

تسويق الإسكندرية كمقصد سياحي متميز على الخريطة السياحية

د. سوزان بكري حسن

استاذ الدراسات السياحية المساعد

كلية السياحة والفنادق - جامعة الفيوم

أ. حسني البحيري أبو حلاوة

مدير مكتب هيئة تنشيط السياحة محطة

الإسكندرية ومدير العلاقات العامة

أ. محمد سليمان عبد الحميد

مدرس مساعد بقسم الدراسات السياحية

كلية السياحة والفنادق - جامعة الفيوم

ملخص الدراسة:

تحتل السياحة مكانة بالغة الأهمية في حياة الأمم والشعوب نتيجة المزايا التي يتم تحقيقها من هذا النشاط سواء من الناحية الاقتصادية أو الاجتماعية أو الثقافية....الخ. حيث أصبحت للسياحة من أكبر الصناعات على مستوى العالم، وباتت تشكل قطاعاً إنتاجياً وخدمياً يساهم بنسبة كبيرة من الناتج المحلي الإجمالي، كما أنها تساهم بدرجة ملموسة في توفير النقد الأجنبي اللازم لتنفيذ خطط التنمية الشاملة داخل الدول السياحية، وجذب الاستثمارات الأجنبية والوطنية إليها، فضلاً عن أثرها على العمالة- فوفقاً لمجلس السياحة والسفر العالمي WTTC (٢٠١٠) فإن عدد العاملين في صناعة السياحة يمثل حوالي ٨.١% من إجمالي العاملين على مستوى العالم- إلى جانب دورها في زيادة الدخل القومي، ونتيجة لذلك أصبحت السياحة من أهم القطاعات التي تمثل أهمية كبيرة في جميع دول العالم المتقدمة والنامية على حد سواء ومن بينها مصر، الأمر الذي دعا إلى ضرورة الاهتمام بها وتطويرها والعمل على زيادة عائدها باستمرار.

وعلى الرغم من الحقائق السابقة إلا أن واقع السياحة في مصر ما زال دون المستوى المطلوب، ولم يتم تطوير هذه الصناعة واستغلالها بشكل مناسب وكاف حتى الآن، وخير دليل على ذلك أن مصر تحصل على نسبة متواضعة من إجمالي الحركة السياحية الدولية، فوفقاً لتقديرات منظمة السياحة العالمية فإن نصيب مصر من إجمالي السياحة العالمية عام ٢٠٠٩ كان ١.٣% تقريباً. وينطبق الحال ذاته على محافظة الإسكندرية والتي تأتي في مقدمة المحافظات المصرية ذات الإمكانيات السياحية المتميزة سواء كانت طبيعية أو حضارية أو اقتصادية، إلا أن أعداد السائحين فيها لم يصل بعد الي المستوى المطلوب، ومن ثم فهي في أمس الحاجة لتعاون كافة الأطراف من أجل التسويق لها وفقاً لخطة متكاملة العناصر تقوم على توحيد الجهود والتنسيق بين المهتمين بالسياحة والعاملين بها في إطار رؤية جديدة تسعى لتحقيق مستقبل أفضل.

ومن ثم تهدف هذه الدراسة لتحليل وتقييم دور بعض أطراف النشاط السياحي في تسويق الإسكندرية كمقصد سياحي متميز، وقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي والذي يتضمن تجميعاً للبيانات من المبحوثين في كل من وزارة السياحة المصرية، والهيئة المصرية للتنشيط السياحي، وهيئة تنشيط السياحة بالإسكندرية، فضلاً عن المسؤولين في الشركات والفنادق والقرى السياحية في الإسكندرية، باستخدام استمارات الاستبيان، وتحليلها وتقديم مجموعة من المقترحات.

وقد توصلت الدراسة إلى وجود العديد من المقومات السياحية التي يمكن من خلالها تقديم العديد من الأنماط السياحية بالإسكندرية، إلى جانب عدم وجود خطة تسويقية تقوم على أساس علمي لدى معظم أطراف النشاط السياحي في الإسكندرية، إلى جانب غياب التكامل بين جهود المنشآت المسؤولة عن تسويق الإسكندرية في خطة موحدة تهدف لجعلها مقصداً سياحياً متميزاً.

الكلمات الدالة: مقومات الجذب السياحي، التسويق السياحي، دراسة تحليلية، الإسكندرية، مصر.