

أثر استراتيجية الاستثمار السياحي على حركة السياحة في مصر (بالتطبيق على العين السخنة)

د. علاء الدين أسامة عبد اللطيف

مدرس بقسم الدراسات السياحية – معهد القاهرة العالی للسياحة والفنادق بالمقطم

ملخص البحث:

تعتبر السياحة صناعة المستقبل والمصدر الرئيسي للدخل القومي، ولذلك فإنها تعتبر عنصراً أساسياً لتقدم مصر وتنميتها في القرن الحالي. حيث أن العين السخنة تتمتع بالكثير من الإمكانيات والمقومات السياحية التي تمكنها من منافسة العديد من البلدان الأخرى في جذب السائحين. هذه المقومات والإمكانيات تمثل أهم مجالات الاستثمار السياحي في أي قطاع يتعلق بصناعة السياحة التي من المتوقع أن تتجسد في منافع اقتصادية، واجتماعية، وثقافية، وبيئية لمصلحة المجتمع المحلي. لهذا تم اتخاذ موضوع أثر استراتيجية الاستثمار السياحي على زيادة الحركة السياحية لمصر بالتطبيق على العين السخنة كمحور دراسة. ويستهدف هذا البحث دراسة استراتيجية الاستثمار وأثرها على زيادة الحركة السياحية في العين السخنة، وذلك لما تتمتع به من موارد طبيعية، وثقافية متنوعة تحقق أهداف التنمية الاقتصادية، والاجتماعية في مصر، وإجراء دراسة تحليلية لواقع الحركة السياحية للعين السخنة، وإبراز المعوقات التي تقف أمام زياده تدفق الاستثمار السياحي للمنطقة. ومن ثم استخلاص مجموعة من النتائج والمقترحات التي تساعد على تسويقها سياحياً، وتحسين واقع الاستثمار السياحي بها.

الكلمات الدالة: استراتيجية، الاستثمار السياحي، حركة السياحة، العين السخنة.

المقدمة:

تزخر منطقة العين السخنة، بالموارد السياحية (الطبيعية، والثقافية) نظراً لتمييزها بالتنوع، والتعدد الثقافي على امتداد حقب تاريخية طويلة وثرية، بالإضافة إلى تنوع مظاهر البيئة الطبيعية بها، وتوفر بعض الخدمات السياحية، كل هذه المقومات تشكل عناصر بارزة ومتميزة للجذب السياحي، وتحفز على الاستثمار السياحي في مجال صناعة السياحة التي تقوم على الاستثمار في الخدمات والتسهيلات السياحية (خدمات الإقامة، والإعاشة).

إن الاستثمار السياحي في الثروة السياحية الطبيعية، والثقافية، بالإضافة للاستثمار في مجال الخدمات والتسهيلات السياحية سيكون له منافع اقتصادية، واجتماعية، وثقافية، وبيئية على النطاق المحلي، كما انه سيشكل نموذجاً للتوظيف والتطبيق في المناطق السياحية الأخرى بمصر، نظراً للجوانب الإيجابية المتوقعة من هذا الاستثمار السياحي وصناعة السياحة، والمتمثلة في توسيع القاعدة الاقتصادية المحلية، وتطوير شبكات النقل والاتصالات، وخدمات ومرافق البنية التحتية، وإدارة الموارد الثقافية، بطريقة تعمل على خدمة الأجيال الحالية وتراعى متطلبات أجيال المستقبل في موارد التنمية السياحية (اللحام، 2007).

مشكلة البحث:

عادة ما تسعى الدول إلى البحث عن تنوع مصادر الدخل القومي، لتضمن توفر مصادر كافية ودائمة لزيادة دخلها وتحسينه، ومن بين هذه المصادر الجديدة الاستثمار السياحي في الموارد

السياحية الطبيعية والثقافية، حيث تنظر كثير من دول العالم إلى الثروة السياحية بوصفها المصادر الرئيسية للدخل، والمصدر والمورد الأهم بالاستثمار فيه.

وتتمثل مشكلة البحث في انخفاض كفاءة الاستثمار في قطاع السياحة لمنطقة العين السخنة، حيث انه لم يتم إستغلال بعض الأماكن السياحية الموجودة بالمنطقة، وإغفال المقومات السياحية الموجودة بها، وعدم إدراك الجهات المعنية للإمكانيات السياحية بها نظراً لقصور السياسات المتبعة للتسويق للمنطقة سياحياً، والبطء في تنفيذ المشروعات السياحية القائمة بها، مما يؤدي إلى انخفاض تدفق الاستثمار السياحي بها.

أهمية البحث:

تكمن أهمية البحث في التعرف على مدينة العين السخنة، وأهميتها السياحية، وإمكانية حصر كافة البيانات والمقومات السياحية الموجودة بها، لتوظيفها اقتصادياً عن طريق الاستثمار السياحي في مجال صناعة السياحة، حتى تدرج العين السخنة ضمن المقاصد السياحية في مصر، والوصول بها للمنافسة العالمية لكي تكون موضع اهتمام السائح المحلي، والإقليمي، والدولي، وزيادة تدفق الاستثمار السياحي بالمنطقة.

أهداف البحث:

- 1- إبراز أثر الاستثمار السياحي على المجتمع المحلي.
- 2- إلقاء الضوء على بيئة الاستثمار السياحي، ومناخه في مصر.
- 3- إبراز منطقة العين السخنة بوصفها واجهة سياحية للاستثمار السياحي في مصر عبر الترويج الإعلامي لجوانب الاستثمار السياحي بها، وانتهاج استراتيجية تسويق المكان.
- 4- تحديد المعوقات التي تقف أمام زيادة تدفق الاستثمار السياحي لمنطقة العين السخنة.
- 5- ألقاء الضوء على مجالات الاستثمار السياحي في العين السخنة.
- 6- وضع مقترحات لرفع كفاءة الاستثمار السياحي بالعين السخنة.

فرضا البحث:

- 1- إن الاستثمار السياحي في المقومات والموارد السياحية الطبيعية، والثقافية في منطقة العين السخنة سيكون له منافع اقتصادية، واجتماعية، وثقافية، وبيئية على أفراد المجتمع.
- 2- هناك العديد من المعوقات التي تواجه زيادة تدفق الاستثمار السياحي بمنطقة العين السخنة.

منهجية البحث:

تم استخدام المنهج الوصفي في هذا البحث عن طريق جمع البيانات عن الظاهرة وتحليلها، واستنباط الاستنتاجات منها بشأن مشكلة البحث.

كما تم إختيار أحد أنواع هذا المنهج وهو الدراسة المسحية، التي تؤكد على دراسة المشكلة من جميع جوانبها، وإستخدام أسلوب تحليل المحتوى كأداة من الأدوات، التي يستخدمها المنهج الوصفي، وذلك لتحليل إستثمارات المقابلات الشخصية.

أما فيما يخص ادوات البحث فقد تم استخدام الأدوات المكتبية المتمثلة في الاطلاع على المراجع والبحوث، والدراسات السابقة بالإضافة إلى استخدام شبكة الإنترنت.

ومن خلال الدراسة الميدانية قام الباحث بتوزيع استمارات إستقصاء على عينة من مدارء شركات السياحة بالقاهرة لمعرفةهم بالسوق السياحي بمنطقة العين السخنة، وللتعرف على الإيجابيات والسلبيات التي تعوق منطقة الدراسة، وأسباب انخفاض الكفاءة التسويقية لمنطقة العين

السخنة، كما تمت مراعاة القاعدة الإحصائية التي تنص على ألا يقل عدد مفردات العينة عن 30 مفردة لضمان دقة النتائج وإمكانية استخدام أساليب التحليل الإحصائية، وقد تم تحديد حجم العينة بعدد (30) شركة سياحية.

كما قام الباحث بمجموعة من المقابلات الشخصية مع عدد من المسؤولين الذين لهم علاقة بعملية التنمية السياحية لمنطقة العين السخنة، التي من الممكن أن تفيد في هذا البحث، والتعرف على آرائهم في إمكانية الاستفادة من المقومات الطبيعية، والثقافية بالمنطقة لزيادة تدفق الاستثمار السياحي بها، وتحديد المعوقات التي تقابلها، بصفتهم ممثلين في اتخاذ القرارات الخاصة بمستقبل المنطقة، ولقد كانت تلك المقابلات مع رئيس هيئة التنشيط السياحي بمحافظة السويس، ورئيس مجلس محلى المحافظة، ومدير عام مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار بالمحافظة، ورئيس جهاز شئون البيئة بالمحافظة.

مفهوم الاستثمار السياحي :

لقد تميز عالمنا المعاصر بصناعة السياحة، وقد سعت كثير من الدول إلى الاهتمام بالاستثمار السياحي، لمزاياه الايجابية المتعددة في المجالات الاقتصادية، والاجتماعية، والثقافية، والبيئية، وقد صارت السياحة ذات أثر فعال في دعم الاقتصاد العالمي وتنشيط حركة الاستثمار، مما أدى إلى إيجاد فرص عمالة جديدة متزايدة سنوياً.

ويعرف الاستثمار السياحي بأنه " استثمار مادي مباشر، يتمثل في إقامة منشآت سياحية وظيفتها الأساسية تقديم خدمات للسائحين (الإقامة، النقل، المأكل...)، وذلك في إطار القوانين المحلية، والدولية مقابل أجر محدد " (هلالى، 2011).

كما يعرف أيضاً بأنه " الاستثمار في أحد المجالات التي يغطيها قطاع السياحة ". فالمجالات التي يغطيها الاستثمار في القطاع السياحي متعددة ومتنوعة، وهي تشمل الاستثمار في المقومات والإمكانات الرئيسية لصناعة السياحة (Ashe, 2008).

استراتيجية الاستثمار السياحي:

وتتمثل استراتيجية الاستثمار السياحي فيما يلي:

- 1- تحديد المشروعات السياحية باعتبارها جزءاً من خطة سياحة تنموية.
- 2- اختيار المشروعات السياحية وفقاً لدراسات الجدوى الاقتصادية، والاجتماعية، والنطاق الزمني للخطة.
- 3- إعطاء الأولوية لمصادر التمويل الوطنى باعتبار أن لها الأفضلية على بقية المصادر التمويلية الأخرى.
- 4- تطوير الهياكل التشريعية والإدارية المساندة للمشروعات السياحية.
- 5- التعرف على المزايا والحوافز المتاحة للمشروعات الاستثمارية السياحية بما يتناسب مع الاحتياجات الاستثمارية.
- 6- قابلية المشروعات المختارة للتطبيق، والتوظيف (Meredith, 1995).

ويرى الباحث أن انتهاج استراتيجية فاعلة للاستثمار السياحي في المجالات السياحية المتعددة والمتنوعة، تراعى النقاط والتوجهات المذكورة أعلاه، من المأمول أن تقضى ايجابياً إلى تحقيق أهداف التنمية السياحية، خاصة فيما يتعلق باستدامة الموارد البيئية.

مناخ الاستثمار السياحي:

لقد أصبح مفهوم الاستثمار، ومناخ الاستثمار، من أبرز القضايا والموضوعات التي أثارت اهتمام خبراء التنمية في السنوات الأخيرة، فالاستثمار هو عصب عملية التنمية الاقتصادية –

الاجتماعية. وقد ظل الاهتمام مركزاً لأكثر من نصف قرن في جهود التنمية التي تبذلها الدول النامية على كيفية تمويل الاستثمار ونقل التقنيات الحديثة وتوطينها والاستعانة بالخبراء الأجانب (جابر، 2007).

لقد دلت التجارب في معظم دول العالم، التي تشكل السياحة دعامة أساسية لاقتصادها القومي، أنه كلما كانت عوامل الجذب السياحي أكثر تميزاً وتفرداً زادت قدرة الدول على جذب السائحين والزوار أكبر وأكثر اتساعاً، وعندها يتسع السوق السياحي ويتمدد. ويعد هذا في حد ذاته دافعاً للمستثمرين لإقامة المنشآت السياحية، التي تدعم السوق السياحي وتسانده، مما يشير إلى أن هناك علاقة مباشرة وقوية بين عوامل الجذب السياحي والمتمثلة في تفرد المواقع والموارد الطبيعية، والثقافية، والاستثمار السياحي (جابر، 2007).

العوامل التي تؤثر في مناخ الاستثمار السياحي :

يتحدد مناخ الاستثمار السياحي بمجموعة من العوامل، التي يمكن إجمالها في الآتي (عبد العزيز، 2005):

- نظم الاستثمار السياحي وتشريعاته وقوانينه : إن النظم والتشريعات القانونية في مجال الاستثمار لها الأثر الفاعل في تحديد مناخ الاستثمار السياحي، من حيث الإيجابيات والسلبيات، فكلما كانت التشريعات أكثر مرونة وتحفيزاً كان مردود الاستثمار السياحي أكثر فاعلية وإيجابية والعكس.
- حماية حقوق المستثمرين .
- توافر المشروعات السياحية ذات الجدوى الاقتصادية .
- الترويج الفعال للاستثمار السياحي في مجال الموارد الطبيعية، والثقافية.
- حوافز الاستثمار التي يستفيد منها المستثمر في مجال القطاع السياحي، وخاصة التمويل .
- حجم السوق السياحي.

ويؤثر تداخل هذه العوامل في فرص الاستثمار السياحي، فالمستثمر ينتهز فرصة الاستثمار في مجال التسهيلات والخدمات السياحية، والمواقع الطبيعية، والثقافية بعد التعرف والإطلاع على مناخ الاستثمار السياحي والعوامل التي تؤثر فيه، وكذلك بعد تعرفه إلى المزايا الاستثمارية، والمخاطر التي سوف يتحملها، ودرجة المنافسة في السوق السياحي. هذه جميعاً عوامل تحدد في النهاية ربحية الاستثمار، وهو جوهر الاستثمار في المشروعات السياحية، خاصة عند القطاع الخاص، حيث تسعى المشروعات السياحية أساساً لتحقيق الكثير من الأهداف، ومن بينها الربحية من الاستثمار، وهكذا يحدد مناخ الاستثمار مدى الرغبة والدافعية في دخول الاستثمار في القطاع السياحي، أما عن قدرة المشروعات السياحية على انتهاز الفرصة الاستثمارية فتتوقف بصورة رئيسة على تنمية الموارد الطبيعية، والثقافية كجاذب سياحية، وانتهاج أسلوب التخطيط السياحي العلمي، وتهيئة المواقع والترويج والتسويق سياحياً لها. فتحسين المناخ الاستثماري يشكل الدافع الرئيسي لرؤوس الأموال الوطنية لاستثمارها في مجال القطاع السياحي حتى تحقق الاستفادة الفعلية من مزاياه المتعددة والوصول إلى الغايات، والأهداف، والمنافع الاقتصادية، والاجتماعية، والثقافية والبيئية المنشودة (عبد العزيز، 2005).

أهداف الاستثمار السياحي:

أما أهداف الاستثمار السياحي في الموارد الطبيعية، والثقافية، والتجهيزات والخدمات السياحية تتجسد في تحقيق الكثير من المنافع والفوائد الاقتصادية، والاجتماعية، والثقافية، والبيئية، التي يمكن إجمالها فيما يلي:

- 1- اقتصادياً:** يعود الاستثمار فى القطاع السياحى بالعديد من الفوائد والمنافع الاقتصادية للدولة والمجتمع. وتتمثل الأهداف الاقتصادية فيما يلى (العانى,2008):
- توسيع مساهمة السياحة فى الناتج القومى .
 - تدفق رؤوس الأموال الأجنبية, وزيادة الدخل من العملات الأجنبية .
 - تحسين ميزان المدفوعات .
 - تنوع مصادر الدخل والقاعدة الاقتصادية للدولة باستقطاب رؤوس الأموال الوطنية (القطاع الخاص), واستثمارها فى مجال الصلة بصناعة السياحة.
 - تنمية البنى التحتية والمرافق العامة, وتطويرها.
- 2- اجتماعياً وثقافياً:** وتتضمن الأهداف الاجتماعية, والثقافية ما يلى (دندراوى,1995):
- **المساهمة فى تنمية التوازن الاجتماعى, والاقتصادى وتحقيقه بين المناطق والمحافظات المختلفة فى الدولة:** ويتأتى ذلك من خلال قيام الدول بتوزيع المشروعات السياحية الجديدة, وتوجيه إنشائها فى مناطق الدولة المختلفة, مما يودى إلى تنمية هذه المناطق والمحافظات وتطويرها اجتماعياً, من خلال إيجاد فرص عمل جديدة, وتحسين مستوى المعيشة, وإعادة توزيع الدخل بين المناطق, والمحافظات, والقرى, بما يساعد على حل الكثير من المشكلات الاجتماعية فى تلك المناطق والمحافظات .
 - **توفير فرص عمل:** للاستثمار فى القطاع السياحى, وصناعة السياحة لها قدرة فائقة على توليد فرص العمل, خاصة فى القطاع الخدمى, تفوق النشاطات الاقتصادية الأخرى, وفى هذا الخصوص لايمكن تجاهل الأثار المباشرة للاستثمار السياحى وصناعة السياحة (المرتبات المدفوعة), وغير المباشرة الناتجة عن زيادة فرص العمل والحد من البطالة وانخفاض نسبتها, كما يترتب على زيادة فرص العمل ارتفاع مستوى الرفاهية الاجتماعية.
 - **المشاركة المجتمعية:** وتتأتى هذه المشاركة من خلال دمج المجتمعات المحلية فى عملية التنمية السياحية, وفى عملية إدارة المواقع الطبيعية, والثقافية, التى تساعد كثيراً فى عملية الحفاظ عليها وحمايتها, فالاستثمار السياحى اجتماعياً وثقافياً يعمل على تحقيق الآتى:
 - توعية المجتمعات المحلية بالآثار الإيجابية والسلبية للسياحة بتأكيد الإيجابيات والاستفادة منها, والعمل على كشف الإفرازات الاجتماعية السالبة ووضع الحلول لها وتقاديتها.
 - المحافظة على النسيج الاجتماعى, والثقافى, المحلى, وعلى العادات والتقاليد, وأنماط معيشة السكان.
- 3- الاستدامة البيئية:** فأهداف الاستثمار فى القطاع السياحى فيما يتعلق بالاستدامة البيئية تعمل على تحقيق الآتى (Stabler,1997):
- منع أى تغير فى معطيات البيئة أو تشويهها أو استنزاف مواردها.
 - المحافظة على مكونات البيئة وأيكولوجية المكان, الذى هو عبارة عن التفاعل بين الإنسان والبيئة.
 - تعزيز الوعى البيئى لدى السياح من الداخل والخارج, والمستثمرين, ومتخذى القرار فى القطاعين العام والخاص.

- الاهتمام بالقدرات التحملية للمواقع السياحية الطبيعية، والثقافية، بحيث لا تؤدي الحركة السياحية الكثيفة لتدهور المواقع الطبيعية، والثقافية.
- دراسة الأثر البيئي وتقييمه جراء الاستثمار فى القطاع السياحي، والعمل على معالجة الآثار السلبية المتوقعة، والإشراف عليها وإدارتها لتقليل الآثار الناتجة على البيئة، وتحجيمها.

مقومات الاستثمار السياحي:

إن مناخ الاستثمار السياحي يرتبط بصورة رئيسة بتوفر المقومات والإمكانات السياحية، التي تعد محورا أساسيا داعمًا لاجتذاب رؤوس الأموال، لاستثمارها فى مجالات القطاع السياحي المختلفة، وهناك كثير من مقومات الاستثمار السياحي يمكن إجمالها فى الآتى :

- 1- **الموارد السياحية الطبيعية:** تمثل السياحة التى تعتمد على مقومات الموارد الطبيعية واحدة من أسرع القطاعات نمواً فى كثير من بلدان العالم النامية، ونظراً لوجود اتجاهات تنموية يمكن من خلالها الانتفاع بموارد البيئة الطبيعية مع المحافظة عليها، تأتى أهمية الاستغلال الأمثل لهذه الموارد من خلال مبادئ التنمية السياحية المستدامة، التى تحقق الاستفادة من عناصر التراث الطبيعي، وصونها وحمايتها للأجيال الحاضرة مع مراعاة استحقاقات أجيال المستقبل من هذه الموارد (الزوكة، 2005).

وتتمثل الموارد السياحية الطبيعية فى الآتى:

- المواقع الطبوغرافية، التى تشمل الأودية، والجبال، والصحارى، والعيون المائية.
- مواقع البيئة الصناعية، التى تشمل المزارع، والحدائق، والآبار .
- 2- **الموارد السياحية الثقافية:** تمثل موارد السياحة الثقافية، التى تعرف بالثروة السياحية الثقافية جذباً سياحياً لكثير من السياح والزوار، وتتجسد هذه الموارد فى الآتى (الزوكة، 2005):
- المواقع الأثرية، والتاريخية.
- التراث الشعبى (العادات والتقاليد والمعتقدات، والفنون والآداب).
- 3- **التجهيزات والتسهيلات السياحية:** إن أكثر الوسائل والآليات المؤثرة فى اجتذاب رؤوس الأموال فى الاستثمار فى القطاع السياحي تتمثل فى تهيئة التجهيزات والتسهيلات فى مجال الخدمات السياحية، وهى تشمل الآتى (الزوكة، 2005):
- خدمات النقل بوسائله المختلفة (جوى، وبحرى، وبرى) .
- خدمات الإقامة والإعاشة (الفنادق، والقرى السياحية، والمطاعم) .
- خدمات الاتصال بوسائله المتعددة " شبكة المعلومات الدولية " الإنترنت"، والهواتف الثابتة والمتنقلة، والفاكسات".

- 4- **الاستقرار السياسى والأمن الاجتماعى:** يعد توفر البيئة السياسية المستقرة والأمنة من أهم مقومات جذب الاستثمارات الخاصة (القطاع الخاص) الوطنية، والأجنبية منها على حد سواء، لأن الاستقرار السياسى والأمنى يعمل على تشجيع السياحة المحلية، كما يشجع السياح الأجانب ويحفزهم لزيارة مناطق الجذب السياحي فى الدول المستقرة والأمنة، مما له الأثر الإيجابى فى تحفيز الاستثمارات فى القطاع السياحي (زكى، 2008).

- 5- **الموارد البشرية المؤهلة:** فالكوادر البشرية المدربة، والمؤهلة فى مجال السياحة تسهم كثيراً فى تحقيق أهداف التنمية السياحية وتساعد فى طرق تنظيم العمل، وتنفيذه بالشكل

الذى يضمن تخفيض التكلفة وتقليلها، وزيادة جودة الخدمات، وغالباً ما يكون سلوك العاملين هو المفتاح الرئيسى، والمدخل الملائم لتحقيق الميزة التنافسية فى مجال صناعة السياحة، وبالتالي تحفيز رؤوس الأموال فى القطاع الخاص للاستثمار فى القطاع السياحى (David,1999).

6- حجم السوق السياحى: يعد اتساع حجم السوق السياحى عاملاً فاعلاً ومحفزاً أساسياً للاستثمار فى القطاع السياحى، فتطوير مناطق الجذب السياحى وتنميتها يساهمان فى تزايد حركة السياحة وأعداد السياح والزوار المحليين والأجانب، فعمليات العرض والطلب السياحى تقوم بدور مهم فى اتساع السوق السياحى المحلى والعالمى وتمده، وبالتالي تحفيز القطاع الخاص لاستثمار رؤوس أمواله فى القطاع السياحى (البكرى,2010).

7- الإعلام والتسويق السياحى: دور الإعلام والتسويق السياحى كعامل مهم لمقومات الاستثمار يتمثل فى الآتى (عدلى,2011):

- تشجيع الاستثمارات العامة، والخاصة فى مشروعات القطاع السياحى.
- إبراز المناطق السياحية الجاذبة كواجهة للاستثمار السياحى، عبر الترويج الإعلامى لجذب الاستثمارات، وانتهاج استراتيجية تسويق المكان السياحى.
- تنمية الوعى لدى السكان مع حثهم على المشاركة فى عملية التنمية السياحية.
- التثقيف والتوعية بأهمية البيئة، وتوفير الحماية لها ولمواردها، وإتباع المنهج البيئى الرشيد الذى يحقق استدامة البيئة.
- توفير المعلومات السياحية وتحديثها، والاعتماد عليها كقاعدة بيانات معلوماتية، ليستفيد منها المستثمرون فى القطاع السياحى، بتوظيف الوسائل الإعلامية الحديثة فى مجال نظم المعلومات السياحية.

معوقات الاستثمار السياحى:

هناك من المعوقات التى تحد من إقبال القطاع الخاص واندفاعه إلى الاستثمار فى المواقع الطبيعية، والثقافية، وفى مجال الخدمات والتسهيلات والتجهيزات السياحية، وإجمالاً تتمثل تلك المعوقات فيما يلى (القصاب,2009):

- 1- الافتقار إلى التخطيط السياحى السليم، وتهيئة المواقع الطبيعية، والثقافية، وتنميتها وتطويرها، ومن ثم عرضها للمستثمرين فى القطاع الخاص.
- 2- قلة دراسات الجدوى الاقتصادية عن جدوى الاستثمار فى مجال القطاع السياحى، مما أدى إلى تأخر جذب المستثمرين المحليين، والأجانب.
- 3- عدم دقة النظم والتشريعات التى تثبت القطاع الخاص المستثمر، وتحدد حقوقه والتزاماته فى القطاع السياحى عامة، والمواقع الطبيعية، والثقافية، ومواردها خاصة.
- 4- النقص فى مجال البنية التحتية، ممثلاً فى التسهيلات السياحية الأولية والتسهيلات السياحية المساندة.
- 5- ندرة تمويل الاستثمار السياحى فى كثير من دول العالم، فعدم توفر رأس المال يقف عائقاً أساسياً للاستثمار فى القطاع السياحى، حيث تفتقر كثير من دول العالم وخاصة النامية منها وجود قنوات مناسبة لتمويل المشروعات التنموية فى مجال القطاع السياحى.
- 6- الحروب وضعف الأمن، فمن المعروف أن الحروب تؤدى إلى تدمير البنىات الأساسية والاقتصادية بشكل كبير، فانعدام الأمن، وإزهاق الأرواح تعد من أهم الإفرازات

السلبية للحروب، إذ أن السياح يخشون على أرواحهم، وممتلكاتهم من الضياع والسرقة، ولا يتحركون في أجواء آمنة ومستقرة، مما يشكل عائقاً رئيسياً للاستثمار في القطاع السياحي.

7- التلوث المناخي واستنزاف الموارد، إذ يعد التلوث من بين أخطر القضايا التي يواجهها العالم اليوم.

ويرى الباحث أن هذه المعوقات تمنع وجود سياحة مواكبة مع البيئة، وتمنع أيضاً من قيام تنمية سياحية مستدامة، مما يعوق الاستثمار في القطاع السياحي ويضعفه كثيراً.

أثر الاستثمار السياحي على المجتمع المحلي:

1- الآثار الاقتصادية: تأخذ الآثار الاقتصادية للاستثمار السياحي على المجتمع المحلي عادة اهتماماً أكبر من الجوانب الأخرى في معظم تقييمات التنمية السياحية، ويمكن تصنيف أثر الاستثمار السياحي على المجتمع المحلي اقتصادياً كما يلي (الصيرفي، 2009):

- إيجاد فرص عمل جديدة: يتميز النشاط السياحي وخاصة الاستثمار السياحي منه بأنه يعمل على إيجاد كثير من فرص العمل المباشرة وغير المباشرة، فإن لإيجاد فرص العمل أثراً إيجابياً في تحسين نوع الحياة للمجتمع، من خلال توفر دخول اقتصادية جديدة.

- دعم الأنشطة الاقتصادية الأخرى: إن الاستثمار السياحي في المناطق السياحية يساعد، ويساهم في دعم أنشطة اقتصادية أخرى في قطاعات الزراعة، والصناعة، والخدمات المختلفة، من خلال زيادة الطلب على المنتجات والصناعات اليدوية والتقليدية.

- تطوير الخدمات وتميئتها: تطوير خدمات النقل، وخدمات البنية التحتية الأخرى من أجل تلبية حاجات قطاع السياحة، وهذه الخدمات لا تقتصر الاستفادة منها على السياح، بل تتعداهم لتشمل سكان المجتمع المحلي.

- توفير العملة الصعبة: ينتج عن توفير العملة الصعبة تحسينات في نوعية الحياة، ومستويات المعيشة للمجتمع المحلي، ودعمًا للتنمية الشاملة على المستويين القومي والمحلي.

2- الآثار البيئية: ويمكن تصنيف الأثر البيئي للاستثمار السياحي على المنطقة كما يلي (عبد الباسط، 2005):

- توظيف المباني الأثرية، والتاريخية والحفاظ عليها: تتيح مشروعات الاستثمار السياحي توظيف المباني الأثرية، والتاريخية باستخدامات جديدة توفر دخلاً يمكن استغلاله في ترميم هذه المباني وصيانتها وحمايتها والحفاظ عليها من الضياع والتدهور. فمع الاهتمام المتزايد عالمياً بالتراث، ونمو حركة السياحة الثقافية تصاعدت النظرة الإيجابية للآثار الإيجابية للاستثمار السياحي في المباني الأثرية، والتاريخية.

- زيادة الاهتمام بشبكة الطرق وتحسين كفاءتها: تؤدي مشروعات الاستثمار السياحي إلى زيادة الاهتمام بشبكة الطرق للمناطق السياحية في سبيل تطوير تجربة سياحية جديدة للسياح، مما يعمل على حل مشاكل الطرق التي عادة ما تعاني منها المواقع السياحية الطبيعية، والثقافية.

- تحسين كفاءة البنية التحتية: تصاحب مشروعات الاستثمار السياحي في المناطق السياحية في كثير من الأحيان تحسن أنظمة الصرف الصحي، وشبكات المياه.

3- الآثار الاجتماعية، والثقافية: يمكن تصنيف الآثار الاجتماعية، والثقافية على المجتمع المحلي كما يلي (غنيم، 2003):

- **التفاعل الإيجابي الثقافي:** تعمل السياحة على تبادل الثقافات بين الشعوب من خلال تفاعل السياح مع السكان المحليين ذوى الثقافة المختلفة، كما أن تعميق العلاقات بين السياح والمواطنين يمكن أن يشجع التبادل الحضارى، والثقافى بينهم، مما يؤدي إلى بناء جسور العلاقات والتعاون بين الأمم، وبناء تفاهم أفضل بين الشعوب المختلفة.
- **إحياء الثقافة المحلية:** يعمل الاستثمار السياحى على إحياء الثقافة المحلية المتمثلة فى الفنون الشعبية، والصناعات والحرف اليدوية، والملبس، وفن الطعام، والمناسبات التقليدية، وبعض مظاهر الحياة المحلية.
- **تعليم احترام ثقافة الآخر:** إن التبادل الثقافى بين السياح، والسكان المحليين يقود إلى تعلم كل منهما من ثقافة الآخر، وبالتالي يزداد التفاهم المشترك، واحترام القيم والعادات من الجانبين، بعد معرفتهما بها، والاطلاع عليها.

القطاع الخاص والاستثمار السياحى فى صناعة السياحة:

لقد ادركت كثير من دول العالم الدور الفاعل للقطاع الخاص فى الاستثمار فى الموارد السياحية (طبيعية، وثقافية)، وفى مجال التسهيلات والخدمات السياحية، انطلاقاً من مساهمة هذه الاستثمارات فى الجوانب الاجتماعية، والاقتصادية، والثقافية، والبيئية كافة، إن النجاح المطرد للقطاع الخاص فى مجالات الاستثمار السياحى المتعددة والمتنوعة شجع معظم الدول التى يعتمد اقتصادها لحد كبير على السياحة (مصر، تركيا، إسبانيا) إلى تحفيز المستثمرين من القطاع الخاص (أفراداً، ومؤسسات) إلى الاستفادة من الاستثمار فى الإمكانيات والمقومات الكبيرة للمواقع السياحية الطبيعية، والثقافية ومواردها، إدراكاً منها للفوائد العديدة للاستثمار فى هذه الموارد (الدباغ،2013).

بيئة الاستثمار السياحى ومناخه فى مصر:

يعد مناخ الاستثمار السياحى فى مصر مناخاً جاذباً لتمييزه بعدد من الخصائص والمزايا، والتى تشجع على الاستثمار فيه مثل (الدباغ،2013):

- الموارد الطبيعية والثقافية، من حيث التعدد، والتنوع، والتوزيع على المناطق المختلفة من مصر.
- توفر الكثير من فرص الحوافز الاستثمارية للقطاع الخاص، وتشجيع الحكومة المصرية للاستثمار المحلى فى القطاع السياحى، مع توفر تسهيل عمليات الاستثمار.
- الاستقرار السياسى الذى تتميز به مصر، والذى يشكل أهم الدعائم والمقومات الجاذبة للاستثمار، فالمناخ السياسى المستقر يسهم بصورة فاعلة فى تهيئة المناخ الجاذب لاستقطاب الاستثمارات، ورؤوس الأموال، سواء كانت على المستوى القومى أو الأجنبى.
- الشراكة الاستثمارية الفاعلة، حيث تشجع الحكومة المصرية رسمياً الاستثمار الأجنبى المباشر، وتساند الحكومة على وجه الخصوص الاستثمار الأجنبى المشترك مع شركاء محليين.
- إن بيئة الاستثمار فى مصر ومناخها بخصائصها المتميزة والمنفردة يعكس مستوى عالياً من الحماية لرؤوس الأموال، مما يشجع الاستثمار ويحفزه فى القطاعات التنموية عامة، والقطاع السياحى خاصة.

الوضع الراهن للاستثمار فى مصر:

تأثر الاستثمار فى مصر بالتحويلات السياسية، والاقتصادية خلال السنوات القليلة الماضية، فسجل الاستثمار كنسبة من الناتج المحلى الإجمالى إنخفاضاً بنسبة 13.6% خلال الفترة 2011-2014. وقد تراجع من 17.10% عام 2011 إلى 14.18% عام 2013، و14.05% عام 2014، ليعود

ويرتفع إلى 14.78% عام 2015. كما سجلت الأعوام الخمسة من 2011 إلى 2015 متوسط استثمار كنسبة من الناتج المحلي الإجمالي حوالى 15.30%. ويعود هذا التراجع إلى عدة عوامل كالاضطرابات السياسية، والأمنيه وتأثيرها على مناخ الاستثمار في مصر، بالإضافة إلى عوامل اقتصادية أهمها تراجع إيرادات السياحة، والصناعات التحويلية، والزراعة، والنفط، وتراجع الصادرات، وإنخفاض تحويلات العاملين في الخارج. في المقابل، ومن المتوقع أن يرتفع الاستثمار كنسبة من الناتج المحلي الإجمالي إلى 15.26% عام 2016، نتيجة الإصلاحات التشريعية، والضريبية، والهيكلية، وعودة الإستقرار السياسى والإقتصادى، الأمر الذي استتبع قيام وكالات التصنيف الإئتمانى العالمية برفع التقييمات السيادية، والرؤية المستقبلية للبلاد (uabonline,2016).

ويوضح الرسم البيانى رقم (1) الاستثمار فى مصر كنسبة من الناتج المحلى الاجمالى (%)



(المصدر : صندوق النقد الدولى,2016)

ويوضح الجدول رقم (1) الاستثمارات الواردة إلى مصر حسب التوزيع القطاعى خلال الفترة من يناير 2003م إلى مايو 2015م

الترتيب	القطاع	عدد الشركات	عدد المشروعات	عدد الوظائف	التكلفة (مليون دولار)	النسبة من الإجمالى
1	العقارات	28	34	51.199	39.240	32.4
2	الفحم والنفط والغاز الطبيعي	45	70	13.845	36.563	30.1
3	المواد الكيماوية	26	31	7.912	11.687	9.6
4	السياحة والفنادق	36	43	9.084	4.851	4.0
5	الطاقة المتجددة / البديلة	5	5	982	4.393	3.6
6	الغذاء والتبغ	39	53	16.802	2.533	2.1
7	الاتصالات	27	30	3.769	2.480	2.0
8	البلاستيك	17	17	8.758	1.895	1.6
9	الخدمات المالية	54	121	4.211	1.854	1.5
10	التخزين	5	7	2.840	1.792	1.5
11	أخرى	268	329	86.346	14.000	11.5
	الإجمالى	550	740	205.757	121.278	

(المصدر: المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وإئتمان الصادرات,2016)

وقد حرصت الحكومة المصرية منذ بداية العام 2015 على تحسين بيئة الاستثمار، وخلق مناخ جاذب للاستثمارات المحلية، والعربية، والأجنبية على حدٍ سواء. ومن أهم الإصلاحات والاجراءات المتخذة كان تعديل قانون الاستثمار، وتفعيل نظام "الشباك الواحد" للاستثمارات المحلية، والأجنبية. و"الشباك الواحد" عبارة عن آلية إلكترونية ترمي إلى توحيد جهة تأسيس الشركات والمنشآت، حيث يقوم المستثمر بتقديم طلباته إلكترونياً لهيئة الاستثمار، التي تكون وكيلاً عنه، ويتم تسليم المستندات وتُرسل للجهة المنوط بها لفحصها ثم تعود إلكترونياً بالموافقة أو الرفض. وتُعتبر الهيئة العامة للاستثمار والمناطق الحرة هي الجهة المنوط بها التعامل مع الأمور التي تتعلق بمنح التراخيص والموافقات للاستثمار، وتقديم كل الخدمات الخاصة بالاستثمار، الأمر الذي يساهم في تسهيل الحصول على التراخيص، وتبسيط إجراءات تأسيس الأعمال، والشركات، والمنشآت (uabonline,2016).

تحفيز الاستثمار السياحي :

نظراً للمنافسة الشديدة بين الدول على استقطاب الاستثمار والمستثمرين داخلياً، وخارجياً للمشروعات السياحية، فإن هنالك حاجة ملحة لتطوير الحوافز الاستثمارية، بحيث تتحقق الميزة الاستثمارية لمناطق الجذب السياحي، إن تحقيق تحفيز الاستثمار في مناطق الجذب السياحي يتطلب ما يلي (البناء،2009):

- تحديد العوامل التي من المحتمل أن تحفز القطاع الخاص على المشاركة الفاعلة في المشروعات السياحية المقترحة، والتي اكتملت فيها دراسات الجدوى الاقتصادية.
- تحديد مجالات الاستثمار السياحي ذات الجذب السياحي (موارد طبيعية، وثقافية، فنادق، ومطاعم سياحية، منتزهات ومنتجعات سياحية)، والتي من المتوقع أن تعود بالمنافع المتعددة، وخاصة الاقتصادية منها.
- تحديد المعوقات التي تواجه القطاع الخاص في الاستثمار في المشروعات السياحية، مع العمل على معالجة تلك المعوقات وتذليلها.

ويرى الباحث أن مبدأ المشاركة الفاعلة مع كل المهتمين بقطاع السياحة، وبيئة الاستثمار الإيجابي ومناخه في مصر، وتسهيلات الاستثمار السياحي، ومعالجة المعوقات التي تواجه المستثمرين، بالإضافة إلى المرئيات الخاصة بتطوير الاستثمار السياحي، وتنميته في مصر من أهم العوامل التي تدعم القطاع الخاص. وتسانده في القيام بدوره الفاعل في المساهمة في تطوير صناعة السياحة، وتنميتها، من خلال الاستثمار في مجال المنشآت والخدمات السياحية، خاصة في مناطق الجذب السياحي مثل (منطقة العين السخنة).

الاستثمار السياحي بمنطقة العين السخنة:

تتمتع منطقة العين السخنة بثروة سياحية هائلة، والتي تؤهلها إلى أن تكون واجهة سياحية رائدة في مصر، من حيث توفر الكثير من فرص الاستثمار السياحي في هذه الموارد، ويتمثل ذلك في الآتي (محافظة السويس، مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار، إدارة الإحصاء،2015):

- تنوع وتعدد مقومات الجذب السياحي الطبيعية، والثقافية، مما يوفر الكثير من الفرص، والمجالات الواسعة للطلب السياحي والسوق المحلي، اعتماداً على قدرة مواقعها، ومواردها الطبيعية، والثقافية المتميزة على استيعاب السياح والزوار من داخل المنطقة، وخارجها.
- تتميز الكثير من المواقع السياحية الطبيعية، والثقافية بالمنطقة بالجاذبية البصرية الفائقة، من حيث قدرتها على إمتاع الزائر، وإثارة اهتمامه مما يشجع على الاستثمار السياحي، حيث تشكل هذه المقومات والإمكانات السياحية سوقاً مستهدفاً للسياحة الداخلية، والخارجية.

- يؤكد تحليل واقع موارد الجذب السياحي (الطبيعية والثقافية) على توفر كثير من الفرص المتاحة للاستغلال والتوظيف الأمثل لهذه الموارد كمشروعات للاستثمار السياحي.

ويرى الباحث أن هذه الفرص السياحية الكثيرة، وتحقيق نجاح الاستثمار السياحي في المنطقة، يعتمد بصورة رئيسية على انتهاج سياسة الترويج والتسويق السياحي للمواقع السياحية، والاستثمار السياحي، من أجل التعريف بها، والسعى للاستثمار فيها.

الثروة السياحية بمنطقة العين السخنة:

الأبعاد الجغرافية والتاريخية لمنطقة العين السخنة:

1- الموقع الجغرافي للعين السخنة:

تقع مدينة العين السخنة في الجانب الغربي من خليج السويس شرق مدينة القاهرة، وتمتد من منطقة جبل عتاقة شمالاً إلى جبل الجلالة البحرية جنوباً، وهي على مسافة حوالي 140 كيلو متراً من القاهرة، وتمثل المنطقة مقصداً سياحياً للاستجمام والابتعاد عن الحياة الصاخبة، وتبعد المنطقة 30 كيلو متراً عن مدينة السويس جنوباً، وهي من الناحية الإدارية تابعة لمحافظة السويس، ويعتبر الموقع من أهم عناصر الجذب للمدينة نظراً لقربها من القاهرة، وتمتد المنطقة لمسافة 80 كيلو متراً على ساحل البحر الأحمر، بدءاً من الحدود الجنوبية لرأس الأدبية شمالاً، وحتى رأس الزعفرانة جنوباً (مشعل، 2009).

2- أسباب تسمية العين السخنة بهذا الاسم:

نظراً لوجود الينابيع الساخنة بالقرب من جبل عتاقة، وهي ينبوع ماء طبيعي جبرى درجة حرارته 35 درجة مئوية تقع تحت سفح جبل عتاقة، وهي تقع جنوب مدينة السويس بمسافة 54 كم، ويصب ماءها في مياه الخليج مباشرة، وهي منطقة من أجمل المناطق الطبيعية على خليج السويس، وجبل عتاقة، وهي تعتبر من أكثر المناطق جذباً للزوار والسائحين من خارج السويس لجمال الطبيعة، ووجودها في حضان الجبل، مما يضيف عليها منظرًا ساحراً، وقربها من الشاطئ الرملي الناعم واختلاطها بمياه البحر الزرقاء، ويوجد بها بعض الشعاب المرجانية، والنباتات البحرية، مما يتيح وقتاً ممتعاً لهواه الغوص وصيد الأسماك (محافظة السويس، الهيئة الإقليمية لتنشيط السياحة، 2015).

مقومات الجذب السياحي بالعين السخنة:

لقد حبي الله العين السخنة بالعديد من مقومات الجذب السياحي، التي تؤهلها لأن تكون من أهم المقاصد السياحية على البحر الأحمر، وبالرغم من ذلك فإنها لم تلاقى حظها في الترويج، والدعاية السياحية لها سواء دولياً أم داخلياً، ولم يتم إستغلال مواردها الطبيعية الإستغلال الأمثل، وفيما يلي شرح تفصيلي لأهم مقومات الجذب السياحي بها:

1- **الموقع والحدود:** تمتاز العين السخنة بموقعها على البحر الأحمر وخليج السويس بشاطئ يصل طوله إلى حوالي 120 كم من نهاية بور توفيق، وحتى الزعفرانة (بكير، 2002).

2- **المناخ:** تقع مدينة العين السخنة بمحافظة السويس، التي تتبع مناخياً إقليم البحر الأحمر، حيث يتمتع هذا الإقليم بمناخ صحي، وحيث ان الإقليم يتبع المناخ الصحراوي الذي يتسم بمدى حرارى يومي، وفصلى كبير فإن دفاء الطقس في فصل الشتاء وحرارة الصيف من عناصر الجذب السياحي في الإقليم، وتتراوح درجات الحرارة في الإقليم بين "23-26 درجة مئوية" (بكير، 2002).

3- **الجبال:** سلسلة جبل عتاقة والجلالة البحرية: وهي سلسلة جبال ممتدة بطول البحر الأحمر، ويبلغ أقصى ارتفاع لقمته 870 م، وهي كتلة انكسارية حادة عليها آثار التعرية،

والجبل محدب هلالى الشكل، ينتهى عند الحافة الشمالية الحادة، وتزيد أبعاده من الشرق إلى الغرب عن بضع الكيلومترات، وتقترب الجلالة البحرية من الساحل، ويفصل الجلالة البحرية عن جبل عتاقة نحو 40 كم رأسياً، ويبعد الجبل عن مدينة السويس بحوالى 20 كم (غنيمة، 1999).

4- **عيون المياه الكبريتية:** هى مياة طبيعية جيرية درجة حرارتها 35 درجة مئوية، تقع تحت سفح جبل عتاقة، وهى على بعد 10 أمتار من خليج السويس جنوب مدينة السويس بمسافة 54 كم، ويصب مائها فى مياه الخليج مباشرة، و تستغل المياة الكبريتية فى الاستشفاء والتداوى، حيث انها تعالج الصدفية، وتصلح لان يقام عليها منتج صحى علاجى (حنفى، 2008).

5- **النموذج الفريد للحياة البرية:** على الرغم من انخفاض كميات ومعدلات سقوط الأمطار إلا أن المنطقة تضم الزهور، والحشائش، والنباتات البرية المعروفة بها الصحراء. وتسقط على الصحراء الشرقية كميات قليلة من الأمطار، التى توفر أسباب الحياة لمجموعات متنوعة من النباتات والأشجار، التى تشمل شجرة " الطرفاء " ذات الأغصان النحيلة، و" السنط"، وشجرة " المرخ " ذات الأغصان العارية والغصينات الرفيعة. وتضم هذه المنطقة الصحراوية أيضاً أنواع من الحيوانات البرية مثل غزال الدوركاس، وتُلب الصحراء الصغير، والوعل الجبلي، والأرنب المصرى، وتوجد أيضاً أنواع متعددة من الزواحف والسحالي، بما فى ذلك الورل. والمنطقة غنية بالطيور، وتمر فى أجواءها طيور عديدة، وبأعداد كبيرة فى طريق رحلات هجراتها الربيعية والخريفية (محافظة السويس، الهيئة الإقليمية لتنشيط السياحة، 2015).

6- **ميناء العين السخنة:** ميناء محورى شامل، ومتكامل، ومتعدد الأغراض، واستغلاله ضعيف سياحياً، ويشمل الميناء على عدد (6) أرصفة بعمق 17م، وعلى ممر ملاحى طوله 2650م، وعرض 250م، وعمق 18م، وسوف يتم تطويره فى مشروع محور قناة السويس الجديد ليخدم النشاط السياحى (محافظة السويس، الهيئة الإقليمية لتنشيط السياحة، 2015).

الأنماط السياحية بالعين السخنة، والحركة السياحية بها:

تتميز العين السخنة بموقع جغرافى متميز جعلها مقصداً للسائحين، وذلك لتعدد الأنماط السياحية بها، حيث أنها تحتوى على العديد من الإمكانيات، التى تؤهلها لإستغلال تلك الأنماط، وجعلها مقصداً سياحياً عالمياً، إذا تم التسويق لتلك المنتج السياحى بصورة جيدة، وتتمثل تلك الأنماط فيما يلى:

1- **السياحة الترفيهية:** تتنوع شواطئ المنطقة ما بين شواطئ منبسطة، ومسطة تكسوها الرمال البيضاء الناعمة، وبين شواطئ خلابة وبكر تتخللها هضاب صخرية ذات تكوينات جيولوجية منفردة ونادرة، لذلك فهى منطقة جذب للسائحين، والرياضات البحرية، حيث تجعل الرياح معظم أجزاء المنطقة مواقع نموذجية لرياضات القوارب الشراعية، وتعتبر من أهم الأنماط السياحية التى تجذب السائحين.

2- **السياحة الدينية:** تتمثل فى وجود دير القديس أنطونى، ودير القديس بول بالقرب من الصحراء الشرقية، والتى تبعد ساعة واحدة فقط عن الموقع.

3- **السياحة الصحراوية:** يقع بالعين السخنة كل من جبل عتاقة، الذى يرتفع 800 م عن سطح البحر، ويطل على وادى حجول، وكذلك جبل الجلالة البحرية، ويرتفع لأكثر من 1200 م، وتشكل هذه الجبال والوديان مقومات جذب للسائحين والزائرين المحليين، وقد

تم إستغلال منطقة وادى الدوم, حيث أنه يكثر بها الغزال المصرى الأبيض, ويوجد بها فندق عبارة عن 20 خيمه لخدمة هذا النوع من السياحة (محافظة السويس,الهيئة الإقليمية لتنشيط السياحة، 2015).

4- **السياحة الشاطئية:** لقد حى الله العين السخنة بشاطيء يصل طولة إلى 120 كم من ضاحية بور توفيق حتى الزعفرانة, وقد اتجهت الأنظار إليه حديثاً, حيث أنطلق النشاط السياحى لمدينة العين السخنة نحو العالمية فى السنوات الأخيرة مستفيداً من هذة المساحة الشاطئية الضخمة, حيث تم الإهتمام بمشروع الشواطىء, الذى يهدف إلى تطويرها وتتميتها بغرض النهوض بها, ورفع مستوى الخدمات لتنشيط السياحة الداخلية, والدولية الوافدة إليها, ومن أهم الإنجازات التى حققها المشروع خلال (2008/ 2009) وهى كالتالى :

تطوير وحدات المشروع وهى :

- قرية مون بيتش – شاطيء السادات الكيلو 33 طريق السويس /السخنة –شاطيء ساند بيتش الكيلو 36 طريق السخنة – الكافيتريات (أم كلثوم – موناليزا – كذا بلانكا).
- شاطيء السويس العام الجديد بالأدبية: يقع فى الكيلو 20 طريق السويس السخنة, وبدأ اعدادة بصفة مبدئية بعدد 3 كافيتريات وبملحقاتها, ويقع على يسار الشاطيء عدد 2 ملعب عالمى للتدريب بملحقاتها استخدمت فى مونديال الشباب 2009م, وجرى إنشاء شاليهات, وحمامات سباحة ملحقة بها, كما جرى العمل على إنشاء عدد 600 شالية, بالإضافة إلى 2 كافيتريا بالجانب الأيسر (محافظة السويس, مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار, إدارة الإحصاء, 2015).

ويتضح مما سبق أنه على الرغم من كبر المساحة الشاطئية, إلا أنه لم تستغل هذه المساحة فى السياحة الوافدة, واعتمدت على السياحة الداخلية لأبناء المحافظة, والمحافظات المجاورة, ولم يتم إنشاء الفنادق, والقرى السياحية, التى تستغل لتلك السياحة الوافدة

5- **سياحة مشاهدة الطيور:** تشتهر منطقة العين السخنة السياحية بأنها مضيق رئيسي وهام للطيور المهاجرة. وتعتبر هذه المنطقة مكاناً متميزاً لمشاهدة هجرة الطيور في فصل الربيع, حيث متعه الإستمتاع بمنظر الطيور المهاجرة على طول جبل الجلالة, ورؤية الطيور التى تجوب الأشجار والحدائق, وكذلك طيور البحر مثل طير النورس الأبيض, وطير الخرشنة الصغير على طول الساحل (محافظة السويس, الهيئة الإقليمية لتنشيط السياحة, 2015).

6- **سياحة الرياضات المائية:** قد لا تعد العين السخنة من أفضل أماكن الغطس في مصر, ولكنها بكل تأكيد تمتلك الإمكانيات اللازمة لتصبح من أفضل الأماكن الموجودة على قائمة وجهات الغطس في البحر الأحمر (مشعل, 2009).

7- **السياحة العلاجية:** تتميز العين السخنة بمياهها الحارة ذات الصفات العلاجية, فهى مياه كبريتية مالحة. وتتميز بوجود تيارات باردة وأخرى حرارتها مرتفعة, مما يجعلها منتجاً صحياً لسياحة اليوم الواحد (عمران, 2014).

8- **السياحة الثقافية:** تتمتع المنطقة بالعديد من المواقع الأثرية, التى تؤهلها لجذب الحركة السياحية سواء الداخلية أو الدولية, التى قامت على أرضها من آثار فرعونية, ويونانية, ورومانية, وقبطية, التى ترجع إلى عصور مختلفة, مما يميزها كمقصد سياحى عن المقاصد المجاورة (Abdel razig, 2006).

الطاقة الفندقية بالعين السخنة:

بلغت الإستثمارات السياحية فى العين السخنة أكثر من 10 مليارات جنية، وتضم 34 فندقاً سياحياً مصنفة كالتالى (2 فنادق فئة الخمس نجوم – 3 فنادق فئة اربع نجوم - 20 فندق فئة ثلاثة نجوم – عدد 1 فندق فئة نجمتين)، بإجمالى طاقه 2522 غرفة، و5044 سرير، وهذا بالإضافة إلى وجود 21 فندقاً تحت الإنشاء بإجمالى طاقه 25229283 غرفة، و18566 سرير، وكان من المنتظر أن تزيد فى عام 2014 إلى حوالى 40 فندق، ولكنه مع الظروف الراهنة لم ينفذ منها سوى 34 فندقاً (وزارة السياحة، 2015).

الحركة السياحية بالعين السخنة:

جدول رقم (2) بيان بإجمالى عدد المنشآت، وعدد الغرف فى العين السخنة خلال الفترة من 2007/2014م

العام	عدد المنشآت	عدد الغرف بالالف
2007	15	2996
2008	16	3097
2009	19	3698
2010	20	3792
2011	25	4519
2012	27	4850
2013	31	5506
2014	34	5534

المصدر (وزارة السياحة، 2015)

ويوضح الجدول السابق تزايد أعداد المنشآت الفندقية، وعدد الغرف عام بعد عام حتى تصل إلى أعلى عدد عام 2014م، على الرغم من الظروف التى تمر بها البلاد، إلا أن حركة الاستثمار بالعين السخنة ما زالت قبله للسياحة الداخلية، لذلك لا تؤثر فيها الظروف الحالية نفس تأثيرها على السياحة الدولية.

جدول رقم (3) بيان بإجمالى عدد النزلاء بالعين السخنة خلال الفترة من 2006/2014م

العام	عدد النزلاء بالالف
2006	139057
2007	169453
2008	189151
2009	268376
2010	269245
2011	282378
2012	346970
2013	412689
2014	300612

(المصدر وزارة السياحة، 2015)

ويوضح الجدول السابق تزايد أعداد النزلاء حتى عام 2013م، على الرغم من الأوضاع غير المستقرة، حيث أن المدينة تعتمد على زائريها من القاهرة، والمحافظات المجاورة، وتراجعت في 2014م بسبب الأوضاع غير المستقرة للبلاد.

جدول رقم (4) بيان بإجمالي عدد النزلاء بالعين السخنة خلال الفترة من يناير - يونيو 2015

العام	عدد النزلاء بالالف
يناير	11273
فبراير	14250
مارس	9692
ابريل	8057
مايو	11006
يونيو	16012
الاجمالي	70290

(المصدر وزارة السياحة، 2015)

ويتضح من تلك الإحصائيات أن العين السخنة مازالت لم تحظى بالوضع التسويقي الجيد الذي يجعلها مقصداً سياحياً منافساً للمقاصد السياحية المجاورة.

ويتضح من الجدول السابق أن عام 2015م، مازالت السخنة تعاني من الإنخفاض حتى منتصف العام فإنها إنخفضت في الربع الأول من العام، وباتت تزيد في الإنخفاض، ثم ارتفعت في شهرى مايو ويونيو، وقد يرجع ذلك بسبب موسم الأجازات.

المعوقات التي تواجه الاستثمار السياحي بالعين السخنة:

على الرغم من أن العين السخنة تتميز بالعديد من الإمكانيات السياحية، إلا أنه هنالك العديد من المشكلات التي تواجه الاستثمار السياحي بالمنطقة ومنها (aleqaria,2014):

- 1- نقص مياه الشرب بصورة واضحة تزعج الكثير من النزلاء والسائحين.
- 2- عدم توفر الخدمات الترفيهية من مولات، ومطاعم، ودور سينما، ومسارح، وكافيتريات.
- 3- عدم ازدواج طريق الغردقة-العين السخنة الامر الذى يؤدي الى وقوع الكثير من الحوادث.
- 4- إقرار وزارة الإسكان للمستثمرين علي إقامة وحدات فندقية مساوية للوحدات السكنية.
- 5- عدم إستكمال مشروع المطار الدولي، الذى سيجعل من المدينة مقصداً هاماً للسائحين من جميع دول العالم، ويزيد من أعدادهم.
- 6- الوضع الاقتصادي الذى أدى الى تخوف المستثمرين من إقامة مشروعاتهم بالعين السخنة.
- 7- إرتفاع الأسعار بالفنادق، والقرى السياحية.

دور الهيئات السياحية الرسمية في جذب الاستثمار السياحي للعين السخنة:

تقوم الهيئات السياحية الرسمية بالعديد من الإجراءات لجذب الاستثمار السياحي للعين السخنة ومنها الهيئات الآتية:

1- وزارة السياحة:

قامت وزارة السياحة بطرح المشروعات السياحية التالية لزياده الجذب السياحي وهى (travelerpedia,2014):

- طرح مارينا سياحية بمواصفات دولية بمركز جنوب أبوالدرج بقطاع السخنة السياحي على مساحة 155 ألف متر مربع على بعد 35 كم جنوب ميناء العين السخنة بتكلفة استثمارية مقدرة بحوالي 250 مليون جنية.

- طرح أراضي لإقامة منتجع صحي، وإستشفائى عالمى بمركز شمال أبوالدرج العين السخنة بمساحة 15 ألف متر مربع، والذي يبعد عن القاهرة بنحو 140 كيلومتراً من مطار القاهرة الدولي بتكلفة استثمارية مقدرة بحوالي 64.5 مليون جنية.

- إقامة مركز تجارى عالمي بمركز أبوالدرج العين السخنة، يتضمن مجموعة من المراكز التجارية، يشمل كل منها (محال تجارية، ومطاعم، وكافيتريات، ومجمع سينمات، وألعاباً ترفيهية) بتكلفة استثمارية تبلغ 54 مليون جنية.

- طرح منتجع سياحي ترفيهي بمركز الجريفات السياحي بمنطقة العين السخنة على مساحة 120 ألف متر مربع، وعلى مسافة 200 كيلومتر من مطار القاهرة، بتكلفة تصل إلى 34,6 مليون جنية، كما أن الوزارة تسعى من خلال هيئة التنمية السياحية إلى طرح منتجع سياحي آخر بالمركز نفسه على مساحة 80 ألف متر مربع بتكلفة استثمارية مقدرة بـ 22.8 مليون جنية، وذلك لزيادة الحركة السياحية للعين السخنة.

2- الهيئة العامة للتنشيط السياحي:

فيما يتعلق بالهيئة العامة للتنشيط السياحي، فإن الهيئة على المستوى الخارجى قامت بالإشتراك فى 8 معارض دولية، ومعرض عربى واحد إلى جانب إقامة 3 مهرجانات ترويجية بطوكيو، واستوكهولم، ولندن، فضلاً عن عمل ورش عمل مع منظمى الرحلات فى استوكهولم، وزيورخ للتعريف بشكل أوسع بالمقصد السياحي المصرى، وأدرجت العين السخنة ضمن المقصد السياحي على البحر الأحمر، هذا إلى جانب متابعة نشاط الدول السياحية المنافسة على المستوى الداخلى، فقد قامت هيئة التنشيط بالمساهمة فى إقامة عدد من المناسبات داخل مصر بلغت 36 مهرجاناً، و46 مؤتمراً و42 رحلة صحراء بيضاء، حيث أن الهيئة تقوم بعمل الدعاية للمقاصد السياحية على ساحل البحر الاحمر شاملة فى طياتها العين السخنة (El-balad,2015).

قامت هيئة التنشيط السياحي بالمشاركة فى تنظيم رالى تحدى عبور مصر، حيث بدأ الرالى عام 2013م من مدينة الإسكندرية، ويمر بالقاهرة، والواحات البحرية، وواحة الفرافرة، والواحات الداخلة، والخارجة، ثم الأقصر، والغردقة، والعين السخنة، وينتهي تحت سفح أهرامات الحيزة، وشارك فى الرالى 53 متسابقاً من 11 دولة هي (مصر - الولايات المتحدة الأمريكية- إنجلترا - أستراليا- كندا - المكسيك - جنوب إفريقيا- بروناي البرازيل - اليونان - نيوزيلند)، وقد انطلق فى عام 2012م من القاهرة، ثم واحة سيوة بمطروح، ومنها للواحات البحرية، ثم واحات الفرافرة، والداخلة، والخارجة، ثم أنتهى عند معبد الكرنك بالأقصر (albawabhnews, 2013).

تقوم خطة التنمية المستقبلية، التى أعدتها هيئة التنمية السياحية حتى عام 2017م على تقسيم منطقة العين السخنة إلى ستة مراكز سياحية جديدة تضم إجمالاً 10000 (عشرة آلاف) غرفة فندقية، وخدمات ومرافق متكاملة لكل مركز، وتشمل هذه الخدمات والمرافق (محطات تحلية المياه، والصرف الصحى، والطاقة، وشبكات الاتصال الهاتفى اللاسلكى)، وأيضاً تضم 1500 غرفة على منطقة الشاطئ، و500 غرفة فى المنطقة الخلفية الجلالة، كما تضم 800 غرفة فى المنطقة الأمامية، و200 غرفة فى الجزء الخلفى بأبو الدرج الشمالية، وأيضاً تضم ألف غرفة فى منطقة الشاطئ، و600 غرفة فى قرى مقامة على الجبل، وسوف يتم توسيع هذا المركز داخل

المنطقة الصحراوية، ووادي كثيب من أجل تنظيم رحلات السفارى، والمغامرات، وإقامة القرى الصحراوية (هيئة التنمية السياحية، 2014).

مجالات الاستثمار السياحى فى منطقة العين السخنة:
منطقة العين السخنة:

تمتد المنطقة لمسافة 80 كم على ساحل خليج السويس، تبدأ من الحدود الجنوبية لرأس الأدبية شمالاً، حتى الزعفرانة جنوباً.

ويوضح الجدول رقم (5) عدد المراكز السياحية بالعين السخنة

عدد المراكز السياحية	6مراكز
الطاقة الفندقية المنفذة	3500 غرفة
الإسكان السياحى المنفذ	وحدة 29554
التكاليف الاستثمارية	6,610 مليار جنية
الطاقة الفندقية تحت الإنشاء	4624 غرفة
إسكان سياحى تحت الإنشاء	8924 غرفة
التكاليف الاستثمارية	2,709 مليار جنية
إجمالى التكاليف الاستثمارية	9.320 مليار جنية

(المصدر هيئة التنمية السياحية، 2014)

وتنقسم العين السخنة الى قطاعين سياحيين وهما:

القطاع الأول السياحى:

يحتوى القطاع الأول السياحى على عدد 6مركز سياحى، ويوضح الجدول رقم (6) مركز المنطقة السياحية الأولى.

المساحة المستغلة	10568859 م2
التكاليف الاستثمارية	2,622,000,000 مليون جنية
الطاقة الفندقية المعتمدة	7575
الطاقة السياحية المعتمدة	14717
الطاقة الفندقية المنفذة	1493
الطاقة السياحية المنفذة	10576
الطاقة الفندقية تحت التشغيل	1192
الطاقة السياحية تحت التشغيل	166
الطاقة الفندقية تحت الإنشاء	1013
الطاقة السياحية تحت الإنشاء	1548

(المصدر هيئة التنمية السياحية، 2014)

القطاع الثاني السياحي:

يحتوى قطاع شمال الغردقة السياحي على عدد 6 مراكز سياحية هي:
(مركز شمال أبو الدرج - مركز جنوب أبو الدرج - مركز الجريفات - مركز الحوري - مركز الزعفرانة).

يوضح الجدول رقم (7) القطاع الثاني السياحي

المساحة المستغلة	3618755 م2
التكاليف الاستثمارية	1,858,920,000 مليون جنيه
الطاقة الفندقية المعتمدة	13939
الطاقة السياحية المعتمدة	24561
الطاقة الفندقية المنفذة	1502
الطاقة السياحية المنفذة	13186
الطاقة الفندقية تحت التشغيل	855
الطاقة السياحية تحت التشغيل	3912
الطاقة الفندقية تحت الإنشاء	4171
الطاقة السياحية تحت الإنشاء	7013

(المصدر هيئة التنمية السياحية، 2014)

المشروعات السياحية المقترحة للاستثمار السياحي في منطقة العين السخنة:
مركز الغوص:

فى إطار إهتمام وزارة السياحة بمناطق الغوص بالبحر الأحمر، وخليج السويس والعقبة فإنه سيتم اعتماد أول مركز عالمي للغطس بمنطقة العين السخنة. فمصر تمتلك مناطق طبيعية من الشعاب المرجانية، والأحياء المائية النادرة لتنشيط السياحة بالعين السخنة (tourism,2014).

مشروع فندق العين السخنة:

تم بيع فندق، وأراضى العين السخنة، بقيمة حق إنتفاع للأراضى المتواجد بها، وذلك بغرض إنشاء منتجع سياحي إستشفائي بطاقة ابوائية 250 غرفة فندقية، بالإضافة إلى الفيلات والشاليهات السياحية على مساحة (467) ألف م2 تقريباً، وهى الأراضى المملوكة لشركة إيجوث، وحق الإنتفاع المقرر على الأرض المملوكة للمحافظة، وقدرها (242.5) ألف، وذلك بغرض إقامة المنتجع السياحي على المساحة المشار إليها، تعتبر الأرض ملك المحافظة، التى تقع بها العين، ولم تكن مستغلة الاستغلال الأمثل سواء من الناحية (العلاجية أو السياحية)، وبإقامة هذا المنتجع الأستشفائي سيتحقق عدة أهداف منها:

- وضع العين السخنة على خريطة السياحة العالمية، وذلك من خلال إنشاء منتجع سياحي استشفائي عالمي بها .
- الأرض المقررة بحق انتفاع لمدة 75 عاماً تؤول بعد هذه الفترة إلى محافظة السويس، وكافة المنشآت المقامة على هذه المساحة .
- أن هذه الأرض ستدر دخلاً لصندوق تمويل مشروعات الإسكان الاقتصادي تقدر بحوالى 22 مليون جنيهاً سنوياً تزداد كل 10 سنوات بنسبة 5 % (egoth,2012).

مشروع الحجاز - روضة العرب - قرية فريدة - شط النخيل:

هناك مشروعات سياحية أخرى بمنطقة العين السخنة أولها قرية الحجاز، وتم الإنتهاء من إنشائها، وقرية عائلية علي مساحة مليون ونصف مليون متر مربع تقريباً مقسمة إلى منطقتين قرية أمامية علي البحر علي مساحة 800 ألف متر مربع، وتم الإنتهاء من بناء 80% منها، ومشروع آخر ويسمى منتجع فريدة، ويقع في الكيلو 34 علي مساحة مليون ونصف مليون متر مربع، وتعطل إنشاء هذا المشروع لوجود مشاكل به تتعلق بوجود ألغام بالمنطقة، وتم التخلص من هذه الألغام بمساعدة القوات المسلحة، التي قامت بتطهير المنطقة بالكامل، حيث تم الإنتهاء من تنفيذ نسبة 10% من المشروع، إلا أنه لم يتم بيع أى جزء من المشروع الي الآن، نظراً لضعف الإقبال من المستثمرين في ظل حالة الركود وعدم الإستقرار الحالية، مشروع روضة العرب علي مساحة 2مليون متر، ويقع في الكيلو 30، ولم يتم البدء في تنفيذه حتي الآن، وسوف تسعى الشركة لطرح مشروعات في المرحلة المقبلة في فترة ما بعد الاستقرار والتوسع في المشاريع الحالية، حيث تم التخطيط للتوسع في المباني بقرية الحجاز، والإنتهاء تماماً من المشروعات بها، وطرح مراحل جديدة من المشروعات بقرية روضة العرب، ومنتجع فريدة، ومشروع شط النخيل على مساحة حوالي مليون و600 ألف متر مربع بتكاليف تتعدي 840 مليون جنيه، والمشروع يضم في جنباته أربع بحيرات صناعية، وسبعة حمامات سباحة، ومستشفى خاص، ومنطقة تجارية وفندقاً يضم 500 غرفة فندقية و300 وحدة سكنية، والفندق مصمم طبقاً للأساليب العالمية في مجال الفنادق، تم الإنتهاء من مرحلتين بالمشروع والمشروع متوقف عن التنفيذ منذ أحداث الثورة (masress,2013).

وهناك مشروع اخر لعمل أحياء لمختلف دول العالم بالمراكز السياحية في العين السخنة من اجل الدفع بعجلة التنمية السياحية، وتشجيع المستثمرين، والنهوض بالسياحة ابتكرت هيئة التنمية السياحية فكراً جديداً للمزج، والاتصال الثقافي، والحضارى بين الشعوب، وذلك بإنشاء أحياء لدول العالم الاجنبية، والعربية بالمراكز السياحية من خلال مشروعات جديدة للتنمية المتكاملة، والمحدودة بجنوب سيناء، والعين السخنة، فقد تمت الدراسة والتخطيط لإنشاء الحى الصينى بمركز سياحى شمال أبوالدرج بالعين السخنة، ضمن مشروعات التنمية الجديدة سواء المحدودة لمدة ثلاث سنوات أو المتكاملة من خمس الى عشر سنوات، ويضم الحى الصينى جميع المنتجات، والسلع، والأطعمة الصينية، وتمارس فيه العادات والتقاليد الصينية، ونماذج مصغرة لأهم المعالم الشهيرة بالصين، وجار التفكير في الدراسة والتخطيط لإنشاء الحى التركى، والايطالى، وباقي احياء الدول الأوروبية، والعربية، خاصة بعد أن لقي المشروع الصينى الجديد رواجاً سياحياً هائلاً وجذباً للمستثمرين الأجانب (Egypt,2014).

كما قامت الهيئة العامة للتنمية السياحية بطرح الأراضى بالمزايدة لاقامة مشروعات التأهيل والتنمية السياحية المتكاملة والمحدودة ضمن مخططات هيئة التنمية السياحية في نحو 50 مركزاً سياحياً موزعة على المناطق السياحية المختلفة بالبحر الاحمر، وخليج العقبة ورأس سدر، والعين السخنة، والساحل الشمالى الغربى، كما ان هذه المشروعات السياحية الجديدة التى ستنشأ فى مصر لأول مرة تهدف الى المزج، والاتصال الحضارى، والثقافى بين الدول، وتقليل المسافات بين الشعوب، والتبادل، والتقارب الفكرى للنهوض بالسياحة بمختلف أشكاله (Egypt,2014).

ويرى الباحث بناءً على المقومات الطبيعية، الثقافية، التى تم حصرها من أجل استغلالها، فى مجال الاستثمار السياحى بمنطقة العين السخنة إلا أنه يلاحظ مدى التناقض بين ثراء الثروة السياحية التى تتمتع بها المنطقة، وقصور الاستثمار والتوظيف، مما يعنى تعطيل قوة اقتصادية كامنة يمكن أن تسهم بصورة فاعلة فى إيجاد تنمية مستدامة فى المنطقة، التى تعمل على تحقيق

استراتيجية التنمية السياحية بمصر، لتوسيع المنافع، والفوائد الاقتصادية، والاجتماعية، والثقافية، والبيئية على النطاق المحلي والقومي.

الدراسة الميدانية

أولاً: الصورة الميدانية للإستبيان :

(أ) قام الباحث بتوزيع استمارات إستقصاء على عينة من مدارء شركات السياحة بالقاهرة لمعرفة السوق السياحي بمنطقة العين السخنة، وللتعرف على الإيجابيات والسلبيات التي تعوق منطقة الدراسة، وأسباب انخفاض الكفاءة التسويقية لمنطقة العين السخنة، كما تمت مراعاة القاعدة الإحصائية التي تنص على ألا يقل عدد مفردات العينة عن 30 مفردة لضمان دقة النتائج وإمكانية استخدام أساليب التحليل الإحصائية، وقد تم تحديد حجم العينة بعدد (30) شركة سياحية.

(ب) كما قام الباحث بمجموعة من المقابلات الشخصية مع عدد من المسؤولين الذين لهم علاقة بعملية التنمية السياحية لمنطقة العين السخنة، التي من الممكن أن تفيد في هذا البحث، والتعرف على آرائهم في إمكانية الاستفادة من المقومات الطبيعية، والثقافية بالمنطقة لزيادة تدفق الاستثمار السياحي بها، وتحديد المعوقات التي تقابلها، بصفتهم ممثلين في اتخاذ القرارات الخاصة بمستقبل المنطقة، ولقد كانت تلك المقابلات مع رئيس هيئة التنشيط السياحي بمحافظة السويس، ورئيس مجلس محلي المحافظة، ومدير عام مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار بالمحافظة، ورئيس جهاز شئون البيئة بالمحافظة.

(ج) تم تصميم العبارات في القائمة على مقياس ليكرت الخماسي، ودرجاته (مؤثرة جداً – مؤثرة - متوسطة التأثير-ضعيفة التأثير- غير مؤثرة)، بالإضافة إلى إستخدام مقياس ليكرت الثلاثي، ودرجاته (نعم – لا – إلى حد ما).

ثانياً: تحليل استمارة الإستبيان الخاصة بشركات السياحة:

س1: ماهي البرامج السياحية الأكثر تسويقاً للعين السخنة ؟

النسبة المئوية	التكرار	البرامج السياحية الأكثر تسويقاً للعين السخنة
33.3	23	ترفيهية
43.3	13	شاطئية
13.3	4	رحلات سريعة
10.1	3	رحلات علاجية
%100	30	الإجمالي

جاء السؤال الأول من أسئلة استمارة الإستقصاء للتعرف على البرامج السياحية الأكثر رواجاً عن العين السخنة، وقد اشارت نتائج التحليل الإحصائي الموضحة بالجدول أن 43.3% ترى أن السياحة الشاطئية هي الأكثر رواجاً، وبنسبة 33.3% السياحة الترفيهية، وبنسبة 13.3% لسياحة الرحلات السريعة، وبنسبة 10.1% للرحلات العلاجية، وهذا يدل على أن السخنة قائمة على السياحة الترفيهية والشاطئية.

س2: ماهو تأثير العوامل التسويقية التالية على رفع كفاءة التسويق بالعين السخنة ؟

العوامل التسويقية	مؤثرة جداً		مؤثرة		متوسطة التأثير		ضعيفة التأثير		غير مؤثرة
	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	
الموقع	23	76.7	6	20	-	-	1	3.3	-
المناخ	16	53.3	10	33.3	4	13.4	-	-	-
ميناء السخنة	10	33.3	2	6.7	16	53.3	2	6.7	-
تعاون الشعب وكرم الضيافة	6	20	2	6.7	3	10	10	33.3	9
انخفاض تكاليف الرحلة	9	30	3	10	5	16.7	7	23.3	6
الفنون الشعبية والفلكلور المميز للمنطقة	3	10	2	6.7	14	46.6	2	6.7	9
الشواطئ	22	73.3	8	26.7	-	-	-	-	-

جاء السؤال الثانى من أسئلة استمارة الإستقصاء للتعرف على تأثير العوامل التسويقية التالية على رفع كفاءة التسويق بالعين السخنة, وقد أشارت نتائج التحليل الإحصائى الموضحة بالجدول إلى ما يلى:

بالنسبة للموقع:

يتضح أن هناك نسبة كبيرة 97.7% ترى على أن الموقع يؤثر على رفع كفاءة التسويق للمنطقة, وجاءت نسبة 3.3% ترى على أنه يؤثر بدرجة ضعيفة, وهذا يدل على أهمية الموقع بالنسبة لرفع كفاءة التسويق للسخنة, ويتفق مع رأى مشعل بالدراسة النظرية فى أن الموقع يعد من أهم مقومات الجذب السياحى بها.

المناخ:

يتضح أن هناك نسبة كبيرة 86.6% من العينة ترى ان للمناخ تأثير كبير على رفع كفاءة التسويق بالسخنة, وأن نسبة 13.4% ترى أنه يؤثر بدرجة عادية, وهذا يدل على أهمية المناخ بالنسبة لرفع كفاءة التسويق للسخنة, وهذا ما يتفق مع رأى بكير بالدراسة النظرية فى أن مناخ السخنة يؤثر بدرجة كبيرة على التسويق لها.

ميناء السخنة:

يتضح من الإجابات أن درجة تأثير الميناء على التسويق للعين السخنة غير مؤثرة بنسبة 60% وأنه يؤثر بدرجة كبيرة وعادية بنسبة 40%, وهذا يدل على أنه يجب الإهتمام بالميناء من الناحية السياحية, وتتفق الآراء هنا مع رأى محافظة السويس على أن أهمية الميناء تجارية فقط.

تعاون الشعب وكرم الضيافة:

من تحليل آراء المبحوثين يتضح أن نسبة 63.3% ترى أن تأثير تعاون الشعب وكرم الضيافة تأثيره ضعيف وغير مؤثر, وأن نسبة 36.7% ترى أنه يؤثر, وهذا يدل على قلة تأثير ذلك العنصر على رفع كفاءة التسويق.

انخفاض تكاليف الرحلة:

يتبين من تحليل أجوبة المبحوثين ان نسبة 56.7% ترى أن انخفاض تكاليف الرحلة لها تأثير, وأن نسبة 43.3% ترى أن لها تأثير ضعيف, وهذا يدل على تأثير ذلك العنصر على رفع كفاءة التسويق.

الفنون الشعبية والفلكلور المميز للمنطقة:

يتضح من آراء المبحوثين أن نسبة 63.3% ترى أن الفنون الشعبية والفلكلور المميز للمنطقة يؤثر على رفع كفاءة التسويق، وأن نسبة 36.7% ترى أنه لا يؤثر على رفع كفاءة التسويق بالمنطقة، وهذا يدل على تأثير ذلك العنصر على رفع كفاءة التسويق.

الشواطئ:

أما بالنسبة لآراء المبحوثين عن تأثير الشواطئ ترى أنها مؤثرة جداً بنسبة 73.3%، ومؤثرة بنسبة 26.7%، وهذا يدل على أن الشواطئ من العناصر المهمة المؤثرة على رفع كفاءة التسويق بالسخنة.

س3: ما مدة البرنامج السياحي الأكثر رواجاً عن العين السخنة؟

النسبة المئوية	التكرار	مدة البرنامج السياحي الأكثر رواجاً عن العين السخنة
66.7	20	اليوم الواحد
33.3	10	أقل من 4 ليال
100%	30	الإجمالي

من تحليل إجابات المدراء حول مدة البرنامج السياحي الأكثر رواجاً عن العين السخنة أتضح من الإجابات أن نسبة 66.7% ترى أن مدة البرنامج أقل من 4 ليال، ونسبة 33.3% ترى أنها رحلات اليوم الواحد هي الأكثر رواجاً، وهذا يدعو إلى زيادة مدة البرنامج السياحي بالسخنة.

س4: ماهي الجنسيات الوافدة للعين السخنة؟

النسبة المئوية	التكرار	الجنسيات الوافدة للعين السخنة
23.3	7	العربية (السعودية)
76.7	23	المصريين
100%	30	الإجمالي

من تحليل إجابات المدراء حول الجنسيات الوافدة للسخنة أتضح من الإجابات أن المصريين هم الأكثر زيارة للمنطقة بنسبة 76.7%، ويليهما السياحة العربية (السعودية) بنسبة 23.3%.

س5: ماهي الفئة العمرية للوافدين للعين السخنة؟

النسبة المئوية	التكرار	الفئة العمرية للوافدين للعين السخنة
6.7	2	أقل من 20 سنة
46.6	14	من 20 - 40 سنة
30	9	من 40 - 60 سنة
16.7	5	أكثر من 60 سنة
100%	30	الإجمالي

من تحليل إجابات المدراء حول الفئة العمرية للوافدين للعين السخنة أتضح من الإجابات أن من 20 - 40 سنة هم الأكثر زيارة للمنطقة بنسبة 46.7%، ومن 40-60 سنة بنسبة 30%، وأكثر من

60 سنة بنسبة 16.7%، وأقل من 20 سنة بنسبة 6.7%، وهذا يشير الى أن السخنة مكان للترفيه فقط فيجب توفير أنماط سياحية أخرى تناسب فئة الشباب.

س6: ما الوسائل التي تستخدمها الشركة للترويج لبرامجها السياحية ومدى فاعليتها وتأثيرها على السائح؟

غير مؤثرة		ضعيفة التأثير		متوسطة التأثير		مؤثرة		مؤثرة جداً		الوسائل المستخدمة للترويج
%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	
27.7	8	33.3	10	40	12	-	-	-	-	الإعلانات الإذاعية أو التلفزيونية
10	3	36.6	11	26.7	8	16.7	5	10	3	الإعلان في المجلات السياحية
40	12	13.3	4	10	3	16.7	5	20	6	المشاركة في المعارض والمهرجانات الدولية
-	-	3.3	1	13.3	4	30	9	53.3	16	العلاقات العامة
-	-	-	-	23.3	7	13.3	4	63.3	19	البيع الشخصي
-	-	10	3	10	3	23.3	7	56.7	17	الإنترنت

جاء السؤال السادس من أسئلة استمارة الإستقصاء للتعرف على الوسائل التي تستخدمها الشركة للترويج لبرامجها السياحية ومدى فاعليتها وتأثيرها على السائح، وقد أشارت نتائج التحليل الإحصائي الموضحة بالجدول إلى ما يلي:

الإعلانات الإذاعية أو التلفزيونية:

من تحليل أجوبة مدراء شركات السياحة عن الوسائل التي تستخدمها الشركة للترويج لها سواء كانت الاعلانات الإذاعية أوالتلفزيونية أوضحت أنها متوسطة التأثير على العملاء بنسبة 40% كما أنها تؤثر بدرجة ضعيفة بنسبة 33.3%، وغير مؤثرة بنسبة 27.7%، وهذا يدل على قلة تأثير هذه الوسيلة في الترويج لبرامج الشركة، وضعف تأثيرها على العملاء.

الإعلان في المجلات السياحية:

من تحليل أجوبة مدراء شركات السياحة عن الوسائل التي تستخدمها الشركة للترويج لها أوضحت أن الإعلانات بالمجلات السياحية مؤثرة جداً على العملاء بنسبة 10%، ومؤثرة بنسبة 16.7%، وتؤثر بدرجة متوسطة بنسبة 26.7%، ومؤثرة بدرجة ضعيفة بنسبة 36.6%، وغير مؤثرة بنسبة 10% أي أن هذا العنصر يجب استغلاله في الشركات السياحية للترويج لها.

المشاركة في المعارض والمهرجانات:

من تحليل أجوبة مدراء شركات السياحة عن الوسائل التي تستخدمها الشركة للترويج لها أوضحت أن المشاركة في المعارض والمهرجانات الدولية مؤثرة جداً على العملاء بنسبة 20%، ومؤثرة بنسبة 16.7%، وتؤثر بدرجة متوسطة بنسبة 10%، ومؤثرة بدرجة ضعيفة بنسبة

13.3%، وغير مؤثرة بنسبة 40%، وهذا يدل على قلة تأثير هذه الوسيلة في الترويج لبرامج الشركة، وضعف تأثيرها على العملاء.

العلاقات العامة:

من تحليل أجوبة مدراء شركات السياحة أوضحت أن العلاقات العامة مؤثرة جداً على الترويج للشركة بنسبة 53.3%، ومؤثرة بنسبة 30%، وتؤثر بدرجة متوسطة بنسبة 13.3%، ومؤثرة بدرجة ضعيفة بنسبة 3.3%، وهذا يدل على تأثير هذه الوسيلة في الترويج لبرامج الشركة، وقوة تأثيرها على العملاء.

البيع الشخصي:

من تحليل أجوبة مدراء شركات السياحة أوضحت أن البيع الشخصي مؤثر جداً على الترويج للشركة بنسبة 63.3% ومؤثر بنسبة 13.3% ومؤثر بدرجة متوسطة بنسبة 23.3%، وهذا يدل على تأثير هذه الوسيلة في الترويج لبرامج الشركة وقوة تأثيرها على العملاء.

الإنترنت:

من تحليل أجوبة مدراء شركات السياحة أوضحت أن الإنترنت مؤثر جداً على الترويج للشركة بنسبة 56.7% ومؤثر بنسبة 23.3% ومؤثر بدرجة متوسطة بنسبة 10% ومؤثر بدرجة ضعيفة بنسبة 10%، وهذا يدل على تأثير هذه الوسيلة في الترويج لبرامج الشركة وقوة تأثيرها على العملاء.

ويتبين من ذلك أن أهم وسائل الترويج للشركات السياحية هي العلاقات العامة، البيع الشخصي، والإنترنت

س7: هل لهيئة التنشيط السياحي دور في النهوض بالحركة السياحية ؟

النسبة المئوية	التكرار	هل لهيئة التنشيط السياحي دور في النهوض بالحركة السياحية
46.7	14	نعم
53.3	16	لا
100%	30	الاجمالي

أتضح من الإجابات أن لهيئة التنشيط السياحي دور في النهوض بالحركة السياحية بنسبة 46.7%، ولا دور لها بنسبة 53.3%، وهذا يدل على ضعف دور هيئة التنشيط في زيادة الحركة السياحية، وضعف جهودها التسويقية.

س8: ما تأثير العناصر التالية على جودة الخدمات السياحية المقدمة للسائحين بالسخنة؟

غير مؤثرة		ضعيفة التأثير		متوسطة التأثير		مؤثرة		مؤثرة جداً		العناصر المؤثرة على جودة الخدمات السياحية
%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	
60	18	30	9	10	3	-	-	-	-	ميناء السخنة
3.3	1	33.3	10	6.7	2	10	3	46.7	14	موقع المدينة
-	-	-	-	10	3	30	9	60	18	الطرق والمرافق بالمنطقة
-	-	-	-	-	-	26.7	8	73.3	22	شاطيء البحر الأحمر
30	9	16.7	5	26.6	8	20	6	6.7	2	سلسلة جبال الجلالة البحرية وعتاقة
3.3	1	-	-	10	3	16.7	5	70	21	الفنادق والقرى السياحية
-	-	-	-	16.7	5	3.3	10	50	15	حسن المعاملة وكرم الضيافة
-	-	10	3	13.3	4	20	6	56.7	17	توافر العلامات واللافتات
-	-	6.7	2	16.7	5	10	3	66.6	20	الأمن السياحي
10	3	10	3	13.3	4	13.3	4	53.4	16	تيسير إجراءات الدخول والخروج

من خلال تحليل أجوبة المستقصى منهم على تأثير العناصر التالية على جودة الخدمات السياحية للعين السخنة، وقد اشارت نتائج التحليل الإحصائي الموضحة بالجدول إلى ما يلي:

ميناء السخنة:

تبين أن نسبة 90% من آراء المستقصى منهم ترى أن الميناء لا يؤثر على جودة الخدمات المقدمة للسائح، وبنسبة 10% ترى أن الميناء يؤثر بدرجة متوسطة، وهذا يؤكد ما أشير إليه من قبل محافظة السويس في دراسته النظرية أن الميناء يستخدم في التجارة، والشحن والتفريغ فقط.

موقع المدينة:

تبين أن نسبة 46.7% من آراء المستقصى منهم ترى أن الموقع مؤثر جداً على جودة الخدمات المقدمه للسائح، وبنسبة 10% ترى أنه مؤثر، وبنسبة 6.7% ترى أنها متوسطة التأثير، وبنسبة 36.6% ترى أنه غير مؤثر، وهذا يتفق مع الدراسة النظرية أن قرب الموقع من القاهرة، ومدن القناة وسيناء، وسهولة الوصول إليها شجع على زيارة السخنة، وهذا يدل على تأثير الموقع على الخدمات المقدمة للسائحين.

الطرق والمرافق بالمنطقة:

تبين أن نسبة 60% من آراء المستقصى منهم ترى أن الموقع والمرافق بالمنطقة مؤثرة جداً على جودة الخدمات المقدمه للسائح، وبنسبة 30% ترى أنهما مؤثران، وبنسبة 10% ترى أنهما

غير مؤثران. وهذا يتفق مع الدراسة النظرية في آراء مستثمري السخنة أن الطرق الممهدة، والمرافق تؤثران على جودة الخدمات المقدمة للسائح.

شاطيء البحر الأحمر وخليج السويس:

تبين أن نسبة 73.3% من آراء المستقصى منهم يرون أن شاطئ البحر الأحمر، وخليج السويس مؤثران جداً على جودة الخدمات السياحية، وبنسبة 26.7% يرون أنها مؤثران، وهذا يتفق مع الدراسة النظرية أن السياحة في السخنة قائمة على نمط السياحة الشاطئية.

سلسلة جبال الجلالة البحرية وجبل عتاقة:

تبين أن نسبة 6.7% من آراء المستقصى منهم ترى أن سلسلة جبال الجلالة البحرية وجبل عتاقة مؤثرة جداً على جودة الخدمات السياحية، وبنسبة 20% ترى أنها مؤثرة وبنسبة 26.6% ترى أنها متوسطة التأثير، وبنسبة 46.7% ترى أنها لا تؤثر، وهذا يدل على قلة تأثير سلسلة الجبال على جودة الخدمات السياحية المقدمة للسائحين.

الفنادق والقرى السياحية:

يتضح من آراء المستقصى منهم أن الفنادق والقرى السياحية من أهم العناصر التي تؤثر على جودة الخدمة السياحية، حيث أن نسبة 70% ترى أنها مؤثرة جداً، وبنسبة 16.7% ترى أنها مؤثرة، وبنسبة 10% ترى أنها متوسطة التأثير، وبنسبة 3.3% ترى أنها لا تؤثر، وهذا يدل على قوة تأثيرها على جودة الخدمات السياحية المقدمة للسائحين.

حسن المعاملة وكرم الضيافة:

من تحليل إجابات المستقصى منهم حول حسن المعاملة وكرم الضيافة تبين أن هناك تأثير لذلك العنصر بنسبة 100%، وهذا يدل على أثر هذا العنصر لدى السائحين.

توافر العلامات واللافتات:

من تحليل إجابات المستقصى منهم حول توافر العلامات واللافتات تبين أن هناك تأثير لذلك العنصر، حيث أن نسبة 56.7% ترى أنها مؤثرة جداً، وبنسبة 20% ترى أنها مؤثرة، وبنسبة 13.3% متوسطة التأثير، وبنسبة 10% ترى أنها غير مؤثرة، وهذا يدل على تأثير هذا العنصر على الخدمات المقدمة للسائحين.

الأمن السياحي:

جاءت إجابات المستقصى منهم حول الأمن السياحي أن نسبة 66.6% ترى أن الأمن السياحي مؤثر جداً، وبنسبة 10% ترى أنه مؤثر، وبنسبة 16.7% ترى أنه متوسط التأثير، وبنسبة 6.7% ضعيف التأثير، وهذا يدل على تأثير هذا العنصر على الخدمات المقدمة للسائحين.

تيسير إجراءات الدخول والخروج:

تبين أن نسبة 73.3% من آراء المستقصى منهم ترى أن تيسير إجراءات الدخول والخروج مؤثرة جداً، وبنسبة 13.3% ترى أنها مؤثرة، وبنسبة 13.3% ترى أنها متوسطة التأثير، وبنسبة 20% غير مؤثرة، وهذا يدل على تأثير هذا العنصر على الخدمات المقدمة للسائحين.

س9: ما المعوقات التي تواجه التسويق السياحي لمنطقة السخنة ؟

إلى حد ما		لا		نعم		معوقات التسويق السياحي
%	العدد	%	العدد	%	العدد	
6.7	2	20	6	73.3	22	نقص الأماكن الترفيهية
36.7	11	-	-	63.3	19	ارتفاع الأسعار
26.7	8	26.7	8	46.6	14	ضعف الخدمات الإرشادية
30	9	60	18	10	3	سوء المعاملة من السكان المحليين
16.6	5	60	18	23.4	7	مشكلات أمنية
26.7	8	40	12	33.3	10	مشكلات مرورية
30	9	16.7	5	53.3	16	ضعف الجهود التسويقية
40	12	-	-	60	18	ضعف الميزانيات المخصصة للتسويق
20	6	3.3	1	76.7	23	الاعتماد على سياحة اليوم الواحد
23.3	7	3.3	1	73.4	22	التركيز على السياحة الداخلية
26.7	8	3.3	1	70	21	نقص الخدمات السياحية
23.3	7	43.3	13	33.4	10	نقص أماكن الإقامة السياحية وعدم تنوعها
26.7	8	43.3	13	30	9	الإهتمام بالجانب الاقتصادى للمدينة وإهمال الجانب السياحي

جاء تحليل آراء المستقصى منهم حول المعوقات التي تعوق رفع كفاءة التسويق للسخنة، كما يلي:

نقص الاماكن الترفيهية:

كانت آراء المستقصى منهم أن قلة الأماكن الترفيهية من أهم العناصر التي تعوق التسويق للسخنة بنسبة 73.3%، وأن نسبة 20% ترى أنها لا تعوق، ونسبة 6.7% ترى أنها تعوق إلى حد ما، وهذا يتفق مع الدراسة النظرية بأن هناك قلة فى الأماكن الترفيهية بالسخنة.

ارتفاع الأسعار:

كانت لآراء المستقصى منهم أن ارتفاع الأسعار من أهم العناصر التي تعوق التسويق للسخنة بنسبة 63.3%، ونسبة 36.7% ترى أنها تعوق إلى حد ما، وهذا يتفق مع الدراسة النظرية فى ارتفاع الأسعار بالسخنة.

ضعف الخدمات الإرشادية:

بتحليل آراء العينة عن هذا العنصر أتضح أن نسبة 46.6% من حجم العينة يرى أنها تعوق رفع كفاءة التسويق، ونسبة 26.7% ترى أنها لا تعوق ونسبة 26.7% ترى أنها تعوق إلى حد ما، وهذا يوضح لنا مدى القصور فى هذه الخدمات.

سوء المعاملة من بعض السكان المحليين:

بتحليل آراء العينة عن هذا العنصر أتضح أن نسبة 10% من حجم العينة ترى أنها تعوق رفع كفاءة التسويق، ونسبة 60% ترى أنها لا تعوق، ونسبة 30% ترى أنها تعوق إلى حد ما، هذا يدل على أن هذا العنصر ليس من المعوقات التي تواجه التسويق السياحي للمنطقة.

مشكلات أمنية:

بتحليل آراء العينة عن هذا العنصر أتضح أن نسبة 23.4% من حجم العينة ترى أنها تعوق رفع كفاءة التسويق، ونسبة 60% ترى أنها لا تعوق، ونسبة 16.6% ترى أنها تعوق إلى حد ما، هذا يدل على أن هذا العنصر ليس من المعوقات التي تواجه التسويق السياحي للمنطقة.

مشكلات مرورية:

بتحليل آراء العينة عن هذا العنصر أضح أن نسبة 33.3% من حجم العينة ترى أنها تعوق رفع كفاءة التسويق، ونسبة 40% ترى أنها لا تعوق، ونسبة 26.7% ترى أنها تعوق إلى حد ما، هذا يدل على أن هذا العنصر من المعوقات التي تواجه التسويق السياحي للمنطقة.

ضعف الجهود التسويقية:

بتحليل آراء العينة عن هذا العنصر أتضح أن نسبة 53.3% من حجم العينة ترى أنها تعوق رفع كفاءة التسويق، ونسبة 16.7% ترى أنها لا تعوق، ونسبة 30% ترى أنها تعوق إلى حد ما، هذا يدل على أن هذا العنصر من المعوقات التي تواجه التسويق السياحي للمنطقة.

ضعف الميزانيات المخصصة للتسويق:

بتحليل آراء العينة عن هذا العنصر أتضح أن نسبة 60% من حجم العينة ترى أنها تعوق رفع كفاءة التسويق، ونسبة 40% ترى أنها تعوق إلى حد ما، وهذا يتفق مع الدراسة النظرية في نقص الميزانيات التسويقية بالسخنة.

الاعتماد على سياحة اليوم الواحد:

بتحليل آراء العينة عن هذا العنصر أتضح أن نسبة 76.7% من حجم العينة ترى أنها تعوق رفع كفاءة التسويق، ونسبة 3.3% ترى أنها لا تعوق، ونسبة 20% ترى أنها تعوق إلى حد ما، وهذا يتفق مع الدراسة النظرية أن العين السخنة تعتمد على سياحة اليوم الواحد.

التركيز على السياحة الداخلية:

بتحليل آراء العينة عن هذا العنصر أتضح أن نسبة 73.4% من حجم العينة ترى أنها تعوق رفع كفاءة التسويق، ونسبة 3.3% ترى أنها لا تعوق، ونسبة 23.3% ترى أنها تعوق إلى حد ما، وهذا يتفق مع الدراسة النظرية أن العين السخنة تعتمد على السياحة الداخلية.

نقص الخدمات السياحية:

بتحليل آراء العينة عن هذا العنصر أتضح أن نسبة 70% من حجم العينة ترى أنها تعوق رفع كفاءة التسويق، ونسبة 3.3% ترى أنها لا تعوق، ونسبة 26.7% ترى أنها تعوق إلى حد ما، وهذا يدل على نقص العديد من الخدمات السياحية بالسخنة.

نقص أماكن الإقامة السياحية وعدم تنوعها:

بتحليل آراء العينة عن هذا العنصر أتضح أن نسبة 33.4% من حجم العينة ترى أنها تعوق رفع كفاءة التسويق، ونسبة 43.3% ترى أنها لا تعوق، ونسبة 23.3% ترى أنها تعوق إلى حد ما، وهذا يدل على ضرورة جذب المزيد من الاستثمارات السياحية لزيادة عدد أماكن الإقامة وتنوعها.

الإهتمام بالجانب الاقتصادي للمنطقة وإهمال الجانب السياحي:

بتحليل آراء العينة عن هذا العنصر أتضح أن نسبة 30% من حجم العينة ترى أنها تعوق رفع كفاءة التسويق، ونسبة 43.3% ترى أنها لا تعوق، ونسبة 43.3% ترى أنها تعوق إلى حد ما، وهذا يدل على ضرورة الإهتمام بالجانب السياحي في المنطقة.

س10: ما مدى تواجد سياسات تسويقية محددة تتبعها الشركات السياحية في أداء الوظائف التسويقية على الإنترنت ؟

النسبة المئوية	التكرار	مدى تواجد سياسات تسويقية محددة تتبعها الشركات السياحية في أداء الوظائف التسويقية على الإنترنت
10	3	لا يوجد سياسات تسويقية محددة
66.7	20	يوجد سياسات لكن ليست محددة ويعمل بها طبقاً للظروف
23.3	7	يوجد سياسات محددة
%100	30	الإجمالي

بتحليل آراء العينة عن هذا العنصر أتضح أن نسبة 10% من حجم العينة ترى أنه لا توجد سياسات تسويقية محددة تتبعها الشركات السياحية في تسويق المنطقة، ونسبة 66.7% ترى أنه يوجد سياسات ليست محددة ولكن يعمل بها طبقاً للظروف، ونسبة 23.3% ترى أنه يوجد سياسات محددة، وهذا يدل على ضعف الجهود التسويقية بالشركات السياحية.

ثالثاً: تحليل نتائج المقابلات الشخصية:

قام الباحث بعمل مجموعة من المقابلات الشخصية مع بعض المسؤولين الذين لهم علاقة بعملية التنمية السياحية لمنطقة العين السخنة، التي من الممكن أن تفيد في هذا البحث، بصفتهم ممثلين في اتخاذ القرارات الخاصة بمستقبل المنطقة. للتعرف على آرائهم في إمكانية الاستفادة من المقومات الطبيعية، والثقافية بالمنطقة لزيادة تدفق الاستثمار السياحي بالمنطقة، وتحديد المعوقات التي تقابلها، وكانت نتيجة المقابلات الشخصية مايلي:

س1: ما درجة توافر المقومات السياحية للاستثمار السياحي بمنطقة العين السخنة ؟

- أتفقت الآراء على أن المنطقة تمتلك العديد من المقومات، وعوامل الجذب السياحي المتوفرة، والتي تؤهلها لقيام تنمية سياحية بها، وتجعلها مقصداً سياحياً متميزاً يستطيع المنافسة مع المقاصد السياحية المجاورة .

يتضح من ذلك أن توافر هذه العناصر والمقومات السياحية في المنطقة يساعد على تشجيع المستثمرين على القيام باستثمارات سياحية تتمثل في إنشاء الفنادق والقرى السياحية.

س2: ما مدى توافر الأنماط السياحية الجاذبة للاستثمار السياحي، وللسائحين في المنطقة ؟

أجمعت الآراء على أن أهم الأنماط السياحية الجاذبة للاستثمار السياحي، وللسائحين في العين السخنة هي:

- السياحة الشاطئية على ساحل البحر الاحمر وخليج السويس.
- السياحة العلاجية والسياحة الترفيهية (الفنادق والقرى السياحية).
- سياحة السفارى (جبال الجلالة البحرية، وجبل عتاقة).
- السياحة الدينية (المزارات الدينية بالصحراء الشرقية).
- السياحة الثقافية (الإكتشافات الأثرية الحديثة).

- سياحة اليخوت (مارينا وادى الدوم).

يتضح من ذلك أن العين السخنة تتميز بموقع جغرافى جعلها مقصداً للسائحين. وذلك لتعدد الأنماط السياحية بها، حيث أنها تحتوى على العديد من الإمكانيات، التى تؤهلها لإستغلال تلك الأنماط، وجعلها مقصداً سياحياً عالمياً، إذا تم التسويق لتلك المنتج السياحى بصورة جيدة.

س3: ما مدى وجود مستقبل للاستثمار السياحى فى المنطقة ؟

- أتفقت الآراء ان المنطقة لها مستقبل مزدهر للاستثمار السياحى. ويرجع ذلك لتوافر المقومات وتنوع الأنماط السياحية، وعوامل الجذب السياحى بها، وقربها من محافظة القاهرة والمحافظات المجاورة.

يتضح من ذلك أن توافر هذه المقومات، وعناصر الجذب السياحى بالمنطقة سوف يؤهلها لجذب العديد من الاستثمارات السياحية مستقبلاً، وزيادة أعداد السائحين.

س4: ما مدى توافر عمالة أو كوادر مؤهلة للعمل فى المجال السياحى بالمحافظة ؟

- أجمعت الآراء ان لاتوجد عمالة أو كوادر مؤهلة كافية للعمل فى المجال السياحى بالمحافظة، بالإضافة إلى أن العمالة الموجودة حالياً تحتاج إلى برامج تدريبية لإعدادها ككوادر بشرية تعمل بالقطاع السياحى بالمحافظة.

يتضح من ذلك أن عدم توافر عمالة أو كوادر مؤهلة للعمل فى المجال السياحى بالمحافظة سوف يؤثر على الخدمات المقدمة للسائحين فى المنطقة.

س5: هل يوجد تنسيق بين الأجهزة المختلفة بالمحافظة للاستثمار السياحى، وتسويقها سياحياً؟

- أتفقت الآراء بوجود تنسيق بين الأجهزة المختلفة بالمحافظة للاستثمار السياحى، وتسويقها سياحياً مثل: هيئة التنشيط السياحى، والمجلس المحلى، وجهاز شئون البيئة، وهيئة الآثار.

يتضح من ذلك أن التنسيق بين الأجهزة المختلفة بالمحافظة سوف يؤدى إلى تسويق المنطقة سياحياً، وجذب العديد من الاستثمارات.

س6: ما مدى وجود موقع سياحى للمحافظة كمقصد سياحى، ولتعريف المستثمرين بها على شبكة الإنترنت ؟

- أجمعت الآراء بعدم وجود موقع سياحى متميز للمحافظة كمقصد سياحى، ولتعريف المستثمرين بها على شبكة الإنترنت مثلها مثل الأقاليم السياحية الأخرى.

يتضح من ذلك أن عدم وجود موقع سياحى للمحافظة كمقصد سياحى، ولتعريف المستثمرين بها على شبكة الإنترنت سوف يؤدى إلى ضعف تسويق المنطقة سياحياً، وبالتالي سوف يؤثر على جذب المستثمرين السياحيين، وذلك لعدم درايتهم بمقومات وعناصر الجذب السياحى بالمنطقة.

س7: ما مدى اكتمال عناصر المزيج التسويقى فى المنطقة ؟

- أتفقت الآراء على عدم اكتمال عناصر المزيج التسويقى الأربعة المكان، والتسعير، والمنتج، والترويج، حيث يتوفر عنصرى المكان، والمنتج، ولكنها لا تكتمل فى التسعير، والترويج، حيث أن المربع غير متساوى الأضلاع بمعنى التركيز على عنصر دون الآخر.

يتضح من ذلك أن عناصر المزيج التسويقى تكتمل عندما تصل منطقة السخنة إلى ذهن وخيال كل سائح أجنبى.

س8: ما أثر استراتيجية الاستثمار السياحي بالمنطقة, وتسويقها سياحياً ؟

- أجمعت الآراء بوجود جدوى من الاستثمار السياحي, وتسويق المنطقة سياحياً تتمثل فى: إقامة المشاريع السياحية (الفنادق والقرى السياحية), وتوفير الخدمات الأساسية والصحية, وتطوير الطرق, والانتعاش الاقتصادى, وإيجاد فرص عمل كثيرة, وتحسين مستوى الدخل لأفراد المجتمع المحلى, والحد من البطالة الموجودة بمحافظة السويس, والتعرف على الثقافات والحضارات المختلفة, والعادات والتقاليد الإيجابية من السائحين.

يتضح من ذلك أن المنطقة لها مستقبل سياحى إلى حد كبير قائم على توافر المقومات والخدمات السياحية, حيث توجد جدوى من استراتيجية الاستثمار السياحي بالمنطقة, وتسويقها سياحياً مما يعود بالنفع على أفراد المجتمع.

س9: ما هى المعوقات التى تواجه المستثمرين فى المنطقة, والتسويق لها سياحياً ؟

أنتفت الآراء على أهم المعوقات التى تواجه المستثمرين, والتسويق للمنطقة سياحياً هى :

- عدم توافر مياه الشرب وعدم وجود محطة معالجة صرف صحى رئيسيه للمنطقة بالكامل.
- قصور فى الخدمات على الطرق (خدمات الإسعاف - خدمات الإتصال - الخدمات الإرشادية واللافتات), التى يتطلبها السائح على الطريق.
- عدم إدواجية بعض الطرق مثل السخنة / الزعفرانة, وعدم استحداث طرق فرعية بديلة للطرق الحالية حال غلقها فى حالة الكوارث أو الحوادث.
- عدم وجود مستشفى دولى بالمدينة.
- وجود المحاجر بالطرق, التى تلقى بغيرها على القرى السياحية, وتضر بالشواطىء, وبالصحة العامة.
- ارتفاع الأسعار بالنسبة للسياحة الداخلية, وخصوصاً فى أيام الاجازات.
- عدم توافر الخدمات الترفيهية من مطاعم, ودور سينما, وكافيتريات, ومولات تجارية.
- عدم تشغيل مارينا وادى الدوم بكامل طاقتها.
- نقص الاعتمادات المالية اللازمة لمشروعات البنية الأساسية والخدمات, وعدم استكمال المرافق الأساسية مثل المياه, والصرف الصحى للمنطقة.
- عدم الترويج إعلامياً للمنطقة من قبل الدولة.

يتضح من ذلك أن تلك المعوقات سوف تؤثر على جذب الاستثمارات السياحية, وجودة الخدمات السياحية المقدمة للسائحين بالسخنة, وتعوق رفع كفاءة التسويق السياحي بالمنطقة مما يتطلب العمل على رفع مستوى المرافق والخدمات الأساسية للسياحة بها.

نتائج الدراسة

لقد أنتهت الدراسة إلى النتائج التالية :

أولاً: نتائج الدراسة النظرية :

- 1- تنفرد منطقة العين السخنة بموقع متميز على ساحل البحر الاحمر وخليج السويس مما يؤهلها لأن تكون من أهم المقاصد السياحية فى مصر.

- 2- بناء قاعدة بيانات معلوماتية عن الثروة السياحية بمنطقة العين السخنة، شملت حصر الموارد السياحية الطبيعية، والثقافية، بإبراز الموجود منها، ووضع الموجهات، التي تعمل على إكمال النقص فيها، بغرض استكمال قاعدة البيانات السياحية التي توفر المعلومات عن إمكانات الجذب السياحي، ومقوماته بالمنطقة، الأمر الذي يشجع كثيراً الاستثمار السياحي ويحفزه في المنطقة، وخاصة من قبل القطاع الخاص.
- 3- تتمتع منطقة العين السخنة بثروة سياحية هائلة في مجال الموارد السياحية، تؤهلها لأن تكون واجهة سياحية متفردة في مجال صناعة السياحة، والاستثمار السياحي في مصر، حيث توفر الكثير من فرص الاستثمار السياحي في مشروعات سياحية متميزة، ومتنوعة.
- 4- يشكل توفر مناخ الاستثمار الإيجابي وبيئته إجمالاً في مصر مقوماً رئيسياً، وحافزاً قوياً لدخول مجال الاستثمار السياحي في صناعة السياحة في المشروعات السياحية المقترحة بمنطقة العين السخنة، والتي تعود بالمنافع والفوائد الاقتصادية، والاجتماعية، والثقافية، والبيئية، ومما لا شك فيه أن الاستثمار السياحي في موارد الجذب السياحي، والخدمات والتسهيلات السياحية في المنطقة سيؤدي دوراً فاعلاً ومؤثراً في تحقيق الأهداف المنشودة.
- 5- تعدد مجالات الاستثمار السياحي وفرصة في المنطقة، والتي تتمثل في الاستثمار في مشروعات الموارد الطبيعية، والثقافية بالمنطقة.
- 6- المشاركة المجتمعية لها دور فعال في تطوير السياحة وتنميتها في المنطقة، وبالتالي إنجاح صناعة السياحة، ومشروعات الاستثمار السياحي المقترحة.
- 7- الاستثمار السياحي له آثار اقتصادية، واجتماعية، وثقافية، وبيئية إيجابية على المجتمع المحلي في المنطقة، مما يعمل على تحقيق الأهداف المنشودة.
- 8- تحتاج البنية الأساسية في المنطقة إلى التطوير والإحلال والتجديد، إلى جانب ضرورة حل مشكلة مياه الشرب، والصرف الصحي، والطرق.
- 9- عدم استكمال مشروع المطار الدولي الذي سيجعل من المنطقة مقصداً هاماً للسائحين من جميع دول العالم مما يؤدي إلى زيادة أعدادهم.
- 10- من المأمول أن تحقق صناعة السياحة، والاستثمار السياحي المتوقع في المنطقة في المشروعات الاستثمارية المقترحة الكثير من الأهداف المرسومة، كتنمية المنطقة اقتصادياً، واجتماعياً، وثقافياً، والحفاظ عليها بيئياً، وتنمية البنى التحتية، وتطويرها، مما يترك أثر كبير في تحسين مستويات المعيشة، وانتعاش أعمال القطاع الخاص الذي من المتوقع أن يقوم بدور أساسي وفعال في مجالات الاستثمارات السياحية بالمنطقة، التي تتمتع بفرص تنموية سياحية كبيرة، والتي من شأن استثمارها أن يكون له تأثير بالغ الأهمية على البيئة الاقتصادية، والاجتماعية، والثقافية، والبيئية بالمنطقة، وعلى سكانها، والحفاظ على الموارد الطبيعية، والثقافية، بالإضافة إلى المساهمة في تنوع مصادر الدخل القومي.

ثانياً: نتائج الدراسة الميدانية:

- 1- السياحة الشاطئية والترفيهية هي البرامج الأكثر تسويقاً لمنطقة العين السخنة.
- 2- أغلب الجنسيات الوافدة إلى العين السخنة من المصريين والسعوديين.
- 3- تمثل حركة السياحة الداخلية النصيب الأكبر من الحركة السياحية للمنطقة إلا أنها في أغلبها رحلات ليوم واحد، وذلك لقربها من العاصمة القاهرة، ومدن القناة والدلتا.

- 4- عدم توفر أماكن ترفيهية متنوعة, وهي مطلب ضروري لمنطقة الاجازات, ويمكن أن يكون لهذا العنصر تأثير على إطالة فترة الإقامة.
- 5- ارتفاع الأسعار بالنسبة للسياحة الداخلية بالمنطقة يؤثر على تكرار مرات الزيارة.
- 6- عدم وجود معلومات كافية عن المناطق السياحية والأثرية في المنطقة, وغياب اللوحات الإرشادية في كثير من الطرق المؤدية إليها لتكون متاحة للقائمين على التخطيط والتنمية, والجمهور بصفة عامة.
- 7- تعاني المنطقة بشكل عام من قصور في الأنشطة التسويقية والتنشيطية, وقصور في جانب الدعاية السياحية, مما يؤثر سلباً على مدة الزيارة, وحجم الطلب عليها, وذلك لعدم المعرفة بأماكن الجذب السياحي المختلفة بها, والأماكن التي يمكن زيارتها, والخدمات المختلفة المقدمة للسائحين.
- 8- ضعف الميزانيات المخصصة للتسويق السياحي, مما يؤثر على زيادة أعداد السائحين للمنطقة.
- 9- تعاني المنطقة بوجه عام من ضعف في مستوى بعض الخدمات المقدمة في الأماكن السياحية, وقد يكون هذا أحد الأسباب لاقتصار مدة الزيارة على يوم واحد.
- 10- لاتوجد سياسات محددة تعمل بها شركات السياحة في أداء الوظائف التسويقية, ولكن يعمل بها طبق للظروف, وهذا يدل على ضعف الجهود التسويقية بالشركات.

اختبار صحة الفروض

الفرض الأول:

إن الاستثمار السياحي في المقومات والموارد السياحية الطبيعية, والثقافية في منطقة العين السخنة سيكون له منافع اقتصادية, واجتماعية, وثقافية, وبينية على أفراد المجتمع.

أن منطقة العين السخنة تمتلك العديد من مقومات الجذب السياحي مثل المقومات الطبيعية كالموقع, والمناخ, والجمال, والشواطئ, وعيون المياه الكبريتية, والنموذج الفريد للحياة البرية, إلى جانب المقومات الثقافية, والتاريخية, والأثرية, والتمثلة في المواقع والثروات الأثرية الفرعونية, واليونانية, والرومانية, والقبطية, والإسلامية, إلى جانب السياحة الترفيهية المتمثلة في الشواطئ, والمنتجعات والقرى السياحية, وإلى جانب السياحة الدينية المتمثلة في الأديرة المسيحية, والسياحة الصحراوية لوجود مساحات صحراوية شاسعة تصلح لسياحة السفارى, إلى جانب السياحة الشاطئية المتمثلة في الشواطئ الطويلة التي تطل عليها, وإلى جانب سياحة الرياضات المائية المتمثلة في رياضة الغطس السطحي, ورياضة التجديف, إلى جانب السياحة العلاجية المتمثلة في عيون المياه الكبريتية ذات الصفات العلاجية, فإذا استغلت هذه المقومات والموارد استغلالاً جيداً في الاستثمار السياحي فسوف ينعكس ذلك إيجاباً على أفراد المجتمع اقتصادياً, واجتماعياً, وثقافياً, وبيئياً, وهذا ما أكدته الدراسة النظرية والميدانية, وكذلك النتائج المتحصل عليها من المقابلات الشخصية, وهو ما يؤكد الفرض الأول للبحث.

الفرض الثاني:

هناك العديد من المعوقات التي تواجه زيادة تدفق الاستثمار السياحي بمنطقة العين السخنة.
على الرغم من أن العين السخنة تتميز بالعديد من الإمكانيات السياحية, إلا أنه هنالك العديد من المعوقات التي تواجه الاستثمار السياحي بالمنطقة ومنها: الافتقار إلى التخطيط السياحي السليم, وتهيئة المواقع الطبيعية, والثقافية, وتنميتها وتطويرها, والنقص في مجال البنية التحتية, مثلاً في التسهيلات السياحية الأولية, والتسهيلات السياحية المساندة, وعدم توفر الخدمات الترفيهية من

مولات, ومطاعم, ودور سينما, ومسارح, وقلة دراسات الجدوى الاقتصادية عن جدوى الاستثمار في مجال القطاع السياحي, مما أدى إلى تأخر جذب المستثمرين المحليين, والأجانب, وعدم إستكمال مشروع المطار الدولي, الذي سيجعل من المنطقة مقصداً هاماً للسائحين من جميع دول العالم, ويزيد من أعدادهم, والوضع الاقتصادي الذي أدى إلى تخوف المستثمرين من إقامة مشروعاتهم بالمنطقة. إن هذه المعوقات تواجه تسويق المنطقة سياحياً, وتمنع أيضاً من قيام تنمية سياحية مستدامة, مما يعوق الاستثمار في القطاع السياحي ويضعفه كثيراً, وبالتالي تقف حيل زيادة تدفق الاستثمار السياحي بالمنطقة, وهذا ما أكدت الدراسة النظرية والميدانية, وكذلك النتائج المتحصل عليها من المقابلات الشخصية, وهو ما يؤكد الفرض الثاني للبحث.

التوصيات

وفيما يلي عرض للتوصيات والمقترحات الخاصة بزيادة الاستثمار السياحي للمنطقة, والتسويق لها, والتي طرحها الباحث, وذلك بهدف التطبيق الأمثل لها, وهي كما يلي:

- 1- إعداد قائمة بيانات للمعلومات السياحية لخدمة المستثمرين .
- 2- تحديد مواقع المشروعات السياحية المقترحة, مع تصنيفها وتحديد طبيعتها, والعمل على تهيئتها للجذب السياحي.
- 3- إقامة المنشآت السياحية الاستثمارية, التي تشمل المنشآت والخدمات اللازمة لقيام صناعة السياحة (الفنادق, والمطاعم, والمتنزهات, والمنتجعات) .
- 4- توفير البنية التحتية المحددة للقطاع السياحي.
- 5- تفعيل استراتيجية الترويج للاستثمار السياحي في مجال قطاع الخدمات والتسهيلات السياحية, ومواقع الجذب السياحية الطبيعية, والثقافية ومواردها .
- 6- دعم المستثمرين, ومساندتهم بتزويدهم بالمعلومات الخاصة بمناخ الاستثمار وبيئته في القطاع السياحي, وتقديم دراسات فرص الاستثمار لهم .
- 7- تنسيق قطاع السياحة مع الجهات الحكومية الأخرى, ذات العلاقة بالاستثمار لتسهيل الإجراءات, وسرعة إنجاز المعاملات الخاصة بالمستثمرين, ووفق آلية تكفل الإسراع بتقديم الخدمات, وإتمام الإجراءات وتسهيلها .
- 8- تحفيز القطاع الخاص بالعمل على إنجاح دوره الفاعل في الاستثمار السياحي من خلال تسهيل الاستثمار, وتذليل العقبات في هذا القطاع .
- 9- إعداد الوسائل والآليات التي تعمل على تنفيذ المشروعات السياحية في القطاع السياحي, وتفعيلها من خلال وضع خطط وسياسات, وبرامج للترويج والتسويق في مجال الاستثمار السياحي, وصناعة السياحة.
- 10- تقديم التمويل للاستثمار السياحي, خاصة المشروعات الصغيرة والمتوسطة باعتبار أن السياحة قطاع صناعي فاعل يسهم في توسيع القاعدة الاقتصادية للمجتمعات المحلية, والاقتصاد القومي.
- 11- المساهمة في إعداد الكوادر البشرية, وتأهيلها, وتدريبها في مجال صناعة السياحة.
- 12- توزيع مشروعات الاستثمار السياحي بشكل يسهم في تنمية المناطق المختلفة بمصر, مع التركيز على مناطق الجذب السياحي مثل (منطقة العين السخنة), لضمان نجاح عملية الاستثمار السياحي بغرض تحقيق الأهداف المنشودة .
- 13- تسهيل حصول المستثمرين, والسياح على تأشيرات الدخول إلى مصر, لما لها من دور فاعل في جذبهم للاستثمار والسياحة فيها.

المراجع

أولاً: المراجع العربية:

(أ) الكتب:

- 1- البكرى، فؤادة عبد المنعم (2010): التسويق السياحي وتخطيط الحملات الترويجية في عصر تكنولوجيا المعلومات، عالم الكتب، القاهرة، ص 67.
- 2- البنا، محمد (2009): اقتصاديات التخطيط السياحي، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، ص 85.
- 3- الدباغ، إسماعيل (2013): اقتصاديات السفر والسياحة، مؤسسة الوراق للنشر والطباعة، عمان، ص 52.
- 4- الزوكة، محمد خميس (2005): صناعة السياحة من منظور جغرافي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، ص 287.
- 5- الصيرفي، محمد (2009): مهارات التخطيط السياحي، دار السحاب للنشر والتوزيع، ص 30.
- 6- العاني، عبد المجيد (2008): الاستثمار والتسويق السياحي، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، عمان، ص 35.
- 7- القصاب، محمد نبيل (2009): أسس التسويق السياحي، دار الإسكندرية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، ص 92.
- 8- اللحم، نسرين رفيق (2007): التخطيط السياحي للمناطق التراثية باستخدام تقنية الآثار البيئية، دار النيل للنشر والتوزيع، القاهرة، ص 14.
- 9- بكير، محمد الفتحي (2002): جغرافيه مصر السياحية، دار المعرفة الجامعية للطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية، ص 93.
- 10- جابر، محمد مدحت (2007): جغرافية السياحة والترويج، مكتبة الانجلو المصرية، القاهرة، ص ص 182-183.
- 11- حنفي، سيد (2008): السويس هذا الرمز العظيم ، دار زهران للطباعة والنشر والطباعة، عمان، ص 78.
- 12- دندراوى، على عباس (1995): صناعة السياحة من منظور اجتماعي، المكتب العلمي للنشر والتوزيع، الإسكندرية، ص ص 27-28.
- 13- زكى، إبراهيم (2008): دور السياحة فى التنمية الاجتماعية، المكتب الجامعى الحديث، الإسكندرية، ص 40.
- 14- عبد العزيز، ماهر (2005): صناعة السياحة، دار الزهراء للنشر والتوزيع، القاهرة، ص ص 51-52.
- 15- عبدالباسط، وفاء (2005): التنمية السياحية المستدامة بين الإستراتيجيات والتحديات العالمية المعاصرة، دار النهضة العربية، القاهرة، ص 113.
- 16- عدلى، عصمت (2011): مقدمة فى الإعلام السياحي، دار الوفاء لندنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، ص 78.
- 17- عمران، سعاد (2014): جغرافية السياحة والترويج، ط2، كلية السياحة والفنادق، جامعة قناة السويس، بدون ناشر، ص 37.

- 18- غنيم, محمد عثمان (2003): التخطيط السياحي فى سبيل تخطيط مكانى ومتكامل, دار صفاء للنشر والتوزيع, ص117.
- 19- غنيم, عبدالفتاح (1999): الآثار البيئية للتدفق السياحي فى مصر, دار العلوم العلمية, الإسكندرية, ص123.
- 20- مشعل, جمال (2009): موسوعة البلدان المصرية, الجزء الأول, المجلس الأعلى للثقافة, القاهرة, ص320.
- 21- هلالى, حسين (2011): الجدوى الاقتصادية للمشروعات الاستثمارية, مكتبة عين شمس, القاهرة, ص61.

(ب) المنشورات والدوريات والتقارير:

- 1- تقرير المؤسسة العربية لضمان الاستثمار وإئتمان الصادرات, 2016.
- 2- تقرير صندوق النقد الدولي, 2016.
- 3- تقرير هيئة التنمية السياحية, 2014.
- 4- محافظة السويس, كتيب الهيئة الإقليمية للتنشيط السياحي, 2015.
- 5- محافظة السويس, كتيب مركز المعلومات ودعم إتخاذ القرار, إدارة الإحصاء, 2015.
- 6- نشرة وزارة السياحة, 2015.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

- 1- AbdEl-Razig, castel, tallet (2006) "ayn soukhna el la mer rouge", Egypt, afrique and orient, p: 41.
- 2- Ashe, J. (2008): Tourism investment as a tool for development and poverty reduction, New York, USA, P: 3.
- 3- David, W. (1999): Managing human resources in the hospitality industry, the educational institute of American hotel and motel association, p: 27.
- 4- Meredith, Jack, R. (1995): Project management a managerial approach, New, York, USA, P:8.
- 5- Stabler, M.J. (1997): Tourism and sustainability, Rotlege, London, p: 7.

ثالثاً: المواقع الإلكترونية:

- 1- <http://www.uabonline.org/ar/magazine/14/5/2016>.
- 2- <http://www.aleqaria-eg.com/Posts/37713021/12/2014>.
- 3- <http://news.travelperpedia.net/tourism/investments/13/12/2014>.
- 4- <http://www.el-balad.com/768059/14/5/2015>.
- 5- <http://www.albawabhnews.com/167143/2/10/2013>.
- 6- http://www.tourism.gov.eg/ads/diving_low/2/4/2014.
- 7- <http://www.egoth.com.eg/ar/index.php/about-egoth.html/9/3/2012>.
- 8- <http://www.masress.com//alwafd/669965/18/5/2013>.
- 9- <http://ar.egypt.travel/attraction/Elean ElSokhna/15/4/2014>.

English Abstract

The Impact of Tourism Investment Strategy on the Tourism Movement in Egypt (Applying on Al Ain Alsokhna)

Alaa eldin Osama Abd ellatif

Tourism is regarded as the most important industry in the future and the main source of national income. Therefore it is considered an essential factor for the progress of Egypt and its development in this century. As AlAin ALSokhna has many potentials and tourist uniqueness that enable it to compete other towns to attract tourists. These characteristics and potentials represent the most important tourism investment domain in any sector related to tourism industry, which is expected to be embodied in economic, social, cultural and environmental benefits, for the benefit of the local community. Hence the theme of " the impact of tourism investment strategy on increasing the tourist movement in Egypt, and applying it on AlAin ALSokhna as a study core. This research aims to shed light on AlAin ALSokhna area of tourism as a Tourist destination to encourage tourism investment in the region, and the most prominent obstacles that hinder the increase of the tourism investment flow towards it. Findings show that AlAin ALSokhna area has several ingredients and factors for tourist attractions available which encourage investors to make tourism investments there. The Research recommendations are: Supporting and assisting investors by providing them with information about the climate and environment of the tourism sector, and conducting studies about the investment opportunities available for them

Key words: Strategy, Tourism Investment, tourism movement, Al Ain Alsokhna.