جامعة الجزائر 3

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

دور التخطيط في تحقيق التنمية السياحية.
دراسة حالة الجزائر.

مذكرة تندرج ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير في العلوم التجارية

تخصص تسويق

إعداد الطالبة: إشراف الأستاذ:

– دهيمي أمينة – د/ خالد كواش.

لجنة المناقشة:

- أ.د الداوي الشيخ	أستاذ التعليم العالي	جامعة الجزائر	رئيسا.
- أ.د خالد كواش	أستاذ التعليم العالي	جامعة الجزائر	مقررا.
- أ.د شبايكي مليكة	أستاذ التعليم العالي	جامعة الجزائر	ممتحنا.
- أ.د بوعقلين بديعة	أستاذ محاضرا	جامعة الجزائر	ممتحنا.
- أ.د هدير عبد القادر	أستاذ محاضرا	جامعة الجزائر	ممتحنا.

السنة الجامعية: 2013/2012م.

إهداء

أهدي هذا العمل إلى كل من شاركني في إعداد هذا البحث و لو بكلمة.

و

إلى كل الشغوفين بالبحث العلمي في مجال السياحة والسفر

دون ان انسى العامليين على برامج التنمية

و

حماية البيئة.

شكـر و تقدير

أتقدم بالشكر إلى أهلي و أصدقائي الذين وقفوا إلى جانبي و ساندوني خلال مساري الدراسي

كما أتقدم بالشكر إلى الأستاذ الدكتور خالد كواش المشرف على هذه المذكرة على جهوده الطيبة

دون أن أنسى المسئولات عن قسم ما بعد التدرج بإدارة الجامعة لتعاونهم و صبرهم

إلى جانب

لجنة المناقشات التي ستقوم بتقييم هذا البحث.

و شـكرا.

ملخص الدراسة :

تسعى هذه الدراسة إلى تقديم تحليل معمّق للعلاقة بين التخطيط والتنمية السياحية، من خلال التركيز على التجربة الجزائرية في إعداد وتنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025. وقد تناول الجانب النظري مفاهيم السياحة والتنمية السياحية والتخطيط السياحي، مع تحديد مكوناتهما وأهدافهما ومراحل تفعيله على المستويين الوطني والمحلي. أما في الجانب التطبيقي، فتم تحليل بنية المخطط التوجيهي وأهدافه الاستراتيجية، مع تقييم الأقطاب السياحية السبعة والمشاريع ذات الأولوية، وتشخيص أهم العوائق التي اعترضت مسار التنفيذ، وعلى رأسها مشكلات العقار، ضعف التنسيق المؤسساتي، وبطء الإجراءات الإدارية، إضافة إلى محدودية فعالية التسويق السياحي. وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات أبرزها: ضرورة تسوية الوضعية القانونية للعقارات السياحية، وتفعيل آليات التسيير والمراقبة، وتحسين جودة الخدمات والمرافق، مع دعم السياحة الداخلية والبيئية، واعتماد التسويق الرقمي والتخطيط المعماري المتناغم مع الهوية الجزائرية وخصوصيات الثقافة المحلية، بما يضمن تنمية سياحية مستدامة وشاملة تتكامل فيها الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبيئية.

Résumé en français :

Cette étude vise à analyser de manière approfondie la relation entre la planification et le développement du tourisme, en se concentrant sur l'expérience de l'Algérie à travers la mise en œuvre du Schéma Directeur d'Aménagement Touristique à l'horizon 2025 (SDAT). La partie théorique aborde les concepts du tourisme, du développement touristique et de la planification touristique, en identifiant leurs composantes, objectifs et les étapes de leur mise en œuvre aux niveaux national et local. La partie appliquée se penche sur la structure du SDAT, ses objectifs stratégiques, l'analyse des pôles touristiques d'excellence et des projets prioritaires, tout en mettant en évidence les principaux obstacles à son exécution, notamment les problèmes liés au foncier, à la coordination institutionnelle, à la lenteur des procédures administratives et à la faiblesse des outils de promotion touristique. L'étude propose plusieurs recommandations, dont la régularisation urgente du foncier touristique, l'activation des mécanismes de gestion et de contrôle, l'amélioration de la qualité des services, le soutien au tourisme intérieur et écologique, ainsi que l'adoption d'une approche de marketing numérique et d'une architecture touristique respectueuse de l'identité locale, afin de garantir un développement touristique global et durable intégrant les dimensions économique, sociale, culturelle et environnementale.

Abstrect in English:

This study aims to provide an in-depth analysis of the relationship between planning and tourism development, with a focus on Algeria’s experience in designing and implementing the Tourism Development Master Plan for the year 2025 (SDAT). The theoretical part explores key concepts related to tourism, tourism development, and tourism planning, outlining their components, objectives, and implementation stages at both national and local levels. The applied section analyzes the structure of the SDAT, its strategic goals, the seven tourism development hubs, and priority projects, while identifying major obstacles to its execution, including land ownership issues, weak institutional coordination, slow administrative procedures, and insufficient marketing strategies. The study concludes with a set of recommendations, notably the urgent resolution of land-related constraints, strengthening management and oversight mechanisms, improving the quality of services and infrastructure, promoting domestic and ecological tourism, and adopting digital marketing tools along with culturally appropriate architectural designs. These measures are essential to ensure a comprehensive and sustainable tourism development that balances economic, social, cultural, and environmental dimensions.

فهرس المحتويات

المحتوى	رقم الصفحة
المقدمة العامة:	أ.
الفصل الأول:	
مقدمة الفصل.	.1
المبحث الأول: مفاهيم عامة عن السياحة.	.2
مطلب 1: التطور التاريخي للسياحة.	.2
مطلب 2: تعريف السياحة.	.9
مطلب 3: أنواع السياحة.	.19
مطلب 4: خصائص صناعة السياحة ووسائل النهوض بها.	.28
الفرع الأول: خصائص صناعة السياحة.	.28
الفرع الثاني: وسائل النهوض بالسياحة.	.30
مطلب 5: الطلب والعرض السياحي.	.34
الفرع الأول: الطلب السياحي	.34
الفرع الثاني: العرض السياحي	.37
المبحث الثاني: الركائز الأساسية للنشاط السياحي.	.39
مطلب 1: مقومات الجذب السياحي الطبيعية والتاريخية.	.41
الفرع الأول:مقومات الجذب الطبيعية	.41
الفرع الثاني: مقومات الجذب التاريخية والتراثية	.44
مطلب 2: مرافق الإيواء.	.46
مطلب 3: البرامج السياحية وخدمات ومرافق الترفيه.	.54
الفرع الأول:البرامج السياحية	.54
الفرع الثاني خدمات الترفيهية والترويح	.57
مطلب 4: الموارد البشرية السياحية.	.61
مطلب 5: النقل السياحي ومكاتب ووكالات السياحة والسفر.	.67
الفرع الأول: النقل السياحي	.67
الفرع الثاني: مكاتب ووكالات السياحة و السفر.	.70
المبحث الثالث: التنمية.	.74
مطلب 1: تطور مفهومها.	.74
مطلب 2: مفهوم التنمية.	.79

. المحتوى	رقم الصفحة
مطلب 3: عوامل و شروط التنمية.	84.
الفرع الأول: عوامل التنمية.	.84
الفرع الثاني: شروط التنمية.	.89
مطلب 4: أهداف التنمية.	.91
مطلب 5: أبعاد التنمية ومبادئها.	.96
المبحث الرابع: التنمية السياحية.	102
مطلب 1: تعريف التنمية السياحية وتطورها.	.102
مطلب 2: مكونات التنمية السياحية ومحدداتها.	.107
الفرع الأول: مكونات التنمية السياحية	.107
الفرع الثاني: محددات التنمية السياحية	108
مطلب 3: مبادئ وأهداف التنمية السياحية.	.113
الفرع الأول: مبادئ التنمية السياحية	.113
الفرع الثاني: أهداف التنمية السياحية	.115
مطلب 4: الأجهزة الدولية و الرسمية، و التنمية السياحية.	.117
مطلب 5: الآثار الإيجابية و السلبية للتنمية السياحية.	.124
الفرع الأول: الآثار البيئية للتنمية السياحية	124
الفرع الثاني: الآثار الاقتصادية للتنمية السياحية	.128
الفرع الثالث: الآثار الاجتماعية الثقافية ونفسية للتنمية السياحية	.129
خلاصة الفصل الأول	.133

المحتوى	رقم الصفحة
الفصل الثاني: التخطيط السياحي.	
مقدمة الفصل الثاني	.134
المبحث الأول: مفهوم التخطيط السياحي.	.135
مطلب 1: تعريف التخطيط السياحي.	.135
مطلب 2: تطور التخطيط السياحي.	.140
مطلب 3: أهمية التخطيط والسياحي والحاجة إليه.	.144
مطلب 4: خصائص التخطيط السياحي وأساليبه	.147
مطلب 5: التخطيط السياحي والتسويق	.153
المبحث الثاني: مراحل عملية التخطيط السياحي الوطني والإقليمي.	.159
مطلب 1: مرحلتي إعداد وثائق الخطة السياحية.وتحديد الأهداف	.160
الفرع الأول: وثائق الخطة السياحية	.160
الفرع الثاني:مرحلة تحديد أهداف التخطيط السياحي	.164
مطلب2: مرحلة جمع البيانات ومسح الموارد السياحية وتحليلها.	.167
الفرع الأول: مرحلة جمع البيانات ومسح الموارد السياحية.	.167
الفرع الثاني: مرحلة التحليل.	.170
مطلب3: : مرحلة صياغة سياسة الخطة السياحية (تقييم البدائل):	.172
مطلب4: اختيار البدائل المناسبة وتنفيذ ومتابعة الخطة.	.177
الفرع الأول: مرحلة اختيار البدائل المناسبة	.177
الفرع الثاني: تنفيذ ومتابعة الخطة	.178
مطلب5: مراجعة الخطة والتقييم وعملية التمويل والاستثمار.	.182
الفرع الأول: مراجعة الخطة وتقييمها	.182
الفرع الثاني: التمويل والاستثمار	.183
المبحث الثالث: التخطيط السياحي الإقليمي.	.186
مطلب 1: ماهية التخطيط الإقليمي السياحي.	.186
مطلب 2: التخطيط الطبيعي واستخدامات الأراضي	.189
الفرع الأول: التخطيط الطبيعي	.189

المحتوى	رقم الصفحة
الفرع الثاني: استخدامات الأراضي	.190
مطلب3: تخطيط المستقرات البشرية.	.195
مطلب 4: تحليل الآثار والمردودات البيئية	.198
مطلب 5: مكونات الخطة السياحية الإقليمية ، الوطنية والقومية.	.203
المبحث الرابع: التخطيط لأهم ركائز النشاط السياحي	.208
مطلب 1: تخطيط مناطق الجذب الطبيعية وعناصر الجذب الثقافية	.208
الفرع الأول: تخطيط مناطق الجذب الطبيعية	.208
الفرع الثاني: تخطيط عناصر الجذب الثقافية	.211
مطلب 2: تخطيط المواقع الأثرية والتاريخية.	.213
مطلب 3: تخطيط الفنادق والمنتجعات والمخيمات	.220
الفرع الأول: تخطيط الفنادق	.220
الفرع الثاني: تخطيط المنتجعات السياحية	.223
الفرع الثالث: تخطيط المخيمات	.226
مطلب 4: تخطيط البرامج السياحية والمرافق الترفيهية والمرافق العامة.	.227
الفرع الأول: تخطيط البرامج السياحية (تخطيط الرحلات السياحية).	.227
الفرع الثاني: تخطيط المرافق الترفيهية والمرافق العامة	.230
مطلب 5: تخطيط الموارد البشرية السياحية.	.235
مطلب 6: تخطيط النقل السياحي.	.241
خلاصة الفصل الثاني.	.246
.مقدمة الفصل الثالث.	.247
المبحث الأول:مفاهيم حول المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT 2025.)	.248
المطلب الأول:التعريف بالمخطط	.248

المحتوى	رقم الصفحة
المطلب الثاني:تحليل الموقف السياحي للجزائر لآفاق 2025م.	.252
المطلب الثالث: المفهوم الجديد للسياحة الجزائرية.	.257
المطلب الرابع: مخطط وجهة الجزائر والتسويق لها.	.262
الفرع الأول: مخطط وجهة الجزائر.	.262
الفرع الثاني: مخطط تسويق الوجهة.	.265
المطلب الخامس: مخطط نوعية السياحة.	.268
المبحث الثاني: الأقطاب السياحية السبعة للامتياز و مشاريع ذات الأولوية.	.272
المطلب الأول: مفهوم القطب السياحي.	.272
المطلب الثاني: القطب شمال شرق.	.276
المطلب الثالث: القطب السياحي للامتياز شمال وسط.	.282
المطلب الرابع: القطب السياحي للامتياز شمال غرب.	.290
المطلب الخامس: الأقطاب السياحية الجنوبية.	.296
الفرع الأول: القطب السياحي للامتياز جنوب شرق"الواحات".	.296
الفرع الثاني:القطب السياحي للامتياز جنوب غرب" توات . القرارة".	.298
الفرع الثالث: القطب السياحي للامتياز الجنوب الكبير" طاسيلي ناجر".	.300
الفرع الرابع: القطب السياحي للامتياز الجنوب الكبير "الأهقار".	.302
المبحث الثالث:مراحل عملية التخطيط السياحي وفق المخطط الوطني للتهيئة السياحية الإقليمية والوطنية وتقييمه بعد 5 سنوات.	.304
المطلب الأول: تحديد الأهداف.	.305
المطلب الثاني: مرحلة المسح وجمع البيانات وتحليلها.	.308

المحتوى	رقم الصفحة
المطلب الثالث : مرحلة تحديد التوجهات الإستراتيجية وحركيات التفعيل السياحي.	.316
المطلب الرابع: برامج ذات الأولوية لمرحلة 2008-2015 وتحديد إستراتيجية الإنجاز والمتابعة.	.323
الفرع الأول: برامج ذات الأولوية لمرحلة 2008-2015.	.323
الفرع الثاني: تحديد إستراتيجية الإنجاز والمتابعة.	.326
المطلب الخامس: تقييم المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية بعد 5 سنوات من إطلاقه.	.329
خلاصة الفصل الثالث.	.335
الخاتمة العامة.	.336
النتائج	340
التوصيات	.343
قائمة المراجع	.345
الملحق	.350

قائمة الجداول و أشكال:	رقم الصفحة
شكل رقم (1-1): هيكل النظام السياحي حسب KASPER	13.
شكل رقم: (1-2) العلاقة بين الطلب السياحي والأسعار.	.36
شكل رقم: (1-3) التكامل بين الخدمات السياحية.	.55
شكل رقم: (1-4) أهم عناصر التنمية المتميزة المطلوب توفيرها في الوطن العربي.	.89
شكل رقم: (1-5) ترابط أبعاد عملية التنمية.	.98
شكل رقم: (1-6) تداخل أبعاد عملية التنمية.	.99
شكل رقم: (1-7) تكامل أبعاد عملية التنمية المستدامة.	.99
شكل رقم: (2-1) تحليل المدخلات والمخرجات لعملية التخطيط.	.139
شكل رقم: (2-2) أسلوب تقييم بدائل الخطط السياحية.	.176
شكل رقم: (2-3) المراحل الرئيسية لمنهجية تقييم الآثار البيئية.	.201
شكل رقم: (2-4) إدخال عملية تقييم الآثار البيئية في التخطيط السياحي	.202
شكل رقم: (2-5) المنهجية المقترحة للتخطيط السياحي البيئي في المناطق السياحية على مستوى السياسات التنموية.	.216
شكل رقم: (2-6) مراحل عملية تخطيط المنتجعات	.224
شكل رقم: (2-7). خطوات التخطيط للخدمات الترويحية	.231

قائمة الأشكال	الصفحة
شكل رقم (01،03): الترتيب التنظيمي للمتعاملين السياحيين.	319
شكل رقم(02،03) التالي: أنموذج عن مخطط جهاز التشاور المحلي في إطار النصح الولائي للتنمية السياحية عند إقامة المشروع السياحي.	.320

المقدمة العامة

المقدمة العامة:

لقد عاشت البشرية في القرون الأخيرة أحداثًا كثيرة، ولعلّ الثورة الصناعية كانت أبرز هذه الأحداث، وذلك في أواخر القرن الثامن عشر الميلادي في كل من أوروبا الغربية وأمريكا الشمالية. وقد نجم عن هذه الثورة تحولات اقتصادية وتكنولوجية واجتماعية، أدّت إلى تحقيق درجة من الرخاء الاقتصادي في تلك الدول، ودعمت بنيتها التحتية (كالطرق، والسكك الحديدية، والموانئ...). كما ارتفع المستوى المعيشي لمواطنيها.ومع مرور الزمن، لم تكتفِ هذه الدول بتصدير منتجاتها إلى دول آسيا وإفريقيا وأمريكا، بل تعدّى الأمر إلى إقامة مستعمرات في تلك المناطق لاستغلال ثرواتها ورخص اليد العاملة فيها. كما أقامت العديد من الوحدات الإنتاجية الصناعية والفلاحية، إلى جانب بناء منتجعات سياحية خاصة بها ينزل فيها المستعمرون، سواء المقيمون في البلاد أو القادمون من أوطانهم.

وإلى جانب هذه التغيرات والتحولات، فقد كان للتطورات الفكرية والثقافية أثر بالغ في توجيه التطورات الاقتصادية والاجتماعية، حيث كانت معظم التيارات الفكرية تنادي بالتحرر في جميع الميادين: الدين، السياسة، الأخلاق، على غرار الحياة في عهد اليونان، حيث كان الأفراد يركّزون على التثقيف الذهني، والاعتناء بالجسد، وممارسة الرياضة والفنون. وقد أدى هذا الرخاء إلى دفع المجتمعات الغربية إلى صرف الفائض من دخولها في البحث عن الراحة والأنشطة الترفيهية، والإقامة في المنتجعات (الساحلية، الجبلية، الصحية وغيرها).

و لم تعد السياحة مجرد ظاهرة اجتماعية تهم بعض الأفراد والجماعات بل تعدت ذلك حيث أصبحت الأنشطة السياحية و الترفيهية ذات أبعاد اقتصادية واجتماعية و ثقافية و بيئية وذلك نتيجة لتدفق الملايين من السياح على دول مختلفة في العالم؛ الأمر الذي حمل العديد من الدول الغربية للنهوض بالسياحة و العمل على تنميتها وتحويلها إلى صناعة حقيقية في سبيل تحقيق التنمية الاقتصادية و الاجتماعية.

وقد تزامن استقلال العديد من الدول النامية خلال عقدي الخمسينيات و الستينات مع ازدهار السياحة ، حيث تبين لها كيف أن العديد من الدول المتقدمة جعلت من هذا القطاع موردا هاما لدخلها القومي؛ فهو مورد اقتصادي له عائدات مالية ضخمة، كما أن له انعكاسات ايجابية على باقي القطاعات (البنى التحتية، الطرقات الأشغال العمومية الصناعات التحويلية و المكملة المياه، الكهرباء، التشغيل، الخدمات... و غيرها).كما رأت هذه الدول ـ الدول النامية– أن سبيل الخروج من دائرة التخلف قد يتعدى الثروات الزراعية و المعدنية و البحرية ليشمل أيضا المقومات الطبيعية والثقافية و التاريخية ذات الطالع السياحي.

كما عمدت الكثير من الدول النامية إلى النهوض بالسياحة بعدما تبين لها مدى أهميتها وعملت كذلك على تنميتها و ذلك من خلال توفير الخدمات و التسهيلات لإشباع حاجات ورغبات السياح من جهة، وتوفير المنافع الاقتصادية و الاجتماعية لسكان المنطقة ،كما عملت على التوزيع الجغرافي للمرافق السياحية من (مرافق الإيواء و الإطعام والترفيه...وغيرها).إلى جانب تدفق الحركة السياحية "حيث لا تقتصر التنمية السياحية على المناطق المزدهرة سياحيا فحسب بل تمتد إلى المناطق القريبة منها، والتي قد تكون غير مؤهلة سياحيًا، بهدف رفع مستواها وتطويرها، مما يخلق نوعًا من التوازن في المستوى المعيشي للسكان، ويدفع أفراد المجتمع إلى الحفاظ على المظهر العام للمنطقة، وعلى تراثها وبيئتها."[1]

و مع تزايد الاهتمام بالجانب البيئي تم تبني مفهوم التنمية السياحية المستدامة التي تتطلع إلى إرضاء السياح وتوفير المنافع الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية للمحليين و ضمان رضاهم،إلى جانب حماية موجودات المناطق السياحية ، و ذلك من خلال الاستخدام الحذر والرشيد للموارد المحدودة عبر الأجيال.

و نظرا للأهمية المتزايدة للسياحة كظاهرة حضارية و اقتصادية معاصرة و كنشاط إنساني أصبح التخطيط السياحي ضرورة حتمية و سمة مشتركة بين جميع الدول التي تعمل على تطوير منتجاتها السياحية بما يتوفر لديها من مقومات طبيعية و بشرية و مواقع الجذب السياحي.كما يعتبر توفير المرافق و الخدمات و التسهيلات السياحية

[1] وفاء زكي إبراهيم:" دور السياحة في التنمية الاجتماعية" المكتب الجامعي الحديث. مصر.2006م. ص: 05.

الصديقة للبيئة عوامل يتم التخطيط لها لتسهم في تحقيق أهداف التنمية السياحية المستدامة باعتبارها واحدة من أهم القضايا الهامة و الملحة في صناعة السياحة المعاصرة.

ولقد برزت أهمية التخطيط السياحي الشامل و المتكامل على المستوى الدولي من خلال المسح الذي قامت به منظمة السياحة العالمية (WTO) والذي استعرض أكثر من 25 تجربة تخطيط سياحي من مختلف دول العالم، في كتاب أصدرته المنظمة عام 1994م.[1]

أما في الوطن العربي فقد تعددت تجارب الدول العربية في مجال التخطيط السياحي خصوصا تلك التي اتجهت إلى الاهتمام بالسياحة نظرا لامتلاكها مقومات مختلفة ،فاعتمدت على السياحة لتنويع مصادر الدخل لديها بدلا من الاعتماد على الثروة الزراعية و النفطية فقط. ومن التجارب الرائدة نذكر: مصر، الأردن ،تونس ،ليبيا ،سوريا ،سلطنة عمان، ودبي.

وتعد الجزائر من بين الدول الساعية من أجل تحقيق تنمية سياحية واعدة. فقد وضعت وزارة الإقليم البيئة والسياحة في سنة 2008م، مخطط توجيهي للتهيئة السياحية لآفاق سنة 2025م.ضمن إطار تنمية مستدامة شاملة في البلاد للعشرين سنة المقبلة.

أسباب إختيار الموضوع:

لقد تم اختيار هذا البحث لعدة أسباب منها:

1) – السياحة قطاع حيوي له دور هام في مجالات متعددة (اقتصادية، اجتماعية، ثقافية بيئية... و غيرها).
2) – التنمية السياحية من المواضيع التي لم يتم تناولها بشكل يوفي حجم هذا القطاع الهائل.
3) – التنمية السياحية أحد أهم قطاعات التنمية بمفهومها القومي الشامل شأنها في ذلك شأن التنمية الزراعية، الصناعية، الخدمية وغيرها.

[1] عبد الإله أبو عياش، حميد عبد النبي الطائي:"التخطيط السياحي " الطبعة الأولى. مؤسسة الوراق الأردن.2004م. ص: 09.

4) – التخطيط أداة عملية و علمية هادفة تسعى لتحقيق الازدهار و التنمية والتقدم للدول من جميع النواحي (الاقتصادية، الاجتماعية، البشرية، الثقافية و غيرها).

الدراسات السابقة:

خلال عملية جمعنا للمعلومات من المراجع والمصادر إلى غاية تاريخ 2008/07، هذه أهم المذكرات التي تطرقت إلى موضوع التنمية و التخطيط السياحي .

_ بودي عبد القادر: أهمية التسويق السياحي بالجزائر (السياحة بالجنوب الغربي). أطروحة دكتراه. جامعة الجزائر.2006/2005م. تناولت هذه الرسالة موضوع التسويق السياحي كأداة استراتيجية لتنمية القطاع السياحي في الجزائر، مع التركيز على الجنوب الغربي كمنطقة نموذجية للدراسة. وقد حاول الباحث من خلال هذه الأطروحة تسليط الضوء عل مفهوم التسويق السياحي، وأبعاده النظرية والعملية، وأهمية تبني آليات تسويق حديثة تتماشى مع متطلبات السوق السياحي المحلي والدولي.كما تطرق لواقع السياحة في الجزائر، والتحديات التي تعوق تطورها، خصوصًا ضعف الترويج وعدم استغلال المؤهلات السياحية المتنوعة، لا سيما في مناطق الجنوب.أما دراسة تطبيقية كانت على الجنوب الغربي الجزائري، لبيان إمكانياته السياحية المهملة (كالصحراء، الواحات، الموروث الثقافي والتاريخي).وأكد الباحث في الدراسة على أن التسويق السياحي الفعّال يمكن أن يسهم في:كل من الزيادة في عدد الزوا، دعم الاقتصاد المحلي تحسين صورة الجزائر كوجهة سياحية إضافة لخلق فرص عمل، خاصة في المناطق النائية. وهدفت هذه الدراسة إلى إبراز العلاقة بين التسويق السياحي والتنمية وتقديم توصيات عملية لتطوير استراتيجيات تسويقية موجهة ومحلية إلى جانب تعزيز مكانة الجنوب الغربي كوجهة سياحية تنافسية.

_ سيار زوبيدة: التخطيط الإستراتيجي للسياحة الجزائرية و آفاقها المستقبلية. رسالة ماجستير. جامعة الجزائر. 2004/2003م.هدفت هذه الرسالة لاستكشاف مفهوم التخطيط الاستراتيجي وتطوره، وتطبيقه في قطاع السياحة

إضافة لتحليل دور التخطيط الاستراتيجي في دعم التنمية السياحية بالجزائر. وسلطت هذه دراسة الضوء على واقع قطاع السياحة الجزائري في ظل الاقتصاد الموجّه واقتصاد السوق ومقارنتها مع تجارب دولية . ومحاولة كشف محددات وآفاق التنمية السياحية المستقبلية .وخلصت الدراسة إلى أن لتخطيط الاستراتيجي ضروري لتحويل السياحة إلى عنصر فعّال في التنمية الاقتصادية ، وأن النظام الاقتصادي (الموجّه أو الحر) يؤثر مباشرة على قدرة القطاع في الجذب والاستثمار لكن الواقع يشير إلى أن السياحة الجزائرية تعاني من قصور في استغلال إمكاناتها، نتيجة عدة عوامل تنظيمية وسياسية .ومن بين أهم توصيات الباحثة الحاجة إلى تبني تخطيط سياحي استراتيجي واضح ومتكامل إلى جانب تعزيز المناخ الاقتصادي لتشجيع الاستثمارات في السياحة، وضرورة ربط التخطيط الاستراتيجي بتطوير البنية التحتية، والتسويق المحلي والدولي، وتنمية الموارد البشرية. في ظل خرائط طريق للتنمية السياحية المستقبلية وفقًا لخصوصيات الجزائر.

-خرفي خالد: الصناعة الفندقية و دورها في تحقيق التنمية الاقتصادية. دراسة حالة فندق الأوراسي. رسالة ماجستير. جامعة الجزائر. 2003/2002م .احتوت هذه الدراسة على إطار نظري ركز على مفهوم التسيير الفندقي والخدمات السياحية وتبيين الخصائص والوظائف الرئيسية للفندق ومستوى جودتها.أما الجانب التطبيقي تناول حالة فندق الأوراسي محل الدراسة كمنشأة فندقية حيوية وتقييم دورها الاقتصادي والاجتماعي والثقافي على الاقتصاد المحلي والوطني. وكان الهدف من هذه الدراسة تحديد أثر الخدمات الفندقية على النمو الاقتصادي،تشخيص العوائق التي قد تواجه القطاع رغم توفر الإمكانيات والميزانيات المخططة .في الأخير خلصت الدراسة لاستنتاج أن الصناعة الفندقية أساسية لدعم السياحة والتنمية الاقتصادية وأن خدمات الإيواء تؤثر بشكل مباشر على الاقتصاد المحلي (مثل توفير فرص العمل، دعم الصناعات المكملة، وتطوير البنية التحتية)وأن فندق الأوراسي يمثل نموذج واقعي لإبراز دور الفنادق في تحقيق أهداف التنمية. كما أنه لابد من تجاوز العقبات التنظيمية وتطوير التسيير الفندقي لتحسين تأثير هذه الصناعة.

أهمية البحث:

يكتسي هذا البحث أهمية بالغة، وذلك نظرا لأهمية هذه الصناعة و ما لها من تأثيرات و انعكاسات إيجابية على الاقتصاد لما لها من ارتباط بالقطاعات الأخرى كالزراعة والصناعة التكميلية، و الإيواء، والعمران والإطعام، والنقل وشبكة الطرق، والخدمات هذا من جهة، وعلى الجانب الاجتماعي و الثقافي من جهة أخرى ،لذلك فإنه يتعين على السلطات المعنية الخاصة و العامة العمل على تنميتها، وذلك ضمن إطار مخطط شمولي علمي مما يسهم في تعظيم هذه الآثار الإيجابية و المحافظة على البيئة في نفس الوقت.

الإشكالية:

وعلى هذا الأساس جاء هذا البحث بالطرح الإشكالية الجوهرية التالية:

إلى أي مدى يسهم التخطيط في تحقيق التنمية السياحية؟.

و من وراء هذا التساؤل تتفرع عدة أسئلة نذكرها في ما يلي:

1- على ما يقوم النشاط السياحي؟ و إلى أي مدى يمكن تنمية المنطقة سياحيا؟ و هل لهذه التنمية آثار سلبية إلى جانب آثارها الإيجابية؟.

2- هل توجود اختلافات بين تفاصيل و خطوات التخطيط السياحي للتنمية السياحية على المستوى(الوطني والإقليمي) و المستوى المحلي؟.

3- هل تم تبني مخطط سياحي يقوم على أسس ومنهجية علمية لضمان تنمية مستدامة للسياحة في الجزائر ؟وكيف سار العمل به خلال خمس سنوات؟.

فرضيات الدراسة:

من خلال الإشكالية المطروحة والتساؤلات الفرعية يمكن طرح الفرضيات التالية:

1- أ : يستند النشاط السياحي على عدة ركائز تتمثل في موارد الجذب السياحي على اختلاف أنواعها (طبيعية حضارية، ثقافية، تاريخية) بالإضافة إلى مرافق الإيواء والإطعام والنقل والترفيه والتسوق والبرامج السياحية، فضلا عن الاستقرار السياسي لدول الجذب.

ب:يتوقف مدى التنمية السياحية في أي منطقة على خصائص تلك المنطقة من ناحية الطبيعية والعمرانية، الاقتصادية والبيئة الاجتماعية والثقافية لسكانها).

ج: التنمية السياحية لها آثار إيجابية في مجالات عدة (اقتصادية، بيئة ،اجتماعية وثقافية) وفي نفس الوقت لها آثار سلبية على نفس المجالات كالتلوث، الفرقة بين المناطق، تنافس السياح مع السكان المحليين على موارد المنطقة السياحية، وهجرة اليد العاملة من القطاعات الأخرى كالزراعة ،الصناعة و غيرها إلى قطاع السياحة لما يقدمه هذا القطاع من امتيازات للعمال.

2 - يخضع كل من التخطيط السياحي على المستوى الوطني والمحلي لنفس المراحل التسلسلية مع وجود إختلاف في تفاصيل ومحتوى كل منهما ؛فالتخطيط السياحي الوطني والإقليمي يدرس استخدامات الأراضي والمجمعات السكانية ، أما على المستوى المحلي فالتخطيط السياحي يهتم بركائز النشاط السياحي من موارد للجذب (الطبيعية، الثقافية، التاريخية)، و بمرافق الإيواء والنقل والبرامج ومرافق الترفيهية والموارد البشرية.

3- أ: اعتمد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في الجزائر على منهجية التخطيط المتعارف عليها في سبيل تنمية القطاع بداية من تحديد الأهداف وإجراء المسوحات وجمع للبيانات وتحليلها لاتخاذ القرارات المتعلقة بتحديد الإستراتيجية لتحقيق تنمية مستدامة للقطاع السياحي بالجزائر لآفاق 2025م مع تحديد المشاريع ذات الأولوية، ثم ضبط آلية تنفيذ ومتابعة المخطط.

ب: المشاكل العقارية والاستثمار، ضعف الرقابة والتسيير والبروقراطية في بعض الأحيان هي أهم العراقيل التي تسببت في تأخر سيرورة المخطط المسطر.

أهداف الدراسة:

- إرساء مفهوم الاستدامة في الأنشطة السياحية.
- محاولة النهوض بالسياحة من خلال تبني أسس علمية في عملية التخطيط السياحي.
- إبراز مدى أهمية عملية التخطيط في سبيل التنمية السياحية و ذلك باستغلال الموارد السياحية المتاحة بالشكل الذي يضمن رضاء السكان المحليين و سياح هذا الجيل و الأجيال القادمة من جهة، وتحقيق النتائج الإيجابية و التقليل من الآثار السلبية للأنشطة السياحية على كافة الأصعدة في المنطقة السياحية وما جاورها من جهة أخرى.

منهج الدراسة:

بالنسبة للمنهج المتبع فهو المنهج التحليلي الوصفي لنتمكن من إعطاء موضوع الدراسة حقه من التحليل لبناء جانب نظري ، إضافة إلى منهج دراسة الحالة بإعتبار أن الدراسة تم اسقاطها على دولة الجزائر.

حدود الدراسة:

محاولة منا للإجابة على الإشكالية المطروحة تم وضع محددات بين حوالي 1990م و 2013م لنتمكن من التركيز على أهم الاصلاحات الجزائرية التي شملت المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025م. الذي تم وضعه سنة 2008م.

صعوبات الدراسة:

أهم الصعوبات التي واجهتنا خلال هذا البحث هي ندرة المراجع ،خاصة الكتب التخطيط والتنمية السياحية إضافة إلى وصعوبة الوصول للإحصائيات و البيانات وعدم توفر موقع يعرض التطورات الحاصلة في سيرورة هذا المخطط الهائل.

خطة الدراسة:

من أجل الإجابة على الإشكالية المطروحة تقسيم هذا البحث إلى ثلاثة فصول، فصلين يعتنيان بالجانب النظري والفصل الأخير تناول الجانب التطبيقي.

الفصل الأول تم تخصيصه للسياحة و التنمية و يتضمن أربعة مباحث، ففي المبحث الأول قمنا فيه ببلورة مفاهيم السياحة، و المبحث الثاني كان عن الركائز الأساسية للنشاط السياحي، و المبحث الثالث عن التنمية، أما المبحث الأخير فهو عن التنمية السياحية.

والفصل الثاني خاص بالتخطيط السياحي و يتضمن كذلك أربعة مباحث فقد أبرزنا مفهوم التخطيط السياحي في المبحث الأول، و مراحل التخطيط السياحي الوطني و الإقليمي في المبحث الثاني، أما المبحث الثالث فهو عن التخطيط السياحي الإقليمي و الوطني ،أما التخطيط لأهم ركائز النشاط السياحي أو (التخطيط السياحي على المستوى المحلي) فقد كان عنوان المبحث الأخير لهذا الفصل.

أما الفصل الأخير فقد خص تجربة التخطيط السياحي في الجزائر لآفاق 2025م ضمن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT.حيث كان المبحث الأول مخصصا لشرح بعض المفاهيم عن المخطط التوجيهي. والمبحث الثاني عن الأقطاب السياحية السبعة. أما المبحث الثالث والأخير فتناول مراحل إعداد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحة وتقييمه بعد مرور 5 سنوات من إطلاقه.

الفصل الأول:

السياحة والتنمية

مقدمة الفصل الأول:

تعد السياحة كسلوك بشري وحركة سفر ظاهرة قديمة قدم البشرية نفسها، ومنذ ذلك الحين وهي تشكل أهمية كبرى لدى معظم شعوب العالم.

ولقد آن الأوان أن ينظر للسياحة كنشاط له أبعاد متعددة، حيث أن العديد من الدول التي تزخر بمجموعة من المقومات السياحية (الطبيعية، التاريخية، الحضارية، والثقافية وغيرها) أو حتى ببعض منها يستلزم عليها الاهتمام بهذه المناطق و تنميتها إذا كانت تهدف وتسعى إلى تعظيم الآثار الإيجابية للسياحة في كافة المجالات (الاقتصادية . الاجتماعية الثقافية البيئية ...وغيرها).

لدى سيتم تناول كل من السياحة، التنمية والتنمية السياحية في هذا الفصل. حيث يتم التطرق إلى المفاهيم العامة للسياحة في المبحث الأول وإلى ركائز الأساسية لصناعة السياحة في المبحث الثاني، أما المبحث الثالث فسنخصصه لموضوع التنمية بشكل عام. وسيكون المبحث الرابع عن التنمية السياحية.

المبحث الأول: مفاهيم عامة عن السياحة

المطلب الأول: التطور التاريخي للسياحة:

إن الحاجة إلى الاطلاع والاكتشاف وحبهما كانا موجودين عند الإنسان منذ القدم فقد تحدثت المصادر القديمة عن رحلات و أسفار كثيرة يمكن أن نعدها من الأنشطة السياحية وإن كانت لا تنطبق على معنى السياحة الحالي وهناك من يعد السياحة صناعة حديثة لأنها لم تر في القواميس والمعاجم القديمة. ويعد مفهوم السياحة مفهوم واسع يمتد ليشمل الانتفاع من الإجازات وأوقات الفراغ والتمتع بالمصادر الطبيعية أو الثقافية في منطقة تبعد عن الموطن المعتاد للإقامة، وتحقيق الاتصال المباشر وتبادل المشاعر والعواطف النبيلة بين الشعوب.[1]

وفي ما يلي ذكر لأهم مراحل التطور التاريخي لرحلة السياحة عبر العصور المختلفة للتعرف على كافة الظروف والملابسات والعوامل التي أدت إلى تطور وزيادة التدفق السياحي على المقاصد المتنوعة في سبيل تلبية دوافع مختلفة ومتباينة.

1- السياحة في العصور القديمة:

إن السفر في تلك الفترة كان جزءا لا يتجزأ من ممارسات الحياة اليومية لإنسان ،وذلك من أجل سد حاجاته وتوفير الضرورات لبقائه،والاستجمام في بعض الأحوال.

ويمكن القول أن السياحة المبكرة كانت تأخذ شكلين من أشكال السفر هما:

- السفر من أجل التجارة والتبادل التجاري والأعمال المتعلقة بشؤون الدولة. وكانت أسفارهم محفوفة بالمخاطر والمشقة، فالطرق كانت غير الآمنة وسبل النقل غير المريحة.

[1] سهيل حمدان: "الإدارة الحديثة للمؤسسة السياحية و الفندقية " طبعة الأولى. دار رضا للنشر. سوريا . 2001م. ص: 53.

– السفر المرتبط بأداء الطقوس الدينية حيث كان الهدف من العطلات لغرض ديني. ونجد أن كلمة Holiday مشتقة من كلمةHolydays أي الأيام المقدسة.

ولقد عرف المصريون القدماء الرحلة منذ القدم وكانت لهم تجارتهم الواسعة مع حضارة الصين والهند[1].وعندما أنتجت الأشرعة القماشية على يد الفينيقيين كانوا أول التجار البحارة فقد بنو قوارب كبيرة ليحملوا بضائعهم عبر البحر المتوسط[2].وقد كان ذلك في حوالي عام 1200قبل الميلاد. أما في بلاد الإغريق كانت تفد جماعات من اليونانيين القدماء وبعض سكان الأقاليم الأوروبية المجاورة إلى منطقة جبل أولمبيا، وذلك لمشاهدة الألعاب الأولمبية التي شرع في تنظيمها عام 776 قبل الميلاد، وتزامن ذلك مع كثرة التردد على المسارح من أجل المتعة والترويح عن النفس، وهو ما شجع على المطالبة ببناء فندق لزوار أثينا وكان ذلك خلال القرن الرابع قبل الميلاد.أما الإغريق فتعددت رحلاتهم إلى أقاليم العالم القديم (أوروبا إفريقيا، وآسيا) وعرفوا الكثير مما يتعلق بملامح البيئات الجغرافية والحقائق التاريخية لهذه الأقاليم، ومن أبرز الرحالة الإغريق وأكثرهم شهرة المؤرخ هيرودوت (485-425 قبل الميلاد)[3].وهو أول من قام برحلة شملت آسيا الصغرى وجزر اليونان ثم تجول في بلاد الشرق الأدنى، ووصل إلى بابل وفلسطين ومصر، ثم إلى صقلية وجنوب إيطاليا، وفي أثناءها تعرف على طبيعة البلاد وتاريخها ونظمها وقام بتصنيفها في كتابه الكبير فكان أقدم مصدر للحضارات القديمة.[4]وبالنسبة لرومان فقد كانوا أول شعوب الحضارات القديمة التي اهتمت بشغل الأوقات الفراغ بالسفر والترحال من أجل المتعة، ويصنف المسافرون خلال العصر الروماني إلى أربعة فئات: رجال القوات المسلحة المسئولون الحكوميون، التجار وأصحاب المهن، المسافرين لأجل الاستمتاع والمعرفة.[5]

[1] يسري دعبس: " صناعة السياحة بين النظرية و التطبيق" الطبعة الأولى. الملتقى المصري للإبداع و التنمية. مصر.2003م. ص: 13-14.
[2] حميد عبد النبي الطائي: "مدخل إلى السياحة و السفر و الطيران" الطبعة الأولى. مؤسسة الوراق . الأردن. 2003م. ص: 47.
[3] خالد كواش:" السياحة مفهومها، أركانها، أنواعها" الطبعة الأولى. دار التنوير. الجزائر.2007م. ص: 11-12.
[4] سهيل الحمدان: مرجع سبق ذكره. ص: 53.
[5] خالد كواش: مرجع سبق ذكره. ص: 12-13.

2- مرحلة السياحة في العصور الوسطى:

لقد شهدت هذه الفترة سقوط الإمبراطورية الرومانية وورثتها البيزنطية في القسطنطينية وسيطرت الكنيسة الكاثوليكية على روما وعلى الإمارات المختلفة التي ظهرت في غرب أوروبا[1].ودخلت أوروبا في عصور مظلمة. وشاع السفر عن طريق البحر؛ خصوصا بعدما أصبح السفر محفوفا بالمخاطر وأصبح الحج إلى أماكن العبادة السبب الرئيسي للسفر وتنقل الأفراد.[2]

ومع فجر الإسلام كان القرشيون يقومون برحلتي الصيف والشتاء إلى الشام واليمن ثم جاءت هجرة المسلمين إلى الحبشة وهجرة الرسول محمد صلى الله عليه وسلم إلى المدينة المنورة، وقد ورد في القرآن الكريم عدد من الشواهد الدالة على الترحال والسياحة والخروج إلى بلد آخر كرحلة النبي موسى عليه السلام وخروجه مع أتباعه هروبا من فرعون وغيرها من الشواهد[3]. ومع امتداد الدولة الإسلامية خلال القرن الثامن ميلادي بين شبه القارة الهندية وجنوبي الصين وكوريا، وجزر اليابان وشمال إفريقيا وشرقها، وجنوب أوروبا فقد بلغت الرحلات العربية كل هذه المناطق وامتدت إلى غاية سيبيريا.

وكانت بغداد وقرطبة في عهد الخلافة الإسلامية من أهم المراكز الحضارية والثقافية في الدولة الإسلامية وأكثرها ثراء فقد كانت حدائقها وقصورها من المزارات التي جذبت أعدادا كبيرة من الزوار سواء من داخل الدولة الإسلامية أو من خارجها. كما أن الرواج اقتصادي والأمن والرغبة في المعرفة والاستطلاع كلها عوامل ساهمت في رواج السياحة آنذاك.[4]

[1] يسري دعبس: مرجع سبق ذكره. ص: 14.
[2] حميد عبد النبي: الطائي" أصول صناعة السياحة" مرجع سبق ذكره. ص:55.
[3] سهيل الحمدان: مرجع سبق ذكره. ص53.
[4] خالد كواش: مرجع سبق ذكره. ص 14-15.

وفي العصور الوسطى كان ابن بطوطة مثلا للرحالة والسائح فقد شملت رحالته: الجزائر، تونس، مصر والشام وقد دون كل ذلك في كتابه الشهير(تحفة الأنظار في غرائب الأمصار و عجائب الأسفار).

إضافة إلى الرحالة الإيطالي المشهور ماركو باولو ورحلته في القرن الرابع عشر من أوروبا إلى آسيا ثم منغوليا واندونيسيا، وفي القرن الخامس عشر كانت رحلة فاسكودي غاما إلى الهند ثم إلى الصين عن طريق رأس الرجاء الصالح،وبعدها رحلة كريستوف كولوبوس إلى أمريكا عام 1492م مما شجع الأوروبيين على السفر والعيش فيها فيما بعد وأيضا رحلة ماجلان البرتغالي حول العالم الذي قتل في الفلبين عام 1521م.[1]

وكانت أغراض السياحة في تلك العصور هي التجارة والحج أو الدراسة خاصة بعد ظهور بعض الجامعات العريقة في أوروبا مثل جامعة أكسفورد في إنجلترا، وجامعة السربون في فرنسا و أصبح السفر من أجل الدراسة والتعلم ظاهرة من ظواهر القرن السادس عشر. واحتوت الكثير من المدن الإسلامية على العديد من المباني والتجهيزات الخاصة بإقامة النزلاء والزائرين وتوفير الراحة لهم، فكثرت الفنادق والنزل والحمامات في المدن أهمها القاهرة الإسكندرية، بغداد البصرة، دمشق، حمص، تونس، سمرقند، والأندلس. وقد اتسمت هذه المرحلة بعدم وجود قيود أو قوانين منظمة للانتقال، كما لم تكن هناك وسائل نقل متطورة ولم يظهر أثر لكلمة السياحة لا من حيث التعريف ولا من حيث المدلول.[2]

3- المرحلة الحديثة للسياحة:

مع بداية العصر الحديث قامت الثورة الصناعية في أوروبا ومع الاكتشافات الجغرافية السابق ذكرها وتطور وسائل النقل وازدهار صناعة الفنادق كل ذلك كان له الأثر البالغ في نمو حركة السياحة العالمية.[3]فمن وسائل النقل التي

[1] سهيل الحمدان: مرجع سبق ذكره. ص53
[2] خالد كواش: مرجع سبق ذكره. ص15-16.
[3] محمود فوزي: شعبوني "السياحة و الفندقة في الجزائر دراسة قياسية 2002/1974" أطروحة دكتراء .جامعة الجزائر2006-2007م. ص: 18.

شاعت في تلك الفترة العربات التي تجرها الخيول و ذلك عام 1600م في هنجاريا و 1668م في بريطانيا، ثم انتشرت في باقي الدول الأوروبية.

أما في سنة 1818م تم تصميم أول سفينة شراعية لعبور المحيط الأطلسي من نيويورك إلى ليفربول، وفي عام 1819م عبرت سفينة بقوة البخار المحيط الأطلسي. و في أواسط القرن التاسع عشر ظهرت السفن السريعة بعدة صواري و أشرعة مقوسة حادة و مزينة فكانت أنموذجا رائعا للنقل البحري.

وفي أواسط القرن التاسع عشر، أصبحت القطارات السبيل السائد للنقل العابر للبلدان و القوة المؤثرة لتطوير السياحة.[1]

ولقد أدى هذا التغيير في وسائل النقل والمواصلات والاتصال إلى اختصار الوقت والمسافات وزيادة عدد المسافرين، ومع استقرار النظم الاجتماعية للطبقة العملة وارتفاع مستوى الأجور وتخفيض ساعات العمل والعطل المدفوعة أدى بهذه الطبقة إلى السفر والبحث عن المتعة و الراحة[2].بالرغم من وجود العديد من القيود مثل جوازات السفر والتأشيرات.[3]

وافتتحت أول وكالة سفر في بريطانيا عام 1745م من طرف توماس كوك (Thomas Cook) حيث قام بتنظيم رحلات السفر قصيرة ومفتوحة بالقطارات. وتم تشكيل أول وكالة سفر في أمريكا عام1882م حيث قام (Ward G Foster) بافتتاح هذه الوكالة كمصدر محلي لبيع المعلومات الخاصة بالسفر (جداول القطارات نشرات الفنادق، معلومات جغرافية) وأصبحت تبيع ترتيبات السفر.

وفي سنة 1881م ظهرت شركة (American Express) التي أدخلت الشيك السياحي وكانت أول شركة أمريكية تزود السياح بحجوزات السفر (Travel Booking).

[1] حميد عبد النبي الطائي: "مدخل إلى السياحة و السفر و الطيران" .مرجع سبق ذكره. ص: 49-50.
[2] خالد كواش: مرجع سبق ذكره. ص17.
[3] يسري دعبس: مرجع سبق ذكره. ص: 24.

أما بالنسبة للفنادق فقبل القرن التاسع عشر كانت الإقامة محصورة في الخانات البدائية و بعدها ظهرت الفنادق في البداية في أوروبا، ثم ظهرت بشكل متطور في أمريكا فكان أول فندق (Tremont House) عام1919م فلقبت هذه الفترة بالفترة الذهبية للفنادق Golden Age، ولابد من لإشارة إلى أنه وفي عام 1950م برزت أكبر مجموعة لثلاثة فنادق هي: شيراتون ستاتلر،وهيلتون، (Hilton-Statler-Sheraton) ثم انتشرت هذه السلاسل في العالم.[1]

4- المرحلة المعاصرة للسياحة:

لقد حدث تحول كبير في اتجاه حركة السياحة واتساع نطاقها ومجالاتها بعد الحرب العالمية الثانية، مع التطور المتنامي في حركة النقل والمواصلات وبدأت النظم الاجتماعية والسياسية تتجه نحو الاستقرار للطبقة العملة التي بدأت تنظم صفوفها بعمل اتحادات العمالية ونقابات وجمعيات تدافع عن حقوقها.[2]

كما شهدت هذه المرحلة ظهور العديد من المنظمات الدولية:كالمنظمة العالمية للسياحة التابعة لهيئة الأمم المتحدة. ويعتبر القرن العشرين العصر الذهبي للسياحة.[3]

وشهدت هذه الفترة كذلك تطور أماكن الإيواء السياحي وتنوعها وتدرجها من حيث مستويات التصنيف وبرزت سياحة المعسكرات (المخيمات)، والسياحة الجماعية وسياحة الأفواج، وبداية ظهور سياحة الحوافز وكذلك تنوع الخدمات السياحية من مطاعم ومقاهي ووسائل الترفيه.

وباتت السياحة مطلب اجتماعي وثقافي ونفسي له علاقة وثيقة الصلة بصحة الإنسان وتوازنه النفسي والهروب من روتين العمل وتأثير العوامل الضوضاء المختلفة ومن التلوث البيئي بمختلف أنواعه، وكذا البعد عن الضغط العصبي طوال الوقت، و بناءا عليه أصبح النشاط السياحي و الرحلة هدفا للطبقات المختلفة طالما هناك الدافع أو الحافز للقيام بالرحلة السياحية.

[1] حميد عبد النبي الطائي: "مدخل إلى السياحة و السفر و الطيران" .مرجع سبق ذكره. ص:50 إلى 53.
[2] يسري دعبس:مرجع سبق ذكره. ص: 24.
[3] خالد كواش: مرجع سبق ذكره. ص: 18.

ولقد ظهرت أنواع جديدة للسياحة عكست اهتمام ودوافع ومطالب وحاجات السياح المتعددة حول العالم. فبدأت تظهر السياحة العلاجية وسياحة المؤتمرات ورجال الأعمال، سياحة التسوق، سياحة ذوي الاهتمامات الخاصة سياحة المشاركة بالوقت، السياحة البديلة، سياحة نهاية الأسبوع، السياحة الرياضية، السياحة الطبيعية، سياحة الحياة التقليدية والسياحة الجيولوجية وسياحة كبار السن وغيرها.العامل الذي فرض التنويع في المنتج السياحي ،وسعت الدول المضيفة إلى اكتشاف مقوماتها وتطويرها في سبيل أن تأخذ موقعها على الخريطة الدولية للسياحة.[1]

ونتج عن كل العوامل السابقة الذكر تضاعف حجم الحركة السياحية العالمية و حجم التدفقات النقدية الناتجة عن السياحة، فبعد أن كان عدد السياح في العالم لا يتجاوز 51 مليون سائح سنة 1955م أصبح سنة 2002م يتجاوز 700 مليون. و بلغ الدخل السياحي 621 مليون دولار أمريكي سنة 2000م ، بعد أن كان لا يتجاوز 28 مليار دولار أمريكي سنة 1973م. لذلك تعد السياحة من أكبر عناصر التجارة الدولية وأهم الصناعات العالمية نموا، لدى أصبح يطلق على القرن العشرين قرن السياحة.[2]

[1] يسري دعبس: مرجع سبق ذكره. ص: 24-25.
[2] خالد كواش: مرجع سبق ذكره. 21.

المطلب الثاني: تعريف السياحة والسائح:

سيعرض في هذا المطلب بعض التعريفات الخاصة بالسياحة و السائح، فقد بذل الكثير من المفكرين جهودهم للتعريف بها و بمكوناتها و تبعاتها من جميع النواحي الاقتصادية الاجتماعية وغيرها.

المفهوم اللغوي للسياحة:

يعني لفظ السياحة "التجوال" وتعني عبارة "ساح في الأرض" ذهب وسار على وجه الأرض.

وفي الإنجليزية نجد أن "To Tour" تعني تجول أو يدور.

أما لفظ Tourism السياحة فهو مستحدث في اللغات اللاتينية.[1] فأصلها من Tour والتي تعني الرحلة،وكلمة سائح Tourist أطلقت على طلاب العلم في إنجلترا وأوروبا في القرن الثامن عشر.[2]

واستعملت هذه الكلمة أي السياحة للدلالة على التحرك في رحلة لغرض المنفعة والترفيه أو الصحة ولكن ليس لغرض اكتساب الأموال أو الإقامة الدائمة في الدول المضيفة.[3] بناءا عليه السياح ينتقلون كمستهلكين لا منتجين.[4] وإذا كان هذا الانتقال من مدينة لأخرى فيسمى سياحة داخلية، أما إذا كان هذا الانتقال من دولة لأخرى يسمى سياحة خارجية.[5]

وفي سنة 1905م عرف اجوير فرولر Eguger Frewller الألماني السياحة " أنها ظاهرة من ظواهر العصر تنبثق من الحاجة المتزايدة للحصول على الراحة و الاستجمام، و تغيير الجو و الإحساس بجمال الطبيعة وتذوقها، و الشعور بالراحة و المتعة من الإقامة في مناطق ذات طبيعة خاصة".[6]

---

[1] وفاء زكي إبراهيم: مرجع سبق ذكره. ص: 70.
[2] Tourisme, www .FrWikipedia.org.le 28/10/2009 à 13:43
[3] خالد كواش: مرجع سبق ذكره. ص: 23.
[4] يسري دعبس: مرجع سبق ذكره. ص: 11.
[5] خالد كواش: مرجع سبق ذكره. ص: 23.
[6] وفاء زكي إبراهيم: مرجع سبق ذكره. ص: 70-71.

أما الاقتصادي فون شولرن عرف السياحة سنة 1910م بأنها: "كل العمليات المتداخلة وخصوصا العمليات الاقتصادية المتعلقة بدخول الأجانب و إقامتهم المؤقتة و انتشارهم داخل وخارج منطقة أو ولاية أو دولة معينة.".

و يعرف كل من جون سوربروك و سوزان هورنر السياحة "بأنها انتقال الناس للأماكن البعيدة عن أماكن إقامتهم و القيام بأنشطة لإشباع رغباتهم و يمكن أن يتضمن ذلك السفر أغراض العمل".[1]

أما جلاسمان R Glacksman السويسري قدم عام 1935م تعريف للسياحة على أنها " فروع العلاقات المتبادلة والتي تنشأ بين الشخص الذي يوجد بصفة مؤقتة في مكان ما وبين الأشخاص الذين يقيمون بهذا المكان".

وفي عام 1938م عرف ليفلي نيزارول Leveille Nizerolle السياحة بأنها " جميع الأنشطة الغير المحققة للربح والتي يقوم بها الإنسان بعيدا عن مقر إقامته المعتاد".

وأوضح جولدن Golden عام 1939م أن المقصود بالسياحة هو أي نوع من الحركة التي بمقتضاها يقيم الأشخاص في مكان خارج بلادهم بشرط عدم اعتبار هذه الإقامة لغرض الكسب الدائم أو المؤقت.

وفي عام 1942م أعلن كل من كراف و هنزكر Kraph , Hunzikar الأستاذان بجامعة بيرن السويسرية بأن السياحة " هي مجموعة من العلاقات و الظواهر التي تنشأ من السفر، و الإقامة المؤقتة طالما لا تؤدي إلى إقامة دائمة ولا تتضمن أي نشاط للكسب مادي".

وفي سنة 1952م عرف دي ماير السياحة على أنها " مجموعة التنقلات البشرية والأنشطة المترتب عليها الناتجة عن ابتعاد الإنسان عن موطنه تحقيقا لرغبة الانطلاق الكامنة في كل فرد".

[1] محمود فوزي شعوبي: مرجع سبق ذكره. ص: 14.

أما بيتر جريج Peter Grage فقد عرف السياحة سنة 1970م " أنها نشاط شديد الحساسية نتيجة لتدخل العوامل السياسية في ظل السيطرة الحكومية السائدة في الدولة المضيفة."

وهذا التعريف يوضح صورة لأحد الأبعاد الكثيرة للسياحة وألا هو البعد السياسي الذي لا يمكن إغفاله خاصة في البلد المضيف؛ وذلك لآثاره المباشرة على نمط السياحة في ذلك البلد.

وهناك تعريف آخر تقدم به ليبيير Leiper عن السياحة بأنها نظام مفتوح مؤلف من خمسة عناصر جميعها تتفاعل مع البيئة الأوسع: العنصر البشري السياح والذي بدوره يتفاعل مع عناصر جغرافية الإقليم المولد للسياحة "Generating Region"، دول الطريق التي يتوقف السائح عندها خلال رحلته " Transit Region"، وجهة القصد ،"Destination Region" ،و العنصر الاقتصادي " Economic Element"،و صناعة السياحة نفسها "Tourism Industry". [1]

ويعرف صلاح الدين السياحة على أنها" مجموعة العلاقات والمحاكاة المرتبطة بعملية تغيير المكان تغييرا وقتيا وتلقائيا وليس لأسباب تجارية وحرفية".

أما وفاء زكي إبراهيم فتعرف السياحة بأنها " السفر لفترة مؤقتة بعيدا عن محل الإقامة المعتاد وذلك دون الإقامة الدائمة".

وإذا كانت معظم التعريفات تستبعد رحلة اليوم الواحد ولا تعتبر ذلك الفرد سائحا، فإنه ومع تقدم وسائل المواصلات السريعة وتقدم الخدمات السياحية، يمكن عد الرحلة ليوم واحد نوعا من السياحة ،و يمكن أن تكون لها أهمية كبيرة مستقبلا مع وجود برامج مجردة معدة ليوم واحد مع العودة دون إقامة وذلك مما سيعمل على تنشيط السياحة الداخلية.[2] ففي السنوات الأخيرة وبسبب انخفاض أوقات العمل مما تولد عنه وقت فراغ أكثر، وبإضافة إلى

[1] حميد عبد النبي الطائي: " مدخل إلى السياحة و السفر و الطيران". مرجع سبق ذكره. ص: 16.
[2] وفاء زكي إبراهيم: مرجع سبق ذكره. ص: 72 إلى 74.

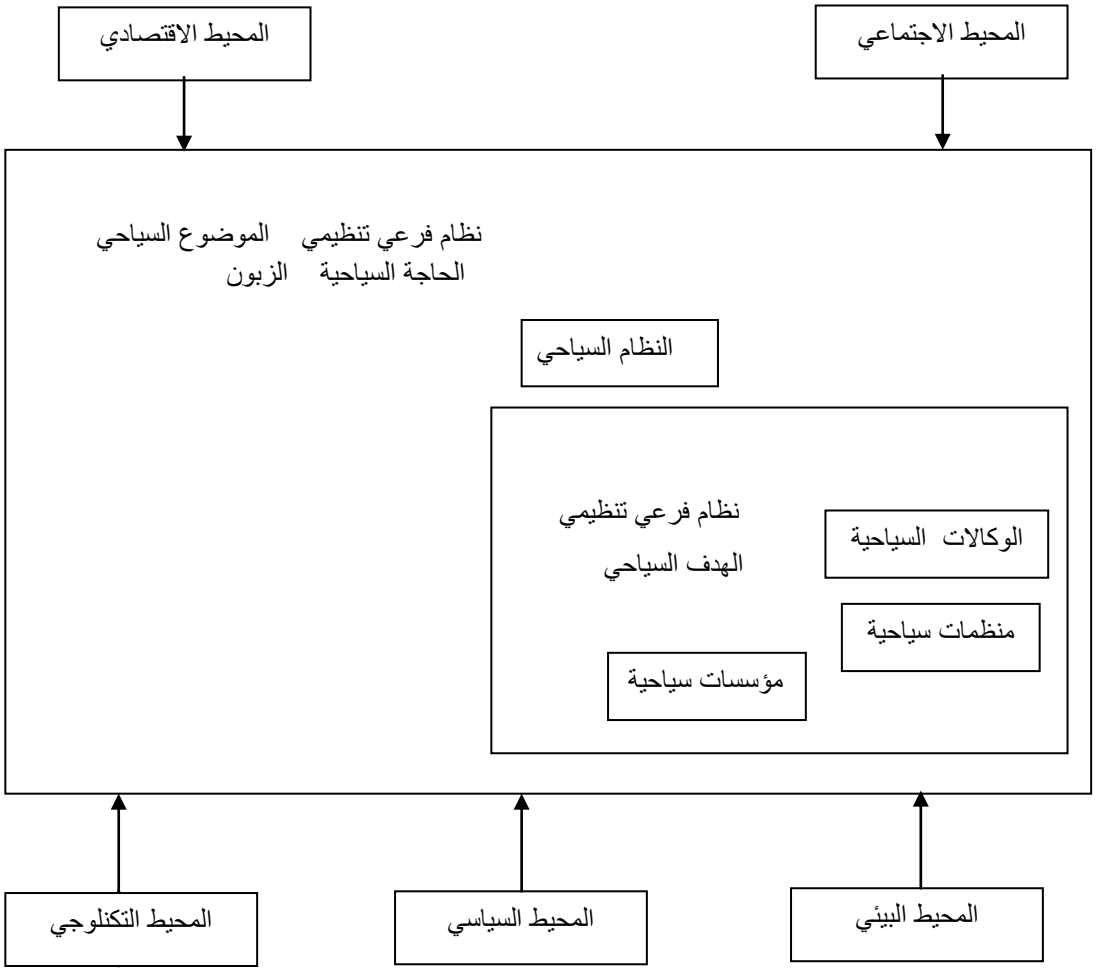
تزايد المستمر لدالة النفقات المعيشية أدى إلى الحد من المصاريف فنشأ ما سمي بسياحة اليوم الواحد التي أخذت في الانتشار والامتداد أكثر فأكثر.[1]

ولقد عرف الجغرافي المسئول الإداري في المجلس الأعلى للسياحة الفرنسي J L Michaud السياحة كما يلي:" السياحة تضم مجموعة نشاطات إنتاج و استهلاك تستلزم تنقلات خاصة بها، خارج مقر السكن اليومي ليلة على الأقل، حيث أن سبب الخروج هو التسلية ، الأعمال، الصحة،اجتماعات مهنية، رياضية أو دينية".

ويعرف كاسبر "Kasper" السياحة كما يلي:" هي مجموعة علاقات وظواهر ناتجة عن السفر وإقامة الأفراد حيث مكان الإقامة ليس سكنا رئيسيا وليس دائما وليس مكانا للعمل."و هذا التعريف يعتبر التنقل و الإقامة عنصران أساسيان في إثبات النشاط السياحي لكنه يضع ظاهرة السياحة في إطار مع علاقاتها بمحيطها: الاقتصادي،الاجتماعي السياسي، البيئي والتكنولوجي، وتسمى الظاهرة السياحية بالنظام السياحي كما هو موضح في المخطط الموالي:

[1] Tourisme, www .FrWikipedia.org.le 28/10/2009 à 13:43

شـــــــكل رقـــم (1-1): هيكل النظام السياحي حسب kasper



المصدر: خالد كواش "السياحة مفهومها، أركانها، أنواعها" الطبعة الأولى دار التنوير الجزائر 2007م ص:27.

و حسب تعريف Kasper ينظر للظاهرة السياحية كنظام يتكون من نظامين فرعيين:

. نظام فرعي تنظيمي للموضوع السياحة " الزبون أو السائح".

. نظام فرعي تنظيمي للهدف السياحي " المؤسسات المحلية السياحية".

وتعتبر السياحة بالنسبة للزبون مجموعة من الخدمات والأنشطة والتي تتمثل في النقل، الإيواء، الترفيه المقدمة من طرف المؤسسات السياحية فهي تمثل عقد استهلاك يربط بين العرض المقدم، واحتياجات السائح.

أما بالنسبة للهدف السياحي "المؤسسة، الدولة السياحية" السياحة تعتبر عمل و مصدرا لربح و لتمويل التنمية.

فالنظام السياحي حسب هذا التعريف يتأثر بالمحيط الاقتصادي ،الاجتماعي، السياسي، البيئي والتكنولوجي كما يلي:

– فالمحيط الاقتصادي: يؤثر في النشاط السياحي من خلال إنتاج السلع والأدوات والتجهيزات الخاصة بالترفيه والمباني والخدمات المتمثلة في النقل والإيواء والإطعام والمقاهي وأماكن الترفيه.كما تساهم السياحة في الإنتاج الداخلي الخام وفي إنشاء القيمة المضافة وفي إحداث مناصب شغل جديدة.

– المحيط السياسي: له تأثير كبير على النشاط السياحي، فمن خلاله تتحدد السياحة للدولة، التي بإمكانها تشجيع وتنظيم وتخطيط، أو توقيف النشاط السياحي بوساطة معايير مختلفة.

– المحيط الاجتماعي:إن الترابط والتداخل بين النشاط السياحي والمحيط الاجتماعي يشكل علاقات متعددة، كون السياحة تشكل ظاهرة اجتماعية عبارة عن تنقل وسفر ينجر عنه بناء علاقات إنسانية بين السياح الذين اجتمعوا في المنطقة السياحية فيما بينهم من جهة، و بين السياح و المحليين من جهة ثانية.

– المحيط البيئي: يؤثر هذا المحيط على النشاط السياحي كونه عنصر أساسي يدخل في تكوين المنتج السياحي فهو الذي يدفع الأشخاص إلى التنقل من المناطق الملوثة إلى المناطق الأقل تلوثا، فهو يعطي تطور إيجابي أو سلبي للنشاط السياحي.

– المحيط التكنولوجي: إن التطور التكنولوجي له تأثير على كل القطاعات الاقتصادية بما فيها القطاع السياحي كون النشاط السياحي بحاجة إلى المعدات والأجهزة الحديثة والمتطورة في الفنادق والمطاعم ومراكز التسلية ،وإلى وسائل نقل ومواصلات حديثة.

فنستخلص من هذا التعريف أن الظاهرة السياحية لا يمكن النظر إليها خارج محيطها الذي تتأثر به بالإيجاب أو السلب.[1]

و لقد عرف ماكنتوش وزملاؤه عام 1994م السياحة " أنها عبارة عن مجموعة الظواهر والعلاقات الناتجة عن عمليات بين السياح ومنشآت الأعمال والدول والمجتمعات المضيفة، وذلك بهدف استقطاب واستضافة هؤلاء السياح و الزائرين."

و هذا التعريف يقر بوجود أربعة عناصر مهمة للسياحة هي: السياح Tourists، مؤسسات الضيافة Hospitality Organizations، الحكومات Governments التي تمارس نوعا من الرقابة على السياحة والسكان المحليين People للمنطقة السياحية .[2]

أما الخبراء السياحيين للأمم المتحدة فقد حاولت إيجاد تعريف للسياحة سنة 1932م دون التعرض لها كظاهر، مقتصرة على تعداد طوائف الأشخاص الذين يجب عدهم سياحيا:

- الأشخاص الذين يقومون برحلة للمتعة أو لأغراض عائلية أو لأسباب صحية.

- الأشخاص الذين يسافرون لحضور اجتماعات أو لأداء مهمات مختلفة (علمية، إدارية، دبلوماسية، دينية رياضية).

- الأشخاص الذين يسافرون لإنجاز الأعمال.

- المشاركون في الرحلات البحرية على ظهر السفن حتى وإن قلت المدة التي يقضونها في البلد الذي تزوره السفينة عن 24 ساعة، ويجب عد هذا الفريق من السياح فريقا خاصا.[3]

[1] خالد كواش: مرجع سبق ذكره. ص: 25 إلى30.
[2] حميد عبد النبي الطائي: "مدخل إلى السياحة و السفر و الطيران". مرجع سبق ذكره. ص: 16.
[3] محمود فوزي شعوبي: مرجع سبق ذكره. ص: 14.

ويعرف المدير العام للجمعية البريطانية للسياحة والعطلات ليكوريش السياحة بأنها "ذلك الجزء من الاقتصاد القومي الذي يعني باستضافة المسافرين الذين يزورون أماكن خارج المواطن التي يقيمون أو يعملون فيها."[1]

وعرفت الجمعية البريطانية للسياحة عام1971م بأنها" مجموعة من الأنشطة الخاصة والمختارة التي تتم خارج المنزل وتشمل الإقامة والبقاء بعيدا عن المنزل".

وتعرف الأكاديمية الدولية للسياحة على أنها " اصطلاح يطلق على رحلات الترفيه وكل ما يتعلق بها من أنشطة وإشباع لحاجات السائح".[2]

وقد عرفت مفوضية السياحة الوطنية الأمريكية للموارد السياحية على أنها " نشاط ينتقل من خلاله الفرد مسافة لا تقل عن 50 ميلا باستثناء النشاط الذي ينطوي على ذهاب الفرد إلى مكان عمله، أما فترة المكوث فلم تأخذ بعين الاعتبار.[3] ثم جاء مكتب الإحصاء السكاني الأمريكي(USCB) ليزيد المسافة إلى 100 ميل، مضيفا إلى ذلك شرط مكوث المسافر ليلة أو أكثر بعيدا عن سكنه.[4]

وعرفت منظمة السياحة العالمية WTO السياحة على أنها "نشاط إنساني وظاهرة اجتماعية تقوم على انتقال الأفراد من أماكن إقامتهم الدائمة إلى مناطق خارج مجتمعاتهم لفترة مؤقتة لا تقل عن 24 ساعة ولا تزيد عن عام كامل لأغراض الترفيه أو الصحة أو الرياضة أو الثقافة ما عدا الدراسة أو العمل.". أما الإقامة بالخارج واستقرار لفترة دائمة، والبعثات الدبلوماسية، وقوات الجيش المتواجدة خارج حدود الدولة، والمرور العابر فلا تعد من السياحة وإن تعدت المدة 24 ساعة.[5]

أما بالنسبة للسائح فقد وردت عدة تعريفات و سنعرض البعض منها فيما يلي:

[1] سهيل الحميدان: مرجع سبق ذكره. ص: 57.
[2] عثمان غنيم محمد، بنيتا نبيل سعد:"التخطيط السياحي" الطبعة الثانية. دار الصفاء للنشر. الأردن. 2003م. ص: 22.
[3] نسرين رفيق اللحام: " التخطيط السياحي للمناطق التراثية". الطبعة الأولى. دار النيل. مصر. 2007م. ص: 12-13.
[4] حميد عبد النبي الطائي: "أصول صناعة السياحة". مرجع سبق ذكره. ص: 19.
[5] نسرين رفيق اللحام: مرجع سبق ذكره. ص: 13.

في سنة 1937م قامت لجنة الخبراء الإحصائية التابعة لعصبة الأمم بتعريف السائح كما يلي: "أي شخص تزور بلد غير البلد التي اعتاد الإقامة فيها لمدة لا تقل عن أربع و عشرين ساعة".[1]

وأقر المؤتمر الدولي للسياحة بما يلي: "للأغراض الإحصائية يقصد بالزائر أي شخص يزور بلد غير البلد الذي يقيم فيه عادة لأي سبب من أسباب ما عدا قبول وظيفة بأجر في الدولة التي يزورها."[2]

أما الحلف الدولي للصحفيين و الكتاب السياحيين بفرنسا فقد عرف السائح بأنه " من يتنقل لغرض خارج الأفق الذي اعتاد على الإقامة فيه، وينتفع بوقت فراغه لإشباع رغبته في الاستطلاع تحت أي شكل من أشكال هذه الرغبة ولسد حاجاته في الاستجمام و المتعة".

أما الأكاديمية الدولية للسياحة فتعرف السائح بأنه"شخص يسافر للمتعة".[3]

وفي سنة 1963م عرفت الأمم المتحدة السائح بأنه الشخص الذي يسافر إلى بلد آخر غير البلد التي بها موطنه ويقيم بها لمدة تزيد عن 24 ساعة دون أن تطول إقامته إلى الحد الذي يعد فيه البلد الأجنبي موطنا له."[4]

و ينقسم السائحون إلى نوعين:

1- سائح حالي: يتعامل مع مزيج الخدمات السياحية، و هو الذي تم التعاقد معه فعلا على برامج سياحية، أو سبق له التعامل مع برنامج سياحي معين

2- سائح مستقبلي: هو السائح الذي لم يتعامل مع الخدمات السياحية حتى الآن و هو يمثل الجزء الأكبر من العملاء خاصة الذين لم يقوموا بأي عملية سياحية من قبل.

[1] وفاء زكي إبراهيم: مرجع سبق ذكره. ص: 85.
[2] Gearges Ribiére, Tourisme et développement durable,www.associatoin 4D.org, le: 17/05/2009 à 12:11.
[3] سهيل الحميدان: مرجع سبق ذكره. ص: 57.
[4] محمود فوزي شعوبي: مرجع سبق ذكره. ص: 16.

ويصنف السياح من حيث الجنسية إلى ثلاث مجموعات أساسية هي:

- الأجانب: وهم من لا يحملون الجنسية الوطنية.
- المواطنون بالخارج: وهم الذين يعملون بالخارج وهم قطاع مهم بالنسبة لبعض الدول ويمثلون مصدرا مهما من مصادر الدخل السياحي.
- المواطنون بالداخل: وهم المواطنون العاملون بأرض الوطن، ويمثل هذا المصدر جانبا مهما من السياح خاصة بالنسبة للسياحة الداخلية.[1]

كما يمكن أن نميز بين: كل من السياح الذين يزورون بلد أو مدينة لأكثر من 24 ساعة للأغراض التالية:الترفيه، الأعمال، الزيارات الاجتماعية، وأسباب أخرى، وبين المتنزهون الذين يزورون المناطق لأقل من 24 ساعة وهؤلاء لا يدخلون ضمن تقسيم السياح وإنما يعتبرون متنزهين.

وعليه فإن الأشخاص الذين لا ينطبق عليهم تعريف السائح هم: أعضاء الهيئات الدبلوماسية،أفراد القوات المسلحة الأجنبية ،العاملون المؤقتين ممن يرتبطون بعقود عمل في دول أجنبية كأن يكونوا خبراء أو موظفين أو عمال أو في أي عمل آخر بشكل مؤقت،الأشخاص المقيمين عند الحدود ويعملون في أراضي الدولة الأخرى،الوافدين إلى بلد بقصد التوطن كاللاجئين السياسيين، أو الأشخاص الذين يرغبون في الحصول على إقامة دائمة، المسافرون العابرون كمسافرين الترانزيت (العبور)، طاقم الطائرة والباخرة.[2]

ويمكننا القول بأن تعريف السائح قد ارتبط بتعريف السياحة.

[1] وفاء زكي إبراهيم: مرجع سبق ذكره. ص: 86-87.
[2] خالد كواش: مرجع سبق ذكره. ص: 37 إلى 39.

المطلب الثالث: أنواع السياحة

لقد وضع الباحثون تصنيفات متعددة للسياحة لتسهل دراستها وتناول عناصرها المتداخلة من خلال مراجعة التصنيفات المختلفة[1]. ولكل تقسيم من هذه التقسيمات خصائص يتعين على رجل التسويق السياحي الإلمام بها وإدراك كيفية التعامل مع السائح وإشباع رغباته وحاجاته، وكذا الحصول على حجم مناسب من الجمهور أو من تعاقدات عملاء هذا النوع أو ذاك من الراغبين في الخدمات السياحية.

وقد صنف خبراء السياحة الأنواع المختلفة لها وفقا لعدة معايير:

1/ السياحة وفقا للغرض أو الباعث على السفر:

أ- السياحة الترفيهية: هي السياحة التي يلجأ إليها السائح للترويح عن نفسه بهدف الراحة، والخروج من نمط الحياة الروتينية التي يعيش فيها إلى مكان آخر يقضي فيه إجازته بقصد استعادة نشاطه.[2] وتتميز هذا النوع من السياحة بأنه يجذب أكبر عدد من الأبناء المجتمع المحلي، حيث أنهم يفضلون الذهاب إلى الحدائق أو المتنزهات أو القرى السياحية أو المنتجعات أو حتى ارتياد الشواطئ هذا من جهة. كما قد تتمثل هذه السياحة من جهة أخرى في سياحة اليوم الواحد وذلك من خلال السفر في مجموعات صغيرة أو من خلال برامج سياحية للمؤسسات والنقابات والهيئات إلى بعض مناطق الجذب التي تبعد لمسافات تتراوح بين 50 كلم أو 250 كلم و العودة في نفس اليوم.

ب- السياحة الثقافية: وقد عرفها سميث Smith بأنها" امتصاص السائح لمظاهر الحياة الماضية لمجتمعات قديمة.".ويلاحظ من خلال ذلك ظواهر كأساليب بناء المنازل والحرف ومعدات الزراعة والري.

[1] نسرين رفيق اللحام: مرجع سبق ذكره. ص: 22.
[2] وفاء زكي إبراهيم: مرجع سبق ذكره. ص: 137-138.

وقد عرف ريتش وزنيز Ritchie and Zins السياحة الثقافية أنها " عنصر جاذبية المناطق السياحية". وقد أبرزا اثني عشر عنصرا للثقافة جذبت السائحين إلى أماكن معينة وهي: – الحرف اليدوية – اللغة — التقاليد – العادات الغذائية – الفن و النقش و النحت – تاريخ المنطقة بما فيها المشاهد الباقية – أنواع الأعمال التي يقوم بها السكان والتكنولوجيات المستخدمة – فن المعمار الذي يعطي للمنطقة مظهرا مميزا الدين و يشمل المظاهر المرئية – الأنساق التعليمية – أنشطة وقت الفراغ – الأزياء.

كما تندرج تحت السياحة الثقافية السياحة التاريخية والتي تتمثل في وجود العديد من الأماكن ذات الطابع التاريخي الهام.[1] و يتطلع فيها السياح إلى فهم الحضارات التي ازدهرت واندثرت. وتقوم هذه السياحة على زيارة المتاحف و المواقع التاريخية و المباني و البقايا الأثرية و التي تمثل ذكريات تاريخية ومرئية لحقب قديمة.[2]

والسياحة الأثرية نوع آخر من السياحة ضمن السياحة الثقافية، ويمكن تعريفها كما يلي: هي جميع الموجودات و الأصول التي بناها و تركها و أنتجها الأجداد والآباء وتمثل الإنجازات الحضارية بأشكالها المختلفة والتي تنعكس بصور عديدة كالصور الكتب المجلدات المتاحف المهرجانات وغيرها.

ت– سياحة رجال الأعمال: تكون الزيارة فيها بقصد تجاري يضعه السائح في اعتباره الأول، ويقوم بها رجال الأعمال حيث يزورون فيها المعارض والأسواق التجارية الدولية، ويتم فيها الوقوف على أسعار المنتجات الحديثة وعقد الصفقات التجارية.[3]ولسياحة رجال الأعمال طابع مميز؛ حيث يتم الحجز لها في فترات قصيرة جدا بإضافة إلى أن رجال الأعمال يبحثون عن الخدمات التي تسهل الرحلة السياحية بغض النظر عن التكلفة، لإنجاز أعمالهم بكفاءة. وقد يقومون ببعض الجولات السياحية في تلك الدول.[4]ومن ثمة فإن الإقامة بالفنادق الفخمة وما يتبع ذلك من الخدمات المقدمة من إطعام وتوفير وسائل الترفيه كل ذلك في حد ذاته

[1] يسري دعبس: مرجع سبق ذكره. ص: 246-247-261.
[2] نسرين رفيق اللحام: مرجع سبق ذكره. ص: 23.
[3] خالد كواش: مرجع سبق ذكره. ص: 94.
[4] وفاء زكي إبراهيم: مرجع سبق ذكره. ص: 142.

يساعد على تدفق العملات النقدية الصعبة خصوصا مع زيادة تدفق رؤوس الأموال الأجنبية للاستثمار في البلدان ذات المقومات النسبية و التنافسية للاستثمار.[1]

ث- السياحة العلاجية: وتهدف إلى زيارة الأماكن التي تتميز بتوفر المقومات العلاجية كالمناخ الملائم والعيون الطبيعية والمياه المعدنية، وتتميز بطول مدة إقامة السائح بها. [2] ويرجع السبب في اتساع هذا النوع من السياحة إلى مخلفات التطور التكنولوجي والتقني الهائل وما يتبع ذلك من زيادة سرعة الحياة وضيق الوقت وصعوبة الحياة مما أدى إلى ظهور الكثير من الأمراض مثل القلق التوتر النفسي، أمرض الجهاز التنفسي والقلب مما دفع بالمعالجين بالعودة إلى التطبيب الطبيعي إضافة إلى استخدام الأعشاب الطبية التقليدية التي تساعد على شفاء بعض الأمراض المستعصية..[3]

ومن المعروف أن المدن التي تتخصص في السياحة العلاجية تتميز بالتخطيط والتنظيم بما يتناسب والسبب الذي أنشأت لأجله، للاستفادة الكاملة من تلك الأماكن بإقامة مراكز البحوث الطبية وتخصيص كل مكان بعلاج نوع معين من الأمراض، وأن تشمل برامج للخروج بالجسم من دائرة الإرهاق حيث توفر الأماكن والظروف التي تساعد على تحقيق ذلك من حدائق جميلة والنافورات والبحيرات والأنواع المختلفة من التسلية.[4]

ج- السياحة الرياضية: ويقصد بها الانتقال من مكان الإقامة إلى مكان آخر في دولة أخرى لفترة مؤقتة[5] بهدف إشباع السائحين لرغباتهم في ممارسة رياضتهم المفضلة سواء عن طريق استغلال عناصر طبيعية كرياضة الانزلاق على الماء ،التجذيف صيد الأسماك والحيوانات البرية، الغطس، التزحلق على الجليد، أو تلك التي تتطلب إمكانيات خاصة كالجولف الفروسية رحلات السفاري التخييم في الطبيعة. كما يشمل هذا النوع من السياحة أيضا المشاهدة أو الاستمتاع ببعض المناسبات الرياضية، مثل مباريات كأس العالم لكرة القدم

[1] يسري دعبس: مرجع سبق ذكره. ص: 295.
[2] نسرين رفيق اللحام: مرجع سبق ذكره. ص: 23.
[3] يسري دعبس: مرجع سبق ذكره. ص: 266-267.
[4] وفاء زكي إبراهيم: مرجع سبق ذكره. ص: 145-146
[5] خالد كواش: مرجع سبق ذكره. ص: 93.

والدورات الأولمبية والإقليمية وغيرها. والسمة الأساسية لهذا النوع من السياحة هو إقامة مهرجانات سياحية ورياضية، لاستقطاب أكبر عدد ممكن من للاشتراك والمشاهدة من المهتمين، والصحفيين، ورجال الإعلام.[1]

ح- السياحة الدينية: هي أحد أنواع السياحة التقليدية التي تمثل مصدرا هاما ومتجددا من مصادر السياحة ويقصد بها زيارة بعض الأماكن الدينية لأداء الشعائر الدينية والحج، أو التعرف على التراث الديني لدولة ما مثل: زيارة مكة المكرمة والمسجد النبوي بالمدينة المنورة و القدس بالنسبة للمسحيين واليهود والمسلمين والفاتيكان بالنسبة للمسحيين.[2]

خ- سياحة المؤتمرات: لقد زادت أهمية هذا النوع من السياحة بعد الحرب العالمية الأولى حيث انتشرت ظاهرة عقد المؤتمرات الدولية للهيئات والمنظمات والأحلاف العسكرية السياسية والاجتماعية ويرجع ذلك إلى تطور وسائل الاتصال وتوفير المواصلات وسرعتها وأجهزت اتصال الحديثة والترجمة الفورية لجميع للغات العالم.[3] هذا إلى جانب زيادة التخصص العلمي والمهني الذي يترتب عنه كثرة عقد اللقاءات العلمية والمهنية والثقافية على المستويات المحلية والدولية بوساطة المنظمات الدولية والإقليمية والمحلية.

د- سياحة التسوق: هي أحد أنواع السياحة المستحدثة وأصبح هذا النوع من السياحة يشكل أهم دعائم التدفقات السياحية في كثير من الدول[4] التي تسعى أن تصبح سوقا تجاريا رائجا، لذا تعرض المنتجات بأسعار منخفضة وتعد سوق لندن ميلانو،باريس أهم الأسواق العالمية.[5] وتعتبر دبي أول دولة عربية خاضت تجربة سياحة التسوق ونجحت نجاحا كبيرا وأثر ذلك على تنشيط صادراتها وأصبح يجذب عدد كبير من السياح.[6]

ذ- السياحة الطبيعية(الإيكولوجية): هي اصطلاح يجمع بين الاكتشاف وفهم الإطار النباتي والحيواني في مناطق التنمية السياحية مع اتخاذ ما يلزم لحمايتها، ولذلك يتعين تنشيط السياحة الطبيعية مع عدم تدمير الموارد الطبيعية التي تعتمد عليها، ولذلك تعرف بأنها السفر إلى المناطق الطبيعية البكر بغرض مراقبة ودراسة الطيور

[1] وفاء زكي إبراهيم: مرجع سبق ذكره. ص: 147-148.
[2] يسري دعبس: مرجع سبق ذكره. ص: 276.
[3] وفاء زكي إبراهيم: مرجع سبق ذكره. ص:146-147.
[4] خالد كواش: مرجع سبق ذكره. ص: 95-101.
[5] وفاء زكي إبراهيم: مرجع سبق ذكره. ص: 141-142.
[6] خالد كواش : مرجع سبق ذكره. ص: 101.

والحيوانات في بيئاتها الطبيعية والتمتع بالجمال الطبيعي في إطاره النباتي والحيواني والجيولوجي الذي لم تخربه الحياة المدنية،ويدخل هذا النوع من السياحة في دائرة النمط الجديد للسياحة يسمى بسياحة الاهتمامات الخاصة special interests tourism وهي نمط متزايد يفرض نفسه تدريجيا على ظاهرة السياحة الدولية ولقد بلغ إنفاق سائحي هذا النوع حوالي 24 مليون دولار عام 1995.[1]

ر- سياحة المعارض: تقام في الدول المختلفة من العالم معارض كالمعارض الصناعية والتجارية والفنية والتشكيلية ومعارض الكتاب. فأصبحت المعارض نوافذ حضارية يطل منها الزائرون على الإنجازات العلمية والتكنولوجية والحضارية للدول المختلفة،التي تعتبر عوامل مؤثرة في حركة الجذب السياحي[2]، حيث تتوافد مختلف المؤسسات لعرض منتجاتها في الدولة التي يقام فيها المعرض.

ز- سياحة الحوافز:هي محاولة جادة من بعض الشركات الكبرى والمؤسسات الحكومية وغير الحكومية بتنظيم العديد من الرحالات للعاملين لديها كنظام لرفع مستوى التدريب والأداء، أو بقصد التحفيز والترويح[3].

س- سياحة المعاقين(ذوي الاحتياجات الخاصة): نشأت في سنة 1976م جمعية تطوير سياحة المعاقين في الولايات المتحدة الأمريكية وصاحب ذلك العديد من القوانين والتشريعات الخاصة بالمعاقين في أوروبا وأمريكا والتي تشجيع هذا النوع من السياحة بتوفير كافة التسهيلات والاحتياجات المطلوبة لهذا النوع من السياح [4] هذا من جهة، وضرورة التعامل معهم بصورة طبيعية من دون إشعارهم بالشفقة عليهم من جهة أخرى.[5]

ع- السياحة الفضائية: هي نمط سياحي جديد يركز على نوع معين من السياح الأثرياء الذين يحاولون القيام برحلات فضائية مدهشة.[6]

[1] يسري دعبس : مرجع سبق ذكره. ص: 247.
[2] خالد كواش : مرجع سبق ذكره. ص: 96.
[3] يسري دعبس : مرجع سبق ذكره. ص:295 إلى297.
[4] خالد كواش: مرجع سبق ذكره. ص: 97.
[5] يسري دعبس: مرجع سبق ذكره. ص: 349.
[6] بودي عبد القادر: "أهمية التسويق السياحي في تنمية القطاع السياحي بالجزائر. السياحة بالجنوب الغربي".أطروحة دكتراء بجامعة بجامعة الجزائر.2005-2006 .ص:51.

2/ **السياحة وفقا للعدد و التنظيم**: حسب هذا المعيار تنقسم السياحة إلى:

أ- السياحة الفردية أو سياحة الأفراد: يقوم السائح بتنظيم الرحلة بنفسه بحسب ميوله وظروفه. وقد يقوم بالرحلة بمفرده، أو يسافر برفقة شخص آخر أو عائلته، لكن عليه أن يكون ملما بشبكة الطرق والمواصلات المرتبطة بالمراكز السياحية التي يرغب بزيارتها، وأن يكون قادرا على استخدام الكتيبات الإرشادية والخرائط سواء كان في سياحة داخل الوطن أم خارجه. كما قد يتصل هو مباشرة بشركة الطيران وتنظيم رحلة الذهاب والعودة.[1]

ب- السياحة الجماعية: تتمثل السياحة الجماعية المنظمة في الرحلات التي تنظمها الهيئات والشركات الكبرى والمصالح الحكومية والنوادي اجتماعية والنقابات والجمعيات الأهلية[2]، وكل رحلة لها برنامج خاص وسعر محدد بشكل الذي تحقق رغبات المجموعة السياحية.[3]

3/ **السياحة وفقا لوسيلة النقل**: فنجد:

أ- السياحة بطريق الجو: إن التقدم الهائل في وسائل النقل الجوي ساعد بعض المناطق التي كانت بعيدة على الأسواق السياحية في الدخول إلى مجال المنافسة الدولية، نظرا للسرعة وراحة التي يوفرها خاصة في الرحلات البعيدة.

ب- السياحة بطريق البر: تعد السيارات الخاصة والحافلات السياحية والسكك الحديدية أهم وسائل النقل البري والذي بدوره يعد الوسيلة الرئيسية بالنسبة للسياحة الداخلية. ويتميز هذا النوع من النقل بالسهولة والمرونة في حرية تحديد مواعيد الرحلة وبانخفاض تكاليفه.

ت- السياحة البحرية والنهرية: بدأت شركات النقل البحري تسهم في نشاط السياحة الدولية عن طريق تقديم الرحلات الشاملة، حيث يزور السائح من خلاله أكثر من دولة في الرحلة الواحدة مثل رحلات

[1] وفاء زكي إبراهيم: مرجع سبق ذكره. ص: 149.
[2] يسري دعبس: مرجع سبق ذكره. ص: 84.
[3] خالد كواش: مرجع سبق ذكره. ص: 84.

مدن البحر المتوسط والبحر الكاريبي.[1]

4/ **السياحة طبقا لمدة الإقامة:** و يمكن تقسيمها إلى ما يلي:

أ- السياحة لمدة أيام: تستغرق عادة أياما محددة يقضيها السائح في إطار برنامج معين[2]

ب- السياحة الموسمية: يقصد بها اتجاه السائحين في مواسم معينة تجاه مناطق معينة دون أخرى[3]، ويتكرر كل سنة في نفس الوقت مثل سياحة المناسبات الدينية كالحج والعمرة أو المناسبات التاريخية ولا تتجاوز مدتها الشهر الواحد. وبرامج السياحة خلال موسم الشتاء للتزحلق على الجليد أو البرنامج الخاصة بموسم الصيف التي ترتبط خاصة بالاستمتاع بالبحر.كما يمكن أن تشمل سياحة الصيد، التصوير تحت الماء وغيرها.

ت- السياحة العابرة: هي سياحة يقوم بها السائح فجأة ومن دون تخطيط مسبق وبشكل عابر مثل قيام ركاب الترانزيت برحلة سياحية أثناء عبورهم لدولة ما أو مكان ما.[4]

ث- سياحة الإقامة: يتسم هذا النوع بطول المدة حيث تزيد عن الشهر والسياح هنا إما أنهم يلتمسون العلاج السياحي، أو متقاعدين، أو ذوي المعاشات هؤلاء السياح يميلون إلى اختيار الأماكن الأكثر هدوءا والتي تمتاز بمناخ تعتدل[5].

5/ **السياحة طبقا للنظام الجغرافي:**

أ- السياحة الداخلية: هي انتقال الأفراد في الدولة نفسها لمدة لا تقل عن ليلة واحدة[6]، وهذا النوع يحتاج إلى خدمات متنوعة بأسعار متنوعة وتشجيعية لمواطني البلد.

[1] وفاء زكي إبراهيم: مرجع سبق ذكره. ص: 150-151.
[2] وفاء زكي إبراهيم: مرجع سبق ذكره.ص152.
[3] يسري دعبس: مرجع سبق ذكره. ص: 327.
[4] وفاء زكي إبراهيم: مرجع سبق ذكره.ص152-153.
[5] محمود فوزي شعوبي: مرجع سبق ذكره. ص: 20.
[6] عثمان غنيم محمد، بنيتا نبيل سعد: " التخطيط السياحي" . مرجع سبق ذكره. ص: 30.

ب- السياحة الإقليمية: هي السفر والتنقل بين دول متجاورة تكون منطقة سياحية واحدة مثل الدول العربية الدول الأفريقية دول المغرب العربي . دول جنوب شرق آسيا. ويتميز هذا النوع بانخفاض التكلفة نظرا للقرب وتعدد الوسائل المتاحة[1].

ت- السياحة الدولية: هي السياحة العالمية بشكلها المعروف حاليا. وهي الانتقال من مكان لآخر غير الدولة التي يعيش بها عادة لقضاء فترة معينة تزيد عن 24 ساعة[2]، ويشكل العائد من السياحة الدولية عاملا مهما للنمو ودفع عملية التنمية في تلك الدول حيث تعتبر عوائد هذا النوع من السياحة أعلى من الأنشطة الاقتصادية الأخرى[3].

6/ السياحة طبقا لنوع الجنس: سياحة الرجال.وسياحة النساء.

7/ السياحة طبقا للجنسية:

أ- سياحة الأجانب: تحدد نوعية وجنس السائح حتى يتسنى تقديم أفضل البرامج التي توجه للسياح الأجانب. من خلال دراسة رغبات واحتياجات وقدرات وعادات وسلوكيات كل نوع من هؤلاء السياح[4].

ب- سياحة المغتربين (مواطنين غير المقيمين):وتكون بتنظيم رحلات سياحية لغرض زيارة البلد الأم.[5]

8/ السياحة طبق للسن:

أ- سياحة الأشبال (الأقل من 16 سنة): تتمثل في الأنشطة التي يقوم بها الأشبال في الكشافة والمعسكرات والرحلات العلمية لطلبة المدارس وغيرها.

ب- السياحة الشباب: وتتمثل في الرحلة السياحية التي يقوم بها الشباب من سن السادسة عشر وحتى الثلاثين حيث تميلون إلى الانطلاق والمغامرة والقيام بكل ما هو جديد ومثير وجذاب وغير مألوف.

[1] خالد كواش: مرجع سبق ذكره. ص: 89-90.
[2] نسرين رفيق اللحام: مرجع سبق ذكره. ص: 24.
[3] يسري دعبس: مرجع سبق ذكره. ص: 326.
[4] وفاء زكي إبراهيم: مرجع سبق ذكره. ص:156.
[5] خالد كواش: مرجع سبق ذكره. ص: 91.

ت- سياحة الناضجين: الذين تتراوح أعمارهم مابين الثلاثين إلى الستين سنة، وهم في غالبيتهم من العاملين الذين يسعون إلى الراحة والاسترخاء والكثير منهم يهتم بالسياحة الترفيهية والثقافية.

ث- سياحة كبار السن: تعد من أهم أنواع السياحة التقليدية وتتطلب هذه الفئة إلى الرحلات الهادئة المريحة وغالبا ما تطول المدة فيها ما بين أسبوعين إلى شهرين.[1]

9/ السياحة طبقا لمستوى الإنفاق:

أ- السياحة الاجتماعية: عملت الكثير من الدول على إيجاد حلول تمكن الأفراد ذوي الدخل المحدود من الاستفادة من إجازاتهم وذلك من خلال تشجيع الرحلات السياحية الجماعية وإقامة المخيمات وبيوت الشباب بأسعار رمزية، ووسائل نقل منخفضة التكلفة والسماح بتسديد نفقات السياح على عدة أقساط.

ب- سياحة الطبقة المتميزة: وتتمتع هذه الطبقة بظروف اقتصادية متميزة تمكنها من السفر والإقامة في الدرجات الممتازة وأيضا قدرتها على استخدام كافة الخدمات السياحية من فنادق فاخرة ووسائل النقل وغيرها.

ت- سياحة الأغنياء: وهم السياح أصحاب الملايين الذين يتنقلون بيخوتهم وطائراتهم الخاصة، ولا يفضلون الإقامة في الفنادق بل في القصور والمباني الفخمة ويعد مستوى إنفاقهم جد مرتفع.

وإن تقسيم السياحة إلى أنواع لا يعني أن هناك حدود فاصلة بينها، بل قد يتداخل بعضها مع البعض الآخر، وإنما تعد تلك التقسيمات من أجل إدراك كيفية التعامل مع السائح ومحاولة إشباع رغباته واحتياجاته.[2]

[1] يسري دعبس: مرجع سبق ذكره. ص: 331 إلى 347.
[2] وفاء زكي إبراهيم: مرجع سبق ذكره ص 160-161.

المطلب الرابع: خصائص صناعة السياحة ووسائل النهوض بها

الفرع الأول: خصائص السياحة: و يمكن إجمال أهم تلك الخصائص فيما يلي:

1- إن السياحة صناعة تصديرية غير منظورة، فليس هناك ناتج ملموس يمكن شحنه من مكان لآخر. فالمنتج السياحي يقوم أساسا على خدمات وثروات غير مادية لا تعد عائدا بطبيعتها، مثل المناخ، جمال الطبيعة المناطق التاريخية الأثرية. وتعد السياحة واحدة من الصناعات التي يقوم فيها المستهلك بالبحث عن المنتج من مصدره دون للجوء إلى شحنه أو تحريكه[1]. وعليه فإن الدولة لا تتحمل مصاريف خارج حدودها.

2- إن المنتج السياحي المتمثل في عوامل الجذب السياحي كالعوامل(الطبيعية، التاريخية والأثرية) لا تباع إلا من خلال السياحة، وفي معظم الأوقات لا تباع بدون وجود سلع وخدمات مساعدة والتي تتمثل في التسهيلات السياحية و هي:

- توفير الهياكل الأساسية القاعدية: كشبكات النقل الخدمات المرفقة (المياه، الكهرباء) ووسائل الاتصال توفير الأمن و الاستقرار.
- توفير منشآت الإقامة: الهياكل الفندقية وغيرها من وسائل الإقامة التكميلية كالمخيمات والقرى السياحية.
- توفير النقل: الجوي، البحري، البري.
- توفير مرافق الترفيه والترويح: كدور اللهو و التسلية، بيع الهدايا التذكارية والسلع السياحية.[2]

3- تتأثر و تأثر السياحة بالنشاطات الاقتصادية الأخرى في المجتمع على اعتبار المنتج السياحي منتج مركب ومزيج من مجموعة العناصر المتكاملة[3] فالسياح يقومون باستهلاك مجموعة من السلع والخدمات منها ما تبيعها المنشآت السياحية (كالإقامة الإطعام، النقل، الهدايا التذكارية و غيرها)، ومنها ما تبيعها المنشآت

[1] يسري دعبس: مرجع سبق ذكره. ص: 511.
[2] خالد كواش: مرجع سبق ذكره. ص: 45-46.
[3] بودي عبد القادر: مرجع سبق ذكره ص 49.

الأخرى (التجارية مثلا)، و منها ما يتعلق بتسهيلات البنية الأساسية والخدمات الأخرى في البلد المضيف وهذه المنتجات تتكامل مع بعضها البعض، بحيث لو انخفض مستوى السلعة أو الخدمة في الفنادق أو المطاعم أو النقل أو الإجراءات الجمركية، فإن التدفق السياحي سينخفض وتتأثر العناصر التي تسهم في تقديم المنتج السياحي. ونفس الأمر في حالة ما إذا ارتفع مستوى تقديم السلعة أو الخدمة لزاد التدفق السياحي ولتأثرت العناصر سالفة الذكر وأثرت في باقي القطاعات الأخرى كالدخل والعمالة مثلا[1].

4- إن السائحين لدى قدومهم للدول المضيفة فإنهم يأتون كمستهلكين لا كمنتجين.

5- إن السياحة تعد نشاطا اقتصاديا متزايد أو ذو طبيعة متضاعفة وبشكل اضطراري وبصفة خاصة فيما يتعلق بالدخل والاستخدام السياحي، و هذا راجع إلى أن السائحين يقدمون على الإنفاق و تحويل نقودهم إلى العملات المحلية في الدول المضيفة من أجل تسديد تكاليف الخدمات التي يحتاجونها أثناء الإقامة، إضافة إلى مشترياتهم السياحية كالمقتنيات التقليدية مثلا.والعملة الصعبة المحولة إلى عملة محلية تنتقل عبر قنوات ومستويات متعددة (الأشخاص و المنشآت أو المؤسسات)التي يتعامل معها السائح، وتداول تلك النقود لأكثر من مرة [2]يؤدي إلى تزايد الدخل. إضافة إلى زيادة العمالة السياحية نظرا لاحتياجات هذه الصناعة لأعداد كبيرة من العاملين سواء ذوي الكفاءات العالية والخبرات المتخصصة أو العمالة الغير المؤهلة.[3]

6- تتأثر صناعة السياحة بعاملي أسعار السفر والخدمات السياحية، ومستوى الدخول المادية للأفراد بصورة كبيرة؛ فالتكلفة المتوسطة أو المناسبة للرحلة السياحية التي تتناسب ومداخيل الأفراد ستساعد على زيادة الطلب السياحي على مقاصد سياحية معينة دون أخرى.

7- إن السياحة سوق غير مستقرة ويصعب التنبؤ بالتأثيرات الخارجية التي تنبع من اتجاهات السائحين وميولهم وتوقعاتهم فهي أكثر تأثرا بالأسعار والدخل.[4]

[1] خالد كواش: مرجع سبق ذكره ص: 46-47.
[2] يسري دعبس: مرجع سبق ذكره. ص: 511-512.
[3] خالد كواش: مرجع سبق ذكره ص 44.
[4] يسري دعبس: مرجع سبق ذكره. ص: 512 إلى514.

الفرع الثاني: وسائل النهوض بالسياحة و تطويرها

كثير من دول العالم أدركت القيمة الحقيقية للسياحة وأصبحت تعتمد اعتمادا كليا عليها لغرض دعم دخلها القومي و ميزان المدفوعات، و أصبحت صناعة وطنية يتم استغلالها واستثمارها لغرض صالح البلد والمواطنين.

ومن وسائل النهوض و تطوير هذه الصناعة ما يلي:

1/ العمل على تشجيع إطالة فترة إقامة السياح في البلد المضيف و ذلك عن طريق:

أ- منح تخفيضات معينة للسائح الذي يحجز في الفندق لمدة تزيد عن خمسة أيام أو أسبوع مثلا[1] بهدف تشجيعه على إطالة مدة إقامته في البلد.

ب- العمل على تزويد المناطق السياحية باحتياجاتها الأساسية من مرافق وخدمات [2] وكذا العمل على تطوير هذه الخدمات للتشجيع على زيارة مختلف المواقع السياحية.

ت- زيادة الرحلات والبرامج السياحية الداخلية والخارجية وتنويعها؛ حيث أصبح التوجه الحديث للفنادق هو العمل على تنظيم رحلات سياحية من مدينة إلى أخرى أو من دولة لأخرى من خلال الاتفاق مع شركات الخطوط الجوية العالمية، وتنظيم الجولات السياحية الداخلية لمواطني البلد نفسه بأسعار مناسبة.بحيث يتعرف على الآثار والأماكن السياحية في بلده وبالتالي يكون سفيرا ،يعمل على تسويق الأماكن السياحية الموجودة. وسيؤدي الاهتمام بالسائح المحلي إلى توفير جو من الاحترام للسياح الأجانب وعدم الحقد عليهم لأن المواطن سيتمتع جنبا إلى جنب بالخدمات السياحية مع السياح الأجانب.

ث- إنشاء مرافق الإيواء بمختلف المستويات والدرجات بحيث تتناسب مع مستويات الدخل المختلفة.[3]

[1] منال عبد المنعم مكية: "السياحة، تشريعات و مبادئ". الطبعة الأولى دار الصفاء. الأردن.2000م. ص: 97-98.
[2] يسري دعبس: مرجع سبق ذكره. ص: 509.
[3] الديماسي،الرفاعي، عطير، سراب: " تسويق الخدمات السياحية". الطبعة الأولى دار المسيرة. الأردن. 2002م. ص: 20-21.

2/ القضاء على السوق السوداء للعملة الصعبة التي تعمل على إضعاف ثقة السائح الأجنبي بالبلد كما يؤدي بالبعض من السياح بالالتفاف على القانون و هذا بدوره يضعف القيمة الحقيقية للسياحة، لذا يجب تنظيم ومراقبة التعامل بالعملة الصعبة وبصورة قانونية واضحة.

3/ تسهيل أو تخفيض الإجراءات الجمركية لدخول البضائع الضرورية التي يحتاجها السياح أو تحتاجها صناعة السياحة كالأجهزة في الفنادق والأثاث و غيرها، هذا مما يعمل بدوره على تخفيض تكاليف الإقامة في المنشآت السياحية. إضافة إلى تسهيل و تخفيض الإجراءات الجمركية على الحاجات التي يجلبها السياح معهم لغرض لاستعمال وليس للبيع، كأجهزة كاميرات الفيديو و الهواتف النقالة[1] و هذه الإجراءات ستبني انطباعا جيدا عن البلد لدى السائح.

4/ تشجيع الاستثمار في صناعة السياحة و الفنادق، و يتم ذلك من خلال إعفاء الشركات الاستثمارية في مجال السياحة من الضرائب في بداية افتتاحها و العمل على تسهيل الإجراءات الجمركية للأجهزة و المعدات التي تحتاج إليها هذه المشاريع ، إضافة إلى تسهيل عملية الاستثمار السياحي، و خاصة تلك المتعلقة بالإجراءات الإدارية كتسجيل الشركة في الدوائر المتخصصة.

5/ تنمية الموارد البشرية العاملة في قطاع السياحة.بتدريبه و تطويره و العمل على تنمية مهاراته في المعاهد والجامعات.

6/ تطوير قطاع النقل السياحي: و الاهتمام به و العمل على وضع قانون واضح يمنع استغلال السياح ويعمل على مراقبة وسائل النقل من حيث المتانة والأمان و التجهيزات الأخرى كالتدفئة و التبريد.

7/ تنشيط السياحة: وهي بالدرجة الأولى مهمة تقع على عاتق الأجهزة الحكومية وعلى لقطاع الخاص بالدرجة الثانية وهنا لابد على الدولة أن تستحدث جهاز إداري حكومي مدرب ومؤهل تكون له شخصية قانونية مستقلة لغرض القيام بمهمة التنشيط السياحي في البلد و إعطائه صلاحيات واسعة وميزانيات خاصة ويتم التنشيط السياحي من

[1] منال عبد المنعم مكية: مرجع سبق ذكره. ص: 99.

خلال إقامة مهرجانات ثقافية، تاريخية، رياضية – إقامة مسابقات دولية – إقامة معارض دولية. وأي نشاطات أو أفكار من شأنها زيادة الطلب السياحي.[1]

8/ نشر الوعي البيئي بين المحليين والسائحين وتشجيعهم على المحافظة على البيئة وتطبيق مبدأ تغريم المتسبب في إحداث الضرر، مع استقطاع جزء من رسوم زيارات المناطق السياحية للعناية بها وترميمها، على أن تشارك في هذه الأعمال المنشآت السياحية الموجودة في هذه المناطق.[2] و يكون هذا الوعي و التثقيف السياحي عبر وسائل الإعلان والترويج و النشرات و الكتيبات و الخرائط السياحية وتوزيعها لدى دخول السائح للبلد المضيف في المطارات و الموانئ والنقاط الحدودية البرية ومن خلال الدورات التدريبية عقد الندوات و الدورات التي تبصر المواطنين بأهمية السياحة وتغطى هذه الندوات عبر الوسائل الإعلامية المختلفة، إضافة إلى إدخال ثقافة الاهتمام الموارد السياحية ضمن المنهاج الدراسي عبر الأطوار التعليمية.

9/ تشريع قانون سياحي: فالسياحة تحتاج إلى قانون خاص بتنظيم إنشاء مشاريع سياحية من جهة وقانون يحمي السائح من الغش من جهة أخرى.

10/ تطوير وسائل الأمن والسلامة عن طريق إصدار قانون معين يحدد إجراءات السلامة على طرق المواصلات ووسائط النقل (البرية ، الجوية،البحرية)والعمل على توفير الأمن وتحقيق الاستقرار في البلد.[3]

11/ تسهيل إجراءات الحصول على سمة الدخول (التأشيرة): حيث لابد من تقليل القيود والإجراءات و تسهيلها لغرض الحصول على التأشيرة،و إمكانية إصدارها و الحصول عليها في المراكز الحدودية المختلفة لأن التعقيد في الحصول عليها يؤدي بالسائح إلى البحث عن مقصد سياحي آخر.

12/تحسين و توسيع الهيكل الأساسي للخدمات السياحية: وذلك عن طريق زيادة استيعاب المطارات والموانئ والمراكز الحدود البرية، وتحسين أجهزة السيطرة على حركات النقل المختلفة مع توفير الخدمات السياحية الضرورية في مراكز

[1] الديماسي،الرفاعي، عطير، سراب: " تسويق الخدمات السياحية".مرجع سبق ذكره. ص: 22-23.
[2] يسري دعبس: مرجع سبق ذكره. ص: 509.
[3] الديماسي،الرفاعي، عطير، سراب: " تسويق الخدمات السياحية".مرجع سبق ذكره. ص: 23-24.

الحدود لأن هذا يعطي انطباع جيد عن بلد القصد لدى السائح؛ فقد يقضي هذا الأخير مدة ساعتين أو ثلاثة في المراكز الحدودية لإتمام إجراءات الدخول و لا يجد بعدها وسيلة للنقل إلى الفندق أو إلى مركز المدينة.و في مثل هذه الحالة لن يعاود هذا السائح زيارة هذا البلد مرة أخرى، كما قد لا ينصح أصدقاءه و أقاربه بزيارة هذا المقصد.

13/ الاهتمام بالتسويق والإحصاء السياحي: فقطاع السياحة يحتاج إلى دراسات وبحوث كثيرة لغرض تطوير الجهاز التسويقي والسيطرة على الإحصاء السياحي بطريقة صحيحة لأن كل المعلومات التي تعتمد عليها الخطة التسويقية للسياحة في الدولة تؤخذ من جهاز الإحصاء السياحي التابع للدولة والذي يعد جهازا مركزيا له سلطة وصلاحيات وشخصية قانونية ويتوفر على أجهزة و معدات حديثة.

14/ إنشاء مراكز سياحية وطنية في مراكز الحدود وأماكن تواجد السياح وفي مراكز المدن وذلك لأجل تقديم بعض الخدمات، كتوفير الكتيبات و المنشورات السياحية وتوزيعها بالمجان.وتوفير خدمات الحجز المركزي للفنادق والنقل السياحي والخدمات الأخرى.إلى جانب تقديم النصائح و إرشادات للسياح في كافة المجالات.[1]

15/ تأسيس جهاز متكامل لتشجيع ومساندة صناعة السياحة بما يناسب متطلبات الحفاظ على البيئة (الطبيعية التاريخية، الأثرية و غيرها) وحمايتها.[2]و التوسع في إقامة المحميات الطبيعية وتنوعها والمحافظة على التراث من التدهور والانقراض.[3]

16/ تخصيص جزء من إيرادات السياحة لتنمية الخدمات والموارد السياحية لإرضاء السياح بشكل مستمر.

17/ الانفتاح على الأسواق التجارية ودعم القطاع الخاص والتجارة الحرة فالدولة لا تنجح وحدها في إدارة المنشآت السياحية مع الحرص على المراقبة والمتابعة منعا لاستغلال السياح.[4].

[1] منال عبد المنعم مكية:مرجع سبق ذكره. ص102 إلى 104.
[2] سراب-الديماسيي- الرفاعي-عطير:" تسويق الخدمات السياحية"رجع سبق ذكره.ص 25-26.
[3] يسري دعبس: مرجع سبق ذكره ص 509.
[4] منال عبد المنعم مكية: مرجع سبق ذكره. ص 104.

المطلب الخامس:الطلب والعرض السياحي:

إذا كان الطلب السياحي هو المحور الأول في صناعة السياحة بالعالم فإن العرض يمثل المحور الثاني الذي تكتمل به العملية السياحية، فلا يمكن تصور صناعة بلا أساس تقوم عليه.[1]

الفرع الأول:الطلب السياحي:

يقصد بالطلب demand على السلعة أو خدمة معينة بأنه يمثل الكمية من السلعة أو الخدمة التي يرغب المشترون في الحصول عليها نظير ثمن معين وفي سوق معينة ووقت معين، وهذا يعني بشكل عام أن الطلب يمثل الرغبة والقدرة على الشراء تحت ظروف معينة.

والطلب السياحي يكمن في الدول المصدرة للسائحين. ودراسة الطلب السياحي من أهم الموضوعات التي اهتم بها خبراء السياحة. فالسوق السياحي Tourism Market يتكون من عدة شرائح سوقية مختلفة تمثل مجموعات المستهلكين(ذات الصفات والخصائص المتشابهة أو المتجانسة) ولدى هذه الشرائح مزيج متداخل من العناصر المختلفة (كالرغبات والحاجات والميول) التي تأثر عليهم كمستهلكين من حيث اتجاهات طلبهم على منطقة معينة.

كما يمكن تعريف الطلب السياحي بأنه السوق السياحي المرتقب، الذي تهدف جميع الدول السياحية في العالم لإثارته من أجل تحقيق أكبر حركة سياحية وافدة منه[2].

و يمكن القول بأن السوق السياحي هي الطلب المحتمل و الحالي على المنتجات السياحية.

و يمكن تقسيم الطلب السياحي إلى الأنواع التالية:

[1] عداد رشيدة "التسويق في مؤسسة خدماتية، الخدمات السياحية" مذكرة ماجستير كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير.جامعة الجزائر.2003 ص 116.

[2] خالد مقابلة، علاء سرابي"التسويق السياحي الحديث" الطبعة الأولى دار وائل للنشر الأردن 2001م ص 73.

1- الطلب السياحي العام: هو عبارة عن طلب إجمالي على الخدمات السياحية بشكل عام بغض النظر عن النوع أو الوقت والمدة، ويرتبط هذا النوع من الطلب السياحي بالدولة كلها، وليس ببرنامج سياحي خاص ومن أمثلة على ذلك الطلب السياحي لزيارة فرنسا، إسبانيا أمريكا.

2- الطلب السياحي الخاص هو طلب يرتبط ببرنامج سياحي معين بحد ذاته، يجده السائح لإشباع رغباته واحتياجاته، و هذا الطلب خاص بسائح أو بمجموعة من السياح فقط وكمثال على ذلك: زيارة غابات إفريقيا المفتوحة (السفاري)، أو السفر إلى الهند لنوع معين من السياحة كتسلق الجبال، أو زيارة كندا لمشاهدة شلالات نياجارا أو السفر إلى أمريكا لزيارة ديزني لاند.[1]

3- الطلب السياحي المشتق: وهي الخدمات المكملة للخدمات السياحية الأساسية الأخرى كالنقل والإطعام [2] وباقي الخدمات الأخرى. وتسعى الدول إلى تحويل الطلب السياحي المشتق إلى طلب سياحي خاص ومن تم تحويله إلى طلب سياحي عام وذلك بتوفير برامج سياحية أكثر وبأسعار متنوعة

وأيضا يمكن التمييز بين نوعين من الطلب السياحي و هما:

. الطلب السياحي الفعال الحالي: وهو طلب صريح من طرف السياح بحيث يتوفر فيه كافة العوامل الضرورية للسياحة مثل الرغبة ووقت الفراغ والقدرة على الدفع إضافة إلى مدى توفر الظروف المناسبة ويمثل هذا الطلب إجمالي عدد السياح الداخلين أو القادرين على دفع النفقات السياحية.

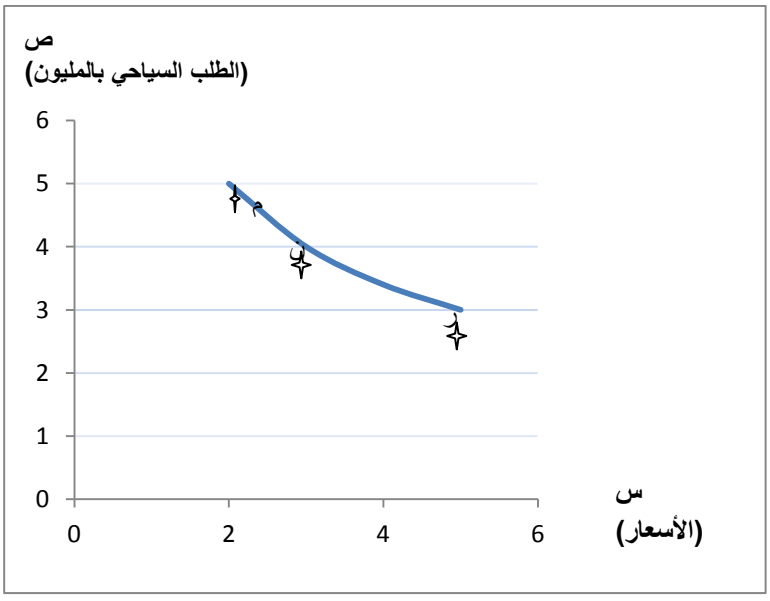
. الطلب السياحي الكامن: هو عبارة عن نقص في أحد العناصر الأساسية حتى يصبح هناك إقبال للسياح لزيارة منطقة ما كعدم القدرة على دفع مصاريف الرحلة أو انعدام وقت الفراغ وعدم توفر الظروف المناسبة، إلى جانب ضعف وسائل الإعلان والإعلام والترويج. يمكن تحويل الطلب السياحي الكامن إلى طلب سياحي فعال بتنوع البرامج السياحية وتوفير الخدمات والتخطيط لأسعارها ،تثقيف السياح عن طريق وسائل الإعلان والترويج المختلفة.[3]

[1] سراب-الديماسي-عطير-الرفاعي:" تسويق الخدمات السياحية". مرجع سبق ذكره.ص 18.
[2] عداد رشيدة: مرجع سبق ذكره. ص: 117.
[3] سراب-الديماسي-عطير-الرفاعي:" تسويق الخدمات السياحية". مرجع سبق ذكره.ص 18-19.

ويتميز الطلب السياحي ببعض السمات والخصائص التي تميزه بشكل خاص أهمها:

- الحساسية: يعني أن الطلب السياحي ذو حساسية شديدة نحو الظروف والعوامل الاقتصادية والاجتماعية والسياسية السائدة في الدول المستقبلة للسياحة. كانهيار النظام الاقتصادي، المجاعات، أزمة الانقلابات الزلازل والفيضانات وغيرها مما يؤدي إلى تقلص المد السياحي إلى هذه الدول وانسحابه منها بشكل مفاجئ وملحوظ مهما كانت تتمتع بمقومات سياحية عديدة. لأن السائح يبحث دائما عن المتعة والترفيه والهدوء.
- المرونة: ويقصد بها قابلية الطلب السياحي للتغير تبعا للظروف والمؤثرات المختلفة السائدة في السوق السياحي الداخلي أو الخارجي. فأسعار الخدمات السياحية مثلا تؤثر في مرونة الطلب السياحي، فكلما انخفضت هذه الأسعار اتجه الطلب إلى الارتفاع والعكس صحيح أي كلما ارتفعت أسعار هذه الخدمات اتجه الطلب إلى الانخفاض.وسيبين الشكل رقم (01،02) ذلك

الشكل رقم (01-02):* العلاقة بين الطلب السياحي و الأسعار*



المصدر: صبري عبد السميع: "التسويق السياحي و الفندقي". المنظمة العربية للتنمية الإدارية للبحوث والدراسات. مصر.2006م. ص: 105.

ودخل الأفراد في المجتمعات المصدرة السياحة يؤثر هو الأخر في مرونة الطلب السياحي. فالدخل المرتفع للفرد أو العائلة يصبح عاملا مهما ومشجعا في الاتجاه نحو السياحة والسفر وقضاء وقت الفراغ في الأنشطة الترويحية والترفيهية المختلفة. وبذلك يشترك الإنفاق على الأنشطة السياحية في ميزانية الفرد مع أوجه الإنفاق الأخرى على السلع المادية الملموسة مثل شراء قطعة أرض أو سيارة إلى غير ذلك من السلع فتصبح درجة مرونة الطلب السياحي في هذه الحالة منخفضة، والعكس أما إذا كانت دخول الأفراد في المجتمعات المصدرة منخفضة ولا تسمح بسهولة القيام برحلات سياحية فإن معامل مرونة الطلب السياحي يصبح في ظل هذه الظروف مرتفعا، حيث يفاضل السائح بين الاختيارات المتعددة التي تواجهه مثل القيام برحلة سياحية أو شراء سيارة تساعده في الوصول إلى عمله براحة وسهولة.

وتنطبق العلاقة السابقة على الأفراد ذوي الدخل المتوسط والمحدود، أما بالنسبة لذوي الدخول المرتفعة جدا فإن زيادة الطلب على السياحة لا يرتبط كثيرا بزيادة الدخل، بل يتوقف على عوامل أخرى.

- التوسع Expansion: يميل الطلب السياحي عادة للتوسع والزيادة سنويا عاما بعد عام ولكن ليس بمعدل ثابت،بل بمعدلات متفاوتة متغيرة من سنة إلى أخرى تبعا للظروف المختلفة في الدول المصدرة للسائحين والدول الأخرى المستقبلة لهم.
- الموسمية Seasonality: يقصد بموسمية الطلب السياحي اتجاه هذا الطلب إلى الارتفاع في أوقات معينة مرتبطة بأعياد أو مواسم معينة حيث يصل في هذه الفترات إلى أعلى مستوياته خلال العام.[1]

الفرع الثاني: العرض السياحي

إن العرض السياحي يتضمن مناطق الجذب السياحي و تسهيلات الضيافة في المنطقة السياحية. وتعتمد السياحة بشكل واسع على جانب العرض ومكوناته والذي سيتم التفصيل فيها لاحقا. ونظرا للطبيعة المتداخلة للسياحة واعتمادها على الخدمات والمنافع العامة وعلى سمعة المنطقة السياحية فإن القائمين على المناطق

[1] صبري عبد السميع: "التسويق السياحي و الفندقي".المنظمة العربية للتنمية الإدارية للبحوث و الدراسات.مصر.2006م.ص:104 إلى 108.

السياحية يحاولون دائما توفير المزيج الأحسن للمنتج السياحي للسائح لإشباع رغباته وإبراز صورة إيجابية لمنطقة الجذب وزيادة حجم السياحة[1].

أما خصائص العرض السياحي فأهمها ما يلي:

- قلة المرونة (الجمود) Rigidity: ويقصد بها عدم مرونة العرض السياحي في المدى القصير، أي عدم استجابة العرض بسهولة للطلب السياحي، حيث أن العرض قد يتطلب وقتا طويلا ليستجيب للمتطلبات الجديدة لما تقتضيه من استثمارات جديدة وموارد مالية لتحقق وتجسد الطلب المرغوب. وفي هذا الصدد قد تلجأ بعض الجهات إلى فكرة كوتلر Kotlre 1967م و التي تتضمن:" قد يكون هدف التسويق على المدى القصير هو ضبط وتكييف طلب المستهلكين مع السلع المتاحة، ولكن على المدى الطويل هو ضبط وتكييف السلع مع رغبات وحاجات المستهلكين".[2] أما الخدمات السياحية فإنه يمكن تطويرها وتعديلها في حدود القوانين والتقاليد والعادات السائدة في كل دولة.
- استقلال العناصر المكونة له: حيث أن المقومات الطبيعية مستقلة عن المقومات الصناعية وعن الخدمات والتسهيلات السياحية، بحيث يمكن التمييز بين كل عنصر وآخر وتحديد معالمه الرئيسية بدون التداخل بينهم. عكس السلع المادية التي تتصف بالاندماج الكامل للعناصر المكونة لها كالسيارات والأجهزة والأثاث.
- استخدامه في أماكن وجوده: يتميز العرض السياحي بأن المستهلكين السياحيين ينتقلون إلى الدول والمناطق التي يوجد بها المنتج السياحي المناسب لهم حيث يستمتعون بكل المقومات السياحية الموجودة ويستخدمون مختلف الخدمات السياحية كوسائل الإقامة والإعاشة والترفيه والاتصالات والانتقالات وغيرها. وبذلك ينتقل السائح إلى مكان تواجدها لاستخدامها مقابل ما يدفعه بالمقابل[3].

[1] خالد مقابلة: " فن الدلالة السياحية".الطبعة الأولى دار وائل للنشر.الأردن 1999م ص 31-32.
[2] بودي عبد القادر: مرجع سبق ذكره.ص 72.
[3] صبري عبد السميع: مرجع سبق ذكره.ص 132-133.+

المبحث الثاني: الركائز الأساسية للنشاط السياحي

يعتبر الأمن من أهم مكونات النشاط السياحي فالحركة السياحية تتأثر كثيرا بالعوامل المتعلقة بالأمن والاستقرار، بحيث أنهما أصبحا في السياحة الحديثة من أهم الشروط الواجب توفرها حتى تكون هناك حركة سياحية [1]. فشعور السائح بالأمن خلال الرحلة يأتي في مقدمة الدوافع التي تجعله يختار منطقة الرحلة، و في معظم الأحيان تصبح الصورة الذهنية المتعلقة بعنصر الأمان السائد في الأسواق من عوامل الجذب أو الطرد بالنسبة للسياحة.

وما حدث في مصر في أواخر عام 1992م من بعض الأحداث الإرهابية وتصاعد حدتها ضد السائحين الأجانب، أدى إلى انحصار سريع في حجم حركة السياحة في الدولة، العامل الذي استدعى بذل جهد دعائي كبير حتى تمكنت أجهزة السياحة من احتواء تلك الآثار السلبية.

وعموما يضع السائح سلامته فوق كل اعتبار قبل اتخاذ القرار الخاص بالسفر والقيام بأي رحلة.[2]

ولقد بلغ عدد السياح العالم 689 مليون سنة 2001م، حيث انخفض بنسبة 1% عن سنة 2000م.ففي الأشهر الثمانية الأولى من عام 1001م ارتفع المعدل ب3% إلا أنه طوال الأشهر الأربعة الأخيرة عانت من هبوط شديد بقدر 11% و ذلك بسبب أحداث 11 سبتمبر الإرهابية في أمريكا. بالرغم من ذلك فإن المنظمة العالمية للسياحة تنبأت بأن صناعة السياحة ستعود للاستقرار بشكل عادي خلال النصف الثاني من العام 2002م.(wto)[3]

[1] خالد كواش: مرجع سبق ذكره.ص:67.
[2] وفاء زكي: إبراهيم.مرجع سبق ذكره.ص:225- 226.
[3] Leida Marcado and Jamesp Lassoie"Assessing Ttourists' Preferences for recreational and environmental management programs central to the sustainable development of tourism Areain the Dominican Republic".www.Energy and environment UNDP.Org.32/03/2008 à 09h:08m.

وبالرغم من المشاكل الإرهاب والحوادث المتعلقة بالبيئة الطبيعية كالزلازل والبراكين والفيضانات فإن حجم القطاع السياحي، تم قياسه من طرف OMT حيث قدر عدد السياح في العالم سنة 2004م 760 مليون

وفيما سيأتي في هذا المبحث باقي مكونات النشاط السياحي.

المطلب الأول: مقومات الجذب السياحي الطبيعية والتاريخية:

الفرع الأول:مقومات الجذب السياحي الطبيعية:

وتشمل المظاهر الطبوغرافية أو التضاريسية والجيولوجية ، العوامل المناخية والطقس، الغطاء النباتي، أنواع الحيوانات، التنوع البيولوجي، المظاهر البيئية والأنظمة الإيكولوجية. ويتم التركيز على خصوصية وتفرد العوامل الطبيعية والمظاهر الناجمة عنها والتي يمكن أن تشكل مغريات للجذب السياحي في حالة تجهيزها وإعدادها بالشكل المناسب [1]. وهي العناصر التي خلقها الله سبحانه وأوجدها في تلك المناطق من الدول.فهي ليست من صنع البشر. وهي أكثر عناصر الجذب أهمية وإقبالا من السائحين فهي ترتبط بالطبيعة ارتباطا وثيقا وتشمل هذه العناصر:

أ- الموقع الجغرافي Location:

يعتبر الموقع الجغرافي المتميز من مزايا الطبيعية المهمة التي تعتمد عليها الدول المضيفة في جذب الحركة السياحية إليها من مختلف دول العالم فكلما كان الموقع قريبا من الدول المصدرة للسائحين تمتع بميزة نسبية كبيرة غير موجودة في دول كثيرة من العالم. فمصر مثلا تتميز بموقعها الجغرافي الفريد حيث تقع في ملتقى القارات الثلاث وهي (آسيا، أفريقيا أوروبا)، فأوروبا مثلا تعد أكثر المناطق تصديرا للحركة السياحية في العالم، حيث تصدر 80%.[2]

ب- الطبوغرافيا:

تتمثل في طبيعة و نوع الأرض (جبال، سهول، هضاب، وديان، بحيرات، طبيعة التربة، الشواطئ الصخرية أو الرملية، وظاهرة المد و الجزر[3]. ومن المظاهر الجيولوجية والطبيعية النادرة كالبحر الميت، خنادق نهر الكلورادو في الولايات المتحدة الأمريكية، الكهوف والمغارات الطبيعية،كمغارة جعيتا في لبنان، المياه الساخنة المتدفقة في إيسلندا وجبال الروكي و في الأردن.

[1] عبد الإلّه أبو عياش، حميد عبد النبي الطائي: مرجع سبق ذكره.ص 164.
[2] صبري عبد السميع: مرجع سبق ذكره.ص:126.
[3] خالد كواش:مرجع سبق ذكره.ص:53.

ومن أهم عوامل الجذب الطبيعية التي ساهمت بشكل فعال في تطوير صناعة السياحة الشواطئ البحرية الجذابة التي تتميز بالمناظر البحرية والرمال والشمس (Sun,Sand,Sea).

كما ظهرت السياحة الخضراء Green Tourism التي تعتمد على مناطق الغابات. واقترنت بهذا النوع من السياحة ما يعرف بسياحة الحياة البرية Safari Tourism والمنتشرة الآن بشكل واسع في الدول الأفريقية التي تتميز بتنوع واسع في الحياة الحيوانية البرية حيث تم إنشاء محميات طبيعية في جنوب إفريقيا وكينيا وأوغندا، وغيرها من الدول التي يشاهد فيها السياح الحيوانات البرية والمفترسة في بيئتها الأصلية (كالأسود الفهود، النمور، الزرافات الوعول البرية) التي أصبحت تجذب أعدادا متزايدة من السياح والزوار خاصة من الدول الأوروبية و أمريكا.[1]

والممارسة الأفضل Best Practice هي أساس السياحة الخضراء و المقصود بها انتهاج كل ما من شأنه تكييف صناعه السياحة مع المتغيرات وضغوط السوق لتقديم أفضل منتج سياحي ممكن. ففي السابق كانت السياحة تنتج خدمات ذات جودة عالية ، لكن على حساب البيئة والموارد الطبيعية. أما اليوم فالسياحة الخضراء تعمل بمبدأ "الممارسة الأفضل" تنطوي على إتباع نظام متكامل يشمل على إدارة البيئة كجزء لا يتجزأ من العمليات التي تقوم بها مؤسسات السياحة.

أما بالنسبة للمحميات الطبيعية السالفة الذكر فهي نتاج جهود الجمعيات و المنظمات الدولية والإقليمية والوطنية التي تعمل جاهدة لحماية البيئة ضد التلوث و التخريب بأي ثمن.[2]

ج- المناخ:

يرتبط المناخ بالموقع الجغرافي ارتباطا طبيعيا، فالدول التي تقع في أقصى شمال أو جنوب الكرة الأرضية لا تتمتع بمزايا مناخية كثيرة مثل الدول التي تقع في الوسط لاعتدال المناخ فيها ومواءمته للأنشطة السياحية المختلفة.

ويشمل المناخ :

[1] عبد الإله أبو عياش، حميد عبد النبي الطائي: مرجع سبق ذكره ص 164-165.
[2] حميد عبد النبي الطائي "أصول الصناعة السياحية ": مرجع سبق ذكره. ص 87-.

- درجات الحرارة في الفصول الأربعة من السنة تكون مختلفة من منطقة لأخرى في الدولة الواحدة. فمثلا منطقة الشكل القبلي (مصر العليا) في مصر تزداد فيها الحرارة في الصيف بشكل كبير حيث تصل إلى 40 درجة مئوية فأكثر، مما يجعلها منطقة غير محببة للسائحين خاصة في فصل الصيف بالرغم من المواقع الأثرية الكثيرة الموجودة في أسوان الأقصر، إدفو، كوم أمبو و غيرها. مما يجعلها تتأثر كثيرا بمشكلة الموسمية. أما المناطق الموجودة في الشمال المصري فهي تتمتع بدرجات حرارة معتدلة أو مرتفعة بشكل طفيف كالإسكندرية، مرسى مطروح، الساحل الشمالي، القاهرة. مما يجعل التدفق السياحي إليها كثيفا بشكل كبير.
- درجات الرطوبة: تعتبر درجة الرطوبة عاملا مناخيا مؤثرا في الجذب السياحي ففي كل دولة مناطق مناخية ترتفع فيها درجات الرطوبة عن المناطق الأخرى مثل المناطق الساحلية. ومناطق أخرى تنخفض فيها درجات الرطوبة نتيجة لوجودها بعيدة عن السواحل البحرية كالمناطق الجافة، أو الجبلية والصحراوية؛ فكلما ارتفعت درجة الرطوبة كان ذلك دليلا على ارتفاع نسبة بخار الماء في الهواء مما يجعله ثقيلا في عملية التنفس لدى المقيمين والزائرين ويؤدي في كثير من الأحيان إلى مشكلات صحية كصعوبة التنفس. وبذلك تصبح هذه المناطق طاردة للحركة السياحية وغير مشجعة على الإقامة بها لفترات طويلة. كبعض دول (الخليج و المغرب العربي) التي ترتفع فيها درجة الرطوبة.
- الرياح والأمطار: تعتبر الرياح الشديدة والأمطار الغزيرة عاملا من عوامل الطرد السياحي في كثير من الدول.لأنها في الكثير من الحالات تؤدي شدتها إلى أعاصير وفيضانات مدمرة.
- درجة سطوع الشمس: هو عامل مهم لدى الدول التي تتميز بالمناخ البارد مثل دول أوروبا و كندا و شمال الولايات المتحدة وغيرها، حيث تفتقر في كثير من الأوقات إلى الشمس الساطعة الدافئة، لذلك يميل سكان هذه المناطق إلى القيام برحلات سياحية إلى المناطق التي تكثر فيها أوقات سطوع الشمس، كدول الشام والمغرب العربي للاستمتاع بها والتعرض لها لفترة مناسبة للاستشفاء و الترفيه[1].

[1] صبري عبد السميع: مرجع سبق ذكره.ص:126 إلى128.

الفرع الثاني: مقومات الجذب التاريخية والتراثية

لفهم معنى المنطقة التراثية لابد من تعريف ما يحتويه هذا المصطلح من معان و هي:

. التراث Heritage: عرفت منظمة Icomos و هي منظمة دولية غير حكومية منبثقة عن منظمة اليونيسكو تعني بالحفاظ على التراث المعماري بالعالم.(International Council Of Monuments and Sites) عرفت التراث على أنه:"مفهوم واسع يتضمن كلا من البيئة الطبيعية والثقافية، يشمل المواقع الطبيعية والأماكن التاريخية والمواقع والبيئات المبنية، بالإضافة إلى الممارسات الثقافية القديمة والمستمرة والتجارب المعرفية الحية والتراث".

ويمكن تعريف التراث على أنه ": أي شيء يبقى في العملية التاريخية وينتقل من الماضي".

أما التراث الثقافي: Cultural Heritage: يعني بشكل عام بالشواهد المرتبطة بموروث مادي وثقافي لمجتمع ما من جهة، وعلى المنتج غير ملموس المتمثل بالعقائد السائدة و القيم و الدين و العادات و اللغة و الأدبيات من جهة أخرى، ويشكل هذا التراث عنصرا رئيسيا في البيئة المادية للمنطقة التراثية. ويتضمن التراث الثقافي:

- المعالم الخاصة البيئة الطبيعية و الحياة البرية التقليدية.
- المباني والمنشآت والمواقع التاريخية.
- الفعاليات الخاصة كالاحتفالات والمناسبات والصناعات اليدوية.
- المواقع المرتبطة بأحداث قديمة هامة كالمعارك.
- أساليب الحياة التقليدية بما فيها اللباس، الطعام والشراب، الرياضة.

ومنه نستنتج أن :

- المنطقة الأثرية: ترتبط بالتراث الثقافي كأحد الموارد الهامة فيها والمظاهر المادية أو الرمزية للتعبير الثقافي عن عادات المجتمع الذي يعيش في المنطقة أو المجتمعات التي سكنتها في القدم وهي بالتالي توفر معرفة أعماق لهذا المجتمع[1].
- الآثار التاريخية: هي مواقع السياحية ناتجة عن تفاعلات الإنسان وتقلبات الحضارات والأمم والشعوب.[2]

وتمتلك كل دولة في العالم ثروة أثرية خاصة بها قد تكون كبيرة وممتدة إلى عمق التاريخ عبر العصور القديمة، وقد تكون قليلة بقدر ما بقي لها وحافظت عليه عبر الزمن. ولذلك فإن الآثار التاريخية عنصر مهم لربط الماضي بالحاضر واستنشاق عبق التاريخ وتجسيد حضارات الأمم و الشعوب فهي كثيرة و متنوعة في دول سياحية عديدة من بينها مصر التي تتمتع بآثار مثيرة وكبيرة لعدة حضارات مرت عليها: الفرعونية، اليونانية، الرومانية القبطية، الإسلامية. كما تمتلك جميع الدول ثروات أثرية تجسد تاريخها القديم[3]، كصور الصين، تاج محل في الهند، مدينة البتراء بالأردن ،مدن وحضارة الإنكا في جبال الأنديز في أمريكا الجنوبية، آثار المكسيك وغيرها إلى جانب المواقع التي ترتبط بالأحداث التاريخية والدينية. وكلها مواقع تاريخية تتميز بمقدرتها على جذب ملاين السياح إليها، فقد أصبحت بمثابة متاحف تاريخية وحضارية مفتوحة.[4]

ومثلما شيد الإنسان القديم في كل مكان الآثار التاريخية القديمة التي تدل على عراقته وأصالته وحضارته القديمة ، صنع أيضا ما يدل على تطوره ونهضته و تقدمه في الحاضر فأنشأ المعالم المعاصرة التي تعبر عن إنجازاته المتعددة في كل اتجاه مثل: المتاحف الضخمة في العالم،الحدائق الدولية كحديقة ديزني لاند، المعالم القومية كالسد العالي بمصر،الأبراج العالية كبرج بيزا ، وبرج إيفل.[5]

[1] نسرين رفيق اللحام: مرجع سبق ذكره.ص: 31-32.
[2] عبد الإله أبو عياش، حميد الطائي: مرجع سبق ذكره.ص: 165.
[3] صبري عبد السميع: مرجع سبق ذكره.ص: 129.
[4] عبد الإله أبو عياش ، حميد الطائي: مرجع سبق ذكره.ص: 165-166.
[5] صبري عبد السميع: مرجع سبق ذكره.ص: 129-130.

المطلب الثاني: مرافق الإيواء.

تعد الفنادق أحد مستلزمات الحضارة الحديثة لدى وليس هناك سياحة من دون فنادق فهي تلعب دورا رئيسيا في تنمية السياحة، حيث أن السائح قد يمضي أطول مدة رحلته في الفنادق.[1] و إذا ألقينا نظرة سريعة على المبالغ التي ينفقها السائح على الإيواء في سفره نجد نسبتها تبلغ 40 إلى 50% تقريبا من إجمالي المصاريف.والتي تمثل إيرادات للدولة المضيفة.وأصبحت للفنادق ضرورة أكثر مع تزايد انتقال الأفراد من مكان إلى آخر بسهولة ويسر مع توفر وسائل النقل الحديثة كالطائرات والسفن والسيارات.

وتعد صناعة الفنادق قديمة قدم تنقلات الإنسان التي كانت مرتبطة بالضيافة، وربما لم تأخذ الشكل الاقتصادي لها كون هذه الضيافة مجانية في معظم الأحيان و خاصة في الدول العربية المعروفة بالكرم و الضيافة. وكلمة فندق ليست قديمة بل كانت تستخدم كلمة خان في العصور القديمة والوسطى للتعبير عن أماكن الإيواء التي كانت منتشرة على الطرق التجارة وفي المدن.[2] حيث يخدم الزبون نفسه بنفسه وكانت تفتقر (للنظافة والنظام والكفاءة في الإدارة)[3]. وقد ذكر شيري أستاذ مادة إدارة الفنادق بجامعة كورنيل ،بأن أقدم الخانات كانت في مصر القديمة وكانت مؤثثة وبها خادمات يقمن على خدمة النزلاء، وفي بابل ونينوى كانت الخانات تأوي كبار التجار والأثرياء وكانت الأجور عينية آنذاك لأن النقود لم تظهر إلا في القرن 6 ق.م، و قد كانت هناك خانات بالقرب من الأماكن الدينية كفلسطين، ومكة المكرمة، والمعابد في اليونان، أما في روما فقد كانت بيوت البريد تستخدم كأماكن للإيواء.

و أما الآن فقد تطورت الفنادق وتنوعت، وأصبحت كل دولة تصنف الفنادق بطريقة تختلف عن أخرى. إلا أن الجميع متفقون أو مجتمعون على تعريف الفندق ينطلق من الهدف الذي أنشأ من أجله و يركز على الوظيفة التي يقوم بها.

[1] عطير، الديماسي، الرفاعي، إلياس: "إدارة المنشآت السياحية". الطبعة الأولى، دار المسيرة الأردن.2002م. ص: 22.
[2] سهيل الحمدان: .مرجع سبق ذكره.ص:81.
[3] صبري عبد السميع: "التسويق السياحي و الفندقي" المنظمة العربية للتنمية الإدارية، بحوث و دراسات. مصر 2006م.ص: 280.

ويمكن تعريف الفندق بأنه: " بناية أو مؤسسة تقدم خدمة الإقامة بالدرجة الأولى، والأطعمة والمشروبات وخدمات أخرى لعامة الأفراد لقاء أجر معين".[1]

ويعرف كذلك بأنه:" بناية أو بيت كبير يوفر الإقامة والطعام والخدمات الأخرى للمسافرين وطالبي الإيواء."[2]

كما يعرف الفندق السياحي بأنه:"مبنى مستقل أو جزء من مبنى له مدخل مستقل، به عدد من الغرف المجهزة للإقامة المؤقتة و قد تلحق بها حمامات داخلية وقد لا تلحق بها، كما يزود المبنى ببعض الخدمات التي يحتاجها النزيل".[3]

ويعرف الفندق بأنه: بناية أو مؤسسة تقدم خدمة الإقامة والأطعمة والمشروبات والخدمات الأخرى لعامة الأفراد لقاء أجر معين وفقا لأحكام القانون".[4]

و يمكن تقسيم الفنادق حسب عدة تصنيفات منها:

1- **تقسيم الفنادق من حيث الملكية:** تقسم الفنادق حسب الملكية إلى:

- فنادق القطاع الخاص: هي عادة يمتلكها شخص واحد، و هي ذات إمكانيات محدودة[5]. عادة تكون صغيرة بغرف قليلة وخدمات محدودة لقلة رأس المال المستثمر. وتنتشر هذه الفنادق في أكثر مدن العالم.
- الشركات والسلاسل الفندقية: هي عبارة عن إدارة عدة فنادق بواسطة شركة واحدة وظهرت هذه الشركات بعد الحرب العالمية الثانية.[6] وكانت أول أكبر السلاسل الفندقية ظهورا هي:ستاتلر Statler/هيلتون Hilton، وشيراتون Sheraton وبعد أن حققت مجموعة ستاتلر نجاحا كبيرا بيعت لمستر هيلتون، وبذلك أصبحت

[1] سهيل الحمدان: مرجع سبق ذكره.ص: 81-82.
[2] ياسين الكحلي:" إدارة الفنادق و القرى السياحية". دار وفاء.مصر.1999م.ص:05.
[3] يسري دعبس: "العولمة السياحية و واقع الدول المتقدمة و الدول النامية". الملتقى المصري للإبداع و التنمية. الطبعة الأولى.مصر2002م. ص:22.
[4] عطير، الديماسي، الرفاعي، سراب:"إدارة المنشآت السياحية" .ص:22.
[5] سهيل الحمدان: مرجع سبق ذكره.ص:83.
[6] الكحلي ياسين: مرجع سبق ذكره.ص:06.

شركة فنادق هيلتون أكبر سلسلة فنادق في العالم. وإلى جانب ذلك ظهرت اليوم عدة سلاسل كألبرت بيك Albert Pick Hotels ، أميركان هوتلزAmerican Hotels الميريديانMeridien Hotels وإنتر كونتينونتل Inter Continital وغيرها.

- الفنادق الحكومية: والتي تعود ملكيتها للحكومة مثل الدور المتوفرة لدى بعض الوزارات، والقوات المسلحة والشرطة وبيوت الشباب الطلبة. وتقدم خدمات إلى العامة أو القطاع العام وموظفيها فقط.
- الفنادق المختلطة: وتكون ملكيتها مشتركة بين الدولة والقطاع الخاص، أو بين الدولة والشركات الأجنبية.

وتقسيم الفندق من حيث الملكية لا يؤثر على تفضيل السائح لفندق دون آخر، ولكن يعتمد ذلك على موقع الفندق والخدمات التي يقدمها، ونوع السائح وقدراته والغرض من زيارته.[1]

2- **تقسيم الفنادق حسب الموقع:**

- فنادق المدن: تكون داخل المدن الكبرى أو الصغرى، وتختلف درجاتها من ممتازة إلى الدرجة الثانية، وتقدم كافة الخدمات التي يحتاج إليها السياح ورجال الأعمال كما يتراوح عدد غرفها بين 50 غرفة إلى 3000 غرفة.[2]
- فنادق المطارات: تكون هذه الفنادق داخل المطارات أو قريبة منها لإيواء المسافرين ومسافرين الشركات السياحية العالمية والترانزيت (العبور). لذا نلاحظ أن أغلب شركات الطيران العالمية اتجهت لامتلاك وشراء فنادق المطارات للتقليل من نفقاتها وربط الرحلات السياحية المنظمة بين طائراتها وفنادقها.[3]وتجهز هذه الفنادق عادة بكل وسائل الراحة والأمان وتزود بعوازل للصوت، وبكافة الخدمات التجارية وقاعات المؤتمرات.[4]
- فنادق العبور الموتيلات أو الترانزيت: هي عبارة عن فنادق صغيرة تركز على تقديم غرف للنوم للنزلاء، وهي تمتد أفقيا على جوانب الطريق التي تتميز بكثافة حجم الحركة، حيث يلجأ أصحاب السيارات ومرافقيهم إليها بهدف الإقامة بها خلال فترة لا تتجاوز في العادة الليلة الواحدة.وتنتشر في الدول ذات المساحات الواسعة كالولايات

[1] الكحلي ياسين: مرجع سبق ذكره.ص: 07.
[2] سهيل الحمدان: مرجع سبق ذكره.ص: 84.
[3] الكحلي ياسين: مرجع سبق ذكره. ص:08-09.
[4] سهيل الحمدان: مرجع سبق ذكره. ص:84.

المتحدة الأمريكية، كندا، واستراليا وبعض دول أوروبا أين تتعدد فيها شبكات الطرق.[1]

- المنتجعات: نشأت المنتجعات السياحية أو القرى السياحية في بداية القرن العشرين، فتوسعت وتطورت بعد ازدياد العمران وتوفير طرق المواصلات والبنية التحتية من كهرباء وصرف صحي في المناطق التي تتمتع بالمناظر الطبيعية أو القرب من الغابات، الجبال، الينابيع، المياه المعدنية، البحيرات أو البحر.[2] و هي نوع خاص من المدن أو جزء منها. و لقد عرفها مركوفيك Markovic نقلا عن بيترز Peters هي "الأماكن التي تجذب أعدادا كبيرة من السياح، وتكسبها السياحة خصائص متفردة ويلعب الإيراد السياحي المباشر وغير المباشر دورا هاما وحاسما في بقاءها وتطويرها".[3]

وأخذت القرى السياحية أو المنتجعات تنمو بسرعة في الدول النامية كجزء ناجح ومتقدم من برنامج التنمية السياحية لديها.[4]

ويمكن تصنيفها كما يلي:

- حسب موسم النشاط: منتجعات صيفية، شتوية، دائمة النشاط.
- حسب معيار النشأة والتطور: منتجعات العيون المعدنية، الشاطئية، الجبلية.[5]
- حسب النشاط: قرى ترفيهية، قرى علاجية، قرى رياضية، قرى الصيد، قرى المعارض والمؤتمرات الدولية وغيرها من الأنواع.[6]

- فنادق السواحل: تتواجد بالقرب من السواحل الشهيرة، وغلبا مل تكون ضخمة و موسمية، لذلك ترفع أسعارها في فترة الرواج و تخفضها في موسم الكساد.

[1] يسري دعبس: "صناعة السياحة" مرجع سبق ذكره.ص:202.
[2] الكحلي ياسين: مرجع سبق ذكره. ص:19.
[3] وفاء زكي إبراهيم: مرجع يبق ذكره. ص: 107.
[4] عطير، الديماسي، الرفاعي، سراب: "إدارة المنشآت السياحية" مرجع سبق ذكره.ص:29-30.
[5] يسري دعبس: " صناعة السياحة" مرجع سبق ذكره.ص: 203.
[6] وفاء زكي إبراهيم: مرجع سبق ذكره.ص:108 .

3- تقسيم الفنادق من حيث الخدمات:

- الفنادق التجارية: هي الأكثر وجودا الآن، و تركز على سياحة رجال الأعمال وسياحة المؤتمرات ومركز هذه الفنادق في المدن الكبرى والضخمة، وتتوفر على خدمات متعددة كتأجير السيارات، المطاعم المتنوعة و غيرها. وعادة ما تقدم هذه الخدمات تحت اسم السلسلة التجارية التي يحملها الفندق.كما يمكنها أن تتضمن مطار صغير على ظهر الفندق لرجال الأعمال الذين يستخدمون طائراتهم الخاصة. وتنتشر في المدن الكبرى جدا كنيويورك، طوكيو باريس لندن وعواصم الدول الخليجية والعربية.
- فنادق العبور: و قد تمت الإشارة إليها.[1]
- فنادق الإقامة الدائمة: أنشأت هذه الفنادق بغرض إيواء العاملين في المناطق الصناعية البعيدة عن أسرهم وتتمركز في المدن الصناعية و التجارية الكبرى. وهذه الفنادق عبارة عن مبنى أو أكثر يحتوي على شقق وغرف توفر خدمة التدبير الفندقي فقط وتكون ملكيتها في الغالب إلى مالك واحد أو إلى جمعيات تعاونية أو دينية.
- فنادق المقامرة: تتميز هذه الفنادق بالمغالاة في الإسراف على ديكوراتها وقاعاتها الداخلية وتكون عادة فنادق ضخمة جدا من فئة خمسة نجوم. وتحتوي على كافة الخدمات والأسواق وبها طوابق مخصصة للقمار واللعب. وتعتمد هذه الفنادق في إيراداتها على الأرباح التي تجنيها من المقامرة و الألعاب الأخرى لدى فهي عادة ما تقدم غرفا مجانية خاصة لزبائنها الذين يرتادون هذه الفنادق لغرض المقامرة التي يدفعون فيها مبالغ طائلة.[2]
- بيوت الشباب: هو مبنى مستقل به العديد من الغرف المجهزة للإقامة المؤقتة، وتتوفر به خدمات فنادق النجمة الواحدة أو النجمتان، وبأسعار تناسب الشباب ذوي الدخل المحدود [3] الراغبين في السفر والترحال والتعرف على البلدان والدراسة. والهدف من إنشاء هذه البيوت ليس الربح وإنما خدمة هؤلاء الطلبة.
- المنتجعات أو القرى السياحية: وقد سبق ذكرها في التصنيف السابق.
- الفنادق المتحركة: هي فنادق متنقلة وغير ثابتة، ولها أنواع عدة منها:

[1] سهيل الحمدان: مرجع سبق ذكره.ص: 85-86.
[2] ياسين الكحلي: مرجع سبق ذكره. ص: 26إلى30.
[3] يسري دعبس: " العولمة السياحية و قضاياها".مرجع سبق ذكره. ص:22.

. العائمة: يقصد منها السفن الناقلة التي تقوم برحلات مثل سفينة الحب الأمريكية، الملكة إليزابيت الفخمة.

. البرية المتحركة: مثل القطارات التي تستغرق الرحلات بها عدة أيام، وأيضا العربات (السيارات) السياحية التي تحتوي على غرف نوم مع خدماتها، و هي منتشرة في أوروبا أمريكا و كندا.

. الفنادق الطائرة: هي غرف النوم و الشقق الموجودة على متن الطائرات، وهي قليلة جدا في العالم وتحتوي على قاعة اجتماعات وخدمات عديدة، وهي غالبا ما تكون ملكا لرجال الأعمال كما أنها مكلفة جدا.[1]

- الفنادق العلاجية: هي فنادق تقام في مناطق معينة تلاءم الظروف المناخية والطبيعية في كل منطقة. فهي تختلف عن بعضها وفقا للغرض الذي أنشئت لأجله كأن يقام فندق في منطقة تمتاز بالهواء الجاف، فيخصص للعلاج الشمسي أين تقل نسبة الرطوبة، أو يقام في منطقة تكثر بها العيون المعدنية فيخصص لعلاج الأمراض العضوية كالروماتيزم. و تتوفر هذه الفنادق على وسائل الراحة والخدمات اللازمة للنزلاء لطول فترة إقامتهم.[2] وهي أشبه بالمنتجعات، وتكثر في الدول الأوروبية كالنمسا، سويسرا، بلغاريا، وتشيد عادة بالقرب من المستشفيات.
- الفنادق الرياضية: و هي فنادق تكثر في المدن الأولمبية والملاعب المشهورة وأماكن التزلج وتكون مجهزة بخدمات المطاعم التي تقدم ما يتناسب مع هذه الرياضات ولها طهاة متخصصون بذلك.[3] بالإضافة إلى تقديم وجبات عادية لباقي النزلاء[4].

4- **تقسيم الفنادق من حيث الدرجات**: هذا النوع من التقسيم عالمي حيث أنه لكل درجة خدمات معينة تقدمها، وأسعار تتلاءم مع درجاتها وهي:

- الدرجة الممتازة: وتعد الأرقى في العالم والأعلى سعرا تتميز بكبر حجمها وخدماتها، ونوعية وجودة الأطعمة التي تقدمها كلها ممتازة.

[1] سهيل الحمدان: مرجع سبق ذكره. ص: 87.
[2] صبري عبد السميع: مرجع سبق ذكره. ص: 289.
[3] سهيل الحمدان: مرجع سبق ذكره. ص: 88.
[4] صبري عبد السميع: مرجع سبق ذكره. ص: 288.

- الدرجة الأولى: تعتبر هي الأخرى من الفنادق الراقية، حيث يحصل كل نزيل على غرفة بها حمام مستقل ،تلفاز هاتف، تعد خدماتها و أسعارها أقل من الممتازة.
- الدرجة الثانية: وهي التي تقدم خدمات أقل وبسعر أقل، فمثلا خدمة الحمام بها مشتركة بين كل 4 إلى 5 غرف.
- الدرجة الثالثة: هي محدودة الأسعار، و الخدمات بها أشبه بالشعبية.

5- **تقسيم الفنادق من حيث النجوم**: كلما زادت نجوم الفندق كلما زادت خدماته وأسعاره. ففنادق الخمس نجوم تعد الأرقى والخدمات بها ممتازة، ثم أربع نجوم وثلاثة ونجمتان ونجمة واحدة.

6- **تقسيم الفنادق حسب الأسعار**: و تقسم إلى الغالية جدا، الغالية، الاقتصادية، ثم الرخيصة. وكلما انخفضت الأسعار انخفضت الخدمة المقدمة، وللسائح أن يختار الفندق الذي يتناسب مع قدراته المالية.[1]

وهناك من يعد كل من القرى السياحية و بيوت الشباب و المخيمات من وسائل الإقامة الغير تقليدية. وقد سبق الحديث عن كل من القرى السياحية وبيوت الشباب، أما المخيمات السياحية فهي مساحة من الأرض تكسوها مسطحات خضراء وتتخللها طرقات تسمح بمرور النزلاء، وتكون الإقامة بهذه الأماكن داخل خيام من قماش غير منفذة للمياه كما أنها ملك لإدارة المخيم وتزود بدورات للمياه، حمامات، موقف للسيارات، مكان لإعداد الوجبات بوفيه ويتوفر فيها الأمن و الحراسة.[2]

وتاريخ المخيمات قديم جدا يرجع إلى 600ق.م منذ قامت الحملة المصرية التي أبحرت حول أفريقيا والإغريق الذين قاموا بحملات الاحتلال ومن بعدهم الرومان.

كما تتجسد إقامة المخيمات في موسم الحج في منى وعرفة كل سنة حيث تجتمع وفود الحجاج في أعداد تصل إلى ثلاثة ملايين حاج أو أكثر يقيمون قي خيم مزودة بالمرافق العامة لتسهيل إقامة الحجيج في فترة الحج.

[1] سهيل الحمدان: مرجع سبق ذكره. ص: 88-89.
[2] يسري دعبس: "السياحة بين النظرية و التطبيق" مرجع سبق ذكره. ص: 201.

وتختلف أنواع المخيمات بحسب التقسيمات:

- تقسيم حسب الفترة: مخيمات دائمة و مخيمات مؤقتة
- تقسيم حسب الغرض:و يضم مخيمات الأطفال، مخيمات الفتيان، مخيمات الشباب، مخيمات المرضى مخيمات متحدي الإعاقة [1]، مخيمات فنية لممارسة الفنون، مخيمات عائلية التي تحتاج إلى برامج متعددة لدى تعد من أصعب المخيمات. بالإضافة إلى مخيمات الجانحين بغرض دراسة أسباب انحرافهم ومحاولة علاج هذه الأسباب و إعادة إدماجهم في المجتمع.[2]

[1] يسري دعبس: مرجع سبق ذكره. ص: 333 إلى 337.
[2] عطير، الديماسي، الرفاعي، سراب: " إدارة المنشآت السياحية". مرجع سبق ذكره. ص: 45.

المطلب الثالث: البرامج السياحية وخدمات الترفيه:

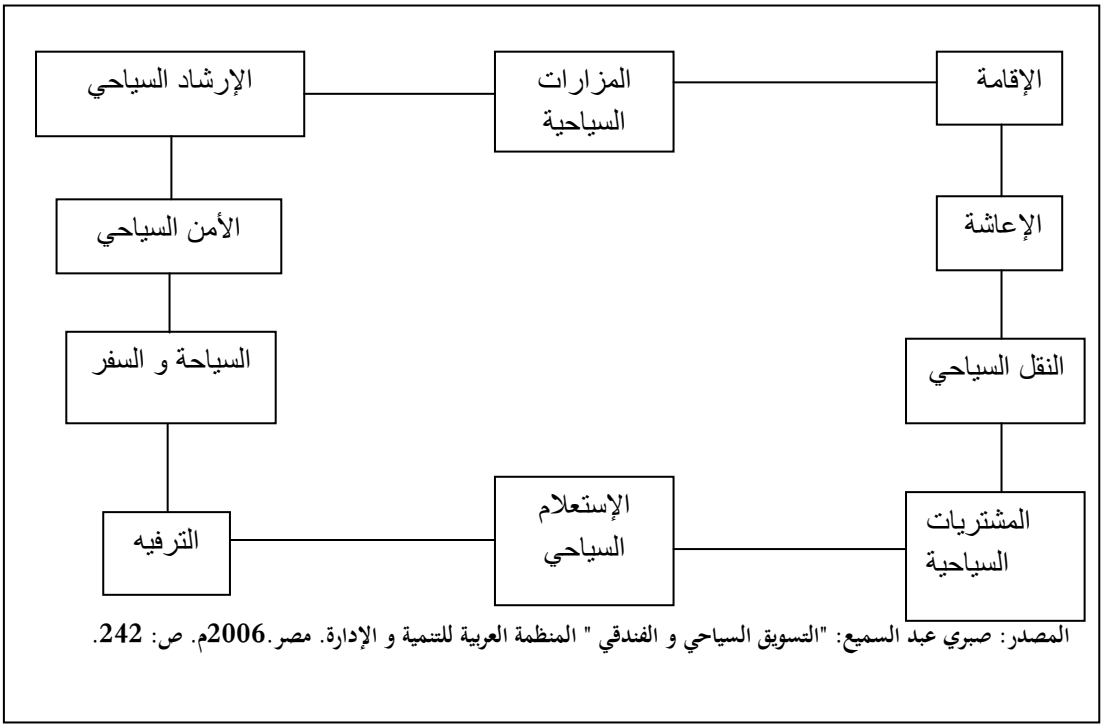
الفرع الأول: البرامج السياحية

يمكن تحديد مفهوم البرنامج السياحي على أنه: (Packged-Tour) الرحلة الكاملة وتعرف بأنها تشكيلة واسعة من الخدمات النقل الإقامة وسائل الراحة والتسلية والخدمات الأخرى.[1]

كما يمكن تعريف البرنامج السياحي بأنه برنامج متكامل يرتبط بعضه ببعض منذ انتقال السائح من بلده واستخدامه لوسيلة النقل والسفر ثم وصوله إلى منطقة القصد، فالإقامة بها والقيام بالزيارات السياحية واقتناء بعض المشتريات إلى أن يغادر المنطقة أو الدولة التي قام بزيارتها متجها إلى بلده ثانية.فكل من هذه المراحل تمثل شبكة متصلة، بحيث إذا انقطعت إحدى حلقاتها أثرت ذلك على الكل، فأي خلل يحدث في أي مرحلة من مراحل الخدمة السياحية يؤثر بشكل سلبي على البرنامج السياحي ككل، وعلى سمعة الدولة السياحية بشكل عام. فالسائح الذي ينتظر عدة ساعات في المطار لكي يستعد للقيام برحلة داخلية قد يفقد عنصر الحماس والرغبة في إتمام هذه الرحلة ويفكر كثيرا في إلغاءها وعدم القيام بها خصوصا إذا كان الغرض من السفر السياحة الترفيهية والترويحية فينعكس هذا الموقف على باقي مراحل الخدمة السياحية، أو البرنامج السياحي وكذلك على باقي أفراد المجموعة السياحية وقد يتعدى ذلك إلى الأصدقاء والأقارب في البلد مما يعطي انطباعا سيئا وسلبيا عن الخدمة السياحية فيه والشكل التالي يوضح هذا التكامل بين الخدمات السياحية.[2]

[1] عطير، الديماسي، الرفاعي، إلياس: " تخطيط البرامج السياحية" الطبعة الأولى. دار المسيرة. الأردن.2002م.ص: 11.
[2] صبري عبد السميع" التسويق السياحي و الفندقي: " المنظمة الغربية للتنمية الإدارية.مصر.2006م. ص: 241-242.

الشــكل رقــم: (01-03): التكامل بين الخدمات السياحية.



المصدر: صبري عبد السميع: "التسويق السياحي و الفندقي " المنظمة العربية للتنمية و الإدارة. مصر.2006م. ص: 242.

ويعد البرنامج من إحدى ركائز السياحة، فلا تنجح سياحة بدون برنامج معين يتمتع به السائح ويحجز له مسبقا عند وصوله لجهة القصد وهذه البرامج تشمل زيارات الأماكن الأثرية والتاريخية، الطبيعية، المتاحف الدينية وغيرها. إضافة إلى خدمات مكملة مثل المحلات الأسواق المعارض.

وتتألف عادة برامج الرحلة الكاملة من:

1- خدمات النقل من موقع الإقامة الدائمة للسياح إلى الموقع السياحي، وبالعكس.

2- خدمات الإيواء: فنادق، منتجعات، مخيمات، موتيل وغيرها.

3- خدمات الطعام و الشراب بواقع ثلاث وجبات وحسب السعر.

4- جولات ترويحية في منطقة القصد.

5- خدمات تكميلية مثل الدلالة السياحية

ومن فوائد الرحلة المتكاملة ومميزاتها ما يلي:

أ- تقلل مشاكل اللغة للسياح وذلك بمرافقة الدليل السياحي من خلال الترجمة وتقديم خدمات أخرى.

ب- إنها أقل تكلفة مقارنة بالسفر الفردي.

ت- سهولة الحجز وضمانه والنقل الأمين.

ث- أمان السائح خلال سفره مع المجموعة.

ج- توطيد العلاقات الاجتماعية مع المجموعة.

ومن سلبيات الرحلة المتكاملة:

أ- الأعداد الضخمة وكيفية السيطرة عليها أثناء الرحلات والتنقلات.

ب- لا يتمتع السائح المشارك في الرحلة بقدر كبير من الحرية، إذ أنه مرتبط بالمجموعة التي يسافر معها ومقيد بالبرنامج الخاص بالرحلة المسطر

ومن أهداف البرامج السياحية:

أ- إدخال العملات الصعبة للبلد وتحقيق التوازن في ميزان المدفوعات.

ب- تحقيق فرص عمل والقضاء على البطالة.

ت- الاستثمار السياحي من حيث الاهتمام بالفنادق والمنتجعات وترميم الآثار وتشجيع السياحة الداخلية بالدرجة الأولى ثم السياحة الخارجية.

ث- تبادل العلاقات والثقافات والتركيز على الوعي الثقافي للمواطن نتيجة تبادل اللغات والتعرف على العادات والتقاليد.

ج- تعريف الدول العالمية بأهمية موقع القصد من حيث ما يتمتع به من عوامل الجذب.

ومن أهداف هيئة التنشيط السياحي نحو تطوير البرامج السياحية ما يلي:[1]

1- ترويج الوعي السياحي ونشره.

2- إعداد النشرات والأفلام والملصقات السياحية وبيعها.

3- إعداد الدراسات والبحوث التسويقية والإحصائية.

4- المساهمة في النشاطات المتعلقة بالسياحة من مناسبات ومؤتمرات ومهرجانات على المستوى المحلي والإقليمي والدولي.

الفرع الثاني: الخدمات الترفيهية والترويح

أدى نمو المدن الصناعية والتجارية الكبرى إلى إحداث تغيرات ملحوظة في تمضية وقت الفراغ، وقد أسهم ارتفاع كفاءة الإنتاج وتقدم أنساق المواصلات وزيادة الإنتاج الزراعي والتقدم الكبير في أساليب الوقاية الصحية في توفير وقت الفراغ لقطاعات كبيرة من سكان الحضر كالعمال والأطفال والنساء وكبار السن.[2]

ومما لاشك فيه أن الفراغ والسياحة عنصران متلازمان، يرتبطان بالطبيعة الإنسانية معا أو كل منهما على حدا في كل الثقافات على مدار التاريخ الإنساني، ولقد تحولا الآن إلى ظاهرة جماعية ذات أهمية حاسمة بالقدر الكافي لتغيير صورة المجتمع تغييرا جذريا.

ولقد أصبح الآن أكثر ما يزيد عن مائتي مليون فرد يغادرون بلادهم لأغراض سياحية بحتة ولا يشمل هذا الرقم التنقلات الداخلية أثناء الإجازات القصيرة وعطلة نهاية الأسبوع. ويتطلب إشباع حاجات هذه الملايين من وسائل نقل وإقامة تنظيما سياحيا على المستوى الدولي.

[1] عطير، الديماسي، الرفاعي، سراب: "تخطيط البرامج السياحية" مرجع سبق ذكره. ص:11 إلى15.
[2] حسين أحمد رشوان: " التخطيط الحضري" مركز الإسكندرية للكتاب. مصر 2005م. ص:152.

وغالبا ما يترادف مصطلح السياحة، ووقت الفراغ، والترويح، إلا أن الاختلاف بينهما كبير.

فوقت الفراغ، ينظر إليه على أنه مقياس للوقت، إذ أنه الوقت المتبقي بعد أداء جميع الواجبات والعمل والنوم والمشاركة المنزلية، كما أنه وقت صالح للعمل، ومن هنا يمكن تعريفه بأنه وقت اختياري.

أما الترويح فيعني الأنشطة الواسعة الاختلاف التي تمارس خلال وقت الفراغ، ويمكن التمييز هنا بين الاستجمام الداخلي In door والاستجمام الخارجي Out door، فحينما يكون وقت الفراغ محدودا، فإن الاستجمام غالبا ما يتم داخل المنزل أو بالقرب منه، وعلى العكس فإنه خلال العطلات الطويلة يصبح من الممكن السفر بعيدا.

ويرى كل من بوركات و ميدلك سنة 1976م أن السياحة تمثل استخداما خاص لوقت الفراغ وشكلا خاصا من الترويح، ولكنها لا تشمل كل استخدامات وقت الفراغ، أو كل أشكال الترويح. وأنها تشمل المزيد من السفر.[1]

ولم تعد الخدمات الترفيهية مجرد احتياجات كمالية كما كان ينظر لها سابقا، بل أصبحت جزءا مهما من متطلبات السكان وخاصة الحضريين منهم، وكلما اتسع نطاق الخدمات الترفيهية في منطقة ما، كان ذلك دليلا على التطور والتقدم الذي حققته.

وتعتبر الخدمات الترفيهية بمثابة الرئة التي يتنفس من خلالها السكان الحضريون في أحيائهم المزدحمة المكدسة.

ويقصد بالخدمات الترفيهية Recreational Services تلك الفعاليات التي يستخدمها السكان للاستجمام والاستمتاع وقضاء أوقات فراغهم وعطلهم الأسبوعية والسنوية. وتتوزع الخدمات الترفيهية جغرافيا في أربعة مستويات:

[1] يسري دعبس: "صناعة السياحة" مرجع سبق ذكره. ص:193 إلى 195.

أ- الخدمات الترفيهية على مستوى الحي: وتتركز مثل هذه الفعاليات في الأحياء والضواحي، وهدفها المباشر خدمة السكان في مثل هذه المناطق الجغرافية المحدودة فقط.

ب- الخدمات الترفيهية المحلية: وتتوزع الفعاليات ضمن هذا المستوى في المدينة أو البيئة الحضرية وتكون موجهة لسكان جميع الأحياء و المناطق السكنية المحلية.

وتستخدم الفعاليات الترفيهية ضمن هذين المستويين لقضاء أوقات الفراغ اليومي للسكان نظرا لقربها من أماكن سكنهم.

ح- الخدمات الترفيهية الإقليمية: تنتشر مثل هذه الخدمات في منطقة واسعة لأنها تكون موجهة لخدمة السكان في إقليم يضم عدة مدن. ويستقطب هذا النوع من الخدمات بشكل رئيسي السكان الباحثين عن قضاء عطلتهم الأسبوعية. ويشهد هذا النوع من الخدمات ضغطا وازدحاما شديدا في عطلات نهاية الأسبوع.

خ- الخدمات الترفيهية القومية: وتكون هذه الخدمات موجهة لجميع السكان في مدن الدولة ومناطقها وأقاليمها. وغالبا ما تكون موجهة للباحثين عن مناطق للاستجمام في الإجازات السنوية. وتكون مثل هذه المناطق مجهزة بكل الخدمات الضرورية من فنادق ومسابح ونواد وشواطئ. أي أنها تكون عادة للإقامة الطويلة من قبل السكان المترددين عليها.

وتصنف الخدمات الترفيهية وفقا لبعض المعايير إلى خمسة أنواع:

- المناطق الترفيهية العالية الكثافة: إن مثل هذه المناطق تطور بشكل مكثف وتتوفر في مواقعها سهولة الاتصال مع سكان البيئات الحضرية. وهذا النوع من التطوير يحتاج عادة إلى استثمارات واسعة في الطرق، ومساحات مواقف السيارات، وشواطئ السباحة والبحيرات الاصطناعية وساحات اللعب والمطاعم و الخدمات الأخرى.
- المناطق الترفيهية العامة: و تقدم هذه المناطق أنواعا مختلفة من الخدمات الترفيهية كأماكن المخيمات والتنزه والصيد و الألعاب المائية و تكون هذه الخدمات جزء من المتنزهات العامة و الغابات الصغيرة ومناطق التزلج والبحيرات، وغيرها.

- مناطق البيئة الطبيعية: تقتصر استخدامات في هذه المناطق على الاستفادة مما تقدمه من مناظر خلابة بشرط المحافظة على خصائصها الطبيعية. فعادة ما تكون القيود شديدة على أي محاولة لإجراء تعديلات أو تغييرات على خصائصها، وأكثر ما يمكن تطويره في مثل هذه المناطق شوارع ضيقة وطرقات للسير وأماكن مخصصة لإقامة المخيمات. وتمتاز هذه المناطق بالانفرادية في تكويناتها وأشكالها كالشلالات المائية والينابيع الحارة والكهوف المائية.
- المناطق البدائية: تتصف هذه المناطق بأشكالها البدائية كما وجدت في الطبيعة وبدون أن يكون للإنسان أي أثر في تغيير خصائصها حتى ولو مجرد إقامة طرقات أو شوارع. ولهذا تترك مثل هذه المناطق بدون تغيير للمحافظة على خصائصها الطبيعية الأصلية.
- المواقع التاريخية والثقافية: تتضمن هذه المواقع التاريخية أماكن ذات قيمة تاريخية أو أثرية مهمة. وعلى الرغم من أن هذه الأماكن لا تقدم خدمات الترفيه، إلا أن لها علاقة وثيقة برحلات الاستجمام التي يقوم بها الأفراد والجماعات. وتبذل الجهود عادة للحفاظ على هذه الأماكن وترميمها وتطويرها لجلب انتباه السكان إلى أهميتها وقيمتها التراثية و الثقافية.

وبالرغم من تنوع الخدمات الترفيهية في المدن، إلا أن الأراضي الخضراء ما زالت تشكل أهم استخدامات الأراضي الترفيهية، وذلك لأنها تشغل مساحات واسعة وتستقطب أكبر عدد ممكن من السكان. ويقصد بالأراضي الخضراء كل من المتنزهات، الحدائق العامة والخاصة، ملاعب النوادي، الأراضي الزراعية في البيئات الحضرية، الأراضي الخالية والمساحات المائية. ونظرا لأهميتها كأماكن ترفيهية فإنها تشكل نسبة مهمة من مجموع استخدامات الأراضي في العديد من المدن. وتصل هذه النسبة في بعض المدن إلى حوالي26% من مجموع الأراضي. ويعتبر الاهتمام بالمناطق الترويحية الخضراء أحد مؤشرات المعاصرة المهمة على مدى تطور الدول.[1]

[1] عبد الإله أبو عياش، حميد عبد النبي الطائي: مرجع سبق ذكره. ص: 221 إلى 226.

المطلب الرابع:الموارد البشرية السياحية

تعتبر القوى العاملة في القطاع السياحي الضامنة في تحقيق النجاح لكافة المؤسسات التي تعمل في هذا القطاع على اختلاف أشكالها وأنواعها، إذ تقدر عدد العاملين في هذا القطاع على المستوى العالمي ب212 مليون عامل، وذلك لأن طبيعة الخدمة التي تقدم للسياح في هذا القطاع تتطلب وإلى حد كبير الاتصال المباشر بين الموظف والزبون لأجل الاستفادة من الخدمة، ولذلك فقد تم اعتبار العامل جزء من المنتج الذي يقدم، وأن السائح أصبح يقيم السلوك الإنساني للعامل أثناء اتصاله معه أكثر من تقيمه للخدمة.[1]

وعلى هذا فإن الموارد البشرية في أي منطقة لابد أن ينظر إليها على أنها مصدر إيجابي وأن تقوم المنظمة باستخدامه الاستخدام الأمثل وإدارته بأساليب الصحيحة. فإذا افتقرت أي منشأة إلى موارد بشرية ذات مهارات وقدرات عالية فلن تحقق الجودة التي تنشدها حتى وإن كانت تمتلك الحماس والدافعية للعمل.[2]

وتعد الموارد البشرية عبارة عن نشاط أو وظيفة رئيسية في منشأة يكون فيها العنصر البشري وكل ما يتعلق به من أمور وظيفته منذ ساعة تعيينه في المنشأة وحتى لحظة تركه لها هو محور عملها. وتسعى إدارة القوى العاملة للحصول على الأفراد اللازمين من حيث العدد والنوعية التي تخدم أغراضها، كما ترغبهم في البقاء وجعلهم يبذلون أكبر قدر ممكن من طاقاتهم وجهودهم لإنجاحها وتحقيق أهدافها. وهي في سبيل ذلك تسعى لتنمية قدراتهم وطاقاتهم ومعنوياتهم كما أنها تسعى إلى توفير شروط عادلة للتوظيف وظروف عمل مرضية للجميع، كما تعمل على وضع القواعد السليمة لمعاملة العنصر البشري لديها معاملة إنسانية تحترم فيها مشاعره وتقدم له يد العون في حل مشاكله الخاصة بالعمل والعمل على مساندته في سبيل تحقيق آماله وتطلعاته.

أما بالنسبة لوظائف إدارة الموارد البشرية فيمكن تصنيفها إلى ثلاثة مجموعات رئيسية و هي:

[1] أبو رمانة، أسعد حامد :"التسويق السياحي و الفندقي و الأسس العلمية". دار حامد للنشر.الأردن.2000م. ص: 141.
[2] بسيوني محمد البرادعي: " مهارات تخطيط الموارد البشرية".ايتراك للنشر. مصر. 2005م. ص: 15.

- المجموعة الأولى: و تهدف إلى زيادة القدرة على الأداء وتشمل الوظائف التالية:

1- الاختيار و التعيين: و يتم بموجبه انتقاء الأفضل لتعيين الفرد المناسب في المكان المناسب له.[1] ويتم استقطاب العمال من خارج المنظمة تتوفر فيهم المهارات والكفاءات والقدرات والخبرات اللازمة لشغل الوظائف الخالية في المنظمة في كافة المستويات التنظيمية، ومحاولة جذبهم للعمل.

وتعتبر الوظيفة الرئيسية لعملية الاستقطاب أداة وصل بين تخطيط الموارد البشرية من حيث تحديد الاحتياجات الوظيفية الحالية و المستقبلية من ناحية، وعملية اختيار للوظائف من ناحية أخرى.

كما يعتبر الاختيار الصحيح لشغل الوظائف من أهم واجبات إدارة الموارد البشرية وذلك لضمان تعيين العناصر القادرة على أداء مهامها و مسؤولياتها على النحو الصحيح.[2]

2- التدريب: ومن خلاله يمكن تنمية القدرات والمهارات والخبرات المتوفرة لدى العاملين.

3- تخطيط برامج الصحة والسلامة المهنية وتنفيذها وذلك عن طريق تهيئة الظروف المناخية المناسبة في مكان العمل كالإضاءة الجيدة، التهوية، الحرارة المناسبة وغيرها مما يساعد العاملين على الأداء ورفع إنتاجيتهم والمحافظة على سلامتهم من أخطار الأعمال في مكان العمل.

- المجموعة الثانية: وتهدف إلى تحقيق الرغبة في العمل وزيادتها، إضافة إلى إدخال السعادة لنفوس العملين،ورفع روحهم المعنوية و تشمل هذه المجموعة الوظائف التالية:

- التعويضات المباشرة: بوضع خطة سليمة للرواتب والأجور و ذلك حسب طبيعة الوظيفة وأهميتها وصعوبتها.

- الدافعية و التحفيز: لتشجيع العاملين على الأداء الجيد والسليم ورفع روحهم المعنوية بالحوافز المادية والمعنوية.

- العلاقات الإنسانية: وذلك في سبيل إيجاد مناخ سليم للعمل والمعاملة الجيدة بين العمال.

[1] عطير الديماسي، الرفاعي، سراب :"إدارة المنشآت السياحية مرجع سبق ذكره ص: 164-165.
[2] بسيوني محمد البرادعي: مرجع سبق ذكره. ص:38 إلى 44.

– القيادة والإشراف: وتسعى إدارة الموارد البشرية إلى مساعدة الرؤساء في كافة المستويات على عملية الإشراف والتوجيه الجيد والسليم وتوفير جو من التفاهم والمشاركة بينهم وبين مرؤوسيهم.

- المجموعة الثالثة: وتهدف إلى مساعدة المجموعتين الأولى و الثانية للوصول إلى أهدافها وتشمل الوظائف التالية:

أ- تصميم العمل وتحليله.

ب- تخطيط القوى البشرية من حيث الكم و النوع في خلال الفترة الزمنية التي تخطط لها المنظمة.

ت- استقطاب الموارد البشرية.

ث- الاتصال: وذلك بوضع شبكة اتصال فعالة تسمح بنقل المعلومات والأوامر والتوجيهات بسهولة للعاملين لزيادة مقدرتهم على أداء العمل.

ج- قياس أداء العاملين و تقييمه.

ح- النظام التأديبي.

خ- النقل الوظيفي: و الذي يسمى الترقية إذا كان من مستوى أدنى إلى أعلى، ونقل أفقي إذا كان نقلا في نفس المستوى الإداري، وتنزيل الدرجة إذا كان من مستوى أعلى إلى أدنى.[1]

وقد بدأت الشركات السياحية والفندقية باستخدام مصطلحات إستراتيجية الموارد البشرية RH Strategies والذي نعني بها تلك المجموعة من النشاطات التي تتبعها الشركة الخدمية بغية تحقيق أهدافها ،لذا فإنه من الأهداف الرئيسية لشركة فنادق هيلتون العالمية تحقيق مستويات متميزة من الخدمة لضيوفها وفي نفس الوقت تحقيق أعلى ربحية من خلال الاعتماد على قوة عمل ذات كفاءة وخبرات ومهارات ملتزمة، وعليه فإن إستراتيجية الموارد البشرية بها تستهدف تنمية ودعم ولاء والتزام القوى العاملة لديها.[2]

[1] عطير، الديماسي، الرفاعي، سراب: " إدارة المنشآت السياحية" مرجع سبق ذكره. ص: 165إلى 169.
[2] عبد الإله أبو عياش، حميد عبد النبي الطائي: مرجع سبق ذكره. ص: 293-294.

وبالنسبة للسائح فالواقع أو الحياة الإنسانية تجبره على بناء علاقات شخصية مع شخص ما لشراء خدماته التي يحتاجها في حياته اليومية، وعليه فهو يحتاج إلى نوع من التصور السيكولوجي الذي يدفعه للقيام بشراء سلعة أو خدمة تلبي رغباته و حاجاته. حيث تستند هذه العملية على ركيزتين أساسيتين هما:

1- شخصية العلاقة Personalized Relationship .

2- الجاذبية و الهيمنة (السيطرة) .

1/ شخصية العلاقة: إن بناء علاقات جيدة بين السائح و العاملين الذين يمثلون فلسفة مدرسة الضيافة يتطلب نوعا من العلاقات النفسية تختلف عن تلك المطلوبة في شراء المنتج، وعليه فإن شخصية العلاقة تكون باتجاهين.[1]

- أولا: في حالة رضاء الضيف: أنا عميلك، أرضي متطلباتي

I am your customer, satisfy my wants.[2]: إن الرضا والثقة من قبل السائح إزاء مورد الخدمة الذي يمثل مدرسة الضيافة في ذهن السائح وعلاقته معها وتنحصر في الآتي:

- تقديم خدمات متميزة.
- توفير المنفعة اللازمة.
- توفير الأجواء المناسبة و إنشاء علاقات طيبة.[3]

- ثانيا: أسلوب "أضف إليها اهتمامك الشخصي ولمسات الصداقة"

Add personal attention and friendly touch.[4]: و هي طريقة تقديم الخدمة كاستخدام أساليب حديثة ومتطورة ذات لمسات إنسانية. والآن وقد دخلت التكنولوجيا في معظم القطاعات الخدمية تبقى حاجة الإنسان إلى ترسيخ وبناء علاقات طيبة تعطي رضا وقناعة عند المستفيد من الخدمة السياحية، وهذا الرضا يعتمد على عوامل كثيرة منها مثلا العلاقة بين نوعية الخدمة وسعرها (Quality-Price) .لدى ي

[1] صفاء أبو غزالة: "إدارة الخدمات السياحية". طبعة الأولى، الزهران للنشر، الأردن. 2006م. ص: 27.
[2] ياسين الكحلي: "إدارة الفنادق و القرى السياحية". دار و فاء للنشر. مصر. 1999م. ص:115.
[3] صفاء أبو غزالة: مرجع سبق ذكره. ص: 27.
[4] ياسين الكحلي: مرجع سبق ذكره. ص: 115.

يجب كل على المنشأة السياحية تهيئة الكوادر الماهرة والمتخصصة ذات خبرة وقادرة على تقديم الخدمات وملمة بالجوانب السلوكية في تقديم الخدمة السياحية.

2/ الجاذبية: والهيمنة: على الرغم من أن الولاء للعلامة التجارية للسلع تعتبر أقوى قياسا بالخدمات، فإن علاقة الخدمة السياحية غالبا ما تستمر لمدة أطول ويرجع ذلك لسببين هما:

أولا: إضافة إلى العلاقة أو الارتباط النفسي الذي قد يوجد، فإن الزبائن تتكون لديهم عادات للتعامل مع المؤسسة وعندما يتعلمون ويعرفون كيف يعمل النظام فإن المجهود اللازم لتغير مصدر التوريد (البحث عن مؤسسة خدمية أخرى تقدم نفس الخدمة) غالبا ما يكون أكبر مما هو عليه في حالة السلع المادية الملموسة، لذا فإنه من النادر أن يغير السائح الفندق أو المطعم أو شركة النقل التي يتعامل معها حتى لو كانت الخدمة التي حصل عليها خلال رحلته السياحية غير مرضية بشكل عام.

ثانيا: إن مؤسسات الخدمة تستخدم أساليب متطورة من شأنها جذب وربط الزبون بها واستمرار تعامله معها،كقيام الفندق مثلا بإعطاء تسهيلات وتخفيضات لضيوفه الدائمين Regular Guests فعلى الرغم من أن هذه الخدمات هي خدمات تسهيلية أو إضافية إلا أن من شأنها أن تقوي علاقة الزبائن بالمؤسسة الخدمية التي يتعاملون معها. لأنها تولد حالة يمكن تسميتها بالإغراء والجذب.[1]

ومن جملة المواصفات والمؤهلات التي يجب أن تتوفر في الموارد البشرية السياحية ما يلي:

- الصحة العامة: يجب أن يتمتع المضيف بطاقة عالية تمكنه من ممارسة عمله على أكمل وجه، وأن يحافظ على نظافته الشخصية، كما يجب ألا يكون مدمنا على المشروبات الكحولية، ويفضل أن يواظب على التمرينات الرياضية والمشي.[2]
- السلوك والشخصية:

[1] صفاء أبو غزالة: مرجع سبق ذكره. ص:116.
[2] أحمد طلعت البشيشي :"فن الخدمة للفنادق و المنشآت السياحية".دار المعرفة.الجامعية. مصر.2000م.ص: 22 إلى 26.

- الحماسة: التي يمتلكها كل من المضيف أو المرشد السياحي، فمن الضروري أن يمتلك المرشد السياحي القدرة على إبداء المودة والمبادرة بالمناقشات وأن يشجع الآخرين على القيام بذلك.
- الثقة بالنفس: التي تمكنهم من القيام بواجباتهم بفاعلية وحزم من جهة وإفشاء جو من المرح من جهة أخرى ليطمئن السائح ويقلل من جو التوتر.
- الحساسية: أن يكون سريع الملاحظة، متفهم لحجج الآخرين ووجهات نظرهم، لبق ويتسم بالاحترام.
- المرونة والصبر: عاملان ضروريان يتضمنان القدرة على إقناع الآخرين بأن تكونوا مرنين وصبورين أيضا.
- الشرعية: أي تجنب الزيف وخيانة الأمانة.
- المعرفة العامة و الواسعة:تعد عاملا أساسيا،.خاصة بعد توفر العديد من البرامج التعليمية المختصة في صناعة السياحة والسفر والفهم الثقافي وفن التعامل والتسويق وغيرها من المواضيع التي يتوجب على العامل في القطاع السياحي أن يلم بها.
- التنظيم: ويتطلب تنسيق جميع الواجبات وإدارة الوقت والانتباه إلى أدق التفاصيل.
- الحسم في القرارات و الحالات الطارئة و الاستثنائية.[1]
- قابلية الاحتمال والتسامح: لأن السائح قد لا يكون دائما في مزاج جيد، كما قد تكون رغباتهم غير مألوفة.
- قابلية توقع الطلبات الكامنة التي من المحتمل أن تصدر عن السياح في وقت غير متوقع.
- قابلية التجديد والابتكار أين يكون الأمر ضروريا.
- قابلية التفاوض والتحاور والقدرة على تقديم بدائل مناسبة ومقبولة عندما لا تتم تلبية احتياجاتهم ورغباتهم.
- قابلية الإيحاء والإثارة: وذلك بتوليد شعور قوي لدى السائح بأنه قد اختار الوجهة المناسبة.
- التوجه نحو الأهداف والغايات: وذلك بأن يكون العامل على قدر من التعاطف والتفاعل مع احتياجات ومتطلبات المنشأة والقسم الذي يعمل به، ومع زملاءه في العمل.[2]

[1] خالد مقابلة :"فن الدلالة السياحية". طبعة الأولى دار وائل للنشر. الأردن. 1999م. ص: 65 إلى69.
[2] أبو رمانة، أسعد حامد: مرجع سبق ذكره. ص:154-155.

المطلب الخامس: النقل السياحي ومكاتب ووكالات السفر

الفرع الأول: النقل السياحي:

في مجال السياحة يجب توصيل السائح إلى المنتج وليس العكس. ففي رحلات الترفيهية يكون السائح المنتظر ليس لديه فكرة كاملة عن شكل التجربة المقبل عليها إلى أن يصل إلى المكان.[1] لدى فإن خدمات النقل مهمة جدا في صناعة السياحة والسبب في ذلك يعود إلى أن السائح لا يبحث فقط عن فندق أو مطعم أي(الإقامة والإطعام)، وإنما يفتش عن واسطة للنقل المريحة (التدفئة و التبريد)، نظيفة وسائق ماهر ودليل مثقف قادر على تزويده بالمعلومات المطلوبة و بدقة.[2]

يرى بيربيلو Perpilou أن تسهيلات النقل والمواصلات ساعدت على إنشاء المراكز السياحية إنشاء جديدا، ولكن في المقابل يؤدي التحسن الهائل في النقل إلى زيادة الحركة، ومن ثمة الاحتقان مما يجعل منطقة الاستقبال أقل جاذبا.[3]

ويمكن تقسيم النقل السياحي إلى قسمين:

أ- النقل الخارجي: هو انتقال السائح من بلده الأصلي إلى الدولة المراد زيارتها، ويتم هذا النوع من النقل بواسطة الطائرات، السفن، وسائل النقل البرية(السيارات، الحافلات السكك الحديدية وغيرها.) والتي تحدد تبعا لبعد المسافة وتكلفة النقل ومدة الرحلة والإمكانيات المادية للسائحين ومدى توافر مقومات كل وسيلة من وسائل النقل كالمطارات، الموانئ والطرق البرية.

[1] شريف محمد ماهر: "تخطيط النقل سياسته و الفعاليات و عوامل الجدارة". الدار الجامعية. مصر. 2006م. ص: 311.
[2] حميد عبد النبي الطائي: " مدخل إلى السياحة و السفر و الطيران" .الوراق للنشر و التوزيع. الأردن. 2003م.ص: 116.
[3] يسري دعبس: "صناعة السياحة" مرجع سبق ذكره. ص: 232.

ب- النقل الداخلي: وهو التنقلات التي يقوم بها السائح داخل الدولة التي يزورها باستخدام كافة وسائل النقل السياحية(البرية، البحرية، الجوية).[1]

ومن الوسائل الرئيسية المستخدمة في النقل السياحي ما يلي:

1- النقل الجوي: وهو الوسيلة السريعة والمريحة والآمنة إلى حد كبير وتنقسم إلى الأنواع التالية:

- أ/ النقل الجوي المنتظم:هو نشاط تقوم به شركات الطيران العالمية وفق جدول منظم معترف به دوليا وتلتزم به كل دولة تبعا للقواعد التي تحددها.ويتولى هذا النشاط شركات عامة للطيران مملوكة للدولة أو شركات خاصة (القطاع الخاص).
- ب/ النقل الجوي غير المنتظم (الطيران العارض) أو (المؤجر): ويعتبر من الظواهر الحديثة التي برزت في الستينيات خاصة في إنجلترا وانتشر في دول أخرى لعدة عوامل:
  - تزايد الحركة السياحية العالمية.
  - زيادة الطلب على هذا النوع من الطيران المؤجر لانخفاض تكلفة الرحلة الجوية به.
  - ظهور الكثير من شركات الطيران التي تسمح بتأجير طائراتها للمجموعات السياحية التي تفضل هذا النوع من الرحلات.
- ج/ التاكسي الطائر: يستخدم هذا النوع الطائرات الصغيرة أو طائرات الهيلكوبتر التي تمتلكها شركات صغيرة تتسع من (4إلى 25) شخص وهي منتشرة الكثير من دول العالم. و من مزايا هذه الوسيلة:
  - إمكانية استخدام الممرات و المطارات ذات الإمكانيات المحدودة في الهبوط والإقلاع.
  - تحقيق الراحة و الأمان.
  - المرونة لسهولة تغيير مواعيد الرحلات تبعا لرغبة المسافرين عليها.
  - توفير الوقت.
  - انخفاض تكلفة النقل.

[1] خالد كواش: مرجع سبق ذكره. ص: 60.

- تناسب هذه الوسيلة مع سياحة الأعمال.[1]

2- النقل البري: و يتحدد النقل البري في وسيلتين هما:

أ- السكك الحديدية: تعتبر السكك الحديدية من أرخص وسائل النقل، بدأت في ألمانيا عام 1829م بعدما كانت مخصصة لنقل البضائع، وهي وسيلة نقل مريحة وآمنة كما أنها تسهم في تحقيق التنمية السياحية في كثير من دول العالم. ففي القرن التاسع عشر وحتى بدايات القرن العشرين كانت السكك الحديدية مراكز هامة للتجمعات وأنشأت المدن الصغرى بجانبها إضافة إلى الفنادق والمطاعم بحيث لم تصبح مجرد وسيلة للنقل فقط ولكنها أيضا وسيلة للوصول إلى المناطق السياحية، وتم تطوير معظم المناطق السياحية جنبا إلى جنب مع إنشاء الخطوط الحديدية.

ب- السيارات: استطاعت السيارة أن تغير طريقة الحياة الاجتماعية في مناطق كثيرة من العالم، فقد ولدت في النفوس الرغبة في السفر و السياحة. و أتاح التطور الكبير في صناعة السيارات في العديد من الدول بتمكين الملايين من امتلاك السيارات الخاصة. ولم يعد بعدها السفر والسياحة ميزة يستمتع بها الأغنياء فقط.وتطلب هذا النمو المذهل في السيارات ووسائل النقل السريعة إلى إقامة شبكات سريعة للطرق وتحسينها في مختلف دول العالم و ربطها مع بعضها البعض.[2] ويضم هذا النوع كل من السيارات الخاصة، سيارات الأجرة، الحافلات الكبيرة سيارات الليموزين.

3- النقل المائي: و ينقسم إلى نوعين:

أ- النقل البحري: ويعتمد هذا النوع على البواخر والقوارب واليخوت، وتطور هذا النوع من نقل المسافرين خصوصا بعد اتجاه أسعار السفر بالطائرات إلى الارتفاع. حيث يشهد انتشارا واسعا في كل من أوروبا وأمريكا ودول الشرق الأوسط وعبر البحر المتوسط والمحيط الأطلسي.

[1] يسري دعبس: "صناعة السياحة" مرجع سبق ذكره. ص: 236-237.
[2] منال عبد المنعم مكية:مرجع سبق ذكره. ص: 137-138.

ب- النقل النهري: ينتشر في الدول التي يوجد بها أنهار طويلة كإنجلترا، فرنسا، مصر، وتعتبر من أرخص وسائل النقل.وتعد كل من البواخر السياحية والقوارب التجارية والشراعية والحافلات النهرية من أشهر وسائل استخداما في هذا النوع من النقل.[1]

وهناك عدة عوامل تؤثر في تكلفة النقل السياحي نجملها في ما يلي:

- نوعية وسيلة النقل(الطائرات، السفن، السكك الحديدية، السيارات): فتكلفة الطائرة هي الأعلى حسب تكاليف التشغيل.
- حجم الحركة السياحية: بزيادة عدد المسافرين المستخدمين لوسيلة نقل معينة أدى ذلك لارتفاع معدل الاستخدام و بذلك تنخفض التكلفة.[2]

الفرع الثاني: مكاتب ووكالات السياحة

إن زيادة رغبة الأفراد في السياحة والسفر عبر العالم في حدود إمكانياتهم الفردية أدى بهم إلى الإقبال على السفر ضمن مجموعات سياحية وتحت إشراف المكاتب المتخصصة بتنظيم الرحلات بأقل تكلفة ممكنة للمسافر الواحد. ويفرض تطور السياحة في أي بلد تطورا في عدد مكاتب السياحة ونوعيتها، من أجل تقديم خدمات للنقل والدلالة السياحية.[3]

ويمكن تعريف وكيل السياحة بأنه الشخص الذي يعمل وسيطا بين المجهز الرئيسي لمختلف خدمات السياحة والمشتري.[4] ويقوم الوكيل بتمثيل المنشأة الكبرى التي تقدم الخدمة مثل: شركة الطيران، الفنادق، كما تقوم الوكالات بتنظيم بعض الرحالات السياحية التي تتناسب مع احتياجات المجموعات السياحية المختلفة، بإضافة إلى شرائها

[1] خالد كواش: مرجع سبق ذكره. ص: 62-63.
[2] يسري دعبس: مرجع سبق ذكره. ص: 239.
[3] سهيل الحمدان: مرجع سبق ذكره. ص: 72.
[4] عطير، الديماسسي، الرفاعي، سراب: " تخطيط البرامج السياحية".مرجع سبق ذكره ص: 41.

للخدمات وفقا لاحتياجات السياح. وهم بذلك يشكلون حلقة وصل في عملية المبيعات كما أنهم في العادة لا يتقاضون أجرا من السياح وإنما يأخذون عمولة من المنشآت الكبرى التي يمثلونها.

وفي الفترة الأخيرة أثبتت الوكالات السياحية سيطرتها بشكل كبير على عالم السياحة لعدة عوامل منها:

- أن الأشخاص العاملين في هذه الوكالات متخصصون في مجال عملهم حيث يقومون بتقديم خدماتهم بشكل محترف للسائح الذي أصبح أكثر وعيا وبالتالي يجب إرضاؤه حتى تتحسن سمعة الوكالة وتزداد المبيعات والأرباح.
- إن الوكالات لها علاقات متعددة مع المنشآت الكبرى وبالتالي تستطيع الحصول على الخدمات بسعر منخفض وبمجهود أقل.
- إن كثيرا من السياح يفضلون الرحلات السياحية المتكاملة وذلك لسهولتها ومواءمتها لهم. فمن الصعب على السائح أن ينظم رحلة سياحية طويلة خارج البلد بدون مساعدة وكيل للسياحة.[1]

ويمكن تلخيص مهام الوكيل السياحي فيما يلي:

1- بيع تذاكر السفر بأنواعها المختلفة أو صرفها أو تبديلها بغيرها والتوسط لدى المنشآت وشركات النقل لتأمين التذاكر السياحية للمسافرين.

2- إجراء الحجوزات في الفنادق والتوسط لدى مكاتب تأجير السيارات السياحية وشركات النقل السياحي المتخصصة لتأمين هذه الخدمة للسياح.[2]

3- تقديم المعلومات السياحية المهمة والإجابة على أسئلة السياح المتعلقة بالرحلة وهذا يتطلب نوعا من التخصص لإقناع السياح بالرحلة بأسلوب راقي، كما يجب أن يكون العامل على معرفة باللغات لتخطي حاجز التفاهم.

[1] خالد مقابلة، علاء سرابي: مرجع سبق ذكره. ص: 205-206.
[2] عطير، الديماسي،الرفاعي، سراب: "إدارة المنشآت السياحية" مرجع سبق ذكره. ص: 78.

4- تخطيط البرامج ومخططات الرحلة وتوزيعها على السياح.

5- تخطيط الرحلة وتكلفتها: ويتم معرفة ذلك عن طريق قيام الوكيل بالسفر إلى الأماكن الموجودة في مخطط الرحلة، أو الاتصال بالموردين ودراسة التكلفة لكل من الخدمات التي ستقدم للسياح. [1]

6- تهيئة الحجوزات في المناسبات العالمية الدينية كموسم الحج والعمرة أو الرياضية كالأولمبيات.[2]

ويمكن تقسيم هذه المكاتب والوكالات إلى:

أ- منظم الرحلة: يتولى تجميع عناصر البرنامج السياحي وتنظيمها في شكل رحلة سياحية أو مجموعة من الخدمات السياحية في توقيتات و مناطق محددة مسبقا. ومنظم الرحلات قد يمتلك أحيانا جانبا من مكونات الرحلة كمركبات النقل وأماكن الإقامة، في حين يحصل بعضهم الأخر على مثل هذه الخدمات من عدد من المتعهدين أو المقاولين كل في مجاله كمكاتب سيارات الأجرة وسيارات الليموزين. ويتواجد منظمو الرحلات في الدول المصدرة للسياح ويتحملون مسؤولية تسويق البرامج السياحية التي يعدونها.

ب- وكالات الخدمات السياحية بالجملة: تكون مسؤولة عن تنفيذ البرامج السياحية المعدة سلفا بمعرفة منظمي الرحلات وحسب الاتفاق معها وتوجد في البلاد المستقبلة للسياح ولا تتدخل بترتيبات النقل بين الدول المصدرة للسائحين والمستقبلة لهم. وتقوم بزيادة نشاطها عن طريق توثيق علاقاتها مع منظمي الرحلات في الخارج ومشاركتها في التنظيم والتمويل.[3]

ت- وكالات السفر و السياحة بالتجزئة: يوجد هذا النوع من الوكالات في الأسواق المصدرة للسياح ويطلق عيها الوسطاء حيث تتولى بيع ما ينتجه منظمو الرحلات. وتعتمد هذه الوكالات في عملها على انتشارها ووجودها في التجمعات السكانية وقربها من العميل السائح.[4]

[1] خالد مقابلة و علاء سرابي: مرجع سبق ذكره. ص: 206-207.
[2] عطير، الديماسي، الرفاعي، سراب: " تخطيط البرامج السياحية". مرجع سبق ذكره. ص: 44.
[3] يسري دعبس: " صناعة السياحة". مرجع سبق ذكره. ص: 215.
[4] خالد كواش: مرجع سبق ذكره. ص: 65-66.

وقبل استكمال هذا المبحث يمكن تنويه إلى ركيزة أخرى تدخل ضمن النشاط السياحي ألا وهي المشتريات السياحية وذلك لما لها من تأثير واضح على حجم ومعدلات الإنفاق السياحي، حيث يزداد إقبال السياح على شراء التذكارات السياحية والسلع والهدايا ويعتبر هذا النشاط من الأنشطة التصديرية الهامة، كما تمثل أحد أهم مصادر العملة الصعبة يعتبر من الأنشطة الدعائية القوية والمؤثرة في الخارج.[1]

ومن قائمة المشتريات نجد كل من المنسوجات مثل(السجاد، الأقمشة، الملابس العادية الملابس التقليدية وغيرها)، والحرف والتحف (الفخارية، النحاسية، الخشبية وغيرها)، إضافة إلى كل من الإليكترونيات، الأدوات المنزلية الكتب، المجوهرات العرفية (التقليدية) الذهب والفضة والأحجار الكريمة، المفروشات المنزلية، البهارات، المستلزمات الرياضية وغيرها من المقتنيات.

[1] خالد كواش: مرجع سبق ذكره. ص: 68.

المبحث الثالث: التنمية

المطلب الأول: تطور مفهوم التنمية.

يجد المتتبع لتاريخ التنمية على الصعيد العالمي والإقليمي أنه طرأ تطور مستمر وواضح على التنمية مفهوما ومحتوى، وكان هذا التطور استجابة واقعية لطبيعة المشكلات التي تواجهها المجتمعات ، وانعكاسا حقيقيا للخبرات الدولية التي تراكمت عبر الزمن في هذا المجال.[1]

فعندما انتهت تاريخيا مرحلة النمو العشوائي مع نهاية الأربعينيات لتحل محلها مرحلة التنمية المخطط لها؛كان في أذهان المخططين بأن التنمية لا يمكن أن تنجح إلا بزرع قيم جديدة في المجتمعات القديمة. فالمفكرون الماركسيون كانوا يعتقدون بأن التنمية لا يمكن أن تتم إلا بإزاحة الطبقة القديمة بأفكارها القديمة لتحلّ محلها طبقة جديدة بأفكار جديدة (ماركسية، بطبيعة الحال). ورأى المفكرون الرأسماليون أن دول العالم الثالث لا يمكن أن تنموا ما لم تزح التقاليد والعادات القديمة، لتحلّ محلّها تقاليد وعادات جديدة (رأسمالية، بطبيعة الحال).[2]

وتميزت هذه المرحلة أيضا بالاعتماد على إستراتيجية التصنيع كوسيلة لزيادة الدخل القومي وتحقيق معدلات نمو اقتصادي مرتفعة وسريعة. وقد تبنت بعض الدول استراتيجيات أخرى بديلة كإستراتيجية المعونات الخارجية والتجارة من خلال زيادة الصادرات، وذلك بعدما فشلت إستراتيجية التصنيع في تحقيق (التراكم الرأسمالي المطلوب) [3] *. وعلى الرغم من أن أسلوب التنمية يقتضي إجراء هذا التراكم على نحو يسمح بتطوير التقسيم الاجتماعي للعمل ويحقق سيادة الإنتاج السلعي وذلك كله من خلال عملية التخطيط التي تمكن من تحديد الإطار الاستهلاكي اللازم لإشباع

---

[1] عثمان غنيم محمد، ماجدة أبو زنط: " التنمية المستديمة فلسفتها و أساليب تخطيطها و أدوات قياسها." الطبعة الأولى. دار صفاء للنشر. الأردن. 2007م. ص: 19.

[2] غازي بن عبد الرحمن القصيبي: " التنمية الأسئلة الكبرى". الطبعة الثالثة. المؤسسة العربية للنشر. لبنان. 2006م. ص: 63.

[3] عثمان غنيم محمد، ماجدة أبو زنط: مرجع سبق ذكره. ص: 19-20.

-*:يحدث التراكم الرأسمالي عند آدم سميث عندما يدخر الأفراد و الشركات جزءا من دخولهم و أرباحهم و توجيه ما يدخرونه لإنتاج السلع الإنتاجية على حساب السلع الاستهلاكية. و هو أي ـ آدم سميث ـ يشجع الادخار و يعتبره وسيلة لتحقيق التراكم و بهاجم الاستهلاك ، و بذلك تزداد الطاقة الإنتاجية مستقبلا و يتحقق النمو بمعدلات مرتفعة.(المرجع: محمد أحمد بن فهد، عبيد علي أحمد الحجازي: " التطور الاقتصادي لإمارة دبي دراسة لتجربة دبي التنموية". الطبعة الأولى. مطبعة بن دسمال. دبي. 2005م. ص:111-112.)

حاجات الأغلبية. ومن ثم تحديد التراكم الرأسمالي كما تتحدد التكنولوجيا اللازمة لتطوير المجتمع.[1]

ويعد أنموذج والت روستو W Rostow المعروف باسم "مراحل النمو الاقتصادي" أحد النماذج المشهورة التي تعكس مفهوم عملية التنمية ومحتواها في هذه المرحلة. فقد اشتمل على خمس مراحل حاول من خلالها تفسير عملية التنمية الاقتصادية في المجتمعات الإنسانية ككل. وهذه المراحل هي: مرحلة المجتمع التقليدي مرحلة ما قبل الانطلاق، مرحلة الانطلاق، مرحلة النضج، وأخيرا مرحلة الاستهلاك الكبير.[2] إلا أن المراحل التي وضعها روستو لا تكاد تختلف عن تلك التي وضعها الماركسيون؛ فالمجتمع المتخلّف مكبّل بالتقاليد القديمة والعادات البالية ينتقل من التخلف إلى انفتاح على الأفكار التقدمية التي تخلخل التقاليد والعادات القديمة، وهذه الأفكار التقدمية رأسمالية عند روستو، وماركسية عند الاشتراكيين تأتي بعد ذلك مرحلة الإقلاع حين تتلاشى العادات والتقاليد التي تقيد حركة المجتمع ليصبح مستعدا للإقلاع نحو الرأسمالية عند روستو، و نحو الاشتراكية عند الماركسيين، لتأتي مرحلتان الرابعة و الخامسة عندما يصل الاقتصاد للنمو، فالنضج عند كل منهما.

وعلى قول غازي عبد الرحمن القصبي أن الفكر المكرس للتنمية في العالم الثالث كان من يومه الأول غريبا عن فلا تكاد تعثر على مفكر من العالم الثالث حصل على جائزة نوبل في اقتصاديات التنمية، أو حتى على مفكر واحد من العالم الثالث نجح في تطوير نظرية متكاملة أو شبه متكاملة عن التنمية. وهكذا وقعت التنمية ضحية الغزو الثقافي. وآمن المخططون للتنمية أن أوّل ما يجب تنميته هو الفكر المستورد سواء استورد من الغرب الرأسمالي أو من الشرق الاشتراكي. وبعبارة أخرى أصبح استيراد الفكر غاية كبرى بدلا من أن يكون وسيلة صغرى. فجاء أنصار الغرب بنظرياتهم الليبرالية يبثونها في القرى والمدن بين الفقراء الأمّيين، وجاء أنصار الشرق يتأبّطون كتب كارل ماكس ويبشرون الفقراء بزوال الفقر والأمية. وظلّت جماهير العالم الثالث الفقيرة الأمية ترقب صراع المثقفين؛ هذا يتخذ أشكالا ودية حينا ودموية حينا آخر. وجاءت حكومات وذهبت حكومات، قامت انقلابات

[1] محمد أحمد بن فهد ، عبيد علي أحمد الحجازي: " التطور الاقتصادي لإمارة دبي دراسة لتجربة دبي التنموية". الطبعة الأولى. مطبعة بن دسمال. دبي. 2005م.. ص:140-141.
[2] عثمان غنيم محمد، ماجدة أبو زنط: مرجع سبق ذكره. ص: 20.

واندلعت ثورات صعدت فلسفات وانهارت نظريات، والجماهير الأمية باقية في مكانها على فقرها وأميتها.

فأجمع كل من الفكر الرأسمالي والاشتراكي على حتمية الصناعة كمفتاح أوحد للتنمية في العالم الثالث. فالرأسمالية اختارها لأسباب تاريخية تتعلق بمولده بالثورة الصناعية في الغرب، وما أدّت من ظهور المجتمع الصناعي بقيمه الصناعية الرأسمالية. واختارها الفكر الماركسي لأسباب عقائدية حيث كان من لبّ النظرية الماركسية من قبل لينين أنه يتعذر الوصول إلى الاشتراكية انطلاقا من اقتصاد زراعي إقطاعي متخلف وأن الطريق لابد أن يمر عبر التصنيع. وهكذا لم يكن أمام العالم الثالث من خيار غير خيار التصنيع.[1]

وخلال عقد الستينيات، واستمرت مظاهر التخلف الاقتصادي حتى بعد نيل البلدان النامية استقلالها، وبعد تحققها لمعدلات عالية في الناتج القومي.فقد كشفت التجارب العملية قصور مفهوم التنمية التقليدي المحصور النمو الاقتصادي السريع،وذلك بسبب استمرار مشكلات البطالة والفقر وسوء توزيع الدخل. كما أن النمو السريع الحاصل في بعض البلدان لم يساعدها على تحسين وضعها في النظام الاقتصادي العالمي. ومن ناحية أخرى استطاعت بعض البلدان النامية التي لم تشهد سوى معدلات متوسطة في النمو في الدخل، أن تحقق تقدما لا بأس به في عدد من المجالات المتصلة بإشباع الحاجات الأساسية.[2]

فأخذت التنمية تركز على معالجة مشكلات الاجتماعية والاقتصادية من خلال تطبيق استراتيجيات الحاجات الأساسية والمشاركة الشعبية في إعداد خطط للتنمية وتنفيذها ومتابعتها. وتتجسد هذه المرحلة بوضوح في أنموذج سيرز Seers الذي يعرف التنمية من خلال حجم مشكلات الفقر والبطالة ولا مساواة في التوزيع، فالتنمية في بلد ما هي إلا مكافح لهذه المشكلات . وإذا ما تفاقمت حدة واحدة أو أكثر منها، أو جميعها فإنه لا يمكن القول بوجود تنمية في ذلك البلد، حتى لو تضاعف الدخل القومي والفردي فيه.

[1] غازي بن عبد الرحمن القصيبي. مرجع سبق ذكره. ص:63إلى65.
[2] مدحت القرشي " التنمية الاقتصادية نظريات و سياسات و موضوعات" الطبعة الأولى. دار وائل للنشر.الأردن. 2007م. ص:126.

ومن منتصف السبعينيات إلى منتصف الثمانينات القرن الماضي ظهر مفهوم التنمية الشاملة التي تعني تلك التنمية التي تهتم بجميع جوانب المجتمع والحياة، تصاغ أهدافها على أساس تحسين ظروف الأفراد العاديين، وليس من أجل زيادة معدلات النمو وتوزيعه. ولكن السمة التي غلبت على هذا النوع من التنمية تمثلت في معالجة كل جانب من جوانب المجتمع بشكل مستقل عن الباقي، ووضعت الحلول لكل مشكلة على انفراد، الأمر الذي جعل هذه التنمية غير قادرة على تحقيق الأهداف المنشودة في كثير من المجتمعات. مما دفع إلى تعزيز مفهوم التنمية المتكاملة التي تعنى بمختلف جوانب التنمية.[1]

ويلخص الاقتصادي بول ستريتون كيف برزت فلسفة التنمية الجديدة في الثمانينات على أنقاض فلسفة النمو القديمة التي ازدهرت منذ الأربعينات، وذلك على النحو التالي:

1- تحول معتقد الأفراد بأن النمو الاقتصادي السريع كاف لتحقيق أهداف التنمية إلى الجزم بأنه لابد من دعمه بباقي الجوانب الاجتماعية والثقافية التي تتماشى جنبا إلى جنب مع النمو الاقتصادي.

2- تحول الأفراد من الاعتماد على رأس المال وحده كمحرك أساسي للتنمية إلى إدراك الأهمية البالغة لإيجاد الظروف الملائمة للتنمية، سواء كانت اقتصادية أو اجتماعية أو ثقافية.

3- كان الأفراد يتوقعون أن تتبع الدول الفقيرة نفس المسار الذي اتبعته الدول الغنية في مضمار التنمية، إلا أنهم أدركوا أن العلاقة بين العالمين لا يمكن اختزالها وتبسيطها على هذا النحو. وأن هذه العلاقة بتعقيداتها وعناصرها المتغيرة، قد تعرقل جهود التنمية بدلا من أن تساعدها.

4- تحول الأفراد من الإيمان المطلق بالتصنيع كأهم عامل في التنمية إلى إدراك حجم المشاكل التي يمكن أن يتسبب بها. وبدؤوا يشعرون بأهمية تطوير القطاع الزراعي وبالذات الملكيات الزراعية الصغيرة، وأهمية تطوير الأوضاع التي يعيش المزارعون في ظلّها.

[1] عثمان غنيم محمد، ماجدة أبو زنط: مرجع سبق ذكره. ص:20-21.

5- بدلا من البحث عن التقنية "الأفضل" بدأ الأفراد يبحثون عن التقنية "الأكثر ملائمة" وبالذات تلك التقنية التي تساعد على تحسين الإنتاج والتوزيع من دون استنزاف للموارد النادرة كالمهارات أو رؤوس الأموال.

وغيرها من الاعتقادات التي تغيرت.

ومن مظاهر النضج التي بدأت تدب في فلسفة التنمية الموقف المحايد من التقاليد والأعراف والعادات بدلا من الموقف القديم الذي يعتبر كافة التقاليد التي تسود في مجتمع ما بمثابة عقبة كأداة تعوق التنمية لابدّ من إزاحتها عن المسار. أما النظرية الجديدة فتتخذ موقفا تحليليا موضوعيا يدرك أنه في الوقت الذي توجد فيه عادات تعرقل عملية التنمية ، فهناك عادات لا تتناقض مع التنمية بل ربما تساعد على دفع عجلتها. وفي هذا المجال يشير أحد الباحثين العرب إلى أن تدين مجتمع ما، أو أخذه بنظام الأسرة الكبيرة، فهذا لا يشكل بالضرورة عقبات تحول دون وصول هذا المجتمع إلى التنمية.[1]

ومنذ ثمانينات القرن الماضي بدأ العالم يصحوا على ضجيج العديد من المشكلات البيئية الخطيرة التي باتت تهدد أشكال الحياة. وكان هذا طبيعيا في ظل إهمال تنمية الجوانب البيئية طوال العقود السابقة، فكان لابد من إيجاد فلسفة تنموية جديدة تساعد في التغلب على هذه المشكلات، فنتج عن الجهود الدولية في سبيل ذلك مفهوم التنمية المستديمة. وكان قد تبلور هذا المفهوم لأول مرة في تقرير اللجنة العالمية للبيئة والتنمية الذي يحمل عنوان: مستقبلنا المشترك .Our common future ونشر لأول مرة عام 1987م.[2]

[1] غازي بن عبد الرحمن القصيبي. مرجع سبق ذكره. ص:70 إلى 73.
[2] عثمان غنيم محمد، ماجدة أبو زنط. مرجع سبق ذكره. ص: 21.

المطلب الثاني: مفهوم التنمية

إن الانتقال نحو نمط حياة معاصر ومتكيف مع مقتضيات النصف الثاني من القرن العشرين والآفاق المستقبلية البعيدة، ومحاولة ردم الهوة التي خلفتها سنوات الاستعمار والتدمير الديني والثقافي والاقتصادي وغياب الدولة وانهيار البنى الاجتماعية إلى غير ذلك من مخلفات الوضع الاستعماري كل ذلك شكل رهانات أساسية لدول العالم الثالث الناشئة.

إضافة إلى ذلك تم استنزاف اقتصاديات هذه الدول وتمت هيكلتها وتنميطها في ظل اقتصاد عالمي فرض عليها أن تكون سوقا لمنتجاته المصنعة ومصدرا موردا للمواد التي تتطلبها صناعته المتقدمة.[1]

والسؤال الذي يطرحه هنا هو: لماذا نريد للفرد في العالم الثالث وضعا اجتماعيا واقتصاديا وسياسيا مقاربا لوضع الفرد في العالم المتقدم؟. السبب ببساطة متناهية، أنه بدون تنمية لابد من استمرار التخلف، ومع استمرار التخلف لابد من استمرار الفقر، وهذا الأخير يتولد عنه انعدام كل المقومات اللازمة للحياة البشرية الكريمة. وبدون التنمية سيستمر الجوع في حصد ضحاياه في كل دقيقة يموت قرابة 25 شخص في العالم نتيجة للفقر المدقع.[2]

واستخدم مصطلحي النمو والتنمية كمرادفين لبعضهما خاصة في الأدبيات الاقتصادية الأولى. ولكن هناك فروقات أساسية فيما بينهما.[3]

فالنمو– لغة– هو مصدر مشتق من الفعل نما تنمو نموا، والفعل فيها ثلاثي يحتاج إلى فاعل ولا يحتاج إلى مفعول، وهو يعني الزيادة أو التغيير إلى حال أكبر أو أحسن أو هو زيادة في الشيء، و كثرته مع احتفاظه بخواصه الأصلية دون تغيير.

[1] الطاهر سعود: " التخلف و التنمية في فكر مالك بن النبي". الطبعة الأولى دار الهادي. لبنان. 2006م. ص: 38.
[2] غازي بن عبد الرحمن القصبي: مرجع سبق ذكره. ص:22-23.
[3] مدحت القرشي: مرجع سبق ذكره. ص: 124.

أما النمو- اصطلاحا- فينصرف في علم الاقتصاد إلى الزيادة في القدرات الإنتاجية للمجتمع والتي تنعكس في زيادة الدخل القومي، وهي زيادة لا تقع نتيجة لاستخدام المزيد من الموارد الطبيعية، وإنما هي محصلة لاستخدام المزيد من المعرفة العلمية والتطبيقات التكنولوجية لما هو متاح من هذه الموارد. وفي المعاجم الأجنبية يقصد بالنمو نصيب الفرد من الناتج القومي من السلع والخدمات اللازمة للطلب النهائي. ومنه فالنمو ظاهرة كمية.

و بالنسبة للتنمية ففي اللغة العربية هي مصدر مشتق من نمّى (بتشديد النون المفتوحة) ينمّي تنمية، والفعل فيها رباعي يحتاج إلى فاعل متبوع بمفعول حتى يفهم المعنى، فنقول نمّى المستثمر ماله؛ والجملة هنا تعني أن المال قد زاد نتيجة للقدرات الإنتاجية الكامنة في المال والتي لا تنفعل إلا بفعل المستثمر، وعلى هذا ففي التنمية فعل وإحداث النمو ذاته.

وتتفق المعاجم الأجنبية مع المعاجم العربية في هذا المعنى فهي تعرف التنمية Development بأنها: "استخدام الموارد البشرية والمالية في إشباع الحاجات الإنسانية وزيادة رفاهيتها".

ولعل هذا ما أخذ به الدكتور رفعت المحجوب حين قال بأن الفقر يوجد في دول بها موارد طبيعية وبشرية ومالية غير مستغلة. وأنه إذا ما انعدمت في دولة ما هذه الموارد (وهذا فرض مستحيل)، فلا مجال للكلام عن التنمية الاقتصادية فيها. ذلك لأن التنمية عنده تهدف أساسا إلى استغلال الموارد المعطلة وإلى رفع مستوى المعيشة.

والتنمية ظاهرة كيفية Qualitativ Phenomenon فهي ترتبط بالتغيير الهيكلي في المجالات الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية.[1]

ويقول الدكتور أحمد الجلاد:" أجمعت أغلب تعريفات التنمية على أنها عملية شاملة تتناول مختلف مقومات الحياة الاجتماعية معتمدة في ذلك على تخطيط شامل لمختلف الجوانب الاقتصادية والاجتماعية للمجتمع وتسير في اتجاه محدد لتحقيق أهداف واضحة.والأمر يتطلب عمليات تنظيم وتنسيق بين مختلف نواحي التنمية". ويصاحب

[1] محمد أحمد بن فهد، عبيد علي أحمد الحجازي: مرجع سبق ذكره. ص: 92 إلى 95.

برنامج التنمية في بعديها الاقتصادي والاجتماعي مشاركة ايجابية من جميع أفراد المجتمع باعتبار أن التنمية في نهاية موجهة لرفاهيتهم وإشباع حاجاتهم.

ويشير أحمد أبو زيد في هذا السياق "أن التنمية عملية اجتماعية في مقامها الأول بحيث يستحيل الفصل بين البعدين الاقتصادي والاجتماعي باعتبارهما وجهان لقضية واحدة. وهذا يعني أنه من الصعب تحقيق أهداف التنمية الاقتصادية بدون التنمية الاجتماعية. ولهذا فإن التخطيط للتنمية يجب أن يأخذ بعين لاعتبار النواحي الاقتصادية والاجتماعية لتحقيق التكامل المنشود".[1]

أما أحمد زكي البدوي يعرف التنمية بأنها:" تحول المجتمع الثابت إلى متغير وفقا لاحتياجات جماهير الشعب".

ويرى لوسيان باي "Lucianpye" هو أيضا أن التنمية عملية تغيير اجتماعي، إلا أنه يؤكد على أن الهدف من هذه العملية هو الوصول إلى مستوى الدول الصناعية؛ حيث يقول "أن التنمية عملية تغيير اجتماعي متعدد الجوانب غايتها الوصول إلى مستوى الدول الصناعية".[2]

كما عرف Edgar Qwen التنمية في كتابه عام 1987م، بأنها لا تقتصر على الجانب الاقتصادي فحسب بل أنها ترتبط بالأفكار السياسية وأشكال الحكومة ودور الجماهير في المجتمع.[3]

أما التنمية في المنظور الإسلامي ليست قضية رفاه مادي فحسب بعيدا عن المعايير الأخلاقية والأطر والاهتمامات الروحية والاجتماعية، فهي داخلة في واجب الاستخلاف ومحكومة بقواعد المنهج الإلهي المنظم للسلوك الإنساني بكافة أبعاده.وأشار مالك بن نبي في هذا الصدد لجملة من تحديدات التنمية. فقد أكد على أن الهدف من كل تغيير اجتماعي هو الوصول إلى الحضارة، وغاية التاريخ أن يسير بركب التقدم نحو شكل من أشكال الحياة الراقية

[1] عبد الإله أبو عياش، حميد عبد النبي الطائي: مرجع سبق ذكره. ص:18.
[2] الطاهر سعود: مرجع سبق ذكره. ص:39-40.
[3] مدحت قرشي: مرجع سبق ذكره. 122-123.

حيث يقول" فحينما نريد أن نكون مجتمعا يقدم الضمانات الاجتماعية للفرد،ويؤيد الأمن في العالم ، أو أننا نريد أن ندرس قضايا مجتمعنا الاقتصادية أو الاجتماعية؛ فإن شروط وصولنا إلى تحقيق هذا كله هي شروط للحضارة.

ولا يمكن أن تتحقق إلا في إطارها." ويقول أيضا:" فإذا أردنا أن نبني مجتمعا أفضل فهذا يعني أننا نبني مجتمعا متحضرا يعني أنه لابد أن نعمل لتكوين الحضارة."[1]

ويعرفها البعض بالمفهوم الواسع بأنها رفع مستدام للمجتمع ككل وللنظام الاجتماعي نحو حياة إنسانية أفضل فقد عرف A K Sen التنمية بأنها تعمل على توسيع الحقوق entitlements والقدرات capabilities فالأولى تمنح الفرد مقومات الحياة الأساسية واحترام النفس، والثانية تمنح الفرد الحرية.[2]

والتنمية المستديمة فتعد فلسفة تنموية جديدة قد فتحت الباب أمام وجهات نظر جديدة بخصوص مستقبل الأرض. ويعود أصل مصطلح "إستدامة" Sustainable إلى علم الإيكولوجي Ecology، حيث استخدمت للتعبير عن تشكل وتطوير النظم الديناميكية التي تكون عرضة إلى تغييرات هيكلية تؤدي إلى حدوث تغيير في خصائصها وعناصرها و علاقات هذه العناصر بعضها ببعض. و في المفهوم التنموي استخدم مصطلح الاستدامة للتعبير عن طبيعة العلاقة بين علم الاقتصاد والعلم الإيكولوجي.

وقد جاء الفعل استدام من "الدوم" لمعان متعددة منها: التأني في الشيء وطلب دوامه والمواظبة عليه. "لسان العرب". وكلها مرتبطة بالمعنى الاصطلاحي، فالتنمية تحتاج إلى تأن في رسم سياساتها وديمومة في مشاريعها وآثارها في المجتمع وإلى المواظبة في تنفيذ برامجها للمحافظة على مكتسباتها.

والتنمية المستدامة هي تلك التنمية التي يديم استمرارها الأفراد، أما التنمية المستديمة فهي التنمية المستمرة أو المتواصلة بشكل تلقائي غير متكلف، ولكن في العديد من الدراسات العربية استخدمت المصطلحان كمترادفين.[3]

[1] الطاهر سعود: مرجع سبق ذكره. ص: 203-204.
[2] مدحت قرشي: مرجع سبق ذكره. 122-123.
[3] عثمان غنيم محمد، ماجدة أبو زنط: مرجع سبق ذكره. ص: 22-23.

وتركز التنمية المستدامة على الموائمة بين التوازنات البيئية والسكانية والطبيعية لذا تعرّف بأنها " التنمية التي تسعى إلى الاستخدام الأمثل بشكل منصف للموارد الطبيعية."[1] بحيث تلبي حاجات الحاضر دون الحد من قدرة الأجيال المستقبلية على تلبية حاجاتها، ويكون هذا الاستخدام المستدام جنبا إلى جنب مع النمو الاقتصادي والانسجام الاجتماعي.[2]

وقد عرفت الأمم المتحدة التنمية كما يلي:

1- العمليات التي يمكن بها توجيه جهود المواطنين والحكومة لتحسين الأحوال الاقتصادية والاجتماعية والثقافية في المجتمعات المحلية ومساعدتها في تقديم أقصى قدر ممكن ومستطاع.

2- تدعيم الجهود ذات الأهمية للمجتمع المحلي بالجهود الحكومية، وذلك لتحسين الحالة الاقتصادية والاجتماعية والحضارية لهذا المجتمع، على أن تكون خطط الإصلاح لهذه المجتمعات المحلية متماشية ومنسجمة مع خطط الإصلاح العامة للدولة.[3]

كما عرف المبدأ الثالث الذي تقرر في مؤتمر الأمم المتحدة للبيئة والتنمية الذي انعقد في ريو دي جانيرو عام 1992م التنمية المستدامة على أنها " ضرورة إنجاز وتحقق الحاجات التنموية والبيئية على نحو متساوٍ لأجيال الحاضر والمستقبل". وأشار المبدأ الرابع الذي أقره المؤتمر إلى أنه: " لكي تتحقق التنمية المستدامة ينبغي لأن تمثل الحماية البيئية جزءا لا يتجزأ من عملية التنمية، ولا يمكن التفكير فيها بمعزل عنها."[4]

[1] مدحت قرشي: مرجع سبق ذكره. ص: 128.
[2] صبري فارس الهيتي: "التنمية السكانية و الاقتصادية في الوطن العربي" الطبعة الأولى.دار المنهاج.الأردن. 2007م. ص: 15.
[3] سيار زوبيدة: "التخطيط الاستراتيجي للسياحة الجزائرية و آفاقها المستقبلية". رسالة لنيل الماجستير. جامعة الجزائر.2003-2004م. ص: 78.
[4] دوقلاس موسشيت: "مبادئ التنمية المستدامة" ترجمة بهاء الدين شاهين. الطبعة الأولى. الدار الدولية للاستثمارات الثقافية. مصر. 2000م. ص: 17.

المطلب الثالث: عوامل و شروط التنمية

الفرع الأول: عوامل التنمية:

1- الموارد البشرية:

إن المجتمع في انطلاقته الحضارية يتمتع دائما بهذا الرصيد(الفرد- الوقت- التراب) والذي ينبغي على كل خطة تنموية أن تعتمد عليه لأن المجتمع لابد أن يستثمر سائر ما فيه من طاقات مادية وبشرية إضافة للوقت، فتلك هي العجلة التي يجب دفعها لإنشاء حركة اجتماعية مستمرة عبر الزمن.

وأولى مالك بن نبي عناية بالغة بالفرد في معالجاته لمشكلات الحضارة انطلاقا من قيمته ودوره عبر التاريخ باعتباره الأساس الذي من خلاله ترتقي الحضارات. حيث يكون هذا الفرد في البداية ساكنا خامدا ثم عنصرا حضاريا فعّالا ومن الملاحظ أن بن نبي عالج الموضوع من زاوية الفعالية. وذلك لأن التخلف ترجمة واقعية لخمول الفرد وقعوده. إذا الفرد هو الذي يحدد في النهاية القيمة الاجتماعية لمعادلة الحضارة، فالموارد المادية التي يسميها بن النبي (التراب) والوقت لا يقومان لوحدهما بأي تحويل اجتماعي.فالمجتمعات التي تسعى لبناء نفسها بحاجة ماسة إلى أفراد يستغلون جل طاقاتهم وإمكانياتهم مهما كانت بسيطة.[1]

والموارد البشرية التي تعنى بالقدرات والمواهب والمهارات والمعرفة لدى الأفراد، تدخل كمستلزم في العملية الإنتاجية. كما تلعب دورا مهما في عملية التنمية التي تهدف لرفع من المستوى المعيشي.

أما العمل فهو عامل رئيسي في عملية الإنتاج، فمعظم الدول النامية تعد العمل من عوامل الإنتاج الفائضة لأن عدم استغلاله لاستغلال الأحسن سوف يخفض من مستوى الإنتاج، وبالتالي مستوى المعيشة. وكما ارتبطت التنمية الاقتصادية بتراكم رأس المال فإن تنمية الموارد البشرية ترتبط بتراكم رأس المال البشري المرتبط بالتعليم والتدريب

[1] طاهر سعود: مرجع سبق ذكره. ص: 206-209.

والتغذية وغيرها.والتي تنعكس على الناتج الوطني وعلى مستوى الإنتاجية، مما يؤدي إلى استغلال أحسن للموارد الاقتصادية. ولهذا فإن عملية تخطيط التنمية ينبغي أن تتضمن تخطيطا للموارد البشرية.

وتتوزع الموارد البشرية بين مجموعتين:

أ- مجموعة عرض العمل: والتي تتضمن أعداد العاملين ويطلق عليها (العمل المادي).

ب- مجموعة أخرى تعمل على تنظيم تشغيل العمل، كالمدراء والمنظمون، ويطلق عليهم (القدرات الإدارية).

ومما يعاب على البلدان النامية أنها اتجهت نحو الاستثمار المادي (أي تكوين رأس المال) دون إعطاء الاهتمام اللازم للاستثمار في الموارد البشرية، ويمكن القول أن أي فشل أو تعثر لبرامج التنمية في البلدان النامية يعود فيه السبب إلى فقدان المهارة والكفاءة اللازمة وليس عدم توفير الموارد المالية.[1]

2- تراكم رأس المال:

ينظر بن النبي إلى رأس المال باعتباره آلة اجتماعية تنهض بالتقدم المادي، لا آلة سياسية في يد الطبقة الرأسمالية تضطهد من خلالها جموع الأفراد، كما تذهب إليه النظرية الماركسية. ويفرق بن النبي بين الثروة ورأس المال فالأولى متعلقة بالمركز الاجتماعي لمن يمتلكها، وهي أموال مكدسة تفتقد إلى الحركة، وليس لها قيمة اجتماعية لأنها لا تدخل في الدورة الاقتصادية كقوة استثمارية يمكنها أن تولد العمل، فهي لا ترقي لمستوى رأس المال الذي يتسع نطاق استخدامه المجال الاجتماعي الضيق إلى مجال أوسع. فينجم عن حركته النشاط وتوظيف الأيدي والعقول.

وتوجيه رأس المال عند مالك بن النبي معناه بأن تصبح كل قطعة مالية متحركة متنقلة تنشأ معها العمل والنشاط. وأن تستخدم هذه الأموال فيما يحقق الأهداف الكبرى للمجتمع وإن قلّت هذه الأموال. وليست المشكلة في البلاد المتخلفة في الفقر الذي تعانيه على نطاق واسع، بل في ضعف توجيه هذه الأموال أو انعدامه.[2]

[1] مدحت قرشي: مرجع سبق ذكره. ص: 137 إلى 139.
[2] طاهر سعود: مرجع سبق ذكره. ص: 221-222.

ويؤكد جميع الاقتصاديين على أهمية الكبيرة لتراكم رأس المال في تحقيق التنمية ويتم تحقيق هذا التراكم من خلال عملية الاستثمار Investment والتي تستلزم توفير حجم مناسب من المدخرات الحقيقية، بحيث يتم من خلالها توفير الموارد لأغراض الاستثمار، بدلا من توجيهها نحو استهلاك.

وهناك أنواع من الاستثمارات منها:

- استثمارات البنى التحتية كخدمات النقل والاتصال وتوليد الطاقة.
- استثمارات على البحوث والتطوير (R & D) والذي يسهم في تحسين الإنتاجية.
- استثمارات في الصحة والتعليم.

أما رأس المال فهو نوعان:

- رأس المال المالي: ويمثل الأموال السائلة التي توجه لشراء الأسهم والسندات التي تستخدم في الأعمال مثلا.
- رأس المال الحقيقي أو المادي: الذي يتكون من المصانع، المعدات الآلات ومخزون المواد الخام. وغيرها.[1]

3- الموارد الطبيعية:

يعتبر التراب أحد عناصر الحضارية الهامة في معادلة بن النبي كما تمت الإشارة إليه سابقا. فعندما يتطرق لعنصر التراب يؤكد على دور الفرد في استغلاله وتحويله لما لذلك من أثر على الحياة الاجتماعية والاقتصادية [2]

فالموارد الطبيعية توفر قاعدة للتنمية الصناعية بطريقتين:

- تمكن الدولة من توسيع نشاطها الصناعي بإنتاج مواد خام، كما هو في الحال في استخراج المعادن وتصديرها ، والتي توفر للبلد العملات الأجنبية لاستيراد السلع الضرورية للتنمية.

[1] مدحت قرشي: مرجع سبق ذكره. ص: 134 إلى 137.
[2] طاهر سعود: مرجع سبق ذكره. ص:222.

- تمكن الدولة من إنتاج مواد خام وتصنيعها لتحويلها إلى سلع نهائية.Final goods.

وقد اختلف الاقتصاديون حول أهمية الموارد الطبيعية في إطار عملية التنمية فهناك من يرى بأن هذه الموارد تلعب دورا أساسيا في عملية التنمية، ويشار في هذا الصدد إلى أن توطن النشاط الاقتصادي خلال الثورة الصناعية في القرن التاسع عشر قد تأثر بشكل حاسم بالموارد الطبيعية؛ إذ أن وجود الحديد والصلب في بريطانيا في بداية الثورة الصناعية قد حدد توطن النشاط الصناعي وطبيعة التصنيع فيها.

وآخرون لا يرون تلك الأهمية الكبيرة للموارد الطبيعية في التنمية. بحيث أن الانخفاض الكبير في تكاليف نقل السلع الذي تحقق منذ القرن الثامن عشر، قد ذلل مشكلة الحصول على المنتجات الأولية بتكلفة أقل ومن أماكن مختلفة. كما أن التقدم التكنولوجي قد عمل على تقليل كميات المواد الخام المطلوبة للإنتاج وجعل استخدامها أكثر كفاءة وسهل عملية استبدال مواد خام بأخرى صناعية.

وفي المقابل فإن بعد الموارد الطبيعية أو غيابها يكون عائقا أمام قيام بعض الصناعات: كالصناعات المنجمية والزراعية.

وعلى كل حال يمكن القول بأن الموارد الطبيعية مهمة للتنمية وخصوصا في المراحل الأولية للتنمية من جهة كما أنها لا يمكن أن تعتبر قيدا على التنمية من جهة أخرى. والمثال الواضح في هذا المجال هو تقدم اليابان اقتصاديا بالإضافة إلى دول أخرى من دون الاعتماد على توفير المواد الطبيعية.

4- التكنولوجيا و التقدم التكنولوجي:

لمفهوم التكنولوجيا تعريفات متعددة لكنها تتفق على أنها:" معرفة كيفية القيام بالإنتاج." وبعبارة أوسع فإن التكنولوجيا تمثل المعرفة العلمية التي تستند على التجارب وعلى النظرية العلمية التي ترفع من قدرة المجتمع على تطوير أساليب أداء العمليات الإنتاجية والتوصل إلى أساليب جديدة أفضل بالنسبة للمجتمع.

والتكنولوجيا هي إحدى مستلزمات الإنتاج وبذلك فهي تلعب دورا حاسما في نمو الإنتاج وتقدم البلد اقتصاديا.

وبشكل عام فإن التكنولوجيا تتضمن العناصر التالية:

- المعرفة التكنولوجية المتجسدة في العناصر المادية.
- المهارات التي لا تنفصل عن الأشخاص العاملين.
- براءات الاختراع والعلامات التجارية.
- المعرفة غير المسجلة.

وعلى الدول النامية العمل على تعزيز القدرات التكنولوجية لديها، واكتساب التكنولوجيا من البلدان المتقدمة بمختلف الوسائل منها:

أ- الاهتمام بالجوانب ذات طابع العملي والتطبيقي.

ب- توجيه المنشآت والمشروعات للانتفاع بدرجة كافية من مراكز البحوث.

ت- تعاون الدول النامية فيما بينها في مجال تطوير قدراتها التكنولوجية الذاتية.

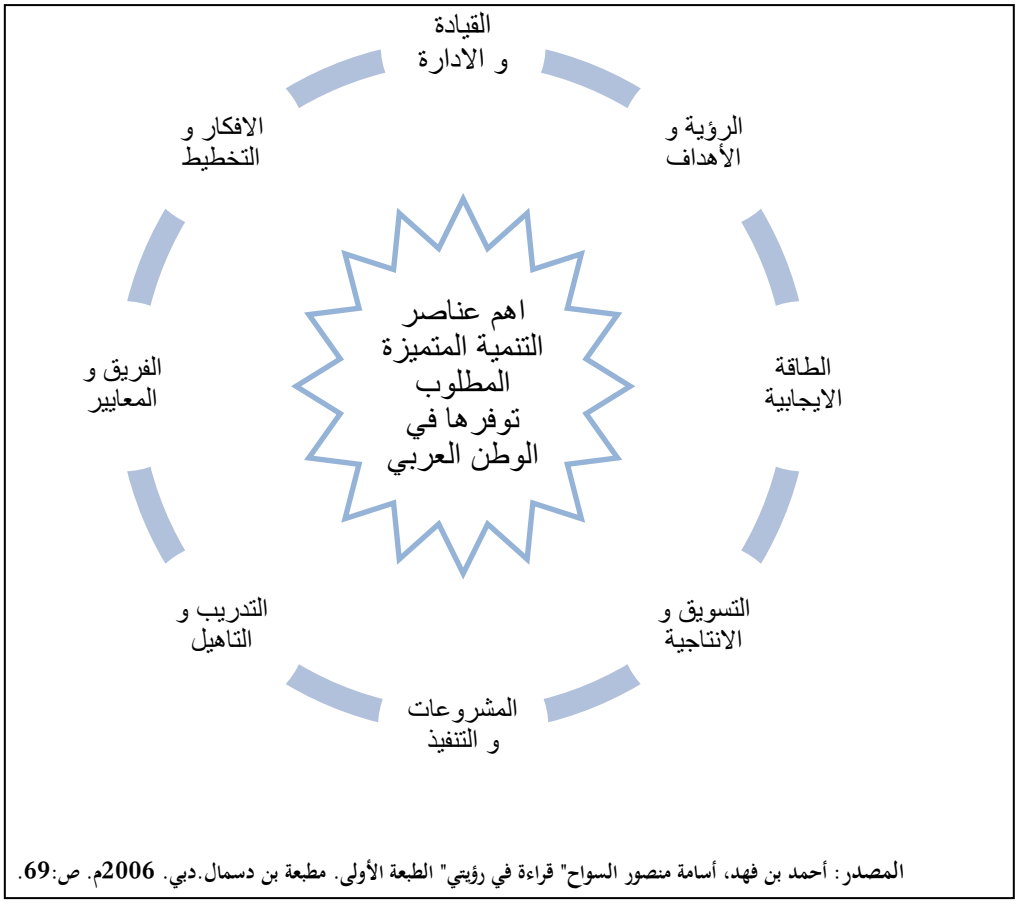
ث- تركيز الجامعات والمعاهد العلمية على الجوانب ذات الصلة بالتطور الفني والتكنولوجي.

ويتعين على الدولة أن تنشأ البيئة الملائمة للتنمية وذلك من خلال تهيئة شبكة متكاملة من النظم والمنشآت الاقتصادية والاجتماعية والسياسية التي تسهم في التنمية والعمل على تغيير مواقف الأفراد حيالها.[1]

وبعد أن تم تطرق إلى أهم عناصر التنمية السابق ذكرها يجب التنويه إلى أن هناك من يرى بأنها لا تنحصر فقط في تلك العناصر فالشيخ محمد بن راشد آل مكتوم في كتابه "رؤيتي" يرى أنه وليتحقق الامتياز في الوطن العربي يجب أن تكون جميع عناصر التنمية متميزة. وصنفها كما سيأتي في الشكل التالي:[2]

[1] مدحت قرشي. مرجع سبق ذكره. ص: 140 إلى 144.
[2] أحمد بن فهد، أسامة منصور السواح" قراءة في رؤيتي" الطبعة الأولى. مطبعة بن دسمال.دبي. 2006م. ص:69.

الشكل رقم (1، 04): أهم عناصر التنمية المتميزة المطلوب توفيرها في الوطن العربي.



المصدر: أحمد بن فهد، أسامة منصور السواح" قراءة في رؤيتي" الطبعة الأولى. مطبعة بن دسمال.دبي. **2006**م. ص:**69**.

ودوقلاس موشيت يرى أنه من بين عناصر التنمية المستدامة: منع التلوث– الوعي– التغييرات الاجتماعية والثقافية– تحسين اقتصاد السوق– الإدارة المتكاملة للنظم البيئية– التعليم– تحديد الحدود البيئية.[1]

الفرع الثاني: شروط التنمية:

يشترط في التنمية المستدامة الحرص على عدم تناقص الرصيد الأساسي من الموارد البيئية للمجتمع أو الدولة مع مرور الوقت، إذ ينبغي أن يبقى رصيد الموارد الطبيعية من أجل تحقيق أدنى درجة من الإنصاف والعدالة للأجيال القادمة.

[1] دوقلاس موشيت: مرجع سبق ذكره. ص: 19.

وأهم شرط للتنمية المستدامة دمج البيئة والاقتصاد في عملية صنع القرار.ولقد عقدت الأمم المتحدة عدة مؤتمرات نوقش فيها (البيئة والتنمية) منها ندوة عن البيئة والتنمية عام 1971م ومؤتمر استوكهولم عام 1972م وندوة المكسيك(كوكويوك) سنة1974م عن (أنماط استخدام المصادر البيئية واستراتيجيات التنمية).وقد ساهمت كلها في توضيح العلاقة بين البيئة ولتنمية.

وقدأكدت ندوة كوكويوك على أن العوامل الاقتصادية والاجتماعية هي غالبا السبب الرئيسي للتدهور البيئي كما يجب سد حاجات الأفراد دون تجاوز الحدود الخارجية لقدرة المحيط الحيوي.بحيث يدرك الجيل الحالي بعدم حقه في الاستلاء على مصادر الأرض المحدودة وتلويث نظمها التي تدعم الحياة. فلا يهدد بذلك رفاهيته في الحاضر والأفراد في المستقبل.[1]

ومن أهم شروطها:

- الاستمرار في تقديم التسهيلات (اليوم،غدا ، مستقبلا).
- تطوير الهيكل الاقتصادي التقليدي، مع وضع أسس لبناء اقتصاد جديد.
- لا يكفي أن تنظر الحكومات إلى المستقبل بل يجب أن تكون فيه
- يجب وضع تحديات للمستقبل و وضع الخطط المناسبة لمواجهتها.
- توجيه العناية للتخصص واستخدامات وسائل التقنية من خلال إعداد موارد بشرية شابة لتتبع خطوات الاقتصاد الجديد والأخذ بزمامه وقيادة مبادرته، وتوفير منشآت متخصصة تشجع المبادرة وابتكار.[2]

[1] صبري فارس الهيتي: مرجع سبق ذكره. ص: 15 إلى 17.
[2] محمد أحمد بن فهد، أسامة منصور السواح: مرجع سبق ذكره. ص: 33.

المطلب الرابع: أهداف التنمية

تركز أهداف التنمية على ما يلي:

- أهمية التقدم الاجتماعي والاقتصادي.
- تنمية قدرات أفراد المجتمع على الابتكار والإبداع.
- تحقيق التماسك الاجتماعي لتحقيق الرفاهية والعدالة الاجتماعية.
- إخراج المجتمعات المعزولة من جمودها بإشراكها في عملية التنمية.
- تحقيق الشعور بالانتماء للمجتمع القومي.

ويتضح مما سبق أن التنمية تسعى إلى تحقيق أهداف عامة:

- تحقيق التكامل بين جميع الجوانب حتى لا يطغى جانب على آخر أثناء تنفيذ المشروعات التنموية.
- تذويب الفوارق الطبقية لتعزيز العلاقات الاجتماعية.
- تحسين الظروف المعيشية في حدود إمكانات وموارد المتاحة في المجتمع المحلي.
- التعاون بين الحكومات والهيئات المحلية لمنع ازدواجية الخدمات.[1]

ولقد تبنى كل من سكرتارية الأمم المتحدة، وصندوق النقد الدولي، ومنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية، والبنك الدولي مجموعة من الأهداف التنموية للألفية. تتضمن : الأهداف والغايات والمؤشرات الخاصة بالدول العربية.

الهدف الأول: القضاء على الفقر و الجوع

- الغاية الأولى:خفض نسبة الأشخاص ذوي الدخل الذي يقل عن دولار واحد في اليوم إلى النصف بين عامي1990 و2015م. حيث تعمل جهود مكافحة الفقر بالتركيز على الاحتواء والشمول الاجتماعي وعلى السياسات الهادفة إلى إيجاد فرص العمل. كما ينبغي الوصول إلى أعماق المناطق

[1] وفاء زكي إبراهيم: مرجع سبق ذكره. ص: 337-338.

الريفية لتحفيز العمليات التنموية بها، لأن نسب الفقر في أرياف معظم الدول العربية تزيد بشكل ملحوظ عما هي عليه في المراكز الحضرية.

- الغاية الثانية: خفض نسبة الذين يعانون من الجوع إلى النصف بين عامي1990 و2015م. فقد كان نقص التغذية في عام 2000م مسألة نادرة نسبيا في بعض الدول العربية، عير أن هذه الآفة ما تزال تطال ما يتراوح بين شخص إلى ثلاثة من أصل كل عشرة أشخاص في العراق، موريتانيا، السودان واليمن لترتفع في الصومال إلى أكثر من سبعة من أصل كل عشرة أشخاص.

الهدف الثاني: تحقيق التعليم الابتدائي الشامل

- الغاية الأولى: مع حلول العام 2015م ضمان تمكين الفتيان والفتيات في كل مكان من إكمال المقرر الدراسي الكامل للمرحلة الابتدائية: بحيث تعتبر معدلات الالتحاق بالمرحلة الابتدائية في المنطقة العربية منخفضة نسبيا بمعدلات تراوحت حول 80%. إلا أن المنطقة سجلت نجاحات عديدة في هذا المجال. كما هو الحال في العراق، الأردن، قطر، المغرب، الكويت، الجزائر وتونس. هذا يعني أن تحقيق الغاية المتعلقة بالتعليم في متناول اليد.

أما بالنسبة لتعليم الشباب بين 15 و24سنة، فالمنطقة العربية تتقدم ببطئ نحو تحقيق تعليم القراءة والكتابة(محو الأمية) فقد بلغت نسبتهم 67% عام 1990م وارتفعت بنسبة ضئيلة سنة 2000م حيث وصلت إلى 77% في حين أنه من المحتمل أن يتمكن اثنا عشرة دولة من أصل عشرين من تحقيق التعليم الشامل للشباب بحلول 2015م. ويعد محو الأمية في الأرياف أولوية في العديد من الدول العربية. ففي كل من الجزائر والمغرب وتونس تبلغ نسبة الأميين من المراهقين في الريف ضعفي ما هي عليه في المناطق الحضرية.

إن هذه المعطيات تستدعي المزيد من الاستثمار لتوفير إحصائيات أفضل حول أنماط التوجيه والتقدم نحو الأهداف التنموية للألفية.

الهدف الثالث: خفض نسبة وفيات الأطفال

- الغاية: خفض نسبة وفيات الأطفال دون سن الخامسة بمعدل الثلثين بين عامي 1990 و2015م فقد كانت وتيرة تقدم المنطقة العربية نحو تقليص نسبة وفياتهم دون الخامسة غير كافية لتحقيق هذه الغاية بحلول عام 2015م. حيث شهد العراق تراجعا في هذا المجال وشهد كل من جيبوتي، موريتانيا الصومال والسودان ركودا أو تقدما بطيئا ويلاحظ أيضا أن كل من الأردن واليمن حققتا تحسنا جد بطيء. أما باقي الدول العربية فقد تقدمت. ومن المتوقع أن تتمكن ثلاثة عشر دولة من تحقيق هذا الهدف بحلول 2015م

الهدف الرابع:تحسين الصحة الإنجابية(صحة الأمهات)

- الغاية: خفض نسبة الوفيات بين الأمهات بمعدل الثلاثة أرباع بين عامي1990 و2015م:ليس هناك بيانات موثقة تمكن من القياس الدقيق في هذا المجال، ويتبين أن هناك تفاوتا كبيرا في معدل وفيات الأمهات في المنطقة العربية يتراوح بين أقل من 50 وفاة لكل 100000 ولادة حية في بعض الدول العربية كالبحرين، الأردن، الكويت وقطر، السعودية، الإمارات العربية المتحدة، وأكثر من 800 وفاة في موريتانيا والصومال و اليمن و السودان.

وعلى الرغم من أن معدل الوفيات بين الأمهات يعد تقليديا أحد أصعب المؤشرات الاجتماعية في القياس إلى أنه من الواضح أن المنطقة العربية بحاجة إلى المزيد من الجهود لتحسين جمع وتوفير مثل هذه البيانات.

الهدف الخامس: مكافحة فيروس نقص المناعة البشرية والملاريا والأمراض الأخرى

- الغاية الأولى: إيقاف انتشار فيروس نقص المناعة المكتسبة الإيدز بحلول 2015م والمباشرة في عكس انتشاره وتعد المعلومات المتوفرة حول هذا المرض متناثرة وغير كافية، إلا أنه ووفقا للبيانات المتوفرة تم تسجيل ما يزيد عن نصف مليون حالة منذ الثمانينات، وتشكل النساء من جميع الفئات العمرية نسبة 55% من الحالات في حين تشكل الشابات المتراوحة أعمارهن بين 15 و29 عام نسبة 45% منها.

بالرغم من العدد القليل نسبيا من حالات الإيدز فهذا لا يستدعي التغاضي والسكوت عنه ،بل يجب تشجيع حملات التوعية العامة من جميع الجهات المعنية، ونشر الوازع الديني خاصة بين فئة الشباب، إضافة إلى التوعية المرافقة للكشف الطبي على الحالات من جهة والتعجيل بالإجراءات العلاجية من جهة أخرى.كل ذلك لتحقيق نتائج ذات ديمومة في هذا المجال.

- الغاية الثانية إيقاف حدوث الملاريا والأمراض الوبائية الرئيسية الأخرى: لا يعد وباء الملاريا والسل من المشكلات الكبرى في معظم الدول العربية إلا أنه تم تسجيل العديد من الحالات في كل من جزر القمر الصومال ، السودان، موريتانيا وجيبوتي.وتتطلب جميع هذه الدول جهودا أكثر تركيزا وحملات توعية ضد هذه الأمراض وغيرها.

الهدف السادس: ضمان الاستدامة البيئية:

- الغاية الأولى:دمج التنمية المستدامة في سياسات الدولة وبرنامجها وعكس الاتجاه في خسارة الموارد البيئية: لقد تبنت خمس دول عربية استراتيجيات لحماية البيئة ولا تتجاوز نسبة الأراضي المخصصة لحماية التنوع الإحيائي ال5% من المساحة الإجمالية في معظم الدول العربية.

ويسجل الغطاء النباتي أدنى حد له ب1% من إجمالي المساحة في كل من قطر والسعودية واليمن،وأعلى حد لها بنسبة ربع المساحة الإجمالية كما هو الحال في السودان. واستطاعت كل من تونس، الإمارات العربية المتحدة توسيع رقعة الغابات فيها خلال تسعينيات. ويبقى الغطاء النباتي الغابي مهدد في كل من جزر القمر الصومال والسودان.

وقد أسفر النمو الاقتصادي عن زيادة معدلات انبعاث غاز ثاني أكسيد الكربون مما أثر سلبا على نوعية الهواء، علما أن هذه الزيادة في معدل انبعاث الغازات (المعدل/للفرد)كانت مأساوية في قطر على وجه الخصوص.

ولكن العامل المشجع هو انخفاض معدلات الغازات المستنزفة لطبقة الأزون في معظم الدول العربية، حيث شهدت ليبيا التحدي الأكبر في هذا المجال.

- الغاية الثانية: خفض نسبة الأفراد العاجزين عن التأمين المستدام لمياه الشرب الآمنة الاستعمال إلى النصف بحلول عام 2015م، وتشير البيانات المتوفرة لعدد محدود من الدول العربية، أن المنطقة في وضع يؤهلها لتحقيق هذه الغاية خاصة في كل من لبنان وجيبوتي اللتان حققتا تغطية كاملة في المناطق الريفية، وتتقدم كل من جزر القمر والسودان ومصر نحو تحقيق ذلك عام 2015م. أما في المناطق الحضرية فقد حققت كل من لبنان ، السعودية والأردن التغطية الكاملة، وتعمل كل من مصر والسودان والمغرب وجزر القمر في المسار المطلوب لتحقيق ذلك عام 2015م.

الهدف السابع: تطوير الشراكة العالمية للتنمية

- الغاية الأولى: المزيد من التطوير في النظام التجاري والمالي المنفتح والمتوقع السلوك ويشمل ذلك الالتزام بالحكم الصالح والتنمية وتخفيض الفقر على المستوى الوطني و الدولي.
- الغاية الثانية: معالجة الاحتياجات الخاصة للدول الأقل نموا، ويشتمل ذلك على: تحرير التعريفات والحصص لصادرات الدول الأقل نموا ودعم برامج تخفيف الدين للدول الفقيرة القابعة تحت شدة الدين وإلغاء الديون الثنائية الرسمية ومحاولة جعل المديونية قابلة للتحميل على الأمد الطويل والزيادة السخية للمساعدات الرسمية للتنمية في الدول الملتزمة بخفض الفقر.
- الغاية الثالثة: تطوير وتطبيق خطط لإيجاد فرص عمل لائقة ومنتجة للشباب بالتعاون مع الدول النامية.
- الغاية الرابعة: تأمين الحصول على الأدوية الأساسية في الدول النامية بتكلفة معقولة وذلك بالتعاون مع المنشآت المصنعة للأدوية.
- الغاية الخامسة: تعميم فوائد التقنيات الحديثة، لاسيّما تلك المتعلقة بمجالي المعلومات والاتصال، وذلك بالتعاون مع القطاع الخاص.[1]

[1] الأهداف التنموية للألفية في البلدان العربية .www.un.org. 2004,le:02/04/2009.10:21mn بتصرف.

المطلب الخامس: أبعاد التنمية ومبادئها

مما تقدم يتضح لنا بأن مفهوم التنمية يتضمن أبعاد مختلفة ومتعددة وتشمل:

1- البعد المادي (الاقتصادي): يستند هذا البعد على حقيقة أن التنمية هي نقيض التخلف وبالتالي فالتنمية تتحقق من خلال التخلص من سمات التخلف و كتساب الخصائص السائدة في الدول المتقدمة. والمفهوم المادي للتنمية يبدأ بتراكم قدر من رأس المال الذي يسمح بتطوير التقسيم الاجتماعي للعمل، أي التحول من الصناعة اليدوية إلى الصناعة الآلية على النحو الذي تحقق السيادة في الإنتاج السلعي وتكوين السوق الداخلية، وهذا ما يعرف بجوهر التنمية الذي تحتاجه الدول النامية للخروج من تخلفها الاقتصادي.

واربط مفهوم التنمية بالتصنيع ارتباطا وثيقا لأن عملية التصنيع تؤدي إلى تنويع الهيكل الإنتاجي ولهذا فإن مفهوم التنمية هي المفهوم الشامل والواسع لعملية التصنيع[1]. وعموما تشتمل البعد الاقتصادي على النمو الاقتصادي المستديم، كفاءة رأس المال، إشباع الحاجات الأساسية والعدالة الاقتصادية.[2]

2- البعد الاجتماعي: لا شك أن الجانب الاقتصادي للتنمية ذو صلة وثيقة بجوانب الحياة الأخرى في المجتمع وهي الجوانب الاجتماعية والثقافية و السياسية، و قد ترتب على توسيع مفهوم التنمية المرادفة بين التنمية والتحديث Modernization. والتحديث عملية التحول نحو الأنماط المتطورة كما حصل في دول أوروبا الغربية وأمريكا الشمالية بين القرنين السابع عشر والتاسع عشر الميلادي.

ومفهوم التنمية الجديد على وفق هذا المنظور تعبر عنه مؤشرات مادية وغير مادية تشمل التقدم التكنولوجي السريع، زيادة الإنتاج المادي، ارتفاع معدلات الإنتاجية، سرعة الانتقال الجغرافي، سرعة الاتصال، زيادة السكان والتحضر، زيادة الخدمات الإنتاجية والاجتماعية وإعادة تشكيل الأنظمة الاجتماعية والقيمية بهدف التكيف مع

[1] مدحت قرشي: مرجع سبق ذكره. ص:131-132.
[2] عثمان غنيم محمد، ماجدة أبو زنط: مرجع سبق ذكره. ص: 39.

متطلبات المجتمع الجديد.[1] أما جوانب البعد الاجتماعي فهي: المساواة في التوزيع، الحراك الاجتماعي، التنوع الثقافي واستدامة المنشآت[2]. كما تتمثل في تغيرات في الهياكل الاجتماعية واتجاهات السكان والمنشآت القومية وتقليل الفوارق في الدخول واجتثاث الفقر المطلق. وأصبح هدف التنمية كما أشرنا سابقا هو إشباع الحاجات الأساسية، وبهذا تغيرت فلسفة التنمية من كونها مستديمة إلى النمو إلى الفهم المستند إلى الحاجات الإنسانية. وبذلك أصبحت التنمية تنمية الأفراد.

3- البعد السياسي: إن انتشار فكرة التنمية عالميا جعل منها إيديولوجية، أين حلت معركة التنمية محل معركة الاستقلال. فالتنمية تشترط التحرر والاستقلال الاقتصادي. ويتضمن البعد السياسي للتنمية التحرر من التبعية الاقتصادية إلى جانب التبعية الاستعمارية المباشرة. فإذا كان الواقع قد فرض على الدول النامية الاستعانة بالمصادر الأجنبية من رأس المال والتكنولوجيا، إلا أن هذه المصادر يجب أن تكون مكملة للإمكانيات الداخلية الذاتية، بحيث لا تقود إلى السيطرة على اقتصاديات الدول النامية.

4- البعد الدولي للتنمية: إن فكرة التنمية والتعاون الدولي في هذا المجال قد فرضت نفسها وقادت إلى تبني التعاون على المستوى الدولي إلى جانب ظهور الهيئات الدولية كالبنك الدولي، صندوق النقد الدولي. ولهذا فقد أطلقت الأمم المتحدة في سنة 1961م تسمية عقد التنمية الأول، والذي استهدف تحقيق معدل للنمو الاقتصادي يبلغ 7%. كما شهد عقد الستينات نشأة منظمة الغات GATT الاتفاقية العامة للتجارة والتعريفة الجمركية، وكذا منظمة الأنكتاد UN CTAD مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية، وتهدف هذه المنظمات جميعا إلى تحقيق علاقات دولية أكثر تكافؤا. ثم جاء عقد التنمية الثاني للفترة 1970-1980م مستهدفا معدلا للنمو سنويا يبلغ 6%. إلا أن مساعي كل هذه الجهات لم تفلح قي تحقيق أهدافها الأساسية من جهة نظر الدول النامية. لذا فمن الملاحظ أن معدل تفاوت الدخول بين الدول الفقيرة والغنية في اتجاه متزايد إلى حد اليوم.

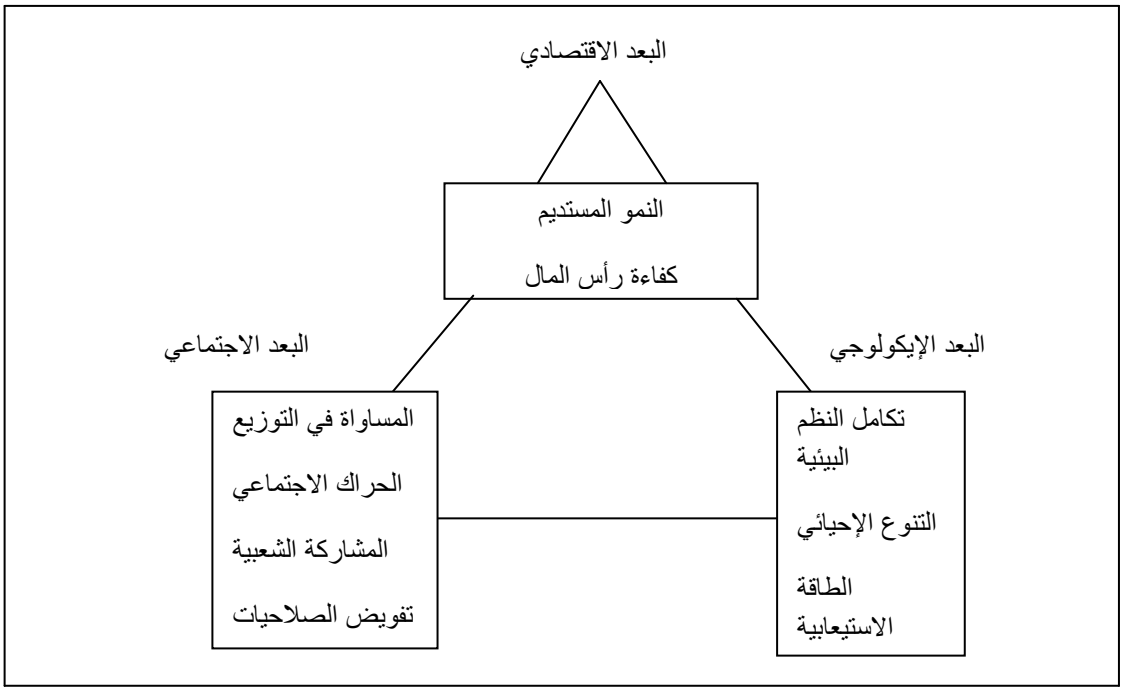
[1] مدحت قرشي: مرجع سبق ذكره. ص:132.
[2] عثمان غنيم محمد، ماجدة أبو زنط: مرجع سبق ذكره. ص:40.

5- البعد الحضاري: يعتبر البعض أن التنمية بمثابة مشروع نهضة حضارية، فهي ليست مجرد عملية اقتصادية تكنولوجية، بل هي عملية بناء حضاري تؤكد فيه المجتمعات شخصيتها وهويتها الإنسانية.[1]

6- البعد البيئي: و يشمل هذا البعد النظم الايكولوجية، طاقة التنوع البيولوجي، الإنتاجية البيولوجية، القدرة على التكيف.

والتنمية المستديمة كما تبين سابقا لا تركز على الجانب البيئي فقط بل تشتمل الجوانب الاقتصادية والاجتماعية، وهذه الأبعاد مرتبطة ومتداخلة ومتكاملة في إطار تفاعلي يتسم بالضبط والتنظيم والترشيد للموارد. ويمكن التعامل مع هذه الأبعاد على أنها منظومات فرعية لمنظومة التنمية المستدامة حيث تتكون كل منظومة فرعية من عدد من المنظومات الفرعية الأخرى أو عناصر أخرى. و الأشكال التالية توضح ذلك:[2].

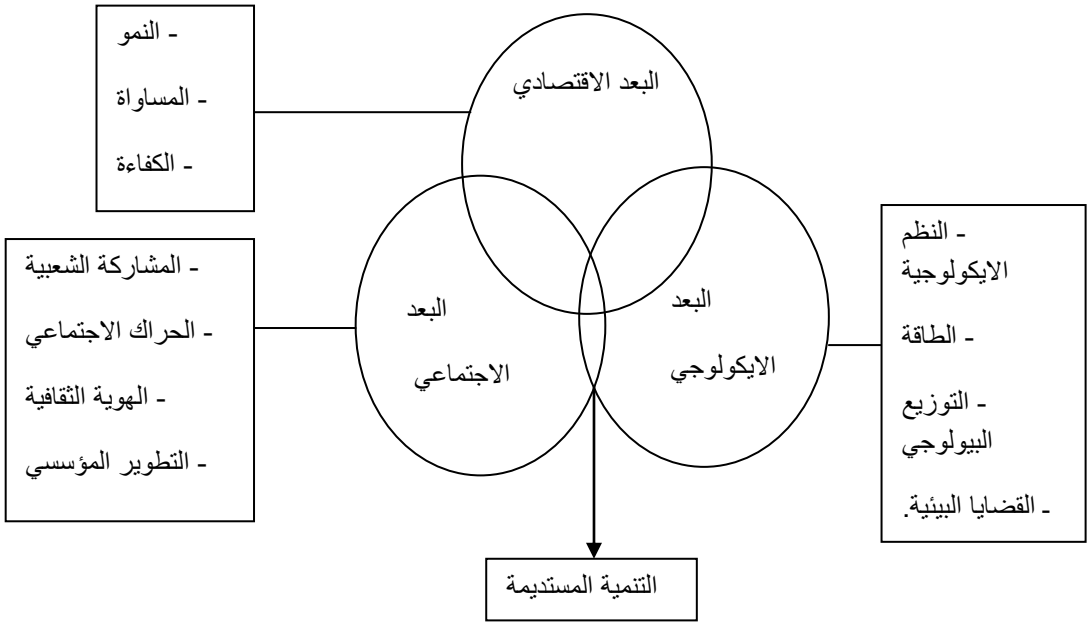
الشـــكل رقـم (1-05): ترابط أبعاد عملية التنمية



المصدر: عثمان غنيم محمد، ماجدة أبو زنط: "التنمية المستديمة فلسفتها و أساليب تخطيطها و أدوات قياسها". الطبعة الأولى. الأردن. عمان 2007م. ص: 41.

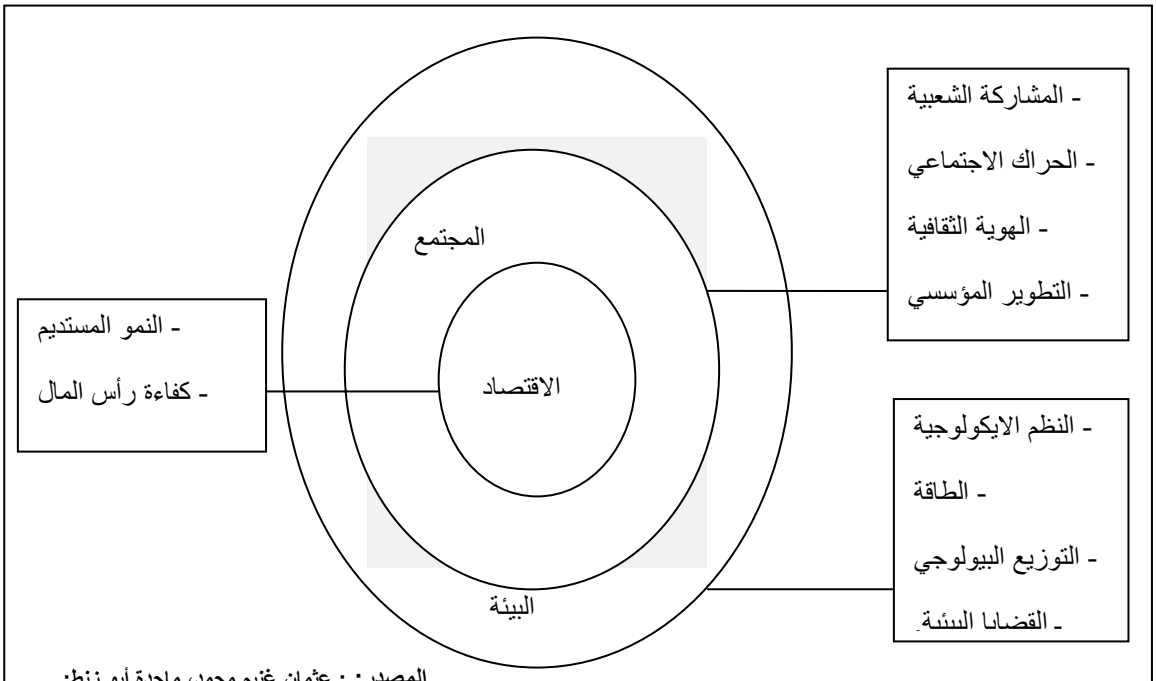
[1] مدحت قرشي. مرجع سبق ذكره. ص: 132 إلى 134.
[2] عثمان غنيم محمد، ماجدة أبو زنط. مرجع سبق ذكره. ص: 39-40.

الشـــكل رقــم (1-06): تداخل أبعاد عملية التنمية



المصدر: عثمان غنيم محمد، ماجدة أبو زنط:
"التنمية المستديمة فلسفتها و أساليب تخطيطها و أدوات قياسها". الطبعة الأولى. الأردن. عمان 2007م. ص:42.

الشـــكل رقــم (1-07): تكامل أبعاد عملية التنمية



المصدر: : عثمان غنيم محمد، ماجدة أبو زنط:
"التنمية المستديمة فلسفتها و أساليب تخطيطها و أدوات قياسها". الطبعة الأولى. الأردن. عمان 2007م. ص:43.

أما بالنسبة لمبادئ التنمية المستديمة فيجب أولا فهم العلاقة بين النمو من جهة والبيئة بما تحتويه من موارد من جهة أخرى على أنها علاقة تكاملية، ذلك أن تحقيق نمو اقتصادي يعتمد على حماية البيئة ويحتاج لوجود موارد، وإذا ما كانت هذه الموارد مدمرة أو مستنزفة فإنه لا يمكن أن يتحقق النمو بالكم والكيف المطلوب. كذلك فإن المحافظة على الموارد واستغلالها بشكل عقلاني يسهم في حصول النمو الاقتصادي، وهذا يعني أن الجهود الموجهة لحماية البيئة تعزز من حماية التنمية واستمرارها. إن هذه العلاقة بين البيئة والنمو هي التي حددت المبادئ الأساسية التي قام عليها مفهوم التنمية المستديمة ومحتواها:

1- استخدام أسلوب النظم في إعداد وتنفيذ خطط التنمية المستدامة:

يعد أسلوب النظم Systems Approoch شرطا أساسيا لإعداد وتنفيذ خطط التنمية المستديمة وذلك من منطلق أن البيئة الإنسانية بشقيها الطبيعي والبشري ما هي إلا نظام فرعي صغير من النظام الكوني ككل، وأن أي تغيير يطرأ على محتوى وعناصر أي نظام فرعي مهما كان حجمه ينعكس ويؤثر تأثيرا مباشرا في عناصر ومحتويات النظم الفرعية الأخرى. لذلك تعمل التنمية المستديمة من خلال هذا الأسلوب على ضمان تحقيق توازن النظم الفرعية بشكل يفضي إلى ضمان توازن بيئة الأرض عامة.

ويمكن القول أن هذا الأسلوب هو أسلوب متكامل يهدف للمحافظة على حياة المجتمعات من خلال الاهتمام بجميع جوانبها دون أن يتقدم جانب على حساب الجوانب الأخرى أو يؤثر فيها بشكل سلبي، فالمشاكل البيئية ترتبط إحداها بالأخرى، فاجتثاث الغابات والأحراش مثلا يؤدي إلى سرعة تدفق المياه السطحية وهذا بدوره يزيد من انجراف التربة وتعريتها. ومن جانب آخر فإن مشكلات البيئية مرتبطة بأنماط التنمية الاقتصادية، فالسياسات الزراعية المطبقة في كثير من الدول هي المسئول المباشر والرئيس في تدهور التربة اجتثاث الغابات، وهكذا.

2- المشاركة الشعبية:

إن التنمية المستديمة عبارة عن ميثاق يقر بمشاركة الجهات ذات العلاقة في اتخاذ القرارات الجماعية من خلال الحوار، خصوصا في مجال تخطيط التنمية المستديمة ووضع السياسات وتنفيذها. فالتنمية المستديمة تبدأ في المستوى المكاني المحلي، أي مستوى التجمعات السكانية سواء كانت مدنا أم قرى؛ هذا يعني أنها تنمية من الأسفل Development from below يتطلب تحقيقها بشكل فاعل توفير أسلوب مناسب من أساليب اللامركزية التي تمكن الهيئات الرسمية والشعبية بشكل عام من المشاركة في خطوات إعداد وتنفيذ ومتابعة خططها. ولعل الأسباب التي جعلت من التنمية المستديمة تنمية من أسفل تبدأ من المستوى المحلي فالإقليمي فالوطني تكمن في الدور المتعاظم للحكومات المحلية والمجلس البلدية والقروية في التي تصدر يوميا عشرات القرارات التي تخدم حاجات وأولويات المجتمع المحلي وفيما يلي ذكر بعض النقاط التي تصب في هذا الدور:

- تستطيع الحكومات أو المجالس المحلية الحد من الزيادة في ارتفاع درجة حرارة الأرض، من خلال إيجاد أنماط فعالة لاستخدامات الأراضي، وتحسين نظم المواصلات وتطوير برامج خاصة بترشيد استهلاك الطاقة وتخفيض استهلاك مشتقات النفط ، للحد من مشكلات التلوث والازدحام المروري، كتشجيع الأفراد على استخدام وسائط النقل العام والاستثمار في نظم المواصلات وإنشاء شبكات طرق فعالة والتخفيض في النفقات المرصودة لهذا الغرض، ما يؤدي إلى زيادة قدرة الهيئات المحلية الاستثمارية مما يساعد على تحسين نوعية حياة الأفراد.

- الحكومات والمجالس المحلية مسئولة عن إدارة ومعالجة النفايات البيئية والتجارية والصناعية. فبدل القيام بحرق النفايات أو بإلقائها في المحيط والأنهار، أو بتصديرها، أصبحت الهيئات المحلية معنية بتطوير برامج خاصة لتقليل كمية النفايات[1] مثل: ابتكار وسائل وأخذ بمعايير تسهم في تقليل حصة الطاقات والموارد المستعملة الغير قابلة للتدوير،وتشجيع المقاييس والمعايير الهادفة لتدوير وإعادة التصنيع والتقليل من النفايات المترتبة عن المنشآت. إضافة إلى معرفة الدور الذي يلعبه النقل تأثيراته على البيئة.[2]

[1] عثمان غنيم محمد، ماجدة أبو زنط: مرجع سبق ذكره. ص: 30 إلى 32.
[2] Charte du tourisme durable, p:105,www.comite 21.org. le: 17/05/2009 à 11:58m.

المبحث الرابع: التنمية السياحية

المطلب الأول: تعريف التنمية السياحية و تطورها:

حتى وقت قريب كان تناول موضوع السياحة ودراستها كصناعة مستقلة ولم يتناوله الباحثون من منظور التنمية إلا مؤخرا، أين برز الاهتمام بدور السياحة في تنمية اقتصاديات الدول وخاصة النامية منها. كحال الباحث Krapf عام 1961م الذي تطرق إلى موضوع التنمية السياحية من خلال طرح تساؤلات بخصوص الدور الذي يمكّن السياحة من الإسهام في تنمية اقتصاديات الدول النامية. وقد رأى أن التنمية السياحية يمكنها أن تكون إحدى الوسائل التي تساعد على تقدم الدول النامية من خلال استغلال مواردها الطبيعية، وتوفير قاعدة اقتصادية وفرص عمل واعتدال ميزان المدفوعات ومجموعة من الفوائد الاجتماعية.

فالتنمية السياحية أصبحت تمثل أحد قطاعات التنمية بمفهومها الشامل شأنها في ذلك شأن التنمية الصناعية والزراعية وغيرها. وينظر لها الآن على أنها قطاع إنتاجي يعتمد على المقومات المتوافرة للدولة لتنمية السياحية قادرة على منافسة القطاعات الإنتاجية الأخرى.[1]

وقد تعددت التعريفات الخاصة بمصطلح التنمية السياحية ونذكر من بينها:

– التنمية السياحيةهي توفير تسهيلات وخدمات لإشباع حاجات السياح، وتشمل جميع الجوانب المتعلقة بالنشاط السياحي (الاقتصادية ، الثقافية، الاجتماعية).[2]

– يقصد بالتنمية السياحية هي العملية التي بموجبها يتم تطوير القطاع السياحي، على وجه العموم.[3]

[1] نسرين رفيق اللحام: مرجع سبق ذكره. ص: 44-45.
[2] سيار زوبيدة: مرجع سبق ذكره. ص: 79.
[3] خرفي خالد: " الصناعة الفندقية و دورها في تحقيق التنمية الاقتصادية دراسة حالة فندق الأوراسي". رسالة ماجستير جامعة الجزائر. سنة 2002-2003م. ص 37.

– وتعرف التنمية السياحية بكونها التكامل الطبيعي والوظيفي بين كافة عناصر الطبيعية والبيئية المتاحة والموجودة إضافة إلى الخدمات والتيسيرات والمرافق التي تساعد على إقامة المشروعات والاستثمارات بهدف الاستغلال الأحسن لعناصر المنتج السياحي.[1]

وقد تطورت تعريفات التنمية السياحة، حيث كانت تقتصر على مجرد توفير للتسهيلات والخدمات والارتقاء بها لإشباع حاجات ورغبات السياح ، إلا أن مثل هذه التعريفات باتت غير مقبولة.فهي تعطي نظرة غير واسعة للتنمية السياحية وتقتصر على تنمية العرض السياحي المستند إلى بنية الفوقية دون أن يدخل في الاعتبار أن هذه الأخيرة تتأسس على بنية تحتية كامنة سبق إعدادها وتنميتها لصالح أفراد هذه الدولة.[2] كما يجب أن يمتد معنى التنمية السياحية ليشمل تنمية الطلب إلى جانب العرض لتحقيق التلاقي بينهما لإشباع رغبات السائحين والوصول إلى أهداف قومية محددة [3] موضوعة سلفا لتكون معيارا لقياس درجات التنمية السياحية المطلوبة.[4]

فالتنمية السياحية هي أحد أساليب التنمية الاجتماعية الاقتصادية في الدولة عن طريق التزام التجانس والتوافق والتنسيق بين مختلف القطاعات الإنتاجية والخدمية لإحراز التقدم[5] في أسلوب الحياة ومستوياتها، وتحقيق الرخاء للأفراد. والعمل على تحقيق التنمية السياحية بالمعنى المتكامل هو هدف بحد ذاته، كما أنه مرحلة من مراحل تحقيق هدف أكبر منه ،وهو تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية والبيئية في الدولة.

ولكن تبعا لتوسع تبني السياحة كمدخل للتنمية وظهور تأثيراتها السلبية على الجوانب الاجتماعية والبيئية برزت الحاجة لإيجاد مداخل جديدة يتم من خلالها التعامل مع التنمية السياحية كمدخل التحكم في التنمية وتحقيق استمراريتها ومنع تدهورها.[6]

[1] محمود فوزي شعوبي: مرجع سبق ذكره. ص: 148.
[2] نسرين رفيق اللحام: مرجع سبق ذكره. ص: 42.
[3] وفاء زكي إبراهيم : مرجع سبق ذكره. ص: 340.
[4] نسرين رفيق اللحام: مرجع سبق ذكره. ص: 42.
[5] وفاء زكي إبراهيم: مرجع سبق ذكره. ص: 341.
[6] نسرين رفيق اللحام: مرجع سبق ذكره. ص: 42 إلى 44.

ويعتبر الدكتور أحمد الجلاد "أن التنمية السياحية يجب أن يشمل تنمية العلاقات بين عوامل العرض والطلب ويتم الحكم على نجاح العملية التنموية من خلال ما تحققه من إشباع لحاجات الأفراد. كما أنها تمثل مختلف البرامج التي تهدف إلى تحقيق الزيادة المستمرة والمتوازنة في الموارد السياحية وتعميق وترشيد الإنتاجية في القطاع السياحي. وهي عملية مركبة متشعبة تضم عدة عناصر متصلة ومتداخلة مع بعضها بعض. وتقوم على محاولة علمية وتطبيقية للوصول إلى الاستغلال الأحسن لعناصر الإنتاج السياحي الأولية وذلك من خلال إطار طبيعي وحضاري والمرافق الأساسية العامة والسياحة المعتمدة على التقدم العلمي والتكنولوجي، وربط كل ذلك مع عناصر البيئية واستخدامات الطاقة المتجددة وتنمية موارد الثروة البشرية لتقوم بدورها المرسوم في برامج التنمية."[1]

حيث تعتبر التنمية السياحية المستديمة في جوهرها عملية تغيير يكون فيها: الاستغلال للموارد والاتجاه بالاستثمار والتطوير التكنولوجي، في حالة انسجام وتناغم و العمل على تعزيز إمكانية الحاضر و المستقبل لتلبية الحاجات الأساسية للسياح.[2] فالتنمية السياحية بدون حماية للموارد البيئية (القواعد الأساسية للتنمية) ينتج عنها مردودات ايكولوجية سيئة تهدد مسيرة التنمية السياحية ذاتها.

ومع تبني هذا المفهوم أدركت العديد من الدول خاصة الأوروبية منها أنه لابد من إيجاد شكل جديد من السياحة أو سياحة بديلة، تكون أكثر صداقة مع البيئة الطبيعية والمادية للمناطق السياحية فظهرت السياحة البديلة السياحة الخضراء، السياحة الموجهة نحو المجتمع السياحة الأخلاقية والسياحة المسئولة.

وقد عرفت منظمة السياحة العالمية WTO عام 2001م التنمية السياحية المستدامة على أنها: "تلك التي تلبي احتياجات السياح الحاليين والمناطق المضيفة، مع حماية البيئة ودعم الفرص للمستقبل. وهي تصور يؤدي إلى إدارة جميع الموارد بطريقة يمكن معها تلبية الاحتياجات الاقتصادية والاجتماعية والجمالية، مع الحفاظ على التكامل الثقافي وأنظمة دعم الحياة "

[1] عبد الإله أبو عياش، حميد عبد النبي الطائي: مرجع سبق ذكره. ص: 19-20.
[2] أحمد الجلاد: "التنمية و الإعلام السياحي المستدام". عالم الكتاب. القاهرة مصر. 2003م. ص:154 إلى 156.

وفي إطار المفهوم الأوسع للسياحة المستدامة يمكن اعتبار المنتج السياحي في المنطقة السياحية هو نتيجة التفاعل بين المناطق المضيفة بسكانها وعاداتها وصناعة السياحة والسياح.ولإيجاد أعمال سياحية ناجحة فإن الأطراف المعنيين جميعا يتوجب عليهم تبني مفهوم الاستدامة.

ومن جهة أخرى يعتبر إرضاء السائح هو العامل الهام لنجاح السياحة ، بالإضافة إلى الحفاظ على موجودات المنطقة والتي هي العامل الرئيسي لزيارة السائح لها ورضائه. ويمكن تعريف رضاء السائح على أنه القدرة على الجذب السياحي أكثر فأكثر أو على الأقل الحفاظ على نصيب المنطقة من السوق السياحي. ويجب التنويه إلى أن أي نشاط سياحي كان أم اقتصادي أو تجاري، فهو يهدف إلى الاستمرارية والبقاء في السوق أما تلبية حاجات السائح أو الزبون ما هي إلا وسيلة لتحقيق هذا الهدف. ويرتبط رضاء السائح في المنطقة السياحية إلى حد بعيد بالتبادل الثقافي مع المجتمعات المحلية في منطقة القصد.

وتتباين مدى أهمية تلبية احتياجات السياح والمجتمع المحلي، حيث يمكن أن توجه التنمية بشكل كلي لتلبية احتياجات السياح وذلك في المناطق النائية والتي لا تتوفر على التفاعل مع المجتمع المحلي. وهذا النوع من التنمية يلاءم أنواع السياح غير المهتمين بالتفاعلات الثقافية. ويمكن أن تؤدي هذه التنمية إلى سياحة مستديمة بالرغم من أنها موجة إلى فئة قليلة. أما في حالات تواجد المجتمعات المحلية في المنطقة السياحية، وحيث يهتم السائح بالتفاعل الاجتماعي والثقافي مع المجتمع المضيف كجزء من تجربته السياحية، فإنه يجب استهداف السوق السياحي المناسب، حيث يمكن أن تتقابل احتياجات السياح والمحليين وتتلاءم لمدى معين. وهنا يمكننا القول بأن صناعة السياحة توجه نحو السائح والتنمية توجه نحو المحليين. وهذا هو التوازن الذي تهدف إليه التنمية السياحية المستدامة.[1]

وهناك من يعد تحديد رغبات خطوة مهمة لتنظيم السياسات الملائمة والتخطيط وكذا للقيام بإجراءات الوقاية لتجنب أو محاولة تخفيض وتقليص التأثيرات الغير مرغوب فيها في المحيط (Preece and Ostrezee ،2000).

[1] نسرين رفيق اللحام: مرجع سبق ذكره. ص: 45-46 و56-57.

والجهات المسئولة يجب أن تعزز الوعي بحاجات ورغبات السياح في السفر، واستثمار الأساليب والطرق الجيدة للوصول إلى ما تهدف إليه التنمية المستدامة. بشرط استرجاع الموارد البيئية، وتعيين المعالم الطبيعية الأساسية أو مظاهر القصد السياحي التي تجذب السياح، وكل ذلك من دون تعريض الموارد الطبيعية للخطر.[1]

وإذا طرح السؤال التالي: من المسئول عن التنمية السياحية؟. فستكون الإجابة كالتالي:

إن كل الجهات المحلية والوطنية والإقليمية والدولية المعنية بالسياحة هي معنية بالتنمية السياحية. فسيرورة السياحة المستديمة يجب أن تشترك فيها مجموعة من العوامل والجهات:

- على الجانب الدولي: الأمم المتحدة، المنظمة العالمية للسياحة،المنظمة العالمية للعمل والمنظمة العالمية للتجارة.
- هياكل البلد المصدر للسياح: مكاتب السفر، التجمعات السياحية، الجهات المسئولة عن النقل السياحي.
- الهياكل المستقبلة للسياح: وكالات السياحة والسفر، الفنادق، أصحاب الملكيات الخاصة بمرافق الإيواء والإقامة، متعهد النقل السياحي، أصحاب المطاعم، المقاولين الفرديين: مثل (المرشدين السياحيين أصحاب سيارات الأجرة).
- هياكل الدولة المستقبلة: التنظيم، البنى التحتية، النظام المالي، الاستثمارات السياحية.
- مجموعات الدولية للتكامل العمودي: منشآت البناء والأشغال العمومية، منشآت التهيئة والعمران والمنشآت الخدمية.
- الجماعات المحلية: التجمعات الحضرية، القروية، التجمعات العرقية والثقافية.
- السياح: كالأفواج، السياحة الفردية، السياحة العائلية، سياحة الأعمال [2].

- [1] Leinda Marcado and James P.Lassoie "Assessing Tourists' preferences for recreationl and environmental management programs central to the sustainable development of tourism area in the Dominican republic", www. Energy and environment. V NDP.org, le: 23/03/2008 à 09:08h.
- [2] Tourisme et développement durable, fiche info,.www.smap.ue. le:17/05/2009 à 12:10.

المطلب الثاني: مكونات التنمية السياحية ومحددات آثارها:

الفرع الأول: مكونات التنمية السياحية:

يقترح كل من ماكنتاير و هيثرينغتون (Mckntyre and Hetherington,1992) التعمق في دراسة وتحليل العناصر المؤلفة للتنمية المستدامة في المقام الأول فهذان الباحثان تطرقا إلى جوهر المفهوم وتحليل أبرز الإنجازات التي تتحقق إذا ما تم استخدامها في الواقع. والأساس أن التنمية المستديمة ما هي إلا عملية محكمة فيها احترافية في إحكام السيطرة الكاملة على الهواء والماء والأرض، وعلى قيم ومبادئ ورؤى المجتمع. وتتضمن التنمية المستدامة ثلاثة عناصر أساسية:

أولا: النشاطات Activities: من أبرز النشاطات السياحية الأساسية للتنمية المستدامة عناصر الجذب السياحي [1] الطبيعية منها والأثرية والتاريخية والترفيهية بالإضافة إلى أماكن الإيواء ،التسهيلات السياحية المساندة كالمطاعم ومكاتب السياحة والسفر والنقل، خدمات البنية التحتية كالمياه والمجاري والكهرباء والاتصالات، الهيئات والجهات المنفذة للتنمية وتشمل القطاع العام والخاص معا.[2]

ثانيا: إن التنمية المستدامة تتطلب تخطيطا فعالا Active Planning ومتطلبات التنمية المستدامة تتضمن معلومات عن تأثيرات السياحة على البيئة الطبيعية والثقافية لمنطقة الجذب أو الدولة المضيفة، ولتحقيق ذلك فإنه من الضروري الحصول على معلومات من كافة قطاعات المجتمع، إضافة إلى ضرورة وجود نوع من التكامل والتفاعل بين المصادر الاقتصادية والاجتماعية، فالهدف الرئيسي للتنمية المستدامة هو ضمان توزيع المنافع المتأتية من السياحة على المحليين بالدرجة الأولى.[3] كما أن التخطيط يعتبر ضروريا بل حاسما لضمان عدم حدوث مؤثرات سلبية على تركيبة الدولة المضيفة . وفي حالة حصول أي خلل، فينبغي توفير الآلية اللازمة لمعالجته بفعالية، وإجراء تعديلات هيكلية والسلوكية Structural and behavioral changes.

[1] حميد عبد النبي الطائي: "أصول صناعة السياحة" مرجع سبق ذكره. ص: 356-357.
[2] عثمان غنيم محمد، بنيتا نبيل سعد: " التخطيط السياحي ". الطبعة الثانية.. مرجع سبق ذكره ص: 45-46.
[3] حميد عبد النبي الطائي: "أصول صناعة السياحة". مرجع سبق ذكره. ص: 357.

ثالثا: المخرجات:من بين المخرجات الناتجة عن عملية التنمية المستديمة نذكر:

- حماية وتعزيز البيئة الطبيعية والثقافية للمنطقة السياحية، والذي ينعكس بالإيجاب على السكان المحليين من جهة وعلى رضاء السياح من جهة أخرى.
- التحسينات التي تطرأ على البنى التحتية في الدولة المضيفة .[1] وكل الآثار الإيجابية .

الفرع الثاني: محددات التنمية السياحية

هناك العديد من العناصر والعوامل التي يجب مراعاتها لتحقيق التنمية السياحية المستدامة:

أ- محددات آثار التنمية السياحية على البيئة العمرانية: يمكننا حصرها فيما يلي:

1- نوعية الطلب السياحي: فالأفواج السياحية التي تستخدم وسائل النقل تؤثر على الموارد الطبيعية والتاريخية خاصة نتيجة الملوثات التي تنبعث من الحافلات السياحية وما تسببه من ازدحام في المنطقة، أما السياح الأفراد فتكون تأثيراتهم على هذه المنطقة أقل تبعا لأعدادهم المحدودة، ويمكن أن تستوعبهم المنطقة دون إحساس السكان المحليين بالازدحام.

2- حجم الطلب السياحي: كلما زاد عدد السياح في منطقة القصد زادت نسبة الازدحام في المنطقة وفرصة تدهورها.

3- موقع الخدمات السياحية وحجمها: فالخدمات السياحية التي يتم إنشاؤها بالقرب من المباني التراثية مثلا، تعمل على تغيير الصورة البصرية التاريخية للمنطقة. والخدمات ذات المقياس الكبير يكون تأثيرها على الصورة البصرية للمنطقة أكبر من الخدمات السياحية ذات المقياس الصغير والمتناسب مع مقياس المباني في المنطقة، كما يؤثر حجم الخدمات على الصرف الصحي.

[1] حميد عبد النبي الطائي:" أصول صناعة السياحة". مرجع سبق ذكره. ص: 358.

4- درجة حساسية الموارد السياحية الطبيعية والتاريخية والتراثية: فالمباني التراثية المتهالكة والتي تعود لعصور قديمة تكون أكثر عرضة للتدهور وتكون التأثيرات عليها غير مسترجعة.

5- حجم شبكات النقل في المنطقة وطاقتها الاستيعابية: فكلما زاد حجم شبكة النقل كلما كانت قدرتها على استيعاب نشاطات السياح والخدمات السياحية أكبر، إضافة إلى أنشطة الأفراد المحليين وأصحاب الأنشطة الاقتصادية في المنطقة.

6- درجة كفاءة شبكة البنية التحتية: فكلما زاد توفر المياه النقية و ان نظام الصرف الصحي ونظام التخلص من المخلفات يعمل بكفاءة كلما زادت القدرة على استيعاب متطلبات الخدمات السياحية.

ب- محددات آثار التنمية السياحية على البيئة الاقتصادية: ويمكن حصرها فيما يلي:

1- الطلب السياحي:حيث يتباين حجم الدخل المادي للمنطقة من السياحة تبعا لمصادر الطلب وشرائح السوق السياحي والمتغيرات التي قد تطرأ على السوق السياحي أو المنطقة؛ فإن ظهور منتج سياحي جديد يمكن أن يجذب شرائح جديدة من السوق مع نمو الطلب على المنطقة. أما في حالة ظهور مناطق سياحية جديدة منافسة فيتسبب ذلك في تراجع الطلب على المنطقة.

2- موسمية الطلب: للتغيرات الموسمية في حجم الطلب أثر كبير على تقدير الآثار الاقتصادية للسياحة. فقد يؤدي ارتفاع الطلب السياحي على المنطقة في أحد المواسم إلى زيادة حجم المعروض من السلع والخدمات السياحية. أما في مواسم الركود قد لا تحقق الاستثمارات الإضافية عوائد اقتصادية تتيح استمرار وصيانة الاستثمارات الأساسية لحين بدء موسم الرواج السياحي مرة أخرى.

3- تقلبات الطلب السياحي: يعني أن الطلب السياحي ذو حساسية شديدة اتجاه العوامل والظروف الاقتصادية والاجتماعية والسياسية التي قد تحدث في المنطقة. مما قد يوجد احتمال حدوث انخفاض في حجم الحركة السياحية وبالتالي انخفاض في حجم الإيرادات السياحية وارتفاع حجم الخسائر.

4- الإنفاق السياحي: وهو مجموع إنفاق السياح على الخدمات والسلع وتشمل (الإقامة الإطعام، الجولات السياحية، أجور النقل والمواصلات، المشتريات والتسوق، الترفيه، ومستحقات منشآت السياحة والسفر وغيرها). وقد وجد (Archer,1972) أن نسبة الإنفاق السياحي كالتالي: المأكل (25-35%)- الإقامة (22-27%)- النقل(20-23%)- المشتريات(17-27%). كما وجد بعض الباحثين أن 60% من الإنفاق السياحي يذهب إلى الإقامة والمطاعم الفندقية. ويتم معرفة الإنفاق السياحي عادة عن طريق تقدير المتوسط الإنفاق اليومي للسائح بواسطة البحوث الميدانية بأسلوب العينات للوصول إلى قيم واقعية.

ويتأثر حجم الإنفاق ونمطه بعوامل عديدة أهمها مستوى الاقتصادي للسائح، جنسيته سلوكه الإنفاقي أنشطته، نوع إقامته ومدتها، نوع السياحة (ترفيهية، ثقافية...)، نوعية السياح (زائرين ، مقيمين في الفندق). كما يتأثر حجم الإنفاق السياحي بخصائص المنطقة ومدى توفير وتنوع في جاذبية الموارد والخدمات السياحية، كتوفر المنطقة على المحلات التجارية ووسائل الترفيه مثلا.

5- التسرب النقدي: وجد حديثا أن الفوائد الاقتصادية التي تجنيها الدول النامية من صناعة السياحة هي أقل مما يعتقد، فتبعا لدراسات البنك الدولي فإن 55 سنتا من كل دولار ينفقه السائح في الدول النامية تتسرب مرة أخرى للدول المتقدمة عن طريق السلع والعمالة المستوردة والجهات الأجنبية المشاركة في المشاريع السياحية.

6- مضاعف الإنفاق السياحي: يعتمد التأثير الاقتصادي للإنفاق السياحي على توزيع الدورة المبدئية لإنفاقات السائح على مختلف القطاعات (الإقامة الإطعام النقل و غيرها) بإضافة إلى تدفقات الأموال في الدورات الثانوية أو (مضاعف الإنفاق السياحي) فبينما تستفيد الخدمات والأنشطة السياحية من إنفاق السائح المبدئي فإن أنشطة اقتصادية أخرى تستفيد من الإنفاق الثانوي كتجار التجزئة والجملة، سوق العقارات، الإنشاءات والصناعات الخدمية. فعملية إعادة إنفاق الدخل من السياحة يوجد دخولا إضافية في المنطقة، على شكل أجور العاملين بالسياحة ومستلزمات الإنتاج أو في شكل استثمارات جديدة.

ويرتبط حجم مضاعف الإنفاق السياحي في منطقة القصد بقدرة الأنشطة السياحية على تكوين روابط مع الأنشطة المغذية لها.

ج- محددات آثار التنمية السياحية الاجتماعية والثقافية:

1- خصائص الاجتماعية والثقافية للسياح ونمط السياحة: تعتمد هذه الآثار على مدى الفرق الثقافي بين المحليين والسياح ونمط السياحة بالمنطقة. فالمجموعات السياحية المنظمة أقل اختلاطا بالمجتمع المحلي وقد تنحصر العلاقة بينهما في التعاملات المادية فقط ، أما السياح الذين ينظمون رحلاتهم بأنفسهم دون التقيد ببرامج محددة ويهتمون باكتشاف المنطقة والتفاعل مع أفرادها ومشاركتهم لحياتهم من خلال الجولات الحرة. هؤلاء يعملون على إحداث آثار ثقافية أكبر وخاصة في المناطق النائية. كما تأثر مدة إقامة السائح ولغته المشتركة مع المحليين على تحديد عمق التعامل وبالتالي التأثير على بعضهما البعض.

2- حجم الوجود المادي للسياح:يتوقف حجم الآثار الاجتماعية والثقافية للسياحة على موقف المجتمع المضيف تجاهها.والذي يتأثر بحجم تدفق الزوار مقارنة بحجم السكان المحليين. فعند نمو السياحة في المنطقة يصبح سكانها تحت ضغط متزايد لتنافسهم مع الغرباء(السياح) على الأماكن والموارد في مجتمعهم ومشاركتهم بيئتهم وثقافتهم. بالإضافة إلى ارتباط وجود أعداد كبيرة من السياح بانتشار الملكيات الأجنبية في المنطقة.

3- الخصائص الاجتماعية والثقافية للسكان المحليين: تعتمد كثافة واتجاه الآثار الاجتماعية والثقافية للسياحة على هذه الخصائص التي قد تتمثل في قوة ثقافة المجتمع المحلي، درجة عزلته عن الثقافات الغريبة، منظور رؤيته للغرباء مقدار الفخر الذاتي وقابليته لمواجهة التغيرات الثقافية. فالمجتمعات البدائية أو التي تعيش نظما وثقافات خاصة قد لا تستطيع مسايرة التغيير مما يسبب الانفصال بين النشاط السياحي والمجتمع ورفض السياحة.

4- نوع الاحتكاك بين السائح والمضيف : يتباين موقف أفراد المجتمع المضيف نحو السياحة تبعا لنوع ومستوى الاحتكاك بين السائح والمضيف من جهة ، وفعالية أو خمول المضيف تجاه السياحة من جهة ثانية. كما يرى

(Butler,1975). وإن تدخل المحليين في السياحة يعمل على تعظيم عوائدهم واستفادتهم منها بالتالي رؤيتهم الإيجابية لآثارها وتقليل استيائهم منها وتحمل ضغوطات السياحة مقابل المنافع الاقتصادية منها.فالمقاولين المحليين وأصحاب الأعمال التجارية و العاملين بالسياحة تكون مواقفهم أكثر ايجابية نحو السياحة استنادا لنتائج الباحث (Pizam,1978) .

5- الأهمية النسبية لصناعة السياحة للفرد والمجتمع: وهذا العنصر يعزز الذي قبله بحيث ترتبط أهمية السياحة النسبية بقدرة المضيفين على تحمل مشكلات المرور والازدحام وغيرها من المشكلات التي تولدها السياحة في مقابل العوائد والتوازنات التي توجدها. فالمجتمعات المضيفة قد ترفض بعض المظاهر السلوكية للسياح ولكنها تتحملها مقابل المنافع الاقتصادية المتوقعة، خاصة إذا كانت السياحة هي المصدر الرئيسي لاقتصاد المنطقة. ولكن في حالة وجود مصدر دخل بديل للمحليين مع تدني العائد من السياحة قد يتسبب في استياءهم ورؤية السياح على أنهم يتعدون على خصوصياتهم ويشاركونهم نشاطاتهم المحلية.

6- مدى انفصال الخدمات والأنشطة السياحية عن المناطق السكنية: يتباين موفق المجتمع المضيف نحو السياحة تبعا لمدى مشاركة السياح للمحليين ففي حياتهم الاجتماعية. يشير (Smith,1980) إلى أن مدى فصل الوظائف السياحية عن وظائف المجتمع وخدماته تحدد نظرة المحليين لتأثيرات السياحة على أنها إيجابية أو سلبية. فرؤية المحليين للسياحة تختلف تبعا لمسافة السكن من مركز المنطقة السياحية، وأن أكثر المتأثرين سلبا بالسياحة هم المقيمون بالقرب من الأنشطة السياحية.

7- مساحة الخدمات السياحية بالمنطقة: فتخصيص مساحات كبيرة من الأراضي للاستثمار السياحي يقلل الفرص المتاحة أمام المجتمع المحلي للتمتع بالمناطق العامة وخدماتها، مما قد يولد مشاعر سلبية اتجاه المشروعات السياحية.[1]

[1] نسرين رفيق اللحام: مرجع سبق ذكره. ص: 115 إلى 133.

المطلب الثالث: مبادئ وأهداف التنمية السياحية المستدامة:

الفرع الأول: مبادئ التنمية السياحية: وأهم هذه المبادئ:

- مبدأ المشاركة: إن مشروعات التنمية السياحية لا تفرض على أفراد المجتمع لذا فإنه من الأحسن أن تنبع من داخلهم حتى يتمكنوا من المشاركة فيها بكل إرادتهم، ويتم ذلك باستشارة الهيئات واللجان المحلية التي تكون بدورها قريبة من أفراد المنطقة وعارفة بطاقاتهم وتطلعاتهم واهتماماتهم وآرائهم.كما لابد أن يبدأ ذلك من خلال مرحلة التخطيط والإعداد ولا تقتصر مشاركتهم على مرحلة التنفيذ وذلك لإرساء الشعور بالمسئولية تجاه المشروع السياحي المخطط له، حتى تتم التنمية وتحقق النجاح بدرجة كبيرة.

فقد قامت التنمية في معظم دول العالم المتقدمة سياحيا على جهود فردية والاستثمار الخاص، ثم بدأت الحكومات في هذه الدول في التدخل عن طريق التشريع ووضع سياسة سياحية عامة لتفادي كل ما يمكن أن ينتج عن العلاقات السياحية كل ذلك عندما برزت الأهمية الاقتصادية والاجتماعية للسياحة الدولية.

- مبدأ تحديد الاحتياجات: يهتم أي مشروع تنموي باستخدام الموارد البشرية وغير البشرية المتاحة لتحقيق أهدافه، لذا يهتم الباحثون في مجال السياحة بتنظيم خطوات أي مشروع تنموي سياحي برسم خطة مناسبة ومتكاملة ومنظمة، بحيث تستغل فيها كل الموارد الاقتصادية والبشرية الممكنة. هذا ويكون المجتمع القومي على معرفة تامة باحتياجات المجتمع عامة وأن تضع في الاعتبار اختلافات بين المجتمعات. بإضافة إلى إحاطة بالاحتياجات الملحة والأقل إلحاحا والبعيدة المدى للمجتمع القومي ككل.
- المساعدة الذاتية: يعتمد هذا المبدأ على إتاحة الفرصة لأفراد المجتمع لمساندة أنفسهم واستشارة أهل التخصص والمعرفة منهم لتنمية مجتمعهم.

وتكون الدعوة لكل أفراد المجتمع الواعي، ويتم نشر دور هذا المشروع وخطته في حل المشكلة وما تتضمنه من استخدام الموارد البشرية والغير بشرية.

ويعتمد نجاح المساعدة الذاتية على الإسهامات التي تقدمها الحكومة، أو الهيئات سواء من ناحية التخطيط أو التنفيذ لبرامج التنمية ماديا وفنيا وتعتمد تلك المساعدات على نوع المشروع السياحي وموارد المجتمع وإمكانيات أفراده.[1]

1- الحفاظ على مستوى مرتفع من رضاء السائح، وضمان تجربة ذات معنى له، ترفع من وعيه بخصوص قضايا الاستدامة. فكما يشير Hunter 1995: "السائح هو محور أية تنمية سياحية ورضاؤه أساسي لنجاحها واستدامتها، ورضاء السائح يعني النجاح الاقتصادي للتنمية السياحية".[2] ويجب أن تنفذ التنمية السياحية ليس فقط على أساس تحقيق أكبر عائد اقتصادي ممكن، بل أيضا على أساس تحسين نوعية حياة الأفراد في المجتمع. وتحقيق التوازن بين رغبات وحاجات المحليين وحاجات ورغبات السياح، وذلك على أساس من المساواة.[3]

2- الحفاظ على العمليات الايكولوجية الأساسية والتنوع البيئي : فالبيئة هي الاهتمام الرئيسي للاستدامة، والبيئة والسياحة يرتبطان ارتباطا وثيقا ويدعم كلا منهما الآخر ولا يمكن للسياحة أن تقوم على قاعدة من الموارد المتداعية، كما أشار .Pearce 1993 .

3- ضمان العمليات الاقتصادية الحيوية على المدى الطويل، وتوفير منافع اجتماعية واقتصادية لكل المعنيين بالسياحة وتوزيعها بشكل عادل. فمعظم الحكومات تعمل على ترويج السياحة في المقام الأول من أجل المنافع الاقتصادية.

4- الاستدامة العمرانية: من خلال حماية وإحياء الموارد العمرانية التراثية ذات القيمة على المدى البعيد والحفاظ على خصائص المنطقة التاريخية التراثية المميزة، وحماية الهيكل العمراني للمنطقة من خلال تناسب حجم الأعمال السياحية مع طاقة استيعاب المنطقة.[4]

[1] وفاء زكي إبراهيم: مرجع سبق ذكره. ص: 333 إلى336 (بتصرف).
[2] نسرين رفيق اللحام: مرجع سبق ذكره. ص: 49.
[3] عثمان غنيم محمد، بنيتا نبيل سعد: " التخطيط السياحي" الطبعة الثانية. مرجع سبق ذكره. ص: 48.
[4] نسرين رفيق اللحام: مرجع سبق ذكره. ص: 49إلى 60.

الفرع الثاني: أهداف التنمية السياحية: وهي نوعان:

أ- الأهداف العامة: كل ما تعمل التنمية السياحية في الدولة على تحقيقه بصفة عامة مثل:

- الأهداف الاقتصادية وتشمل:
  - تحسين وضع ميزان المدفوعات.
  - تحسين التنمية الإقليمية وبالذات إيجاد فرص عمل جديدة في المناطق الريفية.
  - توفير خدمات البنية التحتية.
  - زيادة مستوى الدخل.
  - زيادة إيرادات الدولة.[1]
  - محافظة على تنمية نصيب الدولة من الأسواق السياحية.
  - جذب النقد الأجنبي للدولة وزيادة الدخل السياحي الإجمالي.
  - نشأة العديد من الصناعات القائمة على السياحة مثل (صناعة أجهزة المطابخ، المغاسل الغلايات صناعة السجاد والموكيت والأخشاب والصناعات الغذائية) [2] وذلك للتقليل من حجم استيراد هذه المنتجات.
- الأهداف الاجتماعية:
  - توفير تسهيلات الترفيه والاستجمام للمحليين.
  - حماية وإشباع الرغبات الاجتماعية للأفراد والجماعات.
- الأهداف البيئية وتتمثل في:
  - المحافظة على البيئة ومنع تدهورها ووضع إجراءات الحماية الدائمة لها.
  -

[1] غنيم محمد، بنيتا نبيل سعد " التخطيط السياحي" الطبعة الثانية. مرجع سبق ذكره. ص:47.
[2] وفاء زكي إبراهيم. مرجع سبق ذكره. ص: 341-342.

- الأهداف الثقافية والسياسية: أهمها
  - نشر الثقافات و زيادة التواصل بين الشعوب.
  - تطوير العلاقات بين الحكومات في الدول السياحية.

ولهذه الأهداف العامة خصائص يجب أن تتوفر فيها و هي:

– أن تكون أهداف واقعية بمعنى أنها يمكن إدراكها وتحقيق الاستخدام الأحسن للموارد الفنية والمادية والبشرية المتاحة.[1]

– أن تكون أهدافا شاملة أي تشكل من كل ما يراد تحقيقه من نتائج.

– أن تكون أهدافا مرنة، أي تتسع بقدر الإمكان لاحتواء أية مشكلة طارئة لم تتوقع عند وضع خطة التنمية.

ب– أهداف محددة: هي الأهداف التي تمثل نتائج واضحة المعالم يجب الوصول إليها ويسهل معها وضع جدول زمني لتنفيذ الأعمال المطلوبة لتحقيق تلك الأهداف.

و الأهداف المحددة ما هي إلا تفصيل و تحديد للأهداف العامة.[2]

[1] غنيم محمد، بنيتا نبيل سعد: " التخطيط السياحي" الطبعة الثانية. مرجع سبق ذكره. ص:47-48.
[2] وفاء زكي إبراهيم: مرجع سبق ذكره. ص: 341-342.

المطلب الرابع: التنمية السياحية في ضوء المنظمات والجمعيات الدولية:

هناك مجموعة من المؤتمرات والأجهزة الرسمية وبعض الجمعيات والمراكز التي ناقشت موضوع التنمية السياحية:

- 1/ المؤتمر العالمي للتنمية المستدامة:

وقد نوقشت فيه تطبيقات المفهوم في صناعة السياحة وقدم انسكيب Inskeep, 1991 مسودة لخطة إستراتيجية حول التنمية المستدامة، حيث يرى أنه على جميع العاملين في مجال السياحة أن يكونوا على بينة واطلاع بالتأثيرات الاجتماعية والبيئية لعملية التنمية بشكل عام، والتنمية المستدامة بشكل خاص، كما عليهم العمل على تقليص النواتج العرضية للنشاط السياحي. وقد وضع انسكيب قائمة إرشادية بخصوص تحقيق ذلك، وهي جميعها تركز على ضرورة التخطيط السليم والمتابعة الدقيقة ودراسات الجدوى المستمرة والمصنفة.[1]

- 2/ الأمم المتحدة UN :

لقد دعت الأمم المتحدة في مؤتمر "قمة الأرض" الذي انعقد في مدينة ريودي جانيرو بالبرازيل في 14 يونيو1992م إلى مناقشة الأخطار التي تهدد كوكب الأرض، بهدف وضع إستراتيجيات وتدابير لمحاولة إيقاف الآثار المترتبة على التدهور البيئي في إطار مجهودات قومية ودولية مضاعفة لتحقيق تنمية متواصلة وسليمة بيئيا.

و يمكن تلخيص نتائج هذا المؤتمر في ما يلي:

- اتفاق على تدابير قانونية محددة.
- وضع أجندة للعمل وهي أجندة 21.
- إيجاد مصادر تمويل جديدة وإضافية.
- تسهيل نقل التكنولوجيا.

[1] حميد عبد النبي الطائي: "أصول صناعة السياحة"مرجع سبق ذكره. ص: 354-355.

وبالرغم من ضخامة حجم صناعة السياحة وأهميتها، فلم تكن بندا مستقلا من بنود المؤتمر ولعل السبب في ذلك يرجع إلى أن السياحة نشاط إنساني مركب من عدة صناعات متكاملة، كصناعة (النقل، الإيواء، الأغذية وغيرها) ومن عدة أنشطة تجارية كأنشطة(منظمي الرحلات، المنشآت السياحية،الترويج السياحي وغيرها). إلا أن أجندة 21 ضمت صناعة السياحة ضمن أعمالها حيث كان لهذه الصناعة دور قيادي في تحقيق أهداف الأجندة.

ومن أهم ما تضمنته أجندة 21 العمليات التي يمكن لصناعة السياحة عن طريقها أن تحقق التنمية المستدامة، والوسائل التي يمكن للحكومات انتهاجها لتسهيل هذه العمليات. وقد عرض برنامج تنفيذي لصناعة السياحة يهدف إلى مساعدة الأجهزة الرسمية للسياحة وقطاع الأعمال السياحية في الدول المتخلفة لتحقيق التنمية المستدامة على المستويين الإقليمي والمحلي وشمل هذا البرنامج الأهداف حتى سنة 2005م. ويسهم تنفيذ التوصيات الواردة به في تقوية قدرة صناعة السياحة.ومن بينها ما يلي:

1. إنشاء قيمة اقتصادية للموارد السياحية.

2. إنشاء المرافق الأساسية اللازمة لرفع المستوى المعيشي للمحليين ومناسبة للسياح والزائرين بما يحققه ذلك من دفع للأنشطة الاقتصادية المختلفة.

3. البحث في تنمية التكنولوجيا التي يمكن نقلها للحكومات والهيئات المحلية وللمنشآت الهامة في جميع الدول.

4. استخدام فرص الاتصال مع العملاء والمجتمعات المضيفة، لنقل الممارسات المتصلة بالتنمية المستدامة.

5. تقديم بدائل النمو البيئي السليم للدول النامية، والتي تساعدها على بلوغ سبيل التنمية المستدامة.

6. قيادة الصناعات الأخرى في تبني الممارسات العملية التي تسهم في بلوغ التنمية المستدامة.

ولتحقيق أهداف التنمية السياحية المستدامة من الطبيعي أن تتعاون كل الأجهزة والجهات الرسمية.في ما بينها وأن تعمل على التعاون والتنسيق مع الاتحادات الممثلة لقطاع الأعمال السياحي الخاص وعلى تسهيل التعاون بين القطاعين العام والخاص لوضع استراتيجيات عملية للوصول إلى صناعة سياحية مستديمة.

و تتمثل أهم أهداف وأدوار هذه الأجهزة في تنفيذ الأجندة 21:

أ- / وضع إطار عام وبرامج للسياحة المستدامة والتي تتطلب وقتا للتطوير وخطة عملية محكمة يجب مناقشتها من قبل كل الأطراف المعنية والمصادقة عليها.ويتعين أن تتضمن هذه الخطة الإجراءات اللازمة لدمج اعتبارات التنمية المستدامة في جميع القرارات التي تتخذها الأجهزة السياحية المختلفة من أجل وضع أولويات العمل اللازمة لتحقيق أهداف العمل السياحي الوطني.

ب- / التخطيط للتنمية السياحية المستديمة: و هذا ما سيتم التطرق إليه في الفصل الثاني من هذا البحث.

وهناك العديد من الإجراءات التي يجب أن تعمل على تنفيذها الأجهزة الرسمية للسياحة في مختلف الدول منها:

1 – قيادة التنمية السياحية في الدولة بوجه عام، وفي المناطق ذات الحساسية والمحميات الطبيعية بوجه خاص.

2 – مساعدة السلطات المحلية في تنفيذ برامج التنمية السياحية المستديمة عن طريق التعليمات والقواعد الإرشادية للتخطيط السياحي العلمي.

3 – تطوير وتنمية مجال النقل وذلك باستحداث وسائل للنقل قليلة التلوث، تخطيط النقل الصيانة الدورية الاهتمام بالإدارة الكفأة لوسائل النقل.

4 – تسهيل التعاون وتبادل الخبرات بين الدول المتقدمة والنامية في مجال السياحة المستدامة بتقديم التجارب الناجحة في التنمية السياحية المستدامة إلى المراكز البحثية السياحية والبيئية وتشجيع برامج شراكة مع الدول النامية لإفادتها في شأن مكونات التنمية السياحية المستديمة.إضافة إلى تقديم المعلومات للمنظمات الوطنية في الدول النامية الأخرى

حول الموارد والبرامج الناجحة. إلى جانب مساعدة الدول النامية بالإعنات التي لا ترد ، لتمويل برامج للتنمية السياحية المستدامة التي تعتمد على تنويع المنتجات السياحية ، وإقامة منظومة متكاملة للإدارة البيئية وتقديم المشورة في شأن تصميم طرق قياس مدى فعالية برامج ومشروعات التنمية السياحية المستديمة.[1]

- 3/ المؤتمر الدولي للسياحة المستدامة لازاروت 1995م:

انعقد هذا المؤتمر في لازاروت بجزر الكاناري في إسبانيا يومي 27-28 أفريل 1995م، وجاء على ذكر العديد من النقاط.كان أهمها ما يلي:

أ- التنمية السياحية يجب أن ترتكز وتستند على معايير الاستدامة التي من الضروري أن تكون ممكنة الاستيعاب في الأمد الطويل على مستوى المخطط البيئي وقابلة للاستمرار على مستوى المخطط الاقتصادي، وأن تكون مصنفة على مستوى المخطط الأخلاقي والاجتماعي لصالح الدولة المضيفة وأفرادها.

ب- التنمية المستدامة يجب أن تدمج في البيئة الطبيعية والثقافية والبشرية للسياحة، كما عليها احترام التوازنات الحساسة التي تميز العديد من وجهات القصد السياحية بالخصوص الجزر الصغيرة.وأن تكون مخلفات وآثار التنمية السياحية على الطبيعة البيئية والموارد الطبيعية والتنوع البيولوجي مقبولة.

ت- النشاط السياحي يجب أن يوضح تأثيراته المحدثة على الثروات الثقافية وعلى القوى والنشاطات والحركة التقليدية لكل الطوائف والجماعات المحلية.

ث- المشاركة الفاعلة للسياحة في التنمية المستدامة تفترض التزام مسبق بالتضامن والتعاون والاحترام المتبادل بين ممثلي القطاع العام والخاص المشتركين في التنمية. وهذا الانسجام والتوافق يجب أن يركز على آليات فعالة للتعاون على جميع المستويات (المحلية، الوطنية، الإقليمية، الدولية).

ج- حفظ وصيانة وتقييم الثروات الطبيعية والثقافية، وتركيز المجهودات لإنشاء واستخدام وسائل التخطيط والتسيير المدمج.

[1] يسري دعبس: " العولمة السياحية و قضاياها" طبعة الأولى. الملتقى المصري للإبداع و التنمية. مصر. 2002م. ص:111 إلى 122.

ح- إن معايير الجودة التي تهدف لضمان والحفاظ على المقصد السياحي ودرجة رضا السياح يجب أن تركز على مبادئ التنمية المستدامة، كما يجب أن تحضا بالأولوية أثناء تشكيل الاستراتيجيات والمشاريع السياحية.

خ- للمشاركة في التنمية السياحية المستديمة، يجب التركيز على جملة الإمكانيات التي يوفرها الاقتصاد المحلي.

د- إن كل خيارات التنمية السياحية يجب أن يكون لها أثر فعال في تحسين جودة معيشة الأفراد المحليين. وتؤدي كذلك إلى إثراء الجانب الثقافي والاجتماعي لدول المقصد.

ذ- إن كل الحكومات والسلطات المعنية يجب أن تشرع وتباشر في أعمال التخطيط المتكامل للتنمية السياحية وذلك بالشراكة مع المنظمات الغير الحكومية والمحليين للوصول إلى تنمية مستدامة.

ر- من الضروري أن توضع مقاييس تسمح بتقسيم عادل للمنافع والتكاليف المتولدة عن النشاط السياحي. وأن كل الحكومات والمنظمات يجب أن تمنح الأولوية لدعم المساندة المباشرة والغير مباشرة المخصصة للمشاريع السياحية، وذلك للمساهمة في تحسين وإصلاح جودة البيئة ونوعيتها.

ز- تعد المناطق الحساسة ذات أولوية فيما يخص المساعدات التي تقدم سواء كانت مالية أم فنية، إضافة إلى المناطق المعزولة من طرف النماذج السياحية (أي التي لا تحتوي على أي مظهر من مظاهر التنمية السياحية كالفنادق، المنتجعات، مراكز الترفيه المتاحف و غيرها) من أجل تنميتها سياحيا.

س- يجب على كل من الحكومات، المنشآت الصناعية، الهيئات، السلطات، المنظمات الحكومية والغير حكومية الخبيرة بالسياحة أن تشجع وتشارك في فتح مجالات للدراسة والبحث ونقل المعرفة التكنولوجية الخاصة بالسياحة المستدامة.

ش- إن دور وتأثير النقل السياحي على البيئة يجب أن يكون محل اهتمام خاص. وفي هذا السياق من الأجدر ابتكار وسائل والأخذ بمعايير من أجل تقليل حصة الطاقات والموارد المستعملة الغير قابلة للتجديد وتشجيع مقاييس ومعايير تهدف لإعادة تصنيع وتدوير وتقليل النفايات المترتبة عن الإنشاءات السياحية.

ص-يجب تفعيل كل المعايير والمقاييس التي تسمح بالإعلام وتشجيع نشر الوعي بين جميع الأطراف المتداخلة في صناعة السياحة بمحتوى وأهداف مؤتمر لازاروت.

كما يوصي هذا المؤتمر الحكومات الإقليمية بالاستعجال في إعداد برامج عمل للتنمية المستديمة في القطاع السياحي تتوافق وأهم بيانات هذا المؤتمر، كما يتم إخضاع هذا الميثاق للأمانة العامة للأمم المتحدة حتى يؤخذ بعين الاعتبار من طرف كافة الأجهزة التابعة للأمم المتحدة.ويوصي أيضا بإنشاء لجنة لمتابعة هذا الميثاق تسهر على متابعة تطبيقاته، وضمان استمراريته وتشجيع كل من القطاعين العام والخاص لاحترام وتطبيق مبادئ السياحة المستديمة.[1]

- 4/ إعلان الشيلي 1999م لمنظمة السياحة العالمية: جاء هذا الإعلان على ذكر المبادئ التي يسترشد بها أصحاب المصالح في صناعة السياحة، وذلك لتكون بمثابة بوصلة لهم أثناء إعداد وإرساء الخطط السياحية الناجحة والفعالة. وجاء على ذكر التنمية السياحية في النقاط التالية:

- المادة 1: إسهام السياحة في تحقيق التفاهم والاحترام المتبادل بين الشعوب والمجتمعات، فعلى أصحاب المصالح في التنمية السياحية والسياح مراعاة تقاليد وعادات كافة الشعوب.والعكس. علما أن تدريب العاملين في السياحة يسهم بشكل واسع في تحقيق ذلك.
- المادة 3: اعتبار السياحة عنصر قابل للتنمية والاستمرار وعلى العاملين وأصحاب المصالح في قطاع السياحة حماية البيئة الطبيعية لتحقيق ذلك باتجاه إشباع احتياجات الجيل الحالي والقادم.كما أنه على السلطات العامة والوطنية والإقليمية والمحلية إعطاء الأولوية والتشجيع لكافة أشكال التنمية السياحية التي تؤدي إلى صون الموارد النادرة وفرض قيود وحدود على الأنشطة التي تقام فيها وفي المناطق الحساسة.
- المادة 6: التزامات أصحاب المصلحة في التنمية السياحية، وذلك بتوفير وتقديم المعلومات الموضوعية الصادقة للسياح فيما يتعلق بأماكن القصد، أسعار وجودة الخدمات والتعويض المالي الذي يدفعونه في حالة الإخلال بالتعاقد.بالإضافة إلى توفير الأمن والعناية للسياح بالتعاون مع السلطات العامة.

[1] Charte du tourisme durable, www.comite21.org.le17/05/2009 à 11:58.

- المادة 10: تنفيذ المبادئ المدونة العالمية لأخلاقيات السياحة.[1]

- 5/ مؤتمر الأطراف عام 2002م: ودعا هذا المؤتمر إلى ما يلي:

- وضع نهج للممارسات والاستعمالات المستدامة للتنوع البيولوجي لحمايته من التهديدات الحالية جراء الأنشطة السياحية.

- إشراك القطاع الخاص والمجتمعات في إيجاد ممارسات سياحية مستدامة.

- تعاون المستوى الإقليمي ودون الإقليمي في دراسة حالات التخطيطية الخاصة بهذا النوع.

- تخطيط البنيات واستعمالات الأراضي والتخطيط الإقليمي في المجال السياحي.

ومن عناصر هذا البرنامج حث الحكومات على أن تنظر في الانضمام أو تصديق وتشجيع تطبيق ما يلزم من مقاييس ومبادئ توجيهية تتعلق بالسياحة المستدامة.ولكن مؤتمر الأطراف في اتفاقية التنوع البيولوجي مدعو إلى مزيد من النظر في سياق عملية تبادل الخبرات والمعارف الموجودة وأفضل الممارسات في مجال التنمية السياحية المستدامة وآثارها على التنوع البيولوجي، بقصد الإسهام في وضع مبادئ توجيهية للأنشطة المتعلقة بتنمية السياحة المستدامة.[2]

[1] عبد الإله أبو عياش، حميد عبد النبي الطائي: مرجع سبق ذكره. ص: 381 إلى399.
[2] أحمد الجلاد: مرجع سبق ذكره. ص: 157-158.

المطلب الخامس: الآثار الإيجابية والسلبية للتنمية السياحية

ترتبط أنواع ودرجة التأثيرات بنوع وكثافة التنمية السياحية السائدة، لذلك فإنه يستحسن خلال عملية التنمية السياحية تطبيق الوقاية بدل أساليب العلاج بمعنى ضرورة تفادي حدوث المشكلات. ولكن لابد من معرفة وفهم أنواع التأثيرات والطرق المختلفة التي تمكّن من تفادي أو تقليل المشكلات وفيما يتعلق بالبيئة السياحية[1].

الفرع الأول: الآثار البيئية للتنمية السياحية

بدأ خبراء السياحة في الاهتمام بالأثر المتبادل بين السياحة والبيئة منذ عهد ليس بالبعيد، فالبيئة الصالحة من أهم الموارد التي تساعد على تقدم السياحة في الوقت نفسه.[2] يمكن أن تنشأ عن السياحة آثار بيئية إيجابية أو سلبية وقد لا تنشأ إطلاقا ويعتمد ذلك على أساليب تخطيط وإدارة التنمية السياحية، وعادة يتم تقييم الآثار البيئية للمواقع السياحية من خلال الطاقة الاستيعابية.[3]

ويعرف تيفي واوهاري Tivy and O'hare الطاقة الاستيعابية بأنها"كثافة الاستخدام التي يتحملها المورد السياحي قبل أن يحدث تغييرا خطيرا للتغير البيئي، أو أنها كثافة الاستخدام التي يتحملها المورد قبل أن تتدهور درجة الإقبال عليه لدى السائح". وفي الحالتين نجد أن القيمة هنا ليست مطلقة، إذ يصعب قياسها لأنها لا تعتمد على مورد فقط، بل على تقييم الإنسان له أيضا.[4]

وتعد عملية تقدير الطاقة الاستيعابية كإجراء عملي للتخطيط المناطق السياحية وتستند إلى ثلاث مقومات أساسية (بيئية، اجتماعية، اقتصادية).ولها وزن كبير في تغيير عملية تحديد المقصد وفقا لخصائص ومعالم المنطقة ونوع

[1] منال عبد المنعم مكية " السياحة تشريعات و مبادئ". طبعة الأولى. دار صفاء للنشر و التوزيع. الأردن. 2000م. ص: 117 إلى 119.
[2] وفاء زكي إبراهيم. مرجع سبق ذكره. ص: 138.
[3] عثمان غنيم محمد ، بنيتا نبيل سعد."التخطيط السياحي". الطبعة الثانية مرجع سبق ذكره. ص: 138.
[4] يسري دعبس " صناعة السياحة بين النظرية و التطبيق". مرجع سبق ذكره. ص: 489.

السياحة وتفاعلها مع المحيط، وهذا ما يسمح بتقدير وبناء عدة بدائل للتنمية السياحية المحتملة. ومن ثمة الاحتفاظ بالسيناريو الأمثل الذي يتطابق ويدرك الطاقة الاستيعابية المستديمة.[1]

أ- / أثر التنمية السياحية على البيئة المائية: تتمثل أحد أهم التأثيرات السياحية في المحافظة على الموارد المائية كأنهار، البحار، المجرات المائية والعيون المائية النقية، والعمل على عدم تلويثها نتيجة الاستخدامات السياحية، فنجد على سبيل المثال أن الكثبان الرملية والحصوية أكثر جذبا للعديد من الأنشطة السياحية كسياحة المشاهدة، السير على الأقدام إقامة ملاعب ، إقامة معسكرات، منتجعات، وقرى سياحية. وهذا لو تم من دون تخطيط علمي ومدروس آخذا كل الاعتبارات البيئية فسيؤدي إلى تدمير حتمي للبيئة.

ومن أهم الآثار الاقتصادية والاجتماعية لتلوث المسطحات المائية هلاك الأسماك التي بلغت مرحلة الصيد وكذا النبتات المائية والكائنات الدقيقة التي تتغذى عليها الأسماك والإخلال بنظام هجرتها. إضافة إلى تدهور نوعية الأسماك جراء المواد السامة [2] التي تكب في البحار والمحيطات عن طريق قنوات الصرف الصحي من الفنادق والمنتجعات السياحية.[3] إلى جانب الإضرار بالأنشطة السياحية والترفيهية باعتبار المسطحات المائية أحد مكونات صناعة السياحة في الكثير من الدول.

ب- / أثر التنمية السياحية على البيئة الجبلية: نتيجة لإقامة المنتجعات الجبلية ومد الطرق إليها وتسهيلات الضيافة وممرات مصاعد التزلج وأنماط التصريف والخدمات المختلفة زاد ذلك من إقبال الأفراد على الإقامة في هذه المناطق بعد إنشاء واستحداث موارد جديدة وتسهيلات للحياة فيها. ومن جهة أخرى فإن الأنشطة السياحية التي تقام في المناطق الجبلية قد يؤثر على التركيب الجيولوجي والصخري لها نتيجة لأعمال التسلق. وقد يؤدي إلى تدهور الحياة البرية الجبلية وتدميرها وتعرية المنحدرات وتدهور الغطاء النباتي وهجرة الحيوانات من موطنها وبيئتها.

---

[1] Tourisme et développement durable. Fiche info, www.Smap. ue. Le:17/05/2009 à 12:10.
[2] يسري دعبس "صناعة السياحة بين النظرية و التطبيق". مرجع سبق ذكره. 489 إلى 494.
[3] وفاء زكي إبراهيم. مرجع سبق ذكره. ص: 186.

ت- / أثر التنمية السياحية على النبات الطبيعي عند إقامة مشروعات التنمية السياحية: عندما تكون هذه الأخيرة غير مدروسة وغير مخططة علميا ومع غياب الإدارة البيئية المستدامة للبيئة السياحية، فإن ذلك يحدث تدهورا كبيرا في الغطاء النباتي الطبيعي. وترتبط الآثار السلبية للسياحة عليه بسلوك السائح وأنشطته التي يمارسها في المسطحات الخضراء كما يحدث في المخيمات من عمليات التحطيب ومن سباقات السيارات وعربات الدفع الرباعي في الطرق الجبلية وفي سياحة السفاري التي لا تلتزم بالممرات المقامة كل ذلك يؤثر على التركيب العمري للمجموعات النباتية ويعمل على هشاشة التربة أيضا.

ث- / أثر التنمية السياحية على الحياة البرية: تتمثل في كون إقامة المحميات الطبيعية والمتنزهات للمحافظة على الموارد السياحية الطبيعية كالنبتات الطبيعية، الحياة البرية وغيرها، وإقامة مثل هذه المشاريع يعمل على زيادة الأنواع البرية والمحافظة عليها من التناقص والانقراض.

أما التأثيرات السلبية للتنمية السياحية على الحياة البرية تتمثل في عدم قدرة التنوع الإحيائي البري الأصيل على الصمود في كل الأماكن القصد خاصة من طرف هواة الصيد في المناطق والمواسم المحظورة وفي المعسكرات والمخيمات. إلى جانب تكاثر أنواع معينة من الحيوانات وزيادتها بصورة كبيرة في هذه المتنزهات والمحميات الأفريقية في مقابل موارد محدودة.كما أن عمليات أسر وقتل الحيوانات بغرض التجارة بها كاقتناء الفراء والجلود وقرون العاج، تؤدي إلى تدمير الحياة البرية هي الأخرى.

ج- / أثر السياحة على الغلاف الجوي: إن ما ينتج عن محركات وسائل النقل السياحي المختلفة من عوادم وغازات يمثل عنصرا هاما من عناصر التلوث الهوائي خصوصا في المناطق ذات الكثافة السياحية في المدن والمنتجعات.

ح- / بعض الأنشطة السياحية المؤثرة على البيئة وأساليب مواجهتها:

- عملية ردم الشواطئ لزيادة الأراضي المخصصة للتنمية السياحية ينتج عنه تدمير للبيئة البحرية جراء قتل مساحات من الشعب المرجانية وما تحتويه من حياة برية أخرى والتغيير في التيارات البحرية بالمنطقة.

وتتمثل أهم الحلول في وقف عملية الردم فورا. وأما إذا دعت الضرورة لبناء ميناء رئيسي يجب دراسة الآثار البيئية على الشعب المرجانية، التيارات البحرية. كل ذلك قبل البدء في الردم.

- عملية تحلية مياه البحر سواء بالطاقة الكهربائية أو المتجددة هذا ما ينتج عنه: تدهور الشعب المرجانية وإزعاج الحياة البرية. ويكمن الحل هنا في معالجة المياه قبل إعادة صرفها إلى البحر.
- سياحة مراقبة الطيور المقيمة والمهاجرة تتسبب في إزعاجها وهجرتها. وللحد من هذه العملية ينبغي تحديد الوكالات التي تعمل في هذا المجال.

خ- / الآثار السياحية على البيئة العمرانية: وتتمثل أهم هذه الآثار فيما يلي:

- التوسع في إقامة المنتجعات والقرى السياحية والذي قد ينتج عنه التلوث المعماري بعدم التناسق بين المنشآت العمرانية وتلويث الشريط الساحلي بمياه الصرف الصحي والضغط الزائدة على خدمات البنية التحتية خاصة في ذروة المواسم. إضافة لعزلة المنتجعات على المجتمع المحلي بسبب تجهيز هذه الأماكن بشكل يجعلها منعزلة عن بقية الإقليم الذي يسكنه المحليين مما يتسبب في عزلة السياح عن المجتمع المحلي من جهة وشعور بالضيق والاستياء من المحليين من جهة أخرى.
- إقامة أو تحديث خدمات البنية الأساسية بالمناطق الحضرية: وتعد الفنادق هي الأخرى إحدى الإضافات المعمارية التي نمت بالمناطق الحضرية. وغالبا هذه الفنادق يتم بتصميمات معينة تكون موحدة، أو تكون خارجة عن نظام العمارة المحلي حيث تفتقد في كثير من الأحيان إلى التراث المعماري الجمالي للمدن. أما الفنادق التي تراعي هذا الجانب في التصميم، فتعد أحد أصول البيئة الحضرية.[1]
- توظيف المباني التراثية والحفاظ عليها : تتيح مشروعات التنمية السياحية توظيف المباني التراثية في استخدامات السياحية جديدة توفير دخل يمكن استغلاله في ترميم وصيانة هذه المباني وحمايتها.
- إحياء الطراز المعماري التراثي: من خلال اعتباره طابعا محليا مميزا يمثل عنصر جذب سياحي مما يعطي أهمية

[1] يسري دعبس: " صناعة السياحة بين النظرية و التطبيق" مرجع سبق ذكره. ص:496 إلى 505.

خاصة للمنطقة.

- تحسين الصورة البصرية للمنطقة التراثية عند إيجاد خدمات سياحية ذات طابع معماري مميز.
- زيادة فرص توفير الخدمات للمحليين: بإيجاد الخدمات السياحية في المنطقة التراثية يمكن توفير خدمات ترفيهية وثقافية للقاطنين بالمنطقة تعمل على تلبية حاجاتهم من هذه الخدمات.
- زيادة الاهتمام بشبكة الطرق وتحسين كفاءتها في سبيل توفير تجربة سياحية جيدة للسائح مما يعمل على التفكير في حل مشاكل الطرق التي تعاني منها المناطق التراثية عادة نتيجة عجز نسيجها التراثي عن استيعاب حركة الآليات.[1]

الفرع الثاني: الآثار الاقتصادية للتنمية السياحية: وتتمثل أهم هذه الآثار فيما يلي:

أ- تأثير النشاط السياحي على ميزان المدفوعات: وهو ذلك السجل الذي يوضح قيمة جميع العمليات الاقتصادية بين المقيمين في هذه الدولة وبقية العالم خلال فترة زمنية (عموما تقدر بالسنة الواحدة). وتعد عملية نقل الأموال بواسطة السياح من دولة لأخرى هو ما يسمى بالصادرات الغير منظورة، وكلما زادت موارد الدولة من السياحة زادت مواردها المالية وزادت قدرتها على التعاقد مع الخارج وسداد ديونها حيث أن الموارد السياحية تنعش التجارة الدولية وتوسع قاعدة الالتزامات المالية نحو الخارج.[2]

ب- التأثيرات الاقتصادية الأخرى للنشاطات السياحية:

- يحفز قطاع السياحة على الاستيراد والتصدير، فتؤدي إلى زيادة الإنفاق السياحي المبدئي إلى التأثيرات مضاعفة في الدخل القومي وفقا لمضاعف الإنفاق السياحي.
- الأنشطة السياحية تؤدي إلى تشجيع المنشآت الوطنية على تصدير السلع (التي تشهد إقبالا واسعا من السياح الأجانب) إلى الخارج.

[1] نسرين رفيق اللحام: مرج سبق ذكره. ص: 110.
[2] بودي عبد القادر: مرجع سبق ذكره. ص: 52.

- إن التحول إلى الأنشطة السياحية في المناطق والأقاليم التقليدية كالريف والمجتمعات المحلية الصحراوية يؤدي إلى تغيير أنماط استخدامات الأراضي نتيجة مد شبكات الطرق وخدمات الأساسية كالصرف الصحي الكهرباء مياه الشرب النقية، ومن ثمة إقامة منتجعات ريفية وفنادق وهذا يؤدي إلى ارتفاع أسعار الأرض.
- صناعة السياحة يحتاج إلى استخدام عمالة [1] ومعظم دول العالم الثالث تعاني من مشكل البطالة مما يحتم الانصراف إلى دفع وتحريك القطاعات التي بإمكانها امتصاص البطالة واستحداث مناصب شغل. والسياحة تعمل على زيادة توظيف عوامل الإنتاج في المجتمع وبصفة خاصة عنصر العمل بما أنها صناعة مركبة تشمل العديد من الصناعات، وأوجه النشاطات التجارية التي لا تزال تعتمد على العمل الإنسان اعتمادا رئيسيا.[2]
- إن صناعة السياحة تحتاج دوما إلى البنية الأساسية والمرافق الخدمية المتعددة التي تساعدها على زيادة حركة التدفق السياحي. لذا تهتم الدول المضيفة بإنشاء الطرق وتعبيدها وزيادة تطوير وسائل النقل والاتصال والاهتمام بشبكات المياه الصالحة للشرب والصرف الصحي. فرفع كفاءة المرافق والخدمات البنية الأساسية على زيادة التدفق السياحي.شريطة أن تكون هته التوسعات وفق مخطط سياحي لتحقيق الاستدامة.

الفرع الثالث: التأثيرات الاجتماعية الثقافية والنفسية للتنمية السياحية:

أ- / التأثيرات الاجتماعية والثقافية للتنمية السياحية على المجتمع المضيف:

- زيادة الاهتمام بالصناعات الشعبية التقليدية التي يقبل عليها السياح لاقتنائها كهدايا تذكارية.
- النهوض والاهتمام بالمناسبات والتظاهرات والمعارض.
- النهوض بوسائل الإعلام المختلفة لترويج عن السياحة في الدولة.
- الاهتمام باللغات الأجنبية والرغبة في تعلمها وإتقانها.
- زيادة اهتمام السكان المحليين بتراثهم والمحافظة عليه، وعلى عاداتهم الأصلية في المأكل والأزياء والاهتمام بالألعاب الشعبية وبفنون الطب الشعبي وغيرها من النشاطات.

[1] يسري دعبس:" صناعة السياحة بين النظرية و التطبيق". مرجع سبق ذكره. ص: 521 إلى 531.
[2] بودي عبد القادر: مرجع سبق ذكره. ص: 54.

- تساعد السياحة على زيادة عملية الاتصال والتبادل والتواصل الثقافي والحضاري.
- تقليد فتيات والشباب الأجانب في أزياءهم والتخلي على اللباس المحلي والتقليدي.
- انتشار الفساد الخلقي والزواج المصالح واستغلال القصر خاصة الفتيات والأطفال.
- حدوث نوع من التصادم الثقافي أو المواجهة السلبية بين الثقافتين.[1] بسبب الاختلافات الثقافية بين الدولة المضيفة والدول المصدرة للسياح. بإضافة إلى جهل السياح بثقافة المحليين وعدم قدرتهم على التخلي عن بعض الأنماط السلوكية خلال فترة الرحلة السياحية في الدولة المضيفة.[2]

ب- / التأثيرات الاجتماعية والثقافية للتنمية السياحية على الضيف السائح:

- ارتداء السياح للأزياء الشعبية المحلية والتجول بها إلى جانب إقبالهم على الأكلات الشعبية الشهيرة.
- مشاركة السياح للبدو في تراثهم الشعبي في المنتجعات وسياحة السفاري.
- محاولة بعض السياح تعلم بعض والعبارات المتداولة في الدول المقصد كالسلام عليكم، صباح الخير، شكرا.

ت- / التأثيرات النفسية للتنمية السياحية على المجتمع المضيف:

- اعتزاز المضيف بوطنه وتنمية مشاعر التسامح والصفاء بين الشعوب وإضفاء روح التفاهم.
- سيادة مشاعر الخوف القلق لدى المضيف من تدفق السياح خصوصا في الدول النامية من إحداث خلل في نسق والقيم و العادات والتقاليد.[3] جراء بعض التصرفات التي قد تبدوا غير مألوفة للمضيفين كارتداء السياح لملابس مكشوفة وغير لائقة وغيرها من السلوكات دون الوضع في الاعتبار مشاعر وأحاسيس المضيفين.
- استياء المحليين من أن الخدمات الحكومية المتوفرة ليست لهم، وإنما للأجانب فقط. وكذا شعورهم بأن السياحة لا تعود عليهم بأي نفع بل هي مصدر قلق، حتى أنهم يفضلون عدم وجود أي تنمية سياحية لديهم هذا مما يولد معاملة جافة مع السياح ويؤثر سلبا على السياحة في المدى الطويل.[4]
- إحباط غالبية المضيفين نتيجة رؤية مظاهر الإنفاق والبذخ.

[1] يسري دعبس: " صناعة السياحة بين النظرية و التطبيق". مرجع سبق ذكره. ص: 541 إلى 556.
[2] عثمان غنيم محمد، بنيتا نبيل سعد: "التخطيط السياحي" الطبعة الثانية. مرجع سبق ذكره. ص: 149-150.
[3] يسري دعبس: " صناعة السياحة بين النظرية و التطبيق "مرجع سبق ذكره. ص: 557 إلى 559.
[4] وفاء زكي إبراهيم: مرجع سبق ذكره. ص: 202.

- محاولة استغلال فقر أبناء المناطق القصد من السائح الباحث عن الرذيلة والأعمال المنافية للآداب.
- سيادة مشاعر الكراهية نحو السياح في حالة إظهار هؤلاء السياح التعالي والتميز والتكبر وعدم التواضع.

هـ- / التأثيرات النفسية للتنمية السياحية على السائح:

- إشباع رغبة ودوافع السياحة والسفر وحب التنقل وارتياد المجهول والتعرف على المصيفين في مختلف الدول.
- مضايقة السياح بالاعتداء عليهم وسرقتهم واستغلالهم وابتزازهم.

و- / الآثار السياسية للتنمية السياحية:

- السياحة وسيلة للتعارف بين الجنسيات ،والتقليل من الفواصل والفوارق بين الشعوب.
- السياحة تعطي صورة واقعية وميدانية لمختلف الأوضاع السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية والأمنية.
- إن التدفق السياحي يسهم في تنمية تعاطف الشعوب في بعض القضايا كالقضية الفلسطينية والعراقية.[1]

ي- /بعض السياسات الاجتماعية والاقتصادية للحد من الآثار السلبية للتنمية السياحية:

- توفير الوقت الكافي للمحليين لتفهم النشاطات السياحية والمشاركة فيها و هذا يتطلب تخطيطا وتنمية وتنظيم السياحة بالشكل المناسب والدقيق.
- السماح للمحليين بالمشاركة في صنع القرار المتعلق بالتخطيط السياحي، وذلك من خلال تشكيل لجان استشارية للسياحة وعقد الاجتماعات.
- دمج السياحة في أي حجم أو مستوى من التنمية ضمن الاقتصاديات الوطنية والإقليمية والمحلية باستخدام تقنيات معينة مثل تفعيل العلاقات التبادلية مع القطاعات الاقتصادية الأخرى، وتعظيم دور العمالة المحلية في السياحة.
- المحافظة على شكل وحجم التنمية السياحية الملائمة للبيئة المحلية بقصد تحديد حجم وكثافة السياحة في كل منطقة.[2]

[1] يسري دعبس: "صناعة السياحة بين النظرية و التطبيق". مرجع سبق ذكره. ص: 559إلى 562.
[2] عثمان غنيم محمد، بنيتا نبيل سعد: "التخطيط السياحي" الطبعة الثانية. مرجع سبق ذكره. ص: 151-152.

وعموما تتحقق الآثار الإيجابية للتنمية السياحية عندما تأخذ الدولة بزمام المبادرة حيث أنها قادرة على الإشراف والتنسيق بين القطاعات المختلفة في التنمية السياحية وتحقيق التكامل والتساند بين الأجهزة التنفيذية والشعبية التي يمكن أن يكون لها دور في تحقيق التنمية السياحية وتشجيع القطاع الخاص أيضا.

كما يجدر الأخذ بعين الاعتبار أن توقعات ودوافع ومعرفة السياح في تزايد مستمر لذا أصبح أكثر تطلبا للجودة في الخدمات السياحية. وهذه الجودة أصبحت عاملا حاسما في المنافسة الدولية للمقاصد السياحية المختلفة. ولعل حرص السائحين المتزايد على مراعاة البعد الصحي والنفسي والترفيهي يدعوهم إلى وضع جودة البيئة الطبيعية في بؤرة اهتماماتهم إلى جانب جودة الخدمات السياحية المختلفة مما يجعل ذلك بالضرورة أساسا من أسس السياسة السياحية الجديدة لكل مقصد سياحي.

وبناءا عليه يجب أن تكون التنمية السياحية قائمة على أسس من التخطيط الاستراتيجي والرؤية الشاملة المتعددة الجوانب والتي تجمع كل الطاقات والإمكانيات المتاحة على مستوى الدولة وإسهامات القطاع الخاص وفق الحفاظ على منظومة بيئية وحسن إدارتها وصيانتها وتنميتها إيجابيا من أجل تحقيق حياة أفضل لصالح المجتمع ككل في النهاية.[1]

[1] يسري دعبس: "صناعة السياحة بين النظرية و التطبيق". مرجع سبق ذكره. ص: 260.

خلاصـة الفصل الأول:

لقد تم التطرق في هذا الفصل إلى كل من السياحة والتنمية. فبالنسبة للسياحة تمت معالجة تطورها من الناحية التاريخية وإعطاء أهم التعريفات ومن ثمة تم تصنيفها إلى عدة أنواع وفق معايير وأنها تتميز بعدة خصائص. ونظرا لأهميتها كصناعة وطنية فإنه لابد من النهوض بها وتطويرها من خلال عدة وسائل تسهم في ذلك. كما أن الاهتمام بالسياحة يتطلب النظر إلى كل من جانب العرض والطلب وليس بالتركيز على جانب وإغفال الآخر. وتم التعرف على كل مقومات الجذب السياحي (الطبيعية، التاريخية، التراثية، مرافق الإيواء بكل أصنافها، البرامج السياحية والترفيهية الموارد البشرية العاملة بالقطاع السياحي وكيفية تأهيلها). بالإضافة إلى النقل السياحي وشركات ومكاتب السياحة والسفر.

أما بالنسبة للتنمية فقد مرت على عدة مراحل حتى تبلور المفهوم الحالي الحديث الذي يركز على عامل الاستدامة وأن لها شروطا ومبادئ تقوم عليها وأبعادا تهدف لبلوغها. أما التنمية السياحية المستدامة فقد تم تعريف بها وذكر أهم مكوناتها إضافة إلى المحددات التي يجب مراعاتها لتحقيق تنمية سياحية مستدامة إضافة لأهم المبادئ والأهداف المتعلقة بها. ونظرا للحاجة الملحة للحفاظ على بيئة سياحية مستديمة، فقد أولت بعض الأجهزة الدولية المهتمة بالسياحة اهتماما بالغا بها وجندت العديد من الجهود وعقد للمؤتمرات من أجل إرساء تنمية سياحية مستدامة في أرض الواقع.وفي الأخير ليس من المنصف المبالغة في تعظيم الآثار الإيجابية للتنمية السياحية في العديد من المجالات والقطاعات، والتغاضي عن آثارها السلبية التي تتطلب تعزيز جهود حثيثة لتقليصها.

ولكن إذا كانت التنمية السياحية ضرورة أساسية لخدمة البيئة والمجتمع والفرد فإنه يلزم بالضرورة إتباع قواعد التخطيط العلمي المتعددة الجوانب التي تعمل على تشخيص دقيق للاحتياجات التي تنعكس في الأهداف السياحية والبيئية بشكل عام. وذلك لتعظيم الآثار الإيجابية للتنمية السياحية المستدامة وتحقيق التنسيق والتوازن بين مختلف القطاعات.

الفصل الثاني:

التخطيط السياحي

مقدمـــة الفصـــل الثاني:

يمكن القول أنه لكل من وسائل تطبيق عملية التنمية السياحية من تخطيط وتسويق وإدارة ومراقبة أهمية كبرى، إلا أنه يمكن اعتبار التخطيط السياحي الوسيلة الأهم في تحديد استدامة التنمية في القطاع السياحي، نظرا لكونه العملية التي يتم من خلالها تحديد منافع التنمية السياحية وتجنب تأثيراتها السلبية وتوجيهها نحو الاستدامة قبل تنفيذها. فنجاح أو فشل مخطط التنمية السياحية في أي منطقة يرجع أساسا للسياسة السياحية العامة التي تتبناها تلك المنطقة.

والتنمية السياحية تتطلب تدخل التخطيط السياحي باعتباره أسلوب علمي يستهدف تحقيق معدل ممكن من النمو السياحي بأقل تكلفة ممكنة، وفي أقرب وقت مستطاع. فالنشاط السياحي لا يستطيع أن يدفع عملية النمو السياحي ما لم يلجأ إلى التخطيط الذي يعد ضرورة من ضرورات التنمية السياحية الرشيدة حتى يمكن للدولة النامية أن تواجه المنافسة في السوق السياحي. وعلى هذا سيتم تناول التخطيط السياحي بمفاهيمه ومراحله وأقسامه (الإقليمي والوطني و المحلي)، ومدى إسهاماته في تحقيق التنمية السياحية.

فسيكون مفهوم التخطيط السياحي في المبحث الأول ومراحل التخطيط السياحي على المستوى الوطني والإقليمي في المبحث الثاني، أما المبحث الثالث فهو مخصص للتخطيط السياحي الإقليمي، والمبحث الرابع يتعرض إلى تخطيط السياحي لأهم ركائز هذا القطاع على المستوى المحلي.

المبحث الأول: مفهوم التخطيط

المطلب الأول: تعريف التخطيط السياحي

في الواقع لا يمكننا الجزم بوجود تعريف محدد للتخطيط، حيث لا يوجد اتفاق حوله وذلك لتعدد الوجهات والزوايا التي ينظر من خلالها له. وفيما يلي البعض من هذه التعريفات.

إن من أبرز المفكرين الإداريين الذين أرسوا مفهوم التخطيط كل من هنري فايول وجورج تيري. فهنري فايول يرى أن التخطيط في الواقع يشمل التنبؤ بما سيكون عليه الوضع في المستقبل مع الاستعداد لهذا المستقبل. أما جورج تيري فيقدم التعريف التالي: " التخطيط هو الاختيار المرتبط بالحقائق ، ووضع استخدام الفروض المتعلقة بالمستقبل عند تصور وتكوين الأنشطة المقترحة التي يعتقد بضرورتها لنتائج منشودة".

ومعنى هذا أن المدير عند قيامه بالتخطيط أو التطوير للخطط فهو يستخدم الحقائق والفروض المعقولة والقيود، ومن هذا كله يقوم بتصوير وتكوين الأنشطة اللازمة، وكيف ستتم، وما هي إسهاماتها في تحقيق النتائج المرجوة.[1]

ويرى الاقتصادي الانجليزي ديكسن بأن التخطيط عملية تتضمن اتخاذ القرارات الاقتصادية الإجمالية المتعلقة بماذا وكيف ومتى سيتم الإنتاج، ولمن سيوزع. وذلك استنادا إلى مسح اقتصادي شامل وتقدير على درجة عالية من الوعي من طرف سلطة الفاعلة.

والتخطيط ليس هدفا بحد ذاته، إنما هو أداة لتوجيه التغيير المنشود، يقوم على إجراء مسح شامل ومتكامل لمعرفة الواقع المطلوب إحداث التغيير فيه والتنبؤ بالأسلوب العلمي بما يراد الوصول إليه، ولا ينتهي التخطيط بانتهاء

[1] حميد عبد النبي الطائي: " أصول صناعة السياحة" مرجع سبق ذكره. ص: 322.

صياغة الخطة أو البدء بتنفيذ مخرجاتها، بل يجب أن يكون كل هدف من أهداف الخطة محددا بأرقام وقابلا للتحقيق والمتابعة.[1]

ويرى د أحمد الجلاد (2002م) أن التخطيط السياحي هو عبارة عن أنموذج خاص من التخطيط الاقتصادي والاجتماعي ينفرد باهتمامات تنبثق من طبيعة ودوافع النشاط السياحي. ويعطي التخطيط السياحي للمكان الأهمية الأولى، وتعد مرافق الإقامة والنقل عوامل مساعدة. ويقوم التخطيط السياحي أساسا على المحافظة على قيم المواقع السياحية سواء كانت تعتمد في جاذبيتها على الموارد الطبيعية أو الثقافية.[2]

وهناك من يعرف التخطيط على أنه أسلوب لتحقيق التنسيق والتكامل المسبق للأفكار والجهود الاقتصادية والسياسية وإعداد قرارات مثلى لتعبئة الموارد البشرية بأعلى مستوى من الفعالية لتحقيق تنمية سريعة ومتوازنة في الحدود التي تفرضها البيئة.

ويتضح من هذا التعريف أن الهدف الأساسي للتخطيط هو تحقيق التنمية وهو ما يتماشى ويتطابق مع حاجة الدول النامية، ورغم أنه يشير إلى الموارد البشرية، إلا أنه أغفل الموارد الأخرى والتي لها أهميتها في إحداث التنمية إلى جانب الموارد البشرية ومن ثمة ضرورة تعبئتها من أجل تحقيق التنمية المتوازنة وبسرعة.[3]

ومنهم من يرى أن التخطيط هو عملية متناسقة تترابط مراحلها من خلال تسلسل منطقي فالتخطيط لا بد أن يتم في إطار شمولي تصاغ فيه العلاقات في هيكل مترابط يشكل وحدة متجانسة يطلق عليها النظام System.

وقد أضاف مفهوم النظام بعدا جديدا للعملية التخطيطية حيث أصبح يشكل قاعدة ومنطلق العمليات التخطيطية الحديثة. وبما أن التخطيط يحتاج إلى متابعة ومراجعة للخطط الموضوعة وبدائلها المختلفة، فإن

[1] عبد الإله أبو عياش، حميد عبد النبي الطائي: مرجع سبق ذكره. ص: 20.
[2] منتديات منطقة تنقاسي:- الأقسام العلمية- المنتدى الأكاديمي- التخطيط السياحي.يوم: 2012/04/09م.11:06سا.www.tungasi.com
[3] فليح حسن خلف: "التنمية و التخطيط الاقتصادي". الطبعة الأولى جدار للكتاب العالمي و عالم الكتب الحديث. الأردن. 2006م. ص: 286-287.

الخطوات المرتبطة به تعتمد على عملية ديناميكية دائمة التبدل والتغيير. لهذا فإن مفهوم النظام يطرح كمفهوم ديناميكي.

وهكذا فقد تطور مفهوم التخطيط من خلال بروز مفاهيم متجددة ساعدت على صقل معانيه ومضامينه.[1]

أما المنظمة السياحة العالمية WTO فلها تعريف يتفق مع التعريف الذي قدمه جورج تيري. حيث تعتبر أن التخطيط السياحي هو عملية منظمة تترجم فيها الخطط من بين عدة بدائل، وأن كل بديل يتم اختياره في ضوء معطيات وحقائق راسخة وفروض منطقية متأتية من خبرة المخطط السياحي Tourism Planner واجتهاداته التي تنطلق من معطيات البيئة المحيطة.[2]

ويمكن النظر إلى التخطيط من زوايا عديدة وذلك بحسب الأنشطة المستهدفة بأماكنها ومواقعها وتوزيعها. فالتخطيط يمكن أن يكون اقتصاديا يستهدف الأنشطة الاقتصادية، كما يمكن أن يكون اجتماعيا بمعنى أنه موجه إلى الأنشطة الاجتماعية بعواملها و متغيراتها المختلفة، ويمكن أن يكون قطاعيا أو جزئيا بحيث يتعامل مع قطاع واحد أو عدة قطاعات، مثل التخطيط للقطاع الصناعي و التخطيط للقطاع الزراعي، التخطيط لقطاعات البنية التحتية مثل: المياه والطرق والكهرباء والاتصالات. وكذا الحال بالنسبة للقطاع السياحي الذي يركز فيه التخطيط على جميع الأنشطة المباشرة وغير المباشرة للسياحة.

ويأخذ التخطيط أشكالا أخرى مثل التخطيط المكاني Spatial Planning، وتخطيط استخدامات الأراضي Land use Planning تدخل ضمن ما يعرف بالتخطيط الإقليمي Regional Planning. وتندرج عمليات التخطيط في مستويات مختلفة بدءا بالعالم إلى الدولة أي التخطيط القومي National Planning والتخطيط الإقليمي والمحلي.

[1] عبد الإله أبو عياش، حميد عبد النبي الطائي: مرجع سبق ذكره.21.
[2] حميد عبد النبي الطائي: "أصول صناعة السياحة" مرجع سبق ذكره. ص: 322.

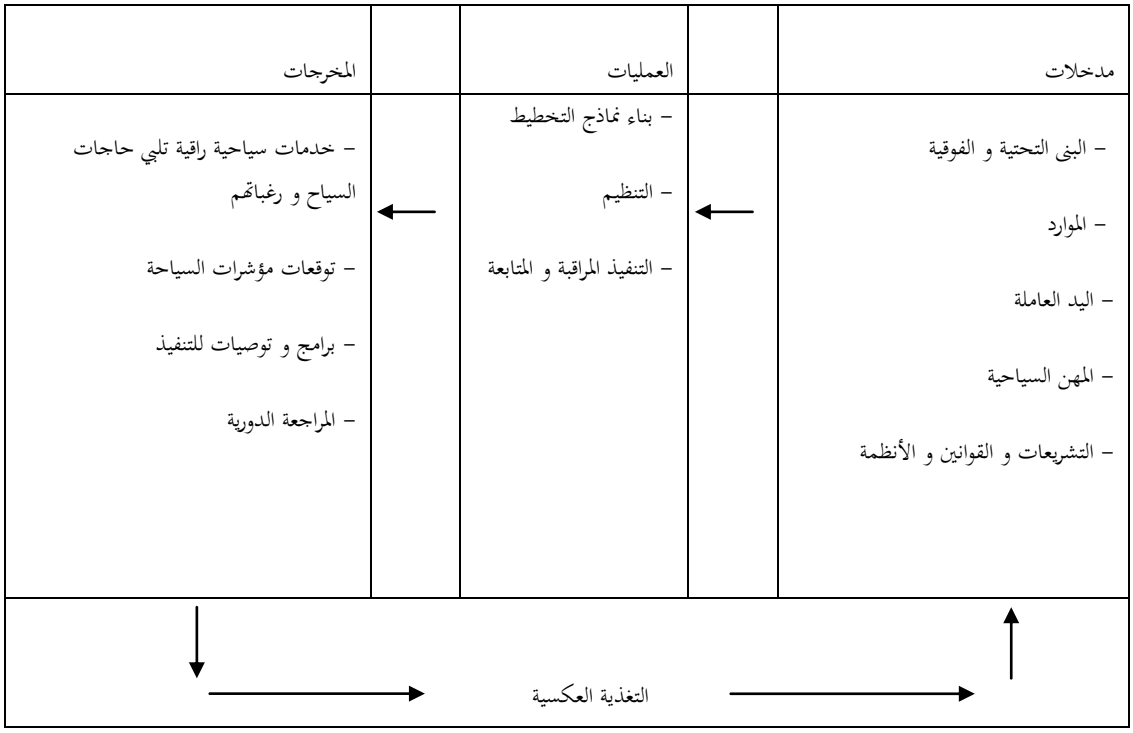
وتتطلب عملية التخطيط مهارات وخبرات واسعة في العديد من المجالات أبرزها:

- البحث والتقييم الاقتصادي والاجتماعي والتحليل الإحصائي.
- إدارة المشاريع.
- التحليل المالي ومراجعة الميزانيات.
- مسح الموارد الطبيعية والبشرية.
- تصميم نظم المعلومات.
- قراءة الخرائط.
- بناء النماذج واستخدام أحدث برامج الحاسوب.
- تحليل استخدامات الأراضي والتصاميم الهندسية والمعمارية.
- تحليل الآثار البيئية والبرمجة البيئية.
- تحليل المدخلات والمخرجات.[1]

ويمكن اعتبار التخطيط السياحي نوع من أنواع التخطيط التنموي، وهو عبارة عن مجموعة من الإجراءات المرحلية المقصودة والمنظمة والمشروعة التي تهدف إلى تحقيق استغلال واستخدام أمثل لعناصر الجذب السياحي المتاحة والكامنة وتحقيق أقصى درجات المنفعة مع متابعة وتوجيه وضبط هذا الاستغلال لإبقائه ضمن دائرة المرغوب والمنشود ومنع حدوث أي نتائج أو آثار سلبية ناجمة عنه. وهو يهدف إلى تحقيق التوازن بين العرض والطلب السياحيين.[2]

كما يمكننا تقديم أنموذج مبسط لمفهوم نظام التخطيط السياحي حسب الشكل التالي:

[1] عبد الإله أبو عياش و حميد عبد النبي الطائي. مرجع سبق ذكره. ص: 21إلى23.
[2] عثمان غنيم محمد، بنيتا نبيل سعد "التخطيط السياحي" الطبعة الثانية. مرجع سبق ذكره. ص: 56.



الشـــكل رقـم: (02-1): تحليل المدخلات والمخرجات لعملية التخطيط.

المصدر: حميد عبد النبي الطائي: "أصول صناعة السياحة". مرجع سبق ذكره. ص: 32.

المطلب الثاني: تطور التخطيط السياحي:

لقد تطور التخطيط السياحي من خلال مراحل عكست التطورات التي مر بها التخطيط الإقليمي ومن هنا جاءت العلاقة القوية والوثيقة بين التخطيط السياحي والإقليمي.

ويشير د نبيل روبي إلى التخطيط السياحي بصورته المبسطة على أنه رسم صورة تقديرية لمستقبل النشاط السياحي في منطقة أو عدة مناطق وخلال فترة زمنية قادمة. ويصاحب رسم هذه الصورة عملية حصر للموارد السياحية من أجل تحديد أهداف الخطة السياحية وتحقيق تنمية سياحية فعالة ومنتظمة من خلال إعداد وتنفيذ برامج متناسقة تتكامل من خلالها الأنشطة السياحية الفرعية على مستوى مناطق الدولة. وينظر من جهة أخرى إلى عملية التخطيط باعتبارها عملية مستمرة ومتجددة، ترتكز على حصر الموارد السياحية الطبيعية والبشرية منها وتحديد الأهداف وصياغة البرامج التنموية السياحية واختيار المشاريع المجدية اقتصاديا واجتماعيا، بحيث تتكامل الخطة القطاعية للسياحة مع الخطة الإقليمية لتصبح هذه الخطة في أعلى مستوياتها جزء من الخطة القومية الشاملة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية ولا شك بأن تحقيق التكامل القطاعي والإقليمي يتطلب تعاونا وتنسيقا مستمرا بين القطاعين العام والخاص.

وهذا يدعوا إلى إلقاء نظرة سريعة على التطورات الرئيسية التي شهدها التخطيط الإقليمي بنظرياته ونماذجه العلمية التي شكلت الأطر والقواعد التي استندت إليها عمليات التخطيط. فالبدايات الأولى للتخطيط كانت بسيطة وتتركز على موقع أو عدة مواقع وقد أطلق على التخطيط في بداية مراحله بالتخطيط الموقعي أو المحلي. ولكن عيوب ونواقص هذا النوع من التخطيط أنه كان يهتم بموقع معين بعيد عن علاقاته وارتباطاته بالمواقع الأخرى.

و قد ارتبط هذا النوع من التخطيط بما عرف في أدبيات الدراسات بنظريات الموقع التقليدية Classic Location Theories مثل نظرية Weber الصناعية التي ركزت على العلاقات المكانية للإنتاج الصناعي بين عدة مواقع، الأولى فيها خدمات صناعية، الثانية فيها مصادر الطاقة (كالفحم الحجري) والثالثة فيها السوق والرابعة فيها العمالة. إضافة إلى نظرية كريستالر Christaller التي عرفت بنظرية المكان المركزي Central Place Theory

والتي تناولت التوزيع المكاني Spatial distribution للسلع والخدمات وتأثيرها على سلوكيات وتحركات وانتقال الزبائن ضمن شبكة مكانية سداسية من المواقع والتجمعات المتدرجة في أحجامها بدءا بالقرية وانتهاء بالمدينة. فهذه النظرية كانت ترتكز على موقع أو عدة مواقع وتخطيط للأنشطة والعلاقات التي تربطها ببعضها البعض.

فالتخطيط الذي كانت تقوم به بلديات المدن في الماضي كان يتم في هذا لإطار وعلى أسس القواعد التي وضعتها نظرية الموقع. فإدارة كل بلدية كانت ترسم وتخطط لمدينتها أو بلدتها بغض النظر عن العلاقات التي تربطها أو ستربطها مع بقية المدن وقد أطلق على هذا النوع من التخطيط بالمحلي أو الموقعي Local Planning. وخلال هذه المرحلة من التخطيط كان يتم التعامل مع الأنشطة السياحية وفق اعتبارات موقعية ومحلية بعيدا عن علاقاتها وارتباطها بالأنشطة السياحية في المواقع الأخرى.

وقد أدت جوانب الضعف والثغرات التخطيطية الناجمة عن تبني مناهج وقواعد نظريات الموقع إلى بروز توجهات نظرية أكثر تطورا لمعالجة هذه النقائص التخطيطية على المستوى المحلي الموقعي.

وظهرت في هذا السياق نظرية التنظيم المكاني، والتي استندت إلى التوزيع المكاني لأنماط الأنشطة السكانية والاقتصادية والخدمية في إطار نظام إقليمي من المواقع المكملة والمتصلة مع بعضها ،التي تتبادل التأثير فيما بينها وفق نظام من العلاقات المتبادلة. إلا أن هذه النظرية كانت تتعامل مع المواقع باعتبارها ظاهرة ساكنة Static Phenomenon كما أنها لم تنجح في التعامل مع العمليات Processes التي تؤدي إلى التغيرات في توزيع أنماط الأنشطة. ثم جاءت نظرية النمو الإقليمي(Regional Growth Theory) لتتلافى النواقص في نظرية التنظيم المكاني من خلال توجيه مزيد من الاهتمام لديناميكية المكان أو الموقع أي التبديل والتغير المستمر في الأنشطة الاقتصادية والخدمية في الموقع ولإلقاء المزيد من الضوء والتحليل للكيفية التي تتطور وتتبدل بها أنماط هذه الأنشطة والعوامل والمتغيرات المؤثرة في تبديل أشكال وتوزيع هذه الأنماط.

ولا بد من الإشارة إلى أن سلبيات التخطيط في الهياكل النظرية السابقة هو ظهور منطقة أو عدة مناطق تتمتع بميزات ومكاسب تتفوق بها على المناطق الأخرى. ما يؤدي إلى فجوات تنموية بين المناطق مما ينجم عنها بروز مناطق أكثر نموا واستفادة من عمليات التخطيط ومناطق أقل نموا وحظا وإلى فقدان التوزيع المتوازن والعدالة الاقتصادية والاجتماعية. وهذا ما يقود إلى نمو مناطق تتمتع بفوائد اقتصادية وخدمية و تكنولوجية على حساب المناطق الهامشية المهملة كما هو الحال في مناطق الريف البعيدة. ويطلق على هذه الظاهرة عملية التخطيط بالنمو الاستقطابي Polarized Growth.

وجاءت أبرز التطورات النظرية في مجال التخطيط الإقليمي من قبل جون فريدمان Jon Friedmann صاحب نظرية التطور الاستقطابي Theory of Polarized Development فهو يحدد خمسة مراحل في عملية التنمية الاستقطابية. ففي المرحلة الأولى يتم التعامل مع التنمية كأداة للابتكار Innovation والإبداع ونشرها ونقلها إلى جميع المناطق، ويحدد في المرحلة الثانية شروط الابتكار القائمة على إحداث تغيرات جوهرية ومؤثرة في العلاقات القائمة بين المناطق، بحيث تنتقل قوى التغيير والتنمية من منطقة لأخرى وفق منظومة متسلسلة من التأثيرات الإيجابية التي تنتقل من منطقة لأخرى بحكم انتقال وانتشار قوى الابتكار. ويوضح في المرحلة الثالثة العلاقة بين الابتكار والإدارات وعمليات اتخاذ القرارات في إطار نظام مكاني من مناطق التي تتبادل فيما بينها تأثير الابتكارات وكيفية انتشارها وفق كفاءة توجيه مخرجات الابتكارات. ويقصد بهذا التغير مجموعة المناطق أو الأقاليم التي تتكامل فيها العلاقات في وحدة تنموية واحدة، وتشير المرحلة الرابعة إلى طبيعة العلاقات القائمة بين مراكز صناعة القرار والأطراف أو المناطق الهامشية. وعندما تكتمل التنمية في إطار وحدة إقليمية واحدة فإنها تكون قد دخلت في المرحلة الخامسة والتي هي عبارة عن نظام تدريجي من الأنظمة المكانية المتداخلة مع بعضها بدءا بالنظام المكاني المحلي والنظام المكاني الإقليمي والنظام المكاني القومي.

وكان الهدف من الإشارة السريعة إلى هذه النظريات هو التأكيد على أن التخطيط بشكل عام والتخطيط السياحي بشكل خاص مر في مراحل زمنية مختلفة عكست تغيرات في نوعية التحديات وحجم المشكلات الاقتصادية والاجتماعية كما عبرت عن تطور مستمر في المفاهيم والأطر و الهياكل النظرية التي وجهت مسارات واتجاهات عمليات التخطيط خلال المراحل المختلفة . ويأتي تغير المفاهيم عادة نتيجة قصور المفهوم أو البناء النظري في تفسير الواقع بدرجة معقولة. فبمقارنة البناء النظري بالواقع يعطي فرصة للحكم على مدى صدق النظرية في تفسير الواقع، فالاختلاف بين النظرية والتطبيق يمثل قصورا في البناء النظري. وتمثل هذه الاختلافات مشكلات ملحة أمام الباحثين كونها عبارة عن فجوات بين ما يطمح إلى تحقيقه المخططون في الواقع العملي وما يتم إنجازه فعلا.[1]

[1] عبد الإله أبو عياش، حميد عبد النبي الطائي: مرجع سبق ذكره. ص: 30إلى 35.

المطلب الثالث: أهمية التخطيط والحاجة إليه

يرتبط تعظيم الفوائد والعوائد السياحية والحيلولة دون ظهور أية مشكلات اقتصادية وبيئية وثقافية عن النشاطات السياحية بمدى الأخذ بالتخطيط السليم.[1] لذا يعتقد الخبراء أن التخطيط السياحي أساسي من أجل مضاعفة الآثار الإيجابية والتغلب على الآثار السلبية في حال ما إذا كان مدروس بشكل جيد.[2]

ويمكن إبراز أهمية التخطيط السياحي في النقاط التالية:

- إعداد ووضع الأهداف والسياسات التي تسعى السياحة لتحقيقها مع تحديد الآليات اللازمة لذلك فالتخطيط يحدد اتجاه المنشأة السياحية. فرغم أن أهميته ترجع لأسباب عديدة إلا أن السبب الرئيسي قد يكون تحديد المنشأة السياحية للوجهة التي تسعى إليها وأغراضها الرئيسية. فمعظم المنشآت السياحية تحاول تقديم أفضل الخدمات بأنسب الأسعار والعمل للحفاظ على المكانة التجارية. ولتحقيق هذين الهدفين تحتاج إلى خطة مدروسة بحذر، خطة يمكن من خلالها الوصول إلى أفضل الأسعار خطة تجذب السياح وتعمل على إرضاءهم، خطة تشق بها المنشأة طريقها لنمو والازدهار.[3]
- يعمل التخطيط السياحي على إيجاد التنسيق والترابط و التكامل بين جميع عناصر القطاع السياحي، كما يقدم أسس عقلانية لعملية صناعة القرار سواء في القطاع العام أو الخاص فيما يتعلق بعملية التنمية السياحية[4]، إضافة إلى أنه يحدد إطار موحد للعمل ولاتخاذ القرارات في المنشأة السياحية. وهذا عامل مهم لأن غياب التخطيط في الشركة يعني غياب الهدف وربما ما هو أسوا من ذلك. و يرجع السبب في ذلك أن كل منشأة سياحية تتكون من عدة أقسام، ففي فنادق السلسلة توجد أقسام متعددة كقسم

[1] عثمان غنيم محمد، بنيتا نبيل سعد: "التخطيط السياحي" الطبعة الثانية مرجع سبق ذكره. ص: 56.
[2] خالد مقابلة ، علاء سرابي: مرجع سبق ذكره. ص: 136.
[3] أ- عثمان غنيم محمد، بنيتا نبيل سعد: "التخطيط السياحي" الطبعة الثانية مرجع سبق ذكره.ص: 56.
ب- حميد عبد النبي الطائي: "أصول صناعة السياحة" مرجع سبق ذكره. ص: 325.
ج- خالد مقابلة، علاء سرابي مرجع سبق ذكره. ص: 137.
[4] عثمان غنيم محمد، بنيتا نبيل سعد: "التخطيط السياحي" الطبعة الثانية.مرجع سبق ذكره.ص: 57.

الاستقبال، قسم خدمات الغرف، قسم الطعام والشراب، قسم الصيانة، وعادة ما يكون لمديري هذه الأقسام قيمهم الخاصة بهم، وأهدافهم و طموحاتهم، ولذا فإن كلا من هذه الأقسام تقوم كأداة بتطوير إستراتيجيتها الوظيفية أو الاتجاه الخاص بالقسم؛ فعلى سبيل المثال قد يرغب قسم الطعام والشراب بتخفيض التكاليف بينما يصر قسم الغرف على زيادة أسعار الغرف للمحافظة على العلاقة السعر بالجودة، بينما نجد قسم التسويق يرغب في استقطاب المزيد من الزبائن من خلال آلية ترويج المبيعات وهكذا.

وكنتيجة لذلك يتضح أنه من دون خطة توضح لكل قسم دوره المطلوب منه أو الإضافة المطلوبة منه فإن الفندق سيتوقف أمام عدد من الاتجاهات المختلفة والمتنافسة. ولكن بوجود تخطيط واضح وفعال سيسعى كل قسم جاهدا ليضيف إلى أهداف الفندق. وهكذا تعمل كل الأقسام بوضوح بروح الفريق وبانسجام لتساعد في تحقيق هذه الأهداف.

- يساعد التخطيط السياحي على معرفة الفرص والمخاطر المستقبلية التي قد تواجه المنشأة السياحية، علما بأن هناك جانبا آخر من جوانب الأهمية في التخطيط وهم أنه في حين لا يؤدي التخطيط إلى التحديد الكامل للمخاطر المترتبة على القرارات طويلة المدى إلا أنه يساعد على معرفة الفرص والمخاطر الكامنة في المستقبل ويساعد في التخفيض منها. "كما يسمح التخطيط الفعال للمديرين التحديد المبكر للمشاكل والتهديدات التي توجد في البيئة".(Bryson,1987) [1] .
- يسهم التخطيط السياحي في توفير التنفيذ الفعال لسياسات وخطط التنمية السياحية وكذلك توفير إدارة فعالة لقطاع السياحة من خلال توفير الأطر والهياكل اللازمة.
- يساعد التخطيط السياحي في تطوير المناطق السياحية غير المطورة، ويعمل على توفير مرونة بالنسبة للتنمية المستقبلية وإشباع حاجات السوق والطلب السياحي المتغير والمتجدد.[2] إضافة إلى أنه يُوجِد التوازن بين

[1] حميد عبد النبي الطائي: "أصول صناعة السياحة". مرجع سبق ذكره. ص: 325إلى 327.
[2] عثمان غنيم محمد، بنيتا نبيل سعد: " التخطيط السياحي" الطبعة الثانية . مرجع سبق ذكره. ص: 57

العرض والطلب، فغالبا ما تتواجد تركيبات هيكلية وبنية تحتية غير ملائمة تنتج عدم اتزان لا ينعكس فقط على انزعاج وعدم ارتياح السياح لكنها أيضا تثقل كاهل المنظر العام وسمعة المنشأة السياحية. وسبب هذا الخلل ناتج عن نمو غير مدروس من المناطق السياحية المكتظة بالسياح ومرافق الإيواء والمواصلات والنقل وغيرها، حيث لا تتوفر معلومات عن عدد السياح المتوقع ارتيادهم لهذه المواقع. وفي الجانب الآخر تتواجد غرف خالية في الفنادق ومواصلات ومواقع سياحية بنسبة أشغال متدنية. نتيجة النمو السياحي الغير مدروس. فالمخططون يرون أن الخطة المدروسة بحذر ترسم توازن بين طريفي النقيض وتمنع حدوث حالة من الازدحام أو نقص شديد. وإذا تم تقدير العرض والطلب بشكل صحيح فيمكن التوصل حين ذاك إلى معرفة الكلفة مما يساعد المنشأة السياحية على النجاح تجاريا.[1]

- يعمل التخطيط بطبيعته على تخفيض العمل غير المنتج إلى أدنى حد. فالجهود التي ستبذل، تدرس ويتم اختيارها بكل دقة وعناية بحيث يقتصر الاستخدام على تلك الجهود الضرورية لتحقيق العمل المحدد. فالمنشآت السياحية صارت تتنافس على الأسعار من خلال تقليص التكاليف الإجمالية. ناهيك عن دور التخطيط في خفض الوقت اللازم للقيام بالأنشطة السياحية من أجل تحقيق الهدف في الوقت المحدد.[2]
- المحافظة على التوازن البيئي و حماية الطبيعة، فيمكن التخطيط السياحي من المحافظة على الموارد الطبيعية والثقافية في المناطق السياحية من خلال الاستغلال الحالي والمستقبلي.[3] وتعد أحد الأسباب الهامة للتخطيط من أجل التنمية السياحية هو الحفاظ على المنطقة من أخطار التلوث الصناعي من جراء التسارع المشهود في النمو الصناعي. وليست البيئة وحدها المستهدفة بالأخطار، بل يتعدى هذا المفهوم ويشمل التلوث الاجتماعي والحضاري و الثقافي. وبإتباع الخطط المدروسة للمنتج السياحي يمكن تخفيض الأثر المحتمل إلى نسبة متدنية.وذلك للحفاظ على التوازن البيئي، ليحمي الطبيعة ويوقف عملية التراجع الثقافي.[4]

[1] خالد مقابلة، علاء سرابي: مرجع سبق ذكره. ص: 136-137.
[2] حميد عبد النبي الطائي: مرجع سبق ذكره. ص: 327.
[3] عثمان غنيم محمد، بنيتا نبيل سعد: "التخطيط السياحي" الطبعة الثانية .مرجع سبق ذكره. ص: 56.
[4] خالد مقابلة، علاء سرابي: مرجع سبق ذكره. ص: 139.

المطلب الرابع: خصائص التخطيط السياحي وأساليبه

يمتاز التخطيط السياحي الجيد بأنه يركز على المنتج السياحي وكذلك على عمليات التسويق بأسلوب يحقق التوازن بين الأهداف الاقتصادية والاجتماعية والبيئية ضمن إطار التنمية السياحية الشاملة والمستدامة والتخطيط الجيد لابد أن تتوفر فيه عدة خصائص أهمها:

أ- التخطيط مرن Flexible، مستمرContinuous ، وتدريجيIncrementally يتقبل إجراء أي تعديل ما تطلب الأمر ذلك بناءا على المتابعة المستمرة والتغذية العكسيةFeed Back.

ب- التخطيط شامل لجميع جوانب التنمية السياحية (الاقتصادية الاجتماعية الثقافية البيئية السكانية وغيرها).

ت- التخطيط تكاملي، تعامل فيه السياحة على أنها نظام متكامل، حيث أن كل جزء مكمل للأجزاء الأخرى وكل عنصر يؤثر ويتأثر ببقية العناصر.

ث- التخطيط مجتمعي: بمعنى أنه يسمح بمشاركة جميع الجهات ذات العلاقة في عملية التخطيط بمراحله المختلفة.

ج- التخطيط بيئي يحول دون تدهور عناصر الجذب السياحية الطبيعية والتاريخية ويعمل على توفير الإجراءات اللازمة لصيانتها بشكل مستمر، ويضمن المحافظة عليها لأطول فترة زمنية ممكنة.

ح- التخطيط واقعي وقابل للتنفيذ والأهداف فيه لا تتجاوز حدود الإمكانيات والطموح لا تخرج عن دائرة ما هو متاح و كامن من مواد طبيعية ومالية وبشرية.

و- التخطيط مرحلي منظم، يتكون من مجموعة من الخطوات ونشاطات متتابعة ومتسلسلة.

ي- التخطيط يتعامل مع السياحة على أنها نظام له مدخلات وعمليات ومخرجات محددة ويمكن التأثير في هذه التكوينات وتوجيهها بشكل مباشر وغير مباشر ويضمن تحقيق ما هو مرغوب من الأهداف.[1]

[1] عثمان غنيم محمد، بنيتا نبيل سعد: " التخطيط السياحي"الطبعة الأولى مرجع سبق ذكره. ص: 43-44.

أما بالنسبة لأساليب التخطيط السياحي فهي متعددة، فمنهم من يصنفها إلى:

-التخطيط السياحي التعاوني – التخطيط من الأعلى للأسفل – التخطيط من الأسفل إلى الأعلى.

و هناك من يصنفها إلى:

-السياحة كنظام متكامل – أسلوب التخطيط الاستراتيجي للسياحة – أسلوب التخطيط السياحي التشاركي – أسلوب التخطيط السياحي المستدام.

1. / التصنيف الأول:

1.1 . التخطيط السياحي التعاوني(Cooperative / Coolaborative tourism Planning) : حيث يتم وضع المخطط السياحي من خلال التعاون بين الجهات والفئات المختلفة المعنية بصناعة السياحة من أجل الحصول على المخطط السياحي الأكثر قبولا. ويعتمد مستوى التعاون المطلوب على مستوى المخطط السياحي وطبيعة صناعة السياحة في منطقة القصد سواء كانت وطنية أو تعتمد على الهيئات العالمية .

2.1 . التخطيط من أعلى للأسفل (Top- Bottom- Approach): يركز هذا التوجه على أهمية أن يكون التخطيط السياحي عملية فوقية، ويهتم بالجهة المسئولة عن تشكيل وتطوير المخطط السياحي سواء كانت الحكومة وطنية أو إقليمية أو محلية. وي الآونة الأخيرة لاقى هذا التوجه انتقادا كبيرا بشأن فعاليته خاصة في الدول المتقدمة إلا أن معظم الدول النامية تتبع هذا التوجه التخطيطي نظرا لأن التمويل والخبرات والتحكم يكون متوفرا على المستوى الوطني فقط. بالإضافة إلى طبيعة الوضع السياسي لهذه الدول وطبيعتها المركزية والفساد في المحليات في معظم الأحيان.

3.1 . التخطيط من أسفل للأعلى (Bottom – Top –Approach) : تتطلع معظم الدول المتقدمة الآن للتخطيط السياحي من أسفل للأعلى، وتؤكد أن هذا التوجه يعالج سلبيات التوجه السابق الذي كانت تتبناه من قبل

وذلك من خلال المشاركات الشعبية للفئات المتأثرة بالتنمية السياحية وبالتالي تعظيم اهتمام المجتمعات المحلية بالسياحة ودعمهم لها والعمل على توجيه سياساتها لمنفعتهم.

ويمكن من خلال عملية تقييم الآثار البيئية التي تعتمد بشكل أساسي على المشاركة الشعبية في المراحل المختلفة تحقيق الأسلوب التخطيطي التعاوني لمشروعات التنمية السياحية. ويمكن اعتبار هذا الأسلوب التوجه الأنسب بالنسبة للدول النامية، حيث أن التخطيط من أعلى للأسفل لا يضمن نجاح عملية التنمية على المدى البعيد كما أن التخطيط من أسفل للأعلى هو أسلوب متقدم للتخطيط يصعب تطبيقه في الدول النامية في ظل البيروقراطية ومركزية الإدارة. ويمكن أن يكون التخطيط التعاوني هو بداية لتطبيق أسلوب التخطيط من أسفل للأعلى.[1]

2/ التصنيف الثاني:

1.2 . السياحة كنظام متكامل: إن معالجة السياحة كنظام يعني النظر إليها كوحدة تنظيمية متكاملة، وتتضمن هذه الوحدة عناصر ذات تنوع واسع لكنها مندرجة مع بعضها البعض بشبكة من الروابط المتداخلة والعلاقات المتبادلة والحركة الدائمة. و قد استعمل أسلوب النظام (System Approach) في التخطيط من قبل العديد من الباحثين. فقد استعمل شوفر Schofer أسلوب النظام في تخطيط المرور وشبكة المرور والطرق باعتبار أن هذه الشبكة وما عليها من حركة دائمة تشكل نظاما فرعيا خاصا في البيئة السياحية. ويعتقد هذا الباحث أن فهم النظام والطريقة التي يعمل بها يعتمد على تحديد مكوناته ضمن شبكة من العلاقات المنطقية. أما فورستر Forrester فقد درس البيئة السياحية مستخدما أسلوب النظام لتحديد المكونات الرئيسية التي يعتقد أنها الأسس التي توجه نمو هذه البيئة. وقد اعتمد لهذا الغرض على أنظمة فرعية كالقطاع الصناعي الذي يشكل القوة الدافعة لمزيد من الاستثمارات وفرص العمل التي تؤدي في مجملها إلى نمو وتوسيع البيئة السياحية.

[1] نسرين رفيق اللحام: مرجع سبق ذكره. ص: 179-180.

أما دواعي الاعتماد على أسلوب النظام في عملية تخطيط البيئة السياحية فيكمن في أن هذا الأسلوب يساعد الباحث على تحديد العناصر الرئيسية التي يريد معالجتها ودراستها خاصة في الحالات التي تكون فيها إمكانياته محدودة.كما يمكّنه من التركيز على العناصر التي يمكن السيطرة عليها لتقدير مدى التغير والتبدل الحاصلين في العلاقات التي تشد هذه العناصر مع بعضها البعض.وبالتالي يستطيع معرفة العناصر وارتباطاتها الديناميكية حتى يتمكن من رسم التوقعات لطبيعة العلاقات المستقبلية بين هذه العناصر.[1]

وهناك من يرى أن أسلوب النظام يتعامل مع السياحة كنظام رئيس يتكون من نظامين فرعيين تربطهما علاقات وتفاعلات وتأثيرات متبادلة، وهما عاملي الطلب والعرض. حيث يتكون عامل الطلب من:

- الطلب الخارجي.(العالمي).
- الطلب الداخلي(الوطني).
- الطلب المحلي.

ويتكون عامل العرض السياحي من:

- عناصر الجذب السياحي والنشاطات السياحية.
- منشآت الإيواء والإطعام.
- الخدمات والتسهيلات السياحية الأخرى.
- النقل السياحي.
- خدمات البنية التحتية وغيرها.

يعرف أسلوب النظام أحيانا باسم التخطيط السياحي الشامل والمتكامل لأن جميع عناصر النظام السياحي تؤخذ بعين الاعتبار في العملية التخطيطية ولانسجام السياحة والنشاطات السياحية مع جميع السياسات التنموية

[1] عبد الإله أبو عياش، حميد عبد النبي الطائي: مرجع سبق ذكره. ص: 28 إلى 30.

القائمة سواء على مستوى الدولة أو الإقليم، وهذا الانسجام يعمل على وضع الحلول المناسبة للمنافسة على الموارد بين النشاطات الاقتصادية المختلفة ويعمل على رفع مستوى خدمات البنية التحتية بحيث يستفيد الأفراد المحليين والسياح على حد السواء. ومن أجل استخدام هذا الأسلوب في التخطيط فإنه ينصح بتوظيف تقنية نظم المعلومات التي تعتبر من أحدث وأسرع النظم الآلية المستخدمة لأغراض تخزين البيانات ومعالجتها وتمثيلها بمختلف أشكالها سواء كانت رقمية أو مكتوبة أو مرسومة وممثلة بخرائط وأشكال بيانية وصور.

2.2 . أسلوب التخطيط الاستراتيجي للسياحة: يقوم هذا الأسلوب على الشمول وتحديد الغايات والأهداف المنشودة وأنماط التنمية السياحية المطلوبة في المستقبل. ففي هذا الأسلوب يتم إعداد السياسات والخطط السياحية لفترة زمنية طويلة تتراوح ما بين 10 إلى 20 سنة.[1]

ومن مبررات استعمال هذا الأسلوب نجد شدة المنافسة السياحية بين الدول. تعدد وتنوع المواقع السياحية التي تحتاج للتنسيق، محاول الاستغلال الأحسن للموارد السياحية خاصة لدى الدول التي تعاني من ضائقات مالية إلى جانب غلبة الفكر التسويقي عند وضع وصياغة الإستراتيجيات السياحية لدى الدول السياحية الكبرى.[2]

3.2 . أسلوب التخطيط التشاركي: إن التخطيط هو وسيلة لتحقيق منافع الأفراد لذلك لابد من مشاركة الأفراد فيه. وتمكّن هذه المشاركة من معرفة حاجات الأفراد المحليين هذا من جهة وأن مشاركتهم وحصولهم على منافع من العائدات السياحية سيدفعهم لدعم النشاطات التنمية السياحية. وعادة في حالة التخطيط على المستوى الوطني والإقليمي فإن الأفراد المحليين يمثلون من خلال لجنة توجيهية Steering Comitee والتي تقوم بدورها بتوجيه عملية التنمية السياحية في المستويات المكانية المختلفة بما يعمل على إشباع حاجات المحليين والعمل على حل المشكلات التي تواجههم. وعادة ما تضم هذه اللجنة أعضاء ذوي خبرة واسعة من القطاع العام والخاص والمجموعات الدينية والتنظيمات الاجتماعية وغيرها.

[1] عثمان غنيم محمد، بنيتا نبيل سعد: " التخطيط السياحي" الطبعة الثانية. مرجع سبق ذكره. ص: 61 إلى 65.
[2] محمد عبيدات:مرجع سبق ذكره. ص: 60 إلى 62.

4.2 . أسلوب التخطيط السياحي المستدام ويقوم هذا الأسلوب على إيجاد تنمية سياحية مستدامة بحيث يتم إلى جانب الاهتمام بالنواحي الاقتصادية للنشاطات السياحية التركيز على حماية المعطيات السياحية الطبيعية والثقافية من أجل استمرار استثمارها والاستفادة منها في المستقبل وهذا الأسلوب على درجة عالية من الأهمية نظرا لأن النشاطات السياحية تعتمد بشكل رئيسي على معطيات وعناصر البيئة الطبيعية والتراث الثقافي والأنماط الثقافية في المواقع السياحية وفي حالة تدهور هذه الجوانب فإن الموقع السياحي لن يصبح جاذبا للسياح خصوصا وأن السائح يبحث بالدرجة الأولى عن مواقع تتمتع بنوعية بيئية جيدة وغير ملوثة ولا مزدحمة.

إن أحد أهم الجوانب في عملية التنمية السياحية هو أن الجزء من العائدات السياحية يمكن أن يستغل لتحقيق مبدأ التنمية السياحية المستدامة و عليه فإن أهم أساليب التخطيط التي يمكن إتباعها لتحقيق التنمية السياحية المستدامة هو التخطيط السياحي البيئي والذي يقوم على مسح وحصر جميع عناصر البيئة الطبيعية في الموقع السياحي وتحليلها وبناءا على ذلك يتم اختيار وتحديد أماكن وأنواع التنمية السياحية المناسبة لهذه العناصر.[1]

[1] عثمان غنيم محمد، بنيتا نبيل سعد: "التخطيط السياحي" الطبعة الثانية. مرجع سبق ذكره. ص: 66.

المطلب الخامس: التخطيط السياحي والتسويق

هناك بعض الاختلافات الأساسية بين المنتج السياحي وغيره من المنتجات والخدمات وذلك يؤدي إلى وجود اختلاف كبير بين التسويق السياحي والتسويق بمعناه العام ومن تلك الاختلافات الأساسية كجمود عناصر العرض السياحي والمرونة الكاملة في الطلب وغيرها من الاختلافات التي سبق ذكرها في خصائص العرض والطلب السياحي والتي لابد أن تكون واضحة لرجل التسويق.

ولضمان الاستمرار الجذب السياحي فلابد من تطوير وتخطيط للتسويق السياحي ورفع برامج للتنشيط السياحي. فالتخطيط يعمل على ربط الأهداف والإمكانيات لغرض التسويق وبهذا تتحقق أقصى استفادة من الإمكانيات، وبذلك يكون التخطيط وسيلة للتعامل في بيئة تنافسية سريعة التغيير. ولابد من التخطيط للأهداف الطويلة والقصيرة المدى معا، وهذا يعني البحث عن مصادر إضافية لرأس المال من أجل استثمارات مستقبلية.[1]

وقد تتعدد السياسات التسويقية للنشاط السياحي تبعا للمجالات الفرعية المتصلة بالتسويق. فلكي تتحقق الأهداف التسويقية السياحية يجب أن تكون هناك سياسات واضحة الملامح محددة الأهداف والمفاهيم يجمع بينها التكامل ووحدة الهدف ومترابطة تسير في طريق تحقيق النجاح التسويقي للعمل السياحي.

وتعتبر السياسة التخطيطية للنشاط التسويقي السياحي إحدى هذه السياسات التسويقية المهمة، حيث تحتل مكانا بارزا بين السياسات الأخرى انطلاقا من دورها الأساسي في توجيه مختلف الأنشطة التسويقية، وهي تقوم على محورين رئيسيين هما:

أ- تخطيط الإمكانيات السياحية المتاحة وتوفيرها بالمستوى المطلوب وبالكمية والقدر الملائم وفي الوقت المناسب.

ب- التقديرات المحتملة لإجمالي عدد السياح المتوقع قدومهم إلى الدولة سنويا موزعين تبعا لكل فترة زمنية.

[1] وفاء زكي إبراهيم: مرجع سبق ذكره. ص: 219 إلى 221.

ولذلك فإن سياسة التخطيط التسويقي ينحصر دورها في تحقيق التوازن بين الحركة السياحية المتوقعة والإمكانيات السياحية المتاحة، من أجل ذلك أصبح وجود خطة تسويقية سليمة مطلبا أساسيا لتحقيق فاعلية التسويق السياحي نظرا لأهمية وضرورة التخطيط بشكل عام لأي نشاط من الأنشطة السياحية. فأي عمل تسويقي ناجح يسبقه تخطيط علمي سليم محدد الأهداف مبني على التوافق بين الإمكانيات السياحية المتاحة والطموحات التي تسعى إلى تحقيقها الأجهزة والهيئات والمنشآت السياحية. لمواجهة الحركة السياحية القادمة. مما يتطلب من المخطط التسويقي أن يكون على علم تام بالفترات المختلفة التي تمر بها مراحل الطلب السياحي، مثل فترات الانتعاش،الرواج، الكساد والركود. فكل فترة من هذه الفترات تحتاج إلى استعدادات خاصة وإجراءات تسويقية معينة. ففي حالة الطلب المتزايد (حالتي الرواج والانتعاش) يأخذ النشاط التسويقي اتجاها خاصا يميل نحو التركيز على تنشيط الحركة السياحية لأنماط ومناطق سياحية متعددة ومختلفة بما يتلاءم مع إمكانيات السياحية المتاحة، كذلك في المراحل التي يتجه فيها الطلب السياحي للانخفاض مثل مرحلتي (الكساد و الركود)، فإن الجهود التسويقية توجه إلى الاهتمام بأكثر الأنماط السياحية جذبا للسياح. وبالتالي فإن التحليل الإحصائي للحركة السياحية يلعب دورا هاما في وضع السياسة التخطيطية للتسويق السياحي.

وتهدف عادة السياسة التخطيطية للتسويق السياحي إلى تحقيق:

1- أهداف كمية: هي الأهداف ذات صفة اقتصادية يمكن قياسها بشكل كمي وتتطلع إلى تحقيقها الأجهزة والمنشآت السياحية، مثل تحقيق رقم معين من الحركة السياحية أو الليالي السياحية، أو معدل متزايد للنمو في الاستثمار السياحي، أو نسبة معينة للإشغال الفندقي.

2- أهداف غير كمية: مثل تطوير وتنمية الخدمات السياحية وتصميم برامج سياحية جيدة تتلاءم ورغبات السياح من جهة وتحقيق مركز متميز في السوق السياحي من جهة أخرى.[1]

[1] صبري عبد السميع: مرجع سبق ذكره. ص: 237 إلى 239.

ويعد التخطيط الإستراتيجي والتسويقي من العناصر الحتمية التي يجب تبنيها في وضع وتطوير وتنمية صناعة السياحة في أي دولة.

ويمكن تعريف التخطيط الإستراتيجي السياحي "بأنه كافة الإجراءات المؤدية إلى وضع أهداف ممكنة التنفيذ من الناحية البيئية للوضع السياحي وعلى ضوء الموارد البشرية والمادية المتاحة وبالنظر للأولويات المقررة".

ويلاحظ أن هذا التعريف يتضمن العناصر التالية:

- إن التخطيط الإستراتيجي عبارة عن إجراءات يشترك في وضعها كل من القطاع الحكومي و المحلي.
- إن عملية التخطيط الإستراتيجي تعني وجود مساهمة لكافة القطاعات المعنية بالسياحة.
- إن التخطيط الإستراتيجي السياحي يتطلب ابتداء مراجعة لكافة الأوضاع والعوامل المؤثرة على أداء وربحية القطاع السياحي. وهذا يعني الوصول إلى أهداف ممكنة التنفيذ من الناحية البيئية مع إمكانية وجود الموارد المالية اللازمة لتنفيذ الأهداف الموضوعة والتي ستترجم إلى برامج قابلة للتنفيذ.
- إن التخطيط الإستراتيجي السياحي يتطلب إيجاد موارد بشرية مؤهلة وقادرة على تنفيذ الأهداف الواقعية التي تمت صياغتها بعد الدراسة.
- إن المخطط الإستراتيجي السياحي لابد له من أولويات يعمل على إنجازها في فترة زمنية محددة و قد تم رصد الوسائل و الأموال المناسبة لتنفيذها.[1]

ويؤكد خبراء التسويق والتخطيط على ضرورة إشباع الحاجات المتغيرة للسياح. والمنشآت التي تعي هذه الضرورة وتعتبرها مصدرا وأساسا لنجاحها، تمارس في الواقع "فن التخطيط الإستراتيجي الموجه صوب السوق " .Market Oriented Strategic Planning. وهذا التخطيط عبارة عن عملية إدارية لتطوير وضمان الموائمة

[1] محمد عبيدات: مرجع سبق ذكره. ص: 59-60.

القابلة للتطبيق بين أهداف ومهارات وموارد المنشأة من جهة، وبين هذه الأهداف والمهارات والفرص السوقية المتغيرة من جهة أخرى.

وهدف التخطيط الإستراتيجي يكمن في مساعدة المنشأة لاقتناء وتنظيم أعمالها ونشاطاتها بطريقة تمكنها من الحفاظ على وضع مرض بالرغم من المشاكل الغير متوقعة التي قد تحصل في أي جانب من أعمالها ونشاطاتها، أو في خطواتها الإنتاجية أو الخدمية.

كما ينبغي النظر إلى التسويق والتخطيط الإستراتيجي كشريكين يسهمان في نجاح المنشأة السياحية على المدى البعيد. ففي الفترة التي سبقت عام 1986م لم يكن للفندق المعروف باسم Motel 6 أي خطة أو نشاط يتعلق ببحوث النزلاء، وعندما تم شراء سلسلة فنادق Motel 6 من قبل منشأةKohlberg K. Roberts & Co ، قامت هذه المنشأة بانتهاج أسلوب التخطيط الإستراتيجي، ودعمت السلسلة بنخبة من كبار المسوقين. ولم تمض إلا أسابيع معدودة حتى باشرت فرق متخصصة في بحوث التسويق بالعمل باتجاه التعرف وتشخيص الحاجات الحقيقية للنزلاء المرتقبين، وعملت وفق برامج محددة لإشباع هذه الحاجات.

ولكي نفهم التخطيط الإستراتيجي بشكل دقيق، ينبغي الإقرار بأن معظم المنشآت الكبيرة تتألف من أربعة مستويات تنظيمية Organization Levels هي:

- مستوى الإدارة العليا.
- مستوى الأقسام.
- مستوى نشاط الأعمال.
- مستوى المنتج.

ففي السنوات الأخيرة، لجأت منشآت الضيافة مثل: Marriott و Disey إلى انتهاج أسلوب المستويات التنظيمية المتعددة حيث جعلت مستوى الإدارة العليا مسئولا عن تصميم الخطة الإستراتيجية على مستوى المنشأة

معتبرة هذه الخطة بمثابة دليل عمل للمستويات الأخرى لتحقيق الأهداف المنشودة. ويقوم كل قسم بوضع خطة خاصة به في ضوء الخطة العامة. ونفس الأمر ينطبق على مستوى نشاط الأعمال ومستوى المنتج، حيث الخطط جميعها هي خطط فرعية تصب في بوتقة الخطة العامة.

ويرى كوتلر Kotler وزملاؤه عام 1999م بأن التخطيط الإستراتيجي يعتمد على ما يلي:

- إجراء تحليل موضعي Situational Analysis ووضع أهداف التسويق بناءا على عملية التحليل.
- وضع الخطة التي تستند على تطوير الخطط الإستراتيجية والتسويقية.
- تنفيذ الخطط التي تم إعدادها ورسمها بناءا على البيانات والمعطيات التي تم الحصول عليها.
- الرقابة على نتائج وتنفيذ الخطط واتخاذ الإجراءات التصحيحية خطوة ضرورية وهامة.[1]

وتتكون إستراتيجية التسويق السياحي من عدة جوانب هامة:

- تطوير نظام المعلومات الخاص بأغراض التسويق ويشمل بيانات عن الزبائن، فعالية وإمكانيات منشآت التسويق.
- مواعيد الأسعار التشجيعية حسب لمناطق وأقاليم سياحية محدودة و ذلك حسب الأولويات.
- تحليل البيئة التسويقية.
- طابع وحقيقة العرض السياحي.
- تحليل تفصيلي لأدوات ووسائل التسويق في الأسواق المختلفة بما يتناسب مع اتجاهات الطلب فيها.
- تحديد أهداف عملية التسويق والموازنات المطلوبة وجداول العمل الزمنية والمكانية.
- تنشيط نشاط التسويق الداخلي والخارجي.

[1] عبد الإله أبو عياش ، حميد عبد النبي الطائي: . مرجع سبق ذكره. ص: 247 إلى 250.

وتوجه إستراتيجية التسويق لأسواق خاصة ومجموعات سكانية معينة تغطي عموما الأسواق المحلية والعالمية.

ويتم مراجعتها باستمرار وتجري عليها تعديلات تتناسب مع حركة الأسواق السياحية والمنتج السياحي في منطقة العرض.[1]

[1] عثمان غنيم محمد، بنيتا نبيل سعد: " التخطيط السياحي" الطبعة الثانية. مرجع سبق ذكره. ص: 98 إلى 100.

المبحث الثاني: مراحل عملية التخطيط السياحي الوطني والإقليمي

يهتم التخطيط السياحي بقراءة مستقبل صناعة السياحة وتوجهات أنشطتها ومؤشراتها المستقبلية وذلك اعتمادا على تحديد اتجاهات ومقدار التغيرات والتبديلات المستقبلية في العوامل والمتغيرات السياحية، لذا فإن هذه العملية تتطلب استخدام الأساليب العلمية المستندة إلى أصول وأساليب البحث العلمي ومنهجيات الدراسات العلمية وفق تسلسل منطقي وعلاقات انسيابية منطقية تعكس طبيعة المراحل التي تمر بها عملية التخطيط.

المطلب الأول: مرحلتي إعداد وثائق الخطة السياحية وتحديد الأهداف

الفرع الأول: وثائق الخطة السياحية

إن عملية إعداد أية خطة سياحية شاملة ومتكاملة تعتد أولا وقبل كل شيء على ضرورة تحديد الشروط والبنود المرجعية أو ما يسمى بأبعاد الخطة(Terms Of Referance) التي يقوم بتحضيرها وإعدادها خبراء متخصصون في السياحة.

ويتم إصدار هذه الشروط في وثيقة يطلق عليها اسم وثيقة الشروط المرجعية TOR document بعد مناقشتها والموافقة عليها من قبل المنشآت والمنظمات الرسمية والمحلية الأهلية المعنية بالتنمية السياحية في المنطقة.

ويسترشد فريق المخططين الخبراء بهذه الوثيقة وشروطها عند البدء بإعداد الخطط السياحية واستكمالها في المراحل الزمنية المتتابعة والمحددة بشكل واضح ودقيق فيها.

ونظرا لأهمية هذه الوثيقة، فإنه لابد من توجيه الاهتمام إلى التقارير السياحية التي يجب تقديمها خلال سير العمل بمراحل عملية التخطيط، إضافة إلى عدم إغفال تشكيل فريق متجانس من خبراء دوليين ومحليين لتحقيق التكاملية بين الخبراء. كما أنه لابد من تشكيل لجنة توجيهية عاليا لمراجعة وتقييم واعتماد الخطة خلال مراحلها المختلفة. وتتكون اللجنة من ممثلي القطاعات السياحية الرسمية والأهلية، أي من القطاعين الخاص والعام ومن أصحاب الخبرات ليقوموا بمراجعة ومناقشة واعتماد التقارير الأولية والأعمال التخطيطية التي يتم إنجازها في الإطار الزمني المتفق عليه.

وتعد وثيقة الشروط المرجعية أول خطوة في تنظيم مشروع التخطيط السياحي كما سبق الإشارة إليه وتتمثل في القيام بتقييم المنطقة السياحية أو المناطق السياحية على مستوى الدولة.[1] وبمفهوم أخر يتم تقييم كل من العرض والطلب في السوق السياحي، ويعتمد هذا على إدارة المعلومات قادرة على تحديد القدرة المتوقعة للموقع بشكل دقيق. فإذا تم الحصول على البيانات والمعلومات الصحيحة عن مختلف المواقع التي يرتادها السياح، فإن هذا التقدير للطلب يساعد على إدارة العرض مما يمنح للدولة فكرة واضحة عن إدارة الخدمات السياحية.[2]

إضافة إلى تحديد كل من الطلب والعرض السياحي للمنطقة يشتمل مفهوم أبعاد خطة التنمية أو وثيقة الشروط المرجعية على الجوانب التالية التي لابد أن تحدد كل منها بشكل دقيق:

- المخرجات والنتائج المطلوبة (الأهداف).
- النشاطات اللازمة والضرورية لإعداد السياسة والخطة السياحية.
- الاعتبارات المكانية (الاقتصادية والبيئية والاجتماعية) لمنطقة الدراسة.
- الهياكل المؤسسية اللازمة.
- أساليب وآليات التنفيذ.
- الوقت اللازم لتنفيذ كل نشاط وبالتالي لتنفيذ الخطة (برامج عمل زمني).
- مراحل عملية التنمية السياحية.
- فريق العمل.[3]

كما أنه يجب الانتباه إلى أن إعداد الخطة السياحية الوطنية والإقليمية تتطلب فريقا من المتخصصين في مجالات مختلفة. ويتشكل الفريق الرئيسي عادة من التخصصات التالية:

[1] عبد الإله أبو عياش، حميد عبد النبي الطائي: مرجع سبق ذكره. ص: 67-68.
[2] خالد مقابلة ، علاء السرابي: مرجع سبق ذكره. ص: 141.
[3] عثمان غنيم محمد، و بنيتا نبيل سعد: " التخطيط السياحي" الطبعة الثانية. مرجع سبق ذكره. ص: 74.

أ- مخطط للتنمية السياحية.

ب- اختصاصي بالتسويق السياحي.

ت- اقتصادي سياحي.

ث- مخطط للنقل ومرافق البنية التحتية.

كما يجب توفير المزيد من المتخصصين لمساعدة الفريق الرئيسي والذي يتكون من:

أ- مخطط بيئي وايكولوجي للتنمية السياحية.

ب- أخصائي في علم الاجتماع والأنتروبولوجيا.

ت- مخطط للنقل الجوي.

ث- مخطط للقوى البشرية السياحية.

ج- اختصاصي في التشريعات والأنظمة السياحية.

ح- اختصاصي في التسهيلات الفندقية وخدمات السياح.

خ- اختصاصي في الجوانب المعمارية السياحية.

ويتضمن TOR الهيكل التنظيمي للعلاقات والمهام المتبادلة بين هؤلاء الاختصاصين والمخططين كما يتضمن الآفاق المستقبلية للخطة والتي تتدرج من تصورات قصيرة المدى إلى خطط متوسطة وطويلة المدى والتي يمكن أن تصل إلى عشرين عاما.

ولابد من تحديد رئيس فريق التخطيط الذي يتولى التنظيم والتنسيق وتوزيع المهام وإعداد التقارير المتلاحقة التي تمثل مخرجات ومحصلات الجهود.[1]

[1] عبد الإله أبو عياش، حميد عبد النبي الطائي: مرجع سبق ذكره. ص: 69-70.

وتتكون التقارير من المجموعات التالية:

- التقرير الأولي المبدئي: Inception Report ويتم إعداده من قبل رئيس فريق العمل بعد تقييم ودراسة الأوضاع القائمة في منطقة الدراسة ويشمل برامج العمل التفصيلية والزمنية وأي معلومات أخرى ضرورية.[1]
- التقرير المؤقت المرحلي Interim Report ويتضمن الأهداف، النتائج الأولية لعملية المسح البيانات، خطوات التحليل، الخلاصات والاستنتاجات، التوصيات الأولية المترتبة على فرص التنمية السياحية ومحدداتها. ويتكون التقرير المرحلي من مجموعة تقارير يطلق عليها تقارير سير العمل Progress Report التي تقدم خلال مراحل إعداد الخطة.
- التقرير التمهيدي (مسودة التقرير) Draft Report: ويشمل سير العمل وما تحقق من نتائج المسح والسياسات والتوصيات السياحية وذلك بعد أن يتم مناقشتها مع الفريق الوطني وممثلي المنظمات الوطنية.[2]
- التقرير التمهيدي النهائي مسودة التقرير النهائي Draft Final Report: ويحتوي على سياسة التنمية السياحية النهائية والهيكل العام لخطة التنمية وبرامج التنفيذ المقترحة من قبل فريق العمل. كما يشارك فيه المنظمات الحكومية والأهلية.
- التقرير النهائي Final Report: يعرض جميع التوصيات النهائية بما في ذلك المسح والتحليل والخرائط وأشكال الخطة النهائية.

وعادة ما تقوم اللجنة التوجيهية بمراجعة كل تقرير من التقارير بعد إعداده وتقوم بإبداء ملاحظاتها بهذا الخصوص.

[1] عثمان غنيم محمد، بنيتا نبيل سعد: "التخطيط السياحي" الطبعة الثانية. مرجع سبق ذكره. ص: 77-78.
[2] عبد الإله أبو عياش، حميد عبد النبي الطائي: مرجع سبق ذكره. ص: 70-71.

الفرع الثاني: مرحلة تحديد أهداف التخطيط السياحي

تمثل الغايات والأهداف النتائج المنشودة والمرغوبة للتنمية السياحية. ويعد تحديد أهداف التنمية عامل ضروري ومهم لأنه يشكل الأساس الذي يحدد هيكل خطة التنموية بشكل عام. لذلك لابد من تحديدها بعناية ودقة فائقة من قبل الجهة الاستشارية والتنفيذية والتوجيهية. كما يجب أن تكون واضحة و محددة لأنها ستقرر نوع المسح الذي سيتم.إجراءه، وطريقة تحليله، وكيفية صياغة وإعداد السياسة السياحية والتوصيات.[1]

ويهدف التخطيط السياحي إلى تحقيق تنمية سياحية شاملة ومتكاملة ومستدامة في أبعادها (الاقتصادية الاجتماعية، الثقافية، البيئية وغيرها.) من خلال الاستغلال الأحسن للموارد السياحية ومقومات وعوامل الجذب. وذلك لإعداد وتجهيز وتوفير منتج سياحي متطور وفقا لأعلى المعايير والمواصفات الدولية؛ وهذا يتطلب العناية والاهتمام بالجوانب الفنية، بحيث تكون الأهداف واقعية ومرنة قابلة للتطبيق في الواقع العملي، وبمعنى أخر أن تعكس الإمكانات والقدرات الحقيقية المتوفرة والتي يمكن أن تساعد على تحقيق الأهداف.

وحتى تكون واقعية يتم صياغة أهداف مرتبطة بخطط قصيرة المدى، وأهداف مرتبطة بخطط متوسطة المدى وأخرى مرتبطة بخطط بعيدة المدى هذا من جهة. ومن جهة أخرى يتم صياغة أهداف تشير إلى المستويات فنجد أهداف وطنية وأخرى إقليمية، أي أن الأهداف هنا توجه إلى تنمية إقليم أو منطقة أو حتى جزء من الدولة وأهداف محلية توجه إلى مناطق محددة داخل إقليم أو أن تكون على مستوى مدينة أو عدة مدن.متجاورة.

فالأهداف الوطنية عادة ما تتميز بالشمولية وتشتق منها أهداف أكثر تفصيلا على المستوى الإقليمي المحلي. وتكون الأهداف الوطنية موجهة لإحداث التنمية السياحية في كل أجزاء ومناطق الدولة دون استثناء وبشكل متوازن يعكس توزيع الموارد السياحية المختلفة بحيث يتحقق التوازن في توزيع مكتسبات التنمية والتخطيط السياحي على الجوانب (الاقتصادية، الاجتماعية، البيئية، وغيرها).

[1] عثمان غنيم محمد، بنيتا نبيل سعد: " التخطيط السياحي" الطبعة الثانية. مرجع سبق ذكره. ص: 78.

ورغم التفاوت في الأهداف الوطنية بين الدول حسب درجة تطورها ونموها إلا أن هناك أهدافا مشتركة يمكن تحديد البعض منها فيما يلي:

- الأهداف الاقتصادية: تسعى الأهداف الاقتصادية لتحويل القطاع السياحي إلى إحدى أهم القطاعات الاقتصادية الرائدة وذلك راجع إلى توسع إسهامات السياحة في الناتج المحلي، في زيادة الدخل والمقبوضات من العملة الصعبة، إلى جانب دعمها لميزان المدفوعات، تحسينها من مستوى المعيشي للأفراد، توفيرها للعديد من فرص العمل. ومن جهة أخرى زيادة أعداد السياح يعني زيادة في معدل إنفاقهم وإقامتهم، بالإضافة إلى تنويع المنتج السياحي والأنشطة المصاحبة له من خلال تكثيف الاستثمارات ومحاولة استقطاب رؤوس الأموال اللازمة لإقامة المشاريع السياحية، دون إغفال أثر الدخل المضاعف Multiplying Effect للنشاط السياحي على باقي القطاعات الأخرى.
- الأهداف الاجتماعية: تسعى هذه الأهداف إلى إحداث تحولات اجتماعية واسعة داخل المجتمعات المحلية للتعامل مع السياحة بطريقة تحافظ على الأنماط الدينية والاجتماعية والثقافية وعادات وتقاليد الأفراد إلى جانب تطوير إمكانات المجتمعية للتعامل مع الثقافات الواردة مع السياح لإيجاد نوع من التجانس بين المنظومة الاجتماعية المحلية والمنظومات الاجتماعية المصاحبة لدخول السياح وإقامتهم وتنقلهم واختلاطهم بالمحليين.

وتتضمن الأهداف الاجتماعية على المستوى الوطني أو المحلي ما يلي:

- دمج المجتمعات المحلية في عملية التنمية والتخطيط السياحيين، بحيث يتم توسيع إسهامات المجتمعات المحلية في كلتا العمليتين.
- توعية الأفراد والمجتمعات المحلية بالآثار الإيجابية للسياحة من جهة، وبالآثار السلبية لمواجهتها وكيفية تجاوزها من جهة أخرى.
- تأهيل وتدريب الأيدي العاملة السياحية.
- المحافظة على مقومات النسيج الاجتماعي المحلي القائمة، وعلى العادات والتقاليد وأنماط المعيشية للأفراد.

- أهداف الاستدامة: هي تلك الأهداف المرتبطة بالمحافظة على خصائص البيئة الطبيعية وحمايتها من التعرض لأي خلل أو آثار سلبية يمكن أن تصاحب حركة السياح، خاصة وأن هناك الملايين منهم يتوافدون على المواقع الطبيعية والمحميات والبيئات التي تتسم بالهشاشة. وهذه الأهداف موجهة لمنع أي تغيير في معطيات البيئة أو تشويهها أو استنزاف مواردها،إضافة إلى المحافظة على مكونات البيئة وايكولوجيا المكان الذي هو عبارة عن تفاعل بين الإنسان والبيئة، وتوجيه عناية خاصة إلى قضايا التلوث بجميع أنواعه (الهوائي الصوتي، البصري والنفايات الناجمة عن الحركة السياحية العشوائية)، كما يجب عدم إغفال جانب الطاقة الاستيعابية للمواقع السياحية والأثرية. ولاشك أن الإدارة بشكل عام وإدارة المواقع بشكل خاص قادرة على تحقيق الأهداف الوطنية للسياحة المستدامة من خلال برامج المحافظة على المواقع والمباني الأثرية وإجراء الصيانة الدورية والمستمرة والتعامل الرفيق مع البيئة ومعطياتها وخصائصها كما هو الحال في البيئات البحرية مع الشعاب المرجانية والأحياء النادرة التي تتميز بدرجة حساسية كبيرة.
- الأهداف التنظيمية والتشريعية: وتتضمن جوانب فنية مرتبطة بقدرة الأجهزة المسئولة على توفير المعايير والمواصفات الفنية لضبط وتوجيه الأنشطة السياحية، بما يتناسب مع أهداف التنمية الوطنية لتحقيق التجانس بين قطاع السياحة وباقي القطاعات الوطنية الأخرى. وهذا يتطلب دعم المنظمات القائمة وإنشاء منظمات جديدة لمساندة القطاع السياحي إضافة إلى إصدار تشريعات وقوانين تعمل لوصول التنمية السياحية إلى مستويات عالية، إلى جانب تشجيع الاستثمارات وتوفير الخدمات المساندة التي تدعم القطاع السياحي.[1]

[1] عبد الإله أبو عياش، حميد عبد النبي الطائي: مرجع سبق ذكره.ص: 71 إلى 78.

المطلب الثاني: مرحلة جمع البيانات ومسح الموارد السياحية وتحليلها

الفرع الأول: مرحلة جمع البيانات ومسح الموارد السياحية

تشكل عملية جمع البيانات المدخل الأساسي لخطط التنمية السياحية، وهذا التجميع عادة ما يكون لعناصر العرض والطلب السياحيين، وأهمها:

- أنماط واتجاهات السياحة الإقليمية والدولية.
- خصائص الدول والأقاليم السياحية التي تقوم على نفس المنتج السياحي والقدرة التنافسية.
- خصائص السياح القادمين للدولة أو الإقليم السياحي.
- عناصر الجذب السياحي القائمة والكامنة سواء في الدولة أو الأقاليم.
- خدمات الإيواء الحالية والمستقبلية.
- خدمات وتسهيلات المتعلقة بالنقل السياحي الداخلي والخارجي الحالية منها والمستقبلية.
- أنواع مرافق البنية التحتية الحالية والمخطط لها مثل: (طرق، كهرباء، مياه).
- الموارد السياحية الطبيعية المتوفرة، أنماط استعمالات الأراضي، ملكيات الأراضي وفرص الاستئجار للأراضي المتوفرة في المناطق السياحية المستهدفة بعملية التخطيط.
- أنماط العمالة والتشغيل القائمة والعمالة السياحية.
- الخطط التنموية للأوضاع الاقتصادية والاجتماعية.
- خصائص البيئة ونوعيتها.
- الأنماط الاجتماعية والثقافية القائمة في المنطقة.
- منظمات التدريب القائمة والبرامج المخططة للأغراض السياحية.
- الهيئات العامة والخاصة في القطاع السياحي وهياكلها وكوادرها الإدارية

- سياسات الاستثمار القائمة ومدى توفر رؤوس الأموال للاستثمار في السياحة.
- التشريعات والقوانين السياحية المطبقة.[1]

وعلى الرغم من أهمية البيانات المتعلقة بهذه المكونات، إلا أنه يجب التركيز على مناطق الجذب السياحي القائمة والمتوقعة التي تتوفر فيها إمكانات واعدة للتنمية السياحية والأنشطة المصاحبة لها.

ويمكن وضع المؤشرات السياحية الرئيسية والضرورية لإعداد الخطة السياحية ضمن المجموعات التالية:

أ- / مجموعة المؤشرات والبيانات المتعلقة بالسياح والزوار وتشمل:

- أعداد السياح القادمين والمغادرين.
- أعداد السياح القادمين والمغادرين موزعين على المطارات والمعابر الحدودية البرية والموانئ البحرية.
- أعداد السياح القادمين والمغادرين مصنفين حسب الأسواق التالية (الأمريكية الأوروبية، الآسيوية الخليجية، من منطقة الشرق الأوسط وغيرها).

ب- / مجموعة المؤشرات والبيانات الاقتصادية: وتشمل ما يلي:

- المقبوضات والدخل السياحي.
- الإنفاق السياحي.
- إسهام السياحة في الناتج المحلي الإجمالي.
- إسهام السياحة في الصادرات من المنتجات والخدمات.
- أعداد فرص العمل المباشرة في القطاع السياحي وغير المباشرة في القطاعات الأخرى.

ج- / مجموعة المؤشرات والبيانات السياحية المتعلقة بالإقامة:

- أعداد الليالي السياحية وفق المناطق السياحية (الساحلية، الجبلية، الصحراوية وغيرها).
- أعداد الليالي السياحية وفق أنواع مرافق الإيواء(الفنادق، المنتجعات، الشقق الفندقية المخيمات وغيرها).

[1] أ- عثمان غنيم محمد، بنيتا نيبل سعد: " التخطيط السياحي" الطبعة الثانية. مرجع سبق ذكره. ص: 79-80.
ب- عبد الإله أبو عياش، حميد عبد النبي الطائي: مرجع سبق ذكره. ص: 79-80.

د- / مجموعة المؤشرات والبيانات المتعلقة بالمجموعات السياحية:

- أعداد السياح في المجموعات السياحية.
- أعداد الليالي السياحية للمجموعات السياحية.
- معدلات الإشغال في الفنادق.
- مدة إقامة السياح ضمن المجموعات السياحية.
- أعداد الليالي السياحية للقادمين بواسطة الرحلات البحرية.
- أعداد الليالي السياحية للقادمين بواسطة الرحلات البرية.
- أعداد الليالي السياحية للقادمين بواسطة الرحلات الجوية.

ذ- / مجموعة المؤشرات والبيانات المتعلقة بالخدمات والتسهيلات السياحية:

- أعداد الفنادق السياحية المصنفة والغير المصنفة أي الشعبية.
- أعداد الغرف الفندقية المصنفة والغير المصنفة.
- أعداد المطاعم.
- أعداد المكاتب السياحية.
- أعداد الحافلات السياحية.
- أعداد محلات التحف والمشغولات السياحية.
- أعداد المرشدين السياحيين.

ر- / مجموعة المؤشرات والبيانات المتعلقة بالزوار في الأماكن السياحية:

- أعداد الزوار في المتاحف، المواقع الأثرية، المعالم الثقافية، القرى السياحية التي تشهد بعض التظاهرات.
- أعداد الزوار لمدن التسلية.
- أعداد الزوار للمنتزهات الوطنية وحدائق الحيوانات.
- أعداد الزوار للمناطق السياحية الأخرى.

ز- / مجموعة المؤشرات المتعلقة بالسياح وخصائصهم تتضمن:

- دولة إقامة السائح.
- الجنسية.
- غرض الزيارة.
- فئات العمرية.
- مهنة السائح.

س- / مجموعة البيانات والمؤشرات المتعلقة بتوزيع الإنفاق السياحي:

- الإقامة، الإطعام، النقل الداخلي، المشتريات، الزيارات، الترفيه، أخرى.[1]

الفرع الثاني: مرحلة التحليل:

تشتمل هذه المرحلة على تحليل نوعي وكمي لبيانات الطلب والعرض التي تم جمعها، ومن ثمة يتم التوليف بين النتائج لتحقيق فهم أفضل للواقع السياحي في المنطقة السياحية [2]. وتقترن عملية التحليل بالربط بين العناصر المتماثلة والمتشابهة لتحقيق التكامل في تحليل البيانات لتكوين الصورة الكلية الشمولية عن الواقع كما قلنا إضافة إلى فرض النمو في المستقبل وتتضمن هذه المرحلة مايلي:

1- تحليل السوق السياحي في إطار العلاقة بين الطلب السياحي المتمثل بالأسواق السياحية العالمية والأسواق السياحية الإقليمية والمحلية، والعرض السياحي المتمثل في المنتج السياحي الجاهز لغرض استقطاب السياح. وتوفر منظمة السياحة العالمية WTO بيانات وإحصائيات سنوية عن أسواق السياحة العالمية والدول السياحية وحركة السياح والمسافرين. كما تقوم المنظمة بإجراء دراسات وإصدار كتب ووثائق توفر معلومات عن الفرص الواعدة في أسواق السياحة والسفر. ويوفر مجلس السياحة والسفر العالمي WTTC بيانات عن

[1] عبد الإله أبو عياش، حميد عبد النبي الطائي: مرجع سبق ذكره. ص: 81 إلى 84.
[2] عثمان غنيم محمد، بنيتا نبيل سعد: مرجع سبق ذكره. ص: 80.

حركة السفر والسياحة على المستوى الدولي. وتعد هذه المعلومات ذات أهمية كبيرة لدى المخططين الذين يعملون على رسم التوقعات لاتجاهات ومقادير الحركة السياحية الدولية وأعداد السياح خلال الأعوام القادمة.

2- تحليل وربط البيانات المتعلقة بالخدمات السياحية وبالخاصة تلك المتعلقة بجميع مرافق الإيواء، معدلات الإشغال، معدلات الليالي السياحية، مجموعات الأفواج وخدمات المطاعم ، النقل السياحي، المرشدين السياحيين، تسهيلات الدخول والخروج عبر جميع معابر الدولة بالإضافة إلى انسيابية الحركة السياحية داخل الدولة بين جميع المواقع الجذب السياحي.

3- تحليل البيانات والمؤشرات الاقتصادية وخاصة الإيرادات والمقبوضات السياحية ومدى إسهامها في الناتج المحلي الإجمالي، الميزان السياحي، القيمة المضافة الناجمة عن الأنظمة السياحية بالإضافة إلى فرص العمل وما يترتب عليها من تحسين مستوى الدخول الذي ينعكس بالإيجاب على المستوى المعيشي لهم.

وغالبا ما يتم ربط عملية التحليل الاقتصادي بتحليل البيانات المتعلقة بالجوانب الاجتماعية والثقافية وأنماط المعيشية المختلفة للمحليين باعتبارها جزء من المنتج السياحي والإمكانيات التي توفرها خصوصيات المجتمع في تعزيز خصائص هذا المنتج وقدرته على تحقيق المزيد من المنافسة في أسواق السياحة والسفر، لجذب أعداد إضافية من السياح والزوار باتجاه المنتج السياحي، وتنظيم الطلب السياحي عليه.

4- تحليل العناصر والمتغيرات المتعلقة بالبعد الإداري للسياحة وخاصة بناء الهياكل التنظيمية الحديثة، الفعالة والقادرة على الإشراف والرقابة، المتابعة، توجيه، تبني السياسات وإصدار التشريعات لدعم صناعة السياحة بأنشطتها و مشاريعها المختلفة.[1]

[1] عبد الإله أبو عياش، حميد عبد النبي الطائي: مرجع سبق ذكره. ص:84-86.

المطلب الثالث: مرحلة صياغة سياسة الخطة السياحية (تقييم البدائل):

تعكس سياسات الخطة التوجيهات الأساسية المعتمدة من الدولة والقطاع الخاص لتحقيق التنمية السياحية. وتترجم الأولويات السياحية سواء على مستوى المناطق السياحية أو على المستوى القطاعي داخل صناعة السياحة. فعلى سبيل المثال يمكن أن تؤكد السياسات السياحية للخطة على تطوير مناطق ساحلية معينة وإعطاءها الأولوية على غيرها من المواقع خلال الخمس سنوات القادمة. كذلك يمكن أن يصاحب ذلك سياسة تشجيع الاستثمارات وإقامة مشاريع المنتجعات السياحية على الشواطئ وتترادف عملية بناء السياسات وفق مجموعة من البدائل التي تتضمن الأولوية للمناطق الساحلية أو المواقع الأثرية أو السياحة الخضراء في المدن.[1]

ويمكن حصر أهمية السياسة السياحية في الجوانب التالية:

1- تحدد النشاطات والإجراءات المنشودة، وتحدد قواعد التنمية التي يجب أن تعمل الجهات المعنية بالتنمية السياحية تحت ظلها.

2- تشكل المرشد والدليل لجميع الجهات ذات العلاقة، إضافة إلى أنها تعمل على إحداث وعي عام بجميع الاستراتيجيات والأهداف السياحية في المنطقة المستهدفة، إلى جانب تقديم الإطار العام الذي يبين ما يمكن للقطاع السياحي أن يقدمه للاقتصاد وللمجتمع المحلي.

3- تعمل السياسة السياحية على إيجاد شراكة فاعلة بين السياحة والقطاعات الاقتصادية الأخرى.

وتغطي السياسة السياحية الرسمية على المستوى الوطني والإقليمي الجوانب التالية:

- دور السياحة في عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية في منطقة الهدف- دوافع التنمية السياحية المختلفة-.

[1] عبد الإله أبو عياش، حميد عبد النبي الطائي: مرجع سبق ذكره. ص:86 إلى87.

- نوع السياحة الذي يمكن أن يعزز دور السياحة في عملية تنمية منطقة الهدف.
- تمويل قطاع السياحة.
- طبيعة وخصائص المنتج السياحي، وهل التنمية السياحية موجهة لجعل السياحة نشاط اقتصادي رئيسي أم ثانوي.
- الرسوم بأنواعها.
- شبكات النقل وخدمات البنية التحتية.
- المعطيات والمعوقات البيئية لعملية التنمية السياحية.
- النشاط الصناعي، العلاقات الاجتماعية، الموارد البشرية، الوضع التكنولوجي التشريعات، التسويق، قواعد وشروط السفر.

ويعكس محتوى وهيكل السياسة السياحية أيضا مجموعة من الجوانب الهامة في منطقة الهدف وهي: الفلسفة السياحية- الوضع السياحي- استراتيجيات تطوير الطلب والعرض السياحيين وبرامج تطبيقها- هياكل منظمات الإدارة السياحية.

ولابد من الإشارة بأن السياسة السياحية تختلف من منطقة لأخرى وأن المعطيات الاجتماعية والاقتصادية الطبيعية والثقافية في منطقة الهدف هي التي تقرر شكل ومحتوى هذه السياسة.

ويتم إعداد وصياغة السياسة السياحية من خلال أربعة مراحل رئيسية وهي:

أ- مرحلة التعريف: وتشمل هذه المرحلة العناصر التالية:

- تعريف وتحديد عناصر النظام السياحي في منطقة الهدف.
- وضع وإعداد فلسفة سياحية واضحة.
- وضع تصور للمشهد السياحي وتحديد أهداف السياحة وفرصها ومعوقاتها.

ب- مرحلة التحليل: وفيها:

- مراجعة السياسات والبرامج السياحية القائمة.
- حصر دقيق للموارد السياحية.
- استراتيجيات تحليل الآثار السياحية.
- تحليل الطلب الحالي والمستقبلي على مستوى الدولة والإقليم.
- تحديد الجهات المنافسة ومراجعة سياسة الترويج.

ح- مرحلة تحديد العمليات والتجهيز للتنفيذ: وتشمل

- تحديد النتائج والاستراتيجيات.
- تطبيق النتائج على تنمية العرض والطلب السياحيين.
- وضع التوصيات.

خ- مرحلة التنفيذ: وتتمثل في:

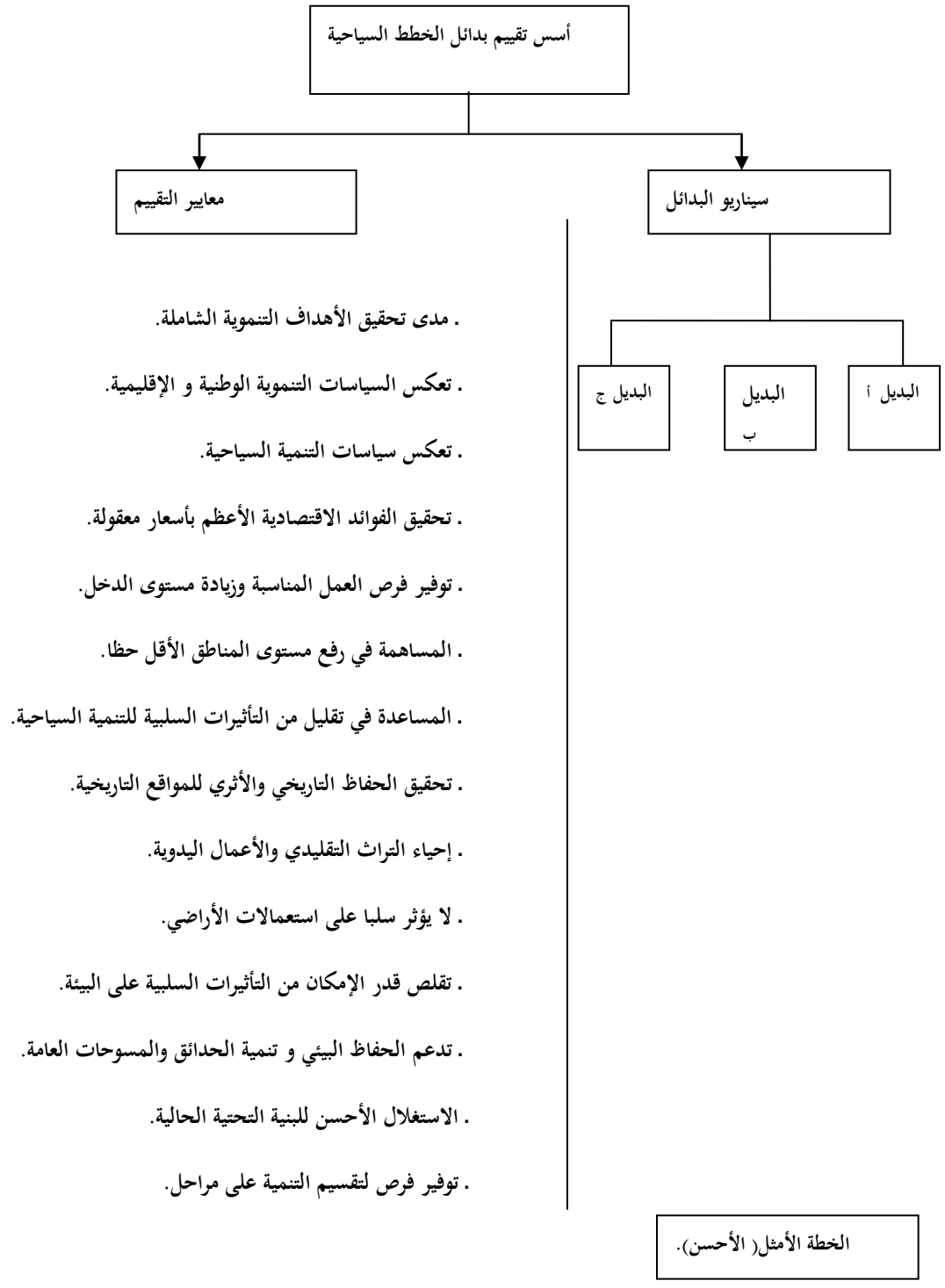
- تنفيذ إستراتيجية تنمية منطقة الهدف.
- تنفيذ إستراتيجية التسويق السياحي.
- تحديد المسئوليات فيما يتعلق بتنفيذ التوصيات.
- تحديد مصادر التمويل لدعم القدرة التنافسية للمنطقة، مع تحديد الوقت اللازم لتنفيذ التوصيات.

وفيما يتعلق بإعداد السياسة السياحية أو الخطة السياحية، فإن طريقة تقييم البدائل تعتبر من أفضل التقنيات التي يمكن استخدامها في هذا المجال، وعادة ما تيم إعداد البدائل على مستوى الخطوط العريضة، بحيث يظهر كل بديل أو سياسة بأنواع مختلفة من التوصيات. وتوضع السياسات السياحية عادة بمشاركة جميع الجهات الناشطة بالسياحة. ويتم تقييم البدائل بناءا على مجموعة من العوامل منها: درجة تحقيق الأهداف، مدى تعظيمها للعوائد الاقتصادية مدى تقليلها من الآثار السلبية للتنمية السياحية، مدى فاعليتها في منافسة المناطق السياحية الأخرى.

تركز معظم آليات تقييم البدائل على الجانب النوعي وليس الكمي،(كمدى تحقيق الأهداف التنموية- إحياء التراث التقليدي والأعمال اليدوية التقليدية- تحقيق الحفاظ التاريخي والأثري للمواقع التاريخية) هذه بعض معايير التقييم، والبديل الذي يتم اختياره يكون البديل الذي حقق أكبر عدد من الدرجات من أجل تطبيقه. ولكن العادة جرت أن يكون البديل الذي يقع عليه الاختيار هو عبارة عن دمج مجموعة من البدائل مع بعضها البعض للوصول إلى البديل الأفضل، ومن ثمة تشكيل هيكل الخطة الوطنية أو الإقليمية النهائي،والذي بدوره يحتاج إلى تقييم تفصيلي بناءا على معايير اقتصادية كالتكاليف، العوائد، التأثيرات البيئية والاجتماعية وغيرها، من أجل التأكيد على أن هذه الخطة هي الحل الأحسن لتلبية توجهات وأهداف التنمية السياحية وتحقيق السياسات، ولبيان الحاجة لإجراء أي تعديلات إن لزم الأمر كما هو مبين في الشكل التالي.[1]

[1] عثمان غنيم محمد، بنيتا نبيل سعد " التخطيط السياحي" الطبعة الثانية. مرجع سبق ذكره. ص 94 إلى 101.

الشكــل رقــم (2،2): أسلوب تقييم بدائل الخطط السياحية



المصدر: عثمان غنيم محمد، بنيتا نبيل سعد: "التخطيط السياحي". الطبعة الثانية. مرجع سبق ذكره. ص: **102**.

المطلب الرابع: اختيار البدائل المناسبة وتنفيذ ومتابعة الخطة.

الفرع الأول: مرحلة اختيار البدائل المناسبة

تتم عملية اختيار البدائل المناسبة وفق المنظور الزمني للخطة، حيث أن هناك بدائل مناسبة لمنظور قصير المدى، إلا أنها ليست ملائمة في المنظور المتوسط أو الطويل. كما أن عملية التقييم المستمر للبدائل تدعوا إلى إعادة النظر فيها في مراحل لاحقة وذلك لأن عملية التخطيط هي عملية ديناميكية دائمة التغير بحسب الظروف والأوضاع المتبدلة. فمعدلات النمو السياحي لأعداد السياح يمكن أن تكون عالية في أحد البدائل إلا أنها يمكن أن تتراجع وتصبح سلبية تحت ظروف سياسية وعوامل عدم الاستقرار. فأحداث 11 سبتمبر 2001م بنيويورك والحرب على ما يسمى الإرهاب أضر بشكل كبير بحركة السياحة الدولية وترك آثارا سلبية على شركات الطيران وباقي المنشآت السياحية.[1]

وفي هذه المرحلة يجب على إدارة قبل اختيارها أي من الخطط الواجب اتخاذها الإجابة على التساؤلات التالية:

- مدى صعوبة أو سهولة تنفيذ الخطة؟.
- هل ستحظى هذه الخطة بقبول العملين في المنشأة؟.
- هل تتميز هذه الخطة بالمرونة والقابلية للتعديل؟.
- ما هي احتياجات الخطة من موارد مالية ومادية وبشرية؟.

[1] عبد الإله أبو عياش، حميد عبد النبي الطائي: مرجع سبق ذكره. ص: 87-88.

الفرع الثاني: تنفيذ ومتابعة الخطة

بعد أن يتم اختيار الخطة المقترحة فإن تنفيذ البديل الأحسن هو المطلوب في هذه المرحلة لأن هذا البديل هو الذي يحقق الطموح الذي يسعى المخططون للوصول إليه.[1]

وتعني مرحلة تطبيق الخطة البدء في ترجمة التوصيات في الواقع العملي، فالمشاريع السياحية المقترحة في الخطة تبدأ في عمليات التمويل والتشغيل كما هو الحال في بناء الفنادق وإنشاء منظمات النقل السياحي وتطوير شبكاتها، كما تبدأ التحسينات الإدارية والتسهيلات والخدمات الإضافية على المعابر ونقاط الحدود وشبكات الطرق. وهناك دائما الحاجة إلى متابعة ترجمة توصيات الخطة في الواقع للتأكيد من مدى مطابقتها للواقع وذلك لإجراء أي تعديل أو إضافة لازمة، وذلك وفق ما تبرز من مشكلات وتحديات تتطلب إعادة النظر في التوصيات والبرامج المقترحة.[2]

وينبغي مشاركة المجتمع المحلي في أعمال تخطيط وتنفيذ الخطة. وعند البحث في آلية التنفيذ يشار إلى أهمية التنسيق بين القطاع العام والخاص، بالإضافة إلى دراسة الأسواق وأهمية المتابعة والرقابة، وتحديد دور كل من القطاعين ويكون دور الحكومة قويا في تحديد السياسات والتخطيط. ويشمل كل ذلك ما يلي:

- برمجة التنمية.
- سن التشريعات والأنظمة السياحية.
- تطوير خدمات البنية التحتية الرئيسية.
- تطوير عناصر الجذب السياحي.
- التسويق السياحي.

[1] حميد عبد النبي الطائي: " أصول صناعة السياحة". مرجع سبق ذكره. ص: 336
[2] عبد الإله أبو عياش، حميد عبد النبي الطائي: مرجع سبق ذكره. ص: 88.

وتتغير أدوار كل من القطاع العام والخاص في مجال إعداد وتنفيذ الخطة، ولكن تبقى للحكومة مسئوليات التخطيط والرقابة، ويبقى التنسيق فيما بين المنظمات الحكومية في المستويات الإدارية المختلفة (الوطنية الإقليمية المحلية) ضروريا كما تحتاج لمنظمات القطاع الخاص للتنسيق فيما بينها مع السماح للمجتمع المحلي بالمشاركة.

ولتحقيق تنفيذ منظم وعلى مستوى من الكفاءة يجب تقسيم التنمية إلى مراحل زمنية وبرمجتها، وهذا عنصر أساسي من عناصر التخطيط على المستويين الوطني والإقليمي، والتقسيم يعني تحديد متى وأين ستتم التنمية. ويعتمد تحديد مناطق التنمية على عوامل مثل: نمو السوق، الموقع، إمكانية الوصول، وفرة القدرة المالية، إلى جانب تقديم الحكومة والجهات الرسمية مجموعة من الضمانات الضرورية لتنفيذ خطة التنمية السياحية وغيرها من العوامل.

أما الجوانب التي لابد من متابعتها ومراقبتها أثناء تنفيذ الخطة فيمكن حصرها فيما يلي:

- الجانب التنموي: ويشمل هذا الجانب مجموعة من العناصر هي:
  - تطوير عناصر الجذب السياحي الجديدة، أو النشاطات السياحية الجديدة وبرمجة الرحلات السياحية.
  - تحسين منشآت الإيواء من حيث العدد والنوع والمستوى، وإقامة أخرى جديدة.
  - نسبة الإشغال في منشآت الإيواء.
  - تحسين التسهيلات والخدمات السياحية، وإنشاء أخرى جديدة.
  - إنشاء وتحسين خدمات البنية التحتية السياحية.
  - معايير تصميم المنشآت والخدمات السياحية.
  - المشاريع السياحية المخططة والتي لم تنفذ بعد.
- الجانب التسويقي: ويشمل مل يلي:
  - أعداد السياح القادمين لكل شهر وخصائصهم الاجتماعية والاقتصادية ومدة إقامتهم وإقامة الأفواج السياحية حسب نوع السياحة.

- آراء السياح ووجهات نظرهم بخصوص المنتج السياحي.
- نشطات الترويج السياحي للقطاعين الخاص والعام.
- درجة فاعلية كل نوع من أنواع الترويج السياحي.
- درجة التطوير في نظام المعلومات السياحي.
- أعداد السياح القادمين لزيارة كل موقع أو معلم سياحي.

- الجانب الاقتصادي: وأهم العناصر في هذا الجانب:

- أنماط العوائد السياحية وآثار الاقتصادية للتنمية السياحية خاصة على مجال العمالة.
- درجة توسع الروابط الاقتصادية بين السياحة والقطاعات الأخرى.
- درجة استفادة المحليين اقتصاديا من السياحة والجوانب التي تتحقق فيها الفائدة.

- الجوانب البيئية والاجتماعية والثقافية:

- التحسين الذي طرأ على المشكلات البيئية الناتجة عن النشاطات السياحية.
- التحسين الذي طرأ على نوعية البيئة في المواقع السياحية.
- درجة تطبيق سياسات الحفاظ البيئي في المواقع السياحية.
- تحديد مشكلات بيئية ظهرت نتيجة النشاطات السياحية في المواقع المختلفة.
- صيانة الموروثات التاريخية والثقافية.
- درجة مشاركة المحليين في النشاطات السياحية.
- برامج التوعية الاجتماعية والثقافية للسياح والمحليين على حد السواء.
- الآثار السلبية للنشاطات السياحية.

- الجانب التنظيمي: ويشمل

- درجة تطبيق التوصيات الخاصة بهياكل المنشآت السياحية.

- درجة التطوير التي حصلت في التشريعات السياحية.
- تطبيق الحوافز ودوره في تعزيز النشاطات السياحية.
- درجة تطبيق برامج التعليم والتدريب السياحي.
- التطور الذي طرأ على تسهيلات النقل.
- تحديد أي مشكل حصل بين منشآت القطاع العام والخاص السياحية.[1]

[1] عثمان غنيم محمد، بنيتا نبيل سعد: " التخطيط السياحي" الطبعة الثانية. مرجع سبق ذكره ص: 103إلى 108.

المطلب الخامس: مراجعة الخطة وتقييمها وعملية التمويل والاستثمار

الفرع الأول:مراجعة الخطة وتقييمها

إن عملية التقييم وإعادة التنظيم قد لا تكون فعالة إذا لم تتم دراسة العمل دراسة مجهرية حيث تحلل وتراجع جميع التغيرات التي طرأت على المشروع، التغيرات في رغبة أو عدم رغبة المستفيدين، الفعالية التجارية، أداء الموظفين تطبيق خطة الوقت والمال الذي أنفق. وقد يجد القائم على عملية المراجعة بعض الصعوبات قي تقييم المتغيرات الغير قابلة للقياس الكمي فيلجأ إلى مقارنة الهدف الذي سطر مع النتيجة المحققة.[1]

ويتطلب التأكد من مدى نجاح الخطة في تحقيق الأهداف تقييما مستمرا ومراجعة لجميع الاتجاهات والمعدلات. ويعود السبب في ذلك إلى أن الأوضاع التي يتم في إطارها إعداد الخطة السياحية تتغير باسمرار بحكم ديناميكية البيئات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية التي غالبا ما تفرز موضوعات وقضايا وتحديات جديدة غير متوقعة. وكمثال على ذلك ما حدث من أعمال إرهابية في 11 سبتمبر 2001 حيث اقتضت تلك الأوضاع تقييما للخطط السياحية ومراجعتها بحيث تم تعديلها لتصبح أكثر قربا من الواقع ومستجداته. لذلك فإن الظهور المفاجئ للأمراض المعدية والتي لم تأخذ في الحسبان عند إعداد الخطط السياحية يؤثر سلبا، فانتشار مرض الالتهاب الرئوي اللانمطي الذي عرف ب (السارس) والذي بدأ انتشاره في الصين وامتد إلى غاية دول جنوب شرق آسيا، ترك آثارا سلبية وتراجعا حادا في حركة السياحة الدولية.

وغالبا ما تتعرض الشواطئ للضرر الكبير نتيجة تلوث مياهها الناجم عن غرق واحتراق ناقلات النفط وما يصاحبه من تسرب للمشتقات النفطية والمواد الكيماوية السامة التي تدمر الحياة البحرية من جهة وتغلق الشواطئ أمام مرتادي البحر من سياح وزوار من جهة ثانية. وهذا ما حصل في شواطئ إسبانيا و فرنسا سنة 2003م نتيجة

[1] خالد مقابلة،علاء السرابي: مرجع سبق ذكره. ص: 146.

انشطار ناقلة للنفط تنج عنه تسرب غطى الشواطئ على مسافة عشرات الأميال مما هدد الحياة البحرية والشواطئ والمنتجعات الساحلية.

إلى جانب العواصف المدمرة والبراكين والزلازل التي لا يمكن توقعها عند إعداد الخطة السياحية. كما حدث في تركيا وفي جزيرة سوماطرا السياحية، حيث أدى الدمار الهائل إلى توقف الحركة السياحية باتجاه هذه الدول لعدة أشهر.

وفي الدول العربية فقد أدت عوامل عدم الاستقرار السياسي والاضطرابات الاجتماعية والحروب إلى تأثيرات سلبية على حركة السياحة العالمية فحروب الخليج والحرب الأهلية اللبنانية والانتفاضة الفلسطينية والانقلابات التي حدثت مؤخرا في بعض الدول العربية كتونس ومصر و ليبيا و سوريا كلها أدت إلى تراجع كبير وخسائر فادحة في القطاع السياحي لهذه الدول وللحركة السياحية الدولية في المنطقة.

ومثل هذه الظروف الطارئة والمستجدات غير المتوقعة التي قد تظهر من حين لآخر يتطلب من المخططين تقييما مستمرا لأهداف الخطة السياحية واتجاهات النمو السياحي وتقتضي مراجعة دورية للافتراضات والتوقعات في ضوء نتائج التقييم وذلك لأن الخطة لابد أن تتسم بالمرونة والاستجابة السريعة لتبدل العوامل والمتغيرات.

الفرع الثاني: عملية التمويل والاستثمار

يعد التمويل حجر الزاوية في عملية التخطيط فهو الذي يحول البرامج والمشاريع إلى واقع ملموس. والالتزام بتمويل الخطة يعني بشكل مباشر أن هناك مصداقية في توجهات الجهات المعنية بتنفيذ الخطة ودخولها مرحلة التنفيذ الفعلي. والجهات المعنية بذلك هي منظمات القطاع الخاص والعام. فالقطاع العام يتولى الإنفاق على المشاريع التي تحقق انطلاقة ودفعة قوية لصناعة السياحة كالمرافق والخدمات الخاصة بالبنية التحتية الرئيسية ويتولى القطاع الخاص

بتنفيذ المشاريع الاستثمارية المجدية وهو الذي يقوم بتوفير رؤوس الأموال والاستثمارات اللازمة لإنشاء وإقامة مشاريع وخدمات تتناسب ونوعية الطلب في السوق السياحي المحلي والدولي.[1]

فمثلا التمويل لإنشاء مركز سياحي يمكن أن يكون عن طريق المال المكتتب فيه بالإضافة إلى قروض بإحدى الطرق التالية:

- البنك الدولي إذا كان المشروع يقوم به أحد الأشخاص الاعتبارية العامة.
- البنوك الدولية الإقليمية كبنك التنمية الإفريقي.
- قروض التصديرية من الدول الصناعية الكبرى.
- قروض من البنوك المحلية.

وهذا هو الحال في أغلب الدول الفقيرة والأقل نموا التي هي في حاجة إلى تمويل بالاقتراض الميسر من منظمات التمويل العالمية، كما تسعى للحصول على ما هو متوفر من منح ومساعدات مالية وفنية من الدول الغنية التي تتوفر فيها وكالات وأجهزة متخصصة مثل وكالة المساعدات الأمريكية(USAID)، والوكالة اليابانية للتعاون الدولي (جايكاJICA). وتوفر الأمم المتحدة برامج مختلفة لتقديم المساندة الفنية والمساعدة المالية للإنفاق على المشاريع التنموية. وتعتبر برامج التنمية للأمم المتحدة (UNDP) الأكثر إسهاما وانتشارا، فهي توفر الخبرات والخبراء وتقوم بإجراء الدراسات للمشاريع السياحية التنموية الواعدة، وتسعى لتوفير التمويل اللازم لها. كما أنها تقوم بالتنسيق مع المنظمة العالمية للسياحة WTO. ومن جهة أخرى يقوم البنك الدولي (WORLD BANK) بتقديم القروض

[1] عبد الإله أبو عياش، حميد عبد النبي الطائي: مرجع سبق ذكره. ص: 89إلى 94 بتصرف.

التنموية الميسرة للمشاريع السياحية المجدية التي تتميز بمعدلات عوائد استثمارية مجزية وتعرف مجموعة البنك الدولي بالبنك العالمي للتعمير والتطوير(IBRD). كما يقوم بنك اليابان للتعاون الدولي (JBIC) بتقديم المساعدات الفنية ودراسات الجدوى ويوفر أيضا القروض الميسرة.[1]

وعموما فإن هناك ضرورة لإعداد إستراتيجية واضحة ومحددة للاستثمار تأخذ بعين الاعتبار مجموعة من العوامل:

- تحديد مشاريع التنمية السياحية ومصادر تمويلها الرسمية أو الخاصة، مع تحديد لموقعها وأهميتها في خطة التنمية السياحية.
- تحديد أهمية المشاريع السياحية في الخطة على أساس دراسات الجدوى الاقتصادية.
- تقييم المشاريع السياحية في الخطة للعمل على تخفيض من التمويل بالعملة الصعبة.
- يجب أن يعتمد تمويل مشاريع الخطة السياحية بالدرجة الأولى على مصادر محلية قبل البحث عن مصادر تمويل خارجية.
- تقييم حوافز الاستثمار بشكل مستمر ودوري بناء على مدى الحاجة لتمويل المشاريع التنموية بشكل عام بما في ذلك المشاريع التنموية السياحية.
- يجب الاهتمام بمتابعة إدارة المشاريع من الناحية المالية.
- يجب على الهياكل التشريعية والمالية أن تدعم المشاريع من خلال تسهيل إجراءات تنفيذها وتمويلها.[2]

[1] عبد الإله أبو عياش ، حميد عبد النبي الطائي: مرجع سبق ذكره. ص: 94-95.
[2] عثمان غنيم محمد، بنيتا نبيل سعد. مرجع سبق ذكره. ص 104-105.

المبحث الثالث: التخطيط السياحي الإقليمي

المطلب الأول: ماهية التخطيط الإقليمي السياحي

لا تزال الدول النامية تعاني من تأثير ومشاكل عدم التوازن الإقليمي ويرى الاقتصاديون بأن صناعة السياحة تسهم بسخاء في نمو المناطق المختلفة حيث لا توجد مصانع تلوث الهواء والمناطق الداخلية الأقل تطورا حيث قد تتطور فيها شبكات المواصلات والنقل وفي الشواطئ والمنتجعات الجبلية البعيدة عن المدن الكبرى. حيث أن للنشاط السياحي في مثل هذه المناطق له تأثير إيجابي على إعادة توزيع الدخل السياحي.

وبعض الخبراء يعتقدون أن السياح يبحثون عادة عن مناطق في داخل الدولة بسبب النقاء والصفاء والهدوء الذي تشهده هذه المناطق. والسياحة تطرح نفسها هنا لاستغلال الموارد الطبيعية التي لا ترفق بأي نشاط سياحي. فتاج محل في الهند وجبل فوجي في اليابان وشلالات نياجارا في كندا والولايات المتحدة الأمريكية والبتراء في البحر الميت في الأردن جميعها أماكن تستقطب السياح وتسهم في إدخال الملايين من الدولارات لدولهم بالرغم من أن معظم هذه المناطق لا تتطلب صرف مبالغ كبيرة للحفاظ عليها وصيانتها لتوافق أذواق السياح الدوليين.

ويعد نمو المناطق الريفية سياحيا دليل إيجابي للنمو السياحي المحتمل في المناطق المختلفة.وحركة السياحة تسهم في تشغيل جزء كبير من القوى العاملة المحلية وتؤدي إلى ارتفاع قيمة الأراضي وزيادة الاحتياجات من السلع والخدمات ويمكن القول بأن النمو في صناعة السياحة يفتح المجال أمام تطوير وتنمية المنطقة من نواحي عديدة.[1]

وقد ظهرت محاولات عديدة لوضع تعريف واضح ومحدد للتخطيط التنموي، واختلفت التعريفات باختلاف أشكال وأنواع التخطيط الإقليمي من جهة، واختلاف المدارس الاقتصادية أو الجغرافية التي ينتمي إليها واضعو هذه التعريفات من جهة أخرى ومنها على سبيل المثال:

[1] خالد مقابلة ، علاء السرابي: مرجع سبق ذكره. ص:149 إلى 151.

. تعريف ألدن Alden : الذي يعرف التخطيط الإقليمي على أنه ذلك النوع من التخطيط الذي يتعامل مع المشكلات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والإدارية والثقافية والطبيعية في إقليم معين أو منطقة جغرافية محددة.

. ويرى كونيرز conyers أن التخطيط الإقليمي نوع من أنواع التخطيط التنموي الذي يركز فقط على إقليم معين أكثر من تركيزه على قطاع الاقتصادي أو مشروع محدد، وهو يهدف إلى تحسين الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية في هذا الإقليم، وإزالة جميع العقبات التي تعترض ذلك.

. ويذهب جيلي Gillei إلى القول بأن التخطيط التنموي الإقليمي "ما هو إلا قيادة وتوجيه كافة الفعاليات ومجهودات النمو والتغيير في إقليم ما نحو التحسن المستمر في مستوى حياة الأفراد المالية وعير المالية، ونحو تقليص التفاوت الاجتماعي واشتراك الناس في ذلك".

. أما لوكان Logan فينظر للتخطيط التنموي الإقليمي على أنه أحد أساليب التخطيط التنموي التي تركز على إقليم معين، وتهدف إلى توزيع أكثر عدالة لعوائد النمو الاقتصادي، وإشباع الحاجات الأساسية للسكان وتعزيز اعتمادهم على تفعيل دورهم في عمليات التخطيط والتنمية من خلال المشاركة الشعبية ومحاربة الفقر والاهتمام بشؤون البيئة.[1]

ومن خلال هذه التعريفات يمكن القول أن التخطيط الإقليمي يسهم في عملية التخطيط السياحي من خلال التأكيد على أهمية تحقيق التوازن والعدالة في توزيع مكتسبات التنمية السياحية على جميع مناطق وأقاليم الدولة وفق أولويات وطنية يتم تحديدها بالتعاون مع المجتمعات المحلية. ولهذا تؤكد الخطط الإقليمية على تحقيق الأهداف التالية:

- تضييق الفجوات الاقتصادية والفوارق الاجتماعية بين المناطق والأقاليم التنموية.
- تحقيق العدالة في توزيع مكتسبات وعوائد التنمية من خلال التوازن الجغرافي في توزيع الأنشطة الاقتصادية كالمشروعات التنموية السياحية.

[1] عثمان غنيم محمد: " مقدمة في التخطيط التنموي الإقليمي". الطبعة الأولى دار الصفاء للنشر و التوزيع عمان. الأردن. 1999م . ص: 69-70.

- الاستغلال الأحسن للموارد السياحية بجميع أنواعها في إطار من الترشيد والعقلانية والمحافظة على الخصائص الإيكولوجية والتوازن البيئي كمدخل لتحقيق التنمية السياحية المستدامة.
- توسيع مساهمة المجتمعات المحلية في برامج التنمية السياحية من خلال زيادة إسهامات المشاركة الأهلية وتوسع دورها في عملية صنع القرار التنموي، وفي اعتماد خطط التنموية وتنفيذها ومتابعتها، ويترتب على ذلك إعطاء دور للقطاع الخاص باستثماراته ورؤوس أمواله وخبراته للمشاركة في عمليات التنمية وخاصة السياحية منها.
- دعم وتطوير المزيد من مناطق الجذب التنموي السياحي للمساهمة في إعادة التوازن لانتشار المرافق والخدمات والتسهيلات ومشاريع التنمية.[1]

وتمثل البيانات الاقتصادية والاجتماعية والخدمية والإدارية التي أشير إليها سابقا قاعدة رئيسية في عملية إعداد الخطط الإقليمية ويتم عادة القيام بمسح شامل لجمع هذه البيانات الأساسية. لكن وعلى الرغم من أهميتها إلا أنها لا يمكن أن تشكل بحد ذاتها كل المعلومات المطلوبة في عملية التخطيط الإقليمي. فهناك معلومات وبيانات إضافية مهمة لابد من العمل على توفيرها لتحقيق تكاملية وشمولية التوجه الذي تمثله الخطوط التنموية في إطارها الإقليمي وأبعادها المكانية. وترتبط هذه المعلومات بموضوعات تعتبر في حد ذاتها مكونات جوهرية ومحاور مركزية في هياكل ومحتويات الخطط الإقليمية المعاصرة. وتندمج وتتداخل كلها في الإطار التكاملي الشمولي الذي تمثله عملية التخطيط والتنمية في توجهاتها المستقبلية القصيرة والبعيدة الأمد. وهذه الموضوعات هي: . التخطيط الطبيعي . تخطيط استخدامات الأراضي . التخطيط لتطوير مستقرات بشرية جديدة . تحليل الآثار والمردودات البيئية.

[1] عبد الإله أبو عياش، حميد عبد النبي الطائي: مرجع سبق ذكره. ص: 101-102.

المطلب الثاني: التخطيط الطبيعي واستخدامات الأراضي

الفرع الأول: التخطيط الطبيعي

يهدف التخطيط الطبيعي إلى إبراز الإمكانيات المتاحة لكل منطقة أو إقليم لأغراض التوسع الاقتصادي والاجتماعي والعمراني والخدمي. فهو الإطار الذي يمكن من خلاله تحقيق الاستغلال الأحسن للحيز الجغرافي المتوفر وتحديد المساحات المستغلة والقابلة للاستغلال وتلك التي تواجه قيودا وعوائق طبيعية وتنظيمية أثاء عملية توسعها ومن هذه القيود و العوائق الظروف المناخية ومظاهر الطبوغرافية المتمثلة في كثرة الانحدارات وشدة التضرس كالوديان السحيقة والجبال الوعرة ونوعية التربة وخصائصها المختلفة والتي تساعد على (تحديد المناطق الجافة، الصحراوية، القابلة للزراعة والرعي، مناطق زحف الصحراء وامتداد ظواهر التصحر إضافة إلى توفير صورة تفصيلية عن اتجاهات التصريف الطبيعي الأحواض والأودية).

وهناك عوائق توسعية ناجمة عن القيود التنظيمية التي تضعها وتصدرها المنظمات الحكومية والأهلية المختلفة لغرض المحافظة على خصائص الطبيعية في هذه المناطق.[1]

وكمثال على مدى أهمية تخطيط الأراضي فإنه وأثناء التخطيط للتوسع الحضري والعمراني يوضع في الاعتبار أن أكثر التضاريس الأرضية ملائمة للتخطيط وبناء المدن هي التضاريس التي يتراوح انحدار أو ميل سطحها من 0,5% إلى 10% ، وفي المناطق الجبلية إلى 30%. فالتضاريس الأرضية القليلة الانحدار، والتي هي أقل من 5 % تعرقل التصريف السطحي للمياه، أما استصلاح تضاريس الأرضية الشديدة الانحدار أو الميل، فإنها تعرقل حركة وسائل النقل وترفع من تكاليف الإنشاء.[2] ومن هنا يتضح أنه من خلال التخطيط الطبيعي يمكن تحديد مناطق التنمية وفق الأولويات وتقديرات التكاليف والمردودات الناجمة عن الاستثمار فيها.

[1] عبد الإله أبو عياش، حميد عبد النبي الطائي: مرجع سبق ذكره. ص: 103 إلى 105.
[2] حسين عبد الحميد أحمد رشوان. : مرجع سبق ذكره. ص: 124.

فالتخطيط الطبيعي بمثابة خطوط استرشادية Guidelines يستعين بها المخططون الإقليميون لمعرفة الإمكانيات المتوافرة في الأقاليم والمناطق التنموية حتى يمكن توجيه البرامج التنموية والمشروعات الاستثمارية السياحية وفق أهداف تتفق مع معطيات الواقع ضمن حدود مرسومة وفقا لنتائج المسح الطبيعي لها. وكمثال على ذلك تحديد اتجاهات ومسارات شبكات الطرق التي تعتمد على التخطيط الطبيعي.

إن عملية التخطيط الطبيعي تحتاج هي الأخرى إلى مدخلات رئيسية من المعلومات والبيانات التي تشكل مركزات أساسية في توجهات هذه العملية. فالمعلومات المتعلقة باستخدامات الأراضي بأنواعها المختلفة وصور الغطاء النباتي تشكل مدخلات رئيسية في الخطط الطبيعية للأقاليم والمناطق التنموية.

الفرع الثاني :استخدامات الأراضي

تعتبر الأرض أساس كل عملية تنمية ومدخلا رئيسيا لأي عملية إنتاجية زراعية كانت أم صناعية كما سبق الإشارة إليه في الفصل السابق. كما يشمل لفظ الأرض الفضاء الجوي وباطن الأرض. وما وصل إليه العالم في وقتنا الحاضر من مشكلات اقتصادية واجتماعية وبيئية هو محصلة النهائية للاستخدام والاستغلال العشوائي وغير المدروس لهذا المورد. وليس بالمبالغة إذا قيل بأن النجاح في تخطيط هذا المورد يعني مزيدا من الرفاه الاقتصادي والاجتماعي النوعي والكمي على حد سواء. وهو في نفس الوقت ترجمة عملية لمفهوم التنمية المستديمة.

ويعتبر موقع الأرض Location الآن العنصر الأساسي الذي يقرر قيمة الأرض وطريقة استغلالها ومكانتها الاستثمارية والاقتصادية.وهي مورد لم يبذل فيه الفرد أي مجهود في تكوينها أو إنتاجها.[1]

[1] عثمان غنيم محمد، ماجد أبو زنط: مرجع سبق ذكره.171-172.

ويهتم تخطيط استخدام الأراضي بتفصيلات استعمالات الأراضي، يهدف مباشرة إلى الحفاظ على الموارد الطبيعية كالماء والهواء والتربة، وذلك من خلال ضبط نمو المجتمعات السكانية، وتخطيط نموها بشكل يضمن التقليل من مشاكل التلوث وافتراس العمران للأراضي الزراعية.[1]

ويعرف تخطيط استخدام الأرض على أنه مجموعة من النشاطات المنطقية المتتابعة التي تهدف إلى تنظيم المجتمعات البشرية من خلال دراسة وفهم العلاقات القائمة بين أنماط المستقرات السكانية، ووظائفها في زمان ومكان محددين وأين يجب توجيه التنمية الجديدة.

وبذلك يمكن القول بأن تخطيط استخدام الأرض يقوم على وضع توصيات تتعلق برصد الأماكن المناسبة للاستخدامات المختلفة للأفراد، من أجل تقديم إطار من القرارات العقلانية التي تقرر تخصيص الأراضي للأغراض العامة والخاصة(Jordahal,1986,p.13)، وهو بذلك يمثل تقييما منهجيا منظما للأرض واستخداماتها القائمة، وللعوامل الطبيعية والاجتماعية والاقتصادية بطريقة تساعد وتشجع مستخدمي الأرض على اختيار أنماط استخدام مستديمة تمكن من زيادة الإنتاج و تلبية حاجات الأفراد وفي نفس الوقت تحافظ على البيئة(FAO,1993,p.87) .

ويعد تخطيط استخدام الأرض تخطيطا شاملا حيث يقوم على وضع تصور مستقبلي واضح للتنمية بجوانبها العمرانية، الإدارية، الاجتماعية، الثقافية، الاقتصادية، الخدمية، البيئية ولأنماط استخدامات الأرض كذلك.[2]

وتعتمد دراسات استخدامات الأرض مباشرة على توفير خرائط دقيقة وتفصيلية لكل مظاهر سطح الأرض والأنشطة الاقتصادية والاجتماعية والخدمية المنتشرة عليها ويمكن من خلال هذه الخرائط تحديد المناطق التي يمكن التوسع فيها وخاصة للأنشطة السياحية والمراكز الحضرية والريفية المتواجدة فيها.

[1] عثمان غنيم محمد: مرجع سبق ذكره. ص: 76.
[2] عثمان غنيم محمد، ماجدة أبو زنط: مرجع سبق ذكره. ص: 174-175.

والمفروض أن تتوفر هذه الخرائط لعدة فترات زمنية متتابعة حتى يستطيع المخططون معرفة أنماط هذه الاستخدامات والتغيرات التي شهدتها الأنشطة والخدمات والتوسعات العمرانية التي مرت بها، ويمكن من خلال ذلك معرفة اتجاهات ومقادير النمو في استخدامات الأرض وأنواعها خلال سلسلة زمنية تمتد عدة سنوات.

هناك من يرى أن عملية تخطيط استخدامات الأراضي تمر عبر المراحل التالية:

وهناك من يرى أن تخطيط استخدامات الأراضي يتضمن الخطوات التالية:

- تجميع البيانات المتعلقة باستخدامات الحالية وذلك في ضوء الاحتياجات وتوقعات الطلب على الأنشطة المصاحبة لها.
- تحليل البيانات وتقييم خصائصها وطرح بدائل استخدامات الأراضي لاختيار الأكثر تطابقا مع الأهداف.
- تطوير واعتماد الخطة الخاصة باستخدامات الأرض في المستقبل.
- مناقشة الخطة خلال اجتماعات عامة يسهم فيها ممثلون عن القطاعين العام والخاص وذلك لتبني ما يجيء فيها.
- البدء بتطبيق خطة استخدامات الأرض المواقف عليها.
- مراجعة الخطة لإحداث التعديلات الدورية عليها بما يتلاءم مع الظروف و الأوضاع المتغيرة.[1]

أما شتاينر(Steiner,1995,p.36) فيلخص عملية تخطيط استخدامات الأرض المراحل التالية:

- تحديد الأهداف والغايات التي تحدد من طرف الجهات المعنية.
- تصميم بدائل بإعداد سيناريوهات متعددة لتحقيق الأهداف.
- تقييم التأثيرات البيئية والاقتصادية والاجتماعية مع الأخذ بعين الاعتبار التكاليف والفوائد لكل بديل.
- اختيار الخطة أو البديل أحسن.

[1] عبد الإله أبو عياش، حميد عبد النبي الطائي: مرجع سبق ذكره. ص: 107إلى 109.

- تنفيذ الخطة التي وقع عليها الاختيار.
- متابعة وتقييم الخطة وحصر نتائجها ومقارنة ذلك بالأهداف الموضوعة مسبقا.
- مراجعة الخطة بعد فترة زمنية، وإجراء التعديلات الضرورية عليها.

أما الفاو FAO,1993,p.10 فتحدد عملية تخطيط استخدامات الأرض في عدة خطوات وتكون هذه الخطوات مرتبطة و متسلسلة حيث أن مخرجات كل خطوة تعد مدخلات الخطوة اللاحقة لها:

- تحديد أبعاد الخطة وتشمل دراسة الوضع الراهن وتحديد الحاجات والمشكلات القائمة وصياغة الأهداف.
- تنظيم العمل بما في ذلك تحديد فريق التخطيط والنشاطات المراد تنفيذها والجهات المعنية بالعملية.
- تحليل المشكلات من خلال دراسة الوضع الحالي لاستخدامات الأرض ووضع الحلول المقترحة.
- تحديد التغيرات المراد تنفيذها خصوصا أنماط استخدام الأرض الجديدة التي يجب مناقشتها مع جميع الجهات ذات العلاقة.
- إعداد البدائل واختيار البديل الأحسن.
- تنفيذ خطة استخدامات الأرض التي وقع عليها الاختيار.
- متابعة وتقييم الخطة ومقارنة النتائج المحققة بالأهداف.
- مراجعة الخطة وتعديلها بما يضمن سلامة الأهداف.[1]

ولا يقتصر أهمية المعلومات الخاصة باستخدامات الأراضي على الأنشطة السياحية أو الصناعية أو الزراعية أو الموارد والمظاهر الطبيعية، وإنما يتعداها إلى كل أنواع الفعاليات التي يمارسها الفرد على سطح الأرض. وهكذا تتكون صورة تفصيلية شمولية عن جميع أنواع النشطة والاستخدامات المصاحبة لها والسائدة في أي منطقة معينة لتحقيق أفضل توزيع للأنشطة الاقتصادية والاجتماعية وخاصة السياحية والخدمية منها وتخصيص احتياجاتها بما يضمن التوازن. كما يهدف إلى التغلب على المشاكل التي تنجم عن تغيير أنماط استخدامات الأرض كالتنافس بين الاستخدامات المختلفة والتضارب بين مصالح مستخدمي الأرض والمصلحة العامة والمشاكل الأخرى كتدهور الأراضي الزراعية ومصادر المياه

[1] عثمان غنيم محمد، ماجدة أبو زنط: مرجع سبق ذكره. ص: 178 إلى181.

والغابات وظهور مشاكل حضرية كالازدحام. فتخطيط استخدامات الأراضي يسعى إلى البحث عن الحلول المناسبة التي تشبع الحاجات القائمة وإدارة توجيه عملية تنمية المجتمع.[1]

وتقوم عملية استخدام الأرض على مبدأين رئيسيين هما:

- مبدأ الاستخدام الأحسن لكل قطعة أرض بما يخدم المصلحة العامة. وتخصص أفضل الأراضي عادة لأغراض الزراعية، ولكن في بعض الأحيان لا يحدث ذلك تحقيقا لبعض الحاجات والاعتبارات الوطنية، كتخصيص الحكومة البريطانية أفضل الأراضي حول مدينة لندن لإقامة مطار هيثرو. وفي كثير من الأحيان يتم تخصيص أفقر الأراضي لأغراض التوسع الحضري ونمو المدن وهذا ما تم تطبيقه في مدينة القاهرة التي حدد اتجاه نموها بالاتجاه الأراضي الصحراوية، فأقيمت فوق هذه الأراضي أحياء حضرية كبيرة كجزء من مدينة القاهرة.
- مبدأ تعدد الاستخدام: يلجأ المخططون في كثير من الأحيان إلى تشجيع تعدد استخدامات القطعة الواحدة من الأرض خصوصا في الدول ذات المساحة المحدودة التي تندر فيها الأراضي الجيدة والملائمة.[2]

[1] أ - عبد الإله أبو عياش، حميد عبد النبي الطائ:. مرجع سبق ذكره. ص: 111.
ب ـ عثمان غنيم محمد، ماجدة أبو زنطك مرجع سبق ذكره: ص: 173 إلى 176.
[2] عثمان غنيم محمد، ماجدة أبو زنط:مرجع سبق ذكره: ص: 176-177.

المطلب الثالث: تخطيط المستقرات البشرية

إن عملية تطوير وإنشاء مستقرات تنموية ومراكز نمو جديدة تقوم على الأنشطة والمشاريع السياحية هي جزء من توجهات الخطط الطبيعية. و لهذا تظهر الحاجة إلى صياغة وتبني سياسات واستراتيجيات للمستقرات البشرية بما يحقق توزيعا عادلا للأفراد والأنشطة المصاحبة لهم.[1]

وعلى المخطط الحضري عندما يبدأ في استغلال الأرض لغرض الإسكان فلابد من التفكير في أماكن سياحية في الحي السكني الذي سيقام وكل أرض يمكن أن تحتوي على إمكانيات سياحية، فالأحياء السكنية القريبة من البحر يمكن أن تستغل شاطئ البحر نفسه وتقيم عليه منشآت سياحية كالنوادي البحرية والمطاعم والملاعب. والأحياء السكنية القريبة من الجبال والمرتفعات يمكن أن تستغل هذه الجبال والمرتفعات في سياحة تسلق الجبال وإقامة مطاعم أو مقاهي على قممها. والأحياء السكنية القريبة من الغابات يمكنها هي الأخرى أن تستغل في إقامة منشآت سياحية مختلفة بداخلها. وعلى العموم فإنه في المجتمعات النامية قد يستهان بمثل هذه المنشآت السياحية، إلا أنها تساعد كثيرا على شغل وقت فراغ أفراد الحي وقد تكون مصدر للترفيه الاجتماعي ومصدرا للدخل المادي.[2]

وهكذا تشمل التنمية جميع الأجزاء والمناطق، بدلا من حصرها في مراكز ومدن محدودة. وإن عدم السعي لتحقيق ذلك سيؤدي إلى استمرارية الهجرات وتفريغ المناطق المحرومة والهامشية من أفرادها، مما يفرض ضغوطا وعمل على إفراز المزيد من المشكلات.[3] وتفيد خرائط التوزيع إذا ما قورنت خلال فترة زمنية في معرفة ما اعترى هذا التوزيع من تطورات قد توضح حركة الهجرة داخل الإقليم من ريفه إلى مدنه، أو الهجرة خارج الإقليم نتيجة لجاذبية مناطق

[1] عبد الإله أبو عياش ، حميد عبد النبي الطائي: مرجع سبق ذكره. ص: 114.
[2] حيدر صلاح الدين يعقوب، هاشم عبود الموسوي: " التخطيط و التصميم الحضري، دراسة نظرية تطبيقية حول مشاكل الحضرية". الطبعة الأولى. دار حامد للنشر عمان الأردن. 2006م. ص: 77.
[3] عبد الإله أبو عياش، حميد عبد النبي الطائي: مرجع سبق ذكره. ص: 114.

أخرى.وكل هذا يساعد في الكشف عن الظروف التي أدت بهؤلاء الأفراد إلى ما هم عليه في الوقت الحاضر. وقد تلقي الضوء على اتجاهات النمو أو النقصان في المستقبل.

وأولى المشاكل التي تتعلق بالنمو السريع للمدن والأعراض غير الصحية الناجمة عنه، هي الهجرة فإذا كان من الأمور الطبيعية المألوفة أن يهاجر الأفراد داخليا من الريف إلى المدينة فإنه من غير الطبيعي أن تكون الهجرة من المدن إلى الريف، حيث تنشأ مراكز عمران جديدة تسمى الضواحي، وقد زادت هذه الحركة كثيرا حتى أن كبريات المدن في العالم أصبحت تحيط بها عدد من الضواحي أو المدن التوابع Satellite التي تدل على اختناق هذه المدن في استيعاب الزيادة السكانية وذلك راجع لقصر نظر مخططيها وعجز حكومتها عن ضبط النمو وتوجيهه الوجهة السليمة.[1]

وتسعى أهداف التخطيط والتنمية الإقليمية لتحقيق عملية اللامركزية، التي بدورها لا يمكن أن تترجم في الواقع إلا من خلال النظر في أدوار ووظائف المراكز السكانية والمستقرات البشرية. وحتى يتم التخفيف من الاستقطابية والجاذبية الشديدة التي تمارسها المدن الكبرى على بقية المناطق فإنه يجب العمل على تنشيط ودعم المراكز الصغيرة والمتوسطة وإنشاء المزيد من المستقرات البشرية في المناطق التنموية الجديدة، ويمكن إبراز أهمية المستقرات والوظائف التي تقدمها من خلال تدرجها الهرمي التالي:

- القرى والمراكز الوظيفية الصغيرة: وتقوم هذه المراكز بتقديم الخدمات السياحية الحالية التي تتوافر فيها إمكانيات وفرص التوسع السياحي في المستقبل. كما يكمن دورها في تحفيز وتنشيط الأعمال والصناعات الصغيرة. إضافة إلى تقديمها خدمات اجتماعية وإرشادية للأفراد في المناطق المحيطة بها.
- المدن الصغيرة والمراكز التسويقية: تحتاج عملية التحول الاقتصادي في المناطق المحرومة إلى إنشاء مدن صغيرة وتقوم هذه المدن والمراكز بتزويد السكان بخدمات الأنشطة السياحية. كما تقوم بتقديم تسهيلات تجارية ومالية تساعدهم على تطوير وتنمية مشاريعهم السياحية. كما تتوفر على مستوى أعلى من الخدمات الاجتماعية والصحية والتعليمية

[1] صلاح الدين بحيري: " قراءات في التخطيط الإقليمي وجهة نظر جغرافية". الطبعة الأولى دار الفكر المعاصر بيروت و دار الفكر دمشق. 1994م.ص: 91 و95 و96.

وتنوع أوسع من الأنشطة والفعاليات مقارنة بالقرى السياحية.

- المدن المتوسطة والمراكز الإقليمية: وتقوم بتقديم خدمات سياحية للمناطق الريفية والحضرية في نفس الوقت. وتشكل حلقات تجميع وتوزيع الخدمات السياحية كما يوجد في هذه المراكز تسهيلات تجارية وصناعية وخدمات مالية واجتماعية وسياحية وتعليمية متنوعة تعزز من أهميتها ودورها في خدمة المناطق المحيطة بها.[1]

وهناك من يرى أن لتخطيط المدن المعاصرة أهداف وغايات تكمن في:

- تحسين العلاقة بين المساكن والشوارع والمناطق الصناعية والخدمات العامة بحيث لا يطغى قسم منها على آخر من أجل إيجاد نوع من الانسجام فيما بينها.
- المحافظة على المتنزهات العامة والمناطق المكشوفة في الأحياء السكنية، لتكون متنفسا للأفراد ومكانا لقضاء وقت الفراغ واهتمام بالمساحات الخضراء والتشجير.
- فصل المناطق السكنية بقدر الإمكان عن المناطق الصناعية لتقليل الضوضاء والتلوث الذي تعاني منه كبرايات مدن العالم.
- تجميل وتنسيق المدينة عن طريق اتخاذ طابع خاص للمباني لكي لا يحدث نوع من التنافر بين المباني وإنشاء نسق منسجم لها يكون ذو طابع معماري مميز.
- محاولة اختصار رحلة العمل من محل السكن إلى موقع العمل، وذلك عن طريق مد الطرق والشوارع المناسبة وكذلك بتسيير وسائل النقل والمواصلات المختلفة وبتخفيض أجورها وتعاون وتكامل حركة النقل والمواصلات داخل المدينة.[2]

[1] عبد الإله أبو عياش، حميد عبد النبي الطائي: مرجع سبق ذكره. ص: 115-116.
[2] علي الحوات: "التخطيط الحضري". الطبعة الأولى. الدار الجماهرية للنشر و التوزيع ليبيا.1990م. ص: 119-120.

المطلب الرابع: تحليل الآثار والمردودات البيئية

تركز الاتجاهات الحديثة في الخطط الإقليمية وفي المشروعات الإنتاجية والتنموية على الآثار والمردودات البيئية التي يمكن أن تنجم عن استغلال واستنزاف الموارد الطبيعية. فالمحافظة على التوازن البيئي في مشروعات وبرامج التنمية الاقتصادية هو الهدف الذي يجب التمسك به بشكل دائم.[1] وهناك دول وأقاليم عديدة اعتمدت أنظمة لحماية البيئة ودراسة التأثيرات البيئية لكافة أوجه التنمية بما في ذلك التنمية السياحية والمشاريع السياحية لضمان تحليل التأثيرات السلبية المتوقعة على البيئة وبالتالي التخفيف منها.

وقد قدم بوتر Pohter,1978 منهجية مفيدة لتقييم آثار النشطات التنموية المختلفة على البيئة، قامت على الخبرة المستفادة من تحليل آثار بناء المرافق المختلفة للتنقيب عن النفط. وقد شملت منهجيته على تقييم الآثار الاقتصادية واجتماعية إضافة إلى آثار البيئية، فهي بذلك تشكل إطار عمل جيد لاختيار وتقييم آثار التنمية السياحية وتصلح لتقييم المشاريع المستقبلية والتي تم تنفيذها وتلك التي تحت التنفيذ. وتتكون منهجيته من الخطوات التالية:

1- دراسة البيئة الطبيعية والاقتصادية والاجتماعية في المنطقة.

2- التنبؤ بالمستقبل قبل أن تباشر مشاريع التنمية السياحية.

3- دراسة التنمية السياحية من حيث المحتوى والإجراءات (دراسة واختبار مشاريع التنمية السياحية).

4- التنبؤ بالمستقبل إذا ما انطلقت مشاريع التنمية السياحية، وكذالك إذا ما تم إنجازها والانتهاء منها.

5- تحديد الفرق نوعي و كمي بين الخطوة 2 و 4.

6- اقتراح إجراءات نظرية وعملية للتقليل من الآثار السلبية وغير الملائمة.

7- تحليل الآثار ومقارنة البدائل.

8- عرض النتائج.

[1] عبد الإله أبو عياش، حميد عبد النبي الطائي: مرجع سبق ذكره. ص: 118-119.

9- اتخاذ القرار.[1]

وترى نسرين رفيق اللحام أن التقييم البيئي بمفهومه الواسع يتضمن كلا من تقييم الآثار البيئية الذي يهتم بتقييم مشروعات التنمية إضافة إلى التقييم البيئي الاستراتيجي الذي يهتم بتقييم السياسات التنموية. وفي كلا المستويين فإن أهداف التقييم البيئي هي تحديد أي من توابع البيئية المعاكسة للنشاط التنموي لكي تجتنب، أو تقلل وتأخذ بعين الاعتبار خلال عملية التخطيط.

ويمكن تحديد المنهجية العامة لهذه التقنية على المستوى التقييم البيئي الاستراتيجي وعلى مستوى المراحل التخطيطية المختلفة للمشروعات في ستة مراحل رئيسية كل منها تتضمن عدة خطوات كما يبين الشكل (2،03).[2] كما يمكن تبني وإدخال منهجية تقييم الآثار البيئية في قلب عملية التخطيط السياحي، كأداة لاتخاذ القرار قبل اتخاذ القرارات التنموية. وبذلك يمكن اختيار البديل الأحسن للتنمية كما يبين الشكل رقم (2،4)، و بهذا يمكن الاستفادة من إمكانيات هذه التقنية بتكاملها مع عملية التخطيط واتخاذ القرار كإجراء وقائي، وليس مجرد مراجعة والتحقق منها في مرحلة متأخرة. ويمكن تبعا لذلك النظر لوظيفة تقنية تقييم الآثار البيئية على أنها عملية تخطيط بيئي توفر أساسا للتخطيط السياحي للوصول إلى هدف الاستدامة.[3]

وتختلف نماذج تقييم الآثار البيئية وتتعدد، ولكنها بشكل عام تشمل جميعها عوامل اجتماعية واقتصادية وبيئية، وعادة ما تشمل هذه الأساليب كافة التأثيرات والإجراءات اللازمة. وفيما يلي أنموذج لتقييم الآثار البيئية ويشتمل على ما يلي:. تلوث الهواء – تلوث المياه السطحية . تلوث المياه الجوفية . تلوث شبكة المياه المحلية . التلوث الضوضائي . مشكلة التخلص من النفايات الصلبة . مشكلات تصريف المياه والفيضانات . تدمر وتضرر النبتات والحيوانات . الاختلال والتدمير البيئي . مشكلات استعمال الأرض . الكثافة المرورية وكثافة حركة المشاة . مشكلات

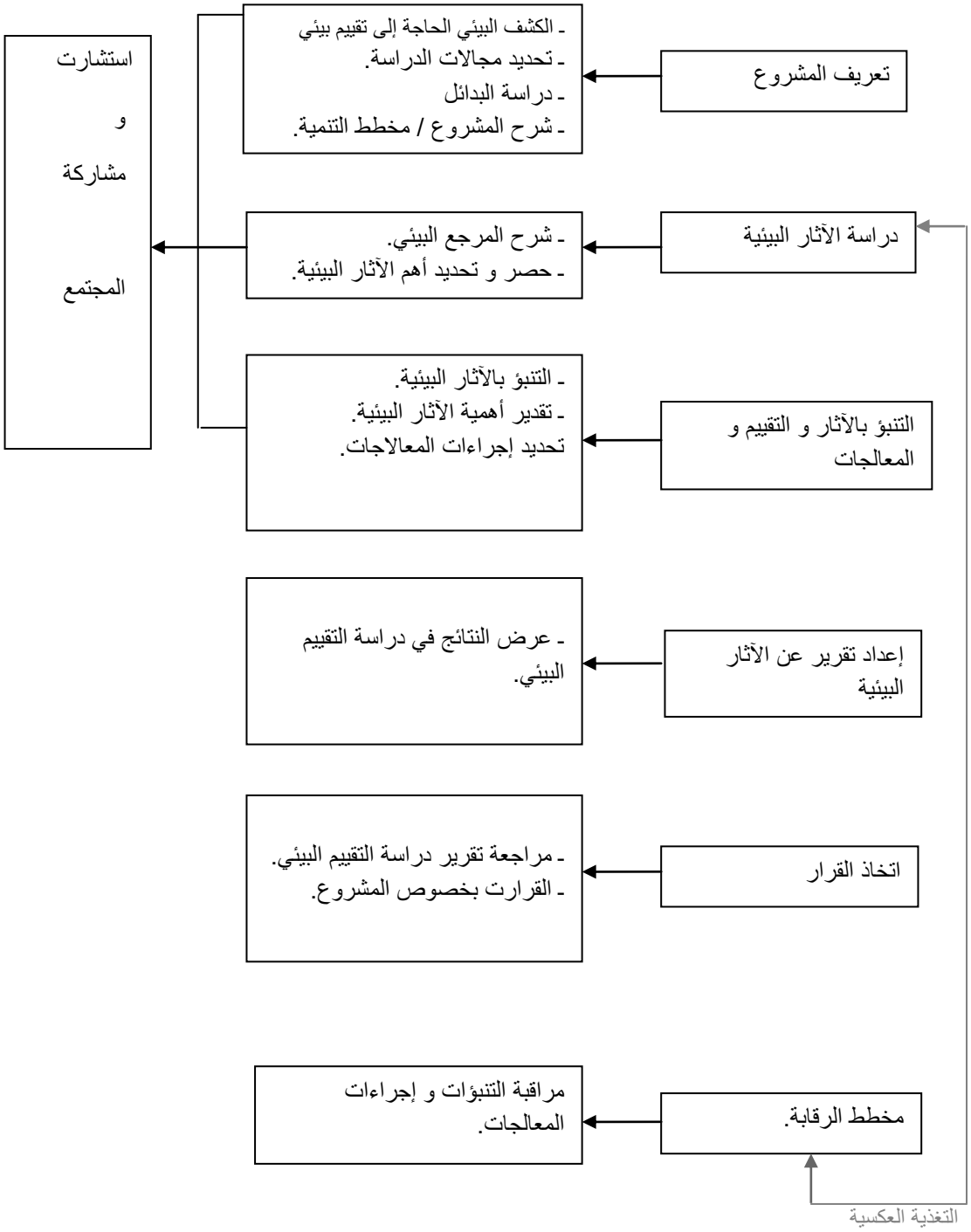
[1] عثمان غنيم محمد، بنيتا نبيل سعد: "التخطيط السياحي" الطبعة الثانية. مرجع سبق ذكره. ص: 142-143.
[2] نسرين رفيق اللحام: مرجع سبق ذكره. ص: 80 إلى 82.
[3] نسرين رفيق اللحام: مرجع سبق ذكره.ص: 183.

جمالية الموقع . مشكلات الصحة البيئية والأمراض المعدية . تدمير بعض الخصائص المميزة والهامة للموقع التاريخية والأثرية . مشكلات الانجراف والانهيارات والانزلاقات . أخطار الزلازل والبراكين والعواصف وغيرها.

ويقيم كل عامل من العوامل السابقة وتلخص النتائج، ويتم التعرف على مستوى تأثير كل عامل حسب قوته (تأثير قليل، تأثير متوسط، تأثير أكبر)، ليكون التقييم متوازنا ومتكافئا وسهلا وأحيانا يلجأ إلى استخدام الأرقام في عملية التقييم.[1]

[1] عثمان غنيم محمد، بنيتا نبيل سعد: " التخطيط السياحي" الطبعة الثانية. مرجع سبق ذكره. ص:143إلى145.

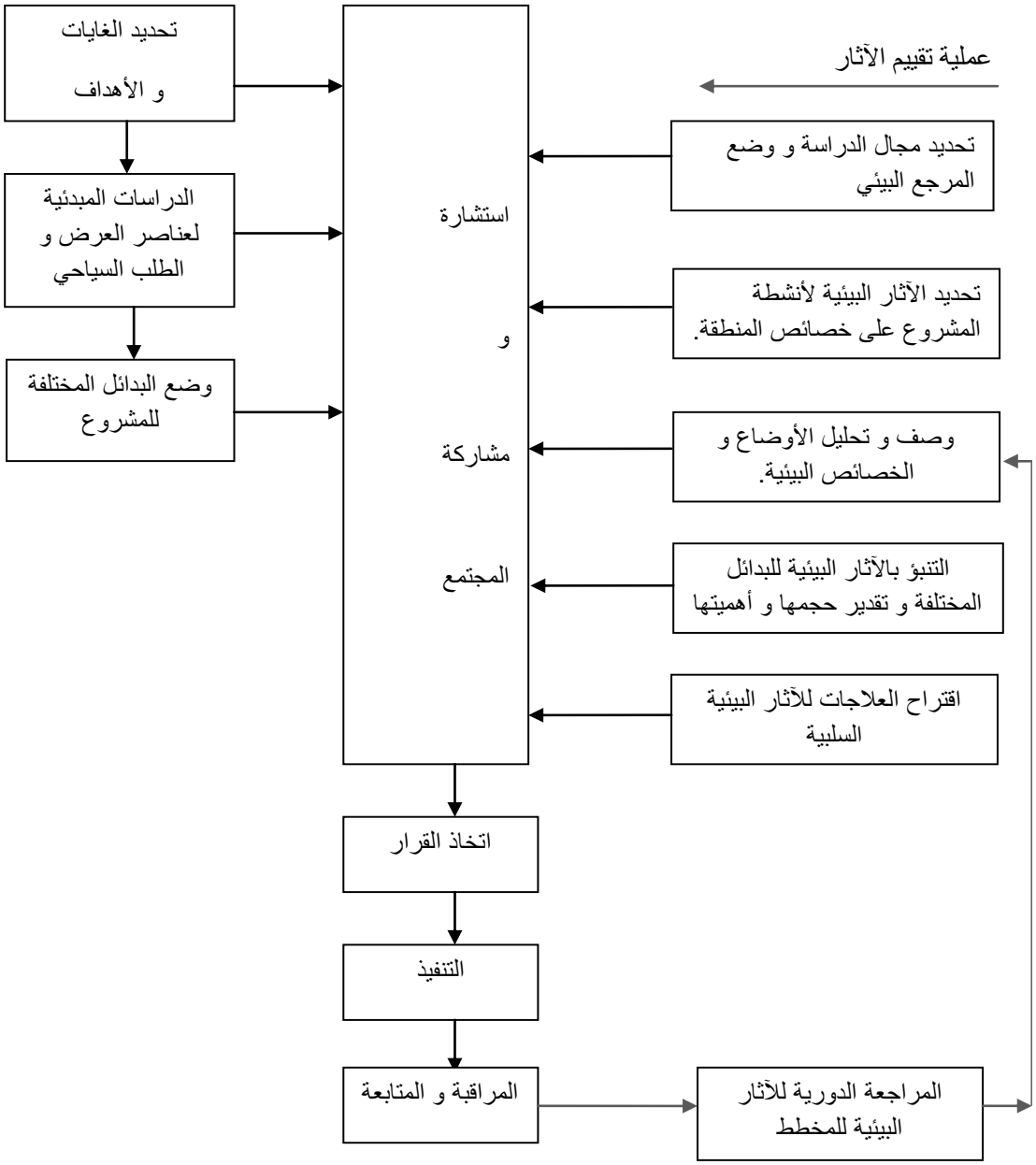
الشـكل رقــم (3،2): المراحل الرئيسية لمنهجية تقييم الآثار البيئية



المصدر: نسرين رفيق اللحام: " التخطيط السياحي للمناطق التراثية باستخدام تقنية تقييم الآثار البيئية". الطبعة الأولى. دار النيل القاهرة.مصر.2007م.

ص: 82

الشـكل رقـم(4،2): إدخال عملية تقييم الآثار البيئية في التخطيط السياحي.



المصدر: نسرين رفيق اللحام : " التخطيط السياحي للمناطق التراثية باستخدام تقنية لآثار البيئية. دار النيل القاهرة، مصر 2007م. ص: 184.

المطلب الخامس: مكونات الخطة السياحية الإقليمية والوطنية

وتشمل هذه الخطة بشكل عام الموضوعات التالية:

- أولا: تحديد أهداف التنمية السياحية بما فيها الأهداف الاقتصادية، الاجتماعية، البيئية المستديمة، الثقافية المؤسسية(التنظيمية).
- ثانيا: مدخل عام أي تحليل المعطيات التالية:
  - استعراض تاريخي مختصر عن المنطقة أو الدولة، خاصة بما يتعلق بمواقع الجذب السياحي.
  - استعراض جغرافي وجيولوجي مختصر لأشكال الأرض، التضاريس، التكوينات الجيولوجية، أنظمة المياه والمسطحات المائية من بحار بحيرات شواطئ بحرية ونهرية، تحديد مناطق الخطر كالمناطق البركانية والزلزالية والانحدارات الشديدة ومناطق انزلاقات التربة كل ذلك بغية تجنبها عند التخطيط لإقامة مشاريع سياحية.
  - أنماط المناخ خاصة الأمطار والفيضانات والابتعاد عن حدود ما يسمى بخطوط فيضانات الخمسين عاما وهي فيضانات مدمرة تحدث وتتكرر بمتوسط 50 سنة.
  - مناطق الموارد الطبيعية النادرة وخاصة المحميات الطبيعية التي يجب المحافظة على خصائصها الأصلية وعدم إقامة مشاريع سياحية تؤثر في هذه الخصائص.
  - نوعية البيئة الطبيعية وما تتعرض له من مخاطر التلوث بشتى أنواعه (المائي الهوائي، صوتي، بصري وغيرها).
  - أنماط والتراكيب الديموغرافية للسكان والتوزيع الخاص بهم وفق فئاتهم العمرية، وأنماط الهجرة من وإلى المناطق السياحية.
  - الأنماط الاقتصادية للقطاعات الحالية واتجاهات النمو في الناتج الوطني القومي والمحلي الإجمالي ومتوسط الدخل للفرد وفرص العمل المتاحة ومعدلات البطالة والتباين الاقتصادي بين مختلف المناطق.

- ثالثا: تحليل خدمات ومرافق البنية التحتية:
  - شبكات الطرق (البرية، البحرية، الجوية) وسهولة الدخول والخروج.
  - خدمات النقل الداخلية(البرية، الجوية، البحرية).
  - خدمات المياه والصرف الصحي وخدمات الكهرباء.
  - مراجعة الخطط والبرامج الخاصة بتطوير خدمات ومرافق البنية التحتية.
  - تحديد المعوقات التي تقف أمام تطوير هذه الخدمات والمرافق إضافة إلى التوصيات الضرورية والملحة للتنمية السياحية.
- رابعا: مناطق الجذب السياحي والمغريات السياحية والأنشطة السياحية وإمكانية تحسينها:
  - مسح شامل لجميع مناطق الجذب والأنشطة التي تتوفر فيها، ومن ثمة تقسيمها وفق أهميتها والمشاكل المصاحبة لاستغلالها.
  - وضع التحسينات المقترحة لهذه المواقع وتقسيم الجوانب الإيجابية والسلبية المترتبة على أعمال التطوير.
- خامسا: الخدمات والتسهيلات السياحية:
  - مسح شامل لجميع مرافق الإيواء من حيث الأعداد، الأنواع، الموقع، الجودة.
  - مسح شامل لجميع التسهيلات.[1] وتعتبر التسهيلات السياحية حجر الزاوية في العمل السياحي كالمطارات، الموانئ وما يتبع فيها من إجراءات حيال السياحيين من السلطات المختلفة تتمثل في الجوازات والجمارك والنقد والحجر الصحي [2] إضافة إلى خدمات مكاتب السياحة والسفر ومنظمي الرحلات المطاعم، خدمات الصرافة والخدمات البنكية، المنتجات الصناعية الحرفية واليدوية السياحية.
- سادسا: أشكال و أنواع السياحة:
  - تحديد أنواع السياحة المتوفرة والممكن تطويرها مستقبلا، وتوزيع هذه الأنواع وأشكالها على المناطق المختلفة بما يتلاءم وإمكانيات وظروف كل منطقة.

[1] عبد الإله أبو عياش، حميد عبد النبي الطائي: مرجع سبق ذكره.ص: 124إلى 126.
[2] أحمد الجلاد: مرجع سبق ذكره.ص: 32.

- تحديد القدرات الاستيعابية للمناطق والمواقع، وفق خصائصها وأشكال السياحة فيها وذلك لتنظيم أعداد السياح والمحافظة عليها في إطار الموازنة بين إمكانيات التي تتيحها المواقع وبين قدراتها على الاستقبال.[1]

- سابعا: تحليل السوق والتوقعات:

- حجم الحركة السياحية: عددها وتقسيماتها النوعية والموسمية والتوقعات المستقبلية.

- الأسواق المصدرة: الهيكل السكاني، الدخل، المستوى المعيشي، المستويات الاقتصادية، الثقافية والسياسية وأوقات الفراغ، مستوى الأسعار سعر الصرف الأجنبي، المنافسة القائمة في الأسواق واحتمالات التصدير السياحي وتوقعات المستقبل.

- حجم السياحة المحلية: التركيبة السكانية، مستوى الدخل، الميل للسفر، أسعار الرحلات السياحية إلى الخارج والتوقعات.

- نوعيات السائحين: مدة الإقامة، أماكن الإقامة، مناطق الزيارة، الطلب على السلع والخدمات السياحية والغير سياحية [2] إضافة إلى تحليل العوامل التي يمكن أن تؤثر على السياح المتوقعين.

- تحديد الأسواق المستهدفة وتحليلها.

- بناء تصورات وتوقعات للنوعية وجودة خدمات الإيواء بمختلف أنواعها، والخدمات والتسهيلات وخدمات البنية التحتية المطلوبة بما يتناسب مع التوقعات من المناطق المستهدفة والجاذبة للسياح.

- ثامنا: سياسات التنمية السياحية و الخطط الهيكلية:

- تحديد مراحل التنمية السياحية من خلال فترات زمنية متعاقبة.

- السياسات المقترحة في الجوانب الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية، البيئية.

- بناء خطة لتوضيح توزيع أنواع السياحة على المواقع السياحية المختلفة ومناطق وأقاليم سياحية داخلية وشبكات النقل مختلفة.

[1] عبد الإله أبو عياش، حميد عبد النبي الطائي: مرجع سبق ذكره.ص 126-127.
[2] أحمد الجلاد. مرجع سبق ذكره. ص: 36-37.

- تحديد أنماط وبرامج الرحلات السياحية بما فيها طرق وخطوط النقل والمواصلات.

- تاسعا: التحليل الاقتصادي و التوصيات :

- تحليل وبناء التوقعات الخاصة بإنفاقات السياح.

- تحليل الآثار الاقتصادية الحالية والمتوقعة للسياحة، وإسهامها في الناتج المحلي الإجمالي أو القومي الإجمالي إجمالي الإيرادات السياحية والعملة الصعبة وتأثيرات المضاعفة وفرص العمل والعوائد المحققة وغيرها.

- توصيات خاصة بالأساليب التي تمكن من زيادة المنافع والفوائد الاقتصادية للسياحة على المستوى المحلي والوطني والأقاليم السياحية المختلفة.[1]

- عاشرا: الاعتبارات المؤسسية (التنظيمية):

- مراجعة وتقييم الأجهزة السياحية: وزارة السياحة وتقسيماتها وفروعها واختصاصاتها، هيئات تنشيط السياحة واختصاصاتها، هيئة الرقابة وفروعها والأجهزة المتصلة بالسياحة والمكاتب الداخلية والخارجية وما حققته وما ينتظر تحقيقه.[2] بإضافة إلى مراجعة وتقييم كل الهياكل المؤسسية للقطاعين الخاص والعام مع مقترحات بالتعديلات والإضافات التي تضمن زيادة فعالية وكفاءة إدارة القطاع السياحي من خلال التعاون والتنسيق والعلاقات المتبادلة بين منشآت القطاع الحكومي والخاص.

- مراجعة وتقييم التشريعات من القوانين والأنظمة والتعليمات الخاصة بالسياحة، مع مقترحات اللازمة لتحقيق التطور المنشود.

- مراجعة وتقييم مصادر التمويل المتاحة، والاستثمارات الممكنة والتعديلات اللازمة لتكثيف عمليات استقطاب رؤوس الأموال، وإصدار القوانين.

- إعداد قوى بشرية لازمة مع برامج تدريب فعالة.

- حادي عشر: التسويق السياحي

- تحديد أهداف ومواصفات وإستراتيجية التسويق.

[1] عبد الإله أبو عياش، حميد عبد النبي الطائي: مرجع سبق ذكره. ص: 127إلى 129.
[2] أحمد الجلاد: مرجع سبق ذكره. ص: 36.

- تحديد برامج معدة للترويج السياحي مع تقديرات التكاليف المترتبة على تنفيذها، وتحديد مصادر التمويل اللازم لذلك.

- الثاني عشر:تطبيق ومتابعة الخطة

- تحديد برامج تطبيق خطة التنمية بتفرعاتها المختلفة وتحديد المسئوليات المترتبة على الإدارات والمنشآت المختلفة وتقدير التكاليف.
- تحديد مواصفات وتصاميم خاصة بأسس التنظيم للأراضي والأنظمة وتعليمات استخدام الأرض.
- تحديد الحوافز و لمزايا التي توفرها الخطة لتسهيل تنفيذ بنودها ومقترحاتها وتوصياتها.
- إنشاء نظام معلومات سياحي حديث وتطوير الأنظمة القائمة.
- تحديد وإعداد دراسات الجدوى الاقتصادية والاجتماعية للمشاريع السياحية المقترحة وخاصة المشروعات الريادية الرئيسية المنبثقة عن الخطة.
- تحديد الأدوات والإجراءات اللازمة لمتابعة تنفيذ البرامج و لمشاريع المحددة في الخطة.[1]

[1] عبد الإله أبو عياش، حميد عبد النبي الطائي. مرجع سبق ذكره. ص: 129-130.

المبحث الرابع: التخطيط لأهم ركائز النشاط السياحي

المطلب الأول: تخطيط مناطق الجذب الطبيعية وعناصر الجذب الثقافية

الفرع الأول: تخطيط مناطق الجذب الطبيعية

إن توفير الآلية للحفاظ على الجوانب البيئية الطبيعية للمنطقة من أهم الفوائد الناجمة عن التنمية السياحية فالنشاطات السياحية تقدم المبررات اللازمة لتوفير التمويل الكافي لحماية المعطيات البيئية الطبيعية وحتى الأثرية والتاريخية منها، التي تتعرض لتأثيرات سلبية تؤدي إلى إلحاق الضرر بها أو حتى زوالها في بعض الأحيان.

فتوضع على مستوى التخطيط المحلي خطط تفصيلية لتنمية عناصر الجذب السياحي، وذلك من أجل ضمان عدم تأثير تشغيل هذه العناصر على البيئة الطبيعية والاجتماعية، والحفاظ على الخصائص والمميزات الخاصة لكل عنصر بالإضافة إلى تطوير وتنمية المرافق للزوار السياح. وتخطيط عناصر الجذب السياحي يقوم على مبدأ مزيج من التخطيط الهيكلي للمرافق السياحية وعمليات المحافظة عليها وكذلك تنظيم وإدارة تعامل السياح مع خصائص هذه العناصر. فتعامل عناصر الجذب السياحي دائما على أنها موارد تحتاج إلى تخطيط ومراقبة مستمرة للحفاظ على ديمومتها.

وتواجه عمليات تخطيط عناصر الجذب السياحي مشاكل عديدة منها: تجاوز عدد الزوار الحمولة أو الطاقة الاستيعابية لهذه المرافق، لذا فمن الضروري وضع قيود لتحديد القدرة الاستيعابية لها، وكذا وضع الآلية الإدارية والرقابية لتنظيم توافد الزوار وتفادي الاستغلال الزائد.

وتمر عملية تخطيط عناصر الجذب السياحي على عدة مراحل متسلسلة هي:

- تحديد أهداف التنمية السياحية بشكل واضح ودقيق.

- التحليل البيئي والإيكولوجي بما في ذلك إجراء المسوحات الخاصة لتحديد المواقع الطبيعية التي تحتاج إلى استخدام أساليب وتقنيات علمية للمحافظة عليها.
- تحديد حمولة المواقع من الزوار وذلك بناءا على فرضيات مسبقة.
- التنبؤ بالطلب السياحي المستقبلي من حيث عدد السياح، نشاطات السياح، مدة الإقامة وغيرها.
- تحديد المرافق السياحية المطلوبة ومساحاتها ومتطلباتها الفنية.
- إعداد خطة التنمية بما في ذلك البدائل المبنية على الأهداف والمعطيات المختلفة ومن ثمة وضع الخطة في شكلها النهائي وتقسيمها إلى مراحل زمنية.
- إعداد مخططات استخدام الأرض المختلفة في المنطقة من قبل الزوار. وذلك للاستعمالات المختلفة.
- دراسة وتحليل وتقييم التأثيرات البيئية النهائية.
- تنفيذ الخطة على أن يرافق ذلك إدارة مستمرة للمورد الطبيعي ومتابعة استخدامات الزوار له.

ومن مبادئ التخطيط لعناصر الجذب السياحي الطبيعية:

- أ/ التركيز: ويعني به تركيز المرافق السياحية الأساسية في منطقة واحدة وتصميمها بأسلوب كمجمع سياحي واحد. ومن خلال التجربة في العديد من دول العالم ثبت أنه من أنجح مبادئ التخطيط، ويشمل هذا المجمع: قسم الاستقبال . مركز استعلامات . أسواق تجارية . قاعات المؤتمرات والحفلات . مركز خدمات الإسعاف . مرافق صحية . مواقع التنسيق خارجية . مواقف للسيارات و لحافلات . قسم خاص للإدارة.

ويصمم مركز خدمة الزوار عادة عند مدخل الجذب بحيث ينسجم تصميمه المعماري مع البيئة الطبيعية ويستخدم في بنائه مواد بناء محلية.

وفيما يتعلق بمرافق إقامة الزوار فيمكن أن تكون خارج المجمع السياحي، ولكن تندمج معه. ومرافق الإقامة تشمل أنواعا مختلفة من الفنادق، أماكن التخييم، وقد توجد هذه المرافق في قرى وتجمعات سكانية مجاورة أو قريبة كإستراتيجية لتخفيف التأثيرات السلبية على مرافق المجمع، وتحدد غالبا ضمن حدود المجمع السياحي.

ويأتي تصميم الطرق وممرات المشاة بناءا على دراسات استعمالات الأراضي، ويمكن السماح للسيارات بالدخول إلى الموقع على أن يخصص لها موقف خاص في الداخل، ويفتح المجال لتنقل الزوار أو السياح مشيا على الأقدام لزيارة الموقع والتمتع بمشاهدة محتوياته.

- ب/ الإدارة: تعد الإدارة الجيدة للمنطقة السياحية أو المتنزه أو الحديقة من العوامل الأساسية لنجاح استغلال مثل هذه المناطق كعناصر جذب سياحية. وتركز إدارة مثل هذه المناطق على الجوانب التالية:
  - تفادي تجاوز الطاقة الاستيعابية من الزوار أو السياح.
  - تضرر التربة والنباتات جراء مشي الزائد للسياح أو الزوار عليها.
  - إلحاق الضرر بالأنماط المعيشية للحيوانات بسبب المشاهدة الزائدة من طرف السياح.

ولتفادي حدوث مثل ذلك فإنه يمكن اتخاذ الإجراءات التالية:

- المحافظة على معدلات الطاقة الاستيعابية من خلال آليات مختلفة كتوزيع الزوار بشكل متساوي على أنحاء المناطق السياحية المختلفة دون التركيز على منطقة بعينها.
- زيارة بعض المناطق الحساسة في الحديقة أو المتنزه أو موقع سياحي لا تتم إلا بإذن خاص، كما يمكن منع الزيارة في مواسم معينة خصوصا في مواسم التي تتكاثر فيها الحيوانات والنباتات.
- يتم تقديم كل الإرشادات والتوجيهات الواجب مراعاتها مع الشروحات مع تبيين أهميتها، ومثل هذه الإجراءات تشمل مختلف مرافق المنطقة أو المتنزه كالتنبيه على المشي في الممرات المخصصة، التخييم في المواقع المحددة لذلك، رمي المخلفات في الحاويات التي تم تخصيصها لهذا الغرض، عدم إطعام الحيوانات أو الاقتراب منها، الاحتياط عند إشعال النار، عدم تقطيع الأشجار وقطف الورود والنباتات. كل هذه الإرشادات أو التعليمات أو اللوحات يقوم بتوفيرها المشرفون على إدارة المنطقة السياحية.

وتعد المتابعة المستمرة لتأثير استخدام السياح على عناصر الجذب السياحي الطبيعية كالحدائق والمتنزهات والرقابة الدائمة لسلوك هؤلاء السياح ومدى رضاهم من العوامل والإجراءات الواجب كمراعاتها خلال الزيارة.إلى جانب تجنيد الكوادر المؤهلة بأعداد كافية وتوفير الموازنات الخاصة لصيانة مرافق السياح، ويمكن تحصيل جزء من هذه التكاليف من رسوم دخول الزوار، ومن أرباح المبيعات في مراكز الزوار ومن تأجير المطاعم والمخازن وأحيانا الفنادق. وتعمل الحكومات على توفير الموازنات اللازمة لصيانة مثل هذه المواقع السياحية الهامة وذلك لكون عناصر الجذب السياحي عنصر جذب للتنمية السياحية والاقتصادية.

- ج/ التنوع والتكامل: تعتبر حدائق الحيوانات والحدائق العامة والمائية ومتاحف الأحياء المائية والتاريخية عناصر تكميلية هامة للسياحة الطبيعية أو البيئية. ويتم عادة تنمية مثل هذه العناصر لخدمة الأفراد المحليين والسياح الأجانب معا.وتكمن أهمية هذه العناصر ليس فقط في محتواها الأصلي ولكن أيضا في دورها البارز في الحفاظ على الموارد الطبيعية والبيئية من خلال عمليات توليد وتربية الحيوانات المعرضة للانقراض، وما يرتبط بذلك من برامج ونشاطات مختلفة، وتخطيط مثل هذه المرافق لابد أن يأخذ بعين الاعتبار أي تحسينات لازمة للمرافق القائمة بما في ذلك عمليات المحافظة والتعليم لفائدة المحليين والأجانب معا.[1]

الفرع الثاني: تخطيط عناصر الجذب الثقافية

تشبه الطرق المستخدمة في تخطيط وإدارة مصادر الجذب الثقافية إلى حد بعيد تلك المستخدمة في حالة المصادر أو عناصر الجذب الطبيعية، وعموما يمكن تلخيصها في العناصر التالية:

- استحداث سياسات رئيسة لتخطيط وإدارة المصادر الثقافية.
- تطبيق واستخدام آليات الحفاظ على البيئة الثقافية مع عمل تناسق بين المحافظة وأساليبها وبين استخدامات السياح المختلفة.

[1] عثمان غنيم محمد، بنيتا نبيل سعد: " التخطيط السياحي" الطبعة الأولى. مرجع سبق ذكره. ص: 122 إلى 128.

- تطبيق عملية التخطيط والتقنيات والمبادئ حيث يلزم الأمر وتقتضي الضرورة.
- تنظيم عملية استخدام السياح للمرافق.
- الإدارة المستمرة للمصادر لتستمر سبل المحافظة عليها وإدامتها لأطول فترة زمنية ممكنة.

تعرضت بعض الأنماط الثقافية المحلية للزوال خلال المرحلة الأولى لعمليات التنمية بسبب إعطاء الأهمية والأولوية للعوامل الاقتصادية. ولكن فيما بعد يبدأ المحليون بملاحظة وإدراك خسارتهم للخواص المميزة لمجتمعهم المحلي ومن ثمة أخذوا بمحاولة إحياء ثقافتهم من خلال زيادة الاهتمام باللغة والصناعات اليدوية والعمارة والمهرجانات والعادات والتقاليد. لذلك من مستحسن إدارة المعطيات الثقافية والمحافظة عليها قبل تعرضها للزوال وذلك بدمجها في كل جوانب عملية التنمية الحديثة.

وتتطلب إجراءات عملية المحافظة على المعطيات الثقافية إجراء البحوث والدراسات التاريخية المختلفة للتعرف على الحضارات التي أنتجت هذه المعطيات وخصائصها وثقافتها والأهمية الدينية لها آنذاك من منطلق أنه لا يمكن تخطيط لها وتنميتها من دون الرجوع إلى تاريخها الذي سيساعد في وضع الأسس السليمة التي تقوم عليها عمليات الترميم والصيانة.[1]

[1] عثمان غنيم محمد، بنيتا نبيل سعد: " التخطيط السياحي" الطبعة الأولى. مرجع سبق ذكره. ص: 128 إلى 130.

المطلب الثاني: تخطيط المواقع الأثرية والتاريخية

إن المخطط الذي يحافظ على التراث الحضاري والتاريخي للمنطقة التي يخطط لها ينبغي أن يتبع في ذلك أحد الاتجاهين:

يتمثل الاتجاه الأول في تفريغ المناطق المحيطة بالمبنى التاريخي حتى يبدوا هذا المبنى منفصلا باعتباره أثر من آثار الماضي دون ارتباطه بالتكوينات التخطيطية أو المعمارية المحيطة به.

أما الاتجاه الثاني للاحتفاظ بالتراث الحضاري التاريخي يتمثل في اعتبار المبنى الأثري القديم ممثلا لفترة تاريخية معينة من تاريخ المدينة لا يمكن فصله عن الفترات اللاحقة. وفي هذه الحالة يلتزم المخطط بوضع المبنى الأثري القديم في وضعه الأساسي من حيث علاقته الحسية بالمباني والفراغات المحيطة به حتى تظهر قيمته التشكيلية. ويتطلب هذا من المخطط أن يشيد المباني الجديدة حوله بأسلوب مخالف للأسلوب القديم لكن دون أي انفصال قد يقطع الاستمرار الحضاري فيها.[1]

إن الإشكالية الرئيسية في مشروعات التنمية السياحية في المناطق الأثرية تكمن في الصراع بين الأهداف الاقتصادية والمنافع البيئية والتوجه المقترح لتضمين تقييم الآثار البيئية في عملية التخطيط السياحي للمناطق التراثية ويمكن حل هذه الإشكالية من خلال تحديد أسس المنهجية المقترحة للتخطيط السياحي لهذه المناطق كالتالي:

1- تحسين البيئة العمرانية والاجتماعية والثقافية وتوليد منافع اقتصادية مستدامة، من خلال إرضاء السياح الذي يعتبر شرط أساسي للاستدامة الاقتصادية واعتبارها كأولوية أولى عند وضع إستراتيجية التنمية السياحية للمناطق التراثية.

2- اتخاذ القرار بخصوص تحديد(مدى التنمية المناطق التراثية أو الحفاظ عليها)، في المراحل المبكرة في التخطيط السياحي تبعا لدراسات البيئة، ثم إدخال العوامل الاقتصادية لتحديد أساليب التدخل.

[1] حسين عبد الحميد أحمد رشوان: مرجع سبق ذكره. ص: 109-110.

3- دراسة الأوضاع البيئية السلبية الحالية، وتقدير الوضع البيئي المستقبلي الذي سيؤثر على المنطقة التي سيتم تنميتها.

4- إيجاد منتجات سياحية جديدة تجذب السياح والزوار، ودعم الخدمات والتسهيلات التي تحسن البيئة.

5- التنمية السياحية بحدود معينة تبعا لخصائص المنطقة وطاقاتها البيئية لاستيعاب السياحة.

وفيما يلي سيتم تناول التخطيط السياحي البيئي للمناطق التراثية على مستويين

- على مستوى السياسات التنموية: في هذا المستوى من التخطيط يتم دراسة إمكانيات ومحددات للتنمية السياحية في المنطقة، إلى جانب تحديد البديل الأحسن من السياسات التنموية.
- على مستوى تخطيط استعمالات الأراضي: وفي هذا المستوى من التخطيط يتم تحديد مواقع الخدمات ومواقع الحفاظ، و حديد أماكن الزيارة والمسار السياحي والبدائل المتاحة للسائح لقضاء زيارته. ويمكن أن تشمل هذه المرحلة من التخطيط دراسة الآثار البيئية والهيئات المسئولة عن التنفيذ وسبل التمويل المختلفة وسبل الارتقاء بالبيئة العمرانية للمنطقة ورفع القيمة البصرية لها.
- 1/ تخطيط سياحي بيئي للمناطق التراثية على مستوى السياسات التنموية: ويشمل هذه المنهجية على دراسة جانبي العرض والطلب السياحي كالتالي:

أ- دراسة الطلب السياحي بتقدير حجم الطلب الكامن على المنطقة وتحديد أهمية عوامل الجذب السياحي من خلال استبيان يقدم للسياح لمعرفة خصائص الطلب السياحي، إلى جانب تحديد احتياجات ومتطلبات السوق السياحي.

ب- دراسة العرض السياحي (المنطقة الأثرية): و تمر بالمراحل التالية:

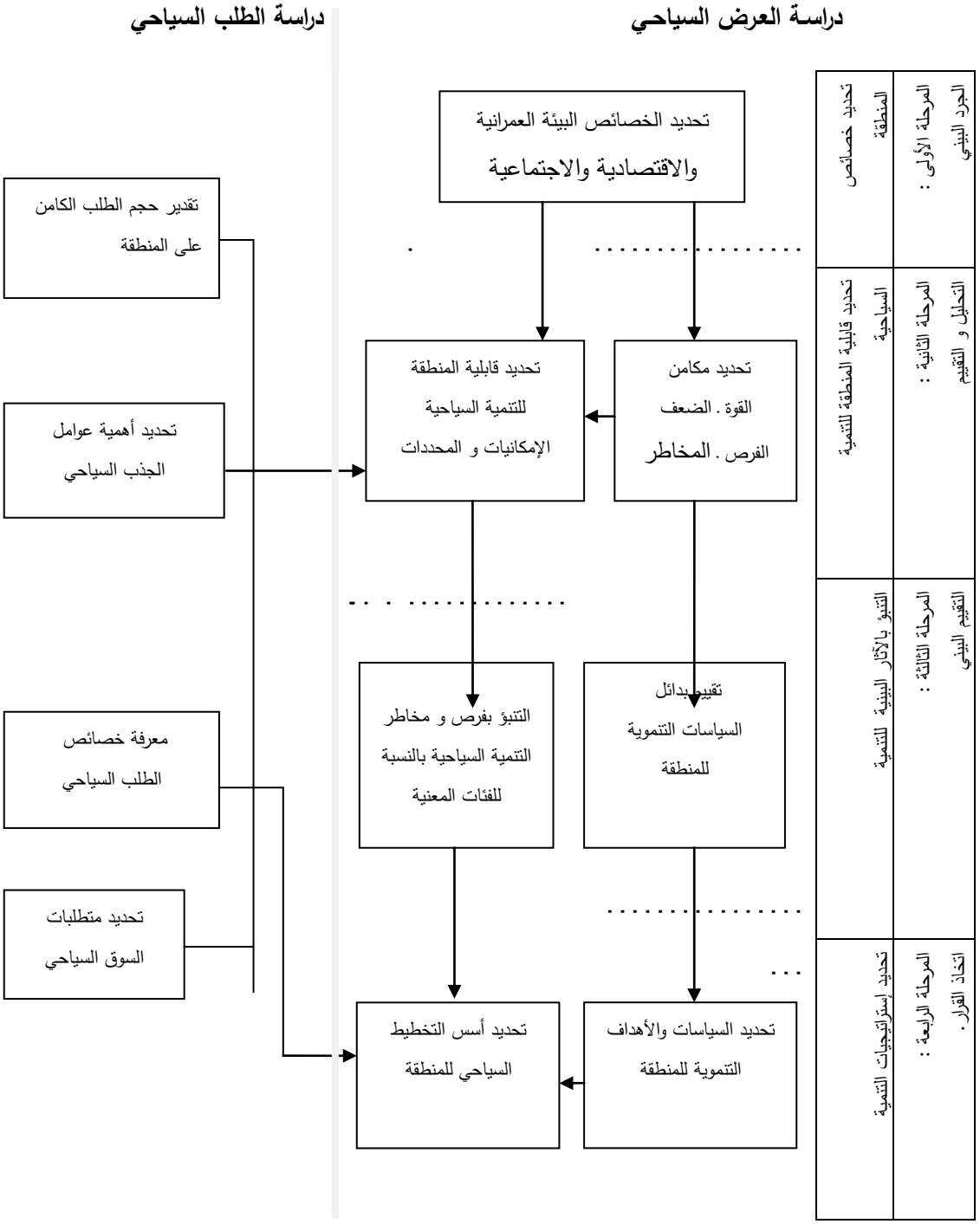
- المرحلة الأولى الجرد البيئي بإنشاء قاعدة بيانات عن المنطقة و يمكن تحديد عناصر الجرد البيئي للمنطقة التراثية بمعرفة ما يلي: (خصائص البيئة العمرانية للمنطقة-خصائص المخزون التراثي بالمنطقة-خصائص

البيئة الاجتماعية الثقافية–خصائص البيئة الاقتصادية).

- المرحلة الثانية: التحليل والتقييم وتشمل :(تحديد كل من مكامن القوة/الضعف/الفرص/التهديدات تحليل (SWOT) (Sstrength, Weakness, Opportunities ,Threats)–تحديد قابلية المنطقة للتنمية السياحية من خلال إمكانياتها ومحدداتها وتقييمها بتعيين نوعية وحجم عناصر الجذب السياحية الموجودة.
- المرحلة الثالثة: التقييم البيئي: فبناءا على المراحل السابقة يكمن تعيين بدائل السياسات التنموية للمنطقة وتيم تقييم هذه المقترحات تبعا للآثار البيئية المرتبطة بها والتنبؤ المستقبلي بما سيحدث في حال التنمية السياحية.
- المرحلة الرابعة:اتخاذ القرار بتحديد الأهداف والسياسات التنموية للمنطقة التراثية حيث يتم إعداد بدائل للخطط ثم تقييمها ويتم اختيار البديل الذي يحقق أعلى درجات مع التنبؤ بآثاره البيئية ومن ثمة تحديد أسس التخطيط السياحي للمنطقة تبعا لتقييم الآثار البيئية للمقترحات التنموية، إلى جانب تحديد أساليب تخفيف الآثار البيئية السلبية المحتملة من خلال مشاركة المجتمع المحلي في المنطقة. وبناءا على تحديد متطلبات السوق السياحي من خدمات وأنشطة سياحية واستشارة المجتمع المحلي يمكن تحديد الخدمات والأنشطة التي تلبي احتياجات الشريحة الأكبر من السوق السياحي والتي يوافق على وجودها المجتمع المحلي.

ويمكن تقديم الشكل التالي كملخص لهذه المنهجية.

الشكـــل رقـــم(2،5): المنهجية المقترحة للتخطيط السياحي البيئي في المناطق الأثرية على المستوى السياسات التنموية



المصدر: نسرين رفيق اللحام : مرجع سبق ذكره.ص: 194.

- 2/ تخطيط سياحي بيئي للمناطق التراثية على مستوى استعمالات الأراضي: و يمكن تفصيل هذه المراحل كالتالي:

- المرحلة الأولى: المسح والتقييم وتشمل:

أ- تعيين نطاق الحفاظ والحماية المباشرة (للمباني التراثية، لمسارات النسيج العمراني، للمناطق السكنية الخاصة والمناطق السكنية ذات الخصوصية والمناطق الدينية والمقابر، وللأنشطة الاقتصادية الهامة).

ب- تعيين مواقع الجذب السياحي المميزة في المنطقة، بالإضافة إلى الصناعات الجاذبة للسياحة.

ت- رصد مصادر التلوث البيئي في المنطقة بتصنيف الأنشطة الملوثة والغير الملوثة لتحديد خريطة المعوقات وتحليل مصادر التلوث نتيجة للأنشطة الحالية، ونوعيته، ومدى تأثيره ومجال انتشاره. ومن ثمة تصنيف هذه الأنشطة إلى أنشطة محافظة ومتوافقة، وأخرى أنشطة يجب تنميتها وأنشطة يجب الحد منها أو استبدالها.

- المرحلة الثانية: تتيح المرحلة السابقة معرفة المؤشرات العامة الإيجابية والسلبية العمرانية والاقتصادية والاجتماعية بالمنطقة وعليه يمكن تحديد النطاقات (Zones)المتجانسة للمنطقة تبعا للخصائص المشتركة للمنطقة مثل (الاستعمال العام للمنطقة، قيم المباني وحالاتها، مدى تعرضها للآثار السلبية). وهذه الخطوة هي صلة الوصل التي تربط الأهداف البيئية والقياسات العملية، وتحديد استراتيجيات التدخل يكون تبعا لمؤشرات المناطق

- المرحلة الثالثة: التقييم البيئي: تحدد المعايير البيئية لمواقع التنمية السياحية بتحديد أهداف التنمية السياحية في المنطقة وتحديد مؤشرات إمكانيات ومحددات التنمية السياحية للمناطق التراثية وتقييمها

- المرحلة الرابعة: اتخاذ القرار- تحديد إستراتيجية التنمية-بتعيين مواقع وحجم التنمية السياحية ومراحلها وقائمة أولوياتها وتحديد سياسات التعامل مع النطاقات إما بإنهاء ممارسة نشاط ما أو بتنميته بما يتوافق وأهداف الحفاظ واستحداث نشاط تنموي جديد يرتبط بالموارد الثقافية ويتوافق مع مبادئ الحفاظ والتنمية. ففي حالة أولوية التنمية السياحية: يتم تصنيف المناطق تبعا لإمكانياتها السياحية مع تحديد

المشاكل البيئية إن وجدت، ثم يتم اقتراح استخدامات وأنشطة لزيادة الجاذبية والتنافسية وإطالة مدة بقاء السياح وتحسين الأنشطة التقليدية، وتحديد إستراتيجيات لتخفيف الضغط عن البيئة من الأنشطة السياحية. أما في حالة أولوية الحفاظ فيتم اقتراح مقاييس مختلفة للحماية أو الحفاظ تبعا للموقع والأنشطة المرتبطة به (كالمشاهدة، التجول، الاكتشاف)، وإيجاد عناصر جذب إضافية كالمتاحف من طرف هيئات معينة تمول تكاليف الصيانة والحفاظ للمناطق المحمية. ويتم تحديد سياسات التدخل المناسب تبعا لحالات المواقع والمباني التراثية.

- المرحلة الخامسة: وضع خطة التنمية السياحية للمنطقة والسياسات العامة لها تبعا لتقييم الآثار البيئية (العمرانية . الاقتصادية . الاجتماعية) لمقترحات التنموية للأنشطة والخدمات السياحية.و يتم تقييم هذه الآثار النهائية بشكل تفصيلي بمقارنة الآثار البيئية للمنطقة في وضعها الحالي مع الآثار البيئية للمنطقة عند تنفيذ التنمية السياحية المقترحة، إلى جانب وضع المخطط السياحي الذي يتضمن مواقع الجذب السياحي الرئيسية والثانوية وخصائصها من (نقاط الوصول ومداخل المنطقة السياحية، شبكة النقل الداخلية التي تربط مواقع الجذب، مسارات الرحلات السياحية، دراسات الاقتصادية شاملة، مناطق التجمعات السكنية والخدمات العامة لها والأسواق التجارية، الخريطة العامة للمناطق والدراسات المختلفة).
- المرحلة السادسة: التنبؤ بالآثار البيئية للمخطط السياحي، واقتراح المعالجات لتخفيف الآثار السلبية كالتلوث المحتمل من النشطات السياحية، تدفقات المرور، الطلب المتزايد على المياه والصرف و غيرها من المخلفات المتولدة عن المناطق والأنشطة السياحية الجديدة ضمن حدود المنطقة التراثية والمناطق المحيطة. ومن ثمة يتم اقتراح إجراءات لتخفيفها من خلال إستراتيجيات التركيز أو التشتيت للنشاط السياحي ووضع التوصيات العامة والقوانين والتنظيمات للبناء بما يبرز المميزات التراثية والجمالية للمنطقة وغيرها.
- المرحلة السابعة:بعد اعتماد الخطة النهائية يتم تنفيذ المخططات، ووضع التوجهات بخصوص آليات التنفيذ المقترحة والعناصر الإدارية المسئولة عن التنفيذ ومهامها وتحديد وسائل التمويل ضمن برامج زمنية

ومراحل وأولويات للتنفيذ. وتكون هناك متابعة ومراقبة مستمرة خلال مراحل التنفيذ الخطة ونتائجها، بهدف قياس وتسجيل المؤشرات العمرانية والاجتماعية والاقتصادية المرتبطة بتأثيرات التنمية بعد تنفيذها كتدفقات المرور، نوعية الهواء والضجيج ومستويات العمالة وتوفير معلومات عن خصائص وأداء المؤشرات زمنيا ومكانيا، وعن حجم وأهمية الآثار البيئية للمساهمة في إدارة المشروع بشكل فعال، وضمان استدامته.

و يمكن استخدام مخطط المراقبة كنظام إنذار مبكر لتحديد الاتجاهات السلبية في الموقع قبل تأخر الوقت لاتخاذ إجراءات علاجية.[1]

أما بالنسبة للمتاحف فإن لها دور هام في الإدارة الثقافية والتعليم، وكذا المحافظة على المعطيات الثقافية والتاريخية. وتتنوع المتاحف في مختلف المناطق، حيث توجد متاحف تاريخية، وأخرى طبيعية وغيرها.

وينبغي على مخطط المتاحف عند قيامه بعملية التخطيط أن يضع التوصيات المناسبة لعمليات التنمية اللازمة للمتاحف القائمة، بأنواعها، وأحجامها، ومحتوياتها، و الإضاءة وغيرها، وذلك لتفاوت أساليب العرض في المتاحف حسب نوع المتاحف، فالمتاحف الجيدة تعمل على استحداث أساليب لعرض أنماط المعيشة والسلوك، أما المتاحف الدولية فإن لها أساليب متطورة بلغات المتنوعة.

أما فيما يتعلق بالمأكولات والطعام، فإن المطبخ المحلي يعكس تاريخ وثقافة المنطقة ويشكل عنصر جذب للسياح والزوار خصوصا إذا ما قدمت الوجبات التقليدية في الجو التقليدي المميز للمنطقة.

وبالنسبة للصناعات التقليدية القديمة، فينبغي اتخاذ الإجراءات القانونية لمنع تهريبها إلى الخارج بالطرق الغير شرعية لتبقى في موطنها الأصلي كجزء من التراث المحلي مع إمكانية عرضها لتعريف السياح بقيمتها الثقافية.[2]

[1] نسرين رفيق اللحام: مرجع سبق ذكره. ص: 191 إلى 212.
[2] عثمان غنيم محمد، بنيتا نبيل سعد: "التخطيط السياحي" الطبعة الأولى.مرجع سبق ذكره. ص: 134.

المطلب الثالث: تخطيط مرافق الإيواء

الفرع الأول: تخطيط للفنادق

بالنسبة للفنادق كمشروع استثماري مرتفع التكاليف فإنه من الضروري إجراء دراسة جدوى قبل بدئ المشروع دراسة دقيقة وشاملة تتضمن إجمالي التكاليف اللازمة للإنشاء والتأثيث والتشغيل ومقدار العائد على المشروع وصافي الربح. وعادة ما تقوم بهذه الدراسة مكاتب متخصصة ويستعان فيها بجميع التخصصات والخبرات. وتبنى الدراسة على الواقع الفعلي للأسعار ابتداء من سعر الأرض وتشمل خطة المشروع على البنود التالية بصفة عامة:

أولا :

1/- مقدمة: اسم المنشأة، مركزها المالي، شكلها القانوني-غرض إنشاء المنشأة-رأس المال.

2/- بيانات المشروع وتتمثل في كل من الموقع الذي يشمل :مساحة الأرض، بعدها عن المراكز الرئيسية للتجمع كمحطات السكة الحديد، المطارات (وسط المدينة)، مميزات هذا الموقع من حيث قربه من المناطق السياحية أو الثقافية أو التجارية ويمكن تبيين ذلك بالخريطة.إلى جانب مجالات النشاط التي سيشتمل عليها الفندق من: الاستقبال، أماكن الإقامة ، الملاعب الرياضية، أماكن الترفيه، المطابخ، الأسواق التجارية، مناطق التخزين، حمامات السباحة المفتوحة والمغلقة، المقاهي والمطاعم الرئيسية المتخصصة، النادي الصحي، مناطق الانتظار، مواقف السيارات وغيرها.

3/- البرنامج التنفيذي والجدول الزمني للمشروع: وهو مخطط يشتمل على عناصر المشروع بالتفصيل وكيفية التنفيذ والتوقيت اللازم ومدى ارتباط ذلك باستكمال المشروع والتجهيز للافتتاح وقيمة التكلفة، حيث أن زيادة مدة التنفيذ تشكل خسارة للمساهمين نظرا لأن المناطق التي تم الانتهاء منها دون تشغيل تؤثر سلبا على رأس المال المتوقف وبالتالي كلما قلت فترات التنفيذ والإسراع في الافتتاح كلما كان الاستثمار أفضل بشرط ألا يؤثر ذلك على مستوى الجودة المخططة للمنتج النهائي.

4/- الجوانب الفنية للمشروع: وتشمل على طبيعة المنتجات المشروع وأنواع الخدمات التي سيستمتع بها النزلاء فيه وبالتالي عدد الليالي المنتظرة لإقامة السائح طبقا للأنشطة التي ستقدم له ومدى تنوعها أو بمعنى أخر كيف يقضي السائح وقته في الاستمتاع بالفندق. وبالتالي تحديد نظام التشغيل، عدد أيام التشغيل السنوية إذا كان موسميا، وعدد المناوبات اللازمة للعمل والعاملين، كما يمكن أن يشمل أيضا مرحلة التنفيذ بما فيها إقامة وإطعام المهندسين والعمال المؤقتة طبقا لمراحل الإنشاء.

5/- الجوانب المالية والاقتصادية (التكاليف الاستثمارية): كقيمة شراء الأرض وتكاليف الاستصلاح وتكاليف مرافق مناطق الانتظار والحدائق والطرق-المباني والإنشاءات التي تشمل (أماكن الإقامة، المقاهي، المطاعم، الأسواق التجارية أماكن الترفيه.مع مراعاة الطراز المعماري والتصميم الجذاب الذي يتناسب مع المنطقة ، وكذا اتساع أماكن الإقامة والحمامات الملحقة بها وحمامات السباحة حيث المغلقة أو المفتوحة تبعا للمناخ وتوفير غلف تغيير الملابس بالقرب منها ومن الملاعب الرياضية والمركز الطبي كما يراعى اتساع المقاهي والمطاعم والأماكن التي تشكل عامل جذب لتنسجم مع عدد الغرف والنزلاء وقدوم غير المقيمين من (سياح ومحليين). مع ضرورة استخدام الخامات المحلية بقدر الإمكان لتقليل التكلفة، وأن يشتمل على أسواق تجارية التي تشتمل على بيع المنتجات المتنوعة المحلية والمستوردة التي قد يحتاج إليها السياح)-الآلات والمعدات والمتمثلة في مولدات الكهرباء البديلة ومحولات الكهرباء[1] ونظام متكامل من أجهزة الإنذار والإطفاء ضد الحريق المتوفرة بعدد كاف والموزعة على كافة المرافق العامة وغرف الخدمات في الفندق.[2]

بالإضافة إلى أجهزة ومعدات المطابخ والأفران والثلاجات التبريد والتجميد.وغيرها-وسائل النقل والمواصلات من سيارات نقل البضائع والعربات المتخصصة لنقل العاملين والنزلاء-الأثاث والمفروشات من مستلزمات الغرف والمطاعم والمقاهي وصالات الحفلات والبهو الرئيسي للفندق-مصروفات التأسيس المنصرفة في العمليات المختلفة من استئجار . فك وتركيب . نقل-مصروفات أخرى كمصروفات الدراسات والتصميم والإشراف على التنفيذ-احتياطي الطوارئ أي المبلغ

[1] ياسين الكحلي: مرجع سبق ذكره. ص: 237 إلى 242.
[2] منال عبد المنعم مكية: مرجع سبق ذكره. ص: 76.

المخصص لمواجهة أي مصروفات طارئة أو ارتفاع في التكاليف والأسعار عما هو مقدر-رأس المال العامل المخصص لخدمة أغراض المشروع، مثل المخزون السلعي اللازم إضافة إلى السيولة النقدية لمواجهة أعباء التشغيل.

ثانيا: الإيرادات وتشمل: الغرف-الأطعمة والمشروبات-المحلات التجارية-الأنشطة الرياضية والنادي الصحي وغيرها من النشاطات.

ثالثا: التكاليف ومصروفات التشغيل السنوية: وهي عبارة عن:

1/. التكاليف المباشرة: الخامات اللازمة للأغذية و المشروبات-المرتبات والأجور لأفراد الخدمة المباشرة بمرافق الفندق-التكلفة المباشرة لشراء مواد وخامات للمحلات التجارية وأجور العاملين بها-تكلفة المياه المستخدمة وتكلفة العاملين على حمامات السباحة.

2/. تكاليف غير مباشرة: مصروفات عمومية وإدارية: مرتبات العاملين بالإدارة-التكلفة السنوية للإنارة، المياه الطاقات المحركة، المطبوعات، أدوات الكتابة-اشتراك الهاتف، التسويق، مصاريف استشارات القانونية والحسابية الصيانة وغيرها من المصروفات التي لا يمكن تحميلها مباشرة على الإيرادات المختلفة- اهتلاكات المباني والإنشاءات، الأثاث والمفروشات والسيارات، الأجهزة و المعدات -احتياطي إحلال أي القيمة كافية لمواجهة تكاليف التجديد.[1]

وتعد الموازنة بمثابة خطة رقمية أو أداة تخطيط ورقابة. فبعد أن تحدد المنشأة الفندقية أهدافها يجب التعبير عن الأهداف بطريقة كمية ليتسنى للفندق متابعة هذه الأهداف وتقييم الأداء ومقارنة الأداء الفعلي مع الأهداف المرسومة واتخاذ الإجراءات اللازمة في حالة وجود انحرافات أو تباين ما بين الأداء الفعلي والأهداف.

[1] ياسين الكحلي: مرجع سبق ذكره. ص: 242 إلى244.

وتشمل عملية إعداد الموازنات أربعة مراحل رئيسية:

أ- مرحلة تحديد الأهداف التي تتسم بالوضوح والدقة والشمولية والواقعية وسهولة القياس والمتابعة أثناء التنفيذ.

ب- مرحلة إعداد الموازنات الفرعية والتنسيق بينها وذلك للبعد عن التكرار وإضاعة الموارد، حيث يقوم كل قسم بإعداد الموازنة الخاصة به ومن ثمة التنسيق فيما بينها.

ت- مرحلة اعتماد الموازنة: من قبل المدير العام أو مجلس الإدارة.

ث- متابعة التنفيذ والرقابة: وتتم عملية التنفيذ من قبل الأقسام المختلفة من حيث تحديد الانحرافات.وإذا كانت نتائج الأداء أفضل من الهداف والتوقعات يعني ضرورة اتخاذ إجراءات تشجيعية لتحسين الأداء مستقبلا، أما إذا كان العكس فلا بد من اتخاذ إجراءات تصحيحية للتعرف على المشاكل في المراحل المختلفة للموازنة ومعالجتها.[1]

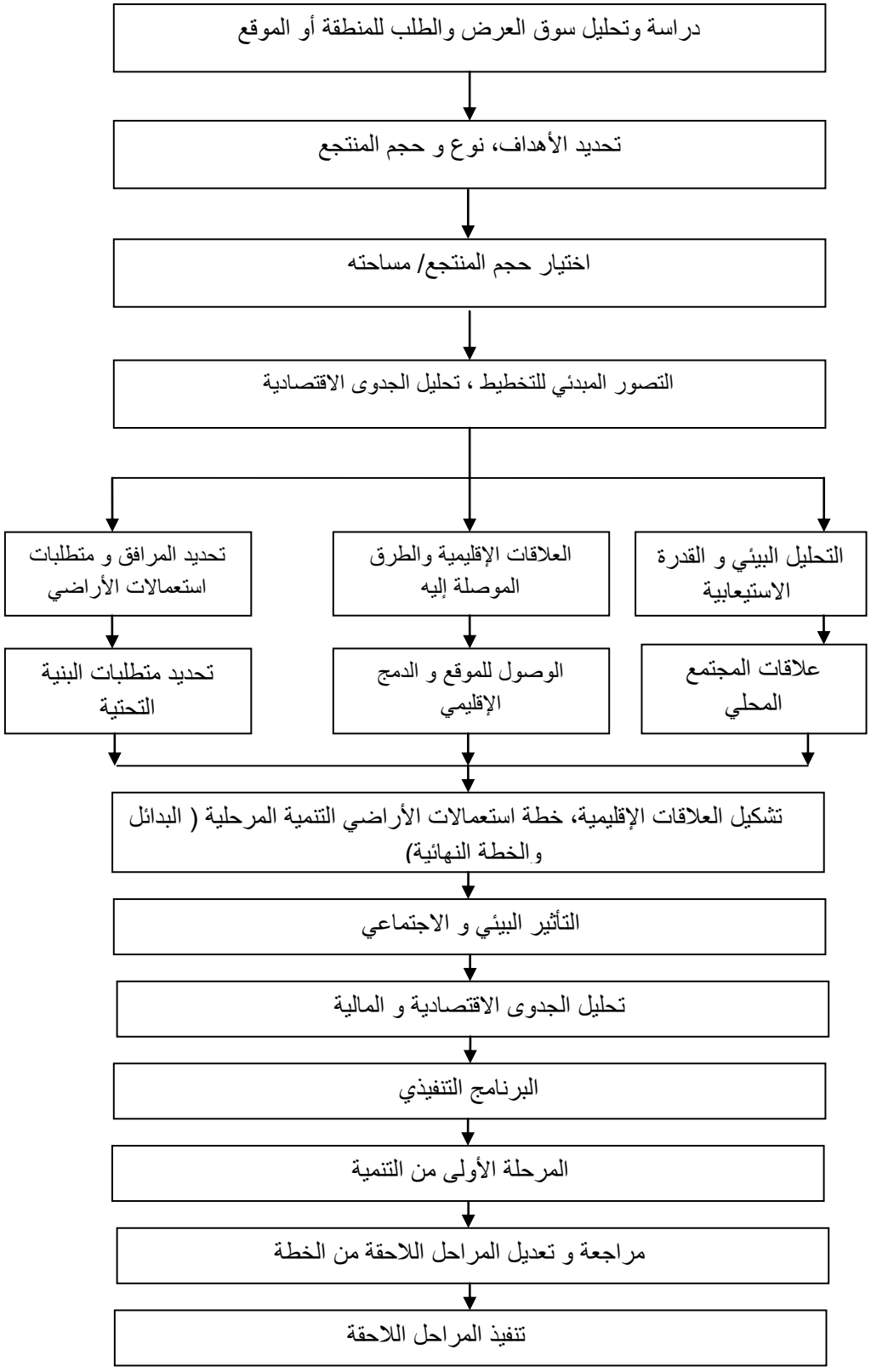
الفرع الثاني: تخطيط المنتجعات السياحية:

تتم تنمية المنتجعات السياحية القائمة لرفع مستوياتها الاقتصادية لتتمكن من منافسة المنتجعات الجديدة وتفادي الآثار السلبية على البيئة وذلك من خلال تحقيق معايير التصميم الحديثة الخاصة بالبيئة.

تعتمد أغلب المنتجعات السياحية في وجودها على تعدد عناصر الجذب السياحي بهدف تنويع الفرص والأنشطة السياحية لأكبر عدد من السياح والزوار حسب الطلب السياحي. ويعرض الشكل التالي (2،06) بشكل عام مراحل عملية تخطيط المنتجعات ويتبين من الشكل أن عملية تخطيط المنتجعات لا تنتهي بل تستمر من أجل مراجعة تحسين المراحل اللاحقة من الخطة، لتلاءم الأهداف المنشودة والمحددة مسبقا خصوصا فيما يتعلق بالقدرة الاستيعابية للموقع وبرامج التأثير البيئي والاجتماعي.

[1] خالد مقابلة:" محاسبة الفنادق و المطاعم". دار وائل للنشر . الطبعة الثانية. الأردن. 2006م. ص: 181 إلى 184.

الشكل رقم(2،6): مراحل عملية تخطيط المنتجعات



المصدر: عثمان غنيم محمد، بنيتا نبيل سعد: " التخطيط السياحي" .الطبعة الأولى دار صفاء للنشر الأردن . 1999م.ص: 141.

وتقسم عملية التنمية إلى مراحل زمنية محددة، و تأخذ المرحلة الأولى النصيب الأوفر من التفصيل لكون العمل سيبدأ بها في الزمن القريب، بينما تتمتع المراحل اللاحقة بدرجة من المرونة لتسمح بمسايرة أي متغيرات أو عوامل جديدة أو طارئة مع المحافظة على الطابع النهائي المستهدف من الخطة.

وللقيام بعملية تخطيط المنتجعات يتطلب وجود جهاز فني يتكون من: مخططين سياحيين واستعمالات الأراضي . محلل تسويق الفنادق والمنتجعات . محلل جدوى اقتصادية ومالية للفنادق والمنتجعات . مهندسين مختصين في مجالات النقل والبنية التحتية . مصممين معماريين للفنادق وأشكال سطح الأرض المعمارية أو الصناعية . متخصصين في مجالات البيئة واجتماعيين . متخصصين آخرين حسب نوع المنتجع.

وفي حالة عدم وجود خطة للتنمية السياحية الإقليمية، فمن الضروري أخذ الأبعاد الإقليمية بعين الاعتبار في عمل خطة المنتجع من أجل دمج هذا الموقع مع الأنماط التنموية الإقليمية، وكذلك ضمان وجود علاقات انسجام وترابط مع المنتجعات السياحية الأخرى ضمن الإقليم الواحد. ويمكن دمج دور الحكومة والمجتمع المحلي من خلال تشكيل لجنة توجيهية للمشروع وعقد الاجتماعات الدورية خلال كافة مراحل المشروع.

وبناء على نتائج الخطة الإقليمية والمعلومات التي خرجت بها تحاليل الموقع البيئية والإقليمية والعلاقات المحلية تحدد متطلبات المنتجع من مرافق واستعمالات للأراضي وخدمات البنية التحتية، وبشكل عام تتكون المرافق واستعمالات الأراضي المطلوبة مما يلي:مرافق الإقامة، المرافق التجارية كالمطاعم، الأسواق التجارية وغيرها، المرافق الصحية كالمراكز العلاجية الصحية، مرافق المؤتمرات، إدارة المنتجعات، مرافق الصيانة، التشغيل، المواقع العامة بما فيها الطرق، مواقع الحفاظ على البيئة وعناصر الجذب المختلفة، المواقع التاريخية والأثرية، مواقع سكن الموظفين والمرافق والخدمات الاجتماعية ومراكز التدريب السياحي.[1]

[1] عثمان غنيم محمد، بنيتا نبيل سعد: " التخطيط السياحي" الطبعة الأولى. مرجع سبق ذكره. ص: 138 إلى 148.

الفرع الثالث: تخطيط المخيمات

قام مستر Eblak عام 1881م بوضع تخطيط جديد للمخيمات يلاءم الحاجات الإنسانية لرواد هذه المخيمات يقوم على أسس هامة وهي :التعليم، العمل، التعاون، تحمل المسئولية.

ويتم تخطيط المخيم من خلال إتباع ما يلي:

- المعرفة باحتياجات المخيمات وفقا لحاجات المجتمع.
- الاشتراك مع المسئولين عن التخطيط للاستفادة من خبراتهم في التطوير المخيمات من جميع النواحي (التمويل، التحسين، التدريب، الدعاية، البرامج.)
- القدرة على المساهمة في إعطاء بيانات كافية عن المخيمات للاستفادة بها في تنمية المجتمع.
- القدرة على الاشتراك في الندوات والاجتماعات الوطنية والدولية الخاصة ببرامج تحسين المخيمات.
- القدرة على إعطاء المواصفات الكاملة عن درجات المخيمات لإدراجها ضمن خطة الدولة.
- القدرة على المساهمة في إقامة وإدارة المخيمات وتدريب العاملين بها.
- المعرفة التامة باحتياجات المجتمع الترويحية والتعليمية والبرامج التي يمكن الاستفادة منها.
- القدرة على إذكاء الروح الأخلاقية بين المخيمين.
- القدرة على تسهيل اشتراك العاملين في المخيم في إعداد سياسته وبرامجه.
- القدرة على تحديد عمل لكل عامل بالمخيم مع تحديد المسئوليات، وتوفير العلاقات الطيبة بينهم.
- تفهم العاملين مع توفير الراحة لهم والترويح عنهم.[1]

[1] يسري دعبس:" صناعة السياحة بين النظرية و التطبيق" .مرجع سبق ذكره. ص: 334إلى 343.

المطلب الرابع: تخطيط البرامج السياحية والمرافق الترفيهية

الفرع الأول: تخطيط البرامج السياحية (تخطيط الرحلات السياحية)

تعد الخطط للبرامج السياحية، بمثابة تقديم برنامج جديد لرحلة لمنطقة قصد معينة يتم وضعه قبل فترة طويلة من بدء الرحلة. والمدة النموذجية لتلك الفترة هي سنتين تقريبا قبل التشغيل الفعلي للرحلة.حيث يبدأ التحضير للرحلة فعليا بإعداد بحوث السوق ويتم الحصول على النتائج عادة من المنظمات البحثية المتخصصة، أو القيام بدراسة السوق ودراسة حركات السياح من جهة ودراسة المنافسين ووضعهم في السوق من جهة ثانية.[1]

ويمكن هنا طرح السؤال التالي: ما هي المعلومات التي يجب توفيرها لدراسة المنافسين؟. فتكون الإجابة على النحو التالي: تتمثل البيانات والمعلومات الأساسية اللازم توفيرها عن المنافسين فيما يلي:منتجاتهم من مشاريع ومنتجات سياحية–خدمات التي يقدمونها لعملائهم–سياسات وإستراتيجيات التسويق لديهم–جهودهم الترويجية والبيعية–التسهيلات والمزايا التي يمنحونها–جهازهم التنظيمي والإداري–جهاز التسويق والبيع–منافذ التوزيع الوسطاء والوكالات ومكاتب البيع–نظم المرتبات والحوافز لأفراد جهازهم التسويقي والبيعي[2]–سلوكات الزبائن نحو منتجاتهم أو كيفية استجابة السياح للمنتجات السياحية التي يقدمها هؤلاء المنافسون–حصتهم السوقية.

وبعد التوفر على جميع المعلومات والبيانات ، تتم المباشرة في وضع تفاصيل الرحلة كالتواريخ (تأريخ الذهاب والعودة)، فترة الزمنية للرحلة، أنواع وسائل النقل الخارجي والداخلي المستخدمة وغيرها من التفاصيل. ويتم التخطيط لهذه الفعاليات قبل حوالي(14 إلى 15) شهر من التشغيل الفعلي للرحلة.وعادة لا تقوم وكالات السياحة ومكاتب السفر بدفع نفقات الخدمات الخاصة للرحلة للمجهزين، إلا بعد تنفيذ الرحلة وإنهاءها فعليا.[3]

[1] الديماسي، عطير، الرفاعي، إلياس: " تخطيط البرامج السياحية" مرجع سبق ذكره. ص: 34-35.
[2] مصطفى محمود أبو بكر: " إدارة التسويق في المنشأة المعاصرة". دار الجامعية. مصر. 2004/2003م. ص: 278.
[3] الديماسي، عطير، الرفاعي، إلياس: " تخطيط البرامج السياحية". مرجع سبق ذكره. ص: 35.

ولتحقيق تخطيط فعال قبل القيام بالرحلة يجب على المرشد (الدليل السياحي) عمل ما يلي: -قراءة ومراجعة كافة المعلومات المرسلة إليه من قبل المنشأة عن الرحلة ومحاولة استيعاب خطة العمل والخريطة الخاصة بمكان الزيارة وحفظها، ومحاولة تقدير أوقات القيادة المطلوبة أثناء الرحلة- محاولة التدقيق في الدليل المقدم للسائح من أجل التعرف على أي اختلاف بينه وبين خطة العمل الفعلية- وضع الترتيبات اللازمة للحصول على مبلغ من المال كاف لمواجهة أي طارئ قد يحدث أثناء الرحلة- محاولة الحصول على أكبر قدر من المعلومات عن المجموعة السياحية قبل الرحلة والتأكد من تنظيم جميع أوراق ومستندات الخاصة بالرحلة- القيام بإعداد تقارير في حالة ما إذا صافته مشاكل في أثناء الرحلة، خاصة إذا تعلق الأمر بحادث مروري، أو إصابات، أو ظهور شكاوى من بعض المسافرين السياح.

وعند استقبال المجموعة السياحية في المطار هناك العديد من المهام التي يجب على المرشد القيام بها مع مراعاة عامل الوقت الذي تأخذه الإجراءات الجمركية وعليه أن يحاول الإسراع قدر الممكن مراعاة للسياح. ومن هذه المهام:

- الترحيب بالمجموعة السياحية، باستخدام لوحة منظمة وجذابة تحمل اسم المجموعة- الاستفسار عن أخبار الرحلة من السياح المسافرين- وتقديم معلومات مختصرة ومحددة عن الإجراءات الواجب إتباعها في الوقت الحالي- إخبار المجموعة عن مكان سير الحقائب والأمتعة. ومطالبتهم بالانتظار أمامها تحسبا لتعليمات وتوجيهات أخرى- إعلام المجموعة عن مكان دورات المياه في المطار- بعد الانتهاء من تعداد جميع القادمين يجب التوجه بهم إلى الحافلة.

وبعد الوصول إلى الفندق عليه . أي المرشد . إتباع الخطوات التالية- الطلب من السياح البقاء في الحافلة إلى حين إحضار مفاتيح الغرف- الاستعلام من الاستقبال عن جميع مرافق الفندق كالمصاعد، المطاعم، حمام السباحة- التأكد من قائمة التسكين والاحتفاظ بصورة منها، وذلك لتفادي أية أخطاء- الطلب من العاملين على حمل الحقائب محاولة الإسراع في مهمتهم- على المرشد الانتظار في غرفته أو في قاعة الاستقبال مع إخبار المجموعة السياحية عن مكانه لفترة نصف ساعة على الأقل بعد التسكين تحسبا لأي مشكل أو سؤال قد يطرأ على أحد أفراد المجموعة السياحية.

أما في حالة ما تكون المجموعة في الحافلة فإنه يتوجب على المرشد ما يلي:

– إذا كانت الرحلة طويلة فعليه التفكير مسبقا في كيفية الاستفادة من هذا الوقت فبعض المرشدين يحبذون استغلال الوقت في التعليقات أو الترفيه بإحضار مجموعة من الكتيبات أو الأشعار أو القصص عن المنطقة. ولكن في الواقع الكثير من السياح يفضلون التأمل في ما يشاهدونه من مناظر أو الحديث مع بعضهم،أو القراءة، أو الاسترخاء– في الرحلات الطويلة يمكنه تشجيع السياح على القيام بتقديم أنفسهم وإعطاء نبذة عن حياتهم، مع ذكر دوافع القيام بالرحلة– على المرشد مراعاة القيام بالتوقفات الكثيرة للحافلة وذلك للراحة أو الأكل أو استخدام دورات المياه.

وعموما يجب على المرشد:

– الالتزام بزيارة الأماكن التي قام أفراد المجموعة بدفع تكاليف زيارتها والمدرجة في كتيب الرحلة. والالتزام بدقة المواعيد أثناء الرحلة والتمتع بالمرونة الكافية عند إجراء أي تغيير في خطة السير سواء كان التغيير في الطريق أو في مواعيد الزيارة– التأكد من عدم وجود معوقات بالطرق من خلال متابعة الصحف اليومية والتلفاز– في حالة وجود مدير للرحلة أو قائد للمجموعة على المرشد استشارته عند أي تغيير وإخبار السائق بذلك– في حالة وجود خطة مكتوبة للرحلة على المرشد إعلان التعديل على المجموعة ويمكن أن يتولى هذه المهمة قائد الرحلة إن وجد– في حالة تعطل الحافلة على المرشد قيادة المجموعة إلى أقرب مكان توجد به مواصلات عامة، أو إجراء الاتصال لإحضار حافلة أخرى إلى مكان تعطلهم– أن يحيط بالعلم بجميع المطاعم التي تقدم أصناف المأكولات بأسعار متقاربة– أن يعلم بأماكن التسوق والترفيه– قد يتطلب الأمر من المرشد إحداث تعديل في خط سير الرحلة جرّاء حدوث طارئ أو تقلب في الطقس، أو حادث مروري، أو مرض، أو فقدان أحد السياح أو غلق أحد المزارات لأسباب خاصة أو تعطل الحافلة. وقد تختلف ردود أفعال السياح إزاء ذلك فمنهم من يقدر ومنهم من يصاب بالإحباط لعدم تمكنه من زيارة الأماكن التي دفع ثمن زيارتها مقدما– في حالة فقدان أو تأخر أحد أفراد المجموعة يجب ترك مدير الرحلة أو شخص مكلف من قبله لانتظاره

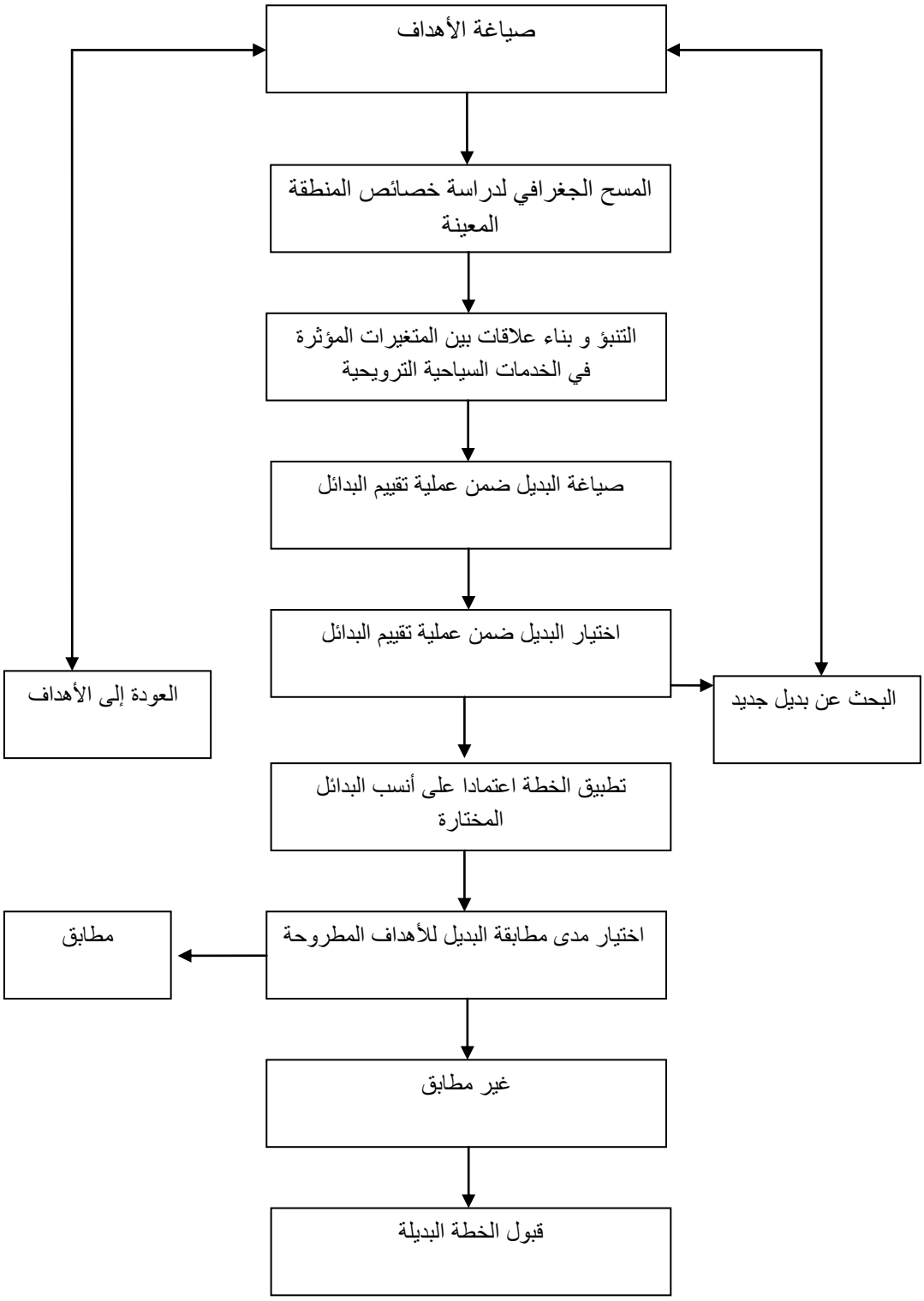
أو البحث عنه ثم التأكد من أن هذا السائح يعلم كيفية الوصول إلى مكان تواجد المرشد مع باقي المجموعة، وما هي الوجهة التالية للرحلة وكم من الوقت سيمكث هناك.[1]

الفرع الثاني: تخطيط المرافق الترفيهية والمرافق العامة:

إن عملية التخطيط الخاصة بالمرافق الترفيهية تتم في مراحل تترابط خطواتها بشكل منطقي منظم، و لهذا فإن أولى الخطوات هي صياغة الأهداف الترفيهية التي يسعى المسئولون إلى تحقيقها. وبعد ذلك تبدأ مرحلة المسح الجغرافي لدراسة جميع خصائص المعنية بالتنمية في ومعرفتها. ثم تأتي مرحلة بناء العلاقات بين المتغيرات التي تتحكم وتؤثر في الخدمات الترفيهية. وفي ضوء ذلك يتم الانتقال إلى المرحلة التالية حيث تبنى الخطة ضمن مجموعة من البدائل التخطيطية.ومن ثم تقويمها لاختيار البديل الأنسب للظروف والوضعيات السائدة في مرحلة زمنية محددة، وإذا ما تم اختيار البديل فإنه يختبر في الواقع التطبيقي للحكم على مدى مساهمته في تحقيق الأهداف الترفيهية، فإذا دل التطبيق على نتائج جيدة، فيتم عندها تبني هذا البديل. وإذا لم يحقق البديل الهدف المرجو منه، فلابد من العودة إلى الخطوات التخطيطية لاختيار بديل آخر. والشكل التالي يوضح ذلك.[2]

[1] خالد مقابلة: " الدلالة السياحية " طبعة الأولى. دار وائل الأردن. 1999م. ص: 104 إلى 108.
[2] عبد الإله أبو عياش، حميد عبد النبي الطائي: مرجع سبق ذكره. ص: 241-242.

الشـكل رقـم(2،7): خطوات التخطيط للخدمات الترويحية



المصدر: عبد الإله أبو عياش، حميد عبد النبي الطائي "التخطيط السياحي". الطبعة الأولى مؤسسة الوراق . الأردن. 2004م. ص:230.

وتمثل أنماط المعيشة التقليدية والعادات والتقاليد والمناسبات المختلفة والأنشطة الاقتصادية عناصر مهمة في تحقيق الجذب السياحي، وبالتالي تحقيق مزايا مختلفة للمحليين. ويعرف حاليا هذا النمط من السياحة بالسياحة الريفية التي يتم من خلالها تنظيم زيارات للقرى الريفية لتعريف السياح بالعادات والتقاليد المختلفة لأهل الريف ونمط معيشتهم. وإذا ما تعذر مثل هذا النوع من السياحة لأنساب ثقافية وعقائدية، فيمكن إقامة قرى جديدة بأنماط تقليدية تستخدم لغرض أنماط معيشية تقليدية مختلفة في جو مستحدث يحقق نفس الغرض.

وتشكل الأنشطة الاقتصادية التقليدية مثل المزارع وصيد الأسماك ومراكز تنمية الثروة السمكية والسدود المختلفة عناصر جذب لكثير من السياح، ومثل هذه الأنشطة لا تتطلب مرافق خاصة بل تحتاج فقط لتنظيم وخدمات دلالة وتوفير المنشورات التي تقدم نبذة معرفية مختصرة عن كل نشاط.

أما بالنسبة للحدائق فهي إذا كانت قائمة ومتوفرة فهي تحتاج إلى دراسة وتطوير ويمكن عمل دراسة جدوى اقتصادية لدراسة الأسواق وتحديد نوع هذه الأسواق وحجمها المطلوب لمختلف الأنشطة والمواقع. كما يجب تحديد مساحات الأراضي المطلوبة للتوسع وإقامة مرافق الإقامة وخدمات البيئية.

كما انتشرت في العقود الأخيرة سياحة المؤتمرات وبات من الضروري التفكير في إقامة مراكز للمؤتمرات عند التخطيط للتنمية السياحة الحضرية، نظرا للدور الذي يمكن أن تقوم به مثل هذه المراكز في جذب ليس السياح فقط بل المشاركين في المواسم بالتالي يمكن التغلب على المشاكل الناجمة عن عدم قدوم سياح في هذه المواسم. ولتحديد مواقع إنشاء مثل هذه المراكز فإنه يفضل في بداية الأمر أن تكون عند مداخل المدن التي لها نقاط اتصال جوية ودولية. وقد حدد مرفي Murphy عدد من الأسس التي يمكن اعتمادها لاختيار مواقع مثل هذه المراكز ومن هذه الأسس:

– توفر موقع مبنى كبير–موقع مركزي يتمتع بإمكانية الوصول لمحطات النقل المختلفة–القرب من مراكز التسوق الرئيسية والمواقع الترفيهية المتنوعة–توفر موافق السيارات للزوار والسياح

ويراعي اختيار مواقع تمتاز بالهدوء لإنشاء مثل هذه المراكز، كذلك لابد من الأخذ بعين الاعتبار توفير برامج خاصة لزوجات المشاركين أو الزوار، ويمكن اعتبار مرافق المؤتمرات ضمن الفنادق كعناصر جذب أيضا لمثل هذه السياحة.

ويمكن اعتبار مراكز العرض الوطنية والدولية كذلك مرافق للجذب السياحي خصوصا إذا ما كانت معارض دائمة ومستمرة ومتنوعة، وتمثل هذه المعارض مساحات واسعة، لذا لابد من دمجها ضمن برامج عملية التخطيط والتصميم.

أما بالنسبة للمراكز الرياضية الكبرى، فعادة ما يخطط لها لتشمل مرافق وخدمات إقامة ضمن مجمعات كبيرة. وتقام هذه المرافق الترفيهية كملاعب الجولف والتنس عادة وفق المواصفات الدولية.[1]

وهكذا يمثل الترويج الحضري ضرورة حيوية لحياة المدينة، حيث لا يمكن تصور مدينة دون وجود أماكن ترويح مثل النوادي، المتنزهات، الشواطئ وغيرها.ومع ذلك تعاني معظم مدن العالم نقص في وسائل الترويح الحضري نظرا لنقص الأماكن (الفضاء)، مما يؤثر على أفراد المنطقة من الناحية النفسية. فإقامة مثل هذه الأماكن تمثل متنفس للمدينة ويساعدها على تنقية أجواءها.[2]

ويمكننا القول أن تخطيط النشاطات السياحية في المناطق الحضرية جزء من الخطط الشاملة لتنمية هذه المناطق. وهذا التخطيط يحتاج إلى مسح شامل للمواقع السياحية، إعداد مخططات استعمالات الأراضي، تقييم بدائل العرض السياحي، دراسات التسويق، تحديد الأسواق المستهدفة، العلاقات الإقليمية، ومدى الحاجة إلى التنمية وتوسعة المواقع الحالية وأخيرا الدراسات البيئية المختلفة للأوضاع الحالية والمستقبلية.[3]

[1] عثمان غنيم محمد، بنيتا نبيل سعد: " التخطيط السياحي" الطبعة الأولى. مرجع سبق ذكره. ص: 133 إلى 136.
[2] حسين عبد الحميد أحمد رشوان: مرجع سبق ذكره. ص: 153.
[3] عثمان غنيم محمد، بنيتا نبيل سعد: " التخطيط السياحي" الطبعة الأولى. مرجع سبق ذكره. ص: 153.

كما يجب الاهتمام بالجوانب السلوكية في عملية التخطيط لأغراض الترفيه بحيث يؤخذ بعين الاعتبار تنوع الخلفيات الثقافية والاجتماعية للأفراد والجماعات.

ويرتبط بخطط وبرامج خدمات المناطق الترفيهية الخضراء إقامة ما يطلق عليه الأحزمة الخضراء من حول المدن والتجمعات الحضرية. والحقيقة أن فكرة الأحزمة الخضراء برزت نتيجة المخاوف التي أثارتها عملية التوسع الحضري السريعة. ومع تطور الفكرة ظهرت أهداف ركزت على ضرورة توفير مناطق ترفيه على أطراف التجمعات الحضرية للقاطنين فيها.

ويحدد البعض الأهداف الرئيسية لإقامة الأحزمة الخضراء كالتالي:

1- ضبط النمو الحضري وتحجيمه ضمن مساحات محدودة لا يسمح بتجاوزها.

2- منع اندماج المراكز الحضرية المتجاورة بعضها ببعض.

3- المحافظة على الخصائص المميزة للمدن.

4- توفير مساحات ترفيهية للقاطنين في هذه المدن.

ولهذه الأحزمة فوائد عديدة أهمها:

1- تخفيف درجة الحرارة. وقد أثبتت بعض الدراسات أن المتنزهات خارج المدن تكون أبرد من وسط المدينة ب 5° فهرنهايتية.

2- المساعدة في التخلص من الملوثات الهوائية في الجو.

3- توفير خمائل للحياة البرية Wildlife في المدينة.

4- المساعدة على وقف زحف الرمال والتربة.[1]

[1] عبد الإله أبو عياش، حميد عبد النبي الطائي: مرجع سبق ذكره .ص: 242 و226 و 227.

المطلب الخامس: تخطيط الموارد البشرية السياحية

وتعد نوعية الخدمات التي ترقى إلى مستوى توقعات السياح هي السبيل الذي يتعين على جميع المنشآت السياحية سلوكه لتحقيق بقاءها وديمومتها. والمفتاح الرئيس لهذه العملية يتمثل في توفير البرامج التدريبية الضرورية لجميع المستخدمين العاملين بها. ويعد التدريب أحد الأدوات المهمة التي تسهم في تنمية قدرات هؤلاء الأفراد وتأهلهم للقيام بأعمالهم على أحسن وجه.

ويعرّف التدريب وفقا لذلك بأنه إجراء تخطيط يكسب الأفراد معارف ومهارات من أجل غرض محدد. كما يعرف بأنه عملية تعديل إيجابي لسلوك الفرد مهنيا ووظيفيا بهدف إكسابه معارف ومهارات لأداء العمل وتعديل مواقفه لصالح خدمة الزبون.[1]

ولنجاح الخطة التدريبية في صناعة الضيافة بشكل خاص، فإنه يتوجب على الجهات المسئولة عن التخطيط أن تأخذ بعين الاعتبار الخطوات التالية:

- تحديد حاجات التدريب والتنمية: إن تحديد الحاجات التي سيلبيها البرنامج هو الركيزة التي يقوم عليها تصميمه فالحاجات هنا هي النواقص أو الفجوات الموجودة في أداء الموارد البشرية والمطلوب من البرنامج تغطيتها. وتشمل الحاجات عادة المهارات والمعارف والسلوكيات التي يراد تعليمها للمتدربين في البرنامج.[2]

  ومن أجل تيسير معرفة أنواع هذه المهارات فقد تم تصنيفها ضمن أربعة مجموعات رئيسية:

  - المهارات اللغوية الأساسية: كالقراءة، وأصول الكتابة وقواعدها.
  - المهارات الأساسية ذات الطبيعة الفنية اللازمة لأداء عمل معين كالكتابة على الحاسوب وتصنيف الملفات، إعداد الميزانيات، فتح الحسابات.

[1] أسعد أبو رمانة: مرجع سبق ذكره. ص:152.
[2] عمر وصفي العقيلي: " إدارة الموارد البشرية المعاصرة". دار وائل للنشر. الأردن.2005م ص: 472.

- مهارات إقامة العلاقات مع الآخرين كالاتصالات، القيادة والإدارة، بث الثقة والتعاون. والآن هناك العديد من المعاهد والمراكز المتخصصة بإقامة دورات تدريبية في فن الاتصال، والتي تعرف بدورات البرمجة اللغوية العصبية وعلم الأنماط الشخصية. وهذه الدورات تقام في أغلب الدول، ومن هذه المراكز المركز الكندي للتنمية البشرية، ومركز صلاح الرشد التي لها عدة فروع في الكثير من الدول العربية والأجنبية.
- المهارات الفكرية مثل التخطيط، التنظيم، إعداد السياسات، اتخاذ القرارات والتكيف مع الظروف وغيرها. وهذه المهارات يحتاجها كافة المديرين في جميع المستويات الإدارية، و بشكل خاص المستويات العليا منها.[1]

- تحديد أهداف البرامج التدريبية:ويتم تحديد أهداف البرامج من خلال معرفة حاجات التدريب والتنمية المراد تغطيتها في هذا البرنامج. فالأهداف هي تجسيد للحاجات وهي نتائج يجري تصميمها مقدما وتختلف من برنامج لآخر مع أن أهداف التدريب والتنمية العامة تبقى كما هي لا تتغير من منظمة لأخرى ومن مجال لآخر. وتستخدم الأهداف عادة كأساس للتحديد معايير تقييم البرامج، حيث على أساسها يتقرر مدى نجاح البرنامج في تحقيق أهدافه. لذلك يجب أن تكون الأهداف واضحة ودقيقة وقابلة للقياس ولا يقال إن الهدف هو تحسين الإنتاجية من خلال تطوير الأداء وتحسينه فهذا هدف غير دقيق. بل يقال إن الهدف المسطر هو رفع الإنتاجية بمقدار 10 %، أو زيادة في حجم المبيعات بمقدار 20%.[2]
- وضع منهاج تدريبي: ويقصد بها المادة أو المواد التي ستدرس، ويتم تحديدها على ضوء الاحتياجات التدريبية وحتى يكون المنهاج التدريبي في المستوى ويحقق الأهداف المطلوبة، يجب أن يأخذ في الاعتبار النقاط التالية:
  - أن يكون المنهاج نابعا من البيئة الواقعية.
  - أن لا تكون المعلومات قديمة ومكررة.
  - أن يأخذ المنهاج في حسابه الأهداف النهائية المراد تحقيقها.[3]

[1] الديماسي، عطير، الرفاعي، سراب: "إدارة المنشآت السياحية". مرجع سبق ذكره. ص: 183 بتصرف.
[2] عمر وصفي العقيلي: مرجع سبق ذكره. ص: 472.
[3] الديماسي، عطير، الرفاعي، سراب: "إدارة المنشآت السياحية". مرجع سبق ذكره. ص: 183-184.

- اختيار أسلوب التدريب والتنمية: يعد أسلوب التدريب هو الوسيلة التي ستنقل من خلالها المادة التعليمية للمتدربين والأداة التي بواسطتها ستتم عملية التعليم. وهذه الأساليب متعددة ومتنوعة[1]. ويجب أن يؤخذ بعين الاعتبار عدة عوامل عند اختيار الأسلوب منها ما يلي:
  - نوعية المادة التعليمية التي ستنقل للمتدربين.
  - المدربون (مؤهلاتهم، خبراتهم).
  - ظروف المنشأة وإمكانياتها، فقد تكون بعض الأساليب ذات تكاليف عالية.
  - نوعية المتدربين، فالأساليب التي تناسب العمال مثلا لا تناسب المشرفين.[2]

و فيما يلي سنورد أشهر هذه الأساليب:

أ- التدريب أثناء القيام بالوظيفة: ويشمل وضع سياسات تجعل الموظفين الجدد ينخرطون في العمل بسرعة. وأكثر أنواع هذا التدريب شيوعا هو التدريب باستخدام طاقم خاص وهو عامل ذو خبرة أو مشرف على التدريب. فمثلا في المستويات الدنيا، المتدربين قد يكتسبوا خبرات التشغيل عن طريق ملاحظة المشرف. ويمكن أيضا تطبيق هذا الأسلوب في المستويات العليا أيضا. ويعد التناوب الوظيفي والذي فيه ينتقل الموظف من وظيفة لأخرى يعطي الفرد خبرات في حل المشاكل.[3]

ب- أساليب التدريب خارج العمل: وعادة ما تنقسم هذه الأساليب إلى ثلاثة أنواع:

- أساليب تقديم المعلومات: وهي مصممة لتقديم المعلومات للمتدربين بمشاركة بسيطة ومنها: المحاضرات الأفلام التدريبية، مناقشة المجموعات المتدربين عن بعد بالتلفاز التعليم باستخدام الإنترنيت والأقراص الصلبة، التدريب السمعي البصري بالفيديو وغيراها.
- أساليب معالجة المعلومات: وهي مصممة لمشاركة المتدربين في تقديم ومناقشة موضوعات التدريب مثل حلقات النقاش والاجتماعات.

[1] عمر وصفي العقيلي: مرجع سبق ذكره. ص: 472.
[2] الديماسي، عطير، الرفاعي، سراب: "إدارة المنشآت السياحية". مرجع سبق ذكره. ص:184.
[3] جاري ديسلير: " إدارة الموارد البشرية". دار المريخ. المملكة العربية السعودية. 2003م. ص: 270-271.

- أساليب المحاكاة: وهي مصممة لتمثيل البيئة العملية، ومشاركة المتدربين العملية مثل الألعاب والمباريات الإدارية[1]، يتدرب العامل على الأدوات التي يتوقع أن يمارس بها عمله مع التذكير أن التدريب يتم خارج نطاق العمل. وهي تقلل من المخاطر المترتبة عن إمكانية الممارسة الفعلية لبعض الوظائف كالطيران.[2]

ويجدر الإشارة إلى إمكانية استخدام أكثر من أسلوب واحد في العملية التدريبية.

وتشمل البرامج التدريبية ما يلي:

- برامج تدريبية قصيرة ومختلفة في المجالات السياحية.
- برامج تدريب مهنية تتراوح مدتها ما بين 6 أشهر إلى سنة كاملة أو عدة سنوات.
- دراسات جامعية مقابل شهادات باكالوريوس(ليسانس) أو ماجستير في الفندقة السياحية أو إدارة النقل.
- رحلات سياحية و تشمل جولات و زيارات لمواقع التنمية السياحية الناجحة و يتم مقابلة المسئولين الإداريين في هذه المواقع.
- برامج بالمراسلة و هي متوفرة.[3]

- اختيار المدرب :الذي يقوم بتوجيه ونصح المتدربين ويمدهم بالمعلومات الجديدة ومحاولة تغيير اتجاهاتهم وسلوكياتهم الخاطئة، ويدربهم على أصول ممارستهم لمهنتهم في إطار برنامج محدد ويجب أن يكون مناسبا لمهمته التدريبية من أجل الوصول إلى النتائج المرغوب فيها.

وبشكل عام يجب أن تتوفر الصفات التالية في المدرب كل من :الاحتراف في مهنة التدريب والتعليم المؤهل العلمي، القدرة على استخدام تقنيات التدريب الحديثة، قوة الشخصية، القدرة على الاتصال مع الآخرين بشكل جيد و واضح حتى ينقل لهم المعلومات، الصبر والمرونة واللياقة.[4]

[1] بسيوني محمد البرادعي: مرجع سبق ذكره. ص: 50.
[2] جاري ديسلير: مرجع سبق ذكره. ص: 275.
[3] عثمان غنيم محمد، بنيتا نبيل سعد: " التخطيط السياحي" الطبعة الأولى. مرجع سبق ذكره. ص: 196-197.
[4] عمر وصفي العقيلي: مرجع سبق ذكره. ص: 474.

كما أن هناك عدة أنواع من المدربين: كالمدرب المحاضر، المدرب القائد، المدرب التطبيقي والمدرب النفسي وغيرهم.[1]

- تحديد فترة ومكان برنامج التدريب والتنمية: لا توجد هناك فترة نموذجية لتنفيذ أي برنامج، حيث تختلف المدة من برنامج لأخر على حسب المنهاج التعليمي وطبيعته، ونوعية المشكلات التي يتم معالجتها والمهارات التي يراد إكسابها للمتدرب والأساليب التدريبية المختارة، حيث يختلف كل أسلوب عن الآخر فهناك أساليب تتطلب وقتا طويلا وأخرى لا، إضافة إلى الإمكانيات المتاحة كسرعة حاجة المنشأة للمتدربين، أو عدم إمكانيتها تفريغ المتدربين أكثر من فترة معينة.[2]

أما بالنسبة لمكان عقد البرنامج التدريبي فعادة ما يتم إما في مكان الوظيفة أو في غرفة مخصصة للتدريب داخل المنشأة أو خارج مكان العمل، سواء في معهد للتدريب أو في فندق، أو في الطبيعة. ويتم اختياره حسب إمكانيات المنشأة المالية والمادية وطبيعة البرنامج ومادته.

- تحديد تقنيات ومستلزمات البرنامج: من قاعات مناسبة وملائمة تخدم أغراض التدريب وتوفير وسائل الإيضاح اللازمة والمساعدة على الشرح كالخرائط، الأفلام، الحاسب الآلي، الباور بونت Power Point إضافة إلى توفير جهاز سكرتارية يقوم بتقديم خدمات الطباعة والنسخ ومكتبة للمراجع والاطلاع.[3]

وتتم عملية التخطيط للقوى العاملة في السياحة على أساس المبادئ التالية:

أ- المشكلة الجوهرية: وهي أعداد العاملين حيث أن تكلفة هذه الأيدي تجبر الإدارات في المنشآت السياحية على تحديد الحاجة الفعلية من العاملين الأكفاء. ويعتبر إعداد الجداول أو الموازنات الدقيقة بتكاليف

[1] الديماسي، عطير، الرفاعي، سراب: "إدارة المنشآت السياحية". مرجع سبق ذكره. ص: 185.
[2] عمر وصفي العقيلي: مرجع سبق ذكره. ص: 474.
[3] الديماسي، عطير، الرفاعي، سراب:"إدارة المنشآت السياحية". مرجع سبق ذكره. ص: 185 إلى 187.

وأجور العاملين من أفضل الطرق لمعالجة هذه المشاكل خاصة في المنشآت الفندقية مع الأخذ بعين الاعتبار عدد الغرف المشغولة لتحديد الحاجة الفعلية. و يقصد بالغرف المشغولة فعليا في الوقت الحضر. وهو ما يوضح للإدارة معدل نسبة الإشغال وفق المعادلة التالية: معدل الإشغال=سرير(غرفة)/ عامل. فطبيعة الخدمات المقدمة من قبل الفندق يجب أن تأخذ في الحسبان فمثلا نجد في الفندق: خدمات الغرف، خدمات الإطعام، خدمات التسلية والترفيه، خدمات المؤتمرات والمآدب، خدمات رجال الأعمال. حيث أنه بزيادة هذه الخدمات يزيد عدد العمال من أجل تلبية كافة الأعمال المطلوبة بكفاءة وفعالية عالية.

ب- جدولة العاملين في الفندق حسب الحاجة الفعلية للأقسام التشغيلية وحسب النشاط الذي يقوم به كل قسم. ويتوجب على الإدارة تحديد علاقة بين حجم المبيعات المتوقعة وأعداد العاملين في كل قسم على أساس عدد ساعات العمل المحددة بثمان ساعات يوميا في العادة.

ت- لا يعتبر الوقت وحجم المبيعات اللذان يحددن الحاجة الفعلية لعدد العاملين بل هناك عوامل أخرى كالموسمية الطلب على الخدمات السياحية: حيث تلجأ بعض الفنادق والمطاعم إلى تشغيل أيادي عاملة مؤقتة. إضافة إلى دخول التكنولوجيا في بعض أقسام الفنادق قلل من أعداد العاملين، كالغسيل الجاف وخدمة الغرف.

ث- معدل دوران العمل والتغيب: ولهما علاقة مباشرة في تحديد الحاجة للعاملين وتنظيم الأفراد، ويعتبر مؤشر له صلة وثيقة بكفاءة وفعالية إدارة وتنظيم الموارد البشرية في المنشآت السياحية وغيرها.[1]

[1] عبد الإله أبو عياش، حميد عبد النبي الطائي: مرجع سبق ذكره. ص: 299إلى-301.

المطلب السادس: تخطيط النقل السياحي:

تتطلب التنمية السياحية وجود شبكة نقل وطرق داخلية ذات كفاءة عالية إلى جانب توفير جميع المرافق اللازمة لحركة النقل.[1] وتخطيط هذه الشبكة قد يواجه الكثير من العقبات أهمها التطور السريع المتلاحق لوسائل النقل. وعليه فإن علاقة النقل بالسياحة حساسة جدا لأسباب التالية:

- اعتماد الدخل القومي للعديد من الدول على عائدات السياحة بشكل كبير وأي خلل يكون في وسائل النقل يؤثر على هذا الدخل.
- في النقل السياحي يجب توفير وسائل نقل مريحة وبأسعار مناسبة.
- في النقل السياحي يجب توفير شبكات طرق ملائمة.

أما من وجهة نظر السياح فإن عملية النقل تعتبر جزء من عملية السياحة وأنهما مكملان لبعضهما يسيران في دائرة منتظمة.[2] ويعد تصميم شبكة النقل بشكل دائري متصل بحيث توفر الرؤيا المناسبة للسياح لتتيح لهم التمتع أثناء السفر والتنقل، وعادة ما يتم تحديد بدائل لهذه الشبكة ويتم دراستها وتقييمها من أجل اختيار البديل الأحسن الذي يوفر إمكانية أفضل لربط معظم أو كافة عناصر الجذب السياحي ويوفر الراحة والأمان للسياح.[3]

حيث يعتبر عامل سهولة الوصول إلى المواقع السياحية من العناصر المهمة لعملية الجذب السياحي. فانسيابية الحركة السياحية من خلال شبكة مريحة للطرق والشوارع تضاعف من متعة الزيارة. ولهذا تتميز هذه الطرق بتوفير خدمات مريحة على جوانبها كالمواقف الجانبية ومقاعد الاستراحة واللّوحات الإرشادية والمعلومات الرئيسية عن المعالم الأساسية. وتتعزز عملية سهولة الوصول إلى المواقع السياحية والأثرية والثقافية من خلال شبكة متكاملة من محاور الطرق الرئيسية الطويلة والعريضة وتفرعات الشوارع الفرعية المرتبطة بها والموصلة لمواقع الجذب كما أنه من الأهمية توفير جميع متطلبات السلامة والأمان على هذه الطرق للمحافظة على راحة وسلامة

[1] عثمان غنيم محمد، بنيتا نبيل سعد: " التخطيط السياحي" الطبعة الثانية. مرجع سبق ذكره. ص: 131.
[2] شريف محمد ماهر: "تخطيط النقل و سياساته (الفعاليات و عوامل الجدارة)" الدار الجامعية. مصر.2006م. ص: 301-302.
[3] عثمان غنيم محمد، بنيتا نبيل سعد: " التخطيط السياحي" الطبعة الثانية. مرجع سبق ذكره. ص: 131-132.

السياح والزوار المستخدمين لهذه الطرق.[1] ويجب التنويه إلى أنه ينبغي توفير العدد الكافي من مواقف للسيارات الغير مطلة على الشوارع، وذلك لحاجة جميع المركبات المتوقع وقوفها في المجمعات السياحية بما فيها سيارات الموظفين في ساعات الذروة، بحيث لا تكتظ الشوارع بالسيارات المتوقفة ، مع الملاحظة أن الحافلات السياحية تحتاج إلى مساحة أكبر، وتتفاوت المساحات المطلوبة حسب مستوى التنمية المنشودة في المنطقة وأيضا حسب طبيعة ووظيفة المنشأة أو المرفق السياحي.[2]

وقد دخلت معظم الدول عصر صناعة السياحة الشاملة بالتخطيط للنقل السياحي ويعود ذلك إلى اتساع حجم ونوعية السياح وزيادة الطاقة الإيوائية السياحية المنتشرة عبر التراب الوطني لتلك الدول كل ذلك جعل النقل أهم أدوات السياحة في العصر الحديث ويعتبر من أهم عوامل نجاحها.

كما إن تحديث النقل السياحي هام وضروري، بحيث يتم تحديث وسائل النقل أولا بأول، ويجب أن يتفهم القائمين على مجال النقل السياحي هذا الدور جيدا،[3] إضافة إلى أن السياح هم من يأتون إلى مناطق الجذب لذا يجب تشخيص وسائط النقل المختلفة التي تؤدي إلى هذه المناطق وحساب تكلفة الوصول إليها، كما ينبغي تحديد وسائط النقل المطلوبة للوصول، على أن تكون هذه الوسائط متنوعة وغير مكلفة بشكل يحد من قدرة الوصول لها، فبعض المناطق تخدمها خطوط جوية، بينما أخرى تتطلب وسائط نقل بري أو نهري، أما المناطق النائية ذات الجذب السياحي فالنقل يمثل عاملا مهما للجذب لديها شريطة أن لا تكون تكلفة الوصول تتجاوز تكلفة البقاء فيها. ففي هذه المناطق يحبذ استخدام وسائط النقل الجوي الاقتصادية، أو وسائط النقل البحري أو البري، وهذه الأخيرة اقتصادية بحيث تشجع السياح على قصدها.[4]

[1] عبد الإله أبو عياش، حميد عبد النبي الطائي: مرجع سبق ذكره. ص: 169.
[2] عثمان غنيم محمد، بنيتا نبيل سعد: " التخطيط السياحي" الطبعة الأولى.مرجع سبق ذكره. ص: 111-112.
[3] شريف محمد ماهر: مرجع سبق ذكره. ص:302.
[4] عبد الإله أبو عياش، حميد عبد النبي الطائي: مرجع سبق ذكره. ص:187.

والنقل في العديد من الدول العربية عالي التكلفة مقارنة بالدول الأوروبية، دون إغفال المحاولات المستمرة للنهوض بالنقل بشكل عام والنقل السياحي بشكل خاص وذلك لإدراكها لمدى الأهمية التي يكتسيها هذا القطاع فعملت على تحسين كفاءته نظرا لما في ذلك من أثر في تحقيق العوائد الاقتصادية[1].

وينبغي أن يحقق التخطيط السياحي مبدأ الاستغلال الأحسن لشبكة النقل المتوفرة ودون أن يتسبب ذلك بضغط على باقي الخدمات والمرافق. وإذا ما تطلب الأمر إنشاء وإقامة بنية تحتية فينبغي أن لا تخدم فقط الغايات السياحية بل أيضا الاستخدامات الأخرى حتى يتم تحقيق جدوى اقتصادية أفضل.[2]

ويرى شريف محمد ماهر (2006م) أنه:" في الواقع لا يمكن الحديث عن التخطيط النقل السياحي دون الإشارة إلى الأزمة العالمية الراهنة والتي لم يقتصر تأثيرها على فقط على قطاع السياحة، وإنما امتد ليشمل كافة القطاعات الاقتصادية الأخرى في كل أنحاء العالم، فالنقل السياحي يتأثر هو الآخر بمناخ الاستقرار الدولي والإقليمي وبالاستقرار الداخلي. فكلما شاب الصراع والعنف والإرهاب بشكل خاص ضعفت الحركة السياحية، وبالتالي أدى ذلك إلى عدم وجود دور للنقل السياحي نظرا لضعفه وتدهوره وهو ما واجهته السياحة في الآونة الأخيرة من أزمات إقليمية ودولية.

وهذا ما يتطلب العمل الجدي لحماية وتحديث صناعة السياحة ككل في الدول العربية للوصول بها إلى المستوى المطلوب، ويتحقق ذلك عن طريق تكامل سياسة الدولة السياحية مع السياسة العامة لتخطيط النقل السياحي بانتهاج أساليب واستراتيجيات مختلفة لتحقيق تلك الأهداف منها:

1- إنشاء مراكز لتخطيط النقل السياحي وفق أحدث تطورات تكنولوجية المعلومات والاتصلات، تتضمن بيانات دقيقة تعدل بانتظام بشأن كل متغيرات النشاط السياحي في الدولة، ويكون متصلا بشبكات المعلومات الإليكترونية الدولية بما يمكنه من خدمة القطاع السياحي.

[1] شريف محمد ماهر: مرجع سبق ذكره. ص:302.
[2] عثمان غنيم محمد، بنيتا نبيل سعد: " التخطيط السياحي" الطبعة الأولى.مرجع سبق ذكره. ص:132.

2- العمل على تحقيق نمو في الحركة السياحية الدولية الوافدة وذلك بالتعاون بين الغرف السياحية وهيئات التنشيط السياحي ووزارات السياحة ووزارات النقل والمواصلات عن طريق:

أ- فتح أسواق سياحية جديدة بناءا على سياسات مدروسة.

ب- تكثيف الجهود التنشيطية والتسويق السياحي بالمشاركة في المعارض والمؤتمرات والمهرجانات السياحية وتنفيذ الحملات التنشيطية.

ت- تبسيط إجراء الدخول من المنافذ والمعابر الحدودية المختلفة.

ث- الاستفادة من الخبرات الدولية في المجالات المختلفة لتخطيط النقل السياحي وبوجه خاص في تدريب وتعليم الكوادر السياحية في مجال النقل.

3- اعتماد الأسلوب العلمي المواكب للتطورات الحديثة في النقل السياحي، وذلك من خلال إجراء دراسات علمية منتظمة لأسواق السياحية، إضافة إلى ترشيد عمل مكاتب تخطيط النقل السياحي بالخارج وتطوير الخطوات التي تبذل الآن لتسويق النقل السياحي من خلال الإنترنيت.

4- إنشاء جهاز دائم لمواجهة أزمات النقل السياحي، توفر له كل المعلومات عن النقل الداخلي والخارجي وعن المشكلات المحتمل حدوثها، مع وضع السياسات والاستراتيجيات البديلة لمواجهتها بما يضمن حماية صناعة النقل السياحي.

5- وضع برامج تدريبية لتأهيل العمالة السياحية طبقا للمتطلبات الفعلية لسوق النقل السياحي الحالي والمستقبلي، وإنشاء مستويات تدريبية معتمدة دوليا مما يؤدي إلى تفعيل طلب خارجي على العمالة وتشجيع القطاع الخاص على المشاركة الفعالة في عملية التخطيط للنقل السياحي لبث جو المنافسة.

وبالرغم من هذه الأساليب يشير شريف محمد ماهر إلى أن هناك تحديات ماثلة أمام تخطيط النقل السياحي بالدول العربية ومنها:

- بزوغ قوى اقتصادية كبيرة في هذا المجال.

- طبيعة نظام النقل المتاح.
- تكتلات الشركات الكبيرة.
- الشركات متعددة الجنسيات.
- التطور الحاصل في النقل.
- تحدي معايير الجودة العالمية.
- كثرة حوادث النقل".[1]

[1] شريف محمد ماهر. مرجع سبق ذكره. ص: 303 إلى 309.

خلاصة الفصل الثاني:

أما الفصل الثاني فقد تم التطرق إلى التعرف على مفهوم التخطيط السياحي وأهم المراحل التي مر بها ليخلص إلى ما هو عليه الآن مع إبراز الأهمية التي يكتسيها. وإضافة إلى ذكر خصائصه وأهم أساليبه التي يتميز بها تم التعريج إلى تحديد علاقته بالتسويق السياحي. ومن ثمة تم التطرق بالتفصيل إلى المراحل التي تمر بها العملية التخطيطية للنشاط السياحي على المستوى الوطني والإقليمي، حيث يبدأ المخططون السياحيين أولا بتقييم إجمالي لعناصر الطلب والعرض السياحي ثم يحددون الأهداف (الاقتصادية والاجتماعية وأهداف الاستدامة والأهداف التشريعية وغيرها)، ثم تأتي بعدها عملية جمع البيانات و إجراء المسوحات وبعد عملية تحليلها تتم صياغة سياسة الخطة السياحية وهي ما يسمى عملية تقييم البدائل وفقا للمعايير المحددة، ليتم اختيار البدائل المناسبة ويتم تنفيذ الخطة مع المتابعة المستمرة وإجراء عملية المراجعة والتقييم بدون إغفال جانب البحث عن كيفية تمويل الاستثمار.

وتم التعريف بالتخطيط السياحي الإقليمي وعناصره المتمثلة في التخطيط الطبيعي واستخدامات الأراضي تخطيط المستقرات البشرية وعملية تحليل وتقييم الآثار والمردودات البيئية. ومن ثم الإلمام بأهم مكونات الخطة السياحية الإقليمية والوطنية.

أما بالنسبة للتخطيط على المستوى المحلي أو التخطيط لأهم ركائز النشاط السياحي فهو يشمل تخطيط كل عناصر الجذب السياحي (الطبيعية والأثرية والثقافية)، إضافة إلى تخطيط مرافق الإيواء بأنواعها المختلفة (كالفنادق المنتجعات المخيمات)، البرامج والخدمات الترفيهية، تدريب الموارد البشرية السياحية، وتخطيط النقل السياحي.

ويبقى التخطيط السياحي من أنجع السبل للتنمية السياحية المستدامة لتعظيم الإيجابيات المحتملة من هذه التنمية والتقليص من التدهور البيئي والحضاري والاجتماعي والاقتصادي الذي تتسبب فيه العديد من الأشكال النشاطات السياحية.

الفصل الثالث:

تجربة الجزائر في التخطيط السياحي لآفاق 2025م.

مقدمة الفصل:

تشكل السياحة المحرك الجديد للتنمية المستدامة ودعم النمو وتعتبر المحرك الرئيسي لقطاع الخدمات في الاقتصاد بسبب قدرتها على تكوين الثروة ومنح فرص العمل وتوليد الدخل المستدام تعتزم الجزائر إعطاء بعد جديد للسياحة في حدود ما تحويه من إمكانات ومواطن القوة وقد أولت في هذا الإطار أهمية خاصة إلى تجارب الدول المجاورة والدول التي حققت نجاحا في مجال السياحة، واستندت في تخطيطها إلى تقييم نجاحاتها و أيضا بعض عوامل فشلها.

والتحدي الآن هو تنمية السياحة الداخلية والعمل على إدراجها ضمن الشبكة التجارية للسياحة في العالم والعمل على ظهور الوجهة الجزائرية كمقصد سياحي مرجعي على الصعيد الدولي.

حيث أن بناء وجهة وطنية بالمواصفات الدولية يتطلب تحديد مقاربة منظمة ومستدامة تمكن من توفير قراءة صحيحة ورؤية واضحة للنشاط السياحي ضرورية لتكريس وجود اقتصاد سياحي بديل للموارد غير المتجددة مثل النفط والغاز.

لهذا فإن هذا الفصل سيعرفنا بالمخطط التوجيهي وبأهم الإستراتيجيات التي اعتمدها في سبيل تحقيق التنمية السياحية لآفاق 2025 وأهم المراحل التي مر بها لإعداده.وكذا ما آل إليه بعد مرور 5 سنوات من إطلاقه.

المبحث الأول:مفاهيم حول المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية (SDAT 2025.).

المطلب الأول:التعريف بالمخطط.

إن الوعي الوطني لمسألة التنمية السياحية كناقل للتنمية الاقتصادية والاجتماعية يتطلب الحاجة إلى تطوير إطار استراتيجي و رؤية لعام 2030، بدعم الأهداف الواردة في هذا المخطط.

وانطلاقا من هذا فإن المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2025 هو أداة تجسد إرادة الدولة في تثمين القدرات الطبيعية، الثقافية وتعزيز التراث السياحي الوطني.و التاريخي ووضعها جميعا في خدمة التحول السياحي للجزائر، قصد الارتقاء به إلى مستوى وجهة الامتياز في منطقة الأورومتوسطية.

ويعد هذا المخطط تتويج ناضج لمسار طويل من البحث و التحقيق والدراسات و الخبرات والاستشارات بمشاركة المتعاملين و المحليين العموميين و الخواص، على مدار اللقاءات الجهوية.

ولا يقتصر هذا المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية على كونه إطارا مرجعيا ستتطور ضمنه المبادرات العمومية والخاصة إلى غاية سنة 2025، إنما يرسم برنامجا لتنمية السياحة الوطنية وترقيتها من أجل إدراجها ضمن الشبكات الدولية بدعم مكانة الجزائر كوجهة سياحية و دعم المكتسبات الطبيعية والثقافية بالاستثمار، وجودة العرض، كما أن هذا المخطط يضع تفاصيل مشروع سياحي شامل يشرك أكبر عدد من الفاعلين ومنهم على وجه الخصوص سكان المناطق المعنية بالنشاط، وعليه أضحت تنمية السياحة بالجزائر أولوية وطنية، وخيارا أساسيا بأمل أن يحتل موقع الصدارة من حيث هو عامل للنمو وأداة له.

ويتمثل الرهان في ملائمة هذا المخطط في جميع مراحل تطوره (الإعداد، التنفيذ، المتابعة)، من طرف الفاعلين والمتعاملين في القطاع السياحي.

وهذا المخطط هو جزء من المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية لآفاق 2025، والذي تقرر إعداده وتحديد معالمه بالقانون 01-02 المؤرخ في 12 ديسمبر 2001 والمتعلق بتهيئة الإقليم والتنمية المستدامة يشكل الإطار الإستراتيجي والمرجعي للسياسة السياحية في الجزائر، حيث تعلن من خلاله الدولة لجميع المتعاملين والقطاعات عن نظرتها المستقبلية للتنمية السياحية الوطنية على المدى القصير، المتوسط والبعيد، ويحدد الأدوات الكفيلة بتنفيذها وشروط تحقيقها.

ويعد المخطط الوطني لتهيئة الإقليم SNAT 2025 الإطار المرجعي لSDAT2025 الذي تعلن الدولة من خلاله عن مشروعها الإقليمي في إطار التنمية المستدامة وذلك لضمان التوازن الثلاثي للعدالة الاجتماعية الفعالية الاقتصادية، والدعم الايكولوجي على مستوى جميع المناطق في البلاد بالنسبة لعشرين سنة قادمة.

ولا يقدم المخطط الوطني لتهيئة الإقليم أجوبة وحلول للمسائل والمشاكل المحلية، كما لا يعتمد إلا على العناصر ذات الحجم أو المصلحة الوطنية كما أن تهيئة الإقليم لا تحل مشاكل القطاعات، بل تجعل أعمالها منسجمة.

ويهدف SNAT2025 إلى إنجاز عملي لخمسة خطوط رئيسية تشمل عشرين برنامجا على النحو التالي:

- الخط التوجيهي الأول نحو إقليم مستدام: ويشمل البرامج التالية:
  - ديمومة المورد المائي.
  - المحافظة على التربة ومحاربة التصحر.
  - حماية وتثمين الأنظمة البيئية.
  - المخاطر الكبرى.
  - حماية وتثمين التراث الثقافي.

- الخط التوجيهي الثاني إنشاء حركية (آلية) لإعادة التوازن الإقليمي وتتمثل في:

- فرملة التوسع نحو الساحل وتوازن الساحل.
- خيار الهضاب العليا.
- خيار تنمية الجنوب.
- إعادة الموقعة الصناعية والإدارية.

- الخط التوجيهي الثالث ضمان جاذبية وتنافسية الأقاليم ويشمل:

- عصرنة وتشبيك هياكل الأشغال العمومية، النقل، الإمداد والاتصالات.
- نحو عواصم المدن.
- أقطاب التنافسية والامتياز.
- الفضاءات الجديدة للنمو.
- التنمية المحلية.
- الانفتاح الدولي للأقاليم.

- الخط التوجيهي الرابع تحقيق العدالة الإقليمية: ويشمل مايلي:

- التجديد الحضري وسياسة المدنية.
- التجديد الريفي.
- استدراك وتأهيل المناطق ذات العوائق

- الخط التوجيهي الخامس ضمان حكم إقليمي راشد:

يندرج تحت هذا الخط الحكم الإقليمي في إطار منطق الشراكة فبالإضافة إلى وظائف التحكيم والضبط تتضلع الدولة بسياسات عمومية قادرة على ضمان مستوى عال من التضامن الفضائي والإقليمي .كما تبقى فاعلا

اقتصاديا في بعض الميادين الحساسة وخاصة المحروقات وتطور من إمكانياتها للتدخل ،وتحديد الأدوات والترتيبات التي تسمح لها بإنجاز سياساتها العمومية وتنسيقها مع القطاع الخاص الذي يضمن بصفة تدريجية تنمية النظام الإنتاجي في جزء كبير منه.[1]

[1] وزارة تهيئة الإقليم ، البيئة والسياحة. المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية. الكتاب 1 تشخيص وفحص السياحة الجزائرية.2008م.ص: 4-10.

المطلب الثاني:تحليل الموقف السياحي للجزائر لآفاق 2025م.

لقد اعتمد في إعداد مخطط التوجيهي للتهيئة السياحية على تشخيص معمق بمساهمة الملتقيات المحلية والجهوية والوطنية مما قد سمح بأن ينظر إلى موقف أو موقع السياحة الجزائرية مستقبلا عبر هذا المخطط من ثلاثة زوايا:

- المؤهلات التي تملكها الجزائر.
- الرهانات .
- التحديات المتعددة التي ستواجهها.

وتم تحليلهما على النحو التالي:

1/ المؤهلات:

- المؤهلات الموروثة التراث الطبيعي والتاريخي والثقافي والمؤهلات القائمة التي سيأتي التفصيل فيها لاحقا.

2/ الرهانات: إن أهم الرهانات لتّحول السياحي في الجزائر من حيث انعكاساتها على بقية الأنشطة يمكن تصنيفها على النحو التالي:

- الرهانات الاقتصادية: علاوة على الموارد من وسائل الدفع الخارجي التي توفراها السياحة وآثارها على ميزان المدفوعات. تأثر السياحة على القطاعات المنتجة الأخرى (الفلاحة، الصناعة التقليدية، الأشغال العمومية ، العقار النقل والعديد من الخدمات) وذلك لأن المنتج السياحي مركب.
- الرهانات حول التشغيل: تمثل السياحة زيادة عن تشغيلها لأعداد كبيرة ومكثفة من اليد العاملة المباشرة وغير المباشرة وسيلة فعالة لإدماج عدد كبير من الشباب البطال في الحياة الاجتماعية والمهنية. ويساهم هذا الأمر في الحد من الهجرة ونزوح السكان إلى المدن الساحلية.

- رهانات التهيئة الجهوية والتنمية المحلية: تشكل السياحة أحد العناصر الأساسية لأية سياسة للتهيئة الجهوية والتنمية المحلية للإقليم، إن لم تكن السياحة هي العامل الأول المهيكل للفضاء الجيواقتصادي. وأكثر من ذلك هي عامل تحسيس وتوعية بيداغوجية مرتبطة بالمبادئ المتعلقة بالبيئة من خلال مساهمتها في التنمية المحلية ضمن منطق اقتصادي يثمن ويحافظ على الموارد المادية وغير المادية. وهكذا تتعارض السياحة المستدامة مع جميع أشكال التثمين التي يمكن أن تشكل تهديدا للبيئة.
- الرهانات الثقافية: تسهم السياحة كعامل انفتاح وتبادل فيما بين الثقافات، بتثمين التراث الثقافي للبلاد وتشكل عاملا للحوار بين الثقافات والعادات.
- رهانات الصورة : السياحة تعد عامل لتحسين صورة البلاد وتسهم بقوة في تقويم وجاذبية وجهة الجزائر وخاصة في ميدان الاستثمار والتدفق السياحي.

3/ التحديات: بعد أن أصبح الاقتصاد مفتوحا فهو معرض للأزمات والصدمات والحوادث العالمية بجل أنواعها : اقتصادية ، اجتماعية، ديموغرافية بيئية، ايكولوجية.

أ- على صعيد الفضاء والرأسمال البيئي: توجد بالجزائر خمسة أنظمة بيئية غنية ذات طبيعة مختلفة (الساحل، السهول، الجبال، الواحات، الصحراء); وتشكل هذه الأنظمة على تنوعها وثراءها احتياطات هامة للتنوع البيولوجي، والمناظر ذات نوعية علية، يتعين حمايتها في إطار التنمية المستدامة. فهي بالتالي موضوع تهديدات تحوم فوقها بسبب التحولات السريعة المعروفة في الشكل الديموغرافي والاقتصاد والتعمير والتصنيع وغيرها. وفي هذا الميدان هناك مجهود كبير يجب أن يبذل من أجل إعادة التوازنات المفقودة منذ قرن في الأنظمة البيئية الخمسة الكبرى المشار إليها قصد استعادة الأغطية النباتية المفقودة والمدمرة جراء التعمير غير الملائم لطبيعة وقدرة الاستيعابية.

ولقد تم إدراج حماية و تثمين الأنظمة البيئية في الخط التوجيهي رقم واحد.

ب- على الصعيد الاقتصادي: يتعين على الجزائر من خلال انفتاح اقتصادها في إطار المنظمة العالمية للتجارة والشراكة الأرو. متوسطية والاندماج الجهوي في القارة الإفريقية، أن تستفيد من الفرص المتاحة من طرف العولمة وخاصة من خلال تدفق الاستثمارات الأجنبية المباشرة في شكل رؤوس أموال وتكنولوجيا ومعرفة. وفي هذا السياق يتمثل الرهان في تشجيع استقبال الاستثمارات الأجنبية المباشرة.و لقد سهل النمو الهائل للتجارة الدولية في سوق عالمية يدفعها انتشار تكنولوجيا الإعلام والاتصال،المبادلات الدولية وانخفاض تكاليف النقل وفي هذا الإطار تجارة الخدمات ومن بينها السياحة.

وقد أظهرت التجربة الدولية من جهة أخرى أن الأثر الإقليمي الانفتاح يندرج ضمن الاتجاه نحو الاستقطاب ومراكز عواصم الوطن.وفي حالة السياحة سيكون هذا التطور ملائما لاتجاه الأنشطة نحو الساحل، ولتدعيم الفضاءات العاصمية في الشمال الأمر الذي يتطلب وضع سياسات للتنمية الجهوية والمحلية. وستصبح التنمية المحلية المرتكزة على مبادرات العمل المحلي العام والخاص من خلال تنمية السياحة المهيكلة التي خصصتها الدولة.

ويجب أن تندرج موقعة السياحة الجزائرية ضمن حركية العولمة من دون أن تتجاهل اتجاهات العالم المعاصر إذا ما أرادت عدم البقاء على هامش محفل الأمم وحركة التقدم.

ويبقى أن الاتجاهات المحملة بالتهديدات والموجهة لتطور السياحة هي كل من اقتصاد عالمي شمولي، اقتصاد المعرفة كأهم قوة إنتاجية في القرن الواحد والعشرين، النمو القوي للتعمير والتغيرات المترتبة عنه، الاتجاه نحو مراكز العواصم طريقة جديدة لتنمية الأمم ومناطقها، التنمية المحلية كشرط لتجنيد ثروات الأقاليم.

ج- على الصعيد الاجتماعي:مع وصول الأجيال الصاعدة إلى الأسواق، سواء كانت سياحية أو سوق العمل التي يتموقع أهمها في آفاق 2025م في المدن، وتتعلق التحديات التي يتعين مواجهتها بقدرة البلاد على تقديم منتجات سياحية متكيفة مع حاجيات الشباب، وتوفر لهم وظائف دائمة وعائدات وتأهيل.

د- على صعيد الموارد البشرية: تتعلق التحديات الكبرى بإنجاز الأهداف التالية:

- تحسيس المواطن وتوعيته على ترقية السياحة ودعم الضيافة.
- تكوين وتأهيل مجمل شبكة وجهة الجزائر من استقبال في أرضيات الدخول حول التراب الوطني إلى غاية هندسة المشاريع المعقدة، مرورا بنوعية الخدمات على مستوى الوحدات السياحية .

ع- على صعيد الطلب الوطني والدولي المتكيف مع المعايير العالمية: تعتبر الجزائر الأقل تجهيزا بالنظر للطلب الكامن الوطني (من قبل الجزائريين المقيمين أو غير المقيمين) أو الدولي (الأجانب من أصول مختلفة). ولا يمكن هيكلة العرض السياحي إلا بالاستجابة ل:

1/ حاجيات الراحة والترفيه للمواطنين وذلك بتطوير عرض مهيكل من السياحة الشاطئية يتلاءم وحاجيات العائلات الجزائرية، وبتأهيل مورد الحمامات المعدنية حتى تأخذ مكانتها في السوق الوطنية للسياحة والعلاج والصحة.إلى جانب تطوير فضاءات الترفيه موجهة للشباب داخل المجمعات الحضرية.

2/ لحاجات الجديدة للزبائن الدوليين وذلك بتطوير شبكة للمحطات المحاور الكبرى للطرق والمشاريع الواعدة بالنسبة للأحواض الأوروبية المصدرة للسياح مع التركيز علىالسياحة الشاطئية، السياحة الصحراوية، السياحة الثقافية، السياحة الحضرية والأعمال، السياحة التخصصات de niche (كالغوص، الصيد، المشي، التسلق، الغولف).

هـ- على الصعيد الأخلاقي: يتعين على الجزائر أن تكتسب بسرعة شرعية حقيقة في ميدان السياحة المستدامة والسياحة البيئية، إذا ما أرادت أن تدخل في نادي الفاعلين السياحيين المهنيين والعصريين، وأن تصبح وجهة سياحية فعلية. و يتطلب ذلك: مسعى نوعي لفائدة المواقع ذات الأولوية تختار كرموز تبرهن على انفتاح الجزائر على السياحة الدولية وإيلاء عناية خاصة باحترام الوعود بالعقود في انجاز مشاريع الامتياز ذات الأولوية إلى جانب اشراك السكان المحليين في النشاط السياحي.

و- على الصعيد الثقافي: تزخر الجزائر بالعديد من التقاليد والتراث كالحلي والنسيج والفخار واهتمام بالخيل الأصيل ومواسم جني الزيتون وغيرها من الأنشطة والفعاليات التي يمكن استغلالها لدعم التحول السياحي في الجزائر.

ي- على صعيد السياحة البيئية: لقد ترتب عن ظهور الإنترنت والتكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال حدوث تحولات عميقة في تطور ونمو السياحة غيرت رأسا على عقب طرق الترقية عند الفاعلين السياحيين، وفتحت لهم فرصا جديدة في السوق.وخير مثال على ذلك الحجز عن طريق الإنترنيت والتسويق على الخط لمنتجات متنوعة .ويزيد الدخول إلى الإنترنت من سلطة المستهلكين وخاصة مع تطور الأنظمة العالمية للتوزيع وقد تكمن الآثار المنتظرة من هذه التحولات حول تدعيم الاتجاهات حول المسافرين وأعوان السفر والناقلين عبر العالم.[1]

[1] وزارة تهيئة الإقليم ، البيئة والسياحة نفس المصدر السابق.ص: 13-21.

المطلب الثالث: المفهوم الجديد للسياحة الجزائرية.

يتطلب تفعيل التحول السياحي في الجزائر، تحديد إستراتيجية تقوم على مفهوم جديد ، أين تشكل إدارة الموارد البشرية في إطاره الرافع الذي يبرز ويرقي السياحة إلى جانب الفروع الاقتصادية البديلة للمصادر القابلة للنضوب والمتمثلة في المحروقات.

وتنبع الاختيارات الإستراتيجية من معاينة نقاط القوة والضعف الحالية للنشاط السياحي وتتضمن بشكل أساسي العناصر التالية:(المستوى الرديء للنشاط السياحي، ضعف شهرة الجزائر كوجهة سياحية، نقص في المواقع المهيكلة التي تجذب التدفق السياحي المرتفع، مراعاة المنافسة الجهوية والمتوسطية، التوفيق بين السياحة الوطنية والسياحة الدولية).

كما لا تبنى السياحة على ترتيب غير محكم، فهي ترتكز على الإستراتيجية التي تعرف بالمفهوم الجديد للسياحة وذلك بالاستفادة من ما تملك من مؤهلات ومن طلبات وتوقعات للزبائن المحليين والدوليين.

فالمفهوم الجديد يرمي إلى التموقع في الفروع الجديدة الواعدة والاستفادة من تجارب البلدان المنافسة في الحوض المتوسط مع لإجراء تكييف يتماشى وتوجهات الاستهلاك الجديدة والطلب الدولي والأخذ بعين الاعتبار وجود طلب متزايد للزبائن المحليين. ويتم تحديد هذا المفهوم الجديد بمقارنة مؤهلات الجزائر بالتوقعات والاتجاهات العالمية الناشئة، أي مقارنتها بتطلعات السوق.

وتندرج الإستراتيجية الجديدة للسياحة والمجسدة في المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية"SDATم2025" في المدى البعيد بتحديد أولويات واضحة ودقيقة مستندة ومبرمجة على مخطط زمني.

فالجزائر وكمنضم جديد يتوجب عليها تنويع العرض السياحي الوطني وكذا زبائنها حتى يكون النشاط السياحي أقل هشاشة، أكثر فاعلية وأكثر مرونة في مواجهة التغيرات المفاجئة للسوق وزواله. إذا عليها أن تنويع في الوجهات (الجنوب، الساحل)، المنتجات، الشركاء والمرقون، حتى لا تكون رهينة لخيار واحد أو لمنتج واحد وأن تسير نحو استقطابات جديدة للامتياز والنوعية على التوالي في السياحة الحديثة مثل: الأنشطة المائية النوادي، تأجير البواخر السياحة المائية، التحليق الجوي ، رياضة الغولف وغيرها من الأنشطة في هذا السياق.

من دون إغفال المؤهلات التي تتوفر عليها الجزائر من تنوع في المقومات السياحية الطبيعية وتاريخية وثقافية التي تستدعي تشجيعها. وعوامل أخرى كأصالة المواقع و قلة القولبة، الموقع الجغرافي المميز للجزائر الذي يتيح سهولة الوصول، عامل اللغة المشترك مع العديد من دول الجوار. كلها عوامل تجعل من الجزائر، بلد ذو إمكانيات سياحية قوية يجلب العديد من السياح الذين ينقسمون بدورهم إلى:

أ/ الزبائن المحتملين: هم زبائن السوق المحلية والتي يتوجب المحافظة عليهم بعروض التسلية المتنوعة وسهلة المنال.

ب/ الجالية الجزائرية: المقيمة بالخارج والواجب إقناعها بالتوجه أكثر لبلدها الأصلي لقضاء العطل.

ج/ الزبائن المحتملين: من منطقة الأورو. متوسطية وبلدان الخليج، حيث وحدة الثقافة واللغة وسهولة الوصول، تجعل الجزائر سوقا مفضلة.

د/ الزبائن الأكثر بعدا: هم من أمريكا الشمالية وبشكل أساسي كندا ومن آسيا و هي سوق في أوج توسعها).

وبهدف إضفاء الديمومة على التنمية في إطار المفهوم الجديد للسياحة الجزائرية يتوجب معرفة الفئات المطلوب إقناعها لضمان تبني وترقية هذا المفهوم وهي خمسة فئات:

- السياح: الذين يتحولون إلى "مستهلكين . فاعلين" بدلا من سياح تجذبهم عروض من مختلف الوجهات المنافسة.

- الموجهون: وكلات السفر ، الناقلين، المرشدين، الصحفيين، قادة الرأي، الوسطاء من التجار وغير التجار. هؤلاء في حاجة إلى مؤشرات قوية عن تحسين التنظيم السياحي.
- المستثمرون المرقون، والمطورون والراغبين في ضمان مقابل عن الاستثمار السريع والآمن.
- أصحاب الفنادق، أصحاب المطاعم والناقلون.
- السكان الأصليين: ويحتاج إلى تحسيس بالنتائج الإيجابية والسلبية المحتملة للسياحة، كما يجب إعلامه بإمكانية مساهمته المباشرة في النهوض بسياحة نوعية مستدامة.

أما بالنسبة للفروع الواجب ترقيتها ضمن المفهوم الجديد للسياحة الجزائرية فهي كالتالي:

أ- التموقع بصفة هجومية على المستوى المتوسطي،" المخطط الأزرق": عنابة، جيجل، بجاية، بومرداس، الجزائر تيبازة، عين تيموشنت، مستغانم، وهران، تلمسان. ومن الأنشطة و الأعمال:

- الأنشطة الرياضية كالألعاب الرملية كرة الطائرة، الغطس، الألواح الشراعية، نوادي الأطفال التفرع حول الشمس والبحر.
- الاقتراب من البيئة بإنشاء مراكز الشرح والتعليم البيئي، تنظيم أقسام خضراء، طرق اكتشاف تلال الرمال إنشاء بيوت خاصة (ببعض الطيور، النباتات، الحشرات).
- توفير خدمات للسكان المحليين والسياح كالمطاعم ومتاجر الهدايا ومقتنيات البحر، دور الحضانة المجانية مراكز النجدة.
- العروض المائية كتأجير السفن ، توفير المرافئ اليابسة، المناطق التجارية.

ب- ترقية السياحة الصحراوية وسياحة التجوال مثل بسكرة، الوادي، غرداية، جانت، تمنراست، توات، قرارة بشار، البيض، النعامة.ومن الأعمال والنشاطات التي يمكن التركيز عليها هنا:

- العرض المتجول بإقامة المخيمات التي تغني العرض الصحراوي.
- اكتشاف السياحة البيئية.

- المساعدة على تنمية الإنتاج المصغر حول النخيل كحدائق الخضر والفواكه الصحراوية واكتشاف أنظمة توزيع المياه.
- الحظائر الصحراوية بإعداد خرائط استقبال السياح، إعداد مخطط تسيير تدفق النفايات خارج الحظائر .
- تشجيع الجولات على طريق الواحات وعلى طريق القلاع الصحراوي وطريق الملح والذهب، مما يسمح بتوسع هذا النوع من السياحة واستكشاف تاريخ هذه الأماكن الطبيعية والتاريخية والأثرية كما يسهم في تقوية ودعم وضعية الضعيفة التي يعاني منها السكان المحليين في هذه المناطق .

ت- تنمية سياحة المدن والأعمال وحول المدن الكبيرة "مخطط السياحة المدنية"، عنابة، قسنطينة، الجزائر العاصمة، وهران، غرداية. ومن الأعمال التي يمكن تحفيزها في هذا الصدد هي :

- التسلية حول المدن حظائر للتسلية الفضاءات الخضراء ، مراكز إعداد البدني.
- تحفيز التسوق و تشجيع فرع المطاعم والمتاجر ومركبات التسلية والراحة.
- اكتشاف وسط المدن، رحلات اكتشاف ثقافية، تاريخية في الأحياء والقصبات في الحظائر والحدائق.

ث- تحديث السياحة الصحية والعلاجية: قالمة، بسكرة، عين الدفلة، معسكر، سعيدة.ويكمن ترقية وتشجيع النشاطات والعمال التالية:

- المياه المعدية الحارة.
- المنتجات الكلاسيكية للعلاج والاستشفاء.
- تهيئة عرض السكن المؤثث وعرض الإطعام ذو نوعية جيدة.
- التسلية بالحرارة.
- المعالجة بالاستحمام البحري.

ج- إطلاق السياحة الثقافية.ويمكن تشجيع الأعمال التالية:

- المواقع التاريخية. بتقويمها وتثمينها وبصيانتها وإنشاء دورات سياحية.

- بالنسبة للمتاحف إقامة مخطط وطني لتنظيم وإثراء العرض الحالي.،ربط المتاحف بشبكة، سياسة ترقية أنشطة للسكان المحليين.
- اكتشاف العلوم والتقنيات وذلك بتنظيم العروض حول الفضاءات القيمة كالقبب الفلكية الاصطناعية اكتشاف نظام الطبيعة وعالم الجيولوجيا، إنشاء شبكة لبيوت التراث والمتاحف الطبيعية لصيانة الحرف المطلوبة.
- تشجيع المناسبات والأحداث الخاصة بتقويم جماليات المواقع السياحية(مسابقة أجمل القرى وأحسن الخدمات).

ح- التوجه باستمرار إلى السياحة المميزة جدا، لتثمين النشاطات ذات القيمة المضافة العالية، كرياضة الغولف التحليق، الرياضات المائية.

وفي الواقع يفرض المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية، تنويع الفروع والمنتج السياحي ليكون متفاعل. إضافة إلى تركيز الجهود على بعض الوجهات الواعدة بتشجيعها.[1]

[1] وزارة تهيئة الإقليم ، البيئة والسياحة. المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية. الكتاب 2 المخطط الاستراتيجي: الحركيات الخمسة وبرمج الأعمال السياحية ذات الأولوية.2008م.ص: 6-15

المطلب الرابع: مخطط وجهة الجزائر والتسويق لها.

الفرع الأول: مخطط وجهة الجزائر:

ترمي سياسة تنمية السياحة لآفاق 2025م إلى وضع بنية لوجهة سياحية ذات صورة تنافسية وجذابة على المستوى الدولي وقادرة على تلبية الاحتياجات الوطنية من تسلية وراحة وعطل ومنتجة اقتصاديا واجتماعيا.

فالجزائر اليوم تعاني من بعض الذهنيات السلبية العالقة لدى الكثيرين كالانعدام الأمن والفوضى والانغلاق وغياب الصورة والإشهار السياحي لديها.ولذلك عليها السعي لتجسيد استراتيجيات الترقية والاتصال من شأنها تقويم صورتها المتمثلة في الإمكانيات والمقومات السياحية التي بحوزتها وتبرز ملامحها الأصيلة وتسعى للابتكار والنوعية حتى يتسنى لها التموقع بشكل دائم ضمن الوجهات الدولية الرئيسية و ذلك بتحديد هوية واضحة. وتكييف واسع للعرض حسب الطلب الدولي والوطني وتطوير حملات الاتصال الفعالة.

تتمحور إستراتيجية مخطط وجهة الجزائر حول ثلاثة مكونات:

1/ أن ترتكز إستراتيجية التسويق على كل من:

- دراسة سوق العرض والطلب.
- التعرف على الأسواق المستهدفة ذات الأولوية.
- توجهات أهداف التسويق لكل سوق.
- التعرف على ثنائية المنتج/الأسواق.
- تحديد الإستراتيجيات التجارية.

2/ تنفيذ مخطط ميداني للأعمال يرتكز على:

- التحديد والترتيب التدريجي للأهداف التي يرمي إليها مخطط الترقية والاتصال.
- إعداد أدوات الاتصال والترقية ووسائل التنفيذ.
- بناء صورة جديدة، وتوسيع شهرة وجهة الجزائر.

3/ وضع جهاز رصد وحراسة(VEILLE).

وبعبارة أخرى، يتعلق الأمر بإعادة الاعتبار للتنافسية السياحية للجزائر بفضل إستراتيجية التسويق السياحي لإعطاء رؤية وقراءة لختم الجزائر.ومن أجل ذلك يجب ابتكار علامة المنتج الجزائري مزود بشعار وتسجيله.

ويرتكز مخطط تسويق وجهة الجزائر على قواعد أساسية وضرورية نذكرها فيما يلي:

- اختيار وضعية هجومية، مستمرة، لغزو الأسواق لعدة سنوات، إعداد الصورة والسوق من أجل الاتصال والبيع.
- تنشيط وتنسيق متناسب ودائم لكل مخطط التسويق.
- تجنيد وسائل الاتصال الحديثة: المالية، البشرية والتقنية لتحقيق الاحترافية و النوعية.
- اللجوء إلى التنشيط بالإعلام المتعدد: الإنترنيت، الفضائيات أفلام الفيديو، الأقراص المضغوطة وغيرها.
- تبني وضعية مراقبة ورصد الإستراتيجية على المستوى الوطني.
- كل قطب امتياز يوفر: الاستقبال، الإعلام،فضاء المحلات، المعارض، فضاءات الصور.
- استخدام "بيت الجزائر" كفضاء لرصد الأسواق الدولية.
- الشراكة الفعالة على المستوى المحلي والدولي وامتلاك مرجع مشترك للتعاون والتنسيق.
- توحيد العمل في كافة الهيئات وتشجيع ربط السياسات القطاعية.
- هيكلة الشركاء والمحترفين والمحافظة عليهم.
- الجعل من جهاز الرصد أداة إرشاد وقياس والمقارنة والتفاعل.

وعلى غرار الدول السياحية الكبرى في العالم يجب أن تمثل السياحة الجزائرية وتوحد كل الطاقات لتأمين إرادة والالتزام بتحديد إستراتيجية تسويق وتنفيذها عبر خطة العمل.وبالإضافة إلى معركة الإنترنيت التي شرع بها على المستوى السياحي، يمكن لإنشاء "دار الجزائر" أن تكون بوابة لتشجيع السياحة الجزائرية عن طريق المهام التي ستقوم بها:

- نشر وتوزيع المعلومة عبر الإنترنيت في المواقع الرئيسية الموفدة بفضل مكاتب التمثيل السياحي التي تكون مستقلة عن التمثيل الدبلوماسي، شركات النقل البحري و الجوي.
- ضمان مهمة علاقة الصحافة والعلاقات العمومية في الدول المصدرة للسياح عن طريق تطوير وتنمية العلاقات مع مجموع الموجهين للسياحة والإقامة في الجزائر.
- تنظيم ومراقبة تطور الأسواق في مجال الاستثمار السياحي، عادات الاستهلاك،سلوكيات الشراء لدى السياح.
- تنظيم مشاركة محترفي السياحة الجزائرية في الصالونات الرئيسية والتظاهرات السياحية التي تقام في الخارج.
- ضمان تجديد صورة الجزائر بالخارج.
- ضبط وتكييف العرض في السوق الدولي كمقياس لتقييم وإرشاد المنتج السياحي.
- إنجاز جناح في كل قطب امتياز في كامل التراب الوطني لضمان ترقية كل قطب سياحي.

كما تقرر إقامة مركز مزود بوسائل دائمة للمراقبة والرصد السياحي ليكون أرضية للسياحة الجزائرية مزود ببنية إعلامية لرسم الحدود الجغرافية وذلك بغية ضمان الاستمرارية ويتضمن:

- بنك للمعلومات.
- نظام إعلام جغرافي.
- موقع انترنيت للسياحة.

- شبكة إنترنيت (الإدارة المركزية، مديريات السياحية، المؤسسات).
- مقياس وأرضية للسياحة الجزائرية.
- أداة إرشادية للسياسة السياحية في الرصد، المتابعة والتقييم.

يقوم هذا المركز برصد وتحليل ومعرفة تدفقات الأسواق وتدفقات الاستثمار، كما يسهر على سير الأشغال المراقبة والمتابعة لأوضاع السياحة الوطنية والدولية.

الفرع الثاني: مخطط تسويق الوجهة.

يمكن تصنيف أهداف التسويق وأدواته في المخطط على حسب الأسواق المستهدفة كما يلي:

1/ السوق الداخلية:

أ- الجزائريون المقيمين: تكمن أهداف التسويق في تحديد التدفقات باقتراح منتج ذو قيمة إضافية عالية والعمل على زيادة النفقات السياحية والتحفيز على الذهاب للعطل وتطوير استهلاك التسلية الجوارية على مدار السنة.إضافة إلى تشجيع استهلاك السياحة العلاجية والصحية. وتنمية المنتج الذي يعكس والصورة الإيجابية وتنميها إضافة إلى استهداف المسنين كل ذلك من خلال استهداف الأنشطة التالية (التسلية حول المدن والتسوق،الأعمال والمؤتمرات، الرياضة، السياحة الصحية، توفير الموارد الواسعة لاستهلاك في الحمامات البحرية الصيد والقنص، المواقع الأثرية، الأنشطة وألعاب الثلج).وليتم التسويق لهته الأنشطة في السوق المحلية يجب :

. تكوين فرق البيع.

. التدريب السياحي.

. تنظيم ورشات عمل.

. استغلال الفضاء الصحفي من خلال البلاغات والرسائل الإخبارية والملفات الصحفية واستقدام شخصيات مرموقة.

. التسويق عبر الأنترنيت.

. التلفزيون، الفضائيات الراديو.

. العلاقات العامة.

ب- الجزائريين الغير مقيمين:تتمحور الأهداف بالنسبة لهؤلاء في كيفية الحفاظ على إقامتهم وسبل مضاعفتها إضافة إلى زيادة القيمة المضافة (الاستهلاك) في كل إقامة ومحاولة إغراءها بعروض جذابة ومتنوعة.من خلال الأنشطة التالية: (الاستجمام البحري، التسوق، التسلية حول المدن، السياحة الذاكرة من خلال المواقع التاريخية والأثرية ورحلات الاستكشاف).ويتم الوصول لهته الفئة من خلال استغلال التسويق المباشر، البريد الإليكتروني، البريد، القنوات التلفزيونية الجزائرية والعربية.

2/السوق الخارجية:

أ- الأسواق ذات الأولوية:(فرنسا، إسبانيا، ألمانيا، إيطاليا) وهي الأسواق التقليدية المصدرة للسياح نحو الجزائر.

ب- الأسواق الواعدة: (بريطانيا، هولندا، النمسا، الدول الاسكندينافية الدول الخليجية)

ت- الأسواق البعيدة وهي الأسواق الآسيوية و السوق الروسية وأسواق أمريكا الشمالية وكندا.

وتتلخص أهداف المخطط التسويقي بإعادة الثقة وتجديد صورة الجزائر، التركيز على القيم العاطفية القوية مثل التركيز على سحر الصحراء، التركيز على الجوارية، إظهار وتأمين طرق استهلاك سياحية محترمة ودائمة ومسئولة التطوير والمحافظة على التدفقات وتشجيع الاستهلاك إضافة إلى التركيز على الشركات بجعل زبائنها يستهلكون المنتج السياحي ذو القيمة المضافة العالية.وكل هذا من خلال الأنشطة والفروع التالية:(الاتجاه نحو الجنوب، السياحة

العلاجية والصحية ذات القيمة المضافة العالية، الحمامات البحرية، السياحة الثقافية سياحة الأعمال والمؤتمرات السياحة المتخصصة كرحلات الصيد والقنص).

ويمكن الوصول إلى كل هته الأسواق باستهداف كل من:(دواوين السياحة ووكالات السفر،الصحافة، شبكة المؤسسات الاقتصادية وجمهور المستهلكين).

وذلك عن طريق مواقع الإنترنيت متعددة اللغات إضافة إلى تكوين فرق البيع والتدريب علاقات عامة الرسائل الإخبارية، المعارض، ملصقات وإعلانات بلغات متعددة، محطات تمثيل دار الجزائر في العديد من العواصم أحداث الصالونات الهامة، الاستكشاف التجاري باتجاه السياحة المتخصصة.[1]

[1] وزارة تهيئة الإقليم ، البيئة والسياحة. المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية. الكتاب 2 المخطط الاستراتيجي: الحركيات الخمسة وبرمج الأعمال السياحية ذات الأولوية.2008م.ص: 22-31.

المطلب الخامس: مخطط نوعية السياحة.

أصبحت النوعية والجودة اليوم مطلبا ضروريا في الدول السياحية الكبيرة، وهي الفلسفة التي جعلت مخطط السياحة يرمي إلى تطوير نوعية العرض السياحي الوطني، فهو يركز على التكوين تعليم الامتياز كما يدرج تكنولوجيات الإعلام والاتصال في تناسق مع تطور المنتج السياحي في العالم .وذلك بهدف:

- إطلاق مخطط لنوعية السياحة مع الرغبة في الانضمام لماركة موحدة "النوعية السياحية" وهي حصيلة كل مسعى نوعي.
- التموقع منذ الآن، ضمن منظور تحسين النوعية والعرض السياحي وتشجيع ترقيته في الجزائر وفي الخارج.
- بعث ديناميكية تقويم وترقية الوجهة السياحية للجزائر.

ويرمي هذا المخطط إلى الإجابة على ثلاثة أسئلة:

- لماذا المخطط النوعي للسياحة؟.
- مخطط النوعية مع من؟.
- كيف يتم تنفيذ مخطط النوعية؟.

1/ لماذا المخطط النوعي: المقصود به هو التطبيق الجيد وبمثالية والرفع المهني فهو:

- تحسين للنوعية وتطوير العرض السياحي.
- منح رؤية جديدة للمحترفين.
- حث المتعاملين في السياحة على العمل بإجراءات النوعية.
- نشر صورة الجزائر وترقيتها كوجهة نوعية.
- اعتلاء موقع ممتاز بين الوجهات السياحية العالمية.

2/ مخطط النوعية مع من: يعتمد مخطط النوعية على التعرف على المؤسسات الشريكة، ويتعلق تنفيذه في المرحلة الأولى بأربعة شركاء.

- مرافق الإيواء وبخاصة الفنادق.
- المطاعم.
- وكالات السياحة والسفر.
- الغرف السياحية المحلية الرئيسية.

3/ كيفية تنفيذه: يتم تنفيذه من خلال الإجراءات والآليات التالية:

- الإعلان عن أهداف مسعى مخطط نوعية السياحة وتحديد التزاماته.
- تقييم التزامات المحترفين على مستوى:
- – الإعلام /الاتصال.
- – الاستقبال.
- – كفاءة العمال.
- – مراقبة الأماكن المواقع.
- – النظافة والصيانة.
- – تقويم وتثمين المورد المحلي.
- – إبرام عقود الرخص " النوعية السياحية" مع المؤسسات التي تنخرط في مسعى النوعية.
- – تقويم المحترفين بإيجاد دمغة عليها "السياحة النوعية الجزائرية" توضع على مداخل مؤسساتهم.

ويعد مخطط تكوين النوعية بمثابة حجر الزاوية في مخطط النوعية السياحية بقصد الاستجابة للهدف المادي والنقدي في مخطط الأعمال 2025م حيث أصبح المورد البشري عنصرا ضروريا وهاما، وقد حددت ثلاثة

أهداف إستراتيجية للتكوين للوصول وتحضير الجزائر سياحيا في 2025م.وذلك من خلال:

- تعزيز القدرات التنظيمية، الكفاءات، واحترافية القيادات، وعمال التأطير في المدارس.
- ضمان ميزة التنافسية للبرامج البيداغوجية التربوية وتأهيل المؤطرين البيداغوجيين داخل المدارس.
- إعداد مقاييس الامتياز للتربية والتكوين السياحي ، ويتعلق الأمر باعتماد التصديق والتسجيل الرسمي.

وتم رسم الخريطة الجديدة للمدارس على النحو التالي:

- إطلاق مدرستين:
- المدرسة السياحية لتيبازة.
- المدرسة السياحية بعين تيموشنت.
- تحديث المدارس الثلاث الموجودة:
- المدرسة الوطنية العليا للسياحة _ الجزائر العاصمة_.
- المعهد الوطني لتقنيات الفندقية والسياحية _ تيزي وزو_.
- المعهد الوطني للفندقة والسياحة _ بوسعادة_.
- المدارس السبع للتكوين المهني مخصصة للسياحة: في : الطارف، تلمسان، عين البنيان، بومرداس، تيزي وزو غرداية، تمنراست.

بالإضافة إلى مخطط التكوين يعد استعمال التكنولوجيا الإعلام والاتصال حجر زاوية آخر في مخطط النوعية السياحية حيث أحدث استعمال هذه التكنولوجيات تطورا في تصرفات الاستهلاك ومسارات التوزيع التي تسمح بالعرض المباشر للمنتج و الخدمات السياحية لعدد كبير من مستخدمي الإنترنيت. حيث يستمر التسويق عبر الإنترنيت في الكسب السريع لحصص السوق على حساب شبكات التوزيع الأخرى. فتأثير الإنترنيت يتجاوز بشكل

كبير إطار الحجز فقط، بل تعداه إلى تحضير السفر، وأمام فئة المستهلكين عروض تنافسية متعددة لكن تبقى نوعية الخدمات والمحتويات والسمعة الجيدة للعلامة وسهولة الحجز عبر الإنترنيت وعروض نادرة وذات نوعية؛ هي التي تحدث الفرق السريع. إضافة إلى إدخال نظام التسيير الإليكتروني في الإدارات السياحية (إدارة الرحلات، إدارة الاستقبال، إدارة الإطعام).[1]

[1] وزارة تهيئة الإقليم ، البيئة والسياحة. المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية. الكتاب 2 المخطط الاستراتيجي: الحركيات الخمسة وبرمج الأعمال السياحية ذات الأولوية.2008م. ص: 47-50.

المبحث الثاني: الأقطاب السياحية السبعة للامتياز ومشاريع ذات الأولوية.

المطلب الأول: مفهوم القطب السياحي.

إنه مفهوم قوي في اقتصاد الإقليم وأداة جد متطورة في الخط التوجيهي الثالث، فيما يخص الجاذبية وتنافسية الأقاليم. فأقطاب الامتياز هي الفضاءات التي تقدم القدرات السياحية النوعية، بشكل يساعد على تشييد الإقامات التي تتميز بسهولة الوصول. فهي في طبيعتها إطار لربط وتعاون الكفاءات، المعارف، الحرف والإمكانيات المادية والمالية، كما أنها تشجع الابتكار وتوليد قيم مضافة فينتج عنه ازدهار ينعكس على بقية الأنشطة المحلية خاصة الخدمية منها.

والقطب السياحي الذي يرمز له ب"Pot" هو تركيبة وتوليفة من القرى السياحية للامتياز، في رقعة جغرافية معينة، مزودة بتجهيزات الإقامة التسلية الأنشطة السياحية ودارات ومسارات سياحية في تعاون مع مشروع التنمية الإقليمية.ويكون هذا القطب متعدد الأبعاد ويدمج منطقة أو عدة مناطق للتوسع السياحي "ZET" فهو يركز على موضوع رئيسي (السياحة الصحراوية، سياحة الاستجمام، السياحة العلاجية والصحية)، غير أنه يخوض في مواضيع أخرى قصد تجنب أحادية الوظيفة.

يستجيب القطب السياحي لطلب السوق كما يتمتع بالاستقلالية الكافية ليكون له ذلك الإشعاع على المستوى الوطني والدولي.

يتم تحديد الأقطاب التي تكون مؤهلة لتصبح "واجهات رمزية" حقيقية لبروز وجهة السياحية للامتياز دائمة التنافسية والابتكار.

ومفهوم الأقطاب السياحية هو مزيج من تقاطع عدة مفاهيم:

- مفهوم الفروع (فروع مطابقة بالنسبة للمفهوم الجديد للسياحة الجزائرية).
- مفهوم إمكانية تطوير الموقع (الحد الأدنى من البنية التحية، الوسائل السياحية المؤكدة).
- مفهوم العقاري (توفير العقار: مناطق وأرضيات التوسع السياحي).
- مفهوم الإقليمي (التوسع المكاني المتوازن للأنشطة على التراب الوطني).

وبهذا التعريف ستصبح الأقطاب مؤهلة لتكون أقطاب سياحية للامتياز، وواجهات للنهضة السياحية في الجزائر. في كافة أقاليم التراب الوطني.

كما يجب أن ترتكز تنمية أقطاب الامتياز على القدرات السياحية المتعددة للبلد، إذ يتعلق الأمر بتنمية المنتج والفروع الأكثر توائما مع الطلب وفقا للمفهوم الجديد للسياحة الجزائرية والتي تتمحور حول العناصر التالية:

- سياحة الاستجمام .
- سياحة الأعمال (الأعمال المؤتمرات التسلية، التسوق).
- السياحة الصحراوية والتجوال.
- السياحة العلاجية و الصحية و سياحة الرفاهية.
- السياحة الثقافية والتاريخية.
- الأشكال الأخرى للسياحة(السياحة الرياضية، الاسترخائية، السياحة البيئية، السياحة المتخصصة النوعية).

وعلى كل قطب أن ينمح أولوية التطوير للفروع الواعدة فإذا كانت لكل الفروع أهميتها، فهناك فروع لها الأفضلية في فترة _2015/2005م (الاستجمام البحري، الصحراوي، الثقافية، العلاجية والصحية الرفاهية وكذا التخصصية) المطلوب تطويرها حسب أهداف كل فرع.

وعلى كل قطب أن يشجع الاختلاط، إذ يجب الابتعاد عن التركيز فقط على النوعية الفاخرة في الأقطاب حتى يتسنى تشجيع المزيج الاجتماعي في مجال التسلية وذلك دون التخلي عن إستراتيجية الامتياز حتى في المنتج الموحد.

كما يجب أن يكون لكل قطب هويته "ذاتيته"، ويمنح تجاور الأقاليم صورة خاصة ومميزة كوجهة سياحية أصيلة ومتعددة .كما لا يعد القطب الواحد مكان وفضاء مغلقا بل تتم التبادلات السياحية بين الأقطاب الأمر الذي يسمح بتشبيك أحسن لموارد البلد وترتيبها. وعلى كل الأقطاب أن تقوم بدور الروافع للتنمية السياحية على المستوى الوطني .

ويتشكل كل قطب من عدة مركبات متعاونة فيما بينها، وتبقى قدراته وجاذبيته الإقليمية هي التي تحدد المواضيع المكيفة التي تمسها التنمية بغية ضمان عرض متعدد ومتنوع يستجيب لتوقعات مختلف أنواع الزبائن السياح.

ومن أجل هذا يعرف كل قطب من خلال موضوع رئيسي ومسطر يحدد هويته ويمنحه صورته المميزة، لأن السياحة في طبيعتها تنتقل وتتركز وتنمو في بعض الأماكن، والأقاليم والمنتجات والفروع والفترات والمواسم.

هذا ما جعل المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025م يوصي بإجراء عقلاني عملي يهدف إلى:

- اختبار وإجراء ترتيب مقاسي للمواقع التي ستتمركز فيها التدفقات السياحية بالنظر لما لها من خصائص.
- التخلي عن فكرة "الكل سياحة" وتبني فكرة الأقطاب السياحية، إذ هناك حاجة لسبعة أقطاب على مستوى التراب الوطني:
- – شمال شرق/ شمال غرب/ شمال وسط/ جنوب شرق الواحات/ جنوب غرب توات– القرارة/ الجنوب الكبير الطاسلي والناجر/ الجنوب الكبير الهقار.

ويكمن تحديد خمسة أهداف رئيسية للأقطاب:

1- تسهيل التنافسية، الجاذبية واستمرار الأقاليم.

2- التنمية وفقا لميزاتهم: سياحة الصحراء وتجوال، سياحة علاجية، سياحة استجمام وحمامات بحرية، سياحة مدن وأعمال، سياحة ثقافية، سياحة نوعية.

3- السماح بوصل جيد لمختلف المركبات السياحية وبتكامل الأنشطة الاجتماعية والاقتصادية على كامل تراب القطب.

4- ضمان امتياز الصورة النوعية لوجهة الجزائر الجديدة.

5- إشراك السكان المحليين.[1]

[1] وزارة تهيئة الإقليم ، البيئة والسياحة. المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية. الكتاب 2 المخطط الاستراتيجي: الحركيات الخمسة وبرمج الأعمال السياحية ذات الأولوية.2008م. ص: 37-45.

المطلب الثاني: القطب شمال شرق.

يتكون القطب السياحي للامتياز شمال شرق من ست ولايات هي: سكيكدة، قالمة، عنابة، الطارف، سوق أهراس، تبسة.، يحده من الشمال البحر المتوسط، ومن الشرق تونس، ومن الغرب ولايات سطيف وبجاية وباتنة، ومن الجنوب ولاية أم البواقي وتونس.

ويمتد هذا القطب على مساحة قدرها 80347كلم$_2$ ويحتضن عدد سكان بحوالي: 3612000ساكن.

ويشكل قطب الامتياز شمال شرق الذي يتميز بأكثر من 310كلم من الشاطئ، و874000هكتار من الغابات، نقطة الارتكاز وقاطرة للتنمية السياحية على مستوى الجهوي، ويحتوي على قدرات كبيرة للتنمية السياحية الغابية.

وبالنظر لموقع الجغرافي، يمكن ارتقاء بهذا القطب إلى مصاف البوابة الثانية للوافدين بعد بوابة الجزائر.بالإضافة إلى توفره على هياكل قاعدية معتبرة، ويضم تجهيزات جد ملائمة ذات مستوى وطني ودولي ،وعلى خدمات متنوعة وأنشطة وصناعات وقدرات تشجع على جاذبية قوية من شأنها أن تسمح بتشكيل واجهة بارزة للتنمية السياحية على مستوى امتداد القطب.(عنابة كعاصمة متوسطية إلى جانب الجزائر ووهران، قسنطينة، جنوة، تونس مارسيليا).

يتمتع هذا القطب بعديد من المقومات السياحية كما سيأتي:

أ/ المقومات الطبيعية:

- واجهة بحرية بطول 310كلم تشمل 170 شاطئا.
- عمق بحري وثراءه ببقايا أثرية، زهور البحر، شعاب المرجان الأحمر.

- غابات كثيرة تتكون من أشجار الزان الصنوبر الحلبي، الفلين والأدغال.
- حيوانات متنوعة منها الأيل البري، البطم، الأنغليس، والقندس.
- حظيرة الوطنية بالقالة ، محمية طبيعية بني صالح.
- ينابيع معدنية.
- بحيرة ماريا.
- مناطق مفتوحة للقنص و الصيد وصيد الأسماك.
- مغارات جبلية.

ب/ المقومات التاريخية والثقافية:يزخر هذا القطب بالعديد من المعالم التاريخية والثقافية التي تعد من التراث الحضاري القديم منها:

- مواقع أثرية لفترة ما قبل التاريخ مواقع أثرية سابقة عن التاريخ، نقوش حجرية .
- معالم وآثار نوميدية.
- مواقع ومعالم رومانية وبيزنطية: بقايا طرق منشآت للسقي.عبر جميع المناطق القطب قصور ومسارح.
- معالم إسلامية تعود للفترة العثمانية في قالمة، عنابة، تبسة، سكيكدة.
- خط شال وموريس.
- بعض الأعمال والحرف التقليدية ألبسة تقليدية، الزربية، الزخرف، صناعة السلال.
- فن الطبخ التقليدي المتنوع.
- تظاهرات لمواسم العسل ،الفستق، الفانتيزي وغيرها.
- تظاهرات للتراث المحلي.

ج/ مقومات وهياكل البنية التحتية: يعرف القطب السياحي للامتياز شمال شرق حركية حضرية مردها مختلف الأعمال التي شرع فيها في إطار برامج التنمية.وقد تم إنجاز تجهيزات هامة وأخرى في الإنجاز:

الهياكل القائمة:

- المطار الدولي بعنابة (رابح بيطاط).
- المطار الدولي بتبسة(العربي التبسي).
- ميناء للمسافرين بعنابة، ميناءان للنزهة (سكيكدة وعنابة).
- الطريق السيار شرق غرب.
- شبكة سكة الحديد تغطي مجمل القطب.

الهياكل الجارية:

- كهربة الخط الحديدي شرق غرب.
- شبكة طرق مكثفة ومتنوعة.

د/ مقومات الإقامة مرافق الإيواء ووكالات السفر:

- تتكون الحظيرة الفندقية من 137 فندق من بينها 25 فندق مصنف من 1 إلى 5 درجات تتوفر في المنطقة أكثر من 8500سرير.
- 41 وكالة للسياحة والسفر.

ولكن رغم هذا يعاني هذا القطب من عراقيل تعبقه دون التحول السياحي أغلبها معوقات تقنية وقانونية منها:

- الإجراءات الإدارية الثقيلة والمعقدة.
- صعوبة الدخول للعقار السياحي.
- إجراءات معقدة في التمويل وفي مرافقة المشاريع السياحية.

- بطء الإجراءات في ميدان الدراسات وتنمية مناطق التوسع السياحي.
- صعوبة التكيف مع التقنيات الجديدة للإعلام والاتصال من طرف المتعاملين.
- ضعف التنسيق فيما بين القطاعات.
- ضعف تأطير أعوان التنفيذ.
- عجز في ميدان هياكل التكوين المتخصص.
- عدم استجابة الهياكل الموجودة للمعايير الدولية.
- ضعف الإرشاد والتعريف بالتراث السياحي الوطني.

جزء كبير من المؤهلات والمقومات السياحية هذا القطب لا يزال غير مستغل أو مستغل بطريقة سيئة.

ولتنميته على الجهات المعنية اتخاذ الإجراءات التالية:

- وضع جرد شمال للقدرات الحالية في شكل إحصائيات وخرائط.
- القيام بدراسة تهيئة قصد تثمين القدرات التي تم جردها.
- تشكيل محفظة عقارية مكملة لمناطق التوسع السياحي قصد إزالة العراقيل المرتبطة بالتهيئة السياحية.
- تحديد مكان ومهام هياكل الدولة في مختلف المستويات.
- وضع ترتيبات لتحفيز السكان المحليين قصد بعث القطاع.
- تطوير إستراتيجية اتصال فيما بين المتعاملين لتثمين صورة القطب، واستقطاب مختلف السكان إلى مشاريع بعث وتشكيل المنتجات السياحية.
- إدماج المنتجات المحلية في الممارسات الاجتماعية المحلية، وتطوير مفهوم المنتج المحلي.
- إدخال التكنولوجيات الجديدة للإعلام التقني.
- تعريف الأعمال ذات الأولوية قصد إطلاق القطب شمال شرق.
- تسريع تهيئة الوعاء العقاري ووضعها تحت تصرف المستثمرين.

- تسريع نقل الملكيات لفائدة الوكالة الوطنية لتنمية الإقليم.
- تطبيق إجراءات التمويل و المرافقة السارية المفعول لفائدة المستثمرين السياحيين.
- إنشاء معهد للتكوين على مستوى القطب.
- إعداد ووضع ترتيبات للتكوين المهني لتلبية حاجات القطب.
- التأهيل العاجل للهياكل التي لا تستجيب للمعايير الدولية.
- تنويع مختلف أشكال هياكل الإيواء (المراقد الريفية، تخييم، بيوت الشباب و غيرها).

ويتم تفعيل الانطلاق التحول السياحي في هذا القطب بواسطة مشاريع الاستثمار ذات الأولوية من خلال إنجاز:

أ/ الفنادق الجديدة التي بصدد الإطلاق:

- فنادق الشبكة:

- فنادق أكور . مهري . قسنطينة بطاقة استيعاب 640 سرير.
- فنادق أكور . مهري . سكيكدة بطاقة استيعاب 320 سرير.
- فنادق أكور . مهري . سطيف . بطاقة استيعاب 320 سرير.
- فنادق أكور . مهري . عنابة . بطاقة استيعاب 320 سرير.

- الفنادق الفخمة:

- فندق سمارة بقسنطينة.بطاقة استيعاب 406 سرير.
- فندق عناني . قسنطينة بطاقة استيعاب 304 سرير.

- فنادق معيارية:

- 79 فندق خاص بكل من (سكيكدة، عنابة، قسنطينة، الطارف) بطاقة استيعاب 3566 سرير.

ليصبح مجموع الأسرة الجديدة: 5876سرير.

ب/ الجيل الجديد من الفنادق * القرى السياحية الامتياز*:

- مشروع القرية السياحية . مسيدة . الطارف. للمستثمر: الشركة الإماراتية للاستثمار الدولي EIIC بعدد الإجمالي للأسرة 2440سرير.
- مشروع القرية السياحية سيدي سالم . عنابة للمستثمر : الشركة السعودية سيداربعدد الإجمالي للأسرة: 4938سرير.
- مشروع حديقة بيئية السياحية : دنيا . عناية للمستثمر: المجموعة الإماراتية للاستثمار الدولي EIIC.[1]

[1] وزارة تهيئة الإقليم ، البيئة والسياحة. المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الكتاب 3 الأقطاب السياحية السبعة للامتياز.2008م.ص:9-23.

المطلب الثالث: القطب السياحي للامتياز شمال وسط.

يتميز إقليم منطقة شمال الوسط الذي يضم الجزائر العاصمة بموقعه المركزي وبواجهة متوسطية تمتد على مساحة 615كلم، أي 51% مساحة إجمالية تقدر ب33877كلم2 حيث يتمركز سكان بنسبة 31% من السكان الجزائريين يضاف إليهم تدفق السكان الموسميين الذين يتكونون أساسا من المصطافين بسبب الطبيعة السياحية للقطب.ويكون القطب السياحي للامتياز شمال وسط من ست ولايات هي: الجزائر . تيبازة . البليدة . بومرداس . الشلف . عين الدفلى . المدينة . البويرة . تيزي وزو . بجاية. ويحده من الشمال البحر المتوسط ومن الشرق ولاية جيجل، سطيف وبرج بوعريريج، ومن الغرب ولاية مستغانم، غليزان، تيسيمسيلت ومن الجنوب ولايتي المسيلة والجلفة.

ويتوفر القطب على هياكل قاعدية متطورة، تضم تجهيزات استثنائية ذات مستوى وطني ودولي، خدمات متنوعة، أقطاب للأنشطة والصناعات، وقدرات تشجع أنشطة مكثفة. كما يزخر هذا القطب بالعديد من المقومات تصنف كما يلي:

أ/ المقومات الطبيعية:

- الأطلس التلي الكبير الذي يمتد من الشرق إلى الغرب والذي يصل على قمته إلى 2308م جبل جرجرة جبال شريعة، تامزغيدة عين النسور، شنال ، يما قوراية، تالادانا، تيكجدة، تالاغيلاف، أزرو الناظور، الظهرة زكار الونشريس، بوزقزة، لالا خديجة، أعلى قمة في القطب.
- هاويات آنواوفيتيس، أسوال، مغارات مكشابي، بوزقزة، أولاد هلال، بإضافة إلى المغارات العجيبة في أوقاس وكذا عدد من المسطحات المائية الطبيعية والاصطناعية ذات الأهمية الوطنية والدولية، مصنفة راماسات (بحيرات، سدود ومراتع مائية)، ومنعرجات خراطة، الأخضرية، وشفة.
- حظائر وطنية مصنفة محميات عالمية للمناخ الحيوي: حظيرة الوطنية لجرجرة، الحضيرة الوطنية للشريعة، الحضيرة الوطنية لقورايا.

- غابات كثيفة، شبه غابة وأدغال، بساط نباتي حقيقي غزير يتكون من مختلف أصناف وأنواع البلوط والسنديان، والدردار، والصنوبر،والبلوط والأرز الذي يتجاوز عمره الألف سنة الذي يتوزع على الأشجار المثمرة الغابية حيث تهيمن أشجار الزيتون، التين، الكرز وتشكيلة من الأعشاب الطبية المستوطنة في كامل المنطقة مثل الزعتر، الخزمى، النعناع، القوسية.
- الحيوانات المتنوعة خاصة الطرائدة منها: الخنزير، الأرنب البري، الحجل، الديك البري، السمان، الزرزور وكذلك عدة أنواع من الطيور الكواسر (النسر الملكي الباز، المرزة السقاوة وغيرها)، قردة الماغوت ماكاكوس والقردة البرية منتشرة في كل من إعاكوران، الشريعة، الحمدانية، جبل جرجرة .
- زيادة الموارد المائية السطحية والجوفية منها بفضل المناخ المعتدل والأمطار والثلوج.
- إجمالي عدد الشواطئ 255 الشاطئ متنوع منها ما هو وعر ومتوحش ومنها ما هو مسموح للسباحة وعددها 165 ومنها ما هوعبارة عن منحدرات ومنها الخلجان والأجراف والجزر الصغيرة كمحمية "نسبيا" التي لا تستغل عمليا. وتعد الشواطئ أحد أوجه هذا القطب حيث يتردد على الجهات المسموح للسباحة بها حوالي 65مليون مصطاف.
- 39 ينبوعا تم إحصاءه ذو طبيعة علاجية أكيدة.

ب/ المقومات التاريخية والثقافية:نستعرض التراث منذ ماقبل التاريخ إلى اليوم حيث تعاقبت الحضارات التي جاءت لتقيم في إقليم محلي متعدد الحقبات. ولقد ترك الفينيقيون، الرواندال، البيزنطيون، المسلمون، العثمانيون، الفرنسيون لدى مرورهم آثارا ومواقع ذات قيمة لا تقدر صنف بعضها كتراث عالمي منها:

- مشتى أفلو (بجاية).
- المسالك المغطاة في آيت رهونة (تيزي وزو).
- نقوش حجرية في آزووا ايمديازن (تيزي وزو).
- المقابر الفينيقية (المدية . تيبازة).

- المدن الرومانية في(تيبازة . شرشال . تيقزيرت . أزفون).
- ضريح الملكي الموريتاني (تيبازة).
- موقع جواب (المدية).
- أسوار ملیانة.
- منارة بنقت.
- قنوات المياه في (توجة . شرشال).
- قصبات (الجزائر . بجاية . دلس . تنس . شرشال . ملیانة . المدية.
- جامع كتشاوة، جامع الكبير، جامع بومرداسي.
- كنيسة السيدة الأفريقية.
- إرث ثقافي محلي متنوع وأصيل من استخدام نفعي وأصيل وللزينة، مصدر للثراء وتوليد مناصب عمل (كالزربية، الحلي، الفخار، الخزف، السلال، النحاسيات، الطرز، الجلود، الزخرفة.
- فن الطبخ التقليدي متنوع من الكسكسي وأطباق المصنوعة من السميد والقمح، منتجات زيتية ، منتجات الكروم.

ج/ مرافق الإيواء ووكالات السياحة والأسفار:

- تتوزع عبر هذا القطب 406 فندق بين دائمة وفصلية بطاقة استيعابية إجمالية تبلغ: 73143سرير.منها 81منشأة فندقية تستوعب 10700سرير فقط في حين كما قلنا أن صيف 2007م شهد 56مليون مصطاف ويسد هذا العجز بصفة جزئية من طرف (المخيمات و بيوت الشباب والمراقد الموازية لدى السكان التي تزداد انتشارا.
- يوجد 385وكالة سياحية و22ديوان محلي للسياحة.

وتدعوا كل أشكال تراث القطب والأنشطة السياحية المتخصصة الواعدة إلى تنشيطها وتنميتها ومنها: القنص السياحي، الصيد والغوص، اكتشاف المغامرات ، التسلق، التزحلق، القفز بالمظلات، الطيران البهلواني، التزحلق على الماء المراكب الشراعية، الرحلات البحرية، سباق الزوارق، السباقات الطويلة.وغيرها من الرياضات.

د/ مقومات البنى التحتية وأهم الهياكل والمشاريع في القطب القائمة والجارية:

- المطار الدولي هواري بومدين، مطار بجاية والشلف.
- المحطات البحرية للجزائر،بجاية،شلف.
- طريق الجنوب.
- المحطة البرية لخروبة.
- الطريق السيار للشرق والغرب
- عدة موانئ
- مدرسة وطنية عليا للسياحة ومعهد وطني للتقنيات الفندقية والسياحية للقطب.
- 24مدرسة للتكوين ذات قانون خاص ومعتمدة في الحرق السياحية والفندقة.
- نوادي الرياضة وحدائق للتسلية.
- عديد من الفنادق في طور الإنجاز.
- طريق الساحل.
- كهربة خط السكة الحديدة شرق غرب.
- تهيئة ميناء الجزائر الجميلة، زموري، رأس جنات، تيبازة، تنس .
- تراموای الجزائر.
- ميترو الجزائر.
- محطات تحلية مياه البحر.

- توسيع الطريق الوطني الساحلي رقم 11.
- مدرسة وطنية عليا للسياحة في تيبازة التي ستسهم في إنجاز مخطط النوعية.
- مشروع محطة الكهربائية في حجرة النص، سيدي عبد الله، بوينان، العفرون، الناصرية.
- خمسة مدن جديدة: سيدي عبد الله، بوعينان، العفرون،سيدي عمار، الناصرية في فضاء الميتروبول العاصمي، بوقزول.

كما تتلخص أهداف هذا القطب في :

- تقديم منتجات استجمامية ذات نوعية لسياح المحليين والدوليين.
- الاستجابة للتطلعات المتزايدة لزبائن سياحة الأعمال.
- اقتراح أنشطة ترفيهية جوارية.
- الارتقاء بولاية تيبازة إلى مستوى عاصمة للهندسة السياحية المتوسطية ومخبر مفتوح.
- إنشاء أقطاب لاقتصاد التراث :في شرشال وتيبازة أين المواقع الأثرية والقطاع المحمي في قصبة الجزائر،دلس،تنس القديمة، المدن القديمة لبجاية، البليدة،مليانة.

ومن ضمن الاقتراحات لتنمية هذا القطب سياحيا ما يلي:

- الارتقاء بالصورة السياحية للعاصمة من خلال تجسيد برامج تحديث وتهيئة في خليج الجزائر(الجانب المعماري،وسائل الاتصال والنقل، تجهيزات الترفيه والخدمات).
- استصلاح حديقة التجارب بالحامة كمتحف للطبيعة.
- إعادة تكييف الصورة الحضرية لمدينة الجزائر وإدماج المدن الجديدة في هذا النسيج من أجل إنجاز انسجام وتوازن المجموع.
- تسريع بترميم وصيانة المواقع والآثار التاريخي.
- تقوية الأنشطة الثقافية من خلال تثمين المتاحف الموجودة مع ضرورة إنشاء أخرى متخصصة.

- تجميل ومعالجة الواجهات التجارية والشوارع الكبرى معماريا.
- تزويد المواقع السياحية الوعرة المسالك في الجبل بهياكل النقل بواسطة التيليفريك.
- استغلال مواسم المحلية حتى تصبح مصدرا للجاذبية في القطب كموسم البرتقال، الكرز، الزيتون، السمك السردين، الورود، العنب، الحلي، الفخار، الزربية، التين، العسل.
- إعادة الاعتبار للسياحة الجبلية وتنميتها.
- إنشاء موانئ للصيد وللنزهة، مجمعات شاطئية، إقامة نظام للنقل العمومي والسياحي.
- دمج عدة قرى تقليدية للقطب لدعم التحول السياحي: كقرية الجبالة، آيت خيار، تيفرا،آيت قايد، بني يني،آيت رغان، بني كوفي الموجودة في كل من بجاية وتيزي وزو.
- إرساء قواعد الثقافة السياحية التي تقوم على حملات تحسيسية للسكان المحليين ودفع خطة المتعاملين إلى الاحترافية.
- تعميم استعمال التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال السياحي.
- تسريع إنشاء دار الجزائر قصد جمع المعطيات المتعلقة بالأسواق.
- وضع ترتيبات مالية لمرافقة الاستثمارات لترقية وتنمية السياحة.
- تسريع في وضع الحسابات الخاصة للقطاع السياحي.

ويتم تفعيل الآثار الناجمة عن السياحة من خلال دفع المشاريع ذات الأولوية من خلال :

أ/ الفنادق الجديدة التي تم شروع أو بصدد الإطلاق:

- فنادق الشبكة:

- فنادق ماريوت بقصر الصنوبر بطاقة استيعاب 394سرير.
- فنادق هيلتون (توسعة) المحمدية بطاقة استيعابية ب231سرير.
- فنادق أكور مهري باب الزوار: بطاقة استيعابية ب230سرير.

- نزل إيبيس مهري الجزائر آغا بطاقة استيعابية ب240 سرير.
- فندق نوفوتل مهري الجزائر آغا بطاقة استيعابية ب360سرير.
- فنادق إيبيس مهري باب الزوار بطاقة استيعاب ب231سرير.

- فنادق الفخمة:

- فندق لافيدر بئر خادم ب274سرير.
- فندق تروست باب الزوار ب 250سرير.

- فنادق معيارية:

- 41فندق بالجزائر، بومرداس، البليدة، تيبازة بطاقة استيعابية 8655سرير.

ليصبح مجموع الأسرة الجديدة: 10956 سرير.

ب/ الجيل الجديد من الفنادق * القرى السياحية الامتياز*:

- مشروع: القرية السياحية فوروم الجزائر موريتي 1 الجزائر للمستثمر: الشركة الإماراتية "إميرال" بعدد الإجمالي للأسرة 2004سرير.
- مشروع القرية السياحية الساحل الجزائر للمستثمر: مؤسسة التنمية الفندقية SDH ماريوت بعدد الإجمالي للأسرة:460سرير.
- مشروع: القرية السياحية سيدي فرج.الجزائر للمستثمر: الشركة الإماراتية القدرة بعدد الإجمالي للأسرة:360سرير.
- مشروع: القرية السياحية زرالدة غرب.الجزائر للمستثمر: الشركة السعودية سيدار بعدد الإجمالي للأسرة:6885سرير.
- مشروع: القرية السياحية عين الشرب بعين طاية "رغاية" الجزائر للمستثمر: +ELLC المجموعة الكويتية للاستثمار الكويت بعدد الإجمالي للأسرة : 5985سرير.

- مشروع: القرية السياحية العقيد عباس تيبازة للمستثمر: الشركة الإماراتية "إعمار"بعدد الإجمالي للأسرة:1240سرير.
- مشروع القرية السياحي واد بلاح سيزاري.تيبازة للمستثمر: مجموعة سيفيتال بعدد الإجمالي للأسرة:1426سرير.
- مشروع القرية السياحية الصغيرات بومرداس للمستثمر: سيدار الشركة السعودية بعدد الإجمالي للأسرة:2697سرير.
- مشروع MEDI SEA بودواو البحري بومرداس للمستثمر: المؤسسة اللأمريكية . التونسية . الجزائرية بعدد الإجمالي للأسرة 17510سرير.
- مشروع: القرية السياحية بأعزيون بجاية للمستثمر: مجموعة سيفيتال بعدد الإجمالي للأسرة 1282سرير.
- مشروع : حدائق دنيا الجزائر للمستثمر: المجموعة الإماراتية ELLC.[1]

[1] وزارة تهيئة الإقليم ، البيئة والسياحة. المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الكتاب 3 الأقطاب السياحية السبعة للامتياز.2008.ص: 26-57.

المطلب الرابع: القطب السياحي للامتياز شمال غرب.

يتكون هذا القطب من سبع ولايات: وهران،تلمسان، مستغانم، معسكر سيدي بلعباس، غيليزان، عين تموشنت. تبلغ مساحته 35000كلم2. يحده من الشمال البحر الأبيض المتوسط ومن الشرق ولاية الشلف، ومن الغرب المغرب ومن الجنوب ولايات تيارت، السعيدة والنعامة.ويتميز بموقعه الاستراتيجي الهام فهو على بعد أقل من ساعتين من السوق الرئيسية الموفدة للسياح الأوروبيين "إسبانيا".

ويتوفر القطب على مؤهلات طبيعية وقدرات سياحية استثنائية

أ/ المقومات الطبيعية السياحية للقطب:

- شريط ساحلي على طول400كلم .
- 14منطقة رطبة و عدد مماثل من السدود.
- خزان من موارد المياه المعدنية و50ينبوع و8 محطات للمياه المعدنية.
- عدد كبير من المناظر الخلابة جبلية،الأودية، مسطحات مائية، سهول ، غابات.
- جرف لالا سيتي.
- مغارات بني عاد وشلالات لوريت بتلمسان.
- مغارة بوجليدة في معسكر.
- بحيرة سيدي محمد بن علي ببلعباس.

ب/ المقومات التاريخية والثقافية:

- 300موقع تاريخي أثري وثقافي منها:
- بقايا آثار سيغا

- أطلال مدينة رومانية.
- قلعة بني رشد من العهد العثماني في غيليزان.
- تحتوي ولاية تلمسان على أكبر مخزون أثري وتاريخي ب70% من التراث العربي الإسلامي.
- قلعة سانتا كروز.
- مازونة القديمة بغيليزان.
- الحي القديم في درب مستغانم.
- منازل ومنازل الكولون في عين تيموشنت.

ج/ مقومات الإيواء:

- عدة فنادق تابعة لسلسة EDEN .
- الأندلسيات.
- عدة فنادق بعين الترك.وكانستال، بالمدينة القديمة والجديدة بوهران،تلمسان،

وعموما يضم القطب 22000سرير.منها 5000سرير تستجيب للمعايير النوعية.

د/ المقومات البنى التحية والهياكل والمشاريع في القطب القائمة والجارية:

- مطاران دوليان وميناءان للمسافرين في وهران وتلمسان.
- أربعة مطارات داخلية بمعسكر، مستغانم،سيدي بلعباس، عين تموشنت.
- ميناء للنزهة بتلمسان.
- شبكة حديدية تغطي كامل القطب.
- الطريق السيار شرق غرب.
- تراموای وهران.

- محطة تحلية المياه البحرية.
- الطريق السريع وهران . عين تموشنت.
- كهربة خط السكة الحديدة شرق غرب.
- صيانة وترقية جزر حبيبات.
- تسجيل 147طلب للاستثمار السياحي يتوقع أن توفر 22000سرير.

لكن تواجه مشاريع التنمية عدة عراقيل في هذا القطب منها:

- صعوبة الدخول للعقار نظرا للعقبات البيروقراطية.
- ضعف الإجراءات التحفيزية.
- صعوبة التمويل.
- تجاهل أدوات التعمير للتجهيزات السياحية (كمخططات استغلال الأراضي).
- غياب المنتجات السياحية المحلية خاصة من طرف الوكالات السياحية والأسفار.
- عدم ملائمة وسائل النقل الموجودة مع النشاط السياحي.
- غياب مشاركة الجماعات المحلية في النشاط السياحي التأسيسي.
- التعمير العشوائي في المدن والقرى حيث يشهد غياب التخطيط الحضريمما ينجر عنه تشويه المنظر المعماري.
- غياب تثمين التراث الثقافي.
- ضعف استغلال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في القطب.
- عدم توفير المصالح المالية والبنوك للاحتياجات السياح وخاصة الأجانب منهم.
- نقص المهنية و الاحترافية لدى المتعاملين.

- تعليق عدة مشاريع للتنمية السياحية حيث تمت الموافقة على 212مشروع بتوفير13500سرير، لكن 60مشروعا منها ما يزال عالقا موقفا لأسباب العقارات والتمويل وغياب دراسات الجدوى والضمانات المالية ويتعلق الأمر بالمشاريع التي تمت الموافق عليها قبل1998م.

وتتمثل آفاق هذا القطب فيما يلي:

- جعل القطب وجهة سياحية بالامتياز .
- ضمان تنمية مستدامة مصممة بناءا على معرفة وخبرة معمقة بالمعطيات (الجغرافية . الاقتصادية . السوسيولوجية . إيكولوجية للقطب)، لإعداد مخطط جهوي للتهيئة الإقليمية .حيث ستكون مقترحات إقامة منشآت مرتبطة بدافع الاهتمام بالاستغلال العقلاني للفضاء والحفاظ على إطار الحياة والتوازن الطبيعي.
- برمجة إنجاز هياكل استقبال تتواءم مع الطاقة الاستيعابية من جهة ومع النوعية والجودة التي تستجيب للطلب الوطني والأجنبي.
- اقتراح عرض سياحي يتكفل باتجاهات السوق على المدى القصير والمتوسط والطويل.
- إعداد جرد شامل للموارد السياحية مع إعطائها قيمة تقنية قصد تنظيم أفضل لتقويم القطب السياحي مع الأخذ بعين الاعتبار لتنوعه وطبيعته السياحية.
- تثمين الوجهة شمال غرب بالتوفيق بين الفروع والمنتجات السياحية المحلية قصد ضمان نشاط سياحي دائم في القطب.
- تطبيق مخطط النوعية وتطوير إستراتيجية تسويق ملائمة لترقية صورة وعلامة وجهة القطب.
- السعي من أجل جعل مناطق الينابيع الحمامات المعدنية مدنا حقيقية للمياه وتدعيم آليات وأدوات المتابعة والمراقبة.
- تشجيع تنمية هياكل العلاج بمياه البحر والعلاج بالاستحمام في إطار من التكامل سياحي بين الاستجمام والعلاج بالمياه المعدنية والبحر.

ولتحقيق هته الآفاق وتجاوز العراقيل وضمان تحقيق التنمية السياحية المرجوة هته الاقتراحات:

- إتمام التنظيم الساري المفعول المنظم للمنشآت الفندقية بطريق تميز المصنفة منها عن الغير مصنفة .
- محاربة جميع أشكال التلوث والأنشطة المضرة بالتنمية السياحية المستدامة.
- حماية وصيانة فضاءات مناطق التوسع السياحي من الاعتداءات.
- حماية الطابع السياحي لقطب والمحافظة عليه من أشكال الأنشطة الغير ملائمة.
- منح مزايا للمستثمرين.
- حماية وتطهير العقار السياحي وإعادة تشكيل المخزون بإنشاء مناطق جديدة ومواقع سياحية.
- تسريع الإجراءات في ميدان الدراسات والتهيئة لمناطق التوسع والمواقع السياحية.
- استكشاف مناطق جديدة قابلة للنشاط السياحي، وفك العزلة الدائم عن المواقع التي تمثل معالم سياحية قصد استقطاب المستثمرين الراغبين وتسهيل منافذ الوصول لها.
- تأهيل هياكل الاستقبال مع تحسين ظروف الاستقبال بجميع مراكز العبور المؤدية للقطب.
- تحسيس جميع المتعاملين حول الجانب التكاملي بين القطاعات.
- تشجيع وكالات السفر والمكلفين بالإيواء من تعلم صنع منتجات تبيع نفسها والشروع في مساعي ذات نوعية.
- إنشاء شراكة بين مختلف المتعاملين في شبكة الإنتاج وتوزيع المنتجات السياحية (وكالات الأسفار. المنشآت الفندقية ومرافق الإيواء . والإطعام . المنشطون . المرشدون).

ويتم إطلاق وتحول هذا القطب إلى قطب سياحي للامتياز من حلال مشاريع استثمارية ذات الأولوية التالية:

- إنجاز فنادق.
- إنجاز قرى سياحية للامتياز مصممة وفقا لمتطلبات الزبائن المحليين والدوليين:

- المشروع:الحلم السياحي المداغ. وهران للمستثمر: مجموعة جيلالي مهري.
- المشروع: قرية هيليوس كريستل. وهران للمستثمر: ش م م إقامة هيليوس فرنسا بعدد الإجمالي للأسرة:220سرير.
- المشروع: حدائق إيكولوجية وسياحية حديقة دنيا وهران للمستثمر: المجموعة الإماراتية ELLC.
- المشروع: القرية السياحية موسكاردا. تلمسان للمستثمر: الشركة الإماراتية للاستثمار الدولي ELLC بعدد الإجمالي للأسرة:732سرير.[1]

[1] وزارة تهيئة الإقليم ، البيئة والسياحة. المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الكتاب 3 الأقطاب السياحية السبعة للامتياز.2008. ص:60-73.

المطلب الخامس: الأقطاب السياحية الجنوبية.

الفرع الأول: القطب السياحي للامتياز جنوب شرق"الواحات".

يضم هذا القطب كل من: غرداية، بسكرة،الواد.ويمتد على مساحة تقدر ب160000كلم2 وتعتبر غرداية بمثابة قطب كبير وبوابة دخول للصحراء.ويتكون المظهر الجغرافي على العموم من كثبان وأراضي حجرية جافة وشبه جافة ، أما مناخه فهو من النوع القاري البارد في الشتاء والحار في الصيف.كما تعرف المنطقة رياحا خلال فترة أربعة أشهر من فيفري إلى ماي وهو ما يحدث زوابع رملية تقلص من النشاط الإنساني.

أ/ المقومات السياحية الطبيعية وتاريخية والثقافية للقطب: يعد هذا القطب ذو إرث عالمي ووفرة عقارية هامة ومجموعة متنوعة من المناظر الصحراوية والواحات:

- واد بني ميزاب: يتميز بعادات وتقاليد خاصة ، نسيج الزربية، الهندسة المعماريةالمحلية، مواقع أثرية تاريخية مجاري توزيع المياه التقليدية الحياة وسط النخيل، محطات للحمامات المعدنية بالقرارة وبريان.
- الزيبان: تراث تاريخي روماني "بسكرة" وعربي إسلامي من عهد "الفتوحات الإسلامية"، محطات للحمامات المعدنية، حمام الصالحين، منعرجات القنطرة، فن الطبخ الخاص، موسم التمور.
- واد سوف : نخيل الغوط، الصناعة التقليدية، المناظر الطبيعية، الهندسة المعمارية مدينة الألف قبة.
- المناطق الرطبة كبحرية المنيعة.وبحرية ملغيغ ومروان في وادي سوف.
- تشكل الحيوانات أهمية كبيرة في هذا القطب حيث: الحبار . الغزال . الفنك . ثعلب الصحراء . الفهد. وغيرها.
- النقوش والرسوم الحجرية في العديد من مناطق القطب.
- الآثار الرومانية بالقنطرة.
- نمط الحياة الخاص للرقيبات، الشعانبة، الزوى، الطوارق.

- اللباس التقليدي المتنوع حسب كل منطقة والحلي التقليدية.
- صناعة الفخار في مشونش والقطرة.
- استعراضات الفروسية المهاري.

ب/ مرافق الإيواء: يضم هذا القطب العديد من الفنادق المصنفة والحمامات المعدنية ك(زلفانة ، حمام الصالحين.) وتضم غرداية لوحدها 11فندقا بطاقة 3690سرير ومبرمجة على أن تكون بوابة لصحراء الجزائر حيث يمكن بلوغها بسهولة من عدة بوبات سواء البر أو الجو أو بالسكة الحديدية.وتعرف الفنادق والمطاعم الخاصة من النوع الحضري تنمية حقيقية لها علاقة بحركة الأعمال التي تعرفها هذه التجمعات غير أن طاقات الإيواء الجديدة ليست جميعها مطابقة للمعايير الدولية للسياحة.إضافة إلى توفر طرق السكنات البديلة (بيوت التخييم . الإيجار لدى السكان المحليين).

د/ الهياكل البنى التحتية والمشاريع القائمة والجارية :مطاران دوليان (بسكرة . غرداية)، مطار بالواد، الطريق العابر للصحراء، وإنشاء أقطاب لاقتصاد التراث في قصور ميزاب.

هناك العديد من المساعي لإعادة الاعتبار وترميم للعديد من القصبات والقصور والسير في طريق التحول السياحي للتراث الثقافي. كما يجب أن يحظى برنامج التحول السياحي اهتمام خاص من أجل إعادة تنشيط واحات النخيل، وضع إشارات سياحية ومعالم للدروب السياحية، تحديد الطرق والمسارات السياحية، تثمين المعالم المصنفة ذات قيمة ثقافية عالمية كقصور ميزاب.

ولدعم التحول السياحي للقطب تم دفع عدة مشاريع استثمارية ذات أولوية محددة من طرف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية من خلال فنادق جديدة خاصة في (غرداية . بسكرة . الواد) بطاقة استيعابية 2092سرير.وفي نفس الوقت لا يمكن لواد ميزاب أن يتحمل المزيد من الفنادق الكبيرة، لذا يتعين وضع سقف لإنشاء أسرة فندقية جديدة ذات 2000سرير من فئة ثلاثة نجوم.

الفرع الثاني:القطب السياحي للامتياز جنوب غرب" توات . القرارة".

يتكون هذا القطب السياحي توات القرار طريق القصور من ولايتين أدرار وبشار.يحده من الشمال النعامة والبيض ،ومن الشرق تامنراست وغرداية، ومن الغرب المغرب وتيندوف، ومن الجنوب النيجر وموريتانيا.ويمتد على مساحة 603000كلم2 ويتميز بمناخ قاري بارد في الشتاء وحار في الصيف. وتدوم به الرياح أربعة أشهر مع زوابع رملية مما يقلل النشاط الإنساني كما هو الحال في قطب الواحات.

ويضم هذا القطب العديد من المقومات والمؤهلات السياحية الطبيعية والتاريخية والثقافية:

- يعد هذا القطب بوابة نحو إفريقيا.بموقع الاستراتيجي.
- جبلان من الكثبان يضمان ثلثي الإقليم .
- منطقتان رطبتان تامنتيت أولاد سعيد.
- نقوش صخرية تعودل2000سنة قبل الميلاد.
- منطقة بني عباس ،واد الساورة المتحف،االقصر القديم في واحة النخيل ذات أهمية سياحية كبيرة فمواقعها تعود لما قبل التاريخ:
- 294قصر بواحة نخيل.
- قصور الشمال الواقعة شمال مدينة بشار
- قصر بوقايس لا يزال في حالة جيدة ويتميز بنبعه المائي الدافئ.
- قصر القنادسية وقصر تاغيت وقصر بني عباس تعد مراكز تاريخية حية.
- قلعة حماد، ملوكة.
- حقول ورود الرمال.
- آثار للعمارة الإسلامية.

ب/ أما بالنسبة لمرافق الإيواء :

- 120سرير في توات بأدرار.
- 192سرير بتيميون.
- مركب البستان مرقان بطاقة 60غرفة على بعد 15كلم من أدرار.
- فنادق غير مصنفة مثل فندق الجامعة الإفريقية . فندق مولاي حسين.

ج/ والهياكل والمشاريع التنموية الكبرى فيمكن حصرها فيما يلي:

- طريق القصور مشروع برنامج الأمم المتحدة للتنمية "دعم التنمية المحلية المتكاملة" ضمن برنامج اليونيسكو "صحراء الثقافات والشعوب" ويتضمن مايلي:
- إنشاء أقطاب اقتصادية للتراث في أدرار حول الحظائر الثقافية لتوات القرار تيدكلت.
- ورشات للتكوين حول التكوين على البيئة.
- هياكل قاعدية وإعادة الاعتبار للسكنات التقليدية.

ومن أجل رسم طريق نحو التحول السياحي تم التركيز على نفس البرنامج الذي سطر لقطب الواحات خاصة وأنهما يتشابهان في العديد من المقومات.

ولتفعيل مخطط التحول السياحي بإطلاق العديد من المشاريع التنموية ذات أولوية من خلال:

أ- فنادق جديدة:

- فنادق فخمة:
- فندق رياض ماسين بأدرار بطاقة 100سرير.
- فندق قصر ماسين بأدرار بطاقة 96سرير.

- فنادق معيارية:
- 41فندق ب(أدرار . بشار . البيض . النعامة) بطاقة 1317سرير.

ب–قرى سياحية للامتياز:

- مشروع: قرية قصر ماسين بتيميمون للمستثمر : مجموعة الجنوب لتنمية الاستثمار بعدد الإجمالي للأسرة:912سرير.

الفرع الثالث: القطب السياحي للامتياز الجنوب الكبير" طاسيلي ناجر".

يقع هذا القطب أساس في ولاية إيليزي على مساحة قدرها 284618كلم2 وهو ذو مناخ قاري.يضم وتمثل ثرواته الطبيعية والثقافية والأثرية مؤهلات يمكنها أن تتيح له تنمية سياحية في المستقبل ومنها:

- فضاءات محمية" الحظيرة الوطنية للطاسلي" المصنفة عالميا من طرف اليونيسكو عام 1981م.
- مواقع ذات قيمة تاريخية عالية بها نقوش صخرية.
- مواقع ذات اهمية سياحية غنية ومتنوعة: تامريت . سفار . خبارن .كسيوان . عزف آومر . واد حرير . آساكاو . زوانتلز . ايسندلن.
- الأحياء القديمة في آزلواز والمميهان لها قيمة تراثية هامة.
- وجود ستة ينابيع للحمامات المعدنية على مستوى القطب.

ويجب الأخذ بعين الاعتبار المواقع الهشة خاصة في هضبة الطاسيلي قصد ضمان حمايتها والمحافظة عليها إلى جانب حماية البيئة في عمليات التنمية السياحية التي تعرفها المنطقة من خلال عدة مشاريع منها :

- 1600سرير منتظر في إطار التوسع السياحي رفاهية ذات درجة عالمية في حلة محلية تقليدية تنسجم والهندسة المعمارية للمنطقة على شكل: خيم، أكواخ، مخيمات، بنايات بالمواد الأولية المحلية.
- تشجيع البنايات الأرضية.

- بناء فنادق من نوع موتيل من 30غرفة أي ما يعادل300سرير.
- إنجاز خمسة مخيمات من نوع زربية بطاقة 250سرير.
- إنشاء مركز للإرشاد يتكون من: فضاء للاستقبال قادر على استيعاب مجموعات السياح، تصميم ثلاثي الأبعاد لحظيرة الطاسيلي والمواقع المهمة، قاعات للعرض، قاعات للباحثين.
- إنشاء "دار الطاسيلي ناجر" شباك وحيد للسياحة والثقافة تجمع مصالح مديرية السياحة، الديوان الوطني لترقية السياحة والوكالة الوطنية لترقية السياحة حيث يجب تصمصم بناءها بحيث يمكن رؤيتها واستغلالها كمركز للاستقبال المركزي وبوابة للدخول.
- مشروع تثمين التراث الحرفي التقليدي:وذلك لدعم الصناعات التقليدية وينص هذا المشروع على :
- تصميم قرية للحرف التقليدية.
- تأهيل قدرات الصناعات الحرفية.
- حملات التحسيسية بالمحافظة على الثروات الطبيعية.
- تحديث التقنيات واقتناء العتاد.

كل هذا من خلال إتباع الإجراءات والأنشطة المبرمجة للتنمية التالية:

- إنشاء وحدة لتسيير المشروع.
- تكوين ومساعدة تقنية، تنشيط وترقية معارض الصناعات التقليدية.
- تنظيم بطولة للحرفيين المهرة.
- اتفاقية للشراكة مع (منظمي الأسفار ووكالات السياحة . الجمعيات . الهيئات المعنية بحماية التراث الثقافي.
- التنويع والتخصيص حسب الحرف.
- إنشاء أقطاب لاقتصاد التراث التي تمت الإشارة لها سابقا.

ومن أهم المشاريع ذات الأولوية المحددة من طرف المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية في هذا القطب مشروع الفندق الفخم "ملتقى الأجانب" بطاقة استيعابية تقدر ي150سرير.

الفرع الرابع: القطب السياحي للامتياز الجنوب الكبير "الأهقار".

يتمحور هذا القطب السياحي للامتياز حول تامنراست، بحكم شساعة إقليمه وثرواته الثقافية والطبيعية التي يحتوي عليها، ويكمن اعتباره بمثابة قطب إستراتيجي ذو قيمة عالية في ميدان للتنمية السياحية للمنطقة.ويمتد على مسافة 456200كلم2. مناخه من النوع القاري كما يتميز بمرتفعات جبلية حجرية بازلتية تنتمي إلى القاعدة الإفريقية وهضبة مغطاة بالبلاط الحجري.

وأهم المواقع السياحية في هذا القطب هي (الاسكرام . أدريان . أمسل . تيت . ابالسا . عين امقل . عين ايكر . تيسنو . طاسيلي الأهقار).

تكمن أهداف هذا القطب في جعل تامنراست أرضا للمغامرات ومخيما للتجوال في الصحراء، لتميزها ولمقوماتها السياحية المغرية الفريدة نذكر منها:

- مواقع أثرية تعود إلى 600000 مليون سنة جعل من الأهقار في فترة ما قبل التاريخ إحدى أكثر المناطق كثافة بالسكان في العالم. لذى تم تصنيفها كتراث عاملي من طرف اليونيسكو.
- عشرات الآلف من مواقع للنقوش والرسومات الحجرية التي تعود إلى 12000سنة مضت.
- مغارات ومخابئ تحت الصخور ومناجم سطحية وأدوات صخرية.
- شواهد تين هينان.
- موقع الآهقار.

- الحظيرة الطبيعية والثقافية (عين صالح، عين قزام، تيمازوتين، تازروك، آبليسا، عين امقل)، هذه الحظيرة التي تحتوي على مناطق أثرية، وعلى أعلى قمة جبلية في الجزائر جبل تاهات 2918م، كما تحتوي على تراث طبيعي . جيولوجي . نباتي . وحيواني . فريد ومكثف.
- مسار الآسكريم.

كما يتمتع هذا القطب بتراث ثقافي عريق يرتبط أغلبه بالصناعات التقليدية مثل:النسيج، صناعة الجلود، أصباغ التوارق، اللباس التقليدي لكل منطقة والحلي التقليدي.

وبالنسبة للمقومات القائمة والمشاريع التنموية للقطب نجد:

- شبكة هامة من المنشآت المينائية الجوية منها ما هو مصنف دوليا كمطار تامنراست وعين صالح وعين قزام) إلى جانب شبكة من الطرق العابرة للصحراء الموجودة أو التي هي بصدد الإنجاز.
- وفرة عقارية هامة منطقتان للتوسع السياحي في كل من تامنراست وأيديل مما يستدعي ضرورة تطهير العقار السياحي قصد وضعه تحت تصرف المستثمرين.
- حمامات معدنية حيث توجد حوالي سبعة ينابيع معدنية.
- أما عن المنشآت ومرافق الإيواء فهي قليلة جدا يذكر منها فندق تاهات.لكن تمت المراهنة على تنمية هياكل الإيواء والترفيه ذات مستوى عال ليسهم ذلك في التنمية السياحية للمنطقة.ولذات السبب تم دفع مشاريع لتشييد فنادق جديدة في المنطقة بسعة 255سرير.[1]

[1] وزارة تهيئة الإقليم ، البيئة والسياحة. المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الكتاب 3 الأقطاب السياحية السبعة للامتياز.2008. ص:76-111.

المبحث الثالث:مراحل عملية التخطيط السياحي وفق المخطط الوطني للتهيئة السياحية الإقليمية والوطنية وتقييمه بعد 5 سنوات.

جاء في المرسوم 07-86 المؤرخ في 21صفر1482هـ الموافق ل11مارس2007م كيفية إعداد مخطط التهيئة السياحية لمناطق التوسع والمواقع السياحية وذلك كما يبينه الملحق رقم 2 [1](*).

ولقد تم إعداد مخطط التوجيهي للتهيئة السياحية "SDAT2025" على خمسة مراحل:

- المرحلة 1: حصيلة ، التشخيص، الاتجاهات العالمية، الإشكاليات والرهانات.
- المرحلة 2: تحديد التوجهات الإستراتيجية.
- المرحلة 3: تحديد الخطوط التوجيهية للمخطط الحركيات الخمسة:

. مخطط الوجهة.

. الأقطاب السياحية.

. مخطط النوعية.

. مخطط الشراكة.

. مخطط التمويل.

- المرحلة 4: برامج العمل ذات الأولوية "الإنطلاقة 2015/2008م ".
- المرحلة 5: تحديد إستراتيجية الإنجاز والمتابعة.

ولكننا سنحاول تكييفها باعتماد كل ما جاء في الكتب الخمسة للمخطط.

[1] (*) أنظر في الملحق المرفق.

المطلب الأول: تحديد الأهداف.

تم تحديد الأهداف المرجوة من المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية على النحو التالي:

- أهداف نوعية كيفية.لغاية 2025م.
- أهداف كمية.لغاية 2015م.

أ/ الأهداف الكيفية: حدد الأهداف كيفية التالية:

- جعل السياحة إحدى محركات النمو الاقتصادي.

. ترقية اقتصاد بديل يحل محل المحروقات.

. تنظيم العرض السياحي باتجاه السوق الوطنية.

. إعطاء الجزائر انتشارا سياحيا دوليا وجعلها وجهة امتياز ومنارة في حوض المتوسط قصد المساهمة في إطلاق وظائف جديدة وبصورة أساسية في الاقتصاد العام للبلاد.

. المساهمة في تحسين التوازنات الكبرى (ميزان التجاري للمدفوعات، التوازنات الميزانية).

- الدفع بواسطة الأثر العكسي على القطاعات الأخرى (الفلاحة، البناء والأشغال العمومية، الصناعات التقليدية ، الخدمات).

. النظر إلى السياحة في إطار مقاربة عرضية تشمل مختلف العوامل(النقل . التعمير . البيئة . التنظيم . المحلي . التكوين).

. الانسجام مع إستراتجية القطاعات الأخرى وإحداث حركية شاملة على مستوى الإقليم الوطني في إطار مخطط التهيئة الوطني الإقليميSNAT2025 .

- التوفيق بين التنمية السياحية والبيئة، ويتعلق الأمر بإدماج مفهوم الديمومة في مجمل حلقات التنمية السياحية.

- تثمين التراث التاريخي والثقافي حيث يقيم اقتصاد السياحي علاقة متينة مع الإقليم السياحي وأمام الأولوية المنوطة بالسياحة وخاصة في المناطق الاقتصادية الهشة التي تكمن في إنشاء وظائف وفي مضاعفة التدفقات المالية وفي تنويع الخدمات أمام إستراتجية تنمية مستدامة تدمج بين الاهتمام والحفاظ على التراث التاريخي والثقافي وإنعاشه. وبصفة عامة ،فإن استراتجيات السياحة المستدامة هي تلك التي تحترم التنوع الثقافي وتحمي التراث وتسهم في التنمية المحلية.
- التحسين الدائم لصورة الجزائر وذلك بإحداث تغيير في التصور الذي يحمله المتعاملين الدوليين في السوق الجزائرية ضمن آفاق التي تسمح بأن تكون الجزائر سوقا مهمة وليست سوق ثانوية بما في ذلك مجموعة الموارد والطاقات المتاحة والتي تستجيب لحاجيات الزبائن السياح الدوليين.[1]

ب/ الأهداف الكمية: وتنقسم إلى قسمين : الأهداف المادية والأهداف النقدية.

- الأهداف المادية للمرحلة الأولى 2008-2015: عدد الأسرة التجارية المطلوب توفيرها فعلى سبيل المثال ومن اجل استقبال 6,5مليون سائح في ظروف جيدة تمتلك تونس اليوم 220000سرير تجاري.

وهدف الجزائر لأفاق 2025م هو استقبال 2,5مليون سائح، وباحترام نفس نسب الجيران، فهي تحتاج إلى 75000سرير من النوعية الجيدة.وتوفر الأقطاب السياحية ذات الأولية ما يقارب نصف قدرة الاستقبال المتوقعة أي 40000سرير بمقاس دولي: منها 30000من الطراز الرفيع في المدى القصير و10000سرير إضافي في المدى المتوسط هذا من جهة.ومن جهة أخرى توفير ما يقارب400000 منصب عمل مباشر وغير مباشر و91600مقعد بيداغوجي.

- الأهداف النقدية للمرحلة الأولى 2008-2015 :

. يقدر الاستثمار العمومي والخاص الضروري بين 2008-2015 ب2,5مليار $دولار أمريكي من أجل هو توفير 40000سرير في الأقطاب السياحية أي ما يقارب 350مليون $دولار أمريكي سنويا، ومن المتوقع أن يزيد.

[1] وزارة تهيئة الإقليم ، البيئة والسياحة. المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الكتاب 1 تشخيص وفحص السياحة الجزائرية.2008م.ص:22-24.

. يمكن تقدير الاستثمار الإجمالي العمومي والخاص(المادي والغير المادي) ب60000$دولار أمريكي لكل سرير (55000$دولار أمريكي توضع في الاستثمارات المادية و5000$دولار أمريكي توضع في الاستثمارات الغير مادية.

وإذا احتفظ بالنسب الاعتبارية المقدرة ب15بالنسبة لحصة الاستثمار العمومي المادي والغير المادي يتوجب على السلطات العمومية بكل وزاراتها على مدى سبعة سنوات التكفل ب375مليون$ دولار أمريكي 2008-2015الخاصة بالأقطاب السياحية السبعة للامتياز، أي 54مليون $دولار أمريكي في السنة.[1]

[1] وزارة تهيئة الإقليم ، البيئة والسياحة. المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الكتاب 2 المخطط الاستراتيجي: الحركيات الخمسة وبرمج الأعمال السياحية ذات الأولوية.2008م.ص: 17.

المطلب الثاني: مرحلة المسح وجمع البيانات وتحليلها.

تم في هذه المرحلة تم مسح وتحليل كل من البيانات والموارد السياحية التي تخدم سير مخطط التهيئة وقد شملت العناصر التالية:

أ/ **السياحة العالمية**: وذلك بإيراد بعض الإحصائيات عن مجموع السياح ومناصب العامل والأرباح في العالم في فترة ما بين 2004-2007م وبعض التوقعات الرقمية المستقبلية. كما تم إيراد بعض المؤشرات والأرقام عن الأداء السياحي العالمي في منطقة الحوض المتوسط وفي شمال إفريقيا بمقارنة بسيطة بين لعدد السياح مابين 1995-2010م بين دول الجوار (تونس-الجزائر-المغرب).وقد تم استخلاص أن السياحة قطاع هام في الاقتصاد العالمي وتعد منطقة البحر المتوسط أول وجهة عالمية لكن الجزائر تسجل تأخر خاصة بين منافسيها المباشرين في الحوض بالرغم من أن هذا التأخر يمكن استدراكه إذا ما تحدت الرهانات التي تواجهها في هذا القطاع (عوائق التنمية السياحية، التوجه للطلب العالمي، الاتجاهات الكبرى والتطلعات السياحية العالمية).حيث تهدف الجزائر للتحول من بلد مصدر للسياح إلى بلد مستقبل.[1]

وبما أن السياحة نشاط يخضع للتقلبات والاضطرابات (الاقتصادية، الصحية الاجتماعية، الأمنية)، ونظرا لما تشهده بعض دول الجوار في الحوض من اضطرابات أمنية وسياسية يمكن للجزائر أن تصبح بلد مستقبلا للسياح نظرا للأمن الذي تعيشه مقارنة بجاراتها إذا ما استدركت التأخر الذي تشهده وذلك إذا ما سطرت استراتيجيات ترويجية قصيرة المدى وعكفت على تجسيدها و متابعتها على أرض الواقع.كما صرح به الدكتور هدير عبد القادر لجريدة الوسط [2]

[1] وزارة تهيئة الإقليم ، البيئة والسياحة. المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الكتاب1 تشخيص وفحص السياحة الجزائرية.2008م. ص: 29-31.

[2] www.elwassat.com/الجزائر-تروج-للعدم-في-السياحة جريدة الوسط. صاحبة المقال ياسمين بوعلي.بتأريخ:10ماي 2013م. يوم 2013/08/22م 12:31سا.

ب/ دراسة سوق الجزائر: وذلك بمسح عدد الذين دخلوا الحدود الجزائرية سنة 2005 وهما ينقسمان إلى:

- جزائريون مقيمون بالخارج ويشكلون حوالي 71% من التدفق السياحي .
- أجانب ويشكلون 29% يدخلون إلى الجزائر تحت الدوافع التالية حسب الترتيب(الترفيه . الاستجمام . الأعمال . المهمات). وهم قادمون من الدول التالية بالترتيب حسب الأهمية فرنسا . تونس . إسبانيا . إيطاليا . ألمانيا . المغرب . ليبيا . مصر . تركيا . بريطانيا . الولايات المتحدة الأمريكية.

كما تم مسح الدول التي تشكل وجهة سياحية للجزائريين حسب الأهمية كما يلي: تونس . فرنسا . العربية السعودية . إسبانيا . المغرب . تركيا . ليبيا . سوريا . بريطانيا . إيطاليا . مصر . الإمارات العربية.

ج/ فحص السياحة الجزائرية: تم التطرق إلى النقاط التالية:

1- **تطور الميزان السياحي** بمقارنة نفقات السياحة الموفدة ومداخيل السياحة المستقبلة خلال الفترة ما بين 1999-2006 وقد سجل كلاهما نموا وتقدما منتظما.

2- **تطور القيمة المضافة في فرع الفنادق والمطاعم والمقاهي** في فترة ما بين 1999-2006 التي شهدت هي الأخرى تقدما منتظما من 70% إلى 76%.مما يدل على ضعف الاستثمار في الخدمات وعوامل الإنتاج إضافة إلى سوء نوعية الخدمات بسبب غياب سياسة تقوم على التمويل الموجه للتأهيل المادي والغير المادي وإدخال تجهيزات عصرية تنسجم والمعايير الدولية كلها عوامل تضمن راحة السياح.

3- **تطور حصة قطاع السياحة في الناتج الداخلي الخام** والذي سجل تراجعا في سنة 2006 وذلك بسبب ارتفاع حصة المحروقات في الناتج الداخلي لارتفاع سعر البرميل. ولكن عدا هذا السبب فمساهمة السياحة ضعيفة مقارنة بمثيلاتها من الدول، وذلك راجع للنقص الشديد في الاستثمار بالتجهيزات السياحية ولغياب مشاريع سياحية ضخمة قادرة على توليد الثروة والتأثير الإجمالي في

الناتج الداخلي الخام.دون أن ننسى الوضعية الأمنية التي عاشتها الجزائر في العشرية السوداء الأمر الذي أثر كثيرا على صورة الجزائر السياحية داخليا ودوليا.

4- **الموارد السياحة الموزعة عبر كامل التراب الوطني** وقد تم مسح ما يلي وذلك بالاعتماد على الخرائط للتوضيح أنظر الملحق رقم 04.

أ- الموارد الطبيعية من مناخ . تضاريس (السواحل، الجبال، الصحراء والواحات).

ب- الموارد الثقافية والتاريخية كالمواقع الأثرية التي تعود للعصر الحجري ،البيزنطي ،الروماني الإسلامي القرطاجي والعثماني.

ت- الموارد الاقتصادية من شبكة المنشآت والورشات الصناعية الكبرى، محطات تحلية المياه، المحطات الكهربائية وغيرها.

وبصفة عامة لا تزال هذه الموارد غير مستغلة.

ث- تجهيزات سياحية غير صالحة أو في تراجع يتبين من الخريطة التوضيحية التجهيزات السياحية المهملة في الشواطئ والحمامات المعدنية والواحات. وبالرغم من وجود قدرات سياحية غنية ومتنوعة من شأنها أن تتيح تقديم عرض سياحي مغري، إلا أنه يبدو من الضروري غربلة هذا العرض من خلال مقاربة النوعية مع المعطيات التي تم جمعها.

ج- المسح والتحليل لطرق النقل المختلفة وأسفرت نتائج المسح للفترة الممتدة ما بين1990 و 2002 عما يلي:

- تراجع استخدام النقل البري في التسعينات نظرا لظروف الأمن المنعدمة.
- هيمنة النقل الجوي وتضاعفه.
- زيادة ملحوظة في النقل البحري.

- لوحظ أن شركة الخطوط الجوية الجزائرية تهيمن على سوق النقل الجوي الجزائرية.وأن هناك عدة شركات دولية للطيران لديها رحلات نحو الجزائر.أما في يخص الرحلات الداخلية فهي غير كافية بشكل يتلاءم ومساعي التنمية السياحية لهذه الوجهة.فمثلا لو تم تنظيم الخطوط المتجهة نحو الجنوب وخفضت أسعار تذاكر السفر لجلبت هته السياسة سياحا جددا.
- وجود شبكة نوعية إقليمية للأرضيات المينائية والجوية ، إضافة إلى العديد من المشاريع القائمة والجارية ضخمة لتوسيع وتطوير منشآت الطرق والسكك الحديدة ،غير أنه لا يمكن تصور هذه الأخيرة كوسيلة نقل للسياح.

5- **مقارنة نوعية العرض السياحي**: سمحت الزيارات الميدانية لعينة من المواقع عبر كامل التراب الوطني من أجل تشخيص السياحة الجزائرية باستخلاص ما يلي:

- غياب المشهد السياحي في منتجات السياحة الجزائرية.أين تتواجد مواقع من دون تثمين ولا صيانة ،إضافة إلى غياب المواد المثيرة للجاذبية والتميز والأصالة .
- الطاقات الإيوائية غير كافية وذات نوعية سيئة ومتآكلة وغالية نسبيا،حيث يسجل عجز كبير في هياكل الاستقبال والإطعام ذات النوعية والأصالة.
- غياب التحكم في التقنيات الجديدة للسوق لدى وكالات الأسفار وعدم التكيف مع التسيير الإليكتروني العصري للنقل في تنظيم الحجز والخدمات إضافة إلى غياب ميثاق المهنة و مخطط لتكوين الدوري، وجهودهم في الأغلب منصبة في التسويق لوجهات سياحية نحو الخارج.
- نقص في تأهيل ومهنية المستخدمين في المنشآت السياحية الفندقية منها خاصة.
- ضعف تغلغل تكنولوجيا الإعلام والاتصال في النشاط السياحي.
- ضعف نوعية النقل.
- خدمات البنوك غير متكيفة مع وسائل الدفع العصري.

- مشاكل الأمن المتكررة منها (غياب الأمن من الاضطرابات الحاصلة بين فترة والأخرى، غياب الأمن الصحي والغذائي).
- طرق التسيير غير متكيفة مع السياحة العصرية حيث نجد مثلا أن هناك مبالغة في إجراءات استخراج التأشيرات والدخول.
- عجز في تسويق وجهة الجزائر.
- يعاب على المشهد النشاط السياحي الجزائري الرغبة في التقليد وركب الحداثة بالشكل المغلوط مما يفقد الهوية التاريخية والتراثية مما يؤدي إلى اختفائها العامل الذي يؤثر سلبا على العرض السياحي آجلا.

6- فحص تنظيم السياحة في الجزائر بتحديد دور كل المتعاملين المسئولين عن التأطير والتنظيم السياحي على المستوى الوطني من وزارات وهيئات عمومية للسياحة ومتعاملون خواص والحركات الجمعوية. أما على المستوى المحلي فيقوم على التنظيم السياحي كل من دواوين والجمعيات السياحية ولوحظ ما يلي:

- تحسن ملموس نوعا ما في التنظيم خلال السنوات الأخيرة.وفي المجهودات المبذولة لتوسيع التناسق فيما بين القطاعات.
- إشراك فرق من (المهنيين . المدراء . المحاميين . الاستشاريين . المرقيين . الإيكولوجيين . المخططين . المسيرين) من طرف الفاعلين والمتعاملين العموميين في السياحة في نشاطهم.

ولكن بالرغم من هذا فيسجل على التسيير الشكلية أكثر من الاحترافية وضعف الاتصال الداخلي وقلة التعاون بغياب التشاور إلى جانب ضعف المتابعة والتقييم مما يفسر صعوبة تلائم الأهداف مع حقائق الميدان.

7- مسح وتحليل لوسائل الترقية والإعلام للتسويق لوجهة الجزائر وذلك من خلال البحث عن المعلومات المتعلقة بالسياحة في الجزائر عبر كل من (الدلائل السياحية، الاتصال بوكالات السفر، البحث في الإنترنيت).فكانت النتائج كالآتي:

- ضعف توزيع المطبوعات المنجزة من طرف المديريات السياحية على الرغم من جودة بعضها أحيانا.

- أدوات السهر على الأنشطة السياحية لا تزال لحد الآن غير كافية.
- ضعف تسويق وجهة الجزائر من طرف وكالات السفر.
- غياب أنشطة إعلامية كالمشاركة في الصالونات والمعارض في الخارج.
- تركيز مواقع الإنترنيت على ترفية الصحراء والاكتشاف الثقافي.
- الحصول على معلومات مشتتة وغير عملية عبر الإنترنيت.

د/ فحص العرض السياحي: من الإحصائيات المتوفرة عن طريق المسح الذي أجري في 2006م أن طاقة الاستقبال ارتفعت منذ 1993 بنسبة 30% فعدد منشآت الإيواء أصبحت 1064 بطاقة 84870 سرير 10 %.منها فقط يستجيب للمعايير الدولية.كما لوحظ أن عروض منشآت الإيواء محصورة بقوة في الولايات التالية (الجزائر . عنابة . وهران . تلمسان . عين تيموشنت . الوادي).ومن جهة أخرى تم تسجيل ظاهرة الإيواء لدى الخواص بإيجار المنازل والبيوت والشقق لقضاء العطل أين بلغت نسبتها 40% من إجمالي الإيواء.

هـ/ فحص الطلب السياحي:

1- الطلب الوطني: من خلال عملية المسح التي أجريت لوحظ تزايد عدد الجزائريين المقيمين الذين يسافرون إلى الخارج في ظل تحسن في المستوى المعيشي. في المقابل سجل كذلك ارتفاع في عدد الوافدين إلى الجزائر من الجزائريين الغير مقيمين.وتطمح الجزائر أن يصل عدد هؤلاء إلى 3ملايين سائح في 2025م.

و يطمح السياح الوطنيين في التحديث العمراني والعصرنة والترفيه والاسترخاء وتوفير ما يلي:

- عروض إيواء ذات نوعية بأسعار معقولة لتلبية مختلف الحاجات لأسر مختلفة وهو ما يسمى بثقافة العطل العائلية الموسعة.
- مراكز تجارية عصرية من أجل التسوق والشراء.
- محطات للاستحمام بنوعية جيدة بثمن معقول وزهيد خاصة في ظل المنافسة الشديدة من قبل الجارة تونس في هذا المجال.

- فضاءات للترفيه متكيفة مع الأطفال والشباب كالترفيه المائي، حظائر التسلية، ميادين الغولف.

ومن خلال عملية الاستجواب التي أجريت على الجزائريين فإن 90 % منهم صرحوا بقضاء عطلة الصيف منهم 85% يفضلون قضاءها على الشريط الساحلي.وينتظر تسجيل 4ملايين سائح جزائري في العطل مطلع 2025م.

2- الطلب الدولي: يعد طلب شديد التنافس لتميزه بتنوع المنتجات والعروض القائمة كما أصبح يقوم على محركات جديدة تتمحور حول إنشاء جيل جديد من المنتجات النوعية موجهة إلى فئات سوقية مختلقة. ويعد استخدام التقنيات الجديدة لترقية وتسويق المنتجات السياحية كالاستعمال المتعدد والمتنوع للإنترنيت وكذا تعديل طرق التسيير الوجهات الجديدة كلها بمثابة عوامل تحويل الطلب السياحي والمؤشرات الدالة من أجل تحديد استراتيجيات لغزو الأسواق.

ويرتسم الطلب الدولي على السياحة العصرية والتي تتميز ب: البحث عن الأصالة، البحث عن الازدهار الشخصي والجماعي، التحسيس أكثر بالسياحة العادلة، التناغم أكثر فأكثر للخدمات السياحية المقترحة.

ومما لوحظ أن السائح ينجذب إلى العارض الذي يسهل عملية بيع (الوجهة الخلابة، المنتج السياحي) ويوفر الارتياح من خلال احترام الوعود وتوفير منتجات منظمة تتميز بالأصالة.

3/ دراسة الأسواق المنافسة: وقد تم دراسة كل من السوق التونسية والليبية والمغربية باعتبارها أكثر الدول منافسة للسوق الجزائرية بحكم(الجوار، التشابه في القدرات السياحية، التقارب في العروض التسعيرية).

- السوق التونسية: بلغ عدد السياح في تونس قرابة 6ملايين و400ألف سنة 2005 في حين وصلت الطاقة الاستيعابية للإيواء 226153 سرير سنة 2004. وأهم زبائنها الدوليين بالترتيب من (أوروبا الغربية . أوروبا الوسطى والشرقية . المغرب العربي والشرق الأوسط).

- السوق الليبية: بلغ عدد الزوار سنة 2004 قرابة 1مليون زائر غير أن عدد السياح الذين قضوا ليلة على الأقل لم يتجاوز 149ألف سائح. ولكن الوزارة كانت تهدف للوصول إلى 10 ملايين سائح سنة 2015 بالاعتماد على الاستثمار الخاص والأجنبي. وأهم زبائنها من (أفريقيا على رأسهم تونس . الشرق الأوسط . في مقدمتهم مصر . أوروبا كل من إيطاليا، فرنسا، ألمانيا ومالطا).
- السوق المغربية: بلغ عدد السياح تقريبا 5ملايين و850ألف بطاقة إيواء 124 ألف سرير. وأهم زبائنها من (أوروبا حيث تأتي فرنسا في المقدمة قبل اسبانيا وبريطانيا وألمانيا ثم أفريقيا بقيادة تونس والجزائر اللذان يعدان أكثر الدول الموفدة للسياح في القارة وبعدها أمريكا الشمالية).

ومن خلال دارسة هته الأسواق تمت ملاحظة ما يلي:

- العرض الاستحمامي غالب على هته الوجهات.
- القدرات السياحية المغرية لدى هته الوجهات هي:(العرض الثقافي من تراث ومعرفة وحسن استقبال من السكان ، العرض الصحرواي، العرض المرتبط بالرحلات البحرية والرياضات المائية).
- شروع هذه الوجهات في مخططات مهيكلة للتنمية السياحية كالتحديث والتأهيل الفندقي واستخدام التكنولوجيات المتطورة والحديثة.
- ترسخ هته الوجهات في السوق الأوروبية في الحوض المتوسط.

ولقد تم تعيين الأسواق المستهدفة للسياحة الجزائرية بناءا على هذا الأساس حيث تم تقسيمها إلى

- أسواق ذات أولوية والتي يتعين جعلها مألوفة كفرنسا ، إيطاليا، إسبانيا ، ألمانيا.
- أسواق واعدة من دول أوروبا الشمالية هولندا ، سويسرا، النمسا، بريطانيا، ومن دول الخليج.
- أسواق بعيدة كآسية وأمريكا الشمالية وروسيا.[1]

[1] وزارة تهيئة الإقليم ، البيئة والسياحة. المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الكتاب1 تشخيص وفحص السياحة الجزائرية 2008م.ص: 32-98.

المطلب الثالث : مرحلة تحديد التوجهات الإستراتيجية وحركيات التفعيل السياحي.

يرمي التفعيل السياحي التدريجي والمستدام للجزائر إلى إرساء الأساسيات لبروز وجهة الجزائر، كوجهة أصلية وتنافسية قادرة على التموقع في الحوض المتوسط وفي العالم من جهة والاستجابة لاحتياجات الوطنيين في ميدان العطل والراحة والاستجمام من جهة أخرى.

وتعد الحركيات بمثابة روافع لتفعيل التحول السياحي منظمة تحت ما يسمى المفهوم الجديد للسياحة الجزائرية وتهدف إلى:

1- تثمين الجزائر كوجهة سياحية من أجل زيادة الجاذبية وتنافسية الجزائر.
2- تطوير الأقطاب والقرى السياحية للامتياز عن طريق عقلنة الاستثمار والتنمية.
3- نشر مخطط النوعية السياحي من أجل تطوير الامتياز الخاص بالعرض السياحي الوطني بإدراج التكوين بالترقية المهنية والتوعية السياحية والانفتاح على تكنولوجيات الإعلام والاتصال والتموقع في ميادين سياحية جديدة تماشيا مع التوجهات العالمية الجديدة.
4- ترقية التواصلية والتناسق في العمل وإقامة شراكة بين القطاعين العام والخاص.
5- تحديد مخطط لإستراتيجية تمويل عملي قادر على مواجهة المنافسة الدولية وتحقيق الانسجام بين أهداف السياحية للقطاعين الخاص والعام.

وقد تم مسبقا في المبحث الأول التعريف بكل من (لمفهوم الجديد للسياحة الجزائرية . الأقطاب السياحية . مخطط الوجهة ومخطط النوعية) وبقي التعريج على كل من مخطط الشراكة ومخطط التمويل.

أ/ **مخطط الشراكة** : لا يمكن تصور تنمية مستدامة للسياحة بدون تعاون كل من القطاع العام والخاص فهما يتحركان سوية لأجل استجابة أكثر فعالية للطلب السياحي. وذلك بالتشارك للنهوض بالقطاع والسير به إلى الأمام.

وذلك لأن المنتج السياحي منتج مركب مرتبط ارتباطا وثيقا بالقطاعات الأخرى بأنماط النقل، بالطرق ومنشآت وأرضيات الاستقبال، بمصادر تزويد الطاقة والمياه، بالصحة والنظافة العامة، بالصيانة للأماكن العمومية والحدائق بالإطار البيئي والمساحات الخضراء.

أين تلعب الدولة والجماعات المحلية دورا في تهيئة الإقليم والقيام على المشاريع والمنشآت الكبرى كالمطارات والطرق إلى جانب توفير الأمن العام في جميع أنحاء بلد وتدبير شؤون المتاحف والمواقع التاريخية والحفاظ على صورة البلد عامة.

أما القطاع الخاص فهو يضمن أساسيات الاستثمار والاستغلال السياحي ويسهر على تثمين وتسويق الأملاك والخدمات السياحية التي تضعها الدولة تحت تصرفه لكن يلزمه إطار تنظيمي وتشريعي واجتماعي في نفس الوقت يكون مشجعا ومرنا.

وتكمن أهداف مخطط الشراكة في ربط الشبكة السياحية من خلال:

- جعل بوابات الدخول إلى التراب الوطني أكثر جاذبية.
- تحسين الخدمات القاعدية في المواقع السياحية: النظافة، المياه، التطهير، الطاقة، التكنولوجيات، الإعلام والاتصال.
- تسهيل الوصول إلى المواقع والقرى السياحية للامتياز.
- صيانة الثروة الطبيعية والبيئية.
- تعميم السياحة لتشجيع الخدمات النوعية السريعة.
- تحسين النوعية بالتكوين المستمر والدوري للموارد البشرية.

ويمكن وصل الشبكة السياحية وجعلها منسجمة بتبني إستراتيجية التجميع بربط الشركاء ولأجل ذلك يكون من الضروري إيجاد شراكة بين مختلف الفاعلين في شبكة الإنتاج وتوزيع المنتج السياحي والعمل على إعداد مشاريع مربحة وقابلة للاستمرار وتشجيع إنشاء مجموعات كل ذلك للدخول في منافسة بصفوف منظمة من جهة ولمواجهة المنافسة الأجنبية من جهة أخرى.

ويتم تنظيم المتعاملين على المستوى المحلي عن طريق المديريات الولائية للسياحية –هيئة التنسيق واتخاذ القرارات– التي تعد الوسيط الرئيسي بين المتعاملين المحليين وبين الوكالات الوطنية للتنمية السياحية. ويتوجب تعزيز كل المديريات للاستجابة للمهمتين الجديدتين لها وهما تنفيذ مخطط النوعية وترقية الاستثمار السياحي.

ومن أجل تحقيق الربط الجدي للشبكة السياحية والدفع بالشراكة يتعين تشجيع فضاء النقاش والتشاور والتفكير بالاجتماع في مجلس الولائي التنمية السياحي على المستوى المحلي في إقليم كل ولاية لإشراك المتعاملين الموجودين (أصحاب الفنادق والمطاعم، وكالات السفر، عارضي الخدمات، وغيرهم من المتعاملين).ولذلك من الضروري وجود جمعيات ونقابات مهنية من جهة وأن يكون ضمن المتعاملين معنيين بتهيئة وتنمية السياحة على مستوى الولاية: مديريات الأشغال العمومية، الطاقة، الاتصال ، الثقافة، شركة سونالغاز، الجزائرية للمياه والتطهير.

ويترأس الوالي هذا المجلس الذي ينشطه مدير السياحة في كل ولاية وتكون اجتماعاته دورية وتتمثل مهام كل مجلس في ضمان:

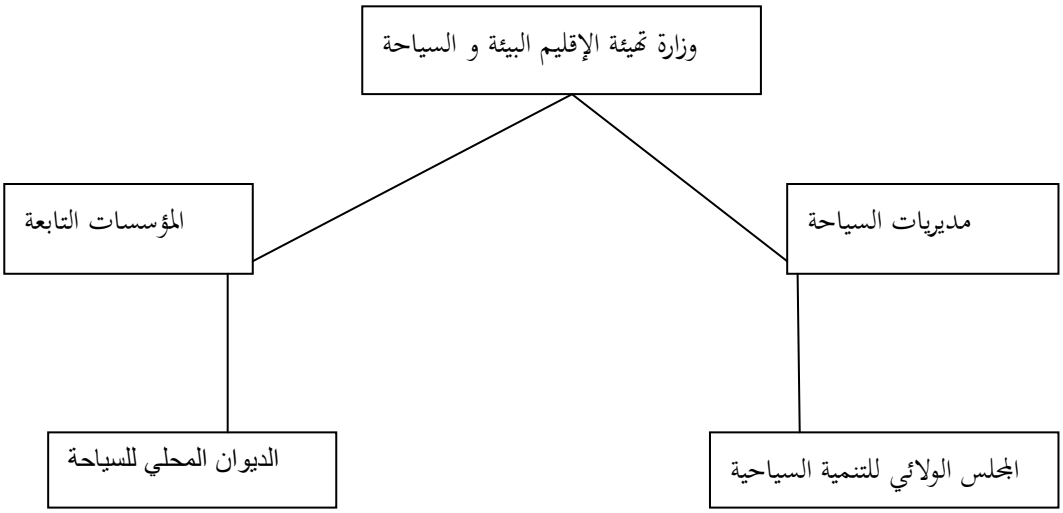
- التأهيل الإعلامي السياحي.
- قبول أكبر عدد ممكن من مشاريع التنمية السياحية.
- ترقية السياحة في الولاية.
- تنسيق أعمال مختلف المتعاملين.

- إدارة مصالح المنافسة (استخدام العقار ،الموارد المائية، المرور بالمناطق الخاصة، إدارة المشاريع المنافسة...وغيرها).

وإضافة إلى مديريات السياحية ومجالس التنمية السياحية توجد الدواوين السياحية المحلية التي تعد محطات استقبال مصغرة التي يتوجب تعزيزها هي الأخرى نظرا لدورها في تقديم النصائح والاستقبال والإعلام حول العرض السياحي والخدمات المتوفرة.

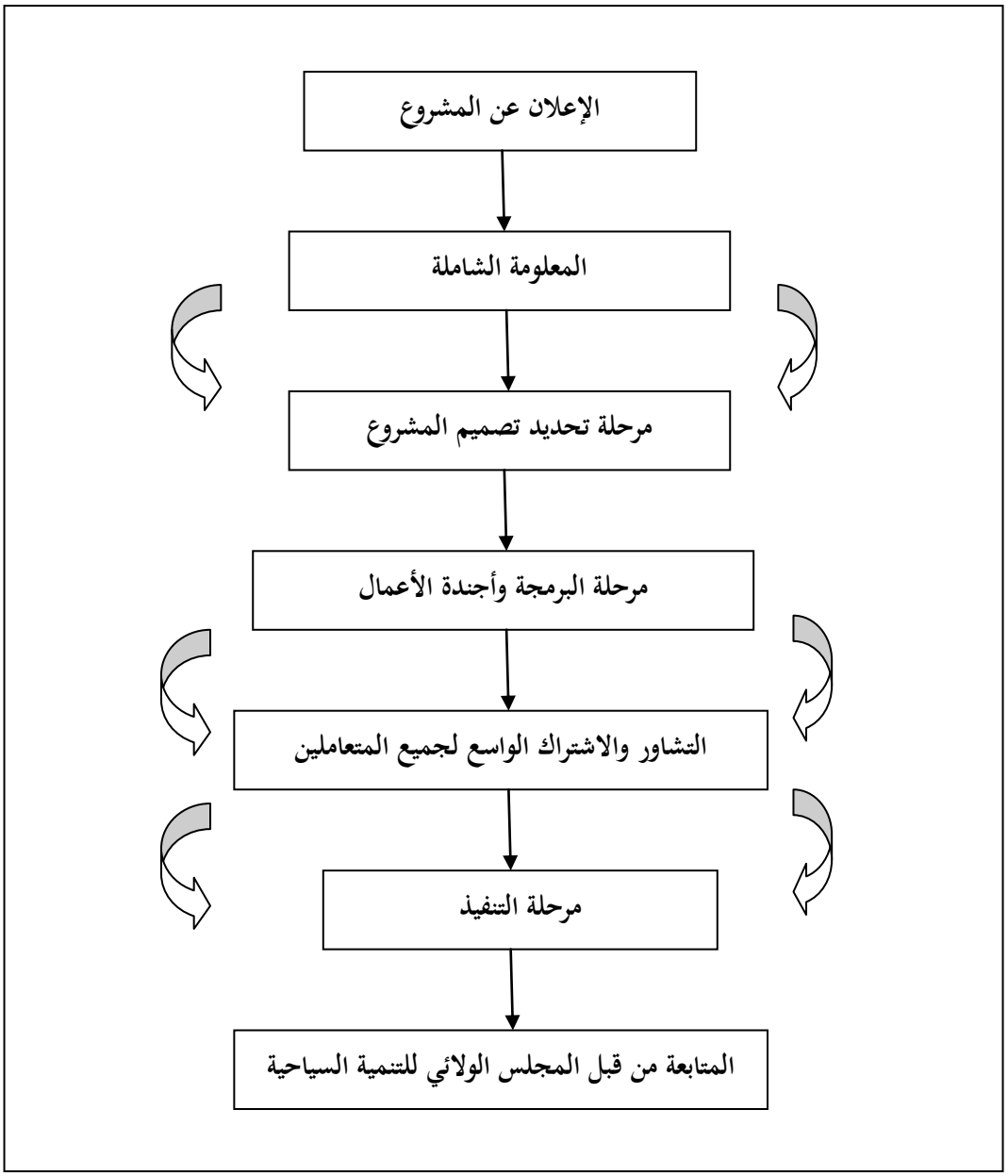
حيث يكون تنظيم المتعاملين حسب الجهاز التنظيمي الموضح في الشكل (1،3) التالي:

الشكل رقم (01،03): الترتيب التنظيمي للمتعاملين السياحيين.



المصدر: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025 الكتاب 2: المخطط الاستراتيجي: الحركيات الخمسة وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية.سنة 2008 ص54.

والشكل رقم(02،03) التالي: أنموذج عن مخطط جهاز التشاور المحلي في إطار النصح الولائي للتنمية السياحية عند إقامة المشروع السياحي.



المصدر: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT2025 الكتاب 2: المخطط الاستراتيجي: الحركيات الخمسة وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية.سنة 2008 ص56

ب/ مخطط التمويل: بحكم أن السياحة صناعة ذات عائد استثماري بطيء، فإن عملية تحسين الربح الداخلي منها كهدف للعديد من أطراف(أصحاب المشروع، الشركاء، المرقون والمطورون)، ويتطلب ذلك إيجاد الدعم والمرافقة من طرف الدولة وهذا هو دور مخطط التمويل ويتمثل في العمليات الخمس التالية:

- حماية ومرافقة المنشأة السياحية الصغيرة والمتوسطة.
- السهر على تجنيب المشاريع السياحية الفشل والتوقيف.
- جذب وحماية كبار المستثمرين الوطنيين والأجانب.
- تشجيع الاستثمار في القطاع السياحي.
- تسهيل المعاملات البنكية في إطار النشاطات السياحية.

كما يجب الأخذ بعين الاعتبار بطئ العائدات في هذا القطاع ووضع هته الخصوصية في الحسبان في هذا المخطط وذلك لدعم الأنشطة والمرقين والمطورين وجذب المستثمرين المحليين والأجانب.

ويتمثل الدعم والمرافقة للمنشآت ولأصحاب المشاريع السياحية المنصوص عليها في مخطط التمويل من خلال مساعدة هؤلاء المقاولين الخواص والعموميين في مشاريعهم أين هم بحاجة إلى:

- دراسة جادة وعميقة للمخاطر خاصة الممكنة الحدوث.
- تمويل مخطط النوعية لأشغال إعادة التأهيل والتوسيع واقتناء عتاد الاستغلال الباهظ وصعب الدفع كالسيارات والأدوات المطبخية والتجهيزات المتنوعة.
- ضرورة التكوين وفق المناهج والتقنيات الحديثة.
- ضرورة جذب مختصيين في تكوين يد عاملة نوعية ومتخصصة.
- تمويل التزويد بتكنولوجيات الإعلام والاتصال للمساعدة في التسويق والترقية لمواجهة المنافسة، وهي أدوات مكلفة.

ويعد بنك الاستثمار أداة جديدة في مخطط التمويل لدعم الاستثمار وتنمية الأنشطة السياحية حيث يساهم في ذلك من خلال:

- مساهمة في الصناديق الخاصة.
- تمويل مكيف مع خصائص السياحة.
- تحفيزات نوعية باتجاه الاستثمار السياحي في الهضاب العليا والجنوب.
- الإلزام بالاكتتاب في مخطط نوعية السياحة.
- تحفيز لبعض النشاطات السياحية المعروفة بسياحة الاختصاصات Niche مثل (النشاط السياحي الصحراوي، النشاط العلاجي، الصحي والرفاهي)، وذلك بالإعفاءات الضريبة كإعفاء من القيمة المضافة.
- المساعدة في اتخاذ القرارات وتقييم المخاطر بهدف تشجيع الاستثمار كتقديم الخبرة الأولية والتشخيص والمساعدة على تصميم وتركيب المشاريع ودراسة الجدوى.

وحتى يحظى المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية 2025 باهتمام كبار المستثمرين المحليين والدوليين تقرر ضرورة إنجاز وامتلاك دفتر المستثمر وتوزيعه، والذي يقوم على تقديم عام عن السياحة الجزائرية وعن الأقطاب السياحية وقرى السياحية للامتياز كما يقدم الإطار العام للاستثمار وكافة إجراءات الدعم والتحفيز ودراسة للتكاليف كتكاليف الأجور والبناء ودليل لمختلف المنشآت والإدارات التي من المحتمل أن يتقاطع معها المستثمرون.[1]

[1] وزارة تهيئة الإقليم ، البيئة والسياحة. المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الكتاب 2 : **المخطط الاستراتيجي: الحركيات الخمسة وبرامج الأعمال السياحية ذات الأولوية.سنة 2008م.** ص: 50-61.

المطلب الرابع: برامج ذات الأولوية لمرحلة 2008–2015 وتحديد إستراتيجية الإنجاز والمتابعة.

الفرع الأول: برامج ذات الأولوية لمرحلة 2008–2015.

لقد تم تحديد المشاريع ذات الأولوية في إطار المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ولقد تمت الإشارة إلى بعضها سابقا وهذه قائمة ملخص لأهم المشاريع عبر كل الأقطاب السياحية:

- فنادق عدد أسرتها الإجمالي يقدر بـ 29386 سرير:
  - فنادق الشبكة : 11 فندق بـ 3697 سرير.
  - فنادق فخمة: 5فنادف بـ 1354سرير.
  - فنادق معيارية: 203فندق بـ 20355سرير.
- أكثر من عشرين قرية سياحية متميزة وأرضيات جديدة مدمجة مخصصة للتوسع السياحي مصممة لتتناسب مع الطلب الدولي والوطني:
  - القرية السياحية للامتياز بمسيدة الطارف.
  - القرية السياحية للامتياز بالحانية بالطارف.
  - القرية السياحية للامتياز بسيدي سالم عنابة.
  - القرية السياحية للامتياز بأعزيون بجاية.
  - القرية السياحية للامتياز البحر المتوسط ببودواو البحري بومرداس.
  - القرية السياحية للامتياز بالصغيرات بومرداس.
  - القرية السياحية للامتياز بقورصو بومرداس.
  - القرية السياحية للامتياز بعين شورب، عين طاية الجزائر.

- القرية السياحية للامتياز بالمرسى الجزائر.
- القرية السياحية للامتياز بالساحل الجزائر.
- القرية السياحية للامتياز بمنتدى الجزائر موريتي 1 الجزائر.
- القرية السياحية للامتياز EIIC موريتي 2 الجزائر.
- القرية السياحية للامتياز بسيدي فرج الجزائر.
- القرية السياحية للامتياز بزرالدا الغرب.
- القرية السياحية للامتياز بالعقيد عباس تيبازة.
- القرية السياحية للامتياز ببوهارون تيبازة.
- القرية السياحية للامتياز لتيبازة CET.
- القرية السياحية للامتياز بواد بلاح سيزاري تيبازة.
- القرية السياحية للامتياز بهليوس كريستل وهران.
- القرية السياحية للامتياز بالمداغ وهران.
- القرية السياحية للامتياز بموسكاردا تلمسان.
- القرية السياحية للامتياز بقصر ماسين تيميمون أدرار.

- الحظائر البيئية والسياحية:

- حديقة دنيا بعنابة.
- حديقة دنيا بقسنطينة.
- حديقة دنيا بالجزائر العاصمة.
- حدائق الواحات.

- مراكز العلاج ، الصحة والرفاهية:

- حما قرقور.

- حمام ملوان.
- الشريعة.

انطلاق 80 مشروع سياحي في الأقطاب السياحية للامتياز ب 5986 سرير و8000 منصب شغل في الأفق.

وبالحديث عن المشاريع لابد من التطرق لمسألة العقار السياحي التي تشكل عامل مهم في حركية السياحة لذا لابد من إعداد وتهيئة وتسيير الوعاء العقاري في مناطق التوسع والقرى السياحية. كما تشكل وضعيات ملكيات العقارات بين العام والخاص عقبة كبيرة في التسيير العقار السياحي ومن أجل ذلك تم اقتراح تغيير النصوص التشريعية والنظامية التي تسمح بالمعالجة المرنة والناجعة لمسألة العقار السياحي.بحيث أن المشاريع السياحية المقررة من 2008-2015 تتوقف على:

- تطهير العقار السياحي لوضعه تحت تصرف المستثمرين والمرقين الذين أبدوا اهتمامهم بالأقطاب السياحية للامتياز.
- إعادة تشكيل المخزون العقاري بتنظيمها.
- التواصلية من أجل الوصول للمشاريع بتهيئة كل مشروع وبإنجاز هياكل الوصول من خارج مناطق التوسع وإعداد مخطط للمرور والوصول الخاص بكل مشروع.

الفرع الثاني: تحديد إستراتيجية الإنجاز والمتابعة.

لقد سمح التشخيص والتدقيق اللذان أنجزا في إطار إعداد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية ، بتحديد التوجهات الكبرى للسياحة وإبراز القدرات والرهانات السياحية والتعرف على بعض الاختلالات التي تعيق التنمية السياحية من جهة وعلى بعض أهم دعائم التنمية من جهة أخرى والتعرف على تطلعات الزبائن المحليين والدوليين من أجل العمل على تجسيدها وتوفيرها.

ويعتمد تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية على مقاربة ودمج العوامل المساهمة في التهيئة السياحية الأمر الذي يتطلب إدارة سياحية جديدة تعمل على تجسيد السياسات السياحية الجديدة وتنصيب هيئات للقيادة على المستوى الوطني (الوكالة الوطنية للسياحة . الديوان الوطني للسياحة . الديوان الوطني لأنشطة السياحية . لجنة قيادة ومراقبة التنمية . قيادة الأقطاب السياحية . الإدارة العمومية والخبرة الدولية للتسويق والاتصال . مكتب التسيير.) تجمع أهم الفاعلين والشركاء العموميين والخواص ومكاتب التهيئة ذات البعد الدولي الوسيطة.

وقد تم بالانطلاق 2007-2009 في إطار تحول الجزائر إلى بلد سياحي في آفاق 2015 على تجسيد الأقطاب الأولى والقرى السياحية للامتياز كمشاريع أولية للانطلاق السياحي مما يستدعي تطهير العقار على مستوى مناطق التوسع والأرضيات المدمجة وكذا إنجاز هياكل الوصول للمناطق.

ويسمح التسيير وفق الإدارة الجديدة بالسهر على تنفيذ المشاريع في إطار شفاف باحترام كل الجوانب التقنية والاقتصادية وتلك التي المتعلقة بتوزيع الاستثمار وكذا التخطيط الجيد للأعمال في الزمان والمكان لضمان الاستدامة.

ولأن التنمية السياحية ينتج عنها آثار إيجابية وأخرى سلبية اقتضى ذلك ضرورة وضع جدول لتقييم التنمية المستدامة لتسيير جديد يهدف إلى تشجيع إقامة تفاعل بناء بين الأبعاد الثلاثة للتنمية السياحية البيئة (البعد البيئي

البعد الاجتماعي والبعد الاقتصادي).حيث يتشارك كل من الدولة والفاعلون الاقتصاديون والمجتمع المدني في حراك التنمية.

وتقوم ورقة الطريق التي يتم إعدادها في إطار التنظيم بترجمة وتوضيح كل ما يتعلق ب:

- تموقع كل قطب سياحي و الفرص التي يحظى بها.
- تحديد بعض القواعد كرسم المحددات التهيئة والتنمية في القطب بما ينسجم مع طاقة الاستيعابية للتحمل الإقليمية والبيئية.وكذا السهر تهيئة القطب وتحقيق التكامل خلال التهيئة.
- إعلان مسعى موحد يفرض على كل المرقين والمطورين ويتضمن تحديد المفهوم السياحي الجديد وتقديم المخطط التوجيهي في كل مشاريع الاستثمار، إضافة إعداد مخططات لعمل المشاريع وتقديم ضمانات مالية للمستثمرين وإعداد دراسة للتحليل الأثر البيئي المسبق للمشروع.

ويتم تسيير ومتابعة المشاريع السياحية من خلال:

- اللجنة الوطنية للقيادة لضمان المطابقة والتصديق على مختلف مراحل الإنجاز وفقا للالتزامات.
- مكتب للتسيير ذو سمعة عالمية.
- الوساطة بين القوة العمومية والمستثمرين.
- مكتب متخصص للاستشارات والمنازعات.
- إعداد دليل بالشروط المطبقة في المشاريع "دفتر أعباء المستثمر".

وتمر أجندة العمل لتنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لأفاق 2025 بالمراحل التالية:

- المرحلة الأولى: وضع هيكل القيادة بتحديد المسئولين.
- المرحلة الثانية تنظيم ورشات العمل لكل مشروع – مخطط عمل لكل مشروع-.
- المرحلة الثالثة: تعريف بإستراتيجية كل قطب سياحي بناءا على ما حدد المرحلة السابقة – مخطط عمل لكل قطب-.

- المرحلة الرابعة: مرحلة التشاور قبل إطلاق المشاريع من خلال الجلسات الوطنية للسياحة التي تعمل على جمع كافة المتعاملين والشركاء في السياحة للتعرف على إستراتيجية التنمية السياحية لآفاق 2025 ومناقشة كل المسائل المتعلقة بالسياحة وتقديم الاقتراحات حول الحركيات الخمسة للمخطط.
- المرحلة الخامسة: انطلاق أول الورشات من مشاريع ذات الأولوية والتي لا يعترضها أي مشكل كمشاكل العقار مثلا.
- المرحلة السادسة: مرحلة وضع إستراتيجية للترقية والاتصال من خلال مخطط تسويق الوجهة.
- المرحلة السابعة: مرحلة إطلاق مخطط النوعية.
- المرحلة الثامنة: مرحلة دعم ومتابعة تنفيذ الأعمال ومراقبتها بالوقوف على تقدم المشاريع وتحديد الاختلالات وإعادة ضبط طريقة العمل إن لزم الأمر.

حيث يكون :

- إطلاق الاستثمار السياحي والانطلاق المتزامن للحركيات الخمس.من الفترة أكتوبر 2007 إلى جوان 2008.
- انطلاق المفاوضات والقرى السياحية للامتياز من أكتوبر 2007 إلى 2015.
- تعزيز سياسة التحول السياحي للجزائر وتجسيد المخطط التوجيهي من 2015 إلى 2025.[1]

[1] وزارة تهيئة الإقليم ، البيئة والسياحة. المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية الكتاب 4 تنفيذ المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية"مخطط عملي".2008م.ص: 4-43.

المطلب الخامس: تقييم المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية بعد 5 سنوات من إطلاقه.

نظمت وزارة السياحة والصناعات التقليدية الجلسات الوطنية الثانية للسياحة يومي 14 و15 أفريل 2013 اللقاء الذي شكل فضاءا للتقييم والتفكير والنقاش حول وضعية وآفاق السياحة الوطنية، وجمع مختلف المتدخّلين في السلسلة السياحية على غرار ممثلي الإدارة المركزية والمحلية، محترفي الفندقة والأسفار، الخبراء والحركة الجمعوية، إضافة إلى ممثلي المؤسسات والقطاعات المعنية.

وقد كان من المقرر أنه سيتم من خلال الجلسات العامة تقديم حصيلة حول القطاع للفترة 2008/ 2012، بهدف تقييم القطاع بعد 5 سنوات على اعتماد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية من قبل الحكومة وقبل سنتين من نهاية مرحلته الأولى (2015)، حيث بات من الضروري تسجيل وقفة للقيام بعملية تشخيص وتقييم لهذه المرحلة بمشاركة كل الفاعلين في السلسلة السياحية.إضافة إلى مداخلات لخبراء محلّيين وأجانب وذلك بالتطرق لمواضيع متعددة أهمها التهيئة والاستثمار السياحي وإمكانية الحصول على العقارات بصفة عامة، ومخطط الجودة الذي سيسمح بالارتقاء بمستوى الخدمات والعروض السياحية إلى مستوى المقاييس العالمية، إضافة إلى تثمين وترقية الجزائر كوجهة سياحية من أجل زيادة جاذبيتها لدى المستهلكين داخليا وخارجيا، ودراسة محور تداخل الأنشطة السياحية وارتباطها مع مختلف القطاعات والهيئات والحركة الجمعوية، وأخيرا التطرق إلى موضوع السياحة الداخلية، في سياق استغلال المؤهلات السياحية الوطنية بغرض الاستجابة للطلب المتعاظم، خصوصا لدى العائلات وفئة الشباب في ما يتعلق بالاستجمام والراحة[1].

وقد كشف محمد بن مرادي وزير السياحة والصناعات التقليدية، خلال افتتاحه للجلسات الوطنية للسياحة أن 130 مشروع في مجال الاستثمار السياحي لم تنطلق أساسا بسبب غياب مخطّطات التهيئة بمناطق التوسع

[1] شايب.نبيل انطلاق الجلسات الوطنية الثانية للسياحة بقصر الأمم .http://www.el-hakaek.com موقع الحقائق اليومية المستقلة تم إنشاءه بتاريخ 2013/04/13.

السياحي. ولكنه أشار في نفس الوقت إلى أن عدد المشاريع السياحية بلغ إلى غاية الآن 713 مشروع، بطاقة استيعاب تقدر بـ82 ألف سرير.

أوضح بن مرادي على هامش افتتاح الجلسات أن حجم الاستثمارات الخاصة بالمشاريع السياحية بلغ 220 مليار دينار جزائري، منها 25 بالمائة استثمارات أجنبية، كما رصد حوالي 70 مليارا على شكل قروض من الخزينة العمومية لإعادة تأهيل وعصرنة الفنادق العمومية والتي لا تتعدى طاقتها 18 ألف سرير.

وعن التشغيل في قطاع السياحة أشار الوزير أنه بلغ 430 ألف منصب شغل، أي حوالي 5 بالمائة من إجمالي اليد العاملة الوطنية، مؤكدا أن مساهمة قطاعه في الناتج الداخلي الخام يمثل 2 بالمائة، أي ما يعادل 265 مليار دينار جزائري.

من جهة أخرى أعاب الوزير على نشاطات وكالات السياحة والسفر التي قال عنها إنها لازالت ترتكز في معظمها على تصدير السياح الجزائريين إلى الخارج، خصوصا في إطار سياحة الحج والعمرة، مشيرا أن هذه الوكالات لازالت تعزف عن تطوير نشاطات السياحة الاستقبالية والداخلية.

واعتبر الوزير أن هذه الجلسات تمثل فرصة لتقييم ومراجعة الأداء بعد خمس سنوات من اعتماد المخطّط التوجيهي للتهيئة السياحية، وكذا المخطّطات التوجيهية الخاصة بالولايات، حيث أن 85 بالمائة من المشاريع السياحية الجاري إنجازها تتواجد خارج مناطق التوسع السياحي، كما أن 98 بالمائة من المساحة العقارية المتوفرة من هذه المناطق لم يتم استغلالها لغاية اليوم، مشدّدا على ضرورة تحسين آليات مرافقة وتمويل الاستثمارات السياحية إلى جانب تخفيف الإجراءات الإدارية، خاصة ما تعلّق بالمصادقة على المخططات ومنح رخص البناء للمركبات السياحية. كما عرج الوزير للحديث عن قدرات التكوين التي قال عنها إنها لا تسمح بالاستجابة للطلب المتصاعد على التكوين والتكوين المتواصل الناجم عن تطوّر حجم التشغيل في القطاع السياحي، مؤكدا أن الطلب على التكوين في القطاع السياحي سيصل في آفاق 2015 إلى حدود 200 ألف منصب بيداغوجي سنويا في مختلف تخصصات ومهن السياحة.

من جهته أشاد أمين حاج سعيد كاتب الدولة المكلّف بالسياحة بمبادرة شركة الاستثمار الفندقي المتمثلة في إنجاز مدرسة للتكوين الفندقي بالشراكة مع المدرسة العليا للفندقة بلوزان، بطاقة تكوين تفوق 800 مقعد بيداغوجي من شأنها السماح بتخرّج 200 إطار سنويا.

وفي إطار تفعيل القطاع وجّه الوزير دعوة إلى كل الفاعلين من متدخلين في مجال السياحة، من إدارات ومتعاملين وكذا الحركات الجمعوية لدراسة وتقييم مدى تنفيذ الديناميكيات الخمس التي يرتكز عليها المخطط التوجيهي لتهيئة السياحة من بينها الاستثمار، ومخطط الجودة، وترقية وجهة الجزائر السياحية وكذا السياحة الداخلية. وعن الهدف الجوهري لهذه الجلسات أكد بن مرادي أنها تسعى في مجملها إلى تسهيل وتشجيع الاستثمار السياحي بصفة عامة، بما في ذلك النظر في الآليات التي ستسمح بحلّ إشكالية توفير المساحات العقارية والتكفّل بأشغال التهيئة، مركزا على ضرورة مراجعة عملية التمويل والمرافقة، وكذا تسهيل إجراءات الاستثمار السياحي، من خلال فتح النقاش مع المتعاملين والخبراء حول أنماط الهياكل السياحية لدعم مسعى ترقية الجزائر كوجهة سياحية هامة، من أجل زيادة جاذبيتها لدى المستهلكين داخليا وخارجيا ونشر الثقافة السياحية لدى مكونات المجتمع.[1]

وأكد وزير السياحة والصناعة التقليدية، على هامش اختتام الجلسات الوطنية للسياحة، أن هذه الأخيرة سمحت للوزارة بتقديم بعض الأفكار والاقتراحات التي تم تدارسها داخل مبنى الوزارة على المتعاملين والفاعلين في القطاع لمعرفة رأيهم ومقترحاتهم، وهي الأفكار التي تم حسب بن مرادي تبنيها بالإجماع من طرف هؤلاء، مما سيسهل تطبيق هذه القرارات، وهو ما سيمنح شرعية أكثر للوزارة في القرارات المستقبلية المتعلقة بقطاع السياحة والتي تهدف إلى تسهيل الأمور وتطوير السياحة الجزائرية. وأشار الوزير التعليمة وزارية التي تحدد كيفيات وشروط استغلال الأراضي المتواجدة داخل مناطق التوسع والمواقع السياحية بغية رفع العراقيل وتحرير الاستثمار السياحي وأضاف أن الشروع في تنفيذ محتوى هذه التعليمة سيؤدي إلى تسهيل الاستفادة من العقار المتواجد داخل مناطق التوسع والمواقع السياحية

[1] أمينة بنابي. افتتاح الجلسات الوطنية للسياحة بقصر الأمم http://www.djaridati.com موقع اليومية الوطنية إخبارية "جريدتي" تم إنشاءه بتاريخ 2013/04/14. 18:14 سا.

والاستجابة إلى الطلب المعتبر الذي لم يتم تلبيته. وهو القرار الذي جاء في إطار توصيات الورشة الأولى المتعلقة بالاستثمار.

وشدد بن مرادي أن الجلسات الوطنية كانت الفرصة الملائمة لتقييم القطاع والخروج بنتائج وسياسة جديدة لمواصلة العمل من جهة .كما لا بد أن تشكل مرحلة جديدة في مسار تحقيق الأهداف المسطرة على المدى القصير والمتوسط من جهة ثانية . موضحا أن التوصيات الصادرة عن الجلسات الوطنية ستكون محل دراسة وتحليل من قبل هياكل الوزارة، حيث سيتم تنصيب لجان متابعة تشمل كذلك القطاعات الأخرى وهذا من أجل دخولها حيز التنفيذ في أقرب وقت.[1]

وقد وقّع الوزير الأول عبد المالك سلال تعليمة تمنح الخواص أصحاب المشاريع السياحية مهمة تهيئة مناطق التوسع السياحي. وهي المهمة التي كانت بمحكم الأنظمة والقوانين السارية المفعول من مسؤولية السلطات العمومية وعلى عاتق ميزانية الدولة.

وأوضح وزير السياحة والصناعة التقليدية. بأن هذا الإجراء أُقترح من طرف دائرته الحكومية من أجل تجاوز التأخر الملاحظ على مستوى تهيئة هذه المناطق. لاسيما وأنها تحتوي على أهمية بارزة هي تطوير القطاع وتحسين مردوديته. وأشار إلى أن التعليمة تمت الموافقة عليها من طرف وزارة المالية وستسلم قريبا إلى الولاة من أجل الشروع في تطبيقها.

وقال المتحدث بأن المستثمرين المعنيين بعملية التهيئة سيتم تعويضهم اثر ذلك من حساب الخزينة العمومية. بينما تضمن الجهات الوصية بالمقابل من ذلك القيام بمهام مراقبة سير العملية للتأكد من قيام المتعامل بتهيئة المساحات المحددة وفق للشروط الموضوعة. قبل أن يضيف أن هذا الإجراء يأتي كذلك لتجاوز الإشكالات المرتبطة بطبيعة الإجراءات الإدارية والتي تكون عادة مقيدة بآليات قانونية عبر المصادقة والموافقة عليها من طرف المجالس المختصة. فضلا عن القيام بالدراسات الضرورية. والتي جعلت .كما قال الوزير . 22 منطقة توسع سياحي فقط تحظى بالمصادقة من بين205.

[1] سفيان بوعياد بن مرادي يصرح في اختتام أشغال الجلسات الوطنية للسياحة "البحث عن إجماع الفاعلين يمنحنا شرعية في القرارات المستقبلية". http://www.elkhabar.com/ar/economie/331844.html موقع يومية الخبر ليوم 2013/04/16.

وذكر الوزير في سياق تعليل اللجوء إلى هذا الإجراء بأن مواصلة العمل بالطرق الموضوعة قانونا من شأنه أن يبقي مناطق التوسع السياحي على حالتها لمدة 10 سنوات قبل أن تمر إلى مرحلة التهيئة والاستغلال. بينما أضاف بأن استمرار هذه الوضعية يفتح المجال كذلك للجماعات المحلية لاستغلال هذه الأوعية العقارية في المشاريع البلدية والولائية لحساب قطاعات أخرى.[1]

وأوضح حاج سعيد كاتب الدولة المكلف بالسياحة لدى وزير السياحة و الصناعات التقليدية خلال الجلسات الوطنية الثانية للسياحة أن بعض النقائص مست ديناميكية تطبيق المخطط التوجيهي للتنمية السياحية لاسيما مسألة الجودة والترويج للمقصد السياحي داعيا ضرورة إجراء تعديلات على المخطط.

واقترح في هذا الشأن إعادة ترتيب الأولويات بطريقة تتماشى مع التحديات مؤكدا أن الجودة السياحية وتثمين وترقية وجهة الجزائر أصبحتا تمثلان أولوية مطلقة للتنمية الوطنية. فبخصوص الترويج دعا إلى ضرورة تنويع وسائل الترويج باستعمال التكنولوجيا الحديثة علما أن 60 بالمائة من المنتجات السياحية في العالم تباع عن طريق الانترنيت. أما فيما يخص إنشاء الأقطاب وتشجيع الاستثمار السياحي فاعتبر أنها عوامل حيوية في القطاع السياحي لكنها تتطلب إعادة التوجيه.

ومن جهة أخرى دعا إلى الأخذ بعين الاعتبار الخصوصيات السياحية لكل ولاية و الحفاظ على العقار السياحي وتفادي "نسخ مخططات مشاريع نفذت في بدان أخرى"من جهة .وخصوصيات القطب في تهيئة الولاية من جهة أخرى من أجل إدماج عقلاني للولايات في الأقطاب و الأقطاب في الإقليم الوطني.

و من جانب البيئي اقترح عدم الإفراط في استعمال الخرسان "الإسمنت" و الاعتماد على الموارد الطبيعية مثل الخشب و على ما يعرف بالهندسة القابلة للتجديد بهدف تفادي أخطاء وقعت في السابق محبذا تطوير السياحة العائلية والسياحة الشبابية.

[1] سعيد بشار."سلال يأمر الولاة بتقسيم مناطق التوسع السياحي على الخواص فورا"
http://www.djazairess.com/alfadjr/242479 نشر في الفجر يوم: 2013/04/14م.

أما فيما يخص العنصر المتعلق بضرورة ملائمة الاستثمار مع المنتج السياحي بطريقة تمكن المستثمر من استغلال المرفق السياحي على مدار السنة فأكد على أن ذلك يتطلب دراسة جادة للسوق من جهة وقدرات على الابتكار في مجال المنتج السياحي من جهة أخرى. و بخصوص الجودة السياحية فقال أنها"تمثل تحد حقيقي" للقطاع في مجال الخدمات و تكوين المستخدمين و التعامل مع الهيكل الأفقي للقطاع وناشد بضرورة مرافقة المتعاملين الاقتصاديين السياحيين الفندقيين ووكالات السياحة في عملية تحسين جودة خدماتهم ودعا أيضا كل المتعاملين إلى تنظيم أنفسهم في إطار جمعيات مهنية قوية تمثل قوة اقتراح فعالة على غرار ما يعمل به في كثير من الدول السياحية.

وبشأن ديناميكية ترقية الشراكة بين القطاعين العام والخاص قال أنها تبقى محتشمة رغم وجود بعض الأمثلة الإيجابية في أرض الواقع على غرار الشراكة بين شركة الاستثمار الفندقي و المدرسة الفندقية بلوزان(سويسرا)و كذا اتفاقية الديوان الوطني الجزائري للسياحة و المتعاملين السياحيين الدوليين.

واعتبر أن السلسلة السياحية في الجزائر تعرف "ديناميكية حقيقية" في مختلف القطاعات (الأشغال العمومية والنقل و الموارد المائية وغيرها.)و التي من شأنها دفع وتيرة القطاع السياحي و من بينها مبادرة شركة الخطوط الجوية الجزائرية بتقديم تخفيضات في أسعار التذاكر [1].

[1] كاتب الدولة المكلف بالسياحة يكشف عن نقائص المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية http://www.aps.dz وكالة الأنباء الجزائرية. نشر في:.2013/04/14. 23:15سا.

خلاصة الفصل الثالث:

يعد المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT 2025 بمثابة جزء من المخطط الوطني للتهيئة الإقليمية SNAT. فمن خلاله يتم إحاطة وإعلام جميع المتعاملين والفاعلين في المجال السياحي بإستراتيجية التي وضعتها الدولة للتنمية السياحية والنهوض بالقطاع السياحي الذي أصبح دوره ضروريا لتحقيق تنمية شاملة في البلاد.

وقد تم إعداد المخطط على خمسة مراحل بداية بتحديد الأهداف العامة ومن ثم القيام بالتشخيص وتحليل المعطيات ليتم تحديد الإستراتيجية وكذا الأدوات الكفيلة بتجسيد وتنفيذ المخطط، والتي أطلق عليها الحركيات الديناميكية الخمس. حيث تكمن الأداة أو الحركية الأولى في مخطط الوجهة الذي يعنى بتقويم صورة الجزائر السياحية على الساحة الوطنية والدولية، أما الحركية الثانية فتتمثل في تطوير وتنمية الأقطاب السياحية الوطنية السبعة للامتياز وباقي الحركيات الثلاثة فهي عبارة عن مخططات مست الجوانب التالية (النوعية"الجودة"، التمويل والشراكة بين القطاعين الخاص والعام).وبعد تحديد الحركيات تأتي مرحلة تعيين المشاريع ذات الأولية التي يتم الشروع فيها على المدى المتوسط لسنة 2015م. أما المرحلة الأخيرة من المخطط فقد عنت بضبط كيفية تنفيذ ومتابعة المخطط من قبل للجان وهيئات مهامها السهر على تسيير ومتابعة المشاريع أرض الواقع.

وبعد مضي خمس سنوات من إطلاق المخطط يلاحظ تسجيل تأخر في تنفيذ المخطط لأسباب قيل عنها أنها خصت كل من الاستثمار والعقار ونقص في مخططات التهيئة بالدرجة الأولى حيث تم تعديل بعض القوانين لتسهيل استغلال العقارات في مناطق التوسع السياحي. وفي نفس الوقت تم التأكيد على ضرورة كل من الجودة والتكوين وكذا التعاون بين القطا ين الخاص والعام. إضافة إلى التأكيد على الجانب البيئي والطابع التقليدي التاريخي في المشاريع للحفاظ على الهوية الجزائرية. كل ذلك من أجل المضي قدما في تحقيق المخطط السياحي. كل ذلك تقرر بعد عقد الجلسات الوطنية الثانية للسياحة.

الخاتمة العامة

لقد تضمن هذا البحث بجانبيه النظري والتطبيقي موضوع التخطيط السياحي للتنمية السياحية المستدامة حيث تم طرح الإشكالية التالية و هي: "إلى أي مدى يسهم التخطيط السياحي في تحقيق التنمية السياحية المستدامة". وللإجابة على هذه الإشكالية تم طرح العديد من المفاهيم الأساسية التي تساعد في الإجابة على الإشكالية المطروحة.

و يختتم هذا البحث بخلاصة تحليلية إلى جانب مجموعة من الاستنتاجات التالية:

- إن الهدف من الفصل الأول الذي كان تحت عنوان السياحة و التنمية، هو التأكد من الفرضية الأولى التي تتفرع إلى ثلاث أجزاء و هي كالتالي:

أ : يستند النشاط السياحي على عدة ركائز تتمثل في موارد الجذب السياحي على اختلاف أنواعها(طبيعية . حضارية . ثقافية . تاريخية) وعلى مرافق الإيواء والإطعام، النقل السياحي، البرامج السياحية ،مرافق الترفيه والمشتريات السياحية، إضافة إلى الاستقرار السياسي لدول الجذب.

ب:يتوقف مدى التنمية السياحية في أي منطقة على خصائص تلك المنطقة من ناحية (البيئة العمرانية، البيئة الاقتصادية، البيئة الاجتماعية و الثقافية)، ومنها خصائص الطلب السياحي، الإنفاق السياحي، خدمات البنى التحتية، الخصائص الاجتماعية والثقافية للسكان المحليين وللسائح ، مدى علاقة الأنشطة السياحية بالمنطقة و باقتصاد سكان تلك المنطقة.

ج: التنمية السياحية لها آثار إيجابية في مجالات عدة (اقتصادية، بيئة ،اجتماعية وثقافية) وفي نفس الوقت لها آثار سلبية على نفس المجالات كالتلوث، الفرقة بين المناطق ، تنافس السياح مع السكان المحليين على موارد المنطقة السياحية، هروب الكثير من عمال القطاعات الأخرى الزراعية ،الصناعية وغيرها إلى قطاع السياحة لما يقدمه هذا القطاع من امتيازات للعمال.

في هذا الفصل، تم التطرق إلى المفاهيم العامة للسياحة، من خلال استعراض تطورها التاريخي وأبرز التعريفات التي قدمها المفكرون والهيئات والمنظمات الدولية لكل من "السياحة" و"السائح". كما تم تناول أهم التقسيمات والأنواع السياحية، إلى جانب الخصائص المميزة لهذا القطاع، والوسائل الكفيلة بتعزيز مكانته وتطويره.

وقد شمل الفصل أيضاً دراسة السوق السياحي من خلال جانبي الطلب والعرض السياحيين، مع التركيز على أبرز خصائص كل منهما، تمهيداً لتسليط الضوء على أهم مكونات وركائز النشاط السياحي.

أما فيما يتعلق بالتنمية السياحية، فقد تم التطرق بداية إلى بعض المفاهيم العامة للتنمية، ثم التوسع في المفاهيم الأساسية المرتبطة بالتنمية السياحية، من خلال استعراض تطورها التاريخي وأهم التعريفات المرتبطة بها، بالإضافة إلى تحديد مكوناتها ومحددات العملية التنموية في المجال السياحي، مع التطرق إلى مبادئها وأهدافها.كما تم عرض مجموعة مختارة من ملخصات نتائج أهم اللقاءات، والمؤتمرات، والندوات الدولية التي تناولت موضوع التنمية السياحية المستدامة، ليُختتم الفصل بعرض لأهم الآثار المترتبة عن التنمية السياحية بمختلف أبعادها

و من أهم النتائج التي تم استخلاصها من هذا الفصل :

- إن النشاط السياحي يرتكز على عوامل الجذب السياحي باختلاف أنواعها(طبيعية حضارية ثقافية،تاريخية) وعلى مرافق الإيواء والإطعام ،النقل السياحي، البرامج السياحية ، مرافق الترفيه والمشتريات السياحية، إضافة إلى الاستقرار السياسي لدول الجذب.
- إن مفهوم التنمية السياحية تبلور خلال مراحل تطوره إلى أن وصل إلى المفهوم الحديث الذي ارتبط بمفهوم الاستدامة.
- تتوقف التنمية السياحية في المنطقة القصد على العديد من العوامل التي تعد محددات للعملية التنموية في مجال السياحة و التي ترسم حدود نطاق التنمية التي يتوجب على القائمين بالتنمية السياحية

- مراعاتها في سبيل تحقيق التنمية السياحية المستدامة، و منها محددات آثار التنمية السياحية على(البيئة العمرانية، البيئة الاقتصادية، البيئة الاجتماعية و الثقافية).
- إن للتنمية السياحية العديد من الآثار على كافة الأصعدة (البيئية، الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية والنفسية) منها ما هو إيجابي و منها ما هو سلبي.

و بناءا على هذه النتائج فإن الفرضية الأولى بأجزائها تحققت كليا.

أما الفصل الثاني، الذي جاء تحت عنوان "التخطيط السياحي"، تضمن دراسة شاملة لمفهوم التخطيط السياحي، وكان الهدف الأساسي منه اختبار مدى صحة الفرضية الثانية، التي مفادها أن التخطيط السياحي في مراحله التسلسلية لا يختلف من مستوى إلى آخر، إلا أن تفاصيله ومحتواه تختلف بحسب كل مستوى.

ففي حين يركّز التخطيط على المستويين الوطني والإقليمي على استخدامات الأراضي وتخطيط المستقرات البشرية (أي التخطيط الحضري)، يهتم التخطيط السياحي على المستوى المحلي بأهم ركائز النشاط السياحي، والمتمثلة في:

الموارد السياحية الجاذبة بمختلف أنواعها (الطبيعية، الثقافية، التاريخية، مرافق الإيواء، البرامج والمرافق الترفيهية، الموارد البشرية السياحية والنقل السياحي.

وقد تم في هذا الفصل التطرق إلى التطور التاريخي لمفهوم التخطيط السياحي، وإبراز الأهمية التي يكتسيها هذا النوع من التخطيط، إضافة إلى استعراض أبرز خصائصه، وأساليبه، وعلاقته الوثيقة بالتسويق السياحي.

كما تم عرض المراحل الأساسية لعملية التخطيط السياحي على المستويين الوطني والإقليمي، والتفصيل في بعض جوانب التخطيط السياحي الإقليمي، مع تقديم لأهم عناصر ومكونات الخطط السياحية في هذين المستويين.

واختُتم الفصل بدراسة التخطيط السياحي المحلي، باعتباره المستوى الذي يركّز بشكل مباشر على مكونات النشاط السياحي الأساسية.

و أهم النتائج التي تم استخلاصها من هذا الفصل هي:

- التخطيط السياحي هو مجموعة من الإجراءات المرحلية المنظمة و المتناسقة فيما بينها و التي تسهم في تحقيق الاستغلال الأحسن للموارد السياحية المختلفة لأجل الإبقاء عليها للأجيال اللاحقة بما يحقق التنمية السياحية المستدامة التي يستفيد ويتمتع بها الجيل الحالي و القادم، كما يسهم التخطيط السياحي في تعظيم آثار الإيجابية و محاولة التقليل و التقليص من الآثار السلبية الناتجة عن الأنشطة التنمية السياحية.
- يمر التخطيط السياحي على المستوى الوطني و الإقليمي بالعديد من المراحل بداية من تحديد وثيقة الشروط المرجعية وصولا إلى البحث عن طرق تمويل الاستثمار السياحي.
- يركز التخطيط السياحي الإقليمي على التخطيط الطبيعي، تخطيط استخدامات الأراضي ، تحليل آثار المردودات البيئية، تخطيط المستقرات البشرية.
- بالنظر إلى مكونات التخطيط السياحي الوطني والإقليمي يلاحظ أنه لا يشمل فقط تخطيط استخدامات الأراضي والتخطيط الحضري بل وحتى دراسة وتحليل خدمات ومرافق البنية التحتية والخدمات والتسهيلات السياحية، إلى جانب عناصر الجذب والسياسات التنموية والتشريعات السياحية وغيرها مما سبق الإشارة إليه.
- التخطيط السياحي المحلي يهتم بعناصر الجذب(الطبيعية، الثقافية، التاريخية)، بمرافق الإيواء، البرامج الترفيهية ومرافق الترفيه، الموارد البشرية السياحية، والنقل السياحي.

وبناءا على هذه النتائج نستنتج أن الفرضية قد تحققت جزئيا.

أخيرا كان الفصل الثالث التطبيقي دراسة حالة بعنوان تجربة التخطيط السياحي في الجزائر لآفاق 2025م والهدف منه كان التأكد من صحة الفرضية الثالثة التي تفرعت إلى فرعين:

- أ: المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية اعتمد منهجية التخطيط العلمية في سبيل تنمية القطاع بداية من بداية من تحديد الأهداف وإجراء المسوحات وجمع للبيانات ثم القيام بتحليلها لاتخاذ القرار المتعلق بتحديد الإستراتيجية المتبعة لتحقيق تنمية مستدامة للقطاع السياحي بالجزائر لآفاق 2025م، والمشاريع السياحية ذات الأولوية، وفي الأخير ضبط الإستراتيجية التي سيتم تبنيها للسهر على إنجاز ومتابعة ما جاء في المخطط.
- ب: عرف المخطط تأخيرا ملحوظا في تنفيذ المشاريع المخطط لها لعدة أسباب أهمها تلك التي تتعلق بالعقارات والاستثمار وضعف الرقابة والتسيير والبروقراطية في بعض الأحيان.

وتم في هذا الفصل تناول تجربة الجزائر بالتخطيط السياحي من خلال دراسة وثيقة المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية لآفاق 2025م بداية من التعرف بالمخطط وبالمفهوم الجديد للسياحة، إضافة إلى التعرف على كل من مخطط الوجهة ومخطط النوعية. كما تطرق هذا الفصل إلى دراسة الأقطاب السياحية للامتياز بشيء من التفصيل في الأخير تم التعرف على المراحل إعداد المخطط التوجيهي للتهيئة إلى جانب تقييم أجري للمخطط بعد 5 سنوات من الإعلان عنه .

النتائج والتوصيات: من أهم النتائج المستخلصة في هذا الفصل هي:

- المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT جزء من المخطط الوطني SNAT الذي يعنى بتهيئة الإقليم من خلال تحقيق التكامل بين الأبعاد الثلاثة للتنمية (البعد الاجتماعي ، البعد الاقتصادي والبعد البيئي) في سبيل تنمية المستدامة عبر كامل التراب الوطني، باعتماد استراتيجيات وآليات كفيلة بحقيق ذلك.

- المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية SDAT برنامج للتنمية السياحة في الجزائر للارتقاء بها كوجهة بارزة في منطقة الحوض المتوسط لآفاق سنة 2025م، وذلك بتثمين كل المؤهلات التي تملكها الدولة ومقارنتها بتطلعات الزبائن السياح على الصعيدين الوطني والدولي.
- مر المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية بالمراحل التالية تحديد الأهداف العامة وإجراءات المسح وجمع البيانات ومن ثم تحليلها ليتم تحديد الإستراتيجية السياحية المعتمدة من خلال التركيز خمس آليات أو أدوات التالية:

– تقويم وجهة الجزائر السياحية لزيادة جاذبيتها وفرض موقعها مع المنافسين.

– تنمية الأقطاب السياحية في كافة أنحاء الوطن.

– نشر مخطط النوعية بدمج التكوين مع التكنولوجيات التنمية منتج السياحي والنهوض به.

– ترقية وتنسيق العمل برسم شبكة تواصلية بين جميع الفاعلين في القطاعين العام والخاص في المجال السياحي.

– تحديد إستراتيجية لتمويل و دعم الأنشطة السياحية.

لتضبط بعدها قائمة البرامج والأعمال ذات الأولوية للمدى المتوسط لسنة 2015م ليتم في الأخير تحديد إستراتيجية لتنفيذ ومتابعة مشاريع المخطط.

- تفرض الإدارة السياحية الجديدة على كل الفاعلين والمشاركين في المشاريع ضرورة وضع جدول لتقييم التنمية السياحية على الصعيد البيئي والاجتماعي والاقتصادي وذلك خلال سير تنفيذ المشاريع.
- 130مشروع في مجال الاستثمار السياحي لم تنطلق أساسا بسبب غياب مخطّطات التهيئة بمناطق التوسع السياحي، حيث 98 بالمائة من المساحة العقارية المتوفرة من هذه المناطق لم يتم استغلالها لغاية منتصف السداسي الأول من سنة 2013م.في حين أن 85 بالمائة من المشاريع السياحية الجاري إنجازها تتواجد خارج مناطق التوسع السياحي. ولكن عدد المشاريع السياحية الإجمالية بلغ 713 مشروع، بطاقة استيعاب تقدر ب82 ألف سرير

- على خلفية أشغال الجلسات الوطنية الثانية للسياحية تم الإعلان عن تعليمة وزارية تحدد كيفية وشروط استغلال الأراضي المتواجدة داخل مناطق التوسع والمواقع السياحية بغية رفع العراقيل وتحرير الاستثمار السياحي. والشروع في تنفيذ محتوى هذه التعليمة سيؤدي إلى تسهيل الاستفادة من العقار المتواجد داخل مناطق التوسع والمواقع السياحية.
- شدّد وزير السياحة بن مرادي في الجلسات الوطنية الثانية للسياحة على ضرورة تحسين آليات مرافقة وتمويل الاستثمارات السياحية إلى جانب تخفيف الإجراءات الإدارية، خاصة ما تعلّق بالمصادقة على المخططات ومنح رخص البناء للمركبات السياحية.

وبناءا على ما جاء في النتائج يمكن القول بأن الفرضية الثالثة تحققت كليا.

بناءً على ما توصل إليه البحث من نتائج، يُوصى بما يلي:

- **تسوية الوضعية القانونية للعقارات السياحية**: ضرورة التعجيل بتسوية العقارات الواقعة داخل مناطق التوسع السياحي، خاصة تلك التي أُطلقت بها مشاريع دون استكمال الإجراءات القانونية، وذلك وفقًا لما نصّ عليه المرسوم المنظم لإعداد مخطط التهيئة السياحية، بهدف ضمان انطلاق المشاريع في أقرب الآجال.
- **تفعيل دور لجان التسيير والرقابة**: توجيه الاهتمام نحو عمل اللجان المسؤولة عن التسيير والرقابة، مع تحديد دقيق للمسؤوليات، لضمان انسيابية العمل وتجنّب التراشق بالمسؤولية بين الجهات المختلفة في حالة حدوث مشكلات أو تأخيرات.
- **سنّ قانون ينظم العلاقة مع المستثمرين**:إعداد إطار قانوني واضح ينظم علاقة المستثمرين بالجهات الوصية منذ لحظة تقديم العروض إلى غاية تسليم المشاريع، مع وضع آليات للرقابة والدعم الإداري لتفادي العراقيل البيروقراطية.

- **دعم السياحة العائلية الداخلية:** إطلاق مشاريع سياحية مصغرة و تقنينها بحيث تراعي الجودة وتُوفّر أسعارًا معقولة، بهدف تشجيع العائلات الجزائرية على اختيار السياحة الداخلية بدلًا من الاتجاه إلى وجهات دول الجوار المنافسة.
- **ترقية التسويق السياحي الرقمي:**ضرورة دعم مخطط الوجهة السياحية الجزائرية واستغلال تكنولوجيا الإعلام والاتصال بشكل فعّال، مع تفعيل مشاريع التسويق المتوقفة، كمشروع "دار الجزائر"، الذي لم يظهر له أثر إلى اليوم.
- **تشجيع الصناعات التقليدية والحرفية:** تعزيز التكامل بين السياحة والصناعات التقليدية لما لهذا القطاع من دور في دعم العرض السياحي المحلي، خاصة في مناطق الجذب ذات الطابع الثقافي والبيئي.
- **تأهيل المرافق العامة الداعمة للسياحة الداخلية:** بإعادة الاعتبار للحدائق العامة وحدائق التسلية وحدائق الحيوانات كمرافق ضرورية للسكان المحليين والسياح الداخليين، مع ضرورة إدماجها ضمن التخطيط الحضري والسياحي بشكل مشترك بين الجهات المختصة.
- **إعادة تقييم مرافق العرض السياحي:** من خلال تشكيل لجان تفتيش محلية تُعنى بمراقبة جودة الخدمات في المرافق السياحية، وتقديم تقارير دورية حول نقاط الضعف والتميز، مع إعادة تصنيف المرافق ومحاسبة المقصرين وتحفيز المتفوقين، خاصة وأنّ أقل من 10% من مرافق الإيواء تستجيب للمعايير العالمية.
- **الاهتمام بالتصميم المعماري السياحي المحلي:** بمراعاة الهوية الثقافية والعمرانية الجزائرية في تصميم المشاريع السياحية، والابتعاد عن أنماط المعمار العصري المفرط، مع اعتماد مواد بناء أقل ضررًا بالبيئة.
- **تشجيع السياحة البيئية في الفضاءات المفتوحة:** فبعض المناطق، كالغابات والمساحات الخضراء، لا تحتاج إلى مشاريع ضخمة، بل إلى مرافق بسيطة كالأمن، مواقف السيارات، أكشاك الأغذية، ودورات المياه، لضمان الحفاظ على التوازن البيئي وتشجيع السياحة المستدامة.

- **تعزيز الأمن والنقل في المناطق السياحية:** بتوفير وسائل النقل الآمنة والمريحة، وتعزيز التغطية الأمنية خاصة في الفترات الليلية، لدعم أنماط السياحة الترفيهية وسياحة التسوق، وذلك بالتنسيق مع القطاعات الوزارية المعنية كوزارة الداخلية.

آفاق الدراسة مستقبلا:

- واقع الاستثمار السياحي في الجزائر مشاكله وآفاقه المستقبلية.
- دور السياحة الداخلية في تعزيز القطاع السياحي وكيفية النهوض بها في الجزائر.
- دور الترويج السياحي الإليكتروني في التأثير على سلوك المستهلك الجزائري.
- وكالات السياحة والسفر الجزائرية في ظل المنافسة الإليكترونية.

المراجع

الكتب:

- أحمد الجلاد: التنمية و الإعلام السياحي المستدام. عالم الكتاب. مصر. 2003م.
- أحمد بن فهد، أسامة منصور السواح: قراءة في رؤيتي. الطبعة الأولى. مطبعة بن دسمال. دبي. 2006م.
- أحمد بن فهد، عبيد علي أحمد الحجازي: التطور الاقتصادي لإمارة دبي. الطبعة الأولى. مطبعة بن دسمال. دبي. 2005م.
- أحمد طلعة البشيشي: فن الخدمة للفنادق و المنشآت السياحية. دار المعرفة الجامعية . مصر. 2000م.
- أبو رمانة، أسعد حامد: التسويق السياحي و الفندقي و الأسس العلمية. دار حامد للنشر مصر.2005م.
- الطاهر سعود: التخلف و التنمية في فكر مالك بن النبي. الطبعة الأولى. دار الهادي لبنان. 2006م.
- بسيوني محمد البرادعي: مهارات تخطيط الموارد البشرية. إيتراك للنشر. مصر.2005م.
- جاري ديسلير: إدارة الموارد البشرية. دار المريخ. المملكة العربية السعودية. 2003م.
- حسين أحمد رشوان: التخطيط الحضري. مركز الإسكندرية للكتاب. مصر. 2005م.
- حميد عبد النبي الطائي: مدخل إلى السياحة و السفر و الطيران. مؤسسة الوراق. الأردن. 2003م.
- حميد عبد النبي الطائي: أصول صناعة السياحة. الطبعة الأولى. مؤسسة الوراق. الأردن. 2001م.
- حيدر صلاح يعقوب، هاشم عبود الموسوي: التخطيط و التصميم الحضري. دراسة نظرية تطبيقية حول مشاكل الحضرية. الطبعة الأولى. دار حامد. الأردن. 2006م.
- خالد كواش: السياحة مفهومها أركانها أنواعها. الطبعة الأولى. دار التنوير. الجزائر.2007م.
- خالد مقابلة : فن الدلالة السياحية. الطبعة الأولى. دار وائل. الأردن. 1999م.
- خالد مقابلة، علاء السرابي: التسويق السياحي الحديث. الطبعة الأولى. دار وائل للنشر. الأردن. 2001م.
- خالد مقابلة: محاسبة الفنادق و المطاعم. دار وائل للنشر. الطبعة الأولى. الأردن. 2006م.
- دوقلاس موسشيت: مبادئ التنمية المستدامة. ترجمة بهاء شاهين. الطبعة الأولى. الدار الدولية للاستثمارات الثقافية. مصر. 2000م.
- زين العابدين بن علي: مبادئ تخطيط النقل الحضري. الطبعة الأولى. دار الصفاء. الأردن. 2000م.
- سهيل الحمدان: الإدارة الحديثة للمؤسسة السياحية و الفندقة. الطبعة الأولى. دار الرضا للنشر. سوريا.2001م.

- شريف محمد ماهر: تخطيط النقل و سياساته الفعاليات و عوامل الجدارة. الدار الجامعية. مصر.2006م.
- صبري عبد السميع: التسويق السياحي و الفندقي . المنظمة العربية للتنمية الإدارية بحوث و دراسات. مصر.2006م.
- صبري فارس الهيتي: التنمية السكانية و الاقتصادية في الوطن العربي. دار المناهج. الأردن. 2007م.
- صفاء أبو غزالة: إدارة الخدمات السياحية. الطبعة الأولى. الزهران للنشر. الأردن. 2006م.
- صلاح الدين البحيري: قراءات في التخطيط الإقليمي وجهة جغرافية. الطبعة الأولى. دار الفكر المعاصر. بيروت. و دار الفكر دمشق. 1994م.
- عبد الإله أبو عياش، حميد النبي الطائي: التخطيط السياحي الطبعة الأولى مؤسسة الوراق الأردن. 2004م.
- عثمان غنيم محمد: مقدمة في التخطيط التنموي الإقليمي. الطبعة الأولى. دار الصفاء. الأردن. 1999م.
- عثمان غنيم محمد، بنيتا نبيل سعد: التخطيط السياحي.الطبعة الأولى دار الصفاء للنشر الأردن. 1999م.
- عثمان غنيم محمد، بنيتا نبيل سعد: التخطيط السياحي.الطبعة الثانية دار الصفاء للنشر الأردن. 2003م.
- عثمان غنيم محمد، ماجدة أبو زنط: التنمية المستديمة و أساليب تخطيطها و أدوات قياسها. الطبعة الأولى. دار الصفاء. الأردن. 2007م.
- علي الحوات: التخطيط الحضري. الطبعة الأولى. الدار الجماهرية للنشر و التوزيع. ليبيا. 1990م.
- عمر وصفي العقيلي: إدارة الموارد البشرية المعاصرة. دار وائل للنشر الأردن. 2005م.
- غازي عبد الرحمان القصيبي: التنمية الأسئلة الكبرى. الطبعة الثالثة. المؤسسة العربية للدراسات و النشر. بيروت. 2006م.
- فليح حسن خلف: التنمية و التخطيط الاقتصادي. الطبعة الأولى. جدارا للكتاب العالمي و عالم الكتب الحديث. الأردن. 2006م.
- محمد عبيدات: التسويق السياحي مدخل سلوكي. الطبعة الأولى. الأردن.2000م.
- محمود الديماسي،حسن الرفاعي، حسن عطير، سراب إلياس: تسويق الخدمات السياحية. الطبعة الأولى. دار المسيرة. الأردن.2002م.

- محمود الديماسي،حسن الرفاعي، حسن عطير، سراب إلياس:إدارة المنشآت السياحية. الطبعة الأولى. دار المسيرة. الأردن.2002م.
- محمود الديماسي،حسن الرفاعي، حسن عطير، سراب إلياس:تخطيط البرامج السياحية. الطبعة الأولى. دار المسيرة. الأردن.2002م.
- مدحت القرشي: التنمية الاقتصادية نظريات و سياسات و موضوعات. الطبعة الأولى. دار وائل للنشر. الأردن.2007م.
- مصطفى محمود أبو بكر: إدارة التسويق في المنشأة المعاصرة. الدار الجامعية. مصر. 2004/2003م.

- منال عبد المنعم مكية: السياحة تشريعات و مبادئ. الطبعة الأولى. دار الصفاء للنشر. الأردن. 2000م.
- نسرين رفيق اللحام: التخطيط السياحي للمناطق التراثية. الطبعة الأولى. دار النيل. مصر. 2007م.
- وفاء زكي إبراهيم: دور السياحة في التنمية الاجتماعية دراسة تقويمية للقرى السياحية. المكتب الجامعي الحديث. مصر.2006م.
- ياسين الكحلي: إدارة الفنادق و القرى السياحية دار الوفاء. مصر 1999م.
- يسري دعبس: العولمة السياحية و واقع الدول المتقدمة و الدول النامية. الطبعة الأولى. الملتقى المصري للإبداع و التنمية. مصر.2002م.
- يسري دعبس: صناعة السياحة بين النظرية و التطبيق. الطبعة الأولى. الملتقى المصري للإبداع و التنمية. مصر. 2003م.

المذكرات و الرسائل و الأطروحات:

- بودي عبد القادر: أهمية التسويق السياحي بالجزائر (السياحة بالجنوب الغربي). أطروحة دكتراه. جامعة الجزائر.2006/2005م.
- خرفي خالد: الصناعة الفندقية و دورها في تحقيق التنمية الاقتصادية. دراسة حالة فندق الأوراسي.رسالة ماجستير. جامعة الجزائر. 2003/2002م.
- سيار زوبيدة: التخطيط الإستراتيجي للسياحة الجزائرية و آفاقها المستقبلية. رسالة ماجستير. جامعة الجزائر. 2004/2003م.

- عداد رشيدة: التسويق في مؤسسة خدماتية الخدمات السياحية. رسالة ماجستير. جامعة الجزائر.2003م.
- محمود فوزي شعوبي: السياحة و الفندقة في الجزائر دراسة قياسية 2002/1974م.أطروحة دكتراه. جامعة الجزائر.2007/2006م.

المراجع الإليكترونية:

- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية العدد 17 بتاريخ: 24صفر1428هـ الموافق ل14مارس2007م www.andi.dz.

- وزارة تهيئة الإقليم ، البيئة و السياحة .المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية. الكتاب1 تشخيص وفحص السياحة الجزائرية.2008م

- وزارة تهيئة الإقليم ، البيئة و السياحة .المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية. الكتاب 2 الحركيات الخمسة وبرامج الأعمال السياحية ذات أولوية .2008م.

- وزارة تهيئة الإقليم ، البيئة و السياحة .المخطط التوجيهي للتهيئة السياحية. الكتاب 3 الأقطاب السياحية السبعة للامتياز 2008م.

- وكالة الأنباء الجزائريةwww.aps.dz

-_Charte du tourisme durable .www.comite21.org.

- Leinda Marcado and James P.Lassoie "Assessing Tourists' preferences for recreationl and environmental management programs central to the sustainable development of tourism area in the Dominican republic". www. Energy and environment. V NDP.org, le: 23/03/2008 .

- Tourisme et développement durable, fiche info,.www.smap.ue. le:17/05/2009.

-www.association4D.org-

.www.djaridati.com-

- www.djazairess.com.

- www.el-hakaek.com.

-www.frwikipedia.org

-www.mta.gov.dz

-www.UN.org.2004.

الملاحق

ملحق رقم 1: نسخة عما جاء في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية فيما يتعلق بمرسوم كيفية "إعداد مخطط للتهيئة السياحية".

وفقا للمرسوم 07-86 المؤرخ في 21صفر1482هـ الموافق ل11مارس2007م تم تحديد كيفية إعداد مخطط التهيئة السياحية لمناطق التوسع والمواقع السياحية وذلك وفقا لتقرير وزير السياحة وبناءا على الدستور وبمقتضى عدة قوانين تم رسم ما يلي:

المادة الأولى: بهدف هذا المرسوم إلى تحديد كيفيات إعداد مخطط التهيئة السياحية لمناطق التوسع والمواقع السياحية.

الفصل الأول: الأحكام العامة.

المادة الثانية: بقصد بمفهوم مخطط التهيئة السياحية مجموع القواعد العامة والخاصة بتهيئة واستعمال منطقة التوسع السياحية والمواصفات الخاصة بالتعمير والبناء وكذا الارتفاقات المطبقة فيما يخص استعمال وحماية الأملاك والعقارات المبنية حسب الطابع السياحي للموقع.

المادة الثالثة: يدمج مخطط التهيئة السياحية المواصفات المنصوص عليها في المادتين 14و15 من القانون رقم 03-03 المؤرخ في 17فيراير2003م المتعلق بمناطق التوسع والمواقع السياحية ويأخذها بعين الاعتبار.

ويتكفل هذا المخطط لاسيما بمواصفات التشريع المعمول به في مجال حماية الساحل والجبل والتهيئة المستدامة للإقليم.

المادة الرابعة: تزود بمخطط التهيئة السياحية لمناطق التوسع والمواقع السياحية المحددة والمصرح بها والمصنفة بانتظام دون سواها.

الفصل الثاني: إعداد وتحضير مخطط التهيئة السياحية.

المادة الخامسة:يقرر إعداد مخطط التهيئة السياحية بقرار من الوزير المكلف بالسياحة لكل منطقة توسع سياحية محددة ومصرح بها ومصنفة بانتظام.

ويركز تقرير مخطط التهيئة السياحية على نتائج دراسات التهيئة المنجزة عند تحديد المنطقة المعينة والتصريح بها.

المادة السادسة: يحدد القرار المتضمن تقرير إعداد مخطط التهيئة السياحية، توجهات التهيئة القائمة المحتملة لتجهيزات المصلحة العامة والمنشآت القاعدية وتحديد إجراءات ومواعيد إعداده وشكله وموضوعه ومضمونه.

كما يحدد قائمة كيفية مشاركة الإدارات والمصالح والمؤسسات العمومية والجمعيات والغرف والمنظمات المهنية في إعداده.

وينشر هذا القرار في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية وفي جريدتين يوميتين وطنيتين.

المادة السابعة: يرسل الوزير المكلف بالسياحة، القرار المتضمن تقرير إعداد مخطط التهيئة السياحية إلى الوالي أو الولاة المعنيين الذين يراسلون رؤساء المجالس الشعبية الولائية والبلدية المعنية من أجل القيام بنشره لمدة شهر واحد بمقر البلديات المعينة.

المادة الثامنة:يكلف مدير السياحة بالولاية المعنية إقليميا، تحت سلطة الوالي وبالتشاور مع الوكالة الوطنية لتنمية السياحة، مكتب دراسات معتمدة قانونا ومؤهل في مجال التهيئة السياحية بإعداد مخطط التهيئة السياحية، طبقا للتنظيم المعمول به.

ويقوم بإعلام الوزير المكلف بالسياحة والوالي المختص إقليميا.

المادة التاسعة: يستشار إجباريا :

أ) بعنوان الإدارات العمومية والمصالح غير الممركزة للدولة المكلفة بما يأتي:
السكن والعمران . الثقافة . تهيئة الإقليم والبيئة . الأملاك الوطنية . الشؤون الدينية والأوقاف . الأشغال العمومية . التجارة . الفلاحة والغابات . الاتصال . النقل . الموارد المائية . الطاقة والمناجم . رئيس المجلس الشعبي الولائي ورؤساء المجالس الشعبية البلدية المعنية.

ب) بعنوان الهيئات والمصالح العمومية والمصالح المكلفة بما يأتي:
توزيع الطاقة . توزيع المياه والتطهير . النقل . حماية وتثمين الأملاك الثقافية.

المادة العاشرة:ينظم مدير السياحة، بالتنسيق مع رؤساء المجالس الشعبية البلدية المعينة، جلسات تشاور في مختلف مراحل إعداد مخطط التهيئة السياحية مع مختلف الهيئات والإدارات العمومي والمصالح العمومية والجمعيات.

المادة الحادية عشر: يصادق على مشروع مخطط التهيئة السياحية بمداولة مجلس أو المجالس الشعبية للولاية المعنية.

يبلغ الوالي مشروع المخطط لمختلف الإدارات والمصالح العمومية المذكورة في المادة 9 أعلاه، التي يمنح هلا أجل 30يوما ابتداء من تاريخ إعلامها لإبداء آراءها وملاحظاتها، وعند عدم الرد في الأجل المحدد، يعد رأيها موافقا.

المادة الثانية عشر: ينشر مشروع مخطط التهيئة السياحية بقرار من الوالي بناء على اقتراح مدير السياحة للولاية. ويجب أن يتضمن ما يلي:

- مكان فحص مشروع المخطط.
- تعيين المحافظ أو المحافظين المحقيقين.
- تواريخ فتح وغلق التحقيق العمومي.
- كيفية سبر التحقيق العمومي.

ويبلغ الوالي على سبيل العرض ، نسخة من القرار إلى الوزير المكلف بالسياحة.كما يخضع مشروع المخطط لتحقيق عمومي لمدة ستين (60) يوما، ويجب أن يكون موضوع الإعلان على مستوى مقر الولاية أو البلدية المعنية خلال كل هذه المدة.

المادة الثالثة عشر: تدون الملاحظات الناتجة عن التحقيق العمومي في سجل خاص يرقم ويؤشر عليه من طرف الوالي. ويمكن إبداء هذه الملاحظات شفهيا للمحافظ المحقق أو إرسالها إليه كتابيا.

المادة الرابعة عشر:عند انقضاء الأجل القانوني، يغلق سجل التحقيق ويوقعه المحافظ المحقق.

ويحرر المحافظ المحقق محضر غلق التحقيق في أجل خمسة عشر 15 يوما التالية، ويرسله إلى الوالي المعني مرفقا بالملف الكامل للتحقيق مع نتائجه.

يصدر الوالي رأيه وملاحظاته في أجل خمسة عشر 15يوما ابتداء من تاريخ استلامه للملف. عند انقضاء هذا الأجل، يعد رأي الوالي موافقا.

المادة الخامسة عشر: يعرض مشروع مخطط التهيئة السياحية مرفقا بسجل التحقيق ومختصر غلق التحقيق ونتائج المحافظ المحقق وكذا رأي الوالي على المجلس الشعبي الولائي المعني للمصادقة.

يرسل الوالي مجمل الملف إلى الوزير المكلف بالسياحة.

الفصل الثالث: محتوى مخطط التهيئة السياحية.

المادة السادسة عشر: يشمل مخطط التهيئة السياحية ما يلي:

- تقرير يوضح الوضعية الحالية لمنطقة التوسع السياحي التي أعد من أجلها المخطط ويعلن التدابير المقررة لتثمينها وتهيئتها وتسييرها.

ويظهر بالإضافة إلى مراجعها للمخطط التوجيهي للتهيئة والتعمير ومخطط شغل الأراضي في حالة وجودها الجوانب التلخيصية الآتية:

- المزايا العقارية السياحية والحموية أو الاستجمامية التي تزخر بها المنطقة.
- حالة البناء في المنطقة المعينة.
- حالة ورسم شبكات الطرق وقنوات التزويد بمياه الشرب والري، وصرف مياه الأمطار والصرف الصحي.
- حالة وكيفية صرف القاذورات الصلبة.
- الإطار الديموغرافي والاجتماعي والاقتصادي.
- النشاطات الاقتصادية والتجهيزات.
- الطبيعة القانونية للأملاك العقارية والآفاق الديموغرافية الاجتماعية والاقتصادية وكذا برامج التجهيزات العمومية المزمع إنجازها.

- نظام حول حقوق البناء الذي يحدد القواعد العامة لاستعمال الأراضي، وكذا العمليات التي يعول القيام بها في إطار التهيئة والاستثمار.

وفي هذا الإطار يجب إظهار كل تدابير توحيد الوعاء العقاري لضمان التهيئة والاستثمار.

- المخططات التقنية للتجهيزات والمنشآت القاعدية التي تتضمن الوثائق التخطيطية التي تظهر الشروط المحددة في النظام وتبرز المناطق الفرعية المتجانسة.
- الملحقات التي تتضمن كل أو جزء من الوثائق التخطيطية المطلوبة لمخطط استغلال الأراضي، في حالة تواجد الموقع بالقرب من منطقة عمرانية أو قابلة للتعمير.

وتتضمن كذلك الوثائق المكتوبة في القائمة غير المحدودة التالية:

- مخطط بيان الموقع بسلم5000/1.
- رسومات طوبوغرافية بسلم 500/1 أو 1000/1.
- مخطط المرتفاقات بسلم500/1 أو 1000/1.
- وضعية الأراضي ودرجتها وطبيعتها.
- وضعية شبكات الطرق والتطهر والمياه الصالحة للشرب والري والطاقة والهاتفبسلم 200/1 أو 500/1 أو 1000/1.
- حضور وحالة وارتفاع البناءات عند تواجدها.
- تحديد تمركز النشاطات التجارية والتقليدية والصناعات بسلم 1000/1 أو 2000/1.
- تحديد وتمركز وقدرة التجهيزات العمومية.
- الطبيعة القانونية للممتلكات بسلم 500/1 أو 1000/1.
- تحليل ديموغرافي واجتماعي واقتصادي للشاغلين.
- الحركة والنقل بسلم 500/1 أو 1000/1 أو 2000/1.

- دراسة تبرز:

. طرق وتقنيات ورسم شبكات التزود بالماء الصالح للشرب والري.

. طريقة صرف والقضاء على القاذورات الصلبة ومياه الصرف.

. طرق وتقنيات ورسم شبكات المياه القذرة ومياه الأمطار.

المادة السابعة عشر: يعد مخطط التهيئة في ثلاثة مراحل:

- مرحلة تشخيص وإعداد مختلف أنواع التهيئة.
- إعداد مخطط التهيئة السياحية.
- ملف تنفيذ شبكات القنوات والشبكات المختلفة.

الفصل الرابع: الموافقة على مخطط التهيئة السياحية وتنفيذه.

المادة الثامنة عشر: يجب أن تكون تهيئة وتسيير منطقة التوسع والموقع السياحي مطابقة لمواصفات مخطط التهيئة السياحية الذي تعده الإدارة المكلفة بالسياحة في إطار تشاوري وتوافقي عن طريق التنظيم.

المادة التاسعة عشر: يتولى الوزير المكلف بالسياحة بالاتصال مع الوالي المعني بتنفيذ وتسيير مخطط التهيئة السياحية الذي تمت الموافقة عليه.

المادة العشرون : طبقا للمادة رقم 13 من قانون رقم 03-03 المؤرخ في 17فيبراير 2003م والمذكور أعلاه، يعد مخطط التهيئة السياحية الموافق عليه بانتظام رخصة تجزئة للأجزاء المبنية.

المادة الواحد والعشرون: تكلف الوكالة الوطنية لتنمية السياحة تحت رقابة وتأطير الوزير المكلف بالسياحة بمباشرة اقتناء وتهيئة وترقية وإعادة بيع أو تأجير للمستثمرين الأراضي الواقعة في الأجزاء القابلة للبناء المحددة من قبل مخطط التهيئة السياحية والموجهة لإنجاز منشآت سياحية.

المادة الثانية والعشرون: تستمر كل وثيقة معدة طبقا للقواعد العامة للتهيئة والتعمير الموافق عليها في إطار الإجراءات السابقة لتاريخ الموافقة على المخطط في إنتاج آثارها، عندما لا تكون مدرجة داخل الجزء القابل للبناء لمنطقة التوسع السياحي أو تتعارض مع مواصفات المبينة من طرف هذا الأخير.

غير أنه يمكن أن يكون موضوع قرار تأجيل الفصل في كل الطلبات المنبثقة عن رخصة بناء وتجزئة وطلبات الترخيص التي يكون موضوعها أشغال تعديل وتهيئة وإعادة تهيئة كل أو جزء من البنايات المدرجة في الجزء القابل للبناء من المنطقة.

تسلم السلطات المحلية المعنية سند تأجيل الفصل للفترة الممتدة بين نشر المرسوم المتضمن تحديد منطقة التوسع السياحي وتلك المتعلقة بنشر المرسوم المتضمن الموافقة على مخطط التهيئة السياحية.

المادة الثالثة والعشرون: يجب على السلطة الحلية المعنية أن تتخذ قرار يخص كل الطلبات التي كانت موضوع تأجيل الفصل، وتبليغه إلى المعنيين، فور نشر المرسوم المتضمن الموافقة على مخطط التهيئة السياحية.

المادة الرابعة والعشرون: يعدل مخطط التهيئة السياحية ويراجع بنفس الأشكال المقررة لإعداده.

المادة الخامسة والعشرون: ينشر هذا المرسوم في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.

حرر بالجزائر في 21 صفر 1428هـ الموافق ل11مارس2007م .**عبد العزيز بلخادم**.[1]

[1] الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية العدد 17 بتاريخ: 24صفر عام1428ه الموافق ل14مارس سنة2007م الصفحة 10-14. http://www.andi.dz/PDF/legislation_ar/develop_tourism/07-86.pdf 8 ماي 2013م 11:25سا.