الصيدلة	16	معهد التقنية الحيوية
8	السياحة والفنادق	17	الالسن
9	الهندسة		

(المصدر من إعداد الباحثين بالإستعانة بالخطة الإستراتيجية لجامعة قناة السويس 2015/2020)

وقد حصلت جامعة قناة السويس طبقا لتصنيف (times higher education 2015) على المركز العاشر على مستوى العالم العربي والمركز التاسع على مستوى قارة افريقيا (الشكل 2).
شكل 2: عدد الطلاب المستجدين والخريجين بالجامعة منذ 2011/2015



(المصدر من إعداد الباحثين بالاستعانة بالخطة الإستراتيجية لجامعة قناة السويس 2020/2015)
ويتضح من الجدول السابق زيادة عدد الطلاب الملتحقين بالجامعة مما يدل على جودة التعليم بها وزيادة المهارات لدى الطلاب، حيث يعقد بها سنويا العديد من المسابقات التي تشارك بها الجامعات المصرية وعن طريقها تقوم الجامعة بتنشيط السياحة الداخلية وعمل زيارات لأهم الأماكن السياحية بمدن القناة وسيناء .

وعن المجالات التي أعدتها الجامعة لتنشيط السياحة الداخلية ففي مجال السياحة الرياضية

تقوم جامعة قناة السويس بتنظيم العديد من المسابقات التي تشارك فيها الجامعات المصرية (جدول رقم 5)
جدول 5: إجمالي المسابقات التي قامت الجامعة بتنظيمها لعام 2016/2015،

عدد الجامعات المشاركة	المسابقة
25	اسبوع شباب الجامعات المصرية العاشر
24	دورة الشهيد الرفاعي (كرة قدم)
20	دورة الشهيد الرفاعي (خماسي قدم بنات)
28	دورة الشهيد الرفاعي (تنس طاولة)

(المصدر من إعداد الباحثين بالاستعانة بالخطة الاستراتيجية للجامعة 2020/2015)
وإستضافت الجامعة خلال أسبوع شباب الجامعات 25 جامعة بلغ عدد الطلاب المشاركين في فاعليات الاسبوع حوالي 7500 طالب وطالبة تم تنظيم رحلات لهم إلى المناطق السياحية بالإسماعيلية ومنطقة القناة وقناة السويس الجديدة (ادارة الاعلام , 2017) .

وقد قامت الجامعة بعمل العديد من المسابقات للأنشطة الطلابية سواء داخل الجامعة او خارجها

جدول 6: بيان بالأنشطة الطلابية في المسابقات الجامعية المختلفة لعام 2016/2015

العدد	ملخص الأنشطة الطلابية في المسابقات الجامعية
60	عدد المسابقات الداخلية التي شاركت فيها الجامعة
13038	عدد الطلاب المشاركين في كل المسابقات الداخلية
61	عدد المسابقات الخارجية التي شاركت فيها الجامعة
1294	عدد الطلاب المشاركين في كل المسابقات الخارجية

(المصدر من إعداد الباحثين بالاستعانة بالخطة الاستراتيجية للجامعة 2020/2015)

ويتم خلال تلك المسابقات تنظيم رحلات للسياحة الداخلية سواء داخل مدن القناة وسيناء لتنشيط السياحة الترفيهية والثقافية .

في مجال السياحة الترفيهية تقوم الجامعة بتنظيم العديد من الرحلات الجامعية للطلاب على مستوى الكليات المختلفة على مدار العام.

جدول 7: بيان بالرحلات التي قامت إدارة رعاية الطلاب بالجامعة بتنظيمها منذ 2013 حتى 2016

عام 2013	مكان الرحلة
	الأقصر وأسوان (مرة واحدة)
	الغردقة (مرتان)
	شرم الشيخ (ثلاث مرات)
الإجمالي	6 رحلات
2014	شرم الشيخ
	الأقصر وأسوان
الإجمالي	2 رحلة
2015	الغردقة (رحلة واحدة)
	شرم الشيخ (رحلتان)
	الأقصر وأسوان (رحلة وحدة)
	دريم بارك (رحلة واحدة)
الإجمالي	5 رحلات
2016	الغردقة (رحلة واحدة)
	الأقصر وأسوان (2 رحلات)
	شرم الشيخ (رحلة)
	الإسكندرية
	بورسعيد
الإجمالي	6 رحلة
2017	بانوراما حرب أكتوبر
	الأقصر وأسوان 2 رحلة
الإجمالي	3 رحلة

(من إعداد الباحثين بالاستعانة بإدارة رعاية الطلاب)

وتستقبل الجامعة خلال شهر فبراير من العام الحالي حوالي 1000 طالب وطالبة خلال أسبوع الاسر الطلابية وتقوم بعمل رحلات سياحية لهم الى اهم الاماكن السياحية بمحافظة الاسماعيلية وسيناء كما ان للجامعة لجنة ثابتة من شباب الجامعة تسمى (تحيا مصر) يبلغ عددها 2000 طالب وطالبة يشاركون في رحلات إعرف بلدك لجميع أنحاء مصر (إدارة الاعلام، 2017) .

وعن العاملين بالجامعة فتقوم الجامعة بتنظيم رحلات لهم على مدار العام.

جدول 8: الرحلات التي قامت الجامعة بتنظيمها للعاملين بالاماكن المختلفة بمصر

نادى العاملين بالجامعة	نقابة العاملين	إدارة رعاية العاملين	جمعية الحج والعمرة
الأقصر واسوان	الأقصر واسوان	الإسكندرية	بورسعيد
الغردقة	شرم الشيخ	شرم الشيخ	القاهرة
شرم الشيخ		المحلة الكبرى	
الإسكندرية		القاهرة	
القاهرة			
ابوسلطان وفايد			

(المصدر من إعداد الباحثين بالاستعانة بالإدارات المختلفة بالجامعة)

دور الجامعة في تنشيط السياحة الداخلية.

تعتبر الجامعة منارة العلم التي يستمد الطالب منها المعرفة والثقة والثقافة وتسعى الجامعة الى رفع الوعي السياحي لدى طلابها من خلال ما تقوم به من مؤتمرات ومهرجانات وندوات سياحية

اولا: المؤتمرات السياحية التي تنظمها الجامعة

تنظم كلية السياحة والفنادق العديد من المؤتمرات منها:-

- مؤتمر السياحة العربية الدولي الثالث (رؤية مستقبلية للسياحة العربية) 2012
- مؤتمر السياحة العربية الدولي الرابع "مستقبل السياحة البيئية في الوطن العربي " 2013
- مؤتمر السياحة العربية الدولي الخامس الإتجاهات الحديثة لصناعة السياحة والضيافة في الوطن العربي 2014.
- مؤتمر السياحة العربية الدولي السادس " السياحة في الوطن العربي بين النظرية والتطبيق)
(<http://tourism.scuegypt.edu.eg>)

ثانيا: الندوات التي اعدتها الجامعة

أقامت الجامعة العديد من الندوات لزيادة الوعي السياحي عن طريق كلية السياحة والفنادق وهي:

- دور خريجي كليات السياحة والفنادق في الترويج السياحي لمصر
- مدى إستفادة القطاع السياحي من التراث الحضاري المصري
- فاعليات برنامج جامعة الطفل
- الازمة السياحية وتأثيرها على الصناعة و سوق العملالحلول والمقترحات
- استراتيجيات التسويق السياحي في أوقات الازمات
- السياحة والآثار التحديات والتطلعات
- تنمية الوعي الأثري
- التأهيل للعمل الفندقي
- اعداد المرشد السياحي

(وحدة متابعة الخريجين ، 2017: <http://tourism.scuegypt.edu.eg>)

أعدت كلية السياحة مهرجان الفراولة عام 2015 لمشاركة المجتمع المحلي احتفالاته السياحية

ثالثا: البروتوكولات

تقوم الجامعة عن طريق كلية السياحة والفنادق بعقد العديد من البروتوكولات مع الجامعات سواء داخل مصر او خارجها يكون من هدفها دعم الطلاب وتنشيط السياحة بين الجانبين ومن أهمها:-

- تعاون بين سياحة القناة و بوروندي
- تعاون بين كلية السياحة و كوريا الجنوبية في إطار التنمية المستدامة
- مجموعة الفيشجراد (سلوفاكيا-المجر-التشيك -بولندا)، تشترك و سياحة القناة في تنشيط السياحة البيئية
- برنامج تنفيذي جديد للتعاون الثقافي بين سياحة القناة و السياحة في التشيك وتنزانيا وبنجلادش

(<http://tourism.scuegypt.edu.eg>)

ومن الملاحظ هنا أن الدور التوعوي والثقافي مقتصر فقط على كلية السياحة والفنادق داخل الجامعة دون غيرها من الكليات الاخرى فيجب أن يكون هناك تنسيق بين كليات الجامعة لزيادة الوعي السياحي لدى

الطلاب وإشراكهم في المسابقات السياحية ليكونوا الأداة التي يستغلها المجتمع في المستقبل لتنشيط السياحة وإنماء الوعي السياحي لدى المواطنين .

رابعاً: فرص الإقامة بالجامعة

تحتوى الجامعة على العديد من أماكن الإقامة التي تمتلكها وتقوم الجامعة بعرض تلك الأماكن للطلاب وأعضاء هيئة التدريس والعاملين وتدعمها لطلاب والعاملين وأعضاء هيئة التدريس بها وبالجامعات المصرية المختلفة ومن أهمها:-

- إستراحة كبار الزوار بالقاهرة/دار الضيافة بالإسماعيلية/ مركز الخدمة العامة للتدريب وإدارة المنشآت السياحية (ويحتوى على أماكن إقامة بشرم الشيخ/ العريش)/ المدن الجامعية بالإسماعيلية/ مركز الدراسات البيئية وعلوم البحار بسانت كاترين/ مبنى الوافدين (إدارة الاعلام بالجامعة، 2017) .
- وجرى إنشاء فندق سياحي (4 نجوم) بمقر الجامعة بالإسماعيلية يحتوى على فندق سيكون على مستوى عالٍ جداً بطاقة استيعابية 101 غرفة لخدمة المحافظة والجامعة (إدارة الاعلام، 2017)

خامساً: الدعاية والإعلام بالجامعة

تقوم إدارة الاعلام بالجامعة بوسائل الدعاية التالية:

- الربط والتنسيق بين الوفود القادمة للجامعة والهيئات الخارجية للتنسيق معهم في جولات الطلاب واعضاء هيئة التدريس
- تسليط الضوء على المؤتمرات والمهرجانات التي تقيمها الجامعة
- إصدار مجلة ونشرة وجريدة من موقع إدارة الاعلام تحوى أهم الأخبار والمقاصد السياحية والمؤتمرات
- تستغل شاشتي العرض الموجدتين بالجامعة لعرض المعالم السياحية بالإسماعيلية وأماكن الإقامة والأخبار المتعلقة بالمهرجانات والمسابقات الجامعية (إدارة الاعلام بالجامعة، 2017
- وأيضا تقوم جامعة قناة السويس بعمل دعاية سياحية لها عن طريق الإعلان عن المسابقات السياحية الأتية:-
- المسابقة السياحية في موضوعي السياحة والبيئة وجهان لعملة واحدة ، وموضوع دور التوعية السياحية في التنمية السياحية
- تنظيم مسابقة أحسن تصوير فوتوغرافي للمعالم السياحية بالإسماعيلية (<http://tourism.scuegypt.edu.eg>) .

دور الجامعة في تنمية الوعي السياحي لدى المجتمع المحلى

- قامت الجامعة متمثلة في كلية السياحة والفنادق بالمشاركة مع الهيئة الاقليمية لتنشيط السياحي بمحافظة الاسماعيلية بعقد مؤتمر الاسماعيلية الاول للتنمية السياحية الذى شاركت فيه جامعة الفيوم ومحافظات القناة الثلاث والشرقية وشمال وجنوب سيناء
- قامت كلية السياحة والفنادق باستضافة جامعة الطفل التي يقوم فيها اعضاء هيئة التدريس بالكلية بتوعية الاطفال بأهمية السياحة وتعريفهم بالمعالم الاثرية فى مصر
- اقامت الكلية لقاءات طلابية مع محافظ الاسماعيلية للتعرف على اراء الطلاب لتنشيط السياحة بمحافظة الاسماعيلية سياحة اليوم الواحد

ورش العمل

أقامت الجامعة العديد من ورش العمل لزيادة الوعي السياحي بين طلابها وعاملها منها

- ورشة عمل عن المهارات المطلوبة في شخصية المرشد السياحي
 - ورشة عمل لتنشيط السياحة بالإسماعية
 - ورشة عمل عن مهارات اجتياز المقابلة الشخصية بالفنادق والشركات السياحية
 - جامعة القناة تشارك بالملتقى السياحي لتوظيف البحث العلمي من أجل النهوض بالسياحة
- (<http://tourism.scuegypt.edu.eg>)

الدراسة الميدانية

تم توزيع عدد اثنين استمارة استقصاء احدهما استمارة مقابلات شخصية موجهة إلى السادة المسؤولين بالجامعة من عميد كلية السياحة والفنادق الحالي والاسبق ورئيس الجامعة الاسبق والسادة مديري الادارات المنوطين بالرحلات والانشطة الترفيهية والمؤتمرات بواقع 20 استمارة استقصاء وتم استعادة 15 استمارة صحيحة منها ، والثانية موجهة إلى الطلاب وتم اختيار عينة عشوائية لعدد (250) طالب وطالبة من طلاب السنوات النهائية وقد وقع الاختيار على تلك العينة لتعاملهم مع الجامعة في الانشطة المختلفة من ندوات ورحلات طلابية وأنشطة رياضية وحملات توعية واسترد منهم عدد 200 استمارة .

تصميم استمارة استقصاء خاصة بالطلاب

احتوت استمارة الاستقصاء على عدد (12) سؤال وأيضا طلب التعاون من المستقضي منهم في تحديد آرائهم في الأسئلة التي وردت بالقائمة و تم الإعتماد في الإستبيان على المقياس اللفظي Verbal Rating Scale. وتضم المقاييس اللفظية المقاييس الرتبية أو الترتيبية Ordinal Scale والتي يعد مقياس ليكرت من أشهرها. وتم تصميم العبارات في القائمة على مقياس ليكرت المتدرج من (3 ، 1) نقاط، والتي تتراوح ما بين نعم والذي يحصل على درجة (1)، و(لا) يحصل على (2) أما اللفظ إلى حد ما يحصل على (3).

تحليل البيانات

تم استخدام أسلوب التحليل الإحصائي SPSS, ver. 22 لإستخراج المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والتكرار والنسبة والعلاقات الإحصائية بين متغيرات الدراسة وإختبار صحة الفروض .

السؤال الاول: هل تقوم الجامعة بعمل ندوات وورش عمل لتنمية وعى الطلاب بأهمية السياحة؟

جدول 9: ندوات وورش عمل لتنمية وعى الطلاب بأهمية السياحة؟

		Frequency	Percent	Mean	Std.deviation
Valid	نعم	92	46.0	1.84	0.855
	لا	49	24.5		
	ما حد الى	59	29.5		
	Total	200	100.0		

أشارت أراء العينة أن هناك 46% من العينة بقيمة 92 استمارة يرون أن الجامعة تقوم بعمل ندوات وورش عمل لتنمية وعى الطلاب بأهمية السياحة وأن نسبة 24.5 % من العينة بواقع 49 استمارة يرون أنها لا تقوم بعمل ندوات وورش عمل لتنمية الوعي السياحي أما نسبة 29.5% بواقع 59 استمارة يرون أنها تقوم بعمل توعية عن طريق الندوات وورش العمل إلى حد ما وأن المتوسط الحسابي للعينة بلغ 1.84 والانحراف المعياري 0.855 ويتفق ذلك مع البيانات التي تم جمعها من كلية السياحة والفنادق وادارة الاعلام بالجامعة .

السؤال الثاني: آراء المبحوثين حول تنظيم الجامعة رحلات سياحية للطلاب على مدار العام الدراسي لتنشيط السياحة الداخلية.

جدول 10: آراء المبحوثين حول تنظيم الجامعة رحلات سياحية للطلاب على مدار العام الدراسي لتنشيط السياحة الداخلية.

		Frequency	Percent	Mean	Srd.deviation
Valid	نعم	75	37.5		
	لا	46	23.0	2.02	0.879
	الى حد م	79	39.5		
	Total	200	100.0		

أوضحت آراء المبحوثين حول تنظيم الجامعة لرحلات سياحية أن نسبة 39.5% من المبحوثين بواقع 79 إستمارة يرون أن الجامعة تنظم الرحلات الطلابية الى حد ما وأن نسبة 37.5% من العينة يرون أن الجامعة تنظم تلك الرحلات السياحية وهذا يوضح أن الجامعة تحاول زيادة تنظيم الرحلات لتنشيط السياحة الداخلية وعلى النقيض يرى حوالي 23% من العينة بواقع 46 استمارة ان الجامعة لا تنظم رحلات ، والمتوسط الحسابي بلغ 2.2 بقيمة اكبر من الانحراف المعياري البالغ 0.879 ويتفق ذلك مع البيانات التي تم جمعها من ادارة رعاية الطلاب بالجامعة .

السؤال الثالث آراء المبحوثين حول هل تقوم الجامعة بعمل زيارات ميدانية لأهم الأماكن السياحية للطلاب في مصر لتنشيط السياحة الداخلية؟

جدول 11: آراء المبحوثين حول هل تقوم الجامعة بعمل زيارات ميدانية لأهم الأماكن السياحية للطلاب في مصر لتنشيط السياحة الداخلية

		Frequency	Percent	Mean	Std.deviation
Valid	نعم	96	48.0	1.8	0.855
	لا	48	24.0		
	الى حد ما	56	28.0		
	Total	200	100.0		

أوضحت آراء العينة أن نسبة 48% من العينة يرون أن الجامعة تقوم بعمل زيارات ميدانية للأماكن السياحية ونسبة 28% من العينة يرون أنها تقوم الى حد ما بعمل تلك الرحلات ونسبة 34% لا يرون أنها تقوم بعمل زيارات ميدانية وأن المتوسط الحسابي بلغت نسبته 1.8 والانحراف المعياري قيمة 0.885 ويتفق ذلك مع المعلومات التي تم تجميعها من كلية السياحة والفنادق .

السؤال الرابع هل تدعم الجامعة الرحلات الطلابية وتخفيض من أسعارها مقارنة بالأسعار الخارجية

جدول 12: هل تدعم الجامعة الرحلات الطلابية وتخفيض من أسعارها مقارنة بالأسعار الخارجية

		Frequency	Percent	Mean	Std.deviation
	نعم	64	32.0	2	0.821
	لا	69	34.5		
	الى حد ما	67	33.5		
	Total	200	100.0		

تبين من تحليل آراء العينة أن نسبة 32% من العينة يرون أن الجامعة تدعم الرحلات الطلابية و 34.5% من العينة يرون أنها لا تدعم الرحلات الطلابية ونسبة 33.5% يرون المحايدة ما بين موافق ومعارض وبلغ المتوسط الحسابي 2 والانحراف المعياري 0.821 وهذا يوضح صحة آراء العينة .

السؤال الخامس: آراء المبحوثين حول مدى قيام الجامعة بالترويج للاماكن السياحية في مصر .

جدول 13: آراء الباحثين حول مدى قيام الجامعة بالترويج للاماكن السياحية في مصر

	Frequency	Percent	Mean	Std. deviation
نعم	40	20.0	2.1	0.786
لا	98	49.0		
الى حد ما	63	31		
Total	200	100.0		

أشارت آراء العينة أن 20% من العينة يرون أن الجامعة تروج للسياحة الداخلية ونسبة 49% منها يرون أنها لا تروج لها أما الجانب المحايد فكانت نسبة 31% من العينة وأن الانحراف المعياري بلغت قيمته 0.786 والمتوسط الحسابي 2.1.

السؤال السادس: آراء الباحثين حول المدة التي تستغرقها الرحلة السياحية

جدول 14: آراء الباحثين حول المدة التي تستغرقها الرحلة السياحية

	Frequency	Percent	Mean	Std. deviation
Valid	واحد يوم	66	33.0	
	يومان	82	41.0	1.8
	اسبوع	49	24.5	
	Total	197	98.5	
Missing	System	3	1.5	
Total	200	100.0		

أوضحت آراء العينة أن مدة الرحلة تتراوح بين يوم وأسبوع فبلغ عدد الباحثين الذين أوضحوا أن الرحلة مدتها يوم 66 شخص بنسبة 33% أما نسبة 41% يرون أنها تستغرق يومان و24.5 يرون أنها تستغرق أسبوع وأن المتوسط الحسابي بلغت قيمته 1.8 والانحراف المعياري 0.798.

السؤال السابع: آراء الباحثين حول مناسبة التوقيت الذي تتم فيه الرحلة

جدول 15: آراء الباحثين حول مناسبة التوقيت الذي تتم فيه الرحلة

	Frequency	Percent	Mean	Std. deviation
Valid	نعم	89	44.5	
	لا	46	23.0	2
	الى حد ما	65	32.5	
	Total	200	100.0	

تبين من عينة الدراسة أن 44.5% يرون مناسبة توقيت الرحلة لهم أما نسبة 23% يرون أنها لا تناسبهم ونسبة 32.5% يرون أن المواعيد الى حد ما تناسبهم ويشير هذا الى أن الجامعة تنظم الرحلات في المواعيد التي لا تؤثر على العملية التعليمية للطلاب فيها وأن المتوسط الحسابي بلغ 2 والانحراف المعياري 0.707 وهذا يشير الى صدق العينة

السؤال الثامن: آراء الباحثين حول مدى مناسبة أسعار الرحلات التي تضعها الجامعة

جدول 16: آراء الباحثين حول مدى مناسبة أسعار الرحلات التي تضعها الجامعة

	Frequency	Percent	Mean	Std. deviation
Valid	نعم	49	24.5	2
	لا	99	49.5	
	الى حد ما	49	24.5	
	Total	197	98.5	
Missing	System	3	1.5	
Total	200	100.0		

أوضحت الآراء أن نسبة 24.5% من العينة يرون أن الاسعار مناسبة لهم ونسبة 49.5% يرون أنها غير مناسبة ونسبة 24.5% يرون أنها مناسبة إلى حد ما وتوحي تلك الآراء الى ان الجامعة تعمل على

زيادة الدعم لتلك الرحلات وبلغ المتوسط الحسابي 2 اما الانحراف المعياري فبلغت قيمة 0.707 وهذا يؤكد صدق العينة

السؤال التاسع: آراء المبحوثين حول مدى وجود مشكلات تقابلهم أثناء الرحلات السياحية .
جدول 17: آراء المبحوثين حول مدى وجود مشكلات تقابلهم أثناء الرحلات السياحية .

		Frequency	Percent	MEAN	Std.deviation
Valid	ما حد الى	64	32		
	نعم	21	10.5		
	لا	114	57.0	2.2	.635
	Total	199	99.5		
Missing	System	1	.5		
Total		200	100.0		

أوضحت الآراء بنسبة 57% من العينة أنه لا توجد هناك مشكلات تقابلهم أثناء الرحلة ونسبة 37% يرون أن هناك مشكلات الى حد ما أما 10.5% يرون أنه توجد مشكلات وأن الانحراف المعياري بلغ 0.635 والمتوسط الحسابي 2.2.

السؤال العاشر: آراء المبحوثين حول مدى تنظيم الجامعة لمسابقات بين الطلاب لزيادة الوعي السياحي.
جدول 18: آراء المبحوثين حول مدى تنظيم الجامعة لمسابقات بين الطلاب لزيادة الوعي السياحي.

		Frequency	Percent	MEAN	Std.deviation
Valid	نعم	31	15.5		
	لا	81	40.5	2,29	,719
	الى حد ما	88	44.0		
	Total	200	100.0		

أوضحت العينة أن نسبة 15.5% من العينة يرون أن الجامعة تعلن عن مسابقات سياحية ونسبة 40.5% من العينة يرون أنها لا تعلن عن مسابقات سياحية أما نسبة 44% يرون أنها تعلن الى حد ما وبلغ المتوسط الحسابي للعينة 2.29 أما الإنحراف المعياري فبلغت قيمته 0.719.

السؤال الحادي عشر: آراء المبحوثين حول مدى توافر كتيبات سياحية دورية عن المحافظة بالجامعة لتزويد الطلاب بالمعلومات السياحية

جدول 19: آراء المبحوثين حول مدى توافر كتيبات سياحية دورية عن المحافظة بالجامعة لتزويد الطلاب بالمعلومات السياحية

		Frequency	Percent	MEAN	Std.deviation
Valid	ما حد الى	29	14.5		
	نعم	32	16.0	1.93	,601
	لا	139	69.5		
	Total	200	100.0		

تبين من خلال العينة ان 69.5 من آراء العينة ترى أن الجامعة لا يتوافر بها كتيبات سياحية وأن نسبة 29% من الطلاب يرون أن الجامعة تزود الطلاب بالكتيبات السياحية وباقي النسبة من العينة يلتزمون المحايدة ، وقد بلغ المتوسط الحسابي 1.93 والانحراف المعياري 0.601.

السؤال الثاني عشر: آراء المبحوثين حول عرض الشاشة العامة للجامعة معلومات وإرشادات عن المعالم السياحية وترويج السياحة الداخلية لدى الطلاب والعاملين بها .

جدول 20: آراء المبحوثين حول عرض الشاشة العامة للجامعة معلومات وإرشادات عن المعالم السياحية وترويج السياحة الداخلية لدى الطلاب والعاملين بها .

		Frequency	Percent	MEAN	Std.deviation
Valid	نعم	49	24.5		
	لا	128	64.0		
	الى حد ما	22	11.0	1.86	.583

	Total	199	99.5		
Missing	System	1	.5		
Total		200	100.0		

أشارت آراء العينة أن نسبة 24.5% من العينة يرون أن الجامعة تعرض معلومات وإرشادات لتنشيط السياحة الداخلية وأن 64% يرون أنها لا تتيح ونسبة 11% يرون المحايدة وأن المتوسط الحسابي بلغت قيمته 1.86 والانحراف المعياري 0.583 وتشير النتائج الى جزئين الى أن الجامعة لا تتيح المعلومات السياحية على شاشاتها أو أن الطلاب ليس لديهم المقدرة على متابعة الاخبار التي تعرضها شاشات الجامعة .

تحليل استمارة المقابلات الشخصية

تم توزيع عدد 20 استمارة إستقصاء على المسؤولين داخل الجامعة وتم إستعادة 15 استمارة صحيحة

السؤال الاول : ما هو الدور الذي تقوم به الجامعة لتنشيط السياحة الداخلية ؟

أجمعت الآراء بواقع 100% من آراء العينة على أن الجامعة تقوم بالاتي

- عقد المؤتمرات العلمية في أماكن سياحية تلقى الضوء على المعالم السياحية للمواطنين وتعمل بروتوكول بين كلية السياحة بالجامعة وبعض المؤسسات السياحية
- الاستعانة بقيادات المؤسسات السياحية لإلقاء الندوات وحضور المؤتمرات
- يتم عمل مبادرة بالإرسال لجميع الجامعات المصرية لاستخدام المدن الجامعية وأماكن التغذية التي تمتلكها الجامعة لتنشيط السياحة
- يتم مشاركة الجامعة في مارثون جامعة أسوان
- المشاركة في مارثون الشيخ زايد
- تنظيم رحلات للطلاب بأسعار منخفضة الى حد ما والتنسيق بين وزارة الشباب والجامعة لدعم الرحلات (دعم كامل) وجمعية بيوت الشباب (نصف دعم)

السؤال الثاني : ما هو الدور الذي تلعبه الجامعة في زيادة الوعي السياحي لدى الطلاب والعاملين بها؟

أجمعت الآراء بواقع 93.3% من العينة على ان الجامعة تقوم بالاتي

- عمل ندوات تشارك فيها غرفة المنشآت السياحية والفندقية مع الخبراء والمسؤولين بالهيئة المصرية العامة لتنشيط السياحى ، ووزارة السياحة ، ونقابة المرشدين السياحيين ، وبمساعدة أعضاء هيئة التدريس بكلية السياحة والفنادق ، وتقوم بنشر ثقافة السياحة الداخلية بين الطلاب وذلك بإرسال الطلاب الى المعسكرات بالمناطق السياحية ويتم عمل ندوات داخل الرحلات المدعمة من وزارة الشباب بعضها للتنقيف السياحي للطلاب وباقي العينة بواقع 6.7% محايدا فى إجابته .

السؤال الثالث: ما هي أهم الخطط التي تضعها الجامعة لتنشيط السياحة الداخلية ؟

أشارت آراء العينة بواقع 13 استمارة بنسبة 86.6% ان الجامعة تقوم بالاتي :-

- إعداد خطط التنمية السياحية لمحافظة القناة وعمل خطط لتدريب الطلاب بكلية السياحة في الاماكن الاثرية المختلفة بالتعاون مع وزارة السياحة
- تقوم الجامعة برحلات داخلية للطلاب والعاملين واعضاء هيئة التدريس وتقوم باستخدام المنشآت السياحية التابعة للجامعة
- تقوم نوادي الجامعة بعمل خطة عاجلة لمدته ثلاثة اشهر (تحتوى على برنامج كامل لتنشيط السياحة الداخلية يبدأ برحلات اليوم الواحد للقاهرة والاسكندرية لمدة ثلاثة ايام وتنتهى الخطة بالأقصر واسوان وشرم الشيخ) .

- عمل مقترح بشأن تنشيط السياحة البيئية عن طريق دعوة الجامعات المصرية بإرسال عدد (2) طلبة للقيام بزيارة المحميات الطبيعية بجنوب سيناء كمرحلة أولى وعمل معرض صور خاص بها لتسويق السياحة المصرية عن طريق ادارة رعاية الطلاب.
- تنفيذ الرحلات من خلال مقترح يتم الموافقة عليه من نائب شئون التعليم والطلاب فيتم مخاطبة وزارة الشباب وجمعية بيوت الشباب بعد الموافقة يتم عمل الرحلة وان 13.4% بواقع 2 استمارة محايد الرأي

السؤال الرابع : إلى أي مدى يتوافر جهاز ادارى تكون مسؤوليته العمل لتنفيذ خطة الجامعة لتنشيط السياحة الداخلية ؟

أجمعت الآراء بواقع 100% من اراء العينة على ان الجهاز الإداري الذى يتولى تنفيذ الخطط يتمثل في (مكتب اتحاد الطلاب وادارة النشاط الاجتماعي - ادارة الاسر الطلابية - كلية السياحة والفنادق - ادارة رعاية العاملين - جمعية الحج والعمرة - نادى العاملين (الموظف المختص بكل جهة)

السؤال الخامس : ما مدى امتلاك الجامعة لأدوات تنشيط السياحة الداخلية (منشآت - اندية - اماكن اقامة - وسائل انتقال) ومدى توظيفها لتنشيط السياحة الداخلية ؟

- اجمعت الآراء بواقع 100% من العينة ان الجامعة تمتلك ادوات تنشيط السياحة ويتم استغلال مدرسة البيئة والعمارة السكنية بشرم الشيخ والقرية السياحية والشاليهات بالعريش - وإستراحة كبار الزوار بالقاهرة ودار الضيافة بالإسماعيلية ويتم دعم الرحلات عن طريق تخفيض الاسعار لاماكن الإقامة للعاملين والطلاب واعضاء هيئة التدريس وايضا وسائل الانتقال التي تمتلكها الجامعة .

السؤال السادس: ما هو الدور الذى تقوم به الجامعة في تعريف الطلاب الوافدين بإمكانيات مصر السياحية ؟

اجمعت الآراء بنسبة 80% من العينة بواقع 12 استمارة يتم تدريبهم في اماكن السياحة المصرية وتعريفهم على الامكانيات السياحية بها ويتم عمل معرض سياحي لمعرفة المنشآت السياحية الموجودة بالجامعة وعمل زيارات لها (عمل يوم افطار جماعي للوافدين يتم فيه عرض اشهر المأكولات بكل دولة وفى الختام يتم عمل فيلم تسجيلي بأهم الاماكن السياحية بمصر وان نسبة 20% بواقع 3 استمارة محايدا .

السؤال السابع: ما هو الدور الذى تلعبه الجامعة في دعم البحث العلمي في مجال السياحة ؟

اجمعت الآراء بواقع 100% من العينة على أن الجامعة تقوم بوضع خطه للبحوث السياحية وتسهيل وتقديم الدعم لإجراء تلك البحوث و توفير الكتب والرسائل العلمية على الموقع الإلكتروني للمكتبة الرقمية

السؤال الثامن: ما هو الدور الذى تلعبه الجامعة لتنشيط سياحة المؤتمرات؟

اجمعت الآراء بواقع 100% من اراء العينة بواقع 15 استمارة ان الجامعة تقوم بعقد مؤتمرات سنوية دولية للسياحة سواء على ارض الجامعة مستغله فيها مركز المؤتمرات الخاص بها او منشاتها السياحية بشرم الشيخ ، وباقي المناطق السياحية المحيطة بمنطقة القناه وسيناء .

السؤال التاسع: ما مدى التعاون بين الجامعة والوزارات المعنية (وزارة السياحة\وزارة الشباب\وزارة التعليم\العلي\جهاز شئون البيئة\جمعية بيوت الشباب) لتنشيط السياحة الداخلية ؟

اشارت اراء العينة بواقع 80% منها ان الجامعة تقوم بالاتي

- يتم عقد بروتوكولات بين وزارة الشباب ووزارة السياحة وجمعية بيوت الشباب وذلك لتدعيم الرحلات الطلابية
- وزارة التعليم العالي والهيئة المصرية العامة لتنشيط السياحة لدعم سياحة المؤتمرات
- جهاز شئون البيئة عمل اسبوع بيئي واستغلال المحميات الطبيعية

ونسبة 20% من العينة بواقع 3 استمارات التزمت المحايدة .

السؤال العاشر: من وجهة نظر سيادتكم ما هي المعوقات التي تحد دون تحقيق البرامج السياحية بالجامعة؟

- عدم وجود عماله سياحية مدربه للعمل داخل اماكن الاقامة السياحية الخاصة بالجامعة ،نقص الدعم للطلاب للرحلات السياحية ، المشكلات الامنية

السؤال الحادي عشر: من وجهة نظر سيادتكم ما نسبة ما تم تحقيقه من برامج لتنشيط السياحة الداخلية في الجامعة؟

اجمعت الآراء بواقع 93.3 % من العينة انه تم تنفيذ الخطط والبرامج السياحية بنسبة 80% و باقي استكمال البرامج حتى نهاية العام الجامعي 2016/2017 وان نسبة 6.7% بواقع واحد استمارة محايدة .

السؤال الثاني عشر: من وجهة نظر سيادتكم ماهي مقترحاتكم التي يمكن أن تساهم في تنشيط السياحة الداخلية بالجامعة؟

- أجمعت الآراء أن هناك العديد من المقترحات منها زيادة عدد الطلاب المشاركين في الرحلات ، زيادة الدعم الطلابي ،استغلال الشاشات الخاصة بالجامعة لبث المعالم المصرية السياحية عليها ،مزيد من الاهتمام من قبل وزارة السياحة واتحاد الغرف السياحية بالجامعات واعطائها الدعم المناسب ،مخاطبة وزارة الشباب لزيادة الدعم السياحي وزيادة الافواج الطلابية ،زيادة الرحلات للموظفين ،استغلال الاندية الخاصة بالجامعة وزيادة الرحلات منها

اختبار صحة الفروض

الفرض الاول: توجد علاقة جوهرية ذات دلالة احصائية بين الوعي السياحي للطلاب وتنشيط حركة السياحة الداخلية

جدول 21: تحليل الارتباط بين الوعي السياحي للطلاب وتنشيط حركة السياحة الداخلية

	تنظيم الرحلات الجامعية	للاماكن السياحية	الترويج
الجامعة لتنظيم للرحلات والزيارات الميدانية	Pearson Correlation	1	.065
	Sig. (2-tailed)		.359
	N	200	200
للاماكن السياحية	Pearson Correlation	.065	1
	Sig. (2-tailed)	.359	
	N	200	200

من خلال الجدول السابق يتضح ان هناك علاقة طردية موجبة بين تنظيم الجامعة للرحلات والزيارات الميدانية والترويج للاماكن السياحية داخلها وقيمة معامل الارتباط 0.065 وهو ارتباط معنوي قوى عند (1%) وهذا يثبت صحة الفرض الاول ان هناك علاقة معنوية ذات دلالة احصائية بين تنظيم الجامعة للرحلات الجامعية والتنشيط والترويج للسياحة الداخلية ومستوى المعنوية قيمته 0.359.

الفرض الثاني توجد علاقة جوهرية ذات دلالة احصائية بين الخطط الجامعية للأنشطة الطلابية وتنشيط السياحة الداخلية

جدول 22: تحليل الارتباط بين الخطط الجامعية للأنشطة الطلابية وتنشيط السياحة الداخلية

	الندوات وورش العمل	للاماكن السياحية	الترويج
الندوات وورش العمل	Pearson Correlation	1	.091
	Sig. (2-tailed)		.250
	N	200	200
للاماكن السياحية الداخلية	Pearson Correlation	.091	1
	Sig. (2-tailed)	.250	
	N	200	200

من خلال الجدول السابق يتضح ان هناك علاقة طردية موجبة بين زيادة الوعي الطلابية باهمية السياحة عن طريق الندوات وورش العمل والترويج للسياحة الداخلية ، وقيمة معامل الارتباط 0.091 وهو ارتباط معنوي قوى عند (1%) وهذا يثبت صحة الفرض الثاني ان هناك علاقة معنوية ذات دلالة احصائية بين زيادة الوعي السياحي لدى الطلاب والتنشيط والترويج للسياحة الداخلية ومستوى المعنوية 0.250.

نتائج البحث

توصل البحث من خلال الدراسة النظرية والعملية الى العديد من النتائج منها :-

- 1-توصلت الدراسة الميدانية الى ان الدور التوعوي السياحي داخل الجامعات يقتصر بشكل اساسى على كلية السياحة والفنادق ، الى جانب بعض الكليات النظرية مثل كلية الآداب والتربية والالسن حيث أن المقررات الدراسية بتلك الكليات تسهم في زيادة الوعي السياحي ، مقارنة بغيرها من الكليات العملية التي يتم الاعلان فيها فقط على الرحلات الطلابية .
- 2-يرتفع الوعي الطلابي لدى طلاب الكليات النظرية دون غيرها من الكليات العملية نظرا لطبيعة المقررات الدراسية العملية
- 3-المقررات الدراسية السياحية تكاد تكون منعدمة داخل الكليات العملية .
- 4-الرحلات الطلابية يتم دعمها عن طريق وزارة الشباب وجمعية بيوت الشباب المصرية ودعم الجامعة يتمثل في وسائل الانتقال واماكن الاقامة التابعة للجامعة فقط .
- 5-شاشات العرض الجامعية يتم عرض اخبار الجامعة مع نسبة بسيطة عن المعالم السياحية
- 6-عدد الرحلات المدعومة من قبل وزارة الشباب لايفي لمتطلبات الطلاب للزيارات السياحية .
- 7-هناك العديد من البروتوكولات السياحية بين الجامعة والجامعات الاخرى خارج مصر و يتم تفعيلها لتنشيط حركة السياحة .
- 8-التوعية والتدريب للعاملين باماكن الاقامة السياحية داخل الجامعة اقل خبرة وكفاءة من العاملين في السياحة خارج الجامعة
- 9-نقص الدعم المقدم من قبل وزارة السياحة والهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي لدعم المؤتمرات السياحية والرحلات.
- 10- نقص الدور التوعوي للعاملين بالجامعة بأهمية السياحة ومدى ارتكاز الاقتصاد القومي عليها
- 11- قلة الدعم المالي المجتمعي للجامعة للمساهمة في تنشيط السياحة بالجامعة.
- 12- قلة اللافتات السياحية داخل الجامعات لزيادة التوعية السياحية .

التوصيات

اولا توصيات موجهة الى الوزارات المعنية(السياحة-الشباب-التعليم العالي):

- 1- زيادة المخصصات المالية للرحلات الطلابية المقدمة من قبل وزارة الشباب وجمعية بيوت الشباب
- 2- الاستفادة من الرسائل العلمية التي يتم اجازتها بكلية السياحة والفنادق والعمل على تطبيقها من قبل وزارة السياحة والهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي لتنشيط السياحة الداخلية
- 3- تزويد بنود الاتفاقيات المبرمة بين الجامعات سواء الاجنبية او العربية او داخل الجامعات المصرية لتنشيط السياحة، سواء داخل المحافظات التي توجد بها الجامعة او الجامعات الاجنبية والعربية لتنشيط السياحة وعمل رحلات تعريفية للطلاب بالمحافظة التي توجد بها الجامعة والاماكن السياحية التي توجد بالمحافظة .
- 4- زيادة الدعم الموجه للمؤتمرات السياحية من قبل وزارة السياحة والهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي .

ثانياً: توصيات موجهة الى المسؤولين بالجامعات المصرية

- 1-زيادة أعداد الرحلات الطلابية المدعمة بالاشتراك مع وزارة الشباب وجمعية بيوت الشباب واحتوائها على برامج تثقيفية للطلاب.
- 2-عمل افلام تسجيلية عن اهمية السياحة وعرض الاماكن السياحية في مصر وبثها في المؤتمرات والندوات المنعقدة بالجامعة .
- 3-اشتمال المقررات الدراسية بالكليات النظرية بمقرر الزامى عن السياحة اسوة بمقرر علم الجودة وحقوق الانسان.
- 4-عمل ندوات تثقيفية للطلاب المصريين والطلاب الوافدين ليكونوا الاداة التي يتم بها الترويج للسياحة المصرية.
- 5-نشر اللافتات واللوحات في كافة انحاء الجامعات والتي تشير الى اهم الاماكن السياحية بمصر.
- زيادة دعم للزيارات الميدانية للاماكن الاثرية لطلاب الكليات النظرية التي ترتبط مقرراتهم بالسياحة.
- 6-زيادة الدعم للرحلات التي تنظمها الجامعات لمساعدة الاسر الطلابية.
- 7-زيادة تفعيل المشاركة المجتمعية والوعى المجتمعي بالسياحة واهميتها من خلال الاهتمام بمدارس المحافظة والقرى التابعة للمحافظة وعمل ندوات تثقيفية سياحية بتلك المدارس والمجتمعات الاهلية
- 8-عمل معارض سياحية داخل الجامعات والاستعانة بشركات السياحة لعرض برامج سياحية مخفضة داخل الجامعات للعاملين بها وطلابها.
- 9-إقامة مؤتمرات سنوية ما بين المحافظات والجامعات لتنشيط السياحة في المنطقة التي تقع بها الجامعة.
- 10-عمل مهرجانات سياحية بمشاركة المجتمع المحلى وعرض افلام تسجيلية عن المناطق السياحية بمصر.
- 11-الإسراع بإستكمال الفندق الخاص بكلية السياحة والفنادق بجامعة قناة السويس ليكون داعماً لتنشيط السياحة بمحافظة الاسماعيلية .
- 12-عمل الدعاية لاماكن الإقامة التي تمتلكها الجامعات لخدمة المجتمع الجامعي .
- 13-عمل بروتوكولات مع الجامعات الأخرى سواء داخل مصر او خارجها يكون من التبادل الطلابي وتنشيط السياحة بين البلدين .

المراجع

- الخطة الاستراتيجية لجامعة قناة السويس، 2020/2015.
- ادارة الاعلام جامعة قناة السويس، 2017.
- بكر، سحر ابراهيم(2011) دور الجامعة في تنمية الوعي السياحي لدى طلابها بهدف تعظيم مردود صناعة السياحة ، مجلة كلية التربية بالمنصورة ، ع76، ج2، ص106
- بوابة معلومات مصر ، 2016
- حسان، صفاء محمد ، التسويق الإلكتروني ودوره في تنشيط السياحة الوافدة الى مدن القناة ، 2016 ، رسالة ماجستير غير منشورة كلية السياحة والفنادق جامعة قناة السويس ، ص77، 76)
- رشدي ، نيفين "2015"، دور الهيئات الإقليمية لتنشيط السياحة في زيادة حركة السياحة الداخلية الوافدة الى مدن القناة ، رسالة ماجستير غير منشورة كلية السياحة والفنادق جامعة قناة السويس ، ص32
- عبدالسميع ، صبرى (2008) "صناعة السياحة، بدون دار نشر ص 240
- عبدالسميع، صبرى (2007) " التسويق السياحي والفندقي اسس علمية وتجارب عربية "، المنظمة العربية للتنمية الادارية ص222

عبدالوهاب، مروة (2013) استراتيجيات تنشيط السياحة الوافدة الى مصر (دراسة تطبيقية على محافظة بورسعيد) رسالة دكتوراة غير منشورة كلية السياحة والفنادق جامعة قناة السويس ص 33
مطر، محمد السيد واخرون (2011)، التنظيم الذاتي للسياحة الترويحية الداخلية لطلاب جامعة المنصورة: دراسة تحليلية، المجلة العلمية لعلوم التربية البدنية والرياضة، مصر البدنية، العدد ال17، ص 348

وحيد، أسماء محمد (2006) "تقييم دور شركات السياحة فى السياحة الداخلية الوافدة لمدن القناة " رسالة ماجستير غير منشورة جامعة قناة السويس .

Abul,H. (2015) Promotional activities in the strategic tourism development of LAPLAND
Case Study: Tour Operator's appearance in social media available online at
<https://www.theseus.fi/.../final%20thesis%20hasan%202.pdf>

kolb , b. (2006): tourism marketing for cities and towns, using branding and events to attract tourists , Elsevier inc .u.k.

Ghaleb,S. (2015)," The Impact of Tourism Marketing Mix Elements on the Satisfaction of Inbound Tourists to Jordan",International Journal of Business and Social Science, Vol. 6, No. 7; July 2015, available online at www.ijbssnet.com

المواقع الالكترونية

<http://thfac.mans.edu.eg/news-ar/155>(accessed10/1/2017)-

<http://news.asu.edu.eg/uninews.php?action=show&nid=6553&type=287>(accessed20/1/2017)

<http://www.alexu.edu.eg/index.php/ar/2015-12-06>- (accessed10/11/2016)

<http://www.ahram.org.eg/News/968/30/236260/%D8%B3%D9%8A>(accessed20/6/2017)

<http://www.du.edu.eg> (accessed 25/5/2016)

<http://www.helwan.edu.eg/Tourism/?p=2934>(accessed 10/12/2016)

<http://www.shorouknews.com>(accessed12/2016)

http://www.fayoum.edu.eg/newsdetail.aspx?news_id (accessed20/10/2016)

www.dotmsr.com/details/405989/(accessed20/12/2016)

<http://assayta.weladelbalad.com/49161-2/> 512370

<https://www.almasyalyoum.com/news/details/>(accessed15/11/2016)

<https://www.masress.com/youm7/1111045>(accessed20/1/2017)

www.youm7.com/story/2519696/2016/1/2(accessed 20/7/2016)

<http://agr.aswu.edu.eg/index.php/8-2015-12-26-16-27>-accessed15/12/2016)

<http://alwafd.org/1290013>(accessed31/8/2016)

<http://masscomm.cu.edu.eg/ShowNews.aspx?NewsId=556>(accessed25/12/2016)

<http://tourism.scuegypt.edu.eg> (accessed5/11/2016)

<http://www.ahramorg.eg/archive/YouthEducation/News/114010.aspx>(accessed13/10/2016)

<http://www.azhar.edu.eg>(accessed15/6/2016)

<http://www.elwatannews.com> (accessed10/9/2016)

<http://www.elwatannews.com/news/details/847498>(accessed20/3/2016)

<http://www.minia.edu.eg/new/index.php/k2/item/680-016-0718>(accessed25/12/2016)

<http://www.svu.edu.eg/faculties/commerce/3/2016/6.html>(accessed25/1/2017)

<http://www.zu.edu.eg/Details.aspx?ID=38483&CatID> (accessed25/1/2016)

<http://www.svu.edu.eg/faculties/tourism-ar/News/news623.html>(accessed10/7/2016)

<https://cu.edu.eg/ar/page.php?pg=contentFront/SubSectionData.php&SubSectionId>(accessed 1/2/2017)

scuegypt.edu.eg/ar/2016/11(accessed20/1/2017)

[www.youm7.com/story/2566989/2016/2/2\(accessed1/2/2017\)](http://www.youm7.com/story/2566989/2016/2/2(accessed1/2/2017))

Abstract

In Egypt, the process of the tourism promotion depends on the governmental sector, especially the Egyptian General Authority for Tourism Promotion. The Tourism relays on the Incoming Tourism as the main source of the Tourism Income as far as in the other countries that depends on the domestic tourism as one of the most important sources of the tourism income, so the current crises of the tourism in Egypt due to the lack of the Incoming Tourism to it. It makes the government to ask the additional support from the governmental and non-governmental institutions, and the civil society to develop the internal tourism activities. The Egyptian Universities did their best to support the internal tourism; for example, Suez Canal University, the main subject of this study.

The objective of this study is to throw the light on the most important obstacles and problems that affect the University's contribution to develop the internal tourism, measure the awareness of the students, colleagues, and employees about the importance of tourism to increase the National Income and the Egyptian Economy, and evaluate the role played by the University to share in the operation of the internal tourism promotion.

This study recommended to increase the financial allocations for the student trips presented by the Ministry of Youth and Sports and the Youth Houses Associations taking the consideration on the importance of the scientific research that approved by the faculty of tourism and hotel management to be practiced in the tourism field by the Ministry of Tourism and the Tourism Promotion Authority to develop the internal tourism, as well as to increase the support for tourism conferences by the ministry of tourism and tourism promotion authority.

Keywords: Domestic tourism - tourism promotion - university