

التخطيط للتنمية السياحية

بالعيد محمد يونس عبد الرحمن / عضو هيئة تدريس / كلية السياحة والآثار / جامعة طبرق



التخطيط للتنمية السياحية

ملخص

يهدف هذا البحث إلى إبراز دور التخطيط في التنمية السياحية ، وتعريف التخطيط بوجه عام والتخطيط السياحي بوجه خاص، وموصفات التخطيط السياحي الجيد وعوامل نجاح التخطيط السياحي، وعلاقة التخطيط السياحي بالأنشطة الأخرى، وأهمية التخطيط السياحي، والمزايا والفوائد التي تتطلب الأخذ بأسلوب التخطيط السياحي في التنمية السياحية، والمستويات المكانية للتخطيط السياحي، ومن ثم يتم تعرف التنمية السياحية، وأهم عناصرها، وأهمية التنمية السياحية، وأهداف التنمية السياحية، وأشكال التنمية السياحية، مراحل إعداد خطة التنمية السياحية، ويختتم هذا البحث بالنتائج التي توصلت إليها.

Abstract

This research aims to highlight the role of planning in sustainable tourism development, and definition of planning in general and tourism planning in particular, and the characteristics of good tourism planning and factors of success of tourism planning, and the relationship of tourism planning with other activities, and the importance of tourism planning, and the advantages and benefits that require the adoption of tourism planning in development Tourism development, and spatial levels of tourism planning, and then is known tourism development, the most important component, the importance of tourism development, and the objectives of tourism development, forms of tourism development, stages of preparation of the plan of tourism development, and concludes this research results Reached by.

مقدمة:

يعتبر التخطيط من اجل التنمية من أهم الموضوعات التي تحظت بالدراسة من قبل الدول النامية والمتقدمة الرائدة في النشاط السياحي، وقد زاد الاهتمام نتيجة لازدياد حركات التحرر الاقتصادي وظهور التجارة عن بعد (الالكترونية وهو ما عرف فيما بعد (الاقتصاد المفتوح) ، وبما ان الدول النامية كانت ولازالت أكثر الدول حاجة الي تخطيط كامل وشامل لاستغلال مواردها الطبيعية والبشرية وكذلك الارتفاع بمستوي معيشة السكان والدول التي بدا يتطور اقتصادها فعلياً هي الدول التي أخذت بمبدأ التخطيط التنموي واستفادت من تجارب الدول المتقدمة التي سبقتها في هذا المجال، وقد حظي التخطيط السياحي من اجل التنمية السياحية بمكان بارز في العديد من الدول، منذ اعتماد العديد من البلدان على النشاط السياحي كقطاع اقتصادي له دور كبير في دعم ميزان المدفوعات والمحافظة على البيئة والاستدامة التي اصبحت محور اهتمام عالمي ، هذا الاهتمام بقطاع السياحة كمنشط إنساني له أهمية واعتبار كبيرين لم تحظ بهما في أي عصر من العصور السابقة ، لقد نجم عن النشاطات السياحية نتائج وآثار(اقتصادية، اجتماعية، ثقافية، بيئية، عمرانية) كان لها أثر عظيم وواضح في حياة المجتمعات والشعوب في عصرنا الحاضر، الأمر الذي استدعى توجيه الاهتمام إلى ضرورة تنظيم وضبط وتوجيه وتقييم هذه النشاطات للوصول إلى الأهداف المنشودة والمروية وبشكل سريع وناضح وقد ترتب على ذلك اعتماد وتبني أسلوب التخطيط السياحي كعلم متخصص يتناول بالدراسة والتحليل والتفسير جميع الأنشطة السياحية ويعمل على تطويرها.

مشكلة الدراسة:

ان التنمية السياحية في العديد من دول العالم النامي تفتقر الي التخطيط الجيد والإدارة السليمة، بالإضافة الي ان اغلب الجهود التنموية في هذه الدول تحدث بطريقة عشوائية دون ادنى اعتبار للآثار على البيئة والمقومات الطبيعية والبشرية وعلى المجتمع المحلي، حيث انحصرت خطط التنمية بصفة عامة والتنمية السياحية بصفة خاصة على استراتيجيات قصيرة الاجل، ولم تحظى التنمية السياحية بنصيب وافر من الاهتمام، هذا الأمر يتطلب إعادة النظر في أولويات التنمية السياحية المكانية وفق تخطيط ومنهج علمي سليم بحيث يلبي متطلبات التنمية واحتياجات هذه الدول وفق ما هو متوفر لديها من امكانيات، وكذلك التركيز على دور التنمية في صيانة وتنمية الموارد الطبيعية والبشرية المتاحة.

لذلك فان هذه الدراسة تسعى إلى اقتراح نموذج لإستراتيجية عامة طويلة الأجل لتحقيق التنمية السياحية وفق منهج تخطيطي سليم.

أهداف الدراسة:

يصبو هذا البحث إبراز دور التخطيط في التنمية السياحية ومعرفة معوقات التنمية السياحية ومحاولة إيجاد الحلول المناسبة لها، كما تهدف الدراسة إلى تسليط الضوء على المنهج العلمي للتخطيط للتنمية السياحية واقتراح السياسات والبرامج السياحية التي تدعم وتشجع التنمية السياحية كمنط تصبو اغلب دول العالم إلى الاهتمام به.

طرق جمع البيانات: الجانب المكتبي الذي يشمل الكتب والدوريات والتقارير والبحوث ذات العلاقة بموضوع الدراسة.

العدد السابع والأربعون / أبريل / 2020

أهمية موضوع الدراسة: أن التخطيط هو عماد بناء الدول ومستقبلها وتعد التنمية هدف أساسي لاستراتيجيات وخطط الدول، خاصة إذا ارتبطت تخطيط التنمية بمصادر الجذب السياحي التي تشكل موارد مهمة في بناء اقتصاديات الدولة وتطورها ويجب المحافظة عليها و استثمارها، وفي ظل محدودية موارد الدولة فان إستراتيجيات تخطيط التنمية السياحية تشكل خياراً تنموياً مهماً للدولة.

1- مفهوم التخطيط بوجه عام:

يعتبر التخطيط من أكثر المفاهيم قبولاً عن غيره من المفاهيم الاجتماعية الأخرى، لذلك لا يمكن الاستغناء عنه كشريك أساسي في برامج التنمية بصفة عامة، وارتبط التخطيط بالتطور في المجتمعات المتقدمة منذ عصر النهضة حتى الآن، واصبح التخطيط حقيقة واقعية في كل مجالات الحياة وترى الدول المتقدمة ان اتباع منهج التخطيط ضرورة لا غنى عنها لاستثمار مواردها وتعبئة طاقاتها وتحقيق اهدافها في كافة المجالات التنموية ان التخطيط هو الأسلوب العلمي الحديث لمعالجة مشاكل التنمية الشاملة، اصبح التخطيط الجيد هو الأداة الأولى والرئيسية للتنمية في العديد من الدول، واحد اهم الوظائف الرئيسية للإدارة الحديثة، وكذلك هو اسلوب تنظيمي يهدف الى تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية خلال فترات زمنية محددة، وذلك عن طرق حصر الإمكانيات الطبيعية والبشرية وتعبئة هذه الإمكانيات وجعلها قادرة على تحقيق اهداف المجتمع وتطلعاته في ضوء الفلسفة العامة للمجتمع والقيم السائدة به؛ وينظر الى التخطيط بأنه "عملية تناسقية ترتبط مراحلها من خلال تسلسل منطقي فالتخطيط لا بد ان يتم في اطار شمولي تصاغ فيه العلاقات في هيكل مترابط يشكل وحدة متجانسة يطلق عليها النظام (System). [1]

التخطيط السياحي:

ان التخطيط السياحي اصبح ضرورة لا غنى عنها من اجل تحقيق حد ادني من التنسيق بين نشاطات التنمية السياحية المختلفة وتنظيم وضبط التنافس بينها على الموارد المحدودة وكذلك لمضاعفة الآثار الايجابية للسياحة وتقليل الآثار السلبية، ويجب ان يكون التخطيط السياحي مبني على بيانات وإحصاءات واقعية وكذلك دراسات جدوى اقتصادية يمكن بناء احتمالات حقيقية عليها، ولم يتبلور مفهوم التخطيط السياحي بشكل واضح ومحدد إلا بعد الحرب العالمية الثانية، حيث تطورت حركة السفر الدولية بشكل سريع وكثيف، وتزايدت أعداد السياح إلى جانب تنوع أشكال السياحة والاستجمام، وتعددت المناطق السياحية واختلفت وظائفها وخصائصها، وقد أدى كل هذا إلى زيادة الاهتمام بالسياحة والأنشطة السياحية، وظهرت الحاجة لضبط وتوجيه هذه النشاطات من أجل الحد من آثارها السلبية على المجتمع والبيئة، وتحقيق أقصى درجات النفع الاقتصادي، خصوصاً بعد أن أصبح ينظر إلى السياحة على أنها صناعة ومصدر دخل أساسي في كثير من دول العالم، والتخطيط السياحي نوع من أنواع التخطيط التنموي وهو عبارة عن مجموعة من الإجراءات المحلية المقصودة والمنظمة والمشروعة التي تهدف إلى تحقيق استغلال واستخدام أمثل لعناصر الجذب السياحي المتاح والكامن وتحقيق أقصى درجات المنفعة الممكنة، مع متابعة وتوجيه وضبط لهذا الاستغلال لإبقائه ضمن دائرة المرغوب والمنشود، ومنع حدوث أي نتائج أو آثار سلبية ناجمة عنه.

2-1- تعريف التخطيط السياحي:

يعرف التخطيط السياحي بأنه رسم صورة تقديرية مستقبلية للنشاط السياحي في دولة معينة وفي فترة زمنية محددة، ويقضي ذلك حصر الموارد السياحية في الدولة من أجل تحديد أهداف الخطة السياحية وتحقيق تنمية سياحية سريعة ومنظمة من خلال إعداد وتنفيذ برنامج متناسق يتصف بشمول فروع النشاط السياحي ومناطق الدولة السياحية. [6]

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

3-1- موصفات التخطيط السياحي الجيد :

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

- 1- تخطيط مجتمعي: بمعنى انه يسمح بمشاركة الجهات ذات العلاقة في عملية التخطيط بمراحلها المختلفة.
- 2- تخطيط تكاملي: حيث تعامل فيه السياحة على انها نظام متكامل، ليكون كل جزء مكمل للأجزاء الأخرى ، وكل عنصر يؤثر ويتأثر ببقية العناصر.
- 3- تخطيط شامل: لجميع جوانب التنمية السياحية، الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية، البيئية .. الخ.
- 4- تخطيط مرن Flexible مستمر Continuous وتدرجي Incremental : يتقبل إجراءات اي تعديل اذ ما تطلب الامر بناء على المتابعة المستمرة والتغذية الراجعة.
- 5- تخطيط بيئي: يحول دون تدهور عناصر الجذب السياحي الطبيعية البشرية، ويعمل على توفير الإجراءات اللازمة لصيانتها بشكل مستمر، ويضمن المحافظة عليها لأطول فترة زمنية ممكنه.
- 6- تخطيط واقعي: وقابل للتنفيذ اي ان لا تتجاوز أهدافه حدود الإمكانيات والطموح ولا تخرج عن دائرة ما هو متاح وكامن من موارد طبيعية ومالية وبشرية.
- 7- تخطيط يتعامل مع السياحة على انها نظام له مدخلات وعمليات ومخرجات محددة ويمكن التأثير في هذه التكوينات وتوجيهها.

8- تخطيط مرحلي منظم: يتكون من مجموعة من الخطوات والنشاطات والمتابعة والمتسلسلة. [15]

4-1- عوامل نجاح التخطيط السياحي تشمل ما يلي: [7]

1. أن تكون خطة التنمية السياحية جزءاً لا يتجزأ من الخطة القومية الشاملة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية.

العدد السابع والأربعون / أبريل / 2020

2. أن يتم تحقيق التوازن بين القطاعات الاقتصادية المختلفة.
 3. أن يتم اعتبار تنمية القطاع السياحي كأحد الخيارات الاستراتيجية للتنمية الاقتصادية.
 4. أن تكون هذه الصناعة جزءاً من قطاعات الإنتاج في الهيكل الاقتصادي للدولة.
 5. قيام الدولة بتحديد مستوى النمو المطلوب وحجم التدفق السياحي.
 6. أن يتم تحديد دور كل من القطاعين الخاص والعام في عملية التنمية.
 7. التركيز على علاقة التنمية السياحية بالنشاط الاقتصادي العام وتحديد علاقة ذلك بالمحافظة على البيئة.
- ويرى بعض كتاب التخطيط السياحي أن من بين عوامل نجاح التخطيط السياحي وجوب توفر أربعة علاقات (E) هي كما يلي:

أ- علاقة التخطيط بالنشاط الاقتصادي : " Economics "

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

ب- علاقة التخطيط بالبيئة: " Environment "

تعتبر البيئة الطبيعية الجيدة مورداً أساسياً من الموارد التي تعتمد عليها التنمية السياحية [2]، لذلك تُعد السياحة والبيئة وجهان لعملة واحدة، على اعتبار أن التدفق السياحي يرتبط بعوامل الجذب السياحي المتمثلة في المناخ والمناظر البيئية الطبيعية والشواطئ وغيرها، أو في عوامل جذب من صنع الإنسان كالمناطق التاريخية الأثرية والحديثة وغيرها، وهنا تبدو نقطة هامة تتعلق بضرورة المحافظة على الأصول البيئية (Assets Environment).

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

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

د- علاقة التخطيط بتدفق النقد الأجنبي: " Exchange "

وإذا كان التخطيط يهدف إلى زيادة موارد الدولة من النقد الأجنبي، فإن نجاح التخطيط السياحي يقاس، بالنسبة للدول النامية بصفة خاصة بمدى قدرته على زيادة التدفق من النقد الأجنبي إلى الدولة سواء من خلال عائدات السياحة الدولية أو من خلال انسياب رؤوس الأموال الأجنبية للاستثمار السياحي. [3]

5-1- أهمية التخطيط السياحي :

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

العدد السابع والأربعون / أبريل / 2020

بعوامل الإنتاج والقوى الاقتصادية المختلفة.

6-1- مزايا وفوائد التخطيط السياحي التي يتطلب الأخذ في التنمية السياحية ما يلي: [15]

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

يساعد التخطيط السياحي على تكاملية وربط القطاع السياحي مع القطاعات الأخرى وعلى تحقيق أهداف السياسات العامة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية على كل مستوياتها.

يوفر أرضية مناسبة لأسلوب اتخاذ القرار لتنمية السياحة في القطاعين العام والخاص، من خلال دراسة الواقع الحالي والمستقبلي مع الأخذ بعين الاعتبار الأمور السياسية والاقتصادية التي تقرها الدولة لتطوير السياحة وتنشيطها.

يوفر المعلومات والبيانات والإحصائيات والخرائط والمخططات والتقارير والاستبيانات، ويضعها تحت يد طالبها.

يساعد على زيادة الفوائد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية من خلال تطوير القطاع السياحي، وتوزيع ثمار تنميته على أفراد المجتمع. كما يقلل من سلبيات السياحة.

يساعد على وضع الخطط التفصيلية لرفع المستوى السياحي لبعض المناطق المتميزة، والمتخلفة سياحياً.

يساعد على وضع الأسس المناسبة لتنفيذ الخطط والسياسات والبرامج التنموية المستمرة عن طريق إنشاء الأجهزة والمؤسسات لإدارة النشاط.

يساهم في استمرارية تقويم التنمية السياحية ومواصلة التقدم في تطوير هذا النشاط. والتأكيد على الإيجابيات وتجاوز السلبيات في الأعوام اللاحقة.

7-1- أهداف التخطيط السليم لتحقيق عائدات سياحية دائمة أهمها: [15]

1. تحديد أهداف التنمية السياحية القصيرة والبعيدة المدى، وكذلك رسم السياسات السياحية ووضع إجراءات تنفيذها.
2. ضبط وتنسيق التنمية السياحية التلقائية والعشوائية.
3. تشجيع القطاعين العام والخاص على الاستثمار في مجال التسهيلات السياحية أينما كان ذلك ضرورياً.
4. مضاعفة الفوائد الاقتصادية والاجتماعية للنشاطات السياحية لأقصى حد ممكن وتقليل كلفة الاستثمار والإدارة لأقل حد ممكن.
5. الحيلولة دون تدهور الموارد السياحية وحماية النادر منها.
6. صنع القرارات المناسبة وتطبيق الاستخدامات المناسبة في المواقع السياحية.
7. تنظيم الخدمات العامة وتوفيرها بالشكل المطلوب في المناطق السياحية.
8. المحافظة على البيئة من خلال وضع وتنفيذ الإجراءات العلمية المناسبة.
9. توفير التمويل من الداخل والخارج اللازم لعمليات التنمية السياحية.
10. تنسيق النشاطات السياحية مع الأنشطة الاقتصادية الأخرى بشكل تكاملي.

8-1-المستويات المكانية للتخطيط السياحي: بشكل عام يمكن الحديث عن أربعة مستويات رئيسية هي:
[14]

1- التخطيط السياحي على المستوى الدولي International Level:

تقتصر عمليات التخطيط السياحي في هذا المستوى على خدمات النقل وطرق المواصلات بين مجموعة من الدول، كما هو الحال في مجموعة دول الاتحاد الأوربي، ويشمل هذا التخطيط كذلك تطوير وتنمية بعض عناصر الجذب السياحي التي تتوزع جغرافياً في عدة دول متجاورة، إلى جانب ذلك هناك التخطيط السياحي بين عدة دول في مجالات الترويج والتسويق السياحي، وأن 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.

2- التخطيط السياحي على المستوى الإقليمي Regional Level :

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

- 1-بوابات العبور الإقليمية وما يرتبط بها من طرق مواصلات إقليمية ودولية بأنواعها.
 - 2-منشآت الإقامة بأنواعها وكافة الخدمات السياحية الأخرى.
 - 3-السياسات السياحية والاستثمارية والتشريعية وهيكل التنظيم السياحية الإقليمية.
 - 4-برامج الترويج والتسويق السياحي.
 - 5-برامج التدريب والتعليم، والاعتبارات الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والبيئية.
 - 6-مراحل واستراتيجيات التنمية وبرمجة المشاريع.
- والتخطيط السياحي على المستوى الإقليمي متخصص وتفصيلي بدرجة أقل من المستوى المحلي وأكبر من المستوى الوطني، علماً أن مستوى تخصيص يعتمد على حجم الدولة وحجم الإقليم، فخطة وطنية في دولة صغيرة المساحة قد تحوي من التفاصيل ما تحويه خطة إقليمية في دولة كبيرة المساحة، وقد لا تحتاج البلاد الصغيرة المساحة إلى تخطيط وطني وآخر إقليمي.

أهداف التخطيط الإقليمي: [6]

- 1/ تحقيق نوع من التوازن الاجتماعي والاقتصادي بين الأقاليم مكانياً وزمانياً.
- 2/ ان التخطيط الإقليمي يعمل على إزالة التباين الاقتصادي والاجتماعي بين الأقاليم عن طريق توزيع الاستثمارات سواء كانت استثمارات صناعية أو زراعية أو سياحية.
- 3/ توفير فرص العمل والقضاء على هجرة الطاقات البشرية إلى خارج الإقليم عن طريق تطوير بعض الأقاليم التي تفتقر إلى موارد استثمارية زراعية ام صناعية فيمكن إيجاد السياحة كبديل لغرض التطوير الاقتصادي والاجتماعي والتي قد تخلق نوعاً من فرص العمل لسكان الأقليم.
- 4/ يهدف التخطيط الإقليمي إلى دفع المستوى الاقتصادي والاجتماعي والنهوض بكافة المعالم الحضارية والاستفادة القصوى من جميع الموارد الطبيعية واستثمارها لغرض التنمية.

3- التخطيط السياحي على المستوى المحلي Local Level :

العدد السابع والأربعون / أبريل / 2020

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

- 1- التوزيع الجغرافي للخدمات السياحية ومنشآت الإقامة .
 - 2- الخدمات والتسهيلات السياحية .
 - 3- مناطق وعناصر الجذب السياحي.
 - 4- شبكات الطرق المعبدة ومحلات تجارة التجزئة والمتنزهات والحميات.
 - 5- نظام النقل على الطرق والمطارات ومحطات السكك الحديدية.
- تسبق كثير من خطط التنمية على المستوى المكاني بدراسات جدوى اقتصادية أولية وكذلك دراسات لتقييم المردودات البيئية والاجتماعية والثقافية، وكذلك تقييم لبرامج التنمية والهياكل الإدارية والمالية المناسبة للتنفيذ، وأيضاً قواعد التنظيم المكاني والتصميم الهندسي، وتشمل مثل هذه الدراسات كذلك على تحليل حركة الزوار وتوصيات متعلقة بذلك.
- ### 4- التخطيط السياحي على المستوى الوطني National Level :

يغطي التخطيط السياحي في هذا المستوى جميع الجوانب التي يغطيها في المستوى الإقليمي، ولكن بشكل أقل تخصصاً وتفصيلاً وعلى مستوى القطر أو الدولة بجميع أقاليمها ومناطقها. ويتطبيق التخطيط السياحي على اقليم سياحي معين يجب ان تتمكن المؤسسة المسؤولة عن عملية التخطيط اظهار قدرتها على المنافسة مع الأقاليم والمؤسسات الأخرى بالدرجة الأولى، ولتكون وظيفة التخطيط في هذه الحالة العمل على تأمين النواحي التالية:

- 1- المشاركة في إعداد الأهداف التي وضعتها إدارات السياحة لتطوير الإقليم وتنميته.
 - 2- تحليل المقدرة التنافسية للمكان السياحي على ضوء (السوق، المنافسون الآخرون المباشرون وغير المباشرون، الطلب، المورد (الفرع)
 - 3- إعداد إستراتيجية للمقدرة التنافسية للإقليم.
 - 4- إحياء إستراتيجية المقدرة التنافسية للإقليم بتقديم الاستشارات للمؤسسات السياحية، والقيام بإدارة الأعمال المستخدمة (المتغيرة والمتجددة) بحيث يتم استكمال الصورة السياحية للإقليم بصورتها المثلى. [11]
- 9-1- استراتيجيات التخطيط من اجل التنمية :

بالرغم من الأهداف العامة للتخطيط والموصفات الجيدة للتخطيط التي يجب ان تؤخذ بعين الاعتبار في العمل التخطيطي الا انه هناك عدة استراتيجيات يجب ان تتاح لأي خطة من خطط التنمية الشاملة، وهذه الاستراتيجيات تعتمد وتعكس الأفكار التالية: [19]

- 1- ينبغي ان يكون التخطيط مبنياً على الحقائق والمعلومات التفصيلية والدقيقة وعلى المخطط توضيح العلاقات الأساسية بين الظواهر المتعددة التي يجمع عنها المعلومات، ويجب التأكيد على أهمية البحوث والدراسات المتعددة التي تحدد الحاجات والأهداف، وكذلك الإمكانيات الطبيعية والبشرية المتاحة، والتغلب على الصعوبات والعقبات التي اعترضت خطط العملية

العدد السابع والأربعون / أبريل / 2020

التموية بصفة عامة.

2- ينبغي ان يتاح للمخطط تصور محدد وطموح عما يجب ان يكون عليه شكل التنمية السياحية في الأمد البعيد، هذا التصور يتحدد في ضوء الحقائق والمعلومات اللازمة للتنمية السياحية في ابعادها الزمنية المتباينة وتكون الخطة اكثر تفصيلاً ودقة كلما قصر بعدها الزمني.

3- يجب ان تكون الخطط متسقة مع الموارد الطبيعية والبشرية اللازمة لتنفيذ للتنمية السياحية ففي غياب الاتساق يضطر المخطط في فترة لاحقه الي حذف بعض المشاريع من الخطة، او ايقاف تنفيذ عدد من المشاريع التي في طريق الانجاز، على ان لا يكون مبدأ الاتساق مبالغ فيه لان التخطيط يتم تحت ظروف لا يمكن التنبؤ بها بدقة مما يتطلب درجة عالية من المرونة في الاهداف والسياسات والأدوات المستخدمة.

4- يجب ان تحتوى الخطة العامة على خطط فرعية على مستوى الاقاليم وكافة القطاعات الاقتصادية الداعمة للقطاع السياحي حيث يجرى ترجمة الاهداف العامة الى برامج عمل في المجالات المختلفة كما ينبغي الموازنة بين الاحتياجات الحالية الملحة ومتطلبات النمو في الأجل البعيد اذ ان إهمال الأولى قد يعرض الاهداف البعيدة المدى للخطر الأکید.

5- يجب ان تعكس الخطة أهداف وأغراض الحكومة بوضوح وخاصة فيما يتعلق بحجم الخطة و ترتيب أولوياتها، وينبغي ان تحدد الأسس والمعايير التي بموجبها يوزع الاستثمار في داخل الإقليم والقطاعات بين المشاريع المختلفة.
6- ينبغي تقييم جميع المشاريع التي تحتويها الخطة على أساس مساهمتها في تحقيق أهداف الخطة.
7- لا ينبغي ان يقتصر التخطيط على القطاعات الاقتصادية، فمما لاشك فيه ان النظام الاقتصادي يرتبط بعلاقات وثيقة بالنظام الاجتماعي بما يحويه من مجالات(التعليم، الصحة الإسكان، المرافق..).

8- ينبغي تحديد الدور المناط بالقطاع الخاص في عملية التنمية، بشرط ان يكون هذا الدور مبنياً على تحديد دقيق لقدرات القطاع الخاص وكفاءته في الانشطة الاقتصادية المختلفة بحيث يحدث نوع من التعاون والانسجام بين القطاع الخاص والعام المناطة بهم العملية التنموية.

9- يجب ان يتسم التخطيط بالديمقراطية بمعنى ان تساهم الفئات والمؤسسات والمنظمات المختلفة في العملية التخطيطية والتنموية بمختلف مراحلها.

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 كل عناصر التنمية المختلفة، وتكاد تكون متطابقة مع التنمية الشاملة، فكل مقومات التنمية الشاملة 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 الرئيسية للدخل القومي، وكذلك بما تتضمنه من تنمية حضارية شاملة لكافة المقومات الطبيعية والإنسانية ومن هنا تكون التنمية السياحية وسيلة للتنمية الاقتصادية، فهي تتضمن كل من الخطط والبرامج والمشروعات التي تهدف الى إحداث زيادة مستمرة ومتوازنة في الموارد السياحية للدول وتحسين انتاجية القطاع السياحي فيها.

العدد السابع والأربعون / أبريل / 2020

1- مفاهيم التنمية بوجه عام:

تعرف التنمية على أنها : "مختلف البرامج التي تهدف إلى تحقيق الزيادة المستمرة والمتوازنة في الموارد". [8]
كما تعرف التنمية أيضاً بأنها : "تحقيق قدر معين من نماء الدخل والثروة يصاحبه قدر مناسب من نماء الثقافة والمعرفة والارتقاء بالسلوكيات". [13]
وتعريف التنمية وفق التصور الحديث بأنها " نقل المجتمعات من حالة أو مستوى إلى حالة أو مستوى أفضل ومن نمط تقليدي إلى نمط متقدم كماً ونوعاً". [20]
تعد التنمية السياحية هي أحدث ما ظهر من أنواع التنمية العديدة، وهي بدورها متغلغلة في كل عناصر التنمية المختلفة، وتكاد تكون متطابقة مع التنمية الشاملة، فكل مقومات التنمية الشاملة هي مقومات التنمية السياحية. [17]
تعرف التنمية السياحية بأنها " التصنيع المتكامل الذي يعني إقامة وتشبيد مراكز سياحية تتضمن مختلف الخدمات التي يحتاج إليها السائح أثناء إقامته وبالشكل الذي يتلائم مع القدرات المالية للفئات المختلفة من السائحين. [10]
وتشمل التنمية السياحية جميع الجوانب المتعلقة بالأنماط المكانية للعرض والطلب السياحيين، التوزيع الجغرافي للمنتجات السياحية، التدفق والحركة السياحية، تأثيرات السياحة المختلفة.
ولقد ارتبط مفهوم التنمية السياحية في الدول المتقدمة والنامية على حد سواء بنمو حياة وسلوك الافراد والجماعات والمؤسسات الموجودة في اقليم معين ، مما يستوجب العمل على تأهيل هذا المفهوم لمصلحة نمو وزيادة الموارد والثروات لذا كانت هناك عدة عوامل أدت الى إحداث هذا المفهوم منها:

أ- تعد السياحة نشاطاً اقتصادياً، اي ان الدخل يتزايد في الدول السياحية التي تستطيع ان توفر معظم خدمات ومتطلبات صناعة السياحة .
ب- تتأثر صناعة السياحة بعامل التكاليف، فتزايد أسعار السفر والخدمات السياحية ينتج عنه ضعف اقبال الزوار.
ج- خاصية التغيير الكبير للطلب السياحي الذي يتأثر بعوامل خارجية لا يمكن التنبؤ بطبيعتها وحجمها.
د- عدم قابلية المنتج السياحي للتخزين كما في العديد من الصناعات، وخاصة ان الموسم السياحي يتسم بالموسمية، مما يعني عدم ثبات مستويات التشغيل في صناعة السياحة.
هـ- صعوبة استقطاب السياح وجذبهم مرة اخرى لنفس الاقاليم السياحية نظراً لكثرة المغريات السياحية.

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.

2-2- عناصر التنمية السياحية: تتكون التنمية السياحية من عناصر عدة أهمها:

1-عناصر الجذب السياحي Attraction وتشمل العناصر الطبيعية Natural Features مثل: أشكال السطح والمناخ والحياة والغابات وعناصر من صنع الإنسان man- made- objects، كالمنتزهات والمتاحف والمواقع الأثرية التاريخية.
2-النقل Transport بأنواعه المختلفة البري، البحري والجوي.

العدد السابع والأربعون / أبريل / 2020

3- أماكن الإقامة Accommodation سواء التجاري منها Commercial كالفنادق والموتيلات وأماكن الإقامة الخاصة مثل: بيوت الضيافة وشقق الإيجار.

4- التسهيلات المساندة Supporting Facilities بجميع أنواعها كالإعلان السياحي والإدارة السياحية والأشغال اليدوية والبنوك

5- خدمات البنية التحتية Infrastructure كالمياه والكهرباء والاتصالات
ويضاف إلى هذه العناصر جميعها الجهات المنفذة للتنمية، فالتنمية السياحية تنفذ عادة من قبل القطاع العام أو الخاص أو الاثنين معاً. [5]

3-2- أهمية التنمية السياحية:

تكتسب التنمية السياحية أهمية متزايدة ويترتب عليها مجموعة من التأثيرات التنموية على مختلف الأصعدة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبيئية والسياسية نذكر منها:

أ. التنمية السياحية والتنمية الاقتصادية:

- يؤثر رواج صناعة السياحة بشكل مباشر على اقتصاد ورواج الصناعات والأنشطة المرتبطة بصناعة السياحة، فكلما زاد تدفق حجم الحركة السياحية زاد الإنفاق العام على السلع الاستهلاكية وبالتالي ارتفاع معدلات الادخار مما ينشط هذه الصناعات والخدمات المتصلة بصناعة السياحة.

- قدرة النشاط السياحي على امتصاص البطالة تعمل التنمية السياحية على خلق فرص عمالة متعددة سواء في القطاع السياحي نفسه مثل (شركات السياحة، المطاعم، الفنادق، شركات النقل السياحي، الصناعات التقليدية... الخ) أو في القطاعات التقليدية المكملة للخدمة السياحية.

- زيادة الاستثمارات في الصناعات الغذائية والمشروبات وصناعة الأثاث الفندقية، من خلال إضافة خطوط إنتاج جديدة أو إنشاء مصانع جديدة نتيجة زيادة الطلب على المنتجات السياحية.

- المساهمة في التنمية المحلية والعمرائية عن طريق تنمية مناطق جديدة للجذب السياحي في أماكن مختلفة، مما يساهم في تحقيق نمو متوازن على مستوى الاقتصاد الكلي وفي توزيع الدخل بين الأقاليم السياحية المختلفة داخل الدولة.

ب. التنمية السياحية والتنمية الاجتماعية:

- تعمل على رفع مستوى معيشة السكان المحليين وتحسين نمط حياتهم.
- تعمل على خلق وإيجاد تسهيلات ترفيهية وثقافية لخدمات المواطنين الى جانب السائحين.
- تساعد على تطوير الأماكن والخدمات العامة بدولة المقصد السياحي .
- تساعد على رفع مستوى الوعي بالتنمية السياحية لدي فئات واسعة من المجتمع.
- تنمي لدي المواطن شعوره بالانتماء نحو وطنه وتزيد من فرص التبادل الثقافي والحضاري بين كل من المجتمع المضيف والزائر.

العدد السابع والأربعون / أبريل / 2020

ج. التنمية السياحية والتنمية الثقافية:

- تعمل على تنمية الوعي الثقافي لدى المواطنين.
- توفر التمويل اللازم للحفاظ على التراث الثقافي بكافة أنواعه.
- تعمل على تنمية عملية تبادل الثقافات والخبرات و المعلومات بين السائح والمجتمع المضيف.

د. التنمية السياحية والتنمية البيئية:

- إن التأثيرات البيئية التي تولدت عن التنمية السياحية عملت على إحداث تطوراً في العناصر البيئية المختلفة، كالتربة والماء والتراث الطبيعي والحضاري نتيجة الاهتمام بها وحمايتها والمحافظة عليها ضد التلوث الهوائي والمائي والبحار والأحياء النباتية والبرية والمائية، وذلك لتحقيق تنمية سياحية مستدامة وهي في ذلك:
- تساعد على إنشاء المنتزهات وتعمل على المحافظة على البيئة وحمايتها.
 - تحقيق إدارة جيدة للنفايات؛ للتخلص منها بشكل علمي سليم.
 - تزييد من الوعي البيئي لدى أفراد المجتمع المضيف.

هـ. التنمية السياحية والتنمية السياسية:

- تعمل على تحقيق الحوار ومعرفة الآخر وتساعد على التفاهم بين شعوب العالم ونشر مبادئ السلام العالمي، كما تساعد على تدعيم أواصر الصداقة بين شعوب العالم من خلال العلاقات التي تنشأ بين بلدان العالم المختلفة. [5]
- كما إن تنمية الصناعة السياحية تحكمها عدة اعتبارات لا بد من مراعاتها وهي على النحو التالي:
- 1- تدريب الجهاز البشري اللازم الذي يحتاج إليه القطاع السياحي حتى تتمكن المنشآت السياحية من القيام بدورها بالشكل المطلوب.
 - 2- المحافظة على حقيقة المواقع السياحية، لأن جذب السياح إلى هذه المناطق قد يعتمد على المناخ أو المواقع الطبيعية أو التاريخية أو أي عامل آخر تتميز به المنطقة السياحية.
 - 3- الاستغلال الجيد للموارد السياحية المتاحة مع توفير المرونة لها لتتمكن من مواكبة احتياجات الطلب السياحي المحلي والعالمي.
 - 4- إجراء دراسة شاملة للتأكد من الجدوى الاقتصادية للاستثمارات السياحية المقترحة.
 - 5- دعم الدولة للقطاع السياحي، عبر معاونة القطاع الخاص في تنفيذ البرامج السياحية ويكون ذلك عبر خطة إعلامية تسويقية متكاملة.
 - 6- ربط خطة التنمية السياحية مع خطط التنمية الاقتصادية الأخرى لمختلف القطاعات الاقتصادية لتحقيق نمو متوازن وليس مجرد الاهتمام بالسياحة فقط.
 - 7- تحديد المشاكل التي قد تعترض التنمية السياحية، ووضع خطط بديلة في حال حدوث طارئ.
 - 8- دراسة السوق السياحي الحالية المصدرة للسائحين، من أجل معرفة نوعية السياح الوافدين وما هي تفصيلاتهم و رغباتهم للسعي إلى تأمينها قدر الإمكان.

العدد السابع والأربعون / أبريل / 2020

9- 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.

10- رفع مستوى جودة الخدمات السياحية، والاهتمام بالنظافة العامة؛ لأنه لهم دوراً مهماً في الاهتمام ببرامج التنمية السياحية، فحين يتم الحفاظ على نظافة الشوارع والشواطئ والآثار وغيرها من عوامل الجذب السياحي، تجعل السائح يرغب في العودة إلى هذا البلد. [15]

نخلص إلى القول مما تقدم إن 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 النشاط السياحي مع مختلف الأنشطة الاقتصادية الأخرى مثل النقل والجمارك والتجارة والخدمات بصفة عامة، وهنا لا بد من التفرقة بين التنمية والنمو في القطاع السياحي، فممو القطاع السياحي هو هدف يتحقق طبيعياً تبعاً لتدفق العناصر الإنتاجية من رأسمال في شكل مؤسسات سياحية أو موارد طبيعية أو موارد بشرية، وكذلك تبعاً لزيادة إنتاجية هذه العناصر، أما التنمية السياحية فلا بد أن تتضمن تدخلاً إيجابياً من جانب الهيئات الرسمية المسؤولة لإعطاء الأهمية اللازمة لهذا القطاع، من حيث معدلات الاستثمار، الموارد البشرية، دفع عملية التقدم التقني، إجراء تعديلات هيكلية في القطاع السياحي نفسه.

4-2- أهداف التنمية السياحية:

تهدف التنمية السياحية إلى تحقيق زيادة مستمرة ومتوازنة في الموارد السياحية، لذلك يعد الانسان محور عملية التنمية، والمؤثر الاول في أدائها، ولهذا فان الدولة مطالبة بالسعي لتوفير كل ما يحتاج إليه، لتبقي القدرات البدنية والعقلية والنفسية لهذا الانسان على اكمل وجه، وان التنمية السياحية تبدأ من تقدير الانسان للأهمية السياحية، والفوائد التي تجنيها على المستويات كافة، الاجتماعية، والاقتصادية، والثقافية. [12]

ان العمل على تحقيق التنمية السياحية بالمعنى المتكامل، هو هدف في حد ذاته، وفي الوقت ذاته هو مرحلة من مراحل تحقيق هدف أكبر، هو تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الدولة، فكل الاهداف في الحقيقة حلقات في سلسلة متصلة، ويؤدي تحقيق كل هدف منها إلى هدف آخر، يعد الهدف الاول مقدمة له، أو وسيلة لتحقيقه [16].

تختلف أهداف التنمية السياحية وأساليب تحقيقها من دولة إلى أخرى ومن وقت إلى آخر داخل نفس الدولة ويرجع ذلك إلى جملة من العوامل أهمها اختلاف الدول في مكونات عرضها السياحي وإمكاناتها التنموية وموقعها من الأسواق المصدرة للسائحين بالإضافة إلى ظروفها الداخلية الاقتصادية والاجتماعية والبيئية... الخ.

وتنقسم أهداف التنمية السياحية إلى أهداف عامة وأهداف محددة، فالأهداف العامة تشمل كل ما تسعى التنمية إلى تحقيقه بصفه عامة مثل:

أ- تحقيق نمو سياحي متوازن.

ب- تدعيم الآثار الاقتصادية للسياحة.

ج- فرص العمل والتغلب على البطالة.

د- الحفاظ على تنمية نصيب الدولة من الأسواق السياحية في مواجهة المنافسة الدولية.

العدد السابع والأربعون / أبريل / 2020

هـ- زيادة الدخل السياحي الإجمالي .

و- تنمية البنية الأساسية وتوفير التسهيلات اللازمة للزوار والمقيمين بالدولة.

أما الأهداف المحددة فتعتبر بمثابة تفصيل للأهداف العامة من خلال وضع نسب مئوية مطلوب تحقيقها خلال فترات زمنية معينة فهي تمثل نتائج واضحة المعالم يتعين الوصول إليها من خلال وضع جدول زمني محدد، وتمثل الأهداف المحددة فيما يلي :

أ- زيادة عدد السائحين الوافدين الي الدولة سواء أكان من الأسواق التقليدية او المحتملة ويتم ذلك عن طريق توسيع حجم الطلب السياحي.

ب- تمديد متوسط مدة اقامة السائحين لذلك يجب الحرص على زيادة فاعلية عناصر الجذب السياحي الايجابية للحركة السياحية والتقليل المستمر من عناصر الطرد السلبية.

ج- زيادة متوسط الإنفاق اليومي للسائح ويتم ذلك بتوفير مجالات الإنفاق التي تجذب السائحين، وأيضاً التركيز على اجتذاب السائحين ذوي الدخل المرتفعة. [18]

5-2- خصائص اهداف التنمية السياحية ما يلي :

1- ان تكون أهداف واقعية يمكن تحقيقها بالاستخدام الأمثل للموارد الفنية والمادية والبشرية المتاحة.

2- ان تكون أهداف شاملة تشمل كل ما يراد تحقيقه من نتائج

3- أهداف مرنة لكي تتسع لاحتواء المشاكل الطارئة والتي لم يتم حسابها عند وضع خطة التنمية السياحية .

6-2- أشكال التنمية السياحية:

تأخذ التنمية السياحية أشكالاً متعددة في تطوير البعض من الانماط السياحية والعديد من واحدت الإقامة منها:

أ- 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. [18]

ب- 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 وتوفير عناصر لدلالة سياحية مؤهلة وخبيرة، خدمات نقل، مرافق إقامة أولية وأساسية وكذلك خدمات ومرافق لاستقبال المجموعات السياحية عالية النوعية وبحالة مؤكدة السلامة. [4]

العدد السابع والأربعون / أبريل / 2020

ج- سياحة الرياضة البحرية:

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

د- تطوير المنتجعات السياحية:

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

هـ - القرى السياحية:

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

و- 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.

ز- منتجعات العزلة Retreat Resorts:

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. [9]

7-2- مراحل إعداد خطة التنمية السياحية:

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

أ- إعداد الدراسات الأولية.

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

ج- جمع المعلومات وإجراء المسوحات وتقييم الوضع الراهن للمنطقة السياحية.

العدد السابع والأربعون / أبريل / 2020

د- تحليل البيانات (المسوحات): وتشمل هذه المرحلة على تحليل وتفسير البيانات التي تم جمعها من خلال المسوحات والخروج بحقائق تساعد في إعداد الخطة، ورسم خطواتها العامة والتفصيلية.

ه- إعداد الخطة: وهنا يتم وضع السياسات السياحية المناسبة ويتم تقييم هذه السياسات (البدايل) لاختبار ما هو ملائم ومناسب لتنفيذ الخطة، وكذلك يتم تحديد البرامج والمشاريع التي يجب تنفيذها لتحقيق أهداف الخطة.

و- تنفيذ الخطة بتوصياتها وبالوسائل التي يتم تحديدها في المرحلة السابقة.

ز- تقييم ومتابعة الخطة السياحية وتعديلها وفق التغذية الراجعة إذا تطلب الأمر ذلك.

والجدير بالذكر أن المسوحات وجمع البيانات وتحليلها تشكل المدخلات الأساسية لخطط التنمية السياحية وتحتاج هذه المرحلة

إلى دقة وتنظيم كبيرين، وأهم الجوانب التي يمكن جمع معلومات عنها:

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

وتتطلب هذه المرحلة الأخذ بأراء المسؤولين في أجهزة الدولة كل حسب تخصصه، وأيضاً ممثلي القطاع الخاص وممثلي المجتمعات المحلية، ومراجعة الدراسات المتوفرة والخرائط والبيانات الجغرافية والخصائص الطبيعية والبيئية ودراسة الأسواق السياحية، وخصائص السياح ومعدلات إنفاقهم وأوجه الإنفاق السياحي وكفاءة السياحة المحلية، وخطوط النقل الجوي... الخ. [5]

8-2- تشمل عملية تحليل بيانات الخطة السياحية ثلاثة مراحل رئيسية هي:

أ- تحليل الأسواق السياحية من حيث:

- التوقعات المستقبلية (الطلب السياحي على مرافق الإقامة).

- تحديد الحاجات من مرافق الإقامة والخدمات العامة وخدمات البنية التحتية.

ومرحلة تحليل الأسواق تشكل أساس التحليل في المحور الثاني.

ب. التحليل المتكامل: يمثل هذا التحليل العناصر التالية:

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

العدد السابع والأربعون / أبريل / 2020

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
- خصائص مواقع العناصر السياحية مثل: وجود معادن قابلة للاستغلال، القدرة الزراعية.
- أنماط استعمالات الأراضي والاستيطان.
- مرافق الإقامة، والخدمات السياحية.
- خدمات النقل الحالية والمخططة وأنواع البنية التحتية الأخرى.

ج. تحليل العناصر المؤسسة للقطاع السياحي على الصعيدين العام والخاص ويتضمن آليات التنفيذ والمتابعة والمراقبة والسياسات والاستراتيجيات وتوفر القوانين والأنظمة المالية والاستثمار وبرامج التعليم والتدريب السياحي؛ تشكل هذه المرحلة من التحليل القاعدة الأساسية التي توفر المدخلات الرئيسية اللازمة لوضع الخطة التنموية السياحية. [4]

الاستنتاجات والتوصيات:

- * ضرورة استخدام السياحة كمحرك يحقق التنمية الإقليمية المتوازنة والنهوض بالمستوى المعيشي للمناطق الأقل نمواً التي تمتلك المصادر والموارد السياحية.
- * الأخذ بمبدأ التخطيط السياحي لتحقيق التكامل في التنمية بين كافة القطاعات، والتطابق والتوافق بين الطلب السياحي والمنتج السياحي المقدم، وأيضاً تحقيق أكبر قدر ممكن من المكاسب الاقتصادية المباشرة وغير المباشرة، وتأمين عمليات التحديث والتطوير للمناطق السياحية، والتوسع وإيجاد مناطق سياحية جديدة تتلاءم مع تغير وتطور عمليات التنمية السياحية.
- * نشر الوعي السياحي بوساطة وسائل الاتصال الجماهيرية من تلفاز وإذاعة وصحافة بهدف:
 - نشر السلوك الجماهيري السليم الذي يتفق مع متطلبات الترويج السياحي وحسن استقبال السائحين ومعاملتهم.
 - توجيه عناية المواطنين للمحافظة على البيئة ومستوى النظافة في المناطق السياحية.
 - حماية التراث الوطني من كل ما يتعرض له من سرقة وتدهور.
 - تنقيف السكان المحليين بمحاملات إعلامية مركزة لإبراز أهمية السياحة اقتصادياً واجتماعياً وحضارياً وبيئياً وصحياً وسياسياً ... الخ.

* تبسيط الإجراءات الجمركية للبضائع التي يحتاجها السائحين أو البضائع التي تحتاجها صناعة التنمية السياحية مثل الأجهزة في الفنادق والأثاث ... الخ. وهذا بدوره يخفف من أسعار الإقامة في الفنادق والمنشآت السياحية الأخرى، وكذلك تبسيط الإجراءات الجمركية على حاجات السواح التي يجلبونها معهم لغرض الاستعمال وليس البيع مثل أجهزة التصوير وكاميرات الفيديو.. الخ.

- * تشجيع الاستثمار في صناعة السياحة والفنادق ويتم ذلك عن طريق:
 - وضع نظام لتشجيع الاستثمار السياحي في مختلف الأقاليم والمناطق.
 - كما يجب تنويع الحوافز لتشجيع الاستثمار السياحي والفندقي كإعفاءات من الضرائب خصوصاً في بداية افتتاح المشاريع، وتسهيل إجراءات الجمارك بالنسبة للأجهزة والمعدات التي تحتاجها، و تقديم القروض الطويلة الأجل بالنسبة لشركات الاستثمار

العدد السابع والأربعون / أبريل / 2020

السياحية والفندقية المحلية.
- وضع قانون للاستثمار السياحي والفندقي بحيث يكون بسيطاً وواضحاً وتحديد جهة مرجعية واحدة مختصة تفادياً للازدواجية والروتين والفساد في الإدارة.

الخلاصة:

يعتبر التخطيط للتنمية السياحية من اهم الموضوعات التي اهتمت الكثير من دول العالم بدراستها، واعتباراتها من اهم القضايا المعاصرة، كونه يهدف لتحقيق اهداف التنمية والتي منها الإسهام في زيادة الدخل الفردي الحقيقي، وبالتالي تعتبر التنمية السياحية أحد الروافد الرئيسية للدخل القومي، وبما تتضمنه من تنمية حضارية شاملة لكافة المقومات الطبيعية والإنسانية والمادية ومن هنا تكون التنمية السياحية وسيلة للتنمية الاقتصادية.

العدد السابع والأربعون / أبريل / 2020

المراجع:

1. ابو عياش، عبد الإله والطائي، حميد عبد النبي (2004): التخطيط السياحي "مدخل استراتيجي"، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، ط1.
2. الحوري، مثنى طه والدباغ، إسماعيل محمد علي (2001): مبادئ السفر والسياحة، الناشر مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1.
3. الروبي، نبيل (1987): التخطيط السياحي، مؤسسة الثقافة الجامعية، الاسكندرية، ج.م.ع.
4. السيد، رضا محمد (2016): اساسيات الجغرافيا السياحية، الاكاديميون للنشر والتوزيع، عمان الاردن، ط1.
5. الصعيدي، عصام حسن (2009): التسويق والترويج السياحي والفندقي، دار الراجحة للنشر والتوزيع - عمان، الاردن، ط1.
6. النقاش، محمد حسن (2014): تخطيط المواقع السياحية، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، ج.م.ع، ط1.
7. بدر الدين، رانيا بهاء الدين (2016): التخطيط السياحي، كلية السياحة والفنادق، جامعة المنصورة، مكتبة الفراعنة.
8. حجاج، منى فاروق (2011): مدخل إلى علم السياحة، مطبعة علاء الدين، القاهرة، ج.م.ع.
9. حسنين، جلييلة حسن (ابريل 2008): "السياحة هل تزيد من الفقر في الدول النامية ام يمكن ان تسهم في تخفيف حدته، مجلة مصر المعاصرة، العدد 477.
10. حسنين، جلييلة حسين (2006): دراسات في التنمية السياحية، الدار الجامعية، الإسكندرية، ج.م.ع.
11. خضرة، جلال بدر وكافي، مصطفى يوسف و مخلوف، هنادي محمد (2017): إدارة الأعمال السياحية، الفا للوثائق، قسنطينة، الجزائر، ط1.
12. عبدالقادر، مصطفى (2003): دور الاعلان في التسويق السياحي، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت لبنان، ط1.
13. عبد الوهاب، صلاح الدين، (1988): تخطيط الموارد السياحية، مطابع دار الشعب، القاهرة، ج.م.ع.
14. غنيم، عثمان محمد وسعد، بنيتا نبيل (2003): التخطيط السياحي (في سبيل تخطيط مكاني شامل متكامل)، دار الصفا للنشر والتوزيع، ط2.
15. عساف، بدر حميد (2016): التخطيط السياحي، دار الراية، عمان الاردن، ط1.
16. فؤاد، نشوى (2008): التنمية السياحية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الاسكندرية، ج.م.ع، ط1.
17. كافي، حسين (1987): رؤية عصرية للتنمية السياحية، دار النهضة المصرية، القاهرة، ج.م.ع.
18. كافي، مصطفى يوسف وهبة مصطفى كافي، (2017): التنمية والتسويق السياحي، ألفا للوثائق قسنطينة الجزائر، ط1.
19. محمد، سميرة كامل (1996): التخطيط من اجل التنمية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، ج.م.ع، ط1.
20. محمد، سيد محمد (1988): الإعلام والتنمية، دار الفكر العربي، القاهرة، ج.م.ع، ط1.