



# الأهمية الاقتصادية لتنمية السياحة المستدامة في دولة الكويت

مارس 2016

3	المقدمة
4	المحور الأول: مفاهيم عامة حول السياحة والتنمية السياحية
4	1. مفهوم السياحة
5	2. مفهوم التنمية السياحية
6	3. متطلبات التنمية السياحية
6	4. أهداف التنمية السياحية
8	المحور الثاني: أهداف وسياسات السياحة بالخطة الإنمائية المتوسطة (2015/2016 – 2019/2020)
10	المحور الثالث: الاستراتيجية الوطنية للسياحة
10	1. نبذة عن الاستراتيجية الوطنية للسياحة
10	2. أهمية التنمية السياحية في الكويت
13	المحور الرابع: نقاط القوة والتحديات
13	1. نقاط القوة
13	2. تحديات المؤسسة
14	3. الوضع التنافسي للكويت
15	4. خيارات التنمية
17	المحور الخامس: مبررات إنشاء هيئة عامة للسياحة
19	المحور السادس: الإجراءات الاستراتيجية: مناطق التنمية السياحية
22	المحور السابع: المشروعات والإجراءات ذات الأولوية في الرؤية الوطنية للسياحة
26	النتائج
27	التوصيات
28	المصادر

إن من أهم أهداف تنمية وتطوير السياحة في الكويت هي دعم جهود الدولة في تنويع مصادر الاقتصاد الكويتي وتوفير فرص عمل جديدة وتحسين جودة الحياة للكويتيين بالإضافة إلى تعزيز صورة الكويت الدولية لجذب الاستثمار الأجنبي. كما أن الاستراتيجية ستدعم فرص الكويت لتصبح مركزاً تجارياً ومالياً وبوابة إقليمية.

وتمتلك الكويت موارد سياحية كبيرة تحتاج إلى تنمية وتسويق، كما أن هناك حاجة ملحة للتطوير العمراني والتخطيط والتنسيق بشكل مستدام.

ولطالما أهمل تسويق الكويت كوجهة سياحية وصاحب ذلك إهمال في الخدمات ذات الصلة، مما خلق الحاجة إلى إيجاد تعاون وثيق بين القطاعين العام والخاصة على أن يكون مصحوباً بوجود قيادة قوية ومؤثرة للنجاح. وتقدم الاستراتيجية الوطنية للسياحة، خطة عمل استراتيجية للتسويق.

وحتى تعم الفائدة من السياحة على الكويتيين، لابد من تبني حملة توعوية تتمحور حول فرص وامكانيات وكيفية الاستفادة من هذا القطاع، على أن يصاحبها خطة تنمية للموارد البشرية لتمكين الكويتيين من اكتساب المهارات اللازمة للعمل في هذا القطاع.

ويأتي هذا التقرير لتسليط الضوء على المفاهيم العامة حول السياحة والتنمية السياحية، وعلى سياسات السياحة بالخطة الإنمائية المتوسطة (2015/2016 – 2019/2020)، إضافة إلى الوقوف على نقاط القوة والتحديات، وأهم الإجراءات الاستراتيجية لمناطق التنمية السياحية، وأهم المشروعات والإجراءات ذات الأولوية في الرؤية الوطنية للسياحة.

## المحور الأول: مفاهيم عامة حول السياحة والتنمية السياحية:

أصبحت تنمية السياحة من المصادر الأساسية المشاركة في حركة التنمية الاقتصادية وخصوصا في الدول النامية، بحيث تمثل بديلا هاما للقطاعات الأخرى التي لا تمتلك فيها هذه الدول قدرات تنافسية كبيرة. لذلك تعتبر عملية التنمية السياحية عند كثير من دول العالم، من القضايا المعاصرة، كونها تهدف الى الإسهام في زيادة الدخل الفردي الحقيقي، وبالتالي تعتبر أحد الروافد الرئيسية للدخل القومي، وكذلك بما تتضمنه من تنمية حضارية شاملة لكافة المقومات الطبيعية والإنسانية. ومن هنا تكون التنمية السياحية وسيلة للتنمية الاقتصادية.

### 1. مفهوم السياحة:

بدأت المحاولات الأولى لتعريف ظاهرة السياحة في الثمانينات من القرن التاسع عشر، وكان أول تعريف محدد للسياحة يعود للعالم الألماني جويير فرويلر (Guyer Freuler) عام 1905م بوصفها: ظاهرة عصرية تنبثق من الحاجة المتزايدة للحصول على الراحة والاستجمام وتغير الجو والاحساس بجمال الطبيعة وتذوقها والشعور بالبهجة والمتعة بالإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة، وهي ثمرة تقدم وسائل النقل.

وما يعاب على التعريف السابق إهمال الجوانب الاقتصادية المترتبة عن النشاط السياحي، وهو ما حاول العالم النمساوي شوليرن شرانتنهوم (Schullard.H.V) التركيز عليه في تعريفه للسياحة عام 1910م، حيث أشار إلى أن السياحة هي: اصطلاح يطلق على العمليات المتداخلة وخصوصا العمليات الاقتصادية التي تتعلق بدخول الأجانب وإقامتهم المؤقتة وانتشارهم داخل حدود منطقة أي دولة معينة. ركز هذا التعريف على الجانب الاقتصادي ولكنه أهمل هو الجانب الآخر الجانب النفسي والثقافي للسياحة.

بعد هذين التعريفين تعاقبت الكثير من التعاريف المختلفة والحديثة للسياحة من خلال كتابات الكثير من الباحثين، الهيئات الإقليمية والدولية خاصة الاقتصادية والسياحية أهمها:

➤ تعريف منظمة السياحة العالمية (W.T.O): السياحة هي أنشطة المسافر الى مكان خارج بيئته المألوفة لفترة معينة من الوقت لا تزيد عن سنة بغير انقطاع للراحة أو لأغراض أخرى.

➤ تعريف الأكاديمية الدولية للسياحة: (A.I.T): السياحة عبارة عن لفظ ينصرف الى أسفار المتعة، فهي مجموعة الأنشطة البشرية التي تعمل على تحقيق هذا النوع من الأسفار.

من خلال التعاريف السابقة يفهم بأن السياحة لها أكثر من تعريف واحد وكل منها يختلف عن الآخر باختلاف الزاوية التي ينظر منها الى السياحة، فالبعض ينظر اليها بوصفها ظاهرة اجتماعية، وآخرون يرونها ظاهرة اقتصادية، ومنهم من يركز على دورها في تنمية العلاقات الإنسانية والثقافية بين الشعوب. ولكن الامر الذي تتفق فيه الكثير من التعاريف هو أن السياحة تنشأ للحصول على الراحة وليس للعمل، وأنها يجب أن لا تؤدي السياحة إلى إقامة دائمة ولا تكن لأقل من 24 ساعة.

## 2. مفهوم التنمية السياحية:

إن التنمية السياحية هي أحدث ما ظهر من أنواع التنمية العديدة، وهي بدورها متغلغلة في كل عناصر التنمية المختلفة، وتكاد تكون متطابقة مع التنمية الشاملة، فكل مقومات التنمية الشاملة تضم مقومات التنمية السياحية. فإذا كان مفهوم التنمية الاقتصادية يعني "استخدام الموارد الاقتصادية المتاحة في المجتمع أحسن استخدام ممكن، بحيث تدر أكبر عائد ويستفاد منها أكبر استفادة ممكنة لزيادة مستوى الدخل والتشغيل في المجتمع". فإن مفهوم التنمية السياحية يعني: "تعظيم الدور الذي يمكن ان يلعبه النشاط السياحي في نمو الاقتصاد الوطني، من حيث تحسين ميزان المدفوعات وزيادة موارد الدولة من العملات الأجنبية والمحلية وخلق فرص عمل جديدة مباشرة وغير مباشرة، وزيادة في التوسيع العمراني عن طريق خلق مناطق جذب سياحية وسكانية في المناطق النائية".

مما سبق يمكن تعريف تنمية السياحة بأنها: "مختلف التنظيمات العامة والخاصة التي تشترك في تطوير وانتاج وتسويق البضائع والخدمات، لخدمة احتياجات ورفاهية السياح".

### 3. متطلبات التنمية السياحية:

تنمية الصناعة السياحية تحكمها عدة اختبارات يجب مراعاتها ، فأى خطة تنموية سياحية تتطلب تحديد المشاكل التي تعرقل تنمية الصناعة السياحية، ووضع خطة بديلة بحال حدوث طارئ وتدريب الأيدي العاملة المتخصصة والتي يحتاج إليها القطاع السياحي حتى تتمكن المنشأة السياحية القيام بدورها المطلوب، ووضع الأهداف الاستثمارية المتطورة لاستثمار الموارد مع توفير المناخ الاستثماري اللازم لمواكبة احتياجات الطلب السياحي المحلي والعالمي، بالإضافة الى ضرورة دعم الدولة للقطاع السياحي وربط خطة التنمية السياحية مع خطط التنمية الاقتصادية والإدارية والاجتماعية لمختلف القطاعات.

إن القيام بإدراج مشاريع استثمارية سياحية جديدة ضمن خطط التنمية يجب ان يسبق بإجراء دراسة شاملة للتأكد من الجدوى الاقتصادية لها، ويتطلب دراسة السوق السياحي من اجل تحديد تفضيلات السياح للسعي لتأمينها قد الإمكان، والتأكد من ان تنفيذها يسمح بالمحافظة على المواقع السياحية بشكل دائم، لان جذب السياح الى هذه المناطق قد يعتمد على المناخ او الطبيعة او التاريخ او اية عوامل تتميز به المواقع السياحية وعلى توفير شبكة من مواقع الإيواء لكل شكل من اشكال الدخل ولكل نموذج من الرغبات، وعلى رفع مستوى نظافة وجودة الخدمة السياحية لكونهما يؤديان دورا هاما في تطوير التنمية السياحية.

### 4. أهداف التنمية السياحية:

إن التنمية السياحية في حد ذاتها هدف كما تعد مرحلة من مراحل تحقيق هدف أكبر الا وهو تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية للدولة. وتختلف اهداف التنمية السياحية وأساليب تحقيقها من دولة الى أخرى ومن وقت الى اخر داخل نفس الدولة ويرجع هذا الى جملة من العوامل أهمها اختلاف الدول في مكونات عرضها السياحي وامكانياتها التنموية وموقعها من المناطق المصدرة للسائحين بالإضافة الى ظروفها الداخلية الاقتصادية والاجتماعية والبيئية وغيرها، فمثلا نجد بعض الدول تهدف من عمليات التنمية الى جلب اكبر عدد ممكن من السواح مما ينتج عنه العديد من

المشاكل الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبيئية في حين تهدف دول أخرى الى جذب عدد محدود من السائحين من ذوي الدخل المرتفعة.

والأهداف العامة للتنمية السياحية – هي كالآتي:

- تحقيق نمو سياحي متوازن.
- تدعيم المردودات الاقتصادية للسياحة.
- زيادة فرص العمل وخفض معدلات البطالة.
- زيادة نصيب الدولة من النشاط السياحي.
- زيادة الدخل القومي الإجمالي.
- تنمية البنية الأساسية وتوفير التسهيلات اللازمة للسائحين المقيمين بالدولة.
- الزيادة المستمرة في استخدام المكون الوطني من سلع وخدمات في عمليات البناء وإدارة الكيان السياحي فجعل الدول السياحية تحرص على استخدام مواردها المحلية عند إقامة وتشيد وصناعة مكونات العرض السياحي بها.
- المساهمة الفعالة في حل المشاكل الاقتصادية والاجتماعية: بحيث تتميز صناعة السياحة ناجحة في أي دولة سياحية بقدرتها على التفاعل مع مشاكل المجتمع ومساهمتها في حل مختلف المشاكل الاقتصادية والاجتماعية التي تواجهها الدولة. كذلك الحال بالنسبة لسياسة التنمية السياحية اذ لا نحكم على نجاح أو فشل تجربة التنمية السياحية بالدولة من خلال عدد السائحين أو الليالي السياحية، بل من خلال دورها في حل مشكلات اجتماعية كخلق فرص عمل متزايدة ومستقرة وتنمية مناطق نائية أي تحقيق تنمية إقليمية متوازنة فضلاً عن دورها التقليدي في دعم ميزان المدفوعات وخلق العملات الصعبة.

المحور الثاني: أهداف وسياسات السياحة بالخطة الإنمائية المتوسطة الأجل (2015/2016 – 2019/2020):

التخطيط السياحي هو رسم صورة تقديرية مستقبلية للصناعة السياحية في بلد معين، وفق برنامج يسير على خطوات فترة زمنية محددة إما بعيدة أو قريبة المدى، مع تحديد أهداف الخطّة السياحية لتحقيق تنمية سياحية مستدامة.

التخطيط السياحي لا يقتصر على الجهات الرسمية، وإنما يجب أن ينظر إليه على أنه برنامج عمل مشترك بين القطاع العام والقطاع الخاص والأفراد والعاملين في قطاع الخدمات السياحية (المؤسسات ورجال الأعمال...)، والسكان المحليّة المضيفّة، إلى ميدان التكوين السياحي، وكل المؤسسات والقطاعات والأفراد المرتبطين بالقطاع السياحي، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر، هذا من جهة ومن جهة أخرى فالتخطيط السياحي يمتد ليشمل إشراك المستهلكين لهذه الخدمات وهم (السياح) سواء في إطار السياحة الداخلية أو الخارجية أو هما معا من أجل تحقيق سياحة راشدة وسياحة منصفة ومسؤولة في إطار تنمية سياحية وتنمية اقتصادية تراعي مصالح الطرفين.

والتخطيط السياحي يمكن تعريفه على أنه الخطّة أو البرنامج الذي يبتدئ من مرحلة تحديد وصياغة الأهداف المراد تحقيقها، في فترة زمنية محددة، انتهاء بمرحلة التنفيذ والتطبيق لبرامج التخطيط السياحي، وما يمكن أن يشمل من تدخلات وتعديلات في إطار التقويم والتقييم والتحليل والاستدراك.

وتتمثل أهداف وسياسات السياحة بالخطّة الإنمائية متوسطة (2015/2016-2019/2020) بالآتي:

أ. زيادة معدلات نمو القطاع التجاري والسياحي ليكون رافداً هاماً ومصدراً من مصادر زيادة الدخل الوطني:

1. تشجيع الاستثمارات في الأنشطة السياحية بمختلف مناطق الكويت.
2. الاستغلال الأمثل للمرافق والخدمات السياحية في خلق صناعة سياحية تنافسية.

ب. أما أهم الفوائد والعوائد التي تنتج من التخطيط السياحي السليم فهي كالآتي:



1. يساعد التخطيط السياحي على تحديد وصيانة الموارد السياحية والاستفادة منها بشكل مناسب في الوقت الحاضر والمستقبل.
2. يساعد التخطيط السياحي على تكاملية وربط القطاع السياحي مع القطاعات الأخرى وعلى تحقيق أهداف السياسات العامة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية على كل مستوياتها.
3. يوفر أرضية مناسبة للأسلوب اتخاذ القرار لتنمية السياحة في القطاعين العام والخاص، من خلال دراسة الواقع الحالي والمستقبلي مع الأخذ بعين الاعتبار الأمور السياسية والاقتصادية التي تقررها الدولة لتطوير السياحة وتنشيطها.
4. يوفر المعلومات والبيانات والإحصائيات والخرائط والمخططات والتقارير والاستبيانات، ويضعها تحت يد طالبيها.
5. يساعد على زيادة الفوائد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية من خلال تطوير القطاع السياحي، وتوزيع ثمار تنميته على أفراد المجتمع. كما يقلل من سلبيات السياحة.
6. يساعد على وضع الخطط التفصيلية لرفع المستوى السياحي لبعض المناطق المتميزة، والمتخلفة سياحياً.
7. يساعد على وضع الأسس المناسبة لتنفيذ الخطط والسياسات والبرامج التنموية المستمرة عن طريق إنشاء الأجهزة والمؤسسات لإدارة النشاط.
8. يساهم في استمرارية تقويم التنمية السياحية ومواصلة التقدم في تطوير هذا النشاط. والتأكيد على الإيجابيات وتجاوز السلبيات في الأعوام اللاحقة.

إن النقاط أعلاه ماهي إلا الجزء المنظور من المنافع المتأتية من التخطيط السياحي السليم وهناك قدر أكبر من المكاسب الاقتصادية المباشرة وغير المباشرة، الناتجة من تأمين عمليات التحديث والتطوير للمناطق السياحية، والتوسع وإيجاد مناطق سياحية جديدة تتلاءم مع تغير وتطور عمليات التنمية السياحية بما يحقق التوافق بين الطلب السياحي والمنتج السياحي المقدم.

## المحور الثالث: الإستراتيجية الوطنية للسياحة في الكويت:

### 1. نبذة عن الاستراتيجية الوطنية للسياحة:

لقد تم إعداد الاستراتيجية الوطنية للسياحة من قبل فريق من قطاع السياحة بوزارة الإعلام بدعم الأمانة العامة للمجلس الأعلى للتخطيط والتنمية وبالتعاون مع برنامج الأمم المتحدة الإنمائي وبإشراف منظمة السياحة العالمية. وقد تم إعدادها بإدارة مدير مشروع وطني ومنسق مشروع وطني. وقد قام فريق من مكتب استشاري عالمي مكون من 20 خبيراً أجنبياً في إعدادها مع لجنة استشارية مكونة من 6 متخصصين كويتيين.

وقد ورد في هذا التقرير وصف لوضع السياحة في الكويت، يتضمن "خريطة لطريق" تحدد الاتجاهات للمضي قدماً في المراحل المتقدمة من التنمية السياحية.

وقد انطوت عملية إعداد الخطة على قدر كبير من الجهود "للمشاركة" في رسم مستقبل السياحة في الكويت. ومنذ منتصف عام 2003، تضمن إعداد الخطة عقد أكثر من 300 اجتماع وتقديم 25 عرضاً على مدى السنتين الماضيتين، وذلك بهدف تنسيق وجهات النظر والوصول إلى إجماع حول أسلوب المضي قدماً نحو تحقيق المصلحة العامة للكويتيين.

### 2. أهمية التنمية السياحية في الكويت:

تتميز الكويت بمجتمع استهلاكي متقدم، رغم أنها تعتمد على صناعة النفط التي تتسم بالتقلب في أسعارها. وحتى تاريخ إعداد التقرير لا ينظر إلى التنمية السياحية كقطاع يشكل مكوناً كبيراً في اقتصاد البلاد. ولا تشكل المبررات التقليدية للتنمية السياحية، على أنها توفر إيرادات إضافية تساهم في الناتج المحلي الإجمالي أي اهتمام يذكر بشكل عام.

ومع ذلك، نجد أن الوضع أخذ في التغير من حيث المجالات التالية:

- اتخذت الكويت قراراً استثمارياً يتسم ببعد النظر لبناء البنية التحتية والمرافق التي تؤهلها لتكون "مركزاً تجارياً إقليمياً" يخدم العراق وإيران ودول مجلس التعاون لدول الخليج.
- أصبح الإصلاح الاقتصادي يشكل أولوية للكويت، مع الحاجة لتنويع الاقتصاد وتخصيص الأنشطة الاقتصادية وجذب الاستثمار الأجنبي.
- تدفق الشباب الكويتي بصورة مستمرة ومنتزيدة إلى سوق العمل، مما يؤكد الحاجة إلى توفير وظائف ومشروعات لهم.

وبالإضافة إلى التغييرات، هناك متطلبات ملحة مثل:

- توفير المرافق السياحية المحلية للكويتيين بدلا من السفر إلى الخارج بسبب قلت المعروضات محليا منها.
- مراعاة صورة البلاد عالميا وكيف ينظر المجتمع الدولي إليها، فاليوم لا يمكن لأي دولة أن تتجاهل الانطباعات العالمية عنها أو تهمل التعامل مع العلاقات العامة والقضايا الإعلامية.

وهناك عنصر إضافي ظهر مؤخرا وهو الزيادة في استثمارات القطاع الخاص منذ عام 2003 بشكل مطرد في قطاع الفنادق والشقق في الكويت، بحيث يتطلب ذلك إيجاد الطلب اللازم على هذه المشاريع للحصول على العائد المناسب على هذه الاستثمارات.

هذا المناخ التجاري والاقتصادي المتغير يدل على أنه لم يعد مناسباً للحكومة الكويتية عدم الالتفات إلى السياحة. وبالفعل، فإن السياحة بدأت بإيجاد موقع لها إلى حد بعيد. ومن الأفضل كثيرا للكويتيين أن تحدث تنمية سياحية في المستقبل من خلال خطة، بدلا من حدوث التنمية بشكل عشوائي وبدون تخطيط أو وفقا للخطة الموضوعية لأغراض أخرى غير السياحة.

وتتناول الخطة المستقبل للأجيال القادمة من الشباب الكويتي. حيث توضح الاستراتيجية الوطنية للسياحة معالم الطريق نحو التنمية السياحية للكويت، مع مراعاة المبررات القوية لهذا النوع من التنمية:

#### تنويع الاقتصاد:

تطمح الكويت إلى تقليل اعتمادها على الإيرادات النفطية وتنويع مصادر الدخل لاقتصادها بتطوير قطاعات اقتصادية جديدة. وتمثل السياحة واحدة من أهم الفرص الواعدة للوفاء بهذا الهدف. فإلى جانب كونها تشكل قطاعا اقتصاديا متميزا، فإنها تدعم التنمية المستدامة لقطاعات مثل الخدمات والنقل والعقار وتزيد من فرص العمل للكويتيين.

#### توفير فرص عمل للكويتيين:

يعمل معظم الكويتيين في القطاع العام، كما أن هناك نطاقا محدودا للمزيد من التوسع في النشاط الحكومي، ومما يدل على الحاجة إلى إيجاد وظائف جديدة للكويتيين أن أكثر من 50% من سكان الكويت تقل أعمارهم عن 20 عاما. ويرتبط ذلك بمعدل مرتفع نسبيا للنمو السكاني. وقد أشارت دراسة مسحية أجريت في سياق إعداد الاستراتيجية الوطنية للسياحة إلى أن هناك استعدادا بين الشباب الكويتي للعمل في هذا القطاع.

## جودة الحياة للمجتمع الكويتي:

ستؤدي السياحة إلى تشجيع حماية المخزون الحضاري والثقافي والبيئي للكويت. كما ستؤدي إلى زيادة اعتزاز الكويتيين بإنجازات الماضي والحاضر للكويت على حد سواء. ولا شك أن تطوير المرافق والخدمات السياحية سيعود بالمنفعة على الكويتيين.

## تعزيز صورة الكويت أمام العالم:

إن سمعة الكويت الدولية تنحصر في النفط مع وجود بعض الانطباعات السلبية حتى في دول مجلس التعاون الخليجي، كما أن السمات الثقافية للبلاد غي معروفة بشكل جيد. ومن هنا، فإن التنمية السياحية توفر الفرصة لتعزيز صورة الكويت أمام العالم ومن ثم تحقيق الفائدة للقطاعات الاقتصادية الأخرى.

## تدعيم مكانة الكويت كمركز تجاري وبوابة إقليمية:

تعكف الحكومة على إنشاء المشروعات الكبرى في مجال البنية التحتية، والتي ستخدم عملية تحويل البلاد إلى "مركز نقل وتجارة إقليمي" في المنطقة. وسوف تؤدي تنمية الخدمات السياحية إلى تعزيز الأنشطة التجارية الناجمة عن هذا الدور المتمثل في "المركز أو البوابة" الإقليمية في هذا المجال.

## المحور الرابع: نقاط القوة والتحديات:

### 1. نقاط القوة:

- تتضمن نقاط القوة للكويت كوجهة سياحية ما يلي: -
- رغبة الكويتيين في قضاء العطلات في الكويت.
- موقع الكويت القريب من إيران والعراق.
- العضوية في مجلس التعاون الخليجي، حيث لا يشترط على مواطني دول المجلس الحصول على تأشيره لدخول الكويت، توفير التأشيرات لرعايا 34 دولة أخرى عند الوصول.
- الطقس المقبول وانخفاض نسبة الرطوبة.
- الشواطئ على ساحل الخليج.
- الكورنيش.
- البيئة الصحراوية وخاصة في الشتاء والربيع.
- الطيور المهاجرة.
- التراث الثقافي ومجموعة دار الآثار الإسلامية.
- الجو الاجتماعي المريح، والدور البارز للمرأة الكويتية والذي يجعل من الكويت وجهة مناسبة للعائلات.
- وجود فنادق ومنتجعات رفيعة المستوى.
- المستوى المتطور من البنية الأساسية المساندة بما في ذلك المرافق الطبيعية.
- المستوى الراقى لمرافق التسوق والرياضة.

### 2. التحديات المؤسسية:

- في مقابل نقاط القوة هناك مجموعة من التحديات تتمثل في:
- قلّة المعرفة بما يمكن للكويت ان تقدمه لزوار الدول المصدرة للسياح.
- نقص المنتجات المطورة بشكل متناسق في مجالات الثقافة والتراث والرياضة والرحلات الاستكشافية والصحة والسياحة البيئية.
- التسويق والترويج المحدود للكويت كوجهة سياحية.
- القيود المفروضة على تأشيرة الدخول، وتشمل العديد من الجنسيات من خارج دول مجلس التعاون الخليجي.
- قصر مدة تأجير الاراضي، الأمر الذي لا يشجع على الاستثمار.

- وجود مجموعة كبيرة من القواعد واللوائح والإجراءات.
- غياب أي حوافر للتنمية السياحية.
- النقص في الرحلات السياحية المنظمة.
- القيود التاريخية على حقوق الطيران والارتفاع النسبي لأسعار تذاكر الطيران بالنسبة للعديد من الوجهات المصدرة للسياحة.
- القيود المفروضة على العروض الفنية والموسيقية العامة.
- الطاقة المؤسسية المحدودة حالياً لقطاع السياحة.
- نقص مرافق المؤتمرات والاجتماعات وخاصة للفعاليات الكبيرة.
- نقص البيانات الدقيقة حول السياحة.

ومن خلال المقارنة، يتبين أن نقاط القوة هامة وأساسية، بينما تتميز التحديات بأنها مؤسسية إلى حد بعيد / وهي تفسر المردود المحدود للجهود التي بذلت في الماضي لتنمية السياحة داخل الكويت والسياحة القادمة إليها.

### 3. الوضع التنافسي للكويت:

لا يمكن للكويت تجاهل وضعها التنافسي، فبالنسبة للسياحة المحلية والسياحة في دول مجلس التعاون الخليجي، يعتبر جيرانها من دول المجلس منافسين لها أيضاً، وقد شهد العقد المنصرم جهوداً كبيراً لتنمية السياحة في نقاط الخليج.

في المملكة العربية السعودية، تأسست الهيئة العليا للسياحة في أبريل عام 2000 بهدف تنمية السياحة، بما في ذلك السياحة المحلية والسياحة القادمة من دول مجلس التعاون الخليجي، أجريت تعديلات على نظام التأشيرات الممنوحة للعمرة، بحيث تسمح للزوار التنقل في المملكة بدلاً من البقاء في مكة المكرمة والمدينة المنورة كما كان عليه الوضع في السابق.

وفي دولة الإمارات العربية المتحدة، نجد أن عدد الغرف الفندقية في دبي، البالغ 25,000 غرفة، يعتبر هائلاً مقارنة بعدد الغرف في الكويت، وبينما تزدهر السياحة الترويجية وسياحة العطلات في دبي، فإن سوق الاجتماعات والحوافز والمؤتمرات والمعارض يمثل جزءاً أساسياً من التنمية المستقبلية، وقامت إمارة أبوظبي والشارقة بإنشاء مكتب للسياحة، وهذه الجهود تدعمها ثلاث شركات طيران، هي الإمارات والاتحاد العربية.

وتسعى قطر إلى منافسة دبي من خلال جهود التوسع في بنية المنتجعات، وتسهيل إجراءات التأشيرة والتوسع الكبير في شركة الطيران الوطنية، كما قامت قطر بإنشاء هيئة السياحة.

أما البحرين، فتسعى الى جذب المزيد من السياحة العائلية، بينما تتبنى عمان اسلوباً مدروساً لتلافي الأثر الاجتماعي والثقافي غير المرغوب من جراء السياحة وانشآت مؤخرًا وزارة السياحة.

ورغم ذلك، فقد قامت عمان بتخفيف القيود المفروضة على التأشيرات، وهي تسعى ايضا الى توسيع نطاق السياحة القادمة من دول مجلس التعاون الخليجي.

وتسعى هذه الدول ، بالإضافة الى دول أخرى ، الى جذب الزوار من الكويت، مما يؤثر بالتالي على السياحة المحلية في الكويت ، ناهيك عن ان تلك الدول تشكل منافساً قويا للكويت في سوق دول مجلس التعاون الخليجي ، ويتعين على الكويت اثناء قيامها بالتنمية السياحية ، ان تكون على اهبة الاستعداد لمواجهة تلك المنافسة داخل المنطقة، وعليها في الوقت ذاته ملاحقة التطورات التي تطرأ على مجال السياحة ، وفي نفس الوقت يمكن للكويت الاستفادة من الجهود التسويقية وارتفاع مستوى الخدمات السياحية لدى جيرانها في دول مجلس التعاون الخليجي ، الأمر الذي يزيد من الاهتمام بكافة الجهات في الخليج ، كما ان المنافسة قد تبعث الالهام في عملية الابداع والابتكار وتشجيع عملية تطوير المنتجات .

#### 4. خيارات التنمية السياحية :-

تم تحديد ثلاثة خيارات عامة لتحقيق التنمية السياحية في الكويت وهي :-

##### 1. تنمية السوق المحلي:

يتعين ان تبذل الجهود ضمن هذا الخيار لتنمية السوق المحلي، بهدف مواكبة النمو المتزايد في السكان، وكذلك تشجيع انشاء المزيد من المرافق.

##### 2. التنمية المتوازنة للسوق المحلي والاسواق الإقليمية:

بموجب هذا الخيار تستهدف تنمية المرافق في الكويت العائلات في المنطقة ايضا، وبالأخص من دول مجلس التعاون الخليجي.

وهذا الخيار يتضمن ايضا حد من التنمية لخدمة الاسواق الاجنبية بخلاف دول مجلس التعاون الخليجي، سواء من ناحية الترويج او السياحة التجارية، وسوف تستفيد الكويت من الفرص التي يوفرها موقعها الاستراتيجي.

##### 3. تنمية السوق المحلي والاسواق الإقليمية والأسواق الأبعد:

يعكس هذا الخيار بذل جهود كبير لزيادة جدم النشاط السياحي القادم من الاسواق الخارجية ومن اسواق الشرق الاوسط بصفة خاصة باتجاه الكويت، وهو يتطلب قدرات مؤسسية متقدمة لتطوير المنتج السياحي وتسويقه وترويجه، كما يتطلب اصلاح

الممارسات المتعلقة بتخصيص الاراضي، ورفع جودة خدمة العملاء، بالإضافة الى أفراد ميزانية كبير للتسويق والترويج، وخاصة في السنوات الأولى من وضع الكويت على " الخريطة السياحية".

يتمثل الخيار المفضل في التنمية على مراحل، مع التركيز على السوق المحلي والاسواق الاقليمية، في إطار الخيار رقم 2 (كمرحلة اولى) ولكن مع الاهتمام التدريجي بالأسواق الاخرى سواء في مجال السياحة التجارية او على مستوى محدود للسياحة الترويجية (بما في ذلك الجولات السياحية و سياحة الاهتمامات الخاصة). كما يتعين خلال المرحلة الثانية، التركيز على الاسواق الخارجية غير دول التعاون الخليجي بما في ذلك الاسواق الابعد.



## المحور الخامس: مبررات إنشاء هيئة عامة للسياحة:

إن الطبيعة الخاصة للسياحة تستوجب أن تقوم بإدارتها هيئة متخصصة مكرسة لخدمتها. والتنمية الناجحة للسياحة تتطلب تنسيقا وتعاوناً كاملاً داخل الجهات الحكومية وبين القطاعين الخاص والعام.

ورغم أن القطاع الخاص يلعب دوراً بارزاً في هذا القطاع، إلا أن القيادة الحكومية تعتبر عنصراً لا يقل عنه أهمية في تحقيق نجاح القطاع السياحي لأن معظم الشركات المحلية صغيرة ولتتمكن من تسويق نفسها عالمياً. ولترجمة المنافع الواعدة والفوائد التي يمكن تحقيقها كما ورد في المقدمة إلى أرض الواقع، فمن الضروري جداً إنشاء هيئة متخصصة بالسياحة. وهذا هو النمط السائد في دول مجلس التعاون الخليجي.

والهيئة العامة للسياحة ستوفر قطاع قيادياً لجهود التنمية للقطاع السياحي بشكل مستدام. وتتسم مثل هذه الهيئة بالمرونة حيث تتعامل مع صناعة السياحة وهي نشاط سريع الحركة، ويتواصل لمدة 24 ساعة يومياً على مدى 7 أيام في الأسبوع، وتتطلب مستويات عالية من الخبرة وقدرة على التكيف بشكل سريع للتعامل مع التحديات أو الأزمات التي قد تظهر.

إن طبيعة السياحة الخاصة قد جعلت معظم دول العالم تدرك أهمية إنشاء هيئات أو جهات مستقلة أو شبه مستقلة لتطوير السياحة فيها. وقد أصبح وجود تلك الهيئات في دول مجلس التعاون الخليجي أمر شبه سائد، وأمثلة ذلك: هيئة السياحة في أبوظبي، وهيئة السياحة القطرية، والهيئة العليا للسياحة بالمملكة العربية السعودية ووزارة السياحة في سلطنة عمان.

ويتواجد قطاع السياحة بالكويت ضمن وزارة الإعلام منذ عام 2002. والمقترح هو تحويل هذا القطاع إلى هيئة متكاملة ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالقطاع الخاص، من خلال ممثلين له في مجلس إدارتها.

وسوف يؤدي ذلك إلى حصول الهيئة على كوادر مدربة من الموظفين الدائمين فيها. وبالمثل، ونظراً إلى القدر الأكبر من المرونة التي تتميز أعمال الهيئة. فسوف يتيح ذلك إجراء التنقلات بين القطاعين العام والخاص وتعزيز خبرة الموظفين، وتقوية الرابطة بين القطاعين.

ويجب أن يدير الهيئة العامة للسياحة بدولة الكويت مجلس إدارة قوي مكون من أعضاء يمثلون المؤسسات العامة والشركات الخاصة التي يرتبط عملها بالسياحة بشكل مباشر أو غير مباشر. إن إنشاء هيئة شبه مستقلة من هذا القبيل سوف يكسر القناعة العامة بمدى الاهتمام الذي توليه الحكومة للسياحة ويوفر للهيئة العامة للسياحة

حافزا لتطوير إمكانياتها بمزيد من الموارد البشرية والمالية، وهو ما يختلف كلياً عما هو عليه حال قطاع السياحة في الوضع الراهن.

وتتضمن مهام الهيئة العامة للسياحة ما يلي:

- القيام بدور قيادي في التنمية المستدامة للسياحة وبشكل يضمن قيام سياحة ملائمة ومتوافقة من الناحية البيئية ومقبولة اجتماعياً.
- ترويج نشاط الاجتماعات والحواضر والمؤتمرات والمعارض في الكويت، مع الفعاليات الخاصة بالسياحة، وتشجيع تنمية المرافق الملائمة.
- توفير معلومات عن السوق للحكومة وإلى صناعة السياحة.
- قيادة عملية تطوير الموارد البشرية لضمان توعية الكويتيين بالفرص التي يوفرها القطاع، وتدريبهم بصورة سليمة، لتقديم الدعم لهم خلال حياتهم المهنية.

## المحور السادس: الإجراءات الإستراتيجية – مناطق التنمية السياحية:

لتطوير مجموعة من مناطق التنمية السياحية. فان هناك مجموعة من الإجراءات الاستراتيجية لتطوير مناطق التنمية السياحية:

- شريط الكورنيش.
- الواجهة البحرية لمدينة الكويت والحي الثقافي.
- جون الصليبيخات.
- جزيرة فيلكا.
- الساحل الجنوبي.
- جنوب جزيرة بوبيان.
- المنتزه البحري.
- منتزه جال الزور والمنتجعات الصحراوية والواحات.
- مناطق ومواقع صحراوية أخرى.
- مدينة التميز الرياضي.

وتشمل مناطق التنمية السياحية هذه ما يلي:

شريط الكورنيش الترويجي. وهو عبارة عن كورنيش يشكل عنصرا بصريا رائعا للمدينة ومسارا رائعا يضم مناظر خلابة. والمطلوب هو تطوير هذا الشريط بحيث يصبح أكثر جذبا من الناحية الترويجية والسياحية.

الواجهة البحرية للمدينة والحي الثقافي. وهي منطقة ستشكل نقطة جذب للكويتيين والزائرين الى قلب المدينة.

الصليبيخات وجون الكويت. وفيها إمكانيات واعدة إذا تمت فيها أعمال تنظيف بيئية تمهيدا لإحياء برنامج تنمية هذه المنطقة الذي يشمل إنشاء مرافق ترويجية وسياحية.

جزيرة فيلكا. تمثل جزيرة فيلكا فرصة فريدة للتنمية السياحية لكل من السوق المحلي والأسواق الدولية. ويمكن أن يشكل المرفأ القديم الموجود حاليا بالجزيرة نقطة انطلاق إعادة إنشاء مرفأ عربي تقليدي وواجهة بحرية رائعة. وتوفر المواقع الاثرية والمتحف المجاور فرصة لتطويرها بحيث تمثل هذه المواقع موردا سياحيا منقطع النظير. ويرافق ذلك

تخصيص حيز من الجزيرة لإنشاء قرية لمنتجع الشاليهات، يستفيد منها الكويتيون بشكل خاص.

الساحل الجنوبي. يحتضن الساحل الجنوبي بعضاً من أفضل الشواطئ في الكويت، إلا أن هناك قدر ضئيل من الموارد السياحية المطورة بصورة رسمية. وتحتل الشاليهات الخاصة جزءاً كبيراً من الشريط الساحلي، وهي مقامة بناء على تراخيص مؤقتة. والمطلوب هو تحويل هذا الساحل إلى منطقة أكثر جذباً وأكثر استدامة كوجهة سياحية.

جنوب جزيرة بوبيان. بحيث يتم تنميتها للاستخدامات المتعددة التي تتضمن مرافق ترويحية.

المنتزه البحري. إعداد خطة لإدارة الجزر الصغيرة في الكويت لضمان المحافظة على مواردها مع استمرار الزيارات والترفيه.

مشروع التكامل بين منتزه جال الزور والمنتجعات الصحراوية والواحات. ويجمع بين المحافظة على البيئة في ظل تواجد الزوار وتنمية "منتجعات الواحات" في المنطقة المحيطة بالمنتزه، مع بحيرة مائية جديدة يتم إنشاؤها كمنتج فرعي لبرنامج الكويت الجديد لمعالجة مياه المجاري.

المناطق والمواقع الصحراوية الأخرى. التي تشكل ميداناً حيويًا للجولات السياحية والاستخدامات الترفيهية.

مدينة التميز الرياضي. وهي مخصصة لتعزيز ونمو النشاط الرياضي من الخارج، بما في ذلك تدريب الفرق الرياضية، والتي تمثل فرصة متنامية في السوق.

ومن خلال برنامج تطوير المنتجات، يجب تطوير مشروعات متميزة تساعد في تغيير الفكرة السائدة عن الكويت فيما يتعلق بالأنشطة الترويحية والسياحية، وخاصة في دول مجلس التعاون الخليجي. وتتضمن المقترحات هي هذا الصدد القيام بتجربة جديدة تركز على النفط وتعتمد على دعم من شركة نفط الكويت، وتتضمن عرضاً لقصة النفط بصورة تعززها المؤثرات الخيالية وتسودها جوانب التشويق، بالإضافة إلى مشروع القبة الحيوية والحديقة النباتية الملحقة بها وهي مشروعات مستمرة على مدار العام.

كما ينبغي أن يتضمن برنامج تطوير المنتجات تطوير جدول زمني للفعاليات وتجارب جديدة للتسويق تعتمد على التقاليد العربية الأصلية.

## المحور السابع: المشروعات والمبادرات ذات الأولوية:

### المشروعات والاجراءات ذات الأولوية في الرؤية الوطنية للسياحة:

المشروع / الإجراءات	القيادة	الشركاء/ الأنشطة
1- الدعم المؤسسي وبناء القدرات		
1.1 إقرار قانون السياحة الجديد وإنشاء الهيئة العامة للسياحة	الهيئة العامة للسياحة	وردت تفاصيل مشروع قانون السياحة الذي ينص على إنشاء الهيئة العامة للسياحة.
1.2 بناء القدرة للهيئة العامة للسياحة	الهيئة العامة للسياحة	يتم التركيز هنا على برامج التدريب والإعارة لموظفي الهيئة العامة للسياحة.
1.3 المساعدة الفنية لتدعيم الهيئة العامة للسياحة	الهيئة العامة للسياحة	سيكون مطلوباً مجموعة من التخصصات التي تشمل الإحصاءات، التسويق والتخطيط. ويشمل الشركاء والأمانة العامة للتخطيط والتنمية.
1.4 مجموعة السياسات، وفرق العمل	الهيئة العامة للسياحة	يتم وضع مجموعة السياسات السياحية ومجموعات من فرق العمل لدفع عجلة التنمية السياحية.
2- تسويق الوجهة		
2.1 مبادرة تحديد الهوية	الهيئة العامة للسياحة	يتم تصميم مبادرة تحديد الهوية بحيث تربط ما بين القطاعين العام والخاص معاً في طرح رسالته متوافقة عن الكويت كوجهة سياحية.
2.2 توفير المعلومات، بما في ذلك مراكز المعلومات	الهيئة العامة للسياحة	تركيز عملية توفير المعلومات على الموقع الإلكتروني وعلى توفير المعلومات عند المنافذ الحدودية، ثم تمتد فيما بعد إلى مراكز المعلومات السياحية. على أن تتم تلك الأنشطة بالاشتراك مع صناعة السياحة.
2.3 تسويق الوجهة	الهيئة العامة للسياحة	عبارة عن برنامج تفصيلي للتسويق والترويج يتم القيام به بالاشتراك مع صناعة السياحة.
3- برامج العروض السياحية		
3.1 برنامج للمنح لمنظمي الرحلات الكويتيين الجدد (تقوم الهيئة العامة للسياحة باستكشاف إمكانات تحقيق ذلك).	الهيئة العامة للسياحة	يهدف البرنامج إلى دعم أصحاب الأعمال من الشباب الكويتي لإنشاء شركة تنظيم مؤتمرات أو شركة للرحلات السياحية القادمة متخصصة في الإجازات القصيرة مثل (رياضة الجولف) وسياحة الاهتمامات الخاصة، والجولات السياحية الإرشادية داخل المدينة والرحلات الصحراوية.
3.2 مبادرات الإرشاد السياحي والشرح مثل محميات الطيور والسلاحف في بوبيان، وادي الباطن، محطة الصليبية للأبحاث الميدانية في كبد، والمزارع في الوفرة والعبدي.	الهيئة العامة للسياحة	يتم تطوير المنتجات المتخصصة عبر الشرح واللوحات وإدارة الزوار، ويأتي ذلك تنظيم وترويج الرحلات المصحوبة بمرشدين. وتتضمن الهيئات كلا من الهيئة العامة للسياحة بالنسبة للمرشدين السياحيين الكويتيين، الهيئة العامة للزراعة والثروة السمكية بالنسبة للمزارع، معهد الكويت للأبحاث العلمية لمحطة الأبحاث والمحميات، الهيئة العامة للبيئة، بالإضافة إلى الجهات المهتمة بالغوص في القطاع الخاص وجمعيات النفع العام.
4- تطور المنتج السياحي		
4.1 الفعاليات الثقافية	الهيئة العامة للسياحة والمجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب	يغطي هذا العنصر توسيع نطاق الفعاليات الثقافية مثل المعارض، العروض المسرحية، الحفلات الموسيقية، المحاضرات، عروض الأفلام، المهرجانات والمسابقات وغيرها، والتي تعكس الملامح الثقافية الكويتية والعربية والإسلامية القديمة والمعاصرة، وتستهدف أكبر قاعدة ممكنة من الجماهير.

المشروع / الإجراءات	القيادة	الشركاء / الأنشطة
5- تنمية الموارد البشرية		
5.1 ورش عمل لتدريب مرشدي الرحلات	الهيئة العامة للسياحة	يمثل الإرشاد السياحي دوراً جذاباً للكويتيين. ويتم تزويد الأفراد بتدريب أساسي. ويتضمن ذلك العمل جنباً إلى جنب مع صناعة السياحة.
5.2 التوعية السياحية وبرنامج الضيافة	الهيئة العامة للسياحة	يتضمن فريق عمل للتوعية السياحية والإجراءات العملية في المدارس والأنشطة الإعلامية والأبحاث الموجهة نحو التوعية، والجوانب الاجتماعية للسياحة.
6- التوعية السياحية		
6.1 الدراسات المسحية والأبحاث	الهيئة العامة للسياحة	تستخدم الدراسات المسحية في تقييم مستوى الوعي السياحي في المجتمع الكويتي، والجوانب الاجتماعية للسياحة. وسوف يتعين الاستعانة في كثير من هذه الأعمال بمتخصصين خارجيين.
6.2 مجلة التوعية السياحية	الهيئة العامة للسياحة	تشكل المطبوعات جزءاً من برنامج متكامل للتوعية السياحية. وسوف يتم تصميم هذه المجلة بحيث تقدم معلومات حول إمكانية الحصول على وظيفة في مجال السياحة، وكذلك لإعطاء صورة أوضح لقطاع أكبر من الجمهور. وسوف توزع على الشباب وكذلك الجمهور بشكل عام.
6.3 فعاليات وزيارات التوعية السياحية	الهيئة العامة للسياحة	يمكن ربط الفعاليات الخاصة بالفعاليات الإعلامية.
6.4 المناقشات السياحية على شاشة التلفزيون	الهيئة العامة للسياحة	يتم إعداد هذه المناقشات بحيث تتطرق مباشرة وعلى الهواء إلى القضايا المتعلقة بالتنمية السياحية، بما فيها المزايا الاقتصادية والجوانب الاجتماعية والاقتصادية.
6.5 الحلقات النقاشية للتوعية	الهيئة العامة للسياحة	تستهدف هذه الحلقات النقاشية أو ورش العمل مختلف الشرائح وتناقش مزايا السياحة.
6.6 الفعاليات الإعلامية	الهيئة العامة للسياحة	تتضمن هذه الفعاليات معلومات حول فرص العمل وتستهدف شريحة الشباب وتتحدث عن فرص العمل للكويتيين في القطاع. وسوف يعين الاستعانة في كثير من هذا العمل بمتخصصين خارجيين.
7- نظم المعلومات السياحية		
7.1 الدراسات المسحية الزوار القادمون والمغادرون	الهيئة العامة للسياحة	يتم تصميم هذه الدراسات المسحية بحيث تحدد نمط السياحة القادمة إلى الكويت. ويتكون الشركاء الرئيسيون من وزارة الداخلية والأمانة العامة للمجلس الأعلى للتخطيط والتنمية والهيئة العامة للسياحة.
7.2 الزوار المحليون	الهيئة العامة للسياحة	يتم إجراء دراسة مسحية على العائلات لتأكيد نوعية وسمات السائحين المحليين وعادات السفر لديهم، على أن يتم إجرائها كل سنتين بالاشتراك مع قطاع الإحصاء والمعلومات بالأمانة العامة للمجلس الأعلى للتخطيط والتنمية.
7.3 السجل العام للمؤسسات السياحية	الهيئة العامة للسياحة	يرتكز هذا السجل المدون على بيانات الجرد الذي يتم إعداده كجزء من عملية التخطيط العام، على أن تتم مراجعته وتعديله كل سنة بالاشتراك مع قطاع الإحصاء والمعلومات بالأمانة العامة للمجلس الأعلى للتخطيط والتنمية.
7.4 الحسابات الفرعية للسياحة	الهيئة العامة للسياحة	يتم وضع الحسابات الفرعية للسياحة بناء على إرشادات منظمة السياحة العالمية، وبالاشتراك مع قطاع الإحصاء والمعلومات بالأمانة العامة للمجلس الأعلى للتخطيط والتنمية.

المشروع / الإجراءات	القيادة	الشركاء / الأنشطة
7.5 بحوث السوق	الهيئة العامة للسياحة	يتم إجراء بحوث السوق بشكل منتظم لمتابعة الفرص المتوفرة للكويت، ولمراقبة أنشطة الجهات المنافسة، وذلك مع صناعة السياحة.
ربط استراتيجية التطوير المكاني ومناطق التنمية السياحية بالمخطط الهيكلي للبلدية	البلدية / الهيئة العامة للسياحة	تقوم البلدية، تحت رعاية لجنة تنسيق التنمية والهيئة العامة للسياحة، بترويج عملية تبني واستخدام دليل وإرشادات وتقييم التخطيط لمشاريع التنمية السياحية
الرؤية وملخص التنمية لجزيرة فيلكا	وزارة الأشغال العامة	يهدف هذا الإجراء إلى إيجاد منتج متميز بحيث يعزز الوضع التنافسي للكويت في المنطقة، على أن تتضمن الاهتمامات السياحية في تنمية جزيرة فيلكا المحافظة على البيئة
ترويج إنشاء قرى ومنتجات العطلات الشاطئية ذات الأسعار المتوسطة لخدمة الشباب، وبخاصة العائلات الكويتية ذات الدخل المتوسط	البلدية / الهيئة العامة للسياحة	تعمل الهيئة العامة للسياحة جنباً إلى جنب مع البلدية لإعادة تخطيط الساحل الجنوبي، كما يمكن أن تشكل القرى الشاطئية ذات الأسعار المتوسطة مكوناً من مكونات جزيرة فيلكا
تحديد الأولويات الاستراتيجية لتنمية جون الصليبيخات بالتكامل مع الحدائق البستانية لمعهد الكويت للأبحاث العلمية والقبّة الحيوية للهيئة العامة للسياحة	وزارة الأشغال العامة	يتكون الشركاء مع وزارة الأشغال العامة، البلدية، معهد الكويت للأبحاث العلمية، المؤسسة العامة للرعاية السكنية، الهيئة العامة لشؤون الزراعة والثروة السمكية، والهيئة العامة للسياحة، (مع الربط بوزارة الأشغال العامة، ومشروع معالجة مياه المجاري، وتنظيف جون الكويت)
إعداد خطة إدارة مشتركة لمحمية جال الزور ومحمية الشيخ صباح الطبيعية، بما في ذلك تخصيص مساحات لتنمية منتجات السياحة الصحراوية، والمساكن البيئية والمرافق الترفيهية لزوار نفس اليوم.	الهيئة العامة للسياحة / الهيئة العامة للبيئة / معهد الكويت للأبحاث العلمية / وزارة الأشغال	تقوم الهيئة العامة للسياحة بتدعيم جهود كل من الهيئة العامة للبيئة، معهد الكويت للأبحاث العلمية ووزارة الأشغال العامة، مع تشكيل فريق عمل لصياغة الاتفاق على سياسة استراتيجية محددة، وبمجرد الاتفاق على تلك السياسة، يتم إعداد ملخصات التنمية وترويجها لجذب الاستثمار المحلي والدولي، ثم القيام بمراقبة التنفيذ ومتابعة الأداء.
استراتيجية إعادة التأهيل وإعادة التطوير لأصول شركة المشروعات السياحية، مثل الجزيرة الخضراء، ومنتجع الخيران.	شركة المشروعات السياحية / الهيئة العامة للسياحة	تشارك عدة جهات في هذا الإجراء، وهي: الهيئة العامة للسياحة، شركة المشروعات السياحية، الهيئة العامة للاستثمار، البلدية، ووزارة الأشغال العامة. لجنة تنسيق التنمية التابعة للبلدية، على أن تستعين الهيئة العامة للسياحة بالدليل للعمل بالاشتراك مع الجهات الأخرى لتطوير الأفكار التصميمية ووضع ملخصات التنمية، وتنفيذها.
تجميع المناطق والتجمعات ذات السمات المشتركة والمشروعات ذات الأولوية للكويت والواجهات البحرية للمدينة والحى الثقافي.	البلدية / الهيئة العامة للسياحة	تشارك كل من لجنة تنسيق التابعة للبلدية والهيئة العامة للسياحة في هذا الإجراء ويتضمن إنشاء مرافق سياحية إضافية ومعالم جذب سياحي في هذه المواقع وحولها وعند أبراج الكويت.
تطوير وترويج المرافق الترفيهية والسياحية في المناطق الخلفية والمناطق الصحراوية.	البلدية / الهيئة العامة للسياحة	البلدية مع معهد الكويت للأبحاث العلمية والهيئة العامة للبيئة. إعادة تخصيص المناطق المخصصة حالياً للمخيمات الصحراوية في الجنوب بحيث تتجه إلى المناطق الصحراوية الغربية والوسطى، وتطوير وإدارة مرافق الترفيه النهارية المستدامة في نقاط الحزام الأخضر، ومنطقة اليونيكوم الحدودية وفي المناطق الصحراوية المحمية المختارة.



المشروع / الإجراءات	القيادة	الشركاء/ الأنشطة
تطوير المدينة الأوليمبية (من خلال مشروعات البناء والتشغيل والتحويل BOT أو أسلوب الشراكة بين القطاعين العام والخاص)، وهي عبارة عن مجمع رياضي مقترح جنوب غرب الضبعية.	وزارة الأشغال العامة / الهيئة العامة للسياحة	الهيئة العامة للسياحة، وزارة الأشغال العامة، البلدية (وتحتوي على المرافق والخدمات الخاصة بتنظيم كافة الفعاليات الرياضية العالمية المحتمل إقامتها، بما فيها مرافق التدريب الموسمية للفرق الرياضية العالمية، وأماكن الإقامة ومرافق للزوار، وأكاديمية رياضية، ومرافق للمؤتمرات للاتحادات الرياضية الدولية، وغير ذلك من الفعاليات).
تنظيم بطولة دولية للتنس في مركز الكويت الدولي للتنس	الاتحاد الكويتي للتنس	الاتحاد الكويتي للتنس والهيئة العامة للسياحة (عند إنجاز المركز الوطني للتنس، كفعاليات سنوية).
تطوير وتخطيط وتحديد المواقع الأثرية الرئيسية، وبكل خاص في فيلكا، وجعلها متاحة للزوار	المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب.	المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب توفير المعلومات وخدمات الشر والعرض مثل الأدلة، العروض المرئية والصوتية، والأفلام الوثائقية وغيرها
الحي الثقافي، القرية التراثية ومركز الحرف اليدوية.	البلدية	البلدية، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب (التأكد من محتويات وتصميم مشروعات الحي الثقافي، القرية التراثية، والمركز الكويتي للحرف اليدوية، واستيفائها للتطلعات).
برنامج عمليات الضيافة بقيادة الصناعة.	برنامج إعادة هيكلة القوى العاملة والجهاز الحكومي	برنامج مدته تسعة أشهر يموله برنامج إعادة هيكلة القوى العاملة والجهاز الحكومي بالاشتراك مع صناعة السياحة.
برنامج الدبلوم العالي والدرجات العلمية.	الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب	بالاشتراك مع صناعة السياحة.
دبلوم السياحة والضيافة والفعاليات.	الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب	بالاشتراك مع صناعة السياحة.



## النتائج:

- ❖ يتميز القطاع السياحي بالعديد من الخصائص ومن بينها خاصيتي المرونة والحساسية تجاه جميع أنواع المتغيرات (سياسية، اقتصادية، اجتماعية، دينية، ثقافية، أمنية... إلخ) سواء في البلدان المستقبلية أو المصدرة للسياح، وتتمثل أهم هذه المتغيرات في مستوي أسعار الخدمات السياحية والدخل المتاح للأفراد، مدي توفر العرض السياحي ومستوي الخدمات السياحية، المستوي الثقافي والأمني، وكذلك عدد وهيكل السكان، حرية التجارة في الخدمات ومختلف السياسات خاصة الاقتصادية منها المتبعة في البلدان المصدرة والمستقبلية للسياح.
- ❖ تعتبر السياحة اليوم صناعة متكاملة تتميز باتساع أنشطتها وتعدد أنواعها، وما يميزها أيضا أنها كنشاط اقتصادي تؤثر على الكثير من قضايا التنمية خاصة الاقتصادية منها في العديد من الدول التي تهتم بها.
- ❖ رغم التحسن المسجل في الطلب السياحي الوافد إلى الكويت، لكنه يبقي ضعيفا مقارنة بالطلب المحقق في دول أقل إمكانيات من الكويت ومقارنة بحجم الطلب السياحي العالمي ككل.
- ❖ يعاني قطاع السياحة في الكويت من عدة نقائص وضعف في برامج التنمية السياحية وذلك ما عكسه ضعف مساهمة هذا القطاع في قضايا التنمية في الكويت والاتجاه المتزايد للكويتيين على السياحة في الخارج.
- ❖ يعود ضعف الطلب السياحي الوافد إلى الكويت لضعف العرض السياحي الكويتي والخدمات المكملته وغلاء الأسعار، بالإضافة إلى ضعف الاستثمار الأجنبي المباشر الوافد.
- ❖ هناك اهتمام كبير من طرف السلطات المسؤولة في الكويت بتحسين وترقية قطاع السياحة من أجل زيادة مساهمته في التنمية الاقتصادية.



- ❖ إنعاش التسويق السياحي وتنظيمه بما في ذلك التوعية الرسمية، والعمل على إدخال وسائل الاتصال والإعلام الحديثة كالإنترنت في العملية من أجل تحسين صورة الكويت في الخارج والترويج لها؛
- ❖ تنمية الصناعات الصغيرة والحرفية ذات الطابع التراثي وتلك المرتبطة بشكل أساسي بدعم الصناعة السياحية، وتحديد المواقع المخصصة والصالحة للاستثمار السياحي والعمل على تشجيع الاستثمار الأجنبي المباشر في هذا القطاع بالأخص؛
- ❖ توسيع برامج التنمية السياحية الحالية وأهدافها والعمل على تطبيقها الحسن، مع التركيز على تنمية سوق سياحية داخلية ترضي رغبات السياح الكويتيين؛
- ❖ اعتبار التدريب والتكوين السياحي ونشر الوعي الثقافي والسياحي في أوساط المواطنين عناصر لازمة لعملية التنمية السياحية، والعمل على إنشاء المزيد من مراكز التدريب والتعليم السياحي الفندقي؛
- ❖ مراجعة الأسعار المطبقة للخدمات السياحية ومن أهمها الأسعار المطبقة في الفنادق وأسعار النقل خاصة فيما يتعلق بالنقل الجوي والبحري؛
- ❖ تكثيف العمل لاستقطاب السائح العربي والتوجه نحو السوق العربية وتفعيل السياحة العربية البينية؛
- ❖ العمل على السيطرة على العوامل والمتغيرات المؤثرة بشكل مباشر أو غير مباشر على الطلب السياحي بأنواعها، والتأثير عليها وفقا للاتجاه الذي يمكن من تنمية عدد السياح الداخلين للكويت والتقليل من عدد الكويتيين المتوجهين للخارج؛
- ❖ تسهيل مهام الباحثين والمخططين السياحيين، من خلال توفير قاعدة بيانات خاصة بالإحصائيات السياحية تكون شاملة لمعظم المؤشرات التي يحتاجها هذا النوع من الدراسات القياسية لضمان نتائج أكثر دقة وأكثر تفسيراً للواقع.

## المصادر:

- وزارة الإعلام، الاستراتيجية الوطنية للسياحة، ديسمبر 2005.
- الأمانة العامة للمجلس الأعلى للتخطيط والتنمية. مشروع الخطة الإنمائية للسنوات (2015/2016 – 2019/2020)، يناير 2015.
- نعيم الظاهر وسراب إلياس، مبادئ السياحة، دار المسيرة، الطبعة الثانية، الأردن، 2007.
- المؤسسة العربية لضمان الاستثمار: مناخ الاستثمار في الدول العربية لسنوات مختلفة، الكويت.
- أحمد فوزي ملوخية، التنمية السياحية، دار الفكر الجامعي، الطبعة الأولى، مصر، 2007.
- خالد كواش: السياحة مفهومها أركانها أنواعها، دار التنوير، الطبعة الأولى، الجزائر، 2007.
- رياض بن جليلي وآخرون: السياحة في الدول العربية: مقوماتها ومكامن تنافسيتها، مجلة التنمية والسياسات الاقتصادية، المجلد العاشر، العدد الأول، المعهد العربي للتخطيط، الكويت، 2007.