

الفصل التاسع



جغرافية السياحة .. محتواها .. ومضمونها .. ومغزاها .

مقدمة :

أولاً : تعريف جغرافية السياحة

ثانياً : الدوافع السياحية

1. الدوافع السياحية

3- المؤسسات والمنظمات السياحية الدولية

ثالثاً : أنواع وأشكال السياحة

1-السياحة الموسمية 2-السياحة الترفيهية (الاستجمام)

3-السياحة الثقافية

4-السياحة العلاجية 5-السياحة الرياضية

6-السياحة التاريخية

7-السياحة الدينية 8-السياحة الزراعية

9-السياحة البديلة

10-السياحة الفصلية (الموسمية) 11-سياحة الإقامة 12-السياحة الدائمة

13- سياحة التنقل 14-السياحة المناسبة (الملائمة) 15- سياحة العمل

16-السياحة الحضرية 17-سياحة الاهتمامات المشتركة 18-السياحة المجتمعية

19- سياحة المؤتمرات 20-السياحة الداخلية 21-السياحة البيئة

22-السياحة العرقية 23-السياحة الصلبة 24-سياحة الحوافز

25-السياحة الدولية 26- سياحة الأعداد الكبيرة 27- سياحة الشارتر أو الطيران

العارض

28-سياحة الجذور 29-السياحة الاجتماعية

30-السياحة المرنة

31-السياحة المستديمة 32-السياحة الشبابية

33-سياحة المغامرة

رابعاً : العوامل المؤثرة في الجذب السياحي

أولاً : العوامل الطبيعية المؤثرة في الجذب السياحي

1- الموقع الجغرافي 2- توزيع اليابس والماء

3- مظاهر المياه الجوفية

4- الأشكال الجيولوجية 5- مظاهر السطح

6- الأحوال المناخية

ثانياً : العوامل البشرية المؤثرة على السياحة

1- الإنسان 2- النقل والمواصلات

3- النقل الجوي 4- تسهيلات الإقامة أو الضيافة

5- تسهيلات الإمداد 6- خدمات البنية الأساسية

7- المنتجات السياحية 8- المنشأة السياحية

9- القرى السياحية 10- تأثير السياحة على العمران

خامساً : الاتجاهات المستقبلية لنمو السياحة العالمية حتى 2020م

obeikandi.com

تمثل السياحة مورداً مهماً من موارد واقتصاديات معظم الدول ، لأنها تعد نشاطاً بشرياً يهدف إلى قياس السلوك الإنساني في ظل الموارد المتاحة والتفاعل مع الآخرين واقتصاديات البيئة المحلية ، حيث تقوم السياحة بدور كبير في دفع عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية ، ولما تنتج من استثمارات ودخول وعمالة واكتساب الخبرات السياحية المختلفة ، إلا أن إمكانية نمو هذا القطاع تبقى هائلة في حركته وآثاره ، وعلى الرغم من أن عدداً كبيراً يسهم فيها .

أولاً : تعريف جغرافية السياحة وأهميتها :

عرف الإنسان السياحة منذ العصور القديمة ، فقد مارس الإنسان النقل بين مكان لآخر لأغراض الرعي ، والجمع والالتقاط ، وعندما ظهرت المستوطنات البشرية ، واستقر الإنسان وعمل بالزراعة ، وزادت عن الاستهلاك المحلي ، وظهرت الرغبة في مبادلة السلع الفائضة بسلع ناقصة ، ظهرت الحاجة للسفر إلى تلك الأسواق في المستوطنات ، ووجدت التجارة كرحلة بين تلك المستوطنات كالتي كانت بين بلاد العرب والشام واليمن.

إلا أن السياحة بمفهومها الحديث ازدهرت في النصف الثاني من القرن العشرين الذي أطلق عليه بقرن السياحة ، ومن المتوقع أن تصبح السياحة أكبر صناعة في العالم بعد سيادة السلام العالمي ، وذهاب كل ألوان التهديد العالمي بحرب جديدة ، على أن لا يكون الغرض من السفر العمل أو الدراسة ، إنما المتعة أو الراحة أو العناية بالصحة ، أو لإشباع الرغبة في معرفة أماكن جديدة وأشخاص آخرين .

وقد حاول ماكلنتوش McIntosh أن يُعرّف السياحة بأنها " مجموعة ظواهر وعلاقات تنتج من التفاعل بين السياح ومقدمي الخدمات السياحية والبلدان أو

المناطق المضيفة والمجتمعات المقصودة التي تعمل على اجتذاب واستضافة السياح والزائرين .

ويرى فرويلر Freuler أن السياحة ليست إلا " ظاهرة من ظواهر عصرنا تتبثق من حاجتنا المتزايدة إلى الراحة وتغيير الجو المحيط بنا ، و مولد إحساس محبب بجمال الطبيعة والشعور بالبهجة والمتعة من خلال الإقامة في مناطق لها طبيعتها الخاصة " ، في حين أن كفاي يعتقد أن السياحة بمفهومها المعاصر ، كأحد الأنشطة الطبيعية الترفيهية الهامة للإنسان ، هي مجموعة متكاملة " من العلاقات والظواهر الناشئة عن الرحلات والإقامة المؤقتة لأناس يسافرون أساسا لأجل ترقية الوقت أو بغرض الترفيه أو الاستشفاء وليس بغرض الإقامة الدائمة " ، ولا يختلف بيرس Pearce كثيرا عن كفاي في تصويره مفهوم السياحة ، فيؤكد على أن السياحة تتلور من خلال " العلاقات والظواهر الناتجة من الرحلات والإقامة المؤقتة للناس المسافرين بهدف رئيسي يتمثل في الاستجمام والترفيه ، وتبعاً لذلك فإنه من الممكن اعتبار السياحة ظاهرة ونشاطا له أبعاده الجغرافية والاقتصادية والاجتماعية .

وقد عرف مؤتمر الأمم المتحدة للسياحة بأنها " مجموع الأنشطة الصناعية والتجارية التي تنتج السلع والخدمات التي يستهلكها الزوار الأجانب والسياح المحليون " ، في حين أن الهيئة الكندية الوطنية للمعلومات السياحية تُعرّف السياحة بأنها " مجموع السلع والخدمات التي تلبى حاجات المسافرين خارج نطاق إقامتهم " ، وتحدد الجهات الأسترالية المسؤولة السياحة بأنها القيام بالسفر من بلد إلى آخر لفترة لا تتجاوز ستة أشهر بدون أن تحدد هدفا معينا لهذا السفر.

تعتبر السياحة من أكثر الصناعات نمواً في العالم ، فقد أصبحت اليوم من أهم القطاعات في التجارة الدولية ، إن السياحة من منظور اقتصادي هي قطاع إنتاجي يلعب دوراً مهماً في زيادة الدخل القومي وتحسين ميزان المدفوعات ،

ومصدراً للعمالات الصعبة ، وفرصة لتشغيل الأيدي العاملة ، وهدفاً لتحقيق برامج التنمية.

وعلى الصعيد البيئي تعتبر السياحة عاملاً جاذباً للسياح وإشباع رغباتهم من حيث زيارة الأماكن الطبيعية المختلفة والتعرف على تضاريسها وعلى نباتاتها والحياة الفطرية ، بالإضافة إلى زيارة المجتمعات المحلية للتعرف على عاداتها وتقاليدها.

ومع زيادة الاهتمام بالسفر لأغراض شتى ، تعددت التعريفات السياحية والتي منها:
أ - ما تبناه الإتحاد الدولي لمنظمات السفر الرسمية عام 1968 ويعني حركة الأفراد والجماعات خارج الحدود السياسية للدولة التي يعيشون فيها لفترة تزيد عن أربع وعشرين ساعة وتقل عن عام واحد.

ب - هي ظاهرة طبيعية بالمعروف الحديث ، أوجدها العصر لحاجة الإنسان إليها ورغبته في الاستجمام وتغيير الجو المحيط به.

ت - هي مجموعة العلاقات البشرية والطبيعية التي تنتج من إقامة السائحين طالما هذه الإقامة لا تكون دائمة.

كما أصبح ينظر للسياحة في عديد من الدول وخاصة في الدول النامية على أنها وسيلة هامة من وسائل الاستثمار السريع وخاصة أن هناك تحول كبير في المسارات السياحية نحو الدول النامية التي أخذت تنافس الدول المتقدمة في جذب السياح.

فمن أبرز أهمية السياحة ما يلي:

- مصدر دخل للعمالات الصعبة ويؤثر إيجابياً على ميزان المدفوعات ، ودعم الاقتصاد الوطني مثل اليونان والمكسيك اللاتي اعتمدن على السياحة في تخفيف العجز في ميزان المدفوعات ، كذلك تونس ومصر ولبنان في الدول العربية .
- تشغيل الأيدي العاملة بكافة مستوياتها من مترجمي للسياح إلى الخدمات الدنيا ، الأمر الذي يوسع قاعدة الدخل في الدولة ، والذي يعكس أثره على

الاستهلاك والتنمية والاستثمار ، وهي كقطاع اقتصادي يتداخل في معظم القطاعات الإنتاجية الاقتصادية في الدولة من خلال إنشاء المشروعات السياحية التي تحقق درجة معينة من التكامل بين القطاعات الاقتصادية الأخرى .

• تعمل على التغيير الاجتماعي نتيجة الحراك الاجتماعي ، لأنها تجعل الاتصال مباشرة بين الدول الفقيرة والغنية في العالم ، ويظهر هذا الدولة ، أفريقيا وما يمثله من صراع بين القومية القبلية ، والسياح لهذا نرى العديد من المثقفين الأفارقة يضايقهم التنكير في ذهاب السياح إلى أفريقيا ، حتى لمجرد الذهاب لمشاهدة حديقة الحيوان .

• تنقل الدولة من دولة متخلفة إلى دولة متقدمة من خلال الحراك الحضاري والثقافي بين الشعوب ، وهذه الحالة تنطبق على أسبانيا التي أخرجتها من حالة الفقر إلى غني تنافس الدول الأوروبية الأخرى

ثانيا : الدوافع السياحية:

هناك مجموعة من العناصر من الدوافع الجاذبة للسياحة لها قوة التأثير على اتخاذ القرار في اختيار السائح جهة القصد السياحي ، وهي تشكل العوامل الجاذبة التي تتواجد في جهة القصد السياحي بغض النظر عن حجمها والوظيفة التي تشتهر بها .

2. الدوافع السياحية

وتنقسم تلك الدوافع إلى :

أ - دوافع طبيعية أو (بيئية): كالماء - اليباس - الفضاء ، وهي تلعب دور بارز في إغراء السائح للذهاب إليها فعلى سبيل المثال شلالات نياجرا (51 متر) في الولايات المتحدة من المعالم السياحية الشهيرة في العالم وإلى تولد الرغبة في زيارتها ، كذلك شلالات فيكتوريا التي تقع على نهر الزمبيزي على الحدود بين زامبيا وزيمبابوي ، كذلك شلالات أنجل الواقعة جنوب شرق فنزويلا في منزه كانيما

الوطني ، كذلك المغارات والكهوف والسفوح الجبلية ، كذلك الظهور المفاجئ غير التقليدي كالبراكين يولد الرغبة في السفر إليه.

ب- **دوافع اجتماعية وحضارية** : لاشك أن التوافق الإسلامية.ولد الرغبة في القيام بالسياحة من جهة ، والتوافق الاجتماعي والحضاري والثقافي في جهة القصد مكانا يتولد لي الرغبة في السفر والعكس ، من هذا المنطلق تسعى العديد من دول العالم إلى إنعاش فولكلورها الشعبي عن طريق إقامة المهرجانات والمعارض وإحياء التراث الشعبي ، وتشمل المغريات الحضارية على المعالم التاريخية القديمة مثل الأهرامات وعواصم مصر القديمة بمصر ، والبتراء بالأردن ، والقدس في فلسطين.

ت- **دوافع الثقافية** : يتمثل في رغبة السائح للتعرف على مجموعة المعتقدات والسلوكيات وأسلوب الحياة في البلدان التي سيزورها ، فالسفر إلى باريس مثلا يتعرف السائح على الثقافة الفرنسية ، أو إلى أفريقيًا وقبائلها ، أو إلى الأحياء القديمة في المدن الإسلامية.

ث- **دوافع دينية** : ترغب صاحبها بالسفر لزيارة المساجد والكنائس القديمة والأديرة والعتبات الدينية.

3. الاعتبارات السياحية

ويعكس هذا الاتجاه الجغرافي العام في تناول ظاهرة السياحة تقديرا وتتبعاً لكيفية استخدام الإنسان للمصادر والموارد والأماكن المختلفة على سطح كوكب الأرض ، وفي هذا الإطار فإن الجغرافيا تهتم بالاعتبارات التالية :

أ- **الاعتبارات البيئية** : يعتبر الجغرافيون البيئية ، بشقيها ، الوعاء الجمعي للأنشطة السياحية ، وتبعاً لذلك يمكن تتبع العديد من الدراسات الجغرافية الخاصة بالمنتجات الساحلية أو أنماط استخدامات الأرض ، أو تحديد المخصصات المالية لتطوير المنشآت السياحية ، أو دراسة المشاكل الناجمة عن الأنشطة السياحية في المناطق الحضرية والقدرات الاستيعابية بيئياً وبشرياً لهذه الأنشطة .

ب- **الاعتبارات الإقليمية :** حيث يتجه بعض الجغرافيين إلى دراسة أهمية وشخصية وتميز المكان ، وما ينتج عن ذلك من تنوع مكاني سياحي يمثل في جوهره الدافع الأول للأنشطة السياحية ، على الرغم من محاولات جهات كثيرة إضفاء طابع نمطي محدد على السياحة ، وتركز معظم الدراسات الجغرافية في هذا الإطار على الدراسات التطبيقية لتطوير المناطق السياحة المميزة مكانيا .

ت- **الاعتبارات المكانية :** نظرا لأن السياحة تعني السفر فإن أبعادها المكانية غير خافية على أحد ، ومن هذا المنطلق ركزت بعض الدراسات الجغرافية للسياحة على الأبعاد المكانية بين المنبع والمقصد الناجمة عن الأنشطة السياحية ، وتساعد مثل هذه الدراسات على التعرف على العوامل التي تعوق عمليات التدفق السياحي بين مناطق معينة.

ث- **اعتبارات تطويرية :** اتجهت بعض الدراسات الجغرافية في مجال السياحة إلى محاولة التعرف على التحولات والاتجاهات السياحية عبر الزمن ، وذلك من خلال تحليل عمليات التنمية الاجتماعية وتنمية الإمكانيات والمناطق السياحية .

4. المؤسسات والمنظمات السياحية الدولية :

وتأخذ هذه المنظمات عدة صور من أهمها :

• المنظمات العالمية (W.T.O) والخدمية الراعية للقطاع السياحي:

أ- **منظمة السياحة العالمية (W.T.O)** حيث تعني هذه المنظمة بتطوير وترويج السياحة المحلية والعالمية والعمل على تقوية التعاون الدولي في مجال السياحة والسفر، فضلا عن إصدار الإحصاءات والأرقام الخاصة بالسياحة وانبثق عنها عدد من اللجان للتنمية السياحية والنقل والفنادق.

ب- **المنظمة الدولية للطيران المدني (IATA)** تعمل على توحيد الملاحه الجوية ووسائل الأمان الجوي وكذلك المطارات الدولية وتسهيل الدخول والخروج للمطارات.

ت- منظمة العمل الدولية : ساهمت في تشجيع السياحة في أوقات الإجازات المدفوعة الأجر وتقليل ساعات أفريقيا ، يتيح للفرد فرصة بالسفر .

ث- منظمة الصحة العالمية : تعمل على الحد من انتشار الأمراض الناتجة عن انتقال الملايين من السياح والاهتمام بالجوانب الصحية والعلاجية ، ويعتبر عمل هذه المنظمة من أصعب المنظمات وذلك لكثرة الأمراض القابلة للانتشار وخاصة في قارة أفريقيا .

ج- الشركات السياحية متعددة الجنسيات : تميز هذه الشركات بكونها شركات عالمية النشاط متعددة الجنسيات تساهم في دعم وتطوير القطاع السياحي وقد استطاعت هذه الشركات العالمية أن تستمر مواردها المالية والبشرية والتقنية من مصادرها المختلفة المنتشرة في أنحاء العالم مثل شركات النقل والمواصلات كالخطوط البحرية والجوية التي تجوب العالم ومن ثم شركات السياحة التي تهتم بالفنادق والمطاعم .

ح- بالإضافة إلى ما سبق هناك من المنظمات الأهلية التي تعتنى بالسياحة وتشجيعها مثل منظمة الفنادق ، ومؤسسة التسويق ، وفي العالم العربي يوجد الإتحاد العربي للسياحة ، والإتحاد العربي للفنادق ، ومجلس الطيران المدني للدول العربية.

ثالثاً : أنواع وأشكال السياحة Types & Forms of Tourism

للسياحة أشكال متعددة حسب الأسباب والآثار الخارجية لها ، فهي تقسم حسب موطن السائح ، عدد السياح ، طبيعة وسائل النقل ، مدة الإقامة ، والآثار الاقتصادية ، والمالية للسياحة ، يمكن تصنيف السياحة تصنيفات متعددة تختلف بحسب المعايير المستخدمة في التصنيف وفيما يلي نعرض للعديد من هذه الأنواع والأشكال السياحية ، يمكن تقسيم السياحة إلى أنواع عدة تبعاً لاختلاف أنواع الرغبات الإنسانية المتعددة والاتجاهات الفكرية المتباينة وتبعاً لرغبات السياح ،

وإمكاناتهم المادية ومستوياتهم الثقافية وحالاتهم الصحية ، وتتخذ أنماط السياحة عدة صور أهمها :

1. السياحة الموسمية :

وتضم المصايف والمشاتي والمزارات ، والتي تتجه إليها الأنشطة ، السياحية خلال فترات محددة من السنة غالباً قصيرة ، وفي معظم الأحيان يكون المناخ هو السبب الأساسي في هذا النمط السياحي، وفي المصايف تتحرك أفواج السياح إلى الشواطئ البحرية والجزر للتمتع بخصائص المناخ ولمزاولة الرياضات البحرية كالسباحة والغطس والصيد والانزلاق والشرع ، كما هو الحال في بعض الشواطئ المصرية بالبحر الأحمر وسواحل العريش بسيناء ، أما المشاتي فهي الأماكن التي تنشط فيها السياحة خلال شهور الشتاء ، وهي قد تكون نطاقات تتصف بدفء شتائها ، لذا يلجأ إليها السياح لقضاء بعض الوقت للتمتع باعتدال مناخها ، ودفء شمسها كما هو الحال في صعيد وادي النيل وسواحل البحر الأحمر وجنوب سيناء ، المقصود بالمزارات الرحلات إلى بعض الأماكن الدينية خلال فترة محددة من السنة لممارسة بعض الشعائر الدينية .

2. السياحة الترفيهية (الاستجمام) : Leisure Tourism

وقد يطلق عليها سياحة وقت الفراغ ، وهي أكثر أنواع السياحة انتشاراً في العالم لوجودها في جميع أماكن السياحة ، ولها هدف عام هو قضاء العطلات والحصول على الإشباع النفسي والعقلي ، وقد تكون داخلية في داخل حدود الدولة أو خارجية في دولة أخرى وهي تشمل الاصطياف على الشواطئ ، ومن أمثلة ذلك البحر المتوسط والمحيط الأطلسي والهادي والهندي ، أو التوجه إلى المناطق الجبلية وخاصة المكسوة بالغابات للاستمتاع بالمناظر الطبيعية الخلابة الجميلة.

3. السياحة الثقافية Cultural Tourism :

وهي السياحة إلى المناطق المشهورة بآثارها من مخلفات الحضارات القديمة أو الحديثة ، السياحة الثقافية هي التي يكون من مواقعها زيارة المراكز الثقافية

والمواضع Sites التي تعكس ثقافية معينة ، مثل مصر واليونان والعراق ، وهي نمط سياحي من أجل المعرفة والمتعة الذهنية واكتساب المعلومات والحصول على ثقافة عريضة ، وتعمل السياحة الثقافية على زيادة معلومات السائح وإشباع حاجته من الناحية الثقافية والتاريخية ، ويتمثل هذا النوع في زيادة الأماكن والمناطق ذات الأهمية الثقافية مثل الأقصر ومعابدها ، والقاهرة بما فيها من الأهرامات وأبو الهول ، والمتاحف المصرية القديمة والقبطية والآثار الإسلامية ، والحصون والأسوار ، والقصور والمكتبات والمسارح ، وتعد مدن : القاهرة ، الأقصر ، الإسكندرية ، القدس ، من أبرز المناطق السياحية الثقافية في فلسطين ، وجدير ذكره أن الجماعات المثقفة والمتعلمة هي التي تشكل الأغلبية الباحثة عن زيادة المعرفة من خلال السفر إلى تلك الأماكن.

4. السياحة العلاجية:

ويقصد بها التوجه إلى الأماكن السياحية التي توفر العلاج لبعض الأمراض المتعلقة بصحة الإنسان، وقد ظهرت هذه السياحة مند بعيد ، ومكان الجذب لها المياه المعدنية بأنواعها من العيون، والحمامات، والمياه الكبريتية، والطين والرمل ، ثم اتجهت إلى مناطق الاضطراب الأخرى التي لها علاقة بالعلاج كالشواطئ والغابات ، ولأهمية هذا النوع من السياحة بدأ يظهر المدن الطبية العلاجية والتي تحتوي على كافة المستلزمات الترفيهية والعلاجية ، إلا أن الذي يؤخذ عليها هو ارتفاع تكاليفها ، ولهذا توسعت العديد من الدول في تقديم الخدمات العلاجية عن طريق الاستفادة من مواردها من المياه المعدنية ومياه الساخنة والطين .

وهي السياحة إلى منتجعات أو مناطق مشهورة باستعدادها بالمصحات ودور العلاج الطبيعي لعلاج أنواع معينة من الأمراض كالأمراض الصدرية وأمراض الروماتيزم المفصلي والروماتويد ، وتقوم السياحة العلاجية على علاج السائحين في بعض الأماكن التي تتوفر فيها العيون الساخنة والمياه المعدنية وحمامات الرمل ،

والأجواء الجافة المساعدة على الشفاء من أمراض الصدر ، وغيرها من الأماكن التي تتميز وتشتهر ببعض الخصائص العلاجية ، ثم اتجهت إلى مياه البحر بعد اكتشاف قيمتها العلاجية ، كما اتجهت أيضاً إلى المناطق الجبلية وإلى المناطق الدافئة ، وإلى المناطق الطبيعية في الغابات والشواطئ والمراعي حيث الهواء النقي .

وتعد المياه المعدنية في مصر و فلسطين ، وكذلك منطقة البحر الميت بالأردن من أبرز الأمثلة للمناطق العلاجية ، وقد نجحت الأردن في تسويق نفسها كمركز علاجي يؤمه كثير من مواطني الدول العربية للعلاج في حماماتها مثل حمامات معين وعفرة والحمة والزارة ، كما يوجد بمصر العديد من الأماكن العلاجية مثل العيون الكبريتية والمعدنية في منطقة حلوان والعين السخنة وعين السيلين في الفيوم ، بالإضافة إلى جو الهدوء والسكينة والراحة المطلوبة مثل أسوان وسواحل البحر الأحمر والعريش ودهب وواحة سيوة والعين السخنة وموسى وحمامات فرعون في سيناء الجنوبية ، حيث تستخدم الرمال الساخنة والمياه المعدنية الكبريتية في العلاج

5. السياحة الرياضية : Sport Tourism

هي السياحة التي تجذب هواة الأنشطة الرياضية المختلفة كمباريات كرة القدم والسلة وألعاب القوى والسباحة والتزلج على الماء والتلج ومصارعة الثيران وسباق السيارات والخيول ، ولا يوجد دولة في العالم تمارس جميع هذه الرياضة ، إلا أن هناك كثير من الدول تتخصص بعدد منها أو بعضها على سبيل المثال أسبانيا التي تشتهر برياضة الثيران واليونان موطن الأولمبيات وسباق السيارات في فرنسا .

ويهتم هذا النوع من السياحة بإشباع الهوايات الرياضية لدى السائحين مثل صيد الأسماك والطيور والحيوانات ، وكذلك التزحلق على الماء وسباق اليخوت الشراعية والغطس والانزلاق المائي والتجديف وتسلق الجبال وسباق السيارات ، وكذلك للاشتراك في المناسبات الرياضية الكبرى ، وتتمتع مصر بشواطئ قل أن تماثلها شواطئ أخرى في العالم من ناحية موقعها وصفاء مياهها وملاءمتها للسياحة والرياضات البحرية ، وكذلك اعتدال مناخها في أغلب أوقات السنة ، ومن

الممكن أن تجذب هذه الشواطئ أفواجاً سياحية كبيرة ممن يأتون ببخوتهم لقضاء أجازاتهم في فصل الصيف ، ويمكن أن يمتد الموسم السياحي الرياضي في القرى السياحية بالبحر الأحمر وجنوب سيناء من شهر أبريل إلى نوفمبر من كل عام حيث تكون درجة حرارة الماء مقبولة للسياح القادمين من الدول الأوروبية والأسكندنافية

6. السياحة التاريخية:

وهي السياحة التي تهدف إلى التعرف على آثار الشعوب وحضارتها ، حيث يقوم السائح بزيارة المواقع الأثرية والمتاحف ، ويحضرون المعارض المتنوعة وتجذب هذه المواقع الزائرين من داخل الدولة وخارجها مثل الأقصر ، والقاهرة الفاطمية ، والأهرامات بمصر ، البتراء بالأردن ، وسور الصين العظيم الذي يمتد لمسافة 1500 ميل ، وتركز هذه السياحة على زيارة المناطق التي تشتهر إما بالمناطق التراثية الطبيعية أو التراث الثقافي ، وهذا النوع من السياحة يطلبه قطاع معين من السائحين عادة ما يكون مستواه الثقافي مرتفعاً.

7. السياحة الدينية Religious Tourism :

هي السياحة المرتبطة بزيارة الأماكن الدينية المقدسة عند جميع الديانات ، والتي تشكل جزءاً من عقيدتها ، وهي الانتقال لزيارة الأماكن ذات التاريخ الديني القديم والتي تعتبر زيارتها حجاً أو نوعاً من ممارسة التعليم الديني ، حيث تستهدف التمتع بالمعالم الدينية والتبرك بها ، ففي كل عام تستقبل الأماكن المقدسة الملايين من الحجاج والزائرين حيث تقدم لهم الخدمات الأساسية أثناء إقامتهم ومن أبرز الدول التي تشتهر بهذا النوع من السياحة المملكة العربية السعودية للحج والعمرة ، وتعكس بعض الرموز أهمية خاصة في هذا النوع من السياحة مثل المسجد الحرام في مكة والمسجد النبوي في المدينة المنورة والمسجد الأقصى في القدس بالنسبة للمسلمين ، زيارة كنيسة المهد والقيامة للمسيحيين ، كما يحدث لزيارة أقدم دير عرف في التاريخ وهو دير القديسة سانت كاترين في سيناء ، وكنيسة القيامة والفاثيكان والكنائس والكاتدرائيات المختلف بالنسبة للمسيحيين ، وتشهد الهند

زيارة تاج محل الذي يؤمه آلاف السياح الهنود كل عام ، وبها العديد من الديانات واللغات والطوائف ، رحلات للحج والزيارة إلى معابد خاصة بكل طائفة ، والفاتكان بإيطاليا حيث مقر البابا.

8. السياحة الزراعية Agricultural Tourism :

هذا النوع من السياحة يتركز في إحدى المزارع العاملة ، وعادة ما يتضمن النشاط السياحي والإعاشة والإقامة وغير ذلك من الخدمات ، وعادة ما تكون الإقامة في أكواخ ريفية معدة لمثل هذا النوع ، أو في " كارافانات " أو مواضع خاصة بالمسكرات ، وهذا النوع من السياحة هو أحد فروع السياحة الريفية ويطلق عليه أيضاً ولها أسماء أخرى عديدة ، وتشيع خصوصاً في أمريكا الشمالية .

9. السياحة البديلة Alternative Tourism :

هذا التعبير عادة ما يطلق على أشكال السياحة التي تتحاشى التأثيرات السلبية على المناطق السياحية في الجوانب البيئية والثقافية والاجتماعية ، وهذا النوع من السياحة يتميز بصغر الحجم للأفواج السياحية والفردية والأنشطة المستقلة أو الصغيرة ، يتميز هذا الشكل السياحي بالتركيز على خبرة الثقافات المحلية في البلد المضيف والحفاظ على القيم التقليدية وعادات المجتمع ، ولهذا الشكل السياحي أسماء متعددة أخرى مثل السياحة المناسبة والخضراء والمسئولة.

10. السياحة الفصلية (الموسمية) :

ويقصد بها إقامة السائح في مكان محدد ، ويرتبط بموسم الذروة السياحي ومدته لا تتجاوز شهراً واحداً ، حيث يقضي السياح أجازاتهم السنوية في موقع واحد .

11. سياحة الإقامة :

وهي إقامة السياح في مكان معين لفترة تزيد على الشهر ، وقد تقتصر على كبار السن الذين اعتزلوا الحياة العامة ويقضون فترات نقاهة واستجمام .

12. السياحة الدائمة :

ويقصد بها الأنشطة السياحية التي تمارس على طول مدار العام وإن تباين حجمها ، وتتوقف على الجذب ومستوى الأسعار ، وبعض الظروف السائدة في أسواق تصدير السياحة ، وعلى أحوال العالم الاقتصادية والسياسية والأمنية .

13. سياحة التنقل :

ويشترك فيها ألا تتجاوز مدة إقامة السائح في المكان الواحد أكثر من خمس ليال ، ويكثر هذا النمط خلال شهور الصيف ، وهذا النمط يتنقل فيه السائح عبر أكثر من مكان أو أكثر من دولة خلال نفس الرحلة السياحية تبعاً للبرنامج المعد لذلك . مثال ذلك تنظيم رحلة سياحية تنتقل بين الأقصر وأسوان وسواحل البحر الأحمر وجنوب سيناء ، أو بين مصر وتونس وتركيا .

14. السياحة المناسبة (الملائمة) (Appropriate Tourism) :

هذا النوع من السياحة يشير إلى شكل السياحة المناسب لمنطقة بعينها بالنظر إلى ظروفها الطبيعية والاقتصادية والاجتماعية والبيئية ، ويستخدم التعبير تبادلياً مع النوع السابق من السياحة البديلة ، وفي السياحة ، فالتعبير يعنى النشاط السياحي الذي يسيء للبيئة ويحافظ على الملامح الثقافية والتقاليد المحلية .

15. سياحة العمل (Business Travel Tourism) :

يشير هذا النوع من السياحة إلى رحلات العمل المتصلة بالتجارة والصفقات التي يقوم بها الموظفون ورجال الأعمال وغيرهم والمتصلة أصلاً بأعمالهم ، ويشمل ذلك حضور اللقاءات والمؤتمرات والمعارض ، وعموماً تكون هذه الأسفار أقرب إلى الجوانب الاقتصادية التجارية منها إلى المتعة أو التسلية .

16. السياحة الحضرية (Urban Tourism) :

يركز هذا النوع من السياحة علة زيارة لمدن لأسباب تتعلق بما فيها من مناطق جذب سياحي ، وهذا الشكل السياحي هو نقيض للسياحة الريفية التي تركز على زيارة الريف والبقاء فيه لأسباب مختلفة ، وهذا النوع سريع النمو حالياً ومن

الأسباب التي حفزت السياحة الحضرية ما يوجد في المدن من أسس تدعيم هذا الشكل مثل المواضيع التاريخية والثقافية ، ويتيح ذلك الشكل إضافة للمجموعة الثقافية التي يحصل عليها السائح ، فرصاً للتسوق وحضور المناسبات التي يتصادف حدوثها في المدينة أثناء وجود السياحة كالمهرجانات والأسواق والمعارض ، وينطبق ذلك الوضع على مدن مثل بالتيومور (الولايات المتحدة الأمريكية) وبرشلونة (أسبانيا) وجلاسجو (المملكة المتحدة) .

17. سياحة الاهتمامات المشتركة Common Interest Travel Tourism :

يتميز هذا النوع من السياحة عن سياحة العمل وسياحة العطلات وقضاء وقت الفراغ في أن الزائر والمضيف يشتركان في اهتماماتهما المشتركة من حيث الغرض من الزيارة ، وكمثال لذلك النوع السياحة التي من أغراضها زيارة الأصدقاء والأقارب والسياحة التعليمية والدينية ، وتتميز هذه السياحة بطول مدة الإقامة عن غيرها من الأنواع وبقلة الاستخدام للتسهيلات التجارية والخدمات الاقتصادية في المكان المقصود بالزيارة

18. السياحة المجتمعية Community Tourism :

يشير هذا الشكل من السياحة إلى منهج معين في التخطيط السياحي يركز على أخذ حاجات السكان وأرائهم في منطقة المقصد السياحي في الاعتبار ، وأن تكون هذه الاتجاهات مندمجة بقوة في تخطيط وتنمية العمليات السياحية .

19. سياحة المؤتمرات Conference Tourism :

وتقوم على توفير كافة التسهيلات اللازمة لعقد أية مؤتمرات أو اجتماعات مهما كانت طبيعتها علمية أو مهنية أو سياسية ، وتوفير الموقع الملائم لعقد هذه المؤتمرات وتسهيل الوصول إلى البلد المضيف وإلى مكان عقد المؤتمر وقاعاته ، والعمل على إشباع رغبات المشتركين في هذه المؤتمرات من زيارات لبعض الأماكن الأثرية والتاريخية وشراء بعض السلع والتذكارات وما إلى ذلك .

وتتعدد هذه الاجتماعات لأغراض شتى منها اجتماعات إدارة ومؤتمرات مهنية وعلمية وتجارية وندوات تدريب واجتماعات حوافز ، ومجالس إدارات ، ومؤتمرات سياسية واجتماعية واقتصادية مختلفة ، تدعو إليها ممثلين من دول أخرى وممثلين للاتحادات الدولية وذلك حسب طبيعة الاجتماع ونوعه ، مما يثرى حركة سياحة المؤتمرات في العالم .

20. السياحة الداخلية Domestic Tourism :

يقصد بالسياحة الداخلية السفر أو السياحة داخل نفس الدولة وزيارة أحد الأقاليم بعيداً عن مكان الإقامة المعتاد ، وهذا الشكل يختلف جذرياً عن السياحة الدولية التي يميزها عبور الحدود السياسية للدول ، وإحصاءات السياحة الداخلية تكون منفصلة عن إحصاءات السياحة الدولية ، وفي معظم الدول تكون السياحة الداخلية أهمها قد تفوق السياحة الدولية وخصوصاً في الدول المتقدمة كبيرة المساحة متنوعة الأقاليم مثل الولايات المتحدة الأمريكية .

21. السياحة البيئية Ecotourism :

اختلفت تفسيرات هذا المصطلح ، ولكن عموماً فإن معناها يتضمن الأنشطة السياحية التي تراعي الاستدامة الحفاظ على الموارد السياحية في المقصد السياحي ، إضافة إلى ذلك تراقب طبيعة المقصد السياحي وتحفظه من التدهور وتهتم بصيانة الموارد الطبيعية ، وتجعل تأثير السياح في أقل الحدود ، وتركز على إدماج السكان المحليين في الحفاظ على البيئة ، وتركز على الأنشطة الصغيرة والمتوسطة ، والحفاظ على ثقافة المجتمع المحلي وقيمة ، وقد يتطلب الأمر صدور تشريعات رسمية لكل ذلك .

22. السياحة العرقية Ethnic Tourism :

يشمل هذا النوع من السياحة مفهوميين : الأول يعنى بزيارة مناطق للسكان الأصليين قس المقصد السياحي أو زيارة المجموعات السكانية الغريبة Exotic عن السياح الزائرين وذلك لمراقبة أسلوبهم الحياتي ، ومن ذلك جماعات اللاب في شمال

اسكنديناوه أو سكان استراليا الأصليين ، أما المفهوم الثاني لهذا الشكل من السياحة فيتعلق بزيارة السائح إلى المنشأ الأصلي له أو للمنطقة التي انحدر أسلافه منها ، ومن ذلك زيارة الأمريكيان من أصول بريطانية ويونانية وبولندية وأيرلندية وغيرهم ، وهؤلاء يمثلون نسل من نزحوا من هذه البلاد إلى الولايات المتحدة الأمريكية .

23. السياحة الصلبة **Hard Tourism** :

هذا النوع من السياحة هو نقيض لنوع سياحي آخر هو السياحة المرنة **Soft Tourism** والسياحة البديلة . والسياحة الصلبة عموماً لا تأخذ في الاعتبار الجوانب البيئية والاجتماعية والثقافية وقيم المجتمع في منطقة المقصد السياحي ، ويمكن القول أن هذا النوع من السياحة هو نقبض للسياحة المستديمة .

24. سياحة الحوافز **Incentive Tourism** :

نشأت سياحة الحوافز كنظام لرفع مستوى التدريب والأداء ، وكمكافأة للعاملين بالشركات الكبرى في مجالي التسويق والبيع في التعليم والعمل ، وقد ظهر هذا النظام في بيوت الحوافز بالولايات المتحدة ، و يعنى زيارة بعض العاملين في المؤسسات والشركات والقطاعات الاقتصادية لمقاصد سياحية خارج (أو داخل) بلدانهم ، وغالباً من أزواجهم كمكافأة لهم على تحقيق مستويات مرتفعة من الأداء أو المبيعات أو غير ذلك من الأهداف ولإنجازهم المتميز أو تشجيعاً لهم على مزيد من العمل في المستقبل .

25. السياحة الدولية **International Tourism** :

هذا الشكل هو أكثر أنواع السياحة شهرة ، ويعنى الانتقال أو السفر بين الدول ، وبهذا الشكل تختلف السياحة الدولية عن السياحة الداخلية التي يقوم بها سكان نفس الدولة من زيارة لأقاليمها المختلفة ، وعلاوة على الزوار الأجانب المندمجين في هذا الشكل السياحي فإنه يتضمن أيضاً الزوار من أصول سكانية لنفس الدولة ولكنهم مقيمون في خارجها.

26. سياحة الأعداد الكبيرة Mass Tourism :

هذا النوع من السياحة يعنى قيام تدفق سياحي بأعداد كبيرة مما يميز الوضع في الدول المتقدمة وخصوصاً في النصف الثاني من القرن العشرين المنصرم ، بالمقارنة بالوضع قبل ذلك ، وأيضاً مما يناقض الوضع في الدول النامية التي لا تتدفق منها القود السياحية بنفس الكثافة ، وأيضاً على العكس من السياحة المحدودة للأماكن الجبلية مثلاً .

27. سياحة الشارتر أو الطيران العارض: Charter Tourism

أغلب الدول المتقدمة في صناعة السياحة فتحت المجال الجوي والتيسيرات الكبيرة لهذه النوعية من السياحة ، لأن رحلة الشارتر تمتاز بميزتين للسائح ، الأولى : أنها وسيلة النقل السهلة من بلدة إلى المنطقة المراد زيارتها مثل الأقصر أو أسوان أو الغردقة وسيناء ، وهي تغري السائح أن يستخدم الشارتر ، والميزة الثانية : هو أن سعر الشارتر أقل من أسعار النقل الجوي بالخطوط المنتظمة ، وقد أصبح نظام الشارتر من أساسيات السياحة اليوم في أي دولة ترغب في مزيد من التنمية السياحية ، علماً بأن سائح الشارتر ينفق مبالغ ضخمة في أماكن إقامته بالقري السياحية والفنادق . وينفق الكثير لممارسة أنشطة مختلفة داخل القرية وخارجها على المشتريات والهدايا .

28. سياحة الجذور Roots Tourism :

نوع من السياحة يتعلق برغبة السائح في زيارة المناطق الجغرافية التي تمثل جذورهم السكانية أو العرقية ، ومن ذلك زيارة زوج الولايات المتحدة الأمريكية لمناطق افريقية أو الأمريكية لأصولهم في البلدان الأوروبية ، والتعبير مرادف للسياحة العرقية التي سبق الحديث عنها .

29. السياحة الاجتماعية Social Tourism :

هذا النوع من السياحة يندمج فيه قطاعات سكانية في الدولة من ذوي المشكلات المتعلقة بقلّة الموارد أو الإعاقة وكبر السن ، أو الظروف الأسرية ،

وتصبح الرحلات السياحية متاحة لهؤلاء من خلال ترتيبات خاصة من الدولة أو مؤسسات متخصصة من خلال الدعم والحوافز المقدمة لهذه الفئات السكانية ذات الصبغة التعاونية ، والسياحة الاجتماعية نشطة للغاية في بعض دول أوروبا مثل بلجيكا وفرنسا وبعض دول شرق أوروبا على وجه الخصوص .

30. السياحة المرنة Soft Tourism :

هذا الشكل السياحي يعنى النشاط السياحي المتعدد الجوانب الذي يأخذ في الاعتبار المحافظة على الموارد السياحية في منطقة الوفود للسياح ، إضافة لعدم الإساءة لثقافة وتقاليد المجتمعات المحلية أو البيئية ، والتعبير مرادف للسياحة البديلة

31. السياحة المستدامة Sustainable Tourism :

ظهر هذا الشكل السياحي بتأثير شيوع مصطلح التنمية المستدامة والذي عرفته الأمم المتحدة 1987 بأنه الاستغلال الرشيد للموارد وعدم إهدارها والحفاظ عليها من التدهور وتمييزها باستمرار مع الأخذ في الاعتبار عدم الجور أو إغفال حق الأجيال القادمة ، والسياحة المستدامة لا تقتصر على الأعداد الصغيرة من السياح مثل السياحة البديلة إنما تراعي الاعتبارات سابقة الذكر في كل المستويات .

32. السياحة الشبابية Youth Tourism :

تهتم السياحة الشبابية بقطاع من النشاط السياحي عادة ما يتضمن فئات عمرية خاصة لدمجها في سوق السياحة وخصوصاً من هم في فئة العمر 15-19 سنة و 25-29 سنة ، و أياً كان التحديد الذي يجرى تبنيه ، فإن المصادر الإحصائية تشير إلى أن السياحة الشبابية تنمو بمعدلات سريعة للغاية بالمقارنة بالنشاط السياحي ككل

33. سياحة المغامرة:

وهذا النوع من السياحة موجه للمجموعات السياحية التي تهدف إلى ممارسة ومعايشة خصائص معينة ، وهي تعتمد على طول فترة إقامة السائح بحيث تسمح له

هذه الإقامة بالترفيه والاستجمام وفي نفس الوقت التعايش مع العادات والتقاليد الاجتماعية والثقافية والمناظر الطبيعية المتوفرة في المنطقة.

ولا يتطلب هذا النوع من السياحة تنمية كبيرة أو استثمارات ضخمة أو خدمات ومرافق عديدة ، لكنه يتطلب إدارة جيدة وتوفر عناصر لدلالة سياحية مؤهلة وخبييرة ، خدمات نقل ، مرافق إقامة أولية وأساسية وكذلك خدمات ومرافق لاستقبال المجموعات السياحية عالية النوعية وبحالة مؤكدة السلامة .

رابعاً : العوامل المؤثرة في الجذب السياحي:

تلعب تلك العوامل دورا هاما في تحريك النشاط السياحي والتأثير فيه ، وتنقسم تلك العوامل إلى:

أولا : العوامل الطبيعية المؤثرة في الجذب السياحي:

1. الموقع الجغرافي:

للموقع الجغرافي بمختلف أنماطه تأثيرات متباينة على صناعة السياحة ، إذ يلعب دورا هاما في تحديد خصائص بعض عناصر المناخ ، وأشكال النبات ذات الجذب السياحي ، فليس غريبا أن نرى أن أحد أهم مراحل الدراسات الأولية لنجاح عمل تنمية سياحية مستدامة هو الاختيار الموفق للموقع المراد عمل مشاريع سياحية فيه .

وعلى العكس من ذلك الدول ذات المواقع الجغرافية البعيدة والمتطرفة عن أسواق السياحة الرئيسية تعاني من صعوبة الحصول على حصتها السوقية من السياحة لارتفاع تكاليف السفر إليها بحكم طول المسافات الواصلة بينها وبين العديد من الدول المصدرة للسياح ، كما هي الحال لاستراليا ونيوزلندا والأرجنتين وجنوب أفريقيا.

وأحيانا يكون للموقع الجغرافي البؤري دور مباشر في نشاط صناعة السياحة فيها كما هو الحال بالنسبة لجزر الهاواي الواقعة على طرق آسيا وأمريكا

الشمالية عبر المحيط الهادي الذي يضم ستة جزر بركانية التي تنطبق عليها هذه الخاصية كذلك جزر كناري والرأس الأخضر من المحيط الأطلسي ويلعب الموقع الجغرافي في كثير من الأحيان دورا مؤثرا في تحديد جنسية السياح بل وتحديد مدة الإقامة ، وليس من شك في إن القرب المكاني لبعض الدول العرض السياحي من دول الطلب السياحي يقلل من تكاليف السفر بحكم قصر المسافة الفاصلة بينهم مما يقلل من احتمالات زيادة فترات الإقامة ، ويحدث العكس في حالة طول المسافة الفاصلة بين الدول المصدرة للسياحة ، والدول المستقبلة حيث تؤدي زيادة تكاليف السفر إلى طول فترة مكوث السائح تعويضا لما أنفقوه من تكلفة زمنية ومكانية ، ويفسر لنا في موقع مصر ولبنان بالنسبة للسياحة العربية حيث نجدهما من أكثر المواقع جذبا للسياحة العربية وبصفة خاصة النفطية منها. وكان لتباين الخصائص الطبيعية للمواقع المجاورة دوره في السياحة فالشواطئ الدافئة في البحر المتوسط في قارة أوروبا جعلها مواقع جذب سياحي من القارة نفسها ، والى فلوردا وكاليفورنيا التي تتمتع بشواطئ حارة على باقي شواطئ قارة أمريكا الشمالية.

2. توزيع اليابس والماء:

تركز معظم اليابس في النصف الشمالي والمائية في النصف الجنوبي. وهذا يعني تقارب اليابس في النصف الشمالي والعكس في الجنوبي ، وهذا يفسر تباين المسطحات المائية من حيث الموقع والذي أثر على الخصائص الطبيعية للمياه من حرارة ولون وشفاء وكتافتها وتجاه تياراتها البحرية التي يمكن استثمارها سياحيا ويمكن ذكر بعض الأمثلة على النحو التالي:

- استثمار الموارد السمكية في ولاية فلوريدا الأمريكية وجزر الكاريبي ساعد على تشييط السياحة وهواة الصيد ، وتنظيم مهرجانات للصيد خلال فترات محدودة من السنة.

- استثمار تجمعات الشعاب المرجانية في بعض المناطق البحرية كمزارات سياحية تجذب أعداد متزايدة من السياح للتمتع بمناظرها الجميلة كما في بعض جزر الكاريبي وشرق استراليا وسواحل العقبة والأردن والبحر الأحمر.

- استثمار الممرات المائية بين الأرخبيالات في الرياضة المائية، مثل ممرات المياه لجزر اندونيسيا والفلبين واليابان .

- اختلاف الكتل القارية في العالم من حيث طبيعة وطول سواحلها البحرية بالنسبة لمساحتها ، وهي ظاهرة تعكس طول السواحل المتعرجة التي يكثر فيها نطاقاتها الخلجان البحرية وأشباه الجزر وهذه من الظواهر التي استغلت سياحيا وخاصة في أوروبا وأمريكا وجنوب آسيا

3. مظاهر المياه الجوفية :

الذي يهمننا في المياه الجوفية ما يخدم السياحة من الينابيع والعيون ، والنافورات ، الشلالات ، المساقط المائية ، وتشكل هذه المياه عاملا مهما للجذب السياحي وخاصة إذا كانت تلك الينابيع أو العيون مياه تستخدم في العلاج الإنساني أو مياه ساخنة والتي تنتشر في كثير من مناطق الوطن العربي والتي تأخذ هذا الاسم العيون الساخنة .

4. الأشكال الجيولوجية:

اهتم الدارسين الذين لهم علاقة بصناعة السياحة بهذا العامل مؤخرا لما له من جاذبية تجذب السياح لما له من صخور جميلة المنظر وحفريات غريبة التكوين تعمل على جذب أعداد كبيرة من السياح الوافدين وتتفاعل هذه الأشكال الجيولوجية مع عوامل التعرية المختلفة لتكون لنا أشكالاً صخرية منفردة الملامح منها :

- **المسلات البحرية :** والتي تمتد أمام بعض السواحل البحرية والتي تكونت بفعل نحت الأمواج في التكوينات الصخرية الساحلية ومن أشهرها مسلات الريشة

الممتدة أمام ساحل مدينة بيروت في لبنان وصخور الساحل الغربي لجزيرة وايت قبالة الساحل الجنوبي البريطاني إلى الجنوب الغربي من مدينة بورث سميث.

• **الكهوف أو المغارات الطبيعية:** وهي عبارة عن تجاويف في التركيب الصخري الممتد إما على الجروف الساحلية ، أو تحت مستوى سطح الأرض ومنها ما يتكون في الصخور الجيرية بفعل المياه الجارية مكونة كهوف بديعة المنظر تنفرد بوجود رواسب كلبية ، إما أن تكون مدلاة من سقف الكهف تسمى هوابط أو قائمة من الأرض للكهف صواعد ، ومن أمثلتها مغارة جعيتها الواقعة في لبنان والتي تعد من المزارات السياحية الهامة ، وتكثر هذه الكهوف في إقليم الكارست في يوغسلافيا المطل على البحر الأدرياتي وفي شبه جزيرة المورة باليونان ، وتتعرض بعض التكوينات الصخرية ذات الأشكال المميزة للتلف الأمر الذي يفقدها قيمتها السياحية .

5. مظاهر السطح :

تتباين مظاهر السطح المؤثرة في صناعة السياحة بشكل كبير تبعا لخصائصها وهي تضم المرتفعات الجبلية والخنادق والأودية والهضاب والجزر ، وتعتبر الجبال التي تشكل 10% من مساحة اليابسة من أهم مناطق الجذب السياحي لارتباطها عادة بظواهر أخرى متنوعة مثل الأشكال النباتية الطبيعية وأنماط الحياة الحيوانية الفطرية والمياه الجارية عليها والهواء النقي وطبيعة أشعة الشمس الساقطة عليها وتأثيرها الصحي المنعش لبعدها عن مصادر التلوث . فنجد أن الجبال في العروض المعتدلة أو الباردة تستغل في الشتاء لممارسة التزلج على الجليد وهي الأكثر شيوعا في العالم وفي الصيف تستغل من أجل الاستجمام لتوافر الهواء النقي والهدوء ، ويمثل ذلك في المرتفعات الألب الأوربية وخاصة في سويسرا أو إيطاليا والنمسا وألمانيا . ونطاق روكي في الولايات المتحدة وكندا .

أما المرتفعات المناطق الحارة فتتميز باعتدال درجات الحرارة بها وقد استغلت هذه الجبال للاصطياف كما في لبنان والجزائر وتركيا وأفريقيا وجنوب

المكسيك بل إن بعض الحكومات في هذه المناطق تتخذ من تلك المرتفعات مقرات لها للراحة مثل مدينة الطائف في السعودية ، ومدينة باجو في الفلبين.

ونتيجة لزيادة الاهتمام بالمرتفعات كمناطق سياحية نجد أن كثير من الحكومات وجهت أنظارها إلى تلك الأماكن من خلال مد الطرق المرصوفة فيها والذي أدى إلى تغيير ملامح الجبل الطبيعية وزاد من التلوث عليه ، بالإضافة إلى تحويل الإنسان لكثير من المرتفعات إلى مدرجات ليحل محلها زراعة وهذا أدى إلى هروب كثير من الحيوانات البرية إلى النطاق الخلفي من الجبل والذي تتسم بالفقر .

6. الأحوال المناخية :

للمناخ تأثير مزدوج على صناعة السياحة حيث يؤثر بصورة مباشرة في أنشطة السياحة والترويج بما توفره من جذب سياحي بهدف التمتع بأشعة الشمس أو لاستفادة من نسيم الجبل والوادي نسيم البر والبحر ، والتأثير غير المباشر للمناخ في مجال السياحة في الحد من النشاط السياحي وخاصة في فصل الشتاء في المناطق الباردة أو المعتدلة ، وعلى ذلك يمثل المناخ مجال استثماري كبير إذا أحسن استغلاله من أجل تنشيط السياحة ، ومن هنا تبدو العلاقة وثيقة بين المناخ والسياحة ، وفيما يلي وصفا لأهمية العناصر المناخية في الجذب السياحي.

• **سطوع الشمس :** الشمس هي مصدر الحرارة وضوء الأرض والتي ترسل عدد من الأشعة التي تستخدم في العلاج مثل الأشعة تحت الحمراء والأشعة فوق البنفسجية وأشعة (X) وتختلف الأشعة الشمسية باختلاف زاوية سقوط الأشعة على الأرض منها رأسي ومائل جدا ، ويختلف طول فترات سطوع الشمس على السياحة فنجد أن طول سطوع الشمس يزيد من كمية الإشعاع الشمسي المرسل على الأرض ، ويعد الطقس الجميل أحد عوامل الجذب السياحي حيث تنعكس أهمية سطوع الشمس وطول فترة الإشعاع الشمسي في رحلات السياحة الداخلية في بريطانيا ، وتقع مثل هذه المنتجعات في جنوب بريطانيا.

• **وتعد أشعة الشمس :** عنصرا هاما للسياحة العلاجية إذ يتحد النشاط العلاجي وفقاً إلى درجة سطوعها ومدى درجة الإشعاع الصادر منها حيث نجد أن ضوء الشمس يعالج لين العظام والكساح من خلال فيتامين (د) الذي يساعد الجلد على تكوين البروتين ، كما أن للأشعة الشمسية تأثير فعال على إفراز العصير المعدي وضغط الدم وزيادة الدم والكالسيوم والفوسفور .

• **درجات الحرارة :** الحرارة أحد عناصر المناخ ، بل هي أهمها جميعا ، لأنه إلى جانب آثارها المباشر على صور الحياة المختلفة على سطح الأرض ، فإن لها تأثيراتها المتباينة على كافة عناصر المناخ الأخرى ، ففي ارتفاع درجة الحرارة وانخفاض معدلات الرطوبة ، كما في المناخ الصحراوي يتبخّر العرق من الجلد مسببا بعض الأمراض مثل الجفاف ويترك قشرة ملحية على الجلد يسبب الأمراض ، كما أن ارتفاع نسبة الرطوبة في الجو تزيد عن 70٪ فهذا يعني أن الهواء لا يستطيع امتصاص رطوبة الجسم الناتجة من ارتفاع الحرارة ، وبذلك يكون الإحساس بعدم الراحة وارتفاع حرارة الجو يؤدي إلى الخمول والكسل والملل وهذا يعني أن مثل هذه المناطق لا تجذب السياح لها .

• **الضغط الجوي :** ويعد من العناصر الهامة للمناخ التي تؤثر على حركة السياحة فنقص الضغط الجوي يتوافق مع نقص الأكسجين مما يحدث تغيرات وانتكاسات فسيولوجية أو مرضية بحسب سرعة ومدى التعرض للانخفاض ، حيث أن لها تأثيرها على الجهاز التنفسي وضغط الدم والجهاز الحراري في الجسم ، وهي أمراض داء الجبال الذي قد يحدث أثناء سياحة المغامرات وتسلق الجبال .

• **الرياح :** للرياح دور كبير في التأثير على السياحة حيث نجد أن رياح الخماسين المحملة بالأتربة التي تهب على مصر في فصل الربيع تعطل حركة السياحة وتعرقل أنشطة الاستجمام والترويج كذلك الرياح القارية أو الباردة تحد من الأنشطة السياحية مثل التزلج ، لهذا يراعى عند تخطيط المنتجع الصحي التعرف على اتجاهات الرياح وعمل مصدرات لا يتعرض الضيوف لمثل التيارات الهوائية التي تؤثر

على صحتهم وتسبب لهم الأمراض الالتهابات الرئوية أو الجهاز التنفسي ونزلات
البرد .

• **الأمطار :** فهي تعميق الأنشطة السياحية وخاصة إذا ما زادت معدلاتها ، فهي
تحجب أشعة الشمس التي تعتبر العنصر الرئيسي للسياحة ، ولكن من مظاهر
المطر التي تشد السائحين وقت الأمطار هو قوس قزح الذي يبهج كثيرا من
السائحين.

ثانياً : العوامل البشرية المطؤرة على السياحة:

تتمثل العوامل البشرية في التسهيلات التي يقيمها الإنسان سواء كانت ذات بعد
تاريخي أم حديثه وليست المنتزهات وحمامات الباحة ودور السينما إلا سبل تعزيز
السياحة البشرية ، ولما كان الاختلاف في أذواق السائحين أكثر تعقيدا في هذا
الزمان فإن هذه التسهيلات تسعى إلى التطوير المستمر من أجل جذب الزائرين .

1. الإنسان :

- أ- يعتبر الإنسان أهم مكون من مكونات السياحة البشرية حيث يسعى هذا
الإنسان من وراء قيام بالسياحة إلى تحقيق مكاسب سياحية منها :
- ب- تحقيق الراحة والانتعاش للجسد والذهن بل وأصبح هذا الطلب ضروريا في
الحياة الحديثة المتميزة بالسرعة والضغط والاجتهاد.
- ت- تحقيق المتعة والإثارة بالأشياء الجديدة وهي شهية عملت وسائل الإعلام
على تدعيمها والرواج لها.
- ث- لممارسة الأنشطة الرياضية مثل التزلج وتسلق الجبال وركوب الخيل
والقوارب والصيد والسياحة .
- ج- الاهتمام بالمناطق التاريخية والأثرية والإطلاع عليها وقراءة التاريخ من
خلالها .

2. النقل والمواصلات:

يرتبط التطور في السياحة ارتباطا وثيقا بالتقدم في تكنولوجيا المواصلات ، ولا تصبح المواقع أكثر جذبا للسائحين طالما لا تتوفر فيها إمكانية الوصول ، بصرف النظر عما تقدم من تسهيلات وقد ارتبط بالتطور بالنقل بالسكك الحديدية ، وفي فترة ما بعد الحرب العالمية الثانية أدت الزيادة في امتلاك السيارات إلى زيادة مماثلة في السياحة الداخلية في المنتجعات الدولية ، ولم يكن التغيير في حجم الحركة فقط بل في تعديل أنماطها ، مما انعكس بدوره على أنماط تنميتها ويعد التقدم في صناعة السيارات في مطلع القرن العشرين ثورة في حركة السياحة والاستجمام بواسطتها أصبحت السياحة مرنة والأماكن المزاراة أكثر ارتيادا لكل الأفراد ، كما قدمت المرونة في اختيار المكان وطول الفترة الاستجمام ، وبالتالي شجعت على قضاء الإجازات القصيرة وعطلات نهاية الأسبوع مما دعا البعض إلى تسميته السيارة أداة الاستجمام .

وهناك العديد من الأمثلة توضح أثر الطريق البرية استخدامها لمناطق السياحية ففي فرنسا كان تهيئة طرق سريعة ومدخل سريعة وسهلة للمنتجات القائمة وراء زيادة استخدامها ، كذلك أسبانيا التي صنعت طرقا برية إلى الجبال البرانس وسيرا نيفادا إلى توجه السياح للاستجمام في المناطق الطبيعية الجبلية .

3. النقل الجوي:

مع بداية استخدام الطيران في أعقاب الحرب العالمية الثانية أصبح من الممكن الانتقال لمسافات طويلة في سرعة وسهولة كما أمكن بواسطتها قضاء الإجازات القصيرة في الأماكن البعيدة ذات الجذب السياحي الفريد .

وقد زاد من استخدام الطائرات أن أصبح هناك طيرانا داخليا يقصدها لأثرياء للسفر داخل الدولة ، وهناك الأمثلة العديدة التي تبرهن على أهمية دور الطيران في تنمية المواقع السياحية.

4. تسهيلات الإقامة أو الضيافة :

وتشتمل على درجة الجاذبية المنطقة السياحية ، فإن الإقبال عليها يصبح محدودا إذا لم تتوفر فيها التسهيلات الأساسية التي يتطلبها السائح وتضم هذه التسهيلات قطاع الضيافة ، وهو يختلف باختلاف موضع الجذب السياحي ، كما أن الضيافة تمثل أحد عوامل الجذب ، وعليها يقع عبث اختيار الموقع السياحي ، مدة البقاء ونمط السفر و الأنشطة التي تمارس ، فضلا عن الإنفاق وتشكل الضيافة ميدانا هاما للعمالة والدخل ، كما يتأثر حجم الزوار في أية منطقة إلى حجم التسهيلات ، وأصبح هناك تنافسا بين مراكز الإيواء لتقديم التسهيلات المطلوبة لجذب السياح إليها .

5. تسهيلات الإمداد :

حيث تتطلب خدمات الإقامة والضيافة إلى تسهيل في عملية الإمداد بالمواد الأزمة للسياح وخاصة تلك المحلات التي توجه نشاطها إلى الحركة السياحية على وجه الخصوص مثل المحلات التجارية محلات الأدوات الرياضية والتذكارية والمطاعم والصيدليات.

6. خدمات البنية الأساسية :

هذه الفئة على درجة كبيرة من الأهمية فهي تخدم جملة التسهيلات والعوامل البشرية السابقة وتشمل كل أشكال البناء التي يتطلبها السكان ، و خلاصة القول أن نجاح أي منطقة سياحية يعتمد على المزج الكافي بين هذه القطاعات الخدمائية ، فعناصر الجذب الطبيعية لا بد أن تدعمها عناصر الجذب البشرية لكي توسع الرغبة في التوجه إلى الأماكن السياحية ، فتسهيلات الضيافة عالية القدر في منطقة جذب متواضعة أمر غير مرغوب فيه ، وفي هذا الصدد إن المنتج السياحي على عكس المنتجات الأخرى لا يمكن تخزينه أو بيعه مرة أخرى فليس هناك سوق تباع فيها السياحة أو بيع ليلة في فندق ما .

7. المنتجعات السياحية:

يمكن تعريف المركز أو المنتجع السياحي بأنه وحدة جغرافية أو مساحة أرضية معينة تتجمع فيها مرغبات وعناصر جذب سياحية طبيعية أو حضارية ، وقد يسودها مرغّب سياحي واحد ، وتتوفر فيه خدمات متعددة من مرافق أساسية وإنشاءات وخدمات ترفيهية ورياضية تستند إليها تنمية مستقرة .

وقيام المنتجعات ونموها الناجح مرجعه إلى مقومات طبيعية بجانب قيام المشاريع الترويحية بها ، وتتزايد شهرها نتيجة الاهتمام بالطبقات الارستقراطية حيث تصير شواطئها مركزاً للنشاط ، السياحة ورياضة ركوب القوارب واللعب على الشاطئ مع التريض بالمشي على طول المنتزهات الساحلية ومشاهدة البحر ، وكثيراً ما تهئى بخدمات إضافية من حمير وخيل ليركبها الكبار والصغار ، ومقاعد لمن يرغبون في تناول الأطعمة أو الأسماك ومنتجات البحر ، بجانب وجود حدائق للتسلية وبرك للاستحمام وقاعات الموسيقي ومسرح وسينما ، وقد تتضمن بعض المنتجعات قائمة طويلة أخرى من مقومات الجذب ، وهناك بعض التيسيرات والخدمات العديدة التي يتطلبها أي منتجع .

ومن المقومات الجاذبة لزوار المنتجعات الإعلانات والحفلات الموسيقية ومعارض الزهور ومشاهدة الراسمين يبدعون في الطبيعة ، وسباق الخيول ، وسباق الموتيسكلات ، وسياحة اليخوت ، ومسابقات الجولف ، وبعض المنتجعات لها مقومات جذب تاريخية ملحوظة.

8. المنشأة السياحية :

تعرف المنشأة السياحية بأنها عبارة عن حشد للموارد المالية والبشرية وتجميعها بحيث تشكل فيما بينها وحدة مترابطة تهدف إلى إنتاج الخدمات وعرضها في السوق السياحي للاستهلاك ، فنجد وراء السياحة وأجهزتها المعنية تقوم بالترويج للسياحة سواء داخل البلاد أو خارجها ويتم تمويل هذه الأعمال من ميزانية الدولة ، كما نجد شركات النقل ومنشآت الإيواء والإقامة كالفنادق والموتيلات والقرى

والمخيمات وغيرها من الفعاليات العاملة في قطاع السياحة تقوم بعرض خدماتها على السائح مباشرة .

أما المنشأة السياحية الخاصة ، أو تلك التي تأخذ شكل قطاع الأعمال ، فإن أغراضها تتمثل في تقديم الخدمات والتسهيلات السياحية المختلفة من إقامة ونقل وزيارات وغيرها ، ويصبح على هذا النوع من المنشآت أيضاً أن تعيد تنظيم العناصر المختلفة التي تتألف منها طبقاً للتغيرات التي تحدث في السوق المحلي ، وأهم هذه العناصر:

• **الإمكانات المادية :** التاريخية والجغرافية أو الثقافية التي جري استغلالها فعلاً أو تلك التي تكون تحت الدراسة بهدف إعدادها للاستغلال مستقبلاً ، كما تشمل الخدمات العامة ووسائل الترفيه من مسارح وسينما وحوانيت متنوعة ، وكذلك البنوك وأماكن تغيير العملة تلبية لرغبات السائحين .

• **رأس المال:** ويشمل الأموال التي تعتمد عليها المنشأة في الصرف على مشروعاتها واحتياجاتها المختلفة وتغطية ما يلزم من نفقات لإدارة أعمالها مع ضرورة دراسة الاحتياجات المستقبلية سواء من رأس المال أو من قروض تحصل عليها من جهات مختلفة أو من ميزانية الدولة أو إعانات بهدف المعاونة في تنفيذ خططها .

• **القوى العاملة:** وهذا العنصر ذو أهمية خاصة لارتباطه بالعلاقات العامة العلاقات الإنسانية ، ويشتمل على الهيئة الإدارية اللازمة لإدارة العمل مع توفير خصائص معينة فيهم ، أهمها القدرة على التصرف واتخاذ القرار السليم وبعد النظر ، لكي ينجح أعمال المنشأة بجانب الموظفين والعمال وهم يمثلون العنصر التنفيذي لأعمال المنشأة السياحية في كافة الأنشطة التي تقوم بها .

• **الدراسات والبحوث :** و تمكن من الإلمام بالتطورات التكنولوجية الحديثة في الخدمات السياحية على اختلاف نوعياتها مما يساعد على الطلب السياحي ، كما يستطيع عنصر الدراسات والبحوث دراسة الأنماط السياحية الحديثة المستخدمة في

الإقامة مثل القرى السياحية ، ويحدد الأسلوب الملائم لتطبيقها في الأقاليم السياحية الملائمة .

• **العلاقة التجارية :** التي تميز المنشأة السياحية ، فإذا كانت ترمز إلى خدمات متطورة ومناسبة ويترتب على ذلك وجود صلة وثيقة بين المنشأة والسائح ، ولذا نرى الكثير من شركات الطيران الدولية تهتم بنظم التأمين على الحياة للمسافرين وتوسيع أفاق الخدمات السياحية بهدف ضمان تجدد الطلب على الخدمة في المستقبل .

• **المنافذ التسويقية :** كوكالات السفر والمكاتب السياحية التي تعرض الخدمات التسويقية السياحية وتبيعها ، وهذه العناصر تحدد شكل المنشأة مع ضرورة توفر عنصر التسويق والتعاون فيما بينها ، كما أن المرونة في العمل تحقق نجاح المنشأة في مواجهة الطلب السياحي وتلبيته.

9. القرى السياحية :

المكان أحد عناصر ثلاث تمثل السياحة ، وتستخدم عبارة المكان المعين للسياحة لتشمل الأماكن التي يتوجه إليها من يقضون أجازاتهم ، وما تقدمه للسائح من شمس ساطعة ودفء في فصل الشتاء ، ومناظر طبيعية خلابة ، وتيسيرات لمزاولة الصيد والرياضات المختلفة والمشي والتزلج واليخوت ، وتحتوي القرية عادة على مجموعة من الشاليهات وبها مراكز لتعليم جميع الرياضات البحرية من سياحة وغوص ويخوت شراعية وانزلاق مائي وتجديف رصيد أسماك إلى غير ذلك ، ويمتد الموسم السياحي في القرى السياحية من شهر أبريل إلى شهر نوفمبر من كل عام ، حيث تكون درجة الحرارة مقبولة للسياح الأوروبيين ، وقد بدأت هذه القرى تجد طريقها على جميع شواطئ البلاد السياحية ، ومن أفضل المواقع للقرى السياحية على ساحل البحر الأحمر في سيناء منطقة العين السخنة لقربها من مراكز المواصلات .

10. تأثير السياحة على العمران

ويختلف تأثير السياحة على حركة العمران طبقاً لمجموعة من العوامل أهمها :

أ- اظواهرات العمرانية كمورد سياحي

تمثل ظواهرات العمران الموجودة واحدة من أهم الموارد السياحية ، وهي ظواهرات مختلفة ليست على مستوى مناطق العالم ، بل نجدها مختلفة في الدولة الواحدة. ويختلف العمران حسب نوع الحرف وتباين الأقاليم كما يختلف أيضاً بتأثير الزمن . ويرتبط عديد من أنواع السياحة وأعداد متزايدة من السياح بمناطق العمران ، ولكل من الريف والحضر عملاء. كما أن نواحي الإبداع الفني البارزة على المباني القديمة وفي المدن التاريخية لها جاذبيتها السياحية ، وأصبحت كثير من أنواع المدن علامات سياحية حيث تتركز وظيفتها الأساسية في خدمة السياح ، كما أن للعواصم والمدن التاريخية القديمة لها جاذبيتها لأفواج السياح.

وتتميز المناطق الحضرية بتنوع المغريات السياحية بها ، وتعدد نواحي التسلية والترفيه سواء بالليل أو بالنهار ، وفي هذا تنوع لأنواع التسرية التي يمكن تقديمها لأفواج السياح ذوي الاهتمامات المتباينة. كما أنه تتوفر بها ولها طرق ووسائل النقل وجوانب الخدمات والبنية الأساسية بصورة قد لا يتسنى توفيرها في غيرها من المناطق

ب- التنمية السياحية والتخطيط العمراني

تمثل السياحة مجالاً هاماً من مجالات التنمية ، ونشاطاً بارزاً من الأنشطة الاقتصادية التي تهتم بها كثير من الدول السياحية لما تحققه من آثار ومزايا اقتصادية ملموسة ومباشرة ، لذلك فإن أي تخطيط للتنمية السياحية يجب أن يهدف إلى وضع برامج من أجل استخدام الأماكن والمناطق والموارد سياحياً ، ثم تطويرها وصيغها بالجمال لتكون مراكز سياحية ممتازة تجذب الناظرين إليها سواء أكان مباشرة أو عبر الإعلان السياحي ، أو غيره من مزيج الاتصال التسويقي ، وذلك يتم من خلال التخطيط العمراني والذي هو مجال لنشاط الإنسان في البناء والتشييد

والعمران

ومن هنا لا بد أن تتوافق التنمية السياحية مع التخطيط العمراني الشامل ، لأن خطة التنمية السياحية تعتمد على بنية المرافق الأساسية وتوفرها قبل البدء في تأهيل أية منطقة وإعدادها إعداداً كاملاً ، كما أن التنمية السياحية يجب أن لا تغير طبيعة المكان أو المركز السياحي ، لأن الشكل والطابع الفني لهما أهميتهما من الناحية السياحية ، مع مراعاة أن تنمية الصناعة السياحية تحكمها عدة اعتبارات لا بد من مراعاتها.

ت- الخصائص العمرانية الناتجة عن أنشطة السياحة

تتعدد الخصائص العمرانية الناتجة عن أنشطة السياحة وتباين أنماطها تبعاً لمدى قوة عوامل الجذب السياحي ، ومستوى الاستثمار السياحي الذي يحدد بدوره حجم أنشطة السياحة ومجالات تأثيرها على الجوانب العمرانية. لذلك يمكن اعتبار دور السياحة في ظهور مراكز عمرانية جديدة أو تطوير مراكز كانت موجودة من قبل ، لا يقل عن دور الصناعة في هذا المجال ، إن لم يزد في العديد من أقاليم العرض السياحي ، فيما أحدثته الثورة السياحية. ولا يمكن إغفال المدن أو المراكز الترفيهية في هذا المجال.

خامساً : الاتجاهات المستقبلية لنمو السياحة العالمية حتى 2020م

مع تقدم الإنسان التقني والمادي ، واتساع نطاق العمل وظهور الإدارة والسلطات ، وما يرتبط بها من تراكم للثروات لدى قطاع كبير من المجتمعات البشرية ، ظهر كثير في السلوك البشري المرتبط بالسياحة ، وبالتالي تغيرت الأنشطة التي يمارسها الإنسان في حياته اليومية ، وسوف يشهد خلال العقود المقبلة تغيرات إيجابية للظروف الاقتصادية وازدياد حركة التجارة العالمية ، وهذا يشجع جميع الدول سواء المتقدمة منها أو النامية على الاهتمام بهذا القطاع الذي سيخلق فرص عمل جديدة.

ومن أهم المؤشرات التي ستلقى الضوء على السياحة المستقبلية لزيادة نموها :

- تنوع مصادر الطاقة : حيث يتفق الجميع على أن تنوع مصادر الطاقة المحركة للمركبات وتنوعها ورخصها سيساعد على تشجيع جميع الأفراد على

القيام بالسياحة وخاصة في الدول النامية ، لهذا نجد أن هناك جهود عالمية للبحث عن مصادر طاقة رخيصة وبديلة عن البترول الذي تسابق الزمن في الارتفاع ، مثل الغاز الطبيعي ، أو الطاقة النووية.

▪ **الزيادة المتوقعة لقطع المسافات الطويلة :** نظرا لانخفاض أجور النقل البري والبحري أصبح من المفضل لدى الأفراد القيام بالرحلات الطويلة والتي تستغرق الآلاف الكيلومترات ما دامت الرحلة لا تكلف إلا القليل من النقود .

▪ **العروض السياحية :** إن حده التنافس بين لدول في مجال العروض السياحية سوف تزداد بازدياد السائحين وهذا يجعل من أوروبا تخسر الكثير من السائحين لمنافسة لدول النامية لها وخاصة المواقع الجديدة منها كما في جنوب شرق آسيا ، هذا بالإضافة إلى رخص تكاليف الإيواء في الدول النامية مقارنة بالدول المتقدمة.

▪ **طول الموسم السياحي :** لا شك أن إطالة الموسم السياحي ليتخطى موسم الصيف فقط إلى أشهر الخريف أو الربيع أو حتى الشتاء سيخلق مزيدا من الجذب السياحي لاسيما في الدول الحارة أكثر منها من الدول الباردة الأوروبية.

▪ **التغيرات الاجتماعية :** نظرا للتقدم الحاصل في وسائل الإعلام المرئية والمسموعة خلق نوع من التطور الاجتماعي ومحاكاة التقليد الأمر الذي سيجعل من المستقبل المنظور السياحة في الدول النامية التي كانت تنظر إلى السياحة منظر خاص.