

ملخص البحث الثاني - بحث مشترك

البدائل الإستراتيجية المقترحة لتنمية المنتج السياحي لمحافظة الإسماعيلية باستخدام نموذج التحليل الرباعي SWOT	عنوان البحث
The Proposed Strategic Alternatives for Ismailia Tourism Product Development Using SWOT Analysis	
أ.د. هناء فايد (أستاذ- قسم الدراسات السياحية) د. محمد محمد فراج (مدرس- قسم الدراسات السياحية)	المشاركون
٢٠١٥	سنة النشر
مجلة كلية السياحة والفنادق - جامعة الفيوم، المجلد التاسع، العدد (٢-١)، سبتمبر ٢٠١٥، ٢٤٦ - ٢٧١	الناشر
الملخص <p>إُعدت الدراسة الحالية إستجابة لنداء الدولة بتنمية القطاع السياحي لكونه أحد أهم القطاعات الإقتصادية المستهدفة في الخطة القومية للتنمية الإقتصادية المتكاملة لإقليم قناة السويس، وقد وقع الإختيار على محافظة الإسماعيلية لمكانتها السياحية بين محافظات الإقليم، إلا أن حركة السياحة الدولية للمحافظة شهدت إنخفاضاً كبيراً في السنوات الأخيرة، لذا تمثل الهدف الرئيسي للدراسة في البحث عن أفضل المقترحات الإستراتيجية لتنمية وتطوير المنتج السياحي بالمحافظة، وعلى هذا فقد تم الإعتماد على نموذج التحليل الرباعي لنقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات (SWOT) للمنتج السياحي لمحافظة الإسماعيلية لكونه أهم أدوات التحليل الإستراتيجي وأكثرها إنتشاراً وإستخداماً في مختلف القطاعات الخدمية والصناعية.</p> <p>وفي سبيل الوصول إلى أفضل صياغة لمصفوفتي العوامل الداخلية (نقاط القوة ونقاط الضعف) والخارجية (الفرص والتهديدات) التي يتضمنها التحليل فقد إعتمدت الدراسة على جمع البيانات من مصادرها الثانوية وكذلك مصادرها الأولية التي شملت: (أ) الإستبيانات التي تم توزيعها على ممثلين عن القطاع الحكومي والأكاديميين والمهنيين المعنيين بالقطاع السياحي، (ب) الزيارات الميدانية لأهم المزارات وأماكن تقديم الخدمات السياحية بالمحافظة، (ج) ورش العمل التي عُقدت مع ممثلين عن القطاع الحكومي والأكاديميين والمهنيين المعنيين بالقطاع السياحي.</p> <p>وقد أسهمت الدراسة في إقتراح عدد من البدائل الإستراتيجية الهامة لتنمية المنتج السياحي لمحافظة الإسماعيلية وهي إستراتيجية تنويع المنتج السياحي وإستراتيجية تطوير المنتج السياحي وإستراتيجية تمييز المنتج وإستراتيجية التكامل.</p>	
الكلمات الدالة: الإستراتيجية، الإسماعيلية، تحليل، نقاط القوة، نقاط الضعف، الفرص، التهديدات، المنتج، SWOT	

د. محمد محمد فراج

مدرس - كلية السياحة والفنادق - جامعة الفيوم

dr.mmf@fayoum.edu.eg



Abstract

This study is a response to the call of the country to develop the tourism sector as one important economic sector in the national plan of integrated economic development for Suez Canal province. Ismailia was selected as one of the province's governorates where the international tourist arrivals to it has been decreased. Therefore, the four step analysis model (SWOT) to develop the best strategic alternative for tourism product development in the governorate. The study data collection depends on the secondary and primary sources; questionnaires distributed to representatives of governmental sector, academics, and professionals in tourism sector, in addition to field visits to attractions and tourism services providers in the governorate, as well as, workshops conducted with some representatives of governmental sector, academics, and professionals in tourism sector.

The study has suggested a number of strategic alternatives to develop tourism product in the governorate which implies the product diversification, development, differentiation, and integration.

Keywords: Strategy, Ismailia, SWOT