

## تقييم خدمات الضيافة في محافظة المنيا: رؤية شاملة

هاني صلاح صادق<sup>1</sup>

المعهد العالي للدراسات النوعية بمصر الجديدة

### الملخص

تعد محافظة المنيا واحدة من أكثر محافظات مصر ثراء في المواقع الأثرية لاسيما وإنها تجمع بين الآثار المصرية القديمة، اليونانية، الرومانية، القبطية والإسلامية، ورغم كل هذا الزخم التاريخي يلاحظ أن الطاقة الفندقية المتمثلة في عدد الغرف الفندقية بالمحافظة غير متناسبة مطلقاً مع هذا الكم الهائل من المزارات الأثرية التي تحويها. وقد تم الجانب العملي من هذه الدراسة من خلال استمارة استقصاء وزعت على عينة ممثلة من المسؤولين بالهيئات السياحية الحكومية ومقابلات شخصية مخططة مسبقاً مع مدراء المنشآت الفندقية والشركات السياحية والمطاعم بالمحافظة، وتم تحليل البيانات باستخدام برنامج SPSS Version 24، وتمثلت أهم النتائج المتحصل عليها في أن هناك علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين تشييد المنشآت الفندقية الكبرى بمحافظة المنيا وإدراج المحافظة ضمن خطة منظمى البرامج السياحية، كما خلصت الدراسة لبعض الاستراتيجيات التي تسهم في تفعيل وضع محافظة المنيا على الخريطة السياحية المصرية.

### معلومات المقالة

#### الكلمات المفتاحية

خدمات الضيافة؛ صناعة الفنادق؛ محافظة المنيا؛ المواقع الأثرية.

(JAAUTH)

المجلد 17، العدد 1،

(2019)

ص 172-191.

### أولاً: مقدمة الدراسة:

تحتوى محافظة المنيا على العديد من المواقع الأثرية الهامة من كافة العصور التاريخية إلا إنها تفتقد لوجود بنية فندقية متخصصة، وتقع المحافظة جنوب إقليم شمال الصعيد حيث يحدها شمالاً محافظة بنى سويف وجنوباً محافظة أسيوط والوادي الجديد ومحافظة البحر الأحمر شرقاً ومحافظة الجيزة غرباً، وتبلغ مساحتها 56.587 كم<sup>2</sup> وتمثل نسبة 5.3% من إجمالي مساحة جمهورية مصر العربية، وتتكون المحافظة من تسعة مراكز إدارية (العدوة - مغاغة - بنى مزار - مطاي - سمالوط - المنيا - أبو قرقاص - ملوى - دير مواس)، وتضم 61 وحدة محلية قروية، بإجمالي 361 قرية يتبعهم 1824 عزبة وكفر ونجع (الهيئة العامة للتخطيط العمراني، 2017).

### ثانياً: أهداف الدراسة:

- وضع الآليات التي تضمن زيادة الاستثمار في مجال صناعة الفنادق بالمحافظة.
- إلقاء الضوء على أهم المناطق والمزارات الأثرية بالمحافظة والتي لا بد من وجود تنمية فندقية لها.
- التعرف على أهم المعوقات والتحديات التي تقف حائلاً أمام الاستثمار في مجال صناعة الفنادق بالمحافظة.
- اقتراح إستراتيجية تسويقية فعالة لمحافظة المنيا تسهم في زيادة الطلب على المنشآت الفندقية بها.

### ثالثاً: مشكلة الدراسة:

أمكن صياغة مشكلة الدراسة في صورة التساؤل التالي:

ما هي أهم الأسباب في عدم إدراج محافظة المنيا ضمن خطة منظمى البرامج السياحية Tour Operators على الرغم من توافر كافة المقومات الأثرية والسياحية بالمحافظة؟

<sup>1</sup> Dr.Hany-Salah@fa-hiss.edu.eg

**رابعاً: فرض الدراسة:**

تقوم الدراسة على اختبار مدى صحة الفرض التالي:

هناك علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين تشييد المنشآت الفندقية الكبرى فئة الخمس والأربع نجوم بمحافظة المنيا وإدراج المحافظة ضمن خطة منظمى البرامج السياحية.

**خامساً: منهج الدراسة:**

تعتمد الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، والذي يتطلب تجميع المعلومات النظرية عن طريق المسح المكتبي الشامل من خلال المراجع العلمية من الكتب والدوريات المتخصصة، والمعلومات الواقعية عن طريق المسح الميداني من خلال أسلوب العينة الممثلة.

**سادساً: نطاق الدراسة:**

شملت الدراسة تقييم خدمات الضيافة في محافظة المنيا في شهر أغسطس 2019، وذلك من خلال عينة من مسئولى الإدارة العليا بالمنشآت الفندقية بمحافظة المنيا، مدراء المطاعم العالمية والمحلية بذات المحافظة والمسئولين بالهيئات الحكومية بالمحافظة.

**الدراسة المرجعية****أولاً : أهمية صناعة الضيافة ودورها الرئيسى فى التنمية**

اهتمت الكثير من الدراسات العلمية بتقييم خدمات الضيافة بوجه عام، فقد تناولت دراسة (صالح وآخرون، 2013) تقييم خدمات الضيافة فى الشقق الفندقية بالقاهرة، وقد توصلت الدراسة إلى أنه لا بد من تعزيز مفهوم الاستقرار للعملاء من خلال الجو الدافئ مع العاملين فى الشقق الفندقية، وتلبية التوقعات والتصورات من الضيوف، وتعرضت دراسة (الجندي، 2018) إلى تقييم جودة خدمات الضيافة فى الفنادق السورية وقد توصلت الدراسة إلى أن هناك علاقة طردية ذات دلالة معنوية بين أبعاد جودة الخدمة الفندقية وتحقيق رضا العملاء، بينما توصلت دراسة (حامد، 2012) إلى عدم استغلال المقومات السياحية لمدينة قوص بالشكل المأمول، فضلاً عن قلة أعداد المنشآت الفندقية بها بالإضافة إلى قصور الوعي السياحي بوجه عام.

تمثل صناعة السياحة أحد أهم محاور الاقتصاد المصرى، لما لها من دور رئيسى فى تحسين الوضع الاقتصادى ومن ثم تعظيم الميزة النسبية والتنافسية لمصر كمنطقة جذب سياحي مميزة، حيث تعد هذه الصناعة المتنامية قاطرة للاقتصاد الوطنى بتوفير العملات الصعبة وفرص العمل وكعامل من أهم عوامل التنمية المستدامة، ويعتبر توافر مقومات الجذب السياحي الطبيعية والثقافية والتاريخية واستقرار المناخ السياسى والأمنى ومدى جدية الخدمات السياحية المقدمة لجموع السائحين فى الدولة المضيفة من أهم الركائز الأساسية للطلب السياحي، والذي يختلف من دولة لأخرى تبعاً لاختلاف تميزها النسبى فى مدى توافر مقومات الجذب السياحي (مرسى، 1997).

ولصناعة الفنادق دوراً مؤثراً فى صناعة السياحة حيث أنها تمثل المكون الرئيسى لمجموعة الصناعات الفرعية المكونة لصناعة السياحة، والتي تشمل بالإضافة لصناعة الفنادق؛ صناعة النقل بأنواعه (البرى، المائى والجوى)، صناعة المؤتمرات والاجتماعات، صناعة العاديات والتذكارات السياحية ونشاط منظمى الرحلات وشركات السياحة، وتلعب منشآت الإقامة الفندقية دوراً هاماً وحيوياً فى صناعة الفنادق ووسائل الإيواء التكميلية حيث تمثل "عنصر الإقامة" الذى يعد واحداً من الأعمدة الثلاثة التى تقوم عليها ظاهرة السياحة والتي تتضمن بالإضافة لعنصر الإقامة عنصرى السفر والترفيه (عبد الوهاب، 1991).

وتعد صناعة الضيافة بوجه عام مصدراً هاماً من مصادر النقد الأجنبي لميزان المدفوعات في الدولة، حيث أن هذه الصناعة الواعدة تدر دخلاً مباشراً بالعملات الحرة نتيجة لبيع الخدمات السياحية والسلع المتصلة بها، وهذا الدخل يتغلغل بطريقة مباشرة في داخل ثانياً الاقتصاد الوطني محققاً ازدياداً ملحوظاً في دخول القطاعات والصناعات المترتبة على النشاط السياحي بصفة عامة، وذلك لأن الدخل السياحي يؤثر مباشرة على الميزان التجاري تأثيراً مباشراً ويحدد هذا الأثر بالقيمة الصافية للميزان السياحي ونسبتها إلى النتيجة الصافية للميزان التجاري المصري سواء كانت إيجابية أو سلبية لذلك فإن الأثر الإيجابي الكبير للميزان السياحي يساعد على تخفيض العجز في الميزان التجاري ومن ثم زيادة التنمية الاقتصادية داخل الدولة (دعبس، 2003).

تعد صناعة الضيافة إحدى الصناعات الخدمية الاقتصادية والتي تحتوي ضمنياً على المؤسسات ذات الطابع التجاري Commercial Units كالمنشآت الفندقية، المطاعم المتخصصة، مطاعم الوجبات السريعة، الكافيتريات، ووحدات الخدمات الاجتماعية العامة Welfare Units كالمستشفيات، دار المسنون، المدن الجامعية وبيوت الشباب (هويدى، 2008)، وتتضمن صناعة الضيافة مجموعة الخدمات المتكاملة التي تقدم للسائح منذ وصوله لبلد المقصد السياحي وحتى مغادرته لها وعودته إلى محل إقامته الأصلي والتي تشمل خدمة الإقامة في المنشآت الفندقية ووسائل الإقامة التكميلية، خدمة تقديم الأغذية والمشروبات في المطاعم المتخصصة، خدمة النقل والمواصلات، خدمة المحلات التجارية والخدمات التكميلية (حسن، 2018).

ترتبط صناعة الضيافة ارتباطاً مباشراً بالتنمية السياحية المستدامة Sustainable Tourism، وتتمثل أهم أهداف التنمية السياحية المستدامة فيما يلي (عراقي وآخرون، 2007):

- خلق فرص جديدة للاستثمار ولأسيما الاستثمار في مجال صناعة الفنادق، وبالتالي زيادة فرص العمل والقضاء على البطالة.
- حماية البيئة وزيادة الاهتمام بالموارد الطبيعية والموروثات الثقافية للمجتمعات.
- زيادة إيرادات الدولة من العوائد الضريبية المفروضة على مختلف النشاطات السياحية.
- الاستخدام الفعال للأرض وتخطيط المساحات بما يتناسب مع البيئة المحيطة.
- الارتقاء بالمستوى المعيشي للسكان المحليين والارتقاء بمستوى الخدمات والتسهيلات في دولة المقصد السياحي.

#### ثانياً : المنتج السياحي بمحافظة المنيا

تقع محافظة المنيا على الضفة الغربية لنهر النيل، وتتسم المحافظة بثرائها في مواردها السياحية سواء التراثية أو الطبيعية وتتصف بمناخها المشمس الدافئ شتاءً الأمر الذي يساعد على جذب الحركة السياحية لها، وتعد المحافظة متحفاً طبيعياً ودليلاً خالداً لجميع العصور التاريخية التي مرت على مصر، وعلى الرغم من التنوع الأثري النادر في المحافظة إلا أن الحركة السياحية الوافدة إليها لا تتناسب مع ما تمتلك من مقومات وعناصر جذب طبيعية وصناعية (العبادى، 2008)، حيث يتضح ذلك من خلال الجدول التالي (إدارة السياحة بمحافظة المنيا، 2018):

جدول رقم (1) حركة السياحة في محافظة المنيا (2015 - 2018)

السنة	زائرون أجانب (بالألف)	زائرون مصريون (بالألف)	الإجمالي
2015	3878	439863	443741
2016	8664	630949	639613
2017	9941	638863	648804
2018	10691	654518	665209

المصدر : إدارة السياحة بمحافظة المنيا، 2018.

تتصف محافظة المنيا بتوافر كافة المقومات المكونة للمنتج السياحي Tourism Product، حيث يتضح ذلك من خلال الجدول التالي (الموقع الإلكتروني لمحافظة المنيا، 2019):

جدول رقم (2) مكونات المنتج السياحي لمحافظة المنيا

مكونات المنتج السياحي	العناصر	الوصف
1- وسائل الإقامة Accommodation	منشآت الإقامة المصنفة سياحياً	يتواجد بالمحافظة عدداً من المنشآت الفندقية المصنفة سياحياً من قبل وزارة السياحة المصرية، مثل: فندق أم جى نفرتيتى "4 نجوم"، فندق كليوباترا "3 نجوم"، فندق الشاطئ "تجمتان"، فندق لوتس "تجمتان"، فندق أتون "تجمة واحدة"، وفندق أبن خصيب "تجمة واحدة".
	منشآت الإقامة غير المصنفة سياحياً	تتضمن وسائل الإقامة التكميلية غير المصنفة سياحياً من قبل وزارة السياحة المصرية، مثل: نزل الشباب الدولي بالمحافظة وفندق القوات المسلحة وفندق جامعة المنيا.
2- عناصر الجذب السياحي Attractions	مقومات الجذب السياحي الطبيعية	موقع متميز ومناخ معتدل في فصل الشتاء، فضلاً عن وجود نهر النيل الخالد، حيث يأخذ النيل أقصى اتساع له أمام المنيا مما يعظم من إمكانية ممارسة الرياضات المائية ولاسيما مع وجود مرسي شرق النيل بمدينة المنيا.
	مقومات الجذب السياحي الصناعية	يذخر التراث المعماري بمحافظة المنيا بعدد كبير من المواقع والمزارات الأثرية التي تعود إلى جميع العصور التاريخية، فمن العصر المصري القديم تنتوع المناطق الأثرية بالمنيا مثل بنى حسن، تونا الجبل، إسطلب عنتر، تل العمارنة والأشمونين، ومن العصر الإسلامي مسجد اللطى، مسجد العمراوى، مسجد المصري ومسجد الفولى، ومن العصر القبطي دير السيدة العذراء بجبل الطير، دير الأنبا صموئيل المعترف بجبل القلمون ودير أبو فانا بملوى.
3- وسائل الانتقال Transportations	النقل الجوي	يوجد مطار عسكري بالمنيا ولكن لا بد من إنشاء مطار مدني لتنشيط حركة السياحة الوافدة ومن ثم تخفيف العبء على السائحين القادمين لزيارة المواقع الأثرية بالمحافظة.
	النقل النهري	ترتبط مع القاهرة بخط نهري حيث يتواجد العديد من المراسى النهرية اللازمة لخدمة البواخر النيلية.
	النقل البرى	توجد شبكة طرق برية مناسبة لوسائل النقل المختلفة كالحافلات الكبيرة والصغيرة والسيارات الخاصة والتي تربط المحافظة مع غيرها من المحافظات المجاورة، بالإضافة لوجود شبكة متكاملة من خطوط السكك الحديدية تربط محافظة المنيا مع بقية مناطق الجمهورية.

يتواجد بالمحافظة 53 شركة سياحية موزعة كالتالي: مغاغة 8 شركات، بنى مزار 3 شركات، مطاى شركة واحدة، سمالوط 3 شركات، المنيا 16 شركة، أبو قرقاص 8 شركات، ملوى 13 شركة ودير مواس شركة واحدة.	شركات السياحة	
يتواجد بالمحافظة 11 مكتب للاستعلامات السياحية موزعين كالتالي: مكتب إدارة السياحة بديوان عام المحافظة، مكتب السياحة بالمحطة، مكتب الهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي، مكتب الخدمات السياحية، مكتب السياحة بمدينة دير مواس، مكتب السياحة بقرية تل العمارنة، مكتب السياحة بمدينة ملوى، مكتب السياحة ببنى حسن، مكتب السياحة بمدينة سمالوط، مكتب السياحة بمقر دير السيدة العذراء، مكتب السياحة بقرية البهنسا ببنى مزار.	مكاتب الاستعلامات السياحية	
تتعدد المتاحف الأثرية بالمحافظة مثل متحف ملوى الذى يعرض تاريخ المنيا عبر مختلف العصور التاريخية، ومتحف إخناتون والمعروف بالمتحف الأتوني بمدينة المنيا، والذى يعد ضمن أكبر ثلاث متاحف أثرية في مصر بجانب المتحف المصري الكبير ومتحف القسطاط.	المتاحف الأثرية	
يتواجد بمدينة المنيا العديد من المطاعم التابعة للسلاسل العالمية مثل KFC وأخرى تابعة للسلاسل المحلية Cook-door، Prego بالإضافة للمطاعم المحلية وعدداً من الكافيتريات والمقاهى المتنوعة.	المطاعم والكافيتريات	4- الخدمات والتسهيلات Supporting Facilities
يتواجد بالمحافظة العديد من النوادي الرياضية والاجتماعية مثل: نادى المنيا الرياضى الفرع الرئيسى، نادى المنيا الرياضى بالمنيا الجديدة، نادى الطيران، نادى القضاة ونادى نقابة المهندسين.	النوادي الرياضية	
يتواجد بالمحافظة أكثر من 50 فرعاً من أفرع البنوك والمؤسسات المالية الكبرى موزعة كالتالي: مغاغة 4 بنوك (الأهلى - الإسكندرية - ناصر الاجتماعى - مصر)، بنى مزار 4 بنوك (الأهلى - الإسكندرية - أبو ظبى - مصر)، مطاى 3 بنوك (الأهلى - ناصر - مصر)، سمالوط 3 بنوك (الأهلى الإسكندرية - مصر)، المنيا 20 بنك من أبرزهم (الأهلى - الإسكندرية - ناصر الاجتماعى - مصر - الزراعى المصرى - كريدى أجريكول - فيصل الإسلامى - CIB - التعمير والإسكان - بلوم مصر - القاهرة)، أبو قرقاص 4 بنوك (الأهلى - الإسكندرية - الزراعى المصرى - مصر)، ملوى 5 بنوك (الأهلى - الإسكندرية - الزراعى المصرى - القاهرة - مصر).	الخدمات البنكية والمصرفية	
يتواجد بالمحافظة أكثر من 20 مستشفى حكومى تقدم خدماتها للمواطنين غير القادرين بالمجان وأكثر من 30 مستشفى خاص يقدمون مستوى مميز من الخدمة الطبية بالإضافة للمستوصفات الطبية المنتشرة فى ربوع المحافظة.	الخدمات الصحية	
يتوافر بالمحافظة بنية تحتية جيدة من طرق، كبارى، كهرباء، صرف صحى وأنظمة اتصالات بما يتيح جذب الاستثمارات إليها.	الطرق والمياه والكهرباء والاتصالات	5- البنية التحتية Infrastructure

المصدر: الموقع الإلكتروني لمحافظة المنيا – www.minia.gov.eg، 2019.

ساعد التنوع الأثري الفريد لمحافظة المنيا منذ مختلف العصور التاريخية على تعدد الأنماط السياحية المتواجدة بها، وذلك كالتالي (يحيى وآخرون، 2017):

- السياحة الأثرية وذلك عبر زيارة المواقع والمزارات الأثرية بالمحافظة والشاهدة على تعاقب حضارات عظيمة عبر مختلف العصور التاريخية فمن الآثار المصرية القديمة واليونانية الرومانية والقبطية والإسلامية حتى آثار العصر الحديث تتنوع المفردات المعمارية والفنية ما بين دور للعبادة، مقابر، مسلات، وقصور يحمل كل منها طابعه المميز وجمالياته الفريدة.
- السياحة الدينية وذلك من خلال زيارة المساجد والكنائس والأديرة الأثرية ذات الطابع المعماري المميز والتي يعود بعضها إلى القرن الثالث الميلادي.
- السياحة الترفيهية من خلال التنزه على كورنيش النيل الممتد بطول المدينة والحديقة الدولية المطلة على الشاطئ الشرقى لنهر النيل.
- السياحة النيلية من خلال شاطئ النيل الممتد لأكثر من 135 كم<sup>2</sup> حيث تشكل الرحلات النيلية وقضاء الأمسيات بالمراكب النيلية على طول نهر النيل عامل جذب سياحي هام.
- السياحة الاجتماعية من خلال الاستمتاع بالفلكلور الشعبي المحلي كالاحتفال بالأعياد المحلية وبالمناسبات المختلفة والاهتمام بالصناعات والحرف التراثية اليدوية ولاسيما تلك المصنوعة من الحجر الجيري وهو ما تتفرد به محافظة المنيا فالتراث الحضاري على اختلاف أنواعه أكبر دليل على العراقة وخير تعبير عن الهوية الوطنية.

#### ثالثاً : أهم المواقع والمزارات الأثرية بمحافظة المنيا

تضم محافظة المنيا مواقع أثرية ومزارات دينية من كافة العصور التاريخية، ويوضح الجدول التالي أهم المواقع الأثرية والمزارات الدينية بالمحافظة (الشرقاوى، 2010):

جدول رقم (3) أهم المواقع الأثرية والمزارات الدينية بمحافظة المنيا

العصر التاريخي	الوصف	المزار	المكان	المركز
العصر المصري القديم	أطلال معبد من الدولة الحديثة وبعض الآثار من العصور المصرية المتأخرة	أطلال وبقايا أثرية	عزبة قرارة	• مغاغة
العصر القبطي	من طراز الأثني عشر قبة تتكون من ثلاث قباب للهيكل وتسعة للصحن وربما تكون أقدم كنائس القرن الثامن عشر	كنيسة مارجرجس	أشنيــــــــــــن النصارى	
العصر القبطي	دير أثري أنشئ في القرن السادس الميلادي	دير الأنبا صموئيل	جبل القلمون	
العصر القبطي	ترجع للقرن التاسع عشر الميلادي وبها بئر عميق يقال أن العائلة المقدسة قد شربت منه وهي في طريقها لدير المحرق بأسيوط	كنيسة السيدة العذراء	دير الجرنوس	
العصر المصري القديم	مقابر صخرية من الدولة القديمة ومن العصر الصاوي وكذلك الكثير من المقابر والمنشآت من العصر البطلمي	أطلال وبقايا أثرية	شارونة	

العصر المصري القديم	مقابر للأسرة السادسة والعشرين	أطلال وبقايا أثرية	البهنسا	• بنى مزار
العصر اليوناني الروماني	معبد روماني ضخم لم يتبق منه سوى بوابته الضخمة وأطلال مسرح روماني			
العصر القبطي	يعتقد أن العائلة المقدسة استظلت بها وشربت من البئر الموجود بجوارها أثناء رحلة الهروب لمصر	شجرة عتيقة		
العصر القبطي	به كنيسة أثرية ترجع للقرن الثامن عشر ذات اثني عشر قبة؛ ثلاث للهيكل وتسع للصحن الذى يتوسطه أربعة أعمدة بتيجان قديمة	دير السنقورية		
العصر الإسلامي	مقابر شهداء المسلمين أثناء الفتح الإسلامي لمصر	مقابر الشهداء		
العصر الإسلامي	أحد علماء المسلمين من أحفاد سيدنا على بن أبى طالب	مسجد الحسن بن صالح		
العصر الإسلامي	قاضى قضاة البهنسا وإمام مذهب الملكية فى عصره	مسجد سيدى على الجمام		
العصر الإسلامي	قبة أبو سمرة، قبة الأمير زياد الفضل بن الحارث بن عبد المطلب وعمود القطيع	مجموعة من القباب		
العصر القبطي	كنائس أثرية وأطلال من عصور تاريخية	كنائس أثرية	القيس	
العصر القبطي	كنيسة أثرية ذات الأتني عشر قبة؛ ثلاث للهيكل وقباب الصحن التسع محمولة على حنيات ركنية وقباب الهيكل على هيئة مثلثات كروية	كنيسة الأنبا أثناسيوس الرسولى	الكفور	• مطاى
العصر القبطي	كنيسة أثرية ذات الأتني عشر قبة؛ يتوسط الصحن المربع أربع أعمدة دائرية تحمل قبة فى المنتصف وأربع أعمدة فى الأركان	كنيسة الأنبا قسطور	بردنوها	
العصر القبطي	بها أربعة نصوص قبطية دليل على استخدام المتوحدين الأقباط كسكن لهم	مغارات قديمة	الشيخ حسن	
العصر القبطي	بها بابان بالحائط البحري وهيكل تحيطه الحجرات وصحن أوسط تحيطه الأروقة	كنيسة أثرية	كوم نمرود	• سمالوط
العصر القبطي	من كنائس القرن الثامن عشر ذات الأتني عشر قبة	كنيسة أبى سيفين	الطيبة	
العصر المصري القديم	نحتت فى المحجر الجنوبي مقصورة للربة حاتحور والتي كانت حامية للمحاجر والمناجم وتتكون المقصورة من فناء وصالة رئيسية	مقصورة الإلهة حاتحور	السريرية	
العصر المصري القديم	تتضمن مقبرة إى مرى ومقبرة سنفرو	مقابر الدولة القديمة	جبل الطير	
العصر القبطي	يرجع تاريخه للقرن الثالث الميلادي وهو أحد المواقع التي مرت بها العائلة المقدسة	دير السيدة العذراء		

العصر اليوناني الروماني	مقصورة بطلمية رومانية للربة حاتحور	مقصورة حاتحور	طهنا الجبل	• المنيا
العصر اليوناني الروماني	يتواجد شمال المدينة القديمة	معبد روماني		
العصر اليوناني الروماني	يتضمن المدخل وصالة الأعمدة ويتضمن منظر لربة جالسة والملك أمامها والمعبود جحوتي	معبد الإمبراطور الروماني نيرون		
العصر المصري القديم	مجموعة من مقابر الدولة القديمة منقورة في خمس مستويات في قلب صخر الجبل وتتسب المقابر لمكتشفها فريزر وتزخر جدران المقابر بالمناظر التقليدية الدنيوية والدينية	مقابر فريزر		
العصر الإسلامي	بنى المسجد على الطراز الفاطمي وأطلق عليه هذا الاسم نسبة إلى الفاروق عمر بن الخطاب	مسجد العمراوي	مركز المنيا	
العصر الإسلامي	مسجد أثري يرجع تاريخ بناءه للعصر الفاطمي	مسجد اللمطي		
العصر الإسلامي	ينتسب للإمام الفولي أحد أهم علماء الحديث	مسجد الفولي		
العصر الإسلامي	مسجد شيد على نمط العمارة الإسلامية القديمة	مسجد على المصري		
العصر الإسلامي	مسجد أثري أنشئ في بداية القرن العشرين	مسجد هدى شعراوي		
العصر القبطي	كنيسة أثرية يعود تاريخها للقرن الرابع الميلادي	كنيسة الأنبا أباهور		
العصر القبطي	كنيسة أثرية يعود تاريخها للقرن الثامن عشر	كنيسة الأنبا بيجول		
العصر المصري القديم	تحتوي على مجموعة من مقابر الدولة القديمة	زاوية سلطان		
العصر المصري القديم	تحتوي على 39 مقبرة من عصر الانتقال الأول زمن الأسرتين التاسعة والعاشره الإهناسيتين ومقابر الدولة الوسطى، ويرجع عدد قليل من المقابر للأسرة السادسة	مقابر حكام إقليم الوعل	بنى حسن	• أبو قرقااص
العصر المصري القديم	شيد في عهد الملكة حتشبسوت والملك تحتمس الثالث ولقد سميت المنطقة بكهف أرتميس نسبة إلى هذه الإلهة اليونانية التي ربطوا بينها وبين الإلهة باخت	معبد الإلهة باخت	إسطبل عنتر	
العصر المصري القديم	يقع إلى الغرب من كهف أرتميس ويحمل اسم الإسكندر الرابع وهناك إشارات لوجود جبانة كانت مخصصة لدفن القطة المقدسة	معبد أثري	الإسطبل الصغير	



العصر القبطي	دير آثرى شيد في القرن الرابع الميلادي	دير أبو فانا	هور	• ملوى
العصر المصري القديم	بها معبد للملك رمسيس الثاني وإلى الشمال منه عثر على مقصورة صغيرة من عهد الملك أخناتون وهيكل من العصر الروماني	معبد رمسيس الثاني	الشيخ عبادة	
العصر القبطي	دير آثرى شيد في القرن الخامس الميلادي به كنيسة أثرية تجمع بين عناصر الفن البيزنطي والبالكي	دير أبو حنس	شرق الروضة	
العصر المصري القديم	مقابر منقورة في الصخر ترجع لعصر الدولة الوسطى	مقابر حكام الإقليم الخامس عشر	دير البرشا	
العصر الإسلامي	مسجد أثرى أنشئ في العصر الفاطمي	مسجد اليوسفي	مدينة ملوى	
العصر الإسلامي	مسجد أثرى أنشئ في العصر العثماني	مسجد العسقلاني		
العصر المصري القديم	مجموعة من المقابر الصخرية التي تؤرخ لعصر الدولة القديمة خاصة عصر الأسرات الرابعة والخامسة والسادسة	مقابر الدولة القديمة	الشيخ سعيد	
العصر المصري القديم	تتضمن معبد مؤرخ من الدولة الوسطى، معبد جوتي من الأسرة الثامنة عشر والتاسعة عشر ومعبد رعمسيس الثاني وبوابة من العصر المتأخر ومعبد فيليب ارهيداويوس	مجموعة معابد أثرية	الأشمونين	
العصر المصري القديم	تضم المنطقة اثني عشر معبداً وأربع وعشرون داراً جنائزية بالإضافة لمقبرة با دي إوزير والسراديبي ولوحة الحدود	مجموعة معابد أثرية	تونا الجبل	
العصر المصري القديم	تضم المنطقة عدداً من الآثار الهامة، من أبرزها القصر الجنوبي والقصر الشمالي ومعابد آتون والأحياء السكنية ومقابر الأفراد التي تضم 25 مقبرة في مجموعتين والمقبرة الملكية والتي تتضمن جدرانها مناظر لإخناتون وأسرته.	مجموعة معابد أثرية	تل العمارنة	• دير مواس

المصدر: الشراوي، 2010.

رابعاً : أعداد المنشآت الفندقية والمطاعم والكافيتريات بمحافظة المنيا وتحليل الوضع القائم باستخدام مصفوفة SWOT سجلت أرض المنيا صفحات ناصعة في تاريخ مصر القديمة، فتعد مركز عبادة الإله جوتي إله الحكمة في مصر القديمة ومهبط نظرية من نظريات الخلق "ثامون الأشمونين" واختار إخناتون جزء من أرضها "تل العمارنة" لكي يشهد دعوة الوجدانية لعبادة الإله آتون (نور الدين، 2008)، وتتعدد المنشآت الفندقية والمطاعم والكافيتريات بالمحافظة طبقاً للجدول التالي:

جدول رقم (4) تحليل الكثافة الفندقية الحالية لمحافظة المنيا

إجمالي أعداد الفنادق المصنفة	أعداد المنشآت الفندقية						المنطقة
	غير مصنف	نجمة واحدة	نجمتان	ثلاث نجوم	أربع نجوم	خمس نجوم	
6	3	2	2	1	1	-	محافظة المنيا
إجمالي أعداد غرف المنشآت الفندقية المصنفة	أعداد الغرف الفندقية						
	غير مصنف	نجمة واحدة	نجمتان	ثلاث نجوم	أربع نجوم	خمس نجوم	
254	171	65	74	61	54	-	

المصدر: كتيب غرفة المنشآت الفندقية، 2016.

جدول رقم (5) تحليل أعداد المطاعم والكافيتريات بمدينة المنيا

إجمالي أعداد المطاعم	أعداد المطاعم المتواجدة							المنطقة
	مطاعم محلية					سلاسل محلية	سلاسل عالمية	
	مأكولات إيطالية	وجبات سريعة	وجبات شعبية	مأكولات بحرية	مأكولات شرقية			
23	5	3	3	2	7	2	1	محافظة المنيا
إجمالي أعداد الكافيتريات	أعداد الكافيتريات المتواجدة							
	كافيتريات محلية			سلاسل عالمية				
9	9			-				

المصدر: الموقع الإلكتروني لمحافظة المنيا، 2019.

يعتبر نموذج SWOT من أهم أدوات التسويق الاستراتيجي والمستخدم لتحليل الوضع الحالي للمؤسسات بوجه عام، فهو دراسة مركزة لبيان نقاط القوة والضعف الداخلية للمؤسسة والفرص المتاحة أمامها للنمو والتحسين وأبرز التهديدات التي يحتمل أن تواجهها في البيئة الخارجية (Harrison, 2010)، ويوضح الجدول التالي تحليل SWOT لمحافظة المنيا:

جدول رقم (6) تحليل SWOT لمحافظة المنيا

عناصر البيئة الداخلية	
نقاط القوة Strength	نقاط الضعف Weakness
مزارات ومواقع أثرية من كافة العصور التاريخية المتعاقبة	عدم وجود فنادق من فئة الخمس والأربع نجوم ذات العلامة التجارية
موقع جغرافي مميز ومناخ جيد في فصل الشتاء	قلة المطبوعات والملصقات الترويجية المطبوعة باللغات الأجنبية
وجود حرف وصناعات يدوية تظهر الهوية الوطنية للدولة	قصور الوعي لدى المواطنين بأهمية قطاع السياحة كقطاع رائد
تعدد مقومات السياحة الداخلية ومناسبة الأسعار للسكان المحليين	ضعف مهارات العاملين في القطاع السياحي لقلة مراكز التدريب
توافر خدمات البنية التحتية المختلفة كالطرق، المياه والكهرباء	عدم وضع المزارات الأثرية بالمنيا على خرائط Google Earth
عناصر البيئة الخارجية	
الفـرص Opportunities	التهديدات Threats
الفرص الاستثمارية بالمحافظة والمعلنة من قبل وزارة الاستثمار	المشكلات السياسية وعدم الاستقرار الأمني في بعض الأوقات
القيمة التاريخية لمسار العائلة المقدسة لاسيما بعدما أدرجه الفاتيكان	عدم وجود مطار دولي يخدم المحافظة ويربطها بالعالم الخارجي
أحياء مهرجانات التراث والفلكلور الشعبى بالمحافظة	ضعف المخصصات المالية الحكومية الخاصة بالحملات التسويقية
شبكة طرق مجددة "محور ملوى - محور بنى مزار - محور سمالوط"	هروب العمالة الماهرة للعمل في المحافظات السياحية الكبرى
امتداد شاطئ النيل لمسافة أكثر من 135 كم في محافظة المنيا	انخفاض إقبال الطلاب على الالتحاق بالتعليم السياحي الجامعي

المصدر: الإطار النظري للدراسة.

## الإطار العملي

اعتمد الإطار العملي في هذه الدراسة على نظام استمارة الاستقصاء الميداني المعدة مسبقاً لتوزيعها على عينة الدراسة، وقد استخدم الباحث العينة الميسرة وهي عينة غير احتمالية في تجميع البيانات نظراً لأنها العينة التي ارتضت التعاون في الإجابة على استمارة الاستقصاء، وبالتالي فكان من الصعب تحديد مفردة بعينها، ولقد راعى الباحث شمولية العينة من جميع القطاعات والهيئات الحكومية المختصة بالقطاع السياحي بمحافظة المنيا، وقد تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي لقياس استجابات المبحوثين لفقرات الاستبيان حيث (5 موافق بشدة، 4 موافق، 3 محايد، 2 غير موافق، 1 غير موافق بشدة)، بالإضافة إلى المقابلات الشخصية المنظمة مسبقاً مع عينة من مسؤولي الإدارة العليا للمنشآت الفندقية، شركات السياحة ومدراء سلاسل المطاعم العالمية والمحلية العاملة بالمنيا، ويوضح الجدول التالي نوعية وأعداد الفئات التي تم توزيع عليها استمارة الاستقصاء:

جدول رقم (7) نوعية وأعداد عينة الدراسة

العينة	الأداة الإحصائية	القطاع	الفئة
23	المقابلة الشخصية المخططة مسبقاً	مسئولي الإدارة العليا بالفنادق	المؤسسات الفندقية والسياحية:
35		المدراء بشركات السياحة العاملة	
1		مدراء سلاسل المطاعم العالمية	
20		مدراء المطاعم المحلية	
15	استمارة الاستبيان	إدارة السياحة بمحافظة المنيا	الهيئات الحكومية المختصة بالقطاع السياحي:
15		مدراء المناطق الأثرية بالمنيا	
59		العاملون بالمناطق الأثرية	
168	الإجمالي		

قام الباحث في البداية باختبار قائمة الاستقصاء الميداني عن طريق توزيع عدداً من القوائم الاستطلاعية المبدئية للتعرف على مدى تفهم المستقصى منهم للأسئلة الموجهة إليهم، ثم قام الباحث بعد ذلك باختبار قائمة الاستقصاء الميداني مرة أخرى من حيث معاملي الصدق والثبات، حيث عرض الباحث استمارة الاستقصاء على مجموعة من المحكمين من الخبراء المتخصصين في مجال الإدارة الفندقية وقد استجاب الباحث لأراء المحكمين وقام بإجراء ما يلزم من حذف وتعديل في ضوء المقترحات المقدمة، كما قام الباحث بحساب قيمة معامل الارتباط لسبيرمان، وتوضح النتيجة من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (8) قيمة معامل الارتباط لسبيرمان

قيمة معامل الارتباط لسبيرمان	القيمة الاحتمالية Sig.
0.81	0.00

المصدر: القصاص، 2007.

يتضح من الجدول السابق أن قيمة معامل الارتباط لسبيرمان = 0.81 وهو ما يعنى إنها دالة إحصائياً عند مستوى معنوية  $\alpha = 0.05$  وبذلك يعتبر جميع مجالات الاستبيان صادقه لما وضع لقياسه، كما استخدم الباحث طريقة ألفا كرونباخ لقياس ثبات استمارة الاستقصاء، وتوضح النتيجة من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (9) نتيجة اختبار ألفا كرونباخ

قيمة معامل ثبات ألفا كرونباخ	مستوى الدلالة
0.87	0.01

المصدر: القصاص، مرجع سبق ذكره.

يتضح من الجدول السابق أن قيمة معامل ألفا كرونباخ = 0.87 عند مستوى دلالة 0.01 وهذا يعني أن معامل الثبات مرتفع، وبالتالي تكون استمارة الاستقصاء في صورتها النهائية وقابلة للتوزيع، وبذلك يكون الباحث قد تأكد من صدق وثبات استمارة الدراسة مما يجعله على ثقة تامة بصحة الاستمارة وصلاحيتها لتحليل النتائج والإجابة على تساؤلات الدراسة واختبار فروضها، وقام الباحث بعد ذلك بتحليل استمارة الاستقصاء من خلال برنامج التحليل الإحصائي Version 24 SPSS، وتمثلت أهم النتائج المتحصل عليها فيما يلي:

جدول رقم (10) تحليل بيانات استمارة الاستقصاء

بنود الاستقصاء	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	قيمة Z
1- يوجد العديد من المقومات السياحية والأثرية بمحافظة المنيا لم تستغل الاستغلال الأمثل.	-	-	1	60	39	5.81
2- الافتقاد لوجود منشآت فندقية متخصصة تناسب مع المقومات السياحية لمحافظة المنيا.	-	-	-	56	44	4.92
3- لابد من الاهتمام بتوفير مقومات البنية التحتية للمستثمرين في مجال صناعة الفنادق.	-	-	-	29	71	9.4
4- تقوم الشركات السياحية الكبرى بإدراج محافظة المنيا ضمن البرامج السياحية المنظمة لديها.	51.7	41.1	4.3	2.9	-	7.2
5- توجد نتائج واقعية وملموسة لخطط الدولة المتعلقة بالتنمية السياحية الخاصة بمحافظة المنيا.	53.2	42.4	2.3	2.1	-	13.2
6- يوجد مردود إيجابي للوسائل التسويقية المطبقة حالياً والخاصة بالوضع السياحي الراهن لمحافظة المنيا.	49.7	39.2	8.3	2.8	-	9.4

يتضح من خلال تحليل البيانات الواردة في الجدول السابق ما يلي:

- أن المبحوثين الذين شملهم الاستبيان يرون أن محافظة المنيا بها العديد من المقومات السياحية والأثرية والتي لم تستغل بشكل مباشر في خدمة صناعة السياحة، (60% موافق بشده، 39% موافق) بينما تقف نسبة (1%) من المبحوثين موقف الحياد تجاه ذلك الأمر، وتدل قيمة Z عند مستوى معنوية 1% على عدم وجود فروق معنوية تجاه عدم استغلال المقومات السياحية والأثرية بمحافظة المنيا.
- يرى المبحوثين أن محافظة المنيا تفتقد لوجود منشآت فندقية متخصصة قادرة على استيعاب أعداد السائحين القادمين إليها، (56% موافق بشده، 45% موافق) وتدل قيمة Z عند مستوى معنوية 1% على عدم وجود فروق معنوية بين المبحوثين الأمر الذي يعنى اتفاقهم على عدم وجود منشآت فندقية لائقة في محافظة المنيا الأمر الذي قد يقف عائقاً أمام مقتضيات التنمية الشاملة بهذه المحافظة.
- يرى المبحوثين أن توفير مقومات البنية الأساسية للمستثمرين يسهم بصورة مباشرة في تشجيع الاستثمار الفندقى فى محافظة المنيا، (71% موافق بشده، 29% موافق) وتدل قيمة Z عند مستوى معنوية 1% على عدم وجود فروق معنوية بين المبحوثين الأمر الذى يعنى اتفاقهم على أهمية دور الدولة فى توفير مقومات البنية التحتية الأساسية.
- أن هناك نسبة 92.8% من المبحوثين الذين شملهم الاستبيان قد أعزو عدم قيام الشركات السياحية بإدراج محافظة المنيا ضمن البرامج السياحية لديها لعدة أسباب، من أهمها: عدم وجود منشآت فندقية من فئة الخمس والأربع نجوم

ذات العلامة التجارية العالمية، تدنى مستوى النظافة، عدم القيام بصيانة المناطق الأثرية بصورة دورية، بينما تقف نسبة (4.3%) من المبحوثين موقف الحياد، وتدل قيمة Z عند مستوى معنوية 1% على عدم وجود فروق معنوية بين المبحوثين، وهذا يعنى أن الشركات السياحية الكبرى لا تقوم بإدراج محافظة المنيا ضمن البرامج السياحية لديها للأسباب السابق ذكرها.

- أن هناك نسبة 95.6% من المبحوثين الذين شملهم الاستبيان قد أعزو لعدم وجود خطط ملموسة للتنمية السياحية بالمحافظة ذلك إلى كثرة القيود والإجراءات الإدارية التي من شأنها تنفر الكثير من المستثمرين في المجال الفندقى، قلة الوعى الأثرى لدى مواطنى المحافظة بأهمية صناعة السياحة كصناعة رائدة معظمة للمزايا النسبية التنافسية لمصر.
- أن هناك نسبة 92.8% من المبحوثين الذين شملهم الاستبيان قد أرجعوا عدم فاعلية الوسائل التسويقية المطبقة حالياً بمحافظة المنيا إلى عدم إتباع منهجيات التسويق الإلكتروني عبر مواقع التواصل الاجتماعى مثل You Tube، فضلاً عن عدم وجود خطط إستراتيجية لجلب الاستثمار ودعمه الأمر الذى أدى إلى تراجع السياحة النيلية، وتدل قيمة Z عند مستوى معنوية 1% على عدم وجود فروق معنوية بين المبحوثين، الأمر الذى يعنى اتفاقهم على أهمية عدم وجود مردود إيجابى للوسائل التسويقية المطبقة فى الوقت الحالى فى زيادة أعداد السياح بمحافظة المنيا.

#### نتائج تحليل المقابلات الشخصية:

- جاءت أهم نتائج المقابلات الشخصية مع العينة المختارة من مسؤولى الإدارة العليا بالمنشآت الفندقية موضع الدراسة (نائب المدير العام - مدير قطاع الأغذية والمشروبات - مدير قطاع خدمة الغرف)، مسؤولى الإدارة العليا بشركات السياحة ومدراء مطاعم السلاسل العالمية والمحلية بالمنيا، على النحو التالى:
- أكد معظم المبحوثين أن ضعف الطاقة الفندقية فى محافظة المنيا راجع فى المقام الأول إلى بعض المشكلات الأمنية وقصور الوعى العام لدى السكان المحليين بأهمية صناعة السياحة ودورها الفاعل فى التنمية.
  - أكد معظم المبحوثين على ضرورة الاهتمام بالجانب التدريبى للعاملين فى مجال صناعة الضيافة بوجه عام، ومن ثم إعطاه الأولوية المطلوبة نظراً لأنه يعد بمثابة المدخل الرئيسى الذى من خلاله تستطيع المنشآت تهيئة الكوادر المختلفة فى كافة القطاعات والأقسام.
  - أكد معظم المبحوثين على أهمية تفعيل نظام الحوافز المادية الذى من شأنه زيادة معدلات الكفاءة فى العمل لدى العاملين فى مجال صناعة الضيافة وانعكاساته المباشرة والايجابية نحو أنتاج خدمات تتسم بالرقى والتطور.
  - أكد معظم المبحوثين على ضرورة تحسين المناخ العام فى داخل المنشأة من حيث تقوية العلاقات الإنسانية بين الأفراد، الأمر الذى ينعكس على جودة الخدمة المقدمة.
  - أكد معظم المبحوثين على ضرورة قيام المنشآت العاملة فى مجال صناعة الضيافة بالمنيا بمواكبة أحدث التطورات العلمية والتكنولوجية نظراً لتأثيرها المباشر فى درجة إرضاء العميل على الخدمات المقدمة، وذلك من خلال تدريب العاملين لديها على أحدث إصدارات هذه البرامج والتي تتضمن: برنامج Micros-opera المخصص لحجز الغرف الفندقية، برنامج Amadeus المخصص لحجز تذاكر الطيران، برنامج إدارة المطاعم Restaurant System Management.
  - أكد معظم المبحوثين أن إرضاء العملاء فى مجال صناعة الضيافة لن يتحقق إلا بقدره المنشأة على امتلاك ميزة تنافسية من خلال تكامل الأدوار بين تقديم خدمة فندقية بمواصفات جودة مرتفعة يصاحبها مزارات أثرية على قدر كبير

من الاهتمام والتنظيم عبر شبكة طرق مميزة في وجود تغطية أمنية قوية قادرة على توفير الأمن والأمان لجموع الزائرين.

- أكد معظم المبحوثين على أهمية فتح قنوات اتصال بين إدارة المنشآت الفندقية وإدارات المطاعم والكافيتريات وبين الكيانات العلمية الأكاديمية ككلية السياحة والفنادق بجامعة المنيا للعمل على استقطاب أفضل العناصر البشرية المؤهلة للعمل في مجال صناعة الضيافة.

#### اختبار فرض الدراسة:

يعتمد فرض الدراسة على وجود علاقة ارتباط بين تشييد المنشآت الفندقية من فئة الخمس والأربع نجوم ذات العلامة التجارية العالمية بمحافظة المنيا وبين إدراج المحافظة ضمن خطة منظمى الرحلات السياحية Tour Operators.

وينص فرض العدم على عدم وجود علاقة بين إقامة سلاسل المنشآت الفندقية العالمية من فئة الخمس والأربع نجوم بمحافظة المنيا وبين إدراج المحافظة ضمن خطة منظمى الرحلات السياحية، بينما ينص الفرض البديل على وجود علاقة بين تشييد سلاسل المنشآت الفندقية العالمية من فئة الخمس والأربع نجوم بمحافظة المنيا وبين إدراج المحافظة ضمن خطة منظمى الرحلات السياحية للمنيا.

من خلال توزيع استمارات الاستقصاء على مجتمع الدراسة المستهدف، وجد أن متوسط قيمة Z على أسئلة الاستمارة = 4.65 عند مستوى معنوية 0.01 ويعنى ذلك وقوعها فى منطقة الرفض مقارنة بقيمة  $Z = 2.56$  العيارية، وبذلك يتم رفض فرض العدم، وقبول الفرض البديل والذي ينص على:

أن هناك علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين تشييد المنشآت الفندقية من فئة الخمس والأربع نجوم ذات العلامة التجارية العالمية بمحافظة المنيا وبين إدراج المحافظة ضمن خطة منظمى الرحلات السياحية.

وقد ثبت أن هذه العلاقة علاقة طردية قوية، وبالتالي أمكن إثبات صحة فرض الدراسة، ومن ثم فإن تشييد سلاسل المنشآت الفندقية من فئة الخمس والأربع نجوم ذات العلامة التجارية العالمية بمحافظة المنيا مرتبط بصورة مباشرة بإدراج محافظة المنيا ضمن خطة منظمى البرامج السياحية.

#### النتائج والتوصيات

##### أولاً : النتائج

تمثلت أهم النتائج المتحصل عليها من هذه الدراسة، فى النقاط الرئيسية التالية:

- محافظة المنيا بها إمكانيات أثرية وتاريخية كبيرة نظراً لأنها تعد من أكثر محافظات مصر ثراء فى الآثار من كافة العصور التاريخية، حيث تحتل المركز الثالث أثرياً بعد محافظتى الأقصر والجيزة، وتضم أكثر من 40 موقعا أثرياً لسته عصور تاريخية متعاقبة، ورغم كل هذا الزخم التاريخى إلا أنه لم يتم استغلال هذه المقومات حتى الآن بالشكل المطلوب، حيث تفقد فعلياً إلى وجود منشآت فندقية من فئة الخمس والأربع نجوم ذات العلامة التجارية العالمية، حيث لا يتواجد بها إلا 6 منشآت فندقية مصنفة من قبل وزارة السياحة المصرية لا تتعدى طاقتهم الاستيعابية 254 غرفة فندقية.

- عدم قيام الشركات السياحية الكبرى بوضع المناطق الأثرية بمحافظة المنيا ضمن البرامج السياحية لديها نظراً لمحدودية أعداد المنشآت الفندقية من فئة الخمس والأربع نجوم بها، وبالتالي تقف عاجزة عن تلبية متطلبات التنمية السياحية الشاملة بهذه المحافظة الواعدة.
- عدم القيام بصيانة المناطق الأثرية بالمحافظة بصورة دورية يؤثر على الوضع السياحي التنافسي للمحافظة بصورة مباشرة، ولعل منطقة "الأشمونين" بمركز ملوى بمحافظة المنيا أصدق دليل على ذلك والتي تحتوى على أطلال معبد شيدته الملك "أمنحتب الثالث" للإله "جوتى"، حيث تتناثر القطع الأثرية على شكل أعمدة ملقاة على الأرض تحت أقدام الأطفال وقت لهوهم، بالإضافة إلى منطقتى "طهنا الجبل" و"مقابر فريزر" حيث وصل حد الإهمال إلى التعدى على المناطق الأثرية ببناء الأسوار والمنازل فضلاً عن إلقاء المخلفات والقمامة بصورة غير مشروعة، وكذلك محاولات البعض التعدى على المدينة الأثرية عاصمة إخناتون القديمة بالمنطقة الأثرية بتل العمارنة بالمنيا.
- قلة الوعي الأثرى لدى مواطنى المحافظة بأهمية صناعة السياحة كصناعة متسارعة النمو ومعظمة للمزايا التنافسية لمصر الأمر، حيث يؤدى الرواج السياحي إلى زيادة فرص العمل ومن ثم الازدياد الملحوظ فى معدلات الدخل وبالتالي ارتفاع مستوى المعيشة بوجه عام.
- وجود خطة لدى المسؤولين عن الهيئات السياحية الحكومية بالمحافظة عن التطوير السياحي لمحافظة المنيا ولكنها غير مفعلة وغير متناسبة مع المتغيرات الحديثة فى العصر الحالى وبالتالي لابد من مواجهة المعوقات التى تقف حائلاً أمام مشاركتها مشاركة فاعلة فى ومن ثم إدراجها ضمن خطة منظمى البرامج السياحية.

#### ثانياً : التوصيات والمقترحات

- وفقاً لمخطط شامل يضع على رأس أولوياته الأهمية المتصاعدة لصناعة الضيافة بمحافظة المنيا، يمكن استخلاص مجموعة من الحلول والمقترحات القابلة للتنفيذ العملى، كالتالى:
- تصميم شعار لحملة تسويقية لمحافظة المنيا ترتبط بوجود صورة ذهنية ايجابية لدى السائحين، ويقترح الباحث الشعار التالى للحملة التسويقية المقترحة:



شكل رقم (1) الشعار المقترح للحملة التسويقية للمنيا

- ويرتكز شعار الحملة على رأس الملكة نفرتيتى وهى زوجة الملك إخناتون صاحب فكرة التوحيد فى العقيدة المصرية القديمة، وقد عثر على رأس نفرتيتى فى منطقة تل العمارنة أقصى جنوب محافظة المنيا، ويؤكد شعار الحملة أن القديم من ذهب وأن مصر بلد سبعة آلاف عام من الحضارة، وبالتالي فإن الصورة الذهنية للحملة تركز على أن مصر قديمة كالذهب تزداد قيمتها مع مرور الزمن.
- إعداد خطة تسويقية لمحافظة المنيا بمشاركة جميع الأطراف (المحافظة - وزارة السياحة - الهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي - غرفة المنشآت الفندقية - غرفة المنشآت السياحية - المستثمرون)، تعتمد على البنود الرئيسية التالية:

## جدول رقم (11) بنود الخطة التسويقية المقترحة لمحافظة المنيا

مستول التنفيذ	التوقيت	البند
الهيئة المصرية العامة للتشيط السياحي.	قبل بداية الحملة التسويقية بثلاثة أشهر ويتم تكرارها مرتين خلال العام الواحد ولمدة ثلاث سنوات على الأقل.	- إعداد حملة تسويقية على مواقع التواصل الاجتماعي You Tube، تركز على إبراز المنيا كمنطقة من مناطق الجذب السياحي ولاسيما بعد تطوير البنية الفندقية بالمحافظة.
إدارة السياحة بمحافظة المنيا.	قبل بداية الحملة التسويقية بثلاثة أشهر.	- إضافة روابط Links للمزارات السياحية الموجودة بالمنيا وذلك على الموقع الإلكتروني لليونسكو للتراث العالمي والموقع الإلكتروني لمحافظة المنيا والمواقع ذات الصلة.
الهيئة المصرية العامة للتشيط السياحي.	قبل بداية الحملة التسويقية بثلاثة أشهر على أن تستمر لمدة سنتان على الأقل ويتم بث المادة الدعائية في أيام نهاية الأسبوع.	- إعداد دعاية تليفزيونية فى المحطات الفضائية العالمية، على أن تعتمد على إظهار المناطق والأثرية بمحافظة المنيا والتي تم تطويرها وترميمها واكتشافها حديثاً.
الهيئة المصرية العامة للتشيط السياحي.	قبل بداية الحملة التسويقية بستة أشهر على الأقل.	- طباعة كتيبات صغيرة الحجم ونشرات تعريفية عن المزارات والمناطق الأثرية المكونة لمحافظة المنيا وذلك بعدة لغات أجنبية على أن تعرض في المنشآت الفندقية والشركات السياحية الكبرى.
إدارة السياحة بمحافظة المنيا.	قبل بداية الحملة التسويقية بستة أشهر على الأقل.	- إعداد حملات الكترونية محلية لكل منطقة على حدة من المناطق الأثرية المكونة لمحافظة المنيا على أن يتم ربطها بمواقع إدارة السياحة بالمحافظة، وزارة السياحة، وزارة الآثار وموقع اليونسكو الخاص بممتلك التراث العالمي على أن يتم مراجعة محتويات المادة الدعائية لهذه الحملات من خلال إدارة السياحة بالمحافظة والهيئة المصرية العامة للتشيط السياحي.
الهيئة المصرية العامة للتشيط السياحي.	قبل بداية الحملة التسويقية بستة أشهر على الأقل.	- وضع جميع المزارات السياحية الخاصة بمحافظة المنيا على خرائط Google Earth وشببياتها من المنصات الالكترونية.
وزارة السياحة.	قبل بداية الحملة التسويقية بشهر على الأقل على أن يتم تكرار هذا الحدث مرة واحدة سنويا.	- تبنى ورعاية تنظيم فعاليات رياضية معينة تنظم فى داخل محافظة المنيا، مثل: ♦ سباق السيارات الدولى "رالى الفراعة". ♦ سباق الدراجات الدولى بمشاركة رياضيين من جنسيات متعددة. ♦ سباق المارثون للمسافات الطويلة.
الهيئة المصرية العامة للتشيط السياحي.	قبل بداية الحملة التسويقية بشهر على الأقل على أن يتم الإعلان عن مهرجان واحد على الأقل شهريا فى محطات التلفزة العالمية.	- توزيع جدول الأحداث السنوية والمهرجانات السياحية التى من الممكن أن تنظم بمحافظة المنيا على كل السفارات المصرية الموجودة فى الأسواق السياحية المستهدفة وعلى السفارات الأجنبية الموجودة فى داخل جمهورية العربية ومن أمثلتها: ♦ مهرجان الفنون الشعبية ولاسيما التحطيب "اللعب بالعصا" وهو فن من الفنون القتالية المصرية المستمدة من الأصول المصرية القديمة. ♦ مهرجان الحرف التقليدية والتراثية (الخيامية - المشغولات النحاسية - المشغولات الخشبية - الصدف - الخوص - التطريز اليدوى وغيرهم). ♦ مهرجان الأفلام القصيرة.



- النهوض بصناعة الضيافة في محافظة المنيا من خلال اقتراح استراتيجية خاصة بتنمية هذه الصناعة المتنامية، ويتضح ذلك من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (12) استراتيجية تنمية صناعة الضيافة بمحافظة المنيا

الخطوات والإجراءات	الجهة / الجهات المسؤولة	أسلوب وطريقة التنفيذ	الوضع القائم
- إنشاء المنشآت الفندقية من فئة الخمس والأربع نجوم بالمحافظة.	- المحافظة.	- إدراج جهات الاختصاص الرسمي لجهة واحدة تتعامل مع المستثمر مباشرة. - إتباع نظام تخصيص الأراضي للمشروعات الفندقية ذات الجدوى الاقتصادية.	- تفقد المحافظة حالياً إلى وجود منشآت فندقية من فئة الخمس والأربع نجوم على استيعاب أعداد الزائرين.
- إنشاء المطاعم والكافيتريات بالمحافظة.	- المحافظة.	- تسهيل الإجراءات فى الحصول على التراخيص مع الالتزام بالشروط الموضوعه.	- يتواجد بالمحافظة عدداً من المطاعم والكافيتريات المحلية ولكنها تحتاج لزيادة أعداد مطاعم وكافيتريات السلاسل العالمية.
- زيادة الوعى السياحي للسكان المحليين.	- الكيانات العلمية الأكاديمية كالجامعات والمدارس. - الهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحى.	- تسهيل الإجراءات فى الحصول على التراخيص مع الالتزام بالشروط الموضوعه.	- هناك قصور فى الوعى العام بأهمية السياحة كقطاع رائد.
- تطوير مقومات البنية التحتية.	- المحافظة.	- إدراج ذلك ضمن موازنة الدولة مع إمكانية طرح ذلك باستخدام نظام B.O.T أو غيره من نظم الإدارة والاستغلال.	- تقوم الدولة بتطوير مقومات البنية التحتية وفقاً لخطه موضوعه ولكنه يرجى الإسراع فى تنفيذ الخطه وفقاً للتوقيتات المعلنة.
- رفع كفاءة العاملين فى مجال صناعة الضيافة.	- وزارة السياحة. - الكيانات العلمية الأكاديمية كالجامعات والمدارس.	- إعداد برامج تأهيلية وتدريبية تحت إشراف المتخصصين لرفع معدلات كفاءة العاملين.	- هناك محاولات جيدة لرفع معدلات كفاءة العاملين من خلال الدورات التدريبية المتخصصة.

- لابد من وجود رؤية واضحة تقوم على دعوة رجال الأعمال والمستثمرين لإنشاء مدن سياحية أخرى أسوة بالغرندقة وشرم الشيخ وتوضيح مميزات المحافظة في فرص الاستثمار السياحي كتوافر الأيدي العاملة ومصادر الطاقة المتعددة ووجود مقومات البنية التحتية.
- لابد من التخلص من المشكلات والعوائق التي تقف حائلاً أمام التنمية الفندقية بمحافظة المنيا والتي تتضمن: البيروقراطية الإدارية وما تقتضيه من كثرة القيود والإجراءات الإدارية وبالتالي طول فترة استخراج التراخيص والأوراق اللازمة، تعدد وتضارب جهات الاختصاص الرسمي التي تصدر قراراً بالموافقة أو برفض المشروع المقدم لها، هبوط مستوى بعض خدمات البنية التحتية بما يتعارض مع دوافع المستثمر الجاد.
- لابد من إحياء مقومات الجذب السياحي التراثية بإقامة مناطق تراثية تقليدية تقدم الخدمات السياحية في شكل مشغولات وفن محلي يعرض الفنون الفلكلورية من خلال المسارح المفتوحة للحفاظ على التراث البيئي وتنشيطه بوصفه أحد الدعائم الأساسية التي تستند عليها خطة التنمية السياحية المستدامة وذلك من خلال استخدام الأسلوب العلمي في دراسات التقييم البيئي وبحث أساليب الاستغلال.
- لابد من تطوير مشروع البواخر السياحية بالمحافظة، من خلال رفع كفاءة المشروع وإعادة هيكلة جميع الإمكانيات المتاحة به، مع أهمية إعداد برنامج دعائي من خلال شركات متخصصة في التسويق والإعلان عن المحافظة ومقوماتها المختلفة وإمكانياتها السياحية والأثرية المتنوعة.
- ضرورة تنظيم وتسويق رحلات لمسار العائلة المقدسة بمصر مع أهمية تأهيل نقاط المسار، مع حتمية وجود دورات مياه مجهزة لاستقبال أصحاب الكراسي المتحركة والذين يمثلون أكثر من 80% من زائري المسار، لاسيما بعدما قررت دولة الفاتيكان إدراج مسار العائلة المقدسة في مصر ضمن كتالوج المزارات السياحية المعتمدة لها.
- لابد من إنشاء معرض دولي سياحي تتبناه المحافظة وتنشيطه على قائمة الأجندة السياحية على أن يتم انعقاده سنوياً بهدف الترويج السياحي للمحافظة، مع أهمية استحداث المهرجانات الترويجية المرتبطة بمحافظة المنيا كمهرجان الفنون الشعبية ومهرجان الحرف التراثية، وذلك بالتعاون الجهات المختصة بوزارة السياحة والهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي، مع استخدام التسويق الإلكتروني كأداة ترويجية فعالة للحرف التقليدية والتراثية بالمحافظة.
- إطلاق مبادرة "صنع في المنيا" كأداة من أدوات التسويق الإلكتروني والتنشيط السياحي، هذا إلى جانب النشر العلمي للمناطق الأثرية في محافظة المنيا ونشرها في إصدارات عالمية مثل إصدارات المركز الفرنسي للدراسات الشرقية.
- ضرورة تنظيم دورات تدريبية للعاملين في مجال صناعة الضيافة لتحسين الأداء وتطوير المهارات والتعاون بين وزارة السياحة ووزارة الطيران المدني ممثلة في الشركة القابضة لمصر للطيران، ودعوة السلطات السياحية الحكومية والقطاع الخاص السياحي والفندقي لتقديم منتج سياحي ذو جودة عالية تنافس المنتجات السياحية العالمية.
- لابد من تحديث التشريعات والقوانين السياحية، وسرعة إصدار قانون التجارة الإلكترونية لتنظيم كافة المعاملات الإلكترونية السياحية، مع أهمية استعانة وزارة السياحة والهيئة المصرية للتنشيط السياحي بالخبرات الأكاديمية والمتخصصين عن إعداد خطة التسويق السياحي للوزارة.
- لابد من اهتمام المنشآت الفندقية والمطاعم بضرورة تقديم وجبات متكاملة العناصر والقيمة الغذائية تعتمد على مراعاة كمية السعرات الحرارية في كل وجبة.

## المراجع

- ، (2019)، أعدد الكافيتيريات والمطاعم بمحافظة المنيا: [http://www.minia.gov.eg/New\\_Tourism/Restaurants%20and%20Cafes.aspx](http://www.minia.gov.eg/New_Tourism/Restaurants%20and%20Cafes.aspx) تاريخ آخر إطلاع: 2019/8/2.
- ، (2018)، الحركة السياحية الوافدة لمحافظة المنيا فى الفترة (2015 - 2018)، إصدارات إدارة السياحة بمحافظة المنيا.
- ، (2017)، الرؤية المستقبلية والمشروعات الداعمة لتنمية محافظة المنيا، القاهرة: إصدارات الهيئة العامة للتخطيط العمرانى بوزارة الإسكان والمرافق والمجمعات العمرانية.
- ، (2019)، السياحة فى المنيا: [http://www.minia.gov.eg/New\\_Tourism/default.aspx](http://www.minia.gov.eg/New_Tourism/default.aspx) تاريخ آخر إطلاع: 2019/8/5.
- الجندي، نزار نزيه، (2018)، تقييم جودة خدمات الضيافة فى الفنادق السورية - دراسة تطبيقية على عينة من الفنادق الثلاث نجوم، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية السياحة والفنادق بجامعة المنصورة.
- الشراقوي، باسم سمير، (2010)، محافظة المنيا - المواقع الأثرية والمزارات الدينية، القاهرة: إصدارات المجلس الأعلى للآثار، سلسلة الثقافة الأثرية والتاريخية، مشروع المائة كتاب.
- العبادي، على محمود، (2008)، نشأة المدن المصرية على ضفاف النيل، القاهرة: دار حروف منشورة للنشر.
- القصاص، مهدى محمد، (2007)، مبادئ الإحصاء والقياس الاجتماعى، المنصورة: بدون ناشر.
- حامد، أحمد عبيد، (2012)، آليات وضع مدينة قوص على الخريطة السياحية؛ الفرص والتحديات، المجلة العلمية لكلية السياحة والفنادق بجامعة الفيوم - المجلد السادس - العدد الثانى، ص 233 - 259.
- حسن، محمد نجيب، (2018)، مبادئ صناعة الضيافة، القاهرة: دار أتون للطباعة والنشر.
- دعبس، محمد يسرى، (2003)، صناعة السياحة بين النظرية والتطبيق، الإسكندرية: الملتقى المصرى للإبداع والتنمية.
- صالح، لمياء حسنى؛ عمر، نهى أحمد & فؤاد، ماهينور أحمد، (2013)، تقييم خدمات الضيافة فى الشقق الفندقية بالقاهرة، مجلة إتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة، كلية السياحة والفنادق بجامعة قناة السويس، - المجلد العاشر - العدد الأول، ص 103 - 114.
- عبد الوهاب، صلاح الدين، (1991)، التنمية السياحية، القاهرة: الطبعة الأولى، دار زهران للطباعة والنشر.
- عراقي، محمد إبراهيم & عطا الله، فاروق عبد النبى، (2007)، التنمية السياحية المستدامة فى جمهورية مصر العربية - دراسة تقييمية بالتطبيق على محافظة الإسكندرية، الإسكندرية: ورشة عمل تحت عنوان السياحة فى الإسكندرية، المعهد العالى للسياحة والفنادق بالسيوف، ص 1 - 30.
- مرسى، سلوى محمد، (1997)، أهمية القطاع السياحى وبعض الأزمات التى تعرض لها، القاهرة: إصدارات وحدة بحوث الأزمات، المؤتمر السنوى الثانى لإدارة الأزمات والكوارث، كلية التجارة، جامعة عين شمس.
- نور الدين، محمد عبد الحليم، (2008)، مواقع الآثار المصرية القديمة منذ أقدم العصور وحتى نهاية عصر الأسرات المصرية القديمة، القاهرة: دار الأقبى للطباعة والنشر.

- هويدى، محمود، (2008)، مدخل إلى دراسة الضيافة، القاهرة: دار الثقافة العربية.
- يحيى، نهاد كمال، & الشربيني، محمد زيدان، (2017)، تطبيق نظام SISPIO لتقييم مقومات الجذب السياحي بمحافظة المنيا، المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة، كلية السياحة والفنادق بجامعة الفيوم، المجلد 11، العدد 1، ص ص 40 – 57.
- Anonymous, (2016), *The Egyptian Hotel Guide*, Thirty Fourth Edition, Egyptian Hotel Association, Cairo.
- Harrison, J. (2010), *Essentials of Strategic Planning in Healthcare*, First Edition, Health Administration Press, Chicago, Illinois, AUPHA Press, Washington, DC.



**Journal of Association of Arab Universities  
for Tourism and Hospitality (JAAUTH)**  
Vol. 17 No. 1, 2019, pp. 172-191.  
journal homepage: <http://jaauth.journals.ekb.eg>



## Evaluating the Hospitality Services in Menya Governorate; a Comprehensive Vision

Hany Salah Sadek

Higher Institute of Specific Studies - Heliopolis, Cairo

### ARTICLE INFO

**Keywords:**  
Hospitality Services;  
Hotel Industry; Menya  
Governorate; and  
Archeological Sites.

**(JAAUTH)**  
**Vol. 17, No. 1,**  
**(2019),**  
**pp. 172-191.**

### Abstract

Egypt is one of the most important tourism attractions among the countries of the world because of its multi tourism treasures. Tourists from all over the world come to Egypt to enjoy the beauty and splendor of culture that is more than 7000 years old and is harmonious fusion of the Egyptian, Mediterranean, Greek and Arabic Cultures. In this aspect, Menya governorate is considered as the richest places in archeological sites, but an examining view on the Egyptian tourism map helps us to observe the phenomena of unbalanced distribution of hospitality establishments in this governorate. The field study was applied by distributing questionnaire forms to the selected sample from some hotel staff and officials in some tourism authorities. The data were analyzed using SPSS version 24. The main findings of this study states that there is a significant relationship between construction of five- & four-star hotel and the inclusion of the governorate in the Egyptian tourism map. The research concluded some strategies that contribute to the activation of the tourism development of Menya governorate