



كلية السياحة والفنادق  
قسم الدراسات السياحية



## تأثير إدارة المقصد السياحي على بناء العلامة التجارية

رسالة دكتوراه مقدمة للحصول على درجة دكتوراه الفلسفة في الدراسات السياحية

### مقدمة من الدراسة

أسماء ماهر علي محمد

مدرس مساعد بقسم الدراسات السياحية  
كلية السياحة والفنادق - جامعة الفيوم

### إشراف

أ.د/ مصطفى محمود أبو محمد

أستاذ بقسم الدراسات السياحية  
كلية السياحة والفنادق  
جامعة الفيوم

أ.د/ نانسي محمد فوزي

أستاذ بقسم الدراسات السياحية  
كلية السياحة والفنادق  
جامعة الفيوم

أ.م. د/ رعدة محمد بدر الدين

أستاذ مساعد بقسم الدراسات السياحية  
كلية السياحة والفنادق  
جامعة الفيوم

## الملخص

أدى الاهتمام المتزايد بالسياحة وازدياد المقاصد السياحية إلى عدم وجود تمايز بين المقاصد السياحية وبعضها البعض، مما جعل لإدارة المقصد السياحي أهمية كبيرة حيث تعمل على إدارة مكونات المقصد المختلفة بطريقة تضمن ربحيته الاقتصادية مع تجنب تدهور العوامل التي خلقت مركزه التنافسي، وهذا يعمل بدوره على بناء علامة تجارية متميزة تمثل المقصد وتجعل له سمعة وهوية فريدة من نوعها تميزه عن غيره من المقاصد الأخرى وتزيد من قدرته على جذب السائحين.

ومن هذا المنطلق، تسلط هذه الدراسة الضوء على محافظة الفيوم باعتبارها من المقاصد السياحية المصرية التي تتمتع بعوامل جذب سياحي متنوعة فريدة، وعلى الرغم من ذلك لا يأتي إليها عدد كافٍ من الزائرين ولا تزال تعاني من ضعف التسويق والترويج وغياب العلامة التجارية الواضحة.

**وبناءً على ما تقدم تؤدي الأدلة إلى جانب أهمية إدارة المقصد السياحي وبناء علامة تجارية مميزة له إلى عدة تساؤلات بحثية تتمثل في:** هل تقوم الجهات المعنية بالفيوم بإدارتها من خلال منهج إدارة المقاصد السياحية؟، هل تقوم الجهات المعنية بإدارة جميع عناصر المقصد السياحي؟، هل يوجد تأثير بين إدارة عناصر المقصد السياحي وبناء العلامة التجارية؟.

هذا و **تهدف هذه الدراسة إلى** (تحديد العناصر الأساسية للمقصد السياحي في محافظة الفيوم، توضيح كيفية إدارة كل عنصر من عناصر المقصد السياحي المتمثلة في "عوامل الجذب السياحي، التسهيلات والخدمات، الموارد البشرية، الصورة المتميزة والفريدة للمقصد، السعر"، تحديد مراحل بناء العلامة التجارية للمقصد السياحي، وضع استراتيجية مقترحة لبناء علامة تجارية للفيوم كمقصد سياحي، دراسة تأثير إدارة المقصد السياحي على بناء علامته التجارية).

**و لتحقيق أهداف الدراسة، تم اختبار خمسة فروض تتمثل في الآتي؛ (1)** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إدارة عوامل الجذب للمقصد السياحي وبناء العلامة التجارية، (2) توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إدارة التسهيلات والخدمات للمقصد السياحي وبناء العلامة التجارية، (3) توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إدارة الموارد البشرية للمقصد السياحي وبناء العلامة التجارية، (4) توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إدارة الصورة الذهنية للمقصد السياحي وبناء العلامة التجارية، (5) توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين إدارة السعر للمقصد السياحي وبناء العلامة التجارية.

**اعتمدت منهجية الدراسة على المنهج الكمي معتمدة على الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات من عينة طبقية للزائرين (مصريين، أجانب، عرب)، بالإضافة إلى عينة وصفية، معتمدة على المقابلات الشخصية المتعمقة مع المسؤولين وأصحاب المصلحة بالقطاع السياحي في الفيوم وذلك لتقييم الوضع الحالي لمدى استخدام مفهوم إدارة المقصد السياحي في الفيوم لبناء علامة تجارية مميزة لها وإضافة ميزة تنافسية، مع تحليل كافة البيانات التي تم جمعها، وذلك لاستخلاص النتائج.**

**هذا وقد اعتمدت الباحثة على طريقتين لجمع بيانات هذه الدراسة تتمثل في الموارد الثانوية التي تشمل الكتب والأبحاث العلمية والأطروحات المتعلقة بموضوع الدراسة، والموارد الأولية التي تشمل البيانات التي تم جمعها من خلال استخدام الاستبيان وإجراء مقابلات متعمقة.**

**يتكون هيكل الدراسة على مما يلي:** الفصل الأول "مقدمة الدراسة"، الفصل الثاني "الإطار النظري للدراسة"، الفصل الثالث "منهجية الدراسة"، الفصل الرابع "تحليل البيانات ومناقشة النتائج"، والفصل الخامس "النتائج والتوصيات" وهو الفصل الأخير.

كما تشير هذه الدراسة إلى أن استخدام مفهوم ونهج "إدارة المقصد السياحي" لإدارة محافظة الفيوم كمقصد سياحي، يساعد بدوره في بناء علامة تجارية مميزة لها، بالإضافة إلى أن الإدارة الفعالة لعناصر المقصد السياحي (عوامل الجذب السياحي، التسهيلات والخدمات، الموارد البشرية، الصورة الذهنية للفيوم كمقصد سياحي، أسعار المنتجات والخدمات) تؤثر على بناء علامة تجارية مميزة للفيوم. بناءً على ذلك تقدم هذه الدراسة بعض التوصيات المتعلقة بتطبيق مفهوم ونهج إدارة المقصد السياحي في الفيوم لبناء علامة تجارية مميزة لها على النحو التالي:

أولاً: توصيات موجهة للمسئولين في المحافظة وإدارة السياحة بالفيوم:

- ضرورة اتباع منهج استراتيجي يربط بين الكيانات المعنية بصناعة السياحة في الفيوم، يعمل على تلافي ازدواجية الجهود على كافة المستويات، بهدف تحقيق إدارة أفضل للفيوم كمقصد سياحي.
- ضرورة اتباع نهج الحوكمة الذي يركز على الكفاءة، والعائد على الاستثمار، والدور التسويقي، والشراكة مع القطاع الخاص وإشراك مختلف أصحاب المصلحة بما فيهم المجتمع المحلي في إدارة المقصد وتنفيذ خطته، حيث يُمكن هذا النهج من الجمع بين المهارات والقدرات ذات الصلة، ويعزز التعلم المتبادل وتبادل الخبرات.
- إحداث التكامل على كل المستويات، من خلال الاتصال بين الجهات المعنية في القطاع السياحي العام والخاص وأصحاب المصلحة ذوي الصلة بالقطاع السياحي؛ للمشاركة في اتخاذ القرارات التي تتعلق بتخصصاتهم، أو بالميزانية، أو بتحديد المهام التي سيتم القيام بها.
- الإدارة المنسقة والمتكاملة لجميع العناصر التي تشكل الفيوم كمقصد سياحي مثل (عوامل الجذب، التسهيلات والخدمات، الموارد البشرية العاملة في قطاع السياحة، صورة الفيوم كمقصد سياحي، أسعار الخدمات والمنتجات المقدمة).
- إشراك القطاع الحكومي والخاص، وأصحاب المصلحة ذوي الصلة بالقطاع السياحي بالفيوم، والمجتمع المحلي للفيوم في جميع مراحل بناء العلامة التجارية لضمان نجاحها واستمراريتها.
- التمويل الكافي ودعم الميزانية لإدارة الفيوم كمقصد سياحي للتمكن من وضع علامة تجارية مميزة لها، وذلك بمشاركة كل من القطاع الحكومي والخاص؛ لتقديم تجربة سياحية فريدة للزائرين.
- توافر قاعدة بيانات تشمل كل البيانات والمعلومات المتعلقة بالزائرين لمعرفة احتياجاتهم وتفضيلاتهم.
- توعية مجتمع الفيوم المحلي بأهمية السياحة وكيفية التعامل مع المواقع السياحية، والمحافظة عليها، وما سيعود عليهم من منافع اقتصادية، وإشراكهم في العمل السياحي، ودعم مشروعاتهم الصغيرة، وتشجيع الحرف والصناعات البيئية واليدوية مع الحفاظ على الهوية.
- عمل عروض أو برامج سياحية مخفضة التكلفة للسكان المحليين بالفيوم لزيارة الأماكن السياحية وتوعيتهم بأهميتها.
- بناء علامة تجارية للفيوم كمقصد سياحي تبرز خصائصها وما يميزها عن غيرها من المقاصد الأخرى، ويمكن ذلك من خلال الاستعانة بالخطوات التي تم ذكرها سابقاً أو الاستعانة بخبراء في مجال التسويق السياحي.

- ابتكار شعار جذاب مثل "الفيوم وجهتك للتنوع"، والاهتمام بإبراز الصور أو الرموز المرئية التي تعبر عن الفيوم كسواقي الهدير، والاهتمام بالأحداث الخاصة كمهرجان تونس السنوي الدولي للخزف والحرف اليدوية؛ لزيادة الوعي وتعزيز صورة الفيوم كمقصد سياحي.
- التسويق للفيوم كمقصد سياحي ولعلامتها التجارية، وذلك من خلال الدمج والتكامل بشكل متناغم ومتناسق بين عناصر المزيج التسويقي، وبين عناصر المزيج الترويجي، وإدارتها بكفاءة وفعالية لإرسال رسالة واحدة غير متضاربة للجمهور المستهدف.
- استخدام المهرجانات كمهرجان الفيوم السينمائي الدولي للأفلام البيئية، ومهرجان قرية تونس للخزف، والمعارض المحلية، كاستراتيجية في تطوير العلامة التجارية للفيوم كمقصد سياحي.

### ثانياً: توصيات موجهة للمنشآت السياحية بالفيوم:

- محافظة المنشآت السياحية على البيئة المحيطة بها من خلال عدم صرف مخلفاتها في بحيرة قارون، والاهتمام بنظافة شواطئها والحفاظ عليها من التدهور.
- الالتزام باشتراطات البناء في الأماكن السياحية والمعايير البيئية التي تم وضعها من قبل الجهات المعنية.
- الحفاظ على معايير الأمن والسلامة للزائرين والعاملين.
- الالتزام بالمعايير والمواصفات الدولية لجودة الطعام والخدمات المقدمة.
- تعاون المنشآت السياحية مع الجهات المعنية الحكومية بالقطاع السياحي وأصحاب المصلحة بالفيوم بما يخدم الصالح العام لقطاع السياحة.
- يجب على المنشآت السياحية توفير عاملين مؤهلين ومدربين للقيام بالمهام المنوطة بها.
- التدريب بشكل دوري ومستمر لتطوير أداء ومهارات العاملين لديها.
- تشجيع وتعزيز العمل الجماعي داخل المنشآت السياحية.

### ثالثاً: توصيات موجهة للمجتمع المحلي بالفيوم:

- ضرورة معرفة المجتمع المحلي للفيوم بأهمية السياحة للفيوم، والآثار والمنافع الاقتصادية والاجتماعية والبيئية التي ستعود عليهم.
- ضرورة معاملة الزائرين معاملة حسنة والترحيب بهم.
- ضرورة المحافظة على الأماكن السياحية وعدم العبث بها وحمايتها.
- الحفاظ على النظافة بشكل عام، ونظافة الأماكن السياحية بشكل خاص.

بالإضافة إلى ذلك، تقدم هذه الدراسة خطة مقترحة لإدارة الفيوم كمقصد سياحي وبناء علامة تجارية مميزة لها، تتكون من أربع مراحل رئيسية موضحة على النحو التالي (تقييم الوضع الراهن للفيوم كمقصد سياحي من خلال تحليل SWOT، الإطار الاستراتيجي، الإطار التنفيذي المتكامل، الإطار التنظيمي لإدارة المقصد).

**الكلمات الرئيسية:** المقصد السياحي عناصر المقصد السياحي، إدارة المقصد السياحي، العلامة التجارية، العلامة السياحية للمقصد.