



اقتصاديات السياحة في السودان وإستراتيجية الدولة للترويج للسياحة

زكريا الأمين محمد أحمد^١ وفتح الرحمن البشير الأمين عبد الله^٢

١ قسم الاعلام، كلية الاداب، جامعة وادي النيل.

٢ كلية الدراسات العليا، جامعة وادي النيل

المؤلف: Zakariaomarabi@gmail.com

تاريخ القبول: 20/8/2024

تاريخ الاستلام: 17/2/2024

المستخلص

تعتبر عائدات السياحة من أهم الموارد المادية لكثير من الدول وتحتل السياحة مكانة كبيرة في اقتصاديات العديد من البلدان. ونسبة لما يتميز به السودان من موارد سياحية تاريخية وطبيعية ويعتبر من أغنى البلدان في مجال السياحة وهنا يبرز السؤال حول كيفية الاستفادة من هذا المورد وماهي استراتيجيات الدولة في هذا المجال، استخدمت الدراسة المنهج الوصفي. هدفت الدراسة للكشف عن أهمية مورد السياحة وأثره الاقتصادي للاستفادة منه وتبصير صانع القرار بأهميته. وتوصلت الدراسة إلى أن السياحة في السودان من أهم الموارد الاقتصادية التي تحتاج إلى اهتمام كبير من القائمين على الأمر.

كلمات مفتاحية: اقتصاديات السياحة، السياحة في السودان، الترويج السياحي

Tourism Economy in Sudan and Governmental Strategy for Developing Tourism

Zakaria Elamin Mohammed Ahmed¹ and Fethelrahman Elbashir Elamin²

1Department of Communication Sciences, Faculty of Arts, Nile Valley University.

2College of Graduate Studies, Nile Vally University.

Corresponding Author: Zakariaomarabi@gmail.com

Abstract:

Tourism revenues are considered one of the most important material resources for many countries, and tourism occupies a large place in the economies of many countries. Given that Sudan is distinguished by historical and natural tourism resources and is considered one of the richest countries in the field of tourism, here the question arises about how to benefit from this resource and what is the state's strategy in this field. The study used the descriptive approach. The study aimed to reveal the importance of the tourism resource and its economic impact on benefiting from it and informing the decision maker of its importance. The study concluded that tourism in Sudan is one of the most important economic resources that need great attention from those in charge of the matter.

Keywords: Marketing, shopping, advertizing

مقدمة

تعتبر السياحة من أكبر و أهم الصناعات في العصر الحديث حيث يفوق الناتج عنها ناتج صناعات كبرى مثل صناعة الصلب والنسيج والإلكترونيات، وينفق المستهلكون عليها أكثر ما ينفقونه على الملابس والرعاية الصحية، وترجع أهمية صناعة السياحة في الاقتصاد إلى أنها تجلب رؤوس الأموال المحلية والأجنبية للاستثمار فيها وهي بنية أساسية في الاقتصاد من حيث أهميتها في مجال التسويق والمبيعات والإدارة والتخطيط و تقوية الروابط الاقتصادية بين الدول (لطيف، ١٩٩٤م: ٢٩-٣٠).

مشكلة الدراسة

تعتمد كثير من الدول في اقتصادها على مورد السياحة الذي يكتسب أهميته من خلال عرض الدول لتاريخها وثقافتها وإرثها الحضاري الماضي والحاضر، ويعتبر السودان من الدول التي تتمتع بمقومات سياحية وإرث حضاري قديم وبيئة سياحية يمكن أن تساهم في الاقتصاد القومي بنسبة كبيرة، وتبرز المشكلة في السؤال الذي يتمثل في ماهية استراتيجية الدولة للاستفادة من الموارد السياحية؟

أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلى الآتي

١. الكشف عن أهمية مورد السياحة وأثره في الدخل القومي.
٢. تطوير الموارد السياحية وعرضها للجمهور العالمي والإقليمي والمحلي.
٣. رفد صانع القرار بمعلومات مهمة حول معرفة أهمية السياحة والترويج لها.

أهمية الدراسة

تنبع أهمية الدراسة من عدة جوانب:

١. رفد المكتبة السودانية بدراسة علمية في مجال حيوي يتعلق بالقدرات الإقناعية لوسائل الإعلام في معالجة القضايا التي تشكل اهتمامات المجتمع.
٢. إفادة الباحثين والدارسين والعاملين في مجال الإعلام ببحث في مجال مازال بكراً ويحتاج إلى مزيد من الدراسة والبحث.
٣. معرفة القيم والتقاليد التي تقوم عليها فلسفة وسائل الإعلام السودانية واهتمامها وقيمها بالترويج السياحي وللمشروعات الاستثمارية بالسودان.

تساؤلات الدراسة

١. ما مدى مساهمة السياحة في الاقتصاد الوطني وزيادة الدخل القومي؟
٢. إلى أي مدى يرتبط الإقبال على السياحة بما تقدمه وسائل الإعلام؟
٣. ما مدى مقدرة الخطط والأساليب في الترويج السياحي؟

منهجية الدراسة

لابد لكل بحث من منهج يتبعه ليحكم كل الخطوات حتى يتسنى للباحث الوصول إلى نتائج علمية يمكن تطبيقها على أرض الواقع؛ لذا يعتمد هذا البحث على مناهج العلوم الإنسانية خاصة المستخدمة في حقل الإعلام؛ حيث يستخدم المنهج الوصفي المسحي والتحليلي في تفسير الظواهر.

الدراسات السابقة

دراسة حامد سليمان حامد بعنوان دور التلفزيون في الترويج السياحي في السودان بالتطبيق على تلفزيون السودان، رسالة ماجستير غير منشورة (حامد، ٢٠٠٣م).

أهداف الدراسة

- ١/ التعرف على الأنماط السياحية بالسودان.
- ٢/ التعرف على الأساليب المستخدمة في مجال الترويج للسياحة ومدى كفاءتها.
- ٣/ إبراز الآثار الاقتصادية للسياحة.

نتائج الدراسة

- ١/ توصلت الدراسة إلى أن التلفزيون هو أكثر الوسائل جماهيرية وشعبية وله تأثير كبير على سلوك المشاهدين.
 - ٢/ أوضحت الدراسة أن التلفزيون يستطيع أن يقوم بدور كبير في تعليم الموظفين السلوك القويم تجاه السواح مع مختلف مستوياتهم.
 - ٣/ توصلت الدراسة إلى أن سلسلة الطائر الطواف قد ساهمت بقدر كبير في الترويج للسياحة بالسودان.
- دراسة سعد أحمد عثمان بعنوان العلاقات العامة ودورها في الترويج للسياحة بالسودان، رسالة ماجستير، جامعة أم درمان الإسلامية (عثمان، ٢٠٠٦م).

أهداف الدراسة

- ١/ بيان أهمية الترويج للسياحة داخل السودان وخارجه والتعرف على المناطق السياحية بالسودان ومدى توفر الخدمات الضرورية بالمواقع السياحية.
- ٢/ معرفة الأشكال والوسائل التي تستخدمها العلاقات العامة في الترويج للسياحة داخلياً وخارجياً.

نتائج الدراسة

- ١/ وزارة السياحة لا تؤدي دورها كاملاً لنشر الوعي السياحي وذلك نسبة لعدم توفر المال اللازم من قبل الدولة وعدم وضع إستراتيجية ثابتة للترويج باستخدام وسائل الاتصال الجماهيري.
 - ٢/ أوصت الدراسة بضرورة وضع السياحة من أولويات الدولة وتوفير الميزانيات الكافية لها.
- منهج الدراسة
- استخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي.
- دراسة الطيب إمام الشيخ بعنوان التطور التقني وأثره في أداء المؤسسات الإعلامية بالتطبيق على الهيئة القومية للإذاعة والتلفزيون، رسالة ماجستير غير منشورة (الشيخ، ٢٠٠٣م).

أهداف الدراسة

- ١/ التعرف على التقنية الحديثة بالتلفزيون القومي.
- ٢/ مدى استخدام تلك التقنية في المجال البرامجي.
- ٣/ معرفة المعوقات التي تحول دون الاستفادة من التقنية الحديثة.

نتائج الدراسة

- ١/ عدم مواكبة الكادر البشري للتطور التقني.
 - ٢/ ضيق التدريب انعكس على الأداء وأسلوب المادة المنتجة وطريقة عرضها.
 - ٣/ عدم وجود اهتمام بالرضا الوظيفي للعاملين.
- منهج الدراسة : المنهج الوصفي التحليلي.

اقتصاديات السياحة

تعتبر السياحة بكل أنماطها وأنواعها مصدراً رئيسياً من مصادر اكتساب العملات الأجنبية بما ينفقه السائح على السلع والخدمات من عملات أجنبية وهذا يمثل الجولة الأولى للدخول المتولدة من هذا القطاع وهي الجولة التي يكون أحد أطرافها السائح، مما يعني أن هنالك الصف الأول من المستفيدين من قطاع السياحة وهم الذين يتعاملون مباشرة مع السائح ويوجد صف ثاني وهكذا تسمى هذه الظاهرة لدى الاقتصاديين "مضاعف التجارة الخارجية" أي نشاط تصديري يباع لأجانب يولد زيادة في الدخل القومي تتجاوز قليلاً أو كثيراً عن مقدار الدخل من العملات الأجنبية (السيسي، ٢٠٠٠م: ٩٦-٩٨).

السياحة والتنمية الاجتماعية

السياحة بوصفها نشاطاً إنسانياً يعني استضافة السياح المواطنين منهم (والأجانب) وقد يتطلب الأمر استيراد قوى عاملة أجنبية ذات اختصاصات وجنسيات مختلفة للعمل بالقطاع السياحي وهنا يبدأ الاحتكاك والتفاعل المباشر ما بين سكان المنطقة السياحية المزورة من

جهة السياح سواء أكانوا من حملة جنسية نفس البلد (قادمين من محافظات ومقاطعات أخرى) أم من حملة جنسيات أجنبية (قادمين من أقطار مختلفة) ونتيجة لهذا الاحتكاك والتفاعل المباشر يكتسب الطرفان (تبادلاً اجتماعياً) للعديد من العادات الاجتماعية والتقاليد الجديدة بما فيها بناء وتركيبة اجتماعية أو مستوى تربوي أو اكتساب لغات جديدة، وهذا يعني دخول عادات وتقاليد وتركيبات اجتماعية جديدة على البيئة الاجتماعية، مما يعني أحداث تغيير في التركيبة الاجتماعية وقد تكون سلبية في حين وإيجابية في حين آخر (ملوخية، ٢٠٠٧م: ١١٤).

السياحة والثقافة

الثقافة من صنع الإنسان وتمثل مجموعة خبراته وهي نتيجة لما يمتاز به من قدرات تمكنه من الكشف والاختراع والابتكار، فهي سلوك متعلم يتعلمه الفرد نتيجة وجوده في جماعة لها مثلها وتقاليدها وعاداتها ومعاييرها وقيمها وقوانينها، فهي تنتقل من جيل إلى جيل ومن مجتمع إلى مجتمع عن طريق الاتصال والاحتكاك المباشر أو غير المباشر بالآخرين (زهران، ٢٠٠٤م: ١٨).

لذلك تلعب السياحة دوراً كبيراً في انتقال ثقافات الشعوب وتبادلها والتأثر بالمدينيات حيث يكسب الفرد ثقافات مختلفة تزداد بازدياد ترحاله من بلد إلى آخر وتفتح مداركه وتزيد معلوماته.

نجد أن السياحة أو المجال السياحي له دور إيجابي في المجتمع، فالسياحة تعد محوراً مهماً في محاور الاقتصاد القومي ورأس المال الاجتماعي، ومن خلالها تتسع آفاق الأفراد والجماعات وتنوع أنشطتهم وتعمق قدراتهم وتنمو طاقاتهم وتنمى أرصدهم المعرفية والسياحية. والاتصال الثقافي بين الناس وكسر حلقات التمرکز حول الذات وتتضمن السياحة بطبيعتها التفاعل الثقافي مع مجتمعات وثقافات أخرى، وهنالك مجتمعات تتفاعل ثقافياً من خلال السياحة بأساليب مبتكرة مع ثقافات أخرى مع الاحتفاظ بهويتها الثقافية (زهران، ٢٠٠٤م: ٢٢).

السياحة والبيئة

ثبت بما لا يدع مجالاً للشك أن التطور التكنولوجي يكون على حساب البيئة الطبيعية ونتيجة لذلك برزت قضية حماية البيئة الطبيعية بشكل مركز وواضح في السنوات الأخيرة وقد دعت الهيئات الدولية المعنية بالأمر وعلى رأسها الأمم المتحدة لعقد مؤتمرات من أجل صيانة البيئة والمحافظة على مصادر الطبيعة النباتية منها والحيوانية، فالمعروف أن العرض السياحي يعتمد بشكل كبير على العامل الطبيعي (ملوخية، ٢٠٠٧م: ١٢٣).

السياحة والسلام العالمي

لاشك أن العالم يسعى الآن إلى تحقيق سلام دائم يقوم على التفاهم بين الشعوب والتعارف المباشر بين مواطني الدول المختلفة بل أصبح هذا التفاهم المباشر وذلك التعارف أمراً حتمياً بعد التوصل إلى الأسلحة النووية الحديثة شديدة الفتك، التي أصبحت تهدد وجود البشرية ذاتها وكل ما أنجزته في تاريخها الطويل، وبذلك تكسب السياحة أهمية كبيرة لأنها لا يمكن أن تقوم أو تزدهر إلا في ظل السلام والأمان والاستقرار، كما أنها بذاتها تقوم مباشرة على الاتصال بين الشعوب وتعميق المعلومات وتفاعل الحضارات وتبادل المعرفة ومن ثم تؤدي إلى انتشار التفاهم الدولي والتسامح ومن ثم تخدم مباشرة قضية السلام في العالم.

وقد أصبحت السياحة في نهاية القرن العشرين ظاهرة دولية ضخمة تتصل اتصالاً وثيقاً بمدى تقدم الإنسان وقدرته على استغلال أوقات الفراغ لزيادة إنتاجه بما يعود عليه وعلى الإنسانية جمعاء بالتقدم والرفاه والسلام، وتشير معظم الكتابات إلى السلام بمعنى غياب الحرب ويذهب بعيداً ليشمل سيادة التفاهم والتعاون لتحقيق أهداف مشتركة وبوجه خاص في إطار السياحة (عبد الوهاب، ١٩٩٨م: ١٦-٢٠).

الموارد السياحية

ينتقل السائح من مكان إقامته لمقصد سياحي معين إشباعاً لدوافع متعددة وللمتعة بالموارد السياحية بهذا المقصد وانتفاعاً بها، ولئن اتفق على أن المورد (Resource) هو "كل شيء يشبع حاجة الشخص أو رغبته وهي وسيلة لغاية" فإن الموارد السياحية ليست استثناء من هذا التعريف الجامع. والموارد أو الجاذب أو المغريات السياحية هي كل ما يتوفر في الدولة أو المنطقة المعينة ويكون صالحاً لتلبية دافع سياحي محدد، ولذا تتباين الموارد السياحية وتنوع تنوعاً كبيراً، وقد أورد (روبنسون، ١٩٨٥) ما عرف بقائمة يتركز للموارد السياحية (Hegazi, 2001).

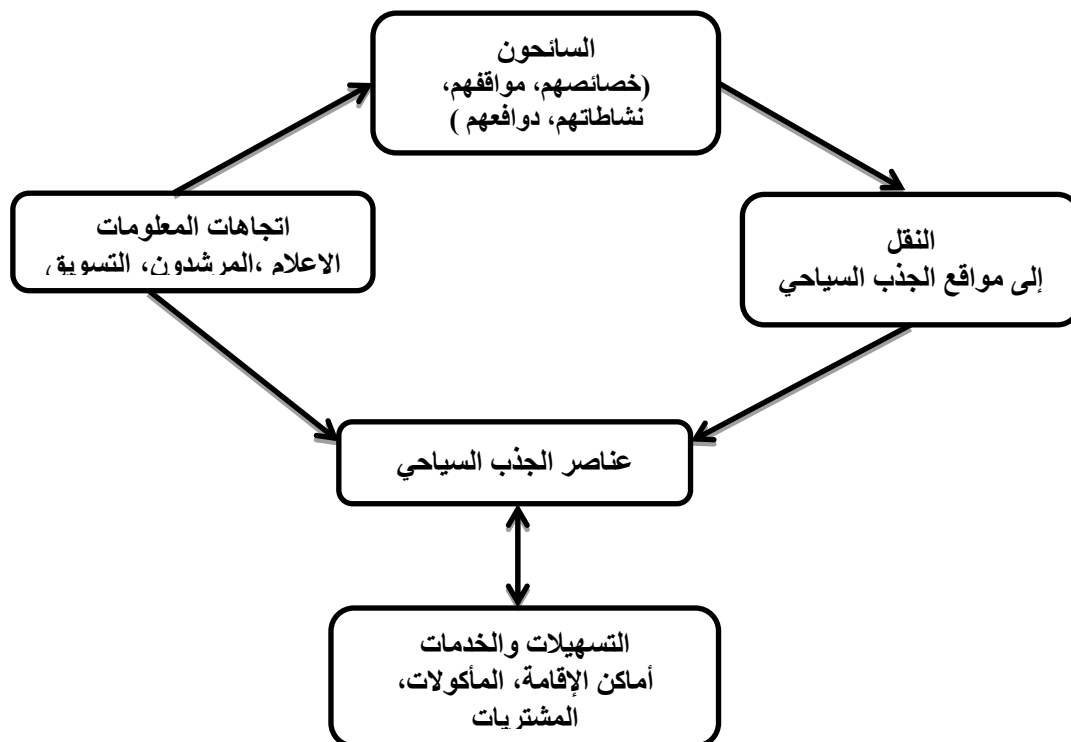
جدول (١/٢/٤) يوضح قائمة ببيتز للموارد السياحية:

(١) الثقافة	(٢) التقاليد
أماكن ومناطق ذات أهمية أثرية متاحف ثقافة عصرية مؤسسات سياسية و تعليمية ديانات	أعياد قومية فنون وحرف يدوية موسيقى فولكلور حياة وطنية وعادات
(٣) مشاهد	(٤) ترفيهية
حدائق عامة حياة برية نباتات وحيوانات منتجعات شاطئية منتجعات جبلية	مشاركة في ألوان الرياضية و مشاهدتها منتزهات للاستمتاع و الترويح حدائق حيوانية و أحياء مائية دور سينما ومسارح
(٥) موارد أخرى	
المناخ منتجعات صحية وعيون معدنية وسائل جذب فريدة غير متاحة في مكان آخر	

المصدر : (روبنسون، ١٩٨٥م).

العناصر الأساسية للسياحة

إن حركة السياحة ليست تفاعلاً ما بين طلب السائح بدوافعه المختلفة و العرض السياحي بجواذبه فحسب و لكنها نظام مركب و متداخل من عدة عناصر أساسية وهي: السائح (الطلب)، اتجاه المعلومات، النقل، عناصر الجذب السياحي، التسهيلات والخدمات.



شكل (١/٢/٤) يوضح آلية حركة السياحة الدولية. (Gunn, 1994)

الأثر المضاعف للإنفاق السياحي

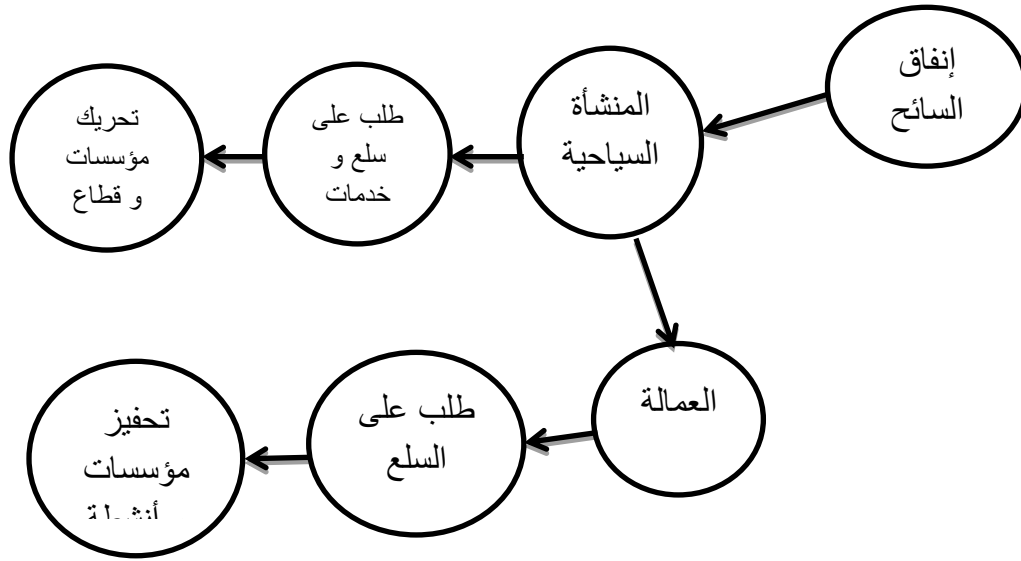
ركز المنهج التقليدي في سعيه لتعداد الفوائد الاقتصادية للسياحة على ما أسماه الأثر المضاعف للإنفاق السياحي وهو مفهوم ينبني على تتبع الآثار الثانوية المترتبة على الإنفاق السياحي ومدى تغلغلها في المجتمع، وهنالك نوعان رئيسيان من الآثار الثانوية هما:

(١) الآثار المباشرة

وهي التغيرات التي تطرأ على المبيعات، الوظائف والدخل للمنشآت المرتبطة خلفياً بالقطاع السياحي في الإقليم، وذلك كالمؤسسات التي توفر السلع والخدمات للمنشآت المرتبطة بالسياحة بالفنادق مثلاً تقوم بشراء كثير من السلع والخدمات من السوق المحلي لإنتاج (ليلة إقامة) وتعتبر كل الجهات التي قدمت هذه الخدمات للفنادق مستفيدة بشكل غير مباشر من إنفاق السائح بالفندق.

(٢) الآثار المحفزة

يقصد بها التغيرات في المبيعات، الوظائف والدخل في الإقليم والنتيجة من إنفاق القطاع العائلي والمتولد عن دخول مكتسبة بشكل مباشر أو غير مباشر من إنفاق السائح حيث أن العمالة في المنشآت السياحية والصناعية المرتبطة بها إنما ينفقون دخولهم في الإقليم خالقين بذلك مبيعات وأنشطة اقتصادية إضافية، وأن هذه الآثار تنعكس بوضوح عندما يحدث انهيار في حجم النشاط السياحي بالإقليم (العراقي، ٢٠٠٨م).



شكل (٢/٢/٤) يوضح أثر الإنفاق السياحي

المصدر: (العراقي، ٢٠٠٨م: ٢٥)

استراتيجية الدولة للترويج للسياحة:

السودان أحوج ما يكون لتنويع صادراته وموارده الاقتصادية، التي تمثل السياحة أحد روافدها والتي ستكون داعماً أساسياً للإيرادات إذا أحسن استغلالها وتوافرت الخطط على المستوى القومي وعلى مستوى وزارة السياحة وأجهزتها المختلفة وتبع ذلك التنفيذ الجيد لهذه الخطط، ويتمتع السودان بميزة نسبية من حيث الجذب السياحي حيث تم تصنيفه عالمياً بأنه واحد من العشر دول الأولى التي تمتلك مقومات سياحية طبيعية وتاريخية. وبالرغم من ذلك نجد أن نصيب السودان من السياحة العالمية لا يزال يواجه قيوداً كثيرة منها قلة الاستثمارات في البنية التحتية ونقص الخدمات الأساسية والتشويه الإعلامي لصورة السودان خارجياً إذ أن الجذب السياحي يعتمد بصورة

أساسية على الترويج والإعلام. وهذا ما يؤكد أن العمل السياحي في السودان أمام تحدٍ كبير ولكي يتم تجاوزه لابد من تضافر الجهود حتى يمكن النهوض بصناعة السياحة وبالتالي زيادة مساهمتها في الدخل القومي والنتائج الإجمالية القومي وتحريك الاقتصاد وتوفير فرص العمل ولذلك اهتمت الخطة الخمسية لوزارة السياحة (٢٠٠٧ - ٢٠١١) بالأوليات الآتية (الخطة الخمسية، ٢٠٠٧-٢٠١١م):

- (١) تطوير البنية التحتية.
 - (٢) تحديث التشريعات واللوائح المنظمة للعمل السياحي.
 - (٣) إعداد الخطة السياحية الحاكمة وتنفيذها.
 - (٤) الترويج للجاذب والمقاصد السياحية.
 - (٥) زيادة الطاقة الإيوائية.
 - (٦) تطوير الحياة البرية وحمايتها وتنميتها.
 - (٧) تطوير المصنوعات اليدوية التراثية.
 - (٨) تأمين المواقع السياحية.
- وأجملت الخطة اختصاصات وزارة السياحة في الآتي (الخطة الخمسية، ٢٠٠٧-٢٠١١م):
- (١) وضع السياسات العامة وخطط وبرامج وتطوير السياحة بما يحقق جوا ملائماً للتواصل الثقافي والاجتماعي مع الشعوب.
 - (٢) توفير الحماية للحفاظ على المنشآت والمناطق السياحية القومية.
 - (٣) وضع المعايير والمواصفات الفنية لمنح التراخيص للأجهزة العاملة في مجال السياحة.
 - (٤) العمل على تنشيط قطاع السياحة عن طريق السياحة عن طريق الترويج داخلياً وخارجياً للمشاريع والامكانيات السياحية بما يتوافق مع قيم وأخلاقيات المجتمع مع التنسيق مع السلطات المختصة.
 - (٥) إجازة المواصفات الفنية للفنادق.
 - (٦) وضع السياسات العامة للدولة في مجال الحياة البرية.
 - (٧) العمل على حماية وتنمية الحياة البرية وإدارة الحظائر القومية.
 - (٨) تنفيذ السياسات العامة المتصلة بحماية الحياة البرية بما يحافظ على البيئة ويصون ثروات السودان المتنوعة في هذا المجال.
 - (٩) وضع المعايير لتنظيم وإصدار تراخيص وتصاريح الصيد وفقاً للقانون.
 - (١٠) العمل على رفع درجة الوعي العام بأهمية الحياة البرية كثروة قومية ومصدر للترويج ومنشط لتشجيع السياحة الداخلية والخارجية.

النتائج والتوصيات

أولاً: النتائج

- ١/ تعتبر السياحة في السودان إحدى الموارد الاقتصادية المهمة التي تحتاج إلى اهتمام عظيم من قبل القائمين على أمر السياحة.
- ٢/ أظهرت الدراسة أن السودان يتمتع بمقومات سياحية متنوعة يمكن أن تضعه في مقدمة البلدان التي تهتم بالسياحية.
- ٣/ أوضحت الدراسة عدم وجود بنىات أساسية وخدمات سياحية متطورة تساهم في عملية الجذب السياحي.

التوصيات

- ١/ يجب على الدولة أن تضع رؤية واضحة للاهتمام بالنشاط السياحي كمصدر إقتصادي وإجتماعي وثقافي وسياسي.
- ٢/ الإهتمام بالبنىات التحتية في المواقع السياحية وتطور الخدمات الفندقية والإتصال وتهيئة الطرق.
- ٣/ تلبية احتياجات السواح من الخدمات السياحية بالصورة التي تتوافق مع المواصفات والمعايير الدولية المطلوبة في المقاصد السياحية.

المصادر والمراجع

- ملوخية، أحمد فوزي (٢٠٠٧م). التنمية السياحية. دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، ط ١.
- حامد، سليمان حامد (٢٠٠٣م). دور التلفزيون في الترويج السياحي في السودان بالتطبيق على تلفزيون السودان، رسالة ماجستير، جامعة امدرمان الاسلامية.

- الخطة الخمسية لوزارة السياحة و التراث القومي ٢٠٠٧ - ٢٠١١ م. وزارة السياحة والتراث القومي، الخرطوم.
- روبنسون، هـ (١٩٨٥). جغرافية السياحة. ترجمة. محبات الامام، دار المعارف، القاهرة
- عثمان، سعد أحمد (٢٠٠٦ م). العلاقات العامة ودورها في الترويج للسياحة. رسالة ماجستير، جامعة أم درمان الإسلامية، السودان.
- عبد الوهاب، صلاح الدين (١٩٩٨ م). الكتاب السنوي للسياحة والفنادق. منشأة المعارف، الاسكندرية.
- الشيخ، الطيب إمام (٢٠٠٣ م). التطور التقني وأثره في أداء المؤسسات الإعلامية بالتطبيق على الهيئة القومية للإذاعة والتلفزيون، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أم درمان الإسلامية.
- السيسي، ماهر عبد الخالق (٢٠٠٠ م). مبادئ السياحة. مجموعة النيل العربية، ط ١. القاهرة.
- لطيف، هدى سيد (١٩٩٤ م). السياحة النظرية والتطبيق. الشركة العربية للنشر، ط ١. القاهرة.
- زهران، هناء حامد (٢٠٠٤ م). الثقافة السياحية وبرامج تنميتها. عالم الكتب، ط ١. القاهرة.

Gunn, C, (1994) "Tourism Planning" New York, 1994.

Hegazi, M. (2001): Economic Resources & Development , Cairo, 2001.