

تطبيقات GIS في التسويق السياحي دراسة تطبيقية على مدينة البترا

الدكتور ابراهيم خليل بظاظو

سامي الحسنات

الملخص

التحول الذي شهده العالم في مختلف المجالات بفعل انتشار التكنولوجيا، لم يكن بمنأى عن مهنة التسويق السياحي ، التي شهدت هي الأخرى تغيرا ملحوظا في طبيعتها ومؤهلاتها وفرص نجاحها، فضلاً عن المشاكل التي قد تعوق إتمامها، فقد تحولت الوظائف التسويقية إلى مفهوم جديد، وباتت تأخذ شكلا أكثر فاعلية مع التكنولوجيا من خلال استخدام نظام المعلومات الجغرافي GIS، إلا أنها لم تستبعد أو تنكر نظريات التسويق التقليدية، وإنما استطاعت الاستفادة منها في تطوير وإيجاد حلول لمشاكلها وأخرجت ظاهرة جديدة تسمى "التسويق السياحي من خلال نظام المعلومات الجغرافي".

يعتبر نظام المعلومات الجغرافي ، من الأدوات الرئيسة التي تُستخدم في عملية تخطيط المواقع السياحية وتُسويها ، إضافة إلى التوزيع الأمثل للخدمات السياحية بين مختلف الأقاليم التنموية ، وزيادة كفاءة الحملات التسويقية والتنشيطية في الأسواق السياحية لدول العالم ، ولتحقيق هذا ركزت الدراسة على أهمية استخدام نظام المعلومات الجغرافي في التخطيط والتسويق السياحي في البترا، من خلال بناء قاعدة بيانات جغرافية، تتناول كافة المقومات الطبيعية والبشرية المُمثلة للمواقع السياحية في البترا .

Bait Al Anbat