

تقديم

تمثل السياحة أحدج الأنشطة الاقتصادية التي تتمتع بأهمية كبيرة في البلدان التي تتمتع بمواقع سياحية أو فيها أماكن سياحية وأثرية يتم التردد عليها وزيارتها من قبل الأفراد كسياح والجهات ذات العلاقة بأمور السياحة ومشاريعها. لذا فإن وجود استراتيجيات علمية مبنية على أسس تسويقية صحيحة يمثل نقطة البداية لانطلاق ونجاح أي جهد سياحي هادف لاجتذاب المزيد من السياح والمزيد من الإيرادات.

ولا يمكن لأية مجهودات أو أنشطة في المجال السياحي أن تتجح إلا بوجود استراتيجيات مناسبة وعلى المستوى التسويقي خصوصا. ذلك أن التخطيط السليم للتسويق السياحي بعناصره المختلفة هو الضمانة الأكيدة لوجود السياحة كنشاط إنساني من جهة وكرافد اقتصادي من جهة أخرى.

هذا ويرتبط بصناعة السياحة، الصناعة الفندقية، باعتبار أن الصناعة الفندقية أحد الدعائم الأساسية لنمو وتقدم الصناعة السياحية. فبدون وجود صناعة فندقية متقدمة على مستوى عال من الكفاءة، قد تتعثر صناعة السياحة وتقدم الصناعة الفندقية يرتبط أيضا بأسلوب إدارتها في إطار منظومة الإدارة، والتسويق الفعال لخدماتها في إطار المفاهيم التسويقية الحديثة.

من هذا المنطلق كان دافعنا لإصدار هذا الكتاب الذي يهدف إلى بلورة الأصول العلمية لإدارة الصناعة السياحية والفندقية وكيفية تسويق خدمات كل منها، وذلك بهدف تنمية الثقافة المهنية للعاملين في مجال صناعة السياحة والصناعة الفندقية. فالعمل في تلك الصناعات يحتاج إلى الإلمام بالأصول والقواعد العلمية لإدارة الأنشطة والعمليات المختلفة لتلك الصناعات وكيفية تسويق خدماتها في إطار المفاهيم التسويقية الحديثة.

ونحن في هذا المرجع نهدف إلى تزويد القارئ بالأسس والمبادئ العلمية الإدارية والتسويقية التي قد تكون له معينا للعمل في هذا المجال...

والله ولي التوفيق ... ،

أ.د. محمد عبده حافظ

٠١٢/٣٦٩٥٨٧٠