



الفصل الثاني

رؤية للسياحة السعودية

بيئة يتعدد فيها المساهمون وأصحاب المصلحة

وضعنا بطريقة ما في الفصل الثاني تصورا مسبقا عن الإطار العام لنوع صناعة السياحة الضرورية المجدية في المملكة العربية السعودية، ونعني بعبارة "ضرورية ومجدية" صناعة سياحة مربحة ومجدية اقتصادياً، وفي الوقت ذاته إيجابية اجتماعياً وثقافياً وبيئياً.

دعونا الآن نفصل ذلك الإطار الموجز ونوسعه، حتى يتحول إلى رؤية للسياحة السعودية، تقوم على مجموعة التصورات والنتائج التي قدمتها الهيئة العليا للسياحة.

ولعل من الضروري ومن المفيد البدء بوضع الأسباب العقلية التي تركز عليها تلك الرؤية وتفسيرها؛ لأنها تشكل السياسة التحتية الأساسية والإطار الإستراتيجي للسياحة السعودية، كما تشكل الإطار المفهومي لهذا الكتاب.

بعد توصيف إطار الإستراتيجية والسياسة السياحية السعودية وشرحها، سوف نعين التحديات المفتاحية العملية الملحة التي تواجه تنمية السياحة في المملكة العربية السعودية.

في التحليل النهائي كانت تلك هي التحديات التي يتوقع أن يتكامل القطاعان العام والخاص في التصدي لها، وذلك ضمن توجهات الإطار العام للإستراتيجية والسياسة السياحية الذي سيجري تعريفه.

كل المبادرات والبرامج والمشروعات التي قامت بها الهيئة العليا للسياحة

لمواجهة هذه التحديات - علاوة على تقدير الخبرة المكتسبة في معالجتها - سوف تصبح موضوع الفصول اللاحقة في هذا الكتاب.

يتضح بجلاء مما أسلفنا في الفصل السابق أن السياحة، بوصفها صناعة مجزأة ومتعددة الوجوه ومبعثرة جغرافياً، تشمل مظاهر الحياة والاقتصاد كافة في الدولة. فالسياحة - بطريقة أو بأخرى - تؤثر وتتأثر، بكل شيء وبكل شخص تقريباً؛ لأنها ببساطة صناعة يمتلكها كثير من المساهمين وأصحاب المصلحة، في القطاعين العام والخاص على حد سواء، بما في ذلك المجتمع كله. لذلك تحتاج السياحة، إلى دعم المجتمع وإسهامه الفعلي، بل في الواقع لا تزدهر من دونه علاوة على الشراكة الحقيقية والفاعلة بين القطاعين العام والخاص.

تبين لنا بوضوح في الهيئة العليا للسياحة - منذ البداية - أن تفهم هذه السمة الجوهرية للسياحة وتقبلها، أمران حيويين لصياغة مقاربتنا في التخطيط والإدارة الناجحين للسياحة السعودية.

لقد أدركت الهيئة أنه بغياب الشراكة والتشاور الدائمين - وعلى أوسع مدى مع المساهمين والمعنيين وأصحاب المصلحة - تتضاءل فرصة تحقيق الهدف النهائي بتنمية صناعة سياحية مستديمة في الدولة.

ينسحب هذا كله - أيضاً - على الجهات والمجتمعات السياحية كافة في مختلف أرجاء العالم، لكن التحدي الأساس الذي تشكله تجزئة الصناعة السياحية وبُعثرتها في حالة المملكة العربية السعودية كان أكثر صعوبة.

ويرجع السبب في ذلك - إلى حد بعيد - إلى عدم وجود أي شبكة من المؤسسات والمنظمات والفئات المجتمعية المعنية بصناعة السياحة، يمكن للهيئة العليا للسياحة العمل معها بسهولة في سياق عملية التشاور وتبادل الآراء.

عرض وتعريف الرؤية

يحق للمرء أن يتساءل: لماذا نتكبد عناء تقديم بيان للرؤية السياحية، وبيان آخر متمم للمهمة؟ ثمة أسباب كثيرة وراء إحساس الهيئة العليا للسياحة بضرورة وضع إطار واضح وتعريف محدد ومحكم لإستراتيجية تنمية السياحة وسياستها في حالة المملكة العربية السعودية على وجه الخصوص. الأمر المهم أيضاً، أن الهيئة شعرت بتلك الحاجة منذ البدايات المبكرة جداً لعملها.

أولاً: كان من المنطقي البدء بتعريف نوع السياحة الذي يتفق المساهمون وأصحاب المصلحة على أنه النوع الملائم والمجدي للحركة، وذلك قبل الشروع في التخطيط الدقيق المفصل. وتحتم علينا الحصول على موافقة المساهمين وأصحاب المصلحة وتقبلهم للمبادئ والاتجاهات الرئيسة منذ البداية.

ثانياً: عبر الاتفاق على إطار مؤسس للسياسة والإستراتيجية منذ البداية، تتعزز إلى حد بعيد إمكانية توسيع الملكية والدعم الفعال للخطط المستقبلية، ومتطلبات الاستثمار لتنمية السياحة وتطويرها.

ثالثاً: يوفر إطار السياسة والإستراتيجية السياحية فرصة مفيدة للإعلان عن بعض المبادئ الأساسية التي يقرها الجميع، والتي توجه جدول الأعمال المستقبلية. ومن دون هذا الإطار، فإنه يجب على الخطط اللاحقة والمفصلة لتنمية السياحة - على المستويات الوطنية والإقليمية (في المناطق) والمحلية - إعادة فتح الحوار حول تنمية السياحة وإعادة تعريف مبادئ سياستها العامة من جديد، لذلك كان من المنطقي أن تتمثل أولى المهام التي اضطلعت بها الهيئة العليا للسياحة - عند التحضير لإستراتيجية تنمية السياحة على المستوى الوطني - في صياغة ذلك الإطار للإستراتيجية والسياسة السياحية.

يمكن إرجاع الأسس التي تقوم عليها سياسة التنمية السياحية إلى خطط التنمية الوطنية الأخيرة التي قدمت دعماً سياسياً حقيقياً توج بقرار مجلس الوزراء رقم 9، الصادر في ١٢ من المحرم 1421هـ. ويُعد هذا القرار معلماً بالغ

الأهمية، فقد صادق على "النظام الأساسي للهيئة العليا للسياحة"، وأعلن أيضاً:
 "الاعتراف بالسياحة قطاعاً إنتاجياً يسهم في تطوير التنمية
 المحلية، وزيادة فرص الاستثمار، وتنمية وتعزيز الموارد البشرية
 الوطنية، وإيجاد فرص عمل جديدة للمواطنين"⁽¹⁾.

تبلورت الرؤية الفعلية واتضح مهمة تنمية السياحة السعودية نتيجة عملية
 تشاور مكثفة بدأتها وقادتها الهيئة العليا للسياحة منذ نحو منتصف سنة 1419 هـ.
 وهدفت عملية وضع التصور العام، بقيادة الهيئة العليا للسياحة، إلى إيجاد إطار
 إستراتيجي وسياسة سياحية متكاملين يقومان على رؤية ومهمة، بالإضافة إلى
 الأهداف الإستراتيجية للسياحة في المملكة المرتبطة بهما.

إن بياني الرؤية والمهمة السياحية، كما صاغتهما عملية التشاور المكثف
 يتلخصان فيما يأتي⁽²⁾.

أولاً، بيان: رؤية السياحة

"تسعى المملكة العربية السعودية، وهي مهد الإسلام، إلى تنمية
 سياحة قيمة ومتميزة، ذات منافع اجتماعية وثقافية وبيئية
 واقتصادية للجميع وتطويرها، انطلاقاً من قيمها الإسلامية
 الراسخة، وأصالة تراثها العريق، وضيافتها التقليدية".

تلخص رؤية السياحة بشكل بليغ ومقنع وملهم عدة مفاهيم ومبادئ مهمة
 تتسجم مع أهداف التنمية الوطنية الشاملة وسياساتها وإستراتيجياتها.

من بين أسمى هذه الأهداف الدور المحوري الذي تعطيه للإسلام والقيم
 الإسلامية. إن المملكة العربية السعودية تحتل موقعاً فريداً ومسؤولاً في العالم
 الإسلامي، فهي مهد الإسلام، وموطن الحرمين الشريفين في مكة والمدينة. كذلك

تتمتع بثقافة فريدة، توحد شعبها، وتميزه وتصيغ كل جانب من جوانب الحياة الوطنية. ومركزية هذا المبدأ تؤكد وتدعم الهدف في أن تتم عملية تنمية السياحة في سياق قيم المملكة الإسلامية، ووضعها الفريد بوصفها مهد الإسلام.

الاستدامة مبدأ أساس ترتكز عليه كل جهود التنمية الوطنية، وتتميز به خطط التنمية الخمسية كافة في المملكة. ولأغراض البحث الحالي، نستخدم التنمية المستدامة بمعناها الأوسع، بمعنى ألا تتضمن الدلالات والعوامل البيئية فحسب، بل العوامل الاجتماعية - الثقافية والاقتصادية أيضاً، بكلمات أخرى، إننا نقوم الاستدامة على أساس ما يسمى الخط القاعدي الثلاثي.

بالنسبة إلى الفوائد الاقتصادية، وانسجاماً مع الأهداف الإستراتيجية المفتاحية في خطط التنمية الوطنية المتعاقبة، ينظر إلى السياحة عن حق بوصفها أداة فعالة لتنويع الاقتصاد، وإيجاد فرص العمل، وتحقيق تنمية إقليمية متوازنة في المناطق.

كما تحافظ الرؤية السياحية على مفهوم العدالة الاجتماعية، والإنصاف بين الأجيال، وذلك بالسعي إلى توفير فوائد التنمية السياحية لجميع المواطنين السعوديين، وضمان أن تكون التنمية مستدامة كي لا تهدد قدرة الأجيال القادمة على تلبية احتياجاتها الخاصة من خلال السياحة⁽³⁾.

أخيراً، يبدأ بيان الرؤية السياحية عملية تنمية قطاع لا يعكس قيم المملكة الإسلامية فحسب، بل أيضاً تقاليد كرم شعبها وحسن ضيافته. وهو بذلك لا يعترف فقط بأن السياحة تتطلب تطوير مرافق الضيافة وخدمات، بل تؤكد أيضاً الأهمية القصوى لإبراز الخصال المتأصلة في الشعب السعودي - وعلى رأسها حسن الضيافة والطبيعة الودودة.

يعد بيان المهمة بجوهره السبيل إلى تحقيق الرؤية السياحية، وقد حددت

الهيئة العليا للسياحة في بيان المهمة الذي صاغته وتبنته مجموعة المهام الملقة على عاتقها والطريق المستقبلي أمامها، مختزلة بذلك طبيعة التنمية السياحية ودورها.

ودورها إن بيان الهدف يضع المبادئ الموجهة وأساليب الوصول إلى تحقيق الرؤية السياحية أعلاه - إضافة إلى تحديد الهدف - أمام جميع المساهمين والمعنيين وأصحاب المصلحة، وأعني بذلك الأمة السعودية كلها.

ثانياً: بيان مهمة السياحة

"تقوم المملكة العربية السعودية، في ظل قيمها الفريدة ومقوماتها المتميزة، بتنمية سياحة متوازنة ومستدامة تقدم تجربة نوعية، وتحقق تنوعاً اقتصادياً وإثراءً اجتماعياً، وتوجد فرصاً للعمل، وتحافظ على البيئة والتراث والأصالة الثقافية".

وفقاً لذلك عبّر بيان المهمة عن نية المملكة تسخير إمكاناتها الفريدة لتطوير السياحة؛ وتمييزها بطريقة مستدامة؛ بهدف تقديم تجربة نوعية تشير بمقصدها إلى وضع معايير الجودة والحفاظ عليها؛ والإسهام في التنوع الاقتصادي، وإيجاد فرص العمل، والحفاظ على البيئة والتراث، والتنوير وزيادة الوعي الثقافي، وإغناء المجتمع.

يساعد بيان الرؤية والمهمة على وضع إطار لتعريف الأهداف الإستراتيجية الملائمة التي تكمل إطار سياسة تنمية السياحة وإستراتيجيتها.

يجري تعريف هذه الأهداف الإستراتيجية تبعاً للإستراتيجية العامة لتنمية صناعة السياحة، ونأتي على ذكرها أدناه بدءاً بسلسلة المبادئ التوجيهية، أي مجموعة السياسات التي توجه تنمية السياحة في المملكة

العربية السعودية:

< سوف تدعم تنمية السياحة سياسات الحكومة وأهدافها الاقتصادية والاجتماعية - الثقافية والبيئية.

< توفر الحكومة بيئة وإطاراً يساعدان على تنمية السياحة المستدامة.

< سوف يجري دمج التنمية السياحية وتكاملها مع خطط التنمية الشاملة وسياساتها وأنماطها في المملكة، والعمل على إقامة روابط متينة مع القطاعات الأخرى.

< ينظر إلى السياحة على أنها صناعة يقودها - جوهرياً - القطاع الخاص، وسوف يجري العمل على تشجيع القطاع الخاص للمشاركة الفاعلة في تنمية المرافق والخدمات السياحية وتشغيلها.

< يعد دعم المجتمع ومشاركته أمراً حيويّاً لتنمية السياحة المستدامة، وسوف يجري تشجيعه ورعايته على نحو عملي وفعال.

< تعكس السياحة القيم الإسلامية وتقاليد الكرم وحسن الضيافة السعودية.

< سوف تركز تنمية السياحة على تطوير منتجات عالية المواصفات والنوعية، تتلاءم مع التراث والثقافة وأسلوب الحياة السعودية، وتتمتع بقدرة تنافسية في أسواقها.

< سوف تحظى تنمية السياحة الداخلية بالأولوية، وتوفر للمواطنين السعوديين فرص الاستجمام داخل وطنهم، مع التركيز بشكل خاص في الأسر والشباب.

< تلتزم تنمية السياحة المبادئ والممارسات البيئية المفتاحية.

< سوف تُبنى تنمية السياحة على التعاون والشراكة بين المساهمين وأصحاب المصلحة الأساسيين، أي الحكومة والقطاع الخاص والمجتمع الأعم.

< أول المستفيدين من السياحة هو شعب المملكة العربية السعودية مناطقتها، وسوف تكون السياحة أداة لتنمية الموارد البشرية، وإيجاد فرص العمل

والأعمال للسعوديين.

< ينبغي أن تكون تنمية السياحة، قدر الإمكان، متوازنة جغرافياً، وتعود بالفائدة على مناطق المملكة كلها.

< سوف تستغل تنمية السياحة إلى الحد الأقصى الآثار الاقتصادية والاجتماعية - الثقافية والبيئية الإيجابية، وتقلل إلى الحد الأدنى التأثيرات السلبية.

< تعزز تنمية السياحة العلاقات الوثيقة والتعاون مع دول مجلس التعاون الخليجي وبقية الدول العربية والإسلامية والصديقة⁽⁴⁾.

أهداف التنمية السياحية للتنمية عدد من الأهداف ذات الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية-الثقافية والبيئية، وهي تبرز أهمية هذه التنمية، وما تحقق من فوائد جمة للمجتمع.

الأهداف الاقتصادية

تهدف تنمية السياحة في المملكة العربية السعودية إلى ما يأتي:

< تحقيق التنوع في اقتصاد المملكة.

< تحقيق تنمية إقليمية أكثر توازناً في المناطق.

< توليد الدخل وتوزيعه في مناطق الدولة كافة.

< إيجاد فرص العمل للمواطنين السعوديين، وزيادة مشاركتهم في قوة عمل هذا القطاع.

< زيادة مداخيل العملة الأجنبية، وتنويع مصادر الدخل الوطني.

< توسيع الروابط البيئية مع باقي قطاعات الاقتصاد، لتخفيض التسربات، ودعم التنمية الاقتصادية الإجمالية.

< تشجيع المشروعات الاستثمارية الصغيرة ومتوسطة الحجم، خصوصاً في مجال الرفاه والفنون والصناعات المنزلية.

< تسهيل استثمارات القطاع الخاص وتشجيعها عبر محفزات تنمية ملائمة.

< تنمية الفرص الممكنة في السوق الاقتصادي، واعتماد قواعد زيارة العمرة

التقليدية والعمل على تطويرها⁽⁵⁾.

الأهداف الاجتماعية - الثقافية

تسعى تنمية السياحة في المملكة العربية السعودية إلى ما يأتي:

- < إظهار القيم الإسلامية وأسلوب حياة الإنسان المسلم.
- < تسليط الضوء على التراث الثقافي الغني للمملكة، بما في ذلك المواقع والصرح الأثرية والتاريخية.
- < التشجيع على متابعة تطوير الفنون والحرف التقليدية ودعمها.
- < زيادة الوعي بقيمة مصادر التراث في المملكة، والاعتزاز الوطني بها بوصفها مواقع سياحية جذابة.
- < الترويج للأغذية والمشروبات المحلية.
- < تطوير مرافق سياحية على امتداد العام، لتلبية حاجات مختلف فئات الدخل، وضمان وصول كل السعوديين إليها.
- < تحسين المستوى الصحي والحالة الاجتماعية لكل السعوديين، مع التركيز بشكل خاص في الأسر والشباب والفئات الاجتماعية ذوات الاحتياجات الخاصة.
- < تشجيع التبادل الثقافي المشترك والروابط الوثيقة، خصوصاً مع دول مجلس التعاون الخليجي وبقية الدول العربية والإسلامية، عبر زيادة السفر إلى مناطق المملكة المختلفة⁽⁶⁾.

الأهداف البيئية

تسعى تنمية السياحة في المملكة العربية السعودية إلى ما يأتي:

- < دمج تنمية السياحة في الخطة والسياسة البيئية الوطنية العامة.
- < تحديد الموارد الطبيعية والاجتماعية - الثقافية المتأصلة واستغلالها والحفاظ عليها بطريقة مستدامة.
- < التشجيع على تنمية مشروعات سياحية مستدامة، مع الحفاظ على نظافة البيئة وحمايتها.

كـتطبيق أنظمة ملائمة للإدارة البيئية وتطويرها⁽⁷⁾.

اقتبسنا بشيء من الإسهاب رؤية السياحة الوطنية، ومهمتها وأهدافها الإستراتيجية. وقد كان الباعث على ذلك اعتقادنا بأنه من المفيد تقديم بيان موجز، وإن يكن في الوقت نفسه رسمياً وموثوقاً وكاملاً، حول الإطار الرئيس للسياحة والإستراتيجية الذي ينظر من خلاله إلى تنمية السياحة السعودية.

الوفاء بوعد السياحة المأمول

السؤال المنطقي الذي يطرح الآن هو: إذا كانت السياحة ضرورة تنمية وطنية حقاً، وإذا كان شكل معين من السياحة مجدياً فيما يتعلق بالقبول الاجتماعي، فما إمكانات نموها المحتملة؟ ألمح الفصل السابق إلى الوعد الذي تقدمه السياحة، لكن من الضروري الآن تفصيله وشرحه وقياسه.

جرى تنفيذ تقديرات النمو المستقبلي على المدى الطويل وتصورات، وذلك على أنه جزء من إستراتيجية تنمية السياحة الوطنية التي أعدتها الهيئة العليا للسياحة سوف نتطرق إليها بإسهاب في الفصل اللاحق.

وبتوجيه من إطار السياحة والإستراتيجية الذي رسخته رؤية السياحة الوطنية وبيانا المهمة والأهداف الإستراتيجية المشتركة، وضعت خطة تنمية السياحة الوطنية ثلاثة (سيناريوهات) للنمو، وذلك لاستكشاف اتجاهات النمو المنخفض والمتوسط - المتوقع - والمرتفع لكل من أجزاء الطلب الرئيسة⁽⁸⁾.

وحددت الهيئة (سيناريوهات) النمو الثلاثة على النحو الآتي:

أولاً، (سيناريو) النمو المنخفض، الذي تَضمَّن درجة منخفضة من النجاح في تحقيق أهداف خطة تنمية السياحة الوطنية في بيئة حيادية.

ثانياً، (سيناريو) النمو المتوقع، الذي تضمن درجة معقولة من النجاح في تحقيق أهداف السياسة والتنمية في خطة تنمية السياحة الوطنية في بيئة

إيجابية إلى حد معقول.

ثالثاً، (سيناريو) النمو المرتفع، الذي تضمن درجة مرتفعة من النجاح في تحقيق أهداف السياسة والتنمية في خطة تنمية السياحة الوطنية ضمن بيئة إيجابية وملائمة.

(سيناريو) النمو المتوقع

يشكل سيناريو النمو المتوقع الركيزة المؤسسة لإستراتيجية تنمية السياحة الوطنية، واعتماداً عليه تتوقع الهيئة العليا للسياحة أن يقوم السكان داخل المملكة بـ 128 مليون رحلة سياحية محلية بحلول سنة (1440هـ - 2020م). وهذا يعني ضمناً معدل نمو سنوي يبلغ متوسطه 4.5% خلال الفترة الممتدة بين سنتي (1422هـ - 1440هـ) (2002م - 2020م). إضافة إلى ذلك، سوف يبلغ عدد الرحلات السياحية القادمة إلى المملكة نحو 13.1 مليون رحلة في سنة (1440هـ - 2020م). وهذا

يمثل معدل نمو سنوي يبلغ 3.1% خلال الفترة المتوقعة ذالها.			
يظهر الجدول الآتي النمو المتوقع من سوق المصدر الرئيس للفترة الممتدة بين عامي (1430هـ - 1440هـ).			
معدل النمو السنوي (%)	2020 (مليون رحلة)	2010 (مليون رحلة)	نمو السياحة المتوقع في المملكة العربية السعودية منشأ الرحلات السياحية
3.1	13.1	9.4	نمو السياحة المتوقع في المملكة العربية السعودية
2.2	2.8	2.3	منشأ الرحلات السياحية
3.1	4.6	3.4	معدل النمو السنوي (%)
4.4%	148.0	86.2	محلية

وأفدة

دول مجلس التعاون الخليجي

البلدان العربية المجاورة

بلدان العالم الأخرى

إجمالي الرحلات المحلية + الوافدة

المصدر: (سيناريوهات) النمو، الهيئة العليا للسياحة، 2001 و2003.

وعلى وجه الإجمال، يمكن للمملكة أن تتوقع نحو 141 مليون رحلة سياحية محلية ودولية بحلول في سنة (1440هـ - 2020م)، أي بزيادة قدرها 116٪ على الرقم المقيس في سنة (1422هـ - 2002م). وسوف تبلغ نسبة السياح المحليين 91٪، بينما تمثل النسبة الباقية (9٪) السياح القادمين من مختلف بلدان العالم. ويوضح هذا التوزيع لعدد الرحلات الأهمية البالغة للسياحة الداخلية ومسوغ التركيز فيها.

وفي سبيل تلبية طلب الإيواء السياحي المتوقع في سنة (1440هـ - 2020م)، تحتاج المملكة إلى زيادة الطاقة الاستيعابية لغرف الفنادق إلى نحو 48 ألف غرفة، والوحدات السكنية المفروشة إلى نحو 74 ألف وحدة، وسيكون ذلك توسعاً كمياً كبيراً مقارنة بالحجم الراهن، يتطلب تحسناً نوعياً أيضاً، لقطاع الإيواء السياحي في المملكة. وسوف يتيح فرصاً استثمارية واسعة للقطاع الخاص في السنوات القادمة.

من المتوقع أن تنمو نفقات السياح الإجمالية إلى 101.3 بليون ريال سعودي بالأسعار الثابتة لسنة (1440هـ - 2020م). وسيبلغ إنفاق السياحة المحلية 78.2 بليون ريال، وسوف يسهم بالمبلغ الباقي - (وقدره 23 بليون ريال) - السياح القادمون من الخارج⁽⁹⁾.

واعتماداً على أنماط الاستخدام الحالية، سوف توجد مستويات التوقع الآتية للإنفاق السياحي داخل المملكة طلباً على 5,1 ملايين وظيفة عمل مباشرة وغير مباشرة بحلول سنة (1440هـ - 2020م). وهذا يعني زيادة إضافية في القوة العاملة تبلغ مليون فرد. وعندما نأخذ في الحسبان الاحتمالات

الإضافية لزيادة نسبة السعودة في القوة العاملة الحالية، فإن الإمكانيات المحتملة لتوفير فرص الاستخدام للمواطنين السعوديين تصبح أكثر جاذبية.

الآن، لا يمكن وصف معدلات النمو هذه بأنها مجرد طموحات بعيدة المنال وغير واقعية. فهي تمثل محاولة مقصودة لإقامة توازن بين معدل نمو غير مستديم عبر فرض وتيرة التنمية وإيقاعها وحجمها - وهو أمر ممكن - من جهة، وبين وضع تترك فيه صناعة السياحة تنمو من دون تخطيط أو رعاية، وهذا هو النمط التاريخي الذي ساد تقريباً.

من جهة أخرى، الخيار الأول يقتضي ضمناً تسريع النمو إلى حد أنه قد يتجاوز معدله طاقة البلاد وقدرة المجتمع على التحمل. أما الثاني فيقترح نوعاً من (السيناريو) القائم على "عدم فعل شيء". وكلٌّ من الخيارين غير مقبول.

- اختارت الهيئة العليا للسياحة بدلاً من ذلك، نمطاً معتدلاً، ومحافظة ريبما، للنمو، مع احترام السياسة الأساسية القائمة على تنمية منظمة ومخططة ومنضبطة، وتتماشى مع طاقة البلاد على الاستيعاب. وعلى الرغم من (سيناريو) النمو المعتدل المقدر، ما زالت الهيئة تتصور، كما تظهر الأرقام الآنفة بكل وضوح، مضاعفة حجم اقتصاد السياحة المحلية في المملكة في خلال أقل من عشرين عاماً.

نحن بحاجة إلى التوكيد بشدة على أن نمط النمو المعتدل والمعقول هذا لن يتحقق بشكل آلي، إذ يتطلب إنجازاً جهداً مضمناً، إضافة إلى مغالبة التحديات الجدية مثلما سنوجز في الفقرة الآتية.

مواجهة التحديات

في الفصلين السابق والحالي قدمنا الحجة على أن تنمية الصناعة السياحية ضرورة اقتصادية، لها مضامين ومقتضيات مهمة، على صعيد التنمية الاجتماعية، كما حاولنا إظهار أن السياحة مجدية فيما يتعلق بإمكانية

قبولها من المجتمع المحلي، وعرضنا رؤية للسياحة السعودية، ونأمل أن تكون محاولتنا قد أصابت بعض النجاح.

تمثل هذه الرؤية - في الجوهر - الركيزة الفلسفية الأساسية لنمط السياحة الذي ينبغي علينا تنميته وتطويره، والأهداف الإستراتيجية والسياسات التي ينبغي أن تسترشد بهاها عملية تخطيط الصناعة السياحية وتنميتها وإدارتها باستمرار.

دعونا الآن نستكمل هذه الحلقة - إذا جاز التعبير - من خلال إيجاز بعض التحديات المفتاحية التي تواجه مسعى تنمية الصناعة السياحية في المملكة بشكل نظامي ومنهجي؛ لأننا إذا لم نعرف بالضبط طبيعة القضايا والمشكلات التي نحتاج إلى معالجتها ومعالبتها، فستبقى البارامترات المقدمة لنا بواسطة إطار السياسة والإستراتيجية للرؤية، والمهمة، والأهداف الإستراتيجية للسياحة الوطنية، ستبقى طموحات وتطلعات يتعذر تحقيقها.

إن أي مراجعة هادفة للتحديات الأساسية التي تواجه تنمية السياحة في المملكة العربية السعودية، يجب أن تجري ضمن سياق صناعة لم يتم الاعتراف بها إلا منذ عهد قريب، ولم تراكم خبرات وتجارب كافية، وليست لها أطر مؤسسية وتنظيمية كاملة التطور لدعمها ومساندتها.

هذه الحالة - بحد ذاتها - ليست غريبة، لأن بلداناً أخرى واجهت أيضاً تحديات مشابهة في وقت من الأوقات. لكن من المهم للأغراض والأهداف الحالية تمييز جانبيين متداخلين.

أولاً، ينبغي رؤية هذه التحديات ضمن السياق السعودي الخاص، وهي تتطلب مقاربات سعودية.

ثانياً، التأثير الإجمالي لهذه التحديات مجتمعة هو ما يحدد ويعرف

التحدي الجدي لصناعة السياحة السعودية ككل. في الوقت ذاته، وهذا مفهوم تماماً، يحدد أيضاً طبيعة المهمة التي ينبغي على الهيئة العليا للسياحة القيام بها؛ لذلك، سوف نتطرق في الفصول اللاحقة من هذا الكتاب إلى كل من هذه التحديات الأساسية، ونشرح كيف حاولت الهيئة مواجهتها.

الإطار المؤسسي

يعاني الإطار المؤسسي السياحي في المملكة من نقص. والهيئة العليا للسياحة هي المؤسسة القانونية الوحيدة المعنية بالسياحة التي أنشئت حتى الآن. وحقيقة أن الوظائف والقوى والصلاحيات السياحية المفتاحية متضاربة ومتفرقة ومبعثرة بين عدد من هيئات القطاع العام الأخرى، التي لا تشكل السياحة نشاطها الأساسي، تضع مزيداً من العقبات التي تعرقل عمل الهيئة ونشاطها.

الإطار القانوني

الإطار القانوني الضروري لتنظيم صناعة السياحة - وذلك فيما يتعلق بالقوانين والقواعد المنظمة للسياحة تحديداً، ناقص وقاصر أيضاً. فباستثناء القرار رقم 9 الصادر في 12 من المحرم/1421هـ، والتشريع الذي أنشئت بموجبه الهيئة العليا للسياحة، لا توجد أي تشريعات أخرى تتصل بالسياحة تحديداً في سجل قوانين المملكة.

لكن هناك بعض البنود التنظيمية الموجودة حالياً، مثل تلك المتصلة بمنح التراخيص إلى الفنادق ووكلاء السفر، وهذه إما أنها ناقصة ومتناقضة، أو عتيقة عفا عليها الزمن - أو كلا الأمرين معاً - وفي مثل هذه الظروف، اتضح للهيئة العليا للسياحة منذ البداية ضرورة وضع ومعالجة عدد كبير نسبياً من التشريعات السياحية ومعالجة بعضها، والمصادقة عليها من أجل تسهيل ما يخطط له من نمو وتنمية وتطوير للصناعة السياحية.

نقص القدرة

بوصفها الصناعة السياحية قطاعاً اقتصادياً لم يتم الاعتراف به وتقدير أهميته إلا منذ عهد قريب، فإن المملكة تفتقد البنية التنظيمية المتطورة التي تضم القطاعين العام والخاص. لكن الأخطر من ذلك أنها تفتقر إلى تراث وتقاليد العمل التعاوني وتقاليد، وهو أمر بالغ الأهمية في صناعة على هذا القدر من التنوع والتجزؤ والتشطي، وثمة ملمح آخر لهذا الافتقار العام للقدرة على صناعة السياحة يتمثل في غياب الطاقات الوطنية المؤهلة من العاملين المحترفين والمهنيين الذين يتمتعون بالخبرة في مجال التخطيط، والتطوير، والتسويق، والترويج، والإدارة الشاملة للسياحة. وكانت هذه المشكلة المزمنة أكثر حدة عند انطلاق الهيئة العليا للسياحة.

إيجاد نقاط الجذب السياحي

تتمتع المملكة العربية السعودية بتراث طبيعي وثقافي غني وفريد في أغلب الأحوال، وقد حددت عدة آلاف من المواقع يمتلك كثير منها إمكانات سياحية لا شك فيها. هذه المواقع الطبيعية والثقافية تبقى - من دون استثناء تقريباً - مصادر بكر غير مطور.

وبغض النظر عن حماية المصادر التراثية، فإن عملية تحويلها إلى عوامل جذب للسياح أو الزوار تتطلب ترجمة وتفسيراً وعرضاً وإدارة. وإذا أردنا للتنمية السياحية النجاح، فسيكون من الضروري إيجاد نقاط سياحية جاذبة انطلاقاً من التراث الطبيعي والثقافي الفريد للمملكة، وتلك مهمة ضخمة وصعبة نسبياً؛ لكنها محورية بالنسبة إلى العملية الضرورية لتطوير وإثراء المنتج السياحي وإثرائه - انظر أيضاً العرض 1: قرية دعين - استخدامات السياحة للقرى التراثية، والعرض 2: مراكز البلدات التاريخية بوصفها مصادر للسياحة.

موسمية الصناعة السياحية

توجب على صناعة السياحة في المملكة العربية السعودية - خصوصاً المنتجعات الصيفية التقليدية - مغالبة مشكلة الموسمية المزمنة، التي تفرز مضامين سلبية عن الربحية، وإمكانية البقاء والنجاح.

حيث تخضع الموسمية لدوافع العرض والطلب، لذلك يمثل تقليص حدة هذه المشكلة تحدياً يستلزم تنمية المنتج وتطويره، ومبادرات تسويقية مستديمة. كما يتطلب أيضاً بعض القدرات الابتكارية، وربما عملية جريئة لإعادة الهندسة الاجتماعية، مثل إعادة تحديد العطلات المدرسية⁽¹⁰⁾.

الافتقار إلى مناطق الوجهة المخططة

يعد الافتقار إلى مناطق الوجهة المخطط لها بشكل حديث ومتكامل في المملكة إشكالية تتصل اتصالاً مباشرةً بقضية موسمية الصناعة السياحية، وتعكس أيضاً الافتقار إلى قاعدة عريضة ومتنوعة للمنتج.

وتمثل هذه قضية جوهرية؛ لأنها مصممة للاستجابة لطلب الزبون بطريقة شاملة وتنافسية تلبى هذا الطلب فوق كل شيء، من خلال توفير مرافق كبيرة الحجم، ومتعددة الأغراض، وعوامل جذب، وتجارب وخبرات سياحية على مدار السنة.

قنوات توزيع متخلفة للسفر والسياحة

من أشهر مواطن الضعف البنيوي في صناعة السياحة السعودية، الطبيعة المتخلفة نسبياً لقنوات توزيع السفر والسياحة، خصوصاً بالنسبة إلى السياحة المحلية، وهذا يشير - على الأغلب - إلى المشغلين أو وكالات السفر - على مستويي الجملة والتجزئة - والمنافذ المشابهة، التي تؤدي دوراً حيوياً مهماً في تصميم المنتجات السياحية، وتجهيزها وترويجها وبيعها.

معايير المدركات والسلوك الاجتماعي

مدركات السياحة لدى المجتمع الأوسع، ومعايير السلوك الاجتماعي تضم سلسلة واسعة من القضايا المعقدة، التي تشكل معاً تحدياً رئيساً لتنمية السياحة، أما الجوانب المفتاحية لهذه القضايا فتتصف بما يأتي.

لم تتجذر في المجتمع السعودي بعد فكرة أن تمثل المملكة وجهة سياحية جاذبة، وبديلاً ممكناً للوجهات السياحية الخارجية.

والدراسات التي أجرتها الهيئة العليا للسياحة تشير إلى أن الشعب السعودي يعتقد - على الأغلب - أن الفرص المتاحة للسياحة المحلية غير كافية، وأسعار المرافق والخدمات لا تمثل دائماً قيمة جيدة للمال المدفوع للحصول عليها، كما أن البيئة الاجتماعية خاضعة للعراقيل والقيود، ويلفها الغموض وعدم اليقين، الأمر الذي يجعل فكرة ممارسة السياحة المحلية موضع تشكيك، ومساءلة على صعيد القيمة، ويفضل عليها السفر إلى وجهات سياحية خارجية.

في الوقت ذاته، هناك إدراك سائد لدى شرائح واسعة من المجتمع في أن السياحة نشاط وبيبل في الجوهر، لا ينسجم مع المعايير الدينية والقيم الثقافية.

ويتصل اتصالاً مباشراً بهذه القضايا الأخيرة المسألة الشائكة المتعلقة بتمكين أفراد العائلات من تزجية أوقات الفراغ معاً، بدلاً من الانفصال عن بعضهم بعضاً.

إضافة إلى هذا كله، هناك مشكلة مغالبة المدرك الثقافي الشائع بالمكانة المتدنية للعمل في صناعة السياحة، مما يعيق - على المستوى العملي - جذب الشباب السعودي إلى العمل في القطاع السياحي.

تشير هذه التصورات جميعاً إلى أنه من الواجب على صناعة السياحة، التي تديرها الهيئة العليا للسياحة، تنفيذ برنامج رئيس ومتناغم لتثقيف عامة السعوديين، وتعريفهم بالسياحة، وإيجاد وعي عام، ومواقف إيجابية تجاه السياحة في المملكة.

نظام المعلومات السياحية

لأن السياحة صناعة قائمة على المعلومات المكثفة والاستفادة منها، تعتمد إدارتها اليومية والتخطيط لها وتطويرها وتنميتها وتسويقها على تدفق مستمر للمعلومات الموثوقة والحديثة ذات الصلة.

وقد جرى الاعتراف بذلك على أنه حاجة ملحة على نحو خاص في السعودية، إذ ورثت الهيئة العليا للسياحة قدراً زهيداً من المعارف المتعلقة بالسياحة السعودية، وذلك على الرغم من وجود صناعة سياحة وسفر كبيرة الحجم، وسوق متقدم ومتطور للسفر إلى الخارج. وينبغي ردم فجوة البيانات والمعلومات هذه بأسرع وقت ممكن.

توفير فرص العمل وسعودة القوة العاملة

يتوقع بحلول سنة (1440هـ - 2020م) أن تولد صناعة السياحة حوالي 5.1 ملايين فرصة عمل تتصل بالسياحة بشكل مباشر أو غير مباشر، ومقياس التحدي الذي يواجه الهيئة العليا للسياحة والصناعة ككل - يمكن تلخيصه في هذه القيود الأساسية الثلاثة:

أولاً: مثلما ذكرنا آنفاً - هناك مدركات سلبية متجذرة حول العمل في السياحة، خصوصاً في قطاع الضيافة، ولذلك انخفض مستوى الاهتمام بالعمل فيها.

ثانياً: مرافق التعليم والتدريب السياحية الموجودة غير كافية، مما يعني أن

قدرة المملكة على توفير أعداد كافية من الطاقات المدربة والماهرة محدودة على المدى بين القريب والمتوسط. كما تفتقر إلى اعتماد المؤهلات والمهارات في السياحة، ولذلك لا يمكن توفير مهنة في القطاع السياحي تتسم بالوضوح والجاذبية.

ملاحظة ختامية

التحديات الرئيسية التي حددناها آنفا بشكل موجز هي معوقات جوهرية تحتاج الهيئة العليا للسياحة إلى مغالبتها، أو إزالتها؛ لتسهيل نمو صناعة السياحة وتمييزها وتطويرها.

وفي الحقيقة، أنيطت بالهيئة تبعاً للمادة الرابعة والفقرة الثانية من القانون التشريعي الذي قامت بموجبه مهمة "إزالة المعوقات التي تواجه النشاطات السياحية، وتوفير المرافق، والحوافز للمستثمرين".

وهذا يحدد - أكثر من أي شيء آخر - بشكل مسهب المهمة التي ينبغي على الهيئة أداؤها من أجل استيفاء المطلب الذي أنشئت من أجله، والمصادقة على سلامة القرار بتأسيسها.

جرى تحديد هذه التحديات ووضع الإرشادات التوجيهية المناسبة لمواجهةها في إستراتيجية تنمية السياحة الوطنية، التي سنركز اهتمامنا فيها في الفصل الآتي.



هوامش الفصل الثالث

- 1- قرار مجلس الوزراء رقم 9 الصادر في 12 من المحرم/1421هـ.
- 2 - للاطلاع على مناقشة كاملة لبياني رؤية ومهمة السياحة الوطنية والأهداف الإستراتيجية ذات الصلة الواردة في هذا الفصل، انظر: الهيئة العليا للسياحة، "الإستراتيجية العامة لتنمية وترقية صناعة السياحة"، الرياض، 2002.
- 3 - جرت صياغة مفهوم التنمية المستدامة خلال مؤتمر للهيئة العالمية المعنية بالبيئة والتنمية - سميت أيضا "هيئة بروندتلانت" - عقد في عام 1987م. عرفت هذه الهيئة التنمية المستدامة بأنها "التنمية التي تلبى حاجات الجيل الحاضر دون الإضرار بقدرة أجيال المستقبل على تلبية حاجاتها". وبالتساوق مع هذا التعريف العام، عرفت المنظمة العالمية للسياحة السياحة المستدامة كما يأتي: "تنمية السياحة المستدامة تلبى احتياجات السياح ومناطق الضيافة الحالية، مع حماية الفرص المستقبلية وتعزيزها. وهي تؤدي حسب التصور إلى إدارة الموارد كافة بطريقة يمكن فيها تلبية الاحتياجات الاقتصادية والاجتماعية والجمالية، مع الحفاظ على التكامل الثقافي، والأنساق البيئية الأساسية، والتنوع البيولوجي، والأنظمة الداعمة للحياة".
- 4 - الهيئة العليا للسياحة، "الإستراتيجية العامة لتنمية وترقية صناعة السياحة"، 2002م.
- 5- المرجع السابق.
- 6- المرجع السابق.
- 7- المرجع السابق.
- 8- للاطلاع على عرض كامل لخلفية ومنهج (سيناريوهات) النمو السياحي التي

أعدت ضمن مشروع خطة تنمية السياحة الوطنية، انظر: "الإستراتيجية العامة لتنمية وترقية صناعة السياحة"، 2002م (مرجع سابق)، و"سيناريوهات" النمو السياحي [المحدثة 2002-2020]، اللجنة العليا للسياحة، 2003م.

9- تمثل هذه الأرقام قيم (سيناريوهات) النمو كما صيغت أول مرة بين عامي 2001-2003. من الطبيعي أن تقوم الهيئة بعملية رصد دقيقة للنمو السنوي للأقسام الرئيسية من الطلب السياحي، وأن تراجع وتعديل - كلما دعت الحاجة - توقعاتها المستقبلية وأهداف النمو التي وضعتها.

10- تأثير نظام العطلات المدرسية القائم حالياً في موسمية تشغيل المنتجعات، والحاجة إلى إعادة هيكلة نظام العطلات المدرسية واحدة من المبادرات الرئيسية التي أطلقتها الهيئة العليا للسياحة، وسوف نناقشها بإسهاب في الفصل التاسع، ضمن إطار التصدي لمشكلة الموسمية.

لمحة عن معرض أقيم في المملكة العربية السعودية

الاجتماعات والحوافز والمؤتمرات والمعارض جزء لا يتجزأ من النشاط التجاري السياحي. وبغض النظر عن كونها سوقاً مربحة، فإنها تتمتع بإمكانية ضخمة بالنسبة إلى السعودية، وذلك للأسباب الآتية.

المملكة العربية السعودية:

< أكبر اقتصاد في المنطقة، وتشكل محركها الاقتصادي، ومركزها المالي، وقوتها الدافعة.

< تتمتع بقطاع أعمال كبير، ونشط، له شبكات وصلات إقليمية ودولية.

< يتركز فيها أكبر عدد من السكان في منطقة الخليج، حيث تنتشر المراكز المدنية والحضرية على منطقة جغرافية شاسعة نسبياً.

< أكبر منتج للنفط في العالم، مما يمكنها من المنافسة على اجتذاب حصة مهمة من الأحداث التجارية المتمحورة حول الصناعات النفطية والبتروكيمياوية.

كتمتلك أكبر قطاع تعليمي وتدريبى وبحثى (فوق الثانوى) فى المنطقة، الأمر الذى يوجد الحاجة إلى الاجتماعات والمؤتمرات والندوات.

يشير ذلك كله - فى المقام الأول - إلى تمتع المملكة بسوق محلى مهم للاجتماعات والحوافز والمؤتمرات والمعارض، وإلى امتلاك المملكة القدرة المحتملة على اجتذاب حصة أكبر من سوق الاجتماعات والحوافز والمؤتمرات والمعارض، لكن لا تتناسب حصة المملكة من السوق المحلية والإقليمية مع إمكانياتها الحقيقية فى الوقت الحاضر، وهذا ما يفرز تبعات ضارة على الاقتصاد ككل.

ويعود السبب فى ذلك إلى أنها مقيدة بممارسات إدارية وتنظيمية معرقة، وكثير منها غير حكيم وغير ضرورى. كما تحتاج مرافق الاجتماعات والحوافز والمؤتمرات والمعارض وخدماتها إلى تحديث وتوسيع وزيادة القدرة التقنية فى هذا الميدان.

- وضعت الهيئة العليا للسياحة، على هذه الخلفية بالتشاور مع المعنيين والمساهمين وأصحاب المصلحة فى القطاع الخاص - تنمية سوق الاجتماعات والحوافز والمؤتمرات والمعارض وتطويره وتشجيعه والترويج له على قمة أولوياتها. وقد جرت صياغة إستراتيجية وخطة عمل تحت مظلة الهيئة، شارك