مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة
(JAAUTH)
المجلد 16، العدد 2، 2019، ص 89-94
الموقع الإلكتروني: http://jaauth.journals.ekb.eg/

تقييم رضا العملاء عن الخدمات السياحية في ليبيا: بالتطبيق على مدينة شحات الليبية

ليلى ميلاد بشير الكريوي إسلام محمود الجمال[1] نادية حسين ماهر[2]
قسم الدراسات السياحية، كلية السياحة والفنادق، جامعة قناة السويس

معلومات المقالة

الكلمات المفتاحية
مدينة شحات الليبية؛ تنشيط السياحة؛ رضا السياح

(JAAUTH)
المجلد 16، العدد 2
(2019)، ص 89-94

الملخص

تُعد مدينة شحات (قورينا) من أجمل الآثار اليونانية في العالم حيث خصصت كموقع للتراث الإنساني العالمي وعرفت في القديم باسم قورينا، وكذلك مدينة سوسة (بولونيا) نسبة إلى الإله الإغريقي "أبولو" الذي كان السبب الرئيسي في مجيئ الإغريق إلى ليبيا. تتسم المدينة بطبيعتها الجذابة التي تثير اهتمام السياح والسكان المحليين. وتقع هذه المدينة في الساحل الشمالي الشرقي بليبيا. تم تطبيق الدراسة الميدانية باستخدام أسلوب الاستقصاء على عينة عشوائية من السياح المترددين على مدينة شحات ومنتسبي وزارة السياحة والعاملين في الشركات السياحية والأكاديميين بالجامعات الليبية من خلال البيانات الميدانية تم التوصل إلى مجموعة من النتائج المهمة منها وجود العديد من المعوقات أمام تنشيط السياحة الداخلية في مدينة شحات الليبية.

الاستعراض المرجعي:

مفهوم السياحة المحلية

السياحة الداخلية هي انتقال الفرد من مكان إقامته إلى مكان آخر في نفس الدولة بغرض الترويح لمدة قليلة. ووفقاً للتعريف الدولي الذي تتبناه المنظمة العالمية للسياحة، تتمثل السياحة الداخلية في انتقال الأفراد – أياً كانت جنسيتهم– من محل الإقامة المعتاد لزيارة مكان آخر أو منطقة أخرى داخل حدود الدولة التي يقيمون بها وأياً كانت وسيلة الانتقال المستخدمة على ألا تقل مدة الإقامة في المكان المزار عن 24 ساعة، ولا تزيد على العام، ولا يكون الغرض من الانتقال هو العمل (الباز، 2006).

أهداف السياحة المحلية

جلب السائح المحلي والوطني من أجل إرضائه؛ تحقيق عوائد وأرباح من خلال هذه العملية؛ إعطاء صورة جيدة عن المؤسسات السياحية؛ التخلص من الانطباعات السيئة لدى السائح الوطني والمحلى وتعزيز المناطق السياحية؛ دراسة البيئة الوطنية والمحلية والعمل على توفير وجهة تتوافق مع حاجات ورغبات السياح (دماد، 2010).

أهمية السياحة المحلية

تسويق السياحة الداخلية يساعد في دراسة سلوك السائح لأنه إذا تحققت المعرفة الجيدة بسلوك السائح الداخلي من طرف الهيئات السياحية يصبح من السهل دراسة درجة أو مستوى توقعاته المباشرة وغير المباشرة والتي تتأثر بتعدد أوجه التطوير في المجتمع (الوعي الاجتماعي، اتساع الاتصالات، المستوى الثقافي) (الهباشة وآخرون، 2012).

العوامل التي تعوق نمو السياحة المحلية

من هذه العوامل: عدم تكامل البنية السياحية؛ اعتماد السياحة على الأفراد وليس على المؤسسات؛ غياب المعلومة السياحية؛ طغى الفكر التقليدي للنشاط والتنشيط السياحي على المؤسسات السياحية؛ التنافس السياحي لا التكامل السياحي؛ التقليد لا الابتكار للمشروعات السياحية الناجحة (الهباشة وآخرون، 2012).

السياحة المحلية في ليبيا

يبلغ عدد سكان ليبيا حوالي 6 مليون وهي تقع في شمال أفريقيا بين تونس ومصر مساحتها 1.75 مليون كم مربع، وتتميز في الشمال بمناخ معتدل طول السنة أما في الجنوب فهو حار طول السنة وهي تمثل مصدر جذب فضلاً عن التراث الليبي الأصيل الذي يشد انتباه السياح. كما تدل الشواهد ورسوم نحت في الصخور على آثار للإنسان في ليبيا موغلة في القدم تعود

[1] I.elgammal@tourism.suez.edu.eg
[2] Nadia@tourism.suez.edu.eg

إلى ما قبل التاريخ قرب مدينة غات الجبلية في أقصى الجنوب الغربي من ليبيا. هذا وتنتشر في معظم المدن الليبية المعالم الآثارية التاريخية التي تشير إلى ازدهار حضارات عريقة في هذه الأصقاع منذ الفينيقيين الوافدين من صور اللبنانية إلى آثار الوندال والإغريق والبطالمة والرومان ثم العصر الإسلامي الذي بدأ في القرن السابع وصولاً إلى العثمانيين الأتراك وحتى بداية تاريخ ليبيا الحديث الذي شهد استقلال البلد عام 1951 عن الاستعمار الإيطالي الذي بدأ عام 1911 وقاومه الليبيون ببسالة (دليل ليبيا الشامل، 2006).

مقومات السياحة في بلدية شحات

تطل ليبيا على البحر المتوسط بواجهة تبلغ طولها تقريباً 2000كم وتُعد الشواطئ الليبية من أطول السواحل العربية والإفريقية المطلة على البحر الأبيض المتوسط. وتتميز بشواطئ رملية واسعة تنمو فيها أشجار النخيل وشواطئ صخرية تشرف عليها مباشرة الهضاب المرتفعة كما هو الحال في منطقة الجبل الأخضر التي تتميز بوجود العديد من الملامح الطبوغرافية كالتعاريج الساحلية والرؤوس البحرية والألسنة الصخرية والهضاب والتكوينات الصخرية البارزة التي تضيف أهمية إلى مناظر الطبيعية الساحلية والمناخ المعتدل، ويري المحللون أن اسم شحات هو تحريف لاسم "سيرين" وفريق ثالث يزعم – مستنتجاً– أن منطقة قرنا (قورينة) كانت شحيحة المياه إذا ما قورنت بما يجاورها من مناطق أخرى، وفي حال كهذا يسمى البئر إذا ما خف ماؤه "شاح" ومن هذا أطلق النعت على مجموعة الآبار الشحيحة بالمياه فسميت "شاحات" ثم تداولها الناس اسماً للمنطقة وكتبت "شحات" (زكري، 2005).

المناخ: تقع ليبيا في منطقة الجبل الأخضر الواقع في المنطقة الشمالية الشرقية ضمن النطاق المناخي شبه المداري، وذات مناخ شبه رطب ودافئ مما يسبب اعتدال المناخ الناتج عن المؤثرات البحرية (زكري، 2005).

النقل والموصلات: يتضمن قطاع النقل والمواصلات كل نشاطات الطرق والموان والنقل البري والجوية والبحري، والنقل العام، والبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية والأرصاد الجوى ولقد خصصت لكل فروع هذا القطاع المخصصات اللازمة لتنميته وتطويره لأنه يمثل عصب برامج التنمية الاقتصادية والاجتماعية وعمودها الفقري، وبدونه لا يمكن القيام بأي مشروعات إنمائية على الإطلاق)، وبالتالي فقد بلغ أجمالي مخصصات النقل والموصلات فيما بين أعوام 1963 – 1989 ما مقداره 3,806 مليون دينار ليبي بنسبة تبلغ 14.4% (صفي الدين،2001).

النقل البري: توجد شبكة تربط كافة قرى الجبل الأخضر ببعضها البعض ومع دول الجوار مثل مصر والجزائر وتونس. كما توجد شبكة طرق تربط مناطق بلدية شحات بالمناطق المجاورة وهي طرق حديثة وهناك طرق في طور الإنشاء يجري العمل على توسيعها في منطقة الفائدية أحدى مناطق البلدية (زكري، 2005).

النقل الجوي: توجد مطارات مناسبة من حيث السعة والعدد والحداثة، هذه المطارات هي مطار الإبراق، سرت، مصراتة، زاورة، الكفرة، غدامس، بني وليد وأوباري. بينما يبعد مطار الأبرق عن مدينة شحات بحوالي (6) كيلو مترات، وتصل المساحة الإجمالية للمطار (1200) هكتار منها حوالي (80) هكتاراً داخل مدينة شحات (زكري، 2005).

الإقامة:

جدول (1): بيوت الشباب في منطقة الدراسة من حيث الفئة السياحية ومتوسط مدة الإقامة والطاقة الإيوائية عام 2010

المصيف أو المنتجع	الموقع	المساحة بالمتر المربع	عدد الغرف	عدد الأسرة	عدد العاملين		ملكية المنشأة السياحية
					ذكور	إناث	
مصيف سوسة	سوسة/شعبية الجبل الأخضر	450 ألف	85	170	56	2	قطاع خاص
منتجع شحات	شحات/شعبية الجبل الأخضر	10 آلاف	21	34	12	1	تشاركية أبولو

المصدر: صفي الدين، 2010

منهج البحث

سيتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي لما لهذا المنهج من خصائص تناسب طبيعة الدراسة الذي يعتمد على دراسة وتحليل الواقع بشكل دقيق كما يعتمد على وصف الظاهرة موضوع الدراسة.

مجتمع البحث

يتكون مجتمع الدراسة من السياح المترددين على مدينة شحات الليبية، ومنتسبي وزارة السياحة والعاملين في الشركات السياحية، والأكاديميين بالجامعات الليبية.

جدول (2): عينة الدراسة واستمارات الاستقصاء الموزعة والمعادة والصالحة للتحليل

العينة	القوائم الموزعة	القوائم المفقودة	القوائم المستردة	القوائم غير الصالحة	القوائم الصالحة للتحليل
العملاء	150	9	141	4	137
أكاديميون وموظفون	100	4	96	5	91
المجموع	250	13	237	9	228

جدول (3): واقع الخدمات السياحية في مدينة شحات الليبية (ن= 137)

م	العبارة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب
1	تنوع فرص التسويق في مدينة شحات.	2.45	0.81	0.49	5
2	تتوافر أماكن الإقامة بشكل جيد ومتنوع.	2.06	0.86	0.412	14
3	تمتاز خدمات الأغذية والمشروبات بالجودة والتنوع.	2.24	0.82	0.448	9
4	تتنوع وسائل الترفيه.	2.7	0.94	0.54	2
5	أسعار الخدمات السياحية في المستوى المعقول.	2.3	0.84	0.46	8
6	من السهل الوصول إلى مدينة شحات.	2.05	0.86	0.41	15
7	تتنوع عوامل الجذب الطبيعية والثقافية في مدينة شحات.	3.83	1.01	0.766	1
8	تمتاز الخدمات السياحية المقدمة بالجودة والتنوع.	2.18	0.82	0.436	11
9	تتمتع مدينة شحات بالأمن والاستقرار.	2.53	1.02	0.506	3
10	ارتفاع مستوى الوعي السياحي بين السكان المحليين في مدينة شحات.	2.2	0.88	0.44	10
11	تتوافر معلومات كافية عن الخدمات السياحية في مدينة شحات.	1.93	0.82	0.386	17
12	تتمتع مدينة شحات موقع جغرافي ومناخ مميزين.	4.94	1	0.486	6
13	تتنوع المطاعم السياحية في مدينة شحات.	2.52	1.04	0.504	4
14	تتوافر خدمات طبية جيدة في مدينة شحات.	1.77	0.82	0.354	18
15	تتوافر وكالات السفر والسياحة في مدينة شحات.	2.08	0.99	0.416	13
16	العاملون بالمجال السياحي يمتازون بالمهارة الكافية.	1.95	0.74	0.39	16
17	يتوافر مرشدون سياحيون بشكل كاف.	2.33	0.93	0.466	7
18	البنية التحتية جيدة في مدينة شحات.	2.94	0.85	0.43	12
	الإجمالي	**2.32**	**0.78**	**0.463**	

يلاحظ من الجدول (3) ما يلي:

انخفاض المتوسطات الحسابية لآراء عينة العملاء حول واقع الخدمات السياحية في مدينة شحات الليبية، إذ بلغ المتوسط الحسابي لاستجابات أفراد العينة لفقرات هذا المجال مجتمعة (2.32) بوزن نسبي (46.3%) وبدرجة غير موافق، وبانحراف معياري (0.78) وتشير معاملات الانحراف التي تقترب من الواحد الصحيح إلى عدم وجود تباين في آراء عينة الدراسة حول فقرات هذا المجال. أن المتوسطات الحسابية لآراء عينة الدراسة عن فقرات هذا المجال قد تراوحت بين (1.77 – 3.83)، وكان أعلى متوسط حسابي للفقرة (7): "تتنوع عوامل الجذب الطبيعية والثقافية في مدينة شحات"، إذ بلغ (3.83) بانحراف معياري(1.01)، بوزن نسبي (76.6%) وبدرجة موافق، بينما كان أقل متوسط حسابي للفقرة (14): "تتوافر خدمات طبية جيدة في مدينة شحات" إذ بلغ متوسطها الحسابي (1.77)، بانحراف معياري (0.82) وبوزن نسبي (53.4%)، وبدرجة غير موافق مطلقاً واحتلت المرتبة الأخيرة وبالتالي يشير ذلك إلى ضعف الخدمات السياحية في مدينة شحات الليبية. كما هناك اتفاقاً في الآراء من خلال عرض النسب الجدولية، إذ نجد أن مستوى الخدمات في مدينة شحات ضعيفة. إلا أن هناك نسبة واحدة مرتفعة وهي الخاصة بالفترة التي تقول "تتمتع مدينة شحات بموقع جغرافي ومناخ مميز"، إذ تصل النسبة إلى (4.94)، مما يدل على أن هذه المدينة مازالت لم تكتشف من قبل السياح وأنها أرض خصبة لم تستغل ما يوجد بها من مقومات سياحية.

يتضح من جدول (4) ضعف فرص التسوق في مدينة شحات، قلة أماكن الإقامة، تدني مستوى خدمات الأغذية والمشروبات، عدم تنوع وسائل الترفيه، ارتفاع أسعار الخدمات السياحية، صعوبة الوصول إلى مدينة شحات، ضعف الوضع الأمني وانخفاض مستوى الوعي السياحي بين السكان المحليين، عدم تنوع المطاعم السياحية، ضعف الخدمة الطبية، قلة وكالات السياحة والسفر وضعف مهارات العاملين بالسياحة. **ومما سبق ترى الباحثة أن** هناك نقصاً في تقديم الخدمات الجيدة والمرضية للسائح والتي تحفزه على الحضور لمدينة شحات.

معوقات السياحة الداخلية في مدينة شحات

تهدف فقرات هذا البُعد إلى التعرف على آراء أفراد عينة الدراسة (الأكاديميين والموظفين) حول معوقات السياحة الداخلية في مدينة شحات، ويتضمن 17 فقرة كما في الجدول التالي:

جدول (4): معوقات السياحة الداخلية في مدينة شحات (ن= 91)

م	العبارة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب
1	قلة الأماكن الترفيهية.	3.98	0.76	0.796	16
2	ضعف الوضع الأمني.	4.08	0.92	0.816	15
3	ارتفاع أسعار الخدمات السياحية.	4.36	0.61	0.872	9
4	ضعف الميزانيات المخصصة لتنشيط السياحة الداخلية.	4.25	0.83	0.85	13
5	قلة أماكن الإقامة وعدم تنوعها.	4.25	0.72	0.85	13
6	عدم الاهتمام ببحوث التسويق.	4.17	0.67	0.834	14
7	ضعف التخطيط السليم للأنشطة السياحية.	4.4	0.73	0.88	6
8	عدم توافر الكفاءات البشرية العاملة في السياحة.	4.35	0.67	0.87	10
9	تعدد الجهات الرقابية والإشرافية وعدم التنسيق بينها.	4.42	0.6	0.884	7
10	انخفاض جودة الخدمات السياحية.	4.39	0.61	0.878	8
11	ضعف البنية الأساسية التحتية الفوقية.	4.3	0.66	0.86	11
12	ضعف الاستثمار في المشروعات السياحية.	4.28	0.7	0.856	12
13	انخفاض الوعي الثقافي والسياحي لدى السكان المحليين.	4.57	0.56	0.914	2
14	عدم الاهتمام بالتنمية السياحية المستدامة.	4.46	0.74	0.892	4
15	قصور التشريعات والقرارات الداعمة للأنشطة السياحية.	4.54	0.56	0.908	3
16	قصور السياسة الإعلامية السياحية.	4.59	0.8	0.918	1
17	قصور قواعد البيانات المتاحة عن بلدية شحات.	4.41	0.73	0.882	6
	الإجمالي	**4.34**	**0.64**	**0.868**	

يلاحظ من الجدول (4) ارتفاع المتوسطات الحسابية لآراء عينة الأكاديميين والموظفين بقطاع السياحة، حول معوقات تحد من السياحة الداخلية في مدينة شحات، إذ بلغ المتوسط الحسابي لاستجابات أفراد العينة لفقرات هذا البُعد مجتمعة (4.34) بوزن نسبي (86.8%) وبدرجة موافق تماماً، بانحراف معياري (0.82) وتشير معاملات الانحراف التي تقترب من الواحد الصحيح إلى عدم وجود تباين في آراء عينة الدراسة حول فقرات هذا البُعد. كما يلاحظ من ذات الجدول أن المتوسطات الحسابية لآراء عينة الدراسة لفقرات هذا البُعد قد تراوحت بين (4.59 : 3.98)، فكان أعلى متوسط حسابي للفقرة (16): "قصور السياسة الإعلامية السياحية" إذ بلغ (4.59) بانحراف معياري (0.80)، بوزن نسبي بلغ (91.8%) وبدرجة موافق تماماً، بينما كان أقل متوسط حسابي للفقرة (1): "قلة الأماكن الترفيهية" إذ بلغ متوسطها الحسابي (3.98)، بانحراف معياري (0.76) وبوزن نسبي بلغ (79.6%)، وبدرجة موافق واحتلت المرتبة الأخيرة. ويمكن أن نستنتج من جدول (3) أن أهم المعوقات التي تواجه السياحة في مدينة شحات هي قلة الأماكن الترفيهية، ضعف الوضع الأمني، ارتفاع أسعار الخدمات، ضعف الميزانيات المخصصة للنشاط السياحي، وقلة أماكن الإقامة، عدم الاهتمام ببحوث التسويق، ضعف التخطيط السياحي، ضعف الأيدي العاملة المدربة، تعدد الجهات الرقابية، انخفاض جودة الخدمات السياحية، ضعف البنية التحتية، ضعف الاستثمارات، انخفاض الوعي السياحي والثقافي للسكان المحليين، قصور التشريعات المنظمة للأنشطة السياحية، وعدم الاهتمام بالتنمية السياحية

المستدامة، قصور السياسة الإعلامية السياحية، ضعف قواعد البيانات الخاصة بمدينة شحات. وبالتالي يشير ذلك إلى أن هناك معوقات كثيرة تواجه السياحة الداخلية في مدينة شحات الليبية.

في هذا الصدد يشير الهباشة وآخرون (2012) إلى أن العقبات التي تواجه مكاتب التنشيط بالنسبة للسياحة الداخلية الحاجة الملحة لإدخال تطوير في الاستراتاتيجية الترويجية التي تنتجها مكاتب السياحة. وهنا نشير إلى دور مكاتب التنشيط السياحي في تطوير في توزيع المصادر المتاحة السياحة وهي ليست مجرد كونها مراكز لبث المعلومات وتوزيع النشرات ومقابلة السياح ورجال الأعمال أنما يقع على عاتقها التعرف على كل المصادر لحركة سياحية مرتقبة. كما أن هناك بعض العقبات تواجه هيئات تنشيط السياحة تتمثل فيما يلي: عدم وجود استراتاتيجية ترويجية شاملة تربط كل مكتب بأهداف محددة؛ عدم كفاية الميزانيات الترويجية المخصصة؛ افتقار مكاتب التنشيط السياحي إلى أخبار ومعلومات تمكنها من إصدار النشرات الإخبارية وعقد المؤتمرات الصحفية؛ غياب عنصر التنسيق بالقدر المطلوب بين مكاتب السياحة، الأمر الذي لا يسمح للمسئولين فيها بتبادل المعلومات والخبرة المكتسبة؛ عدم توفير المواد الدعائية اللازمة – ولاسيما الكتيبات والأفلام– عن الأنماط السياحة الجيدة التي تحرص هيئة تنشيط السياحة على طرحها وترويجها في بعض الأسواق الداخلية بهدف تنويع المنتج السياحي وفي مقدمتها سياحة الغوص، السفاري، المؤتمرات والسياحة الدينية.

التوصيات

- ضرورة إنشاء مركز المعلومات السياحية وفق احدث تطورات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تضمن معلومات دقيقة.
- عقد دورات تدريبية لكيفية التعامل مع الأساليب الترويجية لتزويد السائح الليبي بالمعلومات اللازمة لتنشيط السياحة الداخلية في مدينة شحات.
- الاهتمام برفع مستوى الوعي السياحي بين أفراد المجتمع ببث برامج توعية في وسائل الإعلام المختلفة عن أهمية السياحة للمجتمع المحلي.
- الاهتمام المستمر بالدراسات والبحوث الحديثة في مجال التسويق السياحي المتطور والمتجددة والاستفادة ممن سبقونا في هذا المجال لكي يتم تنشيط السياحة الداخلية بشكل صحيح ومواكب للثورة السياحية العلمية.
- تحفيز الشركات السياحية على القيام بعروض تشجيعية وموسمية لممارسة السياحة الداخلية ولتخفيف الظروف الحالية على السياح المحليين.
- الاهتمام بتنمية العنصر البشري الذي يعمل في المرافق السياحية ورفع مستوى المهارات الإدارية والفنية وتقديم الحوافز المادية لهم.
- تقديم الدعم من قبل الدولة لإعداد استراتاتيجية للتسويق السياحي لمعرفة المعوقات التنظيمية والإدارية والقانونية والاقتصادية وغيرها التي تقف حائلاً أمام تقدم النشاط السياحي وتطويره في مدينة شحات الليبية في ظل الإمكانيات المادية والبشرية والمعلوماتية اللازمة لنجاحها واستمرارها حتي تتيح إنتاج خدمات سياحية جيدة.

المراجع

- الباز، أحمد محمد (2006)، "تقيم دور البرامج السياحية بالقنوات التلفزيونية المحلية في تنشيط السياحة الداخلية"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية السياحة والفنادق، جامعة حلوان، مصر.
- دليل ليبيا الشامل (2006)، الوكالة الليبية للترقيم الدولي الموحد الكتاب، دار الكتب الوطنية، الطبعة الأولى.
- الهباشة، فؤاد سعد الدين؛ سالم، أحمد محمد شحات؛ أبو حجر، أحمد شوقي؛ عبدالمنعم، إلهام عبد؛ مصطفى، مروة وإبراهيم، نرمين عاطف (2012)، "الحملات التنشيطية الإعلانية والدعائية وأثرها على السياحة الداخلية"، مشروع بحثي، كلية السياحة والفنادق، جامعة المنوفية فرع مدينة السادات، مصر.
- صفي الدين، سعيد (2001)، "مقومات التنمية السياحية في ليبيا"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الآداب، جامعة القاهرة، مصر.
- دماد، نوال (2010)، "الاستراتاتيجية الترويجية وإسهاماتها في تسويق السياحة الداخلية: دراسة حالة الديوان الوطني للسياحة ONT"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة دالي إبراهيم، الجزائر.
- زكري، يوسف محمد (2005)، "مناخ ليبيا: دراسة تطبيقية لأنماط المناخ الفسيولوجي"، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية علوم الأرض، الجامعة القسطنطينية، الجزائر.

Journal of Association of Arab Universities for Tourism and Hospitality (JAAUTH)
Vol. 16 No. 2, 2019, pp. 89-94.
journal homepage: http://jaauth.journals.ekb.eg/

Evaluation of Customer Satisfaction with Tourism Services in Libya: As Applied it to Shahat City

Laila Milad Bashir, Islam Mahmoud Al-Gammal and Nadia Hussein Maher
Tourism Studies Department, Faculty of Tourism and Hotels, Suez Canal University

ARTICLE INFO

Keywords:
Shehat City;
Marketing Strategy;
Domestic Tourism

(JAAUTH)
Vol. 16, No. 2,
2019, pp. 89-94

English Abstract

The city of Shehat (Qorina), which is one of the most beautiful Greek monuments in the world, has been designated as a site for international humanitarian ruins. It was known be its old name Qorena, as well as the city of Sousse (Bologna), in reference to the Greek god "Apollo", who was the main reason for the coming of the Greeks to Libya. The city is located on the north-eastern coast of Libya. The study used the survey method on a random sample of visitors to the city of Shehat and employees of the Ministry of Tourism, employees of the tourist companies and the academics in the Libyan universities. A number of important results and recommendations were given.