

سياحة المتاحف المصرية من منظور جغرافي دراسة حالة لمتحف سوهاج القومي

د. مريان نشأت فرح عبدالشheid

أستاذ الجغرافيا البشرية المساعد بقسم الجغرافيا ونظم
المعلومات الجغرافية

كلية الآداب - جامعة جنوب الوادي

DOI: 10.21608/qarts.2025.380923.2212

مجلة كلية الآداب بقنا (دورية أكاديمية علمية محكمة)

مجلة كلية الآداب بقنا - جامعة جنوب الوادي - المجلد (٣٤) العدد (٦٨) يوليو ٢٠٢٥

الترقيم الدولي الموحد للنسخة المطبوعة ISSN: 1110-614X

الترقيم الدولي الموحد للنسخة الإلكترونية ISSN: 1110-709X

<https://qarts.journals.ekb.eg>

موقع المجلة الإلكتروني:

سياحة المتاحف المصرية من منظور جغرافي دراسة حالة لمتحف سوهاج القومي

الملخص:

تعد المتاحف أحد أبرز المقومات الثقافية لصناعة السياحة، فلم تعد مخازن لحفظ التراث بل مركزاً للثقافة ووسيلة للترفيه، فالعلاقة بين المتاحف والسياحة علاقة تبادلية؛ حيث تلعب السياحة دوراً مهماً في تنشيط المتاحف وزيادة عدد الزائرين والدخل، أما المتاحف فتسهم في جذب المزيد من السائحين (الزائرين) خاصة في المناطق التي تتركز على السياحة الثقافية، وبلغ عدد المتاحف المفتوحة للزيارة في مصر حوالي ٧٨ متحفاً عام ٢٠٢١م.

وتواجه المتاحف بمصر العديد من التحديات من أهمها انخفاض عدد زوارها وتظهر الإشكالية في غياب الدراسات الجغرافية المتخصصة في سياحة المتاحف، وتهدف هذه الورقة إلى الاستفادة من إمكانيات نظم المعلومات الجغرافية في إنشاء قاعدة بيانات جغرافية للمعالم السياحية بمدينة سوهاج (الإسلامية، والمسيحية، والأثرية، والترفيهية، والحديثة)، فضلاً عن الخدمات المصاحبة مثل: (المطاعم، والكافيتريات، والفنادق، وشركات السياحة، والمطار)، من خلال خريطة متكاملة لربط المتحف مع معالم المدينة مدعومة بجدول المسافات وطرق الوصول من المتحف لأي معلم منهما؛ حيث أن أغلب المتاحف في مصر لم تكن عنصر جذب سياحي رئيسي وإنما عنصر ثانوي مكمل لعناصر أساسية كالمعالم الأثرية والترفيهية.

وركزت الدراسة في شقها النظري على دراسة نشأة المتاحف وأنواعها وتوزيعها الجغرافي في مصر، والخصائص الجيوسياسية للمتاحف المصرية، أما الشق الميداني للدراسة فاعتمد على تحليل استمارة استبانة تم توزيعها على عينة من الزائرين والموظفين بمتحف سوهاج القومي، وبلغت (١٧٥ زائر) (و ٣٠ موظفاً) بالمتحف، كما تم التحليل الإحصائي باستخدام المؤشرات الكمية كمؤشر الغطاء المكاني والبشري للمتحف، ومؤشر المكانة المتحفية، ومؤشر التركيز وغيرهم، وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي والمنهج التاريخي ومنهج الفجوة.

وخلصت نتائج الدراسة الميدانية إلى أن متحف سوهاج القومي يعاني من العديد من السلبيات منها فقر الاستفادة من التكنولوجيا الحديثة (كالمتحف الافتراضي - المتحف المتنقل)، وافقاره للمرشدين السياحيين، وتوصلت الدراسة لعدد من التوصيات لتطوير سياحة المتاحف المصرية بوجه عام وبتحف سوهاج القومي بشكل خاص تمهيداً لوضع متحف سوهاج القومي على الخريطة السياحية لمصر.

الكلمات المفتاحية: سياحة المتاحف، نظم المعلومات الجغرافية، المتحف الافتراضي، المتحف المتنقل، متحف سوهاج القومي.

المقدمة:

أصبحت المتاحف مقصدًا سياحيًا مهمًا، ويظهر ذلك من خلال وصول عدد المتاحف في مصر عام ٢٠٢١م إلى ٧٨ متحفًا، فتغيرت من كونها مؤسسات حراسة إلى التركيز على جذب الزائرين وباتت من الخيارات الشائعة أمام الزائرين عندما يقصدون وجهة سياحية لكونها تقدم الفرصة لرؤية الماضي والحاضر والمستقبل؛ حيث أظهرت الدراسات أن المتاحف تأتي في المرتبة الثانية كعامل جذب سياحي من مختلف الجنسيات والثقافات بعد المواقع التاريخية والنصب التذكارية التي تقاسمت المرتبة الأولى (طبيشات، نواف نهار، ومحمد، أشرف صالح، ٢٠١٦، ص ١٥٨)، وبلغ عدد زوار المتاحف في مصر نحو ٣٢٢٥ ألف زائر عام ٢٠٢١م (الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، النشرة السنوية للإحصاءات الثقافية، القاهرة، ديسمبر ٢٠٢٢، ص ١٢٤).

وبدأت تسهم المتاحف في جذب مزيد من السائحين (De Campos, M. D. R. C., 2021, p.895)، وبالتالي زيادة الدخل من العملة الصعبة؛ حيث تسهم إيرادات المتاحف في الدخل الوطني لمصر بنحو ١٥٥٤٥٨ ألف جنيه (الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، النشرة السنوية للإحصاءات الثقافية، القاهرة، ديسمبر ٢٠٢٢، ص ١٢٤)، والتي مثلت ٠.٢٪ من إيرادات السياحة بمصر البالغة خمسة مليارات دولار (٧٦٤٤٠ مليون جنيه) عام ٢٠٢١م. وقد وقع الاختيار على متحف سوهاج القومي كدراسة حالة؛ نظرًا لأهمية موقعه الجغرافي على شاطئ نهر النيل؛ وتأكيدًا لدور نهر النيل في استقرار الحضارة وازدهارها، والمتحف مُقام على مساحة ٥٦٠٠ م^٢ تقريبًا ويتكون من طابقين وبدروم، إذ أن المتحف يحتوي على أكثر من ٧٠٠٠ قطعة أثرية فهي آثار ممزوجة بالفن والأصالة والتاريخ، كما ينفرد بعرض عدد من المومياوات النادرة، وبلغت التكلفة الإجمالية للمتحف ٧٢ مليون جنيه (البوابة الإلكترونية لمحافظة سوهاج، الصفحة الرسمية لمتحف سوهاج القومي، سوهاج) ^(١)، وبالتالي تتجلى أهميته في زيادة عدد زواره وبلغ عددهم من تاريخ افتتاح المتحف نحو ١٤٠٩٢ زائرًا عام ٢٠١٨م، ووصلوا إلى ١٨٣٩٣ زائرًا عام ٢٠٢٣م (متحف سوهاج القومي، بيانات غير منشورة، سوهاج، ٢٠١٨-٢٠٢٣م).

(١) http://sohag.gov.eg/Mass_Culture/Museums/default.aspx , (1-12-2023)

أهمية الدراسة:

- ١- محاولة وضع لبنة في البحث من الناحية الجغرافية من خلال إبراز دور متحف سوهاج القومي كمنتج سياحي فريد للجذب السياحي يساهم في التنمية السياحية ونشر الثقافة.
- ٢- ما زالت المكتبة الجغرافية العربية في حاجة ماسة لسد الفراغ القائم في ميدان البحث عن ظاهرة سياحة المتاحف وتأثيرها الاقتصادي، ولا سيما البحوث والدراسات التي تعتمد على الجانب الميداني.
- ٣- زيادة الوعي بأهمية المتاحف في تطوير المجتمع من خلال تنشيط حركة السياحة الوافدة إلى المتاحف المصرية بشكل عام ، ومتحف سوهاج القومي بوجه خاص.
- ٤- التعرف على المعوقات التي تواجه الاستغلال السياحي للمتاحف بجمهورية مصر العربية، مع تقديم توصيات مفيدة للمسؤولين عن سياحة المتاحف.

أهداف الدراسة:

- ١- تحليل واقع التوزيع الجغرافي للمتاحف في جمهورية مصر العربية كونها تشكل ظاهرة ثقافية وترفيهية للزائرين.
- ٢- التعرف على الخصائص الديموغرافية لمرتادي متحف سوهاج القومي وتحليل سمات الرحلة مع التعرف على احتياجات الزائرين وتحديد السلبيات من وجهة نظر أفراد العينة مما يشكل قاعدة بيانات جغرافية يمكن أن تساعد في تطوير المتحف كعامل جذب سياحي.
- ٣- إنشاء خريطة لأهم المعالم السياحية والخدمات بمدينة سوهاج والتي يمكن زيارتها مع متحف سوهاج القومي باستخدام نظم المعلومات الجغرافية.
- ٤- تقييم مدى جودة الخدمات المتحفية التي يقدمها متحف سوهاج القومي كعنصر جذب سياحي، بما يكفل جودة وكفاءة أدائه لوظائفه.

تساؤلات الدراسة:

على الرغم من توافر العديد من المتاحف في مصر، إلا أن واقع سياحة المتاحف يعاني من قلة البحوث والدراسات الجغرافية التي تعكس إمكانيات نظم المعلومات الجغرافية وإسهامها في دعم سياحة المتاحف.

وتحاول الدراسة الإجابة على التساؤلات الآتية:

- ١- ما مدى مساهمة المتاحف بجمهورية مصر العربية في تنمية قطاع السياحة؟.
- ٢- هل هناك علاقة بين التسويق لنمط سياحة المتاحف وزيادة الطلب السياحي على المتحف؟
- ٣- هل يسهم متحف سوهاج القومي في الترويج للسياحة الدولية بمصر وتنشيطها؟.
- ٤- ما هي خصائص زائري متحف سوهاج القومي الديموغرافية واحتياجاتهم لتنمية سياحة المتاحف بمحافظة سوهاج؟.
- ٥- ما المعوقات التي تواجه تطوير متحف سوهاج القومي والنهوض به سياحيًا؟ .

مناهج وأدوات الدراسة:

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي عن طريق جمع البيانات عن الظاهرة وتحليلها واستنباط الاستنتاجات الخاصة بمشكلة البحث، كما اعتمدت على المنهج التاريخي، والمنهج الكيفي أو النوعي من خلال إجراء المقابلات الشخصية مع المتخصصين من مدير المتحف ومعاونيه، وكذلك اعتمدت الدراسة على منهج الفجوة وهو يعد أحد المقومات التي استندت عليها نظرية الفجوة The Gap Theory؛ حيث يركز المنهج على أساس الفجوة القائمة بين توقعات الزائرين لمستوى الخدمة بالمتحف والأداء الفعلي للخدمة ذاتها (باشراحيل، عوض محمد، ٢٠١٤، ص ٤٣٣).

أدوات الدراسة:

اعتمدت الدراسة على مجموعة من الأدوات التي تميز البحث الجغرافي، يمكن تلخيصها في

ثلاث مقاربات أساسية:

- ١-مقاربة جمع الدراسات العلمية: تم الاطلاع على المقالات والكتب والدوريات والدراسات التي اهتمت بالمتاحف ودورها في الجذب السياحي مع الاطلاع على مواقع الإنترنت كالموقع الإلكتروني الرسمي لمحافظة سوهاج والذي يتناول متحف سوهاج القومي للتعرف على حالة المتحف ومقارنته بالمتاحف الأخرى وصفحة الفيسبوك الخاصة بالمتحف، فضلاً عن البيانات غير المنشورة عن أعداد زائري متحف سوهاج القومي وخصائصهم وشهور الزيارة وإيرادات المتحف خلال الفترة (٢٠١٨م- ٢٠٢٣م)، وأنشطة المتحف المختلفة من ورش ومعارض مؤقتة .

٢- **مقاربة ميدانية:** اعتمدت الدراسة على تطبيق نموذج الاستبانة، ووضعت الباحثة نموذجين من الأداة، أحدهما لزائري متحف سوهاج القومي، والآخر لموظفي المتحف للحصول على البيانات الإحصائية التي تقوم عليها الدراسة بفرض استكشاف الارتباط القائم بين زيارة المتحف والتوزيع المكاني ومصدره وخصائص زائريه، والوقوف على أنواع الدعاية، والمؤثرات الاجتماعية والثقافية وراء هذا التوزيع، وعما إذا كان هناك قابلية لفئة معينة من الزوار دون أخرى لزيارة المتحف، وتضمنت **استبانة الزائرين**^(١) ستة محاور **المحور الأول:** تناول البيانات الديموغرافية و**المحور الثاني:** اختص بدراسة خصائص الرحلة والغرض من الزيارة، و**المحور الثالث:** اهتم بدراسة دور المتحف الثقافي والعلمي، أما **المحور الرابع:** تناول التقييم الجغرافي للأداء الخاص بطرق العرض بالمتحف، و**المحور الخامس:** اهتم بتقييم مستوى الخدمات بالمتحف، و**المحور السادس والأخير:** حاول التعرف على تقييم الزائرين عن الزيارة .

وعن **استبانة موظفي المتحف** تضمنت أربعة محاور **المحور الأول:** البيانات الديموغرافية للعاملين بالمتحف، و**المحور الثاني:** اهتم بالتعرف على أهم الأساليب التسويقية التي يعتمد عليها المتحف، و**المحور الثالث:** كشف عن دور المتحف تجاه المجتمع، و**المحور الرابع والأخير:** اهتم بالتقييم الجغرافي لأداء التسهيلات والخدمات بالمتحف للزائرين من وجهة نظر موظفي المتحف، كما تناولت الاستمارة أهم الأنشطة الأكثر جذبًا للزائرين.

بلغت جملة الاستثمارات الصالحة (الورقية والإلكترونية) والمكتملة للتحليل الإحصائي ٢٠٥ استمارة، وتم استبعاد عدد ١٥ استمارة عند تفريغ البيانات لعدم استيفائها، وبذلك تصبح نسبة الاستجابة نحو ٩٣٪ وعن فترة الدراسة الميدانية فتمثلت في الفترة من ٢٠٢٣/٦/١م حتى ٢٠٢٣/١٢/٣٠م، كما قامت الباحثة بزيارة المتحف أكثر من مرة ومقابلة مدير الشؤون الأثرية بالمتحف وتوثيق أرائه.

(١) تم إرسالها إلكترونياً عبر الرابط الآتي: <https://forms.gle/bmzofMKPaPcgRJAm9>

باستخدام نموذج Google Form على الزائرين للمتحف من المصريين والتي تنوعت ما بين (الطلاب، الباحثين، المرشدين، أعضاء هيئة التدريس، غيرهم)، إلا أن الباحثة واجهت ردود الفعل من أفراد العينة بعدم الاستجابة خصوصاً في الريف رغم تكرار إعادة الإرسال أكثر من مرة وبلغ عدد استمارات الزائرين ١٧٥ استمارة.

جدول (١) توزيع حجم العينة لزائري متحف سوهاج القومي عام ٢٠٢٣ م.

فئة العينة	عدد الاستبيانات الموزعة (ورقي وإلكتروني)	حجم العينة	
		عدد المبحوثين	%
الزائرون *	١٧٥	١٧٥	١٠٠
موظفو المتحف	٤٥	٣٠	٦٦,٧
الجملة	٢٢٠	٢٠٥	٩٣,٢

المصدر: من عمل الباحثة.

* لا توجد استمارات إلكترونية مستبعدة للزائرين لأن تطبيق Google Form لا يسمح بإرسال الاستمارة إلا إذا تمت الإجابة عن كافة الأسئلة، ومن ثم لا توجد استمارات تالفة.

٣- مقارنة كمية وخرائطية:

تمثلت في عدة مراحل وهي الإدخال والتخزين والتحليل والمعالجة والإخراج، ويعني الإدخال: إدخال البيانات المكانية السياحية على برنامج Arc GIS 10.8 بغرض التخزين، أما عن التخزين: فتتمثل في تخزين البيانات المكانية والوصفية بقاعدة البيانات الجغرافية السياحية بغرض التحليل والمعالجة، وتتمثل مرحلة التحليل والمعالجة للبيانات المكانية باستخدام أدوات التحليل المكاني، أما عن المرحلة الأخيرة وهي الإخراج: فتتمثل في استخراج نتائج التحليل المكاني للسياحة في صورة خريطة لموقع متحف سوهاج القومي على نهر النيل باستخدام نظم المعلومات الجغرافية وربط موقع المتحف مع المواقع (الإسلامية، والمسيحية، والأثرية، والترفيهية، والحديثة)، والخدمات السياحية الأخرى مثل: (المطاعم، والفنادق، والكافيتريات، وشركات السياحة، والمطار) بمدينة سوهاج؛ لتسهيل على زائر المتحف سواء كان مصريًا أو أجنبيًا زيارة المعالم السياحية والاستفادة من الخدمات في نفس الرحلة داخل المدينة.

وإستخدام برنامج التحليلات الإحصائية SPSS V.25 ، وبرنامج Excel لإجراء المعالجة

لبيانات الدراسة من تصميم جداول لاستخراج المتوسطات باستخدام الأساليب التالية:

- مؤشرات الغطاء المكاني والبشري للمتحف والمكانة المتحفية، ومؤشر التركيز، وأيضا مؤشر الإقبال المتحفي، ومعدل الإشغال المتحفي، ومؤشر الارتياح المتحفي اليومي عام ٢٠٢١م.
- التكرارات والنسب المئوية لوصف أفراد العينة، وتحديد نسبة استجابتهم.
- المتوسط الحسابي لترتيب إجابات أفراد عينة الدراسة، والانحراف المعياري لتحديد مدى تجانس الاستجابات (التقارب والتباعد) وتحليلها وتفسيرها.

- معامل ارتباط بيرسون لقياس الصدق الداخلي لأداة الدراسة.

وأُرفق بالبحث خرائط المكانة المتحفية والفاعلية المتحفية للمتاحف المصرية عام ٢٠٢١م، وخريطة التوزيعات لأعداد زائري المتاحف في جمهورية مصر العربية عام ٢٠٢١م، وأيضاً خريطة للمعالم السياحية والخدمات بمدينة سوهاج، مع دراسة سياحة المتاحف وربطها بآماكن توزيعها الجغرافي بالمحافظات المصرية، وأيضاً تحليل الرسوم البيانية المبنية على بيانات الاستبانة المطروحة لإظهار حجم التباين الجغرافي في توزيع تلك الظاهرة، وتم الاعتماد على تقنية نظم المعلومات الجغرافية من خلال برنامج ArcGIS.

صدق الاتساق الداخلي للاستبانة:

تم حساب معامل بيرسون لمحاولة الكشف عن درجة ارتباط كل عبارة من عبارات الاستبانة بالدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه العبارة عند مستوى معنوية ٠,٠١، ويوضح الجدولان (٢) و (٣) معاملات الارتباط لكل محور من المحاور بما تتضمنه من عبارات.

جدول (٢) معامل ارتباط بيرسون لعبارات استبانة الزائرين مع الدرجة الكلية لكل محور

المجال	العبارة	معامل الارتباط	العبارة	معامل الارتباط
جودة الخدمات بمتحف سوهاج القومي	المتحف مصمم بما يلائم الموقع الجغرافي والمناخ	**٠,٦٨٠	درجة شعورك بالرضا بعد زيارة المتحف	**٠,٧١٩
	رسوم الدخول والخدمات الأخرى	**٠,٦٣١	تقييمك لحجم المعلومات التي حصلت عليها من المتحف	**٠,٧٦١
	سهوله الوصول لموقع المتحف	**٠,٥٩١	طرق عرض المقتنيات المتحفية والمعلومات عنها	**٠,٧٢٦
	يلتزم المتحف بالإجراءات الاحترازية والأمن والسلامة	**٠,٦٥١	الملصقات التعريفية للمعروضات متوفرة بلغات مختلفة	**٠,٦٧١
	نظافة المتحف	**٠,٦٩١		

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على برنامج SPSS V.25.

جدول (٣) معامل ارتباط بيرسون لعبارات استبانة الموظفين مع الدرجة الكلية لكل محور

المجال	العبارة	معامل الارتباط	العبارة	معامل الارتباط
تقييم درجة توافر التسهيلات والخدمات للزوار بالمتحف	مدى ملائمة المتحف لذوي الهمم	**٠,٥٩٢	سلوك واع من قبل المصريين تجاه التربية المتحفية	**٠,٨٦٦
	الإسعافات الأولية والخدمات الطبية داخل المتحف	**٠,٧٧٢	سلوك واع من قبل الأجانب تجاه التربية المتحفية	**٠,٦٠١
	الأنشطة الداخلية بالمتحف	**٠,٥٢٤		

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على برنامج SPSS V.25.

ويتضح من الجدولين (٢) و (٣) أن قيم معامل ارتباط كل عبارة من العبارات مع بُعدها موجبة ودالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠,٠١) فأقل، مما يشير إلى صدق الاتساق الداخلي بين عبارات جميع المحاور أو مناسبتها لقياس ما أعدت لقياسه.

عينة الدراسة:

تسهم هذه الدراسة في الكشف عن سياحة المتاحف في مدينة سوهاج من خلال دراسة لعينة من زوار وموظفي المتحف؛ حيث يظهر التفاوت بين المستويات التعليمية والوظائف وأماكن الإقامة.

ويتشكل مجتمع الدراسة في نطاقه الجغرافي (محافظة سوهاج) من عدد كبير يستحيل معه إجراء دراسة شاملة لكامل مجتمع الدراسة، ليس لكبر الحجم وإنما لضعف طبيعة الزيارة للمتحف فتقافة زيارة المتحف مازالت فقيرة وضعيفة لدى العديد من الأفراد.

ونظرًا لصعوبة إجراء دراسة حصر كامل لمفردات مجتمع الدراسة، والتي تضم ١٨٣٩٣ زائر لمتحف سوهاج القومي عام ٢٠٢٣ م، فقد بلغ حجم عينة الدراسة ٢٠٥ مفردة ورقية وإلكترونية، حيث تم توزيع ٢٢٠ استمارة استبانة ورقية وإلكترونية على موظفي المتحف وزواره، وقد بلغت جملة الاستمارات الصحيحة نحو ٢٠٥ استمارة، واقتصرت الاستمارة على الزائرين المصريين؛ حيث رفض الأجانب ملء الاستبيان واكتفوا بالاستبيان المعد من قبل إدارة المتحف، فضلًا عن ضعف أعداد الزائرين الأجانب لمتحف سوهاج القومي، وقد تم استبعاد ١٥ استمارة ورقية لموظفي المتحف بسبب النقص الكبير في البيانات المطلوبة أو لعدم الإجابة عن بعض الأسئلة عن موضوع الدراسة، مع ملاحظة عدم مصداقية بعض الإجابات وتناقضها، فقد استبعدت خمس استمارات استبانة لعدم الإجابة عن أكثر الأنشطة المتحفية جذبًا للزوار، كما تم استبعاد عشر استبانات لتضارب البيانات.

حدود الدراسة:

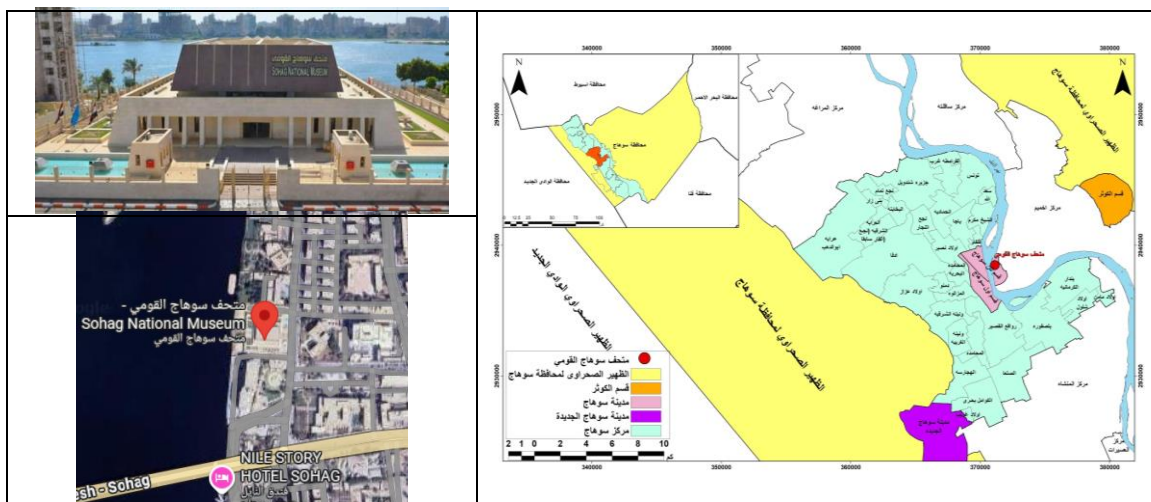
١- **الحدود المكانية:** تمتد مدينة سوهاج فلكيًا بين دائرة عرض (٣٠° ٣١' ٢٦" و ٢٦° ٣٤' ٢٦") شمالاً وخط طول (٣١° ٤٠' ٥٠" و ٣١° ٤٣' ٠٠") شرقًا، أما متحف سوهاج القومي

فيقع بين (٤٠ " ٣٣ ' ٢٦ °) شمالاً و (٢٢ " ٤٢ ' ٣١ °) شرقاً، ويطل المتحف على نهر النيل، ويوجد بحي شرق (شياخة مدينة ناصر) بجوار نقابة المهندسين وكوبري أخميم العلوي ومقابل لمبنى مديرية أمن محافظة سوهاج.

تقع مدينة سوهاج بمحافظة سوهاج، ويحدها شمالاً (قفاو والشيخ مكرم)، وشرقاً (مركز أخميم)، وجنوباً (روافع القصير)، وغرباً كل من (باجا وأولاد نصير والمحامدة البحرية وونينة الشرقية ودمنو)، وإدرياً تنقسم مدينة سوهاج إلى حي شرق وحي غرب، ويضم حي شرق شياختي (الكبش وناصر) ويضم حي غرب شياخات (إبراهيم فراج والخولي ومازن وصالح والشريف) ويوضح الشكل (١) الموقع الجغرافي لمتحف سوهاج القومي بمدينة سوهاج عام ٢٠٢٣م.

٢- الحدود الزمنية: اعتمدت الدراسة على البيانات من مصادر مختلفة منها ما هو من النشرة السنوية للإحصاءات الثقافية في جمهورية مصر العربية، القاهرة (أعداد مختلفة) للفترة (٢٠١٠-٢٠٢١م) والآخر بيانات من متحف سوهاج القومي للفترة (٢٠١٨م-٢٠٢٣م)، بجانب البيانات الميدانية (الاستبانة) في الفترة من ٢٠٢٣/٦/١م حتى ٢٠٢٣/١٢/٣٠م.

٣- الحدود البشرية: استهدفت الدراسة كل من موظفي المتحف وزائريه من فئات المجتمع في المراحل العمرية المختلفة، وتم تطبيق الدراسة على عينة قوامها ٢٠٥ مفردة بطريقة العينة العشوائية.



المصدر: من إعداد الباحثة باستخدام برنامج ARC INFO ، اعتماداً على Shape file التقسيم الإداري لأقسام وشياخات الجمهورية عام ٢٠٢٣م، إعداد الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء.

شكل (١) الموقع الجغرافي لمتحف سوهاج القومي بمدينة سوهاج عام ٢٠٢٣م .

الحدود الموضوعية (المحاور):

أولاً: نشأة وتطور المتاحف وأنواعها.

ثانياً: التوزيع الجغرافي للمتاحف في جمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٠م-٢٠٢١م).

ثالثاً: الخصائص الجيوسياسية للمتاحف المصرية عام ٢٠٢١م.

رابعاً: العوامل الجغرافية المؤثرة في سياحة المتاحف أو زيارتها بسوهاج.

خامساً: حركة الزائرين لمتحف سوهاج القومي.

سادساً: تحليل خصائص زائري وموظفي متحف سوهاج القومي، وتقييمهما للمتحف.

أولاً : نشأة وتطور المتاحف وأنواعها:

نصت الجمعية الأمريكية للمتاحف (AAM)^(١) بأن المتحف مكان مخصص لجمع التراث الإنساني والطبيعي والحفاظ عليه وعرضه للمجتمع بغرض التثقيف والتعليم، فهو مؤسسة غير ربحية (Lewis, G.,2004,p.5)، وعرف (كلي، ٢٠٠٦) المتاحف: أنها مصممة بشكل خاص للحفاظ على التواصل الوطني (Abdelmoaty,G.,&et.al.,2021,p.45)، ومع نهاية القرن العشرين تضاعف عدد المتاحف ومع ازدياد حركة السياحة عالمياً ازداد عدد الزائرين وصارت الرغبة عند كثيرين لزيارة المتاحف (Kindler, A. M., & Darras, B. 1997,p.128).

ارتبطت فكرة إنشاء المتحف بجمع واقتناء كل ما هو نادر وثمانين بالحضارة المصرية القديمة وكان للمصريين القدماء سبق في إنشاء المتاحف، وتشير الدراسات إلى أن مكتبة الإسكندرية القديمة أقدم وأشهر متحف في العالم أسسه بطليموس الأول سنة ٢٩٠ ق.م (Dean, D., & Edson, G. ,2013,P.3).

وكان للكنائس والأديرة دور في نمو فكرة المتاحف من خلال الاحتفاظ بالكتب المقدسة وأدوات الطقوس الدينية والتحف النادرة (مرزوقي، صابر يحيى، ٢٠٢٢، ص ٣٤٧)، وتشير الدراسات أن الكنائس كانت عبارة عن متاحف مفتوحة .

(١) الجمعية الأمريكية للمتاحف The American Association Of Museums .

وفي عصر الدولة الإسلامية احتوت قصور الأمويين على الأشياء الثمينة، وجاء متحف الأزبكية كأول متحف أثري في العالم العربي عام ١٨٣٥م، ثم عُرِفَ بالمتحف المصري وافتتح عام ١٩٠٢م، وغدت مصر تقيم متاحف في كثير من الأماكن، وبلغ إجمالي عدد المتاحف في مصر ٧٣ متحفًا عام ٢٠١٠م، ثم تطورت إلى ٧٨ متحفًا عام ٢٠٢١م.

وعن أنواع المتاحف صُنِّفَت تحت مجموعة من المعايير أهمها: (مرزوقي، صابر يحيي ٢٠٢٢، ص ٣٤٩):

- النطاق الجغرافي للمقتنيات المتحفية.
- طبيعة المقتنيات المتحفية.
- الهيكل الإنشائي للمتحف (الحيز المكاني).

▪ النطاق الجغرافي للمقتنيات المتحفية:

* متاحف وطنية: تعرض حضارة الدولة من خلال حقبة تاريخية محددة أو عدد من الحقب التاريخية، مثل المتحف المصري بالقاهرة.

* متاحف عالمية: تجمع حضارات وتاريخ شعوب، وتتضمن المتاحف أقسامًا لحضارات عدة في مختلف الفترات التاريخية.

* متاحف إقليمية: تختص بالمقتنيات المتحفية الخاصة بتاريخ مدينة أو محافظة (ابن منيع، أمل بنت محمد بن سليمان، ٢٠٢٠، ص ٣٢١).

▪ طبيعة المقتنيات المتحفية:

يأتي التصنيف وفقًا لنوعية المقتنيات أو المجموعة المتحفية وهي:

* المجموعة الثقافية: تشمل متاحف تاريخية أو تراثية - المتاحف الفنية - متاحف الأطفال.

* مجموعة التاريخ الطبيعي: تشتمل معروضاتها على عينات بقايا الإنسان القديم والعينات الجيولوجية، كما تحتوي على الأحجار الكريمة والديناصورات (Schlatter N.Elizabith, 2008,P.65).

* مجموعة أخرى: (المتاحف الحربية - متاحف الرموز الوطنية - متاحف الشمع وغير ذلك).

وبالتطبيق على متحف سوهاج القومي يصنف كمتحف أثار من حيث طبيعة المقتنيات المتحفية، ومتحف إقليمي طبقاً للنطاق الجغرافي للمقتنيات المتحفية.

■ الهيكل الإنشائي للمتحف (الحيز المكاني):

* **متاحف تقليدية:** وهي متاحف تأخذ شكل مبنى محدد له جدران وسقف، ومن أمثلتها متحف الفن الإسلامي.

* **متاحف في الهواء الطلق (المواقع):** وهي متاحف تُقام في المواقع الأثرية والطبيعية والجيولوجية، بالإضافة إلى التراث الثقافي غير المادي وتسمى بالمتاحف المفتوحة والمكشوفة ومن أمثلتها: (متحف طه حسين، ومتحف أم كلثوم) .

* **المتحف المتنقل:** وهو أحد أهم أنواع المتاحف الحديثة، وله دور مهم في كسر الحواجز الجغرافية أمام المجتمع (مرزوقي، صابر يحيي، ٢٠٢٢، ص ٣٥١)، وتعد فكرته من أفضل الأفكار المبكرة لتسهيل نشر الثقافة المتحفية، بعيداً عن جدران المتحف وخاصة بالنسبة للمناطق البعيدة عن مراكز المدن أو محافظات أخرى وتكون فكرته عبارة عن (مقطورة أو أتوبيس مجهز)، وينبغي عرض بعض مقتنيات متحف سوهاج القومي في محافظات الأقصر وأسوان والغردقة، تمهيداً للتسويق للمتحف لجذب السائحين من هذه المحافظات، كما هو موضح بملحق الصور (٦).

* **المتحف الافتراضي:** وهي متاحف بلا جدران تعتمد على (شبكة الإنترنت) (Simmons, J. E. 2016, p.248)، وبرزت فكرة المتاحف الافتراضية في أعقاب جائحة كوفيد ١٩، وانتشرت حول العالم منذ مارس ٢٠٢٠م؛ حيث أُستفيد منها في تحويل المتاحف من صورتها الواقعية الملموسة إلى صور رقمية متاح الوصول إليها عبر الوسائط الإلكترونية، وبدأت العديد من المتاحف بتطوير مشاريعها على شبكة الإنترنت وتعددت مسميات المتاحف الافتراضية منها (المتحف الإلكتروني - المتحف الرقمي - المتحف الذكي) ومن أمثلتها، متحف اللوفر بفرنسا.

ويمكن مواجهة تحديات السياحة الحديثة من خلال تطبيق المتحف الافتراضي بمدينة سوهاج، وجذب السياحة الدولية والمحلية باستخدام الخرائط الجغرافية للتجول داخل المتحف بدلاً من استخدام القوائم ويمكن زيارة المتحف من خلال النقر على محتويات الخريطة التي تظهر في بداية

الموقع الإلكتروني، وأيضا يمكن التعرف على أماكن استخراج القطع الأثرية الموجودة بالمتحف من خلال جولة إلى هذه الأماكن مثل (أبيدوس، وأترببس، وغيرهما)، ويسهم تحويل متحف سوهاج القومي إلى متحف افتراضي في تخطي حدود المكان والزمان، كما يمكن تطبيق الفكرة في المناسبات الوطنية والعالمية (كاحتفالية اليوم العالمي للمتاحف ١٨ مايو)، وأهم ما يميز المتحف الافتراضي خدمة ذوي الهمم من فئة الإعاقة الحركية.

ثانياً: التوزيع الجغرافي للمتاحف في جمهورية مصر العربية خلال الفترة (٢٠١٠-٢٠٢١م):

يُلاحظ من تتبع خريطة المتاحف بجمهورية مصر العربية مدى العشوائية في التوزيع؛ حيث تختلف طبيعة وحجم المتاحف ونوعها في مصر، والغرض من إقامتها، كما يختلف عددها من منطقة لأخرى، وتعتمد بيانات هذا العنصر على النشرة السنوية للإحصاءات الثقافية الصادرة عن الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، القاهرة، في الفترة (٢٠١٠م-٢٠٢١م)، ولم تتضمن النشرة أي بيانات عن طبيعة الزائرين في هذه المتاحف هل هم (أجانب، طلاب، مصريون، وغير ذلك)، كما لم يصدر الجهاز أي إصدارات حديثة بعد عام ٢٠٢١م، بالرغم من اهتمامات الدولة في عام ٢٠٢٤ بسياحة المتاحف والترويج لها وتتجلى محاور هذا العنصر في:

- أ- تطور أعداد المتاحف المصرية طبقاً للنوع خلال الفترة (٢٠١٠م-٢٠٢١م).
- ب- توزيع المتاحف تبعاً لأعداد الزائرين والعاملين خلال الفترة (٢٠١٠م-٢٠٢١م).
- ج- إيرادات المتاحف المصرية خلال الفترة (٢٠١٠م-٢٠٢١م).
- د- توزيع المتاحف بين المحافظات المصرية وأعداد زائريها خلال الفترة (٢٠١٠م-٢٠٢١م).
- أ. تطور أعداد المتاحف المصرية طبقاً للنوع خلال الفترة (٢٠١٠م-٢٠٢١م):

كشفت بيانات الجدول (٤) والشكلين (٢ و ٣) تذبذب في أعداد المتاحف؛ حيث تبين أن عدد المتاحف بلغ ٧٣ متحفاً عام ٢٠١٠م مقابل انخفاض أعدادها إلى ٦٦ متحفاً عامي ٢٠١٤م، و٢٠١٥م، ثم تعود لتشهد نمواً مطرداً خلال الفترة (٢٠١٦م-٢٠٢٠م) من ٧٢ متحفاً إلى ٨٤ متحفاً ثم ينخفض عددها مرة أخرى إلى ٧٨ متحفاً عام ٢٠٢١م، وهذا ما يؤكد أن عدد المتاحف ليس دائماً في التزايد، ومرد انخفاض المتاحف عدة أسباب منها: أحداث عام ٢٠١١م؛ حيث وصل عدد المتاحف في هذه السنة إلى ٤٥ متحفاً مقابل ٧٣ متحفاً عام ٢٠١٠م، فضلاً

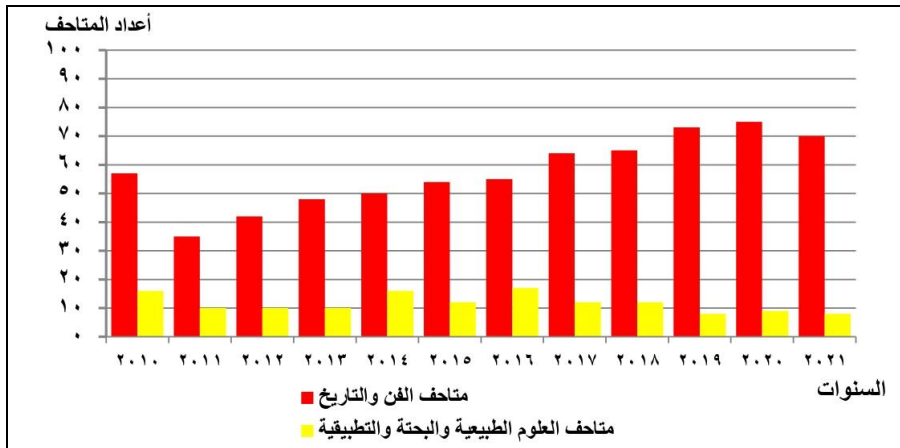
عن إغلاق البعض منهم؛ من أجل الترميم أو لتعرض المتاحف للسرقة مثل: إغلاق متحف محمد محمود خليل بعد سرقة لوحة الخشخاش عام ٢٠١٤م أو بسبب الانفلات الأمني والانفجارات؛ حيث تعرض متحف الفن الإسلامي عام ٢٠١٤م للإغلاق بسبب انفجار مديرية الأمن بمحافظة القاهرة أو لتعرض البعض للحرائق وهناك متاحف أغلقت لفترة ولا مبرر لإغلاقها سوى قرار إداري بالإغلاق مثل متحف دنشواي بالمنوفية.

وقد يتصور البعض أن عدد المتاحف في مصر كبير، ولكن عدد المتاحف المصرية قليل بالنسبة لتاريخها وتراثها وعدد سكانها، وتشير بيانات الجدول (٤) أن المتاحف المصرية خلال الفترة (٢٠١٠م- ٢٠٢١م) تنوعت ما بين متاحف الفن والتاريخ ووصل عددها ٧٠ متحفًا عام ٢٠٢١م مقابل ٥٧ متحفًا عام ٢٠١٠م، أما عن متاحف العلوم الطبيعية والبحث والتطبيقية فقد شهدت انخفاضًا من ستة عشر متحفًا عام ٢٠١٠م إلى ثمانية متاحف عام ٢٠٢١م، وسجلت أعداد المتاحف النشطة سياحيًا (مفتوحة للزيارة) بمصر عام ٢٠٢١م حوالي ٧٨ متحفًا.

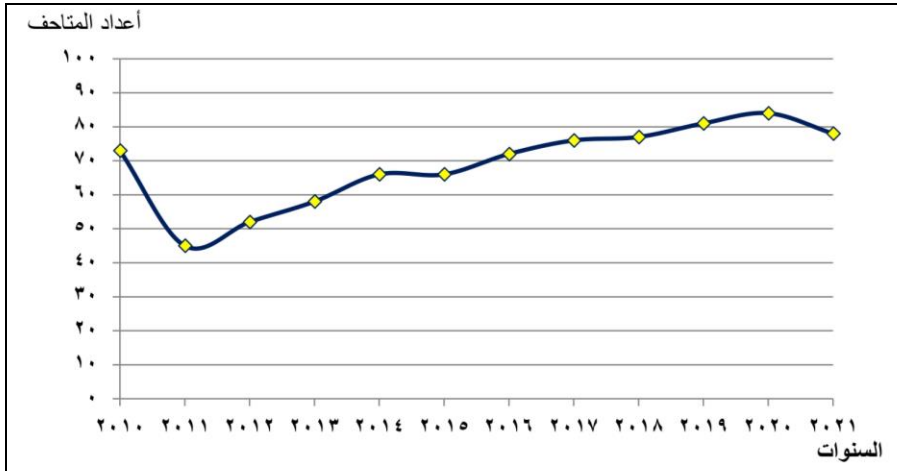
جدول (٤) تطور أعداد المتاحف في مصر طبقًا للنوع خلال الفترة (٢٠١٠م- ٢٠٢١م)

البيان	٢٠١٠	٢٠١١	٢٠١٢	٢٠١٣	٢٠١٤	٢٠١٥	٢٠١٦	٢٠١٧	٢٠١٨	٢٠١٩	٢٠٢٠	٢٠٢١
متاحف الفن والتاريخ	٥٧	٣٥	٤٢	٤٨	٥٠	٥٤	٥٥	٦٤	٦٥	٧٣	٧٥	٧٠
متاحف العلوم الطبيعية والبحث والتطبيقية	١٦	١٠	١٠	١٠	١٦	١٢	١٧	١٢	١٢	٨	٩	٨
الجملة	٧٣	٤٥	٥٢	٥٨	٦٦	٦٦	٧٢	٧٦	٧٧	٨١	٨٤	٧٨

المصدر: الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، النشرة السنوية للإحصاءات الثقافية، القاهرة، أعداد مختلفة للسنوات المذكورة.



شكل (٢) تطور أعداد المتاحف طبقًا للنوع في مصر خلال الفترة (٢٠١٠م - ٢٠٢١م)



شكل (٣) تطور أعداد المتاحف في مصر خلال الفترة (٢٠١٠ م - ٢٠٢١ م)

ب- توزيع المتاحف تبعاً لأعداد الزائرين والعاملين خلال الفترة (٢٠١٠م-٢٠٢١م):

يُلاحظ من تحليل بيانات الجدول (٥) والشكل (٤) أن الإطار العام لزائري المتاحف المصرية يتجه نحو الصعود على الرغم من أن هناك تذبذب كبير في أعداد الزائرين خلال الفترة (٢٠١٠م-٢٠٢١م)، وشهد عام ٢٠١٦م أكثر الأعوام زيارة؛ حيث بلغ عدد زائري المتاحف نحو (٩.٦٣٣) ألف زائر، كما شهدت فترة الدراسة سلسلة من الانخفاضات في أعداد الزائرين للمتاحف المصرية، وأوضح تلك الانخفاضات محققة في أعوام (٢٠١٠-٢٠١٢-٢٠١٣-٢٠١٧-٢٠١٨-٢٠٢٠م) وارتبطت سنوات الانخفاض بأزمات معروفة، كآزمات سياسية واقتصادية وأحداث داخلية وخارجية والتي تركت بصماتها على السياحة عمومًا وعلى زيارة المتاحف بشكل خاص؛ حيث تسببت في ضعف الزائرين الأجانب ومن أمثلتها، تدهور الروبل الروسي مقابل الدولار الأمريكي مع استمرار تحذيرات السفر من عديد من الدول المصدرة؛ مما أدى إلى تراجع وانخفاض الحركة السياحية عمومًا في مصر بـ ١٥٪ والإيرادات السياحية إلى ٢٠٪، بجانب الأحداث الإرهابية، كحادث معبد الكرنك وتفجير القنصلية الإيطالية بوسط القاهرة، أعقبه مقتل اثني عشر سائحًا مكسيكيًا في منطقة الواحات صاحبه سقوط الطائرة الروسية في سيناء والتي أسفرت عن مقتل ٢٢٤ سائحًا وعليه أعلنت كلٌّ من روسيا وانجلترا تعليق الرحلات إلى مصر وسحب رعاياهم.

وعن زوار المتاحف طبقاً لأنواعها، فبلغ عدد زائري متاحف الفن والتاريخ نحو (٣,١٨١) ألف زائر عام ٢٠١٠م مقابل (٢,٥٩٨) ألف زائر عام ٢٠٢١م بنسبة انخفاض قدرها (١٨,٣٪)، في حين بلغ عدد زائري متاحف العلوم الطبيعية والبحث والتطبيقية عام ٢٠١٠م نحو (١,١٩٦) ألف زائر مقابل (٦٢٧) ألف زائر عام ٢٠٢١م، بنسبة انخفاض قدرها (٤٧,٥٪).

وتعكس هذه الأرقام ضعف الزيارة للمتاحف المصرية بشكل عام، فما زالت العلاقة بين المتحف والجمهور المصري علاقة ضعيفة وغير إيجابية، وربما يُعزى ذلك لعدة أسباب منها: (١) عدم الاعتماد على المتاحف في التسويق السياحي الدولي للمقصد المصري. (٢) ضعف الترويج لها من قبل الإعلام السياحي باستخدام وسائل الدعاية الجديدة مثل (Snapchat-Twitter-Instagram Tik Tok). (٣) عدم وضع معظمها على خريطة السياحة المصرية. (٤) عدم وجود رؤية استراتيجية لتسويق المتاحف. (٥) لا توجد برامج تستهدف العائلات والأطفال، ويقتصر دور بعض المتاحف على عرض القطع الأثرية فقط، مع قلة الفعاليات الجاذبة للزوار مثل: الفقرات الترفيهية. (٦) ضعف التسويق الجيد في المعارض والمؤتمرات الدولية عن المتاحف المصرية. (٧) تقتصر بعض المتاحف المصرية إلى الخدمات والأنشطة المكملية مثل: (المطاعم والكافيتريات والحدائق). (٨) عدم وجود تربية متحفية داخل المدارس. (٩) ضعف الوعي السياحي والأثري عند الشعب المصري واعتقاد البعض بأنها مخزن لحفظ الأصنام.

وقد ارتفع حجم القوى العاملة بالمتاحف المصرية النشطة سياحياً من ٤٣٧٦ فرد عام ٢٠١٠م إلى ٤٥٨٣ فرد عام ٢٠٢١م، بنسبة زيادة قدرها ٤,٧٪، وذلك نتيجة لزيادة عدد المتاحف من ٧٣ متحفاً عام ٢٠١٠م إلى ٧٨ متحفاً عام ٢٠٢١م، كما تتفوق نسبة العاملين الذكور عن الإناث خلال عامين بنحو ٥٣,٩٪ للذكور عام ٢٠١٠م، و ٦٣,١٪ عام ٢٠٢١م، كما هو موضح بالملحق (٣)، وتتنوع العمالة حسب الوظيفة داخل المتاحف بين فئات (الفنيين والإداريين، وخدمات معاونة، ونظافة، وعمالة بعقد) بنسب ١٨,٨٪ ، ٢٠,٢٪ ، ٤٦,٨٪ ، ١٤,٢٪ على الترتيب .

جدول (٥) توزيع المتاحف تبعًا لأعداد الزائرين خلال الفترة (٢٠١٠م - ٢٠٢١م). العدد بالآلاف

البيان	٢٠١٠		٢٠١١		٢٠١٢		٢٠١٣		٢٠١٤		٢٠١٥		٢٠١٦		٢٠١٧		٢٠١٨		٢٠١٩		٢٠٢٠		٢٠٢١		الجملة
	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	
متاحف الفن والتاريخ	٣١٨١	٧,١	٧٦٣٠	١٧,١	٣١٣٨	٧,٠	٣٥١٨	٧,٨	٤٢٦٢	٩,٥	٣٢٢٩	٧,٢	٤١١٦	٩,٢	٢٦٩٠	٦,١	٣٣٤٧	٧,٥	٤٦٥١	١٠,٤	٢٣٣١	٥,٢	٢٥٩٨	٥,٨	٤٤٦٩١
متاحف العلوم الطبيعية والبيئة والتطبيقية	١١٩٦	٦,٦	٢٦٩	١,٤	٥٤٠	٢,٩	٣١٨	١,٧	٣٨٥٩	٢١,٢	٣١٩٤	١٧,٥	٥٥١٧	٣٠,٣	٦٥٩	٣,٦	٦٧٢	٣,٧	٦٦٥	٣,٦	٧١٤	٣,٩	٦٢٧	٣,٤	١٨٢٣٠
الجملة	٤٣٧٧	٧٨٩٩	٣٦٧٨	٣٨٣٦	٨١٢١	٦٤٢٣	٩٦٣٣	٣٣٤٩	٤٠١٩	٥٣١٦	٣٠٤٥	٣٢٢٥	٦٢٩٢١												

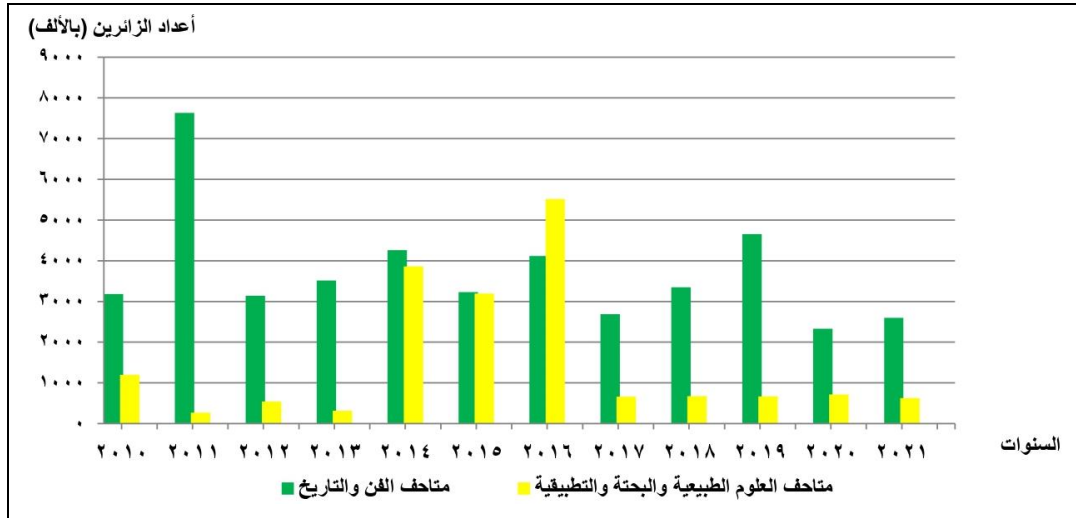
المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادًا على النشرة السنوية للإحصاءات الثقافية، الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، القاهرة، أعداد مختلفة للسنوات المذكورة.

جدول (٦) إيرادات المتاحف المصرية خلال الفترة (٢٠١٠م - ٢٠٢١م). بالآلاف جنيه

البيان	٢٠١٠	٢٠١١	٢٠١٢	٢٠١٣	٢٠١٤	٢٠١٥	٢٠١٦	٢٠١٧	٢٠١٨	٢٠١٩	٢٠٢٠	٢٠٢١
متاحف الفن والتاريخ	١٦٠٤٥٧	١٨٧٤٦٨	١٠٢٩٤٥	٦٤٨١١	٨٩٢٧٥	٦٣٤٧٨	٦٩١٩٣	٨٠٤٨٠	٢٠٨١١١	٢٥٢٩٨١	١٠٥٢٨٦	١٥١١٥٠
متاحف العلوم الطبيعية والبيئة والتطبيقية	١١٩٧٥	٥٤١	١١٤٥	٥٢٥	٢٨٢٠٨	٥٢١٢١	٤٧١٤٣	٢٨٥٦	٣٠١٤	٣٠٧٥	٣٦٩٣	٤٣٠٨
الجملة	١٧٢٤٣٢	١٨٨٠٠٩	١٠٤٠٩٠	٦٥٣٣٦	١١٧٤٨٣	١١٥٥٩٩	١١٦٣٣٦	٨٣٣٣٦	٢١١١٢٥	٢٥٦٠٥٦	١٠٨٩٧٩	١٥٥٤٥٨
جملة إيرادات السياحة بمصر (دولار أمريكي)	١٢,٥	٨,٧	٩,٩	٥,٩	٧,٢	٦,١	٢,٦	٧,٨	١١,٦	١٣	٤	٤,٩
إيرادات المتاحف من السياحة %	٠,٢٥	٠,٣٧	٠,١٨	٠,١٧	٠,٢٣	٠,٠٢	٠,٤٥	٠,٠٦	٠,١١	٠,١٢	٠,١٧	٠,٢٠

المصدر: - من إعداد الباحثة اعتمادًا على :

- إيرادات المتاحف من النشرة السنوية للإحصاءات الثقافية، الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، القاهرة، أعداد مختلفة للسنوات المذكورة.
- إيرادات السياحة من التقرير السنوي للاتحاد المصري للغرف السياحية.
- تم تحويل إيرادات السياحة من الدولار إلى الجنيه حسب سعر الصرف لكل سنة.
- النسبة المئوية من حساب الباحثة.



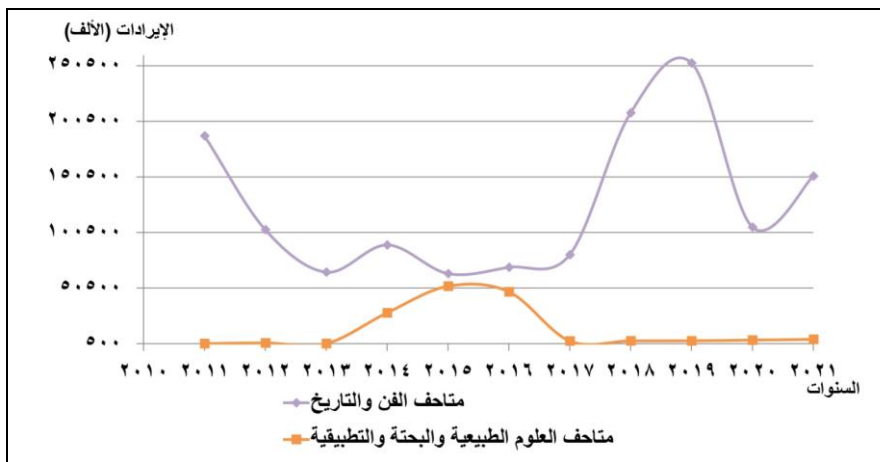
شكل (٤) توزيع المتاحف تبعاً لأعداد الزائرين خلال الفترة (٢٠١٠م-٢٠٢١م).

ج- إيرادات المتاحف المصرية خلال الفترة (٢٠١٠م-٢٠٢١م):

كشفت بيانات الجدول (٦) عن تناقص الإيرادات من (١٧٢,٤٣٢) ألف جنيه عام ٢٠١٠م إلى (١١٥,٥٩٩) ألف جنيه عام ٢٠١٥م، كما شهدت تذبذب ملحوظ بين فترة وأخرى خلال الفترة (٢٠١٦م-٢٠٢١م)، فقد بلغت (١١٦,٣٣٦) ألف جنيه عام ٢٠١٦م لتتخفض إلى (٨٣,٣٣٦) ألف جنيه عام ٢٠١٧م، ثم تعاود وتقفز الإيرادات إلى (٢١١,١٢٥) ألف جنيه عام ٢٠١٨م، ونحو (٢٥٦,٠٥٦) ألف جنيه عام ٢٠١٩م، لتبلغ ذروتها في هذا العام (٢٠١٩م)، ثم تعاود في الانخفاض عام ٢٠٢٠م إلى (١٠٨,٩٧٩) ألف جنيه مصري؛ متأثراً بجائحة كورونا لتعاود في الارتفاع عام ٢٠٢١م وتصل إلى (١٥٥,٤٥٨) ألف جنيه مصري بنسبة زيادة قدرها ٤٢,٧٪، ويتبين من الجدول (٦) والشكل (٥) أن الإيرادات في تقلبات حادة ملحوظة لأسباب سبق ذكرها.

وعن إجمالي إيرادات متاحف الفن والتاريخ فقد بلغت (١٦٠,٤٥٧) ألف جنيه عام ٢٠١٠م مقابل (١٥١,١٥٠) ألف جنيه عام ٢٠٢١م بنسبة انخفاض قدرها ٥,٨٪، ومرد هذا الانخفاض في الإيرادات هو انخفاض أعداد الزائرين، وعن إيرادات متاحف العلوم الطبيعية والبحث والتطبيقية فبلغت عام ٢٠١٠م نحو (١١,٩٧٥) ألف جنيه مقابل (٤,٣٠٨) ألف جنيه عام ٢٠٢١م بنسبة انخفاض ٦٤,٠٪.

ويمكن الكشف عن ديناميكية حركة السياحة للمتاحف من خلال الدخل الذي توفره، واعتماداً على بيانات الجدول (٦) يتضح تنذب عدد الزائرين خلال فترة الدراسة ولهذا التذبذب تأثير واضح على حجم الإيرادات السياحية، فكلما زاد حجم الحركة، زاد الانفاق، وبالتبعية زاد الإيراد السياحي، وبلغ نصيب إيرادات المتاحف من إيرادات السياحة أعلى نسبة عام ٢٠١٦م نحو ٠,٤٥٪، في حين انخفض نصيب إيراد المتاحف بشكل ملحوظ عام ٢٠١٥م من الإيراد السياحي وبلغ ٠,٠٢٪، ولم تشهد إيرادات المتاحف نمواً سهلاً، وتعود التغيرات الحاصلة في حجم إيرادات المتاحف للتغيرات في عدد القادمين.



شكل (٥) إيرادات المتاحف المصرية خلال الفترة (٢٠١٠-٢٠٢١م).

د- توزيع المتاحف بين المحافظات المصرية وأعداد زائريها خلال الفترة (٢٠١٠م-٢٠٢١م) :

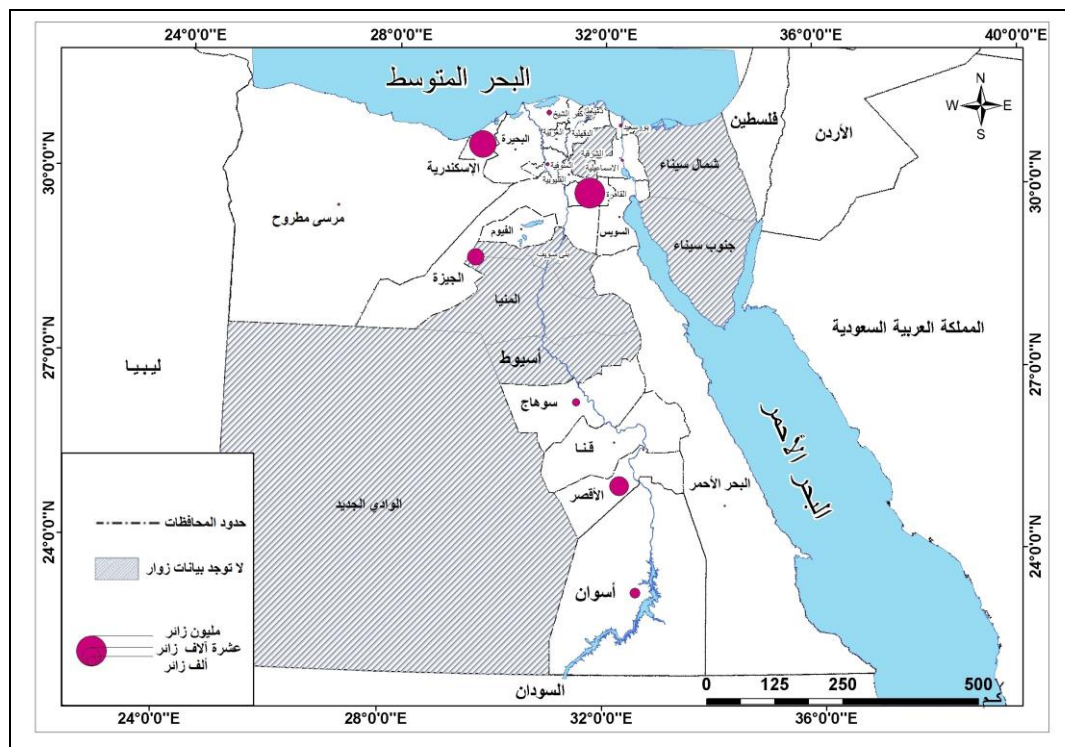
كشفت العديد من الدراسات أن عدد ونوعية المتاحف تختلف بدرجة أو بأخرى؛ بناءً على الموقع الجغرافي للمتحف ما بين المحافظات أي حسب درجة الوعي الحضاري والثقافي وحسب النشاط الإعلامي والتربوي وطرق العرض وعوامل أخرى متعددة، وتشير الإحصاءات إلى تنذب أعداد المتاحف بين المحافظات المصرية وكذلك على مدار الفترة الزمنية من (٢٠١٠م-٢٠٢١م) بالمحافظة الواحدة وتباينت بين الفتح والإغلاق.

واتضح من استقراء بيانات الملحق (١) أن المحافظات التي يوجد بها متاحف لا يزيد عددها على ٢٢ محافظة عام ٢٠٢١م وطبقاً لتوزيع المتاحف على المحافظات المصرية خلال الفترة (٢٠١٠م-٢٠٢١م)، يتضح أن هناك محافظات لا توجد بها متاحف في أول فترة الدراسة أي من

عام (٢٠١٠م-٢٠١٣م) كالسويس، وكفر الشيخ، والفيوم، وهناك محافظات وجدت بها متاحف ثم ألغي قرارها كمحافظة وعادت ضمن محافظات أخرى مثل (٦ أكتوبر، حلوان)^(١)، وبحلول عام ٢٠٢١م كشفت بيانات الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء أن هناك خمس محافظات فقط في مصر ليس بها متاحف وهي (أسيوط- بني سويف- الشرقية- جنوب سيناء -شمال سيناء)، هذا بالرغم من أن تلك المحافظات بها متاحف ولكن لم تتداولها النشرة السنوية للإحصاءات الثقافية، فمحافظة أسيوط بها (متحف أسيوط القومي)، ومحافظة بني سويف بها (متحف بني سويف)، ومحافظة الشرقية بها (متحف أحمد عرابي ومتحف تل بسطا)، أما عن محافظة جنوب سيناء فيوجد بها (متحف طابا) وعن شمال سيناء بها (المتحف الحربي بالعريش)(البوابة الإلكترونية، لمحافظة الجمهورية، ٢٠٢٣م) ولم يتطرق الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء إلى توزيع المتاحف بهذه المحافظات الخمس ولم يكشف عن أسباب ذلك.

وعن زائري المتاحف بالمحافظات المصرية فكشفت بيانات الملحق (٢) والشكل (٦) أن محافظة القاهرة أكبر المحافظات زيارة عام ٢٠٢١م، ووصل عدد زوارها نحو (١١٦٤) ألف زائر بنسبة تبلغ ٣٦,١٪ من عدد الزيارات الكلية لمتاحف الجمهورية؛ وذلك نتيجة لوجود أكبر عدد من المتاحف بالمحافظة، فضلاً عن وجود مجموعة كبيرة من الآثار، ووجود المتحف المصري على خريطة السياحة العالمية، تليها محافظة الإسكندرية في المرتبة الثانية بنحو ٢٩,٤٪ من حجم الحركة، ثم الأقصر بنسبة ١٥٪ من حيث حجم حركة الزائرين للمتاحف بالجمهورية، بينما جاءت محافظة الدقهلية في ذيل قائمة المحافظات، إذ بلغ عدد زوارها نحو ألف زائر عام ٢٠٢١م، ويمكن استنتاج أن المتاحف في المحافظات المصرية لم تحصل على نصيبها العادل من الحركة السياحية بما يتناسب مع مكانة مصر الثقافية والحضارية وهو ما يدعو إلى اتخاذ العديد من الإجراءات التي من شأنها احتلال المتاحف المصرية مكانتها المرموقة.

(١) صدر قرار رئاسي بإنشاء محافظة حلوان عام ٢٠٠٨م، ثم ألغي القرار بعد أحداث عام ٢٠١١م وأعيدت تابعة لمحافظة القاهرة، وكذلك محافظة ٦ أكتوبر صدر قرار بأنها محافظة عام ٢٠٠٨م وألغي القرار بعد عام ٢٠١١م لتعود تابعة لمحافظة الجيزة.



شكل (٦) أعداد زائري المتاحف بالمحافظات المصرية عام ٢٠٢١م

ثالثاً: الخصائص الجيوسياسية للمتاحف المصرية عام ٢٠٢١م:

شهدت المتاحف المصرية اختلافات في توزيعها عبر الموقع الجغرافي وهو يعرف بالتحليل المكاني، ويهتم هذا العنصر بدراسة التباينات والاختلافات في الخصائص المكانية لتوزيع المتاحف والوحدات المكانية الرئيسية (المحافظات) بجمهورية مصر العربية لتقديم خريطة تعرض التوزيع المكاني للمتاحف المصرية وخصائصها، وذلك بتطبيق المعايير الكمية لقياس مؤشرات الطلب على نمط سياحة المتاحف وهي:

- أ- مؤشر الغطاء المكاني للمتحف . هـ- مؤشر التركيز .
- ب- مؤشر المكانة المتحفية . و- مؤشر الإقبال المتحف .
- ج- مؤشر الغطاء البشري للمتحف . ز- مؤشر الارتياح المتحف اليومي .
- د- الفاعلية المتحفية . ح- مؤشر الإشغال المتحف .

أ- مؤشر الغطاء المكاني للمتحف:

يفيد هذا المؤشر في تقييم توزيع المتاحف بالنسبة للمساحة الجغرافية بمحافظات جمهورية مصر العربية عام ٢٠٢١م، وتكشف بيانات الجدول (٧) ما يلي:

* سجلت المتاحف المصرية مؤشر غطاء مكاني متحفي عام ٢٠٢١م، بلغت قيمته (٦٣٥٥ كم^٢/المتحف) مما يشير أن متوسط مساحة النفوذ المكاني التي يخدمها كل متحف في تقديم أنشطة وخدمات في مجال السياحة الثقافية تقدر بحوالي ٦,٤ ألف كم^٢.

* تنصدر محافظة الوادي الجديد قمة مؤشر الغطاء المكاني للمتاحف في مصر؛ حيث تسجل ١١٠٠٢٥ كم^٢ لكل متحف، وذلك بفضل مساحتها الواسعة فهي تعد من أكبر محافظات مصر، مما يجعل المتاحف الموجودة فيها تغطي نطاقًا جغرافيًا واسعًا بجانب أن المتاحف موزعة على مراكز متعددة كالخارجة والفرافرة والداخلية رغم قلة المتاحف بها مقارنة بالمحافظات الأخرى كالقاهرة والإسكندرية التي حقق المؤشر بهما ٦٤,٣ كم^٢ و ١٣٥,٣ كم^٢ لكل متحف على الترتيب، وبالتالي كل متحف في محافظة الوادي الجديد يغطي مساحة جغرافية أكبر مقارنةً بباقي المحافظات وهو لا يعني بالضرورة توافر للمتاحف.

ب- مؤشر المكانة المتحفية:

يستخدم هذا المؤشر لتحديد مدى أهمية وقيمة المتاحف طبقًا لأعدادها بجمهورية مصر العربية عام ٢٠٢١م وتكشف بيانات الجدول (٧) والشكل (٧):

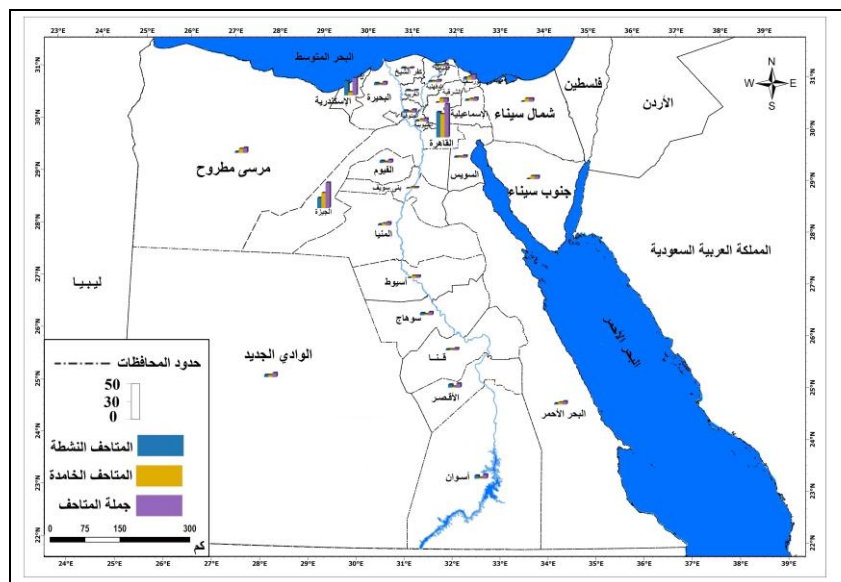
* احتلال محافظة القاهرة المرتبة الأولى من حيث التوزيع النسبي للمتاحف بين المحافظات عام ٢٠٢١م بنسبة ٣٢,١٪ من إجمالي المتاحف بالجمهورية، تليها محافظة الإسكندرية بنسبة ١٧,٩٪، فالجيزة بنسبة ١٢,٨٪ وتبلغ عدد المتاحف التي تمتلكها هذه المحافظات الثلاث حوالي ٤٩ متحفًا من جملة ٧٨ متحفًا نشطًا سياحيًا بالدولة، وبذلك حققت مكانة متحفية بلغت ٦٢,٨٪ من جملة المتاحف النشطة سياحيًا بالجمهورية.

* بالرغم من أن محافظة القاهرة تضم ما يقرب من ٢٥ متحفًا نشطًا سياحيًا أي المفتوح للزيارة، إلا أن ذلك العدد لا يتناسب مع تاريخ المحافظة الممتد من عصر الأسرات حتى العصر الحديث ولا يتناسب مع موقعها الجغرافي ومساحتها وعدد قاطنيها وعدد الزوار سواء سياحة محلية أو دولية.

* تأتي محافظتا الأقصر وأسوان في الترتيب الرابع والخامس وتمتلكان حوالي ستة متاحف نشطة سياحيًا وتتمتعان بمكانة متحفية بلغ مؤشرها نحو ٧,٨٪.

* أما عن باقي محافظات الجمهورية فتتراوح ما بين متحف واحد نشط سياحيًا ومتحفين، وبلغ عدد المحافظات التي ضمت متحفين ست محافظات منها: (بورسعيد، والمنوفية، وسوهاج) وعن المحافظات ذات المتحف الواحد فبلغ عددها إحدى عشرة محافظة منها: (السويس، والبحر الأحمر، ودمياط، وغيرها).

*أتضح أن عدد المتاحف بالعديد من المحافظات قليل جدًا ولا يتناسب مع ما تحمله هذه المحافظات من تاريخ حضاري عريق وتراث فريد كمحافظات(قنا، وسوهاج، والسويس، وغيرها).



شكل (٧) المكانة المتحفية للمحافظات المصرية عام ٢٠٢١م

ج- مؤشر الغطاء البشري للمتحف:

يُستخدم هذا المقياس لتحديد توزيع المتاحف في المحافظات المصرية مقارنةً بعدد السكان، وتم تطبيق المؤشر على المتاحف النشطة سياحيًا لتقييم مدى وصول السكان إلى المتاحف ومدى توافر الفرصة الثقافية لهم بشكل عام، ويفيد هذا المؤشر المسؤولين في توزيع المتاحف جغرافيًا بشكل أكثر عدالة وتكشف بيانات الجدول (٧) ما يلي:

* سجلت المتاحف المصرية عام ٢٠٢١م مؤشر غطاء بشري متحفى بلغت قيمته (١٣٠٠ ألف نسمة/للمتحف)، أي أن المتحف الواحد بمصر يخدم ما يزيد على مليون نسمة تقريبًا .

* يمكن تصنيف المحافظات طبقًا لمؤشر الغطاء البشري المتحفى إلى ثلاث مجموعات وهما:

- المجموعة الأولى: تضم المحافظات التي يزيد بها المؤشر عن ٦ مليون نسمة/للمتحف مثل محافظات(الدقهلية، المنيا، القليوبية) بنحو(٦٩٣١ ألف نسمة/للمتحف، ٦١٤٨ ألف نسمة/للمتحف، ٦٠٢٤ ألف نسمة/للمتحف) على الترتيب؛ حيث يوجد متحف واحد فقط نشط سياحيًا يخدم سكان كل محافظة.

- المجموعة الثانية: تشمل المحافظات التي يتراوح مؤشر الغطاء البشري المتحفي بها (٦ مليون نسمة/للمتحف-٥ مليون نسمة/للمتحف) وهي (الغربية، البحيرة، كفر الشيخ، قنا، سوهاج، المنوفية)؛ حيث ترتفع الكثافة السكانية بهذه المحافظات، مع ضعف عدد المتاحف بهم.

- المجموعة الثالثة: تضم المحافظات التي بلغ مؤشر الغطاء البشري المتحفي بها أقل من مليون نسمة/للمتحف، وإن تفاوتت المحافظات ضمن هذه المجموعة، ويمكن تصنيفها إلى ثلاث فئات داخلية كالآتي:

١- الفئة الأولى: تضم المحافظات التي يخدم بها المتحف الواحد ما بين مليون نسمة/للمتحف-٥٠ ألف نسمة/للمتحف، مثل (الجيزة، السويس، أسوان، مرسى مطروح، الفيوم، دمياط، الإسماعيلية).

٣- الفئة الثانية: هي التي يخدم فيها المتحف الواحد أقل من ٥٠ ألف نسمة كمحافظات (القاهرة، الإسكندرية، الأقصر، بورسعيد، الوادي الجديد، البحر الأحمر).

وهذه المجموعة الثالثة تميزت بزيادة عدد المتاحف بها كمحافظات (القاهرة، الإسكندرية، الأقصر) أو بقلّة عدد السكان ببعض الآخر من المحافظات مثل (بورسعيد، الوادي الجديد، البحر الأحمر)، مما جعل مؤشر الغطاء البشري المتحفي لهذه المجموعة يحقق نسبة أعلى من خدمة المتاحف لسكان هذه المحافظات.

د- الفاعلية المتحفية:

هو مقياس لمعرفة المتاحف التي تؤدي فاعليتها في جمهورية مصر العربية وتلك التي تعد مغلقة ومتوقفة لتقييم الجدوى من استمرار بعض المتاحف أو إعادة تشغيلها ولتوزيع الموارد بشكل أفضل، وتقاس درجة الفاعلية المتحفية في سبعة مستويات ما بين الفاعلية القزمية حتى الفاعلية الممتازة وتوضح بيانات الجدول (٧) والشكل (٨) ما يلي:

* سجلت المتاحف المصرية في عام ٢٠٢١م درجة فاعلية متحفية ضعيفة وبلغ المؤشر (١,٩٪) وذلك لارتفاع أعداد المتاحف الخاملة (المعطلة) بالجمهورية، وبلغ عددها ٨١ متحفًا من إجمالي ١٥٩ متحفًا بالجمهورية.

* تبيان درجة الفاعلية المتحفية على مستوى محافظات الجمهورية وبلغ مؤشر الفاعلية المتحفية لمحافظة (كفر الشيخ والغربية) درجة فاعلية ممتازة بلغ مؤشرها (١٠٠٪)؛ ومرد ذلك أن هذه المحافظات بالرغم من قلة أعداد المتاحف بكل منها، إلا أن جميعها مفتوحة للزيارة ونشطة سياحيًا ولا توجد بهذه المحافظات متاحف خامدة سياحية أي مغلقة.

* تحتل محافظات (الإسكندرية والأقصر وأسوان) درجة فاعلية متحفية جيدة جدًا، بلغت مؤشراتها (٦٤,٧٪)، (٥٠٪)، (٥٠٪) على الترتيب، ويعود ذلك لقلة عدد المتاحف الخامدة سياحيًا؛ حيث بلغ عددها ثلاثة متاحف بالإسكندرية ومتحفًا واحدًا بكل من الأقصر وأسوان.

* شهدت محافظات (القاهرة والمنوفية والبحيرة والفيوم وسوهاج) درجة فاعلية جيدة بمؤشرات (٤,١٦٪) لمحافظة القاهرة و(٣٣,٣٪) لباقي المحافظات؛ حيث بدأ اهتمام الدولة بتطوير واقتراح المتاحف المغلقة بهذه المحافظات.

* حققت محافظات (السويس ودمياط والدقهلية وقنا والوادي الجديد) درجة فاعلية متحفية متوسطة .

* تعاني محافظات (بورسعيد والقليوبية والإسماعيلية والجيزة والمنيا والبحر الأحمر) درجة فاعلية متحفية ضعيفة، وبلغ مؤشر محافظة بورسعيد (-٢٠)، أما باقي المحافظات فوصلت إلى (-٣٣,٣٪) لكل منها، ويُعزى السبب إلى كثرة أعداد المتاحف الخامدة سياحيًا بهذه المحافظات، وبلغ عددها ستة وعشرين متحفًا مغلقًا وغير مستغل سياحيًا وشهدت الجيزة بمفردها خمسة عشر متحفًا خامدًا سياحيًا، كما أن محافظة (مرسى مطروح) درجة الفاعلية المتحفية بها ضعيفة جدًا بمؤشر (-٦٠٪).

* سجلت محافظات (شمال سيناء وجنوب سيناء والشرقية وبني سويف وأسيوط) درجة فاعلية قزمية بمعنى أن كل المتاحف خامدة سياحيًا وغير مفتوحة للزيارة بهذه المحافظات، وبلغ مؤشرها (-١٠٠٪)، ويجب تفعيل المتاحف بهذه المحافظات لتنشيط سياحة المتاحف المصرية.



شكل (٨) الفاحلية المتحفية بالمحافظات المصرية عام ٢٠٢١م

هـ- مؤشر التركيز:

بلغ مؤشر التركيز للمتاحف المصرية النشطة سياحياً عام ٢٠٢١م نحو ٨٢,١٤٪ كما هو موضح في الجدول (٧)، مما يدل على التوزيع الغير متوازن بين المحافظات ويشير المؤشر أن ٦٢,٨٪ من المتاحف يوجد في ثلاث محافظات وهي (القاهرة والإسكندرية والجيزة) وهي محافظات لا تتجاوز مساحتها في ١,٨٤٪ من إجمالي مساحة الدولة، كما أن نسبة السكان بها ٢٤,٥٪ من إجمالي سكان الجمهورية وذلك بسبب الثقل الأثري والتاريخي لهذه المحافظات، فضلاً عن أن القاهرة محط جذب كبير للسياحة، كما أنها تقع على خريطة السياحة العالمية، وينبغي فتح المتاحف الخاملة في باقي محافظات الجمهورية.

و- مؤشر الإقبال المتحفى :

بلغ عدد زائري المتاحف المصرية ٣٢٢٥ ألف زائر عام ٢٠٢١م، مقابل ٣٠٤٥ ألف زائر عام ٢٠٢٠م بنسبة زيادة قدرها ٥,٩٪، ويعزى هذا القرب النسبي إلى استمرار تأثير كوفيد ١٩، ولكن بتحسن طفيف على أداء القطاع الثقافي، ولا سيما ما يتعلق بزيارة المتاحف كمكون من مكونات السياحة الثقافية في مصر، وتشير البيانات أن عدد السائحين الذين زاروا مصر خلال عام ٢٠٢١م نحو ٨ مليون سائح، وبلغت نسبة زائري المتاحف نحو ٣٧,٥٪ من إجمالي عدد

السياح^(١)؛ ومرد ذلك أن السائح قد يتردد على أكثر من متحف أثناء زيارته ويتم احتساب كل زيارة له بأنه زائر جديد، مما يضاعف من أعداد زائري المتاحف مقارنة بالسائحين، وتكشف بيانات الجدول (٧) ما يلي:

* سجل مؤشر الإقبال المتحفي للزائرين عام ٢٠٢١م نحو ٤١,٣ ألف زائر/متحف، وهو ما يعني أن متوسط عدد الزائرين الذين يترددون على المتاحف النشطة سياحيًا في مصر عام ٢٠٢١م تقترب من أربعين ألف زائر سنويًا ويُعد هذا المؤشر أفضل من المؤشر عام ٢٠٢٠م، الذي بلغ ٣٦,٣ ألف زائر/المتحف، ومرد ذلك تحسُّن الأجواء بعد كوفيد ١٩، وهو ما يؤكد رغبة السياح/الزائرين إلى حد ما في زيارة المتاحف .

ز- مؤشر الارتياح المتحفي اليومي:

* حققت المتاحف المصرية عام ٢٠٢١م مؤشر ارتياح متحفي يومي بلغ ٨,٨ ألف زائر/اليوم، وهو ما يدل أن كل متحف يستقطب ما يقرب من ١٠٠ زائر/سائح يوميًا لزيارته، فزيارة المتاحف جزء من برنامج سياحي، وتعد قيمة هذا المؤشر متدنية، فالمتاحف بمصر بحاجة إلى تسويق لجذب أكبر عدد من الزائرين إليها، كما هو موضح بالجدول (٧).

ح- مؤشر الإشغال المتحفي:

* يشير معدل الإشغال المتحفي عام ٢٠٢١م قيمة نحو ١١,٣٪، مما يوضح أن المتاحف تُستثمر سياحيًا بالشكل الذي يتوافق مع الإمكانيات المتوفرة؛ فهناك عدد كبير من المتاحف خامدة ومعطلة بكل محافظة، كما هو موضح بالجدول (٧)، وحققت محافظة الأقصر أعلى معدل إشغال متحفي بلغ ٤٤,٢٪ بحكم موقعها الجغرافي وإدراج متاحفها ضمن البرنامج السياحي، تليها محافظتا الإسكندرية والقاهرة بنحو ١٨,٥٪ و ١٢,٧٪ على الترتيب وذلك لمكانة محافظة الإسكندرية والتي تضم عدد من المتاحف المشهورة والأكثر زيارة (كمتحف المجوهرات الملكية، متحف الإسكندرية القومي وغيرهما)، كما أن محافظة القاهرة تتفرد بالمتحف المصري الذي يحتل المركز العاشر من

^(١) بمقارنة هذه النسبة (٣٧,٥٪) بنظيرتها في دولة فرنسا التي استقبلت ١٠٠ مليون سائح دولي عام ٢٠٢٣م، وبلغ تقدير نسبة زائري المتاحف بها ٤٦,٨٪ من إجمالي السياح بفرنسا France, Tourism, Statistics: Insights and Trend (for 2025-Trav-Heir)، وهو ما يشير إلى أهمية التراث الثقافي في فرنسا عن جمهورية مصر العربية.

٦٠ متحفًا حول العالم^(١)، فهو يضم مائة غرفة عرض، ومائة وخمسين ألف قطعة أثرية (الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، تقرير اليوم العالمي للمتاحف، القاهرة، ٢٠٢٢م).
جدول (٧) الخصائص الجيوسياحية للمتاحف المصرية عام ٢٠٢١م

م	المحافظات	مؤشر الغطاء المكاني كم ^٢ / المتحف	مؤشر المكتبة المتحفية	مؤشر الغطاء البشري للمتحف ألف نسمة/ للمتحف	الفاعلية المتحفية	مؤشر التركز	مؤشر الإقبال المتحفى ألف زائر/ المتحف	مؤشر الارتداد المتحفى اليومي زائر/ اليوم	مؤشر الإشغال المتحفى %
١	القاهرة	٦٤,٣	٣٢,١	٤٠٤	٤,١٦ جيدة	١٥,٨٤	٤٦,٥٦	٣١٨٩,٠	١٢,٧
٢	الإسكندرية	١٣٥,٣	١٧,٩	٣٩٠,٦	٦٤,٧ جيدة جدًا	٨,٨٣	٦٧,٦	٢٥٩٤,٥	١٨,٥
٣	بورسعيد	٢٦٩,٠	٢,٥	٣٩١,٥	٢٠- ضعيفة	١,١٨	٥,٥	٣٠,١	١,٥٠
٤	السويس	٤٥٠,١	١,٣	٧٩٩	صفر متوسطة	١,٥٥	٢,٠	٥,٥	٠,٥
٥	دمياط	٤٥٥,١	١,٣	١٥٩٤	صفر متوسطة	٠,٦٠	صفر	صفر	صفر
٦	الدقهلية	١٧٦٩,١	١,٣	٦٩٣١	صفر متوسطة	٠,٤٣	١,٠	٢,٧	٠,٣
٧	القليوبية	٣٧٤,٨	١,٣	٦٠٢٤	٣٣,٣- ضعيفة	٠,٦	٤,٠	١٠,٩	١,١
٨	كفر الشيخ	٣٤٦٦,٧	١,٣	٣٦٤٥	١٠٠ ممتازة	٠,٤٣	٢٨,٠	٧٦,٧	٧,٧
٩	الغربية	١٩٤٢,٣	١,٣	٥٣٤٤	١٠٠ ممتازة	٠,٥١	٢,٠	٥,٥	٠,٥
١٠	المنوفية	٨٣٣	٢,٥	٢٣٢٠	٣٣,٣ جيدة	١,١٣	٧,٥	٤١,١	٢,١
١١	البحيرة	٣٢٧٥,٣	٢,٥	٣٣٦١,٥	٣٣,٣ جيدة	٠,٧٦	١,٠	٥,٥	٠,٣
١٢	الإسماعيلية	١٦٨٩	١,٣	١٤١٩	٣٣,٣- ضعيفة	٠,٤	٥,٠	١٣,٦٩	١,٣
١٣	الجيزة	٥٢٧,٤	١٢,٨	٩٣٢,٣	٢٠- ضعيفة	٥,٧	٣٤,٩	٩٥٦,٢	٩,٥٦
١٤	الفيوم	٢٠٢٢,٧	٢,٥	١٩٨٥	٣٣,٣ جيدة	٠,٩٥	١,٥	٨,٢	٠,٤
١٥	المنيا	١٠٧٥٩,٧	١,٣	٦١٤٨	٣٣,٣- ضعيفة	١	صفر	صفر	صفر
١٦	سوهاج	٣٦٧٤	٢,٥	٢٧٧٣,٥	٣٣,٣ جيدة	٠,٧	٣٢,٠	١٧٥,٣	٨,٨
١٧	قنا	٥٣٩٩	١,٣	٣٥٣١	صفر متوسطة	٠,١	٤,٠	١٠,٩	١,١
١٨	أسوان	١٥٦٨١,٥	٣,٩	٥٣٨	٥٠ جيدة جدًا	١,٢٠	٤٣,٠	٣٥٣,٤	١١,٨
١٩	الأقصر	٦٠٢,٤	٣,٩	٤٥٤,٧	٥٠ جيدة جدًا	١,٧٨	١٦١,١	١٣٢٨,٨	٤٤,٢

(١) يأتي في المركز الأول متحف اللوفر باريس بفرنسا، والثاني متحف ميتروبوليتان في مدينة نيويورك، وجاء بالمركز الثالث متحف هيرميتاج بروسيا (الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، تقرير اليوم العالمي للمتاحف، القاهرة، ٢٠٢٢م)

م	المحافظات	مؤشر الغطاء المكاني كم ^٢ / المتحف	مؤشر المكانة المتحفية	مؤشر الغطاء البشري للمتحف ألف نسمة/ للمتلف	الفاعلية المتحفية	مؤشر التركيز	مؤشر الإقبال المتحف ألف زائر/ المتحف	مؤشر الارتياح المتحف اليومي زائر/ اليوم	مؤشر الإشغال المتحف %
٢٠	البحر الأحمر	٣٩٦٩٩,٧	١,٣	٣٩٣	٣٣,٣- ضعيفة	٥,٣	٣,٠	٨,٢	٠,٨
٢١	الوادي الجديد	١١٠٠٢٤,٥	٢,٥	١٣٠,٥	صفر متوسطة	٢٠,٥	صفر	صفر	صفر
٢٢	مرسى مطروح	٣٣٣١٢,٦	١,٣	٥٢٠	٦٠- ضعيفة جدًا	٧,٦٥	٥,٠	١٣,٦٩	١,٤
٢٣	شمال سيناء	٩٦٦٤	-	-	١٠٠- قزمية	١,٤	صفر	صفر	صفر
٢٤	جنوب سيناء	١٠٤٢٤	-	-	١٠٠- قزمية	١,٥٥	صفر	صفر	صفر
٢٥	الشرقية	١٢٢٧,٨	-	-	١٠٠- قزمية	٠,٢٥	صفر	صفر	صفر
٢٦	بني سويف	١٠٩٥٤	-	-	١٠٠- قزمية	٠,٥٥	صفر	صفر	صفر
٢٧	أسيوط	١٢٩٦٣	-	-	١٠٠- قزمية	١,٢٥	صفر	صفر	صفر
	الجملة	٦٣٥٥	١٠٠	١٣٠٠,٨	١,٨٨- ضعيفة	٨٢,١٤	٤١,٣٤	٨,٨	١١,٣

المصدر: من حساب الباحثة، اعتماداً على بيانات الملحق (٣).

- مؤشر الغطاء المكاني = (مساحة المحافظة/ جملة المتاحف بالمحافظة).
- مؤشر المكانة المتحفية = (عدد المتاحف النشطة سياحياً بالمحافظة/ جملة عدد المتاحف بالدولة) × ١٠٠.
- مؤشر الغطاء البشري = (عدد السكان بالمحافظة/ عدد المتاحف النشطة سياحياً بالمحافظة).
- مؤشر الفاعلية المتحفية = [(عدد المتاحف النشطة سياحياً بالمحافظة - عدد المتاحف الخاملة سياحياً بالمحافظة) / جملة المتاحف بالمحافظة] × ١٠٠.
- مؤشر التركيز = ١/٢ س - ص ١.
- حيث س = (مساحة المحافظة/ مساحة الدولة) × ١٠٠ ، ص = (عدد المتاحف النشطة سياحياً بالمحافظة/ جملة عدد المتاحف بالدولة) × ١٠٠.
- مؤشر الإقبال المتحف = (عدد الزائرين/ عدد المتاحف النشطة سياحياً).
- مؤشر الارتياح اليومي = (عدد الزائرين/ ٣٦٥).
- مؤشر الإشغال المتحف = [عدد الزائرين بالمحافظة / (عدد المتاحف النشطة سياحياً بالمحافظة × ٣٦٥)] × ١٠٠.

رابعاً: العوامل الجغرافية المؤثرة في سياحة المتاحف أو زيارتها بمدينة سوهاج:

تتضافر العوامل الجغرافية المؤثرة في سياحة المتاحف أو زيارتها، وهذا أمر طبيعي فعلم الجغرافيا يجمع بين الجانبين الطبيعي والبشري ودراسة أي جانب دون الآخر لا يتناسب مع طبيعة علم الجغرافيا الذي يهدف لربط الإنسان والبيئة.

أولاً العوامل الطبيعية:

١- الموقع والعلاقات المكانية:

أسهم وقوع مدينة سوهاج على نهر النيل في ازدياد أهميتها ليس في تاريخها وتطورها الاقتصادي بل في درجة اتصالها بالعالم الخارجي عبر وسائل النقل المختلفة، وعن موقعها الفلكي تمتد الكتلة العمرانية لمدينة سوهاج صوب الشمال حتى دائرة عرض ٣٠° ٣١' ٢٦" شمالاً مباشرة من قريتي (قفاو والشيخ مكرم)، بينما يبلغ أقصى امتداد لها صوب الجنوب عند دائرة عرض ٢٠° ٣٤' ٢٦" شمالاً، ويحدها من الجنوب قرية (روافع القصير) وصوب الشرق حتى خط طول ٥٠° ٣١' ٤٠" شرقاً؛ حيث الحدود الإدارية لمركز أخميم، بينما يبلغ أقصى امتداد لها صوب الغرب عند خط طول ٠° ٣١' ٤٣" شرقاً؛ حيث تلتحم كتلتها العمرانية مع الكتلة العمرانية لقريتي (باجا وأولاد نصير) والمحامدة البحرية وونينة الشرقية ودمنو)، وتبعد المدينة عن القاهرة ٤٧٩ كم، وعن مدينة أسوان ٤١٨ كم، وعن مدينة الأقصر ٢٠٠ كم، وعن مدينة الغردقة ٣٢٠ كم.

وأما عن الموضع فيقع متحف سوهاج القومي على شارع أحمد حمدي أو ما يعرف بشارع (الجامعة)، وأهم ما يميز هذا الشارع أنه شارع سكني تجاري يبدأ تقاطعه من شارع (أخميم- الصوامعة) شمالاً- وينتهي عند شارع (أخميم - سوهاج) جنوباً ويبلغ عرض الشارع ١٤ متر ، وله اتجاهان ويبلغ عرض الرصيف على الجانبين ٢,٥ م.

وتظهر أهمية الموقع الجغرافي والموضع، بأنه كلما كان الموقع قريباً من المراكز السياحية المجاورة ازدادت حركة الاتصال له من خلال ربط المناطق السياحية مع بعضها، كمقترح ربط زيارات مدن الأقصر وأسوان بسوهاج من خلال السياحة النيلية بغرض خلق فرصة لسياحة المتاحف وخاصة أن متحف سوهاج القومي يقع على نهر النيل ويمكن ذلك بعد فتح مرسى المتحف؛ ليحقق هذا المقترح جذب سياحي للمتحف من هذه المدن السياحية المجاورة.

٢- ظاهرات السطح:

تتنوع ما بين مجرى النيل والسهل الفيضي اللذين يصنعان معاً منظومة تضاريسية خاصة تُضفي جمالاً للمناطق التي يمر بها السياح في رحلتهم عبر نهر النيل (السياحة البيئية)، فوجود

نهر النيل كمحور طبيعي يفصل المدينة إلى جزئين شرق النيل وغربها وأسهم استواء سطح الأرض بمدينة سوهاج بشكل كبير على مد شبكات الشوارع في جميع أجزاء المدينة، ليسهل زيارة المتحف ويتم النقل إلى متحف سوهاج القومي من غرب النيل إلى شرقها؛ حيث يمكن الوصول للمتحف من خلال (كوبري سوهاج- أخميم) و(كوبري سوهاج العلوي الجديد).

٣-المناخ:

يتصف مناخ مدينة سوهاج بسطوع الشمس أثناء ساعات النهار فيسود الدفء في الشتاء وتؤثر درجات الحرارة العالية على انخفاض الحركة السياحية لمتحف سوهاج القومي، وبلغ متوسط الحرارة السنوي بالمنطقة خلال الفترة (١٩٩٣-٢٠١٠م) بنحو (٢٣,١°) وهو متوسط مرتفع نسبياً لانتفاء المدينة إلى المناخ الصحراوي الحار، ويبلغ المتوسط أعلى قيمة له في شهور فصل الصيف وهو شهر أغسطس وأقل قيمة له في شهور فصل الشتاء وهو شهر يناير، مما يجعل فصل الشتاء يأتي في مقدمة الفصول جذباً للزائرين بمتحف سوهاج القومي، كما هو موضح في بيانات الجدول (١١) .

لذا فالمنطقة لديها مجموع حراري كبير خلال فصل الصيف الطويل ومتوسط في الاعتدالين، ومنخفض نسبياً في فصل الشتاء القصير وكان لذلك أثره في حركة الزائرين لمتحف سوهاج القومي مع العوامل الأخرى كنظام الإجازات المدرسية والجامعية.

٤-الرياح:

تعد سرعة واتجاه الرياح من العناصر المؤثرة في زيارة المتحف؛ حيث تؤثر رياح الخماسين المحملة بالأتربة والرمال في شهور أبريل ومايو على حركة النقل بشوارع المدينة وتقلل مجال الرؤية لدى السائقين، الأمر الذي يجعل عملية القيادة صعبة للوصول للمتحف وأكثر عرضة للحوادث^(١)، بينما يقل تأثير الرياح المحملة بالأتربة في شهور سبتمبر وأكتوبر ونوفمبر لانخفاض درجات الحرارة، مما يجعلها شهور مناسبة لزيارة المتحف.

(١) بلغ إجمالي الحوادث المسجلة في مدينة سوهاج في الفترة (٢٠١٧-٢٠٢٢م) (١٣ حادثة) وبلغ إجمالي الوفيات (١٤متوفي) و (٨٧مصائب)، وأحتل شارع (أسبوط - سوهاج) المرتبة الأولى لوقوع الحوادث وهو من أهم الشوارع الرئيسية المؤدية لمتحف سوهاج القومي، ويرجع ذلك لكثافة الحركة عليه ،وتهور السائقين،وهناك حوادث لم يُبلغ عنها لكونها حوادث بسيطة وإصابات طفيفة (مركز العمليات وإدارة الأزمات، محافظة سوهاج، بيانات غير منشورة، سوهاج، ٢٠٢٢م).

٥- الأمطار:

بالرغم من صغر كميات الأمطار المتساقطة بشكل عام على مدينة سوهاج إلا أنها كعنصر مناخي له تأثير على الوصول للمتحف؛ حيث شهد عام ٢٠٢١م بالتحديد يوم الجمعة (٢٠٢١/١٢/٣١م) تأثر البلاد بمنخفض سطحي أدى إلى سقوط أمطار متوسطة الشدة بصعيد مصر عمومًا، نتج عنها تعطل شبه تام أو تام لحركة النقل لمتحف سوهاج القومي بسبب صعوبة القيادة وقصر مجال الرؤية وعدم السيطرة على المركبة.

ثانيًا العوامل البشرية:

١- السكان:

تعد دراسة السكان أحد الدعائم الأساسية لتنمية السياحة وخصوصًا السياحة الداخلية، ومن المعروف أن عدد سكان أي منطقة يتغير باستمرار ويظهر تأثير السكان في عاداتهم وتقاليدهم، فتربط سياحة المتاحف بالسلوك الفردي والجماعي اللذين يمكن اعتبارهما محركًا أساسيًا لزيارة المتاحف من عدمه، ويغلب على زيارة نمط متحف سوهاج القومي السياحة الداخلية عن الدولية، وأسهم ارتفاع نسبة الأمية بمحافظة سوهاج والتي مثلت ٣٣,٥٪ من جملة الحالة التعليمية بالمحافظة عام ٢٠١٧م في ضعف وتغيّب ثقافة السكان في زيارة المتحف والاستفادة منه، ويمثل الإناث الفئة الأكبر بزيارة المتحف، كما سيتضح في الدراسة الميدانية، ٢٠٢٣م، وشكّلت الإناث النسبة الأعلى بنحو ٥١٪ من إجمالي السكان بالمحافظة (الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، التعداد التقديري للسكان، القاهرة، ٢٠٢٣م).

٢- النقل:

ترتبط السياحة بالنقل ارتباطًا قويًا فتحسن وسائل النقل يعني زيادة حجم الحركة السياحية الداخلية أو الخارجية، وتحتل مدينة سوهاج موقعًا استراتيجيًا؛ حيث يربط المدينة بمحافظات أخرى عدة طرق تدعم السياحة الداخلية، فيخدم الإقليم ثلاثة طرق إقليمية^(١) تخترق وتحد المحافظة شرقًا

(١) تسهم الطرق الإقليمية في تعزيز الاتصال بين مراكز المحافظة حضرًا وريفًا وربطها بالمحافظات المجاورة، ومن أبرز هذه الطرق: ١- الطريق الصحراوي الغربي (القاهرة - أسوان الصحراوي). ٢- طريق مصر - أسوان الزراعي. ٣- الطريق الصحراوي الشرقي (سوهاج - البحر الأحمر) (الدراسة الميدانية، ٢٠٢٣م).

وغرباً مما يعطي إمكانية وصول عالية للمدينة، مع وجود خط سكة حديد يخترق الكتلة العمرانية للمحافظة ويحقق اتصالية جيدة بين محافظات الإقليم، فضلاً عن أهمية النقل الجوي في حركة السياحة بالمدينة؛ حيث أسهم النقل الجوي بانتقال السياحة إلى مرحلة متقدمة من خلال عنصري الزمان والمكان بوجود مطار سوهاج، وكشفت الدراسة أن زيارة متحف سوهاج يغلب عليها السياحة الداخلية، مما أدى إلى انتفاء ضعف دور النقل الجوي (مطار سوهاج).

وعن طريق الوصول: يفيد دراسته في تحديد أفضل شوارع المدينة للوصول إلى المتحف، وتحديد مصادر الزوار وتنقسم الكتلة العمرانية لمدينة إلى جزئين يتوسطهما نهر النيل، الجزء الأول (غرب النيل) ويشكل ٧٥٪ من الكتلة، والجزء الآخر (شرق النيل)، والذي يوجد به متحف سوهاج القومي، وكشفت الدراسة الميدانية أن زيارة المتحف يغلب عليها زوار المدينة وتشير النتائج أن الزوار القادمين من غرب المدينة لزيارة المتحف لابد أن يكون خط سيرهم للوصول للمتحف المرور على (كوبري سوهاج- أخميم) أو (كوبري سوهاج العلوي الجديد)، وذلك للعبور من غرب المدينة لشرقها؛ حيث وجود المتحف وتتعدد الشوارع بغرب المدينة وأرجع نصف السائقين أنهم يفضلون السير بالشوارع الآتية، والتي تم ترتيبها حسب الأهمية (شارع الجمهورية- شارع كورنيش النيل الغربي- شارع أسيوط/سوهاج)، وذلك لاتساع عرض الشارع لكل منهم بنحو ٣٠م، ٢٢م، ٢٠م على الترتيب، فضلاً عن قصر المسافة، وأرجع خمسمهم إلى جودة الطريق، والنسبة الباقية إلى إمكانية سير السيارة بسرعة بعيداً عن وقت الذروة، ويعزي البعض إلى قلة الإزدحام بشوارع الجمهورية، وكذلك شكا السائقون من صعوبة الحركة بـ(كوبري سوهاج- أخميم) أكثر من (كوبري سوهاج العلوي الجديد) بسبب ازدحام الكوبري ولكنه الأفضل لهم عن (كوبري سوهاج العلوي الجديد) لقرب المسافة من خلاله للوصول للمتحف، كما أبدى السائقون رأيهم بضيق الشوارع الفرعية بكافة الطرق داخل الكتلة السكنية، بسبب اصطافاف السيارات على جانبي الشوارع مما يحد من المساحة المتاحة للحركة المرورية.

وكشف البعض الآخر من السائقين عن اتباع (طريق سوهاج- أخميم) للقادمين من شرق المدينة للمتحف، فهو من أفضل الطرق لوصول سكان شرق النيل (مقابلة شخصية مع السائقين لوسائل نقل مختلفة مثل " التاكسي وأتوبيسات المدارس والسرفيس" في شهر أغسطس، ٢٠٢٣م).

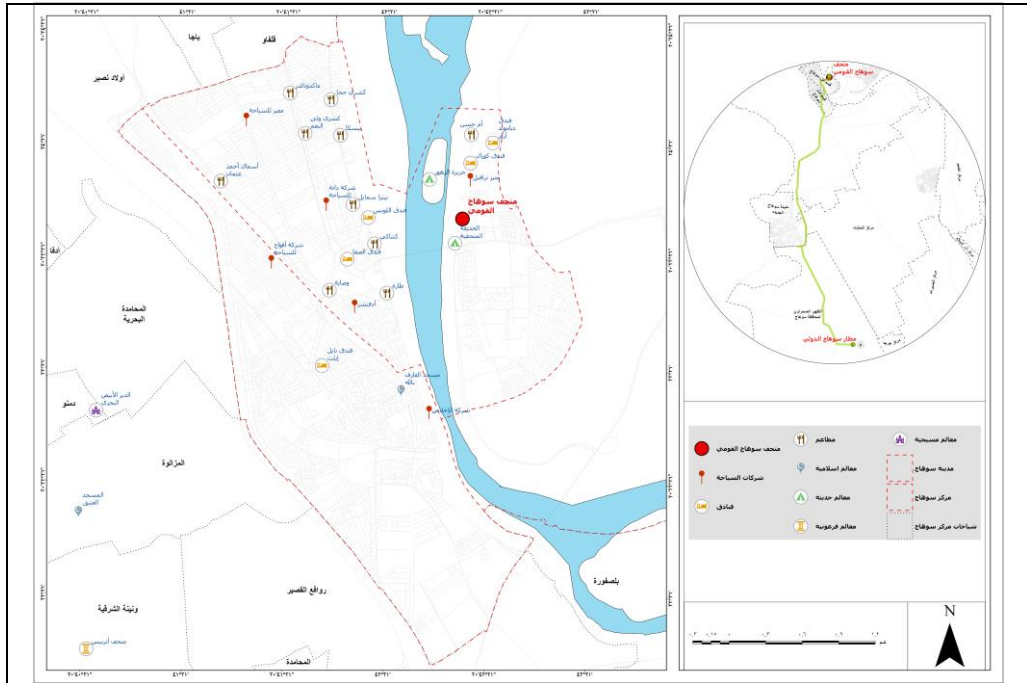
٣- المواقع الأثرية والتاريخية:

تتعدد المواقع الأثرية بمحافظة سوهاج والتي جعلت منها واحدة من أقاليم السياحة الثقافية بمصر، ففي البر الشرقي توجد منطقة أخميم ذات الطابع الخاص ويوجد بها عدد كبير من المواقع الأثرية التي يعود تاريخها إلى العصور القديمة، بجانب الاكتشافات الحديثة، كذلك مدينة العراة المدفونة بـ (أبيدوس-البلينا)؛ حيث معبد أبيدوس ومقابر الهجارسة الفرعونية ومسجد العارف بالله والدير الأحمر، فكل منهم ما يميزه من خصائص، فضلاً عن المعالم الحديثة مثل (جزيرة الزهور وقرية الكوثر والمراسي السياحية).

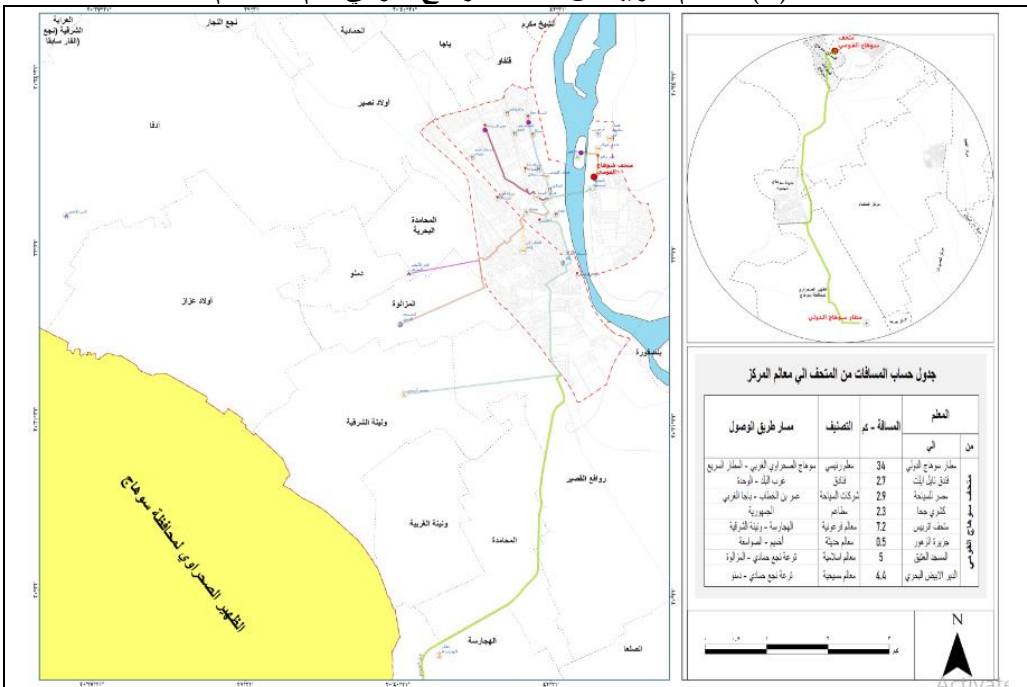
وتتطلب الرحلات السياحية خريطة توضح مناطق العرض السياحي، والتي تصل المناطق السياحية ببعضها البعض، لذا اهتمت هذه الدراسة بإعداد خريطة تضم معالم متنوعة بمدينة سوهاج والقريبة من متحف سوهاج القومي، لتسهيل على الزائرين زيارة المتحف أثناء زيارة هذه الأماكن في نفس يوم الزيارة، وقد تنوعت معالم الخريطة بين المزارات (الإسلامية، والمسيحية، والأثرية، والترفيهية، والحديثة)، بجانب (المطاعم، والكافيتريات، والفنادق، وشركات السياحة، والمطارات)، ويوضح الشكلان (٩ و ١٠) المعالم القريبة من المتحف وأقرب طرق الوصول من هذه المعالم للمتحف وجدول المسافات، فالخريطة تعد متطلباً ضرورياً بالرحلة السياحية .

٤- وقت الفراغ:

يعد وقت الفراغ عاملاً مهماً في تعزيز الحركة السياحية للمتحف، ويصنف وقت الفراغ إلى: (وقت فراغ طويل، وقت فراغ قصير)، ويتمثل وقت الفراغ الطويل في الإجازات السنوية الطويلة مثل: العطلة الصيفية بعد انتهاء العام الدراسي، أما وقت الفراغ القصير فهو كعطلة نهاية الأسبوع، أو الإجازات القصيرة والمناسبات الرسمية .



شكل (٩) المعالم القريبة من متحف سوهاج القومي عام ٢٠٢٣م



شكل (١٠) مسار الوصول وجدول المسافات للمعالم القريبة من متحف سوهاج القومي عام ٢٠٢٣م

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادًا على برنامج ARC GISPRO اصدار ١٠,٨، وحساب المسافات بين المعالم خرائط OSM مفتوحة المصدر مع الاعتماد على بيانات الجهاز المركزي للإحصاء، ٢٠٢٣م.

خامساً: حركة الزائرين لمتحف سوهاج القومي:

يتناول هذا العنصر عدة محاور وهي:

- أ. إمكانات متحف سوهاج القومي.
- ب. تطور حجم الحركة الوافدة إلى متحف سوهاج القومي خلال الفترة (٢٠١٨م - ٢٠٢٣م).
- ج. الدليل الموسمي لحركة الزائرين لمتحف سوهاج القومي خلال الفترة (٢٠٢١م - ٢٠٢٣م).
- د. التوزيع العددي والنسبي لحركة الزائرين إلى متحف سوهاج القومي وفقاً لفصول السنة خلال الفترة (٢٠٢١م - ٢٠٢٣م).
- هـ. حجم إيرادات متحف سوهاج القومي خلال الفترة (٢٠٢١م - ٢٠٢٣م) (عائدات المتحف).

أ. إمكانات متحف سوهاج القومي:

يحتوي المتحف على ثماني قاعات لعرض الآثار وجميع القطع الأثرية مستخرجة من مواقع جغرافية بمحافظة سوهاج وهي: (أبيدوس، المنشأة، أخميم، الحوايش، الشيخ حمد) ويتبع المتحف أسلوب العرض الموضوعي لكل قاعة تضم مجموعة من قطع أثرية لحقب تاريخية مختلفة لموضوع واحد، ويحتوي المتحف على ست قاعات: القاعة الأولى (قاعة ملوك وشخصيات)، والقاعة الثانية (الأسرة والوضع الاجتماعي)، والقاعة الثالثة (المطبخ المصري القديم)، والقاعة الرابعة (الحرف والصناعات)، والقاعة الخامسة (النسيج)، والقاعة السادسة (التراث)، كما هو موضح بملحق الصور (٦)، بجانب البدروم ويحتوي على قاعة عرض كبرى ومخزن للآثار به ما يقرب من ٢١٠٠ قطعة أثرية، بجانب قاعة العرض المؤقت وخصصت لإقامة أربعة معارض أثرية مختلفة طوال العام لعرض قطع أثرية تواكب الساحة العالمية أو الأحداث.

وتعد العمالة بالمتحف عاملاً مهماً لكفاءة الخدمة، كما أنها تسهم في تحقيق الجذب السياحي، ويخلق تنوع العمالة ميزة للمتحف، وأن القصور في كفاءة العنصر البشري ونقص مهاراته قد يؤثر على المتحف وإيراداته، وتتباين الأدوار داخل متحف سوهاج القومي، ويشغل أمناء المتحف أعلى نسبة توظيف بالمتحف نحو (٢٦,٨٪)، ويأتي إخصائيو الترميم في الترتيب الثاني بنسبة (١٧,٩٪)، فالمدبرون بنسبة (٦٪)، فضلاً عن رجال الأمن وبلغ عددهم (٢٣ موظفاً) لحماية المقتنيات الأثرية مع تنظيم حركة الزائرين للحفاظ على النظام داخل المتحف، وتعاني العمالة بالمتحف من نقص المرشدين السياحيين والمترجمين المتخصصين ذوي الكفاءة وموظفين للتعامل مع ذوي الهمم ومتخصصي لغة الإشارة.

جدول (٨) العمالة داخل متحف سوهاج القومي عام ٢٠٢٣م

الوظيفة	العدد	%
المديرون*	٤	٦
أمناء المتحف**	١٨	٢٦,٨
مسئول المكتبة	١	١,٥
إخصائو ترميم	١٢	١٧,٩
مسئول قسم تعليمي	١	١,٥
أمين مخازن	١	١,٥
فني رسام أثري	١	١,٥
مترجم	٢	٣
رجال الأمن***	٢٣	٣٤,٣
عمال لنقل الآثار (عتالة)	٤	٥,٩
الجملة	٦٧	١٠٠

المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادًا على البيانات الغير منشورة بمتحف سوهاج القومي، سوهاج، عام ٢٠٢٣م.

* المديرون: (مدير عام- مدير شئون أثرية- مدير شئون إدارية- مدير علاقات عامة).

** أمناء المتحف: (مسئول الشؤون الفنية- الأرشيف - مسئول صفحة الإنترنت - مسئول قسم المعارض المؤقتة- مسئول الكوارث والأزمات- مسئول التسويق).

*** أمن: (مسئول أمن الصحة والسلامة المهنية - مسئول إطفاء - مشرفو ورديّة مسئول عن القاعات).

ب. تطور حجم الحركة الوافدة إلى متحف سوهاج القومي خلال الفترة (٢٠١٨-٢٠٢٣م):

يتضح من الجدول (٩) والشكل (١١) تطور أعداد الزائرين إلى متحف سوهاج القومي من تاريخ افتتاح المتحف (٢٠١٨ م حتى ٢٠٢٣ م)؛ حيث أن الإطار العام لحركة الزائرين للمتحف تتجه نحو الصعود، على الرغم من التذبذبات التي تعرّض لها خلال فترة الدراسة من خلال مجموعة من المؤثرات والأحداث التي تركت بصماتها على الحركة للمتحف مثل جائحة كورونا، وقد بلغ عدد زائري المتحف نحو (١٤٦٣٠) زائر في أغسطس عام ٢٠١٨م (سنة الافتتاح حتى عام ٢٠١٩م) وتزايدت أعدادهم ووصلت إلى (١٨٣٩٣) زائر عام ٢٠٢٣م أي أنهم تزايدوا خلال خمس سنوات بمتوسط معدل سنوي ٥,١٪، ويلاحظ من الجدول أن هناك سنوات انخفاض في أعداد الزائرين إلى المتحف، ومن أوضحها عام (٢٠٢٠م و٢٠٢١م) بنحو (٦٣١٣) زائر و (١١٦١٥) زائر على الترتيب، وارتبطت سنوات الانخفاض هذه بأزمة كوفيد ١٩ وهو ما كان له أثر سلبي على حركة الزائرين للمتحف وانخفاض الحركة؛ ومن ثم تضاعفت الزيارات عقب هذه الجائحة وتزايد أعداد الزائرين عامي (٢٠٢٢م و٢٠٢٣م) إلى (١٧٢٥٢) زائر و (١٨٣٩٣) زائر على الترتيب.

جدول (٩) تطور حجم الحركة الوافدة إلى متحف سوهاج القومي خلال الفترة (٢٠١٨-٢٠٢٣م)

البيان	٢٠١٨-٢٠١٩	٢٠٢٠	٢٠٢١	٢٠٢٢	٢٠٢٣	الجملة	%
الساكنون	٨٦٨	١٥٧	١١١	١٤٥	٤٣٥	١,٧١٦	٢,٥
الطلاب الأجانب	٥٤٤٠	٢١	٢٧	٧٦	٦١	٥,٦٢٥	٨,٢
المصريون	٥٧٣٠	٣١٤٣	٣١٥٦	٢٩٠٩	٣٥٢٨	١٨,٤٦٦	٢٧,١
الطلاب المصريون	٢٢٨٤	٢٩٩٢	٥٤٥٦	٧٢٩٣	٦٩٦٢	٢٤,٩٨٧	٣٦,٦
جلسات تصوير المصريين	٣٣	٠	٧٥	١	٠	١٠٩	٠,٢
جلسات تصوير السائحين	٢٧٥	٠	١٥	٠	٠	٢٩٠	٠,٤
الزيارات المجانية**	٠	٠	٢٧٧٥	٦٨٢٨	٧٤٠٧	١٧٠١٠	٢٥
الجملة	١٤٦٣٠	٦٣١٣	١١٦١٥	١٧٢٥٢	١٨٣٩٣	٦٨٢٠٣	١٠٠
معدل النمو السنوي	-	٥٦,٨	٨٣,٩	٤٨,٥	٦,٦	-	-
زوار المتاحف المصرية بالجمهورية(ألف)	٩٣٣٥	٣٠٤٥	٣٢٢٥	-	-	-	-
% زوار متحف سوهاج القومي من زوار المتاحف بالجمهورية	٠,١٥	٠,٢١	٠,٣٦	-	-	-	-

المصدر: متحف سوهاج القومي ، بيانات غير منشورة، سوهاج ، السنوات المذكورة.

* تاريخ افتتاح المتحف في ٢٠١٨/٨/١٢م.

** الزيارات المجانية : لم يتم إحصائها بشكل منفصل في الفترة (٢٠١٨-٢٠٢٠م) ، بل كانت ضمن الطلاب المصريين وبدءًا من عام ٢٠٢١م حتى عام ٢٠٢٣م تم حسابها بشكل منفصل عن الطلاب المصريين، وذلك بسبب تولي مسئول جديد خلال هذه الفترة واتباعه لنظام فصل البيانات بين الطلاب المصريين والزيارات المجانية ولكن في الفترة من (٢٠١٨-٢٠٢٠م) كانت الزيارات المجانية محسوبة مع الطلاب المصريين.

وعن الزيارات المجانية تنتوع بين (ذوي احتياجات الخاصة (ذوي الهمم)- وأعضاء البعثات (كالبعثة الإسبانية) - الأطقم الطبية - طلاب كليات (الأثار والترميم والسياحة والفنون الجميلة وهندسة قسم عمارة- والإرشاد السياحي (قسم سياحة وفنادق)- وأعضاء مجلس الشيوخ - طلاب الآداب قسم التاريخ والصحافة - كبار السن - احتفاليات دار الأيتام - أسر الشهداء- بجانب المتطوعين).

وتكشف الأرقام أن زيارة المتحف تعاني من فقر في أعداد الزائرين بوجه عام ولا تتناسب

مع الأهمية التاريخية للمقصد السياحي لمنطقة الدراسة، فأغلب الزيارات تكون لطلبة المدارس

والجامعات وعدد قليل من أفراد المجتمع، ولعل السبب هو غياب ثقافة زيارة المتاحف وعدم زرعها

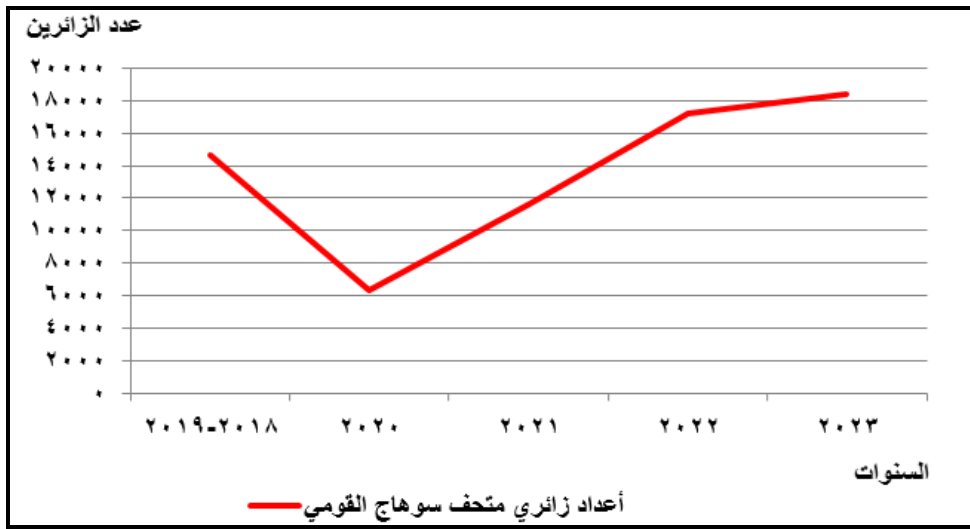
لدى الناشئة وافتقار المناهج الدراسية لما يبين أهميتها التاريخية، على الرغم من أن المتاحف بيئة

خصبة للبحث العلمي ودراسة السلوك الإنساني، فليست العبرة بعدد المتاحف وإنما بأعداد مرتاديها

وتتعدد أسباب عدم زيارة متحف سوهاج القومي بالتحديد ومنها عدم تجهيزه بأماكن للراحة أقلها

المقاعد، مع عدم وجود كافيتيريات لتقديم الوجبات الخفيفة والمشروبات، كما هو موجود في معظم

المتاحف بالعالم، كما أن المتحف غير مفتوح للزيارة في الفترة المسائية أي بعد الدوام الرسمي على الرغم من أنه أهم عوامل الجذب السياحي بالمحافظة.



شكل (١١) تطور حجم الحركة الوافدة إلى متحف سوهاج القومي خلال الفترة (٢٠٢٣-٢٠١٨م)

ومن استقراء بيانات الجدول (٩) يتضح تباين فئات المجتمع في زيارة المتحف تبايناً ملحوظاً خلال الفترة (٢٠٢٣-٢٠١٨م)؛ حيث تصدر الطلاب المصريون بنحو ٣٦,٦٪، يليها زيارات المصريين بنحو ٢٧,١٪ ويسعى متحف سوهاج القومي من خلال المعارض المؤقتة والأنشطة المتحفية المقدمة والتدريب الصيفي لطلاب الجامعات والكليات، كما هو موضح بملحق الصور (٦) لمحاولة إيجاد بذرة قوية للثقافة لدى المجتمع السوهاجي والتي لا ينكر كونها ولكنها لا تزال ضعيفة لدى الفرد والأسرة، ولابد أن تكون زيارة المتحف من أهم الأولويات لدى المؤسسات التعليمية وأن تعي أن زيارة المتاحف ليست تعليمية فقط بل ترفيهية مع التعرف على البعد الحضاري لأمتهم والارتباط بجذورها من خلال تجربة مشوقة داخل أروقة المتحف، ثم جاءت الزيارات المجانية في الترتيب الثالث بنسبة ٢٥٪، فالطلاب الأجانب والسائحون بنحو ٨,٢٪ و٢,٥٪ على الترتيب، وجاءت جلسات التصوير للسائحين والمصريين في أواخر القائمة بنسبة ٠,٤٪ و٠,٢٪ على الترتيب.

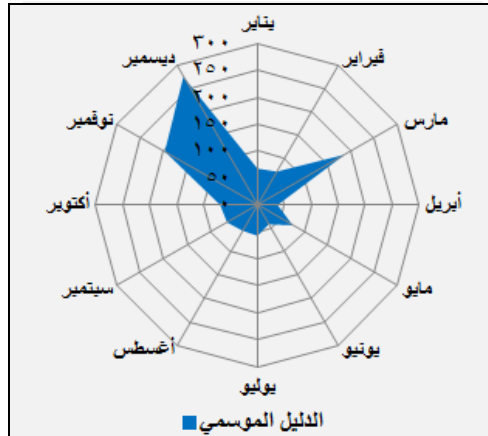
وتكشف بيانات الجدول (٩) عن ضعف مساهمة حركة الزائرين لمتحف سوهاج من إجمالي الطلاب السياحي للمتاحف المصرية خلال الفترة من (٢٠٢١-٢٠١٨م) فلم تسهم زيارتهم إلا بنسبة ضئيلة دون الـ ٠,٤٪ من إجمالي زائري المتاحف بالجمهورية .

ج - الدليل الموسمي لحركة الزائرين لمتحف سوهاج القومي خلال الفترة (٢٠٢١ - ٢٠٢٣م):

تختلف الزيارة لمتحف سوهاج القومي من شهر لآخر ومن فصل لآخر؛ حيث تؤثر فيها مجموعة من العوامل الكامنة ويظهر تأثير عامل الموسمية على حركة الزيارة للمتحف من خلال الإحصاءات الموزعة على أشهر السنة خلال الفترة (٢٠٢١م - ٢٠٢٣م) وطبقاً للجدول (١٠) والشكل (١٢) توجد حركة موسمية لها قمة نشاط وفترة ركود، ويمثل شهر ديسمبر قمة الموسم جذباً للزيارات الوافدة للمتحف، إذ يستأثر بنحو (١٠٨١٦) زيارة من جملة الحركة بنسبة ٢٢,٩٪، يليه شهر نوفمبر بنحو (٧٨١٨) زيارة بنسبة ١٦,٥٪، وبلغ الدليل الموسمي لشهري ديسمبر ونوفمبر (٢٧٤,٦ و ١٩٨,٥) على الترتيب؛ مما يعكس تزايد الزائرين في هذه الفترة؛ حيث يتناسب ذلك مع احتفالية رأس السنة وزيادة أعداد زيارات المدارس خلال شهر نوفمبر ليقف ذلك مع انتهاء جزء كبير من المناهج الدراسية والتي قد يرتبط بعضها بآثار المتحف وهنا تدعم المدارس والجامعات الزيارة الميدانية (الحقلية) والتي يتم من خلالها ربط المناهج الدراسية بآثار المتحف (مقابلة شخصية مع مسئول المتحف، في شهر يونيو ٢٠٢٣م)، فضلاً عن احتفال مصر بوجه عام وبتحف سوهاج القومي بوجه خاص بذكرى مرور مائة عام على اكتشاف مقبرة الملك توت عنخ أمون (١٩٢٢-٢٠٢٢م)، والذي يعد حدثاً تاريخياً مميزاً، وقد شارك المتحف بهذه الاحتفالية من خلال ورش فنية للرسم وعمل ماكيت بالجبس ونموذج للقناع مع طلاب مدارس اللغات، كذلك على هامش الاحتفال أقام المتحف محاضرة بعنوان توت عنخ أمون من حكم مصر إلى العرض المتحفي، وكذلك يتوافق شهر نوفمبر مع عيد الطفولة وشاركت مدارس الراهبات ومدارس سان جورج بسوهاج بالاحتفالية مع جولة إرشادية للأطفال بالمتحف.

جدول (١٠) الدليل الموسمي لحركة الزائرين لمتحف سوهاج القومي خلال الفترة (٢٠٢١ - ٢٠٢٣م)

البيان	يناير	فبراير	مارس	أبريل	مايو	يونيو	يوليو	أغسطس	سبتمبر	أكتوبر	نوفمبر	ديسمبر	الجملة
٢٠٢١	٨٢٠	٥٣٦	٧٤٩	٤٩٧	٧٣٤	٤٧٢	٦٠٤	٤٩٤	٧٤٥	٧٤٣	٢١٢٦	٣٠٩٥	١١٦١٥
٢٠٢٢	١١١٧	٨٧٥	٣٦٣١	٢٤٤	١٣٠٩	٥٦٥	٨٧١	٧٥٥	٨٥٧	٨٣٧	٢٥٥٤	٣٦٣٧	١٧٢٥٢
٢٠٢٣	٧٢٦	١٤٠٩	٢٩٨٨	٧٢٩	٩٢٨	٥٩٣	٧٧٧	٩٢٥	٩٥٢	١١٤٤	٣١٣٨	٤٠٨٤	١٨٣٩٣
الجملة	٢٦٦٣	٢٨٢٠	٧٣٦٨	١٤٧٠	٢٩٧١	١٦٣٠	٢٢٥٢	٢١٧٤	٢٥٥٤	٢٧٢٤	٧٨١٨	١٠٨١٦	٤٧٢٦٠
%	٥,٦	٦	١٥,٦	٣,١	٦,٣	٣,٤	٤,٨	٤,٦	٥,٤	٥,٨	١٦,٥	٢٢,٩	١٠٠
المتوسط الموسمي	٨٨٧,٦	٩٤٠	٢٤٥٦	٤٩٠	٩٩٠,٣	٥٤٣,٣	٧٥٠,٦	٧٢٤,٦	٨٥١,٣	٩٠٨	٢٦٠٦	٣٦٠٥,٣	١٥٧٥٣
الدليل الموسمي	٦٧,٦	٧١,٦	١٨٧,١	٣٧,٣	٧٥,٤	٤١,٤	٥٧,٢	٥٥,٢	٦٤,٩	٦٩,٢	١٩٨,٥	٢٧٤,٦	١٢٠٠
المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على البيانات الغير منشورة بمتحف سوهاج القومي، سوهاج، السنوات المذكورة.													المتوسط العام = ١٢/١٥٧٥٣ = ١٣١٢,٧٥



شكل (١٢) معامل الموسمية لحركة الزائرين إلى متحف سوهاج القومي خلال الفترة (٢٠٢١-٢٠٢٣م)

وقد اتصف موسم الزيارات بالاستمرارية بعد الشهرين السابق الإشارة إليهما؛ حيث بلغ الدليل الموسمي لشهر مارس نحو ١٨٧,١٪؛ ومرد ذلك توافق هذا الشهر مع العديد من الاحتفاليات مثل: (عيد الأم، احتفالية شهر رمضان الكريم) عام ٢٠٢٣م، وتنظم إدارة المتحف العديد من الورش والأنشطة عن هذه الاحتفاليات، وتشارك بها المدارس مثل ورشة تناولت نبذة عن حياة المرأة في مصر القديمة وعرض بعض التماثيل الخاصة بالمرأة في مصر القديمة وأخرى لعمل فانوس رمضان بالاشتراك مع أطفال جمعية قلوب عامرة للأيتام بمناسبة شهر رمضان الكريم.

ويتنيل شهر أبريل شهور السنة خلال فترة الدراسة بنحو (١٤٧٠) زيارة بنسبة ٣,١٪، وكشفت الدراسة الميدانية أن شهر أبريل لم يشهد أي فعاليات سوى المعرض المؤقت؛ ربما مرد ذلك استعداد المتحف للاحتفالية بيوم المتحف العالمي الموافق ١٨/٥/٢٠٢٣م والتجهيز له فشهر مايو هو شهر الزيارة التالي لشهر مارس في الترتيب وبلغت نسبته ٦,٣٪ ونظم المتحف فعاليات الاحتفال تحت عنوان (المتاحف، الاستدامة وجودة الحياة)، كما هو موضح بملحق الصور (٦) لإبراز دور المتحف كمؤسسة تربوية لها دورها الفعال في المجتمع المحيط وشمل العرض كثير من الأنشطة منها (المعرض المؤقت بعنوان النسيج المصري عبر العصور)؛ وذلك لأن المتحف يضم قطع وأشكال مختلفة من نسيج الكتان تمثل نماذج للأكفان وقطع نسيج قبطية بالألوان

الزاهية، وقد حضر وفد من البعثة الإسبانية في ذلك اليوم، كما نُظمت ورش فنية للديكوباج^(١) بمشاركة الطلاب ومدرسة جيل المستقبل بسوهاج، فضلاً عن استعراض فرعوني للسادة الحضور عن الحياة الدينية عند المصري القديم وفكرة التحنيط والبعث والخلود وذلك لربطه مع المناهج الدراسية للصفوف الإعدادية.

د- التوزيع العددي والنسبي لحركة الزائرين إلى متحف سوهاج القومي وفقاً لفصول السنة خلال الفترة (٢٠٢١-٢٠٢٣م):

جدول (١١) التوزيع العددي والنسبي لحركة الزائرين إلى متحف سوهاج القومي وفقاً لفصول السنة خلال الفترة (٢٠٢١-٢٠٢٣م)

البيان	شتاء		ربيع		صيف		خريف		الجملة
	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	
٢٠٢١	٤٤٥١	٣٨,٣	١٩٨٠	١٧,٠	١٥٧٠	١٣,٥	٣٦١٤	٣١,١	١١٦١٥
٢٠٢٢	٥٦٢٩	٣٢,٦	٥١٨٤	٣٠,٠	٢١٩١	١٢,٧	٤٢٤٨	٢٤,٦	١٧٢٥٢
٢٠٢٣	٦٢١٩	٣٣,٨	٤٦٤٥	٢٥,٢	٢٢٩٥	١٢,٥	٥٢٣٤	٢٨,٥	١٨٣٩٣
المتوسط	١٦٢٩٩	٣٤,٥	١١٨٠٩	٢٥	٦٠٥٦	١٢,٨	١٣٠٩٦	٢٧,٧	٤٧٢٦٠

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على البيانات الغير منشورة بمتحف سوهاج القومي، سوهاج، السنوات المذكورة.

ومن قراءة الجدول (١١) الشكل (١٣) يتضح تطور عدد الوافدين لمتحف سوهاج القومي وفقاً للتغيرات الموسمية (فصول السنة) التي تؤثر على هذا التطور، وعلى مستوى فصول السنة تتقارب نسب متوسطات أعداد الزائرين، حيث يأتي فصل الشتاء في مقدمتها بمتوسط يبلغ (٣٤,٥٪)، وذلك لكثرة المناسبات والاحتفالات في أشهر هذا الفصل مثلاً في شهر يناير يتم الاحتفال برأس السنة الميلادية ويوم الأثريين المصريين وعيد الشرطة)، و(اليوم العالمي للغة العربية) بشهر ديسمبر، كما هو موضح بملحق الصور (٦).

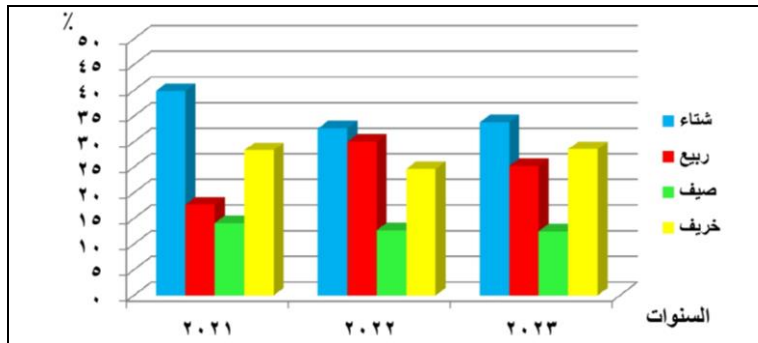
ويأتي فصل الخريف في المرتبة الثانية بنسبة (٢٧,٧٪) فموسم الذروة في زيارة المتاحف ليس واحداً، بل يشارك فصل الخريف فصل الشتاء في اجتذاب الزوار للمتحف، فتعددت الاحتفالات في فصل الخريف التي يشارك المتحف فيها من خلال فتح أبوابه للزوار؛ حيث تُعقد الورش الفنية والأنشطة وتُلقى العديد من المحاضرات ومن هذه المناسبات منها: (يوم الطفل العالمي، والاحتفال

(١) الديكوباج: هو فن استخدام الورق القديم لعمل لوحات فنية .

بمرور مائة عام على اكتشاف مقبرة توت عنخ أمون) في شهر نوفمبر، و(انتصارات أكتوبر، والمولد النبوي) في شهر أكتوبر و(نكرى فك رموز حجر رشيد) في شهر سبتمبر، وتقديم ورشة عمل لتعليم مبادئ اللغة المصرية القديمة "الخط الهيروغليفي وكيفية رسم الحروف".

يليها فصل الربيع بنسبة (٢٥٪) والذي يتناسب مع (احتفالية عيد الأم وشهر رمضان الكريم)، ويتنيل فصل الصيف فصول السنة بنسبة (١٢,٨٪)؛ ومرد انخفاض الزوار في هذا الفصل هو أنه موسم الإجازات الدراسية، وهو ما يؤكد مدى محدودية الزيارات للمتحف في هذا الفصل، فمعظم زوار المتاحف من رحلات المدارس والجامعات، فضلاً عن سفر عدد كبير من الأسر خلال هذه الفترة بهدف الاصطياف أو زيارة الأهالي، وبالتالي تقل زيارات العامة، ولكن هناك نسبة ضئيلة للزيارة في هذا الفصل وهي زيارة طلاب التدريب الصيفي من كلية الترميم والآثار، مع زيارات محدودة أثناء بعض الاحتفالات التي تصادف إقامتها في هذا الفصل (كيوم الشباب الدولي واليوم العالمي للموسيقى)، كما نظم المتحف احتفالية موسيقية بالتعاون مع مركز ميوزك ستورت في ٢٦ يونيو عام ٢٠٢٣م، وكذلك اليوم العالمي للتصوير الفوتوغرافي، ونظم المتحف ورش تعليم مبادئ التصوير في ١٥ أغسطس ٢٠٢٣م.

كما أن المتحف يعلن عن العديد من الأنشطة الثقافية طوال السنة كدورات لبرنامج الفوتوشوب وشرح أعمال الترميم والصيانة لبعض المواقع ومراحل الترميم وصيانة الصور وأساليب عرض وتخزين الهياكل العظمية الآدمية وغيرها، وذلك لمحاولة المتحف في الإسهام والارتقاء بمستوى التعليم والثقافة للطلبة والدارسين في الحقل الأثري.



شكل (١٣) التوزيع النسبي لحركة الزائرين إلى متحف سوهاج القومي وفقاً لفصول السنة خلال الفترة (٢٠٢١م - ٢٠٢٣م)

هـ- حجم إيرادات متحف سوهاج القومي خلال الفترة (٢٠٢١ - ٢٠٢٣م) (عائدات المتحف):

كشف الجدول (١٢) والشكل (١٤) عن تقييم الأثر الاقتصادي للمتحف من خلال إيراداته، وتبين حدوث تطور كبير في حجم حركة الزائرين لمتحف سوهاج القومي فزاد عدد الزائرين من (١١٦١٥) زيارة عام ٢٠٢١م إلى (١٨٣٩٣) زيارة عام ٢٠٢٣م مصاحباً للتوسع في أنشطة وورش ومحاضرات وفعاليات المتحف مع المجتمع ولهذا التطور تأثير واضح على حجم الإيرادات المتحفية على الرغم من أن هدف إنشاء المتحف ليس الربح وكانت أسعار التذاكر بسيطة ولكن هناك تطور نسبي في حجم الإيرادات المتحفية لا يتجاوز الـ ٢٠٠ ألف جنيه، في السنة فمعظم الزيارات للمتحف من فئة طلاب المدارس والجامعات وهناك شريحة كبيرة يسمح بالدخول لها إلى المتحف بالمجان (الزيارات المجانية والتي سبق الإشارة إليها)، ولكن يتم تحصيل رسوم من فئة طلاب المرحلة الثانوية والمدارس الخاصة وباقي الكليات والزيارات العادية للأفراد.

ومرد انخفاض إيرادات متحف سوهاج القومي هو ضعف ثمن التذاكر، فضلاً عن عدم توافر كافيتيريا أو مطعم بالمتحف وللذين قد يزيدان من إيراداته إذا وجداء، مع عدم استثمار المرسى النهري للمتحف فوقوق المتحف على نهر النيل يعد جغرافياً محط جذب سياحي وباستغلال المرسى النهري للمتحف تزداد الإيرادات، كما هو موضح بملحق الصور (٦)، فضلاً عن ضعف الثقافة المتحفية لدى فئة كبيرة من السكان، ويعكس ذلك ضعف الإيرادات المتحفية.

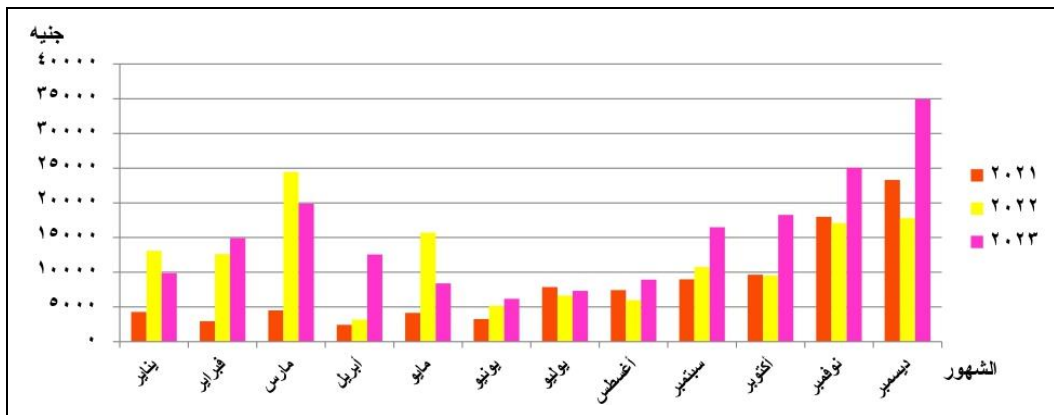
جدول (١٢) حجم إيرادات متحف سوهاج القومي خلال الفترة (٢٠٢١ - ٢٠٢٣م)

البيان	يناير	فبراير	مارس	أبريل	مايو	يونيو	يوليو	أغسطس	سبتمبر	أكتوبر	نوفمبر	ديسمبر	الجملة	%
٢٠٢١	٤٣٠٠	٢٩٦٠	٤٥١٥	٢٤٢٠	٤١٦٠	٣٢٧٠	٧٨٨٠	٧٤٤٠	٨٩٨٠	٩٦٥٠	١٧٩٨٠	٢٣٣٠٠	٩٦٨٥٥	٢٣
٢٠٢٢	١٣١١٠	١٢٦٣٠	٢٤٤٣٠	٣١٨٠	١٥٧١٠	٥١٩٠	٦٦٦٠	٥٩٩٠	١٠٧٦٠	٩٥٥٠	١٧١٠٠	١٧٨٠٠	١٤٢١١٠	٣٣,٧
٢٠٢٣	٩٨٧٠	١٤٩٤٠	١٩٨٨٠	١٢٥٧٠	٨٤١٠	٦١٧٠	٧٣٢٠	٨٩٢٠	١٦٥٠٠	١٨٢٦٠	٢٥٠٤٠	٣٤٩١٥	١٨٢٧٩٥	٤٣,٣
الجملة	٢٧٢٨٠	٣٠٥٣٠	٤٨٨٢٥	١٨١٧٠	٢٨٢٨٠	١٤٦٣٠	٢١٨٦٠	٢٢٣٥٠	٣٦٢٤٠	٣٧٤٦٠	٦٠١٢٠	٧٦٠١٥	٤٢١٧٦٠	١٠٠
جملة الفترة %	٦,٥	٧,٢	١١,٦	٤,٣	٦,٧	٣,٥	٥,٢	٥,٣	٨,٥	٨,٩	١٤,٣	١٨,٠		١٠٠

المصدر: من إعداد الباحثة اعتماداً على البيانات الغير منشورة بمتحف سوهاج القومي، سوهاج، السنوات المذكورة.

ونستجلي من قراءة بيانات الجدول (١٢) أن الإيرادات قفزت من ٩٦ ألف جنيه عام ٢٠٢١م إلى ١٨٢ ألف جنيه عام ٢٠٢٣م، كما يتضح تصدر عام ٢٠٢٣م المركز الأول خلال الفترة (٢٠٢١م-٢٠٢٣م)؛ حيث بلغت إيرادات هذا العام (١٨٢٧٩٥) جنيه، يليها عام ٢٠٢٢م بنحو (١٤٢١١٠) جنيه، ويتنيل عام ٢٠٢١م بحوالي (٩٦٨٥٥) جنيه، ويرجع انخفاض الإيرادات عام ٢٠٢١م تأثره بأحداث كوفيد ١٩ والتي أثرت على الزيارات، وقد سجّلت الإيرادات بمتحف سوهاج

القومي خلال الفترة (٢٠٢١م-٢٠٢٣م) ذروتها في شهر ديسمبر، حيث بلغت (٧٦٠١٥) جنيه بنسبة (١٨٪)، وهذا يتفق مع احتفاليات هذا الشهر السابق ذكرها، والتي تزداد بها أعداد الزيارة للمتحف للمشاركة بها، وسجل شهر نوفمبر المركز الثاني وحقت إيرادات نحو (٦٠١٢٠) جنيه بنسبة (١٤,٣٪)، وجاء شهر يونيو في ذيل قائمة الإيرادات بنسبة (٣,٥٪)؛ ومرد ضالة النسبة هو أنه شهر الإجازات (للمدارس-الجامعات)، فضلاً عن قيام العديد من المدارس الخاصة بسوهاج كمدارس السلام، ومدارس سيتي، ومدارس الزهور بعمل ما يُسمى بالنادي الصيفي والذي يجذب العديد من الطلاب في كافة المراحل الدراسية لقيامه بالعديد من الأنشطة والورش والدورات التدريبية، وبالتالي انعكس ذلك على قلة الزيارات للمتحف، مع سفر بعض من الأسر عقب انتهاء الامتحانات إلى الأقارب في محافظات أخرى والعودة مع بداية العام الدراسي، ولكن ينفرد المتحف خلال شهر يونيو بعقد التدريب الصيفي بالمجان في مجال الترميم لطلاب كليات الآثار والذي يبدأ خلال هذه الفترة حتى شهر أكتوبر ومثلوا ٣,٥٪، كما هو موضح بملحق الصور (٦)، وتشكل إيرادات متحف سوهاج القومي عام ٢٠٢١م نسبة ٠,٦٪ من إجمالي إيرادات المتاحف على مستوى الجمهورية.



شكل (١٤) حجم إيرادات متحف سوهاج القومي خلال الفترة (٢٠٢١-٢٠٢٣م)

سادساً تحليل خصائص زائري وموظفي متحف سوهاج القومي وتقييمهما للمتحف:

تواجه سياحة المتاحف العديد من التحديات وأهمها قلة عدد زائري المتاحف، وتحاول هذه الدراسة تنمية هذا النمط من السياحة وجذب أكبر عدد من الزائرين، لذا تم تطبيق استبانة على

عينة من زائري المتحف، مع توزيع الاستثمارات الورقية على عينة من المسؤولين والعاملين داخل المتحف.

١- خصائص زائري متحف سوهاج القومي وتقييمهم للمتحف:

تحرص هذه الورقة على التعرف على انطباعات وآراء عينة من زائري متحف سوهاج القومي حول مدى جودة الخدمات التي يقدمها المتحف، مع دراسة سلوك الزائرين والتي تتيح التعرف على نوعية الأنشطة والفعاليات التي يحتاجها زائرو المتحف واتجاهاتهم ومدى تأثرهم بالمعروضات ومدة الزيارة والوقت الذي يقضيه الزائر، وقد جاءت الدراسة مدعومة بجداول الدراسة الميدانية والتي تم تحليلها والأشكال التي تُظهر خصائص زائرو متحف سوهاج القومي والخدمات المقدمة لهم، وتحاول الدراسة الكشف عن المشكلات التي تواجههم والعمل على وضع الحلول المناسبة والمقترحات التي يبدونها، ويمكن من خلال تحليل نتائج وبيانات الدراسة الميدانية إجراء بعض التعديلات وتحديد مواطن القوة والضعف وتطوير الأدوات ووضع التوصيات التي من شأنها جذب المزيد من الزائرين.

وقد وُزع نموذج الاستبانة على عدد كبير من المدارس والجامعة بمحافظة سوهاج وداخل المتحف وكليات ومعهد السياحة والفنادق بالأقصر، والأصدقاء والأقارب ودور العبادة وفي الكثير من الجروبات بمواقع الإنترنت، وتتمثل محاور خصائص زائري متحف سوهاج القومي فيما يلي:

أ- البيانات الديموغرافية لعينة من زائري متحف سوهاج القومي.

ب- خصائص الرحلة والغرض من زيارة المتحف .

ج- دور المتحف الثقافي والعلمي .

د - التقييم الجغرافي للأداء الخاص بطرق العرض بالمتحف (مستوى رضا الزائرين عن طرق العرض).

هـ - التقييم الجغرافي لأداء الخدمات بالمتحف (مستوى رضا الزائرين عن الخدمات).

و- التقييم الجغرافي للزائرين عن الزيارة للمتحف.

ز- العلاقة بين (عدد مرات الزيارة ومدة الزيارة لعينة من زائري متحف سوهاج القومي).

أ- البيانات الديموغرافية لعينة من زائري متحف سوهاج القومي:

تتعدد مزايا الزيارة للمتاحف؛ حيث تسهم في تثقيف الزوار وتزيد الشعور بالانتماء، وقد تزيد من تماسك المجتمع على مستوى أقاليم الدولة، وكشفت بيانات الجدول (١٣) والشكل (١٥) أن معظم مصادر الحركة للمتحف من داخل محافظة سوهاج وبلغت نسبتهم نحو ٩٦,٦٪، وبلغت

النسبة الباقية من محافظات أخرى؛ ومرد قلة النسب هي قلة التسويق للمتحف وانخفاض الثقافة المتحفية لدى كثير من أفراد المجتمع بالدولة؛ لذا لابد من تبني استراتيجية تسويقية جديدة للمتحف لتعزيز تجربة الزائرين من المحافظات الأخرى، مثل إيجاد حسابات رسمية عن المتحف على مواقع التواصل الاجتماعي تدعو لزيارة المتحف عبر تويتر والانستجرام والتيك توك واليوتيوب وغيرها، ففتيح هذه المواقع الوصول للجمهور بسرعة كبيرة وبدون مجهود وتكلفة، كما أنها توفر مساحات واسعة لمستخدميها للتعبير عن الرأي وردود الأفعال حول الخدمات والتسهيلات التي يقدمها المتحف، كما أنها تمكن من محاولة وضع المتحف بكل قوة على خارطة عناصر الجذب السياحية.

وعن زائري المدينة حققوا النسب الأعلى للزيارة عن زائري القرى بنحو ٩٣,١% و ٦,٩% على الترتيب، فالمتاحف الموجودة بالقرب من عناصر الجذب المهمة كالمراكز الحضارية تجد رواجاً سياحياً أكثر وتجذب أكبر عدد من الزائرين من تلك الكائنة في مواقع أخرى، لذا توصي الدراسة بتطبيق زيارة المتاحف المتنقلة إلى قرى المحافظة والمحافظات الأخرى من خلال أخذ عينة من القطع الأثرية المختلفة من داخل متحف سوهاج القومي داخل مقطورة مع الحراسة المشددة إلى القرى والمحافظات المجاورة، ويتم من خلالها التعريف بأهمية المتحف ودوره في المجتمع، كما هو موضح بملحق الصور (٦).

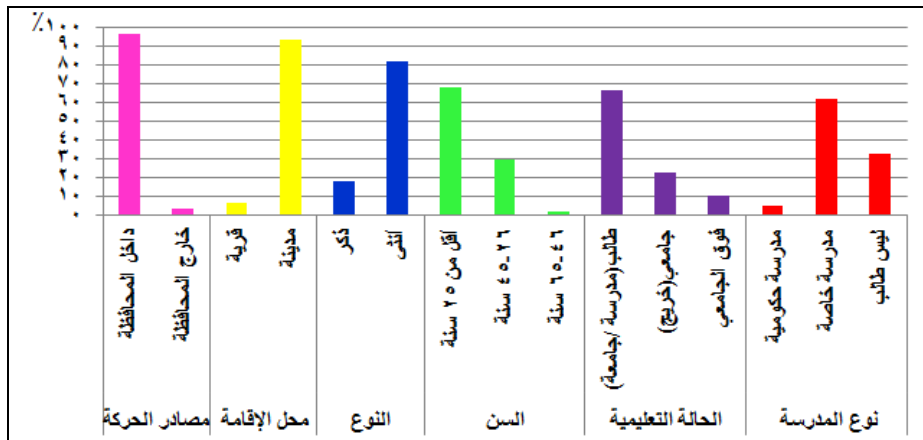
جدول (١٣) التوزيع العددي والنسبي للبيانات الديموغرافية لعينة زائري متحف سوهاج القومي عام ٢٠٢٣ م

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الترتيب	%	العدد	المتغيرات
٠,١٨٢	١,٠٣	١	٩٦,٦	١٦٩	داخل المحافظة
		٢	٣,٤	٦	خارج المحافظة
٠,٢٥٣	١,٩٣	٢	٦,٩	١٢	قرية
		١	٩٣,١	١٦٣	مدينة
٠,٣٨٨	١,٨٢	٢	١٨,٣	٣٢	ذكر
		١	٨١,٧	١٤٣	أنثى
٠,٥٢٢	١,٣٤	١	٦٨	١١٩	أقل من ٢٥ سنة
		٢	٢٩,٧	٥٢	٢٦-٤٥ سنة
		٣	٢,٣	٤	٤٦-٦٥ سنة
٠,٦٧٤	١,٤٣	١	٦٦,٨	١١٧	طالب (مدرسة / جامعة)
		٢	٢٢,٩	٤٠	جامعي (خريج)
		٣	١٠,٣	١٨	فوق الجامعي
٣,٠٠	٢,٢٩	٣	٥,١	٩	مدرسة حكومية
		١	٦١,٧	١٠٨	مدرسة خاصة
		٢	٣٣,١	٥٨	ليس طالب

المصدر: من إعداد الباحثة، اعتماداً على الدراسة الميدانية، ٢٠٢٣ م.

يلاحظ من الجدول (١٣) أن أغلب زوار المتحف من عينة الدراسة هم من الإناث بنسبة ٨١,٧٪ وتمثل الفئة العمرية (أقل من ٢٥ سنة) النسبة الأكبر من أفراد العينة بنحو ٦٨٪، تليها الفئة العمرية من (٢٦-٤٥ سنة) في المرتبة الثانية بنحو ٢٩,٧٪، وتوضح تلك النتيجة أن الأطفال والشباب هم الفئة الأكثر انجذاباً لزيارة المتحف، وتمثل الفئة (٤٦-٦٥ سنة) النسبة المتبقية بنحو ٢,٣٪، ويجب استهداف باقي الفئات وحثهم على زيارة المتحف وعن توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغير المستوى التعليمي فإن معظم أفراد عينة الدراسة من فئة الطلاب بالمدارس والجامعات؛ حيث احتلت المرتبة الأولى بعدد ١١٧ فرد ونسبتهم ٦٦,٨٪، كما جاءت فئة الخريجين في المرتبة الثانية بعدد ٤٠ فرد بنسبة ٢٢,٩٪، وأخيراً في المرتبة الثالثة يأتي فئة فوق الجامعي بعدد ١٨ فرد بنسبة ١٥,٣٪، وحقت زيارات المدارس الخاصة النسبة الأعلى بنحو ٦١,٧٪، وانخفضت نسبة مشاركة المدارس الحكومية في زيارة المتحف بنسبة ٥,١٪.

ولم يُتاح للباحثة إجراء الاستبانة مع السائحين الأجانب بالمتحف خلال فترة الدراسة الميدانية لضعف زيارتهم، مع رفض العدد المحدود بإجراء الاستبانة، ومن هنا يجب للمتاحف أن تلعب دوراً في مجال التنمية السياحية خصوصاً بالمقاصد التي يقل فيها السياح الأجانب، ويجب التسويق لها جيداً ووضعها على خريطة المزارات السياحية بمحافظة سوهاج لاطلاع السائحين على تاريخ وأرث المنطقة التي يزورونها، كما أن عدد السياح الأجانب بمحافظة سوهاج عام ٢٠٢٣م بلغ ٦٠٠٣ سائح أجنبي، ولم يتوجهوا لزيارة مدينة سوهاج واقتصرت زيارتهم على (البلينا- أخميم- الشيخ حمد) وهذا يدل على ضعف استقطاب المتحف للزائرين الأجانب بشكل خاص؛ لذا أعدت هذه الدراسة خريطة تربط المناطق الأثرية بسوهاج بالمتحف مدعومة بطرق الوصول وجدول المسافات.



شكل (١٥) التوزيع النسبي للبيانات الديموغرافية لعينة زائري متحف سوهاج القومي عام ٢٠٢٣م

ب-خصائص الرحلة والغرض من زيارة المتحف:

١- تركيب الجماعة (الرحلة).

٢- زمن الوصول.

٣- مدة البقاء بالمتحف.

٤- موسمية الحركة.

٥- الغرض من الزيارة.

٦- عدد مرات الزيارة للمتحف.

٧- وسائل الدعاية للمتحف.

٨- خط سير الرحلة.

١- تركيب الجماعة (الرحلة):

يكشف الجدول (١٤) والشكل (١٦) عن التوزيع العددي والنسبي لفئات الزائرين لمتحف سوهاج القومي حسب تنظيم الرحلة (الزيارة) عام ٢٠٢٣م، ويوضح ارتفاع نسبة الرحلات المنظمة من قبل المدرسة أو الجامعة إلى المتحف بنسبة ٦٨,٦٪ من جملة العينة، كما يتميز المتحف باجتهاده للأسر وجماعات الأصدقاء بنحو ٢٤٪ من إجمالي العينة، يلي ذلك الشخص بمفرده بنسبة ٦,٣٪، وتتذيل الرحلات من دور العبادة إلى المتحف بنسبة ١,١٪، وتظهر النتائج أن أغلب عينة الدراسة يفضلون زيارة المتحف مع المدرسة؛ حيث يجتمع الأصدقاء ويعد يوماً ترفيهياً لهم، كما أن بعض الرحلات المدرسية إلى المتحف كان يتم فيها عرض اللوحات الفنية للطلاب داخل المتحف وتكريمهم هناك، ومن هنا يظهر دور الإعلام المتحفي وأمناء المتحف بإعداد برامج إرشادية تكون متغيرة وموجهة لجذب شرائح أخرى من الزائرين وغير المتخصصين وكبار السن وذوي الهمم فهؤلاء هم القطاع الأكبر والمستهدف.

٢- زمن الوصول:

نستخلص من بيانات الجدول (١٤) ارتفاع نسبة المترددين على متحف سوهاج القومي بمدينة سوهاج الذين يستغرق زمن وصولهم ما بين (٢٠-٦٠ دقيقة) إذ بلغت نسبتهم ٤٨٪؛ ومرد

ذلك سهولة الوصول للمتحف، فمعظم الزيارات للمتحف من المدارس بالمدينة، مع قلة التكلفة، في حين بلغ من استغرق زمن وصولهم للمتحف (أقل من ٢٠ دقيقة) نحو ٢٩,٧٪ من جملة المترددين فنسبة كبيرة منهم من طلاب الجامعة التي تقع في نفس الشارع بالمتحف (شارع أحمد حمدي)، وبلغت نسبة من استغرق زمن وصولهم (٦٠ دقيقة فأكثر) نحو ٢٢,٣٪، فالبعض منهم ممن زاروا المتحف من المحافظات المجاورة، وبالتالي يمكن اعتبار أن السكان الذين يقطعون (٦٠ دقيقة فأكثر) من زائري المسافات الطويلة، أما الذين يقطعون (أقل من ٢٠ دقيقة) فهم من السكان المحليين القريبين من المتحف.

٣- مدة البقاء بالمتحف:

يقصد بها الفترة التي يقضيها الزائر في رحاب المتحف وتفيد في بيان مدى الضغط على المتحف، وتشير نتائج استطلاع الرأي في الجدول (١٤) إلى ارتفاع عدد الزائرين الذين يقضون ساعتين فأكثر بنحو ٧٤,٩٪ من زوار المتحف، ومرد ذلك كبر حجم المتحف إذ يحتوي على ست قاعات مع كثرة المعارض وتنوعها بها، فضلاً عن المعرض المؤقت، والذي يسهم في قضاء وقت أطول في مشاهدته فهو محط جذب للزائرين، ويشير Lamber (٢٠١١م) إلى أن طول الوقت الذي يمضيه الزائر بالمتحف مؤشر على أنه عنصر جذب سياحي رئيسي، وكلما قصر الوقت دل ذلك على أنه عنصر جذب ثانوي (عبد المنعم طه سيد، داليا، ومحمد بهاء الدين، رانيا، وفاروق حجاج، مني، ٢٠٢٢، ص ١٢٦)، أما عن مدة مكوث النسبة الباقية من أفراد العينة فبلغت نحو ٢٥,١٪ ولا تتجاوز ساعة واحدة، وقد يكون تجولاً سريعاً لهؤلاء داخل المتحف بدون مرافقة أحد ممثلي المتحف لشرح معالمه، أو جولة تصوير سريعة لهم، لذا استغرقوا هذا الوقت الأقل بالزيارة.

٤- موسمية الحركة:

يقصد به موسم الزيارة أو (الحركة)، أي الفترة التي تشهد تدفق موجات الزائرين وتشمل (وقت وشهر الزيارة):

*وقت الزيارة:

يتضح من الجدول (١٤) ارتفاع عدد المترددين على متحف سوهاج القومي أثناء الموسم الدراسي بنسبة ٦٥,١٪، ومرد ذلك أن معظم الزيارات للمتحف هي رحلات مدرسية

وجامعية وتكشف هذه الرحلات مدى التعاون بين المجتمع والمتحف، كما بينت الدراسة أن هناك نسبة تفضل زيارة المتحف أثناء الإجازات والعطلات ومثلت ٣٤,٩٪.

*شهر الزيارة :

ارتبطت بيانات شهر الزيارة ببيانات وقت الزيارة، وتطابقت نتائج موسمية الزيارة للعينة مع البيانات الغير منشورة بالمتحف، كما هو موضح بالجدول (١٠) وجاء شهرا (ديسمبر ونوفمبر) في المرتبة الأولى والثانية بين شهور السنة بنسب ٤٥,١٪ و ١٣,١٪ على الترتيب؛ ومرد ارتفاع نسبتهما هو تنظيم المتحف للعديد من الأنشطة في هذين الشهرين، واشترك عدد كبير من المدارس المختلفة في فاعليات المتحف، وأهمها الاحتفال بعيد الميلاد المجيد وعيد الطفولة، فضلاً عن انتهاء المدارس من شرح المناهج الدراسية وتأتي الرحلات للمتحف لمحاولة الربط بين منهج مادة الدراسات الاجتماعية (التاريخ) لبعض الصفوف الدراسية بالقطع والتحف الأثرية بالمتحف، وورش تعلم اللغة الهيروغليفية وتطور اللغة في المعرض المؤقت (سوهاج البداية)، فضلاً عن قطع النسيج عبر العصور وكل ما هو متعلق بالعصور المصرية القديمة (مقابلة شخصية مع مسئول المتحف، في شهر يونيو، ٢٠٢٣م)، وتتماثل نسبة شهري (مارس ومايو) بنحو ٩,٧٪، ويتنيل شهرا (أبريل ويونيو) شهور الزيارة للمتحف بنحو ٢,٣٪ لكل منهما، وذلك لارتباط شهر أبريل بانعقاد الامتحانات، أما شهر يونيو فهو شهر السفر للعديد من الأسر لزيارة الأهالي والأقارب في محافظات أخرى.

جدول (١٤) التوزيع العددي والنسبي لخصائص الرحلة والغرض من الزيارة بمتحف سوهاج القومي عام ٢٠٢٣م

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الترتيب	%	العدد	المتغيرات	
١,٧٦٦	٢,٩٢	٣	٦,٣	١١	فردى	تركيب الجماعة
		١	٦٨,٦	١٢٠	مجموعة مدرسية/جامعية	
		٤	١,١	٢	رحلات من دور العبادة	
		٢	٢٤	٤٢	العائلة والاصدقاء	
٠,٩٥٧	٢,٤٧	٢	٢٩,٧	٥٢	أقل من ٢٠ دقيقة	زمن الوصول
		١	٤٨	٨٤	٢٠-٦٠ دقيقة	
		٣	٢٢,٣	٣٩	٦٠ دقيقة فأكثر	
٠,٤٣٥	٢,٧٥	٢	٢٥,١	٤٤	ساعة واحدة	مدة البقاء بالمتحف
		١	٧٤,٩	١٣١	ساعتين فأكثر	

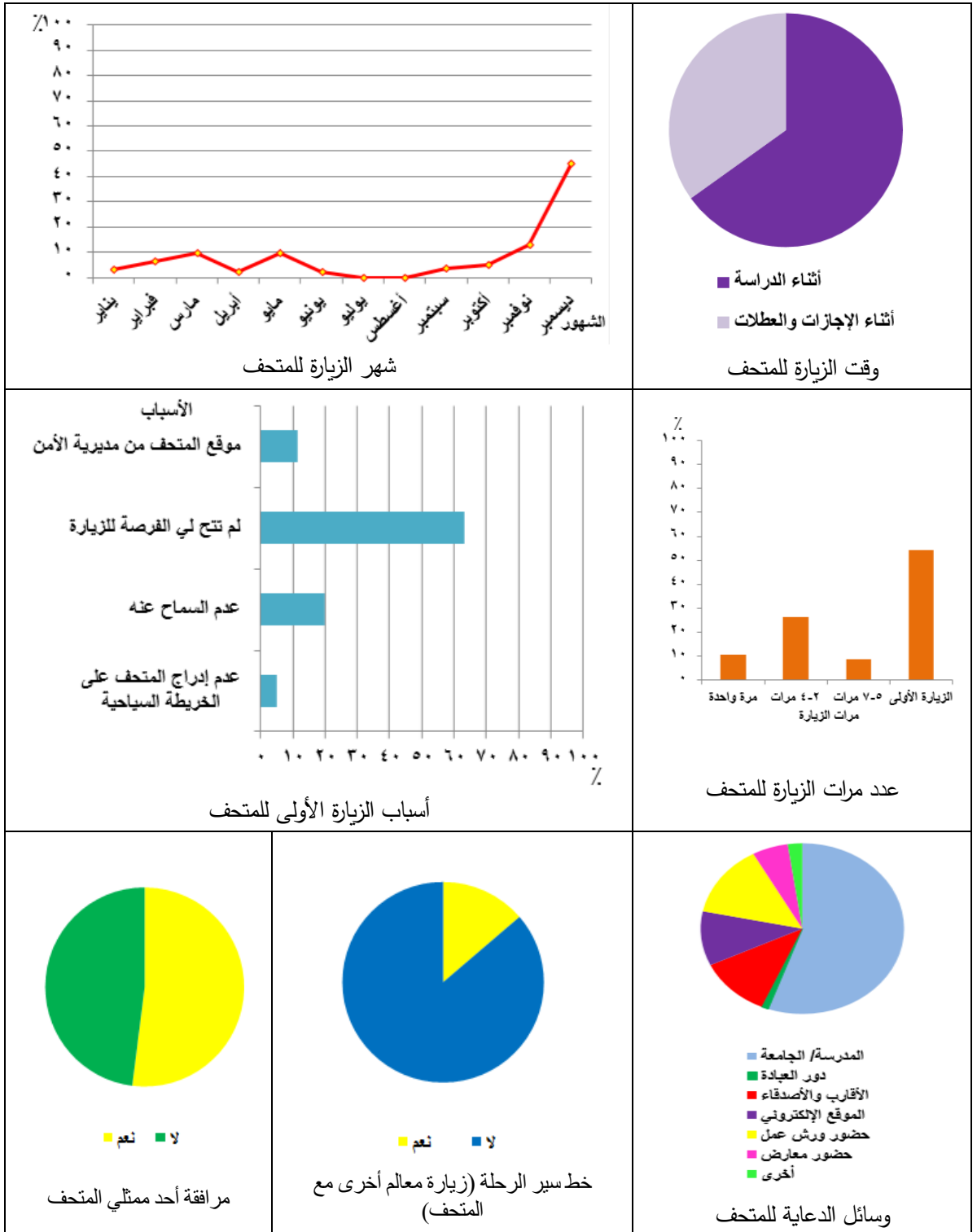
المتغيرات		العدد	%	الترتيب	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
وقت الزيارة	أثناء الدراسة	١١٤	٦٥,١	١	٢,٣٠	٠,٩٥٦
	أثناء الإجازات والعطلات	٦١	٣٤,٩	٢		
شهر الزيارة	يناير	٥	٢,٩	٨	٧,١٣	٢,٤٠٤
	فبراير	١١	٦,٣	٥		
	مارس	١٧	٩,٧	٣		
	أبريل	٤	٢,٣	١٠		
	مايو	١٧	٩,٧	٤		
	يونيو	٤	٢,٣	٩		
	يوليو	٠	٠	٠		
	أغسطس	٠	٠	٠		
	سبتمبر	٦	٣,٤	٧		
	أكتوبر	٩	٥,١	٦		
	نوفمبر	٢٣	١٣,١	٢		
	ديسمبر	٧٩	٤٥,١	١		
الغرض من الزيارة	الاهتمام بالتراث	٣٩	٢٢,٣	٢	٣,١٧	١,٤٠٤
	رحلة مع دور العبادة	٢	١,١	٤		
	حضور مع الأسرة والأصدقاء	٤	٢,٣	٣		
	رحلة مع المدرسة /الجامعة	١٢٠	٦٨,٦	١		
	أخرى	١٠	٥,٧	٣		
عدد مرات الزيارة للمتحف	مرة واحدة	١٩	١٠,٨	٢	٠,٨٩	١,٠٦٩
	٢-٤ مرات	٤٦	٢٦,٣	١		
	٥-٧ مرات	١٥	٨,٦	٣		
	الزيارة الأولى	٩٥	٥٤,٣	-		
لماذا كانت هذه زيارتك الأولى للمتحف	عدم إدراج المتحف على الخريطة السياحية	٥	٥,٢	٤	١,٥٩	١,٦١٦
	عدم السماح عنه	١٩	٢٠	٢		
	لم تتح لي الفرصة للزيارة	٦٠	٦٣,٢	١		
	موقع المتحف من مديرية الأمن	١١	١١,٥	٣		
وسائل الدعاية للمتحف	المدرسة/ الجامعة	٩٧	٥٥,٤	١	٢,٧٤	٢,٢٣٩
	دور العبادة	٢	١,١	٧		
	الأقارب والأصدقاء	٢٠	١١,٤	٣		
	الموقع الإلكتروني	١٨	١٠,٣	٤		
	حضور ورش عمل	٢٤	١٣,٧	٢		
	حضور معارض	١٠	٥,٧	٥		
	أخرى	٤	٢,٣	٦		
خط سير الرحلة	نعم	٢٤	١٣,٧	٢	١,٨٦	٠,٣٤٥
	لا	١٥١	٨٦,٣	١		

المصدر: من إعداد الباحثة، اعتمادًا على الدراسة الميدانية، ٢٠٢٣ م.

٥- الغرض من الزيارة:

تعني الأسباب الأساسية التي تحرك رغبة الزائر إلى زيارة المتحف، وأظهرت الدراسة الميدانية تعدد دوافع الزيارة للمتحف ما بين رحلة المدرسية أو الجامعية، والاهتمام بالتراث، والحضور مع الأسرة والأصدقاء وأسباب أخرى ك(حضور محاضرة، ورشة عمل تم الإعلان عنهما بالموقع الإلكتروني للمتحف، بالإضافة إلى المتعة والترفيه، أو الدراسة، أو العمل)، وقد أمكن ترتيبها وفقاً لأهميتها لدى عينة الدراسة، وتتصدر الزيارة مع الرحلات المدرسية أو الجامعية دوافع الزيارة بنسبة ٦٨,٦٪ من عينة الزائرين، يليها استحواذ زائري المتحف المهتمين بالتراث بنسبة ٢٨٪ من أفراد العينة، ثم أسباب أخرى للزيارة بنحو ٥,٧٪ وتذهب النتائج أن دور المتاحف كعامل جذب سياحي وزيادة نشر الثقافة المتحفية بين طلاب المدارس في تنامي مستمر، وتظهر زيارة طلاب المدارس للمتحف بأنه لم يعد مبنى تتجمع داخله الأشياء الصماء من العصور السابقة، بل هو إشعاع ثقافي وحضاري؛ حيث اتسع دوره ليشمل تعليم الطلاب والزائرين بوجه عام، كما كشفت الدراسة أن المتاحف بوجه عام ذات أهمية كبيرة في الجذب السياحي، وتوصي الدراسة بضرورة تكثيف الجهود لتسويق المتحف بشكل أكبر، وخصوصاً للزائرين الأجانب ووضع متحف سوهاج على خريطة السياحة العالمية.





شكل (١٦) التوزيع النسبي لخصائص الرحلة والغرض من الزيارة بمتحف سوهاج القومي عام ٢٠٢٣م

٦- عدد مرات الزيارة للمتحف:

تهدف إلى رصد مدى إقبال الأفراد على زيارة المتحف وتكرار الزيارة وأفاد ٥٤,٣٪ من إجمالي حجم العينة بأن زيارتهم للمتحف تعد الزيارة الأولى، في حين أشار ٢٦,٣٪ من عينة الدراسة أنهم قاموا بزيارة المتحف من (٢-٤ مرات)، وهو ما يدل على أن هناك تكرار للزيارة المتحفية؛ ومرد ذلك أن معظم أفراد العينة من طلاب المدارس والجامعات ممن يترددون على المتاحف، كما أشار ١٠,٨٪ من عينة الدراسة أنهم لم يقوموا بزيارة المتحف سوى مرة واحدة، وقد تمكن ٨,٦٪ من أفراد العينة من زيارة المتحف من (٥-٧ مرات)، وقد تعددت أسبابهم ما بين (حضور ورش مختلفة ومعارض داخل المتحف)؛ حيث يتناول متحف سوهاج القومي موضوع مختلف في المعرض المؤقت كل ثلاثة شهور يصاحبه عرض مجموعة من التحف والقطع الأثرية حول نفس الموضوع، ويتم تغيير الموضوع بما يحقق رغبات الزائرين، وقد تكون الموضوعات مرتبطة بمناسبة ما أو يتم تبادل القطع الأثرية من متاحف أخرى، وتشير نتائج الجدول (١٤) عن الأسباب وراء زيارة المتحف لأول مرة لعينة الزائرين؛ حيث أوضحت الفئة الأكبر أنه لم تتح الفرصة للزيارة بنحو ٦٣,٢٪ من إجمالي العينة، يليها عدم السماع عنه بنحو ٢٠٪ وأيضاً كشف نحو ١١,٥٪ أن المتحف يوجد في منطقة ذات كثافة مرورية مرتفعة وبجوار مديرية أمن محافظة سوهاج، مع صعوبة وجود أماكن لانتظار السيارات؛ لأن المسافة التي تسمح بركن السيارات من المتحف هي ١٥٠م.

٧- وسائل الدعاية بالمتحف:

يؤثر التسويق تأثيراً كبيراً في الترويج للمتحف، فمن خلاله يتم خلق الوعي لطبيعة وصورة الموارد المتحفية بالمنطقة، وأظهرت نتائج الدراسة الميدانية وتحليل الجدول (١٤) أن أفراد العينة حصلوا على معلوماتهم عن وجود المتحف من مصادر مختلفة قبل الزيارة وتعد المدارس والجامعات أكثر الوسائل دعاية للمتحف بنحو ٥٥,٤٪ وقد تكون مصدر غير مباشر فمن خلال هؤلاء الطلاب قد يتم الترويج الغير مباشر لباقي أفراد الأسرة والأصدقاء عن وجود المتحف؛ حيث أن موافقة ولي الأمر شرط أساسي لمشاركة الطالب بالرحلة، كما أقر ١٣,٧٪ من أفراد العينة أن مصدر معلوماتهم عن المتحف من خلال حضور ورش عمل وهي من أهم الوسائل التي استطاع

من خلالها الزائرون التعرف على المتحف، في حين ذكر ١١,٤٪ زائراً أن الأقارب والأصدقاء كانوا سبباً في تشجيعهم لزيارة المتحف؛ حيث قاموا بالزيارة من خلال تجمع الأصدقاء لقضاء وقت ترفيهي ثقافي ممتع، فهؤلاء من يطلق عليهم أصدقاء المتحف وهم من الزوار المخلصين الذين يوصون الآخرين بزيارة المتحف ويدعمونه اقتصادياً وبذلك يسهمون في مجال التسويق الحديث، ويذكر البعض أن تكلفة جذب زائر جديد تساوي خمسة أضعاف تكلفة الاحتفاظ بزائر قديم (طبيشات، نواف نهار، ومحمد، أشرف صالح، ٢٠١٦، ص ١٩٢)، ثم كان الموقع الإلكتروني للمتحف بنسبة ١٠,٣٪ بسبب طول مدة استخدام الأفراد في الآونة الأخيرة للإنترنت ويعتبر الموقع الإلكتروني للمتحف الوسيلة الأهم والأكثر انتشاراً والأسرع في نقل المعلومات ويسهم في تعزيز تجربة الزائر خارج جدرانه؛ وتأكيداً على أهمية ودور تكنولوجيا المعلومات في الترويج التعليمي والسياحي فمن خلال الصور بالموقع الإلكتروني يبرز جمال المتحف والموقع مع عرض المعلومات عن المتحف قبل زيارته وقد يدفع ذلك بالفضول لمشاهدة ما تم عرضه على الشاشة الصغيرة في الطبيعة، يليها المشاركة بحضور المعارض بنسبة ٥,٧٪، فالوسائل الأخرى (كالصحف والمجلات والتلفاز) بنحو ٢,٣٪، وأخيراً دور العبادة بنحو ١,١٪ ولابد من حث كل من الصحف والمجلات والتلفاز ودور العبادة على التعريف بأهمية المتاحف ودعوة الأفراد على زيارتها.

٨- خط سير الرحلة:

كشفت نتائج المسح الميداني أن ١٣,٧٪ من أفراد العينة حضروا لزيارة المتحف ومعالم أخرى بمدينة سوهاج في نفس يوم الزيارة، وهي نسبة ضئيلة، في حين أشار ٨٦,٣٪ من جملة العينة أنهم جاءوا خصيصاً لزيارة المتحف والعودة مباشرة، كما هو موضح في بيانات الجدول (١٤)؛ ومرد ذلك أنه توجد نسبة منهم حوالي ٦٨,٦٪ كانت زيارتها للمتحف ضمن الزيارات المدرسية أو الجامعية من خلال خطة محددة من المدرسة أو الجامعة للمتحف فقط، ولم تشمل زيارة معالم أخرى بالمحافظة، أما عن النسبة الباقية ١٧,٧٪ فكشفوا أنه لم يكن لديهم وقت لزيارة المعالم الأخرى ومنهم من أشار بعدم معرفته بالمعالم الأخرى القريبة من المتحف؛ لذا اهتمت هذه

الدراسة بإعداد خريطة تضم المعالم المتنوعة بمدينة سوهاج والقريبة من متحف سوهاج القومي، كما هو موضح بالشكلين (٩ و ١٠).

ج - دور المتحف الثقافي والعلمي:

تعد المتاحف مراكز ثقافية وعلمية ومصدر معرفي متنوع تساعد الزائرين على فهم مدى عظمة التطور التاريخي، فتساعد الدارسين والباحثين للاطلاع على المحفوظات والوثائق النادرة، مع عقد ندوات حول محتويات المتحف بهدف تثقيف الزائرين، فالمتاحف مؤسسة تعليمية مفتوحة للجميع .

جدول (١٥) التوزيع العددي والنسبي لعينة الزائرين طبقاً لدور متحف سوهاج القومي الثقافي والعلمي عام ٢٠٢٣م

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الترتيب	%	العدد	المتغيرات	
٠,٢٠٩	١,٠٥٢	١	٩٥,٤	١٦٧	نعم	هل زيارتك للمتحف ساعدتك في التعرف على الحضارة المصرية؟
		٢	٤,٦	٨	لا	
٠,٢٣٣	١,٩٤	٢	٥,٧	١٠	نعم	هل زرت متحف سوهاج في اليوم العالمي للمتاحف (١٨ مايو)؟
		١	٩٤,٣	١٦٥	لا	

المصدر: من إعداد الباحثة، اعتماداً على الدراسة الميدانية، ٢٠٢٣م .

ومن استقراء أرقام الجدول (١٥) يتضح دور المتحف الثقافي والعلمي فعند سؤال أفراد العينة عن هل زيارتك للمتحف أسهمت في التعرف على الحضارة المصرية؟، أشار ٩٥,٤% من عينة الزوار بنعم؛ حيث تنوعت القاعات داخل المتحف كما سبق ذكرها، وبالتالي تنوعت موضوعاتها في العصور المختلفة، فضلاً عن المعارض المؤقتة وهو ما يؤكد مدى مساهمة المتحف في زيادة المعلومات التاريخية والثقافية للزائرين عن مصر، ويدل على تأثير المتاحف في تطوير فكر الزائرين، بالإضافة إلى كونه مصدر للثقافة السياحية.

ويُعد اليوم العالمي للمتاحف حدثاً عالمياً يقام يوم ١٨ مايو من كل عام، ويعقد متحف سوهاج القومي الأنشطة الإبداعية والمحاضرات والندوات المتعلقة بهذا اليوم وعند سؤال الزائرين عن زيارتهم للمتحف للمشاركة في هذه الفاعلية أشار نحو ٩٤,٣% بعدم الزيارة للمتحف في هذا اليوم، على الرغم من الدعاية وبطاقات الدعوة التي عرضها متحف سوهاج القومي على صفحته بالإنترنت، كما هو موضح بملحق الصور (٦) تحت عنوان (المتاحف، الاستدامة وجودة الحياة)،

ويتيح الاحتفال بهذا اليوم من كل عام بالتواصل مع المجتمع ولفت انتباه الجمهور العالمي إلى نشاط المتحف ودور المتاحف كمؤسسات تخدم المجتمع ومحاولة لرفع الوعي السياحي والأثري لدى المواطنين والسائحين؛ ومرد انخفاض النسبة أن الفئة الأكبر لزيارة المتحف من طلاب المدارس والجامعات ويتوافق هذا الحدث (اليوم العالمي للمتاحف) مع تاريخ عقد الامتحانات لهم .

د _ التقييم الجغرافي للأداء الخاص بطرق العرض بالمتحف (مستوى رضا الزائرين عن طرق العرض):
يهدف هذا المحور إلى التعرف على طرق ترتيب المعروضات بما لها من تأثير مباشر على جذب الزوار للمتحف، وإلى إيجاد آلية لرصد المردود على المتلقي (الزائر).

جدول (١٦) التوزيع العددي والنسبي لمستوى رضا الزائرين عن طرق العرض بمتحف سوهاج القومي عام ٢٠٢٣م

المتغيرات	العدد	%	الترتيب	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
هل انعكاس الضوء بالمتحف يؤثر على رؤيتك للمعروضات؟	نعم	٢٨	١٦	١,٨٤	٠,٣٦٨
	لا	١٤٧	٨٤		
هل تتنوع أساليب الإرشاد المتحفي؟	نعم	٦١	٣٤,٨	١,٠٤	٠,١٩٧
	لا	١١٤	٦٥,١		
مرافقة أحد ممثلي/موظفي المتحف	نعم	٩١	٥٢	١,٤٨	٠,٥٠١
	لا	٨٤	٤٨		
هل شاهدت بطاقة دعوة لمتحف سوهاج من قبل؟	نعم	٣٤	١٩,٤	١,٨١	٠,٣٩٧
	لا	١٤١	٨٠,٦		
هل تتنوع لغة الملصقات (البطاقات) التعريفية بالمتحف؟	نعم	١١٢	٦٤	١,٣٦	٠,٤٨١
	لا	٦٣	٣٦		
هل تمر على نفس المعروضات داخل المتحف؟	نعم	٧٤	٤٢,٣	١,٤٢	٠,٤٩٥
	لا	١٠١	٥٧,٧		
هل ترتيب القاعات مناسب لك؟	نعم	١٢٧	٧٢,٦	١,٢٧	٠,٤٤٧
	لا	٤٨	٢٧,٤		

المصدر: من إعداد الباحثة، اعتمادًا على الدراسة الميدانية، ٢٠٢٣م .

يتضح من بيانات الجدول (١٦) تقييم الزوار لطرق العرض بالمتحف وعن انعكاس الإضاءة داخل المتحف فهي لا تؤثر على رؤية المعروضات بنسبة ٨٤٪ من أفراد العينة، فتتوزع الإضاءة داخل المتحف من إضاءة مباشرة على المعروضات وإضاءة على الممرات والطرق،

وعلى الرغم من أهمية الإضاءة الطبيعية في المتحف إلا أنها تحققت بشكل ضعيف، وأشار ١٦٪ من أفراد العينة أن نوعية الإضاءة الضعيفة أو الخافتة قد تؤثر على رؤية القطع الأثرية بشكل واضح، وعند سؤال موظفي المتحف أوضحوا أن الإضاءة بالمتحف كافية، ولكن يتم تخفيض عدد اللمبات المضاءة؛ تضامناً مع قرار ترشيد استهلاك الكهرباء وتنفيذاً للتعليمات الموجهة من هيئة الكهرباء بمحافظة سوهاج .

وأشار نحو ٦٥,١٪ بعدم تنوع أساليب الإرشاد المتحفية داخل المتحف؛ حيث تقتصر فقط على موظفي الشرح الذين يرافقون الزائرين لزيارة القاعات بالمتحف والتعريف بمقتنياتها والإجابة على استفساراتهم، وأوضح أفراد العينة بضرورة تنوع أساليب الإرشاد المتحفية ما بين الخرائط الجغرافية لمواقع استخراج القطع الأثرية ولا يوجد بالمتحف سوى خريطة عامة لجمهورية مصر العربية في مدخل المتحف، فضلاً عن ضرورة استخدام وسائل الإرشاد بواسطة الوسائل الإلكترونية والوسائل الصوتية كالمرشد الصوتي في حالة غياب المرشد أو الموظف مع وجود شاشات للعرض ونظارة بتقنية الهولوجرام كمشاهدة توت عنخ أمون^(١)، كما هو موضح بملحق الصور(٦)، فإن هذا التنوع سيؤثر بشكل كبير على مدى نجاح تجربة الزائرين بالمتحف فهو يشبع مختلف رغباتهم واحتياجاتهم، كما أفاد نحو ٥٢٪ بوجود مسئول لشرح معالم المتحف أثناء جولتهم لشرح القطع الأثرية ومشاهدة القاعات داخل المتحف، في حين كشف ٤٨٪ عن أن رحلتهم داخل المتحف كانت بمفردهم وبالإطلاع على الملصقات التعريفية وبطاقات الشرح للتعرف أكثر عن المتحف، كما كشف نحو ٨٠,٦٪ من زائري المتحف عن عدم مشاهدتهم لبطاقات دعوة لزيارة متحف سوهاج القومي من قبل، وهو ما يؤكد ضعف التسويق للمتحف، على الرغم من أن بطاقات الدعوة هي أهم أحد وسائل التواصل بين المتحف والجمهور وتتوقف مدى فاعليتها على جودة وجمال تصميمها، في حين كشف نحو ١٩,٤٪ عن مشاهدة بطاقات دعوة تحتوي على صورة لإحدى المقتنيات المتحفية المميزة الموجودة بالمتحف، وتوصي الدراسة مع التطور

(١) تقنية الهولوجرام : عبارة عن عرض مرئي يقوم بإعادة إنشاء الصور وعرضها بصورة ثلاثية الأبعاد لتطفو الصورة في الهواء كمجسم هلامي ثلاثي الأبعاد ويظهر كطيف من الألوان يتجسد على الشكل المراد عرضه بالاعتماد على أشعة الليزر (محمود عوني محمد، حنان، ٢٠١٩، ص ٥٣:٥٤) .

التكنولوجي التسويق على نطاق أوسع لأكثر عدد من البطاقات في الفعاليات الثقافية المختلفة التي ينظمها المتحف، وأفاد نحو ٦٤٪ بأن المصصقات التعريفية متوفرة بلغات مختلفة ولكن تم تفعيل ذلك بنسبة ضعيفة، فالبطاقات مكتوبة باللغتين العربية والإنجليزية فقط، كما هو موضح بملحق الصور (٦).

وعن مدى وجود خط سير للزائر يستطيع من خلاله المرور على جميع القاعات بانتظام أشار ٥٧,٧٪ بأنه لم يتم المرور على نفس المعروضات بعد مشاهدتها، في حين كشف ٤٢,٣٪ بأن سياق العرض غير مناسب فهذه النسبة تمر على نفس المعروضات، وهو ما يتطلب تشكيل لجان تتولى وضع سيناريو للعرض المتحفي أو سيناريوهات يختار أفضلها، وتتضمن هذه اللجان (أثريين متخصصين، مصممي العرض)، وللخبرة دور في نجاح هذه المهمة، كما أشار ٧٢,٦٪ بأن ترتيب القاعات مناسب داخل المتحف.

وتعتبر القاعات بما تحتويه بؤرة اهتمام الزائرين في المتحف، وتقيد نتائج الدراسة الميدانية أن القاعة الأولى (قاعة الملوك والشخصيات) تعد من أهم القاعات بالنسبة للزائرين؛ حيث بلغت نسبتهم ٣٣,١٪، كما هو موضح بالجدول (١٧)؛ حيث تحتوي هذه القاعة على ٢١٠ قطعة أثرية وتضم تمثال لنابليون ولوحة للملك "شباكا" أحد ملوك الأسرة الخامسة والعشرين، وغيرها من الفاترينات واللوحات، تليها من حيث الأهمية القاعة الثالثة (المطبخ المصري القديم) بنحو ٢٤٪ فهي تشمل مجموعة من الأواني وأدوات المطبخ المصنوعة من الألباستر والجرانيت والفخار وطبق التقديم والهون وكيفية حفظ الطعام في العصور القديمة من خلال استخدام طمي النيل في صنع السدادات الطينية، وتتذيل القاعة السادسة (التراث) بنسبة ٤,٦٪ ترتيب القاعات من حيث الأهمية بالنسبة لزوار المتحف.

جدول (١٧) التوزيع العددي والنسبي للقسم (القاعة) الأهم لزانري عينة متحف سوهاج القومي عام ٢٠٢٣ م

القسم (القاعة) الأهم	القاعة الأولى (الملوك والشخصيات)		القاعة الثانية(الأسرة والوضع الاجتماعي)		القاعة الثالثة (المطبخ المصري القديم)		القاعة الرابعة (الحرف والصناعات)		القاعة الخامسة (النسيج)		القاعة السادسة (التراث)		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%				
	٥٨	٣٣,١	٢٩	١٦,٦	٤٢	٢٤	٢٢	١٢,٦	١٦	٩,١	٨	٤,٦	٢,٦٢	١,٥٠٤

المصدر: من إعداد الباحثة، اعتمادًا على الدراسة الميدانية، ٢٠٢٣ م.

وبدأت المتاحف تعمل على ابتكار وسائل ترويجية لجذب أكبر عدد من الزائرين؛ لكي يُعَمَّل المتحف على خارطة الجذب السياحي، ومن أمثلة هذه الوسائل المعارض المؤقتة ^(١) داخل المتحف؛ حيث يقوم المتحف بوضع خطة مسبقة لموضوعات المعرض المؤقت لمدة عام، فينظم أربعة معارض مختلفة الموضوعات بالسنة، وأهم ما يميز المعرض المؤقت بمتحف سوهاج القومي هو ما يحققه من روح التغيير على المكان، مما يؤدي لاستقطاب الزائرين فهي تهدف إلى عرض مجموعة من القطع الأثرية التي تركز على موضوع بعينه، ويتم تغييره كل ثلاثة شهور، مما يسهم في إثراء الحياة المعاصرة والاطلاع على كل ما هو جديد فيشجع على الزيارات المتكررة للمتحف والتعرف على العرض الأثري الجديد، كما يحقق المزيد من الاستفادة والمعرفة لدى الزائرين، وبسؤال أفراد العينة عن فرصة إقامة معارض مؤقتة يرغبون في تنظيمها بالمستقبل بمتحف سوهاج القومي، فطالبوا بإقامة (معرض للكائنات الحية المرتبطة بنهر النيل، المعرض النوبي، معرض للأسلحة عبر العصور المختلفة، معرض لبعض الأدوات الموسيقية التي كانت تلعب دوراً في الطقوس الدينية، معرض للمخطوطات النادرة الإسلامية، معرض للأيقونات الأثرية والمسيحية من الأديرة، معرض للأعمال اليدوية التي تشتهر بها محافظة سوهاج، معرض من كليات العلوم والطب والآداب).

هـ - التقييم الجغرافي لأداء الخدمات بالمتحف (مستوى رضا الزائرين عن جودة الخدمات):

تتعدد المقومات التي تجعل للمتاحف دوراً في الجذب السياحي منها: (موقع المتحف - سهولة الوصول - رسوم الدخول - صالات العرض - الملصقات التعريفية - نظافة المتحف)، وكشفت بيانات الجدول (١٨) والشكل (١٧) أن ٦٤,٦٪ من أفراد العينة أكدوا أن المتحف مصمم بما يلائم الموقع الجغرافي بتقدير ممتاز؛ حيث إمكانية الوصول إليه بوسائل النقل العامة المتعددة، وأشار ٢٧,٤٪ بأنه جيد، في حين أوضح ٨٪ بأن المتحف مصمم بتقدير مقبول؛ ومرد هذه النسب أنه على الرغم من موقع المتحف على نهر النيل الذي يناسب جغرافية المكان فنهر النيل (شريان الحضارة) في مصر، إلا أن بعض الزائرين اعترضوا على الموقع الجغرافي للمتحف لقربه من مديرية أمن محافظة سوهاج، وعدم وجود موقف للسيارات تابع للمتحف، مما يجعل بعض مالكي السيارات يجدون صعوبة في إيجاد أماكن انتظار لسيارتهم أثناء الزيارة للمتحف، وعبر

^(١) المعرض المؤقت، يقوم على أساس الإعارة من المتاحف الأخرى لفترة معينة أو يُنظَّم في مناسبة معينة مثل: (عيد المدينة - الاحتفال باكتشاف مقبرة - مرور عدة سنوات على إنشاء المتحف وهكذا).

البعض أن موقع المتحف يلعب دورًا أساسيًا في جذب وإقبال الزائرين وتزداد مكانته إذا كان الموقع بالقرب من مواقع الآثار بالمحافظة، مما يشجع على زيارته بصورة أكبر، لذا كشف بعضهم أن موقع المتحف غير ملائم.

جدول (١٨) التوزيع العددي والنسبي لمستوى رضا الزائرين عن جودة الخدمات بمتحف سوهاج القومي عام ٢٠٢٣م

الترتيب	المعيار العام	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	ممتاز		جيد		مقبول		ضعيف		المتغير
				%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	
٤	موافق بدرجة عالية	٠,٦٣٩	٣,٥٧	٦٤,٦	١١٣	٢٧,٤	٤٨	٨	١٤	٠	٠	موقع المتحف
٩	موافق بدرجة متوسطة	٠,٨٠٩	٣,٢٠	٤٤,٦	٧٨	٣٠,٩	٥٤	٢٤,٥	٤٣	٠	٠	رسوم الدخول
٣	موافق بدرجة عالية	٠,٦٩٤	٣,٦١	٧٠,٣	١٢٣	٢٢,٣	٣٩	٥,١	٩	٢,٣	٤	سهولة الوصول
٢	موافق بدرجة عالية	٠,٥٨٦	٣,٧١	٧٧,١	١٣٥	١٨,٣	٣٢	٣,٤	٦	١,١	٢	الإجراءات الاحترازية
١	موافق بدرجة عالية	٠,٤٩٢	٣,٨٢	٨٥,١	١٤٩	١٢,٦	٢٢	١,١	٢	١,١	٢	نظافة المتحف
٥	موافق بدرجة عالية	٠,٦٥٨	٣,٥٥	٦٣,٤	١١١	٢٩,٧	٥٢	٥,٧	١٠	١,١	٢	الشعور بالرضا بعد الزيارة
٨	موافق بدرجة عالية	٠,٧١٨	٣,٣٩	٤٩,٧	٨٧	٤٣,٤	٧٦	٣,٤	٦	٣,٤	٦	تقييم المعلومات التي حصل عليها الزائر
٦	موافق بدرجة عالية	٠,٦٤١	٣,٥٤	٦١,١	١٠٧	٣٣,١	٥٨	٤,٦	٨	١,١	٢	طرق عرض مقتنيات المتحف
٧	موافق بدرجة عالية	٠,٧٢٦	٣,٥٠	٦١,٧	١٠٨	٢٩,١	٥١	٦,٩	١٢	٢,٣	٤	مدى توافر المصنفات التعريفية
-	موافق بدرجة عالية	٠,٤٤٩	٣,٥٤	المتوسط العام								

المصدر: من إعداد الباحثة، اعتمادًا على الدراسة الميدانية، ٢٠٢٣ م.

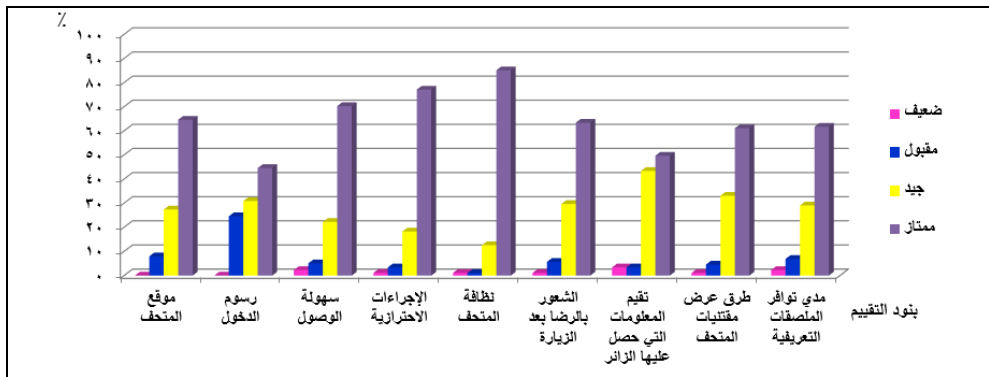
وتشير النتائج أن درجة تقييم رسوم الدخول للمتحف تقع ما بين الممتاز والجيد بنحو ٧٥,٥٪ من جملة العينة؛ حيث أن معظم الزائرين اعتبروها أسعار رمزية وتتناسب مع جميع الفئات المجتمعية وخاصة طلاب المدارس والجامعات، في حين أشار حوالي ٢٤,٥٪ بأن الأسعار مقبولة.

ويُلاحظ من الجدول أن ٧٠,٣٪ من أفراد العينة أفادوا بسهولة الوصول للمتحف بتقدير ممتاز ونحو ٢٢,٣٪ بتقدير جيد؛ حيث تتعدد وسائل النقل المتاحة للوصول، كما يكشف الجدول عن درجة رضا الزائرين عن التزام المتحف بإجراءات الأمن والسلامة والإجراءات الاحترازية بما يعادل ٧٧,١٪ بتقدير ممتاز و ١٨,٣٪ جيد، وعن نظافة المتحف كانت ما بين ممتاز وجيد بنسبة ٨٥,١٪ و ١٢,٦٪ على الترتيب، فيعتبر هذا المتحف واجهة محافظة سوهاج أمام الزوار.

وهناك شعور إيجابي بالرضا من قبل أفراد العينة عن زيارة المتحف بنحو ٦٣,٤٪ بتقدير ممتاز و ٢٩,٧٪ جيد؛ حيث أشاروا عن رضائهم عن أنشطة المتحف المفيدة والمدعمة في التعبير بحضارتهم وشرح تاريخهم، وعن تقييم الزائرين للمعلومات التي حصلوا عليها من المتحف كشف ٨٧ فردًا بنسبة ٤٩,٧٪ أن مستويات المعلومات ممتازة، كما جاءت آراء المستطلعين أن مستوى المعلومات جيد بعدد ٧٦ فرد بنحو ٤٣,٤٪، وتماثلت نسبة الضعيف والمقبول بنحو ٣,٤٪، ثم قامت الدراسة بالوقوف على طرق عرض المقتنيات بالمتحف فهي الوسيلة التي يمكن من خلالها توصيل رسالة المتحف إلى الزائرين، ويتضح من بيانات الجدول أن طرق عرض مقتنيات المتحف من وجهة نظر أفراد العينة ممتازة بنحو ٦١,١٪، فالمعروضات تم وضعها في مستوى نظر الزائر وتم توزيع التحف داخل الفاترينات الزجاجية المجهزة بيئياً من خلال وضع جهاز قياس الرطوبة، كما هو موضح بملحق الصور (٦)، كما أن التحف والقطع الأثرية معروضة بطريقة خالية من العيوب، وكشف الزائرون أن بالمتحف استراتيجية واضحة للعرض المتحفي، وهي أسلوب العرض

الموضوعي^(١) ويعتبر العرض بالمتحف من أهم المؤثرات على انطباعات الزائرين فإن كانت أساليب العرض تقليدية وثابتة وغير مبتكرة فإنها تؤثر على تكرار الزيارة للمتحف .

وعن مدى توافر ملصقات (بطاقات) تعريفية للمعروضات، فقد أشار ٦١,٧٪ أنها متوفرة بتقدير ممتاز، و ٢٩,١٪ متوفرة بتقدير جيد، وتكشف الدراسة الميدانية أن البطاقات أو الملصقات التعريفية الموجودة بالمتحف تبرز المعلومات المطلوب توافرها للزائر عن القاعة ككل، كما هو موضح بملحق الصور (٦)، وليس عن كل قطعة أثرية بالمتحف، وبوجه عام هي بطاقات موحدة في أنحاء المتحف وحجمها مناسب، وكشف ٢,٣٨٪ من الزوار أن درجة الملصقات ضعيفة بالنسبة لهم، ومرد ذلك ربما لأن المتحف يفتقر إلى الملصقات الرقمية والتي يتم عرضها باستخدام شاشات العرض أو باستخدام تقنيات الهاتف المحمول من خلال باركود عن كل قطعة أثرية تعطي معلومات عنها بلغات مختلفة للزائرين، على الرغم من أنها أهم الوسائل التعريفية المستخدمة في مجال المتاحف.



شكل (١٧) التوزيع النسبي لمستوى رضا الزائرين عن جودة الخدمات بمتحف سوهاج القومي عام ٢٠٢٣م

وبلغت درجة موافقة أفراد العينة على مستوى جودة الخدمات داخل المتحف في المتوسط العام طبقاً لمقياس ليكرت الرباعي^(٢) نحو (٣,٥٤) وهي موافقة بدرجة عالية، إذ تقع في بداية الفئة

(١) العرض الموضوعي: يقصد به أن كل قاعة تتحدث عن موضوع بذاته وموجود داخل كل قاعة قطع أثرية من حقب تاريخية مختلفة لنفس الموضوع، بصرف النظر عن مادة الصنع مثل (قاعة تضم الحلبي مصنوعة من مواد مختلفة ولعصور مختلفة أيضاً) (عبد الحميد، نور جلال، ٢٠١٩، ص ٣٧٩).

(٢) مقياس ليكرت الرباعي: (١-١,٧٥): غير موافق، (١,٧٦-٢,٥): موافق بدرجة ضعيفة، (٢,٥-٣,٢٥): موافق بدرجة متوسطة، (٣,٢٦-٤): موافق بدرجة عالية (عبدالفتاح، عز حسن، ٢٠٠٨، ص ٥٣٩).

العالية (٣,٢٦ إلى ٤)، وهو ما يشير بوضوح إلى توافر مستوى الخدمات داخل المتحف بشكل جيد، وعن الانحراف المعياري بلغ المتوسط العام له (٠,٤٤٩) وهو يوضح وجود التوافق بين إجابات أفراد العينة في أغلب العبارات، فكلما قل المتوسط عن الواحد الصحيح تشير إلى وجود تقارب بين إجابات أغلب المستطلعين.

و . التقييم الجغرافي للزائرين عن الزيارة للمتحف:

أظهرت نتائج الاستبيان عن تقييم الزائرين لموظفي المتحف وسلوكهم بشكل عام، كما هو موضح بالجدول (١٩)، وأفاد ٦٦,٣ ٪ من عينة الزائرين أن سلوك موظفي المتحف بشكل عام ممتاز وأن بعضهم جعل الزيارة منظمة، فإن جميع موظفي المتحف هم سفراء له، كما عبر ٣,٤ ٪ فقط أن سلوكهم بدرجة ضعيف (غير لائق).

كما كشفت الدراسة الميدانية أن ٢٧,٤ ٪ من عينة الزائرين أقرروا أن تقييم مسئول الشرح جيد، ونحو ١٢,٦ ٪ بأنه مقبول من حيث وضوح الشرح والإجابة على أسئلتهم، وهذا يدل على ضعف دور هذا العنصر في زيادة حركة الزوار للمتحف وكشف نحو ٨ ٪ بأن شرح موظفي المتحف ممتاز وهي نسبة ضئيلة جدًا، كما أظهرت النتائج تشتت الإجابات فهناك ٤٨ ٪ من أفراد العينة لم يصاحبهم ممثلي المتحف لشرح القطع الأثرية به واقتصرت معلوماتهم على الملصقات التعريفية والتي لا تقدم شرحًا وافيًا أو معلومات أكثر تفصيلًا كالمرشد أو ممثلي المتحف، وأشار أفراد العينة على عدم وجود مرشدين سياحيين متخصصين داخل المتحف يتولون إدارة الزيارات المتحفية وإرشاد الأفواج المختلفة التي تزور المتحف، ويكشف ذلك عن نقاط الضعف بالمتحف التي يجب الاهتمام بتنميتها، في حين أن مجال الإرشاد السياحي يعتبر العمود الفقري للعملية السياحية والإرشادية فهو التفاعل بين الزائر والإرشاد المتحف، والتي يتم من خلاله توصيل المعلومة التي تهم الزائر/السائح عن المكان بما يحقق الانطباع الجيد والتأقلم مع المكان، فإن شعر الزوار بعدم الرضا؛ فإن ذلك من شأنه أن يشكل اتجاهًا سلبيًا نحو المتحف مستقبلاً، وقد لا يُقبل الزائر على زيارة المتحف مرة أخرى، وقد يمتد ذلك التأثير إلى عائلته وأصدقائه.

جدول (١٩) التوزيع العددي والنسبي للتقييم الجغرافي للزائرين عن زيارة متحف سوهاج القومي عام ٢٠٢٣ م

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الترتيب	%	العدد	المتغيرات
٠,٧٣٢	٣,٥٥	٤	٣,٤	٦	ضعيف
		٣	٤,٠	٧	مقبول
		٢	٢٦,٣	٤٦	جيد
		١	٦٦,٣	١١٦	ممتاز
١,٢٦٤	٣,٨٣	٤	٤	٧	ضعيف
		٢	١٢,٦	٢٢	مقبول
		١	٢٧,٤	٤٨	جيد
		٣	٨	١٤	ممتاز
		-	٤٨	٨٤	لم يكن هناك ممثلو الشرح
٠,٤٠٥	١,٧٩	٢	٢٠,٦	٣٦	نعم
		١	٧٩,٤	١٣٩	لا
٠,١٨٢	١,٠٣	١	٩٦,٦	١٦٩	نعم
		٢	٣,٤	٦	لا
٠,٢٠٩	١,٠٥	١	٩٥,٤	١٦٧	نعم
		٢	٤,٦	٨	لا
٠,٣٤٥	١,١٤	١	٨٦,٣	١٥١	نعم
		٢	١٣,٧	٢٤	لا
٠,٤٢٨	١,٢٤	١	٧٦,٠	١٣٣	نعم
		٢	٢٤,٠	٤٢	لا

المصدر: من إعداد الباحثة، اعتمادًا على الدراسة الميدانية، ٢٠٢٣ م.

وتبين من الجدول (١٩) أن ٧٩,٤٪ من أفراد العينة لم يتصفحوا الموقع الإلكتروني لمتحف سوهاج القومي، مما يؤكد ضعف الوعي لدى الزائرين بالموقع وأهميته على الرغم من اعتباره مصدر مهم للحصول على كافة المعلومات الخاصة بالمتحف، ولم يتجاوز ربع عينة الزائرين ممن لديهم معرفة بالموقع الإلكتروني للمتحف.

وعن مدى قابلية عينة الدراسة لزيارة متحف سوهاج القومي مرة أخرى إذ تسنى لهم ذلك في المستقبل، فقد أفاد ٩٦,٦٪ من أفراد العينة عن رغبتهم في زيارته مرة ثانية، بينما أشار ٣,٤٪ إلى عدم رغبتهم في ذلك، مما يشير إلى أن المتحف بالطبع من العناصر الأساسية والرئيسية في الجذب السياحي والثقافي وله مستقبل إذا زاد الاهتمام به وبما يقدمه من خدمات تعليمية وثقافية

وترفيهية، وإذا أُخذَ في الاعتبار نسبة ٣,٤٪ من أفراد العينة لم يقوموا بزيارة المتحف مرة أخرى، فقد يكون السبب أنهم زاروا المتحف من قبل ولا يوجد تغيير أو تنوع بالآثار، أو لعدم وجود مرشدين سياحيين متخصصين لإمدادهم بالمعلومات عن المتحف، فضلاً عن عدم توافر مكان لانتظار وسائل النقل، بجانب ذلك ذكر البعض المعاملة السيئة من بعض العاملين بالمتحف، مع عدم وجود أماكن استراحة للزائرين داخل المتحف وعدم وجود مطاعم وكافيتريات وبازارات لبيع الهدايا التذكارية مما يلبي احتياجات الزائرين للمتحف في اقتناء منتجات ذات طابع تذكاري أو تاريخي، وتُصوّر البعض منهم بأن طريقة ترتيب الآثار أو تغيير وتجديد وسائل العرض في القاعات يكون ببطء وعلى فترات متباعدة، فالمتحف من وجهة نظرهم مكان مغلق لحفظ وتخزين الآثار فقط.

وتتفق نتائج رغبة تكرار الزيارة للمتحف السالف ذكرها مع الرغبة في دعوة الآخرين لزيارة المتحف وهناك شعور إيجابي من قبل أفراد العينة عن دعوة الأصدقاء والمعارف بنسبة ٩٥,٤٪، كما كشف نحو ٨٦,٣٪ أن مواعيد الدخول مناسبة، في حين أوضح ١٣,٧٪ بأنها غير مناسبة؛ حيث تقتصر على فترة واحدة من التاسعة صباحاً حتى الثالثة عصراً، ويتعارض ذلك مع مواعيد العمل والدراسة الرسمية للعديد من السكان فهؤلاء يفضلون زيارة المتحف مساءً كنوع من الترفيه الثقافي، وأشار نحو ٧٦٪ من عينة الدراسة برغبتهم في استرجاع القطع الأثرية الخاصة بمحافظة سوهاج والمعروضة بالمتحف المصري والتي قد تسهم في تطوير وإزدهار متحف سوهاج القومي.

جدول (٢٠) التوزيع العددي والنسبي لأكثر الأنشطة التي يرغب الزائرون في مشاهدتها بمتحف سوهاج القومي عام ٢٠٢٣ م

أكثر الأنشطة التي يرغب الزوار في مشاهدتها	جولة داخل المتحف مصحوبة بالشرح		أفلام تسجيلية ووثائقية		سرد القصص		المعارض		ورش عمل مدتها عشرون دقيقة		أخرى		الجملة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪	الجملة		
٣٩	٢٢,٣	٤٤	٢٥,١	٢٣	١٣,١	٤٢	٢٤	٢٤	٢٤	١٣,٧	٣	١,٧	١٧٥	٢,٨١	١,٤٦٥

المصدر: من إعداد الباحثة، اعتماداً على الدراسة الميدانية، ٢٠٢٣ م.

كشفت نتائج المسح الميداني أن أكثر الأنشطة التي يرغب الزائرون في مشاهدتها بالمستقبل داخل المتحف هي الأفلام التسجيلية والوثائقية عن القطع الأثرية مع خريطة توضح المواقع التي تم من خلالها استخراج هذه القطع، فضلاً عن عرض أفلام عن أهم الشخصيات بالمتحف

مثل (الإله سخمت- الإله وني) بنحو ٢٥,١٪، كما هو موضح بالجدول (٢٠)، يليها نشاط المعارض بنحو ٢٤٪، وعلى أن تتنوع لتشمل جميع الفئات العمرية ما بين (معارض فنية- معارض للتنوع البيولوجي- معارض تفاعلية لذوي الهمم- معارض للزخارف الإسلامية - معارض للأدوات الموسيقية وغيرها)، كما طالب ١٣,٧٪ من أفراد العينة بتنظيم ورش عمل تصل مدتها لعشرين دقيقة عن الكورسات الحياتية وورش عمل للأطفال، وتفعيل ركن لسرد القصص داخل المتحف عن ملوك وشخصيات المتحف لكل منهما بنسبة ١٣,١٪ .

ز- العلاقة بين (عدد مرات الزيارة ومدة الزيارة لعينة من زائري متحف سوهاج القومي):

يُلاحظ من الجدول (٢١) أن ٣١,٨٪ من أفراد العينة زاروا المتحف لمدة ساعة واحدة، ربما لأنها زيارة استطلاعية وجولة إرشادية؛ حيث سبق لهم زيارة المتحف أكثر من مرة قبل ذلك أي (٥-٧مرات)، في حين أدلى ٦٥,٦٪ ممن زاروا المتحف لأول مرة بأن مدة المكوث داخل المتحف تجاوزت ساعتين، فتعد هذه الزيارة الأولى لهم ومحاولة منهم للتعرف على التحف، فضلاً عن مشاركة البعض منهم في حضور ورش عمل ومعارض ومحاضرات والتي تتجاوز مدتها ساعتين.

جدول (٢١) العلاقة بين متغيري (عدد مرات الزيارة ومدة الزيارة) بمتحف سوهاج القومي عام ٢٠٢٣م

الجملة	٧-٥ مرات		٤-٢ مرات		مرة واحدة		الزيارة الأولى		المتغير
	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪	العدد	٪	
ساعة واحدة	٩	٢٠,٥	١٠	٢٢,٧	١١	٢٥	١٤	٣١,٨	٤٤
ساعتين فأكثر	٨٦	٦٥,٦	٩	٦,٩	٣٥	٢٦,٧	١	٠,٨	١٣١
الجملة	٩٥	٥٤,٣	١٩	١٠,٨	٤٦	٢٦,٣	١٥	٨,٦	١٧٥

المصدر: من إعداد الباحثة، اعتماداً على الدراسة الميدانية، ٢٠٢٣م .

٢- خصائص موظفي متحف سوهاج القومي وتقييمهم للمتحف :

تم تطبيق الاستبانة لسؤال موظفي ومسؤولي المتحف عن إمكانية جعل متحف سوهاج القومي عنصر جذب سياحي بالمحافظة وتنمية السياحة الثقافية، وتضمن الاستبيان المحاور التالية:

أ -البيانات الديموغرافية:

ب- الأساليب التسويقية التي يعتمد عليها المتحف:

ج - دور المتحف تجاه المجتمع:

د -التقييم الجغرافي لمستوى رضا الموظفين بالمتحف عن التسهيلات والخدمات:

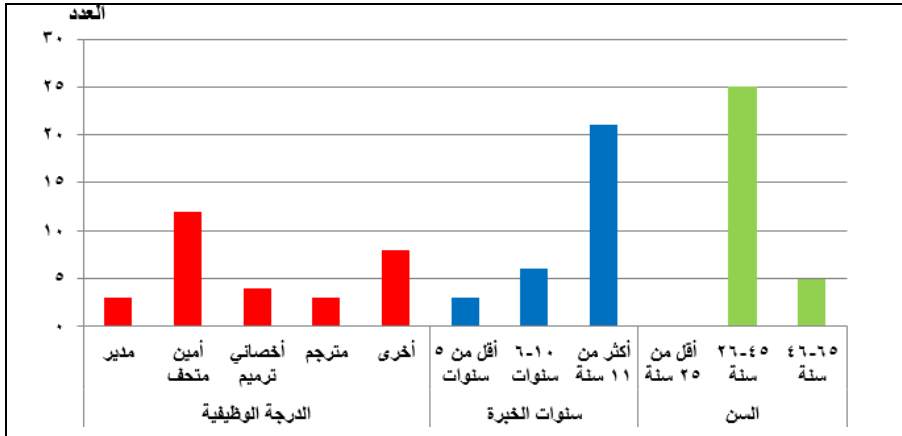
أ - البيانات الديموغرافية:

إن مسؤولية التعامل مع الزائرين تقع على كاهل موظفي المتحف والعاملين به ويتصدر من يعملون في وظيفة أمناء المتحف بنحو ٤٠٪ من إجمالي مفردات العينة وهم متخصصون في التأكد من سلامة وتخزين وحفظ المحتويات المتحفية وشرح المتحف للزائرين، كما أنهم ينظمون المعارض داخل المتحف، يليهم مسئولو الوظائف الأخرى بنسبة ٣٠٪ وتتوزع ما بين (رسام، أمين مخازن، مسئول مكتبة، مسئول قسم تعليمي وغيرهم)، ويتنيل المترجم بالمتحف أفراد العينة بنحو ٦,٦٪ من إجمالي أفراد عينة المسؤولين، ولسنوات الخبرة أثر إيجابي على أغلب الأنشطة والفعاليات داخل المتاحف وأظهرت نتائج الدراسة الميدانية أن حوالي ما يقرب من ثلاث أرباع عينة الدراسة ٧٠٪ لديهم خبرة بالعمل داخل المتحف لأكثر من إحدى عشرة سنة، وهو ما يعبر عن معرفة معظم موظفي المتحف بالقواعد داخل المتحف والتعرف على المشكلات والسلبيات الموجودة والمتوقعة، وقد أظهر متغير السن تفاوتاً في النسب المئوية، كما هو موضح بالجدول (٢٢) والشكل (١٨)، وتأتي فئة السن (٢٦-٤٥ سنة) في قمة الهرم حسب السن، إذا بلغت ٨٣,٣٪ من إجمالي عينة الدراسة لموظفي المتحف، يليها فئة السن (٤٦-٦٥ سنة) بنحو ١٦,٧٪.

جدول (٢٢) التوزيع العددي والنسبي للبيانات الديموغرافية لعينة من موظفي متحف سوهاج القومي عام ٢٠٢٣ م

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الترتيب	٪	العدد	المتغيرات	
١,٥٠٢	٢,٥٣	٥	١٠,٠	٣	مدير	الدرجة الوظيفية
		١	٤٠,٠	١٢	أمين متحف	
		٣	١٣,٣	٤	أخصائي ترميم	
		٤	٦,٦	٢	مترجم	
		٢	٣٠	٩	أخرى	
٠,٦٧٥	٢,٦٠	٣	١٠,٠	٣	أقل من ٥ سنوات	سنوات الخبرة
		٢	٢٠,٠	٦	٥-١٠ سنوات	
		١	٧٠,٠	٢١	أكثر من ١١ سنة	
٠,٣٧٩	٢,١٧	٠	٠	٠	أقل من ٢٥ سنة	السن
		١	٨٣,٣	٢٥	٢٦-٤٥ سنة	
		٢	١٦,٧	٥	٤٦-٦٥ سنة	

المصدر: من إعداد الباحثة، اعتماداً على الدراسة الميدانية، ٢٠٢٣ م.



شكل (١٨) التوزيع العددي للبيانات الديموغرافية لعينة من موظفي متحف سوهاج القومي عام ٢٠٢٣ م

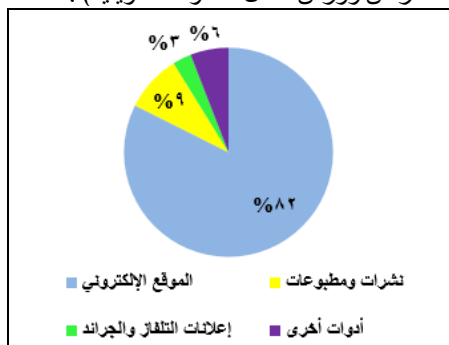
ب- الأساليب التسويقية التي يعتمد عليها المتحف:

تعد أدوات وآليات التسويق صورة لتكوين المتحف، فيلعب الترويج للمتحف دورًا في تنشيط السياحة بمحافظة سوهاج، وأتيح للموظفين تحديد أكثر من خيار عند الإجابة على سؤال حول الأساليب التسويقية التي يعتمد عليها المتحف؛ لأنه ليس شرطاً أن تكون أداة تسويقية واحدة تروج للمتحف، ويعتبر المتحف بحد ذاته مكاناً لترويج المحافظة سياحياً، وكشفت بيانات الجدول (٢٣) والشكل (١٩) أن التسويق الإلكتروني يأتي في الترتيب الأول بنسبة ٨٢,٤٪، وأفاد موظفو المتحف أن عملية التسويق للمتحف تقتصر على عرض المعلومات على الموقع الإلكتروني للمتحف وتشجيع الأفراد على الزيارة من خلال معرفتهم للنشاطات والفعاليات التي يعلن عنها المتحف على صفحته بالفيس بوك، يليه النشرات والمطبوعات بنحو ٨,٨٪ وتقل نسبتها على الرغم من أهميتها لما تحتويه من معلومات تفيد الزائرين فمثل هذه المطبوعات تسهم في الترويج وزيادة الإقبال، ولكن نظراً لضعف العائد المادي للمتحف يقل أعداد المطبوعات ويكون الاعتماد الأكبر على الموقع الإلكتروني للمتحف، وتسهم دراسة هذا العنصر في التعرف على مواطن القوة والضعف في الأساليب التسويقية للمتحف ومحاولة لتبني أدوات وآليات جديدة أكثر تأثيراً؛ لا سيما الاعتماد على التقنيات الحديثة للوصول إلى الجمهور المستهدف كالمتحف المتنقل، وتوصي الدراسة بتحديث موقع المتحف الإلكتروني ليدعم لغات أخرى غير العربية؛ حيث يعد وسيلة تواصل مهمة بين المتحف والسياح الأجانب.

جدول (٢٣) التوزيع العددي والنسبي للأساليب التسويقية التي يعتمد عليها متحف سوهاج القومي عام ٢٠٢٣ م

الأساليب التسويقية	الموقع الإلكتروني		نشرات ومطبوعات		إعلانات التلفاز والجراند		أدوات أخرى*		الجملة	
	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
	٢٨	٨٢,٤	٣	٨,٨	١	٢,٩	٢	٥,٩	٣٤	١٠٠

المصدر: من إعداد الباحثة، اعتمادًا على الدراسة الميدانية، ٢٠٢٣ م .
*أدوات أخرى (تتمثل في المعارض وورش العمل، كأدوات تسويقية) .



شكل (١٩) التوزيع النسبي للأساليب التسويقية التي يعتمد عليها متحف سوهاج القومي عام ٢٠٢٣ م

ج - دور المتحف تجاه المجتمع:

يجذب المتحف فئات المجتمع المختلفة، لذا أُتيح اختيار أكثر من إجابة عن سؤال (من هم الفئات الأكثر زيارة للمتحف؟)؛ لأنه ليس شرطاً أن تكون فئة واحدة فقط تزور المتحف، وأوضحت النتائج بالجدول (٢٤) والشكل (٢٠) أن غالبية الزائرين من فئة (طلاب المدارس والجامعات) بنحو ٧٠,٧%، وهذا يعني أن للمتحف دوراً يقوم به في خدمة المجتمع من خلال ربط المدارس والجامعات بالمتحف، وتعد المتاحف بيئة تعليمية مثيرة وتمثل مصدراً خصباً في تناول المعلومات، فهي تنمي لدى الطلاب اتجاهات خاصة بالملاحظة ومشاهدة التطور الحضاري والتاريخي للحضارة المصرية وبذلك للمتحف دور في الحفاظ على الهوية الوطنية عن طريق ربط الطلاب بماضيهم من خلال المعارض بالمتحف وبذلك يعتبر جزءاً من نظام تعليمي غير مؤسسي، وتوصي الدراسة بإدخال المتاحف ضمن المناهج الدراسية ووجود مقررات تحث على الاهتمام بها لزيارتها، فقد يسهم هذا المقترح في جذب طلاب المدارس الريفية بالمحافظة، يليها الباحثون بنحو ٩,٨%، فالسائحون الأجانب والرحلات العائلية والأصدقاء بنحو ٧,٣% لكل منهم، وهي نسب ضئيلة؛ ومرد انخفاض الزيارات من السائحين الأجانب هو انخفاض زيارات الأجانب لمحافظة

سوهاج بوجه عام، فقد بلغت (٦٠٠٣) زائر، وعن متحف سوهاج القومي بشكل خاص بلغت (٤٩٦) زائر عام ٢٠٢٣م، كما كان لصفحة المتحف على الإنترنت أثر أيضا على انخفاض حركة الزوار الأجانب؛ حيث أنها تدعم اللغة العربية فقط.

جدول (٢٤) التوزيع العددي والنسبي لأكثر فئات الزيارة للمتحف من وجهة نظر موظفي المتحف عام ٢٠٢٣م

أكثر فئة زيارة للمتحف	السائحون الأجانب		طلاب المدارس والجامعات		الباحثون		رحلات عائلية وأصدقاء		رحلات من دور العبادة	
	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
	٣	٧,٣	٢٩	٧٠,٧	٤	٩,٨	٣	٧,٣	٢	٤,٩

المصدر: من إعداد الباحثة، اعتمادًا على الدراسة الميدانية، ٢٠٢٣م.



شكل (٢٠) التوزيع النسبي لأكثر فئات الزيارة للمتحف من وجهة نظر موظفي المتحف عام ٢٠٢٣م

كشف الجدول (٢٥) والشكل (٢١) أن نسبة كبيرة من أفراد العينة (٦٦,٧%) أشارت بعدم احتلال متحف سوهاج القومي مكانة متقدمة في البرامج السياحية المنفذة وأوضحت الدراسة بضرورة الاهتمام بالمتحف وإدراجه كمكون من مكونات البرامج السياحية بالتنسيق مع الشركات السياحية بمحافظات الأقصر وأسوان والغردقة، وأظهر (٧٣,٣%) من عينة الموظفين بأن المتحف لا يقدم لافتات واضحة للزائرين تسهل الوصول إليه في (مواقف السيارات ومحطة القطار وعلى طريق المشاة ووسائل النقل العام)، كما كشف نحو (٦٦,٧%) بأن لغة العرض داخل المتحف اقتصرت على اللغة العربية والإنجليزية فقط، مع عدم توافر مرشدين سياحيين بالمتحف لشرح المعروضات، وأن أمين المتحف هو من يقوم بهذه المهمة، وأشار موظفو المتحف إلى عدم توافر مترجم بلغة الإشارة داخل المتحف بنحو (٨٦,٧%)، وعبر (٧٠%) من موظفي المتحف بأن المتحف مصمم بما يلائم الموقع والمناخ؛ حيث موقعه المتميز نسبياً على نهر النيل، وعلى الرغم من أهمية هذا العنصر إلا أن المرسى النهري معطل واقترح موظفو المتحف إعادة تشغيله، مما قد

يسهم في تطوير المتحف، وأفاد ما يزيد من نصف العينة (٥٦,٦%) أن المتحف يقدم البرامج الخاصة بالاستدامة البيئية من خلال ورش العمل المخصصة في هذا المجال.

وعن قيام التوثيق المتحفي باستخدام التقنيات الرقمية الحديثة فهي تمت بشكل ضعيف؛ حيث كشف موظفو المتحف أنهم غير راضون بنسبة (٤٦,٧%)، فالمتحف لا يعتمد على الملصقات الرقمية أي أنه لا يتم عرض المعلومات على شاشة العرض، كما لا يوفر المتحف أجهزة صوتية صديقة للبيئة واقتصر على استخدام الحاسب الآلي في إدخال البيانات عن خصائص الزائرين والإيرادات وأنشطة المتحف، على الرغم من أن تطبيق الإدارة الإلكترونية لمحتويات المتحف وإيجاد قنوات توزيع معتمدة على الإنترنت من الوسائل الفعالة في وضع المتحف بقوة على خارطة عناصر الجذب السياحي الثقافي.

جدول (٢٥) التوزيع العددي والنسبي للتقييم الجغرافي لموظفي متحف سوهاج القومي عن مدى توافر الخدمات بالمتحف عام ٢٠٢٣ م

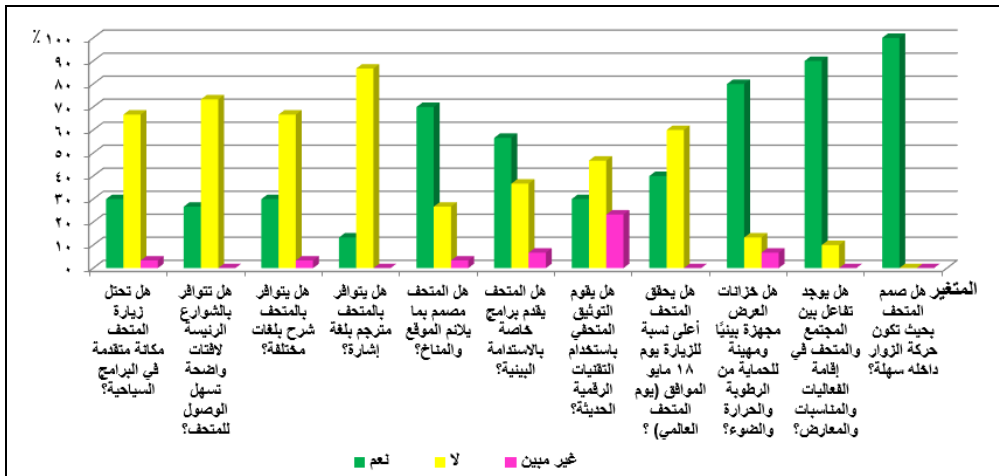
الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الترتيب	%	العدد	المتغيرات
٠,٥٥٦	١,٣٧	٢	٣٠,٠	٩	نعم هل تحتل زيارة المتحف مكانة متقدمة في البرامج السياحية؟
		١	٦٦,٧	٢٠	لا
		٣	٣,٣	١	غير مبين
٠,٤٥٠	١,٧٣	٢	٢٦,٧	٨	نعم هل تتوافر بالشوارع الرئيسية لافتات واضحة تسهل الوصول للمتحف؟
		١	٧٣,٣	٢٢	لا
		٠	٠	٠	غير مبين
٠,٥٢١	١,٧٣	٢	٣٠,٠	٩	نعم هل يتوافر بالمتحف شرح بلغات مختلفة؟
		١	٦٦,٧	٢٠	لا
		٣	٣,٣	١	غير مبين
٠,٣٤٦	١,٨٧	٢	١٣,٣	٤	نعم هل يتوافر بالمتحف مترجم بلغة إشارة؟
		١	٨٦,٧	٢٦	لا
		٠	٠	٠	غير مبين
٠,٥٤٧	١,٣٣	١	٧٠,٠	٢١	نعم هل المتحف مصمم بما يلائم الموقع والمناخ؟
		٢	٢٦,٧	٨	لا
		٠	٣,٣	١	غير مبين
٠,٦٣٠	١,٥٠	١	٥٦,٦	١٧	نعم هل المتحف يقدم برامج خاصة بالاستدامة البيئية؟
		٢	٣٦,٧	١١	لا
		٣	٦,٧	٢	غير مبين
٠,٨١٧	١,٧٧	٢	٣٠,٠	٩	نعم هل يقوم التوثيق المتحفي باستخدام التقنيات الرقمية الحديثة؟
		١	٤٦,٧	١٤	لا
		٣	٢٣,٣	٧	غير مبين

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الترتيب	%	العدد	المتغيرات
٠,٤٩٨	١,٦٠	٢	٤٠	١٢	نعم هل يحقق المتحف أعلى نسبة للزيارة يوم ١٨ مايو الموافق (يوم المتحف العالمي)؟
		١	٦٠	١٨	لا
		٠	٠	٠	غير مبين
٠,٥٨٣	١,٢٧	١	٨٠	٢٤	نعم هل خزانات العرض مجهزة بيئياً ومهيئة للحماية من الرطوبة والحرارة والضوء؟
		٢	١٣,٣	٤	لا
		٣	٦,٧	٢	غير مبين
٠,٣٠٥	١,١٠	١	٩٠	٢٧	نعم هل يوجد تفاعل بين المجتمع والمتحف في إقامة الفعاليات والمناسبات والمعارض؟
		٢	١٠	٣	لا
		٠	٠	٠	غير مبين
٠,٠٠٠	١,٠٠	١	١٠٠	٣٠	نعم هل صمم المتحف بحيث تكون حركة الزوار داخله سهلة؟
		٠	٠	٠	لا
		٠	٠	٠	غير مبين

المصدر: من إعداد الباحثة، اعتماداً على الدراسة الميدانية، ٢٠٢٣ م.

وينظم المجلس الدولي للمتاحف منذ عام ١٩٧٧م ذكرى سنوية في ١٨ مايو من كل عام (اليوم العالمي للمتاحف) وأشارت عينة الدراسة (٦٠٪) من موظفي المتحف بأنه لا يحقق أعلى نسبة زيارة في هذا اليوم وتقل الزيارات إليه على الرغم من الفعاليات المقدمة بمتحف سوهاج القومي في هذا اليوم؛ ومرد ذلك توافق ذلك التاريخ مع تاريخ عقد الامتحانات بالمدارس والجامعات، كما سبق الإشارة، وحققت عينة الدراسة أعلى نسبة تأييد للموافقة على مدى ملائمة خزانات العرض للبيئة بنحو (٨٠٪)، فالمتحف يتبع الوسائل المتعارف عليها للحفاظ على المعروضات كوجود الجهاز الخاص بقياس الرطوبة داخل فاترينات العرض، كما أن المتحف يحتوي على معامل الترميم والصيانة، وعند سؤال أفراد العينة عن مدى وجود تفاعل بين المجتمع والمتحف في إقامة الفعاليات والمعارض أشاروا أنه تتحقق بدرجة كبيرة بنسبة (٩٠٪) فالمتحف يحرص على المشاركة الاجتماعية من خلال تنظيم الأنشطة الثقافية ومشاركة أفراد المجتمع في الاحتفال بالمناسبات المختلفة، كما يحرص على مشاركة جميع الفئات من خلال توفير تذاكر دخول مجانية لعدد من أفراد المجتمع وهم: (الأطفال الأيتام - كبار السن فوق ٦٠ سنة - رحلات المدارس الحكومية - طلاب الجامعات من كليات الآثار والآداب قسم تاريخ والسياحة والفنون

الجميلة- الهندسة" بالإضافة إلى ذوي الهمم)، وكشف نحو ١٠٪ عن أن هناك محدودية في تفاعل المتحف مع المجتمع المحيط مما ينعكس سلبيًا على أهدافه ورسالته، واتفق جميع أفراد العينة على أن المتحف مصمم بحيث تكون حركة الزائرين داخله سهلة بشكل كبير؛ حيث يوجد خط سير للزائر بحيث يستطيع المرور على جميع القاعات بانتظام، وتوصلت الدراسة بأن موظفي المتحف يتطلعون إلى السياحة كقوة إيجابية في دعمها لتحقيق أهداف المتحف السياحية والتعليمية والثقافية واستقبال المزيد من الزائرين له.



شكل (٢١) التوزيع النسبي لتقييم موظفي متحف سوهاج القومي عن مدى توافر الخدمات بالمتحف عام ٢٠٢٣م

د- التقييم الجغرافي لمستوى رضا الموظفين بالمتحف عن التسهيلات والخدمات:

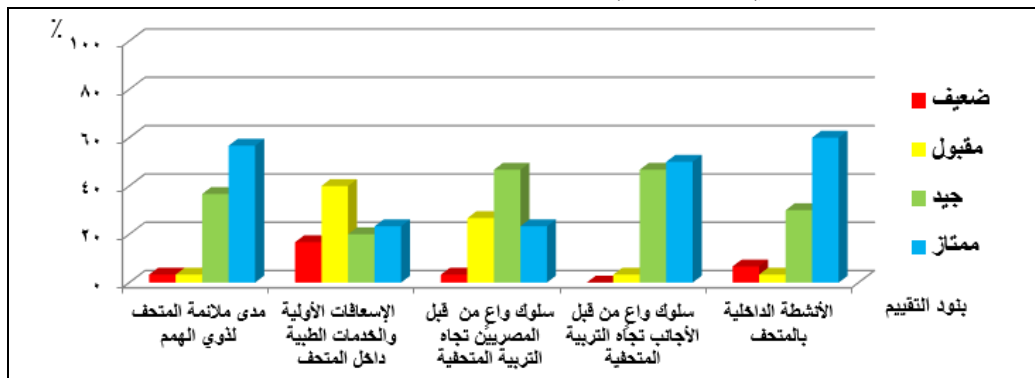
نستخلص من بيانات الجدول (٢٦) والشكل (٢٢) أن الغالبية من أفراد العينة نحو ٥٦,٧٪ أظهروا أن المتحف ملائم لذوي الاحتياجات الخاصة (ذوي الهمم) بتقدير ممتاز؛ حيث سهولة الحركة والتنقل داخله فهو ملائم لذوي الإعاقة الحركية (استخدام العربات)، كما يوجد مصعد كهربائي لاستقبالهم، وكشف نحو ٣٦,٧٪ بأنه جيد؛ لعدم توافر الإمكانيات البشرية المؤهلة للتعامل مع فئة المكفوفين وعدم توافر بطاقات شارحة لكل قطعة أثرية بطريقة برايل، كما لم يتم إعداد برامج خاصة لذوي الإعاقة الذهنية.

جدول (٢٦) التوزيع العددي والنسبي لمستوى رضا الموظفين بالمتحف عن التسهيلات والخدمات المقدمة للزائرين عام ٢٠٢٣ م.

المتغير	ضعيف		مقبول		جيد		ممتاز		المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المعيار العام	الترتيب
	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%				
مدى ملائمة المتحف لنوي الهمم	١	٣,٣	١	٣,٣	١١	٣٦,٧	١٧	٥٦,٧	٣,٤٧	٠,٧٣٠	موافق بدرجة عالية	٢
الإسعافات الأولية والخدمات الطبية داخل المتحف	٥	١٦,٧	١٢	٤٠,٠	٦	٢٠,٠	٧	٢٣,٣	٢,٥٠	١,٠٤٢	موافق بدرجة متوسطة	٥
سلوك واع من قبل المصريين تجاه التربية المتحفية	١	٣,٣	٨	٢٦,٧	١٤	٤٦,٧	٧	٢٣,٣	٢,٩٠	٠,٨٠٣	موافق بدرجة متوسطة	٤
سلوك واع من قبل الأجانب تجاه التربية المتحفية	٠	٠	١	٣,٣	١٤	٤٦,٧	١٥	٥٠,٠	٣,٤٧	٠,٥٧١	موافق بدرجة عالية	١
الأنشطة الداخلية بالمتحف	٢	٦,٧	١	٣,٣	٩	٣٠,٠	١٨	٦٠	٣,٣٠	١,٠٥٥	موافق بدرجة عالية	٣
المتوسط العام												-

المصدر: من إعداد الباحثة، اعتماداً على الدراسة الميدانية، ٢٠٢٣ م.

وأظهرت الدراسة الميدانية أن نحو (٤٠٪) من إجمالي عينة موظفي المتحف قيموا مدى توافر وجود الإسعافات الأولية بالمتحف بتقدير مقبول؛ حيث لا يوجد خدمات طبية وعلاج للحالات الطارئة، كما أكد (٤٦,٧٪) من موظفي المتحف بوجود وعي لدى المصريين تجاه التربية المتحفية بشكل جيد، وأيضاً هناك وعي كافٍ لدى السائحين الأجانب تقديره ممتاز بنسبة (٥٠٪)، وعن الأنشطة الداخلية بالمتحف فقد توفرت بتقدير ممتاز (٦٠٪)؛ حيث عقدت كثير من الفعاليات والمعارض ذات الموضوعات المتنوعة تزامناً مع الأحداث التاريخية والاحتفالات (كعيد الأم، ورأس السنة، والمولد النبوي وشهر رمضان، وغيرها) والتي تعد وسائل تسويقية مبتكرة من قبل المتحف لإيصال منتجها لأكبر شريحة من الزائرين .



شكل (٢٢) التوزيع النسبي لمستوى رضا الموظفين بالمتحف عن التسهيلات والخدمات المقدمة للزائرين عام ٢٠٢٣ م.

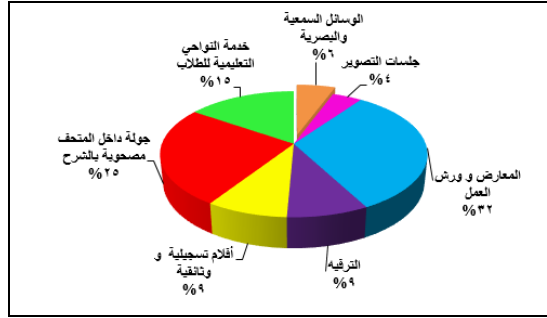
وبوجه عام هناك محاور تحققت بشكل ممتاز من وجهة نظر موظفي المتحف وهي (ملئمة المتحف لذوي الهمم (الإعاقة الحركية) - والسلوك الواعي من قبل السائحين الأجانب تجاه التربية المتحفية - والأنشطة الداخلية بالمتحف) بنسبة ٥٦,٧% و ٥٠% و ٦٠% على التوالي.

جدول (٢٧) التوزيع العددي والنسبي لأكثر الأنشطة والخدمات جذبًا للزائرين من وجهة نظر موظفي المتحف عام ٢٠٢٣ م

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	خدمة النواحي التعليمية للطلاب		جولة داخل المتحف مصحوبة بالشرح		أفلام تسجيلية وثائقية		الترفيه		المعارض وورش العمل		جلسات التصوير		الوسائل السمعية والبصرية		أكثر الأنشطة التي يرغب الزوار في مشاهدتها أو ممارستها
		العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	
٠,٢٢٣٤٨	٠,٣٣٨١	١١	١٥,٤	١٨	٢٥,٤	٦	٨,٥	٦	٨,٥	٢٣	٣٢,٤	٣	٤,٢	٥,٦	٤	

المصدر: من إعداد الباحثة، اعتمادًا على الدراسة الميدانية، ٢٠٢٣ م.

وأكدت عينة الدراسة الميدانية (موظفو المتحف) أنه قد يكون هناك أكثر من نشاط يجذب الزائرين لمتحف سوهاج، لذا أتيح اختيار أكثر من إجابة لأنه ليس شرطًا أن يكون نشاطًا واحدًا فقط محط جذب للزائرين، وتختلف الأنشطة داخل متحف سوهاج القومي، كما هو موضح بالجدول (٢٧) والشكل (٢٣)؛ حيث كشف أفراد العينة أن أكثر ما يجذب اهتمام الزائرين هو نشاط المعارض المؤقتة وورش العمل داخل المتحف بنسبة ٣٢,٤%، وأشاروا أن هناك تنوع بالأنشطة فيها ويمكن للمتحف جذب السياحة الميسرة بعد تجهيز قاعات العرض لاستقبال السائحين من ذوي الهمم، ثم تأتي جولة داخل المتحف مصحوبة بشرح بنسبة ٢٥,٤%، يليها خدمة النواحي التعليمية للطلاب بنسبة ١٥,٤%، ويتمثل نشاط عرض الأفلام التسجيلية والوثائقية مع نشاط الترفيه بنحو ٨,٥%، وهو ما يؤكد المفهوم الخاطئ وتدني الوعي بمفهوم المتحف بأنه لا يمكن تهيئته كمكان ترفيهي، أما النسبة الأقل فقد ذهبت إلى الوسائل السمعية والبصرية، وجلسات التصوير بنحو ٥,٦% و ٤,٢% لكل منهما على الترتيب، ويتيح هذا السؤال تقييم الأنشطة والفعاليات بالمتحف من أجل الوقوف على حجم الاستفادة المتوقعة والفعاليات الأكثر جذبًا لتطويرها بشكل يزيد من رغبات واحتياجات الزائرين.



شكل (٢٣) التوزيع النسبي لأكثر الأنشطة والخدمات جذبًا للزائرين من وجهة نظر موظفي المتحف عام ٢٠٢٣ م

النتائج والتوصيات:

أولاً النتائج:

يتنوع المنتج أو الخدمة التي يقدمها المتحف للزوار من (صالات عرض-خدمات تعليمية وبحثية-أنشطة داخلية-معارض وورش عمل وغيرهم)، ومن خلال العرض للإطار (النظري والميداني) نستنتج أن المتاحف ليست مجرد مخازن عرض للتراث الثقافي للدولة، وإنما مؤسسات ثقافية وتعليمية يرتادها الزوار لأغراض متنوعة، ويتوقف نجاحها على مدى قدرتها لجذب المزيد من الزوار، ومن خلال استقراء المعلومات وتحليل البيانات يمكن استخلاص بعض النتائج العامة التي تتعلق بموضوع الدراسة، فضلاً عن تحليل SWOT للمتاحف المصرية بوجه عام والتركيز على متحف سوهاج القومي، فشأنه شأن العديد من المتاحف لديه نقاط قوة وضعف، كما تتاح له فرص يمكن الاستفادة منها في تطوير أنشطته وإمكانياته، كما تعترضه تهديدات تعرقل نشاطه ومن خلال التحليل الرباعي يمكن تقديم رؤية استراتيجية لإحياء متحف سوهاج القومي وإمكانية تطويره وتوظيفه سياحياً.

- النتائج العامة :

(١) تبين من خلال تطبيق المؤشرات الكمية لدراسة سمات وخصائص المتاحف المصرية من منظور جغرافي: * أن محافظة القاهرة جاءت في المرتبة الأولى من حيث المكانة المتحفية عام ٢٠٢١ م بمؤشر بلغ ٣٢,١٪، ثم الإسكندرية بنحو ١٧,٩٪.

* سجلت الفاعلية المتحفية في سبعة مستويات هم: (١) الفاعلية الممتازة ضمت محافظتان (كفر الشيخ، الغربية). (٢) الفاعلية بدرجة جيد جدًا ضمت ثلاث محافظات (الإسكندرية،

الأقصر، أسوان). (٣) الفاعلية الجيدة فحل بها خمس محافظات (القاهرة، المنوفية، البحيرة، الفيوم، سوهاج). (٤) حققت محافظات (السويس، دمياط، الدقهلية، قنا، الوادي الجديد) درجة فاعلية متوسطة. (٥) الفاعلية الضعيفة جاءت في ست محافظات (بورسعيد، القليوبية، الإسماعيلية، الجيزة، المنيا، البحر الأحمر). (٦) أما الفاعلية الضعيفة جدًا فكانت لمحافظة (مرسى مطروح). (٧) سجلت الفاعلية القزمية في خمس محافظات (شمال سيناء، الشرقية، بني سويف، أسيوط، جنوب سيناء) وتعني أن كل المتاحف خامدة سياحيًا بهذه المحافظات الخمس.

* سجلت المتاحف المصرية مؤشر غطاء مكاني متحفي عام ٢٠٢١م بلغت قيمته ٦٣٥٥ كم^٢/ للمتحف، وتصدرت محافظة الوادي الجديد محافظات الجمهورية، وذلك بفضل مساحتها الواسعة .

* رصدت المتاحف مؤشر غطاء بشري متحفي عام ٢٠٢١م بلغت قيمته (١٣٠٠ ألف نسمة/ للمتحف) أي أن المتحف الواحد في مصر يخدم ما يزيد عن مليون نسمة تقريبًا.

* تأتي محافظات (القاهرة، الإسكندرية، الجيزة) في صدارة المحافظات لمؤشر التركيز وشكلوا ٦٢,٨٪ من إجمالي المتاحف بالجمهورية.

* سجل مؤشر الإقبال المتحفي عام ٢٠٢١م نحو (٤١,٣ ألف زائر/ للمتحف)، وعن مؤشر الارتياح المتحفي اليومي فبلغ (٨,٨ ألف زائر/ لليوم)، أما عن مؤشر الإشغال المتحفي، فبلغت قيمته (١١,٣٪)، فهناك عدد كبير من المتاحف الخامدة والمعطلة بمحافظة الجمهورية.

(٢) تضافرت العوامل الجغرافية المؤثرة في سياحة المتاحف أو زيارتها بمدينة سوهاج، وتنوعت ما بين عوامل طبيعية وبشرية.

(٣) يعتبر افتتاح متحف سوهاج القومي في ١٢/٨/٢٠١٨م من أهم الأحداث السياحية بمحافظة سوهاج، وتنوعت الزيارات للمتحف حسب مصادر الحركة فحقق زائرو المدينة النسب الأعلى للزيارة عن زائري القرى؛ حيث بلغت نسبتهم ٩٣,١٪، كما كانت معظم الزيارات من داخل المحافظة بنحو ٩٦,٦٪ والنسبة الباقية من المحافظات الأخرى، وحقق زمن الوصول إلى

المتحف (٢٠-٦٠ دقيقة) أعلى نسبة بنحو ٤٨٪، وتتوعدت الزيارة حسب النوع وبلغت نسبة الإناث ٨١,٧٪، وعن فئة السن تفوقت الفئة (الأقل من ٢٥ سنة) فئات العمر لزيارة المتحف بنسبة ٦٨٪، وطبقاً للحالة التعليمية حقق طلاب المدارس والجامعات أعلى نسبة ومعظمهم من المدارس الخاصة بنحو ٦١,٧٪ وتقل زيارات الرحلات من دور العبادة بنحو ١,١٪، وكشفت الدراسة الميدانية ارتفاع نسبة الرحلات المنظمة من قبل المدارس والجامعات بنحو ٦٨,٦٪ من جملة العينة، وارتبط ذلك بموسم الزيارة؛ حيث ارتفع عدد المترددين للمتحف أثناء الموسم الدراسي بنسبة ٦٥,١٪، وجاء شهرا (ديسمبر ونوفمبر) في المرتبة الأولى والثانية بنحو ٤٥,١٪ و ١٣,١٪ على الترتيب، وتذيل شهرا (أبريل ويونيو) شهور الزيارة للمتحف بنسب ٢,٣٪ لكل منهما، وتظهر النتائج أن نصف أفراد العينة نحو ٥٤,٣٪ لم يسبق لهم زيارة متحف سوهاج القومي، وكشفت الفئة الأكبر أنه لم تتح لهم الفرصة لزيارة المتحف من قبل، كما أن أغلب الزوار قضوا ساعتين فأكثر بالمتحف بنحو ٧٤,٩٪، وتعددت دوافع الزيارة للمتحف وتصدرت الزيارة مع الرحلات المدرسية والجامعية دوافع الزيارة بنسبة ٦٨,٦٪ .

(٤) اختلفت الآراء بين موظفي وزائري المتحف حول أكثر الوسائل دعايةً لمتحف سوهاج القومي وأفاد الزائرون بأنهم حصل على معلوماتهم عن المتحف من خلال المدارس والجامعات، أما الموظفون فأشاروا بأن الموقع الإلكتروني للمتحف هو المصدر الرئيسي والوسيلة الأسرع لنشر المعلومات حول المتحف والدعاية له.

(٥) كشف المسح الميداني عن العلاقة بين متغيري (عدد مرات الزيارة ومدة المكوث بالمتحف)، وأدلى ٦٥,٦٪ ممن زاروا المتحف لأول مرة بأن مدة المكوث داخل المتحف تجاوزت ساعتين، في حين كشف الذين زروا المتحف من (٥-٧ مرات) نحو ٣١,٨٪ بأن مدة المكوث لا تتجاوز ساعة واحدة .

(٦) أوضحت الدراسة أن مسئولية التعامل مع الزائرين تقع على كاهل موظفي المتحف، ويتصدر العاملون في وظيفة أمناء المتحف نحو ٤٠٪ من إجمالي مفردات العينة، ويتذيل موظفو الترجمة أفراد العينة نحو ٦,٦٪ ، وعن متغير السن تأتي فئة (٢٦-٤٥ سنة) في قمة الهرم حسب السن لموظفي المتحف وشكلوا ٨٣,٣٪.

٧) كشف موظفو المتحف أن أكثر ما يجذب اهتمام الزائرين هو نشاط المعارض المؤقتة وورش العمل بنحو ٣٢,٤٪، فالمتحف يهتم بتقديم برامج حول الاستدامة البيئية من خلال ورش العمل للأطفال والطلاب، ويتنيل نشاط جلسات التصوير داخل المتحف الأنشطة المهمة للزائرين بنسبة ٤,٢٪.

- تحليل SWOT :

نقاط قوة:

١) من خلال دراسة طبيعة المتاحف ووظائفها، فلا يوجد تصنيف واحد للمتاحف ويعزز هذا التنوع استقطاب أعداد كبيرة من الزائرين، وبالتالي تأتي المتاحف في المرتبة الثانية كعامل جذب سياحي بعد المواقع التاريخية والنصب التذكارية التي تقاسمت المرتبة الأولى، فضلاً عن تنوع القاعات بمتحف سوهاج القومي؛ حيث تتحدث كل قاعة عن موضوع بذاته، فكل قاعة بها قطع أثرية من حقبة تاريخية مختلفة لنفس الموضوع، مع انفراد المتحف بـ ٧٠٠٠ قطعة أثرية وعدد من الموميאות فهي آثار ممزوجة بالفن والأصالة والتاريخ .

٢) عبر زائرو متحف سوهاج القومي عن سلوك موظفي المتحف بوجه عام كان ما بين الممتاز والجيد.

٣) تطور حجم الحركة لمتحف سوهاج القومي من تاريخ الافتتاح في أغسطس ٢٠١٨م حتى ٢٠٢٣م؛ حيث قفزت الأعداد من (١٤٦٣٠) زائر إلى (١٨٣٩٣) زائر عام ٢٠٢٣م؛ فتزايدت الأعداد إلى ما يقرب من (٤٠٠٠) زائر خلال خمس سنوات تقريباً .

٤) أسهم موقع متحف سوهاج القومي على نهر النيل ومساحته التي تبلغ ٥٦٠٠م^٢ في استقطاب الزائرين؛ حيث المنظر الطبيعي الخلاب.

٥) تبين من خلال الدراسة أن خط سير الرحلة للزائرين كان خصيصاً لزيارة المتحف دون زيارة معالم أخرى بالمدينة بنسبة ٨٦,٣٪، ولذا أسهمت هذه الورقة البحثية في تصميم خريطة جغرافية لمعالم مدينة سوهاج والتي تسهل زيارة المتحف مع هذه المعالم القريبة في نفس يوم الزيارة من خلال جمع البيانات المكانية والوصفية للمناطق السياحية (الإسلامية-المسيحية-الأثرية-الترفيهية-

الحديثة) القريبة من المتحف، مع أماكن خدمات المطاعم والكافيتريات والفنادق وشركات السياحة والمطار مدعومة بجدول المسافات وطرق الوصول.

٦) كشف السائقون أن (شارع الجمهورية- شارع كورنيش النيل الغربي- شارع أسيوط/سوهاج) من أفضل الشوارع للوصول للمتحف، وذلك لاتساع الشارع لكل منهم بنحو ٣٠م، ٢٢م، ٢٠م على الترتيب، فضلاً عن قصر المسافة، وأرجع خمسهم إلى جودة الطريق ونحو عشرهم إلى إمكانية سير السيارة بسرعة بعيداً عن وقت الذروة، ويعزي البعض إلى قلة الازدحام بشوارع الجمهورية، كما يفضل السائقون سلوك (كوبري سوهاج- أخميم) نظراً لقصر المسافة المؤدية للمتحف، وأوضح البعض الآخر من السائقين باتباع (طريق سوهاج-أخميم) للقادمين من شرق المدينة للمتحف، فهو من أفضل الطرق للوصول لسكان شرق النيل.

٧) أسهمت زيارة أفراد العينة للمتحف في التعرف على الحضارة المصرية بنسبة ٩٥,٤% من إجمالي عينة الدراسة وزيادة المعلومات التاريخية كون المتحف مصدر للثقافة السياحية .

٨) اتفق كلٌّ من موظفي وزائري المتحف بأن حركة الزائرين داخل المتحف سهلة؛ حيث يُسمح للزائر التجول داخل المتحف بخط سير منتظم واستعراض القاعات والتعرف على المعروضات بشكل منظم .

٩) هناك توافق بين رأي الموظفين والزائرين حول أكثر الفئات المجتمعية زيارة للمتحف وهم فئة طلاب المدارس والجامعات وتتنيل القائمة فئات السائحين الأجانب .

١٠) يضم متحف سوهاج القومي ست قاعات متنوعة الموضوعات، فضلاً عن قاعة المعرض المؤقت، وكشف ٣٣,١% من الزائرين أن القاعة الأولى(الملوك الشخصيات) تعد أهم القاعات .

١١) أفاد ٧٠% من موظفي المتحف بأن المتحف مصمم بما يلائم الموقع والمناخ، كما يهتم بتقديم برامج خاصة بالاستدامة البيئية، وأشار ٨٠% بأن خزانات العرض مجهزة بيئياً بوجود جهاز الرطوبة داخل فائيرينات العرض، وعبر ٩٠% أن هناك تفاعل بين المجتمع والمتحف في إقامة الفعاليات والأنشطة.

(١٢) اتضح من إجابات زائري المتحف عن تقييم جودة الخدمات بالمتحف من (نظافة المتحف- الإجراءات الاحترازية- سهولة الوصول- موقع المتحف- الشعور بالرضا بعد الزيارة) بأنها متوفرة بدرجة عالية ٣,٥٤ في المتوسط المرجح (العام) طبقاً لمقياس ليكرت الرباعي؛ حيث تقع ضمن الفئة (٤-٣,٢٦) وهي تعني موافقة بدرجة عالية، مما يعطي مؤشرات أن تقييم الزائرين لبعض الخدمات بمتحف سوهاج القومي ممتازة .

(١٣) رحب الزائرون ٩٦,٦٪ بالعودة مرة أخرى لزيارة المتحف، وقد أشار ٩٥,٤٪ بدعوة الآخرين للزيارة فهؤلاء من أصدقاء المتحف .

(١٤) أظهرت نتائج الدراسة الميدانية أن حوالي ما يقرب من ثلاث أرباع العينة من موظفي المتحف (٧٠٪) لديهم خبرة بالعمل بالمتاحف لأكثر من إحدى عشرة سنة، مما يعبر عن مدى معرفة أفراد العينة من الموظفين عن المشكلات والسلبيات الموجودة والمتوقعة .

(١٥) كشفت إجابات عينة موظفي المتحف عن مستوى رضاهم عن التسهيلات والخدمات المقدمة لزوار المتحف من (ملائمة المتحف لذوي الهمم - توفير الإسعافات الأولية- سلوك كل من المصريين والسائحين الأجانب تجاه التربية المتحفية- الأنشطة الداخلية) بأنها متوفرة بدرجة متوسطة؛ حيث المتوسط العام ٣,١٢ وتقع ضمن الفئة (٣,٢٥-٢,٦) طبقاً لمقياس ليكرت الرباعي وهو يعطي مؤشرات بأن المتحف في حاجة إلى تحسين الخدمات وتطويرها لجذب المزيد من الزائرين والسياح.

نقاط الضعف:

(١) كشفت أرقام الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء أن المتاحف المصرية خلال الفترة (٢٠١٠م - ٢٠٢١م) صنفت إلى نوعين من المتاحف (متاحف الفن والتاريخ، ومتاحف العلوم الطبيعية والبحث والتطبيقية) وتفاوتت متاحف الفن والتاريخ في أعدادها ووصلت إلى ٧٠ متحفاً عام ٢٠٢١م، أما الأخرى فبلغت ثمانية متاحف فقط.

(٢) شهدت حركة الزوار لمتحف سوهاج تنذبذب في بعض السنوات من خلال مؤثرات وأحداث تركت بصماتها على الحركة للمتحف، فضلاً عن عوامل أخرى وهي:

- عدم توفر أماكن استراحة (أماكن الجلوس المؤقتة) للزوار داخل المتحف.
 - قلة توافر الخدمات لذوي الهمم والأنشطة وماكينات المكفوفين وبطاقات بطريفة برايل .
 - عدم تشغيل المرسى النهري .
 - عدم توافر حجز تذاكر المتحف إلكترونياً .
 - يفتقر المتحف لأماكن خاصة به لانتظار السيارات .
 - نقص الخدمات والتسهيلات الملحقة كالمطاعم والكافيتريات والبازارات لبيع الهدايا التذكارية بالمتحف.
 - عدم توافر خرائط جيب صغيرة والكتيبات الإرشادية عن المتحف للزوار .
 - عدم توافر جراج للسيارات خاص بالمتحف.
- (٣) كان توزيع المتاحف بين محافظات جمهورية مصر العربية توزيعاً غير عادل، فاحتلت محافظتا القاهرة والإسكندرية أولى المحافظات في أعداد المتاحف عام ٢٠٢١م بنسبة ٣٢,١٪ و ١٧,٩٪ على الترتيب، أما بعض المحافظات مثل (السويس ودمياط والدقهلية والشرقية) فتحتوي على أقل عدد من المتاحف، وذلك وفقاً لحصر الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء بنشرة الإحصاءات الثقافية .
- (٤) أشار ٨٠,٦٪ من زائري المتحف بعدم مشاهدتهم لبطاقات الدعوة الخاصة بمتحف سوهاج القومي من قبل.
- (٥) ذكر ٣٦٪ من الزائرين بعدم تنوع لغة الملصقات التعريفية فهي متوفرة باللغة العربية والإنجليزية فقط وللقاعة ككل وليس لكل قطعة أثرية على حدة، كما يعاني المتحف من عدم وجود ملصقات تعريفية بطريفة برايل وماكينات المكفوفين.
- (٦) أظهرت نتائج المسح الميداني أن الإضاءة بالمتحف لا تؤثر على رؤية المعروضات ولكنها خافتة وضعيفة، وأفاد أحد موظفي المتحف أن الإضاءة بالمتحف كافية ولكن لا تعمل بكامل طاقتها؛ حيث يتم تخفيض الإنارة تضامناً مع قرار ترشيد استهلاك الكهرباء الموجهة للمتحف من هيئة الكهرباء بالمحافظة.

(٧) انتقدت آراء موظفي المتحف وزائريه على انخفاض أعداد العاملين بمتحف سوهاج القومي مع عدم وجود مرشد سياحي خاص بالمتحف ومسئول تربية متحفية يتعامل مع طلاب المدارس والجامعات، وعدم توافر موظف لغة الإشارة، وبلغ عدد العاملين بالمتحف عام ٢٠٢٣م نحو ٦٧ تقريباً موظف تنوعوا ما بين (أمناء المتحف، والمدرسين، والإداريين، وغيرهم).

(٨) أشار ٦٥,١٪ من الزائرين بعدم تنوع أساليب الإرشاد المتحفية داخل المتحف؛ حيث تقتصر على موظف الشرح الذي يرافق الزائر بالمتحف، كما عبر ٤٦,٧٪ من الموظفين بأن المتحف لا يقوم باستخدام التقنيات الرقمية في التوثيق المتحفي، فالمتحف بحاجة إلى استخدام وسائل الإرشاد الصوتي كالمُرشد الصوتي في حالة غياب الموظف، مع وجود شاشة للعرض ونظارة بتقنية الهولوغرام وخرائط جغرافية موقَّع عليها أماكن استخراج القطع الأثرية الخاصة بالمتحف لتعريف الزائرين بجغرافية المكان أو عرض المقتنيات باستخدام قاعة السينما.

(٩) انتقدت آراء موظفي وزائري المتحف بأنه نقل الزيارات لمتحف سوهاج القومي، يوم ١٨ مايو الموافق اليوم العالمي للمتاحف؛ حيث كشف ٩٣,٤٪ من الزوار، و ٦٠٪ من الموظفين بانخفاض الزيارة للمتحف وحضور فاعليات هذا اليوم بالمتحف، مما يعكس ضعف الثقافة المتحفية لدى أفراد المجتمع.

(١٠) أدلى ٤٨٪ من زائري المتحف بعدم وجود ممثلي شرح لهم أثناء التجول بالمتحف، وكشفت النسبة الباقية في تقييمهم لأداء ممثلي الشرح لهم كان ما بين المقبول والجيد؛ حيث أن في حالة الأعداد الكبيرة للزائرين تظهر مشكلة ضعف صوت موظف المتحف، وهذا يدل على ضعف هذا العنصر في زيادة الحركة السياحية للمتحف، فيعتبر هذا العنصر البشري من أهم أسباب ارتفاع مستوى رضا الزائرين عن المتحف ونقل تجربته عن الزيارة إلى الأهل والأصدقاء لتتحول إلى أداة تسويقية فعالة مع تكرار الزيارة.

(١١) أوضح ٣,٤٪ من أفراد العينة بعدم رغبتهم بزيارة متحف سوهاج القومي مرة أخرى، وذلك لاعتقادهم بأنه لم يتم تغيير أو تجديد في طرق العرض بقاعات المتحف، فالمتحف من وجهة نظرهم مكان مغلق لحفظ وتخزين الآثار فقط .

١٢) هناك توافق بين رأي موظفي المتحف وزائريه حول مواعيد العمل بالمتحف والتي اقتصرت على فترة واحدة فقط هي الفترة الصباحية (التاسعة صباحًا-الثالثة عصرًا)، مما يعوق الحركة وزيارة المتحف مساءً، أي بعيدًا عن ساعات العمل أو أوقات الدوام الرسمي، كما أن المواعيد غير مناسبة في فصل الصيف.

١٣) هناك اختلاف بين آراء موظفي المتحف والزائرين حول الأساليب التسويقية للمتحف، وعبر الزائرون أن المدارس والجامعات تحتل المرتبة الأولى، بينما أشار الموظفون إلى أن الموقع الإلكتروني للمتحف هو المصدر الرئيسي.

١٤) كشفت الدراسة ضعف الثقافة السياحية المتحفية لدى أفراد المجتمع، لذا تقل الزيارات للمتحف من فئات الأسر والأصدقاء وكبار السن .

١٥) كشفت نتائج المسح الميداني بعدم الاهتمام بفئة ذوي الهمم؛ حيث لا تتوافر لهم أنشطة متحفية خاصة بهم .

١٦) أكدت نسبة كبيرة من موظفي المتحف ٦٦,٧٪ بعدم احتلال متحف سوهاج القومي مكانة متقدمة في البرامج السياحية المنفذة وإدراجه كمكون من مكونات البرامج لشركات السياحة.

١٧) أشار ٧٣,٣٪ من إجمالي عينة الموظفين بأن المتحف لا يقدم لافقات أو إعلانات تسهل الوصول إليه داخل محافظة سوهاج أو في مواقف السيارات ومحطة القطار ووسائل النقل العام وعلى طرق المشاة.

١٨) ضعف الميزانيات الحكومية المرصودة لتنمية الأنشطة والخدمات في المتحف، فالتمويل واحد من أهم المشكلات التي تواجه المتاحف بوجه عام ومتحف سوهاج القومي بشكل خاص، مما يؤثر على طلبها الثقافي والسياحي .

١٩) تشير النشرة السنوية للإحصاءات الثقافية للمتاحف زيادة في أعداد المتاحف المصرية من ٧٣ متحفًا عام ٢٠١٠ إلى ٧٨ متحفًا عام ٢٠٢١م، ولكن عدد المتاحف هذه قليل بالنسبة لتاريخ مصر وتراثها وعدد سكانها، كما أنها لم تكن عنصر جذب سياحي رئيسي وإنما عنصر ثانوي مكمل لعناصر ومناطق سياحية أساسية .

- ٢٠) كشفت الدراسة الميدانية عن فقر الكتب المدرسية عن علم المتاحف وأهميته .
- ٢١) شهدت فترة الدراسة سلسلة من الانخفاضات في أعداد الزائرين للمتاحف المصرية، ومن أوضح تلك الانخفاضات محققة في أعوام (٢٠١٠-٢٠١٢-٢٠١٣-٢٠١٧-٢٠١٨-٢٠٢٠م)، وارتبطت سنوات الانخفاض بأزمات معروفة كأزمات سياسية واقتصادية وأحداث داخلية وخارجية والتي تركت بصماتها على السياحة عمومًا وزيارة المتاحف بشكل خاص؛ حيث تسببت في ضعف الزوار الأجانب ومن أمثلتها تدهور الروبل الروسي مقابل الدولار الأمريكي مع استمرار تحذيرات السفر من عديد من الدول المصدرة، وغيرها.
- ٢٢) ضعف الترويج لمتحف سوهاج القومي من قِبل وسائل التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام من خلال استخدام وسائل الدعاية الجديدة مثل- (Anstagram - Tiktok- Snapchat - Tiwiter) والاعتماد فقط على الموقع الإلكتروني لصفحة المتحف .
- ٢٣) ضعف الإيرادات المتحفية بمتحف سوهاج القومي فلم تتجاوز الـ ٢٠٠ ألف جنيه خلال الفترة (٢٠٢١-٢٠٢٣م) رغم ما يحتويه من تراث عريق وهذا لضعف زيارات السائحين الأجانب فبلغ عدد الزائرين الأجانب لمحافظة سوهاج نحو (٦٠٠٣) زائر، وكشفت الدراسة الميدانية لمتحف سوهاج القومي عن زيارة (٤٩٦) زائر أجنبي للمتحف عام ٢٠٢٣م وهي نسبة ضئيلة جدًا، فالمتحف غير مَوْقَّع على الخريطة السياحية مع ضعف الموقع الإلكتروني للمتحف فهو لا يدعم غير اللغة العربية فقط، مما يصعب على الزائر الأجنبي الاطلاع على المعلومات عن المتحف قبل الزيارة .
- ٢٤) يظهر تأثير عامل الموسمية على حركة الزيارة لمتحف سوهاج القومي فمن خلال الإحصاءات غير المنشورة بالمتحف خلال الفترة من (٢٠٢١-٢٠٢٣م) مَثَل شهرًا ديسمبر ونوفمبر قمة الموسم جذبًا للزيارات بنسب ٢٢,٩% و ١٦,٥% على الترتيب، ثم شهر مارس بنحو ١٥,٦%، وضعف الإقبال في باقي شهور السنة والتي تراوحت بين (٣,١% - ٦,٣%)، وعلى مستوى فصول السنة يأتي فصل الشتاء في مقدمة الزيارة بمتوسط ٣٤,٥%، ويتنزل فصل الصيف بنحو ١٢,٨%.

٢٥) كشف المسح الميداني أن العلاقة بين المتحف وبعض المدارس الحكومية ضعيفة؛ حيث أن أكثر الزيارات تختص بالمدارس الخاصة بنسبة أكبر وبلغت ٦١,٧٪.

نقاط الفرص:

١) وضع متحف سوهاج القومي على خريطة السياحة العالمية بعد تزويد المتحف بالوسائل المصاحبة كالخرائط والصور والوسائل الصوتية الصديقة للبيئة كالمُرشد الصوتي في حالة غياب المرشد، وعرض القطع الأثرية في الهواء الطلق كتقنية الهولوجرام، واستخدام تقنيات الهاتف المحمول من خلال باركود يعطي معلومات عن كل قطعة أثرية بلغات مختلفة للزائرين.

٢) عدم تحديد متحف سوهاج القومي داخل مبنى بل تطبيق فكرة المتحف المتنقل لتسهيل نشر الثقافة المتحفية بالمناطق الريفية بالمحافظة والمحافظات المجاورة مثل (الأقصر، أسوان، الغردقة) وتقريب المتحف من الزائر، فالمتحف المتنقل يلعب دورًا في كسر الحواجز الجغرافية أمام المجتمع.

٣) إمكانية تحويل متحف سوهاج القومي إلى متحف افتراضي من خلال الخرائط الجغرافية والتجول داخل المتحف بدلاً من القوائم؛ حيث يمكن الاستفادة من سمات المتحف الذكي فمتحف سوهاج من المتاحف الحديثة الناشئة، فقد أنشئ عام ٢٠١٨م، والمتحف الافتراضي لن يكون بديلاً عن المتحف الحقيقي لكنه نقطة تمهيدية تشجع التعرف على المتحف وحضور الفعاليات عن بُعد كيوم المتحف العالمي أو الزيارة في أوقات الأزمات والأخطار العالمية كأزمة كوفيد ١٩.

٤) الترويج الاقتصادي لمتحف سوهاج القومي من خلال استغلال المساحات كبيرة داخل المتحف وتوفير أماكن الاستراحات والمطاعم والكافتریات والبازارات لبيع الهدايا التذكارية والتي تسهم في زيادة الدخل القومي.

٥) تشغيل المرسى النهري لمتحف سوهاج القومي وربط زيارة متحف سوهاج مع السياحة النيلية بمحافظات الأقصر وأسوان .

- ٦) يمكن الاستفادة من قاعة المعرض المؤقت بمتحف سوهاج القومي بتنظيم معارض مؤقتة لموضوعات مختلفة (كالمعرض النوبي، معرض الأدوات الموسيقية ودورها في الطقوس الدينية، معرض الصناعات المحلية والحرف اليدوية، وغيرها) مما اقترحها زائر المتحف.
- ٧) اطلاع السائحين الأجانب على تاريخ وإرث محافظة سوهاج من خلال زيارة المتحف فالعلاقة بين السياحة والمتاحف علاقة تبادلية، ومحاولة الاستفادة من هذا المرفق الحيوي مع تطوير الخدمات وإمكانية تنوع الأنشطة داخل المتحف أو حوله وجذب الاستثمارات.
- ٨) يمكن التعاون مع وزارة الاتصالات وعمل خطة تسويقية عبر شبكات التواصل الاجتماعي لمتحف سوهاج القومي ودعم الصورة الذهنية وبالتالي وضعه على الخريطة السياحية.
- ٩) انضمام المتحف لمجموعة متاحف اليونسكو.
- ١٠) إقامة حفلات مناسبة للأسر والأصدقاء، واستقبال المتحف للرحلات المدعمة مع الإعلان على ذلك.

نقاط التهديدات:

- ١) عدم وجود رؤية استراتيجية للتسويق للمتحف .
- ٢) عدم اهتمام المستثمرين بنمط سياحة المتاحف.
- ٣) افتتاح متحف سوهاج القومي الفترة الصباحية فقط.
- ٤) عدم الجدية والاهتمام الفعّال من قبل المسؤولين باستغلال المساحات الفضاء بالمتحف، وتشغيل المرسى النهري والذي سوف يكون له مردوده على زيادة الحركة السياحية للمتحف.
- ٥) نقص التمويل المادي من قبل الهيئات المعنية لدعم متحف سوهاج القومي.
- ٦) عدم وعي شركات السياحة بأهمية زيارة متحف سوهاج القومي.
- ٧) قاعات العرض داخل متحف سوهاج القومي من النوع الثابت وقد يحول دون توفير المرونة وعمل التغيير أو التبديل في عملية العرض مما يجعل المتحف يفقر إلى الجذب والتشويق.

٨) أكدت غالبية أفراد العينة ٥٦,٧% من الموظفين بأن المتحف ملائم لذوي الهمم من حيث توفير سلم ومصعد كهربائي، ولكنه بحاجة إلى ماكينات للمكفوفين وموظف لغة إشارة وملصقات بطريقة برايل فهو مناسب للإعاقة الحركية.

٩) كشفت الأرقام أن سياسة المتاحف اختلفت في جذب الزائرين؛ حيث زادت العلاقة بين المتحف والزائرين ولكن ما زالت الأعداد ضعيفة غير إيجابية لمتحف سوهاج القومي.

ثانيًا التوصيات:

في ضوء ما تناولته الدراسة بشقيها النظري والميداني، اعتمدت الباحثة على اقتراح بعض التوصيات كمقترح للتغلب على المعوقات التي ظهرت أثناء الزيارة الميدانية والمقابلات الشخصية وقامت استمارة الاستبانة بتأكيد وجود هذه المعوقات وعند التوصل إلى تحليل SWOT جاء بمثابة ملخص محدد متمثل في نقاط الضعف والتهديدات وخرجت الدراسة ببعض المقترحات والتوصيات لتطوير نمط سياحة المتاحف المصرية، بالتطبيق على متحف سوهاج القومي وتوصي الدراسة بـ :

١) إمكانية تنظيم مهرجانات سينمائية ثقافية دورية في محافظة سوهاج على غرار مهرجان الجونة السينمائي بمدينة الغردقة لجذب شرائح الزائرين المهتمين بالأنشطة الثقافية لإبراز هوية المحافظة ثقافيًا وتعزيز مكانتها على خريطة السياحة المحلية والدولية؛ ومن ثم زيارة متحف سوهاج القومي.

٢) تطوير المناطق الأثرية والسياحية بمحافظة سوهاج مثل (أخميم، ومعبد أبيدوس) ورفع كفاءة الطرق المؤدية لهذه المواقع مع تحسين الفنادق وزيادة الطاقة الاستيعابية للسياح.

٣) تنفيذ فكرة المتحف المتنقل لكسر الحواجز الجغرافية بعرض عينة من القطع الأثرية داخل مقطورة تنقل إلى محافظات (الأقصر وأسوان والغردقة) تمهيدًا للتسويق لمتحف سوهاج القومي بهذه المحافظات.

٤) تنمية مرسى ناصر السياحي بسوهاج، والمرسى النهري للمتحف ومن ثم ربط زيارة متحف سوهاج القومي مع السياحة النيلية بمحافظات الأقصر وأسوان .

٥) تطبيق تحويل متحف سوهاج القومي إلى متحف افتراضي^(١) والذي يسهل الوصول السياحي من أي مكان لزيارة المتحف؛ حيث يمكن للسائح التجول فيه عبر الإنترنت باستخدام نظارات الواقع الافتراضي، والمشاركة في الفعاليات والمناسبات كاليوم العالمي للمتاحف ١٨ مايو عن بُعد، وهذا لا يغني عن رؤية القطع الحقيقية، فهو يعزز الرغبة في الزيارة .

٦) نشر الخريطة السياحية المعدة بهذه الورقة البحثية والتي تربط زيارة متحف سوهاج القومي مع معالم متنوعة من المدينة، تنوعت ما بين معالم (إسلامية، مسيحية، أثرية، ترفيهية، حديثة) قريبة من المتحف، بجانب الخدمات من (المطاعم، والفنادق، والكافيتريات، وشركات السياحة، والمطار)، وأهم ما يميز الخريطة أنها مدعومة بجدول المسافات وطرق الوصول، لتسهيل زيارات معالم المحافظة في نفس اليوم .

وتوصي الدراسة بنشرها عبر المنصات الإلكترونية السياحية أو توزيعها ورقياً في مراكز الاستعلامات السياحية والمطارات بالمحافظات القريبة كالأقصر والغردقة وأسوان مع نشرها على الموقع الإلكتروني لوزارة السياحة.

٧) الاستفادة من المطارات في الجمهورية كموقع استراتيجي خصب للتسويق والترويج لزيارة المتاحف بالجمهورية، من خلال إقامة قاعة في كل مطار يمكن تزويدها بعينات من القطع الأثرية عن كل متحف، مع توافر مرشدين متخصصين لشرح القطع الأثرية والتسويق للمتاحف بالدولة ويمكن تطبيق ذلك في مطار سوهاج والأقصر وغيرهما .

٨) العمل على تطوير دليل متحف سوهاج القومي، وإضافة معلومات عن الأنشطة التي ستقام مستقبلاً ونشره على الإنترنت مع تحديثه وإعداد خريطة جيب صغيرة للزائرين لمسار التجول

(١) من خلال عالم الميتافيرس وهي: بيئة محاكاة رقمية تجمع بين الواقع المعزز (AR) والواقع الافتراضي (VR) (Laeq,K.,2022,.p1)، وهي من أبرز الطرق لإلهام السياح قبل الحجز بفضل تقنيات الواقع الافتراضي؛ حيث يمكن للسياح استكشاف وجهات سياحية من منازلهم براحة تامة، ويسهم ذلك في جعل التخطيط والحجز تجربة أكثر سهولة وتفاعلية، ويمكن للمستخدمين التجول في المدن التاريخية والمتاحف دون مغادرة منازلهم Lock, (C. 2025, April 25,p.1).

داخل المتحف والمرور على كل القاعات والمعروضات وذلك في حالة غياب ممثلي الشرح بالمتحف.

٩) الاهتمام بالمقومات السياحية بالقرب من المتحف أو داخله من خلال استغلال المساحات المختلفة واستحداث نشاطات المطاعم والكافيتريات واستراحات للزوار، فضلاً عن توفير بازارات لبيع الهدايا التذكارية والتسويق للمشروعات المحلية والحرفية للحفاظ على الصناعات اليدوية فهي من أهم وسائل التنشيط السياحي، إذ تستخدم هذه المقتنيات التي يحملها الزائرون من الزيارة بشكل فعال في التسويق والترويج لزيارة المتحف عن طريق الصورة الذهنية للهدايا التذكارية والتي تخلق شعور بالشغف لدى الأصدقاء للزيارة، كما يُقترح إنشاء نادي اجتماعي أو قاعة للمؤتمرات والندوات، مع استغلال سطح متحف سوهاج لتركيب لوحات الطاقة الشمسية التي تسهم في توفير الكهرباء.

١٠) إدخال زيارة المتاحف ضمن منظومة السياحة الريفية بكل محافظة؛ حيث تتضمن الجولة السياحية دعوة لزيارة متحف سوهاج القومي.

١١) توفير الإضاءة الطبيعية داخل المتحف مع محاولة لتطوير الواجهة الخارجية للمتحف من خلال نوافذ زجاجية في الطوابق العليا يمكن من خلالها رؤية المنظر الجمالي لنهر النيل.

١٢) اهتمام متحف سوهاج القومي بضرورة تطوير أسلوب العرض المتحفي وزيادة عدد القطع الأثرية، مع إدخال التكنولوجيا الحديثة باعتبارها محفزات ثقافية للمجتمعات مثل (تقنيات الذكاء الاصطناعي - الهولوغرام - الروبوتات - الهاتف المحمول) والتي ستؤثر في استقطاب مزيد من الزائرين، ولابد من تغيير المقتنيات المعروضة بشكل دائم لتزيد من الجذب والتشويق للزائرين مع توفير عدد من المرشدين المتخصصين لكي يقدم المتحف للزوار بشكل علمي.

١٣) تطوير الموقع الإلكتروني لمتحف سوهاج القومي بحيث يدعم لغات أخرى غير العربية تمكن السائحين الأجانب من التعرف على مقتنيات المتحف قبل الزيارة، مع تصميم مجموعة من الكتالوجات والصور الإلكترونية للسائحين الذين زاروا متحف سوهاج القومي والعروض، ويتم

إرسالها لهم عبر الإيميل الخاص بكل سائح، أو نشرها على موقع المتحف، مما يخلق نوع من التواصل الدائم بين المتحف والسائحين الأجانب.

(١٤) إتاحة إمكانية الدخول لمتحف سوهاج القومي لمدة لا تقل عن ١٢ ساعة وإيضاح طرق الوصول للمتحف في (مواقف السيارات، محطة القطار، طرق المشاة ، وسائل النقل العام، المطار).

(١٥) إدراج المتحف ضمن برامج الزيارات بمحافظة سوهاج مع المناطق الأثرية (أبيدوس، أتربيس، البلينا ، الشيخ حمد).

(١٦) تطبيق خدمة الحجز الإلكتروني لتذاكر متحف سوهاج القومي، ومحاولة تقديم خدمة الرسائل الإلكترونية النصية عن المتحف على أن تصل لزوار محافظة سوهاج فور وصولهم.

(١٧) عمل استبيان على صفحة الموقع الإلكتروني للمتحف، لقياس رغبات واهتمامات الزوار، مع وجود بند لطرح الشكاوى بالموقع الإلكتروني للمتحف.

(١٨) تجهيز قاعة للعرض المتحفي داخل متحف سوهاج القومي بدون حواجز أو فائريئات لتحقيق خدمة التفاعل بين الأثر والزائر.

(١٩) وضع برامج تدريبية للمتطوعين ومتابعة دورهم في التسويق المجتمعي للمتحف.

(٢٠) زيادة الاهتمام بتوفير الخدمات والأنشطة والفعاليات والمرشدين لفئة ذوي الهمم وأيضا ملائمة المعروضات (للمكفوفين)، وتوفير دليل متحفي لهم.

(٢١) التعاقد مع وسائل الإعلام العالمية لتصميم حملة ترويجية سياحية لفعاليات وأنشطة سياحة متحف سوهاج القومي وكل ما هو جديد على المنصات الإلكترونية وكافة وسائل التواصل الاجتماعي نظراً لأهميتها في التسويق للمتحف والتعرف على انطباعات وآراء الزائرين وتجاربهم السابقة لزيارة المتحف، كما يمكن التعاقد مع كُتّاب أجانب متخصصين في مجال التسويق للترويج لنمط سياحة المتاحف وكتابة مقالات عن متحف سوهاج القومي وتزويدهم بكافة المعلومات والصور اللازمة كدعوة لزيارة المتحف.

٢٢) تنفيذ برامج للتوعية والتعريف والترويج لتصحيح المفاهيم الخاطئة عن المتاحف بأنها أماكن مغلقة لحفظ الأصنام.

٢٣) توفير غرفة بالمتحف تتحدث عن مراحل إنشاء متحف سوهاج القومي.

٢٤) الاهتمام بتدريس علم المتاحف وإدراج مادة التربية المتحفية ضمن المقررات الدراسية في المدارس والجامعات والمعاهد مع نسخ (سي دي) مرفقة مع الكتاب يحتوي على خريطة للمتاحف المصرية وأفلام تسجيلية لكل متحف ومرفق معلومات عن كل متحف والعنوان وأوقات الزيارة بالمتحف وسعر التذاكر، ووضع خطة مع وزارة التربية والتعليم، ووزارة التعليم العالي بزيارة المتاحف ضمن برامج التدريب الطلابية بالجامعات والرحلات المدرسية وتشجيع الطلاب على الزيارة، ففي الوقت ذاته إعدادهم كسفراء مستقبليين للمتاحف.

٢٥) التوعية بأهمية المتاحف ودورها في نشر الثقافة السياحية لدى المواطنين والاهتمام بالوعي الأثري والتراث الحضاري.

٢٦) زيادة تفاعل المتاحف مع بعضها من جهة، ومع المؤسسات والهيئات والمعارض من جهة أخرى، من خلال إقامة معارض مؤقتة يتم فيها تبادل القطع الأثرية التي تسمح حالتها وعرض عينات من المتاحف كدعاية لزيارة هذه المتاحف.

٢٧) إبعث موظفي متحف سوهاج القومي للمتاحف العالمية لفترة قصيرة من أجل دمج الخبرات وتطوير مستوى الإداء، ويكون حافزاً للموظف المثالي.

٢٨) تأسيس جمعيات أصدقاء المتاحف لكي تساهم في تطوير متحف سوهاج القومي وتساهم في استقطاب مزيد من الزائرين.

٢٩) وضع خطة تعاون مشترك بين (وزارة السياحة والآثار، وشركات السياحة) بهدف تشجيع شركات السياحة على إدراج متحف سوهاج القومي ببرامج الرحلات السياحية من المحافظات القريبة كالأقصر والغردقة وأسوان، لتعزيز دور المتاحف في التعريف بدور الدولة.

الملاحق

ملحق (١) تطور أعداد المتاحف النشطة سياحياً بالمحافظات المصرية خلال الفترة (٢٠١٠-٢٠٢١م)

المحافظات	٢٠١٠	٢٠١١	٢٠١٢	٢٠١٣	٢٠١٤	٢٠١٥	٢٠١٦	٢٠١٧	٢٠١٨	٢٠١٩	٢٠٢٠	٢٠٢١
القاهرة	٢١	١٥	٢١	٢٢	٢٦	٢١	٢٤	٢٣	٢٤	٢٥	٢٠	٢٥
الإسكندرية	٩	٢	٤	٧	٧	٨	٦	٨	٨	١٤	١٤	١٤
بورسعيد	٢	٣	١	٢	٢	٢	٢	٣	٢	٢	٣	٢
السويس	.	٠	٠	٠	١	١	١	١	١	١	١	١
حلوان	٢	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠
دمياط	١	١	١	١	١	٢	١	٢	٢	١	٢	١
الدقهلية	١	٠	٠	٠	٠	١	٢	١	١	١	٢	١
القليوبية	.	٠	٠	١	٠	٠	٢	١	٢	١	١	١
الشرقية	٢	٠	١	١	١	٢	٠	٠	٠	٠	٠	٠
كفر الشيخ	.	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	١	١
٦ أكتوبر	٢	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠
الغربية	١	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	١	١	١
المنوفية	١	٠	٠	٠	٢	٢	٢	١	٢	٢	٣	٢
البحيرة	٢	١	٢	٢	٢	٢	١	٢	٢	٢	٢	٢
الإسماعيلية	٢	٢	٢	٢	٢	٢	٢	٢	٢	٢	١	١
الجيزة	٨	٦	٦	٧	٧	٨	٩	١١	١٣	١٢	١٤	١٠
الفيوم	.	٠	٠	٠	٠	٠	٣	٣	٣	٠	٢	٢
بني سويف	١	١	١	١	٠	١	٠	٠	٠	٠	٠	٠
المنيا	١	١	١	١	٠	١	١	١	١	١	٣	١
سوهاج	١	١	١	١	١	١	٢	٢	٣	٣	٢	٢
قنا	١	٢	١	١	١	١	٢	١	١	١	٢	١
أسوان	٢	٢	٢	٢	٣	٣	٣	٣	٢	٣	٣	٣
الأقصر	٣	٣	٢	٣	٣	٣	٤	٣	٣	٣	٣	٣
البحر الأحمر	١	١	١	٠	١	١	١	٢	١	١	١	١
الوادي الجديد	٤	٢	٣	٣	٤	٤	٤	٤	٣	٤	٢	٢
مرسى مطروح	٢	٠	١	١	١	١	٠	٢	١	١	١	١
شمال سيناء	٢	٢	١	١	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠
أسيوط	١	٠	٠	٠	١	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠
الجملة	٧٣	٤٥	٥٢	٥٨	٦٦	٦٦	٧٢	٧٦	٧٧	٨١	٨٤	٧٨

المصدر: الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، النشرة السنوية للإحصاءات الثقافية، القاهرة، أعداد مختلفة، للسنوات المذكورة.

ملحق (٢) تطور أعداد الزائرين للمتاحف النشطة سياحيًا بالمحافظات المصرية خلال

الفترة (٢٠١٠-٢٠٢١م) بالآلاف

٢٠٢١	٢٠٢٠	٢٠١٩	٢٠١٨	٢٠١٧	٢٠١٦	٢٠١٥	٢٠١٤	٢٠١٣	٢٠١٢	٢٠١١	٢٠١٠	المحافظات
١١٦٤	١٦١٢	٣٠٩٢	١٣٨٤	٢٢٣	٤٩٩٤	٥٣١٦	٧١٩١	٣١٠٨	٢٦٩٤	٣٨١٢	١٩٤٩	القاهرة
٩٤٧	٨١٣	١٢٦٧	٧٧٣	٨٥١	٧١٠	٨٠٧	٥٧١	٣٧٤	٥٥٠	٢٥٧	٥٩٨	الإسكندرية
١١	٨	١٤	٩	١٧	١٩	٨	١١	١٤	٣٩	٤٤	٣٤	بورسعيد
٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٣	حلوان
٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٣٦١	٦ أكتوبر
٠	٨	٣	٥	٥	٤	٨	٨	٦	١٠	١٠	١٥	دمياط
١	٢	٦	٦	٥	١٢	١	٠	٠	٠	٠	٣	الدقهلية
٠	٠	٠	٠	٠	٠	١	٦	٧	١	٠	٣	الشرقية
٢	١	٣	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٢٤	الغربية
١٥	٣	١٠	٨	٢	٩	٣	٢٨	٠	٠	٠	٧	المنوفية
٢	٧	٢٦	٦٥	٦	٢٨	٣٣	٢٩	٢٠	٢٨	١	٥٣	البحيرة
٥	١	٩	٦	٢٩	٨	٤	٤	٣	٢	٢	١٣	الإسماعيلية
٣٤٩	٢٢٨	٤٧٥	٥٦٠	٨	٣٣٩٤	٩٦	١٢٩	١٥٥	١٣٣	١١٤	٤٤٠	الجيزة
٠	٠	٠	٠	٤٠٥	٠	٠	٠	٠	٧	٨	٧	بني سويف
٠	١٢	٦	٨	٨	٥	١	٠	٣	٣	٤	٢١	المنيا
٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	١	أسيوط
٦٤	٧	٢٤	٤٩٤	٢	١	١	١	٠	٠	١	٥٤	سوهاج
٤	٤	٩	٤	٨	٩٢	١	٥	٥	٦	١٣	١	قنا
١٢٩	١٠١	٢٣٩	٤١٢	٦٦٢	٢٥١	٨١	٧٣	٧٦	٨٨	٩٤	١٥٧	أسوان
٤٨٥	١٩٥	١١١	٨٩	١٠٨٦	٧٨	٤٦	٤٧	٥٣	٥٥	٣٥٣٣	٥٦٧	الأقصر
٣	١٥	٤	٥	٨	٤	٥	٧	٠	٥	٣	٣	البحر الأحمر
٠	١	٣	٤	٥	٣	٣	٤	٣	٣	٣	١٣	الوادي الجديد
٥	١	٥	٢	٩	٠	١	٤	٩	٥٤	٠	٣٩	مرسى مطروح
٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	١١	شمال سيناء
٢٨	٢٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	كفر الشيخ
٢	١	٤	٤	٥	٥	٧	٣	٠	٠	٠	٠	السويس
٤	٢	٦	١٧٩	٥	١٥	٠	٠	٠	٠	٠	٠	القليوبية
٣	٣	٠	٢	٠	١	٠	٠	٠	٠	٠	٠	الفيوم
٣٢٢٥	٣٠٤٥	٥٣١٦	٤٠١٩	٣٣٤٩	٩٦٣٣	٦٤٢٣	٨١٢١	٣٨٣٦	٣٦٧٨	٧٨٩٩	٤٣٧٧	الجملة

المصدر: الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، النشرة السنوية للإحصاءات الثقافية، القاهرة، أعداد مختلفة، للسنوات المذكورة.

ملحق (٣) التحليل البياني للمتاحف المصرية عام ٢٠٢١م

م	المحافظات	أعداد الزائرين (ألف)	مساحة المحافظة كم ^٢	السكان ألف نسمة	المتاحف النشطة	المتاحف الخاملة	جملة المتحف	العاملون		
								الذكور	الإناث	الجملة
١	القاهرة	١١٦٤	٣٠٨٥,١٢	١٠,١٠٠	٢٥	٢٣	٤٨	١٣٦٨	٩١٣	٢٢٨١
٢	الإسكندرية	٩٤٧	٢٢٩٩,٩٧	٥٤٦٩	١٤	٣	١٧	٢٥٤	٣١٨	٥٧٢
٣	بورسعيد	١١	١٣٤٤,٩٦	٧٨٣	٢	٣	٥	٥	٧	١٢
٤	السويس	٢	٩٠٠٢,٢١	٧٧٩	١	١	٢	٧٥	٢٢	٩٧
٥	دمياط	صفر	٩١٠,٢٦	١٥٩٤	١	١	٢	٦	٣	٩
٦	الدقهلية	١	٣٥٣٨,٢٣	٦٩٣١	١	١	٢	١٩	٦	٢٥
٧	القليوبية	٤	١١٢٤,٢٨	٦٠٢٤	١	٢	٣	٨	٩	١٧
٨	كفر الشيخ	٢٨	٣٤٦٦,٦٩	٣٦٤٥	١	صفر	١	٢٩	٢٨	٥٧
٩	الغربية	٢	١٩٤٢,٣٤	٥٣٤٤	١	صفر	١	٤٤	٢٦	٧٠
١٠	المنوفية	١٥	٢٤٩٩	٤٦٤٠	٢	١	٣	٤٨	٢١	٦٩
١١	البحيرة	٢	٩٨٢٦	٦٧٢٣	٢	١	٣	٤٨	١٨	٦٦
١٢	الإسماعيلية	٥	٥٠٦٦,٩٧	١٤١٩	١	٢	٣	١٩	٧	٢٦
١٣	الجيزة	٣٤٩	١٣١٨٤	٩٣٢٣	١٠	١٥	٢٥	٤٨٨	١٥٨	٦٤٦
١٤	الفيوم	٣	٦٠٦٨	٣٩٧٠	٢	١	٣	٤٣	١١	٥٤
١٥	المنيا	صفر	٣٢٢٧٩	٦١٤٨	١	٢	٣	٣٥	٢٦	٦١
١٦	سوهاج	٦٤	١١٠٢٢	٥٥٤٧	٢	١	٣	٥٣	٦	٥٩
١٧	قنا	٤	١٠٧٩٨	٣٥٣١	١	١	٢	٨	٤	١٢
١٨	أسوان	١٢٩	٦٢٧٢٦	١٦١٤	٣	١	٤	١٤١	٣٣	١٧٤
١٩	الأقصر	٤٨٥	٢٤٠٩,٦٨	١٣٦٤	٣	١	٤	١١٨	٤٦	١٦٤
٢٠	البحر الأحمر	٣	١١٩٠٩٩	٣٩٣	١	٢	٣	٣٩	١٠	٤٩
٢١	الوادي الجديد	صفر	٤٤٠٠٩٨	٢٦١	٢	٢	٤	٣٤	١٧	٥١
٢٢	مرسى مطروح	٥	١٦٦٥٦٣	٥٢٠	١	٤	٥	١٠	٣	١٣
٢٣	شمال سيناء	صفر	٢٨٩٩٢	٤٩٦	صفر	٣	٣	صفر	صفر	صفر
٢٤	جنوب سيناء	صفر	٣١٢٧٢	١١٤	صفر	٣	٣	صفر	صفر	صفر
٢٥	الشرقية	صفر	٤٩١١	٧٧٤٥	صفر	٤	٤	صفر	صفر	صفر
٢٦	بني سويف	صفر	١٠٩٥٤	٣٤٩٣	صفر	١	١	صفر	صفر	صفر
٢٧	أسيوط	صفر	٢٥٩٢٦	٤٩٠٤	صفر	٢	٢	صفر	صفر	صفر
	الجملة	٣٢٢٥	١٠١٠٤٠٨	١٠١٤٦٤	٧٨	٨١	١٥٩	٢٨٩٢	١٦٩٢	٤٥٨٤

المصدر:- أ.أعداد كل من (الزائرين- العاملين- المتاحف)، من الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، النشرة السنوية للإحصاءات الثقافية، القاهرة، ٢٠٢١م.
 - (أعداد السكان)، من الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، الكتاب الإحصاء السنوي، القاهرة، ٢٠٢٢م.
 - أ.أعداد العاملين، تعني العاملين في المتاحف النشطة سياحياً.
 - المتاحف الخاملة هي المتاحف المغلقة.

جامعة جنوب الوادي

كلية الآداب

قسم الجغرافيا ونظم المعلومات الجغرافية

ملحق (٤) استمارة زائري متحف سوهاج القومي بمدينة سوهاج.

(جميع البيانات سرية وخاصة بالبحث العلمي)

أولاً - بيانات المبحوث الخصائص الديموغرافية:

- ١- اسم محل الإقامة الحالي: محافظة () ، مدينة () ، قرية () .
- ٢- النوع: ذكر () أنثى () .
- ٣- السن: أقل من ٢٥ سنة () ، ٢٦ - ٤٥ سنة () ، ٤٦ - ٦٥ سنة () ، أكثر من ٦٦ سنة () .
- ٤- الحالة التعليمية: طالب بـ " المدرسة أو الجامعة " () ، جامعي " خريج " () ، فوق الجامعي () ، تعليم فني () ، أخرى اذكرها () .
- ٥- في حالة أنك طالب بالمدرسة حدد المدرسة التابع لها : مدارس حكومية () ، مدارس خاصة () ، مدارس ذوي الاحتياجات الخاصة " ذوي الهمم " () .

ثانياً- خصائص الرحلة وطريق الوصول: (اختر إجابة واحدة فقط):

- ١- وقت زيارتك للمتحف : أثناء الدراسة () ، أثناء الأعياد () ، أثناء الإجازات والعطلات () .
- ٢- زمن الوصول: أقل من ٢٠ دقيقة () ، ٢٠ - ٦٠ دقيقة () ، ٦٠ دقيقة فأكثر () .
- ٣- كم من الوقت استغرقت داخل المتحف؟ : أقل من ساعة واحدة () ، ساعة واحدة () ، ساعتين فأكثر () .
- ٤- شهر الزيارة: يناير () ، فبراير () ، مارس () ، أبريل () ، مايو () ، يونيو () ، يوليو () ، أغسطس () ، سبتمبر () ، أكتوبر () ، نوفمبر () ، ديسمبر () .
- ٥- هل هذه زيارتك الأولى للمتحف؟ : نعم () ، لا () .
- * إذا كانت إجابتك بـ (لا) فحدد عدد مرات الزيارة السابقة للمتحف: مرة واحدة () ، ٢-٤ مرات () ، ٥-٧ مرات () ، أكثر من ٧ مرات () .

* وإذا كانت إجابتك بأنها زيارتك الأولى للمتحف فما هي الأسباب؟: (اختر إجابة واحدة فقط):

عدم إدراج المتحف على الخريطة السياحية () ، عدم السماع عنه () لم تتح لي الفرصة للزيارة () ، عدم اهتمامك بهذا النوع من المتاحف () ، موقع المتحف بالقرب من مديرية الأمن وصعوبة وجود أماكن لانتظار السيارات () ، أخرى اذكرها () .

٦- كيف سمعت عن متحف سوهاج القومي من: المدرسة/الجامعة () ، دور العبادة () ، الأقارب والأصدقاء () ، الموقع الإلكتروني للمتحف () ، شركات السياحة () ، اللوحات الإعلانية () ، مواقع التواصل الاجتماعي () ، وسائل الإعلام والصحف () ، أخرى اذكرها () .

٧- الغرض من الزيارة: الاهتمام بالتراث والثقافة "مشاهدة الآثار والمعالم التاريخية" () ، رحلة مع دور العبادة () ، الحضور مع الأسرة والأصدقاء "ترفيهي" () ، رحلة مدرسية أو جامعية (تعليمية) () ، حضور ورشة عمل () ، حضور المعارض المؤقتة بالمتحف () ، أخرى اذكرها () .

٨- مَنْ المرافق لك عند زيارة متحف سوهاج القومي؟: فردي () ، مجموعة مدرسية أو جامعية () ، العائلة أو الأصدقاء () ، وفد زائر () ، رحلة من دور العبادة () ، أخرى اذكرها () .

٩- ما هي الأنشطة التي ترغب في مشاهدتها بمتحف سوهاج القومي؟: جولة داخل المتحف مصحوبة بشرح للقطع () ، أفلام وثائقية عن أهم الشخصيات بالمتحف () ، سرد القصص مع شرح خاص بالأطفال () ، معارض () ، ورشة عمل مدتها ٢٠ دقيقة () ، أخرى اذكرها () .

١٠- للمتحف أقسام مختلفة ما هو القسم المهم في رأيك؟:القاعة الأولى (قاعة ملوك وشخصيات)،()، القاعة الثانية (الأسرة والوضع الاجتماعي) ()،القاعة الثالثة (المطبخ المصري القديم)،()،القاعة الرابعة (الحرف والصناعات)،()،القاعة الخامسة(النسيج)،()،القاعة السادسة(التراث)،() .

ثالثاً: برجاء وضع علامة (√) أمام الإجابة المناسبة:

البند	نعم	لا
هل زرت معالم أخرى بمدينة سوهاج في يوم زيارتك لمتحف سوهاج القومي؟ .		
هل تفكر في دعوة الآخرين للمتحف؟ .		
هل تتوافر تعليمات وإرشادات قبل دخول المتحف للتوعية؟.		
هل اتبعت إجراءات حماية البيئة المتحفية داخل المتحف؟.		
هل تصفحت الموقع الإلكتروني للمتحف قبل ذلك؟.		
هل مواعيد الدخول بالمتحف مناسبة لك؟.		
هل تتنوع أساليب الإرشاد المتحفي من (لوحات - كتيبات - ملصقات - بطاقات تعريفية للأثر) داخل المتحف؟.		
هل زرت متحف سوهاج القومي يوم ١٨ مايو الموافق (اليوم العالمي للمتاحف) ؟.		
هل شاهدت بطاقة دعوة لمتحف سوهاج القومي قبل ذلك؟.		
هل زيارتك للمتحف ساعدتك في التعرف على الحضارة المصرية؟.		
هل يرافقتك بالمتحف مرشد سياحي للشرح؟.		
هل عند دخولك المتحف من الباب الرئيسي والعودة إلى نفس الباب يتم ذلك دون الحاجة إلى أن تمر على نفس المعارض التي مررت بها من قبل؟.		
هل انعكاس الضوء على زجاج الفاترينات يؤثر على رؤيتك للمعارض؟.		
هل كانت الملصقات التعريفية للمعارض متوفرة بلغات مختلفة؟.		
معروض بالمتحف المصري قطع أثرية مكتشفة من حفائر سوهاج، هل تريد إرجاعها لمتحف سوهاج القومي؟.		

رابعاً: حدد درجة تقييمك لأداء متحف سوهاج القومي والخدمات:

البند	ممتاز	جيد	مقبول	ضعيف (غير راضى)
المتحف مصمم بما يلائم الموقع الجغرافي والمناخ				
شرح المرشدين داخل المتاحف				
درجة شعورك بالرضا بعد زيارة المتحف				
رسوم الدخول والخدمات الأخرى				
سهولة الوصول لموقع المتحف				
طرق عرض المقتنيات المتحفية والمعلومات عنها				
يلتزم المتحف بالإجراءات الاحترازية والأمن والسلامة				
سلوك موظفي المتحف ومساعدتهم لك				
نظافة المتحف				
تقييمك لحجم المعلومات التي حصلت عليها من المتحف				

* يوجد بالمتحف معارض مؤقتة اقترح اسم معرض مؤقت لم يعرض بعد:

خامساً: أرغب في زيارة متحف سوهاج القومي مرة أخرى: نعم ()، لا () .

وإذا كانت إجابتك بـ (لا) فما هي الأسباب؟:

سادساً: من وجهة نظرك هل ترتيب القاعات مناسب لك؟: نعم ()، لا () .

وإذا كانت إجابتك بـ (لا) فما هي الأسباب؟:

سابعاً: ما مقترحاتك لتنمية متحف سوهاج القومي ليكون وسيلة جذب سياحي؟

ثامناً: من وجهة نظرك ما هي معوقات جذب متحف سوهاج القومي للزوار؟

تاسعاً: ما هي السبلات التي لاحظتها أثناء زيارتك لمتحف سوهاج القومي؟

نشكركم على حسن التعاون الصادق معنا،،،

الباحثة

جامعة جنوب الوادي

كلية الآداب

قسم الجغرافيا ونظم المعلومات الجغرافية

ملحق (٥) استمارة موظفي متحف سوهاج القومي بمدينة سوهاج.

(جميع البيانات سرية وخاصة بالبحث العلمي)

أولاً: بيانات المبحوث الخصائص الديموغرافية: برجاء وضع علامة (√) أمام الإجابة المناسبة:

- ١- الدرجة الوظيفية: مدير () ، أمين المتحف () ، أخصائي ترميم () ، مترجم () ، أخرى () .
- ٢- السن: أقل من ٢٥ سنة () ، ٢٦ - ٤٥ سنة () ، ٤٦ - ٦٥ سنة () ، أكثر من ٦٦ سنة () .
- ٣- سنوات الخبرة: أقل من ٥ سنوات () ، ٦ - ١٠ سنوات () ، أكثر من ١١ سنة () .
- ٤- ما هي الوسائل المتبعة من أجل تسويق متحف سوهاج القومي ؟ : تسويق إلكتروني () ، نشرات ومطبوعات () ، إعلانات بالتلفاز والجرائد () ، أدوات أخرى () .
- ٥- أكثر الزيارات للمتحف من فئة : السائحين الأجانب () ، طلاب المدارس والجامعات () ، الباحثين () ، رحلات عائلية أو أصدقاء () ، رحلات من دور العبادة () ، أخرى اذكرها () .

ثانياً: بيانات خاصة بالمتحف: برجاء وضع علامة (√) أمام الإجابة المناسبة:

١- من وجهة نظرك حدد مدى توافر التسهيلات والخدمات للزوار بالمتحف:

لا	نعم	البند
		هل تحتل زيارة المتحف مكانة متقدمة في البرامج السياحية؟
		هل تتوفر بالشوارع الرئيسة لافتات واضحة تسهل الوصول للمتحف؟
		هل يتوافر بالمتحف شرح بلغات مختلفة؟
		هل يتوافر بالمتحف مترجم بلغة إشارة؟
		هل المتحف مصمم بما يلائم الموقع والمناخ؟
		هل المتحف يقدم برامج خاصة بالاستدامة البيئية؟
		هل يقوم التوثيق المتحفي باستخدام التقنيات الرقمية الحديثة؟
		هل يحقق المتحف أعلى نسبة للزيارة يوم ١٨ مايو الموافق (يوم المتحف العالمي) ؟
		هل خزانات العرض مجهزة ببنياً ومهيئة للحماية من الرطوبة والحرارة والضوء؟
		هل يوجد تفاعل بين المجتمع والمتحف في إقامة الفعاليات والمناسبات والمعارض؟
		هل صمم المتحف بحيث تكون حركة الزوار داخله سهلة ؟

ثالثاً: من وجهة نظرك قيم درجة توافر التسهيلات والخدمات للزوار بالمتحف:

البند	ممتاز	جيد	مقبول	ضعيف (غير راضي)
مدى ملائمة المتحف لذوي الهمم				
الإسعافات الأولية والخدمات الطبية داخل المتحف				
سلوك واع من قبل المصريين تجاه التربية المتحفية				
سلوك واع من قبل الأجانب تجاه التربية المتحفية				
الأنشطة الداخلية بالمتحف				

رابعاً: من خلال عملك ما هي أكثر الأنشطة والخدمات التي تجذب الزوار: الوسائل السمعية والبصرية () ، جلسات التصوير () ، المعارض وورش العمل () ، الترفيه () ، أفلام تسجيلية ووثائقية () ، جولة داخل المتحف مصحوبة بالشرح () ، خدمة النواحي التعليمية للطلاب () أخرى اذكرها () .

خامساً: ما مقترحاتك لتنمية متحف سوهاج القومي ليكون وسيلة جذب سياحي؟

سادساً: من وجهة نظرك ما هي معوقات جذب متحف سوهاج القومي للزوار ؟

الباحثة

نشكركم على حسن التعاون الصادق معنا،،،

ملحق (٦) الصور الفوتوغرافية



الملصقات (البطاقات) التعريفية بمتحف سوهاج القومي باللغتين العربية والإنجليزية عام ٢٠٢٣ م.
تاريخ التقاط الصورة: ٢٠٢٣/٦/١٨ م



القاعات بمتحف سوهاج القومي عام ٢٠٢٣ م
تاريخ التقاط الصورة: ٢٠٢٣/٦/١٢ م



تاريخ التقاط الصورة: ٢٠٢٣/٦/١٢ م
جهاز قياس الرطوبة داخل الفاترينات بمتحف سوهاج القومي عام ٢٠٢٣ م



تاريخ التقاط الصورة: ٢٠٢٣/٦/١٢ م



القاعة الأولى بمتحف سوهاج القومي (قاعة الملوك والشخصيات)
تاريخ التقاط الصورة: ٢٠٢٣/٦/٢٥ م



المرسى النهري لمتحف سوهاج القومي عام ٢٠٢٣ م
تاريخ التقاط الصورة: ٢٠٢٣/٦/١٢ م

	
المتحف المتنقل	
المصدر: (2-1-2023) https://www.abou-alhool.com/arabic1/details.php?id=37867	
 اليوم العالمي للمتاحف المتاحف، الاستدامة وجودة الحياة متحف سوهاج القومي أنشطة متحف سوهاج القومي في احتفالية اليوم العالمي للمتاحف عام ٢٠٢٣ م المصدر: متحف سوهاج القومي، بيانات غير منشورة، سوهاج، ٢٠٢٣ م.	 نظارة تقنية الهولوغرام لمشاهدة توت عنخ آمون بالمتحف المصري بالتحرير. المصدر: (7-3-2023) https://www.elbalad.news/3085597
 وعلى من يرغب بالمشاركة التسجيل عبر الرابط: cs.google.com/forms/d/1FAIpQLSc1.../viewform علما بأن آخر موعد للتسجيل يوم الأحد ٢٣ يوليو ٢٠٢٣ م، والتدريب مجاني. التدريب الصيفي في متحف سوهاج القومي عام ٢٠٢٣ م المصدر: متحف سوهاج القومي، بيانات غير منشورة، سوهاج، ٢٠٢٣ م.	 18 ديسمبر 2023 م احتفال متحف سوهاج القومي بمناسبة اليوم العالمي للغة العربية WORLD ARABIC LANGUAGE DAY بطاقات دعوة احتفالية متحف سوهاج القومي باليوم العالمي للغة العربية عام ٢٠٢٣ م المصدر: متحف سوهاج القومي، بيانات غير منشورة، سوهاج، ٢٠٢٣ م.

المصادر والمراجع

أولاً: باللغة العربية

أ- المصادر:

١- الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء: النشرة السنوية للإحصاءات الثقافية، القاهرة، أعداد مختلفة للسنوات (٢٠١٠-٢٠٢١م) .

٢- الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء: التعداد التقديري للسكان، القاهرة، ٢٠٢٣م.

٣- الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء: تقرير اليوم العالمي للمتاحف، القاهرة، ٢٠٢٢م.

٤- متحف سوهاج القومي: البوابة الإلكترونية لمحافظة سوهاج .

٥- متحف سوهاج القومي: بيانات غير منشورة، سوهاج، للسنوات (٢٠١٨-٢٠٢٣م).

٦- مركز العمليات وإدارة الأزمات: محافظة سوهاج، بيانات غير منشورة، سوهاج ، ٢٠٢٢م.

ب- المراجع

١- ابن منيع، أمل بنت محمد بن سليمان (٢٠٢٠): تقويم الأداء المتحفي لمتاحف المواقع

الأثرية في المملكة العربية السعودية وتطويرها: "متحف نجران" دراسة حالة، مجلة قطاع

الدراسات الإنسانية، ٢٥ ، ص ص ٣١٣-٤٠١. مسترجع من

<http://search.mandumah.com/Record/1092829> (12-2-2023)

٢- باسراحيل، عوض محمد (٢٠١٤): قياس جودة الخدمات التعليمية التي تقدمها جامعة

صنعاء والجامعات اليمنية: دراسة ميدانية، فكر وإبداع: رابطة الأدب الحديث، جزء ٨٧،

ص ص ٤١٩-٤٧٦.

٣- زهدي، بشير (١٩٨٨): المتاحف، منشورات وزارة الثقافة، دمشق (سوريا) .

٤- طيبشات، نواف نهار، ومحمد، أشرف صالح (٢٠١٦): الاتجاهات الحديثة في السياحة

الثقافية: تسويق المتاحف نموذجًا. فكر وإبداع، ج ١٠٢ ، ص ص ١٥٥-٢٠٢. مسترجع

من <http://search.mandumah.com/Record/778048> (16-2-2023)

- ٥- عبد الحميد، نور جلال (٢٠١٩): ترتيب آثار المتحف (المتحف المصري، دراسة حالة)، مجلة الاتحاد العام للآثاريين العرب، (١)، ٢٠، ص ٣٧٣-٣٩١ .
- ٦- عبدالفتاح، عز حسن (٢٠٠٨): مقدمة في الإحصاء الوصفي والإحصاء الاستدلالي باستخدام SPSS ، خوارزم العلمية، جدة، حي الجامعة.
- ٧- محمود عوني محمد، حنان (٢٠١٩): المؤثرات البصرية-الخصائص الشكلية لتقنية الهولوجرام ودورها في إثراء مجال الرؤية البصرية ثلاثية الأبعاد (دراسة وصفية تحليلية)، مجلة الفنون التشكيلية والتربية الفنية ، المجلد ٣، العدد ٢، يوليو ٢٠١٩، ص ٥٠-٦٩.
- ٨- مرزوقي، صابر يحيي (٢٠٢٢): دراسة العوامل المؤثرة في تنشيط الزيارات المتحفية بالتطبيق على مصر ، مجلة اتحاد الجامعة العربية للسياحة والضيافة، المجلد (٢٢)، العدد (١)، ص ٣٤٣-٣٧٩.

ثانيًا: باللغة غير العربية:

- 1- Abdelmoaty, G., & Elmohmady Abd El-Hady Salama, M. (2021). Role of the Grand Egyptian Museum in promoting international tourism to Egypt. *Journal of Association of Arab Universities for Tourism and Hospitality*, 20(3), pp.43-65.
- 2- Dean, D., & Edson, G. (2013). *Handbook for museums*. Routledge.
- 3- De Campos, M. D. R. C. (2021). Museums, tourism and interpretation of the heritage. *Rosa dos Ventos*, 13(3), pp.894-900.
- 4- France, Tourism, Statistics: Insights and Trend for 2025-Trav-Heir.
- 5- Kindler, A. M., & Darras, B. (1997). Young children and museums: The role of cultural context in early development of attitudes, beliefs, and behaviors. *Visual Arts Research*, 23(1), pp.125-141.
- 6- Laeeq, K. (2022). Metaverse: why, how and what. ResearchGate. https://www.researchgate.net/publication/358505001_Metaverse_Why_How_and_What.
- 7- Lewis, G. (2004). The role of museums and the professional code of ethics. *Running a museum: A practical handbook*, pp.1-16.

- 8- Lock, C. (2025, April 25).The metaverse: a gateway to cultural heritage and tourism. Metaverse Hub. <https://www.metaversehub.co.uk/the-metaverse-a-gateway-to-cultural-heritage-and-tourism/>.
- 9- Schlatter N.Elizabith (2008). Museum careers California, USA.
- 10-Simmons, J. E. (2016). Museums: A History, Rowman and Littlefield, UK.
- 11-UNESCO. (2020). Museums around the world in the face of Covid-19,pp.4-8.

Websites

- 1- http://sohag.gov.eg/Mass_Culture/Museums/default.aspx(1-12-2023).
- 2- <https://www.abou-alhool.com/arabic1/details.php?id=37867>(2-1-2023).
- 3- <https://www.elbalad.news/3085597> (7-3-2023).

Museum Tourism in Egypt from a Geographical Perspective A Case Study of the Sohag National Museum

Abstract

Museums are considered one of the most prominent cultural components of the tourism industry. They are no longer merely storage spaces for preserving heritage, but rather centers of culture and means of entertainment. The relationship between museums and tourism is reciprocal; tourism plays a vital role in revitalizing museums, increasing the number of visitors and revenue, while museums contribute to attracting more tourists, especially in areas that rely on cultural tourism. The number of museums open for visits in Egypt was approximately 78 in 2021.

Museums in Egypt face many challenges, the most significant of which is the low number of visitors. The problem lies in the absence of specialized geographical studies in museum tourism. This paper aims to utilize the capabilities of Geographic Information Systems (GIS) to create ageographical database of tourist landmarks in Sohag City (archaeological – Christian – Islamic –recreational –modern), as well as the accompanying services such as restaurants, cafeterias, hotels, tourism companies, and the airport, through an integrated map linking the museum with the city's landmarks. This is supported by a table of distances and access routes from the museum to any of these landmarks, since most museums in Egypt have not served as major tourist attractions but rather secondary elements complementing primary attractions such as archaeological and recreational sites.

The theoretical part of the study focused on the origin of museums, their types, and their geographical distribution in Egypt, along with the geotouristic characteristics of Egyptian museums. The field part of the study relied on analyzing a questionnaire distributed to a sample of visitors and staff at the Sohag National Museum, totaling 175 visitors and 30 museum employees. Statistical analysis was conducted using quantitative indicators such as the spatial and human coverage index of the museum, the museum status index, the concentration index, and others. The study adopted the descriptive analytical method, the historical method, and the gap method.

The field study results concluded that the Sohag National Museum suffers from many drawbacks, including poor utilization of modern technology (such as virtual museums and mobile museums), and a lack of tour guides. The study reached several recommendations for developing museum tourism in Egypt in general and the Sohag National Museum in particular, in preparation for placing the Sohag National Museum on Egypt's tourism map.

Keywords: Museum tourism - Geographic Information Systems - Virtual museum - Mobile museum - Sohag National Museum.