



## مجلة جامعة تشرين - سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية

اسم المقال: التخطيط السياحي والتنمية السياحية

اسم الكاتب: د. نور الدين هرمز

رابط ثابت: <https://political-encyclopedia.org/library/4021>

تاريخ الاسترداد: 2025/06/18 08:25 +03

الموسوعة السياسية هي مبادرة أكاديمية غير هادفة للربح، تساعد الباحثين والطلاب على الوصول واستخدام وبناء مجموعات أوسع من المحتوى العلمي العربي في مجال علم السياسة واستخدامها في الأرشيف الرقمي الموثوق به لإغناء المحتوى العربي على الإنترنت.

لمزيد من المعلومات حول الموسوعة السياسية – Encyclopedia Political، يرجى التواصل على [info@political-encyclopedia.org](mailto:info@political-encyclopedia.org)

استخدامكم لأرشيف مكتبة الموسوعة السياسية – Encyclopedia Political يعني موافقتك على شروط وأحكام الاستخدام المتاحة على الموقع <https://political-encyclopedia.org/terms-of-use>

تم الحصول على هذا المقال من موقع مجلة جامعة تشرين - سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية - ورفده في مكتبة الموسوعة السياسية مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكرية ومتطلبات رخصة المشاع الإبداعي التي ينضوي المقال تحتها.



## الخطيط السياحي والتنمية السياحية

\* الدكتور نور الدين هرمن

(تاریخ الإیادع 2 / 11 / 2006. قبل للنشر في 20/12/2006)

### □ الملخص □

يعتبر التخطيط السياحي من أهم أدوات التنمية السياحية المعاصرة، التي تهدف إلى زيادة الدخل الفردي الحقيقى والقومى، وإلى تنمية حضارية شاملة لكافة المقومات الطبيعية والإنسانية والمادية في البلاد . ومن هنا فالخطيط السياحي يعتبر ضرورة من ضرورات التنمية المستدامة الرشيدة الذي يمكن الدول خصوصا النامية منها من أن تواجه المنافسة في السوق السياحية الدولية. وبالتالي فإن تخطيط التنمية السياحية يعتبر جزءاً لا يتجزأ من خطة التنمية الاقتصادية والاجتماعية الذي يقتضي إلزام كافة الوزارات والأقاليم والأجهزة والإدارات الحكومية وغير الحكومية بتنفيذ السياسة التنموية السياحية (برنامج عمل مشترك).

وبناء على ما تقدم تناول البحث بالترتيب أهم الأفكار التي تخدم الموضوع وفقا لما يلي:

1- مفهوم وتعريف التخطيط السياحي، أهميته، أهدافه.

2- خصائص التخطيط السياحي الجيد، ومستوياته.

3- مفهوم التنمية السياحية ومكوناتها، عناصرها، أهدافها، أشكالها.

4- مراحل إعداد خطة التنمية السياحية.

5- النتائج والتوصيات.

كلمات مفتاحية: السياحة، التنمية، التخطيط، البيئة.

\* أستاذ مساعد في قسم الاقتصاد والتخطيط . كلية الاقتصاد . جامعة تشرين - اللاذقية - سوريا.

## Tourist Planning and Development

Dr. Noureddin Hermez \*

(Received 2 / 11 / 2006. Accepted 20/12/2006)

### □ ABSTRACT □

Tourist planning is considered one of the most important tools of contemporary tourist development, aiming at increasing the real individual and national income, and for an overall civilized development that includes all natural, human and material resources of a nation. Consequently, tourist planning is regarded as a necessity for a wise and sustainable development that enables countries, especially developing ones, to face competition in the international tourism market. Hence, planning tourist development is considered an integral part of a social and economic development plan. All ministries, regions, apparatuses, governmental and non-governmental administrations should be obliged to implement the tourist development policy (joint-action program). Depending on the above-mentioned points, this paper has studied the following issues that serve the goals of the subject:

- 1-The concept, definition, importance and goals of tourist planning
- 2-Characteristics and levels of good tourism planning
- 3-The concept, components, elements, goals and forms of tourist development
- 4-Stages of preparing a tourist development plan
- 5-Results and recommendations

**Key words:** tourism, development, planning, and environment

---

\* Associate Professor, Planning Department, Faculty of Economics, University of Tishreen, Lattakia, Syria.

## مقدمة:

ارتبط ظهور التخطيط السياحي وتطوره وكذلك أهميته ببروز السياحة كظاهرة حضارية . سلوكية من ناحية وظاهرة اقتصادية . اجتماعية من ناحية أخرى . وقد حظيت السياحة المعاصرة كنشاط إنساني بأهمية واعتبار كبيرين لم تحظ بهما في أي عصر من العصور السابقة، لقد نجم عن النشاطات السياحية الكثيفة نتائج وآثار اقتصادية واجتماعية وثقافية وبيئية وعمرانية كان لها أثر عظيم واضح في حياة المجتمعات والشعوب في عصرنا الحاضر، الأمر الذي استدعي توجيه الاهتمام إلى ضرورة تنظيم وضبط وتوجيه وتقدير هذه النشاطات للوصول إلى الأهداف المنشودة والمرغوبة وبشكل سريع وناضج. وقد ترتب على ذلك اعتماد وتبني أسلوب التخطيط السياحي كعلم متخصص يتداول بالدراسة والتحليل والتفسير جميع الأنشطة السياحية ويعمل على تطويرها.

## مشكلة البحث:

تظهر مشكلة البحث في ضعف صناعة السياحة في بعض الاقتصاديات العالمية خصوصا منها النامية، علما أن أي استثمار في السياحة هو أسرع طريق لتحقيق الأهداف المرجوة من خطط التنمية. فالتنمية السياحية ليست مهمة أحادية الجانب بمعنى أنها وزارة السياحة فقط، وإنما مهمة وطنية لمجموعة الوزارات والمؤسسات التي تشكل حلقات متكاملة تعمل جميعاً في إطار التنمية السياحية وتسويقه لزيادة ريعيتها واستثماراتها.

## أهمية البحث:

تكمن أهمية البحث في المحاور الآتية:

- 1- تزايد الاهتمام العالمي والعربي بالتنمية السياحية والتخطيط السياحي بكل مستوياته وأشكاله.
- 2- أهمية اتباع سياسة تخطيطية حيدة من شأنها المحافظة على البنية الثقافية والاجتماعية والاقتصادية وعلى الموارد الطبيعية والبيئية... على أن تبقى صالحة للأجيال القادمة.

## أهداف البحث:

انطلاقاً من أهمية البحث والإطار النظري والفكري الذي وضع فيه فهو يهدف إلى التوصل إلى إجابات على النقاط الآتية:

- 1- أهمية وأهداف التخطيط السياحي.
- 2- مفهوم التنمية السياحية وعناصرها وكيفية التغلب على مشكلتها.
- 3- ما هي مراحل إعداد خطة التنمية السياحية؟
- 4- أهم الاقتراحات التي تساعده في تسريع وتطوير التنمية السياحية.

## منهج البحث:

توضيحاً لتحقيق أهداف البحث فقد اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي لأهم ما ورد في الكتب والمراجع العربية والأجنبية والدوريات والإحصائيات والتقارير الرسمية المتعلقة بأدبيات البحث.

## مفهوم التخطيط السياحي:

لم يتبلور مفهوم التخطيط السياحي بشكل واضح ومحدد إلا بعد الحرب العالمية الثانية، حيث نشطت حركة السفر الدولية بشكل سريع وكثيف، وتزايدت أعداد السياح إلى جانب تنوع أشكال السياحة والاستجمام، وتعدت المناطق السياحية واختلفت وظائفها وخصائصها، وقد أدى كل هذا إلى زيادة الاهتمام بالسياحة والأنشطة السياحية، وظهرت الحاجة لضبط وتوجيه هذه النشاطات من أجل الحد من آثارها السلبية على المجتمع والبيئة، وتحقيق أقصى درجات النفع الاقتصادي، خصوصاً بعد أن أصبح ينظر إلى السياحة على أنها صناعة ومصدر دخل أساسي في كثير من دول العالم. والتخطيط 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 المتاح والكامن وتحقيق أقصى درجات المنفعة الممكنة، مع متابعة وتوجيه وضبط لهذا الاستغلال لإبقاءه ضمن دائرة المرغوب والمنشود، ومنع حدوث أي نتائج أو آثار سلبية ناجمة عنه.

## تعريف التخطيط السياحي:

يعرف التخطيط السياحي بأنه رسم صورة تقديرية مستقبلية للنشاط السياحي في دولة معينة وفي فترة زمنية محددة. ويقتضي ذلك حصر الموارد السياحية في الدولة من أجل تحديد أهداف الخطة السياحية وتحقيق تنمية سياحية سريعة ومنتظمة من خلال إعداد وتنفيذ برنامج متوازن يتصرف بشمول فروع النشاط السياحي ومناطق الدولة السياحية [1].

وينبغي لأن ينظر إلى التخطيط السياحي على أنه ميدان مقصور على الجهات الرسمية، وإنما يجب أن ينظر إليه على أنه برنامج عمل مشترك بين الجهات الحكومية والقطاع الخاص والأفراد. لذا يجب أن يكون التخطيط السياحي عملية مشتركة بين جميع الجهات المنظمة للقطاع السياحي . بين الجهات الحكومية المشرفة على هذا القطاع، ومقدي الخدمات السياحية (المؤسسات ورجال الأعمال)، والمستهلكين لهذه الخدمات ( السائح ) ، والمجتمع المضيف للسياحة . بدءاً من مرحلة صياغة الأهداف المراد تحقيقها وانتهاء بمرحلة التنفيذ والتطبيق لبرامج الخطة السياحة.

## يعتمد نجاح التخطيط السياحي على عدة عوامل [2] تشمل ما يلي:

1. أن تكون خطة التنمية السياحية جزءاً لا يتجزأ من الخطة القومية الشاملة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية.
2. وأن يتم تحقيق التوازن بين القطاعات الاقتصادية المختلفة.
3. وأن يتم اعتبار تنمية القطاع السياحي كأحد الخيارات الاستراتيجية للتنمية الاقتصادية.
4. وعلى أن تكون هذه الصناعة جزءاً من قطاعات الإنتاج في الهيكل الاقتصادي للدولة.
5. قيام الدولة بتحديد مستوى النمو المطلوب وحجم التدفق السياحي.

6. وعلى أن يتم تحديد دور كل من القطاعين الخاص والعام في عملية التنمية.

7. التركيز على علاقة التنمية السياحية بالنشاط الاقتصادي العام وتحديد علاقة ذلك بالمحافظة على البيئة.

\* ويرى بعض كتاب التخطيط السياحي [3] أن من بين عوامل نجاح التخطيط السياحي وجوب توفر أربعة

علاقة (E) :

أ- علاقة التخطيط بالنشاط الاقتصادي : " Economics "

فنجاح النشاط السياحي في أي منطقة يرتبط ارتباطاً وثيقاً بمستويات الأنشطة التي يمكنها أن تؤدي إلى تحقيق زيادة متواصلة في الدخول وإمكانية الاقتصاد المحلي على امتصاص هذه الدخول واستخدامها.

ب- علاقة التخطيط بالبيئة: " Environment "

نجد أن السياحة والبيئة هي نفس الشيء، على اعتبار أن التدفق السياحي يرتبط بعوامل الجذب السياحي المتمثلة في المناخ والمناظر البيئية الطبيعية والشواطئ وغيرها، أو في عوامل جذب من صنع الإنسان كالمناطق التاريخية الأثرية والحديثة وغيرها، وهنا تبدو نقطة هامة تتعلق بضرورة المحافظة على الأصول البيئية (Assets Environment).

ج- علاقة التخطيط بالقادمين إلى المنطقة السياحية: " Enrichment "

يكون من الملائم تهيئه المقيمين لترويج السائحين بالمعلومات التي تتيح لهم المتعة الذهنية، فإن تزاوج كل من الإمتاع النفسي والإثراء الذهني، يجعل السائحين أكثر رغبة في زيارة المنطقة مرة أخرى.

د- علاقة التخطيط بتدفق النقد الأجنبي: " Exchange "

وإذا كان التخطيط يهدف إلى زيادة موارد الدولة من النقد الأجنبي، فإن نجاح التخطيط السياحي يقاس، بالنسبة للدول النامية بصفة خاصة بمدى قدرته على زيادة التدفق من النقد الأجنبي إلى الدولة سواء من خلال عائدات السياحة الدولية أو من خلال انتساب رؤوس الأموال الأجنبية للاستثمار السياحي.

### أهمية التخطيط السياحي وأهدافه:

يلعب التخطيط السياحي دوراً بالغ الأهمية في تطوير النشاط السياحي، وذلك لكونه منهجاً علمياً لتنظيم وإدارة النشاط السياحي بجميع عناصره وأنماطه، فهو يوفر إطار عمل مشترك لاتخاذ القرارات في إدارة الموارد السياحية ويزود الجهات المسؤولة بالأساليب والاتجاهات التي يجب أن تسلكها، مما يسهل عملها ويوفر كثيراً من الجهد الضائع. التخطيط السياحي يساعد على توحيد جهود جميع الوحدات المسؤولة عن تنمية القطاع السياحي وتنسيق عملها، ويقلل من ازدواجية القرارات والأنشطة المختلفة، مما يساعد على إنجاز الأهداف العامة والمحددة لهذا النشاط. لهذا فإن التخطيط السياحي يتأثر بالتحولات السياسية والاجتماعية والطبيعية أكثر من تأثيره بعوامل الإنتاج والقوى الاقتصادية المختلفة.

ومن أهم المزايا والفوائد [4] التي تتطلب الأخذ بأسلوب التخطيط السياحي على كل المستويات ذكر ما يلي:

1. يساعد التخطيط للتنمية السياحية على تحديد وصيانة الموارد السياحية والاستفادة منها بشكل مناسب في الوقت الحاضر والمستقبل.

- 2.** يساعد التخطيط السياحي على تكاملية وربط القطاع السياحي مع القطاعات الأخرى وعلى تحقيق أهداف السياسات العامة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية على كل مستوياتها.
- 3.** يوفر أرضية مناسبة لأسلوب اتخاذ القرار لتنمية السياحة في القطاعين العام والخاص، من خلال دراسة الواقع الحالي والمستقبل مع الأخذ بعين الاعتبار الأمور السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تقررها الدولة لتطوير السياحة وتنشيطها.
- 4.** يوفر المعلومات والبيانات والإحصائيات والخرائط والمخططات والتقارير والاستبيانات، ويضعها تحت يد طالبيها.
- 5.** يساعد على زيادة الفوائد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية من خلال تطوير القطاع السياحي، وتوزيع ثمار تنموته على أفراد المجتمع. كما يقلل من سلبيات السياحة.
- 6.** يساعد على وضع الخطط التفصيلية لرفع المستوى السياحي لبعض المناطق المتميزة، والمتختلفة سياحياً.
- 7.** يساعد على وضع الأسس المناسبة لتنفيذ الخطط والسياسات والبرامج التنموية المستمرة عن طريق إنشاء الأجهزة والمؤسسات لإدارة النشاط.
- 8.** يساهم في استمرارية تقويم التنمية السياحية ومواصلة التقدم في تطوير هذا النشاط. والتأكيد على الإيجابيات وتجاوز السلبيات في الأعوام اللاحقة.
- وقد أثبتت التجارب في العديد من دول العالم أنه يمكن تحقيق عائدات سياحية دائمة من خلال اعتماد التخطيط السليم والمناسب، ويمكن لهذه العائدات أن تتضاعف في حال استمرار التخطيط الواعي والناضج الذي يسعى **لتحقيق مجموعة من الأهداف أهمها [5]:**
- 1.** تحديد أهداف التنمية السياحية القصيرة والبعيدة المدى، وكذلك رسم السياسات السياحية ووضع إجراءات تنفيذها.
- 2.** ضبط وتنسيق التنمية السياحية الثقافية والعشوانية.
- 3.** تشجيع القطاعين العام والخاص على الاستثمار في مجال التسهيلات السياحية أينما كان ذلك ضرورياً.
- 4.** مضاعفة الفوائد الاقتصادية والاجتماعية للنشاطات السياحية لأقصى حد ممكن وتقليل كلفة الاستثمار والإدارة لأقل حد ممكن.
- 5.** الحيلولة دون تدهور الموارد السياحية وحماية النادر منها.
- 6.** صنع القرارات المناسبة وتطبيق الاستخدامات المناسبة في الواقع السياحي.
- 7.** تنظيم الخدمات العامة وتوفيرها بالشكل المطلوب في المناطق السياحية.
- 8.** المحافظة على البيئة من خلال وضع وتنفيذ الإجراءات العلمية المناسبة.
- 9.** توفير التمويل من الداخل والخارج اللازم لعمليات التنمية السياحية.
- 10.** تنسيق النشاطات السياحية مع الأنشطة الاقتصادية الأخرى بشكل تكامل.

### **خصائص التخطيط السياحي الجيد:**

يمتاز التخطيط السياحي الجيد بأنه يركز على المنتج السياحي Tourist Product وكذلك على عمليات الترويج والتسويق بأسلوب يحقق التوازن بين الأهداف الاقتصادية والاجتماعية والبيئية ضمن إطار التنمية السياحية الشاملة والمستدامة، والتخطيط السياحي الجيد لا بد أن تتوفر فيه كذلك **عدة مواصفات أخرى أهمها:**

١. تخطيط من **Flexible Continuous** مستمر وتدرجى **Incremental** يتقبل إجراء أي تعديل إذا ما تطلب الأمر بناء على المتابعة المستمرة والتغذية الراجعة.
٢. تخطيط شامل لجميع جوانب التنمية السياحية، الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية، البيئية، السكانية، ... الخ.
٣. تخطيط تكاملى، تعامل فيه السياحة على أنها نظام متكامل، حيث كل جزء مكمل للأجزاء الأخرى، وكل عنصر يؤثر وينتأثر ببقية العناصر.
٤. تخطيط مجتمعي، بمعنى أنه يسمح بمشاركة جميع الجهات ذات العلاقة في عملية التخطيط بمراحلها المختلفة.
٥. تخطيط بيئي يحول دون تدهور عناصر الجذب السياحية الطبيعية والتاريخية، ويعمل على توفير الإجراءات اللازمة لصيانتها بشكل مستمر، ويضمن المحافظة عليها لأطول فترة زمنية ممكنه.
٦. تخطيط واقعى وقابل للتنفيذ، أي أن لا تتجاوز أهدافه حدود الإمكانيات والطموح ولا تخرج عن دائرة ما هو متاح وكامن من موارد طبيعية ومالية وبشرية.
٧. تخطيط مرحلى منظم، يتكون من مجموعة من الخطوات والنشاطات المتابعة والمتسلسلة.
٨. تخطيط يتعامل مع السياحة على أنها نظام له مدخلات وعمليات ومخرجات محددة، ويمكن التأثير في هذه التكوينات وتوجيهها.

### **المستويات المكانية للتخطيط السياحي:**

تنعد المستويات المكانية للتخطيط السياحي [6] ولكن بشكل عام يمكن الحديث عن أربعة مستويات رئيسية هي :

#### **١. التخطيط السياحي على المستوى المحلي Local Level**

يكون التخطيط السياحي في هذا المستوى المكانى متخصصاً وقصيراً أكثر منه في المستويات المكانية الأخرى، وعادة يتضمن تفاصيل عن جوانب عديدة منها:

- ❖ التوزيع الجغرافي للخدمات السياحية ومنتزهات النوم .
- ❖ الخدمات والتسهيلات السياحية .
- ❖ مناطق وعناصر الجذب السياحي.
- ❖ شبكات الطرق المعبدة ومحلات تجارة التجزئة والمنتزهات والمحميات.
- ❖ نظام النقل على الطرق والمطارات ومحطات السكك الحديدية.

تسق كثير من خطط التنمية في هذا المستوى المكانى بدراسات جدو اقتصادية أولية وكذلك دراسات لتقدير المروّدات البيئية والاجتماعية والثقافية، وكذلك تقييم لبرامج التنمية والهيكل الإدارية والمالية المناسبة للتنفيذ، وأيضاً قواعد التنظيم المكانى والتصميم الهندسى، وتشمل مثل هذه الدراسات كذلك على تحليل حركة الزوار و-tonesيات متعلقة بذلك.

#### **٢. التخطيط السياحي على المستوى الإقليمي Regional Level**

يركز التخطيط السياحي في مستوى الإقليمي على جوانب عديدة منها على سبيل المثل لا الحصر:  
❖ بوابات العبور الإقليمية وما يرتبط بها من طرق مواصلات إقليمية ودولية بأنواعها.

- ❖ منشآت النوم بأنواعها وكافة الخدمات السياحية الأخرى.
- ❖ السياسات السياحية والاستثمارية والتشريعية وهيأكل التتنظيم السياحية الإقليمية.
- ❖ برامج الترويج والتسويق السياحي.
- ❖ برامج التدريب والتعليم، والاعتبارات الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والبيئية، إلى جانب تحليل الآثار والمردودات.
- ❖ مراحل واستراتيجيات التنمية وبرمجة المشاريع.

والخطيط السياحي في المستوى الإقليمي متخصص وتفصيلي بدرجة أقل من المستوى المحلي وأكبر من المستوى الوطني، علماً أن مستوى التخصيص يعتمد على حجم الدولة وحجم الإقليم، فخطة وطنية في دولة صغيرة المساحة قد تحوي من التفاصيل ما تحويه خطة إقليمية في دولة كبيرة المساحة، وقد لا تحتاج البلاد الصغيرة المساحة إلى خطيط وطني وأخر إقليمي.

### **3. الخطط السياحي على المستوى الوطني National Level :**

يغطي الخطط السياحي في هذا المستوى جميع الجوانب التي يغطيها في المستوى الإقليمي، ولكن بشكل أقل تخصصاً وتفصيلاً وعلى مستوى القطر أو الدولة بجميع أقاليمها ومناطقها.

### **4. الخطط السياحي على المستوى الدولي International Level :**

تقصر عمليات الخطط السياحي في هذا المستوى على خدمات النقل وطرق المواصلات بين مجموعة من الدول، كما هو الحال في مجموعة دول الاتحاد الأوروبي، ويشمل هذا الخطط كذلك تطوير وتنمية بعض عناصر الجذب السياحي التي تتوزع جغرافياً في عدة دول متغيرة، كما هو الحال في جبال الألب في القارة الأوروبية. إلى جانب ذلك هناك خطط سياحي بين عدة دول في مجالات الترويج والتسويق السياحي. والجدير بالذكر أن المنظمات والهيئات السياحية الدولية مثل: منظمة السياحة العالمية غالباً ما تشارك في مثل هذا النوع من الخطط وأحياناً تقديم الدعم المادي والمعنوي الكامل في هذا المجال.

## **التنمية السياحية ومكوناتها:**

يرتبط فهم الخطط السياحي بشكل كبير بمعرفة مفهوم ومكونات التنمية السياحية وطبيعة العلاقات بين هذه المكونات. إن التنمية السياحية هي أحدث ما ظهر من أنواع التنمية العديدة، وهي بدورها متغلبة في كل عناصر التنمية المختلفة، وتکاد تكون متطابقة مع التنمية الشاملة، فكل مقومات التنمية الشاملة هي مقومات التنمية السياحية [7].

لذلك تعتبر قضية التنمية السياحية عند الكثير من دول العالم، من القضايا المعاصرة، كونها تهدف إلى الإسهام في زيادة الدخل الفردي الحقيقي، وبالتالي تعتبر أحد الروافد الرئيسية للدخل القومي، وكذلك بما تتضمنه من تنمية حضارية شاملة لكافة المقومات الطبيعية والإنسانية والمادية. ومن هنا تكون التنمية السياحية وسيلة للتنمية الاقتصادية.

**تعرف التنمية السياحة** على أنها توفير التسهيلات والخدمات لإشباع حاجات ورغبات السياح، وتشمل كذلك بعض تأثيرات السياحة مثل: إيجاد فرص عمل جديدة ودخول جديدة.

وتشمل التنمية السياحية جميع الجوانب المتعلقة بالأتماط المكانية للعرض والطلب السياحيين، التوزيع الجغرافي للمنتجات السياحية، التدفق والحركة السياحية، تأثيرات السياحة المختلفة.

فالتنمية السياحية هي الارتفاع والتلوّن بالخدمات السياحية واحتياجاتها. وتنطّل التنمية السياحية تدخل التخطيط السياحي باعتباره أسلوباً علمياً يستهدف تحقيق أكبر معدل ممكن من النمو السياحي بأقل تكلفة ممكنة وفي أقرب وقت ممكن [8]. ومن هنا فالخطيط السياحي يعتبر ضرورة من ضرورات التنمية السياحية الرشيدة لمواجهة المنافسة في السوق السياحية الدولية.

### عناصر التنمية السياحية:

و تتكون من عناصر عدة أهمها [9] :

- عناصر الجذب السياحي Attraction وتشمل العناصر الطبيعية Natural Features مثل : أشكال السطح والمناخ والحياة والغابات وعناصر من صنع الإنسان man-made- objects ،الممتزهات والمتحف والمواقع الأثرية التاريخية.
  - النقل Transport بأنواعه المختلفة البري، البحري والجوي.
  - أماكن النوم Accommodation سواء التجاري منها Commercial كالفنادق والموتيلات وأماكن النوم الخاص مثل: بيوت الضيافة وشقق الإيجار.
  - التسهيلات المساعدة Supporting Facilities بجميع أنواعها كالإعلان السياحي والإدارة السياحية والأشغال اليدوية والبنوك ....
  - خدمات البنية التحتية Infrastructure كالمياه والكهرباء والاتصالات ....
- ويضاف إلى هذه العناصر جميعها الجهات المنفذة للتنمية، فالتنمية السياحية تتفّذ عادة من قبل القطاع العام أو الخاص أو الاثنين معاً.

### أهداف التنمية السياحة:

تهدّف تطوير الصناعة السياحية إلى تحقيق زيادة مستمرة ومتوازنة في الموارد السياحية. وإن أول محور في عملية التنمية هو الإنسان الذي يعد أداتها الرئيسية [10]. لهذا فإن الدولة مطالبة بالسعى إلى توفير كل ما يحتاج إليه لتبقى القدرات البدنية والعقلية والنفسية لها الإنسان على أكمل وجه.

إن عملية تنمية وتطوير السياحة تكون ب مجرد المصادر التي يمكن استخدامها في الصناعة السياحية وتقويمها بشكل علمي بل وإيجاد مناطق جديدة قد تجذب إليها السائحين مثل القرى السياحية أو الأماكن المبنية خصوصاً للسياحة. والتقويم هنا ليس مجرد تخمين نظري، وإنما تقويم مقارن مع المنتجات السياحية للدول المنافسة واعتمادها على اتجاهات وخصائص الطلب السياحي العالمي والذي يعد الأساس في تحديد وإيجاد البنية التحتية والقومية للسياحة عبر تشجيع الاستثمار السياحي وتسييل عمل شركات الاستثمار من خلال تخفيض الضرائب والإجراءات الجمركية على الأجهزة والمعدات اللازمة لمشاريعهم [11].

إن تنمية النشاط السياحي بحاجة إلى تعاون كافة العناصر والإمكانات والجهود العاملة في الحقل السياحي. لأن السياحة قطاع اقتصادي يضم مراافق عديدة ونشاطات اقتصادية مختلفة. لذلك فإن أي تخطيط للتنمية السياحية

يجب أن يهدف إلى وضع برامج من أجل استخدام الأماكن والمناطق والمواد سياحياً، ثم تطويرها لتكون مراكز سياحية ممتازة تجذب السائحين إليها سواء أكان مباشرة أو عبر الإعلان السياحي أو غيره من مزيج الاتصال التسويقي. إن تنمية الصناعة السياحية تحكمها عدة اعتبارات لا بد من مراعاتها وهي على النحو التالي:

- تدريب الجهاز البشري اللازم الذي يحتاج إليه القطاع السياحي حتى تتمكن المنشآت السياحية من القيام بدورها بالشكل المطلوب.
- المحافظة على حقيقة الواقع السياحية، لأن جذب السياح إلى هذه المناطق قد تعتمد على المناخ أو الطبيعية أو التاريخ أو أي عامل آخر تتميز به المنطقة السياحية.
- الاستغلال الجيد للموارد السياحية المتاحة مع توفير المرونة لها لتمكن من مواكبة احتياجات الطلب السياحي المحلي والعالمي.
- إجراء دراسة شاملة للتأكد من الجدوى الاقتصادية للاستثمارات السياحية المقترحة وفيما إذا كان الاستثمار سيدر أرباحاً أم لا.
- دعم الدولة للقطاع السياحي، عبر معاونة القطاع الخاص في تنفيذ البرامج السياحية ويكون ذلك عبر خطة إعلانية تسويقية متكاملة.
- ربط خطة التنمية السياحية مع خطط التنمية الاقتصادية الأخرى لمختلف القطاعات الاقتصادية لتحقيق نمو متوازن وليس مجرد الاهتمام بالسياحة فقط.
- تحديد المشاكل التي قد تعرّض تربية الصناعة السياحية ثم وضع خطط بديلة في حال حدوث طارئ معين.
- دراسة السوق السياحي المحلية، من أجل معرفة نوعية السياح الوافدين وما هي تقضيّلاً لهم للسعى إلى تأمينها قدر الإمكان.
- توفير شبكة من الفنادق المناسبة لكل شكل من أشكال الدخل، ولكل نماذج الرغبات، وخاصة المناسبة منها لذوي الدخل المحدود، فحركة السياحة لم تعد مقتصرة على الأغنياء.
- رفع مستوى النظافة والخدمات السياحية لأنهما يؤديان دوراًهما في تطوير التنمية السياحية، فحين يتم الحفاظ على نظافة الشوارع والشواطئ والأثار وغيرها من عوامل الجذب السياحي، يجعل السائح يرغب في العودة إلى هذا البلد.

نخلص إلى القول مما نقدم إن التنمية السياحية يجب أن تهدف إلى تحقيق زيادة متوازنة ومستمرة في الموارد السياحية [12]، إضافة إلى ترشيد وتعزيز درجة الإناتجية في قطاع السياحة، وبالتالي فهي تتطلب تنسيق السياسات المختلفة داخل البلد نظراً لارتباط السياحة مع مختلف تلك الأنشطة الأخرى مثل النقل والجمارك والتجارة والخدمات بصفة عامة.

وباختصار تحدد أهداف التنمية السياحية عادة في المراحل الأولى من عملية التخطيط السياحي ، في مجموعة من الأهداف كالتالي :

- على الصعيد الاقتصادي:
  - تحسين وضع ميزان المدفوعات.
  - تحقيق التنمية الإقليمية خصوصاً إيجاد فرص عمل جديدة في المناطق الريفية.
  - توفير خدمات البنية التحتية.

- زيادة مستويات الدخل.

- زيادة إيرادات الدولة من الضرائب.

- خلق فرص عمل جديدة.

○ على الصعيد الاجتماعي:

- توفير تسهيلات ترفيه واستجمام للسكان المحليين.

- حماية وإشباع الرغبات الاجتماعية للأفراد والجماعات.

○ على الصعيد البيئي:

- المحافظة على البيئة ومنع تدهورها ووضع إجراءات حماية مشددة لها.

○ على الصعيد السياسي والثقافي:

- نشر الثقافات وزيادة التواصل بين الشعوب.

- تطوير العلاقات السياسية بين الحكومات في الدول السياحية.

## أشكال التنمية السياحية:

تأخذ التنمية السياحية أشكالاً متعددة منها:

أ-تطوير المنتجعات السياحية:

وهذا النوع من التنمية يركز على سياحة الإجازات والعطل، وتعرف المنتجعات على أنها المواقع التي توفر الاكتفاء الذاتي وتتوفر فيها أنشطة سياحية مختلفة وخدمات متعددة لأغراض الترفيه والاستراحة والاستجمام.

ب - القرى السياحية:

وهي شكل من أشكال السياحة المنتشرة جداً في أوروبا كما بدأت تنتشر في العديد من دول العالم. الحياة في القرية نموذج يختلف عن الحياة في المدن، وتستهوي سكان المدن حباً في التغيير والبساطة.

ويعتمد قيام القرى السياحية على وجود عنصر الماء (الشاطئ)، مناطق الموانئ، أنشطة التزلج، الجبال، الحدائق العامة، موقع طبيعية، موقع تاريخية أثرية، موقع علاجية، ملاعب جولف، أنشطة رياضية وترفيهية أخرى.

تحتاج مساحات هذا النوع من المواقع وتنعد فيها أنواع مرافق الإقامة ومنتجات النوم والمرافق التكميلية مثل: الأسواق والمناطق التجارية، خدمات ترفيهية وثقافية، مراكز للمؤتمرات ومرافق سكنية خاصة مختلفة الأحجام.

يتم التخطيط لإنشاء القرى السياحية عادة في وقت واحد أي ضمن خطة سياحية واحدة ويأخذ التنفيذ مراحل متعددة وعلى فترات زمنية طويلة تحددها عناصر الطلب السياحي والطاقة الاستيعابية.

ج- منتجعات المدن:

يتطلب هذا النوع من المنتجعات دمج برامج استعمالات الأرضي والتنمية الاجتماعية، مع عدم إهمال البعد الاقتصادي الذي يوفر فرص الجذب الاستثماري للمشاريع (فنادق، استراحات،.....الخ) في المنطقة، وتحتاج إقامة هذا النوع من المنتجعات وجود نشاط سياحي مميز أو رئيسي في الموقع مثل: التزلج على الجليد، وجود شاطئ، أنشطة سياحية علاجية، موقع أثرية أو دينية.

د- منتجعات العزلة **Retreat Resorts**

أصبح هذا النوع من المنتجعات من المناطق السياحية المفضلة في جميع أنحاء العالم، وتميز هذه المنتجعات بصغر حجمها ودقة تخطيطها وشموله. وعادة يتم اختيار موقعها في مناطق بعيدة عن المناطق المأهولة مثل: الجزر الصغيرة أو الجبال، والوصول إليها يتم بواسطة القوارب، المطارات الصغيرة أو الطرق البرية الضيقة.

#### هـ - السياحة الحضرية:

وهي نوع من السياحة الدارجة والمعروفة، وتوجد في الأماكن الحضرية الكبيرة، حيث يكون للسياحة أهمية بالغة، لكنها لا تكون النشاط الاقتصادي الوحيدة في المنطقة. وتشكل مرافق الإقامة والسياحة جزءاً لا يتجزأ من الإطار الحضري العام للمدينة وتحدم سكان المدينة أو المنطقة وكذلك السياح القادمين إليها. وقد أخذت كثير من الحكومات حاليًا على عاتقها تطوير وتنمية السياحة في المناطق الحضرية التي تتوفر فيها الموارد والمعطيات السياحية والتي يمكن تطويرها مثل: الواقع التاريخية والأثرية وذلك من أجل إشباع رغبات السكان المحليين من ناحية وجلب الزوار والسائح إلى المدينة من ناحية أخرى.

#### وـ سياحة المغامرة:

وهذا النوع من السياحة موجه للمجموعات السياحية التي تهدف إلى ممارسة وعيش خصائص معينة، وهي تعتمد على طول فترة إقامة السائح بحيث تسمح له هذه الإقامة بالترفيه والاستجمام وفي نفس الوقت التعايش مع العادات والتقاليد الاجتماعية والثقافية والمناظر الطبيعية المتوفرة في المنطقة.

ولا يتطلب هذا النوع من السياحة تنمية كبيرة أو استثمارات ضخمة أو خدمات ومرافق عديدة، لكنه يتطلب إدارة جيدة وتتوفر عناصر لدلالة سياحية مؤهلة وخبيثة، خدمات نقل، مرافق إقامة أولية وأساسية وكذلك خدمات ومرافق لاستقبال المجموعات السياحية عالية النوعية وبحالة مؤكدة السلامة [13].

#### زـ سياحة الرياضة البحرية:

يعتمد هذا النوع من السياحة على وجود الماء (البحار أو البحيرات)، تتفاوت المدة التي يقضيها السائح في ممارسة الرياضات البحرية المختلفة مثل: الغوص، التزلج على الماء، العوم، سباق اليخوت أو القوارب.....الخ.

### مراحل إعداد خطة التنمية السياحية:

تشمل عملية إعداد خطة التنمية السياحية على عدد من الخطوات المتسلسلة والمترابطة كالتالي:

#### أـ إعداد الدراسات الأولية.

بـ تحديد أهداف التخطيط بشكل أولي بحيث يمكن تعديلها من خلال التغذية الراجعة خلال عملية إعداد الخطة ومرحلة تقييم الآثار.

جـ جمع المعلومات وإجراء المسوحات وتقييم الوضع الراهن للمنطقة السياحية.

دـ تحليل البيانات (المسوحات): وتشمل هذه المرحلة على تحليل وتقدير البيانات التي تم جمعها من خلال المسوحات وتوليفها والخروج بحقائق وتعليمات تساعد في إعداد الخطة، ورسم خطواتها العامة والقصصية.

هـ إعداد الخطة : وهذا يتم وضع السياسات السياحية المناسبة ويتم تقييم هذه السياسات (البدائل) لاختيار ما هو ملائم ومناسب لتنفيذ الخطة، وكذلك يتم تحديد البرامج والمشاريع التي يجب تنفيذها لتحقيق أهداف الخطة.

وـ تنفيذ الخطة بتوصياتها وبالوسائل التي يتم تحديدها في المرحلة السابقة.

ر - تقييم ومتابعة الخطة السياحية وتعديلها وفق التغذية الراجعة إذا تطلب الأمر ذلك.  
والجدير بالذكر أن المسوحات وجمع البيانات وتحليلها تشكل المدخلات الأساسية لخطط التنمية السياحية وتحتاج هذه المرحلة إلى دقة وتنظيم كبيرين، وأهم الجوانب التي يمكن جمع معلومات عنها:

- عناصر الجذب السياحي.
- المرافق والخدمات.
- وسائل النقل.
- خدمات ومرافق البنية التحتية.

وتنطوي هذه المرحلة الأخذ بأراء المسؤولين في أجهزة الدولة كل حسب تخصصه، وأيضاً ممثلي القطاع الخاص وممثلي المجتمعات المحلية، ومراجعة الدراسات المتوفرة والخرائط والبيانات الجغرافية والخصائص الطبيعية والبيئية ودراسة الأسواق السياحية ، وخصائص السياح ومعدلات إنفاقهم وأوجه الإنفاق السياحي وكفاءة السياحة المحلية ، وخطوط النقل الجوي...الخ.

### تشمل عملية تحليل البيانات ثلاثة محاور رئيسية هي :

أ- تحليل الأسواق السياحية من حيث:

- التوقعات المستقبلية (الطلب السياحي على مرافق الإقامة).
- تحديد الحاجات من مرافق الإقامة والخدمات العامة وخدمات البنية التحتية.

فمثلاً: يمكن تحديد معدلات الطلب على الأسرة الفندقية كالتالي:

$$\text{عدد السياح في فترة زمنية محددة} \times \text{معدل فترة الإقامة / ليلة}$$

$$\text{عدد الليالي في فترة زمنية محددة} \times \text{معامل الأشغال / الإقامة}$$

مثال: لاحتساب الطلب السنوي:

$$\frac{100000 \text{ سائح في السنة} \times 7 \text{ ليالي}}{365 \text{ ليلة} \times 75\% \text{ نسبة الأشغال.}} = 2555 \text{ سريراً}$$

ومرحلة تحليل الأسواق تشكل أساس التحليل في المحور الثاني.

ب . التحليل المتكامل:

يمثل هذا التحليل العناصر التالية:

- خصائص البيئة الطبيعية.
- العوامل الاجتماعية والاقتصادية.
- عناصر الجذب السياحي.
- الأنشطة السياحية.
- السياسات والخطط المتوفرة.
- الطاقة الاستيعابية.

يتم في هذه المرحلة من التحليل الوصول إلى الاستنتاجات الخاصة بالفرص المتاحة أو المعطيات والمقومات السياحية المتوفرة وكذلك تحديد العوائق التي يمكن أن تتحول دون تحقيق التنمية السياحية. وتشمل العناصر التي ينبغي تحليلها في هذا المحور ما يلي:

- خصائص البيئة الطبيعية: المناخ، التربية، الحياة البرية .....
- خصائص موقع العناصر السياحية مثل: وجود معادن قابلة للاستغلال، القدرة الزراعية.
- أنماط استعمالات الأراضي والاستيطان.
- مرافق الإقامة، والخدمات السياحية.
- خدمات النقل الحالية والمخططية وأنواع البنية التحتية الأخرى.

**ج . تحليل العناصر المؤسسة للقطاع السياحي** على الصعيدين العام والخاص ويتضمن آليات التنفيذ والمتابعة والمراقبة والسياسات والاستراتيجيات وتتوفر القوانين والأنظمة والقدرة المالية والاستثمار وبرامج التعليم والتدريب السياحي. تشكل هذه المرحلة من التحليل القاعدة الأساسية التي توفر المدخلات الرئيسية اللازمة لوضع الخطة التنموية السياحية.

## النتائج والتوصيات:

\* ضرورة استخدام السياحة كمحرك يحقق التنمية الإقليمية المتوازنة والنهوض بالمستوى المعيشي للمناطق الأقل نمواً التي تمتلك المصادر والموارد السياحية.

\* الأخذ ببدأ التخطيط السياحي لتحقيق التكامل في التنمية بين كافة القطاعات، والتطابق والتوافق بين الطلب السياحي والمنتج السياحي المقدم، وأيضاً تحقيق أكبر قدر ممكن من المكاسب الاقتصادية المباشرة وغير المباشرة، وتأمين عمليات التحديث والتطوير للمناطق السياحية، والتوزع وإيجاد مناطق سياحية جديدة تتلاءم مع تغير وتطور عمليات التنمية السياحية.

\* نشر الوعي السياحي بوساطة وسائل الاتصال الجماهيرية من تلفاز وإذاعة وصحافة بهدف:

- نشر السلوك الجماهيري السليم الذي يتفق مع متطلبات الترغيب السياحي وحسن استقبال السائحين ومعاملتهم.

- توجيه عناية المواطنين للمحافظة على البيئة ومستوى النظافة في المناطق السياحية.

- حماية التراث الوطني من كل ما يتعرض له من سرقة وتدمر.

- تنفيذ الجماهير بحملات إعلامية مركزة لإظهار أهمية السياحة اقتصادياً واجتماعياً وحضارياً وبيئياً وصحياً وسياسياً ... الخ.

\* تبسيط الإجراءات الجمركية للبضائع التي يحتاجها السواح أو البضائع التي تحتاجها صناعة التنمية السياحية مثل الأجهزة في الفنادق والأثاث ... الخ. وهذا بدوره يخفض من أسعار الإقامة في الفنادق والمنشآت السياحية الأخرى. وكذلك تبسيط وتخفيف الإجراءات الجمركية على حاجات السواح التي يجلبونها معهم لغرض الاستعمال وليس البيع مثل أجهزة كاميرات الفيديو. أو التلفون النقال أو بعض أجهزة التصوير .. الخ.

\* تشجيع الاستثمار في صناعة السياحة والفنادق ويتم ذلك عن طريق :

- وضع نظام لتشجيع الاستثمار السياحي في مختلف الأقاليم والمناطق.

- كما يجب تنويع الحوافز لتشجيع الاستثمار السياحي والفندقي كالإعفاءات من الضرائب خصوصاً في بداية افتتاح المشاريع، وتسهيل إجراءات الجمارك بالنسبة للأجهزة والمعدات التي تحتاجها، وتقديم القروض الطويلة الأجل بالنسبة لشركات الاستثمار السياحية والفندقية المحلية.

- وضع قانون للاستثمار السياحي والفندقي بحيث يكون بسيطاً واضحاً وتحدد جهة مرجعية ورقابية واحدة مختصة منعاً للازدواج والروتين والفساد في الإدارة.

### المراجع:

1. الروبي، نبيل - *التخطيط السياحي*، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية، 1987، ص 65 .
2. محمد الشيراوي، عبد المنعم - *واقع وآفاق مستقبل السياحة في البحرين* - بيروت، دار الكنوز الأدبية 2002 ص 37.
3. Charles,K. - *Tourism planning & Development* CBI 1978.
4. شمسين، نديم . *مبادئ السياحة-الجمعية الجغرافية السياحية*، دمشق، 2001 ص 82
5. غنيم، محمد عثمان- *التخطيط السياحي والتربية* ، مرجع سبق ذكره، الأردن، 2004 ص 243-246 .
6. غنيم، محمد عثمان- *التخطيط السياحي والتربية* ، مرجع سبق ذكره، الأردن، 2004 ص 45-46
7. كافي ، حسين -*رؤية عصرية للتنمية السياحية ، النهضة المصرية ، القاهرة، 1987* ص 37.
8. كافي، مصطفى يوسف ، *صناعة السياحة كأحد الخيارات الإستراتيجية للتنمية الاقتصادية* ، دار الفرات . نينار للنشر والتوزيع 2006 ص 106-107 .
9. غنيم، محمد عثمان- *التخطيط السياحي والتربية* ، مرجع سبق ذكره ، الأردن، 2004 ص 53-54 .
10. عبد القادر، مصطفى - *دور الإعلان في التسويق السياحي*، الحواسب الجامعية للندوات ط 1 ، بيروت، 2003 ص 197 .
11. توفيق، ماهر عبد العزيز ، *صناعة السياحة* ، دار وهران عمان ، ص 198 .
12. غنيم، محمد عثمان- *التخطيط السياحي والتربية* ، 1 مرجع سبق ذكره لأردن، 2004 ص 60 .
13. خربوطلي، صلاح الدين - *السياحة المستدامة* ، سلسلة دار الرضا، دمشق 2004 ص 130 .