

العوامل الخارجية		العوامل الداخلية	
التحديات	الفرص	مواطن الضعف	مواطن القوة
1. تعرض المدن التاريخية والمعالم التاريخية والمواقع الأثرية للاندثار والهدم والعبث.	1. زيارة إعداد كبيرة من السياح العرب والأجانب لوادى حضرموت	1. ضعف البناء المؤسسي للسياحة.	1. وجود مدن تاريخية وحصون وقلاع وعاديات ومستوطنات بشرية ومساجد تاريخية وأضرحة وقباب لأنبياء ورجال دين ومصلحين اجتماعيين.
2. تعرض الموروث الثقافي والحضاري وبعض أنواع الحرف اليدوية للتلاشي والمنافسة.	2. إمكانية الترويج للمنتج السياحي اليمني في الدول العربية على وجه الخصوص دول الخليج العربي كونها تمثل أسواق طلب سياحي كبير إلى جانب إنفاق السائح الخليجي يفوق السائح الأوروبي بمقدار الضعف أي يقدر بـ 1500 دولار للسائح.	3. عدم الاهتمام بتفعيل اللوائح والتشريعات السياحية والرقابة على المنشآت السياحية.	2. وجود موروث ثقافي وحضاري عريق وثرى.
3. استخدام مواد بناء دخيلة على البيئة المحلية.	3. وجود فرص استثمارية في قطاع السياحة بالإضافة إلى مزايا قانون الاستثمار .	4. عدم مواكبة التشريعات السياحية للسياحة بوصفها صناعة.	3. وجود حرف يدوية (صناعات تقليدية).
4. تدني مستوى خدمات البنية الأساسية في المواقع السياحية.	4. إمكانية توجيه رؤوس الأموال العربية والمحلية نحو الاستثمار في قطاع السياحة .	5. تدني مستوى الإرشاد السياحي.	4. طابع العمارة الحضرمية الفريد.
5. قلة الإعتمادات المالية المعتمدة لمكتب السياحة من قبل وزارة المالية.	5. الاهتمام المتزايد من قبل الحكومة والقطاع الخاص تجاه السياحي.		5. وجود متحف للعادات والتقاليد والآثار.
6. عدم تخصيص خانات وظيفية لمكتب السياحة لتغطية حاجته من المختصين في مجال الإحصاء والتخطيط السياحي وأعداد الدراسات والتصاميم للمشاركة السياحية.	6. اهتمام العديد من المنظمات والهيئات الدولية والإقليمية بالحفاظ على المعالم التاريخية والمدن التاريخية.		6. وجود مكتبة الأحقاف بمدينة تريم التي تحوي تحف نادرة من المخطوطات القيمة أما لندرته أو لقدم نسخها وجودته أو مخطوطات أصلية تعتبر النسخ الأم.
	7. اهتمام دولي وإقليمي بدعم عملية التنمية في اليمن .		7. كذلك تحوي عدد كبير من الكتب المخطوطة في شتى المعارف والعلوم.
			8. وجود مساحات صحراوية تصلح لممارسة الأنشطة السياحية الصحراوية.
			9. وجود اجتماعي نسبي بأهمية السياحة.
			10. وجود طلب كبير على السياحة الثقافية والتاريخية لاسيما في أسواق الطلب السياحي الأوربية.
			11. إمكانية استغلال العلامات الاجتماعية التي تربط حضرموت بسكان عدد من دول جنوب شرق آسيا للترويج للمنتج السياحي اليمني عموماً وحضرموت خاصة في هذه الدول يعد من أسواق الطلب السياحي الواعدة.

			<p>11. وجود منفذين دوليين بريين يربطان حضرموت بدول مجلس التعاون الخليجي الأول من جهة الشرق عبر منفذ شحن مع سلطنة عمان والآخر من جهة الشمال عبر منفذ الوديعة مع المملكة العربية السعودية. ووجود منفذ دولي جوي (مطار سيئون الدولي).</p>
--	--	--	---

المشاكل المحورية والفرعية لمحاور ومرتكزات تنمية القطاع السياحي بوادي حضرموت

	1				
	2				
)	3		1		1
(	4				
	5				
	1				
	2				
	3		1		2
)	4				
(					

	1				3
	2				
+	3				
	4				
	1				4
	2				
	3				

المشاكل الفرعية	م	المشكلة المحورية	م	المحور	م
عدم وجود إدارة فنية بالمكتب نعني بعملية الترويج و الإعلام السياحي	1	ضعف الترويج و الإعلام السياحي على المستوى المحلي و الإقليمي و الدولي	1	زيادة فاعلية الترويج و الإعلام السياحي	5
غياب التنسيق بين الاجهزة الإدارية للسياحة و المؤسسات الإعلامية ووكالات و مكاتب السفر و السياحة لتفعيل عملية الترويج و الإعلام السياحي	2				
ضالة المخصصات المالية المعتمدة للترويج و الإعلام السياحي	3				
عدم وجود دليل سياحي و خريطة سياحية لحضرموت	4				
ضعف استغلال التقنية العلمية في عملية الترويج و الإعلام السياحي	5				
قلة عدد المشاركات في المهرجانات و المعارض السياحية الدولية و الإقليمية	6				

## إستراتيجية تنمية قطاع السياحة بالوادي و الصحراء م / حضرموت في إطار إستراتيجية النمو و التخفيف من الفقر 2006-2015 م / حضرموت

إن الغاية من إعداد إستراتيجية تنمية القطاع السياحي بوادي حضرموت و الصحراء تتمثل في:

( النهوض بالقطاع السياحي بوادي حضرموت و الصحراء ليسهم كغيره من القطاعات الاقتصادية الأخرى في عملية التنمية الاجتماعية و الاقتصادية)

ويهدف الوصول إلى تحقيق هذه الغاية تم الوقوف على واقع الحال لقطاع السياحة في الوادي و الصحراء م/حضرموت وذلك من خلال تحليل الوضع الراهن للقطاع باستخدام أسلوب ( sowl) والذي بواسطته تم التعرف على مواطن القوة ومواطن الضعف لقطاع السياحة وهي تمثل البيئة الداخلية , كما تم الكشف عن الفرص التي يمكن استغلالها لتنمية القطاع وكذا التهديدات وكل ذلك يمثل البيئة الخارجية. وكنتيجة لتحليل ( sowl) أتضح أن وادي حضرموت يزخر بأنواع مختلفة من المقومات التاريخية و الحضارية و الثقافية و المتمثلة في عدداً من المواقع الأثرية و التي يقدر عددها ب (132) موقعاً , وعدداً من الحصون و القلاع يقدر عددها (83) , وعدداً من القباب يقدر عددها ب (65) قبة. إلى جانب عدداً من المساجد التاريخية , أضف إلى ذلك طابع العمارة الحضرمية – والموروث الثقافي و الفلكور الشعبي.... وكل ذلك إذا ماتم استغلاله وتصنيعه سياحياً من خلال الترويج له ومد المواقع السياحية بحاجتها من خدمات البنية التحتية من فنادق و استراحات وطرق و كهرباء و مياه و نظافة .... إلخ.

يمكن تنشيط نمط السياحة الثقافية و التاريخية و التي تحظى بطلب سياحي كبير كما أكدت ذلك دراسة عن السياحة في حضرموت تمت عام 2002م أوضحت أن 67% من السياح الواصلين إلى وادي حضرموت تمت عام 2002 م كان دافع زيارتهم ثقافية تاريخي.

وخالصة لما تقدم فإن إستراتيجية تنمية القطاع السياحي قد تضمنت جملة من الأهداف الرامية إلى تنشيط نمط السياحة الثقافية و التاريخية وقد وضعت جملة من السياسات الرامية إلى تحقيق تلك الأهداف و صولاً إلى تحقيق غاية الإستراتيجية التنموية لقطاع السياحة بوادي حضرموت.

التوجيهات الإستراتيجية لتنمية قطاع السياحة بوادي حضرموت والصحراء

2015-2006م

م	الأهداف التنموية	الأهداف الفرعية	مؤشر القياس	وحدة القياس	بيان الأساس 2005م	المستهدف 2010م	المستهدف 2015م	السياسات
1	زيادة العائدات السياحية	زيادة عدد السياح الأجانب والعرب الواصلين إلى وادي حضرموت	عدد	سائحا	23831	41999	74016	(1) الاهتمام بالمنتج السياحي وتهيئته وتصنيعه سياحيا. (2) الترويج للمنتج السياحي بوادي حضرموت بإصدار عدد من البروشورات وإصدار دليل سياحي وخارطة سياحية لوادي حضرموت . (3) البحث عن أسواق جديدة للطلب السياحي كأسواق دول الخليج ودول جنوب شرق آسيا.
		زيادة عدد السياح المحليين الواصلين إلى وادي حضرموت	عدد	سائحا	58046 7	102295	180277	(4) تشجيع السياحة الداخلية من خلال عمل تخفيضات في أسعار الخدمات السياحية. (5) تنظيم رحلات سياحية لموظفي الجهاز الإداري للدولة والمدارس والمؤسسات التعليمية الجامعية خلال العطل الرسمية بتكاليف تتناسب ومستوى الدخل. (6) تنويع فعاليات البرامج السياحية. (7) إقامة محلات لبيع التحف والتذكاريات ومنتجات الحرف اليدوية

م	الأهداف التنموية	الأهداف الفرعية	مؤشر القياس	وحدة القياس	بيان الأساس 2005	المستهدف 2010	المستهدف 2015	السياسات
2	رفع مستوى الخدمات الأساسية الداعمة للنشاط السياحي	زيادة عدد الفنادق	عدد	فندقا	30	40	54	تشجيع القطاع الخاص للاستثمار في مجال الفنادق
		إقامة عددا من الاستراحات بكامل خدماتها بما في ذلك المبيت ودورات المياه	عدد	استراحة	0	4	7	1- تحديد وحجز مساحات مناسبة لإقامة تلك الاستراحات وذلك في الأماكن التالية مرتبة حسب الأولوية وهي: أ) منفذ الوديعه. ب) منطقة حلية م /ثمود ت) فوق رأس عقبة عشعش ثمود ث) منطقة غيل عمر ساه ج) منطقة بن عيفان ح) منطقة الصافق رحية خ) مفرق دوعن وادي العبر (2) إعداد الدراسات وتصاميم تلك المشاريع

التوجيهات الإستراتيجية لتنمية قطاع السياحة بوادي حضرموت و الصحراء

2006م - 2015م

م	الأهداف التنموية	الأهداف الفرعية	مؤشر القياس	وحدة القياس	بيان الأساس 2005م	المستهدف 2010م	المستهدف 2015م	السياسات
	تابع (رفع مستوى الخدمات الأساسية الداعمة للنشاط السياحي)	3. إقدام عددا من المطاعم السياحية	عدد	مطعما	0	4	6	1. تحديد أماكن مناسبة لإقامة تلك المطاعم بحيث تكون مطلة أو قريبة من مناظر سياحية تاريخية و طبيعية وذلك في الأماكن التالية مرتبة حسب أهميتها: ا- مدينة سيئون ب- مدينة تريم ت- مدينة شبام 2. إعداد المواصفات و المقاييس السياحية. 3. عرض تلك المشاريع للاستثمار.
3	تشجيع الاستثمارات السياحية	1. زيادة حجم الاستثمارات السياحية	إجمالي قيمة الاستثمارات في القطاع السياحي	الف ريال	72649 9	55168 56	41893 626	1. منح المستثمرين جميع المزايا التي تضمنها قانون الاستثمار. 2. تحديد وحجز مواقع الاستثمار السياحي. 3. إعداد المخططات و التصاميم ودراسة الجدوى الاقتصادية للمشاريع الاستثمارية و عرضا للمستثمرين. 4. الحد من الروتين الإداري و تداخل الاختصاصات. 5. الحد من الرسوم المفروضة على المنشآت السياحية وكذا ارتفاع قيمتها. 6. تخفيض رسوم إدخال التيار الكهربائي و قيمة الاستهلاك.

التوجيهات الأساسية لتنمية قطاع السياحة بوادي حضرموت و الصحراء 2006م/2015م

م	الأهداف التنموية	الأهداف الفرعية	مؤشر القياس	وحدة القياس	بيان الأساس 2005م	المستهدف 2010م	المستهدف 2015م	السياسات
5	1. زيادة مساهمة القطاع السياحي في خلق فرص عمل	1. زيادة عدد العاملين في الخدمات الفندقية	12 عاملا متوسط إجمالي العاملين في الفنادق البالغ عددها (30) فندقا عام 2005م	عاملا	360 عاملا	480 عاملا	648 عاملا	1. فتح أقسام تخصص سياحة و فندقة في كلية المجتمع سيئون.
								2. إنشاء معهدا للسياحة و الفندقة.
		2. زيادة عدد العاملين في الإرشاد السياحي	مرشد سياحي 15/1 سائحا خلال العام	مرشد سياحي	8	16	27	3. تحفيز مخرجات التعليم الأساسي و الثانوي على الالتحاق بهذه المؤسسات التدريبية و المتخصصة سياحة و فندقة.
								4. ضرورة استيعاب المنشآت الفندقية لمخرجات السياحة و الفندقة.