

# واقع وآفاق التخطيط السياحي والتنموي كمؤشر لتعزيز البيئة السياحية الجاذبة لإقليم البحر الأحمر

كلية لآداب والدراسات الإنسانية  
مركز أبحاث التراث - جامعة دنقلا

د. صلاح الدين صابر عبد الله ناصر

## مستخلص :

واقع الصناعة السياحية بالبلاذ يمثل حالة من عدم الرضا التام من قبل المهتمين بشأن التنمية السياحية . استهداف معالجة هكذا موقف تجرئ باستهداف التخطيط التنموي السياحي ، وأهمية الدراسة تكمن في استقصاء وقراءة واقع السياحة بالسودان كمحدد لأهداف التنمية الاقتصادية والتنمية السياحية بكل عروضاها على أصعدة متعددة تدفع لفتح السوق السياحي على مستوى الإقليم وفيها تدعيم للمردودات الاقتصادية السياحية على المستوى المحلي بزيادة فرص العمل وتدعيم البيئة الأساسية .ومن اهداف الدراسة يعتبر التخطيط السياحي خطة شاملة لأجل أن التخطيط السياحي نموذج خاص من التخطيط الاجتماعي والاقتصادي والبيئي الطبيعي ينفرد باهتمامات الدولة والأفراد .المنهج المتبع للدراسة يقوم على استقصاء الجوانب المتعددة التنموية والتخطيطية بالبحث يشمل الاستعانة بالمنهج الاستقرائي والتاريخي بجانب معايرة الوقائع إحصائياً بمؤشرات الوقائع المتشابهة والاستعانة بالمنهج المقارن بواقع إقليم البحر الأحمر .ومن نتائج الدراسة ان هنالك عدة مقومات حالت دون التحول والوصول لواقع حاكمية البئة سياحية جاذبة وتعززها باقليم البحر الاحمر بقطاع السودان .ضعف المردود المضمون الاجتماعي المتعلق بالعوامل القومية في اشاعة مضمون الجهود السياحية ويمثل ضعف صناعة الخدمات السياحية .وصلت الدراسة انه لابد من مراعاة حجم المنافسة الاقليمية لواقع اقليم البحر الاحمر بالجوانب التخطيطية وضرورة تحديد الصلاحيات والاقتصاصات بالجوانب التشريعية والتمويلية .ربط التخطيط السياحي بالمستويات التنظيمية للسياحة بتنظيمات السياحة الاقليمية والدولية لضمان معايرة الجودة والاستمرارية .

كلمات مفتاحيه : تخطيط استراتيجي، الواقع التنموي ، إقليم البحر الأحمر ، بيئة جاذبة سياحياً

## The reality and prospects of Tourism development planning as indicator to enhance the attractive tourist environment for the Red sea region

**Salah edin Sabir Abdalla Nasir**

### **Abstract :**

The reality of the tourism industry in the country represents a state of complete dissatisfaction on the part of the accused regarding tourism development. Targeting Treatment of such a situation comes by targeting tourism development planning. The importance of study lies in the investigation and reality of the reality of future of tourism in Sudan as a determinant of the goals of economic development and tourism development with all its offer on multiple levels that push to open the tourism market at the regional level and in it support the tourism economic returns at the local level by increasing job opportunities and strengthening the basic environment. The content of tourism planning is a comprehensive plan because tourism planning is a special model of natural social, economic and environmental planning that is unique to the interests of the state and individuals. The approach used to investigate the multiple aspects of development and planning in the research includes the use of the inductive and historical method, as well as the statistical calibration of facts with indicators of similar facts and the use of the comparative method in the reality of the Red Sea region. The study showed that there are several obstacles that prevented and prevented access to the reality of governing the attractive tourist environment and strengthening it in the red searegion the Sudan including – Weekness of the return of social content related to national factors in diosemenating the content of tourism efforts and the weekness of tourism servies industry is manifestation of it .The study concluded that the size of regional competition must be taken in to consideration in tourisms of planning aspect of the reality of Red sea region and necessity of defining the power and competencies in legislative and financing aspect – Linking tourism planning with the organizational levels of tourism in regiona land international tourism organizations to ensure guilty standurdisation and continuity .

**Keywords:** planning Strategic- Development reality - Red Sea Region  
- Attractive environment tourist

**مقدمة:**

صارت الصناعة السياحية خلال الفترة الأخيرة على المستويين المحلي والإقليمي مميزة حتى أصبحت من أهم الاستثمارات دعماً للاقتصاد في العديد من البلدان. وذلك بسبب مساهمتها المتعددة في تحقيق التنمية السياحية المستدامة وهذا ما جعل مختلف الدول تستهدف رفع حصتها في السوق السياحي العالمي. وقد أوضحت الإحصائيات المأخوذة عن المنظمة العالمية للسياحة بأن أعداد السياح الوافدين لا تتجاوز نسبتهم 0,04 % في الأشهر الأربعة الأولى من العام 2015م.

أما بالنسبة للسودان فإن المؤشرات والإحصائيات لقطاعها السياحي تشير بوضوح لبعدها عن المستوى العالمي برغم مؤهلاتها الكامنة. الأمر الذي يجعلنا نسعى جاهدين للاستفادة من الحركة النشطة التي يوفرها سوق السياحة العالمي بغرض رفع درجة تنافسها السياحي وذلك عبر تبني إستراتيجية تنموية شاملة لقطاعها السياحي بأفق يمتد حتى نهاية الإستراتيجية الشاملة 2030م، تطمح من خلاله تحقيق التنمية السياحية المستدامة، وجعل السياحة قطب عالمي لجاذبيته التنافسية العالمية.

تبدأ عملية التخطيط عادة في حالة عدم الرضا عن الوضع القائم أو عدم الرضا عن الوضع المستقبلي المتوقع، وعليه في البداية تأخذ عملية التخطيط شكل قرار بإحداث نوع من التغيير المطلوب، إذ لا بد من توفر إرادة التغيير عند المخطط أو عند صانع القرار وكذلك المجموعات المستهدفة بالتنمية. والتخطيط هو قراءة للمستقبل ورسم التوقعات لاتجاهات ومقادير التغيير المتوقع في المؤشرات التي تشكل خصائص ومكونات الظاهرة المعنية والتي توجه حيالها عمليات التخطيط وإعداد الخطط المصاحبة لها.

بيحثنا هذا نستهدف التخطيط السياحي وهو معني بقراءة مستقبل صناعة السياحة بالسودان عامة وبولاية البحر الأحمر بصورة خاصة. اعتماداً على تحديد اتجاهات ومقادير التغيرات والتبدلات المستقبلية والمتغيرات السياحية في المنطقة والنطاق الجغرافي المجاور لها. يصاحب رسم هذه الصورة عمليات حصر الموارد السياحية من أجل تحديد أهداف الخطط السياحية وتحقيق تنمية سياحية فاعلة.

**أهداف التنمية السياحية:**

تعد التنمية السياحية في ذاتها هدف وهي أيضاً تُعد مرحلة من مراحل تحقيق هدف أكبر ألا وهو تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية للقطاع العريض (الدولة). وتختلف أهداف التنمية السياحية وأساليب تحقيقها من دولة لأخرى ومن وقت لآخر داخل نفس الدولة، ومرد ذلك لعدة عوامل أهمها:

اختلاف الدول في مكونات عرضها السياحي وإمكانياتها التنموية وموقعها من المناطق المصدرة للسائحين بالإضافة إلى ظروفها الداخلية والاقتصادية والاجتماعية والبيئية وغيرها فمثلاً

نجد في بعض الدول تهدف من عمليات التنمية إلى جلب أكبر عدد ممكن من السواح مما ينتج عنه العديد من المشاكل الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبيئية في حين تهدف دول أخرى إلى جذب عدد محدود من السائحين من ذوي الدخول العالية.<sup>(1)</sup>

في الغالب يمكن تقسيم أهداف التنمية السياحية على قسمين:

القسم الأول يحتوي على أهداف عامة:

وهي تشتمل على كل ما تسعى التنمية السياحية إلى تحقيقه بصفة عامة مثل:

- تحقيق نمو سياحي متوازن
- تدعيم المردودات السياحية الاقتصادية
- زيادة فرص العمل وخفض معدلات البطالة
- زيادة نصيب الدولة في النشاط السياحي
- زيادة الدخل القومي الإجمالي
- تنمية البيئة الأساسية وتوفير التسهيلات اللازمة
- الزيادة المستمرة في استخدام المكون المحلي الوطني من سلع وخدمات في العمليات السياحية.
- المساهمة الفاعلة في حل المشاكل الاقتصادية والاجتماعية حيث تتميز الصناعة السياحية بقدرتها على التفاعل في حل مشكلات المجتمع.

### ثانياً: أهداف محدودة

زيادة عدد السياح من خلال التنمية السياحية إذ تنشأ السياسات التنموية لزيادة عدد السائحين سواء أكانوا من المناطق التقليدية أو من خلال فتح نوافذ جديدة<sup>(2)</sup> قد يكونوا من المناطق التقليدية وهؤلاء تعتمد السياسات لتوسيع حجم الطلب نحو البلد بحيث يجب عرض منتجات جديدة سياحية أو عبر فتح مناطق جديدة أو من خلال تحديد النشاطات التسويقية للدولة السياحية.

### تمديد متوسط مدة الإقامة :

بعد متوسط مدة الإقامة من المعايير الفعالة في قياس مستوى النشاط السياحي في بلد إذ يعبر عن مدى قبول المنتج السياحي من قبل السائحين، كما أن المغريات لا تُقاس بالكم أو الحجم بل بالكيفية والمستوى. فقد حرصت بلدان سياحية عديدة على زيادة فاعلية عناصر الجذب الإيجابية للحركة السياحية والتقليل المستمر من عناصر الطرد السالبة بهدف بناء صناعة سياحية متقدمة تسعى لتحقيق أعلى نسبة رضا من قبل السائحين ويتم ذلك من خلال تحسين وتطوير المناطق السياحية التقليدية أولاً ثم التركيز على خلق مناطق جديدة تكون مزودة بكافة

المستلزمات وبأسعار تنافسية لما يقدمه الآخرون وبذلك يتحقق الرضا النفسي للسياح في رفع متوسط مدة إقامتهم بدولة العرض السياحي.<sup>(3)</sup>

### أسس التخطيط السياحي:

تعد عملية التخطيط السياحي عملية مستمرة ومتجددة، تبدأ بحصر للموارد السياحية ثم تحديد الأهداف ووضع البرنامج واختيار المشروعات التي تنفذ خلال فترة زمنية معينة. وتتكامل الخطة السياحية مع الخطة التنموية وبالتالي تصبح السياحة شأنها شأن أي قطاع إنتاجي آخر من القطاعات الاقتصادية، لذلك يدخل النشاط السياحي في المنافسة مع القطاعات الإنتاجية الأخرى من حيث حساب العائد من الاستثمارات وتوزيع الاستثمارات، أي أن السياحة في هذه الحالة سوف تعتبر صناعة الخدمات تدخل ضمن القطاعات السلعية الأخرى.<sup>(4)</sup>

### مضمون عملية التخطيط:

- تتمثل عملية التخطيط السياحي في وضع خطة سياحية متكاملة تهدف إلى:
- جذب الاستثمارات الأجنبية لتوفير التمويل اللازم لمشروعات التنمية السياحية بالمناطق الجديدة.
  - التحكم في حالات التضخم الموسمي وذلك عن طريق تنظيم إستراتيجية عملية التسويق السياحي.
  - تحقيق مستوى متوازن من النمو الاقتصادي من خلال التكامل بين الخطة التنموية للقطاعات السياحية والقطاعات الأخرى.
  - الاهتمام بالفنادق وأماكن الإقامة والأماكن الإيوائية الأخرى السياحية التي يقيم فيها السياح خلال فترة إقامتهم في البلد السياحي.
  - خلق فرص عمل جديدة بقطاع السياحة والخدمات المتعلقة به ومن ثم خفض معدلات البطالة.
  - الحفاظ على الموارد البيئية وحمايتها خاصة موارد الطبيعة التي تتمثل في الحيوانات البرية والنباتات البرية وذلك من خلال برامج إنشاء المحميات الطبيعية وخلق مناطق خضراء.<sup>(5)</sup>

### المتطلبات الأساسية لعملية التخطيط السياحي:

عملية التخطيط السياحي تتطلب أن تتضمن مجموعة معلومات تدخل ضمن المتطلبات الأساسية لعملية التخطيط السياحي وهي:

1. العمل بالإمكانيات المتوفرة.
2. تقييم السوق السياحي ووضع التوقعات السياحية مستقبلاً.

3. البحث عن نطاقات يكثر فيها الطلب السياحي.

4. البحث عن إمكانيات جديدة للاستثمار المحلي والأجنبي معاً.

5. المحافظة على الثروات الطبيعية والتراث الثقافي والخدمات الاجتماعية.

وكنتيجة لعمليات التخطيط المتمثلة في النظر إلى المستقبل بعين الرغبة في تحديد أهداف للعمل عبر التقييم ورسم الأساليب العلمية لتحقيق هذه الأهداف بغية مواجهة التطور الحادث في العلاقات الاجتماعية والاقتصادية مستقبلاً.<sup>(6)</sup> وبالتالي فإن التخطيط السياحي نموذج خاص من التخطيط الاجتماعي والاقتصادي والطبيعي ينفرد باهتمامات الدولة والأفراد وينبثق من طبيعة ودوافع النشاط السياحي.

المعلوم بأن السياحة الأنشطة التي تتداخل فيها عدة قطاعات داخل الدولة وتؤثر تأثيراً مباشراً في التنمية الاقتصادية فإن خططها يجب أن تكون على صلة بالخطط الموضوعية لباقي القطاعات بل ويجب أن تتلاحم معها وتتكامل لتحقيق مقاصد التنمية بالدولة.

كما تجب الإشارة إلى أن التخطيط السياحي يعطي للمكان الأهمية الأولى باعتبار أن السياحة واحدة من القطاعات الإنتاجية وهي تقوم بالصناعة الخدمية، «ووجه الاختلاف عن الصناعية التحويلية درجة»، حيث يقوم التخطيط السياحي لتحقيق التنمية السياحية بوضع برامج لتخطيط الاستخدامات لأراضي سياحياً وتطويرها وتحسينها وتنميتها كمناطق ومواقع سياحية (محفقة للجذب السياحي).

عليه كان لا بد من التنسيق بين خطط التنمية السياحية والتخطيط العمراني لأن خطة التنمية السياحية تعتمد أساساً على بنية المرافق الأساسية التي يجب توفرها، ذلك أن السياح شديدي الحساسية للبيئة التي يقيمون فيها وتتمثل ببنية المرافق في الطرق ووسائل المواصلات، مياه الشرب، الكهرباء، الاتصالات وخلافها. كما تعتبر مرافق الإقامة والنقل عناصر مساعدة أي أنها تأخذ الشكل والطابع الفني والعماري الذي يجب أن يتوفر حتى لا تضيع القيمة الحقيقية للمكان من الناحية السياحية باعتبار (المكان) هو السلعة التي تقدم إلى السائح فإذا لم يتمكن المكان من جذب السياح والخدمات القائمة به تفقد الطلب السياحي عليها.

يمكن القول بجلاء أن التخطيط السياحي يقوم أساساً على المحافظة على القيم الأصلية للمواقع السياحية سواء أكانت تعتمد في جاذبيتها على المناخ أو الطبيعة أو تاريخها الحضاري أو عامل آخر.<sup>(7)</sup>

### عوامل نجاح التخطيط السياحي:

حتى يكون التخطيط السياحي ناجحاً لا بد أن تعكس البيئة الطبيعية طريقة الحياة المحلية وأي بيئة طبيعية تخلق صورة عن البيئة الإنسانية للمنطقة مؤهلة لأن تصبح منطقة جذب سياحي. ونذكر بضع خطوات لنجاح التخطيط السياحي تتمثل في الآتي:<sup>(8)</sup>

يعتمد التخطيط السياحي في أهم خطوات نجاحه على اعتماده على البيئة وبشكل كلي، وتزويدها بالخدمات والتسهيلات الضرورية لاستقبال السياح ودوما ما يتجنب المخططون إصابتها بأضرار التنمية الصناعية والتجارية وهم غالباً ما يحاولون استيفاء هذه النشاطات من خطة التنمية للمنطقة السياحية وهذا تصور عاجز لأنه نادراً ما تستطيع منطقة ما أن تترقى ويزدهر تطورها على السياحة فقط، ولذلك لا بد من أن يكون الاعتماد على كيفية التحكم بالأنشطة المقامة بالمكان ليكون مردودها أو الفائدة العامة منها للمنطقة ككل.

وهذا ما ألمحنا إليه من ضرورة وجود علاقات متبادلة بين عمليات التخطيط والجهات المعنية بالتخطيط. ولا بد من مراعاة بعض الجوانب لإنجاح عملية التخطيط وهي: (9)  
إيجاد صيغ تشريعية مناسبة تحكم عملية استخدام الأراضي من أهم المتطلبات الناجحة للخطط التنموية.

- الإغفاء الكلي أو الجزئي من الضرائب يساهم إلى حد كبير في التخطيط خاصة للمشروعات التي تستجيب لمعايير التخطيط.
- الالتزام بقوانين وتشريعات استخدام الأراضي والاستمرار في تطوير عمليات التخطيط وإشراك المؤسسات الخاصة في عمليات التنمية بصفة عامة.
- إشراك السكان المحليين في عملية التنمية والنشاطات العديدة التي تستلزمها عملية التطور السياحي للمنطقة عن طريق الإعلان المستمر عن الخطط التنموية للسياحة مع الإذعان للتطلعات والرغبات الحقيقية لسكان المنطقة مع المحافظة على السمات الأساسية للمنطقة. (10)

### مستويات التخطيط السياحي:

تتجلى المستويات المكانية للتخطيط السياحي في أربعة مستويات، هي المستوى المحلي والمستوى الإقليمي والمستوى الوطني والمستوى الدولي، وأرجو لإفادة البحث أن أستعرضها تفصيلاً كالآتي: (11)

- المستوى المحلي: في هذا المستوى يكون التخطيط السياحي متخصصاً وتفصيلاً أكثر منه في المستويات المكانية الأخرى ويتضمن تفاصيله عن جوانب كثيرة منها على سبيل المثال لا الحصر:
1. التوزيع الجغرافي للخدمات السياحية ومنشآت المبيت.
  2. الخدمات والتسهيلات السياحية.
  3. مناطق وعناصر الجذب السياحي.
  4. شبكات الطرق المعبدة ومحلات تجارة التجزئة والمتنزهات والمحميات.
  5. نظام النقل على الطرق والمطارات ومحطات السكك الحديدية.

الجدير بالذكر بأن هذا المستوى تسبقه دراسات تستلزم إبراز مستوى الجدوى الاقتصادية ودراسات تقييم المردودات البيئية والهيكل الإدارية والمالية المناسبة للتنفيذ، كذلك قواعد التنظيم المكاني والتصاميم الهندسية وتشتمل هذه الدراسات على تحليل حركة الزوار والتوصيات المتعلقة بذلك:

### التخطيط السياحي على المستوى الإقليمي:

يركز التخطيط في هذا المستوى على بعض الجوانب منها:

1. جانب بوابات العبور الإقليمية وما يرتبط منها بطرق المواصلات الإقليمية والدولية بأنواعها.
  2. منشآت المبيت بأنواعها وكافة الخدمات السياحية المصاحبة.
  3. السياسات السياحية والاستثمارية والتشريعية والهيكل المنظمة للسياحة الإقليمية.
  4. برامج التسويق والترويج السياحي.
  5. برامج التدريب والتعليم والاعتبارات الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والبيئة إلى جانب تحليل الآثار والمردودات، مراحل واستراتيجيات التنمية وبرمجة المشاريع.
- التخطيط على المستوى الإقليمي متخصص وتفصيلي بدرجة أقل من المستوى السابق له المحلي لكنه أكبر من التخطيط السياحي على المستوى الوطني حيث أن خطة الدول في نطاق التخصص السياحي يحتوي على كم من التفاصيل أكثر مما يحتويه خطة إقليم داخل الدولة.<sup>(12)</sup>
- التخطيط السياحي على المستوى الوطني:

بهذا المستوى يقوم التخطيط السياحي بتغطية جميع الجوانب كما في التخطيط السياحي على المستوى الإقليمي<sup>(13)</sup>، لكن بشكل أقل تخصصاً وتفصيلاً.

### التخطيط على المستوى الدولي:

في هذا المستوى تقتصر عمليات التخطيط السياحي على خدمات النقل وطرق المواصلات بين مجموعة من الدول كما هو الحال في مجموعة دول الاتحاد الأوربي، ويشمل التخطيط كذلك تطوير وتنمية بعض عناصر الجذب السياحي التي تتنوع إقليمياً في عدة بلدان متجاورة مثلاً: (السودان، أثيوبيا، أريتريا).<sup>(14)</sup>

قد ينحى التخطيط السياحي بين عدة دول للاقتصار على عمليات الترويج والتسويق السياحيين وتشارك أيضاً بهذا الشأن منظمات السياحة العالمية في هذا النوع من التخطيط بتقديم الدعم المادي والمعنوي الكامل في هذا المجال.

يمكن ربط التخطيط السياحي الإستراتيجي بالمستويات التنظيمية المختلفة داخل القطاع السياحي ككل والنظر للدولة كوحدة سياحية واحدة ثم تقسيمها إلى قطاعات نوعية ومناطق جغرافية تحتوى على مجموعة من المؤسسات السياحية المختلفة.<sup>(15)</sup>

مما سبق يتضح بأن السياحة ظاهرة قديمة جداً شهدت تطورات سريعة ومستمرة موازاة مع تطورات الحياة وأساليبها إضافة للتطور التكنولوجي العلمي الحديث مما أوجد لها ذيوع وشيوع في اتساع نطاقها وزيادة أهميتها حتى صارت يطلق عليها صناعة القرن الواحد والعشرين. ولكن برغم أهمية السياحة إلا أنها لا تزال تعاني من مشاكل في الدول النامية ونحن بالسودان أيضاً برغم امتلاكنا لكل المقومات السياحية التي تسمح بأن نصبح أحد أقطاب الجذب السياحي العالمي، أصبح من الضروري وجوب الارتكاز على التخطيط السياحي مما يضمن التنسيق بين مختلف العوامل الداخلة في النشاط السياحي سعياً لضبط وتوجيه النشاطات السياحية المختلفة والتنمية المستدامة وعلاقة السياحة بالبيئة من خلال حماية المحميات الطبيعية وإدارتها باستعمال أحدث التقنيات التكنولوجية المتوصل إليها واستخدام نظم المعلومات الحديثة.<sup>(16)</sup>

### إقليم البحر الأحمر - التخطيط السياحي الواقع والآفاق:

هناك بعض العوامل التي تسهم في إنجاح التخطيط السياحي ولعل أهمها أن الخطة السياحية يجب أن تعتبر جزءاً من الخطة القومية الشاملة للتنمية الاجتماعية والاقتصادية في مجتمع معين، ومن ثم يحدث تحقيق توازن بين قطاعات المجتمع المختلفة. مما تقدم تبرز نقطتان.

الأولى تنطلق بتكامل الخطة السياحية مع الخطة القومية وهذا يعني أن التنمية يجب أن تتوافق مع تنمية القطاع السياحي بحيث تكون السياحة جزءاً أصيلاً من النظام الشامل للتوقعات والاختبارات.

النقطة الثانية تتعلق بوجوب مراعاة الاعتبارات الاجتماعية عند التركيز على السياحة الدولية وهي تمثل أساساً في أهمية تجنب الإخلال في عملية الرغبة في زيادة التدفق السياحي والتبديل الاجتماعي لهذا الاتجاه وعلى سبيل المثال تجنب قدوم السائحين إلى المنطقة معهم عاداتهم التي لا يقرها المجتمع المحلي، بحيث يشكل هذا الأمر عدم رضا اجتماعي من جانب السكان المحليين، فيجب أن يكون في ذهن المخططين أن التنمية السياحية تنمية ذات مضمون اقتصادي وثقافي واجتماعي في نفس الوقت بحيث لا موجب من إغفال العوامل القومية التي تتعلق بالمضمون الاجتماعي.

إن أجهزة الدولة وحدها هي التي يمكن أن تحدد مستوى حركة التدفق السياحي التي يمكن للمناطق السياحية أن تستوعبها نظراً إلى أن هذا العمل لا يمكن أن يترك للقطاع الخاص في ظل أي نظام اقتصادي أو اجتماعي مع الأخذ في الحسبان النمط السياحي المستهدف سياحة محدودة، سياحة مجموعات أو ثقافية وعلاجية، ترفيهية، فمن الضروري أن تقوم أجهزة الدولة بتحديد المعدل المطلوب من النمو السياحي تحديداً واقعياً في ضوء الأوضاع الحالية والتوقعات المنتظرة في المستقبل، إن التنمية السياحية يجب أن تتم من خلال القطاعين العام والخاص معاً وإلا تعوق الأنشطة الحكومية أنشطة القطاع الخاص، كما يجب ألا تستبعد الأنشطة الحكومية في

مجال السياحة الفندقية حتى لو كان القطاع الخاص نشطاً ولديه خبرة وعلى هذا الأساس يجب أن يكون واضحاً بأن التنمية السياحية يجب أن تتم في إطار التوجه الحكومي وبخاصة إذا كانت السياحة تمثل جزءاً هاماً من قطاعات النمو الاقتصادي. التخطيط الاستراتيجي السياحي للولاية في إعداد الخطة الإستراتيجية قد اتبع عدة خطوات مهمة منها مراجعة الخطة الإستراتيجية السابقة وتقييمها واستصحاب المستجدات، ثم تقييم الآثار المترتبة من المهددات والمعوقات على كافة الأنشطة السياحية، ثم اعتماد آفاق ورؤى وسمات الإستراتيجية للإقليم.<sup>(17)</sup>

المعوقات التي تحول دون تنفيذ خطط التطوير لصالح السياحة بالولاية تتمثل في الآتي:

في جانب التشريع توجد تداخلات في الصلاحيات والاختصاصات بين المركز والولاية في تصاريح السواح والصيد البري. في جانب النواحي الإدارية نجد هناك بيروقراطية في الإجراءات الإدارية المرتبطة بزيارة المواقع السياحية وهذا يتمثل في الاشتراطات والتصديقات العديدة التي يتطلب الإيفاء بها للحصول على ما يحتاجه السائح من خدمات.

أما ما يختص بالجوانب التمويلية والمادية توجد الكثير من المشاكل في البنية الأساسية والتي تحتاج إلى مزيد من الاهتمام.<sup>(18)</sup>

### **الخطوات التي أبرزتها الولاية لتمهئة البيئة السياحية منها:**

1. تسهيل حركة السياح من وإلى الولاية.
  2. التعاون بين كل الجهات ذات الصلة لتسهيل الإجراءات في مجال الاستثمار السياحي.
  3. إقامة المهرجانات السياحية لتنشيط السياحة الداخلية.
  4. من خلال التقسيم لمردودات الخطط الإستراتيجية للقطاع السياحي بالولاية من حيث أن هناك زيادة في السعة الإيوائية نتيجة لزيادة في حركة السياحة الداخلية والخارجية.
- كلما تعددت الجواذب السياحية من مناطق بحرية وأخرى متعلقة بالصيد البري بالإضافة إلى تحسين في مستوى الخدمات السياحية يتمثل في زيادة المردود الاقتصادي من حركة السياحة وهي تدفع للنهوض بواقع التنمية السياحية تجيء مقترحات القطاع السياحي بولاية البحر الأحمر في ظل المنافسة العالمية التي تواجه المنشآت في سوق العمل، فقد اتجهت المنشآت للاهتمام بالعملاء ومعرفة رغباتهم واحتياجاتهم والسعي لإشباعها وتحقيقها، وقد توصلت الدراسات في هذا المجال إلى ما نسبته 60% من أرباح العمل تأتي من العملاء الدائمين للمنشأة، فقد تغيرت النظرة للعميل من مشتري لخدمة (منتج المنشأة) من خلال القيمة التبادلية إلى قيمة كلية تهدف المنشأة إلى إرضائها لإعادة شراء المنتج والمداومة على ذلك.<sup>(19)</sup>

## عليه تنبني النظرة في ذات المنحى بتعزيزها في الآتي:

- بناء نافذة موحدة تتكامل بداخلها جميع جهات الاختصاص ذات العلاقة بحركة السياحة.
- في مجال المواصلات والاتصالات التعويل على تجهيز مطار بورتسودان لاستقبال حركة الطيران الدولي في جميع الخطوط الدولية.
- في مقام التشريعات الداعمة للقطاع السياحي رفده بسن وإصدار التشريعات والقوانين وفك الارتباط بين المركز والولاية وخاصة في مجال الصيد البري.
- التوسع في بناء المزيد من البنيات التحتية، خدمات المياه، وبناء القرى والشاليهات والمنتجعات السياحية لتستقطب مزيداً من السياح للولاية.
- تشجيع القطاع الخاص للاستثمار السياحي في المنتجعات والفنادق والقرى السياحية والشركات السياحية بالميزات النسبية
- تخصيص صندوق داعم لأنشطة الولاية السياحية.
- تقليص قيود الحركة المفروضة على السياح الأجانب داخل الدولة. (20)

## الخاتمة:

تلعب الإدارة الفاعلة دوراً متعاضداً الأهمية لبناء محتوى لترسيخ بناء المنظومة السياحية بأي مجتمع من المجتمعات ، ويتأسس هذا البناء وفق الأسس المعيارية الناطمة لترسيخ ديمومتها وهي تعتمد على الأساس المنهجي العلمي والقواعد التنموية التخطيطية وفقاً للإمكانات الوافرة بمحيط البيئات الطبيعية والاجتماعية ومالاتها اقتصادياً وتنموياً يحقق رفاه ونماء المجتمع . هذه الإرادة قد تنهض من قطاعات بالمجتمع تسهم في إبراز هذا النمو أو أن تندفع بإرادة سياسية تسعى للارتقاء بالمجتمعات ورفدها بمعطيات التقدم المتسارع بالعالم اليوم .

## النتائج :

- ابانت الدراسة ان هنالك عدة مقومات حالت دون التحول والوصول لواقع حاكمية البثة سياحية جاذبة وتعزيزها باقليم البحر الاحمر بقطاع السودان .
- ضعف المردود المضمون الاجتماعى المتعلق بالعوامل القومية في اشاعة مضمون الجهود السياحية ويمثل ضعف صناعة الخدمات السياحية .
  - توصلت الدراسة انه لابد من مراعاة حجم المنافسة الاقليمية لواقع اقليم البحر الاحمر بالجوانب التخطيطية وضرورة تحديد الصلاحيات والاقتصاصات بالجوانب التشريعية والتمويلية .
  - ربط التخطيط السياحي بالمستويات التنظيمية للسياحة بتنظيمات السياحة الاقليمية والدولية لضمان معايرة الجودة والاستمرارية .

## التوصيات:

حفلت الدراسة بعدد من التوصيات التي هي خلاصة التطورات العلمية حال الأخذ بها أدت لنتائج محكمة في ذات عطاها وهي على مستويات عديدة ، على المستوى الإقليمي نخلص أن كل عمل استثماري رأسمالي نسعى لتوظيفه يقدم عائد مجزي للمستثمر وقد نشطت قطاعات داخلية وخارجية فالتحكم بمسارات هذا الاستثمار بإيجاد صيغ تشريعية تضبط أساليب واستخدامات الأنشطة الاستثمارية لتعود بنصيب وافر في فتح فرص العمل لسكان النطاق .

وهذه المشاركة حافز لإشراك السكان المحليين في العمليات ذات الصلة بمجال التنمية السياحية (خدمات - الإيواء - تقديم الطعام - النحت - الهدايا ) مما يدفع لترسيخ القيم الثقافية للسياحة .

اعتماد الخطط المحلية كجزء من الخطة القومية للسياحة مع مراعاة الجوانب الاجتماعية بغاية إنجاحها والعمل على تحديد الأبعاد القانونية وسيادة القانون العام لتعدد التشريعات ولائية ومركزية واتحادية .... الخ .

لتنمية وتطوير السياحة بالولاية العمل وفق رؤية وخطة إستراتيجية تهدف لتطوير القطاع السياحي لولاية البحر الأحمر. مع ضرورة الاهتمام بالبحوث والدراسات الهادفة لدعم ودفع القطاع السياحي بكامل مكوناته.

كما خلص البحث لتوصيات متى ما تحققت عملياً دفعت للارتقاء بالواقع الاستشراقي العملي المستقبلي للوضع السياحي بإقليم البحر الأحمر متمثلة في المستويات التالية :

- إيجاد صيغ تشريعية منضبطة لتحكم أساليب واستخدامات الاستثمارات السياحية .
- إشراك المكون المحلي (السكان) في عمليات التنمية والنشاطات الجديدة التي يلزمها عمليات التطور السياحي بالمنطقة .
- اعتماد الخطط السياحية بالإقليم في إطار خطط القطاع المحلي كجزء من الخطط القومية الشاملة للدولة مع مراعاة الجوانب الاجتماعية لنجاحها.

## الموامش:

- (1) محمد البنا، اقتصاد السياحة والفندقة، الدار الجامعية، الإسكندرية 2009م.
- (2) World Tourism Barometer Committed to Tourism, Travel and Millennium Development Goal, Volume .
- (3) سهام بجاوية، التخطيط السياحي كأداة لتحقيق التنمية السياحية، دراسة استرشادية بتجربة تونس/ إسقاط على الجزائر، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة محمد بوقرة بومرداس، الجمهورية الجزائرية 2015م.
- (4) منال شرف عبد المعطي، أسس التخطيط السياحي، دار الوفاء، الإسكندرية، مصر، الطبعة الأولى 2011م.
- (5) عبد السلام أبو قحف، صناعة السياحة في مصر، المكتب العربي الحديث، مصر 1992م.
- (6) مروان السكر، مختارات من الاقتصاد السياحي، سلسلة الاقتصاد السياحي، الجزء الخامس، عمان، دار مجدلاوي للنشر، طبعة أولى، 1999م.
- (7) فلاح حسن عداي الحسين، الإدارة الإستراتيجية مفاهيمها مداخلها عملياتها المعاصرة، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، طبعة ثانية 2006م.
- (8) أحمد الجلال، التنمية السياحية المتواصلة، عالم الكتب، القاهرة، مصر، طبعة أولى 2000م.
- (9) أحمد الجلال، مرجع سابق .
- (10) عبد الكريم حافظ، الإدارة الفندقية والسياحة، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، طبعة أولى 2010م.
- (11) أحمد الجلال، التخطيط السياحي والبيئي بين النظرية والتطبيق، عالم الكتب، القاهرة، طبعة أولى 1998م.
- (12) عبد السلام أبو قحف، صناعة السياحة في مصر، المكتب العربي الحديث، مصر 1992م.
- (13) أحمد الجلال، التنمية السياحية المتواصلة، عالم الكتب، القاهرة، مصر، طبعة أولى 2000م.
- (14) أحمد الجلال، التنمية السياحية المتواصلة، مرجع سابق .
- (15) أحمد الجلال، التنمية السياحية المتواصلة، مرجع سابق .
- (16) سلوى حسن محمد فودة، أ. د. محمد فرح عبد الحليم، أثر التخطيط الإستراتيجي في قطاع السياحة على رضاء العملاء، دراسة حالة ولاية البحر الأحمر في الفترة من 2000-2004م، مجلة الدراسات العليا، جامعة النيلين (مج10) ع37، 2007/12/2م.
- (17) عبد السلام أبو قحف، صناعة السياحة في مصر، المكتب العربي الحديث، مصر 1992م.
- (18) خالد، مقابلة، فن الدلالة السياحية، سلسلة السياحة والفندقة، دار وائل للطباعة والنشر، 2003م.

- (19) فلاح حسن عداي الحسين، الإدارة الإستراتيجية مفاهيمها مداخلها عملياتها المعاصرة، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، طبعة ثانية 2006م.
- (20) منير سليمان عبودي، معجم المصطلحات السياحية والفندقية، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، طبعة أولى 2000م