



جامعة المنصورة
كلية السياحة و الفنادق

تنشيط سياحة المهرجانات و أثرها على النشاط السياحي فى مصر

إعداد

محمد إبراهيم حسن السيد

باحث بدرجة الماجستير

كلية السياحة و الفنادق - جامعة قناة السويس

أ.د/ نرmin الشحات نصر

أستاذ مساعد بقسم الدراسات السياحية

كلية السياحة و الفنادق - جامعة قناة السويس

د/ مروة على عبد الوهاب

مدرس بقسم الدراسات السياحية

كلية السياحة و الفنادق - جامعة قناة السويس

مجلة كلية السياحة و الفنادق - جامعة المنصورة

عدد (٢) - ديسمبر ٢٠١٧

تنشيط سياحة المهرجانات و أثرها على النشاط السياحي فى مصر

إعداد

محمد إبراهيم حسن السيد^١ د/ مروة علي عبد الوهاب^٢ أ.د/ نرمين الشحات نصر^٣

المخلص

أصبحت سياحة المهرجانات من الأنماط السياحية الهامة التى تلعب دوراً كبيراً في تنشيط المقاصد السياحية، وتعد المهرجانات التى يتم الإحتفال بها موجوده فى كل المجتمعات، وتشير المؤشرات أن هناك زياده كبيرة فى أعداد هذه المهرجانات خلال السنوات العشرين الأخيرة، وبالنظر إلى هذه المهرجانات تدرجاً من المهرجانات ذات الطابع الدولي مروراً بالمهرجانات الإقليمية و المهرجانات المحلية وجد أنها تعد من أكثر أنماط الترفيه والأنشطة السياحية متعة، وتستغل مناطق الجذب السياحي شعبيه هذه المهرجانات بتنظيم البرامج السياحية المناسبه لها، وتتمثل مشكلة البحث أن سياحة المهرجانات لا تستحوز على عدد كبير من السائحين مقارنة بالانماط السياحية الاخرى على الرغم من تمتع مصر بالعديد من المقومات السياحية التى يمكن استثمارها لتنشيط سياحة المهرجات، وقد تناول البحث تعريف المهرجانات والأحداث الخاصة و أنواع المهرجانات و التطور التاريخي لنمط سياحة المهرجانات في مصر وتجارب الدول في صناعة سياحة المهرجانات و الوضع السياحي لسياحة المهرجانات في مصر و قد تم إقتراح إستراتيجية قد تساهم في تنشيط سياحة المهرجانات بمصر وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي الذي يتناسب مع موضوع البحث، والذي يقوم على فكرة تحليل المقومات والعناصر الأساسية للدراسة وصولاً إلى إستنباط النتائج التي تعالج مشكلة البحث، و الإعتماد في الدراسة الميدانية على إستمارات الإستبيان التي تم توزيعها على عينة عشوائية من العاملين في الشركات السياحية بالگردقة و شرم الشيخ والقاهرة و المنصورة ، وبلغ عددها (٢٠٠) إستمارة إستبيان، تم تحليلها كميأ باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS)، بالإضافة إلى

استطلاع آراء خبراء السياحة والأكاديميين عن طريق المقابلة الشخصية، وتم تحليل البيانات واختبار صحة فروض الدراسة، وتوصلت الدراسة الميدانية إلى إثبات صحة الفرضية الأولى بأنه توجد دلالة إحصائية بين استغلال المناطق السياحية وتنشيط سياحة المهرجانات، وتم إثبات صحة الفرضية الثانية إنه لا توجد دلالة إحصائية بين الحملات الترويجية لهيئة تنشيط السياحة وتنشيط سياحة المهرجانات، وإثبات صحة الفرضية الثالثة أنه يوجد تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية بين وسائل الترويج السياحي على تنشيط سياحية المهرجانات في مصر، وتوصل الباحث إلى عدد من التوصيات الخاصة بتطوير الخطط والإستراتيجيات التسويقية والإدارية لنمط سياحة المهرجانات بالنسبة للشركات السياحية ووزارة السياحة.

الكلمات المفتاحية : سياحة المهرجانات، التنشيط السياحي، الميزة التنافسية، الوضع السياحي في مصر

Festival Tourism Activating and it's Effect on the Tourism Activity in Egypt

Summary

Festival Tourism became one of the new tourism patterns in the tourism industry. This is because of its special importance as a certain kind of the tourism product. Festival Tourism plays quite an important role in developing the tourism destinations, particularly for the festivals, carnivals and the occasions of communities. Statistics indicated that there was a growing number in the festivals and occasions in the last 20 years. Such festivals vary from the international festivals e.g. the Olympic festivals and occasions to the regional and local festivals, which are considered one of the most recreational tourism activities. The core problem of the study emerges from the fact that Egypt enjoys all the factors that help in promoting festival tourism, but it does not attract the enough number of tourists in comparison with the other tourism patterns in Egypt. The study includes the definition of festival tourism, its types, its historical evolution as well as its current situation in Egypt.

The study also depended on the descriptive methodology which suits the subject of the study. It is built on the idea of analyzing the basic factors that help in shedding light on the findings that tackle that the problem of the study. The field study depended on the questionnaire forms by distributing a number of questionnaire forms to a random sample of the employees in the travel agencies of Hurgada, Sharm El-Shiekh, Cairo and Mansoura. The total number of the questionnaire forms is 200 forms, which have been statically analyzed by using the SPSS program. Furthermore, the field study also included making interviews with the academics and tourism experts for knowing their opinions and points of view about the subject of the study. The data have been analysed and the two hypotheses of the study

have been tested. Eventually the field study proved the there is a significant statistical correlation between exploiting the tourism sites of attractions and promoting the festival tourism. On the other hand, the field study proved that there is no significant statistical correlation between the promotional campaigns of the tourism board authority and promoting the festival tourism in Egypt. The alternative hypothesis has been proved and the result demonstrated that there is an influence of the tourism promotion mix e.g. "TV and Radio advertisements, Magazines' advertisements, brochures, public relations, personal sale and the internet" on promoting festival tourism in Egypt. The researcher has reached some recommendations concerning developing the planning process as well as the managerial and marketing strategies regarding the festival tourism for both of the travel agencies and the ministry of tourism in Egypt.

المقدمة:

تمثل سياحة المهرجانات وسيلة وأداة أساسية للجذب السياحي تتفنن فيها الدول كنوع من الدعاية والإعلان إذ يتم تزويدها بكافة عناصر التسويق والجذب السياحي لمختلف جنسيات السائحين في العالم ومن أبرز الدول في تنظيم المهرجانات هي البرازيل حيث يقام في ربيع كل عام مهرجانات راقصة تجوب كافة الشوارع وتبرز فيها كافة الفنون الشعبية من رقص وغناء وأزياء شعبية، كما تقام العديد من المهرجانات في مصر بمختلف المحافظات ويتم وضعها على الأجندة السياحية مثل مهرجان الفنون الشعبية بالإسماعلية ومهرجان الشرقية للخيول العربية، ومهرجان القاهرة السينمائي.

مشكلة البحث

على الرغم من تمتع مصر بالعديد من المقومات السياحية التي يمكن استثمارها لتنشيط نمط سياحة المهرجانات مثل موقع مصر الفريد، الشواطئ، الآثار، الصحارى و المناخ المتميز إلا أن سياحة المهرجانات لا تستحوذ على اهتمام كبير من قبل السائح الدولي وأيضاً من قبل الدولة في الترويج لها مقارنة بالأنماط السياحية الأخرى.

أهداف البحث

- دراسة وتشخيص الوضع الحالي لنمط سياحة المهرجانات في مصر.
- تحليل المعوقات التي تواجه نمط سياحة المهرجانات.
- دراسة محددات الميزة التنافسية للمقاصد العربية المجاورة وتحديد نقاط القوة والضعف والإستفادة منها بإقتراح خطة لتنشيط نمط سياحة المهرجانات.

أهمية البحث

يساعد التنشيط السياحي لسياحة المهرجانات على زيادة الفوائد الإقتصادية والإجتماعية والبيئية من خلال تطوير القطاع السياحي للمناطق المتميزة سياحياً ووضع الخطط التفصيلية لرفع مستوى السياحة فى بعض المناطق الأقل جذباً

سياحياً، كما يساهم التنشيط السياحي لسياحة المهرجانات على إستمرارية تقويم التنمية السياحية ومواصلة التقدم في تطوير هذا النشاط والتأكيد على الإيجابيات وتجاوز السلبيات، و يساعد تنشيط سياحة المهرجانات في القضاء على الموسمية في بعض المناطق التي تنخفض فيها حركة السياحة في بعض أوقات السنة.

فروض البحث

الفرضية الأولى: هناك علاقة بذات دلالة إحصائية بين إستغلال المناطق السياحية في مصر وتنشيط نمط سياحة المهرجانات.

الفرضية الثانية: هناك علاقة تبادلية ذات دلالة إحصائية بين إستخدام حملات تنشيطية وترويجية فعالة من قبل الأجهزة السياحية في مصر و الترويج لنمط سياحة المهرجانات.

الفرضية الثالثة: يوجد تأثير ذو دلالة لوسائل الترويج السياحي على تنشيط نمط سياحة المهرجانات.

منهجية البحث

إعتمد الباحث على المنهج الإستقرائي الوصفي التحليلي .

أولاً : تعريف المهرجانات وتطورها التاريخي في مصر:

كلمة مهرجان مشتقة من كلمة فارسية مركبة تتكون من جزئين الأولي "مهر" ومعناها شمس و "جان" معناها الحياه أو الروح و أن المقصود بإستخدام كلمة مهرجان هو إحتفال يقام إبتهاجاً بحادث سعيد أو إحياء لذكري عزيزه (الطيّار، ٢٠٠٤، ٥٢)، والتعريف الموسوعي لكلمه " مهرجان موسيقي " وفق ما ورد في دائره معارف كولومبيا إنها سلسله من العروض الموسيقيه يجري تنظيمها لخدمه موضوع معين أوفكره معينه(حسن، ٢٠١١، ١٥٩)، وتعرف المهرجانات أيضاً على أنها شكل من أشكال السياحه الترفيهيه التي تدفع السائح للمشاركة بالحضور في أحداث خاصه ذات طابع مميز وجذاب(ابو شليب، ٢٠٠٥، ٢٤٨).

بدأت المهرجانات فى مصر القديمة وإن كانت لاتحمل الطابع الحالى للمهرجانات وإنما كانت عبارة عن إحتفالات دينيه أو دنيويه تتميز بطقوس خاصه، ويوضح ذلك المناظر المسجله على اللوحات و جدران المعابد للإحتفالات التى كانت تقام عند النصر أو تتويج ملك وجلوسه على العرش(غنيمة، ٢٠٠٥، ص ١٦٠).

وبالنظر إلى الحضارة اليونانية وصلتها بالحضارة المصرية القديمة ويذكر التاريخ أن الإسكندر الأكبر أقام المباريات الرياضية والحفلات المسرحية والموسيقية التى إشتراك فيها بعض الفنانين البارزين فى بلاد اليونان، وبالتالي فكانت هذه أول مره يقام فيها مهرجان دولى(حافظ، ٢٠٠١، ص ١١٢).

وفي العصر الإسلامى كان العرب قد تسلموا من الحضارات السابقه شتى أنواع الفنون فنشأت الفنون الإسلاميه، ثم بتتابع السنين والقرون وظهور الأولياء الصالحين وإقامه المساجد وحب المسلمين لهؤلاء الأولياء، وكانت الإحتفالات على شكل موالد لإحياء ذكرى هؤلاء الأولياء(البكري، ٢٠٠١، ص ٧٣).

ثانياً: أنواع المهرجانات :

١_ الإحتفالات الثقافية وتشمل:

- أ - مهرجانات التراث. ب - العروض العلمية مثل المهرجان الدولي للعلوم.
ج - المهرجانات الدينيه ومهرجانات إحياء الذكرى.

٢_ الإحتفالات الفنيه وتشمل :

- أ - الحفلات الموسيقية. ب - إحتفالات توزيع الجوائز العالمية .
٣_ الإحتفالات التجارية وتشمل :

- أ_ مهرجانات التسوق السياحية مثل مهرجان السياحة و التسوق.

٤_ الإحتفالات الرياضيه وتشمل :

- أ - مسابقات المحترفين. ب - مسابقات البالغين.
ج - مسابقات الناشئين. د - الراليات.

٥_ الإحتفالات الترفيهيه وتشمل :

١ - المهرجانات السياحية . ب - مهرجانات الأحداث الممتعة غير التقليدية (غنيمه، ٢٠٠٥، ص١٥٦).

ثالثاً : الخدمات الداعمة لنشاط سياحة المهرجانات:

يتميز نمط سياحة المهرجانات بمجموع الخدمات الداعمة له وتمثل هوية النشاط السياحي وفعالياته، إذ تقدم هذه الخدمات إستجابة لشريحة معينة من السائحين المستهدفين الذين يمتازون بخصائص متقاربة في السلوك و التصرف بينما يوجد إختلاف في مستوى و نوعية الخدمات المقدمة في كل مقصد سياحي تبعاً لدرجة التصنيف والغرض الذي صمم المقصد من أجله (عويس، ٢٠١٢، ٦٣).

وهناك أربع أنواع رئيسية من الخدمات الداعمة لنمط سياحة المهرجانات تتضح أهميتها في مجموعه الخدمات السياحية الآتية:

١ - خدمات التسلية والترفية ويمكن تصنيف هذه الخدمات في الأشكال التالية :

- أماكن بيع الأزياء الشعبية .
- أماكن بيع التذكارات الشعبية .
- فرق الموسيقى والرقص الشعبية.
- صالات الألعاب كالبولينج والبليارد وغيرها .
- الساحات الرياضية لممارسة مختلف الرياضات.
- المسابح و حمامات الساونا .
- المسرح وقاعات المناسبات والحفلات.
- صالات الألعاب الإلكترونية. (عمران، ٢٠٠٨).

٢- خدمات المحلات التجارية.

٣ - الخدمات الصحية كمراكز الصحية والعلاجية.

٤ - الإتصالات بمختلف أنواعها مثل الهاتف و الانترنت والفاكس و الطباعة (الطائي، ٢٠٠١، ٨٤).

رابعاً: تجارب الدول فى صناعة المهرجانات العالمية :

تعد المهرجانات والفعاليات وسيلة مهمة للترويج وللجذب في آن واحد، لذا فتهتم دول العالم بتنظيم المهرجانات بمختلف أشكالها وأنوعها (عمران، ٢٠٠٨)، وفيما يلي عرض لأشهر المهرجانات العالمية :

أ : أشهر المهرجانات الترفيهية :

١ - كرنفال ريو دي جانيرو، البرازيل :

هو أشهر مهرجانات العالم على الإطلاق، وهو مهرجان سنوي يستمر لمدة إسبوع يعقد من "يوم ١٨ إلى يوم ٢٥ فبراير"، وتشمل مظاهر الإحتفال كل زاوية في البرازيل تقريباً، ومن أبرز فعاليات المهرجان الغناء والموسيقي وإشتراك فرق السامبا الكلاسيكية حيث تتنافس مدارس السامبا فيما بينهم، ويضم المهرجان أكثر من ٧٠ مدرسة للسامبا كل مدرسة تحتوي على خمسة آلاف راقص، وقد بلغ عدد السائحين المشاركين في المهرجان ٥ مليون شخص من بينهم ٨٥٠ ألف سائح بعوائد تبلغ ٦٥٠ مليون دولار لخزينة "ريو دي جانيرو" عام ٢٠١٥م (Pastiu,M,2015).

٢ - مهرجان عيد الموتى ، المكسيك :

عطلة المكسيك الرسمية يحتفل بهذا العيد فى جميع أنحاء المكسيك وفى أنحاء كثيرة من العالم التى لديها ثقافات متشابهة، وهو مناسبة مكسيكية ذات شهرة واسعة، يوافق الإحتفال به يومي الأول و الثاني من شهر نوفمبر، حيث يتذكر المكسيكيون أسلافهم و أقاربهم الذين فارقو الحياة، وهي مناسبة سنوية عمرها آلاف السنين، ويرتكز المهرجان علي تجمعات الأهل و الأصدقاء و الدعاء من أجل أفراد الأسره الذين فارقو الحياه، ويتضمن المهرجان إحتفالات بالرقص والموسيقي وارتداء الأفنعة و تزيين الوجوه برسم الجماجم و الأشكال المخيفة و الذهاب إلى القبور وتقديم الهدايا

للمتويف، ويضم المهرجان أكثر من ١٣٥ ألف مشارك بعوائد تصل إلى مليار دولار (Yoeomen,2015).

٣ - مهرجان الليالي البيضاء بطرسبرج، روسيا :

مهرجان الليالي البيضاء هو مهرجان الفنون الدولي السنوي يقام في شهر مايو خلال موسم " شمس منتصف الليل" أو " الليالي التي لاتغيب عنها الشمس " ، وهو يتألف من سلسلة من عروض الباليه الكلاسيكي والأوبرا والموسيقى وبعض الأحداث الخاصة، ويتضمن عروضاً للرقصات الروسية، والمغنين والموسيقيين والممثلين، ويعتبر هذا المهرجان أكبر مهرجان في روسيا حيث يحضره أكثر من مليون شخص من بينهم ٤٥٠ ألف سائح معظمهم من الطلاب من آلاف المدارس والكلية علي الصعيدين المحلى والدولى بعوائد تبلغ ٣٥ مليون دولار لخزينة بطرسبرج (Medlik&Ingram,2011).

ب : أشهر المهرجانات غير التقليدية :

١ - مهرجان بوفيه القرد ، تايلاند :

يقام مهرجان بوفيه القرد سنوياً في تايلاند بغرض الترويج السياحي ، وهو عبارة عن بوفيه طعام مفتوح للقرد و القرد في تايلاند عددها كبير جدا لذا يشارك في المهرجان آلاف من السكان المحليين والسياح للإستمتاع بمشاهدة القرد والتسلية. (Hobbs,2013).

٢ - مهرجان طعام القط :

يقام مهرجان طعام القط سنوياً في "كانيت" جنوب ليما بجمهورية بيرو ، وهو نوع من أنواع الفنون السوداء، حيث يتم التضحية بأكثر من ٥٠ قط، وفي هذا المهرجان يتم تقديم أكثر من ١٠ أنواع مختلفة لطهي لحوم القطط الصالحة للإستهلاك البشرى، ويعتقد السكان المحليين المشاركين في هذا المهرجان أن لحوم القطط تعالج الكثير من الأمراض وتزيد من عمر الإنسان ويصاحب هذا المهرجان

مجموعه من العروض الفنية الصاخبة والرقص والموسيقي التي تجذب السائحين (Mathieson&Wall,2011).

٣ - مهرجان قفز الاطفال ، أسبانيا:

وهو واحد من المهرجانات السنوية الأكثر غرابة فى وسط شمال أسبانيا و خاصة فى مقاطعة "برغش" بمدينة " قشتاله " ويقام هذا المهرجان منذ عام ١٦٢١ حتى الآن ، تكون أحداث المهرجان عبارة عن إرتداء أحد الرجال زى الشيطان، ووضع الأطفال على الطريق والقفز من فوقهم، وقد تم تصنيف هذا المهرجان كواحد من أغرب المهرجانات حول العالم وذلك لأن الأصول والتقاليد تعتقد أن هذه القفزة لتطهير الأطفال من الخطيئة الأصيلة وضمان الممر الآمن للأطفال وتطهيرهم من المرض والأرواح الشريرة (Yoeomen,2015).

ج : أشهر المهرجانات الرياضية:

١ - مهرجان نادى البحر المتوسط :

يعتبر مهرجان نادى البحر المتوسط من أكبر مهرجانات النوادى السياحية فى العالم بعدد يبلغ سنوياً حوالي ١.٦ مليون زليل، وهذا العدد يمكث فى ٩٨ قرية تابعة لنادى البحر المتوسط فى كل أنحاء العالم ، سواء فى كبائن او أكشاك فاخره أو فى فنادق ، أو على ظهر واحدة من أفخم السفن واليخوت، ويهدف مهرجان نادى البحر المتوسط إلى توفير رحلة إسترخاء للمشاركين فى منطقة غاية الجمال بعيدا عن الحياة وضغوطها اليومية، ويمكنهم الإختيار من عروض واسعة من الأنشطة، والمشروبات، والطعام، وكل شئ متضمن فى السعر، ولكن لآمانع من الحصول على أشياء أكثر يتحملها الزائر. (Cramer,2006).

٢ - مهرجان كوينزتاون بنيوزيلاندا:

تقع مدينة كوينزتاون على شواطئ بحيرة واكتيبو " wakatipu " ،وتقع فى "جنوب الألب" جنوب نيوزيلندا، ويمكن للمدينة إستيعاب ١.٣ مليون سائح فى العام فى كل أنواع الإقامة، وتسمى المدينة نفسها"عاصمة المغامرات فى العالم " وبالإضافة

إلى السياح المحليين، فإن الزوار الأصليين يأتون من أستراليا واليابان وأمريكا الشمالية والمملكة المتحدة، وأكثر من ٧٠ ٪ من الزوار اليابانيين الذين وفدوا إلى المدينة كانوا من أجل التزلج و٦٧ ٪ من الزوار الأستراليين و٣٠ ٪ من الأمريكيين كان هدفهم الأساسى هو رياضة التزلج أيضاً (Hobbs,2013).

٣ - مهرجان المتحف الأوليمبي بسويسرا :

إن المتحف الأوليمبي يمكن إعتباره من أفضل أنواع المتاحف الرياضية في العالم، وقد بنى المتحف على شواطئ بحيرة جنيف، وهدف إنشائه هو جعل الزوار على وعي عميق بأهمية الحركة الأوليمبية، وتم تشييد المتحف عام ١٩٩٣، ويقدر أن إقليم لوزان حقق من زوار المتحف حوالى ١٠٠ مليون فرنك سويسرى حوالى (٦٧ مليون دولار أمريكى) عام ٢٠١٣ م (Hobbs,2013).

خامساً : سياحة المهرجانات في مصر

وتتنوع المهرجانات السياحية في مصر ويمكن إجمالها في الأتى وفقا للأجندة السياحية بالهيئه العامة للتنشيط السياحي في مصر:

أ - المهرجانات الرياضية:

م	المناسيه	الموعد	الجهة المنظمه
١	السباق الدولى للدراجات	خلال شهر يناير	شركه امكو للسياحه
٢	البطوله العربيه للتسراع	خلال شهر يناير	الاتحاد السعودى للتسراع
٣	البطوله العربيه للشباب للبولينج	خلال شهر يناير - فبراير	الاتحاد المصرى للبولينج
٤	مارتون مصر الدولى للجرى	خلال شهر فبراير	شركه ايفينت سبورت
٥	بطوله كاس الخليج للتايكوندو	خلال شهر فبراير	الاتحاد المصرى للتايكوندو
٦	مارتون مصر الدولى للجرى بالاكصر	خلال شهر فبراير	شركه ايفينت سبورت
٧	بطولة إختراق الضاحيه	خلال شهر فبراير - مارس	الاتحاد المصرى لاعباب القوى
٨	بطوله سيناء العربيه للبولينج	خلال شهر ابريل	الاتحاد المصرى للبولينج
٩	كاس العالم للسياحه	خلال شهر ابريل	الاتحاد المصرى للغوص
١٠	بطوله العالم لاسكواش	خلال شهر مايو	محافظة البحر الاحمر
١١	مارتون التجديف الدولى	خلال شهر مايو	شركه دابوكا
١٢	سباق الهجن	خلال شهر اغسطس	محافظة شمال سيناء
١٣	مهرجان الشرفيه للهجن	خلال شهر اغسطس	محافظة الشرفيه
١٤	مهرجان الشرفيه للخيول العربيه	خلال شهر سبتمبر	محافظة الشرفيه
١٥	رالى فرعون مصر الدولى	خلال شهر سبتمبر	شركه خاست للسياحه
١٦	بطوله العالم للبياردو	خلال شهر سبتمبر	دار اخبار اليوم
١٧	السباق الدولى للمشى	خلال شهر اكتوبر	شركه امكو للسياحه
١٨	مارتون الفراغه	خلال شهر نوفمبر	شركه ايفينت سبورت
١٩	بطولات المسقىل الدوليه للتنس	خلال العام	شركه برواكتيف
٢٠	دورى الكره الخماسيه لسفارات الاجنبيه	صيف ٢٠١٥	وزاره الخارجيه

المصدر : (وزارة السياحة ،قسم المهرجانات ، الاجنדה السياحيه ، ٢٠١٥).

ب - المهرجانات السياحية :

م	المناسيه	الموعد	الجهة المنظمه
١	مهرجان تعامد الشمس على مجد ابو سمبل	٢٠٢٢ ١٠/٢٢	محافظة اسوان

المصدر : (وزارة السياحة ،قسم المهرجانات ، الاجنדה السياحيه ، ٢٠١٥).

ج - المهرجانات الفنية :

م	المناسبة	الموعد	الجهة المنظمة
١	المهرجان الروسي الثقافي السياحي	خلال شهر يناير	محافظة البحر الأحمر
٢	المهرجان الدولي لسينما الطفل	خلال شهر مارس	وزارة الثقافة
٣	مهرجان السينما الأفريقية بالأقصر	خلال شهر مارس	وزارة الثقافة
٤	المهرجان الدولي للطبول	خلال شهر إبريل	وزارة الثقافة
٥	المهرجان الدولي للأفلام التسجيلية بالإسماعيلية	خلال شهر يونيو	المركز القومي للسينما
٦	المهرجان الإسماعيلية للفنون الشعبية	خلال شهر أغسطس	محافظة الإسماعيلية
٧	المهرجان الأسكندرية السينمائي الدولي	خلال شهر سبتمبر	الجمعية المصرية لكاتب ونقاد السينما
٨	المهرجان السينما الأوربية	خلال شهر سبتمبر	وزارة الثقافة
٩	المهرجان سماع	خلال شهر أكتوبر	وزارة الثقافة
١٠	مهرجان القاهرة السينمائي الدولي	خلال شهر نوفمبر	وزارة الثقافة

المصدر : (وزارة السياحة ، قسم المهرجانات ، الأجنحة السياحية ، ٢٠١٥).

سادساً: الأهمية الاقتصادية لنمط سياحة المهرجانات:

- تقليل نسبة البطالة.
- تسويق بعض المنتجات و السلع .
- مصدر للعملة الصعبة .
- تشغيل بعض الصناعات والخدمات التي يرتبط عملها بصناعة نمط سياحة المهرجانات.

سابعاً: دراسة تطبيقية على المقاصد العربية المجاورة التي تنظم نمط

سياحة المهرجانات

المؤشر الرئيسي	المؤشر الفرعي	المركز بالنسبة لمؤشر الميزة التنافسية للدول المجاورة			
		مصر	تونس	الأردن	المغرب
مؤشر السياحة	شفافية سياسة حكومية	المركز الخامس	المركز الأول	المركز الرابع	المركز الثالث
	الإستثمارات السياحية	المركز الخامس	المركز الأول	المركز الثالث	المركز الرابع
	متطلبات بطاقات الائتمان	المركز الرابع	المركز الأول	المركز الثالث	المركز الثاني
مؤشر الإستقامة البيئية	إستدامة للتنمية السياحية	المركز الرابع	المركز الأول	المركز الخامس	المركز الثاني
	الإلتزام بالقواعد بالبيئة	المركز الثالث	المركز الأول	المركز الخامس	المركز الرابع
	إبرام الإتفاقيات البيئية	المركز الثالث	المركز الرابع	المركز الأول	المركز الخامس
مؤشر الأمن والأمان	الإعتماد على خدمات الشرطة	المركز الرابع	المركز الثاني	المركز الأول	المركز الخامس
	إنخفاض معدلات حوادث الطرق	المركز الثالث	المركز الثاني	المركز الخامس	المركز الرابع
مؤشر الصحة العامة	نوازل الأطباء	المركز الثاني	المركز الثالث	المركز الأول	المركز الرابع
	نوازل مياه الشرب النقية	المركز الأول	المركز الثالث	المركز الثاني	المركز الرابع
مؤشر البنية البصر	حجم المعارض السياحية	المركز الأول	المركز الثاني	المركز الخامس	المركز الرابع
	فطبات لتسويق ولترويج	المركز الخامس	المركز الثاني	المركز الثالث	المركز الأول
	الإلتفاق على قطاع السياحي	المركز الخامس	المركز الثاني	المركز الأول	المركز الثالث
	شمول بيانك سفر والسياحة	المركز السادس	المركز الثالث	المركز الثاني	المركز الرابع
	سرعة إتاحة بيانك سفر	المركز الرابع	المركز الأول	المركز الخامس	المركز الثالث
مؤشر النقل الجوي	عدد خطوط الطيران	المركز السادس	المركز الخامس	المركز الرابع	المركز الثالث

المصدر: (من إعداد الباحث)

المرجع: (Yoeomen, 2015)

تشخيص سياحة المهرجانات وأثرها على النشاط السياحي في مصر

مؤشر التكلفة الجوي	جودة البنية الأساسية لتقل الجوي	المركز الرابع	المركز الثاني	المركز الأول	المركز الخامس	المركز الثالث
	عدد مقاعد الطيران	المركز الثاني	المركز الثاني	المركز الخامس	المركز الرابع	المركز الأول
	عدد المطارات	المركز الثاني	المركز الثالث	المركز الخامس	المركز الرابع	المركز الأول
مؤشر التكلفة البري	جودة شبكة طرق النقل البري	المركز الرابع	المركز الأول	المركز الثالث	المركز الخامس	المركز الثاني
	جودة البنية الأساسية للموتور	المركز الثالث	المركز الثاني	المركز الخامس	المركز الرابع	المركز الأول
	جودة البنية الأساسية للسكة الحديد	المركز الخامس	المركز الأول	المركز الرابع	المركز الثالث	المركز الثاني
مؤشر البنية السياحية	وجود شركات تأجير المبازل	المركز الخامس	المركز الرابع	المركز الثاني	المركز الأول	المركز الثالث
	عدد وأسعار الغرف الفندقية	المركز الرابع	المركز الأول	المركز الخامس	المركز الثالث	المركز الثاني
	خدمات الحجز كازر	المركز الخامس	المركز الثاني	المركز الرابع	المركز الثالث	المركز الأول
مؤشر كفاءة الاتصال	كفاءة استخدام الإنترنت	المركز الأول	المركز الرابع	المركز الثالث	المركز الخامس	المركز الثاني
	كفاءة استخدام الهاتف المحمول	المركز الثاني	المركز الرابع	المركز الثالث	المركز الخامس	المركز الأول
مؤشر توافر الأسعار	أسعار الفنادق	المركز الخامس	المركز الأول	المركز الرابع	المركز الثالث	المركز الثاني
	تعددية قوة الشرائية	المركز الثاني	المركز الأول	المركز الخامس	المركز الثالث	المركز الرابع
	أسعار الفنادق السياحية	المركز الثالث	المركز الرابع	المركز الخامس	المركز الثاني	المركز الأول
	أسعار التوكند	المركز الخامس	المركز الرابع	المركز الثالث	المركز الثاني	المركز الأول
مؤشر الموارد البشرية	تسهيل دخول العمالة في مجال السياحة	المركز الثاني	المركز الثالث	المركز الخامس	المركز الرابع	المركز الأول
	خدمات البحث والتدريب	المركز الخامس	المركز الأول	المركز الثالث	المركز الرابع	المركز الثاني
	تدريب الكوادر البشرية	المركز الثالث	المركز الأول	المركز الرابع	المركز الخامس	المركز الثاني

المصدر: (من إعداد الباحث)
المرجع: (Yoeomen, 2015)

جودة النظام الشغبي	المركز الرابع	المركز الأول	المركز الثالث	المركز الخامس	المركز الثاني
مؤشر مدى قبول السياح	رحلات الأعمال	المركز الخامس	المركز الأول	المركز الرابع	المركز الخامس
	الإنتاح السياحي	المركز الثالث	المركز الخامس	المركز الأول	المركز الثاني
	إتجاه السكان لمطبخين نحو السياحة	المركز الخامس	المركز الأول	المركز الرابع	المركز الخامس
مؤشر الموارد الطبيعية	مواقع التراث الطبيعي	المركز الثاني	المركز الأول	المركز الثالث	المركز الخامس
	جودة البيئة الطبيعية	المركز الرابع	المركز الأول	المركز الثاني	المركز الخامس
	عدد المحميات الطبيعية	المركز الثاني	المركز الرابع	المركز الثالث	المركز الخامس
مؤشر الموارد الثقافية	إسكانك موقع التراث الثقافي	المركز الثاني	المركز الثالث	المركز الرابع	المركز الخامس
	الصناعات الإبتكارية	المركز الرابع	المركز الخامس	المركز الثاني	المركز الأول

المصدر: (من إعداد الباحث)

المرجع: (Yoeomen, 2015)

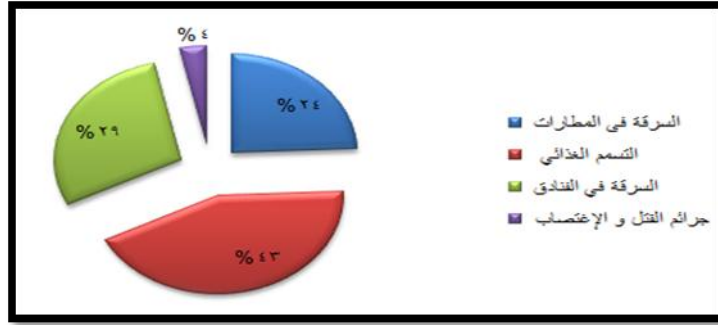
ثامناً: إدارة مخاطر وأزمات المهرجان:

يعتبر السائح هو المحور الذي تدور حوله العملية السياحية ولأنه يبحث بالأساس عن الأمن والطمأنينة إضافة إلى بحثه عن المتعة والراحة وإذا أفتقد عامل عدم الإستقرار السياسي أو الأمني أو الإقتصادي وحتى الصحي تبرز مشكلة عدم الثقة بكل الجهود التي تبذل لجذبه إلى المنطقة أو الدولة السياحية، وأظهرت دراسة قامت بها مجلة (Corporate Travel) عام ٢٠١٥ حول المشكلات التي يتعرض لها سائح المهرجانات وهي تتمثل في :

١ - سرقات الأمتعة في الفنادق حيث أن ٢٩.٤% تعرضوا للسرقة في أماكن إقامتهم علي الأقل مرة واحدة أثناء سفرهم .

- ٢ - السرقة في المطارات حيث أن ٢٤.٣٪ من المسافرين قد تعرضوا للسرقة أو عمليات النصب في المطار.
- ٣ - التسمم الغذائي حيث أن ٤٣.١٪ من المسافرين مرضوا على الأقل مرة واحدة لتناولهم طعام الفنادق.
- ٤ - جرائم القتل والإغتصاب والجرائم التي ترتكب ضد سائحي المهرجانات. (Rogers&Peppals,2015).

ويوضحها الشكل الآتي :



(من إعداد الباحث)

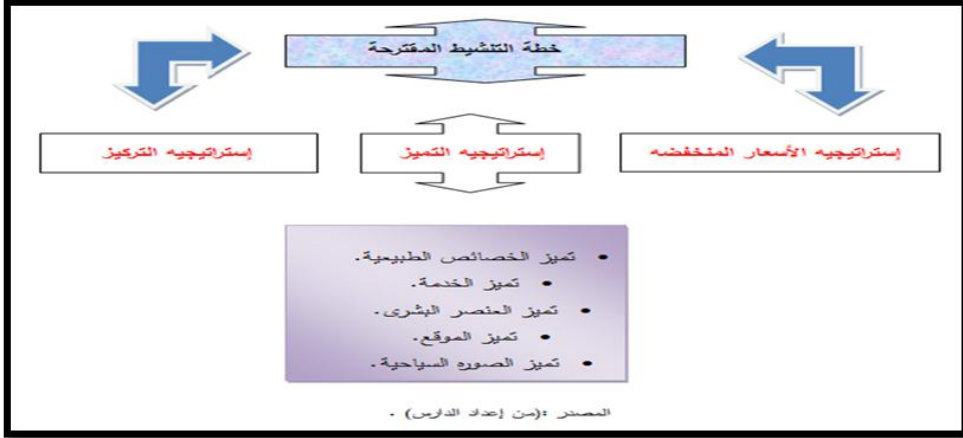
قام الدارس بإقتراح بعض الأنظمة الإدارية الحديثة التي قد تساهم في تطوير إدارة نمط سياحة المهرجانات في مصر كميزة تنافسية جديدة لهذا النمط، وإقتراح بعض البرامج التي قد تقلل من المخاطر والأزمات التي تواجه هذا النمط، وهي برنامج (six sigma) يتم تطبيق البرنامج على المهرجان علي النحو التالي :

- ١ - تقسيم عمليات المهرجان إلى مجموعات من عمليات التشغيل .
- ٢ - وضع أهداف نابغة من متطلبات السائحين .
- ٣ - قياس الاداء الفعلى لهذه العمليات .
- ٤ - وضع برامج لتحسين هذه العمليات بمشاركة الإدارة العليا مع مسئولى تشغيل هذه العمليات بهدف:

- تقليل التكلفة لحدها الأدنى والوصول بنسبة المعيب إلى الحد الذي لا يتجاوز (أربعة فى المليون) من خلال القياس والتحليل والمراقبة المستمرة لعمليات تقديم الخدمات بإستخدام العديد من الأدوات والأساليب المتكاملة وتحقيق متطلباتهم .
 - إرضاء العملاء والحفاظ عليهم وتحقيق مطالبهم (القحطاني، ٢٠٠٦، ص٥٥).
- وبرنامج نظام التوزيع العشوائي لنقطة التحكم الحرجة (HACCP) لتقليل نسبة التسمم الغذائي، ويعتبر النظام أداة إدارية تساعد في التحكم في مخاطر الغذاء ويعتبر أداة للفحص وضبط الجودة، ويشمل فريق العمل في هذا النظام العديد من التخصصات مثل (الميكروبيولوجى، الكيمياء ، توكيد الجودة وتكنولوجيا الغذاء وهندسة الغذاء) (عبد الجليل، ٢٠٠٤، ص ٩٠)، وتعتبر مبادئ نظام (HACCP) هي:
- ١ -تحليل المخاطر بإستخدام منحنى التتبع Flow Diagram في طريقه توصيف طرق القياس .
 - ٢ -إستخدام شجرة القرار Decision Tree لتحديد نقاط التحكم الحرجة للغذاء .
 - ٣ - وضع مستوى الهدف والتجاوز لوضع النقاط الحرجة تحت التحكم .
 - ٤ - وضع نظام الإجراءات التصحيحية Corrective Actions .
 - ٥ - وضع نظام توثيق المستندات لكل الطرق والإجراءات.
 - ٦ - وضع نظام للتأكد من ضبط العمليات والتأكد من أن النظام يعمل بكفاءة تامة (طه، ٢٠٠٠، ص٦٢)

تاسعاً: خطة تنشيط سياحة المهرجانات في مصر

وقد إعتد الباحث في الخطة التنشيطية على ثلاث عناصر رئيسية وهي :



كيفية تنفيذ الخطة التنشيطية المقترحة :

الجدول الزمني	المسئولية	الكيفية	الخطوات	الخطة التنفيذية للأسعار المنخفضة
من ٢٠١٧ إلى ٢٠٢٠	هيئة تنشيط السياحة المصرية ووكلاء السفر والسياحة بالخارج .	تكتيف الحملات الدعائية والإعلانية في هذه الأسواق للمهرجان .	١- توفير مهرجان ذو جودة عالية ومزايا تفوق سعره الحقيقي في السوق السياحي العالمي والمطلي	الخطة التنفيذية للأسعار المنخفضة
من ٢٠١٧ إلى ٢٠٢٥	وزارة السياحة و الأجهزة الحكومية المختصة .	إعادة هيكلة الميزانيات الخاصة بالتنشيط السياحي.	٢- تخصيص ميزانية أكبر للتسويق السياحي تسهم في تقوية الموقف السوقي للمنتج السياحي أو من خلال تقديم عروض إضافية على المنتج السياحي تد بمتابة حوافز للسائحين	
من ٢٠١٧ إلى ٢٠١٩	وزارة السياحة و هيئة النقل الجوي بالتعاون مع شركة مصر للطيران	إعادة هيكلة أسعار تذاكر الطيران الخاصة ببرامج نمط سياحة المهرجانات	٣- تخفيض أسعار الطيران الجوي لسائح المهرجانات حيث تعتبر هي أكثر الوسائل التي يستخدمها سائح المهرجانات للوصول إلى مصر.	

المصدر (من إقتراح الباحث)

الخطة التنفيذية الإستراتيجية للبحر		الخطة التنفيذية الإستراتيجية للترويج	
١ - تركيز البرنامج السياحي على الميزة التنافسية لمصر كمقصد سياحي وتوعو البرنامج السياحي لنمط سياحة بما يتوافق مع مغريات العرض السياحي بمصر .	١ - ان تقوم الشركات السياحة بتقديم برنامج سياحي يتناسب مع مغريات العرض السياحي الموجودة بمصر .	٢ - الإحتكام على موارد بشرية ماهرة وذات كفاءة في كافة المستويات.	٢ - الإحتكام على موارد بشرية ماهرة وذات كفاءة في كافة المستويات.
٢ - الإحتكام على موارد بشرية ماهرة وذات كفاءة في كافة المستويات.	عقد الدورات والتدوات الخاصة بأعمال نمط سياحة المهرجانات بصفة دورية .	٣ - إنشاء منظومة إلكترونية خاصة بنمط سياحة المهرجانات تكون مزودة بقاعدة بيانات شاملة كل ما يخص المهرجان .	٣ - إنشاء منظومة إلكترونية خاصة بنمط سياحة المهرجانات تكون مزودة بقاعدة بيانات شاملة كل ما يخص المهرجان .
٣ - إنشاء منظومة إلكترونية خاصة بنمط سياحة المهرجانات تكون مزودة بقاعدة بيانات شاملة كل ما يخص المهرجان .	إشياء مواقع إلكترونية خاصة بالمهرجانات المصرية .	٤ - إنشاء منظومة أمنية خاصة بسياحة المهرجانات	٤ - إنشاء منظومة أمنية خاصة بسياحة المهرجانات
٤ - إنشاء منظومة أمنية خاصة بسياحة المهرجانات	توفير برامج حماية أمنية حديثة على أعلى مستوى .	٥ - التركيز على تميز عنصر الأثر المصرية في عملية الترويج السياحي لسياحة المهرجانات وذلك للتعليق على دولتي اليونان وتركيا	٥ - التركيز على تميز عنصر الأثر المصرية في عملية الترويج السياحي لسياحة المهرجانات وذلك للتعليق على دولتي اليونان وتركيا
٥ - التركيز على تميز عنصر الأثر المصرية في عملية الترويج السياحي لسياحة المهرجانات وذلك للتعليق على دولتي اليونان وتركيا	وزارة الداخلية بالتعاون مع وزارة السياحة .	١ - جذب أسواق سياحية جديدة إلى مصر وخاصة السوق الأوروبية .	١ - جذب أسواق سياحية جديدة إلى مصر وخاصة السوق الأوروبية .
١ - جذب أسواق سياحية جديدة إلى مصر وخاصة السوق الأوروبية .	وزارة الداخلية بالتعاون مع وزارة السياحة .	٢ - زيادة عدد المهرجانات في أجندة السياحة العالمية .	٢ - زيادة عدد المهرجانات في أجندة السياحة العالمية .
٢ - زيادة عدد المهرجانات في أجندة السياحة العالمية .	وزارة الداخلية بالتعاون مع وزارة السياحة .	٣ - الإستفادة من خبرات (تونس و المملكة و المغرب) في إدارة النشاط السياحي و المناهج السياحية الموجودة لديهم .	٣ - الإستفادة من خبرات (تونس و المملكة و المغرب) في إدارة النشاط السياحي و المناهج السياحية الموجودة لديهم .

المصدر (من إقتراح الباحث)

عاشراً : إثبات صحة فروض البحث

الفرضية الأولى: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين إستغلال المناطق السياحية في

مصر وتنشيط نمط سياحة المهرجانات.

ويوضح نتائج الإختبار الجدول رقم (١) :

المتوسط	الانحراف المعياري	الخطأ المعياري للمتوسط	اختبار t	٩٥ ٪ فترة الثقة لفرق بين الوسطين		احتمال الدلالة p
				الحد الأدنى	الحد الأعلى	
١.٠٤	٠.٢٠	٠.٠١٤	٠.٣٤	٠.٢٤-	٠.٠٣٤	٠.٠٠

يتضح من الجدول ان احتمال الدلالة p اقل من مستوى معنوية (٠.٠٥) كما ان قيمة t تقل عن قيمة الاختبار ومن ثم نقبل الفرضية انه " توجد دلالة احصائية بين استغلال المناطق السياحية وتنشيط سياحة المهرجانات " عند مستوى معنوية (٠.٠٥).

الفرضية الثانية: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام حملات تنشيطية وترويجية فعالة من قبل الأجهزة السياحية في مصر و الترويج لنمط سياحة المهرجانات.

ويوضح نتائج الإختبار الجدول رقم (٢) :

المتوسط	الانحراف المعياري	الخطأ المعياري للمتوسط	اختبار t	٩٥ ٪ فترة الثقة لفرق بين الوسطين		احتمال الدلالة p
				الحد الأدنى	الحد الأعلى	
١.٤	٠.٤٩	٠.٠٣٥	٠.٧١٣	٠.٠٤-	٠.٠١-	٠.٤٧

يتضح من الجدول ان احتمال الدلالة p اكبر من مستوى معنوية (٠.٠٥) كما ان قيمة t تزيد عن قيمة الاختبار ومن ثم فاننا نرفض الفرضية انه " توجد دلالة إحصائية بين الحملات التنشيطية لهيئة تنشيط السياحة وتنشيط سياحة المهرجانات " عند مستوى معنوية (٠.٠٥).

الفرضية الثالثة: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لوسائل الترويج السياحي على تنشيط نمط سياحة المهرجانات، و تم اختبار صحة هذه الفرضية باستخدام نموذج ANOVA المتعدد لمعرفة أثر المتغيرات المستقلة على المتغير التابع (تنشيط سياحية المهرجانات).

ويوضح نتائج الإختبار الجدول رقم (٣):

النموذج	العدد	df	المتوسط	قيمة ف	الدلالة الإحصائية
الإنحدار	٥٠٠.٠٨	٦	٨٣.٣٥	٣٢٦.٩	٠.٠٠
المتبقى	٤٩.١	١٩٣	٠.٢٥٥		
المجموع	٥٤٩.١٨	١٩٩			

كانت قيمة F المحسوبة تساوى ٣٢٦.٩ وهى ذات دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠٥، حيث أن قيمة الإحتمالية تساوى ٠.٠٠٠ وهى أقل من مستوى المعنوية ٠.٠٥، وهذا يدل على وجود تأثير ذو دلالة إحصائية بين متغيرات وسائل الترويج السياحي علي تنشيط سياحية المهرجاناتو بالتالي نقبل الفرضية.

النتائج العامة والتوصيات :

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، يمكن إيجازها فيما يلي:

- ١ - أكدت الدراسة أن أهم المعوقات التى تواجه سياحة المهرجانات في مصر هي :
 - عدم توفير آليات الجذب السياحي في المهرجانات خاصة أن الكثير من الفعاليات الخاصة بالمهرجان يتم تكرارها بشكل سنوي فيجب أن تشمل المهرجانات على فاعليات جديدة ترتقي إلى طموح الزائرين
 - إقتصار تنظيم المهرجانات السياحية فى أماكن محددة دون غيرها .
 - إرتفاع أسعار البرنامج السياحي لسياحة المهرجانات بشكل مبالغ فى بعض الأحيان .
 - عدم وجود وحدة لدراسة سلوك السائح تعرف الدوافع والمغريات وطريقة جذب السائح .
 - عدم وجود إدارة واضحة وفعلية لدراسة المهرجانات وقت الأزمات.

٢ - أثبتت الدراسة أن شريحة رواد سياحة المهرجانات تتميز بالمستوى العالي من التعليم ويتميزوا بمتوسط دخل مرتفع ، كما أن اغلب الرواد من الفئة العمرية (٢٠ - ٤٠) .

٣ - ضعف الجهود التنشيطية من قبل هيئة تنشيط السياحة ووزارة السياحة .

٤ - تمتلك مصر ميزة نسبية كبيرة تتمثل في مجموعة المغريات الطبيعية والحضارية المتعددة والمتنوعة متفوقة بذلك كثير من الدول السياحية الأخرى .

أولاً: توصيات موجهة إلي شركات السياحة والشركات المنظمة للمهرجان :

- ضرورة وضع إستراتيجيات قوية لإدارة سياحة المهرجانات في مصرفى جميع شركات السياحة في مصر ، تخضع لإشراف خبراء السياحة المعنيين بهذا النمط .
- ضرورة توفير قاعدة معلومات شاملة ودقيقة لشركات السياحة تتعلق بكافة المعلومات عن الشركة وعن انشطتها وكافة المهرجانات والاحداث التى تقوم الشركة بتنظيمها .
- ضرورة إهتمام شركات بوضع إستراتيجية لمواجهة الأخطار والتهديدات التى تواجه القطاع السياحي لمصر .
- ضرورة ان تسعى شركات السياحة في مصر لعمل صندوق طوارئ لدعم سياحة المهرجانات وان يتم تمويل هذا الصندوق من ارباح تلك الشركة والمؤسسات السنوية .

توصيات موجهة إلي وزارة السياحة والهيئات الحكومية :

- ضرورة وجود إدارة أزمات متخصصة لحل المشكلات التى تواجه نمط سياحة المهرجانات أثناء إنعقاده .
- ضرورة وجود ادارة متخصصة تقوم بدراسة سلوك السائح وكيفية التأثير عليه من خلال بحوث الأسواق السياحية .

- توفير برامج الانفاق الحكومى Government Spending Programmes ، والتي تهدف الى مساعدة شركات السياحة والمنشآت السياحية لتنشيط نمط سياحة المهرجانات.

^١ باحث بدرجة الماجستير كلية السياحة والفنادق - جامعة قناة السويس

^٢ مدرس بقسم الدراسات السياحية كلية السياحة والفنادق - جامعة قناة السويس

^٣ أستاذ مساعد بقسم الدراسات السياحية كلية السياحة والفنادق - جامعة قناة السويس

المراجع :

أ: المراجع العربية :

- أبو شليب، حازم (٢٠٠٥)، "إداره المؤتمرات والحفلات والمهرجانات " ، دار الشروق للطباعة والتوزيع، القاهرة، ج.م.ع .
- البكرى ، سعد (٢٠٠١) ، " الأنماط السياحية الحديثة و تأثيرها علي النشاط السياحي"، المكتبة الجامعية بالفجالة القاهرة، ج.م.ع.
- الطائي، حميد عبدالنبي (٢٠٠١): استراتيجية تحليل مكامن القوة والضعف والفرص والتهديدات في القطاع السياحي الأردني، بحث، الملتقى العربي الثاني التسويق في الوطن العربي الفرص والتحديات، الدوحة، قطر.
- الطيار، أحمد (٢٠٠٤)، " أساليب البحث العلمي مطبقة علي الأنماط السياحية الحديثة "، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة، ج.م.ع.
- القحطاني، فيصل محمد مطلق (٢٠١٠): الإدارة الإستراتيجية لتحسين القدرة التنافسية للشركات وفقاً لمعايير الأداء الإستراتيجي وإدارة الجودة الشاملة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية إدارة الأعمال، الجامعة الدولية البريطانية، لندن، المملكة المتحدة.
- حافظ، أحمد (٢٠٠١)، " أصول البحث العلمي ومناهجة "، وكالة المطبوعات، الكويت .
- حسن ، هالة (٢٠١١)، "إداره المؤتمرات والمهرجانات " ، الفجر للسياحة ، الاسكندرية، ج.م.ع .
- طه، طارق (٢٠٠٠): إدارة الفنادق مدخل معاصر، منشأة المعارف، الإسكندرية، ج.م.ع.
- عبد الجليل، صابرين جابر(٢٠٠٤)، "تسويق المنتج السياحي المصري باستخدام الميزة التنافسية بالتطبيق على الأثار المصرية القديمة"، حلوان، ج.م.ع .
- عمران، سعاد منصور (٢٠٠٨)، " مبادئ السياحة و الأنماط السياحية الدولية "، جامعة قناة السويس ، ج.م.ع .
- عويس، غسان (٢٠١٢): فن الدلالة السياحية، دار زهران، القاهرة، ج.م.ع.

- غنيمه، عبد الفتاح مصطفى (٢٠٠٥)، "التنشيط السياحي"، بدون، الأسكندرية .
- وزارة السياحة (٢٠١٥) ، هيئة التنشيط السياحي، قسم المهرجانات، "الأجندة السياحية التي تنظم نمط سياحة المهرجانات في مصر"، القاهرة، ج.م.ع .

ب: المراجع الأجنبية :

- Cramer G,(2006) "it's Wonderful world sports management" UK Cabinet, London.
- Hobbs M,(2013) " New Zealand outside " : Annual and directory , Christchurch , New Zealand Alps publications.
- Mathieson, A. & Wall, G. (2011): Tourism, Economic, Physical and Social Impacts, Longman, New York, USA.
- Medlik S. & Ingram, H. (2011): The Business of festivals, 4nd edition. Butter worth Heineman.
- pastiu, C. Muntean, A. (2015): The Role of travel agencies in tourism development in Alba country, Tourism and Hospitality Industry, Congress proceedings trends in Tourism and hospitality industry,University of Alba Iulia, Romania.
- Rogers, M.M. & Peppals, D. (2015) :The one to one Future: Buliding Relationships one customer at a time, 3rd Ed., John Wiley & Sons Inc., New York. USA.
- Yoeomen,M,(2015),"festival Markting",Borton,USA.