

جمهورية العراق  
وزارة التربية  
المديرية العامة للتعليم المهني

التخطيط السياحي  
السياحة والفندقة  
الادارة السياحية- المكتب الأمامي- التدبير الفندقي  
الثالث

المؤلفون

د. مؤيد يوسف نعمة  
د. جاسم مشتت دواي  
اياد كاظم عبد الكناني  
سناء عبد الحسين عبد الهادي



لم يعد التخطيط مجرد ترفاً فكرياً أو رفاهية أكاديمية وإنما هو جزء لا يتجزأ من الحاجة العملية لربط التصورات والمفاهيم والنظريات بالواقع العملي. ومن هنا جاءت أهمية إصدار كتاب متخصص في مجال التخطيط السياحي الذي أصبح سمة مشتركة بين جميع الدول التي تعمل على تطوير منتجاتها السياحية بما يتوافر لديها من مقومات طبيعية وبشرية ومواقع جذب سياحي على درجة عالية من الجاهزية. كما ان توافر المرافق والخدمات والتسهيلات السياحية الرفيعة للبيئة تسهم في تحقيق أهداف التنمية السياحية المستدامة باعتبارها واحدة من أهم القضايا الهامة والملحة في صناعة السياحة المعاصرة. ولقد برزت أهمية التخطيط السياحي الشامل والمتكامل على المستوى الدولي من خلال المسح الذي قامت به منظمة السياحة العالمية. للتعرف على تجارب الدول في عملية التخطيط والتنمية السياحية.

ففي الكتاب الذي أصدرته منظمة السياحة العالمية عام (1994) يوجد أكثر من (25) تجربة للتخطيط السياحي من جميع دول العالم، وهو ما شجعنا على السير في توجهات ومنهجية لمجاراة أحدث الإتجاهات وأكثرها تطوراً في مجالات التخطيط السياحي الشمولي والتكاملي والمستند الى عوامل الإستدامة باعتبارها الدعامة المستقبلية الحقيقية للتنمية السياحية. فهذا النوع من التخطيط يشكل الإطار لتنمية الأنشطة السياحية وفق الميزات التي تتمتع بها كل دولة وبما يتناسب مع طبيعة ونوعية المقومات السياحية فيها وعوامل الجذب السياحي القادرة على تحقيق الاستغلال الأمثل للموارد السياحية وفقاً للقدرات التحملية للبيئات السياحية.

تأسيساً على ما تقدم، فقد تناول الكتاب أحدث الاتجاهات والمفاهيم والتجارب السياحية وبما يتناسب مع الأهداف والطموحات المشتركة بين الدول المختلفة التي بدأت خلال السنوات القليلة الماضية تولي إهتماماً خاصاً بتطوير وتنمية إمكاناتها السياحية، ولا شك أن الوصول إلى الأهداف السياحية لا يمكن تحقيقها إلا من خلال خطط وبرامج سياحية محكمة قادرة على التعامل مع حاجات ورغبات ومتطلبات الأسواق السياحية العالمية، وتعكس مكونات وفصول هذا الكتاب هذه الأهداف والتوجهات التي سعى المؤلفون إلى تحقيقها وعليه فإن هذا الكتاب بمدخله الاستراتيجي يتكون من ستة فصول تمثل الشمولية والتكاملية لعملية التخطيط السياحي مع التأكيد على عوامل الاستدامة وفق الله الجميع خدمة للعراق الحبيب وتقديم مادة علمية تناسب طلبتنا الاعزاء لتحقيق التقدم والارتقاء بالمستوى العلمي.

## الفصل الاول مدخل مفاهيمي للتخطيط السياحي

### مفردات الفصل

اولاً: مفاهيم نظرية في التخطيط السياحي

ثانياً: اهمية ومتطلبات وفاعلية التخطيط السياحي

ثالثاً: خطوات و مستويات التخطيط السياحي

### الأهداف السلوكية

بعد قراءة هذا الفصل سيكون الطالب قادراً على أن:

1. يوضح مفهوم وأهمية وأهداف، خصائص التخطيط السياحي.
2. يحدد خطوات عملية التخطيط السياحي.
3. يستعرض أنواع التخطيط السياحي وفقاً للمستويات المكانية.
4. يتعرف على نظم المعلومات الجغرافية وعلاقتها بالتخطيط السياحي.

## 1-1 المفاهيم النظرية في التخطيط السياحي

يعد التخطيط السياحي الركيزة الأساسية للإرتقاء بالتنمية السياحية المعاصرة وتطويرها، ويكتسب أهميته كونه يمثل منهجاً علمياً لتنظيم وإدارة النشاط السياحي بجميع عناصره وأنماطه ويضمن التنفيذ الفاعل لتخطيط البرامج والمشاريع السياحية في توقيتاتها المناسبة.

### 1-1-1 طبيعة التخطيط السياحي:

التخطيط بشكل عام هو التهيؤ للمستقبل والاستعداد له، وهو عملية فكرية لها منطقتان وترتيب يبذل فيها الجهد لتوضيح هدف المشروع والبحث عن أفضل الوسائل لتحقيق هذا الهدف. والتخطيط يعني محاولة تشكيل المستقبل بالصورة التي تناسب الآمال والتطلعات فهو أسلوب علمي وعملي للربط بين الأهداف والوسائل المستخدمة لتحقيقها وتوضيح الطريق الذي يحدد السياسات بوصفه مرشد أو دليل لكيفية تنفيذها، والتخطيط ينطوي على عنصري التقدير والمرونة، التقدير المستقبلي لعناصر العمل والانتاج والظروف المحيطة، والمرونة لمواجهة التغيرات والتكيف، وبذلك نبتعد عن العشوائية والوقوع تحت رحمة الأحداث، ويبدأ التخطيط بالتدبير وهو تفكير أولي لوضع تصورات ينتهي بالتنفيذ واتخاذ الإجراءات.

التخطيط السياحي موجود منذ أقدم العصور، ولكن من دون ان يتبلور مفهومه ومحتواه وعناصره ومراحله كما هو عليه الآن، إذ إرتبط ظهور التخطيط السياحي وتطوره وكذلك أهميته ب بروز السياحة بوصفها ظاهرة حضارية- سلوكية من ناحية وظاهرة إقتصادية - إجتماعية من ناحية اخرى.

ولقد حظيت السياحة المعاصرة كنشاط انساني بأهمية واعتبار كبيرين لم تحظ به في اي عصر من العصور السابقة، و نجم عن النشاطات السياحية الكثيفة نتائج واثار إقتصادية وإجتماعية وثقافية وبيئة وعمرانية كان لها اثر عظيم وواضح في حياة المجتمعات والشعوب في العصر الحديث، الأمر الذي استدعى توجيه الإهتمام إلى ضرورة تنظيم وضبط وتوجيه وتقويم هذه النشاطات للوصول الى الاهداف المنشودة والمرغوبة وبشكل سريع وناضج وقد ترتب على ذلك اعتماد وتبني أسلوب التخطيط السياحي بوصفه علم متخصص يتناول بالدراسة والتحليل والتفسير جميع الانشطة السياحية ويعمل على تطويرها وتحسين مخرجاتها، وظهرت الحاجة لضبط وتوجيه هذه النشاطات من أجل الحد من آثارها السلبية والاجتماعية والبيئية، وتحقيق اقصى درجات المنفعة الاقتصادية خصوصا بعد ان اصبح ينظر الى السياحة على انها صناعة ومصدر دخل اساسي في كثير من دول العالم.

والتخطيط السياحي نوع من أنواع التخطيط التنموي القائم على مجموعة من الإجراءات المقصودة والمنظمة التي تهدف إلى تحقيق استغلال وإستخدام أمثل لعناصر الجذب السياحي المتاحة والكامن، ويمكن ان يكون التخطيط السياحي وحيد الهدف او متعدد الأهداف، وقد يأخذ وفقاً للمعيار الزمني شكل التخطيط القصير او المتوسط أو الطويل الأمد ، وحسب المستوى المكاني، قد يكون تخطيطاً على المستوى الدولي أو الوطني أو الإقليمي او المحلي ومن منظور أسلوب إدارة التنمية السياحية المتبع، فقد يكون هذا التخطيط مركزياً او لا مركزياً.

### 1-1-2 تعريف التخطيط السياحي:

يعرف التخطيط السياحي بأنه (رسم صورة تقديرية مستقبلية للنشاط السياحي في دولة معينة وفي مدة زمنية محددة) ويقضي ذلك بالتأكد العمل على حصر الموارد السياحية في الدولة من اجل تحديد اهداف الخطة السياحية وتحقيق تنمية سياحية سريعة ومنظمة من خلال اعداد وتنفيذ برنامج متناسق

يتصف بشمول فروع النشاط السياحي ومناطق الدولة السياحية المختلفة فضلا عن الإتصال بالأسواق السياحية.

يعرف التخطيط السياحي بأنه (عملية تحديد العمل السياحي المستقبلي المناسب من خلال عدة بدائل ويتحدد هذا العمل في ضوء الدراسات والبحوث وتحليل البيانات والحقائق المتوافرة).

وينبغي أن لا ينظر إلى التخطيط السياحي على أنه نشاط تقوم به الجهات الرسمية فقط 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، وبين الجهات الحكومية المشرفة على هذا القطاع، ومقدمي الخدمات السياحية والمؤسسات ورجال الأعمال، والمستهلكين لهذه الخدمات (السياح) والمجتمع المضيف للسياحة، بدأ من مرحلة صياغة الأهداف المراد تحقيقها وانتهاء بمرحلة التنفيذ والتطبيق لبرامج الخطة السياحية.

وبما أن التخطيط يرتبط بالمستقبل والبيئة الداخلية والخارجية بمتغيراتها المختلفة، فإن معرفة المناخ العام المؤثر على اتجاهات السياحة الدولية والإقليمية والمحلية إلى جانب العوامل المؤثرة على انجاز القرار بالنسبة للسائح يعد من المتطلبات الهامة التي يجب ان تؤخذ بنظر الإعتبار عند القيام بعملية التخطيط السياحي الناجح.

### 1-3 أهداف التخطيط السياحي:

يعد التخطيط السياحي الدعامة الأساسية التي تبنى عليها مختلف أنشطة القطاع السياحي، لكونه منهجاً علمياً لتنظيم وإدارة النشاط السياحي بجميع عناصره وأنماطه. فهو يوفر إطار عمل مشترك لإتخاذ القرارات في إدارة الموارد السياحية ويزود الجهات المسؤولة بالاساليب والاتجاهات التي يجب أن تسلكها مما يسهل عملها ويوفر كثير من الجهد والوقت والتكاليف.

لقد أثبتت التجارب في العديد من دول العالم أنه يمكن تحقيق عائدات سياحية دائمة عن طريق اعتماد التخطيط السليم والمناسب ويمكن لهذه العائدات أن تتضاعف باستمرار.

إن التخطيط الواعي والناصح يسعى إلى تحقيق مجموعة من الأهداف منها:

1- توافر إطار عمل مناسب لتحسين المستوى المعاشي للمواطنين من خلال المنافع الاقتصادية المتأتية من السياحة. والعمل على تطوير الخدمات العامة والتي تشمل المناطق والأحياء والمنتجعات.

2- إرساء برنامج تطوير سياحي ينسجم مع الأوضاع الاجتماعية والحضارية والاقتصادية، وكذلك مع فلسفة وتوجهات ابناء البلد المضيف.

3- تحديد أهداف التنمية السياحية القصيرة والبعيدة المدى، وكذلك رسم السياسات السياحية ووضع إجراءات تنفيذها.

4- ضبط وتنسيق التنمية السياحية التلقائية والعشوائية. مما يؤدي الى تشجيع القطاعين العام والخاص على الإستثمار في مجال التسهيلات السياحية.

5- زيادة الفوائد الاقتصادية والاجتماعية للنشاطات السياحية لاقصى حد ممكن وكذلك تقليل كلفة الإستثمار والإدارة فيها. والعمل على منع تدهور الموارد السياحية وحماية النادر منها.

6- صنع القرارات المناسبة وتوفير التمويل اللازم من الداخل والخارج لعمليات التنمية السياحية في المواقع السياحية. وتنظيم الخدمات العامة وتوفيرها في المناطق السياحية.

7- المحافظة على البيئة و تنسيق النشاطات السياحية مع الانشطة الاقتصادية الاخرى بشكل تكاملي.

## 1-1-4 أهمية التخطيط السياحي:

يؤدي التخطيط السياحي دوراً بالغ الأهمية في تطوير النشاط السياحي، وذلك لكونه منهجاً علمياً لتنظيم وإدارة النشاط السياحي بجميع عناصره وأنماطه لأن السياحة نشاط مركب متعدد المجالات يتصل ويتداخل مع قطاعات إقتصادية أخرى وكما في الشكل (1-1)، ويتألف من **خمس عناصر رئيسية هي (السائح، اتجاه المعلومات، النقل، عناصر الجذب السياحي والتسهيلات والخدمات)** وهي اساس لأي تخطيط للترويج السياحي.



شكل 1-1 مخطط صوري لاحدى المنشآت السياحية

### ويمكن إبراز أهمية التخطيط السياحي بالنقاط الآتية:

- 1- يحدد التخطيط السياحي أهداف المؤسسة السياحية أو الفندقية بشكل واضح ودقيق.
- 2- يحدد التخطيط السياحي إطار موحد للعمل واتخاذ القرارات المناسبة في المؤسسة السياحية أو الفندقية.
- 3- يساعد التخطيط السياحي على معرفة الفرص والمخاطر المستقبلية التي قد تواجه المؤسسة السياحية أو الفندقية وكذلك التحديد المبكر للمشاكلات والتهديدات التي تعترضها. تجلب السياحة الكثير من العوائد والمكاسب الاقتصادية المباشرة وغير المباشرة من خلال بيع المنتج السياحي للسائح.
- 4- تعزيز تجربة البلدان النامية في تطوير السياحة ويسهل التخطيط السياحي عملية الرفاهية في الإداء السياحي للمؤسسة السياحية والفندقية.
- 5- يضمن التخطيط السياحي أن جميع الأنشطة السياحية قد تم تطويرها وتسميتها بشكل متكامل لخدمة السياحة والحاجات العامة الأخرى.
- 6 - يترتب على النشاطات السياحية مشاكلات إقتصادية وإجتماعية وثقافية وبيئية عديدة، والتخطيط يمكن أن يستخدم لمنع حدوث هذه المشاكلات أو وضع الحلول المناسبة في حالة حدوثها. والمحافظة على المعطيات الثقافية والبيئية في منطقة الهدف. وكذلك يوفر الكفاءات والأيدي العاملة الفنية بمختلف أنواعها والتي يحتاجها قطاع السياحة والنشاطات السياحية المختلفة.

## 2-1 أهمية ومتطلبات وفاعلية التخطيط السياحي

### 1-2-1 أسباب الإهتمام بالتخطيط السياحي:

هناك مجموعة من الأسباب التي أدت إلى الأهتمام بالتخطيط السياحي وهي:

1- حدوث مجموعة من المتغيرات على الصعيدين المحلي والعالمي والتي أثرت على النشاط السياحي وتدفعه الى البلدان المتطلعة لضمان الحفاظ على تزايد تدفق السائحين لها. فلم يكن لهذه البلدان دخل في هذه المتغيرات مما جعلها تهتم بالتخطيط السياحي واتباع منهج علمي في العمل السياحي بدأ من اجراء البحوث والدراسات والتعرف على الاسواق ووضع خطط الترويج والتنشيط السياحي.

2- تغير نمط السياحة وتطورها تطورا سريعا وكثيفا في العقود الاخيرة من القرن العشرين، فلم تعد السياحة هي السياحة القديمة او السياحة الثقافية التي عرفت في الماضي والتي كان السائحون يقومون بها بدافع شخصي لاهتمامهم بالتاريخ او الاستجمام. بل اصبحت السياحة في العصر الحديث صناعة هامة من صناعات المستقبل توضع لها الخطط. والبرامج وترصد لها الاموال والموازنات بعد ان اشتدت المنافسة وتعددت الدول الناشرة للسياحة.

3- يرجع الاهتمام بالتخطيط السياحي نتيجة انضمام طبقات اجتماعية جديدة لم تعرف السياحة من قبل ولكنها انضمت بصورة من الصور الى مجال السياحة وخاصة بعد ان تطورت الصورة القديمة وتغيرت واصبح الفرد يهتم ويتأثر بكافة مكونات المنتج السياحي وبالمكان الذي سيكون فيه وبوسائل الاتصال والمواصلات وانواع التسلية والترفيه والمزارات والراحة والاستجمام الذي سيحصل عليه والطعام الذي سيتناوله، لذا اصبح حرص الدول والاجهزة على التسويق والترويج السياحي والتأثير في السائحين لكي يتخذوا القرار بالسفر والسياحة ومعاودته مرة اخرى.

4- يعد التخطيط السياحي وسيلة فعالة وهامة لدفع السائح لاتخاذ قرار السفر ولمنع التردد والتأرجح في اتخاذ القرارات الخاصة بالسياحة فان غياب التخطيط عادة ما يؤدي الى التخبط والعشوائية ومنع التأثير في القرارات الخاصة بسفر السائحين. ويجنب الكثير من الازمات والاختناقات او الكساد الذي يمكن ان تواجهه تلك المؤسسات.

### 1-2-2 متطلبات التخطيط السياحي:

هناك مجموعة من متطلبات التخطيط السياحي هي:

1- وجود ملاكات كفوءة ومدربة تتمتع برؤية واضحة وعلى مستوى عالٍ من الخبرة والدراية والمهارة وحسن التصرف ازاء التحديات التي تواجه المؤسسة السياحية.

2- تخصيص الأموال وتسخير الامكانيات والموارد المتاحة لمواجهة اي متطلبات طارئة ولتغطية تكاليف الاعمال المطلوبة.

3- توافر الوسائل التي تساعد على استمرار العمل واستعدادات جاهزة لمواجهة اي مشكلة (بدأ من الوسائل التي تساعد على تنفيذ الخطة وانتهاءً بوسائل الاتصال التي تستخدم لتوصيل اهداف الخطة وتعريف الداخلي والخارجي، بها وتجاوبه معها). والتوعية الكاملة والشاملة باهداف الخطة ومعرفة الجميع بمحاورها.

4 - إعتدال التنسيق على اعلى المستويات المختلفة في المؤسسة السياحية وتعيين منفيين مهرة ذوي خبرة وكفاءة يقبلون التحدي والمسؤولية الملقاة على عاتقهم.

## 1-2-3 خصائص التخطيط السياحي الجيد:

يمتاز التخطيط السياحي الجيد بأنه يركز على المنتج السياحي وكذلك على الترويج والتنسيق بأسلوب يحقق التوازن بين الاهداف الاقتصادية والاجتماعية والبيئية ضمن اطار التنمية السياحية الشاملة والمستدامة، والتخطيط السياحي الجيد لابد ان تتوافر فيه خصائص عدة من اهمها:

1- تخطيط مرن ومستمر وتدرجي يتقبل إجراء أي تعديل إذا ما تطلب الأمر بناءً على المتابعة المستمرة (التغذية العكسية).

2- تخطيط شامل يتناول جوانب التنمية السياحية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبيئية والسكانية.

3- تخطيط مجتمعي، بمعنى أن يسمح بمشاركة الجهات جميعها ذات العلاقة في عملية التخطيط وبمراحلها المختلفة.

4- تخطيط بيئي يحول دون إلحاق الضرر بعناصر الجذب السياحي الطبيعي والتاريخي، ويعمل على توفير الاجراءات اللازمة لصيانتها بشكل مستمر، ويضمن المحافظة عليها لاطول مدة زمنية ممكنة.

5- تخطيط واقعي قابل للتنفيذ، أي أن لا تتجاوز اهدافه حدود الإمكانيات والطموح ولا تخرج من دائرة ما هو متاح وكامن من موارد طبيعية ومالية وبشرية.

6- تخطيط مرحلي منظم، يتكون من مجموعة من الخطوات والنشاطات المتتابعة والمتسلسلة، لأن السياحة عبارة عن مدخلات ومخرجات.

### ❖ العلاقات الواجب توافرها لنجاح التخطيط السياحي

يرى بعض كتاب التخطيط السياحي، إن من بين عوامل نجاح التخطيط السياحي وجوب توفر أربعة علاقات هي:

أ- علاقة التخطيط بالنشاط الاقتصادي: إذ يحتاج النشاط السياحي في أي منطقة أن يرتبط ارتباطاً وثيقاً بمستويات الأنشطة التي يمكن ان تؤدي الى تحقيق زيادة متواصلة في الدخول وإمكانية الاقتصاد المحلي على إمتصاص هذه الدخول وإستخدامها.

ب - علاقة التخطيط بالبيئة: نجد أن السياحة والبيئة مترابطة معاً، على إعتبار ان التدفق السياحي يرتبط بعوامل الجذب السياحي المتمثلة في المناخ والمناظر البيئية الطبيعية والشواطئ وغيرها، أو في عوامل جذب من صنع الإنسان في المناطق التاريخية الأثرية والحديثة وغيرها، وهنا تبدو نقطة هامة تتعلق بضرورة المحافظة على الأصول البيئية.

ج - علاقة التخطيط بالقادمين إلى المنطقة السياحية: يكون من الملائم تهيئة المقيمين لتزويد السائحين بالمعلومات التي تتيح لهم المتعة الذهنية، فأن تزواج كل من الإمتاع النفسي والإثراء الذهني، يجعل السائحين أكثر رغبة في معاودة زيارة المنطقة مرة أخرى.

د- علاقة التخطيط بتدفق النقد الأجنبي: اذا كان التخطيط يهدف الى زيادة موارد الدولة من النقد الاجنبي، فان نجاح التخطيط السياحي يقاس، بالنسبة للدول النامية بصفة خاصة بمستوى قدرته على زيادة التدفق من النقد الاجنبي الى الدولة سواءً من خلال عائدات السياحة الدولية او من خلال دخول رؤوس الاموال الأجنبية للاستثمار السياحي.

## 1-2-4 زيادة فاعلية التخطيط السياحي:

بهدف زيادة فاعلية التخطيط السياحي في المؤسسات السياحية او الفندقية لابد من توافر مجموعة من المبادئ وعلى النحو الآتي:

## آ- التنبؤ الدقيق:

التنبؤ يعد حيوياً في صناعة السياحة بحكم خاصية الخدمات السياحية التي تتميز بعدم استقرار الطلب عليها على مدار (السنة، الشهر، الاسبوع، اليوم، الساعة). كذلك فان التخطيط السياحي الفاعل يعتمد على درجة التفاهم والانسجام بين معدي التنبؤات (التدفقات) من جهة، وبين مطبقي أساليب التنبؤ المختلفة من جهة اخرى. فمثلاً المديرون في المؤسسات السياحية أو الفندقية (مدير التسويق السياحي أو الفندقي، مدير العلاقات العامة، مدير الحجز...) قد لا يكونون على إطلاع تفصيلي مباشر بطبيعة اعمال الشركة أو المجالات التي سوف يصار إلى تطبيق تنبؤاتهم فيها، ولهذا فإن من أولى مهمات الشركة تقريب الفهم المشترك بين هؤلاء جميعاً، وذلك لضمان ملائمة طرق التنبؤ المستهدفة مع الواقع الذي تواجهه ووضع توقعاتهم.

## ب - دعم الادارة العليا:

إن من أبرز مقومات التخطيط السياحي الفاعل هي ان تقتنع الادارة العليا في المؤسسة السياحية أو الفندقية بأهمية التخطيط بوجه عام والتخطيط السياحي بوجه خاص، وان تمنح تأييدها ومساندتها وتحمسها للجهود التخطيطية، فضلاً عن مسؤولياتها عن توفير المناخ السليم الذي يمكن كلا من المخططين والمديرين التنفيذيين في المؤسسات السياحية أو الفندقية من العمل كفريق واحد.

## ج- الخطة سليمة وفاعلة والتنظيم الاداري السليم::

من المتفق عليه ان التخطيط السياحي هو الوسيلة الوحيدة لضمان تحقيق الاهداف، ولكي يتحقق ذلك يجب ان تتصف الخطة بكونها سليمة وفاعلة في نفس الوقت، وهناك الكثير من الشركات السياحية التي انفقت مبالغ طائلة فقط لاعداد خطة كانت في الاساس غير سليمة، وخير وسيلة لضمان خطة سليمة هي ان تقوم المؤسسة السياحية أو الفندقية بالإحتفاظ بعقل متفتح، ومراجعة مستمرة لإفترضاياتها، وان تحصل على التأييد والمساندة الذي يجعلها أو يجعل هيئة التخطيط في المؤسسة السياحية أو الفندقية قادرة و متمكنة من الدفاع عن الخطة.

والخطوة التي تلي ذلك، هي إعداد جدول تفصيلي بالمقابل يشمل كل ما في الخطة من اخطاء واسباب عدم توافق وعلى المؤسسة أن تقوم بأختيار الافتراضات التي تقوم عليها الخطة وهذا بدوره سوف يساعد على ضمان أن تنتج عملية التخطيط خطة سليمة وفاعلة. ويساعد التنظيم السليم الفاعل على نجاح عملية التخطيط السياحي، فوجود هيكل تنظيمي يوفر تحديداً دقيقاً للإختصاصات والمسؤوليات، ويوفر قنوات سليمة وفاعلة للإتصالات وتدفق للمعلومات بين التقسيمات الإدارية.

## د- موضوعية التخطيط: وضع سياسات ادارية جديدة:

إن موضوعية التخطيط السياحي أمر هام لضمان تقبل المستويات الإدارية المختلفة للخطة والعمل على تنفيذها كذلك من المهم أيضاً أن يتبع المنطق الموضوعية والخبرة والدراية والمهارة لضمان رصانة عملية التخطيط والابتعاد كلياً عن المغالاة.

ولضمان عملية تخطيط فعال ينبغي وجود سياسات إجرائية جديدة تمثل قواعد إرشادية محددة للإداء وإتخاذ القرارات في مجالات وأنشطة المؤسسة السياحية ، ان وجود هكذا سياسات يشجع الادارة العليا في المؤسسة السياحية أو الفندقية على تفويض جزءا من صلاحياتها الى المستويات الإدارية الأدنى، وتركيز إهتمامها على مجال التخطيط الإستراتيجي ورسم السياسات الرئيسة التي تحدد الأهداف الرئيسة للمؤسسة وطبيعتها.

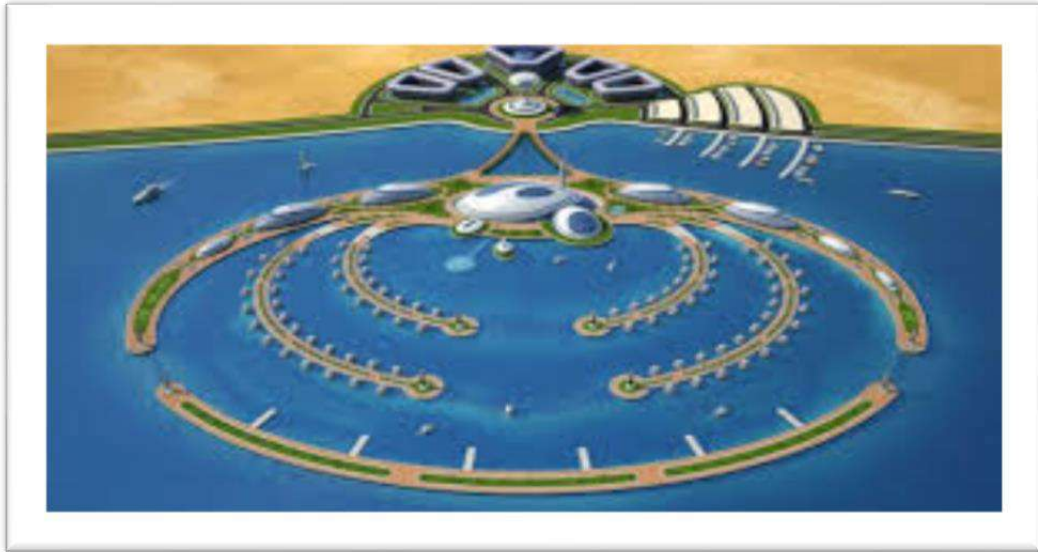
## هـ - دراسة السوق و مرونة الخطة السياحية:

تعد دراسة السوق وتحديد الحصة السوقية من هذا السوق في غاية الأهمية بالنسبة للعملية التخطيطية السياحية، فالتخطيط السياحي السليم يحتاج الى معطيات وبيانات اساسية، ومن ابرزها الحصة السوقية وموقع الشركة بالمقارنة مع الشركات السياحية المنافسة في السوق. إن التخطيط السياحي الفاعل ينبغي ان ترافقه مرونة عالية، فالمؤسسة السياحية او الفندقية عليها تغيير او تعديل في الخطة السياحية فيما إذا ما وجدت من المبررات الموضوعية والعملية ما يدفعها الى القيام بذلك وهذا ما يكسب المنظمة السياحية عملية التنفيذ السليم لها.

## و- وجود نظام للمتابعة والمراجعة السنوية و كفاءة ملاكات التخطيط:

إن مراجعة الخطة السياحية دورياً وبانتظام هي عملية ضرورية جداً ومرغوبة، ان عملية المراجعة يجب ان تعتمد على بيانات دقيقة وحديثة فضلاً عن متابعة تدقيق الخطة ونسب التنفيذ وعلى الإدارة ان تراجع وتمحص بدقة التقدم الحاصل بالنسبة لانجاز الخطة والتعرف بوضوح على اسباب الانحرافات ان وجدت والجوانب الإيجابية ايضاً.

إن التخطيط الفاعل يعتمد على فاعلية وكفاءة ومهارة القائمين عليه، ان نجاح جهاز التخطيط يتطلب توافر ملاكات بشرية متخصصة ذات مستوى عالٍ من المهارة التخطيطية، فالمخططون السياحيون هم حلقة الوصل بين الإدارة العليا وبين المتخصصين في مختلف مجالات وأنشطة الشركة. وكما في الشكل (1-2)



الشكل 1-2 يوضح فاعلية التخطيط العمراني للمواقع السياحي

## 1-3 خطوات ومستويات التخطيط السياحي

### 1- 1-3 خطوات عملية التخطيط السياحي:

تشمل عملية التخطيط السياحي عدد من الخطوات المتسلسلة والمترابطة وهي كالآتي:  
❖ إعداد الدراسات الأولية: يتم وضع الدراسات الأولية التي تتضمن مؤشرات أولية عن حاجات الجمهور السياحية، وعن مناطق الجذب السياحي او اي موضوعات ذات أهمية، وهذه المهمة تقوم بها دوائر البحث والتطوير او العلاقات العامة فضلاً عن الافراد ذوي التخصص.

❖ تحديد الأهداف: تبدأ هذه الخطوة في تحديد أهداف المؤسسات السياحية والفندقية كشرط أساسي من شروط تحقيق الخطط لاهدافها المرسومة بحيث يمكن تعديلها من خلال التغذية الراجعة (العكسية) خلال عملية إعداد الخطة ومرحلة التقديم النهائي.

❖ جمع البيانات والمعلومات وتقييم الوضع الراهن للمنطقة السياحية، والجدير بالذكر إن جميع البيانات والمعلومات يشكلان المدخلات الأساسية في عملية التخطيط وإن أهم الجوانب التي يمكن جمع معلومات عنها هي ما يأتي:

ا- عناصر الجذب السياحي (البيئة الطبيعية، الآثار القديمة، المنتجعات الترفيهيه والصحية.... الخ).

ب- المرافق والخدمات.

ج - وسائل النقل.

وتتطلب هذه المرحلة كذلك عقد الاجتماعات واخذ آراء المسؤولين في أجهزة الدولة كل حسب تخصصه وأيضا ممثلي القطاع الخاص بشأن موضوعات عدة منها (دراسة الأسواق السياحية، خصائص السياح ومعدلات إنفاقهم وأوجه الإنفاق السياحي.... الخ).

❖ تحليل البيانات والمعلومات (المسوحات): وتشمل هذه المرحلة تحليل وتفسير البيانات والمعلومات التي تم جمعها والخروج بحقائق وتصحيحات تساعد في إعداد الخطة ورسم خطوطها العامة والتفصيلية.

إذ تشمل عملية تحليل البيانات ثلاثة محاور رئيسة هي:

ا - تحليل الاسواق السياحية من حيث:

\* التوقعات المستقبلية (الطلب السياحي).

\* تحديد الحاجات من مرافق الإقامة والخدمات العامة وخدمات البنية التحتية.

فمثلاً: يمكن تحديد معدلات الطلب على الأسرة الفندقية كالاتي:

عدد السياح في مدة زمنية محددة × معدل مدة الإقامة / ليلة

عدد الليالي في مدة زمنية محددة × معدل الأشغال / الإقامة

**مثال:-**

على حساب الطلب اليومي على الأسرة الفندقية:

إحسب عدد الأسرة الفندقية لعدد سواح بلغ سنويا 10000000 معدل الإقامة 7 ليالي عدد الليالي في السنة 365 يوم ومعدل الإنفاق والإقامة 75% سنوياً .

$$\text{عدد الاسره} = \frac{10000000 \text{ في سائح السنة } x 7 \text{ ليالي}}{365 \text{ ليلة } x 75\% \text{ نسبة الأشغال}} = 255,474 \text{ سرير}$$

ب- التحليل المتكامل: وتعد مرحلة تحليل الاسواق المرحلة الاساس في مرحلة التحليل المتكامل ويتم في هذه المرحلة من التحليل الوصول الى الاستنتاجات الخاصة بالفرص المتاحة او المعطيات والمقدمات السياحية، وكذلك تحديد العوائق التي تواجه عملية التخطيط السياحي.

ومن العناصر التي ينبغي تحليلها (الخصائص الطبيعية والعوامل الاجتماعية وعناصر الجذب السياحي، والأنشطة السياحية، السياسات والخطط المتوافرة، الطاقة الاستيعابية).

**ج-** تحليل العناصر المؤسسية للقطاع السياحي على الصعيد العام والصعيد الخاص ويتضمن آليات التنفيذ والمتابعة والمراقبة والسياسات والاستراتيجيات وتوفير القوانين والانظمة والقدرة المالية وبرامج التعليم والتدريب.

وتشكل هذه المهمة من التحليل القاعدة الاساسية التي توفر المدخلات الرئيسة اللازمة لوضع الخطة التنموية السياحية.

❖ إعداد الخطة: يتم في هذه المحصلة وضع السياسات السياحية المناسبة وتقييم البدائل لاختيار ما هو ملائم ومناسب منها لتنفيذ الخطة، وكذلك يتم تحديد البرامج والمشاريع التي يجب تنفيذها لتحقيق أهداف الخطة السياحية.

❖ تنفيذ الخطة: يتم في هذه المرحلة تنفيذ توصياتها وبالوسائل التي يتم تحديدها في المرحلة السابقة.  
❖ تقييم ومتابعة تنفيذ الخطة السياحية: يتم في هذه المرحلة تقويم الخطة السياحية وتعديلها استناداً إلى المعلومات التي توفرها التغذية الراجعة (العكسية) اذا تطلب الأمر ذلك.

### 1-3-2 المستويات المكانية للتخطيط السياحي:

تُعد المستويات المكانية للتخطيط السياحي في هذا المستوى المكاني متخصصاً وتفصيلاً أكثر منه في المستويات المكانية الأخرى، وعادة يتضمن تفاصيل عن جوانب عديدة منها:

- 1- التوزيع الجغرافي للخدمات السياحية ومنشآت النوم.
- 2- الخدمات والتسهيلات السياحية.
- 3- مناطق وعناصر الجذب السياحي.
- 4- شبكات الطرق المعبدة ومحلات تجارة التجزئة والمتنزهات والمحميات.
- 5- نظام النقل على الطرق والمطارات ومحطات السكك الحديدية.

تسبق كثير من خطط التنمية في هذا المستوى المكاني دراسات جدوى إقتصادية اولية وكذلك دراسات لتقييم المردودات البيئية والاجتماعية والثقافية، وكذلك تقييم برامج التنمية والهيكل الادارية والمالية المناسبة للتنفيذ، وايضاً قواعد التنظيم المكاني والتصميم الهندسي، وتشمل مثل هذه الدراسات كذلك على تحليل حركة الزوار وتوصيات متعلقة بذلك.

### ❖ التخطيط السياحي على المستوى الإقليمي:

يركز التخطيط السياحي في مستواه الإقليمي على جوانب عديدة منها على سبيل المثال لا الحصر:

- 1- بوابات العبور الاقليمية وما يرتبط بها من طرق مواصلات اقليمية ودولية بانواعها.
- 2- منشآت النوم بأنواعها وكافة الخدمات السياحية الاخرى.
- 3- السياسات السياحية والإستثمارية والتشريعية وهيكل التنظيم السياحية الإقليمية.
- 4- برامج الترويج والتسويق السياحي والإعلانات.
- 5- برامج التدريب والتعليم، والاعتبارات الثقافية والاجتماعية والإقتصادية والبيئية، الى جانب تحليل الآثار والمردودات.
- 6- مراحل وأستراتيجيات التنمية وبرمجة المشاريع.

والتخطيط السياحي في المستوى الإقليمي متخصص وتفصيلي بدرجة أكبر من المستوى المحلي وأصغر من المستوى الوطني، علماً ان مستوى التخصيص يعتمد على حجم الدولة وحجم الإقليم

فخطة وطنية في دولة صغيرة المساحة قد تحوي من التفاصيل ما لا تحويه خطة إقليمية في دولة كبيرة المساحة، وقد لا تحتاج البلاد الصغيرة المساحة إلى تخطيط وطني وآخر إقليمي.

### • التخطيط السياحي على المستوى الوطني

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

### • التخطيط السياحي على المستوى الدولي

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

### 1-3-3 نظم المعلومات الجغرافية والتخطيط السياحي:

تعد تقنية نظم المعلومات الجغرافية من أحدث وأسرع النظم الآلية المستخدمة في الوقت الحاضر لإغراض تخزين البيانات ومعالجتها وتمثيلها بمختلف أشكالها سواء منها الرقمي أو المكتوب أو المرسوم والممثل بخرائط وأشكال بيانية وصور.

ولعل الخبرة الجغرافية لهذه النظم والمتمثلة في إعطاء بعد مكاني لبيانات اي ظاهرة، الى جانب تنظيم وتبسيط وتمثيل وعرض كم هائل من المعلومات.

إن كل ذلك أعطى لنظم المعلومات الجغرافية أهمية كبرى من الدراسات التخطيطية المعاصرة خصوصاً تلك التي لها علاقة مباشرة بعمليات التخطيط والتصنيف والتعرف على خصائصها ومميزاتها وتأثيراتها المختلفة، مما يساعد ذلك المخطط ومنتخب القرار في وضع الحلول المناسبة وإصدار القرارات التي تعزز من إيجابيات هذه الظاهرة (المكانية) وتقلل من سلبياتها.

وتحتاج عملية التخطيط السياحي كم هائل من البيانات والمعلومات عن الموارد السياحية المختلفة الطبيعية، والترفيهية والعلاجية... الخ) وبدون توفر مثل هذه البيانات يكون من الصعب بمكان نجاح التخطيط السياحي في تحقيق اهدافه حتى لو تم اعداد الخطة وتنفيذها. وتتطلب عملية اعداد الخطط السياحية حفظ وتنظيم وتحليل وعرض البيانات بطرق واساليب تساعد على ذلك وتسهيل فهم المخططين في تناول هذه البيانات وتحليلها.

الا إن التقدم الكبير في مجال صناعة الحاسبات الألكترونية والبرامجيات وتطبيقاتها الجاهزة في تسهيل عملية تخزين وإستعادة تعديل ومعالجة وعرض البيانات بطرق مختلفة تتناسب مع أهداف المستخدمين أو المخططين وذلك ضمن اطار معرفي عرف باسم (نظم المعلومات) التي تزود المخطط بالمعلومات الضرورية والمناسبة لصناعة وأخذ القرار.

كما إن التقدم التكنولوجي والمعلوماتي المستمر بوتيرة متصاعدة ادى إلى تطور سريع وهائل في مجال صناعة الحاسبات والبرامجيات وتقنيات الاستشعار عن بعد وصناعة الخرائط الامر الذي أدى منذ ذلك الوقت إلى ظهور نظم معلومات جديدة ذات بعد مكاني عرفت باسم نظم المعلومات الجغرافية وقد استخدمت هذه النظم منذ ظهورها في مجالات التخطيط وإدارة الموارد الطبيعية في مناطق

مختلفة من العالم من أجل تحقيق إستغلال امثل لهذه الموارد والمحافظة عليها لاطول مدة زمنية ممكنة.

ويعرف معهد البحوث لانظمة البيئة، نظم المعلومات الجغرافية على انها (مجموعة منظمة من حاسبات الية وبرامج ومعلومات جغرافية وموظفين وفنيين، جمعت لالتقاط وتخزين وتحديد وتعديل وتحليل وعرض البيانات ذات البعد المكاني بكفاءة). وتقوم نظم المعلومات الجغرافية بعدة مهام منها، ادخال البيانات وتخزينها وتصحيحها ومعالجتها وعرضها باشكال مختلفة. ويمكن لنظم المعلومات الجغرافية تعديل محتويات الخرائط ومقاييس الرسم وانشاء خرائط مركبة وبسيطة الى جانب عمليات تجميع وتحويل وقياس الأبعاد وحساب دلالات المسافات والمساحات والأحجام والأشكال وتحديد أوجه الشبه والأختلاف، كذلك تقوم النظم بتمثيل البيانات في خرائط أو رسوم بيانية أو جداول أو نصوص مكتوبة ويمكن أن تجمع نوعين أو اكثر من البيانات معاً.

إن ما توفره نظم المعلومات الجغرافية من قدرة في التعامل مع كميات كبيرة من البيانات وبمختلف أنواعها وبسرعة كبيرة من شأنه أن يجعل منها الوسيلة المفضلة التي يمكن اتباعها في عملية التخطيط السياحي، وذلك من أجل ضمان تخطيط سليم وأستخدام امثل للموارد والمعطيات الطبيعية والبشرية ومن شأن ذلك أن يساعد في إيجاد الحلول المناسبة للمشكلات التي يعاني منها قطاع السياحة والأسهام في تطويره على أساس علمي سليم وشامل يقلل من نسبة الخطأ في العملية التخطيطية.

## أسئلة الفصل الاول

س1 وضح طبيعة التخطيط السياحي وأهم الأهداف التي يحققها على مستوى المؤسسات السياحية الفندقية.

س2 ناقش العبارة الآتية ( هناك مجموعة من الأسباب التي أدت الى الإهتمام بالتخطيط السياحي )

س3 ما هي متطلبات التخطيط السياحي ؟

س4 للتخطيط السياحي الجيد خصائص ؟ وضحاها بإيجاز؟

س5 هناك اربع علاقات لنجاح عملية التخطيط السياحي هي 1..... 2..... 3..... 4.....

س6 تتطلب زيادة فاعلية التخطيط السياحي توافر مجموعة من المبادئ و المعلومات ؟ اذكرها بإيجاز.

س7 تتبع بشكل متسلسل خطوات عملية التخطيط السياحي في المؤسسات السياحية أو الفندقية.

س8 أحسب عدد الأسرة الفندقية إذا توافرت لديك المعلومات التالية:

- عدد السياح في السنة 2000000

- معدل الإقامة الليلية 7 ايام

- مدد الليالي في السنة 365 يوم

- معدل الإنفاق والإقامة 80%

س9 عدد المستويات المكانية للتخطيط السياحي موضحاً احداها.

## الفصل الثاني التخطيط السياحي على المستوى الوطني

### مفردات الفصل

اولاً: عمليات المسح السياحي الشامل

ثانياً: تحديد المنتجات أو المناطق التي يتم العمل على تطويرها وعلاقتها بالطلب السياحي

ثالثاً: المقومات المكانية وتحديد المناطق الجغرافية المشمولة بالتخطيط

### الأهداف السلوكية

بعد قراءة هذا الفصل سيكون الطالب قادراً على أن:

- 1 – يتعرف على عمليات المسح السياحي الشامل.
- 2 – يحدد المنتجات أو المناطق التي يجري العمل على تطويرها وعلاقتها بالطلب السياحي.
- 3 – يحدد الإعتبارات المكانية والمقومات البشرية والمناطق الجغرافية المشمولة بالتطوير.

## 1-2 عمليات المسح السياحي الشامل

### 1-1-2 مفهوم المسح السياحي:

يغطي نشاط التخطيط السياحي على المستوى الوطني عملية المسح السياحي الشامل للمواقع والمراكز السياحية ومسح الطلب والعرض السياحي، ومن ثم القيام بعملية التحليل للوقوف على الإحتياجات الفعلية من المشاريع والأنشطة السياحية، ومن ثم إعداد الخطة السياحية التي تتناول تطوير الخدمات السياحية ومناطق الجذب السياحي والأسواق السياحية بمنهجية علمية رصينة.

يقصد بالمسح السياحي دراسة واقع الحال لعمليات العرض والطلب السياحي وهذا يعتمد على دقة وكفاية و مناسبة البيانات والمعلومات الإحصائية التي يتم جمعها خلال مدة المسح السياحي والتي تعد الركيزة الاساسية في عملية التخطيط السياحي وتطوره. إذ إن المسح السياحي يهتم بدراسة قيمة وتقدير المواقع الطبيعية والأثرية والمعالم التاريخية والمنشآت السياحية وعلاقتها بالعوامل المحيطة بها والمؤثرة عليها.

وبذلك تعد عملية المسح السياحي الضمان العملي لنجاح العملية التخطيطية، إن إجراء عملية المسح للمواقع والمراكز السياحية من المراحل الأساسية في التخطيط السياحي لكن هذا النشاط يتطلب توافر الوسائل التي يحتاجها المخططون ويواجه صعوبات مرتبطة في حسابات القيم المنسوبة الى كل مصدر له علاقة مع الطلب السياحي فضلاً عن أهمية التراث الطبيعي المحلي والإقليمي وتاريخ المنطقة أو البلد.

إن المسوحات السياحية ليست ذات أهمية فقط وانما تعتبر جزء من أي تطور سياحي في أي بلد من بلدان العالم.

### 2-1-2 أهداف المسح السياحي

يهدف المسح السياحي إلى تحقيق مجموعة من الأهداف أهمها:

1- تحديد المناطق أوالمشاريع السياحية وبيان مواصفاتها الطبيعية والإجتماعية والحضارية والأثرية.

2- معرفة أهم المشاكل والمعوقات التي تواجه عملية التطور السياحي.

3- التوصل الى تحليل وترابط بعض العوامل المتداخلة في المناطق أو الأقاليم من حيث التركيب الديموغرافي للسكان والبيئة الإجتماعية والإقتصادية والثقافية المشتركة.

4- تحديد الطاقة الإستيعابية للمرافق السياحية التي سيتم انشاؤها.

### 2-1-3 مراحل المسح السياحي:

للمسح السياحي ثلاث مراحل اساسية هي:

#### أ - مرحلة مسح الطلب السياحي:

تتضمن هذه المرحلة مسح الطلب السياحي، نوعين من هذا الطلب هما:

#### السياحة الداخلية والسياحة الخارجية

إن الهدف من مسح السياحة الداخلية أو الطلب الداخلي هو التوصل الى امكانية رفع مستوى الطلب السياحي عن طريق رفع المستوى المعاشي اي دخول المواطنين وتحقيق الرفاهية لكافة افراد المجتمع وكذلك مسح الطلب الخارجي بهدف التوصل الى طاقة المرافق السياحية وخاصة امكانية انشاء وبناء مرافق سياحية اضافية لسد الحاجة أو تطوير المرافق السياحية الحالية وكذلك التوصل الى معرفة الدوافع والاهداف التي يأتي من أجلها السائح الاجنبي هي هل المنتجات الترفيهية أم المعالم والآثار التاريخية أم الانشطة الثقافية وغيرها لهذا فان الخدمات والتسهيلات السياحية تختلف باختلاف نوعية الطلب سواء أكان داخلياً أم خارجياً.

وبناء على ذلك نجد إن مفهوم الطلب هو عبارة عن العدد الإجمالي للسياح الوافدين والذين يستفيدون من الخدمات والتسهيلات السياحية، فالطلب السياحي هو قياس حركة التدفق السياحي إلى المناطق الدولية.

وعليه تبرز أهمية احصاءات الطلب السياحي الذي يزود المخططين السياحيين بالبيانات والمعلومات والحقائق والارقام عن النشاط السياحي بهدف تحقيق الانتعاش السياحي من خلال التخطيط القائم على أسس صحيحة .

وعلى أجهزة التخطيط والمخططين السياحيين وضع سياسة واضحة للافادة منها ومن الضروري التركيز على التغيرات الهامة التي تدخل على اذواق وعادات السياح والتنوع المتعدد لاشكال وأغراض السياحة المطلوبة ووسائل الايواء والتقدم الهائل في قطاع المواصلات والاتصالات اللذان أزالا صعوبات المسافة وخلق نوعاً من الحركة السياحية النشطة وإثر على مستوى الخدمات المقدمة للسياح.

إن أحصاءات السفر مسألة ضرورية وأساسية لكل بلد أو اقليم أو منطقة أو شركة أو شخص يرغب بدراسة وتخطيط وتطور السياحة. وعلى ضوء ذلك لابد من الرجوع الى بعض المعلومات الأساسية المتعلقة بالسياح وهي توزيع السياح حسب الإنفاق السياحي ونوع الخدمات والتسهيلات التي يرغب السياح بها وكذلك نوعية الإيواء والمنشآت التي يرغب السائح الإقامة بها. لذا فإن عملية جمع البيانات والمعلومات الإحصائية المتعلقة بمرح الطلب السياحي تتكون من أربعة أساليب وهي كما يأتي:

#### 1- أسلوب سجلات الإيواء

يستخدم هذا الأسلوب لقياس أعداد السياح عن طريق سجلات مؤسسات الإيواء إذ هناك عدة مزايا من استخدام سجلات الإيواء كأساس لجمع الإحصاءات وعلى الأخص قدرة هذا الأسلوب على قياس أحجام كبيرة جداً من شركات السياح فالحجم الحقيقي للسياحة عادة يقاس بعدد الليالي السياحية أو بعدد الوافدين حضورياً في معدل طول الإقامة إذ يقاس هذا الأسلوب إحصاءات الإيواء (الليالي السياحية) مباشرة وكذلك طول الإقامة في المنطقة السياحية.

#### 2- أسلوب إحصاءات منافذ الحدود

يزودنا هذا الأسلوب بعدد الزيارات التي يقوم بها السياح الأجانب للبلد، ويفضل التدقيق لأغراض التسهيلات ان يكون مختصراً جداً. وان تتضمن المعلومات بوساطة التدقيق على الحدود ما يأتي:-

- تميز مواطني البلد عن البلدان الاجنبية.
- تميز المسافرين القادمين بهدف الهجرة أو الحصول على وظيفة.
- تحديد ادق لبلد الإقامة الاصلي أو جنسية الزوار.
- تحديد الغرض الرئيس للزيارة.
- تحديد أكثر لطول إقامة الزوار الفعلية أو المتوقعة.
- تحديد واسطة النقل التي يستخدمها الزوار عند مركز الدخول ولا بد من الإشارة الى أهمية معرفة حجم الذروة السياحية لما يتمتع به البلد من مقومات سياحية متعددة وتسهيلات متطورة وذلك من خلال إستمارة المسح السياحي.

### 3 - اسلوب الانفاق السياحي:

يتصف هذا الأسلوب بصعوبة قياس الإنفاق مباشرة بواسطة التدقيق على الحدود أو المطارات أو بوابات الدخول الأخرى والتي تعطي عدد الزوار الواصلين وأحصاءات الليالي السياحية غير إن وجود عوامل الارتباط بين تحركات السياح وثقافتهم قد اعتبر أسلوباً عملياً للتثبيت من دقة تقديرات الإنفاق.

وتستخدم أساليب المسح السياحي لوسائل أخرى من التقدير تقوم بها أجهزة السياحة الرسمية كدوائر الإحصاء المركزية والبنك المركزي وبحسب إجمالي الإنفاق السياحي بضرب عدد الليالي السياحية أو الواصلين في معدل الانفاق اليومي أو في الزيارة الواحدة وهذه الأرقام باليوم أو الزيارة يتم الحصول عليها لمسح البيانات ويتضمن الأسلوب المباشرة أحياناً بسؤال الزوار أنفسهم عن انفاقهم بينما يشمل الأسلوب غير المباشر على تقدير رقم الإنفاق في اليوم أو في الزيارة من واقع سجلات الفنادق والمطاعم ومؤسسات النقل المحلية.

### 4 - اسلوب المعاشية:

يستند هذا الأسلوب على محورين **المحور الاول** اسلوب العيش من قبل السياح فيتضمن فيه مسح مباشر ومقابلة عينات من الزوار ويواجه هذا الاسلوب مشكلة تعدد اللغات التي تعد من معوقات إجراء المقابلة وكذلك عدم دقة حساب الانفاق السياحي من قبل السياح. أما **المحور الثاني** فيتعلق بسكان المنطقة الاصليين وذلك من خلال عملية المسح للمنطقة وامكانية تطوير المواقع السياحية فيها، لكن كثير من السكان في بعض المناطق لا يرغب في عملية التطوير السياحي لأنها حسب رايه تتعارض مع القيم والأعراف الإجتماعية والحضارية أو البيئة أحياناً. فقد يرغب السكان في تغيير الوسائل المستخدمة في حياتهم اليومية والمعيشية ولكن لا يرغبون في عملية التغيير الفكري ضمن القيم والعادات الإجتماعية المتأثية من ظاهرة إنتشار القيم الجديدة من قبل السياح مستقبلاً.

### ب - مرحلة مسح العرض السياحي

يعرف مسح العرض السياحي بأنه (دراسة عامة لكافة المقومات والامكانيات الطبيعية والبشرية ذات العلاقة بالقطاع السياحي طبقاً للاسس العلمية والمنظمة لدراسة كافة الظواهر المحيطة بالمنطقة السياحية).

وتعد دقة البيانات والمعلومات عن الموارد الطبيعية وغير الطبيعية الحجر الاساس لنجاح الخطة والعملية التخطيطية و تعد عملية مسح العرض السياحي من المراحل الاساسية في التخطيط السياحي ويدخل المسح السياحي كخطة رئيسية في تحديد الامكانيات السياحية في البلد وما يمتلكه من مقومات سياحية ولهذا فإنها تعتمد على عدد كبير من المختصين في مختلف الإختصاصات.

ولكن مع هذا فقد تختلف المسوحات للعرض السياحي باختلاف المواقع والمناطق السياحية وتتبع طرق متعددة من منطقة الى أخرى وإن أختلفت وجهات النظر في المسوحات للعرض السياحي، فإنها تعتمد بالدرجة الأولى على خبرة ودرجة الدقة في التدريب المهني للمسؤولين عن التخطيط.

وعليه فان المنهج المحدد الذي نسير عليه في المسوحات السياحية العرض السياحي يعتمد على ماياتي:-

### ❖ الامكانيات التجهيزية للجذب السياحي:

وتشمل الامكانيات التجهيزية كافة المقومات أو الفئات التي لها علاقة بالجاذبيات السياحية وهي.

أ - الجاذبيات الثقافية وتشمل:-

- 1 – غرابة الطراز اي جاذبية الإكتشاف الفريد من نوعه وغير المألوف كالتصاميم المعمارية العربية والاسلامية للمساجد والمقامات والمآذن والاديرة وغيرها.
- 2- الأزياء ويشمل المسح فيها نوع الأزياء وخصائصها ونشوؤها حسب الفترات والعصور المختلفة وكذلك الفلكلور والحرف التقليدية.
- 3- الدين ويكون المسح عاماً وشاملاً لجميع العتبات المقدسة وكذلك نوعية طرازها وأهميتها وشهرتها الاقليمية والدولية فضلاً عن دراسات مسحية عن المواسم الدينية ذروة الحركة السياحية الدينية.
- 4- الآثار التاريخية وتتضمن مسوحات عن الأماكن العريقة والرموز التذكارية المشهورة وخصائصها وتاريخ نشوئها فضلاً عن مكانتها الدولية والاقليمية.
- 5- الثقافة المعاصرة: وتشمل مسوحات عن المنجزات العمرانية والنهضة العلمية في كافة القطاعات، وتأثيرها على البنية السياحية.

### ب - الجذب الطبيعي وتشمل ما يأتي:

#### اولاً- طوبغرافية سطح الأرض (أشكال سطح الارض)

تعتبر طوبغرافية سطح الأرض من المواضيع المهمة في الدراسات المسحية لاختيار وتوقيع المشروع السياحي ونجاحه وأهم أشكال سطح الارض هي الجبال والسهول والوديان والهضاب وكذلك الصحارى.

فالمناظر الطبيعية التي تتصف بها المناطق الجبلية تعتبر عاملاً من عوامل الجذب السياحي ولهذا فإن الدراسات السياحية دائماً تركز على نوعية الجبال وتربته ومدى صلاحيتها للانشاء والنقل والخدمات الاخرى. وقد يطلق على موضوع طوبغرافية الأرض (بالتضاريس الأرضية).

وأن أكثر التضاريس ملائمة لتخطيط مدينة أو موقع سياحي هي التضاريس التي يتراوح انحدار أو ميل سطحها من (0.5) الى (10%) اما في المناطق الجبلية فيتراوح الميل بـ (30%) ويجب ان يؤخذ بنظر الاعتبار بان التضاريس الارضية القليلة الانحدار أو الميل اي التي هي اقل من (0.5%) تعرقل تنظيم التصريف السطحي للمياه أما أستصلاح التضاريس الأرضية الشديدة الانحدار أو الميل فانه يعرقل حركة امكانية الوصول وسلامة النقل وترفع من تكاليف الانشاء ولا يوجد في التطبيق العلمي لتخطيط المدن أمثلة لاستصلاح التضاريس في الأراضي المخصصة للمباني والمرافق الخدمية العامة. ففي العراق يعتبر الاقليم الشمالي عاملاً من عوامل الجذب السياحي وذلك لما يمتاز به من جبال عالية ومناظر جميلة ومناخ سياحي. وعلى سبيل المثال وليس للحصر فهناك أعلى قمة جبلية في العراق هي جبال حصاروست في أربيل حيث يبلغ ارتفاعها حوالي 3607 م فوق سطح البحر وكذلك جبل بيرو مكرون في السليمانية ويبلغ ارتفاعه بحدود 2620 متر.

ومن هنا تظهر أهمية أشكال سطح الأرض لأستعمالات الأرض للاغراض السياحية والتي تخصص أجزاء من الأرض للخدمات العامة والخاصة المتعلقة بالمشروع السياحي فضلاً عن الأراضي التي لها علاقة بالنقل والمرور والمتنزهات وحدائق الحيوانات والملاعب والدوائر ذات العلاقة بالمشروع.

#### ثانياً: المسطحات المائية

- وتشمل دراسة المسح السياحي للمسطحات المائية وهي كما يأتي:
- أ – البحار والبحيرات الطبيعية و (الإصطناعية) والأهوار.
  - ب – الأنهار والجداول.
  - ج – العيون الطبيعية والمعدنية.
- وتتم الدراسة المسحية لبعض المصطلحات المائية حول النقاط الآتية:

- درجة تدفق المياه.
- درجة حرارة المياه.
- عرض البحار والبحيرات وسواحلها.
- سرعة وارتفاع الامواج.
- نوعية وكثافة المعادن في المياه ( العيون المعدنية )
- الثروة السمكية ومدة الحياة فيها
- درجة التلوث.

### ثالثاً: النباتات والغابات الطبيعية

يشكل الغطاء النباتي والغابات الطبيعية عاملاً مهماً في الجذب السياحي. فلقد اهتمت الدراسات المسحية بدراسة النباتات والغابات وكذلك مدى امكانية نجاح بعض المغروسات أو التشجير ضمن الموقع السياحي.

وتأتي أهمية الدراسة لنوعية المغروسات ومدى صلاحية التربة الملائمة والمناخ الملائم لها وذلك لما لها من فوائد متعددة منها مصدات للرياح وتنقية الهواء فضلاً عن جمال الطبيعة كما انها تعتبر عامل وقاية من الضوضاء وأشعة الشمس والرياح الضارة.

وعند دراسة المواقع وتحديدها للاغراض السياحية يجب مراعاة ما يأتي:

- طبيعة التربة ونوعيتها
- طبيعة المناخ ومدى علاقته بأنواع نمو النباتات والمغروسات.

فعند القيام بإنشاء نظام أو شبكة المغروسات الخضراء يؤخذ بنظر الاعتبار خصائص الموقع الأرضي مثل إتجاه وقوة الرياح التي تحمل من ناحية البحر أو البحيرة والجبال و الهواء النقي ولحمية الموقع من تأثير الرياح الضارة يجب ان يتم انشاء مناطق شريطية خضراء مرتبة في الإتجاه العمودي على اتجاه الرياح. وفي المواقع التي تقع على سواحل الأنهار والبحيرات تحدد مواقع النباتات والمنتزهات العامة بالقرب من الماء.

### رابعاً: المناخ

يعد المناخ أحد العناصر أو الفئات الطبيعية التي تدخل في عملية المسح السياحي وتبرز أهمية هذا العامل في كونه يحدد إمكانية الاستفادة من المصادر السياحية سواء أكانت طبيعية أو من صنع الانسان. ففي ظل الاحوال الجوية المريحة فقط يمكن إستغلال بعض المواقع السياحية المقامة على الجاذبيات الطبيعية (كالجبال، والبحار، والبحيرات، و الشواطى والغابات) هذا من جهة ومن جهة ثانية تعتبر الاحوال الجوية والمناخية نفسها من شمس مشرقة وهواء نقي قليل الرطوبة ودرجات حرارة معتدلة من العوامل المساعدة في تنمية وديمومة المواقع السياحية.

ويعد المناخ عاملاً مهماً في العمران وتخطيط المدن والمواقع السياحية وخاصة إذا اعتبر عاملاً من عوامل التشكيل والذي يمكن إدراجه ضمن مفاهيم الجغرافية العمرانية أو الحضرية وتأتي أهمية دراسة المناخ ضمن المنظور السياحي من خلال عناصر المناخ أو مكوناته ومن أهم عناصر المناخ والتي تدخل ضمن المسوحات هي ما يأتي:

- درجة الحرارة والأشعاع الشمسي.
- نسبة الرطوبة.
- سرعة الرياح.
- درجة نقاوات المناخ.

## ❖ الامكانيات الحالية أو التجهيز الفعلي

ويؤخذ في الاعتبار ضمن هذه المرحلة الأسس الآتية:

### أ – حرية النقل والوصول: وتشمل على ما يأتي:

1. الإتصالات العالمية والوطنية وطرق المواصلات كالسكك الحديدية والمطارات الدولية والاقليمية.
2. أسس الإتصالات ويقصد بها الطرق الدولية والوطنية ووسائل النقل المختلفة.
3. المسافات التي يأتي منها السائح.
4. المسافات الداخلية وهي المسافات بين المراكز المدنية ومناطق الجذب السياحي.
5. مرونة الأسعار بالنسبة للطلب السياحي.
6. تسهيلات النقل والمواصلات الحديدية التي تعتمد على الاتفاقيات والتعاون السياحي وكثيراً ما تعتمد على علاقة الدول مع الدول الأخرى.

### ب – التسهيلات

وتشمل ما يأتي:

1. المنتجعات البحرية: وذلك بوجود النشاطات السياحية البحرية.
2. المنتجعات الجبلية: وذلك لوجود الرياضة الشتوية وما تحتاجه من وسائل ميكانيكية. فضلاً عن كونها اصلاً منتجات صيفية.
3. المنتجعات المناخية والحرارية:
4. النقل الداخلي – بتوفر وسائل النقل العام والنقل الخاص وامكانية تحضير محطات وورش التصليح.
5. الملاك الخدمي الفني: وذلك باجراء مسح ميداني لعدد الاشخاص العاملين في القطاع السياحي وكذلك مستوى التدريب والتأهيل السياحي.
6. الاحداث الثقافية: وتشمل كافة الاحتفالات والعروض المسرحية والمعارض وإمكانية جردها في عملية التجهيز الفعلي للعرض المسرحي.
7. المواسم الرياضية وإمكانية الطاقة الاستيعابية في هذه المواسم.
8. تنشيط واقع الترويج السياحي على المستوى الوطني والدولي.

### التجهيز أو الموارد التكتيكية

وتأتي هذه المرحلة بعد جرد كافة الفئات أو العوامل التي لها علاقة بالجاذبيات الطبيعية وكذلك بالعناصر أو الفئات الخاصة بإمكانية الواقع الحالي لابد ان نتطرق إلى المرحلة التكتيكية- وهي المرحلة التخطيطية في المسح السياحي وتشمل ما يأتي:

### أ – إمكانية العمل

وتشمل إمكانية العمل ضمن الإطار البيئي لأنواع الخطط السياحية ووسائل تنفيذها وتشتمل على ما يأتي:

1. الخطة الوطنية السياحية: وتشتمل الخطة الوطنية على تحديد الاهداف العامة للتطور السياحي والنهضة السياحية ضمن الإطار الوطني والتخطيط الشامل.
2. الخطة الاقليمية أو المنطقية: ويتم في ذلك وضع اهداف خاصة لتطوير القطاع السياحي ضمن البلد أو المنطقة.
3. تنظيم السياحة الوطنية.

4. التنشيط والدعم لدوائر الترويج في الخارج وتشمل دعم وتنشيط وتوزيع دوائر الدعاية ومكاتب السفر توزيعاً جيداً فضلاً عن تزويد المكاتب بذوي الاختصاص في فن الترويج السياحي للبلد.
5. الشبكة التجارية الخارجية: ويعني علاقة الدولة تجارياً مع الدول الأخرى ضمن الاستيراد والتصدير السياحي.
6. سياسة النقل ويتم في ذلك وضع اسس واساليب تكتيكية لمستلزمات استراتيجية للنقل والمواصلات على الضوء الحالي للمستقبل.

#### ب - الوسائل

ويتم هنا الحصول على كافة المعلومات والبيانات المتعلقة عن دوائر السياحة ومدى فعالية هذه الدوائر في النشاط السياحي وكذلك الوصول الى توفير الكادر المتخصص في إدارة الفنادق وبمختلف المستويات متوازناً مع ما هو موجود من فئات وعوامل سياحية ومع امكانية الدول في التمويل الحكومي أو الخاص.

#### ج - الامكانيات العالمية للمنطقة أو الاقليم أو البلد

وفي هذه الفقرة لابد من الاشارة الى كيفية نجاح وتشغيل المرافق السياحية عندما تتشابه المواقع السياحية من حيث المناخ أو الجاذبيات الطبيعية أو التاريخية أو الدينية والاجتماعية احياناً. وهذا ما نراه وذكرناه سابقاً بالنسبة لبلدان الوطن العربي مثل بلدان اسيا أو بلدان افريقيا حيث هناك تشابه في كافة النواحي.

## 2-2 تحديد المنتجات او المناطق التي يتم العمل على تطويرها وعلاقتها بالطلب السياحي

### 1-2-2 تطوير الخدمات السياحية



#### شكل 1-2 يوضح احدى الخدمات السياحية المتميزة

ان نجاح صناعة السياحة يعتمد بالدرجة الاولى على نوعية الخدمات السياحية ومدى تطور العصر وبما يتلائم مع طبيعة وذوق المستهلك السياحي. وكما في الشكل 1-2 اعلاه. ان عملية التخطيط للخدمات السياحية هي بمثابة الدعامة الاساسية لديمومة الجذب السياحي (الطلب السياحي) في معظم المواسم. ومن هنا تأتي اهمية بناء وتطوير الخدمات مع التصاميم الهندسية للمرافق السياحية في المناطق من النواحي الطبيعية والاجتماعية وكافة الامكانيات المتعلقة بالواقع الحالي الممكن والاساليب المتخذة لاجراء الخطط السياحية اذا تتم وفق ذلك عملية تحليل البيانات والمعلومات الاحصائية وتصنيفها ومن

ثم تنظيمها وتبويبها في جداول معينة خاصة ومعدة لهذا الغرض، ومن ثم اجراء الموازنة في اتخاذ القرارات التخطيطية الكفيلة بتحقيق الاهداف سواء كانت على المدى البعيد أو المتوسط أو القريب. ان مسألة التخطيط الموقعي للمرافق والمصايف تشمل تحديد طرق الاستخدام المعقول للغرض الذي يهدف اليه انشاء المرافق أو المركز السياحي.

كذلك يعود سبب تطوير الخدمات العامة الى حركة التطوير في عملية التصنيع والتكنولوجيا. اذا اقتصرنا على الخدمات السياحية سابقا على الايواء والطعام فقط دون النظر الى اهمية الحاجة الى الخدمات التي تعتبر جزء من حاجة ورغبة السائح، وكذلك من ارتياده ثانية (المعاودة). كذلك ظهور المنافسة بين الدول والمناطق لجذب السياح واتخاذ الاجراءات الكفيلة ضمن المسوحات السياحية لغرض تطوير نوعية الخدمات والوصول الى التوزيع الامثل لها. ومن ثم دخلت فكرة التطوير للخدمات السياحية العامة في مجال التخطيط لذا لا بد من توضيح انواع الخدمات السياحية التي تشملها عملية التطوير وذات العلاقة بالطلب السياحي.

ان السياحة كنشاط أو صناعة تتكون من مجموعة من الخدمات المترابطة والمكملة الواحدة للآخرى، اذ ان النشاط السياحي يعتمد كلياً على وجود مقومات جذب سياحة طبيعية لانها تعتبر المحرك الرئيسي لجذب السياح باتجاه جهة القصد التي تمتلك عناصر جذب مؤثرة وفعالة، اذ اثبتت الاحصائيات ان ما نسبته (35%) من السياح ينتقلون من بلد الى اخر بقصد زيارة الاماكن الطبيعية والمعالم السياحية والتراثية والتاريخية.

اما بشأن العرض الثانوي فانه يساعد على ابراز اهمية الجذب السياحي الطبيعي والمعالم التاريخية والآثارية وبيعها في السوق السياحية، ومن هذا المنطلق يمكن القول بأن كلا من السائح والزائر بحاجة ماسة الى التفاعل والتكامل بين مجموعة الخدمات المكونة للعرض الاساسي والثانوي على حد سواء لينتج عن ذلك صناعة مركبة نسميها صناعة السياحة.

وهذا ما يدفع الادارات السياحية والفندقية الى التعاون والتنسيق بقصد وضع خطة تسويقية فعالة تسهم في تطوير هذه الصناعة من جهة والتشابك القطاعي مع القطاعات الاخرى كالزراعة والصناعة والخدمات التجارية والبنوك والمستشفيات وشركات التأمين من جهة اخرى.

لذلك تسعى المؤسسات السياحية و الفندقية للحفاظ على مقومات الجذب السياحية الطبيعية ومن جهة اخرى تعمل على تطوير الخدمات السياحية المكونة للعرض السياحي الثانوي وهي:-

### **1- خدمات الإقامة والايواء**

تقدم هذه الخدمات من قبل قنوات متعددة وبأشكال مختلفة حسب رغبة السائح والمتمثلة بالفنادق بانواعها:

كالفنادق التجارية والفنادق السياحية وحسب درجاتها المعروفة.

**أ -** فنادق الدرجة الممتازة (خمس نجوم)

**ب -** فنادق الدرجة الاولى (اربع نجوم)

**ج -** فنادق الدرجة الثانية (ثلاثة نجوم)

**د -** فنادق الدرجة الثالثة (نجمتان)

**هـ -** فنادق الدرجة الرابعة (نجمة واحدة)

ويوجد نوع آخر من الفنادق هي الفنادق الشعبية وهذه الفنادق تقدم خدمات اعتيادية وبسيطة جدا حيث تتلائم وطبيعة اسعارها وهي غير مصنفة.

## 2- فنادق راكبي السيارات وتسمى بالموتيلات:

وهذا النوع من الفنادق يقدم خدمات للسياح الراكبين لسياراتهم الخاصة وتقع إعتياديا على الطرق السريعة التي تربط المدن الكبيرة مع بعضها البعض.

## 3- المنتجعات:

غالباً ما تأخذ هذه المؤسسات العمل الرسمي وتسمى الفنادق التي تعمل خلال فترة الصيف بالفنادق الصيفية (المصايف) أما الفنادق التي تعمل خلال فترة الشتاء تسمى بالفنادق الشتوية (المشاتي) وتتمركز بالقرب من مناطق سقوط الثلوج حيث تقدم خدمات خاصة تتلاءم وحاجات السياح القادمين إليها، على سبيل المثال مشاهدة سقوط الثلوج والمناظر الخلابة المكسوة بالثلج فضلاً عن السياح القادمين لإغراض التزلج على الجليد.

## 4- المخيمات:

وتقدم خدمات اعتيادية تتلائم ورغبات السياح القادمين الى منطقة المخيم ومن العوامل الاساسية لنجاحها يتطلب اختيار موقع جيد للمخيم حيث يقع بالقرب من مقومات جذب سياحية (جبال، غابات، انهار، بحيرات،... الخ) فضلاً عن سهولة الوصول إليه وإدارة كفؤة قادرة على إدارة المخيم.

## 5 - البيوت العائلية:

التي يطلق عليها البنسيونات وطبيعة عملها تأخذ الطابع العائلي حيث تدار من قبل العائلة المالكة للسكن حيث يقوم الاب بادارة المشروع والاشراف عليه والام مسؤولة عن المطبخ والمطعم والابناء تكون مسؤوليتهم تقديم الطعام والتنظيف.. الخ وهذا النوع من الخدمات متطور في كثير من البلدان الاوربية على سبيل المثال (ايطاليا، فرنسا) وغالبا ما تكون طاقتة الإستيعابية صغيرة قياسا بالفنادق حيث تصل في اعلى الحالات الى عشرين غرفة.

## 6 - بيوت الشباب:

من خلال تسميتها تبدو واضحة حيث خدماتها موجه الى شريحة معينة من المجتمع وهم الشباب ومعظم روادها من الطلبة وذوي الدخل المحدود لكون اسعارها ملائمة وتكون منتشرة بشكل خاص في بعض البلدان العربية والأوربية وأكثر شيوعا في الصين واليابان وكوريا وطبيعة الإدارة فيها تعاونية اي تدار من قبل الطلبة انفسهم.

## 7- المدن والقرى والمجمعات السياحية:

هي مجمعات سياحية متكاملة حيث تشتمل على الفنادق والدور أو الشقق أو البيوت السياحية وتكون خدماتها متنوعة ويجب ان تتوفر فيها وسائل التسلية والترفية والخدمات الفردية كالاسواق التجارية والبنوك ومستوصف صحي وصيدلية ودائرة بريد... الخ، ومثال على ذلك القرية السياحية في طيبة زمان قرب البتراء والقرية السياحية في الحبانية في العراق والقرية السياحية في شرم الشيخ في جمهورية مصر العربية.. الخ.

## 2-2 خدمات الاطعمة والمشروبات:

وهي الخدمات المتعلقة بطعام وشراب السائح وتشمل:

أ - المطاعم الموجودة في الفنادق التي تأخذ اشكالا متنوعة.

ب - المطاعم المنفردة: ويوجد لها تصنيف أشبه بتصنيف الفنادق يضاف لها مطاعم الخدمة السريعة التي بدأت تنتشر في البلدان العربية بشكل ملحوظ وذلك بسبب الاقبال المتزايد من قبل الناس على هذا النوع من الخدمات.

ج – المشارب بأنواعها: المختلفة والمنتشرة بشكل واسع والتي تقدم المشروبات المتنوعة حسب رغبة الزبائن.

د – النوادي والجمعيات ، مثلا نوادي الاطباء والمهندسين والمحامين.. وتقدم خدمات طعام وشراب وباسعار معتدلة، لان هدفها الأساسي ليس الربح بل الجانب الثقافي والإجتماعي والترفيهي.

هـ – خدمات تحضير الاطعمة والمشروبات وهذه الخدمات تظهر واضحة في وسائل النقل الجوي (الطائرات) ووسائل النقل البري (القطارات) والبحري (البواخر) وبدأت في الاونة الاخيرة بعض الفنادق العالمية والشركات الأهلية المتخصصة بتحضير هذا النوع من الطعام وبيعه إلى الزبائن كوسيلة حديثة لإشباع رغباتهم وأذواقهم.

### 2-2-3 خدمات النقل:

إن هذه الخدمات تشمل نقل السائح من مكان إقامته الأصلي إلى المكان السياحي ولذلك تصنف إلى نوعين:

أ - **خدمات النقل الخارجي** أي النقل خارج حدود البلد الاقليمية.  
ب - **خدمات النقل الداخلي**، والمتمثلة بالنقل داخل البلد المزار مثلاً عملية الانتقال من منطقة الفندق المقيم فيه السائح الى منطقة سياحية اخرى مثلاً من بغداد الى مدينة الحباينة السياحية.  
إن خدمات النقل مهمة جدا في صناعة الضيافة والسبب في ذلك يعود الى ان السائح لا يبحث فقط عن الفندق أو المطعم اي الإقامة والطعام والشراب وانما يفتش عن واسطة النقل المريحة (تدفئة أو التبريد) ونظيفة وسائق ماهر ودليل متقف قادر على تزويده بالمعلومات المطلوبة والدقيقة. ولذلك تبنت وكالات السفر والسياحة العالمية اعداد برامج سياحية متكاملة من خلال التنسيق بين شركات النقل والشركات الفندقية، لتقديم خدمات تتلائم مع حاجات ورغبات السياح. وهذا ما تقوم به وكالات السفر والسياحة العاملة في البلدان العربية المتمثلة بالإقامة في الفندق والنقل داخل البلد المزار فضلا عن خدمات التسلية والترفية والخدمات الاخرى التي يرغب بها السياح، ومن هذه وسائل النقل ما يلي:

**1- البواخر:** الفنادق العائمة وهذا النوع منتشر في معظم البلدان المطلة على البحار والتي تنتشر فيها السياحة البحرية مثلا اليونان، ايطاليا، فرنسا، تونس، جمهورية مصر العربية، وان الباخرة تأخذ هيكل الفندق وتصميمه وكذلك الغرف والصالات الخاصة بالطعام والشراب والحفلات والصالات الرياضية والمسبح والتنس.. الخ والاسواق التجارية. وقد بدأت بعض الشركات العالمية بإنشاء فنادق كبيرة عائمة في البحار والمحيطات على شكل باوخر ضخمة وذات خدمات راقية لفئة معينة من السياح.

**2- الحافلات** – الفنادق النقالة وهذا النوع منتشر في فرنسا وانجلترا واليابان وحيث يكون ترتيب الحافلة السياحية على شكل طابقين العلوي لجلوس السياح والأرضي للراحة وتناول الطعام.

**3- القطارات** – فنادق القطارات وشأنها شأن البواخر والحافلات بتقديم خدمات متقدمة من حيث سرعة النقل ووسائل الراحة والتسلية والترفيه وهذا النوع من القطارات يقدم خدمات النوم حيث توجد عربات متصلة بالقطار مهيئة على شكل غرف متكاملة تحوي جميع المستلزمات المطلوبة ، والقطار الفرنسي المعروف ( **tgV** ) افضل مثال على هذا النوع من الخدمات.

**4- السيارات** – فنادق راكبي السيارات حيث تقدم هذه الفنادق الخدمات الخاصة بالسائح أو المسافرين وكذلك سيارته اذ توجد ورشة عمل لتصليح وصيانة السيارات وموقف سيارة قريب من غرفة إقامة ومن سمات الموتيل موقعه على الطرق السريعة

**5- الطائرات** تعتبر من وسائل النقل المهمة في العالم لاغراض النقل الخارجي للسياح والمعروف ان شركات النقل الجوية تتسابق وتتنافس فيما بينها لغرض تقديم افضل واحسن الخدمات للمسافرين ابتداء بمكتب السفر اي الحجز وحصول المسافر على تذکر السفر مروراً بفترة اقامته فـي الطائرة لساعات معينة ( الطعام والشراب ) والمعلومات والراحة والخدمة الجيدة والابتنسامة اللطيفة من قبل المضيف أو المضيفة إلى أن ينزل من سلـم الطائرة ويركب الحافلة التي توصله إلى صالة المطار ثم يستلم أو يأخذ حقيبته عبر الحزام المتحرك. وبدأت بعض شركات النقل الجوية بالتنسيق مع شركات نقل برية شركات تأجير السيارات بتهيئة سيارة خاصة حسب رغبة السائح يتسلم مفتاحها من المكتب الموجودة في ارض المطار ويسلمها في أي مكان يرغب وفي اي وقت يجب.

فضلا عما تقدم نلاحظ بعض شركات النقل الجوية العالمية مثلا ( **air- france** ) أستثمرت أموالها في بناء فنادق عالمية مثلأ الميريديان ( **le meredien** ) وشركة ( **sas** ) بالتنسيق مع فنادق راديسون وأصبح الاسم التجاري المعروف ( **Radisson sas** ) واخذت على عاتقها اعداد برامج ورحلات خاصة لزبانتها تشمل النقل ذهاباً وأياباً والإقامة في شركاتها الخاصة. **ماذا نستنتج من ذلك؟** نستنتج إن العلاقة وثيقة جداً بين صناعة النقل وصناعة الفنادق والمطاعم ولا يمكن أن يتصور أي شخص أن تطور الصناعة السياحية في أي بلد يمكن ان تتطور بمعزل عن صناعة النقل لانهما توأمان يكمل أحدهما الآخر ولا يمكن الفصل بينهما بأي شكل من الأشكال.

#### 2-2-4 خدمات المحال التجارية:

وتشمل خدمات المحلات الخاصة بالهدايا حيث يحتاج السائح لشراء هدية بسيطة لزوجته أو لاطفاله أو لاصدقائه أو اقاربه من البلد المزار او لنفسه لتبقى ذكرى من ذكريات رحلته. غالباً ما تاخذ هذه الهدايا بعض التحف كالمناظر الطبيعية والاماكن السياحية والثقافية والدينية التي يشتهر بها البلد. وكذلك قد تكون بعض الملابس الفلكلورية الشعبية والحاجات الخزفية والبرونزية المصنوعه بايدي فنية ماهرة وأخيراً يحتاج السائح من هذه المحلات بعض الحاجات كالكراتات أو الطوابع والخرائط السياحية والافلام... الخ

#### 2-2-5 الخدمات التكميلية

ان الخدمات المساعدة أو التكميلية تلعب دوراً مهماً في اكمال صناعة السياحة وجعلها قادرة على الرد على حاجات ورغبات السياح. وان هذه الصناعة من احدى مميزاتها تكمل أو تتم من قبل قطاعات اخرى والمتمثلة بالخدمات الاتية:

أ – خدمات التسلية والترفيه... يبدو واضحاً من خلال سلوكية السياح ان الإقامة والطعام والشراب في المرفق السياحي غير كاف لذلك يتطلب توفير خدمات تسلية وترفيه مثلا ، صالات لممارسة الرياضة ، حفلات للمناسبات... الخ

ب – خدمات تجارية: وتشمل الهاتف والفاكس والانترنت والبريد والطباعة والترجمة... الخ

ج – خدمات خاصة بالمؤتمرات واللقاءات العلمية والسياسية والاقتصادية: وهذا يتطلب تهيئة قاعات خاصة ومؤثثة وتحوي على المستلزمات المطلوبة فضلاً عن وجود كادر متخصص.

د – خدمات رياضية وفنية: كالملاعب الرياضية والصالات الفنية أي قاعات الاحتفالات والمهرجانات الرياضية والفنية ( الرسم، النحت ،... الخ )

هـ – الخدمات الثقافية: الاذاعة والتلفاز والمذياع والصحف والمجلات فضلاً عن المتاحف والأسواق القديمة والآثار الحضارية والمراقد الدينية المقدسة والكنائس والجوامع والاديرة والجامعات والمدارس.. الخ

و – التراث الشعبي: الذي يشمل الملابس كالازياء العربية، العباءة والعقال، والعروض الخاصة بالازياء الشعبية.

ز – الخدمات الصحية: وتشمل خدمات المستشفيات والصيدليات والعيادات الخاصة بالاطباء.. الخ  
ح – الخدمات التجارية المصرفية: كالمصارف التجارية وتحويل العملة والحصول على معلومات باسعار العملات العالمية.

ط – خدمات اخرى مثل خدمات المطار ( ختم جواز السفر ، الكمارك... الخ )

ك – اية خدمات اخرى يحتاجها السائح خلال فترة مكوثه في البلد

## 2-2-6 تطوير مناطق الجذب السياحي:

تمثل مناطق الجذب جوهر الخبرة السياحية (فالسياحة هي مناطق جذب وخدمات تقدم في تلك المناطق، وراحة ذهنية مستقاة من تجربة السائح مع هذه المناطق ومناطق الجذب هي العامل الذي يحقق التوازن ما بين العرض والطلب أو ما بين معادلة الدفع / السحب ومناطق الجذب هي السبب الذي يدعو السائح للسفر الى جهة قصد معينة. فالفنادق والمطاعم ومحلات الهدايا وغيرها كثير ما تعتمد جميعها على وجود ما لا يقل عن منطقة جذب معينة والا فما فائدة أو جدوى السفر يا ترى؟  
فمنطقة الجذب قد تكون صغيرة (مثل ثقافة شعب أو تمثال تاريخي أو صرح حضاري) وقد تكون سلسلة من المناطق الخلابة أو المتاحف أو الشواهد التاريخية وغيرها، ان فهم العلاقات ما بين الانواع المختلفة من مناطق الجذب يعد شرطاً مسبقاً لتطوير هذه المناطق، أو احيائها.

ويصعب وضع مناطق الجذب في فئات. فهي تأتي باشكال واحجام ومجاميع مختلفة ومتباينة، منها الصغيرة والمتوسطة والكبيرة. كما ان اهميتها تختلف باختلاف اذواق السياح واتجاهاتهم ورغباتهم، وهذا يشكل عقبة امام تطوير هذه المناطق. فالشواطئ أو البحيرات، كذلك الحضارات، ومراكز ممارسة الشعائر والعادات والتقاليد هي مناطق جذب، لكن كيف يتسنى تطويرها هذا السؤال يفلق المنشآت المعنية بالتطوير خصوصا وان بعض مناطق الجذب تتمتع بصفات فريدة قد لا يدركها الجميع، أو لنقل لا يقدرون على تقييمها بالشكل الذي يراه الآخرون.

كل شيء تقريبا يمكن ان يكون منطقة جذب، ان العامل المحدد في عملية تطوير منطقة جذب سياحي ما ليس هو موجود أو ما يمكن بناؤه. بل كيفية إدارة منطقة الجذب موقعا ، وتحديد ما هية المنطقة ، ورسم صورة ذهنية عنها لدى الزائرين ، والتعريف باهمية هذه المنطقة. فالمناطق في العالم كثيرة تعد بالآلاف بل بالملايين ، لكن ليست هذه المناطق بمناطق جذب سياحي، أو ليست بالمناطق القابلة للتحويل من خلال عملية التطوير إلى مناطق تجذب الزائرين والسياح اليها ويمكن ترتيب مناطق الجذب في أحد عشر فئة مختلفة. ويمكن تجميع أكثر من نوع من مناطق الجذب في فئة أو مجموعة واحدة ، مما يجعل من عملية تقسيم السوق الى قطاعات امراً منطقياً.

**سنحاول في هذا الفصل مناقشة هذه الفئات الاثنى عشر بنوع من التفصيل بالنظر لأهميتها في**

**صناعة السياحة بشكل عام وللتسويق السياحي بشكل خاص. وهذه الفئات هي**

### أ – المناطق الطبيعية

ومن أمثلتها الموارد الطبيعية أو خصائص هذه الموارد مثل الأراضي الزراعية والصحراوية، والوديان والمناطق الجبلية والشلالات والطقس الذي يحيط بهذه المناطق، المراعي والحدائق، والمناطق المائية ( الأنهار والبحيرات وبالنظر لان هذه الموارد هي من هبات الله سبحانه وتعالى فانها في الغالب متاحة للناس للاستمتاع بها، ولو ان هناك مناطق طبيعية ليست بمتناول الجميع.

الا ان هناك مناطق تم استثمارها تجارياً لتوفيرها للناس باحلى صورة، مثل مدينة الحبانية السياحية، التي استثمرت الطبيعة وطورتها لسعادة الانسان وتحقيق رفاهيته ومن المفيد الاشارة الى ان تطوير الموارد الطبيعية هذه يحتاج الى رؤوس أموال كبيرة جداً.

### **ب - مناطق الاعمال**

وهي عبارة عن المراكز التجارية والمجمعات الصناعية والمائية والمؤسسات الحكومية الشاخصة، والناس الذين يرتادون هذه الاماكن المخصصة للتجارة والصناعة والمال. كما تشمل هذه المناطق مراكز عقد الندوات والمؤتمرات ذات الصلة بنشاط منشآت الاعمال على اختلاف انواعها، وكذلك المناطق الرئيسية التي تتواجد فيها المؤسسات الصناعية والتجارية والخدمية على اختلاف انواعها ومسمياتها.

### **ج - المناطق التاريخية**

وهي المناطق التي تحتضن الحضارة التاريخية والشواهد الشامخة وكذلك المتاحف وغيرها من المراكز الفلكلورية، وهذه جميعها تحتاج الى صيانة مستمرة وتنقيب وغالبا ما تكلف اموال طائلة للحفاظ عليها بشكل لائق، وخوفا من اندثارها لانها تمثل ثروة وطنية / قومية / عالمية، لا يمكن تعويضها. وتوجد مناطق تاريخية ذات طابع تعليمي، بينما توجد مناطق تاريخية شاخصة تمثل مناطق جذب لملايين السياح مثل الاهرامات في مصر وبعليك في لبنان وبابل في العراق وغيرها كثير.

### **د - الأبنية / الثقافية / الحضارية**

وهي عبارة عن الطريقة التي يعيشها مختلف الناس، وبيئة العمل والعبادة، اذ توجد العديد من الثقافات والحضارات التي تتميز بالارادة بحيث أستحوذت على إعجاب السياح من مختلف أنواع العالم. وهذه أيضا تحتاج الى رعاية خاصة، لان بعض الحضارات المثيرة أصبحت مهددة، وتحتاج إلى حماية دولية أحيانا.

### **هـ - الأصدقاء والأقارب**

تعد عملية تعزيز أواصر العلاقات بين الأصدقاء والأقارب من الدوافع الرئيسية للسياحة. فالعديد من السياح والمسافرين يزورون أصدقائهم وأقربائهم بشكل دوري. ولهذا فان الأصدقاء والأقارب يوصفون بمناطق جذب سياحي خصوصا عندما تكون هذه الزيارات على نطاق واسع وفي العديد من الدول مثل مصر ولبنان، تشجع الحكومات والجاليات في الخارج بتبادل الزيارات، وفي اليابان تدفع المؤسسات تكاليف مثل هذه الزيارات خصوصا إذا ما تمت خارج اليابان بهدف لقاء اليابانيين بأصدقائهم وأقاربهم.

### **و - الطبية والعلاجية**

تعتبر المسابح الطبية ، مثل حمامات العليل في العراق وحمامات ماعين في الأردن وحمامات باث في بريطانيا من أولى مراكز السياحة الطبية. واليوم تمثل المنتجعات والمراكز الطبية المنتشرة في جميع أنحاء العراق مناطق جذب سياحي مهمة للغاية. وكان للتقدم الطبي أثره الكبير في تنامي مثل هذه المناطق. وغالبا ما يرافق المرضى الاقارب والاصدقاء، حيث يتدفقون باعداد كبيرة على مثل هذه المراكز.

### **ز- الاحداث / المناسبات الخاصة**

مثل المهرجانات والأحتفالات السنوية والدورية (الأولمبياد مثلاً) والمهرجانات الشعبية ذات الصفة الدولية (مثل الكرنفال البرازيلي وكرنفال هاواي) ومهرجان بابل والمنتبي وغيرها من المهرجانات والأحتفالات، وهذه تستقطب اعداد هائلة من الزائرين والسياح. فالاولمبياد تعد من الاحداث الخاصة المهمة في هذا المجال، باعتبارها حدثاً عالمياً يجذب السياح والزائرين ومراسلي وكالات الاذاعة والتلفزيون، كذلك الفضائيات وفي كل دولة من دول العالم توجد مهرجانات تستقطب الناس اليها، مثل مهرجان بابل في العراق ومهرجان جرش في الاردن، ومهرجان الاغنية العربية في مصر ومهرجان بعلبك في لبنان وغيرها الكثير.

### ح - مقرات الحكومات

تعد العواصم الإقليمية والوطنية مناطق جذب لانها تعتبر مقرات رئيسية للحكومات. فالحكومات تميل إلى تجميل وتحديث العواصم لتبدو بشكل لائق ومثير وذلك من خلال تشييد المتاحف والمسارح والسينمات وغيرها من الشواخص المهمة. وهذه العواصم، مثل روما ولندن وواشنطن وكوالالمبور، وباريس ودلهي وبانكوك ودبي وعمان وغيرها تعد مناطق جذب سياحي مهمة.

### ك - الحدائق والملاعب

معظم الحدائق والملاعب غالباً ما تشيد في المناطق الطبيعية الخلابة حيث تقوم الحكومة والقطاع الخاص بالاهتمام بتطوير مثل هذه المرافق لاستقطاب الناس اليها. فحدائق الهايدبارك في لندن تعد معلماً عالمياً، وكذلك الحال بالنسبة للحدائق والملاعب الغناء في لاس فيغاس. وفي اليابان توجد حدائق وملاعب ذات صبغة دولية يؤمها الناس من جميع انحاء العالم. هذا فضلاً عن ملاعب والت ديزني الشهيرة التي اصبحت تتوسع في العديد من عواصم العالم، وهي تدر ارباح هائلة على الشركة التي تديرها وهي شركة والت ديزني العالمية.

### ل - المناطق الدينية

ومن المناطق الدينية ذات الصبغة الروحانية بالنسبة للمسلمين مكة المكرمة والمدينة المنورة، والقدس الشريف والنجف الاشرف وكرباء المقدسه بالنسبة للمسلمين والفاتيكان بالنسبة للمسيحيين، علاوة على وجود عشرات الشواهد الدينية للاديان الاخرى في الهند وماليزيا والصين. كما توجد مرافد الانبياء (عليهم السلام) والائمة الاطهار والصحابة الكرام في كل من العراق والاردن والمملكة العربية السعودية وايران وهذه الاماكن المقدسة تعتبر محجاً لملايين المسلمين سنويا .

### م - مناطق جذب اخرى من صنع الانسان

مثل حدائق الحيوانات والمحميات الطبيعية والمراكز الرياضية وغيرها، وهذه المناطق هي من صنع الانسان وقد تكون من مناطق طبيعية أو غير طبيعية وهي بلا شك تزار من قبل الكثير من الناس طلباً للاستمتاع واللهو. وقد بدأت الكثير من دول العالم تبني مثل هذه الصروح لجذب السياح كما حصل في الهند عندما قامت الدولة بصيانة تاج محل ولبنان فيما يتعلق بمناطق الجبل وجونية.

### ن - الاسواق السياحية

يتم إجراء مسوحات للاسواق السياحية سواء الداخلية أو الخارجية منها من أجل توفير معلومات كافية عنها لاغراض التخطيط وعادة تشمل عمليات المسح المتغيرات الآتية:

- اعداد وخصائص السياح القادمين وكذلك معلومات عن خلفياتهم الثقافية والحضارية واهتماماتهم الشخصية... الخ
- اعداد وخصائص العاملين في قطاع السياحة والسفر
- انواع السفر والسياحة ومعدلات نشاط كل منها.

وتوضع عادة معايير اي وسيلة قياس خاصة بالمرافق والخدمات السياحية بناء على اسس ومستويات معقولة ومتفق عليها عالمياً، ولا بد عند التخطيط للتنمية السياحية من جمع كافة المعلومات عن هذه المرافق والخدمات من حيث انواعها واحتياجاتها وطاقاتها الاستيعابية... الخ.

ومن اهم انواع هذه المرافق والخدمات السياحية مرافق الاقامة المختلفة مرافق السفر والطعام والشراب خدمات الزوار، التسويق، صرف العملات، الخدمات الصحية والسلامة العامة، البريد والاتصالات.... الخ

وفيما يتعلق بالنقل وخدمات البنى التحتية فانها مهمة ليس فقط للسياح، بل وايضا للمنطقة والسكان المحليين ويشكل وجود مثل هذه الخدمات مبرراً لدفع قيمتها على شكل رسوم وضرائب وذلك مقابل ما توفره من دعم للنشاطات السياحية المختلفة وأهم هذه الخدمات.

- خدمات تزويد المياه.
- الطاقة الكهربائية.
- التخلص من النفايات السائلة.
- التخلص من النفايات الصلبة.
- الاتصالات.
- سكن الموظفين والخدمات المحلية.
- تصريف مياه الامطار

## 2-3 المقومات المكانية وتحديد المناطق الجغرافية المشمولة بالتنوير

هناك مقومات مكانية وبشرية تدخل في تحقيق العملية التخطيطية ونجاح الخطط السياحية بانواعها. وان فكرة المقومات الاساسية هي بمثابة العناصر الاولية في نجاح قطاع الصناعة السياحية. وعلية فلا بد من توضيح اهم المقومات المكانية والبشرية التي لها علاقة في التخطيط السياحي وهي.

### 2-3-1 المقومات الطبيعية:

تعتبر المقومات الطبيعية من الاسس المهمة التي تستند عليها عملية التخطيط السياحي. ومن هذا المنطلق فان المقومات الطبيعية لا تدرس في هذا المجال كغاية بل كوسيلة لتفهم امكانات البيئة الطبيعية من حيث مدى ملائمتها للنشاط السياحي على اساس انها تمثل المكان الذي يستطيع الانسان ان يمارس نشاطاته بصورة حرة دون قيد أو حكم.

فلقد اختلف الكثيرون حول اهمية المقومات الطبيعية في الانسان فهناك من يعطي اهمية كبيرة في التأثير على التطورات البشرية.

ولا شك ان للمقومات الطبيعية والبيئية اهمية كبيرة في حياة الانسان فساكن السهول يختلفون في تصرفاتهم وافكارهم عن ساكن الجبال وغيرها. وليست البيئة الطبيعية عاملاً بسيطاً بل هي في واقع الامر تشتمل على عدد كبير من العناصر المتداخلة التي تحدث اثرها مجتمعة على حياة الانسان. وبالتأكيد تشكل البيئة الجغرافية أو بعبارة ادق الجانب الطبيعي من هذه البيئة سلباً أو ايجابياً في نشوء وتطور السياحة. وعلية فان المقومات الطبيعية تشتمل على ما يأتي:-

### اولاً: الموقع السياحي:

إن تحديد نشاط السياحة من حيث الموضوعات التي يعالجها التخطيط السياحي وذلك لما لها من اهمية كبيرة في نجاح المشروع السياحي وزيادة الطلب عليه.

وإن موضوع اختيار الموقع السياحي الأفضل من بين مجموعة المواقع السياحية، شأنه كشأن أي موقع لمشروع صناعي، إذ لا يمكن الرجوع أو التخلي عنه بعد تحقيقه خاصة إذا انفق الكثير من الجهد والمال. ومشكلة اختيار موقع المشروع السياحي يرتبط بعوامل عدة بعضها يتصل بالنواحي الطبيعية التي نحن بصددتها وبعضها يتصل برأس المال وتكاليف الإنتاج والنقل وغيرها ومنها ما يتصل بالنواحي الاجتماعية وكذلك الجوانب السياسية والإدارية.

وهذه المؤشرات أو العناصر الأساسية التي تلعب دوراً مهماً في تحديد الموقع السياحي الأفضل هي:

#### أ - المواد الأولية:

عادةً تتكون المواد الأولية من عدة أنواع مختلفة تتلائم كل واحدة بصناعة ما فقد تكون هذه المواد خامات زراعية أو نباتات طبيعية أو معدنية وهي مواد مهمة من حيث الإنتاج والاستهلاك. وبما أن صناعة السياحة كباقي الصناعات لها موادها الأولية وسبل إنتاجها وطرق وأسواق تصديرها، فهي لا تختلف من حيث تكوين موادها الأولية كالمقومات الطبيعية من حالة إلى حالة يمكن الاستفادة منها في سد حاجات نفسية واجتماعية للإنسان والتي تتمثل في الحاجات الترفيهية ذات الدوافع التاريخية من روح العصر والتقدم. وتتدخل ضمن المواد الأولية في صناعة السياحة كافة الإمكانيات الطبيعية.

#### ب - السوق:

يعتبر عنصر السوق من العناصر الأساسية في اختيار الموقع السياحي، وذلك لصلته بعملية العرض والطلب.

ويختلف السوق من مكان لآخر تبعاً لكثافة السكان وارتفاع مستوى المعيشة وكذلك تقديم الخدمات السياحية ومناقستها للأسواق الأخرى ضمن البلد أو الأقاليم المجاورة. فالعامل الطبيعي (الجغرافي) للسكان له أثر في اختيار الموقع السياحي وإمكانية الوصول إليه، وكذلك فإن حصول دخل الفرد يتأثر أحياناً بالموارد الطبيعية ضمن المواقع الجغرافية وأن تأثير العامل الطبيعي على السكان تأثيراً مباشراً في توزيع ونمو دخولهم السنوية.

ويختلف السوق السياحي عن سوق البضائع الصناعية، فالموقع الذي تتوفر فيه الخدمات والتسهيلات السياحية بالنسبة للسياح والتي تساعد فيه إحدى وسائل الترويج كالإعلان السياحي أو الخاصة الفريدة للموقع السياحي تعد أساساً مهماً لمنافسة الأسواق الأخرى كما أن اختيار السوق لموقع النشاط السياحي قد يصبح مستقبلاً موقفاً لعملية جذب الصناعات الأخرى وهذا ما يعزز عملية التسويق عن طريق مقدار العرض المتمثل في الخدمات والحاجات الأساسية وكذلك عن الطلب السياحي.

#### ج - الموارد البشرية:

ترتبط عملية التخطيط السياحي وفقاً لعملية المسح السياحي بمدى توافر الموارد البشرية الحاضرة في مجال التخصص السياحي والفندقي، فالمهارة المتخصصة تؤدي إلى زيادة إقتناع السائح بالخدمة السياحية المقدمة له وتشجيعه على تكرار المعادة.

وقد يرتبط مع مفهوم الموارد البشرية العاملة ضمن العمليات التخطيطية الإمكانية البشرية (الطاقة البشرية) والتي يكون مفهوماً أوسع من الموارد البشرية تبعاً للأعتبارات السياسية والاجتماعية في البلد والذي يهمنها بصورة أساسية هي الموارد البشرية المتخصصة والتي قد تكون مستخدمة أو تبحث عن استخدام في سوق العمل، ولهذا نلاحظ أن الجهات المسؤولة عن النشاط السياحي كما هو في

العراق والدول العربية والعالمية والاهتمام بالتخطيط نحو عملية التأهيل والتدريب للكادر السياحي فانشأت الكليات والمعاهد لتخرج موارد بشرية عليا ومتوسطة متخصصة بالنشاط السياحي.

#### د - النقل والمواصلات:

يعتبر عنصر النقل والمواصلات من العناصر الأساسية في اختيار الموقع السياحي، وتأتي تلك الأهمية من خلال أهمية السائح وشعوره اتجاه الخدمات وخاصة خدمات النقل وطرق المواصلات وإمكانية وصوله الى الموقع المقصود لهذا ترى بان السائح يصرف اكثر أو اقل بقليل من نصف أمواله على النقل والنصف الاخر يصرفه على الخدمات الاولى وبحودود ( 43% ) من مجموع مصاريفه على جميع وسائل النقل البرية والبحرية والجوية.

ويعتبر نظام وطرق النقل من اعظم واهم اداة وضعها الانسان لدعم المزايا المكانية في أي موقع سياحي يختاره ومن هنا يمكن ان تقسم الطرق والمواصلات الى ثلاث اقسام هي:

(1) **الطرق البرية** - وتشمل كافة انواع السيارات والسكك الحديدية.

(2) **الطرق البحرية** - وتشمل كافة انواع البواخر ووسائل النقل النهري.

(3) **الطرق الجوية** - ويقصد بها كافة انواع الطائرات والمطارات.

#### ثانياً: **طوبوغرافية الارض والتركيب الجيولوجي:**

ويقصد بطوبوغرافية الأرض اشكال الارض بما فيها من سهول وهضاب وجبال.

أما جيولوجية الارض فيقصد بها ما تحويه الارض من ثروات معدنية كافة وكذلك نوعية تربة الارض، وما الى ذلك فيه بان هناك علاقة وثيقة ما بين التركيب الجيولوجي للارض وطوبوغرافيتها ولهذا فمن شان المخطط أو عملية التخطيط السياحي، ان تهتم بدراستها دراسة علمية دقيقة على ضوء اهميتها كعنصر أو كمقوم اساس له تأثير بإمكانية تطوير وتخطيط المشاريع والقرى والمجمعات السياحية.

وتؤثر طوبوغرافية الارض والتركيب الجيولوجي على عناصر المناخ، كذلك على بعض الجوانب الحياتية التي يمكن ان تكون مصدراً أو عاملاً مهماً في التطوير السياحي كالنباتات البرية وكذلك الحيوانات والمياه.

إن دراسة ومعرفة طوبوغرافية وجيولوجية الارض توضح لنا معرفة قشرة ونوعية التربة، فقد تكون كلسية أو رملية بحيث لا تساعد في انشاء البنية الاساسية الفوقية كالمرتكزات للمرافق السياحية. ولطوبوغرافية الارض تأثير كبير على عملية الاستيطان البشري من جهة وعلى التخطيط للسياحة من جهة ثانية، إن كثرة النتوءات والتعرجات تعيق حركة الانسان والانتقال بسهولة وهذا ما يؤثر على حياة الانسان ضمن سلامة امكانية الوصول للمناطق الجبلية الشاهقة والتي تكون بمثابة اصطياف جميلة.

اما المناطق السهلية والسهول الساحلية فتكون اكثر ملائمة لانشاء وتطوير السياحة لانها أكثر مرونة في انشاء الخدمات التحتية والفوقية للمشاريع السياحية المختلفة.

واخيراً فان أهمية هذا العنصر في المجال السياحي كبيرة كلما اتحد مع عناصر أخرى وخاصة المناخ فيعطيها صبغة سياحية لنوع من انواع السياحة وهي سياحة الاصطياف كما هو الحال في شمال العراق (اقليم كردستان) حيث طوبوغرافية الارض وجمالها ووعورتها اصبحت اكثر أهمية للاستغلال السياحي ومن ثم استطاع المخطط ان يحدد الامكانيات التي يمكن الاستفادة منها ضمن إستعلامات الأرض للاغراض والخدمات العامة في مجال السياحة والتطوير، اذا ان بعض الحالات

تعيق فكرة إنشاء مجمع سياحي ضخم وعدم إمكانية الوصول إليه رغم ما يتصف به من معالم طبيعية سياحية لان الكلفة ستكون أكثر من ذلك.

### ثالثاً: النبات الطبيعي

يقصد بالنبات الطبيعي جميع النباتات الدائمة والموسمية والتي لا يتدخل الإنسان في زراعتها وتشمل الغابات والأشجار الصحراوية.

### رابعاً: الموارد المائية:

ويقصد بالموارد المائية جميع أنواع المسطحات المائية كالبهار والبحيرات والانهار والجدول والشلالات وكذلك العيون الطبيعية التي تشكل عامل جذب سياحي.

### 2-3-2 المقومات البشرية:

ويقصد بالمقومات البشرية كافة العناصر التي يكون الانسان فيها طرفاً رئيساً، ومن خلال ذلك نستطيع تقسيم المقومات البشرية الى:

#### 1- العناصر التاريخية:

للعناصر التاريخية أثر كبير في تطوير السياحة وكذلك في العملية التخطيطية للسياحة وتعتبر المعالم التاريخية عنصراً من عناصر الجذب السياحي والحركة السياحية. لقد ورث الانسان حضارة عريقة تجسدت في كافة المعالم والرموز الاثرية والتذكارية الى يومنا هذا واطهرت كافة المنجزات والاعمال التي قام بها الاجداد، فلقد ادرك المخططون أهمية الحفاظ على هذه الثروة النفيسة وتحويلها الى خدمات سياحية ذات مورد اقتصادي وأعلامي يعكس ماضي امتنا العريقة.

لذا فقد أهتمت الكثير من الجهات الرسمية وبالشكل والتنسيق المنظم بالحفاظ والصيانة لهذه الرموز وجعلها عامل جذب سياحي يسر السياح الأجانب. والحقيقة تقال إن السياحة في الوطن العربي هي سياحة اثرية بالدرجة الاولى لانه كثيرا من الدول والشعوب الاوربية تحبذ رؤية تاريخ الحضارات (حضارة وادي الرافدين، والحضارة الفرعونية والحضارة اليونانية وغيرها).

لذا فقد أهتمت معظم الدول وخاصة البلدان العربية في تطوير وصيانة هذه المعالم على ضوء الخطط التنموية في القطاع السياحي وإعطاء الافضلية لهذه المعالم على ضوء الخطط التنموية في القطاع السياحي وإعطاء الافضلية لهذه المواقع وفق مقاييس نابعة من شخصية الواقع الاثري كالشهرة العالمية أو الاقليمية والتاريخ الزمني وكذلك التقدم العلمي الفكري الناتج عنه.

#### 2- العناصر الاجتماعية والحضارية:

تلعب العناصر الاجتماعية والحضارية دوراً مهماً في التخطيط السياحي اذ تشكل العناصر الاجتماعية نقلاً كبيراً بالنسبة للبيئة الاجتماعية والحضارية للانسان والعوامل المؤثرة في سلوكه العام ويدخل ضمن مضمار العناصر الحضارية المتمثلة بالعامل الاقتصادي والعامل الديني وطرق النمو الحضري لأي بلد وتبرز سمعته ومكانته على المستوى الاقليمي والمستوى العالمي.

#### 3- الموارد والأماكن المالية:

تعتبر الامكانيات المالية من الاسس الهامة في عملية التخطيط والتنمية السياحية وتعتبر الموارد المالية من اهم هذه المقومات في عملية الاستثمار لذلك تلجأ الدول الحديثة الى التخطيط اساساً لرغبة في تحقيق اعلى مستوى للاستثمار باعتباره الدعامه الاساسية للتنمية الاقتصادية ولرفع مستوى معيشة افراد الشعب لكي يتم الاستثمار لابد ان يقابله ادخار داخلي وطني أو ادخار اجنبي ونلاحظ ان هذا لا يكفي لتمويل الإستثمار في قطاع السياحة الا اذا كانت الدولة غنية. لذا فان النقص في الموارد المالية يعتبر من اهم المعوقات التي تؤثر على امكانية تطوير وتوسيع المشاريع السياحية،

ومن هنا تأتي أهمية حجم الاستثمار والامكانات المالية التي يجب ان تتاح لتنمية القطاع السياحي كذلك فان الامكانات المالية المحدودة قد تؤثر بطريقة حاسمة على اتساع المشروعات وكثيرا ما يصطدم المخطط بضالة راس المال والتي تحد من قدرته التخطيطية للمشاريع السياحية.

### 2-3-4 مرحلة التحليل:

بعد عملية المسح الشاملة المتعلقة بالطلب والعرض السياحي، فان الخطوة الاولى في عملية تطوير مناطق الجذب هي في جرد هذه المناطق جرداً شاملاً على ارض الواقع (اي حساب عدد مناطق الجذب الموجودة فعلاً في اي بلد معين أو اقليم أو منطقة معينة). ويمكن وصف منطقة الجذب المحتملة بالمنطقة الموجودة اصلاً لكنها غير شخصية كمنطقة جذب في المقام الاول. ان هذه العملية ليست بالسهولة اطلاقاً فهي تكلف المال الكثير وتستنزف وقتاً وجهداً لا يستهان بهما. اذ توجد خمس معايير اساسية لتقييم مناطق الجذب السياحي التي تفرزها عملية التحليل وهذه المعايير هي:

#### 1- الجودة:

ان جودة المنتج تحدد قيمته. فالمناطق السياحية ذات الجودة هي تلك المناطق التي يزورها السياح ويعبروا عن رضاهم الكامل عنها، أو بعبارة اخرى، تكون جودة منطقة الجذب عالية جدا من وجهة نظر السياح عندما يحصل هؤلاء على اداء يفوق توقعاتهم، ان الاهتمام بمناطق الجذب السياحي وصيانتها باستمرار والحفاظ عليها من متغيرات الطقس مثلا، وتوفير كل وسائل الراحة فيها تمثل عملية تحسين لجودتها.

وعليه فان على المؤسسات السياحية ان تقيم هذا البعد الجوهري عندما تتحدث عن منطقة جذب معينة، ولا يكفي رأي الإدارة، بل الالم هو رأي السياح والزائرين. وعلى هذا الاساس، فان استطلاعات رأي السياح بخصوص الجودة، تعد وسيلة علمية اكيدة لتقييم جودة مناطق الجذب من وجهة نظر المنتفعين بالدرجة الاساس.

#### 3- الأصالة:

الأصالة تعكس الشعور بالمكان، فالسائح قد لا يكون لديه خبرة او تجربة مسبقة حول منطقة جذب معينة، وقد لا يكون هذا السائح مدركا لاهمية هذه المنطقة لانها لا تتوافر لديه معلومات عنها، وهذه أمور واردة. وعندما يزور المنطقة ميدانيا تتكون لديه ادراكات فمناطق الجذب السياحي المقدمة للسياح تمثل أصالة مدركة لمنطقة الجذب وتقوم الكثير من الشركات السياحية بتشبيد مدن سياحية أو تطوير مناطق جذب معينة في ضوء ادراكات السياح للأصالة المطلوبة.

والاصالة لا تشتمل على الجوانب الملموسة فقط ، وانما ينبغي ان تشتمل على الجوانب غير الملموسة، مثل الاصالة الروحانية، وغيرها من الجوانب التي تشكل مجتمعة موضوع الأصالة من وجهة نظر المنتفعين. وعليه فان اي منطقة جذب لا تتمتع بخصوصية معينة لن تكون قادرة على المنافسة مع المناطق التي تتمتع بالريادة والتميز.

#### 3 - الإنفراد:

في عملية تطوير مناطق الجذب ينبغي ان تكون الارادة عنصراً اساسياً لا غنى عنه، والا فما هو مغزى التطوير يا ترى؟ فالتطوير ينطوي على تقديم شيء جديد متميز أو فريد من نوعه، شيء

يريده السائح ولا يمكن العثور عليه في هذا الكم الهائل من المناطق السياحية، شيء جديد بالنسبة له، يحرك فيه المشاعر ويحقق له أعلى درجات الرضا.

#### 4 - توسيع النشاط:

ان مناطق الجذب تحتاج الى اختيارات نشاطية فالناس لا تأتي لمناطق الجذب السياحي من اجل مشاهدة المناظر الخلابة فقط وانما تأتي لممارسة نشاطات معينة تلبي رغباتهم وتشبع حاجاتهم. فمناطق الجذب تحتاج الى بنى تحتية ( مثل المواصلات والماء والكهرباء والمجاري ... الخ ) وعليه فان الضرورة تقتضي توسيع الاختيارات النشاطية لجعل الناس تبقى في مناطق الجذب اطول فترة ممكنة. كما ان كل منطقة جذب ينبغي ان تتوفر فيها نشاطات تتلائم وطبيعتها، وهذا امر يحتاج الى تخطيط سليم ودراسة بالمنطقة نفسها. كما ان الكثير من مناطق الجذب تحتاج الى المحافظة على تقاليدها وعاداتها وهيكلها، ولا باس من التحديث اذا كان ذلك مرغوباً من قبل السياح والزائرين.

#### 5 - قوة الجذب:

ان قوة الجذب تقاس بعدد الزائرين للمنطقة ، ومدة بقائهم فيها ، والمسافة التي قطعوها للمجيء الى المنطقة ، والوسائل المستخدمة للسفر الى المنطقة. فهذه المعايير ضرورية للتعرف على قوة جذب المنطقة السياحية. وفي الغالب، يعتبر عدد الزائرين الاجمالي (خلال سنة مثلاً) مؤشراً أو قياساً لقوة الجذب. وعليه فان دراسات الجدوى تعد ضرورية للتعرف على مكامن قوة الجذب، أو التعرف على مكامن القوة والضعف والفرص والتحديات الخاصة بالمكان.

## اسئلة الفصل الثاني

س 1 ما المقصود بالمسح السياحي وما هي أهدافه؟

س 2 هناك ثلاث مراحل رئيسة للمسح السياحي هي أ..... ب..... ج.....

س 3 تتكون عملية جمع البيانات والمعلومات الاحصائية المتعلقة بمسح الطلب السياحي من اربعة اساليب هي أ..... ب..... ج..... د.....

س 4 اتفق أو لا اتفق ولماذا.

- أ - الخدمات والتسهيلات السياحية تختلف باختلاف نوعية الطلب سواء اكان داخلياً ام خارجياً؟
- ب - هناك عدة مزايا من استخدام سجلات الايواء كأساس لجمع الاحصاءات.
- ج - يضمن اسلوب احصاءات منافذ الحدود تحديد الغرض الرئيسي من زيارة السائح.
- د - تعتبر دقة البيانات والمعلومات من الموارد الطبيعية وغير الطبيعية الحجر الاساس لنجاح الخطة والعلمية التخطيطية؟

س 5 بين اثر كل مما ياتي على الجاذبيات الثقافية للسائح.

- أ - غرابة الطراز ب - الازياء ج - الدين د - الاثار التاريخية ه - الثقافة المعاصرة.

س 6 ما هي الاسس التي تؤخذ بنظر الاعتبار عند تحديد الامكانيات المالية والتجهيز الفعلي ؟

س 7 كيف يتم تطوير الخدمات السياحية المكونة للعرض السياحي الثانوي الآتية.

أ - خدمات الإقامة والإيواء

ب - خدمات النقل.

ج - خدمات الأعمال التجارية.

س 8 كيف يعمل المخططون على تطوير مناطق الجذب السياحي الآتية.

أ - المناطق الطبيعية ب - مناطق الاعمال ج - المناطق التاريخية

س 9 ما هي المتغيرات التي تشملها عملية مسح الاسواق السياحية.

س 10 وضح بالتفصيل كل مما ياتي:

أ - المقومات الطبيعية وعلاقتها بالتخطيط السياحي.

ب - المقومات البشرية وعلاقتها بالتخطيط السياحي.

## الفصل الثالث التخطيط على المستوى الاقليمي

### مفردات الفصل

اولاً: تعريف الاقليم السياحي

ثانياً: تحديد المناطق والمنتجات التي تشترك فيها اكثر من منطقة

ثالثاً: المعطيات التاريخية والانماط الثقافية السائدة

### الاهداف السلوكية

بعد قراءة هذا الفصل سيكون الطالب قادراً على ان:

- 1- يدرك اهمية التخطيط الاقليمي واهدافه واهميته.
- 2- يعرف المنتجات والمناطق التي تشترك بها اكثر من منطقة.
- 3- يحدد المشاريع المشتركة في مناطق الاقليم.

### 1-3 تعريف الاقليم الجغرافي:

إذا كان مفهوم التخطيط بشكل عام يشير إلى أنه عملية توجيه الموارد المادية البشرية والطبيعية المتوافرة في بلد معين واستغلالها بأقصى درجة ممكنة لتحقيق مجموعة من الأهداف الاقتصادية والاجتماعية لفترة محددة فان التخطيط الاقليمي هو ذلك المستوى من التخطيط الذي يمارس في منطقة معينة من الكيان العام (الدولة) تعرف بالاقليم ليشكل أسلوباً لاعداد وتوضيح الاهداف التفصيلية في ترتيب الفعاليات الاجتماعية والاقتصادية والعمرانية في ذلك المكان، وهنا السؤال الذي يطرح هو كيفية معرفة حدود ذلك المكان الذي يعرف بالاقليم وهذا يتطلب الإلمام بكل وجهات النظر التي تعرف الاقليم والاسس التي تقوم عليها وجهات النظر تلك وصولاً إلى إتباع الطرق العلمية التي تحدد انواع الاقاليم التي يمكن ان يمارس فيها التخطيط والتي سنتطرق اليها بعد تعريف المعنى الاصطلاحي للاقليم وبناءً على هذا التحديد لمفهوم الاقليم امكن تميز عدة أنواع من الاقاليم منها السياسي والاقتصادي بل إن المرونة التي يتحملها مفهوم الاقليم سمحت لوجهات نظر علمية كثيرة لتعريف الإقليم منها جغرافية واقتصادية وسياسية وعمرانية ومنها التخطيطية

جزء من سطح الارض يتميز بخاصية جغرافية معينة تتميز عن الأجزاء الأخرى من

سطح الارض حيث تكون تلك الصفة الجغرافية سائدة ضمن ذلك الجزء.

وفي هذا السياق أن الإقليم عبارة عن جزء من الأرض تشكلت أصلاً جراء صفات جغرافية خاصة صارت ميزة هذا الاقليم عن غيرها وحيث ان المظهر الجغرافي العام للاقليم يتنوع تبعاً لاختلاف العوامل الجغرافية لذلك نرى بان هناك انواع من الاقاليم السهلية والجبلية والهضبية او اقاليم بحسب العوامل المناخية مثل الاستوائية والمعتدلة والقطبية ومن جهة اخرى قد يتميز الاقليم جغرافياً جراء تجانس العناصر الطبيعية فيه من تضاريس وتربه وحيوان تجعله يختلف عما جاوره من اقاليم يسمى هذا النوع (الاقليم المتجانس) وقد يحصل العكس عندما يتميز إقليم عن سواه من خلال العلاقات الوظيفية المتميزة حيث تنوع الظواهر الطبيعية والبشرية يدفع الى انواع من العلاقات الوظيفية المكانية التي تربط بين المكان وظهيره المحيط فيسمى كل إقليم بالمسمى الوظيفي الذي يحدد من أجله فيعرف ذلك الاقليم (بالاقليم الوظيفي) على ان أي من هذه الاقاليم قد يشغل رقعة واسعة من الارض بحيث يكون قارة او جزء من قارة او دولة وفي هذه الحالة تتعدد فيه الملامح الطبيعية وتنبأين المظاهر البشرية تسمى بالاقاليم الكبيرة وقد يكون العكس من ذلك فقد يتشكل الأقليم من مساحه صغيره تؤلف دولة صغيرة أو جزء من دولة وغالبا ماتجانس المظاهر الطبيعية والبشرية على السواء.

### 1-1-3 أنواع الاقاليم جغرافياً:

يمكن تميز الاقاليم جغرافياً إلى عدة أنواع هي:

#### 1- الاقليم الطبيعي:

هو الاقليم الذي يعتمد تحديده على عنصر معين من عناصر البيئة الطبيعية لذلك قد يكون عبارة عن سلسله جبلية او نطاق سهلي او اقليم هضبي او وادي نهري أو نطاق مناخي أو اقليم نباتي طبيعي او اي اقليم يميزه عامل جغرافي يسند بذلك الاقليم شخصيته المكانية التي تميزه عن باقي الأماكن.

#### 2- الاقليم البشري:

هو الاقليم الذي يعتمد تحديده على خاصية بشرية يلاحظها الانسان كتوزيع السكان حسب انتماءاتهم العرقية او الطائفية كما في الباكستان حيث اقليم البنجاب و السند او كما في ايران اقليم عرب ستان و اقليم كردستان او اقليم بلوجستان وقد يكون تحديد الاقليم على اساس كثافات السكان او

حرفهم او مستواهم الاقتصادي او المعيشي او مظاهرهم الاجتماعية المختلفة فيأخذ كل اقليم تسميه تميزه عن باقي الاقاليم من خلال صفه بشرية معينة.وقد يتشكل الاقليم البشري من خلال حدود دولية او ادارية داخلية مثل اقاليم المقاطعات في المملكة المتحدة (ايرلنده-اسكتلنده-ويلز-انكلتره).

### 3- الاقليم الاداري:

هو ذلك الاقليم الذي يتم تحديده على اساس اداري او تنظيمي حيث يتخذ قراراً من السلطات العليا يجعل جزءاً من سطح الارض في بلد معين على انه اقليم اداري وله مستوى معين من القيادة الادارية القادرة على السيطرة الادارية في ذلك الجزء تحقيقاً لاهداف معينة مثل اقاليم المحافظات ذات الحدود الادارية الواضحة في أغلب الدول العربية أو الاقاليم الادارية لوجه البلد الواحد مثل اقليم الوجه البحري أو الوجه القبلي في مصر أو إقليم الشمال في العراق.

ونظراً لان الاقاليم الادارية غالباً ما يتم اعتمادها كاقاليم تخطيطية على الاغلب حسب الضوابط التي سنتعرف عليها عند تحديد الاقاليم التخطيطية لذلك يجب ان يتم اعتماد عدد من المعايير والاعتبارات التي تتضمن تحقيق الهدف عند تحديد تلك الاقاليم سواء ما يتعلق بخلق التناسق بين أجزاء الاقليم او توفير أفضل الصيغ للعلاقات الادارية التي تسهل مطالب وحاجيات السكان في الاقليم أو ما يتعلق بتحسين الادارة والسيطرة الادارية على اجزاء الاقليم بين تلك الاعتبارات:

أ- ان تتوفر في الاقاليم الإداريه المختلفة حالة تقارب في الخصائص السكانية.

ب - من الضروري ان يكون الاقليم ذا سعة معينة تتضمن سد المتطلبات الادارية للسكان وان ترتبط الحدود الادارية للاقليم بامكانية تحقيق وتوفير افضل الخدمات الإنسانية القادرة على تلبية واشباع مختلف المتطلبات السلعية والخدمية للسكان.

ج- ينبغي ان تكون جميع الاجزاء الادارية للاقليم تحت السيطرة او قدرات التحكم الاداري من خلال التفاعل و التنسيق والترابط في المهام التي يؤديها جهاز اداري متخصص.

### 4- الاقليم الخاص:

وهو الأقليم الذي يتحدد من خلال قرار سياسي لتحقيق هدف معين والاستفادة منه بشكل خاص من خلال التوجهات التي تسخر الامكانيات البشرية و الطبيعية و الاقتصادية لتحقيق ذلك الهدف والذي على اساسه جاء القرار السياسي ولهذا فان الإقليم الخاص هو إقليم جغرافي يمكن أن تغطي فيه وظيفة اساسية على الوظائف الاخرى ويكون مجالاً لتحقيق تلك الوظيفة بالدرجة الاولى كالاقليم الصناعي او الزراعي حيث تخصص أراضي ذلك الاقليم لاستعمالات معينة لتحقيق اغراض خاصة.

### 5- الإقليم الكبير:

هو احد انواع الاقاليم التي ظهرت في السنوات الاخيرة عندما جرى تصنيف الاقاليم بحسب خصائصها وابعادها فنالت المدن الكبيره التي ترتبط بنظيرها المحيط بها خلال جملة من العلاقات الوظيفية المكانية الذي تمتد مساحته حيثما امتدت تلك العلاقات الوظيفية مثل اقليم لندن الكبرى او باريس الكبرى أو اقليم القاهرة الكبرى او بغداد الكبرى.

### 6- الإقليم التخطيطي:

صار معلوماً ان الانسان هو الذي يعطي اي اقليم حدوده من خلال الخاصية الجغرافية التي تقرر امتداده بمقدار المدى الذي تنتشر فيه وحيث ان توافر خاصيه طبيعية او بشرية او اقتصادية واحدة او اكثر في مجال معين من شأنها ان تخلق وظيفة او عدد من الوظائف محددة لذلك فان النظر الى وجود الخاصية الجغرافية في المكان لوحدها تجعل من ذلك المكان اقليماً جغرافياً وتكون فيه تلك الخاصية جامدة ولكن عندما يصر الى تحريك تلك الخاصية في ذلك الاقليم يصبح اقليماً تخطيطياً.

ولذلك فإن الإقليم التخطيطي هو مساحة معينة من الأرض فيها خاصية محددة أو أكثر يمكن تحريكها فيؤدي من خلالها ذلك الإقليم وظيفة معينة أو أكثر على أن يتخذ قرار قيادي باعتبار ذلك الجزء اقليماً تخطيطياً وبطبيعة الحال سيكون هناك عنصران مهمان يؤخذان بنظر الاعتبار لجعل ذلك الجزء من الأرض اقليماً تخطيطياً يجب توافر حجم معين من الثروات الطبيعية التي يكفي استثمارها كحد أدنى لسد حاجة السكان في ذلك الجزء من سطح الأرض وربما تكون الصفة الجغرافية في هذا الجزء هي مصدر هذه الثروات مثل خصوبة الأرض لجعله اقليماً زراعياً أو توافر مواد خام لجعله اقليماً صناعياً وغيرها من الصفات الجغرافية الطبيعية التي تشكل استثمارها مصدراً لسد حاجة سكان ذلك الإقليم وأن يكون في ذلك الجزء من الأرض حجماً سكانياً قادراً على توفير قوى العمل القادرة على استثمار الثروات الطبيعية في ذلك الإقليم إلى مستوى حاجة السكان الذين هم فيه وبعبارة أخرى وجود حجم سكاني يعمل على تحريك الخصائص الجغرافية في ذلك الجزء من سطح الأرض وبالتأكيد فإن العمليات التخطيطية هي التي تقوم بتحريك ذلك الجزء لإداء وظائف معينة على أن يتخذ نتاجها كثافة لسكان الإقليم التخطيطي على الأقل

ومن هنا يمكن تقسيم الإقليم الكبير أو الدولة إلى عدة أقاليم تخطيطية لتطبيق التخطيط الإقليمي حيث تكون العملية التخطيطية أسهل وأدق والقدرة على التحكم والتوجيه لإكثر من فعالية خاصة مع علمنا بأن التخطيط الإقليمي في الأقاليم التخطيطية لا بد أن يؤدي وظائفه ضمن مجموعه من الضوابط والشروط التي تجعل من الحدود الإقليمية وسيلة تتحقق من خلالها الأهداف المطلوبة

### أهم الضوابط لتحديد حدود الإقليم:

- 1- أن لا تكون حدود الإقليم وسيلة لعزله عن باقي الأقاليم وإنما تكون لتمييزه عن باقي الأقاليم التخطيطية الأخرى خاصة عندما يمارس التخطيط داخل الإقليم نفسه.
  - 2- أن ينظر إلى الحدود الإقليمية إلى إنها وسيلة لتحقيق حالة التعاضد بين الأقاليم التخطيطية ضمن إطار الكيان الواحد (الدولة أو الإقليم الأشمل) خاصة عندما يمارس التخطيط بين تلك الأقاليم .
- ومن هنا يمكن تمييز أنواع من الأقاليم التخطيطية من خلال دراسة الحجمين المساحي والسكاني اللذين يشكلان جزء من سطح الأرض لجعله مجالاً صالحاً للتخطيط الإقليمي ويجعل التخطيط فيه ممكناً بما يضمن مصالح السكان على المستوى الإقليمي أو الوطني أو على مستوى التخطيط الإقليمي نفسه كجزء من ذلك الكيان العام الذي جرى تقسيمه إلى عدة أنواع من الأقاليم التخطيطية التي يمكن أن يكون أحدها:

- أ- إقليماً إقتصادياً وهو ذلك الإقليم الذي تم تحديده على أساس أهمية نوع أو أكثر من الخصائص الإقتصادية.
  - ب- إقليماً حضارياً وهو ذلك الإقليم الذي يتم تحديده على أساس خصلة أو مجموعة خصال حضارية ذات أهميه بالغه وتمارس فيه نشاطات معينة طابعها العام حضري بالمقارنة بالإقاليم الأخرى.
  - ج - ربما يكون الإقليم التخطيطي إقليماً للموارد الطبيعية أو إقليماً تاريخياً أو سياسياً أو ادارياً أو صناعياً. أو اقاليم نامية أو متطورة... الخ.
- التي يمكن تحديد مساحتها من خلال مؤهلاتها الطبيعية والبشرية المعينة يقطنها سكان يحدد حجمه مراكز الإستيطان القائمة أو التي يمكن إقامتها وهذا يتم عبر الدراسات التفصيلية للتخطيط الإقليمي.

### 3-1-2 الطريقة العلمية لتحديد الإقليم التخطيطي:

جميع التصنيفات تخلص إلى إن الإقليم جزء من الأرض يتميز بخاصية جغرافية (مكانية) معينة تميزه عن الأجزاء الأخرى من سطح الأرض حيث تكون تلك الصفة الجغرافية سائدة ضمن

ذلك الجزء بغض النظر عن شكل ومساحة الجزء او نوع الخاصية فيه فيما ينفرد الإقليم التخطيطي عن تلك الأقاليم عندما تبرز فيه خاصية معينة تؤهله لان يكون مجالاً حيوياً لوظيفة رئيسة تتجاوز اهميتها الوظائف الاخرى في الإقليم من دون إنكار لوجود الوظائف والنشاطات الإقليمية التي تشكل مجالات التخطيط الإقليمي الاخرى ويصبح الإقليم التخطيطي من خلالها مساحة معينة من الأرض فيه خاصية محدودة أو أكثر ويؤدي وظيفة معينة او اكثر وبالتالي نستطيع القول بان الاقاليم الجغرافية هي التي تمتلك خاصية جغرافية جامدة غير متحركة التي اذا ماجرى تحريكها في إقليم ما وأصبحت فاعلة صار ذلك الاقليم اقليماً تخطيطياً له وجود حقيقي حيث تقوم العمليات التخطيطية بتحريك وإستعمال تلك الخاصية الجغرافية لاداء وظائف معينة ومن هنا أصبحت الأقاليم التخطيطية تتنوع ليس حسب خصائصها وانما حسب وظائفها ايضا.

فاذا ما تعددت الخصائص الجغرافية يمكن ان تؤدي الى انواع مختلفة من الوظائف التي يعمل التخطيط الاقليمي على إشاعة التكامل بينها فيصبح الاقليم غير ملزم بمساحة معينة او حجم سكاني او إقتصادي معين ما لم توضع ضوابط تخطيطية لتحديد الخواص الجغرافية التي يراد تحريكها لتؤدي وظائفها في مكان معين يعرف بالاقاليم التخطيطية الذي سيكون جزء من الارض تتوافر فيه إمكانات اقتصادية (لمساعدة السكان) وتوفر الامكانيات البشرية لنشرها وهذا يقود الى وجوب اعتماد الطرق العلمية لتحديد تلك الإمكانيات التي تشكل نتائجها ضوابط و الخصائص الجغرافية التي يجري تحريكها في ذلك الاقليم بغية تبسيط الطرق العلمية المعتمدة في هذا المجال والتي تجعل الأقاليم التخطيطية مقسمة على اساس:

#### 1- الاقاليم المتجانسة:

وهي تلك الاقاليم التي يتم تشكيلها على أساس تجميع الوحدات المحلية ذات الصفات المتشابهة تبعاً لمعيار محدد وواضح حيث إن هذه الصفات يختلف وجودها من مكان الى آخر لذا فان وجودها في هذا المكان يجعل من جميع الوحدات التي تحمل تلك الصفة تختلف عن باقي الوحدات التي تقع خارج الاقليم وفقاً للمعايير المعتمدة وبالرغم من عدم وجود حالة من التجانس التام في جميع أرجاء الاقليم ولكن على الأقل متجانس ضمن حدود معينة محددة وواضحة وهذا يعتمد على بساطة المعايير المستخدمة لتحديد حالة التجانس والاستكون عملية تحديد الاقليم غاية الصعوبة ولذلك تعتمد في هذه المرحلة على أسهل الطرق التي تتماشى وعدم تنوع المعايير او تغييرها باستمرار وهنا نستطيع ان نحدد طريقتين لتحديد الاقاليم المتجانسة

#### أ - طريقة الأعداد الموزونة:

وهي الطريقة العلمية لتحليل المجمعيات الصناعية أو المناطق الإجتماعية والتي بموجبها يمكن تحديد التجانس عند تحديد إقليم معين حيث تكون هناك عدة معايير أو صفات في مناطق معينة و تتعلق بالسياسية الاقتصادية او الاجتماعية للدولة وتفترض تجزئة المنطقة الى اقاليم من أجل تحديد حالة الخلل الإقتصادي او السكاني أو العمراني فيها فاذا ما أخذ كل معيار بمفرده سيكون من الصعب عزل إقليم المشكلة ولكن عندما تؤخذ المعايير معا على ان يعطي كل معيار وزنه من خلال التجانس المقبول عنده ذلك يمكن عزل المنطقة المراد جعلها إقليمياً تخطيطياً وعلى الرغم من الصعوبة التي تكتنف هذه الطريقة نتيجة للاشكالية في إطلاق المعايير الأصلية واختيار الأوزان لها الا إن ذكاء العاملين في العمل التخطيطي وسعة افقهم وتقديراتهم لخصوصية كل مرحلة ومكان يمكن ان يجعلوا من هذه الطريقة غاية البساطة خاصة عندما تستخدم فيها الاختبارات الإحصائية وعرض مقاييسها ( كالانحراف المعياري او الاوساط الحسابية ).

## ب - طريقة تحليل العوام

وهي الطريقة التي تستخدم أسلوب التحليل العاملي الذي يعتمد أحد الأساليب العلمية للنظرية الاحصائية التي جرى تطبيقه في العلوم الانسانية وبشكل خاص في العلوم النفسية والتربوية ولذلك حاول (بيري) تطبيق هذا الأسلوب في العمل التخطيطي في الولايات المتحدة الأمريكية ولقد مكن استخدام الحاسوب من تذليل صعوبة استخدام هذا الأسلوب خاصة عندما تكثر العوامل المتداخلة من اجل تحديد الأنماط المنفصلة للعلاقات المتداخلة التي تتضمنها المتغيرات وإرجاع مسببات تلك المتغيرات الى أقل عدد من العوامل التي يتحدد من خلالها قوة علاقة كل متغير بذلك النمط وهذا ماينطبق تماما على تحديد أقاليم تتظافر على تكوينها عوامل متداخلة فيجري تحديد نمطها (المتجانس اقتصادياً او اجتماعياً ) وفق التأثيرات للعوامل الرئيسية من بين مجموعة من المتغيرات مما يساهم في تخطيط كثير من المجالات العامة

### 1- الاقاليم الوظيفية:

وهي الاقاليم التي يتم تجميع وحداتها المحلية بناء على التدفقات الوظيفية التي تخرج من منطقة مركزية تقوم بتزويد تلك الوحدات المكانية بوظيفة مركزية او عدة وظائف لتصل الى جميع وحدات الاقليم المحلي ولذلك اعتمدت عدة طرق لتحديد المسافات التي تقطعها تلك الوظائف والخدمات لتصل الى اجزاء ووحدات الاقليم وهنا يمكن ايضا اعتماد طريقتين علميتين لتحديد هذه الاقاليم هما:

#### 1- طريقة تحليل التدفق:

وهي الطريقة التي يتم من خلالها تحديد الأقاليم الوظيفية استناداً الى الاتجاه وشدة التدفقات التي تربط بين المركز المسيطر والتوابع المحيطة به حيث يظهر كل تدفق (سواء كان للسلع أو الخدمات أو العمالة أو مواد اولية) شدة النقص كلما أصبح بعيداً عن المركز الرئيسي. والعكس صحيح أوكلما اصبح بعيداً عن مركز آخر وهنا ستكون حدود الاقليم المسيطر محددة بمجالات التأثير التي تنتهي حيثما تهبط شدة التدفق الى الحد الأدنى وكما قلنا قد تكون هذه التدفقات إقتصادية كرحلة عمل أو تسوق وقد تكون إجتماعية مثل رحلة الطلبة الى الجامعات والمعاهد او مراجعة المستشفيات او تدفق خدمة الهاتف وهنا تحديد التأثيرات للمراكز او الاقاليم الوظيفية من خلال المدى الذي يقطعه التدفق للوصول الى الخدمة المطلوبة

#### 2- طريقة تحليل التجاذب:

وتعتمد هذه الطريقة على القانون الفيزيائي للجذب العام بينهما وان كان هذا القانون مقتصر على علم الفيزياء فقد مضى قرن كامل على وضعه وما رافقه من تطور لنظرية الكم كان كفيلاً لجعل هذا المفهوم قابلاً للتطبيق في حقل العلوم الإجتماعية والإنسانية ومنها علم التخطيط الحضري والاقليمي وخاصة فيما يتعلق بتحديد العلاقات بين المدن والاقاليم التي اصطلح عليها بعلاقات التفاعل المكاني حتى شاع استخدام هذه الطريقة كوسيلة لتحليل التجاذب والتفاعل المكاني والتنبيؤ بمستوى السكان والعمالة وكذلك التنبؤ بعدد الرحلات بين العمل والسكن والأسواق وغيرها من مسائل النقل.

### 3-2-1-3 الاقاليم الاخرى

يعتمد تحديدها على التماثل في مجموعة من الخصائص العامة مثل وجود مجموعة من المحافظات في نطاق جبلي واحد مثل اقليم الجبل الأخضر في ليبيا والذي يضم مجموعة من المدن البيئية أو اقليم كردستان العراق الجبلي والذي يضم عدة محافظات.

## ❖ المواصفات العامة للإقليم:

- من خلال التصنيفات والتحديدات لأنواع الاقاليم التي تمت الإشارة إليها وإعتمادا على المنطلقات التي يتم إتباعها في تحديد الاقاليم يمكن إيضاح المواصفات العامة للاقاليم بما يأتي:
- أن الاقليم هو جزء معين من سطح الارض له مساحة ولكن دون شرط لتحديد مساحة هذه الأرض وبالتالي لايشترط فيه الشكل المساحي فقد يكون منتظماً اي مربعاً او مستطيلاً او دائرياً او شكل غير نظامي ويحدد بمدلولات خصائصه وان تتوافر في الاقليم خاصية جغرافية أو أكثر تميزه عن غيره من الأجزاء الأخرى للمحيط.
  - يشترط في الاقليم التناسق أو التشابه بين اجزائه لتجعل منه إقليماً سهلياً او جبلياً او حاراً او ممطراً.
  - هناك تفاهم وتنسيق بشري بين مختلف الانتماءات البشرية لكل اقليم. ان يكون في الاقليم الحد الأدنى من السكان القادرين على إستثمار الثروات الطبيعية والبشرية الى مستوى حاجته على الاقل ويشمل توزيع البشر في مستوطنات ذلك الاقليم وبمستوى يسمح لتغطية الحاجة الاقليمية الذاتية ويستجيب الى متطلبات الخدمة الواجب توافرها لذلك العدد من السكان.
  - لا بد من وجود حدود للإقليم ويمكن تمثيلها بحدود إدارية فيجب ان تأتي الحدود الإدارية باقل التأثيرات السلبية التي يمكن ان تواجه حركة السكان العامه ونشاطاتهم المختلفة ومشاكل الحياة اليومية وأن تكون الحدود متلائمة مع الظواهر الطبيعية لتحديد أرض ذلك الاقليم.
  - ان تتوافر في أحد الاقاليم أو بعضها قدرات ذاتية تجعل الأقليم في موقع يؤهله في التحكم في الأقاليم الاخرى المجاورة له وحتى البعيدة عنه. ان يكون للاقليم عاصمة تمثل أكبر تجمع سكاني للاقليم تساهم وبشكل فاعل للإستجابة لمتطلبات السكان المختلفة من خدمات إدارية وتنظيمية ومادية.

## 3-2 تحديد المناطق والمنتجات التي تشترك فيها اكثر من منطقة

تشمل عملية التخطيط السياحي في المستوى الاقليمي خطوات رئيسة كالآتي:

### 3-2-1 المرحلة التحضيرية:

تكون الحكومة قبل هذه المرحلة قد اتخذت قراراً بتنمية وتطوير السياحة بمساعدة القطاع الخاص والجماهير عامة او تحسين السياحة المتبعة ولذا كان هناك شك بان التكلفة النسبية الاقتصادية والبيئية والاجتماعية للتنمية السياحيه ستكون اكبر من المنافع والمكاسب المتحققة فان دراسة جدوى أولية لابد منها لتقسيم الوضع القائم والتأكيد من وجود معطيات سياحية كافية يمكن استغلالها وبالتالي تحقيق عائدات اكبر بكثير من التكاليف في المستقبل المنظور.

تحدد بعد ذلك ابعاد الخطة وفرق الدراسة بناءً على دراسات الجدوى ولا بد ان يأتي ذلك بصورة حذرة ودقيقة وخلال فترة زمنية كافية تمكنه من وضع برنامج الخطة وتحديد المجموعات المستهدفة والجهات ذات العلاقة وتحديد المراحل الزمنية لعملية التنمية وبرنامج العمل.

### أ- تحديد الغايات والاهداف:

تمثل الغايات والاهداف النتائج المنشودة والمرغوبة للتنمية السياحية وتحديد اهداف التنمية ضروري ومهم لانه يشكل الاساس الذي يحدد هيكل خطة التنمية السياحية بشكل عام لذلك لابد من تحديد الأهداف بعناية ودقة عالية من قبل الهيئة الاستشارية والجهة التنفيذية او الجهة التوجيهية ويجب ان تكون الاهداف واضحة ومحددة لانها تحدد نوع المسوحات التي سيتم اجراؤها وكذلك تحدد طريقة تحليل هذه المسوحات وكيفية صياغة وإعداد السياسة السياحية والتوصيات.

وعلىنا ان ندرك بان عملية اعداد خطة التنمية السياحيه قد تكشف عن وجود تناقض بين بعض الأهداف أو ان بعض الاهداف لايمكن تحقيقها لانها غير واقعيه اذا اشتملت خطط التنمية على الأهداف التالية:-

أ - زيادة ايرادات ومكاسب عمليه التنمية السياحية لاقصى حد ممكن.

ب - تقليل الآثار البيئية والاجتماعية والثقافية لادنى حد ممكن.

فقد لا يكون من السهل اعداد سياسة او خطة سياحية تستطيع ان تحقق هذين الهدفين معاً وقد تشتمل الخطة على هدف ينص على زيادة او مضاعفة أعداد السياح القادمين ولكن هذا الهدف لا يمكن تحقيقه في ظل الخدمات والتسهيلات السياحية الراهنة او المتاحة لانها غير كافية اثناء أعداد السياسة السياحية

والتوصيات الاخرى فان هناك تغذية راجعة للاهداف للتأكد من عدم وجود تناقض بينها او عقبات اخرى تحول دون تحقيقها.

### **ب - جمع البيانات:**

تتم عملية جمع البيانات من خلال اجراء مسوحات عديدة ومتنوعة فهناك مسوحات آنية خاصة بعناصر الطلب السياحي واخرى بالخدمات السياحية وثالثه بخدمات البنى التحتية وتشمل عملية جمع البيانات التعامل مع مصادر البيانات المختلفة غير المسوحات مثل المقابلات الشخصية و الصور الجوية.

### **ج - تحليل البيانات وتوحيد النتائج:**

تشمل هذه المرحلة على تحليل نوعي وكمي لنتائج المسوحات ويغطي جزء من عملية التحليل الطاقة الاستيعابية للموقع السياحي ومنها تحديد الفرص للتنمية السياحية في المنطقة وكذلك المشكلات التي تواجه التنمية السياحية او المتناقضات التي تعاني منها التنمية السياحية وذلك لانها تساعد في رسم الاطار العالمي للتنمية السياحية المستقبلية في المنطقة وتشكل ايضا دليلا جيد لصياغة التوجيهات المتعلقة بتطوير السياحة وتحتاج عملية التحليل وقتا كافيا وكذلك كفاءات ومتخصصين في مختلف جوانب عملية التنمية السياحية، اما نوعية البيانات فتعتمد على الدقة في اعدادها ولا بد ان تكون نسبة الخطأ قليلة في مثل هذه البيانات حتى يمكن إستخدامها في عملية التخطيط وبالذات عملية التنبؤ وقد يكون عملية استخدام الحاسوب ونظم المعلومات في عملية التحليل دور كبير في الخروج بنتائج جيدة ومقبولة.

### **د- إعداد السياسة السياحية:**

يتم في هذه المرحلة اعداد السياسات السياحية ثم يجري تقييمها ورسم الخطط وذلك من منطلق ان اختيار الخطة التي يمكن ان تحقق معظم الاهداف وبدون خلق المشاكل لا يتم الا من خلال تقييم البدائل وبعد عملية التقييم يتم وضع الخطة ورسم السياسة والتي هي عبارة عن دمج مجموعة من العناصر مع بعضها ويتم اختيارها من البدائل المختلفة لانها تعمل على تحقيق الاهداف المرغوبة بشكل مقنع ويكون للدولة والجهات ذات العلاقة دور كبير في مراجعة وتحليل وتقييم السياسات البديلة ومن ثم اختيار السياسة الانسب والخطة الافضل.

### **هـ - التوصيات:**

حيث يتم اختيار التوصيات الافضل بعد ان يتم مراجعتها من قبل الجهات المسؤولة.

### **و- التنفيذ والمتابعة:**

يجب ان تتمتع الخطة بالواقعية والمرونة والشمول والوضوح والاستمرارية اللازمة لكي تكون الخطة ناجحة وجيدة وهذه الخصائص يجب توفرها في الخطة وهي اخر مراحل عملية التخطيط.

### 3-2-2 طريقة إعداد (تقرير الخطة) لتحديد الإقليم

يحتوي تقرير الخطة على الجوانب الآتية:-

#### أ - معرفة عامة بخصائص الإقليم الطبيعية:

يشتمل تقرير الخطة على مسح عام للخصائص الطبيعية للإقليم لتزويد عملية البحث بأسس علمية للتحليل ودائماً يحتوي على مقدمة وهي ملخص عن الخصائص الجغرافية والطبيعية للإقليم على اعتبار أنها تقدم خلفية عامة للمخطط وتختلف هذه البيانات كما ونوعاً من إقليم إلى آخر وأحياناً لا بد من إجراء بعض التقديرات بناء على الملاحظات الميدانية ومن أهم هذه الخصائص العامة:

#### 1- الموقع الجغرافي:

الموقع مهم في مجال التخطيط لأنه يبين مدى بعد المكان أو الإقليم عن الأسواق السياحية للإقليم الأخرى على مستوى التخطيط السياحي الإقليمي وقد يعمل التحليل الموقعي على خلق فرصة لدمج المنطقة المخططة أو المدروسة مع بوابة عبور دولية وهذا يمكن أن يقود إلى نوع من التنمية السياحية التكميلية مع الإقليم المجاورة.

#### 2- المناخ:

المناخ عامل مهم من عوامل الجذب السياحي الرئيسية لذلك لا بد من تحديد الأنماط المناخية السائدة وكذلك خصائص ومواصفات العناصر المناخية المختلفة وإيضاً فإن كثافة وتكرار الأخطار المناخية مثل الأعاصير والأمواج العالية والرياح السريعة يجب تسجيلها لما لها من الأخطار على الحياة كذلك لا بد من تحديد الأنماط المناخية والإقليم المناخية الموجودة في بلد ما ويجب تمثيلها وتوقعها على الخرائط.

#### 3- الطبوغرافيه:

يجب تحديد أشكال الأرض المختلفة ودرجات الانحدار والمستنقعات والبحيرات.

#### 4 - السواحل والشواطئ:

وكذلك تحديد الخصائص الساحلية ومناطق المد والجزر وإقليم التعرية ومناطق صيد الأسماك والمناطق المرجانية.

#### 5- الحياة البرية النباتية والحيوانية:

تحديد أنواع النباتات والحيوانات البرية وتوزيعها الجغرافي يشكل أحد عوامل الجذب السياحي الرئيسية ويمكن تطوير إقليم نباتية وأخرى حيوانية إلى جانب المحميات الطبيعية وتوضيحها على الخرائط السياحية.

#### 6 - الجيولوجيا:

تقضي الأغراض السياحية تحديد مناطق الأخطار الزلزالية ومناطق البراكين إلى جانب الخصائص الجيولوجية الأخرى لضمان عدم تعرض السياح لأي خطر قد يهدد حياتهم لأن هذا الجانب يعتبر عاملاً مهماً من عناصر الجذب السياحي.

#### 7- النظم البيئية:

وتشمل تفاعل العناصر الطبيعية مثل المناخ والتضاريس والنبات والحيوان مع بعضها البعض وهنا لا بد من تحديد النظم البيئية المائية والبرية.

#### أ - المعطيات التاريخية والأنماط الثقافية السائدة:

تشكل المعطيات التاريخية جزءاً مهماً من عناصر الجذب السياحي في أي منطقة من المناطق لذلك فإن معرفة تاريخ الإقليم ضروري لفهم جذور عناصر الجذب السياحي التاريخية

وليس بالضروري تسجيل كل تفاصيل تاريخ الاقليم ويمكن ان نكتفي لخلفية تاريخية واضحة عند الشروع في التخطيط السياحي.

وكذلك تلعب الانماط الثقافية السائدة في الاقليم والمتمثلة في التركيبة الإجتماعية والقيم والتقاليد واسلوب الحياة وموقف الناس من السياحة دورا كبيرا ومؤثرا في مدى نجاح السياحة لتحقيق اهدافها ففي المناطق التقليدية العشائرية لابد من اجراء دراسة عميقة لفهم الانماط الثقافية السائدة وتحديد افضل السبل لتنمية هذه المنطقة سياحياً وكذلك لابد من فهم عميق ودقيق للمعتقدات الدينية عند التخطيط اما الفنون الشعبية والفلكلورية والالبسة والاشغال والصناعات اليدوية لابد من الاخذ بها لانها تشكل عنصر جذب سياحي جيد.

### ج - الخصائص الإجتماعية والاقتصادية والبيئية

ينبغي دراسة السكان وتحديد اعدادهم وتوزيعهم الجغرافي لما له من دور مهم في عملية التخطيط السياحي ويمكن انتاج خرائط خاصة بالتوزيع السكاني في الماضي والحاضر وتيارات الهجرة واتجاهاتها وحجمها وتبين اعداد السكان وتوزيعهم الى جانب تركيبهم الجنسي والمهني وقد يكون له دور في تحديد حجم العمالة المتاحة في الاقليم والطلب عليها لذلك من المهم عمل دراسة تفصيلية عن القوى العاملة ومستويات التشغيل والتعليم ونسبة الامية والنظام التعليمي للسكان.

اما ما يتعلق بالخصائص الاقتصادية فتقتضي دراسة الواقع الاقتصادي للاقليم حيث يتضمن المكونات الرئيسية للاقتصاد مثل الناتج القومي ومستويات الدخل وتوزيعها وانواع الصادرات والواردات وميزان المدفوعات وغيرها من المتغيرات التي لها علاقه بالتحليل الاقتصادي علما ان التطور التاريخي والتغيرات في الانماط الاقتصادية والتوقعات المستقبلية للاقتصاد توفر تسهيلات كبيرة تساعد في فهم الواقع الاقتصادي.

اما الوضع البيئي للاقليم فدوره هام وكبير في جذب السياح من الداخل والخارج لذلك لابد من دراسته بدقة وتفصيل مع التركيز على عدة عوامل بيئية مهمة مثل نوعية الهواء ونوعية المياه بنوعيتها السطحي والجوفي ومعدلات الضجيج ونظافة الاماكن العامة وتصميم المباني وانماط استعمالات الارض وشبكة النقل والامراض البيئية.

### د- الخصائص الإدارية:

تتطلب عملية التنمية السياحية حصر وتقييم العناصر والهيكل الإداري القائم مثل:

#### 1. السياسات والخطط التنموية الحالية:

فقد تخرج الدراسة الخاصة بعملية التخطيط بتوصيات لتغييراو تعديل السياسات التي قد تكون طويلة الاجل او متوسطة الاجل.

#### 2. الهيكل التنظيمي للمؤسسات السياحية:

يجب معرفة الهيكل من اجل تحديد الدور المناسب للمؤسسة السياحية المباشرة وغير المباشرة فمعرفة الهيكل التنظيمي لهذه المؤسسات يقدم صورة واضحة عن قدرات وكفاءة عمل هذه المؤسسات وهل تحتاج الى ادخال تعديل عليها ام لا مع الاخذ بنظر الاعتبار مجموعة عوامل مثل السوق السياحي والطلب السياحي والسعر وغيرها من العوامل المهمة.

#### 3. سياسة الإستثمار ووفرة رأس المال:

وهنا تبرز أهمية العلاقة بين القطاعين العام والخاص وطبيعة هذه العلاقة وتنصب مهمة الدراسة التخطيطية على اخراج توصيات تهتم بهذه العلاقة اما دراسة رأس المال المتاح فلها أهمية كبرى في تحديد مجالات الإستثمار المختلفة وكذلك مدى الحاجة الى رأس المال الخارجي.

#### 4. التشريعات والانظمة السياحية:

تمثل التشريعات السياحية جميع القوانين التي لها علاقة مباشرة وغير مباشرة بالنشاطات السياحية مثل انظمة البناء والصحة العامة.....الخ، وهذه التشريعات لا بد من دراستها وتقييم مدى ملائمتها وتحديد الحاجات المستقبلية من القوانين والنظم واي توصيات اخرى تتعلق بتعديل او تغيير ما هو موجود.

#### 5. التعليم والتدريب السياحيين:

لا بد من تقييم برامج ومؤسسات التعليم والتدريب السياحي القائمة وتحديد الحاجات المستقبلية لمثل هذه المؤسسات.

#### تعريف الاقليم السياحي بانه:

(الرقعة الجغرافية التي يتواجد فيها منتج سياحي مميز او خليط معقد من المنتجات السياحية لاشباع رغبات وحاجات السياح)

ويمكن الاستفادة من هذا التعريف للتنمية والتطوير السياحي من خلال الامور الاتية:

- ❖ تحديد مفهوم الاقلمة السياحية بتصور شمولي لرقعة جغرافية التي يتواجد بها عالميا فالاقليم يمكن ان ينظر اليه بمثابة علامة تجارية يدلل على نوع المنطقة الجغرافية الذي يتواجد فيها مما يساعد المسوقين والمخططين في رسم المعالم الاساسية له.
- ❖ معرفة طبيعة الاقليم يسهل على الشخص رسم التصور والمعرفة للمنطقة التي يقوم بزيارتها.
- ❖ عملية التوقع المستقبلي اكثر صعوبة اذا ما اخضعنا اجزاء المنطقة للتعريف باهميتها وخصائصها من وجهة نظر المستقبل السياحي.

وان مفهوم الاقلمة يساعد على رسم الخطوط العامة لاهمية المظاهر الجغرافية وتطبيقاتها ضمن مفهوم الاقلمة السياحية وذلك بوجود بعض المنتجات السياحية فان جميع المناطق التي لها منتج سياحي مميز يمكن ان يشكل بمجموعها اقليم سياحي ان هذه الفكرة قد انتقدت من قبل العديد من كتاب علم السياحة.

#### 3-2-3 مقومات الاقليم السياحي

يمكن حصرها بما ياتي:-

- 1- الموقع حيث لا بد ان يكون الاقليم السياحي قريباً بعض الشئ من مناطق وجود الطلب السياحي ويؤمن احتياجات ورغبات الطلب السياحي.
- 2- ان يكون له خصائص وصفات اقتصادية واجتماعية ملائمة ويمتاز بوجود بنية تحتية كافية للتطور السياحي المتوفر ضمن الخطة السياحية الشاملة للبلد.
- 3- يمتاز بمساحة كافية لاحتواء الطلب السياحي المتزايد لنوع المنتجات المتوفرة فيه وبذلك يستطيع احتواء العديد من السياح ويستطيع من توفير الخدمات والتسهيلات لعدد كبير منهم.

#### 3-2-4 تصنيف الاقاليم السياحية:

يمكن تقسيم الاقاليم السياحية الى نوعين رئيسيين هما:

#### 1- الاقاليم السياحية المتجانسة:

تمتاز الاقاليم المتجانسة بوجود عنصر جذب سياحي مميز واحد او عدة مميزات سياحية ذات خصائص جذب ويمتاز بكونه من اكثر الاقاليم شهرة وشعبية لدى غالبية السياح وله موقع وتاريخ حيث يسود فيه صفة التجانس في ظروفه الطبيعية و المناخية.

## 2- الاقاليم غير المتجانسة:

ان الصفات والمستويات المتوافقة تشكل مجموعها منتجاً سياحياً متكاملًا وقد تكون هذه المنتجات مختلفة من حيث الوظيفة لكنها تشكل مجموعها اقليمياً غير متجانس يتصف مثل هذا الاقليم بجذب عدد كبير من السياح لهم خصائص وصفات ديموغرافية واجتماعية متباينة ويمكن اعتبار سياحة العواصم مثالا واضحا لهذا النوع من الاقاليم سيما انها تمتلك عناصر جذب سياحي متنوعة ومختلفة تنافس بعضها الاخر فالمغريات قد تكون حضارية وتاريخية او تجارية وتسويقية او ترفيهية.

### 3-2-5 أهداف التخطيط السياحي على المستوى الاقليمي

- 1- تحديد الاهداف السياحية القريبة والبعيدة للاقليم و تشجيع القطاعين العام والخاص على الإستثمار في مجال السياحة ضمن الاقليم.
- 2- ضبط وتنسيق السياحة الاقليمية التلقائية والعشوائية و مضاعفة الفوائد الاقتصادية والاجتماعية للنشاطات السياحية الاقليمية لأقصى حد ممكن وتقليل الكلف.
- 3- الحيلولة دون تدهور الموارد السياحية للاقليم وحماية النادر منها و المحافظة على البيئة في الاقليم من خلال وضع وتنفيذ الإجراءات العلمية المناسبة.
- 4- صنع القرارات المناسبة وتطبيق الاستخدامات المناسبة في المواقع السياحية و تنظيم الخدمات العامة وتوفيرها بالشكل المطلوب في المناطق السياحية للاقليم
- 5- توفير التمويل من داخل وخارج الاقليم اللازم لعمليات التنمية السياحية. تنسيق النشاطات السياحية مع الأنشطة الاقتصادية الأخرى بشكل تكاملي.

### 3-2-6 الاعتبارات الرئيسية للتخطيط السياحي في المستوى الاقليمي:

تمارس كل دولة التخطيط بما يتلاءم مع خصائصها واهدافها وسياساتها التنموية المتبعة ولكن في حالة التنمية السياحية يفضل اعتماد مبادئ خاصة اثبتت جدواها في كثير من مناطق العالم واهم هذه المبادئ هي:

#### 1- المناطق المرحلية وبوابات العبور:

تعد نقاط العبور الدولية ونقاط الوصول الاقليمية عناصر هامة للغاية في تحقيق التنمية السياحية، وتعتبر المطارات وبوابات العبور الاساسية للدولة وهي اهم من نقاط الوصول البرية والبحرية وقد تكون نقاط الوصول الاقليمية من بوابات عبور جوية وبرية وبحرية وعادة ما تكون هذه البوابات او نقاط العبور قائمة مسبقاً وقبل المباشرة بعملية التنمية والتخطيط السياحي وتصبح هذه النقاط محددات ومحاور رئيسية للخطة السياحية وقد تتطلب هذه العناصر بعض التطوير ورفع الكفاءة والتوسع. وفي حالة الاقاليم الصغيرة فان نقطة عبور واحدة تكون كافية بينما تتطلب الاقاليم الكبيرة عدة معابر وفي حالة عدم توفرها فان هذا سيساعد في توفير بدائل لنقاط وبوابات عبور للسياح من نقطة معينة بحيث تمكن السائح من التجوال في انحاء الاقليم ومن ثم الخروج او السفر من بوابة عبور اخرى وهكذا تتاح الفرصة للسائح لمشاهدة اكبر قدر ممكن من الاقليم ويعمل وجود اكثر من نقطة او بوابة عبور على توفير امكانية توزيع السياح على هذه النقاط وبالتالي تفادي التزاحم والضغط عليها. لقد ثبت من خلال التجارب العديدة ان مبدأ التتابع المكاني او المناطق المرحلية الأنفة الذكر من انجح الطرق لتحقيق التنمية السياحية من خلال توفير المناطق المرحلية لجميع المرافق والخدمات السياحية لخدمة السياح وايضا مرافق التسلية والترفيه ومنشآت الاقامة.

## 2- مبدأ تجميع عناصر الجذب السياحي:

حتى تكون منطقة ما جاذبة للسياحة الداخلية ( العطل ) أو أنواع السياحة الاخرى فمن الضروري توفر عناصر الجذب السياحي المختلفة فيها مثل عناصر الجذب الطبيعية والثقافية والتاريخية... الخ وعند تحديد مواقع المنتجعات فان مدى وفرة عناصر الجذب السياحي في المناطق المختلفة مثل (الحدائق العامة، المواقع الاثرية او الشاطى) يكون لها الدور الفاعل والموثر في اختيار موقع المنتج وتجميع عناصر الجذب السياحي في منطقة معينة يساهم في تحقيق العديد من الايجابيات مثل:

### الايجابيات

- ✚ يعمل على جذب المزيد من السياح للمنطقة.
  - ✚ يؤدي الى اطالة مدة الزيارة او الإقامة.
  - ✚ يساهم في تطوير عناصر الجذب السياحي الأقل أهميه والموجود ضمن الموقع السياحي
  - ✚ يساعد في تنويع مجالات العرض السياحي نتيجة وجود عناصر ومنتجعات سياحية عديدة ومختلفة.
  - ✚ رفع درجات الفائدة الاقتصادية المتحققة للمجتمع المحلي وذلك بزيادة مستويات الدخل.
  - ✚ تحفيز وتشجيع ابناء المجتمع المحلي على ممارسة النشاطات السياحية المختلفة.
- ## 2- تطوير وتحديد الاقاليم السياحية والمناطق التنموية:

تتخذ عادة على المستوى الوطني قرارات تخطيطية هامة منها تطوير وتحديد اقاليم تنموية سياحية يشتمل كل منها على عدة نقاط تتركز فيها عناصر الجذب السياحي وما يرتبط بها من خدمات ومرافق سياحية وشبكات طرق.

ان إنشاء اقاليم تخطيط لاغراض التنمية السياحية يشكل الاساس الذي تقوم عليه عملية التخطيط التنموي الشامل للاقليم او المنطقة حيث يعمل الاقليم بكل نشاطاته على تحقيق الاكتفاء الذاتي وكذلك يتيح للاقليم من تطويرها تنمويًا للاغراض السياحية وامكانية برمجة التنمية السياحية على مراحل داخل الاقليم الواحد او لعدة اقاليم مع بعضها البعض.

تتطلب عملية تحديد الاقاليم السياحية الاخذ بنظر الاعتبار العديد من العوامل الهامة مثل العوامل الجغرافية والعوامل التخطيطية التي تنتج عن توفر تجمعات لعناصر جذب سياحي وما يتبعها من خدمات ومرافق سياحية وعموما لا يقوم تحديد الاقاليم السياحية على الحدود الادارية بل تتجاوزها غالبا لاقاليم اخرى بمعنى ان حدود الاقاليم التنموية لا تتبع الحدود الادارية.

وعلى المستوى الاقليمي فان من الضروري تركيز الخدمات والمرافق السياحية ضمن مواقع محددة على شكل منتجعات او قرى سياحية او مراكز حضرية سياحية يعمل هذا التركيز على توفير مجموعة ايجابيات هي:

### الايجابيات

- ✓ فرصة توفير خدمات النقل والبنى التحتية الافضل والأكفأ.
- ✓ ملائمة الخدمات والمرافق المتحققة لحاجات ومتطلبات السياح.
- ✓ توفير الخدمات المتخصصة نتيجة تركزها في موقع محدد.
- ✓ تجاوز اي تأثيرات بيئية واجتماعية او اقتصادية سلبية.

وقد اثبت مبدا تركيز عناصر الجذب السياحي قدرته في تحقيق تنمية سياحية مثلى فالكثير من دول العالم خصوصا بعد ان ثبت ان توزيع التنمية السياحية يعمل على توزيع وتبعثر الخدمات والمرافق السياحية وهذا الوضع بدوره يؤدي الى ارتفاع في تكاليف وتوفير الخدمات والمرافق السياحية.

ما يتعلق بالمناطق التنموية فيمكن تحديدها بحيث تشمل خصائص الجذب السياحي الطقس الملائم الخصائص الطبيعية للموقع السياحي والمناطق المجاورة ووفرة المساحات القابلة للتنمية السياحية وتحقيق جدوى اقتصادية وليس لها وظائف اخرى (تنموية اقتصادية).

وفرة نقاط الاتصال والوصول عند بوابات العبور، المطارات، نقاط الحدود البرية الى المواقع السياحية داخل الاقاليم وبين المواقع السياحية داخل الاقليم الواحد.

وفرة مواقع عامه لاقامة المنتجعات على ان توفر استعمالات الارض في المواقع المجاوره فرصة لعمل مناطق عازلة حول الموقع السياحي حماية لها من عناصر الازعاج و التلوث.

امكانية توفير خدمات البنية التحتية (مصادر المياه ومصادر الطاقة الكهربائية والاتصالات والتخلص من النفايات).

ان لا تؤثر السياحة المستهدفة سلبيا على الجوانب الاجتماعية والاقتصادية للمجتمعات المحلية ووفرة القوة العاملة المؤهلة للعمل في الخدمات والمرافق السياحية ووفرة ما يحتاجونه من خدمات الاقامة والتنقل. وغالبا ما يكون هناك معايير واعتبارات اخرى تفرضها خصائص الاقليم مع العلم انه ليس من الضروري ان يشمل المنتج الواحد كافة المعايير خصوصا وان نسب تحقيق المعايير تتفاوت من منتج الى اخر ويمكن إجراء التعديلات لسد الثغرات في حالة وجود ثغرة معينة.

### **3- النقل والبنية التحتية:**

تتطلب السياحة الناجحة وجود شبكة نقل وطرق داخلية ذات كفاءة عالية الى جانب توفر جميع الخدمات والمرافق اللازمة لحركة التنقل تصمم هذه الشبكة بشكل دائري متصل وبعيد عن المناطق الخلفية بحيث توفر الرؤية المناسبة للسائح لنتيح له التمتع اثناء السفر او التنقل وغالبا يتم تحديد بدائل لهذه الشبكة ويتم دراستها وتقييمها من اجل اختيار البديل الامثل الذي يوفر امكانية افضل لربط معظم او كافة عناصر الجذب السياحي ويوفر الامان والراحة للسائح.

وينبغي ان يحقق التخطيط الاقليمي مبدا الاستغلال الامثل لشبكة النقل المتوفرة ودون ان يتسبب ذلك بضغط على الخدمات والمرافق اذا ماتطلب الامر انشاء واقامة بنية تحتية جديدة فينبغي الا تخدم فقط الغايات السياحية بل ايضا الاستخدامات الاخرى حتى يتم تحقيق جدوى اقتصادية افضل.

### **4 - الاعتبارات الموسمية:**

فقد تعمل منطقة او اقليم ما على جذب اعداد كبيرة من السياح في موسم معين وهذا يتطلب وضع أهداف لتطوير عناصر الجذب السياحي في الاقليم بحيث تجذب السياح على مدى العام خصوصا في المواسم التي تتراجع فيها الحركة السياحية وذلك من خلال إقامة المهرجانات واحياء المناسبات الخاصة والمؤتمرات والنشاطات الرياضية.

وعموما ينبغي إعداد الخطه السياحية بحيث يمكن تقسيمها بسهولة الى مراحل زمنية قصيره محددة وهذا يتطلب تحديد الاقاليم السياحية المختلفة على المستوى الوطني وكذلك تحديد المناطق التنموية في كل اقليم بحيث يمكن تطوير كل اقليم بشكل اقتصادي فاعل.

### **5 - نفقات السفر والاقامة:**

تشكل نفقات السفر والاقامة وانتقال السياح الى المواقع السياحية ونفقات الاقامة واستخدام المرافق والخدمات السياحية عنصرا هاما من عناصر الجذب السياحي وتؤثر بشكل مباشر على

نوعية واعداد السياح لذلك فانه لابد من دراسة وتقييم مثل هذه النفقات والعمل على تخفيضها اذا كانت مرتفعة ولتحديد عناصر الجذب السياحي في بلد ما او اقليم لابد من اجراء مسح شامل لها وتحديد مواقعها وتمثيلها على الخرائط واعداد قوائم بمعلومات كافيها عنها وعرضها بشكل شامل ومنظم والتخطيط للاسواق السياحية لتحديد اولويات تنفيذ المشاريع يتم اجراء احصائيات للاسواق السياحية الداخلية والخارجية من اجل توفير معلومات كافية لاغراض التخطيط وتشمل هذه الاحصائيات اعداد السياح القادمين وخصائصهم وكذلك معلومات عن خلفياتهم الثقافية والحضارية واهتماماتهم الشخصية.

واعداد وتخصصات العاملين في قطاع السياحة والسفر. وكذلك انواع السفر والسياحة ومعدلات نشاط كل منها.

### **7-3-3 التخطيط للمرافق السياحية:**

توضع عادة معايير خاصة بالمرافق السياحية بناءً على أسس ومستويات دولية ولا بد عند التخطيط للتنمية السياحية من جمع كافة المعلومات عن هذه المرافق والخدمات من حيث النوع والاحتياج والطاقة الاستيعابية ومنها (مرافق الاقامة المختلفة، مرافق السفر والطعام والشراب، خدمات الزوار، التسوق، الصيرفة، الخدمات الصحية والسلامة العامة).

التخطيط للبنية التحتية وهو كل ما يتعلق بالنقل وخدمات البنية التحتية فانها مهمة ليس فقط للسواح بل للاقليم والسكان فيه ويشكل وجود مثل هذه الخدمات مبرراً لدفع قيمتها على شكل رسوم وضرائب وذلك لما توفره من دعم للنشاطات السياحية ومثل هذه الخدمات (خدمات تزويد المياه، الطاقة الكهربائية، الاتصالات، التخلص من النفايات تصريف مياه الامطار).

### **تخطيط وتحليل البيانات السياحية:**

**تحليل البيانات لاغراض التخطيط وحسب المحاور التالية:-**

#### **أ- تحليل ودراسة اسواق الطلب السياحي وتقديرات الاقامة:**

ويشمل هذا البند معلومات كاملة عن الاسواق السياحية وتقديرات مستقبلية لاعداد السياح في الاوقات او المواسم المختلفة مع دراسة تفصيلية لرغبات السياح ومتطلباتهم من خلال التقديرات المستقبلية لاعداد السياح.

#### **ب- التحليل الشامل**

ويقصد به تحليل العوامل الهيكلية اي الاجتماعية والاقتصادية وكذلك سياسات التنمية ودمجها في اطار وتشمل المؤسسات العاملة في مجال السياحة سواء مؤسسات خاصة او عامة كذلك الهياكل الادارية لهذه المؤسسات وعلاقتها ببعضها البعض.

### اسئلة الفصل الثالث

- س1 ما المقصود بالاقليم الجغرافي وماهي انواعه؟
- س2 ما هي المواصفات العامة للاقليم؟
- س3 تكلم عن الاقليم التخطيطي وماهي انواعه؟
- س4 ما هي طرق تحديد الاقليم المتجانسه؟
- س5 كل اقليم وظيفي يتحدد بطرق معينة ماهي هذه الطرق؟
- س6 ما هي الخطوات الرئيسة لعملية التخطيط السياحي الاقليمي؟
- س7 لاعداد الخطة هناك تقرير يعد لهذا الغرض ماهي جوانب هذا التقرير؟
- س8 ما هي الجوانب الاجتماعية والادارية التي يراعيها التقرير؟
- س9 عرف الاقليم السياحي؟
- س10 هناك تصنيفات للاقاليم السياحية ماهي؟
- س11 عدد الاهداف التخطيطية على المستوى الاقليمي؟
- س12 ما هي الاعتبارات الرئيسة للتخطيط السياحي؟
- س13 تكلم عن عناصر الجذب السياحي في الاقليم السياحي؟
- س14 كيف يتم تحليل البيانات السياحية داخل الاقليم؟

## الفصل الرابع

### التخطيط على المستوى المحلي والمشاريع

#### مفردات الفصل

أولاً: تطوير وتحديث النظام التخطيطي على المستوى الوطني

ثانياً: علاقات صناعة السياحة بالبيئة والمجتمع والاقتصاد

ثالثاً: الادوات المستخدمة في حل مشكلات التخطيط السياحي

#### الأهداف السلوكية

بعد قراءة هذا الفصل سيكون الطالب قادراً على ان:

- يعرف المنتجات السياحية ويحدد علاقتها بالطلب السياحي
- يحدد المواقع جغرافياً وعلاقتها بالانشطة الاقتصادية
- يشخص مواصفات المشاريع السياحية وضوابطها التنموية والاقتصادية
- يعرف كيفية التخطيط للمشاريع السياحية

#### 1-4 تطوير وتحديث النظام التخطيطي على المستوى الوطني

تقوم عملية التخطيط في هذا المستوى على نفس المبادئ والاسس التي تقوم عليها في المستويين الوطني والإقليمي، فهناك منافع اقتصادية وكذلك دراسات متخصصة لتقييم المعطيات المختلفة في المواقع المختلفة بهدف التعريف على طاقتها الاستيعابية وتحديد المكونات البيئية التي يمكن ان تتأثر او تؤثر بشكل مباشر او غير مباشر في عملية التخطيط وتسعى هذه الدراسات كذلك الى تحديد حجم ودرجة مشاركة المجتمع المحلي في عملية التخطيط السياحي وانواع هذه المشاركة. يمتاز التخطيط السياحي في هذا المستوى بالتخصص والتفصيل الشديد للموقع والمرافق والمعطيات السياحية التي تتباين في مستوياتها المكانية وسنتناول في هذا الفصل عملية التخطيط السياحي لهذه المعطيات بشكل تفصيلي ودقيق. أن ما تم استعراضه من اعتبارات على مستويات متعددة في الفقرات السابقة، يحتم العمل الجاد على ايجاد نظام تخطيطي عمراني شامل ومتكامل، على المستوى الوطني بكل دولة، نظام واضح ومحدد الملامح، له مضمون وغاية، ومجموعة من الأهداف، ويتكون من عناصر أساسية، لا غنى عنها لايجاد مثل هذا النظام. منها على سبيل المثال: أهمية تواجد كل من قرار حكومي، ورؤية مستقبلية عمرانية على المستوى الوطني، التي تعطي النظام مضمونه المجتمعي، وتواجد جهاز تخطيطي قوي وعصري، ومنظومة تشريعات وقوانين تخطيطية وعمرانية متكاملة، ومجموعة متكاملة وشاملة من السياسات العامة العمرانية، والسياسات الإرشادية القطاعية، وهيكل واضح للتدرج الهرمي للمخططات العمرانية، بدءا من المستوى الوطني، وبصورة إستراتيجية إرشادية، وعلى المستوى الإقليمي الذي يغطي المحافظات والبلديات بمخططات إقليمية إرشادية، وكذلك بمجموعة شاملة من المخططات العامة والتفصيلية التي تغطي كافة المدن والقرى.

هذا بالإضافة إلى تضمين النظام مفهوم واضح ومحدد لضمان المشاركة المجتمعية والشعبية، والقطاع الخاص والاستثماري، في كافة مراحل العملية التخطيطية، وأيضا تبني مفهوم التخطيط للتنمية، ومفهوم التنمية المستدامة الشاملة، ومفهوم البحوث التطويرية. وتواجد درجة عالية من التنسيق والتفاعل مع باقي الجهات المتداخلة في النظام التخطيطي، وفي صور متعددة من الشراكات المختلفة، وأشكال التعاون المتعددة.

ولذا فإنه من الضروري أن يقوم الجهاز التخطيطي، بوضع تصورات الخاصة بمفهوم النظام التخطيطي العمراني الشامل على المستوى المحلي وأن يفكر بداية بالعمل على بلورة بعدين أساسيين:

#### 1-1-4 1 الدور والمكانة:

والتي تتعلق بمفهوم النظام التخطيطي الشامل، وهو الأمر الذي يرتبط بمضمون التخطيط وبمفهوم رؤية مستقبلية، وبطبيعة الدعم السياسي، أو الإرادة السياسية العليا. وعلى الجهاز التخطيط الرسمي بكل دولة مسؤولية القيام بوضع وبلورة أهدافه الإستراتيجية، من حيث المفهوم التخطيط والدور الذي يمكن أن تقوم به على مستوى الدولة، في الحاضر والمستقبل. والقيام بمحاولة تعرف واسعة النطاق لكل ما هو حديث وعصري في تطبيقات مجالات التخطيط العمراني، وتحديد في الدول ذات التميز والتفوق في هذا النطاق. هذا إلى جانب القيام، بصورة موازية، لمجمل الخبرة السابقة، ولإمكانيات والموارد والقدرات والمهارات البشرية، والمادية الحالية. على أن يتم ذلك في صورة تفهم دقيق للوضع الحالية للجهاز التخطيطي من حيث الأداء والإنجاز، وتحديد نقاط القوة، والتركيز على نقاط الضعف، وتحديد السلبيات بكل دقة، سواء كانت معوقات، أو تداخل اختصاصات، أو نقص في مجال بناء القدرات، أو الموارد المادية،... الخ.

#### 4-1-2 طبيعة وبنية الجهاز التخطيطي:

باعتباره الجهة الحكومية الرسمية المسؤولة، عن بلورة هذا النظام التخطيطي الشامل، وعن وضع الخطط العمرانية، والاستراتيجيات والسياسات العامة والبرامج والمشروعات والتشريعات المنظمة للعمران، وتنفيذ المخططات ومتابعة الإنجاز والتحكم والمراقبة. وذلك في إطار شامل من التنسيق المتكامل مع باقي النظم الحكومية، ذات العلاقة، ومع نظام البلديات وخاصة نظام المجالس البلدية، الذي يتمتع أو يجب أن يتمتع، بمهام واختصاصات ذات علاقة مباشرة بالعملية التخطيطية، وذلك طبقاً لما يتم العمل به على مستوى الدول المتقدمة حالياً.

وهذا يحكمه الشكل التنظيمي للجهاز، والمهام والمسؤوليات الرئيسية المنوط إليه، بقوة القانون، من ناحية، وبوضعية هذا الجهاز ضمن منظومة الوزارات والجهات الحكومية، من ناحية أخرى، ليتمكن من خلال ذلك الإطار تحقيق الغايات والأهداف الوطنية في مجال التخطيط والتنمية العمرانية، ولتحقيق مضمون الرؤية المستقبلية الشاملة للتنمية، وللتحول والتغيير في المستقبل، بصورة متطورة وعصرية.

كما أن طبيعة هذا الهيكل التنظيمي، تتعلق بكل ما هو إجرائي وعملي لتنفيذ هذا المضمون وتلك الرؤية التي يحققها النظام التخطيطي ككل. وذلك في إطار مهام ومسؤوليات الجهاز التخطيطي، بكل دولة على حدة.

ومن الضروري في هذا المقام، الإشارة إلى أن تطوير الهيكل التنظيمي، ليس هدفاً بحد ذاته، وإنما هو مجرد وسيلة لتحقيق الغاية والأهداف المتوقعة من هذا الجهاز التخطيطي. ولذا فإنه من الخطأ الفادح البدء بإعادة تنظيم الجهاز التخطيطي، عن طريق مجرد وضع عدد مقترح من الهياكل التنظيمية، بإدارتها وأقسامها ودرجاتها ووظائفها المختلفة. دون الالتفات الواعي وبدرجة كبيرة من المسؤولية، إلى أهمية دراسة طبيعة المهام والمسؤوليات الجديدة، والمطلوبة، والتي تتوافق مع طبيعة الوضعية القائمة على مختلف المستويات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية. وكذلك ضمن الإطار المعاصر لمفهوم النظام التخطيطي الشامل.

ومن ثم، وبعد إجراء تقييم علمي دقيق لما سبق، وبدراسة أفضل الخبرات والممارسات والتجارب المماثلة لعدد من الدول، ذات السمعة الطيبة والتميز الملحوظ، في مجالات وتطبيقات التخطيط والتنمية والتعمير، يمكن وضع تصور مستقبلي محدد الملامح، لتطوير وتحديث النظام التخطيطي ككل، ومن خلاله يمكن الحديث عن تطوير الجهاز التخطيطي بهيكلة التنظيمي ومهامه ومسؤولياته وواجباته الرئيسية الجديدة والمعاصرة.

على أن يتم هذا التطوير والتحديث بصورة تمكن من تطبيقه على مراحل متتالية ومتدرجة، تؤدي كل مرحلة في نهايتها، إلى إمكانية البدء في المرحلة التالية لها، على أساس من الانتقال النوعي الواضح. على أن يكون الهدف الرئيسي من هذه الخطة الإستراتيجية للتطوير والتحديث، هو تحقيق الوضعية المطلوبة للجهاز التخطيطي العمراني، ضمن النظام التخطيطي الشامل لكل دولة. وضمان التنسيق والارتباط الجيد بمختلف نظم العمل الحكومي والعام، والمجتمعي، وخاصة نظم البلديات والمجالس البلدية، ومنظومة القوانين والتشريعات المتكاملة.

وهذا التطوير المرحلي والمتدرج، لا بد وأن يتم بالصورة التي يؤكد فيها الجهاز التخطيطي جدارته واستحقاقه، لهذه المكانة ولذلك الدور الحيوي، مثله مثل باقي أجهزة التخطيط العمراني المماثلة، في أكثر بلدان العالم تقدماً ورقياً في هذا المجال. وعلى أعلى درجة من الأداء والإنجاز تضاهي المستويات العالمية.

وهو الأمر الذي بدوره يمكن الجهاز التخطيطي من ممارسة دوره ومهامه ومسؤولياته، وبالتالي يجعله قادرا على العمل بقوة في مجال تحسين أوضاع الحاضر، ورسم وصياغة كيفية تحقيق مستقبل أكثر إشراقا ورفاهية لمجتمع حقيقي عصري، وبما يليق بها من أوضاع معيشية في القرن الحادي والعشرين.

ومن المناسب في هذا المقام، الإشارة إلى أهم ما يميز فكرة ومفهوم النظام التخطيطي العمراني. هو أنه نظام مرتبط ومتعلق بالمستقبل، وبالنظر دوما إلى الأمام، وبكيفية مواجهة التحديات المستقبلية، والاستعداد الدائم والمستمر للتعامل مع مشكلاته وتوقعاته.

كما أن النظام التخطيطي في نفس الوقت، ومن ناحية أخرى، يهتم بالوضع القائم وباحتياجات ومتطلبات، المشاكل العمرانية الراهنة والملحة، ويعمل على إيجاد الحلول التخطيطية المناسبة لها. وإذا ما تم التركيز الشديد على أحد هذين البعدين الزمنيين - المستقبل والحاضر - وتم إهمال البعد الآخر، فإن هذا الأمر سوف يؤدي في النهاية إلى التسبب في حدوث خلل واضح في النظام التخطيطي.

كما أن النظام التخطيطي، من ناحية ثالثة، يتصف بالشمولية وبنظرة الكلية لمختلف المستويات والقطاعات العمرانية وذات العلاقة بالتنمية الشاملة للمجتمع ككل. وقد يتم حدوث خلل على مستوى هذا النظام التخطيطي، في حالة التركيز على مستوى معين مثل التخطيط التفصيلي، وخاصة ما يعرف بنظام تقسيم الأراضي، وإهمال المستويات الأخرى، وخاصة المستوى الوطني الاستراتيجي، والمستوى الإقليمي، أي المحافظات والبلديات.

وكمبدأ عام في أي نظام، فإن الوقوع في وضعية الإغراق والانغماس الشديدين في التفاصيل، يؤدي بالضرورة إلى وضعية سلبية، من ملامحها الواضحة، ضياع القدرة على رصد وتحديد الصورة الكبيرة والإطار العام للنظام. وهو الأمر الأشد خطورة فيما يتعلق بالنظام التخطيطي بالتحديد، حيث يؤدي هذا الأمر إلى فقدان القدرة على تكوين حالة من الفهم المطلوب، الممكن الوصول إليه، فقط عن طريق الاستفادة من قراءة الصورة الكبيرة، والقيام بالربط بين التفاصيل، وتكوين العلاقات، والقدرة على الفرز بين الأسباب والمسببات، وما هو خاص وما هو عام، والثوابت والمتغيرات... الخ.

ومن ناحية أخرى أن التركيز على قطاع معين من قطاعات النظام التخطيطي، بدرجة كبيرة أو بصورة مغالى بها، يؤدي بدوره إلى حدوث نوعا آخر من أنواع الخلل في النظام. فعلى سبيل المثال، التركيز الشديد على قطاع استعمالات الأراضي، قد يؤدي إلى إهمال باقي القطاعات العمرانية الشاملة، بأبعادها المختلفة، سواء كانت اقتصادية، مثل قطاع الأعمال والتجارة والمال، والصناعات بأنواعها ومستوياتها المختلفة... الخ، أو اجتماعية، وتضم الخدمات الاجتماعية، ورعاية الفئات الأقل حظا وذوي الاحتياجات الخاصة، ورعاية الطفولة والأمومة، وكبار السن... الخ، والقطاعات الحضارية والثقافية، وتشمل المحافظة على المناطق التراثية، والأبعاد الجمالية والمعمارية، والتصميم الحضري، والصورة البصرية... الخ، إضافة إلى أهمية قطاع البيئة، وما يتعلق بها من مفاهيم التنمية المستدامة، والمدن الصحية، ومشاكل التلوث، والطاقة المتجددة، والتنوع البيولوجي... الخ.

ومن ناحية أن النظام التخطيطي الشامل، يضمن في ممارساته وتطبيقاته العمرانية، ذلك التوازن الهام بين كل من القطاع الحضري والقطاع الريفي، حيث يتم وضع معايير ملائمة تضمن عدم التركيز الشديد على مدن أو مناطق حضرية بعينها، وبالتالي إهمال التنمية العمرانية المتكاملة للعديد من القرى، أو الأماكن النائية، أو المناطق الفقيرة.

وهو الأمر الذي يفسر أحد أهم الأدوار الحقيقية للدولة باستخدامها للتخطيط العمراني، كأداة لتحقيق التوازن بين كافة القطاعات العمرانية للمجتمع، وخاصة المكانية والجغرافية منها.

وهو ما يشير إليه بعض منظري مجال التخطيط العمراني. حيث يرون أن لهذا المجال بعدا سياسيا واجتماعيا قويا، ناجما عن كون الأمن والسلامة الوطنية، هما من أهداف السياسة المكانية.

ومن ناحية اخرى أن أهم ما يحدد دور ومكانة نظام التخطيط الشامل، وبالتالي جهازه التخطيطي الرسمي، هو القدرة على تحديد مجال ونطاق ومستويات المعلومات التخطيطية والعمرانية. أي بمعنى آخر المادة الخام التي يتعامل معها النظام باعتبارها من أهم مدخلاته ومخرجاته. سواء كانت، على سبيل المثال، بيانات أو معلومات إحصائية شاملة، أو سياسات عامة وتوجهات حكومية ومجتمعية، كمدخلات، أو في صورة مخططات بأنواعها ومستوياتها المختلفة، أو سياسات عمرانية عامة أو قطاعية إرشادية، أو في صورة قوانين وتشريعات،... الخ.

وبالطبع فإن من أهم طرق التعرف على هذه المعلومات وتحديد بدقتها، هو طبيعة وعناصر المهام والمسؤوليات والواجبات الرئيسية لهذا الجهاز التخطيطي، في الحاضر كوضع قائم، وما يجب أن تكون عليه في المستقبل.

وهذا يعني أن أجهزة التخطيط العمراني بكل دولة، عليها مهمة ومسؤولية بناء قواعد للمعلومات التخطيطية والعمرانية بصورة متخصصة وشاملة. وعلى أسس علمية دقيقة وصارمة. مستفيدة من كل ما هو متاح والعمل على استكمال وتطوير ما ينقصها.

وذلك في إطار الاستفادة القصوى من التطورات المتسارعة في مجالات نظم المعلومات وتوثيقها على المستويات العالمية. هذا مع الوضع في الاعتبار، أهمية الاستفادة من كل ما هو متاح على المستوى الوطني، من معلومات ذات العلاقة لدى كافة الوزارات والجهات الحكومية والخاصة المعنية. ودراسة إمكانيات تبادل المعلومات، من ارتباط بشبكات معلومات قائمة، أو التعاون على إقامة نظم وقواعد معلومات مطلوبة مع جهات أخرى معينة. سواء كان ذلك على مستويات إقليمية أو عالمية.

وهذه ما تم ذكره سابقا له أهمية كبيرة، حيث من المطلوب أن يتواجد نظام معلومات تخطيطي عمراني قوي وفعال، يوفر ويتيح صورة شاملة ودقيقة وواقعية، عن وضعية العمران والتنمية الشاملة على مستوى كل دولة. شاملة كافة الأوضاع العمرانية للمدن والقرى، من حيث المشاكل والمعوقات، والإمكانات والموارد، وخطط المشروعات،... الخ.

#### 3-1-4 تخطيط المشاريع السياحية:

تحتاج عملية تخطيط وتصميم المواقع السياحية الى تحديد مسبق لمعايير تخطيط وتصميم المرافق السياحية في المواقع المختلفة فبناء المجمعات السياحية والفنادق وخدمات الزوار وتحديد مواقع المرافق والمباني واحجامها وخصائصها وعلاقتها بالمعطيات والخصائص الطبيعية المتاحة كذلك الجوانب المعمارية وتنسيق المواقع واستخدامات الارض والمواقع المختلفة كل هذه المعايير تشكل المزاي والخصائص المعمارية الهيكلية للمرافق بالتالي فان تحديد مسبق ومناسب وسليم لهذه المعايير يعمل على:

1- تحقيق التنمية السياحية الكفيلة باشباع حاجات السياح والسكان المحليين على حد سواء

2- دمج التنمية السياحية مع التنمية البيئية لتفادي حدوث أي مشكلات بيئية

كما ينبغي تحديد معايير لتخطيط وتصميم المواقع السياحية على المستوى الوطني والاقليمي ومن ثم يجري تحديدها بتفصيل اكبر في المستوى المحلي وفي مستويات التخطيط المكاني الاول وتتعلق معظم هذه المعايير بعمليات التنظيم المكاني واستخدامات الارض وقوانين البناء وذلك من

اجل استمرار عملية التنمية السياحية في المنطقة، وتختلف معايير تخطيط وتصميم المواقع من منطقة لآخرى نظرا لاختلاف خصائص البيئة المحلية وخصائص المرافق او البنى التحتية المستهدفة. ولما كانت هذه المعايير تحدد الاطار الهيكلي للتخطيط والتصميم التفصيلي فانه لا بد ان تمتاز بالمرونة لكي تمكن المخطط او المصمم من توظيف خياله وقدراته الخلاقة في ابداع تصاميم رائعة وجذابة ومناسبة لا تتعارض مع الحد الادنى من المعايير المحددة من قبل القطاعين العام والخاص وذلك من اجل ضمان تنمية سياحية تمتاز بالكفاءة والفاعلية علما بان تطبيق حد ادنى من المعايير لا يضمن تحقيق نجاح باهر وانما يضمن عادة نتائج مقبولة في الخدمات والبنى التحتية المتحققة ويساعد في تفادي بروز مشاكل بيئية رئيسية.

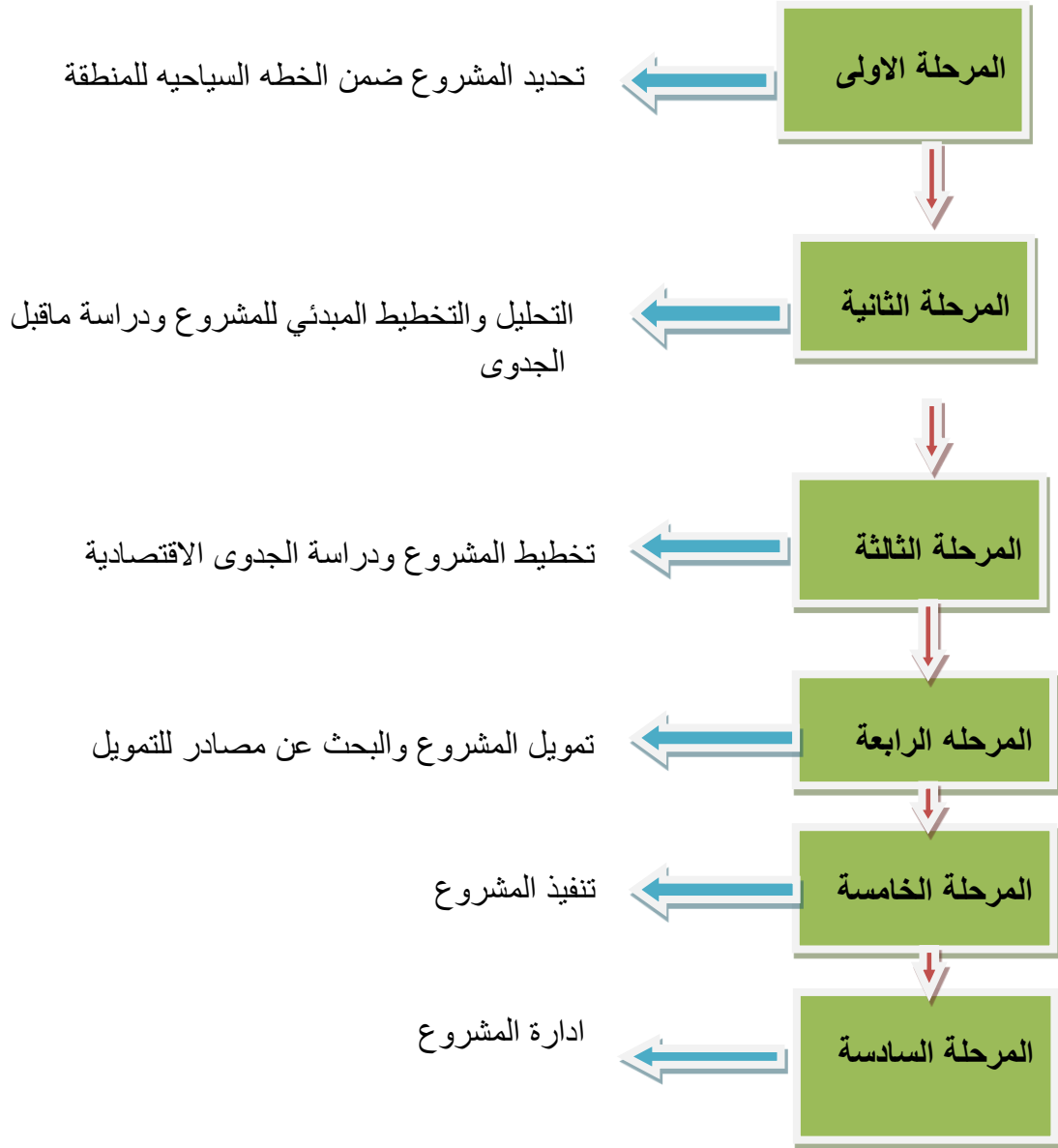
#### **4-1-4 تنمية المشاريع السياحية:**

لتنفيذ مشاريع محدده مثل الفنادق او المجمعات يجب العمل لتخطيط تفصيلي ودراسة جدوى اقتصادية وتشمل عملية تخطيط المشاريع مجموعة من الخطوات المتسلسلة وكما يلي:

- \* تحديد المشروع كجزء من خطة التنمية السياحية الشاملة وبرنامج المنطقة المستهدفه بالتنمية.
- \* اختيار انسب المشاريع وعمل تخطيط اولي ودراسات ما قبل الجدوى.
- \* تخطيط المشروع ودراسة الجدوى الاقتصادية وتخطيط تفصيلي وتصميم الاسواق وتحليل اقتصادي ومالي ودراسة الاثار البيئية.
- \* تمويل المشروع بايجاد مصادر تمويل وتوفير الحوافز وتحريك التمويل وجذبه.
- \* تنفيذ المشروع وهذه المرحلة هي التنمية الهيكلية الفعلية للمشروع.
- \* ادارة المشروع ويقصد بذلك الادارة المستمرة للمشروع بما فيها دعم اسواق سياحية.

خلال تنفيذ المشروع سواء كان المنفذ قطاع خاص او عام فانه لا بد ان يكون هناك تنسيق مباشر مع المجتمع المحلي للتأكد من موافقة المجتمع وتفهمه الكامل لمبدا المشروع وخطته وبرامجه ولمنحهم فرصة المشاركة في فوائد المشروع وفي حالة عدم موافقة المجتمع المحلي على المشروع فانه لا يمكن تنفيذه وقد يحتاج الى تغيير لبرنامج مع احتياجات المجتمع المحلي، تمتاز عملية تنفيذ المشروع بالتعقيد وخصوصا للمشاريع الكبرى مثل المجمعات التي تضم فنادق متعددة وانواع اخرى من المرافق ولاغراض تنفيذ المشروع يتم عمل مسار حرج للمشروع لضمان التنسيق بين عناصر المشروع وانشطته المختلفه والشكل 4-1 يمثل مخطط مبسط لمراحل المشروع.

## مراحل تخطيط وتطوير المشاريع السياحية



مخطط 1-4 يمثل مراحل تخطيط المشاريع السياحية

#### 4-1-5 كيفية تخطيط الموقع السياحي:

يقصد بتخطيط الموقع السياحي تحديد اماكن المباني والمرافق المراد انجازها في بعد مكاني معين وبمواصفات معينة ويشمل تخطيط الموقع كذلك وظائف المباني وعلاقتها مع بعضها البعض والخصائص الطبيعية العامة للموقع ويتضمن ايضا الطرق ومواقف السيارات وتتطلب عملية تخطيط الموقع السياحي في مراحلها الاولى القيام بعمل دراسات لتحليل الخصائص البيئية للموقع وتحديد المباني المطلوبة واحجامها ووظائفها وخصائصها وينبغي الاشارة هنا الى ضروره الاخذ بعين الاعتبار جميع الاعتبارات البيئية في مختلف مستويات التخطيط ومراحله من اجل منع حدوث اي مشكلات بيئية.

#### 4-1-6 الاعتبارات البيئية عند تخطيط مواقع المرافق السياحية

##### اولا: تفادي حدوث مخلفات بيئية:

يجب عدم تحديد مواقع الابنية او اية منشآت اخرى او تصميمها بشكل ينتج عنه مخلفات بيئية فاختيار مواقع المباني على سفوح التلال الشديدة الانحدار وتصميمها ايضا بشكل سيئ قد يؤدي الى انجراف التربة وبالتالي الحاق الضرر بالمنشآت كذلك فان اقامة المباني في المناطق المنخفضة وعدم الاخذ بعين الاعتبار عند التصميم طبيعة الموقع والموضع قد يؤدي لغمر هذه المباني بمياة الفيضان وعموما فان التلال الشديدة الانحدار هي اماكن غير صالحة لاقامة المنشآت عليها وان كان لا بد من ذلك فيجب اجراء تحاليل للتربة ودراسة الخصائص الجيولوجية للمكان لتحديد افضل السبل الهندسية لاقامة المنشآت او المباني ووضع اليات مناسبة لتصريف المياة لمنع تشبع التربة بها وبالتالي حصول انجراف للتربة وقد تكون زراعة بعض الاشجار والنباتات على السفوح لتثبيت التربة امرا ضروريا في بعض الاحيان اما المناطق المنخفضة فان تطويرها يتطلب اختيار نظام تصريف مياة خاصا ومناسبا مع القيام بتنفيذ اعمال ردم وتثبيت للتربة لتفادي هبوط التربة ولتطوير المناطق المجاورة للشواطى لا بد من التاكيد على عدم تأثير المباني والمنشآت بالامواج العالية ويجب ابعاد المباني لاطول مسافة ممكنة عن الشاطى ودراسة قدرة التربة ورفع المباني الى مستوى مناسب واستخدام المعايير الهندسية لمقاومة الهزات الارضية.

##### ثانياً: كثافة المباني وعلاقتها مع بعضها البعض:

يعتبر جميع المباني في موقع واحد من العوامل الهامة في تخطيط الموقع ويعتمد نمط التجميع عادة على كثافة المباني وخصائص التنمية المستهدفة وعلاقتها بالبيئة الطبيعية وهناك عدة انماط لتخطيط مواقع المنشآت مستقلة تتراوح ما بين كثافة متدنية ووحدات على الشوارع الى مجموعات لها مواقف سيارات بعيدة عن الشوارع وهناك وحدات متلاصقة ما بين صف من هذه الوحدات الى مجموعة صفوف وساحات بكثافات مرتفعة وفي حالة عمل تنظم خطي قواطع المباني. يفضل ان تكون مواقع السيارات بموقع مركزي بالقرب من مداخل الفنادق وبشكل واضح بالنسبة لمواقع التطوير ذات المساحة الكبيرة اما بالنسبة لمواقف السيارات الخاصة بالاسواق والاستعلامات والمطاعم فيفضل ان تكون بعيدة عن غرف الزوار.

### ثالثاً: المحافظة على المناظر والمشاهد المحيطة:

تعتبر المحافظة على المناظر والمشاهد المحيطة من الخصائص الهامة في تخطيط المواقع السياحية فعلى الشواطى يقترح تطوير انماط من المباني قليلة الارتفاع بحيث يسمح تجميعها مع بعضها البعض لكل منها اتصال بصري مع الشاطى ويجب توجيه المباني وضبط ارتفاعها لضمان سهولة المشاهدة البصرية تجاة الشواطى والجبال.

يراعى في المواقع الجبلية توجيه المباني بحيث تسمح للبصر بحرية مشاهدة بعض المواقع الخاصة او بعض المعطيات الطبيعية المميزه وقد لوحظ في كثير من المناطق الجبلية ان انشاء مبان بالغة الارتفاع يخلق كل منها مرمى النظر للمباني المجاورة وفي الوقت نفسه لا تراعى ارتفاعات هذه المباني البيئة الطبيعية المجاورة اي لا تندمج المباني مع البيئة الطبيعية في الموقع مما يشوه الشكل المميز للموقع الجبلي.

### رابعاً: تطوير المواقع السياحية:

ان تطوير المواقع السياحية اهمية كبيرة خصوصا في المدن والمناطق الحضرية واي مناطق اخرى قابلة للتأثر بشكل كبير وبالذات في جوانبها البيئية وذلك بسبب الدور الفاعل للمعايير في المحافظة على عناصر البيئة الطبيعية بأساليب وطرق تزيد من كفاءتها وقدرتها على جذب السياح والسكان المحليين ايضا. تتنوع المعايير الخاصة بتطوير المواقع السياحية التي يمكن تطبيقها خلال عملية التنمية السياحية لضمان قدرة جذب كبيرة ومن هذه المعايير ما يلي:

### أ - كثافة المباني والمنشآت:

يقصد بمصطلح الكثافة في السياحة عدد وحدات الاقامة لوحدة مساحية معينة فالكثافات المتدنية من الوحدات لكل هكتار والتي تتراوح ما بين 12-15 وحده/هكتار يعني وحدات متلاصقة مع مساحات مكشوفة كبيرة اما الكثافات المتوسطة من 25-75 وحده/هكتار فانها تضم بلوكات مبان من طابقين او اكثر ارتفاعا مع مساحات مكشوفة اكبر وبالنسبة للكثافات المرتفعة من 75-150 وحده /هكتار فهي تتكون من مباني من اربعة طوابق ومساحات مكشوفة وعادة تكون الفنادق ذات كثافات كبيرة بمبان متوسطة او عالية الارتفاع ومساحات مكشوفة محدودة.

### — ارتفاع المباني:

يؤثر الارتفاع الاقصى للمباني على التنمية السياحية وذلك بسبب علاقته بوضوح الرؤية للمباني المرتفعة وذا ما كان هدف الزيارة لموقع ما هو التمتع او الاستفادة من الخصائص الطبيعية فيفضل ان يكون ارتفاع المباني من طابق الى طابقين مع مساحة مكشوفة ملائمة ان ارتفاع المباني تقاس بالامتار وتقرن بعدد الطوابق ولكن من الواجب مراقبة وتحديد ارتفاع الاسقف.

## ب - ارتدادات المباني

يقصد بالارتداد ادنى مسافة بين حدود المبنى والحدود الطبيعية مثل الشواطئ والطرق والموقع وحدود قطعة الارض المخصصة للبناء او عن المباني الاخرى وارتداداتها اهمية كبيرة في الاحساس بالانفتاح والانتساع وتوفير مسافة كافية لمعالجة وتنسيق المواقع والخصوصية لسكاني البناء وفي احوال عديدة تهدف الارتدادات الى توفير السلامة والامن اما على الشواطئ فتهدف الى:

1. حماية المباني من الضرر الناتج عن انجراف الشواطئ والامواج العالية.
2. صيانة المظهر الطبيعي على امتداد الشاطئ.
3. السماح بتوفير المساحات الكافية على الشاطئ لغاية استخدامها كنقاط وصول عامة وللغايات الترفيهية والاستخدام الزوار والسكان المحلية.
4. توفير خصوصية للزوار مستخدمين مرافق الإقامة او السكن.
5. تختلف ارتدادات خطر البحر لكنها عموما تتراوح 30-50 فمثلا في هاواي تصل مسافة الارتدادات الى 12 متر فقط بينما ترتفع الى 50 متر في الهند وتقل ارقام الارتدادات في حالة الجزر الصغيرة بسبب قلة الاراضي المتاحة.
6. نسبة مساحة الطابق الى مساحة الموقع.
7. نسبة مساحة الطوابق هي النسبة بين المساحة الكلية لجميع الطوابق لكل المباني الى مساحة الموقع بكامله وتقاس بقسمة المجموع الكلي لمساحة الطوابق على مساحة الموقع وتحويله الى نسبة مئوية وتعتبر نسبة مساحة الطوابق في موقع ما مقياسا جيدا لكثافة التنمية السياحية.

### مثال:

بلغت المساحة الكلية لجميع الطوابق في المباني  $1400 \text{ m}^2$  في حين كانت المساحة للموقع المراد حسابه  $2000 \text{ m}^2$  ماهي نسبة هذا المبنى؟

### الحل:

$$\text{نسبة المبنى} = \frac{\text{المساحة الكلية للمباني}}{\text{مساحة الطابق}} \times 100$$

$$= \frac{1400}{2000} \times 100 = 70\%$$

## المساحات المغطاة بالمباني والمنشآت الأخرى:

يعبر عن المساحة المغطاة بالمباني بنسبة مئوية وتكمن اهمية هذه النسبة في انها تتيح مراقبة المساحات المكشوفة الخضراء ففي المجتمعات التي تزداد فيها كثافة المباني تشكل هذه النسبة 25% من مجموع مساحة الموقع الكلية.

## مساحات مواقف السيارات والمركبات:

ينبغي توفير العدد الكافي من المواقف لحاجة جميع المركبات المتوقع وقوفها في المجمع بما فيها سيارات الموظفين في ساعات الذروه بحيث لاكتظ الشوارع بالسيارات المتوقفة مع ملاحظة ان الباصات السياحية تحتاج لمساحة اكبر وتتفاوت المساحات المطلوبة حسب نوع التنمية المستهدفة او المنشوده وايضا حسب طبيعة ووظيفة المنشاه او المرافق السياحية.

## المناطق المكشوفة والمداخل العامة:

وبشكل عام يعتمد تحديد معايير تطوير المواقع السياحية على خصائص التنمية السياحية المنشودة ووضع البيئة المحلية وكذلك على حجم الموقع السياحي ان كان كبيرا او صغيرا وايضا على نوعه سواء اكانت منطقة شواطي او منطقة جبلية او منطقة حضرية وللتعرف على معايير تطوير المواقع السياحية بشكل افضل

## 2-4 علاقات صناعة السياحة بالبيئة والمجتمع والاقتصاد

تعتمد مواقع السياحة الأكثر نجاحاً في الوقت الحاضر على المحيط المادي النظيف، والبيئات المحمية والأنماط الثقافية المميزة للمجتمعات المحلية. أما المناطق التي لا تقدم هذه المميزات فتعاني من تناقص في الأعداد ونوعية السياح، وهو ما يؤدي بالتالي إلى تناقص الفوائد الاقتصادية للمجتمعات المحلية.

ومن الجائز أن تكون السياحة عاملاً بارزاً في حماية البيئة عندما يتم تكييفها مع البيئة المحلية، والمجتمع المحلي، وذلك من خلال التخطيط والإدارة السليمة. ويتوفر هذا عند وجود بيئة ذات جمال طبيعي وتضاريس مثيرة للاهتمام، وحياة نباتية برية وافرة وهواء نقي وماء نظيف، مما يساعد على إجتذاب السياح.

ويتساوى كل من التخطيط والتنمية السياحية في الأهمية من أجل حماية التراث الثقافي لمنطقة ما. وتشكل المناطق الأثرية والتاريخية، وتصاميم العمارة المميزة وأساليب الرقص الشعبي، والموسيقى، والدراما والفنون والحرف التقليدية والملابس الشعبية والعادات والتقاليد وثقافة وتراث المنطقة عوامل تجذب الزوار، خاصة إذا كانت على شكل محمية يرتادها السياح بانتظام، فتتعزيز مكانتها أو تبقى ذات أهمية أقل، وكل ذلك يرجع للطريقة التي يتم بها تنمية السياحة وإدارتها.

## 1-2-4 السياحة والبيئة:

التلوث في البيئة والتي تكون من صنع الإنسان أيضاً، فلا بد من تحقيق التوازن بين السياحة والبيئة من ناحية وبينها وبين المصالح الاقتصادية والاجتماعية التي هي في الأساس تقوم عليها. هل سألت نفسك ولو مرة واحدة من أين تأتي الآثار السلبية للسياحة؟ أظن أن ذلك لم يخطر ببالك علي الإطلاق. انظر معي إلي هذه الأسطر التالية:

- الزيادة المقررة في أعداد السياح، تمثل عبئاً على مرافق الدول من وسائل النقل، الفنادق، كافة الخدمات من كهرباء ومياه.

- إحداث التلف ببعض الآثار لعدم وجود ضوابط أو تعامل السياح معها بشكل غير لائق.  
- ممارسة السياح لبعض الرياضات البحرية أدى إلى الإضرار بالأحياء البحرية من الأسماك النادرة، والشعب المرجانية والذي يؤدي إلي نقص الحركة السياحية في المناطق التي لحق بها الضرر.

- زيادة تلوث مياه البحر وخاصة البحر الأبيض المتوسط، لم تعد صالحة للاستحمام نتيجة للتخلص من مياه المجاري فيها.

- زيادة تلوث الغلاف الجوي.

- ونجد انتشار القمامة والفضلات فوق القمم الجبلية حيث تمثل الجبال مناطق جذب سياحي من الدرجة الأولى فتمارس عليها الرياضة السياحية من تسلق ومشى.  
فالسائح ليس وحده أيضاً هو المسئول عن كل هذه الكوارث وإتلاف المناطق الأثرية أو السياحية لكن الطبيعة والسكان الأصليين لهذه المناطق لهما دخل كبير في ذلك أيضاً ويمكننا توضيح العلاقة بالآتي:

### المصادر الطبيعية

#### 1- الكوارث الطبيعية:

- تلوث التربة
- الاهتزازات والزلازل
- تلوث الهواء
- الامطار والسيول
- تلوث الماء
- العواصف والرياح
- الانهيارات

#### 2- تغيرات مناخية:

- وسائل صرف صحي غير متقدمة
- تغير في درجات الحرارة
- تزايد عدد السكان
- الرطوبة
- الامطار
- المياه الجوفية

ونجاح السياحة البيئية المستدامة يرتبط بما نسويه بالقدرة الاستيعابية للعمليات السياحية الذي يتمثل في أعداد السائحين وأنماط الزيارات اليومية وما يقومون به من أنشطة لأن البيئة تتعرض إلى تغيرات خارجة عن إرادة الإنسان أو السائح كما ذكرنا من قبل.

#### 4-2-3 اثار التخطيط السياحي للبيئة:

مع تدفق أعداد السياح بأعداد كبيرة للمواقع السياحية، واهتمام السياح بالتنوع الحيوي، جرى تخريب وتدمير للعديد من البيئات وتهديد الحياة الطبيعية، ولذلك بدأت تتعالى الأصوات بضرورة اهتمام السياحة بالأمور البيئية. وتبين أنه لا يمكن الحفاظ على البيئة إلا بإشراك السكان المحليين في المحافظة عليها ورعايتها.

#### التأثيرات الاقتصادية:

تعتمد درجة التأثيرات الاقتصادية الإيجابية للتخطيط السياحي على كثافة التنمية السياحية وكذلك على الخصائص والسمات الاقتصادية المحلية والتأثيرات الاقتصادية الإيجابية هي كما يلي:-

- 1- توفير فرص عمل جديدة، وبالتالي توقع دخول اقتصادية جديدة لمناطق و مواقع التراث الأثري.
- 2- توفير العملة الصعبة وما ينجم عنها من تحسينات في نوعية الحياة ومستويات المعيشة للمجتمع المحلي، ودعماً للتنمية الشاملة على المستويين الوطني والإقليمي.

- 3- دعم الأنشطة الاقتصادية الأخرى في قطاعات الزراعة والصناعة والخدمات المختلفة؛ وذلك من خلال زيادة الطلب على المنتجات، والصناعات اليدوية والتقليدية.
- 4- تطوير خدمات النقل وخدمات البنى التحتية الأخرى من أجل تلبية حاجات قطاع السياحة، وهذه الخدمات لن تقتصر الاستفادة منها على السياح فقط، بل تتعداهم لتشمل سكان المجتمعات المحلية.
- 5- المحافظة على مواقع التراث الأثري؛ حيث تشكل السياحة احد عناصر ومقومات التراث الثقافي في المنطقة السياحية باعتبارها أماكن جذب سياحية. وتشمل عمليات المحافظة في هذا المجال، المحافظة على المواقع الأثرية والتاريخية وإحياء الفنون التقليدية، والمصنوعات اليدوية، والمناسبات التقليدية، وبعض مظاهر الحياة المحلية، والدعم المالي لصيانة وترميم مواقع التراث الأثري. وهناك العديد من الطرق والآليات التي يجب اتباعها وانتهاجها لنجاح خطة التخطيط السياحي، من أجل تعزيز الآثار الإيجابية الاقتصادية للتخطيط السياحي لابد من مراعاة الآتي:
  - أ- توفير الوقت الكافي للسكان المحليين من خلال التوعية بالاهمية الاقتصادية للتنمية السياحية.
  - ب- مشاركة المجتمعات المحلية في صنع القرار المتعلق بالتخطيط السياحي؛ من أجل إدراك فوائد التنمية السياحية، ومشاكلها دون فرض السياسات عليهم. وأهمية المحافظة على شكل وحجم التنمية السياحية في كل منطقة، بمعنى الا يتجاوز عدد السياح الطاقة الاستيعابية والتي بعدها يبدأ السكان المحليون يشعرون بالكراهية تجاه السياح.
  - ج- الاهتمام بالسياحة في إطار الاسس الثقافية المحلية، من حيث المحافظة على المواقع الأثرية، التاريخية، تطوير الحرف والمصنوعات اليدوية.

### الآثار الاجتماعية والثقافية الإيجابية:

#### تتمثل الآثار الاجتماعية والثقافية الإيجابية للتخطيط السياحي في الآتي:

- 1- السعي إلى إحداث تحولات اجتماعية ثقافية داخل المجتمعات المحلية، للتعامل مع السياحة بطريقة تحافظ على الانماط الاجتماعية والثقافية، وعادات وتقاليد السكان من ناحية، وفي ذات الوقت تطوير الامكانيات المجتمعية للتعامل مع الثقافات الواردة والوافدة مع السياح، وذلك بغرض إيجاد نوع من التجانس بين المنظومة الاجتماعية المحلية، والمنظومات الاجتماعية (اقامتهم وتنقلهم واختلاطهم بالسكان المحليين).
- 2- دمج المجتمعات المحلية في عملية التخطيط السياحي والتنمية السياحية بما يساعد في عملية الحفاظ على الخصائص الاجتماعية، والثقافية للمجتمعات المحلية.
- 3- تناسب نوعية التنمية السياحية مع أهداف المجتمع المحلي وخصائصه الاجتماعية والثقافية.
- 4- الحفاظ علي مقومات النسيج الاجتماعي المحلي القائمة على العادات والتقاليد، وأساليب الحياة والقيم، والحرف والمصنوعات اليدوية التقليدية.
- 5- توعية السكان والمجتمعات المحلية بالآثار الإيجابية للسياحة، وكذلك بعض الآثار السالبة لها، وذلك بايجاد الحلول لها لغرض مواجهتها. لقد أدركت المنظمات السياحية أهمية توجيه العناية والاهتمام اللازمين بالأبعاد الاجتماعية والثقافية الإيجابية للسياحة، ولهذا فإن الاهداف القومية للتخطيط السياحي، والتنمية أصبحت تستند إلى المبادئ الدولية التي تنظم عملية التخطيط والتنمية. وقد تجلى ذلك في مؤتمر منظمة السياحة العالمية في إعلان (مانبلا /الفلبين 1967) حول الآثار الاجتماعية للسياحة والذي عمل على تعظيم الآثار الإيجابية الاجتماعية للسياحة، وتخفيف الآثار السلبية، وقد تضمن إعلان مانبلا ما يلي:

**أ-** تعزيز ودعم التعاون الدولي للتخلص من الآثار السلبية للسياحة من خلال أنظمة متابعة بين الحكومات والقطاع الخاص والمؤسسات المعنية.

**ب-** دعم المزيد من إدماج المجتمعات المحلية في عملية التخطيط السياحي، والتنفيذ والمتابعة والتقييم للسياسات والبرامج والمشاريع السياحية في إطار الأهداف والاولويات القومية.

**ج-** تحسين المستويات المعيشية للسكان من خلال التنمية السياحية، وذلك بتوفير الفرص الاجتماعية والاقتصادية والمشاركة الواسعة، وتوزيع أنشطة السياحة على المناطق لزيادة الدخل الريفية.

**د-** التأكيد على أن عملية التخطيط السياحي تعمل على احترام التقاليد الاجتماعية، والقيم الثقافية للمجتمعات المحلية. القيام بحملات توعية في المجتمعات المحلية، وحينما يكون ذلك ضرورياً ومناسباً بغرض توعية السكان المحليين بالفوائد الناتجة عن التخطيط للتنمية السياحية.

#### **4-2-4 الآثار البيئية الايجابية للتخطيط السياحي:**

الآثار البيئية الايجابية الناتجة عن التخطيط السياحي في مناطق ومواقع التراث الاثري تتمثل في المحافظة على خصائص البيئة الثقافية وحمايتها، والحفاظ عليها، والعمل على عدم تعرضها الى أي خلل، أو آثار سلبية يمكن أن تصاحب حركة السياح، وخاصة السياحة الكثيفة، هذا إذا وضع في الاعتبار أن موارد ومواقع التراث الاثري دائماً ما تتصف بالهشاشة وعدم مقدرتها على التجدد والتأثيرات الايجابية للتخطيط السياحي السليم في البيئة تتمثل فيما يلي:

1. المحافظة على المواقع الاثرية والتاريخية.
2. يساهم التخطيط السياحي السليم في المساعدة على جمع وتوفير تكاليف المحافظة على المواقع الاثرية والتاريخية والتي اذا لم يتم الحفاظ عليها ستعرض للدمار والتدهور. ويمكن الاستفادة من الرسوم التي يدفعها السياح في تغطية تكاليف المحافظة على هذه المواقع والموارد الثقافية.
3. تحسين نوعية البيئة: يوفر تخطيط التنمية السياحية الحوافز لتنظيف البيئة من خلال مراقبة التلوث والضجيج، ورمي النفايات وغيرها من المشاكل، كما أنه يساهم في تحسين الصورة الجمالية للبيئة من خلال برامج تنسيق المواقع وصيانتها والحفاظ عليها.

#### **3. المساعدة للحفاظ على القدرات التحميلية لمواقع التراث الاثري**

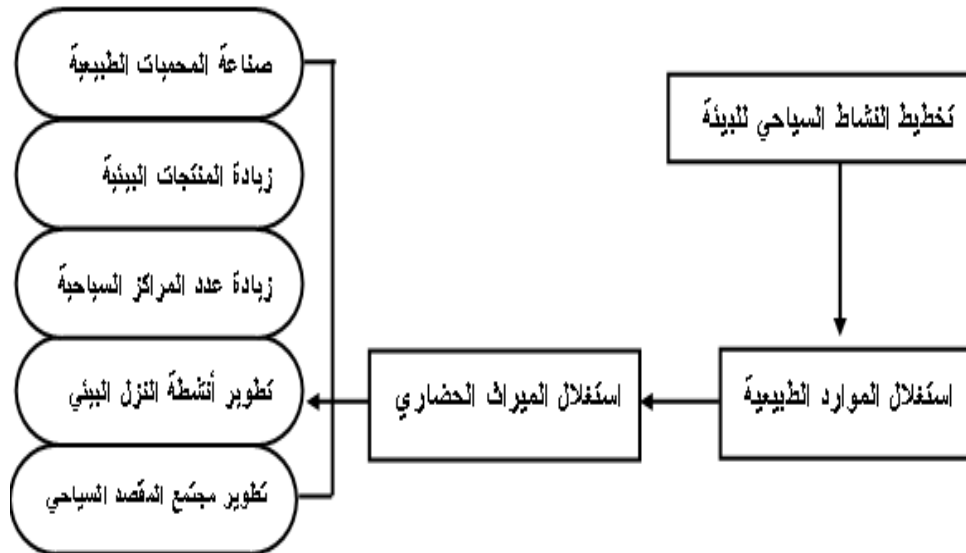
**تحسين البنى التحتية:** يعمل التخطيط السياحي على تطوير خدمات البنية السياحية المحلية، مثل المطارات، الطرق، والصرف الصحي، والاتصالات. هنالك العديد من السياسات البيئية في مجال التخطيط السياحي تعمل على مراقبة التأثيرات البيئية، والتي يؤدي تطبيقها لتحقيق تنمية سياحية تعمل على تعزيز الآثار الايجابية، والذي ينشأ عنها تأثيرات بيئية سالبة، فالكثير من السياسات البيئية لها تطبيقات واسعة في عمليات التخطيط السياحي منها:

- أ-** تطوير السياحة بحيث لا تتجاوز المواقع السياحية طاقتها الاستيعابية.
- ب-** استخدام السياحة كتقنية للمحافظة على البيئة وحمايتها.

**ج -** انتهاج سياسة تركيز المرافق السياحية في بعض المناطق، والتي عادة ما تكون على شكل مجمعات متكاملة، وذلك من أجل توفير بنية تحتية قوية، وتطبيق الرقابة التنموية، و احتواء أية آثار بيئية سالبة.

**د-** يعد التخطيط السياحي والتهيئة لمواقع التراث الاثري من الاولويات الرئيسية لمعظم دول العالم التي تسعى لوضع الاستراتيجيات والخطط لحماية تراثها الثقافي، والحفاظ عليه، والاستفادة من قيم موارد هذا التراث اقتصاديا عبر صناعة السياحة، إذ أثبتت التجارب العالمية أن التنمية السياحية التي تعتمد على موارد السياحة الثقافية تلعب دورا فعال ومتزايد في اقتصاديات الدول، وذلك من خلال تحفيز النمو الاقتصادي، وتنويع مصادر الدخل، وتوسيع قاعدة الاقتصاد الوطني، وتوفير فرص عمل أكثر

للمجتمعات المحلية. إن اتباع منهج البحث العلمي في مجال التراث الاثري والذي يتخذ من سياسة التخطيط السياحي، وخطط تهيئة أسلوب علمي أمثل لمثل هذا النوع من الدراسات التطبيقية، إذ يؤدي إلى تحقيق العديد من الأهداف المنشودة، ولعل من أهمها إبراز الأهمية التاريخية والثقافية والرمزية لهذه المواقع، الوطنية والانتماء الحضاري، هذا بالإضافة إلى الفوائد والمنافع الاقتصادية والاجتماعية والبيئية المتعددة. تفنقر العديد من المناطق ومواقع التراث الاثري في العالم إلى سياسات، وخطط التخطيط السياحي، والتهيئة، مما أعاق الاستفادة منها كمورد ثقافي مهم يمكن توظيفه اقتصاديا في مجالات القطاع السياحي المتعددة لمصلحة المجتمع المحلي واقتصاديات الدول. وفي هذا الاطار لا بد من الإشارة إلى أهمية الاستغلال الامثل للموارد الثقافية من خلال الانشطة السياحية التنموية في مناطق ومواقع التراث الاثري، وذلك من خلال الاسترشاد بمبادئ وأسس السياحة المستدامة من أجل تحقيق أهداف التنمية القومية دون إلحاق الضرر بالموارد الثقافية، بمعنى آخر تحقيق مبدأ التوازن بين التنمية والتراث الثقافي، وهو ما يعرف بسياسة التنمية الموجه. إن أثر التخطيط السياحي وتهيئة مواقع التراث الاثري سياحيا يتجسد في التنمية السياحية المستدامة المنشودة لهذه المناطق و التي تعود بالفوائد والمنافع الايجابية المتعددة، مع القليل من الاثار السلبية التي يمكن معالجتها، ووضع الحلول لها من خلال انتهاج خطة إدارة التأثيرات السلبية على مناطق ومواقع التراث الاثري. فالاثار الايجابية المتوقعة جراء تطبيق التخطيط السياحي تتمثل في الفوائد والمنافع الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبيئية. خلاصة يمكن القول بأنه إذا ما تمت تهيئة وتأهيل مناطق ومواقع التراث الاثري وفق خطط وبرامج وسياسات التخطيط السياحي - فإن ذلك من المؤمل أن يؤدي إلى بروز تنمية سياحية مستدامة ومسئولة تعود بالمنافع الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبيئية لفائدة المجتمع المحلي والاقتصاد القومي.



مخطط 2-4 يمثل تخطيط النشاط السياحي للبيئة

### علاقة المناطق السياحية بالطلب السياحي:

التخطيط المكاني يختلف من مشروع لآخر تبعاً للعوامل الخاص به مثل (نوع المكان، موضوع التطوير ومستواه الحالي، مفهوم ونمط التخطيط المستخدم) وتشمل مراحل التخطيط للموقع بشكل عام ما يلي:

1- الطلب والعرض السياحي: ويتم تحليل الطلب في اسواق الزوار الحاليين والمحتملين للمكان ويتضمن اتجاهات السفر اقليمياً وعالمياً واشكاله وتياراته وحيث ان هذه الاوضاع تؤثر على قابلية ورغبة الناس في زيارة الموقع (دوافع السفر) فان التخطيط يجب ان يراعي طبيعة الطلب علماً بأنه في عالم السياحة مبدا تكامل بين العرض والطلب وهذا يتم من خلال تحليل السوق السياحي ومراقبة المنافسة المتزايدة بين المواقع تتطلب دراسة اتجاهات التغير في سوق السفر والسياحة فالموقع الذي يقدم الشمس والبحر والتزلج والغوص يواجه اليوم منافسة قوية من مواقع عديدة ونفس الشئ للمواقع الاخرى وهذا الاختلاف في مكونات وخدمات موقع اخر يتطلب معلومات احصائية وتسويقية معقدة وبوسائل وتقنيات تتطور يوماً بعد يوم وذلك لتأكيد عملية التنظير (التوازن- التناسب) بين ما هو معروض وما يريده الزوار لذلك فان تحليل السوق عملية حيوية بالنسبة للمخططين والمضمون الاساسي للتحليل

2- السياح القادمون ومواصفاتهم مع خواصهم السكانية والاجتماعية ونمط سفرهم وغرض زيارتهم وفترة اقامتهم واشكال انفاقهم

1- نماذج واتجاهات السفر التي يجب ان تراعى في المكان تقيم واسع للسوق يتضمن نماذج السفر التاريخية والاسواق النامية الحديثة

2- التغيرات في صناعة السياحة التي يمكن ان تحدث تأثيرات محده مثل الاساليب التكنولوجية الحديثة التي اثرت في الية الحجز للزوار.

### 3-4 الادوات المستخدمة في حل مشكلات التخطيط السياحي

#### 1- الاهداف

يعد تحديد الهدف من اهم اجراءات التخطيط لما له من اهمية في التأثير على الاجراءات والمراحل التالية، فالتخطيط لا يتضمن عملية وضع القرار فحسب وانما يرتبط بالقرار المتصل باختيار البدائل المرتبطة باستخدام المصادر بطبيعة الهدف المراد تحقيقه لذلك فان اهم المشاكل المرتبطة بعدم الوضوح او الدقة في تحديد الاهداف وصياغتها وقد يكون بلا معنى او يتعارض مع مصالح اخرى وهذا يضاعف من حجم المشكلة المرتبطة بالتخطيط ونظراً لان مسؤولية تحديد الاهداف يقع جانب منها على الساسة فغالبا ما تثار مسألة علاقة السياسة بالتخطيط.

والمتمسح للكتابات العلمية في مجال التخطيط السياحي يلاحظ على الفور انه ليس هناك منهجا متفقاً عليه لتصنيف الانشطة التخطيطية. ومن البديهي ان جميع الاهداف لا يمكن تحقيقها في وقت واحد او في فترة زمنية محده ولذلك جهود المؤسسة توجه نحو هدف واحد يمثل الاولوية ثم التوجة لتحقيق بقية الاهداف من حيث الاهمية، وهناك اعتقاد خاطئ لدى الكثير بان الفرد يسعى لتحقيق هدف واحد يرجع ذلك الى حقيقة ان الانسان لا يستطيع ان يرى في موقف واحد ووقت واحد الاهداف واحدة هذه نظرة غير واقعية، لان وجود هدف واحد بالنسبة للمخطط يعني عدم القدرة والتوافق مع البيئة المحيطة به والشئ الطبيعي هو وجود عدة اهداف تسعى اليها الادارة المخططة مع اعطاء اولويات لهذه الاهداف.

ان المرحلة التالية لتحديد الاهداف هي تحويلها الى مجموعتين رئيسة ومساعدة وتعرف الرئيسة بانها تلك الاهداف التي لا تحتاج للتدليل على سبب وجودها ومن امثالها تحقيق الارباح، اما الاهداف المساعدة فهي ذات طبيعة وسيطة ولها اهميتها في تحقيق الاهداف الرئيسة بمعنى اخر قد تكون هناك عدة اهداف وسيطة لتحقيق الهدف الرئيسي.

## **2- خطوات تحديد الاهداف:**

- 1- ان نقطة البدء في تحديد الاهداف هي البيئة الخارجية لتحديد الفرصة المواتية، ان استكشاف البيئة يوضح المعوقات والتهديدات القائمة فيها لطبيعة العمل السياحي.
- 2- التقييم الموضوعي لنقاط قوة المنظمة السياحية ونقاط ضعفها وقد تكون القوة السمعة السابقة وقد يكون الضعف هو المستوى الاداري او الكوادر الفنية.
- 3- تحديد الاهداف العامة طويلة الاجل.
- 4- تحديد الاهداف متوسطة وقصيرة الاجل.
- 5- قيام الادارة بمتابعة مدى التقدم في انجاز الاهداف المسبق تحديدها.

## **3- العوامل المؤثرة على تحديد الاهداف**

### **1- المؤثرات الخارجية للبيئة**

فالقوى المهنية المحيطة بالمنظمة تمثل احد العناصر الهامة التي لها تأثير على اعداد الاهداف وصياغتها وتحديدها.

### **2- الموارد المتاحة للمنظمة**

فالمؤسسات الضخمة ذات الامكانات المادية والبشرية الهائلة تستطيع ان تتجاوز وتتكيف مع المؤثرات البيئية عند صياغتها وتحديدها بالمقارنة بالمؤسسات صغيرة الحجم.

### **3- العلاقات المتبادلة**

بين اصحاب النفوذ والسلطة والعاملين داخل المنظمة يؤثرون الى حد كبير في تحديد الاهداف. كما ان طبيعة العلاقة السائدة بين الادارة العليا واصحاب المنظمة والعاملين بها لها تأثيرات على قدرة الادارة على وضع ورسم اهداف عليا طموحه، كذلك فان الاهداف تتأثر بطبيعة العلاقة السائدة بين واضعي السياسة الاستراتيجية انفسهم فكما سادت روح التعاون بينهم كلما اتفقت الاراء على الاهداف المرغوب تحقيقها.

### **4- مجموعة القيم والاتجاهات**

تمثل هذه القيم مجموعة الاراء والاتجاهات حول ما هو جيد او رديء وبين ما هو مرغوب فيه وما هو غير مرغوب فيه وكلما تاصلت هذه القيم في المشروع كلما كانت اكثر قدرة على استقطاب وجذب المديرين الذين يحملون مثل هذه القيم.

## **4-3-2 الاهداف العامة للتخطيط السياحي:**

للتخطيط السياحي مجموعة اهداف منها انه يمنع ظهور مشاكل السياح، وللمستثمرين يساعدهم لتحقيق ارباحهم وكذلك حماية الموارد البيئية في الدولة او الاقليم.

وهناك نوعان من الاهداف العامة هي:-

### **1- الاهداف المحددة للتخطيط السياحي**

حيث يعمل على زيادة الحركة السياحية بنسبة معينة سنويا واشباع رغبات السواح والحصول على عائد سياحي بنسبة معينة والعمل على رفع المستوى المعاشي لسكان الاقليم السياحي والمشاركة الشعبية في التخطيط السياحي بالاضافة الى المحافظة على التراث الحضاري والمعماري للاقليم ومن خلاله ترتفع نسبة العمالة الفنية في الاقليم.

## 2- الاهداف القومية للتخطيط السياحي

الاهداف القومية للسياسة السياحية الشاملة هي اهداف وصفية عامة وليست اهداف تفصيلية، فالسياسة السياحية العامة تبدأ برسم الاهداف القومية من استراتيجيات التنمية السياحية المتعددة والخطة القومية والخطة المحلية والخطة القطاعية لتكون هاديا لهذه السياسة ومنها الاقتصادية والاجتماعية والبيئية والفنية.

### 3-3-4 السياسات:

هي مجموعة من القواعد العامة توضع بمعرفة المديرين في المستويات الادارية العليا لتوجيه وضبط الاعمال التي تتم في المستويات الادارية الدنيا فالسياسة بمثابة خرائط تبين الطريق امام المرؤوسين لتقلل من الاسئلة التي توجه الى الرؤساء في المسائل المماثلة، فالسياسة هي دليل عمل شفوي ومكتوب او معروف ضمنا يتم بمقتضاة وضع الحدود التي على اساسها يتم تحديد الاتجاه الذي يجب اتباعه في العمل الاداري، وخالصة القول ان السياسة في جوهرها لا تزيد عن كونها مجموعة من القواعد العامة التي تحكم استخدام مصادر المنشأة في الوصول الى اهدافها وهناك مجموعة مفاهيم ترتبط بالسياسات وكما يأتي:-

#### أ- التعليمات

#### ب- التوجيهات

#### ت- التوصيات

#### ث- المنشورات

#### ج- التقارير

### اولاً: خصائص السياسة:

السياسة دليل عمل لاتخاذ القرارات في المستقبل وتحت ظروف معينة واذا ما تم تغييرهذه الظروف يجب تعديل السياسات الموضوعة. وتستمد السياسات اساسا من الاهداف لان نقطة البداية هي الاهداف لتكوين السياسات.

#### الشروط الواجب توفرها في السياسات:-

يشترط في السياسة الفعالة ان:

أ- ان تعكس الاهداف وتساعد على تحقيقها.

ب- ان تكون قابلة للتطبيق وواقعية ومرنة بحيث اذا تغيرت الاهداف يمكن تعديلها وتطويرها.

ج- ان تكون واضحة ومحددة ومقنعة حتى يسهل فهمها.

د- ان تتصف بالثبات والاستقرار وهذا لا يعني الجمود وذلك لاعطاء الثقة الكافية فيها.

هـ- ان تكون مكتوبة ومعلنة للجميع.

و- ان تكون منسجمة مع بعضها البعض ومع احتياجات البيئة.

### ثانياً: مفهوم السياسة السياحية:

تبنى بعض الخبراء العاملين في هذا المجال ضرورة ارساء دعائم السياسة السياحية في كل دولة تهدف الى تنمية الصناعة السياحة فيها وتنفرع منها استراتيجيات وخطط هذه التنمية ضمن اطار التنمية الاقتصادية والاجتماعية الشاملة.

وقد ذكر اصطلاح السياسة السياحية على انه اطار العمل الاساسي للاجهزه الرسمية وغير الرسمية لتحقيق اهداف الدولة المرجوه منها والتي تعمل في اطار نظام اقتصادي واجتماعي معين ويكون النظر اليها من زاوية علمية، على اساس انها تتضمن مجموعة القواعد والمبادئ العلمية الهادفة الى تحقيق السياسة المرسومة، وخاصة وضع برنامج علمي لكي يسير العمل السياحي في الدولة على

نهج سليم يترتب النتائج الايجابية المرغوبة ويتفادى السلبيات وهو امر لايمكن تحقيقه الا عن طريق العلم والتخطيط.

### مكونات السياسة السياحية الشاملة:

يجب ان تتضمن السياسة السياحية الشاملة الاهداف القومية للتنمية السياحية سواء اكانت اقتصادية ام اجتماعية ام ثقافية ام سياسية او اهداف بيئية ام سياحية فنية. وان اساليب تحقيق هذه الاهداف عن طريق:

- 1- تبني التخطيط والتنظيم وتطوير المنتج السياحي
- 2- تبني التسويق السياحي المتكامل
- 3- تنمية الوعي السياحي والسياحة الداخلية
- 4- تنمية الموارد البشرية السياحية
- 5- تنمية الموارد الطبيعية والخدمات السياحية

### 4-3-4 القواعد:

يقصد بالقواعد ما يجب القيام به وما ينبغي القيام به وما يجب الامتناع عنه من سلوك ام تصرفات وهي تتخذ شكل اوامر او تعليمات وترتبط بجزاءات للمخالفين وتختلف عن السياسات في انها لاتعطي مجالاً لحرية الاختيار وتشابه مع الاجراءات في انها دليل للتنفيذ او العمل دون تحديد مدى زمني.

### 5-3-4 التنبؤات:

وتهدف الى التعرف على الظروف المستقبلية بقصد التوقع لمواقف معينة قد تؤثر بشكل مباشر او غير المباشر على النشاط السياحي. ويمكن تعريفها بانها عملية وضع افتراضات عن المستقبل في ضوء ما حدث في الماضي ويحدث في المستقبل..

من ناحية اخرى فان التنبؤ يتوقف على عوامل عديدة يجب اخذها بنظر الاعتبار وهذه العوامل هي عوامل خارجية والتي تقع خارج نطاق المنظمة وليس لها سيطرة عليها مثل مدى الاستقرار في النظام السياسي والاقتصادي والاجتماعي ومعدلات النمو السكاني واتجاهات الاسعار. اما العوامل الداخلية فهي التي تقع تحت سيطرة المنظمة وداخلها ولا يمتد التنبؤ اليها مثل حجم الزوار المتوقع وراس المال المستثمر ونظم الافراد والتمويل لذا فان غالبية الباحثين يتفقون في ان التخطيط والتنبؤ لايمكن فصل احدهما عن الاخر ويرجعون ذلك الى الاعتقاد بان ما يمكن تحقيقه من الاهداف يتوقف بدرجة كبيرة على العوامل الخارجية في البيئة المحيطة ويصعب السيطرة عليها. ويلاحظ ان اللجوء الى عملية التنبؤ كون متخذ القرار لا تكون لديه اي معلومات عن حالات الطبيعة واحتمالات حدوثها لصعوبة تقدير ذلك الاحتمال او لعدم توفر معلومات سابقة عنه، وهنا تجدر الاشارة الى ان التنبؤ ضروري جدا في التخطيط بالنسبة للمؤسسة او المجتمع وقد يكون التنبؤ طويل الاجل او قصير الاجل.

### اولاً: مراحل التنبؤ: يمر التنبؤ بالخطوات او المراحل الاتية:

- 1- يتم تحديد الموقف او المشكلة المراد التنبؤ لها مثل التنبؤ بحجم الزوار في منطقة معينة خلال فترة زمنية معينة.
- 2- يتم وضع اساس محدد مبني على الماضي للمشكلة موضوع التنبؤ.

3- بعد ذلك يتم التقدير او التنبؤ بالموقف مستقبلا اي من خلال دراسة الماضي ومعرفة ظروف الحاضر

4- بعد ذلك تتم المقارنة الفعلية بين ما سبق تحديده (التنبؤ) وبين ما حدث فعلا ونقارن ونحدد الانحرافات ونتعرف على اسبابها ونعالجها.

### ثانياً: شروط التنبؤ العلمي:

- 1- يجب ان لا يكون هناك غموض بالنسبة للافكار والاراء او القواعد التي تستخدم في التنبؤ.
- 2- يجب تحديد الزمن الذي يشمل التنبؤ فلا يقال مثلا ان عدد الزائرين سيزيد بمعدل 10% في المستقبل
- 3- يجب ان تخضع التنبؤات لتفسير المعدلات والمتباينات فيما بينها كما هو الحال في النتائج الفعلية اي يجب ان يكون هناك تناسقا داخليا في حالة التنبؤات المتعددة.
- 4- يجب ان يتضمن التنبؤ تقرير احتمالي عن العلاقات بين التنبؤ والنتائج الفعلية للظاهرة تحت الدراسة.

### ثالثاً: اساليب التنبؤ:

تحدد اساليب التنبؤ الطرق التي يتم بواسطتها اجراء التنبؤ وهي كما ياتي:

- 1- الطريقة المباشرة والتي تعتمد على الوصول الى التنبؤ الكلي للمنظمة من خلال تجميع كافة التنبؤات الخاصة بكل اجزاء المنظمة.
- 2- الطريقة غير المباشرة وهي التي تعتمد على التنبؤ بالنشاط الاقتصادي والانتاجي على مستوى الدولة للوصول الى التنبؤ على مستوى المنظمة.
- 3- الطرق التاريخية والتي تستند الى الافتراض بان ما يحدث في المستقبل هو امتداد لما يحدث في الماضي.
- 4- الطريقة الاستنباطية وهي تعتمد على تقدير المدير للموقف وحكمه الشخصي على الظروف المؤثرة على هذا الموقف.
- 5- طريقة الرأي المشترك وهي تعتمد على تجميع اراء الاطراف من ذوي العلاقة المباشرة بالموقف المراد التنبؤ به.

### 4-3-6 الموازنات التقديرية:

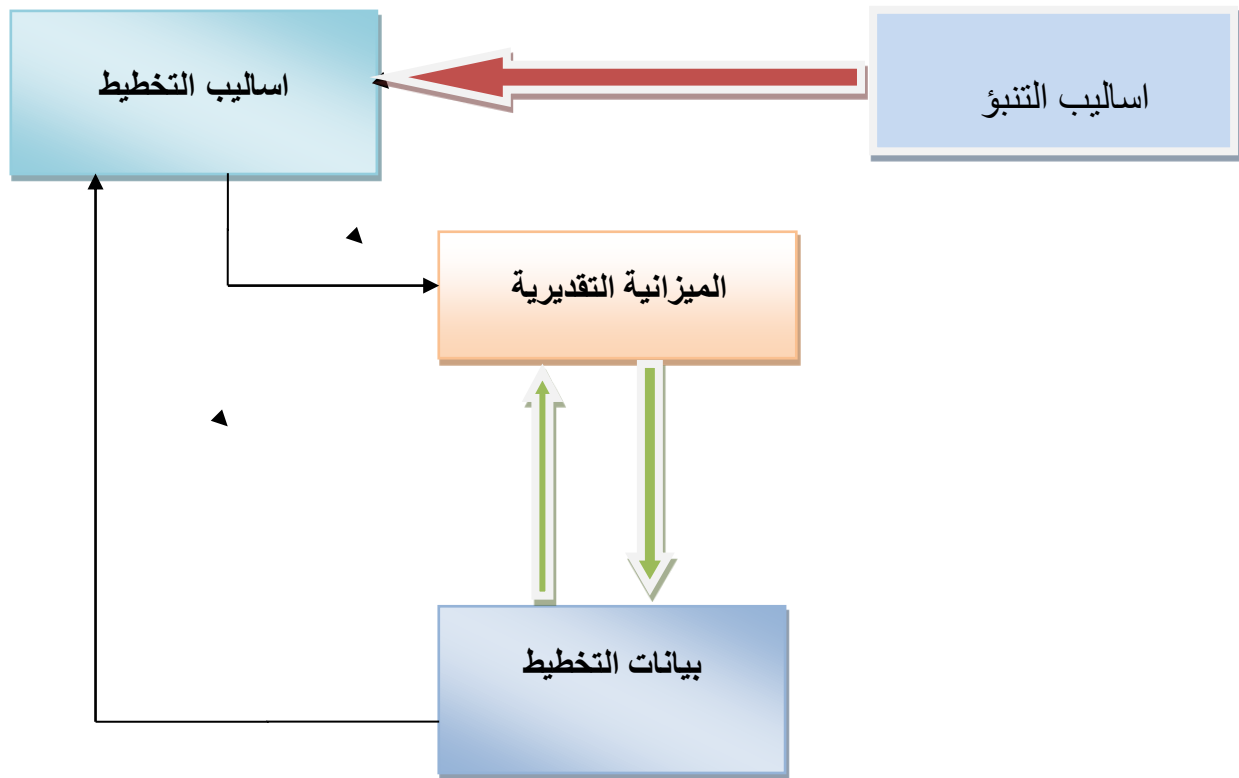
تعرف الموازنة انها اسلوب تحديد اطار توازن النشاط الجاري والنمو في النشاط الاستثماري لفترة مالية معينة معبرا عنها بصورة مالية ونقدية باعتبارها معيارا يتم على اساسه قياس ورقابة الاداء. تعتبر الموازنة التقديرية بمثابة ترجمة اهداف المنظمة وسياستها وخطتها على شكل اعداد رقمية تكون اساس لسير العمل وهذه الموازنات تلزم كل وحدة ادارية من وحدات المنظمة بان تضع خططا تتماشى مع الخطط الاخرى وهي كذلك اداة من ادوات تحديد المسؤولية هذا مع ضرورة ملاحظة ان الموازنات التقديرية لا تتعلق بالنواحي المالية فقط والدليل ان كثير من الموازنات تظهر على شكل وحدات كمية وليست نقدية والميزانية التقديرية قد تغطي كل اوجه النشاط للمنظمة او اي جزء منها وفي نفس الوقت تحدد الميزانيات التقديرية الاهداف لكل نشاط لذا فهي عادة ما تكون تفصيلية وتتعدد الموازنات التقديرية ولكن تعتبر الموازنة التقديرية للمبيعات هي اهم الموازنات على الاطلاق لانها اساس كل الموازنات الاخرى كما انها اساس كل الجهود والتصرفات والقرارات.

وهذه الموازنة هي احد الخطط غير متكررة الاستعمال والمعبر عنها بشكل رقمي وهي تهدف الى تنظيم عمليات الشراء بالطريقة التي تمكن ادارة المنظمة من مواجهة التغيرات التي قد تؤثر على انشطتها ومن ثم مساعدة تلك الادارة على تجاوز حالات الفوضى والاضطرابات وضياح المسؤوليات

والموازنات التقديرية مثل كل الخطط تنظر الى الامام اي الى المستقبل حيث تخطط لاشياء سوف تحدث وهي اداة التخطيط الاساسية في كثير من المؤسسات لان اعدادها يجبر تلك المؤسسات على التفكير في المستقبل

#### 1-6-3-4 خصائص الموازنة:

- 1- ان الموازنة تعتبر بمثابة تنبؤ مستقبلي لاهداف المنظمة
- 2- الموازنة تعتبر اداة للتعبير عن السياسات التي تنوي الادارة العليا تنفيذها.
- 3- ان تنفيذ الاهداف او السياسات يتطلب وضع خطة للعمل تتضمن نشاطا مستقبليا مترجما في صور كمية او رقمية.
- 4- ان النشاط محدد تنفيذه في فترة معينة في المستقبل.



مخطط 3-4 يوضح العلاقة بين الموازنات التقديرية والتنبؤ

## انواع الموازنات التقديرية

اساس التقييم	المفهوم
من ناحية المجال الذي تغطي التقديرية	أ- موازنة تشغيلية تغطي الاعمال العديدة للمشروع. ب- موازنة راسمالية تختص بالانفاق الاستثماري.
من ناحية الفترة الزمنية	أ- موازنات قصيرة الاجل تغطي فترة سنة فأقل. ب- موازنة طويلة الاجل تغطي فترة اكثر من سنة.
من ناحية درجة التفضيل في الموازنة	أ- برامج المسؤولين تحدد الخطط الرئيسية التي تنوي المؤسسة القيام بها. ب- موازنات المسؤولين تحدد المسؤولية عن التنفيذ.
من ناحية المرونة	أ- موازنة تقديرية ثابتة تبني على حجم انتاج واحد. ب- موازنة تقديرية مرنة تعد على اساس مجموعة متعددة من مستويات النشاط.

### 7-3-4 الجداول الزمنية:

هي تلك الجداول التي تحدد الوقت النسبي الذي تبدأ فيه عملية معينة وكذلك وقت الانتهاء منها. وهي بمثابة مجموعة من السياسات والاجراءات التي تحدها المؤسسة وهناك برامج زمنية لكل نشاط حيث تمثل كل مجموعة من خطوات النشاط اداء عملية معينة وكل مجموعة عمليات تشغيلية تمثل برنامج زمني.

### 8-3-4 خطط العمل:

الخطة هي الوسيلة او الاداة النظرية التي تترجم المحتوى الفعلي لعملية التخطيط وهي بهذا المفهوم تختلف عن عملية التخطيط التي تقوم على اساس معرفية خاصة لتحقيق اهداف منشودة ومحددة مسبقا واذ كان التخطيط عملية اجرائية تهدف لاجراءات معينة فان الخطة هي الاطار الذي يشتمل على تفصيلات عن نوع التغيير المنشود وحجمه وجميع مواصفاته الاخرى وبشكل دقيق وواضح.

### 9-3-4 الاجراءات:

المنظمات بصفة عامة تهدف من وجودها الى تحقيق اهداف وذلك عن طريق وضع مجموعة من السياسات التي تحدد معالم الطريق للوصول الى الاهداف وهذه السياسات تدرج في شكل هرمي من اعلى الى اسفل وتزداد بمدى احتوائها على التفصيلات كلما اقتربنا من المستويات التشغيلية. وعادة ما يتم ترجمة تلك السياسات الى عدد كبير من الاجراءات الدائمة التي تتناول تفصيلات العمل والان ماذا نقصد بالاجراءات.

يمكن القول بان الاجراءات هي مجموعة الخطوات التفصيلية اللازمة لاداء الاعمال او هي مجموعة مختارة من خطوات العمل التي تطبق على الاعمال المستقبلية وتبين بشكل محدد الطريقه التي يتم تنفيذ العمل، والاجراءات بهذا الوصف وثيقة الصلة بالتخطيط لانها تتضمن ما يجب عمله في المستقبل وتحدد خطوات العمل مقدما وهي تنطبق على الاعمال الروتينية وتوجد في جميع المستويات الادارية ولكن اهميتها تزداد في المستويات التشغيلية، وتعد عملية التخطيط للاجراءات عملية صعبة لانها عملية اختيار لاحد البدائل الكثيرة المتاحة، هذا وتختلف الاجراءات عن السياسات في ان مرشدة

للتفكير بينما الاجراءات مرشدة لتنفيذ العمل، والسياسات هي خطط عامة بينما الاجراءات خطط خاصة نسبيا كما ان السياسات يمكن ان تكون مقياس لتنفيذ العمل يستعان به لمراقبة اعمال الاخرين بينما الاجراءات تقتصر على وضع ترتيب زمني وشكلي لعمليات التنفيذ.

#### **4-3-10 برنامج العمل:**

هو ذلك الكشف الذي يحتوي على مجموعة الانشطة الواجب القيام بها لتحقيق الهدف المرغوب وبمجرد الوصول الى الهدف ينتهي مفعولها وتصبح غير فاعلة، مع ملاحظة ان برنامج العمل هو خليط من السياسات والاجراءات والموازنات التقديرية والتخطيطية والقواعد وتخصيص للمهام اللازمة لتنفيذ عمل معين وهو بمثابة عملية صياغة قائمة تفصيلية بالنشاطات الواجب انجازها. وتقسم برامج العمل الى:

- أ- برامج رئيسة تتكون من العديد من البرامج المشتقة والتي تتطلب مهارة ادارية غير عادية للتنسيق بينها لان فشل اي برنامج منها سوف يؤدي الى فشل البرنامج الرئيسي نفسه.
- ب- برامج فرعية تعد في الغالب بمعرفة رؤساء الاقسام كاعداد رئيس احد الاقسام برنامجا فرعيا لتدريب العاملين لديه.

#### **يقدم البرنامج السياحي الى نوعين من العملاء هم:**

- 1- راعي البرنامج وهو المسؤول عن اعداد رحلة سياحية
- 2- المشارك وهو الذي يشترك في الرحلة المنظمة ويدفع الاشتراك الذي يطلبه راعي البرنامج وتقوم شركة السياحة بتنفيذ البرنامج المتفق عليه.

## اسئلة الفصل الرابع

- س1 ظهرت الحاجة الى تطوير وتحديث النظام التخطيطي على المستوى المحلي وضح ذلك؟
- س2 ما هي ابعاد التخطيط على المستوى المحلي ؟
- س3 ما هي المعايير لتصميم وتخطيط الموقع السياحي؟
- س4 تكلم عن الاعتبارات البيئية عند تخطيط المرفق السياحي ؟
- س5 ما هي الاعتبارات عند تصميم المباني السياحية؟
- س6 وضح العلاقة التي تربط صناعة السياحة بالبيئة والمجتمع ؟
- س7 ارسم الشكل الذي يمثل استخدام التخطيط للنشاط السياحي في البيئة؟
- س8 تكلم عن تخطيط وتصميم المشاريع السياحية وماهي الخطوات لذلك ؟
- س9 ما هي مراحل تخطيط المشاريع السياحية؟

## الفصل الخامس التنمية السياحية

### مفردات الفصل

- اولاً: التنمية السياحية – تعريفها وعناصرها واهدافها  
ثانياً: مراحل اعداد خطة التنمية السياحية  
ثالثاً: تخطيط عناصر ومكونات نظم المعلومات للموارد البشرية

### الاهداف السلوكية

- 1- بعد قراءة هذا الفصل سيكون الطالب قادر على ان:
- 2- يدرك مفهوم التنمية السياحية
- 3- يميز بين الاثار الايجابية والسلبية للتنمية السياحية
- 4- يحدد متطلبات الموارد البشرية في التنمية السياحية

## 5-1 التنمية السياحية تعريفها وعناصرها واهدافها

يرتبط فهم التخطيط 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 متغلغلة في جميع عناصر التنمية المختلفة، وتكاد تكون متطابقة مع خطة التنمية، فجميع مقومات التنمية العامه هي مقومات التنمية السياحية.

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 الرئيسة 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 بالأنماط المكانية للعرض والطلب السياحيين، التوزيع الجغرافي للمنتجات السياحية، التدفق والحركة السياحية، تأثيرات السياحة المختلفة.

فالتنمية السياحية هي الارتقاء والتوسع بالخدمات السياحية واحتياجاتها. وتتطلب التنمية السياحية تدخل التخطيط السياحي باعتباره أسلوباً علمياً يستهدف تحقيق أكبر معدل ممكن من النمو السياحي بأقل تكلفة ممكنة وفي أقرب وقت مستطاع ومن هنا فالتخطيط السياحي يعتبر ضرورة من ضرورات التنمية السياحية الرشيدة لمواجهة المنافسة في السوق السياحية الدولية.

### 5-1-1 عناصر التنمية السياحية:

و تتكون من عناصر عدة أهمها

- 1- عناصر الجذب السياحي وتشمل العناصر الطبيعية مثل: أشكال السطح والمناخ والحياة والغابات
  - 2- عناصر من صنع الإنسان، كالمتنزهات والمتاحف والمواقع الأثرية التاريخية.
  - 3- النقل بأنواعه المختلفة البري، البحري والجوي.
  - 4- أماكن النوم سواء التجاري منها كالفنادق والموتيلات وأماكن النوم الخاص مثل بيوت الضيافة وشقق الإيجار.
  - 5- التسهيلات المساندة بجميع أنواعها كالإعلان السياحي والإدارة السياحية والأشغال اليدوية والبنوك.... الخ
  - 6- خدمات البنية التحتية كالمياه والكهرباء والاتصالات.... الخ
- ويضاف إلى هذه العناصر جميعها الجهات المنفذة للتنمية، فالتنمية السياحية تنفذ عادة من قبل القطاع العام أو الخاص أو الاثنين معاً.

### 5-1-2 أهداف التنمية السياحية:

تهدف تنمية الصناعة السياحية إلى تحقيق زيادة مستمرة ومتوازنة في الموارد السياحية. وإن أول محور في عملية التنمية هو الإنسان الذي يعد أداتها الرئيسية. لهذا فإن الدولة مطالبة بالسعي إلى توفير كل ما يحتاج إليه لتبقى القدرات البدنية والعقلية والنفسية لهذا الإنسان على أكمل وجه.

إن عملية تنمية وتطوير السياحة تكون بجرد 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

وتسهيل عمل شركات الاستثمار من خلال تخفيض الضرائب والإجراءات الكمركية على الأجهزة والمعدات اللازمة لمشاريعهم.

إن تنمية النشاط السياحي بحاجة إلى تعاون العناصر والإمكانات والجهود العاملة كافة في الحقل السياحي. لأن السياحة قطاع اقتصادي يضم مرافق 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 مزيح 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.
- للمحافظة على حقيقة المواقع السياحية، لأن جذب السياح إلى هذه المناطق قد تعتمد على المناخ أو الطبيعة أو التاريخ أو أي عامل آخر تتميز به المنطقة السياحية.
- الاستغلال الجيد للموارد السياحية المتاحة مع توفير المرونة لها لتتمكن من مواكبة احتياجات الطلب السياحي المحلي والعالمي.
- إجراء دراسة شاملة للتأكد من الجدوى الاقتصادية للاستثمارات السياحية المقترحة وفيما إذا كان الاستثمار سيديراً ربحاً 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 تعترض تنمية الصناعة السياحية ثم وضع خطط بديلة في حال حدوث طارئ معين.
- دراسة سوق السياحة المحلية، من أجل معرفة نوعية السياح الوافدين وما هي تفضيلاً تهم للسعي إلى تأمينها قدر الإمكان.
- توفير شبكة من الفنادق المناسبة لكل شكل من أشكال الدخل، ولكل نماذج الرغبات، بخاصة المناسبة منها لذوي الدخل المحدود، فحركة السياحة لم تعد مقتصرة على الأغنياء.
- رفع مستوى النظافة والخدمات السياحية لأنهما يؤديان دوراً مهماً في تطوير التنمية السياحية، فحين يتم الحفاظ على نظافة الشوارع والشواطئ والآثار وغيرها من عوامل الجذب السياحي، تجعل السائح يرغب في العودة إلى هذا البلد.
- مما تقدم نخلص إلى القول بأن التنمية السياحية يجب أن تهدف إلى تحقيق زيادة متوازنة ومستمرة في الموارد السياحية، إضافة إلى ترشيد وتعميق درجة الإنتاجية 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 عميلة التخطيط السياحي

### 3-1-5 أشكال التنمية السياحية:

تأخذ التنمية السياحية أشكالاً متعددة منها:

#### أ. تنمية 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. تنمية القرى السياحية:

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

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

تختلف مساحات هذا النوع من المواقع وتتعدد فيها أنواع مرافق الإقامة ومنشآت النوم والمرافق التكميلية مثل: الأسواق والمناطق التجارية، خدمات ترفيهية وثقافية، مراكز للمؤثرات 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 تحدد عناصر الطلب السياحي والطاقة الاستيعابية.

#### ج. تنمية منتجعات المدن:

يتطلب هذا النوع من المنتجعات دمج برامج استعمالات الأراضي 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 المواقع مثل: التزلج على الجليد، وجود شاطئ، أنشطة سياحية علاجية، مواقع أثرية أو دينية.

#### د. تنمية منتجعات العزلة:

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

#### هـ. تنمية 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 وتخدم سكان المدينة أو المنطقة وكذلك السياح القادمين إليها. وقد أخذت كثير من الحكومات حالياً على عاتقها تطوير وتنمية السياحة في المناطق الحضرية التي تتوفر فيها الموارد والمعطيات السياحية والتي يمكن تطويرها مثل: المواقع التاريخية والأثرية وذلك من أجل إشباع رغبات السكان المحليين من ناحية وجلب الزوار والسياح إلى المدينة من ناحية أخرى.

#### و. تنمية سياحة المغامرة:

وهذا النوع من السياحة موجه للمجموعات السياحية التي تهدف إلى ممارسة ومعايشة 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 وتوفر عناصر لدلالة سياحية مؤهلة وخبيرة، خدمات نقل، مرافق إقامة أولية وأساسية وكذلك خدمات ومرافق لاستقبال المجموعات السياحية عالية النوعية وبحالة مؤكدة السلامة.

### ز- تنمية سياحة الرياضة البحرية:

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

### 2-5 مراحل إعداد خطة التنمية السياحية:

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

1. إعداد الدراسات الأولية
  2. تحديد أهداف التخطيط بشكل أولي بحيث يمكن تعديلها من خلال التغذية الراجعة خلال عملية إعداد الخطة ومرحلة تقييم الآثار.
  3. جمع المعلومات وإجراء المسوحات وتقييم الوضع الراهن للمنطقة السياحية.
  4. تحليل البيانات (المسوحات): وتشمل هذه المرحلة على تحليل وتفسير البيانات التي تم جمعها من خلال المسوحات وتولييفها والخروج بحقائق وتعميمات تساعد في إعداد الخطة، ورسم خطواتها العامة والتفصيلية.
  5. إعداد الخطة: وهنا يتم وضع السياسات السياحية المناسبة ويتم تقييم هذه السياسات (البدايل) لاختيار ما هو ملائم ومناسب لتنفيذ الخطة، وكذلك يتم تحديد البرامج والمشاريع التي يجب تنفيذها لتحقيق أهداف الخطة.
  6. تنفيذ الخطة بتوصياتها وبالوسائل التي يتم تحديدها في المرحلة السابقة.
  7. تقييم ومتابعة الخطة السياحية وتعديلها وفق التغذية العكسية 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.
- وتتطلب هذه المرحلة الأخذ بآراء 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 رئيسة هي:
- أ- تحليل الأسواق السياحية من حيث:
    - التوقعات المستقبلية (الطلب السياحي على مرافق الإقامة).
    - تحديد الحاجات من مرافق الإقامة والخدمات العامة وخدمات البنية التحتية.
  - 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 تحول دون تحقيق التنمية السياحية. وتشمل العناصر التي ينبغي تحليلها في هذا المحور ما يلي:

- \* خصائص البيئة الطبيعية: المناخ، التربة، الحياة البرية... الخ.
- \* خصائص مواقع العناصر السياحية مثل: وجود معادن قابلة للاستغلال، القدرة الزراعية.
- \* أنماط استعمالات الأراضي والاستيطان.
- \* مرافق الإقامة، والخدمات السياحية
- \* خدمات النقل الحالية واستخداماتها وكما في الشكل 1-5



**الشكل 1-5 تمثل استخدام وسائل النقل في الترويج السياحي**

**ج -** تحليل العناصر المؤسسة للقطاع السياحي على الصعيدين العام والخاص: ويتضمن آليات التنفيذ والمتابعة والمراقبة والسياسات والاستراتيجيات وتوفر 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. تعد التنمية السياحية أحد أهداف التنمية الاقتصادية والاجتماعية الشاملة، لما لها من قدرة على تحسين ميزان المدفوعات وتوفير فرص عمل وخلق فرص منفعية للدخل، عن طريق المساهمة في تحسين أسلوب ونمط الحياة الاجتماعية والثقافية لأفراد المجتمع وما دامت البطالة هي التحدي الاقتصادي الإجتماعي الكبير الذي يواجه كثير من حكومات العالم اليوم فإن السياحة تشكل مخرجا مناسباً لحل هذه المشكلة وغيرها من المشكلات. إن السياحة البيئية هي ذات توازن بيئي وظاهرة جديدة تهدف الى بحث ودراسة و تأمل في طبيعته والنباتات والحيوانات وتوفير راحة للإنسان و للمساهمة في التنمية المستدامة، فالميزة التي تتيحها السياحة البيئية هي ربط الاستثمار بالمشاريع

الإنتاجية للمجتمع المحلي مع حماية البيئة والتنوع الحيوي والثقافي للمناطق السياحية، وفق معادلة تنموية واحدة، وذلك عن طريق إعداد برامج سياحية تعتمد على توجيه السياحة نحو المواقع المميزة بيئياً، مع التأكيد على ممارسات سلوكية سياحية إبداعية ومسئولة، دون المساس بنوعية البيئة أو التأثير عليها. وهو الشيء الذي تعتمد عليه المواقع السياحية الأكثر نجاحاً في الوقت الحاضر.

أما المناطق التي لا تقدم هذه المميزات فتعاني من تناقص في الأعداد ونوعية السياح، وهو ما يؤدي بالتالي إلى تناقص صناعة الفوائد الاقتصادية للمجتمعات المحلية. تهدف التنمية في السياحة البيئية إلى أن تكون مواردها المختلفة نافعة ومفيدة، ويمكن استعمالها، والاستفادة منها كمرود اقتصادي، على أن لا يكون هذا على حساب إهمال الجوانب الأخرى وفي مقدمتها الزراعة، فلا بد أن تسير التنمية في كافة القطاعات بالتوازي، ومن بينها تنمية الموارد الثقافية والبيئية والاجتماعية بالشكل الصحيح، مما يزيد من الإمكانيات اللازمة لخدمة المجتمعات. وبالتالي، فإن العوائد التي سيتم توفيرها يمكن استخدامها جزء منها في عمليات الحفاظ و تطوير مكونات التراث الثقافي والطبيعي ومن هنا، سيتم البحث عن دور السياحة البيئية - كعنصر أساسي يرتبط بالمناطق الريفية.

**- في تنمية هذه المناطق،** كونها شكل من أشكال السياحة المسؤولة، التي تحترم البيئة والمجتمعات المحلية ولديها القدرة على خلق فرص اقتصادية تنموية ذات قيمة حقيقية، وذلك من خلال طرح التساؤل التالي:

**- كيف تؤثر السياحة البيئية على التنمية بالمناطق الريفية؟**

وللاجابة على هذه الإشكالية سنقوم بطرح المحاور الآتية:

## **المحور الأول: مفهوم السياحة البيئية**

### **1- تعريف السياحة البيئية:**

تعتبر السياحة من أكثر الصناعات نمواً في العالم فقد أصبحت اليوم من أهم القطاعات في التجارة الدولية فالسياحة من منظور اقتصادي هي قطاع إنتاجي يلعب دوراً مهماً في زيادة الدخل القومي وتحسين ميزان المدفوعات ومصدراً للعملة الصعبة وفرصة لتشغيل الأيدي العاملة وهدفاً لتحقيق برامج التنمية. أما من منظور اجتماعي وحضري فإن السياحة هي حركة ديناميكية ترتبط بالجوانب الثقافية والحضارية للإنسان، بمعنى أنها رسالة حضارية وجسر للتواصل بين الثقافات والمعارف الإنسانية للامم والشعوب، ومحصلة طبيعية لتطور المجتمعات السياحية وارتفاع مستوى معيشة الفرد فالسياحة هي "إنتقال الأفراد من مكان إلى آخر لأهداف مختلفة ولفترة زمنية تزيد عن 24 ساعة وتقل عن سنة".

أما البيئة فقد تعددت وتنوعت مفاهيمها نظراً لتعدد وتنوع المهتمين بها، فلم يقتصر اهتمام البيئة على علماء الطبيعة والأحياء بل امتد للاقتصاديين والقانونيين وعلماء الاجتماع نظراً لما يؤدي إليه التلوث من مشكلات اقتصادية، قانونية،... الخ. والبيئة "هي مجموعة من الظروف الخارجية الطبيعية التي تؤثر على كيفية حياة وتطور من يعيش في هذه الظروف". وبالتالي ومن هذا المنظور تعتبر السياحة عاملاً جذاباً للسياح وإشباع ميولهم من حيث زيادة الأماكن الطبيعية المختلفة، والتعرف على تضاريسها ونباتاتها والحياة الفطرية إلى زيارة المجتمعات المحلية للتعرف على عاداتها وتقاليدها. وكنتيجة لذلك ظهر ما يعرف بالسياحة البيئية، السياحة البيئية: هي السياحة التي تقتضي السفر إلى المناطق الطبيعية المستقرة نسبياً لهدف محدد يتمثل في الدراسة، الإعجاب والاستمتاع بالمناظر الطبيعية ونباتاتها وحيواناتها البرية، بالإضافة إلى أية مظاهر ثقافية ناشئة (سواء كانت من الماضي أم الحاضر موجودة في تلك المناطق وهو مصطلح حديث نسبياً جاء ليعبر عن نوع جديد من النشاط

السياحي الصديق للبيئة، الذي يمارسه الإنسان محافظاً على الميراث الفطري الطبيعي والحضاري للبيئة التي يعيش فيها. بمعنى آخر كيف يتم توظيف البيئة لكي تمثل نمطا من أنماط السياحة التي يلجأ إليها الفرد. ولقد عرفها الصندوق العالمي للبيئة بأنها (السفر إلى المناطق الطبيعية التي لم يلحق بها التلوث ولم يتعرض توازنها الطبيعي إلى الخلل، وذلك للاستمتاع بمناظرها ونباتاتها وحيواناتها البرية وحضاراتها في الماضي والحاضر) وتجدر الإشارة إلى ضرورة التفرقة بين السياحة الطبيعية والسياحة البيئية، فالسياحة الطبيعية هي نوع من السياحة التي تعتمد في الأساس على زيارة مناطق طبيعية شأنها في ذلك شأن السياحة البيئية، إلا أنها قد تؤثر على الموارد المتوفرة في هذه المناطق سواء كانت ذات مصادر نباتية أو حيوانية، وبالتالي فإنها لا تأخذ بعين الاعتبار مسألة الحفاظ البيئي، مما قد يؤثر وبشكل كبير على المنطقة وبما أنها مؤثرة على البيئة فإن السياحة البيئية جاءت لتقلل من هذه الآثار إلى الحد الأدنى، بمعنى أن السياحة البيئية جاءت كنتيجة للآثار السلبية الناتجة عن السياحة الطبيعية. من خلال ما سبق يمكن تحديد أهم خصائص السياحة البيئية في أنها:

- سياحة خضراء نظيفة، تستند إلى البيئة والطبيعة أساساً، وترغب بكل ما هو جميل وممتع ومفيد في النشاط السياحي، دون أن تكون ضارة أو مخربة أو مفسدة على المستويات الاجتماعية والثقافية.

- سياحة مسؤولة، راشدة، أي سياحة يحكمها الوعي والعقل والاحساس بالمسؤولية وليس بالغرائر فقط، تحافظ على النوع وتحمي الكائنات من الانقراض وتعيد للإنسان إنسانيته.

- وهي في ذلك كله، سياحة بالتعريف الكلاسيكي، أي هدفها الترويج والتعرف والتجديد الشخصي والنفسي.

- لها عائد ومردود اقتصادي متعدد الجوانب تجمع بين الجانب المادي الملموس والجانب المعنوي الأخلاقي بمحاولتها المحافظة على سلامة البيئة.

- نشاط يجمع بين الأصالة في الموروث الحضاري الطبيعي والحدثة في تحضرها الأخلاقي والقيم، حيث تجمع بين القديم والحديث، مما يخلق نمطا رائعا في التجانس والتوافق والاتساق. ولأنها كذلك فهي سياحة مستدامة تتجدد مواردها، فلا تنضب بفعل الإستعمال الكثيف، وتصب نتائجها في صالح السياحة الوطنية والبيئة معاً.

## 2- أهمية السياحة البيئية:

للسياحة البيئية أهمية خاصة اكتسبتها من كونها تعمل على تحقيق مجموعة متكاملة من الأهداف، وفي نفس الوقت تستمد أهميتها من ذاتها التي تنبع من طبيعة الممارسة، ويمكن التعرف على أهميتها في النقاط التالية:

- ❖ تدفع السياحة إلى المزيد من البنى الأساسية من طرق ومواصلات واتصالات ومؤسسات سياحية.
- ❖ تزيد من إعمار البيئة المحيطة، لإنشاء الفنادق والمطاعم والاستراحات والمنتجعات الصيفية والشتوية والنشاطات السياحية الأخرى.
- ❖ يحقق إيرادات ودخول هامة، لها آثارها الإيجابية التنموية للمناطق، وبالتالي تنعكس على تفعيل الهيكل الاقتصادي ورفاهية الإنسان، وتطوير الجهود للمحافظة على البيئة.
- ❖ يؤدي لتدفق الأفواج السياحية مجالات عمل مربحة للسكان المحليين، مما ينمي الوعي للحفاظ على بيئتهم لتحقيق مزيد من المكتسبات والى تعميق الانتماء، الأمر الذي يسهم في استغلال الموارد الطبيعية البيئية استغلالاً أمثلاً (خشب، صدف، تطريز، جلديات).

- ❖ تدفع السياحة البيئية إلى إقامة مراكز ومعارض بيع التحف والهدايا والصناعات الوطنية للسياح، خاصة وان البلد السياحي يعتبر معرضاً دائماً ومفتوحاً أمام السائح.
- ❖ تدفع السياحة البيئية إلى الاهتمام بترميم وصيانة الآثار، والحفاظ عليها وهي من العناصر الهامة في البيئه السياحية.
- ❖ المحافظة على التوازن البيئي، وبالتالي الحفاظ على الحياة الطبيعيه البرية والبحرية والجوية من التلوث.
- ❖ لها أهمية اجتماعية بارزة، حيث تعد صديقة للمجتمع، إذ تقوم على الاستفادة مما هو متاح في المجتمع من موارد وأفراد، وتعمل على تنمية العلاقات الاجتماعية وتحقيق وتحسين عملية تحديث المجتمع من مجتمعات منعزلة إلى مجتمعات منتفحة.
- ❖ تقوم على نشر المعارف والمعلومات السياحية، ونشر ثقافة المحافظة على البيئة والموروث التراثي الإنساني وثقافة الحضارة والمواقع التاريخية.

### 3- قواعد السياحة البيئية:

نظرا لأن السياحة البيئية اليوم أصبحت منهجا لدى أصحاب المشاريع السياحية أو الحكومات، فلا بد أن يعي هؤلاء المستثمرين جدوى تطبيق هذا المنهج وفهم قواعده ومرتكزاته. ومن بين هذه القواعد نذكر:

- 1- تقليل الآثار السلبية للسياحة على الموارد الطبيعية والثقافية والاجتماعية في المناطق السياحية
- والتقديف بأهمية المحافظة على المناطق الطبيعية ووضع قوانين صارمة وفاعلة.
- 2- التأكيد على أهمية الاستثمار المسؤول الذي يركز على التعاون مع السلطات المحلية من اجل تلبية احتياجات السكان المحليين والمحافظة على عاداتهم وتقاليدهم.
- 3- أن يسير التطور السياحي جنباً إلى جنب مع التطور الاجتماعي والبيئي، بمعنى أن تتزامن التطورات في المجالات كافة لكي لا يشعر المجتمع بتغيير مفاجئ والتعاون من اجل إنجاح السياحة البيئية وذلك بتعاون مختلف القطاعات المختصة سواء في السياحة أو البيئة.
- 4 - الإدارة السليمة للموارد الطبيعية والتنوع الحيوي بطرق مستدامة بيئياً والاعتماد على البنية التحتية التي تتسجم مع ظروف البيئة، وتقليل استخدام الأشجار في التدفئة والمحافظة على الحياة الفطرية الثقافية.
- 5- دمج سكان المجتمع المحلي وتوعيتهم وتثقيفهم بيئياً وسياحياً، وتوفير مشاريع اقتصادية للدخل من خلال تطوير صناعات سياحية وتحسين ظروف معيشتهم و تشجيع إعادة التدوير وإعادة التصنيع والزراعة العضوية.

### 3-2-5 أنواع السياحة البيئية

توجد عدة أنواع من السياحة يمكن استغلالها والاستفادة منها، قد تكون مرتبطة بالطبيعة أو بالتراث الحضاري، فهي سياحة تعتمد على الطبيعة في المقام الأول بمناظرها الخلابة، لذا نجد أن الأنشطة التي ترتبط بالسياحة البيئية تتمثل في:

- الصيد البري للطيور والصيد البحري للأسماك.
- الرياضة المائية والغوص من أجل مشاهدة الشعب المرجانية.
- تأمل الطبيعة و استكشاف كل ما فيها.
- الرحلات في الغابات ومراقبة الطيور.
- استكشاف الوديان والجبال.

- إقامة المعسكرات والمخيمات.
- تسلق الجبال.
- رحلات الأدغال والصحراء.
- تصوير الطبيعة
- زيارة مواقع التنقيب الأثرية.

وأهم عنصر تقوم عليه السياحة البيئية هو عدم إحداث إخلال بالتوازن البيئي الناتج عن تصرفات الإنسان، و التي تكون متمثلة في تصرفات السائح وما قد يحدثه من تلوث وإضرار بالبيئة. لذا لا بد للسائح البيئي أن يتميز بصفات تجعله بدون شك سائح مختلف ومتميز وصديق للبيئة. تُعتبر السياحة اليوم أحد أهم القطاعات الاقتصادية والاجتماعية في العالم والتي تلعب دوراً بارزاً في تنمية وتطوير البلدان. وقد ازدادت أهميتها كصناعة وحرفة من خلال وسائل الإعلام كافة، خصوصاً بعد أن تم استحداث وزارات للسياحة في معظم دول العالم وافتتاح جامعات وكليات ومعاهد تقنية متخصصة بالسياحة والفندقة، وكذلك الانتشار الواسع للكتب والدراسات والبحوث العلمية التي تتعلق بالشؤون السياحية.

### **وقد مر مفهوم السياحة البيئية تاريخياً بثلاثة مراحل هي:**

#### **1- المرحلة الأولى:**

مرحلة حماية السائح من التلوث من خلال توجيهه للمناطق التي لا تحتوي على تهديد له أو تعرضه لأخطار التلوث خاصة في المناطق البعيدة عن العمران، إلا أن هذه المرحلة صاحبها أخطار هددت بيئته نفسها نتيجة لبعض السلبيات التي مارسها السائح والمؤسسات السياحية، مما أدى لفقدان المناطق الطبيعية لصلاحيتها وتهديد الأحياء الطبيعية فيها.

#### **2- المرحلة الثانية:**

مرحلة وقف الهدر البيئي من خلال استخدام السياحة والانشطة السياحية التي لا تسبب أي هدر أو تلوث، وبالتالي تحافظ على ما هو قائم وموجود في الموقع البيئي.

#### **3 - المرحلة الثالثة:**

مرحلة التعامل مع أوضاع البيئة القائمة من خلال إصلاح الهدر البيئي ومعالجة التلوث وإصلاح ما سبق وأن قام الإنسان بإفساده وإرجاع الأوضاع لما كانت عليه.

### **المحور الثاني : التنمية السياحية**

يعبر اصطلاح التنمية السياحية عن مختلف البرامج والخطط التي تهدف إلى تحقيق الزيادة المستمرة والمتوازنة في الموارد السياحية وتعميق وترشيد الإنتاجية في القطاع السياحي، وهي عملية مركبة ومتشعبة تضم عدة عناصرمتصلة ببعضها ومتداخلة بعضها مع البعض تقوم على محاولة علمية وتطبيقية للوصول إلى الاستغلال الأمثل لعناصر الإنتاج السياحي، وربط ذلك بعناصر البيئة وتنمية مصادر الثروة البشرية للقيام بدورها في برامج التنمية تعني التطور والإضافات وتجميل المناطق أو المدن التي تصلح للتنمية السياحية من خلال تزويدها بالمرافق الأساسية العامة والمنشآت الإيوائية والخدمية والترويجية بالإضافة إلى الأعمال الهندسية المرتبطة بتنسيق الموقع مع الحفاظ المستمر على البيئة وإنشاء المحميات الطبيعية البرية والبحرية وتوفير الرقابة المستمرة للمقومات الطبيعية والسياحية، وأيضاً مراقبة المشروعات السياحية وتأثيرها على البيئة.

## 1. السياحة والتنمية الاقتصادية

تبرز السياحة في الدول المتطورة كرافد أساسي في التنمية الاقتصادية ولذلك نجد ضخامة الاستثمارات المختلفة في القطاع السياحي كما حدث في إيطاليا وأسبانيا واليونان والمكسيك، وغيرها من البلدان التي حققت تقدماً كبيراً في هذا المجال.

## 2. المزايا التي تبين دور السياحة في التنمية الاقتصادية:

تعتمد العديد من الدول على السياحة، كمصدر مهم من مصادر الدخل الوطني، واستطاعت هذه الدول الحصول على مدخولات سنوية كبيرة من القطاع السياحي كما يحدث في الولايات المتحدة وأسبانيا وإيطاليا واليونان والنمسا وسويسرا وفرنسا وإنكلترا وتركيا، وغيرها من بلدان العالم. إن الدخل السياحي له شأن كبير في اقتصاديات الدول السياحية. فهو يعزّز ميزان المدفوعات ويعتبر مصدراً كبيراً لتوفير فرص العمل للمواطنين مما يدعم مستويات المعاشي والاجتماعي. ولأهمية السياحة فقد أصبحت ترتبط بالتنمية الاقتصادية ارتباطاً وثيقاً بعد أن كانت علماً مجرداً يدرس في الجامعات والمعاهد. وتعتبر السياحة أحد العناصر الأساسية للنشاط الاقتصادي في الدول السياحية، اهتمت بها المنظمات العالمية كالبنك الدولي ومنظمة اليونسكو التي أصبحت تنظر إلى السياحة كعامل أساسي ومهم للتقريب بين الثقافات.

وكمثال على أهمية السياحة في قطاع العمل، ووفقاً لتقارير (المجلس العالمي للسياحة والسفر (WTTC)) فإن صناعة السياحة والسفر ساهمت في إيجاد أكثر من مليون فرصة عمل شهرياً بشكل مباشر أو غير مباشر في جميع أنحاء العالم خلال عام 1977م. وقد تضاعفت فرص العمل في السنوات التالية التي توفرها صناعة السياحة والسفر في جميع أنحاء العالم. وتعتبر السياحة مصدراً مهماً من مصادر اكتساب العملات الأجنبية وذلك بما ينفقه السائح على السلع والخدمات من هذه العملات، علماً بأن العملات الصعبة، خصوصاً في الدول النامية كمصر وتونس والمغرب، تمكن البلد من استيراد السلع والخدمات وتسند العملة المحلية ما يؤدي إلى التقليل من التضخم وغلاء المعيشة كون العالم يتجه بخطى سريعة نحو توظيف التقنيات الحديثة في كل جزئيات العمل السياحي سواء في:

- ✓ إعداد ونشر المعلومات السياحية
- ✓ ترتيب وتنفيذ البرامج السياحية
- ✓ إعداد وتأهيل الملاكات السياحية
- ✓ تصميم وبناء المنشآت الفندقية والترفيهية للسائحين

## 3. السياحة والتنمية المستدامة

التنمية المستدامة هي التنمية الاقتصادية والاجتماعية المتجددة والقابلة للاستمرار دون الأضرار بنوعية الموارد الطبيعية التي تستخدم في الأنشطة البشرية وتعتمد عليها عملية التنمية. وبذلك يعتبر القطاع السياحي أحد القطاعات الإضافية الناشئة إلى جانب القطاعات الاقتصادية الأخرى حيث يساعد على نمو البلد اقتصادياً واجتماعياً.

وتسعى العديد من الدول وخاصة الدول التي تهدف إلى تحقيق تنمية مستدامة إلى تطوير وتنشيط القطاع السياحي لما يحدثه من تنمية اقتصادية واجتماعية. على أن سياسات السياحة لا تبنى فقط على اعتبارات اقتصادية وتكنولوجية، ولكن يجب أن يؤخذ بنظر الاعتبار أيضاً الحفاظ على البيئة واحتياجات السكان المضيفين عامة والذين يعملون في الحقل السياحي خاصة، إذ أن السياحة التي تستجيب لهذه الشروط هي السياحة البديلة أو السياحة المتوافقة والتواصل السياحي. وفي أواخر عام 1997م عقدت منظمة السياحة العالمية مؤتمراً عن السياحة والبيئة دعت إليه وزراء السياحة في دول

آسيا والباسفيك ، وقد غطى المؤتمر بكثافة مواضيع فنية واسعة تتعلق بالسياحة المستدامة، و صدر عن المؤتمر بيان أوضح فيه الاهتمام العالمي الرسمي بمبدأ الاستدامة. وأشار إلى أن هناك إحساس وإلحاح لبذل الجهود لحماية البيئات الطبيعية في المقاصد السياحية. إن الاهتمام بالسياحة كباث على التنمية المستدامة يعتبر مطلباً اقتصادياً مهماً لحفز الاستثمار في الأماكن السياحية الطبيعية والبيئية والثقافية، وتعد التوعية بأهمية تنمية السياحة وإدارتها على نحو كفوء أحد أهداف منظمة السياحة العالمية.

إن مبادئ الإدارة تؤكد على الجوانب الاقتصادية والثقافية والاجتماعية والبيئية لقطاع السياحة كمصدر مهم للدخل المتزايد باعتباره من الدعامات الأساسية في التنمية المستدامة للبلد لذلك يتوجب من أجل استمرار السياحة كمصدر مهم للدخل الالتزام بالفقرات الآتية:

- تحسين نوعية الحياة للمجتمع المضيف.
- حماية المراكز السياحية والطبيعية والبيئية داخل البلد.
- احترام الموروث الثقافي للمجتمع والحفاظ على القيم والتقاليد والعادات والمساهمة في فهم العلاقات الثقافية.
- التأكيد على الخطط السياحية الطويلة الأمد مع توفير ما ينتج عنها من منافع اقتصادية وتوزيعها بصورة عادلة على الجهات المساهمة، ومنها توفير فرص العمل لتحسين دخل الفرد ومحاربة الفقر.
- إن تطوير السياحة كمصدر دائم للدخل يتطلب ترسيخ المفاهيم السياحية والوعي بها عند الحكومة
- إن تأمين تطور القطاع السياحي هو عملية متواصلة وتحتاج إلى الإشراف والإدارة الدائمة الكفوءة من قبل ملاكات متخصصة بالسياحة.
- تقديم نوعية عالية من المعلومات والخبرات السياحية بالشكل المناسب للسياح والزوار.

التنمية السياحية يقصد بها تنمية مكونات المنتج السياحي وبوجه خاص في إطاره الحضاري والطبيعي أو بمعنى آخر تنمية الموارد السياحية الطبيعية والحضارية ضمن مجموع الموارد السياحية المتاحة للدولة. ويمكن للجغرافيا أن تلعب دوراً مهماً في التنمية السياحية، حيث أن دراسة الموقع الأمثل لأي مشروع سياحي واختياره يجب أن يؤخذ بنظر الاعتبار كونه يعطي أكبر قدر من العائد بأقل التكاليف.

والتنمية السياحية تعتبر ضرورة ملحة لأنها تساعد على خلق فرص أكثر للعمالة، وبالتالي تعمل على رفع مستوى المعيشة وتكون معيماً للوصول إلى ما يصبو إليه المجتمع من تقدم ورقي. كما أن التنمية السياحية في أي بلد له مقومات سياحية تتيح له فرص كبيرة في زيادة الدخل الوطني وتحسين ميزان مدفوعاته وحسابه الجاري الدال على ثروته من العملات الصعبة هي صياغة الهدف الرئيسي لسياسة سياحية إنسانية واعية بالبيئة الصالحة مع الأخذ بنظر الاعتبار مصالح السكان المحليين. وهي كذلك طريق للمستقبل وهي مرحلة من مراحل تحقيق هدف أكبر هو تحقيق التنمية الاقتصادية المستدامة نحو مفهوم جديد للتنمية السياحية ويستند هذا المفهوم الجديد على عدد من الركائز التالية:

## أولاً: التخطيط العلمي السليم

الاستغلال الأمثل للموارد الطبيعية والبشرية واحترام البيئة وحماية الموارد الطبيعية من الخراب والتلوث واستيفاء كل مشروع سياحي مجموعة من الشروط البيئية – لتكون التنمية السياحية صديقة للبيئة – منها:

- 1- قيام كل مشروع سياحي بتحديد وتقييم الأثر البيئي (إيجابي أم سلبي).
- 2 - وضع أسس وحلول لكيفية النهوض بالبيئة وحمايتها و عدم إتاحة الفرصة للمستثمرين غير الجادين بالاتجار في أراضي المناطق السياحية.
- 3- وضع التصميمات المرتبطة بالبيئة والتي تعكس أصالتها و زيادة مساحة العمران
- 4 - الاستفادة من تجميع المشروعات التي تنتمي إلى كل مركز أو (مجمع) سياحي جديد في إطار شركة.
- 5- تنفيذ كافة المشروعات السياحية الأساسية الخاصة بالمركز والمرافق الملحقة بها وتوفير التوازن المطلوب بين حجم الإسكان السياحي والفندقي لتنشيط السياحة الداخلية تزامناً مع السياحة الخارجية.
- 6 - قيام المركز بإدارة وصيانة مشروعاته بصورة شاملة وإيجاد مراكز حضارية جديدة.
- 7- توفير العمالة وتدريبها لصالح مشروعات المركز كافة والقضاء على البطالة.
- 8- التسويق الخارجي للمركز ككل وكذلك تسويق خدماته السياحية.

## ثانياً: المركز أو (المجمع) السياحي

هو مجموعة متكاملة من الأبنية السياحية و الثقافية والتجارية بالإضافة إلى منطقة إسكان العاملين ومنطقة الخدمات في تجمع عمراني متكامل وظيفياً، يرتكز المركز السياحي على مفهوم التنمية المتواصلة المستدامة والحفاظ على الموارد الطبيعية الجاذبة للسياحة وتنوع عناصر الجذب السياحي لتحقيق أفضل استخدام للعرض السياحي المتكامل من أهم محاور التطوير لتحقيق التنمية السياحية هي الارتقاء بجودة الخدمات السياحية باعتبارها معيار السبق والتميز في عالم اليوم والمستقبل والتعاون بين كافة مؤسسات الدولة لتطوير النشاط السياحي والارتقاء به، ذلك أن قطاع السياحة له علاقة مباشرة (وغير مباشرة أيضاً) بجميع مؤسسات الدولة، ومن ثم لا بد من دراسة تأثير مؤسسات الدولة المختلفة على القطاع السياحي وكذلك لا بد من تحديد العلاقة بين جهات تقديم الخدمات وجهات الرقابة والإشراف والعمل على رفع كفاءة العنصر البشري من خلال:

- 1- التعليم: لا بد من تحديد مجالات الدراسة أولاً لتحقيق أهداف العملية التعليمية في المدارس والمعاهد السياحية والفندقية، ويجب على الدولة أن تقدم الدعم للمؤسسات العلمية المتخصصة في السياحة والفندقة وتطوير برامجها الدراسية والاستفادة من البرامج الدراسية العالمية المتقدمة.
- 2- التدريب: لا بد أن يتم تحديد أهداف التدريب السياحي والفندقي الحالية والمستقبلية على أساس الاحتياجات الفعلية لمجمل القطاع السياحي مع توفير الملاكات الملائمة للعمل في قطاع السياحة بشكل يؤدي إلى رفع مستوى أداء الخدمات السياحية لمواجهة تنوع الطلب السياحي، وكذلك تطوير البرامج التدريبية باستمرار
- 3- الاهتمام بوعي المجتمع وخصوصاً في مجال السياحة وذلك من أجل إيجاد صناعة سياحية راقية.
- 4- الاستفادة من الإمكانيات الهائلة لشبكة المعلومات العالمية (الانترنت) والعمل على زيادة معدل نمو الاستثمار السياحي والفندقي.

#### 4. المعوقات التي تعترض التنمية السياحية

تعترض التنمية السياحية عدد من المعوقات التي تؤخر وتقلص دورها في مجالات التنمية الاقتصادية والاجتماعية ومن أهم المعوقات الخاصة بالتخطيط السياحي: وتتمثل في غياب النظام الجيد للمعلومات والإحصاء السياحي، فلا شك أن توفر المعلومات والبيانات الخاصة بمناطق الجذب السياحي أو المتعلقة بنشاط معين تعتبر أحد الأعمدة التخطيطية. فالنظام الإحصائي في بعض الدول خصوصاً العربية منها يتصف بعدم الشمول ويقتصر على بعض الأرقام الخاصة بتصنيف السائحين على حسب الجنسية، وعدد السائحين موزعاً على شهور السنة وعدد الليالي السياحية. إن الجانب السلبي في هذا النظام يكمن في غياب الكثير من المعلومات المهمة واللازمة للباحثين أو القائمين بالتخطيط في مجال السياحة مثل:

- توزيع السياح على حسب طريقة الوصول إلى البلد (براً أو بحراً أو جواً)
- الغرض من قدوم السائح (ترفيهي، عمل، صحي وعلاجي)
- أماكن إقامة السياح (المدن – المصايف – الفنادق – القرى السياحية – بيوت الشباب – الشقق والغرف المفروشة).
- الأماكن التي يزورها السائح تصنيف السياح على حسب السن والجنس وبلد القوم.
- تصنيف السياح في الرحلات السريعة أو الترانزيت على حسب الجنسية والمدة.
- استطلاع رأي السياح في الأماكن السياحية.

إنّ توفر هذه البيانات والمعلومات يمكّن القائمين بالتخطيط على تركيز جهودهم نحو التوسع في إنشاء الفنادق من فئة معينة وتحسين أداء الخدمات فيها من جهة، وتطوير الخدمات المرفقة والملحقة بها من جهة أخرى. وكذلك تنمية وتطوير الموارد والمقومات السياحية الموجودة. كما أن معرفة عدد السياح موزعاً طبقاً لطريقة الوصول يساعد في تطوير أو دعم طرق النقل ووسائل المواصلات اللازمة من البلد إلى الخارج أو من خارج البلد إلى الأماكن السياحية الموجودة داخل البلد يضاف إلى ذلك فإن عدم توفر كراريس وكنييات وخرائط سياحية كاملة وشاملة تحتوي على مناطق الجذب السياحي القائمة، وتضارب وتشنت الاختصاصات بين الوزارة المختصة بالسياحة وبعض المؤسسات والوزارات الأخرى ذات العلاقة، وانخفاض الوعي بأهمية وقيمة التراث الحضاري كما هو في بعض دول العالم الثالث، وعدم توفر رؤوس الأموال المحلية والأجنبية اللازمة للاستثمار السياحي.

#### ❖ العوامل السلبية الرئيسية المؤثرة على التنمية السياحية

- 1- توجيه الاستثمارات في قطاع السياحة وقد يلاحظ في العديد من الدول السياحية أن بعض شركات الاستثمار السياحي الوطنية والأجنبية تركز استثماراتها في مجالات ضيقة قد لا يحتاجها السائح أو يرغب فيها كالنوادي ومحلات القمار والترفيه الليلي لتحقيق أرباح كبيرة وسريعة.
- 2- عدم فعالية التسويق السياحي يقوم التسويق السياحي بدور هام في بيع المنتج السياحي، فالتسويق السياحي من خلال الدعاية والإعلان يكون أمراً ضرورياً بالنسبة لمنتج يعتمد على الرضا والمتعة التي يتوقعها المستهلك من عملية الشراء، والتسويق السياحي الناجح هو الذي يثير رغبة المستهلك ويولد الفناعة لديه بأن المنتج السياحي المعلن عنه هو أفضل المتوفر في سوق السياحة العالمية ويلبي رغباته المطلوبة.
- 3- قد تمتلك الدولة العديد من الموارد السياحية المهمة كما هو في العراق ومصر واليمن وسوريا وليبيا، ولكنها تعاني من مشكلة التقصير في تسويق مواردها ومقوماتها داخلياً وخارجياً، بمعنى

آخر أن الحد الأدنى من الجهود والأنشطة التسويقية اللازمة لتنشيط الحركة السياحية لم يتوفر بعد في مثل تلك الدول.

4 - التضخم النقدي يعتبر الارتفاع المستمر في أسعار السلع والخدمات أحد العوامل الاقتصادية المؤثرة على الطلب السياحي في بلد ما. وتعد الدول العربية من الدول التي تعاني من الارتفاع المستمر في معدل التضخم النقدي السنوي، ويعود ذلك إلى عدة أسباب من أهمها انخفاض الانتاجية وقلة العرض قياساً بحجم الطلب.

5- انخفاض مستوى الخدمات المساعدة للسياحة رغم التحسن النسبي لطرق المواصلات ووسائل الاتصالات السلكية واللاسلكية الداخلية والخارجية في الكثير من دول العالم، إلا أن الدول المعنية بالسياحة في العالم الثالث ما زالت تعاني من ضعف خدمات الاتصالات وكذلك من مشكلات أخرى تتعلق بمشاريع الصرف الصحي وشبكات المياه والكهرباء والإنارة وطرق المواصلات التي تربط بين المواقع والأماكن السياحية المتنوعة.

6- الاستقرار السياسي والأمن الاجتماعي رغم اعتراف خبراء السياحة والاقتصاد بضرورة تمتع الدول السياحية بدرجة عالية من الاستقرار الأمني والسياسي، إلا أن العديد من دول العالم الثالث ما زالت تعاني من قلة الاستقرار الأمني والسياسي نظراً لضعف القانون وتدهور الاقتصاد وانتشار البطالة وتفشي الجريمة والفساد.

7- مشاكل ومعوقات أخرى فهناك أيضاً مشاكل تشترك فيها معظم الدول السياحية في البلدان النامية وأهمها:

- عدم الاهتمام بنظافة الأماكن السياحية خصوصاً الأثرية والدينية منها.
- عدم وجود شرطة للسياحة في بعض المناطق السياحية وخاصة الأثرية والتاريخية.
- تخلف خدمات السياحة المصرفية في البنوك وخاصة في الفنادق.
- سوء المعاملة بمكاتب شركات السياحة والطيران في الداخل والخارج.
- استغلال سائقي سيارات الأجرة لمجاميع السياح من الأجانب بصفة عامة مما يسبب إلى سمعة البلدان السياحية.
- عدم الاهتمام بالمظهر العام والزي الخاص بالعاملين في قطاع السياحة مع متطلبات العمل.

### **المحور الثالث- دور السياحة البيئية في تنمية المناطق الريفية**

#### **1- السياحة والتنمية الاجتماعية**

لا بد ان تساهم السياحة في تنمية المجتمع من خلال الخدمات السياحية الفندقية والمساهمة في القضاء على البطالة وكذلك الركود الاقتصادي ويتم ذلك من خلال:

1- مساهمة السياحة في تنمية المجتمع إسهاماً واضحاً مما يحتم التركيز على قطاع السياحة بشكل كبير من خلال تحسين مستوى الخدمات السياحية والفندقية والنقل وإعداد برامج تدريبية في هذا المجال باستخدام التخطيط العلمي السليم المتكامل والازدهار المستمر للسياحة يقضي على العديد من المشاكل، كالبطالة والركود الاقتصادي، وإعادة توزيع السكان بشكل أفضل وذلك بإقامة المشاريع السياحية في المجتمعات العمرانية السياحية الجديدة.

2- السياحة بكل أنواعها لها أبعادها الاجتماعية والجمالية والعمرانية والصحية، التي يجب مراعاتها عند التنمية السياحية، والسياحة بشكل عام تستلزم الاهتمام بالجانب الصحي للمجتمع والقضاء على التلوث البيئي، من خلال انتشار المسطحات المائية والمساحات الخضراء.

3- السياحة صناعة بشرية تحقق الرفاهية للمجتمع، فهي تتيح فرصة الراحة والاستجمام مما تؤدي إلى استعادة اللياقة الذهنية والعصبية لما يفيد زيادة الإنتاج وتمثل أهمية بالغة في المجتمع الإنساني في تأكيد حق الإنسان في الاستمتاع بوقت الفراغ من خلال حريته في السفر مقابل حقه في العمل لارتباط ذلك إيجابياً بعملية الإنتاج والتنمية .

4- السياحة تقود إلى تحقيق التآلف بين المجتمع والمشروع السياحي من خلال اختيار الأنماط السياحية التي تتلاءم وطبيعة ظروف البلد والتي لا تتعارض مع قيم وعادات المجتمع، وتوسع قاعدة المشاركة لأكثر عدد من المواطنين داخل المنشآت السياحية بحيث تستوعب أكبر عدد ممكن من العاملين في المناطق السكنية المحيطة بالمشروع السياحي.

5- السياحة أداة لتعميق الانتماء وتنمية الوعي الوطني والاعتزاز بالوطن، وتساهم في بناء الشخصية الإنسانية وتماسك المجتمع بما تتيحه من أشكال التآلف والتعارف وتفيد المجتمع من الخدمات التي توفرها المشاريع السياحية من تبليط الطرق وتجميل المناطق كإقامة الحدائق وملاعب الأطفال وكذلك تحسين خدمات الاتصال ومشاريع الصرف الصحي وإنفاق السواح وغيرها.

6- السياحة نشاط إنساني وظاهرة اجتماعية تسود المجتمعات المختلفة ويعتبر الوعي السياحي أحد العوامل المهمة في رفع الوعي الاجتماعي عند السكان، من خلال الزيارات والرحلات التي تؤدي إلى تنمية الوعي السياحي لدى أفراد المجتمع، مما يجعلهم يتعرفون على قيمة ما يحيط بهم ويعملون على تقديمه في أفضل صورة تجذب السواح من مختلف دول العالم.

إن الرواج الاقتصادي المتحقق من تطور النشاط السياحي له تأثير يعود بالفائدة المباشرة على الارتقاء بالمجتمع، ويقود السكان إلى التمسك بالسلوكيات والقيم الحضارية الجيدة مثل كرم الضيافة وحسن معاملة الغير.

7- السياحة هي وسيلة حضارية لتنمية الثقافة بين الشعوب والمجتمعات المختلفة و أصبحت مصدراً مهماً من مصادر التغيير والتحول الطبقي بين أفراد المجتمعات السياحية نظراً لأن بعض فئات المجتمع التي ترتبط أعمالهم بالسياحة سواء بشكل مباشر أو غير مباشر ينتقلون من طبقة اجتماعية إلى طبقة أفضل لما يحققونه من مكاسب وأرباح من العمل السياحي.

## 2- استراتيجيات التنمية السياحية

يمكن القول بأنه لا توجد إستراتيجية واحدة للتنمية السياحية يمكن اعتمادها في جميع الدول، ولكن توجد استراتيجيات تقوم على الأسس العلمية السليمة والقدر الكافي من الموضوعية والخبرة السياحية التي يمكن اختيار الأفضل منها بما يتناسب مع الظروف الجغرافية والمناخية والبيئية والاجتماعية والاقتصادية والتمويلية الخاصة بالمقصد السياحي وبما يتلاءم مع الطلب السياحي الخارجي والداخلي المتاح أو المحتمل ورغم ظهور العديد من الانتقادات التي وجهت للسياحة كقطاع إنتاجي سواء من الناحية الاقتصادية أو الاجتماعية أو البيئية فإن الحكم على صحة هذه الانتقادات يتوقف بشكل جاد على النموذج الذي يمكن تبنيه أو الإستراتيجية التي يمكن اختيارها للتنمية السياحية، إذ يمكن تفادي مخاطر وتكاليف التنمية السريعة الخطى غير الخاضعة للقدر الكبير من الرقابة التخطيطية.

وبما أن السياحة ترتبط ارتباطاً مباشراً وكذلك غير مباشر بقطاعات إنتاجية وخدمية عديدة من قطاعات الاقتصاد الوطني كالزراعة والصناعة والبنوك والعمران والتأمين والإعلام وغيرها، ولكونها نشاط يعتمد على الخدمات الإنسانية إلى حد كبير فإنها تؤدي إلى زيادة في فرص العمالة داخل البلد بشكل أفضل من غيرها من النشاطات أو الصناعات، وتزيد أهمية هذا الجانب في أوقات الأزمات الاقتصادية بوجه خاص سواء في الدول النامية أو في الدول المتقدمة.

ويرى العديد من علماء السياحة والخبراء الدوليين أن الكثير من المتغيرات الكمية والكيفية الناجمة عن المشكلات الاقتصادية والاجتماعية قد سيطرت على العرض السياحي خلال التسعينات من القرن الماضي، مما أدى إلى ظهور أنواع جديدة من الطلب السياحي وظهور التكنولوجيا غير المسبوقة. فالتغير في الطلب السياحي يتضمن ظهور أنواع جديدة من العرض السياحي استجابة للمتغيرات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية، ونتيجة لزيادة حدة المنافسة بين دول المقصد السياحي، الأمر الذي يوجب اهتماماً أكبر لتحسين مستوى الخدمات السياحية بشكل أفضل. من ناحية أخرى سيحدث اتجاه نحو مزيد من التكامل بين مكونات العرض السياحي في دول متجاورة تشكل مناطق جغرافية موحدة مما يعتبر استجابة للطلب السياحي الدولي وشمول أكثر من دولة واحدة في الرحلة السياحية الواحدة لقد ساهمت السياحة بشكل إيجابي في اقتصاديات دول عديدة بشكل أصبحت عاملاً مهماً في التنمية الاقتصادية نتيجة ضخامة عائداتها ومرونة واستخدام تلك العائدات في قطاعات عديدة من الاقتصاد الوطني. وفي الثمانينات من القرن الماضي ساهمت السياحة بصورة متميزة في التنمية المحلية من حيث استخدامات الأراضي وذلك بإتباع إستراتيجيات تنمية محلية بضمنها حماية الموارد الطبيعية والاجتماعية والحضارية والعمل على زيادة نشاط التفاعلات الاجتماعية والحضارية ورفع مستوى الإدارة المحلية للموارد السياحية ويعتبر الرخاء الاقتصادي والإنساني هو الهدف الأساس لكل الجهود التي تستهدف التنمية، ولا يقتصر الرخاء على رفع مستوى المعيشة في المناطق النامية فحسب بل إنه يشمل أيضاً نشر القيم الإنسانية التي تساعد في تحقيق التنمية. ومن هنا تتضح الحقيقة بأن السياحة تحقق رسالة إنسانية عظيمة إلى جانب هدفها الاقتصادي.

### 3- الآثار البيئية

#### 1- الآثار الايجابية:

إذا تم التخطيط للتنمية السياحيه بشكل جيد وتمت مراقبة السياح بطريقة ناجحة فيمكن المحافظة على البيئة وتحسينها بطرق مختلفة منها:

**أ -** المحافظة على المعطيات الطبيعية الهامة: تساعد السياحة في تبرير دفع تكاليف عمليات الحفاظ على المواقع الطبيعيه الهامه مثل تطوير وانشاء الحدائق كونها عنصر جاذب للسياح وبدون السياحة وبدون تطوير هذه الموارد لاغراض اخرى ولكنها قد تتعرض الى عوامل ضارة بيئيا خصوصا في الدول التي لا تملك الموارد الكافية للحفاظ على البيئه وكذلك بدأت عمليات المحافظة على المناطق المرجانية تنال اهتماما بالغا في السنوات الاخيره لكونها مناطق جذب سياحي كما هو الحال في خليج العقبة الاردني وزاد الاهتمام بالشواطي للمحافظه عليها من التدمير.

**ب -** المحافظة على المواقع الاثرية والتاريخية والمعمارية فتوفر السياحة الحوافز وتساعد على دفع التكاليف للمحافظه على الموقع الاثرى والتاريخي والتي اذا لم يتم الحفاظ عليها ستعرض للدمار والتدهور وبالتالي يضيع التراث التاريخي التقليدي للمنطقة والواقع ان معظم اجراءات المحافظة على المعطيات الاثرية والتاريخية ذات جدوى اقتصادية ممتازة لانها توفر عناصر الجذب السياحي ويمكن ان يستفاد من الرسوم التي يدفعها السياح في تغطية تكاليف او جزء من تكاليف اجراءات المحافظة على هذه المعطيات.

**ج -** تحسين نوعية البيئة: توفر السياحة الحوافز لتنظيف البيئة من خلال مراقبة الهواء والماء والتلوث والضجيج ورمي النفايات وغيرها من المشاكل كذلك تساهم السياحة في تحسين الصورة الجمالية للبيئة من خلال برنامج تنسيق المواقع والتصاميم الانشائية المناسبة واستخدام اللوحات التوجيهية وصيانة المباني.

**د-** تحسين البنية التحتية: يمكن تطوير خدمات البنية السياحية المحلية مثل المطارات والطرق والمياه والصرف الصحي وانظمة التخلص من النفايات والاتصالات من خلال تطوير السياحة التي تساهم في دفع تكاليف خدمات البنية التحتية وبالتالي تعمل على الحد من مشاكل عديده يرتبط وجودها بغياب خدمات البنية التحتية.

**هـ-** الجودة البيئية: لتحقيق درجة عالية من النوعية البيئية اهمية بالغة في نجاح انواع المواقع السياحية خصوصا وان السياح قد اصبح لهم اهتمامات معقدة ومتطلبات عديدة لمستويات اعلى من الخدمة والنظافة والواقع ان نوعية البيئة الجيدة لها اهمية ليس فقط للسياح بل ايضا للسكان المحليين واخيرا فان الاهتمام بالبيئة لا يقتصر فقط على المراقبة ومتابعة التأثيرات البيئية في المناطق السياحية ولكن لابد ايضا من تخفيف المشكلات البيئية في المواقع السياحية فالمسوحات تبين المشكلات البيئية التي يجب ان تدرس وتراعي في الخطة السياحية مع وضع التوصيات لحل هذه المشكلات البيئية وتفاديها في المستقبل من خلال تطبيق السياسات البيئية واجراءات الرقابة.

**و-** دعم البيئة: يعمل اقامة وتطوير مرافق سياحية جيدة وتصاميم مختلفة على دعم الطابع الريفي او الحضري في المواقع السياحية المختلفة.

## 2- الاثار السلبية:

تتعدد وتنوع الاثار البيئية السالبة الناجمة عن النشاطات السياحية ويمكن اختصار اهم الاثار السلبية فيما يلي:

**أ-** الملوثات البيئية: يعمل تخطيط استعمالات الارض السيئ والتصميم غير المناسب للمرافق السياحية والاختيار غير الموفق لمواقع المرافق السياحيه في احيان كثيرة على حدوث كثير من المشاكل والاضرار البيئية فمثلا انشاء فنادق على الشواطى للبحار مباشرة يجعل منشآت هذه الفنادق تتعرض للضرر بسبب عمليات التجوية الملحية وتغمر الامواج العاليه هذه المنشآت بالمياه في احيان اخرى مما يعمل على تداعياها بمرور الزمن وعلى العكس من ذلك يعمل التخطيط الجيد على تفادي كثير من هذه المشاكل.

**ب-** الاضرار بالمواقع التاريخية والاثريه: يؤدي الاستعمال المبالغ فيه وسوء استخدام المواقع الاثرية والتاريخية الى الحاق الضرر بهذه العناصر السياحية الهامه ويعمل بمرور الزمن على اندثارها خصوصا اذا لم تتوفر الصيانة المستمرة واذا غابت الرقابة الدائمة للسياح.

**ج-** مشكلات استعمال الارض: اذا لم يتم تطوير السياحة بناء على تخطيط ملائم وواضح لاستعمالات الارض فان السياحة الناتجة ستخلق مشكلات كثيرة في مجال استعمالات الارض فاستغلال الاراضي التي قد تصلح لاستخدامات اخرى مثل الزراعة والحدائق لبناء المرافق السياحية قد يعمل على ظهور مشاكل مختلفة فالاستخدامات التجارية الطويلة غير مجدية لخدمتها بالبنية التحتية وينشا عنها ظروف نقل ومرور خطيرة وقد تكون قبيحة المنظر واذا لم ياخذ التخطيط السياحي بعين الاعتبار استعمالات الارض وخدمات البنية التحتية فستكون البنية التحتية محملة باكثر من طاقتها وينشا عنها كثافة في حركة النقل وعدم كفاية المياه وانظمة التخلص من النفايات.

#### 4- الآثار الاقتصادية والاجتماعية

##### 1- الآثار الايجابية:

- ✓ توفير فرص عمل جديدة وبالتالي دخول جديد للمنطقة.
- ✓ توفير العملة الصعبة مما يؤدي الى تحسين مستوى المعيشة للمجتمع المحلي ودعم التنمية الشاملة.
- ✓ زيادة الايرادات من الضرائب والرسوم وما ينجم عنه من تطوير للمجتمعات المحلية من خلال تطوير خدمات البنية التحتية ودعم الاقتصاد بشكل عام.
- ✓ دعم الأنشطة الاقتصادية الأخرى في القطاعات (الزراعة والصناعة والخدمات) وذلك من خلال الطلب على المنتجات الزراعية والصناعية وبالذات الصناعات اليدوية التقليدية وكذلك يزداد الطلب على منشآت النوم ومرافق الخدمات المختلفة فينبسط قطاع الانشاءات.
- ✓ تطوير خدمات النقل وخدمات البنية التحتية الأخرى من أجل تلبية حاجات قطاع السياحة وهذه الخدمات لا تقتصر الاستفادة منها على السواح بل تتعداهم لتشمل السكان المحليين.
- ✓ تنشيط قطاع التعليم والتدريب في مجال المهن السياحية المختلفة وتوفير فرص عمل للنساء.
- ✓ المحافظه على التراث الثقافي: تشكل السياحة حافزا للمحافظة على عناصر التراث الثقافي في المنطقة او الاقليم السياحي فهي تبرر عمليات المحافظة على هذه العناصر على اعتبارها عنصر جذب سياحي مهم وتشمل المحافظة في هذا المجال العناصر التاليه:
  - المحافظة على المواقع التاريخية والاثريه والانماط المعمارية المميزه
  - احياء الفنون التقليدية والصناعات اليدوية والمناسبات التقليدية وبعض مظاهر الحياة المحلية
  - الدعم المالي لصيانة المتاحف الثقافية المختلفة مثل المسارح وكذلك تنظيم المهرجانات والمناسبات الثقافية كونها عناصر جذب سياحي للسكان المحليين والزوار من الخارج من جانب اخر تساهم السياحة في دعم التبادل الثقافي بين المجتمعات (بين السياح والسكان) حيث يتعلم كل منهم من ثقافة الآخر وبالتالي يزداد التفاهم المشترك والاحترام وتلاقي القيم والعادات قبولاً من الجانبين بعد معرفة اصولها واساسياتها وفي الدول التي تتعدد فيها العناصر العرقية مثل الهند واندونيسيا ويمكن للسياحة المحلية ان تدعم التبادل الثقافي وتخلق روح الوحدة بين المجتمعات المختلفة وهذا هدف مهم ورئيسي لتطوير السياحة المحلية او الداخلية في كثير من دول العالم وخصوصا النامية.

##### 2- الآثار السلبية:

- إذا لم تكن النشاطات السياحية مخططة ومراقبة بشكل جيد فيمكن ان ينشا عنها تأثيرات سلبية او تعمل على عرقلة التأثيرات الايجابية ومنها:
- أ- يفقد المجتمع المحلي الفوائد الاقتصادية للسياحة اذا كانت المرافق السياحية مملوكة من قبل غرباء او اذا كانت معظم المرافق السياحية مملوكة وتدار من قبل شرائح سكانية معينة تتمتع بمعظم العوائد الاقتصادية اما باقي المجتمع المحلي فلا يحصل الاعلى نسبة قليلة من الفوائد
  - ب- يقلل دور السياحة في توفير عملات صعبة اذا كان جزء كبير من المواد والخدمات المستخدمة لاغراض السياحة مستوردة من الخارج.
  - ج - يعمل تركيز النشاطات السياحية في مكان واحد او عدة امكنة في الدولة او الاقليم على خلق تشتت اقتصادي اي فوارق اقتصادية واجتماعية اذا لم توجد تنمية متخصصة في المناطق الأخرى.

- د - تساهم السياحة في خلق تشنتت في العمالة اذا كانت السياحة تجذب عددا كبيرا من العمالة من القطاعات الاخرى مثل الزراعة والثروة السمكية كونها توفر أجور اعلى وظروف عمل افضل.
- هـ - تعمل السياحة احيانا على نشوء استياء من السكان المحليين تجاه العمالة الوافدة التي تعمل في المرافق السياحية المختلفة وتستنثر بقسم كبير من العوائد السياحية خصوصا اذا كان الاداريون والفنيون العاملون في المرافق السياحية من الوافدين.
- و - استياء السكان المحليين من توفر الوقت الكافي للمتعة والترفيه نتيجة احساسهم بالفروقات في المستويات الاقتصادية بين السياح والسكان المحليين.
- ز - تزايد الضغط والطلب على الخدمات الاساسية من قبل السياح يدفع السكان الى الشعور سلبيات اتجاه السياحة.
- ح - تعديل الفنون التقليدية والصناعات اليدوية لتناسب اذواق السياح نتيجة الاستغلال التجاري الزائد يعكس عدم تفهم واحساس بقيمة الثقافة المحلية.
- ط - يؤدي تدني الانماط الثقافية المستوردة نتيجة الاحتكاك بالسياح الى ضياع الهوية الثقافية المحلية
- ي - يتاثر السكان المحليون من الشباب بالسياح في الملابس وانماط الحياة والمعيشة دون تفهم لهذه الانماط مع عدم امكانية مسايرتها نظرا لغياب قدره المالية.
- ك - ينشا سوء الفهم والتناقض بين السكان المحليين والسياح نتيجة اختلاف اللغة والعادات والقيم والمعتقدات وانماط السلوك.
- ل - تساهم السياحة في انتشار مشكلات المخدرات والمسكرات والجرائم باشكالها رغم انها قد لا تكون السبب الرئيس في تفشي مثل هذه المشكلات.
- ملاحظة: النقاط اعلاه (للايجابيات والسلبيات ) للاطلاع فقط بالنسبة للطالب.



شكل 5-2 يمثل الاثار الاقتصادية والبيئية في التنمية السياحية

### 5-3 تخطيط عناصر و مكونات نظم معلومات الموارد البشرية

تعد إدارة الموارد البشرية في المنظمات العامة منها والخاصة حجر الزاوية في العملية الإدارية، وذلك لاعتماد هذه المنظمات في تحقيق أهدافها التنظيمية على مواردها البشرية، وتعرفها الجمعية الأمريكية لإدارة الأفراد بأنها فن اكتساب الموارد العاملة ذات الكفاءة، وتنميتها، والاحتفاظ بها، من أجل تحقيق الأهداف التنظيمية بأقصى قدر من الكفاءة و الفاعلية .

وتعد نظم معلومات الموارد البشرية انعكاساً واضحاً لاهتمام المنظمات بالموارد البشرية وتنمية استخدامها، وذلك من خلال توفير البيانات والحقائق المتعلقة بالعاملين والوظائف والأنشطة وسياسات التوظيف وغيرها، ومعالجتها للحصول على المعلومات والتقارير التي تمكن من اتخاذ القرارات السليمة المتعلقة بكفاءة وفاعلية استخدام الموارد البشرية.

ويُعرف نظام معلومات الموارد البشرية بأنه النظام الذي يتم تصميمه بوظيفة محددة في إطار عمليات المنظمة، وللتحديد بقيام وظيفة إدارة الموارد البشرية والسعي بصفة أساسية إلى توفير المعلومات التي يحتاجها المديرون لاتخاذ القرارات المتعلقة بفاعلية وكفاءة استخدام العنصر البشري والرفع من مستوى أدائه ليؤدي دوره في تحقيق الأهداف التنظيمية، وهناك مجموعة مرتكزات أو عناصر رئيسية يجب توافرها في نظم معلومات الموارد البشرية وهي:

#### 1- قاعدة البيانات:

يعتبر إنشاء قاعدة البيانات من أهم مرتكزات النظام بحيث تشمل على البيانات الأساسية المتعلقة بالمنظمة والعاملين فيها. إدخال البيانات: يمثل إدخال البيانات بصورة صحيحة وتحديثها باستمرار وتجنب التكرار غير الضروري في البيانات المخزنة في قاعدة البيانات.

#### 2- استرجاع المعلومات:

هو الحصول على المعلومات وقت الحاجة إليها، بحيث تتفق مع احتياجات المديرين من حيث الشكل والمضمون.

مركز معلومات الموارد البشرية: وهي عبارة عن مجموعة الأفراد المكلفين بالأنشطة اليومية لنظم معلومات الموارد البشرية ولديهم الخبرة اللازمة بتلك الأنشطة.

#### 3- سلامة البيانات:

ويقصد بها الوثوق بالبيانات وضمان أمن وسلامة البيانات من خلال التحكم في الوصول إلى قاعدة البيانات ولا يختلف نظام معلومات الموارد البشرية اختلافاً كبيراً عن نظم المعلومات الإدارية الأخرى، إذ أنه يتكون من الأبعاد الرئيسية لأي نظام والتي تتمثل في المدخلات والعمليات التشغيلية والمخرجات مع وجود عنصر التغذية المرتدة، إلا أن نظام معلومات الموارد البشرية يتميز بتعدد الأنشطة التي يشملها ويعمل على خدمتها.

#### - و النظام يصمم لأداء وظائف محددة منها

أ- حصر وتسجيل الوقائع الوظيفية ورصدها في شكل بيانات وحقائق مفصلة وذلك بربط النظام بمصادر البيانات من النماذج و السجلات المستخدمة في شؤون الموظفين، مثل نماذج طلبات التعيين وسجلات الموظفين وتشكيلات الوظائف وقرارات الترقيات ومسيرات الرواتب وبيانات الإجازات .... إلخ.

ب- تدقيق البيانات والحقائق وتصنيفها وتحليلها تمهيداً لاستخدامها في المجالات المختلفة لإدارة شؤون الموظفين، ويتم التدقيق والتصنيف والتحليل إما يدوياً أو آلياً، وذلك حسب نوع النظام المستخدم، وسيأتي تفصيله عند تحديد أنواع نظم معلومات الموارد البشرية.

4- استخراج المعلومات بصورة واضحة بحيث يسهل فهمها وتفسيرها، وتكون غالباً على شكل ملخصات للبيانات وإحصائيات جاهزة للاستخدام في شتى مجالات شؤون الموظفين ويتم حفظها وتخزينها في ذاكرة النظام حيث يلجأ إليها متخذو القرارات، للاستفادة منها في اتخاذ قرارات سليمة تضمن كفاءة وفاعلية استخدام العنصر البشري في إدارة التغذية العكسية.

كما أن للمعلومات المرتدة أهمية ودور أساسي في نظام معلومات الموارد البشرية في إطار أهميتها للنظام الكلي لإدارة شؤون الموظفين، حيث تدعم التغذية العكسية النشاط الرقابي على

العنصر البشري، وتمكن من علاج المشكلات التي تحد من فاعلية استخدامه، كما تمكن من متابعة التطور في سياسات وإجراءات شؤون الموظفين، مثل التعديلات التي تطرأ على أنظمة ولوائح الخدمة المدنية، والهيكل التنظيمية، وخطط تصنيف الوظائف وما إلى ذلك وبناءً عليه فإن عناصر نظام معلومات الموارد البشرية تتكامل بعضها مع بعض، وتتفاعل مع البيئة الخارجية للنظام لتؤدي دوراً أساسياً في دعم سياسة ونشاط إدارة الموارد البشرية في المنظمة، وصولاً إلى حسن استخدام الموارد البشرية بما يحقق الأهداف التنظيمية للمنظمة. يشتمل نظام معلومات الموارد البشرية على البيانات والحقائق المتعلقة بالعاملين، بالإضافة إلى المعلومات التي يوفرها النظام لإدارة شؤون الموظفين وذلك على شكل تقارير وإحصائيات وملخصات تتعلق بالعمل والعاملين. ويمكن تصنيف البيانات والحقائق والمعلومات التي يتضمنها النظام إلى ثلاثة أنواع رئيسية وذلك على النحو التالي:-

\* البيانات والحقائق والمعلومات المتعلقة بالموظف (مستمدة من النماذج التي يتم استخدامها في ادارات شؤون الموظفين في الوزارات) مثل البيانات الشخصية، المؤهلات الدراسية، الخبرات العلمية السابقة.

\* البيانات الخاصة بالموظف وتشمل مثلاً مسميات الوظيفة، مستويات الوظائف، أرقام الوظائف، المواقع التنظيمية للوظائف، عدد الوظائف الشاغرة وكذلك التعديلات في مسميات ومستويات الوظائف.

\* البيانات والحقائق والمعلومات المتنوعة مثل البيانات والمعلومات المتعلقة بسياسة التوظيف والبيانات الخاصة بسوق العمالة.

لقد مرت نظم معلومات الموارد بمراحل عديدة تطورت خلالها من نظم يدوية تقليدية إلى نظم آلية وإلكترونية حديثة. وقد كان السبب الأساسي لذلك التطور ما شهدته المنظمات من تطور ونمو في هيكلها التنظيمية، وتعقيد أنشطتها الإدارية نتيجة الزيادة في أعداد العنصر البشري التي استخدمتها تلك المنظمات لإنجاز أعمالها، وأيضاً تطور وسائل اتخاذ القرارات ويتصدرها الأساليب الكمية والأجهزة الإلكترونية مثل الحاسب الآلي.

وينبغي الإشارة هنا إلى أن اختيار نوع نظام معلومات الموارد البشرية المناسب، يتوقف على عدة معايير منها: حجم المنظمة، عدد ونوعية العاملين بها، وتنوع أنشطتها، بالإضافة إلى الإمكانيات المالية والبشرية المتمثلة في توفر الاعتمادات المالية لتأمين تغطية تكلفة النظام، وكذلك مدى توفر الفنيين المؤهلين لإدارة وتشغيل النظام بكفاءة وفاعلية. وحتى ينجح نظام معلومات الموارد البشرية فإنه من الضروري توافر عدة متطلبات تتكامل مع بعضها البعض في التأثير على نجاح النظام، ومن أهم تلك المتطلبات:

### **أولاً: المتطلبات الإدارية:**

- وتتمثل في النواحي المتعلقة بالإدارة وأنشطتها المختلفة ومنها:
  - تحديد أهداف وغايات الإدارة بشكل واضح، ومن ثم بيان الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها نظام معلومات الموارد البشرية.
  - التخطيط الفاعل لاحتياجات النظام من الموارد المتعددة، مما يتطلب بدوره اقتناع وتأييد الإدارة العليا في المنظمة بأهمية نظام معلومات الموارد البشرية، وتقديم الدعم المادي والمعنوي لذلك.
  - مشاركة الإدارات الرئيسية في المنظمة مع إدارة الموارد البشرية في إعداد وتصميم النظام.

- مراعاة احتياجات المستفيدين من مخرجات ومعلومات النظام سواءً من داخل المنظمة أو خارجها.
- الرقابة والمتابعة المستمرة على كافة عناصر نظام معلومات الموارد البشرية لضمان كفاءة وفاعلية أدائه.

### ثانياً: المتطلبات التكنولوجية (الفنية)

- وتتمثل في عدة متطلبات أهمها:
- \* توفر الأجهزة والآلات والأدوات اللازمة لتشغيل النظام بمراعاة إمكانيات واحتياجات المنظمة.
- \* توفير الأفراد ذوي المهارات والخبرات الفنية اللازمة لتشغيل الأجهزة والآلات والحاسبات الآلية أو
- \* الاستعانة بمجموعةٍ من الاستشاريين في هذا المجال.
- \* تصميم نظام متكامل للصيانة والسلامة، وسرية البيانات والمعلومات التي يتعامل معها النظام، تكامل البيانات – الملفات والسجلات والوثائق – من أجل استخدامات أكثر فاعلية.

### ثالثاً : المتطلبات الاقتصادية:

- ومن أهمها:-
- \* توفير وقت كافٍ لعملية إعداد وتصميم النظام، بما يسهم في إيجاد نظم مبنية على أساس واضح وسليم.
- \* العمل على تخفيض التكاليف.
- \* الاستخدام الأمثل للأفراد العاملين على تشغيل نظام معلومات الموارد البشرية.
- \* توفير الجهد المبذول في جميع مراحل عمل نظام معلومات الموارد البشرية، مما يتطلب تدريب العاملين بالنظام لزيادة مهاراتهم في التشغيل واستخراج المعلومات.

### رابعاً : المتطلبات الاجتماعية:

- ومن بينها التعاون المستمر بين إدارة الموارد البشرية وكافة الإدارات الأخرى بالمنظمة لضمان
- \* الإمداد بالمعلومات لتلك الإدارة والحصول منها على البيانات والحقائق.
- \* الاتصال الجيد بين العاملين في إدارة الموارد البشرية ومجموعة العاملين بالحاسب الآلي وضرورة وجود تفاهم متبادل بين الطرفين.
- \* توفر روح المساعدة من قبل مصممي النظام للمستفيدين منه.
- \* سهولة استخدام مخرجات النظام مما يتطلب دعم السلوك الإيجابي لدى العاملين بالنظام والمستفيدين منه.

### 5-3-1 أهمية نظم معلومات الموارد البشرية:

- تحقق نظم معلومات الموارد البشرية للمنظمات العديد من المزايا من أهمها الآتي:-
- 1- خزن واسترجاع المعلومات ومعالجتها بالسرعة الممكنة.
- 2- تقليص التعامل بالسجلات اليدوية والمعاملات الورقية.
- 3- السرعة في إنجاز عمليات الخزن والتحليل المؤدية إلى سرعة ودقة عملية صناعة القرارات.
- 4- العلاقة الجيدة والفهم المتبادل بين الإدارة والعاملين عن طريق توفير المعلومات المختلفة حول نشاطات العاملين في المنظمة.
- 5- اخبار نظم معلومات الموارد البشرية عن أية تغيرات في الموارد البشرية في البيئة الداخلية والخارجية، وبذلك تمكن الإدارة من الأعداد لمواجهة تلك التغيرات بكفاءة.

6- تحقيق نظم معلومات الموارد البشرية التكامل والتنسيق بين مختلف نشاطات إدارة الموارد البشرية  
7- كما تساعد في تحقيق التكامل بين إدارة الموارد البشرية والادارات الاخرى

### ■ العوامل التي تحد من فاعلية نظام معلومات الموارد البشرية:

- عشرة عوامل تقف حيال بناء نظام معلومات الموارد البشرية المحوسبة وذكر أنها أخطاء متكررة وليست حديثة بل تتكرر منذ الستينات من القرن العشرين، وتتمثل هذه الأخطاء:
- \* عدم تحديد أهداف نظم معلومات الموارد البشرية بدقة.
- \* عدم المشاركة الفاعلة لإدارة الموارد البشرية في بناء وتصميم نظام المعلومات.
- \* ضعف الارتباط المتكامل بين النظم الفرعية لنظام معلومات الموارد البشرية
- \* وجود تعقيدات وعلاقات متشابكة بالنظام تؤدي لتعدد التقارير.
- \* عدم وجود التأييد والدعم الكافي من قبل الإدارة العليا.
- \* الاعتماد على اللجان لتصميم النظام ومتابعته.
- \* استخدام تكنولوجيا معقدة، يصعب في كثير من الأحيان على موظفي إدارة الموارد البشرية استخدامها وتشغيلها.
- \* التهاون في عملية الرقابة قبل وأثناء بناء وتصميم نظام معلومات الموارد البشرية.
- \* مقاومة العاملين لإدخال نظام معلومات الموارد البشرية.
- \* عدم دراسة تكلفة البرامج المساعدة المستخدمة بدقة وعناية.

### 5-3-3 مجالات استخدام نظم معلومات الموارد البشرية:

ينبغي توظيف نظم معلومات الموارد البشرية في تحقيق كفاءة وفاعلية الأداء في مجال تخطيط الموارد البشرية، بتوفير المعلومات التي تؤدي دوراً مهماً في تمكين المسؤولين في المنظمة من اتخاذ قرارات سليمة وصائبة فيما يتعلق بتخطيط الموارد البشرية. ولا شك أن ذلك ينعكس على مستوى الأداء في المجالات الأخرى لنشاط شؤون الموظفين بما يحقق أهداف إدارات شؤون الموظفين بصفة خاصة، والأهداف التنظيمية بصفة عامة.

وكذلك في إعداد موازنة الوظائف، ذلك الجانب من الإنفاق في الموازنة العامة للدائرة الحكومية المخصص للصرف على الموظفين ومستحققاتهم وامتيازاتهم، ويشمل بالتحديد: الرواتب، والأجور، والمكافآت، والبدلات.

وتستخدم المعلومات لصالح تصنيف الوظائف من النشاطات الواسعة التي تضطلع بها الدوائر الحكومية، وما تتطلبه تلك الأنشطة من درجات متنوعة من المعارف والمهارات والقدرات، ومستويات متباينة من الواجبات والمسؤوليات، ومن ذلك المساهمة في عملية توظيف فعالة وتشتمل عملية التوظيف على مرحلتين أساسيتين الاستقطاب والاختيار ومن ثم رعاية مصالح الموظفين أثناء الخدمة.

وكذلك في مجال إدارة الرواتب وتُعرف إدارة الرواتب بأنها ذلك النشاط الذي يعني بتصميم وتطوير ورعاية نظام كُلي للرواتب يتحدد من خلاله العائدات المادية المستحقة للعاملين، وكيفية دفعها.

### 5-3-4 تخطيط الموارد البشرية السياحية

يقصد بتخطيط العماله السياحيه ضمان وجود شخص مناسب في مكان مناسب وفي الوقت المناسب وهذا مهم جدا في السياحة لانها تعتمد على مصادر القوى البشرية والكفاءة الوظيفية العملية ويقوم بتخطيط العماله السياحية متخصص في تخطيط العماله والتدريب وفي بعض الاحيان يتم اعداد دراسات شاملة للعماله وانواعها في الاقتصاد بما فيها السياحة يتبع في تخطيط العماله السياحية

اسلوب متسلسل يشمل المستويات الادارية والتشغيلية الوطنية والاقليمية والمحلية ويتضمن تخطيط العمالة اربع خطوات اساسية كالتالي:

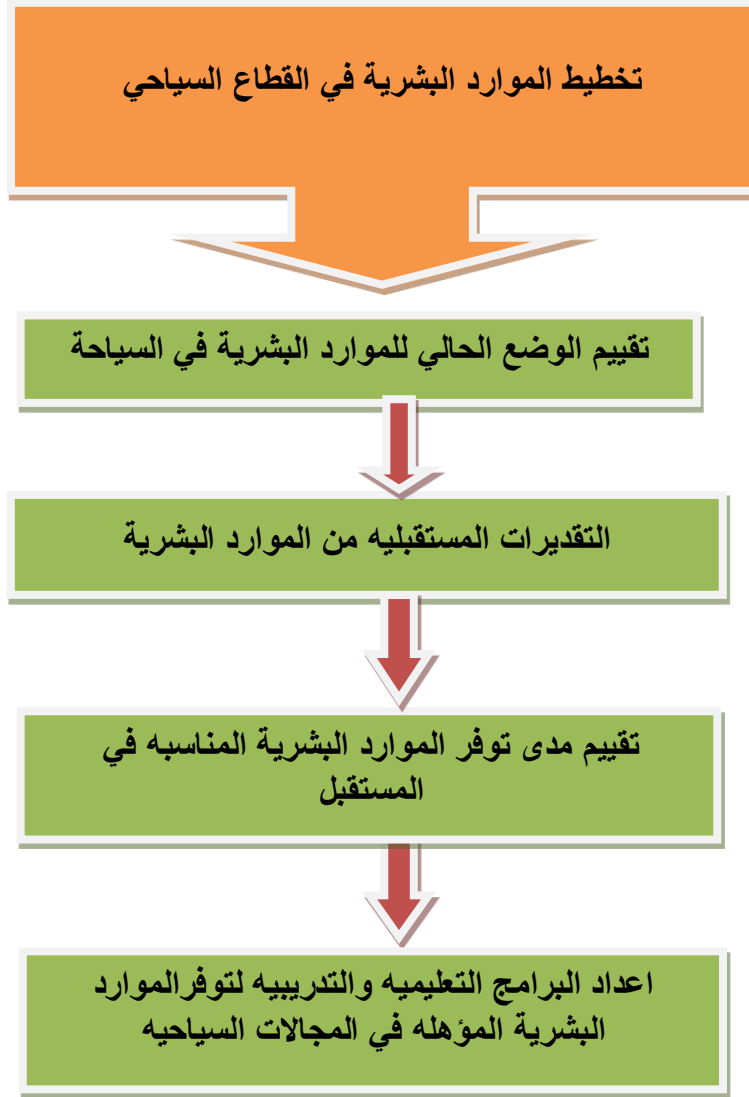
#### **أ- تقييم الاستغلال الحالي للموارد البشرية السياحية وتحديد اى مشكلات ومتطلبات حالية:**

يتم في هذه الحالة اجراء مسوحات الموارد السياحيه في كافة المنشآت والمرافق السياحيه العامه والخاصه ويشمل المسح تطبيقات للوظائف وعدد العاملين وخصائصهم واي مشكلات او متطلبات واضحه مثل عدم وجود تدريب كاف وكذلك يتم تقييم سلوك العاملين اتجاه عملهم وما يلزم للخروج بنسب جيدة لعدد العاملين مقابل كل غرفة فندقية وايضا يتم تقييم برامج التدريب الموجودة وكذلك مراكز ومعاهد التدريب السياحي القائمة.

#### **ب- تقدير الموارد البشرية المستقبليه المطلوبه في القطاع السياحي حسب التخصصات المختلفه:**

تعتمد تقديرات العمالة السياحية على المستوى الوطني والاقليمي بناء على اعداد السياح ومرافق الاقامة كما ونوعا اما على مستوى تحديد المشروع فتكون التقديرات محددة اكثر تحسب تقديرات العمالة الكلية من خلال نسبة عدد الوظائف مقابل وحدة الاقامة (للعمله المباشره) والغير مباشره يتم وضع نسبة معينه وهذا الاسلوب يشبه تخطيط الموارد البشرية في القطاعات الاقتصادية الاخرى ويلاحظ ان الفنادق ذات الدرجات الاعلى تتطلب عماله اكبر مقابل وحدة الاقامه مقارنة بالفنادق ذات الدرجات الاقل ومن خلال عملية المسح للعماله المحليه تحدد نسبة الوظائف الحاليه وتعديل حسب متطلبات السياحه المستقبلية واذا كان حجم السياحه الحاليه صغيرا فيمكن استعمال مؤشرات لمناطق اخرى مشابهة للمنطقة المخطط لها وتحدد العماله في المناطق الاخرى حسب نوع النشاط السياحي اما العماله في القطاع العام فتحدد بناء على الدور الحكومي في عملية التنمية السياحية.

بعد ان يتم تحديد الانواع العامه للوظائف يتم وضع نظام للخصائص الوظيفيه ودرجة الخبرة لكل وظيفه في المجال السياحي وهذا النظام يجب ان يكون شاملا ويتضمن على الاقل التصنيفات الرئيسة للفنادق والخدمة ومكاتب السياحه والسفر والادارة السياحية وخدمات الاعلام والمعلومات السياحية وكما في المخطط 3-5.



**مخطط 3-5 يمثل التخطيط للقوى العاملة في السياحة**

#### **ج - تقييم مصادر الموارد البشرية التي ستتوفر في المستقبل:**

يجب عمل تقييم لمصادر القوى العاملة المتاحة والمستقبلية لتحديد القوى العاملة التي يلزم تدريبها ويمكن استخدام مؤشرات النمو السكاني لتقدير القوى العاملة وتصنيفهم حسب المستوى التعليمي وحسب الجنس ويتم تقييم عادة ضمن التخطيط الشامل للقوى العاملة في المنطقة والتي تشمل العمالة المطلوبة للقطاعات الاقتصادية الاخرى فيأخذ تقييم مصادر القوى العاملة بعين الاعتبار اي اعتبارات اجتماعية – ثقافية وای معوقات دينية او اجتماعية تؤثر على اعداد وانواع القوى العاملة في السياحة.

#### **د- وضع برنامج التعليم والتدريب:**

يتم اولا وضع وصف وظيفي وتحديد تخصصات الموظفين ثم تباعا يحدد نوع التدريب المطلوب وينظم الوصف الوظيفي القدرات اللغوية عادة والقدرة على تحمل المسؤولية ويبين مسح القوى العاملة مجالات التدريب الاضافي المطلوب للعمالة المتاحة وكذلك للعمالة المستقبلية وايضا العدد المطلوب تدريبه الان وفي المستقبل ويشمل التدريب جوانب عديده منها الاداري والصحي والاتصالات والعلاقات العامه وتشمل البرامج التدريبية ما يلي:

- \* التدريب خلال العمل في اماكن العمل مثل الفندق والمطعم
  - \* برامج تدريب قصيره مختلفه في المجالات السياحيه تعقد في اماكن العمل او في مراكز محلية.
  - \* برامج تدريب مهنية تتراوح مدتها بين 6 اشهر وسنة كاملة وتعقد في معاهد فندقيه او مركز تدريب سياحي.
  - \* دراسات جامعية مقابل شهادات البكلوريوس او الدراسات العليا ( الماجستير والدكتوراه ) في الفندقية السياحية او ادارة النقل.
  - \* رحلات سياحيه وتشمل جولات وزيارات لمواقع التنمية السياحية الناجحة ويتم مقابلة المسؤولين والادارين في هذا المواقع.
  - \* برامج خاصة معدة خصيصا وتشمل دراسات اكاديمية ورحلات دراسية.
  - \* برامج بالمراسلات وهي متوفرة في الفنادق بانواعها.
- وعلى مستوى المؤسسات السياحية والفنادق الكبرى يتم اعداد تخطيط القوى العاملة حسب الحاجة وتقوم هذه المؤسسات بعقد برامج تدريبية خلال العمل او يمكن ارسال المتدرب الى المعاهد الخارجية وعموما تحتاج خطة القوى العاملة الى مراقبة ومتابعة للتأكد من تحقيقها الاهداف واجراء اي تعديلات اذا اقتضت الحاجه كما ان طرائق التدريب ومحتويات التدريب يجب تحديثها من وقت لآخر لمسايرة كل ما هو جديد.

### 5-3-5 انواع العمالة الناتجة عن السياحة

هناك تصنيفات لانواع العمالة الناتجة عن السياحة وفيما يلي عرضها وهي:

#### 1- طبقا لصلة العمل بالنشاط السياحي وتقسم الى:

##### أ- العمالة المباشرة

وتشمل فرص العمل المتاحة في المنشآت السياحية ضمن حدود القطاع السياحي مثل الفنادق ووكالات السفر وشركات النقل وبيع التذكارات واماكن اللهو والتسلية.

##### ب- العمالة غير المباشرة

وتعني فرص العمل المتولدة في القطاعات الاخرى التي يعتمد عليها القطاع السياحي في توريد الطعام والشراب (الزراعة والصناعة) بما فيها قطعات فرعية وثانوية وتشير بعض الدراسات ان كل تسعة فرص تتولد مباشرة للقطاع السياحي تقابلها فرصة عمل واحدة غير مباشرة في القطاعات الاخرى.

#### 2- طبقا لمدى استمرارية العمل في النشاط السياحي ويقسم الى:

##### أ- العمالة الدائمة

وتشمل فرص العمل الدائمة في القطاع السياحي اي ان القوى العاملة تعمل باستمرار في القطاع السياحي من دون ان يتأثر بالطبيعة الموسمية للطلب السياحي والتذبذب الناتج عنها وما يعكسه من اثار على النشاط السياحي.

##### ب- العماله المؤقتة او الموسمية:

وتشمل فرص العمل المؤقتة او الموسمية في القطاع السياحي اي ان القوى العاملة لا تعمل باستمرار في القطاع السياحي فطبيعة الطلب السياحي الموسمي الناتجة عن ظرف متعلق بالمناخ ووقت الفراغ والاجازات يتولد عنها اندفاع كبير للسياح على الاماكن السياحية في موسم الذروة السياحي مما يستوجب الاستعانة بالقوى العاملة وبالذات الطلاب منهم للعمل في الخدمات السياحية بعقد وقتي لسد متطلبات الزخم الكبير للافواج السياحية في هذا الموسم وبذلك فان السياحة من هذا المنطلق تعمل على توفير فرص عمل ودخل لافراد مرتبطة بامور اخرى وخاصة الطلبة منهم.

### 3- طبقا للاختصاص وعلاقتة بالسياحة وتقسم الى:

#### أ - عمالة سياحة متخصصة:

وتشمل الجهاز الاداري والخدمي العاملين في القطاع السياحي ممن لديهم شهادات وخبرات متخصصة بالسياحة الفندقية كالمدرء والمضيفين وعمال الخدمة والطباخين.

#### ب - عمالة فنية متخصصة في مجالات غير السياحة:

لكنها في نفس الوقت تعمل في النشاط السياحي ولها دور كبير في انجاز الخدمات السياحيه مثل المهندسين والكهربائين والفنيين الذين يشرفون على اجهزة الصيانه والكهرباء والماء والشؤون الفنيه الاخرى.

### 4 - طبقا للمهارة والكفاءة التي يتمتع بها الفرد وتقسم الى:

#### أ - العمالة الماهرة

وتشمل العاملين الذين يتمتعون بمهارات وكفاءات ادارية وفنيه عالية ناتجة اما عن حصولهم على شهادات تخصصية في مجالات عملهم او لديهم خبرات طويلة في الاعمال التي يمارسونها او الاثنين معا وعادة تكون نسبة العاملين الماهرين في القطاع السياحي عاليه جدا

#### ب - العمالة غير الماهرة

وعلى الرغم من وجودها في القطاع السياحي الا انها تشكل نسبة قليلة وكثيرة منها ما قد ادخل دورات معينة لكيفية التعامل مع السياح وفق الاساليب الحديثة ودورات اللغة ومجالات اخرى بحيث يمكن اعتبارهم نصف ماهر.

## اسئلة الفصل الخامس

- س1 عرف التنمية السياحية وماهي مكوناتها؟
- س2 تكلم عن اهداف التنمية السياحية؟
- س3 وضح اشكال التنمية السياحية؟
- س4 تكلم عن اعداد خطة التنمية السياحية ؟
- س5 ما هي محاور تحليل البيانات السياحية؟
- س6 ما هي تأثيرات السياحة في التنمية الاقتصادية ؟
- س7 كيف نجعل من المشروع السياحي صديقا للبيئة ؟
- س8 ما هي العوامل السلبية المؤثره على التخطيط التنموي السياحي ؟
- س9 ما هي تأثيرات السياحة على التنمية الاجتماعيه ؟
- س10 ما هي العناصر التي يجب توافرها في نظم المعلومات للموارد البشرية ؟
- س11 ما هي متطلبات نجاح نظم المعلومات للموارد البشرية؟
- س12 ما هي العوامل التي تحدد فاعلية نظام معلومات الموارد البشرية؟
- س13 ما هي الخطوات لتخطيط العماله السياحية؟

## الفصل السادس

### ادارة وتخطيط البرامج السياحية

#### مفردات الفصل

- اولاً: تعريف البرنامج السياحي
- ثانياً: انواع البرامج السياحية
- ثالثاً: حساب البرنامج السياحي

#### الاهداف السلوكية

- 1- بعد قراءة هذا الفصل سيكون الطالب قادر على ان:
- 2- يعرف مفهوم ادارة وتخطيط البرنامج السياحي
- 3- يفهم مكونات البرنامج السياحي
- 4- يعرف مراحل اعداد البرنامج السياحي

## 6-1 تعريف البرنامج السياحي

نتيجة التطور الهائل الذي طرا على صناعة السياحة ظهرت الحاجة الى الترويج والتنمية السياحية والتخطيط لبرامج سياحية و تقدم الشركات السياحية نماذج متعددة للبرامج السياحية تتفاوت في محتوياتها لتحديد المفهوم للبرنامج السياحي.

تعريف البرنامج السياحي " هو عبارة عن مجموعة الخدمات أو المنافع التي تقدمها شركة السياحة للسائح خلال فترة معينة أو بتكلفة معينة"

## 6-1-1 اهداف البرنامج السياحي:

تهدف البرامج السياحيه الى:

- 1- تدفق العملات الصعبة للبلد
- 2 - زيادة حصة شركات الطيران من المناطق السياحية
- 3- استثمار جميع الامكانيات السياحيه المتاحه
- 4-ملء المقاعد المتوفره خلال المواسم المتدنيه للنشاط
- 1- تقديم خدمات جديده للعملاء مدعومه بالحوافز التشجيعيه
- 2- تحقيق فرص عمل والقضاء على البطاله
- 3- الاهتمام بالفنادق والمنتجعات وترميم الاثار وتشجيع السياحة الداخليه والخارجيه
- 4- تبادل العلاقات والثقافات وتعريف الدول باهميه البلد ومايتضمنه من مواقع سياحيه واثيريه

## 6-1-2 أنواع البرامج السياحية:

تقدم الشركات السياحيه نماذج متعدده للبرامج السياحيه

### 1- برنامج متكامل شامل

يتضمن هذا البرنامج السياحي الشامل النقل من البلد الى الوجهة السياحيه والعوده والاقامه والانتقال من المطار للفندق والعكس والوجبات والخدمات السياحيه المرافقه للبرنامج والخدمات المسانده فالرسوم التي سيدفعها السائح ستكون شامله لجميع الخدمات المذكوره انفا.

### 2- برنامج فنادق وتذاكر

تشمل رسوم هذا البرنامج تذاكر السفر ذهابا وايابا والانتقال من الفندق الى المطار والعكس والافطار فقط بدون الوجبات الاخرى بينما يتحمل السائح تكاليف زيارة المواقع الاثريه والسياحيه و الترفيهيه.

### 3- برنامج الفنادق

لايتضمن هذا البرنامج اية خدمات سوى الاقامة في الفندق للمدة المطلوبه شامله الضرائب وعمولات خدمات الفندق فقط بينما يتولى السائح شراء تذكر السفر وتاكيد الحجز وتوفير ما يحتاجه من خدمات بنفسه وهذا النوع الاكثر شيوعا في السوق السياحي.

### 4- البرنامج الخاص

هو برنامج متكامل يشمل الفنادق والخدمة والرحلات البحرية والوجبات الكاملة والخدمات الارضية والزيارات والتنقلات مثل برنامج شهر العسل تماما حيث يعكس هذا البرنامج ميول ورغبات الزوجين وقد ارتفع الطلب على مثل هذه البرامج الذي يتميز بطول فترة الاقامة مما دفع شركات الطيران الى الاهتمام بتصميم برامج شهر العسل.

### 6-1-3 مميزات البرنامج السياحي:

- ❖ الأمان
- ❖ التكلفة: هي من أهم محددات العملية السياحية فكلما كانت التكلفة مناسبة كلما كان هذا دافعا على زيادة تعامل السائحين
- ❖ الاعجاب بما يشاهده اثناء الرحلة
- ❖ الراحة
- ❖ الإثارة
- ❖ المتعة

### 6-1-4 مكونات البرنامج السياحي:

#### 1- الإقامة:

خدمة الإقامة عنصر رئيسي من عناصر البرنامج السياحي ويتحدد مكان الإقامة بما يتفق مع نوعية المستهلكين السياحيين واتجاهاتهم المختلفة"وتشمل الاقامه في الفنادق والشقق المفروشه والموتيلات ويقوم معد البرنامج بجميع الحجوزات

#### 2- وسائل النقل والمواصلات:

ويتولى هذه المهمة ممثل الشركه حيث يقوم باستقبال وتوديع السائحين ونقلهم بين المطار والفندق وتسكينهم في الفنادق المختلفه وتنظيم عمليات النقل لجميع فقرات البرنامج السياحي من رحلات ومزارات وحفلات.

#### 3- خدمة الإعاشة (الطعام والشراب):

تتضمن البرامج السياحية لخدمة الإعاشة ونوعياتها وهي تشمل وجبات الطعام والشراب الثلاث والوجبات الخفيفه التي قد يحتاجها السائح اثناء التنقل او في مواقع الزيارات

#### 4- خدمة الاستقبال والتوديع والانتقالات:

تقوم هذه الخدمة على استقبال السائحين وتوديعهم وعودتهم إلى أوطانهم

#### 5- خدمة المزارات:

هي جميع المواقع السياحيه التي تم الاتفاق على زيارتها ضمن البرنامج السياحي ويتعهد المرشد السياحي بعمل الترتيبات والحجوزات لزيارة هذه المواقع وذلك لتزامن الحجز مع وقت الزياره.

### 6-1-5 الخطوات التي تتبع في الشركة السياحية لتنفيذ برنامجا سياحيا:

#### اولاً: - مرحلة ما قبل التعاقد:

- 1- دراسة السوق السياحي العالمي
- 2- اختيار السوق الأمثل لعمل تسويق فيه
- 3- تجهيز أدوات ووسائل الدعاية والإعلان المختلفة
- 4- إعداد البرامج التي تتناسب مع سوق سياحي
- 5- الحصول على اخص الأسعار وأفضل الخدمات
- 6- رسم خطة تسويقية ناجحة لجذب اكبر عدد من السائحين

#### ثانياً: - مرحلة ما بعد التعاقد:

- 1- البدء فور التعاقد بعمل الحجوزات المختلفة
- 2- يقوم معد البرنامج بفتح ملف خاص باسم ورقم المجموعة السياحية
- 3- عمل أمر إلى المسؤول عن الاستقبال والتوديع بقسم الحركة يتضمن أمر التشغيل: رقم طائرة، وصول المجموعة، اسم الشركة الناقلة، موعد وصول الطائرة، الجهة القادمة منها، اسم المجموعة السياحية، الذي يقوم باستقبالها، واسم الفندق المحدد التوجه إليه.

- 4 - عمل أمر الباصات السياحية المستخدمة.
- 5- عمل أمر المرشد السياحي المختار لمرافقة المجموعة السياحية.

### **توقف نجاح تنفيذ العمليات السياحية على:**

- 1 - حجز السيارات اللازمة لنقل السياح
- 2- استخراج التذاكر الداخلية
- 3- تعيين موظف الاستقبال والتوديع
- 4- تعيين المرشدين الذين يرافقون السياح
- 5- تبليغ مكاتب الفروع
- 6- استخراج قسائم التبادل
- 7- استخراج قسائم تبادل الخاصة بالفندق
- 8- استلام تذاكر السياح الخاصة بعودتهم
- 9- دوام الاتصال بالسياح في أثناء إقامتهم للوقوف على رغباتهم لتلبيتها

### **شركة السياحة يجب أن تحرص على:**

- 1- الرقابة على كفاءة الخدمة السياحية
- 2- إشباع رغبات السائح
- 3 - بحث مشاكل سوء تأدية الخدمة ومحاولة إيجاد حلول له

### **6-1-6 مراحل اعداد البرنامج السياحي:**

يمر البرنامج السياحي بعدة مراحل نعرضها على النحو الآتي:

#### **1- فكرة البرنامج:**

هي اول خطوه للبرنامج تبدأ بوجود مجموعة من الافكار المتفاوتة المستوى ثم يبلورها المخطط الى فكرة جيدة بعد سلسلة من عمليات البحث والدراسة والتطوير ويعاد تقييم فكرة البرنامج حتى يتم اعتمادها بصورة نهائية.

#### **2- اعداد البرنامج:**

بعد اعتماد فكرة البرنامج يقوم فريق العمل باعداد البرنامج بتوفير وسائل وادوات نجاحه وتحديد ايام وليالي البرنامج وجدولتها على البرنامج والاتفاق مع الفنادق ووسائل الاقامه والاستراحه في المواقع السياحية التي سيتم زيارتها وتحديد وسائل الانتقال المستخدمه في زيارة البلد والمواقع السياحية وتحديد المواقع السياحية والاثريه التي سيتم زيارتها خلال البرنامج ويجب ان يضع المخطط في اعتباره توفير وقت فراغ تتيح للسائحين القيام بزيارات خاصه وفقا لرغباتهم الخاصه وتحديد سعر مبدئي للبرنامج وفقا لفقرات البرنامج ووسائل الاقامه والنقل المحدده بحيث يتسم هذا السعر بالمرونه ويتجاوب مع المتغيرات واخيرا يقوم المخطط باقتراح عدة مواعيد لتنفيذ البرنامج السياحي ثم يتم تسويق هذه المواعيد.

#### **3 - تسويق البرنامج:**

يعتمد نجاح البرنامج السياحي اعتمادا كليا على مراحل تسويق البرنامج حيث يترتب على التسويق الناجح اتخاذ خطوات اجرائيه ناجحه

#### **4- تحديد موعد البرنامج:**

بمجرد نجاح البرنامج التسويقي للبرنامج السياحي تبدأ اولى الخطوات التنفيذيه للبرنامج بتحديد الموعد الرسمي للبرنامج.

## 5- حجز الخدمات السياحية الموجودة في البرنامج:

بعد الموافقة النهائية على الموعد الذي تم تحديده يبدأ القائمون على البرنامج بحجز جميع الخدمات التي يتضمنها البرنامج السياحي وبذلك يصبح البرنامج جاهز للتنفيذ قبل فتره كافيه من مواعده فقد تصل فترة انجاز المراحل السابقه الى عام ويفترض ان يكون البرنامج جاهزا قبل شهرين من موعد التنفيذ.

## 6- تنفيذ البرنامج:

وهي مرحله تتويج لكل المراحل السابقه حيث يتم تنفيذ البرنامج السياحي من خلال منفذي البرامج السياحيه فهم واجهة الشركه السياحيه يقوم المنفذون بالتعامل مع السائحين والعمل على ارضائهم بتقديم خدمات ذات مستوى عالي تعكس مستوى البرنامج السياحي ومستوى الشركه السياحيه.

## 6-2 أنواع البرامج السياحية:

### اولاً : برامج سياحية موجهة إلى السياح الأجانب:

وتشمل هذه البرامج السياحية الموجهة لجميع سياح العالم مطروحا منهم السياح من مواطني الدولة سواء كانوا مقيمين بالداخل أو يعملون بالخارج وتقوم على عناصر الجذب السياحي المتوافرة سواء داخل أو خارج الدولة ويمكن التعبير عنها بانها الحركة او النشاط المتمثل في الانتقال والاقامة عبر حدود الدول والقارات المختلفة وتخضع هذه الحركة لعدد من العوامل والظروف السياسيه والاقتصاديه والاجتماعية التي تسود العالم وفيما يلي عرض لاهمها:

#### 1- العوامل الايجابية المؤثرة على حجم واتجاه السياحة الدولية

2- اهتمام الدول المختلفة بالسياحة والعمل على تخطيطها وتنميتها وتشجيعها واعطائها الاولويه باعتبارها نقطة ارتكاز للتنمية الاقتصاديه الشامله مما ينعكس على زيادة عدد السائحين والارتفاع بمتوسط مدة اقامتهم

3- ميل الافراد الطبيعي للسفر ورغبتهم في الاستزاده من العلم والمعرفه ومشاهدة البلدان والشعوب الاخرى وحاجتهم للراحه الذهنيه وللترفيه خاصة مع زيادة فرص التعليم وما يترتب عليها من ارتفاع للمستوى الفكري والثقافي

4- ارتفاع متوسط الدخل ومستوى معيشة الفرد في كثير من الدول الصناعيه المتقدمة.

5- اتباع الاساليب العلميه الحديثه في الدعايه والترويج والتسويق السياحي فضلا على تنوع المنتج السياحي المعروض وظهور انماط جديده لها مقومات وجذب خاصه

6- التطور الكبير والمستمر في كافة نواحي الحياه خاصة وسائل الانتقال المختلفه التي ترتبط بالسياحة وتؤثر فيها بصورة مباشره.

#### 2- العوامل السلبية المؤثرة على حجم واتجاه السياحة الدولية

1- الاضطرابات والصراعات العسكريه والسياسيه والحروب سواء كانت بين الدول مثل (العراقية – الايرانية) او كانت داخل الدولة مثل الحرب الاهليه في لبنان او يوغسلافيا.

2- الارهاب وعمليات التعدي على السائحين مثل الاحداث التي جرت في اسبانيا او مصر .

3- التضخم النقدي وتراجع معدلات النمو الاقتصادي في بعض الدول الاوربية وما يترتب عليها من مشكلات عديدة مثل البطالة.

4- بعد المسافة بين بعض الاسواق المصدرة للسائحين وارتفاع اسعار الرحلة والخدمة المقدمة الى السائحين في مناطق كثيرة بالاضافة الى الارتفاع المستمر في اسعار النقل الجوي.

5- الخسائر التي تصاب بها المؤسسات السياحية وهبوط مستوى المعيشة والفقر والزيادة السكانية التي تعاني منها دول العالم الثالث مما أدى الى توجيه غالبية الاستثمارات الى البنية الأساسية والحاجات الضرورية اللازمة للمجتمع من اسكان وتعليم وعلاج والذي اثر بشكل مباشر على حجم الاستثمار في مجال السياحة.

7- عدم اهتمام الدول النامية الكافي بالتسويق السياحي وبادوات التنشيط ووسائل الاعلان والدعاية وكذلك عدم الاهتمام بالظروف البيئية والمناخية والطبيعية والصحية السائدة في بعض الدول النامية وازدياد نسبة تلوث الماء والهواء بها.

## ثانياً : برنامج السياحة الداخلية

### 1- مفهوم السياحة الداخلية:

هي الزيارات والانتقالات التي يقوم بها المواطنين داخل حدود دولتهم ورغم الاتفاق على هذا المفهوم الا ان هناك اختلافا بين الدول في تعريف السائح الداخلي حيث يعرف في بعضها بناء على المدة التي يقضيها بعيدا عن مقر اقامته الدائم او المعتاد ولغير اغراض العمل وغالبا ما يشترط فيها الا تقل عن 24 ساعة والا اعتبرت نشاطا ترفيهيا حيث نجد ان هذه المدة قد تحدد بربع ليالي او اكثر في بعض دول العالم او خمسة في بعضها الاخر وفي دول اخرى يعرف السائح المحلي او الداخلي وفقا لطول مسافة الرحلة التي يقطعها والرأى الغالب ان تكون 100 كيلو متر وهو ما يأخذ به في الولايات المتحدة الامريكية وكندا.

بصفة عامة يمكن القول ان السياحة الداخلية تضم نمطين اساسيين هما:

- رحلات ترفيهيه تكون مدتها اقل من 24 ساعة

- رحلات سياحيه داخلية تكون مدتها اكثر من 24 ساعة

### 2- اهمية السياحة الداخلية:

تتلخص اهمية السياحة الداخلية في تحقيق الزيادة للاستثمارات السياحية في مجال الفنادق والمطاعم والمحلات العامة بالاضافة الى تحقيق الانتعاش الاقتصادي للمناطق السياحية نتيجة لزيادة الانفاق السياحي بها وتحقق انخفاض حدة مشكلة البطالة في المناطق السياحية وخلق فرص عمل للعاطلين مما يؤدي الى ارتفاع مستوى المعيشة في هذه المناطق ورفع الوعي الثقافي والفكري والسياحي لدى المواطنين انفسهم بالاضافة الى تحقيق الارتباط الشديد بين السياحة الداخلية والسياحة الدولية من حيث الاهتمام بالمناطق السياحية وتشجيع السياحة الداخلية ينعكس على زيادة الحركة السياحية الدولية.

ان الترويج عن المواطنين وازالة مظاهر التعب والارهاق عن نفوسهم مما يجعلها اكثر حيوية ونشاط وقدرة على العمل والانتاج ومن ضمن اهتمامات السياحة الداخلية تنشيط الصناعات ذات الارتباط المباشر او غير المباشر بالسياحة مثل النقل والبناء والصناعات الغذائية والبيئة بالاضافة الى تنمية المناطق السياحية وانتعاشها الاقتصادي نتيجة انفاق الزوار عليها.

### 3- اهم تأثيرات السياحة الداخلية:

1- تامين وحدة الاراضي الوطنية

2- دعم النسيج القومي للمجتمع

3- تاكيد تماسك الاسرة كوحدة اجتماعية اساسية

4- التعريف بالحضارة للبلدان

5- المحافظة على العملة الصعبة التي قد تستنفذها السياحة خارج البلد

## 6-3 حساب البرنامج السياحي:

### عملية تسعير البرامج السياحية:

تعتبر عملية تسعير البرامج السياحية من أسرار الشركات السياحية و تحدد أسعار البرامج حسب اتفاقيات الشركة مع موردي الخدمات السياحية من فنادق وشركات الطيران ووسائل النقل"

### طرق لتسعير البرامج السياحية:

حساب التكلفة الفعلية للبرنامج تحليل التكاليف الثابتة والمتغيرة لكل بند من بنود البرنامج السياحي كالنقل والزيارات والإقامة.

### أهم البنود لتسعير البرنامج السياحي

- أجور وسائل النقل

- أجور المرشدين حسب أيام عمل

- تكاليف الإقامة والوجبات

### عناصر تكلفة البرنامج السياحي:

- حساب تكلفة الاستقبال والتوديع يجب مراعاة الآتي في حساب الانتقال.

- حساب تكلفة الإقامة والإعاشة"

- حساب المزارات السياحية:

- حساب أسعار التذاكر ورسوم دخول المتاحف والمعارض والمناطق الأثرية"

- حساب الإرشاد السياحي:

تختلف تكلفة الإرشاد حسب المطلوب في حالة اللغات النادرة كاللغة (اليابانية) تكون تكلفة المرشد

عالية (الفرنسية والإنجليزية) تكون تكلفة عادية

### تحسب الانتقالات داخل البلد:

كيفية حساب برنامج سياحي كامل:

1- يتم حساب الانتقالات

2- حساب الإقامة

3- حساب المزارات السياحية

### مثال/

احسب تكاليف عملية الانتقال لمجموعة سياحية مكونة من (20) فرد وتشمل الانتقالات في باص

الحد الأدنى لسعته (15) راكب (الانتقال من المطار الى الفندق) وفقا للمعطيات الآتية:

\* سعر الباص 250 دولار

\* اجرة السائق 30 دولار

\* اجرة مندوب الاستقبال والايواء 35 دولار

\* سعر حمل الحقائب 1 دولار

\* مصروفات متنوعة 1 دولار

\* عمولة الشركة على عملية الانتقال 20 دولار

### الحل/

تكلفة النقل = سعر الباص + اجرة السائق + اجرة مندوب الاستقبال + اجمالي تكلفة حمل الحقائب + اجمالي مصروفات متنوعة

\* سعر الباص 250 دولار

\* اجر السائق 30 دولار  
 \* اجرة مندوب الاستقبال والتسكين 35 دولار  
 الحقائب = 20 (سائح) × 2 (حقيبته) × 2 (توقف) × 1 = 80 دولار  
 مصروفات متنوعة = 20 (سائح) × 2 (توقف) × 1 = 40 دولار  
 تكلفة النقل = سعر الباص + اجرة السائق + اجرة مندوب الاستقبال + اجمالي تكلفة حمل الحقائب  
 + اجمالي مصروفات متنوعة  
 $435 = 40 + 80 + 35 + 30 + 250 =$  دولار  
 ربح الشركة =  $20\% \times 435 = 87$  دولار  
 اجمالي التكلفة = تكلفة النقل + ربح الشركة  
 $522 = 87 + 435 =$  دولار  
 تكلفة الفرد = اجمالي التكلفة ÷ الحد الادنى لسعة الباص =  
 $34.8 = 15 \div 522$  دولار  
 تكلفة المجموعة = تكلفة الفرد × عدد المجموعة =  
 $696 = 20 \times 34.8$  دولار

### مثال/ حساب تكلفة المزارات

احسب تكلفة زيارة لاحدى المزارات السياحيه لمجموعة عدد افرادها (20) شخص والسعة للباس الواحد كحد ادنى (15) راكب ووفقا للمعطيات الاتية:

سعر الباص	200 دولار
اجرة السائق	30 دولار
اجرة المرشد	60 دولار
مصروفات متنوعة	1 دولار
عمولة الشركة	20%
رسوم المزار للفرد	25 دولار

### الحل

اجمالي رسوم المزار = عدد السائحين × رسوم الدخول  
 $500 = 25 \times 20 =$  \$  
 مصروفات متنوعة = 20 سائح × 2 توقف × 1 = 40 \$  
 تكلفة المزار = سعر الباص + اجرة السائق + اجرة المرشد + اجمالي الرسوم + اجمالي مصروفات متنوعة  
 $830 = 500 + 40 + 60 + 30 + 200 =$  \$  
 ربح الشركة =  $20\% \times 830 = 166$  \$  
 اجمالي التكلفة = تكلفة المزار + ربح الشركة  
 $996.4 = 166 + 830 =$  \$  
 تكلفة الفرد = اجمالي التكلفة ÷ الحد الادنى لسعة الباص =  
 $66.4 = 15 \div 996 =$  \$  
 تكلفة المجموعة = تكلفة الفرد × عدد المجموعة =  
 $1328 = 20 \times 66.4 =$  دولار

## ● الايجابيات والسلبيات للبرنامج السياحي

### ايجابيات البرنامج السياحي:

- \* تقلل مشاكل اللغة للسياح وذلك بمرافقة دليل سائح من خلال الترجمة
- \* غير مكلفه نسبيا وذلك بسبب الاسعار المختلفة للسفر
- \* سهولة الحجز وضمان النقل الامين.
- \* امان السائح خلال السفر مع المجموعة
- \* الاقتصاد في الجهد والوقت الذي يبذله السائح عند الحجز
- \* توطيد العلاقة الاجتماعية والثقافية مع المجموعة

### سلبيات البرنامج السياحي:

- \* الاعداد الضخمة وكيفية السيطرة عليها اثناء التنقلات
- \* لا يتمتع المشارك في الرحلة بقدر كبير من الحرية لانه مرتبط بالمجموعة التي يسافر معها.

## ● كيفية تصميم برنامج سياحي

### مثال:

تعلم الشركة عن برنامج لرحلتها الى تركيا والتي تشمل اجرة السفر بالطائرة ذهابا وايابا والمبيت بالفنادق و وجبة افطار وغذاء وعشاء ومصاريف الانتقالات والباصات المكيفه والتأشيرة والرحلات الداخليه في البلد السياحي، وفي ادناه مثال على ذلك.

(( برنامج سياحي الى تركيا ))

### اليوم الاول

الانتقال جوا من بغداد الى دمشق الساعة السابعة صباحا وتناول وجبة الغذاء في احد المطاعم الشعبيه بدمشق ثم التوجه الى مدينة حلب لتناول العشاء والاقامه في الفندق

### اليوم الثاني

بعد الافطار نتوجه الى الحدود السورية التركية وبعد انتهاء اجراءات الدخول نتوجه الى انطاكية لتناول وجبة الغذاء ثم نتوجه الى مرسين لتناول العشاء والاقامة في فندق هيلتون.

### اليوم الثالث

جوله سياحية في مدينة مرسين والتوقف لمدة ساعتين للتسوق ثم الذهاب الى ارطوس لتناول الغذاء على ضفاف الشلالات ثم زيارة بوابة كيلوباترا والكهف وزيارة المدينه ثم العودة الى الفندق لحين موعد العشاء والذي يكون على ظهر القارب مع جولة في البحر وسهرة لمدة ثلاث ساعات.

### اليوم الرابع

بعد الافطار التوجه الى القرية الفندقية ميس وفي الطريق التوقف في مغادرة الجنة وجهنم والتوقف في مغارات التماثيل والنحت والركوب بالقارب لزيارة القلعة في وسط البحر وفي المساء عشاء وليلة حرة في المنتجع.

### اليوم الخامس

بعد الافطار قضاء يوم حر في المنتجع لحين موعد الغذاء وفي المساء العودة الى مرسين الى فندق الهيلتون العشاء في احد المطاعم ثم العودة الى الفندق.

### اليوم السادس

العودة الى دمشق للاقلاع الى بغداد

## اسئلة الفصل السادس

- س1 عرف البرنامج السياحي وماهي اهداف هذا البرنامج؟
- س2 تكلم عن انواع البرامج السياحية؟
- س3 ماهي مميزات البرنامج السياحي ؟
- س4 وضح مكونات البرنامج السياحي ؟
- س5 تكلم عن الخطوات التي تتبع من قبل الشركة لتنفيذ البرنامج السياحي ؟
- س6 على ماذا يتوقف نجاح تنفيذ العمليات السياحية؟
- س7 ماهي مراحل اعداد البرنامج السياحي ؟
- س8 تكلم عن انواع البرامج السياحية؟
- س9 احسب تكاليف عملية انتقال لمجموعة سياحية مكونه من (40) فردا وتشمل الانتقالات في باص سعته (30) راكب علما ان الانتقال من المطار الى الفندق وفقا للمعطيات التاليه:  
سعر الباص 500 دولار  
اجرة السائق 60 دولار  
اجرة مندوب الاستقبال والتسكين 70 دولار  
سعر حمل الحقائب 5 دولار  
مصروفات متنوعة 2 دولار  
عمولة الشركه على عملية الانتقال 20

## الفصل السابع

# التشريعات السياحية في جمهورية العراق

### مفردات الفصل

المبحث الأول: القوانين السياحية

المبحث الثاني: مجموعة القوانين السياحية المنظمة لقطاع معين

المبحث الثالث: مجموعة القوانين المتعلقة بأصحاب المهن السياحية المتخصصة والأنظمة والقرارات المتعلقة بالسياحة

### أهداف الفصل

- 1- توفير فرصة الاطلاع على الأحكام القانونية الخاصة بالنشاط السياحي على اختلافها حتى لا تظل حبيسة الكتب التي حوتها وتكون قريبة في الوقت نفسه من أيدي العاملين في هذا الوسط وسواهم من المهتمين والباحثين من رجال الأعمال وغيرهم.
- 2- سهولة الرجوع إلى التشريعات السياحية من قبل القائمين على العملية التعليمية في ميادين السياحة والفندقة في المدارس المهنية مما يترتب عليه حسم ما يعترض هذه العملية من إشكالات ومعالجتها وفق رؤية قانونية صحيحة.
- 3- التقليل من حالات الخطأ وابتعاد الإجتهد عن المعالجة غير السليمة من الناحية القانونية، لأن الإطلاع على النظام القانوني السياحي بأكمله يجعل النتائج المذكورة أعلاه سليمة وسريعة خاصة لمن يلج هذا الميدان حديثاً.
- 3- تعريف من له علاقة بالنشاط السياحي من مسؤولين وعاملين وسياح بالتشريعات والقوانين السياحية وبيان دورها في تقدم وتطور النشاط السياحي.

## تمهيد

تعمل الدولة أي دولة على تنظيم العمل في ميادين المجتمع المختلفة عبر قوانين وأنظمة وقرارات وتعليمات تسنها لهذا الغرض ذلك لأن سيادة القانون تضمن استقرار المعاملات ووضوحها فضلاً عن تحقيق العدالة وضمان تنظيم العمل في مختلف مرافق الدولة وتمثل السياحة ميداناً حيوياً ومهماً في أي مجتمع حيث تعد ظاهرة اجتماعية وإنسانية تطورت وازدهرت فأصبحت تمثل اليوم سمة من سمات العصر الحديث كونها تقوم على اختلاف صورها على التنقل والسفر والترحال، مما يؤدي إلى التداخل بين الأشخاص والثقافات والحضارات في عالم يوصف بأنه أصبح أشبه بالقرية الصغيرة، ومما لا شك فيه إن العراق وعلى غرار العديد من الدول حباه الله بإمكانيات سياحية طبيعية وحضارية ودينية عظيمة مما يجعل قطاع السياحة من أهم القطاعات الاستثمارية لما تسهم به في توريد العملة الأجنبية والتمويل الخارجي الأمر الذي ينعكس إيجاباً على الاقتصاد الوطني، لذا عمل المشرع العراقي على تنظيمه بما يكفل حسن أداء عمله وتحقيقه لأهدافه من خلال تشريع نظام قانوني خاص به.

إن أهمية التشريعات السياحية ودورها المهم في تنشيط العمل السياحي أدى إلى تزايد الاهتمام بهذه التشريعات وضرورة تفعيلها وتغيير بعض بنودها لتلائم متطلبات السوق السياحي، ونظراً لأن الأحكام القانونية الخاصة بهذا الميدان قد صدرت تباعاً وتناثرت بين طيات جريدة الوقائع العراقية - بعدها الجريدة الرسمية لجمهورية العراق التي يتم نشر القوانين المصادق عليها فيها عبر سنوات طويلة - فإننا سنحاول في هذا الفصل ذكر أهم القوانين والأنظمة والقرارات والتعليمات التي تنظم مجال السياحة مع الأخذ بنظر

الاعتبار إدخال جميع التعديلات التي أجراها المشرع العراقي، ولأن ميدان السياحة والفندقة ميدان واسع ومتشعب الجوانب وفيه مادة غزيرة فقد قمنا بتقسيم مادته وفق خطة بحث أعتمدت جمع المتشابه منه لتسهيل الرجوع إليها ، مما اقتضى تقسيم الفصل إلى مباحث ثلاث نبين في الأول القوانين السياحية في حين خصصنا المبحث الثاني لتوضيح القوانين السياحية المنظمة لقطاع معين، وفي المبحث الثالث نوضح مجموعة القوانين المتعلقة بأصحاب المهن السياحية المتخصصة والأنظمة والقرارات المتعلقة بالسياحة.

## المبحث الأول: القوانين السياحية (للحفظ)

يحتاج تنظيم السياحة إلى تشريعات خاصة بها من أجل إرساء أساس قانوني لقيام هذا النشاط وتنظيمه على أسس واضحة ومحددة ترسم طريقاً واضحاً لبنائه وتكسبه شرعيته فضلاً عن إضفاء السمة القانونية على مؤسساته في عملها مما يؤدي بالنتيجة إلى الإنسجام بين المؤسسات القائمة على السياحة مع التشريعات المنظمة لعملها .

وبناءً على ما تقدم لا بد لنا ونحن نذكر تفصيلات التشريعات التي تحكم قطاع السياحة في الوقت الحاضر من تتبع التطور التاريخي لهذه التشريعات ( القوانين ) السياحية في العراق، إذ لم تكن هناك تشريعات واضحة المعالم تنظم السياحة بشكل عام حتى أوائل الأربعينات من القرن الماضي بل كان القطاع السياحي يخضع للقوانين العامة كالقانون التجاري أو القانون الجنائي أو قانون النقل، إلا أنه وبعد أن أصبحت السياحة تمثل صناعة مستقبلية تسهم في تحسين وزيادة واردات الدولة إضافة إلى إزدياد أنواع وصور الأنشطة السياحية، الأمر الذي أدى إلى زيادة أعداد السياح وكذلك أعداد العاملين في هذا القطاع وما رافق التطور التكنولوجي من زيادة في الطلب السياحي برزت الحاجة لوضع تعليمات أو تطوير القوانين والتشريعات الخاصة بهذه الصناعة وذلك لحماية السياح من جهة والمحافظة على سمعة الدولة وصورتها كمقصد سياحي له تاريخه وعراقته، وسوف تدرج تباعاً هذه القوانين بحسب التسلسل الزمني لصدورها وكالاتي:

### 1- القانون رقم (54) لسنة 1940 (للحفظ)

يُعد قانون (54) لسنة 1940 أول قانون عراقي اهتم بصناعة السياحة وقد سمي بقانون تأسيس مناطق المصايف وبيع العرصات الأميرية فيها، وتم نشره في العدد 1799 من جريدة الوقائع العراقية بتاريخ 15 / 5 / 1940 وتم في هذا القانون:

أولاً- تنظيم وبيان كيفية تأسيس المناطق السياحية: إذ نص في المادة الأولى:

1- تعيين المناطق الصالحة للأصطياف من قبل لجنة الأصطياف التي تؤلف بقرار من مجلس الوزراء على أن يرأسها أحد الوزراء.

2- تحدد دائرة الطابو حدود كل منطقة بعد إقرارها من قبل اللجنة.

3- للحكومة أن تستملك الأراضي التي تقع ضمن الحدود المذكورة )

ونص في المادة الثانية: ( تقوم لجنة الأصطياف بتنظيم تصميم لكل منطقة من مناطق الأصطياف تبين فيها الشوارع والميادين والمنتزهات والعرصات اللازمة لإنشاء المباني العامة كمؤسسات الحكومة أو البلدية أو الأسواق عليها وما يبقى يقسم إلى عرصات لإنشاء دور السكن والفنادق والمقاهي والمخازن وغيرها ).

ثانياً- تحديد الشروط اللازم توافرها لعد المنطقة سياحية وخاصة ما يتعلق بالأراضي التي تكون ملكية رقبته وحق الانتفاع فيها للدولة أي الأراضي الأميرية: إذ نص في المادة الثالثة: (1)- لوزير المالية أن يبيع العرصات المعدة لإنشاء دور السكن عليها ببديل قدره فلسان للمتر المربع الواحد وفق الشروط المبينة أدناه على أن لا تكون مساحة كل عرصة أقل من 600 ولا تزيد عن 1200 متر مربع ، 2- لوزير المالية أن يبيع العرصات المعدة لإنشاء الفنادق والملاهي والمقاهي والمخازن وغيرها إلى من يرغب في إنشاء بنايات عليها ببديل قدره 10 فلس للمتر المربع الواحد على أن لا تزيد المساحة للعرصة الواحدة عن ألفين وخمسمائة متر مربع حسبما تقرره اللجنة، 3- لايجوز بيع أكثر من عرصة واحدة لشخص واحد للغرض المذكور في الفقرة 1 أعلاه).

وبينت المادة الرابعة الاجراءات الواجب اتباعها حيث جاء فيها ( 1- ينشر وزير المالية بياناً في الجريدة الرسمية يعين فيه مبدأ المباشرة في مجموعة من العرصات في كل منطقة صالحة للأصطياف.

2- لراغب الشراء أن يقدم طلباً بذلك إلى وزارة المالية خلال ثلاثين يوماً من التاريخ المعين لمبدأ المباشرة بالبيع.

3- إذا أبقى قسم من العرصات من المجموعة التي أعلن بيعها وكذلك إذا أريد الإعلان عن بيع مجموعة أخرى من العرصات فيعلن وزير المالية ذلك ببيان ينشر في الجريدة الرسمية ( كما نصت المادة الخامسة على ( أن بيع العرصات بدون مزايده وبالبديل المقرر بموجب هذا القانون يجري لمدة ثلاث سنوات فقط اعتباراً من تاريخ نشر بيان وزير المالية ). وجاء في المادة السادسة:

1- (يعطي وزير المالية وثيقة البيع إلى مشتري العرصة بعد دفعه الثمن وعلى المشتري أن يكمل تشييد البناء الذي وقع البيع لأجله خلال ثلاث سنوات من تاريخ الوثيقة ولا تسجل العرصة بأسمه في دائرة الطابو إلا بعد إنجاز البناء وإعطاء شهادة من قبل اللجنة)

2- (يتحتم على من يشتري العرصة أن يقوم بتشبيد الأبنية عليها وفق التصاميم التي تصادق عليها لجنة الأصطياف وتعين مشتملات الأبنية ومساحتها بنظام خاص)

3- (إذا لم يتم تشييد الأبنية وفق النظام المنوه عنه يقيد ببدل البيع إيراداً للخزينة )

إلا أن هذا القانون شابه نقص كبير بسبب عدم الاهتمام بالسياحة والمواقع الأثرية.

في محاولة من المشرع العراقي لتشجيع حركة السياحة في العراق وتنظيم النشاط السياحي من خلال دائرة تتولى زمام الأمور وتدير الأنشطة السياحية صدر قانون رقم (73) في سنة 1956 وتم نشره في العدد 3819 من جريدة الوقائع العراقية تحت مسمى قانون مصلحة المصايف وكان من أهم مميزات هذا القانون:

أولاً- تشكيل مصلحة المصايف والسياحة كدائرة تابعة من الناحية الإدارية إلى وزارة الإعمار، وعدت هذه المصلحة بمثابة جهاز إداري يشرف على أوجه التنمية السياحية من خلال تنمية وتشجيع الاصطيف والسياحة في العراق فضلاً عن توفير التسهيلات وتقديم أفضل الخدمات للمصطافين والسياح وهذا ما أكده نص المادة الأولى والتي جاء فيها ( تؤلف مصلحة المصايف والسياحة لتنمية وتشجيع الاصطيف والسياحة وتوفير التسهيلات للمصطافين والسواح وتكون مرتبطة بوزارة الإعمار)

ثانياً- إن المشرع في هذا القانون لم يدخر وسعاً في تشجيع وتنمية الموارد السياحية في العراق وكان سخياً في وضع مختلف الإمكانيات تحت تصرف المصلحة المنوط بها رعاية هذا القطاع، إذ نص في المادة السابعة ( ترصد الاعتمادات المالية السنوية من ميزانية مجلس الإعمار) ونص في المادة الثامنة ( على المصلحة أن تنظم ميزانية تحتوي على الإيرادات والمصروفات لكل سنة مالية)

واستمر العمل بهذا القانون بعد قيام النظام الجمهوري في العراق في الرابع عشر من تموز سنة 1958 إلى أن ألغي بنص المادة السابعة عشر من القانون رقم (123) لسنة 1960 والتي نصت على أنه يلغى قانون مصلحة المصايف والسياحة رقم 73 لسنة 1956 .

### 3 - القانون رقم (123) لسنة 1960. (للإطلاع فقط)

بعد قيام النظام الجمهوري في العراق عام 1958 أراد المشرع العراقي تقديم دعم إضافي لمصلحة المصايف والسياحة فصدر قانون مصلحة المصايف والسياحة رقم (123) في سنة 1960، وعند التركيز في نصوص هذا القانون نجده يمثل قانوناً مكماً للقانون السابق رقم 37 لسنة 1956، الذي قد أستنفذ أغراضه ولم يعد ملبياً لمتطلبات المرحلة الجديدة، لذا تم إلغائه إستناداً للمادة 17، كما إنه يُعد في حقيقته النواة الأولى لصناعة السياحة في العراق فجاءت نصوص مواده ملائمة لتلك المرحلة، وأهم ما تضمنه هذا القانون هو:

أولاً- التأكيد على تأليف مصلحة باسم مصلحة المصايف والسياحة تكون مهمتها الأساسية تنمية وتشجيع الاصطياف والسياحة وتوفير التسهيلات للمصطافين والسواح وترتبط هذه المصلحة بوزارة الشؤون الإجتماعية، إذ نصت المادة الأولى على (تؤلف مصلحة بأسم مصلحة المصايف والسياحة لتنمية وتشجيع الاصطياف والسياحة وتوفير التسهيلات للمصطافين والسياح وتكون مرتبطة بوزارة الشؤون الإجتماعية).

ثانياً- ضرورة تنفيذ مشاريع المصلحة المدرجة في جداول الخطة الاقتصادية وفق قرارات التخطيط الاقتصادي وعملاً بقانون المصلحة على ان تتخذ الإجراءات اللازمة لاحتساب كلفة المشاريع غير المدرجة في جداول الخطة على ميزانية المصلحة، وهذا ما اكدته المادة الخامسة بنصها على انه ( يجري تنفيذ مشاريع المصلحة المدرجة في جدول الخطة الاقتصادية وفق قرارات مجلس التخطيط الاقتصادي وعملاً بقانون المصلحة على أن تتخذ الإجراءات اللازمة لإحتساب كلفة المشاريع غير المدرجة في جدول الخطة على ميزانية المصلحة. )

ثالثاً- تخويل مجلس إدارة مصلحة المصايف والسياحة أن يضع منهاجاً لمشاريع المصلحة ويعرضه على الوزير للمصادقة عليه، إذ نص في المادة التاسعة على: (1-يضع المجلس منهاجاً لمشاريع المصلحة ويعرضه على الوزير للمصادقة عليه. )

رابعاً- تخويل المجلس المذكور صلاحية التصرف بأموال المصلحة في حدود ميزانيتها والقيام بتنفيذ مشاريعها بطريقة المناقصة وفي حالة تعذر ذلك القيام بالعمل أمانة، وهذا ما نصت عليه المادة (10)

بقولها ( للمجلس صلاحية التصرف بأموال المصلحة في حدود ميزانيتها على أن يقوم بتنفيذ مشاريعها بطريقة المناقصة وفي حالة تعذر ذلك فالقيام بالعمل أمانة. )

خامساً- لم ينص القانون على تشكيل جهاز حكومي قطاعي لإدارة النشاط السياحي لعدم الحاجة لمثل هذا الجهاز وإنما اكتفى بتأليف لجنة مناسبة لتحقيق الأهداف المحددة فيه فعهد في المادة الثالثة الفقرات 1-4 بتطبيق هذا القانون إلى لجنة سميت لجنة الإصطياف تؤلف بقرار من مجلس الوزراء ويرأسها أحد الوزراء، إذ نصت المادة الثالثة على (1-يعين المدير العام بقرار من مجلس الوزراء ومرسوم جمهوري.

2- تناط إدارة المصلحة بمجلس إدارة مؤلف من خمسة أعضاء يكون المدير العام أحدهم.

3- يعين الأعضاء الآخرين بترشيح من الوزير وبقرار من مجلس الوزراء ومرسوم جمهوري لمدة ثلاث سنوات على أن يكون أحدهم خبيراً في الاصطيفات وآخر أخصائياً في التخطيط المدني والاثنتان الآخران من غير الموفين من ذوي الخبرة والاختصاص.

4- يعين عضوان احتياطيان لملاء محل من يتغيب من الأعضاء الأصليين )

سادساً- أعطى القانون لهذه اللجنة صلاحية تحديد المناطق الصالحة للاصطيفات وتقسيمها إلى عرصات أو قطع ارضي لغرض إنشاء المصايف عليها، فضلاً على سلطتها في تقديم لتسهيلات المختلفة لتشجيع الأفراد على إعمار هذه المناطق، إذ نصت المادة (11) في فقرتها الأولى على( يقوم المجلس بالطرق التي يراها مناسبة بدراسة وافية للمناطق التي قد تصلح للاصطيفات وبعد أن يثبت من توفر الإمكانات والشروط الملائمة لها أن يقرر إعتبارها منطقة اصطيافية لغرض تطبيق أحكام هذا القانون.)

سابعاً- منح القانون للمجلس صلاحية تملك الأشخاص الدور والأراضي المخصصة للمصلحة ببدل لإنشاء الدور عليها وفق التصاميم التي تقررها المصلحة، إذ نصت المادة (12) على أنه (للمجلس أن يملك الأشخاص الدور والأراضي المخصصة للمصلحة ببدل لإنشاء الدور عليها وفق التصاميم التي تقررها المصلحة....)

ثامناً- أكد القانون على حق الحكومة في تملك مصلحة المصايف والسياحة جميع العقارات والمنقولات الأميرية التي تصلح أن تكون كمصايف وبدون أي مقابل، إذ نصت المادة (13) في فقرتها الأولى على ( للحكومة أن تملك المصلحة المنقولات والعقارات الأميرية بدون مقابل) في حين نصت الفقرة الثانية من نفس المادة على إعفاء المصلحة من دفع أي رسوم أو ضرائب قد تترتب عليها.

ونص في المادة الثامنة عشر على تنفيذ القانون الجديد من تاريخ نشره في الجريدة الرسمية وقد تم نشره في جريدة الوقائع العراقية / العدد 427 لسنة 1960، وكلف في المادة 19 منه وزير الشؤون الاجتماعية بتنفيذه.

#### **4- القانون رقم (50) لسنة 1967 (للاطلاع فقط)**

في سنة 1967 أراد المشرع تنظيم عمل المؤسسات المسؤولة عن إدارة المرافق السياحية فأصدر قانون المنشآت السياحية رقم (50) الذي يعد أول قانون نظم عمل المرافق السياحية من فنادق ودور سياحية ومحلات سياحية عامة ومحلات بيع الأطعمة والمشروبات ومخيمات

ومنتجات سياحية، وبين كيفية تطويرها فضلاً عن توضيحات بفتح المعاهد المتخصصة بالخدمات السياحية وتضمن القانون (22) مادة تم فيها:

أولاً- توضيح كيفية إصدار الإجازات وتحديد الأجر وحقوق والتزامات أصحابها والمسؤولين عن إدارتها فضلاً عن بيان تصنيفها إلى درجات وفق نظام يراعي البناء والتجهيزات والخدمات المقدمة فيه، إذ نصت المادة الثانية الفقرة الثانية على ( تمنح المصلحة أصحابها الإجازات اللازمة بهذه الصفة وفق النموذج الذي تعده المصلحة وتجدد الإجازات سنوياً خلال الشهر الأول من بدء السنة المالية) ، ونصت الفقرة الثالثة من نفس المادة على (لا يجوز استثمار المنشآت السياحية من قبل المسؤولين عن إدارتها إلا بعد حصولهم على إجازة تصدرها لهم المصلحة) ، ونصت المادة الثالثة الفقرة الأولى على ( تصنف المصلحة المنشآت السياحية إلى درجات ممتازة وأولى وثانية وثالثة وفق نظام يصدر لهذا الغرض مع مراعاة البناء والتجهيزات والخدمات المقدمة فيها.)

ثانياً- إعطاء الحق لمصلحة المصايف والسياحة في سحب الإجازة من المنشآت السياحية لمدة لا تزيد عن شهر أو رفض تجديد الإجازة، وهذا ما أكدته نص المادة الخامسة (1)- للمصلحة أن تقرر سحب الإجازة من المنشآت السياحية لمدة لا تزيد على شهر أو ترفض تجديدها عند وجود أسباب مبررة )

ثالثاً- سمح المشرع للمصلحة بفتح معاهد متخصصة لتعليم الخدمات الفندقية والسياحية فنص في المادة التاسعة على أنه (1- للمصلحة فتح معاهد ودورات دراسية بالخدمات الفندقية والسياحية بمستويات مختلفة معترف بها من قبل كل من وزارة التربية ووزارة التعليم العالي والبحث العلمي وذلك وفقاً لنظام خاص يصدر لهذا الغرض )، كما أكدت الفقرة الثانية من المادة نفسها على تفضيل استخدام الأشخاص المتخرجين في المعاهد والدورات المبينة في الفقرة 1 من هذه المادة في المنشآت السياحية علماً أن هذه الفقرة تم تعديلها بموجب المادة رقم (1) من قانون رقم (53) لسنة 1974، وكان النص القديم يؤكد على عدم جواز استخدام أي شخص في المنشآت السياحية إلا بعد حصوله على شهادة تؤهله الاستخدام

رابعاً- جاء في الأسباب الموجبة لإصدار هذا القانون إن المنشآت السياحية تشكل عنصراً هاماً من عناصر الإستقبال السياحي وهي المرآة الصادقة التي تنعكس عليها انطباعات السائح عن هذا البلد كما إنها الأساس في زيادة الواردات غير المنظورة وبالتالي زيادة الدخل القومي، لذا وجب تنظيم هذه المنشآت بقانون يضمن اختيار الأماكن اللائقة لاستقبال السواح وتأمين حاجاتهم خلال تنقلاتهم كما وجب اختيار الأشخاص الأكفاء الذين يتحلون بضمير مهني يدرك أهمية الدور الوطني في إنعاش الحياة الاقتصادية والاجتماعية ليقوموا بهذه المهمة وللأسباب المذكورة شرع هذا القانون.

## 5- قانون المؤسسة العامة للسياحة رقم (49) لسنة 1977 (الحفظ)

نظراً لتطور صناعة السياحة في سبعينيات القرن الماضي حيث إزدادت الاستثمارات السياحية في مختلف مناطق العراق مما أدى إلى تبنيتها مكانة بارزة في تطور المجتمع من خلال تأثيرها على مسألتي التطور الإجتماعي ونمو الدخل القومي، كونها تمثل المجال الذي تنتعش فيه الخدمات العامة وتتهياً من خلاله مرافق عصرية للراحة والتسلية لعموم المواطنين إضافة إلى أنها وسيلة فعالة للتعريف بتراث وحضارة العراق وجذب السياح من الخارج، الأمر الذي أدى إلى أن تصبح مصلحة المصايف والسياحة وقانونها رقم 123 لسنة 1960 غير قادرين على تلبية متطلبات هذا التطور الذي يتطلب وجود مؤسسة عامة تتمتع بحرية كاملة إنسجماً مع الطبيعة الخدمية والاقتصادية للعملية السياحية مع توفير كافة الإمكانيات المادية والبشرية اللازمة لتنفيذ أغراضها، لذا فقد تم إلغاء القانون رقم (123) لسنة 1960 وقانون المنشآت السياحية رقم (50) لسنة 1967 ليحل محلها قانون المؤسسة العامة للسياحة رقم (49) لسنة 1977 الذي تم نشره في جريدة الوقائع العراقية في العدد رقم ( 2581 ) بتاريخ 1977/4/4 وتألّف القانون من (42) مادة قانونية نظمت عملية تأسيس المؤسسة العامة للسياحة وتشكيلاتها وحددت مهامها وصلاحياتها وحقوقها والتزاماتها، ولعل أهم ما ورد في هذا القانون:

أولاً- ما أكدته المادة (1) بنصها على إنه تنشأ في بغداد بموجب هذا القانون مؤسسة تسمى المؤسسة العامة للسياحة ترتبط بوزارة الإعلام وتتمتع بشخصية معنوية وإستقلال مالي وإداري ثانياً- حصرت المادة (2) أهداف هذه المؤسسة بثلاث أهداف إذ نصت على (1- توسيع الحرجة السياحية بما يفيد جماهير القطر والوطن العربي وتجديد قدراتها على الإنتاج والإبداع ورفع مستواها الثقافي والحضاري، 2- رفع المستوى السياحي في العراق بالشكل الذي يضمن راحة السياح عند الإقامة والتجوال في المناطق السياحية المختلفة، 3- تطوير المناطق السياحية في القطر باعتبارها وظيفة اقتصادية وثقافية وإعلامية مهمة تعزز الثورة القومية وتسهم في اجتذاب السياح من مختلف أقطار العالم )

ثالثاً- بينت المادة (4) الوسائل الفنية والعملية التي تتبعها المؤسسة لتحقيق أهدافها إذ نصت على (تتبع المؤسسة لتحقيق أهدافها الوسائل الفنية والعملية المناسبة وبوجه خاص الوسائل التالية: 1- إستصلاح وتطوير المصادر الطبيعية كالمناطق الجبلية والعملية المناسبة كافة، 2- تطوير واستثمار المناطق التاريخية والأثرية المختلفة بما يخدم الأغراض السياحية بالتنسيق مع الجهات المعنية الأخرى، 3- تشييد المدن والمجمعات السياحية والمنتجعات والفنادق والدور والمخيمات والملحقات الضرورية لها، 4- تشييد وتأجير واستئجار المطاعم والكازينوات والمقاهي والملاهي ومحلات

التسليّة والمتنزهات والمساح الاصطناعية والطبيعية والملاعب ومحلات التزلج وغيرها،  
5- إنشاء مختلف مرافق الخدمات العامة كالأسواق ومكاتب تأجير واستئجار وسائط النقل وورشات  
للطوارئ مزودة بالمعدات واللوازم كافة في المناطق التي تحددها وتقديم التسهيلات اللازمة لذلك،  
6- التعاون مع النقابات والجمعيات والاتحادات والتعاونيات وغيرها من المنظمات الجماهيرية  
وتقديم التسهيلات الممكنة لها كافة، لخلق حركة سياحية واسعة وإقامة منتجعات ومراكز سياحية  
مناسبة، 7- تنظيم السفرات السياحية الفردية والجماعية من دول العالم إلى العراق وبالعكس  
وبمختلف السبل وكذلك تنظيم السفرات السياحية الداخلية الفردية من خلال إنشاء مكاتب ووكالات  
داخل القطر وخارجه لتقديم الخدمات السياحية وتسهيلها وإنشاء معاهد ومراكز تدريبية لتوفير  
مؤهلين لإدارة المرافق السياحية في القطر، 8- تقديم الخدمات الصيرفية الضرورية في المناطق  
والمنشآت السياحية بالتنسيق والاتفاق مع الجهات ذات العلاقة).

#### **6- قانون هيئة السياحة رقم (14) لسنة 1996 (للأطلاع فقط)**

وهو قانون صدر بقرار من مجلس قيادة الثورة المنحل وجاء فيه ما يأتي:  
أولاً- إنشاء هيئة مركزية موحدة تتولى المسؤولية القطاعية عن النشاط السياحي في العراق وهذا  
ما أكدّه المشرّع في الأسباب الموجبة للقانون  
ثانياً- السعي لتطوير الخدمات والمرافق السياحية وتوجيه النشاط السياحي وفق السياسة العامة للدولة  
وقواعد الأخلاق السائدة في المجتمع وخطة التنمية ومن أجل تقديم خدمات أفضل للمواطنين في هذا  
المجال الترفيهي مع تأمين ظروف وإمكانيات أفضل لاجتذاب السياح إلى المواقع الأثرية  
والحضارية.  
ثالثاً- تكون هذا القانون من (35) مادة قانونية أكدت في مجملها على تولى هيئة السياحة المؤسسة  
بموجب هذا القانون مسؤولية إدارة وتوجيه ومراقبة الشؤون السياحية في العراق بما يضمن إدارة  
المرافق السياحية مباشرة أو بواسطة الغير بطريقة تحقق وظيفة إقتصادية وتربوية وإعلامية مع  
رفع مستوى المرافق والخدمات السياحية وتطوير المناطق السياحية بمعنى أن هذه الهيئة تُعدّ الجهة  
المسؤولة عن القطاع السياحي في العراق وإن عملها سيكون على أساس الربح والخسارة وهي  
ترتبط بمجلس الوزراء، إذ نصت المادة الأولى على (تؤسس بموجب هذا القانون هيئة تتولى إدارة  
وتوجيه ومراقبة الشؤون السياحية في العراق تسمى هيئة السياحة تعمل على أساس الربح والخسارة  
وترتبط بمجلس الوزراء وتكون الجهة القطاعية المسؤولة عن القطاع السياحي في العراق.)

رابعاً- وضحت المادة(10) من هذا القانون كيفية تشكيل هذه الهيئة والتنظيمات الإدارية المكونة لها إذ نصت على( تتألف تشكيلات الهيئة من الدوائر والأقسام الآتية: أ- دائرة المجاميع السياحية، ب- دائرة المرافق السياحية ج- الدائرة المالية والإدارية، د- دائرة التفيتش والمتابعة، ه- قسم التدقيق.) خامساً- بينت المواد اللاحقة موارد هذه الهيئة والواجبات الملقاة على عاتق الهيئة والصلاحيات التي تتمتع بها فضلاً عن الحقوق المقررة لها والعقوبات التي يمكن فرضها على مالك المرفق السياحي عند مخالفته أحكام هذا القانون، فقد نصت المادة التاسعة على ( يتولى رئيس الهيئة ممارسة الصلاحيات الكفيلة بتحقيق أهداف الهيئة وعلى وجه الخصوص ما يأتي:

- 1- تنفيذ قرارات مجلس إدارة الهيئة.
- 2- إعداد مشروع خطة الهيئة وموازنتها السنوية والتقرير النهائي للحسابات الختامية.
- 3- إعداد التقرير السنوي عن السياحة في العراق وأنشطة الهيئة ووضعها المالي،
- 4- تقديم المقترحات إلى مجلس الهيئة بشأن توسيع النشاط السياحي في العراق
- 5- إعداد دراسات الجدوى الفنية والإقتصادية للمشاريع المراد إنشائها أو المساهمة في إنشائها،
- 6- الإشراف الدوري على مرافق الخدمات ذات الطبيعة السياحية.
- 7- منح إجازة تأسيس المرافق السياحية كالمطاعم والفنادق.
- 8- تفيتش المرافق السياحية الخاضعة لرقابة وإشراف الهيئة .

ونصت المادة (17)على( أولاً- عند مخالفة أحكام هذا القانون والأنظمة والتعليمات الصادرة بموجبه لرئيس الهيئة أو من يخوله فرض غرامة فورية يحدد مبلغها حسب الظروف) ، ووضحت المادة (23) انه ( تتكون إيرادات الهيئة مما يأتي:

أولاً- العوائد المتحققة من استثماراتها والأرباح الناجمة عن نشاطها ونشاط المرافق السياحية والمكاتب التابعة لها أو المساهمة فيها، ثانياً- رسوم منح إجازات المرافق السياحية والمكاتب التابعة لها أو المساهمة فيها، ثالثاً- بدلات إيجار الأموال المنقولة وغير المنقولة، رابعاً- أجور الخدمات التي تقدمها للغير بموجب أحكام هذا القانون، خامساً- أية عوائد أخرى تتحقق للهيئة)

سادساً- أهم ما جاء في هذا القانون ما أورده المادة (31) التي نصت على( أولاً- يفك ارتباط كل من قسم السياحة في وزارة الداخلية وقسم الشؤون السياحية في أمانة بغداد وربطهما بهيئة السياحة، ثانياً- تسجل وبدون بدل بأسم هيئة السياحة المرافق السياحية التالية ويعفى التسجيل من الضرائب والرسوم ....) بمعنى أن أغلب الفنادق الكبرى كفندق نينوى وفندق الموصل وفندق الحضر

بمحافظة نينوى وفندق تكريت وفندق سامراء بمحافظة صلاح الدين وفندق بابل بمحافظة بابل وفندق الرشيد وجزيرة بغداد السياحية وجزيرة الأعراس بمحافظة بغداد سجلت وبدون بدل، باسم هيئة السياحة مع إعفاء التسجيل من الضرائب والرسوم، كما نصت الفقرة ثالثاً من المادة نفسها على نقل جميع منتسبي الأقسام والمرافق السياحية في تلك المرافق إلى هيئة السياحة كما تم نقل جميع موجودات هذه الأقسام والمرافق السياحية وحقوقها والتزاماتها والتخصيصات المالية المعتمدة لها في الموازنة العامة للدولة إلى الهيئة وبدون بدل كذلك .

## **7- قانون التعديل الأول لقانون هيئة السياحة (14- 1996) لسنة 2000 (للاطلاع فقط)**

في عام 2000 أصدر المشرع العراقي تعديلاً لقانون هيئة السياحة رقم (14) لسنة 1996 ولا بد من التأكيد على أن تعديل القانون يتم من خلال إصدار قانون ثاني وبموجب قانون التعديل الأول تم تعديل العقوبات المقررة على من يخالف أحكام القانون حيث تم إلغاء نص المادة (17) من قانون هيئة السياحة المرقم بـ (14) لسنة 1996، وحل محله ما يأتي:

المادة(17) : أولاً- عند مخالفة أحكام هذا القانون أو الأنظمة أو التعليمات الصادرة بموجبه، فلرئيس الهيئة فرض غرامة لا تقل عن (25000) خمسة وعشرين ألف دينار ولا تزيد على (500000) خمسمائة ألف دينار تحدد حسب الظروف وجسامة المخالفة بتوصية من مجلس الإدارة مع إلزام المخالف بإزالة المخالفة خلال مدة تحددها فرقة التفتيش.

ثانياً - إذا أمتنع مالك المرفق السياحي أو المدير المسؤول عن إدارته عن إزالة المخالفة بالرغم من إنذاره وإمهاله وفرض عقوبة الغرامة فلرئيس الهيئة غلق المرفق السياحي مدة لا تزيد على (30) ثلاثين يوماً وفي حالة إستمرار المخالفة بعد إنتهاء المدة المذكورة يستمر الغلق مدة (30) ثلاثين يوماً أخرى فإذا لم تزل المخالفة خلالها تلغى إجازة المرفق السياحي بعدها نهائياً.

ثالثاً - تُعلم هيئة السياحة لجنة الشؤون الإقتصادية بالإجراءات المتخذة بفرض الغرامات وللجنة التدخل في حالة وجود خلل قانوني في هذه الإجراءات كلما رأت ذلك.

رابعاً - (1) عند تكرار المخالفة المنصوص عليها في البند ( أولاً) من هذه المادة تكون العقوبة الحبس مدة لا تقل عن (30) ثلاثين يوماً ولا تزيد على سنتين، وتلغى إجازة المرفق السياحي نهائياً.

(2) تفرض العقوبة المنصوص عليها في الفقرة (1) من هذا البند بقرار من المحكمة المختصة، بعد تحريك الدعوى الجزائية ضد المخالف من قبل رئيس هيئة السياحة.

## 8- قانون تأسيس وزارة السياحة والآثار لسنة 2012 (للإطلاع فقط)

يمثل هذا القانون الأساس القانوني لوزارة السياحة والآثار والهيئة المسؤولة عن السياحة في العراق ويتكون من عشر مواد فقط، وقد تم نشره في جريدة الوقائع العراقية بعدد المرقم (4232) لعام 2012، وتم في هذا القانون :

أولاً- إستحداث وزارة السياحة والآثار، إذ نصت المادة الثانية على (تؤسس وزارة تسمى وزارة السياحة والآثار تتمتع بالشخصية المعنوية ويمثلها الوزير).

ثانياً- تحديد واجبات والتزامات وزارة السياحة والآثار فضلاً عن تشكيلاتها وصلاحياتها والحقوق التي تتمتع بها لضمان تمكينها من تحقيق الأهداف المرسومة لها ، وهذا ما أكده نص المادة الثانية والذي جاء فيه ( تهدف هذه الوزارة إلى : 1-إدارة وتوجيه ومراقبة وتطوير النشاط السياحي والآثاري في العراق بما يحقق وظيفته الثقافية والحضارية والتربوية 2- الإهتمام بالآثار والتراث والمحافظة عليهما بوصفهما من الثروات الوطنية النفيسة والتمكين من الكشف عنهما والتعريف بهما، 3- الإهتمام بالسياحة والنهوض بواقعها وتطوير مناطق الجذب السياحي والمناطق الأثرية والمراكز الدينية بإعتبارها رافداً مهماً من روافد الإقتصاد الوطني وتعزيز دور القطاع الخاص وتشجيع الإستثمارات الوطنية والأجنبية فيها، بالتنسيق مع الأقاليم والمحافظات غير المنتظمة في إقليم).

ثالثاً- تدار الوزارة من قبل وزير السياحة والآثار ويساعده وكيلان، وتتألف الوزارة من مجموعة من التشكيلات لعل أبرزها الهيئة العامة للآثار والتراث وترتبط بوكيل الوزارة لشؤون الآثار والتراث، وهيأة السياحة وترتبط بوكيل الوزارة لشؤون السياحة أما بقية التشكيلات فترتبط بالوزير وتتمثل بمكتب المفتش العام والدائرة القانونية والدائرة الإدارية والمالية ودائرة العلاقات والإعلام وقسم الرقابة والتدقيق الداخلي ومكتب الوزير.

ثالثاً- لابد من التأكيد على أن هذا القانون لم يلغى الأحكام التي جاء بها القانون السابق حيث نصت المادة (10) على إنه (أولاً - تبقى أحكام قانون هيئة السياحة رقم 14 لسنة 1996 وأحكام قانون الهيئة للآثار والتراث رقم 45 لسنة 2000 وقانون الآثار والتراث رقم 55 لسنة 2001 والأنظمة والتعليمات الصادرة بموجبها نافذة بما لا يتعارض مع أحكام هذا القانون إلى حين صدور تشريع آخر يحل محلها، وتنقل حقوقهما والتزاماتهما وموجوداتهما وملاكاتهما إلى الوزارة المؤسسة بموجب المادة (2) من هذا القانون).

## المبحث الثاني: مجموعة القوانين السياحية المنظمة لقطاع معين (للحفظ كامل المبحث)

لا تكتمل التشريعات السياحية من دون ذكر القوانين التي نظمت قطاعات أو مهن ترتبط ارتباطاً وثيقاً بصناعة السياحة وكالاتي :

### أولاً: القوانين الخاصة بعمل قطاع شركات السفر والسياحة

1- قانون تنظيم شركات ووكالات السفر والسياحة رقم (20) لسنة 1960

نشر هذا القانون في الوقائع العراقية عدد (302) في 10/2/1960، وتضمن عشرين مادة قانونية، ولعل أهم ما جاء في هذا القانون يتمثل بالآتي:

أولاً- بيّن المشرع في الأسباب الموجبة لتشريعه إن المشرع لاحظ أن الشركات ووكالات السفر والسياحة لم تخضع لرقابة أية جهة رسمية، ونظراً للتطور الاجتماعي والسياحي في الجمهورية العراقية اقتضى الوضع الجديد الإشراف العام على شركات ووكالات السفر وتنظيمها وفق ما هو جارٍ في أغلب البلدان السياحية في العالم وتوجيهها ومراقبة النشاط السياحي بالشكل الذي يخدم مصلحة الشعب والأمن ويرفع من مستوى وسائل النقل وتشجيع السياحة في الجمهورية، ولضمان تحقيق هذه الغاية فقد وضع القانون شركات ووكالات السفر والسياحة تحت إشراف مصلحة المصايف والسياحة، وقد خولت المصلحة استيفاء رسم الترخيص ومنح الإجازات وحددت فيه شروط فتح مكاتب السياحة التي استهدفت توفير الأموال لدعم نشاطات المصلحة لدعم وتنشيط السياحة والسفر في العراق.

ثانياً- وضحت المادة (1) المقصود بشركات ووكالات السفر والسياحة إذ نصت على ( يقصد بشركات ووكالات السفر والسياحة في هذا القانون من يقوم بالأعمال والخدمات الخاصة التالية: أ- أمور السفر وبيع أو صرف التذاكر وتيسير نقل الأمتعة، ب- حجز محلات وسائل النقل المختلفة، ج- تنظيم الرحلات الفردية والجماعية والسفر بتذاكر مشتركة تشمل ما يحتاج إليه المسافر من خدمات، د- من يقوم بعمليات تبادل النقد للسائحين).

ثالثاً- أكدت المواد (4،5،6،9) مراقبة مصلحة المصايف والسياحة لجميع أنشطة شركات ووكالات السياحة في العراق إذ نصت المادة (5) على (على شركات ووكالات السفر والسياحة أن يعرضوا على مصلحة المصايف والسياحة كافة المطبوعات والنشرات ومختلف أنواع الصور التي تصدرها لتوزع داخل البلاد أو خارجها ترغيباً في شركاتهم أو وكالاتهم في زيارة العراق للحصول على تصريح بالطبع والتوزيع وفق القوانين السارية)، ونصت المادة (6) على (يتوجب على الشركات والوكالات التي ترغب في إستغلال سيارات لأغراض السياحة أن تحصل مقدماً على تصريح من

مصلحة المصايف والسياحة بشأنها وذلك قبل التقدم للترخيص لها من الجهات المختصة)، كما نصت المادة (7) على منع الشركات والوكالات السياحية من مزاوله نشاطها في المناطق العسكرية أو مناطق الحدود إلاّ بعد إخبار وزارة الداخلية وموافقة وزارة الدفاع، ولغرض قيام مصلحة المصايف والسياحة بواجباتها المشار إليها فقد ألزمها القانون بإعداد سجل خاص لشركات السياحة والسفر المرخص لها العمل في العراق ولها إستيفاء رسوم حددها القانون عن طلب إستخراج الترخيص أو عن طلب صورة من البيانات الواردة في السجل أو عن طلب تعديل بيانات واردة في السجل أو إضافة بيانات جديدة

رابعاً- تضمن القانون مجموعة من التدابير الإحترازية التي يلغى فيها الترخيص الممنوح لشركات ووكالات السفر والسياحة، كما نص على العقوبات التي تفرض على الشركات أو الوكالات المخالفة لأحكام هذا القانون، في حين خولت المادة (16) مصلحة المصايف صلاحية القيام بعمليات تفتيش للشركات والوكالات السياحية إذ نصت على: يكون التفتيش على الشركات ووكالات السفر والسياحة بحيث يشمل هذا التفتيش مراقبة مدى النشاط السياحي للشركة أو الوكالة ومراقبة مدى نجاح دعايتها السياحية ونظامها فضلاً عن مراقبة طريقة إدارة الشركة لأوجه نشاطاتها المختلفة خاصة فيما يتعلق بالإستعلامات ومستوى وسائل النقل التي تستعملها الوكالة لخدمة السائحين، وأخيراً مراقبة أجور النقل.

## 2- قانون تنظيم شركات ووكالات السفر والسياحة رقم (47) لسنة 1967

نشر هذا القانون في الوقائع العراقية بالعدد رقم (1409) في 14/5/1967 وتم بموجب المادة (27) منه إلغاء قانون تنظيم شركات ووكالات السفر والسياحة رقم (20) لسنة 1960 بعد أن أظهر التطبيق العملي للقانون الأخير عدم ملائمته للتطورات السياحية في البلاد من جهة وفشله في إيجاد نوع من الإنسجام والتناسق بين أوضاع الشركات ووكالات السفر والسياحة في الدول العربية وبين العراق من جهة أخرى، لذلك تم إصدار قانون رقم (47) لسنة 1967 لغرض تنظيم وتطوير عمل مكاتب السفر والسياحة في العراق، وتم في هذا القانون:

أولاً- الإبقاء على رسوم إجازة المهنة التي كانت تمثل مورداً مالياً لمصلحة المصايف السياحية. ثانياً- تضمن القانون نصوصاً تضمن حصول السائح على خدمات ضرورية فضلاً عن تنظيم الرحلات الفردية والجماعية وتأشيرة الدخول وتسهيل عمليات تبادل النقد للمسافرين بما لايتعارض مع الأنظمة والقوانين للتحويل الخارجي.

ثالثاً- بينت المادة (6) شروط منح الإجازة لشركات السفر والسياحة إذ نصت على ( لا تمنح الإجازة إلاّ بعد أن تتوفر بطالبها الشروط الآتية: 1- أن يكون طالب الحصول على الإجازة عراقياً

أو من رعايا الدول التي تعامل العراق على أساس المقابلة بالمثل، 2- أن يكون معروفاً بحسن السيرة والسلوك، 3- أن لا يكون محكوماً بجنحة مخلة بالشرف أو بجناية وغير محكوم بالإفلاس، 4- أن يتخذ مكتباً لائقاً ومستقلاً استقلالاً مالياً وإدارياً، 5- أن يمسك سجلات معتبرة لأعماله تكون خاضعة لرقابة وتفتيش المصلحة، 6- أن يضع لوحة واضحة بواجهة المكتب مكتوبة باللغة العربية وأية لغة أخرى، 7- أن يقدم كفالة مصرفية، 8- أن لا يقل رأس مال عمله عن مبلغ محدد.)

#### ثانياً : القوانين الخاصة بقطاع الفنادق والمنشآت السياحية

قانون المنشآت السياحية رقم (50) لسنة 1967

يُعدّ هذا القانون أول قانون نظم عمل المنشآت السياحية وقد تم نشره في العدد رقم (1417) من جريدة الوقائع العراقية في 1967/5/29، حيث جاء فيه ما يأتي:

أولاً- أكد المُشرِّع في الأسباب الموجبة لتشريعه إن المنشآت السياحية تشكل عنصراً هاماً من عناصر الإستقبال السياحي وهي المرآة الصادقة التي تتعكس عليها إنطباعات السائح عن هذا البلد كما أنها الأساس في زيادة الواردات غير المنظورة وبالتالي زيادة الدخل القومي، لذا وجب تنظيم هذه المنشآت بقانون يضمن إختيار الأماكن اللائقة لاستقبال السواح وتأمين حاجاتهم خلال تنقلاتهم، كما وجب إختيار الأشخاص الأكفاء الذين يتحلون بضمير مهني يدرك أهمية الدور الوطني في إنعاش الحياة الإقتصادية والإجتماعية ليقوموا بهذه المهمة.

ثانياً- نظمت مواد هذا القانون كيفية عمل وتطوير المنشآت السياحية والتي تشمل الفنادق والدور السياحية والمحلات السياحية العامة المعدة لبيع الطعام والمرطبات والمشروبات والمخيمات السياحية وبيان كيفية تعيينها ومنح الإجازات لها وتصنيفها وتحديد الأجور والأسعار ورسوم الإجازات وأحكام سحب الإجازات وحقوق والتزامات أصحابها والمسؤولين عن إدارتها والشروط المطلوبة في العاملين في هذه المنشآت.

ثالثاً- تحديد المدراء في هذه المنشآت لضمان المحافظة على النظام وتنظيم عملية الإقامة والتفتيش والموافقة على منح الإجازات وتخويل المصلحة استيفاء رسوم سنوية للإجازات عند التجديد يضاف إلى ميزانيتها، إذ نصت المادة (10) على ( على مديري المنشآت السياحية اتخاذ الوسائل الكافية للمحافظة على النظام والآداب العامة فيها ).

### ثالثاً : القوانين الخاصة بقطاع التعليم السياحي (المعاهد والكليات)

التعليم السياحي هو تخصص بكل أنواعه ( المهني والفني والعالي) يتم من خلاله تزويد الفرد بالمعلومات والمعارف التي تساعد في صناعة السياحة وتبني القاعدة الأساسية لتكوين مهارات سياحية من خلال تكوين الاختصاصيين والمهنيين وتأهيلهم للعمل في المرافق السياحية، ولأن السياحة صناعة فأنها بحاجة إلى من يتقن هذه الصناعة، أي إلى العامل السياحي الماهر الذي يعرف كيف يتعامل مع السائح أو يقدم له الخدمات، وإلى المرشد السياحي والإداري الجيد، فلم يُعدّ موظف السياحة موظفاً تتوافر فيه رغبة العمل والمعلومات العامة والتعامل الطيب، بل إن العمل السياحي يوجب أخذ تدريب مختص يؤهل هذا الموظف لتولي المسؤوليات التي تقع على كاهله في حقل السياحة ومن ثم لا بد أن ينصب الإهتمام ويتركز على نوعية التعليم والتدريب وإنماء الشخصية المتكاملة التي لديها القابلية على مواجهة التغييرات والتكيف مع متطلبات المستقبل، كما ينبغي التأكيد على أهمية التدريب المصاحبة للتعليم والمتكررة بمستويات مختلفة كي تغذي قطاعات التنمية السياحة وما تحتاجه من قدرات ومهارات متطورة.

وقد بدأ التعليم السياحي في العراق عام 1972 عندما تم إستحداث قسم السياحة وإدارة الفنادق في كلية الإدارة والإقتصاد/ الجامعة المستنصرية وكانت مدة الدراسة فيه سنتين بعد المرحلة الثانوية حيث يمنح المتخرج فيها شهادة الدبلوم في السياحة وإدارة الفنادق لغاية العام الدراسي 1984/1985، إذ تم إلغاء شهادة الدبلوم وإستحداث شهادة البكالوريوس في العام الذي تلاه، ثم تحول القسم إلى كلية متخصصة للسياحة وإدارة الفنادق في آب من العام 2013 لتصبح أول كلية متخصصة في مجال العلوم السياحية والفندقية في العراق. وفي عام 1974 تم إفتتاح المدرسة الفندقية (معهد بغداد للسياحة والفندقة حالياً) ومدة الدراسة فيه ثلاث سنوات بعد المرحلة المتوسطة، وكانت إدارة المعهد وهيئته التعليمية والفنية في مرحلة النشأة من البلدان العربية المتقدمة في هذا المجال مثل تونس ، مصر ، لبنان و المغرب ، ثم بعد ذلك أصبحت الإدارة والهيئة التعليمية عراقية بعد تدريب الكوادر الوطنية في هذا المجال في دورات خارج العراق لغرض التخصص، لغة التعليم الأصلية هي اللغة العربية، أما اللغات المساعدة فهي اللغة الإنكليزية واللغة الفرنسية، ومن أهم القوانين التي تولت تنظيم هذا الجانب قانون المعاهد السياحية والفندقية رقم (120) لسنة 1978 وتم بموجب هذا القانون ما يأتي :

أولاً- وضع حجر الأساس لإنشاء المعاهد السياحية في العراق والتي ترتبط بشكل مباشر بالمؤسسة العامة للسياحة والتي تتبع آنذاك لوزارة الثقافة والفنون ويتمثل الهدف من هذه المعاهد في تهيئة الأطر المهنية المؤهلة نظرياً وعملياً في مجالات العمل اللازمة لإدارة وتشغيل المرافق السياحية، إذ نصت المادة الثانية على (تؤسس بموجب هذا القانون معاهد مهنية متخصصة في المهن السياحية والفندقية ويكون إرتباطها بالمؤسسة).

ثانياً- تهيئة خريجي المعاهد لمواصلة الدراسة والتدريب في التخصصات المماثلة في المراحل الدراسية التالية، من أجل تأمين التخصص في مختلف فروع السياحة والفندقة، هذا وتكون الدراسة في المعهد على مرحلتين وهذا ما نصت عليه المادة الرابعة بقولها: تشتمل الدراسة في المعهد على مرحلتين وهما: المرحلة الأساسية وفيها يقبل خريجو الدراسة الابتدائية وتكون مدة الدراسة فيها ثلاثة سنوات، على أن لا يزيد عمر الطالب عن خمس عشرة سنة إضافة إلى الشروط الأخرى التي تقررها الهيئة التوجيهية، أما المرحلة المتقدمة فيقبل فيها خريجو الدراسة المتوسطة وخريجو المرحلة الأساسية وتكون مدة الدراسة فيها ثلاث سنوات، على أن لا يقل عمر الطالب عن إحدى وعشرين سنة إضافة إلى الشروط الأخرى التي تقررها الهيئة التوجيهية وضم القانون تخصيص مرتبات ومكافأة للطلبة أثناء فترة الدراسة والتدريب الصيفي.

## المبحث الثالث: مجموعة القوانين المتعلقة بأصحاب المهن السياحية المتخصصة والأنظمة والقرارات المتعلقة بالسياحة

### أولاً: مجموعة القوانين المتعلقة بأصحاب المهن السياحية (الحفظ)

بالرغم من قدم التشريعات السياحية التي نظمت عمل القطاعات الرئيسية في السياحة العراقية، إلا أنها كانت في الغالب تركز على إنشاء المعالم السياحية وتطويرها ولم تتطرق إلى أصحاب المهن لذا لم ترتق التشريعات الخاصة بهم إلى الدرجة المطلوبة، إلا أنه وبعد تطور وازدياد الحركة السياحية صدرت قوانين تساعد على تنظيم وتأطير عمل أصحاب المهن وكالاتي:

#### 1- أصحاب العمل في الإيواء الفندقي والعاملون في مجال الخدمة الفندقية:

يُعدّ القانون رقم 35 لسنة 1968 أول قانون شرع في العراق يخص المجال الإيوائي وأعتبر النواة الأولى للعمل الفندقي، وشرعت بعده قرارات كانت تقرر ملامح العاملين بالفنادق والمرافق السياحية حيث يتوجب أن يكون العاملين في تلك المنشآت من خريجي المعاهد المتخصصة فضلاً عن ضرورة إمامهم بلغة أجنبية واحدة على الأقل ويتوجب عليهم ارتداء الزي الذي يميزهم عن الضيوف.

#### 2- أصحاب العمل في المطاعم السياحية والمصنفة :

بما أن للسياحة تشريع فلا بد أن يضم عادة عدة قطاعات بقانون واحد، وقطاع الفنادق دوماً يذكر مع قطاع المطاعم بقانون واحد، حيث شرع القانون رقم 35 لسنة 1968 الذي بين فيه المُشرّع الأطر العامة للعاملين في المطاعم من حيث الصحة وخبرة العمل وتوافر شروط النظافة والخضوع للفحوصات الدورية وارتداء زي موحد ولم يتطرق القانون إلى أي تفصيل آخر بشأن العاملين.

#### 3- العاملين بمجال الاستقبال السياحي (المرشدين السياحيين):

تناول التشريع هذا الجانب من الإرشاد بقانون الإدلاء رقم (37) لسنة 1966 الذي نشر في الوقائع العراقية بالعدد رقم (1267) في 1966/5/18، وهو يُعدّ النواة الأولى للعمل الإرشادي في العراق وأسس له، فقد عرفت الفقرة الثالثة من المادة (1) الدليل بأنه الشخص الذي يقوم بمساعدة السائحين ومرافقتهم لشرح المعالم التاريخية والعلمية والفنية للأماكن السياحية والأثرية والمحلات الجديرة بالمشاهدة في الأنحاء المختلفة من البلاد لقاء أجر معين، وأكدت المادة (2) على أنه لا يجوز لأي

شخص أن يعرض خدمته أو يمارسها كدليل إلا بعد حصوله على إجازة بذلك من مصلحة السياحة وتعتبر هذه الإجازة شخصية لا يجوز التنازل عنها للغير، ووضح القانون شروط منح هذه الإجازة مقابل رسم سنوي تستوفيه مصلحة السياحة، كما حدد المشرع عقوبات على كل من يخالف أحكام هذا القانون وقد صدرت شروط في سنة 1991 تخص العمل الإرشادي لكنها لم تكن بالمستوى المطلوب.

## **ثانياً: الأنظمة والقرارات المتعلقة بالسياحة (الحفظ)**

قد يتم تنظيم الأنشطة السياحية من خلال تشريعات تتخذ شكل أنظمة تستند إلى تشريع خاص بالسياحة ويقصد بالنظام القانوني ( مجموعة من المبادئ التوجيهية القانونية التي يتم من خلالها تنظيم نشاط معين فيختص أو يحدد المهن التي تدخل في صناعة السياحة مثل مقدمي خدمة الغرف في قطاع الفنادق ومهنة الدلالة والإرشاد في قطاع الاستقبال السياحي وتعتبر ذات تفاصيل دقيقة ولا تكتفي بالعموميات ).

أو قد يتم تنظيم النشاط السياحي من خلال قرارات تصدرها السلطة التنفيذية ويقصد بالقرار ذلك العمل القانوني الصادر من جانب الإدارة بإرادتها المنفردة ويرتب القانون عليه أثراً، أو قد يتم تنظيم النشاط السياحي من خلال تعليمات و التعليمات : هي تشريع يُسن لتطبيق أحكام القانون أو النظام، تُعد مشروعه الدائرة أو المؤسسة أو الهيئة المسؤولة عن تطبيق أحكامه، ويُقره مديرها أو رئيسها أو مجلس إدارتها أو وزيرها المعني، ويتم نشره في الجريدة الرسمية إشعاراً ببدء العمل به رسمياً بمعنى إنها مجموعة قواعد محددة بدقة يلتزم من توجه إليه بتنفيذها كما هي:

### **1- نظام تصنيف المنشآت السياحية رقم (35) لسنة 1968 (الحفظ)**

جاء بتعديلات لقانون المنشآت السياحية رقم (50) لسنة 1967 بشكل تفصيلي وبشكل خاص ما يتعلق بتصنيفات الفنادق والمطاعم والمخيمات إذ نصت المادة الأولى على ( ضرورة أن تراعى عند تصنيف الفنادق والدور السياحية مميزات الموقع والبناء والمدخل والصالات وقاعات الطعام ووسائل التسلية وعدد المستخدمين وجميع التجهيزات والخدمات التي توفر للنزلاء الراحة على نحو يتناسب ودرجة المنشآت السياحية )

وحددت المادة الثانية المواد التي لا بد من توافرها في الفنادق والدور السياحية إذ نصت على ( يجب أن يتوافر في الفنادق والدور السياحية على إختلاف درجاتها كحد أدنى كالثلاجة الكهربائية وجهاز أوتوماتيكي لتبريد ماء الشرب وخدمات لغسل وكي الملابس وجهاز هاتف واحد على الأقل فضلاً

عن صيدلية الإسعافات الأولية وأجهزة كافية للإطفاء ومصعد كهربائي لما يزيد على الطابقين إلى أربعة ومُعدان لأكثر من ذلك وجرس كهربائي لكل غرفة وموصل كهربائي بلاك في كل غرفة مع التأكيد على النظافة التامة والشروط الصحية الكاملة والإدامة المستمرة العاجلة وأثاث وأسرة ومفروشات لائقة على أن يوضع لكل سرير شرشفان مع بياضات وأغطية كافية ولا يجوز استعمال السجاد اللينى بجميع أنواعه في الفنادق والدور السياحية)، أما المادة الثالثة فقد وضحت الأسس التي يتم اعتمادها لتصنيف الفنادق السياحية إلى درجات ثالثة وثانية وأولى وممتازة من خلال بيان الحد الأدنى الذي لا بد أن تحتويه من أثاث وتوفير خدمات.

وحددت المادة الرابعة الأسس المعتمدة لتصنيف الدور السياحية إلى درجات كذلك ونظمت المادة الخامسة (المطاعم والملاهي السياحية) فأكدت على إنه تراعى عند تصنيف المطاعم والملاهي السياحية وما في حكمها مميزات الموقع والبناء والمدخل والصالات وقاعات الطعام ووسائل التسلية وعدد المستخدمين وجميع التجهيزات والخدمات التي توفر للرواد الراحة على نحو يتناسب ودرجة المنشأة السياحية وحددت المادة السادسة الأسس المعتمدة لتصنيف المخيمات السياحية إلى أربع درجات ممتازة ودرجة أولى ودرجة ثانية ودرجة ثالثة.

## **2- القرار رقم 410 لسنة 1987 (للاطلاع فقط)**

صدر هذا القرار من قبل مجلس قيادة الثورة المنحل إلا أنه مازال ساري المفعول وتم نشره في جريدة الوقائع بالعدد رقم ( 1396 ) بتاريخ 1987/6/22، ويخص إلغاء المؤسسة العامة للسياحة والمنشآت ودائرة الهندسة التابعة لها والإستعاضة عنها بمديرية السياحة العامة التي ترتبط بديوان الرئاسة وتتمتع باستقلال مالي وشخصية معنوية، وقد جاء هذا القرار تحت ظروف الحرب وتطبيق سياسة التقشف الإداري وقد جاء القرار بأن تمارس مديرية السياحة صلاحيات المؤسسة العامة واستمرار العمل بقانون المؤسسة رقم 49 لسنة 1977

## **3- القرار رقم 681 في سنة 1988 (للاطلاع فقط)**

صدر هذا القرار من قبل مجلس قيادة الثورة المنحل إلا أنه مازال ساري المفعول وتم نشره في جريدة الوقائع بالعدد رقم ( 3215 ) بتاريخ 1988/8/15، وقد حل هذا القرار مديرية السياحة العامة والتشكيلات التابعة لها ونقل حقوقها والتزاماتها إلى وزاره المالية وتم بهذا القرار تشكيل لجنة تتولى تأجير المنشآت والمرافق السياحية للقطاع الخاص لمدة 25 سنة وبيع المرافق السياحية عند عدم إنسجامها مع متطلبات المصلحة العامة وتعرض على ديوان الرئاسة للموافقة على البيع

فضلاً عن تحويل بعض المنشآت والمرافق السياحية إلى شركات مساهمة مختلطة بعد الحصول على موافقة ديوان الرئاسة، ونصت الفقرة (ج) من البند (ثامناً) على إرتباط معهد بغداد للفنقة والسياحة بوزارة التربية / المديرية العامة للتعليم المهني .

وقد الغي البند ( ثانياً) من هذا القرار بموجب الفقرة (1) من قرار إلغاء الفقرة (ثانياً) من قرار مجلس قيادة الثورة المنحل رقم 681 والذي كان يجيز إمكانية تأجير المنشآت والمرافق السياحية بحالتها القائمة من أبنية وأثاث إلى القطاع الخاص شركات أو أفراد وبالإجازة الطويلة لمدة خمس وعشرين سنة قابلة للتجديد، فأصبح النص الجديد يؤكد على تشكيل لجنة تتولى الموافقة على تأجير المنشآت والمرافق السياحية وإبرام عقود الإيجار مع المستأجرين دون تحديد مدة للإيجار.

#### **4- القرار رقم 299 لسنة 1990 (للأطلاع فقط)**

صدر هذا القرار من قبل مجلس قيادة الثورة المنحل وتم نشره في جريدة الوقائع بالعدد رقم(3319) بتاريخ 1990/8/6 وتم إصداره نتيجة غياب الجهد المركزي في إدارة القطاع السياحي وتشتت الإدارات بين الوزارات الأمر الذي استوجب إعادة تشكيل هيئة أو جهاز إداري خاص بالسياحة من أجل توحيد القطاع السياحي ، وبموجب هذا القرار تم تشكيل هيئة خاصة بالسياحة تربط إدارياً بديوان الرئاسة وتتولى إجراء البحوث والدراسات والتخطيط لتوجيه وتطوير النشاط السياحي في العراق، والاستعانة بالإمكانات والخبرات المتاحة في مجال السياحة في الدول العربية والأجنبية لرفع مستوى الخدمات السياحية في البلد، وإصدار التعليمات بشأن الشروط الواجب توافرها في المنشآت والمرافق السياحية وكيفية أدائها للخدمات حسب أسس ودرجات التصنيف التي تضعها الهيئة، فضلاً عن القيام بعمليات تفتيش ومراقبة المنشآت السياحية، والتأكيد على بث الوعي السياحي باستخدام جميع وسائل الإعلام المتاحة، والمشاركة في المعارض والاحتفالات والندوات والاجتماعات السياحية داخل القطر وخارجه.

وقد الغي هذا القرار بموجب قانون هيئة السياحة رقم (14) لسنة 1996 .

#### **5- الأمر الديواني المرقم (312) لسنة 2015 (للأطلاع فقط)**

تم خلال الاجتماع المنعقد في جلسة مجلس الوزراء إتخاذ الأمر الديواني المرقم 312 لسنة 2015 بإلغاء وزارة السياحة والتي كانت تشرف على إدارة أكثر من 1200 موقع اثري وسياحي في عموم المدن والمحافظات. ودمجها بوزارة الثقافة في إطار الإجراءات الإصلاحية الأخيرة والتي الغى بموجبها 11 حقيبة وزارية .

وقد إنعكس هذا القرار سلبيًا على السياحة وعلى الوضع الاقتصادي في البلد، خصوصاً وإن السياحة في العراق يمكنها أن توفر مورداً اقتصادياً مهماً في ظل الظروف المالية الصعبة التي تعيشها البلاد حالياً.

## أسئلة الفصل السابع

- س1/ بين أهم الأهداف التي يمكن تحقيقها من دراسة التشريعات السياحية
- س2 / بين أهم الشروط الواجب توافرها في العاملين في الفنادق والمرافق السياحية
- س3/ بين الهدف من إصدار قانون المعاهد السياحية والفندقة رقم (120) لسنة 1978
- س4/ عدد شروط منح الإجازة لشركات السفر والسياحة بموجب قانون تنظيم شركات ووكالات السفر والسياحة رقم (47) لسنة 1967
- س5/ عدد أهداف المؤسسة العامة للسياحة بموجب قانون المؤسسة العامة للسياحة رقم (49) لسنة 1977
- س6/ بين أهم الوسائل الفنية والعملية التي تتبعها المؤسسة العامة للسياحة لتحقيق أهدافها بموجب قانون المؤسسة العامة للسياحة رقم (49) لسنة 1977
- س7/ عدد أهم المواد التي لا بد من توافرها في الفنادق والدور السياحية
- س8/ أملأ الفراغات الآتية بما يناسبها

- 1- كان القطاع السياحي قبل صدور التشريعات السياحية يخضع للقوانين العامة كالقانون ..... و..... و..... ( التجاري والجنائي والنقل)
- 2- سمي أول قانون عراقي اهتم بصناعة السياحة سمي بقانون ..... (تأسيس مناطق المصايف وبيع العرصات الأميرية فيها)
- 3- تم تشكيل قانون المعاهد السياحية بموجب قانون رقم ..... لسنة .....
- 4- يمثل قانون رقم (35) لسنة 1979 نظام .....
- 5- حل قانون ..... رقم 49 لسنة ..... محل قانون رقم ..... لسنة 1960 وقانون رقم ..... لسنة 1067.
- 6- يمثل القانون (120) الصادر سنة 1978 قانون .....

## المصادر المراجع العربية

- 1- الحواري، نضال عباس، 2003، "إدارة وكالات وشركات السياحة والسفر" - دار البركة للنشر والتوزيع - عمان الاردن ، الطبعة الاولى.
- 2- الروبي، نبيل "التخطيط السياحي"، مؤسسة الثقافة الجامعية، الاسكندرية - جمهورية مصر العربية 1978.
- 3- العاني محمد جاسم "دراسات تطبيقية في مجال التخطيط العمراني" دار الصفاء للنشر-عمان الاردن- 2009 الطبعة الاولى.
- 4- العلاق، بشير، 2009 "ثقافة المؤمن" - دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان ، الاردن
- 5- العيسى فهد محمد "تخطيط البرامج السياحية" الرياض السعودية-2009 الطبعة الاولى.
- 6- السماك محمد ازهر سعيد، 2009، "التخطيط السياحي بمنظور جغرافي معاصر"- الموصل-العراق
- 7- الصعيدي عصام حسن-" نظم المعلومات السياحية"- دار الراية للنشر والتوزيع-عمان-الاردن 2011.
- 8- الصيرفي - محمد "التخطيط السياحي ومهارات التخطيط السياحي"- دار الفكر الجامعي - الاسكندرية - جمهورية مصر العربية 2009 الطبعة الاولى.
- 9- الطائي، حميد عبد النبي، 2009 "اصول صناعة السياحة" الوراق للنشر والتوزيع، عمان ،الاردن
- 10- الظاهر، نعيم ، تيم ، عبد الجبار-"وسائل الاتصال السياحي"- دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع - عمان - الاردن 2008.
- 11- السيسي، ماهر عبد الخالق "مبادئ السياحة" -مجموعة النيل العربية للطباعة والنشر القاهرة - جمهورية مصر العربية 2001 الطبعة الاولى.
- 12 -المشهداني، خليل ابراهيم احمد ، "التخطيط السياحي" ، بغداد، العراق 1989
- 13 - خربطلي، صلاح الدين السياحة المستدامة - ( دليل الاجهزة المحلية )- دار الرضا للنشر- ط 1 - دمشق -سوريا 2009
- 14- عبودي، زيد منير- في " إدارة الفنادق النشاط السياحي" - دار كنوز للمعرفة والنشر والتوزيع دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع - عمان - الاردن 2007 الطبعة الاولى.
- 15- غنيم، عثمان محمد ، سعد ، بنيتا نبيل، 1999 "التخطيط السياحي؟" تخطيط مكاني شامل ومتكامل- دار صفاء للنشر والتوزيع - عمان - الاردن. ط 1
- 16- شمسين، نديم 2001 "مبادئ السياحة" ن الجمعية الجغرافية السياحية "دمشق - سوريا.
- 17- قسيمة، كباشي حسين، 2010 - " التخطيط السياحي واثره في مناطق ومواقع التراث الاثري "- مجلة جامعة شندي- الرياض -السعودية-.
- 18- كافي، مصطفى يوسف، 2006 " صناعة السياحة كاحد الخيارات الاستراتيجية للتنمية الاقتصادية" دار الفرات للنشر والتوزيع - دمشق - سوريا
- 19- مقابلة، احمد محمود، 2007 "صناعة السياحة" دار كنوز المعرفة للنشر - عمان - الاردن ط 1
- 20- مؤمن، محمد عمر، 2009 "التخطيط السياحي" المكتب الجامعي الحديث - بغداد - العراق ط 1
- 21- هاشم عقيل قاسم، 2009، مستوى نتائج التخطيط الشامل والمبرمج - مجلة جامعة بابل-العراق

## المراجع الاجنبية

- 1-William c. gartner ( 2006 ) , tourism development. ( principles , processes , and policies ).john wiley.
- 2-Robert ,w. mcIntosh , Charles r. goeldenr and j.r. brent ritche ( 2005 ) ,tourism , principles , practices , and philosophies.john wiley

الصفحة	فهرس الكتاب
3	المقدمة
4	<b>الفصل الاول/مدخل مفاهيمي للتخطيط السياحي</b>
5	أولاً: المفاهيم النظرية في التخطيط السياحي
8	ثانياً: أهمية ومتطلبات وفاعلية التخطيط السياحي
11	ثالثاً: خطوات ومستويات التخطيط السياحي
16	أسئلة الفصل الأول
17	<b>الفصل الثاني/ التخطيط السياحي على المستوى الوطني</b>
18	أولاً: عمليات المسح السياحي الشامل
24	ثانياً: تحديد المنتجات او المناطق التي يتم العمل على تطويرها وعلاقتها بالطب السياحي
32	ثالثاً: المقومات المكانية وتحديد المناطق الجغرافية المشمولة بالتطور
38	أسئلة الفصل الثاني
39	<b>الفصل الثالث/التخطيط على المستوى الإقليمي</b>
40	أولاً: تعريف الاقليم الجغرافي
45	ثانياً: تحديد المناطق والمنتجات التي تشترك فيها أكثر من منطقة
54	أسئلة الفصل الثالث
55	<b>الفصل الرابع/ التخطيط على المستوى المحلي والمشاريع</b>
56	أولاً: تطوير وتحديث النظام التخطيطي على المستوى الوطني
65	ثانياً: علاقة صناعة السياحة مع البيئة والمجتمع والإقتصاد

70	ثالثاً: الأدوات المستخدمة في حل مشكلات التخطيط السياحي
78	أسئلة الفصل الرابع
79	<b>الفصل الخامس/التنمية السياحية</b>
80	أولاً: التنمية السياحية تعريفها وعناصرها وأهدافها
83	ثانياً: مراحل إعداد خطة التنمية السياحية
98	ثالثاً: تخطيط عناصر ومكونات نظم المعلومات للموارد البشرية
107	أسئلة الفصل الخامس
108	<b>الفصل السادس/ إدارة وتخطيط البرامج السياحية</b>
109	أولاً: تعريف البرنامج السياحي
112	ثانياً: أنواع البرامج السياحية
114	ثالثاً: حساب البرنامج السياحي
117	أسئلة الفصل السادس
118	<b>الفصل السابع/ التشريعات السياحية في جمهورية العراق</b>
120	المبحث الأول:القوانين السياحية
131	المبحث الثاني: مجموعة القوانين السياحية المنظمة لقطاع معين
136	المبحث الثالث: مجموعة القوانين المتعلقة بأصحاب المهن السياحية المتخصصة والأنظمة والقرارات المتعلقة بالسياحة
141	أسئلة الفصل السابع
142	المصادر
143	الفهرس