

تنمية محور قناة السويس ودوره في جذب الاستثمارات السياحية: بالتطبيق على محافظة الإسماعيلية

دينا عبد السلام زايد، رشا خليل، ونيفين عيد

قسم الدراسات السياحية، كلية السياحة والفنادق، جامعة قناة السويس

المخلص

تهدف الدراسة إلى إلقاء الضوء على أهمية مشروع تنمية محور قناة السويس الجديد، وتحديد دوره في توفير الاستقرار الأمني والسياسي والاقتصادي والتنموي، والتعرف على الاستثمارات السياحية في إقليم قناة السويس، وتم التركيز على تقييم المنتج السياحي الخاص بمحافظة الإسماعيلية كونها من أهم المناطق المطلة على هذه المحور باستخدام نموذج التحليل الرباعي SWOT للبيئتين الداخلية والخارجية، وتم اقتراح مصفوفة الاستراتيجيات البديلة باستخدام تحليل TOWS للنهوض بالمنتج السياحي في المحافظة من خلال اختيار الاستراتيجية الملائمة من بين الاستراتيجيات المقترحة بهدف تطبيقها لجذب الاستثمارات السياحية للمحافظة.

معلومات المقالة

الكلمات المفتاحية

تنمية محور قناة
السويس؛ الاستثمارات
السياحية؛ محافظة
الإسماعيلية.

(JAAUTH)

المجلد 21، العدد 1،

(ديسمبر 2021)،

ص 211-228.

مقدمة

يعتبر مشروع تنمية محور قناة السويس هو التنمية المتكاملة لمنطقة قناة السويس كما يسعى لتنمية المشروع إلى كونه إقليمياً يتنافس عالمياً في مجال الخدمات اللوجستية والصناعات المتطورة والتجارة والسياحة يضم الإقليم ثلاث محافظات هي بورسعيد والسويس والإسماعيلية، ويتوافر به إمكانيات جذب في العديد من المجالات والأنشطة والأكثر نمواً في العالم، وهي النقل واللوجستيات، الطاقة، السياحة، الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، ويوفر مليون فرصة عمل، إلى جانب المشروعات الاستراتيجية التي ستحول قناة السويس من أضخم ممر مائي في العالم، كمشروع قناة السويس الجديد، وجذب فرص للاستثمارات بوجه عام والاستثمار السياحي بوجه خاص، يوفر مشروع تنمية محور قناة السويس العديد من فرص العمل ويرفع عوائد محور القناة إلى 5.3 مليار دولار، وقد تم بالفعل افتتاح تلك القناة في عام 2016.

مشكلة البحث

على الرغم من الأهمية الاقتصادية لمحوّر قناة السويس ودوره في جذب الاستثمارات السياحية للإقليم وعلى الرغم من تمتع محافظة الإسماعيلية بالعديد من المقومات السياحية إلا أن المحافظة لم تدرج حتى الآن ضمن مشاريع التنمية التي كان من المفترض إدراجها ضمن خطة الدولة لتنمية محور قناة السويس، فكان لابد من دراسة الوضع السياحي الحالي للمحافظة للحصول على وصف دقيق للمنتج السياحي المقدم وتحديد أهم المشكلات والعقبات التي تعاني منها محافظة الإسماعيلية وأهم المقومات التي يمكن استغلالها لجذب الاستثمارات السياحية للمحافظة.

وتتمثل مشكلة الدراسة في محاولة الإجابة عن التساؤلين التاليين:

- كيف يسهم استخدام التحليل الرباعي SWOT (نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات) في تقييم المنتج السياحي بمحافظة الإسماعيلية للاستفادة من نقاط القوة والفرص والتغلب على نقاط الضعف والتهديدات؟
- ما المقترحات والبدائل الاستراتيجية التي يمكن أن تساهم في جذب الاستثمارات السياحية لمحافظة الإسماعيلية في ظل مشروع تنمية محور قناة السويس؟

أهداف البحث

1. إلقاء الضوء على أهمية مشروع تنمية محور قناة السويس ودوره في جذب الاستثمارات؛
2. تقييم المنتج السياحي الخاص بمحافظة الإسماعيلية باستخدام مقاييس الإحصاء الوصفي وتحليله من خلال نموذج التحليل الرباعي SWOT للبيئتين الداخلية والخارجية؛
3. اقتراح مصفوفة الاستراتيجيات البديلة، باستخدام تحليل TOWS للنهوض بالمنتج السياحي في المحافظة،
4. اختيار الاستراتيجية المقترحة لتطبيقها لجذب الاستثمارات السياحية للمحافظة، واختيار البدائل الاستراتيجية الملائمة.

الإطار النظري

مقومات الجذب في محافظة الإسماعيلية

الإسماعيلية بوابة مصر الشرقية وهي تتوسط إقليمياً يضم محافظات القناة وشمال سيناء وجنوب سيناء ومحافظة الشرقية وهي متفردة في هذا الإقليم بوجود رئاسة هيئة قناة السويس ورئاسة جامعة قناة السويس وقيادة الجيش الميداني بها، كما أنها تقع على ملتقى عدة طرق حيوية تربطها بمحافظتي شمال وجنوب سيناء بما ينتظرهما من خطط قومية للتنمية وقد كان لهذا الموقع أهمية عالمية واستراتيجية، وتتمتع محافظة الإسماعيلية بموقع سياحي متميز على ضفتي قناة السويس والبحيرات المرة وبحيرة التمساح، وتتميز باعتدال جوها الذي يساعد على جذب الحركة السياحية، وتمتلك المحافظة العديد من المقومات السياحية الطبيعية والتاريخية والترفيهية التي تساعد على تنمية النشاط السياحي بالمحافظة ليكون قادراً على المساهمة بفاعلية في التنمية الاقتصادية ورفع مستوى المعيشة عن طريق زيادة متوسط دخل الفرد وتحقيق فائض في الموازنة العامة للدولة.

ومن أهم المقومات الطبيعية في المحافظة التنوع البيئي فالمحافظة بها بيئات صحراوية وزراعية حيث تبلغ المساحة المزروعة (37965) فدان مما أدى إلى وجود تنوع سكاني من ريف وحضر وتنوع في الحرف البيئية المنتشرة في نجوع المحافظة، وكذلك تتميز المحافظة بالفنون الشعبية ذات الطبيعة الخاصة بها. هذا بالإضافة إلى الشواطئ الممتدة بطول بحيرة التمساح والبحيرات المرة (إدارة السياحة بمحافظة الإسماعيلية، 2019).

وشكلت مقومات الإسماعيلية الطبيعية والسياحية مناخاً سياحياً متميزاً أتاح لها أن تحقق إنجازاً ملحوظاً في سياحة اليوم الواحد وجذب معظم المصطافين من المحافظات المجاورة حيث بحيرة التمساح في قلب المدينة والبحيرات المرة في جنوبها، إضافة إلى المساحات الخضراء الشاسعة والأندية ذات المساحات الكبيرة وهكذا

تتعدد السياحة في الإسماعيلية بين السياحة الترفيهية، سياحة المؤتمرات، السياحة التاريخية والسياحة الرياضية، وتمثل الإسماعيلية لوحة فنية بملامحها التاريخية والتي تبدأ من العصر الفرعوني وصولاً

إلى العصر المعاصر مما يتيح للزائرين فرصة التعايش مع رحلة التاريخ على أرضها (عيد، 2012).

الاستثمار السياحي الأجنبي

هي عملية توظيف أموال غير وطنية يملكها أفراد من جنسيات عربية أو أجنبية وفق قوانين الاستثمار السائدة في الدول التي يتحقق فيها الاستثمار وحسب الاتفاقيات التي تجرى بين طرفي الاتفاق و هم الدولة المضيفة و المستثمر العربي أو الأجنبي (عطية والبطل، 2005).

الاستثمار هو مجموعة التضحيات التي من شأنها زيادة الدخل وتحقيق الإضافات الفعلية إلى رأس المال الأصلي من خلال امتلاك الأصول التي تولد العوائد، نتيجة تضحية الفرد بمنفعة حالية للحصول عليها مستقبلاً بشكل أكبر من خلال الحصول على تدفقات مالية مستقبلية آخذاً بعين الاعتبار عنصرى العائد والمخاطرة (سلام، 2010).

وترجع أهمية الاستثمار السياحي إلى أهمية الدور الذي يلعبه في حل المشكلات التي تواجه الدولة، ومن أهمها:-

- تدفق رؤوس الأموال الأجنبية وتوفير جزء من النقد الأجنبي لتنفيذ خطط التنمية السياحية وخاصة في الدول التي تعاني من وجود فجوات بين حجم الاستثمارات اللازمة للتنمية وبين الحجم الفعلي من العملات الأجنبية لتنفيذ هذه الخطط،
- تسهم الاستثمارات السياحية في إيجاد العديد من فرص العمل في القطاع السياحي،
- الاستثمار السياحي له دور في تحقيق التوازن الاقتصادي والحضاري حيث تساهم في إقامة المشروعات السياحية في المناطق النائية ذات عوامل الجذب الطبيعية وتطوير هذه المناطق وتمييزها وتحسين مستوى الخدمات بها،
- يساهم الاستثمار السياحي في إدخال تجهيزات جديدة لتسهيل تقديم الخدمات السياحية، وقد يحقق السماح للشركات الدولية بالدخول في الاستثمار السياحي في نقل الفنون وأنظمة الإدارة الحديثة بالمنشآت السياحية مع تحسين وتطوير العمل بها وتحسين برامج التدريب للعاملين بها،
- يؤدي التوسع في المشروعات السياحية أو تطويرها إلى تحقيق التكامل بين القطاعات الاقتصادية الأخرى وقطاع السياحة، وهذا التكامل يؤدي إلى، الاستخدام الأمثل للموارد الطبيعية، ارتفاع حصيلة الدولة من الإيرادات من ضرائب ورسوم وتشجيع استثمار رؤوس الأموال الوطنية (وجدي، 2009).
- مقومات إقامة مناطق لوجستية بمحور تنمية قناة السويس:-

لقد وضعت العديد من الخطط الاقتصادية و التنفيذية من العديد من الوزارات المعنية بطرح مشروع تخطيط متكامل لمحور قناة السويس كمركز تجاري و لوجستي عالمي و أوضحت تلك الخطط أن المشروع تلخيصاً

عبارة عن تنمية كاملة لمحور القناة في بورسعيد كمرکز للتجارة العالمية مع مركز للتصنيع و التجميع و اللوجستيات للنقل البحري و نفس النشاط عند شمال غرب خليج السويس، وهناك أيضا في محافظة الإسماعيلية وادي التكنولوجيا و الظهير يمد نشاطه ليشمل مدنا أخرى مثل العريش في سيناء و الشرقية و الدقهلية من خلال كونها محافظات مغذية للمشروعات بالعمالة المطلوبة.

وأوضحت الخطة أن تنمية إقليم قناة السويس بوجه عام تتضمن 42 مشروعا ذا أولوية منها 6 مشروعات ذات أهمية قصوى وهي تطوير طرق القاهرة /السويس، الإسماعيلية /بورسعيد، إلى طرق حرة للعمل على سهولة النقل والتحرك بين أجزاء الإقليم والربط بالعاصمة، وإنشاء نفق الإسماعيلية المار بمحور السويس للربط بين ضفتي القناة شرق وغرب.

وأشارت خطة التنمية إلى مشروعات داعمة في إطار المشروعات ذات الأولوية لتنمية محور قناة السويس هي استثمار طريق العائلة المقدسة من خلال مشروع قومي متكامل، إقامة جامعة تكنولوجية بمنطقة وادي التكنولوجيا بالإسماعيلية، إقامة مدارس فندقية بالمنطقة المحصورة بين العريش والشيخ زايد، إنشاء مدينة الطب والعلوم بالتعاون مع جامعات دولية بشرق بورسعيد، وإنشاء محطة لتوليد الكهرباء بالطاقة الشمسية (مركز المعلومات في رئاسة الوزراء، 2016).

على الرغم من أن محافظة الإسماعيلية كانت مدرجة ضمن خطة التنمية الاقتصادية لمحور قناة السويس منذ عام 2014، إلا أنه حتى الآن لم تدرج ضمن المشاريع التي تم تنفيذها بالفعل، لذلك قامت الباحثة بتبسيط الضوء علي المنتج السياحي في الإسماعيلية وإبراز نقاط القوة والضعف والفرص والتحديات لجذب الاستثمار والمستثمرين إلى المحافظة.

منهج البحث

مجتمع وعينة البحث

يتمثل هدف البحث في توصيف المنتج السياحي الخاص بمحافظة الإسماعيلية باستخدام مقاييس الإحصاء الوصفي وتحليله من خلال نموذج التحليل الرباعي SWOT للبيئتين الداخلية والخارجية وتمثلت عينة الدراسة في توزيع استمارات استقصاء على المبحوثين المعنيين بالقطاع السياحي بمحافظة الإسماعيلية من مختلف الفئات الحكومية والخاصة، المسؤولين بالهيئة العامة للمنطقة الاقتصادية لهيئة قناة السويس ، هيئة قناة السويس ، وزارة السياحة وهيئة التنمية السياحية وهيئة تنشيط السياحة ، وبعض المؤسسات السياحية الخاصة مثل شركات السياحة ، والفنادق ، وبعض السائحين والسكان المحليين ، وقد تم توزيع عدد 450 استمارة استبيان وتم جمع 390 استمارة منها 340 استمارة صالحة للتحليل الإحصائي ، ونتجت عن زيارات ميدانية ومقابلات شخصية مع خبراء من هيئة قناة السويس وهيئة التنمية السياحية والموظفين في قطاع السياحة في محافظة الإسماعيلية وقد تم حساب المقاييس الإحصائية الوصفية للمتغيرات والتي شملت المتوسط الحسابي المرجح ، كما تم تقييم فئات المتوسط المرجح بالاعتماد علي وضع مقياس ليكرت المكون من خمس عناصر ذو الدرجات من 5 إلي 1 كالتالي: (موافق بشدة "5"، موافق "4"، محايد "3" غير موافق "2" غير موافق بشدة "1") (حامد، 2002).

التحليل الرباعي SWOT

يمكن تعريف التحليل الرباعي SWOT بأنه آلية تهتم بتحديد جوانب القوة والضعف في البيئة الداخلية لإدارة المقصد أو المنظمة، والفرص والتهديدات في البيئة الخارجية التي تؤثر على فاعلية مجهودات الإدارة المحتملة، مما يساهم في تطوير الاستراتيجيات وتنمية جوانب القوة والفرص المتاحة، والتغلب على جوانب الضعف والتهديدات (رضوان، 2012). وتم استخدام التحليل الرباعي SWOT كأداة لوضع استراتيجيات مستقبلية لإدارة وتنمية المنتجات السياحية، والتسويق السياحي، للمدن والمقاصد السياحية المختلفة من خلال العديد من الباحثين، باعتباره آلية واقعية وسهلة التطبيق تقدم نتائج وحلول متميزة خصوصاً فيما يتعلق بتحديد العوامل الخارجية والداخلية المؤثرة على الحركة السياحية من ناحية، وتحليل نقاط القوة والفرص وعوامل الضعف والتهديدات التي تخص وضع السائحين الزاهن في المقاصد من ناحية أخرى. (فايد وفراج، 2015؛ شهاوي، 2014).

التطبيق العملي لنموذج التحليل الرباعي (SWOT)

أولاً: توصيف الموقف الحالي للمنتج السياحي المقدم في محافظة الإسماعيلية

وذلك من خلال دراسة آراء المبحوثين عن تقييم الوضع الحالي لمحافظة الإسماعيلية في إطار مقياس ليكرت الخماسي والاتجاه المستخدم في هذه الدراسة كما يلي:

جدول (1) تحليل الآراء عن تقييم الوضع السياحي الحالي لمحافظة الإسماعيلية

م	العبارات	المتوسط
1	موقع متميز محلياً وعالمياً.	3.8
2	مناخ معتدل طوال العام.	2.9
3	تمثل الحدائق وامتداد المسطحات الخضراء في معظم المحافظة عنصر جذب سياحي.	4.7
4	وجود العديد من النوادي الرياضية والاجتماعية.	3.2
5	تعدد وسائل النقل المختلفة إلى مناطق المزارات السياحية وترتبط المناطق السياحية بشبكة طرق قوية.	3.9
6	تتمتع المهرجانات والاحتفالات بمحافظة الإسماعيلية بميزة خاصة.	4.2
7	تنظم شركات السياحة ووكالات السفر رحلات داخلية دورية	2.6
8	توفر مكاتب السياحة والسفر وسائل تسويقية متنوعة.	2.2
9	تمثل البيئة الصحراوية عنصر جذب سياحي قابل للتنمية السياحية.	3.3
10	تتوافر مصادر الطاقة في المناطق السياحية.	3.7
11	يمتاز العاملون بأماكن الإقامة بخبرة في العمل السياحي.	2.8
12	طرق ومواقف للسيارات.	2.2

2.4	عدم وجود خطة استثمارية واضحة من قبل الجهات المختصة لتنمية محافظة الإسماعيلية.	13
4.2	عدم وجود خطة تسويقية لمحافظة الإسماعيلية من قبل الجهات المختصة	14
4.7	وجود أماكن الإقامة بنظام تسعير ملائم لمختلف الشرائح.	15
3.6	تتصف أماكن الإقامة بخدمات عالية الجودة.	16
4.6	وجود شبكة طرق قوية تربط محافظة الإسماعيلية بباقي محافظات الجمهورية.	17
4.3	وجود العديد من المزارات التاريخية بمختلف العصور ووجود بانوراما عسكرية لتاريخ الجيش المصري.	18
2.6	تعدد شركات السياحة والطيران متنوعة الفئات (أ. ب. ج)	19
4.4	تعدد المطاعم التابعة لسلاسل عالمية وسلاسل محلية متعددة الدرجات.	20
4.2	وجود البنوك ومكاتب الاستعلامات السياحية والخدمات الصحية.	21
3.3	يتم الحصول علي المعلومات السياحية المتاحة بسهولة تامة	22
4.5	الموارد البشرية مؤهلة لتنظيم المهرجانات الدولية.	23
4.6	تتوافر اللوحات الإرشادية في المناطق السياحية والطرق.	24
4.9	تسهم هيئة قناة السويس في دعم تنمية المناطق السياحية والأثرية.	25
4.9	تنمية محور قناة السويس الجديدة يمثل عامل جذب للمستثمر.	26
4.8	تنمية محور قناة السويس يزيد من قيمة المنتج السياحي المميز لمحافظة الإسماعيلية	27
4.8	تنمية محور قناة السويس يساعد علي إقامة استثمارات في محافظة الإسماعيلية.	28
3.7	المتوسط العام	

ومن خلال الجدول السابق يتضح ما يلي:

أن نسبة 75% من المبحوثين متفقون على توافر مقومات المنتج السياحي بمحافظة الإسماعيلية حيث بلغت نسبة المتوسط العام (3.7).

وفقاً لدرجة موافقة المبحوثين على تلك العوامل الموجودة في الجدول، حيث اتفقت آراء المبحوثين على توافر العوامل التي تدل على تميز المنتج السياحي بعدد من عوامل الجذب الطبيعية مثل: المسطحات الخضراء والمساحات الصحراوية التي يمكن استغلالها سياحياً، وكذلك تنوع الخدمات والتسهيلات والتي من أهمها: مكاتب السياحة والسفر وتوافر وتعدد وسائل الانتقال المباشر إلى مختلف المناطق السياحية وتوافر مصادر الطاقة باستمرار.

واتفق المبحوثون أيضاً على إسهام هيئة قناة السويس في دعم تنمية المناطق السياحية والأثرية، وكذلك قناة السويس الجديدة يزيد من قيمة المنتج السياحي المميز لمحافظة الإسماعيلية، ويؤثر تنمية محور قناة السويس علي إقامة استثمارات في محافظة الإسماعيلية.

جدول (2) ملخص مكونات المنتج السياحي لمحافظة الإسماعيلية

موقع متميز عالمياً محلياً، ومناخ معتدل طوال العام، بحيرة التمساح البحيرات المرة الصغرى والكبرى، وجود الحدائق أهمها حديقة الغابة، تمتد المساحات والمسطحات الخضراء في معظم المحافظة.	مقومات جذب الطبيعية	مقومات الجذب السياحي
المزارات التاريخية بمختلف العصور المصرية وأهمها: تل أبو صيفي، تل الحير، تل حسن داود، تل الكوع، تل أبو نشابة والحطب، التل الكبير.	مقومات جذب الصناعية	
لا يوجد مطار بالإسماعيلية.	نقل الجوي	
ترتبط مع العالم عبر قناة السويس وموقعها المتميز بين البحرين المتوسط والأحمر.	نقل المائي	وسائل الانتقال
تنوع وسائل النقل البرية التي تربط المحافظة من الداخل وتربطها بباقي محافظات الجمهورية.	نقل البري	
من أهم الفنادق والقرى المصنفة سياحياً من نجمة إلى خمسة نجوم وأهمها: توليب، ميركيور الإسماعيلية، سبورت ريزورت، المرجان، بالما، شموسة، سندس فايد.	مصنفة سياحياً	خدمات الإقامة
يوجد أماكن الإقامة غير المصنفة ومن أهمها: فندق طيبة، قرية الفردوس، القرية الأولمبية.	غير مصنفة سياحياً	
يوجد 17 شركة ومكتب سياحة وطيّران متنوعة الفئات (أ، ب، ج) يوجد فرع لمصر للطيّران وآخر لمصر للسياحة.	شركات السياحة	
من أهمها: متحف آثار الإسماعيلية، متحف دليسييس، متحف الشرطة، معرض هيئة قناة السويس، معرض دبابات أبو عظة.	المتاحف والمعارض	الخدمات والتسهيلات
تتضمن مطاعم تابعة لسلاسل عالمية وسلاسل محلية، وتنوع من حيث الدرجات والخدمات.	مطاعم وكافيتريات	
امتداد الشواطئ وما يوجد بها من فنادق ونوادي ومنتزهات.	شواطئ ومنتزهات	

المصدر: (إدارة السياحة بمحافظة الإسماعيلية، 2020)

ثانياً: تحليل المنتج السياحي المقدم لمحافظة الإسماعيلية من خلال تطبيق نموذج التحليل الرباعي SWOT للبيئتين الداخلية والخارجية .

جدول (3) نتائج الزيارات الميدانية والمقابلات الشخصية لتحليل البيئة الداخلية والخارجية SWOT للمنتج السياحي لمحافظة الإسماعيلية

نقاط القوة	نقاط الضعف
<ul style="list-style-type: none"> - موقع الإسماعيلية المتميز محلياً حيث تتوسط محافظات السويس وبورسعيد وقربها من القاهرة وشمال وجنوب سيناء والشرقية ووجودها ضمن خطة التنمية لمحور قناة السويس الجديدة. - وجود خدمات متميزة في معظم شواطئ وبنادى الإسماعيلية وتنوع الأنشطة الرياضية والاجتماعية. - الأهمية التاريخية لمتحف دليسييس. - تعاون الموظفين في تقديم المعلومات المتاحة. - وجود بعض حوافز من الدولة للمستثمرين في محور قناة السويس . 	<ul style="list-style-type: none"> - ضعف العروض الترويجية المقدمة عن مدينة الإسماعيلية وعدم وضوح الأهداف التسويقية القومية للإسماعيلية. - ضيق بعض الطرق والشوارع الرئيسية والداخلية. - صغر مساحة معظم الأندية بالمحافظة. - عدم وجود خرائط توضح المناطق السياحية وأماكن الخدمات. - قلة عدد وحدات الإقامة المتاحة (شاليهات / غرف) في معظم النوادي. - تلوث مياه الشاطئ مشكلة عام). - كثرة عدد المنشآت الفندقية غير المصنفة سياحياً. - انخفاض مستوى الخدمات الفندقية. - قلة فنادق ذات علامة تجارية عالمية. - ضعف الرقابة على الأحياء وانتشار القمامة في الشوارع والحدائق، وخاصة منطقة الغابة. - عدم وجود مطار دولي.
الفرص	التحديات
<ul style="list-style-type: none"> - توجيه الاستثمارات الدولية لتنمية محور إقليم قناة السويس . - ترتبط المناطق السياحية بشبكة طرق قوية. - تؤثر القناة الجديدة ومحور قناة السويس تأثيراً كبيراً على تنمية محافظة الإسماعيلية. - تقدر المساحة الصالحة للتنمية على شواطئ بحيرة التمساح بحوالي 600 فدان. - الاهتمام القومي بالتنمية السياحية لإقليم قناة السويس 	<ul style="list-style-type: none"> - بعض المناطق التابعة للمحافظة تقع داخل منطقة سيناء، مما يعيق التنمية في الفترة الحالية خاصة مع الظروف الأمنية التي تشهدها المنطقة. - معظم المزارات تقع في الجانب الشرقي لقناة السويس تحت إجراءات أمنية مشددة. - توالي المحافظين وعدم وجود تنفيذ لقرارات المحافظين السابقين. - عدم تنفيذ أي من الاستثمارات السياحية التي

كانت مخططة لها ضمن خطة تنمية محور قناة السويس حتى الآن.	تسهم هيئة قناة السويس في دعم تنمية المناطق السياحية والأثرية.
- غلق بعض الفنادق لعدم استقرار الموسم السياحي.	- قلة المنشآت الصناعية بالمحافظة.
- غلق بعض الفنادق لعدم استقرار الموسم السياحي.	- الصورة الذهنية التاريخية للإسماعيلية المرتبطة بالمهرجانات.
- قلة الموارد المالية للمحافظة.	
- عدم وجود الإسماعيلية كمقصد دولي للأحداث والمناسبات السياحية.	

المصدر: إعداد الباحثة

ثالثاً: تصميم مصفوفة القرارات العوامل الداخلية والعوامل الخارجية:

يتم عمل مصفوفة العوامل الاستراتيجية الداخلية والخارجية باتباع الخطوات التالية (ليث، 2008).

1. يتم تحديد أكثر نقاط القوة والضعف تأثيراً في تحليل البيئة الداخلية، وتحديد أكثر نقاط الفرص والتهديدات تأثيراً في تحليل البيئة الخارجية للمنتج السياحي محافظة الإسماعيلية.
2. تحديد وزن لكل عامل استراتيجي من عوامل البيئة الداخلية والخارجية وذلك في ضوء التأثير المحتمل للعوامل السابقة على الموقف الاستراتيجي للمنتج السياحي محافظة الإسماعيلية مع الوضع في الاعتبار أن مجموع الأوزان يجب أن يكون واحداً صحيحاً بغض النظر عن عددها.
3. ترتيب العوامل السابقة على مقياس يمتد من 1 إلى 5 سواء كانت مرتبطة بنقاط القوة والضعف، والفرص والتهديدات كل علي حدة. بحيث يمثل الترتيب 5 مهم للغاية، والترتيب 4 يمثل مهم، والترتيب 3 متوسط والترتيب 2 أقل من المتوسط والترتيب 1 ضعيف وذلك في ضوء امتلاك وتميز المنتج السياحي في مجال العامل الاستراتيجي موضع الترتيب (Helms and Nixon, 2010)
4. حساب الأوزان المرجحة لكل عامل استراتيجي عن طريق ضرب الوزن النسبي × الترتيب الخاص به.
5. جمع النقاط المرجحة لعوامل التحليل الاستراتيجي ككل للوصول إلي شكل وطبيعة المنتج الخاص بمنطقة الدراسة، وكلما اقترب مجموع النقاط من (5) كلما دل علي تميز المنتج السياحي بمنطقة الدراسة، بينما يكون الأداء ضعيفاً إذا كان مجموع النقاط المرجحة قريباً من (1)، وإذا كان مجموع النقاط يقترب من (3) دل ذلك علي الأداء المتوسط للمنتج السياحي بمنطقة الدراسة.
6. مقارنة مجموع نتائج الأوزان الترجيحية بنتيجة متوسط الدرجة الكلية المرجحة وهي تمثل (3) والتي تم الحصول عليها من خلال مجموع ترتيب العوامل الاستراتيجية مقسوماً علي عددهم $3=5/15=5+4+3+2+1$ ، وفي حالة زيادة مجموع الأوزان الترجيحية للعوامل الاستراتيجية مجتمعة فإن

البيئة الداخلية تمثل نقاط ضعف للمنطقة الدراسة ، وفي حالة زيادة مجموع الأوزان الترجيحية لعوامل البيئة الخارجية (الفرص والتحديات معاً) عن المتوسط الكلي المرجح ، فإن البيئة الخارجية تمثل فرصاً لمنطقة الدراسة ، أما في حالة زيادة المتوسط الكلي المرجح عن مجموع الأوزان الترجيحية للعوامل الاستراتيجية مجتمعة فإن البيئة الخارجية تمثل تهديداً للمنطقة.

مصنوفة العوامل الداخلية

يوضح الجدول التالي أهم عناصر القوة والضعف للمنتج السياحي بمحافظة الإسماعيلية والوزن النسبي والمرجح لهم.

جدول (4) مصنوفة العوامل الاستراتيجية الداخلية للمنتج السياحي بمحافظة الإسماعيلية

م	العوامل الاستراتيجية الداخلية	الوزن النسبي	ترتيب الدرجة	الوزن المرجح
نقاط القوة strengths				
1	موقع الإسماعيلية المتميز محلياً حيث تتوسط محافظات السويس وبورسعيد وقربها من القاهرة وشمال وجنوب سيناء والشرقية ووجودها ضمن خطة التنمية لمحور قناة السويس الجديدة.	0.074	5	0.368
2	الأهمية التاريخية لمتحف دليسييس.	0.049	3	0.163
3	وجود خدمات متميزة في معظم شواطئ ونوادي الإسماعيلية وتنوع الأندية الرياضية والاجتماعية.	0.074	5	0.368
4	وجود بعض حوافز من الدولة للمستثمرين في محور قناة السويس.	0.074	5	0.368
5	تمثل البيئة الصحراوية عنصر جذب قابل للتنمية السياحية.	0.060	4	0.272
6	تعاون الموظفين في تقديم المعلومات المتاحة.	0.049	3	0.163
7	توافر خدمات البنية الأساسية كالطرق، والمياه، والكهرباء، والاتصالات.	0.060	4	0.272
8	تعاون الموظفين في تقديم المعلومات المتاحة.	0.060	4	0.272
		0.5		2.246
نقاط الضعف weaknesses				
1	ضعف العروض الترويجية المقدمة عن مدينة الإسماعيلية وعدم وضوح الأهداف التسويقية القومية للإسماعيلية.	0.076	5	0.386
2	ضيق بعض الطرق والشوارع الرئيسية والداخلية.	0.040	3	0.125
3	تلوث مياه الشاطئ (مشكلة عامة).	0.058	4	0.251
4	انتشار المواقف العشوائية بمدينة الإسماعيلية، مما يؤثر على المنظر الحضاري للمدينة.	0.040	3	0.125

يتبع

0.386	5	0.076	5	عدم وجود خرائط توضح المناطق السياحية وأماكن الخدمات.
0.386	5	0.076	6	ضعف الرقابة على الأحياء وانتشار القمامة في الشوارع والحدائق، وخاصة منطقة الغابة.
0.251	4	0.058	7	انخفاض مستوى الخدمات الفندقية.
0.386	5	0.076	8	عدم وجود مطار دولي.
2.296		0.5	إجمالي الوزن	
4.542		1		

ويتضح من جدول (4) أن الدرجة الإجمالية للأوزان المرجحة (2.296 + 2.246) = (4.542) وهذا يدل على تميز المنتج السياحي في محافظة الإسماعيلية، وبمقارنة مجموع نتائج الأوزان المرجحة (4.542) بنتيجة متوسط الدرجة الكلية المرجحة وهي تمثل (5) نجد زيادة مجموع الأوزان المرجحة لعوامل البيئة الداخلية (نقاط القوة والضعف معاً) عن المتوسط الكلي المرجح ، وهذا يشير إلي أن البيئة الداخلية تمثل نقاط قوة للمنطقة والتي لا بد من الاستفادة منها والعمل علي تطويرها وتنميتها.

تصميم مصفوفة العوامل الخارجية

يوضح الجدول التالي أهم الفرص والتحديات للمنتج السياحي في محافظة الإسماعيلية والوزن النسبي والمرجح لهم :

جدول (5) مصفوفة العوامل الاستراتيجية الخارجية للمنتج السياحي في محافظة الإسماعيلية

م	العوامل الاستراتيجية الخارجية		
	الوزن النسبي	ترتيب الدرجة	الوزن المرجح
الفرص Opportunities			
1	0.076	5	0.371
توجيه الاستثمارات الدولية لتنمية محور إقليم قناة السويس .			
2	0.040	3	0.135
ترتبط المناطق السياحية بشبكة طرق قوية.			
3	0.076	5	0.371
تؤثر القناة الجديدة ومحور قناة السويس تأثيراً كبيراً في تنمية محافظة الإسماعيلية.			
4	0.040	3	0.135
قلة المنشآت الصناعية بالمحافظة.			
5	0.058	4	0.229
تقدر المساحة الصالحة للتنمية على شواطئ بحيرة التمساح بحوالي 600 فدان.			
6	0.076	5	0.371
الاهتمام القومي بالتنمية السياحية لإقليم قناة السويس.			
7	0.076	5	0.371
الصورة الذهنية التاريخية للإسماعيلية المرتبطة بالمهرجانات.			
8	0.058	4	0.229
تسهم هيئة قناة السويس في دعم تنمية المناطق السياحية والأثرية.			
	0.05		2.212

التهديدات Threats			
0.348	5	0.073	1 بعض المناطق التابعة للمحافظة تقع داخل منطقة سيناء، مما يعيق التنمية في الفترة الحالية خاصة مع الظروف الأمنية التي تشهدها المنطقة.
0.348	5	0.073	2 معظم المزارات تقع في الجانب الشرقي لقناة السويس تحت إجراءات أمنية مشددة.
0.126	3	0.042	3 غلق بعض الفنادق لعدم استقرار الموسم السياحي.
0.348	5	0.073	4 توالي المحافظين وعدم وجود تنفيذ لقرارات المحافظين السابقين.
0.126	3	0.042	5 عدم وجود الإسماعيلية كمقصد دولي للأحداث والمناسبات السياحية.
0.348	5	0.073	6 عدم الترويج الدولي للمهرجانات التي تقام في الإسماعيلية.
0.235	4	0.051	7 قلة الموارد المالية للمحافظة.
0.348	5	0.073	8 عدم تنفيذ أي من الاستثمارات السياحية التي كانت مخططة لها ضمن خطة تنمية محور قناة السويس حتى الآن.
2.227		0.5	إجمالي الوزن
4.439		1	

ويتضح من جدول (5) أن الدرجة الإجمالية للأوزان المرجحة $(2.212 + 2.227) = (4.439)$ مما يشير إلى أن طبيعة المنتج في محافظة الإسماعيلية بالنسبة لتحليل العوامل الخارجية يعتبر متوسطاً. وبمقارنة مجموع نتائج الأوزان المرجحة (4.439) بنتيجة متوسط الدرجة الكلية المرجحة وهي تمثل (5) نجد زيادة مجموع الأوزان الترجيحية لعوامل البيئة الخارجية (الفرص والتهديدات معاً) عن المتوسط الكلي المرجح مما يشير إلى أن البيئة الخارجية تمثل فرصاً محافظة الإسماعيلية ولا بد الاستفادة منها.

رابعاً: نتائج الدراسة وتصميم مصفوفة الاستراتيجيات البديلة باستخدام تحليل TOWS للنهوض بالمنتج السياحي في محافظة الإسماعيلية:

بعد الانتهاء من تحليل وتوصيف الموقف الحالي للبيئة الداخلية والخارجية للمنتج السياحي المقدم لمحافظة الإسماعيلية إعداد مصفوفتي العوامل الاستراتيجية الداخلية والخارجية في الخطوات السابقة، تأتي خطوة اقتراح مصفوفة الاستراتيجيات البديلة من خلال الاعتماد على أسلوب مصفوفة TWOS والذي يعتمد على تحديد البدائل الاستراتيجية لكل محور من المحاور التالية: (Lawrence G Fine، 2009)

- 1- استراتيجيات تعزيز نقاط القوة والاستفادة من الفرص الخارجية (S-O).
- 2- استراتيجيات تعزيز نقاط القوة وتجنب التهديدات الخارجية (S-T).
- 3- استراتيجيات التغلب على نقاط الضعف والاستفادة من الفرص الخارجية (W-O).
- 4- استراتيجيات التغلب على نقاط الضعف وتجنب التهديدات الخارجية (W-T).

جدول (6) مصفوفة الاستراتيجيات البديلة باستخدام أسلوب TWOS

نقاط الضعف	نقاط القوة	العوامل الداخلية العوامل الخارجية
<ul style="list-style-type: none"> - ضعف العروض الترويجية المقدمة عن مدينة الإسماعيلية وعدم وضوح الأهداف التسويقية القومية للإسماعيلية. - ضيق بعض الطرق والشوارع الرئيسية والداخلية. - صغر مساحة معظم الأندية بالمحافظة. - عدم وجود خرائط توضح المناطق السياحية وأماكن الخدمات. - قلة عدد وحدات الإقامة المتاحة (شاليهات / غرف) في معظم النوادي. - تلوث مياه الشاطئ (مشكلة عامة). - عدم وجود فنادق ذات علامة تجارية عالمية. - انتشار المواقف العشوائية بمدينة الإسماعيلية، مما يؤثر على المنظر الحضاري للمدينة. - ضعف الرقابة على الأحياء وانتشار القمامة في الشوارع والحدائق، وخاصة منطقة الغابة. - انتشار الباعة الجائلين والصيادين أمام الشواطئ. - صغر حجم وسعة متحف آثار الإسماعيلية مما أدى إلي قلة المعروضات. - ضعف إمكانيات العرض بمتحف ديليسبس. 	<ul style="list-style-type: none"> - موقع الإسماعيلية المتميز محلياً حيث تتوسط محافظات السويس وبورسعيد وقربها من القاهرة وشمال وجنوب سيناء والشرقية ووجودها ضمن خطة التنمية لمحور قناة السويس الجديدة. - اعتدال درجات الحرارة طوال العام، وامتداد المساحات الخضراء بالمحافظة - تنوع المزارات عبر العصور المختلفة (المصرية القديمة، اليونانية الرومانية، المسيحية، الحديثة). - الأهمية التاريخية لمتحف ديليسبس. - تعاون الموظفين في تقديم المعلومات المتاحة. - وجود النادي الإسماعيلي صاحب التاريخ الرياضي الكبير والعريق. - توافر خدمات البنية الأساسية كالطرق، والمياه، والكهرباء، والاتصالات. - وجود بعض حوافز من الدولة للمستثمرين في محور قناة السويس. 	

ينبع

استراتيجيات التغلب على نقاط الضعف والاستفادة من الفرص الخارجية (W - O)	استراتيجيات تعزيز نقاط القوة والاستفادة من الفرص الخارجية (S - O)	الفرص
<ul style="list-style-type: none"> - العمل على تطوير وتسهيل الخدمات السياحية. - التنسيق بين المستثمرين والدولة علي إنشاء مشاريع سياحية كبيرة. - إنشاء مؤسسات تسويقية كبيرة لتنظيم المهرجانات السياحية. - التنسيق مع مركز دعم المعلومات ودعم اتخاذ القرار بمجلس الوزراء لإنشاء نظام معلومات سياحي متكامل. - التنسيق مع المنظمات والاتحادات الرياضية الدولية لتنظيم أحداث رياضية كبيرة على المستوى الإقليمي والدولي. 	<ul style="list-style-type: none"> - الربط الإعلامي بين الميزة التنافسية للموقع الاستراتيجي والتنوع الحضاري والتاريخي للمزارات. - الربط بين تنمية محور قناة السويس وبين المنتج المتميز لمحافظة الإسماعيلية. - إحياء تنظيم المهرجانات والاحتفالات التي تميزت بها الإسماعيلية. - التنسيق مع الدولة لتنفيذ المشروعات التي كانت مخططة لها في الإسماعيلية ضمن خطة تنمية محور قناة السويس مثل (مشروعات وادي التكنولوجيا - شباب الخرجين في القنطرة شرق). - التنسيق مع شركات السياحة لتسويق برامج السياحة الداخلية على مستوى الجمهورية. - الاستفادة من تاريخ وخبرة المؤسسات الرياضية مثل (النادي الإسماعيلي) في خلق منتج قوي للسياحة الرياضية. 	<ul style="list-style-type: none"> - توجيه الاستثمارات الدولية لتنمية محور إقليم قناة السويس - ترتبط المناطق السياحية بشبكة طرق قوية. - تؤثر القناة الجديدة ومحور قناة السويس تأثيراً كبيراً على تنمية محافظة الإسماعيلية - الاهتمام القومي بالتنمية السياحية لإقليم قناة السويس. - تسهم هيئة قناة السويس في دعم تنمية المناطق السياحية والأثرية. - وجود النادي الإسماعيلي صاحب التاريخ الرياضي الكبير والعريق.
استراتيجيات التغلب على نقاط الضعف وتجنب التهديدات الخارجية (W - O)	استراتيجيات تعزيز نقاط القوة وتجنب التهديدات الخارجية (S - T)	التهديدات
<ul style="list-style-type: none"> - إنشاء نظام معلومات متكامل يتضمن كافة تفاصيل المنتج السياحي للإسماعيلية. - تركيز الاستثمارات السياحية الجديدة في 	<ul style="list-style-type: none"> - محاولة نشر الأمن وتحسين الظروف الأمنية في المنطقة كلها والعمل علي تخفيف الإجراءات الأمنية علي المزارات. 	<ul style="list-style-type: none"> - بعض المناطق التابعة للمحافظة تقع داخل منطقة سيناء، مما يعيق التنمية في الفترة

يتبع

<p>منطقة محور قناة السويس الجديدة.</p> <p>- حث الدولة علي استكمال المشروعات المخطط لها في الإسماعيلية الجديدة ووادي التكنولوجيا والقنطرة شرق.</p> <p>- تشجيع وتقديم حوافز للمستثمرين على إنشاء سلاسل فنادق عالمية لتنشيط السياحة في الإسماعيلية.</p> <p>- تقديم تسهيلات من المحافظة للمستثمرين العقاريين لإنشاء مجمع مراكز تسوق ضخم وربطها بالقطاع السياحي.</p> <p>- العمل على إعداد دراسات جدي متكاملة للمنتج السياحي في الإسماعيلية لتقديم للمستثمرين للاستثمار بها.</p>	<p>- حث المستثمرين على إنشاء مشروعات سياحية وتشغيل العمالة بها.</p> <p>- إنشاء مشروعات سياحية تخدم المشروعات اللوجستية والصناعية التي تم أنشاؤها في محور قناة السويس.</p> <p>- التوسع في استضافة وتنظيم الأحداث الرياضية الكبرى لدول المنطقة.</p> <p>- تقديم الدولة الحوافز للمستثمرين للتنمية والاستثمار السياحي.</p>	<p>الحالية خاصة مع الظروف الأمنية التي تشهدها المنطقة.</p> <p>- معظم المزارات تقع في الجانب الشرقي لقناة السويس تحت إجراءات أمنية مشددة.</p> <p>- غلق بعض الفنادق لعدم استقرار الموسم السياحي.</p> <p>- هروب العمالة للعمل في العاصمة (القاهرة)</p> <p>- عدم الترويج الدولي للمهرجانات التي تقام في الإسماعيلية.</p> <p>- عدم تنفيذ أي من الاستثمارات السياحية التي كانت مخططة لها ضمن خطة تنمية محور قناة السويس حتي الآن.</p>
--	--	---

خامساً: اختيار الاستراتيجية المقترح تطبيقها على محافظة الإسماعيلية، واختيار البدائل الاستراتيجية الملائمة من خلال النتائج التي تم توصل اليها بعد اقتراح مصفوفة الاستراتيجيات البديلة، تم البديل الاستراتيجي الخاص بتنوع المنتج، من ضمن البدائل الاستراتيجية المرتبطة باستراتيجية النمو في إدارة المقاصد السياحية للأسباب التالية:

- ظهر بشكل واضح مما سبق، ضرورة الاهتمام بتنوع المنتج السياحي بمحافظة الإسماعيلية، والخدمات المرتبطة به.
- كما اتضح من خلال النتائج السابقة، العمل على تطوير المنتج.
- استراتيجية التكامل كأساس لتعزيز القدرة الداخلية للمنتج السياحي لمحافظة الإسماعيلية وتحسين الوضع التنافسي.

سادساً: التوصيات من خلال صياغة الاستراتيجيات البديلة ووضع إطار مقترح لاستراتيجية التنمية للمنتج السياحي المقدم في محافظة الإسماعيلية

توصلت الباحثة ان مصفوفة الاستراتيجيات البديلة باستخدام تحليل TOWS لتتبع بالمنتج السياحي في الإسماعيلية ، إلي انه يمكن مواءمة نتائج تحليل البيئة الداخلية لمحافظة الإسماعيلية والتي شملت تحليل نقاط القوة والضعف الخاصة بالمنتج السياحي المقدم بها ، مع نتائج تحليل البيئة الخارجية للإسماعيلية والذي شمل تحليل الفرص الخارجية والتهديدات لينتج عن ذلك مجموعة من البدائل الاستراتيجية التي يمكن للدولة أن تنتهجها لتنمية المنتج السياحي لمحافظة الإسماعيلية .وقد خلصت الدراسة إلي عدد من التوصيات وهي :

التوصيات المقترحة لتعزيز نقاط القوة والاستفادة من الفرص الخارجية

- الربط بين تنمية محور قناة السويس وبين المنتج المتميز لمحافظة الإسماعيلية.
- التنسيق مع الدولة لتنفيذ المشروعات التي كانت مخططة لها في الإسماعيلية ضمن خطة تنمية محور قناة السويس مثل (مشروعات وادي التكنولوجيا - شباب الخرجين في القنطرة شرق).
- الاستفادة من تاريخ وخبرة المؤسسات الرياضية مثل (النادي الإسماعيلي) في خلق منتج قوي للسياحة الرياضية.

التوصيات المقترحة لتعزيز نقاط القوة وتجنب التهديدات الخارجية

- محاولة نشر الأمن وتحسين الظروف الأمنية في المنطقة كلها والعمل على تخفيف الإجراءات الأمنية علي المزارات.
- إنشاء مشروعات سياحية تخدم المشروعات اللوجستية والصناعية التي تم إنشاؤها في محور قناة السويس.
- تقديم الدولة الحوافز للمستثمرين للتنمية والاستثمار السياحي.

التوصيات المقترحة للتغلب على نقاط الضعف والاستفادة من الفرص

- العمل على تطوير وتسهيل الخدمات السياحية.
- إنشاء مؤسسات تسويقية كبيرة لتنظيم المهرجانات السياحية.
- التنسيق مع المنظمات والاتحادات الرياضية الدولية لتنظيم أحداث رياضية كبيرة على المستوى الإقليمي والدولي.

التوصيات المقترحة للتغلب على نقاط الضعف وتجنب التهديدات

- إنشاء نظام معلومات متكامل يتضمن كافة تفاصيل المنتج السياحي للإسماعيلية.
- تركيز الاستثمارات السياحية الجديدة في منطقة محور قناة السويس الجديدة.
- حث الدولة على استكمال المشروعات المخطط لها في الإسماعيلية الجديدة ووادي التكنولوجيا والقنطرة شرق.

- العمل على إعداد دراسات جدوى متكاملة للمنتج السياحي في الإسماعيلية لتقديمه للمستثمرين للاستثمار بها.

التوصيات لمواجهة التحديات التي تواجه الاستثمار في محافظة الإسماعيلية في ظل تنمية محور قناة السويس

- إنشاء مراكز تدريب مع توفير الخدمات الاجتماعية والترفيهية عالية المستوى لتأهيل المنطقة للإقامة وتكوين مجتمعات عمرانية جديدة.

- الحاجة إلى وضع استراتيجية متكاملة مبنية على آليات تنفيذية للتغلب على المعوقات بدقة وكفاءة وسرعة ترجمتها إلى آليات وخطط تنفيذية بما يكفل دفع التنمية.

المراجع العربية

- حامد، هند (2002): تقييم دور التجارة الإلكترونية في الشركات السياحية، رسالة ماجستير، كلية السياحة والفنادق، جامعة حلوان، القاهرة، جمهورية مصر العربية.
- رضوان، محمد فاروق (2012): استخدام الأوزان النسبية لعناصر البيئة الداخلية والخارجية
- سلام، مروة صلاح قاعود (2010)، مناخ الاستثمار السياحي في مصر " الفرص والتحديات " (دراسة تحليلية للوضع الراهن)، كلية سياحة وفنادق، جامعة الفيوم.
- شهاوي، ياسر مصطفى (2014): استخدام التحليل الرباعي (سوات) بالاعتماد على المسح السياحي لوضع استراتيجية للتسويق السياحي لمدينة أبها بالمملكة العربية السعودية، مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة، ديسمبر، 2014، الجزء الأول ص 79-91.
- عطية، طاهر مرسي، البطل، مني محمد إبراهيم (2005)، الإدارة المالية والاستثمار، والمفاهيم والأسس، الطبعة الثانية، أمير، القاهرة.
- عيد، شريف عبد الحميد صلاح (2012)، استراتيجية الترويج السياحي وأثرها على الجذب السياحي في مدن القناة (دراسة ميدانية)، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية سياحة وفنادق، جامعة قناة السويس، ص 35.
- فايد، هناء عبد القادر فراج، محمد محمد (2015): البديل الاستراتيجية المقترحة لتنمية المنتج السياحي لمحافظة الإسماعيلية باستخدام نموذج التحليل الرباعي SWOT، مجلة كلية السياحة والفنادق جامعة الفيوم، المجلد التاسع، العدد الثاني المجلد الأول، ص 246-271.
- ليث، الربيعي (2008)، عوامل جذب الطلبة الأجانب في استهداف الأسواق الدولية" دراسة تحليلية لاتجاهات الطلبة الوافدين في جامعة البترا"، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد السادس عشر، الصفحات: 181-226، العراق.
- محافظة الإسماعيلية (2019)، دليل المحافظة، إدارة السياحة.
- (مركز المعلومات في رئاسة الوزراء، 2016).

- وجدي دسوقي، خالد (2009)، الاستثمار السياحي وأثره على التنمية السياحية " دراسة مقارنة بين اسبانيا ومصر"، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة.

المراجع الإنجليزي

- Helms, M., M., and Nixon, J. (2010). Exploring SWOT analysis – where are we now? A review of academic research from the last decade, Journal of Strategy and Management, Vol. 3 No. 3, pp. 215-25
- Lawrence, G. F. (2009). The SWOT Analysis: Using Your Strength to Overcome Weaknesses, Using Opportunities to Overcome Threats. The publisher is Kick It, ISBN: 1449546757, 9781449546755



Journal of Association of Arab Universities for Tourism and Hospitality (JAAUTH)

Vol. 21 No. 1, (December 2021), pp. 211-228.

journal homepage: <http://jaauth.journals.ekb.eg>



Development axis of the Suez Canal and its role in attracting tourism investments: An Applied to Ismailia governorate

Dina Ahmed Zaid, Nevien Galal Eid, and Rasha Ahmed Khalil

Tourism Studies Department, Faculty of Tourism and Hotels, Suez Canal University.

ARTICLE INFO

Keywords:

New Suez Canal;
Ismailia governorate;
Development

(JAAUTH)
Vol. 21, No. 1,
(December 2021),
PP. 211-228.

ABSTRACT

The study aims to shed light on the importance of the new Suez Canal axis development project and determine its role in providing security, political, economic, and development stability. The study showed the planned tourism investments in the Suez Canal region. Emphasis was placed on evaluating the tourism product presented in Ismailia Governorate as one of the most critical areas overlooking the Suez Canal axis using the SWOT analysis model for the internal and external environments, and a matrix of alternative strategies was proposed using TOWS analysis to advance the tourism product in the governorate by choosing the appropriate strategy from among the proposed strategies to be applied to attract tourism investments to the province