واقع التنمية السياحية المستدامة في إستراتجية التنمية السياحية بتركيا

The reality of sustainable tourism development in the tourism development strategy in Turkey

أميرة بولحبال [1*]، سميرة عروسي [2]

[1] جامعة الجزائر3 (الجزائر)

[2] جامعة الجزائر3 (الجزائر)

تاريخ الاستلام: 2021/01/16؛ تاريخ القبول: 2021/04/06؛ تاريخ القبول: 2021/06/30

ملخص: يهدف البحث إلى التعرف على تجربة السياحة التركية وتنميتها ومدى الأخذ بالأبعاد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية للتنمية المستدامة. فقد خلصت الدراسة إلى أن صناعة السياحة تعتبر أحد الأنشطة الاقتصادية التي تتمتع بأهمية كبيرة وتعد محركا قويا للتنمية المستدامة، لذلك عملت تركيا دائما على بناء علاقة بين التنمية المستدامة والسياحة، حيث أخذت مجموعة من التدابير وطبقت سياسات وامتيازات تشجيعية لتعزيز النمو في القطاع السياحي وأن الاستراتيجية المعتمدة أعطت أهمية كبيرة للتنمية السياحية المستدامة.

الكلمات المفتاح : صناعة السياحة ؛ التنمية المستدامة ؛ التنمية السياحية ؛ السياحة المستدامة ؛ السياحة التركية

تصنيف JEL : Z32 ؛ Q01 ؛ L83

Abstract: The research aims to identify the Turkish tourism experience and its development and the extent of the introduction of the economic, social and environmental dimensions of sustainable development. The study concluded that the tourism industry is considered one of the economic activities of great importance and a strong engine for sustainable development, so Turkey has always worked to build a relationship between sustainable development and tourism. It has introduced a range of measures and implemented incentive policies and concessions to promote growth in the tourism sector, and the strategy adopted has attached great importance to sustainable tourism development.

Keywords: Tourism industry ; Sustainable development ; Tourism development ; Sustainable tourism ; Turkish tourism

Jel Classification Codes : L83 ; Q01 ; Z32

* المؤلف المرسل: الإيميل: boulahbel.amira@gmail.com .

I- تمهيد :

تحتل السياحة موقعا مهما في اقتصاديات العديد من الدول نظرا لمساهمتها الفعالة في التنمية الاقتصادية، حيث تضاعفت أهميتها مع تزايد دورها الاقتصادي والاجتماعي والبيئي والتكنولوجي، وبرزت كأسرع القطاعات نموا في الاقتصاد العالمي وأصبحت أهم صناعة عالمية، فأصبح موضوع هذا القطاع وتحقيق استدامته الشغل الشاغل للبلدان المهتمة بهذه الصناعة، إذ بدأ الاهتمام بالتنمية السياحية المستدامة منذ ثمانينات العقد الماضي وتواصل العمل وفق هذا المبدأ إلى أن أصبحت السياحة المستدامة وتنميتها منهجا وأسلوبا تقوم عليه العديد من الحكومات والمؤسسات السياحية.

تعد السياحة المستدامة نقطة تلاقي بين احتياجات السياح وسكان المناطق المضيفة، مما يؤدي إلى دعم فرص التطوير المستقبلي، بحيث يتم إدارة جميع الموارد بطريقة توفر الاحتياجات الاقتصادية والاجتماعية والروحية للزائر، مع المحافظة في الوقت ذاته على النمط البيئي والتنوع الحيوي والإرث التاريخي والحضاري وجميع مستلزمات الحياة وأنظمتها بالموقع السياحي .

تعتبر تركيا إحدى الدول التي انصب اهتمامها على هذا القطاع بعد جملة من الإصلاحات الاقتصادية الشاملة وسن القوانين التشجيعية للتوسع في النشاطات السياحية التي نمت بشكل سريع وتنوعت أكثر، وأصبحت تركيا قطبا سياحيا عالميا، وعليه سنحاول من خلال هذه الدراسة الإجابة على الإشكالية التالية:

ما مكانة السياحة المستدامة ضمن إستراتيجية التنمية السياحية في تركيا؟

تقودنا هذه الإشكالية إلى طرح مجموعة من الأسئلة الفرعية المرتبطة بها وهي:

- كيف يمكن تحقيق الاستدامة للسياحة؟

- ماهي مميزات السياحة في تركيا؟

أهمية البحث: تستمدّ الدراسة أهميتها من كونها تتناول موضوع الاستدامة في القطاع السياحي الذي يشكل محورا هاما بالنسبة لمختلف الهيئات والمنظمات الدولية التي تدعو إلى ضرورة التحول إلى السياحة المستدامة كبديل عن السياحة التقليدية، إضافة إلى سعي مختلف الدول والحكومات إلى تجسيد التوصيات والبرامج المقترحة في سبيل تحقيق تنمية سياحية مستدامة، والاستفادة من المزايا التي توفرها على مختلف المستويات الاقتصادية الاجتماعية والبيئية، كما تبرز أهمية الدراسة أيضا في مقدار الاستفادة من التجربة التركية في تحقيق تنميتها السياحية.

أهداف البحث: تهدف هذه الدراسة إلى إبراز فوائد السياحة المستدامة ومدى أهميتها مع دراسة المقومات والإمكانات السياحية الموجودة في تركيا مع إبراز جهود الدولة في محاولة ترقية وتطوير القطاع في ظل مخططات التنمية السياحية ومدى تفعيل دور التنمية السياحية المستدامة فيها، وإمكانية الاستفادة من التجربة التركية كنموذج يحتذي به.

المنهج المتبع: تم الاعتماد على المنهج الإستنباطي من خلال استخدام التوصيف والتحليل الذي يساعدنا على وصف الموضوع محل البحث.

هيكل البحث: سيتم في دراستنا البحثية تناول المحاور التالية:

أولا: السياحة والتنمية المستدامة.

ثانيا: السياحة في تركيا.

ثالثا: التنمية السياحية المستدامة في تركيا.

II - السياحة والتنمية المستدامة:

تعد السياحة من أهم الصناعات في العالم لما تحققه من مردود اقتصادي، مما جعلها تشكل قوة اقتصادية مهمة للعديد من الدول وأصبح الشغل الشاغل لهذه الدول والعالم كله هو كيفية المحافظة على هذا المورد المهم فكان الحل هو تطبيق مبدأ التنمية، فالتنمية السياحية المستدامة هي المحور الأساسي في إعادة التقويم لدور السياحة في المجتمع، لهذا سنتعرف عليها في هذا المحور:

1. مفهوم التنمية السياحية المستدامة ومبادئها:

أ) مفهومها: يمكن تقسيم المفهوم إلى شقين التنمية السياحية والتنمية السياحية المستدامة:

◄ **التنمية السياحية:** تمثل مختلف البرامج التي تسعى إلى تحقيق الزيادة المستقرة والمتوازنة في الموارد السياحية، وتعميق وترشيد إنتاجية القطاع السياحي. وبالتالي فهي تنطوي على الارتقاء والتوسع بالخدمات السياحية واحتياجاتها، الأمر الذي يتطلب رسم برامج تخطيط، تستهدف تحقيق أكبر معدل ممكن من النمو السياحي، بأقل تكلفة ممكنة، وفي أقصر زمن متاح. [1]

فالتنمية السياحية تهدف إلى التطوير المستمر والمتوازن في الموارد السياحية من خلال زيادة العرض السياحي العام والخاص داخل أي مجتمع بغرض إشباع الرغبات المتوقعة للسائحين، ورفع معدلات الطلب السياحي الدولي بالإضافة إلى زيادة كفاءة العاملين في المجال من خلال التدريب والتأهيل، وكذلك نشر الثقافة السياحية ونشر الوعي السياحي بين أفراد المجتمع. [2]

◄ **التنمية السياحية المستدامة:** لقد ارتبط مفهوم الاستدامة بالسياحة كما هو الحال بالنسبة للقطاعات الأخرى، فالتنمية السياحية المستدامة تتضمن الاستخدام الأفضل للموارد الطبيعية وتخفيف آثار السياحة على البيئة بمعنى آخر هي التي تلبي احتياجات السياح والمناطق المضيفة بحماية وتعزيز الفرص المتاحة للمستقبل، كما أنها تمثل: جملة القواعد المرشدة في إدارة الموارد، بطريقة تمكن من الوفاء بالاحتياجات الاقتصادية، والاجتماعية، ويتحقق معها الحفاظ على السلامة الثقافية والعمليات الإيكولوجية الأساسية، والتنوع البيولوجي ومقومات الحياة الأساسية. [3]

إن إقامة تنمية سياحية مستدامة أمر يترتب عليه الحفاظ على تنوع الأنظمة البيئية الموجودة، لأنها تمثل غالبا القاعدة الأساسية التي يقوم عليها هذا النشاط. وعلى هذا النحو، فهي تمثل عملية تغيير، يكون فيها استغلال الموارد، واتجاه الاستثمارات، ووجهة التطور التكنولوجي، والتغير المؤسساتي أيضا في حالة انسجام، وتعمل على تعزيز إمكانية ربط الحاضر، والمستقبل لتلبية الحاجات الأساسية للسياح. [4]

ب) مبادئها: تتمثل مبادئ التنمية السياحية المستدامة في النقاط التالية :[5]

- خلق فرص جديدة للإستثمار وبالتالي خلق فرص عمل جديدة وتنوع الاقتصاد، وزيادة الدخل الوطني، وتحسين البنى التحتية والخدمات العامة في المجتمعات المضيفة، وتلبية الاحتياجات الأساسية للعنصر البشري والارتقاء بالمستويات المعيشية، والإستخدام الفعال للأرض وتخطيط المساحات الأرضية بما يتناسب مع البيئة المحيطة.

- مشاركة المجتمعات المحلية في اتخاذ قرارات التنمية السياحية وبالتالي خلق تنمية سياحية مبنية على المجتمع، والارتقاء بمستوى تسهيلات الترفيه وإتاحتها للسياح والسكان المحليين على حد سواء، والاهتمام بتأثير السياحة على المنظومة الثقافية للمقاصد السياحية.

- حماية البيئة والاهتمام بالموارد الطبيعية والموروثات الثقافية للمجتمعات، والإرتقاء بالوعي البيئي والقضايا البيئية لدى السياح والعاملين والمجتمعات المحلية، وإيجاد معايير للمحاسبة البيئية والرقابة على التأثيرات السلبية على السياحة، وتحقيق العدالة بين أفراد الجيل الواحد وبين الأجيال المختلفة من حيث الحق في الإستفادة من الموارد الاقتصادية والبيئية.

2. تخطيط وتنمية السياحة المستدامة:

يمكن لتنمية السياحة المستدامة أن تلبي الحاجات الاقتصادية والاجتماعية والجمالية في حين تحافظ على التكامل الثقافي والعمليات البيئية. يمكنها أن تؤمن قوت ضيوف ومضيفي اليوم بينما تحافظ على هذه الفرصة نفسها بالنسبة إلى الأجيال المستقبلية. إلا أن تنمية السياحة المستدامة يتطلب أيضا خيارات سياسية صعبة ترتكز على مساومات اجتماعية واقتصادية وبيئية معقدة .كما تتطلب رؤية تشمل سياق زمني ومكاني أوسع من السياق التقليدي المستعمل في التخطيط واتخاذ القرارات.

يمكن للمخطط المحلي أن يستعمل المبادئ التالية كإرشادات أساسية عند محاولته إدخال هذه الرؤية الأوسع في الممارسات والسياسات المحلية:

- تخطيط السياحة وتنميتها على أن تكون جزءا من استراتيجيات الحفاظ على البيئة أو التنمية المستدامة في المنطقة بحيث تجمع ما بين القطاعات وأن تكون متكاملة مشركة مختلف الوكالات الحكومية والشركات الخاصة ومجموعات المواطنين والأفراد فتؤمن بذلك أكبر كمية ممكنة من الفوائد.

- التخطيط للسياحة وإدارتها بشكل مستدام مع إبلاء أهمية لحماية البيئة البشرية والطبيعية في المنطقة المضيفة واستعمالهما استعمالا ملائما اقتصاديا.

- القيام بتحليل التخطيط البيئي والاجتماعي والاقتصادي المتكامل قبل الشروع بمشاريع أساسية مع النظر عن كثب في الأنواع المختلفة لتنمية السياحة وفي سبل ربطها بالاستعمالات الحالية وطرق العيش والاعتبارات البيئية.

- تشجيع السكان المحليين على لعب دور القيادة في التخطيط والتنمية بمساعدة المصالح الحكومية والتجارية والمالية ومصالح أخرى ويجب أن يطالبوا بلعب هذا الدور.

- توفير المعلومات الجيدة والأبحاث والتواصل حول طبيعة السياحة وآثارها على البيئة البشرية والثقافية وذلك قبل التنمية وخلالها لاسيما بالنسبة إلى السكان المحليين كي يتمكنوا من المشاركة والتأثير، إلى أقصى حد، في الاتجاه الذي تتخذه التنمية وآثارها على المصلحة الفردية والعامة.

- خلال كل مراحل تنمية السياحة والعمليات السياحية يجب الاعتماد على التقييم المدروس والمراقبة وبرامج التواصل للسماح للسكان المحليين وغيرهم من الاستفادة من الفرص أو التعامل مع التغيرات. [6]

3. تحقيق الاستدامة للسياحة:

تحقيق الاستدامة للسياحة يتطلب إدارة التأثيرات البيئية والاقتصادية والاجتماعية ويكون ذلك بوضع المؤشرات البيئية الخاصة بالموقع ودعم النوعية والجودة للمنتج السياحي وفق متطلبات الأسواق السياحية، وتضمينها في عملية التخطيط والتنفيذ والإدارة، وبهذا يتم الإقلال من التأثيرات السلبية المحتملة للسياحة، على أن تتم المراقبة المستمرة والمعالجة الفورية للمشاكل التي تنشأ والتأكد من المحافظة على مستويات الاستدامة للسياحة .

▪ **إدارة التأثيرات البيئية**: الهدف من دراسة العلاقة بين السياحة والبيئة هو أن تكون السياحة وسيلة للحفاظ على نقاء البيئة وتحسينها، فالموارد السياحية هي مكونات البيئة في المنطقة، ولكن التنمية السياحية التي يتم التخطيط لها قد تشكل أحيانا مجالا لحدوث بعض القضايا البيئية في المنطقة، من خلال الاستخدامات العشوائية للأرض، أو نظم تصريف المخلفات أو تصرفات السياح، وتلك التأثيرات السلبية تشمل السكان المحليين والمستوى السياحي. فإذا تم التخطيط السليم والجيد للسياحة وطبقت قواعد الاستدامة، فإن النتائج الإيجابية التي يمكن تحقيقها تفضي إلى ما يلي:

- تساعد وتمول الحفاظ على الموارد الطبيعية وعلى البيئة الصالحة للحياة البرية والبحرية باعتبارها مشوقات مطلوبة من السياح.
- تساعد وتمول الحفاظ على المراكز الأثرية والمواقع التاريخية لأنها مقصد لشرائح مهمة من السياح.
- تساعد على تحسين نوعية ومستويات البيئة، لأن نظافة ونقاء البيئة والبنية التحتية الجيدة من أهم شروط البيئة السياحية.
- تنشر الوعي البيئي لدى السكان المحليين عندما يرون حرص السياح على البيئة واهتمامهم بها وتمسكهم بالسلوك الصحيح تجاه التعليمات البيئية.

أما عندما لا يتم تخطيط السياحة أو لا تدار بشكل مناسب في المنطقة أو تترك السياحة للتطور العشوائي، فإن عدة تأثيرات سلبية يمكن أن تحدث وأبرزها التلوث بكافة أشكاله، وتشويه المعالم الطبيعية والأثرية.....إلخ

لذا يجب وجود معايير تساهم في وجود علاقة تكامل بين السياحة والبيئة أهما:

- يجب أن تكون الاعتبارات البيئية متمثلة في خطط التنمية وخاصة في مجالات تحقيق نقاء الهواء والماء (للشرب والاستعمال) وحماية التربة والموارد الطبيعية والثقافية ونوعية المحيط البيئي والحياتي للإنسان.

- أهداف اجتذاب السياحة للمنطقة يجب أن تستند إلى طاقة الاستيعاب للمواقع لتحقيق الاستدامة للبيئة وتكاملها مع التنمية الإقليمية والثقافة المحلية وما يناسب استخدامات الأرض.

- القرارات يجب أن تستند إلى معلومات كاملة وواقعية عن أوضاع البيئة والنواحي التي قد تتأثر بها، وأن تشمل تلك القرارات جميع تلك المجالات بعد تقييم دقيق لأية أخطار محتملة مع النمو السياحي المتوقع، والتغييرات المحتملة في تركيب الطلب، كما يمكن أن تتضمن الخطط مواقع بديلة تجهز لتكون وسيلة لاستيعاب الزيادة في طاقة الاستيعاب.

- مقاييس ومعايير بيئية مناسبة لمستويات التخطيط يجب أن تحدد في برامج التنفيذ، وخاصة تلك التي تخص فترة الذروة في الحركة السياحية والأمور التي تتعلق بمعالجة الصرف الصحي وتصريف النفايات والمخلفات ومنع تلوث الصوت وضوابط كثافة المرور.

- يجب وضع وإعلان لائحة تعليمات وضوابط عن حدود التنمية في المناطق الحساسة والهشة، كما يجب وضع تشريعات خاصة لحماية البيئة الحساسة والنادرة، والتي من خصائصها سرعة التأثر بالاستعمال.

- يجب إعلام السياح مسبقا أو عند وصولهم للمنطقة بالتعليمات والضوابط حول استخدامات المنطقة ومواردها، ولماذا عليهم أن يطبقوها، لأن قناعتهم بما ستجعلهم يساهمون في حراستها ومهمة حمايتها، وأحيانا تستدعي الضرورة وضع حراس محليين لمراقبة وقمع المخالفات في بعض المناطق الخاصة، ولمنظمي الرحلات دور هام في المساهمة بإدارة التأثيرات ودعم الاستدامة للسياحة.

▪ **إدارة التأثيرات الثقافية والاقتصادية والاجتماعية**: التأثيرات السلبية والإيجابية للسياحة في المجالات الثقافية والاقتصادية والاجتماعية متلازمة مع التأثيرات البيئية للسياحة، ولهذا فإن المحور في أهداف التنمية هو الإقلال من السلبيات وزيادة الإيجابيات، ويكون ذلك المحور حيويا في المجتمعات التقليدية، ورغم وجود احتمال حدوث بعض السلبيات من السياحة، إلا أن إيجابياتها أوسع. لهذا من الضروري أن يتم تحليل وتوضيح التأثيرات السلبية والإيجابية المحتملة بالنسبة للمنطقة المستهدفة للتنمية بالنسبة للأسواق السياحية الحالية والمستقبلية المخططة.

يمكن ذكر أهم الإيجابيات التي تعكسها السياحة على المنطقة بما يلي:

- تطوير البنية التحتية التي ستخدم المجتمع المحلي، وتطوير الاقتصاد.
- حماية الثقافة والتراث بالمنطقة، من ظواهر فلكلورية، ومهن يدوية وأزياء تقليدية...إلخ
- من خلال التبادل الثقافي بين المواطن والسائح يتم لكل منهما الاطلاع والتعرف على ثقافة الآخر، وهذا يساهم في تقارب الشعوب وازدهار العلاقات الإنسانية والحوار بين الثقافات.

أما السلبيات التي يحتمل أن تعكسها السياحة على المنطقة أو المجتمع ما يلي:

- خروج كل أو جزء من العوائد السياحية من المنطقة بسبب وجود استثمارات ومشاريع يملكها ويديرها ويعمل فيها أشخاص من غير أبناء المنطقة، وقد يثير ذلك استياء السكان.
- قد تؤدي السياحة والتنمية السياحية للمنطقة إلى غلاء أسعار الموارد إذا كانت إمكانيات المنطقة محدودة في مجال توفيرها، والمضاربات في أسعار الأراضي وارتفاعها بالنسبة للمواطن.
- قد يكون استخدام العاملين من أبناء المنطقة في السياحة على حساب العمالة في قطاعات وأنشطة المنطقة التي يترك عمالها ومراكزهم بسبب الأجور الأعلى في السياحة.

ومن أهم الوسائل والإجراءات لتعزيز التأثيرات الإيجابية والإقلال من التأثيرات السلبية ما يلي:

- الحفاظ على الأصالة في الظواهر الفلكلورية والمحلية وتطويرها وتدريب الكوادر اللازمة لعرضها وتقديمها في مجال السياحة.

- تخصيص السكان المحليين بمزايا تشجعهم على استخدام التسهيلات والخدمات السياحية في منطقتهم مثل منحهم أسعار خاصة للخدمات السياحية، ورسوم خاصة لاستخدام الموارد السياحية وغيرها، وخاصة لفئات معينة منهم مثل الطلاب والباحثين والصحفيين والمجموعات السياحية.

- مراعاة طاقة الاستيعاب لمختلف أقسام المواقع لتجنب الزحام والضرر لتلك المواقع.

- لكي يتحقق الأمن السياحي والاستقرار في التعامل بين السائح والمواطن، من الضروري نشر وتوضيح "لائحة تعليمات السائح" تتضمن توصيفا بسيطا للعادات والتقاليد والممنوعات والمحرمات، والظواهر الأساسية للفلكلور المحلي، والسلوك الذي يجب عليه التقيد به في مكان معين (الأماكن المقدسة،... إلخ) أو خلال فترة معينة أو مناسبة محلية (الصيام، الاحتفالات الدينية، المناسبات الوطنية...إلخ) هذا من طرف، وفي الطرف الآخر يجب توعية السكان المحليين عن السياحة والسلوك المناسب في تأدية الخدمات السياحية والتعامل مع مختلف فئات السياح، بالشكل الذي يكفل تجنب أية مشاكل أو تناقض بين الطرفين.

- تصميم المنشآت وأبنية الخدمات بشكل يعكس الطلب المحلي ويتكامل مع النسيج العمراني في المنطقة، إضافة إلى استخدام مواد البناء والتزيينات المحلية ما أمكن، وهذا ما يرغبه السياح أصلا، ويمنح للمنطقة ميزة وهوية خاصة.[7]

III- السياحة في تركيا:

تعد تركيا من بين أكثر الوجهات السياحية المحبوبة لطبيعتها الخلابة والساحرة وامتلاكها كنوزا حضارية متوارثة عبر العصور، ما جعلها جوهرة من جواهر العالم، وهذا ما سنتعرف عليه في هذا المحور.

1. مميزات تركيا:

تعتبر تركيا دولة غنية جدا بالإمكانيات السياحية، فموقعها الجغرافي ومناخها وطبيعتها المتنوعة والثقافات المتعددة لتركيبتها السكانية والتاريخ المتنوع جعلها واحدة من الوجهات الأكثر جاذبية في العالم.

تتميز تركيا بأنها تقع عند تقاطع قارتين آسيا وأوروبا، وفي مكان توجد فيه ثلاث قارات آسيا وأفريقيا وأوروبا، لديها بلدان أوروبية وآسيوية كجيران. يحدها شمالا "البحر الأسود" و"جورجيا "ومن الشرق "أرمينيا" و"إيران "ومن الجنوب" العراق "و"سوريا "و"البحر المتوسط"، كما توجد لها حدود بحرية مع "قبرص "ومن الغرب يحدها" بحر إيجة "و"اليونان" و"بلغاريا.[8]

تركيا هي واحدة من أكبر البلدان في أوروبا والشرق الأوسط وتبلغ مساحتها حوالي 783 562 كم2، وشريط ساحلي طوله يزيد عن 8300 كم، بحيث تطل على عدة مسطحات مائية هي البحر الأسود والبحر المتوسط وبحر مرمرة وبحر إيجة. كما تشكل أراضي الأناضول (تقع أراضي الجمهورية التركية في منطقة الأناضول بالقارة الآسيوية ويقع جزء صغير من أراضيها في منطقة البلقان بالقارة الأوروبية) 97 ٪ من مساحة البلاد في ما يشكل الجزء الأوروبي نحو 3%، تمثل تركيا جزءا صغيرا فقط من الإمبراطورية العثمانية. [9]

المناخ في تركيا عموما معتدل، حار جاف صيفا رطب مطير شتاءا، أما التضاريس معظمها جبلية يتخللها سهل ساحلي ضيق، إضافة إلى هضبة الأناضول التي تمتد عبر أواسط منطقة الأناضول وهي هضبة مركزية عالية، تحيط بها سلسلة جبال البونت من جهة الشمال، وسلسلة جبال طوروس من جهة الجنوب. [10]

تمتلك تركيا مزيجا غنيا من المناطق الجغرافية الجذابة والطبيعية العظيمة والمواقع التاريخية والأثرية العديدة، وبالإضافة إلى كونها موطنا لعدد من الحضارات المتنوعة مع مرور الوقت (اليونانية والرومانية والبيزنطية والعثمانية)، ما جعلها تجذب الملايين من السياح سنويا واتخاذ السياحة كأداة سهلة وفعالة وغير مكلفة نسبيا لتحقيق الرفاه الاقتصادي.

2. أنواع السياحة في تركيا:

عملت تركيا دائما على استغلال مواردها السياحية وبيئتها الطبيعية الغنية بالكثير من الموارد وتراثها الثقافي والتاريخي لتصبح من أكثر دول العالم استقطابا للسياح، وتعددت أنواع السياحة في هذا البلد تبعا لرغبة واحتياجات السياح فمنهم من يبحث عن الطبيعة والمناظر الخلابة والهواء النقي، وهناك من يبحث عن المنشآت الدينية بتراثها العريق، وهناك من يبحث عن العلاج والاستشفاء والاسترخاء، إضافة إلى عشاق الآثار التاريخية وممارسة الأنشطة الرياضية. وسوف نتطرق لكل نوع من أنواع السياحة في تركيا: [11]

▪ **السياحة البيئية والطبيعية:** تعد من أهم أنواع السياحات في تركيا نظرا لطبيعة البيئة التركية الخلابة، الشريط الساحلي والبحيرات، الحيوانات البرية، المناطق الجبلية، الحياة الريفية بنقائها، الهواء الطبيعي، الشلالات المرتفعة بمناظرها، الهضاب الخضراء، كل هذه الأشياء تكفي لاستقطاب السياح للاستمتاع بالطبيعة التركية. من بين الأماكن المحببة لدى السياح انطاليا وهي تعد من الأماكن الشهيرة في عالم السياحة والسفر، وقد جاءت في المرتبة الثالثة بعد باريس ولندن كواحدة من أكثر الوجهات المحببة التي يزورها الملايين سنويا.

▪ **السياحة التاريخية:** تتميز تركيا بأنها من أكثر الدول التي تحتوي على العديد من المعالم الحضارية والتاريخية العريقة، والتي تعد محط أنظار السياح القادمين من مختلف أنحاء العالم والتي ترجع أصولها إلى العصر البدائي مرورا بالعديد من الحضارات الإنسانية، كما تشتهر باحتوائها على الكثير من الآثار المميزة حيث تجذب السياح من الدول الأوربية وخاصة محبي التاريخ والآثار وعلماء الحفريات. من بين الأماكن التاريخية آثار "ترميسوس" وهي من أهم المدن الأثرية القديمة في تركيا.

▪ **السياحة الشتوية:** لعل من أهم مراكز السياحة في تركيا هو جبالها التي يبلغ ارتفاعها ما بين 1500 و3000 متر حيث تغطي 55% من الأراضي التركية، حيث لا ينقطع عنها الثلج صيفا شتاءا نظرا للمراكز السياحية المنشأة فوقها من أجل التزلج، فهي تملك أكثر من 18 منتجعا رياضيا شتويا، وفي إطار الإستراتيجية السياحية (2007-2023) تم تحديد رواق السياحة الشتوية في المناطق: ارزينجان، ايرزروم، اغري، كارس، اردها، أين تنظم الرياضات الشتوية.

▪ **السياحة الدينية:** نظرا لما تحتويه تركيا من منشآت دينية ذات تراث معماري ضخم فقد عملت على استقطاب السياح للاستمتاع بتلك المشاهد الدينية العريقة، حيث المساجد والكنائس والأديرة، كما تحتل تركيا مكانة هامة بين دول العالم لما وقع على أرضها من أحداث دينية تركت للعالم ميراث ديني عظيم، كل هذا جعل السياح يتهافتون على تلك الأماكن للاستمتاع بتراثها الديني المميز .ومن أهم هذه الأماكن آيا صوفيا، جامع السلطان أحمد أو ما يسمى بالجامع الأزرق.

▪ **السياحة المعدنية:** هي تلك السياحة التي تهدف إلى الراحة والاستجمام أو العلاج الطبيعي في الحمامات المعدنية، هذه الأخيرة لقيت الاهتمام من كل الشرائح، حيث تتوضع تركيا على حزام هام للطاقة الجوفية، وتعتبر من الدول السبع

الأوائل في العالم من ناحية عدد وطاقة المنابع فيها. يوجد في تركيا أكثر من 1000 نبع مياه جوفية ساخنة تتراوح حرارتها بين 20 إلى 110 درجات مئوية.

▪ **السياحة الصحية:** أصبحت تركيا واجهة سياحية للراغبين في العلاج في السنوات الأخيرة، لما تحتويه من مستشفيات حديثة ومراكز طبية متطورة وجودة في تقديم الخدمات الطبية ذات التكنولوجيا المتطورة. وقد عرف اقبالا كبيرا للزوار على هذا النوع من السياحة خاصة العمليات التجميلية وطب العيون وجراحة العظام فضلا عن أمراض القلب والأوردة، لما تقدمه تركيا من خدمة في المتوسط 40% أرخص من ما هي عليه في البلدان المتقدمة. إن هذا النوع من السياحة ساهم كثيرا في تطوير تركيا فمتوسط نفقات السياح في القطاع الطبي أكبر من متوسط نفقات السياح في الأنواع الأخرى.

▪ **سياحة الصيد:** إن بنية تركيا الجغرافية، حيث الغطاء النباتي والحياة البرية يجعلها قابلة للتطور في مجال سياحة الصيد، لذلك تم إنشاء مراكز للصيد مع الأخذ بعين الاعتبار الطاقة الإنتاجية لحيوانات الصيد تحت إشراف وزارة الغابات والمديرية العامة للحدائق العامة والصيد والحياة البرية.

▪ **سياحة الأعمال والمؤتمرات:** إن تركيا بخزينتها الثقافية والتاريخية بمثابة المعبر لعالم الإمكانات المثيرة، تعد مكانا مناسبا للاجتماعات والمؤتمرات والملتقيات، وهذا راجع لموقعها أي التقاء قارة آسيا بأوروبا، بالإضافة إلى حيازتها على العديد من الفنادق الفخمة، علاوة على ثرائها الملحوظ بالأبنية الخاصة بالمؤتمرات، وتتميز بسهولة الرحلات إلى مدنها الرئيسية، وتدني التكاليف مقارنة بغيرها.

▪ **سياحة الغولف:** لقد تحولت تركيا في السنوات الأخيرة مركزا للغولف، حيث جمع بسلوكه الرفيع ومزاياه وبمنشآته المفتتحة الواحدة تلوى الأخرى وبالمواصفات الدولية محبي رياضة الغولف من كل أنحاء العالم، حيث يوجد حوالي 12 ملعبا للغولف من 4 في اسطنبول و7 في أنطاليا و1 في أنقرة.

▪ **سياحة اليخوت:** يحيط البحر الأبيض المتوسط وبحر ايجة والبحر الأسود وبحر مرمرة بتركيا من ثلاث جهات: الشمال والغرب والجنوب بالإضافة إلى وجود الخلجان والمضايق، فتركيا تجذب أكثر من 5000 يخت سنويا فهي تعتبر جنة لرواد اليخوت الذين ومحبي هذه السياحة.

▪ **السياحة النباتية:** تحتوي شبه جزيرة الأناضول على أنواع متعددة ونادرة من النباتات بسبب طبيعتها الجغرافية وأقاليمها المختلفة وموقعها كجسر طبيعي يربط بين ثلاث قارات.

▪ **سياحة المغارات:** تعتبر تركيا جنة المغارات إذا ما قورنت بباقي دول العالم، إذ تحتوي على قرابة 40000 مغارة، وتتمركز سياحة المغارات في جبال الغرب ووسط طوروس.

▪ **السياحة الجبلية:** تستقطب تركيا سنويا عددا هائلا من هواة تسلق الجبال لوجود جبال شامخة الارتفاع وتكوينات أرضية فريدة المناسبة لممارسة هذه الرياضة مثل جبل بولكار وجبل أرارات.

▪ **سياحة الرياضة الهوائية:** تركيا من الأماكن المهمة لممارسة رياضة القفز بالمظلات، لذا هي مهمة لدى محبي هذه الأنواع من الرياضة.

▪ **سياحة الغوص تحت الماء:** تعتبر تركيا من الأماكن المهمة للغواصين، لأنها تحتوي على المغارات والصخور التي تتواجد تحت سطح البحر؛وتنتظر الاكتشاف.

IV- التنمية السياحية المستدامة في تركيا:

1. تطور قطاع السياحة في تركيا:

على الرغم من إمكانات تركيا إلا أنها تأخرت نسبيا في تطوير صناعة السياحة مقارنة مع غيرها من الوجهات في منطقة البحر الأبيض المتوسط، وعلى الرغم من اتخاذ بعض المبادرات البسيطة في وقت مبكر للاستفادة من الآثار الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للسياحة، إلا أنه لم يتم حتى الثمانينيات بذل محاولات جادة وسليمة لتعزيز صناعة السياحة.

لقد ظهرت السياحة في تركيا في القرن التاسع عشر مع بناء أول الفنادق الكبيرة في اسطنبول "فندق انجلترا (1841)"، وخصوصا بعد بناء السكك الحديدية وإطلاق قطار الشرق السريع خط باريس / اسطنبول (1883)، والذي احتل مكانا تاريخيا في تطوير السياحة في تركيا. تقع معظم الفنادق الكبيرة في منطقة بيرا (بيرا بالاس 1892)، حيث كان يتوافد السياح بالباخرة أو القطار. في عام 1900 تم تعزيز قطاع السياحة في بيرا بافتتاح وكالتين للسفر: الشركة الدولية "wagons-lits" (ملك بيرا بالاس) ووكالة "*Cook and Sons*" ، إضافة إلى عشرة فنادق من الدرجة الأولى، مع بعض الفروع الموسمية في طبرية على مضيق البوسفور.

لكن بعد اندلاع حرب البلقان، الحرب العالمية الأولى وحرب الاستقلال توقف نمو قطاع السياحة الذي لم يعرف أي تطور إلا بعد ظهور الجمهورية التركية، حيث شهدت هذه الفترة ولادة العديد من المنظمات السياحية التركية التي تنظم جولات للسياح الأجانب. كانت المحاولة الأولى هي تأسيس رابطة المسافرين في عام 1923 التي غيرت اسمها إلى "تركيا تورينغ TURKEY TORING"، ونادي السيارات "Automobile Club" في عام 1930 وعملت كهيئة حكومية لسنوات عديدة، ونشرت هذه الرابطة أول خرائط للطرق، وأدلة وكتيبات سياحية، ونظمت دورات وامتحانات للمرشدين السياحيين، ونظمت دراسات واجتماعات ومؤتمرات تتعلق بالسياحة.

تزامن الاهتمام الحكومي الأول والمشاركة الفعلية في السياحة مع إنشاء قسم في وزارة الاقتصاد في عام 1934، وكان هذا أول تمثيل للسياحة على مستوى الحكومة والهيئة التي أنشئت هي الإدارة الوطنية للسياحة في تركيا، وتم استيعابها في مديرية الصحافة العامة، التي أعيد تنظيمها في عام 1949 وتحويلها إلى المديرية العامة للصحافة والنشر والسياحة. إضافة إلى ذلك، تم تعزيز اهتمام الحكومة بالسياحة مع اجتماع لجنة المشورة السياحية الأولى التي شكل تقريرها الأساس للسياسة الوطنية للسياحة في تركيا. وكان البرنامج الرئيسي الذي أعدته اللجنة وثيقة مهمة أثرت على قانون تشجيع السياحة في عام 1953، بل إنها ألهمت خطط التنمية الخماسية لعصر التخطيط الذي أنشئ في عام 1963، وأدى القانون أيضا إلى إنشاء نظام ترخيص جديد يضع معايير دولية للشركات السياحية. بما أن الاقتصاد كان يعاني بسبب عدم وجود فئة ريادة الأعمال مع تراكم رأس المال والخبرة الكافية، فقد أصبحت السياحة استجابة وحل سياسي للمشاكل الاقتصادية للبلاد. وبناء على ذلك، أنشئ مصرف السياحة، بوصفه أداة تنظيمية للسياسة السياحية في عام 1955 لتوفير التمويل للقطاع الخاص لإنشاء وتشغيل مرافق سياحية أنشأتها كيانات عامة أخرى. قام البنك

بشراء وتجديد بعض المباني التاريخية لأغراض سياحية وقدم ائتمان لمشاريع الفنادق. وتماشيا مع ذلك، تم تكليف صندوق المعاشات التقاعدية أيضا بإنشاء فنادق عالية الجودة في المدن السياحية الكبرى لاستيعاب الزيادة في الأعمال الأجنبية وتلبية الطلبات السياحية.[12]

أعيد تنظيم المديرية العامة للصحافة والدعاية والسياحة ورفع مستواها إلى المستوى الوزاري في عام 1957، حيث تم تناول السياسات السياحية وإدارتها على مستوى الحكومة، ثم في عام 1963 أدمجت مع وزارة الإعلام وأصبحت تسمى بوزارة الإعلام والسياحة. وبناء على ذلك، أصبحت السياحة بندا هاما من بنود جدول الأعمال بالنسبة للحكومات، الوطنية والمحلية على حد سواء، كقطاع للسياسات، ومثلت على المستوى الوزاري بين عامي 1950 و1963. والسبب في مشاركة الحكومة كان نتيجة للأزمة المتزايدة في ما يتعلق بميزان المدفوعات الذي نشأ نتيجة لسياسات تحرير اقتصادي لا تخضع للسيطرة، ولذلك سعت الحكومات إلى الاستفادة من الإمكانات السياحية للبلد من أجل الحد من النقص الحاد في العملة الأجنبية وزيادة فرص العمل.[13] بين عامي 1963 و1974، ارتفعت إيرادات السياحة من 7.7 مليون دولار إلى 193.7 مليون دولار، بينما تجاوز الزوار الأجانب في عام 1972 عدد مليون شخص، فمنذ بداية الستينيات أخذت الدولة بعين الاعتبار السياحة في تخطيط الاقتصاد مع الخطة الخماسية الأولى للاقتصاد (1963-1967) التي تتولى تطوير منطقتي مرمرة وايجه، ومن خلال الخطة الثالثة (1973-1977) التي تتولى تطوير منطقة أنطاليا على ساحل طوله 70 كيلومترا. المزايا التي توفرها هذه المنطقة كثيرة: القرب من أنطاليا (المطار، الميناء، الوصول إلى الطرق عالية الجودة)، وجود منطقة غير مأهولة تقريبا (الغابات تنتمي إلى الملك العام)، وجود العديد من المواقع الأثرية (فاسليس، أوليمبوس، هدروس، ...). وأدى هذا التطور إلى بناء 000 25 سرير توفر 3.5 مليون مبيت لليلة واحدة وتولد أكثر من 20 ألف فرصة عمل.[14]

في بداية الثمانينات بدأ الاهتمام جديا والبحث عن سبل لتطوير صناعة السياحة، حيث في عام 1980 تم ربط السياحة بالثقافة لتنمية المناطق السياحية الأثرية فأدمجت وزارة السياحة في الثقافة وأصبحت وزارة السياحة والثقافة. كما سنت تركيا قانون تشجيع السياحة في عام 1982، وتميز القانون بعدة حوافز منها: نقل ملكية الأراضي العامة إلى شركات سياحية خاصة، ما أدى إلى جانب تحرير الاقتصاد إلى تسريع تنمية السياحة في البلد. كما ركزت الدولة في هذا القانون جهودها على بناء المرافق المادية مثل الفنادق والطرق والمطارات المصممة خصيصا لتلائم احتياجات السياحة الجماعية بهدف زيادة عدد السياح الدوليين الوافدين ونتيجة لذلك، سرعان ما تم تسويق تركيا كوجهة عطلات منخفضة السعر، ولوحظت زيادة سريعة في عدد السياح والإيرادات السياحية.[15]

فالطبيعة الديناميكية للسياحة، والدعم الحكومي، وحوافز الاستثمار السياحي وتطوراته، بالإضافة الى التسويق المسبق في تركيا، قد ساهم في ازدهار السياحة التركية منذ سنوات 1980، أي صناعة السياحة التركية تقود بكفاءة قاطرة مهمة التحسن الوطني مع التقدم الهائل الذي حققته، فقد ارتفعت حصة السياحة في الناتج الوطني الإجمالي التركي من 0.6٪ في عام 1980 إلى 4.7٪ في 2013[16]، فإن نمو صناعة السياحة يؤدي إلى خلق فرص عمل هائلة، وهو ما يعادل 9.5٪[17] من السكان العاملين في تركيا اليوم.

ووفقا للأرقام المتاحة من قبل معهد الإحصاء التركي، فإن صناعة السياحة التركية ترتفع باستمرار مع مرور الوقت. وبلغ عدد السياح القادمين إلى تركيا 10.4 مليون سائح في عام 2000، و21.5 مليون سائح في عام 2005، ووصل عددهم إلى نحو 31.3 مليون سائح في عام 2016 مدخلين إلى البلاد دخلا بقيمة اكثر من 22 مليار دولار أمريكي، كما تتربع تركيا على الترتيب السادس كإحدى أهم الدول سياحة في العالم. ويهدف قطاع السياحة التركي لاستقبال 50 مليون سائحا والحصول على إيرادات بمبلغ 50 مليار دولار أمريكي بحلول عام 2023.

في بداية عام 2016 كانت هناك 13615 منشأة مسجلة للإقامة، و9188 منشأة مرخصة من قبل البلديات التابعة لها، بينما امتلكت 4427 منشأة متبقية تراخيص للعمل في مجال السياحة، يتجاوز إجمالي السعة الاستيعابية الشامل لهذه المنشآت 1250000 سرير، إضافة إلى 281 مشروعا قيد الإنشاء ومن شأنها إضافة 74130 سريرا مطلوبين بشكل كبير لزيادة عدد الأسرّة القليل بتركيا.

أظهرت الدراسات البحثية التي أجرتها وزارة السياحة التركية في سنوات مختلفة أن المقاصد الرئيسية للسياح الأجانب لزيارة تركيا هي: العطل والإجازات بنسبة 55-60٪، والثقافة والتاريخ بـ 10-12.5٪، والباقي للعلاقات التجارية والتسوق.[18]

في تركيا 60٪ من السياح الأجانب يأتون من الدول الأوروبية: ألمانيا والمملكة المتحدة وفرنسا هي المصادر السياحية الهامة الثلاثة لتركيا. كما ازداد عدد السياح القادمين من كومنولث الدول المستقلة والولايات المتحدة الأمريكية في السنوات الأخيرة، إضافة إلى آلاف السياح من جميع الدول العربية نتيجة نجاح الدراما التركية في جذب المشاهدين العرب.

2. المجهودات التركية في تحقيق تنمية سياحية مستدامة:

تعرضت تركيا في أوائل الستينات إلى بعض الأزمات الاقتصادية، ونظرا لما تتمتع به من عوامل الجذب السياحي فقد تدخلت الحكومة التركية لدفع عملية التنمية السياحية للأمام والعمل على ازدهارها.

إن الفترة من عام 1960 إلى عام 1963 كانت فترة انتقالية من حيث السياسات السياحية حيث بدأت تركيا مرحلة تخطيط لتنظيم الحياة الاقتصادية، واعتبرت السياحة قطاعا فرعيا في خطط التنمية تحت عنوان قطاع الخدمات، وتمثلت أهداف هذه الخطط في استغلال الموارد السياحية بطريقة تزيد من مساهماتها في الاقتصاد الوطني وحصيلة العملات الأجنبية، والحفاظ على التوازن بين استخدام وحماية الموارد السياحية. وعلاوة على ذلك، فإن السياسة السياحية في تركيا هدفت إلى إيجاد قطاع سياحي فعال يتمتع بقوة تنافسية دولية عالية، لتلبية احتياجات كل من السياح المحليين والدوليين، ضمان استمرارية الأصول الطبيعية والثقافية مع تحقيق نمو مطرد في إيرادات السياحة، وتطوير مرافق السياحة الاجتماعية التي توسع منافعها الاقتصادية إلى جميع السكان.

فخطط التنمية السياحية الخماسية التي وضعتها الحكومة التركية منذ تلك الفترة تكرس أهمية متزايدة للقضايا الاجتماعية والثقافية والبيئية في قطاع السياحة، هذه الخطط هي:

- **الخطة الخماسية الأولى للتنمية (1963-1967):** ركزت على تشجيع السياحة الجماعية والسياحة الساحلية، فضلا عن البحث عن استثمارات واسعة النطاق لتخفيض العجز في ميزان المدفوعات.
- **الخطة الخماسية الثانية (1968-1972):** شملت تحمل الحكومة المسؤولية المالية في ما يخص الهياكل الأساسية اللازمة لتنمية السياحة الجماعية وأن يستثمر القطاع العام في الأعمال السياحية.

ونتيجة لذلك، شهدت أوائل السبعينيات نموا مستمرا في الاستثمارات السياحية وفي عدد الزوار، الذي ارتفع من 000 724 في عام 1970 إلى 000 341 1 في عام 1973. تزامن هذا التقدم الكبير في السياحة مع إطلاق في عام 1972 وكالات السفر التركية، والتي أنشئت عندما تلقت ترخيصا للعمل من طرف الوزارة الوصية وكانت ملزمة بأن تصبح عضوا في رابطة المسافرين. تمثلت أهداف الرابطة في تعزيز مهنة وكالات السفر وتشجيعها على تقديم أفضل خدمة ممكنة للجمهور وللمساهمة في تطوير السياحة ووضع قواعد التكليف وإدخال قوانين الأخلاقيات المهنية والمحافظة عليها، وحماية المستهلك.

• **الخطة الخماسية الثالثة (1973-1977):** اهتمت أكثر بالسياحة الجماعية وخصصت الحكومة أراضي الغابات للسياحة، وخاصة في المناطق الساحلية. غير أنه نتيجة لضعف الدعاية والنفقات للوصول إلى أسواق المستهلكين، لم تعرف تطورات بين عامي 1974 و1980. فالسياحة التركية كانت لا تزال تعاني بسبب ضعف البنية التحتية للنقل والاتصالات في البلد، وأن التحسنات الكبيرة تعتمد على المعدات والاستثمارات الأجنبية التي كثيرا ما تعرضت لبيروقراطية كبيرة من جانب السلطات التركية.[19]

• **الخطة الخماسية الرابعة (1979-1983):** تم إصدار قانون تشجيع السياحة الذي بدأ سريانه في عام 1982، حيث قدم حوافز سخية عديدة للمستثمرين أدت إلى زيادات سريعة في سعة الأسرة في المناطق الجنوبية والجنوبية الغربية من البلاد خلال الفترة. وبغض النظر عن هذه الحوافز، خصصت الأراضي المملوكة للدولة أيضا للتنمية السياحية، وخفضت الإجراءات البيروقراطية، وأدخلت مشاريع لتطوير التعليم والتدريب المهني. فالزيادة في عدد الموظفين المدربين، وتطوير أنشطة التدريب السياحي، وتطوير المنتجات السياحية لتلبية الطلب الأكثر تطورا، كانت من بين التحسينات السياحية خلال هذه الفترة، لكن قطاع السياحة عرف تنمية غير مستدامة التي ترجع إلى النمو العشوائي لصناعة السياحة.[20]

لقد لعبت الاستثمارات الأجنبية دورا هاما في تنمية السياحة، حيث هدفت سياسات الحكومة التركية التي نفذت منذ أوائل الثمانينات إلى تطوير اقتصاد السوق الحرة واستبدال سياسات البلد التقليدية التي تعتمد على الاستيراد باستراتيجية إنمائية موجهة نحو التصدير أدت إلى تحسن كبير في مناخ الاستثمار في البلد.

• **الخطة الخماسية الخامسة (1985-1989):** وعلى الرغم من أن الأولوية هي تطوير وتشجيع السياحة الجماعية، فقد ذكر لأول مرة حماية القيم الطبيعية والثقافية، فتكمن أهمية هذه الخطة في تركيزها على الأشكال البديلة للسياحة واستدامة الموارد السياحية.

• **الخطة الخماسية السادسة (1990-1994):** التركيز أيضا على حماية القيم الطبيعية والثقافية وإعطائها الأولوية، وفتح مجالات معينة للأنشطة السياحية الخاضعة للحماية، والتخطيط للأنشطة والاستثمارات في قطاع السياحة وفقا للسياسات البيئية والثقافية.

• **الخطة الخماسية السابعة (1996-2000):** ركزت على نفس توجهات الخطة السابقة وأشارت إلى التغيرات في الطلب السياحي والاتجاهات، وتنويع المعروض السياحي، ودعم الأعمال التجارية الصغيرة والمتوسطة الحجم. وعلاوة على ذلك، تم تسليط الضوء على جهود الترويج والدعاية بدلا من زيادة القدرة وإمدادات الأسرة.[21]

واجهت السياحة التركية عددا من الأزمات الخطيرة والكوارث الطبيعية الخطيرة خلال التسعينات، حيث واصلت كل من المنظمات السياحية والمسؤولين الحكوميين تجاهل الحاجة إلى اتباع نهج استباقي لإدارة الأزمات، وربما يكون هذا انعكاسا جزئيا للثقافة الوطنية في بيئة الأعمال في تركيا. فن التخطيط الاستراتيجي والنهج الاستباقي للإدارة والتنسيق والعمل الجماعي ليست سمات مشتركة في ثقافة الأعمال لدى الحكومات والمنظمات الخاصة في تركيا. فعلى تركيا أن تضع وتنفذ أولا خططا سياحية إقليمية ووطنية سليمة يجب أن تدمج بعد ذلك في وضع استراتيجيات لإدارة الأزمات لأن معظم المشاكل التي تواجهها السياحة التركية هي بسبب الفشل في تخطيط وتنفيذ استراتيجيات لتنمية السياحة المستدامة.[22]

• **الخطة الخماسية الثامنة (2001-2005):** تؤكد هذه الخطة الآثار السلبية لهيكل احتكار القلة من منظمي الرحلات السياحية الأجنبية. ولذلك، فإن الخطة الثامنة ركزت على جهود التسويق والنقل الجوي، وتحسين الجودة الشاملة في جميع أبعاد الصناعة السياحية.

وفي منتصف فبراير 2001، شهدت تركيا واحدة من أسوأ الأزمات الاقتصادية في تاريخها الحديث، ونتيجة لذلك، شهدت هبوطا كبيرا في ناتجها القومي الإجمالي من 201.4 مليار دولار في عام 2000 إلى 148 مليار دولار في عام 2001. وتدل أزمة عام 2001 وعواقبها على أنه لا يمكن لأي من شركات السياحة ولا الحكومة أن تتنبأ بالمخاطر، ومن ثم فإنها فشلت في الاستعدادات المسبقة، وبناء على ذلك، كان رد فعل تركيا على الأزمة اتخاذ تدابير خاصة بالمستويات التنظيمية والإقليمية والوطنية.[23]

• **الخطة الخماسية التاسعة (2007-2013):** تم ذكر افتراضات وتوقعات مماثلة للخطط السابقة، وفي هذه الخطة، تم إعداد خطة رئيسية للحفاظ على التنمية الصحية الطويلة الأجل لصناعة السياحة.

وبناء على ذلك، تم إعداد استراتيجية السياحة التركية لعام 2023، وهي خطة استراتيجية مدتها 16 عاما، والتي كانت قائمة منذ عام 2007 وتغطي الذكرى المئوية للجمهورية. تعرض هذه الخطة خارطة طريق للعمليات الإدارية والعملية في صناعة السياحة، وهي محاولة لتوسيع نطاق إدارة وتنفيذ جهود التخطيط الاستراتيجي وتعزيز التعاون بين القطاعين العام والخاص. وتستهدف الخطة الاستراتيجية وخطة العمل لعام 2013 معا الاستخدام الأكثر حكمة للأصول الطبيعية والثقافية والتاريخية والجغرافية في تركيا، مع منظور متوازن يتناول احتياجات الحفظ والاستخدام بشكل عفوي ومنصف، وبالتالي الاستفادة من حصة الأعمال السياحية في البلاد. وباختصار، تقترح خطة الاستراتيجية مجموعة متنوعة من الاستراتيجيات طويلة الأجل في ما يتعلق بالتخطيط والاستثمار والتنظيم والبحث والتطوير. وكما هو الحال في خطط التنمية السابقة، فإن استراتيجيات تعزيز شبكة النقل والبنية التحتية، وتشجيع وتسويق التعليم وتنويع المنتجات السياحية، وإعادة تأهيل المناطق السياحية القائمة مذكورة أيضا في الاستراتيجية السياحية لتركيا 2023.[24]

وخلاصة لما سبق، يمكن تقسيم التنمية السياحية المستدامة في تركيا إلى فترتين متميزتين:

➤ الفترة الأولى كانت بعيدة عن حدود التخطيط ووضع استراتيجية ملائمة، حيث عرفت تركيا توسعا كبيرا في السياحة باعتبارها وجهة ذات معالم سياحية وفيرة في شكل مواقع طبيعية وتاريخية وثقافية، فحققت نموا سريعا من حيث الحجم والقيمة والبنية التحتية. يمكن القول أن هذا النمو قد استمر بطريقة عشوائية بحيث أهملت الاستدامة البيئية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية لصناعة السياحة.

➤ أما الفترة الثانية تبنت تركيا سلسلة من المبادرات لمحاولة إدارة السياحة ووضع استراتيجية من أجل استدامتها التي ترتبط بصناعة السياحة بكل أبعادها الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، فالتنمية السياحية المستدامة باعتبارها نموذجا تكيفيا متعدد التخصصات وواسع النطاق. فقد واصلت الحكومة التركية في كل خطة من خطط التنمية الخماسية، التشديد على قدرة السياحة على القضاء على المشاكل الاجتماعية والاقتصادية وركزت على التخفيف من التفاوتات الإقليمية بين المناطق المتقدمة والمناطق المتخلفة النمو، فتنمية السياحة في المناطق المتخلفة وجذب السياح المحليين والدوليين إلى هذه المناطق يخلق فرص العمل والدخل والقيمة المضافة من الناحية الاقتصادية ويساهم أيضا في تحقيق التنمية المستدامة.

وعليه فإن السياحة المستدامة تتضمن الاستخدام الأمثل للموارد الطبيعية بما في ذلك مصادر التنوع الحيوي وتخفيف آثار السياحة على البيئة والثقافة، وتعظيم الفوائد من حماية البيئة والمجتمعات المحلية.

٧- الخلاصة:

هدفت الدراسة إلى التعرف على تجربة السياحة التركية وتنميتها ومدى الأخذ بالأبعاد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية للتنمية المستدامة، وقد تم التوصل إلى مايلي:

النتائج:

- تمتلك تركيا إمكانيات وقدرات سياحية هائلة تستجيب لكل التغيرات الحاصلة في السوق السياحية الدولية؛
- اهتمت تركيا بكل أنواع السياحة واستغلتها أحسن استغلال ما جعلها من أنجح التجارب والوجهات السياحية في العالم؛
- أخذت تركيا مجموعة من التدابير وطبقت سياسات وامتيازات تشجيعية سمحت بإنشاء العديد من المنشآت السياحية وانجاز قاعدة تحتية سياحية مرنة تستجيب لمتطلبات المستهلك المتغيرة باستمرار؛
- أصبحت السياحة قطاعا مهما في تركيا، فبتنامي دورها في خدمة اقتصادها زاد سعيها وبحثها المستمر لإيجاد سبل تنمية هذا القطاع واستدامته؛
- وعي تركيا من أن السياحة صناعة فنية توفق بين ترقية السياحة والبيئة حتى تضمن الحفاظ على حق الأجيال المقبلة وهذا ما تبرزه استرايجيتها لعام 2023؛
- عملت تركيا على احترام القيم الاجتماعية والثقافية للمجتمع لمراعاة الاستدامة في التنمية السياحية للموارد الطبيعية والحضارية في وجهات السياحة المقصودة وضمان سلامتها؛
- استطاعت تركيا ابراز مقوماتها السياحية وجعلها قطبا سياحيا عالميا نتيجة تعاون ومجهود القطاع العام والخاص معا؛
- النمو السياحي في تركيا هو نتيجة جهد كبير ونتيجة رؤية واضحة والتركيز على سبل تشجيع ودعم القطاعات التي يمكن أن تحسن الاقتصاد التركي وفي مقدمتها قطاع السياحة.

التوصيات: من خلال عرضنا للتجربة التركية في السياحة المستدامة، استخلصنا مجموعة من الفوائد يمكن أن تكون مرشدًا للجزائر في تصويب أوضاعها في القطاع السياحي، وهي كالتالي:

- ضرورة الاهتمام أكثر بالسياحة والبحث المستمر عن سبل تنميتها واستدامتها.
- توعية جميع الشركاء على أن تنمية السياحة يجب أن تكون مستدامة ليس فقط من الوجهة الاقتصادية ولكن أيضا من الوجهات الاجتماعية والبيئية.
- توسيع برامج التنمية السياحية الحالية وأهدافها والعمل على تطبيقها الحسن.
- ضرورة تحقيق التكامل ما بين مختلف أنواع السياحة (الطبيعية، الصحراوية، العلاجية والأثرية.....) والاهتمام بها والاستفادة من ميزة وجودها معا في الجزائر.
- إشراك القطاع الخاص ورأس المال الأجنبي لدعم القطاع السياحي حتى يستطيع مواكبة التغيرات الحاصلة على المستوى العالمي ومواجهة المنافسة العالمية المفروضة عليه اليوم.
- تشجيع المشاريع الاستثمارية التي يمكن أن تحَقق تنوعا اقتصاديا وإثراءا اجتماعيا وتوفر فرصا للعمل وتحافظ على البيئة والأصالة الثقافية، من خلال تنويع الحوافز الجبائية والجمركية وسن التشريعات الجاذبة لرؤوس الأموال.
- ضرورة التبادل السياحي وتنمية الاستثمارات وتبادل الخبرات بين الجانبين الجزائري والتركي، مع الاستفادة من التجربة التركية في تعظيم مردود المنتج السياحي والاهتمام بهذه الصناعة.
- الاستفادة من الخبرات التركية في مجال تطوير المتاحف وصيانة وترميم وحفظ الآثار والتراث لاسيما في تطوير التراث التاريخي العريق الذي تمتلكه الجزائر، من خلال إقامة دورات متخصصة في مجالي السياحة والآثار.

- الإحالات والمراجع :

[1]) أحمد الجلاد،(2002)، **السياحة المتواصلة البيئية**، عالم الكتاب، طبعة 1، مصر، ص 43.

[2]) S. Varvaressos, (2000), **Tourisme, Approches économiques**, 2ème édition, Athènes, P 37.

[3]) صلاح الدين خربوطلي، (2004)،**السياحة المستدامة**، دار الرضا للنشر، الطبعة الأولى، سوريا، ص 23.

[4]) أحمد الجلاد، مرجع سبق ذكره، ص 51.

[5]) محمد إبراهيم عراقي و فاروق عبد النبي عطا الله، (2010)، **التنمية السياحية المستدامة في جمهورية مصر العربية "دراسة تقويمية بالتطبيق على محافظة الإسكندرية**، المعهد العالي للسياحة والفنادق والحاسب الآلي، السيوف الإسكندرية، ص ص 5-6.

[6]) محمد إبراهيم عراقي وفاروق عبد النبي عطا الله، مرجع سبق ذكره، ص 12.

[7]) صلاح الدين خربوطلي،(2004)، **السياحة المستدامة**، سلسلة دار الرضا، دمشق، ص ص 145-158.

[8]) Philippe KEROURIO, (2018), **LE TOURISME EN TURQUIE**, P 3, Disponible sur : http://geotourweb.com/Dosssier%20361/TUR/Le%20Tourisme%20en%20Turquie%20(%20Cours%20et%20annexes%2002072015%20).pdf, consulté le 24/10/2020.

[9]) Tosun. C, (2001),**Challenges of sustainable tourism development in the developing world: The case of Turkey**, International Journal of Tourism Management, N° 23, P 85.

[10]) Philippe KEROURIO, op.cit, P5.

[11]) ليلى بوحديد والهام يحياوي، (2016)، **إمكانية الاستفادة من التجربة التركية في صناعة السياحة المحلية للجزائر**، مجلة الاقتصاد والتنمية- مخبر التنمية المحلية المستدامة، جامعة المدية، العدد 5، ص ص 118-120.

[12]) Medet Yolal, (2016), **History of Tourism Development in Turkey**, PP 23-24, available on: https://www.springer.com/cda/content/document/cda_downloaddocument/9783319475356-c2.pdf?SGWID=0-0-45-1597378-p180315239 , accessed on: 22/10/2020.

[13]) Nohutçu. A, (2002), **Development of tourism policies in Turkey throughout the republican period in socio-political, economic and administrative perspective: From state-sponsored development to various forms of cooperation**, Muğla University Journal of Social Sciences Institute, N 9, P 97.

[14]) Philippe KEROURIO, op.cit, P5.

[15]) Tosun. C, Okumus. F & Fyall. A, (2008),**Marketing philosophies: Evidence from Turkey**, Annals of Tourism Research, N° 35, P 127.

[16]) Atila Yüksel & Fisun Yüksel, **The quest for quality and competitiveness: a case of Turkish tourism**, P 716, available on: http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.487.4551&rep=rep1&type=pdf, accessed on: 29/10/2020.

17) معهد الاحصاء التركي، http://www.turkstat.gov.tr.

[18]) Füsun Istanbullu Dinçer and Suna Mugan Ertugral, (2003), **Economic impact of heritage tourism hotels in Istanbul**, The Journal Of Tourism Studies, Vol 14, N 2, P 26.

[19]) Medet Yolal, op.cit, P 26.

[20]) Tosun. C, Okumus. F & Fyall. A, op.cit, P 90.

[21]) Medet Yolal, op.cit, P 27.

[22]) Okumus. F & Karamustafa K, (2005), **Impact of an economic crisis: Evidence from Turkey**, Annals of Tourism Research, 32(4), P 950.

[23]) Okumus. F & Karamustafa K, op.cit, P 953.

[24]) Medet Yolal, op.cit, P 28.

كيفية الاستشهاد بهذا المقال حسب أسلوب APA :

أميرة بو لحبال ، سميرة عروسي، (2021 واقع السياحة المستدامة في تركيا ، مجلة أراء للدراسات الاقتصادية والإدارية المجلد 03(العدد 01)، الجزائر: المركز الجامعي أفلو، الجزائر ص ص 190-205