

الفصل الأول



السياحة

مقدمة:

تحولت الرحلات المتقطعة التي قام بها البدويون في السابق إلى الصناعة الأكثر ازدهاراً في العالم في الوقت الحالي، والتي تسمى السياحة.

السياحة فريدة من نوعها؛ فهي تحوي الصناعة من غير انبعاثات للدخان، والتعليم من غير فصول دراسية، والتكامل بدون تشريعات، والدبلوماسية من غير التزام للشكليات.

كان فرانسيس باكون قد علق بحصافة على الموضوع قائلاً: "إن السفر في صغر الإنسان يعد جزءاً من التعليم، أما في كبره فهو جزء من الخبرة". وبما أن السياحة تمثل شكلاً من أشكال التعليم فهي جزء من الوجود المتحضر. تسمح السياحة للناس بالتخلص من حياتهم الطبيعية الرتيبة. وكان مارك توين قد قال على نحو ملائم: "حتي الجنة قد تكون مملة بعد حين". فالإنسان يحتاج إلى التغيير لكي يمارس حياته في المستوي الأمثل، حيث يكفل السفر هذا التغيير. ومع ذلك فإن مستوى الرضا الذي تحققه السياحة يعتمد علي العمر والصحة والطاقة، وكذلك الخلفية عند الأفراد، فكلما كان الناس أصغر عمراً وأكثر تعليمًا، كانوا أكثر سفرًا من أولئك الذين أكبر منهم سنًا وأقل تعليمًا.

كلمة "السفر" هي كلمة مشتقة من الكلمة الفرنسية "Travail" والتي تعني "المعاناة". كانت وسائل النقل في الماضي بدائية جداً مقارنة مع اليوم، وكان السفر شاقاً، وبغض النظر عن كونه متعة في حد ذاته، فإن السفر قد احتوى في السابق على الكثير من المعاناة والمخاطرة، وبالرغم من أن تطور وسائل النقل الحديثة قد جعل السفر أكثر أمناً وسهولة وراحة، إلا أن عوامل الجهد والتوتر لم تزل كلياً من عملية السفر.

من الصعب أن نوصف السياحة، فالبعض ينظر للسياحة علي أنها صناعة، وبما أن الصناعة تعرف بأنها عدد من المؤسسات التي تنتج بضائع وخدمات متماثلة ومنافسة لبعضها البعض، لذا لايمكن تصور السياحة علي

أنها صناعة؛ لأنها غير تنافسية، ولأن السياحة تقدم مايشبه الكمال مقارنة مع المنتجات والخدمات الأخرى، فالخطوط الجوية والفنادق والصناعات التي تجتذب الناس لالتنافس مع بعضها البعض، بل هي مكمله لبعضها.

السياحة ليست صناعة، ولكن من الافضل أن نسميها "نشاطاً"، فهي ذلك النشاط الذي يقوم عندما ينتقل الناس إلى مكان آخر لقضاء أوقات فراغهم أو للتجارة، ويمكنون فيه يوماً كاملاً على أقل تقدير.

السياحة والسفر لفظان غير مترادفين، فكل أنواع السياحة تقتضي السفر، ولكن ليس كل سفر سياحة؛ فالسياحة تكون في أوقات الفراغ، ولكن لاتخصص كل أوقات الفراغ للأنشطة السياحية فقط.

تصف بعض السلطات السياحة على أنها منظومة، وباعتبارها منظومة فإن السياحة ينظر لها على أنها تناغم بين أجزاء مترابطة، حيث يتألف النظام السياحي من أربعة أجزاء وهي: سوق العمل والسفر والمكان المراد السفر إليه (الوجهة) والتسويق. يتخذ قرار السفر عندما يكتشف الشخص أن السفر يلبي احتياجاته، وما أن يقرر الشخص السفر فإن قراره يبنى باعتبار عدة أشياء (إلى أين سيسافر، متى وكيف). يقوم القسم الثاني من النظام السياحي بتحليل هذه الخيارات، فالوجهة هي الجزء الثالث من النظام؛ وتتألف من المغريات والخدمات التي ينتفع بها المسافر، كما تشجع الجهات السياحية الناس على السفر من خلال عملية التسويق.

السياحة تعني مهمة تقديم المعلومات وسبل المواصلات والإقامة والخدمات الأخرى للمسافرين؛ فصناعة السفر والسياحة تقوم عن طريق الشركات التي توفر الخدمات للمسافرين، سواءً كان هذا السفر للتجارة أو للتسلية فقط.

تنقل السياحة المسافرين من منطقة لأخرى حول العالم، كما يمكن القول عنها أنها "آلة الأحلام"؛ فهي تساعد في تحقيق الأحلام والخيال في حياة السائح المضيئة في جوانب أخرى.

خلافاً للمنتجات الاستهلاكية الأخرى، فإن المنتجات السياحية هي تجربة أكثر من كونها سلعة، ولذلك ليس هناك عائد ملموس على الاستثمار، وتتضمن أيضاً نفقات كبيرة نسبياً ودرجة عالية من التخطيط.

لايوجد منتج سياحي منفرد، ولا توجد سلعة أو خدمة يمكن من خلالها قياس إنتاجية السياحة. في الواقع، عندما يسافر السياح فإنهم يكتسبون خبرة في عدة جوانب، كبيع الأشياء الملموسة (مثل المواصلات ووسائل

التسلية)، وبعض الأشياء غير الملموسة (كالاستمتاع برؤية غروب الشمس في جزيرة ما ورؤية تاج محل).

ارتبط الإنسان بالسفر والسياحة منذ حقبة بعيدة من الزمن، وكان لديه الدافع في اكتشاف المجهول والتعرف علي أماكن جديدة وغريبة، والبحث عن التغيير في البيئة وخوض تجارب جديدة. إن السفر لتحقيق هذه الأشياء ليس حديثاً، ولكن نشأت السياحة منذ عهد حديث نسبياً.

يُميز الطابع الجماعي السياحة عن السفر الذي حدث في الماضي. ونشأت هذه الظاهرة -إلى حد كبير- في فترة مابعد الحرب العالمية الثانية.

حتى الآن، فإن الأثرياء فقط هم من يقومون برحلات سياحية. فأوقات الفراغ والدخول المرتفعة وكثرة التنقل والترحال قد شكلت عوامل مكنت كمية أكبر من الناس من المشاركة في السياحة. هنالك عوامل أدت إلى ازدهار السياحة أو "صناعة العطلة العصرية" مثل: ثورة المواصلات والتطور التقني وظهور الطبقات الوسطى مع مرور الزمن والأموال المدخرة للاستجمام والاسترخاء. وبالتالي فإن السياحة لم تعد حكراً على عدد قليل من الناس، بل تمثل الآن جزءاً مهماً في حياة عدد كبير من الناس.

مفهوم السياحة:

وضع مفهوم السياحة المعتمد من قبل الجمعية الدولية للخبراء العلميين في مجال السياحة بواسطة الأستاذين السويسريين "هونزيكير" و "كراف" كالآتي:

(السياحة هي مجموعة الظواهر والعلاقات التي تنشأ عن السفر وإقامة غير المقيمين، كما أن هذه الظواهر والعلاقات لا تؤدي إلى إقامة دائمة، ولا ترتبط بأي نشاط ربحي).

تم توسيع المفهوم الأساسي للسياحة -منذ ذلك الحين- ليشمل أشكالاً مختلفة من الأعمال والسفر المهني لأن أهميتها الاقتصادية متشابهة. واستناداً إلى تحليل التعريف أعلاه، وجدنا المميزات الآتية بالنسبة للسياحة:

- 1- تنشأ السياحة من انتقال الناس إلى الوجهات المختلفة ومكوئهم فيها.
- 2- هنالك عنصران أساسيان في جميع أنواع السياحة: الرحلة إلى الوجهة، والمكوث فيها.

3- ينبغي أن تكون رحلة المسافرين ومحل إقامتهم خارج الأماكن الاعتيادية لإقامتهم وعملهم.

4- يجب أن يحمل السفر إلى الوجهات المختلفة الطابع المؤقت، مع نية العودة في غضون بضعة أيام. ومن المتوقع أن يقيم السائح يوماً واحداً علي أقل تقدير، وستة أشهر على أعلى تقدير في منطقة الوجهة.

5- أن يتم التوجه إلى الوجهات المختلفة لأغراض لاتشمل الإقامة الدائمة والعمل.

وبري "غان" أن السياحة تشمل جميع السفر ماعدا التنقل اليومي.

السياحة هي النشاط الترفيهي الذي يشتمل على الاستخدام الراشد للوقت والمال، وعادة ما يكون الاستجمام هو الغرض الرئيسي من القيام بالنشاط السياحي، وكما ذكر سابقاً؛ فإن كل أنواع السياحة تقتضي السفر، ولكن العكس غير صحيح؛ أي أنه ليس كل سفر سياحة. إن الطابع المؤقت الذي تملكه السياحة هو ما يميزها عن الهجرة، والتي تعني حركة السكان علي المدى الطويل مع فكرة الإقامة الدائمة. في السياحة، فإن المال المجني في أماكن الإقامة ينفق في الأماكن السياحية.

هنالك ثلاثة جوانب رئيسية للسياحة. الجانب الأول: وهو الغرض من السفر أو الزيارة، والذي يعبر عن دافع معين. أما الثاني، فإنه من الضروري عادة أن نحدد عنصر الوقت، فيجب أن نعين الفترة الدنيا والقصوى لغرض معين، وبالتالي فإن السفر لمدة أقصر من 24 ساعة يمكن استبعاده. أيضاً، فإن الأجنبي الذي يأتي إلي دولة معينة ليعيش فيها أو ليدرس في جامعاتها ليس بسائح. ثالثاً، تتميز الكثير من أنواع السياحة بالطابع الموسمي أو الدوري (أي التركيز العالي لنشاط الزوار في أوقات معينة من السنة).

أنواع السياحة:

هنالك ست أنواع للسياحة. النوع الأول هو السياحة الترفيهية، وهي ما يخطر علي بال معظم الناس عندما تذكر لفظة "السياحة". وهو المكان الذي تقصده الجماهير ومعظم الرحلات السياحية طلباً للشمس الساطعة والبحر والرمال والهواء النقي، أو لبعض الأنشطة الرياضية وأشياء أخرى مختلفة. فالمقصد الرئيسي لهذه المجموعات السياحية غالباً ما يكون هو التغيير والاستجمام.

النوع الثاني من أنواع السياحة هو السياحة الثقافية، والهدف منها هو تجربة أنشطة ثقافية جديدة، مثل الفولكلور والفنون والموسيقى... إلخ.

والنوع الثالث من أنواع السياحة هو السياحة التاريخية، والتي تتضمن زيارة الأماكن الأثرية والمتاحف والكنائس والمعابد... إلخ.

أما النوع الرابع فهو السياحة العرقية، والتي تحوي التعرف علي العادات الغربية وغير الاعتيادية في المناطق النائية. وتشمل زيارة الموطن الرئيسي لجذور العائلة، بالإضافة إلى زيارة العائلة والاصدقاء.

النوع الخامس هو السياحة البيئية، وذلك عندما ترغب الفئات ذات الدخل المرتفع -على وجه الخصوص- بزيارة البيئات النائية.

أما النوع السادس والأخير فهو سياحة المغامرات، ويهدف هذا النوع من السياحة إلى تشجيع رياضات تسلق الجبال والرحلات والمغامرات المثيرة.

طبيعة السياحة:

نموذج ليبير:

تتميز السياحة بأمرين رئيسيين، فهي متعددة الاختصاصات في الأبعاد البشرية للسياحة، والتي تجذب انتباه الجغرافيين والمؤرخين وعلماء السلوك. في حين أن طبيعة السياحة كنشاط تجاري تجتذب العاملين في المجالات الاقتصادية والأنشطة التجارية. ثانياً، فإن السياحة مجال حديث الدراسة -في الغالب خمسون عاماً- دون السوابق التي تتعلق بموضوع الطبيعة.

تشجع المنظمات الدولية عملية السياحة لمساهماتها في السلام العالمي، ولل فوائد التي تنجم عن دمج الشعوب والثقافات، وللمزايا الاقتصادية التي يمكن أن تتحقق من السياحة، ولحقيقة أن السياحة هي صناعة -نظيفة- نسبياً. ومع ذلك فإن السياحة محاطة بعدد من الخرافات (والتي ساهمت في زيادة سحرها وإغرائها) والتي يجب أن تُزال.

1- أغلب الرحلات السياحية في العالم هي رحلات داخلية (وتعني تنقل الناس داخل بلدانهم) وليست دولية.

2- معظم الرحلات السياحية تتم عن طريق النقل البري (غالباً بالسيارات) وليس الجوي.

3- السياحة ليست فقط لغرض الترفيه، ولكنها تشمل أيضاً سياحة الأعمال والحج والسياحة لأغراض صحية.

المسافرون المغادرون

المكان المراد	عبور منطقة	المنطقة المصدرة
		للسياح الطريق الوصول إليه (الوجهة)

المسافرون العائدون

يجب علينا التعامل مع السياحة من خلال اعتماد النموذج المقترح من قبل ليبير. هنالك ثلاثة عناصر أساسية في نموذج ليبير.

السائح:

السائح هو القائم بعملية السياحة داخل المنظومة السياحية. فالسياحة هي التجربة الإنسانية التي ينعم بها الكثيرون ويتذكرونها باعتبارها جانباً مهماً في حياتهم.

العوامل الجغرافية:

استعرض ليبير ثلاث عوامل جغرافية في نموده:

- (i) مكان وجود المسافرين.
- (ii) الوجهة (المكان المراد الوصول إليه).
- (iii) عبور الطريق المؤدي إلى الوجهة.

تمثل المنطقة المصدرة للمسافرين السوق المنتج للسياحة, بمعنى أنها تقدم الدفعة لتحفيز وتشجيع السفر, ففيها يبحث السائح عن المعلومات ويقوم بالحجز والمغادرة. تمثل الوجهة نهاية الرحلة السياحية, ففيها يظهر

التأثير الكلي لعملية السياحة، وتحقق استراتيجيات التخطيط والإدارة. وتمثل الوجهة أيضاً سبب وجود السياحة؛ لأن تأثير زيارة تلك المناطق ينشط المنظومة السياحية بأكملها، ويخلق نوع من الحماسة للسفر في المنطقة المصدرة للسياحة. تحدث في منطقة الوجهة أيضاً معظم النتائج والعواقب البارزة للمنظومة السياحية.

لاتمثل منطقة عبور الطريق الفترة القصيرة التي نحتاجها للوصول للوجهة فحسب، وإنما تمثل أيضاً الأماكن الوسطية التي نزررها في طريقنا إلى الوجهة.

صناعة السياحة:

صناعة السياحة هي العنصر الثالث لنموذج ليبير، والتي لا يمكننا التفكير فيها على أنها المجال السياحي المعني بتقديم المنتج السياحي. يخصص النموذج مواقع مختلف القطاعات الصناعية لتصبح مميزة ومحددة. وعلى سبيل المثال، فإن وكلاء السفر ومنظمي الرحلات السياحية يتواجدون في الغالب في المنطقة المصدرة للمسافرين، بينما توجد أشياء مثل حسن الضيافة وعوامل الجذب السياحي في منطقة الوجهة، كما توجد صناعة المواصلات في منطقة عبور الطريق المؤدي إلى الوجهة.

في واقع الأمر، فإن السياحة هي أيضاً صناعة المتباينات، ويظهر ذلك من خلال دراسة إثنين من العناصر الرئيسية لنموذج ليبير، فالطلب على السياحة في المنطقة المولدة متقلب، فهو موسمي وغير منتظم. ومع ذلك، فإن هذا الطلب يكتفي بمنطقة الوجهة أين تكون التجهيزات مجزأة وغير مرنة، وبالتأكيد دليل على عدم الاستقرار المالي للسياحة.

السياحة نشاط متعدد الأبعاد والأوجه، ويؤثر هذا النشاط على الكثير من الناس والعديد من الأنشطة الاقتصادية المختلفة، وبناءً على ذلك ثبت أنه من الصعب إيجاد تعريف للسياحة، ولكن اقترح ليبير تعريفاً مختصراً: "تتكون صناعة السياحة من الشركات والمنظمات والمنشآت التي تهدف لخدمة حاجيات السياح الخاصة ورغباتهم".

من الصعب تعريف الترفيه، والذي يمكن أن يكون من خلال مقياس ثنائي من الوقت والسلوك العقلاني لقضاء فترات زمنية، وذلك عندما تكون الالتزامات الأخرى عند حدها الأدنى. وأكدت عدد من التصريحات الرسمية حق كل فرد في الطلب على السياحة. وذكر إعلان مانيليا حول السياحة العالمية أن الهدف الأساسي للسياحة كان تحسين مستوي المعيشة وخلق ظروف معيشة أفضل لجميع الناس. ومع ذلك، وعلي الرغم من حقيقة أن 450 مليون شخصاً قد سافروا دولياً في أوائل

التسعينيات، إلا أن المقدرة على القيام بالسياحة الدولية يبقى بمثابة حق كماله يصعب الحصول عليه بالنسبة لغالبية سكان العالم.

التأثير السلبي للسياحة:

في الجانب السلبي، قد يكون للسياحة تأثيرات بيئية مباشرة على جودة الماء والهواء ومستويات الضوضاء، بالإضافة إلى التخلص من مياه الصرف الصحي، والذي يدخل ضمن مشاكل التلوث، وأيضاً استخدام زوارق تعمل بالطاقة على المجاري المائية الداخلية والبحار المحمية، كما أن تضاعف استخدام محركات الاحتراق الداخلي لنقل السياح واحتراق المواد الزيتية لتوفير الطاقة لمكيفات الهواء للفنادق ووحدات التبريد تضاف إلى الأسباب التي تؤدي إلى تفاؤل جودة الهواء. وكذلك، فإن مستويات الضوضاء قد تزيد بصورة كبيرة في المناطق الحضرية بسبب وجود الديسكوهات والنوادي الليلية، وبسبب تزايد أعداد الطرق والسكك الحديدية، وحركة النقل الجوي أيضاً.

من الممكن أن يكون للتدهور الفيزيائي لكل من البيئة الطبيعية والصناعية عواقب وخيمة؛ فالصيد البري وصيد الأسماك لهما تأثير واضح على بيئة الحياة البرية، كما أن الكثبان الرملية يمكن أن تتلف وتتآكل جراء الاستخدام المفرط، وكذلك يمكن أن تتدمر الحياة النباتية بفعل المشاة، وقد تؤدي المخيمات إلى دمار الغابات، وقد تبلى الآثار القديمة أو تتشوه وتتدمر جراء الكتابة أو الرسم عليها، كذلك التخلص غير السليم من النفايات يمكن أن ينتقص من جمال البيئة، ويضر كذلك بالحياة البرية.

أهمية السياحة:

كما ذكر سابقاً، فإن السياحة فريدة من نوعها لأنها تحوي الصناعة من غير انبعاثات الدخان، والتعليم من غير فصول دراسية، والتكامل دون تشريعات، والدبلوماسية من غير التزام للشكليات. تم تسليط الضوء على أهمية السياحة عندما خصصت الجمعية العمومية للأمم المتحدة عام 1967م على أنه عام السياحة الدولية؛ حيث اعترفت أن السياحة هي نشاط أساسي ومحبيب للإنسان، ويستحق الثناء والتشجيع من قبل جميع الناس والحكومات.

يدعم مايسمى "إعلان مانيل" فكرة أن السياحة هي نشاط أساسي بالنسبة لحياة الشعوب؛ وذلك لتأثيراتها المباشرة على القطاعات الاجتماعية والثقافية والاقتصادية للمجتمعات. وقد بدأ إيمانه بأن السياحة

حول العالم يمكن أن تساهم في تأسيس نظام اقتصادي دولي جديد سيساعد في القضاء على اتساع الفجوة الاقتصادية بين الدول المتقدمة ونظيراتها النامية، وسيضمن تسارع مستقر للتنمية الاقتصادية والاجتماعية والتقدم، وبالأخص في الدول النامية.

السياحة هي أكبر صناعة تصديرية في العالم؛ حيث أنتجت حوالي 372,6 مليار دولار أمريكي خلال العام 1995م بواسطة 567 مليون سائح حول العالم، وذلك حسب ما أوردته منظمة التجارة العالمية. وفي العام نفسه، فإنه يقال أن مجال السفر والسياحة وفر فرصاً مباشرة وغير مباشرة لتوظيف 212 مليون شخص، ما يقدر بـ 10,7% من القوة العاملة في العالم. وهكذا، فإن السياحة تقدم مساهمة رئيسية في كسب النقد الأجنبي لعدد من الدول النامية وعدد من الدول المتقدمة أيضاً. ففي عام 1990م أنتجت السياحة 12% من الناتج القومي الإجمالي العالمي، ومن المفترض أن تشكل السياحة الداخلية (المحلية) تسعة أضعاف نظيرتها العالمية. اليوم، فإن السياحة هي عنصر هام في التجارة الدولية، وربما هي أكبر نشاط تجاري عالمي، والسياحة الدولية هي أكبر عنصر فردي في عمليات التجارة الخارجية في العالم. وبالنسبة لبعض الدول، فهي بالفعل أهم صناعة تصديرية، وأهم مصدر لكسب النقد الأجنبي.

اتسعت الفجوة الاقتصادية بين الدول الغنية والدول الفقيرة على مدى العقود الماضية. ولأن إنشاء صناعات جديدة وتحويل الحياة الريفية للبلدان النامية -مثل الهند- هي مهمة كبيرة؛ فإن أهمية السياحة في هذه الحالة تكمن في أن الدخل من السياحة الدولية يمكن أن يجلب النقد الأجنبي، وبالأخص بالنسبة للاستثمارات الضخمة. وبإدراك طرق الآخرين في الحياة وإقامة المنشآت، فإنه من الممكن للسياحة أن تخلق سمعة جيدة للبلد.

يسافر السياح ليشاركوا في عدة أحداث مثل المؤتمرات والمعارض... إلخ، وتمنحهم زيارتهم أيضاً الفرصة لتطوير تعاونهم، وكذلك ليعكسوا للعالم الخارجي صورة عن بلدانهم. فعندما يتداخل السياح مع الآخرين؛ فإنه يحدث نوع من التبادل الاجتماعي، وغالباً ما يحمل السياح معهم أفكار وآفاق جديدة عن الحياة عند العودة إلى ديارهم.

للسياحة أهمية تربوية، فنجد أن لها تأثيراً مفيداً يحدث بسبب التداخل بين أشخاص من مختلف الأعراق والجنسيات. وكان كاتب سوفيتي قد كتب: "إن السياحة هي شكل من أشكال التداخل الثقافي بين أناس من بلدان مختلفة". تحوي السياحة التبادل الثقافي، ولها نتائج في إثراء الثقافي لأولئك الذين يسافرون والذين يستقبلون السياح في مناطقهم علي حد سواء. تجذب العوامل الثقافية السياح للوجهات المختلفة مثل

الفنون المعمارية والآثار التاريخية ومسقط رأس المشاهير، ففي الغالب، يمر السياح على كل هذه المناطق خلال رحلاتهم السياحية.

الثقافة هي الجاذب الرئيسي للسياحة، فمن دون الثقافة التي تصنع الفرق، فإن كل مكان سيبدو مشابهاً للآخر، ومن دون الإرث الثقافي فإن الأماكن حول العالم سيكون لديها القليل من الأشياء -التي تخدم أغراض السياحة- لتقدمها. إن مواقع الإرث العالمية ليست سوى مواقع ثقافية، مثل الأهرامات في مصر وبرج لندن وتاج محل في الهند وسور الصين العظيم.

للسياحة أهمية سياسية واجتماعية من خلال جمعها للعديد من الناس بخلفيات مختلفة ومن مختلف البلدان، وغالباً ماتكون هنالك أهمية تربوية وثقافية أيضاً. تنمي السياحة الداخلية (المحلية) تفاعلاً مماثلاً بين الناس والأماكن، حيث تساهم في زيادة المعرفة، وتنمي الإدراك والفهم.

تكمن الأهمية الاقتصادية الرئيسية للسياحة في أن الأموال المكتسبة في أماكن الإقامة الاعتيادية يتم إنفاقها في الأماكن السياحية، وهذا الأمر مشترك في جميع الأنظمة السياحية. يكمن التأثير الاقتصادي البارز للسياحة في القوة الشرائية الناتجة في المناطق السياحية من خلال إنفاق الزوار الذين يميلون للإنفاق بمعدلات أكبر بكثير من معدلات إنفاقهم أثناء إقامتهم في بلدانهم.

يقدم الإنفاق الناتج عن السياحة الدولية جانباً إضافياً من الأهمية الاقتصادية، كما يتعين على البلدان المختلفة موازنة عملياتهم مع بقية عملات العالم. تدخل السياحة الدولية في ميزان حساب المدفوعات لكل بلدٍ على حدة، ولها أهمية كبيرة في التجارة الدولية. وبالنسبة للبلدان التي تولد حركات السياحة فإنها تشكل إستيراداً، وبالمثل فإنها تشكل تصديراً بالنسبة للبلدان التي تستقبل السياح. تشكل السياحة محوراً رئيسياً في التجارة العالمية، حيث أن تجارة السياحة العالمية تنمو بمعدل أسرع بكثير من التجارة العالمية في السلع خلال السنوات الأخيرة.

يزيد الإنفاق على السياحة الذي يقوم به السياح من دخل مناطق الوجهة بمقدار أكبر منه، حيث يتم تضخيم النفقات وهذا مايعرف بالمضاعف؛ والذي يعني معامل العدديّة الذي يشير إلى مقدار الدخل الزائد نتيجة الإنفاق السياحي. فإذا كان الإنفاق السياحي هو 10 ملايين روبية، وكانت قيمة المضاعف هي 1,9 ملايين روبية، فإن الدخل سوف يزيد لـ 19 مليون روبية.

السياحة هي جزء لا يتجزأ من الحياة العصرية. وأصبح للسياحة تأثير مماثل لتأثير الثورة الصناعية كقوة من أجل التغيير الاجتماعي. وفي

العقود الثلاثة الماضية، بدلت السياحة شكل العالم وكذلك نمط العمل فيه.

لا يوجد مكان معزول في العالم؛ فقد تم غزو الفضاء، والأماكن النائية في الكرة الأرضية هي الآن عبارة عن مراكز للعطلات والاستجمام، كما أن المسافة لم تعد مكلفة كثيراً، فكل هذه الأشياء قد تبدلت، ليس فقط الاقتصاد العالمي ولكن أيضاً أساليب الحياة البشرية. يسافر رجال الأعمال والسياسيون في الوقت الحالي من دولة لأخرى عابرين آلاف الأميال في غضون ساعات، حتى أن بعضهم يسكن في دولة، ويعمل في أخرى.

التصنيف:

يمكن تصنيف السياحة وفقاً لمعايير مختلفة:

1- هنالك تمييز بين السياحة الداخلية والسياحة الدولية، ففي السياحة الداخلية يسافر الناس خارج أماكن إقامتهم لمناطق أخرى داخل بلدانهم، فلا يعبرون حدودها. وفي هذه الحالة لا توجد عوائق تتعلق باللغة أو العملة أو الوثائق.

السائح هو أي شخص يقوم بزيارة مكان معين لفترة أدناها يوم واحد. أما الذين يسافرون في الإجازات ويمكثون لفترة زمنية أقل من يوم واحد فيعاملون على أساس أنهم متنزهون أو قائمون برحلة ما. وعندما يسافر الناس إلى دول أخرى مستقلة؛ فهم بذلك يدخلون في إطار السياحة الدولية، وفي هذه الحالة هنالك لغات وعملات ووثائق مختلفة متمثلة في هيئة جواز السفر والتأشيرة التي تقف في طريق حرية تنقل الأشخاص.

أظهر إعلان مانिला لمؤتمر السياحة العالمية والذي عقد في مانिला في سبتمبر عام 1980م الآتي:

تساهم السياحة الداخلية في كل دولة في تحسين التوازن الاقتصادي القومي من خلال إعادة توزيع الدخل القومي، وتزيد السياحة الداخلية أيضاً من الوعي بالفائدة المشتركة، وتساهم في تطوير النشاطات المصاحبة للاقتصاد العام للدولة، وبالتالي، يجب أن تكون عملية تطوير السياحة الخارجية مقترنة بجهد مماثل لرفع مستوى السياحة الداخلية. عليه، فإن إعادة التوزيع الإقليمي للدخل والاتحاد السياسي هما عاملان حيويان لتشجيع السياحة الداخلية.

بالنسبة لمعظم الناس، فإن السياحة لا تمثل احتياجاً أساسياً أو حتى سلعة ذات أولوية. بالأحرى، لا يمثل النشاط السياحي في حياتهم سوى سلعة للرفاهية والترفيه فقط، وإلى حد كبير فهذا هو إرث الجمعية السابقة

للسياحة والاستجمام للطبقات الراقية. إنتهت أيام سياحة الطبقة الراقية, وأصبح للسياحة دور تقوم به من أجل وفاق دولي أفضل, فضلاً عن دورها في التكامل الوطني. ووفقاً لمنظمة السياحة العالمية فإن السائح الأجنبي هو شخص ما يزور دولة معينة بخلاف تلك الدولة التي يقيم فيها لفترة زمنية أدناها 24 ساعة.

يمكن اعتبار الأشخاص أدناه ضمن قائمة السياح:

(i) الأشخاص الذين يسافرون طلباً للتسلية أو العلاج... إلخ.

(ii) الأشخاص الذين يسافرون كمندوبين أو ممثلين لجهة معينة بشتى أنواعهم.

(iii) الأشخاص الذين يسافرون من أجل التجارة والأعمال.

(vi) الأشخاص الذين يمرون في مسار رحلة بحرية, حتى في حالة بقائهم لفترة أقل من 24 ساعة.

أما الأشخاص الآتي ذكرهم فلا يمكن اعتبارهم سياحاً:

(i) الأشخاص القادمون لشراء إقامات أو للانخراط في أي نشاط تجاري داخل الدولة.

(ii) الأشخاص القادمون لتأسيس إقامة داخل البلد.

(iii) الطلاب الجامعيون واليافعون من طلاب المدارس.

(iv) كل الأفراد المقيمين في دولة معينة ويعملون في الدول المجاورة.

(v) المسافرون المارون عبر البلاد من غير توقف, حتى إذا استغرقت رحلاتهم أكثر من 24 ساعة.

يمكن تصنيف السياحة وفقاً للغرض من السفر إلى سياحة العطلات وسياحة الأعمال وسياحة الفائدة المشتركة.

أصبحت لسياحة الأعمال أهمية قصوى, ولها ثلاثة عناصر أساسية هي: الرحلات التحفيزية وسياحة المؤتمرات وسياحة الأعمال. نجد أن نصيب الفرد من القدرة الشرائية في السياحة التجارية أعلى بكثير منه في حالة السياحة الترفيهية. والرحلات التحفيزية هي واحدة من الأنواع الثلاثة الأساسية لسياحة التجارة العالمية وهي الأقل أهمية, وهي عبارة عن دخل إضافي لتحفيز الموظفين.

تمثل سياحة المؤتمرات مشروعاً كبيراً على الصعيدين القومي والدولي، وبحلول عام 1980م كان هناك 14000 مؤتمراً دولياً كل عام. ونجد أن مراكز المؤتمرات الدولية الرئيسية داخل أوروبا هي باريس ولندن ومدريد وجنيف وبروكسل. أما خارج أوروبا، فالمراكز الرئيسية هي سيدني وسنغافورة وواشنطن ونيويورك.

توسعت عملية سياحة الأعمال التجارية العالمية في السنوات القليلة الماضية نتيجة لعولمة الاقتصاد العالمي. هنالك عدد من الميزات الهامة للسياحة الدولية. أولاً، فإن حركات السياحة الدولية مستقطبة بدرجة كبيرة، وتكون التنقلات بشكل رئيسي بين الدول الأكثر تقدماً. ثانياً، تكون معظم التنقلات الدولية منظمة ومكثفة داخل أوروبا بالذات. ثالثاً، فإن الهيمنة الكاملة للدول الأوروبية مستمرة ولكنها في انحدار نسبي. توسعت السياحة الدولية بشكل سريع في أوروبا ولكن تدهورت بعد ذلك.

الإقليم	1950م	1971م	1989م
أوروبا	66	75	62
الأمريكتين	30	19	20
أفريقيا	2	1	4
آسيا	1	3	[15]
الشرق الأوسط	1	2	

--	--	--	--

100

100

وفقاً للفترة الزمنية، فإن الرحلات القصيرة التي لا تتضمن إقامة لليوم التالي تصنف على أساس أنها رحلات يومية أو نزهات، ويجب أن تكون مميزة عن الرحلات الطويلة والإقامات في الوجهات المختلفة لمدة أداها 24 ساعة، والتي نطلق عليها لقب (السياحة) والتي تتضمن إقامة لليوم التالي على أقل تقدير.

يمكن تقسيم السياحة إلى السفر الفردي والسفر الجماعي، وكذلك إلى السفر المستقل والسفر الشامل. التصنيف الأول مفسر لنفسه، أما الفرق بين السفر المستقل والشامل فيعتمد على كيفية شراء عناصر السفر عن طريق السائح. ففي الحالة السابقة فإن المواصلات والإقامة ... إلخ يتم ترتيبها بواسطة السائح نفسه، أو عن طريق وكيل السفر، أما في الحالة الثانية، فيقوم السائح بشراء رحلة سياحية لا يكون باستطاعته تحديد أسعار المدفوعات فيها، مثل ثمن التذكرة وتكاليف الإقامة والأشياء الأخرى، والتي تكون مدمجة سوياً وتعرف بـ "الرحلة المنظمة ذات السعر المعقول"، ويمكن للسائح أن يسافر بمفرده أو ضمن مجموعة ما.

يعود مصطلح "سياحة المجموعات" إلى مشاركة عدد كبير من الناس في عملية السياحة. ويستخدم عكس هذا المصطلح في حالة مشاركة عدد محدود من الناس كما هو الحال في سياحة الطبقة الراقية "سياحة النخبة". سياحة المجموعات هي في الأساس مفهوم كمي يعتمد على حجم النشاط السياحي.

يتحرك السائح غالباً في مجموعات رسمية وغير رسمية. هناك أنواع مختلفة من الرحلات السياحية الجماعية، هنالك مثلاً مجموعات حصرية مثل المتزوجين حديثاً والمجموعات العائلية وجماعات الأصدقاء ... إلخ. يمكن للسائح المنفرد أن يكون موظفاً في قسم الخدمات الاجتماعية أو أحد أفراد الجيش أو مسؤولاً حكومياً يقوم بضبط أنشطة السياح.

للسياحة أهمية اقتصادية واجتماعية كبيرة، وقد أدركت أهميتها كل من الدول المتقدمة والنامية، ويظهر ذلك جلياً في تأسيس الدوائر الحكومية المتعلقة بالسياحة. فالتشجيع واسع الانتشار للتطورات السياحية وظهور الأعمال التجارية الصغيرة والأعمال ذات الجنسيات المتعددة تساهم وتستمد المنفعة من عملية صناعة السياحة، وهنالك تفاؤل كبير بأن

السياحة يمكن أن تكون عاملاً قوياً ومفيداً في سوق الأوراق المالية في المجالين الاقتصادي والاجتماعي. في الحقيقة فإن للسياحة توظيف واستثمار وهمي. ساهم استخدام الأراضي المعدلة والهيكل الاقتصادي بشكل إيجابي في ميزان المدفوعات في عدد من الدول حول العالم. توسعت عملية السياحة بمقدار حوالي 12% في السنة خلال الخمسة عشر سنة الماضية بمعدل زيادة أسرع بكثير من معدل زيادة نمو السكان, أو معدل الناتج القومي الإجمالي للفرد الواحد.

تطورت السياحة بشكل كبير في أوروبا الغربية وأمريكا الشمالية. وعلى ضوء المزايا الاقتصادية التي يمكن الحصول عليها من السياحة؛ أدركت الهند أن السياحة هي وسيلة سريعة وسهلة لتحقيق التقدم الاقتصادي وخلق فرص للتوظيف وحل صعوبات ميزان المدفوعات الخاص بها.

مؤتمر الأمم المتحدة حول السياحة الدولية:

أقيم مؤتمر الأمم المتحدة حول السياحة الدولية في روما عام 1963م, ويعتبر هذا المؤتمر واحداً من أهم الأحداث في تاريخ تنمية السياحة الدولية. وأكد المؤتمر على الأهمية القصوى للسياحة كعامل اقتصادي , وذكر أن للسياحة أهمية كبيرة ليس فقط لكونها مصدر للنقد الأجنبي, ولكن أيضاً في الحقل الصناعي وفي تنمية المناطق الفقيرة التي تفتقر إلى المصادر الطبيعية. تؤثر السياحة كصناعة من الرتبة الثالثة في ازدهار المناطق السياحية عن طريق تطور مستوى الاتصالات والإقامة وبعض الخدمات الاستهلاكية الأخرى .

أكد المؤتمر أن الدول النامية قد واجهت بعض المشاكل والتي تختلف عن تلك التي واجهتها الدول المتقدمة, فقد كانوا في المرحلة البدائية للتطور السياحي. وفي كثير من الحالات, لم تكن السياحة الداخلية موجودة بشكل كبير, واعتبر المؤتمر أن مثل هذه الدول قد تصرف بشكل صحيح عندما أعطت الأولوية لصناعة السياحة لكسب النقد الأجنبي, ولكن يجب -في الوقت نفسه- أن يأخذوا بعين الاعتبار قيمة السياحة على أنها وسيلة لتطوير صناعات وخدمات جديدة, خاصة المباني والمواصلات في هذه المناطق, وهي تلائم تلك الأنواع من التنمية. إن نمو قطاع الخدمات في هذه المناطق لا ينتج عنه ازدهار وتوفر فرص عمل فحسب, بل سيحمل في طياته مبادئ جديدة تساعد في نمو التجارات الاستهلاكية الأخرى. واعتبر المؤتمر أنه يجب أن تغير الحكومة المزيد من الانتباه لأهمية السياحة في التنمية الاقتصادية والمخططات والصفقات التجارية.

في الحقيقة، أدركت الولايات المتحدة الأمريكية أن السياحة الدولية لا تمثل مصدراً واعداً للنقد الأجنبي للدول النامية ومؤثراً قوياً في مجارة التنمية الصناعية فحسب، ولكنها تساعد أيضاً في تعبئة الموارد الطبيعية وتطوير الخدمات والاتصالات. تحتاج هذه الصناعة إلى عمالة قوية، وبالتالي تؤدي إلى توفير فرص عمل كثيرة.

تاريخ السياحة:

تحولت الرحلات المتفرقة التي قام بها البدويون في السابق إلى الصناعة الأكثر ازدهاراً في العالم في الوقت الحالي، والتي تسمى السياحة.

بدأ العمل على السياحة قبل نحو ثلاثة آلاف سنة، ويمكن أن نعزي الأشكال القديمة من السفر السياحي إلى البابلية والامبراطوريات المصرية القديمة. تم فتح متحف الآثار التاريخية للجمهور في القرن السادس قبل الميلاد في بابل، بينما أقام المصريون العديد من المهرجانات الدينية جاذبين بذلك المتدينين، وكذلك العديد من الناس الذين جاءوا لرؤية المباني الشهيرة والفنون الموجودة في المدن. تقدّم جميع أنواع الخدمات أثناء المهرجانات من طعام وشراب ومرشدين سياحيين وبائعي الهدايا التذكارية والباعة المتجولين ووسائل المتعة الأخرى.

سافر السياح الإغريقون لزيارة آلهة الشفاء ابتداءً من القرن الثالث قبل الميلاد. وبما أن المدن المستقلة في اليونان القديمة لم تكن تمتلك سلطة مركزية من أجل بناء المدن، فقد سافر معظم السياح والتجار عبر البحر، مما أدى إلى ازدهار الموانئ البحرية. أقام الإغريقون أيضاً مهرجاناتهم الدينية. وبحلول القرن الخامس قبل الميلاد أصبحت أثينا وجهة مهمة للسياح. كان أصحاب الفنادق في هذه الفترة غير ودودين، وتدرّبت الفتيات على فن الموسيقى والرقص، وأصبحوا بذلك وسيلة التسلية الرئيسية.

يرجع الفضل في معرفتنا بالسياحة -خلال تلك الحقبة القديمة- لكتابات "هيرودوت" والذي يعتبر أول من كتب عن السياحة في العالم. ظهرت الكتب الإرشادية التي تخص السياحة في أوائل القرن الرابع قبل الميلاد، والتي غطت أثينا وسبارتا وطروادة.

توجّه الإعلانات الموجودة على شكل علامات الزوار إلى النزل والحانات الموجودة على جانبي الطريق، وقد ظهرت تلك العلامات أيضاً خلال هذه الفترة حيث كانت تحت الامبراطورية الرومانية، وكانت هذه بداية إدراك

أهمية السياحة الدولية، ومع وجود البحار الآمنة من القرصنة، أصبحت ظروف السفر ملائمة بصورة أكبر. كانت العملة الرومانية متداولة في كل مكان، وكانت اللغة اللاتينية هي لغة ذلك العصر. سافر الرومانيون إلى صقلية واليونان وروديس وطروادة ومصر والأراضي المقدسة، وكانت تلك المرحلة هي مرحلة تطور نمو السفر البيروقراطي، حيث تطلب الخروج من عدد من الموانئ البحرية تصريحاً مخصصاً وكانت تدفع رسوماً مقابل هذه الخدمة.

ازدهرت السياحة المحلية أيضاً داخل الإمبراطورية الرومانية، حيث بنيت المنازل الثانية عن طريق الأثرياء على مسافات ليست بعيدة عن روما، وأقاموا فيها خلال فترات الربيع. زخر محيط خليج نابولي بأفخم المنتجعات السياحية، وساهم التطور السريع في مجال الاتصالات -والذي تزامن مع الفتوحات الرومانية- في نمو السفر السياحي.

بيّن العلماء القدماء أن أثرياء اليونان والرومان سافروا إلى مصر في أوقات العطلات، وقضوا فترات الصيف في مساكنهم الثانية الموجودة في مناطق مختلفة مثل خليج نابولي، وقاموا أيضاً بزيارة المنتجعات الفخمة بغرض التسلية وقضاء أوقات الفراغ أكثر من زيارتهم تلك المنتجعات لأسباب صحية. كانت اليونان القديمة هي الوجهة لمتابعي الألعاب الأولمبية والمهرجانات الكبيرة الأخرى.

السفر في العصور الوسطى:

بعد سقوط الإمبراطورية الرومانية وبداية العصور المظلمة، أصبح السفر أقل جاذبية للسياح، وأكثر خطورة وصعوبة، وأصبحت عملية السفر مطابقة في المعنى للمفردة (Travail) والتي تعني المجهود الشاق، وهو أصل الكلمة. وكانت النتيجة أن الرحلات الترفيهية أصبحت تقام بالقرب من أماكن الإقامة. كان السفر الدولي وقتها موجوداً ولكن بدرجة قليلة. سعى المسافرون للشهرة والثروة عن طريق السفر، وسافر التجار بصورة مكثفة من أجل البحث عن فرص تجارية جديدة.

لعبت العطلات دوراً هاماً في حياة الناس، وقدمت الديانات -منذ القدم- الإطار المسموح به لقضاء وقت الفراغ. ولأداء الواجب الديني، يجب أخذ حجاج البيت إلى أماكن العبادة. قبل القرن السادس عشر، كان للراغبين في السفر ثلاث طرق للقيام به، فإما أن يسافروا مشياً على الأقدام أو على ظهور الخيول أو عن طريق الناقلات أو العربات. وكانت الرحلات غير آمنة لأن قطاع الطرق كانوا منتشرين في الطرق الرئيسية، مستخدمين الاحتيال والتهديد للاستيلاء على أملاك المسافرين.

أُعتبر تطور العربة متعددة الركاب التي تجرها الخيول تقدماً كبيراً في مجال السفر في ذلك الوقت، وأضيف بناء الطرق المسفلتة في القرن الثامن عشر إلى عوامل التقدم الأخرى في مجال السفر في المملكة المتحدة وأمريكا.

يتطلب السفر إلى بعض المناطق الحصول على إقامة، وبحلول عام 1820م كانت العربات التي تجرها الخيول شائعة الانتشار في لندن وباريس.

الرحلة السياحية الكبرى:

ظهر شكل جديد من أشكال السياحة في أوائل القرن السابع عشر كنتيجة مباشرة للحرية والسعي وراء التعلم في عصر النهضة. ففي عهد إليزابيث الأولى، تم تشجيع الشباب الباحثين عن مناصب في المحكمة على السفر إلى مختلف الدول الأوروبية لإكمال دراستهم. وبعد فترة وجيزة، تم اعتماد هذا النشاط من قبل الآخرين في طبقات المجتمع العليا، وأصبح مألوفاً في طريقة تعليم الرجال النبلاء مختتمين هذا النشاط برحلة كبيرة للمراكز الثقافية الرئيسية في أوروبا، ورافقهم في الأغلب معلم متخصص، وربما تستمر الرحلة لثلاثة أعوام أو أكثر، وقد أعطت هذه الرحلة الكبيرة دفعة إضافية لمسيرة التعليم.

العائق السياسي للسفر:

كان السفر خارج حدود دولة معينة دائم الخضوع لعدد من القيود، وسافر القليل من الناس إلى مسافات بعيدة. ظهرت جوازات السفر في القرون الوسطى، وأعطى خطاب رسمي من أسقف الكنيسة للحجاج لتجنب اعتقالهم المحتمل لاحقاً بتهمة التشرد. ظهرت بعد ذلك -بشكل أكبر- الأوراق الرسمية التي تمنح من قبل الدولة وتكفل حق التنقل للمسافرين خصوصاً أثناء فترات الحرب مع الدول المجاورة. ظهر تقديم جوازات السفر الإلزامية كمتطلب دائم في بريطانيا في العهد الحديث، حيث بدأ عام 1916م.

السياحة في الهند:

تزخر الهند بالمقومات السياحية في جميع المجالات، التاريخية منها والثقافية، سواءً كانت جبالاً أو غابات أو أماكن أخرى تحتوي على المناظر الطبيعية الخلابة والحياة البرية، وكذلك بوجود الينابيع الساخنة والمعارض والمهرجانات والسياح. للهند عاملاً جذب رئيسيان لجذب السياح تتميز بهما عن الكثير من الدول، وهما الحياة البرية الغنية والمتنوعة والآثار القديمة

والبقايا والقطع الأثرية التي تعود إلى حضارة ما قبل التاريخ، والمعابد والمنحوتات والأماكن المقدسة المتعلقة ببوذا، والمعابد الهندوسية والكهوف في إلورا وإليفانتا وكاجوراهو وكانداقيري وتانجوري وبوداي غيري، والآثار والأماكن السياحية وحصون الحكم الإسلامي وتاج محل الرائع وبقايا الحكم الأوروبي، مثل الحصون والكنائس البرتغالية في جوا وديو وبانديل، والحصون والمساكن البريطانية في تشيناي وسورات ولكناو، والمواقع الجميلة في الهيمالايا. تمثل كل هذه المناطق عوامل جذب للسياح.

أصبح هنالك وعي كبير للفوائد الكامنة في عملية السياحة، ولكن القليل منها قد تم تنفيذها عملياً للاستفادة من هذه الإمكانيات الهائلة. إسبانيا والبرتغال والمكسيك هي دول أصغر بكثير من الهند ولكنها تجني أرباحاً أكثر بـ 50 مرة من الأرباح التي تجنيها الهند من النشاط السياحي.

أصبحت وزارة السياحة مسؤولة عن إدخال الحركة والحماس في عملية الصناعة، فيتم استقبال السائح بحفاوة، وتوجد لافتات إرشادية في المطار، "فالسائح هم الضيوف الكرام لنا" ويجب الاعتناء بهم ومعاملتهم بلطف وحسن ضيافة كبيرين.

بين أعوام 1951م - 1981م، كان معدل النمو المركب للسياح القادمين إلى الهند 14% مقابل المتوسط العالمي الذي يبلغ 8,2%، وارتفعت حصة الهند من السياحة العالمية خمسة أضعاف، ولكنها لاتزال نسبة ضعيفة، حيث بلغت 0,29%. وبالأرقام، ارتفعت السياحة الأجنبية في الهند من 432000 في عام 1961م إلى 1280000 في عام 1981م. وفي عام 1996م زار 931456 سائحاً أجنياً دولة الهند مقابل 800150 سائحاً في العام 1980م، وبالتالي لدينا الفرصة للحصول على حصة أكبر بكثير من حركة السياحة العالمية.

التنمية منذ الاستقلال:

حققت السياحة منذ الاستقلال قفزات هائلة؛ حيث شهدت معظم القطاعات الحيوية نمواً ملحوظاً لتلبية المتطلبات السياحية المتزايدة. حقق قطاع الإقامة تقدماً مذهلاً، وربما يكون قطاع الفنادق الموجود لدينا هو الأفضل في العالم؛ حيث ارتفع عدد الفنادق المصدق عليها في الدولة من 186 فندقاً في عام 1963م إلى 371 فندقاً بحلول عام 1982م، كما أن هنالك عدد من الفنادق الجديدة قيد الإنشاء في عدد من المدن. وبالمثل فقد حققت الناقلات الوطنية المتمثلة في "طيران الهند" و"الخطوط الجوية الهندية" تقدماً مذهلاً؛ حيث ارتفع عدد المسافرين عبر طيران الهند من 487000 بين عامي 1970م-1971م إلى 1418000

بين عامي 1980م-1981م مسجلاً نمواً بنسبة 19% في السنة خلال هذه الفترة. وبالمثل فقد ارتفع عدد المسافرين عبر الخطوط الجوية الهندية من 2160000 إلى 5408000 خلال هذه الفترة. وأيضاً زادت خطوط السكك الحديدية من التسهيلات لتعزيز السياحة الدولية، حيث تنقل - تقريباً- خمسة ملايين راكباً يومياً.

تمتلك الهند واحدة من أكبر شبكات الطرق، والتي تربط جميع المدن الرئيسية مع المناطق السياحية والترفيهية، وتتوفر كذلك وكالات السفر والمرشدين السياحيين في جميع المناطق السياحية. بلا شك، فإن الهند قد حققت تقدماً كبيراً في تطوير السياحة، ولكن لا يزال أمامنا الكثير لنصل إلى الهدف المنشود.

لم تحرر الهند قطاع السياحة بصورة رسمية كما هو الحال في الكثير من الدول. غير أنه من الضروري للهند أن تجتذب الاستثمار التقني الأجنبي والاستثمار التقني، وأن تكتسب التجربة في هذه المجالات الحديثة نسبياً، مثل السياحة البيئية وسياحة المغامرات وسياحة المخيمات والمجالات الأخرى ذات الصلة؛ وذلك من أجل زيادة نصيبها من السياحة العالمية بصورة أسرع، وألا تتراجع لمصلحة الدول الأخرى. من المثير للانتباه ملاحظة أن صناعة السياحة في الهند قد جذبت الاستثمار الأجنبي المباشر، حيث تم تصديق معظم هذا الاستثمار للفنادق والمطاعم في صورة 156 تصديقاً مالياً، و 76 تصديقاً تقنياً، حيث بلغ نسبة 1,7% من إجمالي الاستثمار الأجنبي المباشر المصدق عليه.

اقتصاديات السياحة:

السياحة هي نشاط موجود منذ فترة طويلة، حتى من قبل أن يصبح هذا النشاط محدداً ومعروفاً. ومع ذلك، فإن بروزها كعامل أساسي في اقتصاد العديد من الدول حدث منذ عهد قريب نسبياً. ولعدد متزايد من الناس، لم يعد العمل الغرض الرئيسي في حياتهم، وهذا يشجع صناعة السياحة. السياحة العصرية هي ظاهرة مهمة في وقتنا الحالي؛ حيث تمنحنا الفرصة للتعلم لإثراء البشرية وتوفير ما يمكن تسميته بالسلع الضرورية لحياة أفضل ولمجتمع أفضل.

يمكن مناقشة المساهمات التي قامت بها السياحة للمجتمع الهندي في العناوين الآتية:

إيرادات السياحة والدخل القومي:

تعتمد الكثير من الاقتصادات في الوقت الحالي علي السياحة لكسب النقد الأجنبي. وعندما شرعت الهند في مهمة وضع أسس السياحة، كان

المقصد الأساسي هو توفير احتياجات الدولة من النقد الأجنبي. وبالنسبة للهند، فإن السياحة هي مصدر رئيسي لكسب النقد الأجنبي، ويمكن أن تساعد في تصحيح الميزان التجاري المتعسر وكذلك الاختلالات الإقليمية. ولديها ميزة كونها آلية غير متعبة لتحويل الموارد من الدول ذات الدخل المرتفع للدول ذات الدخل المنخفض.

توفر صناعة السياحة فرص عمل لأكثر من 112 مليون شخص، أو واحداً من كل خمسة عشر موظفاً من موظفي العالم. وتعد مسألة توفير فرص العمل الفائدة الاقتصادية الأكثر وضوحاً. توفر السياحة فرص عمل لموظفي الفنادق وسائقي سيارات الأجرة والمرشدين السياحيين والعاملين في مجال البناء والفنانين وموظفي المطاعم والعاملين في وسائل النقل المختلفة، ولم تكن الكثير من مثل هذه الوظائف لتتوفر لولا تطور السياحة. وعلى سبيل المثال، لم يكن باستطاعة سائقي سيارات الأجرة في "فيجي" توصيل السياح إلى الفنادق، حيث لم يكن لديهم في السابق رواتب مثل بقية سائقي سيارات الأجرة على الإطلاق.

السياحة والتوظيف:

تساعد السياحة اقتصاد الدولة بطرق مختلفة. السياحة هي صناعة الخدمات، ويمكن أن يكون لها تأثيراً هاماً على الدول ذات العمالة الفائضة، وتعد الموارد البشرية عاملاً هاماً لنجاح هذه الصناعة. تحتاج معظم قطاعات السياحة إلى عمالة قوية، وتتطلب معظم الوظائف فيها فترة تدريب قصيرة نسبياً. ويمكن خلق فرص للتوظيف مع انخفاض الاستثمار-نسبياً- في المدخرات الثابتة لكل موظف.

أظهر الأستاذ "ريسخ" أن صناعة السياحة قد وفرت فرص عمل لـ 140000 شخص في سويسرا، وتم تعيين حوالي 70000 شخص مباشرة عن طريق قطاع الفنادق. هذا يشير إلى أن السياحة في سويسرا مسؤولة عن توظيف 5% من القوة العاملة في الدولة. كذلك في المملكة المتحدة فإن 5% من القوة العاملة في الدولة يكسبون لقمة عيشهم بشكل أساسي- من السياحة.

أصبح للحكومة الهندية وعي متزايد لأهمية السياحة الدولية، وتم تعزيز هذا الوعي عن طريق المنظمات العالمية وبنوك التنمية بتقديمهم المساعدة التقنية المستمرة ورأس المال لتنمية السياحة في الدولة.

يمكن تصنيف الأشكال المختلفة من فرص العمل التي وفرتها السياحة كما يلي:

(i) التوظيف المباشر:

يشمل الأشخاص الذين يعملون في الشركات السياحية (مثل الفنادق والمتاجر السياحية ووكالات السفر).

(ii) التوظيف غير المباشر:

ويشمل الوظائف التي تتولد في قطاع التمويل (مثل الزراعة وصيد الأسماك والتصنيع).

(iii) التوظيف المستحدث:

ويشمل الأشخاص الإضافيين الذين يحصلون على الدعم من إنفاق الدخل المكتسب عن طريق الموظفين المباشرين وغير المباشرين.

(iv) التوظيف في قطاع الإنشاءات:

ويشمل الوظائف التي تتولد عند إنشاء المرافق السياحية والبنى التحتية.

المساهمة في ميزان المدفوعات:

هنالك عدد محدود من الدول في العالم تمتلك الرصيد الإيجابي للتجارة المنظورة. يمكن للسياحة -في المستقبل- أن تساعد في تصحيح عجز ميزان المدفوعات للكثير من الدول. وكأمثلة للدول التي تمثل صناعة السياحة فيها أهمية كبيرة جداً في زيادة الفائض أو تخفيض العجز، يمكن ذكر إسبانيا واليونان وبوغوسلافيا ولبنان والأردن والإمارات العربية المتحدة وتايلاند والمكسيك. نجد أن السياحة مزدهرة في إسبانيا والمكسيك والأردن، وتمثل عائداتها نسبة كبيرة من الصادرات، حيث مثلت عائدات السياحة 44% و 39% و 28% على التوالي في العام 1970م.

نجد أن السياحة في الهند تمثل أيضاً قطاعاً حيوياً، فبين عامي 1978م- 1979م بلغت الأرباح الإجمالية من السياح الوافدين 5650000000 روبية، وبجانب الحرف اليدوية فقط بلغت الأرباح 9670000000 روبية. ومن بيع الحاجيات الهندسية 7690000000 روبية. بلغت الأرباح الإجمالية للسياحة 8640020000000 روبية في العام 1995م، حيث كانت الأعلى بين جميع مصادر الدخل الأخرى.

المساهمة في انتشار التنمية:

تهدف السياحة إلى توزيع التنمية بعيداً عن المراكز الصناعية، ونحو المناطق التي لم يتم تنميتها داخل الدولة. كما اعتبرت الحكومات في الدول النامية أن تطور السياحة يمثل أحد الحلول لمشاكلهم الإقليمية. وربما يكون توزيع التنمية وانتشارها في المناطق غير المتطورة هو الفائدة

الكبرى التي يمكن الحصول عليها من السياحة. يقتضي اعتماد الدولة للنمط الاشتراكي للمجتمع الحد من التفاوت في التنمية الإقليمية، وكذلك توزيع التنمية ونشرها داخل الدولة. لذا فإن تنمية السياحة لتصحيح النمو الإقليمي غير المتوازن سيعزز المجالين الاقتصادي والاجتماعي للحكومة الهندية.

التأثير على التنمية الاقتصادية العامة:

تحدث السياحة نمواً في المنطقة عن طريق تطوير الاتصالات ووسائل النقل وأماكن الإقامة والعديد من الخدمات الاستهلاكية الأخرى، وتصبح الأموال التي ينفقها السياح -بطريقة أو بأخرى- بمثابة دخل في أيدي السكان المحليين، ومكسب يمكن إنفاقه أو الاحتفاظ به. وهكذا، فإن الأموال التي أنفقها السياح قد يتم تداولها عدة مرات، مما يؤدي إلى مقدار معين من الخسارة إما في شراء الواردات (وهذا الاحتمال نادر الحدوث في الهند بسبب القيود المفروضة على الاستيراد)، أو للادخار حتى يصبح تأثير النفقات الأصلي ضئيلاً، وهذا يشكل تأثير المضاعف. ومع ذلك، يمكن القول أن الإنفاق الذي يقوم به السياح يمكن أن يكون له تأثيرات مفيدة على جميع القطاعات الاقتصادية، ويمكن أن يقود إلى تنوع هائل في الصناعات والنشاطات الاقتصادية الأخرى.

المساهمة في الفوائد الاجتماعية:

ساهمت السياحة الدولية -بلا شك- في زيادة اهتمام الناس بالشؤون العالمية على وجه العموم، وقادتهم إلى زيادة معرفتهم بالأجانب والأذواق الأجنبية. فالأجور المرتفعة والإجازات مدفوعة الأجر وملكية السيارات والمؤتمرات الدولية والسفر الجماعي، كل هذه الأشياء قد ساهمت في ازدهار سوق السفر الدولي، وزيادة عدد القائمين بالسياحة الدولية، من عدد ضئيل من الأثرياء قبل عقدين فقط من الزمان، إلى شريحة كبيرة من المجتمع في الوقت الحاضر.

اقتراحات للخطة الحكومية المناسبة لمحاكاة السياحة:

تعتبر الهند أرضاً للأحلام بالنسبة لعدد كبير من الناس حول العالم؛ فهي غريبة وغامضة وملئية بالألوان وتتميز بالعظمة. ولكن هذا ليس كافياً لجذب عدد أكبر من السياح إلى الهند ما لم تتبنى الحكومة خطة فعالة ونشطة وواقعية.

نجد أن تكلفة السفر إلى بلد معين هي واحدة من العوامل الأساسية التي تحدد الحصة التي يمكن أن تؤمنها الدولة من تجارة السياحة العالمية

في المستقبل، كما أصبح السياح أكثر وعياً من السابق (خدمة جيدة مقابل المال). ترغب كل دولة في زيادة حصتها من احتياجات التجارة السياحية لإجراء تقييم واقعي للتكلفة المستقبلية للسفر، وذلك بحسب السوق الرئيسي.

نجد أن الهند بعيدة كل البعد عن مصادرها الرئيسية للسياحة، يمكن التخلص من هذا العائق عن طريق تخفيض ثمن تذاكر الطيران، وينبغي الحفاظ على الأسعار في أدنى مستوى اقتصادي ممكن لتشجيع السياح لزيارة أكبر قدر ممكن من المناطق السياحية. وبالمقارنة مع بلدان أخرى، تعتبر الهند دولة غير مكلفة مادياً للقيام برحلة سياحية على أرضها.

ثانياً، تعد الجريمة عائقاً كبيراً لتطور السياحة. ونتيجة للاضطرابات في ولاية بنجاب -لاسيما بعد اغتيال السيدة غاندي- حدث تراجع كبير في عدد السياح الوافدين، حيث أصبح السياح القادمون من المملكة المتحدة والولايات المتحدة الأمريكية واليابان يترددون في المجيء إلى الهند؛ لعدم تأكدهم من أن قانوننا وآلياتنا النظامية لديها القوة اللازمة لمنحهم الأمان والحماية. واعترف وزير الدولة بوزارة السياحة والطيران المدني السابق، السيد أشوك ديلوت، بحدوث انخفاض في عدد السياح الأجانب الوافدين في الفترة من يوليو من العام 1984م إلى مايو من العام 1995م بسبب الاضطرابات التي حدثت في الدولة آنذاك، وبسبب الدعاية الإعلامية السلبية في الخارج أيضاً.

يجب اتخاذ تدابير لإعادة بناء الثقة وسط السياح المحتملين، مثل إعادة الطمأنينة، والحملات الصحفية من قبل المكاتب الخارجية لدائرة السياحة، والمفوضية الهندية العليا، وتقديم دعوة إلى وكلاء السفر الخارجي والإعلاميين لزيارة الدولة على نفقة الحكومة؛ ليحصلوا على معلومات مباشرة عن الظروف الطبيعية التي تمر بها البلاد.

ثالثاً، نجد أن نسبة الإنفاق على السياحة في معظم الدول النامية منخفضة جداً، ففي خطتنا السادسة كانت النسبة 0,90% من الإنفاق الكلي، وفي الخطة الخامسة كانت فقط 0,16%. يجب أن تزيد حصة هذا القطاع في الخطتين السابعة والثامنة بصورة أكبر.

رابعاً، من المعلوم أنه لا يمكن للدولة أن تطوّر السياحة الدولية لديها ما لم تحقق السياحة الداخلية فيها مستوى عالٍ من التقدم والرقى. تبنت العديد من الدول الغربية هذا النهج بنجاح في فترة مابعد الحرب. أولت الحكومة المركزية -في الخطة السادسة- اهتماماً أكبر بالسياحة الداخلية مقارنة بالماضي.

خامساً، لاتخلو السياحة من الجوانب السلبية؛ فالتطور السريع غير المنتظم للمنشآت السياحية يمكن أن يكون عاملاً مساهماً في التضخم عن طريق رفع أسعار العقارات وتشجيع المضاربة على الأراضي وخلق الطلب المفرط على المباني وغيرها من الصناعات التي تمون السياحة. يجب أن تكون سياسة الحكومة مدروسة لتتمكن من مواجهة هذا التطور غير المرغوب فيه.

سادساً، يجب أن تكون التأشيرات وإجراءات السفر الأخرى مبسطة لتفادي المضايقات التي يمكن أن تحدث للسياح. ومن دواعي السرور أن نذكر أنه نظراً للطلب المستمر من قبل الإعلاميين ووكلاء السفر، وافق وزير الداخلية على تخفيف القيود المفروضة على تأشيرات الدخول بالنسبة للسياح الوافدين في شكل مجموعات ولرجال الأعمال.

سابعاً، هنالك مخطط كبير لجذب السياح العرقيين، مثل أولئك المنحدرين من أصول هندية وقيمون في إندونيسيا وفيجي وجزر الهند الغربية وأفريقيا...إلخ. ويمكن الاستفادة من هذا المصدر الجديد للسياحة الدولية بشرط بذل المجهودات الترويجية المناسبة.

بلا شك، حققت الهند منذ الاستقلال تقدماً في الترويج للسياحة. ومع ذلك، لا يزال أمامنا طريق طويل للوصول إلى هدفنا المنشود، أي نصيبنا المستحق والكافي من الحركة الضخمة للسياح الدوليين، وهذه المهمة ليست بالسهلة، وأنه من الضروري للقطاعين العام والخاص حشد وتعبئة جميع الموارد المتاحة لمواجهة هذا التحدي.

قوانين السياحة:

يجب أن يعرف العاملين في مجال السياحة جميع الأنظمة القانونية وشبه القانونية التي تتعلق بالسياحة. يخضع المسافر -أو السائح- للقوانين واللوائح المعمول بها في البلاد التي يزورها.

1- جواز السفر ومتطلبات الحصول على التأشيرة:

من الضروري لجميع الزوار من الخارج امتلاك جواز سفر ساري المفعول صادر عن بلدانهم قبل دخولهم إلى الأراضي الهندية إما عن طريق البر أو البحر أو الجو.

التأشيرة هي مطلب أساسي لجميع الناس من مختلف الجنسيات لدخول الهند. هنالك عدة أنواع من التأشيرات المتاحة للأجانب على النحو التالي:

أ- تأشيرة الدخول.

ب- التأشيرة السياحية.

ج- تأشيرة رجال الأعمال.

د- التأشيرة ذات المدة الطويلة (لفترة أقصاها 5 سنوات).

هـ- إذن الهبوط الجماعي (مجموعة السياح من الخارج).

تُصدر مكاتب القنصلية الهندية في مختلف البلدان التأشيرات الهندية، وتبلغ تكلفتها 5 دولارات أمريكية للشخص الواحد. ولكن يدفع المواطنون البريطانيون رسوماً تبلغ 23 جنيهًا إسترلينيًا للحصول على التأشيرة.

تصدر التأشيرات السياحية لمدة أقصاها 180 يوماً، والشرط المطلوب هو تقديم صور لجواز السفر. ويمكن أيضاً تمديد الفترة بعد انقضائها. يمكن تجديد التأشيرات في جميع عواصم الولايات ومراكز المقاطعات من خلال تقديم طلب إلى قائد الشرطة في المنطقة. على سبيل المثال، يتم التعامل مع تجديد التأشيرات وحالات التمديد في مدن نيودلهي ومومباي وكالكوتا من قبل المكاتب الإقليمية لتسجيل الأجانب.

يحصل المسافرون للخارج على تأشيراتهم من السفارات أو القنصليات التابعة للبلدان التي يودون زيارتها، وتوجد معظم هذه المكاتب في نيودلهي.

2- تصاريح خاصة:

عادة، لا توجد قيود مفروضة على مواطني الهند والأجانب تحكم تحركهم داخل الهند، ولكن يحتاج السائح إلى تصريح خاص في حالة دخوله إلى الولايات الحدودية، أو عند زيارته مجموعتين من الجذر (أندمان ولاكشادويب)، ويكون هذا التصريح صالحاً لمدة 15 يوماً فقط.

جزر أندمان ونيكوبار: يحتاج الأجانب عند زيارتهم "جزر أندمان ونيكوبار" إلى إذن مسبق، ويمكن الحصول عليه من ضابط الهجرة عند الوصول إلى ميناء بلير، ويمكن الحصول على هذه التصاريح أيضاً من قائد ضباط الهجرة في دلهي وكلكوتا ومومباي وتشيناى.

أروناتشال براديش: يحتاج السياح الأجانب الذين يرغبون في زيارة "أروناتشال براديش" إلى تصاريح المنطقة المحظورة، والتي تصدر عن نائب الوزير في وزارة الشؤون الداخلية-حكومة الهند-لوك نايا بهوان-سوق خان-نيودلهي. يمكن للمواطنين الهنديين (السياح الداخليين) الحصول على التصاريح من أروناتشال بهوان ونيودلهي وكلكوتا وجواهاتي وتيزبور.

أسام: فقط جواهاتي وسيبساغار وهالفلونج وكازيرانغا هي المناطق المفتوحة للأجانب. ولزيارة هذه الأماكن، تصدر التصاريح من ولاية أسام-مراكز المعلومات السياحية في دلهي وأجزاء أخرى من البلاد.

غوجارات: المناطق الحدودية لـ"ران كوتش" هي مناطق محظورة. وتصدر التصاريح لزيارة إقليم باني والمناطق الواقعة وراء جسر الهند للمواطنين والأجانب عن طريق "دي ام-بهوج-الهند".

هيماجل براديش: لاهوال وسبتي ومقاطعة كيناور هي مناطق محظورة. وتمنح تصاريح الدخول للمجموعات المكونة من أربعة أشخاص أو أكثر برعاية وكالة سفر ذات مخطط رحلات ثابت. وتصدر هذه التصاريح عن نائب مفتش الشرطة في شيملا و كولب و كيلونغ ورامبور.

لاكشادويب: فقط جزيرة بانغرام (والتي لا توجد فيها أماكن للإقامة) هي المسموح بزيارتها بالنسبة للسياح الأجانب. وتصدر التصاريح عن طريق الموظفين الإقليميين لتسجيل الأجانب. أما السياح المحليين، فيقوم مكتب المفوضين بنيودلهي بإصدار تصاريحهم والقيام بترتيبات سفرهم.

مانيبور: يحتاج السياح الأجانب إلى تصريح الخط الداخلي من نائب الوزير في وزارة الشؤون الداخلية-حكومة الهند-لوك نايا بهوان-سوق خان-نيودلهي.

ميغالايا: يمكن أن يحصل السياح الأجانب الذين يعتزمون السفر في جماعات تحوي أربعة أشخاص فأكثر على تصاريح دخول المناطق المحظورة من "دار ميغالايا" في دلهي ومومباي وكلكتا.

ميزورام: تعتبر ميزورام منطقة محظورة بالنسبة للسياح الأجانب. يمكن الحصول على التصاريح من نائب الوزير في وزارة الشؤون الداخلية. ويمكن للمواطنين الهنديين الحصول على تصاريح الخط الداخلي عن طريق المفوض المقيم لميزورام في دلهي وكلكتا ومومباي وتشيناى.

ناجالاند: لايمكن للسياح الأجانب الدخول إلى ناجالاند بدون تصريح خاص. ويمكن الحصول عليه من نائب الوزير في وزارة الشؤون الداخلية.

سيكيم: يمكن للسياح الحصول على تصاريح لدخول جانجتوك ورومتيك وبيناياتفى وهودونغ من مركز المعلومات السياحية في دلهي وكلكتا وسيليجيوري.

تريبورا: تريپورا هي منطقة محظورة، وينبغي على السياح الأجانب الراغبون في زيارتها الحصول على تصريح من نائب الوزير في وزارة الشؤون الداخلية.

أوتار براديش: يجب على السياح الأجانب الحصول على تصريح من الحكومة الهندية للدخول إلى مناطق تسيل داركولا وتسيل موسباري القريبة من الحدود مع تيببت.

ولاية البنغال الغربية: تعد بعض أجزاء منطقة سندربانس محظورة على السياح. فالجولات التي تقوم بها السلطات السياحية في ولاية البنغال الغربية لا تحتاج إلى إذن مسبق.

3- القوانين الجمركية:

تطبق اللوائح المعتادة للسوق الحر في الهند (زجاجة مشروب واحدة و 200 سيجارة). فإذا جلب السائح معه أكثر من 1000 دولار نقداً أو على هيئة شيك مصرفي، فيجب عليه أن يعلن عن ذلك. يمكن للسائح الاستفادة من الإعفاء الجمركي بجلبه بضائع بقيمة تصل حتى 2400 روبية بقيمة السوق الحر. ووفقاً للقانون السائد، تخضع البضائع التي تزيد قيمتها عن القيمة المسموح بها للجمارك.

4- القوانين الاقتصادية:

يخضع السائح الداخل إلى البلاد أو الخارج منها للوائح الاقتصادية الآتية:

(أ) العملة: لايسمح للسياح ب جلب عملة هندية إلى البلاد، ولايسمح لهم بأخذها خارج الهند. ومع ذلك، لا توجد قيود على مقدار العملة الأجنبية أو الشيكات المصرفية التي تدخل الهند. وعند الوصول، ينبغي على السياح الإفصاح عن كل العملات الأجنبية التي تفوق قيمتها 1000 دولار، ومن المفترض أن يكون تبديل العملة فقط في البنوك أو من خلال الوكلاء المعتمدين. ومع كل تبديل للعملة، يمنح السياح شهادة صرف، والتي يجب الاحتفاظ بها لإعادة استبدال العملة الهندية غير المستخدمة عند مغادرة البلاد. وتمثل هذه الشهادة أيضاً إثباتاً لاستبدالهم العملة بطريقة قانونية. وينبغي على السياح الأجانب عدم استبدال العملة في الأسواق الموازية. لايسمح للسياح الأجانب بأخذ العملة المحلية معهم عند مغادرة الهند. ولراحة السياح؛ تفتح البنوك الموجودة في المطارات الدولية أبوابها علي مدار اليوم لتبديل العملات المحلية غير المستخدمة.

(ب) ضريبة الدخل: إذا اعتزم الأشخاص غير المقيمين البقاء في الهند لفترة أكثر من 120 يوماً؛ فإن ذلك يتطلب استخراج شهادة براءة الذمة الضريبية عند مغادرة البلاد. ستثبت هذه الوثيقة أن إقامة هذا الشخص في الهند كانت بتمويل من ماله الخاص وليس من خلال عمله أو بيعه للبضائع. تصدر الأقسام الخارجية لدائرة ضريبة الدخل في نيودلهي وكلكتونا

وتشينيائي هذه الوثائق على ضوء جواز السفر التابع لهذا الشخص وتأثيرته وإيصالات صرف العملات التي استخدمها.

(ج) ضريبة السفر إلى الخارج: يجب دفع مبلغ معين عند القيام بالسفر الدولي من مطارات الهند المختلفة. حيث تدفع رسوماً تبلغ 150 روبية هندية عند السفر إلى الدول المجاورة، و 300 روبية عند السفر إلى بقية الدول الأخرى.

مستقبل السياحة:

تطورت السياحة لدرجة أنها أصبحت صناعة رئيسية وقوة رئيسية للتغيير الاجتماعي وللخير والشر أيضاً.

يمر العالم بمرحلة انتقالية سريعة؛ حيث تنتقل البلدان السياحية التقليدية من مرحلة المجتمعات الصناعية إلى مرحلة المجتمعات ما بعد الصناعية. ومع هذه المرحلة، تتغير أساليب الحياة والقيم أيضاً. وتظهر هذه الرغبة القديمة لجمع الممتلكات المادية علامة من علامات النقص، وهذا سيؤدي إلى رغبة جديدة في جمع الخبرات بجشع كما جُمعت الممتلكات سابقاً. سيؤثر هذا الأسلوب المتغير للحياة على إقبال العملاء على السفر.

سوف تشكل المتغيرات التالية السياحة في المستقبل:

التوجهات الديموغرافية (السكانية) والاجتماعية:

ستؤثر التوجهات الديموغرافية والاجتماعية المستقبلية على الإقبال على السياحة لعام 2000م والأعوام التي تليه؛ فالتوجهات السكانية مثل شيخوخة السكان في الدول الرئيسية المصدرة للسياحة وانخفاض أعداد فئة الشباب لها تأثير خاص. تختلط التوجهات الديموغرافية مع التوجهات الاجتماعية وتؤدي إلى الزواج المتأخر وتأخير الإنجاب والعدد المتزايد من حالات سياسة الطفل الواحد والأسر الخالية من الأطفال. وفي العالم الثالث، سيؤدي تزايد القوى العاملة إلى هجرة الناس إلى العالم المتقدم، وسيشهد نمو المعرفة والفائدة في دول أخرى توافقاً في أساليب الحياة في جميع أنحاء العالم. ومع تطور المستوى التعليمي؛ ستعطي هذه التوجهات الناس المزيد من الوقت والأموال والرغبة في السفر، وسيتم تعزيز هذه التوجهات عن طريق نمو وانتشار الدخول الفائضة، وتحرير التجارة على النطاق الدولي.

التطورات السياسية:

شهدنا تغييراً في الخريطة السياسية للعالم في نهاية الثمانينيات، وكان لهذا التغيير عدد من التأثيرات على السياحة، فقد أدى سقوط الشيوعية

إلى توسع السياحة بسبب الأعداد الهائلة التي تقاطرت لرؤية العالم الخارجي. سيمهّد ظهور الاقتصاد الحر في أوروبا الشرقية وفتح الحدود الطريق لدول شرق أوروبا للمشاركة بشكل أكبر في حركة السفر وبالأخص باتجاه الدول الغربية. وبالفعل، أصبحت المجر وجهة عالمية رائدة للسياحة، وستصبح أجزاء أخرى من أوروبا الشرقية وجهات سياحية مهمة بما أنه قد تم تخفيف القيود المفروضة على السفر.

تطور وسائل النقل:

تعتمد السياحة بشكل كبير على تكنولوجيا النقل وما يترتب عليها من تحسينات في كفاءة وسلامة السفر.

على الرغم من أنه من المسلم به عموماً أن التحرير الكلي للصناعة الدولية للطيران لا يعد عملياً؛ فإنه سيستمر الاتجاه نحو رفع القيود حتي التسعينيات في أوروبا. أدى رفع القيود في الولايات المتحدة الأم

ريكية إلى هيمنة عدد قليل من شركات الطيران الكبرى، وهو الاتجاه الناشئ في قطاعات أخرى من صناعة السياحة.

تشير التوقعات بخصوص وسائل النقل والمواصلات خلال العشرة أعوام القادمة إلى أن التطورات التكنولوجية وزيادة كفاءة الطيران ومدخرات إنتاجية العمل سوف توازن أي ارتفاع في أسعار وقود الطائرات، وبالتالي سوف تستمر الأسعار في الانخفاض. وهذا سيدعم التوجه المستمر نحو السفر لمسافات طويلة.

على الرغم من التركيز المنصب على النقل الجوي، نجد أن معظم الرحلات السياحية تكون بالسيارة؛ فالتطور المستمر لشبكة الطرق السريعة والتطورات التي تشهدها تكنولوجيا السيارات وكفاءة الوقود ستجعل قيادة السيارات أرخص بكثير وأكثر جاذبية.

يعتقد أنه بحلول العام 2000م سيكون هنالك تبديلاً تدريجياً في طرق السفر، من السفر الجوي إلى السفر عن طريق وسائل النقل البرية.

تأثيرات أخرى:

هنالك متغيرات أخرى تؤثر أيضاً على مستقبل السياحة، وتشمل هذه المتغيرات أنظمة القيمة المتغيرة للعملاء، فضلاً عن ظاهرة الاحتباس الحراري. كما سيؤثر ارتفاع درجة حرارة الأرض -وما يندرج عنه من ارتفاع في مستوى البحر- علي السياحة.

يشكل السلوك البشري أيضاً تهديداً للسياحة. وعلى سبيل المثال، فانتشار الأيدز قد يحول بعض الوجهات الجذابة إلى مناطق محظورة. كذلك يمكن أن تغير زيادة حالات الإصابة بسرطان الجلد الموضوعة إلى موضوعة اسمرار البشرة. ونجد أن عوامل مثل المرض وانخفاض مستويات السلامة في بعض مناطق العالم تحد من التوسع السياحي فيها.

سيتيح التطور في الحجز عبر الحاسب الآلي للأفراد المقبلين على السياحة فرصة اختيار وجهاتهم وأماكن إقامتهم ورحلاتهم الجوية وتشكيل برنامجهم السياحي، وأن يقوموا بالحجز والدفع عن طريق الخصم المباشر من حساباتهم المصرفية، حيث يمكنهم القيام بكل ذلك دون حتى أن يضطروا للقيام من مقاعدهم. ستظهر المقدرة على القيام بالحجز من المنزل إقبالاً على هذه الطريقة المثيرة للحجز، وبالتالي انخفاض نسبة الأساليب التقليدية المتبعة في الحجز. إن كان بإمكان السياح اختيار شكل برنامجهم السياحي بضغط زر واحدة من داخل منازلهم؛ فإن ذلك من الممكن أن يجعل وظيفة كل من العامل ووكيل السفر غير مهمة على الإطلاق.

توقع بعض علماء المستقبل أنه لن تكون هنالك حاجة للسفر بعيداً عن الوطن بحلول القرن الواحد والعشرين، فالهولوغرافيون قادرون على إعادة إنتاج بيئة مصطنعة. لذا يمكن لنا أن نبتدع في بيوتنا أي بيئة من اختيارنا من أجل تجربة السفر للخارج.

أسئلة المراجعة :

- 1- ناقش طبيعة السياحة. وما هو نتاج السياحة؟
- 2- وضح طبيعة السياحة باستخدام مصطلحات نموذج ليبير.
- 3- وضح مفهوم السياحة. وما هي الأنواع المختلفة للسياحة؟
- 4- ناقش أهمية السياحة من وجهات نظر مختلفة.

- 5- وضع التصنيفات المختلفة للسياحة.
- 6- اكتب لمحة تاريخية موجزة عن السياحة عبر العصور المختلفة.
- 7- اكتب سرداً موجزاً عن الأهمية الاقتصادية للسياحة.
- 8- اقترح أنظمة لمحاكاة السياحة.
- 9- اكتب مدونة عن مستقبل السياحة.
- 10- اكتب مقالاً حول القوانين السياحية في الهند.

الفصل الثاني

تطور السياحة

السياحة هي ظاهرة حديثة؛ حيث لم تظهر لفظة "السياحة" في اللغة الإنجليزية حتى أوائل القرن التاسع عشر.

عصور السياحة:

يمكن تصنيف ثلاثة عصور رئيسية للسياحة، فالسياحة تعني الانتقال لمكان آخر، ويقتضي الانتقال إلى مكان آخر استخدام وسيلة نقل معينة، فوسائل النقل هي الشرط المسبق الضروري للسياحة. وسيتم تعريف العصور الثلاثة مع وسائل النقل التي استخدمت في كل عصر. جعلت وسائل النقل الميكانيكية السفر ممكناً لنسبة كبيرة من السكان في الدول المتقدمة على الأقل.

نجد أن العصر الأول من عصور السياحة هو الأيام الأولى لخطوط السكك الحديدية، وكان ذلك حتى العام 1840م، ويشمل العصر الثاني

عصر السكك الحديدية نفسه. شهدت الأعوام ما بين الحربين العالميتين الأولى والثانية تطوراً ملحوظاً في السيارات الخاصة والحافلات، حيث اعتبر الطيران المدني إلى جانب السيارات الخاصة وسيلتي النقل الرئيسيتين في مجال السياحة. كان ذلك في فترة ما بعد الحرب العالمية الثانية. وتشكل هذه الفترة العصر الثالث للسياحة.

كان السفر قبل الثورة الصناعية مرتبطاً بالحجاج وبأسباب تجارية وبأغراض رسمية. لم يكن هنالك سفرًا خاصاً في عصر القرون الوسطى.

قام صامويل جونسون برحلة إلى إيطاليا عام 1776م، وقال: "يشعر الإنسان الذي لم يزر إيطاليا دائماً بنقص ما لعدم رؤيته ما ينبغي على الإنسان أن يراه، فالهدف الرئيسي من السفر هو رؤية شواطئ البحر الأبيض المتوسط، فجميع دياناتنا وجل قوانيننا وفنوننا وتقريباً جميع الأشياء التي تميزنا عن البربريين جاءت إلينا من شواطئ البحر الأبيض المتوسط". يكمن هنا مفهوم الجولة الكبرى والانتقال داخل أوروبا، والتي قد تكون السبب في تحضر الشباب الأثرياء في السابق، وذلك من خلال الاطلاع على الفنون والعمارة والعادات في أوروبا.

كان السفر إلى الخارج جزءاً من تعليم الرجل الأرستقراطي. بدأ السفر الداخلي لغرض النزهة في القرن الثامن عشر مع ظهور عصر الفنادق المترفة والمنتجعات الساحلية. ولكن ظهر مفهوم الترفيه -بمعناه الحديث- منذ عهد قريب.

كان السفر في القرن الثامن عشر نشاطاً يقوم به في الغالب عدد صغير من الناس؛ حيث كان حكراً على الطبقات الراقية والثرية والمالكة للأراضي. وسافر أفراد هذه الطبقات الغنية في الغالب للتعليم أو لأغراض رسمية. ظهر نوع آخر من السفر لأغراض تجارية عن طريق التجار وما إلى ذلك، وبالنسبة للغالبية العظمى من السكان، كان من النادر رؤيتهم يسافرون خارج قريتهم وسوقهم المركزي؛ فلم تكن الأفكار المتعلقة بالترفيه وقضاء العطلات موجودة آنذاك، ولم يقسم الوقت آنذاك للعمل والترفيه.

حدثت الثورة الصناعية في أواخر القرن الثامن عشر، وكان التغيير الأبرز خلال هذه الفترة هو تحضر السكان. أدت هجرة السكان إلى المدن إلى خلق قوة شرائية جديدة بسبب زيادة عدد الموظفين الحكوميين والحرف والمهن الإدارية.

خلقت الثورة الصناعية قسمين جديدين في المجتمع. يتكون القسم الأول من السكان المدنيين الذين أصبحوا السوق الرئيسي للمسافرين عبر السكك الحديدية، والرحلات السياحية الرائجة المرتبطة بها. وفي

الوقت نفسه, لعب تأثير التجارة الخارجية في شمال الأطلسي دوراً هاماً في تنمية صناعة النقل البحري للركاب عبر الأطلسي.

سافر الركاب ونقلت الكثير من البضائع براً قبل إنشاء السكك الحديدية. ولاحقاً, تطور نظام بوابة دفع الرسوم لاستخدام الطريق, والذي نقل تكلفة استخدام الطريق أو الجسر من السكان المحليين إلى المستخدمين الفعليين. وحتى القرن الثامن عشر, كانت وسيلة النقل الأكثر استخداماً هي الخيول, وأجريت جميع الرحلات الفردية, تقريباً, على ظهور الخيول. تعتبر السيارة متعددة الركاب واحدة من سبل النقل التي تختلف بنيتها في العالم الحديث عن بنيتها في السابق. ومع انتشار تملك السيارات, تم الرجوع مرة أخرى إلى السلوك التاريخي المتبع في النقل الفردي.

سهل ازدهار النقل البحري في أوائل القرن التاسع عشر السفر إلى الخارج عبر البحر.

في العهد السابق, كان أغلب المسافرين من الأثرياء, وكانوا يقيمون -في الغالب- في منازل خاصة, وإن لم تتوفر هذه المنازل, كانوا يستأجرون مسكناً يقيمون فيه.

يرى البعض أن بداية السياحة كانت من خلال تطوير المنتجات الخاصة في القرنين السابع عشر والثامن عشر. نشأت المنتجات السياحية الداخلية بمعتقد حول كفاءة مياهها المعدنية, وإمكانية استخدامها لأغراض طبية, سواءً بشربها أو عن طريق الاستحمام فيها. قد يتطلب علاج المرضى منهم بعض التسلية والترفيه, وأضافت المنتجات والمراكز السياحية -تدريجياً- المرافق الخاصة بالترفيه والتسلية إلى مرافقهم ومنشآتهم الطبية. وبحلول منتصف القرن الثامن عشر, تم الالتفات إلى الآثار العلاجية المحتملة من جراء شرب مياه البحر والاستحمام فيها.

سيطرت السكك الحديدية على السفر والسياحة براً في القرن التاسع عشر, بينما هيمنت الباخرات على السفر والسياحة على الصعيد الدولي, وبذلك أصبحت السكك الحديدية والباخرات وسائل النقل الرئيسية للمسافرين.

كان هناك حجم كافٍ من مشاريع السفر ووسائل النقل, ومن هنا نشأت الحاجة إلى وكيل السفر المتخصص.

يعتقد العلماء أن أول سكان أمريكا الشمالية قد عبروا مضيق "بيرنج" من آسيا قبل 40000 سنة, وذلك عبر جسر بري لم يعد موجوداً الآن. كان أول الزائرين لقارة أمريكا الشمالية -من الأوروبيين- في الأصل من النرويج. سافر ماركو بولو في عام 1275م برفقة أبيه وعمه إلى بغداد,

وقطعوا صحراء "جوبي" نحو المدينة المحظورة (بكين)، حيث قابل قوبلاي خان هناك.

المنشورات السياحية:

جاءت الرغبة في معرفة الأماكن التي ستتم زيارتها مع ازدهار السفر، وتطورت صناعة النشر لتلبي طلبات الزوار للكتب الإرشادية والخرائط السياحية.

أصبح السفر طلباً للترفيه مبدأً ثابتاً بنهاية القرن؛ فقد مكن التحضر المتزايد للسكان ونمو المدن عموماً الفنادق والحانات في الكثير من المدن من تلبية احتياجات السوق المحلي، ومعرفة كيفية خدمة أكبر عدد من المسافرين عبر خطوط السكك الحديدية. أنتجت الكميات الكبيرة من السفريات التي ولدتها خطوط السكك الحديدية توسعاً كبيراً في الطلب علي المرافق السكنية، وكانت السكك الحديدية هي السبب الرئيسي وراء ظهور نوع جديد من الفنادق، وهو "فنادق المحطات". وتم بناء "فنادق المطارات" بواسطة شركات الطيران للأسباب نفسها. كانت المنتجعات السياحية هي المجال الآخر الذي شهد توسعاً في تأمين الإقامة ووسائل الراحة خلال القرن التاسع عشر. جعل السفر بالسكك الحديدية الوصول للمنتجعات الساحلية أمراً بسيطاً وفي متناول اليد.

أثرت الحرب العالمية الأولى (1914م - 1918م) بشكل مباشر على التنمية في مجال السياحة، كما سلطت الضوء على أهمية السيارات الميكانيكية. وبالطريقة نفسها، أكدت الحرب العالمية الثانية (1939م - 1945م) على أهمية الطائرات في الاستخدام المدني.

بحلول عام 1970م، لم تعد السياحة حكراً على الأثرياء، بل أصبحت سوقاً شاملاً لجميع الفئات، حيث حصلت الغالبية العظمى من الناس في البلدان المتقدمة على المستوى التعليمي والدخل الفاضل، ومثلت العطلات جانباً رئيسياً من جوانب حياتهم.

ظهر مفهوم العطلة السنوية خلال السنوات مابين الحربين كحق لشريحة كبيرة من السكان، وأصبحت الآن هدفاً مشروعاً للجميع، ونمت الأنشطة الترفيهية والصناعات التي تخدمها نمواً مطرداً، وبحلول عام 1939م، أصبحت السياحة -بمفهومها الحديث- قيمة حقيقية وجب أخذها على محمل الجد. تم تشكيل الاتحاد الدولي للمنظمات الرسمية للدعاية السياحية في عام 1924م، ليصبح في وقت لاحق "الاتحاد الدولي لمنظمات السفر الرسمية"، بصفته الهيئة العالمية المعنية بالسياحة.

غيرت السيارة طبيعة السياحة الداخلية تماماً، وقد أدى ذلك إلى تخلي معظم الأسر عن السكك الحديدية كوسيلة مفضلة للنقل لأغراض العطلات، ومكنت أصحابها من زيادة أنشطته الترفيهية عند قضاء العطلات القصيرة، والقيام بالرحلات اليومية بطريقة مريحة وعملية، والتي لم تكن تتوفر في حالة استخدام وسائل النقل العامة.

شهدت السنوات التي تلت الحرب العالمية الأولى مباشرة المحاولات الأولى لإنشاء شركات الطيران التجارية في أوروبا. كان انتشار السيارات الخاصة أولاً، ثم شركات الطيران في وقت لاحق السبب وراء الارتفاع الكبير في نسبة السفر، والذي أدى إلى زيادة سيطرة الحكومة على وسائل النقل. وفي فترة الستينيات، أدت السيارات الخاصة إلى زيادة الازدحام في الطرق ومواقف السيارات، وحتى الآن، لم يتم العثور على طريقة لتنظيم استخدام السيارات. يتميز مجال الطيران المدني بوجود نظام دقيق ومعقد، وحدثت النقلة في النظام عام 1919م عندما تم تأسيس مبدأ المجال الجوي الوطني فوق الأراضي المستقلة، وكان تنظيم الخدمات الجوية الدولية مسألة تخص المعاهدات الثنائية بين الحكومات، وتم ترك مهمة تحديد الأسعار التي ستفرض مقابل الرحلات الجوية لاتحاد النقل الجوي التجاري، وللاتحاد الدولي للنقل الجوي.

أدت فعالية السفر إلى الاستخدام واسع النطاق لنظام الرحلات الشاملة للمجموعات السياحية، لاسيما في أوروبا، من الدول الصناعية الشمالية إلى منتجات البحر الأبيض المتوسط، وتم تطوير هذا النظام من الرحلات السياحية بمساهمة بريطانيا.

أدركت الحكومات -في سنوات ما بين الحربين العالميتين الأولى والثانية- أهمية السياحة بالنسبة للقطاع الاقتصادي، خاصة كبند في ميزان المدفوعات.

شهدت فترة السبعينيات نمواً كبيراً في السياحة في جميع أنحاء العالم، وانتشرت فكرة الرحلات الشاملة للمجموعات السياحية بسرعة كبيرة. أوقفت أزمة الطاقة النمو المطرد للسياحة. ومع ذلك، كان معدل نمو السياحة الدولية 4% سنوياً خلال فترة السبعينيات.

استمرت أوروبا وأمريكا الشمالية في الهيمنة على السياحة العالمية كمناطق مصدرة للسياح، وكوجهات سياحية على حدٍ سواء. نجد أن السياحة الداخلية مازالت تمثل ثلثين إلى ثلاثة أرباع من مجموع الرحلات السياحية، أما السياحة الدولية فتمثل فقط الربع إلى الثلث من مجموع الرحلات السياحية.

تطور الأنشطة الترفيهية وتدخل الدولة:

تم الالتفات مسبقاً إلى حقيقة أن السياحة تتميز بمرونة الطلب حسب تغير الدخل؛ بمعنى أن الطلب على قضاء العطلات يرتفع بشكل يتناسب مع الزيادة في الدخل الشخصي.

تطور الأنشطة الترفيهية:

أصبحت السياحة نشاطاً سهلاً المنال بالنسبة لقطاعات كبيرة من المجتمع بسبب التغيرات المؤسسية التي حدثت في مجال السياحة (مثل الرحلات الجوية الرخيصة والرحلات الشاملة للمجموعات السياحية والمخيمات الصيفية). تطورت الأساليب الترفيهية -للرجال والنساء على حد سواء- بشكل كبير عن طريق زيادة الدخل المتاح.

وعلى المستوى غير الرسمي، تم تطوير أساليب قضاء العطلات من خلال أنشطة منظمات الكنيسة وحركات الشباب، مثل جمعية الشبان المسيحيين والتي تقدم في الكثير من الأحيان مراكز العطلات المدعومة. وبالطريقة نفسها، سعت المنظمات العمالية والنقابية لتوفير مراكز رخيصة الثمن لأعضائها لقضاء عطلاتهم، بينما قامت عدد من الشركات في بعض الدول (مثل ألمانيا واليابان) بالمساهمة في تغطية تكاليف إجازات موظفيهم، كما تمتلك البرازيل المخيمات الصيفية، والتي تُدار بواسطة اتحادات العمال.

ارتبط إنشاء الرحلات الشاملة للمجموعات السياحية -تاريخياً- بـ"توماس كوك"، وكانت أول رحلة خارجية لـ"كوك" في العام 1855م، ولكن في غضون عشرة سنوات، كانت لديه أعمال تجارية دولية مزدهرة. وبحلول عام 1872م، كان كوك قادراً على تقديم عروض قضاء العطلات حول العالم، وكانت منافسته الرئيسية في الولايات المتحدة الأمريكية هي "أميريكان إكسبريس" والتي قدمت المال وخدمات أخرى للمسافرين. وفي نهاية المطاف، دخلت الشركات السياحية الأخرى إلى السوق، وحققت نجاحاً وازدهاراً بسبب انتشار السياحة الجماعية (الشعبية).

تدخل الدولة:

على الرغم من أن المشاريع السياحية مملوكة -في الغالب- من قبل رؤوس الأموال الخاصة في البلدان الرأسمالية؛ فإن الدولة عادة ما تشارك في هذا القطاع. وإليك أسباب تدخل الدولة:

(أ) الأهداف الاقتصادية الوطنية:

إنَّ عامل الجذب الرئيسي في السياحة لصانعي السياسات الوطنية هو أنها تعد عاملاً للتنمية الاقتصادية. تجعل نسبة العمالة إلى رأس المال وسرعة التنمية -مقارنة بالقطاعات الزراعية والصناعية- السياحة جاذبة

بشكل خاص للسياسة الوطنية. يجوز للدولة أن تتدخل بشكل مباشر كما هو الحال في إسبانيا، أو غير مباشر عن طريق استثمارات البنية التحتية في هذه الصناعات.

تقدم السياحة الدولية عامل جذب إضافي لكسب النقد الأجنبي. ولهذه الأسباب، أصبحت الأغلبية العظمى من الحكومات تشارك في تطوير عوامل الجذب السياحية في بلدانهم. (ب) الشرعية السياسية:

يمكن أن تستخدم السياحة كأداة للشرعية السياسية، وهناك العديد من الأمثلة على الحكومات التي استخدمت السياحة كوسيلة لتحسين مواقفهم السياسية الدولية، حيث استخدمت إسبانيا والفلبين -بمنتهى الوعي- السياحة بهذه الطريقة. يمكن ملاحظة الرأي المعارض، ويمكن كذلك استخدام الحظر على السياحة لتسجيل وتدوين المعارضة لحكومة معينة. وعلى سبيل المثال، حظرت الولايات المتحدة الأمريكية -لسنوات عديدة- السفر إلى الصين وكوبا، ويتم تطبيق السياسة نفسها -في الوقت الحاضر- على ليبيا.

(ج) المساواة والحاجات الاجتماعية:

إذا لم تتدخل الدولة في المجال السياحي، فإن توزيع الدخل في المجتمع سيكون متفاوتاً جداً، لذا فإن الدولة تتدخل وتعيد تعيين وتخصيص أنظمة الوصول إلى الأنشطة السياحية لأجل تحقيق قدر أكبر من العدل والمساواة.

(د) العوامل الخارجية والاستثمار الاجتماعي:

قد لا يكون الاستثمار في المطارات أو الطرق مربحاً للأفراد. وبما أن هناك عوامل خارجية إيجابية يمكن الحصول عليها من هذه الاستثمارات، فإنه من الممكن للدولة أن تتولى أمر هذه الاستثمارات. (هـ) القانون والضوابط السلبية:

يمكن أن تتطور الخدمات السياحية بطريقة مضرّة للعملاء، أو لمصالح الصناعة نفسها على المدى البعيد. على سبيل المثال، يمكن أن تكون سلسلة من الفنادق قد بنيت وفق معايير ضعيفة في أماكن جميلة، لذا يجب على الدولة أن تتدخل لتنظيم إنتاج وتقديم الخدمات السياحية. (و) التنمية الإقليمية:

تسير التنمية السياحية نحو التوزيع غير المتساوي، خصوصاً بسبب الانتشار غير المتساوي لمناطق الجذب السياحي. يتم استخدام السياحة كأداة لسياسة التنمية الإقليمية. ففي عام 1975م، سعت الخطة السياحية الرئيسية لماليزيا لمنع تمركز السياحة في المناطق الحضرية في الغرب من خلال تطوير المناطق السياحية الموجودة على الساحل الشرقي للبلاد.

أسئلة المراجعة:

- 1- اذكر العصور المختلفة للسياحة. وماهي الصفات التي تميز كل عصر؟
- 2- ناقش أسباب تدخلات الدولة في مجال السياحة.
- 3- اكتب مدونة عن المنشورات السياحية.

الفصل الثالث

السياحة الجماعية (السياحة الشعبية)

السياحة في العصر الحديث:

كان قطاع السفر والسياحة خلال القرن العشرين واحداً من أكثر القطاعات نمواً في مجال الأنشطة الترفيهية، فقد تم إدراك حقيقة أن السياحة هي جزء أساسي من الحياة العصرية، فهي مؤشر يعطي فكرة عن الوضع العام في المجتمعات الحديثة، كما يعتقد أيضاً أنها ضرورية للصحة. كانت السياحة في السابق نشاطاً لا يقوم به إلا الأثرياء، أما الآن، فلا يعد السفر نوعاً من الترف، بل هو ضرورة للعمل التجاري وحق أساسي لكل الناس. ظهر مفهوم السياحة الجماعية مع ظهور نظام الإجازات مدفوعة الأجر. السياحة الجماعية هي عكس السياحة الانتقائية أو سياحة الطبقات الثرية، وتنتج كشكل من أشكال الاستهلاك الشامل، فهي واحدة من أشكال الترفيه الجماعي. تزايدت أوقات الفراغ في البلدان المتقدمة بشكل مطرد خلال القرن العشرين. نجد أن السياحة الجماعية هي أحد العوامل الهامة في التغيير الاقتصادي والثقافي، وتتضمن حركة أعداد كبيرة من السياح ذوي الدخل الفائق القليل نسبياً، وهي ظاهرة نشأت بعد الحرب العالمية الثانية.

السياحة الجماعية هي قضاء أوقات الفراغ بشكل جماعي (على سبيل المثال، أخذ راحة من العمل). قدرت منظمة السياحة العالمية أنه ما بين الأعوام 1960م و 1980م قد انخفضت نسبة البلدان التي يتجاوز متوسط ساعات العمل الأسبوعية فيها 40 ساعة من 75% إلى 56%، وكانت هنالك أيضاً زيادة في عدد الأشخاص الذين استبعدوا من الاقتصاد الرسمي. وعلى سبيل المثال، هنالك الكثير من الناس قد تجاوزوا سن التقاعد، ولكن لاتزال لديهم المقدرة على الاستمتاع بالأنشطة السياحية.

لا تعتمد السياحة الجماعية على زيادة أوقات الفراغ فحسب، بل تعتمد أيضاً على شكل وقت الفراغ وعلى اقتصاديات صناعة السياحة. يتم توزيع وقت الفراغ إلى أيام و أسابيع وسنوات وأعمار كما هو مبين في الجدول أدناه:

توزيع وقت الفراغ	إمكانية لـ...

اليومياً	الترفيه المحلي
أسبوعياً	رحلة سياحية قصيرة
سنوياً	العطلات الطويلة والسياحة الجماعية

تحمّل التغييرات في طول يوم العمل -بلا شك- تأثيراً محدوداً على السياحة، وهذا ينطبق أيضاً على طول أسبوع العمل. لا تؤثر العطلات في أيام السبت والأحد كثيراً على العطلات التقليدية الطويلة. وبدلاً من ذلك، فإن توزيع وقت الفراغ خلال السنة- خاصة بالنسبة للإجازات مدفوعة الأجر- يعتبر أمراً هاماً في ازدهار سياحة المجموعات خلال القرن العشرين. قدرت منظمة السياحة العالمية في عام 1994م أن هناك 800 مليون من العمال على مستوى العالم قد حصلوا بالفعل على إجازة مدفوعة الأجر من العمل، وقد أصبح لتوزيع وقت الفراغ -على مدى عمر الإنسان- أيضاً تأثيراً هاماً على السياحة الجماعية، وأضافت شيخوخة السكان ونمو الجماعات النشطة ذات الدخل المتاح زيادة في الطلب على السياحة. قدر "بيريز" أنه قد ارتفعت نسبة الطلب على السياحة المقدم من مجموعة السياح الذين يبلغون من العمر 65 عاماً فأكثر من 15% إلى 25% في الفترة من منتصف الستينيات إلى منتصف الثمانينيات.

يتأثر الطلب على السياحة من خلال مصمم الصور السياحية؛ والذي يظهر عوامل الجذب السياحية بشكل فعال، وهي صناعة متنوعة، حيث تشمل مصممي الفنادق والأماكن السياحية وكذلك وسائل الإعلام والكتاب في مجال السفر، ويشكلون معاً ما يمكن وصفه بـ "وعود بائعي النعيم".

لعبت اقتصاديات صناعة السياحة دوراً هاماً في ظهور السياحة الجماعية، وسرّعت التغييرات التي حدثت في تكنولوجيا النقل (الجوي والبري والبحري) عملية السفر وبأسعار مخفضة، وقد ساعد هذا الأمر على زيادة الطلب على السياحة، والتي أدت بدورها إلى وفورات الحجم وخفض إضافي للتكاليف. كان هنالك أيضاً نمو الشركات السياحية التي تبيع الرحلات السياحية الشاملة بتكلفة منخفضة نسبياً. ونتيجة لذلك، كان هناك

"دائرة مفرغة من انخفاض التكاليف الحقيقية، وارتفاع الطلب ووفورات الحجم".

تتكون الدورة الفعالة للسياحة الجماعية من خمسة مراحل رئيسية. ظهرت السياحة الجماعية في الولايات المتحدة الأمريكية في البداية في فترة العشرينيات والثلاثينيات، وكان هنالك شرطان هاما لظهور هذا النوع من السياحة، وهما انتشار الإجازات المدفوعة الأجر وانتشار ملكية السيارات. قدم تطور سلسلة الفنادق أيضا البنية التحتية اللازمة للإقامة؛ وذلك من أجل تعزيز صناعة هذه السياحة الناشئة، وكانت وجهات معظم السياح إلى المناطق الساحلية والمنتجعات. وفي وقت لاحق، أصبحت الأماكن السياحية الاصطناعية واسعة الانتشار. كانت هنالك بعض الأنشطة السياحية التي تقوم بها الطبقة العاملة في أوروبا في هذا الوقت، وكانت وجهتهم نحو المناطق الساحلية.

في المرحلة الثانية، ظهرت السياحة الجماعية الداخلية خلال فترة الخمسينيات في أوروبا مدعومة بأوقات الفراغ وملكية السيارات، وكان الساحل هو الوجهة الرئيسية، على الرغم من أن السياحة الريفية كانت أيضاً مهمة في بعض البلدان.

أما في المرحلة الثالثة، فاكتملت السياحة الجماعية بعداً آخر في أواخر الخمسينيات وفترة الستينيات، حيث بدأت تتصف بالعالمية بشكل متزايد، وارتفع عدد السياح الدوليين بين عامي 1950م و 1988م من 25 مليون إلى 389 مليون، واعتلت الولايات المتحدة الأمريكية وكندا القائمة.

وفي المرحلة الرابعة، كانت هنالك "أوربة" للسياحة الدولية ابتداءً من فترة الستينيات، ووفقاً لمنظمة السياحة العالمية، كان هنالك 405 مليون سائح دولي في جميع أرجاء العالم في عام 1989م، وكانت وجهة 64% منهم إلى أوروبا. ولهذا، كان معظم السفر داخل تلك القارة. سهل تخفيف لوائح السفر وتطور صناعة السفر الجوي الدولي عملية ازدهار السياحة الجماعية. كانت القيود المالية والقانونية والإجرائية للسفر الخارجي ضمن حدود أوروبا تمثل شرطاً مسبقاً هاماً في عملية السفر الدولي الجماعي.

وفي المرحلة الأخيرة، أصبحت صناعة السياحة صناعة عالمية في أواخر القرن العشرين. أصبحت الكثير من البلدان تشترك في عملية السفر السياحي الدولي من اليابان وأوروبا وأمريكا الشمالية وأستراليا والهند والشرق الأوسط بعد حدوث العولمة، حيث أصبح السفر الدولي يصطبغ بالصبغة العالمية بشكل متزايد. وفي الوقت نفسه، ازداد نطاق الوجهات السياحية المتعلقة بالسياحة الجماعية.

يمكن ذكر العوامل المسؤولة عن السياحة الجماعية كما يلي:

(أ) التطور المطرد والزيادة المترتبة عليه في دخل الأشخاص.

(ب) زيادة الإنفاق على أوقات الفراغ.

(ج) ارتفاع المستوى التعليمي.

(د) انخفاض حجم الأسرة.

(هـ) تطور نظام الاتصالات الجيد.

(و) زيادة أعداد وكلاء السفر.

(ز) رتابة الحياة العملية في المجتمع الصناعي.

(ح) زيادة أعداد المؤتمرات الدولية.

تتميز طبيعة السياحة الجماعية -باعتبارها شكلاً من أشكال الاستهلاك الجماعي- بعدة أشياء:

مستقطبة مكانياً:

تتجه السياحة الجماعية إلى أن تكون شديدة الاستقطاب مكانياً، فالنظرة السياحية المعاصرة أصبحت واضحة، وهناك علامات تميز الأشياء والأماكن التي تستحق الزيارة، وتحدد هذه العلامات عدد صغير نسبياً من المناطق السياحية. قام مصممو الصور السياحية في أمريكا الشمالية وأوروبا -في النصف الأخير من القرن العشرين- بترقية العطلات الشاطئية وعطلات التزلج بشكل أساسي كوجهات سياحية تجتذب السياح. ونتيجة لذلك، يتركز معظم السياح في عدد قليل من المناطق. في نهاية المطاف، أدت وفورات الحجم السالبة الناجمة عن الاستقطاب المكاني إلى انحطاط منتجات معينة، وأدت كذلك إلى تطوير تمدن السياحة. وقد أنشأت المدن السياحية خلال أواخر القرن العشرين كمواقع للاستهلاك السياحي.

الأسواق المجزأة:

تعتمد وجهات السياحة الجماعية أيضاً أن يكون لديها أسواق مجزأة. ولتقليل التكاليف، هناك ميل تاريخي لمستوى عالٍ من التحركات بين الأماكن المجاورة. ومن ثم، ففي مطلع القرن العشرين في المملكة المتحدة، تطورت ثاوسيند كمنتج لشرق لندن، وبلاكبول كمنتج للانكشاير، وسكيجينيس كمنتج لشرق ميدلاندز. وعلى المستوى الدولي، هنالك العديد من الأمثلة على عمليات مماثلة، فلقد هيمن السياح الألمان على النمسا، في حين هيمن اليابانيون على جنوب شرق آسيا، والأمريكيون الشماليون على المكسيك.

الاعتمادية:

يجلب الاعتماد على قطاعات معينة في السوق علاقات اقتصادية معينة. نجد أن الجهات هي الأكثر عرضة للتأثيرات الخارجية، وهذا الأمر واضح لا سيما فيما يتعلق بالسياحة الدولية؛ فقد أدت المخاوف من الإرهاب في وادي كشمير إلى تقلبات كبيرة في عدد الأجانب والسياح المحليين أيضاً، وأدت أيضاً حركة "جورخالاند" في "دارجيلنغ" إلى انخفاض كبير في عدد السياح في تلك المنطقة. استغرقت عملية استرداد عدد السياح الذي فقدته البرتغال في أعقاب الانقلاب العسكري عام 1974م أربعة أعوام. نجد أن الأوضاع الاقتصادية في الأسواق الخارجية هي أيضاً عامل هام يؤثر على تدفق السياح، حيث تتقلب أعداد السياح الأمريكيين في السوق الدولية من سنة إلى أخرى، كما أن قيمة الدولار قد تذبذبت بشكل كبير بعد التخلي عن أسعار الصرف العالمية الثابتة منذ أوائل السبعينيات.

السعر:

تنطوي السياحة الجماعية على حركة عدد كبير من السياح ذوي الدخل الفائق القليل نسبياً. السعر هو العامل الأكثر أهمية. بمعنى آخر، فإن الطلب على الخدمات السياحية مرن للغاية فيما يتعلق بالأسعار والدخل، وبالتالي، فهناك ضغط قوي لتخفيض أسعار الشركات السياحية.

موسمية:

إن السياحة الجماعية -لامحالة- موسمية إلى حد كبير. يشتري السياح الوصول إلى بيئة موسمية معينة أو "صفقة شراء الزمان والمكان"، فالأهداف الرئيسية للسائح الجماعي هي متعة النظر أو الجليد أو الشواطئ المشمسة، وتعتبر كل هذه الأشياء عوامل جذب مؤقتة. وبينما توجد الثلوج في الجبال العالية على مدار العام، فإن بعض المناطق الساحلية تكون دافئة دائماً، ومواسم تتوفر فيها الظروف المثلى، لذا فهناك وجهات سياحية قليلة جداً قادرة على تطوير السياحة على مدار العام.

الضغوط البيئية:

تخلق السياحة الجماعية من خلال جمعها لأعداد كبيرة من السياح في مناطق صغيرة ضغوطاً بيئية شديدة، وهناك تهديداً حقيقياً على التوازن البيئي. كما أن البنى التحتية مطلوبة للتعامل مع عدد كبير من السياح خلال الموسم المزدحم، ولكن ستظل قليلة الاستخدام خلال الجزء المتبقي من العام.

بينما كانت المنتجعات الساحلية هي الأكثر شعبية في سياحة طبقة الأثرياء في القرن التاسع عشر، أصبحت هذه المنتجعات تمثل المراكز الرئيسية للسياحة الجماعية خلال القرن العشرين. وهناك أسباب كثيرة أدت لحدوث هذا الأمر، مثل ظهور الإجازات مدفوعة الأجر، وظهور النقل الجماعي (عبر السكك الحديدية)، والرغبة في الهروب من ظروف المعيشة القاسية في الرأسمالية الصناعية. كانت الوجهة السياحية تتمثل في البحر والرمال، على العكس من المنازل التي تخلو من الصناعات آنذاك، وتغير هذا الأسلوب في القرن العشرين بعد انتشار تملك السيارات الجماعي. تطورت فكرة (النزهات في الهواء الطلق) في أمريكا الشمالية بسبب سهولة الوصول إلى تلك المناطق. وفي أوروبا، في حين أن هذا النوع من النزهات قد أعطى دفعة للسياحة الريفية، فإنه قد أدى أيضاً إلى انتشار وتشتت السياحة بشكل رئيسي على طول الساحل أكثر من المناطق البعيدة عنه. تطورت السياحة الجماعية الساحلية الدولية لصناعة رئيسية، وأصبحت شواطئ أوروبا وأستراليا والمكسيك والكاريبي والبحر الأسود جاذبة للسياح الجماعيين القادمين من عدة بلدان.

السياحة الحضرية:

تمثل المناطق الحضرية وجهات سياحية تجذب السياح المحليين والدوليين على حد سواء. تجذب العواصم والمدن والبلدات التاريخية السياح والتجار والمسافرين لحضور المؤتمرات، هذا أمر طبيعي تماماً بما أن البلدات والمدن تمتلك وتقدم مجموعة واسعة من مناطق الجذب السياحي. يزور السياح المناطق الحضرية لأسباب مختلفة، مثل الحياة الليلية والترفيه، وكذلك للاستمتاع بالمعالم التاريخية والثقافية، أو لمشاهدة الأحداث الرياضية الكبيرة، أو للتسوق. يتشارك السياح هذه الأماكن السياحية مع السكان المحليين. تجتذب المؤتمرات والأحداث الخاصة الكثير من الزوار، فالتجارة والصناعة والمتحف والقلعة تجذب عدد كبير من المسافرين الذين يعملون في مجال التجارة، ويأتي الناس - أحياناً - إلى المدن لزيارة الأصدقاء والأقارب.

السياحة الحضرية هي ظاهرة متنوعة للغاية في ثلاث جوانب: الأول هو الطبيعة غير المتجانسة للمناطق الحضرية نفسها، ويرتبط البعدين الآخرين بتنوع التسهيلات المقدمة. تشير المرافق السياحية إلى أنواع مختلفة من المدن، ومن ثم فهناك "المدينة السياحية" و"مدينة التسوق" و"المدينة الثقافية" و"المدينة التاريخية" داخل المنطقة الحضرية.

تتميز السياحة الحضرية أيضاً بحقيقة أن المدن في كثير من الأحيان توجد داخل شبكات طرق مكانية مميزة، والتي تعمل على مستويين مختلفين. المستوى الأول يهتم باستثمار المناطق الحضرية بغض النظر عن حالتها الإقليمية والوطنية، وتشكل مع مدن معينة دوائر سياحية هامة. على مستوى غرب أوروبا، فإن باريس ولندن وروما قد تعمل كجزء من

شبكة سياحة دولية، وفي داخل الهند، فإن الجولات السياحية الخارجية تشمل دلهي وأغرا ومومباي، والتي تربطها عوامل تاريخية وثقافية قوية. وعلى المستوى المكاني الثاني، فإن الأنشطة السياحية للمدن - من وجهة نظر السياح المحليين - موجودة ضمن إطار إقليمي قوي، وفي هذا السياق، تمثل المدن نقطة رئيسية هامة لصناعة السياحة الإقليمية. يمكن اعتبار البيئة الحضرية نفسها منتجاً ترفيهياً، ويمكن أن يقدم الإنتاج السياحي في المناطق الحضرية ثلاثة مستويات رئيسية للمرافق السياحية مثل العناصر الأساسية التي تغطي مناطق الجذب السياحي الرئيسية، والتي بدورها مدعومة من قبل مرافق خدمات المطاعم والبنية التحتية السياحية العامة. قد تكون العناصر الثانوية للمحلات التجارية والمطاعم في العديد من الدول عوامل جذب رئيسية لمجموعة معينة من الزوار. يزور السياح المدن مع توقعات معينة في أذهانهم لمناظرها ومناطقها السياحية. يمكن تمييز السياح في المناطق الحضرية من الزوار الآخرين من خلال شيئين هما: مكان إقامتهم (تقع في الغالب خارج المناطق الحضرية، أي في الأماكن النائية) ودوافع زيارتهم لهذا المكان. نجد أن السياحة في المدن الكبيرة والتاريخية ليست توجهاً جديداً. وعلى سبيل المثال، فصناعة السياحة في مدن مثل باريس ولندن ونيويورك بدأت منذ عهد بعيد. وفي الهند، نجد أن مدن دلهي وأغرا وماتورا وغواليور وموسوري وإندور لها باع طويل في مجال صناعة السياحة، في حين تم التعرف على السياحة تقليدياً في المدن التاريخية وفي المدن الكبيرة والمراكز الصناعية. تجاهل الناس أهمية السياحة حتى فترة الثمانينيات، ومنذ ذلك الحين، ينظر إليها على أنها أداة هامة تعمل على تحسين الظروف الاقتصادية والبيئية. للسياحة في المناطق الحضرية أبعاد دولية كبيرة تتعلق بنقل الأفكار، وتمت تجربة الأفكار المتعلقة باستخدام السياحة كحافز للتجديد الاقتصادي والبيئي بداية في أمريكا الشمالية. تم اختيار السياحة لأنها كانت تمثل صناعة التنمية، وفوفرت فرصاً للعمل، وكذلك من الممكن أن تؤدي إلى تحسين البيئة. كانت الفكرة أن الزوار سينجذبون إلى المدينة، ومن ثم يؤدي هذا إلى توليد الدخل وفرص العمل. علاوة على ذلك، سيساعد التطور السياحي المنشآت الجديدة في خلق بيئة حضرية أفضل، وسيتم نقل بعض الفوائد منها للسكان المحليين، وسيكون هناك تحسن عام في صورة المدينة بالنسبة للمستثمرين المحتملين.

السياحة الريفية:

لعبت المناطق الريفية منذ فترة طويلة دوراً هاماً في مجال السياحة والترفيه في العالم المتقدم، وتشير التقديرات إلى أنه في عام 1990م زار 75% من سكان إنجلترا الريف مرة واحدة على الأقل.

تجذب عوامل مختلفة السياح إلى المناطق الريفية، كالمعالم الطبيعية مثل الأنهار والبحيرات والغابات، أو المعالم الثقافية مثل المميزات الثقافية الرائعة. يقضي السياح عطلاتهم في الريف كنوع من التغيير من المناطق الحضرية باحثين عن الهدوء والاسترخاء الذي تتميز به البيئة الريفية، ويأتي البعض لممارسة بعض النشاطات مثل الصيد ورياضة المشي وركوب القوارب... إلخ. يتميز الريف ببعض الصفات التي تفتقرها حياة المدينة.

توجد في الريف مجموعة واسعة من الأنشطة الترفيهية، وكذلك السياحة في الهواء الطلق، على الرغم من أنه قد تغيرت هذه الأشياء مع مرور الزمن.

تستخدم السيارات الخاصة -غالباً- كوسيلة للسفر إلى الريف، وتتميز التنمية السياحية في المناطق الريفية من خلال تعدد المطورين على نطاق صغير.

يؤدي تعمير الريف كم منطقة سياحية بالضرورة إلى عدد من التناقضات الحادة، أولها أنه تتصف الغالبية العظمى من الأراضي الريفية -في معظم البلدان المتقدمة- بالملكية الخاصة، والتي تعترض بشدة إمكانية الوصول إليها. ثانياً، هنالك العديد من المنشآت الاجتماعية في المناطق الريفية، مثل الأماكن الريفية الهادئة ومناطق الترفيه ومناطق الإنتاج، وكل هذه الأشياء قد تتعارض مع بعضها البعض، وهنالك احتمال حدوث خلاف بين المستضيفين والضيوف. أخيراً، هنالك مسألة وصول سكان الريف أنفسهم إلى المستوى الترفيهي المطلوب.

المنازل الثانية:

أحد المسائل هي قضية استخدام الريف كمنازل ثانية، ويعد امتلاك منزلاً ثانياً أمراً منتشراً في الدول المتقدمة. فبالنسبة للأشخاص الذين يعيشون في لندن ونيويورك والمدن الكبيرة الأخرى؛ يستخدم المنزل الريفي في عطلات نهاية الأسبوع كتكملة للشقة الموجودة في المدينة. تمتلك الأسر الباريسية -في الغالب- منازل أخرى في جنوب فرنسا، وكذلك تمتلك الأسر الألمانية منازل أخرى في النمسا. وفي مثل هذه الحالات قد يكون عدد الزيارات قليلاً، وقد تتضمن الزيارات أيضاً إقامات موسمية طويلة.

السياحة الزراعية:

في حين أن نشوء ظاهرة المنزل الثاني تقتضي نقل ملكية الأراضي والمباني من الريف إلى ملكية غير المقيمين، تمثل السياحة الزراعية استمرار الملكية والمشاركة الفعالة من قبل المزارعين في المشاريع

السياحة الصغيرة. يرتبط النشاط السياحي في السياحة الزراعية بشكل وثيق مع الأنشطة الزراعية. وفي أوروبا، ينطبق مصطلح (السياحة الزراعية) فقط على الاستثمارات، حيث توفر الزراعة الدخل للعائلة المضيفة، إلى جانب دورها في استضافة السياح.

(مزرعة العطلات) هو المصطلح المستخدم في الولايات المتحدة الأمريكية للإشارة إلى مزرعة نشطة يتم تأجير الغرفة الإضافية في المنزل الموجود بها، أو المنازل الإضافية الموجودة بها للنزلاء.

تأخذ السياحة الزراعية في أوروبا شكلين أساسيين، هما توفير السكن في المباني الموجودة في المناطق الزراعية، وتوفير السكن في الأراضي الزراعية على شكل أكواخ ومخيمات، والأكثر انتشاراً هو تأجير مكان للإقامة مع وجبة إفطار، وبعد هذان النموذجان أكثر ما يميز السياحة الزراعية في شمال أوروبا. تعتبر السياحة الزراعية نشاطاً واسع الانتشار في النمسا بمجموع 100000 غرفة ضيافة موزعة على 30000 مزرعة. جهزت في العام 1970م.

تؤثر أربعة عوامل رئيسية على قرار المزارعين في تقديم إقامة للسياح. أولاً، لزيادة الدخل، وأيضاً لتعويض تراجع الدخل من الزراعة، وللاستفادة من الموارد غير المستخدمة، ولضمان إقامة ممتعة للضيوف. تعتمد السياحة الزراعية بشكل رئيسي على المبادرات الفردية، إلا أن الدولة تدعم المزارعين في العديد من البلدان عن طريق تقديم منح التنمية.

في الحقيقة، فإن سوق السياحة الزراعية هو سوق كبير، ولكنه يخضع أيضاً للمزيد من التنمية. ففي جانب الطلب، يحفز النمو في سوق العطلات القصيرة سوق السياحة الزراعية عن طريق الطلب على المزيد من أنشطة العطلات السياحية، وعن طريق زيادة عدد المستهلكين غير المؤيدين للسياحة الجماعية. وفي جانب العرض، تساهم الأزمة العالمية حول الإفراط في الإنتاج الزراعي في حملة التنوع الزراعي، وهي واحدة من أهم الخيارات المتاحة بالنسبة للمزارعين بجانب السياحة.

السياحة العرقية:

تنشأ السياحة العرقية عند عودة الأشخاص إلى البلدان التي فيها جذورهم (بلد المنشأ). نجد أن معظم التدفق الكبير من السياح الأمريكيين إلى إنجلترا يقوم به المهاجرون من أصل بريطاني لزيارة وطنهم القديم بدافع الحنين. وفي الهند، نجد أن هنالك عدد كبير من الناس جاءوا من باكستان وبنغلاديش لزيارة وطنهم الأصلي، كما أن زيارة الأصدقاء

والأقارب يعد دافعاً هاماً، وهو الهدف وراء الكثير من السياحة الداخلية في الهند.

الثقافة والسياحة:

إن معرفة ثقافة بلد ما أمر هام لفهم سلوك الأشخاص داخل ذلك البلد. وتشير الثقافة إلى مجموعة من المعتقدات والقيم والسلوكيات والتقاليد التي يتقاسمها مجتمع ما، وتُنقل من جيل إلى آخر.

تؤثر الثقافة على المجتمع بطرق مختلفة. أولاً، تحدد قيم الثقافة الأهداف والسلوك التي تلاقي استحسان المجتمع، حيث يشبع الناس احتياجاتهم بطرق مقبولة اجتماعياً. ثانياً، تؤثر الثقافة على الخلفية الاجتماعية من خلال الاتفاقيات الراسخة وممارسات المجتمع. يتبنى المجتمع مختلف الممارسات المتعلقة بالطعام الذي يُمكن تناوله، وطرق التسلية المشروعة، والهدايا المناسبة. وعلى سبيل المثال، فإن لحوم البقر مقبولة في أوروبا، ولكن غير مقبولة في الهند، ولحوم الخيول مقبولة في فرنسا، ولكنها غير مقبولة في الولايات المتحدة الأمريكية. عند العمل في سوق في منطقة ذات وجهات نظر ثقافية مختلفة، فمن الضروري معرفة الأسس الثقافية المتبعة في هذه المنطقة لتجنب السلوك غير المرغوب فيه.

يتلمس الفرد تأثير الثقافة بطريقتين. أولاً، تؤثر الثقافة على أساليب الحياة اليومية للأفراد في المجتمع، فقيولة الظهيرة أمر شائع في العديد من دول جنوب أوروبا؛ لمجابهة درجات الحرارة العالية في منتصف النهار، ولكن هذه القيلولة غير مقترنة بالمجتمع الأمريكي. كما يختلف مفهوم الوقت من ثقافة لأخرى، ففي الولايات المتحدة الأمريكية الوقت هو المال، أما في بعض الثقافات الأخرى، فلا يعطي الوقت القدر نفسه من الأهمية. ثانياً، تؤثر الثقافة على طريقة التعبير عن العواطف، فتختلف من منطقة لأخرى.

ستمكّن معرفة تأثير الثقافة على الفرد والفئات الاجتماعية التي ينتمي إليها هذا الفرد والمجتمع ككل التجار من بيع المنتجات الخاصة بالمسافرين.

يمكن أن تختلف الثقافات من دولة إلى أخرى بشكل كبير، ولجذب السياح من بلد معين؛ من الضروري معرفة الاختلافات الثقافية.

أسئلة المراجعة :

1- ماهي السياحة الجماعية؟ صف العوامل المسؤولة عن السياحة الجماعية.

2- أكتب مدونة عن:

(أ) السياحة في المناطق الحضرية.

(ب) السياحة الريفية.

(ج) السياحة الزراعية.

(د) السياحة العرقية.

(هـ) المنازل الثانية.

