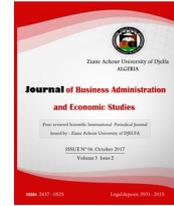




مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية



www.asjp.cerist.dz/en/PresentationRevue/313/

موقع المجلة:

تصور مقترح لتنمية السياحة في مدينة عدن

Proposed Visualization For Developing Tourism In Aden City

د. ابتهاج عوض أحمد محفوظ،^{1*} Dr. Ibtehal A. A. Mahfood، whiteflying70@yahoo.com،

¹ أستاذ مشارك، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة عدن (اليمن)

تاريخ النشر: 2022/11/16

تاريخ القبول: 2022/11/10

تاريخ الإرسال: 2022/07/28

الكلمات المفتاحية

ملخص

هدفت الدراسة إلى وضع تصور مقترح لتنمية السياحة في مدينة عدن، وذلك من خلال معرفة أهمية التخطيط السياحي في التنمية السياحية، واستعراض وتحليل تجارب بعض الدول العربية الناجحة في مجال التنمية السياحية، وتحليل إمكانات السياحة في مدينة عدن. ولتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي. توصلت الدراسة إلى أن تجربة كل من (مصر، تونس، دبي) حققت نجاحات في التنمية السياحية نتيجة تطبيقها الفعلي لمختلف الخطط والاستراتيجيات التي أعدتها مسبقاً لتنمية قطاعها السياحي، وتوفر بنية أساسية حديثة، ومشاركة القطاع الخاص واستقطاب رؤوس الأموال الأجنبية. كما توصلت الدراسة إلى أن مدينة عدن تمتلك العديد من الإمكانيات السياحية (نقاط القوة والفرص) التي تؤهلها لتصبح مدينة سياحية تمثل أهمها بوجود منتج سياحي متنوع واستراتيجية موقعها، كما أنها تواجه العديد من التحديات (نقاط الضعف والتهديدات) تمثلت أهمها بعدم وجود خطة لتنمية السياحة وقصور خدمات البنية الأساسية. وفي ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة تم وضع عدد من التوصيات أهمها وضع استراتيجية متكاملة لتنمية السياحة، وتوفير الإمكانيات المادية وتطوير خدمات البنية الأساسية.

التنمية ؛ التنمية السياحية ؛
التخطيط ؛ التخطيط
السياحي ؛ تصور مقترح.

تصنيف JEL: O10 ؛ Z32 ؛ O20 ؛ O21

Abstract

The study aimed to Laying a proposed for developing tourism in Aden city by knowing the importance of Tourist planning in tourism development, reviewing and analyzing the experiences of some successful Arabic countries in the field of tourist development, and analyzing potential of tourism in the city. For the purpose of achieving the objectives of this study, the analytical descriptive approach was used.

The study concluded that the experiences of Egypt, Tunisia and Dubai have achieved success in tourist development as a result of their actual application of the different plans and strategies pre-prepared for improving their tourist sector, availability of a modern basic infrastructure, and the participation of the private sector, the polarization of foreign capitals. The study also reached to a conclusion that Aden city possesses a several tourist potentials (strength and weakness points) that qualify it to become a tourist city as the availability of a diverse tourist product and its strategic location. According to the study, the city also faces a number of challenges (Opportunities and Threat points), including the unavailability of a plan for tourist development and the failure of basic infrastructure services. In light of the results which the study reached to many recommendations were made, including a comprehensive strategy for developing tourism, providing material potentials, improving basic infrastructure services.

Keywords

Development ;
Tourism
development ;
Planning ;
Tourist
planning ;
Proposed
Visualization.

JEL Classification Codes : O10 ؛ Z32 ؛ O20 ؛ O21

* البريد الإلكتروني للباحث المرسل: whiteflying70@yahoo.com

1. مقدمة:

تعد السياحة ظاهرة اجتماعية شهدت تطورات سريعة خلال النصف الثاني من القرن العشرين، واحتلت مكانة عالمية مهمة لدى عدد من الدول والحكومات نظراً لانعكاساتها الإيجابية على الجوانب الاقتصادية والاجتماعية وتشابكها مع عدة قطاعات أخرى، وبهذا أضحت صناعة متكاملة تسهم في التجارة الدولية، وزيادة الدخل القومي، ومصدراً مهماً للنقد الأجنبي وتشغيل الأيدي العاملة، فضلاً عن إسهامها في تحسين وضع ميزان المدفوعات، واستقطاب رؤوس الأموال الوطنية والأجنبية في مختلف المشاريع السياحية.

فقد ارتفع عدد السياح في العالم من (25) مليون سائح عام 1950 ليصل إلى (1.4) مليار سائح عام 2018، وارتفعت إيرادات السياحة العالمية من (2) مليار دولار عام 1950 لتصل إلى أكثر من (1300) مليار دولار عام 2018، وأسهمت السياحة العالمية بمبلغ (7.6) تريليون دولار أي ما يعادل (10.2%) من الناتج المحلي الإجمالي العالمي، وشكلت ما نسبته (30%) على الأقل من دخل الصادرات الخدمية، و(6%) من الصادرات العالمية، و(10%) من الناتج المحلي الإجمالي العالمي، وبلغت نسبة الاستثمار السياحي حوالي (4.8%) من إجمالي الاستثمار العالمي، وتوليدها (292) مليون وظيفة مباشرة وغير مباشرة (وظيفة واحدة من بين 10 وظائف في العالم) أي ما يعادل حوالي (9.4%) من إجمالي العمالة العالمية. ويتوقع أن يصل عدد السياح في نهاية عام 2030 إلى أكثر من (1.8) مليار سائح بمعدل نمو (3.3%) سنوياً. كما تسهم السياحة في تحقيق التنمية المتوازنة في مختلف الأقاليم، والحفاظ على التراث الثقافي للدول، والحفاظ على البيئة وتحقيق الأمن والسلام، والتنمية المستدامة للدول والعمل على النمو الاقتصادي، خلق فرص العمل والحد من الفقر (منظمة السياحة العربية، 2018، ص2).

لذلك اهتمت عدة دول بالتنمية السياحية لكونها تلعب دوراً كبيراً في تحريك عجلة الاقتصاد لما تحققه من مردودات عالية على مختلف النواحي، وأصبحت أحد أنواع التنمية المشاركة في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية خصوصاً في الدول النامية، بحيث تمثل السياحة بديلاً مهماً للقطاعات الأخرى التي لا تمتلك فيها هذه الدول قدرات تنافسية كبيرة، ويعد التخطيط السياحي عاملاً أساسياً في تحقيق التنمية السياحية نظراً لما يقوم به من دور مهم في تنمية وتطوير المناطق السياحية والتنسيق بين مختلف القطاعات المرتبطة بالسياحة وإيجاد التوازن على قاعدة الموارد المحدودة، وتعظيم الآثار الإيجابية للتنمية السياحية والتخفيف من آثارها السلبية.

وبالرغم من الأهمية المتزايدة للقطاع السياحي وتطويره في العديد من دول العالم، إلا أننا نجد في مدينة عدن لم يصل بعد إلى المستوى الذي يكفل بلوغ الأهداف المرجوة منه، وبقيت إنجازاته محدودة وتكاد تكون معدومة بالرغم من امتلاك مدينة عدن عدد من المقومات الطبيعية والبشرية التي تحتاج إلى الاهتمام لتصبح مدينة سياحية.

مشكلة الدراسة:

أدركت العديد من الدول النامية أهمية القطاع السياحي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، لذلك شرعت العديد منها إلى وضع الاستراتيجيات والسياسات اللازمة للنهوض بهذا القطاع، وتعد اليمن - رغم تأخرها في ذلك - واحدة من تلك الدول التي سعت إلى وضع عدد من الاستراتيجيات لتنمية وتطوير السياحة فيها، وقد تمثل ذلك بوضوح في الرؤية

الاستراتيجية لليمن 2025 من خلال النهوض بأربعة قطاعات واعدة تحقق نواً لصالح الفئات الفقيرة، وهي الزراعة، والثروة السمكية، الصناعة والتجارة، والسياحة.

كما أعدت وزارة السياحة أهم وثيقتين للتنمية السياحية في اليمن هما: وثيقة الاستراتيجية الوطنية للتنمية السياحية (2010-2025)، وخطة تنمية السياحة لتطوير المناطق والمواقع السياحية وتحسينها (2010)، فضلاً عن القوانين واللوائح المنظمة للسياح، وبالرجوع إلى التقرير النهائي (مارس 2011) الصادر من وزارة السياحة وبدعم من برنامج التنوع الاقتصادي المنفذ من قبل برنامج الأمم المتحدة الإنمائي (UNDP) لخطة العمل الاستراتيجية للتنمية المستدامة لقطاع السياحة في اليمن 2011-2015 الذي جاء فيه أنه نتيجة إلى الوضع الراهن للسياحة في اليمن، فقد تم فيه اقتراح الاقتراب من موضوع تنمية وتطوير السياحة على أساس منهجية العينات المرجعية - بهدف كسر الحلقة المفرغة-، الذي يركز على تنمية مكونات محدودة في قطاع السياحة مثل منطقة معينة أو موقع جذب سياحي معين أو أسواق محددة إلخ ، ويهدف إلى خلق أنموذج عملي جيد يمكن أن يعمم على مستوى البلد عندما يتغير الوضع إلى الأفضل، وهذا الأسلوب يسمح لأصحاب المصلحة والعلاقة بقطاع السياحة بالنمو معاً والاستفادة من الموارد المحدودة المالية والبشرية إلى أقصى حد، وهو أكثر جدوى من اتباع مقاربة أو طريقة عامة لتنمية السياحة على المستوى الوطني، كما يتيح أسلوب العينات المرجعية اختبار (مناطق أو محافظات) يكون فيها الوضع الأمني مسيطر عليه بدرجة معقولة بما يسمح بتنفيذ مشاريع تجريبية عبر تدخلات مقيدة بزمن محدد (وزارة السياحة، 2011، ص4، 24).

ورغم الاقتراح الذي جاء به التقرير المذكور آنفاً - تنمية السياحة على أساس منهجية العينات المرجعية- ورغم امتلاك مدينة عدن العديد من الإمكانيات السياحية إلا أنه لم يتم وضع خطة لتنمية السياحة فيها، لذلك جاءت الدراسة الحالية لوضع تصور مقترح لتنمية السياحة في مدينة عدن.

أسئلة الدراسة:

1. ما التنمية السياحية والتخطيط السياحي؟
2. ما تجارب بعض الدول العربية في التنمية السياحية؟
3. ما الإمكانيات السياحية في مدينة عدن؟
4. ما الفرص المقترحة لتنمية السياحة في مدينة عدن؟
5. ما التصور المقترح لتنمية السياحة في مدينة عدن؟

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة الحالية إلى تحقيق الأهداف التالية:

1. إبراز مفهوم التنمية السياحية ومتطلباتها.
2. معرفة أهمية التخطيط السياحي في التنمية السياحية.
3. استعراض وتحليل تجارب بعض الدول العربية الناجحة في مجال التنمية السياحية والاستفادة منها.
4. تحليل إمكانيات السياحة في مدينة عدن.

5. استعراض أهم الفرص لتنمية السياحة وتطويرها في مدينة عدن.

6. وضع تصور مقترح لتنمية السياحة وتطويرها في مدينة عدن.

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة الحالية في كون القطاع السياحي يشكل بديلاً تنموياً فعال في كثير من الدول المتقدمة والنامية،

كما تكمن أهميته في:

1. تزايد الاهتمام العالمي والعربي بالتنمية السياحية والتخطيط السياحي.
2. أهمية اتباع سياسة تخطيطية جيدة من شأنها المحافظة على الموارد السياحية بمختلف أنواعها في مدينة عدن.
3. التعرف على أهم نقاط القوة والضعف والتهديدات والفرص لإمكانات السياحة في مدينة عدن.
4. تقديم تصور مقترح لتنمية السياحة في مدينة عدن.

منهجية الدراسة:

تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي للإجابة عن أسئلة الدراسة.

هيكل الدراسة:

تم تقسيم الدراسة إلى ثلاثة مباحث، هي:

المبحث الأول: التنمية السياحية والتخطيط السياحي.

المبحث الثاني: تجارب بعض الدول العربية في التنمية السياحية.

المبحث الثالث: إمكانات السياحة وفرص تنميتها في مدينة عدن.

II. المبحث الأول: التنمية السياحية والتخطيط السياحي:

تعد السياحة من المجالات الاقتصادية الحيوية للكثير من الدول سواء المتقدمة أو النامية، لذلك اهتمت العديد منها بوضع الاستراتيجيات والخطط التنموية السياحية للدور البارز الذي تلعبه السياحة في تعزيز التنمية بمختلف أبعادها الاقتصادية والاجتماعية وغيرها، وسنتناول في هذا المبحث مفاهيم التنمية والتنمية السياحية ومتطلباتها، والتدليل بماهية التخطيط والتخطيط السياحي وأهميته وأهم أهدافه، ومكونات إعداد خطة التنمية السياحية ومرآحها.

1. مفهوم التنمية السياحية:

تعد التنمية بشكل عام محرك التغيير الارتقائي الجذري المستمر المخطط في بناء مهام الأجهزة أو النظم

الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية والريفية (Zetterberg, 1995, p41).

وُعرفت التنمية بأنها الجهود المنظمة التي تُبدل وفق تخطيط مرسوم للتنسيق بين الإمكانيات البشرية والمادية

المتاحة في وسط اجتماعي معين لتحقيق مستويات أعلى من لدخل القومي والدخول الفردية ومستويات أعلى

للمعيشة والحياة الاجتماعية في نواحيها المختلفة للوصول إلى تحقيق أعلى مستوى ممكن من الرفاهية الاجتماعية

(بظاظو، 2010، ص23).

وعرفها البرنامج الإنمائي للأمم المتحدة بأنها "عملية توسيع نطاق الخيارات المتاحة أمام الفرد، وأهم هذه الخيارات المتشعبة، هي أن يحيا الناس حياة طويلة، وخالية من العلل وأن يتعلموا، وأن يكون بوسعهم الحصول على المواد التي تكفل مستوى معيشة كريمة" (PNUD, 1990, p11).

وتعد التنمية السياحية بؤرة الاهتمام في صناعة السياحة على مستوى كافة دول العالم السياحية فهي تعمل على خلق وتطوير المنتج السياحي، والعمل المنظم المستمر لانعاش صناعة السياحة (Douglas, 1989, p10). وعرفت التنمية السياحية بأنها "مختلف البرامج التي تهدف إلى تحقيق الزيادة المستمرة المتوازنة في الموارد السياحية وتعميق وترشيد الإنتاجية في القطاع السياحي" (عبدالوهاب، 1991، ص21). وعرفت أيضاً بأنها "التوليف بين العناصر الطبيعية والبيئية المتوفرة في الإقليم إلى جانب الخدمات والمرافق الداعمة لإقامة المشاريع والاستثمارات بهدف الاستغلال الأمثل لعناصر المنتج السياحي من موارد طبيعية وحضارية وبشرية" (عبد الهادي، 2006، ص62).

مما سبق يمكن إيجاز تعريف التنمية السياحية بأنها تلك البرامج التي تسعى الدولة من خلالها إلى استغلال الموارد السياحية بمختلف أنواعها استغلالاً أمثل، إلى جانب تطوير الخدمات الأساسية والتكميلية لصناعة منتج سياحي ذات جودة عالية قادر على المنافسة في الأسواق الخارجية.

وتبعاً لانتشار مفهوم التنمية السياحية والرؤية لمانعها التنموية الشاملة في الدولة عامة كجذب النقد الأجنبي، وتوسيع قاعدة العمالة، وتنشيط الدورة الاقتصادية، وتشجيع تنمية المناطق النائية، وتحقيق العدالة التوزيعية في الدخل القومي بين المناطق المختلفة ونشوء صناعات جديدة تقوم على التنمية السياحية، فقد تم التوسع في تنمية السياحة كوسيلة لتحقيق تنمية شاملة. (اللحام، 2007، ص42).

وتهتم العديد من الدول بالتنمية السياحية لأسباب عديدة، أهمها (حسنين، 2006، ص13-14):

أ. الأسباب الاقتصادية:

وهي من أهم الأسباب حيث تسهم التنمية السياحية في:

- تحقيق الانتعاش الاقتصادي للدولة من خلال زيادة النقد الأجنبي الذي يسهم في توفير احتياجات التنمية الاقتصادية من المكونات الإنتاجية اللازمة للنشاط الإنتاجي في كافة القطاعات.
- تنشيط القطاعات الاقتصادية الأخرى ذات العلاقة بالقطاع السياحي كالقطاع الصناعي، الزراعي، الخدمي وغيره من القطاعات.
- خلق فرص عمل جديدة في القطاع السياحي والقطاعات الأخرى المرتبطة به.
- المساهمة في التنمية المحلية والعمرانية في مناطق الجذب السياحي، ما يؤدي إلى تحقيق نمو متوازن، وتحقيق العدالة في توزيع الدخل القومي بين مختلف الأقاليم السياحية في الدولة.

ب. الأسباب الاجتماعية والثقافية:

تسهم التنمية السياحية في زيادة درجة الترابط الاجتماعي والثقافي بين سكان المجتمع وزيادة المعرفة لديهم، كما أنها تشجع التبادل الثقافي والحضاري بين الشعوب، وتعرف الأفراد على عادات وسلوكيات السواح، ما يؤدي إلى تقارب المسافات الاجتماعية بينهم واتساع الحلقة الحضارية.

ج. الأسباب البيئية:

تظهر التنمية السياحية أهمية البيئة وكيفية الحفاظ عليها، والارتقاء بها، ومنع تدهورها أو تلوثها، فالبيئة النظيفة من أهم عوامل الجذب السياحي، وهي الأساس الذي يركز عليه النشاط السياحي، فالحفاظ على البيئة وتنمية مواردها يؤدي إلى استمرار النشاط السياحي ونموه.

وغالباً ما تسعى كثير من الدول القيام بالتنمية السياحية لتحقيق ما يلي (حسنين، 2006، ص15):

- الزيادة المستمرة والمتوازنة في الموارد السياحية للدولة، ويتحقق ذلك بدعم القدرة التنافسية لصناعة السياحة، ورفع إنتاجية الموارد البشرية وغير البشرية الموظفة فيها.
- تدعيم الارتباط الإنتاجي بين القطاع السياحي والقطاعات الأخرى.
- تعظيم الآثار الإيجابية الاجتماعية والثقافية للسياحة وبذل الجهود للتخلص من آثارها السلبية.
- المساهمة في تنمية البيئة والمحافظة عليها من خلال الاهتمام بمواقع الجذب السياحي والأماكن المحيطة بها.

2. متطلبات التنمية السياحية:

لتحقيق التنمية السياحية لابد من توفير عدد من المتطلبات، تتمثل بالآتي (حسين، 1996، ص151-165):

أ. متطلبات تنظيمية:

تتمثل بالعوامل التنظيمية والإدارية التي تحدد القواعد والضوابط التي تتعلق بالنشاط السياحي، والمتمثل بوزارة وأجهزة السياحة المختلفة، وجميع الوزارات والمؤسسات، والأجهزة ذات العلاقة بالقطاع السياحي ك وزارة الثقافة، الإعلام، البيئة... إلخ، والتحديد الواضح لاختصاصات ومسؤوليات كل قطاع مع مراعاة عدم تداخل المهام والمسؤوليات لضمان نجاح عملية التنمية السياحية.

ب. متطلبات إدارية:

هي تلك المتطلبات المتعلقة بجميع الجوانب المتصلة بإدارة وتشغيل النشاط السياحي بكفاءة وفاعلية والمتمثلة بالخدمات والمرافق السياحية ك (خدمة الإقامة، تحديد سعر متوازن لخدمات الإقامة، الرقابة الجيدة، زيادة طاقة الإيواء، تأهيل وتدريب العاملين... إلخ)، والخدمات العامة مثل (شبكات المياه والصرف الصحي، الكهرباء، الاتصالات وغيرها).

ج. متطلبات بيئية:

تعد المتطلبات البيئية من أهم متطلبات التنمية السياحية لما تلعبه من دور مهم بعدّها أحد عناصر الجذب السياحي، ويكون ذلك من خلال وضع السياسات التخطيطية البيئية، نشر الوعي السياحي، صيانة الموارد السياحية الطبيعية والتاريخية والحضارية وغيرها.

د. متطلبات عامة:

تتضمن عدداً من الجوانب المرتبطة بتحقيق التنمية السياحية ونجاحها، والمتمثلة باستخدام الأسلوب العلمي في التخطيط السياحي، ارتباط الخطة السياحية بالخطة العامة للدولة، تشجيع القطاع الخاص على الاستثمار السياحي، توفير التمويل اللازم للمشروعات السياحية، وإعفاء وارداتها من الرسوم الجمركية، الاهتمام بالسياحة المحلية وغيرها.

وتعتمد التنمية السياحية على التخطيط بعدها أسلوب علمي ووظيفة مهمة من وظائف الإدارة التي يجب أن يقوم عليه أي نشاط من الأنشطة المختلفة سواء كان هذا النشاط صناعياً، تجارياً، ترفيهياً، ثقافياً، سياحياً... إلخ، لذلك فإن التخطيط يعدُّ ضرورة أساسية من ضرورات التنمية السياحية (حسين، 1996، ص150).

3. مفهوم التخطيط السياحي:

أصبح التخطيط في الوقت الراهن يحتل أهمية كبرى في عهد من دول العالم، لاسيما تلك التي لديها قدراً محدوداً من الموارد. ويعرف التخطيط بشكل عام بأنه تحضير واعداد ذهني للنشاط من أجل العمل (Bruton,1984,p11). وعرف أيضاً بأنه جهد موجه ومقصود، ومنظم لتحقيق هدف أو أهداف معينة في فترة زمنية محددة، وبمال وجهد محدد (Conyers,1985, p6).

وكذا الحال بالنسبة للتخطيط السياحي الذي أصبح أداة مهمة وضرورية لتطوير القطاع السياحي، لذلك يتعين القيام بالتخطيط العلمي للتنمية السياحية، ويعرف التخطيط السياحي بأنه "عملية تعتمد على البحث والتقييم الذي يتطلع إلى تعظيم المساهمة الاقتصادية للسياحة لرفاهية الإنسان" (Getz, 1997, p23).

كما يعرف بأنه "العملية التي يمكن من خلالها زيادة منافع التنمية السياحية وتجنب الآثار السلبية وتوجيهها نحو الاستدامة قبل التنفيذ للوصول إلى الأهداف المرجوة" (McIntosh & Others, 1995, p24).

مما سبق يمكن تعريف التخطيط السياحي بأنه أسلوب علمي لإعداد خطة للتنمية السياحية لمنطقة أو أليم تتوافر فيه عدد من مقومات الجذب السياحية بغرض تحقيق أهداف اقتصادية، اجتماعية، ثقافية، بيئية. والخطة السياحية يجب أن تكون جزءاً من خطة الدولة الشاملة لضمان تحقيق التوازن بين مختلف القطاعات الاقتصادية، وأن تتضمن تحديد دور كلٍّ من القطاعين العام والخاص في عملية التنمية، والتركيز على علاقة التنمية السياحية بالنشاط الاقتصادي وكيفية استغلال الموارد والحفاظ على البيئة (الشيراوي، 2002، ص37).

4. أهمية التخطيط السياحي:

ارتبط ظهور التخطيط السياحي وتطوره وكذلك أهميته ببروز السياحة بوصفها ظاهرة حضارية سلوكية من ناحية وظاهرة اقتصادية اجتماعية من ناحية أخرى، ويعدُّ التخطيط السياحي من أهم أدوات التنمية السياحية التي تهدف إلى تحقيق زيادة الدخل القومي، وتنمية حضارية شاملة لكافة المقومات الطبيعية والإنسانية والمادية في الدولة. ولضمان تحقيق ذلك دون حدوث أية مشكلات اقتصادية واجتماعية وثقافية وبيئية يستلزم الأخذ بالتخطيط السياحي، وذلك إنما يعود لعدة أسباب منها (غنيم وسعد، 1999، ص41-42):

- السياحة المعاصرة مازالت إلى حدٍ ما نشاطاً جديداً في كثير من البلدان النامية، فالحكومات والقطاع الخاص في هذه البلدان ليس لها تجربة في كيفية تطوير السياحة، لذلك فإن الخطط السياحية يمكن أن تكون بمثابة الموجه لتطوير السياحة وتمييتها في تلك البلدان.
- السياحة نشاط معقد ومركب تتداخل نشاطاته مع عدة قطاعات، لذلك فإن التخطيط يعد أمراً ضرورياً للضمان بأن كافة احتياجاته قد تم توفيرها وتطويره بشكل متكامل.
- تقوم السياحة على بيع المنتج السياحي الذي يتطلب التسهيلات والخدمات الأساسية في المنطقة السياحية، لذلك يستلزم الاهتمام بالسوق السياحي من خلال التخطيط دون أن يتعارض ذلك مع تحقيق الأهداف الاقتصادية والاجتماعية في أثناء محاولة إشباع الطلب في السوق.
- تحقق السياحة العديد من العوائد والمكاسب الاقتصادية المباشرة وغير المباشرة، ويمكن مضاعفة وتعظيم ذلك بالتخطيط السليم والمتكامل.
- تخطيط النشاط السياحي بشكل سليم ومتكامل سيمكن من توظيفه كوسيلة للحفاظ على الموارد الحضارية والثقافية والبيئية في المنطقة السياحية، وهو ما يؤدي إلى التعامل مع هذه الموارد على أنها رأس مال وثروة وطنية يستلزم المحافظة عليها وصيانتها باستمرار.
- يفيد التخطيط في تطوير المناطق والأقاليم السياحية النائية أو ذات التنمية غير السليمة أو مناطق سياحية جديدة لتوفير مرونة للتنمية المستقبلية وإشباع الطلب السياحي المتغير والمتجدد.
- يوفر التخطيط الكفاءات والأيدي العاملة بمختلف أنواعها التي تلبي احتياجات وأنشطة القطاع السياحي.
- يلبي التخطيط حاجة التنظيمات والهيكل المؤسسية، ورسم استراتيجيات التسويق، وإعداد برامج الترويج والتشريعات السياحية.

وقد أثبتت التجارب في بلدان عديدة أنه يمكن تحقيق عائدات سياحية دائمة من خلال اعتماد التخطيط السليم والمناسب، ويمكن لهذه العائدات أن تتضاعف في حال استمرار التخطيط الواعي والناصح الذي يسعى لتحقيق الآتي (هرمز، 2006، ص16):

- أهداف التنمية السياحية قصيرة وطويلة الأجل، ورسم السياسات السياحية، ووضع إجراءات تنفيذها.
- ضبط التنمية السياحية التلقائية والعشوائية وتنسيقها.
- تشجيع القطاعين العام والخاص على الاستثمار في مجال التسهيلات السياحية.
- تعظيم الفوائد الاقتصادية والاجتماعية للأنشطة السياحية وتقليل كلفة الاستثمار.
- ضمان عدم إقامة أنشطة اقتصادية أخرى منافسة في المواقع السياحية.
- الحفاظ على الموارد السياحية من التدهور وحماية النادر منها.
- اتخاذ القرارات المناسبة في المواقع السياحية وتطبيقها.
- توفير الخدمات العامة في المناطق السياحية وتنظيمها.
- وضع الإجراءات العلمية المناسبة للحفاظ على البيئة.

- توفير التمويل المحلي والأجنبي لعمليات التنمية السياحية.
- التنسيق بشكل تكاملي بين الأنشطة السياحية والأنشطة الاقتصادية الأخرى.

5. مكونات إعداد خطة التنمية السياحية ومراحلها:

يرتبط التخطيط السياحي بمعرفة مكونات خطة التنمية السياحية التي تتكون من عناصر عدة، أهمها (غنيم وسعد، 1999، ص54):

- عناصر الجذب السياحي، وتشمل العناصر الطبيعية ك (المناخ، المياه، الغابات، الجبال... إلخ)، والعناصر البشرية ك (الآثار، الحضارات، المنتزهات... إلخ).
- النقل، بأنواعه المختلفة (البري، البحري، الجوي).
- منشآت الإقامة، ك (الفنادق، الشاليهات، المنتجعات، شقق الإيجار... إلخ).
- خدمات البنية التحتية، ك (الكهرباء، المياه، الاتصالات، شبكات الصرف الصحي... إلخ).
- التسهيلات المساندة، بجميع أنواعها ك (المطاعم، الإعلان السياحي، الصناعات الحرفية، البنوك... إلخ).
- العناصر الإدارية، وتتمثل بالجهات المنفذة لخطة التنمية السياحية (القطاع العام، القطاع الخاص، القطاع المختلط).

وعملية إعداد الخطة السياحية تتضمن عدد من المراحل، هي (هرمز، 2006، ص22-24):

- إعداد الدراسات الأولية.
- تحديد أهداف التخطيط.
- مرونة أهداف التخطيط بحيث يمكن تعديلها من خلال التغذية الراجعة خلال عملية إعداد الخطة ومرحلة التقييم.
- جمع البيانات وإجراء المسوحات وتقييم الوضع الراهن للمنطقة السياحية، وتحتاج هذه المرحلة إلى:
 - دقة وتنظيم كبيرين، وأهم الجوانب التي يمكن جمع معلومات عنها تتمثل في (عناصر الجذب السياحي، المرافق والخدمات، وسائل النقل، خدمات ومرافق البنية التحتية).
 - الأخذ بآراء المسؤولين في أجهزة الدولة كل حسب تخصصه، وممثلي القطاع الخاص والمجتمعات المحلية.
 - مراجعة الدراسات المتوفرة والخرائط والبيانات الجغرافية والخصائص الطبيعية والبيئية.
 - دراسة الأسواق السياحية، وخصائص السياح ومعدلات إنفاقهم، وأوجه الإنفاق السياحي، وكفاءة السياحة المحلية، وخطوط النقل الجوي... إلخ.
- تحليل البيانات التي تم جمعها وتفسير، وتشمل ثلاثة محاور رئيسية، هي:
 - تحليل الأسواق السياحية من حيث (التوقعات المستقبلية للطلب السياحي على مرافق الإقامة، تحديد الحاجات من مرافق الإقامة والخدمات العامة وخدمات البنية التحتية).
 - التحليل المتكامل لكل من (خصائص البيئة الطبيعية، العوامل الاقتصادية والاجتماعية، عناصر الجذب السياحي، الأنشطة السياحية، السياسات والخطط المتوفرة، الطاقة الاستيعابية).

- تحليل العناصر المؤسسة للقطاع السياحي على الصعيدين العام والخاص، ويتضمن آليات التنفيذ والمتابعة والمراقبة والسياسات والاستراتيجيات، وتوافر القوانين والأنظمة، والقدرة المالية والاستثمار، وبرامج التعليم والتدريب السياحي.
- إعداد الخطة، وذلك بوضع ورسم السياسات السياحية المناسبة وتقييمها (البدائل) لاختيار المناسب لتنفيذ الخطة، إلى جانب تحديد البرامج التي يجب تنفيذها.
- تنفيذ الخطة بتوصياتها وبالوسائل التي تم تحديدها في المرحلة السابقة.
- تقييم ومتابعة الخطة السياحية وتعديلها وفق التغذية الراجعة إذا تطلب الأمر ذلك.

III. المبحث الثاني: تجارب بعض الدول العربية في التنمية السياحية:

لم تعد السياحة ذلك النشاط الذي تستعين به الدول النامية لتحقيق بعض المزايا الاقتصادية والاجتماعية، بل أصبحت صناعة رائدة، تجلب اهتمام الدول النامية والمتقدمة على حد سواء، فبعض الدول كمصر، وتونس، والإمارات وغيرها بذلت جهوداً متعددة في مجال التنمية السياحية لجذب أكبر عدد ممكن من السياح العرب والأجانب. ونظراً لتشابه بعض الخصائص كالخصائص البيئية، والطبيعية، والتاريخية، لهذه الدول مع اليمن التي مازالت السياحة فيها غير متطورة ارتأينا استعراض تجارب هذه الدول التي نجحت في مجال التنمية السياحية وتحليلها، وذلك على النحو التالي:

1. تجربة مصر في التنمية السياحية:

تعتبر مصر أهم بلد سياحي في منطقة الشرق الأوسط، فقد اشتهرت بتنوع مجالات السياحة، والتي من أهمها السياحة الثقافية والأثرية باعتبارها من أقدم أنواع السياحة في مصر حيث تراكمت الحضارات القديمة بمواقعها السياحية الأثرية، ونوعت منتجها السياحي ليشمل سياحة الشواطئ، السياحة الرياضية، سياحة الصحارى والسفاري، السياحة البيئية، سياحة المهرجانات، سياحة التسوق، السياحة النيلية، السياحة الترفيهية، سياحة المؤتمرات، السياحة الصحية والسياحة الدينية.

ويتوافق مع هذا التنوع الهائل للمنتج السياحي المصري بنية أساسية متطورة وحديثة نسبياً من المرافق والخدمات والمنشآت السياحية الراقية الذي تتكون من مجموعة كبيرة من أفخم الفنادق العالمية وشبكة مواصلات جوية وبرية وبحرية ونهرية متميزة، واتصالات ومراكز إرشادات سياحية... الخ.

أ. مؤشرات القطاع السياحي في مصر:

تتجلى أهمية السياحة في الاقتصاد القومي المصري حيث تمثل السياحة ما نسبته (11.3%) من إجمالي الدخل القومي، ونحو (49.2%) من صادرات الخدمات، و(40%) من إجمالي الصادرات المصرية غير السلعية، و(19.3%) من إجمالي النقد الأجنبي، و(25%) من إجمالي حصيلة الضرائب على الخدمات، و(8%) من إجمالي الاستثمار في قطاع الخدمات، فضلاً عن أن عدد العاملين بالسياحة يصل إلى أكثر من أربعة ملايين شخص يعملون بشكل مباشر وغير مباشر بما يمثل (12.6%) من إجمالي القوى العاملة في مصر. وتحتل مصر المركز الأول بين دول الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، كما تحتل المركز الأول في قارة أفريقيا. وتستحوذ على (22.7%) من إيرادات السياحة في

منطقة دول الشرق الأوسط. كما تستحوذ على (1.5%) من حصة السوق العالمية. (زين الدين، 2016، ص34-35)، (الهيئة العامة للتنمية السياحية، 2016).

وفي عام 2018 احتلت مصر المرتبة (74) في الترتيب الدولي، والمرتبة (7) في الترتيب العربي، حيث زار مصر نحو (11.3) مليون سائح، وقد أولت الدولة اهتماماً لدعم القطاع السياحي بما في ذلك تخصيص (6.8%) من إجمالي الميزانية، بالإضافة إلى تعزيز الموارد الثقافية، وفي الوقت نفسه أدى التواجد الرقمي المتزايد إلى نمو الطلب الرقمي على الموارد الثقافية الشعبية في البلاد حيث لاتزال مصر واحدة من أكثر الوجهات تنافسية في العالم من خلال تسهيل الحصول على التأشيرات السياحية بشكل كبير (المنظمة العربية للسياحة، 2018، ص11)، (محمود، 2021). وأصدر البنك المركزي تقريراً عن ميزان المدفوعات، أشار خلاله إلى أن إيرادات السياحة المصرية بلغت (12.6) مليار دولار عام 2018-2019، لتسجل أعلى زيادة في تاريخ قطاع السياحة في مصر، وكانت المرة الأولى من بعد عام 2010 (فتحي، 2019).

وفي عام 2019 حققت مصر ازدهاراً كبيراً في الحركة السياحية مقارنة بالأعوام التالية لعام 2010 حيث إن القطاع السياحي المصري تعرض لأزمات سياسية منذ عام 2011 حتى بدأ في التعافي تدريجياً إلى أن حقق في عام 2019 وصول (13.1) مليون سائح بإجمالي إيرادات (13.3) مليار دولار، وهي الإيرادات الأعلى في تاريخ السياحة المصرية (محمود، 2021).

كما تقدمت مصر من المركز (60) إلى المركز (5) في استراتيجية الترويج والتسويق السياحي، واحتلت المركز الأول على مستوى أفريقيا حسب التقرير الذي نشرته "بلوم للاستشارات" المتخصصة في تحليل وتقييم وتصنيف أداء الترويج السياحي للدول "العلامة التجارية للدول" (فتحي، 2019).

ب. تنظيم القطاع السياحي في مصر:

يشرف على القطاع السياحي في مصر وزارة السياحة التي من أهم مهامها (إعداد سياسة الحكومة وتنفيذها، تأطير النشاطات السياحية وتنظيمها، تنمية السياحة، القيام بكافة العمليات المتعلقة بالإشهار السياحي داخلياً وخارجياً، المشاركة بصورة فعالة في المعارض السياحية العالمية)، وتعتمد الوزارة على الهيئة العامة للتنمية السياحية في تنفيذ السياسة السياحية (كواش، 2004، ص168).

وبعد القطاع الخاص في مصر، القطاع الرئيسي من حيث تنمية السياحة لاسيما في المناطق السياحية الجديدة، من خلال بناء المرافق السياحية والمشاركة في مشاريع البنية التحتية.

وفي عام 1991 صدر القانون رقم (7) بشأن إنشاء الهيئة العامة للتنمية السياحية إسهاماً في تحقيق التنمية السياحية المتكاملة بمساعدة الخبرات الدولية والوطنية المتميزة، وقد تمثلت أهم أهدافها في الآتي (الهيئة العامة للتنمية السياحية، 2016):

- الاعتماد على آليات وقوى السوق وتفاعلها في عملية التنمية السياحية ضمن إطار يتسق مع الأهداف الرئيسية للتنمية الاقتصادية والاجتماعية للدولة.
- تعظيم الموارد الاقتصادية والاجتماعية للدولة بزيادة الحركة السياحية وتشجيع الاستثمارات.

- اتباع أسلوب التخطيط التأشيرى المتكامل للمناطق السياحية.
- المحافظة على مرونة سياسة الاستثمار السياحي وتدعيمها بسياسة متوازنة للترويج والتسويق لتشجيع القطاع الخاص على المزيد من الاستثمارات السياحية.

ولتحقيق الأهداف العامة للتنمية السياحية تعمل الهيئة من خلال استراتيجية محددة تركز على المحاور والأسس التالية (الهيئة العامة للتنمية السياحية، 2016):

- تغيير دور القطاع العام السياحي وتكثيف دور القطاع الخاص.
- تطوير الإطار القانوني والمؤسسي.
- إمداد مناطق التنمية بالبنية الأساسية.
- الحفاظ على البيئة.
- تحديد أولويات التنمية الشاملة.

وتتلخص مهام الهيئة في وضع الخطط الاقتصادية التي تمثلت في إدارة واستغلال والتصرف في الأراضي التي تخصص لأغراض إقامة المناطق السياحية، وضع خطط تنمية المناطق السياحية والإشراف عليها، تنفيذ مشروعات البنية الأساسية بالمناطق السياحية مع تحصيل مقابل تكاليف المرافق والخدمات، عقد القروض الأجنبية والمحلية والالتزام بسدادها.

ووفرت الهيئة كافة الحوافز والضمانات اللازمة لجذب المستثمرين لإنشاء العديد من المشروعات السياحية الأساسية والمكاملة التي تمثلت أهمها في إنشاء مراكز سياحية متكاملة، مشروعات فندقية وقرى سياحية، مطارات، طرق رئيسة وفرعية في العديد من المناطق السياحية، إقامة محطات (تحلية، معالجة صرف، توليد طاقة)، مارينا ومراسي يخوت، ملاعب جولف. كما قامت بدعم عدد من مشروعات التطوير والارتقاء السياحي بالمحافظات من تنفيذ البنية الأساسية وتطوير المناطق الأثرية والمزارات والتنمية المجتمعية للمناطق السياحية (الهيئة العامة للتنمية السياحية، 2016). وفي عام 1997 شرعت مصر في إعداد خطة للتنمية السياحية مدتها 20 عاماً، تغطي الفترة من 1997- 2017، وهدفت إلى (الكنامة، 2014، ص82):

- تطوير البنية التحتية الأساسية والمرافق السياحية.
- تطوير المناطق السياحية السريعة النمو مثل منطقة البحر الأحمر والغردقة.
- تنويع المواقع السياحية والأنشطة السياحية.
- توسيع نطاق الخدمات العامة كالكهرباء، الماء، ومرافق النقل والمواصلات.
- تحقيق التنمية الاقتصادية الشاملة.
- توسيع نطاق التدريب والتكوين السياحي لتلبية الزيادة المتوقعة في الطلب على الموارد البشرية المؤهلة.
- ترميم المواقع السياحية الموجودة وحمايتها.

ويهدف الحصول على الموارد المالية اللازمة لتنفيذ مشاريع الخطة، قدمت الحكومة في إطار القانون رقم (8) الصادر في سنة 1997 مجموعة كبيرة من التسهيلات وحوافز الاستثمار للقطاع الخاص لتنفيذ خطة التنمية السياحية، وتمثلت أهم الحوافز بالآتي (الكنامة، 2014، ص81):

- الإعفاء الضريبي لمدة 10 سنوات من تاريخ بدء التشغيل.
 - تحصيل رسم جمركي موحد ومخفض قدره (5%) على جميع لوازم المشروع المستوردة من الخارج.
 - حرية إعادة تصدير رأس المال والأرباح للخارج وفقاً لقانون النقد الأجنبي وبدون قيود.
 - الاستثمار في المجالات التي تخدم قطاع السياحة وإن كانت غير متصلة به مباشرة، كإقامة شبكات الطرق والمطارات ومحطات الطاقة الكهربائية.
 - الحق في تملك الأراضي.
 - عدم جواز التأميم أو المصادرة للمشاريع السياحية.
 - حرية تحديد أسعار المنتجات وتحديد الأرباح دون تدخل من طرف الدولة.
- وفي المقابل تركز الحكومة في تنمية قطاع السياحة على ما يلي (كواش، 2004، ص174):
- استكمال الخدمات الأساسية اللازمة لتنمية المناطق السياحية.
 - تيسير مشاركة القطاع الخاص من خلال توفير حوافز للاستثمار وتسهيل الإجراءات لتوفير الوقت والجهد على المستثمرين.
 - اختيار المناطق السياحية وتنظيم الاستثمار، ودمج هذه المناطق في خطة التنمية العامة بهدف ضمان اتباع نهج متكامل للتنمية الاقتصادية.
 - التسويق والترويج والمشاركة في المؤتمرات والاجتماعات الإقليمية والدولية.
 - التنقيب عن المواقع الأثرية.
 - التدريب والتكوين والتنقيف.

2. تجربة تونس في التنمية السياحية:

تعد تونس واحدة من أفضل وجهات السفر الدولية، وأهم البلدان الإفريقية وحوض البحر المتوسط في مجال السياحة، وتجذب أعداد مختلفة من السياح من جميع أنحاء العالم، فهي تتميز بمقومات سياحية طبيعية متنوعة من شريط ساحلي (1300) كلم، وتضاريس مختلفة، صحراء في الجنوب، آثار تاريخية عريقة، فضلاً عن تنوع الصناعات التقليدية مثل الحلي البربري الأصيل، الفخار. أما من ناحية المقومات المادية، فهي تمتلك بنية تحتية موزعة على كافة البلاد من شبكات طرق ومواصلات، مطارات، فنادق... إلخ، وقد أدى توفر كل ذلك إلى جعل القطاع السياحي التونسي يتمشى والمقاييس الدولية وتحسين صورتها في العالم وتمكينها من جذب السياح وتنوع منتجها السياحي ليشمل سياحة الشواطئ، الصحاري والواحات، الثقافية، التجارية، المؤتمرات، الدينية، الرياضية، الاستشفائية، والبيئية.

أ. مؤشرات القطاع السياحي في تونس:

يسهم النشاط السياحي في تونس بحوالي (14%) من الناتج المحلي الإجمالي، وفي تغطية عجز الميزان التجاري بنسبة (21%)، كما يوفر حوالي (400) ألف وظيفة مباشرة وغير مباشرة أي ما يشكل (12%) من القوى العاملة، ويسهم نشاط الصناعات التقليدية في تونس بحوالي (4%) من الناتج الداخلي الخام و (2%) من مجموع الصادرات التونسية، ويشغل أكثر من (350) ألف حرفي موزعين على (76) نشاطاً. هذا وقد قدر معدل الاستثمار في هذا المجال بـ (6) ألف مشروع سنوياً (وزارة السياحة، 2020، ص4).

في عام 2018 احتلت تونس المرتبة (9) عربياً و(87) عالمياً (المنظمة العربية للسياحة، 2018، ص13). وتوافد إليها أكثر من (6) مليون سائح وبمداخل مالية قدرها (1.031) مليار يورو (قرود، 2018). وفي عام 2019 توافد إليها حوالي (9.5) مليون سائح، وبلغت إجمالي عائدات السياحة أكثر من (5.5) مليار دينار (الديوان الوطني التونسي للسياحة، 2020)، حيث شهدت تونس في هذا العام بداية انتعاش لم يعرفه منذ ما قبل الأحداث الاستثنائية التي شهدتها تونس في عام 2011 وتنامي الهجمات الإرهابية وبالأخص تلك التي استهدفت سياحا في العام 2015.

ب. تنظيم القطاع السياحي في تونس:

يشرف على السياحة في تونس وزارة للسياحة، التي تهتم بتنظيم النشاطات السياحية وتوجيهها ووضع الخطوط العريضة للسياسة السياحية التي يعمل على تنفيذها الديوان الوطني التونسي للسياحة الذي تم إنشائه بمقتضى الفصل (32) من القانون (66) لسنة 1970، وتتمثل المهمة الأساسية للديوان في تطبيق سياسة الدولة في القطاع السياحي وخاصة ما يتعلق بما يلي (وزارة السياحة والصناعات التقليدية، 2019):

- تنمية القطاع السياحي.

- تنظيم و مراقبة النشاط السياحي.

- الترويج والنهوض بالمنتوج.

وقد عمدت الحكومة التونسية منذ الاستقلال إلى تطوير السياحة وتمييزها من خلال تمويل الهياكل السياحية وإنجازها، وتشجيع القطاع الخاص الوطني والأجنبي للاستثمار في مجال السياحة عن طريق إصدار القوانين التي تتضمن الضمانات والتسهيلات والتحفيزات والإعفاءات الجبائية، وتسهيلات تحويل رؤوس الأموال إلى الخارج، من أجل تطوير العرض السياحي. وتنفيذ الخطط والاستراتيجيات لتنمية القطاع السياحي من أجل الحفاظ على المكتسبات المحققة وتطويرها في قطاع السياحة حيث شرعت الدولة في إدراج استراتيجية للتنمية السياحية خلال الفترة (2001-2015) يمكن تلخيص مضمونها بالتالي (عيساني، 2010، ص184-193):

❖ استراتيجيات تحقيق التنافسية: وتتضمن:

- إنشاء قطب جذاب و إطلاق مواضيع جديدة عن السياحة التونسية.

- تنويع المعروض السياحي التونسي.

- إدخال نظرة تسويقية جديدة.

❖ استراتيجيات تحقيق المردودية: وتتضمن:

- تحويل المحطات الشاطئية إلى وجهات تنافسية.
- التحسين الجذري للتكفل بالزوار ولوحات الإشارة في الأماكن السياحية.
- تنمية الموارد البشرية.

❖ استراتيجيات تحقيق الاستدامة: وتتضمن:

- التسيير الجدي للمحيط.
- تعزيز قدرات الهيئات والمتعاملين في القطاع السياحي .
- تحسين الهياكل القاعدية.
- إخال برامج و منتوجات تكميلية متجددة.

كما شرعت الدولة في إعداد مخطط التنمية السياحية وتنفيذه للفترة 2016 - 2020 حيث تمثلت أهم التوجهات الاستراتيجية في هذا المخطط بما يلي (وزارة السياحة والصناعات التقليدية، 2017):

- إثراء وتنويع العرض السياحي والاستثمار في المشاريع السياحية.
- تحسين الجودة والنهوض بمنظومة التكوين السياحي.
- وضع استراتيجية ترويجية تهدف إلى تعزيز صورة تونس بالخارج بوساطة الوسائل الرقمية والمشاركة في أكبر وأهم المعارض والصالونات السياحية.
- تحديث القطاع وارساء قواعد حوكمة جديدة.
- تحسين مناخ العمل والشراكة مع القطاع الخاص.
- تهيئة المناطق السياحية الجديدة بتوفير متطلباتها من البنية الأساسية.
- إعداد خطة استراتيجية لتنمية قطاع الصناعات التقليدية وتحسين قدرتها التنافسية.

كما اتبعت دولة تونس سياسة مشجعة على الاستثمارات السياحية ومعززة لديناميكية تحريرية، لتفتح الاقتصاد

التونسي على الخارج، ومن أهم ما تضمنته هذه السياسة (لوصادي، 2019، ص183-184):

- حرية الاستثمار من خلال إمكانية امتلاك المستثمر رأس مال المشاريع السياحية إلى حدود (100%) بدون ترخيص مسبق.
- حرية تحويل الأرباح و رؤوس الأموال المستثمرة بما في ذلك القيمة المضافة.
- حماية الاستثمار وعدم الخضوع للأداء المزدوج في إطار المعاهدات الثنائية.
- تغطية الأخطار غير التجارية باشتراك تونس في الوكالة الدولية للتأمين على الاستثمار.
- حماية حقوق الملكية.

3. تجربة الإمارات في التنمية السياحية (دبي):

الإمارات العربية المتحدة هي إحدى دول شبه الجزيرة العربية، عاصمتها أبو ظبي وهي دولة اتحادية مكونة من سبع إمارات هي (أبو ظبي - دبي - عجمان - الشارقة - رأس الخيمة - أم القيوين - الفجيرة) تتفرد كل منها بطابع خاص. حققت الإمارات نهضة كبيرة في جميع المجالات وخاصة القطاع السياحي حيث أصبحت مثلاً يحتذى به على المستوى العالمي ووجهة سياحية ذات أهمية بالغة على خارطة السياحة العالمية، حيث سعت دولة الإمارات إلى تطوير القطاع السياحي ليكون رافداً لقطاع النفط في دعم الاقتصاد الوطني. من خلال تطوير بنية تحتية متطورة ومرافق تلبية متطلبات السياح الأجانب واستقطابهم من شتى أنحاء العالم، إلى جانب الارتقاء بمستوى الخدمات في القطاع الفندقي والنقل.

وبما أن دولة الإمارات نظام الحكم فيها اتحادي فيدرالي، فإن لكل إمارة مساحة من الأرض تابعة لها، ولكل إمارة استقلالها في إدارتها المحلية، لذلك فإن لكل إمارة خططها واستراتيجياتها الخاصة بها التي تختلف من إمارة إلى أخرى، ودبي من أهم مدن الإمارات، فهي تضم أفضل الأماكن السياحية في الإمارات وأشهرها، وترتكز جاذبية السياحة في الإمارات على دبي عاصمة التسوق في الشرق الأوسط، وعلى عناصر الجذب التاريخية والمعاصرة فيها حيث توفر تجربة رائعة للسواح من مختلف الأذواق ما بين الترفيهية والثقافية والبيئية والعلاجية... إلخ، فقد نجحت في لفت أنظار العالم إليها من خلال تعزيز بنيتها التحتية ومحافظة على أصالتها ومواكبتها للتطور التكنولوجي ما أسهم في سهولة التواصل مع العالم، وبالتالي في التوسع الهائل في مجال السياحة، مما ساعدها في أن تفرض نفسها بوصفها واجهةً سياحية مهمة في خارطة السياحة العالمية، ومركزاً لجذب الزوار من رجال الأعمال والسياح ومحبي التسوق، وذلك من خلال تحسين البنية التحتية السياحية، وتوسيع دائرة العروض السياحية، واستضافة عدد أكبر من المهرجانات والفعاليات التي توفر وسائل للترفيه، والأنشطة الرياضية والثقافية وجعلها أكثر قدرة على المنافسة. لذلك سنتناول فيما يلي تجربتها في التنمية السياحية.

أ. مؤشرات القطاع السياحي في دبي:

يعد قطاع السياحة في دبي محركاً مهماً للنشاط الاقتصادي، حيث لا يقتصر على الخدمات المتعلقة بالضيافة وحسب، بل يعزز الطلب في قطاع التجزئة وقطاعات الخدمات الأخرى، حيث حقق القطاع قيمة مضافة مقدارها (20.1) مليار درهم، وأسهم بنسبة (5.1%) من الناتج المحلي الإجمالي، ونمت القيمة المضافة بمعدل (4.5%)، وهو أعلى من معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي البالغ (1.9%)، وبلغ عدد المشتغلين في أنشطة الإقامة والطعام (211.841) موظفاً، وبلغت حصة القطاع من إجمالي العمالة في دبي (7.6%) في عام 2018 (التقرير الاقتصادي لإمارة دبي، 2019، ص146).

وبينما حافظت دبي على المرتبة الرابعة في مؤشر مدن الوجهة العالمية من ماستركارد مع استقبالها لحوالي (15.92) مليون زائر، فقد حلت في المرتبة الأولى من حيث إجمالي إنفاق السياح الذي بلغ (30.8) مليار دولار، وهو أكبر من إنفاق السياح في لندن (التقرير الاقتصادي لإمارة دبي، 2019، ص147).

وفي عام 2019 حقق قطاع السياحة في دبي نمواً ملحوظاً بنسبة (5.1%) حيث استقبلت (16,73) مليون زائر، وذلك بالمقارنة مع عام 2018، وصاحب ذلك النمو زيادة في عدد المشتغلين في أنشطة الإقامة والطعام حيث بلغ عددهم (231.540) موظفاً بزيادة سنوية (9%) مقارنة بعام 2018، وبلغت حصة القطاع (9.8%) من إجمالي القوى العاملة في دبي (التقرير الاقتصادي لإمارة دبي، 2020، ص144). كما جاءت في المركز الثالث من حيث إنفاق الزوار الدوليين بإجمالي (32.1) مليار دولار بزيادة قدرها (4.2%) مقارنة بعام 2018، واستطاعت دبي أن تحافظ على المرتبة الرابعة ضمن قائمة أبرز وجهات العالم استقطاباً للزوار الدوليين وفقاً لمؤشر ماستركارد للمدن العالمية المقصودة لعام 2019 (دبي للسياحة، 2020، ص3، 7)، ويعود ذلك بدرجة أساسية إلى توافر الأمن والأمان والاستقرار الاجتماعي والاقتصادي والسياسي، وبنية تحتية متميزة يجد فيها السائح كل ما يرغب به من (فنادق، مطارات، شركات طيران.... إلخ) مع تنوع سياحي جذاب.

وكانت المهرجانات والفعاليات العالمية التي نظمتها واستضافتها دبي عامل جذب إضافي للزوار الدوليين خال العام 2019. وعكست معظم هذه المهرجانات مثل مهرجان دبي للتسوق ومفاجآت صيف دبي وتحدي دبي للياقة الروح الجماعية والانتماء الراسخ للذان يتميز بهما مجتمع دبي (دبي للسياحة، 2020، ص9).

ب. تنظيم القطاع السياحي في دبي:

أبدت دبي اهتماماً كبيراً في تطوير المرافق السياحية المختلفة لتلبية متطلبات السياح إلى جانب الارتقاء بمستوى الخدمات في القطاع الفندقي والنقل فضلاً عن إقامة الفعاليات والمهرجانات التي كان لها دور واضح في استقطاب السياح من مختلف دول العالم.

تخطى قطاع السياحة في دبي معدلات النمو العالمي، ويمكن إيعاز ذلك إلى النموذج الفريد الذي تمتاز به دبي عن غيرها من سائر المدن العالمية الأخرى، حيث تتكاتف الجهود لتقديم الأفضل دائماً، إلى جانب التنسيق والتكامل بين مختلف الجهات من القطاعين العام والخاص، سواء في تبسيط الإجراءات التنظيمية للترحيب بالزوار، أم في تطوير البنية التحتية والنهضة العمرانية، أو تطوير المشاريع الحضرية والسياحية.

وانطلاقاً من رؤية صاحب السمو الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم، نائب رئيس الدولة رئيس مجلس الوزراء حاكم دبي في ترسيخ مكانة دبي كأكثر وجهة زيارة في العالم اعتمد في مايو 2013 رؤية دبي السياحية 2020 التي مثلت خارطة طريق لستراتيجية تحمل هدفاً رئيساً يتمثل في استقطاب 20 مليون زائر بحلول عام 2020، وجعل دبي "الخيار الأول" للمسافرين بغرض الترفيه والأعمال. وتوضح الاستراتيجية الاحتياجات التي يجب توفيرها للمدينة لزيادة عدد الزوار، وتتضمن توسيع نطاق الفعاليات المقامة في دبي، والمعالم السياحية، والبنية التحتية، والخدمات والباقات المختلفة في الإمارة. وركزت على ثلاثة أهداف رئيسية، هي (البوابة الرسمية لدولة الإمارات، 2018):

- الحفاظ على الحصة السوقية في الأسواق المصدرة القائمة حالياً.
- زيادة الحصة السوقية في الأسواق المتوقع أنها تنطوي على طفرة كبيرة محتملة.
- زيادة عدد الزيارات المتكررة.

كما اعتمد المجلس التنفيذي لإمارة دبي في بداية شهر أكتوبر 2018 استراتيجية دبي السياحية 2025 لتمثل خريطة طريق جديدة لمستقبل القطاع السياحي تراعي التغيرات والتطورات التي شهدتها القطاع منذ إطلاق رؤية دبي السياحية 2020 في مايو 2013، التي حققت نجاحات يمكن ملاحظتها من خلال النمو المستمر في أعداد السياح في الإمارة، والزيادة الكبيرة في عدد الفنادق والغرف الفندقية. وتهدف الاستراتيجية إلى جذب (21 - 23) مليون زائر بحلول عام 2022 و(23 - 25) مليون زائر بحلول عام 2025. ويرتكز عملها على (5) أولويات، هي (الرؤية، 2019):

- استمرار الريادة في الأسواق الأساسية والمتنوعة.
- تنويع المصادر في الأسواق.
- الحفاظ على المقومات السياحية ذات المستوى العالمي.
- التواصل من خلال التسويق الشخصي الذكي.
- تعزيز جاذبية دبي بوصفها وجهة رائدة للأعمال.

وتتفوق دبي على العديد من المدن العالمية في جاذبيتها الاستثمارية لا سيما بالقطاع الفندقي، حيث سجلت مستويات قياسية ووضعتها في مصاف أهم الأسواق العالمية، وتقدم دولة الإمارات الكثير من الحوافز للمستثمرين وتدعم ريادة الأعمال في جميع قطاعات اقتصادها الوطني ومنها القطاع السياحي، وتتمثل أهم تلك الحوافز في الآتي (وزارة الاقتصاد لدولة الإمارات، 2020):

- التملك الكامل بكافة الأشكال القانونية للشركات.
- حق السيطرة على كامل عضوية مجالس إدارة الشركات المساهمة العامة.
- عدم وجود حد أدنى لرأس المال للشركات ذات المسؤولية المحدودة.
- الحصول على حكم مستعجل من المحكمة لإنقاذ شركة ذات المسؤولية المحدودة من التصفية.
- أتاح حرية اختيار طرق حل الخلافات.
- دون ضريبة دخل وتحويل لكامل الأرباح.
- سهولة التعاقد مع العمالة المهنية.
- تعرفه جمركية منخفضة.

من خلال الاستعراض السابق لتجارب كلٍ من مصر وتونس ودبي في مجال التنمية السياحية يتضح وجود اختلاف بين كل دولة في تجسيد استراتيجية مناسبة لها حسب طبيعة اقتصادها، إمكانياتها السياحية وحسب الأهداف التي تريد تحقيقها إلا أن جميعها اتفقت في تحقيق أهم الأهداف التي تركز عليها التنمية السياحية، وذلك من خلال:

- اعتمادها على التنظيم الفعال لقطاع السياحة من خلال إسناد مهمة رسم السياسة والاستراتيجية السياحية لوزارة السياحة والجهات الرسمية ذات العلاقة المباشرة بالقطاع السياحي.
- تكاتف الجهود المبذولة لمختلف الهيئات والتطبيق الفعلي لمختلف المخططات والذي بدوره أدى إلى نجاح مختلف الاستراتيجيات الموضوعة.

- مشاركة القطاع الخاص في التنمية السياحية، والحكومة أخذت على عاتقها عمليات توفير البنية التحتية (الكهرباء، الماء، شبكات مواصلات متطورة بمختلف أنواعها، خدمات الاتصالات الحديثة... إلخ).
- اعتبرت الاستثمار من أهم عوامل تحقيق التنمية السياحية ونجاحها، فقدمت للمستثمر المحلي والأجنبي تسهيلات وحوافز مالية وضريبية لتشجيع الاستثمار.
- توفر الاستقرار الأمني والاقتصادي والاجتماعي.
- تطوير الإطار القانوني والمؤسسي.
- اهتمت بالتكوين نظراً لأهمية العنصر البشري في السياحة.
- وضع استراتيجيات للترويج والدعاية للتعريف بمنتجاتها السياحي على المستوى المحلي والعالمي.
- منتج سياحي متنوع قادر على المنافسة.
- وجود خدمات فندقية وسياحية ذات جودة.

IV. المبحث الثالث: إمكانات السياحة وفرص تنميتها في مدينة عدن:

تمتاز مدينة عدن بمقومات سياحية عديدة تؤهلها لتكون قصداً سياحياً مهماً، حيث تمتلك ثروات طبيعية وحضارية وثقافية تجعلها أحد المناطق الجاذبة للسائحين إذا ما استكملت السياحة كافة بناءها التحتية وتوفرت كافة الخدمات الداعمة لها، وهيأت الدولة المناخ الاستثماري الملائم على مختلف الجوانب، من توافر للأمن والاستقرار الاقتصادي والسياسي، ووجود القوانين والتشريعات والأنظمة العصرية الملائمة والمحفزة للاستثمار والمستثمرين المحليين والأجانب، فضلاً عن تنمية مستوى الوعي السياحي لدى أفراد المجتمع، ووجود خطط واستراتيجيات سياحية متكامل مع وجود رؤية تنموية للبنية الأساسية الضرورية لنجاح السياحة.

ويتفاعل الموقع الجغرافي لمدينة عدن مع عمقه الديني والتاريخي والحضاري بوصفه مهداً للأديان السماوية المختلفة والحضارات القديمة مما يضيف أبعاداً روحية وإنسانية إلى البعد السياحي، فتجعله مقصداً مهماً ومتنوعاً للسائحين، وقبلة لحركة السياحة المحلية والعالمية، بحيث يلبي رغبات مختلف الجنسيات مهما تنوعت ثقافتهم وأذواقهم. ولتطوير السياحة في مدينة عدن يستلزم علينا أولاً تقييم الإمكانيات السياحية، وذلك باستخدام تحليل سوات (SWOT) لمعرفة نقاط القوة والضعف والتهديدات والفرص المتاحة، ومن ثم اقتراح تصور لتنمية السياحة فيها.

1. تحليل سوات (SWOT) لإمكانات السياحة في مدينة عدن:

يهتم تحليل سوات (SWOT) بدراسة البيئتين الداخلية والخارجية بهدف الكشف عن العناصر الاستراتيجية التي من الممكن أن تؤثر سلباً أو إيجاباً على المؤسسة في المستقبل. ويعرف تحليل سوات (SWOT) بأنه عملية لتحديد جوانب القوة والضعف في البيئة الداخلية للمنظمة، والفرص والتهديدات في البيئة الخارجية التي تؤثر على الفاعلية المحتملة، مما يساهم في تطوير الاستراتيجيات وتنمية جوانب القوة والفرص المتاحة، والتغلب على جوانب الضعف والتهديدات (محمد، والسيد، 2016، ص124).

وباستخدام تحليل سوات (SWOT) سنلخص فيما يلي أهم نقاط القوة والضعف والتهديدات والفرص لإمكانات السياحة في مدينة عدن.

نقاط القوة	نقاط الضعف
<ul style="list-style-type: none"> - وجود منتج سياحي متنوع (تاريخي وثقافي، بيئي، ترفيهي، رياضي). - وجود شريط ساحلي يمتد لمسافة (180) كيلو متر غني بالأحياء البحرية النادرة. - وجود معالم سياحية تاريخية وثقافية مميزة تعود للقرن الخامس قبل الميلاد. - وجود محميات طبيعية فيها العديد من الطيور والسلاحف النادرة والمهددة بالانقراض. - وقوع مدينة عدن على منافذ متعددة: برية، جوية، بحرية. وهذا يشجع على سهولة الوصول إليها. - توافر مرافق وخدمات سياحية متنوعة (فنادق، منتجعات، مطاعم، وكالات سفر وسياحة... إلخ). 	<ul style="list-style-type: none"> - عدم وجود خطة لتنمية السياحة في مدينة عدن. - قلة الإمكانيات المادية اللازمة لتطوير وصيانة المنتج السياحي الطبيعي والبشري وحمايته. - محدودية كفاءة الجهاز الإداري في تطوير المنتج السياحي. - ضعف تطبيق القوانين والتشريعات المتعلقة بالنشاط السياحي وتنفيذها. - غياب مراقبة الجودة السياحية. - تنني مستوى مهارات العاملين في المنشآت السياحية. - ضعف الصورة لمدينة عدن لدى الخارج كمنطقة سياحية.
الفرص	التهديدات
<ul style="list-style-type: none"> - استراتيجية موقع مدينة عدن. - توافر الموارد السياحية تشكل فرصة لتحسين المنتج السياحي وتنويعه. - وجود قسم الاقتصاد السياحي/كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، وقسم الآثار والسياحة/كلية الآداب، وقسم إدارة السياحة والضيافة/كلية المجتمع، كل ذلك يساعد على توفر الفرصة لتطوير الموارد البشرية. - تمثل مدينة عدن أهمية كبيرة لسكان المنطقة فضلاً عن الوافدين من المناطق والمحافظات الأخرى القريبة. - خلق فرص عمل للعديد من سكان المدينة، والتخفيف من حدة البطالة وتحسين المستوى المعيشي للفرد. - خصخصة المنشآت السياحية، إذ أصبح القطاع الخاص المالك الأساسي لكافة المنشآت السياحية. 	<ul style="list-style-type: none"> - قصور خدمات البنية الأساسية (الكهرباء، المياه، الصرف الصحي، النقل، الاتصالات... إلخ). - تعرض عدد من المعالم السياحية التاريخية والثقافية في مدينة عدن للعديد من الأضرار ك (الضربات العشوائية في حرب 2015، البسط والبناء العشوائي، عشوائية الترميم). - تعرض بعض البيئات الساحلية والمحميات الطبيعية إلى تهديدات كانقراض عدد من الأحياء البحرية كالسلاحف صقرية المنقار، والطيور النادرة بسبب (الزحف العمراني، التلوث، الصيد غير المنظم). - عدم توافر الاستقرار الاقتصادي والأمني والسياسي. - تراجع نمو الصناعات الحرفية والمشغولات اليدوية.

المصدر: من عمل الباحثة.

من خلال تحليل سوات (SWOT) لإمكانات السياحة في مدينة عدن الوارد أعلاه يتضح لنا أهم العوامل المؤثرة في تنمية السياحة بمدينة عدن، وتمثل أهمها في عدم وجود خطة لتنمية السياحة، مما يستلزم وضع خطة شاملة ومتكاملة لتنمية السياحة.

2. فرص مقترحة لتنمية السياحة في مدينة عدن:

يشير الواقع إلى أن هناك إمكانات وفرص كامنة لتنمية السياحة في مدينة عدن إذا ما أحسن استغلالها، ومن أهم هذه الفرص ما يلي:

- قطاع الإيواء السياحي بمختلف أنواعه (فنادق، شاليهات، منتجعات، شقق مفروشة... إلخ) وفق المواصفات والمعايير الدولية.
 - الخدمات السياحية الأخرى ك (المطاعم، الكافيتريات، المقاهي، وكالات السفر والسياحة.... إلخ).
 - إقامة المدن الترفيهية والمراكز التجارية ونوادي الألعاب والملاعب الرياضية ومراكز الغوص.
 - تطوير الجهات السياحية الطبيعية ك (المحميات والشريط الساحلي لمدينة عدن)، والحضارية والتاريخية ك (صهاريج عدن وقلعة صبره وغيره).
 - إقامة شركات ملاحية دولية للنقل السياحي.
 - إقامة شركات ومكاتب تأجير السيارات.
 - إقامة مهرجانات تسوق - مناسبات رياضية كبرى - فعاليات سنوية مختلفة - سياحة مؤتمرات.
 - مراكز إنتاج الصناعات الحرفية والمشغولات اليدوية وتسويقها.
 - معاهد تأهيل وإعداد كوادر عمل بشرية في مجال السياحة.
 - العوامات والقوارب واليخوت السياحية.
- كما توجد عدد من المنشآت السياحية والتي يمكن إعادة تأهيلها لتطوير السياحة في مدينة عدن، والجدول (1) يوضح أهم تلك المنشآت السياحية.

جدول (1): المنشآت السياحية المقترحة إعادة تأهيلها لتنمية السياحة وتطويرها في مدينة عدن

الرقم	المشروع السياحي المقترح	الموقع
1	إعادة تأهيل حديقة ألعاب الشيخ عثمان	الشيخ عثمان
2	إعادة تأهيل فندق جولد مور "الشيراتون"	جولد مور
3	إعادة تأهيل منتزه وشاطئ المرأة	التواهي "جولد مور"
4	إعادة تأهيل نادي الساحل الذهبي	التواهي

إعادة تأهيل فندق عدن	خور مكسر	5
إعادة تأهيل فندق ميركيور	خور مكسر	6
إعادة تأهيل فندق القصر	الحسوة	7
إعادة تأهيل شاليهات ميلانو	كورنيش قحطان الشعبي	8
إعادة تأهيل منتجع برشلونة السياحي	كورنيش قحطان الشعبي	9
إعادة تأهيل المدينة الترفيهية المائية أكوا باك	المعلا "دكه"	10
إعادة تأهيل حديقة النصر	خور مكسر	11
إعادة تأهيل التفريرك	البريقة	12
تنفيذ مشروع مدينة الفردوس	عمران	13

المصدر: وزارة الإنشاءات (2018)، تقرير حصر أضرار الترميم للفنادق الناتجة عن حرب 2015، عدن.

بالإضافة إلى ذلك تقترح الباحثة إنشاء وتنفيذ عدد من المشاريع السياحية بمعايير دولية، لتطوير السياحة في مدينة عدن، وتتمثل في الآتي:

أ. مشروع مدينة ألعاب ترفيهية:

تبرز فكرة المشروع في استثمار أحد قطع الأراضي في منطقة الحسوة الساحلية - بجانب فندق القصر - بمساحة تقدر بـ (240000م²) لإنشاء مدينة ترفيهية بها جزء مائي وآخر مغلق ومكيف، يوجد بها مجموعة كبيرة ومتنوعة من الألعاب الكهربائية والإلكترونية والمائية، بحيث تستهدف جميع الأعمار، بالإضافة إلى جلسات عائلية تقدم فيها وجبات الطعام والمشروبات، كما توجد جلسة خارجية تلبي رغبات المترددين الذي يفضلون الجلسات الخارجية، وسيوفر المشروع حوالي (80) فرصة عمل مباشرة، وفيما يلي تفاصيل المكونات الأساسية للمشروع.

جدول (2): مشروع مدينة ألعاب ترفيهية

الرقم	اسم البند	العدد	التوزيع	المساحة/م ²
1	مطعم رئيسي مغلق	1	أرضي + أول	2000
2	كافيتريا ومقهى مفتوح	1	أرضي	1300
3	مبنى الألعاب المغلقة	1	أرضي	2600

6000	أرضي	1	حمامات السباحة والألعاب المائية	4
1000	أرضي	1	المخيمات والمظلات	5
8000	أرضي	1	مسطحات خضراء	6
600	أرضي	4	مخازن عامة	7
1000	أرضي	2	دورات المياه	8
440	أرضي + أول	1	مبنى الإدارة	9
180	أرضي + أول	4	غرف خدمية	10
480	أرضي + أول	8	غرف عمال	11
400	أرضي	2	مصلى	12

ب. مشروع منتج سياحي :

تبرز فكرة المشروع في استثمار أحد قطع الأراضي في منطقة البريقة - فقم - بمساحة (20000م²) لإنشاء منتج سياحي يحتوي على عدد (60) شاليه حسب معايير الجودة، وسيوفر المشروع حوالي (75) فرصة عمل مباشرة، وفيما يلي تفاصيل المكونات الأساسية للمشروع.

جدول (3): مشروع منتج سياحي

الرقم	اسم البند	العدد	المساحة/م ²
1	شاليهات	60	3600
2	شاطئ خاص (منطقة شواء + ملعب متعدد الأغراض)	1	5000
3	مرسى القوارب:		
	- غرفة مدربين	3	50
	- تغيير ملابس الزوار من الجنسين	2	200
	- ورشة صيانة	3	150

300	3	- مخزن
		4 منطقة المطاعم:
200	1	- قاعة طعام رئيسية
100	1	- قاعة عائلات
300	10	- جلسة خاصة
150	1	- مطبخ / تخميم
50	2	- دورات مياه للجنسين
500	1	- تراس خارجي شبه مظلل
2600	2	- مطاعم
		5 منطقة مقاهي:
300	1	- كافيتريا بجلسة خارجية
100	2	- دورات مياه للجنسين
6000	1	- مساحات خضراء مفتوحة
400	2	6 مصلى

ج. مشروع إيواء سياحي "فندق خمس نجوم":

تبرز فكرة المشروع في استثمار أحد قطع الأراضي في منطقة التواهي - الساحل الذهبي - بمساحة (10000م²) لإنشاء فندق خمس نجوم حسب معايير الجودة، وسيوفر المشروع حوالي (90) فرصة عمل مباشرة، وفيما يلي تفاصيل المكونات الأساسية للمشروع.

جدول (4): مشروع إيواء سياحي "فندق خمس نجوم"

الرقم	اسم البند	المساحة/م ²
1	مدخل رئيسي "بهو"	250
2	مطعم رئيسي	810
3	الإدارة	450
4	مطبخ رئيسي	680
5	غرفة غسيل وكي	165
6	غرف عمال	280
7	حدائق مفتوحة	1170
8	الدور الأول:	
	- قاعة رئيسية للاحتفالات والمؤتمرات + ملحق بالقاعة غرفة تخزين أثاث	200 + 1000
	- قاعتان صغيرتان للاجتماعات	60
	- غرفة فاكس + مكتب ملحق لخدمة رجال الأعمال	180
	- محلات تجارية عدد (8)	2800
	- حدائق علوية مفتوحة	600
9	الدور الثاني:	
	- مسبح علوي مفتوح + منطقة جلوس	1100
	- ناديان صحيان للجنسين	360
	- صالتا تمرين رياضي للجنسين	120
	- خدمات مختلفة للجنسين	90
10	الدور الثالث:	

1150	- كافيتيريا + مطبخ ثانوي + دورات مياه للجنسين	
980	الدور الرابع: دور الخدمات	11
	خزان مياه + غرف معالجة مياه + مصلى + مخازن + غرف ماكينات	
980 لكل دور	الدور المتكرر:	12
30 - 36 لكل غرفة	- المبنى مكون من (8) أدوار متكررة بكل منها (20) غرفة مزدوجة	
50 - 60 لكل جناح	- الدور الثاني عشر (4) أجنحة صغيرة	
100 لكل جناح	- الدور الثالث عشر (2) جناح كبير	
320	- الدور الرابع عشر (1) جناح خاص	

3. التصور المقترح:

أصبحت السياحة في نهاية القرن العشرين صناعة واسعة تتنافس في ميدانها العديد من الدول، ويعد انتشارها بهذا الشكل الواسع الذي نراه اليوم ميزة من ميزات أواخر القرن العشرين والقرن الحالي، حيث يعطي هذا الانتشار مؤشراً لمظهر من مظاهر المدنية الحديثة التي وصل إليها العالم، وما من شك في أن صناعة السياحة اليوم أصبحت من الدعامات الأساسية لاقتصاديات الدول لأنها من أكثر الصناعات نمواً في العالم.

ومدينة عدن تتمتع بالعديد من مقومات الجذب السياحي التي يمكن من خلال استغلالها تطوير السياحة فيها، إلا أنه لم يتم استغلال هذه المقومات نتيجة العديد من المعوقات التي تحول دون النهوض بالسياحة، لذلك أصبح على الجهات المسؤولة في أجهزة الدولة ضرورة تطوير السياحة في اليمن بشكل عام ومدينة عدن بشكل خاص، وهذا لا يتم إلا باتخاذ خطوات إيجابية نحو توفير كافة متطلبات تطوير السياحة، وإيجاد الحلول المناسبة لكافة المعوقات التي تواجه تطور السياحة، فالسياحة كأى صناعة أخرى تتطلب مناخاً استثمارياً متكاملًا يؤدي إلى النمو والتطوير، ويعد قصور الوعي لدى بعض صانعي القرار ورجال الأعمال وأفراد المجتمع لفهم الدور الذي يمكن أن تلعبه السياحة في دعم الاقتصاد الوطني والمجتمعات المحلية من أكبر المعوقات لتنميتها.

مما سبق ذكره وبالاستناد إلى دراسة كل من مفهوم التنمية السياحية ومتطلباتها الأساسية، ومفهوم التخطيط السياحي وأهميته، ومراسل إعداد خطة التنمية السياحية بشكل علمي، وتجارب بعض الدول العربية التي سبقتنا في هذا المجال، تقترح الباحثة تصور تحاول من خلاله تنمية السياحة في مدينة عدن، ويعدُّ التصور بأنه فكرة رائدة تهدف إلى وضع تصور جديد للمستقبل (زين الدين، 2012، ص12)، وهو يختلف من دراسة إلى أخرى حسب الظاهرة المدروسة والهدف الذي رسمه الباحث لهدفه، وذلك بغية إيجاد إطار عمل تنظيمي يهتم بتوظيف مقومات الجذب السياحي لتطوير السياحة في مدينة عدن، ويشمل التصور المقترح المحاور التالية:

أ. أهداف التصور:

- يهدف التصور المقترح إلى تحقيق الأهداف التالية:
- التأكيد على اقتراح مسارات عملية لتوظيف مقومات الجذب السياحي لتطوير السياحة في مدينة عدن.
- التأكيد على اقتراح منظومة من الإجراءات والآليات لتطوير السياحة في مدينة عدن.
- تطوير قدرات العاملين في مجال السياحة ومهاراتهم.
- تنمية الوعي السياحي وانتشار الثقافة السياحية لدى أفراد المجتمع.

ب. منطلقات التصور:

تتمثل منطلقات التصور بما يلي:

- نجاح السياحة مرهون بتحسين مستمر وتطوير دائم للمنشآت والمنتجات والخدمات السياحية، التي يجب أن تخضع بصورة دائمة ومستمرة للمواصفات والمعايير الخاصة بالجودة.
- إبراز مقومات الجذب السياحي وتنميتها.
- جعل مدينة عدن مقصداً سياحياً محلياً ودولياً.
- الحفاظ على المعالم والمقومات السياحية والطبيعية والثقافية والتاريخية.
- الحفاظ على البيئة وصيانتها.
- من واجب المعنيين (الجهات المختصة) بالسياحة تقديم منتج سياحي ينسجم مع متطلبات واحتياجات السائح وبما يتناسب مع حجم إنفاقه.

ج. إجراءات التصور:

من أهم إجراءات التصور ما يلي:

- وضع استراتيجية متكاملة لتطوير السياحة، والإشراف على مراحل المسح والتخطيط والتنفيذ للمشاريع السياحية.
- تطوير البنية الأساسية اللازمة لتطوير السياحة.
- إعداد كادر بشري مؤهل في مجال السياحة.
- الاهتمام بترويج المنتج السياحي وتسويقه محلياً ودولياً.
- نشر الوعي السياحي لدى المواطنين والعاملين بالسياحة وكذا لدى السياح.
- وضع آلية للمتابعة، والتأكد من فاعلية التنفيذ، وقياس ما تم إنجازه بهدف التنمية والتطوير.

د. عناصر التصور:

تتمحور عناصر التصور في الآتي:

- رسم سياسات توضح الإجراءات اللازمة لتوظيف مقومات الجذب السياحي في مدينة عدن، وتحدد المسؤوليات لجميع الأطراف المعنية بالسياحة.
- بنية أساسية ملائمة للسياحة (طاقة، مياه، صرف صحي، اتصالات... إلخ).
- كادر بشري مؤهل.

- معايير دولية خاصة بالجودة والتقييم بوصفه مقوماً أساسياً لنجاح السياحة.
- خدمات سياحية متنوعة .

هـ. متطلبات التصور:

- وضع استراتيجية شاملة ومفصلة لإجراءات وآليات تطوير السياحة.
- تدريب جميع العاملين في مجال السياحة.
- توفير التقنيات الحديثة، وتقديم خدمات إلكترونية عالية الجودة.
- نشر الثقافة السياحية بين جميع العاملين في مجال السياحة.
- بناء نظام للحوافز لتشجيع جميع العاملين في مجال السياحة للمشاركة الفاعلة في تنمية السياحة وتطويرها.
- الاستفادة من تجارب الدول الناجحة وخبراتها في مجال السياحة.

و. آليات التصور:

إن عناصر التصور لا يمكن أن تكون فاعلة إلا إذا اقترنت بآليات تنفيذ يمكن عرضها فيما يلي:

- على مستوى الجهات المختصة:

- رسم السياسات والخطط التنموية لتطوير السياحة، والتنسيق والتعاون مع الجهات ذات العلاقة.
- توفير الإمكانيات المادية اللازمة لمتطلبات تطوير السياحة.
- تطوير البنية الأساسية اللازمة لتنمية وتطور السياحة.
- إقرار التشريعات والنظم للنهوض بالسياحة.
- توفير المناخ الملائم للاستثمار، وتشجيع الاستثمار السياحي، وعرض فرص الاستثمار والترويج لها.
- الاهتمام بتطوير وتنمية الصناعات الحرفية والمشغولات اليدوية.
- رسم خطط وبرامج وتنفيذها للتسويق والترويج السياحي، للتعريف بمواقع الجذب السياحي في الداخل والخارج.
- وضع التصنيفات المهنية للمنشآت بما يتناسب مع المعايير الدولية.
- تفعيل التعاون والعمل المشترك بين كافة الهيئات (الوزارات) المسؤولة في الدولة العامة والخاصة بما يدعم تطور السياحة.
- متابعة وتنفيذ الإجراءات المنظمة للسياحة والعمل على دعمها.
- وضع الخطط اللازمة للحد من تلوث البيئة.

- على مستوى التعليم:

- التنسيق مع وزارة التربية والتعليم والجامعات للعمل على إدراج مادة السياحة ضمن المقررات والبرامج الدراسية.
- تضمين المناهج موضوعات عن: أهمية السياحة اقتصادياً واجتماعياً وثقافياً، الحفاظ على الموارد السياحية الطبيعية والتاريخية والثقافية.
- العمل على تشجيع إنشاء المعاهد والمراكز المتخصصة للتأهيل والتدريب.

- إنشاء كلية السياحة.
- **على مستوى تنمية الوعي السياحي:**
 - أهمية نشر الوعي السياحي بين مختلف فئات المجتمع، وللإعلام السياحي دور كبير في توصيل الرسائل الهادفة لتحقيق النتائج المطلوبة، وذلك من خلال:
 - تخصيص برنامج يربط على القنوات الفضائية متضمناً السياحة وأهميتها الاقتصادية والاجتماعية للفرد والمجتمع.
 - تشجيع السكان المحليين والدوليين على السياحة في مدينة عدن من خلال التعريف بأهم المعالم السياحية وكيفية الحفاظ عليها.
 - عرض تجارب بعض الدول التي نجحت في تحقيق التنمية السياحية، واستعراض عوائد تلك التنمية على بلدانهم.
 - تكثيف برامج التوعية البيئية.
- **على مستوى الخدمات السياحية:**
 - رفع مستوى الخدمات السياحية من خلال:
 - الرقابة على أداء الخدمات السياحية.
 - التقييم الدوري للعاملين في مجال السياحة.
 - التأكد من مواصفات وشروط التصنيف السياحي في جميع المنشآت السياحية.
- ز. **معوقات تطبيق التصور:**
 - عدم توافر الإمكانيات المادية اللازمة لتوظيف مقومات الجذب السياحي.
 - قصور البنية الأساسية.
 - عدم توافر البيئة والمناخ الملائم (الاقتصادي، الأمني، السياسي، التشريعي، القانوني، الإداري والتنظيمي) لجذب الاستثمار المحلي والأجنبي.
 - عدم اهتمام الدولة بتطوير السياحة.
 - عدم توافر قوة عاملة مؤهلة ومدربة للعمل في كافة الأنشطة السياحية.
- ح. **الحلول المقترحة:**
 - وضع خطة متكاملة توضح الأهداف والسياسات الكفيلة بتطوير السياحة.
 - توفير الإمكانيات المادية اللازمة لتطوير السياحة.
 - تحديد وتنسيق المهام لكل جهة من الجهات المسؤولة عن تطوير السياحة ومراعاة عدم تداخل المهام وازدواجها.
 - الالتزام بمعايير الجودة السياحية.
 - الاستفادة من تجارب الدول الناجحة وخبراتها في مجال السياحة.

V. الخاتمة:

تطورت السياحة وأصبحت صناعة متكاملة، نظراً لما تدره من مداخيل من النقد الأجنبي، ونجاحها يتطلب استراتيجية واضحة ومحددة الأهداف. ومن خلال استعراضنا لتجارب بعض الدول العربية التي نجحت في تحقيق التنمية السياحية، والتي انعكست عوائدها الاقتصادية والاجتماعية المختلفة على اقتصادياتها، حيث أثبتت تجارب تلك الدول أن النهوض بالقطاع السياحي وتحقيق التنمية السياحية، يستلزم إعداد وتنفيذ خطط واستراتيجيات ذات أهداف محددة وواضحة، يدعمها توافر قطاع خدمات وبيئة ملائمة ومحفزة للاستثمار، وثقافة سياحية لدى جميع أفراد المجتمع لبلوغ الأهداف المرسومة.

وقد حققت كل من مصر وتونس ودبي نتائج سياحية جيدة، واحتلت مراكز متقدمة من حيث ترتيبها وعدد السياح الوافدين إليها، وجم مساهمة السياحة في الناتج المحلي، وتوفير وظائف العمل وغيرها من مؤشرات القطاع السياحي، ويعود ذلك إلى التنظيم والتخطيط الفعال الذي أدى بدوره إلى تحقيق التنمية السياحية، وعلى الموارد البشرية المؤهلة والمدربة، بالإضافة إلى مشاركة القطاع الخاص، واستقطاب رؤوس الأموال الأجنبية.

وبالنسبة لمدينة عدن فقد تبين من خلال استخدام تحليل سوات (SOWT) لإمكاناتها السياحية بأنها تمتلك العديد من نقاط القوة والفرص التي تؤهلها لتصبح مدينة سياحية والتي تمثلت أهمها بموقعها الاستراتيجي، وتنوع المنتج السياحي وخصخصة المنشآت السياحية، كما تبين أيضاً من ذلك التحليل أن مدينة عدن تواجه تحديات متعددة تمثل نقاط ضعف وتهديدات أهمها عدم وجود خطة لتنمية السياحة، وقصور وتدني في مستوى بعض الخدمات التي تُعدُّ أحد متطلبات تحقيق التنمية السياحية، محدودية كفاءة الإدارة، والأهم من كل ذلك عدم توافر الأمن والاستقرار بمختلف أنواعه. لذلك نأمل من كافة الجهات المعنية بالقطاع السياحي إيلاء الاهتمام اللازم لتنمية السياحة في مدينة عدن وكافة المدن اليمنية، والاستفادة من تجارب الدول الناجحة التي سبقتنا في هذا المجال.

التوصيات:

1. وضع استراتيجية متكاملة لتنمية السياحة في مدينة عدن تتكون من عدد من الاستراتيجيات للقطاعات ذات العلاقة المباشرة وغير المباشرة بالقطاع السياحي.
2. توفير الإمكانيات المادية اللازمة لتطوير السياحة.
3. تطوير خدمات البنية الأساسية الداعمة للسياحة، والخدمات المساندة، وكل متطلبات تطوير السياحة، بما يتفق مع التنمية المستدامة وإشراك سكان المجتمع بذلك.
4. توفير المناخ الملائم للاستثمار، ومنح امتيازات خاصة للمستثمر في السياحة لتشجيع الاستثمار السياحي المحلي والأجنبي.
5. تعزيز الشراكة الحقيقية والفعالة بين القطاعين العام والخاص في رسم السياسات، وتبني البرامج الفاعلة؛ لتطوير السياحة بحكم أن القطاع الخاص هو الداعم والمحرك الأساس لتحقيق أي تطور سياحي.
6. الاستفادة من تجارب الدول التي سبقتنا في مجال التنمية السياحية.

VI. المراجع:

المراجع العربية:

1. اقتصادية دبي، (2019)، التقرير الاقتصادي لإمارة دبي 2019، دبي.
2. اقتصادية دبي، (2020)، التقرير الاقتصادي لإمارة دبي 2020، دبي.
3. بظاظو، إبراهيم خليل، (2010)، الجغرافيا السياحية، الطبعة الأولى، الوراق للنشر والتوزيع، عمان.
4. حسنين، جليلة حسن، (2006)، دراسات في التنمية السياحية، الدار الجامعية، الإسكندرية.
5. حسين، صبري عبد السميع، (1996)، اقتصاديات السياحة، الطبعة الثالثة، جامعة حلوان، القاهرة.
6. دبي للسياحة، (2020)، التقرير السنوي لزوار دبي 2019، دبي.
7. زين الدين، صلاح، (26-27 أبريل 2016)، دراسة لفرص وتحديات التنمية السياحية المستدامة في مصر، المؤتمر العلمي الدولي الثالث القانون والسياحة، كلية الحقوق، جامعة طنطا، مصر.
8. زين الدين، محمد مجاهد، (2013)، أساليب بناء التصور المقترح في الرسائل العلمية، جامعة أم القرى، السعودية.
9. الشيراوي، محمد عبد المنعم، (2002)، واقع وآفاق مستقبل السياحة في البحرين، دار الكنوز الأدبية، بيروت.
10. عبد الهادي، دلال، (2006)، اقتصاديات صناعة السياحة، دار الفتح للطباعة والنشر، مصر.
11. عبد الوهاب، صلاح الدين، (1991)، التنمية السياحية، القاهرة.
12. عيساني، عامر، (2010)، الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة - حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر - باتنة، الجزائر.
13. غضبان، فؤاد، (2014)، الجغرافيا السياحية، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان.
14. غنيم، عثمان محمد وسعد، بنيتا نبيل، (1999)، التخطيط السياحي في سبيل تخطيط مكاني شامل ومتكامل، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان.
15. الكنامة، مأمون صبحي، (2014)، التخطيط و التنمية السياحية في سورية (استراتيجيات التخطيط السياحي المستدام في سورية)، رسالة ماجستير، قسم التخطيط والبيئة، كلية الهندسة المعمارية، جامعة دمشق، دمشق.
16. كواش، خالد، (2004)، أهمية السياحة في ظل التحولات الاقتصادية حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر وعلوم التسيير، الجزائر.
17. اللحام، نسرين رفيق، (2007)، التخطيط السياحي للمناطق التراثية، الطبعة الأولى، القاهرة.
18. لوصادي، فاطمة الزهراء، (2019)، الاستثمار السياحي كمدخل لتحقيق التنمية المستدامة - دراسة مقارنة بين التجربة الجزائرية والتجربة التونسية، مجلة البحوث الإدارية والاقتصادية، المجلد (3)، العدد (5)، الجزائر، ص(170-191).
19. محمد، هيبية زكريا والسيد، محمود علي، (2016). التحليل البيئي باستخدام نموذج سوات (SWOT) في التعليم "مفهومه وآليات تطبيقه"، مجلة العلوم التربوية، العدد (4)، مصر، ص124.
20. المنظمة العربية للسياحة، جامعة الدول العربية، (2018)، تقرير تنافسية السياحة والسفر للدول العربية لعام 2018.
21. هرمز، نور الدين، (2006)، التخطيط السياحي والتنمية السياحية، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية، المجلد (28)، العدد (3)، سوريا، ص (22-23).
22. وزارة الإنشاءات، (2018)، تقرير حصر أضرار الترميم للفنادق الناتجة عن حرب 2015، عدن.

23. وزارة السياحة، (2020)، التقرير السنوي لأداء مهمة السياحة لسنة 2020، الجمهورية التونسية.
24. وزارة السياحة، (2011)، التقرير النهائي لخطة العمل الاستراتيجية للتنمية المستدامة لقطاع السياحة في الجمهورية اليمنية 2011-2015 بدعم من برنامج دعم التنوع الاقتصادي المنفذ من قبل البرنامج الأمم المتحدة الإنمائي (UNDP)، صنعاء - اليمن.

المراجع الأجنبية:

1. Bruton, M.J (1985), The spirit and purpose of planning, 2nd ed, Hutchinson, London.
2. Conyers , D (1985), Rural Regional Planning: Towards an Operational Theory ,Science pub Co, London.
3. Douglas, Pearce (1989), Tourist development, Longman Scientific & Technical, New York.
4. Getz, Donald (1997), Event Management and Event Tourism, Cognizant Communications Corporation, U.S.A.
5. McIntosh, R.W & Goeldner, C.R & Brent Ritchie, J.R (1995), Tourism: principles, practices, philosophies, 7th ed, John Wiley & Sons, New York.
6. PNUD (1990), Defining and Measuring of Development, New York.
7. Zetterberg, Hans. L (1995), On Theory and Verification in Sociology, the Bedminster Press, New York.

المواقع الالكترونية:

1. البوابة الرسمية لحكومة دولة الإمارات العربية المتحدة (2018)، رؤية دبي السياحية 2020، <https://u.ae/ar-ae/information-and-services/visiting-and-exploring-the-uae/travel-and-tourism/tourism-and-economy>
2. البوابة الرسمية لحكومة دولة الإمارات العربية المتحدة (2021). السفر والسياحة، <https://u.ae/ar-ae/information-and-services/visiting-and-exploring-the-uae/travel-and-tourism/tourism-and-economy>
3. الرؤية (2019)، دبي للسياحة تبحث استراتيجية السياحة 2022 - 2025، <https://www.alroeya.com>
4. فتحي، ضحي (2019)، السياحة في مصر، مركز العاصمة للأبحاث والدراسات الاقتصادية، <http://ccsr-eg.com/news/news.aspx?id=7966>
5. قردود، عمار (2018)، أكثر من 6 ملايين سائح زاروا تونس، أبناء تونس، <https://kapitalis.com/anbaa-tounes/>
6. محمود، دعاء (2021)، بالأرقام.. تعرف على أعداد السائحين الوافدين إلى مصر حتى عام 2020 ، جريدة المال، <https://almalnews.com>
7. الهيئة العامة للتنمية السياحية (2016)، <http://www.tda.gov.eg/TDABrief/TDARole-AR.aspx>
8. وزارة الاقتصاد لدولة الإمارات (2020)، حوافز الاستثمار، <https://www.moec.gov.ae/investment-incentives>
9. وزارة السياحة والصناعات التقليدية (2017)، جلسة الاستماع لوزيرة السياحة والصناعات التقليدية حول مخطط التنمية 2016-2020 لقطاعي السياحة والصناعات التقليدية، <http://www.tourisme.gov.tn/ar/realisations-et-perspectives/tourisme-en-chiffres/statistiques2016.htm>
10. وزارة السياحة والصناعات التقليدية، الديوان الوطني التونسي للسياحة (2020)، الاحصائيات السياحية، <https://www.ontt.tn/ar/alsiyeha-altounisia-belarqam>
11. وزارة السياحة والصناعات التقليدية (2019)، الديوان الوطني التونسي للسياحة، <http://www.tourisme.gov.tn/ar/realisations-et-perspectives/tourisme-en-chiffres/statistiques-2016.html>