ISSN: 1997-163X

Egyptian Journal of
Tourism and Hospitality

The Development of Tourism in Dahshur
As One of the World Heritage Sites

The tourism development of the heritage sites of the most important tributaries of Tourism. The result of the increasing demand to visit the heritage sites by the tourism companies that many countries all over the world were giving a special care and develop its heritage sites. That is led to the emergence of many challenges and obstacles, which could stopthe development process of these sites... Especially if the personal and the financial resources were available, which are needed for its development as a tourist site.

A study of the field, was carried out on a sample of tourists, the visitors of the site of Dahshur, There is a 150 forms of questionnaires, were distributed. The study supported by analytic statistics to reach the results of the research and specify the recommendations. The research aims to study the current situation of tourism heritage in Dahshur, as one of the most important site of the world heritage site. The research recommends benefiting from the variety of cultural heritage, in the urban of Dahshur. Achieving moral and financial benefits for the people of Dahshur. That is also will created an incentive; they have to preserve the sitet, to ensure the sustainability of development for the site of Dahshur.

ISSN: 1997-163X

Egyptian Journal of
Tourism and Hospitality

لذلك كان هناك بعض الأقترحات لزيادة العائد السياحى من القطاعات المستهدفة حالياً وخاصة القطاع الأوروبى لأن الإحصاءات السياحية الواردة من وزارة السياحة المصرية لعام ٢٠١٠ عن اعداد السائحين القادمين من مختلف قارات العالم اكدت على ارتفاع أعداد السائحين الأوروبين مما يدل على مدى اهمية ذلك السوق (الإتحاد المصرى للغرف السياحية ٢٠٠٧)

جدول رقم (١) يوضح اعداد السائحين القادمين من مختلف قارات العالم

القارة	أعداد السائحين	النسبة
أوروبا	١١,٨مليون	%٧٦
الشرق الأوسط	١,٨ مليون	%١٢
أسيا	٧٠٣ ألف	%٥
أمريكا	٥٦٣ ألف	%٤
أفريقيا	٤٩١ألف	%٣

SOURCES: Egyptian Ministry of Finance; Egyptian Ministry of Tourism; World Bank; International Monetary Fund; www.tourism.gov.eg. The Washington Post. Published on April 16, 2010.

وبالرغم من ذلك ياتى جدول رقم (٢) يوضح ترتيب العشرة دول الأوائل من حيث عدد السائحين الوافدين الى مصر خلال عامى ٢٠٠٨- ٢٠٠٩والذى للأسف خلى تماما من اعداد للدول الإسكندنافية ، حيث نجد كل من روسيا ، وألمانيا ، وانجلترا يحتلون الصدارة بالنسبة لحركة السياحة الوافدة الى مصر خلال عامى ٢٠٠٨- ٢٠٠٩ ،وبالتالى تحتل تلك البلدان الصدارة من حيث اعداد الليالى السياحية أيضاً لعامى ٢٠٠٨-٢٠٠٩ (وزارة السياحة ٢٠٠٩)

ISSN: 1997-163X

Egyptian Journal of
Tourism and Hospitality

جدول رقم (٢) يوضح العشرة دول الأوائل من حيث عدد السائحين الوافدين الى مصر خلال عامى ٢٠٠٨- ٢٠٠٩

الأعداد بالألف

٢٠٠٨			٢٠٠٩		
	البلد	أعداد السائحين		البلد	أعداد السائحين
١	روسيا	١٨٢٥,٣	١	روسيا	٢٠٣٥,٣
٢	ألمانيا	١٢٠٢,٥	٢	المملكة المتحدة	١٣٤٦,٧
٣	المملكة المتحدة	١٢٠١,٩	٣	ألمانيا	١٢٠٢,٣
٤	إيطاليا	١٠٧٣,٢	٤	إيطاليا	١٠٤٨,٠
٥	بولندا	٥٩٨,٩	٥	فرنسا	٥٥١,٧
٦	فرنسا	٥٨٦,٩	٦	بولندا	٤٥٤,٦
٧	أوكرانيا	٥٠٦,٥	٧	ليبيا	٤١٠,٢
٨	ليبيا	٤٨١,٥	٨	السعودية	٣٤٨,٠
٩	السعودية	٤٠٢,٣	٩	الولايات المتحدة	٣٢١,٣
١٠	الولايات المتحدة الأمريكية	٣١٩,١	١٠	أوكرانيا	٣١٤,٦

المصدر : وزارة السياحة ، (السياحة فى ارقام ٢٠١٠)

يتضح من الجدول السابق عدم ظهور احد الدول الإسكندنافية من بين الدول العشر الأوائل المصدرة للحركة السياحية لمصر.

ISSN: 1997-163X

Egyptian Journal of
Tourism and Hospitality

جدول رقم (٣) يوضح العشرة دول الأوائل من حيث عدد الليالى السياحية داخل مصر عامى ٢٠٠٨-٢٠٠٩

الأعداد بالألف

٢٠٠٨			٢٠٠٩		
	البلد	أعداد الليالى السياحية		البلد	أعداد الليالى السياحية
١	ألمانيا	١٤٣٨٩,٢	١	روسيا	١٧٩١٧,٧
٢	روسيا	١٣٣٨٢,٨	٢	المملكة المتحدة	١٣٧٩٣,٣
٣	المملكة المتحدة	١٢٤٥٣,٥	٣	ألمانيا	١٣٥٧٨,٧
٤	إيطاليا	١٠٣١٠,٨	٤	إيطاليا	٩٣٠٧,٨
٥	فرنسا	٦١١٧,٤	٥	فرنسا	٥٦٠٣,٩
٦	السعودية	٥٤٥٩,٢	٦	ليبيا	٥١٩٤,٤
٧	ليبيا	٥٣٩٧,٩	٧	السعودية	٤٨٤٦,٠
٨	بولندا	٤٥٢٩,١	٨	الولايات المتحدة	٣٩٥٦,٨
٩	الولايات المتحدة الأمريكية	٤٠٥٦,٥	٩	بولندا	٣٧٢١,٨
١٠	هولندا	٣٢١٤,١	١٠	السودان	٢٩٣٩,٣

المصدر : وزارة السياحة ، (السياحة فى ارقام ٢٠١٠)

ISSN: 1997-163X

Egyptian Journal of
Tourism and Hospitality

جدول رقم (٤) يوضح اعداد الليالى السياحية داخل مصر من دول شمال اوروبا فى الفترة مابين ٢٠٠٢ - ٢٠٠٩

البلد	٢٠٠٢	٢٠٠٣	٢٠٠٤	٢٠٠٥	٢٠٠٦	٢٠٠٧	٢٠٠٨	٢٠٠٩	معدل التغير %
الدنمارك	٢٤٨٢٥٦	٢٤٨١٠٣	٦٥٣٥٦٩	٨٧٨٦٣٧	٤٣٠٥٩٥	٦٩٢٧٤٥	١١٤٩٧٩٤	١١٢٩٤١٣	٠,٩
فنلندا	٨٠٨٨٩	١٧٠٩٥٢	٣٨٦٧٤٣	٤٠٠٩٧٣	٢٥٨٤٧٠	٤١٥٦٩٩	٧٠٤٠٣٨	٥٥٨٥٣٥	٢٠,٧-
ايسلندا	١٤٠٣	٥٣٦٥	٤٤٨٤	٩٥٧٧	٩٢٧٤	٧٠٧٦	٩٢٩٩	٦٧٨١	٢٧,١-
ايرلندا	٧١١٦٣	٧٢١٩٣	١٢٨٥٣٩	١٩٦٩٣٦	٢٨٩٤٨٩	٣٢٣١٦٩	٤١٣٧٦٣	٣٣٧٧٧٤	١٨,٤-
النرويج	٩٤١٦٤	١٨٢٩٣١	٤١٥٧٠٠	٥١٨٢٥٩	٣٤١٧٩١	٥١٨٠١٢	٧٧٨٠٤٥	٧٣٣٦٣٩	٥,٧-
السويد	٢٣٥٧٩٧	٣٨١٥٧١	٨٥٤١٠٧	١١٥٧٨٧٠	٨٧٨٩٨٢	١١٩٥٤٢٤	١٩٤٨٧٣١	١٧٤٦٧٨٥	١٠,٤-
المملكة المتحدة	٢١٤٢٤٧٠	٢٧٩٣٤٧٣	٤٨٥٤١٢٧	٧٤٩٥٩٨٩	٩١٠٥٥٩٩	٩٥٦٦٥٨٨	١٢٤٥٣٥٢٩	١٣٧٩٣٧٧٣	١٠,٨

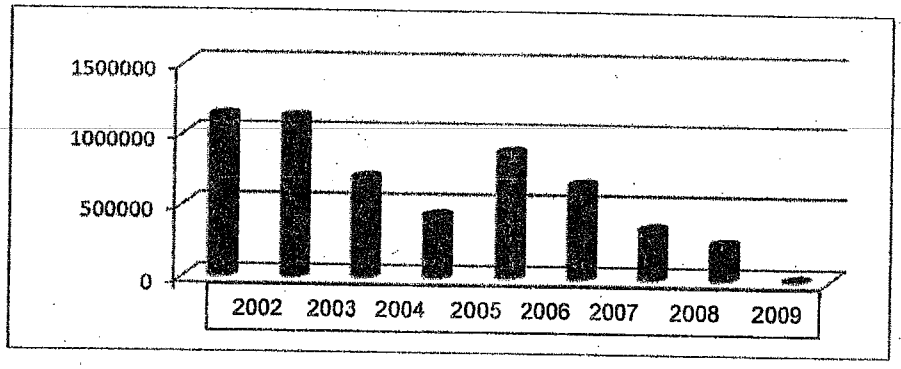
المصدر : وزارة السياحة ، (السياحة فى ارقام ٢٠١٠)

الجدول السابق هو جدول رقم (٤) وهو يوضح اعداد الليالى السياحية داخل مصر من دول شمال اوروبا في الفترة مابين ٢٠٠٢ - ٢٠٠٩

فقد قامت الباحثة بالتركيز على السويد والدنمارك والنرويج كأهم الدول المصدرة للسائحين من السوق الإسكندنافى ككل وقامت بإعداد الرسوم البيانية الموضحة أدناه وذلك لتوضيح معدلات التغير بالنسبة لأعداد السائحين خلال الفترة مابين ٢٠٠٢- ٢٠٠٩ لكل من (السوق الدنماركى – السوق السويدى – السوق النرويجى)

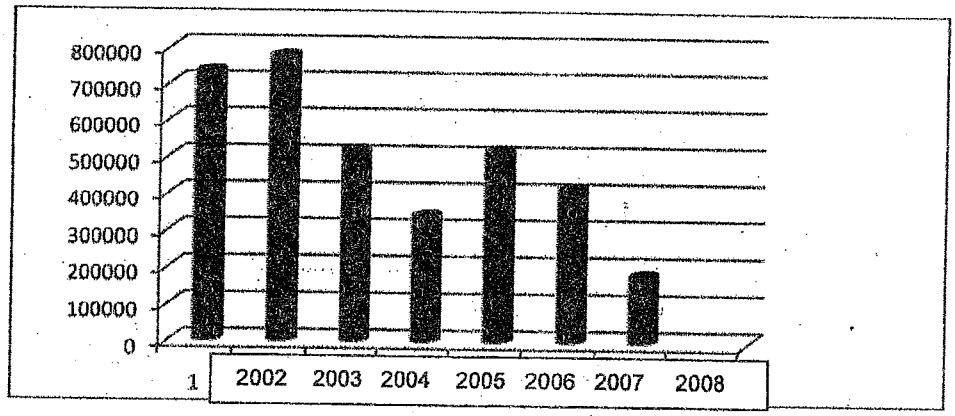
ISSN: 1997-163X

Egyptian Journal of
Tourism and Hospitality



شكل رقم (٢) يوضح اعداد السائحين الدنماركيين فى مصر فى الفترة من ٢٠٠٢-٢٠٠٩

المصدر : إعداد الباحثة بناء عن ارقام جداول وزارة السياحة

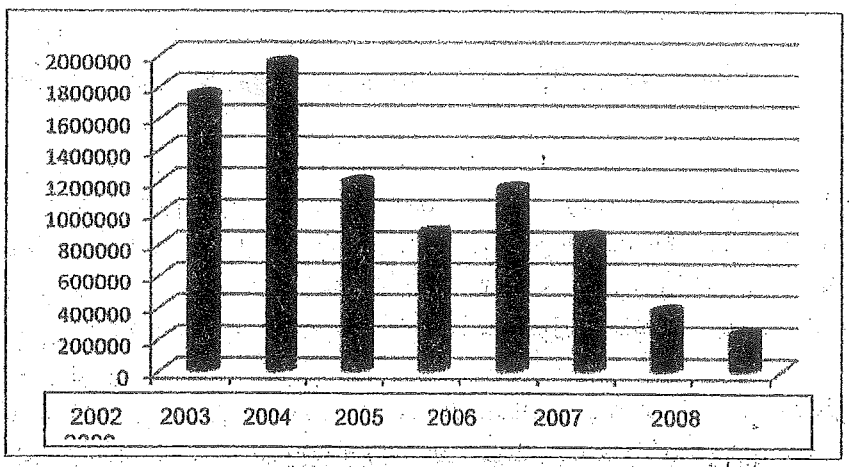


شكل رقم (٣) يوضح اعداد السائحين النرويج فى مصر فى الفترة من ٢٠٠٢-٢٠٠٩

المصدر : إعداد الباحثة بناء عن ارقام جداول وزارة السياحة

ISSN: 1997-163X

Egyptian Journal of
Tourism and Hospitality



شكل رقم (٤) يوضح اعداد السائحين السويديين فى مصر فى الفترة من ٢٠٠٢-٢٠٠٩

المصدر : إعداد الباحثة بناء عن ارقام جداول وزارة السياحة

لذلك فقد رأت الباحثة ضرورة التعرف على الخصائص الطبيعية والديموجرافية والإقتصادية للدول الإسكندنافية وذلك حتى يتسنى لنا الوصول الى اهم الوسائل التنشيطية التى يجب ان تتبع وذلك لتنشيط السياحة الوافدة من تلك الأسواق وذلك بما يتماشى مع خصائص تلك الشعوب سواء كانت الإقتصادية أو الإجتماعية .

ISSN: 1997-163X

Egyptian Journal of
Tourism and Hospitality

المبحث الأول

التعرف على الخصائص الطبيعية والديموجرافية والإقتصادية للدول الإسكندنافية .

الدول الإسكندنافية وشمال أوروبا

إسكندنافيا (Scandinavia) هي المنطقة التاريخية والجغرافية الواقعة في شبه الجزيرة الإسكندنافية في الطرف الشمالي من قارة أوروبا وتتكون من الممالك التالية دنمارك، والنرويج، والسويد، وأحياناً تشمل دول أخرى مثل فنلندا وآيسلندا وجزر فارو وذلك للتقارب التاريخي والحضاري والعلاقات الثقافية التي تربط هذه الدول مع الدول الإسكندنافية الأساسية الدنمارك، والنرويج، والسويد.

بينت الدراسات اللغوية والأبحاث الثقافية أن مصطلح إسكندنافيا يمتد ليشمل جميع المناطق التي تكلمت لغة الـ (أولد نورس – Old Norse) والتي تسيطر فيها حالياً اللغات الجرمانية الشمالية وانطلاقاً من هذا المفهوم فإن اصطلاح سكندنافيا يمتد ليشمل كلاً من آيسلندا وجزر فارو (Faroe Islands).

ومن منطلق تاريخي وثقافي أيضاً، يمكننا اعتبار فنلندا جزءاً من اسكندنافيا (المنطقة المسماة اصطلاحاً Fenno-Scandinavia) ،وذلك على الإغلب للإشارة إلى التاريخ الطويل لفنلندا كجزء من السويد. وبالرغم من التقارب والترابط الثقافي المتين مع الدول الاسكندنافية إلا أن الشعب الفنلندي ينحدر من مجموعات إثنية ولغوية مختلفة تماماً عن جيرانه الاسكندنافيين الأساسيين، فهم يتحدثون لغة (Finno-Ugric) وهي لغة ذات أصول مختلفة تماما عن تلك اللغات الإسكندنافية.

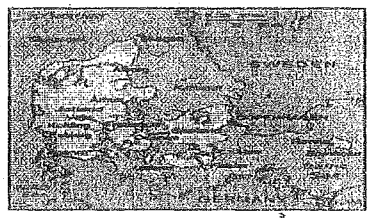
وسوف تقتصر الباحثة دراستها فقط على الدول الإسكندنافية الرئيسية وهى (الدنمارك – السويد – النرويج)

ISSN: 1997-163X

Egyptian Journal of
Tourism and Hospitality

دراسة الخصائص الجغرافية والديموجرافية للسوق الإسكندنافى (الدنمارك/ السويد / النرويج):

أولا : الدنمارك



مقدمة :

كانت الدنمارك مسرحاً لأحداث مسرحية هاملت الخالدة للكاتب الانجليزي الشهير وليم شكسبير، ولكن في وقتنا الحالي فقد تعدت الدولة هذا الدور لتكون أحدى الدول الأوربية المزدهرة. تتمركز العاصمة الدنماركية كوبنهاجن على جزيرة "زيلاند" منذ عام ١٣٤٣ وتطل على جزيرة مجاورة صغيرة تدعى "أمجر" وعدد من الجزر الطبيعية والإصطناعية بين الطرفين. لقد أكسب الموقع الساحلي قرية الصيد الأصيلة اسم كوبنهاجن والذي يعني 'الميناء التجاري.تطورت كوبنهاجن لتصبح مركزاً إقليمياً، بعد أن كانت بلدة صغيرة تطل على البحر، وأصبحت مقراً للحكومة ومقر إقامة العائلة المالكة الدنماركية. غالباً ما يشار إليها بإسم 'مدينة الأبراج'، ولكن تشتهر كوبنهاجن أيضاً بأفقها الممتد والذي لا يقطعه سوى العديد من القلاع والكنائس والقصور.

في الآونة الأخيرة وحتى التسعينات من القرن الماضي كانت العاصمة الاسكندنافية كوبنهاجن لا تزال مترددة في نفض غبار الرجعية عنها. ومع مطلع الألفية الثالثة بدأت المدينة تستثمر في البنية التحتية والثقافية، وقد نجحت بذلك في تحويل نفسها إلى مدينة عالمية بحق. أما اليوم فقد افرزت المدينة العديد من المواهب الشابة من مصمّمين ومهندسين وطهاة محترفين حيث أصبحت تُقارن في مستواها بمدن أخرى تشتهر بروعتها مثل برشلونة وأمستردام. وكنتيجة لذلك، يحرص سكانها على أن تفوز مدينتهم مراراً بلقب 'المدينة الأكثر سعادة في العالم
(althistory.wikia.com/wiki/Skandistan).'

ISSN: 1997-163X
Egyptian Journal of Tourism and Hospitality

المعالم السياحية في كوبنهاجن

ما تفتقده كوبنهاجن من معالم جذب كبيرة تعوّضه بتمثال صغير يتخذ موقعاً له على صخرة في ميناء "لانجليني". تم إستلهام رمز كوبنهاجن، وهو تمثال "حورية البحر الصغيرة"، من رواية الكاتب الدنماركي هانز كريستيان أندرسن التي كتبها عام ١٨٣٧ والتي تحمل نفس الإسم، وأصبحت نقطة جذب سياحية رئيسية منذ الكشف عنها في عام ١٩١٣. ولكن لا تستغرب الأمر فالتمثال صغيراً حقاً.وبإعتبارها مدينة تشتهر بتصاميمها الجميلة، فإن كوبنهاجن تمتلك العديد من المتاحف الفنية الهامة. المعرض الوطني الدنماركي والذي يقع وسط كوبنهاجن "اندربي"، يحوي بعض أفضل أعمال رامبرنت وبيكاسو وماتيس، بينما تجد في شمال "زيلاند" متحف لويزيانا للفن الحديث. بالإضافة إلى المنظر البانورامي الرائع الذي يطل عليه المتحف، فإنه يضم مجموعة كبيرة من الأعمال الفنية المنتمية إلى ما يعرف بالفن الحديث إضافة إلى عدد من المعارض المؤقتة التي تستهوي الكثيرين.

للدنمارك ميزة خاصة كأقدم مملكة في العالم، وتقيم الأسرة المالكة الدانماركية في يومنا هذا في قصر " روزنبورج " الملكي . يفتح القصر ساحته ذات الثمانية أضلاع للزوار من العامة والتي يحرسها نوع خاص من الحرس يطلق عليه إسم الحرس الملكي الإحتفالي . يعود قصر "روزنبورج" إلى عصور النهضة الأوربية وبالرغم من حجمه الصغير فإنه يتميز بأرضياته الجميلة التي تبدو كمتحف للتاريخ الملكي وكموطن للتاج المرصّع بالجواهر المعروض في سراديب القصر.

وكمدينة ساحلية تمتلك كوبنهاجن نصيبا وافراً من الشواطئ الجميلة - كما يتميز الميناء الداخلي للمدينة بمياهه الصافية لدرجة يمكنك معها السباحة في تلك المياه. تقع أقرب الشواطئ في حصن "شارلوتنلوند" وحديقة شاطئ "أمجر".

المطاعم والحياة الليلية

يعد تناول وجبة دسمة وقت الظهيرة تدمج من خلالها وجبتي الفطور والغداء أحد التقاليد المتعارف عليها في كوبنهاجن، وقد يكون السبب في ذلك الحياة الليلية الصاخبة للمدينة مما يدفع بالكوبناهجنيون للإستيقاظ في وقت متأخر من الصباح. تشتمل المدينة على أكثر من ٢٠٠٠ مقهى ومطعم، يتمركز العديد منها حول "فستربرو" وحدائق "تيفولي" و"ساحة تاون هول" ومحطة القطار الوسطى أو في "نيهافن".

كما تلقى الأطعمة التي تباع على الطرقات رواجا ايضاً؛ حيث يمكنك ان تجرب المقانق التي تباع على جانب طريق "بولسافوين" وهي إحدى المؤسسات الثقافية. تشمل الوجبات التي تشتهر بها كوبنهاجن السندويتشات المفتوحة وكرات اللحم.

ISSN: 1997-163X

Egyptian Journal of
Tourism and Hospitality

يستمر الترفيه في كوبنهاجن على مدار الساعة، كما أنك في بعض الملاهي الليلية لا تغادر حتى ساعات الصباح الأولى من اليوم التالي. سوف تستمتع كثيراً في الملاهي الليلية في نورابرو، ولكن لا تبتعد كثيراً عن "نورابروجايد". كما تعتبر"فستربرو" هي أيضاً مكاناً ممتعاً للحياة الليلية وذو شعبية واسعة من قبل السياح.
(althistory.wikia.com/wiki/Skandistan)

الموقع

تشترك الدنمارك بحدود برية مع ألمانيا يبلغ طولها ٦٨ كيلومتراً في الجنوب وعدا ذلك تمتلك ٧٣١٤ كيلومتراً من السواحل. ربطت الدنمارك بالسويد منذ عام ٢٠٠٠ تم ربط الدنمارك عبر جسر أوريسند.

أقصى نقطة في شمال الدنمارك هي سكاغن وأقصى نقطة جنوبية هي غيدسر. أما من الغرب فهي بلوفاندشوك ومن الشرق أوسترسكير التي تقع في أرخبيل إرتولمين الذي يبعد ١٨ كم إلى الشمال الشرقي من بورنهولم. تبلغ المسافة من الشرق إلى الغرب ٤٥٢ كيلومترا (٢٨١ ميل)، ومن الشمال إلى الجنوب ٣٦٨ كم.

ـ المناخ

تقع الدنمارك في المنطقة المناخية المعتدلة. لا يعد الشتاء بارداً جداً، حيث يكون وسطي درجات الحرارة في يناير وفبراير عند ٠,٠ درجة مئوية، بينما يكون الصيف بارد نسبياً مع وسطي درجة حرارة في أغسطس عند ١٥,٧ درجة مئوية. تهطل الأمطار في الدنمارك بمتوسط ١٢١ يوماً في السنة ليبلغ معدل هطول الأمطار ٧١٢ ملم في السنة؛ تغزر الأمطار في الخريف بينما تقل إلى أدناها في الربيع.

بسبب موقع الدنمارك الشمالي، فإن طول النهار وشروق الشمس يتنوع جداً. هناك أيام قصيرة خلال فصل الشتاء حيث تشرق الشمس حوالي الساعة التاسعة صباحاً لتغرب عند الرابعة والنصف مساء، فضلاً عن أيام الصيف الطويلة حيث تشرق الشمس عند الساعة الرابعة صباحاً وتغرب عند الساعة العاشرة مساء. يحتفل تقليدياً بأقصر وأطول يوم في السنة. يتزامن الاحتفال بأقصر يوم مع عيد الميلاد (يول بالدنماركية). تركز الاحتفالات الحديثة على عشية عيد الميلاد في ٢٤ ديسمبر. يول هي كلمة من النوردية بصيغة الجمع تشير إلى أن المجتمع ما قبل المسيحية احتفل بموسم ذا أعياد متعددة. جلبت المسيحية الاحتفال بعيد الميلاد، مما أدى إلى استخدام الاسم النوردي أيضاً للمناسبة المسيحية. بينما أخفقت الجهود التي بذلتها الكنيسة الكاثوليكية لاستبدال هذا

ISSN: 1997-163X

Egyptian Journal of
Tourism and Hospitality

الاسم باسم عيد الميلاد (كريستميس). وأيضاً تجرى الاحتفالات بمنتصف الصيف منذ عصور ما قبل المسيحية .

- البيئة

للتخفيف من التدهور البيئي والاحتباس الحراري وقعت الحكومة الدنماركية الاتفاقات الدولية التالية: معاهدة أنتاركتيكا؛ برتوكول كيوتو؛ وقانون الأنواع المهددة بالانقراض. ساعدت هذه الاتفاقات في خفض انبعاثات ثاني أكسيد الكربون من الدنمارك. (althistory.wikia.com/wiki/Skandistan)

صنفت الدنمارك في المرتبة العاشرة عالمياً من حيث "الحياة الخضراء" في مسح لمجلة ريدرز دايجست عام ٢٠٠٧. كما تعرف كوبنهاجن بكونها واحدة من أكثر المدن الصديقة للبيئة في العالم. يعزى نجاح المدينة البيئي إلى نجاح سياسة البلدية القوية جنبا إلى جنب مع سياسة وطنية سليمة، حيث حصلت بلدية كوبنهاجن في ٢٠٠٦ على جائزة الإدارة البيئية الأوروبية..(althistory.wikia.com/wiki/Skandistan)

- الإقتصاد

يتميز اقتصاد الدنمارك المختلط بمستوى فوق متوسط معيشة أوروبا وكمية كبيرة من التجارة الحرة. تحتل الدنمارك المرتبة ١٦ في العالم من حيث الناتج المحلي الإجمالي (بينما تحتل المرتبة الخامسة في تعادل القدرة الشرائية للفرد). وفقا لمجموعة البنك الدولي سوق العمل في الدانمرك الأكثر مرونة في أوروبا وتدعى السياسة بالأمن المرن. حيث يشمل التوظيف والفصل والبحث عن عمل جديد. يبلغ حجم القوة العاملة في الدنمارك حوالي ٢,٩ مليون نسمة. كما تمتلك الدنمارك رابع أعلى نسبة من حملة الشهادات الجامعية في العالم. (فامير ،٢٠٠١)

كان الناتج المحلي الإجمالي لكل ساعة عمل في المرتبة ١٣ في عام ٢٠٠٩. تمتلك الدنمارك أدنى مستوى في العالم من حيث عدم المساواة في الدخل وفقاً للأمم المتحدة وأعلى حد أدنى للأجور في العالم وفقاً لصندوق النقد الدولي. اعتبارا من يونيو ٢٠١٠ بلغ معدل البطالة ٦,٦ ٪ وهو ما يقل عن متوسط الاتحاد الأوروبي عند ٩,٦ ٪.

وفقا لتقرير المنتدى الاقتصادي العالمي ٢٠٠٨ وصندوق النقد الدولي يعتبراقتصاد الدنمارك هو واحد من أكثر الاقتصادات تنافسية في العالم ووفقاً لتصنيف منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية تحوز الدنمارك على أكثر الأسواق حرية مالية في الاتحاد الأوروبي وواحدة من أكثر أسواق المنتجات حرية.(سونيا البكرى ، ٢٠٠٤)

ISSN: 1997-163X

Egyptian Journal of
Tourism and Hospitality

- العملة

عملة الدنمارك الوطنية هي الكرونة وهي عملياً مرتبطة باليورو حيث يعادل اليورو الواحد ٧،٤٦ كرونة بينما رفض استبدال الكرونة باليورو في استفتاء في سبتمبر ٢٠٠٠، إلا أن البلد عملياً يتبع السياسات المنصوص عليها في الاتحاد الاقتصادي والنقدي في الاتحاد الأوروبي وتلبي معايير التقارب الاقتصادي للمشاركة في المرحلة الثالثة (اليورو) من الاتحاد النقدي الأوروبي. الغالبية العظمى من الأحزاب السياسية في البرلمان تدعم اليورو لكن حتى الآن لم يتم عقد استفتاء جديد على الرغم من وجود خطة لذلك

- السكان

يبلغ تعداد سكان الدنمارك ٥،٤٧٥،٧٩١ نسمة بينما تبلغ الكثافة السكانية ١٢٩,١٦ نسمة لكل كم٢. كما هو الحال في معظم البلدان، لا يتم توزع السكان بشكل متناسق. على الرغم من أن مساحة الأرض شرق الحزام الكبير تبلغ فقط ٩٦٢٢ كم٢ أي ٢٢,٧ ٪ من مساحة الدنمارك، إلا أنه يقطنها ٤٥٪ (٢،٤٦٥،٣٤٨) من السكان. يبلغ متوسط الكثافة السكانية في هذه المنطقة ٢٥٦,٢ نسمة لكل كيلومتر مربع. أما متوسط الكثافة في غرب البلاد البالغة مساحته ٣٢،٧٧٢ كيلومتر مربع هي ٩١,٨٦/كم٢ أي ٣،٠١٠،٤٤٣ شخص في عام ٢٠٠٩

- المراحل العمرية

يبلغ متوسط الأعمار في الدنمارك ٣٩,٨ سنة حيث يوجد ٠,٩٨ ذكر لكل أنثى. تبلغ نسبة محو الأمية ٩٨,٢ ٪ من السكان (سن ١٥ وما فوق). معدل المواليد هو ١,٧٤ طفل لكل امرأة (تقديرات ٢٠٠٦) والذي سينعكس في انخفاض في نسبة العمال إلى المتقاعدين. على الرغم من انخفاض معدل المواليد فإن تعداد السكان لا يزال ينمو بمعدل سنوي متوسط قدره ٠,٣٣٪. تشير الدراسات الدولية إلى أن سكان الدنمارك هم أسعد من أي بلد في العالم.

- الدين

وفقاً للإحصاءات الرسمية في يناير ٢٠١٠ فإن ٨٠,٩٪ من سكان الدنمارك هم أعضاء في الكنيسة الوطنية الدنماركية، وهي كنيسة لوثرية والتي يصفها الدستور الدنماركي بأنها الدين الرسمي للدولة. تمثل تلك النسبة تراجعاً بنسبة ٠,٦ ٪ مقارنة عن العام السابق و ١,٢ ٪ عن عامين سابقين. تنص المادة السادسة من الدستور على أن الأسرة الحاكمة يجب أن تنتمي إلى هذه الكنيسة، بينما يحق لبقية السكان حرية اعتناق الأديان الأخرى. حوالي ١٥ ٪ من الدنماركيين لا ينتمي إلى أي طائفة.

ISSN: 1997-163X

Egyptian Journal of
Tourism and Hospitality

يشكل المسلمون في الدنمارك أقل من ٤ ٪ من مجموع السكان وهم ثاني أكبر مجتمع ديني في البلاد.

- اللغة

الدنماركية هي اللغة الرسمية في البلاد بينما الإنجليزية والألمانية هما اللغتان الأجنبيتان الأكثر استعمالاً.

التعليم

يوفر نظام التعليم الدنماركي التعليم من المرحلة الابتدائية فالثانوية ومعظم أنواع التعليم العالي. التسجيل في المدارس العامة أو ما يعادلها إلزامي لمدة لا تقل عن ٩ سنوات. يمكن أن تعادلها المدارس الخاصة أو التعليم المنزلي. يذهب حوالي ٩٩ ٪ من الطلاب إلى المدرسة الابتدائية بينما يلتحق ٨٦ ٪ بالمدارس الثانوية ويواصل ٤١ ٪ التعليم العالي. التعليم الجامعي في الدنمارك مجاني حيث لا توجد رسوم تسجيل. كما يمكن لطلاب المدارس الثانوية والتعليم العالي التقدم بطلب دعم طلابي والذي يوفر مصروفاً مالياً شهرياً ثابتاً.

تعرف المدارس الابتدائية في الدنمارك بالمدارس العامة الدنماركية. تضم هذه المدارس التعليم من الصف الأول إلى العاشر رغم أن الصف العاشر اختياري. يمكن للطلاب الالتحاق بالمدارس الحرة أو المدارس الخاصة أي المدارس التي لا تخضع لإدارة البلديات، مثل المدارس المسيحية. يصنف البرنامج الدولي لتقييم الطلبة والمنسق من جانب منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية التعليم في الدنمارك في المرتبة ٢٤ عالمياً في عام ٢٠٠٦، وبالتالي ليست أعلى بكثير ولا أقل من متوسط منظمة التعاون والتنمية. (www. althistory.wikia.com)

بعد التخرج من المدارس العامة، توجد العديد من الفرص التعليمية الأخرى، بما في ذلك الجمنازيوم - وهي مؤسسة تعليم ثانوي موجهة أكاديمياً - والامتحان التحضيري العالي (مماثلة للجمنازيوم ولكنه أقصر بسنة واحدة) وبرنامج الفحص التقني العالي (مع التركيز على الرياضيات والهندسة) وبرنامج الفحص التجاري العالي (مع التركيز على التجارة والأعمال التجارية) فضلاً عن التعليم المهني وتدريب الشباب للعمل في مهن محددة من خلال مزيج من التعليم والتدريب المهني .

ISSN: 1997-163X

Egyptian Journal of
Tourism and Hospitality

العلاقة بين مصر والدنمارك

سفير الدنمارك: ١٠٠ مليون كرونا مساعدات اقتصادية لمصر وتشجيع للشركات الدنماركية للاستثمار في مصر.

وقد أكد محمد عبد السلام رئيس البورصة المصرية في تصريحات خاصة ل "أراب فاينانس" أن العلاقات الاقتصادية بين مصر والدنمارك هي علاقات قوية تتمثل في العديد من المشروعات والاستثمارات الخاصة بعدد من الشركات الدنماركية التي تنفذها في مصر بنفسها او من خلال وكلاء لها في مصر.

من جانبه قال السفير كريستيان هوب سفير الدنمارك بالقاهرة فى تصريحات ان الحكومة الدنماركية علي ثقة تامة في قوة الاقتصاد المصري ومدي قدرته علي التطور خلال المرحلة المقبلة ، مشيرا ان مصر شهدت تحولا إيجابيا متمثلا في الإصلاحات السياسية والاقتصادية وفي العلاقات الخارجية من كافة دول العالم التي تتبنها مصر.

ولفت السفير الدنماركي الي امتلاك مصر كافة العامل التي ستساعدها علي أداء دور حيوي خلال الفترات المقبلة ، ومؤكدا علي سعي بلاده في دعم الاقتصاد المصري من خلال حزمة مساعدات اقتصادية تقدر بنحو ١٠٠ مليون كرونا بالإضافة الي تشجيع ودعم الشركات الدنماركية علي الاستثمار في مصر.

وأشار كريستيان هوب خلال كلمته ان السياحة المصرية تأتي علي راس أولويات السياح الدنماركيين ، مشيرا ان ، السفن الدنماركية تعتبر من اكثر الجنسيات العابرة بقناة السويس.

وأضاف هوب ان حجم التبادل التجاري مع مصر لا يعبر في أرقامه عن الوضع الطبيعي للعلاقات الاقتصادية بين مصر والدنمارك ، مشيرا ان صادرات الدنمارك لمصر بلغت حوالي مليار كرونا فيما بلغت صادرات مصر للدنمارك حوالي ٢٠٠ مليون كرونا سنويا حسب أرقام عام ٢٠١٠.

وردا علي تساؤل حول ما اذا كانت هناك شركات دنماركية جديدة ترغب في الاستثمار في مصر خلال المرحلة الحالية والمقبلة قال هوب "الشركات عادة تحتفظ بأسرار خططها المستقبلة الي ان تشرع في تنفيذها وبلورتها علي ارض الواقع من خلال خطوات تنفيذية ولكن بالنظر الي التطور الزمني في العلاقات المشتركة بين مصر والدنمارك فانه يوجد اهتمام مستمر من قبل الشركات الدنماركية بالاستثمار في مصر. "

وأضاف هوب أنه يوجد نحو ٢٠ شركة دنماركية تعمل في السوق المصرية بشكل مباشر وغير مباشر من خلال مكاتب تمثيل رسمية ودائمة وفيما تعمل شركات أخرى من خلال شراكات أوروبية أو مصرية تعمل في مصر ، وبالنسبة لمسألة بحث إمكانية إدراج هذه الشركات في

ISSN: 1997-163X
Egyptian Journal of Tourism and Hospitality

البورصة المصرية أفاد السفير بأن القرار في هذه الحال هو قرار هذه الشركات ، مشيرا ان دورنا ان ندعمهم ونشجعهم علي ضخ استثماراتهم في السوق المصرية. ، مشيرا الي ان الشركات الدنماركية تعمل في عدد من القطاعات الهامة والحيوية داخل السوق المصرية كالسياحة والنقل والتنمية الصناعية والصناعات الدوائية والزراعية ، مضيفا انه يوجد حوالي ٣٥ مشروع زراعي من خلال شركات دنماركية تهدف الي نقل خبراتها في المجال الزراعي الي مصر.

كما أكد رئيس البورصة المصرية محمد عبد السلام ان البورصة تبذل جهود لتعزيز التعاون الدولي بينها كمؤسسة مالية وبين كافة الأطراف الدولية ذات الصلة ، مشيرا الي انها تعد بمثابة رسالة واضحة لهؤلاء لتعزيز التعاون ودعم الاقتصاد المصري ، مضيفا انه يتوجه بهذه الرسالة ايضا الي المصريين المغتربين في الخارج لدعم الاقتصاد الوطني والذي وصفهم بانهم قوة لا يستهان بها في القيام بهذا الدور(www.arabfinance.com).

ثانيا : النرويج

هي دولة تقع في شمالي أوروبا وتحتل الجزء الغربي من شبه الجزيرة الإسكندنافية بالإضافة إلى جان ماين وأرخبيل سفالبارد في المنطقة القطبية الشمالي. تصل مساحة النرويج الكلية إلى ٣٨٥،٢٥٢ كيلومتر مربع (١٤٨،٧٤٧ ميل مربع تعد البلاد إحدى أقل الدول الأوروبية كثافة سكانية. تمتلك النرويج حدوداً طويلة مع السويد في الشرق، وتحد أقصى حدودها الشمالية فنلندا من الجنوب وروسيا إلى الشرق، بينما تقع الدنمارك إلى الجنوب عند طرف البلاد الجنوبي عبر مضيق سكاجيراك. عاصمة النرويج هي أوسلو. تمتلك النرويج سواحل عريضة تواجه المحيط الأطلسي وبحر بارنتس، وهذه السواحل هي موطن الفيورد الشهيرة .

الأقتصاد

بعد الحرب العالمية الثانية، شهدت النرويج نمواً اقتصادياً سريعاً بالأخص في العقدين الأولين بسبب الشحن النرويجي والتجارة البحرية والتصنيع المحلي. أما ازدهارها في أوائل عقد السبعينيات من القرن العشرين فيعود لاستثمار كميات الكبيرة من النفط والغاز الطبيعي التي تم اكتشافها في بحر الشمال وبحر النرويج. تعد النرويج حالياً ثالث أغنى بلد في العالم من حيث القيمة النقدية، مع ثاني أكبر احتياطي للفرد الواحد من أي دولة أخرى. النرويج هي خامس أكبر مصدر للنفط وتساهم الصناعات البترولية بحوالي ربع الناتج المحلي الإجمالي. في أعقاب الأزمة المالية العالمية للفترة الممتدة بين سنوات ٢٠٠٧ و ٢٠١٠، اعتبر المصرفيون الكرونة النرويجية إحدى أكثر العملات ثباتاً في العالم.

ISSN: 1997-163X

Egyptian Journal of
Tourism and Hospitality

تمتلك النرويج موارد طبيعية غنية من النفط والغاز الطبيعي والطاقة الكهرمائية والغابات والمعادن. كما كانت ثاني أكبر مصدر للمأكولات البحرية (من حيث القيمة، بعد جمهورية الصين الشعبية) في عام ٢٠٠٦ تشمل الصناعات الرئيسية الأخرى الشحن البحري والمعالجة الغذائية وبناء السفن وصناعة المعادن والكيماويات والتعدين والصيد والمنتجات الورقية من الغابات. تحتفظ النرويج بنموذج الرعاية الاسكندنافية بوجود نظام رعاية صحية عالمي ودعم نظام التعليم العالي ونظام شامل للضمان الاجتماعي. صنفت النرويج في المرتبة الأعلى بين جميع البلدان في مجال التنمية البشرية للفترة الممتدة بين سنتيّ ٢٠٠١ و ٢٠٠٧ومرة أخرى في عام ٢٠٠٩. كما صنفت أيضاً أكثر البلدان سلمية في العالم في استطلاع لسنة ٢٠٠٧ من قبل مؤشر السلام العالمي.

الدخل

يتمتع النرويجيون بثاني أعلى ناتج محلي إجمالي للفرد الواحد (بعد لوكسمبورغ) وثالث أعلى ناتج محلي إجمالي (تعادل القوة الشرائية) للفرد الواحد في العالم. حافظت النرويج على المرتبة الأولى عالمياً في مؤشر التنمية البشرية لبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي لمدة ست سنوات متتالية (٢٠٠١-٢٠٠٦)، ومن ثم استعادت هذه المرتبة في عام ٢٠٠٩.

معدل البطالة في النرويج منخفض جداً وحالياً يبلغ ٣,١%. تعتبر مستويات الإنتاج الساعية فضلاً عن متوسط الأجور في الساعة الواحدة في النرويج من بين أعلى المعدلات في العالم. تضمن قيم المساواة في المجتمع النرويجي أن يكون الفرق في الأجور بين العمال الأقل أجراً والرؤساء التنفيذيين لأكبر شركات البلاد أقل مما هو بكثير في الاقتصادات الغربية القابلة للمقارنة. يتضح هذا الأمر أيضاً في معامل جيني النرويجي المنخفض.

تكلفة المعيشة في النرويج أعلى بحوالي ٣٠% مما هي عليه في الولايات المتحدة و ٢٥% أعلى من المملكة المتحدة. يُعد مستوى المعيشة في النرويج من بين أعلى المعدلات في العالم. تصنف مجلة السياسة الخارجية النرويج في المرتبة الأخيرة في مؤشر الدول الفاشلة لعام ٢٠٠٩، بذلك تكون النرويج أفضل دول العالم من حيث حسن الأداء والاستقرار. صادرات النفط والغاز المستمرة إلى جانب وجود اقتصاد سليم وتراكم الثروة الكبيرة يؤدي إلى استنتاج مفاده أن النرويج سوف تظل من بين أغنى البلدان في العالم في المستقبل المنظور.

يعد الاقتصاد النرويجي مثالاً على الاقتصاد المختلط، حيث يتألف من مزيج من اقتصاد رأسمالي مزدهر يقوم على السوق الحرة وملكية الدولة الكبيرة لبعض القطاعات الرئيسية. تمتلك الدولة حصصاً كبيرة في القطاعات الصناعية الرئيسية عبر شركات، فمثلاً في قطاع النفط الاستراتيجي

ISSN: 1997-163X

Egyptian Journal of
Tourism and Hospitality

(ستات أويل) وإنتاج الطاقة الكهرمائية (ستات كرافت) وإنتاج الألمنيوم (نورسك هيدرو) وأكبر بنوك النرويج (د.ن.ب نور) ومزود الاتصالات (تيلينور). من خلال هذه الشركات الكبيرة تسيطر الحكومة على ما يقرب من ٣٠% من قيمة الأسهم في بورصة أوسلو. عندما يتم تضمين الشركات غير المدرجة في البورصة فإن حصة الدولة في البورصة ترتفع (أساساً من ترخيص ملكية النفط المباشرة). النرويج هي من الدول الكبرى في قطاع الشحن البحري في العالم حيث تمتلك سادس أكبر أسطول تجاري ويتألف من ١،٤١٢ سفينة تجارية.

الموارد الطبيعية

تعد النرويج غنية بالموارد الطبيعية بما في ذلك النفط والطاقة المائية والأسماك والغابات والمعادن. تم اكتشاف احتياطيات كبيرة من النفط والغاز الطبيعي في عقد الستينيات من القرن العشرين، الأمر الذي أدى إلى ازدهار كبير في الاقتصاد. تمتلك النرويج واحدة من أعلى مستويات المعيشة في العالم بسبب الكمية الكبيرة من الموارد الطبيعية مقارنة مع حجم السكان. تؤمن الدولة خدمات مجانية للشعب مثل الرعاية الصحية كما يحصل الوالدان على إجازة أمومة لمدة ١٢ شهراً مدفوعة الأجر. الدخل الذي تحصل عليه الدولة من الموارد الطبيعية يضم مساهمة كبيرة من إنتاج النفط والدخل الكبير الناجم عن حسن إدارة هذا القطاع.

السكان

يبلغ عدد سكانها حوالي ٤،٨ ملايين نسمة

الطبيعة

يمكن للناظر أن يطالع عدداً من أكثر المناظر الطبيعية الخلابة في العالم بالنرويج، حيث يضم الساحل الغربي لجنوب البلاد وسواحل شمالها حالياً بعض المشاهد الساحرة الفريدة عالمياً. صنفت جمعية ناشونال جيوغرافيك الفيوردات النرويجية على أنها مصدر الجذب السياحي الأعلى في العالم. في عام ٢٠٠٨ وضع مؤشر الأداء البيئي النرويج في المركز الثاني بعد سويسرا استنادا إلى الأداء البيئي لسياسات البلاد.

العلاقات الخارجية

دل الاستفتاءان في عامي ١٩٧٢ و ١٩٩٤ على رغبة الشعب النرويجي في البقاء خارج الاتحاد الأوروبي. مع ذلك فإن النرويج بالإضافة إلى آيسلندا وليختنشتاين أعضاء في السوق الأوروبية الموحدة من خلال اتفاقية المنطقة الاقتصادية الأوروبية. نقلت معاهدة المنطقة الاقتصادية الأوروبية بين دول الإتحاد الأوروبي ودول رابطة التجارة الحرة الأوروبية إلى القانون النرويجي عبر "إيوس- لوفن"، الذي يصف إجراءات تنفيذ قواعد الإتحاد الأوروبي في النرويج وغيرها من بلدان رابطة التجارة الحرة الأوروبية. يجعل هذا الأمر من النرويج عضواً متكاملاً للغاية في

ISSN: 1997-163X
Egyptian Journal of
Tourism and Hospitality

معظم قطاعات السوق الداخلية للاتحاد الأوروبي. مع ذلك فإن بعض القطاعات مثل الزراعة والنفط والأسماك لم تطرح بالكامل في المعاهدة. انضمت النرويج إلى اتفاقية شينجن والعديد من الاتفاقات الحكومية الأخرى بين الدول الأعضاء في الاتحاد الأوروبي (www.wikimedia.org.) تحتفظ النرويج بسفارات في ٨٦ بلداً. بينما توجد سفارات لستين بلداً في النرويج وجميعها في العاصمة أوسلو.النرويج هي أحد الأعضاء المؤسسين للأمم المتحدة وحلف شمال الأطلسي ومجلس أوروبا. رفض الناخبون النرويجيون مرتين الانضمام إلى الاتحاد الأوروبي، رغم أن معظم التشريعات التي قدمها الاتحاد الأوروبي تنفذ في النرويج بسبب عضويتها في المنطقة الاقتصادية الأوروبية. يضمن هذا الأمر وصول النرويج إلى السوق الأوروبية الداخلية. تعتبر البلاد أحد المشاركين البارزين في مجال التنمية الدولية بعد أن شاركت بكثافة دبلوماسياً في اتفاقات أوسلو التي تعد جزءاً من الصراع الطويل بين إسرائيل والفلسطينيين في الشرق الأوسط. تؤكد النرويج على علاقاتها الدبلوماسية الوطيدة مع الولايات المتحدة.

التعليم

يُقسم التعليم الأساسي في النرويج إلى ٣ مراحل أساسيّة: التعليم الإبتدائي الذي يمتد على مدى ٧ سنوات، من الصف الأول حتى الصف السابع ومن عمر ٦ سنوات حتى ١٣ سنة؛ التعليم المتوسط ومدته ٣ سنوات، من الصف الثامن حتى الصف العاشر ومن عمر ١٣ سنة حتى ١٦؛التعليم الثانوي ومدته ٣ سنوات، وهي فترة دراسية اختيارية، على الرغم من أن التغييرات التي أصابت المجتمع النرويجي خلال عقد التسعينيات من القرن العشرين، سواء على الصعيد القانوني أو الوظائفي، جعلت متابعة الدراسة في هذه المرحلة أمرًا لا مناص منه، وقد لوحظ أن إقبال الطلاب على المدارس الخاصة في هذه المرحلة أعظم من إقبالهم على المدارس الرسميّة

يُقدم التعليم العالي في النرويج من قبل مجموعة من سبع جامعات وخمس كليات متخصصة و ٢٥ كلية جامعية فضلاً عن مجموعة من الكليات الخاصة. يتبع التعليم برنامج بولونيا الذي ينطوي على درجة البكالوريوس (٣ سنوات) الماجستير (سنتين) والدكتوراه (٣ سنوات). يتم قبول الطالب في الجامعة بعد انتهائه من دراسته الثانوية العامة. التعليم العام مجاني تقريباً بغض النظر عن الجنسية.

تحتل النرويج الصدارة بين الدول الأوروبية التي في نسبة السكان الحاصلين على شهادة جامعية، إذ ٤٣,٧% من سكان النرويج حاصلين على شهادة جامعية، وهي تحتل المرتبة الرابعة بعد روسيا وايرلندا وفنلندا. (www.wikimedia.org)

يتكوّن العام الدراسي من فصلين دراسيين،المسؤولية النهائية عن التعليم تقع على عاتق وزارة التعليم والبحوث النرويجية.

ISSN: 1997-163X

World Research Organization

Egyptian Journal of
Tourism and Hospitality

الدين

تبلغ نسبة السكان غير المنتمين للكنيسة النرويجية حوالي ١٠% حسب إحصائية مم ١ يناير/كانون الثاني سنة ٢٠٠٩ (٨٠,٧% أعضاء في كنيسة النرويج و ٩% آخرون أو ٤٣١،٠٠٠ شخص أعضاء في المجتمعات الدينية خارج كنيسة النرويج). يبلغ إجمالي اتباع الطوائف المسيحية الأخرى إلى ٤,٩% من السكان.

يشكل الإسلام الأغلبية ويمثل معتنقوه نحو ١,٥% من السكان. يمارس الإسلام بشكل رئيسي من قبل المهاجرين العرب والصوماليين والألبان والأتراك فضلاً عن النرويجيين من أصل باكستاني. تشكل كافة الديانات الأخرى أقل من ١% لكل منها

اللغة

اللغة الأجنبية الرئيسية التي تدرس في المدرسة الابتدائية النرويجية هي اللغة الإنجليزية. تجيد غالبية السكان الإنجليزية وخاصة أولئك الذين ولدوا بعد الحرب العالمية الثانية. الألمانية والفرنسية والإسبانية تدرس عادة كلغة ثانية أو في أكثر الأحيان كلغة الثالثة. اللغات الروسية واليابانية والإيطالية واللاتينية ونادراً الصينية (المندرين) المدارس تتوفر في بعض ومعظمها في المدن. تقليدياً تعتبر الإنجليزية والألمانية والفرنسية اللغات الأجنبية الرئيسية في النرويج.
(www.wikimedia.org)

العلاقة بين مصر والنرويج

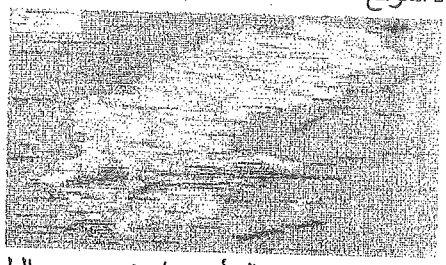
زيادة نسبة التجارة بين مصر والنرويج الى ١٢%في الوقت الذي مازالت آثار الأزمة اليونانية وتأثيرتها تنتقل من بلد لآخر. وتبعاتها من انخفاض قيمة اليورو كانت الاحتفالية التي عقدت بالقاهرة بمناسبة مرور خمسين عاما علي قيام اتفاقية التجارة الحرة الأوروبية التي تضم النرويج، سويسرا، أيسلندا وليختنشتين، مناسبة مهمة لبحث الأزمة، خاصة وأن المجموعة كانت قد وقعت اتفاقية تجارة حرة مع مصر في يناير عام ٢٠٠٧ وكان السؤال الذي أجابه سفير النرويج بالقاهرة توماس هاووف ماذا تم خلال هذه السنوات؟ ارتفعت قيمة التجارة بين مصر والنرويج خلال هذه الأعوام إلي ما بين ١٠ إلي ١٢ % وبالرغم من هذا لم تصل قيمتها بعد إلي مليار جنيه مصري وقال سفير النرويج ان أهم التحديات رفع الوعي حول اتفاقية التجارة الحرة بين مصر والمجموعة الأوروبية. في كلا الجانبين الأوروبي والمصري. خاصة في القطاع الخاص.
(ahram .org.eg)www.digital

ISSN: 1997-163X

Egyptian Journal of
Tourism and Hospitality

ثالثاً: السويد

- الموقع



تقع السويد في شمال أوروبا، غرب بحر البلطيق وخليج بوتنيا، ولها شريط ساحلي طويل، وتشكل الجزء الشرقي من شبه جزيرة اسكندنافيا. السويد تحتل المركز الخامس والخمسين عالمياً من حيث المساحة (٤٤٩،٩٦٤ كم٢) والرابعة في أوروبا (باستثناء روسيا الأوروبية)، وهي أكبر دولة في شمال أوروبا.

تقسم السويد إلى ٢٥ محافظة استناداً إلى الثقافة والجغرافيا والتاريخ. في حين أن هذه المحافظات لا تخدم أي غرض سياسي أو إداري، فإنها تلعب دوراً هاماً في هوية الشعب الذاتية. يمكن عموماً تجميع المحافظات في ثلاث كيانات واسعة وهي نورلاند الشمالية، وسفيلاند المركزية وجوتالاند الجنوبية. تشكل نورلاند ذات الكثافة السكانية المنخفضة ما يقرب من ٦٠ ٪ من مساحة البلاد. يقع حوالي ١٥ ٪ من السويد إلى الشمال من الدائرة القطبية الشمالية. يغلب على جنوب السويد الطابع الزراعي بينما تغطي الغابات نسبة كبيرة من شمال البلاد.

المناخ

معظم السويد ذو مناخ معتدل رغم تواجدها في الشمال، كما تمتلك أربعة فصول متميزة ودرجات حرارة معتدلة على مدار السنة. يمكن تقسيم السويد إلى ثلاثة مناطق حسب المناخ، الجزء الجنوبي ذو مناخ محيطي والجزء المركزي ذو المناخ القاري الرطب والجزء الشمالي ذو المناخ شبه القطبي. يبدو أن السويد أكثر دفئاً وأكثر جفافاً من أماكن أخرى على نفس خط العرض، ويرجع ذلك أساساً إلى تيار الخليج. على سبيل المثال، الشتاء في وسط وجنوب السويد أكثر دافئاً من أجزاء كثيرة في روسيا وكندا وشمال الولايات المتحدة. نظراً لموقعها الشمالي فإن طول النهار يختلف اختلافاً كبيراً. ففي شمال الدائرة القطبية الشمالية، لا تغيب الشمس أبداً في فترة من الصيف، وفي جزء من الشتاء لا تشرق الشمس أبداً. في العاصمة ستوكهولم يبلغ طول النهار أكثر

ISSN: 1997-163X

Egyptian Journal of
Tourism and Hospitality

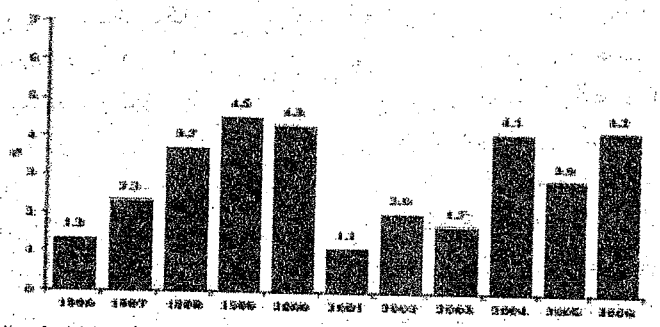
من ١٨ ساعة في أواخر يونيو ولكنه حوالي ٦ ساعات في أواخر ديسمبر. تتلقى السويد ما بين ١،٦٠٠ إلى ٢،٠٠٠ ساعة من أشعة الشمس سنوياً.

تختلف درجات الحرارة اختلافاً كبيراً بين الشمال والجنوب. تمتلك الأجزاء الوسطى والجنوبية من البلاد صيفاً حاراً وشتاء بارداً، مع درجات حرارة تصل إلى ٢٠-٢٥ درجة مئوية وتتدنى إلى ١٢-١٥ درجة مئوية في الصيف، أما متوسط درجات الحرارة شتاء فهو بين -٤ و ٢ درجة مئوية في حين أن الجزء الشمالي من البلاد أكثر برودة في الصيف وذو شتاء أطول وأبرد وأثلج مع انخفاض درجات الحرارة والتي كثيراً ما تهبط دون درجة التجمد من سبتمبر حتى مايو. يمكن أن تحدث موجات من الحر عدة مرات كل عام وقد تسجل درجات حرارة فوق ٣٠ درجة مئوية في أيام كثيرة خلال فصل الصيف، وأحياناً حتى في الشمال.

في المتوسط، يتلقى معظم السويد ما بين ٥٠٠ و ٨٠٠ ملم من المطر في كل عام، مما يجعله أكثر جفافاً من المتوسط العالمي. الجزء الجنوبي الغربي من البلاد يتلقى أمطاراً أغزر بين ١٠٠٠ و ١٢٠٠ ملم بينما بعض المناطق الجبلية في الشمال تتلقى ما يصل إلى ٢٠٠٠ ملم. يحدث تساقط الثلوج بشكل رئيسي من ديسمبر وحتى مارس في جنوب السويد، وفي الفترة من نوفمبر حتى أبريل في وسط السويد، ومن أكتوبر حتى مايو في شمال السويد. بالرغم من أن جنوب ووسط السويد تعتبر مواقع شمالية، إلا أنها تميل إلى أن تكون خالية تقريباً من الثلوج في بعض فصول الشتاء.

الأقتصاد

تمتلك السويد اقتصاداً مختلطاً متجهاً نحو التصدير ويتميز بنظام توزيع حديث واتصالات داخلية وخارجية ممتازة بالإضافة إلى يد عاملة ماهرة.



شكل رقم (٥) يوضح نمو الناتج المحلي الإجمالي السويدي الحقيقي خلال ١٩٩٩-٢٠٠٩.

ISSN: 1997-163X

Egyptian Journal of
Tourism and Hospitality

يعمل في البلاد نحو ٤,٥ مليون مقيم، منهم زهاء الثلث حاصلين على التعليم الجامعي. يعد الناتج المحلي الإجمالي لكل ساعة عمل في السويد التاسع على مستوى العالم ووصل ذروته في السويد في عام ٢٠٠٦ بحوالي ٣١ دولاراً في الساعة، بالمقارنة مع ٢٢ دولاراً في إسبانيا و ٣٥ دولاراً في الولايات المتحدة ينمو الناتج المحلي الإجمالي لكل ساعة عمل بمعدل ٢,٥% في السنة بالنسبة للاقتصاد ككل، والتجارة متوازنة النمو والإنتاجية بنسبة ٢%. وفقاً لمنظمة التعاون والتنمية الاقتصادية، فإن رفع القيود والعولمة ونمو قطاع التكنولوجيا من العوامل الرئيسية الدافعة للإنتاج. السويد رائدة عالمياً في مجال خصخصة معاشات التقاعد كما أن مشاكل التمويل صغيرة نسبياً بالمقارنة مع بلدان عديدة أخرى في أوروبا الغربية.

يحصل العامل العادي على ٤٠ ٪ من دخله بعد الضرائب. لا تزال الضرائب في السويد قرب ضعفها في الولايات المتحدة وأيرلندا رغم أنخفاضها إلى ٥١,١% من الناتج المحلي الإجمالي لعام ٢٠٠٧. تبلغ حصة العمالة الممولة عن طريق الدخل الضريبي ثلث القوى العاملة السويدية، وهي نسبة أعلى بكثير من معظم البلدان الأخرى. عموماً، نمو الناتج المحلي الإجمالي يجري بسرعة منذ بدء الإصلاحات في أوائل التسعينات وبخاصة في مجال الصناعة التحويلية.
تعد السويد واحدة من أكثر دول العالم تطوراً من حيث الرفاهية الاجتماعية. تمتلك البلاد أعلى مستوى من الإنفاق الاجتماعي من الناتج المحلي الإجمالي أكثر من أي دولة أخرى. بالإضافة إلى ذلك توفر وصولاً شاملاً للتعليم والرعاية الصحية حيث الجميع على قدم المساواة ، أدى النمو الثابت في دولة الرفاه إلى أن حقق السويديون مستويات غير مسبوقة من الحراك الاجتماعي ونوعية الحياة، حتى يومنا هذا حيث تأتي باستمرار على رأس قوائم محو الأمية والصحة والتنمية البشرية متقدمة بفارق كبير على بعض البلدان الأكثر ثراء (على سبيل المثال الولايات المتحدة).
مع ذلك، منذ السبعينات تراجع نمو الناتج المحلي الإجمالي السويدي وراء البلدان الصناعية الأخرى، كما تراجع ترتيبها حسب الدخل الفردي من ٤ إلى المركز ١٤ في غضون بضعة عقود. تسارع النمو الاقتصادي منذ منتصف التسعينات وأصبح أعلى مما كان عليه في معظم البلدان الصناعية الأخرى (بما في ذلك الولايات المتحدة) خلال السنوات الخمسة عشر الماضية.
(www.ar.wikipedia.org)

ISSN: 1997-163X

Egyptian Journal of
Tourism and Hospitality

- التعليم

تضمن الدولة للأطفال الذين تتراوح أعمارهم بين ١-٥ سنوات من العمر مكاناً في دور الحضانة العامة السويدية. أما للذين تتراوح أعمارهم بين ٦ و ١٦ فيحضرون التعليم الإلزامي والشامل. سجل الطلاب السويديون بعمر ١٥ عاماً درجات قريبة من متوسط منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية في برنامج تقييم الطلاب الدولي. بعد الانتهاء من الصف التاسع، يستمر حوالي ٩٠ ٪ من الطلاب في الثانوية العليا لمدة ثلاث سنوات، والتي قد تقود إلى مؤهل مهني أو قبول في الجامعة. يمول النظام المدرسي إلى حد كبير من الضرائب.

هناك عدد من الجامعات والكليات المختلفة في السويد، أقدم الجامعات وأكبرها في أوبسالا ولوند وغوتنبرغ وستوكهولم. كونها دولة متقدمة صناعية، فإن البحث والتطوير يلعب دوراً رئيسياً في التنمية الاقتصادية وكذلك بالنسبة للمجتمع في إطار أكبر.

يخصص كلا القطاعان العام والخاص في السويد ما يقرب من أربعة في المائة من الناتج المحلي الإجمالي في البحث والتطوير، مما يجعل من السويد من الرواد بين بلدان العالم التي تستثمر في البحث والتطوير من حيث النسبة المئوية من الناتج المحلي الإجمالي.كما أن مستوى البحوث السويدية مرتفع حيث تقود السويد العالم في عدد من المجالات المهمة. تتصدر السويد أوروبا في الإحصاءات المقارنة سواء من حيث الاستثمارات في البحوث كنسبة مئوية من الناتج المحلي الإجمالي أو في عدد الأعمال العلمية المنشورة للفرد الواحد.

- العملة

احتفظ السويديون بعملتهم الكرونا السويدية بعد أن رفضوا اليورو في تصويت شعبي. تأسس البنك المركزي السويدي في ١٦٦٨، مما يجعله من أقدم البنوك المركزية في العالم، حيث يركز في الوقت الراهن على تثبيت السعر وحد التضخم عند ٢ ٪. وفقاً لدراسة الحالة الاقتصادية في السويد عام ٢٠٠٧ من قبل منظمة التعاون والتنمية، فإن متوسط التضخم في السويد كان واحداً من أدنى المعدلات بين الدول الأوروبية منذ منتصف التسعينات، وهو ما يعود إلى حد كبير إلى رفع القيود والتوظيف السريع للعولمة.

- السكان

قدر تعداد سكان السويد في عام ٢٠٠٩ بنحو ٩،٣٥٤،٤٦٢ نسمة. تجاوز العدد تسعة ملايين لأول مرة في ١٢ أغسطس ٢٠٠٤ وفقاً لإحصاءات السويد. تبلغ الكثافة السكانية ٢٠,٦ نسمة/كم٢ وهي أعلى بكثير في الجنوب مما هي عليه في الشمال. يعيش حوالي ٨٥ ٪ من السكان في المناطق الحضرية. يقطن العاصمة ستوكهولم حوالي ٨٠٠ ألف نسمة..

ISSN: 1997-163X
Egyptian Journal of Tourism and Hospitality

في إحصاء عام ٢٠٠٧، قدرت نسبة المولودين خارج البلاد بنحو ١٣,٤ % من إجمالي عدد السكان يعكس هذا الرقم الهجرة بين بلدان الشمال نفسها والمراحل الأولى من هجرة العمالة وهجرات اللاجئين اللاحقة. تحولت السويد من دولة طاردة للسكان بعد الحرب العالمية الأولى إلى دولة جاذبة للسكان بعد الحرب العالمية الثانية. بلغت الهجرة أعلى نسبها في عام ٢٠٠٨ حيث هاجر إلى السويد ١٠١،١٧١ شخص في ذاك العام.

اللغة

اللغة الرسمية في السويد هي اللغة السويدية، وهي إحدى اللغات الجرمانية الشمالية، وتشبه إلى حد بعيد اللغة الدنماركية واللغة النرويجية ولكن الاختلاف يكمن في اللفظ والهجاء. يجد النرويجيين قليلا من الصعوبة في فهم اللغة السويدية، كما يمكن للدنماركيين أيضاً فهمها، بصعوبة أكثر قليلاً من النرويجيين.

يجيد غالبية السويديين وبدرجات متفاوتة التحدث باللغة الإنجليزية، وخاصة أولئك الذين ولدوا بعد الحرب العالمية الثانية. يرجع الفضل إلى الروابط التجارية والسفر خارج البلاد والنفوذ الانجلو-اميركي القوي وترجمة الأفلام والبرامج التلفزيونية الأجنبية عوضاً عن دبلجتها. إضافة إلى التشابه النسبي بين اللغتين مما يجعل من تعلم الإنجليزية سهلاً. أظهر مسح لليوروبار في عام ٢٠٠٥ أن ٨٩% من السويديين يتحدثون الإنجليزية إلى حد ما.

الدين

اعتنق السويديون قبل القرن الحادي عشر الوثنية النوردية.انما تغيرت قوانين البلاد مع التحول إلى المسيحية في القرن الحادي عشر حيث منعت عبادة الآلهة الأخرى حتى أواخر القرن التاسع عشر.

أصبحت اللوثرية دين الدولة الرسمي. خلال حقبة الإصلاح اللاحقة والتي تعرف عادة بعصر اللوثرية الأرثوذكسية (www.ar.wikipedia.org)

المعالم السياحية

توجد بالسويد العديد من المدن الجميلة والتي تتمتع بسحرها الخاص فتمتد بها الغابات والجبال الجليدية والعديد من المناظر الطبيعية الخلابة، بالإضافة للبحيرات المنتشرة بها والتي تضفي المزيد من الجمال عليها، ومن المدن الموجودة بالسويد نذكر مدينة جوكموك وهي من اهم معالم السياحة في السويد والتي يتمكن السائح بها من رؤية الشمس تسطع في منتصف الليل وهو منظر فريد يدل على عظمة الخالق سبحانه وتعالى، ومن المعالم الشهيرة قلعة جريبش وهي من اهم معالم السياحة في السويد ، ويتمكن السائح من ممارسة رياضة التزلج على الجليد، ومن المعالم المميزة بالبلاد نجد متحف سفينة واسا وهي من اهم معالم السياحة في السويد، والقصر الملكي،

ISSN: 1997-163X

Egyptian Journal of
Tourism and Hospitality

ومبنى مجلس المدينة والذي يقام فيه الاحتفال بتوزيع جوائز نوبل، والعديد من المشاهد والمعالم الجميلة الأخرى.

كما تنتشر بها المهرجانات والتي يعقد الغالبية منها خلال فصل الصيف منها مهرجان لوتشيا وهو واحد من أشهر المهرجانات الشعبية و من اهم معالم السياحة في السويد.

تعد العاصمة السويدية ستوكهولم واحدة من أجمل المدن الأوربية وهي من اهم معالم السياحة في السويد فتنتشر بها الحدائق ،والمتنزهات بالإضافة للعديد من المتاحف والتي تضم بين أروقتها العديد من القطع الأثرية التي تسجل جزء كبير من التاريخ الأوربي في المنطقة، وتتفرع في ستوكهولم العديد من الممرات المائية والتي يستمتع السائح بركوب القوارب بها.

كما توجد مدينة جوتنبرج وهي من اهم معالم السياحة في السويد وهي ثاني أكبر المدن السويدية وتقع على الساحل الغربي من البلاد وتوجد بها العديد من الموانئ ومن الأماكن الشهيرة بها منتزه ليزبيرج والذي يزخر بالوسائل الترفيهية.

هذا بالإضافة لعدد من المدن الأخرى مثل فيزبي وتقع على جزيرة جوتلاند والتي يوجد بها العديد من المعالم الأثرية مثل متحف جوتلاندس فورنسال، كما توجد جزيرة أولاند التابعة للمملكة السويديةوهي من اهم معالم السياحة في السويد والتي تضم بدورها قلعة جرابورج،ومتحفإيكيتوب.

وتحتل المناظر الطبيعية الخلابة مساحات كبيرة من البلاد فتوجد بمدينة سارنا شلال نوبيسكار وهي من اهم معالم السياحة في السويد والذي يعـــد أعلـــى شلال في البلاد، ومنطقـــة واسعـــة من الغـــابات الكثيفة.

يستمتع السياح أيضاً في السويد بممارسة التزلج على الجليد مع قدوم فصل الشتاء، وتضم غاباتها عدد كبير من الحيوانات الرائعة.

عن علاقة دولة مصر بالسويد فقد اكدت سفيرة السويد في مصر

إن عدد زائري مصر من السائحين السويديين يبلغ في المتوسط نحو ٢٠٠ ألف زائر سنويا. وأكدت قوة العلاقات التجارية التي تربط بين السويد ومصر في العديد من المجالات والقطاعات

ISSN: 1997-163X

Egyptian Journal of
Tourism and Hospitality

الإنتاجية والخدمية، مشيرة إلى ثقتها بأن الشركات السويدية ستعود بقوة للاستثمار في مصر في العديد من القطاعات التي تشهد تواجدا قويا لشركات بلادها مثل الشركة الهندسية السويسرية السويدية إيه بي بي وشركة إكيا لصناعة الأثاث، والتي ستعزز من تواجدها في مصر خلال الفتـــرة المقبـــــلة.

ونوهت إلى تواجد عملاق صناعة الاتصالات "إيريكسون"، والتي تعمل في مصر منذ عام ١٩٧٩، وكذلك شركة "تترا باك" العالمية، والتي تعمـــل في مجـــال الطباعـــــة والتغليف.
وأكدت كير قوة مصر الاقتصادية كمنطقة جاذبة للاستثمارات من شتى أنحاء العالم، مشيرة إلى أن نظرة بلادها للاستثمار في مصر هي نظرة إيجابية للغاية، يعكسها ٧٠٠ مليون يورو سنويا، هو حجم التبادل التجاري بين البلدين.
ولفتت إلى أنه لا يوجد ما يمنع أن تقوم الشركات السويدية العاملة في مصر بإدراج أسهمها في السوق المصرية، مشيرة إلى أن الاستثمارات الخارجية، ومنها السويدية، تلعب دورا فاعلا في نمو الاقتصاد المصري بغض النظر عن كونها غير مدرجة في البورصة المصرية.(تقرير عن وزارة السياحة)
وأشارت إلى أن شركات الاتصالات السويدية العاملة في مصر على سبيل المثال يعمل بها آلاف المصريين كما أنها تقوم بتدريب الشباب على أحداث التقنيات والوسائل المستخدمة في هذا القطاع، بما يحقق تطويرا قد لا يمكن قياسه على النحو المنظور ولكنه يصب في الأخير في مصلحة العلاقات الوطيدة بين البلدين.
كما نشرت صحيفة GT اليومية عدد أول سبتمبر ٢٠٠٨ عن ازدياد أعداد السائحين السويديين الذين يفضلون مصر كأحد المقاصد السياحية الهامة. وقد زار مصر خلال الستة شهور الأولى من عام ٢٠٠٨ حوالى ٧٧ ألف سائح سويدى جاء أكثرهم خلال شهرى يناير وفبراير ، ومن المتوقع زيادة عدد كبير من السويديين لمصر فى هذا الشتاء.
نشر بصحيفة Dagens Industri على الرغم من أن الاحوال الإقتصادية فى السويد ليست بنفس القوة السابقة إلا أن معظم الناس هناك مازالوا يخططون لأجازاتهم الشتوية ، وقد ذكرت مصر ضمن المقاصد السياحية المرغوب زيارتها خلال فصل الشتاء .
وفى صحيفة Utemagasinet عدد ٢ سبتمبر عام ٢٠٠٩ نشر مقالا عن اهم ٣٠ مقصداً سياحياً بالنسبة للسائحين السويديين وذكرت مصر كأهم هذه المقاصد وذلك لملائمتها لساحة المغامرات خاصة منطقة البحر الأحمر . (www.ar.wikipedia.org)

ISSN: 1997-163X

Egyptian Journal of
Tourism and Hospitality

- وضع برامج ترفيهية موجهة لكافة الشرائح العمرية للمجتمع من خلال تنظيم حملات إعلامية وترويجية من وسائل الإعلام الوطنية .
- هيكلة سوق السياحة الدولية من خلال انشاء وكالات السفر المتخصصة في السوق الإسكندنافى .

٣- السعر

يجب عمل برامج سياحية متنوعة وباسعار متفاوتة وذلك حتى تتلائم مع مختلف الشرائح السكانية حيث يتم تقديم برامج باسعار متوسطة وذلك لتحفيز سياحة الشباب على ألا تقل مستوى الخدمة المقدم داخل محتويات البرنامج المختلفة ، كما يمكن تشجيع سياحة الحوافز (توفيق محمد ، ٢٠٠٥) .

وأيضا تقديم برامج باسعار عالية تتناسب مع شريحة ذوى الدخول المرتفعة والتى هم يمثلون نسبة ليست بقليلة داخل السوق الإسكندنافى .

٤- منافذ التوزيع

يتم الإعتماد على مختلف الوسائل المختلفة سواء كانت شركات السياحة التى تتعامل مع السوق الإسكندنافى أو مع منظمى الرحلات الشاملة ، او يمكن الإعتماد على مكاتب السياحة المصرية بالخارج ، كما يمكن الإعتماد على أساليب حديثة منها الإنترنت كأحد منافذ التوزيع المستحدثة (سوزان بكرى ،٢٠٠٨)

ب- كما يمكن الإعتماد على بعض الأساليب التسويقية المختلفة مثل التسويق الإستراتيجى كأداة فعالة للأستفادة من الفرص المتاحة امام السياحة المصرية عن طريق الأستخدام الأمثل لمواردها ويبدأ التحليل بما يعرف بالفجوة الإستراتيجية وهى الفجوة الناشئة عن الفارق بين الحجم الحالى للسوق السياحى والحجم الذى نود الوصول اليه وأفضل الطرق لتحليل هذه الفجوة والقضاء عليها استخدام ما يعرف بمصفوفة أنسوف ، حيث يرى ان التغلب على الفجوة الإستراتيجية يكون عن طريق استخدام أربع استراتيجيات حيث تتضمن المصفوفة بعدين أساسين هما القطاعات السوقية (سواء الحالية أو المرتقبة) والمنتجات السياحية (سواء الحالية أو المرتقبة)ويمكن نجاح الأستراتيجيات المختلفة فى تحديد هذه القطاعات والمنتجات التى تتلائم معها بحيث يمكن تقديم منتجات مختلفة لكل قطاع سوقى (كوتلرو كيلر ٢٠٠٦)

ومن هذه النقطة كان يلزم دراسة هذه الأستراتيجيات لأجتذاب قطاعات سوقية سياحية جديدة والتوصيات الأزمة للأستفادة من تلك الأستراتيجيات .

١-استراتيجية اختراق السوق

ISSN: 1997-163X
Egyptian Journal of Tourism and Hospitality

وتهدف هذه الأستراتيجية لزيادة حجم السوق السياحى عن طريق المنتجات الحالية التى تم تقديمها للسائحين الحاليين اى ان هذه الإستراتيجية تسعى للأحتفاظ بالقطاعات السياحية التى تجتذبها مصر حاليا . (كوتلرو كيلر ٢٠٠٦)

٢-استراتيجية تنمية السوق

وتهدف هذه الأستراتيجية الى تقديم المنتجات السياحية الحالية الى قطاعات سوقية جديدة اى محاولة التعرف على السوق الإسكندنافى ومحاولة تقديم المنتجات الحالية اليه مع محاولة استغلال سمات تلك السواق والتى يتسم بارتفاع مستوى معيشة تلك الأسواق وزيادة معدلات الدخل القومى وبالتالى نصيب الفرد .

٣-استراتيجية تنمية المنتج

وتهدف هذه الإستراتيجية الى اجراء بعض التعديلات على المنتجات السياحية الحالية بغرض تطويرها أو أستحداث منتجات سياحية جديدة لنفس السائحين الحاليين مثل الأهتمام بسياحة كبار السن وهى شريحة تشكل نسبتها نسبة ليست بقليلة داخل الأسواق الإسكندنافية وذلك بسبب انخفاض معدلات الزيادة الطبيعية ، ويأتى الأهتمام بتلك الشريحة وذلك بسبب ما يتوافر لدى هذه الشريحة من وقت ومال وعدم وجود اى التزامات تقع على عاتق تلك الشريحة مما يعطى لها الفرصة بالقيام بالرحلات السياحية ،لذلك فلابد من إعداد برامج معينة خصيصاً لتلك الشريحة معدة خصيصا لهم يراعى فيها أوقات الزيارات والوقت المستغرق والنمط الذى يشتمل عليه البرنامج السياحى . (كوتلرو كيلر ٢٠٠٦)

٤-استراتيجية التنويع

والأصل فى استراتيجية التنويع هو تقديم منتجات جديدة لأسواق جديدة ، مثل إعداد برامج سياحية خصيصاً لمحبى سياحة السفارى وتسلق الجبال والمغامرة أو إعداد بعض البرامج السياحية ذات الطابع البيئى وهو الإتجاه المحبب من قبل الأسواق الإسكندنافية وتعتبر تلك الأنماط من السياحة أنماط مستحدثة كما تعتبر السياحة البيئية محرك قوى لدفع وتطوير البيئة والإقتصاد والثقافة على المستوى المحلى والعالمى وذلك ما أكد عليه بعض معدى البرامج السياحية Tour operation السويديين الجنسية Vin Stool – Lina والذين كانوا يتعاملوا مع شركة مصر للسياحة فى فترة التسعينات فى شركتى Ving resole- Europe resole حيث أكدا على ضرورة الأهتمام بالبرامج البيئية المختلفة نظرا لأهمية البيئة لدى تلك الشعوب (ماجد جورج ، ٢٠٠٦)

ISSN: 1997-163X

World Research Organization

Egyptian Journal of
Tourism and Hospitality

المبحث الثالث

الدراسة الميدانية ، وتحليل النتائج . :

الدراسة الميدانية ونتائجها :

اعتمدت الدراسة على توزيع ٢٠ استمارة على عينة من شركات السياحة المتعاملة مع السوق الإسكندنافى من ضمن مختلف الأسواق الأخرى وتضمنت استمارة الإستقصاء بعض الأسئلة العامة عن الشركة مثل تاريخ انشاءها ، الإدارات داخل الشركة...ألخ بالإضافة الى اربعة اسئلة غاية فى الأهمية لتحليل هذه الدراسة وهم ما تم تحليلهم تفصيلياً وهم كالتالى .

النتائج

السؤال الأول

الأساليب التي تتبعها شركات السياحة لجذب العملاء

جدول رقم (٥) يوضح الأساليب التى تتبعها شركات السياحة لجذب العملاء

الأساليب التي تتبعها شركات السياحة لجذب العملاء	جيداً جدا		جيد		ضعيف		
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
الإتصال من خلال منظمى البرامج	١٥	٧٥%	٥	٢٥%	-	-	
الإتصال المباشر بالعملاء	١٢	٦٠%	٧	٣٥%	١	٥%	
مكاتب السياحة من الخارج	١٧	٨٥%	٢	١٠%	١	٥%	
عن طريق الوسائل التكنولوجية	١٤	٧٠%	٥	٢٥%	١	٥%	

ISSN: 1997-163X

Egyptian Journal of
Tourism and Hospitality

ولقد صمم هذا السؤال وذلك لمعرفة أهم الأساليب التى تتبعها شركات السياحة لجذب العملاء فكانت النتيجة بان نسبة ٧٥% من العينة اكدوا على ان الإتصال من خلال منظمى البرامج يعد اسلوب جيد جدا كأحد اساليب جذب العملاء بينما رأت نسبة ٥% من العينة على ان تلك الوسيلة هى جيدة فقط لعملية جذب العملاء للقيام بالرحلات السياحية .

-اما عن عملية الإتصال المباشر بالعملاء فنجد ان نسبة ٦٠% من حجم العينة وجدوا انها طريقة جيدة جدا لعملية جذب العملاء ، بينما وجدت نسبة ٣٥% من حجم العينة انها طريقة جيدة فقط لعملية جذب العملاء فى الوقت التى رأت فيه نسبة ٥% فقط ان تلك الطريقة هى طريقة ضعيفة كوسيلة جذب العملاء لعملية الشراء .

-اماعن اسلوب مكاتب السياحة الخارجية ودورها فى عملية جذب العملاء فنجد ان نسبة ٨٥% من العينة أكدوا انها وسيلة جيدة جدا لعملية جذب العملاء بينما نسبة ١٠% رأوا انها وسيلة جيدة فقط بالنسبة لعملية الجذب ، كما رات نسبة ٥% من العينة انها طريقة ضعيفة لعملية جذب العملاء

أما عن الوسيلة الأخيرة وهى الوسائل التكنولوجية ودورها التى تلعبه فى عملية جذب العملاء فقد حصلت على نسبة ٧٠% على درجة جيدا جدا بينما نجد نسبة ٢٥% من العينة رأوا انها طريق جيدة فقط ، أما نسبة ٥% رأوا انها وسيلة ضعيفة بالنسبة كونها وسيلة جذب تعتمد عليها الشركات لجذب العملاء .

اما عن التحليل الإحصائى المتبع لتحليل نتائج العينة حيث تم الإستناد الى طريقة كا ٢ وذلك فقد جاءت التحاليل الإحصائية بالأتى ان نسبة كا٢ المحسوبة الخاصة بالطريقة الإولى كأحد أساليب الجذب المتبعة هى ٧,٦١ عند مستوى معنوية ٠,٠٥

اما عن الطريقة الثانية فكانت كا٢ المحسوبة هى عند مستوى معنوية ٠,٠١ هى ٥,٦

أما عن الطريقة الثالثة فعند حساب كا٢ لها كانت ٩,٨ عند مستوى معنوية ٠,٠٥

اما عن الطريقة الإخيرة فعند حساب كا٢ كانت٠,٧٠وهى بذلك غير معنوية أما عن الطرق الثلاثة الأولى فأنه لا يوجد اختلاف معنوى اى لا يوجد اختلاف معنوى بين هذه الطرق الثلاثة الأولى .

ISSN: 1997-163X

Egyptian Journal of
Tourism and Hospitality

السؤال الثانى

المعوقات التى تواجه السائح الإسكندنافى

جدول رقم (٦) يوضح المعوقات التى تواجه السائح الإسكندنافى

المعوقات التى تواجه السائح الإسكندنافى	التكرار	النسبة
معوقات تتعلق بصعوبة التعامل مع متطلبات هذا السوق	-	-
معوقات تتعلق بنقص جودة العنصر البشرى والخدمات المقدمة داخل الدولة المضيفة	٧	٣٥
معوقات تتعلق بضعف البرامج السياحية المقدمة	٤	٢٠
معوقات تتعلق بكل ما سبق	٩	٤٥

يتضح من الجدول السابق ان نسبة كبيرة من اهم المعوقات التى تقف امام تنشيط السياحة الإسكندنافية هى جميع العوامل السابقة سواء كانت عوامل تتعلق بالبرامج السياحية المقدمة او من ضعف جودة الخدمات المقدمة او ضعف العنصر البشرى حيث نجد نسبة ٤٥% اجمعوا ان جميع العوامل السابقة هى التى ادت الى ضعف السياحة القادمة من الأسواق الإسكندنافية ، إلا ان نسبة ٣٥% أكدوا ان اهم المعوقات امام السياحة الإسكندنافية هى نقص جودة الخدمات المقدمة بجانب قلة خبرة العنصر البشرى مقدم هذه الخدمة ، أما نسبة بسيطة تقدر بـ٢٠% ارجعوا اهم المعوقات فى ضعف البرامج المقدمة الى تلك الأسواق .

اما عند حساب كا^2 الجدولية فكانت تقدر بنحو ١٩,٦ وهذا يعنى انها دالة اى لا يوجد اختلاف معنوى بين المعوقات التى تواجه تنشيط السياحة الإسكندنافية .

ISSN: 1997-163X

Egyptian Journal of
Tourism and Hospitality

السؤال الثالث

الوسائل التسويقية المختلفة لتنشيط السياحة الوافدة من السوق الإسكندنافى

جدول رقم (٧) يوضح أهم الوسائل التسويقية المختلفة لتنشيط السياحة الوافدة من السوق الإسكندنافى

الوسائل التسويقية	التكرار	النسبة
المزيج التسويقى المعتاد سواء تنشيط المبيعات او البيع الشخصى .	٣	%١٥
أهم الوسائل التسويقية الحديثة مثل تكنولوجيا المعلومات والإنترنت	٥	%٢٥
التسويق من خلال معدى البرامج سواء من الخارج اومن الداخل	٥	%٢٥
كل الوسائل السابقة	٧	%٣٥

ومن الجدول السابق وجد ان نسبة ١٥% من الشركات تتبع المزيج التسويقى المعتاد ، كما تتبع نسبة ٢٥% من الشركات أهم الوسائل التسويقية الحديثة مثل تكنولوجيا المعلومات والإنترنت ، أما عمليات التسويق التى تعتمد على معدى البرامج السياحية فكانت نسبة ٢٥% من الشركات تتبعها كأحد أساليب التسويق المتبعة لديها ، وأخيرا جاءت نسبة ٣٥% وهى أكبر نسبة من شركات السياحة تعتمد على جميع الوسائل السابقة معاً .

وبالتحليل الإحصائى وجد ان قيمة كا^2 المحسوبة أقل من كا الجدولية عند درجة معنوية ٠,٠٥ بذلك فهى غير دالة اى لا يوجد فروق بين الوسائل التسويقية التى تتبعها الشركات السياحية المختلفة .

ISSN: 1997-163X

World Research Organization

Egyptian Journal of
Tourism and Hospitality

السؤال الرابع

الأسس التى يتم بناء عليها اعداد البرامج السياحية المختلفة

جدول رقم (٨) يوضح الأسس التى يتم بناء عليها اعداد البرامج السياحية المختلفة

الأسس التى يتم بناء عليها اعداد البرامج السياحية المختلفة	شائع		شائع الى حد ما		غير مستغلة	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
دراسة السوق وتقسيمه الى شرائح	٧	٣٥%	٩	٤٥%	٤	٢٠%
ادارة متخصصة فى اعداد البرامج (ادارة السياحة)	١٨	٩٠%	١	٥%	١	٥%
ادارة التسويق بالمتابعة مع قسم السياحة	١٤	٧٠%	٥	٢٥%	١	٥%
متطلبات العملاء	١٧	٨٥%	٢	١٠%	١	٥%

- وبالتحليل للجدول السابق نجد ان نسبة ٣٥% من شركات السياحة موضوع العينة كانت تقوم بدراسة السوق وتقسيمه الى شرائح مختلفة قبل وضع البرنامج السياحي ، ونسبة ٤٥% ترى انها طريقة شائعة الى حد ما بينما تجد نسبة ٢٠% من العينة انها طريقة غير مستغلة .

-اما بالنسبة لوجود ادارة متخصصة لوضع البرنامج السياحى بدون تدخل فنجد ان نسبة ٩٠% من العينة تؤكد ان هذه الطريقة هى الأكثر استخداما وشيوعاً ، وترى نسبة ١٠% ان هذه الطريقة شائعة الى حد ما وايضا غير مستخدمة .

-اما هناك نسبة ٧٠% من العينة ترى ان لابد ان يكون لقسم التسويق دور فى وضع البرنامج السياحى وذلك بالمتابعة مع قسم السياحة ، ألا ان هناك نسبة تقدر ٢٥% بأن هذه الطريقة شائعة الى حد ما ، وأيضا هناك نسبة ٥% ترى ان هذه الطريقة غير مستخدمة أطلاقاً .

ISSN: 1997-163X

Egyptian Journal of
Tourism and Hospitality

- واخيرا تأتى نسبة ٨٥% من العينة ترى ضرورة وضع البرامج السياحية تنفيذاً لمتطلبات العملاء اى بناء عن أعمارهم ومستواهم الإقتصادى وترجمة هذه العوامل الى رغبات وتصورات لشكل البرنامج، كما تجد نسبة ١٠% من العينةى تجد ان هذه طريقة غير شائعة بنسبة كبيرة ولابد من اعداد البرامج السياحية بشكل مسبق ، ونسبة ٥% من العينة تؤكدعلى قلة استخدام تلك الطريقة .

اما عن التحليل الإحصائى المتبع لتحليل نتائج العينة حيث تم الإستناد الى طريقة كا^{٢} وذلك فقد جاءت التحاليل الإحصائية بالأتى ان نسبة كا^{٢} المحسوبة الخاصة بالطريقة الإولى فى الأسس التى بناء عليها يتم تصميم البرنامج السياحى هى ٧,٢٠٠ عند مستوى معنوية ٠,٠٥
اما عن الطريقة الثانية فكانت كا^{٢} المحسوبة هى عند مستوى معنوية ٠,٠١ هى ١٦,٧٧
أما عن الطريقة الثالثة فعند حساب كا^{٢} لها كانت ١٢,٢٠٠ عند مستوى معنوية ٠,٠٥
اما عن الطريقة الإخيرة فعند حساب كا^{٢} كانت ١٥,٣٠٠
ومن خلال نتائج التحليل الإحصائى يتضح أنه لا يوجد اختلاف معنوى بين أغلبية هذه الأسس حيث ان حساب كا^{٢} معنوية فى جميع الطرق فيماعدا الطريقة الأولى .

ISSN: 1997-163X

World Research Organization

Egyptian Journal of
Tourism and Hospitality

المبحث الرابع :

النتائـــج

١- يجب دراسة الأسواق السياحية موضع الدراسة (السوق الإسكندنافى) دراسة جيدة من قبل شركات السياحة وذلك لأمكانية التعامل مع شعوب تلك الدول بالنحو المطلوب ، أى يجب تقسيم تلك الأسواق الى شرائح حتى يسهل امكانية اعداد البرامج السياحية المختلفة والتى تتناسب مع هذه الشرائح .

٢- ضرورة الترويج للمنتج السياحى بالشكل الذى يتناسب مع ثقافة سائحى هذه الدول وما يجذب انتباه ليؤثر فى متخذى القرار من منظمى الرحلات الشاملة .

٣- التدنى الواضح فى الخدمات السياحية المقدمة هو السبب الرئيسى فى ضعف اعداد السائحين القادمين من تلك الدول وذلك لعدم قبول هذه الدول المشاركة فى هذا المستوى المتدنى .

التوصيات

١ ضرورة الإهتمام بالفنادق ذات فئة ٥ ، ٤ نجوم نظرا لتدنى بعض الفنادق فى تقديم خدمة شاملة عالية المستوى ، فنجد ان المستوى الذى يرتضى به سائحى تلك الشعوب يتطلب الدقة فى مستوى الخدمة حيث يجب ان تكون الخدمة مميزة عالية المستوى .

٢ اعداد برامج دعائية فى التليفزيون والراديو ومقالات فى الصحف الخاصة بالأسواق المستهدفة للإعلان عن المنتج السياحى المصرى بطريقة سليمة ومستمرة .

٣ يجب محاولة التعاقد مع منظمى البرامج السياحية داخل السوق الإسكندنافى للعمل خصيصاً على التعاقد مع افواج سياحية على مدار العام مع توفير كافة المعلومات الازمة لتلك الأفواج بالتعرف على السوق المصرى من خلال الكتب الدعائية المختلفة التى تتحدث عن مصر وخاصة لو كانت تلك الكتب الدعائية باللغات الإسكندنافية (اى اللغة السويدية ، الدنماركية ،النرويجية)

٤ يجب على وزارة السياحة وهيئة التنشيط السياحى على الإهتمام بإقامة المعارض والمؤتمرات لمنظمى البرامج فى تلك الأسواق والعاملين بشركات السياحة وتقديم لهم الدعوات لزيارة مصر فمثل تلك المعارض والمؤتمرات تتح الفرصة للتعرف على مصر عن قريب .

٥ – كما يجب اعداد الزيارات لبعض الكتاب والشخصيات البارزة والمشهورة من داخل الدول الإسكندنافية وذلك لقضاء فترات داخل مصر حتى يصبحوا مادة تسويقية جيدة داخل بلادهم .

ISSN: 1997-163X

Egyptian Journal of
Tourism and Hospitality

٦ التوصية لدى شركات السياحة بإعداد برامج متنوعة تتناسب مع مختلفى سائحى تلك الشعوب ، اى برامج تتناسب مع اتجاهات تلك الأسواق ، مثل اعداد برامج سياحية تعتمد على البيئة بشكل رئيسى وذلك يرجع للإهتمام البالغ من قبل تلك الشعوب بالبيئة والحفاظ على البيئة .

٧ الإهتمام بالأساليب التسويقية الحديثة سواء بالوسائل التكنولوجية الحديثة أو الإنترنت واعداد صفحات كاملة تتحدث عن مصر وتعرض اهم انماط السياحة الموجودة داخل مصر وامكانية التعرف على المزيد لمن يرغب القيام برحلة سياحية داخل مصر سواء عرض للمناطق السياحية أو وسائل الإقامة المختلفة أو اسماء كبرى شركات السياحة داخل مصر ..... ألخ ،كما يوجد الإتجاه نحو الإستراتيجيات التسويقية التى قد تنجح فى الإحتفاظ بالسائحين لفترات طويلة ، وقد كانت الفنادق وشركات الطيران سباقة فى محاولة الإحتفاظ بالعملاء عن طريق برامج الزائر والمسافر المتكرر Frequent Flyer Programs والتى تمنح العملاء الذين يقومون بتلقى الخدمة أكثر من مرة عروضاً خاصة وكذلك يمكن ايجاد روابط مستمرة مع العملاء الحاليين عن طريق نوادى السائحين Tourist Club والتى يمكن انشائها خصيصاً للسائحين الراغبين فى ذلك ، وتقدم هذه النوادى العديد من الخدمات للسائحين ومنها الخدمات المعلوماتية عن أحدث المنتجات السياحية المصرية وتطورات البحث عن العروض المقدمة فى بعض أوقات العام ، وقد نجحت هذه النوادى المقامة على الإنترنت فى اجتذاب العديد من متلقي الخدمة ، وتساعد هذه النوادى فى تبادل الأخبار بين اوساط السائحين مما يزيد من فرص انتشار ورواج المنتجات السياحية المصرية

٨ – محاولة تشجيع الشركات السياحية المصرية بإقامة الفروع التابعة لها فى تلك الأسواق لمحاولة اجتذاب عملاء جدد .

٩ – كما يجب استخدام الوسائل التكنولوجية مثل الإنترنت وتيسير الوسائل التسويقية المختلفة من قبل وزارة السياحة ووزارة الخارجية المصرية لتقوية العلاقات بين تلك الدول وذلك للتعرف على تلك الشعوب وخصائصها ورغباتها وعاداتها .

١٠ تنشيط اعمال مكاتب وزارة السياحة الخارجية والموجودة فى تلك الدول والعمل على تعزيز اعمالها وتنميتها بشكل واضح ومكثف .

ISSN: 1997-163X

Egyptian Journal of
Tourism and Hospitality

المراجـــــــــع

١-توفيق محمد عبد المحسن ، التسويق وتحديات التجارة الألكترونية ، القاهرة ، دار الفكر العربى ، ٢٠٠٥
٢-دانييل م. ستويل ، المبيعات والتسويق والتحسين المتواصل ، الرياض ، مكتبة العبيكان ، ٢٠٠٣
٣-خضير كاظم حمود ، ادارة الجودة وخدمة العملاء عمان ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، ٢٠٠٢
٤-سوزان حسن البكرى ، التسويق السياحى والفندقى ، كلية السياحة والفنادق ، جامعة الفيوم ،٢٠٠٨
٥- سونيا محمد البكرى ، ادارة الجودة الكلية ،الأسكندريـــة ، الدار الجـــامعية ، ٢٠٠٤
٦-لمياء حفنى ، الإتجاهات الحديثة فى السياحة ، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية ، ٢٠٠٨
٧-ماجد جورج ، نبذة عن محتوى كتيبات يوم البيئة العالمى ، ٢٠٠٦
٨-نظمى امين فرج ، السياحة العالمية ، محاضرات فى الإتجاهات الدولية فى السياحة ، الفيوم ،٢٠٠٦
٩-وفاء احمد الياس ، المكاتب والشركات السياحية أنشاؤها ، ادارة اعمالها ، ، دار الهانى للنشر والطباعة ، القاهرة ،٢٠٠٢

الكتب الأجنبية

1- Jurgen Ringbeck and Steven ,taking travel and tourism to next level .2007
2- 7- Kolter, P, Marketing for Hospitality and Tourism , Third Edition , Prentice – Hall Pearson Education , Inc. New Jersey . 2003
3- Pahmer, A. " Principle Of Service Marketing, MC Graw – Hill, New York, 2001

الدوريات:

١-ندوة الأتحاد المصرى للغرف السياحية ، أفاق التسويق السياحى المصرى ،٢٠٠٧
1-World Trade Organization ,Trade policy Review Body 28 June 2009
2-Egyptian Ministry of Finane(2010)
3-Egyptian Ministry of Tourism; World Bank;

مواقع الإنترنت

http://althistory.wikia.com/wiki/Skandistan
http://www.ru4arab.ru/cp/eng.
www.tourism.gov.eg
http://www.alqudseyes.com/
http://www.friendawy.com/
http://forum.khleeg.com/129687.html
www.wikimedia.org
www.digital ahram .org.eg

ISSN: 1997-163X

Egyptian Journal of
Tourism and Hospitality

ABSTRACT

Stimulate tourism from the Scandinavia market

If there is one field which covers the entire world, it is tourism. Tourism is not just sight seeing. It is much more than that. The basis of tourism is hospitality. That way it is deeply connected with the sentiments of people who wish to undertake visits to several interesting touring spot within and outside a nation. Because it an activities that involves excitement, happiness and knowledge gathering of the people who undertake tours, the people who are engaged in this business have to be highly conscious of peoples comforts and sentiments

This work aims to study the Scandinavia market and reveal its important ,Egypt seeks to increase the number of tourists coming from Scandinavia countries through the development of a strategy aimed to promote outbound tourism from the Scandinavia market .Egypt is one of the most attractive destination which attract different tourists because a lot of attraction and the diversity of tourism types ,in spite of that the number of outbound tourism from the Scandinavia market was not enough .so we should study variables(demographic factors, Social factors ,economic factors)in Scandinavia market ,which enables us to identify the Scandinavia market ,and then define the requirements and desires of tourists this market .

It was one of the most important problems facing the tourist Scandinavia ,the problem of accommodation and internal transportation ,in addition to the lack of workers experienced high quality.

The questionnaires had been distributed on 20 companies collaborating with the Scandinavia market .The data were analyzed by using chix2 test to statically analysis the answer.

The results of field study show the main constraints in attracting Scandinavia tourists are constraints relating to the quality of tourism services and the efficiency of manpower and personnel , the in sufficient numbers of a tourist guides talk a fluently ,lack of a clear and specific marketing strategy which defining the responsibilities of official authorities and the companies ,hotels and coordination between them and the important of reveal the effectiveness of current marketing methods .