

# تاريخ القلاع في المنطقة الشرقية ودعمها لجهود الشارقة في الجدب السياحي<sup>(\*)</sup>

باحث دكتوراه / خالد أحمد عبيد الشبيبي  
قسم التاريخ والحضارة الإسلامية  
جامعة الشارقة

د / منى عبد القادر بونعامه  
معهد الشارقة للتراث

أ.د / مسعود ادريس  
أستاذ قسم التاريخ والحضارة الإسلامية  
كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية  
جامعة الشارقة

## المخلص

تناولت الدراسة تاريخ القلاع في المنطقة الشرقية والتي تشمل مدنها الثلاث وهي خورفكان ولباء ودبا الحصن والتي قد شهدت اهتماماً كبيراً من حكومة الشارقة مما جعل لها قيمة سياحية في المنطقة والدولة، وتمثلت مشكلة هذه الدراسة في إيجاد العلاقة بين القلاع التاريخية في المنطقة الشرقية مع جهود الشارقة في الجذب السياحي، وتتبع أهمية الدراسة من خلال الأهمية العملية بكون الدراسة مرجعاً عملياً لإثراء المكتبات ودعم الدليل السياحي في الدولة والأهمية العملية التطبيقية التي تتمثل في وجود دوراً مهماً للقلاع التاريخية والجهود الحكومية في الجذب السياحي للشارقة، وتهدف الدراسة للتعريف بالقلاع التاريخية بالمنطقة الشرقية ودورها في تنشيط السياحة في المنطقة وكذلك التعريف بالجذب السياحي وبيان دور الطفرة العمرانية في المنطقة الشرقية ومدى تأثيرها على الجذب السياحي في الشارقة، وقد توصلت الدراسة لعدة نتائج وتوصيات من أهم نتائجها ركود العملية السياحية في فترة الصيف الحار حسب اطلالة المنطقة على الخليج العربي، وكذلك وجود الدور الكبير للقلاع التاريخية في المنطقة الشرقية في الجذب السياحي، وجاءت أهم التوصيات بالسعي لتلافي مشكلة المناخ الحار في الصيف وإيجاد طرق بديلة لدفع عجلة السياحة وكذلك الترميم والصيانة للقلاع والحصون بالمنطقة والاهتمام بدراسة تاريخ تلك القلاع والترويج لزيارتها.

الكلمات المفتاحية: خورفكان، لباء، دبا الحصن.

(\*)مجلة المؤرخ المصري، عدد يولييه ٢٠٢٤، العدد الخامس والستون.

## **The history of calligraphy in the Eastern Province lends itself to tourism efforts in tourist attractions**

The study dealt with the history of castles in the eastern region of Sharjah, which includes its three cities, namely Khor Fakkan, Kalba, and Dibba Al Hisn, which have witnessed great interest from the government of Sharjah, making it a tourist destination in the region and the country. The problem of this study was to find the relationship between the historical castles in the eastern region with Sharjah's efforts in Tourist attraction, and the importance of the study stems from the scientific importance of the study being a scientific reference to enrich libraries and support the tourist guide in the country and the practical practical importance that is represented in the presence of an important role for historical castles and government efforts in tourist attraction for Sharjah.

The study aims to introduce the historical castles in the Eastern Region and their role in stimulating tourism in the region, as well as introducing tourist attractions and explaining the role of the urban boom in the Eastern Region and the extent of its impact on tourist attractions in Sharjah. The study reached several results and recommendations, the most important of which is the stagnation of the tourism process in the hot summer period according to the view. The region is on the Arabian Gulf, as well as the great role of historical castles in the eastern region in attracting tourists. The most important recommendations were to seek to avoid the problem of the hot climate in the summer and to find alternative ways to boost tourism, as well as the restoration and maintenance of castles and forts in the region, and the interest in studying the history of those castles and promoting visiting them.

**Keywords:** Khorfakkan, Kalba, Dibba Al-Hisn.

### **المقدمة**

السياحة في العالم أصبحت من أهم الاقتصاديات التي تعتمد عليها الشعوب، وأصبح الاهتمام بها من الضروريات لزيادة الاقتصاد وتحريك عجلة التنمية في البلاد، وسعت الكثير من الدول لايجاد عوامل جذب سياحية كبيرة وتسويق للسياحة في مختلف المجالات، ونجد أن دولة الإمارات العربية المتحدة من أوائل الدول التي تسعى لحركة سياحية كبيرة وأصبحت قبلة للزوار بما تم

توفيره وتجهيزه من الجاذبات السياحية واهتمت بالمواقع السياحية والأثرية في جذب السياح وبذل جهود كبيرة للاستثمار في القطاع السياحي وتهيئة المناخ الجاذب للسياح وتحفيزهم لزيارة الدولة.

تناولت الدراسة قلاع المنطقة الشرقية وتاريخها مما يوضح صورة ما تتميز به هذه القلاع من أدوات جذب لتنشيط السياحة وجذب السياح للمنطقة بشكل كبير وإمارة الشارقة تعمل بتناغم مع مؤسسات الدولة في قطاع السياحة فقامت بالاهتمام بالسياحة والتسويق لها عبر الاهتمام بالبنية التحتية والمواصلات والطرق العابرة وربط المدن بعضها ببعض، ومن المدن الكبيرة في الشارقة نجد المنطقة الشرقية التي تشمل ثلاث مدن كبيرة وهي خورفكان ودبا الحصن وكلباء وقد شهدت تلك المدن في الفترة الأخيرة تطوراً عمرانياً كبيراً وشبكة طرق ممتازة وجسور قد ساعدت في إقبال السياح لتلك المنطقة السياحية والتي تمتاز بمناخ سياحي جاذب ومناطق أثرية وسياحية.

### مشكلة الدراسة:

تتمثل مشكلة الدراسة في تعميق مفهوم السياحة والتسويق الجاذب للسياح في المنطقة الشرقية وكيفية تمهيد الطريق لحركة سياحية في الشارقة عامة وفي المناطق الشرقية للإمارة بحيث تكون جاذبة للسياح وتخدم القطاع السياحي في الدولة والإمارة مع كيفية التقنين والتنظيم لتلك القطاعات الحيوية، وكذلك معرفة الدور الذي يمكن أن تقدمه القلاع التاريخية في المنطقة الشرقية في مجال السياحة ويمكن تلخيص المشكلة في التساؤل عن كيفية الوصول للفائدة المرجوة من وجود القلاع التاريخية في المنطقة الشرقية من تنشيط حركة السياحة.

### أهمية الدراسة:

تتضح أهمية الدراسة من خلال شقين يمثل الشق الأول الأهمية العلمية بكون الدراسة مرجعاً علمياً لإثراء المكتبات ودعم الدليل السياحي في الدولة،

تاريخ القلاع في المنطقة الشرقية ودعمها لجهود الشارقة في الجذب السياحي

كما يشمل الشق الآخر الأهمية العلمية التطبيقية التي تتمثل في وجود دور مهم للقلاع التاريخية والجهود الحكومية في الجذب السياحي للشارقة ودعم الاقتصاد بالجذب السياحي.

### أهداف الدراسة:

١. التعريف بالجاذبات السياحية.
٢. تحديد المناطق السياحية والأثرية في المنطقة الشرقية.
٣. التعريف بالقلاع التاريخية في المنطقة الشرقية.
٤. التسويق السياحي للإمارة خارجياً وداخلياً.
٥. إظهار دور القلاع التاريخية في المنطقة الشرقية في تنشيط السياحة وجذب السياح.

### منهجية الدراسة:

تعتمد الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لتغطية أدبيات الدراسة والمنهج التاريخي لتغطية جوانب تاريخ القلاع في المنطقة الشرقية ودورها في السياحة في الشارقة والمناطق الأثرية التي تكون محوراً للدراسة.

### فرضيات الدراسة:

١. الفرضية الصفرية وتتمثل في عدم جدوى الحركة السياحية ووجود القلاع في المنطقة الشرقية في دفع عجلة السياحة في الشارقة.
٢. الفرضية البديلة وتتمثل في إيجاد دوراً كبيراً لوجود القلاع التاريخية والجهود الحكومية في المنطقة الشرقية لدعم الحركة السياحية في الشارقة ونجاحها في جعل الشارقة محط أنظار السياح في العالم.

## مفاهيم الدراسة:

**السياحة:** يرتبط مفهوم السياحة Tourism بدءاً بالانتقال، أو المشي، أو التنقل والترحال، وذلك من خلال الاعتماد على العديد من الوسائل والطرق المختلفة منذ القدم وحتى الآن، والمتفق عليها حول مصطلح السياحة هو أنها تعتبر كافة الأنشطة التي تجعل الأشخاص متواجدين في مكان واحد خارج النطاق الجغرافي الأساسي لهم لفترة أكثر من ٢٤ ساعة بهدف الحصول على الترفية أو قضاء الأجازات أو لأي هدف يختلف عن العمل يعتبر سياحة<sup>(١)</sup>.

**الجاذبات السياحية:** عبارة عن الدوافع والمحفزات الداخلية التي تحفز الإنسان لزيارة موقع سياحي معين سواء كان موقعاً طبيعياً أو بشرياً<sup>(٢)</sup>.

**السياحة الدينية:** هي السياحة الإسلامية وهي مفهوم حديث نسبياً في قطاع السياحة، شهد انتشاراً واسعاً وتطوراً كبيراً في الأعمال والنشاطات المقدمة للسياح، وهي تسمح بتوفير أماكن إقامة مميزة والسفر والترفية المتوافق مع ضوابط الشريعة الإسلامية<sup>(٣)</sup>.

**التسويق السياحي:** هو نشاط إداري وفني تقوم به المنظمات والمنشآت السياحية داخل الدولة وخارجها؛ لاكتشاف وتحديد الأسواق السياحية المتوقعة والتأثير فيها بهدف تنمية الحركة السياحية، وتحقيق أكبر قدر من الإيرادات السياحية.

أيضاً عُرِف بأنه: "العملية التي يمكن من خلالها التوازن بين متطلبات السائحين وأهداف المؤسسة أو المنطقة السياحية"<sup>(٤)</sup>.

أيضاً عُرِف بأنه: "نشاط شامل ومتكامل يضم جميع الجهود المبذولة لجذب السائح الدولي والمحلي لزيارة المناطق السياحية الدولية، وتبدأ الجهود بشكل مباشر من إعداد البرامج السياحية حتى التعاقد مع السائحين إلى إتمام البرامج"<sup>(٥)</sup>.

**الخدمات السياحية:** هي التي تقدم في المكان الذي يتقابل فيه الفوج السياحي باختلاف أشكاله وفئات السائحين بالعرض السياحي سواء بشكله العام أي ما يتوافر له من خدمات بشرية إلى جانب خدمات سياحية طبيعية من بحر وجبال وغابات وصحراء وأشعة الشمس وأماكن أثرية ودينية وموقع هام أو بشكله الاصطناعي وهو ما تقدمه الدولة والقطاع الخاص من خلال المؤسسات المختلفة التي تعمل في مجال تقديم الخدمات السياحية.<sup>(٦)</sup>

#### الدراسات السابقة:

هناك العديد من الدراسات السابقة التي تناولت الجاذبات السياحية والترويج السياحي بشكل عملي عام وهناك دراسات متخصصة تناولت تلك الحركة السياحية في الشارقة ونظراً لمناهج البحث العلمي نختر بعضاً من تلك الدراسات كالتالي:

#### دراسة: جعفر، اقبال (٢٠١٨):<sup>(٧)</sup>

هدفت الدراسة للتعرف على السياحة الالكترونية وأثرها في تطور صناعة السفر والسياحة، وذلك من خلال عرض لتجربة دولة الإمارات العربية المتحدة والإجراءات الخاصة بها التي توظف فيها السياحة الالكترونية والعمل على دعم وتعزيز صناعة السفر والسياحة، توصلت الدراسة للعديد من النتائج:

- السياحة الالكترونية من أهم مظاهر واشكال السياحة الحضارية التي تواكب العصر.
- تساعد السياحة الالكترونية على زيادة أعداد السياح والتشجيع على السفر والزيارات المختلفة للدول.
- تعتبر السياحة الالكترونية مصدراً للسياحة في الوقت الحالي.

دراسة: علاء مكي الشمري (٢٠١٨) (٨)

تناولت الدراسة الاعلام السياحي في الإمارات ومدى تأثيره في صناعة السياحة في مدينة الشارقة، قامت الدراسة على عدة من محاور، بعضها يخص مؤسسات وجهات اعلامية تعتبر مسؤولة عن تقديم الاعلام السياحي كجزء من رسالتها أو يشكل رسالة وهدفا رئيسا لأعلامها كما أن هذه الدراسة موجهة للباحثين المهتمين بالإعلام والبرامج السياحية لتوفير معلومات موثقة وتهدف إلى توضيح أهمية الإعلام السياحي والكشف عن مواطن الضعف فيه وسبل رفع كفاءته، واقتراح توصيات مدروسة وعملية واطلاع العاملين في مجال الإعلام والسياحة إلى نتائج الاستبيان الذي صممه وحمله الباحث الذي من الممكن أن يمنحهم فرصا لتحسين برامجهم المختلفة وفي إطار الاجراءات قام الباحث بتصميم استبانة تضمنت أربعة وعشرين تساؤلا أجاب عنها بشكل صحيح ١٥٠ مبحوثا من مجموع العينة البالغة ١٦٠، وبعد وصول بيانات كثيرة لمن أجريت عليهم الدراسة تم تدقيق قواعد البيانات الواردة ثم اعتمادها وتحليلها لاستخلاص النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

دراسة: غرفة تجارة وصناعة دبي (٢٠١٨): (٩)

أكدت الدراسة أن دولة الإمارات تحتل المركز الأول عالميا في الإنفاق على السياحة الحلال بحجم إنفاق بلغ نحو ٦,١٧ مليار دولار خلال العام ٢٠١٧ كما أنها استمرت في صدارة منطقة شمال افريقيا والشرق الأوسط من حيث توفر أكثر بيئات العمل تنافسية للاستثمار في أنشطة السفر والسياحة وتطوير البنية التحتية للنقل الجوي وجاهزية التكنولوجيا المتقدمة.

ويأتي إطلاق الدراسة بالتزامن مع انعقاد الدورة الرابعة من القمة العالمية للاقتصاد الإسلامي وتنظيمها غرفة تجارة وصناعة دبي ومركز إمارة دبي لتطوير الاقتصاد الإسلامي بالتعاون مع وكالة تومسون رويترز كشريك استراتيجي تحت شعار "معا لريادة المستقبل".

وبينت الدراسة أنه بفضل ارتفاع نصيب الفرد من الدخل تتصدر دول مجلس التعاون الخليجي صدارة قائمة مصادر السياح المسلمين وذلك بناء على الإنفاق في الخارج حيث جاءت دولة الإمارات في المرتبة الاولى في حين استمرت منطقة جنوب شرق آسيا بفضل توسع الطبقة الوسطى في الدول المكتظة بالسكان مثل إندونيسيا وماليزيا في صدارة القائمة من حيث عدد المسافرين المسلمين.

## المبحث الأول

### تطور الجاذبات السياحية في إمارة الشارقة

وفقا لطبيعة الدراسة الخاصة بها فإننا سنعرض لأهم المراحل والنقاط والخطوات الخاصة بالتطور التاريخي لصناعة السياحة والضيافة في إمارة الشارقة منذ عام ١٩٨٠ وحتى عام ٢٠١٠، مقسمين هذه الفترة الزمنية إلى مراحل متفاوتة يتم فيها عرض أهم التطورات التي حدثت في مجال السياحة وما قامت به دولة الإمارات العربية المتحدة لتطوير قطاع السياحة وإمكانية تقديم الخدمات بشكل أكثر رقي، ولقد نجحت الإمارات العربية المتحدة في ذلك وإمكانية العمل على خلق وصل وتكامل بين السياحة كمصدر دعم للاقتصاد القومي وأيضاً كمصدر لمصناعة يتم من خلالها تطوير المقومات الدولية وتعزيز المكانة الخاصة بالدولة في العالم العربي بشكل خاص وفي العالم كله بشكل عام. (١٠)

### المطلب الأول مفهوم وملامح الجذب السياحي

الجذب السياحي يعتبر العملية التسويقية للسياحة وإدارة سمعة المنطقة السياحية لتشويق السياح وحثهم على الزيارة السياحية للمناطق والمواقع الأثرية، وللتعرف على مكونات وملامح الجذب السياحي والترويج للسياحة وذلك عبر المحاور التالية:



## أولاً: مفهوم الجذب

الجذب هو الأنشطة التي تم فيه حدود الجهود التسويقية لنشاط تجارى لايصال المنتجات إلى أفكار المستهلكين واقناعهم بالشراء<sup>(١١)</sup>.

## ثانياً: وظائف الجذب:

يحصل العميل على مزايا مباشرة من عملية الجذب أهمها:

١. خلق الرغبة بهدف زيادة أنشطة الجذب السياحي للوصول للمستهلكين وتوفير ما يحتاج إليه من خدمات سياحية.
٢. إن وفرة المعلومات للمستهلكين حول منتج جديد قد يوفر للمستهلكين الرضا والفهم للسعر والحجم والضمان المقدم للمنتج.
٣. تحقيق التطلعات للمستهلك حيث يعتمد العرض الترويجي على رغبات الأشخاص الذين يشترون مثل هذه التوقعات عندما يشترون سلعة معينة<sup>(١٢)</sup>.

ويعتمد على الجذب والترويج لكي يشكل تأثيراً على الطلب بوحدة من الطرق التالية:

١. الإعلان لتحقيق قدر كبيراً من المبيعات من خلال تحفيز الباعة والموزعين والمستهلكين وتنشيط المبيعات وما إلى ذلك والتحكم والسيطرة على مشكلة تدني المبيعات
٢. تقديم منتج أو خدمة جديدة.
٣. التغلب على مشكلة الإقناع وابتكار وسائل الإقناع القائمة على الأساليب النوعية والكمية<sup>(١٣)</sup>.

ثالثاً: أهداف الجذب والترويج :

يمكن القول بأن الجذب يهدف إلى تحقيق ما يلي:

تاريخ القلاع في المنطقة الشرقية ودعمها لجهود الشارقة في الجذب السياحي

١. العمل على إقناع المستهدفين من المستهلكين بالفائدة التي يقدمها المنتج التي تؤدي إلى تلبية احتياجاتهم ورغباتهم .

٢. تزويد المستهلكين الحاليين والمحتملين بمجموعة متنوعة من المعلومات والبيانات حول منتجاتهم أو خدماتهم بالوقت والوسائل الترويجية المناسبة.

٣. العمل على تحويل اتجاهات المستهلك وآرائه وأنماط السلوك في السوق المستهدف إلى سلوك إيجابي للسلع والخدمات التي يتم تداولها .

٤. تعميق الموقف الإيجابي الحالي للمستهلكين حول الخدمة، لدفعهم لشرائه لأسباب مقنعة<sup>(١٤)</sup>.

أن الاستراتيجية الخاصة بالجذب تعتبر أحد أجزاء استراتيجية التسويق العامة للمؤسسة، والتي أنشئت للتواصل مع السوق والتي تمارس في حيز طبيعة أنشطة المؤسسة.<sup>(١٥)</sup>

### أهداف ومحاور الجذب السياحي

أن برنامج الجذب السياحي يركز بشكل أساسي على الخدمات غير الملموسة مقارنة بالسلع الملموسة، بحيث يكون لبرنامج الجذب للخدمات ثلاثة أهداف رئيسية هي: <sup>(١٦)</sup>

- ✓ تقديم الخدمات في المظهر والشكل الأكثر جاذبية للسياح.
- ✓ تمييز خدمات جذب سياحي معينة عن الخدمات الأخرى للسياح.
- ✓ ادارة السلعة بشكل جيد لتنظيم حركة السياحة على المدى الطويل.

يتحمل الجذب السياحي مسؤولية كبيرة في نقل ما تريد السلطات السياحية نقله، اعتماداً على الأهداف العامة لاستراتيجية السياحة، وخاصة أهداف الترويج.<sup>(١٧)</sup>

### كما يمكن عن طريق الجذب السياحي تحقيق هدفين: (١٨)

- الهدف الأول يتمثل في إعادة تقديم الخصائص غير الملموسة للخدمة السياحية، وجعلها أكثر تحديداً، باستخدام الوسائل المختلفة للترويج والتأثير بنشاط على السياح.

- الهدف الثاني يكمن في بناء ومراقبة توقعات السائح والعمل على ازالة أو تقليص الفجوة بين توقعات السائح وتجاربه وتصوارته والانطباعات التي تكونت في داخله بعد تلقي الخدمة والاستفادة منها عن طريق التجربة الحقيقية.

وقد تنحصر أهداف الجذب السياحي في تسليط الضوء على صورة بلد سياحي أمام الدول الأخرى التي تقوم بتصدير السياح وزيادة معدل نمو حركة السياحة الدولية وللتوصل لنجاح العمل الجاذب للسياح يجب أن يركز على المعرفة وتعزيز مبادرة الأعمال واستخدام وسائل الجذب الفعالة. (١٨)

يعتمد التأثير النهائي على درجة المهارة في اختيار نسب تلك المستخدمة من العناصر الترويجية، وفي هذه الحالة من الضروري تحقيق التوحيد بين العناصر المختلفة من وجهة نظر وظيفية.

فهي تعمل على مسار واحد لتحقيق الأهداف الترويجية، ويمكن الاسترشاد بتلك المسارات في اختيار المواد الترويجية كطبيعة المنتج السياحي وحساب المخاطر وشدة التنافس والطلب المتوقع من السياح. (١٩)

### ميزانية الجذب السياحي:

تعد الميزانية للجذب السياحي من أهم العوامل في اختيار عناصر الجذب، ومقدار الأموال المخصصة للترقية، وهناك العديد من الطرق لتحديد الميزانية الداعمة للجذب السياحي، ولكل ما لو علاقة بالسياحة هو كيف يمكن

حفظيا، وكيف يمكن أن تكون معادلة تنافسية، وكيف يمكن استهدافها وتوجيهها نحو المهمة. (٢٠)

### مقومات نجاح الجذب السياحي: (٢١)

لا تختلف عملية الجذب للسياحة بشكل أساسي عن الترويج العام، فهي أكثر تعقيدا من عملية الدعاية للسلع المادية، ويرجع ذلك إلى طبيعة الخدمات السياحية المتمثلة في الخطوات الأساسية لتطوير الجذب السياحي تتمثل في تعيين الجمهور الذي يتم استهدافه (٢٢).

### المطلب الثاني السرد التاريخي لقلاع المنطقة الشرقية

تم تعريف القلعة بأنها بناء يقع على منطقة مرتفعة أو ربوة فسيحة أو في الشواطئ ولسواحل بهدف السيطرة على مداخل المدن واستكشاف القادم إليها وتمثل الحماية في بعض الأحيان وتكون في شكل مخروطي أو مستطيل حسب طبيعة المنطقة ولها أجزاء دفاعية بجانب الاستطلاع متمثلة في الأبراج العالية والأسوار. (٢٣)

إن بناء القلاع بدأ مع بدايات معرفة الانسان للحروب حيث بدأت وتطورت في البناء بشكل متسارع وباختلاف مواد البناء والتشييد وتعتبر من الخطط العسكرية للدفاع عن المدن وتم بنائها بالطوب والحجر كما هو الشكل الذي نراه حاليا وهي من المواد التي كانت تصد العدو وأسلحته التقليدية في ذلك الوقت، وقد ظهرت القلاع عند المصريين القدماء لصد هجوم الفرس والآشوريين وكذلك في بلاد ما بين النهرين في شكل أسوار عالية للمدن لصد الهجمات وكانت القلاع في أركانها أو داخل المدينة، ومع تطور بناء القلاع صاحبه تطور في أساليب الحرب مما نتج عنه استخدام البارود والأنفاق لمحاولة دك وتدمير القلاع كذلك قذف الأسهم النارية والمنجنيق. (٢٤)

عرفت القلاع في الوطن العربي في العصر الحديث وازدهرت في مصر وفي حلب وذلك في عيد الايوبيين حيث أنشئت قلعة حلب في القرن الثاني عشر للميلاد، وانتشرت القلاع عند العرب ومازالت آثارها موجودة في المواقع الأثرية والتراثية. (٢٥)

### تاريخ القلاع في المنطقة الشرقية

القلاع في المنطقة الشرقية تمثل عظمة الماضي لتلك المنطقة وتحكي عن حضارتها وتطورها عبر القرون وترمز لتاريخ المنطقة وأهميتها في الحقب المختلفة، ونجد أن طريقة بنائها تمثل معرفة حقيقية لعظمة انسان المنطقة وعبقريته في استخدام مواد البناء التي نراها حالياً في قلاع المنطقة الشرقية ويظهر إبداع صناع القلاع في تكيف مواد البناء لتتناسب مع مناخ الإمارات حتى تظل صامدة حتى الآن، وكانت استخدامات القلاع في المنطقة الشرقية لا تختلف كثيراً عن بقية البلدان فهي منوط بها حراسة المدن والسواحل الشرقية للبلاد وصد الغزاة ويسكن بعضها الحكام وعلية القوم، وقد غلبت العمارة الاسلامية على القلاع في المنطقة الشرقية وتم توزيع القلاع بشكل مدروس على المنطقة. (٢٦)

كان للقلاع أهمية أيضا في تسيير بعض الأمور فقد كانت قلعة خور فكان حتي العام ١٩٦٠ بها مراكز الجمارك والشرطة والبريد والمحاكم والمؤسسات الحكومية المختلفة. (٢٧)

اهتمت دولة الإمارات كثيراً بالقلاع التاريخية وقد قامت بترميمها وصيانتها وادراجها كمواقع تراثية لا سيما قلاع المنطقة الشرقية التي وجدت اهتماماً كبيراً من حكومة الشارقة وتعتبر قيمة للزوار والسياح في مواقعها الحالية التي تحكي عن الحقب المختلفة للمنطقة. (٢٨)

### تاريخ انشاء القلاع في المنطقة الشرقية :

تنوزع القلاع في المنطقة الشرقية على مناطقها الثلاث وهي خورفكان

تاريخ القلاع في المنطقة الشرقية ودعمها لجهود الشارقة في الجذب السياحي

وكلباء ودبا الحصن، لذلك نقف على تاريخ انشائها لكل منطقة على حدة كالتالي:

### قلاع خورفكان:

سكان مدينة خورفكان قاموا بإنشاء مبان قوية تحمي المدينة ومنها القلاع وأبراج المراقبة للدفاع عن المدينة، وأخذوا منها سكناً لمحاكم يدير منها الشؤون العامة للمدينة وقاطنيها، لذلك نجد أن تلك القلاع تتميز بالطراز المحمي من مواد البناء المتاحة في تلك الحقبة، فوصل عددها إلى (٢٨) قلعة ونجد من أشهرها:

### قلعة الرابي:

مازلت هذه القلعة صامدة حتى وقتنا هذا، وتم بناؤها بواسطة قبيلة النقبى التي تكثر في هذه المنطقة منذ قديم الزمان وحتى الآن، وكان بناؤها بتوجيه من الشيخ سعيد بن حمد القاسمي رحمة الله عليه، وهي من المواقع التاريخية والأثرية ويقصدها السياح وسميت فيما بعد ببرج الرابي.<sup>(٢٩)</sup>

### قلعة رابي العدواني:

تعرف هذه القلعة كسابقتها بقلعة الرابي فقد تم بناؤها من قبل النقبين في المنطقة وهي قلعة قديمة ومشهورة في تلك المنطقة ولكن تم هدمها بعد أن طالتها يد الطبيعة والمناخ الذي لم تصمد أمامه وتعتبر خسارة تراثية كبيرة.

### قلعة مربعة حياوة:

تقع تلك القلعة في منطقة حياوة في خورفكان وهي معروفة لأهل المنطقة، ولكن التوسع العمراني للمدينة وموقعها في المنطقة اضطر الحكومة لهدمها ولم تفلح الجيود لتجاوزها، علما بأنها من صنع قبيلة النقبى أيضاً أنشئت للحراسة والدفاع عن المنطقة .

### قلعة سلطان بن صقر القاسمي<sup>(٣٠)</sup>.

هي قلعة من قلاع خورفكان وتحمل أيضاً اسم المنطقة وقد تم انشاؤها على شكل مثلث، ويبلغ ارتفاعها لما يقارب (أحد عشر متراً) ولها جدران قوية يصل سمكها مترين، وقد ذكر المؤرخون بأن إنشاء تلك القلعة كان في عام 1620م في عيد المغفور له الشيخ سلطان بن صقر القاسمي، وقد صممها ونفذها المعماري (غاسبار ليتي)<sup>(٣١)</sup>.

### حصن شبيص

ذلك الحصن من الحصون العريقة في المنطقة حيث يرجع بناؤه للقرن السابع عشر، وكان بناؤه تحفة معمارية ذات صيت في المنطقة حيث بلغ طوله ٢٨٠ متراً بمثابة سلاسل وممشى بارتفاع ٦٧ متراً عن سطح الأرض، ويمتاز بالعديد من العناصر الجمالية الجاذبة للسياح والباحثين عن تاريخ المنطقة ويعتبر واجبة سياحية عالية القيمة في تلك المنطقة.

### قلعة خورفكان ( الحصن )

أطلق عليها هذا الاسم عند انشائها عام ١٩١٢ وهو اسم معروف لدى قاطني المنطقة بالقلعة، وتمثلت مواد البناء في الحجارة نسبة للطبيعة الجبلية لمدينة خورفكان وكانت بمثابة ديوان الحكم آنذاك في أيام حكم المرحوم الشيخ سعيد بن حمد القاسمي الذي كان يحكم المنطقة الشرقية في ذلك الوقت.<sup>(٣٢)</sup>

### قلاع دبا الحصن :

من أهم القلاع في منطقة دبا الحصن هي القلعة المسماة باسم المنطقة قلعة دبا الحصن وتبعد تلك القلعة عن مدينة البدية بنحو (٩,٧ كم) بالاتجاه الأمامي على طول الساحل من جهة الشمال وهي مربعة الشكل ولها أربعة من المعازل الدائرية وبها مبنى للحراسة في وسطها بالإضافة إلى بئر الماء،

ونجد أن جدرانها يبلغ خمسة عشر مترا وسمكها مترين وارتفاعها ثمانية أمتار ويوجد بجدرانها متاريس وخارج القلعة يوجد جدار على امتدادها يطوقها وهو بشكل مربع وله خمس معازل منها أربعة عند الزوايا والخامس على البوابة والذي يعتبر كمنزل للحراسة وتم بناؤه بالطوب وتوجد بعض منازل الجنود على الجدار. (٣٣)

من الناحية العسكرية نجد بالقلعة عدد تسعة مدافع، كما أن الاكتشافات الاثرية الحديثة دعمت ما ورد في المراجع التاريخية عن منطقة دبا الحصن وتاريخها العريق لتؤكد بأنها من اقدم المدن في الإمارات المأهولة بالسكان، كما يضم سور القلعة أربعة غرف اثنتين منها في الأسفل والأخرتين في أعلاه، وقد تم بناء المربعة، وهي عبارة عن الحصن في الأعلى بين البرجين الغربيين في الستينيات من القرن الماضي بعد أن تعرض للهدم وقد أعيد بناؤهما بهدف المراقبة واطلاع السكان على الأحداث العامة والعاجلة مثل دخول رمضان والأعياد. (٣٤)

### قلاع كلباء:

مدينة كلباء من المدن الجميلة البانية في المنطقة الشرقية ويطلق عليها أهالي المنطقة الشرقية اسم درة الساحل الشرقي، وهي تطل على ساحل خليج عمان وتعتبر من الإمارات المتصالحة في السابق وبها مطارا هو الاقدم في منطقة الخليج والذي كان يستخدمه الإنجليز في الحرب العالمية الثانية باعتباره قاعدة عسكرية مهمة خلال تواجدهم بالمنطقة وتم انضمامها لإمارة الشارقة عام ١٩٥٢م، وقد ذكر في المصادر والمراجع التاريخية للمنطقة بأن بها قلعتين في المدينة وقلعة الغيل التي بخور كلباء .

### قلعة كلباء

يعود بناؤها إلى حقبة الاستعمار البرتغالي للمنطقة وهي من المواقع



الأثرية الهامة في تلك المنطقة وتقع في حي سييلة ويطلق عليها اسم مربعة نسبة لشكلها المربع، وللقلعة تاريخ عريق في صد الغزوات والحروب في المنطقة ونجد أن مكان القلعة له ميزات هامة نسبة لخلوها من الحواجز الطبيعية كالجبال القريبة منها وتطل على مياه الخليج وقد لعبت تلك القلعة دوراً تاريخياً كبيراً في المنطقة من خلال الحروب وصد العدوان وكذلك تصريف أمور المنطقة والرقابة الممتدة على الساحل والمشاركة في المناسبات الاجتماعية والاعلان عنها.<sup>(٣٥)</sup>

بالنسبة لموقع القلعة نجدها تبعد حوالي ( ٩١ كم) عن صحار وهي مربعة الشكل ويصل كل جانب منها من (٢٣م) إلى (٢٥م) ويوجد في زواياها معازل وتعتبر هذه المعازل للحراسة في بوابتها وبقية المعازل حولها للدفاع عنها.

جدران القلعة مبنية من الطوب الميني بعرض (٥٥سم) للجدار وارتفاع ثمانية أمتار ولقد تم بناؤها اقتباساً للطراز العمراني المغربي، ولا يوجد بالقلعة مدافع حربية ولكن يوجد بها مخزن للبنادق والسلاح القديم.

### قلعة الغيل (خور كلباء):

تتربع القلعة على تل صخري في مدينة كلباء من اتجاه الجنوب وتطل على الخور وكذلك على الطرق الخارجية والمنطقة الغربية ويوجد شمالها في السيل قرية الغيل التي تسمت باسمها كما يذكر أيضاً بأن الاسم يعود إلى أحد الأفلاج في المنطقة، وقام بتكملة بنائها الشيخ سعيد بن احمد القاسمي بعد أن بدأ بناؤها من قبل السيد عمي بنزاي، وهي على شكل مستطيل بطول عشرين متراً عرض خمسة عشر متراً ولها غرفتين بجانب البرج وبئر ماء، وقد ذكر أهالي المنطقة فترات مختلفة لبناء القلعة حيث ذكر أن البرج تم انشاؤه قبل القلعة ويرجع وجود البرج بنحو مأتي عام قبل القلعة وذلك ما تم اكتشافه أثناء

الترميم والصيانة.

هذا السرد التاريخي للقلاع في المنطقة الشرقية بغية اكتشاف مدى تأثير تلك المواقع التاريخية في الجذب السياحي في المنطقة الشرقية والذي ينعكس على الدولة والمنطقة بشكل عام في تنشيط حركة السياحة ودعم الدخل القومي بروافد السياحة والعائد منها، ونجد أهمية تلك القلاع واضحة كونها قيمة للزوار والسياح، كما يجب ذكر الجهود الحكومية للشيخ الدكتور سلطان بن محمد القاسمي حفظه الله وأمد في عمره فقد اتجه للقيام بطفرة عمرانية كبيرة في المنطقة الشرقية واهتم بالبنية التحتية لها.

## المبحث الثاني

### جهود الشارقة في الجذب السياحي

إن إمارة الشارقة هي الإمارة الوحيدة التي يحيط بجانبها شواطئ من جبة ساحل الخليج العربي وخليج عمان، وذلك يجعلها في المقام الأول جغرافياً أحد المناطق السياحية الجاذبة للسياح<sup>(٣٦)</sup>.

الطبيعة الخلابة لإمارة الشارقة جعلها بغاية من الأهمية فهي تحوي العديد من المناطق الأثرية والتراثية فتاريخياً عريق يمتد إلى ٥٠٠,٨ سنة قبل الميلاد<sup>(٣٧)</sup>.

تبذل حكومة الشارقة الكثير من الجهود لتطوير قطاع السياحة ومقومات الموارد المادية المتاحة ويمكننا رصد ذلك في مجموع الإجراءات التي تتخذها في الاهتمام بتطوير الموارد الكهربائية والمائية والمقومات الخاصة بالسياحة مثل السفن والقطارات وتطوير حجم قطاع الطرقات وشبكات الاتصال والتواصل وشبكات الانترنت وكل ذلك مما يجعلها الأكثر تنافسية في المنطقة ويجعل لها الريادة بشكل عالمي في مجال السياحة وتقديم الخدمات المتعلقة بها.

### المطلب الأول: برامج الجذب السياحي في إمارة الشارقة

إن هدف السائح هو الحصول على كمية من المعلومات لتوسيع دائرة ثقافته ومعرفته لذا فأن الانتقال من بلد إلى آخر فيه نوع من تبادل الثقافات بين الشعوب والتأثير بالمدينيات العرفية وكلما كان الفرد كثير الترحال كلما كان أكثر ثقافة وادراكاً وذلك دليل على الارتباط العضوي القوي بين السياحة والثقافة<sup>(٣٨)</sup>.

ولقد استطاعت إمارة الشارقة أن تحقق العديد من الإنجازات على المستوي المحلي في كافة النشاطات التراثية والثقافية والفنية إضافة إلى المهرجانات التي تهدف البيئة إلى تنظيمها بشكل دوري ومستمر والتي تساعد على تنشيط الحركة السياحية بداخلها وبناء عليه فأن أهم وابرز برامج التسويق السياحي في إمارة الشارقة تتمثل في البرامج ذات الأهداف الموحدة والتي تهدف الى زيادة تنشيط السياحة على النحو التالي:<sup>(٣٩)</sup>

#### الاهتمام بعناصر الجذب السياحي:

تعتمد إمارة الشارقة مجموعة من العناصر الأساسية في القيام بوضع البرامج السياحية والتي تهدف إلى جذب العملاء والسياح إلى الإمارة كواجهة أساسية، وتشمل هذه العناصر التسويق للمنتجات السياحية والتسويق السعري الخاص والمكان والأشخاص.<sup>(٤٠)</sup>

تعتبر برامج الترويج الخارجي من أهم البرامج التي تعتمد عليها إمارة الشارقة فيما يتعلق بإمكانية ترسيخ مكانة الإمارة كوجه ورائدة للسياحة وذلك من خلال زيادة التدفق السياحي بشكل سنوي، كما يعتبر أيضا من أهم مستهدفات الترويج السياحي للإمارة هو العمل على الجهود الترويجية والتسويقية لجميع المعنيين بالقطاع السياحي بما يشمل إمكانية دعم وتطوير ونمو قطاع السياحة بشكل عام .

ويأتي ضمن حملات الترويج الشاملة أيضا العمل على وضع مجموعة

البرامج اللوجستية التي تهدف إلى زيادة النشاط السياحي.<sup>(٤١)</sup>

كما تعتمد إمارة الشارقة على تنوع الوسائل والأدوات التقنية والتكنولوجية الحديثة في زيادة التسويق السياحي بداخلها وذلك إيماناً منها بالتطور والتقنية في كافة المجالات الحياتية يجب أن يشمل أيضاً الأنشطة الخاصة بالترويج السياحي.

توفر الإمارة العديد من التسهيلات الخاصة بإمكانية الاستجمام والترفيه للسياح والسكان المحليين مما يساعد على تطوير الأماكن السياحية والخدمات الخاصة بها ويحقق التواصل الاجتماعي بين كافة فئات المجتمع سواء، مما يعزز من دور التنوع الثقافي والتواصل والاتصال بين الأفراد وبعضهم البعض.<sup>(٤٢)</sup>

### أهداف سياسية وثقافية.

تعمل السياحية على نشر الثقافات وزيادة التواصل بين الشعوب وتطوير العلاقات السياسية بين الحكومات والدول وبعضها البعض ومن ثم إمكانية توطيد العلاقات وتحقيق إشكال مختلفة من التعاون.<sup>(٤٣)</sup>

وكذلك تتمتع السياحة بالقدرة على تعزيز الشراكات بين القطاعين العام والخاص وإشراك العديد من أصحاب المصلحة - الدوليين والوطنيين والإقليميين والمحليين - للعمل معاً لتحقيق أهداف السياحة، وفي الواقع يعد التعاون والشراكات بين القطاعين العام والخاص أساساً ضرورياً وأساسياً لتنمية السياحة، وكذلك زيادة الوعي في تحقيق خطة التنمية.<sup>(٤٤)</sup>

### الاهتمام بالسياحة الثقافية

تعرف السياحة الثقافية بكونها نمط من أنماط السياحة يكون الهدف الأساسي منه هو البحث عن المعرفة وذلك من خلال القيام بزيارة الأماكن

الثقافية والتراثية والمعالم التاريخية والمباني الموروثة، حيث أن السياحة الثقافية تعتبر من أهم مصادر الدخل القومي في الدول والتي تعتمد بشكل أساسي على مدي حفاظ الدولة على تراثها وتاريخها وامكانية الاستفادة منه وتقديمه للشعوب والثقافات المختلفة، حيث أن السياحة الثقافية تساهم في التنمية والنمو وأيضا يمكنها أن تحقق معايير الاستدامة إذا ما تم التعامل مع الإرث الثقافي بقدر من الفهم والوعي والاستفادة من كافة المقدرات الثقافية والتراثية الموجودة في البلاد.<sup>(٤٥)</sup>

تتميز إمارة الشارقة بالعديد من المقاصد السياحية والمعالم الأثرية وذلك نظراً إلى انها تحتوي على العديد من الإرث الثقافي التقليدي والمحلي والوطني الذي يجذب السياح من كل مكان في أنحاء العالم ويعتبر من المقاصد المميزة لإمارة الشارقة والتي تجذب السياح، حيث أنها تحتوي على العديد من المتاحف والقلاع التاريخية التي تجذب السياحة وتعتبر مقصد على درجة كبيره من الأهمية والقيمة الثقافية والحضارية، سواء كان على المستوي الداخلي للدولة بشكل عام أو على المستوي الإقليمي والعالمي، وتعتبر السياحة الثقافية أيضا من العناصر المؤثرة وبشكل كبير في إمكانية التعرف على حضارات الآخرين وعاداتهم.

وأكثر ما يميز السياحة الثقافية في إمارة الشارقة هو أنها تحتوي على كافة العناصر والمكونات المميزة لتكون نموذج ومقصد للسياح، والمساعدة على فهم التراث الحضاري الذي يراه ويروي له القصص ما واره هذا التراث، وتعد إمارة الشارقة بالعديد من المتاحف والمؤتمرات والمهرجانات والمعالم التاريخية والسياحية التراثية والتي تعتبر مقصد أساسي من مقاصد السياحة في إمارة الشارقة<sup>(٤٦)</sup>.

### المطلب الثاني: الجاذبات السياحية في المنطقة الشرقية

تشيد المنطقة الشرقية في إمارة الشارقة، والتي تضم مدن كلباء، وخورفكان، ودبا الحصن حزمة متنوعة من المشاريع التنموية التي شملت مشاريع الطرق، والبنية التحتية، والفنادق والمنتجات السياحية والتراثية والبيئة، والتي من شأنها إعادة رسم مستقبل المنطقة.

وحظيت المنطقة باهتمام ومتابعة مباشرة من صاحب السمو الشيخ الدكتور سلطان بن محمد القاسمي عضو المجلس الأعلى حاكم الشارقة الذي أشرف بنفسه على إعادة تخطيط مستقبل المنطقة، ومتابعة مسار التنمية فيها.

#### أولاً: المشاريع الجديدة

المشاريع الجديدة في المنطقة الشرقية ضمت حزمة من المشاريع التنموية المنجزة مؤخراً بمجموعة كبيرة ومتنوعة من الفنادق المشهورة والمنتجات والمشاريع السياحية، وقد شملت افتتاح مشروع شاطئ خورفكان ومشروع «واجهة كلباء»، ومشروع استراحة سد الرفيصة، ومشروع تطوير منطقة حصن شيص، إضافة إلى افتتاح نزل الرفراف في مدينة كلباء<sup>(٤٧)</sup>.

كما شيدت مدينة دبا الحصن مجموعة من المشاريع التنموية المتميزة والتي ستدعم الناحية الجمالية للمنطقة حيث التضاريس الممتازة الجاذبة وكذلك هناك عدة مشاريع تنموية في جزيرة الحصن وكذلك منطقة الكورنيش تضم إنشاء مباني جديدة وواجهات للمدينة، وذلك إضافة لخطة لإنشاء مركز تجاري راقٍ على ضفاف القناة، ومشروع «ممشى»، مغطى بطول ٨٩٠ متراً على ضفاف القناة المائية لحماية السياح والزوار من الحرارة في فصل الصيف ووصم الممشى بهندسة عمرانية تكثر فيه القباب الرائعة ذات المنظر الخلاب، كما تم نقل ممشى النساء في مكان آخر من الشاطئ لتوفير الخصوصية لهن ودعم السياحة الحلال في المنطقة.<sup>(٤٩)</sup>

### ثانياً: نهضة الطرق: طريق (خورفكان - الشارقة)

يعتبر طريق خورفكان - الشارقة من المشاريع الضخمة الحيوية والتنمية التي تبنتها حكومة الشارقة والتي تخدم الربط الدائري لمطرق العابرة في الدولة وتخدم فئة كبيرة من أهالي المنطقة، ويربط هذا الطريق مدينة خورفكان بالشارقة بشكل مباشر مما ينعكس بشكل ايجابي على سهولة التنقل والنمو الاقتصادي، بالإضافة إلى الاسهام في تطوير المناطق المجاورة الواقعة على الطريق<sup>(٥٠)</sup>.

وتم افتتاح هذا الطريق في عام ٢٠١٩ وسط مناطق طبيعية وجبلية متنوعة يجعل الرحلة فيه فرصة لمطالعة الطبيعة الساحرة على جوانبه، وجاء هذا الطريق ليحكي عن اهتمام حكومة الشارقة بالمحافظة على المناطق التاريخية، واعادة تنميتها والاهتمام بها لتكون رافداً سياحياً في المناطق التي يمر بها.

### طريق (الشارقة كلباء)

يتم افتتاح طريق الشارقة كلباء، والذي خصصت له ميزانية كبيرة حيث سيعمل هذا الطريق على توفير الوقت والجهد لأهالي وزوار المدينة، ويقع هذا الطريق على امتداد ٥٥ كيلومتراً، وسيختصر المدة بين مدينتي الشارقة وكلباء من ساعة ونصف الساعة إلى ٤٥ دقيقة، حيث ستكون بدايته من تقاطع طريق الشيخ خليفة، مروراً بمنطقة وادي الحمه انتهاء بكورنيش كلباء<sup>(٥١)</sup>.

### (خورفكان الغربي الدائري)

يمثل هذا الطريق شرياناً حيوياً لربطه العديد من المناطق في خورفكان بشوارع بيسة العابر وخليفة بن زايد بالفجيرة، ما يسهم بشكل كبير في إحداث نقلة نوعية في التنقل عبر تلك المناطق متخملاً الأودية وبعيداً عن الازدحام على الشوارع الرئيسية، كما يربط الطريق منطقة المديني بمنطقة الحاري بخورفكان ومنطقة البدية بالفجيرة وحتى مدينة دبا الفجيرة عبر الطريق الرئيس على ساحل البحر<sup>(٥٢)</sup>.

### (كلباء الدائري)

طريق كلباء الدائري يعتبر من أبرز المشاريع التنموية التي من شأنها تعزيز حركة السياحة في المنطقة الشرقية، ويربط الطريق شارع خليفة بن زايد الاتحادي بشارع كورنيش كلباء من ناحية، كما يمتد إلى منفذ خط الملاحة الحدودي مع سلطنة عُمان، وذلك يجعله من أهم أدوات الربط الجغرافي بين إمارات عدة، ويساعد هذا الطريق في نقل الحركة المرورية لإمارتي الشارقة ودبي من مدينة كلباء دون العبور بشوارع الفجيرة كما كان الوضع سابقاً، وهذا يخفف الضغط على الشوارع الداخلية للفجيرة ويسهل على أهالي المنطقة والزوار للتنقل من كلباء للشارقة ودبي.

### ثالثاً: الفنادق والمنتجعات الكبيرة فندق ومنتجع ميامار

هذا المنتجع يعد من أشير المنتجعات في مدينة خورفكان وتم تصنيفه من فئة النجوم الخمس لتقديمه خدمات راقية ومنتوعة للزلاء والسياح، كما يوفر المسابح الداخلية والخارجية لرواد السياحة وغرف الساونا والمساح والعديد من الملاعب وصالات الألعاب والرقصات والبرامج والفعاليات التراثية، ويقع هذا المنتجع المصمم على الطراز المغربي بين سفوح جبال حجر والمحيط الهندي، كذلك يوفر الغرف الفاخرة التي تضم شرفة خاصة، وبه خدمة مميزة لراحة زوار المنتجع مما جعله في مقدمة الفنادق والمنتجعات في المنطقة الذي يرتاده الزوار والسياح وأصبح من المعالم السياحية الجاذبة في المنطقة.<sup>(٥٣)</sup>

### فندق مريديان العقة بيتش

يمتاز فندق مريديان العقة بموقع ممتاز واطلالة بيئية جاذبة على المحيط الهندي من جهة وجبال حجر من الجهة الأخرى، ويصنف الفندق من ضمن فئة النجوم الخمس، كما يقدم الكثير من التسهيلات لرواده، مع توفير خدمة النقل من وإلى المطار عند الطلب، وبه غرف فسيحة وجميلة، وتطل جميعها على مناظر مطلّة على الشاطئ، وأيضاً يتوفر في هذا المنتجع الفاخر غرف فاخرة تطل على الشاطئ مباشرة مع مسبح كبير للبالغين وآخر للأطفال مع منطقة ألعاب، وذلك فضلاً عن خدمات الساونا والمساح والنقل من وإلى



المطار ومركزين للياقة البدنية والرياضات المائية، كما يوفر الفندق افطاراً يومياً، ويمكن للسياح التمتع بالمطعم الموجود في الحديقة حيث يقدم وجبات مختلفة ومتنوعة<sup>(٥٤)</sup>.

## الخاتمة

من خلال مجريات الدراسة يتضح بأن السياحة ضربت بأطنابها في المنطقة الشرقية بمدنها الثلاث وطبيعة المنطقة ساهمت في جمعها قيمة سياحية للزوار من داخل البلاد وخارجها واكتسبت شهرة كبيرة خاصة مع مناخها الجاذب للسياحة فيها، وجاء دور القلاع التاريخية في المنطقة الشرقية داعماً لجهود حكومة الشارقة وبمجهودات الشيخ الدكتور سلطان بن محمد القاسمي عضو المجلس الأعلى للاتحاد حاكم الشارقة حفظه الله قد أولى للمنطقة الشرقية اهتماماً كبيراً بالنهضة العمرانية وشبكة الطرق والطرق العابرة والأنفاق والسدود مما هيأ بيئة جاذبة للسياح وكذلك تنمية المنطقة.

وقد خلصت الدراسة لعدة نتائج وتوصيات نذكر أهمها:

## النتائج

١. دولة الإمارات العربية المتحدة من الدول المطلة على الخليج العربي وذلك ما جعل مناخها مختلفاً بحيث تطول أشهر الصيف الحار المصحوب بالرطوبة العالية مما يحد من حركة السياحة في فصل الصيف وتنتعش السياحة في فصل الشتاء.
٢. وجود العديد من القلاع في المنطقة الشرقية وتاريخ تلك القلاع العريق يسهم بشكل مباشر في تنشيط حركة السياحة في المنطقة الشرقية.
٣. نجد أن المنطقة الشرقية بإمكاناتها التراثية والطبيعية والسياحية ترفد الدولة في القطاع السياحي وتدعم عجلة السياحة للدولة بشكل عام والشارقة على الوجه الخاص.
٤. النهضة العمرانية في المنطقة الشرقية وتحسين شبكات الطرق والكهرباء والمياه أثرت بشكل كبير لإقبال السياح على المنطقة.

٥. جهود الشارقة لاقت رواجًا كبيرًا في عملية السياحة بالترويج للسياحة في كافة المجالات الاعلانية والدعائية والسياحة الالكترونية والترويج لها لجذب السياح.

### التوصيات

١. ايجاد طرق جاذبة للسياح في فترة الصيف بعمل استراتيجيات واضحة تحد من عزوف السياح عن زيارة المنطقة في فصل الصيف مقارنة بالشتاء والربيع.
٢. المحافظة على المكتسبات والمقدرات التي تمت في المنطقة لدفع عجلة السياحة ومحاولة المواطنين والسكان في المنطقة بمجهودات تدعم السياحة في المنطقة وتعطي انطبعا جيدا للسياح لتكرار الزيارة للمنطقة.
٣. الاهتمام بالقلاع والحصون التاريخية في المنطقة الشرقية وترميمها وصيانتها وفتحها للسياح والزوار كمقصد سياحي هام في المنطقة الشرقية.
٤. اعادة كتابة تاريخ القلاع والحصون التاريخية في المنطقة الشرقية وابرار الدور التاريخي لتلك القلاع والحصون على مر السنين وانعكاس ذلك التاريخ على الواقع المعاصر.
٥. التسويق بالترويج للمنطقة الشرقية لجذب السياح والتعريف بالمنطقة والجاذبات السياحية بها.

### الهوامش:

- (١) بوعمشة، حميدة (٢٠١٢) دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة. دراسة حالة الجزائر، رسالة ماجستير. الجزائر: جامعة فرحات عباس، ص ٥٣.
- (٢) العجموني، عبدالله (٢٠١٧) مقومات الجذب السياحي وضوابطه الشرعية: حالة المملكة العربية السعودية. مجلة جامعة النجاح للأبحاث (العلوم الإنسانية) المجلة (٣١) ١٢.
- (٣) الباحث فلاق مصيلحة (٢٠١٨). السياحة الإسلامية كخيار استراتيجي لتفعيل القطاع السياحي في الجزائر. مجلة الباحث. جامعة قاصدي مراح ورقمة. الجزائر. المجلة (١٨)، العدد (٠١)، ص (٨١).
- (٤) حنفي، لمياء السيد، الشراوي، فتحي محمد (٢٠٠٨). التسويق السياحي، الطبعة الأولى، دار المعرفة الجامعية، سوتير الإسكندرية. ص ٢١-٢٢.
- (٥) عبد السميع، صبري (٢٠٠٦). التسويق السياحي والفندق، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، ص ٣٠.
- (٦) مجلة جامعة تشرين العلوم الاقتصادية والقانونية المجلة (٢٩) العدد (٢) ٢٠٠٧ .
- (٧) جعفر، اقبال (٢٠١٨) السياحة الالكترونية وأثرها في تطور صناعة السفر والسياحة: تجربة دولة الإمارات العربية المتحدة دراسة مقارنة.)
- (٨) الشمري، علاء مكي . (٢٠١٨). دور الاعلام السياحي في الترويج لمدينة الشارقة.
- (٩) غرفة تجارة وصناعة دبي . (٢٠١٨) الإمارات الأولى عالميا في السياحة الحلال.
- (١٠) الموقع الالكتروني للمجلس الوطني للسياحة والآثار في دولة الإمارات العربية المتحدة. [ncta.gov.ae](http://ncta.gov.ae)
- (١١) سمير عبد الرازق العبدلي (٢٠١١)، وسائل الترويج التجاري، الطبعة الأولى، (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة)، ص ١٩.
- (١٢) علي فلاح الزغبى (٢٠٠٩)، إدارة الترويج والاتصالات التسويقية، الطبعة الأولى، (عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع)، ص ٣٨.

- تاريخ القلاع في المنطقة الشرقية ودعمها لجهود الشارقة في الجذب السياحي
- (١٣) بشير عباس العلق (١٩٩٨)، الترويج والإعلان، (عمان: دار اليازوري العملية للنشر والتوزيع)، ص ١٥٤.
- (١٤) عايد فضل الشعراوي (٢٠٠٦)، الإعلان والعلاقات العامة، الطبعة الأولى، (الدار الجامعية للطباعة والنشر)، ص ٢٢.
- (١٥) عبد السلام أبو قحف، طارق طه أحمد (٢٠٠٦)، محاضرات في هندسة الإعلان والإعلان الإلكتروني، (مصر: الإسكندرية: الدار الجامعية)، ص ٣٦.
- (١٦) شويكات محمد (٢٠٠٤)، تسويق الخدمات السياحية وأثرها على التنمية المحلية في ظل الإصلاحات الاقتصادية، مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، فرع اقتصاد كلي، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر. ص ٢٩.
- (١٧) محمد عبيدات (٢٠٠٠)، التسويق السياحي مدخل سموكي، الطبعة الأولى (عمان: دار وائل لمطباعة والنشر)، ص ص ١٣٠-١٣١.
- (١٨) صبري عبدالسميع (٢٠٠٦)، التسويق السياحي والفندقي أسس عملية وتجارب عربية، (القاهرة: منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية)، ص ٢٤٣.
- (١٩) براهيمى وهيبه (٢٠٠٣)، إشكالية ترقية المنتج السياحي في الجزائر، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، تخصص نقود مالية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر.
- (٢٠) زكي خميل مساعد (٢٠٠٣)، تسويق الخدمات وتطبيقاته، الطبعة الأولى، (عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع)، ص ص ٢٨٥-٢٨٦.
- (٢١) عبدالعزيز أبو نبعة (٢٠٠٥)، دراسات في تسويق الخدمات المتخصصة منهج تطبيقي، الطبعة الأولى، (عمان: الوارق للنشر والتوزيع)، ص ٢٧٧.
- (٢٢) بودي، عبدالقادر (٢٠٠٦)، أهمية التسويق السياحي في تنمية القطاع السياحي بالجزائر، السياحة بالجنوب الغربي، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم التسيير، كمية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، ص ٧٧.

- (٢٣) حفصي، هدى(٢٠٠٦)، بحوث العلاقات العامة في المؤسسة السياحية، دراسة حالة الديوان الوطني للسياحة، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، فرع تسويق، كمية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر ص ٦٠.
- (٢٤) العازوي، عبد الستار (٢٠١٠)، قمعة الغيل خور كلباء، الطبعة الأولى، دار الرفاعي للنشر، دار القلم العربي، حلب، سوريا، ص ١٦.
- (٢٥) فولر، فولف جانغ (١٩٨٤)، القلاع أيام الحروب الصليبية، دار الفكر، دمشق، سوريا، ص ١٢٥.
- (٢٦) راشد، عمي محمد (١٩٩٢)، الحصون والقلاع في الامارات، الطبعة الأولى، ص ٩.
- (٢٧) السنيوري، اسلام (٢٠١٥)، القلاع والحصون في الامارات، ط ١، مركز الياية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، ص ٧٦.
- (٢٨) المغني، عبدالله سليمان (٢٠٢٠)، تاريخ مدينة خورفكان في النصف الثاني في القرن العشرين، ط ١، معهد الشارقة للتراث الامارات، ص ٢٧٣.
- (٢٩) السنيوري، اسلام، مرجع سابق، ص ٧٧.
- (٣٠) صحيفة البيان، مقال بتاريخ ٢ أكتوبر ٢٠٠٩، رابط المقال: -  
009homes/2-10-02-476267.https://www.albayan.ae/our1
- (٣١) السنيوري، إسلام (٢٠١٥). القلاع والحصون في الإمارات. الطبعة الأولى مركز الياية للنشر والتوزيع، (دار الكتب المصرية، القاهرة: مصر). ص ١٩٦.
- (٣٢) القاسمي، سلطان بن محمد (٢٠٠٩). وصف قلعة مسقط وقلاع أخرى على ساحل خليج عمان، منشورات القاسمي، الشارقة ص ص ٥٢-٥٥.
- (٣٣) المرجع السابق نفسه، ص ٥٢-٥٥.
- (٣٤) القاسمي، سلطان بن محمد، وصف قلعة مسقط وقلاع أخرى على ساحل خليج عمان، المرجع السابق، ص ٦٤.
- (٣٥) المغني، عبدالله سليمان، تاريخ مدينة خورفكان في النصف الثاني في القرن العشرين، مرجع سابق، ص ٢٢.

## تاريخ القلاع في المنطقة الشرقية ودعمها لجهود الشارقة في الجذب السياحي

(٣٦) العزاوي، عبدالستار (٢٠٠١). المباني التراثية في كلباء، الطبعة ١، دائرة الثقافة والاعلام بالشارقة، ص ١٣.

(٣٧) البارودي، أشرف (٢٠١٦). أطلس السياحة الجيولوجية في الإمارات. دكتوراه العلوم الجيولوجية. وزارة التربية والتعليم - دولة الإمارات العربية المتحدة. الطبعة الأولى. إصدارات إي-كتب. (لندن: شركة E-kutub Ltd برقم: 7513024). شباط-فبراير. ص ٢٩٥.

(٣٨) النقيب، أحمد سيفراشد، عماد الدين أبو العنين (١٩٧١-٢٠٢١م). تاريخ السياحة في دولة الإمارات العربية المتحدة ودورها في تحقيق التنمية المستدامة: (أبو ظبي، دبي، الشارقة، نموذجاً). مركز البحوث والدراسات التاريخية، ص ص ٣٩٣-٣٩٤

(٣٩) خليفة، سعدية حسن (٢٠٠٨). دور السياحة في التنمية الاقتصادية في السودان، التحديات والرؤى المستقبلية. رسالة ماجستير. كلية الدراسات العليا. جامعة ام درمان الإسلامية. غير منشورة. ص ٢٩-٣٠.

(٤٠) انيس، رياض، موسي (٢٠١٧). تحسين أداء جودة الخدمة الفندقية وفق معايير مجلس السياحة البريطاني. دراسة استطلاعية لآراء عينة من نزلاء فندق رابيل السياحي. جامعة تكريت - كلية الإدارة والاقتصاد. مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية. المجلد (٣) العدد (٣٩). ص ١٠١.

(٤١) أحمد، ماجد (٢٠١٩). التنمية المستدامة في دولة الإمارات العربية المتحدة. أهداف التنمية المستدامة وفقا للأجندة الوطنية لدولة الإمارات العربية المتحدة. المرجع السابق. ص ٤٢.

(٤٢) أحمد، ماجد (٢٠١٩). التنمية المستدامة في دولة الإمارات العربية المتحدة. أهداف التنمية المستدامة وفقا للأجندة الوطنية لدولة الإمارات العربية المتحدة. المرجع السابق. ص ٧٩.

(٤٣) الخصاونة، أنيس صقر (٢٠١٠). الانسجام بين القيم البيروقراطية والقيم الاجتماعية في دولة الإمارات العربية المتحدة. دبي: ندوة الثقافة والعلوم. ص ١١٢.

(٤٤) ياغي، إسماعيل أحمد، شاکر محمود (٢٠١٠). تاريخ العالم الإسلامي الحديث والمعاصر. الطبعة السادسة. الرياض: مكتبة العبيكان. ص ٨١.

(٤٥) الشيخ الدكتور سلطان بن محمد القاسمي (٢٠١١) حديث الذاكرة. الشارقة: منشورات القاسمي. ص ٤٨.

(٤٦) قويدر، عبد الرحمن. (٢٠١٩). السياحة الثقافية وأهميتها في التنمية. ضمن فعاليات الملتقى الدولي المعنون بـ الموروث الثقافي والسياحي ودوره في خدمة التنمية المستدامة - جامعة غرداية. ص ٦

(٤٧) قويدر، عبد الرحمن (٢٠١٩) السياحة الثقافية وأهميتها في التنمية. المرجع السابق. ص ٧.

(48) <https://www.alkhaleej.ae/2020-08-13>

(49) <https://www.wam.ae/ar/details/1395302861718>

(50) <https://www.alkhaleej.ae/2013-05->

(51) <https://www.wam.ae/ar/details/1395302861718>

(52) <https://www.emaratallyoum.com/local-section/other/2019-04-17>

(53) <https://www.urtrips.com/khor-fakkan-resorts-and-hotels>

(54) <https://www.urtrips.com/khor-fakkan-resorts-and-hotels>

## المصادر والمراجع

١. ابراهيمي، وهيبة.(2003). إشكالية ترقية المنتج السياحي في الجزائر، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، تخصص نقود مالية، كمية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر.
٢. أبو قحف، عبد السلام، وطارق، طو أحمد. (2006). محاضرات في هندسة الإعلان والإعلان الإلكتروني، مصر، الإسكندرية، الدار الجامعية.
٣. أبو نبعة، عبدالعزيز. (2005). دراسات في تسويق الخدمات المتخصصة منهج تطبيقي، الطبعة الأولى، عمان، الوارق للنشر والتوزيع.
٤. انيس، رياض موسي(2017). تحسين أداء جودة الخدمة الفندقية وفق معايير مجلس السياحة البريطاني، دراسة استطلاعية لآراء عينة من نزلاء فندق رابيل السياحي، جامعة تكريت، كلية الإدارة والاقتصاد، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد ( 3 ) العدد (39).
٥. البارودي، أشرف(2016). أطلس السياحة الجيولوجية في الإمارات. دكتوراه العلوم الجيولوجية. وزارة التربية والتعليم، دولة الإمارات العربية المتحدة، الطبعة الأولى، إصدارات إي-كتب. لندن .
٦. ابن شوك، وهيبة(2020). سياحة الطاقة كاتجاه حديث لتعزيز السياحة المستدامة. (دراسة حالة ألمانيا)
٧. بودي، عبدالقادر.(2006). أهمية التسويق السياحي في تنمية القطاع السياحي بالجزائر، السياحة بالجنوب الغربي، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر.



٨. بوعمشة، حميدة(2012). دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة. دراسة حالة الجزائر. رسالة ماجستير. الجزائر: جامعة فرحات عباس .
٩. جعفر، اقبال(2018). السياحة الالكترونية وأثرها في تطور صناعة السفر والسياحة: (تجربة دولة الإمارات العربية المتحدة دراسة مقارنة.)
١٠. حفصي، بدي(2006). بحوث العلاقات العامة في المؤسسة السياحية، دراسة حالة الديوان الوطني للسياحة، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، فرع تسويق، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر.
١١. حنفي، لمياء السيد، الشرفاوي، فتحي محمد(2008). التسويق السياحي، الطبعة الأولى، دار المعرفة الجامعية، سوتير الإسكندرية .
١٢. الخصاونة، أنيس صقر(2010). الانسجام بين القيم البيروقراطية والقيم الاجتماعية في دولة الإمارات العربية المتحدة. دبي، ندوة الثقافة والعلوم.
١٣. خليفة، سعدية حسن(2008). دور السياحة في التنمية الاقتصادية في السودان، التحديات والرؤى المستقبلية. رسالة ماجستير، كمية الدراسات العليا، جامعة ام درمان الإسلامية، غير منشورة.
١٤. ارشد، علي محمد(1992)، الحصون والقلاع في الامارات، الطبعة الأولى.
١٥. الزغبى، علي فلاح. (2009). إدارة الترويج والاتصالات التسويقية، الطبعة الأولى، عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.

- تاريخ القلاع في المنطقة الشرقية ودعمها لجهود الشارقة في الجذب السياحي
١٦. السنيوري، إسلام (2015). القلاع والحصون في الإمارات. الطبعة الأولى مركز الياحة للناشر والتوزيع، دار الكناب المصرية، القاهرة، مصر.
١٧. الشعراوي، عايد فضل. (2006). الإعلان والعلاقات العامة، الطبعة الأولى، دار الجامعة للطباعة والنشر.
١٨. الشمري، علاء مكي. (٢٠١٨). دور الاعلام السياحي في الترويج لمدينة الشارقة.
١٩. صليحة، فلاق. (2018). السياحة الإسلامية كخيار استراتيجي لتفعيل القطاع السياحي في الجزائر. مجلة الباحث. جامعة قاصدي مباح ورقمة. الجزائر. المجلد (18)، العدد (1).
٢٠. عبدالسميع، صبري. (2006). التسويق السياحي والفندقي أسس علمية وتجارب عربية، منشورات المنظمة العربية لمتنمية الإدارية، القاهرة.
٢١. العبدلي، سمير عبد الرازق. (2011). وسائل الترويج التجاري، الطبعة الأولى، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
٢٢. عبيدات، محمد. (2000). التسويق السياحي مدخل سلوكي، الطبعة الأولى، عمان، دار وائل للطباعة والنشر.
٢٣. العجموني، عبدالله. (2017). مقومات الجذب السياحي وضوابطه الشرعية: حالة المملكة العربية السعودية. مجلة جامعة النجاح للأبحاث (العلوم الإنسانية) المجلد 31 (12).
٢٤. العزاوي، عبد الستار، (2010)، قلعة الغيل خور كلباء، الطبعة الأولى، دار الرفاعي للنشر، دار القلم العربي، حلب، سوريا.
٢٥. العلاق، بشير عباس. (1998). الترويج والإعلان، عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.

٢٦. فولر، فولف جانغ(1984)، القلاع أيام الحروب الصليبية، دار الفكر، دمشق، سوريا.

٢٧. القاسمي، الشيخ الدكتور سلطان بن محمد (2011) حديث الذاكرة، الشارقة، منشورات القاسمي .

٢٨. القاسمي، سلطان بن محمد.(2009). وصف قلعة مسقط وقلاع أخرى على ساحل خليج عمان، منشورات القاسمي، الشارقة.

٢٩. كرمية، إبراهيم.(2005). العلاقات العامة في المؤسسة السياحية الجزائرية، دراسة حالة لوزارة السياحة، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص مؤسسات اقتصاديات وتكنولوجيات الاتصال، كمية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر.

٣٠. محمد، رائد (2019). إدارة مقومات سياحة التراث: (تطبيقا على مدينة الإسكندرية).

٣١. محمد، شويكات.(2004). تسويق الخدمات السياحية وأثرها على التنمية المحلية في ظل الإصلاحات الاقتصادية، مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، فرع اقتصاد كلي، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر .

٣٢. مساعد، زكي خميل.(2003). تسويق الخدمات وتطبيقاته، الطبعة الأولى، عمان، دار المناهج للنشر والتوزيع.

٣٣. المغني، عبدالله سليمان (2020)، تاريخ مدينة خورفكان في النصف الثاني في القرن العشرين، ط1، معهد الشارقة للتراث، الامارات.

٣٤. الموقع الالكتروني للمجلس الوطني للسياحة والآثار في دولة الإمارات العربية المتحدة. ncta.gov.ae

٣٥. مينا، سليمان فريد بخيت(2018). تقييم استخدام أحدث عناصر التسويق

تاريخ القلاع في المنطقة الشرقية ودعمها لجهود الشارقة في الجذب السياحي

الإلكتروني في حملات بيئة التنشيط السياحي باستخدام مختلف مؤشرات قياس الأداء والمقاييس.

٣٦. النقبى، أحمد سيفراشد، وأبو العنين، عماد الدين (1971-2021م). تاريخ السياحة في دولة الإمارات العربية المتحدة ودورها في تحقيق التنمية المستدامة، مركز البحوث والدراسات التاريخية.

### مواقع الكترونية

١- صحيفة البيان، مقال بتاريخ 2/أكتوبر /2009م، رابط المقال:  
<https://www.albayan.ae/our>

٢- الموقع الرسمي لحكومة إمارة الشارقة

<https://www.sharjhtourism.ae/arhg>.

<https://www.wam.ae/ar/details/1395302861718>

<https://www.visitsharjah.com/ar/activities/heritage>

<https://www.bayut.com/mybayut/ar>

[www.visitsharjah.com/ar/activities/shopping/central-souk-blue-souk](http://www.visitsharjah.com/ar/activities/shopping/central-souk-blue-souk)

<https://www.alkhaleej.ae/2013-05-15>

<https://www.wam.ae/ar/details/1395302861718>

<https://www.emaratalyoum.com/local-section/other/2019-04-17>

<https://www.emaratalyoum.com/local-section/2008-12-17>

<https://www.urtrips.com/khor-fakkan-resorts-and-hotels>

<https://www.urtrips.com/khor-fakkan-resorts-and-hotels>