

الفصل السادس استراتيجيات تنمية السياحة

ترجمة بتصرف
أ.د. مضر خليل عمر

ضمنياً في العديد من وجهات النظر حول السياحة المستدامة - وفي واقع التنمية السياحية بشكل عام - الرأي القائل بأن **التخطيط له دور رئيسي في حل العديد من الصراعات التي قد تطرأ** . فالتخطيط بأشكاله المختلفة يمكن أن يكون آلية لمثل هذه التطويرات :

- دمج السياحة مع القطاعات الاقتصادية الأخرى .
- تشكيل أنماط النمو العمراني ومراقبتها .
- الحفاظ على الموارد النادرة أو الهامة ;
- توفير أطر لترويج النشاط وتسويق الوجهات .

وفي غياب التخطيط هناك مخاطر واضحة على السياحة حينها تصبح التنمية غير منظمة ، أو بلا شكل ، أو عشوائية ، وغير فعالة ، ومن المرجح أن يؤدي ذلك بشكل مباشر إلى مجموعة من السلبات الاقتصادية والاجتماعية والتأثيرات البيئية .

يؤدي هذا الفصل ثلاث مهام . تهدف الأقسام الأولى إلى استكشاف الطبيعة الأساسية لعمليات التخطيط وبعض أنواع التخطيط و الأساليب المتبعة في التنمية السياحية . ثانيا ، شرح أهمية التخطيط السياحي ، ومن أهمها نقاط القوة والقيود في كل من المفهوم والتنفيذ حيث يتم تسليط الضوء على الخطط السياحية . وأخيرا ، الاختلافات في نهج وصف التخطيط السياحي على المستويات الوطنية والإقليمية والمحلية .

التخطيط والعمليات التخطيطية

لقد تم تعريف "التخطيط" بطرق مختلفة ، ولكن من منظور مشترك يتعرف عليه **كتسلسل منظم للعمليات والإجراءات المصممة لتحقيق هدف واحد أو مجموعة من الأهداف المترابطة** . يشير هذا المفهوم إلى أن التخطيط هو (أو ينبغي أن يكون) عملية :

- توقع التغيير وطلبه .
- تطلعية .
- تبحث عن الحلول المثلى للمشاكل المتصورة .
- تم تصميمها لزيادة و(بشكل مثالي) تعظيم الفوائد العقلية الممكنة للتطوير، سواء اكانت عمرانية أو اقتصادية أو اجتماعية أو بيئية في طبيعتها ؛
- أن تسفر عن نتائج يمكن التنبؤ بها .

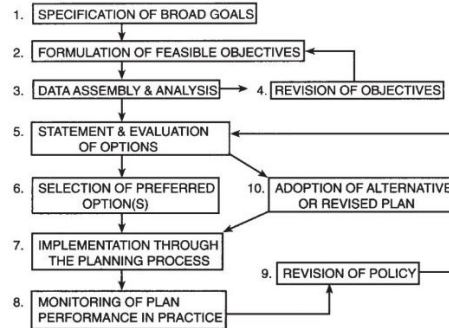
ومن هذا التعريف الواسع النطاق ، التخطيط (بما في ذلك التخطيط للسياحة) قد يتخذ أشكالا متنوعة وقد يتم نشرها في مجموعة كبيرة ومتنوعة من المواقف بما في ذلك العمرانية والتنمية الاقتصادية ، تقديم الخدمات ، تحسين البنية التحتية ، العمليات التسويقية والتجارية .

نموذج عام لعملية التخطيط

على الرغم من وجود تنوع في التطبيقات المحتملة للتخطيط ، إلا أن الطبيعة الأساسية لعملية التخطيط موحدة بشكل ملحوظ ، حتى السماح للاختلاف في التفاصيل التي من شأنها أن تعكس ما هو محدد التطبيقات

التي يتم فيها التخطيط . يوضح الشكل 1 النموذج العام لعملية تخطيط العناصر الرئيسية ، فيه يتم تصور وضع وتنفيذ الخطة على أنها سلسلة من المراحل الرئيسية .

Figure 6:1 General sequence for the production and implementation of a plan



هناك العديد من الميزات لنموذج التخطيط العام التي يجب التأكيد عليها :

(1) هناك تقدم في عملية التخطيط من العام إلى المحدد . تبدأ العملية بأهداف واسعة وتنقيحها لتحقيقها إنتاج سياسات محددة للتنفيذ .

(2) هناك دائرية واضحة في العملية التي يتم من خلالها تحديد الأهداف ، وإن خيارات تحقيق هذه الأهداف مفتوحة للمراجعة والتقييم والتعديل في ضوء تحليل الخلفية أو أداء الخطة على أرض الواقع . هذا يرتبط مباشرة بـ:

(3) **الجودة الديناميكية للعملية**. النموذج العام يرسم مجموعة الإجراءات التي تسمح للتخطيط بالتكيف مع الظروف المتغيرة والمواقف ، وهي نوعية ذات أهمية خاصة للتخطيط السياحي ، حيث تكون أنماط العرض والطلب متقلبة في كثير من الأحيان . **المرونة ينبغي أن تكون مفهوما أساسيا لمخططي السياحة.**

أنواع الخطة

يحدد النموذج العام عملية نموذجية يمكن استخلاص منها العديد من الأنواع المختلفة من الخطط أو نهج التخطيط . مناقشة مفصلة لهذه الاختلافات ، لاستخلاص بعض النقاط الأساسية لتوضيح التباين والمقارنة : ثلاثة أساليب سيتم مواجهتها في تطبيقات التخطيط في السياحة ، تتلخص في ما يلي : خطط التصميم الاساس والخطط الهيكلية والخطط المنهجية .

يمكن القول إن نهج الخطة الرئيسية هو الأكثر تقليدية وأيضاً الأكثر ملاءمة للمتطلبات الخاصة للسياحة . تركيز الخطط الرئيسية على إنتاج بيان نهائي يوفر إطاراً لتوجيه التنمية . تحدد الخطة الحالة النهائية (أو مجموعة الأهداف) التي تشجع الوكالات العامة و/أو الخاصة عليها (أو مطلوبة) للعمل بها . ومن المتوقع عادة أن تكون الأهداف قابلة للتحقيق في فترات زمنية — عادة ما تكون وفقاً زمنياً مدته خمس سنوات — وبمجرد تحديدها ، عادة ما يتم ترك الخطة الرئيسية لتأخذ مجراها حتى يحين وقت انقضاءها . يتمتع نهج الخطة الرئيسية بميزة اعتماد خطة شاملة و وجهة نظر لعمليات التنمية ، ولكن ، تم أيضاً انتقادها على نطاق واسع كونها جامدة للغاية وغير مرنة وغير واقعية في نهاية المطاف - ليس أقلها في توجيه نشاط متغير مثل السياحة . الديناميكية الطبيعية في السياحة (حيث السائحون الجدد والسياحة الجديدة حيث تميل المنتجات والوجهات إلى إعادة تعريف الأنماط بشكل أو بآخر وبشكل مستمر) شجع بعض مخططي السياحة على الابتعاد عن نهج الخطة الرئيسية ونحو أشكال أكثر قدرة على التكيف والتخطيط المتزايد (أو المستمر).

الفرق الرئيسي بين الخطط الإضافية والخطط الرئيسية هي أن الخطة الرئيسية هي ممارسة دورية ، والتخطيط المتزايد يعترف بالحاجة إلى تعديل عملية التنمية لتعكس الظروف المتغيرة . لذا في حين أن نهج الخطة الرئيسية ، في تحديد مخطط التطوير، يركز على المرحلتين الأولى والثانية من النموذج العام (تحديد الأهداف والغايات العامة)، يُظهر النهج التدريجي اهتمامًا أكبر بكثير بالمراحل 8-10 (الرصد، ومراجعة السياسات والأهداف، واعتماد السياسات والأهداف المنقحة للخطط). وبما أن أحد الأهداف الأساسية للتخطيط السياحي هو مطابقة مستويات الطلب مع العرض، وهذه القدرة على ضبط تخطيط البرامج كما هو مطلوب كميزة خاصة .

أحد المواضيع المتكررة في أدبيات التخطيط السياحي الحاجة إلى التخطيط لمثل هذا النشاط المنتشر بشكل شامل وبطريقة يدمج التخطيط السياحي مع القطاعات الأخرى التي معها روابط . ونظرا لاتساع تلك الروابط وتنوع الآثار التي تميل السياحة إلى توليدها ، وهو نهج تخطيط شامل ولكنه يسمح بالحاجة إلى إعادة التعديل المنتظم للتنمية العمرانية وتقديم الخدمات وإدارة الزوار ، من الواضح أنه مفيد . يعتقد بعض الكتاب أن هذا النهج هو مقدمة من تخطيط النظم .

نهج النظم (الذي نشأ في علم التحكم الآلي ولكن يتم تطبيقه الآن على نطاق واسع في مجموعة من التقنيات الإدارية و سياقات التخطيط) تأسس على الاعتراف بالترابط بين العناصر داخل النظام ، بحيث يتغير عامل واحد ينتج تغيير تبعية يمكن التنبؤ به في أماكن أخرى داخل النظام . وبالتالي ، من أجل توقع (أو التخطيط) للتغيير، يجب فهم عمل النظام بشكل كامل وأخذه في الحسبان . في سياق تخطيط النظم تحاول الأساليب الجمع بين أربعة عناصر رئيسية – النشاط ، الاتصالات والمساحات والزمان - ورسم خريطة للترابط بين هذه لإنتاج أنماط التنمية .

مزايا نهج النظم في التخطيط هي أنه شامل ومرن ومتكامل وواقعي ، فضلا عن كونه قابلا للتنفيذ على نطاق جغرافي واسع . الجانب السلبي ، ومع ذلك ، فإن نهج النظم يتطلب قدرا كبيرا من المعلومات من أجل فهم كيفية عمل النظام فعليا (المرحلة 3 من النموذج العام) ؛ أنه يعتمد على مستويات عالية من الخبرة من جانب المخططين ، وبالتالي فهو خيار مكلف التنفيذ . لهذه الأسباب ، يظل هو الأقل تطبيقًا على نطاق واسع . تم وصف ثلاث طرق ، على الرغم من أن تقنيات التخطيط أصبحت أكثر تطورا ، وهو النهج الذي من المرجح أن يصبح أكثر بروزًا مع مرور الوقت .

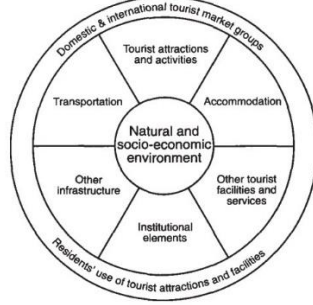
السياحة والتخطيط

التخطيط مهم في السياحة لمجموعة واسعة من الأسباب . أولاً، من خلال قدرة عمليات التخطيط العمراني على السيطرة على التنمية ، فإنه يوفر آلية منظمة للمرافق السياحية والبنية التحتية المرتبطة بها على مساحة جغرافية كبيرة جدًا . ويصبح هذا البعد الجغرافي أكثر أهمية كلما تطورت السياحة . في البداية ، كانت معظم أشكال التخطيط السياحي محلية ومحددة بالموقع ، مما يعكس الآفاق المحدودة نوعًا ما ميزت الأصل في معظم أنماط السياحة . ولكن كما النطاق المكاني فقد أصبح عدد السياح أكثر اتساعًا مع زيادة مستويات التنقل . نظم التخطيط قادرة على تنسيق التنمية ، في المجالات الإقليمية وحتى الوطنية أصبحت أكثر ضرورة .

ثانيًا، في ضوء الأنماط الطبيعية للتجزئة داخل السياحة ، من المرجح أن تسمح الأنظمة بتنسيق النشاط لتطوير إمكانات الصناعة . وينعكس هذا في العديد من العناصر المختلفة المطلوبة للالتقاء ضمن خطة سياحية ، بما في ذلك الإقامة ، عوامل الجذب والنقل والتسويق ومجموعة من الموارد البشرية (ينظر الشكل ٢)،

ونظرًا لتنوع أنماط الملكية وسيطرة هذه العوامل في معظم الوجهات ، نظام التخطيط هو الذي يوفر كليهما ومن الواضح أن تكامل البنية لهذه العناصر المتباينة له قيمة . سيتم أيضًا تمكين أنظمة التخطيط (عند تطبيقها في سياق التسويق) . ترويج وإدارة الأماكن السياحية ومنتجاتها ، بمجرد تشكيلها .

Figure 6:2 Principal components in a tourism plan



Source: Reprinted from Inskeep, E. *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*. Copyright (1991), by permission of John Wiley & Sons Inc.

ثالثًا، كما ذكر في مقدمة لهذا الفصل ، هناك روابط واضحة بين التخطيط ومبادئ الاستدامة . ضمناً في مفهوم السياحة المستدامة هي مجموعة من التدخلات تهدف ليس فقط الحفاظ على الموارد التي تقوم عليها الصناعة ، ولكن أيضا في تعظيم الفوائد للسكان المحليين التي قد تتراكم من خلال سلم إدارة تلك الموارد . الأكثر شيوعا يكون التدخل عن طريق التنمية السياحية أو خطة إدارية .

رابعًا، يمكن أن يكون التخطيط آلية توزيع وإعادة توزيع السياحة ذات الصلة بفوائد استثمارية واقتصادية . وهذا دور مهم بشكل خاص للتخطيط نظرا لأن **السياحة قد أصبحت صناعة عالمية الأهمية** ولكن حيث لا يقع النشاط بالتساوي عبر مختلف المناطق وحيث تكون الأنماط المكانية لتفضيلات السائحين معرضة أيضًا إلى الاختلاف عبر الزمن . قد يساعد التخطيط في تطوير كل من أماكن سياحية جديدة ، وعند الضرورة ، إعادة التنظيم الاقتصادي للأماكن الثابتة التي بدأ السياح في هجرها .

خامسًا، **دمج السياحة في نظم التخطيط يعطي الصناعة أهمية سياسية** (نظرًا لأن معظم أنظمة التخطيط تخضع للنفوذ السياسي والسيطرة) وبالتالي يوفر مقياسا للوضع وشرعية نشاط لم يؤخذ دائمًا على محمل الجد كقوة للتغيير الاقتصادي والاجتماعي .

وأخيرًا، فإن الهدف المشترك للتخطيط هو توقع أنماط الطلب المحتملة ومحاولة مطابقة العرض مع تلك الطلبات . علاوة على ذلك ، من خلال ممارسة الضوابط المناسبة على التطور العمراني والخدمة ، يهدف التخطيط إلى تحقيق أقصى قدر من رضا الزوار . هناك أدلة كثيرة من جميع أنحاء العالم على أن السياحة غير المخطط لها ، والوجهات ، هي التي من المرجح أن ترتبط بها آثار سلبية وانخفاض مستويات رضا الزوار، في حين إن تطبيق التخطيط الفعال أدى في كثير من الأحيان إلى تعزيز المنتج السياحي ، بما يعود بالنفع على المضيف والزائر على حد سواء .

ومع ذلك ، فإن هذا التنوع في الأدوار والوظائف يؤدي إلى مشاكل في - تحديد الأبعاد الأساسية للتخطيط السياحي . في الواقع ، يتميز تخطيط السياحة كمفهوم بمجموعة من المعاني ، التطبيقات والاستخدامات . يشمل العديد من الأنشطة ؛ يتناول (ولكن لا يمتزج بالضرورة) المادية والاجتماعية والاقتصادية والتجارية و الاهتمامات البيئية ، وبذلك تشمل مجموعات مختلفة ، وكالات ومؤسسات لها أجنداتها

الخاصة . يمكن ممارسة تخطيط السياحة من قبل القطاعين العام والخاص ، تخضع لدرجات متفاوتة من الإنفاذ القانوني . كما أنه يعمل على المستوى المحلي ، الإقليمي والوطني و(أحياناً) على المستويات الدولية. للحديث عن ذلك فإن "التخطيط السياحي" كما لو كان كياناً واحداً يعد أمراً مهماً لغاية مضللة ، ويحاول الجدول 1 تلخيص مقطع عرضي من التطبيقات التي تقع ضمن المجالات الواسعة للتخطيط السياحي . وبصرف النظر عن الغموض الذي يحيط بما قد يشكل في الواقع التخطيط للسياحة ، هناك المزيد من القيود ونقاط الضعف التي يجب أخذها في الحسبان . وتشمل هذه التوجهات و الميل نحو المدى القصير؛ التنظيمية أوجه القصور ومشاكل التنفيذ .

Table 6:1 Diversity of tourism planning

Planning sector	Typical tourism planning concerns/issues
Physical (land)	Control over land development by both public and private sectors Location and design of facilities Zoning of land uses Development of tourist transportation systems Development of public utilities (power, water, etc.)
Economic	Shaping spatial and sectoral patterns of investment Creation of employment Labour training Redistribution of wealth Distribution of subsidies and incentives
Social/cultural	Social integration/segregation of hosts and visitors Hospitality Authenticity Presentation of heritage and culture Language planning Maintenance of local custom and practice
Environmental	Designation of conservation areas Protection of flora and fauna Protection of historic sites/buildings/environments Regulation of air/water/ground quality Control over pollution Assessment of hazards
Business and marketing	Formation of business plans and associated products Promotional strategies Advertising Sponsorship Quality testing and product grading Provision of tourist information services

إن تبني وجهات نظر قصيرة المدى هو سمة مشتركة في السياحة ، وفي نظر بعض المؤلفين ، حدث من تطور التخطيط الاستراتيجي طويل المدى للسياحة . أسبقية المدى القصير ردود الفعل تنشأ لعدة أسباب . إنه انعكاس لطبيعة إيقاع الدورات السنوية داخل السياحة حيث تميل الصناعة إلى اعتماد منظور موسمي على أدائها . ولكنه أيضاً نتيجة لهيكل الصناعة في معظم الوجهات وهيمنة المؤسسات الصغيرة - وهو القطاع الذي يلتزم بشدة بوجهات نظر تكتيكية قصيرة المدى للسياحة ويصعب دمجها في قطاعات أوسع .

أطر التخطيط بعيد المدى.

قد تكون هذه الأطر نفسها خاضعة لمجموعة من نقائص الإجراءات التنظيمية . في العديد من مناطق الوجهة ، والسرعة التي تحتاج إليها نما التخطيط السياحي بشكل فاق تطور المنظمات والخبرة والمعرفة للقيام

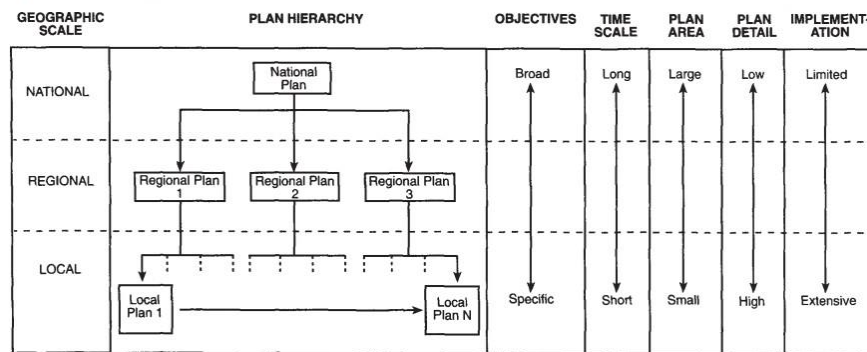
بهذه المهمة . دراسات التخطيط السياحي في بعض الجهات العالمية الأحدث ، تكشف أن نيوزيلندا والدول الصغيرة في جنوب المحيط الهادئ تعاني مشاكل شائعة للتناقضات في تطوير السياحة الاستراتيجية بين الدول والمناطق وداخلها ؛ تجزئة وتقسيم المسؤولية بين مختلف الوكالات العامة والخاصة ؛ نقص المعرفة بأنماط السياحة في المحليات ؛ وغياب المخططين ذوي المعرفة المتخصصة في الصناعة . ولكن حتى الجهات بهيكل تخطيط متطورة وفهم جيد للأسواق السياحية ليست في مأمن من هذه الصعوبات . في المملكة المتحدة تقع مسؤولية "التخطيط" السياحة على عاتق مجموعة من الوكالات (بما في ذلك مجالس السياحة الإقليمية وسلطات المنتزهات الوطنية والمحلية و إدارات التخطيط الحكومي)، وآخرها نادراً ما تحتوي على خبراء في السياحة . ونتيجة لذلك ظهر ما قام به بعض الكتاب ويُطلق عليه **"فجوة التنفيذ"** - الاختلاف بين ما هو موجود والمقصود بالخطة السياحية وما يتم تسليمه بالفعل — كان مشكلة في العديد من المحليات .

التخطيط السياحي على المستوى الوطني والإقليمي والمحلي

يعد استخدام النطاق الجغرافي أداة ذات قيمة خاصة لاستخلاص الاختلافات الرئيسية في التركيز والتطبيق داخل تخطيط السياحة ، ولتوضيح هذه النقطة ، يتناول الفصل الآن التخطيط للسياحة على المستوى الوطني والإقليمي والمحلي . ومع ذلك ، قبلنا ومع المشاركة في تلك المناقشة ، هناك ثلاث نقاط عامة جديرة بالملاحظة .

أولاً، على الرغم من أننا قد نميز بين النطاقات الجغرافية المختلفة للتخطيط في السياحة ، ينبغي أن ينظر إليها على أنها مترابطة بدلاً من مجالات التنمية المنفصلة عن بعضها البعض . في إطار نموذجي، يمكن النظر إلى العلاقة بشكل هرمي : فالسياسات الوطنية تحدد نطاقاً واسعاً لأجندة التنمية التي تشكل السياسات على المستوى الإقليمي بشكل مباشر. في حين تشكل هذه بدورها إطاراً للخطط المنفذة محلياً . ويتضاءل حجم التدخل ، وبالتالي يقل مستوى التفصيل في التخطيط فتزداد المقترحات ، لكن الأهداف العامة للتخطيط على كل مستوى تظل قائمة متكاملة ومتسقة في الاتجاه (شكل 3).

Figure 6:3 A model planning hierarchy



ولكن من الناحية العملية ، نادراً ما يتم العثور على ترتيبات هرمية أنيقة ، في بعض الأحيان بسبب فقدان أحد المستويات أو تطويره جزئياً فقط ، أو ، عندما تكون جميع المستويات موجودة ، هناك اختلافات سياسية أو مؤسسية فالمواقف على مختلف المستويات قد تحبط التنفيذ . في المملكة المتحدة لا يوجد مستوى إقليمي محدد بوضوح للتخطيط بحيث يكون على المستوى الإقليمي ، كانت الاستراتيجيات السياحية التي وضعتها المجالس السياحية محدودة في تنفيذها بسبب غياب الأطر القانونية لتنفيذها . وعلى النقيض من ذلك ، في نيوزيلندا ، هناك محاولات متضاربة لإنتاج السياحة الإقليمية وقد أحبطت الاستراتيجيات بسبب غياب

سياسة واضحة في المستوى الوطني . وستكون المنطقة الجغرافية عاملاً أيضاً ، مع غياب مستوى إقليمي نموذجي بشكل خاص في الدول الصغيرة حيث الإقليمية لا تقدم التقسيمات الفرعية للفضاء الوطني أي منطق أو ميزة معينة .

ثانياً: نظراً للترابط بين المقاييس المختلفة للتخطيط ، يترتب على ذلك أن بعض مجالات الاهتمام ستشكل خيوطاً مستمرة على جميع المستويات الثلاثة ، و بدرجات متفاوتة من التركيز . الاعتبار الاقتصادية هي أحد العناصر التي قد توفر محور اهتمام على الإطلاق للمستويات الثلاثة ، وكذلك المخاوف المتعلقة بتحسينات البنية التحتية مثل النقل والمرافق العامة .

ثالثاً، إنه أمر لا مفر منه نظراً للاختلاف التنموية على نطاق واسع سيتم وضع علامة على الحالات التي يتم فيها تطبيق التخطيط السياحي ، الاختلافات داخل المستويات وفيما بينها ، ومن مكان إلى آخر . ولذلك ينبغي التعامل مع المناقشة التالية في المقام الأول على أنها تعميم التخطيط على المستويات الثلاثة مع مراعاة ما يلي : تختلف قدرة الولايات أو المناطق أو المحليات الفردية بشكل كبير في الأنماط الموصوفة .

التخطيط السياحي على المستوى الوطني

تختلف الأهمية الممنوحة للتخطيط السياحي على المستوى الوطني إلى حد كبير بين الجهات ولكن عادة ما يكون ذلك مفاهيمياً شخصياً ويسعى عادة إلى تحديد الأهداف الأساسية للسياحة وتطويرها وتحديد السياسات والاستراتيجيات العامة لتطبيقها . في هذا الإطار ، هناك أمور عدة أكثر تحديداً قد تظهر نقاط تأكيد ، ويجب أن نشير على وجه الخصوص إلى نقطة مشتركة - **اهتمام الخطط السياحية الوطنية بالقضايا الاقتصادية** . وهذا يعكس القدرة الملموسة للسياحة الدولية على التأثير بشكل إيجابي في ميزان المدفوعات للدولة وخلق فرص العمل . ونتيجة لذلك ، فإن عددا متزايداً من الدول ، وخاصة في العالم النامي ، وضعوا السياحة في موقع مركزي ضمن اهتماماتهم في خطط التنمية الاقتصادية الوطنية .

الدور المشترك الثاني لخطط السياحة الوطنية هو **تحديد مناطق التنمية السياحية** . يمكن القيام بذلك لأي من الأسباب العديدة : للمساعدة في هيكلة برامج إعادة توزيع الثروة وتضييق الفوارق بين الأقاليم ؛ لخلق فرص العمل في المناطق التي تشكل البطالة فيها مشكلة . أو لتوجيه التنمية السياحية إلى مناطق تمتلك مناطق جذب وبنية تحتية مناسبة ، وبالتالي تعد مناسبة للسياحة . فضلاً عن انعكاس المخاوف الاقتصادية ، قد يتم أيضاً الاسترشاد بالتسمية الإقليمية بالعوامل البيئية ، وهناك حاجة خاصة إلى حماية المناطق الهشة من الآثار السلبية المحتملة للتنمية السياحية .

التركيز الثالث للتخطيط السياحي على المستوى الوطني هو **التسويق** ، وهذا بارزة بشكل خاص بين الجهات المتقدمة التي تمتلك الخبرة والموارد اللازمة لتشكيل وتعزيز مجموعة مميزة من المنتجات السياحية الوطنية . والتخطيط الاستراتيجي للسياحة البريطانية للتنمية على المستوى الوطني غائبة إلى حد كبير والدور الأساسي للوكالات الوطنية مثل هيئة السياحة البريطانية (BTA) في تسويق الجهات البريطانية والمسافرين إلى الأسواق المحلية والأجنبية بشكل خاص .

وتعكس هذه الأدوار الاقتصادية والتسويقية للخطط على المستوى الوطني حول العالم . يلخص الجدول 2 نتائج دراسة السياسات الوطنية السياحية في حوالي تسعة وأربعين دولة حول العالم وأماكن في ترتيب أهم ثمانية محدّدات تشكل المستوى الوطني التخطيط السياحي في تلك الدول . بالإضافة إلى التأكيد على الوظائف الاقتصادية والتسويقية التي سبق ذكرها ، جدول 2 أيضاً يلفت الانتباه إلى القضايا الوطنية التي تحدث بشكل أكثر انتقائية . على سبيل المثال ، تعكس بعض خطط السياحة الوطنية الحاجة إلى تحسين وتطوير

البنية التحتية ، وخاصة النقل ؛ والبعض الآخر يتضمن توفيرًا لخطط التدريب التربوي والتوظيف ؛ بينما عدد أقل الاعتراف بإمكانية السياحة في إقامة روابط دولية وتحقيقها للحفاظ على صور إيجابية لبلد ما داخل المجتمع الدولي .

Table 6:2 Main determinants of national tourism plans and policies in forty-nine countries (in rank order)

- To generate foreign revenue and assist balance of payments
- To provide employment
- To improve regional and local economies
- To create awareness of the destination/country
- To support environmental conservation
- To contribute to and guide infrastructure development
- To promote international contact and goodwill

Source: Baum (1994).

ومع ذلك، فإن طرق تحقيق الأهداف مبنية في الجدول 2 تختلف بشكل كبير بين الدول . وقد التزمت بعض الجهات ببرامج صارمة للغاية لخطط السياحة الوطنية الخمسية من النوع المعتمدة في دول مثل إندونيسيا وتاييلاند وتونس ، في حين يفضل البعض الآخر، مثل المملكة المتحدة ، اتباع نهج أكثر مرونة وبساطة وتوجيه للسياسات . التخطيط العمراني للسياحة في إنجلترا وويلز يتم تشكيلها بشكل فضفاض فقط من خلال توجيهات سياسة التخطيط الحكومية (PPGs) الوثائق التي تعد في الواقع مذكرات للحكومة المحلية وإدارات التخطيط التي تحدد القضايا الرئيسية التي يتعين معالجتها والمسارات المفضلة للتنمية ، ولكنها تسمح بقدر كبير للتفسير المحلي للتوجيهات .

كما أن السياقات المؤسسية للتخطيط السياحي الوطني متغيرة أيضًا . في دراسة التخطيط السياحي الوطني المشار إليها في الجدول 2 ، النصف فقط من البلدان التي شملها الاستطلاع أنشأت دائرة حكومية مع المسؤولية الوحيدة عن التخطيط السياحي الوطني وما يقرب من 15 % ، ويبدو أنه لم يكن لديها أية مصالح على المستوى الحكومي في هذا القطاع على الإطلاق . وفي أماكن أخرى ، تم منح السياحة اهتمامًا ثانويًا فقط ، وهذا هو الحال غالبًا ما ينعكس في حركة (أو تقسيم) ملخصات التخطيط السياحي بين الدوائر الحكومية . في المملكة المتحدة بين عامي 1983 و1992، كان تطوير السياحة هو الأول من نوعه ، مسؤولية وزارة التجارة والصناعة ، ثم قسم التوظيف . وهو الآن جزء من التشكيل الجديد لدائرة الثقافة والإعلام والرياضة (التي كانت تسمى في الأصل إدارة التراث الوطني). يعكس هذا الوضع غير المؤكد إلى حد ما المكانة الثانوية التي تحتلها السياحة في العديد من الخطط الوطنية وهي نقطة ضعف قد تحتاج معالجتها للمدى الطويل. لتوضيح نهج أكثر تنظيمًا إلى حد ما للتخطيط السياحي على المستوى الوطني ، يصف المربع 1 التخطيط السياحي في إحدى المجالات الناشئة الوجهة - تونس .

التخطيط السياحي على المستوى الإقليمي

بالمقارنة مع الأشكال الوطنية للتخطيط السياحي والسياحة الإقليمية تتميز الخطط عادة بزيادة ملحوظة في مستوى التفاصيل والتركيز بشكل أكبر على قضايا تنموية معينة . الخطط الوطنية تميل إلى أن تكون بيانات نوايا واسعة النطاق ، ولكن على المستوى الإقليمي يمكن تحديد الآثار المترتبة على تلك النوايا بشكل أكثر دقة يمكن أن يعكس التخطيط متطلبات محددة . منذ الآثار المترتبة على مقترحات التنمية للمحليات

الفردية تصبح أيضاً أكثر واضحة ، درجة معينة من المصلحة العامة أو المشاركة قد تكون عملية التخطيط السياحي واضحة أيضاً .

من المحتمل أن يتم تنفيذ العديد من الموضوعات من المستوى الوطني إلى المستويات الإقليمية ؛
بخاصة :

- المخاوف بشأن تأثير السياحة على الاقتصاديات الإقليمية و أنماط التوظيف ؛
- تطوير البنية التحتية بما في ذلك أنظمة النقل لمساعدة حركة الزوار داخل المنطقة ، فضلاً عن توفير المرافق العامة مثل إمدادات الطاقة والمياه ، وكلاهما يتم تنظيمها بشكل متكرر على المستويات الإقليمية ؛
- مزيد من الهيكل المكانية التي يتم فيها تحديد التجمعات السياحية داخل المناطق ؛
- التسويق والترويج على المستوى الإقليمي وخاصة في منطقة تمتلك هوية معينة و/أو مجموعة من المنتجات السياحية .

ومع ذلك ، ستكون هناك أيضاً سمات مميزة لخطة السياحة الإقليمية والتي قد لا تجدها على المستوى الوطني . أولاً، **الخطط الإقليمية عادة تظهر مستويات أكبر من القلق بشأن التأثيرات البيئية** . إلا في حالة الدول الصغيرة ، والأنماط المكانية غير المستوية التي ترتبط بها السياحة تعني أن التأثيرات البيئية نادراً ما تكون محسوسة على المستوى الوطني ولكنها تظهر داخل المناطق والمحليات . ميل انتشار التأثيرات البيئية عبر النظم الطبيعية وعلى نطاق أوسع المساحات الجغرافية (ينظر الفصل 5) تعني أيضاً النطاق الإقليمي للتخطيط غالباً ما يكون المستوى المناسب لتدخل المخطط لمعالجة مثل هذه التأثيرات . (محاولة إنتاج مخطط مستدام لتطوير الحاجز المرجاني العظيم في أستراليا المبين في الإطار 3:5 يقدم مثالا).

ثانياً، غالباً ما تحتوي الخطط الإقليمية **على دراسة تفصيلية لوضع نوع وموقع مناطق جذب الزوار** ، بالإضافة إلى الخدمات المساندة مثل السكن . ونادراً ما يتم توضيح مثل هذه الأمور بالتفصيل ضمن خطة السياحة الوطنية ، ولكن في مناطق التخفيض الجغرافي الحجم يجعل من السهل تحديد المواقع التي ستدعم السياحة ، تحديد مدى مطابقة القدرات الحالية للطلب المتوقع ، وبالتالي تخطيط التطورات في مناطق الجذب والخدمات الجديدة المطلوبة لمواجهة أوجه القصور التي تم تحديدها .

ثالثاً، قد تعكس الخطط الإقليمية **الاحتياجات المرتبطة بالإدارة من الزوار** . الفروق بين الإدارة والتخطيط في السياحة هي غالباً ما يكون هذا المستوى غير واضح ، ولكن ما لم تكن الدولة صغيرة ، فإن **المستوى الإقليمي يكون النقطة الأولى طبيعياً التي تبدأ عندها قضايا الإدارة السياحية في الظهور بشكل واضح** ، وإن كان ما يزال على نطاق كلي . استراتيجيات تقسيم المناطق الإقليمية تهدف إلى إما تمركز الزوار أو تفرقهم والتخطيط السياحي وخدمات المعلومات وتحديد الطرق السياحية والموقع الاستراتيجي قد تشكل جميع مناطق الجذب الرئيسية جزءاً من استراتيجيات إدارة السياحة الإقليمية . يحتوي المربع 2 على مثال لاستراتيجية السياحة الإقليمية التي تجمع بين عناصر التخطيط العمراني وتنمية السياحة الإدارة في جنوب غرب إنجلترا.

التخطيط السياحي على المستوى المحلي

يعد التخطيط السياحي على المستوى المحلي **نشاطاً متغيراً للغاية** ، مما يعكس الوضع الحالي تنوع **الأوضاع المحلية التي تتطور فيها السياحة** . وفي الوقت نفسه ، يعد هذا المستوى من التطبيق أيضاً هو الأسهل لتحديد جوهري اهتمامات التخطيط المشتركة . تركز معظم أشكال خطة السياحة المحلية في المقام الأول على **الجانب المادي لتنظيم الموارد السياحية** (الإقامة ، النقل المحلي ، تقديم الطعام ومناطق الجذب المحلية)،

والسيطرة على النمو العمراني (مثل بناء الفنادق) وممارسة إدارة الزوار المحليين . محليا عادة ما تكون الخطط قصيرة الأجل وتنظيمية بطبيعتها (بدلاً من أن تكون طويلة المدى). البيانات الإستراتيجية مع اهتمامات خاصة بتخفيض صراعات التنمية وتنسيق الأنشطة التي تستخدم نفس المساحات و/أو الموارد . سوف تظهر الخطط المحلية بعض أوجه التشابه مع خطط على المستوى الإقليمي في اهتمامها بالخدمات اللوجستية لتوفير دعم البنية التحتية – إمدادات الطاقة والمياه والصرف الصحي المحلية إمكانية الوصول ، وما إلى ذلك - ولكن سيتم توضيحها بشكل أكثر تفصيلاً في نهجها .

ولكن على عكس الخطط الإقليمية ، فإن التخطيط المحلي للسياحة سيدفع للاهتمام بالتصميم المادي و تطورات التخطيط - وهو أمر نادراً ما نواجهه على نطاق أوسع المقاييس للتدخل الجغرافي . غالباً ما يُنظر إلى التخطيط المحلي على أنه المستوى الأكثر فعالية للمجتمع لتنفيذ خطط استخدام الأراضي المادية والمهام المرتبطة بها مثل التقسيم المكاني للنشاط والتطورات . هذا لسببين . أولاً، مستوى التخطيط الذي من المرجح أن يكون قانونياً نظام قابل للتنفيذ لمراقبة التخطيط . في إنجلترا وويلز ، على سبيل المثال ، على الرغم من أن خطط هيكل المقاطعة ترسم استراتيجيات التخطيط الواسع على المستوى الإقليمي أو دون الإقليمي ، يتم تنفيذها بشكل رئيسي من خلال عملية التحكم في التطوير، والتي يتم تشغيلها من خلال وسيلة الخطط المحلية والقرارات المحلية المتعلقة بالتنمية . ثانياً، في معظم الحالات تكون ملاءمة التطوير المقترح بالحكم عليها بفعالية سياق محلي ، لأن هذا هو المستوى الذي يجب أن تكون التأثيرات محسوسة به بشكل أوضح . ولهذا السبب ، فهو أيضاً **مستوى الأسئلة المتعلقة برد الفعل العام تجاه التنمية التي من الأفضل أخذها بالحسبان ؟**

أصبحت الآثار المترتبة على التطورات المقترحة بارزة و قابلة للقياس . ونتيجة لذلك ، قد تأخذ الخطط المحلية في الحسبان التأثيرات الاجتماعية والثقافية أكثر من الاستراتيجيات على المستوى الوطني أو الإقليمي ، على الرغم من أن ، ونظراً لطبيعة الآثار الاجتماعية للسياحة (ينظر الفصل 7)، فإن من الصعب أن يشمل هذا البعد في عمليات التخطيط . مع أن السيطرة على التنمية أمر مهم ومميز ومن وظيفة الخطط المحلية ، فإنها قد تعكس أيضاً القضايا التي يتم تناولها المستويين الإقليمي والوطني ، وخاصة الاقتصادي والبيئي وآثار السياحة . ومن المرجح أن تؤخذ التأثيرات الاقتصادية بالحسبان نطاق التوظيف المحلي وتكوين الشركات الجديدة وإمكانات الآثار المضاعفة للدخل السياحي ، البيئة والمحافظة عليها كما سيتم معالجة القضايا ، خاصة وأن وجود الضوابط القانونية والاستخدام المتزايد في العديد من إجراءات التخطيط المحلية لتقييم الأثر البيئي (ينظر الفصل الخامس) تعزيز قدرة أنظمة التخطيط المحلية على حماية مناطق الحفظ والبيئات الهشة من المحتمل أن تكون ضارة التطورات الجسدية .

ونظراً لتنوع الأوضاع المحلية ، يمكن للخطط المحلية أن تستوعب الكثير من الفروق الدقيقة في الشخصية والغرض ، بما في ذلك الدور القوي في إدارة الزائرين . ومع ذلك ، فإن إحدى التطبيقات الأكثر شيوعاً للتطبيقات المحلية في تخطيط السياحة يتعلق بتطوير المنتجعات . هذا قد يكون تطبيق كليهما على برامج إعادة تطوير المنتجعات الحالية التي قد تكون موجودة ، وبناء أجيالاً جديدة متكاملة من المنتجعات التي تتميز بها العديد من الوجهات السياحية الناشئة . لذلك فإن المربع 3 يهدف إلى توضيح تطبيق للتخطيط المحلي نهج منتج متكامل مخطط له في هاواي . يوضح المثال أيضاً شكلاً من أشكال التخطيط الشامل الذي يجسد بعض عناصر المنهج الذي تمت مناقشته في وقت سابق من هذا الفصل ، وإن كان على نطاق محلي للغاية .

وتهدف هذه الأمثلة ودراسات الحالة إلى توضيح نطاق تطبيقات التخطيط في التنمية السياحية ، من المهم أن ندرك أن النص السابق لا يقدم سوى مراجعة تفصيلية لحقيقة موضوع واسع النطاق . القراء الذين

لديهم الرغبة في التدقيق في هذا الموضوع بشكل أعمق يتم تشجيعهم على استكشاف الأدبيات المذكورة أدناه وفي البليوغرافيا الشاملة .

مربع (1)

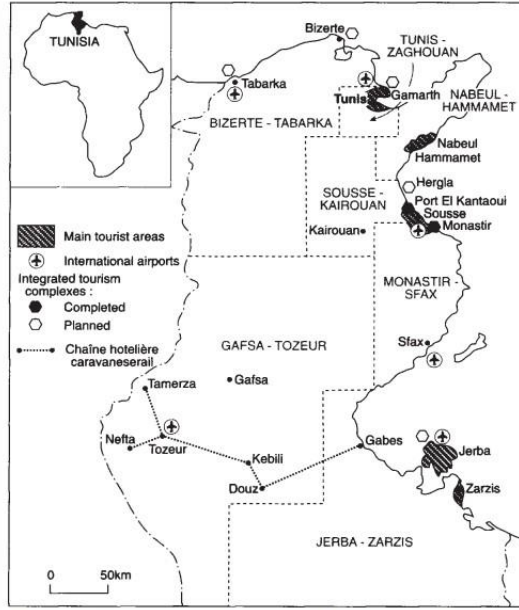
التخطيط الوطني للسياحة في تونس

لقد استرشدت التنمية التونسية لسنوات عديدة بسلسلة من خطط التنمية الوطنية الخمسية ، وكان أحدثها – الثامن – تنتهي نهاية عام 1997. وكان تطوير السياحة جزءا لا يتجزأ من وعنصر متزايد الأهمية ضمن هذه الخطط ، مثل دور السياحة داخل الاقتصاد التونسي أصبح أكثر مركزية و زاد حجم الصناعة من مجرد 50000 زائر أجنبي في عام 1962 إلى أكثر من 3 مليون زائر عام 1990 . تتوافق خطط التنمية الوطنية التونسية إلى حد كبير مع مفهوم الخطة الرئيسية بقدر ما هو عنصر رئيسي في نهج التخطيط في تعيين أهداف النمو والاستثمار على سبيل المثال ، حددت خطة التنمية الوطنية السابعة (1986-1991) الأهداف الاتية للسياحة :

- زيادة مساحات الأسرة بنسبة 19 % لتصل إلى 118.000 سرير.
 - زيادة نسبة إشغال الأسرة بنسبة 42 % لتصل إلى 18 مليون سرير في الليلة.
 - زيادة العمالة المباشرة بنسبة 13 % لتصل إلى 46.000.
 - الاستثمار التراكمي يرتفع بنسبة 72 % إلى 1,243 مليون تونسي دينار (حوالي 777 مليون جنيه استرليني)؛
 - زيادة عائدات السياحة السنوية بنسبة 104 % لتصل إلى 797 مليون دينار تونسي (498.00 جنيه استرليني). في حين كان من المتوقع أن يكون هناك الكثير من المخصصات الفعلية لدعم هذه الأهداف تأتي من استثمارات القطاع الخاص . والتدخل الحكومي المباشر ساهم بشكل كبير في تحقيق أهداف الخطة من خلال عدد من الممرات . وشملت هذه :
 - الاستثمار في البنية التحتية (وخاصة النقل).
 - الترويج والتسويق (الذي كان له أهمية خاصة بعد الركود في الثمانينيات والركود المؤقت في أعقاب حرب الخليج)؛
 - البرامج التدريبية (التي سبق إنشاء مدارس تدريب في جميع المناطق ، وفي إطار الخطة السابعة ، تم إضافة مدرسة فندقية جديدة في المنستير)؛
 - المبادرات الإقليمية الهادفة إلى تنويع المنتج السياحي وتنمية مناطق سياحية جديدة.
- لأغراض التخطيط السياحي والاستثماري ، تنقسم تونس إلى سبعة مناطق ، ولكل منها هدف نمو خاص بها بموجب الخطة الوطنية (الشكل 1). حتى الآن ، تركزت معظم التنمية السياحية في الشمال الشرقي ، الشريط الساحلي حول تونس وخليج الحمامات ولكن تحت الخطة الوطنية السابعة ، تم الإعلان عن العديد من المناطق السياحية الجديدة . وشملت هذه منتج متكامل بميناء القنطاوي بسعة أكثر من 13000 سرير ومارينا ، المطاعم ومجموعة من المرافق الرياضية ، إلى جانب مخططات أصغر لها في هرقل وقمرت . لكن الأهم من ذلك هي مشاريع طبرقة وكانت بنزرت الواقعة على الساحل التونسي الشمالي غير المتطور نسبيا ، أيضا تم الإعلان عنه ، إلى جانب مقترحات لوصول السائحين الجدد إلى المناطق الداخلية القاحلة في جنوب تونس . في طبرقة مطار دولي جديد يوفر بوابة إضافية للمنطقة بينما شهدت منطقة قفصة – توزر جنوبا استثمار مليون دينار تونسي (9.3 مليون جنيه استرليني) في إنشاء مجمع جديد متكامل الطريق السياحي (Chaînehotelière caravaneserail) الذي يربط الساحل بالصحراء والواحات الجبلية بتمرزة . و يتبع

هذاطرق واستخدامات التجارة العربية القديمة ، الإقامة في الإصدارات الحديثة من الخانات التقليدية - وهي شكل من أشكال الفنادق أو نقطة انطلاق . وتهدف هذه المبادرة بالذات ليس فقط إلى تعزيز الجديد من الوجهات داخل تونس ولكن أيضاً في جذب عملاء مختلفين : مجموعات الذين يبحثون عن أكثر من مجرد عطلات شاطئية تقليدية تعتمد على المنتجعات .
المصدر: غانت وسميث (1992).

Figure 6:4 Tourism development in Tunisia



Source: Reprinted from *Tourism Management*, Vol. 13, Gant, R. and Smith, J. 'Tourism and national development planning in Tunisia', pp. 331-336. Copyright (1992), with kind permission from Elsevier Science Ltd, The Boulevard, Langford Lane, Kidlington, OX5 1GB.

مربع (2)

التخطيط السياحي الإقليمي في جنوب غرب إنجلترا

على الرغم من أن استراتيجيات السياحة الإقليمية تنتجها مجالس السياحة في إنجلترا وويلز ليس لها وضع قانوني قابل للتنفيذ ، فهي توفر أطراً ذات أهمية كبيرة لتنسيق تنمية القطاعين العام والخاص في مجال السياحة وإدارة الزوار المرتبطة بها . جنوب غرب إنجلترا (شكل 5) منطقة سياحية رئيسية في المملكة المتحدة ، وتستقبل حوالي 14 مليون زائر مقيم ، وتستقبل سنوياً أكثر من ضعف عدد السياح مقارنة بالمدينة الأكثر شعبية في المنطقة . لكنها أيضاً تعاني من مشاكل الازدحام وفقر إمكانية الوصول ، فضلاً عن إرث المنتجعات الساحلية في القرن التاسع عشر التي تراجعت أمام المنافسة الأجنبية وتراجع مستويات الاستثمار فيها .

الأهداف المعلنة لاستراتيجية 1996-1996 هي :

- تحديد القضايا الرئيسية التي تواجه السياحة في المنطقة .
- إنشاء إطار يمكن من خلاله اتخاذ إجراءات الوكالات العامة والخاصة لتكون مخططة ومنسقة ؛
- رفع مستوى السياحة بالدعم وتخصيص الموارد .

يتبع إنتاج الإستراتيجية نمطاً كلاسيكياً يتم فيه سياق تحليل السياحة الإقليمية بالتفصيل لتحديد مجموعات من الأهداف وتحقيقها لأولويات التنمية . التحليل السياقي يعطي الاعتبار للاستراتيجيات الوطنية لمجلس السياحة الإنجليزي ويؤكد أيضاً على الروابط بين التخطيط السياحي وأهداف التخطيط على النحو المنصوص عليه في المقاطعة والخطط الهيكلية وخطط المنتزهين الوطنيين داخل المنطقة . وقد استرشدت الاستراتيجية أيضاً بتحليلات الموارد السياحية الحالية (الإقامة ، مناطق جذب الزوار ، الموارد الطبيعية ، وما إلى ذلك)؛ لمحات عن تسوق الزائرين ؛ تحليل الاتجاهات في قطاعات السوق الرئيسية (عطلات الإقامة الطويلة ، فترات راحة قصيرة ، سياحة الأعمال ، وما إلى ذلك) ؛ وآفاق السياحة في المنطقة في ضوء تلك الاتجاهات وعند وضعها جنباً إلى جنب مع تحليل نقاط القوة وضعف المنتج السياحي الإقليمي .

تركزت الإستراتيجية الناتجة على ثلاثة محاور:

- نشر الفوائد السياحية مكانياً في مناطق جديدة وزمانياً لتمديد الموسم ، والذي يركز في الوقت الحاضر بشكل كبير على الموسم التقليدي لأشهر الصيف والسياحة الساحلية التقليدية . الإستراتيجية تؤكد على الحاجة إلى منتجات جديدة وأماكن سياحية جديدة لتنشيط معدل الصناعة في جميع أنحاء المنطقة ؛
 - الحفاظ على الموارد البيئية والثقافية وتعزيزها لتشكيل أساساً للسياحة في المنطقة ؛
 - تعزيز رضا العملاء من خلال التركيز على الجودة وقيمة المال ، مع معالجة مشاكل مثل الازدحام المروري في الوقت نفسه ، والتي تعدها الاستراتيجية عنصراً سلبياً كبيراً في سلوك الزوار.
- تصورات المنطقة.

يتم تلخيص هذه الأهداف العامة في مناقشة مفصلة للقيود ، الفرص والأولويات عبر تسعة قطاعات واسعة من الصناعة : المنتجات والأماكن الحضرية – الريفية ؛ إقامة ؛ عوامل الجذب ؛ الرياضة والفنون ؛ النقل والوصول ؛ تسويق ؛ معلومة ؛ وخدمات التدريب والدعم . ويرتبط الموضوع في كل قسم بالأهداف الإستراتيجية ، وسلسلة من الإجراءات التي تم الحكم عليها بأنها قادرة على تحقيق تلك الأهداف . على سبيل المثال ، استراتيجية المنتجات (التي تم وضعها على خلفية تراجعها المستمر مع تحول أنماط السياحة بعيداً عن السياحة المحلية والعطلات الساحلية) تعطي الأولوية لتلبية احتياجاتهم الخاصة وتعزيز جاذبيتهم . ولتحقيق هذه الأهداف، يتم تشجيع كل منتج على القيام بما يلي :

- استكشاف الأسواق المستهدفة المحددة ، وخاصة في مجال الأعمال التجارية والاهتمامات الخاصة بالسياحة؛
- ترقية أماكن الإقامة والخدمات الأخرى للزوار مثل تقديم الطعام .
- تعزيز الفعاليات ومناطق الجذب التي من شأنها تشجيع الزيارات في غير موسمها.
- تطوير الروابط مع مناطق الجذب السياحي في المناطق الريفية النائية .
- تحسين إدارة الزوار.

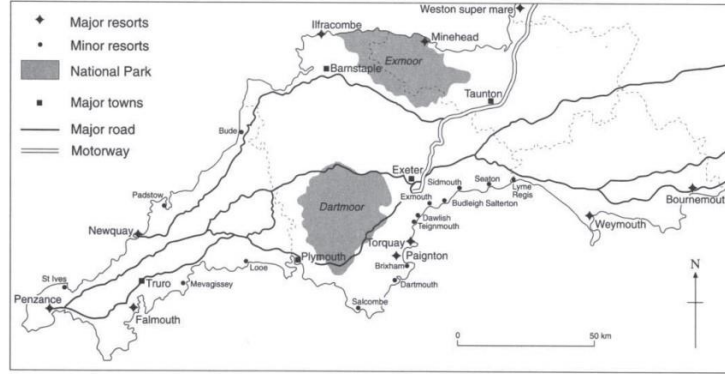
ولتعزيز هذه الأفكار، تدعو الاستراتيجية إلى إيلاء اهتمام أكبر بالاهتمامات البيئية ، بما في ذلك نظافة الشواطئ وإدارتها ، والمياه الداخلية وكذلك جودة الواجهة البحرية والأرصفة وأرصفة المدن الساحلية . يُنظر إلى الأخير على أنها تتمتع بإمكانية واضحة للترميم والإصلاح لتلبية الوظائف السياحية . يُقترح تصنيف مناطق الأراضي ذات الجاذبية الخاصة والمباني أو أنماط الأراضي أو المظاهر الطبيعية على أنها "أساسية" .

المجالات التي ينبغي أن يتركز فيها الاستثمار العام والخاص بهدف تعزيز نوعية وطابع المنتجات . يُنظر أيضاً إلى الازدهار المستقبلي للمنتجات على أنه يعتمد على الزائر الفعال والإدارة مع احتياجات خاصة لتحسين القدرات وموقع وقوف السيارات . وضوح وسهولة استخدام المعلومات السياحية ؛ إشارات

المشاة ؛ ونظافة الشوارع والمراحيض العامة . ومع ذلك ، كما هو الحال مع العديد من استراتيجيات السياحة ، يعتمد النجاح على فعالية التنفيذ ، وبينما يمتلك مجلس السياحة الإقليمي بعض الأموال اللازمة لدعم المشاريع المختارة (خاصة في العمل الترويجي والنشاط مثل تقييم الجودة) ، التنفيذ الكامل يعتمد على إنشاء شراكات فعالة بين السلطات المحلية ومؤسسات القطاع الخاص ومجلس السياحة . إن القدرة على تشكيل مثل هذه الشراكات متغيرة بشكل واضح .

المصدر: مجلس السياحة في ويست كنتري (1991).

Figure 6:5 Tourism development in the South West of England



مربع (3)

تخطيط السياحة المحلية: مونا لاني ، هاواي

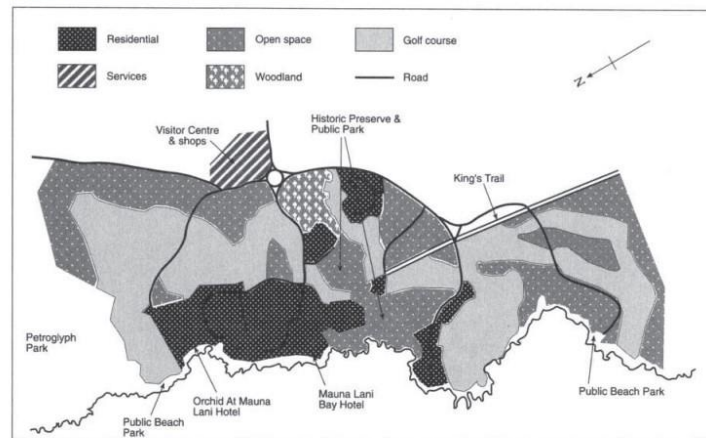
يعد منتجع Mauna Lani مثلاً للمنتجع الحديث متعدد الوظائف الذي تم التخطيط له بعناية منذ البداية لتقديم جودة عالية في الإقامة ومجموعة من المرافق الترفيهية ، ويقع ضمن منطقة جذابة بيئياً تشتمل على موارد طبيعية وغير طبيعية كبيرة . يقع على الساحل الشمالي الغربي لجزيرة هاواي الرئيسية وهو واحد من العديد من مشاريع تطوير المنتجعات المحلية ضمن المنطقة المحددة في الخطة الإقليمية كونه مناسباً لهذا الشكل . لتعزيز جدوى منطقة السياحة ، استثمرت حكومة الولاية بشكل كبير في القطاع العام الجديد - البنية التحتية ، بما في ذلك الطرق الجديدة والوصول الجوي إلى جانب المياه ، نظام التوزيع ، كجزء من خطتها الإقليمية .

التطوير الأولي من قبل شركة خاصة لموقع مساحته 778 فداناً (315 هكتاراً) في ماونا حصلت لاني على موافقة محلية في عام 1980 ، مع خطة لبناء 3000 غرفة فندقية ومساحة قدرها 100000 متر مربع بالإضافة إلى 3182 مساحة سرير في الأكواخ والوحدات السكنية . كما سمحت الخطة بملعب جولف مكون من 18 حفرة ، وأماكن للتسوق والترفيه في الموقع ، مع مرافق واسعة النطاق من الحدائق والممرات . مرحلة ثانية من التطوير (تمت الموافقة عليها في أواخر الثمانينات) شهد الموقع توسع إلى 1432 فداناً (580 هكتاراً) ، وذلك في المقام الأول للسماح بتوفير ملعب جولف ثاني وأرض المرافق الإضافية (الشكل 6). لكي يقلل من الكثافة السكنية ، ظلت حدود مساحة السرير في المنتجع الموسع كما هي كما تمت الموافقة عليه في المخطط الأولي ، وحتى لا يتم انتهاك حقوق المنتجع في الموسع والوصول المحلي التقليدي ، منطقتان من الساحل ستظل مفتوحة للوصول طوال العام .

تجدر الإشارة إلى ميزتين للخطة . أولاً ، الاهتمام بالتصميم والتخطيط كان محورياً في تصور المنتجع كبيئة ترفيهية عالية الجودة . هذا ويظهر بالطريقة التي :

- يتم استخدام المساحات المفتوحة وملاعب الجولف لخلق بيئة جذابة تضم مجموعات متنوعة من المباني ومساحات المرافق معاً مع إطلالة خاصة على البحر . كان وضع المباني والطرق مصممة بعناية للاستفادة من الشكل الطبيعي للتضاريس وتحديد ممرات الأراضي الترفيهية عبر المنتجع .
 - يمكن الوصول إلى المرافق التجارية الرئيسية ومناطق الاستقبال ، ولكن لا يمكن الوصول إلى الموقع المركزي ، في حين أن مناطق الخدمة (المكاتب والمتاجر والمناطق الخاصة بالمنتجع ، أعمال معالجة مياه الصرف الصحي) تم وضعها بشكل منفصل على جانب واحد من التطوير . كان هذا قراراً واعياً يهدف إلى تشجيع الاسترخاء والهوء وأجواء مريحة في المناطق الرئيسية للمنتجع .
 - الطرق، على الرغم من أنها توفر الوصول ، إلا أنها لا تسهل حركة المرور، ولا تشجع الاستخدام الروتيني للمركبات داخل المنتجع .
- الجانب الثاني المهم من الخطة هو الطريقة التي طُلب بها من المطورين الاحتفاظ بالعديد من الميزات البيئية المهمة للموقع ، ولا سيما الخط الساحلي ، وعدد من المظاهر الطبيعية التاريخية القديمة وبرك الأسماك ، والممرات القديمة ، مثل "طريق الملك" . كجزء من اتفاقية التخطيط ، تعهد المطورون أيضاً بالحفاظ على التطوير المناسب لمرافق الزوار في متنزه Puako الأثري الصخري المجاور ، المنطقة المحفوظة من التكوينات الصخرية البركانية والمنحوتات الصخرية .
- يوضح هذا المثال عدداً من ميزات التخطيط السياحي على المستوى المحلي :
- أهمية التصميم الدقيق وموقع المرافق ;
 - قدرة التخطيط المحلي على حماية البيئة بشكل تفصيلي و تكييف المرافق الخاصة بالموقع مع الموقع ودمج المرافق الطبيعية والميزات غير الطبيعية في مفاهيم التصميم الشاملة ؛
 - قدرة السلطات على استخلاص التنازلات (أو ما يطلق عليه أحياناً "مكاسب التخطيط") من المطورين مقابل الحصول على إذن للتطوير - في هذه الحالة ، موافقة المطور على إدارة حديقة بتروجليف .
- المصدر: إنسكيب (1991).

Figure 6:6 The Mauna Lani resort, Hawaii



Source: Adapted from Inskeep (1991).

ملخص

من خلال التركيز على دور التخطيط في تشكيل التطورات المادية ، سلط الضوء على جوانب التخطيط السياحي التي تكون فيها **المنظورات الجغرافية الأكثر فائدة في تقديم فهم لعمليات التغيير** ، على الرغم من وضوحها ، وهذه ليست الطريقة الوحيدة التي تتأثر بها السياحة بعمليات التخطيط . أوضح الفصل أيضاً

أن التخطيط السياحي هو ظاهرة جغرافية واضحة ، لا تختلف عبر الزمن فحسب ، بل والأهم من ذلك ، عبر الفضاء . التخطيط في النطاقات الوطنية والإقليمية والمحلية تتم مواجعتها الآن على نطاق واسع ، وعلى الرغم من وجود مواضيع وقضايا مشتركة تربط بين مستويات التدخل المختلفة ، كما أن الأبعاد المميزة التي تميز التخطيط السياحي على اختلاف هذه المجالات مكانية المستويات .

أسئلة للمناقشة

- 1- ما هي الاختلافات الرئيسية في النهج والتأكيد الذي من المحتمل أن يحدث في التخطيط السياحي على المستويات الوطنية والإقليمية والمحلية ؟
- 2- إلى أي مدى تعوق طبيعة التخطيط السياحي فعالية التخطيط السياحة نفسها ؟
- 3- قد يكشف التخطيط السياحي عن بعض أوجه القصور الشائعة . ما هي ؟ ولماذا تنشأ ؟
- 4- كيف يمكن للتخطيط أن يساعد السياحة على أن تصبح مستدامة ؟