

## مجلة العلوم القانونية والاجتماعية

Journal of legal and social studies

Issn: 2507-7333

Eissn: 2676-1742

### أسس ومقومات إعداد وتفعيل الاستراتيجية السياحية

Foundations and elements for preparing and activating the tourism  
strategy

ياسين مشتهة<sup>1\*</sup>، مصطفى داسة<sup>2</sup>،

<sup>1</sup> جامعة الجزائر 02، (الجزائر)، yassine.mechta@yahoo.com

<sup>2</sup> جامعة الجزائر 02، (الجزائر)، m.dassa@yahoo.fr

تاريخ النشر: 2022/09/01

تاريخ القبول: 2022/08/12

تاريخ ارسال المقال: 2022/06/10

\* المؤلف المرسل

**الملخص:**

يعتبر التخطيط للسياحة وتنميتها وإدارتها جزءاً من استراتيجيات التنمية المستدامة للدولة كما يجب أن يتم التخطيط وإدارة السياحة بشكل متداخل وموحد يتضمن اشتراك وكالات حكومية مختلفة، ومؤسسات خاصة، ومواطنين سواء كانوا مجموعات أو أفراد لتوفير أكبر قدر من المنافع، فيجب أن يتم التخطيط وإدارة السياحة بطريقة مستدامة وذلك من أجل الحماية والاستخدامات الاقتصادية المثلى للبيئة الطبيعية البشرية في المنطقة المضيفة، والإستغلال الأمثل للموارد الطبيعية كمواد طبيعية يجب الإستثمار فيها كإقتصاد بديل في قطاع الصناعة السياحية، فالسياحة أداة تسويق حضارية للدولة، فمن خلال السياحة يستطيع الإنسان التعرف على صناعات الدول التي يزورها ومنتجاتها، وبالتالي تحتاج الدول إلى السياح من أجل تعريفهم بصناعاتها ومنتجاتها وهذا بلا شك ينمي الاقتصاد ويعزز الناتج القومي، وعليه فكيف يتم تطوير الخدمات السياحية بتطبيق خطط واستراتيجيات فعالة لرفع من كفاءتها

**الكلمات المفتاحية:** الجذب السياحي، الخدمات السياحية، الإستقطاب (الإقبال السياحي)، التنمية المستدامة، الاستراتيجية.

**Abstract :**

The planning, development and management of tourism is part of the sustainable development strategies of the state. The planning and management of tourism must be carried out in an integrated and unified manner that includes the participation of various government agencies, private institutions, and citizens, whether they are groups or individuals, to provide the greatest amount of benefits, so the planning and management of tourism must be carried out in a sustainable manner. This is for the protection and optimal economic uses of the human natural environment in the host area, And the optimal exploitation of natural resources as natural materials that must be invested in as an alternative economy in the tourism industry sector, for tourism is a civilized marketing tool for the state. It enhances the national output, and accordingly, how can tourism services be developed by applying effective plans and strategies to raise their efficiency?

**Keywords:** tourist attraction, tourism services, polarization (tourist turnout), sustainable development, The strategy

## مقدمة:

تعتبر السياحة ظاهرة إنسانية قديمة لازمت الإنسان وتطوره مع مر العصور وتعاقب الحضارات امتداد إلى الحاضر لتصبح حركة واسعة النطاق، وذلك بفضل التقدم العلمي والتقني في مختلف الميادين، وعليه سنحاول التطرق إلى الخدمات السياحية وسبل تطويرها والإشارة إلى مكونات النشاط السياحي وكيفية تطوير الخدمات السياحية، كما تطرقنا إلى الإجراءات التي يجب اتخاذها لرفع كفاءة الخدمات السياحية لتحقيق رضا الأفراد، أما المبحث الثاني خصصناه حول أهمية السياحة مقارنة بين التنمية السياحية التقليدية والتنمية السياحية المستدامة ومبادئ السياحة المستدامة، كم تم التطرق إلى عرض أهمية الترويج المنظم كأحد العوامل الأساسية في برامج الزيارات السياحية وعلاقته برفع كفاءة الخدمات السياحية، وأخيرا الجهات التي تعتبر كأطراف فاعلة في النهوض بالسياحة المستدامة، فالجزائر رغم ما تملكه من مقومات سياحية ووجودها على شريط ساحلي يمتد على طول 1660 كلم، قادتنا إلى عجلة التنمية المستدامة خاصة مع التوجه العالمي إلى دراسة سلوك المستهلك المقبل على البيئة، وعليه نطرح التساؤل المحوري التالي: ماهي الميكانيزمات رفع كفاءة الخدمات السياحية لتحقيق فاعلية الاستقطاب السياحي في ظل السياحة المستدامة؟.

## المبحث الأول: الخدمات السياحية وسبل تطويرها:

لم تكن الخدمات السياحية تلقى اهتمام الناس في الماضي وكانت كل المعاملات بين البشر تأخذ طابعا سلعيا، أي أن التجار يتبادلون السلع بين بعضهم البعض ثم يشترون منهم. وقد تزايدت أهمية الخدمات في العقود الأخيرة بمختلف أنواعها من قبل السياح مثل: خدمات أمن التسهيلات العامة، إضافة إلى الخدمات التي تقدم في الفنادق من إقامة وإطعام وترفيه.... الخ، لهذا سوف نتطرق لدراسة الخدمات السياحية وكيفية تطويرها ورفع كفاءتها لتحقيق رضا ورغبات المستهلكين.

## المطلب الأول: الخدمات السياحية: تعريفها

من خلال تقديم الخدمات تضم السياحة بدورها عملية الخدمات السياحية لتلبية حاجات ورغبات الزوار المحليين والأجانب، من خلال الراحة والعلاج والزيارات والرفاهية وغيرها، ولهذا سنتطرق لتعريف كل من الخدمات السياحية.

**1. تعريف الخدمة:** يمكن تعريف الخدمات على أنها الأنشطة التي تكون غير مادية أو غير ملموسة، والتي يتم

تقديمها بشكل منفصل أو مستقل وتوفر إشباع الرغبات والحاجات وليست بالضرورة أن ترتبط مع بيع منتج أو

خدمة وعند تقديم الخدمة فلا يتطلب الملكية<sup>1</sup>.

## 2. تعريف الخدمة السياحية

تعرف الخدمات السياحية على أنها مجموعة من الأعمال والنشاطات التي توفر للسياح الراحة والتسهيلات عند شراء واستهلاك المنتجات السياحية خلال وقت سفرهم أو إقامتهم في المرافق السياحية بعيدا عن مكان سكنهم الأصلي<sup>2</sup>.

ومنه صناعة السياحة بما تقدمه من خدمات سياحية لا تشمل الأطعمة والمشروبات المقدمة إلى الضيف فقط وإنما تشمل جميع الخدمات التي تقدم للسائح ضد وصوله إلى البلد أو المكان المقصود إلى حين عودته إلى موطنه الأصلي، وإلى مكان إقامته وعلى هذا الأساس فإن ضيافة الضيف أو الزبون لا تقتصر على الإقامة في الفندق وحصوله على الطعام والشراب بل تعني الكثير من ذلك وهي :

- خدمات الإقامة والإسكان (الفنادق، المصايف، المخيمات، البيوت العائلية، بيوت الشباب، القرى السياحية)
- خدمات الأطعمة والمشروبات (مطاعم الفنادق، المطاعم المنفردة، المشارب النوادي، الجمعيات)
- خدمات النقل (درجات خاصة بالفنادق، البواخر للفنادق، حافلات الفنادق، قطارات الفنادق، سيارات الفنادق، الطائرات)
- خدمات المجانية
- خدمات التسلية والترفيه، خدمات تجارية من طباعة والهاتف وخدمات خاصة بالمؤتمرات العلمية والسياسية والاقتصادية، خدمات رياضية وفنية، خدمات ثقافية من إذاعة تلفزيون، جرائد، مجلات، خدمات صحية، خدمات مصرفية، خدمات أخرى من جوازات السفر، الجمارك، الأمن..... الخ)
- كما يمكن القول أن الخدمات السياحية مزيج من العناصر المادية والمعنوية التي تهتم بتقديم المكونات الأساسية للعرض السياحي لغرض إشباع حاجات ورغبات المستهلك في الميدان السياحي بمساهمة مجموعة من العناصر: النقل، الإطعام، الأنشطة الثقافية الأمن..... الخ.

من هنا نستنتج تعريف آخر للخدمات السياحية بأنها:

عبارة عن مجموعة الأنشطة أو الأعمال الغير الملموسة بطبيعتها التي تحقق الرضا والإشباع لاحتياجات السائح ورغباته عند شرائه للسلعة السياحية أو استهلاكه للخدمة وقت سفره أو إقامته في أماكن القصد السياحي بعيدا عن مكان سكنه الأصلي محققة مردودا لمن يقدمها.

### المطلب الثاني: مكونات النشاط السياحي

تتكون صناعة السياحة من مجموعة من العناصر بالرغم من تعددها وتشعبها إلا أنها تكون فيما بينها وحدة واحدة تتميز بالتجانس ومن أهم هذه العناصر نجد:



## الفرع الخامس: البيع السياحي (السلع السياحية)

دخل هذا النشاط ضمن الأنشطة المرتبطة بالعمل السياحي لما له من تأثير واضح على حجم ومعدلات الإنفاق السياحي، حيث يزداد إقبال السائحين على شراء العاديات (كالتذكارات السياحية، السلع والهدايا)<sup>8</sup>.

## الفرع السادس: النقل السياحي

يعتبر النقل السياحي أحد العناصر الأساسية للخدمات والتسهيلات السياحية في أي دولة، حيث الارتباط وثيق بين صناعة النقل وصناعة السياحة، حيث تطورت السياحة في العالم تطورا كبيرا نتيجة للتطور الذي طرأ على صناعة النقل.

وبالإضافة إلى المكونات الأساسية للنشاط السياحي هناك خدمات مساعدة منها:

- خدمة المعلومات السياحية وتقدم هذه الخدمات بعض الفنادق الكبرى ومكاتب الاستعلامات السياحية الرسمية والخاصة مثل مكتب وزارة السياحة.
- خدمة الاتصالات وتقدم هذه الخدمة مكاتب حكومية تابعة للدولة بالإضافة إلى المكاتب الخاصة والفنادق.
- بالإضافة إلى خدمة الإعاشة التي تقدمها وسائل الإقامة المختلفة بالإضافة إلى المطاعم والملاهي والكافيتريات والمحلات العامة<sup>9</sup>.

## المطلب الثالث: تطوير الخدمات السياحية

لتطوير الخدمات السياحية وتحسين مستواها في أي دولة سياحية يمكن الاعتماد على مدخلين أساسيين هما:

**أولاً:** إدخال تحسينات وتعديلات جوهرية على الخدمات السياحية الموجودة، وذلك بتطوير بعض هذه الخدمات بما يتلاءم مع احتياجات ورغبات السائحين وبما هو مستخدم في الدول السياحية المتقدمة.

**ثانياً:** استحداث خدمات سياحية جديدة لم تكن موجودة من قبل بالمنتج السياحي بما يحقق منفعة جديدة للسائح مما يعمل على زيادة حجم الطلب السياحي المتوقع.

وأيضا مد الخدمات إلى قطاعات جديدة وأسواق سياحية جديدة لم يسبق التعامل معها من قبل وإضافة خدمة سياحية مكمل للخدمة القائمة فعلا<sup>10</sup>.

## الفرع الأول: عوامل نجاح الخدمة السياحية

يتوقف نجاح الخدمة السياحية وتفوقها على بعض العوامل ومن أهمها:

### 1. مدى تميز الخدمة

يقصد بتميز الخدمة السياحية في أي دولة هو مقدار ما تتصف به هذه الخدمة من مزايا غير موجودة في خدمات الدول السياحية المنافسة، بمعنى أن يكون للخدمة أسلوب معين أو شكل خاص أو مستوى جودة مرتفع لا يتوافر في الخدمات المناظرة بالدول المنافسة لذلك فإن تمييز الخدمة يعتبر من عوامل الجذب السياحي التي تعتمد عليها بعض الدولة السياحية.

## 2. طبيعة الخدمة السياحية

كلما اتصفت الخدمة السياحية بالسهولة والتيسير في تقديمها بعيدا عن التعقيد والصعوبة كلما كان أكثر فائدة وجذبا للسائحين، لأن السائح يبحث دائما عن الراحة والهدوء والاستقرار وها لا يتحقق في ظل الخدمات السياحية التي تتصف بكثرة الإجراءات والتعقيدات التي نراها ونسمع عنها كثيرا في مختلف مراحل العمل السياحي مثل الإجراءات الطويلة التي تتبعها بعض الشركات في إجراء التعاقدات على برامج سياحية هذا بالإضافة إلى صعوبة الحصول على خدمات الاستعلام وخدمة التنقلات الداخلية بين المناطق السياحية المختلفة.<sup>11</sup>

## 3. أسلوب تقديم الخدمة السياحية

يهتم السائحون عادة بالأسلوب الذي يتم به تقديم الخدمات السياحية بجانب اهتمامهم بمستوى جودتها ومقدار ما تحققه لهم من خدمات ومنافع توفر لهم إشباعا حاجاتهم المختلفة، فالخدمة السياحية سواء كانت في مجال الاتصالات أو النقل أو الإقامة، إلى غير ذلك يجب أن تقدم للسائح بصورة تليق بمكانة الدولة السياحية وتتفق مع القواعد والبروتوكولات التي تنظم العمل السياحي بمختلف مجالاته.

## 4. وضوح الخدمة السياحية

يعتبر وضوح الخدمة السياحية من أهم العوامل الهامة المؤثرة في نجاح الخدمة السياحية، لذلك فإن الخدمات السياحية التي تقدمها الدولة للسائحين يجب أن تكون واضحة ومعروفة لديهم من حيث أماكن تواجدهم وأنواعها وأسعارها وما إلى ذلك من بيانات هامة تم السائحين مثل خدمة الاتصالات وكذلك باقي الخدمات السياحية الأخرى.

فكلما زادت معلومات السائحين عن الخدمات المقدمة لهم ومعرفتهم بمزاياها وأسعارها وشروط الاستفادة منها كلما زاد تقبلهم لها وإقبالهم عليها.

## 5. رفع مستوى الخدمة

يرتبط الطلب السياحي دائما بمستوى الخدمة السياحية التي تقدمها الدول المختلفة للسائحين القادمين إليها، بحيث يمكن الاعتماد على هذه الخدمة السياحية المتميزة كعنصر رئيسي من عناصر الجذب السياحي، أما إذا كانت هذه الخدمات ليست على المستوى المطلوب والملائم لشرائح السائحين المختلفة أثر ذلك على حجم الطلب السياحي المستهدف من الأسواق الأخرى.

## 6. مناسبة أسعار الخدمة

تعتبر الخدمة السياحية الجيدة بالسعر المناسب جوهر العمل السياحي الناجح لأن السائح دائما بعيد النظر ذو حساسية شديدة للخدمات التي تقدم له في مناطق الزيارة، ويبحث عن الأفضل بأنسب الأسعار، لذلك فإن الخدمات السياحية التي تتصف باقي والتطور مع التسعير المناسب لها دور في زيادة الطلب السياحي.

## الفرع الثاني: كيفية رفع مستوى جودة الخدمات السياحية<sup>12</sup>

### 1. أهمية رقابة الجودة

كانت أجهزة السياحة القومية وموردو الخدمات السياحية إلى عهد قريب لا يعنون تماما بأهمية رقابة الجودة في المنتجات والخدمات السياحية، وكانوا يعتقدون بأن هذه الرقابة هي نوع من التفتيش، ولهذا كانت رقابة الجودة تختلط في أذهانهم بتسوية شكاوي العملاء، وظل هكذا حتى ظهرت في الولايات المتحدة الأمريكية، وفي الدول الأوروبية الغربية تشريعات حماية المستهلكين، فبدأت رقابة الجودة تأخذ حقها كوظيفة ضرورية في النشاط الاقتصادي، وأصبحت رقابة الجودة خاصية لازمة من خصائص انتظام الخدمة السياحية وضمانا من ضمانات إشباعها لرغبات السائحين وتحقيق رضاهم.

### 2. ضمان الجودة

يمكن تعريف الجودة بأنها ارتفاع الخدمة السياحية إلى المستوى المتوقع من السائحين ويجب النظر إلى الجودة على أنها رضا العملاء والعاملين معا وهي السبيل المؤكد لرفع الإنتاجية وزيادة الدخل في المنشآت السياحية بوجه عام. ومما يجب تأكيده أن هناك جودة تتفق مع كل سعر ومع كل مستوى استهلاكي وعلى ذلك فالجودة يمكن أن تتوفر في المنتجات والخدمات في المستوى الأدنى كالفنادق متوسطة الدرجة والمطاعم والكافيتريات المعقولة السعر، وعلى ذلك يجب أن يتوخى الفندقيون ومديرو ومنظمة الرحلات توفير الجودة كهدف وأن يلتزم العاملون في هذه المنشآت بتحقيق مستويات الجودة التي يتوقعها السائحون.

وهذا المبدأ يعبر عنه بضمان الجودة عند كل مستوى من مستويات العمل السياحي وهو مبدأ يتأسس على العمل الجماعي وعلى مدى الاستعداد للمساهمة بالأفكار، والأعمال التي تؤدي إلى تحسين ورفع مستوى الخدمة.

**المطلب الرابع: الإجراءات التي يجب اتخاذها لرفع كفاءة الخدمات السياحية لتحقيق رضا الأفراد**

سوف تناول منها:

### الفرع الأول: حسن الضيافة

يتعين أن يندرج مبدأ حسن الضيافة في السياسة السياحية للدولة، وأن تنظم تسهيلات الضيافة وحسن الاستقبال بشكل يجعلها عنصرا متميزا من عناصر خطط وبرامج التنمية السياحية واستراتيجيات التسويق والحملات التنشيطية وجزء لا يتجزأ من وسائل الإعلام والاتصال بالأسواق ومن برامج التدريب السياحي. وطالما أن الضيافة هي إحساس واتجاه وسلوك فإنه يمكن التفكير في مبادئ معينة تتبناها الدول السياحية على المستويين القومي والإقليمي:

- إعطاء كم أوفر من المعلومات عن العرض السياحي القومي والإقليمي للأسواق السياحية المختلفة مع معلومات واضحة عن مستوى كفاءة وجودة الخدمات والأسعار، وعرض صورة سياحية جذابة لدولة المقصد السياحي بأقاليمها المختلفة.
- محاولة الحفاظ على الطابع الأصيل لكل إقليم أو منطقة سياحية داخل الدولة مع التركيز على إبراز هذا الطابع في الحملات التنشيطية.

- الترحيب بالسائحين عند مداخل الدولة وكل إقليم أو منطقة سياحية فيها عن طريق اللافتات الإرشادية والترحيبية ومكاتب الاستعلامات السياحية وتقديم مشروبات الضيافة في المطارات والموانئ، ومداخل الأقاليم والمناطق والمدن المختلفة وداخل الفنادق وفي مختلف مناطق الجذب السياحي.
- الاهتمام بالشكاوى التي يقدمها السائحون بمعالجة أسباب الشكاوى والرد على مقدميها بسرعة.
- إقامة مكاتب استعلامات سياحية بالمناطق الإستراتيجية السياحية تزود بمضيفين ومضيفات يتقنون عدة لغات.
- تسهيل مزاولة الرياضات المختلفة للسائحين في النوادي الرياضية المختلفة والفنادق والقرى السياحية..... الخ.
- تزويد الطرق المختلفة بلافتات كافية وفقا للتصميم الدولي المتفق عليه.
- تطبيق سياسات متهاونة للسائحين فيما يختص بمخالفات المرور وما يجري على منوالها.

### الفرع الثاني: الخدمات الفندقية وخدمات الأغذية والمشروبات:

- نظرا لاختلاف أماكن الإقامة السياحية وأماكن خدمة الأغذية والمشروبات جنسا ونوعا ودرجة وحجما وموقعا، فإنه يصعب فن لم يكن يستحيل وضع قائمة لحصر كل الإجراءات اللازمة لتحسين مستوى الخدمات الفندقية وخدمات الطعام والشراب، والتي تساهم بطريق مباشر أو غير مباشر في تحقيق رضاء السائحين، على أنه يمكن القول إجمالاً أنه إلى جانب نظم تصنيف الفنادق وأماكن الإقامة التكميلية يمكن اتخاذ الخطوات التالية:
- ضرورة تجانس واتساق المباني مع طبيعة الموقع والبيئة من الناحيتين المعمارية والإنشائية وأن تتوافق مع الجوانب الاجتماعية والحضارية للمجتمع.
  - تقييم أماكن الإقامة السياحية من حيث اتساقها مع التطورات الحديثة في احتياجات ورغبات السائحين التي تزداد عمقا وتنوعا وتنمو بصفة مستمرة بسبب اشتراك شرائح وقطاعات اجتماعية أكبر من السكان في النشاط السياحي.
  - الاستجابة إلى الحاجات المحددة لكل شريحة من شرائح السائحين مثل الشباب والعائلات وكبار السن ومحبي الرياضات المختلفة وسائحي الحوافز.... الخ.
  - تحسين مستوى المعلومات المتاحة عن تسويق الخدمات الفندقية وتوزيعها عن طريق قنوات التوزيع المختلفة مع شرح أسباب وحجم العمولات المطلوبة.
  - تحسين مستويات الربح في الفنادق عن طريق سياسات التسعير الفعالة مع التأكيد على المنافسة تنمية التعاون بين الشريفة ومع إطالة المواسم لرفع نسب الأشغال.
  - تنمية التعاون بين مديري الفنادق للاستفادة من الوسائل الجديدة لزيادة الإنتاجية تتطلب وحدات كبيرة تتجاوز إمكانية الفندق الواحد (كالمغسلة والأنظمة الالكترونية للحجز المركزي وإدارة المشتريات المشتركة).
  - تدريب مسؤولي المنشآت الفندقية على طرق الإدارة الحديثة ورقابة الجودة

- الحيلولة دون أن تصبح الخدمات آلية (غير شخصية) نتيجة سيطرة مبدأ الكم على مبدأ الكيف وسيادة ما هو وظيفي على ما هو أنساني، والتطور التكنولوجي نحو الآلية.

### لفرع الثالث: خدمات النقل

إن تحسين خدمات النقل السياحي يتطلب أكثر من السرعة والأمان والتكلفة المناسبة والانضباط في المواعيد، أن كثيرا من السائحين يتضررون من أمور تفصيلية مثل عدم تأكدهم مما إذا كان عليهم أن يدفعوا رسم المغادرة أم لا ولا تتظارهم مدة طويلة في محطات السكك الحديدية أو بالمطارات عند الوصول إلى المقصد السياحي. وعلى سبيل المثال فإن الخطوات التي يجب إتباعها هي:

- تفادي فوضى أسعار الصرف بزيادتها دون إخبار مسبق وترك فترة كافية قبل نفاذ الأسعار الجديدة (سنة مثلا).
- يجب تزويد السائحين بمعلومات كاملة عن خدمات النقل.
- وضع اللافتات الإرشادية الكافية في المطارات وفي محطات السكك الحديدية والموانئ وعلى الطرق مع تحسين مستوى الراحة والنظافة في تلك الأماكن وفي وسائل النقل المختلفة.
- تسهيل الانتقال من وسيلة نقل إلى أخرى وبوجه خاص في وسط المدينة كالترامواي وسيارات الأجرة 24/24 ساعة.
- رفع مستوى خدمات الطعام في الطائرات والقطارات وفي مطاعم وكافيتريات محطات السكك الحديدية وفي المطارات.

### الفرع الرابع: خدمات شركات السياحة ومنظمي برامج الرحلات الشاملة

مع تعدد واختلاف أنماط السياحة في الوقت الحاضر، ومن المقترحات التي يمكن تنفيذها لرفع مستوى هذه الخدمات ما يلي:

- تقديم المعلومات الكافية والصادقة للسائحين عن البرامج السياحية المختلفة بمختلف مكوناتها
- القيام بدور مستشارين للسفر والسياحة إلى جانب دورهم كموزعي خدمات سياحية مع تدريب العاملين على هاتين الصفتين.
- الاهتمام بتأكيد الحجوزات طبقا للبرامج والإسراع في تنفيذ الخدمات قبل مواعيد السفر بمدة كافية .
- ممارسة الرقابة على جودة الخدمات الموعد بها والمقدرة.
- تحسين العلاقات ودعم الثقة بين وكالات السفر والسياحة وموردي الخدمات السياحية.
- زيادة عدد رحلات دراسة المقاصد السياحية المختلفة للحصول على معلومات كاملة وحقيقة عنها لإفادة عملائهم بتشخيص أدق للمنتجات السياحية المتخلفة.
- تنوع أسعار الخدمات تبعا لاختلاف البرامج مستوى ومدة ومكانا مع التأكد من أن تكون أسعار البيع متناسبة مع مستوى الخدمات المتخلفة المقدمة.

## المبحث الثاني: أهمية السياحة

تعتبر صناعة السياحة من أكبر الصناعات في العالم إذ تساهم في دعم الاقتصاد الوطني، حيث ينفق المستهلكون في الدول المتطورة على السفر والسياحة أكثر مما ينفقون على السلع والموارد الأخرى واعتبرها المحللون الاقتصاديون قطاعاً هاماً في الاقتصاد العالمي لما لها من انعكاسات في الجوانب الاقتصادية والاجتماعية وحتى الثقافية.

### الفرع الأول: الأهمية الاقتصادية

#### (1) تدفق الموارد المالية

تساهم السياحة بدرجة كبيرة ولمموسة في توفر جزء من النقد الأجنبي اللازم لتنفيذ مشاريع وخطط الدول، خصوصاً وأن أغلب الدول السائرة في طريق النمو تعاني من نقص في رصيد العملة الصعبة خارج قطاع المحروقات واللازمة لإنشاء الاستثمارات الاقتصادية الواجبة، ويمكن تلخيص هذه التدفقات<sup>13</sup>:

- مساهمة رؤوس الأموال الأجنبية في إنشاء الاستثمارات الخاصة بقطاع السياحة، كبناء الفنادق والمطاعم.
- المدفوعات السياحية التي تحصل عليها الدولة مقابل منح تأشيرات الدخول للبلاد
- الإنفاق اليومي للسائحين مقابل الخدمات السياحية الأساسية والتكميلية بالإضافة إلى الإنفاق على الطلب على السلع الإنتاجية والخدمات لقطاعات أخرى.
- الفروق في تحويل العملات.
- الإيرادات الأخرى للفنادق من السائحين.

#### (2) تحسين ميزان المدفوعات

في هذا الإطار يتم تحسين ميزان المدفوعات من خلال تدفق رؤوس الأموال الأجنبية للاستثمار في المشاريع السياحية وكذلك من خلال الاستخدامات الجيدة للموارد الطبيعية وما تستحقه من موارد نتيجة إيجاد علاقات اقتصادية بينها وبين القطاعات الأخرى في الدولة، مترامناً مع ما تحصل عليه الدولة من منافع اقتصادية المتمثلة في الإيرادات المتحققة من العملات الصعبة الناجمة عن الطلب السياحي للسياحة الخارجية كذلك الداخلية مما يساهم في زيادة الناتج الوطني للدولة والمساهمة في عملية البناء الاقتصادي<sup>14</sup>.

#### (3) تنمية المهارات الإدارية وخلق طبقة جديدة من المديرين

إن وجود الشركات الأجنبية في مجال السياحة يمكن أن يؤدي إلى تطوير وتحسين أنظمة وفنون الإدارة في هذا القطاع، وتبرز أهمية هذا في كون السياحة تعد كوسيلة وأسلوب لنقل التقنيات التكنولوجية في مجال إدارة الفنادق أي العقود الإدارية كما هو مطبق بالنسبة لسلسلة فنادق هيلتون في جميع أنحاء العالم<sup>15</sup>.

### الفرع الثاني: الأهمية الاجتماعية

#### (1) توفير فرص العمل وحل مشكلة البطالة

باعتبار السياحة قطاع متعدد ومتشعب النشاطات والفروع، ولها علاقات عديدة مع القطاعات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية الأخرى، فهي بطريقة مباشرة أو غير مباشرة تساهم في خلق العديد من مناصب الشغل والعمل

بالمنطقة التي تنشأ المرافق أو المركبات السياحية "الفنادق مثلاً" أو المرافق المكلمة لها لأنه بمجرد إنشاء فندق سياحي مثلاً به مقهى ومطعم ينجز عن ذلك فتح العديد من مناصب العمل الدائمة وبالتالي التخلص من مشكلة البطالة وانعكاساتها السلبية على المجتمع<sup>16</sup>.

## (2) تحسين مستوى معيشة السكان

تنشأ عن الن<sup>17</sup> شاط السياحة انعكاسات على المواطنين سواء كان ذلك على مستوى معيشتهم أو على مستواهم الثقافي والأخلاقي، فالسياحة كغيرها من الأنشطة الاقتصادية الأخرى تسعى إلى رفع مستوى المعيشة للمجتمعات وتحسين نمط حياتهم وإيجاد تسهيلات ترفيهية وثقافية للمواطنين الوافدين من السياح من جهة أخرى تنشأ نتيجة الاحتكاك بين السكان المحليين والسياح بمختلف جنسياتهم ودياناتهم صلات وعلاقات تكون لها آثار إيجابية من حيث معرفة ثقافة الآخرين، غير أنها قد تكون سلبية أحياناً أخرى عندما تؤدي إلى تدمير الروابط الأسرية في شقيها الاجتماعي والثقافي وقد تؤدي إلى ضعف الوازع الوطني في بعض الأحيان<sup>18</sup>.

## (3) تحقيق الاستقرار الاجتماعي والسياسي

رغم وجود معايير يمكن استخدامها للحكم على مدى استقرار دولة ما سياسياً واجتماعياً إلا أن هناك بعض المؤشرات التي يمكن التنبؤ بدرجة هذا الاستقرار في دولة ما فارتفاع معدل التضخم وانخفاض نصيب الفرد من الدخل الوطني الإجمالي، والبطالة وما ينتج عنها من أفات اجتماعية، كالإجرام وعوامل أخرى، تعتبر عوامل تهدد الاستقرار السياسي والسلام الاجتماعي في الدولة، وبالتالي فإن تطوير وتحديث القطاع السياحي، يساهم بشكل كبير في حل المشكلات السابقة (التضخم، انخفاض نصيب الفرد من الدخل الوطني الإجمالي، البطالة، الإجرام) وبالتالي ضمان الاستقرار الاجتماعي للدولة وتدعيم الثقة بالحكومة، وهو ما يعني تحقيق الاستقرار السياسي<sup>19</sup>.

## الفرع الثالث: الأهمية الثقافية

1. التبادل الثقافي: تعمل السياحة على زيادة معدلات التبادل الثقافي بين السائحين من مختلف الجنسيات وبين شعوب الدول المستقبلية لهم<sup>20</sup>.
2. تنمي لدى المواطنين شعوره بالانتماء إلى وطنه وذلك من خلال تنمية فرص التبادل الثقافي والحضاري بين كل من المجتمع المضيف والزائر.
3. تحقيق عملية التكامل الثقافي والحضاري داخل المجتمع الواحد<sup>21</sup>: عن طريق الخدمات التي تلعب دوراً هاماً في التنشئة الاجتماعية والثقافية والسياسية للسكان الشباب منهم.
4. الاهتمام بالتراث والعادات والتقاليد<sup>22</sup>.
5. والجدول يوضح المقارنة بين التنمية السياحية المستدامة والسياحة التقليدية:

## 6. جدول رقم (1): مقارنة بين التنمية السياحية التقليدية والتنمية السياحية المستدامة :

أوجه الاختلاف	التنمية السياحية التقليدية	التنمية السياحية المستدامة
من حيث الخصائص:	تنمية سريعة	تنمية تتم على مراحل
	قصيرة الأجل	طويلة الأجل
	ليس لها حدود	لها حدود وطاقات إستيعابية معينة
	سياحة الكم	سياحة الكيف
	إدارة عمليات التنمية من الخارج	إدارة عمليات التنمية من الداخل عن طريق السكان المحليين
من حيث الإستراتيجيات:	تخطيط جزئي لقطاعات منفصلة	تخطيط شامل ومتكامل
	التركيز على إنشاء البناءات	مراعاة الشروط البيئية في البناء وتخطيط الأرض
	برامج خطط لمشروعات	برامج خطط لمشروعات مبنية على مفهوم الإستدامة.

المصدر: - محمد إبراهيم عراقي وفاروق عبد النبي عطا الله: التنمية السياحية المستدامة في جمهورية مصر العربية " دراسة تقويمية بالتطبيق على محافظة الإسكندرية" المعهد العالي للسياحة والفنادق والحاسب الآلي - السيوف الإسكندرية، ب ت، ص5.

## الفرع الخامس: مبادئ السياحة المستدامة:

- يجب أن يكون التخطيط لسياحة وتنميتها وإدارتها جزء من استراتيجيات التنمية المستدامة للدولة كما يجب أن يتم تخطيط وإدارة السياحة بشكل متداخل وموحد يتضمن اشتراك وكالات حكومية مختلفة، ومؤسسات خاصة، ومواطنين سواء كانوا مجموعات أو أفراد لتوفير أكبر قدر من المنافع
- يجب أن تتبع هذه الوكالات والمؤسسات والجماعات والأفراد قدر من المنافع
- يجب أن تتبع هذه الوكالات والمؤسسات والجماعات والأفراد المبادئ التي تحترم ثقافة وبيئة واقتصاد المنطقة المضيفة، والطرق التقليدية لحياة المجتمع وسلوكه بما في ذلك الأنماط السياسية
- يجب أن يتم التخطيط وإدارة السياحة بطريقة مستدامة وذلك من أجل الحماية والاستخدامات الاقتصادية المثلى للبيئة الطبيعية البشرية في المنطقة المضيفة.
- يجب أن تهتم السياحة بعدالة توزيع المكاسب بين مروجي السياحة وأفراد المجتمع الضيف والمنطقة
- يجب أن يتم عمل تحليل متداخل للتخطيط البيئي والاجتماعي والاقتصادي قبل المباشرة بأي تنمية سياحية أو أي مشاريع أخرى بحيث يتم الأخذ بمتطلبات البيئة والمجتمع
- يجب أن يتم تنفيذ برنامجا للرقابة والتدقيق والتصحيح أثناء جميع مراحل تنمية وإدارة السياحة، كما يسمح للسكان المحليين وغيرهم من الانتفاع من الفرص المتوفرة والتكيف مع المتغيرات التي ستطرأ على حياتهم

و هو في ذات الوقت عامل رئيسي من عوامل تحقيق رضاء السائحين، وهناك عدة تدابير يمكن اتخاذها لزيادة فعالية الترويج منها مايلي:

- ضرورة إدخال مناطق لسير السائحين على الإقدام داخل المنتجعات السياحية وفي مناطق الزيارات السياحية.
  - التنسيق بين الترويج السياحي وبين النشاطات الاجتماعية والثقافية للمواطنين (المعارض الفنية، الزيارات السياحية)
  - التنسيق بين الترويج السياحي وبين النشاطات الاجتماعية والثقافية للمواطنين (المعارض الفنية والأوبرا والعروض الفلكلورية)
  - تشجيع مديري الفنادق والقرى السياحية وغيرها من أماكن الإقامة السياحية على إنشاء مكاتب للاطلاع وتنظيم الندوات التي يشترك فيها السائحون والزائرون في الموضوعات العامة، وتنظم عروض الأزياء والأمسيات الموسيقية.
  - تنظيم مسابقات للفنادق والقرى السياحية لوسائل الترويج مع تسليم جوائز للسائح الذي لا يتحقق رضاء الكامل إلا بتحقيق أعلي جودة ممكنة لتجربته السياحية من خلال جودة عالية للعرض السياحي بكافة مكوناته تتلاقى مع وتشبع رغبات وتوقعات ودوافع السائحين.
- إن السائحين يتطلعون إزاء المنافسة السياحية الشديدة بين المقاصد السياحية حول العالم إلى الخدمة المتميزة والجودة الأعلى للمنتجات السياحية من خلال إدارة كفاء للعرض السياحي واستقرار سياسي وتخطيط وتصميم يحقق المستوى الجمالي ويحافظ على البيئة، في حدود أسعار تنافسية .
- فالجودة هي معيار الصدق والتميز في عالم اليوم والغد والفوز بمستقبل أفضل لمن يملك الجودة ويحترم السائح، فمن يمتلك الجودة سيمتلك السائح، ولا يستطيع أحد أن يرفع أسعاره إلا إذا كان يتمتع بجودة عالية
- أما عن الجهات المعنية بالسياحة المستدامة :

هناك عدة جهات معنية في مجال السياحة المستدامة، وهي تركز على الأطراف الأساسية المعنية بعملية اتخاذ القرارات المتعلقة بالسياحة المستدامة، أما المفتاح لهذه المبادئ فهو أنه يمكن للسياحة المستدامة أن تظال الاهتمام التجاري للشركات وأن مسؤولية السياحة المستدامة تقع على عاتق القطاع الخاص والقطاع العام.

**خاتمة:**

حتى أوائل القرن العشرين لم تكن السياحة إلا ترفا لكبار الأغنياء ومحبي المغامرات وبعض الباحثين والمولعين بحب الآثار، وكانت تستغرق كل رحلة في أغلب عدد الأشهر الانتقال من مكان لآخر، ونادرا بين القارات، ومع التطور الذي حصل في بداية القرن العشرين، تطورت السياحة وأصبحت في متناول القادرين ومحبي الاطلاع والمعرفة خصوصا بعد الحرب العالمية الثانية لاستقرار الأوضاع الأمنية في العديد من الدول، فصارت بذلك السياحة وسيلة لتحريك الصناعات الأخرى، وجلب العملة الصعبة، ولذلك بدأ الاهتمام بالسياحة كعلم قائم بذاته وصارت السياحة بذلك صناعة شاملة متنوعة، تساهم في تحقيق التنمية الشاملة، وظهرت منظمات محلية وعالمية لدعم السياحة، وخلق

الثقافة السياحية عن طريق ترويج المنتجات السياحية لجلب المستهلكين . أما الخدمات السياحية أصبحت تعرف في الآونة الأخيرة طفرة نوعية في الخدمات المقدمة لها وأصبحت كل الدول بدون إستثناء تعول عليها، وبهذا يمكننا القول بأنها أنشطة تحتل مكانة هامة في اقتصاديات الدول النامية منها والمتطورة وقد عرفت هذه الأنشطة نمواً سريعاً وتوسعا كبيرا نتيجة لحركة عصر المعلومات وتطور تكنولوجيا الاتصال والنقل، إلا أننا نلاحظ تحدي حقيقي يواجه القطاع السياحي والذي يمكن اختصاره في عدم وجود مجال واسع لتطوير الخدمات السياحية، فوجود كل الإمكانيات والمؤهلات السياحية والطبيعية من دون القدرة على توفير الخدمة الملائمة سيؤدي إلى نتيجة حتمية وهي سوء أداء القطاع لذا تسعى العديد من الدول وبشكل مستمر ودائم إلى تطوير الخدمات السياحية بتطبيق خطط واستراتيجيات فعالة للرفع من كفاءتها، لأنه يعتبر كموروث ثقافي يستدعي الأمر الإستثمار فيه. حيث أنه تم تقدير هذه النسبة بحوالي 10-15% من إجمالي الإنفاق السياحي العالمي (WTTC 1992)، وقد أظهرت نشرة الرؤية السياحية لعام 2020 الصادرة عن منظمة السياحة الدولية أن السياحة البيئية أسرع قطاعات سوق السفر نمواً، وهذا النمو مرتبط بتزايد الوعي العالمي بالشؤون البيئية، ووفقاً لتقديرات منظمة السياحة الدولية فقد قام حوالي 30 مليون سائح دولي (أو ما يعادل 5% من تعداد السياح) برحلات سياحة بيئية في العام 1998 (منظمة السياحة الدولية 1999)، فضلاً عن أنواع القطاعات السياحية المختلفة يجب أن تعطى أولوية من حيث الإهتمام في هذا المجال وصبها في مخططات التنمية المستدامة.

### التوصيات والإقتراحات:

- من بين التوصيات التي نطمح أن تطبق وهو العمل على إيجاد خلية تقارب سياحية في المناطق السياحية
- العمل على وجود الشرطة السياحية مثل ما هو موجود في بعض الدول ومن بينها الأردن.
- ترقية السياحة الصناعية في ظل أبعاد الإقتصاد الرقمي.
- العمل على فتح تخصص على مستوى العلوم الإجتماعية يحمل إسم علم الإجتماع السياحي.
- تشجيع المبادرات التي تعمل على الرفع من مستوى التنمية السياحية بعروض جاذبة إلكترونية للإستقطاب السياحي والتعريف بالأماكن السياحية والإستثمار فيها.
- توفير المزيد من الأمن والحفاظ على البيئة بما تحمله من ممتلكات وترميم كل المنشآت الأثرية دون الإخلال بعمرانها القديم والمحافظة على نظافة المحيط وزيادة المساحات الخضراء من أجل الجذب السياحي داخل المدن.

### الهوامش:

- 1: سليم محمد فينفر، علاء حسين السراي، صناعة الفنادق، دار جرير للنشر و التوزيع، ط1، ص61.
- 2: مروان السكر، مختارات من الاقتصاد السياحي، دار مجد لاوي، ط1، الأردن، ص39.
- 3: ماهر عبد الخالق السيسي، مبادئ السياحة، مجموعة النيل العربية، القاهرة، الطبعة1، ص 140.
- 4: خالد مقابلة، فن الدلالة السياحية، الأردن، 2000/1999، ص 27.
- 5: ماهر عبد الخالق السيسي، مرجع سابق ذكره، ص141.
- 6: ماهر عبد الخالق السيسي، مرجع سابق ذكره، ص144.
- 7: ماهر عبد الخالق السيسي، مرجع سابق ذكره، ص146-147.

- 8: ماهر عبد الخالق السيسى، مرجع سابق ذكره، ص 148.
- 9: ماهر عبد الخالق السيسى، مرجع سابق ذكره، ص 155.
- 10: د. صبري عبد السميع، نظرية السياحة، كلية السياحة و الفنادق، جامعة حلوان، 1996، ص ص 177- 179.
- ماهر عبد الخالق السيسى، مرجع سابق ذكره. 11 ص 156-158
- 12: صلاح عبد الوهاب، بحث في رفع مستوى كفاءة صناعة السياحة وتحقيق رضا السائحين بخدمتها، سبتمبر 1990، ندوة بمناسبة الاحتفال بيوم السياحة العالمي نظمتها الجمعية المصرية لخبراء السياحة العلميين.
- 13: أحمد ماهر عبد السلام أبو قحف، تنظيم وإدارة المنشأة السياحية و الفندقية، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية 1999، ص 18.
- 14: فلاق علي، التنمية السياحية وأثرها على التنمية الاقتصادية المتكاملة في الوطن العربي، مجلة الجورة و الدراسات العلمية، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة المدية، العدد 6، مارس 2012، ص ص 63-64.
- 15: فلاق علي، مرجع سابق ذكره، ص 74.
- 16: فلاق علي، مرجع سابق ذكره، ص 75.
- 17
- 18: صليحة عشى، الأداء و الأثر الاقتصادي و الاجتماعي للسياحة في الجزائر و تونس و المغرب، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية، باتنة، 2011/2010، ص 257.
- 19: برنجي أمين، الخدمات السياحية وأثرها على سلوك المستهلك، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة بومرداس 2009/2008 ص 56.
- 20: زكي خليل المساعد، تسويق الخدمات و تطبيقاته، بدون طبعة، دار المناهج للنشر و التوزيع، عمان، 2003، ص 214.
- 21: علي موفق، مرجع سبق ذكره، ص 11.
- 22: سلمى جنوب، مذكرة لنيل شهادة ماستر، دور الجهود التسويقية في تنشيط السياحة البيئية لتحقيق تنمية سياحية مستدامة، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية، جامعة جيجيل، 2011/2010.