

ورقة عمل عن
تنمية الوعي السياحي من منظور اجتماعي

إعداد

أ.د/ على عباس دندراوى

أستاذ ورئيس قسم مجالات الخدمة الاجتماعية
ونائب رئيس جامعة أسوان الأسبق
لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة

مقدمة:

مخطئ من يتصور أن صناعة السياحة تعتمد اعتماداً كلياً علي علماء السياحة وخبرائها فقط بمعنى أنه ينبغي أن نؤمن بأهمية تضافر كافة الجهود العلمية والمهنية من مختلف التخصصات ، والتي بلا شك ستؤدي بشكل او بأخر إلي تحسين بل وتنمية حركة السياحة في ج.م.ع.

لذا يعد المدخل الاجتماعي أحد المداخل الأساسية للتعرف على المشكلات الاجتماعية المختلفة وأسبابها وأبعادها وكيفية إيجاد الحلول المناسبة لها، مما يؤدي إلى تطوير هذه الصناعة بالشكل الذي يتواءم مع ما نملكه من ثروات ومقومات ومعالم سياحية وأثرية

ولعل مشكلة انخفاض مستوى الوعي السياحي سواء أكان ذلك لدى المواطنين المقيمين بالمناطق السياحية والأثرية، أم لدى بعض العاملين في المجال السياحي أيضاً ، تعد من أهم المشكلات التي تعوق هذه الصناعة التي تعد أحد مصادر الدخل القومي.

ومن ثم تعرض هذه الورقة لأهم العوامل والأسباب التي قد تكون سببه حقيقية في انخفاض مستوى الوعي السياحي لدى المواطنين، كما تتعرض أيضاً إلى العوامل والأسباب التي قد تكون سبباً حقيقياً في انخفاض الوعي السياحي لدى العاملين في مجال السياحة أنفسهم مع التوصل لتصور مقترح للتغلب على تلك المعوقات أو الحد منها قدر الامكان وذلك من منظور اجتماعي.

أولاً: مفهوم صناعة السياحة

"تعتبر السياحة صناعة ولكنها بلا مداخل (1) ، تجمع ما بين العلم والفن والتجارة (2) ، وتتطور باستمرار، فبعد أن كانت صناعة صغيرة عرفت بقله عدد السائحين ، إلا أنها أصبحت حالياً صناعة أهم تتميز بكثرة عدد السائحين (3) ، كما أنها تعد من الصناعات التي يقوم فيها المستهلك (السائح) بالحصول على المنتج والمتمثل في المقومات السياحية والأثرية - بنفسه، ومن مكان إنتاجه، أي أن الجهة المصدرة لهذا المنتج - الدولة المتقدمة سياحية - لا تتحمل نفقات النقل خارج حدودها، الأمر الذي يجعلها صناعة ذات عائد سريع وبأقل تكلفة ممكنة (4).

هذا وتجدر الإشارة إلى أن هناك ثلاثة عناصر هامة يجب توافرها لقيام هذه الصناعة وهي (5):

١- **المادة الخام** ونعني بها تلك المقومات السياحية والأثرية، سواء أكانت هذه المقومات طبيعية أم من فعل الإنسان، فالجو والموقع الجغرافي ووسائل الانتقال، والتاريخ القديم وأماكن الصيد والاستشفاء، كل هذه تعتبر المادة الخام التي تقوم عليها السياحة والتي تخلق من مكان ما مركزاً سياحياً يقبل ويمكن لكافة الدول الاستفادة به.

٢- **رأس المال** وهو عنصر ضروري في هذا الصدد حتى تحقق هذه الصناعة الهدف منها، فما من مشروع سياحي إلا ويحتاج لرأس مال حتى يجذب إليه أنظار السياح، فرأس المال لازم للدعاية السياحية ويتمثل في المطبوعات السياحية، تجميل مناطق الآثار، وفي بناء الفنادق والمطاعم والملاهي وما إلي ذلك.

٣- **قوة العمل** الذي يعتمد على كل من يشارك بجهده في تحقيق استثمار عنصر رأس المال في صناعة السياحة من العاملين بقطاع السياحة، سواء أكانت أجهزة السياحة الرسمية أم مكاتب السياحة باختلاف أنواعها، أم شركات النقل والفنادق.

أي أن المقصود بصناعة السياحة هو اعتبار السائح بمثابة سلعة منتجة تسعى كل الدول ذات المقومات السياحية والأثرية للحصول على هذا المنتج واجتذابه بكافة الوسائل المشروعة.

ثانياً: مفهوم الوعي السياحي

ويقصد بالوعي السياحي هنا هو مدى إلمام المواطن - سواء أكان مواطناً مقيماً بالمناطق السياحية أم الأثرية أم عاملاً في مجال السياحة - وإدراكه ومعرفته بما يلي:

- (1) أن السياحة تمثل مصدراً اقتصادياً هاماً لبلاده.
- (2) أن في معاملة السائح معاملة كريمة تطبيقاً للقيم المصرية المتوارثة في إكرام الضيف.
- (3) إدراكه لقيم السائحين وعاداتهم وتقاليدهم ووضعها في الاعتبار.
- (4) إن في استغلاله للسائح شيئاً مشيناً سيئاً إلى سمعة بلاده، ويضر بمصلحتها أيضاً.
- (5) أن في زيارة السائح لبلادنا فائدة قومية يجب الحرص عليها.
- (6) الإلمام بالمعلومات الكافية - قدر الإمكان - عن المناطق السياحية والأثرية وكيفية الوصول إليها.
- (7) المساهمة في إرشاد السائح وتوجيهه والإجابة على تساؤلاته واستفساراته قدر الإمكان.

أي أن ما نعنيه بالوعي السياحي هو مدى معرفة المواطن بأهمية السياحة كثروة قومية يجب المحافظة عليها، وبقيمة آثار بلده وعدم الإساءة إليها، والعمل على إرشاد السائح وحمايته من الفئات المستغلة والمضايقات المختلفة التي يمكن أن يتعرض لها، وأن للسائح حقوق و عليه واجبات من أهمها احترام القيم والعادات والتقاليد المصرية طول فترة إقامته بجهة المقصد السياحي.

ثالثاً: العوامل الاجتماعية التي قد تكون سبباً حقيقياً في انخفاض المقيمين بالمناطق السياحية والأثرية:

ويقصد بها تلك المشاكل التي قد تكون عائقاً في تنمية مستوى الوعي السياحي لدى المواطنين، من أهمها ما يلي:

1- تدني مستوى المعيشة لدى أكثر المواطنين المقيمين بتلك المناطق ومعاناتهم من ضغوط الحياة اليومية والمشكلات الحياتية والانشغال بكيفية مواجهتها جعلهم لا يهتمون بسلوكيات أطفالهم مع السائحين هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى تعاضم الفارق بين مستوى معيشتهم وبين مستويات معيشة السائحين مما يشكل في النهاية اتجاهاً سلبياً حيال السياحة ومدى الإيمان بأهميتها، قد يظهر في صورة النظرة المتطرفة للسياحة وصناعتها في غيبة هذا الوعي، كما حدث في بعض مدن ومراكز محافظات الصعيد على سبيل المثال.

2- ارتفاع مستوى الأمية بين المواطنين عامة وسكان هذه المناطق الخاصة مما ينعكس سلباً على ادراكهم ومعرفتهم للمعالم السياحية والأثرية وأماكنها المختلفة وبكيفية الوصول إليها أو تاريخها الحضاري، يضاف إلى ذلك انتشار الأمية الثقافية مع تدني مستويات اللغة بين طبقة المتعلمين مما يجعل بعضهم يرى في السياحة نوعاً من الخروج على أنماطهم الثقافية التي درجوا عليها بل ويرونها متعارضة مع معتقداتهم الدينية أحياناً.

3- انتشار البطالة بين معظم أفراد تلك المناطق وفي المقابل هناك مصادر سهلة للرزق والاغتناء - من جهة نظرهم - مع عدم وجود رقابة رادعة في هذا الصدد، مما يدفع البعض إلى النصب والاحتيال على السائح وبشتى الطرق والوسائل غير المشروعة.

4- عدم وجود برامج للتوعية والتثقيف السياحي بين المواطنين مثل عدم الحرص على إقامة الندوات أو اللقاءات الفكرية أو الأفلام والشرائط السينمائية، مع عدم قيام أجهزة ووسائل الإعلام بدورها المتوقع في التوعية السياحية بأهمية التراث الحضاري وتعريفهم بمثل هذه الأماكن الأثرية وطريقة الوصول إليها وكذا كيفية التعامل مع السائحين وإرشادهم وتوجيههم قدر استطاعتهم.

5- عدم اهتمام كثير من الأسر المصرية بزيارة هذه المعالم السياحية والأثرية، مع عدم تشجيعهم لأطفالهم بزيارتهم أو محاولة تبصيرهم بقيمة هذه المقومات الأثرية، مع الافتقار للقدوة في السلوكيات أثناء زيارتها مما أدى إلى عدم وعي أطفالهم بالسياحة كصناعة ذات عائد اقتصادي بالعملة الصعبة.

6- تباين قيم وثقافة المواطنين في مجتمعنا المصري مع قيم وثقافة السائحين - الأجانب خاصة مع عدم وجود من يقوم بتوعية المواطنين وتبصيرهم بأن اختلاف الثقافات بين الشعوب يعد من الحقائق المؤكدة وأن هذا الاختلاف ليس معناه التخلي عن عاداتنا وتقاليدنا وقيمنا الاجتماعية المختلفة مما يؤدي علي المدى البعيد إلي وجود نوع من التقارب الفكري بين الطرفين وتضييق الفجوة بين الثقافات المختلفة.

7- سيادة مفاهيم اجتماعية خاطئة لدي سكان المناطق السياحية والأثرية في مجتمعنا المصري مثل الشطارة، الفهلوة، الجدعنة ... الخ مع عدم وجود بحوث اجتماعية لدراسة مثل هذه الظاهرة ومعرفة أبعادها المختلفة وأسبابها وكيفية معالجتها .

8- ضعف قيمة الولاء والانتماء لدي بعض المواطنين مما يترتب عليه عدم إلتزامهم بقيم مجتمعهم ومعايير السلوكية وعدم حرصهم علي إرشاد السائح وتوجيهه، كذلك عدم استجابتهم لما تنادي به الدولة من ضرورة النظرة الموضوعية لصناعة السياحة وعدم محاربتها لأنه لن

يكون هناك انتماء حقيقي إلا إذا عدل الفرد من سلوكياته لتصبح منقحة الي حد ما مع سلوكيات وأهداف مجتمعه.

٩- توارث بعض العائلات وإحتكارها لسوق العمل في مجال السياحة مما يؤجج مشاعر

الغضب من جانب بعض المواطنين الأخرين الراغبين في العمل في هذا المجال.

١٠- تشتت مسؤولية الإشراف والمتابعة بالمناطق السياحية والأثرية بين وزارات وهيئات

عديدة مثل السياحة والثقافة، الآثار، الحكم المحلي ... مما أدى إلي ضياع المسؤولية وتآثرها بحيث أصبح من العسير وضع خطة موحدة لمعالجة ما يظهر من أوجه القصور في هذا المجال.

١١- قلة المرافق الأساسية للخدمات العامة بالمناطق الأثرية مثل عدم وجود دورات مياه،

ساعد بعض المواطنين علي القيام بسلوكيات غير سوية كقضاء حاجته بجوار الأثر - إن لم يكن عليه - بالإضافة إلي عدم وجود سلات للمهملات أو اللوحات الإرشادية في هذا الصدد.

رابعا: المقترحات اللازمة للحد من معوقات إنخفاض وعى المواطنين سياحية:

1- ضرورة إعداد وتنظيم البرامج التي تهدف إلي تثقيف وتوعية المواطنين سياحيا وأثريا

من خلال توزيع الكتيبات والنشرات السياحية لتزويدهم بالمعلومات والحقائق التاريخية عن معالمنا السياحية والأثرية مع إتاحة فرصة الاطلاع لمن يرغب من المواطنين في معرفة المزيد عن هذه المقومات، مع ضرورة تكثيف الزيارات لتلك المعالم للمواطنين عامة والفئة المؤثرة فيهم خاصة كالقيادات الشعبية والمحلية.

٢- ضرورة العمل على تعديل الاتجاهات السلبية لدي بعض المواطنين تجاه السائحين

الأجانب خاصة من خلال الاهتمام بخلق فرص التفاعل فيما بينهم وتنظيم اللقاءات أو

المهرجانات التي تهدف إلى تدعيم الصلة بين الطرفين وتصحح من المفاهيم الخاطئة لدي

المواطنين مما يؤدي الي تخفيف حدة هذه المشاعر لديهم تجاه السياحة والسائحين وبذلك تنمو جزور الثقة التي هي أولي ديناميات الوعي السياحي.

٣- تنمية وتدعيم قيمة الولاء والانتماء لدي المواطنين عامة وسكان المناطق السياحية والأثرية خاصة وذلك من خلال خلق فرص عمل لأبناء تلك المناطق حتى يشعروا بالمزايا التي يمكن أن تعود عليهم من السياحة كتعيين بعضهم عمالا لنظافة المناطق السياحية أو في حراسة تلك المناطق الأثرية.

4 - تشجيع السياحة الداخلية من خلال حث المواطنين على القيام بالزيارات المختلفة للمعالم السياحية والأثرية، مع خفض الرسوم المقررة للمصريين مما يؤدي الي إدراك قيمة هذه الآثار وأهميتها وكيفية المحافظة عليها بحيث يصبح لديهم قدر من الوعي يمكن أن يؤتي ثماره في المشاركة الواعية في صناعة السياحة بشكل أو بآخر على المدى البعيد.

5- ضرورة تدريس مادة السياحة ضمن المناهج الدراسية بمختلف مراحل التعليم بحيث تتضمن قدرا مناسباً من التعريف بالسياحة وأهميتها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية لمجتمعنا المصري وأهم معالمنا السياحية والأثرية وتاريخنا الحضاري وكيفية التعامل مع السائحين الزائرين مما يؤدي الي تزويدهم بالمعلومات الصحيحة عن السياحة كصناعة، وحتى لا يكون الطلاب سلعة هشة للتيارات المعادية للسياحة وذلك أسوة بما يتبع في معظم الدول الأجنبية المتقدمة سياحيا حيث يدرس التاريخ المصري القديم ضمن مادة التاريخ في مناهجها الدراسية المختلفة.

6- حث أولياء الأمور علي تدعيم القيم الايجابية لدي أبنائهم وتشجيعهم للمشاركة في البرامج والمسابقات السياحية، التي قد يتم تنفيذها عن طريق مدارسهم مع تخصيص جوائز مادية ومعنوية للفائزين من الطلاب في مثل هذه المسابقات.

٧- تشجيع جمعية أصدقاء السائح بصفة عامة للقيام بدورها المتوقع، والمساهمة في حل ما يواجهها من مشكلات، خاصة وأن أعضائها يقومون بإرشاد السائح وتوجيهه أثناء جولاته السياحية والأثرية من ناحية، ونشر الوعي السياحي بين المواطنين من ناحية أخرى (ما ينبغي أن يكون)، وذلك نتيجة إقتناعهم بهذا الدور، ودون مقابل مادي.

٨- ضرورة التعاون والتنسيق فيما بين المؤسسات الأهلية والحكومية كمراكز الشباب، والمصالح الحكومية ودور العبادة وأجهزة الحكم المحلي لنشر وتنمية الوعي السياحي فيما بين العاملين بمثل هذه المؤسسات والمستفيدين من خدماتها أيضا.

٩- ضرورة إجراء الدراسات والبحوث الاجتماعية للتعرف علي المشكلات التي يعاني منها سكان المناطق السياحية والأثرية، والتعرف علي مدي علاقتها بمستوى انخفاض مستوى الوعي السياحي لديهم من عدمه.

١٠- ضرورة توحيد جهة الإشراف على تلك المناطق ضمانا لعدم تضارب أو إزدواجية القرارات، وحتى لا تضيع المسئولية وتتشتت ما بين هذه الجهات الإشرافية المتعددة.

١١- تكثيف الدور الإعلامي في توعية المواطنين سياحية ودعم الحملات القومية في هذا الصدد، حتى يصبح التعامل السوي مع السائحين سمة عامة في سلوكياتنا مع الزائرين، ودون الإخلال بعاداتنا وتقاليدنا المصرية المتوارثة.

١٢- ضرورة دراسة حالة الفئات غير السوية المستغلة للسائح كالبائعين والسائقين وكذا المتسولين لمعرفة العوامل التي تنفعهم للنصب على السائح وخداعه أو مضايقته وتشخيصها اجتماعية لوضع خطة علاجية التعديل مثل هذه السلوكيات غير السوية مع استمرار الرقابة على هذه المناطق لمتابعة مثل هذه الحالات.

١٣- العمل على توفير المرافق والخدمات الأساسية في المناطق السياحية والأثرية من دورات المياه بنوعها والاتصالات السلكية واللاسلكية، وتعبيد الطرق والمواصلات المؤدية إلي المعالم الأثرية المختلفة.

14- ضرورة حث وتشجيع سكان المناطق السياحية والأثرية للمشاركة في تنظيمات محلية لخدمة صناعة السياحة وتنشيطها كإنشاء ما يسمى بجماعة الإرشاد والوعي السياحي، يكون من الأهالي أنفسهم بهدف خدمة السائح وإرشاده، بحيث يمكن لهذه الجمعية أن تقيم سوقا سياحيا لبيع العاديات والانتيكات السياحية المصنعة محليا وبمعرفة أهالي المنطقة أنفسهم، وذلك في شكل دائري لائق حضاريا يتوسطه نافورة للمياه واستراحة للسائحين ، بدلا من اقتناش السلع على الأرصفة، بحيث يسهل متابعة هؤلاء الباعة، ومنعا لعمليات النصب والاحتيال، لأنه سيكون بمقدور السائح الإطلاع علي قائمة الأسعار قبل جولته بالسوق السياحي، لأنه سيكون هناك ضبط اجتماعي غير رسمي علي سلوكيات المتعاملين مع السائحين، نابع من داخلهم، وعن اقتناع تام باعتبارهم أصحاب المصلحة الحقيقية في تنفيذه.

خامسا: العوامل الاجتماعية التي قد تؤدي إلى انخفاض مستوى الوعي لدي

بعض العاملين في مجال السياحة:

1- اختيار وتعيين بعض العاملين لا يتم من البداية في ضوء أسس ومعايير موضوعية كالكفاءة، وتوفر السمات والقدرات الشخصية والمهنية، ودرجة الثقافة .. وإنما يقتصر الأمر في بعض الأحيان على المؤهل العلمي فقط مما يعطي الفرصة بتدخل الوساطة والمحسوبية في هذا الاختيار.

٢- عدم التركيز على البرامج والدورات التدريبية التي تهدف إلى إكساب العاملين الخبرة العلمية والعملية في كيفية نشر وتنمية الوعي السياحي لدى المواطنين عامة، وسكان المناطق السياحية خاصة.

3- عدم رغبة بعض العاملين في التنمية الذاتية، بالإضافة إلى عدم وجود مكتبة متخصصة بهيئة التنشيط السياحي، بحيث يسهل على العاملين الإطلاع على كل ما هو حديث من مراجع ومؤلفات علمية يمكن أن تسهم في توعيتهم سياحيا وأثريا، الأمر الذي أدى إلى ضعف الجانب المعرفي والثقافي لدى الكثير من العاملين بالمناطق السياحية والأثرية.

4- ضعف العائد المادي لدى بعض العاملين الحكوميين خاصة ممن يعملون بالمكاتب السياحية والأثرية تهيئة التنشيط السياحي.

5- عدم إجادة الكثير من أعضاء المكاتب الفرعية بالمناطق السياحية والأثرية للغة الأجنبية والتي قد يكون مرجعها أن معظم العاملين يمثل هذه المكاتب هم من حملة المؤهلات المتوسطة، مما يترتب عليه عدم القدرة على إرشاد السائحين الأجانب أو الرد على تساؤلات واستفساراتهم المختلفة أثناء جولاتهم بتلك المنطقة الأثرية والسياحية.

6- عدم الاستفادة من تجارب وخبرات الدول المتقدمة سياحيا في تنمية الوعي لدى العاملين ولوقوف على ما ينبغي أن يكون لتحقيق زيادة المنتج السياحي.

٧- الزيادة غير الطبيعية في مدارس ومعاهد السياحة والفندقة وتركيزها على كم الطلاب سعيا وراء العائد المادي بغض النظر عن الجانب الكيفي مما أدى إلى انخفاض مستوى الوعي السياحي لدى الخريجين.

٨- الطفرة السريعة في إقامة وتنفيذ المشروعات السياحية غير المدروسة سعياً وراء الاستثمار وتحقيق الربح المادي مع إغفال العنصر البشري وتدريبه ومدى توفر مقومات صلاحيته للعمل في هذا المجال من علمه.

٩- اقتصار السفر للخارج سواء أكان ذلك ضمن وفود رسمية أو تبادل الخبرات أو اكتسابها علي أسماء معينة بوزارة السياحة بغض النظر عن الكفاءات الأمر الذي قد يصيب بعضهم بالإحباط مما ينعكس سلبية علي مستوي أدائهم في هذا المجال.

١٠- ضعف قيمة الولاء والانتماء لدي بعضهم وشعورهم بالاغتراب في العمل نتيجة انخفاض مستويات دخلهم الفردي، مع عدم إجراء البحوث الاجتماعية للتعرف علي الأسباب والعوامل النفسية والاجتماعية المؤدية لذلك، والعمل علي دراستها وتحليلها حتى يمكن الحد منها.

سادسا : المقترحات اللازمة للحد من معوقات تنمية الوعي السياحي لدى العاملين:

1- أن تكون هناك معايير موضوعية يتم على أساسها اختيار وتعيين العاملين بصناعة السياحة من أهمها: الاقتناع التام والرغبة الشخصية للعمل في هذا المجال، ودرجة الثقافة ومدى الكفاءة والقدرات المهنية والمهنية، وحسن المظهر وحسن الخلق ومدى الثقة بالنفس .. وليس على أساس الانتساب لمهنة السياحة بغرض التباهي أو لمجرد الحصول علي المؤهل العلمي، وبعيدة عن المجاملة والمحسوبية.

٢- تكتيف البرامج التدريبية للعاملين في هذا المجال نظريا وعملية بالتعاون والتنسيق فيما بين وزارة السياحة والهيئة المصرية العامة للتنشيط السياحي التابع لها، بحيث تشمل كافة

مراحل العمل السياحي ومشاكله المتوقعة وكيفية مواجهتها حتى تتوافر لديهم المعرفة والتأهيل المناسب للعمل في هذا المجال.

٣- إقامة ندوات لتوعية العاملين سياحية علي المستوى الإقليمي خاصة للفئات المتعاملة والمحنتكة بشكل مباشر مع السائحين كموظفي الاستعلامات السياحية أو العاملين بالمكاتب الفرعية.

4- التركيز علي البرامج والدورات التدريبية المتخصصة والتي تهدف إلي اكساب العاملين الخبرة المهنية في كيفية تنمية الوعي السياحي بين المواطنين عامة، وسكان المناطق السياحية والأثرية خاصة.

5- زيادة العائد المادي للعاملين الحكوميين في هذا المجال، خاصة ممن يعلمون بالمكاتب الفرعية بالمناطق السياحية والأثرية والتابعة لهيئة التنشيط السياحي بكافة المحافظات السياحية.

6- حث العاملين على تنمية قدراتهم ومهاراتهم المهنية والعمل على تنمية مستوى اللغة الأجنبية لديهم خاصة العاملين بالمكاتب الفرعية بالمناطق السياحية والأثرية حتى يمكنهم الرد على تساؤلات السائحين الأجانب أثناء جولاتهم بجهة المقصد السياحي.

٧- تنمية قيمة الولاء والانتماء لدي العاملين من خلال تشجيع روح المنافسة الايجابية فيما بينهم ومنحهم مكافآت تشجيعية سواء أكانت مادية أم معنوية للمتميزين منهم، مع العمل علي إشراكهم في الخطط ووضع البرامج السياحية، مما يضفي عليهم الشعور بالثقة في النفس وتحمل المسؤولية وإنجاز المهام المنوطة بهم علي الوجه الأكمل.

٨- ضرورة إجراء البحوث الاجتماعية لدراسة المشكلات الاجتماعية التي قد يعاني منها العاملين بهيئة التنشيط السياحي ومكاتبها الفرعية بالمناطق السياحية والأثرية المختلفة والعمل

علي تشخيص أسباب هذه المشكلات وكيفية معالجتها حتى لا تعوقهم عن القيام بدورهم المتوقع في الإرشاد والتوعية السياحية.

٩- ضرورة تواجد الأخصائي الاجتماعي باعتباره متخصص في دراسة السلوكيات الاجتماعية وذلك ضمن أعضاء العمل الفرقي بالمكاتب السياحية بجهة المقصد السياحي ويهدف تحقيق الترابط الفكري، ولتقريب وجهات النظر فيما بين المواطنين والعاملين والسائحين أنفسهم.

١٠- ضرورة تنظيم الندوات ذات الطابع الاجتماعي التي تهدف إلى توعية العاملين بأهمية التركيز علي الجانب الإنساني المفقود في صناعة السياحة والسلوكيات التي ينبغي أن تكون، وتبصيرهم بكيفية تقدير المشاعر سواء أكان ذلك بالنسبة للسائحين أم المواطنين أنفسهم مما يؤدي إلى تضيق الفجوة فيما بينهم علي المدى البعيد.

١١- ضرورة الاستفادة من تجارب وخبرات الدول المتقدمة سياحية، وتبادل المعرفة فيما بينها للوقوف ينبغي أن يكون لزيادة عجلة الحركة السياحية في مصر.

١٢- ضرورة متابعة وتقييم المدارس والمعاهد السياحية الفندقية المتوسطة، مع إيجاد إشراف علمي مناسب ضمانا لإعداد الخريج الكفاء في هذا المجال.

سابعاً: التصور المقترح لدور الأخصائي الاجتماعي في تنمية الوعي

السياحي لدي المواطنين:

(أ) إذا ما تواجد بمكتب سياحة المنطقة جهة المقصد السياحي:

1- التعرف علي الاحتياجات الفعلية لسكان المنطقة السياحية أو الأثرية ودراسة مشكلاتهم الاجتماعية والاقتصادية وتحديد أسبابها وكيفية تشخيصها لوضع خطة لمعالجتها، حتى لا تؤثر سلبا علي مستوي الوعي لديهم

٢- دراسة الحالات السلوكية غير السوية المعوقة لحركة السياحة الخارجية كانتشار ظاهرة التسول وعمليات النصب والاحتيال والمضايقات التي يتعرض لها الكثير من السائحين الأجانب.

3- إجراء البحوث الاجتماعية للتعرف علي حياة المواطنين المتعاملين مع السائحين كأصحاب المراكب النيلية والسائقين وأصحاب محلات بيع العاديات السياحية والحوذيين وأصحاب الأبل، بهدف الوقوف علي مستوي معيشتهم ودخولهم الفردية.

٤- توعية أولياء الأمور بأن مضايقة أبنائهم للسائحين شيئا غير مرغوب فيه.

5- توعية وتبصير المواطنين بأهمية السياحة ودورها الاقتصادي وبقيمة أثارنا المصرية القديمة وكيفية المحافظة عليها عن طريق استثمار كافة الوسائل المختلفة للتوعية السياحية من كتبيات وملصقات ولقاءات وندوات وأفلام وشرائط سينمائية، التي تبرز أيضا أهمية معاملة السائح المعاملة الطيبة تطبيقا لقيمنا المصرية الأصيلة في إكرام الضيف على أن يحترم السائح مشاعرهم وتقاليدهم الاجتماعية.

6- دراسة العوامل التي تؤدي إلى عزوف السائحين عن بعض المناطق السياحية والأثرية من وجهة نظرهم، مع العمل علي تحديدها وكيفية معالجتها واقتراح الحلول والبدائل المختلفة بهدف جعلها مناطق جذب سياحي.

٧- الحرص على إجراء ما يسمى بدراسات الجدوى الاجتماعية وذلك للقرى السياحية قبل البدء في إنشائها لضمان عدم حدوث خسائر اقتصادية مستقبلية.

- 8- استثارة مشاعر الولاء والانتماء الكامنة في نفوس المواطنين واستثمارها لتنمية الوعي السياحي لديهم والعمل على تمتيتها، مما يدفعهم إلى المشاركة الواعية في هذه الصناعة.
- 9- تعريف المواطنين بأهم المقومات السياحية والمعالم الأثرية في هذه المناطق وكيفية الوصول إليها، مع حثهم للحفاظ علي نظافتها أثناء زيارتهم لها.
- 10- تبصير المواطنين بأن هناك تباين فيما بين ثقافتنا وقيمنا وتقاليدنا المصرية والثقافات الأخرى للسائحين - الأجانب خاصة - مما يؤدي الي تضيق الفجوة بين هذه الثقافات المختلفة علي المدى البعيد.
- 11- العمل على تعديل الاتجاهات السلبية لدي المواطنين تجاه السياحة والسائحين - وخاصة الأجانب - من خلال خلق فرص التفاعل فيما بينهم، وكذلك من خلال العمل على تصحيح المفاهيم الخاطئة لدي المواطنين والتي قد تؤثر في نظرهم للسياحة، وحتى لا يصبح بعضهم فريسة سهلة لتشويه أفكارهم مما يؤدي إلي تخفيف حدة هذه المشاعر تجاه السائحين.
- 12- المشاركة في وضع خطة التوعية السياحية بجهة المقصد السياحي والعمل على إقامة المسابقات المختلفة عن تاريخ الأماكن الأثرية ونشأتها بين سكان هذه المناطق - خاصة شبابها - مع تخصيص جوائز للفائزين في هذه المسابقات.
- 13- العمل على تكوين ما يسمى بجماعات الوعي أو الارشاد السياحي شريطة أن يكون أعضاؤها من أبناء المنطقة السياحية أو الأثرية، وذلك من منطلق أن التحرك الشعبي أقوى تأثيرا من القرارات الحكومية نتيجة الاقتناع التام بهذا الدور وباهميته لزيادة وتنشيط الحركة السياحية في مجتمعنا المصري.

14- خلق الاهتمام المجتمعي بصناعة السياحة وأهميتها ودورها الاقتصادي في مجتمعنا المصري، وذلك من خلال القادة الشعبيين والمحليين والتنفيذيين علي الإسهام بدورهم في توعية المواطنين سياحية والاستفادة بجهود هؤلاء القادة لخدمة هذه القضية القومية.

15- التعاون والتنسيق مع الأخصائيين الاجتماعيين بالمدارس بمختلف مراحلها التعليمية لتنظيم رحلات للتلاميذ لزيارة آثار المنطقة التي يعمل بها برسوم مخفضة بهدف توعيتهم سياحية وتعريفهم بأثار مجتمعهم وبكيفية المحافظة عليها.

16- التنسيق مع الأخصائيين الاجتماعيين بالقطاعات الشبابية والمصالح الحكومية لتنظيم رحلات للشباب والعمل لزيارة آثار محافظتهم برسوم مخفضة أيضا، حتى يصبح لدي تلك القطاعات وعيا سياحيا لخدمة السياحة الخارجية وتشجيعا للسياحة الداخلية معا في آن واحد.

(ب) إذا ما تواجد بمكتب هيئة التنشيط السياحي:

1- الإسهام في حل مشكلات العاملين الشخصية حتى لا تؤثر علي دورهم المتوقع في تنمية الوعي السياحي لدي المواطنين.

2- مساعدة العاملين في التنبؤ بالمشكلات التي قد تواجههم في تنمية الوعي السياحي لدى المواطنين.

3- الإسهام مع العاملين بالمكتب كفريق عمل لحل المشكلات الاجتماعية بالمناطق السياحية والأثرية المختلفة.

4- مشاركة العاملين في تحديد أهداف هيئة التنشيط السياحي فيما يتعلق بكيفية نشر وتنمية الوعي السياحي فيما بين المواطنين المقيمين بتلك المناطق السياحية والأثرية.

المراجع

- 1- محيي الدين عبد اللطيف: ديناميات العمل الفريقي في التنمية السياحية، ورقة عمل رئيسية، المؤتمر العلمي الرابع، كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة القاهرة، فرع الفيوم، ص154.
- 2- محمد نجيب توفيق: الخدمة الاجتماعية في مجال حماية البيئة من التلوث، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، ص ٢٨٩.
- 3- سعد الشريف: استراتيجية مقترحة لتنمية السياحة باستخدام دوال العرض والطلب، مؤتمر السياحة في مصر، ص55.
- 4- نبيل الروبي: التنمية السياحية كوسيلة للتنمية الاقتصادية، مؤتمر السياحة في مصر، ص ١٣٠.
- 5- صلاح الدين عبدالوهاب: المنهج العلمي في صناعة السياحة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ص ٢٧- ٢٨.