

السياحة في السودان الواقع والمأمول

د جعفر محمد مصطفى أبوزيد - جامعة الزعيم الأزهرى - كلية السياحة والفنادق

المستخلص:

تتلخص فكرة النمو السياحي في السودان على مستوى الموارد السياحية المتاحة للاستثمار المستثمر منها وغير المستثمر وذلك بهدف المشاركة في عكس نوعية السياحة المستهدفة في السودان والتي تتناسب مع الأسواق السياحية المحلية والدولية الوقوف على واقع النشاط السياحي في السودان ودور الموارد الطبيعية والبيئية في تنمية القطاع من أجل عكس اتجاهات الطلب السياحي في السودان ودوره وتوجيه العرض السياحي من خلال الرغبات والاتجاهات باختيار المنهج الوصفي والإقليمي والتاريخي لقياس الظاهرة السياحية .

وقد تلمست الدراسة في نتائجها تعدد الموارد ووفرته وسهولة استثمارها ولكنها تواجه عدة معوقات إدارية واجتماعية واقتصادية من الممكن تجاوزها عبر البرامج والخطط التنموية القومية في السودان من خلال السياسات السياحية المبنية على الإمكانيات المادية والبشرية المتاحة من أجل تنمية القطاع الاقتصادي ودعمه بالمدخلات غير المكلفة وذلك لأن السياحة من الصناعات ليست لها مداخل او تمويل ضخم وهذه فكرة التركيز على برامج التنمية السياحية في السودان وتنظيم وإدارة القطاع السياحي وتحديث تقنياته وتدريب موارده البشرية من التنمية المستدامة عبر السياحة.

Abstract:

The idea of tourism growth in Sudan is summarized in the level of tourism resources available for investment, both invested and non-invested, with the aim of participating in reversing the quality of targeted tourism in Sudan, which is commensurate with the local and international tourism market .Standing on the reality of tourism activity in Sudan and the role of natural and environmental resources in the development of the sector in order to reverse The trends of tourism demand in Sudan and its role and orientation of the tourism offer through desires and trends by choosing a descriptive, regional and historical approach to measure the tourism phenomenon.

The results of the study touched on the multiplicity of resources, their abundance and ease of investment, but it faces several administrative, social and economic obstacles that can be over-

come through national development programs and plans in Sudan through tourism policies based on the material and human capabilities available for the development of the economic sector and its support with inexpensive inputs. Industries do not have incomes or huge financing, and this is the idea of focusing on tourism development programs in Sudan, organizing and managing the tourism sector, updating its technologies, and training its human resources from sustainable development through tourism.

المقدمة : Introduction

تعد السياحة إحدى ظواهر العولمة الواضحة التي تهتم بالتأثير والتأثر نظراً لاختلاف القيم، والاتساق بين دول المنشأ ودول المقصد منذ أن أصبحت السياحة تتسيدها دول بعينها من ضمنها الولايات المتحدة والدول الأوروبية وإلى حد ما اليابان.

وتلعب السياحة في البلاد الأقل نمواً دورها في الاقتصاد القومي وتحسن الخدمات، وحل مشكلة البطالة، وإعطاء الدفعات الاقتصادية بنمو الناتج القومي، وجلب العملات الصعبة، وتنمو السياحة بسرعة داخل النشاط أو القطاع الثالث Tertiary Sector في عديد من دول العالم النامية. والسودان من ضمن تلك البلدان النامية التي تفتقر إلى هذا الجانب، وتعاني من إرتفاع معدلات الكثافة السكانية على حساب استثمار الموارد المتاحة، في الوقت الذي يعاني فيه اقتصادها من التدهور بفعل الحروب والصراعات العرقية والسياسية وتفشي الفساد بأنواعه المختلفة، لذلك هناك ضعف في اقتصاد الخدمات **Services Economy** وقطاع السياحة من ضمنه، ويعول السودان على السياحة في إصلاح اقتصاده عبر استثمار موارده.

وتسعى هذه الدراسة إلى تقديم السياحة في قالب الاستثماري، باعتبارها من الموضوعات المهمة بتطوير وتنمية الموارد السياحية واستثمارها، ويؤخذ على كتب السياحة والترفيه المتاحة حالياً أنها تركز على أحد الجوانب العلمية بصورة مغالية دون التعرض للأخرى، والحقيقة أن الكتابة في ميدان السياحة محفوفة بصعوبات جمّة، نتيجة لاتصال موضوعاتها بالعديد من فروع العلوم من ناحية وبالكثير من العلوم الأصولية من ناحية أخرى، لذلك الكتابة في الاقتصاد السياحي تحتاج إلى تحقيق من نوع خاص، والخط الرئيس لهذا البحث هو توضيح علاقة السياحة بجوانب متعددة من العلوم بفروعه المختلفة، وإظهار الفلسفة الاستثمارية للسياحة في السودان.

ونرى أن يتم تناول السياحة والترفيه في السودان من منظور الموارد ونوعية السياحة الملائمة، على أن يسبق ذلك عرض المقومات الاستراتيجية للسياحة في السودان حتى يمكن الاستفادة منها عند تحليل البيانات السياحية بصورة أفضل، ونرجو أن تضيف هذه الدراسة إلى المعرفة السياحية والمكتبة السودانية بصفة خاصة الموضوعات التي تعين في تطوير الموارد، وتوضيح إمكانية وكيفية استغلالها بالصورة المثلى دعماً للاقتصاد القومي وتحقيقاً لرفاهية المجتمع.

وتعكس السياحة عموماً صورة للتطور الحضاري لشعوب العالم بما تضمه من نشاط

إنساني له أبعاده الاجتماعية والثقافية والاقتصادية، فضلاً عن تعاملها واتصالها بمختلف القطاعات الإنتاجية والخدمية سواء بشكل مباشر أو غير مباشر كالنقل والتسويق والاقتصاد والإعلام وغيرها. لذا تأثرت السياحة بالتقدم العلمي والتقني اللذان أصبحا سمة من سمات عصرنا، مما أدى إلى اتساع نطاقها وتعدد جوانبها وازدياد أهميتها حتى أطلق عليها (الصناعة الواعدة للقرن الواحد والعشرين) لما تلعبه اليوم من دور بارز في دعم وتنشيط اقتصاديات الكثير من الدول التي اتجهت نحو الاهتمام بالعمل السياحي، موظفة كافة إمكاناتها المتاحة من أجل تحقيق ذلك، الأمر الذي أشعل المنافسة بينها وجعل من الالتزام بالقواعد والأسس والنظريات والمعايير العلمية الحديثة في دراسة وممارسة النشاط السياحي، وجعلها حتمية يفرضها واقع المنافسة والمواكبة . ولهذا تنطرق هنا إلى تعريف السياحة ومناهجها وعلاقتها بمنهجية العلوم الأخرى، وأهم النظريات التي تناولت محفزات الطلب السياحي وأنواع السياحة وأهميتها والتي يجب أن تحظى بالأولوية على مستوى الدراسة والمؤسسات العلمية والمجتمع، وفقاً لخطة متكاملة العناصر تقوم على توحيد الجهود والتنسيق والتعاون بين المهتمين بالسياحة والعاملين بها في إطار رؤية علمية تسعى لتحقيق مستقبل أفضل للسياحة السودانية وفي هذا المنطلق فإننا نقدم عرضاً لبعض الجوانب النظرية والتطبيقية المتعددة للسياحة، والحقيقة أن الكتابة في ميدان السياحة من المنظور الاقتصادي نجدتها محفوفة بصعوبات متعددة من ناحية ، وبالكثير من العلوم الأصولية من ناحية أخرى، لذا كان الخط الرئيس لهذه الدراسة هو تدقيق المفاهيم السياحية وتوضيح أبعادها الاقتصادية وأهم العناصر المرتبطة بها حتى يمكن الاستفادة منها عند تحليل المعلومات السياحية بالصورة المثلى .

أهمية البحث: The importance of research

- تنحصر أهمية وضرورة الورقة في الآتي:
١. عكس إمكانات العرض السياحي في السودان.
 ٢. تحديد وتوجيه الطلب السياحي.
 ٣. دعم البناء السياحي في قطاع الخدمات.
 ٤. تحويل رغبات وتوجهات النمو السياحي.
 ٥. ضبط جودة ونوعية السلع السياحية.
 ٦. مواكبة التنافس السياحي الإقليمي.

أهداف البحث: The research aims

١. الوقوف على واقع السياحة في السودان وتطورها .
 ٢. وضع حلول وبرامج لتشجيع التنمية السياحية.
 ٣. تحديد طبيعة موارد السياحة في السودان.
 ٤. تحديد المقاصد التنموية للخطة السياحية.
- دعم الدراسات والبحوث في هذا المجال.

مشكلة البحث: Research problem

تكمن مشكلة البحث في أثر الموارد البيئية علي تطور قطاع السياحة في السودان عدم الابتكار والتطوير للطرق التي يمكن اتباعها ؛ وباللغة التي تجذب العقول لتسليط أنظار السياح نحو البيئات السياحية السودانية المعني ، لزيادة إشغال القطاع السياحي ومن ثم زيادة حركة السياحة بالسودان والتي لها دورها في تحسين الأوضاع الاقتصادية من خلال تحقيق وفورات من العملات الصعبة .

تساؤلات البحث: Questions Search

١. ماهي أهم المقومات الطبيعية والبيئية في السودان؟
 ٢. ماهي أهم المعوقات الاجتماعية والثقافية بالسودان؟
 ٣. ماهي أهم المعوقات الإدارية التي تواجه السياحة في السودان وتقديم رؤية لمواجهة التحديات .؟
 ٤. ماهي التأثيرات الاجتماعية والثقافية للسياحة في المجتمع المحلي وعلاقتها بالمشروعات التنموية؟
 ٥. ماهي الدوافع والبواعث المؤثرة في الجذب السياحي لمراكز سياحية دون غيرها؟
- مبررات البحث:

١. تحليل واقع السياحة في السودان .
٢. تحقيق النمو المستدام عبر استثمار الموارد السياحية .
٣. الحاجة الماسة للسياحة كبديل اقتصادي في السودان .
٤. المشاركة في تدعيم البحث العلمي للخطط الاستراتيجية القومية للسياحة.
٥. المساهمة في وضع سياسات تدعم التنمية السياحية المستدامة في السودان.

فرضيات البحث: Fros Research

١. للموارد البيئية أثر كبير في بقاء واستمرارية الاستثمار السياحي في ظل المنافسة الإقليمية والدولية .
٢. تواجه السياحة تنافسية عالية في إطارها المحلي والإقليمي ..
٣. السياحه لها القدرة علي تنمية و تحسين الاقتصاد القومي السوداني من خلال واقع إنتاجها. .
٤. يؤثر الواقع الاقتصادي والاجتماعي على النشاط السياحي في السودان .

طرق جمع المعلومات: Sources of data collection

- مصادر أولية : الزيارات الميدانية - المقابلات - الكتيبات - الندوات العلمية - المحاضرات - الأوراق العلمية - الكورسات العلمية -
- مصادر ثانوية : الكتب ،البحوث السابقة ، المجلات العلمية، التقارير ، الخطط ،الإنترنت . وتعتمد الدراسة علي المصادر والمراجع المتخصصة في المجال وذات الصلة بالمجال السياحي ، بالإضافة الي السجلات الحكومية والملاحظة
- حدود البحث: inside Search

تحدد الدراسة .مكانياً في إطار الولايات المفعله للنشاط السياحي في الشمال والشرق والنيل الأزرق وزمانيا في إطار زمني من ٢٠١٠م وحتى ٢٠٢٠م في حصر النشاط السياحي وموارده الحالية وواقعها ومستقبلها .

منهجية البحث Research Methodology:

يستعين الباحث بكل من المنهج التاريخي في تتبع ظاهرة السياحة ودورها في التغيرات الإجتماعية والاقتصادية والمنهج الوصفي في وصف الواقع السياحي الحالي وموارده وتعددتها وتحليلها وتفسيرها وتوجهاتها بالإضافة إلى المنهج الإقليمي في تحديد توزيع النشاط السياحي في واقعه ومستقبله ومدى نجاحه.

مُصطلحات البحث : The study terminology

مفهوم السياحة: Tourism

إذا بدأنا بالتعريف بالمفهوم اللغوي للسياحة هو أن السياحة تعني (التجوال وعبارة ساح في الأرض تعني ذهب وسار على وجه الأرض) وفي القاموس الإنجليزي تعني Tourism أي يجول أو يدور^(١)

و بدأت المحاولات لتعريف السياحة كظاهرة مستقلة لها مقوماتها الخاصة في الثمانينيات من القرن الماضي، إلا أن أول تعريف محدد يعود إلى عام ١٩٠٥م عندما عرفها الألماني جويير فرويلر بأنها (ظاهرة من ظواهر العصر الحديث تنبثق من الحاجة المتزايدة إلى الراحة، وإلى تغيير الهواء، وإلى مولد الإحساس بجمال الطبيعة ونمو هذا الإحساس، وإلى الشعور بالبهجة والمتعة من الإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة، وأيضاً إلى نمو الإتصالات على الأخص بين شعوب وأوساط مختلفة بين الجماعات الإنسانية وهي الاتصالات التي كانت ثمرة اتساع نطاق التجارة والصناعة سواء كانت كبيرة أو متوسطة أو صغيرة، وثمره تقدم وسائل النقل المختلفة

وفي عام ١٩١٠م عرف الإقتصادي النمساوي شوليرن شراتنهوفن السياحة بأنها (مجموعة من الظواهر ذات الطابع الاقتصادي التي تترتب على وصول المسافرين إلى منطقة وإقامتهم فيها ورحيلهم عنها وهي الظواهر التي تترابط بالتبعية).

وشهدت الفترة من عام ١٩١٥م وحتى ١٩٣٠م أبحاثاً ودراسات تركز على الأبحاث السياحية التي تهتم بأثر السياحة على ميزان المدفوعات، فذهب الإنجليزي أوجيليفي إلى أن السياحة (ترتبط بمدة الإقامة ومدى الإنفاق والكسب الاقتصادي منها)^(٢)

ويقصد بالسياحة في اللغة التنقل من موقع إلى آخر طلباً للتنزه أو الاستطلاع أو الكشف، واستناداً إلى ذلك تعتبر السياحة من الظواهر القديمة التي ارتبطت بوجود الإنسان وتحركاته منذ فجر التاريخ إما سعياً وراء البحث عن أوطان جديدة في بيئات جغرافية أفضل تتوافر فيها سبل الحياة أو لكشف المجهول، أو لتبادل المعارف والتجارب مع الجماعات البشرية الأخرى، أو لإقامة علاقات تجارية وسياسية مع المجتمعات الأخرى

ويمكن القول إن تحركات الإنسان وسياحته خلال المراحل الأولى للحضارة البشرية إرتبطت بأهداف تراوحت بين الاجتماعية والاقتصادية والبيئية والثقافية والسياسية، وتلخص في تحقيق

المصلحة أو المنفعة المادية بالدرجة الأولى، ومع تقدم الإنسان وتطوره الحضاري وتزايد أعداده وتعدد حاجاته سعى إلى جانب المنفعة المادية إلى تحقيق الكسب المعنوي والراحة النفسية والتحصيل الثقافي والدخل الاقتصادي والمردود الثقافي.^(٣)

بذل الكثير من العلماء جهودهم لتعريف ظاهرة السياحة ومكوناتها وطبيعتها فتناولتها العلوم المختلفة نفسياً وإجتماعياً وإقتصادياً وثقافياً وسياسياً مما أدى إلى تعدد هذه المفاهيم والآراء، ولكن المفهوم الشامل والحديث يؤدي إلى تنظيم تلك التداخلات والتخصصات لتستفيد منه الجهات العلمية والإدارية والمهنية، لأن السياحة علم له أصوله وقواعده ودراساته لهذا من الأفضل أن يتم استعراض بعض المفاهيم التي تناولت **تعريف السياحة.**

وتوالى العديد من محاولات الوصول إلى تعريف واضح وشامل للسياحة، حيث نجد الكثير من المفاهيم في الكتب العربية والأجنبية، وخلص الدكتور صلاح الدين عبد الوهاب أحد أعمدة السياحة العربية إلى أن السياحة هي (مجموعة من العلاقات والخدمات المرتبطة بعملية تغيير المكان تغييراً وقيماً وتلقائياً وليس لأسباب تجارية أو حرفية).

وعموماً تمثل السياحة حركة الانتقال المؤقتة التي يمارسها أعداد من السكان من أماكن إقامتهم إلى أماكن أخرى، إما داخل حدود الدولة أو خارجها، والغرض من هذه الحركة تغيير النظام الرتيب للحياة العادية تحقيقاً لإشباع الدوافع الشخصية العقلية أو الجسمية أو النفسية، والملاحظ وجود تضارب بين المهتمين بأمور حركة السكان، وكذلك المنظرين للأمور المتعلقة بالمفهوم السياحي، وبالرجوع إلى النظرة التطورية لها نجد أن التحديد الزمني والمادي والمسافي والمكاني لم يكن لهم وجود بل شملت كل حركة السكان، فلم يكن هناك تمييز بين السائح والتاجر ولأن التجارة تسعى إلى تحقيق هدف أساسه الجدية والالتزام وليس مجرد المتعة والاستجمام.^(٤)

ونجد أنه مع التطور الكبير لقيم الإنسان وزيادة المسافة الزمنية لوقت الفراغ، زاد الإقبال لدى الأفراد إلى الانصراف عن الجدية إلى الترفيه والترويح عن النفس، خاصة بعد زيادة الضغوط الاقتصادية والنفسية التي أعقبت الثورة الصناعية والاهتمام بتنظيم وتحديد ساعات العمل والإنتاج.

واستقر رأي الباحثين في علم السياحة على أن أول تعريف علمي غطى سمات السياحة الرئيسية هو التعريف الذي أطلقه السويسري هونزكير رئيس الجمعية الدولية لخبراء السياحة العلميين في بحث نشره عام ١٩٥٩م الذي ذهب فيه إلى أن السياحة هي (مجموع العادات والظواهر التي تترتب على سفر وإقامة مؤقتة لشخص أجنبي طالما أنها لا تؤدي إلى إقامة دائمة ولا تتضمن أي نشاط للكسب المادي). ويتميز هذا التعريف بأنه أكثر شمولاً مما سبقه حيث يتناول الأفراد من أماكن إقامتهم لأماكن أخرى بصفة مؤقتة على أن لا يكون بغرض ممارسة أي نوع من الأعمال بقصد الربح.^(٥)

وتواصلت مسيرة تحديد المفهوم العلمي للسياحة وفي عام ١٩٦٤م ذكر بيرنيكر أن السياحة هي (مجموع العلاقات والخدمات الناجمة عن التغيير المؤقت والإرادي لمكان الإقامة دون أن يكون الباعث على ذلك أسباب العمل أو المهنة) ولجأ بيتر جريج عام ١٩٧٠م إلى أن السياحة هي

نشاط شديد الحساسية نتيجة لتدخل العوامل السياسية في ظل السيطرة الحكومية السائدة للدول المضيفة). ويبرز هذا التعريف صورة أخرى لأبعاد السياحة وهو البعد السياسي، خاصة في البلاد المستقبلية للسياح وذلك لآثاره المباشرة على نمط السياحة في هذه الدول.^(١)

مفهوم السائح: Tourist

تتعدد المفاهيم وتتعدد التغيرات الخاصة بالسائح نتيجة للزيادة المطردة في الدراسات والأبحاث في هذا المجال، وكيف يمكن أن نفرق بينه والمسافر Traveler والزائر Visitor ولعل أهمها:

تعريف قاموس أكسفورد وفيه نجد أن السائح هو (الشخص الذي يقوم برحلة أو رحلات بغرض الترويج والتثقيف أو من أجل الإهتمامات الخاصة أو لكون منطقة الاستقبال مفضلة لديه). وعرفه كذلك أوجفلي عام ١٩٣٣ بقوله أنه (هو الشخص الذي تتسم حركته بسمتين الأولى هي البعد عن المنزل الدائم لفترة قصيرة نسبياً، والثانية أن ما ينفقه السائح من مال لم يكتسبه من منطقة الاستقبال خلال فترة بقائه بالمنطقة السياحية) ويركز هذا التعريف على الجانب الإقتصادي فالسائح هنا مستهلك وليس منتج وأضف لذلك تعريف جمعية خبراء الإحصاء لعصبة الأمم المتحدة عام ١٩٣٧ حيث أقرت بأن السائح (هو الشخص الذي يسافر لفترة تبلغ ٢٤ ساعة أو أكثر إلى دولة أخرى غير البلد التي إعتاد الإقامة فيها بشرط ألا تزيد عن سنة) وشمل التعريف الأشخاص المسافرين للترويج وللعلاج والعمل والمقالات، والأشخاص العابرين على ظهور السفن، و إستبعد التعريف الفئات التالية:^(٧)

- الأفراد الذين يسعون للعمل في بلد المقصد.
 - الوافدون من أجل الإقامة الدائمة أو المؤقتة.
 - الطلاب وصغار السن والملتحقون بالإسكان الداخلي.
 - سكان مناطق الحدود والأشخاص الذين يقيمون في دولة و يقيمون في أخرى.
 - المسافرون العابرون دون توقف حتى إذا زادت المدة عن ٢٤ ساعة.
- وفي عام ١٩٥٠ وافقت منظمة IUOTO^١ على التعريف السابق ولكن أوصت بأن تكون فئة الطلاب وصغار السن الذين يتلقون تعليمهم بالخارج ضمن فئة السياح، وألا يتعامل المنتزه والرحالة معاملة السائح.

أما الأمم المتحدة فقد عقدت مؤتمراً حول السفر والسياحة عام ١٩٦٣، وقدمت من خلاله توصيات أيدها الاتحاد الدولي لمنظمات السفر الرسمية IUOTO، وفي التوصيات تم تعريف الزائر Visitor بأنه (الشخص الذي يزور أي موقع خارج موطنه لأي سبب من الأسباب، ما عدا الالتحاق بالعمل ويغطي هذا التعريف فئتين من الزائرين:

- الزائرون المنتزهون Excursionists وهم زوار مؤقتون يقضون فترة تقل عن ٢٤ ساعة وتشمل هذه الفئة المسافرين العابرين.
- السياح Tourists وهم زوار مؤقتون يقضون فترة ٢٤ ساعة على الأقل، بغرض قضاء وقت

الفراغ في الترويج أو زيارة الأسرة أو المهام والمقابلات.

وهناك تعريفات تناولت مفهوم السائح من جانب المسافة بين الموطن ومناطق الاستقبال، فالسائح هنا يسافر بعيداً عن إقامته لمسافة تبلغ ٥٠ ميلاً (٨٠ كلم) على الأقل في اتجاه واحد من أجل الاستجمام أو المهام الشخصية أو لأي غرض غير العمل.

ويتبين من التعريفات السابقة أنها ركزت على الإطار الزماني والمكاني للرحلة السياحية للأفراد، وكذلك غرض الزيارة والحركة الدولية كمفهوم للسائح، وتبيان السائح الدولي International Tourists وهو الشخص الذي يسافر عبر الحدود الدولية ويبقى بعيداً عن محل إقامته لمدة ٢٤ ساعة، أما السائح الداخلي Domestic Tourist فهو الشخص الذي يتنقل داخل دولته ولكن بقاءه يزيد عن ٢٤ ساعة، و اختلفت تعريفات السائح عموماً لكنها اجتمعت على ثلاثة عناصر هي: المسافة المقطوعة، الغرض من السفر، ومدة البقاء.

وللوقوف على مفهوم السياحة بشكل أصولي ينبغي معالجة دوافع السفر وهي تشمل الغرض من الزيارة واختلاف أوجهها، وكذلك خصائص الرحلة السياحية التي تعني أنواع الرحلات ووجهتها وسماتها، ويجب أيضاً أن نركز على الإطار التنظيمي الذي يتضمن الشكل الذي تأخذه الرحلات فردية كانت أو جماعية فلكل تكاليفها ومزاياها وتسهيلات، ويرتبط كذلك بمكونات الرحلات التي تعني كل العناصر المكونة للزيارة من ضيافة ونقل وغيرها، وعلاوة على أهمية سمات السياح أنفسهم التي تشمل دراسة السائح من حيث الجنسية والسمات الاقتصادية والاجتماعية والجوانب الشخصية الأخرى أيضاً ينبغي أن نميز بين القائمين بالأجازات ورجال الأعمال.^(٨) ونخلص مما سبق إلى أن السياحة خليط من الظواهر والعلاقات وأن هذه العلاقات تنبع من حركة الأفراد وإقامتهم في الأماكن المختلفة ومن ثم يتمثل فيها عنصر الحركة (الرحلة) والثبات (الإقامة) وذلك يتم في مناطق الجذب التي ينتج عنها (أنشطة سياحية).

نظريات وتفسيرات حوافز وبواعث السياحة:

رغم أن بواعث السياحة Motivation of Tourism الخروج من الروتين المعتاد والبيئة اليومية إلى بيئة جديدة جاذبة تكسر هذا الروتين هو شيء حقيقي وواقع، إلا أن هناك بعض الآراء في ذلك الشأن وهي التي تتعلق بما شرحه جرابورن Graburn من أن السائح يريد أن يغير نمط سلوكه المعتاد ويمارس أشياء عكس ما تعود عليها مثل الراحة مقابل العمل والاسترخاء مقابل التوتر والتحلل من التقاليد مقابل الالتزام والقيود.^(٩)

وذكر آخر يدعى Plug الذي صور الشخصيات المختلفة من حيث دوافع السفر، وذلك في تفسير الشخصية وتباينها ما بين الانغلاق والانفتاح وحب المغامرة، ولا شك أن مثل هذه الجوانب السيكولوجية المتصلة بالدوافع لها صلات بنظريات الجغرافية البشرية الحديثة وخصوصاً المدخل السلوكي Behavioral وأيضاً مفهوم الإدراك Cognition واختلاف الخارطة الذهنية Mental Map للأفراد على أساس نظرتهم الذاتية Subjective وليست النظرة الموضوعية Objective.

وهناك آراء أخرى ركزت على أن الدافع إلى السفر هو مجموعة عوامل وليس عاملاً واحداً، وعلى هذا فهناك وجه شبه بقوانين الهجرة السكانية ونعني بها عوامل الدفع والجذب Push Pull Factors -، ولا شك أن مجموع العوامل يختلف من شخص لآخر وفي هذا السياق نجد

دوافع اجتماعية ومادية وسيكولوجية وغيرها. ونلاحظ أن نجاح النشاط السياحي يعتمد على الفهم المتكامل للرؤى المختلفة للسياح من كافة بلاد العالم والعوامل التي تحرك الملايين لكي ينتقلوا حول العالم والذين وصلت أعدادهم في عام ٢٠٠٤م حوالي ٧٣٠ مليون سائح، ويمكن القول أنه من المستحيل تطبيق نموذج واحد على كل السياح، لأنه لكل فرد حوافزه الخاصة، ولكن لا بد أن نركز على الخطوط العريضة التي تشكل العوامل المشتركة للسياح .

بواعث السياحة:

١ المنظور التاريخي:

تفسر لنا المخطوطات التاريخية أن الأثرياء في العصور الوسطى والقديمة قاموا برحلات سياحية، وذلك كما كان لدى اليونان والرومان، وكانت الرحلات إلى الأماكن المقدسة التي استمرت حتى الآن لدى أصحاب الديانات السماوية والوضعية الأخرى.

٢ المنظور الأدبي:

كان ارتفاع مستوى الدخل وتحسن الأحوال المعيشية إيذاناً بانتقال تيار الحراك السياحي من الأغنياء إلى الطبقة الوسطى، و تمثل ذلك في زيادة النشاط الأدبي والفني و أبدع العديد من الكتاب أثناء السفر والسياحة، خصوصاً ما اتسم بالهدوء والشاعرية وإطلاق العنان للخيال، و ركزوا على الاكتشاف Discovery وحب الاستطلاع Curiosity وهي من دوافع وجواذب السياحة.

٣. المنظور السيكولوجي:

مع ظهور علم النفس كعلم مستقل دأب الباحثون على اختيار فروض علمية عديدة مثل لماذا يسافر البشر؟ وقد صاغوا في ذلك فروض تجلت في شكل مفاهيم ونظريات يمكن أن نجمل معظم الدوافع في التحكم في الذات والتعرف والتنافس والإقلال من التوتر والإنجاز والقبول وتنمية الذات وحب الاستطلاع والأمان والواقعية والفهم، إضافة إلى الآثارة والهروب Escape من الواقع والبحث عن الحقيقة.^(١٠)

ومن الواضح أن معظم محفزات الطلب السياحي سابقة الذكر تعتمد على البعد السيكولوجي وعلى شخصية السائح وإهتماماته، والتي لا تعكس هويته فقط بل تحدد الخيارات والأولويات التي يكون من بينها اختيار المكان المستهدف والغرض من السفر.

وعموماً يؤثر في اختيار الفرد للمقصد السياحي عوامل شخصية وجغرافية وسياسية وثقافية متعددة، ومثلاً من العوامل الأولى القرب Nearness لذلك يقل عدد السياح مع طول المسافة السياحية، وهذا ما نلاحظه في دول جنوب شرق آسيا وأوروبا وأمريكا، أما العامل السياسي فهو يتمثل في علاقات الدول مع بعضها البعض ودرجة التشدد في المنافذ الحدودية والخوف من الإرهاب والمخدرات والأمراض ومثال ذلك في الحدود الأمريكية مع المكسيك، أما العوامل الثقافية فهي عبارة عن اختلاف الرموز الثقافية والقيم بين الدول، وإهتمام السياح بالملامح الثقافية الجديدة وغير المعتادة.

وجملة القول أن بواعث السياحة متعددة وأن السفر والسياحة والترويج يكون لأجل الاستمتاع إما لمواقع طبيعية Landscape، أو لمناطق أقامها الإنسان كالمدن والحدايق والمنترهات

الرئيسة Theme Park ومدن الألعاب ومراكز التسوق وما إلى ذلك، وتعتمد السياحة كذلك على مؤسسات تعليمية متخصصة في المجال السياحي والتي يعتمد عليها النشاط في التخطيط والتنمية السياحية مما يجعل هناك اختلاف في ذلك الشأن من دولة لأخرى حسب السياسة السياحية. وتوجد أساليب عدة لتكوين علاقة بين العرض والطلب السياحي في الخدمات الترفيهية هي^(١١):

١. تنوع الأسعار.
 ٢. خلق العرض في ضوء موسمية الطلب.
 ٣. الخدمات المتكاملة.
 ٤. رفع كفاءة المنشآت السياحية.
 ٥. التسهيلات السياحية.
- ويرتبط العرض السياحي بالسعة والاستهلاك، فالسعة هي Capacity (عدد الأشخاص الذين يمكن أن تستوعبهم الموارد السياحية) وتحدد السعة لمعرفة الطاقة الاستيعابية للمنشآت والمراكز السياحية الفعلية والكامنة وإمكانية الوصول بها إلى أعلى كفاءة استيعابية. أما الاستهلاك Consumption فهو يرتبط بالعرض والطلب كذلك ومدى مشاركة السكان في الفعاليات السياحية ولذلك الإستهلاك هو معيار للإستخدام السياحي في المواقع السياحية، وتتنوع الفعاليات السياحية تبعاً للإختلاف في:

- الفئات العمرية.
- الجنس.
- العادات والتقاليد الإجتماعية.
- الرغبات الشخصية.
- المستوى الثقافي.
- المستوى الإقتصادي.
- حجم العائلة.
- مرونة الطلب السياحي.

نشأة السياحة وتطورها :

يزخر الأدب السياحي العربي والإسلامي بالعديد من الآراء والرحلات الجغرافية، والثابت أن الفكر السياحي العربي طيلة ستة قرون من العصور الوسطي أسهم في تطوير السياحة ووضع الأسس الأولى لمعظم أنواع السياحة، و أنفرد العرب بتلك الفترة لأن العالم آنذاك كان مقصوراً علي أوروبا وشمال إفريقيا وجنوب آسيا وشرقها و دعمت الفتوحات الإسلامية الحركة والإنتقال وطلب المعرفة والإكتشاف.^(١٢)

ومن الوثائق المقررة أن بلاد الإسلام كانت أكثر مدنية وحضارة من بلاد آسيا وأوروبا وكانت بغداد وقرطبة أكثر المدن ثراءً وترفاً وثقافةً، وفي إطار هذا التحليل لدور الحضارة العربية والإسلامية إنطلق الرحالة العرب يجوبون أنحاء العالم لتوثيق الحياة الإنسانية في تلك الفترة فتركوا

وثائق سياحية ورصيد علمي وفكري في المجال السياحي سبقوا قرنائهم، وهنا يقرر المستشرق الروسي (كراتشو كوفيسكي) في موسوعته عن (تاريخ الأدب الجغرافي العربي) بقوله (لا يقتصر محيط الأدب الجغرافي العربي على البلاد العربية وحدها بل يمدنا بمعلومات من الدرجة الأولى عن جميع البلاد التي بلغها أو التي تجمعت لديهم معلومات عنها، وأصبح الترحال ضرورة لطلب المعرفة والعلم).

ويمكن القول بأنه قد وضع جلياً للعلماء الأوربيين أن الأهمية الأساس للأدب العربي السياحي تستند على ما أسهم به من مادة سياحية جديدة، وترك العرب وصفاً مفصلاً لجميع البلدان من أسبانيا غرباً وحتى تركستان شرقاً، وأضافوا للمعرفة التي ورثوها عن اليونان والإغريق وخلفوا قيمة علمية أضحت ركيزة للإرشاد السياحي في كثير من دول العالم خاصة الذين يعتبرون أنفسهم أساس ومصدر الحضارة الإنسانية الحالية.

ويعتمد العالم على خارطة الخوارزمي وكتاب ابن حوقل (صورة الأرض) والممالك والممالك) لأبي عبيد البكري، (مروج الذهب) للمسعودي، (ونزهة المشتاق في إختراق الآفاق) للإدريسي، ومقدمة ابن خلدون للدراسات الاجتماعية، و (في تحقيق ما للهند من مقولة في العقل بقبوله أوجز دولة) للبيروني، وتعتبر رحلات ابن بطوطة نوعاً من السياحة الثقافية حيث إهتم بالتعرف على أحوال البلاد التي يزورها سوى أن كانت إجتماعية أو اقتصادية أو ثقافية أو ترفيهية في جميع البلدان التي زارها ووضع بذلك رصيماً من المعرفة الجغرافية السياحية كانت أساس التاريخ السياحي.^(١٣)

وتبرز أهمية رحلات فاسكو داجاما وكولمبس وماجلان وغيرهم على أنهم رحالة بحريين، اتجه فيها داجاما من الشمال إلى الجنوب بينما قصد كولمبس وماجلان صوب الغرب عبر المحيط الأطلسي. وقاد الرحالة المغامر كولمبس رحلته الجغرافية في أواخر القرن الخامس عشر الميلادي إلى الأرض الجديدة (أمريكا)، ولكن إذا كان كولمبس عبر بحر الظلمات ورفع الستار عن العالم الجديد، و جاء ماجلان ليصل بين الشرق الأقصى والعالم الجديد واستطاع أن يحقق الصلة باكتشافه الممر الذي يعرف بإسمه في جنوب أمريكا الجنوبية، وأبرزت هذه الرحلات إلى الشعوب العديد من الثقافات والحضارات والمجتمعات المختلفة مما حقق نوعاً من التواصل الثقافي والإجتماعي والإقتصادي، الأمر الذي جعل المؤرخين الأوربيين المهتمين بالتقسيم الزمني للتاريخ يتفوقون على أنه إذا كان سقوط روما (٤٧٦م) يعتبر نهاية للعصور القديمة فإن إكتشاف أمريكا قد أدخل أوروبا والعالم في حقبة جديدة فأثرت بذلك الرحلات في الحركة والمعرفة والتاريخ السياحي والعلمي وتواصلت مسيرة الرحلات فأضافت رحلة تشارلز داروين كواحد من كبار علماء الفكر الإجتماعي وربما لا يعرف عنه البعض أنه رحالة وأن رحلته التي قام بها حول العالم على ظهر الباهرة قد تمخض عنها الكشف العلمي والأفكار النظرية حول النشوء والإرتقاء للكائنات الحية التي كانت وما زالت موضع الجدل والنقاش حتى الآن، و نشر دارون مذكرات رحلته حول العالم عام ١٨٤٢م في كتابه (أصل الأنواع بطريق الإنتخاب الطبيعي)، وأياً كانت النظريات أو الآراء وتضاربها مع المعتقدات والأفكار الأخرى إلا أنه إحتل مرحلة تاريخية في الفكر الإنساني لا يمكن إغفالها، ولذلك اعتبر داروين من علماء أنثروبولوجيا السياحة لأنه جال وكتب وشاهد ونظر في بعض الحقائق

وأخذت السياحة بعداً جديداً في مرحلة العصر الحديث مع استقرار النظم الاجتماعية للطبقة العاملة بعد الحرب العالمية الثانية، وحصولها على حقوقها، وما ترتب على ذلك من ارتفاع الأجور وتخفيض ساعات العمل وتطبيق نظام الإجازات المدفوعة، مما أدى إلى قدرة هذه الطبقات على توفير ضرورات الحياة، وتحقيق فائض مناسب مكنها من إشباع رغباتها في السفر^(١٥) ويضاف إلى ذلك التطور الثقافي في مجال الحركة والانتقال والسرعة والسعة وطرق الاتصال وهكذا تحول الانتقال والمتعة من الطبقة الثرية المترفة إلى ذوي الدخل المحدود، فأصبحت تشكل الجزء الأكبر من حركة السياحة الدولية وإتسعت منظمات السياحة وشركاتها ووكلائها، وأضحت ظاهرة العصر الحديث.

ويمكن أن نخلص من هذا العرض لتطور السياحة وتاريخها إلى أن القرن الواحد والعشرين يعد العصر الذهبي للسياحة وذلك للأسباب الآتية^(١٦):

١. تطور وسائل النقل (برية - جوية - مائية).
٢. تقدم وسائل الإعلام (المقروء - المرئي - المسموع).
٣. تحسن النواحي الاقتصادية (الدخل - مستوى المعيشة - الفائض).
٤. تزايد أوقات الفراغ والإجازات المدفوعة الأجر.
٥. قيام المنظمات السياحية (الدولية - الإقليمية - المحلية).
٦. تشجيع الدول لتطور الموارد السياحية والتخطيط لها.
٧. ارتفاع المستوى الاجتماعي والاقتصادي والثقافي.
٨. ارتفاع درجة الاستقرار السياسي والأمني.
٩. زيادة الضغوط النفسية.
١٠. ارتفاع الوعي السياحي.

معايير دراسة السياحة^(١٧)

معايير دراسة وقياس ظاهرة السياحة هي:

أ/ معايير كمية:

١. عدد الليالي السياحية.
٢. الإيرادات السياحية.
٣. متوسط إقامة السياح.
٤. متوسط إنفاق السياح.
٥. نسبة الإيراد السياحي من الدخل.
٦. نسبة السياح في بلد لآخر.
٧. نسبة الليالي السياحية.
٨. الإنفاق على السياحة في الدولة.
٩. نسبة الإنفاق إلى الدخل والعكس.

١٠. نسبة الإنفاق على السياحة من الدخل الفردي.

ب/ معايير نوعية:

١. موسمية الحركة السياحية.

٢. أنواع السياحة.

٣. جنسيات السياح.

٤. مستوى الطاقة الاستيعابية.

٥. الأسواق السياحية المحلية والإقليمية والدولية.

٦. العوامل المؤثرة في الطلب السياحي.

٧. العوامل المؤثرة في العرض السياحي.

٨. مستوى الخدمات والبنى التحتية.

٩. التذبذب في عدد السياح.

١٠. الإستقرار الإيرادي.

١١. المواكبة والتكيف السياحي.

أشكال السياحة :

تتنوع السياحة طبقاً لعدة معايير إلى عدة أشكال هي

١. معيار الحدود السياسية :

تنقسم السياحة تبعاً لمعيار الحدود السياسية إلى قسمين هما السياحة الداخلية (المحلية) والسياحة الدولية (الخارجية)، ففي السياحة الدولية قد يجد السائح تغييراً في اللغة والعادات والتقاليد والنظم الاجتماعية والاقتصادية، وتطلب الحصول على إذن بدخول الدولة بيّما لا تواجه هذه الأمور في السياحة الداخلية، وتشير تقديرات منظمة السياحة العالمية إلى أن السياحة الداخلية تمثل غالبية النشاط السياحي في العالم، إذ يتراوح معدل الإنفاق السياحي عليها ما بين ٧٥٪ - ٨٠٪ من إجمالي الإنفاق العالمي السياحي، ويختلف هذا المعدل من بلد إلى آخر فيبلغ السياحة الداخلية في الولايات المتحدة (٩٤٪)، وفي المملكة المتحدة (٧٠٪)، وفي إيطاليا (٤٦٪)، وفي سويسرا (٤٤٪) ^(١٩).

ويرجع هذا النمو إلى زيادة الدخول الفردية وزيادة مستوى التعليم وزيادة الأجور المدفوعة، بالإضافة إلى الإجراءات الاقتصادية والاجتماعية التي اتخذتها الحكومات لتشجيع السياحة الداخلية لأنها تمثل قاعدة السياحة الدولية وبديل للسياحة الدولية إذا ما طرأت ظروف سياسية أو اقتصادية تؤثر في التدفق السياحي الدولي. ^(٢٠)

شكل (١) معايير تحديد أنواع السياحة



المصدر من عمل الباحث بالاعتماد على عباس غالي الحديثي، ١٩٩١ م ص٥٤
أما السياحة الدولية فهي الحركة والنشاط عبر الحدود السياسية، ويخضع هذا النوع لعدة عوامل متمثلة في الإهتمام الدولي والميل للسفر والسياحة وارتفاع متوسط الدخل ومستوى المعيشة واتباع الوسائل العملية الحديثة في الدعاية والترويج والتسويق السياحي ولكنها كذلك تتأثر بعوامل سلبية متمثلة في الاضطرابات وعدم الاستقرار السياسي والتطرف وارتفاع معدلات التضخم وهبوط مستوى المعيشة والفقير والنمو السكاني، والظروف البيئية والمناخية والطبيعية والصحية، بالإضافة إلى حدة المنافسة بين الدول السياحية وعدم إهتمام الدول النامية بالتخطيط السياحي.

٢- معيار مدة الإقامة :

تنقسم السياحة في ضوء ذلك إلى قسمين: السياحة الموسمية وسياحة الإقامة. بالنسبة للسياحة الموسمية هي التي تتم في أوقات معينة من السنة كالسياحة الشتوية والصيفية، وسياحة المناسبات ذات الطابع الديني أو المناسبات ذات الطابع الفني كالمهرجانات والمعارض الفنية التي تتقيد بأوقات معينة من السنة.^(٢١)

أما سياحة الإقامة ففيها يختار السياح الأماكن الهادئة وهم فئات في الغالب اعتزلوا أعمالهم أو يلتمسون العلاج السياحي، لذلك يحتاج ذلك النوع من السياحة إلى الإقامة في مكان واحد فترة طويلة دون التقيد بالموسم السياحي.

٣- المعيار الاجتماعي :

يفرق هذا النوع من المعايير السياحة إلى قسمين هما السياحة الفردية وسياحة المجموعات، ففي السياحة الفردية يقوم السائح بالحصول على الخدمات بالاتصال المباشر بالمشروعات السياحية المختلفة بنفسه أو بواسطة وكيله السياحي.

أما في سياحة المجموعات Mass Tourism أو الرحلات الشاملة فتقوم الشركات السياحية بتنظيم الأفواج السياحية، ويتميز هذا النوع بانخفاض التكاليف خاصة للمسافات الطويلة، وتقدم كذلك برامج ومناشط سياحية وهذا يشجع ذوي الدخل المتوسط والمنخفض على الحركة والترويج، ويلاحظ أن هذا النوع قد ازدهر في بلاد قد وصلت إلى مستويات مرتفعة من الدخل السياحي مثل أسبانيا واليونان وبلغاريا وإيطاليا.

٤- معيار الدافع على السفر :

من البديهي أن السياحة تمارس بباعث وطبقاً لهذا الباعث يمكن التمييز بين عدة أشكال من السياحة وهي: (٣٣)

١- السياحة الثقافية: Cultural Tourism

يهتم هذا النوع من السياحة بالإطلاع على الموروث الحضاري والثقافي للمجتمعات، والرصيد الثقافي والاجتماعي والوقوف على الفعاليات الفنية ودور العرض والمهرجانات والمعارض وغيرها.

٢- السياحة الرياضية: Sport Tourism

يهدف هذا النوع إلى ممارسة ومشاهدة أنواع الرياضة المختلفة كالرياضة البحرية والتزلج وصيد الأسماك والغطس وتسلق الجبال، ومشاهدة الفعاليات الرياضية المختلفة

٣- السياحة الإجتماعية: Social Tourism

هي سياحة الرحلات التي يقصد بها زيارة الأقارب والمعارف والأزواج، وكذلك تشمل تحقيق المظهر الاجتماعي والتميز وهي تهدف إلى الإتصال الإجتماعي والتلاقي.

٤- سياحة الاستجمام: Leisure Tourism

يهدف هذا النوع إلى البحث عن الراحة والاستجمام والترويج وقد ترتبط بالسياحة العلاجية (أو سياحة النقاهاة) ويشمل ذلك التردد على مناطق المياه المعدنية والخروج من التلوث البيئي، والاستفادة من الشواطئ والرمال ودرجات الحرارة

٥- سياحة المؤتمرات: Conference Tourism

يرتبط هذا النوع بتلبية النشاط العلمي والاقتصادي والإداري والثقافي والسياسي وغيره في شكل اللقاءات والمؤتمرات والندوات والسمنارات التي تقام في مراكز للمؤتمرات، وهي تعد من أحدث أنواع السياحة لإرتباطها بالمنتجعات والمراكز السياحية كما في شرم الشيخ وميشاكوس ونيفاشا وغيرها.

٦- السياحة السياسية: Political Tourism

تعني الإشتراك في المناسبات والأحداث، والتي يصاحبها تسهيلات للسفر والمهرجانات

والاحتفالات، مثل توقيع اتفاق أو تتويج ملك أو تنصيب رئاسة وغيرها من النشاطات والبروتوكولات والمراسم السياسية.

٧- السياحة البيئية Tourism Ecological

تهتم السياحة البيئية بالاستفادة من الموارد الطبيعية من مناخ ومياه برية وسواحل وشواطئ وموارد مائية وغابات ومشاهدة الطبيعة وترتبط بالتنمية البيئية والإصحاح البيئي والحفاظ على المقدرات الطبيعية.

٨- السياحة الاقتصادية: Economical Tourism

تشمل المناسبات الاقتصادية مثل المعارض الدولية وسياحة رجال الأعمال والمهرجانات الاقتصادية، ومتابعة التطور الثقافي المعاصر للسلع والخدمات التي تغري عدد من روادها في العالم.

٩- السياحة الدينية: Religious Tourism

العقيدة الدينية من العوامل الجاذبة للسياحة حيث أن الرغبة في زيارة الأماكن المقدسة تمثل دافعاً لإعداد من السياح إلى أماكن معينة من العالم وفي فترات زمنية محددة، كما هو الحال في اتجاه المسلمين نحو مكة المكرمة والمدينة المنورة، وتوجه المسيحيين نحو الفاتيكان، وكذلك بيت المقدس الذي يمثل مركز ديني لجميع الأديان السماوية أما بالنسبة للعقائد الأخرى نجد أن الهندوس يتجهون نحو الهند لزيارة الأماكن المقدسة، وتسود في العالم العديد من المزارات الدينية والأضرحة والمقامات، فتؤثر بذلك السياحة الدينية في نمو حركة السياحة باعتبارها حقلاً للتمازج والتلاقح الذي يعتمد على العقيدة.

أهمية السياحة وآثارها :

لقد عمل الإنسان على تكييف نفسه مع البيئة التي نشأ فيها مهما كانت طبيعتها الحارة أو المعتدلة أو الباردة، وانعكس تأثير العوامل البيئية والاقتصادية والاجتماعية على تفكير الإنسان وإبداعه وإنتاجه، وهذا يظهر بوضوح بمقارنة النمو في الدول المتقدمة والنامية من حيث التطور العلمي والحضاري والتقني ولذلك لجأ الإنسان إلى السياحة والترويج عن نفسه لدوره في تجديد قدرات الإنسان، ولذلك تضمنت القوانين والأنظمة الخاصة بالعمل بعد الثورة الصناعية تحديد ساعات العمل بثماني ساعات وتخصيص إجازات سنوية مدفوعة الأجر غير الإجازات الرسمية، لهذا أصبح الترفيه والسياحة من بين المبادئ الأساس التي يجب مراعاتها عند تخطيط المدن، رغم عدم إهتمام الكثير من الدول النامية باعتبارها من الأمور الهامشية وشبه كمالية في حين السياحة لا تقل أهمية عن حاجات التعليم والصحة وغيرها، ويمكن الوقوف على ذلك في ضرورتها المختلفة من إجتماعي وإقتصادي وثقافي وسياسي ونفسي وبيئي سلباً وإيجاباً.^(٢٣)

شكل (٢) آثار السياحة



المصدر: من عمل الباحث بالاعتماد على محمد صبحي عبد الحكيم، ٢٠١٢م.

التأثير الاقتصادي : Economical Impact

تظهر أهمية السياحة من المنظور الاقتصادي في تعدد متغيراتها والمتمثلة في الآتي:

- مستوى إهتمام الدولة والأفراد.
- حجم وكثافة النشاط السياحي.
- مستوى الإنفاق السياحي.
- مستوى قوة الأقاليم السياحية.
- مستوى التغلب على الموسمية السياحية.
- حجم المغريات السياحية.
- طبيعية القوانين واللوائح.

وتفاعل المتغيرات السابقة يحدد حجم ومستوى صناعة السياحة في الأقاليم المختلفة والدول،

ويمكن أن نجمل الآثار الإقتصادية للسياحة في الآتي:

- إيجاد فرص عمل.
- تدعيم البناء الإقتصادي.
- زيادة الدخل القومي والفردي.
- تحسين ميزان المدفوعات.
- رواج الصناعات الصغيرة.

-تحسين مستوى المعيشة.

-كفاءة استثمار الموارد.

وبناءً على ذلك أصبحت السياحة محط اهتمام القطاعات الاقتصادية الرئيسية في الدول المتقدمة والنامية، حيث أن السياحة أضحت مصدر للعملة الصعبة والاستخدام وبديل اقتصادي وتعزز الاقتصاد القومي، وتدعم كذلك التنمية والتجارة الخارجية والصناعات الحرفية وتشكل المخرج الأساس للدول النامية لقلّة حدة المنافسة في العرض السياحي بالمقارنة مع السلع الإقتصادية الأخرى التي تحتاج إلى الجودة والنوعية والدعم والتقانة وهناك صعوبة في الإعتماد عليها إقتصادياً لقابليتها للتذبذب .

٢. التأثير الاجتماعي : Social Impact

للسياحة بعداً اجتماعياً لا يمكن تجاهله، ويقصد به رصد النتائج الاجتماعية والتي تنعكس على الجوانب الجغرافية والديموغرافية للسكان، بالإضافة إلى الملامح الخاصة بالسلوكيات والعلاقات والعادات والتقاليد والفنون والآداب واللغات والدين سلباً وإيجاباً ، إلى جانب خصائص المحلات السكنية. ورغم إغفال الآثار الاجتماعية للسياحة والتركيز على الجانب الإقتصادي إلا أن النمو الإجماعي هو الهدف الأساس من التنمية الشاملة، ويمكن أن تحصر أهم متغيراتها في الآتي^(٢٤):

-خصائص السائح الوافد.

-ملامح سكان الأقاليم السياحية.

-طبيعة العلاقات المتبادلة بين السياح والسكان.

-مدى تعدد الأنشطة السياحية.

-طاقة الأقاليم المضيفة.

-مدى الفارق الاجتماعي والثقافي.

-مستوى سرعة تطور النشاط السياحي.

-درجة التبادل الثقافي والإجتماعي.

٣. التأثير النفسي : Psychological Impact

تتجاوز أهمية السياحة إلى الدور النفسي وتجديد النشاط الإنساني والتقليل من الضغوط النفسية الناتجة عن الواقع الإقتصادي والمعيشي وآثار ضغوط العمل، مما يؤثر على زيادة الإنتاج وتوطيد العلاقات الاجتماعية والتمازج الحضاري والثقافي، ويتركز ذلك في السياحة العلاجية والنفسية وآثارها في الترويج عن الإنسان وتفشي العادات والسلوكيات الدخيلة من أبرز سلبياتها .

٤. التأثير الثقافي : Cultural Impact

تؤثر السياحة في الجوانب الثقافية للمجتمعات، وذلك تبادل الأفكار والآراء والثقافات، فيؤدي ذلك إلى التوعية وتقبل الآخر والاحتكاك به والاستفادة منه والتجاوب معه وتوطيد العلاقات الإنسانية وفق الحقائق المتبادلة بين الأفراد والجماعات، والذي لا تستطيعه الإمكانات الاجتماعية والسياسية أن تؤديه المفردات الثقافية في مجتمع يوجب نار الصدام الثقافي والحضاري من أجل

التلاقي والتواصل الثقافي بين المجتمعات العالمية المختلفة ويعتبر التصادم الثقافي والحضاري والغذو الثقافي من أهم مؤثراتها السلبية .^(٢٥)

٥. التأثير السياسي: Political Impact

المتبوع للمجتمع الدولي يجد أنه تحكمه سياسات محددة ومتنوعة لدول متباينة المذاهب والعقائد والأفكار على الرغم من الجهود التي تبذلها المنظمات الدولية لتقريب وجهات النظر ، نجد أن العلاقات الدولية تعاني من التوترات، من هنا ظهر دور السياحة في دعم التعارف الشعبي والإختلاط والمعايشة والوقوف على طباع وخصائص المجتمعات، فهي تحسن صورة الدولة الخارجية عبر البرامج المجتمعية، وتدعم الثقة بالنظام السياسي للدولة لأنها ترفع من المستوى الإقتصادي وبدوره يسهم في التأييد السياسي، فيؤدي ذلك إلى السلام والأمن الإجتماعي، مما يزيد من الإيرادات السياحية ويضيف من الإستثمار والإنفاق على السياحة وتطوير الخدمات والبنية التحتية وتحتصر آثارها السلبية في أن علاقاتها مقصورة علي الجانب الإجتماعي دون التأثير السياسي الواضح .

٦. التأثير البيئي : Ecological Impact

تعتبر البيئة من أهم مقومات الجذب السياحي لهذا ترتبط عملية إستثمار الموارد الطبيعية بإمكانية صونها والمحافظة عليها، بالإضافة إلى ذلك لا بد من إيجاد علاقة بين المرافق السياحية والبيئية المحيطة، وتوفير نوعاً من الإتصال الطبيعي والتجانس البصري بين القرى السياحية ومرافقها وفعاليتها مع بيئتها، وذلك ما أطلق عليه حديثاً بالسياحة البيئية والتي تستهدف الإستثمار السياحي للموارد البيئية وتؤدي السياحة في العديد من البلدان السياحية إلى إنهك البيئية الطبيعية وتلوثها مما يحتم الاستخدام الرشيد للمقومات البيئية

٧. التأثير الحضري: Urban Impact

يؤدي النشاط السياحي إلى تطوير البيئة الحضرية وتحسينها والمحافظة عليها، ويشمل ذلك الدراسات المعمارية والخدمية الحديثة وتوزيعها في المراكز الحضرية. ، ومن عناصر التخطيط الحضري للسياحة دراسة كافة الجوانب الحضرية وما خلقه التصنيع من مشاكل إجتماعية وصحية وإقتصادية وثقافية، الأمر الذي جعل البيئة الحضرية تفقد قيمتها وصفاءها وهدهدها، وهذا ما دفع الكثير من ذوي الإختصاص للإهتمام بالمظهر الحضري والتصميم لدعم التنمية السياحية الحضرية

السياحة في السودان :

يعد السودان من البلدان التي اتجهت حديثاً نحو الإستثمار في القطاع السياحي وتشجيعه، وذلك بهدف استغلال موارده الطبيعية والبشرية وتنويع مصادر الدخل القومي والفردى وتحسين ميزان المدفوعات والتقليل من نسبة البطالة.

ولعل ما يتمتع به السودان من موارد في المجال السياحي متنوعة ومتعددة من أهم دواعي الإهتمام والتركيز التنموي لهذا القطاع الحيوي المهم، وتشمل هذه الموارد الحياة البرية

في محميات الدندر والردوم وسنجيب وجوبا وغيرها، بالإضافة إلى المصادر الحضارية والتاريخية والأثرية ممثلة في الآثار الممتدة من الولاية الشمالية وحتى الولايات الجنوبية كما في الكدرو وكرمة وكرمه والنقعه والمصورات والبجراويه وغيرها، والسودان من ضمن البلدان التي تؤوي السياح خاصة المهتمين بالسياحة المائية في الشواطئ والسواحل، ومن المغريات السياحية كذلك الفنون والتراث الشعبي الناتج عن التنوع والتعدد القبلي والإجتماعي^(٢٧) ويتضح أن السودان يمتلك عدد من المقومات السياحية والترفيهية وذلك لتوافر الإمكانيات الطبيعية والحضارية الجاذبة، مما يدعو إلى الوقوف عليها وتشجيع الإستثمار السياحي نسبة لدوره الإجتماعي والإقتصادي والسياسي والثقافي والبيئي.

ونحاول أن نبرز المسيرة التاريخية للسياحة السودانية من حيث نشأتها وتطورها، للوقوف على الإسهامات والمحاولات التي وضعت للتأسيس للسياحة في السودان من الخبرات الوطنية والأجنبية، ورؤيتها حول ضبط وتقويم النشاط السياحي، مما يمكننا من التعرف على مسار تلك الجهود لتساعد في التنبؤ بتوجهات القطاع السياحي وفعالياته.

بالإضافة إلى ذلك نقوم بجرد الموارد السياحية بشقيها الطبيعي والبشري ودورهما في توقيع بصمات النشاط السياحي وتحديد أهم عناصرهما المؤثرة كالموقع والتضاريس والمناخ والحياة البرية والموارد المائية والسكان وتوزيعهم والمصادر الحضارية والثقافية والأنشطة الإقتصادية وغيرها من الموارد ذات التأثير المباشر في وضع القاعدة الأساس للسياحة السودانية..^(٢٨)

ومن ثم نتوقف عند واقع القطاع السياحي في السودان وتحديد موارده المستغلة فعلاً، والمتمثلة في المصادر البيئية والثقافية والآثارية والدينية وغيرها، وعموماً يمتلك السودان العديد من المقومات السياحية والترفيهية، وذلك لتشجيع الإستثمار السياحي لتأثيره الإجتماعي والإقتصادي والسياسي والثقافي والبيئي.

نشأة السياحة في السودان :

بدأت السياحة في السودان في الخمسينيات من القرن العشرين وذلك عن طريق القطاع الخاص الذي قام بإنشاء بعض الشركات والوكالات السياحية السودانية، وتعتبر وكالة السياحة السودانية من أوائل الوكالات التي وضعت للبنات السياحية الأولى وتشاركها في ذلك وكالة ميخالوس ووكالة الشرق الأوسط العالمية، واهتمت هذه الشركات والوكالات السياحية بتشجيع القرى السياحية وتسويق الجواذب السياحية في الخارج بواسطة الإعلام والترويج السياحي. ومن خلال تلك التجربة في النشاط السياحي بدأ السودان نشاطاً واسعاً في سياحة المخيمات والرحلات السياحية، وأدى ذلك إلى تدفق السياح على السودان مما أوجب على الدولة الوقوف على ذلك النشاط وتوفير الإجراءات اللازمة له والمتمثلة في طلبات التراخيص لتكوين الشركات والوكالات وطلبات الدخول والخروج وتوثيق المواقع السياحية المختلفة وطبيعة السياح وتأثيرهم على أمن الدولة وحركة السياح داخل السودان.^(٢٩)

ولهذا أدركت الدولة بأهمية القطاع السياحي ودوره في التنمية الإقتصادية فقامت عام ١٩٥٩م بإنشاء جهاز للسياحة يتبع لوزارة الإستعلامات والعمل، وكُلف بوضع تصور عام لتأسيس العمل السياحي والإجراءات المتبعة في المسوحات السياحية وجرد الإمكانيات الطبيعية والبشرية

لتحديد أولويات الخطة السياحية .

وتشير إتجاهات التنمية السياحية إلى تطور في الطلب على السياحة ويعزي ذلك إلى وجود ثلاثة إستراتيجيات هي:

1.المزيد من المنافسة بشأن معدل الأسعار النوعية Quality - Price Ratio.

2.تنوع المنتج السياحي.

3.التأثيرات الإقتصادية للسياحة.

أما بخصوص تنوع المنتج السياحي فذلك مهم لدول السياحة التقليدية حتى تخرج من أزمة المنافسة مع الدول النامية السياحية، ولا يمكن علاج ذلك إلا من خلال التعدد والجودة في القطاع السياحي تحقيقاً لأهداف النمو السياحي وإستدامة للتنمية.

واقع السياحة في السودان :

وبعد إستعراض المقومات والموارد المستغلة في النشاط السياحي في السودان وموقفها وأهم القوانين والتشريعات التي تنظمها، لا بد أن نتوقف عند بقية الموارد السياحية التي تعتبر القاعدة الأساس للنشاط السياحي والتحقق من إمكانية مشاركتها في التنمية السياحية في السودان. وتتعدد الموارد السياحية في السودان وتتنوع منها ما هو مستغل ومنها غير مستغل وهو بذلك لم يأخذ نصيبه من حركة السياحة الدولية، ولعل أهم ما يتمتع به السودان في مجال السياحة هو ثروته من الحياة البرية والموارد الثقافية من آثار وتاريخ وتراث شعبي وحدائق وقرى سياحية وفنادق ووكالات ومطاعم سياحية وغيرها

١-الموارد البيئية : Environmental Resources

يمثل السودان موقعاً إستراتيجياً مهماً بالنسبة للأقاليم البيئية في الوسط الأفريقي إذ يعتبر جسراً للتواصل بين سبعة دول أفريقية، ويضم خصائص التنوع والتعدد في فصائل وأنواع الحيوانات البرية وهذا ما يجعله مؤهلاً لكل ضروب السياحة البيئية، وبالعودة إلى أولى المحميات الطبيعية في السودان ممثلة في محمية الدندر القومية التي يرجع تاريخها إلى عام ١٩٣٥ م ، وهي تتصف بالبيئات الجافة والرطبة وتضم العديد من أنواع الحيوانات والطيور البرية والغابات الطبيعية والمساحة الشاسعة التي تمتد من الحدود الأثيوبية ونهر الرهد ومنطقة النيل الأزرق، مما يجعلها تجذب هواة مشاهدة الطبيعة وسياحة الصيد والتصوير، وإذا تجولنا في بقية ولايات السودان نجد حظيرة الردوم بولاية جنوب دارفور والتي تقع في نطاق جبل مرة، وحظيرة سنجيب البحرية بولاية البحر الأحمر وغيرها من مواقع السياحة البيئية التي تحتاج إلى إيجاد السبل الكفيلة لتقديم الخدمات السياحية المتكاملة من تهيئة لوسائل الانتقال داخل المحميات وإقامة النزل السياحية والقرى، ومن ثم يجرى دور الشرطة السياحية في حماية الحياة البرية والسياح. وبالطبع هذا النوع من الإستثمار السياحي يحتاج إلى دراسة تحليلية في الجوانب الفنية والإقتصادية والإجتماعية مع وضع الاعتبارات المتعلقة بالحماية والتنمية^(٣١)

٢-الموارد الثقافية : Cultural Resources

المقصود بالمصادر الثقافية هو ما خلده الإنسان من تراث وكيفية توظيفه لخدمة المجتمع مثل حضارة وادي النيل ودجلة والفرات ووادي السند والحضارات الهندية والصينية واليونانية والإغريقية.

وفي السودان نجد أن تلك المصادر تتمثل في المواطن الأثرية من المدن المطمورة والظاهرة على السطح، وما استطاعت يد الإنسان أن تصيغه في فترات وأزمان العصور من أدوات وقيم مادية وفكرية، كما في منطقة النقعة والمصورات والبحراوية في شندي وإهرامات البركل والكرو وكرمة وآثار الدولة المرورية، بالإضافة إلى الآثار التركية والمهدية والمسيحية السابقة في شتى بقاع السودان، ويظهر هنا دور الهيئة القومية للآثار والمتاحف كمؤسسة مسئولة عن جميع المهام العلمية والفنية كالمتاحف الأثرية والتراثية وإقامة المعارض وأعمال التنقيب وحماية المواقع الأثرية وعقد الإتفاقات مع المعاهد والمؤسسات الأثرية في الداخل والخارج، فأنشأ في ضوء ذلك متحف السودان القومي كنموذج للمقتنيات الأثرية، ومتحف التراث الشعبي والذي يضمن مفردات التراث الإجتماعي في السودان بالإضافة إلى متحف التاريخ الطبيعي ومتحف القصر الجمهوري والمتحف الحربي وغيرها، وعلاوة على ذلك كيفية إستعادة الآثار التي سربت إلى الخارج وهي التي تزين الآن المتاحف الغربية.^(٣٢)

وتشمل المصادر الثقافية دور العرض والمسارح والمراكز الثقافية والمكتبات والمهرجانات الثقافية والمعارض والأندية والصحف والقاعات ودورها في التخطيط الثقافي وزيادة الوعي الثقافي، وعموماً تعتبر المصادر الحضارية من أكثر الموارد السياحية إستثماراً في الوضع الحالي مما يعطي وضعها في أولويات الخطط السياحية على ضوء تدفقات معظم السياح نحو المناطق التاريخية والأثرية والثقافية في السودان وهذا ما نركز عليه في تحليلنا هذا.

٣-المصادر الدينية : Religious Resources

تشكل أيضاً المؤسسات والمواقع الدينية سواء أن كانت الداخلية أو الخارجية أكبر مراكز النشاط السياحي الديني، لذلك تجذب المساجد والكنائس ودور العبادة والمقامات والأضرحة وغيرها من العديد من السياح حتى أطلق عليها إسم السياحة الدينية لزيادة الرغبة العامة في الحركة من أجل الفعاليات الدينية ودور العبادة بتعدد المصادر والمنابع السياحية تتنوع نوعية السياحة مما يوفر المزيد من عناصر العرض السياحي التي تلبي حاجات الطلب، لهذا تعتبر المصادر الدينية من أهم المقومات التي ينبعث منها الحراك السياحي ، ومستوى الأمان الذي يجده السائح في السودان .

وتعتبر من المقومات الحضارية المهمة نظراً لقيامها بتجسيد النواحي الفكرية لمعتقدات الناس وإظهار طريقة التعبد، وتقديم الشعائر بمراسم خاصة، وإختلاف معتنقي الديانات تتعد مواقع وطرق التعبد في الإسلام والمسيحية واليهودية والبعض يتعبدون للظواهر الطبيعية ، وبالنسبة للدين الإسلامي فهو خاتم الأديان وتمثل عبادته في مكة المكرمة والمسجد الأقصى والمسجد النبوي قبة للعالم الإسلامي، بالإضافة إلى المساجد والأضرحة والقباب و علي سبيل المثال مزارات الشيخ

الصائم ديمة و الشيخ حمد النيل وموقع أم ضوابان و الشيخ الجعلي و طيبة بالجزيرة، أما بالنسبة للمسيحيين نجد مركزهم الروحي في الفاتيكان بالإضافة إلى الكنائس والأديرة، وكذلك الديانة اليهودية ومراكزها الدينية، وبالنسبة للسودان ذو الأغلبية المسلمة والأقلية المسيحية نجد أن المراكز الدينية تضم العديد من الزوار والسياح بغرض المشاركة والمشاهدة ويؤدي ذلك إلى زيادة الحراك السياحي في السودان.^(٣٣)

٤-الإيواء السياحي :

بعد تناول المقومات البيئية الممثلة في المحميات الطبيعية والمقومات الثقافية الممثلة في المؤسسات والفعاليات المختلفة تحاول الدراسة أن تتوقف على الإقامة والإيواء للتعرف على طاقتها الاستيعابية وجودتها وتنوعها. وبتعدد المصادر والمنابع السياحية تتنوع نوعية السياحة مما يوفر المزيد من عناصر العرض السياحي التي تلبى حاجات الطلب، لهذا تعتبر المصادر الدينية من أهم المقومات التي ينبعث منها الحراك السياحي. ويشمل الإيواء السياحي مواقع الإقامة والضيافة وهي القاعدة الأساس للاستثمار السياحي، ونجد أن السودان يضم العديد من الفنادق بدرجاتها المختلفة والنزل السياحية والشقق السكنية وغيرها ، ففي مدينة الخرطوم نجد حوالي ٣٥ فندق مصنف (نجمة) ويوضحها الجدول التالي:(٣٤)

جدول (١) الفنادق المصنفة في مدينة الخرطوم

العدد	الفنادق المصنفة
٣	فنادق خمس نجوم
٣	فنادق أربع نجوم
١١	فنادق ثلاث نجوم
٥	فنادق نجمتان
١٣	فنادق نجمة
٣٥	المجموع

المصدر :إدارة السياحة ن ولاية الخرطوم ،٢٠١٥م
وهذا نموذج يوضح مستوى التركيز في الإستثمار الفندقي بالخرطوم في الفنادق ثلاث نجوم والنجمة الواحدة، وهذا بسبب مستوى الطلب السياحي والرغبات الإيوائية اعتماداً على الدخل الإقتصادي رغم التوجهات الحالية نحو الفنادق ذات الدرجات الممتازة مثل فندق كورنثيا والسلام روتانا (خمس نجوم) الذي يعتبر إضافة للطاقة الإيوائية الفندقية في السودان أما بالنسبة للنزل في مدينة الخرطوم فنجدها تزيد بصورة واسعة تلبية للرغبات المحلية وزيادة للطاقة الاستيعابية بالمدينة

٥-تسهيلات الإمداد: Supporting Facilities

إلى جانب الإستعداد والتجهيزات السابقة للتهيئة السياحية هناك تسهيلات الإمداد، ممثلة في خدمات المحلات التجارية ومحلات أدوات الرياضة والتذكارات والخدمات الطبية ومحلات الطعام، وبيع الملابس والبنوك وغيرها من المحلات التي تخدم السياح في المراكز والمواقع السياحية. وتتوقف أهمية هذه الخدمات في أي منتج على حسب تكرار إستخدامها، وهناك نموذجاً هريماً يوضحه شكل (٣) تنمية هذه الخدمات في المنتجعات ويوضح بما يلي:

شكل (٣) الترتيب الهرمي للتسهيلات والإمداد في منتجج سياحي



المصدر : محمد صبحي عبدالحكيم ومدي أحمد الديب ، مصدر سابق ص ٨٣

٦- التراث الثقافي : Cultural Heritage

المقصود بالتراث الثقافي لأي شعب هو ما خلده الإنسان من موروث مادي ومعنوي وتراث حضاري ويتمثل ذلك في دور التراث في حفظ وصون المصادر الثقافية للمجتمعات المختلفة، وكذلك دراسة حضارة الشعوب وإبرازها كأحد المصادر السياحية التي يتم استثمارها بصورة فاعلة. يشكل المصدر الثقافي أحد مواقع الجذب السياحي ممثلاً في المراكز الثقافية ودور العرض والسينمات والمكتبات ومراكز البحوث والمسارح والأندية، بالإضافة إلى إقامة اللقاءات والندوات والسمنارات في المنابر الثقافية وتوثيق الأدباء والمبدعين في شتى مجالات الحياة، ولهذا تمثل المراكز الثقافية الدور الفاعل في التنمية والتنشيط السياحي.

٧- الخدمات السياحية: Tourism Service

الخدمات السياحية هي مجموعة من الأعمال التي تؤمن للسياح التسهيلات عند استهلاك وشراء الخدمات خلال إقامته في المراكز السياحية ويمكن أن نصنف الخدمات السياحية بأشكالها وأنماطها المختلفة حسب معايير سمات الحركة السياحية، وطبيعة المنطقة الجغرافية، وطبيعة الموسم السياحي، ومعيار البواعث والدافع والميزات الإجتماعية والإقتصادية، ومعيار الإنفتاح الإداري و بالنسبة للسودان تتمثل الخدمات السياحية في خدمات النقل Transportation و الإرشاد Guidance و الإدلاء السياحيين و الترويج Promotion و الإعلان Advertising و الحجز Reservation. ويقوم النشاط السياحي على تطور نوعية وشكل الخدمات السياحية مواكبة للطلب السياحي المحلية والإقليمي والدولي في المنشآت السياحية المختلفة^(٣٥)

جدول (٢) التكاليف النسبية للقطاعات الرئيسة في التنمية السياحية(36)

متوسط التكاليف %	القطاع
60 - 50	الضيافة
15 - 10	التسهيلات السياحية
20 - 15	البنية الأساس
10 - 5	الدعاية والترويج
10 - 5	حماية وصيانة البيئة

المصدر : دلال عبد الهادي ، محاضرات في السياحة والبيئة ، دار الفتح للطباعة الأسكندرية ، ٢٠٠٥ م ، ص ٦٩

٨- المنظمات والشركات السياحية: Organization and Corporations

تعتبر منظمة السياحة العالمية (WTO)* (World Tourism Organization) هي المحرك والمنظم للنشاط السياحي العالمي، بالإضافة إلى عدد من المنظمات والشركات والوكالات والإتحادات المهتمة بنشاط السفر والسياحة محلياً ودولياً وإقليمياً، أما في النطاق الداخلي نجد إدارات السياحة التي تقوم بالإشراف على الموارد السياحية وتطويرها، علاوة على جهد المكاتب الإقليمية والمنظمات المدنية. ويضم السودان العديد من المنظمات و الوكالات العاملة في المجال السياحي التي من الممكن أن تستغل للإستثمار السياحي Tourism Investment

٩- الأسواق والمناطق الحرة:

تعتبر المناطق الحرة إحدى عوامل الجذب السياحي بفعاليتها وأنشطتها التجارية والتسويقية، إقامتها للعديد من المعارض السياحية والترويجية، ولهذا قامت الشركة السودانية للمناطق والأسواق الحرة التي انشأت عام ١٩٣٣م (كشركة مساهمة عامة) بإنشاء المناطق والأسواق الحرة وإعداد وتنظيم المعارض المحلية والدولية والإستثمار في مجال السياحة والفنادق. ولذلك أنشأت الشركة مؤسسة الأسواق الحرة عام ١٩٧٠م ومعرض الخرطوم الدولي عام ١٩٧٦م وفندق القرين فيلدج ١٩٧٨م وتقوم مؤسسة الأسواق الحرة بتقديم خدمات للمسافرين في المداخل الحدودية المختلفة، وذلك عبر إعفاء السلع من الرسوم جزئياً من الجمارك بغرض إمتصاص العملات الصعبة، أما معرض الخرطوم الدولي الذي يقع بمنطقة بري بالخرطوم والذي تبلغ مساحته ٤٧٥ ألف متر مربع ويحوي أربع صالات للعرض وأقيمت فيه أول دورة عام ١٩٧٨م، بالإضافة إلى فندق القرين فيلدج الذي يلبي رغبات رجال الأعمال بالمعرض والمطعم الأميري Happy Land.^(٣٧)

أما المناطق الحرة فأولها تقع على ساحل البحر الأحمر وتمتد جنوب مدينة بورتسودان حتى جنوب سواكن وتضم مطار بورتسودان الجديد وميناء عثمان دقنة، وهي ترتبط بالسكك الحديدية والطرق البرية، ومن المتوقع أن تكون سوق للدول الأفريقية التي ليست لها منافذ مائية مثل تشاد وأفريقيا الوسطى وأثيوبيا التي بدأت فعلاً بالإعتماد على الميناء السوداني. وثانيها هي منطقة قري الحرة التي تقع على بعد ٤٥ كلم شمال الخرطوم وتبلغ مساحتها ٢٠ كلم مربع، ويتوقع أن تكون منطقة التخزين للعاصمة وللسودان وهي صورة من منطقة البحر الأحمر، وما

يميزها قربها من مصافي البترول والمدينة الصناعية وطرق الاتصال والكثافة السكانية وإدارة الأعمال.

١٠- إستعمالات الأرض للأغراض السياحية: Tourism Land Use

الوظيفة السياحية والترفيهية أحد إهتمامات مفكري ومنظري التخطيط الحضري والريفي، بسبب الحاجة الماسة للمنشآت السياحية في المراكز السكنية المختلفة لتلبية رغبات السكان المحليين والسياح الأجانب في الترويح والراحة في الحدائق والسواحل وغيرها من الخدمات السياحية، وتشكل تلك الخدمات حسب تسلسلها المنطقي لكن عموماً لها دورها الفاعل في دعم النشاط السياحي وتطوره وإمكانية إضافة الوظيفة الترفيهية والسياحية للمدن السودانية.^(٣٨)

١١- وقت الفراغ : Time Leisure

وقت الفراغ يعني الوقت الحر (Free Time) وأعتبر أنه مجموعة من المهام التي ينشغل فيها الفرد برغبته الحرة للراحة أو التسلية، أو لإضافة معرفته وتحسين مهاراته أو زيادة مشاركته الطوعية في حياة المجتمع بعد إنجاز واجباته المهنية والأسرية، وتمثل صناعة السياحة جزءاً من المجال الواسع لإستخدامات وقت الفراغ، وكلما زاد وقت الفراغ نمت السياحة وتطورت، ويمثل وقف الفراغ تحدياً كبيراً في عصرنا الحاضر بل وأطلق عليه التحدي العالمي الأول الذي يواجه المجتمعات والدول.^(٣٩)

وكان وقت الفراغ موجوداً في كل الحضارات، ففي المجتمعات القديمة كان اللهو والعمل يمثلان جزءاً من الشعائر التي يمارسها الإنسان، للتفكير في أرواح السلف، وإرتبطت الأجازات والفراغ بالأيام بالمقترنة بالطقوس الدينية وهو ما يتضح من كلمة **Holidays** بمعنى (الأيام المقدسة) **Holy /Days** ثم ما لبثت أن إرتبطت بأشياء دينوية خاصة بعد قيام الثورة الصناعية وقيام العطلات مدفوعة الأجر وتقليل ساعات العمل اليومية، ولكن كانت الأجازات مقصورة على المناسبات الدينية للغالبية، ومع زيادة فعالية الآلة وظهور الإتحادات العمالية قلت ساعات العمل إلى أن بلغت ٤٠ ساعة/أسبوع.

ويبدو لنا الدور الذي يلعبه وقت الفراغ والإجازات في السياحة والطلب عليها، من تتبعه في بعض الدول، ففي بريطانيا كانت الأجازات حتى عام ١٩٠٠م تؤخذ على أنها نوع من الرفاهية والترفيه، لكن بعد إرتباطه بالحالة النفسية والعمال وزيادة الإنتاج أصبح معظم العمال لديهم يومان في الأسبوع كعطلة نهاية الأسبوع (**Weekend**)، ومع النقص في أيام العمل الرسمية التي تمكن من مد فترة العطلات السنوية وإضافة خدمات العمل الرسمية يمكن مد فترة العطلات السنوية وإضافة خدمات لها (تذاكر، دعم مالي) ونظام المشاركة بالوقت **Time Shier**.

١٢- الكليات والمعاهد الأكاديمية المتخصصة في السياحة^(٤٠)

يضم السودان العديد من الكليات والأقسام المتخصصة في السياحة والفنادق وهي
١- الكليات (جامعة البحر الأحمر - جامعة دنقلا - جامعة شندي - جامعة الزعيم الأزهري-جامعة النيلين - جامعة السودان العالمية - جامعة الفاشر)
٢- الأقسام (كلية الخرطوم التطبيقية - كلية المدار (كلية علوم الطيران سابقاً)- كلية الإمام الهادي - كلية الوسيلة - كلية الأفق)

3-مراكز الدراسات والبحوث العلمية في السياحة والفنادق.

الموقف السياحي في السودان:

يواجه السودان تقلبات مختلفة في متوجهه الإقتصادي وتنوعه ما بين الزراعي بشقيه النباتي والحيواني، وبين البترول ومشتقاته، وتجارة الخدمات ومن بينها السياحة. ويحتاج اقتصاد السودان إلى الثبات والاستدامة في منتجاته وفق خطة إستراتيجية مدروسة تحقق إستقرار لحركة الإقتصاد، مما يمكن من تطوير المنتجات أياً كان نوعها والإرتقاء الفني بقدرات العاملين فيها، وتكون هناك القدرة على حساب العائد منها للنتائج القومي الإجمالي، وزيادة دخل الفرد والأسرة، ونعتقد أن السياحة عامل أساسي في تطوير إقتصاد السودان، وتطوير الموارد غير البترولية.

والسودان واحد من أكبر عشرة دول تتمتع بجواذب ومقاصد سياحية متفردة ومتميزة، لكن الجواذب السياحية وحدها لا تؤدي إلى تطوير السياحة بالرغم من أنها تعتبر نقطة الإنطلاق لأي تطور سياحي يساعد في زيادة أعداد السياح القادمين.

ويمكن بتقليل من الجهد أن تحول هذه الجواذب إلى منتج سياحي متكامل، من خلال توفير خدمات الإيواء السياحي في مناطق الجذب السياحي وخدمات الطعام والشراب، والطرق، والمطارات، والمهابط، بجانب خدمات المياه، والكهرباء، والإتصال، الذي يعتبر واحد من الخدمات المتطورة في السودان.^(٤١)

وعلمنا مما سبق ذكره دور السياحة المتعاضد في بناء الإقتصاد، والقضاء على الفقر، وتعزيز التنمية الإقتصادية والإجتماعية، وذلك من خلال ما توفره السياحة من فرص عمل، وتنوع الإنتاج، ومساهمة في الإيرادات العامة وقيام كثير من الصناعات، ومن خلال متابعة إحصاءات التجارة العالمية يتضح إن أكبر محورين يدور حولهما رأس المال العالمي للتجارة هما صناعة السياحة، وصناعة المعلومات، فقد بلغ دخل السياحة العالمي عام ٢٠٠٦م (٧٣٥ مليار دولار) وعدد السياح (٨٤٠ مليون سائح)

وتتوقع منظمة السياحة العالمية أن يصل عدد السياح في عام ٢٠٢٠م إلى مليار و٦٠٠ مليون سائح والإيرادات إلى ٢٠٠٠ مليار وسيصل الدخل السياحي اليومي إلى ٥ مليار دولار، وعلى الرغم من الأهمية المتزايدة للقطاع السياحي في العديد من دول العالم

إلا أن الواقع السياحي في السودان لا يبعث على التفاؤل، فالسياحة في السودان رغم ثراء مكوناتها، وتعدد الجواذب والمقاصد السياحية، لم تسجل وجوداً ملحوظاً في حركة السياحة العالمية، كما لم تسجل بفعالية في دعم إقتصاديات البلاد وتنمية مجتمعاتها، إذ لم يرق هذا القطاع إلى المستوى المطلوب، الذي يكفل الوصول إلى الأهداف المرجوة منه، وبقيت إنجازاته محدودة، إذا ما قورنت ببلدان العالم بصفة عامة، والبلدان المجاورة والشقيقة بصفة خاصة، فحجم الإستثمارات التي خصصت لهذا القطاع، تعتبر ضعيفة مقارنةً بكبر مساحته وتعدد موارده.

ولم يكن للحكومات المتعاقبة على السودان منذ الاستقلال إهتمام مباشر بالسياحة كمورد إقتصادي، أو كأحد مكونات وروافد الإقتصاد القومي. وإنما كان النظر إليها على إنها مؤسسات لابد من وجودها لتقديم الخدمة الضرورية في مجال الإيواء أو الترفيه، وأن

ظاهرة الحروب وتدهور الأمن التي عرفها السودان منذ استقلاله، زادت من عزله على المستوى الدولي، وجعلته لا يحظى بالقدوم السياحي المطلوب . وما زالت السياحة في السودان تقتصر على كونها نشاطاً إقتصادياً ينحصر تطوره وموه بحركة السفر والنقل ، كما تصنف السياحة كمنشط إقتصادي ضمني تحت قطاعات أخرى، وتفتقر إلي الكينونة المستقلة من حيث التخطيط والتمويل (الدعم) ، والتطوير كبقية القطاعات الإقتصادية . كما أن هنالك عوامل أخرى أعاقت بلوغ هذه الطموحات، مثل المجتمع السوداني وسلوكه الإجماعي المحافظ وفقاً للتقاليد والإرث والفقهاء الديني. ويرجع ذلك للصورة الذهنية عن السياحة عند المجتمع السوداني بإعتبارها مكمناً للفساد السلوكي والأخلاقي ، ولضعف ثقافة السياحة وكذلك عدم الإلمام بمفهوم السياحة والثقافة السياحية .

فإذا تم تسليط الضوء على واقع السياحة في السودان للوقوف على مواضع الضعف التي تحول دون المساهمة الفاعلة للقطاع السياحي في الإقتصاد القومي ، وتمت إعادة صياغتها وتوفير لها الدعم وعززت بالخدمات المكتملة فإن ذلك يمكن الإقتصاد السوداني من جني ثمار السياحة، ويجعله قطاعاً بارزاً، ومورداً إقتصادياً جديداً يرفد إقتصاديات البلاد ويعزز من مسيرة التنمية الإقتصادية .

جدول (٣) مؤشرات السياحة السودانية للعام ٢٠١٣م

المؤشر	٢٠١٣م
عدد السياح	٥٩١،٣٤٨
الإيراد السياحي	٧٣٥،٠٠٠ مليون دولار
العمالة	٢٥،٢٢٥
الوكالات السياحية	٥٠٥
الشركات السياحية	٢٧
الإيواء(سعة الفنادق)	١٦،٦٩٩ (سريير)
شركات النقل السياحي	٤٠
شركات الليموزين	١١٣
المطاعم السياحية والكافريات	٣٨٨
الشقق المفروشة (السعة)	٣،٨٤٦ (سريير)
المنتزهات والمنتجعات	٦٧
المواعين النهرية	٥٥
المتاحف	١٤

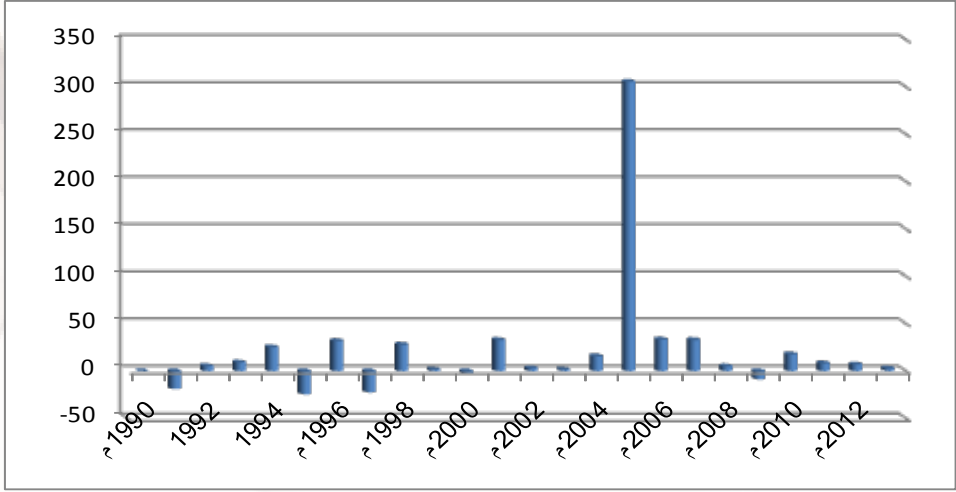
المصدر : وزارة السياحة والآثار والحياة البرية ، الخرطوم ، ٢٠١٥ .

جدول (٤) تدفق السياح على السودان في المفترة (١٩٩٠- ٢٠١٣م).

معدل النمو%	عدد السياح	العام
.	٣٢٧٨٩	م١٩٩٠
18.7))	٢٦٦٤٣	١٩٩١
5.4	٢٨٠٨٠	١٩٩٢
9.3	٣٠٦٧٨	١٩٩٣
25.2	٣٨٤٠٦	١٩٩٤
24.4))	٢٩٠٣٤	م١٩٩٥
31.9	٣٨٢٩٩	م١٩٩٦
22.3))	٢٩٧٤٩	م١٩٩٧
28.0	٣٨٠٦٤	م١٩٩٨
1.6	٣٨٦٦١	م١٩٩٩
(2.7)	٣٧٦٠٩	م٢٠٠٠
32.9	٥٠٠٠٠	م٢٠٠١
3	٥١٥٠٠	م٢٠٠٢
1.5	٥٢٢٩١	م٢٠٠٣
15.8	٦٠٥٧٧	م٢٠٠٤
305.8	٢٤٥٨١١	م٢٠٠٥
33.5	٣٢٨١٥٦	م٢٠٠٦
33.0	٤٣٦٢٩٢	م٢٠٠٧
5.2	٤٥٩١٦٦	م٢٠٠٨
8.5))	٤٢٠٢٣٨	م٢٠٠٩
17.8	٤٩٥١٦١	م٢٠١٠
8.3	٥٣٦٤٠٠	م٢٠١١
7.1	٥٧٤٦٤٥	م٢٠١٢
2.9	٥٩١٣٥٠	م٢٠١٣

المصدر: وزارة السياحة والآثار والحياة البرية ، الخرطوم ، ٢٠١٥م

شكل (٤) تدفق السياح على السودان في الفترة (١٩٩٠- ٢٠١٣م).



المصدر : وزارة السياحة والآثار والحياة البرية ، الخرطوم ، ٢٠١٥م

مساهمة السياحة في توفير فرص العمل:

تعد السياحة من بين أكبر القطاعات توفيراً لفرص العمل وحلاً لمشكلة البطالة في بلدان العالم، وأفادت الإحصاءات العالمية بأن السياحة وفرت ٢٠٠ مليون فرصة عمل بما يعادل ١١٪ من إجمالي التوظيف العالمي، وأنها ساهمت في إيجاد أكثر من مليون فرصة عمل شهرياً بشكل مباشر أو غير مباشر في جميع أنحاء العالم. وذلك لتشعب هذه الصناعة و تدخلها مع العديد من الصناعات الأخرى، وحسب إحصائيات منظمة السياحة العالمية، فقد بلغ عدد العاملين في قطاع السياحة حوالي ٢٠٢ مليون عامل نهاية ٢٠١٠م.

لذلك فإن التوسع في إنشاء المشروعات السياحية، وكذلك المشروعات الأخرى المرتبطة بها، يساعد في خلق العديد من فرص العمل الجديدة، و الذي يترتب عنه هو الأخر إرتفاع مستوى الرفاهية الاقتصادية وغيرها من الآثار والمنافع الأخرى، و التي تؤدي إلى تحقيق درجة عالية من الإستقرار الإجتماعي و السياسي في البلاد، وتوجد فرص العمل في قطاع السياحة السودانية في القطاعات التالية:^(٤٢)

١. أجهزة السياحة الرسمية .
٢. الإيواء والفنادق .
٣. الصناعات التذكارية .
٤. حدائق الحيوان .
٥. المعارض .
٦. المرشدين السياحيين .
٧. المطاعم والكافتريات .
٨. شرطة السياحة .

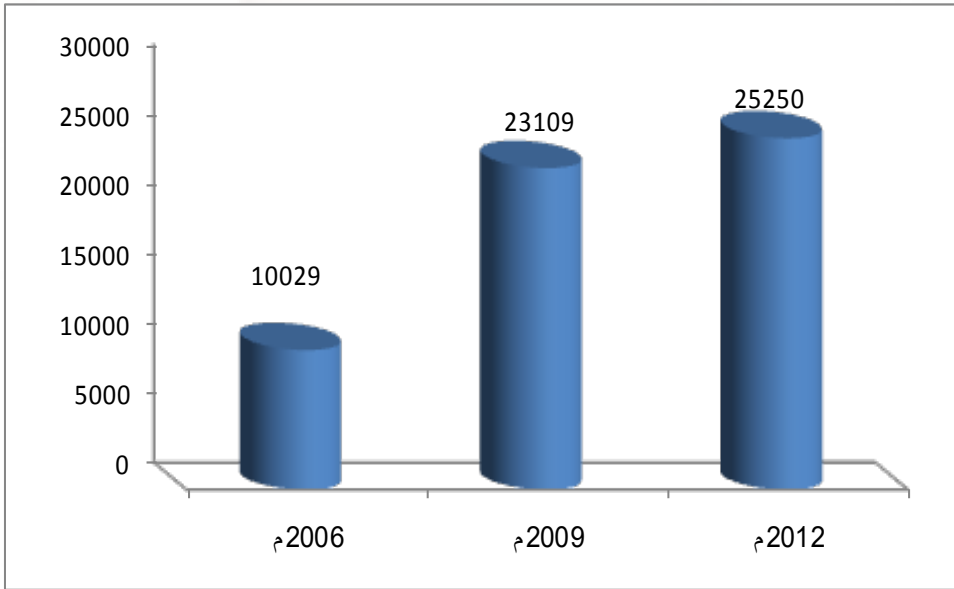
٩. شركات الليموزين .
١٠. الشركات والوكالات السياحية .
١١. النقل السياحي .
١٢. متنزهات الترفيه ، والمنتجعات السياحية.

جدول (٥) عدد العاملين بقطاع السياحة السوداني للأعوام (٢٠٠٦م- ٢٠٠٩م- ٢٠١٢م) .

عدد العاملين بقطاع السياحة السوداني	العام
١٠٠٢٩	٢٠٠٦م
٢٣١٠٩	٢٠٠٩م
٢٥٢٥٠	٢٠١٢م

المصدر : وزارة السياحة والحياة البرية ، الخرطوم ، ٢٠١٥م

شكل (٥) عدد العاملين بقطاع السياحة السوداني للأعوام ٢٠٠٦م- ٢٠٠٩م- ٢٠١٢م .



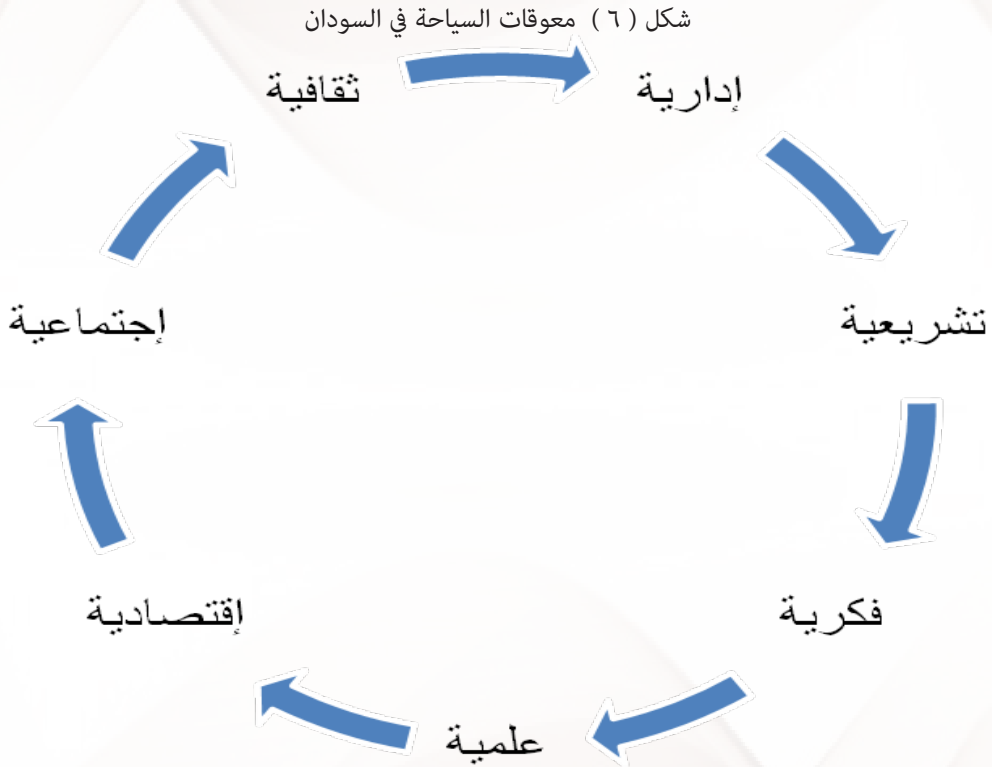
المصدر : وزارة السياحة والحياة البرية ، الخرطوم ، ٢٠١٥م

يلاحظ من الجدول (٥) والشكل (٥) ضعف العمالة في قطاع السياحة السوداني ويمكن القول بأن حجم العمال في القطاع السياحي في السودان ضعيفاً مقارنة بعدد العاملين بقطاع السياحة العالمي. لكن بالرغم من ضعفه إلا أنه لا يخفى التطور الكبير الذي شهده قطاع السياحة من حيث عدد العمال فإننا نلاحظ أن عدد العمال (١٠٠٢٩) في عام ٢٠٠٦م ، وإرتفع إلي (٢٣١٠٩) في عام ٢٠٠٩م ، كما نجده وصل في العام ٢٠١٢م إلي (٢٥٢٥٠) عامل.

معوقات السياحة في السودان :

تتلخص المعوقات في الآتي:

١. معوقات إدارية وتنظيمية
٢. معوقات تشريعية وقانونية
٣. معوقات فكرية
٤. معوقات علمية
٥. معوقات إقتصادية
٦. معوقات إجتماعية
٧. معوقات ثقافية



المصدر : من عمل الباحث

مخرجات الدراسة للسياحة في السودان :

- ملكية الموارد الطبيعية بتعدد وتنوع
- ملكية المصادر الحضارية والثقافية بتعدد وتنوع
- توفر المواقع الأثرية الكامن والمكشوف
- توفر السياحة البيئية بتنوع مصدرها

- توفر نسبي للبنية التحتية لمرحلية النشاط السياحي
- تعدد الطاقه الإيوائية في السودان والإسكان السياحي
- سهولة وسائل النقل والمواصلات
- سهولة خدمات الإتصال وتواصلها
- نسبة الثقافة والوعي السياحي للمجتمع
- سهولة خدمات التسهيل والإمداد في السودان
- وفرة معاهد وكليات السياحة والفنادق
- تعدد قنوات الإعلام السياحي والثقافي
- وفرة البحوث والدراسات السياحية والفندقية
- التمثيل الإداري الرسمي للسياحة في السودان
- وجود برامج التدريب والتأهيل في القطاع السياحي
- تعدد الخطط والبرامج المصممة للنشاط السياحي
- وفرة مؤسسات التمويل السياحي محلياً ودولياً
- دخول السياحة في النظم السياحية الإلكترونية
- زيادة دور السياحة في الإقتصاد الوطني
- وضوح الخارطة السياحية وبرامجها المصممة
- قلة حدة المنافسة في السوق السياحي الإقليمي
- تطور العلاقات السياحية مع المنظمات الدولية المعنية

الخاتمة :

ويمكننا القول هنا بأن السياحة في السودان لا تعاني من ندرة في الموارد المتاحة، وهذا ما يوضحه السرد السابق للمقومات السياحية والخبرة السودانية في النشاط السياحي والترويجي التي تدفعها لمجاراة الإقليم المجاور في مصر وكينيا وتنزانيا وبأبعاد تجعلها أكثر جاذبية للطلب السياحي الإقليمي والدولي، وذلك لأن السودان يضم الموارد ذات الطابع الفطري غير المصنوع وفي نفس الوقت يحوي المصادر الحضارية والثقافية والتاريخية، وهذا ما يضيف إليها خصائص وميزات لم تتوافر لغيره من الدول المجاورة.

ويتضح كذلك مما سبق أن هناك نمو في الخدمات السياحية والترفيهية، وهذا يوضحه التطور الحاصل في قطاع الإيواء الفندقي وزيادة الإستثمارات فيه مما أدى إلى مضاعفة الطاقة الإستيعابية وإرتفاع مستوى الجودة في خدمة الضيافة والإقامة رغم إرتباطها بالمراكز الحضرية كما في الخرطوم دون بقية المراكز السياحية الأخرى التي تعطي البعد الثالث للتنمية.

وتحتاج الأسس البنوية للسياحة في السودان إلى تحديد إمكانيات الجذب السياحي ذات الأولوية القصوى لجاهزيتها وإمكانية جذبها ومنافستها للطلب السياحي المحلي والإقليمي والدولي، مما يستدعي إضافة الموارد السياحية البيئية والتاريخية والثقافية التي تستطيع بها البلاد من مواكبة التنمية السياحية العالمية، والربط التقني للسياحة الإلكترونية Digital Tour و E-Tourism.

ويتطلب نشر ثقافة السياحة والسياحة الداخلية على وجه الخصوص كتراث إجتماعي يمكن أن يكون مدخلاً لإكتشاف السودانيون أنفسهم ومواردهم المحسوس منها وغير المحسوس، وذلك من أجل بلوغ الوحدة المجتمعية والاندماجية عبر معاول القطاع السياحي، بالإضافة إلى ذلك يجب إنتهاج سياسة سياحية تستلهم تعدد وتنوع الموارد السياحية المتاحة وضرورة التركيز على مواكبة العرض السياحي الإقليمي الذي ينحصر في السياحة البيئية والسياحة الثقافية، وهذا ما يتاح للسودان بصورة مجتمعة مما يمكن من جذب الطلب السياحي الإقليمي عبر هذه النوعية من السياحة الداخلية السائدة في السودان التي تلبى رغباتهم وتوجهاتهم.

المقترحات والتوصيات :

- رصد الموارد السياحية المستثمر وغير المستثمر
- تفعيل دور برامج الترويج السياحي
- عكس الصورة الذهنية للسودان
- تطوير وتحديث الإحصاءات السياحية
- رفع مستوى الجودة في المؤسسات السياحية
- التنسيق والتعاون بين شركاء النشاط السياحي
- تدعيم برامج الثقافة السياحية للمجتمعات المحلية
- زيادة نسبة السياحة في الدخل القومي
- تطوير السياحة الإلكترونية في السودان
- ربط الخطط والبرامج بمراكز الدراسات والبحوث
- إنشاء المجالس الإستشارية الولائية والقومية
- الإهتمام بالإبتعاث الخارجي في التدريب
- الوقوف على تجارب التنمية إقليمياً ودولياً
- توجيه السياحة البيئية مع دول الجوار
- إقامة البوابات الإلكترونية للسياحة
- رسم وتصميم خارطة سياحية للتنمية السياحية
- تحديد الأولويات السياحية وسياساتها
- دراسة إتجاهات الأسواق السياحية العالمية
- الإعتماد على النشر البحثي والعلمي في السياحة
- إنشاء مركز دولي للدراسات السياحية والفندقية
- تصميم موقع تقني سياحي نحو مشروع SAS
- إقامة مشروعات استراتيجية سياحية مستدامة وتنافسية
- مجارة التحديث العالمي في السياحة المعاصرة وإتجاهاتها

المصادر والمراجع :

١. محمود كامل ، السياحة الحديثة علماً وتطبيقاً، مطبعة الهيئة المصرية للكتاب ، القاهرة ، ١٩٧٥م، ص١٢.
٢. محمود كامل ، المصدر نفسه، ص١٣،
٣. محمد خميس الزوكة ، صناعة السياحة من منظور جغرافي ، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية، ١٩٩٢م ، ص١٣.
٤. صلاح الدين عبد الوهاب ، في التخطيط السياحي ، الدار القومية للكتاب ، (دون تاريخ)، ص٢٧.
٥. المصدر نفسه ، ص١٦.
٦. أبوبكر الحديدي ، إدارة الفنادق ، مطبعة نحال ١٩٦٨م ، ص٢٩.
٧. حمدي أحمد الديب ، المناخ والإستجمام (دراسه جغرافية) نشره دورية ، قسم الجغرافيه ، كلية الآداب ، جامعة المنيا ، مصر ، العدد الثالث ، ١٩٨٧م ، ص٣.
٨. محمود كامل ، مصدر سابق، ص١٥.
٩. محمد مدحت جابر ، جغرافية السياحة والترويج ، مكتبة الأنجلو مصريه ، القاهرة ، ٢٠٠٤م، ص٣٣.
١٠. المصدر نفسه ، ص٣٤.
١١. سميره عبد الهادي عبد الجبار ، نموذج لتوزيع المراكز الترفيهيه في إقليم بغداد الكبرى ، رسالة ماجستير غير منشورة، مركز التخطيط الإقليمي والحضري، جامعة بغداد، بغداد، ١٩٨٠م، ص١٢٢.
١٢. مسعود مصطفى الكتاني ، علم السياحة والمتنزهات ، دار الحكمة للطباعة والنشر ، جامعة الموصل ، العراق ، ١٩٩٠م ، ص١٦.
١٣. محمد خميس الزوكة ، مصدر سابق ، ص١٣.
١٤. محمد مرسي الحريري ، جغرافية السياحة ، دار المعرفة الجامعية ، الإسكندرية ، مصر ، ١٩٩١م، ص١٨.
١٥. هدى سيد لطيف ، السياحة بين النظرية والتطبيق ، الطبعة الأولى ، الشركه العربية للطباعة والنشر ، القاهرة ، ٢٠١٢م ، ص٢٠.
١٦. محمد صبحي عبد الحكيم وحمدي أحمد الديب ، جغرافية السياحة ، مكتبة الأنجلو مصريه ، القاهرة ، ٢٠١٢م ، ص٣١.
١٧. محمود كامل ، المصدر نفسه ، ص٥-٦.
١٨. المصدر نفسه ، ص٧.
١٩. جعفر محمد مصطفى أبوزيد ، مبادئ صناعة السياحة ، دار الفيوم للطباعة والنشر ، الفيوم ، مصر ، ٢٠٠٦م ، ص٦١.
٢٠. عباس غالي الحديثي ، الخدمات الترفيهيه لمدينة البصرة وإقليمها ، دراسة تحليلية في جغرافية المدينة وإقليمها ، رسالة ماجستير (غير منشوره) ، كلية التربيه بن رشد ، جامعة بغداد ، ١٩٩١م ، ص٥٤.

٢١. هدى سيد لطيف ، مصدر سابق ، ص٦٤.
٢٢. كامل ، المصدر نفسه ، ص٤٢.
٢٣. مصطفى زيتون ، الإحصاء السياحي ، الدار القومية للطباعة والنشر ، القاهرة ، ١٩٦٥ م ، ص١٦١.
٢٤. محمد صبحي عبد الحكيم وحمدى أحمد الديب ، مصدر سابق ، ص٤٥.
٢٥. المصدر نفسه ، ص٤١.
٢٦. المصدر نفسه ، ص٦٥.
٢٧. جعفر محمد مصطفى أبوزيد ، الإطار التنظيمي للسياحة في السودان ، مطبوعات إدارة السياحة ولاية الخرطوم ، الخرطوم ، ٢٠٠٥ م ، ص٩٨.
٢٨. تقرير المسح السياحي لولاية الخرطوم ، إدارة السياحة ولاية الخرطوم ، ١٩٩٧ م.
٢٩. جعفر محمد مصطفى أبوزيد ، الإطار التنظيمي للسياحة ، مصدر سابق ، ص٩٨.
٣٠. رمضان محمد مقلد ، إقتصاديات الموارد والبيئة ، الدار الجامعية للطباعة والنشر ، الإسكندرية ، ٢٠٠٣ م ، ص٣٦٥.
٣١. جعفر محمد مصطفى أبوزيد ، الإطار التنظيمي للسياحة ، مصدر سابق ، ص٩٩.
٣٢. صلاح عمر الصادق ، المرشد إلى مملكة مروي ، شركة المتوكل للطباعة والنشر ، الخرطوم ، ٢٠٠٣ م ، ص١٩-٢١.
٣٣. جعفر محمد مصطفى أبوزيد ، الإطار التنظيمي للسياحة ، مصدر سابق ، ص١٠٩.
٣٤. المصدر نفسه ، ص١٠٨.
٣٥. سعيد محمد المصري ، مقدمة في إدارة وتنظيم المنشآت السياحية والفندقية ، الدار الجامعية للكتاب ، الإسكندرية ، ٢٠٠١ م ، ص٤١.
٣٦. دلال عبد الهادي ، محاضرات في السياحة والبيئة ، دار الفتح للطباعة والنشر ، الإسكندرية ، ٢٠٠٥ م ، ص٦٩.
٣٧. تقارير إدارة السياحة ولاية الخرطوم ، الخرطوم ، ٢٠١٥ م.
٣٨. جعفر محمد مصطفى أبوزيد ، الإطار التنظيمي للسياحة ، مصدر سابق ، ص١٠٨.
٣٩. حمد صبحي عبد الحكيم ، مصدر سابق ، ص٩١.
٤٠. جعفر محمد مصطفى أبوزيد ، الإطار التنظيمي للسياحة ، مصدر سابق ، ص١١٤.
٤١. وزارة السياحة والآثار والحياه البريه ، سجلات الوزارة الخرطوم ، ٢٠١٨ م.
٤٢. المصدر نفسه ، ٢٠١٨ م .