

التسويق للإنمات السياحية الحديثة في مصر وأثره على الجذب السياحي بمحافظة الفيوم

معتز احمد محمد عبد الفتاح¹ سوزان بكرى حسن² اسلام السيد حسين²

¹الهيئة الإقليمية لتنشيط السياحة، محافظة الفيوم ²كلية السياحة والفنادق، جامعة الفيوم

المخلص

يعتبر التسويق السياحي عملية مستمرة وفعالة ومنتظمة في المجال السياحي لترويج المنتج السياحي بمناطقه الجاذبة بهدف بناء الصورة الذهنية الايجابية للبلد كمقصد سياحي ، وتعتبر السياحة من أهم الصناعات التي تقوم عليها العديد من الدول فهي مصدر للدخل القومي ولها أهميه كبيرة حيث أنها توفر فرص عمل وفرصه كبيرة لتبادل الثقافات، لذا يجب الاستفادة من علم التسويق بأساليبه المختلفة في تنشيط و تنمية السياحة. لذا تناولت هذه الدراسة التسويق للإنمات السياحية الحديثة في مصر واثره على الجذب السياحي بمحافظة الفيوم حيث تضم الفيوم العديد من الانمات السياحية الحديثة ومنها سياحه المهرجانات تلك السياحة التي بدأت في الأونه الأخيرة ومنها مهرجان تونس للخزف والحرف اليدوية ومهرجان تعامد الشمس على قدس الاقداس بمعبد قصر قارون وتقام على هامش هذه المهرجانات معارض للمنتجات البيئية التي تشتهر بها محافظة الفيوم مثل منتجات النخيل والخزف ومنتجات السجاد اليدوي، بالإضافة إلى سياحة مراقبه الطيور وسياحة التخيم التي تقام بمنطقة وادي الريان، بالإضافة الى امتلاك الفيوم العديد من المحميات الطبيعية مثل محميه وادي الريان ومحمية بحيرة قارون ومنطقه وادي الحيطان التي أعلنتها منظمة اليونسكو منطقة تراث طبيعي عالمي في عام 2005 . كل هذا جعل الفيوم تتميز بتعدد الأنمات السياحية الحديثة التي تعتبر هدف ومصدر جذب للعديد من السائحين، إلا انها لا تزال تفتقر إلى خطط التسويق الجيدة التي تضع الفيوم على الخريطة السياحية.

وهدفت الدراسة الى دراسة مفاهيم وأسس التسويق السياحي وأهميته للأنمات السياحية الحديثة وأكثر الأدوات الترويجية تأثيراً في تنشيط الحركة السياحية لها و كذلك حصر الأنمات السياحية الحديثة بمحافظة الفيوم و إيضاح وسائل الترويج لها ودور الجهات الحكومية للتسويق السياحي للمحافظة.

وقد تم توزيع 90 استمارة استبيان على المسؤولين عن النشاط السياحي والمحميات الطبيعية في الأجهزة الحكومية الرسمية في محافظة الفيوم وهي الهيئة الإقليمية لتنشيط السياحة بمحافظة الفيوم، الهيئة العامة للتنمية السياحية بالفيوم، منطقة اثار الفيوم، إدارة المحميات الطبيعية بالفيوم وايضا الخبراء والأكاديميين المتخصصين في المجال السياحي بمحافظة الفيوم. وكذلك المرشدين البيئيين والقائمين على انمات السياحة الحديثة و اصحاب الفنادق البيئية بقرية تونس. وبلغ معدل الاستجابة 67 استمارة صالحة للتحليل واعتمدت الدراسة على العينة الطبقية، وتم تحليل الاستمارات باستخدام برنامج التحليل الاحصائي SPSS

وأوضحت النتائج وجود عدة معوقات تؤثر سلبياً على تسويق وجذب السائحين المهتمين بالانماط السياحية الحديثة للمحافظة. ومنها عدم وجود وسائل مواصلات وبشكل منتظم لمقاصد الأنماط السياحية الحديثة وضعف دور الجهات المعنية بالسياحة في محافظة الفيوم في وضع خطة لتسويق الأنماط السياحية الحديثة بالمحافظة. كما أوضحت النتائج أيضاً ان التسويق الجيد للانماط السياحية الحديثة يؤثر تأثيراً إيجابياً على الجذب السياحي لمحافظة الفيوم كمقصد سياحي ومنها زيادة حجم الحركة السياحية الى محافظة الفيوم و تشجيع الاستثمار السياحي بمحافظة الفيوم.

الكلمات الدالة: التسويق السياحي، الانماط السياحية الحديثة، محافظة الفيوم، المزيج الترويجي، المعوقات، سائح الانماط الحديثة.

مقدمة

ان التطور الكبير والسريع الذي يحدث للعالم وخاصة في الآونة الاخيرة سواء كان تطور اقتصادي أو تكنولوجي وايضا لأن الأنماط السياحية المعتادة أو ما تسمى بالسياحة القديمة old tourism تعتمد على مقاصد سياحية معينة مما أدى إلى تدمير البيئة في تلك المناطق وذلك نظراً لتوجه الحشود العديدة من السائحين إلى هذه المناطق مما أثر سلباً عليها وهذا بدوره كان سبباً في ظهور ما يسمى بالسياحة الحديثة لما تتميز به من سمات منها المرونة والتجارب السياحية الواعدة على عكس السياحة القديمة، ومن أهم الأنماط السياحية الحديثة (سياحة مراقبة الطيور - سياحة السفارى - سياحة المعارض والمؤتمرات - سياحة المهرجانات - سياحة الصيد - سياحة الغوص - سياحة التخيم...الخ) وتستهدف هذه الأنماط السياحية سوق سياحي جديد من محبي الأنماط السياحية الحديثة (المنظمة العربية الادارية، 2007).

وتعتبر محافظة الفيوم احدى محافظات مصر التي تتمتع بالعديد من المقومات السياحية تلك المحافظة التي تقع في قلب مصر وهي ضمن إقليم شمال الصعيد الذي يضم ثلاث محافظات هي الفيوم، بني سويف، المنيا وتعتبر الفيوم من أهم المناطق السياحية في مصر حيث تتجمع فيها كل عناصر الجذب السياحي حيث تمتاز بجمال الطبيعة وجوها المعتدل وقد ظهرت فيها حضارات ما قبل التاريخ والتي تركت بصمتها الخالدة من خلال الآثار الفرعونية واليونانية والرومانية والقبطية والإسلامية، بالإضافة الى تنوع الانماط السياحية الحديثة بها. وعلى ذلك تعتبر الفيوم من المحافظات المؤهلة من حيث المقومات الطبيعية لجذب الانماط السياحية الحديثة والتسويق لها بالشكل المناسب مما يساهم في النهوض بالسياحة في المحافظة و زيادة حجم الحركة السياحية بها ووضع الفيوم على خريطة السياحة.

مشكلة الدراسة

تعتبر محافظة الفيوم محافظة ذات طابع سياحي فريد ومتميز حيث الجو المعتدل والجمال الريفي وتعدد المناطق السياحية والأثرية بها والتي تعود إلى مختلف العصور، كما تضم العديد من الأنماط السياحية

الحديثة والتي أصبحت محط أنظار السائحين في الآونة الأخيرة والتي يمكن أن تضع الفيوم على خريطة السياحة العالمية وبالرغم من هذا ومع تعدد هذه الأنماط كسياحة المهرجانات والسفاري ومراقبة الطيور والتزحلق على الرمال وغيرها إلا أنها لا تزال تفتقر إلى خطط التسويق الجيدة التي تضع الفيوم على الخريطة السياحية (وزارة السياحة، 2014).

أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى دراسة مفاهيم وأسس التسويق السياحي وأهميته للأنماط السياحية الحديثة وأكثر الأدوات الترويجية تأثيراً في تنشيط الحركة السياحية لها وحصر الأنماط السياحية الحديثة بمحافظة الفيوم وإيضاح وسائل الترويج لها والتعرف على خصائص ومواصفات سائح الانماط الحديثة بالمحافظة ودور الجهات الحكومية للتسويق السياحي للمحافظة.

أهمية الدراسة

تتمثل أهمية الدراسة في ان التسويق للأنماط السياحية الحديثة و التي تعتبر ملائمة لطبيعة محافظة الفيوم يؤدي الى زيادة الحركة السياحية والدخل السياحي الى المحافظة وتحسين مستوى الخدمات بالمحافظة وتشجيع الاستثمار السياحي بالمحافظة وفتح أسواق سياحية جديدة للمحافظة ، كما تكتسب الدراسة أهميتها نظرا لندرة الدراسات التي تناولت موضوع الأنماط السياحية الحديثة في محافظة الفيوم.

الاطار النظري

يلعب التسويق السياحي دوراً هاماً في اقتصاديات العديد من الدول حيث تتمتع بعض الدول بمقومات سياحية طبيعية تجعلها مناطق جذب للسائحين ، وزاد الاهتمام بالتسويق السياحي مع تزايد حدة المنافسة بين الدول لجذب أكبر عدد من السائحين إليها وأيضاً نظراً لتعدد الأنماط السياحية من سياحة ترفيهية وثقافية وعلاجية.... إلخ (الطائي، 2004).

التسويق السياحي

يعرف التسويق السياحي على انه "التنفيذ العلمي والمنسق لاستراتيجيات الأعمال السياحية من قبل منظمات الاعمال السياحية سواء كانت عامة أو خاصة على مستوي محلي أو إقليمي او عالمي بغرض تحقيق الاشباع لحاجات مجموعة المستهلكين المحددين وبما يحقق عائد ملائم لأصحاب الأعمال (سليمان، 2010). كما يعرف على انه" ما تمر به المؤسسات الرسمية وغير الرسمية والمشروعات السياحية من تطويع منظم ومنسق للسياسات على الصعيد المحلي والاقليمي والقومي والدولي لتحقيق أقصى درجة من اشباع رغبات مجموعات معينة من المستهلكين (السائحين) مع تحقيق ربح مناسب " (الزعيبي، 2013، ص، 112) ويهدف التسويق السياحي الي تحقيق العديد من الأهداف منها ما يتعلق

بالدولة السياحية أو السائح نفسه فالتسويق العلمى للمنتج السياحى يجب أن تمتد أهدافه وتأثيراته إلى جميع الأطراف المشتركة في صناعة السياحة.

المزيج التسويقي السياحي

ويقصد به "المتغيرات التي يمكن السيطرة عليها وتنظيمها والتحكم بها والتي تسعى الي تنسيقها أي منظمة من المنظمات لإشباع حاجات ورغبات السائحين" (السعيدى، 2008).

وتتمثل عناصر المزيج التسويقي السياحي في:

1- المنتج/ الخدمة: وتعني كافة الخدمات التي تقدم للسائح فى خلال فترة زمنية محددة وهى فترة زيارته للمقصد السياحى (Keyser, 2002)

ويتمثل المنتج او الخدمة السياحية في:

مقومات الجذب السياحي: وتعتبر هى الحافز الاول لزيارة واجهه معينة ويمكن تقسيمها الى :

مناطق طبيعية (الجبال، البحار والشواطئ، الطقس، الخ...)

مناطق مشيدة (المبانى والمزارات، بعض معالم التراث وبعض المعالم الدينية، المتاحف والمسارح.. الخ) ويمكن ان تتمثل مناطق الجذب في حدائق طبيعية عامة او استضافة المؤتمرات والمسابقات الرياضية او طريقة حياة الشعوب وثقافتهم (بكري، 2017).

المواصلات

وتشمل كل طرق الانتقال المختلفة سواء برية او جوية او بحرية من الدولة المصدرة للسياحة الى المقصد السياحى او داخل المقصد السياحى نفسه.

الخدمات المساعدة

وهى عناصر تدعم بقاء الزوار في المنطقة المزاره وتشمل البنية الاساسية مثل(المرافق، النقل العام، الطرق) واماكن الاستجمام ومراكز المعلومات واماكن الاقامة والمطاعم واماكن التسويق (بكرى، 2017).

2- السعر: ويقصد به"القيمة التي يدفعها المستهلك للحصول على المنتج او الخدمة" (Solomon, 2009)

3- منافذ التوزيع: ويقصد بها قنوات توزيع الخدمات، وتشمل قنوات توزيع الخدمة السياحية والزبون والوسيط و المنظمة الخدمية (السعيدى، 2008).

4- الترويج: يعتبر الترويج بمثابة عملية اتصال هامة بين البائع والمشتري وهو أحد عناصر المزيج التسويقي، ولذا فعلى رجل التسويق أن يحدد جيداً العملاء التي يرغب الوصول إليهم والمراد تحقيق

احتياجاتهم الفعلية والوسيلة الفعالة للوصول إليهم (عبد المحسن، 2005)، وللترويج وسائل متعددة والتي يمكن استخدامها في الترويج للأنماط السياحية الحديثة وهي (صالح، 2005):

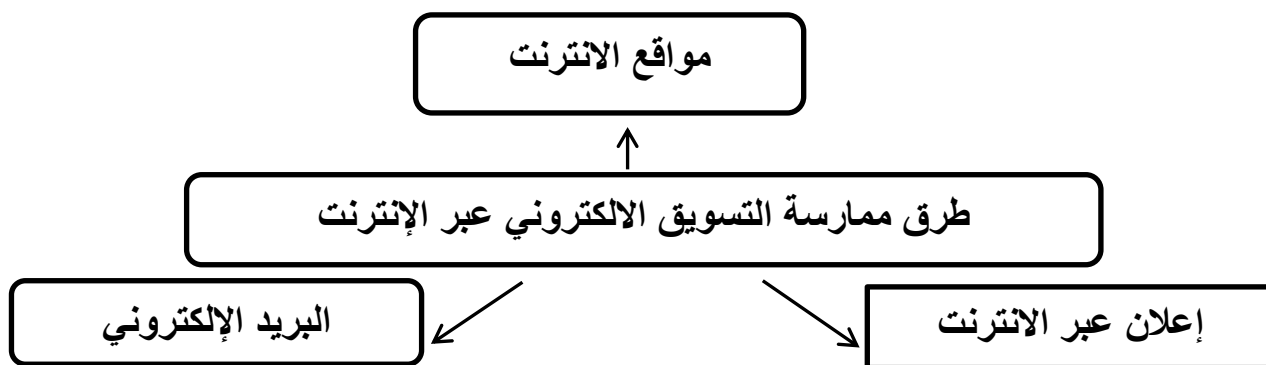
- 1- الاعلام
- 2- الاعلان
- 3- الدعاية
- 4- العلاقات العامة
- 5- البيع الشخصي
- 6- النشر
- 7- تنشيط المبيعات

التسويق والتطور التكنولوجي

في ظل التطور التكنولوجي وتطور وسائل الاتصال ساعد ذلك في تطور التسويق عن طريق استخدام وسائل تسويقية وترويجية تعتمد على التكنولوجيا الحديثة ويعرف بالتسويق الإلكتروني وهو استخدام إمكانيات الانترنت وشبكات الاتصال المختلفة والوسائط المتعددة في تحقيق الأهداف التسويقية مع ما يترتب على ذلك من مزايا جديدة و إمكانيات عديدة (موسي، 2012، ص:127).

أدوات التسويق الإلكتروني

تتعد أدوات وطرق ممارسة التسويق الإلكتروني عبر الانترنت كما هو موضح بالشكل رقم (1)
شكل رقم 1: طرق ممارسة التسويق الإلكتروني عبر الانترنت



المصدر: (محمد، 2010)

فمواقع الانترنت تكون رسمية وتشمل مواقع الكترونية خاصة بالمنظمة او الهيئة او مواقع تواصل اجتماعي ويتم توفير عليها جميع المعلومات عن المنتج او الخدمة وجميع المزايا والمعلومات الترويجية لها وأصبحت الشركات تعتمد على هذه المواقع بشكل كبير نظراً لحجم إنتشارها الواسع بين العملاء (عبد العليم، 2007)، كما تستطيع الشركة عمل اعلان لمنتجاتها او خدماتها عبر مواقع على الانترنت لامتلاكها اما البريد الإلكتروني فيمكن استخدامه لتوصيل المعلومات و الرسائل الترويجية عن المنتج او الخدمة الى العملاء، فيعتبر من احدث وسائل الاتصال و اسهلها و اقلها تكلفة (الانصاري، 2014).

الانماط السياحية الحديثة

وتعرف الانماط السياحية على انها" كافة الفعاليات والنشاطات التي تمارس لتقديم خدمات ذات طبيعة سياحية بصورة رئيسة بما يحقق الاشباع الفردي والجماعي للسائحين في مجال حاجاتهم ورغباتهم وتحقيق فوائد اقتصادية واجتماعية متبادلة للسائح والمنظمة والمجتمع" (سالم،2007).
أنواع الأنماط السياحية الحديثة ويمكن ان تقسم الانماط السياحية وفقا لمعايير مختلفة ويرى(يوسف،2001، سالم، 2007) انه يمكن تقسيمها على النحو التالي:

طبقا للدافع من السفر

- سياحة الاحداث (سياحة المهرجانات، سياحة المعارض، سياحة المؤتمرات)
- سياحة الاهتمامات الخاصة (سياحة تسلق الجبال، سياحة الغوص، سياحة مراقبة الطيور، سياحة الصيد، سياحة سفارى الطيران وركوب البالون، سياحة التزحلق على الجليد، سياحة الجولف، سياحة مشاهدة الاثار الغارقة، سياحة تذوق الطعام)
- انماط مرتبطة بالمقومات الطبيعية (السياحة الجيولوجية، السياحة الريفية، سياحة السفارى، سياحة التجوال، سياحة التزحلق على الرمال)
- سياحة التسوق

طبقا لطريقة التنظيم: (سياحة الحوافز - سياحة المعاقين)

طبقا لوسيلة الإقامة: (سياحة التخييم - سياحة المشاركة بالوقت)

وتتعدد بمصر الانماط السياحية الحديثة ومنها (سياحة تسلق الجبال - سياحة الغوص - سياحة مراقبة الطيور - سياحة الصيد - سياحة ركوب البالون - سياحة مشاهدة الاثار الغارقة - سياحة المهرجانات - سياحة المؤتمرات - سياحة السفارى - السياحة الجيولوجية - سياحة الحوافز - سياحة مشاركة الوقت).

مقومات الجذب السياحي بمحافظة الفيوم

تعتبر الفيوم من أهم المناطق السياحية فى مصر حيث تتجمع بعض عناصر الجذب السياحي حيث تمتاز بجمال طبيعه وجوها المعتدل طول العام، وقد ظهرت فيها حضارات ما قبل التاريخ والتي تركت بصمتها الخالدة من خلال الآثار الفرعونية واليونانية والرومانية والقبطية والإسلامية. ويفد الى محافظة الفيوم العديد من السائحين من مختلف الجنسيات كل عام كما هو موضح بالجدول التالي.

جدول 1: اعداد السائحين الوافدين الى المحافظة وحجم الاشغال الفندقى من عام 2011 حتى 2017

السنة	اجانب	عرب	مصريين	اجمالي	نزلاء
2011	6141	328	41933	48402	11172
2012	5740	907	37227	43874	15616
2013	5360	746	15116	21222	7533

13088	23444	18191	1121	4132	2014
9268	20331	15304	547	4480	2015
9567	20614	12052	1257	7305	2016
15482	21185	11658	1463	8064	2017

المصدر: (شرطة السياحة والآثار بمحافظة الفيوم لسنة

ويتضح من الجدول انخفاض اعداد السائحين في الخمس سنوات الماضية وقد يرجع ذلك الى عدم وجود جهود تسويقية فعالة تجعل الفيوم مقصد سياحي ينافس بشدة وخاصة بعد الثورة والاحداث السياسية والامنية التي ادت بدورها الى انخفاض الحركة السياحية فهذه الاعداد لا تتناسب مع المقومات السياحية بمحافظة الفيوم و تنوعها.

الطاقة الفندقية (الايوائية) بمحافظة الفيوم

جدول 2: الطاقة الفندقية بمحافظة الفيوم

الدرجة السياحية	اسم الفندق	الموقع
5 نجوم نجمتين 4 نجوم 3 نجوم 4 نجوم	هلنان أوبرج الفيوم بانوراما شكشوك القوات المسلحة الواحة بيوم	فنادق تقع على بحيرة قارون
فنادق تصنيف	لازيب & زاد المسافر & سوبك ظلال النخيل & كوم الدكة	فنادق توجد بقرية تونس
تحت التصنيف نجمتين	فندق كلية السياحة والفنادق & كوين فندق نادى المعلمين & بالاس بستروفس بنادي قارون & المنتزه الهنى - داي	فنادق توجد داخل مدينة الفيوم

المصدر (الهيئة الاقليمية لتنشيط السياحة، 2017)

ويتضح مما سبق ان الطاقة الايوائية بمحافظة الفيوم تتنوع من حيث الدرجة السياحية والموقع حيث يوجد فنادق على ضفاف بحيرة قارون وبالمناطق السياحية بالمحافظة وفنادق قرية تونس بالاضافة الى الفنادق الموجودة بداخل مدينة الفيوم وذلك لتتناسب مع كل الرغبات، وتختلف نسبة الاشغال الفندقية بمحافظة الفيوم من فترة لاحري خلال العام حيث تزداد نسبة الاشغال الفندقية بالمحافظة خلال فصل الشتاء (www.Fayoum.gov.eg, 2017).

منتجات الحرف اليدوية والبيئة بالفيوم

تشتهر الفيوم بتعدد الحرف والمنتجات اليدوية بها في مختلف القرى الموجودة بها كما موضح بجدول 3

جدول 3: منتجات الحرف اليدوية وأماكن تصنيعها

المنتج	مكان تصنيعه
الفخار	قرية النزلة
الخزف	قرية تونس
منتجات النخيل والأرابيسك	العجيمين
التريكو	الشواشنة
منتجات النخيل (سلال وبرانيط وحبال)	قرية الإعلام وجرفس
السجاد من الحرير والجوبلان والصوف	قرية دسيا و الفيديمين
الصابون الحيوى	قرية قوتة
شباك الصيد	قرية شكشوك

المصدر: (الهيئة الاقليمية لتنشيط السياحة، 2017)

ويتضح من الجدول الاتى انه تتعدد بالفيوم منتجات الحرف اليدوية من السجاد الحرير والصوف والجوبلان ومنتجات الخزف والفخار و منتجات النخيل وشباك الصيد والصابون الحيوى وتتواجد اماكن هذه الحرف بمختلف قرى الفيوم وتعتبر هذه الحرف عامل هام فى تنشيط السياحة بمحافظة الفيوم اذا ما تم التسويق لها بشكل سليم ومكثف فقيمة المنتج اليدوي معروفة على مستوى العالم ونجاح وشهرة الحرفة اليدوية تجذب لها السائحين وقد بدأت قرية تونس مؤخرًا الاعتماد على المنتج اليدوي (الخزف) فى الترويج سياحيا للقرية بجانب الاعتماد على جمال القرية والمناظر الخلابة الموجودة بها حيث يتم اقامة مهرجان تونس للخزف والحرف اليدوية بالقرية سنويا ويستمر لمدة ثلاث ايام ويجذب اعداد كبيرة من السائحين.

الانماط السياحية الحديثة بمحافظة الفيوم

يمكن مزاولة الانماط السياحية الحديثة بمحافظة الفيوم بأماكنها المختلفة وتحتاج هذه الانماط الى جهود تسويقية فعالة حتى يمكن تحقيق اقصى استفادة منها في جذب الحركة السياحية لمحافظة الفيوم و يمكن تقسيم هذه الانماط على النحو التالي : طبقا للدافع من السفر كالانماط المرتبطة بالاهتمامات الخاصة (سياحة مراقبة الطيور) والانماط المرتبطة بـ (سياحة الأحداث مثل (سياحة المهرجانات ، سياحة المعارض، سياحة المؤتمرات) والانماط المتعلقة بالمقامات الطبيعية مثل (سياحة السفاري، سياحة الترحلق على الرمال، السياحة الريفية، السياحة الجيولوجية) او طبقا لوسيلة الإقامة مثل (سياحة التخيم)

بالنسبة للانماط طبقا للدافع من السفر

اولا: انماط مرتبطة بالاهتمامات الخاصة (سياحة الاهتمامات الخاصة)

1- سياحة مراقبة الطيور

تعتبر محافظة الفيوم من أهم المقاصد السياحية في مصر لسياحة مشاهدة الطيور والتي تعتبر من أهم أنماط السياحة البيئية، و يبلغ عدد فصائل الطيور المهاجرة حوالي 88 فصيلة أو نوع هربا من برد الشتاء القارص في اوريا. وتتركز اماكن مشاهدة الطيور في شمال بحيرة قارون و قرية تونس ووادي الريان ومن اشهر الطيور التي يأتي اليها العديد من المهتمين بهذا النمط (الفلامنجو- النورس- ابو معلق- البشونات بانواعه- البط بانواعه- ابو منجل وغيرها). ويصل اعداد السائحين المهتمين بمراقبة الطيور في الفيوم الى حوالي 70 فردا شهريا بحوالي 1000 فرد سنويا. (منصور، 2017).

ثانيا: انماط مرتبطة بالاحداث (سياحة الاحداث)

سياحة المهرجانات سياحة المعارض سياحة المؤتمرات

1- سياحة المهرجانات

يقام بمحافظة الفيوم العديد من المهرجانات ويرى الباحث أن يمكن تقسيمها على النحو التالي:

جدول 4: سياحة المهرجانات بمحافظة الفيوم

مهرجان تعامد الشمس على قدس الاقداس بمعبد قصر قارون	المهرجانات الثقافية
مهرجان قرية تونس للخزف والحرف اليدوية - مهرجان الفخار بقرية النزلة .	المهرجانات الترفيهية
مهرجان روح - المهرجان الدولي لموسيقى الشعوب - مهرجان اشطورة	المهرجانات الفنية
مهرجان سباق الفراعنة الدولي - مهرجان الشراع - مهرجان راش مهرجان الخيول العربية بقرية دمو - مهرجان الباراموتور للرياضات الجوية	المهرجانات الرياضية
احتفالية عيد الفيوم القومي	أحداث قومية
احتفالية يوم السياحة العالمي	أحداث سياحية

المصدر: (الهيئة الاقليمية لتنشيط السياحة، 2017)

ومن اشهر المهرجانات المقامة بالفيوم

1- مهرجان تعامد الشمس على قدس الاقداس بمعبد قصر قارون

تحتفل محافظة الفيوم في صباح يوم 21 ديسمبر بظاهرة فلكية ومعمارية وفريدة وهي ظاهرة تعامد الشمس على قدس الاقداس بمعبد قصر قارون الذي يرجع للحقبة اليونانية الرومانية ويتم تنظيم هذا المهرجان سنويا إحتفالاً بهذه الظاهرة بشكل خاص وترويجاً للسياحة بمحافظة الفيوم بشكل عام ويقام المهرجان تحت رعاية وزارة السياحة والهيئة الاقليمية لتنشيط السياحة بمحافظة الفيوم ووزارة الدولة لشئون الأثار ووزارة الشباب والرياضة بالتعاون مع قصر ثقافة الفيوم حيث يقدم عروض المزمارة البلدي والفلكلور الشعبي وعرض الخيول ويتم الترويج للحدث عن طريق مخاطبة الوزراء والمحافظين وأعضاء مجلس النواب ورجال الأعمال والعديد من الشخصيات العامة وكبار المهتمين بالسياحة

والجامعات الحكومية والخاصة والسفارات الأجنبية والعربية والإعلاميين والقنوات الفضائية والصحفيين (الهيئة الإقليمية لتنشيط السياحة بمحافظة الفيوم، 2017).

2- مهرجان قرية تونس للخزف والحرف اليدوية

تحتفل محافظة الفيوم في نهاية كل عام بمهرجان الخزف والحرف اليدوية بقرية تونس نظراً لمرور أكثر من 45 سنة على نجاح هذه الحرفة بقرية تونس. ويعتبر هذا الاحتفال حفاظاً ورواجاً لهذه الحرفة المتميزة بشكل خاص وترويجاً لقرية تونس الخلابة والسياحة بمحافظة الفيوم بشكل عام ويستمر المهرجان لمدة ثلاث أيام ويحضره العديد من الزائرين المصريين والأجانب حيث تصل نسبة الإشغال الفندقية بالقرية الى 100% خلال فترة المهرجان وبدأ الاحتفال بالمهرجان منذ عام 2011 وينظم هذا المهرجان تحت رعاية وزارة السياحة ومحافظة الفيوم وبنك الاسكندرية ويكون الاحتفال مصحوباً بالفقرات الترفيهية والعروض والأغاني التي تجوب القرية بأكملها وتشارك الهيئة الإقليمية لتنشيط السياحة بمحافظة الفيوم بإقامة معرض لمختلف الحرف اليدوية التي تشتهر بها المحافظة بالإضافة الي توفير المطبوعات والكتيبات عن المعالم السياحية والأثرية المتنوعة بمحافظة الفيوم لكل حضور المهرجان.

ويتم الترويج للحدث عن طريق مخاطبة السفارات العربية والأجنبية والمراكز الثقافية الأجنبية والأندية والصحفيين والإعلاميين والقنوات الفضائية. ويتم تغطية الحدث من قبل العديد من مراسلي القنوات التلفزيونية والصحفيين (الهيئة الإقليمية لتنشيط السياحة بمحافظة الفيوم، 2017).

2- سياحة المعارض

تتميز الفيوم بتعدد الحرف اليدوية والبيئية بها مما جعلها تشارك في العديد من المعارض بالأندية الكبرى وعلى هامش بعض المهرجانات المقامة بالقاهرة مثل مهرجان عيد الربيع الصيفي لجزيرة المعادي ومهرجان الطبول في القلعة ومهرجان من فات قديمة تاه ببيت السنارى ويتم إقامة هذه المعارض من خلال الهيئة الإقليمية لتنشيط السياحة بمحافظة الفيوم حيث يتم التواصل مع اصحاب الحرف المختلفة لعرض منتجاتهم في المعارض المختلفة للترويج لها بشكل خاص حيث يتم تقديم مطويات وكتيبات سياحية عن محافظة الفيوم لرواد المعارض، كما يتم إقامة معارض لمنتجات الحرف اليدوية على هامش جميع المهرجانات والاحتفاليات المقامة بالمحافظة كمهرجان تونس للخزف والحرف اليدوية و مهرجان تعامد الشمس... الخ ، كما تشارك الفيوم في العديد من المعارض ومن أهمها معرض بورصة برلين السياحي ITB.

3- سياحة المؤتمرات

تتركز سياحة المؤتمرات بالفيوم في الفترة من شهر نوفمبر حتى شهر ابريل بمعدل ثلاث مؤتمرات في الشهر و باقى الشهور فيكون بمعدل مؤتمر في الشهر وتنظم اغلب المؤتمرات بفندق هلنان اوبرج الفيوم وتستمر المؤتمرات بحد اقصى ثلاث ايام (مدير فندق هلنان،2017).

ثالثا: الأنماط المرتبطة بالمقومات الطبيعية

تعتبر هذه الانماط شكل من أشكال السياحة الحديثة والتي تختلف عن باقي الأنماط السياحية الأخرى من حيث الأنشطة الممارسة مثل الترحلق على الرمال والسفاري وغيرها (على،2006).

1) سياحة السفاري

يزدهر هذا النمط في الفيوم في الفترة من شهر أكتوبر حتى شهر مايو من العام و أغلب رحلات السفاري تبدأ من قرية تونس متجه الي شمال بحيرة قارون أو وادي الريان ووادي الحيطان و الماجيك لايك وقصور العرب والتي تشمل (وادي البطيخ والكهف ومنطقة الغرود)(عبود،2017)

2) سياحة الترحلق على الرمال

تزدهر أكثر في فصل الشتاء وترتبط بشكل كبير بسياحة السفاري حيث يقوم سائح السفاري بعد الانتهاء من رحلة السفاري باستئجار الألواح الخشبية وممارسة الترحلق على الرمال، ويمارس هذا النشاط في منطقة وادي الريان والماجيك لايك وقصور العرب ويقوم القائمين على هذا النشاط بالتسويق له من خلال العلاقات الشخصية وبث الصورة الذهنية لتلك السياحة عند السائح لينقلها الى أقاربه وأصدقائه(عبود،2017).

3) السياحة الريفية بمحافظة الفيوم

و تتمثل في حدائق عين السيلين و سواقي الهدير و قرية تونس.

4) السياحة الجيولوجية (المحميات)

تتمثل السياحة الجيولوجية بالمحافظة في المحميات الطبيعية التي تشتهر بها المحافظة (محمية قارون- محمية وادي الريان) ويتجاوز عدد زوار المحميات الـ 2 مليون زائر سنويا ويوجد بالمحميات باحثى شئون بيئية مسئولين عن الادارة ومقابلة الزوار وشرح أهداف و أنشطة المحمية لهم.(هيئة ,2017)

تتمثل المحميات الطبيعية في الفيوم في:

محمية قارون:- تعتبر محمية بحيرة قارون محمية أراضي رطبة وتبلغ مساحتها 1385كم² وتعتبر من اقدم البحيرات الطبيعية في العالم وهي الباقية من بحيرة موريس القديمة، وأعلنت محمية قارون كمحمية اراضي رطبة عام 1989م. ويتميز الساحل الجنوبي للبحيرة بيئته الزراعية والانشطة السياحية

وصيد الأسماك مثل سمك البلطي والبوري والدينيس كما توجد بعض النباتات المتنوعة التي تتوافد عليها الطيور المهاجرة من أوروبا الي أفريقيا بحثاً عن الدفئ ويوجد بالساحل الشمالي للبحيرة جزيرة القرن التي تقع في منتصف البحيرة والتي يتجمع بها ملايين عن 20 ألف طائر من طيور النورس سنوياً (دردير، 2009).

محمية وادي الريان:- يعتبر وادي الريان منخفض من الحجر الجيري الإيسوني حيث ينخفض عن مستوي سطح البحر بحوالي 42 متر، وتعد مساحتها الاجمالية بنحو 1759 كم² وتم إعلان منطقة وادي الريان محمية طبيعية عام 1989 بهدف حماية الموارد الجيولوجية الفريدة بالمنطقة ، ويوجد بمحمية وادي الريان العديد من الحيوانات البرية من اهمها ثعلب الرمال والثعلب الأحمر والغزال المصرى وحوالى 16 نوعاً من الطيور المقيمة والمهاجرة ومن أهمها صقر شاهين والصقر الحر، وتتعدد في المنطقة الأنشطة السياحية مثل صيد الأسماك ومراقبة الطيور والتخييم والتزحلق على الرمال. (محفوظ، 2002).

منطقة وادي الحيتان: يعتبر وادي الحيتان متحف مفتوح فريد من نوعه يقع في الطرف الشمالي الغربي لوادى الريان ويضم أكثر من 400 هيكل عظمى لحيوان البازيلوسور، وتعود هياكل الحيتان الموجودة بالمنطقة لأكثر من 40 مليون سنة حيث كانت تغطي المنطقة بمياة البحر التيسى (إسماعيل، 2007) وتم إعلان محمية وادي الحيتان محمية تراث طبيعي عالمي عام 2005 من قبل منظمة اليونسكو (Gingeritch, 2007).

طبقاً لوسيلة الإقامة

1) سياحة التخييم

تزدهر أيضاً في فصل الشتاء وذلك لصعوبة الحرارة في فصل الصيف ويتم التخييم أما في منطقة قصور العرب حيث يوجد كامب ثابت أو من خلال كامبات متحركة في مناطق مختلفة ومنها منطقة (قصور العرب - شمال البحيرة - وادي الحيتان - بجوار الماجيك لايك - إلخ).

دور الجهات الحكومية في التسويق السياحي بمحافظة الفيوم

تساهم العديد من المؤسسات في التسويق للمقصد السياحي وقد تكون هذه المؤسسات حكومية مثل الهيئة الاقليمية لتنشيط السياحة والهيئة العامة للتنمية السياحية بمحافظة الفيوم و ادارة المحميات بمحافظة الفيوم و منطقة اثار الفيوم، وقد تكون مؤسسات غير حكومية مثل شركات السياحة والمرشدين المحليين القائمين علي السياحة بمحافظة الفيوم وتركز الدراسة على الهيئات الرسمية بمحافظة الفيوم في التسويق بشكل مباشر او غير مباشر ومنها:

أولاً: الهيئة الإقليمية لتنشيط السياحة بمحافظة الفيوم⁽¹⁾

يمكن تحديد أهداف الهيئة واختصاصتها فيما يلي

- 1- دراسة اقليم المحافظة من الناحية الطبيعية بقصد استغلاله سياحياً واجتذاب السائحين اليه.
- 2- وضع تقييم شامل عن الاقليم من الناحيتين التاريخية والجغرافية ليكون اداة لتنشيط السياحة.
- 3- رفع المستوي الفني والوعي السياحي العام بالاقليم.
- 4- تنشيط السياحة والاثار وغيرها باستخدام وسائل الدعاية والترويج المختلفة سواء بالنشرات او الاذاعات او البرامج التليفزيونية وغيرها من وسائل الاعلام المختلفة.
- 5- اقامة المهرجانات والمشاركة في الاحتفاليات والمعارض التي من شأنها الترويج للسياحة.
- 6- مراسلة السفارات المؤسسات الحكومية والنقابات والبنوك... الخ وشركات السياحة الكبرى ووكالات السفر للتسويق والترويج للمحافظة سياحياً.
- 7- لقاء الضوء علي الفيوم ومقاومتها السياحية والاثرية في مقالات بالصحف المصرية والمجلات المتخصصة والبرامج التليفزيونية.
- 8- تجميع كافة الاحصائيات والمعلومات والبيانات السياحية وتحليلها وعمل دراسة لها لتنمية عناصر الجذب السياحي فيها.
- 9- اقامة حملات توعية سياحية عن الفيوم بمختلف المدارس بالمحافظة وخاصة القري المختلفة
- 10- متابعة كافة المرافق واتخاذ اللازم نحو حل المشاكل والمعوقات التي تواجه العمل السياحي في الفيوم.
- 11 - التسويق السياحي للفيوم من خلال الموقع الالكتروني للسياحة بالمحافظة الذي يضم كافة المعلومات السياحية عن الفيوم
- 12- اعداد وطبع المطويات والكتيبات السياحية التي تضم كافة المعلومات السياحية عن الفيوم بمختلف اللغات

ثانياً: الهيئة العامة للتنمية السياحية بمحافظة الفيوم⁽²⁾

- 1- متابعة اجراءات تراخيص وتنفيذ المشروعات السياحية في ضوء خطة التسويق السياحي بالمحافظة بداية من تقديم الطلب حتى الحصول على الموافقة النهائية.
- 2- متابعة أعمال التطوير في القطاع السياحي وخاصة المتعلقة بالدعم المقدم من وزارة السياحة لتنمية وتطوير قطاع السياحة في الفيوم واعداد تقارير وارسالها لوزارة السياحة بالاعمال التي تم انجازها وما تحتاج اليه المحافظة من مشروعات تخدم الحركة السياحية الفيوم.

⁽¹⁾ وفقاً لقرار رئيس الجمهورية رقم 691 لسنة 1957 والمعدل برقم 191 لسنة 1959 بشأن انشاء الهيئات الإقليمية لتنشيط السياحة.
⁽²⁾ وفقاً لقرار رئيس جمهورية مصر العربية رقم 374 لسنة 1991

- 3- ادارة واستغلال والتصرف فى الاراضى التى تخصص لاغراض اقامة المناطق السياحية فى المحافظة كمنطقة شمال البحيرة .
- 4- وضع خطط تنمية للمناطق السياحية بمحافظة الفيوم والاشراف على تنفيذها لجذب اقصى عدد من السائحين للمحافظة.
- 5- تنفيذ مشروعات البنية الاساسية بالمناطق السياحية واهمها طريق شمال البحيرة مما له اثر ايجابى مستقبلا على المحافظة حيث يربط المحافظة بعدة محافظات اخري مما يشجع حركة السياحة الداخلية بالفيوم.

ثالثا: ادارة المحميات بمحافظة الفيوم⁽¹⁾

- 1- تشجيع الاستثمار السياحى البيئى بالشكل الذى يحقق السياحة المستدامة ويحد من التأثير السلبى على مكوناتها والتكوينات الجيولوجية بها. مما يساهم فى التسويق للنامط السياحية الحديثة.
- 2- الرقابة على المحمية والحفاظ عليها وعدم الاضرار أو المساس بطبيعة المكان لجذب اكبر عدد من السائحين البيئيين وتنمية السياحة البيئية.
- 3- الحفاظ على الموارد الطبيعية والثقافية والتنوع الجيولوجى بها وعدم التعدى على المناظر الطبيعية والنباتات النادرة والطيور والالتزام التام بمناطق محددة لممارسة أي نشاط فيها.
- 4- الحفاظ على الحيوانات البرية المهددة بالانقراض وعدم الاضرار بالنباتات والتكوينات الجيولوجية.
- 5- التنسيق مع الهيئة الاقليمية لتنشيط السياحة والجهات المعنية الاخرى للحصول على التصاريح اللازمة الخاصة بالمبيت والتخييم أو الإقامة طبقاً للاشتراطات الموضوعه من وزارة البيئة ومحاولة تسهيل الاجراءات لجذب اكبر عدد ممكن من السياحة .
- 6- حصر أعداد السائحين بصفة مستمرة وارسالها الى هيئة تنشيط السياحة لوضعها فى الاعتبار وتحديد السوق المستهدف.
- 7- الترويج الاعلامى للمحمية عن طريق تسهيل مهمة البرامج والأعمال التليفزيونية والتصوير فى تلك المناطق لعمل ترويج وتنشيط للمحافظة سياحيا .
- 8- جعل المحميات مركز سياحى جذاب يدعم السياحة ويؤدى الى جذب اكبر عدد ممكن من المهتمين بأنمط السياحة البيئية ومنها السفارى والتخييم ومشاهدة الطيور والحيوانات والنباتات النادرة.

رابعا: منطقة اثار الفيوم⁽²⁾

- 1- استثمار موارد تمويل الاثار والمتاحف فى النهوض بمشروعات أثرية لها تأثير ايجابى على حركة السياحة بالمحافظة.

1 وفقا (لقانون رقم 102 لسنة 1983 بشأن المحميات الطبيعية)
2)وفقا (لقانون حماية الاثار رقم 117 لسنة 1983)

- 2- إصدار التوجيهات والقرارات اللازمة لحفظ وحماية الأثار من مختلف العصور والبحث والتقيب عنها وتشجيع البحوث واستقبال البعثات الاثرية واقامة المتاحف الاثرية وتنظيمها وادارتها بالشكل الذى يخدم حركة السياحة فى الفيوم وجذب اكبر عدد ممكن من السائحين.
 - 3- يتم التنسيق بينها وبين الهيئة الاقليمية لتنشيط السياحة والجهات المعنية للمشاركة أثناء الاحتفاليات و المهرجانات كمهرجان تعامد الشمس على قصر قارون وفتح المناطق والمزارات الأثرية لتصويرها وعمل الدعايا اللازمة عن تلك المناطق لزيادة الحركة السياحية بها. والتسويق لها
 - 4- القيام بتصوير افلام وثائقية وتاريخية عن الفيوم توضع ضمن خطة التسويق للمحافظة سياحيا.
 - 5- ارسال احصائية شهرية للهيئة الاقليمية لتنشيط السياحة عن عدد الزائرين بالمناطق الأثرية وجنسياتهم لوضعها في الاعتبار عند الترويج والتنشيط للمحافظة وتحديد السوق المستهدف.
- اما بالنسبة للجهات الغير حكومية كشركات السياحة والمرشدين المحليين القائمين علي السياحة في الفيوم يقومون بعمل ترويج وتنشيط للمحافظة سياحيا عن طريق العلاقات الشخصية والمواقع الالكترونية وبرامج الرحلات... الخ.

منهجية الدراسة

أعتمدت الدراسة على المنهج الكمي فى جمع البيانات من خلال إستمارات إستبيان تم تصميمها بعد تحديد نوع وكمية البيانات المطلوبة من خلال مشكلة الدراسة والأهداف والفروض باستخدام نظام (Likert Scale) حيث كان رقم 5 تعنى موافق بشدة، 4 موافق، 3 محايد، 2 غير موافق، 1 غير موافق بشدة وقد روعي فيها القواعد التى يلزم إتباعها عند تصميم إستمارات الإستبيان وصياغتها، ووفقاً لأهداف الدراسة تكونت إستمارة الإستبيان من عدة أجزاء هي:

الجزء الأول: يحتوي على أسئلة خاصة بالتعرف على مقومات الانماط السياحية بالفيوم والمعوقات التى تقابلها واثر التسويق لها على المحافظة.

الجزء الثاني: يحتوي على عدد من الأسئلة التى تهدف إلى التعرف على اكثر الوسائل الترويجية فاعلية فى الترويج للانماط السياحية الحديثة فى محافظة الفيوم والتعرف على خصائص وسمات سائح الانماط السياحية الحديثة فى المحافظة.

تم إستخدام أسلوب العينة الطبقية، وقد تم تحديد حجم العينة والتى بلغت 90 استمارة تم توزيعهم على المسؤولين عن النشاط السياحى فى الاجهزة الحكومية الرسمية فى محافظة الفيوم ومنهم الهيئة الاقليمية لتنشيط السياحة والهيئة العامة للتنمية السياحية و منطقة اثار الفيوم وادارة المحميات الطبيعية بالفيوم وبعض الخبراء والاكاديميين المتخصصين فى المجال السياحى وايضا المرشدين البيئيين والقائمين على الانماط السياحية الحديثة و بعض اصحاب الفنادق بالمحافظة، وتم توزيع الإستمارات وبلغ معدل الإستجابة 67 إستمارة صالحه للتحليل بنسبة 74.5 %.

ويرجع سبب إختيار مجتمع الدراسة الي التخصص ,الخبرة في المجال السياحي, الخبرة في الوظيفة.

مناقشة النتائج

التحليل الوصفي للنتائج

من خلال تحليل النتائج الخاصة باستمارة الاستبيان اتضح الاتي:

فيما يخص مواجهة الانماط السياحية الحديثة بمحافظة الفيوم لعدة معوقات جاءت اجابات المبحوثين كالآتي:

جدول 1: اراء المبحوثين على المعوقات التي تواجه الانماط السياحية الحديثة بالفيوم

الاتجاه	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	التكرار					العنصر
			موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	
								1- المعوقات التي تؤثر سلبا على الانماط السياحية في الفيوم
موافق	0.994	3.84	18	29	12	7	1	(ا) عدم وجود وسائل مواصلات وبشكل منتظم لمقاصد الأنماط السياحية الحديثة
موافق	1.042	3.72	12	38	6	8	3	(ب) عدم وجود شبكة اتصالات جيدة بمقاصد الأنماط السياحية الحديثة وخاصة البعيدة بمحافظة الفيوم
موافق	1.0117	3.58	13	29	13	8	4	(ج) ضعف دور الجهات المعنية بالسياحة في محافظة الفيوم في وضع خطة لتسويق الأنماط السياحية الحديثة بالمحافظة
محايد	1.214	3.16	9	22	13	17	6	(د) عدم وجود موارد بشرية وكفاءات لتسويق الأنماط السياحية الحديثة بمحافظة الفيوم
موافق	1.126	3.72	16	31	9	7	4	(هـ) عدم وجود دعم مادي كافي من قبل الجهات المعنية بالسياحة لتسويق الأنماط السياحية الحديثة
محايد	1.360	3.33	12	23	15	9	8	(و) قلة الوعي لدى أهل محافظة الفيوم بأهمية الأنماط السياحية الحديثة في زيادة حركة السياحة بالمحافظة

ويتضح من الجدول السابق ان 26.9% من المبحوثين يوافقون بشدة، في مقابل 43.3% يوافقون على عدم وجود وسائل مواصلات وبشكل منتظم لمقاصد الأنماط السياحية. وبالنظر لقيمة الوسط الحسابي

يتضح أنها 3.84 وتشير الى موافقة المبحوثين على عدم وجود وسائل مواصلات وبشكل منتظم لمقاصد الأنماط السياحية الحديثة ، كما تشير قيمة الانحراف المعياري الى اعتدالية البيانات. وكذلك 17.9% من المبحوثين يوافقون بشدة، في مقابل 56.7% يوافقون على عدم وجود شبكة اتصالات جيدة بمقاصد الأنماط السياحية الحديثة وبالنظر لقيمة الوسط الحسابي يتضح أنها 3.72 وتشير الى موافقة المبحوثين على عدم وجود شبكة اتصالات جيدة بمقاصد الأنماط السياحية الحديثة وخاصة البعيدة بمحافظة الفيوم ، كما تشير قيمة الانحراف المعياري الى اعتدالية البيانات. ويرى الباحث برغم تعدد الأنماط السياحية الحديثة بمحافظة الفيوم إلا أن مقاصد ممارسة تلك الأنماط تقع بعيدة عن مدينة الفيوم حيث يوجد معظمها عند منطقة وادي الريان ووادي الحيتان وقرية تونس والتي تبعد عن مدينة الفيوم مما يسبب صعوبة كبيرة أمام السائح الذي لا يمتلك سيارة أو وسيلة مواصلات خاصة به حيث لا توجد وسيلة مواصلات دورية لتلك المناطق ما يجبر السائح على استئجار وسيلة نقل باهظة الثمن للوصول لتلك المقاصد وذلك بدوره يؤثر سلباً على حجم الاقبال السياحي لتلك المناطق.

ايضا نلاحظ ان 19.4% من المبحوثين يوافقون بشدة، في مقابل 43.3% يوافقون على ضعف دور الجهات المعنية بالسياحة في محافظة الفيوم في وضع خطة لتسويق الأنماط السياحية الحديثة بالمحافظة، وبالنظر لقيمة الوسط الحسابي يتضح أنها 3.58 وتشير الى موافقة المبحوثين على ضعف دور الجهات المعنية بالسياحة في محافظة الفيوم في وضع خطة لتسويق الأنماط السياحية الحديثة بالمحافظة ، كما تشير قيمة الانحراف المعياري الى اعتدالية البيانات.

ويرى الباحث ان ضعف الخطة التسويقية للأنماط السياحية الحديثة في الفيوم يرجع ذلك الى تعارض تلك الجهات مع بعضها في بعض الأحيان فتقوم بعض الجهات لسياحة بالترويج للتخييم مثلاً وعندما تأتي الأفواج السياحية ترفض بعض الجهات اعطائهم تصاريح للمبيت وتفرض عليهم العديد من الصعوبات مما يكون له انطباع سلبي لدى السائح عن السياحة بالمحافظة.

بالاضافة الى 13.4% من المبحوثين يوافقون بشدة، في مقابل 32.8% يوافقون على عدم وجود موارد بشرية وكفاءات لتسويق الأنماط السياحية الحديثة بمحافظة الفيوم وبالنظر لقيمة الوسط الحسابي يتضح أنها 3.16 وتشير الى محايدة المبحوثين على عدم وجود موارد بشرية وكفاءات لتسويق الأنماط السياحية الحديثة بمحافظة الفيوم ، كما تشير قيمة الانحراف المعياري الى اعتدالية البيانات.

ويرى الباحث التسويق للأنماط السياحية الحديثة بمحافظة الفيوم يعتمد كغيره من الأنماط السياحية الأخرى على كفاءة الموارد البشرية العاملة في المجال السياحي وتنمية مهاراته ومواكبة طرق التسويق الحديثة ومع ذلك يوجد قصور في اعداد وتدريب العاملين في المجال السياحي بالمحافظة ورفع كفاءتهم

بشكل دوري ومستمر وأيضاً الافتقار لوجود خطة منتظمة لتدريب الموارد البشرية في المجال السياحي بالمحافظة على اساليب التسويق السياحي و التسويق الالكتروني للأنماط السياحية الحديثة بالمحافظة. واطهرت النتائج ايضا ان 23.9% من المبحوثين يوافقون بشدة، في مقابل 46.3% يوافقون على عدم وجود دعم مادي كافي من قبل الجهات المعنية بالسياحة لتسويق الأنماط السياحية الحديثة وبالنظر لقيمة الوسط الحسابي يتضح أنها 3.72 وتشير الى موافقة المبحوثين على عدم وجود دعم مادي كافي من قبل الجهات المعنية بالسياحة في محافظة الفيوم لتسويق تلك الانماط بالمحافظة ، كما تشير قيمة الانحراف المعياري الى اعتدالية البيانات، ويرى الباحث ان وزارة السياحة تقوم بتقديم دعم مادي على هيئة اعانات لتنمية السياحة بوجهه عام والأنماط السياحية الحديثة بشكل خاص وفي معظم الأحيان يكون الدعم غير كاف للتسويق لتلك الأنماط بشكل مستمر وتوفير وتطوير الخدمات والمرافق الموجودة بمقاصد تلك المنطقة، كما تقوم بعض الجهات كعائق لتنمية وتطوير تلك المقاصد.

واخيرا نلاحظ ان 17.9% من المبحوثين يوافقون بشدة، في مقابل 34.3% يوافقون على قلة الوعي لدى أهل محافظة الفيوم بأهمية الأنماط السياحية الحديثة في زيادة حركة السياحة بالمحافظة . وبالنظر لقيمة الوسط الحسابي يتضح أنها 3.33 وتشير الى محايدة المبحوثين على قلة الوعي لدى أهل محافظة الفيوم بأهمية الأنماط السياحية الحديثة في زيادة حركة السياحة بالمحافظة ، كما تشير قيمة الانحراف المعياري الى اعتدالية البيانات.

ويرى الباحث ان محافظة الفيوم تضم بعض المناطق والتي في معظم الأحيان يكون أهلها ليسوا على دراية كافية بمدى تعدد الأنماط السياحية الحديثة بمحافظة الفيوم والتي تعتبر رغبة العديد من السائحين في الوقت الحالي، فالعديد من أهالي محافظة الفيوم لا يعرفون الا الأنماط السياحية التقليدية بمحافظة الفيوم مثل زيارة المناطق الأثرية.

وفيما يخص نتائج التسويق للأنماط السياحية الحديثة بمحافظة الفيوم جاءت اجابات المبحوثين كالآتي:

جدول 5: اراء المبحوثين على التأثير الايجابي لتسويق الانماط السياحية الحديثة على محافظة الفيوم

الاتجاه	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	التكرار					العنصر
			موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	
			15	23	15	10	4	2) التأثير الايجابي للتسويق الجيد للأنماط السياحية الحديثة على الجذب السياحي لمحافظة الفيوم كمقصد سياحي
موافق	1.172	3.52	15	23	15	10	4	ا) زيادة حجم الحركة السياحية الى محافظة الفيوم
محايد	1.122	3.21	9	21	14	21	2	ب) تشجيع الاستثمار السياحي بمحافظة الفيوم

محاييد	1.072	3.39	10	24	17	14	2	ج) جذب أسواق سياحية جديدة لمحافظة الفيوم ووضعها على الخريطة السياحية
موافق	1.105	3.54	17	16	21	12	1	د) الاهتمام بتنمية مقاصد الأنماط السياحية بالمحافظة وتحسين مستوى الخدمات الموجودة بها

وبالنظر الى النتائج الموضحة بالجدول والخاصة بالتاثير الايجابي للتسويق الجيد للأنماط السياحية الحديثة على الجذب السياحي لمحافظة الفيوم كمقصد سياحي يتضح ان 22.4% من المبحوثين يوافقون بشدة، في مقابل 34.3% يوافقون على زيادة حجم الحركة السياحية الى محافظة الفيوم ،وبالنظر لقيمة الوسط الحسابي يتضح أنها 3.52 وتشير الى موافقة المبحوثين على زيادة حجم الحركة السياحية الى محافظة الفيوم، كما تشير قيمة الانحراف المعياري الى اعتدالية البيانات.

ويرى الباحث انه مما لا شك فيه وجود أنماط سياحية حديثة ومتنوعة بمحافظة الفيوم عامل هام لزيادة الحركة السياحية بالمحافظة وجعل محافظة الفيوم محافظة سياحية ذات طابع فريد ومثال على ذلك قرية تونس والتي أصبح لها صدى كبير عند السائحين سواء سياحة داخلية او خارجية فالسياحة البيئية والمهرجانات المقامة بها لفتت الأنظار اليها بشكل كبير في الأونة الأخيرة.

وايضا 13.4% من المبحوثين يوافقون بشدة، في مقابل 31.3% يوافقون على تشجيع الاستثمار السياحي بمحافظة الفيوم ، وبالنظر لقيمة الوسط الحسابي يتضح أنها 3.21 وتشير الى محايدة المبحوثين على تشجيع الاستثمار السياحي بمحافظة الفيوم ، كما تشير قيمة الانحراف المعياري الى اعتدالية البيانات.

ويرى الباحث ان تعدد الأنماط السياحية الحديثة بالمحافظة الذي يبحث عنه العديد من السائحين أصبح فرصة قوية يبحث عنها المستثمرين للاستثمار السياحي بمحافظة الفيوم واقامة الفنادق بالقرب من مقاصد هذه الأنماط وتسعى المحافظة لتقديم التسهيلات اللازمة والتراخيص وازالة العقبات أمام المستثمرين السياحيين بالمحافظة .

بالإضافة الى 14.9% من المبحوثين يوافقون بشدة، في مقابل 35.8% يوافقون على جذب أسواق سياحية جديدة لمحافظة الفيوم ووضعها على الخريطة السياحية ، وبالنظر لقيمة الوسط الحسابي يتضح أنها 3.39 وتشير الى محايدة المبحوثين على جذب أسواق سياحية جديدة لمحافظة الفيوم ووضعها على الخريطة السياحية ، كما تشير قيمة الانحراف المعياري الى اعتدالية البيانات.

ويرى الباحث الجهات المسؤولة عن السياحة بالفيوم تسعى لاستثمار الأنماط السياحية الحديثة بالمحافظة لجذب السائحين والتواصل مع شركات السياحة لتحقيق ذلك ووضع الفيوم ضمن برامجها السياحية المقدمة للأفواج السياحية من الجنسيات المختلفة والتي تبحث عن أنماط سياحية وتجارب سياحية جديدة واخيرا 25.4% من المبحوثين يوافقون بشدة، في مقابل 23.9% يوافقون على الاهتمام بتنمية مقاصد الأنماط السياحية بالمحافظة وتحسين مستوى الخدمات الموجودة بها . وبالنظر لقيمة الوسط الحسابي يتضح أنها 3.54 وتشير الى موافقة المبحوثين على الاهتمام بتنمية مقاصد الأنماط السياحية بالمحافظة وتحسين مستوى الخدمات الموجودة بها ، كما تشير قيمة الانحراف المعياري الى اعتدالية البيانات. ويرى الباحث ان المحافظة تسعى الى توفير مكاتب لخدمة الزوار بتلك المقاصد وتوفير المرافق والخدمات الأساسية من دورات مياه وكافيتريات وذلك لتحقيق أكبر قسط من رضا السائحين بالإضافة الى الاهتمام بنظافة تلك المقاصد والرقابة عليها لتكون بالشكل اللائق الذي يرضي السائحين .

اختبار الفروض

- تم استخدام تحليل مربع كاي لاستقلالية العوامل لاختبار معنوية العلاقة الخاصة بفروض الدراسة
- الفرض الاول

تؤثر بعض المعوقات بمحافظة الفيوم علي تسويق جذب السائحين المهتمين بالانماط السياحية الحديثة بالمحافظة

جدول 6: تحليل مربع كاي لمتغيرات الفرض الاول

الاتجاه	المعنوية	قيمة مربع كاي	العنصر
علاقة معنوية	.000	46.740	عدم وجود وسائل مواصلات بشكل منتظم لمقاصد الانماط السياحية الحديثة بالمحافظة وخاصة البعيدة
علاقة معنوية	.002	30.539	عدم وجود شبكة اتصالات جيدة بمقاصد الانماط السياحية الحديثة بالمحافظة وخاصة البعيدة
علاقة معنوية	.000	41.490	ضعف دور الجهات المعنية بالسياحة في محافظة الفيوم في وضع خطة لتسويق الأنماط السياحية الحديثة بالمحافظة
علاقة معنوية	.000	37.379	عدم وجود موارد بشرية وكفاءات لتسويق الانماط السياحية الحديثة بمحافظة الفيوم
علاقة معنوية	.000	43.413	عدم وجود دعم مادي كافي من قبل الجهات المعنية بالسياحة في محافظة الفيوم لتسويق الأنماط السياحية الحديثة بالمحافظة وتنمية مقاصدها
علاقة معنوية	.006	27.930	قلة الوعي لدي اهل محافظة الفيوم باهمية الانماط السياحية الحديثة في زيادة الحركة السياحية بالمحافظة

يتضح من الجدول السابق ان قيم المعنوية لاختبار مربع كاي معنوية حيث ان قيمة المعنوية اقل من 0.05 مما يشير ان هذه المتغيرات تؤثر فعليا على وجود معوقات مما يعني صحة ايجابية فرض الدراسة الاول وجاءت هذه المعوقات بالترتيب التالي وفقا لمعنوية التأثير.

1- عدم وجود وسائل مواصلات بشكل منتظم لمقاصد الانماط السياحية الحديثة بمحافظة الفيوم وخاصة البعيدة عنها.

رغم تعدد الأنماط السياحية الحديثة بمحافظة الفيوم إلا أن مقاصد ممارسة تلك الأنماط السياحية تقع بعيدة عن مدينة الفيوم حيث يوجد معظمها عند منطقة وادي الريان ووادي الحيتان وقرية تونس والتي تبعد عن مدينة الفيوم مما يسبب صعوبة كبيرة أمام السائح الذي لا يمتلك سيارة خاصة به حيث لا توجد وسيلة مواصلات دورية لتلك المناطق ما يجبر السائح على استئجار وسيلة انتقال باهظة الثمن للوصول لتلك المقاصد وذلك بدوره يؤثر سلباً على حجم الاقبال السياحي لتلك المناطق.

2- ضعف دور الجهات المعنية بالسياحة في محافظة الفيوم في وضع خطة لتسويق الانماط السياحية الحديثة بالمحافظة.

ويرجع ذلك لعدم التنسيق بين الجهات المعنية بالسياحة لوضع خطة تسويقية فعالة وايضا الى تعارض تلك الجهات مع بعضها في بعض الأحيان فتروج بعض الجهات لسياحة التخيم مثلاً وعندما تأتي الأفواج السياحية ترفض بعض الجهات اعطائهم تصاريح للمبيت وتفرض عليهم العديد من الصعوبات مما يكون له انطباع سلبي لدى السائح عن السياحة بالمحافظة.

3- عدم وجود موارد بشرية وكفاءات لتسويق الانماط السياحية الحديثة بمحافظة الفيوم يعتمد التسويق للأنماط السياحية الحديثة بمحافظة الفيوم كغيره من الأنماط السياحية الأخرى على كفاءة الموارد البشرية العاملة في المجال السياحي وتنمية مهاراته وأفكاره ومواكبة طرق التسويق الحديثة ومع ذلك يوجد قصور في اعداد وتدريب العاملين في المجال السياحي بمحافظة الفيوم ورفع كفاءتهم بشكل دوري ومستمر وأيضاً الافتقار لوجود خطة منتظمة لتدريب الموارد البشرية في المجال السياحي بالمحافظة على اساليب التسويق السياحي و التسويق الالكتروني للأنماط السياحية الحديثة بالمحافظة

4- عدم وجود دعم مادي كافي من قبل الجهات المعنية بالسياحة في محافظة الفيوم لتسويق الانماط السياحية الحديثة بالمحافظة وتنمية مقاصدها.

حيث تقوم وزارة السياحة بتقديم دعم مادي على هيئة اعانات لتنمية الأنماط السياحية الحديثة بمحافظة الفيوم وفي معظم الأحيان يكون الدعم غير كاف للتسويق لتلك الأنماط بشكل مستمر وتوفير وتطوير الخدمات والمرافق الموجودة بمقاصد تلك المنطقة ، كما تقوم بعض الجهات باعاقبة تنمية وتطوير مقاصد الأنماط السياحية الحديثة بالفيوم نظرا لقوانينها الخاصة.

5- عدم وجود شبكة اتصالات جيدة بمقاصد الانماط السياحية الحديثة بالمحافظة وخاصة البعيدة تسبب هذه المشكلة ضيق وتردد العديد من السائحين في الذهاب لأماكن التخيم والسفاري وصحاري وادي الريان والحيتان بسبب ضعف وانقطاع الشبكات في تلك المناطق فوجود وسائل اتصال في المناطق السياحية أصبح ضرورة أساسية في ذلك الوقت لاي معوقات تقابل السائح.

6- قلة الوعي لدي اهل محافظة الفيوم باهمية الانماط السياحية الحديثة في زيادة الحركة السياحية بالمحافظة تضم محافظة الفيوم العديد من المراكز والقرى والتي في معظم الأحيان يكون أهلها من ليسوا على دراية كافية بمدى تعدد الأنماط السياحية الحديثة بمحافظة الفيوم واهميتها والتي تعتبر رغبة العديد والعديد من السائحين في الوقت الحالي ، فأصبحت الحركة السياحية حديثاً تتجه الى التجارب الحديثة والأنماط السياحية الحديثة ، فالعديد من أهالي محافظة الفيوم يعرفون فقط الأنماط السياحية التقليدية بمحافظة الفيوم مثل زيارة المناطق الأثرية .

الفرض الثاني: التسويق الجيد للانماط السياحية الحديثة يؤثر تأثيرا ايجابيا لجذب السياحة على محافظة الفيوم كمقصد سياحي

جدول 7: تحليل مربع كاي لمتغيرات الفرض الثاني

الاتجاه	المعنوية	قيمة مربع كاي	العنصر
علاقة معنوية	.023	29.126	زيادة حجم الحركة السياحية الي محافظة الفيوم
علاقة معنوية	.022	29.378	تشجيع الاستثمار السياحي بالمحافظة
علاقة معنوية	.011	31.587	جذب اسواق سياحية جديدة لمحافظة الفيوم
علاقة معنوية	.001	40.567	الاهتمام بتنمية مقاصد الانماط السياحية الحديثة بالمحافظة وتحسين مستوى الخدمات الموجودة بها

يتضح من الجدول السابق ان قيم المعنوية لاختبار مربع كاي معنوية حيث ان قيمة المعنوية اقل من 0.05 مما يشير الى ان هذه المتغيرات تؤثر على التسويق الجيد للانماط السياحية الحديثة مما يعني صحة ايجابية فرض الدراسة الثاني وجاءت هذه الفوائد بالترتيب التالي وفقا لمعنوية التأثير.

1- الاهتمام بتنمية مقاصد الانماط السياحية الحديثة بالمحافظة وتحسين مستوى الخدمات الموجودة بها حيث تسعى المحافظة على توفير مكاتب لخدمة الزوار بتلك المقاصد وتوفير المرافق والخدمات الأساسية من دورات مياه وكافيتريات وذلك لتحقيق أكبر قسط من رضا السائحين بالاضافة الى الاهتمام بنظافة تلك المقاصد والرقابة عليها لتكون بالشكل اللائق الذي يرضي السائحين .

2- جذب اسواق سياحية جديدة لمحافظة الفيوم

حيث تسعى الجهات المسؤولة عن السياحة بالفيوم باستثمار الأنماط السياحية الحديثة بالمحافظة لجذب السائحين والتواصل مع شركات السياحة ووكلاء السفر الكبرى لتحقيق ذلك ووضع الفيوم ضمن

برامجها السياحية المقدمة للأفواج السياحية من الجنسيات المختلفة والتي تبحث عن أنماط سياحية وتجارب سياحية جديدة .

3-تشجيع الاستثمار السياحي بالمحافظة

تعدد الأنماط السياحية الحديثة بمحافظة الفيوم وذلك التعدد الذي يبحث عنه العديد من السائحين أصبح فرصة قوية يبحث عنها المستثمرين للاستثمار السياحي بمحافظة الفيوم واقامة الفنادق بالقرب من مقاصد هذه الأنماط وتسعى المحافظة لتقديم التسهيلات اللازمة والتراخيص وازالة العقبات أمام المستثمرين السياحيين بالمحافظة .

4-زيادة حجم الحركة السياحية الي محافظة الفيوم

مما لا شك فيه وجود أنماط سياحية حديثة ومتنوعة بمحافظة الفيوم عامل هام لزيادة الحركة السياحية بالمحافظة وجعل محافظة الفيوم محافظة سياحية ذات طابع فريد ومثال على ذلك قرية تونس والتي أصبح لها صدى كبير عند السائحين سواء الداخليين أو الخارجيين فالسياحة البيئية والمهرجانات المقامة بها لفتت الأنظار اليها بشكل كبير في الأونة الأخيرة.

توصيات الدراسة

من نتائج الدراسة الميدانية يمكن الوقوف على مجموعة من المقترحات والتوصيات، والتي تعد بمثابة خطوط إرشادية لتنفيذ خطة لتسويق الانماط السياحية الحديثة في محافظة الفيوم والتي يمكن توجيهها للجهات المعنية الاستفادة منها في تنشيط الحركة السياحية بها وهي كالتالي:

1- إعداد خطة للتسويق للانماط السياحية الحديثة بالفيوم من قبل المسؤولين في القطاع السياحي بالتنسيق مع الجهات الأكاديمية والتطبيقية

2- الاهتمام بمناطق انماط السياحة الحديثة بالفيوم والعمل على تنميتها عن طريق الاهتمام بتطوير البنية التحتية وتوفير تسهيلات الضيافة ووحدات الأغذية والمشروبات والخدمات السياحية في إطار يحافظ على البيئة.

3- قيام الجهات المسؤولة بنشر الوعي السياحي البيئي لدى المجتمع المحلي بأهمية التسويق للانماط السياحية الحديثة.

4- العمل على تدريب ودعم الموارد البشرية لكي تكون قادرة على وضع وتنفيذ خطة فعالة للتسويق للانماط السياحية الحديثة بالفيوم.

5- التأكيد على مشاركة المجتمع المحلي في وضع خطة للتسويق للانماط السياحية الحديثة بالفيوم

6- ضرورة مشاركة العاملين في اتخاذ القرارات وتحقيق المساواة بينهم.

7- اقامة فنادق بيئية وكافيتريات ذات مستوى خدمة مرتفع مما يزيد من ارضاء السائحين وزيادة رغبتهم في الإقامة بها وزيادة معدلات انفاقهم

8- العمل على تشجيع المستثمرين في مجال السياحة خاصة في مجال أنماط السياحة الحديثة وتقديم التسهيلات لهم وفقا للمعايير المقررة لذلك.

المراجع

- الانصاري، رؤوف محمد، 2014، الطرق الحديثة فى التسويق السياحي، القاهرة.
- الحداد، جمال صلاح أحمد، 2014 ، دراسة إمكانية تنوع المنتج السياحي بالأقصر، رسالة ماجستير، قسم الدراسات السياحية، كلية السياحة والفنادق - جامعة قناة السويس
- الحديدي، مني سعد، على، سلوي امام، 2009، الاعلان اسسه وسائله وفنونه، الطبعة الاولى، دار المصرية اللبنانية، القاهرة.
- الخصيري، محسن احمد، 2005، السياحة البيئية منهج اقتصادى متكامل لصناعه سياحة واعدة و وجود حياة افضل وبيئه نقيه خاليه من التلوث، القاهرة
- الزعبى، على فلاح، 2013، التسويق السياحي والفندقى، لا يوجد دار نشر، القاهرة.
- السعيدى، عصام حسن، 2008، التسويق والترويج السياحي والفندقي- دراسة التسويق السياحي والفندقي في الدول العربية، الطبعة الاولى، دار الحرية، القاهرة .
- السيسى، ماهر عبد الخالق، 2001، الاتجاهات الحديثه فى صناعه السياحه، القاهرة.
- الطائي، حميد عبد النبي، 2004، التسويق السياحي (مدخل استراتيجي)، الطبقة الاولى، الوراق للنشر والتوزيع ، القاهرة
- بكري، سوزان، 2017، محاضرات في السياحة والمجتمع المضيف، كلية السياحة والفنادق، جامعة بنى سويف
- توفيق، محمد، 2001، التسويق وتدعيم القدرة التنافسيه على التصدي، القاهرة
- دردير، أحمد عاطف، 2009، الجيولوجيا، المجلد الثاني من موسوعة سلسلة تاريخ وحضارات الفيوم، دير الأنبا ابرام بالفيوم، الفيوم .
- سالم، أحمد عبدالشافى، 2011، تقييم دور الاعلان كأداة تسويقية فى تنشيط السياحة الداخلية، رسالة ماجستير، قسم الدراسات السياحية، كلية السياحة والفنادق، جامعة الفيوم ..
- سالم، سالم حميد، 2007، سلوك السائح و دوره فى تحديد النمط السياحي، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والادارية، جامعة بغداد
- سليمان، محمد، 2010، دور التسويق السياحي الاستراتيجي فى تعزيز القدرة التنافسية لإقليم شمال الصعيد، رسالة دكتوراه، قسم الدراسات السياحية، كلية السياحة والفنادق، جامعة الفيوم.
- صالح، هايدي محمود، 2005، تسويق المقصد الاعظم كإتجاه سياحي حديث، رسالة دكتوراه، قسم الدراسات السياحية، كلية السياحة والفنادق، جامعة حلوان .
- عبد المحسن، توفيق محمد، 2005، التسويق وتحديد التجارة الالكترونية، دار النهضة العربية، القاهرة
- عبد العليم، شعبان أحمد، 2007، التسويق الإلكتروني والتطبيقات، دار النهضة العربية، القاهرة.
- عمر، محمد العطا، 2010، صناعة السياحة وأهميتها الاقتصادية، مركز الدراسات والبحوث، دمشق
- على، هاني أحمد، 2006، الأنماط السياحية الحديثة وأهميتها فى تنشيط السياحة المصرية مع التطبيق على السياحة البيئية، رسالة ماجستير، قسم الدراسات السياحية، كلية السياحة والفنادق، جامعة حلوان.

محفوظ، وليد رضوان ، 2002، تقييم دور المحميات الطبيعية فى جمهورية مصر العربية كعنصر جذب سياحي ، رسالة ماجستير، قسم الدراسات السياحية، كلية السياحة والفنادق، جامعة حلوان
محمد، حنان ماهر ، 2010، المواقع الإلكترونية لشركات السياحة في مصر (دراسة تقييمية للوضع الراهن)، رسالة ماجستير، قسم الدراسات السياحية، كلية السياحة والفنادق، جامعة الفيوم .
موسى، عبدالله فرغلي، 2012، تكنولوجيا المعلومات ودورها في التسويق التقليدي والإلكتروني، الطبعة الاولى، إيتبراك للنشر للقاهرة.
يوسف، تامر سعيد أحمد، 2001، تنمية سياحة الاهتمامات الخاصة في مصر، رسالة ماجستير، قسم الدراسات السياحية، كلية السياحة والفنادق، جامعة حلوان.

احصائية شرطة السياحة والآثار لعدد السائحين الوافدين الى المحافظة من عام 2011 حتى عام 2017
تقرير المنظمه العربيه للتنميه الاداريه، 2007، بعنوان الاتجاهات الحديثه فى السياحه " نحو سياحه عربيه غير نمطيه".
تقرير الهيئة الاقليمية لتنشيط السياحه 2017
قرار رئيس الجمهوريه رقم 691 لسنة 1957 والمعدل برقم 191 لسنة 1959
قرار رئيس جمهوريه مصر العربيه رقم (374) لسنة 1991
قانون رقم 102 لسنة 1983 بشأن المحميات الطبيعيه
قانون حمايه الآثار رقم 117 لسنة 1983

المقابلات الشخصية

- مدير عام الوجه القبلي و سيناء والبحر الاحمر بوزارة السياحه، 2014
- منصور، احمد، مرشد بيئى، ابريل، 2017 عبود، عثمان، مرشد بيئى سفارى، ابريل 2017
- هيبه، عمرو/ مدير عام المحميات الطبيعيه بالفيوم، ابريل، 2017
- مدير فندق هلنان اوبرج الفيوم، 2017

Gingerich, D., 2007, Research on fossil whales and vertebrates in wadi hitan , university of Michigan, EEAA and EMRA

Solomon, M., 2009, Marketing real people real choices, 1st ed., Frenchs Forest, N.S.W, Australia.

- مواقع الانترنت www.Fayoum.gov.eg, accessed in April 2017

Abstract

Marketing for new tourism patterns in Egypt and its impact in tourist attraction in Fayoum Governorate

Touristic marketing is a continuous, effective, and regular process within tourism business. As it aims to promote the touristic product of attractive destinations, in order to build a positive image about the country we try to portray as a vacation spot. No need to mention that tourism industry is very important to the economies of several countries.

Therefore this study is about marketing of modern touristic types in Egypt, and its influence on tourism in Fayoum governorate. As Fayoum has many of these modern touristic types including festival tourism, exhibition tourism, conference tourism, Safari tourism, camping tourism, bird watching tourism, sand skating tourism, geological tourism, and countryside tourism. Despite that variety of touristic types, Fayoum still lacks good marketing plans to place it on the tourism map of Egypt.

The study worked on studying concepts and foundations of touristic marketing and its importance to the modern touristic types. It also studied the most influencing tools of touristic promotions and recorded the modern touristic types in Fayoum. Adding to that, I identifying the characteristics of the modern types' tourist and recognizing the authorities' role in promoting tourism in Fayoum. This Study is based on two hypotheses, first of them is about the negative impact on tourism business because of some obstacles, and the second one is about the role of good promotion in improving tourism industry in the governorate. The study used the quantitative research and stratified sampling with 90 survey forms. Response rate is 67 valid forms for statistical analysis by spss version 23.

The results showed that there are many obstacles facing marketing in Fayoum, some of them the lack of regular public transportation to modern touristic destinations. Plus, the weakness of role played by the responsible authorities in the governorate, and failure to put a plan to promote modern tourism types in Fayoum. The results assured the importance of good marketing of modern tourism types in raising tourist numbers and encouraging investments.

Keywords: Marketing, new tourism patterns, tourist attraction, Fayoum Governorate.