الفصل الثالث

السياحة آثارها ودوافعها

السياحة آثارها ودوافعها

أولا: السياحة وآثارها فى الاقتصاد القومي

تهتم دول العالم على اختلاف مذاهبها الاقتصادية والسياسية بالسياحة نظراً لأثارها الاقتصادية والايجابية على الدخل القومي، فإن أهم دعامة ترتكز عليها السياحة فى القول بافادتها الاقتصاد القومي، هو مساهمتها مساهمة فعالة فى تحسين مركز ميزان المدفوعات بما تجلبة من عملات حرة بطريقة سريعة ومستمرة ومرنة وإذا كانت الدول المتقدمة تهتم بتنمية السياحة فإن الدول النامية تصبح أكثر حاجة إلى تنشيط الحركة السياحية إليها نظراً لأنها ـ الدول النامية ـ تتميز بما يسمى «حلقة الفقر المفرغة» ومؤداها أن قلة الدخول تؤدى إلى قلة المدخرات وهذه تؤدى إلى قلة الطلب وبالتالى قلة الاستثمارات التى تؤدى إلى ضعف القاعدة الانتاجية وهذه تؤدى إلى قلة الدخول العامة التى تعنى بدورها قلة الدخول الفردية وهكذا... ولكى تكسر هذه الحلقة يتفق الاقتصاديون على ضرورة حقن تمويلى للسوق الداخلى عن طريق الخارج بكميات كبيرة لكى تكسر احد حلقات هذه السلسلة.

وتعتبر السياحة قطاع من القطاعات الاقتصادية ذات الخصائص المتميزة. فهى تقدم السلع والخدمات المختلفة فى مقابل حصيلة وفيرة من العملات الاجنبية مع مراعاة انها لاتستلزم هذا الكم الهائل من الاستثمارات التى توجه إلى القطاعات الأخري، فضلا عن انها تتميز بسرعة العائد المتوقع وقصر فترة الانتظار، فلن نحتاج فى هذا المجال إلى فترة قد تطول فى انتظار العائد المتوقع، ويضاف إلى ذلك أيضاً أن السائح لايستلزم أن تنقل إليه الخدمة أو السلعة بل هو يحضر بنفسه إلى سوق السلعة أو الخدمة (البلد المضيف) ليشترى بالسعر الذى يتحدد فى السوق الوطني.

ولعل اهم ما تبين للسياحة من مزايا اقتصادية هو مايلي:

١ ـ ان السياحة سبب مباشر لدخول العملات الحرة البلاد نتيجة بيع الخدمات السياحية والسلع المرتبطة بها.(٢٣)

٢ ـ السياحة سوق قابل للتوسع وخاصة النشاط الاقتصادي، من خلال ما يحققه من ايرادات سياحية عديدة تعود على المجتمع بفوائد ومنافع كثيرة بواسطة الاستثمارات الموجهة إلى القطاع السياحي.

٣ ـ ان صناعة السياحة تتطلب استثمارات ماليه اقل نسبياً إذا ما قورنت بقطاعات انتاجية اخرى مثل الصناعات التعدينية أو الصناعة الثقيلة.

٤ ـ انها تقدم للدوله قطاعا تصديرياً يحضر فيه المستهلك الاجنبى بحثاً من المنتج أو الخدمة دون حاجة إلى شحن أو تحرك مكانى للمنتج.

٥ ـ ان المنتج السياحى المباع يقوم اساساً على خدمات وثروات غير مادية لاتنقل بطبيعتها ـ بغير طريق السياحة ـ عائداً ما مثل المناخ المعتدل وجمال الطبيعة ووجود اماكن تاريخية وثروات اثرية وهى ذات امكانات وتوقعات غير محدودة من العائد المادى إذا ما احسن تخطيطها وتسويق المنتج فيها وفقاً لقواعد علمية وتجارية مرنة.

٦ ـ ان السياحة هى اداة فعالة ومؤثرة للنظام العام لخلق تكامل اجتماعى وحضارى على المستوى القومى والدولي، وكذلك فإنها سبيل فعال لتنمية صناعات اخرى وغرس نوع من التفاهم الدولى بين مختلف الدول المتجاورة بوجه خاص وعلى المستوى الدولى بوجه عام(٢٤)

٧ ـ السياحة أحد المصادر الرئيسية للعملة الصعبة فى الدولة مثلها مثل البترول والتصدير وتحويلات العاملين فى الخارج وقناة السويس التى تعتمد عليها الدولة فى استيراد مستلزماتها الانتاجية وتمويل الاستثمارات الصناعية التى تقوم بها فى الداخل.

٨ ـ تعمل السياحة على تحقيق التوازن الاقتصادية بين مختلف المناطق السياحية فى الدولة وذلك باقامة المشروعات السياحية الجديدة فى المناطق الاقل خطأ فى التنمية مثل المناطق الجبلية والصحراوية والزراعية التى تتمتع بعناصر كثيرة للجذب السياحي.

٩ ـ تعمل السياحة على تحقيق المضاعف السياحى Effect Multipier الذى ينشأ من مضاعفة القيمة الحقيقية للدخل السياحى نتيجة لدخول الايرادات السياحية فى دورات اقتصادية آخرى متتالية مما يكون له أثر كبير فى مضاعفة الدخل السياحى الأصلى لاستغلاله فى أنشطة أخرى صناعية وتجارية مما يوجد رواجاً وانتعاشاً اقتصادياً كبيراً.

ومصر بما تتمتع به من عناصر الجذب السياحى - يجب أن تسعى إلى تنمية السياحة وتوزيع استثمارات خطة التنمية الاقتصادية على قطاعات النشاط الاقتصادى المختلفة - ومنها قطاع السياحة - وفقا للمعايير الاقتصادية (الايرادات التى تدرها بالعملة الاجنبية - معامل الاستثمار - فرص التشغيل الى تنتجها الاستثمارات السياحية .. إلخ).

كذلك تلعب السياحة دوراً بالغ الأهمية فى البلاد النامية التى يتوافر فيها فائض من الايدى العاملة حيث أن العمل الإنسانى هو العنصر السائد فى السياحة.

أن السياحة لاتزال لها قيمتها. فمن الحقائق الثابتة اليوم أن السياح لم يعودوا مجرد ضيوف، بل هم أيضاً مستهلكون، ثانياً هم يقومون بنشر علاقات صديقة مع الدول محل السياحة.

ويمكن النظر إلى الآثار الاقتصادية الاساسية على المستوى القومى من زاويتين: -

الأولى: الآثار المباشرة التى تعكسها السياحة على الاقتصاد، وتشمل..

(١) أثر السياحة على ميزان المدفوعات:

كثيرا ما تقاس الأهمية الاقتصادية للسياحة باثارها على ميزان المدفوعات فى الدولة، وهذا الميزان يمثل قيداً مزدوجا منظما لكافة المعاملات بين الدولة المعنية وسائر دول العالم

والسياحة تمثل جزءا من المعاملات غير المنظورة وتأخذ مكانها ضمن مختلف الصادرات غير المنظورة كالملاحة والتأمين والمعاملات المصرفية.. إلخ

ولما كان ميزان المدفوعات يتكون من جزأين رئيسيين هما ميزان المعاملات التجارية وحركة رأس المال فإن الدخل السياحى يؤثر على الميزان التجارى الذى يشكل جزءا لايتجزأ منه يتعلق بالصادرات غير المنظورة، تأثيراً مباشراً ويتحدد هذا الاثر بالقيمة الصافية للميزان السياحى ونسبتها إلى النتيجة الصافية للميزان التجارى سواء كانت سلبية أو ايجابية. فإذا كانت سلبية وكان الاثر الايجابى للميزان السياحى كبيرا فانه قد يجبر العجز فى الميزان التجارى أو يجفف منه على الاقل.

وإذا كانت نتيجة الميزان التجارى ايجابية ساعد الاثر الايجابى للميزان السياحى فى زيادة تلك الايجابية فى الميزان التجارى وبالتالى يمكن التأثير ايجابياً على ميزان مدفوعات الدولة وجبر أى عجز فى حركة رأس المال إذا كانت نتيجتها غير مواتية للدولة بخروج أموال منها وفاء لقروض مقررة أو فوائد أو للاستثمار فى الخارج وهو ما يجعل القيدة فى ميزان المدفوعات مختلفاً عن القيد فى حسابات الحكومة(١١).

(ب) اثار السياحة على العمالة(٢٥)

السياحة تؤثر تأثيراً ايجابياً مباشراً على زيادة العمالة فى الدولة السياحية. فالسياحة هى صناعة مركبة تشتمل على كثير من الصناعات وأوجه النشاط التجارية التى لاتزال تعتمد على العامل الانسانى اعتماداً رئيسياً وبسبب اتصال السياحة بكثير من القطاعات الانتاجية الاخرى فى الدولة كقطاع التشييد، والقطاع الصناعي، والقطاع الزراعي، وكذلك قطاع البنوك والتأمين والقطاعات الخدمية الاخري.

(جـ) أثر السياحة على اعادة توزيع الدخل:

تؤدى السياحة إلى تطوير وتنمية المناطق الأقل حظاً من التنمية، إذ تتجه التنمية السياحية غالباً إلى المناطق التى تتوافر لها مزايا طبيعية ومناخية اقرب إلى العمران المدنى كالشواطئ ومناطق الجبال والبحيرات والتى كثيراً ما تكون محرومة من العمران الذى غالبا يصاحب التقدم الصناعي.

ويترتب على ذلك اعادة توزيع الدخول بين المدن ومراكز العمران والتنمية الرئيسية وبين المراكز السياحية الجديدة بحيث يستفيد من ذلك العاملين الذين ينتقلون إلى هذه الأخيرة وبالتالى يقف تيار الهجرة من الريف، وهذه المناطق البعيد إلى المدن الكبيرة.

(د) أثر السياحة على المستوى العام للاسعار:

لاشك أن السياحة كغيرها من القطاعات الانتاجية تزيد من الانتاج والاستهلاك سواء بسواء وبذلك تميل الاسعار إلى الارتفاع نتيجة ارتفاع مستوى المعيشة وزيادة الطلب على أنواع جديدة من السلع والخدمات.

والسبب المباشر فى ارتفاع الاسعار ازدياد الطلب على الأراضى اللازمة لإقامة المشروعات السياحية التى عادت تحتاج لمساحات كبيرة من الأرض، ويمكن الوصول إلى

تحديد مدى تأثير السياحة على ارتفاع اسعار الأراضى إذا أمكن القول بثبات الطلب من القطاعات الأخرى كالصناعة والزراعة وغيرها. فالسياحة مجل خصب لإجتذاب رؤس الأموال من الخارجة للإستثمار داخل الدول النامية ذات الأهمية الخاصة فى مجال السياحة(٢٣).

الثانية: الآثار غير المباشرة التى تنتجها الانشطة السياحية(١٤)، وتشمل...

أ ـ الأثر المضاعف للسياحة على الرواج الاقتصادي:

والفكرة الاساسية لأثر المضاعف للسياحة هو أن المبلغ الذى يدخل قطاع السياحة يدور فى حركة الاقتصاد القومى دورات تتعدد بحسب قوة هذا الاقتصاد يكون أثرها أكبر من قيمة المبلغ الأصلي. وتفصيل ذلك أنه بالإضافة إلى زيادة حجم العمالة وتضخم المرتبات والمكافآت التى تمثل قوة شرائية جديدة نتيجة للسياحة فإن النقد الحر الذى يدخل الدولة من السياحة يستخدم فى استيراد بضائع وخدمات تحتاج إليها الدولة من الخارج، هذه البضائع والخدمات المستوردة تمتص داخل الدورة الاقتصادية والانتاجية للدولة وتثمر فى مدفوعات للخزانة العامة نتيجة للضرائب والرسوم المفروضة على هذه البضائع والخدمات المستوردة وريع اعادة البيع إلى المستهلكين واصحاب الحرف والصناعات، مما يؤدى إلى دورات جديدة من الشراء والانفاق داخل الدولة.

ب ـ اثر السياحة على تسويق بعض السلع:

لقد اثبتت الدراسات أن السائحين يقدمون على شراء سلع معينة بالذات من دول سياحية معينة كالساعات من سويسرا، والملابس الصوفية من اسكتلندا، والنبيذ والأزياء من فرنسا. وقد لوحظ اقدام السائحين الزائرين لمصر على شراء منتجات خان الخليلى المعدنية والخشبية المطعمة بالصدف والجلدية. ويعتبر هذا الانفاق من قبيل التصدير لمنتجات وطنية دون ماحاجة إلى شحن وتسويق خارجى فى الغالب الأعم من الحالات، وبالتالى يعتبر هذا التصدير خالصا من صعوبات المنافسة فى التجارة الدولية وكلما زادت حركة السياحة وخاصة السائحين القادرين من بلد ما، كلما ارتفعت حصيلة هذا التصدير من داخل الدولة إلى المشترين الزائرين.

جـ ـ اثر السياحة على تنمية المرافق الاساسية

يظهر هذا الاثر بوضوح فى دول العالم النامى التى لم تصل فيها المرافق الاساسية العامة من طرق وقوة محركة ومشروعات صرف صحى ومياه الشرب ووسائل الانتقال إلى مداها المناسب نظر الانخفاض مستواها المعيشي. فضلا عن المرافق الاساسية من مطارات وموانى سياحية مناسبة وتطوير عمرانى مناسب للمناطق الرئيسية للجذب السياحى داخل الدولة.

فإن تنمية هذه المرافق تحتاج لرؤوس أموال ضخمة فزيادة الحركة السياحية يزيد من قدرة الدولة على زيادة كفاءة مرافقها الاساسية مما يساهم مساهمة اساسية فى التنمية الاقتصادية وانعكاس ذلك على ارتفاع مستوى معيشة المواطنين فى الدولة.

د ـ مساهمة السياحة فى زيادة فرص الاستثمار الوطنى والاجنبي:

أن السياحة كصناعة مركبة تتضمن مجالات مختلفة للاستثمار مثل الفنادق ومراكز الاستشفاء والمطاعم والملاهى ومراكز الرياضة والترويح والقرى السياحية وشركات السياحية ووكالات السفر ووسائل النقل السياحى بالاضافة للمشروعات الكبرى مثل تخطيط مدن سياحية متكاملة تتضمن مجتمعات سياحية متعددة.

وثمة جانب آخر هو أن دخول الاستثمارات الاجنبية فى الدول السياحية وخاصة النامية كمصر يؤدى إلى زيادة خبرة المستثمرين الوطنيين نتيجة اختلاطهم بالمستثمرين الاجانب من ذوى الخبرات الأكثر تقدما وتصطرهم لذلك إلى الأخذ باسباب التطور التكنولوجى والبحث العلمى فى الأعمال.

ثانيا: دوافع السفر وإختيار الجهة السياحية

المقصود بالدوافع السياحية الأسباب الأساسية التى تحرك رغبة الإنسان فى السفر وتقف وراء تفضيلة لأماكن وبلاد معينة. لقد حظيت ظاهرة السفر والسياحة خاصة منذ منتصف السبعينيات بإهتمام الباحثين والدارسين، حيث وضعت معايير تبين الدوافع والاسباب المحركة للسفر وكذلك المؤثرات التى تتحكم فى اختيار الجهة التى يقصدها الفرد وتأثيرات كل ذلك على ظهور المناطق السياحية وانتعشها ثم تدهورها واختفائها من خريطة الأهتمام السياحي.

فالسفر والسياحة يحقق إشباع لرغبات إنسانية. فيكون سفر الأنسان وإنتقاله من مكانه الذى يعيش فيه إلى مكان آخر راجعاً إلى أكثر من غرض واحد، على سبيل المثال إذا ذهبت مجموعة رياضية إلى احد الدورات الرياضية الأولمبية فإنهم بطبيعة الحال قد يذهبون لمشاهدة عروض ثقافية والأطلاع على التراث الاجتماعى والحضارى كحفلات الموسيقى والرقص أوزيارة المتاحف والأثار. فأنهم يقضون جانباً من وقتهم فى زيارة هذه المناطق وقد إتفقت أراء الكثير من الباحثين على تقسيم دوافع السفر إلى أربعة دوافع وهى على النحو التالى:-

١ ـ دوافع طبيعية

وهى الدوافع المرتبطة أو المتعلقة بالأنسان نفسه أى الرغبة فى الحصول على الراحة البدنية والاستجمام والأستشفاء وغير ذلك من الدوافع المتصلة بجسم الأنسان. وهذه الدوافع نابعة من رغبة الانسان فى الترويح عن النفس وتخفيف حدة الضغوط أو الأستمتاع باشباع الرغبة فى الطعام والشراب. فضلاً عن التسلية والترفيه وقضاء أوقات الفراغ والتغيير المؤقت للروتين اليومى وأسلوب الحياة المعتاد.

٢ ـ دوافع ثقافية

وتتحدد هذه الدوافع فى الرغبة فى التعرف على بلاد آخر من حيث فنونها وثقافتها وتاريخها وحضارتها وآثارها القديمة الباقية والاستمتاع بتراثها الادبى والفنى وتتمثل هذه الدوافع فى زيارة المتاحف والحفلات والمناطق الأثرية وحضور الأحداث الثقافية ومشاهدة الفنون الشعبية

٣ ـ دوافع العلاقات الاسرية والشخصية:

لها علاقة برغبة الانسان فى زيارة الأصدقاء والاقارب. وترتبط أيضاً برغبة الفرد الذاتية سعياً وراء الحصول على الشهرة أو التنمية الشخصية أو تحقيق الذات والتمتع بالجمال.

٤ ـ دوافع اجتماعية

وهى تختلف وفقاً للوضع الشخصى ومتطلباته، حيث تتضمن الرغبة فى الاتصال

بالأخرين. وهذه لها علاقة بالسفر، لاداء مهمة أو مصالح مهنية، أو لأغراض تعليمية، أو سعياً وراء هوايات.

وفى بحث قام به المركز الأوروبى لتنسيق الأبحاث للعلوم الاجتماعية فى فيينا حول الدوافع الاساسية للسفر عام ١٩٧٢ إلى عام ١٩٧٨ تبين ان الدوافع الاساسية وراء زيارة يوغوسلافيا كانت وفقاً للنسب المئوية التالية

- الراحة ٨٣,٥٪
- الترانزيت ٤,٣٪
- دوافع مهنية ٣,٤٪
- دوافع ثقافية ٢,٧٪
- زيادة الأقارب والاصدقاء ٢,١٪
- دوافع آخرى ٤,٠٪

ولو حللنا الفئات الأربع السابقة، وأعدنا تصنيفها بدقة، لأمكننا أن نقول: أن الافراد يهتمون بالسياحة للاسباب الرئيسية التالية: -

(١) لاراحة وإنعاش الجسمى والنفس، وهو أمر قد أصبح أكثر ضرورة فى الحياة العصرية بما فيها من سرعة وضغط وتوتر.

(٢) لأسباب صحية. لضمان الهواء النقى والشمس الساطعة. وغالباً للتمتع بالشتاء الدافئ وأحياناً لأخذ حمام وللاستحمام فى مياه علاجية أو تخضع لعلاج خاص له طابع طبي.

(٣) المشاركة الفعالة فى تنوع نشاطات رياضة، مثل المشئ، تسلق الجبال، الانزلاق على الجليد، ركوب القوارب الشراعية، صيد السمك، للقنص، والانزلاق على الماء، ورياضة ركوب الخيل.

(٤) المتعة والمرح والإثارة.. فطلب الفرد للمتعة الخالصة، مطلب قوى جداً، والسفر وقضاء الإجازة، يشكلان وسيلة بسيطة لتحقيق هذا المطلب.

(٥) الاهتمام بعناصر أجنبية: خاصة فيما يتصل بأماكن مقترنة بأحداث تاريخية أولها شهرة ثقافية، أو أماكن يحتفل فيها بأعياد فى مجال الفن والمسرح والموسيقى الخ..

(٦) بغرض تبادل العلاقات: زيارة الأقارب، والسعى وراء صداقات جديدة.

(٧) لاغراض روحانية: كالحج إلى الأماكن المقدسة، أو المزارات الدينية.

(٨) دواعى العمل أو لاسباب مهنية: مثل حضور مؤتمرات، لها صلة بالمهنة، أو الصناعة: أو التجارة أو أية مؤسسة ينتمى إليها الفرد

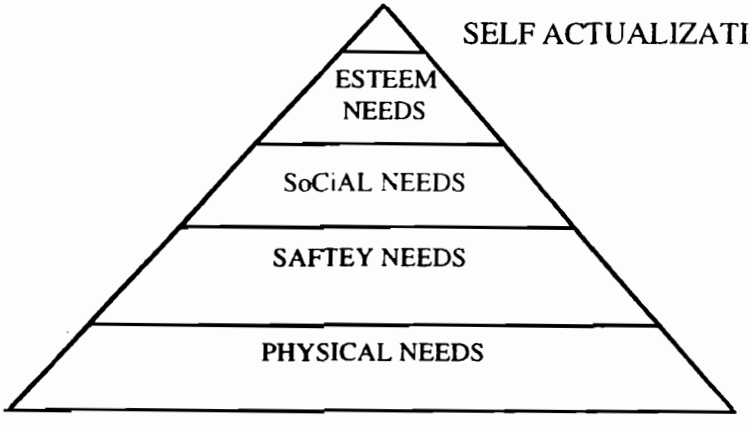
وفى دراسات قدمها (إبراهام مازلو) فى كتابه

ABRAHAM MAZLOW - IN HIS BOOK

MOTIVATION AND PERSONALITY

يقدم لنا بناء هوميا HEIRARCHY للدوافع الأنسانية، قاعدة هذا الهرم تضم الحاجات الطبيعية للأنسان أولا إلى إشباعها مثل الجوع والعطش والتنفس والسكن..

ويلى ذلك حاجة الأنسان إلى الأمن والأمان فإنها تأتى فى المرتبة الثانية من حيث الأهمية وعندما يتم إشباعها أو التأكد منها فإن الأنسان يرتقى ويسعى إلى اشباع حاجته فى مجال القبول والحب والولاء الأجتماعى وهو ماسبق أن أطلقنا عليه بالحاجات الأجتماعية وباشباع هذه الحاجات فإن الفرد يسعى للأستحواذ على الأحترام الشخصى والتواجد المرموق بين أفراد مجتمعه تمهيداً لحرية حركة وإثبات ذاته.



وفى دراسات أخرى حول الدوافع الأنسانية يرى بعض الباحثين إضافة دافعين إنسانيين إلى هرم مارلو وهما السعى للتزود من المعرفة وحب الجمال وهذين الدافعين مرتبطين بشكل واضح بالرغبة إلى السفر والسياحة وعندما تترجم هذه الحاجات والدوافع الأنسانية فى شكل رحلات سياحية أو زيارات إلى مناطق أو مواقع غير المواقع والمناطق التى نعيش فيها بصفة معتادة نجد أن السفر من أجل العلاج أو المحافظة على الصحة والقوة البدنية قد يقع فى إطار الحاجات الطبيعية أو الحاجات الأمنية وكذلك قد نجد ان السفر لزيارة الأهل والأقارب والأصدقاء يقع فى إطار الدوافع الأجتماعية لحاجة الأنسان إلى الحب والحنان ومشاعر المحبة والصداقة التى يجدها الأنسان بين الأهل والأصدقاء.

وقد يكون السفر إلى المناطق ذات الشهرة التاريخية أو الحضارية أو السياسية مثل لندن باريس ونيويورك وغيرها يحقق للأنسان نوع من الأحترام والشهرة والظهور.

الا أننا نجد أن جانبا كبيرا من السفر من أجل قضاء الأجازات والاستمتاع بوقت الفراغ وحضور المهرجانات الرياضية والموسيقية وغير ذلك يقع فى اطار حاجة الانسان إلى تحقيق ذاته وإشباع رغباته فى حب الجمال والتزود المستمر من المعرفة.

عرفنا أن الناس تقوم بالسياحة لإشباع حاجات ورغبات إنسانية.. وكيف يتحقق ذلك؟

* فالحاجات الإنسانية تبحث عن طرق وأساليب لاشباعها وتتحول هذه القطاعات إلى رغبات محددة عن طريق الوعى بها.

* والرغبات تتحول إلى طلب محدد OBJECTIVES بواسطة تحريك الدوافع والتأثير عليه.

* وبلوغ الطلب المحدد يتحقق إشباع الحاجة الانسانية.

والفرق بين الحاجة NEED والرغبة هو الإدراك ومهمة التسويق تحويل الحاجات إلى رغبات مثلا الإنسان يحتاج إلى الحب والحنان ولكن الرغبة تتمثل فى زيارة الأقارب والأصدقاء مثلا.

والانسان يحتاج إلى أن ينال التقدير والاحترام من الآخرين ولكن الرغبة فى المشاركة فى رحلة بحرية CRUISE فى البحر المتوسط أو زيارة إلى فرنسا أو المكسيك تحقق له الاحترام والشهرة.

والرغبات عن طريق التحريك والدفع فى إتجاه معين تتحول إلى فعل ACTION يتحقق إشباع الحاجة إلا أنه فى ذات الوقت يجب أن يتوا جد الكيان الذى يستحوذ على مادة الإشباع OBJECTIVE وهو هنا المنتج السياحى TOURISM PRODUCT والذى يكون لدى المستهلك أو السائح قناعة تامة فى أن الحصول عليه سيشبع حاجة لديه.

والذى يحدث فى الحياة العملية أن الناس يتم التأثير على دوافعهم الشخصية فى طريقه إشباع حاجاتهم التى قد تكون دفينة وغير مدركة أو يمكن اكتسابها عن طريق المعرفة.

وجانب هام من مهمة التسويق هو جعل الناس تدرك وتعى حاجاتهم عن طريق عرض سلعة أو خدمة محددة والحصول على هذه السلعة أو الخدمة يساعد فى اشباع الحاجة والرحلات أو الأجازات السياحية طريقة لأشباع العديد من الحاجات