

دراسة مقارنة للفرص الترويجية ببعض مناطق السياحة العلاجية في ج. م. ع

* أ.م.د. هالة محمد عمر الصبي

** د. علي مصطفى المغربي

المقدمة ومشكلة البحث:

احتلت السياحة منذ أكثر من عقد من الزمان مكانة بالغة الأهمية نتيجة للمزايا الاقتصادية والاجتماعية التي تحققتها الدول من هذا النشاط. كما تمثل صناعة السياحة قوة فاعلة في عصرنا الحالي لما تلعبه من دور حيوي وهام في التنمية الاجتماعية والثقافية والاقتصادية.

(٤٢:٤٢)،(٥٥:٤١)،(٨٨:٣٦)

وتشير تقارير المنظمة العالمية للسياحة إلى أن الحركة السياحية الدولية تتزايد بمعدلات تفوق بعض الأنشطة الاقتصادية الأخرى، حيث تعد صناعة السياحة من أكثر الصناعات الواعدة في العالم ومن أكثرها نمواً، فقد بلغ عدد السائحين وفقاً لإحصائيات منظمة السياحة العالمية لعام (٢٠٠٦م) حوالي (٨٤٢) مليون سائح وبلغت إيرادات السياحة (٧٣٥) بليون دولار أمريكي، كما توظف السياحة ما لا يقل عن (١٢٪) من قوة العمالة الدولية. (٢٥:٣٠)،(٣٥:٣٣).

ونتيجة لذلك فقد تطلب الأمر من دول العالم المتقدمة والنامية على حد سواء ومن بينها مصر الاهتمام بصناعة السياحة والعمل على زيادة عائدها، وبالفعل فقد شهدت السياحة اهتماماً متزايداً في عصرنا الحالي باعتبارها أحد الموارد للتنمية الشاملة. (٢٨:١٢)،(٢٢:٣٣)

وتعد السياحة في مصر أحد أهم الأنشطة الاقتصادية وركيزة من أهم الركائز بالمجتمع لما لها من آثار اجتماعية واقتصادية وثقافية هامة، فهي تحقق التقارب بين الشعوب وتعمل على حل الكثير من المشكلات الاجتماعية كالبطالة حيث أنها تستوعب ما يوازي (٧٪) من إجمالي العمالة في مصر وتساهم بنسبة (٨,٣٪) من الدخل المحلي وذلك وفقاً لإحصائيات منظمة التجارة العالمية الصادرة (٢٠٠٤م). لذلك فقد شهدت صناعة السياحة في مصر نمو امتزاجاً مصر تخطو خطوات واسعة على طريق السياحة العصرية بكافة أنواعها. (٦:٢٤)،(٤٤)،(٢٠:٤٣)

* أستاذ مساعد بقسم الترويج الرياضي بكلية التربية الرياضية - جامعة طنطا .

** مدرس بقسم الترويج الرياضي بكلية التربية الرياضية - جامعة طنطا.

ونظرا للأهمية المتزايدة للسياحة فإن الدول تتسابق لجذب المزيد من السائحين، وفي هذا السياق بدأت الدول المتقدمة بالاهتمام بالأنماط الحديثة من السياحة والتي من بينها السياحة العلاجية . حيث أصبحت السياحة العلاجية جزء لا يتجزأ من منظومة السياحة، وأصبحت تمثل نسبة تتراوح من (٥٪) إلى (١٠٪) من حركة السياحة العالمية. (١٠٧:٩)، (١٠٧:٩)، (٦١:٢٧) وأصبح السفر من أجل العلاج من الأنماط الرئيسية للسفر والسياحة حيث شملت السياحة العلاجية فئات متعددة ممن يعانون من أمراض معينة، فضلا عن يرغبون في استرداد لياقتهم البدنية والذهنية. (٦:٢٦)

وتعرف سعاد عمران (١٩٩٥م) السياحة العلاجية بأنها عملية الانتقال المؤقت الذي يقوم به السائح بحثا عن مصادر علاجية وإستشفائية سواء كانت تلك المصادر طبية أو طبيعية بجانب توافر عوامل بيئة أخرى مساعدة من أجل العلاج والاستشفاء من مرض معين أو استعادة الصحة والمحافظة على القوة واللياقة الجسمانية، وأن يكون هذا الانتقال بناء على توصيات من قبل الجهات الطبية، أي أن الدافع الأمثل للسفر يكون هو العلاج . (٦٩:١٠)

وعليه فإنه يمكن القول بأن السياحة العلاجية تمتد لنطاق أوسع من المؤسسات الطبية المتخصصة إلى المنتجعات السياحية التقليدية التي تقدم وسائل الاستجمام المختلفة بما فيها من برامج للأنشطة الرياضية تحت الإشراف الطبي . أي أن السياحة العلاجية ليست قاصرة على المرضى الذين يعانون من مرض معين بل تشمل فئات متعددة ممن يرغبون في استرداد حيويتهم ولياقتهم البدنية والذهنية وأيضا فئات ترغب في الاستشفاء من مرض نفسي أو عضوي عن طريق استخدام الموارد الطبيعية والمناخ المناسب . (٧:١)، (٨٨:٩)

وقد خلصت دراسة زينب محمد عباس (٢٠٠٨م) إلى أن أغلب السائحين المعالجين بمصر يقبلون على العلاج بالمقومات الطبيعية حيث الاستمتاع بعناصر ومقومات الجذب السياحي في أماكن السياحة العلاجية . لذا فإن الدراسة الحالية تتناول السياحة العلاجية التي تتم بالمنتجعات الصحية سواء التابعة لمؤسسات طبية أو التابعة للأماكن والمؤسسات السياحية الموجودة بها، وسيتم التركيز على العلاج بالطمر أو الدفن بالرمال والظمي. (١٠٧:٩) ومما لاشك فيه أن العلاج البيئي شيء معترف به عالميا، وأن السياحة العلاجية أصبحت حقيقة ملموسة في كل الدول المتقدمة بل إن هناك بلادا متخصصة في هذا النوع من العلاج وهذه السياحة . (٦٤:٢٧)

ومن الأهمية بمكان الإشارة إلى العناصر والمكونات الطبيعية والبيئية بالمقصد السياحي العلاجي، حيث أنها غالبا ما تكون - حال تميزها - من أكبر عوامل الجذب للسياحة العلاجية . فهذا

النوع من العلاج أو السياحة العلاجية يعتمد بالأساس على توافر المقومات البيئية الطبيعية من رمال وظمي ومناخ والتي يتم استخدامها في علاج العديد من الأمراض. (٥:٣٨)، (٢٠:٣٤)، (٦٢:٢٧) وفي هذا الصدد تأتي السياحة العلاجية باعتبارها أحد أنواع السياحة التي تشتهر بها مصر، والتي تعتمد على المقومات الطبيعية، حيث تعد مصر من أغنى البيئات التي تتواجد فيها العناصر الطبيعية ذات الأهمية العلاجية . فمصر تشتهر بمناخها الجاف الخالي من الرطوبة وبمياهها المعدنية والكبريتية وبما تحتويه تربتها من رمال وظمي صالح لعلاج العديد من الأمراض، كما تتعدد شواطئها ومياه بحارها بما لها من خواص طبيعية مميزة. (٦٠:٢٧)، (٣٤:٣)

وقد خلصت دراسة محمد إبراهيم عراقي وآخرون (٢٠٠٨م) إلى ضرورة العمل على تنمية السياحة العلاجية في مصر من خلال تخطيط متكامل يضمن إنعاش هذه النوعية من السياحة، على أن يتم ذلك في ضوء تحليل الوضع الراهن ومعرفة الاتجاهات الدولية ومتطلبات السياحة العلاجية، لتوفير الخدمة للسائح لتنشيط العرض السياحي في مجال السياحة العلاجية . ويمكن القول بأن الخدمة المتكاملة تتضمن الفرص الترويحية التي يمكن للسائح الاستمتاع بها طوال فترة إقامته في مصر للعلاج . (٣٢:٢٦)

ويتطلب ذلك توافر المزيد من الفرص الترويحية بأماكن السياحة العلاجية والتي تساعد السائح على الاستمتاع بإقامته خلال فترة العلاج التي تتراوح بين أسبوعين وخمسة أسابيع، يحتاج خلالها السائح إلى العديد من الوسائل والخدمات التي توفر له إقامة ممتعة كالأسواق والمطاعم والمقاهي والحدائق والنوادي والمنتجعات والمسارح والسينمات وغير ذلك من الخدمات والمرافق التي يجب أن تتعدد وتتنوع لتلائم جميع المراحل السنية والفئات المرضية . ويؤكد ذلك دراسة آمال يحيى الشيخ (٢٠٠٩م) حيث تشير إلى ضرورة توافر الفرص الترويحية في الأماكن السياحية . حيث أن هذه الفرص تزيد من استمتاع الأفراد اللذين يقصدون هذه الأماكن ومن ثم تشجيع الإقبال على زيارتها وزيادة الجذب السياحي إليها مرات متعددة. (١٧:٤)

ومن خلال الإطلاع على المراجع ونتائج وتوصيات الدراسات التي أجريت في مجال السياحة العلاجية تاملر يحيى سلام (٢٠٠١م) (٧)، مي محمد باهر (٢٠٠٢م) (٢٩)، بهاء الدين عبد الرحمن (٢٠٠٦م) (٦)، زينب محمد عباس (٢٠٠٨م) (٩)، محمد إبراهيم عراقي وآخرون (٢٠٠٨م) (٢٦)، محمود السيد أحمد (٢٠٠٨م) (٢٧) وأيضا من خلال المتابعة المستمرة لقطاع السياحة الترويحية وخاصة العلاجية والذي يعد من القطاعات الهامة والحيوية، ومن خلال الخبرة العملية للباحثين في الإشراف على بعض الرحلات الشبابية لبعض المناطق

السياحية فقد لاحظ الباحثان تفاوت الفرص الترويحية ومستواها ببعض أماكن السياحة العلاجية بمصر .

مما دفع الباحثان لإجراء هذه الدراسة لمقارنة الفرص الترويحية المتوفرة ببعض أماكن السياحة العلاجية بمصر، والتعرف على دورها في جذب السائحين إلى هذه المناطق .
هدف البحث :

المقارنة بين الفرص الترويحية المتاحة ببعض مناطق السياحة العلاجية في ج.م.ع .
تساؤلات البحث :

(١) ما هي الفرص الترويحية المتاحة ونسب توافرها ببعض مناطق السياحة العلاجية في ج.م.ع .

(٢) ما هي مدى تأثير توافر الفرص الترويحية في تنشيط السياحة العلاجية في ج.م.ع .
مصطلحات البحث :

الفرص الترويحية :

وهي الفرص المتاحة للترويج وقضاء الوقت المتبقي بعد العلاج بالقرب من المراكز المتخصصة حتى يستطيع الفرد الاستمتاع بما يناسب كل فرد حسب (سنه - جنسه - حالته الصحية) . (تعريف إجرائي)
مناطق السياحة العلاجية :

وهي الأماكن التي ينتقل إليها السائح بغرض العلاج باستخدام مقومات البيئة (من رمال ناعمة بيضاء وسوداء وظمي) لعلاج بعض الأمراض الجلدية والآلام المرتبطة بالعظام أو للاسترخاء والتخلص من توترات العصر . (تعريف إجرائي)
الدراسات المرجعية :
أولا : الدراسات العربية :

١- دراسة تامر يحيى سلام (٢٠٠١م) (٧) بعنوان منطقة حمام فرعون كمنتجع للاستشفاء، وكان الهدف التعرف على مقومات الجذب الطبيعية التي تجعل من حمام فرعون منطقة مثالية لإقامة هذا النوع من المنتجعات والتعرف على المناخ الصحي والمياه الكبريتية وكيفية استغلالها في علاج الأمراض، وكانت أهم النتائج التعرف على مقومات الجذب الطبيعية التي تساعد في علاج بعض الأمراض .

٢- دراسة مي محمد ماهر (٢٠٠٢م) (٢٩) بعنوان إدارة الموارد البيئية لصالح سياحة الاستشفاء بالتطبيق على منطقة سفاجا، وكان الهدف التعرف على المقومات الطبيعية للسياحة الاستشفائية في مدينة سفاجا بمحافظة البحر الأحمر من حيث المناخ، الشاطئ، الرمال السوداء،

المياه، كذا الاستشفاء من بعض الأمراض، وكانت أهم النتائج أن منطقة سفاجا منطقة مثالية للاستشفاء البيئي من بعض الأمراض الجلدية وأهمها الصدفية .

٣- دراسة بهاء الدين عبد الرحمن (٢٠٠٦م) (٦) بعنوان جغرافية المكان الترويحي وفعالته في السياحة العلاجية للمسنين في جمهورية مصر العربية، وكان الهدف استثمار وقت الفراغ للمسنين والاستفادة من جغرافيا المكان الترويحي في السياحة العلاجية للمسنين في ج.م.ع، وكانت أهم النتائج تصور لتوزيع هذه العيون على مدن ومحافظات ج.م.ع .

٤- دراسة أمال يحيى عمر الشيخ : (٢٠٠٩م) (٤) بعنوان تحليل نمط توزيع الفرص الترويحية والسياحية المتاحة للمرأة السعودية في مدينة جدة باستخدام نظم المعلومات الجغرافية، وكان الهدف محاولة التوصل إلى نمط توزيع المرافق الترويحية في محافظة جدة، وكانت أهم النتائج استخدمت الباحثة برنامج نظم المعلومات الجغرافية وبعض البرمجيات حتى توصلت إلى أن نمط جدة يرتكز على طول الشاطئ البحري للمدينة وفي المناطق الشمالية الشرقية ويرتبط ذلك بالإمتداد العمراني .

ثانيا : الدراسات الأجنبية

٥- دراسة بتراكشيا وآخرون Petraccia,L.and Others (٢٠٠٥م) (٣٩) بعنوان التدليك والعلاج البيئي في مجال الأمراض الرئوية المزمنة، وكان الهدف التعرف على أثر العلاج بالتدليك والعلاج المناخي على مرضى الانسداد الرئوي المزمن ، وكانت أهم النتائج العلاج بالتدليك والعلاج باستنشاق المياه المعدنية الكبرى له أثر ملحوظ على تحسن الحالة الغذائية ومؤشرات السعال والبلغم وبعض المؤشرات الوظيفية لهؤلاء المرضى .

٦- دراسة بينتر . م هـ — وآخرون Pittler : MH.and others (٢٠٠٦م) (٤٠) بعنوان التدليك العلاجي والعلاج بالمياه المعدنية لآلام أسفل الظهر، وكان الهدف التحليل البعدي لتقييم الأدلة لصالح أو ضد فعالية التدليك العلاجي والعلاج بالمياه المعدنية لعلاج آلام أسفل الظهر، وكانت أهم النتائج هناك أدلة أن التدليك العلاجي والعلاج بالمياه المعدنية قد يكون فعال لعلاج المرضى الذين يعانون من آلام أسفل الظهر .

٧- دراسة فلاجس .م وآخرون Falagas M. and others (٢٠٠٩م) (٣٧) بعنوان التأثير العلاجي للعلاج بالمياه المعدنية : تقييم الأدلة المستقاه من التجارب العشوائية المخططة، وكان الهدف تحليل عدد من المقالات والدراسات في مجال العلاج بالمياه المعدنية وعددها (٢٠٣) من المقالات ذات الصلة المحتملة، وكانت أهم النتائج العلاج بالمياه المعدنية ربما يرتبط بالتحسن في العديد من الأمراض الروماتيزمية.

التعليق على الدراسات المرجعية :

من حيث الهدف تناولت بعض الدراسات بعض مناطق السياحة العلاجية وكان هدفها التعرف على مقومات الجذب الطبيعية في مناطق العلاج مثل دراسة تامر يحيى سلام (٢٠٠١م)، ودراسة مي محمد ماهر (٢٠٠٢م)، كما تناولت بعض الدراسات العلاج بالمياه الكبريتية مثل دراسة بهاء الدين عبد الرحمن (٢٠٠٦م) ودراسة بتراكشيا . وآخرون **Others Petraccia,L.and** (٢٠٠٥م)، دراسة بيتلر م.هـ— وآخرون **Pittler : MH.and others** (٢٠٠٦م)، دراسة فلاجس . وآخرون **Falagas M. and others** (٢٠٠٩م)، كما تناولت بعض الدراسات التعرف على الفرص الترويحية المتاحة في بعض المناطق السياحية بالسعودية كدراسة آمال يحيى (٢٠٠٩م)، ومن حيث نتائج فالبعض كانت نتائجها أن عوامل الجذب الطبيعية تساعد في العلاج كدراسة تامر يحيى سلام (٢٠٠١م)، مي محمد باهر (٢٠٠٢م) والبعض الآخر أوضح أن العلاج بالمياه الكبريتية يؤدي إلى شفاء بعض الأمراض كدراسة بتراكشيا . وآخرون **Petraccia,L.and Others** (٢٠٠٥م)، دراسة بيتلر م.هـ— وآخرون **Pittler : MH.and others** (٢٠٠٦م)، دراسة فلاجس . وآخرون **Falagas M. and others** (٢٠٠٩م)، كما أثبتت نتائج دراسة آمال يحيى (٢٠٠٩م) أن توافر فرص الترويج تؤدي إلى زيادة عوامل الجذب للسائحين .
مدى الاستفادة من الدراسات المرجعية :

١- صياغة المشكلة بصورة دقيقة ومحددة .

٢- صياغة تساؤلات الدراسة .

٣- استخدام المعالجات الإحصائية وتحديد المنهج المستخدم وتحديد العينة بصورة تسمح

بجمع البيانات.

إجراءات البحث :

منهج البحث :

استخدم الباحثان المنهج الوصفي لمناسبته لطبيعة الدراسة .

عينة البحث :

يتمثل مجتمع هذا البحث في مناطق السياحة العلاجية بمصر والبالغ عددها (١١) منطقة وتم أخذ عينة عمدية وهي (٥) مناطق خاصة للعلاج بالدفن في الرمال والظمي وتشمل السائحين والعاملين والبالغ عددهم (٤٥٠٠) سائح، (٢٠٠) عامل وقد قام الباحثان باختيار عينة عشوائية قدرها (٢٠٠) سائح بغرض العلاج في المناطق (سفاجا - الغردقة - أسوان - سيوه - الخارجة) بحيث تكون العينة المختارة ممثلة لجميع المناطق العلاجية قيد البحث، (٥٠) من العاملين في الأماكن الخاصة بالعلاج كعينة أساسية، بالإضافة إلى (٤٠) سائح، (١٠) من العاملين كعينة

إستطلاعية وقد راعي الباحثان أن تكون عينة الدراسة ممثلة لمناطق العلاج بالدفن قيد البحث كما موضح بجدول (١) .

جدول (١)

مجتمع وعينة البحث

م	المنطقة العلاجية	مجتمع البحث		عينة البحث الأساسية		عينة البحث الاستطلاعية	
		سائحين	عاملين	سائحين	عاملين	سائحين	عاملين
١	الغردقة	١٢٠٠	٥٠	٥٠	١٢	١٠	٣
٢	سيوه	٢٠٠	٢٠	٢٠	٥	٣	١
٣	سفاجا	٢٥٠٠	٧٠	٧٠	١٨	١٨	٣
٤	الخارجة	٢٠٠	٢٠	٢٠	٥	٣	١
٥	أسوان	٤٠٠	٤٠	٤٠	٣٠	٦	٢
	المجموع	٤٥٠٠	٢٠٠	٢٠٠	٥٠	٤٠	١٠
	إجمالي العينة				٢٥٠		٥٠

وسائل جمع البيانات :

استخدم الباحثان الوسائل التالية بجمع بيانات الدراسة:

- (١) الملاحظة : من خلال إشراف الباحثان على بعض الرحلات إلى مناطق السياحة العلاجية قيد البحث تم ملاحظة تدني وعدم توافر فرص ترويحية في هذه المناطق .
- (٢) المقابلة الشخصية : حيث قام الباحثان بإجراء عدة مقابلات شخصية للخبراء لتحديد محاور وعبارات الاستبيان قيد الدراسة .

(٣) استمارة استبيان : الفرص الترويحية ببعض مناطق السياحة العلاجية في ج.م.ع

قام الباحثان بتصميم استمارة الاستبيان من خلال الخطوات التالية :

- إجراء عملية مسح للمراجع العلمية المتخصصة والدراسات استرشادا بكلا من محمد خميس الزوكة (١٩٩٢م) (٢٠)، وفاء أحمد إلياس (٢٠٠٢م) (٣٦)، وسوزان على حسن (٢٠٠٤م) (١٤)، بهاء الدين عبد الرحمن (٢٠٠٦م) (٦)، ونظمي أمين فرج (٢٠٠٧م) (٣٠)، زينب محمد محمود عباس (٢٠٠٨م) (٩)، محمد إبراهيم عراقي وآخرون (٢٠٠٨م) (٢٦)، محمود السيد أحمد (٢٠٠٨م) (٢٧)، آمال يحيى الشيخ (٢٠٠٩م) (٤).
- تم تحديد محاور الاستبيان في صورته المبدئية وبلغ عددها (١٢) محور وهي (الأسواق التجارية - المنتجعات الساحلية - القرى السياحية - الحدائق النموذجية - الكورنيش العام -

- المطاعم والمقاهي - الألعاب والملاهي - النوادي الاجتماعية - النوادي الرياضية -
المنتزهات السياحية - دور السينما والمسرح - عوامل الجذب (كما هو موضح ملحق (١))
- تم عرض المحاور على السادة الخبراء في مجال الترويج والبالغ عددهم (٧) خبراء ملحق
(٢) وذلك لإبداء رأيهم في المحاور وقد تراوحت الآراء ما بين (٤٢,٨% - ٥٧,٢%) وقد
ارتضى الباحثان بالمحاور التي حصلت على أهمية نسبية قدرها (٨٠%) فأكثر لذا فقد تم
حذف المحور الأخير وهو عوامل الجذب وتم إضافة الأماكن الليلية والفنادق وتم ضم
محورى المنتجعات السياحية والقرى السياحية وضم أيضاً محورى الحدائق والمنتزهات
السياحية وتم فصل المطاعم والمقاهي ولذا أصبح العدد النهائي لمحاور الاستبيان قيد
الدراسة هي (١٢) محور كما هو موضح بملحق (٣) .
- قام الباحثان بصياغة العبارات الخاصة بكل محور من محاور الاستبيان وبلغ عدد العبارات
(١٢٥) عبارة في صورته المبدئية وتم عرضها على السادة الخبراء وقاموا بحذف العبارات
التي لا تتماشى مع هدف الاستبيان وهي (٤، ١٠، ١٨، ١٩، ٢٠، ٢٤، ٢٥، ٣٥، ٣٦، ٤١،
٤٢، ٥٣، ٥٤، ٩٢، ٩٣، ٩٤) حيث تراوحت النسبة المئوية للعبارات المحذوفة ما بين
(٢٨,٥٧% - ٥٧,١٤%) كما موضح بملحق (٤) .
- وقد ارتضى الباحثان العبارات التي حصلت على نسبة مئوية قدرها (٧٠%) فأكثر ملحق (٦)
وبذلك أصبح عدد عبارات الاستبيان النهائية (١٠٩) عبارة كما هو بجدول (٢) .

جدول (٢)

العدد المبدئي والنهائي وأرقام العبارات المستبعدة لاستبيان الفرص الترويجية
ببعض مناطق السياحة العلاجية في ج.م.ع

م	اسم المحور	العدد المبدئي للعبارات	عدد العبارات المستبعدة	أرقام العبارات المستبعدة	العدد النهائي للعبارات
١	الفنادق	١١	٢	١٠-٤	٩
٢	الأسواق التجارية	١٥	٥	٢٥-٢٤-٢٠-١٩-١٨	١٠
٣	المنتجعات والقرى السياحية	١١	٢	٣٦-٣٥	٩
٤	الحدائق والمنتزهات السياحية	١٢	٢	٤٢-٤١	١٠
٥	الكورنيش العام	١٠	٢	٥٤-٥٣	٨
٦	المطاعم	١٠	-	-	١٠
٧	المقاهي	٩	-	-	٩
٨	الأماكن الليلية	١٠	-	-	١٠
٩	النوادي الاجتماعية	١٢	٣	٩٤-٩٣-٩٢	٩

١٠	النوادي الرياضية	٩	-	-
١١	الألعاب الترفيهية	٩	-	-
١٢	دور السينما والمسرح	٧	-	-
١٠٩	الإجمالي	١٢٥	١٦	١٦

يوضح جدول (٢) العدد المبدئي والنهائي وأرقام العبارات المستبعدة لاستمارة استبيان

- الفرص الترويحية ببعض مناطق السياحة العلاجية في ج.م.ع .
 - تم استخدام ميزان ثنائي التقدير لبناء الاستبيان وهو (نعم، لا) بواقع (١، صفر) حيث تراوحت الدرجة الكلية للاستبيان ما بين (صفر - ١٠٩) .
- الدراسة الإستطلاعية :

قام الباحثان بإجراء دراسة إستطلاعية على عينة عشوائية من السائحين والعاملين في مناطق السياحة العلاجية قيد البحث بلغ قوامها (٥٠) من المجتمع الأصلي ومن خارج عينة البحث في الفترة ما بين (٢٠١٠/٧/٢٢) إلى (٢٠١٠/٧/٢٩) بهدف التعرف على :

- مدى فهم عينة البحث لعبارات الاستبيان قيد الدراسة .
 - مدى وضوح تعليمات الاستبيان .
 - التعرف على الصعوبات التي قد تظهر أثناء تطبيق الإستمارة للعمل على تلاقيها .
 - إجراء المعاملات العلمية للاستبيان قيد البحث .
- وقد حققت الدراسة الإستطلاعية الهدف منها .

المعاملات العلمية لإستبيان الفرص الترويحية ببعض مناطق السياحة العلاجية في ج.م.ع قام الباحثان بتطبيق الإستبيان على عينة استطلاعية قوامها (٥٠) فرد من مجتمع البحث الأصلي من سائحين وعاملين ومن خارج عينة البحث الأساسية وقد جاءت النتائج معبرة عن معاملات علمية عالية كما هو موضح بملحق (٥) وكانت معاملات الصدق عالية لجميع عبارات الاستبيان والدرجة الكلية لكل محور على حدة وتم إيجاد الصدق عن طريق الاتساق الداخلي وذلك بإيجاد معاملات الارتباط بين كل عبارة ومحورها، حيث تراوح معامل الارتباط بين (٠,٧٤) كأقل قيمة، (٠,٩٥) كأكبر قيمة، وأيضاً بإيجاد الاتساق الداخلي بين العبارة والمجموع الكلي لاستبيان، حيث تراوح معامل الارتباط بين (٠,٦٨) كأقل قيمة، (٠,٩٥) كأكبر قيمة وقد كان هناك ارتباط دال موجب لجميع المحاور وبين المجموع الكلي للمحاور حيث تراوح معامل الارتباط ما بين (٠,٨٦) كأقل قيمة (٠,٩٣) كأكبر قيمة مما يدل على وجود الاتساق الداخلي وبالتالي صدق الاستبيان .

ولحساب معامل الثبات تم استخدام طريقة الاختبار وإعادة الاختبار حيث تم تطبيق الإستبيان على نفس العينة الاستطلاعية بفواصل زمني قدره (٨ أيام) وذلك للتحقق من ثبات الإستبيان حيث تراوح معامل الارتباط (٠,٧٧) كأقل قيمة، (٠,٩٢) كأكبر قيمة .
الدراسة الأساسية :

قام الباحثان بتطبيق إستمارة الإستبيان على عينة البحث لجمع البيانات الخاصة ومقارنة الفرص الترويحية ببعض مناطق السياحة العلاجية في ج.م.ع في الفترة (٢٠١٠/٨/٢) إلى (٢٠١٠/٩/٣) وبعد الانتهاء من تطبيق الإستمارة الخاصة بعينة البحث تم جمع البيانات واعتبار هذا القياس مؤشر للوضع الراهن للفرص الترويحية ونسب تواجدها في المناطق قيد البحث وتم معالجتها إحصائياً .

المعالجات الإحصائية :

تم استخدام النسب المئوية والوزن النسبي والأهمية النسبية ومعامل الارتباط وصدق الإنساق الداخلي لمناسبتها لمعالجة نتائج استبيان الفرص الترويحية ببعض مناطق السياحة العلاجية في ج.م.ع كما تم استخدام تحليل التباين للمقارنة بين المناطق قيد البحث .
عرض النتائج ومناقشتها :

أولاً : عرض النتائج :

جدول (٣)

الأهمية النسبية لآراء عينة البحث بمناطق السياحة العلاجية في محور الفنادق

م	الغردقة	سيوه	الخارجة	أسوان	سفاجا
١.	%٦٧,٧٤	%٤٠	%٤٠	%٨٥,٠٠	%٦٠,١٩
٢.	%٦٤,٥٢	%٢٥	%٢٥	%٨٧,٥٠	%٦٢,٠٤
٣.	%٦١,٢٩	%٢٥	%٢٥	%٧٥,٠٠	%٥٤,٦٣
٤.	%٦٧,٧٤	%٦٠	%٦٠	%٧٢,٥٠	%٦٩,٤٤
٥.	%٤٠,٣٢	%١٠	%١٠	%٢٠,٠٠	%٢٥,٩٣
٦.	%٣٢,٢٦	%٥	%٥	%٢٢,٥٠	%٢٣,١٥
٧.	%٢٤,١٩	%١٥	%١٥	%١٧,٥٠	%٥٣,٧٠
٨.	%٤٨,٣٩	%١٠	%١٠	%٤٠,٠٠	%٢١,٣٠
٩.	%٣٨,٧١	%٢٠	%٢٠	%٢٥,٠٠	%٢١,٣٠

يتضح من جدول (٣) أن الأهمية النسبية لمحور الفنادق تراوحت لمنطقة الغردقة بين (٢٤,١٩%) كأصغر نسبة، (٦٧,٧٤%) كأكبر نسبة، أما سيوه والخارجة قد تراوحت بين (٥%)

كأصغر نسبة، (٦٠٪) كأكبر نسبة، وأسوان تراوحت بين (١٧,٥٠٪) كأصغر نسبة و(٨٧,٥٠٪) كأكبر نسبة، أما سفاجا فتراوحت بين (٢١,٣٠٪) كأصغر نسبة و(٦٩,٤٤٪) كأكبر نسبة .

جدول (٤)

الأهمية النسبية لآراء عينة البحث بمناطق السياحة العلاجية في محور الأسواق التجارية

م	الغردقة	سيوه	الخارجة	أسوان	سفاجا
١٠	٪٣٢,٢٦	٪٢٥	٪٢٥	٪١٢,٥٠	٪٧,٤١
١١	٪٣٢,٢٦	٪٣٥	٪٣٥	٪٢٠,٠٠	٪١٦,٦٧
١٢	٪٦١,٢٩	٪٢٠	٪١٥	٪٦٢,٥٠	٪٢٥,٠٠
١٣	٪٦,٤٥	٪٤٠	٪٢٠	٪١٢,٥٠	٪٧,٤١
١٤	٪١٦,١٣	٪٣٠	٪٤٠	٪٢٠,٠٠	٪٩,٢٦
١٥	٪٢٧,٤٢	٪١٠	٪١٥	٪١٥,٠٠	٪٣٠,٥٦
١٦	٪٥٦,٤٥	٪١٥	٪١٠	٪٢٥,٠٠	٪٦٩,٤٤
١٧	٪٤٨,٣٩	٪٢٥	٪٢٥	٪٥٠,٠٠	٪٢٤,٠٧
١٨	٪١٩,٣٥	٪٣٠	٪٣٠	٪١٠,٠٠	٪٦,٤٨
١٩	٪٨٠,٦٥	٪٠	٪٠	٪٤٢,٥٠	٪٨٩,٨١

يتضح من جدول (٤) أن الأهمية النسبية لمحور الأسواق التجارية تراوحت لمنطقة الغردقة بين (٦,٤٥٪) كأصغر نسبة و(٨٠,٦٥٪) كأكبر نسبة، أما سيوه والخارجة فتراوحت بين (صفر٪) كأصغر نسبة و(٤٠٪) كأكبر نسبة، وأسوان تراوحت بين (١٠٪) كأصغر نسبة و(٦٢,٥٠٪) كأكبر نسبة وسفاجا تراوحت بين (٦,٤٨٪) كأصغر نسبة و(٨٩,٨١٪) كأكبر نسبة .

جدول (٥)

الأهمية النسبية لآراء عينة البحث بمناطق السياحة العلاجية

في محور المنتجات والقرى السياحية

م	الغردقة	سيوه	الخارجة	أسوان	سفاجا
٢٠	٪٥٦,٤٥	٪٣٠	٪٣٠	٪٣٢,٥٠	٪٤٥,٣٧
٢١	٪٤٣,٥٥	٪٢٥	٪٢٥	٪٢٥,٠٠	٪٤٣,٥٢
٢٢	٪٨٨,٧١	٪١٥	٪١٥	٪٤٥,٠٠	٪٧١,٣٠
٢٣	٪٩٦,٧٧	٪١٠	٪١٠	٪٦٠,٠٠	٪٨٠,٥٦
٢٤	٪٧٢,٥٨	٪٢٥	٪٢٥	٪٢٥,٠٠	٪٤٩,٠٧
٢٥	٪٨٥,٤٨	٪١٥	٪٣٥	٪٧٥,٠٠	٪٧٣,١٥
٢٦	٪٥٣,٢٣	٪٥	٪٥	٪٣٧,٥٠	٪٦٥,٧٤
٢٧	٪٣٥,٤٨	٪٢٠	٪٢٠	٪٣٢,٥٠	٪٢١,٣٠
٢٨	٪٦٤,٥٢	٪٣٥	٪٣٥	٪٣٧,٥٠	٪٧٧,٧٨

يتضح من جدول (٥) أن الأهمية النسبية لمحور المنتجات والقرى السياحية تراوحت لمنطقة الغردقة بين (٣٥,٤٨٪) كأصغر نسبة، و(٩٦,٧٧٪) كأكبر نسبة أما سيوه والخارجة

تراوحت بين (٥%) كأصغر نسبة و (٣٥%) كأكبر نسبة وأسوان فتراوحت بين (٢٥%) كأصغر نسبة و (٧٥%) كأكبر نسبة أما سفاجا فتراوحت بين (٢١,٣٠%) كأصغر نسبة، (٨٠,٥٦%) كأكبر نسبة .

جدول (٦)

الأهمية النسبية لآراء عينة البحث بمناطق السياحة العلاجية

في محور الحدائق والمنتزهات السياحية

م	الغردقة	سيوه	الخارجة	أسوان	سفاجا
٢٩	%٧٢,٥٨	%٣٠	%٣٠	%٤٢,٥٠	%٧٨,٧٠
٣٠	%٤٣,٥٥	%٢٥	%٢٥	%٣٧,٥٠	%٣٨,٨٩
٣١	%٤٨,٣٩	%٣٠	%٣٠	%٥٠,٠٠	%٤٧,٢٢
٣٢	%١١,٢٩	%٥	%٥	%٢٥,٠٠	%٢٧,٧٨
٣٣	%٦٧,٧٤	%٢٥	%٢٥	%٥٠,٠٠	%٧٢,٢٢
٣٤	%٥٩,٦٨	%١٥	%١٠	%٥٠,٠٠	%٦٢,٩٦
٣٥	%١١,٢٩	%٠	%٥	%٧,٥٠	%٣٥,١٩
٣٦	%٨,٠٦	%٩٥	%٩٥	%٠,٠٠	%٢٧,٧٨
٣٧	%١٩,٣٥	%٣٥	%٣٥	%٥,٠٠	%٣٧,٠٤
٣٨	%٦٤,٥٢	%٠	%٥	%٦٢,٥٠	%٨١,٤٨

يتضح من جدول (٦) أن الأهمية النسبية لمحور الحدائق والمنتزهات السياحية تراوحت لمنطقة الغردقة بين (١١,٢٩%) كأصغر نسبة و (٨٠,٥٦%) كأكبر نسبة، أما سيوه تراوحت بين (صفر%) كأصغر نسبة و (٩٥%) كأكبر نسبة، أما الخارجة فتراوحت بين (٥%) كأصغر نسبة و (٩٥%) كأكبر نسبة، أما أسوان تراوحت بين (صفر%) كأصغر نسبة و (٦٢,٥٠%) كأكبر نسبة أما سفاجا فتراوحت بين (٢٧,٧٨%) كأصغر نسبة و (٨١,٤٨%) كأكبر نسبة .

جدول (٧)

الأهمية النسبية لآراء عينة البحث بمناطق السياحة العلاجية في محور الكورنيش العام

م	الغردقة	سيوه	الخارجة	أسوان	سفاجا
٣٩	%٣٢,٢٦	%٠	%٠	%١٢,٥٠	%٣٣,٣٣
٤٠	%٨٠,٦٥	%٠	%٠	%٩٥,٠٠	%٨٥,١٩
٤١	%١٩,٣٥	%٠	%٠	%٣٧,٥٠	%٢٥,٠٠
٤٢	%١٤,٥٢	%٠	%٠	%٥٧,٥٠	%٢١,٣٠
٤٣	%٢٧,٤٢	%٥	%٥	%٤٢,٥٠	%١٠,١٩
٤٤	%١٩,٣٥	%٢٥	%٢٥	%٣٠,٠٠	%٢١,٣٠
٤٥	%١٢,٩٠	%٠	%٠	%٦٢,٥٠	%٣٣,٣٣
٤٦	%٤٨,٣٩	%٠	%٠	%٥٠,٠٠	%٤٢,٥٩

يتضح من جدول (٧) أن الأهمية النسبية لمحور الكورنيش العام تراوحت لمنطقة الغردقة بين (١٢,٩٠%) كأصغر نسبة و (٨٠,٦٥%) كأكبر نسبة، أما سيوه والخارجة فتراوحت

بين (صفر %) كأصغر نسبة و(٢٥%) كأكبر نسبة وأسوان تراوحت بين (١٢,٥٠%) كأصغر نسبة و(٩٥%) كأكبر نسبة، أما سفاجا تراوحت بين (١٠,١٩%) كأصغر نسبة و(٨٥,١٩%) كأكبر نسبة .

جدول (٨)

الأهمية النسبية لآراء عينة البحث بمناطق السياحة العلاجية في محور المطاعم

م	الغردقة	سيوه	الخارجة	أسوان	سفاجا
.٤٧	%١٩,٣٥	%٦٠	%٦٠	%٥٥,٠٠	%٢٢,٢٢
.٤٨	%٧٩,٠٣	%٤٠	%٤٠	%٤٧,٥٠	%٧٣,١٥
.٤٩	%٥٦,٤٥	%٤٥	%٤٥	%٣٢,٥٠	%٦٠,١٩
.٥٠	%٣٥,٤٨	%١٥	%١٥	%٣٧,٥٠	%١٦,٦٧
.٥١	%٨,٠٦	%١٠	%١٠	%٥٠,٠٠	%٢٦,٨٥
.٥٢	%١١,٢٩	%٢٥	%٢٥	%٦٢,٥٠	%٧,٤١
.٥٣	%٦٢,٩٠	%٣٥	%٣٥	%٣٧,٥٠	%٦٠,١٩
.٥٤	%٦٩,٣٥	%٣٠	%٣٠	%٤٥,٠٠	%٧١,٣٠
.٥٥	%٢٧,٤٢	%٤٥	%٤٥	%٤٥,٠٠	%٢٤,٠٧
.٥٦	%٥٦,٤٥	%٤٠	%٤٠	%٥٠,٠٠	%٦٦,٦٧

يتضح من جدول (٨) أن الأهمية النسبية لمحور المطاعم تراوحت لمنطقة الغردقة بين (٨,٠٦%) كأصغر نسبة و(٧٩,٠٣%) كأكبر نسبة، أما سيوه والخارجة فتراوحت النسبة بين (١٠%) كأصغر نسبة و(٦٠%) كأكبر نسبة، أما أسوان فتراوحت بين (٣٢,٥٠%) كأصغر نسبة و(٥٥%) كأكبر نسبة، أما سفاجا فتراوحت بين (٧,٤١%) كأصغر نسبة و(٧٣,١٥%) كأكبر نسبة.

جدول (٩)

الأهمية النسبية لآراء عينة البحث بمناطق السياحة العلاجية في محور المقاهي

م	الغردقة	سيوه	الخارجة	أسوان	سفاجا
.٥٧	%٥٦,٤٥	%٦٠	%٦٠	%٣٥,٠٠	%٦٩,٤٤
.٥٨	%٧٢,٥٨	%٤٠	%٤٠	%٣٠,٠٠	%٧٤,٠٧
.٥٩	%٨٨,٧١	%٤٥	%٤٥	%٥٠,٠٠	%٧٨,٧٠
.٦٠	%٨٠,٦٥	%١٥	%١٥	%٥٠,٠٠	%٦٣,٨٩
.٦١	%٥٩,٦٨	%١٠	%١٠	%٢٧,٥٠	%٦٩,٤٤
.٦٢	%٣٢,٢٦	%٢٥	%٢٥	%٣٢,٥٠	%٢٥,٩٣
.٦٣	%٦٤,٥٢	%١٥	%٣٥	%٦٠,٠٠	%٧٨,٧٠
.٦٤	%٤٨,٣٩	%٢٠	%٢٠	%٣٠,٠٠	%٨٧,٩٦
.٦٥	%٧٢,٥٨	%٤٥	%٤٥	%٥٠,٠٠	%٨٠,٥٦

يتضح من جدول (٩) أن الأهمية النسبية لمحور المقاهي تراوحت لمنطقة الغردقة بين (٣٢,٢٦%) كأصغر نسبة و(٨٨,٧١%) كأكبر نسبة، أما سيوه والخارجة تراوحت بين (١٠%) كأصغر نسبة و(٦٠%) كأكبر نسبة، وأسوان تراوحت بين (٢٧,٥٠%) كأصغر نسبة و(٦٠%) كأكبر نسبة، أما سفاجا تراوحت بين (٢٥,٩٣%) كأصغر نسبة و(٨٧,٩٦%) كأكبر نسبة .

جدول (١٠)

الأهمية النسبية لآراء عينة البحث بمناطق السياحة العلاجية في محور الأماكن الليلية

م	الغردقة	سيوه	الخارجة	أسوان	سفاجا
.٦٦	%٧٢,٥٨	%٦٠	%٦٠	%١٢,٥٠	%٢٥,٠٠
.٦٧	%٥٦,٤٥	%٥٠	%٥٠	%١٧,٥٠	%١٤,٨١
.٦٨	%٦٤,٥٢	%٧٥	%٧٥	%١٥,٠٠	%٩,٢٦
.٦٩	%٨٠,٦٥	%٧٠	%٧٠	%٥,٠٠	%١٢,٠٤
.٧٠	%٧٢,٥٨	%٦٠	%٦٠	%١٠,٠٠	%١٠,١٩
.٧١	%٨٠,٦٥	%٩٠	%٩٠	%٢٥,٠٠	%٣,٧٠
.٧٢	%١٤,٥٢	%٨٥	%٨٥	%١٥,٠٠	%١٢,٠٤
.٧٣	%٨٧,١٠	%٣٠	%٣٠	%٥٠,٠٠	%٦,٤٨
.٧٤	%٨٧,١٠	%٤٠	%٤٠	%٠,٠٠	%٢,٧٨
.٧٥	%٨٨,٧١	%٥٠	%٥٠	%١٢,٥٠	%٦,٤٨

يتضح من جدول (١٠) أن الأهمية النسبية لمحور الأماكن الليلية تراوحت لمنطقة الغردقة بين (١٤,٥٢%) كأصغر نسبة و(٨٨,٧١%) كأكبر نسبة، أما سيوه والخارجة فتراوحت بين (٣٠%) كأصغر نسبة و(٩٠%) كأكبر نسبة وأسوان تراوحت بين (صفر %) كأصغر نسبة و(٥٠%) كأكبر نسبة، أما سفاجا فتراوحت بين (٢,٧٨%) كأصغر نسبة و(٢٥%) كأكبر نسبة .

جدول (١١) الأهمية النسبية لآراء عينة البحث بمناطق السياحة العلاجية في محور النوادي الاجتماعية

م	الغردقة	سيوه	الخارجة	أسوان	سفاجا
.٧٦	%٨٠,٦٥	%١٠	%١٠	%١٢,٥٠	%١٢,٠٤
.٧٧	%٦٤,٥٢	%٥	%٥	%١٧,٥٠	%٢١,٣٠
.٧٨	%٦٢,٩٠	%١٥	%١٥	%١٥,٠٠	%١٦,٦٧
.٧٩	%٥٦,٤٥	%١٠	%١٠	%٥,٠٠	%١١,١١
.٨٠	%٥٦,٤٥	%٠	%٠	%١٠,٠٠	%٨,٣٣
.٨١	%٢٧,٤٢	%٠	%٠	%٢٥,٠٠	%١٥,٧٤
.٨٢	%٢٧,٤٢	%٠	%٠	%١٥,٠٠	%٩,٢٦
.٨٣	%٥٦,٤٥	%٠	%٠	%٥٠,٠٠	%١٠,١٩
.٨٤	%٧٢,٥٨	%٠	%٠	%٠,٠٠	%٠,٠٠

يتضح من جدول (١١) أن الأهمية النسبية لمحور النوادي الاجتماعية لمنطقة الغردقة تراوحت بين (٢٧,٤٢%) كأصغر نسبة و(٨٠,٦٥%) كأكبر نسبة، أما سيوه والخارجة تراوحت بين (صفر %) كأصغر نسبة و(١٥) كأكبر نسبة وأسوان تراوحت بين (صفر %) كأصغر نسبة و(٥٠%) كأكبر نسبة، أما سفاجا تراوحت بين (صفر %) كأصغر نسبة و(٢١,٣٠%) كأكبر نسبة .

جدول (١٢)

الأهمية النسبية لآراء عينة البحث بمناطق السياحة العلاجية في محور النوادي الرياضية

م	الغردقة	سيوه	الخارجة	أسوان	سفاجا
.٨٥	%٦٤,٥٢	%٠	%٠	%٥,٠٠	%٦٠,١٩
.٨٦	%٧٢,٥٨	%١٥	%١٥	%٢٧,٥٠	%٦٩,٤٤
.٨٧	%٢٤,١٩	%٢٠	%٢٠	%١٢,٥٠	%٦٠,١٩
.٨٨	%٢٤,١٩	%٢٠	%٢٠	%١٠,٠٠	%٣٧,٩٦
.٨٩	%٧٢,٥٨	%٢٥	%٢٥	%٣٧,٥٠	%٦٢,٠٤
.٩٠	%٦٢,٩٠	%٥	%٥	%٣٧,٥٠	%٥٦,٤٨
.٩١	%٥٦,٤٥	%٥	%٥	%٤٢,٥٠	%٦٣,٨٩
.٩٢	%٦٢,٩٠	%٢٥	%٢٥	%٦٢,٥٠	%٥٥,٥٦
.٩٣	%٤٨,٣٩	%١٥	%١٥	%٣٧,٥٠	%٦٤,٨١

يتضح من جدول (١٢) أن الأهمية النسبية لمحور النوادي الاجتماعية لمنطقة الغردقة بين (٤٢,١٩%) كأصغر نسبة و(٧٢,٥٨%) كأكبر نسبة، أما سيوه والخارجة تراوحت بين (صفر %) كأصغر نسبة و(٢٥%) كأكبر نسبة وأسوان تراوحت بين (١٠%) كأصغر نسبة و(٦٢,٥٠%) كأكبر نسبة، أما سفاجا تراوحت بين (٣٧,٩٦%) كأصغر نسبة و(٦٩,٤٤%) كأكبر نسبة .

جدول (١٣) الأهمية النسبية لآراء عينة البحث بمناطق السياحة العلاجية في محور الألعاب الترفيهية

م	الغردقة	سيوه	الخارجة	أسوان	سفاجا
.٩٤	%٦٢,٩٠	%٢٥	%٢٥	%١٢,٥٠	%٥٧,٤١
.٩٥	%٢٧,٤٢	%٣٥	%٣٥	%٥٠,٠٠	%٣٩,٨١
.٩٦	%٥٩,٦٨	%٦٥	%٦٥	%٢٠,٠٠	%٧٠,٣٧
.٩٧	%٢٤,١٩	%٣٠	%٣٠	%٥٠,٠٠	%٢٦,٨٥
.٩٨	%٢٠,٩٧	%٣٠	%٣٠	%٣٧,٥٠	%٣٠,٥٦
.٩٩	%١٧,٧٤	%٢٥	%٢٥	%٥٠,٠٠	%٢٥,٩٣
.١٠٠	%١٩,٣٥	%٣٥	%٣٥	%٥,٠٠	%١٢,٠٤
.١٠١	%٢٧,٤٢	%٣٠	%٣٠	%١٠,٠٠	%١٤,٨١
.١٠٢	%٣٥,٤٨	%٥٠	%٥٠	%٢٠,٠٠	%٧,٤١

يتضح من جدول (١٣) أن الأهمية النسبية لمحور الألعاب الترفيهية لمنطقة الغردقة تراوحت بين (٠,١٧,٧٤) كأصغر نسبة و(٥٩,٦٨) كأكبر نسبة ، أما سيوه والخارجة تراوحت بين (٢٥) كأصغر نسبة و(٦٥) كأكبر نسبة، وأسوان تراوحت بين (٥) كأصغر نسبة و(٥٠) كأكبر نسبة، أما سفاجا تراوحت بين (٧,٤١) كأصغر نسبة و(٧٠,٣٧) كأكبر نسبة .

جدول (١٤) الأهمية النسبية لآراء عينة البحث بمناطق السياحة العلاجية في محور دور السينما والمسرح

م	الغردقة	سيوه	الخارجة	أسوان	سفاجا
١٠٣	%٥٦,٤٥	%٠	%٥	%٥,٠٠	%٤٤,٤٤
١٠٤	%٧٢,٥٨	%٠	%٠	%٥,٠٠	%٤٣,٥٢
١٠٥	%٧٢,٥٨	%٠	%٠	%١٢,٥٠	%٤١,٦٧
١٠٦	%٦٤,٥٢	%٠	%٠	%١٠,٠٠	%٥٩,٢٦
١٠٧	%٦٦,١٣	%٠	%٠	%٥,٠٠	%٦٣,٨٩
١٠٨	%٥١,٦١	%٥	%٥	%٣٧,٥٠	%٥٠,٠٠
١٠٩	%٤٨,٣٩	%٠	%٠	%٥٠,٠٠	%٥١,٨٥

يتضح من جدول (١٤) أن الأهمية النسبية لمحور دور السينما والمسرح لمنطقة الغردقة يتراوح بين (٤٨,٣٩) كأصغر نسبة و(٧٢,٥٨) كأكبر نسبة، أما سيوه والخارجة تراوحت بين (صفر) كأصغر نسبة و(٥) كأكبر نسبة وأسوان تراوحت بين (٥) كأصغر نسبة، و(٥٠) كأكبر نسبة، أما سفاجا تراوحت بين (٤١,٦٧) كأصغر نسبة و(٦٣,٨٩) كأكبر نسبة .

جدول (١٥) تحليل التباين بين قياسات مناطق السياحة العلاجية قيد البحث

م	اسم محور	مصدر التباين	درجة الحرية	مجموع المربعات	متوسط المربعات	قيمة ف
١	الفنادق	بين القياسات	٤	١٤٧,٧٢٩	٣٦,٩٣٢	٢٨,٩٢١
		داخل القياسات	٢٤٥	٣١٢,٨٦٧	١,٢٧٧	
		المجموع	٢٤٩	٤٦٠,٥٩٦		
٢	الأسواق التجارية	بين القياسات	٤	٧٠,٠٠٠	١٧,٥٠٠	١١,٨٥٢
		داخل القياسات	٢٤٥	٣٦١,٧٤٤	١,٤٧٧	
		المجموع	٢٤٩	٤٣١,٧٤٤		
٣	المنتجعات والقرى السياحية	بين القياسات	٤	٤٨٩,٢١٤	١٢٢,٣٠٣	١٠٠,٨٢١

	١,٢١٣	٢٩٧,٢٠٢	٢٤٥	داخل القياسات		
		٧٨٦,٤١٦	٢٤٩	المجموع		
٣٠,٦٣٤	٥٤,٥٨٧	٢١٨,٣٥٠	٤	بين القياسات	الحدائق والمنتزهات السياحية	٤
	١,٧٨٢	٤٣٦,٥٦٦	٢٤٥	داخل القياسات		
		٦٥٤,٩١٦	٢٤٩	المجموع		
٨١,٩٣١	٩٦,٤٥٩	٣٨٥,٨٣٤	٤	بين القياسات	محور الكورنيش العام	٥
	١,١٧٧	٢٨٨,٤٤٢	٢٤٥	داخل القياسات		
		٦٧٤,٢٧٦	٢٤٩	المجموع		
٣,٨٦٦	٧,٦٨٨	٣٠,٧٥٢	٤	بين القياسات	المطاعم	٦
	١,٩٨٩	٤٨٧,٢٤٨	٢٤٥	داخل القياسات		
		٥١٨,٠٠٠	٢٤٩	المجموع		
٥٣,٧٢٧	١١٦,٠٦٦	٤٦٤,٢٦٣	٤	بين القياسات	المقاهي	٧
	٢,١٦٠	٥٢٩,٢٧٣	٢٤٥	داخل القياسات		
		٩٩٣,٥٣٦	٢٤٩	المجموع		
٣١٢,٧٠١	٤٥٢,٧٧٤	١٨١١,٠٩٧	٤	بين القياسات	الأماكن الليلية	٨
	١,٤٤٨	٣٥٤,٧٤٧	٢٤٥	داخل القياسات		
		٢١٦٥,٨٤٤	٢٤٩	المجموع		
١٧٨,١٧٣	١٩٥,٨٩٨	٧٨٣,٥٩١	٤	بين القياسات	النوادي الاجتماعية	٩
	١,٠٩٩	٢٦٩,٣٧٣	٢٤٥	داخل القياسات		
		١٠٥٢,٩٦٤	٢٤٩	المجموع		
٧١,٦١٤	١٤٦,٠٠٦	٥٨٤,٠٢٣	٤	بين القياسات	النوادي الرياضية	١٠
	٢,٠٣٩	٤٩٩,٥٠١	٢٤٥	داخل القياسات		
		١٠٨٣,٥٢٤	٢٤٩	المجموع		
٣,٠٩٩	١,٩١٠	٧,٦٤٠	٤	بين القياسات	الألعاب الترفيهية	١١
	١,٧٣٨	٤٢٥,٨٨٤	٢٤٥	داخل القياسات		

		٤٣٣,٥٢٤	٢٤٩	المجموع		
١٣٦,٤٩٤	١٣٦,٨١٢	٥٤٧,٢٤٩	٤	بين القياسات	السينما والمسرح	١٢
	١,٠٠٢	٢٤٥,٥٦٧	٢٤٥	داخل القياسات		
		٧٩٢,٨١٦	٢٤٩	المجموع		
١٤٣,٨١	٣٧١٣,٤٤٩	١٤٨٥٣,٧٩٦	٤	بين القياسات	الإجمالي	
	٢٥,٨٢٢	٦٣٢٦,٣٠٤	٢٤٥	داخل القياسات		
		٢١١٨٠,١٠٠	٢٤٩	المجموع		

قيمة (ت) الجدولية عند مستوى (٠,٠٥) = ٢,٤١

يتضح من جدول (١٥) أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين مناطق السياحة العلاجية قيد البحث مما يوضح اختلاف بين المناطق حيث تراوحت قيمة (ف) المحسوبة بين (٣,٠٩٩) كأصغر والتي تتمثل في محور الألعاب الترفيهية (٣١٢,٧٠١) كأكبر قيمة والتي تتمثل في محور الأماكن الليلية مما دعا الباحثان لإجراء اختبار L.S.D لبيان أقل دلالة فروق معنوية.

جدول (١٦)

أقل فروق معنوية بين قياسات مناطق السياحة العلاجية قيد البحث

LSD	*فروق المتوسطات				المتوسطات	القياسات	المحور	م
	سفاجا	أسوان	الخارجة	سيوه				
٠,٦٦	٠,٥٢	٠,٢٦	*→٢,٣٣	*→٢,٣٣	٤,٤٣	الغردقة	الفنادق	١
	↑*١,٨١	↑*٢,٠٧	٠,٠٠		٢,١٠	سيوه		
	↑*١,٨١	↑*٢,٠٧			٢,١٠	الخارجة		
	٠,٢٤				٤,١٧	أسوان		
					٣,٩١	سفاجا		
٠,٧١	*→٠,٩٤	*→١,١٠	*→١,٦٥	*→١,٥٠	٣,٨٠	الغردقة	الأسواق التجارية	٢
	٠,٥٦	٠,٤٠	٠,١٥		٢,٣٠	سيوه		
	*↑٠,٧١	٠,٥٥			٢,١٥	الخارجة		
	٠,١٦				٢,٧٠	أسوان		
					٢,٨٦	سفاجا		
٠,٦٤	*→٠,٦٩	*→٢,٢٦	→*٣,٩٦	*→٤,١٦	٥,٩٦	الغردقة	المنتجعات والقرى السياحية	٣
	*↑٣,٧٤	*↑٠,٩٠	٠,٢٠		١,٨٠	سيوه		
	↑*٣,٢٧	*↑١,٧٠			٢,٠٠	الخارجة		
	*↑١,٥٧				٣,٧٠	أسوان		
					٥,٢٧	سفاجا		
٠,٧٨	*↑١,٠٣	٠,٧٦	*→١,٤١	*→١,٤٦	٤,٠٦	الغردقة	الحدائق والمنتزهات السياحية	٤
	↑*٢,٤٩	٠,٧٠	٠,٠٥		٢,٦٠	سيوه		
	*↑٢,٤٤	٠,٦٥			٢,٦٥	الخارجة		
	*↑١,٧٩				٣,٣٠	أسوان		
					٥,٠٩	سفاجا		
٠,٦٣	*→١,٢٨	٠,١٣	*→٣,٧٠	*→٣,٧٠	٤,٠٠	الغردقة	محور	٥
	*→٢,٤٢	*→٣,٥٧	٠,٠٠		٠,٣٠	سيوه		

						٠,٣٠	الخارجة	الكورنيش العام
						٣,٨٧	أسوان	
						٢,٧٢	سفاجا	
٠,٨٢		٠,٣٦	٠,٨٠	٠,٨٠		٤,٢٥	الغردقة	المطاعم
		↑*٠,٨٣	↑*١,١٧	٠,٠٠		٣,٤٥	سيوه	
		↑*٠,٨٣	↑*١,١٧			٣,٤٥	الخارجة	
		٠,٣٤				٤,٦٢	أسوان	
						٤,٢٨	سفاجا	
٠,٨٦		*→٢,١٠	*→٢,٨٠	*→٣,٠٠		٥,٧٥	الغردقة	المقاهي
		*↑٣,٥٣	*↑٠,٩٠	٠,٢٠		٢,٧٥	سيوه	
		*↑٣,٣٣	٠,٧٠			٢,٩٥	الخارجة	
		*↑٢,٦٣				٣,٦٥	أسوان	
						٦,٢٨	سفاجا	
٠,٧٠		*→٦,٠٢	*→١,٤٢	*→٠,٩٤	*→٠,٩٤	٧,٠٤	الغردقة	الأماكن الليلية
		*→٥,٠٨	٠,٤٨	٠,٠٠		٦,١٠	سيوه	
		*→٥,٠٨	٠,٤٨			٦,١٠	الخارجة	
		*↑٤,٦٠				٥,٦٢	أسوان	
						١,٠٢	سفاجا	
٠,٦١		*→٤,٠٠	*→٣,٥٤	*→٤,٥٩	*→٤,٦٤	٥,٠٤	الغردقة	النوادي الاجتماعية
		*↑٠,٦٤	*↑١,١٠	٠,٠٥		٠,٤٠	سيوه	
		٠,٥٩	*↑١,٠٥			٠,٤٥	الخارجة	
		٠,٤٦				١,٥٠	أسوان	
						١,٠٤	سفاجا	
٠,٨٣		٠,٤٢	*→٢,١٣	*→٣,٥٨	*→٣,٥٨	٤,٨٨	الغردقة	النوادي الرياضية
		*↑٤,٠٠	*↑١,٤٥	٠,٠٠		١,٣٠	سيوه	
		*↑٤,٠٠	*↑١,٤٥			١,٣٠	الخارجة	
		*↑٢,٥٥				٢,٧٥	أسوان	
						٥,٣٠	سفاجا	
٠,٧٧		٠,١٠	٠,٤٠	٠,٢٠	٠,٣٠	٢,٩٥	الغردقة	الألعاب الترفيهية
		٠,٤٠	٠,٧٠	٠,٥٠		٣,٢٥	سيوه	
		٠,١٠	٠,١٥			٢,٧٥	الخارجة	
		٠,٣٠				٢,٥٥	أسوان	
						٢,٨٥	سفاجا	
٠,٥٨		*→٠,٧٨	*→٣,٠٧	*→٣,٧٢	*→٤,٢٧	٤,٣٢	الغردقة	السينما والمسرح
		*↑٢,٤٩	*↑١,٢٠	٠,٥٥		٠,٠٥	سيوه	
		*↑٢,٩٤	*↑٠,٦٥			٠,٦٠	الخارجة	
		*↑٢,٢٩				١,٢٥	أسوان	
						٣,٥٤	سفاجا	
٢,٩٨		*↑١٠,٢٣	*↑٣,٩٥	*→١١,٤٧	*→١١,٨٧	٣٨,٢٧	الغردقة	الاجمالي
		*↑٢٢,١٠	*↑١٥,٨٢	٠,٤٠		٢٦,٤٠	سيوه	
		*↑٢١,٧٠	*↑١٥,٤٢			٢٦,٨٠	الخارجة	
		*↑٩,٢٨				٤٧,٢٢	أسوان	
						٤٨,٥٠	سفاجا	

يتضح من جدول (١٦) أنه هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين مناطق السياحة العلاجية في جميع محاور الفرص الترويحية حيث تراوحت القيم الدالة ما بين (٠,٦٤) كأصغر قيمة لصالح الغردقة في محور النوادي الاجتماعية (٦,٠٢) كأكبر قيمة في محور الأماكن الليلية لصالح الغردقة كما يتضح فروق غير داله إحصائيا حيث تراوحت قيمة هذه الفروق بين (صفر) كأصغر قيمة، (٠,٧٦) كأكبر قيمة، أما في إجمالي الفرص الترويحية فتراوحت النسبة الدالة بين

(٣,٩٥) كأصغر قيمة وتمثل في مدينتي سيوه والخارجة، (٢٢,١٠) كأكبر قيمة وتمثل في مدينة سفاجا .

جدول (١٧)

معدل نسب التغير بين قياسات مناطق السياحة العلاجية قيد البحث

م	المحور	القياسات	المتوسطات	نسب التغير %			
				الغردقة	سيوه	الخارجة	أسوان
١	الفنادق	الغردقة	٤,٤٣	٥٢,٦٠	٥٢,٦٠	٥,٨٧	١١,٧٤
		سيوه	٢,١٠		٠	٩٨,٥٧	٨٦,١٩
		الخارجة	٢,١٠			٩٨,٥٧	٨٦,١٩
		أسوان	٤,١٧				٥,٧٦
		سفاجا	٣,٩١				
٢	الأسواق التجارية	الغردقة	٣,٨٠	٣٩,٤٧	٤٣,٤٢	٢٨,٩٥	٢٤,٧٤
		سيوه	٢,٣٠		٦,٥٢	١٧,٣٩	٢٤,٣٥
		الخارجة	٢,١٥			٢٥,٥٨	٣٣,٠٢
		أسوان	٢,٧٠				٥,٩٣
		سفاجا	٢,٨٦				
٣	المنتجات والقرى السياحية	الغردقة	٥,٩٦	٦٩,٨٠	٦٦,٤٤	٣٧,٩٢	١١,٥٨
		سيوه	١,٨٠		١١,١١	٥٠,٠	٢٠٧,٧٨
		الخارجة	٢,٠٠			٨٥,٠	١٦٣,٥
		أسوان	٣,٧٠				٤٢,٤٣
		سفاجا	٥,٢٧				
٤	الحدائق والمنتزهات السياحية	الغردقة	٤,٠٦	٣٥,٩٦	٣٤,٧٣	١٨,٧٢	٢٥,٣٧
		سيوه	٢,٦٠		١,٩٢	٢٦,٩٢	٩٥,٧٧
		الخارجة	٢,٦٥			٢٤,٥٣	٩٢,٠٨
		أسوان	٣,٣٠				٥٤,٢٤
		سفاجا	٥,٠٩				
٥	محور الكورنيش العام	الغردقة	٤,٠٠	٩٢,٥	٩٢,٥	٣,٢٥	٣٢,٠
		سيوه	٠,٣٠		٠	١١٩٠,٠	٨٠٦,٦٧
		الخارجة	٠,٣٠			١١٩٠,٠	٨٠٦,٦٧
		أسوان	٣,٨٧				٢٩,٧٢
		سفاجا	٢,٧٢				

٠,٧١	٨,٤٧	١٨,٨٢	١٨,٨٢		٤,٢٥	الغردقة	المطاعم	٦
٢٤,٠٦	٣٣,٩١	.			٣,٤٥	سيوه		
٢٤,٠٦	٣٣,٩١				٣,٤٥	الخارجة		
٧,٣٦					٤,٦٢	أسوان		
					٤,٢٨	سفاجا		
٩,٢٢	٣٦,٥٢	٤٨,٧٠	٥٢,١٧		٥,٧٥	الغردقة	المقاهى	٧
١٢٨,٣٦	٣٢,٧٣	٧,٢٧			٢,٧٥	سيوه		
١١٢,٨٨	٢٣,٧٣				٢,٩٥	الخارجة		
٧٢,٠٥					٣,٦٥	أسوان		
					٦,٢٨	سفاجا		
٨٥,٥١	٢٠,١٧	١٣,٣٥	١٣,٣٥		٧,٠٤	الغردقة	الأماكن الليلية	٨
٨٣,٢٨	٧,٨٧	.			٦,١٠	سيوه		
٨٣,٢٨	٧,٨٧				٦,١٠	الخارجة		
٨١,٨٥					٥,٦٢	أسوان		
					١,٠٢	سفاجا		
٧٩,٣٧	٧٠,٢٤	٩١,٠٧	٩٢,٠٦		٥,٠٤	الغردقة	النوادي الاجتماعية	٩
١٦٠,٠٠	٢٧٥,٠٠	١٢,٥٠			٠,٤٠	سيوه		
١٣١,١١	٢٣٣,٣٣				٠,٤٥	الخارجة		
٣٠,٦٧					١,٥٠	أسوان		
					١,٠٤	سفاجا		
٨,٦١	٤٣,٦٥	٧٣,٣٦	٧٣,٣٦		٤,٨٨	الغردقة	النوادي الرياضية	١٠
٣٠٧,٦٩	١١١,٥٤	.			١,٣٠	سيوه		
٣٠٧,٦٩	١١١,٥٤				١,٣٠	الخارجة		
٩٢,٧٣					٢,٧٥	أسوان		
					٥,٣٠	سفاجا		
٣,٣٩	١٣,٥٦	٦,٧٨	١٠,١٧		٢,٩٥	الغردقة	الألعاب الترفيهية	١١
١٢,٣١	٢١,٥٤	١٥,٣٨			٣,٢٥	سيوه		
٣,٦٤	٥,٤٥				٢,٧٥	الخارجة		
١١,٧٦					٢,٥٥	أسوان		
					٢,٨٥	سفاجا		
١٨,٠٦	٧١,٠٦	٨٦,١١	٩٨,٨٤		٤,٣٢	الغردقة	السينما	١٢

٦٩٨٠,٠	٢٤٠٠,٠	١١٠٠,٠			٠,٠٥	سيوه	والمسرح
٤٩٠,٠	١٠٨,٣٣				٠,٦٠	الخارجة	
١٨٣,٢					١,٢٥	أسوان	
					٣,٥٤	سفاجا	
٢٦,٧٣	١٠,٣٢	٢٩,٩٧	٣١,٠٢		٣٨,٢٧	الغردقة	الاجمالي
٨٣,٧١	٥٩,٩٢	١,٥٢			٢٦,٤٠	سيوه	
٨٠,٩٧	٥٧,٥٤				٢٦,٨٠	الخارجة	
١٤,٨٧					٤٢,٢٢	أسوان	
					٤٨,٥٠	سفاجا	

يتضح من جدول (١٧) أن معدل نسب التغير بين قياسات مناطق السياحة العلاجية قيد البحث في الفرص الترويحية تتراوح بين (٠,٧١٪) كأصغر نسبة في محور المطاعم بمدينة سيوه والخارجة و(٩٦٩٨٠٪) كأكبر نسبة في محور السينما والمسرح بمدينة الغردقة أما إجمالي الفرص الترويحية فكانت أصغر نسبة هي (١,٥٢٪) بمدينة سيوه والخارجة، و(٨٣,٧١٪) كأكبر نسبة بمدينة سفاجا .

مناقشة النتائج وتفسيرها :

يتضح من جدول (٣)، (١٥)، (١٦)، (١٧) أن توافر الفنادق كفرصة ترويحية مصاحبة وضرورية في مناطق السياحة العلاجية قيد البحث وأن هناك فروق ذات دلالة إحصائية تراوحت ما بين (١,٨١) كأصغر قيمة، (٢,٣٣) كأكبر قيمة مما جعل معدل نسب التغير تتراوح ما بين (٩٨,٥٧٪) كأصغر نسبة و(٥,٧٦٪) كأكبر نسبة مما يدل على أن الغردقة متوفر لديها أكبر عدد من الفنادق التي تناسب الفئات الخاصة والأطفال وملحق بها المرافق العامة وأماكن للترفيه كما يوجد بالقرب منها أماكن كموقف للسيارات ويليها أسوان ثم يليها سفاجا وأخيرا سيوه والخارجة يوجد لديهم عدد قليل جدا وليس مستوى مناسب لجذب السائحين .

ولذا يرى الباحثان ضرورة توافر عدد من الفنادق في كل من سيوه والخارجة حيث أنهم مناطق متميزة للعلاج ويأتي إليها السائحين من كل بلاد العالم ويحتاجون إلى ضرورة توافر أماكن للإقامة مريحة ومناسبة .

حيث أن من متطلبات السياحة العلاجية شأنها شأن باقي أنواع السياحة ضرورة توافر

أماكن وسبل إقامة صحية ومناسبة . (١٣:٢٦)

وتمتلك مصر حالياً إمكانات علاجية واستشفائية متميزة نظراً لتمتعها بمستويات فندقية عالمية بأجهزة عالية التقنية وقدراتها البشرية بجانب إمكانات البيئة الطبيعية التي تساعد على العلاج من رمال وظمي ومياه ومناخ. (٣١٣:٢٦)

لذا فإن إنشاء فنادق بالقرب من الأماكن السياحية المقصودة ويكون سبباً في تنشيط السياحة في الجذب وعامل جذب مؤثر للسائح الأجنبي والعربي . (٨٠:٨)، (٩٥:٢٣)
ونظراً لتمييز الغردقة بثرواتها الطبيعية التي جعلتها مزاراً من أهم مزارات السياحة العلاجية بمصر، فالغردقة تجمع بين التداوى بالمياه البحرية وطينة الشعب المرجانية وأشعة الشمس والرمال الغنية بالعناصر المعدنية وطينة تراب المناجم لذا نجد العديد من الفنادق متعددة المستوى . (٢٤:٢٦)

وحيث أن المراكز العلاجية تقدم خدمة العلاج للسياح العرب والأجانب والمصريين لابد وأن يكون ملحق بها أماكن إقامة مريحة مثل الفنادق الكبرى، وعلى ذلك تعد أهم فرص الاستثمار في قطاع السياحة إقامة الفنادق لتوفير الإقامة المناسبة للسياح الراغبين في الاستشفاء كما أن هيئة التنشيط السياحي تقدم تسهيلات للسائح طالب خدمة العلاج من فنادق كبرى وأماكن إقامة مناسبة لكافة المستويات . (٢٧ : ٧٥-٨٢)

كما تعتبر أهم التسهيلات السياحية توفير وسائل الإقامة والمطاعم وأماكن الترويح ووسائل المواصلات، وحيث أن عدم توافر الفنادق ذات المستوى اللائق يؤثر سلباً على السياحة الأجنبية . (٧٩:٥)، (١٦٩:١٦)

كما يتضح من جدول (٤)، (١٥)، (١٦)، (١٧) أن الأسواق التجارية واحدة من الفرص الترويجية في مناطق السياحة العلاجية قيد البحث وأن هناك فروق ذات دلالة إحصائية تراوحت ما بين (٠,٧١) كأصغر قيمة، (١,٦٥) كأكبر قيمة، مما جعل معدل نسب التغير تتراوح ما بين (٥,٩٣) % كأصغر نسبة و(٤٣,٤٢) % كأكبر نسبة، مما يدل على أن الغردقة يتوفر بها أسواق تجارية بأنواعها المختلفة المغلقة والمفتوحة والأسواق الكبرى وبها بائعين قادرين على التفاهم مع السائحين بكل اللغات، كما يوجد بها مرافق عامة ويليها سفاجا ثم يليها أسوان ثم يليها سيوه ثم الخارجة .

لذا يرى الباحثان ضرورة توجيه الإهتمام لزيادة عدد الأسواق في سيوه والخارجة وأسوان أيضاً كما يجب أن يكون هناك أسواق مفتوحة ومغلقة في جميع المناطق قيد البحث لأن السياحة ترتبط بالإتفاق مما يؤثر على الاقتصاد القومي فالسائح يدفع مبلغاً يتم به الشراء للسلع المختلفة من الأسواق وجزء آخر يتم دفعه مقابل للخدمات مما يؤدي للرواج الاقتصادي . (٢٥٩:٢٠)

وحيث أن الأسواق التجارية من الخدمات والتسهيلات التي تجذب السائحين لشراء ما يلزمهم من ملابس وكتب ومجلات وهدايا وأدوات وعادة فإن عملية الشراء والتجول تكون نوع من الترويح ووسيلة لشغل الوقت، كما أن المحلات العامة في الأماكن السياحية تعد من وسائل الجذب للمقصد السياحي . (٢٨ : ٥٦-٦٦)، (٥:١١)، (٨:٨٢)

وأيضاً يتضح من جدول (٥)، (١٥)، (١٦)، (١٧) أن المنتجات والقرى السياحية من الفرص الترويحية التي يجب توافرها في مناطق السياحة العلاجية قيد البحث حيث يوجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية تراوحت ما بين (٠,٦٩) كأصغر قيمة و(٤,١٦) كأكبر قيمة، مما يجعل معدل نسب التغير تتراوح ما بين (١١,١١٪) كأصغر نسبة و(٢٠٧,٧٨٪) كأكبر نسبة مما يدل على أن الغردقة تحتل المكانة الأولى في إحتوائها للمنتجات والقرى السياحية المتكاملة التي تحتوي على مطاعم ومقاهي وحدائق وأماكن لممارسة أوقات الفراغ بما يتناسب مع جميع المراحل العمرية ويلبها سفاجا ثم أسوان ثم الخارجة ثم سيوه .

ولذا يرى الباحثان ضرورة زيادة عدد القرى والمنتجات السياحية المتكاملة في أسوان والخارجة وسيوه لزيادة الجذب للسائحين لأن السائح العلاجي يمتاز عن السائح العادي بطول مدة إقامته في مكان العلاج مما يستلزم أن تكون أماكن الإعاشة والإقامة مناسبة ومريحة (٨:٢٦)

وتمثل وسائل الإقامة من فنادق وقرى سياحية ومنتجات أهمية كبيرة في الجذب السياحي، مما يستدعي إقامة منتجات ترويحية مختلفة من قبل رجال الأعمال باعتبار السياحة مظهر من مظاهر النشاط التجاري حيث أن هذه الخطوة أولى خطوات الجذب السياحي. (٣٨:١٣)، (٨٠:٨)، (٨٢:٢٧)

ولأن الغردقة أهم المدن الواقعة على ساحل البحر الأحمر وتتمتع بالسياحة الترفيهية لذا فقد زاد الاهتمام ببناء المنتجات السياحية في أماكن السياحة العلاجية وتوفير سبل الراحة والأمان بها لجذب أكبر عدد ممكن من السائحين المعالجين. (٩٦:٩)

ومن الضروري أن تكون ملحقات القرى والمنتجات السياحية أماكن لممارسة الأنشطة الترويحية لتحقيق لياقة صحية وجسمية للنزلاء . (٦٥:٢٨-٦٦)

كما أن عدم توافر أماكن الإقامة بالمستوى المطلوب من الجودة يؤدي إلى تراجع الطلب السياحي على المنطقة . (١١٧:٣٢)، (١٦:٢٤)، (١٥:١٢)

ولذا يعد تطوير المنتجات والقرى السياحية أحد أساليب التنمية السياحية، كما أن القصور في أماكن الإيواء هذه يؤدي إلى إعاقه حركة السياحة، أي أن وجودها بتصنيفات متدرجة يحقق مستوى أفضل للحركة السياحية . (١٤-١٠:٢٥)

كما يتضح من جدول (٦)، (١٥)، (١٦)، (١٧) أن الحدائق والمنتزهات السياحية من الفرص الترويجية الهامة التي يجب وجودها في مناطق السياحة العلاجية حيث يوجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية تراوحت ما بين (١,٠٣) كأصغر قيمة و(٢,٤٩) كأكبر قيمة مما يجعل معدل نسبة التغير تتراوح ما بين (١,٩٢%) كأصغر نسبة و(٩٥,٧٧%) كأكبر نسبة مما يدل على أن سفاجا تحتل المكانة الأولى في الحدائق والمنتزهات السياحية المزودة بالمقاعد والتي تتوافر بها المناظر الخلابة والأماكن الخاصة بالأطفال، ويليهما الغردقة ثم يليها أسوان ثم الخارجة ثم سيوه .

ويفسر الباحثان ذلك بأن تواجد الحدائق مرتبط بأماكن الإقامة وداخل الفنادق بالإضافة إلى أن المنتزهات السياحية تكون أكثر امتاعاً عندما ترتبط بشواطئ البحار .
كما تعد توافر المساحات الخضراء وأماكن الترفيه والاستجمام كمنتزهات سياحية من أهم مقومات السياحة العلاجية. (٦٧:٢٧)

ولأن السياحة العلاجية تحتوي على السياحة العلاجية الوقائية أي التي تجدد حيوية الأفراد وإستعادة نشاطهم حتى لا يصابوا بأمراض نفسية وعصبية نتيجة ضغوط العصر فنحن نحتاج إلى مساحات خضراء كبيرة لتساعد على الاسترخاء، بالإضافة إلى أن زيادة عدد الحدائق العامة والمنتزهات المجانية تتيح الفرصة أمام أكبر عدد من السائحين لممارسة الأنشطة الترويجية بجانب العلاج . (٨١:٤)

ومثال ذلك سيوة والخارجة يوجد بها مساحة من الأرض الخضراء ذات الحدائق الجميلة تحف الكثبان الرملية وحول آبار المياه العميقة مما يجعلها مصدراً هاماً للسياحة الوقائية بمصر . (١٤:٦)

وحيث أن من عوامل الجذب السياحي والتي تؤثر في السائحين المناظر الطبيعية، وأماكن التنزه تعد من عوامل الجذب السياحي وإهمالها يؤثر سلبياً كما أن الاهتمام بالمناظر الطبيعية والمساحات الخضراء من حدائق ومنتزهات يزيد من تحسن الوضع السياحي بالمنطقة، يجب منح السمة الخضراء للمنشآت والمشاريع السياحية التي تتميز بالحفاظ على البيئة من عوامل الرواج السياحي . (١٦:٢٢)، (٧٥:٨-٨٣)، (٢٩:٢٥)

كما يتضح من جدول (٧)، (١٥)، (١٦)، (١٧) أن الكورنيش العام من الفرص الترويجية التي يجب توافرها أو ما يشبهها في مناطق السياحة العلاجية قيد البحث حيث يوجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية تراوحت ما بين (١,١٥) كأصغر قيمة و(٣,٧٠) كأكبر قيمة مما يجعل معدل نسب التغير تتراوح ما بين (٣,٢٥) كأصغر نسبة و(١١٩٠,٠%) كأكبر نسبة مما يدل

على أن الغردقة تكون هي الأولى التي يتوفر فيها كورنيش به أماكن ترفيهية ومرافق عامة وأماكن للجلوس ومواقف للسيارات يليها أسوان ثم يليها سفاجا ثم لا يوجد بالخارجة وسيوه كورنيش عام .

ويرجع الباحثان ذلك إلى أن الغردقة وسفاجا تقع على البحر الأحمر حيث يتم استثمار الشواطئ بهما ويستغل شواطئه ككورنيش عام يتم الاستمتاع به لما يتوافر بها من مناظر خلابة وإمكانات ومقومات طبيعية .

وحيث أن المقومات الطبيعية هي كالمناخ والنباتات والحيوانات البرية والشلالات والمنتزهات والحدائق والمناطق الشاطئية والبحرية تعد من عناصر الجذب السياحي. (٧٨:٥) ولأن مصر تكون في مجملها لوحه رائعة من صنع الله حيث يوجد بها فنادق ومطاعم وملاهي مزودة بالخدمات والمرافق والتي تنتشر على طول الشاطئ مما يجعل البحر الأحمر مزار أساسي يختاره السائح . (٢٥٦:١٧)

كما أن البحر يعد بالنسبة لبني البشر أهم مرافق الترويح الطبيعية فهو لا يجذب فقط الأنشطة الترويحية المرتبطة به كأنشطة السباحة والألعاب المائية والنزهات البحرية بل من أجل الجلوس على الشاطئ للاستمتاع بنسيم البحر ومنظرة كما يعد البحر عنصر جاذب لفرص ترويحية أخرى كالمطاعم والمقاهي والملاهي والملاعب وحتى الأسواق، ولذلك يجب الاهتمام بدراسة الشواطئ البحرية والإمكانات المتوفرة بها والأنشطة ودراسة كيفية تطويرها وإمدادها بجميع الخدمات الترويحية . (١٧:٣٩-١٨)

كما يتضح من جدول (٨)، (١٥)، (١٦)، (١٧) أن المطاعم من الفرص الترويحية التي تتوفر في مناطق السياحة العلاجية قيد البحث حيث يوجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية تراوحت ما بين (٠,٨٣) كأصغر قيمة و(١,١٧) كأكبر قيمة، مما يجعل معدل نسب التغير تتراوح ما بين (٠,٧١) كأصغر نسبة و(٣٣,٩١) كأكبر نسبة مما يدل على أن أسوان هي الأولى في عدد المطاعم التي تناسب كافة الجنسيات والمراحل العمرية ويتوفر بها جميع أنواع الأطعمة وملحق بها مرافق العامة ثم سفاجا ثم الغردقة ثم سيوه والخارجة .

ويرجع الباحثان ذلك إلى أن أسوان تتمتع بسلسلة من المطاعم العالمية على شاطئ النيل ويتوفر بها عاملين يجيدون معظم اللغات ويتوفر بها جميع الأطعمة وذلك لأن من يعمل بهذه البلاد على دراية كافية أن هذه منطقة سياحية تتمتع بجميع أنواع السياحة ولذا يأتي إليها عدد كبير من السائحين .

ويعد إنشاء الفنادق والمطاعم من أهم فرص الاستثمار في قطاع السياحة عموماً والسياسة العلاجية خصوصاً حيث أن الإقامة المريحة والتغذية السليمة المناسبة من أهم العوامل التي تساعد على جذب السائحين . (٨٢:٢٧)

ويؤكد الباحثان أن من أولى خطوات نجاح العلاج والوقاية من الأمراض والحفاظ على حيوية وطاقه جسم السائح التغذيه السليمه والمناسبه مما يستدعي ضرورة توافر مطاعم على مستوى عال من الجوده ومتوفر لديها جميع أنواع الأطعمه .

ولذا تعد أهم عناصر الجذب السياحي إقامة عدد من المطاعم تتناسب مع جميع المستويات وتلبي جميع الرغبات مثل سلاسل المطاعم المعروفة وأيضاً المطاعم ذات الطابع البيئي المميز للقناطر كالمطاعم الريفية . (٧٠:٢)

يتضح من جدول (٩)، (١٥)، (١٦)، (١٧) أن المقاهي من الفرص الترويجية الهامة التي يحتاجها السائح في مناطق السياحة العلاجية قيد البحث حيث يوجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية تراوحت ما بين (٠,٩٠) كأصغر قيمة و(٣,٥٣) كأكبر قيمة مما يجعل معدل نسب التغير تتراوح ما بين (٧,٢٧٪) كأصغر نسبة و(١٢٨,٣٦٪) كأكبر نسبة مما يدل على أن سفاجا تكون هي الأولى في عدد المقاهي المتوفر بها جميع أنواع المشروبات ومتصلة بالإنترنت وبها جميع المرافق العامة ومناسبة لكل الجنسيات ثم يليها الغردقة ثم يليها أسوان ثم يليها الخارجة وسيوه .

ويرجع الباحثان ذلك إلى أن إقامة المقاهي وتعددتها يكون مرتبط بوجود ساحل على البحر الذي يمتاز بالمناظر الخلابة والطبيعة المبهرة .

ولإن أماكن الإقامة والمقاهي من أهم عوامل الجذب السياحي للمقصد السياحي، وحيث أن التوزيع العشوائي الغير منظم للمقاهي والكافيتريات وعدم وجود مستوى الخدمة اللائق بها يؤثر بالسلب على الجذب السياحي، كما أن عدم وجود وحدات تغذية (مطاعم - مقاهي) يعوق السياحة وتوافرها يساعد على الرواج بالمنطقة السياحية.

(٧٤:٨)، (٣٨:١٣)، (١٦٤:١٦)، (٢٠:٢٥)

لذلك فإنه بالإضافة إلى المقومات الطبيعية أن المنتج السياحي لا يكتمل إلا بتوافر عده

خدمات وتسهيلات منها أماكن التغذية والمشروبات على اختلاف أنواعها ودرجاتها . (٩-٨:٢٤)

ويتضح من جدول (١٠)، (١٥)، (١٦)، (١٧) أن الأماكن الليلية من الفرص الترويجية التي يحتاجها السائح في مناطق السياحة العلاجية قيد البحث حيث يوجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية تراوحت ما بين (٠,٩٤) كأصغر قيمة و(٦,٢٠) كأكبر قيمة مما يجعل معدل نسب

التغير تتراوح ما بين (٧,٨٧٪) كأصغر نسبة و(٨٥,٥١٪) كأكبر نسبة مما يدل على أن الغردقة تكون هي الأولى في الأماكن الليلية المتوفرة بها جميع أنواع المشروبات والأطعمة والخدمات بالإضافة لتوافر أماكن مريحة للجلوس ثم يليها سيوة والخارجة ثم يليها أسوان ثم يليها سفاجا .

ويرجع الباحثان ذلك إلى أن الأماكن الليلية ممكن أن يتم إقامتها في أي مكان وعلى مستويات مختلفة فهي مكان لمتعة السائح وتناول المشروبات الكحولية بالإضافة لمشاهدة وممارسة بعض الفترات الفنية من رقص وغناء .

كما أن دراسة سوق الخدمات السياحية يوضح أن عنصر الترفيه السياحي الذي يضم الملاهي والكازينوهات المتوفرة يحقق جذباً سياحياً أكبر، وعدم وجود ملهى ليلي للسائح الوافد يؤثر على بقاء السائح لمدة أطول. (٧٠:٢)، (٨٧:٨)

كما يتضح من جدول (١١)، (١٦)، (١٧) أن النوادي الاجتماعية من أساسيات الترويج في مناطق السياحة العلاجية قيد البحث حيث يوجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية تراوحت ما بين (٠,٦٤) كأصغر قيمة و(٤,٦٤) كأكبر قيمة، مما يجعل معدل نسب التغير تتراوح ما بين (١٢,٥٪) كأصغر نسبة، (٢٣,٣٣٪) كأكبر نسبة مما يدل على أن الفروق تكون هي الأولى في النوادي الاجتماعية الملحق بها أماكن مناسبة للفئات الخاصة والأطفال وتكون مفتوحة للجميع ثم يليها أسوان ثم يليها سفاجا ثم يليها سيوة والخارجة .

ويعزو الباحثان ذلك إلى أن الفرد مخلوق اجتماعي بطبعة ويحتاج أن يعيش ويتفاعل مع الجماعة .

ولأن الترويج له بعد اجتماعي ينميه في شخصية الفرد عن طريق مناشطة ومنشأته ومؤسساته الذي يجب أن تهتم بها الدولة وأهمها التخطيط السليم للأماكن السياحية بما يتناسب مع الوضع الاجتماعي وتوفير أماكن للجلسات مزودة بالكراسي والمقاعد وحولها الحدائق لتناسب جلوس الأسر والأفراد في مجموعات . (٧٢:٥)

ويتضح من جدول (١٢)، (١٥)، (١٦)، (١٧) أن النوادي الرياضية من الفرص الترويجية التي تتوفر في مناطق السياحة العلاجية قيد البحث حيث يوجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية تراوحت ما بين (١,٤٥) كأصغر قيمة و(٤,٠) كأكبر قيمة مما يجعل معدل نسب التغير تتراوح ما بين (٠,٦١٪) كأصغر نسبة و(٣٠٧,٦٩٪) كأكبر نسبة مما يدل على أن سفاجا تكون هي الأولى في النوادي الرياضية المتوفرة بها جميع المرافق وتناسب ممارسة جميع

الأنشطة الرياضية مع جميع الفئات الخاصة ثم يليها الغردقة ثم يليها أسوان ثم يليها الخارجية وسيوه .

ويعزو الباحثان ذلك إلى أن الرياضة أساس في تكوين شخصية الفرد حتى تكون شخصية متكاملة متوازنة بالإضافة إلى أن السائحين تمثل الرياضة بالنسبة لهم جزء هام في حياتهم اليومية للحفاظ على حيويتهم .

ويشير محمد الحماحمي وعابده عبد العزيز (١٩٩٩م) إلى أن للترويج الرياضي إسهامات في التأثير الإيجابي على العديد من جوانب المشاركين في مناشطة كما أن الترويج الرياضي يهدف إلى تحسين الصحة وتعويض نقص الحركة الناتجة عن التكنولوجيا . (١٩:٩٥-٩٥)

وعندما يرتبط الترويج بممارسة أنشطة رياضية في وقت الفراغ يكون من نتائجه الاسترخاء والرضا النفسي ويقلل من الصراعات والتوترات الناتجة عن طبيعة العصر الذي نعيش فيه (٥:٦٠-٦٥)

كما يتضح من جدول (١٣)، (١٥)، (١٦)، (١٧) أن الألعاب الترفيهية إحدى الفرص الترويحية الهامة في مناطق السياحة العلاجية قيد البحث حيث لا يوجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية وقد تراوحت القيم الغير دالة ما بين (٠,١٠) كأصغر قيمة، (٠,٧٠) كأكبر قيمة مما يجعل معدل نسب التغير تتراوح ما بين (٣,٣٩٪) كأصغر نسبة و(٢١,٥٤٪) كأكبر نسبة مما يدل على أن الغردقة تكون هي الأولى في الألعاب الترفيهية المتوفرة بها جميع أنواع الألعاب بما فيها الألعاب المائية ورحلات السفاري والألعاب تتناسب الأطفال كما تتناسب الفئات الخاصة حيث يتوافر بها عوامل الأمن والسلامة وجميع المرافق، ثم يليها سفاجا ثم يليها أسوان ثم يليها الخارجية ثم سيوه .

ويعزو الباحثان ذلك إلى أن الفرد يحتاج إلى اللعب ليشبع احتياجاته من إثبات الذات والتفاعل مع الجماعة كما يستخدم اللعب في إشغال وقت الفراغ وينفس عن الطاقات المكبوتة . ولأن وجود الخدمات وألعاب الأطفال بملحقاتها عامل مهم لزيادة الإقبال على الأماكن السياحية التي يزورها السائحون . (٨ : ٨٢)

كما أن مدن الملاهي أصبحت مصدر جذب سياحي هام للمواطنين ومطلب لجميع رواد المقصد السياحي فهي تمثل وسائل ترفية بالنسبة لطاقة الشرائح من السائحين . (٢:٧٠)

ويتضح من جدول (١٤)، (١٥)، (١٦)، (١٧) أن دور السينما والمسرح إحدى الفرص الترويحية التي يحتاج إليها السائح في مناطق السياحة العلاجية قيد البحث حيث يوجد هناك فروق ذات دلالة إحصائية تراوحت ما بين (٠,٦٥) كأصغر قيمة و(٤,٢٧) كأكبر قيمة مما

يجعل معدل نسب التغير تتراوح ما بين (١٨,٠٦%) كأصغر نسبة و(٦٩٨,٠%) كأكبر نسبة مما يدل على أن الغردقة تكون هي البلد الأولى في دور السينما والمسرح المتوفر بها معروضات ثقافية وتاريخية واجتماعية بما يتناسب مع جميع المراحل السنوية وجميع الجنسيات ثم يليها سفاجا ثم يليها أسوان ثم يليها الخارجة ثم يليها سيوه .

ويعزو الباحثان ذلك إلى أن دور السينما والمسرح جزء أساسي من أنواع المناشط الترويحية التي تحكي ثقافة الشعوب .

ولإن دور السينما من أهم وسائل الترفيه لدى السائحين، كما تعمل على تنشيط السياحة والمعرفة، حيث يمكن التعرف على المدينة من خلال العروض السينمائية والأفلام التسجيلية، كما يمكن تفعيل دور السينمات من خلال جلب العرض الأول لبعض الأفلام وعمل افتتاح يحضره أبطال هذه العروض مع عمل ندوات عقب عرض الفيلم مما يؤدي إلى دعاية للمنطقة السياحية، وأيضا إقامة المسارح في الأماكن السياحية بما تضمنه من إقامة عروض وحفلات ومهرجانات فنية وفنون شعبية كل هذا يعد من أهم أساليب الترويج وال جذب السياحي للمنطقة أيضا .(٢:٧٠) كما يتضح من جدول (١٥)، (١٦)، (١٧) أن إجمالي الفرص الترويحية بمناطق السياحة العلاجية قيد البحث حيث يوجد فروق ذات دلالة إحصائية تراوحت ما بين (٣,٩٥) كأصغر قيمة و(٢٢,١٠) كأكبر قيمة مما يجعل معدل نسب التغير تتراوح ما بين (١,٥٢%) كأصغر نسبة و(٨٣,٧١%) كأكبر نسبة مما يدل على أن سفاجا هي الأولى في إجمالي الفرص الترويحية ثم يليها أسوان ثم يليها الغردقة ثم يليها الخارجة ثم يليها سيوه .

ويعزو الباحثان ذلك إلى أن سفاجا مدينة كبيرة تتمتع بمعظم الفرص الترويحية التي تجذب السائحين بالإضافة إلى أنها لوحة طبيعية رائعة من صنع الخالق من رمال ومياه وجبال مما يجذب عدد كبير من السائحين.

ولإن محافظة البحر الأحمر تجذب عدد من السائحين أقل من السائحين الوافدين بمدينة القاهرة حيث تمثل (٥,١٩%) من إجمال السياحة الوافدة في البحر الأحمر ولكن القاهرة تمثل (٢٥%) من إجمالي السياحة الوافدة للقاهرة والسبب في ذلك يرجع إلى توفير عنصر الترفيه الذي يؤدي إلى الجذب السياحي . (٢:٧٠)

وحيث أن عدم طول مدة الزيارة للأماكن السياحة هو عدم التنوع في الخدمات والفرص الترويحية المقدمة مما يعكس أن هذا المكان قد يكون جزء من البرنامج السياحي وليس عنصر أساسي به .(١٦:١٧٢)

وهذا ما يفسر التساؤل الأول وهو ما هي الفرص الترويجية المتاحة ونسب توافرها ببعض مناطق السياحة العلاجية في ج.م.ع .

وحيث إن مصر قد حباها الله عز وجل بكل المقومات لتكون دولة سياحية من الطراز الأول وإن كانت حتى الآن لم تحصل بعد على النصيب العادل من حركة السياحة الدولية رغم توفر كل هذه المقومات . (٩:١٨)

كما تعد السياحة الترويجية هي الرائدة في الفترة القادمة وخصوصا أن الترويج استخدم كعلاج لبعض الأمراض الجسمية والنفسية وتصبح بذلك سياحة علاجية في نفس الوقت ويتوقف استخدام السياحة الترويجية كسياحة علاجية على وعي المسؤولين عن السياحة في البلاد السياحية ومحاولة تجهيز المكان الترويجي إعداد سليم وبتخطيط مسبق، وعند الوصول إلى زيادة أعداد السائحين في الأماكن السياحية لا بد أن تكون هذه الأماكن ليست على وتيرة واحدة بل يمكن توفير فرص ترويجية متعددة من خلالها يستطيع السائح مد فترة إقامته . (٢٢: ٢١، ٢٢)

وحيث أن لا يوجد بلدا في العالم لا تملك مقومات وخامات للسياحة عموما والسياحة العلاجية خصوصا كمصر وعلى الرغم من ذلك فإن السجل السياحي في مصر لا يعد ويكون عدد عشريا من إجمالي عدد السائحين في العالم، لذا فيجب أن نضع إستراتيجية لإعادة الجذب السياحي والرواج الاقتصادي بمصر . (٥٦:١٥)

ويعتبر أولى خطوات الإستراتيجية استغلال الموارد والمقومات السياحية الطبيعية في مصر وتوفير فرص متعددة للترويج هو الذي يولد الرغبة لدى السائح لزيارتها مرات متكررة ومن غيرها من بلدان العالم . (٣٣-٢٨:٣٥)

كما أن مصر تتوفر لديها جميع عناصر الجذب السياحي مثل عناصر الجذب الطبيعية والثقافية ونفقات السفر والإقامة والتسهيلات السياحية والمقومات الاجتماعية والأماكن الدينية وأماكن تصنيع الأحداث كالألعاب الأولمبية الصيفية والشتوية مما يعمل على جذب السائح لممارسة أكثر من نوع من أنماط السياحة في نفس الوقت بجانب الهدف الرئيسي وهو العلاج . (٨٠-٧٨:٥)

وحيث أن الاهتمام بالترويج وأنشطته تتزايد في هذا العصر كوسيلة للتخفيف من وطأه الضغط النفسي الناجم عن العمل ومساعدته الأفراد على تحقيق تنمية نفسية واجتماعية وثقافية وبدنية . (١:٤)

ولإنعاش السياحة العلاجية في مصر يجب معرفة الاتجاهات الدولية ومتطلبات السياحة العلاجية وصولا إلى ما هو مستهدف . (٣٣:٢٦)

ولأن مصر تشتهر بموقع متميز على خريطة السياحة العلاجية وأصبحت مقصد للسائحين لما تتميز به من مقومات طبيعية كالمناخ والمياه والرمال والشمس بالإضافة إلى برامج ترويحية متنوعة لقضاء وقت الفراغ أثناء فترة العلاج وذلك لجذب السائحين الأجانب وهذا يتم للمريض والمرافقين للتمتع بالفرص الترويحية بأسعار خاصة . (٣:٣٤)

ومن هنا فالسياحة العلاجية يمكن لمصر أن تضع نفسها على قمة الدول في مجال الطب البديل كما وضعت أسبانيا نفسها في طب العيون وألمانيا في جراحة العظام وهذا يتم عندما يتم إنشاء فرص ترويحية وتجهيز الأماكن العلاج والاستشفاء بصورة تناسب السائحين.

ويؤكد ذلك رجب فاروق شحاتة (٢٠١٠م) أن مرتادي أماكن السياحة العلاجية بالفيوم يرون أن أهم المشروعات الاستثمارية لتنشيط السياحة هي توفير أماكن وإمكانيات الترفيه بصورة جيدة حيث أنها مطلبهم الأول في المقصد السياحي . (٨:٨٠-٨٣)

ولإن أكبر حجم استثمارات سياحية في محافظات ج.م.ع، وعلى رأسها محافظة البحر الأحمر ويليهما جنوب سيناء ويليهما أسوان وأخيرا الوادي الجديد، وهذا ما أكدته أيضا دراسة سوق الخدمات السياحية الصادرة من معهد التخطيط القومي أن عنصر الترفيه السياحي الذي يضم المطاعم - المقاهي - الملاهي - أماكن الإقامة - المسطحات الخضراء وما غير ذلك) يعاني من خلل في الحصة النسبية للتوزيع بين المحافظات السياحية ولا يتفق مع حجم السياحة الخارجية الوافدة. (٢١:١٣٣)

مما دفع الباحثان إلى حصر الفرص الترويحية ونسب تواجدها في المحافظات القائمة على السياحة العلاجية ووجد أن نسبة الجذب السياحي في سفاجا أفضل لتمتعها بمعظم الفرص الترويحية والمقومات الطبيعية ولا بد أن يتم النهوض بباقي المناطق حتى يتم تنشيط الجذب السياحي في مختلف المناطق مثل سفاجا حيث أن عدد السائحين الراغبين في العلاج في سفاجا يمثلون ضعف الغردقة وأسوان وثمانية أضعاف سيوه والخارجة .

وهذا ما يفسر التساؤل الثاني أن الفرص الترويحية تؤثر في تنشيط السياحة العلاجية

في ج م ع .

الاستنتاجات :

١- إن تواجد الفرص الترويحية قيد البحث ببعض مناطق السياحة العلاجية في ج.م.ع كان

كالتالي :

- الفنادق : الغردقة ثم أسوان ثم سفاجا ثم سيوه والخارجة

- الأسواق التجارية : الغردقة ثم سفاجا ثم أسوان ثم سيوه ثم الخارجة

- المنتجعات والقرى السياحية : الغردقة ثم سفاجا ثم أسوان ثم الخارجة ثم سيوه
 - الحدائق والمنتزهات : سفاجا ثم الغردقة ثم أسوان ثم الخارجة ثم سيوه
 - الكورنيش العام : الغردقة ثم أسوان ثم سفاجا ثم الخارجة وسيود
 - المطاعم : أسوان ثم سفاجا ثم الغردقة ثم الخارجة وسيوه
 - المقاهي : سفاجا ثم الغردقة ثم أسوان ثم الخارجة ثم سيوه
 - الأماكن الليلية : الغردقة ثم سيوه الخارجة ثم أسوان ثم سفاجا
 - النوادي الاجتماعية : سفاجا ثم الغردقة ثم أسوان ثم سيوه والخارجة
 - الألعاب الترفيهية : سفاجا ثم سيوه ثم الغردقة ثم الخارجة ثم أسوان
 - السينما والمسرح : الغردقة ثم سفاجا ثم أسوان ثم الخارجة ثم سيوه
- أما ترتيب الفرص الترويجية إجمالاً كان كالتالي : سفاجا ثم أسوان ثم الغردقة مع تقارب نسب توажدها بين أسوان والغردقة ثم الخارجة ثم سيوه .

٢- أن الإقبال على مناطق العلاج قيد البحث مرتبط بتوافر الفرص الترويجية ولذا تحقق سفاجا أكبر نسبة من الفرص الترويجية مما يؤدي إلى تنشيط وجذب السائحين الراغبين في العلاج بالدفن بنسبة أكثر.

التوصيات :

- ١- العمل على توافر فرص ترويجية متعددة ومتنوعة ومناسبة لجميع الفئات والأعمار والأجناس في الأماكن المخصصة للسياحة العلاجية في ج.م.ع.
- ٢- إعداد كوادر متخصصة للعمل وقيادة الفرص الترويجية المصاحبة للعلاج سواء وقائي أم استشفائي في ج.م.ع .
- ٣- إجراء الدراسات والبحوث المختلفة التي تهتم بتطوير قطاع السياحة العلاجية مثل باقي أنواع السياحة في ج.م.ع .
- ٤- الاهتمام بنمط السياحة العلاجية في ج.م.ع وإستغلال المقومات الطبيعية التي تتميز بها مصر دون دول العالم .
- ٥- العمل على تحسين مستوى الفرص الترويجية المتاحة والاهتمام بالفئات الخاصة والأطفال والمسنين القائمين على العلاج في هذه المناطق .

قائمة المراجع
أولاً : المراجع العربية

- ١- أحمد محمد الجلال : البيئة والسياحة العلاجية، عالم الكتب، القاهرة، ٢٠٠٠م.
- ٢- أحمد عبد المجيد الخطيب : آليات وضع مدينة القناطر الخيرية على خريطة السياحة المصرية، مجلة البحوث السياحية، وزارة السياحة، القاهرة، أغسطس، ٢٠١٠ .
- ٣- المركز المصري للدراسات الاقتصادية : الأثر الحقيقي لقطاع السياحة على الاقتصاد المصري، آراء في السياسة الاقتصادية، القاهرة، يونيو، ٢٠٠٠م.
- ٤- أمال يحيى الشيخ : تحليل نمط توزيع الفرص الترويحية والسياحة المتاحة للمرأة السعودية في مدينة جدة باستخدام نظم المعلومات الجغرافية، الملتقى الوطني الرابع لنظم المعلومات الجغرافية بالمملكة العربية السعودية، جدة، جامعة الملك عبد العزيز، ٤-٦ مايو، ٢٠٠٩م.
- ٥- أيمن ربيع عوض الله : بناء إستراتيجية للسياحة الترويحية الرياضية بالمملكة العربية السعودية، كلية التربية الرياضية بالهرم، رسالة ماجستير غير منشورة، ٢٠٠٤م.
- ٦- بهاء السالين عبد الرحمن : جغرافية المكان الترويحي وفعاليتيه في السياحة العلاجية للمسنين في جمهورية مصر العربية، المجلة المصرية للبحوث والإعلام التربوي والعلوم الإنسانية، دورية محكمين محكمة، كلية التربية النوعية، جامعة طنطا، العدد الأول، أبريل، ٢٠٠٦م.
- ٧- تامر يحيى سلام : منطقة حمام فرعون كمنتج للاستشفاء، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية السياحة والفنادق، جامعة حلوان، ٢٠٠١م .
- ٨- رجب فاروق شحاتة : آليات وضع الفيوم على الخريطة السياحية بين المأمول والواقع، مجلة البحوث السياحية، وزارة

- السياحة القاهرة، عدد أكتوبر، ٢٠١٠.
- ٩- زينب محمد عباس : السياحة العلاجية كمنتج سياحي مع التطبيق على جنوب سيناء، مجلة البحوث السياحية، وزارة السياحة، القاهرة، يونيو، ٢٠٠٨م.
- ١٠- سعاد عمران منصور : السياحة العلاجية وأسس تخطيط المنتجعات السياحية، محاضرات في كلية السياحة والفنادق، جامعة ٦ أكتوبر، ١٩٩٥م.
- ١١- سوزان بكري حسن : تنظيم وإدارة المنشآت السياحية كلية السياحة والفنادق، جامعة الفيوم، ٢٠٠٧ .
- ١٢- سوزان بكري حسن وآخرون : تنمية السياحة البيئية بغرض جذب أسواق وشرائح سياحية جديدة بالتطبيق على محافظة الفيوم، مجلة البحوث السياحية، وزارة السياحة، القاهرة، سبتمبر، ٢٠٠٨م .
- ١٣- سوزان بكري حسن، ومحمد سليمان عبد الحميد : آليات وضع مدينة القناطر الخيرية على خريطة السياحة المصرية، مجلة البحوث السياحية، وزارة السياحة، القاهرة، أغسطس، ٢٠١٠م .
- ١٤- سوزان على حسن : الأجهزة والمنظمات السياحية، دار المعارف، الإسكندرية، ٢٠٠٤م.
- ١٥- صلاح الدين عبد الوهاب : السياحة الدولية، مطبعة الزهراء، القاهرة، ١٩٩٠م.
- ١٦- عائشة صابر الدسوقي، داليا محمد شوشه : آليات وضع الفيوم على الخريطة السياحية، مجلة البحوث السياحية، وزارة السياحة، القاهرة أكتوبر، ٢٠١٠م.
- ١٧- فتحية عبد السلام : الجغرافيا السياحية لمحافظة الفيوم، دراسة في التنمية السياحية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية السياحة والفنادق، جامعة حلوان، ١٩٩٢م.
- ١٨- مجبات إمام شرابي : أقاليم مصر السياحية، دار الفكر العربي، القاهرة، ١٩٨٨م .

- ١٩- محمد الحمـاحمي، : الترويج بين النظرية والتطبيق، ط٢، مركز الكتاب للنشر، القاهرة، ١٩٩٩م.
- ٢٠- محمد خميس الزوكوة : صناعة السياحة من المنظور الجغرافي، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، ١٩٩٢م.
- ٢١- محمد رفعت محمود، : آليات وضع مدينة الفيوم على خريطة السياحة، مجلة البحوث السياحية، وزارة السياحة، القاهرة، أكتوبر، ٢٠١٠م.
- ٢٢- محمد عمر عبد الرسول : خطة مقترحة لتنشيط السياحة الترويجية بمحافظة الفيوم، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التربية الرياضية بنات، جامعة الإسكندرية، ٢٠٠٨م.
- ٢٣- محمد فايق إسماعيل : تطوير منطقة القناطر الخيرية، مجلة البحوث السياحية، وزارة السياحة، القاهرة، أغسطس، ٢٠١٠م.
- ٢٤- محمد محمد فراج : آليات وضع الفيوم على الخريطة السياحية، مجلة البحوث السياحية، وزارة السياحة، القاهرة، أكتوبر، ٢٠١٠م.
- ٢٥- محمد مصطفى أمين : القناطر الخيرية على الخريطة السياحية، دراسة تقييمية للفرص والتحديات، مجلة البحوث السياحية، وزارة السياحة، القاهرة أغسطس، ٢٠١٠م.
- ٢٦- محمود إبراهيم عراقي وآخرون : السياحة العلاجية في مصر " دراسة تحليلية بالتطبيق على منطقة سفاجا بالبحر الأحمر، مجلة البحوث السياحية، وزارة السياحة، القاهرة، يونيو، ٢٠٠٨م.
- ٢٧- محمود السيد أحمد : السياحة العلاجية في مصر " دراسة تحليلية بالتطبيق على منطقة سفاجا"، مجلة البحوث السياحية، وزارة السياحة، القاهرة، يونيو، ٢٠٠٨م.
- ٢٨- منى بركات، : الفندقة العلاجية، دار المعارف، الإسكندرية، ٢٠٠٣م.
- ٢٩- ممي محمد باهر : إدارة الموارد البيئية لصالح سياحة الإستشفاء بالتطبيق

على منطقة سفاجا، كلية السياحة والفنادق، جامعة
حلوان، ٢٠٠٢م.

٣٠- **نظمي أمين فرج** : السياحة العالمية ٢٠٠٦، محاضرات في الاتجاهات
الدولية في السياحة، كلية السياحة والفنادق، جامعة
الفيوم، ٢٠٠٧ .

٣١- **هدى سيد لطيف وآخرون** : تنمية سياحة نوى الاحتياجات الخاصة، مجلة البحوث
السياحية، وزارة السياحة، القاهرة، يوليو، ٢٠٠٩م.

٣٢- **هشام محمد تمام** : آليات وضع الفيوم على الخريطة السياحية، مجلة
البحوث السياحية، وزارة السياحة، القاهرة، أكتوبر،
٢٠١٠م .

٣٣- **هـ واري معراج**، : السياحة وأثرها في التنمية الاقتصادية العالمية حالة
محمد سليمان جبريات
الاقتصاد والجزائري، مجلة الباحث عدد (١)، ٢٠٠٤
م .

٣٤- **هويدا مدحت توفيق** : التنمية السياحية لمنطقة وادي الحيتان وأثرها على
الحركة السياحية الوافدة إلى الفيوم، رسالة ماجستير
غير منشورة، كلية السياحة والفنادق، جامعة الفيوم،
٢٠٠٩م.

٣٥- **وزارة السياحة** : دليل مصر السياحي، الإصدار الثاني المركز
المصري للإعلام، القاهرة، ١٩٩٨م .

٣٦- **وفاء أحمد إلياس** : المكاتب والشركات السياحية: إنشاؤها، إدارتها،
أعمالها، تحديثها، دار الهانى للنشر والطباعة،
القاهرة، ٢٠٠٢م .

ثانياً : المراجع الأجنبية

- 37- **Falagas. ME, and others** : The therapeutic effect of balneotherapy: evaluation of the evidence from randomised controlled trials , International Journal of Clinical Practice Volume 63 , Issue 7 ,pages 1068 - 1084 , July 2009 .
- 38- **Ibrahim .O A** : Pharaonic , Greco-Roman , and Coptic Archelgical Sites in the Fayoum Involved in Ecotourism Programmes , Ph D thesis , Faculty of Tourism and Hotels , Fayoum University , 2008 .
- 39- **Petraccia . L , and Others** : Spa and climate therapy in chronic obstructive pulmonary diseases , Department of Clinical and Applied Medical Therapy, UOC of Medical Therapy and Thermal Medicine, School of Specialization in Medical Hydrology,University of Sapienza Rome,2005 Jan-Apr;156(1-2):23-31.
- 40- **Pittler . MH , and Others** : Spa therapy and balneotherapy for treating low back pain: meta-analysis of randomized trials , Complementary Medicine, Peninsula Medical School, Universities of Exeter and Plymouth, UK, 2006 .
- 41- **Smith** : Tourism Analysis , A Hand book,2nd Edition,London,UK,1995.
- 42- **Werthener.H Klein.S** , : Information Tecnology and Achallenging Relationship , Springer Verlagewien , Austria , 1999 .
- 43- **World Trade Organization** : Trade Policy Review Body 28June 2005 .
- 44- **HTTP://WWW.aTmaslla troul/news/news. Asp?id=10301**

ثالثاً : مواقع شبكة المعلومات الدولية (الانترنت)

ملخص البحث
دراسة مقارنة للفرص الترويحية
ببعض مناطق السياحة العلاجية في ج.م.ع

*أ.م.د. هالة محمد عمر الصبي

** د. علي مصطفى المغربي

يهدف البحث إلى :

المقارنة بين الفرص الترويحية المتاحة ببعض مناطق السياحة العلاجية في ج.م.ع
عينة البحث :

تم اختيار عينة عمدية لمناطق السياحة العلاجية بالدفن في الرمال والظمي وهم (٥) مناطق، ثم اختيار عينة عشوائية من بين السائحين المترددين بلغ قوامها (٢٠٠) سائح و(٥٠) من العاملين في مجال السياحة العلاجية، كما تم اختيار (٤٠) سائح، (١٠) عاملين كعينة استطلاعية من مجتمع البحث ومن خارج العينة الأساسية. وسائل جمع البيانات

تم صياغة محاور وعبارات استبيان الفرص الترويحية ببعض مناطق السياحة العلاجية في ج.م.ع وبلغ عدد عبارات الاستبيان مبدئياً (١٢٥) عبارة وعرضها على السادة الخبراء (٧) ثم حساب النسبة المئوية وتم حذف (١٦) عبارة وأصبح العدد النهائي لعبارات الاستبيان (١٠٩) ثم قاما الباحثان بتطبيق الاستبيان قيد البحث على عينة الدراسة وجمع البيانات ومعالجتها إحصائياً .

الاستنتاجات :

١- إن تواجد الفرص الترويحية قيد البحث ببعض مناطق السياحة العلاجية في ج.م.ع كان كالتالي :

- الفنادق : الغردقة ثم أسوان ثم سفاجا ثم سيوه والخارجة
- الأسواق التجارية : الغردقة ثم سفاجا ثم أسوان ثم سيوه ثم الخارجة
- المنتجعات والقرى السياحية : الغردقة ثم سفاجا ثم أسوان ثم الخارجة ثم سيوه
- الحدائق والمتنزهات : سفاجا ثم الغردقة ثم أسوان ثم الخارجة ثم سيوه

* أستاذ مساعد بقسم الترويح الرياضي بكلية التربية الرياضية - جامعة طنطا .

** مدرس بقسم الترويح الرياضي بكلية التربية الرياضية - جامعة طنطا .

- الكورنيش العام : الغردقة ثم أسوان ثم سفاجا ثم الخارجة وسيوه
 - المطاعم : أسوان ثم سفاجا ثم الغردقة ثم الخارجة وسيوه
 - المقاهي : سفاجا ثم الغردقة ثم أسوان ثم الخارجة ثم سيوه
 - الأماكن الليلية : الغردقة ثم سيوه الخارجة ثم أسوان ثم سفاجا
 - النوادي الاجتماعية : سفاجا ثم الغردقة ثم أسوان ثم سيوه والخارجة
 - الألعاب الترفيهية : سفاجا ثم سيوه ثم الغردقة ثم الخارجة ثم أسوان
 - السينما والمسرح : الغردقة ثم سفاجا ثم أسوان ثم الخارجة ثم سيوه
- أما ترتيب الفرص الترويحية إجمالاً كان كالتالي : سفاجا ثم أسوان ثم الغردقة مع تقارب نسب تواجدها بين أسوان والغردقة ثم الخارجة ثم سيوه .
- ٢- أن الإقبال على مناطق العلاج قيد البحث مرتبط بتوافر الفرص الترويحية ولذا تحقق سفاجا أكبر نسبة من الفرص الترويحية مما يؤدي إلى تنشيط وجذب السائحين الراغبين في العلاج بالدفن بنسبة أكثر.

Research summary

" A comparative study of recreational opportunities in a number of areas of therapeutic tourism in Egypt"

DR. Hala Muhammad omar (*)

DR. Ali Mustapha al migharbil (**)

The purpose of this study

was to make a comparison of recreational opportunities in a number of therapeutic tourism areas in Egypt.

Sampling study included

purposeful sampling of 5 areas systematically selected for therapeutic tourism using burying in the sand and mud, a random sample of 200 tourists and 50 employees in the field, and a pilot sample of 40 tourists and 10 employees selected from the research population, outside of the core sample.

Data collection methods:

A questionnaire of 109 items, was administered to the sample under study for data collection to processing statistically (Note; the questionnaire in its preliminary form was consisted of 125 items but after consultation with 7 experts, 16 items were omitted)

Conclusions

The recreational opportunities, under study, in a number of areas of therapeutic tourism are available in:

- *Hotels*: Hurgada, then Aswan, then Safaga then Siwa and KHarjah
- *Markets*: Hurgada, then Safaga then Aswan, then Siwa then KHarjah.
- *Resorts and tourist villages*: Hurgada, then Safaga, then Aswan, then KHarjah, then Siwa.
- *Gardens and parks*: Safaga, then Hurgada, then Aswan, then KHarjah then Siwa.
- *Public Corniche*: Hurgada, then Aswan, then Safaga, then KHarjah and Siwa.
- *Restaurants*: Aswan, then Safaga, then Hurgada, then KHarjah and Siwa.
- *Café*: Safaga, then Hurgada, then Aswan, then KHarjah then Siwa.
- *Night spots*: Hurgada, then Siwa, then KHarjah, then Aswan, then Safaga.
- *Social Clubs*: Safaga, then Hurgada, then Aswan, then Siwa and KHarjah.
- *Recreational games*: Safaga, then Siwa, then Hurgada, then KHarjah, then Aswan.
- *Cinema and Theater*: Hurgada, then Safaga, then Aswan then KHarjah, then Siwa.

The order of recreational opportunities in general was as follows:

1. Safaga, then Aswan, then Hurgada, then KHarjah, then Siwa.
2. the demand for areas of therapeutic tourism is linked to the availability of recreational opportunities, so Safaga comes first, leading to activate and be a focus for tourists who wish healing by more burying..

(*) Assistant professor, recreational dept., faculty of physical education, Tanta university

(**) Lecturer, recreational dept., faculty of physical education, Tanta university