

## التأثيرات الاقتصادية للسياحة

توضح الكثير من المراجع والدوريات العلمية والنشرات والبيانات انتشار السياحة في كل المجتمعات والبلاد في أنحاء المعمورة، وإذا ما استمر التوسع في صناعة السياحة بالمعدلات الحالية، يؤكد ذلك على أنها سوف تكون أكبر صناعة على المستوى العالمى. وهنا يبرز سؤال لماذا كل من الدول النامية والمتقدمة على حد سواء تتخذ خطوات فاعلة لبناء صناعة السياحة الخاصة بها ؟ لماذا تقوم العديد من المدن داخل الدول باتخاذ خطوات فاعلة في تطوير إمكاناتها الجاذبة للزائرين من داخلها أو من داخل مدن أخرى في الدولة أو من غيرها من الدول ؟ والإجابة عن ذلك واضحة وميسورة حيث يستشعر المسئولون الأهمية الكبرى للسياحة في رفع مستوى معيشة ورفاهية كل المناطق الجاذبة داخل الدول أو الدول الجاذبة للسياحة والتي تتمثل في الحصول على النقد الأجنبي، زيادة مدخرات الحكومات والدخول، إيجاد المزيد من فرص العمل وتشجيع التنمية الإقليمية. ويكون التأثير الأول والثانى في المستوى القومى ولكن التأثيرات الأخرى تكون تحت ما يسمى محليا أو Subnational level. ومن أهم، بل أول أسباب التنمية السياحية فوائدها الاقتصادية المتعددة. وتكون دراسة التأثيرات الاقتصادية للسياحة من خلال.

- 1- معرفة حجم الاستثمارات في مجال السياحة والتي تلعب الدور الرئيسى في زيادة نسبة السائحين والزائرين وبأعداد كبيرة.
- 2- بحث الفوائد الاقتصادية المختلفة أو العوائد التى يمكن تحقيقها عن طريق ازدهار السياحة.

### 3- دراسة المستفيد الحقيقي (توزيع الإنفاق السياحي).

وقبل الحديث بمزيد من التفصيل عن هذه العناصر، تجدر الإشارة إلى أنه فيما عدا ما يتم الحصول عليه من النقد الأجنبي، فإنه يمكن تحقيق الفوائد الاقتصادية الأخرى عن طريق السياحة المحلية. وفوق ذلك فإن تشجيع السياحة الداخلية يؤدي إلى توفير النقد الأجنبي. ويجب أن يؤخذ في الاعتبار قرارات كل من الاتفاقية العامة للتجارة والتعريفية (GATT) والاتفاقية العامة الجديدة للتجارة والخدمات (GATS) التي سوف تؤدي بدورها إلى توقف الدول النامية من إصدار تعليمات أو قوانين تحدد سفر مواطنيها إلى الخارج بغرض السياحة أو غير ذلك، إذا ما كان ذلك ساري المفعول في بعض الدول حتى الآن حيث القيود على كمية النقد الأجنبي المتاحة للمواطنين لأغراض السفر السياحي، وذلك بغرض توفير هذا النقد. لذلك فإن السياحة الداخلية مازالت وسوف تظل ذات أهمية كبرى في الاقتصاد القومي للعديد من الدول. وفيما يلي إشارة مختصرة لمداخل دراسة التأثيرات الاقتصادية للسياحة.

#### الاستثمارات في السياحة أو تكاليف السياحة

#### Tourism Investments- the Costs of Tourism

##### الاستثمارات البنية الأساسية

تشمل صناعة السياحة مجموعة قطاعات تتمثل في السفر والنقل والإقامة والتموين وأنشطة التسلية في أوقات العطلة والترويح فضلا عن خدمات رجال الأعمال Business facilities. وتشكل هذه العناصر مجتمعة بالإضافة إلى الترويج السياحي في مجموعها صناعة السياحة في أي أو كل دول المعمورة. وتعمل كل من القطاعات المختلفة بشكل مستقل، ومع ذلك فإنه يجب أن تعمل جميعها معا لجذب وخدمة عملاء السياحة. وعلى المقاصد السياحية إنفاق مبالغ نقدية على التجهيزات والإصلاحات لكي تكون هذه المناطق جاهزة لاستقبال السائحين قبل وصولهم بمدة كافية. وينطبق ذلك على كل المناطق حتى المناطق الأثرية التاريخية والمتوافر

بها المعابد والقصور الفخمة Stately homes والمجذبات الطبيعية وخاصة المناطق الفاتقة في جمالها الطبيعي، أو الشواطئ المتميزة برمالها، حيث إنَّها جميعا في حاجة إلى مصادر التمويل حتى تجذب السائحين أولا، ثم تقديم خدمة التمويل المتميزة بعد وصولهم. ويُمثل إنفاق النقود بهذا الشكل ويفرض جذب السائحين وتزويدهم بالخدمات التي يحتاجونها ما يسمى بالاستثمار في السياحة. وحيث إنَّ هذا الإنفاق يؤدي إلى نقص في مصادر التمويل Drain on the finance للدولة أو الإقليم، يسمى الاستثمار السياحي أيضا باسم تكاليف السياحة Costs of tourism أي التكاليف اللازمة للإنفاق بأغراض جذب السائحين للمقاصد السياحية ثم توفير خدمات متميزة لهؤلاء السائحين.

يبرز أمامنا سؤال بعد الاستهلال السابق يعنى على حد مفهومنا، ما تكاليف السياحة؟ ويمكن إجمال هذه التكاليف باختصار على النحو التالي :

- السفر والنقل.
- الإقامة والتموين.
- الترفيه والتسلية.

وتعرف هذه الاستثمارات العينية Visible investments في السياحة أحيانا بما يسمى استثمارات البنية الأساسية أو التحتية للسياحة أو التغيرات الفيزيائية (الطبيعية) التي يجب إجراؤها لخدمة الزائرين. ويتم دفع معظم هذه التكاليف قبل بدء ظهور أو تدفق فوائد أو عوائد السياحة.

#### بد استثمارات الترويج السياحي Investment in Tourism Promotion

تعتبر استثمارات الترويج هي الاستثمارات غير المنظورة أو أقل وضوحا من سابقتها بالنسبة لسكان المنطقة السياحية. ومع ذلك فإنَّ أهميتها تساوى ولا تقل عن ضرورة وجود بنية تحتية جيدة للسياحة Good tourism infrastructure. ونجد أنَّ الإعلان والترويج عناصر هامة قبل أن يصبح المقصد السياحي جاذبا لأكبر عدد من السائحين أو الزائرين.

وللدعاية والترويج أشكال عديدة، وتقوم بها على المستوى الحكومي في كثير من الدول هيئة تنشيط السياحة أو ما يسمى Tourist Board، ومنها في مصر هيئة تنشيط السياحة (ETA) Egyptian Tourist Authority. وتُرصد لذلك الغرض مبالغ ضخمة تستخدم للحملات الإعلانية Campaigns في مناطق عديدة في دول بعينها أو أسواق مستهدفة بغرض تشجيع السائحين على زيارة بلد المقصد خلال عطلتهم. وبدون هذا الشكل من أشكال الاستثمار تنخفض أعداد السائحين وبذلك تصبح الفنادق والأماكن السياحية في كثير من الدول شبه خاوية.

### ج. التكاليف المستمرة أو الدورية Ongoing Costs

سبق أن ذكرنا فقط الاستثمارات الضرورية لتطوير السياحة في دولة أو إقليم. وتوجد العديد من صور الاستثمارات والتكاليف اللازمة للمحافظة على المستوى الجيد لصناعة السياحة وتزويد السائحين بالخدمات الملائمة، وتسمى هذه بالتكاليف الدورية Ongoing costs ولها أهمية لا تقل عن سابقتها في صناعة السياحة. ويكون جزء من هذه التكاليف في شكل نقود مدفوعة لتدريب العاملين في صناعة السياحة، حيث إنَّ موظفي قطاعات السياحة يجب أن يكونوا على مستوى عالٍ من المعرفة والعلم والمهارة والتدريب حتى يمكنهم تأدية وظائفهم بمهارة. وفي بعض الأحوال يتم دفع هذه التكاليف المستخدمة لأغراض التعليم والتدريب بواسطة حكومات المقاصد وتُدفع أو تُسترد عن طريق الضرائب.

ويوجد نوع آخر من المصاريف الدورية في صورة الخدمات العامة الإضافية Additional public services والتي يجب أن تكون متاحة للسائحين. فمثلا يجب صيانة أماكن وقوف السيارات وكذلك صيانة الطرق، وتوفير خدمات الصرف والتخلص من الفضلات والصرف الصحي Sewage facilities وزيادة مستوى الحماية بواسطة البوليس ونقاط إطفاء الحريق، وهذه كلها خدمات مدفوعة. ويجب دعم التنمية السياحية للمحافظة على خصائص المقاصد السياحية

في المنطقة أو الدولة لاستمرار جذب السائحين الجدد وتشجيع الزائرين على العودة. ويتم تحصيل معظم هذه التكاليف من الأهالي المقيمين في المقاصد السياحية أو دافعي الضرائب الذين يعيشون في هذه المقاصد.

## 2. عائدات السياحة - الفوائد الاقتصادية للسياحة

### Tourism Returns- the Benefits of Tourism

تتمثل الأسباب الرئيسة في إقبال الحكومات والهيئات والشركات الخاصة للاستثمار في تنمية السياحة وتطويرها والمحافظة عليها، في تحقيق العوائد أو الفوائد الاقتصادية الناتجة عن أنشطتها المختلفة. ومن أهم هذه الفوائد نذكر ما يلي :

- أ. تنمية مصادر النقد الأجنبي والتجارة الدولية وخاصة للمقاصد السياحية.
  - ب. تحسين ميزان المدفوعات للدولة المصدرة للسياحة.
  - ج. تشغيل المواطنين وخفض معدل البطالة وتنوع فرص التوظيف ما بين العمالة غير الماهرة ونصف الماهرة والمتخصصة والأكاديمية .
  - د. تصدير سلع وخدمات من إنتاج الدولة، ودون أن تتحمل تكاليف شحن وتأمين.
  - هـ. المساعدة في زيادة الإنتاجية للدولة بما توفره من تسهيلات وإمكانات تساعد العاملين في الاستمتاع واسترداد حيويتهم.
  - و. تنشيط الحركة التجارية بين قطاع السياحة والقطاعات الأخرى بالدولة، وبين الدولة وغيرها من الدول.
  - ز. تحقيق دخل ضريبي مرتفع حيث تحصل ضرائب عن رسوم التأشيرات والضرائب التي تفرض على المشروعات السياحية والفندقية.
- وتجدر الإشارة إلى أن هناك فرص عمل مباشرة وهي تلك الفرص المتاحة في المنشآت السياحية والفندقية كوكالات السفر وشركات النقل السياحي وبيع

التذاكر والتسويق ومحال بيع التذكارات والفنادق والمطاعم... الخ. وفرص عمل غير مباشرة وتشمل الفرص المتولدة في القطاعات المغذية والتي يعتمد عليها القطاع السياحي والفندقي مثل الزراعة والصناعات الغذائية والمباني والصحة... الخ. كما ويذكر أن كل سرير يستوعب من 2-4 فرد ابتداءً من مستوى الأمن والاستقبال والمطبخ والمطعم الكافيتريا ومشرفي الأديوار والغرف وعمال النظافة ومستوحي الصيانة... الخ، بالإضافة إلى موظفي الحسابات وشئون العاملين والإدارة والحجز وغير ذلك.

وفيما يلي نبذة مختصرة عن بعض الفوائد السابق ذكرها

أ. توفير النقد الأجنبي وتنمية التجارة الدولية

### Foreign Exchange and International Trad

تحتاج كل دولة من دول العالم إلى استيراد نسبة أو كل احتياجاتها من البضائع والخدمات وغيرها من الخدمات، وبذلك فإنَّ الدولة تحتاج إلى مصدر لتوفير النقد الأجنبي أو العملة الصعبة للوفاء بهذه الاحتياجات، والمصدر الطبيعي لذلك هو صادرات تلك الدول من بضائع ومواد خام وخدمات. ويعرف نظام التصدير والاستيراد بما يسمى بالتجارة الدولية وتستطيع الدولة الحصول على النقد الأجنبي من خلال نوعين من الصادرات تسمى الصادرات العينية أو الصادرات غير العينية. ويقصد بالصادرات العينية مجموع البضائع التي يمكن إدراكها بالحواس مثل الرؤى واللمس والوزن والتي تمر عن طريق ومن خلال موانئ هذه الدول إلى الدول الأخرى. مثال ذلك صادرات الأخشاب والسكر وماكينات الغسيل، والسيارات... كلها صادرات عينية. وعلى العكس من ذلك فإن الصادرات غير العينية بضائع ليست ملموسة Non - physical goods ولكنها تشمل الخدمات مثل الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك، كذلك الخدمات التي تقدم لأنشطة السياحة والتي تصنف على أنها صادرات غير ملموسة أو غير منظورة Intangible exports. والسياحة رافد أو مصدر للنقد الأجنبي لدول المقاصد

السياحية أو الدول المصدرة للسياحة من خلال الخدمات التي تؤديها للسائحين أو الزائرين من غير مواطنيها. وتمثل هذه الخدمات في الفنادق والمطاعم وغيرها من شركات الخدمة والتموين مثل النقل والمواصلات وبذلك فإنّ السياحة صناعة تصدير كغيرها من صناعات التصدير التقليدي وتكون مصدراً للحصول على النقد الأجنبي في البلاد المضيّفة. ولا شك أنّ الهدف الأساسي لصناعة السياحة هو كسب النقد الاجنبي وخاصة في الدول النامية، وذلك هو أهم الدوافع والأسباب وراء تطوير المقاصد السياحية للدول المصدرة للسياحة. ونجد أنّ صناعة السياحة في إنجلترا هي أكبر ثانی صناعة تصدير غير عينية بعد صناعة خدمات البنوك.

#### ب. السياحة وميزان المدفوعات **Tourism and the Balance of Payments**

لكل دولة حساب في البنوك مثلها مثل الأفراد تماماً، حيث يتم الإيداع والسحب في الحساب الخاص بعد كل صفقة أو عملية تجارية. ويحرص العملاء على أنّ ما يتم سحبه يكون أقل من الرصيد أو ما يتم إيداعه وذلك لتجنب السحب على المكشوف. والحساب الجاري لأي دولة هو بيان أو سجل للصفقات أو التعاملات المالية خلال مدة (تكون في العادة سنة) وتتكون هذه العمليات من الإيداعات أو الإيرادات وهي مجموع الأموال الداخلة للدولة من تصدير السلع المنظورة وغير العينية إلى دولة أخرى، والمسحوبات أو المصروفات وهي الأموال التي تدفع إلى الدول الأخرى مقابل استيراد البضائع والمنتجات العينية وغير المنظورة ومنها صناعة السياحة للدولة المستوردة للمنتج السياحي. وتكون السياحة مصدر خروج الأموال من الدولة المستوردة للمنتج السياحي. وميزان مدفوعات الدولة بتبسيط شديد هو الفرق بين الإيرادات والمصروفات.

فإذا كانت قيمة صادرات الدولة أعلى من قيمة وارداتها، فهذا يعني أنّ ميزان مدفوعاتها موجب أي لديها احتياطي أو فائض. ولكن الدولة التي تستورد ما قيمته أكثر مما تصدر يكون بذلك ميزان مدفوعاتها سالباً أو مديناً. وتسعى كل دولة بأن يكون لديها احتياطي بدلا من أن يكون عليها ديون. ولاشك أنّ ازدهار السياحة في

دولة ما، هو أحد أهم روافد التمويل بالنقد الأجنبي الذي يجعل ميزان المدفوعات موجبا. وأوضحت الدراسات أن العديد من الدول التي استثمرت رؤوس أموال في التنمية السياحية لجذب المزيد من السائحين، تملك نقدا احتياطيا، أي أن ميزان مدفوعاتها موجب. وأصبح دور السياحة كمصدر لجذب النقد الأجنبي في العديد من الدول دورا إيجابيا لا يمكن إنكاره بل صار حقيقة في كل الدول المصدرة للسياحة. ويمكن أن يكون ميزان المدفوعات سالباً في الدول النامية أو المتقدمة على حد سواء، إذا لم يتم تحقيق مكاسب من السائحين الأجانب الذين يزورون هذه البلاد.

وعلى الجانب الآخر فإن سائحي أي دولة ينفقون النقد في بلد المقصد، ويؤثر ذلك في احتياطي النقد في دولتهم الأصلية. فمثلا إذا قام سائح بريطاني بزيارة مصر بقصد السياحة فإن ذلك يعنى قيمة استيرادية من مصر، حيث إنَّ العملة البريطانية تخرج من بريطانيا لتدفع للأعمال في مصر ( مثل ما يدفع في الفنادق والمطاعم)، وبذات الطريقة أن تشتري أسرة بريطانية مجموعة بضائع من مصر مثل السجاد وخلافه. وخلاصة القول : إنَّ السائح الذى يغادر بلده فإنَّ ما ينفقه يؤثر في ميزان مدفوعات بلده حيث إنَّ ما يصرفه هو نقود تسحب من بلده لتنفق في غيرها، ويتطلب الأمر هنا الإشارة إلى ما يسمى بميزان السياحة أو السفر.

#### ▪ ميزان السياحة أو السفر Travel Balance

نجد أنَّه من الأمور المشوقة والتي تحتاج دراسة هو مقارنة ما ينفقه السائح في بلد المقصد وذلك الذى ينفقه السائح الذى يزور هذا البلد. بمعنى أنَّه يجب أن نعرف ما ينفقه السائح البريطانى في مصر مقابل ما ينفقه السائح المصرى في بريطانيا. ويسمى الفرق بين المصرفين بميزان السياحة. وبذلك يمكن معرفة العائد النهائى من السياحة الدولية وما تأثيره في ميزان مدفوعات الدولة كما هو موضح بالجدول (11).

الدولة	المتحصلات المكتسبة في السياحة الوافدة (بليون جنيه استرليني)	الإنفاق الكلى من أفراد الدول في البلاد الأخرى (بليون جنيه استرليني)	ميزان السفر (بليون جنيه استرليني)
أ	600	750	150 (-)
ب	400	200	200 (+)
ج	750	650	100 (+)

ج. السياحة ودورها في إيجاد فرص العمل **Tourism and Employment**

تعتبر قدرة صناعة السياحة على إيجاد فرص عمل من أهم أكبر ملاحظاتها والتي تسهم بشكل فاعل في النمو الاقتصادي للدولة، وخاصة أنها صناعة كثيفة الاحتياج للقوى البشرية بمستويات مختلفة من المهارات، وهى بذلك عكس الصناعات الميكانيكية والتكنولوجية والتي تكون كثافة العمالة فيها منخفضة. ولهذا السبب فإن تكلفة إيجاد وظائف في قطاع صناعة السياحة أقل بكثير - بل لا تقارن - بتكلفة إيجاد وظائف في العديد من القطاعات الأخرى. فعلى سبيل المثال نجد أن تشغيل فندق واحد طاقته 200 غرفة يتطلب 200 - 300 موظف تقريبا ولكن مصنع لتقطير العطور، في ذات المكان والذي تفوق تكلفته إنشائه أى فندق، يحتاج ما لا يزيد على 6 أفراد ذوى مهارات خاصة لتشغيله. وبذلك فإن الاستثمار اللازم لإيجاد وظيفة في قطاع السياحة أقل بكثير من الاستثمارات المطلوبة لإيجاد وظيفة في صناعة أخرى. ويذكر أن تكاليف إيجاد وظيفة من خلال الاستثمار في إنجلترا في قطاع السياحة حوالى ثلثي المتوسط القومى للتكلفة في إيجاد وظيفة في القطاعات الأخرى.

وتساهم دخول وأجور العاملين في مجالات السياحة في زيادة نشاط الصناعات الأخرى، وذلك من خلال مدخرات العاملين في السياحة التى يستخدمونها في شراء احتياجاتهم من السيارات والأدوات الكهربائية الذى بدوره يسهم في إيجاد وظائف جديدة في تلك الصناعات وغيرها من الأنشطة. وبذلك نجد أن العائد الاقتصادي للسياحة يمتد ليشمل كل الأنشطة الاقتصادية للمنطقة السياحية. ويتم

أيضا قياس أهمية السياحة بتقدير عدد العاملين بهذا القطاع ونسبته من مجموع العاملين بالدولة. وكلما ارتفعت هذه النسبة، دل ذلك على أهمية السياحة في ذات الدولة. وهناك تباين كبير في نسبة العاملين في مجال السياحة وإجمالي عدد العاملين الكلي بين الدول الأوروبية.

وترتفع هذه النسبة بشكل ملحوظ في الدول التي يعتمد اقتصادها على السياحة ولكنها تقل في الدول التي تتعدد فيها الأنشطة الاقتصادية. فنجد في أسبانيا والبرتغال واليونان أن نسبة العاملين في السياحة بالنسبة للمجموع الكلي في الدولة حوالي 10٪ بينما نجد أن النسبة 2-3٪ في هولندا وبلجيكا. ونظرا لأن السياحة نشاط اقتصادي متداخل ومعقد فإنه يصعب تقدير العوائد الحقيقية للدخل السياحي لعدم حصول الدول السياحية على العوائد كاملة بسبب تسرب Leakage العوائد بشكل أو بآخر. ولذلك سوف نشير هنا إلى ما يسمى بظاهرة تسرب العوائد أو تسرب الدخل السياحي.

#### ■ تسرب الدخل السياحي

تؤدي السياحة - كما سبق أن ذكرنا - إلى تحسين اقتصاديات الدول السياحية حيث إنها صادرات غير منظورة تجلب النقد الأجنبي إلى بلاد المقصد السياحي. ويسمى أى شيء يؤدي إلى خروج أرباح عينية أو عوائد السياحة إلى خارج مناطق أو المقاصد السياحية باسم تسرب حيث إن العوائد تعود على بلاد غير المقصد. ويمكن أن يحدث تسرب العوائد بالطرق التالية:

أ- القيمة المدفوعة في استيراد متطلبات السياحة وخاصة متطلبات البنية الأساسية والتي لا تتوافر في البلاد السياحية - وبذلك فإن قيمة هذه المشتريات تذهب إلى الدول الصناعية.

ب- إمكانيات السياحة مثل الفنادق وشركات الطيران التي تجذب السائحين إلى البلاد السياحية تكون مملوكة في كثير من الأحوال لشركات عالمية يكون مقرها في غير البلاد التي يزورها السائحون. وبذلك تسرب معظم قيمة فوائد التشغيل إلى دولة غير الدولة السياحية.

ج- يتم استيراد متطلبات السائحين من الأغذية والمشروبات في كثير من الأحيان وكذلك البضائع المصنعة من دول أخرى. والسبب في ذلك تمسك العديد من السائحين بعاداتهم وعدم مرونتهم وإصرارهم على استخدام ذات الأشياء التي يستخدمونها في بلادهم وذلك عند قضاء أجازاتهم في دول سياحية وخاصة عندما تكون الدول النامية ذات الإمكانيات المحدودة هي المقاصد السياحية. وبذلك فإن نسبة من عوائد السياحة تُفقد في استيراد هذه الأغراض أو ينخفض إنفاق السائحين لمثل هذه الأغراض. وفي دراسة وجد أن استيراد الأغذية لحساب الفنادق في جاميكا استنفذ 54.5% من عائدات السياحة من النقد الأجنبي. وفي موريشيوس حيث تعتبر السياحة أكبر ثالث مصدر للنقد الأجنبي، أوضحت دراسة البنك الدولي في عام 1980م أن ما يخص البلاد منها لا يتجاوز 9.1%.

د- يكون بعض العاملين في صناعة السياحة من دولة غير الدولة السياحية التي يعملون بها ويكونون في كثير من الأحيان من الدول المالكة للفندق. ويلجأ لذلك في العديد من الأحيان حيث تفتقر العديد من الدول السياحية إلى المهارات الخاصة المطلوبة لهذا النوع من النشاط، والأجور التي تدفع لمثل هؤلاء، هي أحد صور تسرب عوائد السياحة، حيث إنه في الغالب يقوم هؤلاء العاملون بإرسال معظم مدخراتهم ومرتباتهم إلى مسقط رأسهم.

### 3. توزيع الإنفاق السياحي

أجريت دراسات حول توزيع الإنفاق السياحي بين مجالات الإنفاق وتبين أنها تختلف من دولة إلى أخرى حسب درجات النمو الإقتصادي كما تختلف من منطقة إلى أخرى وتتأثر أيضا بنوعية السائحين وفتاتهم. وفي الدول المماثلة للوضع السائد في مصر اقتصاديا واجتماعيا وكذلك البناء السياحي، تكون حول النسب الموضحة بالجدول (12) ويمثل السكن المرتبة الأولى في الإنفاق.

جدول (12) توزيع الانفاق السياحي

النسبة %	نوع الإنفاق
35	السكن
20	الطعام والشراب
15	الإنقالات
10	الزيارات
5	الترفيه
10	الشراء
5	أخرى
100	المجموع

مصدر الجدول: Tourism Information Technology. (Sheldon,P.J.(1997)

4. ماذا تكون التأثيرات الاقتصادية للسياحة أكثر من غيرها؟

أ. انخفاض نصيب العامل من الإنفاق الاستثماري في القطاع السياحي بالمقارنة بالقطاع الصناعي.

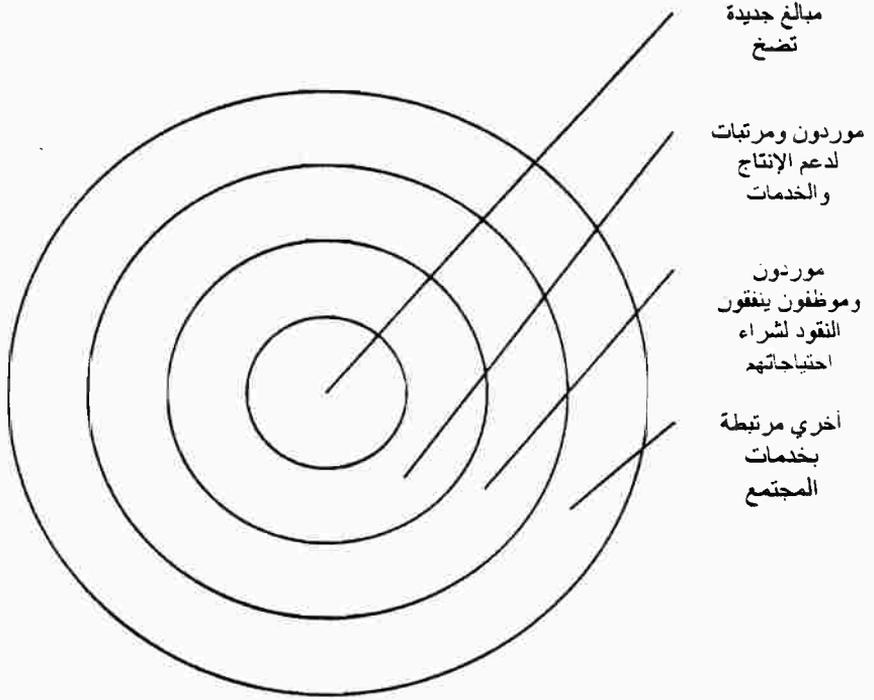
ب. متطلبات الاستثمار من النقد الأجنبي أقل من مثيلاتها في القطاع الصناعي.

تشغيل صناعة السياحة لا يتطلب تقنيات معقدة أو باهظة التكاليف.

د. الأثر المضاعف Multiplier effect

للسائحين تأثيرات اقتصادية غير تلك التي تنتج ظاهريا عن الإنقاقات المباشرة أو الأصلية Original expenditures. فما ينفقه السائح في الانتقال والسفر وتناول الطعام في الفنادق يتم تدويرها بواسطة رجال الأعمال لشراء المزيد من البضائع محققين بذلك مزيدا من استخدامات النقود. بالإضافة إلى ذلك فإن موظفي الأعمال التجارية الذين يقدمون خدمات للسائحين ينفقون قدرا أكبر من مكاسبهم في شراء البضائع والخدمات المحلية. وهذه السلسلة مستمرة إلى أن يحدث ما يسمى بالتسرب المشار إليه سابقا والذي ببساطة يعني استخدام النقود في الشراء من خارج

المقصد السياحي. ويوضح الشكل التالي ما يسمى بالأثر المضاعف. ومن المعروف أن معظم الاقتصاديات المتطورة لها أثر مضاعف تتراوح قيمته ما بين 1.7 - 2 . ويعني هذا أن النقود الأصلية يعاد استخدامها في المجتمع ما بين 1.7 - 2 مرة



شكل (6) الأثر المضاعف