مجلة

السلام الجامعة

مجلة فصلية محكمة للعلوم الإنسانية

تُصدرها كلية السلام الجامعة

مجلة

السلام الجامعة

مجلة فصلية محكمة للعلوم الإنسانية

تُصدرها كلية السلام الجامعة

العدد ١٧

الجزء الثاني

الرقم الدولي للمجلة

ISSN (2522 – 3402)

https://www.iasj.net/iasj/journal/378

١٤٤٦ هـ آب ٢٠٢٤ م

حقوق النشر محفوظة

- الحقوق محفوظة للمجلة.
- الحقوق محفوظة للباحث من تاريخ تسليم البحث إلا في حالة تنازله خطياً.

﴿ وَقُلِ ٱعۡمَلُواْ فَسَيَرَى ٱللَّهُ عَمَلَكُمۡ وَرَسُولُهُۥ وَٱلۡمُؤۡمِنُونَۖ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عَٰلِمِ ٱلۡغَيۡبِ وَٱلشَّهَٰدَةِ فَيُنَبِّئُكُم بِمَا كُنتُمۡ تَعۡمَلُونَ ﴾

[التوبة: ١٠٥]

١-اسم المجلة: مجلة السَّلام الجامعة
٢-اختصاص المجلة: العلوم الإنسانية والتطبيقية
٣-جهة الاصدار: كلية السَّلام الجامعة
٤-الموقع الالكتروني: **www.alsalam.edu.iq**
٥-البريد الالكتروني: **journal@alsalam.edu.iq**

المراجعة اللغوية:

١. أ. د. محمد صنكور / اللغة العربية
٢. كاطع نعمة رسن / اللغة الإنكليزية.

الاشراف الطباعي والالكتروني:

أ.م.د. يوسف نوري حمه باقي

لغة النشر:

اللغة العربية، اللغة الإنكليزية

التحكيم العلمي:

البحوث التي تقبل للنشر في المجلة تعرض على أساتذة خبراء متخصصين تختارهم هيأة تحرير المجلة

مجالات التوزيع:

جمهورية العراق، والدول العربية، والدول الأجنبية على سبيل التبادل الثقافي والعلمي

مصادر التمويل: ذاتية

رقم الإيداع في المكتبة الوطنية : (2127) لسنة 2015 ميلادية

الرقم الدولي للمجلة : (3402 – 2522) (ISSN).

رئيس التحرير:

أ.د. عبد السلام بديوي يوسف الحديثي

عميد الكلية

مدير التحرير:

أ.م. د. أحمد عباس محمد/ التخصص: فلسفة أصول الدين

قسم علوم القرآن والتربية الإسلامية/ كلية السلام الجامعة

هاتف مدير التحرير :

٠٧٧١٠٠٤٥٥٦٦

هيئة تحرير مجلة كلية السلام الجامعة

١. محسن عبد علي الفريجي/ Muhsin abd ali alfariji
أستاذ دكتور/ علوم جغرافية/ وزارة التعليم العالي والبحث العلمي/ العراق

٢. كامل علي الويبة/ Kamil ali alwayabuh
أستاذ دكتور/ علوم تاريخ/ جامعة بنغازي/ ليبيا

٣. عبد الله بلحاج/ Abd allah bilhaj
أستاذ دكتور/ لغة عربية/ جامعة سوسة/ تونس

٤. حنان صبحي عبد الله/ Hanan Subhi abdullah
أستاذ دكتور/ تخطيط ستراتيجي/ مركز البحوث/ بريطانيا

٥. رائد يوسف جهاد العنبكي/ Raed Youssef jihad
أستاذ دكتور/ فلسفة أصول الدين/ الجامعة العراقية/ العراق

٦. شوقي علي ابراهيم الآلوسي/ Shawqi ali ibrahem
أستاذ دكتور/ قانون دولي عام/ كلية السلام الجامعة/ العراق

٧. صبيح كرم زامل موسى الكناني/ Sabih Karam Zamil
أستاذ دكتور/ إدارة تربوية/ كلية السلام الجامعة/ العراق

٨. عبدالله هزاع علي الشافعي/ abdullah Hazzaa ali
أستاذ دكتور/ دكتوراه علم النفس الرياضي/ كلية السلام الجامعة

٩. عبد الحليم محيسن جاسم/ abdulhakim mhesen jasim
أستاذ دكتور / دكتوراه وراثة

١٠. إبراهيم راشد الشمري/ Ibrahim Rashid Al-Shammary
أستاذ مساعد دكتور/ دكتوراه إدارة أعمال تنمية بشرية/ كلية السلام الجامعة

١١. يوسف نوري حمه باقي/ Yousuf Noori Hama Baqi
أستاذ مساعد دكتور/ دكتوراه فلسفة شريعة الإسلامية/ جامعة بغداد– كلية العلوم الإسلامية

كلمة العدد

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف المرسلين، وعلى آله الطاهرين وصحبه أجمعين، وبعدُ:

بين يديك عزيزي القاريء، العدد السابع عشر من «مجلة السّلام الجامعة» التي نهضت كالعنقاء من بين الركام وليداً شرعياً جامعياً بين أخواتها المجلات العلمية التي تعتمد المستوعبات العلميّة العالمية أحد أهم الجوانب في حساب المعدل التراكمي لتصنيف الجامعات والكليات في العالم. يحمل العدد بين طياته بحوثاً ودراساتٍ من نتاج أساتذة الكلية وعددٍ من الباحثين من خارجها، تخص موضوعات تتعلق بتخصصات الكلية (العلمية والإنسانية) وهي تعالج موضوعات حيوية تتعلق بحياة الفرد والمجتمع بشكلٍ علميّ منهجي، نرجو أن ينتفع منه المختصون والدارسون والمعنيون بالاختصاصات التي تنهض بها كلية السلام الجامعة، وطلبة الدراسات العليا وغيرهم داخل العراق وخارجه. ونرى من المناسب ونحن نصدر هذا العدد أن نقدّم شكرنا وتقديرنا العالي إلى السيد وزير التعليم العالي والبحث العلمي على الدعم الذي قدّمه للتعليم الجامعي الأهلي، ونشكر كذلك السادة الباحثين الذين أسهموا في هذا العدد، وندعو الباحثين والمختصين إلى رفد المجلة والإسهام في أعدادها القادمة... ومن الله التوفيق والسداد وللعلم والعلماء الموفقية والازدهار، والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته.

أ.د. عبد السلام بديوي يوسف الحديثي
عميد الكلية

سياسة النشر

١. أن لا يكون البحث جزءاً من بحث سابق منشور، أو من رسالة جامعية قد نُوقِشَتْ، ويقدم الباحث تعهداً بعدم نشر البحث أو عرضه للنشر في مجلة أخرى.

٢. يشترط لنشر الأبحاث المستلة من الرسائل والأطاريح الجامعية موافقة خطية من الأستاذ المشرف وفقاً للأنموذج المعتمد في المجلة.

٣. يُبلغ المؤلف بقرار صلاحية النشر أو عدمها في مدة لا تتجاوز شهراً واحداً من تاريخ وصوله إلى هيأة التحرير.

٤. يلتزم المؤلف بإجراء تعديلات المحكّمين على بحثه وفقاً للتقارير المرسلة إليه، ومن ثم موافاة المجلة بنسخة معدلة في مدة أقصاها (١٥) خمسة عشر يوماً.

٥. لا يحق للمؤلف المطالبة بمتطلبات البحث كافة بعد مرور سنة من تاريخ كتاب قبول النشر.

٦. لا تُعاد البحوث إلى مؤلفيها. سواء قُبلت أم لم تُقبل.

٧. يخضع البحث للتقويم السرّي من خبيرين لبيان صلاحيته للنشر.

٨. يدفع المؤلف أجور النشر البالغة (١٢٥,٠٠٠) مائة وخمسة وعشرين ألف دينار عراقي من داخل العراق، و(١٥٠) دولاراً من خارج العراق.

٩. يحصل المؤلف على نسخة من المجلة المنشور فيها بحثه.

١٠. تعبّر البحوث المنشورة في المجلة عن آراء أصحابها لا عن رأي المجلة.

١١. لا تلتزم المجلة بنشر البحوث التي تخل بشرط من الشروط.

١٢. تلتزم المجلة بفهرسة ورفع البحوث التي تُنشر في المجلة في موقع المجلات الأكاديمية العلمية العراقية **www.iasj.net**

دليل المؤلفين

١. تنشر المجلة البحوث والدراسات التي تقع ضمن مجال تخصصها العلمي.

٢. أن يتسم البحث بالأصالة، والجدة، والقيمة العلمية، وسلامة اللغة، ودقة التوثيق.

٣. يمنح المؤلف الحقوق للمجلة بالنشر، والتوزيع الورقي والإلكتروني، والخزن، وإعادة استعمال البحث.

٤. أن يكون البحث مطبوعاً على الحاسوب بنظام (**office word 2010**) على قرص ليزري مدمج (**CD**) على شكل ملف واحد، وتزوّد هيأة التحرير بثلاث نسخ ورقية، ويمكن إرسال البحوث عبر بريد المجلة الإلكتروني.

٥. أن لا يزيد عدد صفحات البحث عن (٢٥) خمس وعشرين صفحة من الحجم (**A4**).

٦. يُكتب في وسط الصفحة الأولى من البحث ما يأتي:

أ. عنوان البحث باللغة العربية.

ب. اسم المؤلف باللغة العربية ودرجته العلمية، وشهادته، وجهة انتسابه.

ت. بريد المؤلف الإلكتروني.

ث. الكلمات المفتاحية.

ج. ملخصان أحدهما باللغة العربية والآخر باللغة الانكليزية، يوضعان في بدء البحث على أن لا يتجاوز الملخص الواحد (٢٥٠) كلمة.

٧. يكتب عنوان البحث في وسط الصفحة بحجم خط (١٦) **Bold**.

٨. يكتب اسم المؤلف في وسط الصفحة بحجم خط (١٢) **Bold**.

٩. تكتب جهة انتساب المؤلف بحجم خط (١٢) **Bold**.

١٠. يكتب عنوان البريد الإلكتروني بحجم خط (١٢) **Bold**.

١١. يكتب ملخص البحث بحجم خط (١٢) **Bold**.

١٢. تكتب الكلمات المفتاحية التي لا يتجاوز عددها خمس كلمات بحجم خط (١١) **Bold**.

١٣. جهات الانتساب تُثبت كالآتي: (القسم، الكلية، الجامعة، المدينة، البلد).

١٤. تكتب البحوث بنوع خط (**Simplified Arabic**) للغة العربية، وبخط نوع (**Times New Roman**) للغة الإنكليزية وبحجم خط (١٤).

١٥. مسافة الحواشي الجانبية (٢, ٥٤) سم، والمسافة بين الأسطر (١, ١٥) سم.

١٦. على الباحث اتباع قواعد الاقتباس وتوثيق المصادر والمراجع والإلتزام بأخلاقيات البحث العلمي.

١٧. تعتمد المجلة صيغة (**ApA**) في ترتيب المصادر والمراجع وتنسيقها.

١٨. تعتمد المجلة نظام فحص الاستلال باستعمال برنامج (**Turnitin**) ويرفض البحث الذي تتجاوز فيه نسبة الاستلال المقبولة عالمياً.

دليل المقوِّمين

١. يُرجى من المقوم قبل الشروع بالتقويم، التثّبت من كون البحث المرسل إليه يقع في حقل تخصصه العلمي لتتم عملية التقويم.
٢. لا تتجاوز مدة التقويم (١٠) أيام من تاريخ تسلّم البحث.
٣. تذكر المقوِّم إذا كان البحث أصيلاً ومهما لدرجة تلتزم المجلة بنشره.
٤. يذكر المقوِّم مدى توافق البحث مع سياسة المجلة وضوابط النشر فيها.
٥. يذكر المقوِّم إذا كانت فكرة البحث متناولة في دراسات سابقة، وتتم الاشارة إليها.
٦. يحدّد مدى مطابقة عنوان البحث لمحتواه.
٧. بيان مدى وضوح ملخص البحث.
٨. مدى إيضاح مقدمة البحث لفكرة البحث.
٩. بيان مدى عملية نتائج البحث التي توصّل إليها الباحث.
١٠. تجري عملية التقويم بنحو سري.
١١. يُبلغ رئيس التّحرير في حال رغب المقوِّم في مناقشة البحث مع مقوِّم آخر.
١٢. تُرسل ملاحظات المقوِّم إلى مدير التحرير، ولا تجري مناقشات ومخاطبات بين المقوِّم والمؤلف بشأن البحث خلال مدّة تقويمه.
١٣. يبلّغ المقوِّم رئيس التحرير في حال تبيّن للمقوِّم أن البحث مستل من دراسات سابقة، مع بيان تلك الدراسات.
١٤. يُحدد المقوِّم العلمي بشكل دقيق الفقرات التي تحتاج إلى تعديل من المؤلف.
١٥. تعتمد ملاحظات وتوصيات المقوِّم العلمي في قرار قبول النشر وعدمه.

تعهد نقل حقوق الطبع والتوزيع

إني الباحث .....

صاحب البحث الموسوم بـ(.....

.....

.....

.....

.....).

أتعهد بنقل حقوق الطبع والتوزيع والنشر إلى مجلة (السلام الجامعة).

التوقيع:

التاريخ:

تعهد الملكيّة الفكريّة

إني الباحث .....

صاحب البحث الموسوم بـ(.....

.....

.....

.....

.....).

أتعهد بأن البحث قد أنجزته، ولم يُنشر في مجلة أخرى في داخل العراق أو خارجه، وأرغب في نشره في مجلة (السلام الجامعة).

التوقيع:

التاريخ:

عناوين البحوث المقدمة لمجلة الكلية العلمية

ت	الباحث	عنوان البحث	رقم الصفحة
١٥	م.م. سحر ماهود محمد	المتبنيات الاجتماعية في البرامج الحزبية اللبنانية قبل الاستقلال	٥٣٧ - ٥٨٤
١٦	م.م. إيمان هيثم عبد علي	سمات الشخصية الصالحة والايجابية في ضوء النصوص القرآنية	٥٨٥ - ٦١٤
١٧	م.م. ناموس حميد عبد	أهمية التخطيط السياحي في تنمية الطلب على الخدمات السياحية / دراسة وصفية	٦١٥ - ٦٤٦
١٨	م. م. علي ضياء ربيع - م. م. غادة صفاء جبار	الدور الجيو - اقتصادي للدولة في تحديد السياسة الخارجية بعد عام ٢٠١٧: قطر إنموذجًا	٦٤٧ - ٦٨٦
١٩	م.م. رفيف أياد حسن عبد الله	التدفقات النقدية غير المشروعة من وإلى الدول الإقليمية - الاتجار بالنفوذ/ لبنان إنموذجًا	٦٨٧ - ٧١٦
٢٠	م.م. عبد الرحمن ياسين عبد الرحمن	جريمة القتل العمد مقارنة بالفقه الإسلامي	٧١٧ - ٧٥٢

٢١	الباحثة: سارة حكمت عبدالله فرج – أ.م.د. مصطفى كاظم محمود	المقاصد الضرورية لحفظ النفس وتطبيقاتها في كتاب عمدة الأحكام للإمام عبد الغني المقدسي	٧٥٣ – ٧٧٢
٢٢	للباحثة سعاد جاسم محمد رمضان – إشراف: الدكتور عمر نواف موسى	حكاية المذهب بين الإمامين الماوردي والجويني في الوضوء وأثرهما في المذهب الشافعي	٧٧٣ – ٨٠٨
٢٣	الباحثة: تمارا عامر أحمد حمود – بإشراف أ.د. محمد جاسم محمد	اختيارات أحمد البعلي في مسالك العلة في كتابه الذخر الحرير بشرح مختصر التحرير	٨٠٩ – ٨٣٠
٢٤	الباحث: مشتاق محمد عبد – بإشراف الدكتور عبد الحميد الصباغ	دور كفاية رأس المال في تحسين الكفاءة المالية للقطاع المصرفي	٨٣١ – ٨٦٨
٢٥	الباحث وائل عسل عبد الفلاحي بإشراف د. عقبة صباغ	التمكين الإداري ودوره في رفع كفاءة الأداء الوظيفي	٨٦٩ – ٩١٢
٢٦	الباحث: عز الدين صباح صالح – أ.د.صهيب محمد ناصر	أحكام الجزية بين الخراج والأموال / دراسة مقارنة في المحتوى	٩١٣ – ٩٤٨

٢٧	الباحث: سعد أحمد فرحان – أ.م.د. أحمد خالد محمود	التقعيد بالتمثيل في أدوات نصب الفعل المضارع عند ابن معط (ت:٦٢٨هـ) وابن الخباز (ت:٦٣٨هـ) في شرح الدّرّة الألفيّة	٩٤٩ – ٩٨٨
٢٨	الباحث: ضياء محمود عبود – بإشراف: أ.م.د. ابراهيم جليل علي	الاختيارات الفقهية لابن الفرس الأندلسي (ت:٥٧٩هـ) في الهدي في الحج في كتابه أحكام القرآن / دراسة مقارنة	٩٨٩ – ١٠٠٨
٢٩	محمود طارق هادي الطائي – بإشراف أ.م.د. أحمد عليوي حسين	منهج الخطيب الشربيني في الاستدراك في كتابه البدر الطالع في حل ألفاظ جمع الجوامع	١٠٠٩ – ١٠٣٤
٣٠	م.د. سحر محسن عبود	دور الهيئات الرقابية المستقلة في مكافحة الفساد / نماذج مختارة	١٠٣٥ – ١٠٨٢

أهمية التخطيط السياحي في تنمية الطلب على الخدمات السياحية / دراسة وصفية

The importance of tourism planning in developing demand for tourism services / a descriptive study

اعداد

م.م. ناموس حميد عبد

Assistant teacher. Namos Hamid Abd

المستخلص

يُعد التخطيط السياحي وسيلة فاعلة في تحقيق التنمية السياحية والتنمية الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، إذ أن تنمية وتطوير القطاع السياحي من شأنها أن تسهم في تنمية كافة القطاعات الإنتاجية الأخرى، من خلال خلق فرص العمل في تلك القطاعات وبالتالي رفع مستوى الدخل الفردي والدخل القومي من خلال ما تحققه من مكاسب وإيرادات بالعملات الأجنبية، وتعتمد الدول المتقدمة سياحيًا على التخطيط السياحي في تحقيق أهدافها التنموية، بينما تسعى الدول الأقل تقدمًا في النشاط السياحي إلى تبني تجارب الدول المتقدمة واعتماد نهجها في التخطيط السياحي لبناء قطاع سياحي متطور يساهم في تحقيق تنمية قومية شاملة من خلال تنمية القطاع السياحي.

وقد تناولنا في هذا البحث التخطيط السياحي والخدمات السياحية من جوانب مختلفة وكذلك طبيعة العلاقة بينهما وأوضحنا أهمية للتخطيط السياحي في تنمية الطلب على الخدمات السياحية من خلال فصولٍ ثلاث اهتمت بدراسة الموضوعات الآتية:

١. التخطيط السياحي (أهمية التخطيط السياحي، أهداف التخطيط السياحي، مستويات التخطيط السياحي، مزايا وفوائد التخطيط السياحي وخصائص التخطيط السياحي).
٢. الخدمات السياحية (مفهوم الخدمات السياحية، أهمية الخدمات السياحية، أنواع الخدمات السياحية، خصائص الخدمات السياحية وجودة الخدمات السياحية).
٣. العلاقة بين التخطيط السياحي والخدمات السياحية (أهمية التخطيط السياحي في توزيع الخدمات السياحية مكانيًا، أهمية التخطيط السياحي في توفير الخدمات السياحية، أهمية التخطيط السياحي في تحقيق كفاءة الخدمات السياحية وأهمية التخطيط السياحي في الحفاظ على المرافق الخدمية السياحية).

الكلمات المفتاحية: التخطيط، السياحي، التنمية.

ABSTRACT

Tourism planning is an effective means of achieving tourism, economic, social, and environmental development. Developing and enhancing the tourism sector can contribute to the development of all other productive sectors by creating job opportunities and consequently raising individual and national income through the gains and revenues achieved in foreign currencies. Advanced countries rely on tourism planning to achieve their development goals, while less developed countries in tourism seek to adopt the experiences of advanced countries and adopt their approach to tourism planning to build an advanced tourism sector that contributes to achieving comprehensive national development through the development of the tourism sector.

In this research, we have addressed tourism planning and tourism services from various aspects, as well as the nature of the relationship between them. We have explained the importance of tourism planning in developing demand for tourism services through three chapters that focus on studying the following topics:

١. **Tourism planning (the importance of tourism planning, objectives of tourism planning, levels of tourism planning, advantages and benefits of tourism planning, and characteristics of tourism planning).**
٢. **Tourism services (the concept of tourism services, the importance of tourism services, types of tourism services, characteristics of tourism services, and the quality of tourism services).**
٣. **The relationship between tourism planning and tourism services (the importance of tourism planning in spatial distribution of tourism services, the importance of tourism planning in providing tourism services, the importance of tourism planning in achieving the efficiency of tourism services, and the importance of tourism planning in preserving tourism service facilities).**

Keywords: planning, tourism, development.

المقدمة

التخطيط السياحي هو أحد فروع التخطيط العام، وهو الوسيلة الأكثر فاعلية في تحقيق الأهداف السياحية المختلفة، فالتخطيط السياحي يمكنه أن يرسم صورة مستقبلية لما سيكون عليه حال السياحة في أي بلد أو في أي منطقة في العالم وفي ظل الأنظمة الاقتصادية المختلفة، إذا ما توفرت له القاعدة العلمية والبيانات والمعلومات الدقيقة، فالتخطيط السياحي يهدف إلى تحقيق أقصى منفعة من المقومات السياحية الطبيعية والبشرية، وهو يمتلك القدرة على النهوض بواقع السياحة، ومما لاشك فيه أن السياحة اليوم أصبحت صناعة يعتمد عليها بشكلٍ أساسي في تنمية القطاعات الاقتصادية المختلفة وذلك بسبب ارتباطها المتشعب مع القطاعات الإنتاجية الأخرى والتي تمد القطاع السياحي بكافة مستلزمات انتاج الخدمات السياحية، مثل قطاعات النقل والقطاع الصناعي والتجاري والزراعي والثروة الحيوانية وغيرها، فمن المعروف أن المشروع السياحي قادر على توليد فرص عمل كثيرة في العديد من القطاعات الإنتاجية الأخرى، ومن أجل تنمية وتطوير القطاع السياحي لابد لنا من إعطاء دور الريادة في تحريك عجلة التنمية السياحية للتخطيط السياحي الذي يساهم بتحقيق أهداف السياحة بفاعلية ونجاح، كما أنه يقوم بتحديد تلك الأهداف بدقة وتفصيل لضمان تنمية وتطوير النشاط السياحي، وأن تقديم تجربة سياحية فريدة وناجحة ومتميزة يعد أمرًا ضروريًا لزيادة الجذب السياحي وزيادة الطلب على الخدمات السياحية، ولتحقيق الاستغلال الأمثل للمواقع السياحية بكافة أنواعها، واستثمارها بالشكل الصحيح، يتم اللجوء للتخطيط السياحي لرسم استراتيجيات استغلال الموارد السياحية من استثمار وإنتاج وترويج وتسويق الخدمات السياحية واعتماد الوسائل التكنولوجية المتطورة في

تحقيق ذلك.

ونحن في دراستنا هذه نبحث في إمكانية تنمية الطلب على الخدمات السياحية من خلال اعتماد التخطيط السياحي كوسيلة يمكنها أن تحدد التوزيع المكاني المناسب لمواقع المنشآت والمرافق الخدمية السياحية بما ينسجم مع حجم الطلب عليها وطاقاتها الاستيعابية من جهة ومن جهة أخرى بما يتوافق مع نوعية الخدمات ومستوى تصنيفها الذي يلاءم نوعية الطلب وحسب رغبات السيّاح، كما يمكن للتخطيط السياحي الحفاظ على تلك المنشآت والمرافق الخدمية وإبقائها في العمل لأطول فترة ممكنة من خلال إعداد برامج صيانة دورية مستمرة.

وقد اعتمدنا في هذا البحث على المنهج الوصفي التحليلي لمتغيرات الدراسة والتي جاءت في ثلاث فصول تضمن الفصل الأول منها منهجية ومفاهيم البحث ودراساتٍ سابقة، فيما تناول الفصل الثاني التخطيط السياحي والخدمات السياحية والعلاقة بينهما في ثلاث مباحث على التوالي، واستعرض الفصل الثالث نتائج وتوصيات البحث.

الفصل الأول: منهجية ومفاهيم البحث ودراساتٍ سابقة

المبحث الأول: منهجية البحث

يعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي لما جاء في الكتب العربية والأجنبية والرسائل والأطاريح والدوريات والمواقع الإلكترونية التي تناولت متغيرات الدراسة من جوانب مختلفة.

أولًا: مشكلة البحث يتباين الطلب على الخدمات السياحية بين موقع وآخر وفقًا لعدة عوامل، ويعد التخطيط السياحي والتوزيع المكاني لمواقع تلك الخدمات هو أحد أهم العوامل المؤثرة في حجم الطلب على الخدمات السياحية، ولا يقف الأمر على حجم الطلب فقط بل أن للتخطيط السياحي القدرة على الحفاظ على سلامة المنشآت

والمرافق الخدمية وديمومتها وزيادة كفاءتها من خلال الموازنة بين طاقاتها الاستيعابية وحجم الطلب الفعلي عليها.

- ثانيًا: أهمية البحث: تكمن أهمية البحث في التخطيط لتوزيع الخدمات السياحية في الأماكن المثالية لها وبما يُمكّن المستفيد من الوصول إليها والانتفاع بها بيسر وسهولة مع مراعاة توفير الخدمات السياحية بالكم والنوع والمستوى المطلوب، لضمان حماية تلك المنشآت والمرافق الخدمية واستمراريتها لأطول مدة ممكنة.
- ثالثًا: أهداف البحث: يهدف البحث إلى:

١. تحقيق توزيع مكاني مثالي للخدمات السياحية.

٢. توفير الخدمات السياحية بالكم والنوع الكافي لتغطية الطلب عليها.

٣. رفع كفاءة الخدمات السياحية وتحسين نوعيتها.

٤. الحفاظ على المرافق الخدمية السياحية وديمومتها لتحقيق أكبر منفعة ممكنة منها.

- رابعًا: فرضية البحث: تبحث فرضية الدراسة في أمكانية وجود أهمية للتخطيط السياحي في تنمية الطلب على الخدمات السياحية، من خلال توزيع الخدمات السياحية بما يلائم حجم الطلب عليها.

المبحث الثاني: مفاهيم البحث

في هذا المبحث نتعرف على مفاهيم المصطلحات التي ورد ذكرها في البحث، كما ذكرت في المصادر العلمية، من أجل تبسيط قراءة البحث وفهم المعاني الحقيقية لهذه المصطلحات وماذا أراد الباحث منها دون الوقوع في إشكالات أو التباس في فهم القصد من كل مصطلح.

- أولًا: التخطيط PLANNING:

إن التخطيط بمفهومه العام يأخذ أشكالًا عديدة تبعًا لتعدد الموضوعات التي يتناولها

واختلاف وجهات النظر للمخططين والباحثين وخلفياتهم العلمية، والأغراض التخطيطية، فالتخطيط الاجتماعي يختلف عن التخطيط الاقتصادي والسياسي وغيره من أنواع التخطيط الأخرى، كما ان أشكال التخطيط في المجال الواحد تتفاوت في مستوياتها من مكان لآخر ومن زمان لآخر أي أنه يتأثر بالظروف الزمانية والمكانية.

لقد تناول العديد من الباحثين تعريف التخطيط من وجهات نظر مختلفة ومن خلفيات علمية متنوعة، وفي مُدَد زمنية وظروف مكانية مختلفة، كان لها الأثر في وجود اختلافات بين هذهِ التعاريف، ونذكر هنا بعضًا من هذه التعاريف:

يعرف التخطيط أنه جهد مبرمج عقلاني يرسم صورة مبتكرة للمستقبل، محددًا بأبعاد زمانية ومكانية للتطبيق، ومن الممكن أن يكون جزئيًا لقطاع دون غيره، وقد يكون تخطيطًا شاملًا تعده أجهزة الدولة لتتناول فيه أحوال المجتمع برمتها. (الجنابي، ٢٠١٢: ص ٢٤٠)

وأما **Hull Peter** فعرفه بأنه كلمة غامضة وصعبة التحديد لأن التخطيط هو العمل الذي يقوم به المخطط وهو نشاط عام يرمي الى تحقيق أهداف محددة مسبقا، وهو سياسة لأن الخطة الاقتصادية والاجتماعية التي ترسمها الدولة تكون بمثابة مرآة تعكس السياسة العامة للدولة. (**Hull , ٢٠١٢ : P ٣**).

ثانيًا: التخطيط السياحي (**Tourism Planning**):

لقد أكتسب التخطيط السياحي دورًا كبيرًا في التنمية السياحية، كما أدركت الحكومات التأثير الكبير الذي تولده السياحة وآثارها الواسعة وقدرتها على إحداث التغيير الاجتماعي والثقافي، كما أنّ الكثير من الحكومات قامت بتوسيع أهدافها وتطلعاتها وتوقعاتها في التنمية السياحية فيما وراء المنافع الاقتصادية، ليصبح التخطيط السياحي مهمًا جدًا من أجل النجاح في تحقيق هذهِ الأهداف وتلبية تلك التطلعات

والتوقعات. ((Chuck Y, 1997: P324

وقد وردت العديد من التعريفات للتخطيط السياحي لباحثين ومخططين ومختصين في مجال التخطيط السياحي نذكر بعضًا منها، إذ يُعرَّف التخطيط السياحي أنه الاطلاع على المستقبل والتعامل مع العواقب المتوقعة، وهي الوسيلة الوحيدة للحصول على فوائد السياحة ويجب أن يكون التخطيط السياحي استراتيجي وتكاملي. (Yooshik, Yoon, 2002:P19)

ثالثًا: التنمية (Development):

إن التنمية ينبغي ان تفهم بوصفها عملية متعددة الابعاد Multi-dimensional process تتضمن اعادة تنظيم واعادة توجيه لكل الانظمة الاقتصادية والاجتماعية، وتعرّف التنمية بانها: (العملية التي يتم فيها زيادة الدخل الحقيقي زيادة تراكمية وسريعة ومستمرة عبر فترة من الزمن بحيث تكون هذه الزيادة أكبر من معدل نمو السكان مع توفير الخدمات الانتاجية والاجتماعية وحماية الموارد المتجددة من التلوث والحفاظ على الموارد غير المتجددة من النضوب) (مندور،٢٠١١: ص٢٨).

رابعًا: الطلب والطلب السياحي (Demined and Tourism Demined):

حاول العديد من الباحثين والكتاب والاقتصاديين اللذين تناولوا موضوع الطلب من جوانب مختلفة، وضع تعريف محدد للطلب ولقد اختلفت هذه المحاولات من حيث الصيغ والتعابير في تحديد هذا التعريف الا ان حدود ومواصفات هذا المفهوم بقيت نفسها رغم اختلاف الصيغ، ولقد وضحت واحدة من الادبيات الاقتصادية القديمة ان «الطلب لأية سلعة بسعر ما هو ذلك المقدار من السلع التي تم شرائها بذلك السعر في ذلك الوقت» (Benham, Fredric, economics, 1983: P4)

أما الطلب السياحي فيعرف على انه «المجموع الاجمالي لأعداد السياح الوافدين الى المنطقة السياحية المواطنين منهم والأجانب» (الحوري والدباغ، ٢٠٠٠: ص٢١)

خامسًا: الخدمات السياحية (**Tourism Service**):

تتميز صناعة السياحة عن غيرها من الصناعات أنها صناعة تنتج خدمات لا سلع مادية أي أنها منتجات غير ملموسة وعليه فإن الخدمات السياحية تنتج وتستهلك في نفس المكان لا يمكن نقلها إلى حيث يوجد المستهلك كما هو الحال مع السلع المادية، كما أن الخدمات السياحية لها العديد من المميزات التي سوف نتناولها لاحقًا، ويمكن أن تعرّف الخدمات السياحية «أنها الأنشطة التي تكون غير مادية او غير ملموسة التي يمكن تقديمها بشكل منفصل أو مستقل وتوفر اشباع الرغبات والحاجات للسياح وليس بالضرورة أن ترتبط مع بيع منتج أو خدمة أخرى وعند تقديم الخدمة قد لا يتطلب نقل الملكية». (أبو رحمة، ٢٠٠١: ص٢٢).

المبحث الثالث: دراساتٍ سابقة

نتناول في هذا المبحث بعض الدراسات المحلية والإقليمية التي تطرقت إلى موضوع دراستنا الحالية « أهمية التخطيط السياحي في تنمية الطلب على الخدمات السياحية» لغرض الاستفادة مما توصلت إليه تلك الدراسات والانتفاع من تجارب من سبقنا في البحث بمتغيري الدراسة الأساسيين – التخطيط السياحي والخدمات السياحية – ولتكون دراستنا مكملة لما توصلت إليه الدراسات السابقة.

- أولًا: دراسة م. حسين منعم خلف التخطيط السياحي وأثره في السياحة الدينية (محافظة النجف الأشرف حالة دراسية):

أظهرت الدراسة أهمية التخطيط السياحي في تنمية وتطوير مواقع السياحة الدينية، كما أشارت إلى الدور الكبير الذي يلعبه التخطيط السياحي في تحقيق الاستغلال الأمثل

لمواقع السياحة الدينية، وأكدت على ضرورة تبني استراتيجية تخطيط سياحي فعّال باستطاعته أن يحدث تغيير في واقع المدن والمناطق التي تضم أماكن مقدسة، وشملت الدراسة محافظة النجف الأشرف والتي تقع إلى الجنوب الغربي من مدينة بغداد والتي تُعد من أهم المدن الدينية في العراق لأنها تشرفت بوجود ضريح الإمام علي بن أبي طالب عليه السلام، فضلًا عن العديد من المواقع الدينية الأخرى، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي والذي يعتمد على التحليل النظري لمتغيرات الدراسة، توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج كان أهمها:

١. التصميم الهندسي والعمراني للكثير من المباني والفنادق والأسواق وغيرها أغلبها ذات تصاميم حديثة لا تتلاءم مع قدسية هذه المحافظة. وهنا لابد من الإشارة إلى دور التخطيط السياحي في تحديد نوع وتصميم تلك المباني بالشكل الذي ينسجم مع الطبيعة الدينية لمدينة النجف الأشرف، ويحافظ على رمزية المكان وقدسيته.

٢. خدمات السياحة الدينية مثل اماكن الصلاة والوضوء والشعائر الدينية في الغالب لا تستوعب أعداد السياح من الداخل والخارج وخاصة في المناسبات الدينية. والسبب في ذلك هو غياب التخطيط السياحي أو قصور في التخطيط لأماكن ممارسة الشعائر الدينية وهو ما يزيد من أهمية التخطيط السياحي.

ثانيًا: دراسة الدكتور نورالدين هرمز «التخطيط السياحي والتنمية السياحية» مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية - سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد ٢٨، العدد ٣، لسنة ٢٠٠٦.

تناولت الدراسة التخطيط السياحي باعتباره أحد أهم العوامل المؤثرة في تحقيق التنمية السياحية، وبينت الدراسة الدور المهم للتخطيط السياحي في تحريك عجلة

التنمية ليس في القطاع السياحي فحسب بل حتى في القطاعات الإنتاجية المختلفة التي ترتبط بشكل مباشر أو غير مباشر بالقطاع السياحي، عن طريق قدرة السياحة على خلق فرص العمل بشكل مستمر وتحقيق الطلب على السلع والمنتجات المختلفة التي تدخل في صناعة وتحضير الخدمة السياحية، كما أوضحت الدراسة أهمية التخطيط السياحي في تحقيق التوافق والتوازن ما بين الزيادة المتوقعة في الطلب السياحي والتنمية السياحية في حجم ونوع الخدمات السياحية، كما بينت الدراسة أن التخطيط السياحي هو أحد أهم أدوات التنمية السياحية المعاصرة، والتي تهدف إلى زيادة الدخل الفردي الحقيقي والقومي، وإلى تنمية حضارية شاملة لكافة المقومات الطبيعية والبشرية والمادية.

كما تناولت الدراسة عوامل نجاح التخطيط السياحي، ومن أهم هذه العوامل أن يهتم التخطيط السياحي بتحقيق توازن بين القطاعات الاقتصادية المختلفة، وأن يتم اعتبار تنمية القطاع السياحي أحد الخيارات الاستراتيجية لتحقيق التنمية الاقتصادية.

وقد توصلت الدراسة إلى عدد من الاستنتاجات، من أبرزها الأخذ بمبدأ التخطيط السياحي لتحقيق التكامل في التنمية بين كافة القطاعات، والتطابق والتوافق بين الطلب السياحي والمنتج السياحي المقدم، وأيضًا تحقيق أكبر قدر ممكن من المكاسب الاقتصادية المباشرة وغير المباشرة، وتأمين عمليات التحديث والتطوير للمناطق السياحية، والتوسع وإيجاد مناطق سياحية جديدة تتلاءم مع تغير وتطور عمليات التنمية السياحية.

وهذا الاستنتاج يعطي دلالة واضحة على مدى أهمية التخطيط السياحي في تحقيق التنمية في كافة القطاعات الإنتاجية المرتبطة بالقطاع السياحي بشكل مباشر أو غير مباشر، فضلًا عن قدرته في تحقيق التنمية للقطاع السياحي نفسه من خلال تنمية الطلب على الخدمات السياحية وهو جوهر قضيتنا في هذا البحث.

الفصل الثاني: التخطيط السياحي والخدمات السياحية والعلاقة بينهما

تمهيد: سنتحدث في المبحث الأول من هذا الفصل عن التخطيط السياحي من حيث أهميته، عناصره، أنواعه ومستوياته، كما سنتحدث عن الخدمات السياحية ونذكر خصائصها وأنواعها أما المبحث الثاني فسوف نبين فيه أهمية التخطيط السياحي في تحقيق أقصى منفعة من الخدمات السياحية وقدرته على تنمية الطلب على تلك الخدمات.

المبحث الأول: التخطيط السياحي والخدمات السياحية

أولًا: التخطيط السياحي:

يعد التخطيط السياحي أحد أهم ركائز التنمية السياحية المعاصرة، نظرًا لمساهمته الفاعلة في تحقيق الاستغلال الأمثل للموارد السياحية الطبيعية والبشرية في بلدٍ ما وقدرته على توظيف تلك الموارد بالشكل الذي يحقق أقصى منفعة ممكنة منها، ولنتمكن من معرفة كيف يمكن للتخطيط السياحي أن يؤثر في التنمية السياحية بشكل عام، لا بد أن نتعرف على الآتي:

١ – أهمية التخطيط السياحي:

للتخطيط أهمية بالغة في تطوير النشاط السياحي باعتباره منهجًا علميًا لتنظيم وإدارة هذا النشاط بكافة عناصره وأنماطه، فهو يوفر إطار عمل مشترك يساعد في اتخاذ القرارات في إدارة الموارد السياحية ويزود الجهات المسؤولة عن اتخاذ القرارات بالأساليب والاتجاهات التي يجب أن تسلكها لتسهيل عملها وتقليل الجهد الضائع. (مؤمن، ٢٠٠٩: ص١٠٥)

كما أن التخطيط السياحي السليم يساهم في تعظيم الفوائد السياحية دون ظهور مشاكل اقتصادية أو اجتماعية أو بيئية وثقافية عن الأنشطة السياحية المختلفة، والتخطيط ضروري لضمان أن جميع القطاعات التي ترتبط بالنشاط السياحي مثل

قطاعات الزراعة والصناعة والنقل وغيرها قد تم تنميتها وتطويرها بشكل متكامل لخدمة السياحة والأنشطة المتعلقة بها (أحمد، ٢٠١١: ص٥٧)

اَلتخطيط يحدد اَتجاه حَركة اَلقطاع اَلسياحي، وَبالتالي فَإن اَلأهمية اَلأساسيةَ تكمن فَي تَحديد اَلوجهة اَلتي يَسعى إَليها اَلقطاع اَلسياحي مَن خَلال وَضع اَلخطط اَلسنوية، وكيفية تَحقيق اَلأهداف، ويحدد اَلتخطيط إَطارًا مَوحدًا لَاتخاذ اَلقرارات فَي اَلقطاعَ السياحي، أَو اَلشركة اَلسياحية، وَهذا أَمر مَهم، لَأن غَياب اَلتخطيط يَعني غَياب اَلهدف، كما يساعد اَلتخطيط اَلسياحي عَلى مَعرفة اَلفرص وَالمخاطر اَلكامنة فَي اَلمستقبل. (الشبراوي، ٢٠٠٢: ص٣٧)

٢ – أهداف التخطيط السياحي: (نبيل الروبي، ١٩٨٧: ص٦٥)

يسعى التخطيط السياحي إلى تحقيق عددًا من الأهداف التنموية أهمها:

أ – تحديد أهداف التنمية السياحية القصيرة والبعيدة المدى، وكذلك رسم السياسات السياحية ووضع إجراءات تنفيذها.

ب – ضبط وتنسيق التنمية السياحية التلقائية والعشوائية.

ت – تشجيع القطاعين العام والخاص على الاستثمار في مجال التسهيلات السياحية أينما كان ذلك ضروريًا.

ث – مضاعفة الفوائد الاقتصادية والاجتماعية للنشاطات السياحية لأقصى حد ممكن وتقليل كلفة الاستثمار والإدارة لأقل حد ممكن.

ج – الحيلولة دون تدهور الموارد السياحية وحماية النادر منها.

ح – صنع القرارات المناسبة وتطبيق الاستخدامات المناسبة في المواقع السياحية.

خ – تنظيم الخدمات العامة وتوفيرها بالشكل المطلوب في المناطق السياحية.

د – المحافظة على البيئة من خلال وضع وتنفيذ الإجراءات العلمية المناسبة.

ذ – توفير التمويل من الداخل والخارج اللازم لعمليات التنمية السياحية.

ر – تنسيق النشاطات السياحية مع الأنشطة الاقتصادية الأخرى بشكل تكاملي.

٣ – مستويات التخطيط السياحي (غنيم، محمد عثمان، ٢٠٠٤: ص ٤٥-٤٦)

للتخطيط السياحي مستويات مكانية عديدة تختلف حسب رأي الباحثين والمختصين، ولكن بشكل عام هناك أربعة مستويات رئيسة يتفق عليها أكثر المختصين في الشؤون السياحية هي:

أ – التخطيط السياحي على المستوى المحلي (Local Level)

يكون التخطيط السياحي في هذا المستوى المكاني متخصصًا وتفصيليًا أكثر منه في المستويات المكانية الأخرى، كما وتكون هناك الكثير من دراسات الجدوى الاقتصادية الأولية التي تسبق الخطط التنموية في المستوى المحلي، وايضًا تكون هناك دراسات لتقييم المردودات البيئية والاجتماعية والثقافية وتقييم برامج التنمية والهياكل الإدارية والمالية المناسبة للتنفيذ.

وعادة يتضمن تفاصيل عن جوانب عديدة منها:

- التوزيع الجغرافي للخدمات السياحية ومنشآت النوم.
- الخدمات والتسهيلات السياحية.
- مناطق وعناصر الجذب السياحي.
- شبكات الطرق المعبدة ومحلات تجارة التجزئة والمتنزهات والمحميات.
- نظام النقل على الطرق والمطارات ومحطات السكك الحديدية.

ب – التخطيط على المستوى الإقليمي Regional Level

- بوابات العبور الإقليمية وما يرتبط بها من طرق مواصلات إقليمية ودولية بأنواعها.

- منشآت النوم بأنواعها وكافة الخدمات السياحية الأخرى.
- السياسات السياحية والاستثمارية والتشريعية وهياكل التنظيم السياحية والإقليمية.
- برامج الترويج والتسويق السياحي.
- برامج التدريب والتعليم والاعتبارات الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والبيئية إلى جانب تحليل الآثار والمردودات.
- مراحل واستراتيجيات التنمية وبرمجة المشاريع.

ج – التخطيط السياحي على المستوى الوطني (National Level)

في هذا المستوى يغطي التخطيط السياحي جميع الجوانب التي يغطيها في المستوى الإقليمي، ولكن بشكل أقل تخصصًا وتفصيلًا، وعلى مستوى القطر أو الدولة بجميع أقاليمها ومناطقها.

د – التخطيط السياحي على المستوى الدولي (International Level)

تقتصر عمليات التخطيط السياحي في هذا المستوى على خدمات النقل وطرق المواصلات بين مجموعة من الدول، كما هو الحال في مجموعة دول الاتحاد الأوربي، ويشمل هذا التخطيط كذلك تطوير وتنمية بعض عناصر الجذب السياحي التي تتوزع جغرافيًا في عدة دول متجاورة، كما هو الحال في جبال الألب في القارة الأوروبية. إلى جانب ذلك هناك التخطيط السياحي بين عدة دول في مجالات الترويج والتسويق السياحي. والجدير بالذكر أن المنظمات والهيئات السياحية الدولية مثل: منظمة السياحة العالمية غالبًا ما تشارك في مثل هذا النوع من التخطيط وأحيانًا تقديم الدعم المادي والمعنوي الكامل في هذا المجال

٤ – مزايا وفوائد التخطيط السياحي (مؤمن، ٢٠٠٩: ص ١٠٦ – ١٠٧)

للتخطيط السياحي العديد من المزايا والفوائد التي يمكن الانتفاع بها وعلى جميع المستويات نذكر منها الآتي:

أ – يساعد التخطيط للتنمية السياحية على تحديد وصيانة الموارد السياحية والاستفادة منها بشكل مناسب في الوقت الحاضر والمستقبل.

ب – يساعد التخطيط السياحي على تكاملية وربط القطاع السياحي مع القطاعات الأخرى وعلى تحقيق أهداف السياسات العامة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية على كل مستوياتها.

ت – يوفر الأرضية المناسبة لأسلوب اتخاذ القرار لتنمية سياحية في القطاعين العام والخاص، من خلال دراسة الواقع الحالي والمستقبلي مع الأخذ بعين الاعتبار الأمور السياسية والاقتصادية التي تقررها الدولة لتطوير السياحة وتنشيطها.

ث – يوفر البيانات والمعلومات والإحصائيات والخرائط والمخططات والتقارير والاستبيانات، ويضعها تحت يد طالبيها.

ج – يساعد على زيادة الفوائد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية من خلال تطوير القطاع السياحي، وتوزيع ثمار تنميته على أفراد المجتمع، كما يقلل من سلبيات السياحة.

ح – يساعد على وضع الخطط التفصيلية لرفع المستوى السياحي لبعض المناطق المتميزة، والمتخلفة سياحيًا.

خ – يساعد على وضع الأسس المناسبة لتنفيذ الخطط والسياسات والبرامج التنموية المستمرة عن طريق إنشاء الأجهزة والمؤسسات لإدارة النشاط.

د – يساهم في تقويم التنمية السياحية ومواصلة التقدم في تطوير هذا النشاط، والتأكيد على الإيجابيات وتجاوز السلبيات في الأعوام اللاحقة.

أن اعتماد التخطيط السياحي السليم والمدروس والمبني على الأسس العلمية

الصحيحة، يمكنه أن يحقق عوائد سياحية كبيرة من خلال زيادة التدفق السياحي من جهة وتطوير النشاط السياحي والخدمات المقدمة من جهةٍ أخرى، وهناك العديد من الأمثلة لتجارب الدول المتقدمة سياحيًا تثبت صحة ذلك.

٥ – خصائص التخطيط السياحي (غنيم، عثمان وبنيتا، سعد، ٢٠٠٣: ص٢٠).

أن التخطيط السياحي الجيد هو الذي يهتم بالمنتج السياحي، ويهتم بكل ما يمكن أن يساهم في تطوير المنتج السياحي من أنشطة وفعاليات وعمليات مختلفة، إذ يؤكد التخطيط السياحي على ضرورة أيجاد وخلق حالة من التوازن بين الأهداف الاقتصادية والاجتماعية والبيئية ضمن أطار التنمية السياحية الشاملة والمستدامة من خلال التركيز على عمليات التسويق والترويج للمنتج السياحي.

والتخطيط السياحي الجيد والسليم والذي يعتمد الأسس العلمية، لابد أن تتوفر فيه مجموعة من المواصفات والخصائص أهمها:

* يتم اشراك جميع الجهات ذات العلاقة بعملية التخطيط.
* تخطيط مرن، مستمر وتدريجي يتقبل إجراء أي تعديل إذا ما تطلب الأمر بناءًا على المتابعة المستمرة والتغذية الراجعة.
* تخطيط تكاملي تعامل فيه السياحة على أنها نظام متكامل، حيث كل جزء مكمل للأجزاء الأخرى، وكل عنصر يؤثر ويتأثر ببقية العناصر.
* تخطيط شامل لجميع جوانب التنمية السياحية، الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية.....الخ.
* تخطيط واقعي وقابل للتنفيذ، أي ألّا تتجاوز أهدافه حدود الإمكانيات والطموح ولا تخرج عن دائرة ما هو متاح وكامن من موارد طبيعية ومالية وبشرية.
* تخطيط يتعامل مع السياحة على أنها نظام له مدخلات وعمليات ومخرجات محددة،

ويمكن التأثير في هذه المكونات وتوجيهها.

* تخطيط بيئي يحول دون تدهور عناصر الجذب السياحي الطبيعية والتاريخية، ويعمل على توفير الإجراءات اللازمة لصيانتها بشكل مستمر، ويضمن المحافظة عليها لأطول فترة زمنية ممكنة.

٦ – عوامل نجاح التخطيط السياحي (الشيراوي، محمد، ٢٠٠٢: ص٣٧)

* أن تكون خطة التنمية السياحية جزءًا لا يتجزأ من الخطة القومية الشاملة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية.

* أن يتم تحقيق التوازن بين القطاعات الاقتصادية المختلفة.

* أن يتم اعتبار تنمية القطاع السياحي كأحد الخيارات الاستراتيجية للتنمية الاقتصادية.

* أن تكون هذه الصناعة جزءًا من قطاعات الإنتاج في الهيكل الاقتصادي للدولة.

* قيام الدولة بتحديد مستوى النمو المطلوب وحجم التدفق السياحي.

* على أن يتم تحديد دور كل من القطاعين الخاص والعام في عملية التنمية.

* التركيز على علاقة التنمية السياحية بالنشاط الاقتصادي العام وتحديد علاقة ذلك بالمحافظة على البيئة.

كما أن من بين عوامل نجاح التخطيط السياحي وجوب توفر أربعة علاقات هي: **(Charles, K, 1978: P 201)**

أ – علاقة التخطيط بالنشاط الاقتصادي **Economic**

فنجاح النشاط السياحي في أي منطقة يرتبط ارتباطًا وثيقًا بمستويات الأنشطة التي يمكنها أن تؤدي إلى تحقيق زيادة متواصلة في الدخول وامكانية الاقتصاد المحلي على امتصاص هذه الدخول واستخدامها.

ب – علاقة التخطيط بالبيئة **Environment**

نجد أن السياحة والبيئة هي نفس الشيء على اعتبار أن التدفق السياحي يرتبط بعوامل الجذب السياحي المتمثلة في المناخ والمناظر البيئية الطبيعية والشواطئ وغيرها، أو في عوامل جذب من صنع الإنسان كالمناطق التاريخية والأثرية والعصرية وغيرها، وهنا تبدو نقطة هامة تتعلق بضرورة المحافظة على الأصول البيئية **Assets Environment**.

ج – علاقة التخطيط بالقادمين إلى المنطقة السياحية **Enrichment**

من الضروري تهيئة المقيمين لتزويد السيّاح بالمعلومات التي تتيح لهم المتعة الذهنية، فإن تزاوج كل من الامتاع النفسي والإثراء الذهني، يجعل السيّاح أكثر رغبة في زيارة المنطقة مرة أخرى، ونقل صورة جيدة عن المنطقة السياحية.

د – علاقة التخطيط بتدفق النقد الأجنبي **Exchange**

إذا كان التخطيط يهدف إلى زيادة موارد الدولة من النقد الأجنبي، فالتخطيط السياحي يقاس، بالنسبة للدول النامية بصفة خاصة بمدى قدرته على زيادة التدفق من النقد الأجنبي إلى الدولة سواء من خلال عائدات السياحة الدولية أو من خلال انسياب رؤوس الأموال الأجنبية للاستثمار السياحي.

ثانيًا: الخدمات السياحية

تعرف المنتجات السياحية بأنها عبارة عن خدمات أي أنها منتجات غير ملموسة على خلاف المنتجات السلعية ويترتب على ذلك وجود خصائص معينة سنأتي على ذكرها لاحقًا في هذا المبحث.

١ – مفهوم الخدمات والخدمات السياحية

الخدمات بصورة عامة هي أنشطة غير ملموسة يمكن أن تقدم لطرف آخر

وهي لا تؤدي إلى تمليك أي شيء، ويتم توفير الخدمات في قطاعات عديدة منها قطاع السياحة. (Yvette Reisinger, ٢٠٠٩: P ٢٣٤)

- وكذلك تعرّف بأنها عمل أو نشاط ينجز للمشتري، ويكون غير ملموس، ولا يمكن التعامل معه أو فحصه قبل الشراء. (Gizik Mund and, Amico, ٢٠٠٨: P ٣٣٧)

٢ – أهمية الخدمات السياحية

أن أهمية الخدمات السياحية تبرز من خلال ما تمثله من الصادرات السياحية التي وصلت إلى

- ٣٠٪ من صادرات العالم من الخدمات (World Tourism Organization, ٢٠١١: P ٣)
- فضلًا عن أن السياحة وخدماتها تعد واحدة من أكبر الصناعات مساهمة في الناتج المحلي الاجمالي العالمي إذ تمثل ٩٪ من الناتج الاجمالي العالمي. (World Travel and tourism Council, ٢٠١١: P ٣)

من ذلك تتضح لنا أهمية الدور الذي تلعبه الخدمات السياحية في رفد الناتج المحلي الاجمالي العالمي، وقدرتها على المساهمة في تحقيق مردودات اقتصادية بشكل مباشر أو غير مباشر فهي تمثل قوة دافعة لعجلة التنمية الاقتصادية.

٣ – أنواع الخدمات السياحية. (الطائي، ٢٠٠٤: ص١٩٨)

- – خدمات الإقامة أو الإيواء Accommodation Services
- – خدمات الأطعمة والمشروبات Food and Beverages Services
- – خدمات النقل Transportation Services
- – الخدمات التكميلية Ancillary Services

وكما في الشكل الآتي:

خدمات الإيواء الفنادق ، الموتيلات ، القرى والمجمعات السياحية المخيمات ، الشقق السياحية ، بيوت الشباب	خدمات الطعام والشراب المطاعم ، النوادي ،الجمعيات وشركات التموين
خدمات النقل المطارات ← طائرات الموانيء البحرية ← سفن وبواخر محطات السكك الحديد والنقل البري ← القطارات والباصات والحافلات	الخدمات التكميلية والمساعدة خدمات المحال التجارية خدمات البنوك التجارية خدمات رجال الأعمال خدمات صحية ، علاجية خدمات إتصال ، أنترنت ، فاكس

شكل (٤) يبين أنواع الخدمات السياحية

المصدر: المياحي، ٢٠١٥: ص ٢٥

٤ – خصائص الخدمات السياحية

تتميز الخدمات السياحية بعدد من الخصائص نذكر منها الآتي:

أ- المعنوية (غير ملموسة) ويقصد بها أنه لا يمكن فصل الخدمات عن مقدميها لوجود ارتباط وثيق بين الخدمة ومقدمها. (الياس وآخرون، ٢٠٠٠: ص ٢٦)

ب – التلازمية: لا يمكن فصل الخدمات عن بائعها وان مقدم الخدمات يقدمها ويبيعها في نفس الوقت ومن ثم فإن قناة التوزيع تكون مباشرة. (مقابلة، ٢٠٠٧: ص ٢١)

ج – التغاير: من الصعب أن لم يكن من المستحيل على منتجي ومقدمي الخدمات التوحيد القياسي أو النمطي لإنتاج الخدمات وتقديمها. (Michael j, 2006: P 298)

د – الفنائية: تكون الخدمات قابلة للفناء بصورة كبيرة لكونها غير قابلة للخزن أو الجرد، فتكون أسعار الخدمات مرتفعة في موسم الذروة للتعوّيض عن الخسائر في موسم الكساد.

هـ – الملكية: أن عملية شراء الخدمات لا يترتب عليها انتقال ملكية، إذ إن ما يدفعه المستفيد من الخدمة لا يكون إلّا لقاء المنفعة المباشرة التي يحصل عليها من الخدمة المقدمة إليه. (الطائي وآخرون، ٢٠٠٧: ص ٢٠٠)

٥ – جودة الخدمات السياحية

أن جودة الخدمات السياحية هي آلية أو معيار لمعرفة مقدار جودة هذهِ الخدمة، أي بمعنى آخر لا يمكن معرفة الخدمات السياحية من دون معرفة جودة الخدمة السياحية، وجودة الخدمة كما يوضحها «Plamer» إنها معيار لتسليم الخدمة التي تظهر من خلال توقعات الضيف (Ekaterina. Tolpa, 2012: P 27).

وتعتمد جودة الخدمات السياحية على عدة نماذج لقياس جودة الخدمة مثلًا:

أ – موديل «Gronroos ١٩٨٢» الذي يميز بين نوعين لجودة الخدمة هما الجودة التقنية والجودة الوظيفية

ب – موديل Servation لعام ٢٠٠٥ الذي يؤكد على العوائد المرئية وغير المرئية.

ج – موديل «Servqual» الذي يُستعمَل بشكل كبير في النشاط السياحي وهو لمجموعة من العلماء (Parasuraman, Zeithamal, Berry)

المبحث الثاني: العلاقة بين التخطيط السياحي والخدمات السياحية

في هذا المبحث نحاول دراسة العلاقة ما بين التخطيط السياحي والخدمات السياحية وهل هناك أهمية للتخطيط السياحي في تحسين نوعية الخدمات السياحية والحفاظ على المنشآت الخدمية واستمراريتها وزيادة كفاءتها، حيث سنركز في دراسة هذهِ العلاقة

على أربعة محاور هي التوزيع المكاني للخدمات السياحية، توفير الخدمات السياحية من حيث الكم والنوع، كفاءة الخدمات السياحية والحفاظ على المرافق والمنشآت الخدمية السياحية.

- **أولًا: أهمية التخطيط السياحي في توزيع الخدمات السياحية مكانيًا**

يتعلق التوزيع المكاني للخدمات السياحية بتنظيم وترتيب المرافق السياحية والمرافق ذات الصلة بالسياحة داخل منطقة جغرافية معينة، ويتأثر هذا التوزيع بعوامل متعددة مثل الطلب السياحي، وسهولة الوصول، والبنية التحتية، والاعتبارات الاقتصادية، وسياسات الحكومة. **(Frederico Neto, 2003: P 117)**

إذ يجب على المخططين أن يأخذوا بعين الاعتبار جميع تلك العوامل ودراستها من حيث صلاحيتها ومدى ملاءمتها للمشروع السياحي المراد أنشاؤه، من أجل تحقيق المنفعة القصوى من الخدمات السياحية، والتي تشمل خدمات الإيواء (الفنادق، الموتيلات، المنتجعات، النزل وغيرها)، خدمات الأطعمة والمشروبات (المطاعم، النوادي، الكافتيريا، الكوفيات) وخدمات النقل (المطارات، محطات القطارات، محطات الحافلات)، بالإضافة إلى الخدمات المكملة للنشاط السياحي مثل (التسوق، الصيرفة، الأنترنت وكل ما يحتاجه السائح) والمعالم السياحية (المتاحف، الحدائق والمنتزهات، المواقع التاريخية)، ومرافق الترفيه (المسارح، دور السينما، الحياة الليلية)، وخدمات الدعم (شركات السياحة، المرشدين، مراكز الزوار).

يمكن أن يختلف التوزيع المكاني لهذه الخدمات بشكل كبير اعتمادًا على خصائص الوجهة. على سبيل المثال، في المناطق الساحلية، قد يكون هناك تركيز من الفنادق والمنتجعات المطلة على الشاطئ، بينما قد توجد في المراكز الحضرية مجموعة متنوعة من أماكن الإقامة والمطاعم والمعالم التي تلبي مختلف الاهتمامات.

ثانيًا: أهمية التخطيط السياحي في توفير الخدمات السياحية

تهدف جهود إدارة التوزيع المكاني للخدمات السياحية في كثير من الأحيان إلى تحقيق التوازن بين تعزيز تطوير السياحة وتقليل الآثار السلبية على المجتمعات المحلية والبيئة، وقد يتضمن ذلك تنظيمات التخطيط العمراني، وتطوير البنية التحتية، واستراتيجيات التسويق لجذب السياح إلى مناطق مختلفة داخل الوجهة السياحية، كما أن تقديم الخدمات السياحية في كمية ونوعية تشمل مجموعة متنوعة من الخدمات المختلفة التي تلبي احتياجات السياح وتوفر لهم تجربة ممتعة ومريحة أثناء إقامتهم في الوجهة السياحية، ويتضمن ذلك مجموعة واسعة من الخدمات، مثل:

١ – الإيواء: توفير مجموعة متنوعة من خيارات الإقامة للسياح، مثل الفنادق، والمنتجعات، والنزل، والشقق المفروشة، بمختلف المستويات والميزانيات.

٢ – الأطعمة والمشروبات: تقديم خدمات الطعام والشراب، بما في ذلك المطاعم، والمقاهي، والمطاعم السريعة، وخدمات التوصيل، والأطعمة النباتية والخيارات الغذائية الخاصة.

٣ – النقل: توفير وسائل النقل المختلفة للسياح للتنقل في الوجهة، بما في ذلك الطيران، والقطارات، والحافلات، والتاكسي، وخدمات الإيجار.

٤ – الترفيه والأنشطة: تنظيم الأنشطة الترفيهية والتجارب السياحية المختلفة، مثل الرحلات السياحية، والرياضات المائية، وركوب الدراجات، والعروض الثقافية والفنية.

٥ – الخدمات الإرشادية والدعم: توفير خدمات الإرشاد السياحي، والترجمة، والمساعدة في الحجوزات، وتوفير المعلومات السياحية، والمساعدة في حالات الطوارئ.

بالإضافة إلى ذلك، تشمل الخدمات السياحية الأخرى الخدمات المالية، والتسوق،

والرعاية الصحية، والسلامة، والأمن، والتواصل الاجتماعي، والتواصل اللغوي، والترفيه الليلي، وغير ذلك الكثير.

ثالثًا: أهمية التخطيط السياحي في تحقيق كفاءة الخدمات السياحية:

كفاءة الخدمات السياحية تشير الى الفعالية والإنتاجية التي يتم بها تقديم هذه الخدمات للسياح، وتتميز خدمات السياحة الفعّالة بعدة عوامل رئيسية:

١ – جودة الخدمة: تُعطى الأولوية في خدمات السياحة الفعّالة لتقديم تجارب عالية الجودة للسياح، متوافقة مع توقعاتهم أو متفوقة عليها، وتشمل هذه الجوانب النظافة، والراحة، والسلامة، والضيافة.

٢ – رضا العملاء: تُقاس الفعالية في خدمات السياحة غالبًا من خلال مستويات رضا العملاء. فالخدمات التي تلبي بفعالية احتياجات وتفضيلات السياح من المرجح أن تنتج في ردود فعل إيجابية وزيارات متكررة.

٣ – استغلال الموارد: تقوم خدمات السياحة الفعّالة بتحسين استخدام الموارد، بما في ذلك الموارد البشرية والبنية التحتية والأصول الطبيعية، لتحقيق أقصى قيمة لكل من السياح وأصحاب الوجهة.

٤ – إدارة الوقت: يعتبر الوقت عاملًا حاسمًا في السياحة، وتضمن خدمات السياحة الفعّالة أن يتمكن السياح من استغلال وقتهم بأقصى قدر خلال زيارتهم، ويشمل ذلك تقليل أوقات الانتظار، وتوفير معلومات جدولية دقيقة، وتسهيل الانتقال السلس بين الأنشطة.

بشكل عام، تلعب فعالية خدمات السياحة دورًا حاسمًا في تعزيز التجربة السياحية الشاملة، وزيادة تنافسية الوجهات، وتعزيز التنمية السياحية المستدامة وتساهم الخدمات الفعّالة في النتائج الإيجابية للسياح، والشركات، ومجتمعات الوجهات على

حد سواء.

رابعًا: أهمية التخطيط السياحي في الحفاظ على المرافق الخدمية السياحية:

تصليح منشآت الخدمات السياحية ضروري لضمان استمرار الوظائف والسلامة وجاذبية البنية التحتية السياحية، ويتضمن ذلك القيام بفحوصات دورية وإصلاحات وتحديثات لمعالجة الاهتراء والوقاية من التدهور وتلبية احتياجات الزوار المتطورة، وذلك يكون وفق برامج معدة مسبقًا تشتمل على الجوانب الرئيسية لصيانة منشآت الخدمات السياحية مثل:

١. الفحوصات الدورية: إجراء فحوصات دورية للمرافق السياحية، مثل الفنادق والمطاعم والمعالم السياحية ومراكز النقل، لتحديد أي مشاكل أو مخاطر محتملة.

تساعد هذه الفحوصات في اكتشاف احتياجات الصيانة في وقت مبكر ومعالجتها بسرعة.

٢. الصيانة الوقائية: تنفيذ برامج صيانة وقائية للتعامل مع المشاكل الشائعة بشكل استباقي ومنع الانهيارات أو انقطاع الخدمة، وقد تشمل هذه المهام تزييت الآلات، واستبدال الأجزاء المتآكلة، وتنظيف المرافق بانتظام.

٣. تدابير السلامة: ضمان الامتثال لتشريعات السلامة وتنفيذ تدابير لحماية الزوار والموظفين من المخاطر المحتملة، ويشمل ذلك الحفاظ على معدات السلامة من الحرائق، ومخارج الطوارئ، ومرافق الإسعافات الأولية، بالإضافة إلى إجراءات السلامة وجلسات التدريب للموظفين.

٤. صيانة البنية التحتية: صيانة وتحديث البنية التحتية مثل الطرق والجسور والمطارات وأنظمة النقل العام لضمان سهولة الوصول والتنقل الفعال للسياح وتشمل ذلك إعادة تبليط الطرق، وإصلاح الإشارات، وتوسيع أو تحسين شبكات النقل.

٥. تحسين الجمالية: تحسين جاذبية المرافق السياحية من خلال التنسيق الزخرفي، والرسم، وتحسين الإشارات.

يساهم ذلك في خلق انطباع إيجابي لدى السيّاح وزيادة رضاهم العام عن الوجهة. من خلال الأولوية لصيانة منشآت الخدمات السياحية، يمكن للوجهات ضمان تجربة إيجابية للسيّاح وتعزيز تنافسيتها، والمساهمة في الاستدامة طويلة الأمد للخدمات السياحية، وتحقيق الكفاءة التكليفية والتي تعني توازن خدمات السياحة الفعّالة بين تكلفة تقديم الخدمات والقيمة التي تقدمها للسياح، وقد يشمل ذلك تبسيط العمليات، وتقليل النفايات، وتقديم تسعير تنافسي لجذب السياح مع الحفاظ على الربحية.

الفصل الثالث: النتائج والتوصيات

في هذا الفصل يتم عرض أهم ما توصل اليه الباحث من نتائج خلال دراسته لمتغيرات البحث، والتي توضح نقاط القوة والضعف في موضوع البحث، وعليها تكون التوصيات بما يعزز نقاط القوة ويؤكد على أهميتها وتحقيق أكبر قدر ممكن من الانتفاع بها، وكذلك تلافي نقاط الضعف والحد من تأثيرها ووضع الحلول المناسبة لها.

المبحث الأول: النتائج

بعد دراسة التخطيط السياحي والخدمات السياحية من مختلف الجوانب وكيف يمكن للتخطيط السياحي أن يحافظ على المنشآت والمرافق الخدمية السياحية ويحقق المنفعة القصوى منها توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج وهي كالآتي:

١ – التخطيط السياحي السليم والمبني على الأسس العلمية هو أفضل وسيلة لتحديد أماكن المنشآت والمرافق السياحية، بما يتلاءم مع حجم الطلب عليها وذلك من خلال توزيعها مكانيًا بالاعتماد على دراسة الطلب الحقيقي على تلك الخدمات.

٢ – التخطيط السياحي يضمن توفير مختلف الخدمات السياحية بالمستوى المناسب

لرغبات السياح بناءً على دراسة نوعية السياح وقدراتهم الشرائية والمناطق أو الدول المصدرة للسياح القاصدين لتلك الخدمات.

٣ – يضمن التخطيط السياحي استمرار المنشآت والمرافق السياحية بتقديم الخدمات لأطول فترة ممكنة من خلال برامج الصيانة الدورية لتلك المنشآت والمرافق.

٤ – للتخطيط السياحي القدرة على تحديد حجم الطلب على مرافق الخدمات السياحية بالشكل الذي يتوافق مع طاقاتها الاستيعابية مما يجعلها صالحة للخدمة لأطول فترة ممكنة.

٥ – التخطيط السياحي الجيد يأخذ بنظر الاعتبار حجم الزيادة المستقبلية في الطلب على الخدمات السياحية ويترك لها متسعًا من المكان للتطوير والتوسع المستقبلي.

المبحث الثاني: التوصيات

تعتمد الدراسة في توصياتها على ما توصلت إليه من نتائج، إذ يمكن للتوصيات أن تكون السبب في تغيير حال الموقع السياحي وتساهم بشكل كبير في تصحيح الأخطاء والحفاظ على مرافق الخدمات السياحية من التلف الناتج عن ضغط الاستخدام أو إهمال الصيانة المستمرة وتجديدها وديمومتها، كما يمكن أن تكون لها القدرة على زيادة الطلب السياحي، وفي دراستنا هذه توصلنا إلى التوصيات الآتية.

١ – ضرورة الاعتماد على التخطيط المكاني السليم لمواقع المنشآت والمرافق الخدمية السياحية.

٢ – تحديد نوعية ومستوى جودة الخدمات السياحية بما يناسب رغبات السياح وقدراتهم الشرائية.

٣ – وضع برامج أو آليات عمل لصيانة المنشآت والمرافق الخدمية السياحية بشكل دوري منتظم.

٤ – عدم الضغط على المنشآت والمرافق السياحية باستخدامها أكثر من طاقاتها الاستيعابية لأن ذلك يمكن أن يؤدي إلى نتائج عكسية.

٥ – ضرورة الأخذ بعين الاعتبار حجم الزيادة المتوقعة مستقبلًا في الطلب على الخدمات السياحية، وترك مساحة كافية للتوسع المستقبلي.

المصادر والمراجع

أولًا: المصادر العربية:

١ – مندور، عصام محمد، التنمية الاقتصادية والاجتماعية والتغير الهيكلي في الدول العربية، دار التعليم الجامعي، الاسكندرية، ٢٠١١.

٢ – الحوري، مثنى والدباغ، اسماعيل، اقتصاديات السفر والسياحة، مؤسسة الوراق، عمان، ٢٠٠٠، الطبعة الأولى.

٣ – أبو رحمة، مروان، تسويق الخدمات السياحية، دار البركة للنشر والتوزيع، الطبعة الاولى، عمان، ٢٠٠١

٤ – الجنابي، عبد الزهرة علي، الجغرافية الصناعية، دار صفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمّان / الأردن، ٢٠١٢.

٥ – مؤمن، محمد عمر، التخطيط السياحي، المكتب الجامعي الحديث، الطبعة الأولى، الإسكندرية/ مصر، ٢٠٠٩.

٦ – أحمد، منال شوقي، أسس التخطيط السياحي، دار الوفاء لدنيا الطباعة، الطبعة الأولى، الإسكندرية/ مصر، ٢٠١١.

٧ – اَلشيراوي، عَبد اَلمنعم مَحمد، وَاقع وآفاق مستقبل السياحة في البحرين، بَيروت، دَار اَلكنوز اَلأدبية، ٢٠٠٢.

٨ –غنيم، محمد عثمان، التخطيط السياحي والتنمية، دار صفاء للنشر والتوزيع،

الطبعة الأولى، عمان / الأردن، ٢٠٠٤.

٩ – غنيم عثمان وبنيتا سعد التخطيط السياحي في سبيل تخطيط مكاني شامل ومتكامل، الطبعة، الثانية دار الصفاء للتوزيع والنشر عمان/ الأردن، ٢٠٠٣.

١٠ – نبيل الروبي، التخطيط السياحي، الناشر مؤسسة الثقافة الجامعية، الطبعة الأولى، مصر / الإسكندرية، ١٩٨٧.

١١ – الطائي وآخرون، الأسس العلمية للتسويق الحديث – مدخل شامل، دار اليازوري للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمّان/ الأردن، ٢٠٠٧.

١٢ – الطائي، حميد عبد النبي، التسويق السياحي (مدخل استراتيجي)، دار الوراق للنشر والتوزيع، الطبعة الاولى، ٢٠٠٤.

١٣ – المياحي، ناموس حميد «التخطيط المكاني للنمط المركزي وأثره في نمو الجذب السياحي للمشهد الكاظمي» رسالة ماجستير، ٢٠١٥.

١٤ – مقابلة، أحمد محمود، صناعة السياحة، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، ٢٠٠٧.

١٥ – إلياس، سراب وآخرون، تسويق الخدمات السياحية، دار المسيرة للنشر، الطبعة الاولى، عمان،٢٠٠٢.

١٦ – خلف، حسين منعم، التخطيط السياحي وأثره في السياحة الدينية (محافظة النجف الأشرف حالة دراسية)، مجلة المعين، العدد السابع، ٢٠٢١م.

١٧ – هرمز، نورالدين «التخطيط السياحي والتنمية السياحية» مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية – سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد ٢٨، العدد ٣، لسنة ٢٠٠٦.

١٨ – الشيراوي، محمد عبد المنعم، واقع وآفاق مستقبل السياحة في البحرين، دار

الكنوز الأدبية، الطبعة الأولى، بيروت، ٢٠٠٢.

ثانيًا: المصادر الأجنبية

1 - Chuck Y. Gee Dean and, Eduardo Fayos-Sola, «International Tourism A Global Perspective», Copyright World Tourism Organization, 1997.

2 - Yooshik, Yoon, «Development of a Structural Model for Tourism Destination Competitiveness from Stakeholders Perspectives», Copyright Yooshik Yoon, 2002.

3 - Benham, Fredric, economics, Sir Isaac Pitman and Sons ,LTD,London ,1983.

4 - Hull, Peter, Urban and Regional Planning, London and New York, fourth Edition, 2012.

5 - Michael J. Etzel, Bruce J. Walker, William J. Stanton «Marketing», 12th Edition, McGraw -Hill Irwin, New York, 2006.

6 - Yvette Reisinger PHD,»International Tourism: Cultures and Behavior», First Edition, Copyright 2009.

7 - Gizik Mund and, Amico,»Marketing» Printed in The U.S.A. first Edition 2008.

8 - World Travel and tourism Council, Travel and tourism, Queen Victoria terrace, London, 2011.

9 - Ekaterina, Tolpa, measuring Customer Expectation of Service quality, Case study in Destroy, Master thesis of department of information and Service economy, Aatto University, 2012.

10 - Frederico, Neto, « A New Approach to Sustainable Tourism Development Moving Beyond Environmental Protection», Discussion paper of the United Nation Department of Economic and Social Affairs, USA, 2003.

11 - Charles, K, Tourism Planning and development, first Edition CP, 1978.