



A proposed Strategy for the Development of Tourism Product in the Pharaoh's Baths Area

وضع استراتيجية مقترحة لتطوير المنتج السياحي بمنطقة حمامات فرعون

Rasha Ahmed Mohamed Khalil¹ | Reham Abdelrahman Gad Abdu²

Article Info

معلومات المقالة

Article Language: Arabic

لغة المقالة: العربية

Vol. 5 No. 1, (2022) pp. 245-260 | <https://doi.org/10.21608/SIS.2022.165023.1076>

Abstract

الملخص

This study aims to propose recommendations about the strategic alternatives for tourism product development presented in Pharaoh's baths area, through (SWOT) analysis model in order to study the strengths, weaknesses, opportunities and threats of the area. The study uses the analytical descriptive approach. The study data collection depends on the secondary and primary sources: questionnaires were distributed to the representatives of tourism sector, in addition to field visits to the area. The study rises number of strategic alternatives, which may contribute in improving and developing the tourism product in Pharaoh's baths. The study recommends paying attention to improve the tourist product in the area of the caves of the Pharaoh's baths archaeological and the need to include the area as part of the tourist program for one-day trips.

تهدف الدراسة إلى محاولة الوصول إلى وضع استراتيجية مقترحة لتطوير المنتج السياحي المقدم في منطقة حمامات فرعون كمنتج سياحي استثنائي كأحد البدائل الاستراتيجية ضمن استراتيجية النمو التابعة لاستراتيجيات الإدارة في المقاصد السياحية. تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي في الدراسة. تم توزيع استمارات استبيان على عينة ملائمة من زائري المنطقة سواء أجنب أو مصريين، بالإضافة إلى السكان المحليين، وإجراء عدد من المقابلات الشخصية مع ممثلي القطاع السياحي المعنيين بالمنطقة السياحية، بالإضافة إلى الزيارات الميدانية. تم الاعتماد على نموذج التحليل الرباعي SWOT وذلك لدراسة نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات للمنطقة. وقد توصلت الدراسة إلى تحليل وتوصيف الموقف الحالي للبيئة الداخلية والخارجية للمنتج السياحي المقدم في منطقة حمامات فرعون، واختيار استراتيجية مقترحة تطبيقها لإدارة المنطقة سياحياً وتطوير المنتج السياحي المقدم بها، ويوصي البحث بالاهتمام بتطوير المنتج السياحي بمنطقة كهوف حمامات فرعون الأثرية بأبو زنيمة ووضعها على الخريطة السياحية لمصر، ضرورة إدراج المنطقة كجزء من البرنامج السياحي لرحلات اليوم الواحد التي يقوم بها السائح لممارسة سياحة الاستشفاء.

Keywords: South Sinai Governorate; Pharaoh's bath; Tourism product; SWOT

الكلمات الدالة: محافظة جنوب سيناء؛ حمامات فرعون؛ المنتج السياحي؛ التحليل الرباعي SWOT

¹Assistant Professor - Suez Canal University- Faculty of Tourism and Hotel Management

²Instructor - Suez Canal University- Faculty of Tourism and Hotel Management

مقدمة:

يعتبر المنتج السياحي العلاجي والأثري من أهم مقومات الجذب السياحي في مصر. وقد احتلت مصر موقعاً متميزاً على خريطة السياحة العلاجية وأصبحت مقصداً لراغبي الاستشفاء من جميع أنحاء العالم حيث يأتي إليها السائحون للاستمتاع بالمناخ الصحي والعلاج الطبي الطبيعي، وتحظى محافظة جنوب سيناء بالعديد من مقومات السياحة العلاجية خاصة العيون الكبريتية مثل حمام فرعون وحمامات موسى ذات الأهمية التاريخية والعلاجية التي تتدفق من باطن الأرض بشكل طبيعي وتعد ثروة غير مستغلة كونها صالحة لعلاج العديد من الأمراض (الهيئة العامة للاستعلامات، ٢٠٢٢). ونظراً للتطورات في السوق السياحي والتي تتسم بالتغيرات السريعة والديناميكية، أصبح من الضروري العمل على الاهتمام بالمنتج السياحي بشكل عام. وجاءت استراتيجيات الإدارة في المقاصد السياحية كمدخل يساهم في كيفية الاهتمام بالمقاصد السياحية وتطوير وتنوع المنتج السياحي بها والعمل على زيادة الحركة السياحية إلى المقصد السياحي (خليفة، ٢٠١٧). من هنا ظهر اهتمام الباحثين في محاولة تسليط الضوء على منطقة حمامات فرعون والتي تعتبر من أهم المقاصد السياحية العلاجية في مصر لما تتمتع به من مقومات استشفائية ومقومات سياحية متميزة، ومحاولة تطبيق استراتيجية النمو كأحد استراتيجيات الإدارة في المقاصد السياحية، واقتراح بدائل استراتيجية لتطوير المنتج السياحي المقدم بها من خلال استخدام نموذج التحليل الرباعي SWOT. وبالرغم من أن حمامات فرعون من أهم أماكن الاستشفاء بجنوب سيناء، إلا أنها لم تدرج بشكل ملحوظ في البرامج السياحية ولم تتل إلا قدرًا ضئيلاً من الحركة السياحية، فكان لابد من دراسة الوضع السياحي الحالي للمنطقة للحصول على وصف دقيق للمنتج السياحي المقدم، وتحديد أهم المشكلات والعقبات التي تعاني منها المنطقة وأهم المقومات التي يمكن استغلالها لتطويرها وتمييزها واختيار الاستراتيجية المقترحة لتطبيقها لإدارة المنطقة سياحياً، واختيار البدائل الاستراتيجية الملائمة وتتمثل مشكلة البحث في محاولة الاجابة عن التساؤل التالي: كيف يسهم استخدام التحليل الرباعي SWOT (نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات) في تقييم المنتج السياحي بمنطقة حمامات فرعون للاستفادة من نقاط القوة والفرص والتغلب على نقاط الضعف والتهديدات؟ وماهي المقترحات والبدائل الاستراتيجية التي يمكن أن تساهم في تطوير المنتج السياحي المقدم في المنطقة ضمن استراتيجية النمو؟

وقد ظهرت أهداف الدراسة في محاولة إلقاء الضوء على الأهمية السياحية لمنطقة حمامات فرعون، تقييم المنتج السياحي الخاص بالمنطقة باستخدام مقاييس الإحصاء الوصفي وتحليله من خلال نموذج التحليل الرباعي SWOT للبيئتين الداخلية والخارجية؛ واختيار الاستراتيجية المقترحة لتطبيقها لإدارة المنطقة سياحياً، واختيار البدائل الاستراتيجية الملائمة.

الإطار النظري

تمتلك مصر العديد من مقومات السياحة العلاجية، وتعتبر منطقة جنوب سيناء واحدة من أهم مناطق السياحة العلاجية، التي تمتلك مناخاً طبيعياً خالياً من التلوث، وعيوناً كبريتية ومعنوية تساعد على شفاء العديد من الأمراض، وكذلك الرمال الساخنة الناعمة في عديد من المناطق وهي ذات فائدة كبيرة في علاج أمراض الروماتيزم. كما تشتهر محافظة سيناء بوجود العديد من النباتات الطبية المفيدة في علاج أمراض عديدة ويقبل عليها السائحون بهدف التخفيف من استخدام الأدوية الكيماوية والعودة إلى العلاج بالأعشاب (البوابة الإلكترونية لمحافظة جنوب سيناء، ٢٠٢٢). كما يوجد بسيناء مئات العيون والآبار الطبيعية ذات المياه المعدنية والكبريتية مثل حمام فرعون، وحمامات موسى وتختلف في العمق والسعة والحرارة وتتراوح درجة حرارتها بين ٣٠ و ٧٣ درجة مئوية. والتي تحتوي على نسبة عالية من الكبريت والأملاح المعدنية ذات قيمة علاجية كبيرة مثل كربونات الصوديوم والماغنسيوم والحديد مقارنة بباقي العيون المنتشرة على مستوى العالم). بالإضافة الي موقعها الفريد على شاطئ خليج السويس وقديسية المنطقة وموقعها الخاص من قلب معتنقي الأديان السماوية (عبدالموجود، ٢٠١٦، ص ٩٦).

حمامات فرعون

حمام فرعون هو ساونا وحمام بخار طبيعي حيث يقع على بعد ٥ كم من مدينة أبو زنيمه وفي الجزء الجنوبي لمدينة رأس سدر وعلى بعد ١١٠ كم من مدينة الطور، كما تقع حمامات فرعون على خليج السويس على بعد ٢٥٠ كم من القاهرة ، وهي مجموعة ينابيع للمياه الكبريتية الساخنة تبلغ درجة حرارتها ٢٧ درجة مئوية، وتتدفق من جبل حمام فرعون على هيئة بركة بقوة ٣٠٠٠ متر مكعب في اليوم الواحد على وجه التقريب وتمتد على الشاطئ بطول ١٠٠ متر ، وهي ملاصقة لمياه البحر، ويوجد أعلاها كهف صخري منحوت بالجبل يستخدم كحمام ساونا طبيعى نظراً لانبعث الحرارة من المياه الساخنة الكبريتية من أسفل الكهف إلى أعلاه، وتحليل المياه من حيث خواصها الكيميائية والبكتريولوجية والطبيعية ثبتت صلاحيتها وفعاليتها الممتازة في علاج الكثير من الأمراض ، وأهمها الروماتويد والروماتزم بشتى أنواعه ، وأمراض الجهاز الهضمي، وأمراض الكلى ، وحساسية الرئة، وأمراض الكبد، والأمراض الجلدية، وإصابات الملاعب، هذا إلى فوائدها المستخدمة في أغراض التجميل ، ويبلغ تركيز الكبريت في هذه المياه معدلاً يعد من أعلى معدلات هذا العنصر في المياه المعدنية بالعالم (الهيئة العامة للاستعلامات، ٢٠٢٢).

كما يضم حمام فرعون نحو خمس عشرة عيناً، جميعها تتدفق أسفل الصخور، وتتجاوز حرارتها نحو ٩٢ درجة مئوية، ما يجعل من تلك المياه هي الأكثر سخونة بين العيون والينابيع والآبار الساخنة في مصر، والتي يصل عددها إلى ١٤٥٠ عيناً وينوعاً وبنواً. وتتميز مياه حمام فرعون الكبريتية، بأنها غنية بالعديد من العناصر المعدنية، ومن أهمها الصوديوم الذي يساعد على التئام الجروح، إلى جانب المغنسيوم الذي يساعد خلايا الجلد على استعادة حيويتها واستعادة لونها الطبيعي، وهو ما يجعل من الحمام قبلة لعشرات من مرضى الصدفية وغيرها من الأمراض الجلدية الأخرى.

(<https://www.alkhaleej.ae,1/8/2022>)

وعلى الرغم من كل هذه المقومات السياحية والطبيعية بالمنطقة لم تستغل منطقة حمامات فرعون بشكل كافي في تنمية الحركة السياحية بالمنطقة حيث لم تدرج بشكل ملحوظ في البرامج السياحية مما أثر على ضعف الحركة السياحية بها، لذا كان لابد من تقييم الوضع السياحي الحالي بالمنطقة والاستفادة من نقاط القوة والفرص وتطويرها لزيادة معدلات الحركة السياحية والتغلب على نقاط الضعف والتهديدات واختيار الاستراتيجية المقترحة تطبيقها لإدارة المنطقة سياحياً وتطوير المنتج السياحي بها، واختيار البدائل الاستراتيجية الملائمة.

استراتيجيات إدارة المقاصد السياحية

هناك عددا من الاستراتيجيات المتاحة أمام الإدارة للاختيار فيما بينها للتعامل مع الموقف الاستراتيجي، يمكن إجمالها فيما يلي:

- استراتيجية الاستقرار: تعني استقرار الإدارة على الوضع الحالي لعدم وجود أي إمكانيات أو مقومات تساعد على زيادة المنتجات والخدمات المقدمة أو التوسع في الأعمال (فايد وفراج، ٢٠١٥).

- استراتيجية التميز: تبنى هذه الاستراتيجية على فكرة تميز منتجات وخدمات المقصد السياحي عن باقي منتجات وخدمات المقاصد السياحية الأخرى، ويتوقف ذلك على ما يتم إشباعه لدى السائحين بشكل مختلف عما يشبعه المنافسون ليتناسب مع حاجاتهم ورغباتهم، وكما يكون هذا التميز يجب أن يكون المنتج المميز غير قابل للتقليد من قبل المقاصد السياحية المنافسة أو على الأقل صعب التقليد (الزق، ٢٠١٨).

- استراتيجية الانكماش: تلجأ الإدارة إلى تقليل حجم نشاطها في السوق السياحي وتقليل حجم أعمالها سواء بالاستغناء عن أحد الأسواق، أو شريحة سوقية معينة. وقد يمتد الأمر إلى تغيير الأنشطة بالكامل (جرو و ماضوى، ٢٠٢٠).

– استراتيجية النمو: تزيد الحاجة إلى هذه الاستراتيجية عندما تزيد الفرص المتاحة للمنظمة، مع وجود عوامل قوة داخلية، مما يدفع المنظمة إلى تبني عدد من الممارسات للاستفادة من تلك الفرص. وتعتمد الإدارة في استراتيجية النمو على تطوير وتنمية المنتجات المقدمة، أو زيادة حصتها السوقية. كما تتألف استراتيجية النمو من أربعة بدائل استراتيجية أساسية يمكن إجمالها فيما يلي:

- ١- اختراق السوق: حيث يتم التوجه لدعم السوق الحالي وزيادة المبيعات من المنتج الحالي.
- ٢- تنمية السوق: تعنى الاستمرار في الترويج للمنتجات الحالية لكن في أسواق جديدة.
- ٣- تطوير المنتج: تعنى بالاهتمام بتقديم منتجات جديدة وتطوير المنتج الحالي في الأسواق الحالية للحفاظ على الوضع التنافسي للمنتج.

٤- تنوع المنتجات: يعنى القيام بتقديم منتجات جديدة في أسواق جديدة. وهي استراتيجية تعتمد على مدى تفوق وتميز تلك المنتجات ووجود فرص تسويقية لها في أسواق جديدة.

وتقوم إدارة المقصد باختيار الاستراتيجية المناسبة لها، بعد دراسة وتحليل بيئتها الداخلية لإعطاء فكرة واضحة عن نقاط القوة والضعف لديها، وتحليل بيئتها الخارجية العامة والخاصة للتعرف على الفرص والتهديدات (دياب وعطية، ٢٠١٨). وهو ما سيتم تناوله في هذه الدراسة بالاعتماد على أدوات التحليل الرباعي SWOT.

التحليل الرباعي SWOT

يستخدم التحليل الرباعي كأداة تحليل استراتيجي عامة في عدة مجالات كإدارة الأعمال والتسويق والتنمية البشرية وغيرها (حجازي، ٢٠١٦)، وذلك من خلال تحليل نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات والمعروفة اختصاراً بالمصطلح SWOT (Merba and Gurelm, 2017). ويعد ذلك التحليل من أكثر النماذج التي لديها القدرة على تصنيف عوامل بيئة عمل المنظمة إلى مجموعتين، عوامل داخلية وهي (نقاط القوة ونقاط الضعف) وعوامل خارجية وهي (الفرص والتهديدات)، فهو يهتم بالمنظمة والبيئة (فايد وفراج، ٢٠١٥)، ولا يقتصر استخدامه على المنظمات التي تسعى للربح وإنما يمكن استخدامه في حالات صنع القرار للمنظمات غير الربحية في الوحدات الحكومية والأفراد (المداخ وآخرون، ٢٠١٨، ص ٣٢٩) ويمكن الإدارة من تحديد الاتجاهات الضرورية لصياغة الاستراتيجيات المناسبة في ظل التغيرات البيئية المستمرة والعمل على تقليل المخاطر التي يمكن أن تتعرض لها (جمال الدين، ٢٠١٢)، وتسعى إدارة المناطق التاريخية للتصدي لأوجه الضعف والتهديدات والاستفادة من أوجه القوة والفرص (عيد وآخرون، ٢٠١٥؛ عبد المعطى، ٢٠١٠).

منهج البحث: تستند هذه الدراسة بالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، لوصف وتحليل المتغيرات والعلاقات فيما بينها.

مجتمع وعينة البحث: يتمثل مجتمع الدراسة في الهيئات الحكومية المعنية بالسياحة بشكل عام والهيئة العامة للتنمية السياحية بشكل خاص، والمؤسسات السياحية الخاصة المعنية بالسياحة وعدد من شركات السياحة وزائري المنطقة والمجتمع المحلي المحيط. وتم تقسيم مجتمع الدراسة إلى الفئات السابقة، وقد تم توزيع عدد ٣٥٠ استمارة استبيان وتم جمع ٣٣٠ استمارة منها ٣٢٠ استمارة صالحة للتحليل الإحصائي. وقد تم حساب المقاييس الإحصائية الوصفية للمتغيرات والتي شملت المتوسط الحسابي المرجح، كما تم تقييم فئات المتوسط المرجح بالاعتماد على مقياس ليكرت المتدرج ذو الخمس نقاط وأعطيت الأجوبة قيم مطلقة لكل مستوى من مستويات الأجوبة تبدأ من (٥ إلى ١) على أن يقوم المستقصي منه باختيار الإجابة التي تعبر عن وجهة نظره من بين الأجوبة المتاحة في مقياس ليكرت.

جدول رقم (١): بيان نوعية وأعداد فئات عينة الدراسة

حجم العينة	القطاع	الفئة
١٠	وزارة السياحة والآثار	الهيئات الحكومية
١٥	الهيئة المصرية العامة للتنمية السياحية	
٥	الإدارة العامة للسياحة بمحافظة جنوب سيناء	
٣٠	الإجمالي	
٥٠	شركات السياحة والنقل السياحي	المؤسسات السياحية الخاصة والسائحون
٢٠	المرشدون السياحيون	
١٠	المنتجعات السياحية والاستراحات	
١٥٠	السائحون	
٢٩٠	الإجمالي	
٢٠	السكان المحليين للمنطقة والمناطق المجاورة	المجتمع المحلي
١٠	الجمعيات الأهلية المعنية بتنمية المجتمع المحلي	
٣٠	الإجمالي	
٣٢٠	إجمالي العينة	

مصادر جمع البيانات

تم الاعتماد على مصدرين في جمع البيانات محل الدراسة، هما المصادر الأولية والمصادر الثانوية. المصادر الأولية تشمل البيانات التي تم الحصول عليها مباشرة من آراء عينة الدراسة من خلال الاستبيانات القائمة على المقابلات الشخصية وتصميم استمارة استبيان للزائرين في المنطقة والباحثين فيها للحصول على وصف دقيق للمنتج السياحي المقدم في المنطقة محل الدراسة، وتحديد أهم المقومات والامكانيات بها وأهم المشاكل التي تواجهها. أما المصادر الثانوية تشمل البيانات التي تم جمعها مسبقاً لأهداف الدراسة من خلال الاطلاع على الأبحاث والكتب والدوريات والنشرات والتقارير ذات صلة بالموضوع.

التطبيق العملي لنموذج التحليل الرباعي (SWOT)

أولاً: توصيف الموقف الحالي للمنتج السياحي المقدم في منطقة حمامات فرعون

وذلك من خلال دراسة آراء المبحوثين عن تقييم الوضع الحالي لمنطقة حمامات فرعون في إطار مقياس ليكرت الخماسي والإتجاه المستخدم في هذا البحث كما يلي:

جدول رقم (٢): تقييم فئات المتوسط المرجح في إطار مقياس ليكرت الخماسي

الاتجاه	الفئة
تميل الإجابات إلى الموافقة بشدة	١.٧٩ - ١.٠٠٠
تميل الإجابات إلى الموافقة	٢.٥٩ - ١.٨٠

تميل الإجابات إلى محايد	٣.٣٩ – ٢.٦٠
تميل الإجابات إلى عدم الموافقة	٤.١٩ – ٣.٤٠
تميل الإجابات إلى عدم الموافقة بشدة	٥.٠٠ – ٤.٢٠

جدول رقم (٣) تحليل الآراء عن تقييم الوضع السياحي الحالي بمنطقة حمامات فرعون

م	العبارات	المتوسط	الاتجاه العام
١	موقع طبيعي للاستشفاء البيئي	1.68	موافق بشدة
٢	مناخ معتدل طوال العام	2.15	موافق
٣	موقع فريد علي شاطئ خليج السويس	1.70	موافق بشدة
٤	قدسية المنطقة وأهميتها التاريخية	1.55	موافق بشدة
٥	توافر مقومات العلاج بالرمال وأغراض التجميل	1.65	موافق بشدة
٦	يعتبر وجود مساحات خضراء كبيرة بالمنطقة عنصر جذب سياحي	2.50	موافق
٧	نظافة المنطقة المحيطة بالمكان	4.84	عدم الموافقة بشدة
٨	وجود أعمدة إنارة بالمكان	3.72	عدم الموافقة
٩	وجود وحدات اسعاف بالمنطقة	4.59	عدم الموافقة بشدة
١٠	توافر العلامات الإرشادية والتحذيرية بالمنطقة	4.20	عدم الموافقة بشدة
١١	الاهتمام بعيون المياه والأعشاب الطبية بالمنطقة	4.25	عدم الموافقة بشدة
١٢	ملائمة الطرق المؤدية الى المنطقة	3.77	عدم الموافقة
١٣	الاهتمام بتوافر المنشآت الخدمية لتلبية احتياجات المترددين علي المنطقة	4.29	عدم الموافقة بشدة
١٤	توافر وسائل انتقال مباشرة للمنطقة	3.63	عدم الموافقة بشدة
١٥	توافر معلومات وافية على شبكة المعلومات الدولية عن منطقة حمامات فرعون	4.51	عدم الموافقة بشدة
١٦	توافر مواد فيلمية صنعت خصيصا للترويج للمنطقة	3.79	عدم الموافقة
١٧	تنظم مكاتب السياحة والسفر رحلات داخلية الى المنطقة	2.10	موافق
١٨	تضع مكاتب السياحة والسفر حمامات فرعون ضمن برامجها السياحية الأساسية	3.66	عدم الموافقة
١٩	توجد خطة واضحة لتنمية المنتج السياحي المقدم في المنطقة	3.83	عدم الموافقة
٢٠	توجد خطة تسويقية واضحة للمنطقة بشكل عام	4.00	عدم الموافقة

ومن خلال الجدول السابق يتضح ما يلي:

١- اتفق نسبة كبيرة من المبحوثين على أن منطقة حمامات فرعون تعتبر موقع طبيعى استشفائي فريد على خليج السويس له أهمية تاريخية وعلاجية حيث تتوفر بالمنطقة مقومات العلاج بالرمال الدافئة.

٢- أظهرت إجابات العينة عدم موافقتها على كل مما يلي: عدم رصف الطرق المؤدية إلى حمامات فرعون مما يعيق الوصول إليه، عدم وجود أعمدة إنارة بالطرق المطلة على حمام فرعون، عدم وجود وحدة إسعاف بالمنطقة حيث الاعتماد على نقل الحالات الحرجة إلى مستشفى شرم الشيخ أو طور سيناء، عدم توفير منشآت خدمية تلبى كافة احتياجات المترددين على زيارات المنطقة من المواطنين والسائحين، عدم الاهتمام بنظافة المنطقة المحيطة بحمام فرعون، معاناه بعض عيون المياه والأعشاب الطبية بالحمام من الإهمال والطحالب والقمامة والتي لا يتناسب مع المظهر الجمالي للمنطقة، عدم وجود علامات ارشادية او تحذيرية بكامل المنطقة وخاصة مع وجود أماكن محظور التواجد بها لشدة سخونة المياه، عدم توافر معلومات وافية على شبكة المعلومات الدولية عن منطقة حمامات فرعون.

ثانياً: تحليل المنتج السياحي المقدم في منطقة حمامات فرعون من خلال تطبيق نموذج التحليل الرباعي SWOT للبيئتين الداخلية والخارجية

جدول (٤) نتائج الزيارات الميدانية والمقابلات الشخصية لتحليل البيئة الداخلية للمنتج السياحي لمنطقة حمامات فرعون

نقاط القوة	نقاط الضعف
<ul style="list-style-type: none"> - تعتبر حمامات فرعون أحد أهم المواقع الطبيعية للاستشفاء بجنوب سيناء لدعم المنتج السياحي المصري. - يضيف المناخ المعتدل والموقع الفريد على شاطئ خليج السويس أهمية خاصة وقدسية المنطقة وموقعها الخاص من قلب معتنقي الأديان السماوية الثلاثة. - حمامات فرعون لها أهمية تاريخية وعلاجية حيث احتوائها على مياه كبريتية لعلاج أمراض (العظام- الجلدية- حساسية الرئة- أمراض الجهاز الهضمي وغيرها). - توافر مقومات العلاج بالرمال بسيناء ورأس سدر. - استخدام مياه حمامات فرعون في أغراض التجميل. - وجود مساحات خضراء كبيرة بحمامات فرعون. 	<ul style="list-style-type: none"> - عدم توفير منشآت خدمية تلبى كافة احتياجات المترددين على زيارات المنطقة من المواطنين والسائحين. - عدم الاهتمام بنظافة المنطقة المحيطة بحمام فرعون. - معاناة بعض عيون المياه والأعشاب الطبية بالحمام من الإهمال والطحالب والقمامة والتي لا يتناسب مع المظهر الجمالي للمنطقة. - عدم وجود علامات ارشادية او تحذيرية بكامل المنطقة وخاصة مع وجود أماكن محظور التواجد بها لشدة سخونة المياه - عدم رصف الطرق المؤدية إلى حمامات فرعون مما يعيق الوصول إليه. - عدم وجود أعمدة إنارة بالطرق المطلة على حمام فرعون. - عدم وجود وحدة إسعاف بالمنطقة حيث الاعتماد على نقل الحالات الحرجة إلى مستشفى شرم الشيخ او طور سيناء. - عدم وجود فنادق إقامة أو منتجج صحي بالمنطقة خاصة وان الاستشفاء العلاجي يتطلب إقامة لفترات طويلة.

تم التوصل لعدد من النتائج التي تعطي توصيفاً لمزيد من نقاط القوة والضعف والفرص والتحديات للمنتج السياحي المقدم في منطقة حمامات فرعون وذلك من خلال الدراسة الميدانية التي تمت بمنطقة الدراسة وهي كالتالي:

تحديد عوامل البيئة الداخلية (نقاط القوة والضعف)

تحديد عوامل البيئة الخارجية (الفرص والتهديدات)

جدول (٥) نتائج الزيارات الميدانية والمقابلات الشخصية لتحليل البيئة الخارجية للمنتج السياحي لمنطقة حمامات فرعون

الفرص	التهديدات
<ul style="list-style-type: none"> - توجه الدولة نحو الاهتمام بالمنطقة وتطوير متكامل لمنطقة كهوف حمام فرعون الاثرية بأبو زنيمة ووضعها على الخريطة السياحية لمصر.. - وضع حمام فرعون جزء من البرنامج السياحي لرحلات اليوم الواحد التي يقوم بها السائح بداية من شرم الشيخ ثم سانت كاترين وذهب والانتهاه بحمامات فرعون لممارسة سياحة الاستشفاء. - وجود بيئة طبيعية فريدة وعلاجية مؤهلة لدعم المنتج السياحي. - وجود صورة ذهنية لدى السائح عن المقومات الأثرية والعلاجية بالمنطقة. - امكانية إقامة منتج صحي سياحي لجذب السياحة العلاجية خاصة مع شهرة أس سدر لاجتذاب السياحة الأجنبية يعمل على توفير فرص عمالة، ارتفاع معدلات الاشغال الفندقية، وارتفاع معدلات الانفاق السياحي. 	<ul style="list-style-type: none"> - ضعف الحركة السياحية الى منطقة حمامات فرعون نتيجة لعدم وجود أماكن للإقامة سواء قري او منتجعات أو فنادق. - عدم تفعيل الخطط الموضوعه لتطوير حمامات فرعون. - عدم وجود خطة لتنمية المنتج السياحي في المنطقة وتطويره. - عدم وجود خطة تسويقية وترويجية واضحة للمنطقة بشكل عام. - ضعف المخصصات المالية الخاصة بتنمية المنطقة - انخفاض مستوى الوعي السياحي للمجتمع المحلي.

تصميم مصفوفة العوامل الداخلية والعوامل الخارجية:

يتم عمل مصفوفة العوامل الاستراتيجية الداخلية والخارجية بإتباع الخطوات التالية كما وضحتها كلا من هيبه والسيد (٢٠١٦)؛

Helms and Nixon (٢٠١٠) ؛ Tanya and David (٢٠١٥) :-

١- تحديد أكثر نقاط القوة والضعف تأثيراً في تحليل البيئة الداخلية، وتحديد أكثر نقاط الفرص والتهديدات تأثيراً في تحليل البيئة الخارجية للمنتج السياحي المقدم في منطقة حمامات فرعون.

٢- تحديد وزن لكل عامل استراتيجي من عوامل البيئة الداخلية والخارجية وذلك في ضوء التأثير المحتمل للعوامل السابقة علي الموقف الاستراتيجي للمنتج السياحي بمنطقة حمامات فرعون مع الوضع في الاعتبار أن مجموع الأوزان يجب أن يكون واحداً صحيحاً بغض النظر عن عددها.

٣ - ترتيب العوامل السابقة علي مقياس يمتد من ١ إلى ٥ سواء كانت مرتبطة بنقاط القوة والضعف، والفرص والتهديدات كل على حدة. بحيث يمثل الترتيب ٥ مهم للغاية، والترتيب ٤ يمثل مهم، والترتيب ٣ متوسط والترتيب ٢ أقل من المتوسط والترتيب ١ ضعيف وذلك في ضوء امتلاك وتميز المنتج السياحي في مجال العامل الاستراتيجي موضع الترتيب

٤- حساب الأوزان المرجحة لكل عامل استراتيجي عن طريق ضرب الوزن النسبي × الترتيب الخاص به.

٥- جمع النقاط المرجحة لعوامل التحليل الاستراتيجي ككل للوصول إلى شكل وطبيعة المنتج الخاص بمنطقة الدراسة، وكلما اقترب مجموع النقاط من (٥) كلما دل على تميز المنتج السياحي بمنطقة الدراسة، بينما يكون الأداء ضعيفاً إذا كان مجموع النقاط المرجحة قريباً من (١)، وإذا كان مجموع النقاط يقترب من (٣) دل ذلك على الأداء المتوسط للمنتج السياحي بمنطقة الدراسة.

٦- مقارنة مجموع نتائج الأوزان الترجيحية بنتيجة متوسط الدرجة الكلية المرجحة وهي تمثل (٣) والتي تم الحصول عليها من خلال مجموع ترتيب العوامل الاستراتيجية مقسوماً على عددهم $١ + ٢ + ٣ + ٤ + ٥ = ١٥$ / $٥ = ٣$ وفي حالة زيادة مجموع الأوزان الترجيحية لعوامل البيئة الداخلية (نقاط القوة والضعف معاً) عن المتوسط الكلي المرجح فإن البيئة الداخلية تمثل نقاط قوة للمنطقة. أما في حالة زيادة المتوسط الكلي المرجح عن مجموع الأوزان الترجيحية للعوامل الاستراتيجية مجتمعة فإن البيئة الداخلية تمثل نقاط ضعف للمنطقة، وفي حالة زيادة مجموع الأوزان الترجيحية لعوامل البيئة الخارجية (الفرص والتحديات معاً) عن المتوسط الكلي المرجح، فإن البيئة الخارجية تمثل فرصاً للمنطقة. أما في حالة زيادة المتوسط الكلي المرجح عن مجموع الأوزان الترجيحية للعوامل الاستراتيجية مجتمعة فإن البيئة الخارجية تمثل تهديداً للمنطقة.

مصفوفة العوامل الداخلية:

يوضح الجدول التالي أهم عناصر القوة والضعف للمنتج السياحي بمنطقة حمامات فرعون والوزن النسبي والمرجح لهم.

جدول (٦) مصفوفة العوامل الاستراتيجية الداخلية للمنتج السياحي بمنطقة حمامات فرعون

م	العوامل الاستراتيجية الداخلية	الوزن النسبي	ترتيب الدرجة	الوزن المرحح
نقاط القوة Strengths				
١	تعتبر حمامات فرعون أحد أهم المواقع الطبيعية للاستشفاء بجنوب سيناء لدعم المنتج السياحي المصري.	٠.٠٩	٥	٠.٤٥
٢	يضيف المناخ المعتدل والموقع الفريد على شاطئ خليج السويس أهمية خاصة وقدسية للمنطقة وموقعها الخاص من قلب معتقي الأديان السماوية الثلاثة.	٠.٠٥	٣	٠.١٥
٣	حمامات فرعون لها أهمية تاريخية وعلاجية حيث احتوائها على مياه كبريتية لعلاج أمراض (العظام - الجلدية - حساسية الرئة - أمراض الجهاز الهضمي وغيرها).	٠.٠٩	٥	٠.٤٥
٤	توافر مقومات العلاج بالرمال بسيناء ورأس سدر.	٠.٠٩	٥	٠.٤٥
٥	استخدام مياه حمامات فرعون في أغراض التجميل.	٠.٠٨	٥	٠.٤
٦	وجود مساحات خضراء كبيرة بحمامات فرعون.	٠.١٠	٤	٠.٤
		٠.٥		٢.٣
نقاط الضعف Weaknesses				

١	٥	٠.٠٨	عدم توفير منشآت خدمية تلبى كافة احتياجات المترددين على زيارات المنطقة من المواطنين والسائحين.
٢	٤	٠.٠٥	عدم الاهتمام بنظافة المنطقة المحيطة بحمام فرعون.
٣	٥	٠.١٢	معاناة بعض عيون المياه والأعشاب الطبية بالحمام من الإهمال والطحالب والقمامة والتي لا يتناسب مع المظهر الجمالي للمنطقة.
٤	٤	٠.٠٥	عدم وجود علامات ارشادية أو تحذيرية بكامل المنطقة وخاصة مع وجود أماكن محظور التواجد بها لشدة سخونة المياه
٥	٤	٠.٠٨	عدم رصف الطرق المؤدية إلى حمامات فرعون مما يعيق الوصول إليه.
٦	٥	٠.١٢	عدم وجود وحدة إسعاف بالمنطقة حيث الاعتماد على نقل الحالات الحرجة إلى مستشفى شرم الشيخ أو طور سيناء.
		٠.٥	
		١	إجمالي الوزن

يتضح من جدول (٥) أن الدرجة الإجمالية للأوزان المرجحة $(٢.٣ + ٢.١٤) = (٤.٤٤)$ وهذا يدل على تميز المنتج السياحي في منطقة حمامات فرعون . وبمقارنة مجموع نتائج الأوزان المرجحة (٤.٤٤) بنتيجة متوسط الدرجة الكلية المرجحة وهي تمثل (٣) نجد زيادة مجموع الأوزان المرجحة لعوامل البيئة الداخلية (نقاط القوة والضعف معاً) عن المتوسط الكلي المرجح، وهذا يشير إلى أن البيئة الداخلية تمثل نقاط قوة للمنطقة والتي لا بد من الإستفادة منها والعمل على تطويرها وتمييزها.

تصميم مصفوفة العوامل الخارجية:

يوضح الجدول التالي أهم الفرص والتحديات للمنتج السياحي بمنطقة حمامات فرعون والوزن النسبي والمرجح لهم.

جدول (٧) مصفوفة العوامل الاستراتيجية الخارجية للمنتج السياحي بمنطقة حمامات فرعون

م	العوامل الاستراتيجية الخارجية	الوزن النسبي	ترتيب الدرجة	الوزن المرجح
الفرص Opportunities				
١	توجه الدولة نحو الاهتمام بالمنطقة وتطوير متكامل لمنطقة كهوف حمام فرعون الأثرية بأبو زنيمة ووضعها على الخريطة السياحية لمصر..	٠.١٠	٥	٠.٥
٢	وضع حمام فرعون جزء من البرنامج السياحي لرحلات اليوم الواحد التي يقوم بها السائح بداية من شرم الشيخ ثم سانت كاترين ودهب والانتهاه بحمامات فرعون لممارسة سياحة الاستشفاء.	٠.١٢	٥	٠.٦
٣	وجود بيئة طبيعية فريدة وعلاجية مؤهلة لدعم المنتج السياحي.	٠.١٠	٥	٠.٥
٤	وجود صورة ذهنية لدى السائح عن المقومات الأثرية والعلاجية بالمنطقة.	٠.٠٩	٤	٠.٣٦

٠.٣٦	٤	٠.٠٩	إمكانية إقامة منتج صحي سياحي لجذب السياحة العلاجية خاصة مع شهرة أس سدر لاجتذاب السياحة الأجنبية يعمل على توفير فرص عمالة ، ارتفاع معدلات الاشغال الفندقية ، وارتفاع معدلات الانفاق السياحي.	٥
٢.٣٧		٠.٥		
التحديات Threats				
٠.٤	٤	٠.١٠	ضعف الحركة السياحية إلى منطقة حمامات فرعون نتيجة لعدم وجود أماكن للإقامة سواء قري او منتجعات أو فنادق.	١
٠.٤	٥	٠.٠٨	عدم تفعيل الخطط الموضوعة لتطوير حمامات فرعون.	٢
٠.٤	٥	٠.٠٨	عدم وجود خطة لتنمية المنتج السياحي في المنطقة وتطويره.	٤
٠.٤٥	٤	٠.٠٩	عدم وجود خطة تسويقية وترويجية واضحة للمنطقة بشكل عام.	٥
٠.٢٥	٥	٠.٠٥	ضعف المخصصات المالية الخاصة بتنمية المنطقة.	٦
٠.٣	٣	٠.١٠	انخفاض مستوى الوعي السياحي للمجتمع المحلي.	٧
٢.٢		٠.٥		
٤.٥٧		١		إجمالي الأوزان

يتضح من جدول (٦) أن الدرجة الإجمالية للأوزان المرجحة $(٢.٣٧ + ٢.٢) = (٤.٥٧)$ مما يشير إلى أن طبيعة المنتج في المنطقة بالنسبة لتحليل العوامل الخارجية يعتبر متوسطاً. وبمقارنة مجموع نتائج الأوزان المرجحة (٤.٥٧) بنتيجة متوسط الدرجة الكلية المرجحة وهي تمثل (٣) نجد زيادة مجموع الأوزان الترجيحية لعوامل البيئة الخارجية (الفرص والتحديات معاً) عن المتوسط الكلي المرجح مما يشير إلى أن البيئة الخارجية تمثل فرصاً للمنطقة ولا بد من الاستفادة منها.

ثالثاً: نتائج الدراسة وتصميم مصفوفة الاستراتيجيات البديلة باستخدام تحليل TOWS للنهوض بالمنتج السياحي في المنطقة:

بعد الانتهاء من تحليل وتوصيف الموقف الحالي للبيئة الداخلية والخارجية للمنتج السياحي المقدم في منطقة حمامات فرعون، وإعداد 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, 2009)

١- استراتيجيات تعزيز نقاط القوة والاستفادة من الفرص الخارجية (S-O)

٢- استراتيجيات تعزيز نقاط القوة وتجنب التهديدات (S-T)

٣- استراتيجيات التغلب على نقاط الضعف والاستفادة من الفرص الخارجية (W-O).

٤- استراتيجيات التغلب على نقاط الضعف وتجنب التهديدات (W-T).

جدول (٨) مصفوفة الاستراتيجيات البديلة باستخدام أسلوب TOWS

العوامل الخارجية/العوامل الداخلية	نقاط القوة	نقاط الضعف
	<p>- تعتبر حمامات فرعون أحد أهم المواقع الطبيعية للاستشفاء بجنوب سيناء لدعم المنتج السياحي المصري.</p> <p>- يضيف المناخ المعتدل والموقع الفريد على شاطئ خليج السويس أهمية خاصة وقدسية المنطقة وموقعها الخاص من قلب معتقي الأديان السماوية الثلاثة.</p> <p>- حمامات فرعون لها أهمية تاريخية وعلاجية حيث احتوائها على مياه كبريتية لعلاج أمراض (العظام- الجلدية- حساسية الرئة- أمراض الجهاز الهضمي وغيرها).</p> <p>- توافر مقومات العلاج بالرمال بسيناء ورأس سدر.</p> <p>- استخدام مياه حمامات فرعون في أغراض التجميل.</p> <p>- وجود مساحات خضراء كبيرة بحمامات فرعون.</p>	<p>- عدم توفير منشآت خدمية تلبي كافة احتياجات المترددين على زيارات المنطقة من المواطنين والسائحين.</p> <p>- عدم الاهتمام بنظافة المنطقة المحيطة بحمام فرعون.</p> <p>- معاناة بعض عيون المياه والأعشاب الطبية بالحمام من الإهمال والطحالب والقمامة والتي لا يتناسب مع المظهر الجمالي للمنطقة.</p> <p>- عدم وجود علامات إرشادية او تحذيرية بكامل المنطقة وخاصة مع وجود أماكن محظور التواجد بها لشدة سخونة المياه</p> <p>- عدم رصف الطرق المؤدية إلى حمامات فرعون مما يعيق الوصول إليه.</p> <p>- عدم وجود أعمدة إنارة بالطرق المطلة على حمام فرعون.</p> <p>- عدم وجود وحدة إسعاف بالمنطقة حيث الاعتماد على نقل الحالات الحرجة إلى مستشفى شرم الشيخ او طور سيناء.</p> <p>- عدم وجود فنادق إقامة أو منتجج صحي بالمنطقة خاصة وان الاستشفاء العلاجي يتطلب إقامة لفترات طويلة.</p>
الفرص	استراتيجيات تعزيز نقاط القوة والاستفادة من الفرص الخارجية (S-O)	استراتيجيات التغلب على نقاط الضعف والاستفادة من الفرص الخارجية (W-O)
	<p>- الاهتمام بتطوير المنتج السياحي بمنطقة كهوف حمامات فرعون.</p> <p>- دعم الصورة الذهنية الايجابية لدى السائح الأجنبي عن مقومات الاستشفاء</p>	<p>- العمل على توفير منشآت خدمية.</p> <p>- صيانة وتطوير البنية التحتية للمنطقة.</p> <p>- توفير نقاط أمنية قريبة ونقاط حماية مدنية كالإسعاف والمطافئ.</p>

<p>- العمل على صيانة وتطوير الطرق المؤدية على المنطقة.</p> <p>- الاهتمام بتوفير العلامات الارشادية والتحذيرية لتعزيز أمن المواطن وحمايته من الخطر.</p> <p>- الاهتمام بنظافة المنطقة والقضاء على مشكلة القمامة والتلوث البيئي.</p>	<p>العلاجي بالمنطقة والأهمية التاريخية للمكان وقدسيته.</p> <p>- الاهتمام بإقامة منتجع سياحي صحي حيث تتسم السياحة العلاجية بطول مدة الإقامة.</p> <p>- انشاء أماكن إقامة كالفنادق والقرى والمنتجعات السياحية.</p> <p>- الاستفادة من قرب منطقة حمامات فرعون من مقاصد سياحية وأثاره هامة مثل دهب وشرم الشيخ وسانت كاترين.</p>	<p>- وضع حمام فرعون جزء من البرنامج السياحي لرحلات اليوم الواحد التي يقوم بها السائح بداية من شرم الشيخ ثم سانت كاترين ودهب والانتهاه بحمامات فرعون لممارسة سياحة الاستشفاء.</p> <p>- وجود بيئة طبيعية فريدة وعلاجية مؤهلة لدعم المنتج السياحي.</p> <p>- وجود صورة ذهنية لدى السائح عن المقومات الأثرية والعلاجية بالمنطقة.</p> <p>- امكانية اقامة منتجع صحي سياحي لجذب السياحة العلاجية خاصة مع شهرة أس سدر لاجتذاب السياحة الأجنبية يعمل على توفير فرص عمالة ، ارتفاع معدلات الاشغال الفندقية ، وارتفاع معدلات الانفاق السياحي</p>
<p>استراتيجيات التغلب على نقاط الضعف وتجنب التهديدات الخارجية (W-T)</p>	<p>استراتيجيات تعزيز نقاط القوة وتجنب التهديدات الخارجية (S-T)</p>	<p>التهديدات</p>
<p>- إبراز الناحية الجمالية للمنطقة والقضاء على ما بها من الإهمال.</p> <p>- إعادة تفعيل خطط التطوير المؤجلة من قبل الدولة الخاصة بالمنطقة.</p> <p>- الاهتمام بأماكن الإقامة بالمنطقة.</p> <p>- انشاء صناديق استثمارية خاصة بدعم وتطوير منتج سياحي استثنائي بمنطقة حمامات فرعون.</p>	<p>- تشجيع المستثمرين على انشاء وسائل الإقامة كالمنتجعات الصحية والقرى والفنادق.</p> <p>- الاهتمام بتفعيل خطط التطوير للمنطقة لما لها من أهمية علاجية للاستشفاء البيئي بالرمال الدافئة والنباتات الطبية إضافة إلى أهمية المنطقة التاريخية والدينية.</p> <p>- الاهتمام بالدعم المادي الخاص بتطوير المنطقة.</p> <p>- الاهتمام بوضع خطة تسويقية وترويجية مناسبة للمنطقة.</p> <p>- رفع الوعي لدى المجتمع المحلي المحيط بأهمية المنطقة من خلال الحملات التوعوية.</p>	<p>- ضعف الحركة السياحية الى منطقة حمامات فرعون نتيجة لعدم وجود أماكن للإقامة سواء قري أو منتجعات أو فنادق.</p> <p>- عدم تفعيل الخطط الموضوعة لتطوير حمامات فرعون.</p> <p>- عدم وجود خطة لتنمية المنتج السياحي في المنطقة وتطويره.</p> <p>- عدم وجود خطة تسويقية وترويجية واضحة للمنطقة بشكل عام.</p> <p>- ضعف المخصصات المالية الخاصة بتنمية المنطقة.</p> <p>- انخفاض مستوى الوعي السياحي للمجتمع المحلي</p>

رابعاً: اختيار الاستراتيجية المقترح تطبيقها لإدارة منطقة حمامات فرعون واختيار البدائل الاستراتيجية الملائمة

تم اختيار البديل الاستراتيجي الخاص بتطوير وتنوع المنتج، من ضمن البدائل الاستراتيجية المرتبطة باستراتيجية النمو في إدارة المقاصد السياحية حيث ظهر بشكل واضح مما سبق ضرورة الاهتمام بتطوير وتنوع القدرة الداخلية للمنتج السياحي المقدم في منطقة حمامات فرعون والرمال الدافئة، والخدمات المرتبطة به.

خامساً: التوصيات من خلال صياغة الاستراتيجيات البديلة ووضع إطار مقترح لاستراتيجية التطوير للمنتج السياحي المقدم في منطقة حمامات فرعون:

توصلت النتائج السابقة الخاصة باقتراح مصفوفة الاستراتيجيات البديلة باستخدام تحليل TOWS لابد من تصحيح الكلمة لتطوير المنتج السياحي في المنطقة، وقد أمكن مواءمة نتائج تحليل البيئة الداخلية لمنطقة حمامات فرعون وشملت تحليل نقاط والضعف وتحليل البيئة الخارجية للمنطقة والذي شمل تحليل الفرص الخارجية والتهديدات. والجزء التالي يهتم بصياغة الاستراتيجيات البديلة لتطوير المنتج السياحي المقدم في منطقة حمامات فرعون مما يساهم في خلق منتج سياحي استثنائي.

التوصيات المقترحة لتعزيز نقاط القوة والاستفادة من الفرص الخارجية:

- ١- الاهتمام بتطوير المنتج السياحي بمنطقة كهوف حمامات فرعون الاثرية بأبو زنيمة ووضعها على الخريطة السياحية لمصر،
- ٢- دعم الصورة الذهنية الايجابية لدى السائح الأجنبي عن مقومات الاستشفاء العلاجي بالمنطقة والأهمية التاريخية للمكان وقديسيته،
- ٣- الاهتمام بإقامة منتج سياحي صحي لجذب السياحة العلاجية خاصة مع شهرة رأس سدر لاجتذاب السياحة الأجنبية،
- ٤- انشاء أماكن إقامة كالفنادق والقرى والمنتجعات السياحية،
- ٥- ضرورة إدراج حمام فرعون جزء من البرنامج السياحي لرحلات اليوم الواحد التي يقوم بها السائح بداية من شرم الشيخ ثم سانت كاترين ودهب والانتهاه بحمامات فرعون لممارسة سياحة الاستشفاء.

التوصيات المقترحة لتعزيز نقاط القوة وتجنب التهديدات الخارجية:

- ١- تشجيع المستثمرين على إنشاء وسائل الإقامة كالمنتجعات الصحية والقرى والفنادق من أجل زيادة الحركة السياحية حيث تتطلب السياحة العلاجية الإقامة لفترات طويلة، مع الاهتمام بالدعم المادي الخاص بتطوير المنطقة،
- ٢- الاهتمام بتفعيل خطط التطوير للمنطقة لما لها من أهمية علاجية للاستشفاء البيئي بالرمال الدافئة والنباتات الطبية والتي تعتبر كنوز مدفونة،
- ٣- الاهتمام بوضع خطة تسويقية وترويجية مناسبة للمنطقة وتشجيع وزارة السياحة وهيئة تنشيط السياحة ومكاتب السياحة في الخارج على الاهتمام بالرحلات التعريفية للمنطقة بشكل عام واطهار مقوماتها العلاجية والأثرية والطبيعية وبيئتها المتميزة، لجذب اهتمام الاتحادات والمنظمات السياحية الدولية ومنظمي الرحلات العالمية والشخصيات الإعلامية والصحفيين والإذاعة والتلفزيون، ووجوب مشاركة القطاع الخاص مع القطاع العام، بالإضافة إلى عمل أفلام تسجيلية وخرائط ارشادية بالعديد من اللغات الأجنبية للتعريف بالمنطقة.

التوصيات المقترحة للتغلب على نقاط الضعف والاستفادة من الفرص:

- ١- العمل على توفير منشآت خدمية وأماكن إقامة للزائرين خاصة مع طول مدة الإقامة مما يزيد من نسب الاشغال الفندقية ومعدل الانفاق وزيادة فرص العمالة،

- ٢- العمل على صيانة وتطوير البنية التحتية والفوقية للمنطقة (شبكات مياه الشرب- معالجة مياه الصرف الصحي- أعمد الإنارة وغيرها) وتوفير نقاط أمنية قريبة ونقاط حماية مدنية كالإسعاف الطائر والمطافئ،
- ٣- التنسيق مع هيئة التنمية المحلية بصيانة وتطوير الطرق المؤدية إلى المنطقة،
- ٤- الاهتمام بتوفير العلامات الإرشادية والتحذيرية لتعزيز أمن المواطنين وحمايته من الخطر،
- ٥- الاهتمام بنظافة المنطقة والقضاء على مشكلة القمامة والتلوث البيئي.

التوصيات المقترحة للتغلب على نقاط الضعف وتجنب التهديدات:

- ١- إنشاء نظام معلومات متكامل يتضمن كافة تفاصيل المنتج السياحي بمنطقة حمامات فرعون وتطويره،
- ٢- العمل على إبراز الناحية الجمالية للمنطقة والقضاء على ما بها من الإهمال،
- ٣- الاهتمام بإعادة تفعيل خطط التطوير المؤجلة من قبل الدولة الخاصة بالمنطقة،
- ٤- الاهتمام بتوفير أماكن إقامة بالمنطقة،
- ٥- حث الدولة على إنشاء صناديق استثمارية خاصة بدعم وتطوير منتج سياحي استثنائي بمنطقة حمامات فرعون.

المراجع

أولاً: المراجع العربية

- جمال الدين، عبير محمد (٢٠١٢): نحو منهجية عمل لتنمية الأقاليم الساحلية المصرية من خلال التعدد الاقتصادي لمدها الساحلية رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الهندسة، قسم التخطيط العمراني جامعة القاهرة.
- حجازي، اسماعيل (٢٠١٦). دور التحليل الإستراتيجي في تحسين أداء المنظمة- دراسة حالة مؤسسة مطاحن الزيبان القنطرة - بسكرة، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير قسم علوم التسيير، جامعة محمد خيضر - بسكرة.
- خليفة، مي منصور (٢٠١٧). تطوير المنتج السياحي المصري وفقا للمتغيرات السياسية بعد ثورة ٢٥ يناير: دراسة ميدانية، مجلة الاستواء، مركز البحوث ولدراسات الاندونيسية، جامعة قناة السويس، الاسماعيلية، مصر.
- الخولي، على، الصديق، وفاء (١٩٨٦). مشروع تطوير وترميم تل العمارنة، مجلة الآثار، العدد ٢٧، ص ٤.
- دياب، عبد الله محمد، عبد المعطي، ياسمين عطية (٢٠١٨). البدائل لاستراتيجية المقترحة لتنوع المنتج السياحي المقدم بمنطقة سقارة الأثرية ضمن استراتيجية النمو باستخدام نموذج التحليل الرباعي SWOT، المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة، جامعة الفيوم، كلية السياحة والفنادق، المجلد ١٢، العدد (١/٢) سبتمبر.
- الزق، يحيى شحاته حسن (٢٠١٨). نحو استراتيجية جديدة للتسويق السياحي في المقصد السياحي المصري، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية، قسم العلوم الاقتصادية والقانونية العدد ١٩. ص ١٠٢ - ١١١ ١٠٥.
- عبد المعطي، أحمد حسين (٢٠١٠). خطة استراتيجية لتطوير التعليم الفني لتحقيق متطلبات سوق العمل باستخدام تحليل SWOT، مجلة كلية التربية بأسيوط - مصر، مجلد ٢٦، العدد ١، ص ٢٤٦ - ٢٤٨.
- عبد الموجود، محمد أحمد طه، خطة تشغيلية مقترحة لتنمية السياحة العلاجية باستخدام موارد الينابيع والعيون في مصر (دراسة حالة لمنطقة عيون موسى)، مجلة البحوث السياحية، وزارة السياحة.

