

واقع تسويق السياحة الصحراوية في منطقة العبر بمحافظة حضرموت وسبل تطويرها

د. هاني سالمين بلعفير*

د. خالد محمد الكلدي**

الملخص :

تستهدف هذه الدراسة التعرف إلى مقومات السياحة الصحراوية وأنواعها بمنطقة العبر بمحافظة حضرموت، والآليات والسبل التي يمكن من خلالها إنعاش تسويق السياحة الصحراوية في هذه المنطقة. وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها امتلاك منطقة العبر مقومات سياحية صحراوية متواضعة، وذلك نظرًا لعدم الاهتمام بهذا النوع من السياحة من قبل القطاع العام والخاص، إذ يوجد فيها فندقان فقط (ذوا نجمتين)، يتكون كل منهما من 17 غرفة، ويوجد فيها أيضًا أربعة مطاعم شعبية تقدم مختلف الوجبات الشعبية اليمنية المحببة والذائعة الصيت على المستوى الوطني والإقليمي والعربي، كذلك يوجد في منطقة العبر بعض الآثار القديمة المنتشرة في أطراف صحراء الربع الخالي الجنوبية الشرقية، إضافة إلى وجود عدد من الحصون والقلاع القديمة. وتتم في منطقة العبر ممارسة أنشطة سياحية متعددة، مثل سياحة الاستجمام، والعلاج بالرمل، وسباق الهجن، وسباق السيارات، شواء اللحوم، والغوص في قيم حياة سكان البادية، وغيرها... لكن مستوى الاهتمام بها غير كبير.

1- مقدمة :

تعد السياحة رقمًا صعبًا من أرقام التطور والنمو الاقتصادي لأي دولة، فالسياحة في العصر الحديث ظهرت كالصناعات العالمية الكبرى في القرن العشرين وزادت في النمو بمستوى أسرع في القرن الحادي والعشرين⁽¹⁾. حيث نرى أن الكثير من الدول اتجهت حديثًا إلى الاهتمام بالقطاع السياحي كأحد الموارد المهمة للدخل القومي. "فالسياحة هي واحدة من أهم العوامل التي تؤثر بشكل مباشر على القدرة التنافسية والنمو في المنطقة... ويمكن رؤيتها كمحرك لخلق فرص العمل، والقضاء على الفقر، وضمان المساواة بين الجنسين، وحماية التراث الطبيعي والثقافي"⁽²⁾.

وقد نما الدخل العالمي من السياحة بمعدلات عالية خلال العقد الأخيرين، وأصبح العائد من أعمال السياحة يساهم مساهمة فعالة في إجمالي الناتج المحلي لكثير من الدول؛ إذ تشير تقارير المنظمة العالمية للسياحة إلى أن الناتج المحلي يزيد عن الدخل من القطاعات الأخرى باستثناء قطاعي البترول والصناعات المرتبطة به، وصناعة السيارات والصناعات الأخرى المرتبطة⁽³⁾. وهذه المؤشرات تعد دليلاً علميًا وعمليًا على

* أستاذ مشارك، قسم إدارة الأعمال - كلية العلوم الإدارية، جامعة حضرموت.

** أستاذ مساعد، قسم إدارة الأعمال - كلية العلوم الإدارية، جامعة حضرموت.

The Reality of Desert Tourism Marketing in Al-Abr Region of Hadhramout Governorate and Ways to Develop it

Abstract

The study aims to get acquainted with the ingredients and types of desert tourism in Al-Abr region of Hadhramout governorate and the ways through which the marketing of desert tourism in this region can be revived. The study reached a set of results, the most important of which is the fact that the Al-Abr region has modest desert tourism components, due to the lack of interest in this type of tourism by the public and private sector. There are only two hotels (two stars), each of them consists of 17 rooms, also there are four popular restaurants that offer various popular Yemeni meals at the local, regional and Arab levels, There are also some ancient ruins scattered in the outskirts of the desert of the Rub Al Khali in the southeast and many forts and ancient castles. There are several tourism activities such as recreation tourism such as : sand therapy, camel racing , car racing, barbecue evenings, and adventure tourism. Moreover, diving tourism in the values of the lives of the desert inhabitants, and other activities, but the level of interest in them is not significant.