



جامعة المنصورة  
كلية السياحة و الفنادق

## دور سياحة آثار ما قبل التاريخ فى تنويع المنتج السياحى المصرى (بالتطبيق على محافظة الوادى الجديد) إعداد

أ.م.د/ محمد عزت محمد

أ/ شمس حسن حلمى عبد السلام

أستاذ مساعد ورئيس قسم الدراسات  
السياحية كلية السياحة والفنادق -  
جامعة المنيا

باحثة بدرجة الدكتوراه كلية السياحة  
والفنادق - جامعة المنصورة

أ.د/ وفاء أحمد نور الدين إلياس

أ.د/ رانيا محمد بهاء الدين

أستاذ بقسم الدراسات السياحية كلية  
السياحة والفنادق - جامعة المنيا

استاذ ورئيس قسم الدراسات السياحية  
بكلية السياحة والفنادق  
جامعة المنصورة

---

**دور سياحة آثار ما قبل التاريخ في تنويع المنتج السياهي  
المصري ( بالتطبيق على محافظة الوادي الجديد)**

## دور سياحة آثار ما قبل التاريخ فى تنوع المنتج السياحى المصرى (بالتطبيق على محافظة الوادى الجديد)

### الملخص

يهدف البحث إلى التعرف على "دور سياحة آثار ما قبل التاريخ فى تنوع المنتج السياحى المصرى بالتطبيق على محافظة الوادى الجديد"، وقد تم استخدام المنهج الوصفى التحليلي، كما تم اختيار عينة البحث من (المسؤولين بإدارة آثار ما قبل التاريخ بوزارة السياحة والآثار المصرية، المسؤولين بالهيئة العامة لتنشيط السياحة المصرية، المسؤولين عن إدارة السياحة بمحافظة الوادى الجديد)، وقد بلغ الحجم الكلي للعينة (١٥) مسؤل، وكانت أدوات الدراسة المستخدمة هي المقابلات الشخصية، وقد تم تطبيق هذه الدراسة على المواقع الأثرية لآثار ما قبل التاريخ المتمثلة فى (واحات الوادى الجديد، وهضبة الجلف الكبير، وجبل العوينات) بمحافظة الوادى الجديد، خلال شهر نوفمبر لعام ٢٠٢١م، وأشارت أهم النتائج إلى أن محافظة الوادى الجديد يوجد بها العديد من مقومات الجذب السياحى والمتمثلة فى آثار تمثل جميع العصور التاريخية وعصور ما قبل التاريخ، كما أشارت النتائج أن عرض مواقع آثار ما قبل التاريخ فى مواقعها الأصلية يمكن من إستغلالها لتحقيق التنوع فى المنتج السياحى المصرى إعتماً على ما تتميز به محافظة الوادى الجديد من خصائص جغرافية وأثرية وثقافية

متنوعة، كمحاولة جادة لتنشيط السياحة ولجذب أكبر قدر من السائحين مما يسمح لمصر أن تنافس به على خريطة السياحة العالمية، وأوضحت الدراسة أن الطلب السياحي لزيارة هذه المواقع لا يتناسب مع ما تتمتع به من قيمة أثرية كبيرة ومن أهم أسباب ذلك صعوبة الوصول للمحافظة بشكل عام وللواقع الأثرية بشكل خاص كذلك ضعف مستوى التسويق السياحي للمنطقة. وأوضحت أيضاً النتائج عدم وجود تعاون كافي بين الهيئات الرسمية في مجال تنشيط الزيارة لهذه المواقع الأثرية.

\* الكلمات المفتاحية : آثار ما قبل التاريخ - المنتج السياحي - الوادي الجديد

### **The role of prehistoric Monuments tourism in Diversifying The Egyptian Tourism Product : Applying to the New Valley Governorate**

#### **Abstract :**

The research aims to identify “The role of prehistoric Monuments tourism in Diversifying The Egyptian Tourism Product : Applying to the New Valley Governorate”, The descriptive analytical approach was used, and the research sample was selected from (officials of the Prehistoric Antiquities Department of the Egyptian Ministry of Tourism and Antiquities, officials of the General Authority for the Promotion of Egyptian Tourism, responsible for prehistoric monuments in the New Valley Governorate), and the total size of the sample was (١٥) responsible, The study tools used were personal interviews, and

this study was applied to the archaeological sites of prehistoric antiquities represented in (the New Valley Oasis, the Jalf Al-Kabeer Plateau, and Jabal Al-Owainat) in the New Valley Governorate, during November, ٢٠٢١, The most important results indicated that the New Valley Governorate has many elements of tourist attractions represented by monuments representing all historical eras, including prehistoric periods, The results also indicated that displaying prehistoric sites in their original locations enables us to exploit them to give diversity to the Egyptian tourism product depending on the The different geographical, archaeological and cultural characteristics of the New Valley Governorate, as a serious attempt to revitalize tourism and to attract the largest number of tourists to this type of tourism that may allow Egypt to compete with it on the world tourism map, The study showed that tourist demand for visiting these sites is not suitable for its great value. One of the most important causes of access to governorate in general and for archaeological sites in particular. The level of tourist marketing of the region. The results also showed the lack of sufficient cooperation among official bodies in the revitalization of the visit to these archaeological sites.

**Key words:** Prehistoric Monuments - the tourist product - New Valley.

## المقدمة

يبحث علم ما قبل التاريخ في أصل وتطور حضارات الإنسان قبل معرفته للكتابة، حيث تتمثل فيما تركته الحضارة من بقايا أثرية كالأدوات الحجرية والعظمية ورسومات ونقوش جدارية، والتي تسمح دراستها بإعادة تصوير وتصميم الحياة اليومية للإنسان ما قبل التاريخ في بيئة وزمن معين، وإذا كان هذا المفهوم لعلم ما قبل التاريخ يجعله يقترب من مفهوم علم الآثار، لكونهما يبحثان في موضوع واحد، وهو معرفة مختلف ميادين حياة الإنسان منذ نشأته، إلا أن علم ما قبل التاريخ ينفرد عن علم الآثار من حيث منهجية البحث، لأنه إذا كان علم الآثار يعتمد على النصوص الكتابية لتدعيم وتصحيح التاريخ بشواهد مادية، فإن علم ما قبل التاريخ يستند على العلوم الطبيعية مثل : جيولوجية الزمن، وعلم المستحاثات (الإنسانية والحيوانية) وعلم النبات القديم، والجيومرفولوجيا، وكذلك على العلوم الفيزيائية فيما يتعلق بتاريخ الشواهد المادية لوضعها في تسلسل زمني لحضارات ما قبل التاريخ (حكيم، ٢٠١٣).

وقد بدأت عصور ما قبل التاريخ مع ظهور أول آثار الوجود الإنساني، حيث يمكن تقسيم هذه العصور إلى ثلاثة عصور رئيسية هي: العصر الحجري القديم (الباليوليتي Paleolithic) والذي يتراوح ما بين ٢ مليون - ٢٠.٠٠٠ ق.م، العصر الحجري الوسيط (الميزوليتي Mesolithic)

أو (الإيباليوليث (Epipaleolithic) والذي يتراوح ما بين ١٢.٠٠٠ - ٥٠٠٠ ق.م، والعصر الحجري الحديث (النيوليثي Neolithic) والذي يتراوح ما بين ٥٠٠٠ - ٣٨٠٠ ق.م، ترك الإنسان القديمة نقوش وبقايا حيوانات وأوانى وآلات حجرية، كما ترك العديد من الحفريات والمخربشات التي توضح الحياة اليومية لإنسان ما قبل التاريخ مما يؤهل هذه المواقع لجذب أعداد كبيرة من السائحين المهتمين بهذا النمط (عرام، ٢٠١٢).

كما تعمل الأنماط السياحية الجديدة ومنها سياحة آثار ما قبل التاريخ على تنوع المنتج السياحي المصري، والتي أصبحت تخاطب شرائح أوسع من السائحين عبر العالم، حيث يجب أن يتبع هذا التنوع تطوير في الخدمات السياحية كسمة من سمات هذا التنوع بالمنتجات السياحية والذي يمكن أن يحقق لمصر جذباً سياحياً أكبر (محمد، ٢٠٢٠).

#### ▪ مشكلة البحث:

تمتلك محافظة الوادى الجديد مواقع أثرية متعددة لآثار ما قبل التاريخ، في أماكن متفرقة إلا أن بعضها في حالة جيدة وبعضها يحتاج إلى ترميم وإهتمام، فعلى الرغم من تعدد أنواع وأنماط السياحة بمحافظة الوادى الجديد من سياحة رياضية وثقافية وسياحة المحميات وسياحة السفارى وغيرها ، إلا أن الأهمية التاريخية والسياحية التي تشكلها مواقع آثار ما قبل التاريخ في مصر، لم تحظى بالاهتمام الكافي من قبل وزارة السياحة وهيئة تنشيط السياحة المصرية ولم تدرج ضمن البرامج

السياحية الأنماط السياحية المستجدة، كما يوجد قصور في الدراسات السابقة التي أهتمت بآثار ما قبل التاريخ ما عدا القليل منها والذي أعتمد على إبراز تلك المواقع من الجانب الأثري فقط دون محاولة لربط هذه المواقع بالجانب السياحي عن طريق خلق أنماط سياحية جديدة وعرضها ضمن إستراتيجيات الدولة وإستغلالها لتحقيق تنوع المنتج السياحي المصري إعتياداً على ما تتميز به المحافظة من مواقع متنوعة لآثار ما قبل التاريخ.

#### ■ أهداف البحث :

- تحليل مقومات سياحة آثار ما قبل التاريخ بالوادي الجديد.
- تقييم الوضع الحالي لسياحة آثار ما قبل التاريخ في الوادي الجديد.
- تقييم جهود الهيئات السياحية الرسمية في تسويق سياحة آثار ما قبل التاريخ بالوادي الجديد.
- تحليل معوقات تسويق آثار ما قبل التاريخ في الوادي الجديد.
- طرح بعض المقترحات التي من شأنها استغلال ما يتمتع به الوادي الجديد من إمكانيات لتنمية سياحة آثار ما قبل التاريخ بهدف تنويع المنتج السياحي المصري.

#### ■ تساؤلات البحث :

- كيف يمكن تقييم إمكانيات سياحية آثار ما قبل التاريخ في الوادي الجديد؟



- إلى أى مدى يتناسب حجم الطلب السياحي لزيارة آثار ما قبل التاريخ مع ما تتمتع به المحافظة من مقومات تنتمي إلى هذه الحقبة؟
- ما تقييم الجهود التسويقية التي تقوم بها الأجهزة الرسمية في تسويق سياحة آثار ما قبل التاريخ بالوادي الجديد؟
- ما هي معوقات تنمية سياحة آثار ما قبل التاريخ في الوادي الجديد؟
- كيف يمكن التغلب على معوقات تنمية سياحة آثار ما قبل التاريخ بالوادي الجديد؟

### ▪ الإطار النظري للدراسة : ▪ أهمية سياحة آثار ما قبل التاريخ :

أوضح عباس (٢٠٢٠) أن مصر تمتلك عدد كبير من آثار لما قبل التاريخ في معظم المدن المصرية وتتواجد بكثرة في محافظة الوادي الجديد بما يساعد في تنشيط السياحة الخارجية ونموها، ويسهم ذلك في زيادة العملة الصعبة لمصر. وأن الاكتشافات الجديدة التي تتم عن طريق الحفر والتنقيب لمواقع آثار ما قبل التاريخ على التنمية السياحية تحتاج تأهيل وتهيئة من إقامة فنادق قريبة من هذه المواقع ورصف للطرق وتوفير البنية التحتية المناسبة، لتصبح مركزا أثريا، وهو ما يتطلب الدعم والتمويل من طرف الدولة ، كما تعمل الاكتشافات الأثرية لمواقع آثار ما قبل التاريخ على زيادة تنوع المنتج السياحي المصري، والذي يجذب شرائح

كثيرة من السائحين المهتمين بهذا النمط من السياحة، حيث أن كل موقع أثري يدل على حدث ما أو أمر أو قصة ما. وأوضح درويش (٢٠١٢) أن سياحة آثار ما قبل التاريخ تلعب دوراً رئيسياً في زيادة الخدمات السياحية بشكل مباشر وغير مباشر من القطاعات الأخرى في الدولة مثل انتعاش حركة الأسواق والمطاعم وارتفاع نسب إشغال الفنادق والمرافق الطيية وغيرها، كما يساهم إدراج مواقع آثار ما قبل التاريخ ضمن المحميات الطيية، على الحفاظ على جودة البيئة من مناظر طيية وتضاريس مثيرة للاهتمام وحياء نباتية برية وافرة وهواء نقي وماء نظيف، مما يساعد على جذب السائحين.

وأوضح (٢٠١٨) Agnieszka الدور الكبير الذي تساهم به سياحة آثار ما قبل التاريخ في تبادل الثقافات وتقريب المسافات بين الشعوب، من خلال تعلم السائحين ثقافات الأماكن الجديدة التي يزورونها من العادات والتقاليد واللغات، وينقلون تجاربهم إلى بلادهم وخصوصاً الإيجابية منها، وهذا يساهم في تنمية وتطور المجتمعات.

#### ■ الأنماط السياحية بمحافظة الوادي الجديد :

أوضح درويش (٢٠١٢) أن محافظة الوادي الجديد تمتلك من عناصر الجذب السياحي التي تؤهلها لأن تكون مقصداً سياحياً يقصده الناس من كل مكان على مدار العام، حيث يمكن ممارسة العديد من الأنماط السياحية المختلفة التي تعمل معا بصورة تكاملية، فترتبط كل منهما بالأخرى في محافظة

الوادي الجديد، فعلى سبيل المثال ترتبط سياحة آثار ما قبل التاريخ بالعديد من أنواع السياحة الأخرى ومنها السياحة التاريخية والتي تعود لمختلف العصور ابتداءً من عصر ما قبل التاريخ مروراً بالعصر الفرعوني والبطلمي والروماني والقبطي والإسلامي.

بالإضافة إلى السياحة العلاجية والاستشفائية والتي تتمثل في سياحة العيون الكبريتية والمعدنية (الرحلات القصيرة عبر الصحراء التي تتخللها العيون في امتداد الصحراء الغربية بين الواحات المختلفة وعيون المياه مثل عيون دله وأم الدباديب - بشمو - بئر واحد - عين كليوباترا - بئر الغابة - بئر العبد).

وسياحة الصحاري والسفاري والتي تتضمن سياحة الكهوف (١٨ ألف عام ق.م)، سياحة النقوش الصخرية (٣٠ ألف عام ق.م)، سياحة مساكن الإنسان الأول (النواميس والفيوم ١٠ الاف عام ق.م)، سياحة النقوش الصخرية (٣٠ الف عام ق.م)، سياحة الـ ICO التي تجمع ما بين الموقع التراث الحجري القديم والبيئي (الصحراء البيضاء كمثال)، سياحة الـ GIO التي تجمع ما بين الموقع التراثي والبيئي والجغرافي (الجلف الكبير كمثال)، سياحة التزلج علي الرمال (بحر الرمال- علم الغرد- سترا كمثال)،

كما أضاف(٢٠٢٠) pawel أهمية سياحة الآثار والنقوش وتحليل الصخور الجيولوجية والتي تتضمن النمط العلمي

الذي يستهدف فئة العلماء والباحثين وطلاب الجامعات والمدارس والمعاهد والمستثمرين الاقتصاديين والمهتمين بالبيئة والثروات المعدنية، وكذلك النمط الترفيهي والذي يستهدف السائح والباحث عن الراحة والاستجمام بالمنظر الطبيعي الخلاب للمظهر الجيولوجي المميز.

### ▪ المنتج السياحي وتنوعه كأحد عناصر المزيج التسويقي:

يُعتبر المنتج السياحي في الأساس مُنتج خدمي حتى لو اشتمل على خصائص مادية ملموسة، ويعد المنتج السياحي العنصر الرئيسي للمزيج التسويقي السياحي، وهو خليط من الظروف الطبيعية (الجغرافية، المناخية، الحضارية والاجتماعية)، بالإضافة إلى العديد من الخدمات المرتبطة والمقومات كالأثار التاريخية القديمة والمعالم الحضارية الحديثة والمرافق الأساسية والتسهيلات السياحية، وبشكل عام فالاتجاهات التسويقية تتعامل مع النواحي الملموسة وغير الملموسة في المنتج السياحي بشكل مُفصل، لذلك فإنّ هناك اتجاهات تُنادي بتبني إستراتيجيات تسويقية مُفصلة للنواحي الملموسة في المنتج السياحي، عن تلك الإستراتيجيات المُتعلقة بتسويق النواحي غير الملموسة فيه (خليفة، ٢٠١٨)

فالمنتج السياحي يتعلق بدراسة كافة المنتجات من حيث الإعداد والتسويق والاستهلاك، بمعنى دراسة الخدمة التي تقدمها المنشأة السياحية، كما تشمل دراسة المنتج السياحي دراسة كيفية إعداد الخدمة المطلوبة وأساليب التمويل والإدارة والإعلان

والعلاقة بين المشتريين والبائعين والعوامل المؤثرة على تحديد الأسعار، لذا فالمؤسسات السياحية يستوجب عليها اختيار إستراتيجيات وسياسات مناسبة بخصوص ماهية وطبيعة الخدمات المراد تقديمها للمستهلكين ومدى تنوع هذه الخدمات، وما يمكن القيام به لإضافة خصائص لمنتجاتها . (سويدان ومنصور، ٢٠١٢)

أشار الرواضية (٢٠١٥) إن اتخاذ قرار التنوع في المنتج السياحي يهدف إلى جذب شرائح متنوعة من السائحين وهو السبيل الأمثل في ضوء المنافسة السياحية لمصر دولياً وإقليمياً ، كما أن اتخاذ قرار بالتنوع يقود إلي ظهور أنماط سياحية جديدة مثل نمط آثار ما قبل التاريخ، كما أنه يعظم المنتج الثقافي بهدف خلق منتجات مساعدة لهذا المنتج الرئيسي حتي تستطيع الدولة خلق طلب علي هذا المنتج السياحي.

لذا فإن تطوير المنتج السياحي يمكن أن يتحقق أما عن طريق إضافة عوامل جذب جديدة أو التوسع في ما هو قائم وتحديثه أو إضافة مقاصد فرعية جديدة تخفف الضغط على ما هو قائم بالفعل أو تؤدي الى جذب شرائح جديدة، الأمر الذي يعني في النهاية أن تطوير المنتج السياحي يتضمن التنوع في المنتجات السياحية والذي ينبغي أن يراعي الشرائح التي ستستفيد من هذا التطور سواء كانت شرائح جديدة في أسواق قائمة أو شرائح من أسواق مستحدثة . (السيد، ٢٠١٠)

وفي هذا الصدد تشير الهيئة العامة لتنشيط السياحة (٢٠١٣) أن تنوع وتطوير المنتج السياحي المصري لابد أن يكون من ضمن أولويات الدولة ويمكن أن يتم ذلك من خلال عدة خطوات وهي :-

- ١- الخطوة الأولى : تحديد احتياجات ورغبات السائح (المستهلك).
- ٢- الخطوة الثانية : تحديد الشرائح السوقية.
- ٣- الخطوة الثالثة: وضع أفكار مناسبة لتطوير المنتج السياحي.
- ٤- الخطوة الرابعة: اختيار الأفكار علي أساس المعايير المستقبلية.
- ٥- الخطوة الخامسة: وضع مواصفات المنتج السياحي بشكل يشبع احتياجات السائح.
- ٦- الخطوة السادسة: تقديم المنتج (ويتم اختيار السائح للمنتج المناسب له).
- ٧- الخطوة السابعة: تطوير المنتج تبعاً للمتغيرات الطارئة علي السوق والمنافسين

### ▪ استراتيجيات تنويع المنتج السياحي المصري وتطويره:

نظراً للأهمية التي تمثلها صناعة السياحة في منظومة الاقتصاد القومي المصري، فقد وضعت وزارة السياحة استراتيجية لزيادة القدرة التنافسية للسياحة المصرية علي المستوي العالمي وزيادة إسهامات القطاع السياحي في دفع عجلة التنمية الاقتصادية، وذلك عن طريق اجتذاب أعداد متزايدة من السائحين الوافدين إلي المقصد السياحي المصري مع الوضع في الحسبان ما يرتبط ارتباطاً وثيقاً بهذا الهدف من ضرورة تطوير المنتج السياحي والتوسع في إنشاء الغرف الفندقية بالشكل الذي يستوعب الأعداد المستهدفة من السائحين.(عبد الرازق، ٢٠١٩)

- لذلك قامت وزارة السياحة بوضع مجموعة من الاستراتيجيات للنهوض بالقطاع السياحي المصري ومنها :
- ١- تطوير المنتج السياحي المصري وتلبية كافة احتياجاته.
  - ٢- تنويع الأسواق المصدرة للسياحة بإضافة مجموعة من الأسواق الواعدة.
  - ٣- تنشيط السياحة الوافدة إلي مصر من خلال العلاقات العامة مع أجهزة الإعلام الدولي وخطط التسويق المدروسة.
  - ٤- الاهتمام بقضية الوعي العام بصناعة السياحة.
  - ٥- الاهتمام بالجودة السياحية والعمل بالتوازي علي محاور التنشيط والتنمية والجودة السياحية.
  - ٦- الانفتاح علي التطورات السياحية العالمية والاحتفاظ لمصر بدورها.
  - ٧- مساندة القطاع الخاص لحل المشاكل التي تواجه الاستثمار السياحي (وزارة السياحة والآثار المصرية ٢٠١٧).
- وفي هذا الصدد يجب الإشارة إلى أن الإستراتيجيات التسويقية السياحية اختلفت عن ما كانت عليه من قبل، حيث أصبحت وزارة السياحة والقطاعات السياحية تهدف إلي زيادة أعداد السائحين إلي المقصد السياحي المصري لتخطي وتحطيم الأرقام السابقة من الوافدين إلى مصر، مع العمل علي تشييد وتجهيز فنادق لازمة لاستيعاب تلك الأعداد حتي تستطيع الحفاظ علي الطاقة الاستيعابية للمكان، كما أنها تهدف إلي استقطاب

شرائح جديدة من السائحين ذو الدخل المرتفع، والعمل علي تنشيط المقصد السياحي طوال العام، وبناء عليه قامت الهيئة العامة لتنشيط السياحة (٢٠١٣) بوضع استراتيجيات لتطوير المنتج السياحي المصري تتمثل في :

- فتح مقاصد سياحية جديدة : مثل الساحل الشمالي ومرسي علم والوادى الجديد وغيرها من المناطق التي لم تكن موجودة من قبل.
- فتح أسواق سياحية جديدة لمخاطبة شرائح جديدة من السائحين: وقد طبقت مصر خلال السنوات الأخيرة ذلك عندما وسعت نطاق أسواقها المستهدفة وبدأت في توجيه جهودها التسويقية إلي دول الشرق الأوسط وبعض البلدان مثل أوربا الشرقية بالإضافة الى الصين والهند، لجذب شرائح جديدة من السائحين.
- استحداث أنماط سياحية جديدة: عن طريق تقديم أكثر من نمط داخل الزيارة الواحدة مثل (السياحة العلاجية والاستشفائية - السفاري - مراقبة الحياة البرية - سياحة آثار ما قبل التاريخ وغيرها)، مما يخلق عوامل جذب سياحي جديدة.
- الاهتمام بالتسويق والجهود التنشيطية للمقصد السياحي: من خلال عمل حملات إعلانية بمواقع إلكترونية بعدة لغات، وكذلك حملات دعائية في وسائل إعلام الدول الرئيسية المصدرة للحركة السياحية إلي مصر، وأيضاً



التواجد في المعارض الدولية والترويج للمقاصد السياحية المصرية.

• تطوير المنتج السياحي والفندقي المصري: وذلك بالعمل علي تحسين صورته وتحقيق أعلى مستوى من الجودة في الخدمات المقدمة للسائح بالإضافة إلي تنوع الخدمات بشكل مستمر، وتعتبر هذه الخطوة بمثابة ركيزة أولى لإطالة عمر المنتج وذلك لأن التطوير والأرتقاء بمستوي المنتج يفتح أفقا جديدة لطرح أنماط متفاوتة من الرحلات، والنظر إلي الأماكن المهملة التي يمكن أن تصبح مصدر دخل للسياحة المصرية، وإذا طبقت هذه الفكرة علي المنتج السياحي المصري فإننا نجد أن تطوير المنتج يشمل نوعيات من الرحلات لم يتم طرحها قبل ذلك مثل سياحة المؤتمرات، سياحة الحوافز، سياحة القصور وكذلك سياحة آثار ما قبل التاريخ.

• مساندة القطاع الخاص: وذلك لحل المشاكل التي تواجه الإستثمار السياحي وتفعيل دور هيئة التنمية في تخصيص الأراضي السياحية للإستثمار السياحي والرقابة المستمرة للتأكد من استخدامها في الغرض المخصص لها.

#### ■ منهجية الدراسة :

تم استخدام المنهج الوصفي وذلك لملائمته لتحقيق أهداف الدراسة وطبيعة إجراءاته، وذلك عن طريق وصف ما هو كائن وتحليله واستخلاص الحقائق منه، إذ أن المنهج الوصفي لا يقتصر على جمع البيانات وتبويبها وإنما يستهدف التحليل والتفسير للنتائج.

### ▪ مجتمع وعينة الدراسة :

ويشمل مجتمع الدراسة المسئولين عن آثار ما قبل التاريخ فى الهيئات الرسمية سواء داخل إدارة آثار ما قبل التاريخ بوزارة السياحة والآثار والهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحى وإدارة السياحة بمحافظة الوادى الجديد البالغ عددهم (١٥ مسؤول) كالتالى :

أرقام الإستمارات	عدد المسئولين	الجهة
١٢:٦	٦	إدارة آثار ما قبل التاريخ بوزارة السياحة والآثار المصرية
٦:١	٦	الهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحى
١٥:١٢	٣	إدارة السياحة بمحافظة الوادى الجديد

### ▪ أدوات ومصادر جمع البيانات :

لتحقيق أهداف البحث تم إعداد استمارة مقابلة شخصية موضوعية حيث تعد إحدى أدوات جمع المعلومات والبيانات فى

الدراسة العلمية، وقد تكونت الاستمارة من (٦) أسئلة (مفتوحة) موجهة إلى المسؤولين عن آثار ما قبل التاريخ، وفي هذا النوع من المقابلات يسمح لأفراد عينة الدراسة أن تجيب بشكل حر، وأن يسترسلوا بشرح رأيهم أو سبب إجابتهم.

#### ▪ تحليل نتائج الدراسة الميدانية :

تم تحليل نتائج الدراسة الميدانية نوعياً عن طريق تسجيل إجابات المستقصى منهم صوتياً أو كتابياً ثم تنظيمها وتجميع المتشابه من التعليقات ثم إدراجها لتحليلها والتعليق عليها.

#### ▪ نتائج الدراسة الميدانية ومناقشتها :

وفيما يلي عرض لنتائج المقابلة الشخصية التي تمت مع المسؤولين المختصين بسياحة آثار ما قبل التاريخ وعددهم ١٥ مسؤل كما تم الإشارة إليه في الدول السابق.

السؤال الأول : "ما تقييم سيادتكم لما تتمتع به محافظة الوادي الجديد من آثار تعود لحقبة ما قبل التاريخ بما يؤهلها لتنمية هذا النوع المنبثق من السياحة الثقافية؟"

- ٤:١ يوجد بمحافظة الوادي الجديد العديد من العصور التاريخية المختلفة في مناطق متعددة مثل الداخلة والخارجة وواحة الفرافرة وغيرها من المواقع.
- ٥:٢: المحافظة مليئة بالمواقع الأثرية الهامة أغلبها يعود للعصر اليوناني والروماني والعصر الإسلامي، لكن المواقع التي تحتوي علي آثار ما قبل التاريخ لم تلقي

الاهتمام الكافي للتسويق لها لجذب عدد أكبر من السائحين مقارنة لما يتم من تسويق بالنسبة للآثار اليونانية والرومانية والإسلامية داخل المحافظة مثل معبد دوس ومعبد هيبس والبيجوات.

- ٦،٤،٣: تذخر محافظة الوادي الجديد بتنوع كبير في مقومات السياحة بأنواعها المختلفة سواء كانت سياحة المغامرات والسياحة العلاجية والاستشفائية الطبيعية وسياحة التاريخ سواء ما قبل التاريخ أو السياحة الثقافية بشكل يحقق مزيج سياحي وتنوع يجعل منها منطقة ومساحة فريدة، مما يؤهلها بأن تكون أرض خصبة لتنفيذ برنامج سياحي شامل ومتكامل.

- ١٤،٨،٦،٢: سبب وجود آثار ما قبل التاريخ بكثرة في الوادي الجديد هو أن نهر النيل كان يتجه غرباً في اتجاه الوادي الجديد ليصب في البحر المتوسط، مما جعل الإنسان والحيوان قديماً يتمركز حول ضفاف هذه المياه العذبة.

- ١٥،١٣،١١،٧،٣: تتمركز مواقع آثار ما قبل التاريخ بمحافظة الوادي الجديد في الصحراء الغربية التي تضمن الصحراء البيضاء والسوداء بجانب جبل العوينات ومنطقة الجلف الكبير والتي سجلت كمحميات طبيعية، لذا فمواقع آثار ما قبل التاريخ يمكن أن تدرج مع السياحة العلمية والطبيعية المتوفرة بالمنطقة.

السؤال الثاني : "إلى أي مدى يوجد تعاون بين هيئة تنشيط السياحة ووزارة السياحة والآثار وبين إدارة محافظة الوادي الجديد للاهتمام بآثار ما قبل التاريخ والتحفيز على زيارتها؟ وفي حال وجود تعاون هل يمكن توضيحه؟"

The image contains a large block of musical notation, likely a score for a piece of music. It consists of multiple staves with notes, rests, and other musical symbols. The notation is dense and appears to be a transcription of a musical piece. The symbols include various note heads, stems, beams, and rests, along with some specific musical markings like 'fi' and 'ā'. The notation is arranged in a vertical column, typical of a musical score.

١١،٩،٥ : هناك تعاون محدود جداً بين الهيئات المختصة  
مثل هيئة تنشيط السياحة ووزارة السياحة والآثار ولكن لا  
يوجد تنسيق مثمر بين تلك الهيئات بعضها البعض  
للاستفادة القصوى من كافة الإمكانيات الموجودة داخل  
محافظة الوادي الجديد.

١١،٩،٥ : التعاون ضعيف بينهم حيث أن هيئة  
تنشيط السياحة لها مكتب سياحي مقام بالوادي الجديد مهمت  
بالتسويق والترويج للمناطق السياحية كافة وليست آثار ما  
قبل التاريخ فقط بحيث يهتم بالآثار اليوناني الروماني  
القبطي وكل التراث الحضاري المتاح داخل المحافظة،  
كما يوجد الهيئة الإقليمية لتنشيط السياحي بمحافظة  
الوادي الجديد التابعة لوزارة التنمية المحلية حيث يتم  
التنسيق بينها وبين مكتب هيئة التنشيط بالوادي الجديد  
للمتابعة والترميم.

السؤال الثالث : "ما تقديركم لمناسبة حجم الطلب السياحي  
الحالي على زيارة آثار ما قبل التاريخ بالمحافظة في ضوء ما  
تتمتع به من آثار تنتمي لهذه الحقبة؟"

- ١، ١٣، ١٤ : حجم الطلب السياحي على نمط سياحة آثار ما قبل التاريخ غير مناسب على الإطلاق بالنسبة لمصر بوجه عام وبالنسبة لمحافظة الوادي الجديد بوجه خاص، وذلك عند النظر إلى المقومات السياحية المتوفرة والمتواجدة بالمحافظة الوادي .

٥٥٥٥٥ :  -  
 ٥٥٥٥٥ :  -

- السؤال الرابع : " إذا كانت المحافظة لا تحظى بما تستحقه من طلب سياحي على هذا النوع فيما تفسرون ذلك؟ "

- ٥٥٥ : الخطط التسويقية الحالية لا تهتم بدرجة كافية بتسويق هذه الزيارات والتعريف بتلك الآثار العريقة والتحفيز على زيارتها.

- ٢: بعد المحافظة عن القاهرة حوالي ٦٠٠ كم أو أكثر وصعوبة الوصول إليها بشكل أكبر عوامل تجنب السائحين لزيارتها.
- ٤-١١: أن هذا النمط لا يستهوي إلي فئة قليلة جدا من السائحين المهتمين بدراسة الآثار (السياحة العلمية) ولا تستهوي السائحين المهتمين بالسياحة الترفيهية كمكمل للبرنامج السياحي فيفضلوا الذهاب إلي المتاحف والأهرامات أو الأقصر مثلاً، بالإضافة إلي أن مواقع آثار ما قبل التاريخ توجد في بعض دول العالم بمعنى أوضح أن مصر لا تنفرد بهذا النمط دون غيرها فنقول إنسان ما قبل التاريخ موجود في كثير من دول العالم مثل البرازيل والمكسيك والدول الأوروبية والعربية مثل الأردن والسعودية بالإضافة إلي ضعف العائد الاقتصادي الناتج منه.
- ١٢-١٥: عدم التنسيق بين الجهات المعنية نحو الاهتمام بهذا النمط فما بينها، وعدم وجود حملة ترويج وتنشيط ودعاية مكثفة وموجهة بشكل رئيسي تجاه محافظة الوادي الجديد.



السؤال الخامس : " من وجهة نظر سيادتكم ما هي المعوقات التي تواجه تنمية سياحة آثار ما قبل التاريخ في الوادي الجديد؟"

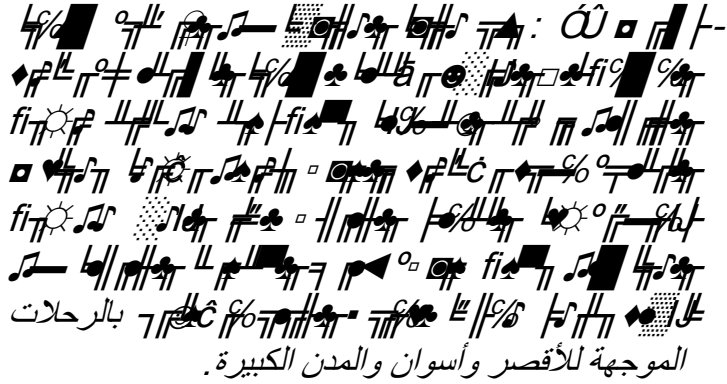
٦،١ : -  
١١-٧ : -

٥-٢ : تتمثل المعوقات التي تواجه تنمية سياحة آثار ما قبل التاريخ في الوادي الجديد في مجموعة من النقاط أهمها : غياب دور الإعلام والحملات التسويقية المنهجية لإبراز مقومات محافظة الوادي الجديد، قلة أعداد الفنادق ونزل الإقامة المجهزة لاستقبال أعداد كبيرة من السائحين، أغلب مواقع آثار ما قبل التاريخ غير موثقة كي يتم تعريفها، زيادة تكلفة هذا النمط من السياحة عن أنماط السياحة الأخرى وذلك لقلة الأعداد وبعد المسافة.

١١-٧ : غياب دور الهيئات الرسمية نحو الاهتمام بنمط سياحة آثار ما قبل التاريخ علي وجه الخصوص، بجانب ضعف دور إدارة السياحة داخل المحافظة في التسويق والترويج والتنشيط لإبراز هذا النمط بالشكل المناسب، على الرغم من أهمية ما تمتلكه محافظة الوادي الجديد من مقومات تخدم هذا النمط.

١٠، ١٢: بعد المسافة لمواقع آثار ما قبل التاريخ بمحافظة الوادي الجديد يمثل عائق أمام تنمية هذا النوع من السياحة خاصة في حالة غياب وسائل المواصلات الجوية للوصول إليها، حيث أنه لا يوجد إلا مطار واحد بالخارجة كان متوقف سابقا والآن عدد الرحلات اليومية الخاصة به قليلة، ويعد ذلك المطار اقرب مطار جوي يخدم هذه المنطقة.

١٥- ١٣ عدم معرفة منظمي البرامج السياحية والشركات السياحية بمدى أهمية تلك المواقع الخاصة بآثار ما قبل التاريخ والتي لا تقل أهميتها عن باقي الآثار الموجودة في مصر وأن مواقع آثار ما قبل التاريخ بداية للحضارات.

١٤- : 

السؤال السادس : " ما أهم مقترحات سيادتكم التي من شأن تنفيذها النهوض بسياحة آثار ما قبل التاريخ في محافظة الوادي الجديد؟"

- ١، ٤: صيانة آثار ما قبل التاريخ التي تعرضت لتعدي من السكان المحليين، واستكمال توثيق باقي مواقع آثار ما قبل التاريخ الموجودة داخل الوادي الجديد، لتوفير المعلومات الكافية عن هذه الآثار.
- ٢، ٣، ٨، ١٠: التوجه إلى وضع إستراتيجية تسويقية عالمية مثل "محاولة إبراز هذا النمط داخل برنامج مثل ناشيونال جيوغرافيك، ضمن المادة العلمية الموجودة فيه التي تستهدف مصر والآثار المصرية والتي يعرض بشكل مثير للفضول ومن ثم يمكن الربط بين الواقع الموجود داخل الوادي الجديد وبين تلك المواقع داخل الدول الأخرى ومحاولة إيجاد تعاون بين تلك الدول كحملة تسويق مشتركة سوف تحقق مرود أسرع واقوي.
- ٥-٧ تصميم حملة إعلانية أو تصوير بعض المسلسلات والأحداث يوضح مدي جمال محافظة الوادي الجديد) % (تحسين وسائل الانتقال والمواصلات وتسهيل الوصول إلي محافظة الوادي الجديد ومن ثم مواقع آثار ما قبل التاريخ، عن طرق إنشاء شبكة طرق حديثة وصيانة شبكة الطرق الحالية.
- ٦، ١٤: إشراك الجمعيات الدولية مثل (اليونسكو- اليونسيف) والتي تحمي التراث العالمي علي مستوي

- العالم، لكي تساعد في رفع كفاءة وتحسين البنية التحتية بهذه المناطق لكي تؤهلها لاستقبال السياحة الدولية.
- ١١،٩ : إنشاء موقع خاص بمحافظة الوادي الجديد يعرض المناطق الأثرية الموجودة بالمحافظة بتقنية (٣D) أو الهيليوجرام وموضح بها كيفية الزيارة وكيفية الوصول إليها، وذلك لخلق طلب محلي لزيارة المحافظة (%تفعيل مهرجان سنوي كبير في محافظة الوادي الجديد علي غرار مهرجان شخصيات مصرية المقام في محمية وادي الجمال لإبراز التراث الحضاري الغير ملموس.
- ١٥،١٢ : إجراء المزيد من الدراسات لتحديد عصور إنسان ما قبل التاريخ في الوادي الجديد (الفترة الزمنية التي عاش بها إنسان ما قبل التاريخ في الوادي الجديد) ليتم استخدام تلك المعلومات في التسويق فيما بعد كطريقة لل جذب السياحي.
- ١٣ : تدريس ثقافة الصحراء لسائقي الدفع الرباعي المصاحبين للسائحين في رحلات السفاري لتجنب تدمير تلك الآثار نظرا لغياب وعي السائق بها وبأهميتها وعدم اعتبارها أحجار عادية عديمة القيمة.

- أضاف ١٤: أن محافظة الوادي الجديد تمتلك مطار الخارجية وهي ميزة تساهم فى سهولة الوصول إلي الوادي الجديد من القاهرة والعكس.
- أضاف ١٥ : أن البنية التحتية للمحافظة تحتاج إلي إعادة هيكلة وصيانة حيث أن المحافظة تعاني من عدم تحقيق القدر الكافي للبنية التحتية التي تحتاجها التوقعات السياحية، بجانب أن المواقع الأثرية الخاصة بأثار ما قبل التاريخ نفسها تحتاج إلي ترميم وصيانة حيث لم تحظى بالاهتمام الكافي من الهيئات السياحية المختلفة.

#### ■ النتائج العامة للدراسة :

- في ضوء أهداف البحث وفي حدود عينة البحث وخصائصها والمنهج المستخدم واعتمادا على نتائج المقابلات الشخصية تم التوصل إلى الاستنتاجات التالية :
- ١- أن محافظة الوادي الجديد يوجد بها العديد من مقومات الجذب السياحي والمتمثلة فى آثار تمثل جميع العصور التاريخية منها عصور ما قبل التاريخ والفرعونية والرومانية والقبطية والإسلامية والفارسية
  - ٢- عرض مواقع آثار ما قبل التاريخ في مواقعها الأصلية يمكننا من استغلالها لتضفى التنوع على المنتج السياحي المصري اعتمادا على ما تتميز به محافظة الوادي الجديد من خصائص جغرافية وأثريه وثقافية متنوعة، كمحاولة جاد لتنشيط السياحة ولجذب أكبر قدر من السائحين إلى هذا

- النوع من السياحة التي قد يسمح لمصر أن تنافس به على خريطة السياحة العالمية، مما قد يكون له الأثر الإيجابي في زيادة العملة الصعبة وإنعاش الاقتصاد المصري.
- ٣- المحافظة تعاني من ضعف البنية التحتية والمرافق غير مؤهلة للإستخدام خلال الزيارة داخل تلك المواقع.
- ٤- هناك غياب لدور الإعلام والحملات التسويقية الممنهجة لإبراز مقومات محافظة الوادي الجديد.
- ٥- يوجد نقص في أعداد الفنادق ونزل الإقامة المجهزة لاستقبال أعداد كبيرة من السائحين خاصة ذات المستوى المتميز.
- ٦- أغلب مواقع آثار ما قبل التاريخ غير موثقة كي يتم التعريف بها والدعاية لها.
- ٧- من أهم أسباب عزوف السائحين عن الزيارة هو زيادة تكلفة السفر وبعد المسافة وصعوبة المواصلات.
- ٨- يوجد ضعف في أعمال الترميم ووجود تعديات على هذه الآثار نتيجة لغياب الوعي السياحي بأهمية المنطقة.

## ■ التوصيات :

إستناداً إلي النتائج السابقة تم التوصل إلى عدد من

التوصيات كما يلي:

- ١- ضرورة تطبيق مصر إستراتيجيات سياحية جديدة تعتمد على تنوع المنتج السياحي المصري والترويج لمناطق جذب

سياحية جديدة ومن أهمها سياحة آثار ما قبل التاريخ لإشباع وتلبية احتياجات ورغبات الفئات المختلفة من السائحين في كافة الدول، من أجل تحقيق المزيد من التنشيط والجذب السياحي لمصر، ولزيادة الطلب السياحي لديها.

٢- إنشاء موقع خاص بمحافظة الوادى الجديد يعرض المناطق الأثرية الموجودة بالمحافظة بتقنية (٣D) أو الهيليو جرام وموضح بها كيفية الزيارة وكيفية الوصول إليها، وذلك لخلق طلب محلي لزيارة المحافظة.

٣- تحسين وسائل الانتقال والمواصلات وتسهيل الوصول إلي محافظة الوادى الجديد ومن ثم مواقع آثار ما قبل التاريخ، عن طرق انشاء شبكة طرق حديثة وصيانة شبكة الطرق الحالية

٤- إجراء المزيد من الدراسات لتحديد عصور إنسان ما قبل التاريخ في الوادى الجديد (الفترة الزمنية التي عاش بها إنسان ما قبل التاريخ) ليتم استخدام تلك المعلومات في التسويق فيما بعد كطريقة للجذب السياحي.

٥- المشاركة فى بعض المؤتمرات الدولية لوضع أسس ترميم وحفظ هذا الإرث الأنسانى وفق قواعد منظمة.

٦- أن يتم ترميم هذه الآثار على أيدى مهندسين معماريين أو حاصلين على شهادات علمية مؤهلة لذلك ليتم الترميم بنفس الطراز دون تغيير فى شكل الأثر.

٧- التوسع فى إستخدام تكنولوجيا الواقع الافتراضى لتلك المواقع للتعريف بها كنوع من أساليب التسويق الحديثة .

## قائمة المراجع

### أولاً : المراجع العربية:

- الرواضية، زياد (٢٠١٥): أثر تطوير المواقع التراثية في تنويع المنتجات السياحية: دراسة حالة لقرية طيبة زمان، العدد ١-٢، المجلد ٩، مجلة كلية السياحة والفنادق، جامعة الفيوم.
- السيد، دينا السيد مهدي (٢٠١٠): دراسة المنتج السياحي النوبي كأحد عناصر الجذب في مصر، رسالة ماجستير، غير منشورة، كلية السياحة والفنادق، جامعة حلوان.
- الكومي، لبنى أحمد مصطفى (٢٠١٦): التنمية السياحية للمناطق الأثرية بمحافظة أسيوط، المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة، مج ١٠، ع ١٠، كلية السياحة والفنادق، جامعة الفيوم.
- بدوي، عبد الرحمن (٢٠١٠): تاريخ مصر وحضارتها- مصر ما قبل التاريخ - الجزء الأول، مركز الشرق الأوسط الثقافي.
- حكيم، شيخ (٢٠١٣): محاضرات ونصوص في ما قبل التاريخ، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر.
- خليفة، مي منصور (٢٠١٨): التنافسية وعلاقتها بتطوير المنتج السياحي، مجلة الاستواء، العدد ١٠، مركز البحوث والدراسات الأندونيسية، جامعة قناة السويس.
- درويش، خالد سعد مصطفى (٢٠١٢): الرسوم والنقوش التاريخية في الجلف الكبير والعوينات بصحراء مصر الغربية



- في عصور ما قبل التاريخ، رسالة دكتوراه، غير منشورة،  
قسم الآثار المصرية، كلية الآثار، جامعة القاهرة.
- **سويدان، نظام & منصور، محمد (٢٠١٢) :** تأثير سعر  
مكونات المنتج السياحي على السياحة الداخلية في الأردن  
(دراسة حالة ميدانية بأراء المواطنين الأردنيين)، مجلة  
جامعة بيت لحم، العدد ٣١، كلية إدارة الأعمال، الأردن.
- **عباس، حمدي (٢٠٢٠) :** ما قبل التاريخ البشري منذ البدء  
وحتى نهايات العصر الحجري القديم الأعلى، دار المعرفة  
الجامعية، القاهرة.
- **عبد الرزاق، مي منصور (٢٠١٩) :** الاستراتيجيات المتبعة  
لتطوير المنتج السياحي المصري والنهوض به، مجلة  
الاستواء، ع ١٦، مركز البحوث والدراسات الاندونيسية، قسم  
الدراسات السياحية، كلية السياحة والفنادق، جامعة قناة  
السويس.
- **عرام، ريهام جلال (٢٠١٢) :** مواقع آثار ما قبل التاريخ  
بجنوب القاهرة بين الواقع والمأمول، المؤتمر الدولي الأول  
لعصور ما قبل التاريخ في الوطن العربي، الندوة العلمية  
لكلية الآثار حول المواقع الأثرية في مصر: أهميتها -  
مشاكلها - كيفية الحفاظ عليها، كلية الآثار، جامعة القاهرة.
- **محمد، غادة عبد الله (٢٠٢٠) :** دراسة تقييمية  
للاستراتيجيات التسويقية الحالية للمنتج السياحي الثقافي  
المصري، المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة، مج ٤، ع ١،  
كلية السياحة والفنادق، جامعة الفيوم.
- ثانيا : شبكة المعلومات الدولية :**
- **البوابة الالكترونية لمحافظة الوادي الجديد :** التنمية السياحية  
في الوادي الجديد، ٢٠٢١.

<http://newvalley.gov.eg/Pages/default.aspx>

- الهيئة العامة لتنشيط السياحة: إصدار بعنوان الانطلاق للقرن القادم ، ٢٠١٣.

<http://egypt.travel/ar>

- وزارة السياحة والآثار المصرية : ملامح خطة التنمية السياحية في مصر حتى عام ٢٠١٧

<https://egymonuments.gov.eg/ar/historical-periods/predynastic-period>

### ثالثا : المراجع الأجنبية:

- **Agnieszka Mączyńska (٢٠١٨):** Is There a Place for Prehistoric Egypt in Near Eastern Archaeology?: Some Remarks on Early Relations between Egypt and its Neighbours, Proceedings of the ١٠th International Congress on the Archaeology of the Ancient Near East, Volume ١, pp.٤٥-٥٦.

DOI: ١٠.٥٥٩٣/sgemsocial٢٠١٨/٤.١/S١٥.٠٠٣

- **Paweł Polkowski (٢٠٢٠) :** Animal Hill – a Large Prehistoric Rock Art Site CO١٧٨ in the Central Dakhleh Oasis, Egypt, Project: THE PETROGLYPH UNIT - rock art research in the Dakhleh Oasis Egypt

DOI:١٠.٢٣٨٥٨/APa٥٨.٢٠٢٠.٠١٧

-