

الفصل الخامس

استراتيجيات التنمية السياحية

أولاً: الاستراتيجيات السياحية

ثانياً: التطور التاريخي لمفهوم الاستراتيجية

ثالثاً: التعريفات

رابعاً: الأهداف

خامساً: نماذج الاستراتيجيات السياحية

أولاً: الاستراتيجيات السياحية:

رغم تباين الآثار الاقتصادية والاجتماعية والسياسية لصناعة السياحة بتباين أنواعها، وأنشطتها المختلفة إلا أن الدلائل العملية وتجارب الدول تشير على التزايد الملحوظ فى الدور الذى تلعبه السياحة بصفة عامة فى قضايا التنمية بمفهومها الشامل وقد ترجم الاهتمام الشديد بقطاع السياحة فى الكثير من دول العالم فى شكل تشجيع الاستثمارات الأجنبية وإعطاء المزيد من الحريات للقطاعين العام والخاص بمزاولة العديد من الأنشطة وإنشاء المشروعات السياحية. هذا بالإضافة إلى التسهيلات المتنوعة كالإعفاءات الضريبية والجمركية على واردات قطاع السياحة والسماح بتحويل أرباح الشركات الأجنبية أو دخول العاملين فيها خاصة الأجانب ومساهمة الدول فى تكاليف وإنشاء الخدمات اللازمة للمشروعات السياحية^(١) كتمهيد الطرق وإنشاء الشبكات الخاصة بالمياه والكهرباء والاتصالات السلكية وغيرها.

وتضع الدول الخطط السياحية والاستراتيجيات التى تتناسب وأوضاعها المختلفة وتثار التساؤلات عن أفضل السبل للوصول للأهداف وتوضع الدراسات وتجربى الأبحاث للاختيار السليم والنجاح الذى يضمن تحقيق الأهداف دون مشكلات وعقبات جسيمة وفى قطاع السياحة تثار التساؤلات لاختيار أفضل البدائل وأهم الاستراتيجيات التى يمكن أن توصل إلى تحقيق الأهداف التنموية فبئى الاستراتيجيات أبداً؟ وما الخطط الأهم للوصول إلى تحقيق أفضل الأهداف التنموية ماهى السبل لتحقيق العائد السياحى الكبير؟

(١) أحمد ماهر - عبد السلام أبو قحف: تنظيم وإدارة المنشآت السياحية والفندقية، لقاهرة، المكتب العربى للحدوث سنة ١٩٨٨.

ما هو دور القطاع الخاص وما دور القطاع الرسمى؟

ما هى المشروعات التى سأتوسع فى إنشائها وما هى الخدمات التى ستقدمها الأجهزة الرسمية، وما هى السياسات المتوازنة التى سيسير عليها العمل؟

هل هناك الكثير أم القليل من القوانين والتشريعات المنظمة والمحفزة على العمل؟ أم مازال القطاع يحتاج إلى الضوابط والتوجيه وهل أترك الاستراتيجيات السياحية للعرض والطلب؟

هل هناك عقبات توجد أمام واضعى الاستراتيجيات السياحية؟ وما هى هذه العقبات؟

وهل هذه العقبات اقتصادية أم اجتماعية أم ثقافية أم حضارية وكيف السبيل للتغلب عليها؟

أن وضع الاستراتيجيات هام وضرورى وتحديد الاستراتيجية العامة للدولة مسألة هامة لأنها تحدد مسار التنمية عبر الزمن ويجب أن تتصف تلك الاستراتيجية بالشمول بمعنى أنها يجب أن تغطى جميع قطاعات الاقتصاد القومى، وذلك لأن الاستراتيجية هدفها سرعة تغيير المجتمع وذلك لعلاج أوضاع التخلف الاقتصادى، ولا بد من الإقرار بأن حقائق الحياة السياسية والعلمية والاقتصادية المعاصرة على الصعيدين الداخلى والدولى قد تفرض مركزية التخطيط والإدارة والقرار فى بعض المجالات من أجل تحديد الأهداف والخطط وتحقيق التنمية المنتظمة من خلال إعداد استراتيجيات متناسقة تتصف بالشمول فى أى فرع من فروع النشاط التنموى فى الدولة التى من ضمنها النشاط السياحى، لذلك سيتم فى هذا الفصل مناقشة الاستراتيجيات السياحية من حيث تطور مفهوم الاستراتيجية، وتعريفها، وخصائصها، وأهدافها، ثم النماذج الاستراتيجية السياحية التى تتبعها بعض الدول فى مجال السياحة.

ثانيًا: التطور التاريخى لمفهوم الاستراتيجية:

وفدت كلمة الاستراتيجية من المجال العسكرى ووصلت إلى مختلف المجالات وإلى العلوم الإنسانية وتطور مفهوم الاستراتيجية عبر مختلف عصور التاريخ وفقًا لاختلاف

وتطور التقنية العسكرية فى كل عصر عن الآخر، ووفقاً لتباين المدارس الفكرية والسياسية لكل قائد أو مفكر، ولذلك لا يوجد تعريف موحد متفق عليه لهذه الكلمة، لأن الاستراتيجية تتطور تبعاً لتطور الاقتصاد والسياسة والعلوم، وتستفيد من أحدث ما توصلت إليه العلوم والتكنولوجيا عند إعداد واستخدام القوات العسكرية فى الحرب. لذلك فإن لكل دولة خلال فترة معينة استراتيجية عسكرية خاصة بها تتوقف على العوامل الاقتصادية والسياسية والعسكرية والجغرافية، وأن الاستراتيجية الفعالة تبنى على الخبرة والاستفادة من دروس الماضى وتصاغ وتوضع فى إطار مناسب للمستقبل.

وقد استخدم لفظ الاستراتيجية منذ عدة قرون فى العمليات الحربية وهى كلمة يونانية قديمة مشتقة من كلمة "استراتيجوس" وتعنى فن القيادة أى كيف يستخدم القائد "الجنرال" القوى المحيطة به - لضمان النصر فى الحرب. وحتى حرب نابليون كان يقصد بالاستراتيجية علم وفن مواجهة العدو عن طريق القوة العسكرية، أو هى الخطة العامة الموضوعة لإحراز هدف معين.

وقد وسع نابليون مفهوم استخدام الاستراتيجية لتشمل الجوانب السياسية والاقتصادية التى تحسن الفرصة للنصر العسكرى. وبالتالي ليس من الضرورى أن يدخل القائد معارك حاسمة لتحطيم جيوش أعدائه بل قد يكون من المفضل تحت ظروف معينة استخدام استراتيجية تقوم على تعطيل العدو وتحطيم معنوياته، وضرب مؤخرته ومراكز اتصالاته وتموينه، وتفلىح الاشتباك معه فى أية معارك حاسمة. بل إن القائد العسكرى قد يتمكن من تحقيق أهدافه دون إطلاق رصاصة واحدة، وذلك إذا تمكن بكل الوسائل الموضوعة تحت قيادته من إقناع العدو بتفوقه المطلق إذا دخل المعركة.

والاستراتيجية العسكرية لا تعنى استخدام القوة فقط بل والتهديد باستخدامها. ولا تهتم بالحرب فقط، ولكن بالسلام الذى يتبع الحرب.

وهنا يظهر بكل وضوح مشكلة العلاقة بين السياسة والاستراتيجية وإن الاستراتيجية لم تعد وفقاً على العسكرين. بل أصبحت فناً يزاوله السياسيين وبالتالي

أصبح يطلق على الاستراتيجية فن استخدام القوة للوصول إلى أهداف السياسة. وقد تكون هذه الأهداف هجومية مثل إجبار الخصم على قبول بعض الشروط المحففة أو دفاعية مثل حماية الأرض أو الذود عن مصالح الأمة.

وحديثاً استخدم مفهوم الاستراتيجية ليشمل الجوانب الاقتصادية والسياسية بحيث أصبحت فناً وعلماً يمارس فى الكثير من جوانب الحياة، وبالتالي أصبح يعرف هذا المفهوم بأنه استخدام القوة بأنواعها المختلفة لتحقيق أهداف معينة.

وفى مجال الإدارة عرفت الاستراتيجية على أنها الخطة العامة المعدة لتحقيق أهداف محددة ومنشودة، بمعنى آخر فن استخدام وإدارة الموارد المتاحة لتحقيق أهداف التنظيم.

وفى ميدان التخطيط أخذ مفهوم الاستراتيجية يستخدم مقروناً ببعض العناصر الرئيسة التى تشتمل عليها خطط التطوير الإدارى بأشكالها وأنواعها المختلفة، فأصبحنا نسمع بالأهداف الاستراتيجية مثلاً والتى يقصد بها الأهداف النهائية والكلية أو العامة للخطة، وتتميز هذه الأهداف بكونها بعيدة المدى أو طويلة الأجل وتسعى أجهزة التخطيط على مستوى الدولة أو التنظيم لتحقيقها من خلال تنفيذ الخطط.

يختلف مفهوم الاستراتيجية عن التكتيك والذى يعتبر فى جذوره الأولى أحد المفاهيم العسكرية أيضاً ويقصد به أسلوب تنفيذ معركة أو حملة عسكرية وإدارتها، وعلى الصعيد الإدارى يعرف على أنه مجموع الخطط والبرامج المرحلية القصيرة المدى التى تساعد فى تحقيق أهداف استراتيجية معينة. وكما يوجد هدف استراتيجى، فإن هناك هدفاً تكتيكياً أو تعبيرياً يتميز بأنه جزئى ومرحلى أو تفصيلى، ومن خلال تحقيق مجموعة الأهداف التكتيكية يتم تحقيق هدف استراتيجى وكذلك من خلال مجموعة خطط أو برامج قصيرة ومرحلية يتم تحقيق أهداف استراتيجية أو خطة طويلة المدى.

وقد استخدمت الاستراتيجية للدلالة على المهارة فى التخطيط والإدارة وعندما استعادت العلوم الاجتماعية الاصطلاح أضفت عليه مفهوماً شاملاً يعنى الخطة العامة لوسائل تحقيق الأهداف.^(١)

(١) السيد عليوة: استراتيجية الإعلام العربى، القاهرة، هيئة الكتاب سنة ١٩٧٨

والحديث عن الواقع الراهن يقتضى الحديث عن التعريفات والمحاور والأهداف،
والوسائل، والبدائل.

ثالثاً: التعريفات:

الاستراتيجية فى أحد تعريفاتها :

هى مجموعة الخيارات الطويلة الأجل التى يضعها مديرو البرامج فى شكل خدمات،
وسياسات وخطط عمل.

"إن الاستراتيجية مجموعة من الخيارات التى يأخذ بها قادة البرامج فيما يتعلق
بالأهداف والخدمات والسياسات وخطط العمل، وينبغى للإستراتيجيات الناجحة أن
تلبى أهداف البرامج العريضة التى تضعها الحكومة والبيئة على حد سواء، ومن
المحتمل أن تنجح الاستراتيجيات التى تلبى أهداف الحكومة وتتمشى مع البيئة، بشكل
أكثر من تلك التى لا تفعل ذلك."^(١)

تعريف الاستراتيجية تبعاً للمدرسة الغربية:

تعرف الاستراتيجية بأنها فن إعداد خطة الحرب وتوجيه الجيش فى المناطق الحاسمة
والتعرف على النقاط التى يجب تحشيد أكبر عدد من القطاعات فيها لضمان النجاح
فى المعارك. (ليتريه).

وفى كراسة التدريب المشترك البريطانية الصادرة عام ١٩٠٢م تعرف الاستراتيجية
بأنها فن التخطيط لحملة ما وتوجيهها، وهى الأسلوب الذى يسعى إليه القائد لجر
عدوه إلى المعركة.

ويعرف لينين: (المدرسة الشرقية) الاستراتيجية الصحيحة. بأنها هى التى تتضمن
تأخير العمليات إلى الوقت الذى يسمح فيه الانهيار المعنوى للخصم للضربة المميتة
بأن تكون سهلة وممكنة.

- ماوتسى تونج: هى دراسة قوانين الوضع الكلى للحرب.

(١) صمويل بول: الإدارة الاستراتيجية لبرامج للتنمية ترجمة محمود بروم، الأردن، المنظمة العربية للطوم
الإدارية سنة ٨٥.

أما المدرسة المصرية، فتعرف الاستراتيجية على أنها أعلى مجال فى فن الحرب وتدرس طبيعة وتخطيط وإعداد وإدارة الصراع المسلح وهى أسلوب علمى نظرى وعملى يبحث فى مسائل إعداد القوات المسلحة للدولة واستخدامها فى الحرب معتمداً على أسس السياسة العسكرية كما أنها تشمل نشاط القيادة العسكرية العليا بهدف تحقيق المهام الاستراتيجية للصراع المسلح لهزيمة العدو.

أما المدرسة العراقية: تعرفها على أنها فن إعداد وتوزيع القوات المسلحة واستخدامها أو التهديد باستخدامها ضمن إطار الإستراتيجية العامة لتحقيق أهداف السياسة.

ـ محاور الاستراتيجية:

وتدور التعاريف الخاصة بمصطلح (استراتيجية) حول الحقائق التالية:

١- تعطى الاستراتيجية إطاراً موحداً عاماً يتم وفقه اتخاذ القرارات بحيث تكون هذه القرارات متناغمة ومتكاملة. وهذا المحور فى التعريف ينبع من منطلق القناعة بأن الاستراتيجية هى القوة الدافعة فى المنشأة لوضع الخطط، ومن ثم تنفيذ هذه الخطط حتى تحقق المنشأة أهدافها وغايتها.

٢- الاستراتيجية هى أداة تسهم فى تحديد مقاصد المنشأة من حيث الغايات بعيلة المدى، خطط العمل، وأولويات تخصيص الموارد. وفى هذه النظرية تعتبر الاستراتيجية وسيلة لتشكيل الأهداف والغايات بعيلة المدى للمنشأة، وتعريف الأنشطة المطلوبة لتحقيق هذه الغايات، وتحديد الموارد المطلوبة وتوفيرها.

١- تعطى الاستراتيجية تعريفاً للمجال الذى تتنافس فيه المنشأة. ويتطلب تحديد مجال عمل المنشأة التعرض لقضايا نمو المنشأة، وتوسع أعمالها وتنوعها، وكذلك مجالات العمل المطلوب التخلّى عنها وهنا تسعى الاستراتيجية للإجابة على سؤالين أساسيين: ما هى مجالات عمل المنشأة حالياً؟ وما هى مجالات العمل التى يجب أن تكون فيها المنشأة؟

٢- الاستراتيجية هى وسيلة لتحديد كيفية الاستجابة للفرص والتهديدات الخارجية ولنقاط القوة والضعف الداخلية بهدف تحقيق تفوق على المنشآت

المنافسة. ومن هذا المنظور تهدف الاستراتيجية إلى تحقيق تفوق مستمر على منافسى المنشأة فى جميع مجالات عملها، هذا التفوق هو حصيلة تفهم شامل وعميق للقوى الداخلية والخارجية التى تؤثر على المنشأة فالاستراتيجية تساعد المنشأة على تحقيق التوافق بين الإمكانيات الداخلية والواقع الخارجى، وهى كذلك تعين المنشأة على حسن التكيف مع متطلبات التغيرات الخارجية.

٣- تشكل الاستراتيجية نظاما منطقيا يميز بين مهام كل مستوى من مستويات الإدارة فى المنشأة: الإدارة العليا والوسطى والدنيا، وكذلك مهام الإدارة المركزية والفروع والأقسام والوحدات. وتضمن الاستراتيجية الناجحة توزيع المسؤوليات وتكاملها بما يحقق أقصى درجات التناغم. وبغض النظر عن هيكل المنشأة، تتشكل الاستراتيجية من تكامل ثلاث استراتيجيات مختلفة هى: استراتيجية الشراكة واستراتيجية العمل، استراتيجية التشغيل.

٤- الاستراتيجية هى تعريف للإسهام الاقتصادى وغير الاقتصادى الذى تنوى أن تقدمه المنشأة لجميع المتعاملين فيها وهنا يمكن تعريف المستفيدين بأنهم يشملون مالكى المنشأة أو مالكى أسهم المنشأة والموظفين والمجتمع والدولة، ... إلخ. وتبرز أهمية هذا البعد المتضمن تعريفا واسعا للمستفيدين إبراز ضرورة أن تراعى استراتيجية المنشأة مصلحة قطاع أوسع من المستفيدين. كذلك ينبغى أن تتجنب الاستراتيجية التركيز على تحقيق الربح السريع كحافز للعمل، وإنما ينبغى مراعاة تحقيق المصلحة لكافة المستفيدين على المدى البعيد.

خصائص الاستراتيجية:

١- الاستراتيجية هى تحرك مرحلى، ويعنى هذا أنه بحسب الظروف والمرحلة التى يمر بها المشروع، يتحدد أسلوب التحرك والعقل. ويعنى هذا أيضا المرونة فى التصرف.

٢- الاستراتيجية هى رد فعل المشروع لما يتوقعه من تهديدات أو فرص فى البيئة، ولما هو موجود فعلا من عناصر قوة أو ضعف فى أداء المشروع.

٣- تركز الاستراتيجية على إعادة تخصيص موارد المشروع (كلها أو جزء منها)، وذلك لأن شكل تخصيص الموارد الحالى يمكنه فقط من بقاء الشيء على ما هو عليه. ومواجهة التغيرات البيئية تتطلب فى هيكل الموارد الحالية وطريقة توزيعه على الاستخدامات.

٤- هناك جانب من المخاطرة يكتنف الاستراتيجيات، وذلك لأن الاستراتيجية تبنى على قدرة المشروع على التنبؤ بالتهديدات والفرصة البيئية، والتنبؤ به قدر من عدم العلم أو المخاطرة.

٥- أن التحركات الاستراتيجية تتم فى الزمن القصير أو الزمن الطويل، وقد تتكرر أو لا تتكرر، وذلك استنادا إلى طبيعة الظروف البيئية.

٦- تستغل الاستراتيجية المزايا التنافسية التى يتمتع بها المشروع فى مواجهة المشاكل والتهديدات التى يواجهها، أو فى اقتناص الفرصة المتاحة، وقد تكون هذه المزايا فى نوع معين من الموارد.^(١)

موقع الاستراتيجية استنادا على ما سبق: تقع الاستراتيجية فى القمة وتخضع مباشرة للسلطة السياسية ومهمتها التعريف بكيفية إدارة الحرب الشاملة ووضع الغايات لكل من الاستراتيجية السياسية، والاقتصادية، والعسكرية، والثقافية - التى تؤلف المكونات الأساسية للاستراتيجية العليا - وتأمين التنسيق بينها جميعاً، وهى ما تعرف بالاستراتيجية العليا وتعتبر الاستراتيجية العليا من اختصاص القيادة السياسية أو رؤساء الدول والحكومات بمعاونة رؤساء الأركان العامة والمستشارين ومجلس الدفاع الأعلى.

ويستخدم تعبير الاستراتيجية العليا لشرح فكرة السياسة خلال التنفيذ وإيضاح دورها الفعال فى توجيه وتنسيق جميع إمكانيات الدول لتحقيق الأهداف الوطنية. وعليه فهى (فن وعلم تطوير واستخدام القوى السياسية والدبلوماسية والاقتصادية والمعنوية والعسكرية للدولة أثناء السلم أو الحرب لتحقيق الغايات والأهداف السياسية).

(١) أحمد ماهر: الخطط والسياسات والاستراتيجيات، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية سنة ١٩٩٦.

إن مدى الاستراتيجية محدد بالحرب ولكن الاستراتيجية العليا تنظر إلى ما وراء الحرب ونحو السلم الذي سيعقبه، ولا تكتفى بتحقيق التنسيق بين مختلف وسائل الحرب فقط بل عليها أن تنظم استخدامها أيضاً بغية تجنب تقويض حالة السلم المقبلة من أجل أمن الأمة وازدهارها.

وعلى الاستراتيجية العليا أن تقدر وتضاعف الإمكانيات الاقتصادية والقدرة البشرية بقصد دعم الوحدات المقاتلة، علاوة على دعم القوى المعنوية. أن أهمية تقوية إرادة الرجل وشخصيتهم تعادل أهمية الحصول على القدرة المادية، وهى تتولى أيضاً تنظيم وتوزيع الأدوار والقوى بين مختلف المرافق والصناعة. كما علينا أن ندرك أن القدرة الحربية عامل واحد من عوامل الاستراتيجية العليا التى يدخل فى حسابها قوة الضغط المالى أو السياسى أو الدبلوماسى أو التجارى أو المعنوى، وكلها عوامل هامة لأضعاف إرادة الخصم.

أنواع الاستراتيجيات وأهدافها:

تتعدد أنواع الاستراتيجيات لتشمل جميع نواحي الحياة فى نظام التخطيط فهناك خطط ذات مجال ومدى مختلفين يتم وضعها على مستويات مختلفة وهناك خطط تغطى فترات زمنية مختلفة ويمكن إيجاز بعض هذه الأنواع فيما يلى:

الاستراتيجيات على مستوى مشروع جزئى أو شامل. أن التخطيط على مستوى المشروع يبدأ بتحديد الأهداف وتعيين الوسائل التى تكفل تحقيق الأهداف خلال فترة معينة وتتمثل ببرامج المشروعات الرئيسية بقيام الدولة بمجموعة من الدراسات والبحوث وتقوم بعد ذلك بالعمل على قيام تلك المشروعات والتى ترى فائدتها للاقتصاد القومى.

الاستراتيجية القومية والاستراتيجية الإقليمية. أى التخطيط على مستوى الوحدات الإدارية كلها وتخطيط إقليمى يشمل مناطق معينة من الدولة وكلا النوعين من التخطيط هام وتربطه بالآخر علاقات وثيقة ومحددة وتهدف إلى تحقيق التوازن فى النمو بين أقاليم الدولة المختلفة والتى تضمن نصيب الأقاليم المختلفة من الدخل القومى طبقاً للخطة القومية التى تشمل توزيع الاستثمار المنتج والغير منتج.

الاستراتيجية المركزية واللامركزية. تختلف أنظمة التخطيط بشأن تحديد مستوى المركزية فى تحمل مسؤولية اتخاذ القرارات المختلفة والتوفيق بين الموارد والاستخدامات ومركزية القرارات التخطيطية ويمكن أن نميز بين النموذج المركزى واللامركزى فالأول يقضى بمركزية القرارات الجارية المتعلقة بنشاط الوحدات الاقتصادية الإنتاجية، واللامركزية تقضى بمركزية القرارات المتعلقة بالكميات الكلية وتشمل (الدخل القومى والاستهلاك الكلى والاستثمار والواردات والصادرات) وذلك دون الدخول فى مكونات كل هذه الكميات، والنشاط السياحى هو نشاط تنموى يتطلب وضع استراتيجيات وأهداف تنموية مستمرة ومتكاملة ويستخدم كافة الاستراتيجيات المتاحة لتحقيق الأهداف العامة والخاصة المباشرة وغير المباشرة.

رابعاً: الأهداف

تتضمن القضايا الاستراتيجية فى أى مجال من المجالات أهدافاً عامة: وهى القضايا والأمر الاستراتيجية التى تهتم المنظمة وتضعها فى اعتبارها بصفة عامة وتعمل على تحقيقها لتحقيق التنمية والنمو الدائم للمنظمة فى كافة المجالات وهى:

- نمو المنظمة وتحقيقها للأرباح على المدى الطويل.
- التغييرات التى تحدث فى الأسواق والتعرف على الاتجاهات التى تتعلق بتلك التغييرات.
- تطوير الجانب التكنولوجى الخاص بالصناعة والاتصال.
- تنويع مصادر الشراء حتى لا تقع المنظمة أسيرة لسوق واحدة.
- ربط نظام الحوافز والتشغيل بالأهداف الاستراتيجية طويلة الأجل فى مجال الاستثمارات.
- نشر ثقافة تخطيطية بين العاملين تساعد على تكييف الأفراد مع مستجدات المستقبل.
- تطوير نظام المعلومات الذى يخدم الإدارة العليا والوسطى عند وضع القرارات.

- تشجيع الابتكار والتجديد داخل بيئة العمل للسيطرة على المنافسة وعلى المشكلات الطارئة.
- رصد الدراسات والبحوث التى تقوم بها الجهات المختصة والمنظمات العالمية والاستفادة بها.

وغنى عن القول إن هذه القضايا الاستراتيجية الهامة التى تهتم كل منظمة وتضعها فى اعتبارها إذا طبقت فى مجال السياحة التطبيق العلمى الدقيق لأدى ذلك إلى نمو السياحة مستقبلياً نمواً مطرداً دون هزات تعرضها للتأرجح أو التذبذب

الأهداف الاستراتيجية فى مجال السياحة العالمية:

تحددت الأهداف الاستراتيجية فى مجال السياحة وبرزت بعد أن اجتاحت العالم مجموعة كبيرة من التغيرات العالمية التى أثرت تأثيراً كبيراً فى كافة بلدان العالم وسعت الدول الكبرى إلى تحقيق مصالحها الاقتصادية دون النظر للأعراف والقوانين الدولية، وركزت الدول الأخرى على مشروعاتها وتحقيق مصالحها متجهة إلى تنمية ذاتها وأصبحت كثير من دول العالم تنظر للسياحة على أنها قاطرة للتنمية الشاملة فى البلدان الأكثر نمواً وذلك حيث يتجه العالم للعمولة السياحية بعد تطبيق اتفاقية الجات التى وقعتها أكثر من ١٢٥ دولة فى سنة ١٩٩٤ بالمغرب والتى تعنى فى مجال السياحة أن البقاء للأصلح وللأجود فى الخدمات والكوادر والبيئة - والإدارة - والتسويق وفى المنشآت السياحية) خاصة بعد الاتجاه لفتح الحدود بين الدول وتوظيف التقنيات الحديثة فى كافة جزئيات العمل السياحى (من إعداد الكوادر وتصميم المنشآت - وفى التسويق والترويج - وفى الاستثمار السياحى وذلك بعد أن ظهر فى الربع الأخير من القرن العشرين أن الصناعات التى لها السبق هى صناعة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات وأيضاً صناعة السياحة والسفر لذا فقد اهتمت المصارف المالية العالمية بهذه الصناعات وبمصادر الثروة بما أدى إلى تزايد التنافس والاهتمام بها بما ينبأ أن حجم السياحة العالمية ستصبح فى تزايد مستمر يتنبأ الخبراء بأنه سيصل فى سنة ٢٠٢٠ إلى (مليار، ٦٠٠ مليون سائح).

ولذا فقد رفع فى يوم السياحة العالمى شعار السياحة قطاع رائد لخلق العمالة وزيادة التنمية والاستثمار مع حماية البيئة.
ولذلك تتحدد الأهداف والاستراتيجيات فى مجال السياحة نظراً لطبيعته الخاصة وتدور حول:

- الجذب السياحى وتنويع وسائل الجذب وتعددتها.
- تطوير المنتج السياحى وتنويعه وخروجه للأسواق العالمية.
- تعزيز التنمية لجذب الاستثمارات السياحية.
- تحديد المواصفات ووضع معايير الجودة.
- التنمية المستدامة وتطوير المجتمعات المحلية.
- التطوير المؤسسى وتطوير القطاع الخاص للمشاركة فى خطط التنمية والاستثمار السياحى.
- الارتقاء بأدوات التسويق والترويج السياحى.

وإذا كان الهدف الرئيسى لأى استراتيجية سياحية هو تنمية السياحة بكافة أنواعها العمل على تحفيز الطلب على المنتج السياحى والارتفاع بمعدلات التدفق السياحى لتقترب من معدلات الدول الجاذبة للسياحة طوال العام.

- حيث تشير تقارير منظمة السياحة العالمية إلى أن متوسط عوائد حركة السياحة الدولية قد فاق متوسط عوائد مجمل الصادرات العالمية من الخدمات التجارية، ووصلت عوائد السياحة إلى ٨% من مجمل صادرات العالم السياحية، وشكلت السياحة ٣٥% من مجمل الصادرات العالمية الخدمية، لذلك تسعى كثير من الدول إلى الوصول إلى نادى الكبار فى عالم السياحة، وذلك عن طريق تحديد الأهداف وضع التوجهات اللازمة وتحديد المنشآت السياحية لاستراتيجياتها التى ستسير عليها.

١- أهم الأهداف الاستراتيجية للمنشآت السياحية:

تتمثل الأهداف الاستراتيجية على مستوى المنشآت السياحية فيما يلى:

- ١- تنشيط الحركة السياحية.
- ٢- التخطيط لحمالات إعلامية محلية ودولية.

٣- التوسع الأفقى والرأسى فى مجال العمل السىلى، والاهتمام بالمشروعات السىلىة.

٤- الجودة والارتقاء بالعنصر البشرى المتصل عمله بالسىلىة وصناعتها وخدماتها.

٥- إشاعة ونشر ثقافة تنمية السىلىة بين الجمهور المستهدف بكافة أنواعه.

٦- تنوع وإثراء المنتج السىلى وإضافة أنماط سىلىة جديدة على خريطة السىلىة.

٧- التعامل مع الأسواق السىلىة المختلفة ومحاولة فتح أسواق وجذب سائحين جدد.

والعمل من خلال الاستراتيجىة السىلىة على تعميق الصلات مع العاملين فى المجال السىلى (منظمو الرحلات - وكلاء السفر والسىلىة - منظمة المؤتمرات - شركات الطيران).

أهداف الاستراتيجية العامة وتوجهاتها فى مجال السىلىة:

وبوجه عام يمكن القول إن الأهداف الاستراتيجية التى تنشدها الأجهزة السىلىة تتمثل فيما يلى:

- تحديد أهداف التنمية السىلىة القصيرة والبعيدة المدى، وكذلك رسم السياسات السىلىة ووضع إجراءات تنفيذها.

- ضبط وتنسيق التنمية السىلىة التلقائية العشوائية.

- تشجيع القطاعين العام والخاص على الاستثمار فى مجال التسهيلات السىلىة أينما كان.

- حل المشكلات التى تواجه الاستثمار السىلى ووضع التشريعات التى تيسر سبل التنفيذ.

- مضاعفة الفوائد الاقتصادية والاجتماعية للنشاطات السىلىة لأقصى حد ممكن وتقليل كلفة الاستثمار والإدارة لأقل حد ممكن وتقليل كلفة الاستثمار والإدارة لأقل حد ممكن.

- ضمان عدم قيام نشاطات اقتصادية أخرى منافسة فى المواقع السىلىة.

- الحيلولة دون تدهور الموارد السىلىة وحماية النادر منها.

- صنع القرارات المناسبة وتطبيق الاستخدامات المناسبة فى المواقع السياحية.
- تنظيم الخدمات العامة وتوفيرها بالشكل المطلوب فى المناطق السياحية.
- المحافظة على البيئة من خلال وضع وتنفيذ الإجراءات العلمية المناسبة.
- توفير التمويل اللازم من الداخل والخارج لعمليات التنمية السياحية.
- تنسيق النشاطات السياحية مع الأنشطة الاقتصادية الأخرى بشكل تكاملى.

التوجهات اللازمة للارتقاء بالخدمات والتنمية السياحية، وذلك من خلال:

- ١- الارتقاء بمستوى العمالة السياحية من خلال البرامج التدريبية.
- ٢- الارتقاء بمستوى التعليم السياحى من خلال تطوير المناهج الدراسية واستكمال تجهيزات المدارس الفندقية.
- ٣- الارتقاء بمستوى الخدمات السياحية من خلال تنوع الخدمة وتحسينها.
- ٤- رفع مستوى البنية الأساسية الخادمة للسياحة.
- ٥- تطوير تكنولوجيا المعلومات السياحية عن طريق إنشاء شبكة للمعلومات وربطها بشبكة الإنترنت.

خامساً: نماذج الاستراتيجيات السياحية:

فى إطار التنافس الكبير الذى يحدث الآن فى العالم بين جميع الدول فى مجال السياحة، تسعى كل دولة إلى البحث عن استراتيجيات خاصة لها لتنمية السياحة بها وتسعى جاهدة إلى إبراز خصائصها وتميزها بل وتفردا السياحى وتركز على منتجها السياحى لتطويره وتقديمه التقديم اللائق الذى يساعدها فى تحقيق أهدافها فى مجال السياحة وهو جذب الأعداد الكبيرة من السائحين وزيادة هذا التميز والتفرد، والاستفادة بما تقدمه الدولة من خدمات وتسهيلات ومغريات كثيرة للجذب السياحى، وتنوع الاستراتيجيات السياحية وتنقسم إلى الكثير من التقسيمات التى تضعها الدولة أو الأجهزة المسؤولة والتى تتناسب مع منتجها السياحى ووضعها السياحى وخططها التنموية وطموحاتها وأمالها وهى أنواع منها ما يلى:

أنواع الاستراتيجيات السياحية

أ- استراتيجية التنوع السياحي: (تنوع المنتج السياحي)

فى إطار التنافس الكبير على السياحة تركز الدول على استراتيجيات متعددة لتنمية السياحة، وتعمل على الاهتمام بكافة أنواع السياحة وتقديمها للسائح مع التركيز على خصائصها وتميزها وذلك بتنوع منتجها السياحي وبالتركيز على الآثار والمناطق التراثية والمقومات التاريخية والسياحية والثقافية إلى جانب التركيز على السياحات الأخرى مثل:

- (السياحة الرياضية - التركيز على سياحة المؤتمرات والندوات - سياحة الحوافز -
- السياحة العلاجية - سياحة رجل الأعمال - السياحة الدينية - السياحة الترفيهية -
- سياحة التسوق).

وتقوم الدولة بوضع الاستراتيجيات التنموية المناسبة للاستفادة من كافة الأنواع السياحية المتوفرة، بل تسعى الدول من خلال استراتيجياتها إلى تنوع المنتج السياحي، وعرضه العرض الشيق والجذاب والمؤثر لجذب الأعداد الكبيرة من السائحين، وتضع الخطط الإعلامية لتحقيق هذا الهدف بالإضافة إلى توسيع استراتيجياتها التنموية فى إنشاء المشروعات وتسهيل قيامها وتنويع الفنادق وتقديم التسهيلات المناسبة لتيسر حركة المرور والقدوم للبلاد حيث تعتمد الدول على تنوع السياحة وتعددتها^(١) ما بين:

١- سياحة قضاء الإجازات والترفيه.

٢- سياحة الصحة والعلاج.

٣- سياحة رياضية.

٤- سياحة الآثار والأماكن التاريخية.

٥- سياحة الهوايات.

٦- سياحة اجتماعية.

٧- سياحة المؤتمرات.

٨- سياحة المشتريات والتسوق.

(١) منال عبد المنعم، السياحة تشريعات ومبادئ، الطبعة الأولى: عمان - الأردن، دار صفاء للنشر والتوزيع سنة

٩- سيحة دينية.

١٠- سيحة ثقافية.

بد استراتيجية تنوع الأسواق السياحية:

عن طريق تنوع الأسواق يتزايد عدد السائحين، وذلك بعدم التركيز على أسواق الدول المعروفة فى أمريكا أو أوروبا بل العمل باستمرار إلى إضافة أسواق جديدة وعدم الوقوع أسرى بعض الأسواق التقليدية، وإعطاء السيحة العربية أى دول الجوار أهمية كبرى، واعتبارها مصدر من مصادر السيحة المتجددة، والتعامل مع سائحي دول جديدة من الدول التى بدأت تبرز كأسواق سيحية جديدة من أمريكا اللاتينية وروسيا واليابان، وكوريا الجنوبية وغيرها من الدول التى بدأت تبرز فى المجال السايحي كدول جديدة.

جـ استراتيجية الانتشار:

وذلك عن طريق تسهيل كافة الخدمات والتسهيلات، وإقامة المنشآت التى تناسب مع كافة مستويات الدخل بدءاً من الدخل المتوسطة والتميزة والخاصة، وتشيد فنادق النجمتين والنجمة الواحدة لتشجيع سيحة الشباب والطلبة والفئات المتوسطة فى الداخل والخارج.

د وضع الأجنحة السياحية والتنشيط السايحي:

أى إيجاد الارتباط بين الأجنحات الهامة بالبلاد والأحداث المصنوعة فى السيحة أى الفعاليات المترابطة، ووضع الأجنحة السياحية من حيث (الجدول - الخطط - الخطوات) التى تربط بين الأحداث الهامة القومية والوطنية فى البلاد والأعياد والإجازات وإقامة المناسبات والمهرجانات الخاصة بذلك وذلك لتشجيع الجمهور فى الداخل والخارج على السيحة وربطه بتلك الأحداث الهامة وإيجاد الفرض القومية والوطنية للاحتفال والسفر وتمضية الأوقات الترويحية.

أمثلة على كل من جمهورية مصر العربية ومملكة البحرين ودولة الإمارات العربية المتحدة

هناك الكثير من الخطط والاستراتيجيات التى تتبعها الدول لتحقيق أهداف تنشيطية فى مجال السيحة تضع الدول الاستراتيجيات التى تناسب ومنتجها

السياحى الوفير، وبذلك تضع الدول أجنحة خاصة للمناسبات المختلفة التى تمر بها، وتركيز الانتباه إلى المناطق السياحية المتوفرة المتعددة فى نفس الوقت وتلفت نظر السائح إلى المواقع والأنشطة التى لم يتم التعرف عليها، تمهيداً لوضعها فى الخطط السياحية وليضعها السائح فى زيارته القريبة أو المنتظرة. وترتبط هذه الاستراتيجية بقدرة الدولة على تسويق منتجها السياحى والنشيط بطرق جيدة تتناسب مع ما تحتويه الدولة من مقومات سياحية وموارد تاريخية.

١- جمهورية مصر العربية:

على سبيل المثال تتجه استراتيجيات التنشيط السياحى فى مصر إلى:
١- جذب انتباه السائح إلى بعض المواقع الهامة فى المدن الكبرى وليس فى العاصمة فقط، مثل: "شرم الشيخ - الغردقة - الإسكندرية - دهب - رأس محمد - الإسماعيلية - الفيوم - جنوب الوادى" والتركيز على ما توفره هذه البلاد من مناطق جذب وتميز تهم الكثير من السائحين القادمين إلى البلاد.
٢- إقامة أنشطة ثقافية خاصة ومتعددة، ذات سمعة عالمية تجذب السائح الأجنبى وتثير خياله على سبيل المثال:

"إقامة أوبرا عايدة سنويا - تعامد الشمس على وجه تمثال رمسيس الثانى مرتين فى العام (فبراير وأكتوبر من كل عام) - المعارض الدائمة - المهرجانات والمؤتمرات المحلية والعالمية" مثل مهرجان الأغنية وغيره من المهرجانات العالمية التى يدعى لها كثير من المشاركين.

٢- مملكة البحرين:

تقوم مملكة البحرين بتوجيه استراتيجياتها السياحية إلى السياحة الثقافية لما تزخر به المملكة البحرينية من آثار ومواقع أثرية ومتاحف قديمة وحديثة، وذلك إلى جانب توجيه الاهتمام إلى سياحة المؤتمرات وتشجيعها وتهئية الفرص الكثيرة لعقد المؤتمرات بكافة أنواعها المحلية والإقليمية والعالمية فى كافة المجالات.

٢- دولة الإمارات:

هناك الكثير من الأحداث السياحية والسياحات الرياضية التي استحدثتها دبي لترويج وتنشيط السياحة بها وأهمها تستضيف دبي سنويا عدداً من المهرجانات الشعبية ذات الإعداد الجيد. يقام العديد من هذه المهرجانات كل عام مثل سباقات رجبى دبي، بينما تقام الأخرى على أساس أسبوعى مثل سباق الخيول. تعتبر هذه الفاعليات من نوع السياحة الرياضية والسياحية الخاصة والترفيهية وتعد تسلية مبتكرة لكل أفراد العائلة إلى جانب إقامة المعارض مثل معرض الطيران فى دبي، ويعتبر ثالث أكبر معرض للطيران فى العالم. يعقد كل سنتين فى شهر نوفمبر، ويوفر فرصة مثيرة فيها الكثير من العروض الجوية، وكذلك الفرق الجوية البهلوانية من فرنسا وبريطانيا وفيما يلي عرض لبعض الأحداث السنوية الرئيسية فى المدينة وأوقات هذه الأحداث التى تقام بصفة أسبوعية أو شهرية:

سباق الهجن:

يعبر سباق الهجن رياضة عربية شعبية وتعد من أكثر الرياضات العربية أهمية لزائرى مدينة دبي وفيها يمكن للمشاهدين التجول حول الميادين. وتعد السباقات خلال فصل الشتاء وعادة أيام الأربعاء، الخميس والجمعة وأيام العطلات الرسمية. الدخول مجاناً.

سباق السيارات الصحراوى:

توفر الصحارى فى الإمارات العربية المتحدة ويوفر الموقع المثالى الفرصة لسباق السيارات، وقام اتحاد الإمارات لرياضة الدراجات بسباقات عديدة خلال السنة ومن أبرز هذه السباقات سباق "تحلى صحراء الإمارات" وهو يعد ذروة كأس العالم فى سباق الضاحية للسيارات. حيث يجذب أفضل المتسابقين من كل بلدان العالم.

سباق القوارب الشراعية:

هذا السباق على شكلين، أما قوارب تسير بالتجديف أو بقوة الرياح. ويشكل أسطول القوارب الشراعية التقليدية منظرًا رائعًا ويندفع عبر الماء. وفى دبي السباقات تكون لمسافات بحرية طويلة وأهمها السباق إلى جزيرة صير بونعير يشترك فيه حوالى ٨٠ قاربًا.

دبى ديزرت كلاسيك:

نادى الإمارات للجولف، وقد تم إدراج دبى ديزرت كلاسيك ضمن برامج محترفى الاتحاد الأوروبى للجولف واعتبر ذلك إنجازا كبيرا، حيث يعد دبى ديزرت كلاسيك حدثا سنويا يشترك اللاعبين الدوليين. وخصصت للبطولة جوائز نقدية.

سباعيات رجبى دبى:

تقام فى شهر كانون الأول (ديسمبر) وهو من أعظم الأحداث فى فصل الشتاء حيث تقام سباعيات رجبى دبى ويشارك فيه أفضل الفرق العالمية فى سباعيات الرجبى وتقام فى عطلة نهاية أول أسبوع من شهر ديسمبر حيث يشهد هذين اليومين منافسات قوية ويقدم لمئات المتفرجين أجواء احتفالية تستمر طوال الليل.

مفاجآت صيف دبى:

يعتبر سباق القوارب السريعة رياضة بارزة فى الدولة. إن فريق الفيكتورى المحلى مصنف من بين أندية العالم فى الدرجة الأولى فى سباق القوارب السريعة ويوفر خور دبى الإعداد لأحداث وطنية تزداد تنافسا كل سنة.

رحلة اليوم البدوى:

تمر الرحلة يوميا بالقرى البدوية التقليدية وبمزارع الجمل فى الصحراء، مع سباقه عبر التلال الرملية المختلفة الأنواع والارتفاعات. وتقوم هذه الرحلات بزيارة الجبل الصخرية مع تقديم وجبة غذاء خفيفة باردة فى الجبل وقبل العودة. تستغرق الرحلة يوما كاملاً كما يتم تلبس السياح اللباس التقليدى (الثوب والغترة) وجعلهم يعيشون الجو البدوى التقليدى من خلال التواجد داخل الخيمة وسط الصحراء.

ركوب الجمال:

حيث زيارة شبه الجزيرة العربية تكتمل بالتعرف على سفينة الصحراء، بركوب الجمل على التلال الرملية ثم التوجه إلى نخيم بدوى للاستراحة وتناول المرطبات وللتصوير.

مراقبة الطيور:

فى دى مكان لمراقبة الطيور، نمت شهرتها حيث الاخضرار بالمنطقة يجذب الطيور التى ليس من السهولة العثور عليها فى أوروبا أو الشرق الأوسط. ٨٠ نوعية تتكاثر محلياً و٤٠٠ نوعية تمر خلال هجرتها فى فصلى الربيع والخريف بين إفريقيا وآسيا الوسطى.

الطيور مثل الببغاوات الصغيرة والشقراق الهندى والهدهد، وأنواع أخرى من الطيور بالإمارات مثل طائر الغاق والقراق الهندى والبوم والقطة وأبو بليق فى المتنزهات. وفى خور دى هناك ملجأ للطيور البحرية وهى المحمية الطبيعية الوحيدة فى المدينة حيث طائر النحام وطيور الشاطئ وطيور المخوص ورياضة صيد الصقور تقليد له جذور ويتم عن طريق تنظيم رحلة لمشاهدتها وهى تحلق فى الجو.

المشاهد من الطائرة:

خلال استخدام الطائرة تشاهد مراكب الصيد التقليدية والبيوت ذات البراجيل والحدائق الخضراء والخور المتعرج والبنيات الحديثة وقرى صيد الأسماك والشواطئ الذهبية الجميلة.

نادى الفراشة:

هو نادى التسلق فى دى داخل مبنى، تمارس رياضة تسلق الجدران، وللمبتدئين والمنافسة بين المتقدمين، تم تصميمه وبناءه من قبل الشركات البريطانية المتخصصة فى هذا المجال، ويحتوى على مستلزمات التسلق من أجهزة وحبال وأرضيات أمان فى حالة التسلق المنخفضة.

قرية الغوص:

تتمتع المياه المحيطة بدولة الإمارات العربية المتحدة بغنى الحياة البحرية وتنوع المرجان ووجود بقايا باوخر ومناظر والغوص فى هذه المنطقة ومن السهل ممارسته على مدار السنة حيث المياه دافئة وغير ملوثة ومشاهدة أسماك القرش الصغيرة وثعبان البحر، وتوجد أماكن غوص على الساحل الغربى من دى، وعلى الساحل الشرقى هناك فرص لمشاهدة الشعب المرجانية ذات الألوان الرائعة. أما منطقة مسندم فتوفر مجالات

للغوص خاصة للغواصين المتفوقين وهناك رحلات غوص يومية لجميع المستويات وتحت رعاية عدة مؤسسات تدريبية عالمية. ودورات في الغوص تقدم دروسا في السباحة كمقدمة للرياضة.

دراجات الكثبان الرملية:

اكتشاف عجائب الصحراء الرملية بقيادة السيارات الرملية أو بإمكان السائح تأجير الدراجات الرباعية أو العربات على الكثبان الرملية في طريق دبي.

صيد الأسماك:

في البحر العميق أو قرب الشاطئ ويبدأ الموسم من شهر سبتمبر وإلى إبريل حيث تتكاثر الأسماك في هذه الفترة وعلى الرغم من ذلك فإنه بإمكان السائح صيد سمك الشلفيش الضخم وملكة السمك خلال أشهر الصيف. والأسماك المتوفرة هي ملك السقمري التونة، وسمك البينيت وسمك سليمان. وصيد الأسماك على الشاطئ أو المراكب الصغيرة شائعا على طول الساحل وبإمكانك صيد أسماك كثيرة حتى سمك البركودة ويعتبر شاطئ الجميرا وحديقة الخور بالإضافة إلى السواحل المألوفة من الأماكن المفضلة لصيد الأسماك.

وبإمكان السائح أيضا استئجار مركب (من بر دبي أو ديرة) والذهاب إلى منبع الخور صباحاً لركوب المركبة. للصيد في أعماق البحر ويتم تنظيم رحلة يوم كامل أو نصف يوم للصيد بالشبكة أو صيد ليلي.

المنتجات الصحية:

هناك نواد للنساء وأخرى للرجال وطرق المعالجة كثيرة ومتعددة من حمامات الهايدرو والطين وأنواع التدليك المعروفة والجاكوزي والساونا وصالونات التجميل.

ركوب الخيل:

ترعى دبي سباقات الخيول العالمية التي يعتبر أعلى سبق خيل في العالم. وتولى أهمية كبيرة للخيول حيث تملك أرقى السلالات وأحدث المعدات والأجهزة والاسطبلات في العالم.

التزلج على الماء:

حيث يوفرها الفئلق الذى يقىم فىه السائى أماكن عديلة لممارسة هذه الرياضة بجانب جسر القرمود، فترى الدراجات المائية والكثير ممن يمارس هذه الرياضة، لقد اهتمت الإمارات بالساحة الرياضية اهتماما كبيرا وشجعت وذببت السائىن من كافة دول العالم. واعتبرت الساحة الرياضية من أهم السىاحات الجاذبة للسىاح من شتى بقاع العالم وخصصت إحدى الفضاىيات للرياضة لجذب انتباه السائىن وزيادة أعدادهم ولجحت بالفعل فى تحقيق هذا الهدف.

هـ- استراتيجية التركيز على السياحة العلاجية:

تعتمد هذه الاستراتيجية على استغلال الموارد الطبيعية والبيئية التي تزخر بها بعض الدول وتقوم بتحويلها إلى مدن متخصصة للسياحة العلاجية وقد شرعت كثير من الدول إلى جذب هذه السياحة ذات الإنفاق المرتفع مستغلة إمكاناتها الطبيعية والبيئية وجوها ومياهها ورمالها لكى تضع لنفسها موقعا على الخريطة العلاجية، وتستند هذه الاستراتيجية على المقومات الطبيعية من:

- ١- مناطق تعتمد أساساً على المياه المعدنية.
- ٢- مناطق يستغل جوها الطبيعى للعلاج.
- ٣- مناطق تجمع بين المياه المعدنية والجو الطبيعى الذى يساعد على العلاج.
- ٤- مناطق تستخدم مياه البحار والرمل فى العلاج.^(١)

والهدف الرئيسى لهذه المناطق هو العلاج والاسترخاء والابتعاد عن صخب المدن وروتين الحياة والاستجمام الكامل فى محاولة لاستعادة النشاط والحيوية والعلاج البيئى يعتمد على الاستحمام فى عيون المياه الساخنة الغنية بالعناصر المفيدة أو مياه الينابيع والعيون الطبيعية أو مياه البحر ذات الملوحة العالية أو الدفن فى الرمل أو التعرض لأشعة الشمس. ويحسن لعلاج بعض الحالات المرضية توفر عوامل نفسية وبيولوجية، وقد لا يغنى عن العلاج الطبى.

ولذلك كان تركيز الدول التى يتوفر لها أحد الإمكانات السابقة على استقطاب السائحين المرضى والمتعبين وكبار السن وتوفير السبل والإمكانات المتعددة لهم لمساعدتهم على الاستشفاء مع توفير الدعم النفسى والمعنوى الذى يساعد بدوره على اجتياز المريض أو المستشفى لحالة الألم والمرض وانتقاله إلى حالات التهينة المعنوية للشفاء.

ويتحقق للدول التى تستخدم هذه الاستراتيجية السياحية العلاجية الكثير من الأموال فهى تدر دخلا كبيرا وذلك لطول فترة بقاء السائح لغرض العلاج أو

(١) أحمد الجراد: أطور الاتجاهات الحديثة فى السياحة: القاهرة - عالم الكتب سنة ٢٠٠١.

الاستجمام فتراوح بين المتوسطة أو الطويلة، وكذلك نسبة الإنفاق الكبيرة وعندما تتوفر المقومات السياحية العلاجية التي يمكن الاستفادة منها مثل مياه البحار الملحة، المياه العذبة، توفر الأطباء والكادر المتخصص، الجو الصحى الخالى من التلوث ووجود بنية تحتية متطورة لإقامة المستشفى أو المنتجعات العلاجية للاستجمام. فإن هذا عادة يجلب نوعية راقية من السياح ذوى المستويات الإنفاقية العالية للاستجمام فى المنتجعات الصحية وتحقق للبلاد الأهداف المنشودة من حيث السمعة المتميزة والدخل العالى من مثل هذه السياحات.

و- استراتيجية الحوافز:

وتعد هذه الاستراتيجية أداة تسويقية تستخدمها المنشآت المختلفة الصناعية والتجارية وكثير من الشركات والمؤسسات لتحفيز العاملين وتنشيط العمل وزيادة الإنتاج وتحسين الأداء وتحقيق الأهداف. وتتمثل فى تقديم رحلة أو زيارة للعاملين بدلاً من المكافآت المادية كحافز لهم وهذه الاستراتيجية تلقى الكثير من القبول من العاملين حيث تعد أكثر جذباً وأكثر راحة وفعالية من المكافآت، وتتفق مع رغبات العديد من الأشخاص للزيارة والسياحة خاصة إذا كانت الرحلة معلقة مسبقاً ومنظمة وكاملة الخدمات^(١).

وتحقق هذه الاستراتيجية الكثير من الفوائد خاصة عند اصطحاب الزوجات والأولاد أثناء الرحلة، خاصة عندما يتحدد مقصدها إلى دول بعيدة كالرحلات عبر البحار أو الرحلات البعيدة لدول المقصد السياحى المتنوعة. وتحقق هذه السياحة تنمية ونجاح للعلاقات الإنسانية بين العاملين وبينهم وبين المنشأة التى يعملون بها عندما تحقق لهم الرغبة فى السفر والسياحة والتسوق والراحة والبعد عن عناء العمل وتحقيق أحلامهم فى السفر والسياحة.

وقد حققت هذه الاستراتيجية الكثير من النجاح فى الدول الأوروبية والولايات المتحدة الأمريكية بصفة خاصة وتكونت بعض الجمعيات للاهتمام بهذا النوع من السياحة وأبرزها "الجمعية الأمريكية لمسئولى الحوافز" التى تقوم بإعداد التقارير والدراسات والمعلومات عن هذا النوع من السياحة ومقرها نيويورك وتهتم بإعداد

(١) ماهر السيسى مبادئ السياحة، مرجع سابق.

المؤتمر السنوى لها والعديد من الاجتماعات منذ إنشائها ١٩٧٢م وحتى الوقت الحاضر. وحالياً تقبل كثير من الدول على هذا النوع من السياحة لاعتماده على جذب جمهور كبير من العاملين، ولذلك تتجه بعض الدول إلى الاستراتيجيات التى تتناسب مع تنفيذ سياحة الحوافز لديها.

ز- استراتيجية خلق صورة ذهنية للمنتج (سلعة - خدمة):

تعتمد استراتيجية الصورة الذهنية على خلق تصور ذهنى عن المنتج بكامل عناصره (الاسم التجارى - السعر - الخصائص وغيرها)، وبمعنى آخر خلق شخصية للمنتج وعندما يقوم المستهلك بشراء واستخدام المنتج تنتقل إليه هذه الصورة أو بمعنى آخر يعيش فى الإطار النفسى الذى تخلقه هذه الصورة الذهنية عن المنتج (سلعة - خدمة) ويستخدم الإعلان لتحقيق ذلك الهدف فالإعلان لا يبيع السلعة أو الخدمة فقط ولكن يبيع أيضا رموز وصور ذهنية وأخرى نفسية يحصل عليها المستهلك عند الشراء والاستخدام.^(١)

وتستخدم تلك الاستراتيجية لمواجهة المنتجات المنافسة، وكذلك عندما لا توجد فى السلعة أو الخدمة ميزة تنافسية أو ترويجية يمكن أن يميزها عن المنافسين فيعمل الإعلان على خلق هذه الميزة الرمزية، كما تصلح للاستخدام فى حالة السلع أو الخدمات المرتبطة بالمستهلك أو مكانته الاجتماعية مثل الملابس والسيارات.

ح- استراتيجية تنمية القوى البشرية:

وتعد استراتيجية تنمية القوى البشرية من أهم الاستراتيجيات فى مجال السياحة:

فقد اكتسب ميدان القوى البشرية أهميته اشتقاقا من أهمية الدور التى تلعبه هذه القوى فى المنشآت فالعنصر البشرى فى أى منشأة هو المحدد لفاعلية استخدام عناصر الإنتاج والأداء الأخرى.

ويذكر الباحثون بأن أدوار المنشآت وتيسير العمل بها يتوقف على كفاءة العنصر البشرى وحل المشكلات واختيار أعضاء الفريق الذى يتحمل مسؤولية العمل وتوزيع المهام الموكلة إلى كل فرد ومتابعة أداؤهم وتدريبهم لذا كانت أهمية هذه الاستراتيجية

(١) أحمد فاروق الإعلان فى مؤسسات التأمين: رسالة ماجستير - كلية الإعلام جامعة القاهرة. مرجع سابق.

التي تهدف فى الأساس إلى إعداد العنصر البشرى الذى يتحمل مسئولية العمل، لذلك شرعت كثير من الدول إلى إنشاء الكليات المتخصصة للسياحة والفندقة وأيضاً الكثير من المعاهد التعليمية التى تساعد على إكساب المتحقيين بها الكثير من المعارف والمهارات والخبرات وحسن التعامل وحسن الضيافة وغيرها من المهام والمسئوليات الهامة التى يتحملها العاملون فى هذا المجال إلى جانب مهارة الإدارة وحسن تصريف الأمور مع العمل على مداومة إلحاقهم بالدورات التدريبية التى تكسبهم الكثير من المهارات والجديد فى مجال السياحة حيث يكسبهم المهارات التكنولوجية المختلفة التى تساعدهم على القيام بأعمالهم وتحسين مقدرة الفرد على أداء العمل ومن هنا أهمية تدريب القوى البشرية حيث يهدف التدريب إلى:

- توفير القوى البشرية المدربة لزيادة فعالية الأداء فى المنشآت.
- زيادة الرضى الوظيفى للعاملين فى جميع المستويات الإدارية.
- تحقيق التنمية الإدارية الشاملة.
- إكساب العاملين مهارات وخبرات خاصة لوظائف معينة.

وتعد استراتيجية تنمية القوى البشرية من أهم الاستراتيجيات التى تبذل فى مختلف الأنشطة السياحية والتى تمثل صورة من صور العمل الذى يعد عنصراً هاماً من عناصر المنتج السياحى والتى تساعد على جذب السياح مثل قيام هذه القوى بإقامة القرى السياحية والمنتجعات والمنشآت الحديثة سواء كانت فنادق أو موتيلات إلى جانب المناطق الترفيهية المختلفة التى تعمل على راحة وجذب السياح سواء كانت الملاهى أو البواخر السياحية أو الأسواق التاريخية أو الرياضات الخاصة وغيرها من وسائل الترفيه والراحة والاستمتاع.

ويتوقف نجاح أداء الفرد فى المنشآت السياحية على ضرورة توافر عناصر هى:

قدرة الفرد على العمل ورغبته فى العمل، واستعداده له.

أما المقدرة على العمل فىمكن تحقيقها عن طريق المعرفة والمهارة ويكتسبها الفرد عن طريق التعليم والتدريب والخبرة.

أما الرغبة فتتأثر الرغبة فى العمل بالمقدرة على العمل من جهة والمناخ الوظيفى والاجتماعى السائد فى محيط العمل من جهة أخرى ويتأثر المناخ الاجتماعى والمالى بالهيكل الإدارى ونظم الخدمة المدنية.

وتعد القوى البشرية من أهم العناصر المتعلقة بالتنظيم الفعل وتتطلب الاختيار السليم للكفاءات البشرية الذين سيتحملون أداء الأعمال والذين تتوافر فيهم المواصفات الأساسية للعمل والاتقان فيه ومن هنا أهمية استخدام استراتيجية تنمية القوى البشرية.

ط - استراتيجية المحافظة على البيئة :

وهى الاستراتيجية التى تعنى وتهتم بالمحافظة على البيئة وعدم تدهورها جراء المشروعات والتوسعات السياحية المستمرة خاصة بعد أن شهد العالم خلال الربع الأخير من القرن العشرين اهتماما بالغا بقضايا البيئة وآثارها على الإنسان وانطوت تلك القضية على إبراز وظهور العديد من المشكلات التى تهدد الإنسان فى حاضره ومستقبله وفى كافة مناحى حياته الاجتماعية والاقتصادية والنفسية أيضا.

وباتت قضية البيئة من أهم القضايا المحلية والدولية التى تهتم بها الدول والمنظمات والأفراد وأضحت القضية ضمن كثير من القضايا التى تشغل بال العالم الآن مثل قضايا البطالة والإرهاب وحقوق الإنسان وغيرها من القضايا المؤرقة والهامة.

وتعد البيئة من أهم تلك القضايا لما تمثله من مخاطر فردية ومخاطر مجتمعية تعود على الفرد وعلى المجتمع فى حاضره ومستقبله والارتباط بين البيئة ومشكلة التلوث ومشكلة استنزاف موارد البيئة وما لها من آثار هامة على كثير من الجوانب الاجتماعية والاقتصادية والنفسية للإنسان من الموضوعات الهامة التى تمثل استراتيجية سياحية مستقبلية فمن المعروف أن هناك صلة قوية بين السياحة والبيئة حيث تعمل السياحة على إبراز المعالم الجمالية لأى بيئة فى العالم، وكلما كانت هذه البيئة نظيفة وصحية كلما ازدهرت السياحة وانتعشت. وقد تبدو أن السياحة هى إحدى المصادر للمحافظة

على البيئة وأنها لا تسبب ولا تعد مصدراً من مصادر التلوث. غير أن ذلك ليس صحيحاً فالسياحة تشكل مصدراً من مصادر التلوث في البيئة والتي تكون من صنع الإنسان أيضاً وتسبب الكثير من الآثار السلبية للسياحة والبيئة التي تنتج عن:

• الزيادة في أعداد السياح والتي تمثل عبئاً على مرافق الدولة بدءاً من وسائل النقل، الفنادق، كافة الخدمات من كهرباء ومياه.

• أحداث التلوث ببعض الآثار لعدم وجود ضوابط أو تعامل السياح معها بشكل غير لائق.

• ممارسة السياح لبعض الرياضات البحرية قد يؤدي إلى الإضرار بالأحياء البحرية من الأسماك النادرة، والشعب المرجانية والذي يؤدي مستقبلاً إلى نقص الحركة السياحية في المناطق التي لحق بها الضرر.

• زيادة تلوث مياه البحر وخاصة البحر الأبيض المتوسط التي لم تعد في مناطق كثيرة، صالحة للاستحمام نتيجة للتخلص من مياه المجارى فيها.

• ازدياد تلوث الغلاف الجوى.

• انتشار القمامة والفضلات فوق القمم الجبلية حيث تمثل الجبال مناطق جذب

سياحي من الدرجة الأولى حيث تمارس عليها الرياضة السياحية من تسلق ومشى.

فبعض أنواع السياحات والسائحين هم المسئولين عن هذه السلبيات وإتلاف

المناطق الأثرية أو السياحية إلى جانب الأفراد والسكان لهذه المناطق الذين لا تخلو

مسئوليتهم عن تلك المناطق أيضاً.

مضمون استراتيجية السياحة والبيئة:

يرى الباحثون أن كوكب الأرض قد أصبح يتعرض لتحويلات خطيرة من الناحية

الجيولوجية والمناخ والبيئة المتمثلة في تقارب القارات وارتفاع مستوى البحر وذوبان

الجبال الجليدية وظاهرة الاحتباس الحرارى وما إلى ذلك من فيضانات وانتشار الأمراض

والأوبئة، كل هذا ناتج عن التصرفات السلبية للإنسان وعدم احترامه للتوازن

البيولوجى وتلويثه للبيئة من خلال الأنشطة المختلفة وهذه التلوثات تعد كوارث ولها

تأثير على جميع الكائنات ومنها الإنسان فإذا أردنا أن نحافظ على بيئتنا وعلى تراثنا

الطبيعى علينا المحافظة على الطبيعة وتخصيص مناطق خضراء ومحميات وطنية تضمن
حماية الفضاءات والإبقاء على التوازن البيئى كلما تزايد عدد السكان وعمليات



المحافظة على البيئة الطبيعية تتطلب إمكانيات ملاية
وبشرية لا يمكن تسخيرها إلا بإحداث نشاطات
مولدة للموارد التى تضمن التمويل الذاتى ومن
هذه النشاطات تلك المتعلقة بالسياحة البيئية التى
تعتمد من ألمجى الوسائل للانتعاش الاقتصالى
وتسهيل الاتصال بالطبيعة والمساهمة فى حماية

التنوع البيولوجى فى كل المجالات. طالما وضعت الاستراتيجيات التى تهدف وتعمل
على حماية البيئة وتحقيق التوازن والتنمية المستدامة. والسياحة البيئية ذات التوازن
البيئى ظاهرة جديدة تهدف إلى البحث والتأمل فى الطبيعة والنباتات والحيوانات
وتوفير الراحة للزائر. إلا أن هذا النوع من السياحة يتنافى مع السياحة الجماعية أو
السياحة الشعبية التى تسعى إليها بعض الدول لتنشيط السياحة بها.

فوائد السياحة البيئية: يحقق تطبيق استراتيجىة السياحة البيئية الكثير من الفوائد
أبرزها:

- ١- التمتع بالطبيعة حيث تمكن الزائر من الاستمتاع بالهواء النقى والرجوع إلى الطبيعة. والتأمل والراحة والاسترخاء.
- ٢- احترام البيئة والمحافظة عليها وعدم تلويثها أو إهدار مواردها.
- ٣- تساعد على تحقيق أهداف التنمية المستدامة.
- ٤- تساهم فى إدارة الموارد الطبيعية والبشرية والحضارية مساهمة فاعلة.
- ٥- تحقيق التواصل الحضارى والاجتماعى مع الأجيال المتعاقبة.
- ٦- بالإضافة إلى أن فوائد ممارسة السياحة البيئية من إزالة الإرهق الذى يسببه أسلوب الحياة اليومية والإقبال على السياحة البيئية يتزايد خاصة فى بعض القارات والبلاد ومثل أفريقيا وأمريكا الجنوبية والهند وإندونيسيا، وأصبحت المناطق المحمية تحتل حوالى ٥% من الفضاءات المتنوعة على ١٣٠ دولة وعلى سبيل المثال توجد بقارة

أمريكا حوالى ١٠٠,٠٠٠ كم^٢ من المناطق المصنفة والخضراء، وفى ألمانيا توجد حوالى ٣٣
محمية مساحتها حوالى ٢ مليون هكتار.

وأصبحت الدول تعتنى بالنباتات والحيوانات وذلك بإنشاء المحميات الطبيعية.
إن للسياحة البيئية مزايا اقتصادية هامة حيث وصلت عائداتها إلى حوالى ٤٠٠ مليون
دولار. وهذا النوع من السياحة له مزايا اقتصادية أخرى هى:

➤ خلق فرص للعمل.

➤ والسياحة البيئية هى نوع من التراث الطبيعى.

➤ استقطاب للعملة الصعبة %^(١).

وتعمل الاستراتيجية الخاصة بالسياحة البيئية على المساعدة فى:

◆ نشر الوعى بأهمية الحياة الفطرية والبرية.

◆ نشر المعرفة بالتراث الفطرى وأهمية المحافظة على الكائنات النادرة.

◆ تحفيز المواطنين على المشاركة الجادة فى مشروعات التنمية البيئية وتعويدهم
على اتجاهات جديدة محابية للبيئة والتنمية المستدامة.

◆ إكساب الناس المعارف العلمية لمواجهة المشكلات البيئية وكيفية التغلب
عليها.

◆ تشجيع المواطنين على التعاون والمشاركة وترشيد السلوك الإنسانى واستشارة
مشاركة المواطنين نحو المحافظة على البيئة.

ى - استراتيجية التركيز على السياحة الداخلية:

وهى من الاستراتيجيات الهامة التى لا تغفلها الدولة عن طريق تشجيع المواطنين
على زيارة المواقع الأثرية والمتحف والقلاع والبيوت العريقة وعدم الاكتفاء بالسائح
الأجنبى أو العربى فقط، بل الاهتمام بالمواطنين كافة ونشر الوعى بينهم بأهمية
السياحة وعوائدها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية وتقديم التسهيلات اللازمة التى
تساعدهم على الإقبال على السياحة مع توفير الخدمات اللازمة لهم، وتشجيع سياحة

(١) المشوخى - السياحة كعامل للحفاظ على التراث الثقافى والطبيعى مجموعة بحوث حلقة عمل السياحة والبيئة -
القاهرة.

المجموعات والنقابات والاتحادات الطلابية، والعاملين بالشركات وأيضاً العائلات حيث يرى الباحثون أنه إذا نجحت السياحة الداخلية فى جذب الأعداد الكبيرة من العائلات فإنها ستوفر الكثير من الأموال التى تنفق فى هذا المجال وليس تخفيف الإنفاق العائلى على السياحة هو الهدف الوحيد لتنشيط السياحة الداخلية فحسب ولكن هناك سلسلة من الأهداف الثقافية استطاعت السياحة الداخلية أن تحققها أهمها جذب الأسر إلى المدن الداخلية والساحلية والمناطق التراثية والأثرية والترفيهية بما يحقق الأثر فى تعريف الأفراد بوطنهم ومنجزاته الحضارية والتى تعتبر معرفتها جزء من الثقافة الوطنية الهامة ويرتّب على هذه المعرفة بالوطن ومنجزاته ارتفاع الانتماء للوطن والفخر به حيث ينتقل الأطفل مع أسرهم فى رحلاتهم السياحية الداخلية ويصبح ذلك السلوك جزء من تكوينهم وتصبح السياحة الداخلية لهم بديلاً من السياحة الخارجية التى تشكل نوعاً من الاستنزاف المالى والتهديد الثقافى ومن المعروف أن إنشاء المتاحف والملاهى والمنتجعات والمتنزهات والسينمات والمطاعم للمواطنين يشجع على السياحة الداخلية ويدعم وجودها فلا يمكن أن تنجح السياحة الخارجية بدون نجاح السياحة الداخلية فيتعرف المواطن على الآثار والأماكن المهمة فى البلد ويكون فخوراً ببلده يتمتع بنفس الخدمات التى تقدمها الدولة للسائحين الأجانب وبنفس التيسيرات مما يسمح بتوزيع الدخل بين المواطنين والأجانب.

ويشهد القطاع السياحى الداخلى فى كثير من البلاد اهتماماً وتشجيعاً كبيراً حيث هذا الاهتمام والتشجيع جاء لاعتبارات عدة وأهداف وطنية وعبر إنجازات الخطط التنموية وإقامة المنشآت والمرافق والمحافظة عليها من أجل تحقيق الأهداف المرسومة لهذا القطاع وتأتى هذه الأهداف بالاستفادة من المعطيات الطبيعية والتراثية والتاريخية وإيجاد الترابط العميق وغرس حب الوطن فى نفوس الأجيل عن طريق التعريف بمعالم النهضة الحضارية والتى يعتبر من أهم أهداف تشجيع السياحة الداخلية إلى جانب تقليل ظاهرة السياحة بالخارج من أجل المحافظة على الحضارة والتراث والثروات الوطنية وشفافية القيم التى يتسم بها مجتمع من المجتمعات.

ومن الناحية الاقتصادية تعتبر السياحة الداخلية ركيزة للتنمية تنتعش بها شتى مجالات الاستثمار مما يفتح الطريق أمام القطاع الخاص للاستثمار فى مجال إنشاء المشروعات السياحية من إسكانية وخدمية وترويحية وغيرها.

وتبين تجارب بعض الدول السياحية الهامة مثل مصر أهمية السياحة الداخلية فى إنعاش الاقتصاد الداخلى عند وقوع أى أزمة خارجية تهدد السياحة الخارجية وتشل قدرتها على العمل والاستمرار، فتقوم السياحة الداخلية بعلاج واحتواء الأزمة والتغلب عليها خاصة وأن مصر قد شهدت الكثير من الأزمات التى تكررت على مدى سنوات (الربع الأخير من القرن العشرين) مما جعلها تتنبه إلى الاهتمام باستراتيجية السياحة الداخلية خاصة عند قيام الحرب على العراق فى مارس ٢٠٠٣ وتوقع توقف السياحة إلى منطقة الشرق الأوسط والتى أشارت التوقعات إلى تعرض الحركة السياحية لمزيد من النكسات. كان يراها البعض امتداد واتساع نطاق تأثيرها لتشمل القطاع السياحى بالكامل. والمحصلة تراجع العائد، وتعثر المزيد من المشروعات القائمة، وتوالى عمليات الاستغناء الجماعى للعمالة. كما حدث فى سيناريو حرب الخليج الثانية. هذه الأزمات الخارجية وغيرها تؤثر على السياحة وتدفع إلى تبنى استراتيجية تشجيع السياحة الداخلية حيث تشير الدراسات السياحية إلى أن أحداث ١١ سبتمبر على السياحة للمنطقة وعلى مصر لم تتجاوز حدود توقف حركة الطائرات، وفرض قيود على عمليات السفر، وزيادة رسوم التأمين على الطائرات، والتى تم تجاوزها سريعا واستعادة حركة الرحلات الجوية وذلك عقب اللجوء إلى مجموعة من الإجراءات الوقائية العاجلة، وتكثيف الاتصالات على المستويين السياسى، والدبلوماسى، للحيلولة دون صدور قرارات حظر على حركة السفر إلى البلاد إلى جانب التوصل إلى تخفيف بعض القيود المفروضة، وإلغاء التأمين الذى تم إقراره، هذه الإجراءات التى تم تلافيتها كانت نتيجة للخبرات التى استفادت منها مصر بعد الأزمات المتكررة التى مرت بها ومن الإجراءات التى اتخذتها الحكومة تخصيص اعتمادات مالية عاجلة لبرنامج دعم شركات الطيران الشارتر، لضمان انتظام تسيير رحلاتها إلى الغردقة، وشم الشيخ، وطابا، ونوبيع،

باعتبارها فى مقدمة المناطق السياحية التى ستتأثر بشكل ما فى حالة نشوب النزعات أو الحرب فى المنطقة.

وبلغت قيمة الدعم المخصص ٣٠ مليون يورو. تم تقديمه لتحفيز شركات الطيران على مواصلة تسيير رحلاتها إلى مصر، وتعويضها عن نسبة المقاعد الخالية بواقع ٥ آلاف دولار عن كل رحلة.

كما شملت الإجراءات صدور بعض التيسيرات لتنشيط حركة السياحة الوافدة، منها السماح لمواطنى دول أوروبا الغربية بدخول الموانئ المصرية، والمطارات بدون تأشيرات. والاكْتفاء ببطاقات الهوية.

وتم تطبيق ذلك على مواطنى فرنسا، وألمانيا، وإيطاليا، وبلجيكا، كما تم السماح لمواطنى بعض دول أوروبا الشرقية، وروسيا، وبعض الدول العربية بدخول مصر دون تأشيرات، والحصول عليها فى صالات الوصول بالمطارات.

وكان من بين الإجراءات التى اتخذت ليس التركيز على السياحة الداخلية أو تحفيز رحلات الطيران والتيسيرات المقدمة فقط بل استهدفت حزمة الإجراءات التركيز على أسواق الدول العربية فى الحملات الترويجية، لزيادة التدفق السياحى. خاصة وأن السياحة العربية تعد فى مقدمة الحركة السياحية العالمية الوافدة إلى مصر.. وتصل نسبتها إلى ٢٠% من إجمالى الحركة السياحية سنويا. وتقدر بنحو مليونى سائح. بالإضافة إلى توسيع دائرة المشاركة فى المعارض، والمؤتمرات السياحية الدولية، وتكثيف البرامج والحملات الترويجية.

ومع تكرار الأزمات وتباين درجات التفاؤل والتشاؤم وبعد أن بات مؤكداً تكرار سيناريو الأزمة، عند ضرب العراق سنة ٢٠٠٣ وتعرض السياحة لمزيد من الضربات كان المسئولين بغرفة المنشآت الفندقية، يرون أن التوقعات تشير إلى تراجع نسبة الإشغال بالفنادق والقرى السياحية خلال الشهور الأولى من الحرب العراقية إلى ٧٠%. ثم وتبدأ النسبة فى التراجع بعد التحسن التدريجى خلال النصف الثانى من نفس العام. ليصل متوسط نسبة الأشغال الكلية فى نهاية العام إلى ٤٠%، مشيراً إلى أن شركات ووكالات

السفر والسياحة العالمية تقوم بتحويل رحلاتها إلى مزارات سياحية فى دول أخرى بعيدة عن منطقة التوتر بالمنطقة.

وأن بوادر حالة الترقب ظهرت فى تردد بعض منظمى الرحلات السياحية الخارجية فى تأجيل إتمام الحجوزات بالمنشآت الفندقية، وكانت الفترة الخاصة بلحفالات أعياد الكريسماس، ورأس السنة تشهد نسبة إشغال عالية فى جميع المناطق السياحية. وبخاصة فى الغردقة، وشرم الشيخ.

واستبعد الخبراء السياحيون وبعض أعضاء الهيئة العليا للسياحة امتداد نطاق الأزمة لشهور طويلة، وهذا ما حدث حيث انتهت الأزمة بعد الاستفادة من الخبرات والتجارب السابقة من وجود استراتيجيات سياحية متنوعة تطبق فى مجال السياحة تحسبا لما قد يتسبب فى تراجع معدلات السياحة والتركيز على استراتيجيات أخرى أهمها استراتيجية السياحة الداخلية، ثم التنشيط والترويج وإزالة العراقيل والتركيز على الاستراتيجيات الهامة التى تتبعها الدول لجذب السياحة إليها طوال العام.