



جامعة المنصورة
كلية السياحة و الفنادق

دور المدن الشبابية في تنشيط السياحة الداخلية في مصر

مستخلص من رسالة علمية

إعداد

أ/ مصطفى سيد أبو الحسن عبد الله

باحث بدرجة الماجستير

كلية السياحة والفنادق – جامعة المنصورة

أ.د/ دعاء سمير محمد حرة

الأستاذ بقسم الدراسات السياحية

كلية السياحة والفنادق – جامعة المنصورة

د/ أحمد عادل حماد

المدرس بقسم الدراسات السياحية

كلية السياحة والفنادق – جامعة المنصورة

المخلص

تهدف تلك الدراسة إلى معرفة دور المدن الشبابية في تنشيط السياحة الداخلية. وتعتمد الدراسة الحالية على المنهج الوصفي التحليلي من خلال استعراض الدراسات النظرية المتعلقة بموضوع الدراسة، وكذلك إجراء الدراسة الميدانية من خلال أسلوب الإستقصاء، حيث تم توزيع عدد ٤٠٠ إستمارة إستقصاء على عينة عشوائية من النزلاء بمجموعة من المدن الشبابية وذلك بغرض التعرف على توجهاتهم وآرائهم نحو أبعاد الدراسة. وتوصلت الدراسة إلى عدم وجود حملات ترويجية للمدينة الشبابية بالقدر الكافي، كما أنه تقتصر الرحلات على ممثلي الجهات الحكومية. بناء على النتائج المستخرجة تم وضع مجموعة من التوصيات أبرزها، تأسيس مكتب مستقل بمديريات الشباب والرياضة للترويج للرحلات المحلية.

الكلمات الدالة: المدن الشبابية، الرحلات الشبابية، وزارة الشباب والرياضة، السياحة الداخلية، السائح المحلي.

the role of youth cities in promoting domestic tourism

Abstract

This study aims to know the role of youth cities in promoting domestic tourism. This study is a descriptive analytical approach through reviewing theoretical studies related to the subject of the study, as well as conducting the field study through the survey method, where 400 questionnaires were distributed to a random sample of guests in a group of youth cities in order to identify their attitudes and opinions towards the dimensions of the study. The data received from the 386 forms valid for statistical analysis were analyzed using the SPSS Statistical Package Program to arrive at the study results. The study found that there are not enough promotional campaigns for the youth city, and trips are limited to representatives of government agencies. Based on the extracted results, a set of recommendations was developed such as the establishment of an independent office in the Youth and Sports Directorates to promote local excursions.

Keywords: Youth cities, youth trips, the Ministry of Youth and Sports, domestic tourism, local tourists.

مقدمة

يشير الخضيرى (٢٠٠٥) إلى أن النشاط السياحي يعد من أبرز النشاطات في مختلف البلاد، وذلك لكثافة الأعداد البشرية التي تطمح لقضاء إجازة سياحية مهما كانت قصيرة. ويشار إلى السياحة الداخلية على أنها انتقال الأفراد من مكان إقامتهم إلى مكان آخر الدولة نفسها بغرض الترفيه أو لأغراض أخرى غير العمل في مدة لا تقل عن ٢٤ ساعة، حيث إن الغرض من الرحلة السياحية الداخلية قد يكون الترفيه أو

الرياضة او الاستجمام او زيارة الاصدقاء وقد يكون للدراسة او لأسباب دينية او العلاج او حضور مؤتمر او ندوة او غير ذلك (Huotari and Nyberg, 2012).

وتتواجد كثير من المدن الشبابية في محافظات مصر التي تقوم بتقديم كافة الخدمات السياحية للشباب. (عزيز وآخرون، ٢٠١٩). ذكر في دليل المدن الشبابية بجنوب الصعيد (٢٠١٧) أن المدن الشبابية أسهمت في النهوض بالسياحة الداخلية ورفع المعاناة عن العاملين البسطاء في مجال السياحة في ظل إصرار أغلب الفنادق على عدم تخفيض أسعارها لتشجيع السياحة الداخلية.

مشكلة البحث:

تكمن مشكلة الدراسة في عدم الاستفادة من المدن الشبابية في الارتقاء بالسياحة الداخلية كمحور من المحاور الرئيسية لتنمية السياحة الداخلية في مصر، وبذلك يمكن تلخيص مشكلة الدراسة في الاجابة علي التساؤلات الآتية:

- هل تسهم المدن الشبابية في مصر في النهوض بالسياحة الداخلية؟
- ما هي درجة رضاء رواد المدن الشبابية في النهوض بالسياحة الداخلية؟
- ما المعوقات التي تواجه المدن الشبابية في تنشيط السياحة الداخلية؟

أهداف البحث:

تهدف تلك الدراسة إلى معرفة دور المدن الشبابية في تنشيط السياحة الداخلية وإلى أي مدى تستطيع المدن الشبابية أن تسهم من خلال خدماتها في استهداف السياحة الداخلية. وذلك من أجل تحقيق الهدف من الدراسة تم وضع مجموعة من الاهداف الفرعية علي النحو التالي: -

- تسليط الضوء على المدن الشبابية وخدماتها في مصر.
- تحديد درجة رضاء رواد المدن الشبابية عما تقدمه هذه المدن من خدمات.
- تحديد مدى مساهمة المدن الشبابية في النهوض بالسياحة الداخلية.
- التعرف على مميزات المدن الشبابية بالمقارنة مع وسائل الاقامة الأخرى.
- الوقوف على المعوقات التي تواجه المدن الشبابية في تنشيط السياحة الداخلية.

- وضع مقترحات للتغلب على معوقات تنمية دور المدن الشبابية في النهوض بالسياحة الداخلية.

محددات البحث:

تتضمن الدراسة المحددات الآتية:

- أ - **المحدد المكاني:** في ظل وجود العديد من المدن الشبابية في مصر (١١ مدينة) (دليل المدن الشبابية بجنوب الصعيد، ٢٠١٧)، فإنه من الصعب على الباحث من القيام بدراسة جميع المدن الشبابية نظرا لمراعاة الوقت والتكلفة، لذا تمت الدراسة في المدن الشبابية ب(اسوان والاقصر والاسكندرية وشرم الشيخ وبورسعيد) حيث تتواجد المدن الشبابية بفاعلية.
- ب - **المحدد الزمني:** تم توزيع إستثمارات الإستقضاء وتحليلها في الفترة من ١٥ ديسمبر ٢٠١٩ إلى ٢٠ فبراير ٢٠٢٠.
- ج- **المحدد البشري:** أقتصرت عينة الدراسة على النزلاء في المدن الشبابية عينة الدراسة.

الإطار النظري للدراسة:

تعرف السياحة الداخلية بأنها هي عملية انتقال الأفراد من مكان الإقامة الدائمة إلى مكان آخر داخل الدولة لفترة زمنية مؤقتة لممارسة أو مشاهدة الأنشطة السياحية والأغراض السياحية المختلفة (بكر، ٢٠١١)، أي إن السياحة الداخلية هي صناعة تكون داخل حدود الدولة ولا تخرج عن نطاقها. يمكن ايضاح اهمية السياحة الداخلية في النقاط التالية (عبد السميع، ٢٠٠٥ ؛ عبد الحميد، ٢٠١٧ ، Chabot، 2007

أ. زيادة ترابط وقوة العلاقات الاجتماعية، ودعم الروابط بين أقاليم الدولة الواحدة أو مجموعة دول.

ب. زيادة إنتاجية الأفراد والمجموعات وإتاحة فرص عمل جديدة وتنشيط الحركة التجارية والعمل على دعم الثقة في كفاءة أجهزة تشغيل القوى العاملة الوطنية.

- ج. زيادة الوعي الثقافي والاجتماعي لدى المواطنين عن طبيعة الأماكن السياحية، باعتبارها وسيلة من وسائل الاتصال الفكري والثقافي بين سكان المناطق.
- د. التعرف على العادات والتقاليد السائدة في المناطق المختلفة وإسهاماتها في نشر الوعي البيئي.
- ه. المساهمة في توفير عديد من فرص العمل للشباب.

ترويج السياحة الداخلية:

ترويج السياحة الداخلية عبارة عن مجموع الجهود المتضافرة من طرف أعضاء المؤسسات السياحية للتأثير على السائح المحلي والوطني من أجل استقطابه للتمتع بمختلف المواقع السياحية المتواجدة ببلده من أجل اشباع رغباته وتحقيق أهدافه السياحية وإنشاء صورة سياحية إيجابية عن دولته. إن حاجات السائحين ورغباتهم دائمة التغير والتطور نتيجة الدوافع الغريزية، فلذلك ظهرت الحاجة إلى ضرورة ترويج السياحة الداخلية خاصة مع وجود عديد من الشركات الدولية التي تعمل على استقطاب السائح المحلي وجذبه نحو بيئتها السياحية ما سيصعب على الشركة تحقيق أهدافها وتطلعاتها، لذلك عليها أن تخاطب الأحاسيس والمشاعر الوجدانية للأفراد لأجل توجيههم وإيقاظ الجوانب المختلفة في شخصياتهم للوصول بهم إلى درجة الإقناع الكامل بشراء البرنامج السياحي لبيئته الداخلية وخلق الفضول لمعرفة كنوز بلاده وثرواتها الحضارية والثقافية (عبد الصالح، ٢٠١٧: محمود، ٢٠١٧).

إن من أهم أهداف ترويج السياحة الداخلية هو إعادة الحس بالانتماء الوطني ونشر روح الأمان للبلد بإعادة انعاش الحركة السياحية الداخلية للبلد، ويمكن حصر أهداف ترويج السياحة الداخلية الأخرى الآتي (الصيداوي، ٢٠١٨):

- إبراز صورة سياحية إيجابية أمام السائح المحلي والوطني عن دولته.
- رفع مستوى الوعي السياحي الداخلي لدى المواطنين.
- توطيد علاقة المواطن ببلده وافتخاره بها من خلال معرفته لمناطقها السياحية.
- رفع معدل نمو الحركة السياحية الداخلية.

-غرس ثقافة معرفة مختلف المعالم السياحية للدولة المصرية.

- تعريف وتذكير وإقناع السائحين المحليين بالسوق السياحي المحلي وبالمنافع العائدة عليهم في حالة انضمامهم وحصولهم على الخدمات السياحية.

ماهية المدن الشبابية

تندرج المدن الشبابية تحت مؤسسات صناعة الضيافة (القطاع الصناعي والخدمات العامة) تحديداً مؤسسات أو وحدات الخدمات الاجتماعية العامة Welfare Units المنوطة بتزويد مختلف المستهلكين والعملاء بعديد من الخدمات وكذلك بتلبية الرغبات المتباينة في مختلف المؤسسات التي تستقبل الأفراد بعيداً عن أماكن معيشتهم، حيث يتوقع المستهلك كثيراً من الخدمة المتميزة (دليل المدن الشبابية بجنوب الصعيد، ٢٠١٧).

أوضح سالم (٢٠١٩) أن المدن الشبابية التي تولت وزارة الشباب مهمة تطويرها والتوسع في إنشائها، تعتبر من أهم الأعمال التي قامت الوزارة بها، لما تلعبه هذه المدن من دور فعال ومؤثر في خدمة النشء والشباب وايضا نظرا لأهميتها في تنشيط السياحة الداخلية. وجميع هذه المدن تقدم خدمات الإقامة لما تحتويه من غرف مجهزة بأحدث الاجهزة سواء غرف بحمام داخلي او خارجي، حيث تحتوي جميع الغرف علي شاشات ال سي دي وثلاجات صغيرة وجميعها مكيفه بالكامل وذلك بالإضافة الي المغسلة لخدمة النزلاء. وتقدم معظم المدن الشبابية خدمات الاقامة نظرا لاحتوائها علي مطاعم مكيفه بالكامل لتقديم الوجبات والمشروبات، بالإضافة الي المطابخ المجهزة بأحدث الاجهزة لإعداد الوجبات والمشروبات التي يتم تقديمها وتجهيزها وفقا لكراسة الشروط والمواصفات التي وضعتها وزارة الشباب والرياضة وتحدد فيها الوجبات والمشروبات حسب ايام الاسبوع (عزيز وآخرون، ٢٠١٩).

المدن الشبابية والسياحة الداخلية

تسهم المدن الشبابية في تنشيط السياحة الداخلية حيث تضم عديدا من الخدمات التي صممت بأسلوب يحقق الراحة والهدوء والرفاهية بما يتناسب مع

مختلف الأذواق والفئات، ومن أنشطتها الإقامة والإعاشة والخدمات الرياضية، المعرفية، المعلوماتية، الإجتماعية للنزلاء وتابعة لوزارة الشباب والرياضة (دليل المدن الشبابية بجنوب الصعيد، ٢٠١٧).

إن السائحين الداخليين في المدن الشبابية سوف يظلون على ولائهم لمنظمة الخدمة اذا كانت قيمة ما يحصلون عليه من خدمات أعظم نسبياً مما يتوقعون الحصول عليه من المنافسين، وبما أن الولاء يعبر عن معاودة الزبون وتكراره التعامل مع منظمة الخدمة، فإن ذلك يؤثر على مدى قناعة الزبون بما تقدمه المدن الشبابية من جودة الخدمات، حيث يفضل العملاء دائماً المنظمة التي تتسم بجودة ومواصفات وخصائص تتطابق مع إحتياجاتهم ورغباتهم ومن ثم تؤدي إلى بناء الولاء لتلك المدن الشبابية (الكردي، ٢٠١١).

منهجية البحث

مجتمع الدراسة

تكون مجتمع الدراسة من النزلاء بالمدن الشبابية، حيث بلغ عدد المدن الشبابية ١١ مدينة طبقاً لإحصائية وزارة الشباب والرياضة، تم اختيار ٥ مدن شبابية بنسبة ٤٥.٤٪ لتكون عينة للدراسة، وهم المدن الشبابية في (الأقصر - الاسكندرية - أسوان - بورسعيد - شرم الشيخ). تم توزيع عدد ٤٠٠ استثماراً إستبيان على السادة النزلاء بالمدن الشبابية، وكان إجمالي الإستثمارات الصالحة للتحليل ٣٨٦ استثماراً إستبيان بنسبة ٩٦.٥٪ من إجمالي الاستثمارات التي تم توزيعها.

أداة البحث الميداني

تم تصميم استثماراً إستقصاءاً مشتملة على جزأين بحيث يتكون الجزء الأول من البيانات الديموجرافية متمثلة في ٣ أسئلة بخصوص (الجنس - العمر - المؤهل الدراسي). والجزء الثاني يحتوى على أربعة محاور حيث يحتوى المحور الأول على ٦ عناصر لدراسة خدمات الإقامة بالمدن الشبابية، ويحتوى المحور الثاني على ٤ عناصر لدراسة خدمات الإعاشة بالمدن الشبابية، ويحتوى المحور الثالث على ٥ عناصر لدراسة

خدمات الترفيه بالمدن الشبابية، ويحتوى المحور الرابع على ٧ عناصر لدراسة المعوقات التي قد تواجهها المدينة الشبابية. واعتمد الإستقصاء علي مقياس ليكرت الخماسي بدرجات موافقة تتدرج من غير موافق بشدة حتي موافق بشدة ويوضح الجدول رقم (١) درجات الموافقة والمدى لكل درجة.

جدول رقم ١: مقياس الإجابة على فقرات الإستقصاء.

درجات الموافقة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الدرجة	١	٢	٣	٤	٥
المدى	١.٨٠:١	٢.٦٠:١.٨١	٣.٤٠:٢.٦١	٤.٢٠:٣.٤١	٥:٤.٢١

• المدى (طول الفئة) = $(١ - ٥) / ٥ = ٠.٨٠$

النتائج والمناقشة

ثبات الإستقصاء

جدول رقم ٢: معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات الإستقصاء.

معامل ألفا	عدد العبارات
٠.٨٩	٢٢

يوضح الجدول رقم (٢) معامل ألفا كرونباخ المستخدم في قياس ثبات الإستقصاء، حيث توضح النتائج أن قيمة ألفا ٠.٨٩ وهي قيمة مقبولة إذ إن النسبة المقبولة بالنسبة للبحوث الإنسانية والاجتماعية ٧٠٪ فأكثر. وهو ما يشير إلى ثبات الإستقصاء وصلاحيته الإعتدال عليه في الدراسة وثبات نتائجه إذا ما استخدم مرة أخرى في الظروف نفسها.

التحليل الوصفي لمحاو البحث:

أولاً: البيانات الديموجرافية:

جدول رقم (٣) تحليل البيانات الشخصية للنزلاء

الترتيب	التكرارات والنسب النوية		المتغير	
	%	ت		
١	٦٣.٠	٢٣٤	ذكر	١- الجنس
٢	٣٧.٠	١٤٣	أنثى	
	%١٠٠	٣٨٦	المجموع	
٢	٢٩.٨	١١٥	أقل من ٢٥	٢- السن
١	٦٠.٤	٢٣٣	٢٥ - ٤٠	
٣	٩.٨	٣٨	أكثر من ٤٠	
	%١٠٠	٣٨٦	المجموع	
٣	٩.٦	٣٧	طالب مدرسي	٣- المؤهل الدراسي
٢	٤٤.٣	١٧١	طالب جامعي	
١	٤٦.١	١٧٨	خريج	
٤	٠	٠	دراسات عليا	
	%١٠٠	٣٨٦	المجموع	

يتضح من الجدول السابق رقم (٣) الذي يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير الجنس، أن معظم أفراد عينة الدراسة من الذكور حيث بلغت نسبتهم ٦٣٪، بينما بلغت نسبة الإناث ٣٧٪، ويعطى الباحث ذلك إلى طبيعة الشباب الذين يفضلون السفر والرحلات والقيام بزيارة الأماكن الجديدة.

يتضح من الجدول السابق أيضاً، والذي يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير السن، أن النسبة الأكبر من أفراد عينة الدراسة بلغ عمرهم من ٢٥ إلى ٤٠ سنة حيث جاءت نسبتهم ٦٠.٤٪، بينما بلغت نسبة من سنهم أقل من ٢٥ سنة المرتبة الثانية ٢٩.٨٪، بينما بلغت نسبة من سنهم أكبر من ٤٠ سنة ٩.٨٪. يتضح من النتيجة أن أغلب النزلاء من فئة الشباب

كما يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير المؤهل الدراسي، أن معظم أفراد عينة الدراسة من الخريجين الجامعيين، حيث بلغت نسبتهم ٤٦.١٪، بينما

المؤهلات الجامعية بلغت نسبتهم ٤٤.٣ % ، بينما جاءوا طلبة المدارس في الترتيب الاخير وبلغت نسبتهم ٩.٦ %.

ثانياً: تحليل نتائج إستمارة الاستبيان.

جدول (٤): آراء المبحوثين وتوجهاتهم نحو خدمات الاقامة بالمدينة الشبابية

الترتيب	المؤشرات الإحصائية		درجة التكرار والنسبة المئوية					ملاحظات
	الإعراف	المتوسط	١	٢	٣	٤	٥	
٥	٨٠٠	٣.٦٣	٣٠	٢٣٠	٧٨	٤٨	٠	ك مستوى نظافة المدينة علي مستوى عال
			٧.٨	٥٩.٦	٢٠	١٢	٠	%
٣	٦٥٩	٤.٣٤	١٧٣	١٧٣	٤٠	٠	٠	ك جميع الغرف مزودة بشاشات ال سي دي
			٤٤.٨	٤٤.٨	١٠.٤	٠	٠	%
٤	٦٢٨	٣.٨٢	٤٧	٢٢١	١١٨	٠	٠	ك جميع الغرف مكيفة
			١٢.٢	٥٧.٣	٣٠.٦	٠	٠	%
٢	٦٦٠	٤.٣٧	١٨٠	١٦٧	٣٩	٠	٠	ك جميع الغرف يوجد بها ثلاجة
			٤٦.٦	٤٣.٣	١٠.١	٠	٠	%
٦	٨١٧	٣.٣٠	٣٨	٧٩	٢٣٩	٢٠	٠	ك يوجد فنيين صيانة بالمدينة
			٩.٨	٢٠.٥	٦١.٩	٥.٢	٢.٦	%
١	٤٨٤	٤.٦٣	٢٤٢	١٤٤	٠	٠	٠	ك معاملة مشرفي التسكين معاملة جيدة
			٦٢.٧	٣٧.٣	٠	٠	٠	%
	٠.٦٧٥	٤.٠٢	المتوسط الحسابي العام					

ك= تكرارات

يوضح الجدول رقم (٤) أن اجابات أفراد عينة الدراسة موافقة على عبارات المحور الأول (الاقامة) بمتوسط حسابي عام (٤.٠٢ من ٥) وهو كبير حيث إنه يقع فى الفئة (٣.٤١ إلى ٤.٢٠). يتضح من النتائج أن أفراد عينة الدراسة يوافقوا بشدة على

ثلاث عبارات، والتي تم ترتيبها تنازلياً حسب موافقة أفراد عينة الدراسة عليها وفقاً لأعلى قيم للمتوسط، ووفقاً لأقل قيم للانحراف المعياري عند تساوي قيم المتوسط كما يأتي: -

• عبارة " معاملة مشرفي التسكين معاملة جيدة " بمتوسط حسابي (٤.٦٣)، وهو متوسط حسابي كبير جدا حيث إنه يقع فى الفئة (٤.٢١ إلى ٥).

• عبارة " في جميع الغرف يوجد بها ثلاجة " بمتوسط حسابي (٤.٣٧)، وهو متوسط حسابي كبير جدا حيث إنه يقع فى الفئة (٤.٢١ إلى ٥).

• عبارة " جميع الغرف مزودة بشاشات ال سي دي " بمتوسط حسابي (٤.٣٤)، وهو متوسط حسابي كبير جدا حيث إنه يقع فى الفئة (٤.٢١ إلى ٥).

يتضح من النتائج أن أفراد عينة الدراسة يوافقون على عبارتين، وتم ترتيبهما تنازلياً حسب موافقة أفراد عينة الدراسة عليها وفقاً لأعلى قيم للمتوسط، ووفقاً لأقل قيم للانحراف المعياري عند تساوي قيم المتوسط كما يأتي: -

• عبارة " جميع الغرف مكيفة " بمتوسط حسابي (٣.٨٢)، وهو متوسط حسابي كبير حيث إنه يقع فى الفئة (٣.٤١ إلى ٤.٢٠).

• عبارة " مستوي نظافة المدينة علي مستوي عال " بمتوسط حسابي (٣.٦٣)، وهو متوسط حسابي كبير حيث إنه يقع فى الفئة (٣.٤١ إلى ٤.٢٠).

يتضح من النتائج أن أفراد عينة الدراسة إجاباتهم كانت محايدة على عبارة وهي: -

• عبارة " يوجد فنيو صيانة بالمدينة " بمتوسط حسابي (٣.١٢)، وهو متوسط حسابي متوسط لانه واقع بين (٢.٦١ - ٣.٤٠).

جدول (٥): آراء المبحوثين وتوجهاتهم نحو خدمات الاعاشة بالمدينة الشبابية

الترتيب	المؤشرات		درجة التكرار والنسبة المئوية					ملاحظات		
	الإحصائية		١	٢	٣	٤	٥			
	الانحراف	التباين								
٢	٧٧١	٣.٧٥	٧٨	١٣٣	١٧٥	٠	٠	ك	مستوي جودة الاكل على اعلي مستوي	
			٢٠	٣٤	٤٥	٠	٠	%		
			٢	٥	٣					
٣	٦٣٥	٢.٠٠	٠	٠	٧٨	٢٣١	٧٧	ك	مستوي نظافة المطعم علي مستوي عال	
			٠	٠	٢٠	٥٩	١٩	%		
			٠	٠	٢	٨	٩			
٤	٧٥٦	١.٦٨	٠	٩	٤١	١٥٣	١٨٣	ك	يوجد تنوع في الوجبات المقدمة بالمطعم	
			٠	٢.٣	١٠	٣٩	٤٧	%		
					٦	٦	٤			
١	٤٨٨	٣.٩١	٣٠	٢٩١	٦٥	٠	٠	ك	المعاملة داخل المطعم معاملة جيدة	
			٧.٨	٧٥	١٦	٠	٠	%		
				٤	٨					
-	٠.٦٦	٢.٨٣	المتوسط الحسابي							
	٢		المعام							

ك= تكرارات

يتضح من الجدول السابق رقم (٥) أن اجابات أفراد عينة الدراسة محايدة على

عبارات المحور الثاني (الاعاشة) بمتوسط حسابي عام (٢.٨٣ من ٥).

يتضح من النتائج أن أفراد عينة الدراسة يوافقون على عبارتين، وتم ترتيبها

تنازلياً حسب موافقة أفراد عينة الدراسة عليها وفقاً لأعلى قيم للمتوسط، كما

يلي:

• عبارة " المعاملة داخل المطعم معاملة جيدة " بمتوسط حسابي (٣.٩١)، وهو متوسط

حسابي كبير، حيث إنه يقع في الفئة (٣.٤١ إلى ٤.٢٠).

• عبارة " مستوى جودة الاكل علي أعلى مستوى " بمتوسط حسابي (٣.٧٥)، وهو متوسط حسابي كبير حيث إنه يقع في الفئة (٣.٤١ إلي ٤.٢٠).

يتضح من النتائج أن أفراد عينة الدراسة إجاباتهم كانت عدم الموافقة على عبارة واحدة وهي " مستوى نظافة المطعم علي مستوى عال " بمتوسط حسابي (٢.٠٠)، وهو متوسط حسابي ضعيف. كما كانت إجاباتهم كانت عدم الموافقة بشدة على عبارة واحدة وهي: - " يوجد تنوع في الوجبات المقدمة بالمطعم " بمتوسط حسابي (١.٦٨)، وهو متوسط حسابي ضعيف جدا.

جدول (٦): آراء المبحوثين نحو خدمات الترفيه بالمدن الشبابية

المدن الشبابية	المؤشرات الإحصائية		درجة التكرار والنسبة المئوية					الدرجة	
	الإحصائي المتوسط	الإحصائي المعياري	١	٢	٣	٤	٥		
٢	.٨٤٥	٢.٣	٠	٣٧	١٠٦	١٨٤	٥٩	ك	يتوافر بالمدينة الشبابية بلياردو
			٠	٩.٦	٢٧.٥	٤٧.٧	١٥.٣		
٣	.٦٩٠	٢.٠٧	٠	٠	١٠٦	٢٠١	٧٩	ك	يتوافر بالمدينة الشبابية تنس طاولة
			٠	٠	٢٧.٥	٥٢.١	٢٠.٥		
٤	.٦٩٥	١.٦٦	٠	٠	٥٠	١٥٦	١٨٠	ك	يتوافر بالمدينة الشبابية صالة العاب رياضية
			٠	٠	١٣	٤٠.٤	٤٦.٦		
٥	.٥٤٨	١.٢٩	٠	٠	١٨	٧٦	٢٩٢	ك	يتوافر بالمدينة الشبابية نادي صحي
			٠	٠	٤.٧	١٩.٧	٧٥.٦		
١	.٧٧٤	٣.٣	٣٩	٩٨	٢١٨	٣١	٠	ك	يتوافر بالمدينة الشبابية حمام سباحة
			١٠.١	٢٥.٤	٥٦.٥	٨	٠		
-	٠.٧١٠	٢.١٤	المتوسط الحسابي العام						

❖ ك = تكرارات

يتضح أن اجابات أفراد عينة الدراسة الرفض على عبارات المحور الثالث (وسائل الترفيه) بمتوسط حسابي عام (٢٠١٤ من ٥) وهو ضعيف.

يتضح من النتائج أن أفراد عينة الدراسة إجاباتهم كانت محايدة على عبارة واحدة من عبارات المحور الثالث (وسائل الترفيه)، وهي: -

• عبارة " يتوافر بالمدينة الشبابية حمام سباحة " بمتوسط حسابي (٣.٣٨)، وهو متوسط حسابي متوسط لانه واقع بين (٢.٦١ - ٣.٤٠).

يتضح من النتائج أن أفراد عينة الدراسة إجاباتهم كانت عدم الموافقة على عبارتين من عبارات المحور الثالث (وسائل الترفيه)، والتي تم ترتيبها تنازلياً حسب موافقة أفراد عينة الدراسة عليها وفقاً لأعلى قيم للمتوسط، كما يأتي: -

• عبارة " يتوافر بالمدينة الشبابية بلياردو " بمتوسط حسابي (٢.٣١)، وهو متوسط حسابي ضعيف.

• عبارة " يتوافر بالمدينة الشبابية تنس طاولة " بمتوسط حسابي (٢.٠٧)، وهو متوسط حسابي ضعيف.

يتضح من النتائج أن أفراد عينة الدراسة إجاباتهم كانت عدم الموافقة بشدة على عبارتين من عبارات المحور الثالث (وسائل الترفيه)، والتي تم ترتيبها تنازلياً حسب موافقة أفراد عينة الدراسة عليها وفقاً لأعلى قيم للمتوسط، كما يأتي: -

• عبارة " يتوافر بالمدينة الشبابية صالة العاب رياضية" بمتوسط حسابي (١.٦٦)، وهو متوسط حسابي ضعيف جداً.

• عبارة " يتوافر بالمدينة الشبابية نادي صحي " بمتوسط حسابي (١.٢٩)، وهو متوسط حسابي ضعيف جداً.

جدول (٧): آراء الباحثين نحو المعوقات التي قد تواجهها المدينة الشبابية

الترتيب	المؤشرات الإحصائية			درجة التكرار والنسبة المئوية					الآراء
	الإحصائي	التوسط	الانحراف المعياري	١	٢	٣	٤	٥	
٣	١.٦٤	٢.٨	٢	١٠١	١٨٤	٤٧	٣٧	١٧	ك لا تتمتع المدينة الشبابية باستقلالية تامة في طلبات الحجز للنزلاء
				٢٦.	٤٧.	١٢.		٤.٤	%
				٢	٧	٢	٩.٦		
٥	.٩٨١	٣.٠	٩	٣٥	٧١	١٩٩	٥٤	٢٧	ك تضطر المدينة الشبابية إلى الرجوع للوزارة لأخذ قراراتها
				٩.١	١٨.٤	٥١.٦	١٤	٧	%
٢	١.١٨	٣.٩	٩	١٧٩	٩٤	٦٥	٢٨	٢٠	ك تقتصر الرحلات علي ممثلي الجهات الحكومية
	٠			٤٦.٤	٢٤.٤	١٦.٨	٧.٣	٥.٢	%
٤	.٩٧١	٣.٧	٢	٧٢	١٩٠	٧٨	٣٤	١٢	ك لا تتيح المدينة الشبابية امكانية الحجز للأفراد والعائلات
				١٨.٧	٤٩.٢	٢٠.٢	٨.٨	٣.١	%
٦	.٩٥٢	٢.٣	٨	١٢	٣٢	١٠٨	١٧٣	٦١	ك عدم تنظيم رحلات ترفيهية خارجية للرواد
				٣.١	٨.٣	٢٨	٤٤.٨	١٥.٨	%
٧	.٩٩٤	٢.٢	٠	١٠	٢٤	١٠٥	١٤٢	١٠٥	ك عدم وجود تنسيق بين المدينة الشبابية والجهات المعنية مثل الجامعات في تنظيم رحلات دورية للشباب
				٢.٦	٦.٢	٢٧.٢	٣٦.٨	٢٧.٢	%
						٢	٨	٢	
١	.٧٤٧	٤.٤٠		٢١٦	١٠٩	٦١	٠	٠	ك عدم وجود حملات ترويجية للمدينة الشبابية بالقدر الكافي
				٥٦	٢٨.٢	١٥.٨	٠	٠	%

المتوسط الحسابي العام		
-	٠.٩٨٤	٣.٣٧

❖ ك = تكرارات

يتضح من الجدول رقم (٧) أن اجابات أفراد عينة الدراسة محايدة على عبارات محور المعوقات التي قد تواجهها المدينة الشبابية بمتوسط حسابي عام (٣.٣٧ من ٥) وهو متوسط حيث أنه يقع في الفئة (٢.٦٠ إلى ٣.٤١) .

يتضح من النتائج أن أفراد عينة الدراسة يوافقوا بشدة على عبارة وهي: -

• عبارة " عدم وجود حملات ترويجية للمدينة الشبابية بالقدر الكافي " بمتوسط حسابي (٤.٤٠)، وهو متوسط حسابي كبير جدا حيث إنه يقع في الفئة (٤.٢١ إلى ٥) .

يتضح من النتائج أن أفراد عينة الدراسة يوافقوا على ثلاث عبارات وتم ترتبيها تنازلياً حسب موافقة أفراد عينة الدراسة عليها وفقاً لأعلى قيم للمتوسط كما يأتي: -

• عبارة " تقتصر الرحلات علي ممثلي الجهات الحكومية " بمتوسط حسابي (٣.٩٩)، وهو متوسط حسابي كبير، حيث إنه يقع في الفئة (٣.٤١ إلى ٤.٢٠) .

• عبارة " لا تتمتع المدينة الشبابية باستقلالية تامة في طلبات الحجز للنزلاء " بمتوسط حسابي (٣.٨٢)، وهو متوسط حسابي كبير، حيث إنه يقع في الفئة (٣.٤١ إلى ٤.٢٠) .

• عبارة " لا تتيح المدينة الشبابية امكانية الحجز للأفراد والعائلات " بمتوسط حسابي (٣.٧٢)، وهو متوسط حسابي كبير، حيث إنه يقع في الفئة (٣.٤١ إلى ٤.٢٠) .

يتضح من النتائج أن أفراد عينة الدراسة إجاباتهم كانت محايدة على عبارة وهي: -

• عبارة " تضطر المدينة الشبابية إلى الرجوع للوزارة لأخذ قراراتها " بمتوسط حسابي (٣.٠٩)، وهو متوسط حسابي متوسط لأنه واقع بين (٢.٦١ - ٣.٤٠) .

يتضح من النتائج أن أفراد عينة الدراسة لم يوافقوا على عبارتين، وهما: -

• عبارة " عدم تنظيم رحلات ترفيهية خارجية للرواد " بمتوسط حسابي (٢.٣٨)، وهو متوسط حسابي ضعيف حيث أنه يقع في الفئة (١.٨١ إلى ٢.٦٠) .

- عبارة " عدم وجود تنسيق بين المدينة الشبابية والجهات المعنية مثل الجامعات في تنظيم رحلات دورية للشباب " بمتوسط حسابي (٢.٢٠)، وهو متوسط حسابي ضعيف، حيث إنه يقع فى الفئة (١.٨١ إلى ٢.٦٠).

النتائج العامة للدراسة

- تسهم المدن الشبابية في تنشيط السياحة الداخلية في مصر.
- تعتبر المدن الشبابية التي تولت وزارة الشباب مهمة تطويرها والتوسع في إنشائها من اهم الاعمال التي قامت الوزارة بها، لما تلعبه هذه المدن من دور فعال ومؤثر في خدمة النشء والشباب.
- عدم وجود حملات ترويجية للمدينة الشبابية بالقدر الكافي، كما لا تتمتع المدينة الشبابية باستقلالية تامة في طلبات الحجز للنزلاء.
- يوجد تنسيق بين المدينة الشبابية والجهات المعنية مثل الجامعات في تنظيم رحلات دورية للشباب، كما يتم تنظيم رحلات ترفيهية خارجية للرواد.
- معاملة مشرفي التسكين معاملة جيدة لكن لا يوجد فنيين صيانة بالمدينة بالقدر الكافي.
- المعاملة داخل المطعم معاملة جيدة، ومستوى جودة الأكل على اعلى مستوى، بينما مستوي نظافة المطعم ليست على مستوى عال.
- يتوافر ببعض المدن الشبابية حمام سباحة ولا يوجد وسائل ترفيه كافية.
- تقتصر الرحلات على ممثلي الجهات الحكومية.

التوصيات

- تأسيس مكتب مستقل بمديريات الشباب والرياضة للترويج للرحلات المحلية.
- العمل على رفع الوعى للشباب بكيفية الاستفادة من المدن الشبابية وذلك من خلال عقد ورش العمل والدورات التدريبية والنشرات التثقيفية المطبوعة.
- تعيين موظفين متخصصين في مجال التسويق بالمدن الشبابية.

- تحسين الخدمات المقدمة بالمدن الشبابية وذلك من خلال توفير الامكانيات المالية والمادية اللازمة لها.
- تطوير الهيكلية الإدارية بالمدن الشبابية بما يتناسب مع عملية التغيير في الفكر استقطاب السائحين الداخليين.

المراجع

١ - المراجع العربية:

- الخضيرى، محسن أحمد (٢٠٠٥): السياحة البيئية - منهج اقصادى متكامل لصناعة سياحة واعدة، وجودة حياة الحقل وبيئة نقية خالية من التلوث مجموعة النيل العربية، القاهرة، ج.م.ع، ص ص ١٤ - ٣٦.
- الكردي، ممدوح علي (٢٠١١): صناعة وتجارة المواد الغذائية في المملكة العربية السعودية، مجلة التعاون الصناعي، العدد (٤٥)، ص٣٢.
- الصيداوي، سلاف محمد (٢٠١٨): أثر عناصر المزيج الترويجي علي السياحة الداخلية في دمشق وريف دمشق، رسالة ماجستير، الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، ص ص ٣٥ - ٣٧.
- بكر، سحر ابراهيم (٢٠١١): دور الجامعة في تنمية الوعي السياحي لدى طلابها بهدف تعظيم مردود صناعة السياحة، مجلة: كلية التربية بالمنصورة، ج.م.ع، الجزء٢، العدد ٧٦، ص ١٠٦.
- دليل المدن الشبابية بجنوب الصعيد (٢٠١٧): المنشآت الشبابية في مصر، مطابع وزارة الشباب والرياضة، ج.م.ع، ص ١٥.
- سالم، عبدالله سعد الدين (٢٠١٩): تقييم جودة الأغذية والمشروبات المقدمة فى المدن الشبابية الدولية" رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية السياحة والفنادق جامعة المنصورة، ج.م.ع، ص ص ٥٥ - ٩٥.

- عبد الحميد، نرمن محمد الشافعي(٢٠١٧): دور سياسات الإجازات في تنشيط السياحة الداخلية في مصر، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الدراسات السياحية، كلية السياحة والفنادق، جامعة حلوان، ج.م.ع، ص ٥٥.
- عبد السميع، صبري (٢٠٠٥): صناعة السياحة، كلية السياحة والفنادق، جامعة حلوان، ج.م.ع، ص ص ٨٢ – ٩٠.
- عبد الصالح، محمد عبد الفتاح(٢٠١٧): الآثار الاجتماعية والاقتصادية للسياحة علي الأسر المصرية: دراسة ميدانية علي العاملين بالقطاع السياحي في مدينة شرم الشيخ، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، قسم التنمية الاجتماعية، جامعة الإسكندرية، ج.م.ع، ص ص ١١٢ – ١١٩.
- عزيز، وائل وشعيب، محمود وسالم، عبدالله (٢٠١٩): تقييم جودة الأغذية والمشروبات المقدمة في المدن الشبابية الدولية، بحث منشور، مجلة كلية السياحة والفنادق جامعة المنصورة، ج.م.ع، العدد السادس، ص ص ١١٣ – ١٣٢.
- محمود، ريهام رضا سعيد (٢٠١٧): تقييم نظام التقسيط كأداة لتنشيط السياحة المحلية في المقصد السياحي المصري، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم الدراسات السياحية، كلية السياحة والفنادق، جامعة حلوان، ج.م.ع، ص ص ٨٤ – ٨٩.

٢ - المراجع الأجنبية

1. Chabot, Anne (2007), An investigation into the web 2..0 and its Impact on the Travel and Tourism Industry, MA European Tourism Management, Bournemouth University, pp. 117-124.
2. Huotari, Milla & Nyberg, Eeva (2012), Utilizing Social Media in Tourism Company, BachelorDs Thesis, Oulu University of Applied Sciences, pp. 23-29.