



تنشيط الأنماط الجاذبة للسائحين الأكثر إنفاقاً في مصر أمل البري

قسم الدراسات السياحية – المعهد العالي للدراسات النوعية – مصر الجديدة

المستخلص

أن تنمية الدخل السياحي المحقق في الدول المستقبلية للسائحين لا يعتمد على حركة السياحة الوافدة إليها كما فقط وإنما يعتمد أيضاً على مجموعة من العوامل كارتفاع مستوى المعيشة وارتفاع مستوى الإنفاق اليومي للسائح فضلاً عن ارتفاع مدة إقامته بالدول السياحية . إذ أنه بارتفاع مستوى معيشة السائح تزداد مدة إقامته ومتوسط إنفاقه اليومي بالدول السياحية المستقبلية ومن ثم يزداد الدخل السياحي ، ومن المتوقع زيادة حجم السوق السياحي الدولي زيادة مطردة نتيجة استمرار ارتفاع مستويات المعيشة ونتيجة لزيادة الدخل الفردي وأوقات الفراغ والأجازات وارتفاع المستويات التعليمية هذا فضلاً عن دخول دول جديدة في سوق تصدير السياحة الدولية.

ويهدف هذا البحث إلى تنشيط أنماط سياحية بعينها . تمتاز هذه الأنماط بجذب نوعية خاصة من السائحين أكثر ثقافة ووعياً وكذلك أكثر إنفاقاً وهذه الأنماط هي (سياحة الجولف – سياحة الغوص – سياحة اليخوت) تم توزيع استثمارات استبيان علي العاملين بهذه الأنماط وكانت نتائج الدراسة أن هذه الأنماط غير مستغلة بالقدر الكافي ومن أهم الصعوبات التي تواجه الأنماط المختارة ضعف خدمات البنية الأساسية ونقص العنصر البشري المدرب وقلة الاستثمارات السياحية والبيروقراطية.

©2016 World Research Organization, All rights reserved

Key Words: Tourism Patterns - Tourism receipts - High Spenders.

Citation: EL Berry A., (2016) Promoting Tourism Patterns For High Spender Tourists in Egypt., No.23 -2 (8) 141 – 155.



مقدمة

أن تنمية الدخل السياحي المحقق في الدول المستقبلية للسائحين لا يعتمد على حركة السياحة الوافدة إليها فقط وإنما يعتمد أيضاً على مجموعة من العوامل كارتفاع مستوى المعيشة وارتفاع مستوى الإنفاق اليومي للسائح فضلاً عن ارتفاع مدة إقامته بالدول السياحية . إذ أنه بارتفاع مستوى معيشة السائح تزداد مدة إقامته ومتوسط إنفاقه اليومي بالدول السياحية المستقبلية ومن ثم يزداد الدخل السياحي، ومن المتوقع زيادة حجم السوق السياحي الدولي زيادة مطردة نتيجة استمرار ارتفاع مستويات المعيشة ونتيجة لزيادة الدخل الفردي وأوقات الفراغ والأجازات وارتفاع المستويات التعليمية هذا فضلاً عن دخول دول جديدة في سوق تصدير السياحة الدولية.

ويهدف هذا البحث إلى تنشيط أنماط سياحية بعينها وتمتاز هذه الأنماط بجذب نوعية خاصة من السائحين أكثر ثقافة ووعياً وكذلك أكثر إنفاقاً حيث يهتمون بممارسة العديد من الأنشطة التي يمكن أن تندرج تحت العديد من المسميات وتضم عدة قطاعات مثل سياحة المغامرات والسياحة الايكولوجية والسياحة الرياضية.

وبصفة عامة هناك معايير مختلفة تحدد عملية تصنيف السياحة إلى أنماط محددة مثل مدة الإقامة والغرض السياحي ووسيلة النقل فضلاً عن العوامل الثقافية والاجتماعية وغيرها (١).

ولقد مرت الأنماط السياحية بمراحل تطور بداية من الأنماط التقليدية كالسياحة الترفيهية والثقافية والدينية ثم ظهرت أنماط حديثة مثل السياحة العلاجية والدينية والرياضية والمؤتمرات . وهناك أنماط غير موجودة على الإطلاق في مصر مثل سياحة السيارات والسياحة الريفية . كما أن هناك أنماط غير مستغلة في مصر بالشكل الكافي مثل سياحة التسوق والسياحة الرياضية.

ويمكن تعريف السياحة الرياضية بأنها حركة السائحين من مكان إقامتهم المعتاد للمشاركة في أنشطة رياضية وتشمل هذه الأنشطة أنشطة ترفيهية تحقق عنصر المنافسة وكذلك الانتقال بهدف زيارة عناصر جذب ذات طبيعة رياضية مثل القاعات الرياضية وأماكن التزلج المائية والجليدية كما يمتد التعريف ليشمل أيضاً اندماج الأفراد في بعض الأنشطة الترفيهية مثل أنشطة التريض كما يتسع ليضم أيضاً بعض الأنشطة التي تتطلب مشاركة السائح مثل المباريات الخاصة بالتنس أو الكرة الطائرة وكرة السلة (٢).

وتركز الدراسة على ثلاثة أنواع من الأنشطة تندرج تحت مسمى السياحة الرياضية وهي سياحة الغوص وسياحة الجولف وسياحة اليخوت، وتمتاز هذه الأنماط بأنها تجذب المجموعات الصغيرة من السائحين الأكثر إنفاقاً.

لقد أصبح ينظر إلى سياحة الأعداد الكبيرة على اعتبارها سياحة مدمرة للموارد المتاحة خاصة الطبيعة منها كما أنها لا تعتمد على تحقيق مستويات عالية من الجودة في المناطق المزارة بالإضافة إلى أنها تعمل على تدمير المنطقة وعدم الحفاظ عليها وعلى هويتها ومميزاتها وخصائصها المحلية فالتركيز الأساسي لسياحة الأعداد الكبيرة هو العائد المادي الذي يمكن أن يتولد نتيجة الإنفاق السياحي للسائحين بالمنطقة وبعض النظر عما تسببه من أضرار جسيمة بالبيئة المحيطة في إطارها الطبيعي والمصنوع.



وبصفة عامة فيقدر ما تزيد طاقة الاستيعاب من السائحين بقدر ما تنخفض الجودة أى أنه كلما زادت كثافة التدفق السياحي كلما أثر ذلك سلباً على الطاقة الحاملة للمنطقة المزارة والذي لا يمكن مواجهتها من خلال إجراءات للحد من تدفق السائحين فهناك حداً فاصلاً بالنسبة لتأثيرات السياحة على البيئة يؤدي تجاوزها إلي التدهور البيئي ففي سياحة الغوص مثلاً نتيجة التنافس على كم محدود من الموارد قد يؤدي الأمر إلي تدمير الشعب المرجانية والبيئة البحرية بصفة عامة (٣).

وفي إطار مفهوم السياحة كسفر طوعي مؤقت للحصول على المتعة من خلال التجديد والتغيير (٤) وبالرغم من المساوئ العديدة لسياحة الأعداد الكبيرة وما تلحقه من أضرار بالبيئة المحيطة إلا أنه لا يمكن أن تحدث عملية إحلال كامل لهذا النوع من السياحة فبالنسبة للسائح ذاته فالسائح يستمتع بكونه سائحاً ضمن مجموعة كما أنه لا يرغب بأن يقوم بكافة الترتيبات الخاصة بالسفر بنفسه ولا في إضاعة وقته وماله في عملية الترتيب للرحلة ، وبالنسبة للدولة فهناك الفوائد الاقتصادية الناتجة عن سياحة الأعداد الكبيرة والمتمثلة بصفة أساسية في زيادة حصة الدولة من العملات الأجنبية بالإضافة إلي عوامل أخرى اجتماعية (٥).

وبالرغم مما سبق فإن الفائدة الاقتصادية التي تعود على الدولة وعلى المجتمع من جراء تشجيع سياحة الأعداد الكبيرة تعد فائدة لا توازي بأي حال من الأحوال الأضرار السلبية على البيئة وعلى المجتمع والتي سوف يتحملها هذا المجتمع والمتمثلة في أضرار جسيمة على الموارد الطبيعية والبيئية وكذلك على القيم والعادات والتقاليد والبيئة الاجتماعية (٦).

وترتيباً على ما سبق فإن السياحة تعد مفهوماً مركباً ومعقداً وفوق هذا فهو مغلف بسحابه مكتملة من الارتباطات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية (٧).

سياحة اليخوت

تعد سياحة اليخوت من أكثر أنواع الرياضات واسعة الانتشار في العالم ولها أندية كثيرة وكذلك اتحاد عالمي ولا يقصد بسياحة اليخوت المراكب السياحية الضخمة التي تبلغ تكلفتها مئات الملايين من الدولارات والتي تحمل آلاف السائحين ولكن تم التركيز في هذه الدراسة على سياحة المراكب الصغيرة والتي يكون أصحابها غالباً من الصفوة والأثرياء الذين يبحرون في بحار ومحيطات العالم للاستجمام وهم من النوعية ذات الإنفاق العالي وبالتالي فإن لهذا النوع من السياحة عائدات اقتصادية كبيرة ، حيث يتم الحصول على رسوم عن هذه اليخوت بالإضافة إلي ما ينفقه السائح ببذخ في المطاعم والفنادق طوال فترة إقامته.

وتستقبل موانئ البحر الأبيض المتوسط الكثير من اليخوت عن طريق تخصيص أماكن للرسو خاصة بها (مارينا) كذلك تخصيص بعض منشآت الإقامة التي ترتبط بالبحر وهي ما تعرف بفنادق اليخوت ، وبالرغم من عدد السائحين المترددين على شواطئ البحر المتوسط حوالي ٩ مليون سائح وتستقبل الموانئ المصرية كموانئ عبور حوالي ٧٥٠ ألف سائح منهم يجوبون البحر المتوسط باستخدام ٣٠ ألف يخت (٨) سنوياً وفي منطقة شرق المتوسط وحدها ١٢٠ ألف يخت ومع ذلك تعاني مصر من ضعف نصيبها من سياحة اليخوت على مستوى العالم رغم أن مقومات سياحة اليخوت موجودة بها فمن المعروف أن مصر تقع على البحر



المتوسط والبحر الأحمر وخليجيه بامتدادات شاطئية تناهز الثلاث آلاف من الكيلو مترات وقد قامت الهيئات القائمة على النقل البحري والسياحة بالمشاركة في أعمال مؤتمر اتحاد موانئ دول البحر المتوسط السياحية (The Association of Mediterranean Cruise Ports) والذي عقد المرة الأولى في فينسيا باباطاليا والمرة الثانية بالإسكندرية .

ومما سبق يتضح ضآلة نصيب مصر من هذا النمط من السياحة ويرجع ذلك لأسباب عديدة منها قلة عدد الموانئ والمارينا المجهزة وكذلك الإجراءات والروتين والرسوم العديدة التي تتحملها هذه اليخوت من أجل زيارة المنطقة.

ولقد قامت مصر بافتتاح أكثر من مارينا منذ عام ٢٠٠٦ مثل مارينا نعمة وهي أول مارينا لليخوت في شرم الشيخ حيث تستخدم أحدث الأساليب التكنولوجية بالإضافة إلي مارينا الغردقة التي تقع علي مساحة ٦٠ ألف متر وتستوعب ١٨٨ يختاً وهي مجهزة لاستقبال وإقامة سائحي اليخوت حيث الوحدات الفندقية وقد تم إضافة مارينا الجونة إلي الغردقة.

أما علي البحر الأبيض المتوسط فتوجد بورتو مارينا التي تضم مارينا يخوت يتسع لأكثر من ١٤٠٠ يخت ويعد أول ميناء يخوت في أفريقيا^(٩).

وتحاول مصر العمل علي جذب هذا النمط من السياحة عن طريق تيسير إجراءات استقبال اليخوت وذلك من خلال بعض التشريعات التي تضمن استثناء اليخوت والسفن التي يفرج عنها مؤقتاً للسياحة الإقليمية أو النيلية والحصول علي موافقة الجهاز القومي لتنظيم الاتصالات وذلك لتيسير دخول اليخوت السياحية إلي الموانئ المصرية.

وتعد كثرة الإجراءات من أهم المشاكل التي تواجه سائح اليخوت في مصر بالإضافة إلي تعدد الجهات التي يتعامل معها بداية من مخابرات حرس الحدود ونادى اليخت وإدارة الجوازات ومصلحة الجمارك وإدارة الحجر الصحي والأمن الوطني ومصلحة الموانئ والتوكيل الملاحي فضلاً عن كم كبير جداً من الإجراءات عند وصول السائح للمياه الإقليمية لمصر إذ يتم تفتيش اليخت من قبل حرس الحدود والتأكد من جوازات السفر لدى الركاب والطاقم ويتم التنبيه علي ركاب اليخت بعدم مغادرته إلا بعد الحصول علي الموافقات من باقى الجهات وبعد الحصول علي تأشيرات دخول البلاد يتم التوجه إلي مصلحة الجمارك لمعاينة اليخت معاينة كاملة وإثبات كافة الأجهزة والمعدات الموجودة به الخاصة بالركاب ويتم إخطار الأمن الوطني بأسماء الركاب وفي حالة رغبة السائحين في الخروج من اليخت يتعين الحصول علي تمكين سفر من مصلحة الموانئ وذلك عن طريق الوكيل الملاحي المرخص^(١٠).

سياحة الغوص

تعد سياحة الغوص النمط الثاني الذي يعتمد علي السائحين الأكثر إنفاقاً وتعتبر منتجعات البحر الأحمر خاصة في الغردقة وشرم الشيخ ومرسى علم وطابا أفضل المناطق التي تمارس فيها رياضة الغوص، وقد شهدت رياضة الغوص في مصر انتشاراً كبيراً أو تزايداً وأصبح في مصر ما يزيد عن ٣٠٠

مركز غوص معتمد منها ١٢٥ مركز في البحر الأحمر وحده وهي جميعاً مستوفاة لقياسات المنظمة الدولية للمعايرة (الدراسة الميدانية).

وهذه المراكز مجهزة بكل معدات الغوص والسفن الصالحة لهذه الرياضة وكذلك عدد كبير من المدربين المعتمدين وتعد غرفة الغوص التابعة لاتحاد الغرف السياحية هي المسئول عن مراكز الغوص في مصر والتي تتولى إدارة وتنظيم هذه الرياضة. تلتزم مراكز الغوص بالاشتراطات التي تم إعدادها من قبل وزارة السياحة وغرفة الغوص وتعد رياضة الغوص رياضة الأثرياء فهي فتعتمد علي نوعية من السائحين أكثر إنفاقاً ويتحمل السائح تكلفة كبيرة للحصول علي الشهادات المعتمدة التي تبدأ من ٢٥٠ دولار للتدريب في المستوى الأول وتصل إلي ١٥٠٠ دولار للتدريب في المستوى الخامس بالإضافة إلي تكلفة ممارسة الرياضة نفسها التي تتراوح في المرة الواحدة من ١٠٠ – ٢٠٠ دولار.

ويمثل الغوص المصدر الأول للدخل السياحي بالنسبة للمنتجات الشاطئية علي البحر الأحمر في مصر.

وتمارس هذه الرياضة في مصر طوال العام بفضل اعتدال درجات الحرارة وكذلك الرؤية المتميزة تحت الماء فضلاً عن امتلاك مصر الشعاب المرجانية والأسماك الرائعة التي تعتبر ثروات طبيعية منتشرة في البحر الأحمر.

يوضح الجدول التالي متوسط درجة حرارة الماء في البحر الأحمر ويتضح من هذا الجدول أن مياه البحر الأحمر صالحة لممارسة رياضة الغوص طوال العام .

جدول (١) متوسط درجة حرارة الماء في البحر الأحمر

الشهر	يناير	فبراير	مارس	أبريل	مايو	يونيه	يوليو	أغسطس	سبتمبر	أكتوبر	نوفمبر	ديسمبر
درجة الحرارة	٥٢٢	٥٢١	٥٢٢	٥٢٣	٥٢٥	٥٢٦	٥٢٧	٥٢٨	٥٢٧	٥٢٧	٥٢٥	٥٢٤

المصدر : مركز المعلومات، محافظة البحر الأحمر، عام ٢٠١٤

وتخضع ممارسة رياضة الغوص للإدارة والتنظيم من قبل غرفة الغوص التي تعترف بقائمة محددة من هيئات الغوص العالمية وتمنح الغواصين الذين لديهم هذه الشهادات حق الغوص في المواقع التي تناسب كفاءتهم وتوفر مراكز الغوص في مصر جميع مستويات التدريب بما في ذلك الغوص في المياه المفتوحة والغوص المتقدم والغوص الفني بل وحتى الغوص لأغراض الإنقاذ وجميع المراكز والمدارس حاصلة علي شهادات دولية معتمدة من الاتحاد الأوربي لرياضات ما تحت الماء ويقوم كل مركز بمراجعة سجل كل سائح في الغوص قبل السماح له بممارسة هذه الرياضة كما أن هناك تدريبات علي الإسعافات الأولية والطوارئ لدى كل مركز تبعاً لنموذج معد مسبقاً بعده لغات.

أن سياحة الغوص في مصر تعتمد علي البيئة الطبيعية البحرية ولا بد أن يحدث تفاعل بين السائح وهذه البيئة وإلا حدث تدمير لذلك المقوم الجاذب للسياحة. ويحدث هذا في حالة الأعداد الكبيرة من



السائحون فهناك جانب سلبي في احتمالية الأضرار بالنظم الايكولوجية المختلفة (١١) فقد تتسبب هذه الرياضة في انفراض الكائنات البحرية أو قلة عددها مما قد يؤدي إلي انسحاب النشاط السياحي ورغم أن هذا النمط غير مستغل استغلالاً كاملاً إلا أن المناطق المستغلة والتي تستقبل سياحة الأعداد الكبيرة معرضة للاستغلال بشكل سيء وغير مستدام (١٢).

ويبلغ إجمالي عدد مراكز الغوص في البحر الأحمر ١٥٢ مركز بها ١٥٩ مركباً سياحياً ٣٨٩ لنشأ للسياحة اليومية (مركز المعلومات محافظة البحر الأحمر).

وهناك خريطة لأماكن الغوص في البحر الأحمر وتقع أهم هذه الأماكن في شمال الغردقة حيث شعاب أبو منقار وشعاب أبو قطرة وشعاب أبو نحاس وشعاب أم العش وشعاب أم قمر وشعاب كارلوس وشعاب العرف وجزيرة الغنادير وأبو منقار – أبو تقاد – شمال الجفتون سيول الكبرى والصغرى أما جنوب الغردقة فهناك الجونا وشرق شعاب بليندا وجزيرة أبو رمادا جراننا وجزيرة أبو حشيش وغرب شعاب بليندا وجنوب غرب أبو مادا وجزيرة مجاويش.

وهذه المواقع محمية من الأمواج والتيارات القوية وغنية بالأحياء المائية الكثيرة والشعاب المرجانية.

سياحة الجولف :

تعتبر سياحة الجولف وسيلة هامة لجذب الحركة السياحية العالمية وهناك منظمة دولية تضم شركات السياحة المتخصصة في سياحة الجولف في العالم IAGTO (International Association of Golf Tour Operators)

الاتحاد الدولي لمنظمي رحلات سياحة الجولف وقد أنشأ هذا الاتحاد عام ١٩٩٧ والتي يضم في عضويته ٢٣٩٢ من منظمي رحلات الجولف المعتمدين وكذلك منتجعات الجولف والفنادق وملاعب الجولف وشركات الطيران والأجهزة السياحية وشركات الصناعة في ٩٥ دولة حول العالم ويأتي في مقدمتها ٦٠٥ من منظمي الرحلات المتخصصة لرياضة الجولف في ٦٠ دولة .

ويسيطر هذا الاتحاد علي ما يزيد عن ٨٥% من رحلات الجولف المنظمة حول العالم بعائد سنوي يزيد علي ٢,١ بليون يورو.

وتعتمد رسالة الاتحاد علي توفير كافة المعلومات وخلق الفرص من أجل تنمية صناعة الجولف وذلك بأقل مجهود وأقل تكلفة في ذات الوقت .

وتسعي المنظمة نحو تحقيق هذا الهدف من خلال تنظيم رحلات تعريفية ودعائية فضلاً عن ورش عمل وأحداث خاصة بهذه الرياضة وتضم المنظمة مجموعة من العاملين المتخصصين في هذا المجال بهدف تقديم خدمات جديدة لأعضاء المنظمة.



وطبقاً للإحصاءات التي تشير لها هذه المنظمة فإن سياحة الجولف تنمو بمعدل ٩,٣% واتجاه النمو في هذه السياحة اتجاهاً تصاعدياً خلال السنوات الثلاث من عام ٢٠١٢ حتى ٢٠١٤ (١٣).

وتهتم القارة الأوروبية المصدر الرئيسي للسياحة في مصر بهذه الرياضة ويزداد عدد نوادي الجولف وعدد اللاعبين سنوياً وتسعى مصر لجذب السائحين لهذا النمط للاستفادة من حجم نفقاتهم خاصة أن ملاعب أوروبا لا تصلح لممارسة رياضة الجولف سوى ستة أشهر فقط علي مدار العام بسبب الظروف المناخية هناك وبالتالي فإن مصر تعد بمناخها المعتدل طوال العام مقصداً جاذباً لهذا النمط من السياحة.

ومن الأمور المتعارف عليها أن منتج الجولف السياحي يخاطب شريحة متميزة من سائحي العالم من ذوي الإنفاق المرتفع لذلك عملت مصر علي إقامة ملاعب جولف فخمة في المناطق السياحية المتميزة مثل الأقصر والغردقة وشرم الشيخ والساحل الشمالي وطابا وفي هذا الصدد أقيمت بطولة دولية عام ٢٠٠٣ وأخرى عام ٢٠١٥ بالعين السخنة كذلك استعانت مصر بمصممي الملاعب العالميين وتعد أسبانيا والبرتغال وتونس والمغرب من أهم الدول المنافسة في رياضة الجولف وتكمن المنافسة في جودة الملاعب وتسهيلات الحجز ومستويات الإقامة وبناءً علي ما سبق فإن الدولة يجب أن تعمل علي الترويج للمنتج السياحي المصري. وذلك من خلال رفع الصورة السياحية لهذا المنتج وتعزيز الوضع التنافسي له ومع انتشار ملاعب الجولف في مصر فإن عائدات هذا النشاط ستزداد كنمط سياحي جاذب للسائحين من ذوي الإنفاق المرتفع وهذا لم يتأتى إلا من خلال دراسة الأسواق المحتملة والحالية والمستهدفة من أجل التعرف علي رغبات واحتياجات وتفضيلات هذا النمط من السائحين والعمل علي إشباع هذه الرغبات والتفضيلات.

ويراعي عند وضع الخطط والحملات التسويقية الأخذ في الاعتبار حجم كل سوق والدخل السياحي الناتج عن هذه الحركة وحجم الجهد التسويقي المطلوب في كل سوق تبعاً لحجم السوق والحركة السياحية الوافدة منه (١٤).

أن أثر السياحة غالباً ما يتم قياسه من خلال تأثيرها علي الاقتصاد القومي من خلال الناتج القومي الإجمالي (Gross National Product) (GNP) والناتج المحلي الإجمالي (Gross Domestic Product) (GDP) ويظهر العائد الحقيقي للسياحة من خلال مساهمتها في إعادة توزيع الدخل وتقليل معدلات الفقر وخلق فرص أكبر للعمالة بالإضافة إلي مساهمتها في رفع مستويات التعليم والرعاية الصحية أي رفع مستويات المعيشة بصفة عامة (١٥).

الدراسة الميدانية

تم تصميم قائمة استقصاء وتوزيعها علي عدد ٥٠ فرد وتم استبعاد (٢٠) استمارة أي أن الاستثمارات الصالحة (٦٠%) وتم التحليل لاستثمارات ٣٠ فرد (٢٥ موظف - ٥ مدراء) من العاملين في الأماكن الأتية (مارينا الغردقة - مارينا الجونة - نادي جولف الجونة - نادي جولف سومه باي بالغردقة - مركزين للغوص في الغردقة) وقد تم اختيار الغردقة لأنها تشمل جميع الأنماط المختارة.

استغلال النمط السياحي

يتضح من الجدول التالي (٢) أن نسبة ٦,٧% فقط من عينة الدراسة ترى أن هذه الأنماط (جولف - يخوت - غوص) مستغلة بالقدر الكافي علي حين أن الغالبية (٩٣,٣%) ترى أنها غير مستغلة بالقدر الكافي.

جدول (٢) استغلال الأنماط السياحية المختارة بالقدر الكافي

النسبة	التكرار	الإجابة
٦,٧	٢	مستغل بالقدر الكافي
٩٣,٣	٢٨	غير مستغل بالقدر الكافي
١٠٠	٣٠	إجمالي

الجنسيات الأكثر ممارسة لهذه الرياضات

بسؤال أفراد العينة عن الجنسيات الأكثر ممارسة للرياضات الثلاث (الجولف - اليخوت - الغوص) اتضح أن هذه الجنسيات علي الترتيب وهي الدول الاسكندنافية ثم الألمان فالانجليز ثم الفرنسيين أما اليابانيون يفضلون الجولف فقط وجاء العرب في ترتيب متأخر في كل الرياضات.

طرق حجز سائحي الرياضات (غوص - جولف - يخوت) للرحلة

يوضح الجدول التالي (٣) تباين الآراء في شأن طرق حجز السائح للرحلة حيث كانت نسبة ٣٣,٣% لشركات السياحة ونسبة ٢٦,٧% ترى أن الحجز يتم عن طريق الانترنت ويبري ٤٠% أن الحجز يتم بالطريقتين معاً أي عن طريق شركات السياحة أو بالاعتماد علي ذاته من خلال الإنترنت.

جدول (٣) طرق حجز السائح للرحلة إلي مصر

النسبة	التكرار	الإجابة
٣٣,٣	١٠	شركات السياحة
٢٦,٧	٨	الانترنت
٤٠	١٢	الطريقتين
١٠٠	٣٠	إجمالي

أفضل أوقات العام لممارسة هذه الرياضات

يوضح الجدول التالي (٤) أن الغالبية ترى أن المناخ في مصر مناسب لممارسة هذه الرياضات طوال العام كما أن الموانئ المصرية صالحة أيضاً طوال العام لاستقبال اليخوت وبالنسبة لرياضة الجولف فإن مناخ مصر الدافئ جعلها البديل لأوروبا التي يمارس فيها الجولف ستة أشهر فقط في العام أما مصر فهي صالحة طوال العام وكذلك الغوص لا يوجد وقت معين يعتبر الأفضل لممارسة الغوص تحت الماء لأن الطقس دافئ طوال العام وبالنسبة لمدى الرؤية في البحر الأحمر فهي ممتازة علي مدى العام.

جدول (٤) أفضل أوقات العام لممارسة هذه الرياضات

فصول الصيف		فصول الشتاء		طوال العام		الإجابة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
—	—	—	—	١٠٠	٣٠	سياحة البيخوت
—	—	٦٧	٢٠	٣٣	١٠	سياحة الجولف
—	—	٧٧	٢٣	٢٣	٧	سياحة الغوص

مدة إقامة السائح في مصر

يوضح الجدول (٥) أن عينة الدراسة أجمعت على أن مدة إقامة السائح في هذه الرحلات لممارسة هذه الأنماط الثلاث أكثر من ثلاث أيام مما يؤكد أن هذه الرحلات يمكن أن تزيد من عدد الليالي السياحية بالإضافة إلى أن معدل الإنفاق في هذه الرياضات مرتفع بطبيعته .

جدول (٥) مدة إقامة سائح الرياضات (بيخوت - غوص - جولف)

الإجابة	التكرار	النسبة
يوم واحد	-	-
يومين	-	-
أكثر من ثلاث أيام	٣٠	١٠٠

خطط تنمية الأنماط السياحية

عند سؤال مجتمع الدراسة عن معرفتهم بوجود خطط تنمية للأنماط السياحية المختارة (جولف - بيخوت - غوص) من قبل الدولة أجاب معظمهم ٦٠% بأنهم لا يعرفون أما ٣٣,٣% أجابت أنهم يعتقدون أنه لا توجد خطة ويرى ٦,٦% أنه من المؤكد أن هناك خطة للتنمية وإن كانوا لا يعلمون تفاصيل عنها، وارتفاع نسبة عدم المعرفة يرجع إلى ضعف الاتصال ما بين الأجهزة المعنية والقطاع الخاص حيث لا يوجد أي بين الأفراد العاملين بالسياحة وأجهزة الدولة المختصة.

جدول (٦) تواجد خطط التنمية للأنماط السياحية

الإجابة	التكرار	النسبة
موافق	٢	٦,٦
غير موافق	١٠	٣٣,٦
لا أدري	١٨	٦٠
المجموع	٣٠	١٠٠

الجهات المسؤولة عن تنفيذ خطة تنمية الأنماط السياحية



بتحليل البيانات الواردة في الجدول (٧) يتضح أن ٣٣,٣% يرون أن وزارة السياحة هي المسئولة عن الخطة و ١٠% يرون أن هيئة التنشيط مسئولة أما ٥٠% من العينة يرون أن كل الجهات من وزارة السياحة إلي القطاع الخاص مسئولون.

جدول (٧) الجهات المسئولة عن تنفيذ الخطة

الإجابة	التكرار	النسبة
وزارة السياحة	١٠	٣٣,٣
إدارة السياحة بالگردقة	صفر	صفر
هيئة التنمية السياحية	٢	٦,٧
هيئة التنشيط	٣	١٠
جميع الجهات السابقة	١٥	٥٠
المجموع	٣٠	١٠٠

الصعوبات التي يمكن أن تواجه خطط التنمية

عند سؤال عينة البحث كما يوضح جدول (٨) عن الصعوبات التي تواجه تنمية الأنماط المختارة (الجولف – اليخوت – الغوص) أجاب ٦,٦% أن البنية الأساسية الفوقية ومثلهم ٦,٦% رجع المشكلة في العنصر البشري وهذه أقل نسبة أما الاستثمارات السياحية ١٣,٣% والبيروقراطية ١٦,٦% خاصة بالنسبة لليخوت والرأي الأكبر يري أن كل الأسباب السابقة تمثل صعوبات لتنمية هذه الأنماط ٥٦,٦%.

جدول (٨) الصعوبات التي تواجه تنمية الأنماط المختارة

الإجابة	التكرار	النسبة
عدم توافر خدمات البنية الأساسية الفوقية	٢	٦,٦
عدم توافر العنصر البشري المدرب	٢	٦,٦
عدم توافر الاستثمارات السياحية	٤	١٣,٣
البيروقراطية والروتين	٥	١٦,٦
كل ما سبق	١٧	٥٦,٦
المجموع	٣٠	١٠٠

تنشيط الحركة السياحية لهذه الأنماط

وعند سؤال عينة الدراسة عن أهم الوسائل لتنشيط الحركة السياحية للأنماط الثلاثة كما يوضح جدول (٩) أجاب ٦٠% أن الدعاية الجيدة لهذه الأنماط يمكن أن تجذب السائحين وهناك شركات دعائية يمكن الاستعانة بها.

أما ٤٠% كانت إجاباتهم أن تغيير سياسات الدولة يمكن أن يعمل علي تنشيط هذه الأنماط خاصة اليخوت أما عن وسائل الدعاية من وجهة نظرهم أجمعت الأراء علي أن الانترنت وسيلة فعالة بالإضافة إلي الاتصال مع وكلاء السفر.



وبالنسبة للخدمات السياحية المقدمة للسائحين أجمعت العينة علي أن جودة تسهيلات الإقامة هي المعيار الأهم.

جدول (٩) تنشيط الحركة السياحية لهذه الأنماط

النسبة	التكرار	الإجابة
٦٠	١٨	الدعاية الجيدة
٤٠	١٢	تغيير سياسة الدولة
١٠٠	٣٠	المجموع

أما عن المشكلات التي تواجه الأنماط السياحية المختارة (الجولف – الغوص – اليخوت) بالنسبة لسائح الجولف فإن مشاكل السياحة عموماً تنعكس علي سائح الجولف أما الغوص فكانت الشكوى من أن هناك شركات ألمانية منافسة للمصريين علي أرض الغردقة ويتم الحجز بأسعار أرخص عن طريق الانترنت لذلك فإنه يجب تعظيم الدور الذي تقوم به غرفة الغوص والرياضات المائية المصرية وكذلك وزارة السياحة لحمايتهم من المنافسة.

أما نمط سياحة اليخوت فقد أكد الجميع أن البيروقراطية والروتين وكثرة الإجراءات هي أهم مشاكل سائحي اليخوت بالإضافة إلي قلة عدد المارينا واستعدادها علي مستوى مصر وإن معظم الموانئ أقل من المستويات العالمية المنافسة وأجمعت الآراء علي أن مشكلة الأمن هي من أهم المشاكل التي تواجه السياحة في الوقت الحالي والتي تحول دون تنمية أي نمط سياحي.

نتائج الدراسة الميدانية

١. الأنماط السياحية المختارة غير مستغلة بالقدر الكافي رغم إقبال السائحين علي هذه الرياضات وإن كان الغوص أكثرهم استغلالاً وكما تعد سياحة اليخوت أقلهم استغلالاً.
٢. يعد سائحو الدول الاسكندنافية أكثر السائحين طلباً لهذه الأنماط يليهم الألمان فالانجليز ثم الفرنسيين بينما يفضل اليابانيون الجولف ومعظم هؤلاء السياح من الدول الأوروبية الكبرى يتمتعون بميزتين الأولى قرب السوق الأوروبية من مصر وبالتالي ضمان تدفق سياحي كبير والثانية غنى هذه الدول الصناعية وارتفاع مستوى المعيشة بها وبالتالي إنفاق سياحي كبير.
٣. غالباً ما يتم الحجز لهذه الأنماط السياحية عن طريق الانترنت أو عن طريق شركات السياحة.
٤. قد يشمل البرنامج السياحي عدة دول وقد يكون قاصر علي مصر مما يؤكد ضرورة خلق ميزة نسبية ومركزاً تنافسياً متميزاً للمنتج السياحي المصري.
٥. يعتبر العام كله صالح لممارسة الأنماط السياحية الثلاث الجولف – اليخوت – الغوص حيث أن مناخ مصر الدافئ يسمح بهذا عموماً وبالنسبة للغوص الرؤية في البحر الأحمر جيدة طول العام أيضاً كما أن ظروف الشتاء الأوروبي يخلق فرصة لممارسة الجولف مع المناخ الدافئ لمصر.



٦. غالباً ما تمتد إقامة سائحي هذه الأنماط لأكثر من ثلاثة أياماً مما يعني زيادة في عدد الليالي السياحية وبالتالي زيادة معدلات الإنفاق.
٧. يعد الروتين وكثرة الإجراءات التي يواجهها سائحو اليخوت من أهم المشكلات التي تواجه التوسع في هذا النمط بالإضافة إلي ظهور منافسين من الألمان لشركات سياحة الغوص علي أرض مصر.
٨. تحتاج هذه الأنماط إلي حملات دعائية كبيرة وخلق صورة ذهنية جيدة عنها بالإضافة إلي ضرورة استخدام الانترنت كوسيلة للدعاية سواء مواقع التواصل الاجتماعي أو غيرها لأنه الوسيلة المفضلة حالياً لدى السائح.
٩. ليس هناك تواصل بين الأفراد العاملين في الأنماط الثلاثة وبين المسؤولين عن التنمية السياحية أو التنشيط السياحي في مصر وبالتالي فهم يجهلون وجود خطط تنموية أو خطط تنشيطية من عدمه.
١٠. من أهم الصعوبات التي تواجه تنمية الأنماط المختارة ضعف خدمات البنية الأساسية ونقص العنصر البشري المدرب وقلة الاستثمارات السياحية والروتين والبيروقراطية.
- من خلال عرض نتائج الدراسة الميدانية يتضح أن عملية التخطيط السياحي ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالسياسات التنموية حيث يختلف تخطيط التنمية السياحية في الدول النامية عنه في الدول المتقدمة فتخطيط التنمية السياحية في الدول المتقدمة لا يتم علي المستوي القومي إنما علي مستوي المناطق أما الدول النامية فيتم تخطيط التنمية في إطار خطة الدولة^(١٧). لذلك فإن قرار التنمية لا يتخذ بواسطة المخططين علي أفراد وإنما يتحمل عبء اتخاذه السياسيون كما يقع علي عاتق السياسيين مهمة صياغة الأهداف ورسم الخطط المختلفة الخاصة بالتنمية^(١٨).
- وبالتالي فإن تغير السياسات التنموية وحل المشكلات هو دور الدولة ومن الأدوار الهامة للدولة والتي أشارت إليها الدراسة أيضاً هي عملية الترويج الإعلامي لهذه الأنماط وتدعيم صورة هذه الأنماط للدول المصدرة للسائحين حيث يشير مورجان إلي أن تدعيم هذه الصورة الذهنية وإقناع العميل بهذا النمط يعد أمراً في غاية الأهمية^(١٩). وكذلك فإن هناك أهمية لتقييم وتحليل الصورة السياحية بالنسبة للقائمين علي إدارة المقاصد السياحية لما لهذا التقييم من دور بالغ في زيادة تفهم سلوك السائحين وتقييم مستوي توفر الميزات النسبية للمنتج السياحي^(٢٠).

نتائج الدراسة

من خلال هذا البحث تم التوصل للنتائج الآتية :

- (١) تمثل سياحة الغوص وسياحة الجولف وسياحة اليخوت أنماط جاذبة للسائحين الأكثر ثقافة ووعياً وكذلك الأكثر إنفاقاً.
- (٢) تمتاز الأنماط السياحية المختارة بأنها تجذب المجموعات الصغيرة من السائحين حيث أصبح ينظر إلي سياحة الأعداد الكبيرة باعتبارها سياحة مدمرة للبيئة.



- ٣) رغم أن سياحة اليخوت من أكثر أنواع الرياضات واسعة الانتشار في العالم وتستقبل موانئ البحر الأبيض المتوسط الكثير من اليخوت عن طريق تخصيص أماكن للرسو خاصة بها إلا أن مصر تعاني من ضالة نصيبها من هذا النمط في السياحة.
- ٤) تحاول مصر تغيير وضعها بالنسبة لسياحة اليخوت عن طريق تيسير إجراءات استقبال اليخوت من خلال بعض التشريعات.
- ٥) تعد سياحة الغوص أيضاً نمط مهم يعتمد علي السائحين الأكثر إنفاقاً خاصة في منتجات البحر الأحمر في الغردقة وشرم الشيخ ومرسي علم وطابا وهي سياحة الأثرياء حين تتكلف ممارسة الرياضة في المرة الواحدة من ١٠٠ إلى ٢٠٠ دولار.
- ٦) تعتمد سياحة الغوص في مصر علي البيئة الطبيعية البحرية وتخضع ممارسة رياضة الغوص للإدارة والتنظيم من قبل غرفة الغوص.
- ٧) هناك أماكن غوص في البحر الأحمر أهمها شعاب أبو منقار وشعاب أبو قطز وشعاب أبو نحاس وشعاب أم العش وشعاب أم القمر.
- ٨) تعتبر سياحة الجولف وسيلة هامة لجذب الحركة السياحية العالمية ومنتج الجولف السياحي يخاطب شريحة متميزة من سائحي العالم ذوي الإنفاق المرتفع.
- ٩) تسعى مصر لجذب السائحين في نمط الجولف خاصة من الأوروبيين حيث أن ملاعب أوروبا لا تصلح سوي ستة أشهر فقط علي مدار العام بسبب الظروف المناخية.
- ١٠) ليس هناك تواصل بين الأفراد العاملين بالأنماط المختارة وبين المسؤولين في وزارة السياحة وبالتالي فهم يجهلون وجود خطط تنموية من عدمه.

التوصيات

- هناك ضرورة لتعزيز دور الأنماط السياحية الجاذبة للسائحين الأكثر إنفاقاً حيث أن سياحة المجموعات لم تعد الوسيلة المثلي للحصول علي الدخل السياحي بل يجب التركيز علي أنماط سياحية جاذبه للسائحين الأكثر إنفاقاً مثل سياحة اليخوت وسياحة الغوص وسياحة الجولف وهذه الأنماط السياحية تجذب شرائح متميزة من السائحين المثقفين الأثرياء. ويتم ذلك من خلال التوصيات الآتية :
١. ضرورة العمل علي زيادة عدد المارينا التي تصلح لاستقبال سياحة اليخوت بما يناسب طول سواحل مصر وتجهيزها بأحدث التقنيات .
 ٢. العمل علي تقليل إجراءات دخول اليخوت واختصار عدد الجهات التي يتعامل معها السائح من خلال إدارة واحدة مسئولة عن سائح اليخوت مع مراعاة الجانب الأمني .
 ٣. العمل علي زيادة عدد مراكز الغوص في مصر وعدم السماح بإقامة مراكز منافسة لغير المصريين .



٤. المحافظة علي النظم الايكولوجية وتطبيق القوانين البيئية بحزم حتى لا تتسبب رياضة الغوص في انقراض الكائنات البحرية أو قلة عددها ومن ثم انسحاب النشاط السياحي.
٥. ضرورة التوسع في سياحة الجولف ونشر ملاعب الجولف ونواديه في كل بقاع مصر مع الاهتمام بنوعية الخدمات التي تحتاجها هذه الرياضة سواء الأدوات أو تسهيلات الإقامة.
٦. العمل علي إنشاء عمل محطات تحليه المياه في مناطق الجولف حتى يكون هناك ترشيد لاستهلاك المياه وجعل سياحة الجولف سياحة مستدامة.
٧. إقامة مسابقات الجولف العالمية بانتظام مثلما حدث عام ٢٠٠٣ وعام ٢٠١٥.
٨. الدعاية الجيدة لهذه الأنماط الثلاثة بعد دراسة الأسواق المحتملة والحالية والمستهدفة ويراعي عند وضع الخطط والحملات التسويقية الأخذ في الاعتبار حجم كل سوق.
٩. الاستقرار الأمني لما لعدم الاستقرار من نتائج سلبية علي السياحة فالسياحة تواجه أزمة حادة بسبب الأعمال الإرهابية وبالتالي الأمن السياحي ضرورة لكونه يمثل المناخ المثالي لزيادة الطلب السياحي.
١٠. ضرورة وضع برامج متخصصة لهذه الأنماط السياحية بالتحديد (بخوت – غوص – جولف).
١١. الاهتمام بالمعلومات السياحية عن هذه المنتجات السياحية تحديداً وفتح مكاتب معلومات في المطارات ومكاتب السفارات ومكاتب التنشيط.
١٢. العمل علي تحسين صورة المنتج السياحي في الأنماط المختارة وتحسين الخدمات السياحية وكفاءة العنصر البشري القائم عليها عن طريق التدريب والتأهيل السياحي.
١٣. الاهتمام بدراسة سلوكيات السائحين بما يتناسب مع طبيعة واحتياجات كل سائح من أجل زيادة النشاط السياحي وتكرار تجربة الرحلة إلي مصر.

المراجع

- 1) Cartner, W., Tourism Development, Van Nostrand Reinhold, New York, 1996, pp.150 - 160
- 2) Rajesh, K., Sports, Adventure And Recreational Tourism, New Delhi, 2009, pp. 19-20
- 3) El HalaFawy, A., Architecture and Urban Design of Resort Centers . Conters, Sea Side Resorts , Life Cycle Conception and Determinations. PhD Dissertation, Faculty of Engineering, Cairo University, 1991
- 4) Lea, J., Tourism and Development in the Third World, London, 1988, p.4
- 5) Baden, Band Bhatt, H., Ecotourism, New Delhi, 2007, p.8

(٦) منى فاروق حجاج، تنظيم شركات السياحة، القاهرة ٢٠٠٠، ص٩.



- 7) Pifarre , J., Social Forces : Tourism and Architecture, International Conference of Tourism Heritage and Environment, 2002, p.8
- 8) [http : // discovealex.com / sea Touridefault.asp](http://discovealex.com/seaTouridefault.asp) accessed on 20/2/2014
- 9) [http : // www.sis.gov.eg/Ar/ Templates / Articles / tmparticles . asp](http://www.sis.gov.eg/Ar/ Templates / Articles / tmparticles . asp)
- 10) [http : // www. Youm7 . com / Story](http://www.Youm7 . com / Story) accessed on 12/8/2014
- 11) Mbaiwa, J., the socio – economic sustainability of tourism development in the Okavango delta, Botswana, 2002
- 12) Tantrigama , G., Costal Resource Mangement and Sustainability of Tourism , University of Srila yewardenepnra, srilanka, 2000
- 13) نشرة مركز المعلومات محافظة البحر الأحمر، ديسمبر ٢٠١٤، بيانات غير منشورة.
- 14) [http:// WWW.iagto.com.](http://WWW.iagto.com.), accessed on 23/12/2015
- 15) Morgan, N., Clark, B. and Cooner, R., Marketing Productivity, Marketing Audits, and Systems For Marketing Performance Assessment, Journal of Business Research, 2002, pp. 363-375
- 16) Telfer, D. and Sharpley, R., Tourism and Development in the Developing World, Routledge, New York, 2008, p.6
- 17) غادة حمود ومنى حجاج ، أسس تخطيط المناطق السياحية (دراسة تطبيقية علي منطقة سقارة) المجلة المصرية لعلوم السياحة والضيافة لعدد السابع يناير ٢٠٠٣ .
- 18) Lickorish, L. and Jenkins, C., An International Tourism, Butterworth Heinemann, London, 1997, pp. 169 - 175
- 19) Morgan, N. and Annette, A., Advertising in Tourism and Leisure, Butten Worth – Heinemann , London, 2000, pp. 72-110
- 20) Beerli, A. and Martin. J., Factors influencing destination image, Annals of tourism research, 2004, p.65.

Abstract

Promoting Tourism Patterns For High Spender Tourists in Egypt

Increasing Tourism Income in most Touristic destinations depends not only on Tourism traffic but also on spending average of tourists as well as the increase in tourism nights spent by those tourists.

It is expected that international tourism market will be expanded according to the remarkable increase of spending average of Individuals.

The research aims at promoting special tourism patterns that attract tourists that are more intellectual and has high awareness and high spending patterns like Golf Tourism, Diving Tourism and yacht Tourism.

ISSN: 1997-163X



Egyptian Journal of Tourism and Hospitality