

❖ الفصل الأول: السياحة - أسس و مفاهيم أساسية

تمهيد:

أصبح العالم ينظر إلى صناعة السياحة بوصفها قاطرة للتنمية الاقتصادية، سواء البلدان المتقدمة اقتصاديا ذات مصادر الدخل المتعدد كالولايات المتحدة الأمريكية أو البلدان الأقل نموا و الساعية إلى تعزيز مصادر دخلها بتنشيط و ترويج السياحة ، فقد أصبحت السياحة قطاع اقتصادي له أهميته وبإمكانه المساهمة إلى جانب باقي القطاعات الأخرى في التنمية الاقتصادية والاجتماعية. لذلك فأن أغلبية الدول سواء النامية أو المتطورة تعتبر النشاط السياحي كصناعة (صناعة تقديم الخدمات) ، فهو لم يعد حاجة اجتماعية فقط بل أصبح هذا النشاط يشكل مورد هام، تعتمد عليه الدول في تنويع صادراتها وبالتالي تعزيز مواردها المالية ، و قد أصبحت الصناعة التصديرية الأولى في العالم بنهاية القرن العشرين ، وعلى رأس الأولويات لأنها صناعة كثيفة العمل تعتمد كثيرا على العنصر البشري فهي بذلك تتيح فرص كثيرة للعمالة ، مدرة للدخل ، باعثة على النمو و رواج عشرات الصناعات و الخدمات المقدمة و المكملة للنشاط السياحي .

سنتطرق في هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث:

I . المبحث الأول: دوافع السياحة و أنواعها

II . المبحث الثاني: العرض السياحي

III . المبحث الثالث: الطلب السياحي

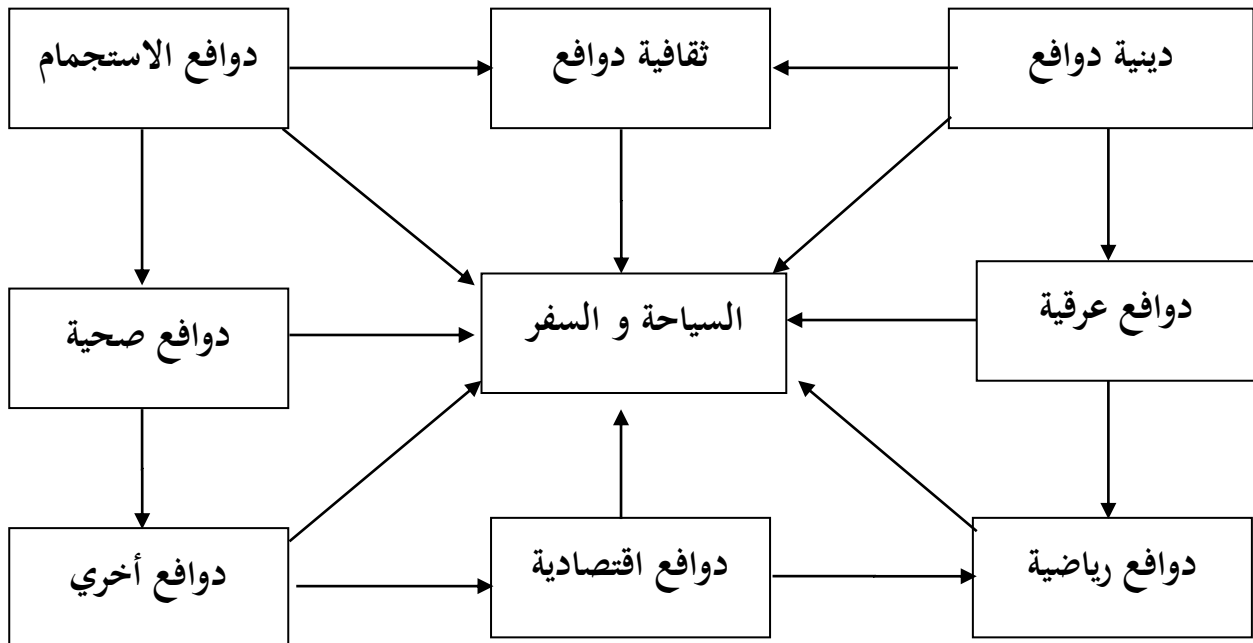
I. المبحث الأول : دوافع السياحة و أنواعها

تتعدد أنواع السياحة تبعا للدوافع والرغبات المختلفة التي تكمن خلفها ، حيث تساهم هذه الدوافع والرغبات في جعل السياحة ضرورة أساسية وحاجة ملحة من احتياجات الإنسان المعاصر ، قبل التطرق إلى أنواع السياحة يجب الإشارة إلى دوافع السياحة لأنه على أساس دوافع السياحة تتحدد أنواع السياحة الواجب تنميتها

1.I. المطلب الأول: دوافع السياحة

هناك العديد من الدوافع التي تؤدي إلى النشاط السياحي و التي على ضوءها تتحدد أنواع السياحة ، و تختلف دوافع السياحة من شخص إلى آخر ، فقد تكون هذه الدوافع اقتصادية ، اجتماعية ، دينية أو صحية..... ، فهناك العديد من الدوافع ليست على مستوى واحد من الأهمية و عليه سنحاول تقديم هذه الدوافع في مجموعات يوضحها المخطط الموالي:

الشكل رقم 01: يوضح دوافع السفر و السياحة



المصدر: ماهر عبد العزيز توفيق ، صناعة السياحة ، دار زهران للنشر و التوزيع ، عمان ، الأردن ، 1997، ص51

من خلال المخطط السابق تتضح أهم الدوافع التي تؤدي إلى قيام النشاط السياحي والتي على ضوءها تتحدد أنواع السياحة وتمثل أهم هذه الدوافع في¹ :

أ) دوافع ثقافية و تاريخية: تتعلق هذه الدوافع بما يلي :

- ✓ مشاهدة الآثار و تاريخ الحضارات القديمة و المواقع الأثرية ؛
- ✓ مشاهدة بعض الأماكن المهمة في العالم أو حضور مهرجانات أو حفلات ثقافية أو معارض؛
- ✓ الإطلاع على حياة الناس في البلدان الأخرى و التعرف على حياتهم و أعمالهم و ثقافتهم وطريقة حياتهم الاجتماعية و الحضارية و الثقافية ؛
- ✓ مشاهدة المواقع الحضارية المهمة المشهورة بالعالم مثل زيارة تمثال الحرية في نيويورك بأمریکا، برج إيفل في باريس ،برج بيزا بايطاليا و الأهرام في مصر... ؛
- ✓ معرفة ما يدور من حوادث الساعة و التقدم العلمي و التعرف على حقيقة ما يدور من أخبار وحوادث في العالم.

ب) دوافع دينية:

- ✓ السفر بدافع الديانة و العبادة كالحج إلى الأماكن المقدسة مثل مكة المكرمة، و زيارة الأماكن الدينية المشهورة كأضرحة الصحابة أو المساجد...

¹ يسرى دعيس ، الجذب السياحي ، سلسلة الدراسات السياحية و المتحفية رقم 10،الملتقى المصري للإبداع و التنمية ،2001 ، القاهرة ، ص 12

(ت) دوافع عرقية: ¹ و تكون فيها السياحة من أجل:

✓ زيارة البلد الأم لتحديد الروابط الأسرية، كزيارة أماكن الميلاد، أماكن قضاء الطفولة، أماكن سكن الأهل الأقرباء و الأصدقاء...

✓ زيارة أماكن سبق و أن زارها الأصدقاء في البلد الأم و تركت انطبعا معين لديهم.

(ث) دوافع صحية: و تكون السياحة فيها بهدف:

✓ الابتعاد عن الجو البارد و الثلوج و التوجه إلى أماكن دافئة أو الابتعاد عن الجو الحار و التوجه إلى أماكن باردة و خاصة بالنسبة لكبار السنة و المرضى ؛

✓ السفر لغرض العلاج و التداوي ؛

✓ السفر لغرض النظافة و الاسترخاء بعد الشفاء من مرض معين أو لغرض الراحة النفسية، و التمتع بالجو الصافي و الهواء النقي. ²

(ج) دوافع رياضية: و تكون فيها السياحة:

✓ السفر لغرض مشاهدة مباراة رياضية أو تشجيع فريق معين...

✓ المشاركة في دورة رياضية أو السفر لغرض ممارسة ألعاب معينة مثل الترحلق على الجليد أو الترحلق على المياه أو ممارسة رياضة أخرى.

¹ سعاد صديقي ، دور البنوك في تمويل المشاريع السياحية ، دراسة حالة بنك الجزائر الخارجي (وكالة جيحل) ، رسالة ماجستير، غير مشورة ، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير ، تخصص بنوك وتأمينات ، جامعة قسنطينة ، 2005 ، ص 20 .

² سعاد صديقي ، مرجع سبق ذكره ، ص 21 .

(ح) دوافع أخرى¹: و تكون السياحة فيها بغرض :

✓ المغامرة؛

✓ التفاخر و المباهاة و خاصة لبعض المناطق في العالم ؛

✓ العلم كدراسة بعض الظواهر ، أو دراسة صخور معينة ؛

(خ) دوافع اقتصادية: و تكون فيها السياحة بسبب:

✓ انخفاض الأسعار في بلد ما يؤدي إلى تدفق السياح للتمتع بالخدمات المقدمة بأقل الأسعار و الحصول على السلع و الخدمات بأسعار أقل.

✓ فرق العملة الناتج عن التحويل يؤدي إلى تدفق السواح إلى بلد ما أنخفضت عملته لغرض التمتع بالخدمات و السلع بأسعار أقل.

✓ السفر لغرض الأعمال و الحصول على صفقات تجارية بالنسبة لرجال الأعمال.

2.I. المطلب الثاني: أنواع السياحة

تتعدد أنواع السياحة تبعاً للدوافع و الرغبات و الاحتياجات المختلفة ، فهناك السياحة الثقافية و الترفيهية و العلاجية و الدينية و الرياضية بالإضافة إلى أنواع أخرى جديدة ساعدت على ظهورها و انتشارها ، التقدم و التطور العلمي و السياسي و الاقتصادي و الاجتماعي و ما صاحبهم من تطلعات و متطلبات ذات نوعيات خاصة لم تكن معروفة من قبل كسياحة المؤتمرات و سياحة المعارض و سياحة الحوافز ... و هو ما نتج عنه الإتحاح إلى توفير

¹ سعاد صديقي ، مرجع سبق ذكره ، ص 22

خدمات و تسهيلات و تجهيزات و عناصر جذب مختلفة و قد صنف خبراء السياحة الأنواع المختلفة لها وفقا لعدة عناصر و هي :

(أ) **تبعاً لعدد الأشخاص المسافرين¹** : حسب هذا المعيار نجد الأنواع التالية :

✓ **سياحة فردية:** هي عبارة عن سياحة غير منظمة و لا تعتمد على برنامج منظم أو محدد يقوم بها شخص أو مجموعة أشخاص لزيارة بلد أو مكان ما وتراوح مدة إقامتهم حسب تمتعهم بالمكان أو حسب وقت الفراغ المتوفر لديهم ، كل سائح من هذه المجموعة له دوافعه و رغباته الخاصة التي جاء من أجل تحقيقها و التي تتوقف على مقدرته المادية .

✓ **سياحة جماعية:** و هي عبارة عن سياحة منظمة و يطلق عليها سياحة الأفواج أو المجموعات، حيث تقوم الشركات السياحية بتنظيم و ترتيب مثل هذا النوع من السياحة ، و كل سفر أو رحلة لها برنامج خاص و محدد و سعر محدد و تعتمد على تحقيق رغبات المجموعة ، إذا تكون هذه الرحلات متعددة و متنوعة.

(ب) **تبعاً لنوع وسيلة النقل المستعملة²** : حسب هذا المعيار نجد :

✓ **سياحة برية:** السيارات الخاصة، السكك الحديدية، الحافلات العامة و الخاصة...

✓ **سياحة بحرية أو نهرية، السفن و البواخر؛**

✓ **سياحة جوية الطائرات المختلفة؛**

¹ سعاد صديقي، مرجع سبق ذكره ، ص 25

² سعاد صديقي، مرجع سبق ذكره ، ص 26 .

(ت) تبعا للسن¹: حسب هذا المعيار تنقسم السياحة إلى:

✓ **سياحة الطلائع:** و يتعلق هذا النوع من السياحة بالمرحل العمرية من 7-14 سنة و هي مرحلة تعليمية يقوم خلالها الأطفال باكتساب معارف و مهارات و سلوكيات معينة ، تقوم كثير من الشركات السياحية أو الجمعيات الخيرية بتنظيم هذا النوع من الرحلات كأن تكون في شكل رحلات الكشافة أو رحلات تعلم السباحة أو تعلم الحاسوب أو التعرف على الطبيعة و دائما تكون في فترة العطل المدرسية و تكون أسعارها رخيصة و خدماتها قليلة و مناسبة.

✓ **سياحة الشباب:** يتعلق هذا النوع من السياحة بالمرحلة العمرية الممتدة من 15-21 سنة و يمتاز هذا النوع من السياحة بالبحث عن الحياة الاجتماعية و الإثارة و الاعتماد على النفس ، تقوم الشركات السياحية أو الجمعيات الخيرية بتنظيم مثل هذا النوع من السياحة.

✓ **سياحة الناضجين:** يتعلق هذا النوع من السياحة بالمرحلة العمرية من 35-55 سنة و هو عبارة عن سياحة استرخاء و متعة و هروب من الجو العمل الروتيني و الإرهاق و يغلب طابع الراحة و الاستجمام على هذا النوع من السياحة ، و تكون الرحلات في الغالب إلى الشواطئ و الأماكن الهادئة و الدافئة و الجبال و الريف ، و تعتمد هذه السياحة على الخدمات السياحية و الإقامة الجيدة و أسعارها من المتوسطة فما فوق و كثير من الشركات السياحية تقوم بتنظيم مثل هذه الرحلات و خاصة في الدول التجارية و الصناعية الكبيرة في العالم.

✓ **سياحة المتقاعدين:** يعتبر هذا النوع من السياحة من أنواع السياحة التقليدية و غالبا ما يشارك فيها المتقاعدين و كبار السن ، و تقوم الشركات السياحية بتنظيم هذا النوع من السياحة خصيصا لهؤلاء المجموعة و تمتاز

¹ بوعقلين بديعة، الاستثمارات السياحية وإشكالية تسويق المنتج السياحي في الجزائر، أطروحة دكتوراه دولة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص تخطيط، جامعة الجزائر، 2005-2006، ص 55.

بارتفاع أسعارها و تقديم أفضل الخدمات السياحية و أفضل أنواع الإقامة و النقل و تكون لفترات طويلة تتراوح من أسبوعين إلى شهرين

(ث) تبعا لمدة الإقامة¹: حسب هذا المعيار نجد:

- ✓ **سياحة أيام:** هذا النوع من السياحة عادة ما يستغرق أيام محدودة من يومين إلى أسبوع يقضيها السائح ضمن برنامج معد مسبقا أو تكون سياحة فردية و تكون هذه السياحة متنوعة و خدماتها مختلفة و قد تكون في عطلة نهاية الأسبوع أو في المناسبات، و يكون هذا النوع من السياحة مستمرا على مدار السنة.
- ✓ **سياحة موسمية:** هذا النوع من السياحة يرتبط بموسم معين أي قضاء السائح في مكان ما لموسم معين، فترة الإقامة تتراوح من شهر إلى ثلاث أشهر و غالبا ما يحمل هذا النوع من السياحة صفة الدورية أو التكرار أي نفس السواح يزرون نفس المكان سنة بعد سنة
- ✓ **سياحة عابرة:** هذا النوع من السياحة يكون أثناء انتقال السواح بالطرق البرية عن طريق الحافلات السياحية حيث أثناء التوجه إلى بلد ما يمر عبر بلد معين و يبقى فيه لمدة يوم أو يومين في مثل هذه الحالات ممكن أن تقوم بعض الشركات السياحية بتنظيم رحلات سياحية قصيرة لهؤلاء السياح ، يمكن كذلك ان تحصل سياحة عابرة أثناء الانتقال بالطائرات و يحدث تعطل طائرة في مطار ما أو وجود إضرابات معينة في إحدى المطارات يؤدي إلى عدم تزويد الطائرة بالخدمات فتقوم بعض الشركات السياحية بتنظيم رحلات سياحية لزيارة الأماكن الأثرية و الحضارية و الأماكن المهمة في البلد المضيف أثناء توقف الطائرة في البلد المضيف.

¹ عثمان محمد غنيم ، بينيتا نبيل سعد، التخطيط السياحي ، دار الصفاء للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 1999 ، ص 50 .

(ج) تبعا للمنطقة الجغرافية¹: حسب هذا المعيار تنقسم السياحة إلى :

✓ **سياحة داخلية**: معناها انتقال الأفراد داخل البلد نفسه أي انتقال مواطني الدولة نفسها في داخل بلدهم و هذا النوع من السياحة يحتاج إلى خدمات متنوعة و أسعار متنوعة و تشجيعه لمواطني البلد و يعتبر من أهم أنواع السياحة.

✓ **سياحة إقليمية**: هي السفر و التنقل بين دول متجاورة تكون منطقة سياحية واحدة مثل الدول العربية ، الدول الإفريقية ، دول المغرب العربي ، دول جنوب شرق آسيا ، و تتميز السياحة الإقليمية بانخفاض التكلفة الإجمالية للرحلة نظرا لقصر المسافة التي يقطعها السائح بالإضافة إلى تنوع و تعدد وسائل النقل المتاحة مما يغري الكثيرين بالاتجاه نحو الدول القريبة.

✓ **سياحة خارجية**: معناها استقبال السياح الأجانب في بلد ما و هذا النوع من السياحة تبحث عنه اغلب دول العالم و تعمل على تشجيعه للحصول على العملات الصعبة و يتطلب هذا النوع من السياحة خدمات مختلفة و بنية تحتية كبيرة و كلما تنوعت الخدمات السياحية من ناحية الجودة و الأسعار و تطورت البنية التحتية و الفوقية كلما زاد عدد السياح الأجانب الذين يزرون البلد و يعتمد هذا النوع من السياحة على:

- توافر الخدمات السياحية؛

- تطور البنية التحتية ؛

- توفر الأمن و الاستقرار ؛

- احترام السياح و توفر الحرية ؛

¹ زياني الزهرة ، استخدام الأساليب الكمية لتقييم العرض و الطلب السياحيين في الجزائر، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية التسيير و العلوم التجارية ، تخصص اقتصاد كمي، جامعة الجزائر، 2009-2010، ص 13

- ثبات القوانين

- سهولة الحصول على تأشيرة الدخول

- انخفاض الأسعار

ح) تبعاً للجنسية¹: حسب هذا المعيار نجد :

✓ **سياحة الأجانب:** يتضمن هذا النوع من السياحة جميع الأجانب ماعدا مواطني البلد ، و تنظم الشركات السياحية برامج خاصة لجذب السياح الأجانب بما يتلاءم مع أذواقهم و رغباتهم و التي تختلف باختلاف العادات و التقاليد و الجنسيات و دائما السياح الأجانب ينجذبون الى الأماكن التاريخية و إلى السياحة الصحراوية و إلى الشواطئ.

✓ **سياحة المقيمين خارج البلد:** هذا النوع من السياحة يتشابه كثيرا مع السياحة الاجتماعية لان ظاهرة الهجرة المؤقتة للعمل في الخارج أصبحت ظاهرة مستفحلة خاصة في دول العالم الثالث، بحيث يتم تنظيم رحلات سياحية لغرض زيارة البلد الأم.

خ) تبعاً لأغراضها²: حسب هذا المعيار نجد الأنواع التالية :

✓ **سياحة المتعة:** تكون الزيارة فيها من أجل قضاء العطل في الأماكن التي تشتهر باعتدال الطقس أو بمناظرها الطبيعية وهدوء ربوعها وجمال شواطئها، صحاريها....، و يعرفها المختصين على أنها تغيير مكان الإقامة لغرض الاستمتاع و الترفيه عن النفس و ليس لغرض آخر ، و يمكن أن يتخللها ممارسة الهويات المختلفة كالصيد و الغوص

¹ عشوي حسين ، دراسة الجدوى الاقتصادية المشاريع الاستثمارية السياحية في الجزائر، فرع تحليل ، نظرة تسويقية ، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية ، كلية العلوم الاقتصادية و التسيير ، فرع تحليل اقتصادي، جامعة الجزائر ، 2008-2009 ، ص. 66 .

² محسن احمد الخضيري ، السياحة البيئية ، مجموعة النيل المصرية ، القاهرة ، الطبعة الأولى ، 3003 ، ص. 57.

و الترحلق ، و يعتبر هذا النوع من أقدم أنواع السياحة التي عرفها العالم ، و تمثل جزء ثابت من العرض السياحي ، و تعتبر دول البحر الأبيض المتوسط من أكثر المناطق جذبا لحركة السياحة الترفيهية.

✓ **السياحة الثقافية:** تكون الزيارة فيها للمناطق الأثرية المشهورة بآثارها القديمة من مختلف الحضارات، ويهدف السائح من خلالها إلى تنمية معارفه الثقافية، و عموما تكون الزيارة فيها بهدف التعرف على الحضارات القديمة و زيارة المناطق الأثرية ذات الماضي و التاريخ الهام لذلك فهي تجذب نوعيات معينة من السائحين الذين يرغبون في إشباع رغبة المعرفة و زيادة معلوماتهم الحضارية و التمتع بما هو متاح من التراث القديم للبشرية من خلال المتاحف و المعابد.

✓ **سياحة العلاج :** الزيارة تكون فيها بهدف العلاج أو قضاء فترات النقاهة، وتكون في الأماكن التي تحتوي على المستشفيات ذات الطابع الخاص أو المصحات أو الأماكن الخاصة لعلاج حالات متميزة، و عرف هذا النوع من السياحة منذ زمن قديم ، حيث اهتم الرومان بهذا النوع من السياحة لأسباب صحية و علاجية و قاموا ببناء الحمامات المخصصة للاستشفاء ، و تعتمد هذه السياحة على المقومات الطبيعية الموجودة بالبيئة اعتمادا رئيسيا مثل المناخ الدافئ و الرمال الدافئة و مصادر المياه الكبريتية و المعدنية

✓ **سياحة الرياضة:** يقصد بالسياحة الرياضية هو الانتقال من مكان الإقامة إلى مكان آخر في دولة أخرى لفترة مؤقتة بهدف ممارسة الأنشطة الرياضية المختلفة أو الاستمتاع بمشاهدتها كالمشاركة في دورات الألعاب الأولمبية و بطولات العالم المختلفة، و قد انتعشت هذه السياحة في دول معينة تتمتع بمميزات و تسهيلات و إمكانيات متعددة و مستوى معيشي مرتفع يسمح بإقامة المنشآت الرياضية الملائمة و القرى المتكاملة التي تستوعب وفود السائحين و تيسر لهم الظروف المشجعة من حيث الإيواء و الإطعام و الترفيه و الملاعب¹.

¹ يسرى دعيبس ، مرجع سبق ذكره ، ص 57

✓ **سياحة الأعمال:** تكون الزيارة فيها بقصد تجاري يضعه السائح في اعتباره الأول، ويقوم بهذا النوع من السياحة رجال الأعمال والتجارة ويزورون فيها المعارض والأسواق التجارية الدولية، القيام بعقد الصفقات التجارية، والوقوف على أسعار المنتجات الحديثة في دول أخرى.

✓ **السياحة الدينية:** يمكن تعريف السياحة الدينية على أنها ذلك النشاط السياحي الذي يقوم على انتقال السائحين من أماكن إقامتهم إلى مناطق أخرى بقصد القيام بزيارات و رحلات دينية داخل و خارج الدولة لفترة من الوقت ، وتجري في بعضها شعائر دينية معينة، وزيارة أماكن خاصة ذات طابع تاريخي وديني كالحج والعمرة ، و الأساس في هذا النوع من السياحة هو تلبية نداء الدين و إشباع العاطفة الدينية كما تشمل زيارة الآثار و المعالم الدينية للتبرك بها و الاستشفاء الروحي و النفسي ، و هناك مناطق معينة لها قدسيته و مكانتها كمكة المكرمة¹ .

✓ **سياحة المؤتمرات و الاجتماعات:** تعتبر سياحة المؤتمرات من أنواع السياحة الحديثة التي ظهرت في أواخر القرن العشرين ، حيث ارتبطت ارتباطا كبيرا بالنمو الحضاري و الاقتصادي الذي شهده العالم ، و متابعه من تطور و نمو كبير في العلاقات الاقتصادية و السياسية و الثقافية و الاجتماعية بين مختلف دول العالم و هناك مجموعة من العوامل شجعت هذا النوع من السياحة على الظهور منها على وجه الخصوص²:

- زيادة التخصص العلمي و المهني و ما ترتب عليه من تغير في التركيب الاجتماعي و التطور التكنولوجي

الأمر

الذي يؤدي إلى كثرة عقد اللقاءات العلمية و المهنية و الثقافية على المستويات المحلية و الدولية بواسطة المنظمات الدولية و الإقليمية و المحلية.

- تعتبر سياحة المؤتمرات من المصادر الهامة للإيرادات السياحية لما تحققه من عائد اقتصادي كبير للدول التي

¹ ماهر عبد الخالق السيسى ، مبادئ السياحة ، مطابع الولاء الحديثة ، الإسكندرية ، 2002 ، ص 71 .

² يسرى دعيس ، مرجع سبق ذكره ، ص 61.

تقام بها المؤتمرات ، و ذلك نظرا لما يتمتع به سائحي هذا النوع من السياحة رجال الأعمال من حيث متوسط الإنفاق اليومي لهم.

- كثرة الصراعات التي سادت العالم في المدة الأخيرة و ما تبع ذلك من تكتلات دولية نتج عنه تنظيم العديد من المؤتمرات لحل المشكلات السياسية و الاقتصادية و مناقشة و دراسة البحوث و الدراسات العلمية المختلفة لتطوير المجتمع الإنساني.

✓ **سياحة المعارض:** ظهرت بعض الأنشطة السياحية الجديدة كجزء من مكونات النشاط السياحي العالمي ، فكان من بينها هذا النمط السياحي الذي يرتبط بالمعارض التي تقام في الدول المختلفة كالمعارض الصناعية و التجارية و الفنية التشكيلية و معارض الكتاب ، فأصبحت المعارض نوافذ حضارية يطل منها الزائرون على الانجازات العلمية و التكنولوجية و الحضارية للدول المختلفة التي تعتبر عوامل مؤثرة في حركة الجذب السياحي و عاملا هاما من عوامل التنشيط السياحي¹ .

✓ **سياحة المهرجانات:** تعتبر من أنواع السياحة الحديثة ، حيث تكون الزيارة فيها بغرض حضور أو المشاركة في المهرجانات المختلفة الثقافية ، فنية ، رياضية و التي تهدف إلى تحقيق الرواج العام و الجذب السياحي ، و تحظى سياحة المهرجانات باهتمام كثير من الدول ، في فرنسا مثلا تنظم 3500 مهرجان ، اسبانيا تنظم حوالي 8104 مهرجان ، ألمانيا تنظم حوالي 5000 مهرجان .

(د) أنواع سياحية حديثة:

إن التطورات السريعة التي شهدتها السياحة أدت إلى ظهور أنماط سياحية حديثة منها على وجه الخصوص:

¹ متولي عبد العاطي محمد علي ؛ التقييم الاقتصادي لإستراتيجيات تنشيط الطلب السياحي في وقت الأزمات ، رسالة للحصول على درجة العضوية في العلوم الإدارية ، أكاديمية السادات للعلوم الإدارية ، المعهد القومي للإدارة العليا ، جمهورية مصر العربية ، 2000 ، ص 12

✓ **سياحة المعاقين:** اتجهت العديد من الدول للاهتمام بـسياحة المعاقين خاصة و أنهم أصبحوا يمثلون شرائح كبيرة من السياح و نشأت في سنة 1976 في الولايات المتحدة الأمريكية جمعية تطوير سياحة المعاقين، و صاحب ذلك إصدار العديد من القوانين و التشريعات الخاصة بالمعاقين في أوروبا و أمريكا و التي تعمل على تشجيع هذا النوع من السياحة و توفير كافة التسهيلات و الاحتياجات المطلوبة لهذا النوع من السائحين¹.

✓ **سياحة الحوافز:** تعتبر سياحة الحوافز من الوسائل الحديثة للإدارة و التي تستخدمها الشركات و المؤسسات و المصانع و المنظمات لتحقيق الأهداف المنشودة ، و تكون سياحة الحوافز بمثابة المكافأة التي يحصل عليها الموظفين و المتعاملين مع المؤسسة كالزبائن أو الموردين ، هذه المكافأة تكون في شكل رحلة سياحية ، و تستخدم من طرف الشركات لزيادة مبيعاتها أو لتقديم منتج جديد في الأسواق ، و من أهم الشركات المستخدمة لهذا النوع من السياحة شركات البترول ، شركات التأمين ، شركات إنتاج السيارات ، صناعة الأدوية، لأن نشاط هذه الشركات وأرباحها تعتمد على العملاء مصدر الأموال و لذا يعتمد المديرون بهذه الهيئات لجذب العملاء و تشجيع الموظفين عن طريق هذا النوع من السياحة ، و أصبحت الحوافز بالسبب للشركات الكبرى كإستراتيجية تتعامل بها كأداة تسويقية و إدارية لدفع الموظفين الموزعين و مسؤولي المبيعات بما لتحسين الأداء و تحقيق الأهداف المرجوة .

✓ **سياحة الاهتمامات الخاصة:** تعتبر سياحة الاهتمامات الخاصة من الأنواع السياحية الحديثة و التي تعرف على أنها انتقال مجموعة من الأفراد من مكان إلى آخر سعياً وراء اهتمام خاص لا يمكن تحقيقه إلا في منطقة أو مكان محدد و عادة ما تكون هذه الاهتمامات ثقافية أو علمية ، اجتماعية أو بيئية ، و تعرف كذلك على أنها نمط سياحي خاص يعتمد على رحلات جماعية أو فردية للذين يرغبون في تنمية اهتمام خاص لديهم عن طريق زيارة منطقة معينة أو عدة مناطق ذات صلة مباشرة بموضوع معين و عادة ما يكون الأفراد الذين يقبلون على هذا النوع من السياحة ذوى هوايات مشتركة ، و يعتبر هذا النوع من السياحة من الأنماط السياحية الشائعة في أوروبا و أمريكا ، و

¹ ماهر عبد الخالق السيبي ، مرجع سبق ذكره ، ص 97

يمتاز هواة هذا النمط من السياحة بارتفاع معدل إنفاقهم ، كما تتميز الرحلات المنظمة لهذا النوع من السياحة بارتفاع تكاليفها .

✓ **السياحة البديلة:** ظهرت السياحة البديلة منذ سنة 1990 لتكون بديلة عن السياحة الجماهيرية و التي تقوم على المجموعات الكبيرة ، و التي كانت سببا مباشرا في تدمير البيئة في العديد من الدول النامية ، فالسياحة البديلة تعنى الاهتمام بالتوازن الإيكولوجي و بحماية البيئة و تنفادي الآثار السلبية التي تنتج عن التنمية السياحية غير المخططة و التي تضر بالبيئة ، و تشمل السياحة البديلة مجموعة مشروعات صغيرة و متعددة للتنمية السياحية ، أو عناصر جذب سياحية تجذب السياح المحليين و الأجانب .

✓ **السياحة الطبيعية:** تعتبر السياحة الطبيعية أحد التطبيقات للسياحة البديلة و هي نمط حديث ، تقوم أساسا على حماية البيئة و تفادي الأضرار البيئية و التي تساهم فيها السياحة بشكل كبير نتيجة التوسع غير المنظم ، و تعمل السياحة الطبيعية على حماية البيئة الطبيعية و مساندة التنمية المتواصلة و السيطرة على التنمية السياحية بحيث لا تكون التنمية السياحية على حساب البيئة الطبيعية .

✓ **سياحة مراقبة الطيور:** تعتبر من الأنماط الحديثة للسياحة حيث تعتبر مراقبة الطيور هواية منتشرة على مستوى العالم ، و تتم من خلال الحدائق العامة أو رحلات ، و هناك العديد من الأشخاص يسافرون عبر مناطق مختلفة من العالم أملا في رؤية أنواع مختلفة من الطيور¹ .

✓ **سياحة المغامرات:** ظهر هذا النوع من السياحة لخدمة السائح الذي يبحث عن المغامرات و الانفعالات² .

¹ ماهر عبد الخالق السيسي ، مرجع سبق ذكره ، ص 98

² ماهر عبد الخالق السيسي ، مرجع سبق ذكره ، ص 100

- ✓ **سياحة الصحاري و الواحات:** هذا النوع من السياحة يعتبر من الأنواع الحديثة و اهتمت به دول المغرب العربي و حقق نجاحا كبيرا ، و تتم فيه زيارة خيم البدو و الرحل و اطلاع على الفنون الشعبية و حضور الحفلات .
- ✓ **السياحة الفضائية:** هو نمط سياحي حديث ناتج عن التطورات التكنولوجية الحديثة و غزو الفضاء ، فأصبح بإمكان الأفراد في بريطانيا القيام برحلة حول الأرض من خلال شركة بريطانية مختصة في ذلك .
- ✓ **سياحة التسوق:** هي إحدى أنواع السياحة المستحدثة ، و إحدى طرق التسويق السياحي بما فيها تسويق و ترويج المنتجات و السلع الوطنية ، و أصبح هذا النوع من السياحة يشكل أحد أهم دعائم التدفقات السياحية في الكثير من الدول ، و تعتبر دبي أول دولة عربية خاضت تجربة سياحة التسوق و نجح نجاحا كبيرا و أثر على تنشيط صادراتها و أصبح يجذب عدد كبير من السياح.

II. المبحث الثاني: العرض السياحي

إن تعقد الظاهرة السياحية يرجع بالدرجة الأولى إلى تعقد طبيعة المنتج السياحي، نظراً لصعوبة تحديد العناصر التي تكونه، بسبب اختلافه في المكان والزمان، فقد اعتبرته مجموعة من خبراء السياحة بأنه خليط من عناصر غير متجانسة، والتي تؤخذ مستقلة بعضها عن البعض الآخر، لتشكيل العرض السياحي الوطني أو الدولي .

1.II. المطلب الأول : ماهية العرض السياحي

إن تعقد الظاهرة السياحية يرجع بالدرجة الأولى الى تعقد طبيعة المنتج السياحي، نظرًا لصعوبة تحديد العناصر التي تكونه، بسبب إختلافه في المكان والزمان.

(أ) تعريف العرض السياحي:

يعرف العرض السياحي على انه " مجموع السلع والخدمات النهائية التي يقترحها القطاع السياحي على المستهلك بهدف إشباع حاجاته السياحية والمتمثل في العطل " ، وهنا ينبغي التمييز بين المنتج الشامل والمتمثل في العطل، والتي تعتبر الهدف السياحي والمنتجات الفرعية والتي تعبر عن مختلف المكونات (الإيواء ، النقل)¹

وعليه يمكن تعريف المنتج السياحي على أنه:

"مجموع العناصر الملموسة وغير الملموسة والتي تحقق منافع لزبون واحد أو عدة زبائن".²

كما يمكن تعريف المنتج السياحي على انه:

"مجموعة عناصر تمثل كلا لا يتجزأ، إن الجمع بين عناصر العرض الأصلي وعناصر العرض المشتق هو الوحيد

الذي يسمح بتلبية الحاجات السياحية " ³.

وتدخل في هذه المجموعة العناصر الأساسية التالية والتي تمثل مركبات المنتج السياحي وهي ⁴ :

- قدرات الإيواء و الإطعام ؛

- النشاطات الثقافية ؛

¹ صلاح عبد الوهاب ، السياسة القومية للتسويق السياحي ، المركز العربي للبحث و النشر، القاهرة ، مصر، 1994، ص52 .

² Jean Stafford :Micro -économie du tourisme , édition presse de l'université du Québec, 1996 , p 44.

³ المجلس الوطني الاقتصادي والاجتماعي ، مساهمة من اجل إعادة تحديد السياسة السياحية الوطنية ، الدورة 16 نوفمبر 2000 ، ص 32 .

⁴ عبد العظيم حمدي ، اقتصاديات السياحة ، القاهرة ، دار الزهراء ، 1996 ، ص 111 .

- النشاطات المتعلقة بالصناعة التقليدية ؛

- حماية الأشخاص والممتلكات ؛

- تسهيل الإجراءات الإدارية ؛

- نوعية الخدمات العقارية والتجارية ؛

- العلاقة بين السعر ونوعية المنتجات والخدمات ؛

- الظرف الاقتصادي والسياسي للبلاد ؛

- مستوى النظافة الصحية ونوعية الخدمات ؛

يتكون العرض السياحي من مجموعة من مصادر الجذب السياحي متمثلة في الآتي¹:

- العوامل الطبيعية والتي يصعب التحكم فيها أو تغييرها تبعاً لتغيرات الأذواق و متطلبات

السائح و المتمثلة في العوامل المناخية و الجغرافية و البيئية.

- العوامل التاريخية و الحضارية و الدينية من أثار قديمة و حديثة سواء فرعونية أو إسلامية أو قبطية.

- العوامل الثقافية المتمثلة في إقامة المؤتمرات والندوات والاحتفالات في مختلف المجالات الثقافية و العلمية من

طب و قانون و فنون و غير ذلك.

عناصر الجذب السياحي السابقة لا بد من تدعيم الدولة لها بإنشاء بنية أساسية كاملة و متطورة في نوعين أساسيين

هما²:

¹ Robert Lanquar, et Robert Hollier, le Marketing touristique, Série que sais-je? (Paris: PUF, 1993), p. 12.

² سلوى مرسى، "تخطيط السياحة في الجمهورية العربية المصرية وأهميتها، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، ص 22 .

- بنية أساسية عامة و هي اللازمة للمجتمع ككل من طرق و مياه و كهرباء.
- بنية أساسية خاصة بالسياحة مرتبطة بأماكن إقامة السائحين كالفنادق و القرى السياحية والبيوت و المعسكرات و كذلك وجود منشآت لخدمتهم من مكاتب سياحية و أماكن لتأجير السيارات و مستشفيات... و يتم تنظيم وتكامل العرض السياحي من خلال أربعة فئات هي¹:

✓ وكلاء السياحة و الرحلات ؛

✓ متعهدو النقل : ويقصد بهم مؤسسات النقل البري السكك الحديدية و السيارات و النقل البحري و النقل

الجوي و له أهمية كبيرة عندما يقصد به الانتقال إلى منطقة سياحية في بلد آخر غير البلد المصدر للسياح إذ يسمح بزيادة فترة الإقامة السياحية.

ومن المحتمل أن يكون متعهدو النقل السياحي منتجين في آن واحد أو تكون لهم مكاتب سياحية خاصة.

✓ قطاع الإيواء متضمنا الفنادق والقرى السياحية وأراضي المخيمات والشقق المفروشة وبيوت الشباب.

✓ قطاع الخدمات غير الفندقية من مطاعم و مقاهي غير الفندقية و الملاهي الليلية.

(ب) خصائص العرض السياحي :

يتميز العرض السياحي أو المنتج السياحي بمجموعة من الخصائص وهي :

✓ عرض غير ملموس² : تعد اللاملموسية الخاصية الأساسية والرئيسية التي تميز وتفرق الخدمات عن السلع

¹ صلاح عبد الوهاب، التخطيط السياحي، الدار القومية للنشر، العدد الثاني، القاهرة ، 1991، ص 55 .

² Christine Richter, Le Tourisme, (Genève: Publication Universitaires d'études Européennes , 1985), p. 21.

كما أن السمات الأخرى للخدمات تنشأ جميعها من خاصية اللاملموسية ، والمتمثلة في عدم القدرة أو القابلية بشكل فعلي على التخمين والتقييم من خلال استخدام الحواس الخمس ، حيث أن العديد من الخدمات يتم اختيارها على أساس السمعة .

✓ العرض السياحي سريع التلاشي¹ : المعلوم أن المنفعة للعديد من الخدمات السياحية لها حياة قصيرة،

وان معظم الخدمات تظهر وتزول خلال فترة معينة يصعب على المشتري الحصول عليها في فترات أخرى، فالنشاط السياحي يتميز بارتباطه بالزمن وعدم إمكانية تخزينه، وعليه فإن صاحب الفندق قد يخسر الكثير يوميا عند عدم ورود النزلاء إلى غرف أعدت لهم، والطائرة المسافرة بأقل من العدد المخصص تمثل خسائر لخدمات لا يمكن استردادها، وهكذا فإن الخدمات السياحية سريعة الزوال وتواجه مشكلة كبيرة في تلاشيها خلال فترة زمنية معينة.

✓ عدم خضوع العرض السياحي للقياس²: هي مشكلة كبيرة تواجه الخدمات، فالعديد من الشركات تقدم

خدمات السياحة، وتعتقد أن ما تقدمه هو الأحسن والأنسب، إلا أن تقييم جودة هذه الخدمات يعد من الأمور الصعبة، فالعميل قد يعتبر خدمة فندق ما أحسن من الأخرى لمعايير قد لا يأبه لها عميل آخر، وحتى العميل نفسه قد يصعب عليه الحكم على خدمة ما إلا بعد التجربة من جهة، ومقارنة هذه الخدمة مع خدمة أخرى مماثلة.

✓ العرض السياحي مزيج مركب : حيث يتصف القطاع السياحي بأنه نشاط مركب، أي أن هناك أكثر من

جهة قائمة على خدمة السواح كشركات النقل، الإيواء، الإطعام ، وكل منها يقدم خدمة مستقلة عن الأخرى.

✓ الاعتماد الكبير على عنصر العمل : يعتمد العرض السياحي بدرجة كبيرة على عنصر العمل، وينسب

¹ M. Sellali, La production touristique, (Alger: SNED, 1980), p. 30.

² ماهر عبد العزيز توفيق : صناعة السياحة ، دار زهران للنشر و التوزيع ، عمان ، الأردن ، 1997 ، ص 140

تفوق عرض الأنشطة الأخرى الزراعية والصناعية، حيث يمتاز النشاط السياحي بصعوبة إحلال الآلة محل عنصر العمل، وبالتالي فإن تنمية العرض السياحي يعني بالضرورة زيادة استخدام القوى العاملة.

✓ **العرض السياحي غير مرن:** ويعود ذلك لمجموعة من العوامل منها:

✓ **عامل الوقت :** وهو الوقت اللازم لإجراء التغيير على الطاقة الإنتاجية استجابة للتغيرات في الأسعار و

كلما طال الوقت اللازم للتغيير كلما أصبح العرض غير مرن، ويكون التغيير في الطاقة الاستيعابية في النشاط السياحي عن طريق بناء المزيد من المنشآت السياحية وهذا يتطلب وقتا طويلا فيكون العرض السياحي غير مرن.

✓ **كثافة رأس المال:** فعملية إجراء التغيير على رأس المال الثابت عملية صعبة ومعقدة وتحتاج إلى تكاليف

عالية وجهود كبيرة ووقت طويل لذلك نجد أن العرض السياحي غير مرن لأنه يعتمد بكثافة على رأس المال الثابت.

✓ **العامل الطبيعي:** كلما كان العرض يعتمد على العامل الطبيعي، فهذا يعني أن المنتج يكون محكوما بهذا

العامل ويفقد السيطرة التامة على العرض فيصبح العرض السياحي غير مرن فالعامل الطبيعي يشكل علامة بارزة في

العرض السياحي وبالذات المناخ الذي يحتم على المنتج أن يقدم عرضه فقط ضمن موسم الذروة السياحي لتوفر المناخ السياحي الملائم ويعجز عن تقديم عرضه في بقية المواسم الأخرى.

✓ **عدم القابلية عن النقل :** إذا كان بالإمكان نقل السلعة من سوق لآخر، فإن هذه الميزة سوف تعين المنتج

على التحكم بكمية العرض حسب الأسعار السائدة في السوق، فيعتمد على زيادة الكميات المعروضة منها في

الأسواق المرتفعة السعر، ويقلص عرضها في الأسواق المنخفضة السعر، مما يؤدي إلى زيادة مرونة العرض على تلك

السلعة، إلا أن العرض السياحي يمتاز بعدم إمكانية نقله، فالمستهلك هو الذي ينتقل إلى الموقع السياحي من اجل

الحصول على المنتج ، وبذلك يكون العرض السياحي عرضا غير مرن.¹

¹ سعيد محمد المصري ، إدارة و تسويق الأنشطة الخدمية ، المفاهيم و الإستراتيجيات ، دار الجامعة ، مصر 2002 ، ص 61-62

ت) عناصر العرض السياحي¹:

- ✓ **العناصر الطبيعية:** و تشمل هذه العناصر كل من المناخ، التضاريس بأنواعها المختلفة: السهول، الوديان البحيرات و الأنهار و الشواطئ و التكوينات الجغرافية و الشلالات و الغابات و الطيور و الأسماك و الحياة البرية و المياه و العيون المعدنية الى غير ذلك من العناصر الطبيعية الأخرى.
- ✓ **العناصر البشرية:** تشمل على وسائل الإقامة المختلفة و المنشآت السياحية و وسائل النقل المختلفة: البرية، البحرية، الجوية و الموانئ و المطارات و الآثار التاريخية و المعالم الثقافية و المعارض الفنية المختلفة و المتاحف المتنوعة و العروض الفنية و الفلكلور و السلع السياحية و الصناعات التقليدية و المناسبات و المواعيد و الأعياد و الإحتفالات الثقافية و الدينية المختلفة.

ث) تصنيفات العرض السياحي:

- ✓ **تصنيف "Robert Lanquard"**²: لقد صنف المنتج السياحي في ثلاثة عناصر أساسية:
- مجموعة التراث المتكون من الموارد الطبيعية، الثقافية، الصناعية والتاريخية التي تجلب السائح للاستمتاع بها.
 - مجموعة التجهيزات والوسائل التي لا تعتبر العامل الأساسي في جلب السياح، غير أن عدم توفرها يمنع السائح من السفر، كوسائل النقل المختلفة (البرية، الجوية، البحرية، وسائل الإيواء) المطاعم والتجهيزات الثقافية الرياضية والترفيهية.
 - مجموعة الإجراءات الإدارية المتعلقة بتسهيلات السفر الدخول والخروج ذات العلاقة مع وسائل النقل.

✓ **تصنيف "DJEFFRIER"**¹ لقد صنف المنتج السياحي في خمسة عناصر:

² معهد التخطيط القومي: سلسلة قضايا التخطيط و التنمية ، اقتصاديات القطاع السياحي في مصر و انعكاساتها على الاقتصاد القومي، ديسمبر 1998، ص 15.

¹ Robert Lanquard : Le Marketing Touristique , serie que sais-je , PUF , Paris , p 12

- وسائل نقل السائح من نقطة الانطلاق إلى نقطة الوصول؛
- وسائل نقل مستعملة في عين المكان؛
- وسائل الإيواء المختلفة؛
- مدة الإقامة خارج المقر المعتاد؛
- التخطيط الجغرافي للسفر والإقامة؛

هذا التصنيف ركز على مكونين فقط للمنتج السياحي، الإقامة والنقل وأهم المكونات الأساسية للمنتج

العرض السياحي والمتمثلة في عناصر الجذب السياحي.

✓ تصنيف "KRIPENDROF":

لقد صنف المنتج السياحي في أربعة عناصر:

- العناصر الطبيعية (المناخ، المناظر الطبيعية، البيئة، الحالة الجغرافية...)
- الأنشطة الإنسانية (اللغة، الدين، العادات والتقاليد، الفلكلور، الثقافة...)
- التجهيزات العامة (النقل، المواصلات، الآثار، منابع المياه...)
- التجهيزات السياحية (الفنادق، المخيمات، أماكن الراحة والترفيه، الهدايا، التجارة)؛

رغم دقة هذا التصنيف إلا أنه لم يحدد بوضوح مكونات المنتج السياحي، مقارنة مع مفهوم النشاط السياحي

وأهميته الاقتصادية والاجتماعية، لذا سنقوم بعرض تصنيف المنظمة العالمية للسياحة، التي تأخذ بعين الاعتبار الجانب

الاقتصادي والاجتماعي للنشاط السياحي.

² R.lanquard: Le Marketing Touristique: OP.CIT , p18.

✓ تصنيف المنظمة العالمية للسياحة "OMT"¹ : لقد صنفت المنظمة العالمية للسياحة المنتج السياحي في

سبعة عناصر:

- التراث الطبيعي: المناظر الطبيعية، الحالات الجغرافية، منابع المياه، الشواطئ والأنهار، الصحاري؛
- التراث الطاقوي؛
- التراث البشري: المعطيات الديمغرافية، ظروف الحياة، العادات والتقاليد؛
- الجوانب التنظيمية والدستورية والسياسية؛
- الجوانب الاجتماعية : التركيبات والبنى الاجتماعية والعرقية للبلد، التربية، الإعلام، الإشهار
- وسائل الخدمات مثل النقل، الإيواء، الإطعام؛
- الأنشطة الاقتصادية والمالية؛

تبعاً للتصنيفات المقدمة سلفاً، عملية الإنتاج السياحي عملية معقدة، كونها تقوم على عدة متغيرات يصعب جمعها في مكان وزمان معينين، مما يجعل تحديد هذا القطاع بالنسبة للقطاعات الأخرى أمر صعب وعليه فإن المنتج السياحي هو تركيب معقد جدا يتكون من عناصر غير متجانسة" فندق لوحده لا يمكنه القيام بالنشاط السياحي " وعلى ضوء التصنيفات السابقة يمكن تصنيف المنتج السياحي في العناصر التالية :

- **الموارد:** الطبيعية، البشرية، الثقافية، الفنية، التاريخية، التكنولوجية التي تجذب السائح وتدفعه للسفر.
- **التجهيزات:** ليست مؤثرة على غرض السفر، لكنها إذا انعدمت ، منعت السفر منها الإيواء، التجهيزات الثقافية، الترفيهية والرياضية.

¹ R.lanquard: Le Marketing Touristique: OP.CIT , p14.

- تسهيلات الدخول: لها علاقة مع تنوع وسائل النقل التي يمكن للسائح أن يختارها وتمثل في الإجراءات الإدارية للدخول عبر الحدود (التأشيرة، الرسوم) المنتج السياحي، منتج مركب من عناصر غير متجانسة ومرتبطة بالأنشطة الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية، ويعتمد عليها كثيرا لتوفير وتقديم الخدمات للزبائن، بحيث كلما كان هناك ضعف أو عجز في تلك الأنشطة انعكس هذا العجز على النشاط السياحي، لذلك يصبح من الضروري إنشاء علاقات مدروسة بين القطاع السياحي ومختلف القطاعات الأخرى.

II.2. المطلب الثاني: المكونات و العوامل المحددة للعرض السياحي

إن المنتج السياحي ذا طبيعة مركبة، فهو لا ينتهي بعرض سرير في الفندق أو تقديم وجبة غذائية فقط، فحسب خبراء السياحة هذان العنصران لا يمثلان سوى دعامة بسيطة وتبقى وحدها غير كافية لتقديم منتج سياحي، فهناك مكونات أخرى تضمن من طرف المحيط الاقتصادي، الاجتماعي، التكنولوجي

(أ) مكونات العرض السياحي: تتمثل هذه المكونات في:

✓ الموارد السياحية: ¹ فحسب "P.DEFERT" الموارد السياحية تتمثل في كل عنصر طبيعي، نشاط إنساني، أو كل ما ينتج عن النشاط الإنساني الذي من شأنه أن ينشط التنقلات والرحلات السياحية. الموارد السياحية، تشكل الشرط القاعدي للتنمية السياحية، سواء كانت طبيعية، أو مشكلة من طرف الإنسان وانعدامها يعدم النشاط السياحي

- فالطبيعية: كالمناخ، المناظر، النباتات، الحيوانات، البحر والشواطئ، الأنهار، الوديان، المصادر المعدنية "المياه"، الصحاري، الجبال....

¹ R.Lanquart, Le Tourisme International ,Op.CIT, p 60

- المشكلة من قبل الإنسان : كالنصب التذكارية والتاريخية، أو كل عنصر مشكل من قبل الإنسان كالمتاحف، الأنشطة الإنسانية، الحضارة، العادات والتقاليد، الفلكلور...

✓ النقل والمواصلات: وتتمثل في إمكانيات وقدرات شبكات النقل البري والبحري والجوي، والسكك

الحديدية ويعتبر النقل أحد الشروط الأساسية للسياحة، فبدون سفر لا وجود للسياحة على عكس بعض الأنشطة الترفيهية التي تمارس في محل الإقامة.

✓ إمكانيات الإيواء الإضافية: ¹ إن إمكانيات الإيواء الفندقية وحدها لا تكفي لاستيعاب الطلب السياحي

في مجال الإيواء، نظرا لاختلاف وتعدد أنواع السياحة، والتي تتطلب وجود إمكانيات إيواء تتناسب مع كل نوع أو شكل من أنواع وأشكال السياحة، كبيوت الشباب، المخيمات الصيفية، أراضي التخيم، في بعض الدول هذه الإمكانيات جد معتبرة في إسبانيا مثلا هذه الإمكانيات توفر أكثر من 1.3 مليون سرير ، في إيطاليا توفر أكثر من 2.9 مليون سرير.

✓ الحرف والصناعات التقليدية: ² تعتبر من العوامل المشجعة للسياحة وتساهم في تعزيز الإيرادات

السياحية، في خلق مناصب عمل ، في تونس على سبيل المثال يشتغل بهذه الصناعات أكثر من 40 ألف عامل

✓ التجهيزات المكتملة: ³ إن جلب السياح وإيوائهم وإطعامهم فقط لا تكفي، فالسائح يريد استهلاك

خدمات سياحية، القيام بنشاطات ترفيهية، الأمر الذي يستدعي تهيئة الموارد السياحية، بإنشاء تجهيزات ثقافية، لخلق التنشيط الذي يعتبر عنصر مهم في تكوين المنتج السياحي (العرض السياحي) وتتمثل هذه الأنشطة في :

¹ R.Christine; Le Tourisme, Publication Universitaires, d'Etudes Européennes, Genève, 1985, p,197.

² Heddar Bekacem, Role Socio-économique du Tourisme, ALGER, 1987,p62

³ R.Christine; OP, cit , p200.

- التجهيزات الرياضية والمتمثلة أساسا في الملاعب والقاعات الرياضية بتجهيزاتها المختلفة.
- التجهيزات الثقافية : وتمثل أساسا في المسارح، دور السينما، المتاحف...
- التنمية الصحية: القدرة على ضمان الأمن والحماية للأشخاص.
- التسهيلات: فيما يخص الإجراءات الإدارية ، كالتأشيرة ، المراقبة في الحدود، الصرف...
- مستوى الخدمات: المالية والتجارية و التي تعكس تطور الجهاز المصرفي و تطور الخدمات التجارية
- المستوى العام للأسعار: الذي يعكس المستوى المعيشي و القدرة الشرائية في البلد المستقبل

(ب) العوامل المحددة للعرض السياحي¹:

- ✓ العامل الطبيعي: العلاقة طردية فكلما توافر العامل الطبيعي وتنوع من خلال توفر مساحات خضراء وسواحل مطلة على البحار وجبال حيث إن توفر مثل هذه المعطيات و العوامل الطبيعية تعني استقطاب أكثر لرؤوس الأموال وبالتالي ازدياد العرض السياحي وزيادة المنشآت السياحية.
- ✓ أسعار المنتج السياحي : كلما ارتفعت الأسعار الخاصة بالمنتج السياحي زاد العرض السياحي فزيادة الأسعار تعني زيادة الأرباح مما يعني بالضرورة استقطابا لرؤوس الأموال بالتالي توسع العرض السياحي.
- ✓ تكاليف عوامل الإنتاج : إن أي عملية إنتاجية لا تتحقق إلا بمزج عناصر الإنتاج (المادة الأولية ورأس المال والعمل والتنظيم) والمنتج في النشاط السياحي يستخدم العناصر ذاتها وهناك علاقة عكسية بين تكاليف عوامل الإنتاج والعرض السياحي فكلما انخفضت التكاليف زاد العرض والعكس صحيح .

¹ الحوري، مثنى، نحو خطط رصينة لتنمية السياحة في العراق، مجلة الإدارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية، العدد 2000، ص66-67.

III. المبحث الثالث : الطلب السياحي

يمثل الطلب السياحي احد أهم عناصر قياس مدى تفاعل قطاع السياحة مع رغبات شرائح السياح ويمكن توضيح

ذلك من خلال تحديد ماهية الطلب السياحي وخصائصه والعوامل المحدد للطلب السياحي وذلك كما يلي:

III.1. المطلب الأول : ماهية الطلب السياحي

العوامل المركبة و التي تؤثر أو تحكم السائح في السفر إلى منطقة ما ، هي مختلفة و متباينة إلى درجة تجعل الطلب

السياحي يبدو مختلفا ، فعناصر السياحة هي توفر أوقات الفراغ و دخل قابل للإنفاق بالإضافة إلى مجموعة من

العوامل الأخرى

(أ) تعريف الطلب السياحي:

يعرف الطلب بشكل عام انه "رغبة المستهلكين باقتناء السلع والخدمات عند سعر معين وفي فترة زمنية معينة"¹

أما الطلب السياحي فهو "عبارة عن كمية السلع والخدمات السياحية التي يرغب ويستطيع المستهلكون الحاليون أو

المحتملون اقتنائها في زمن معين، وهو يعني انتقال مؤقت للأشخاص خارج أماكن إقامتهم لأغراض سياحية"²

ومن خلال هذين التعريفين يمكن استخراج الفارق بين الطلب بشكل عام والطلب السياحي كما يلي:

"الطلب بشكل عام ينصب على جميع السلع والخدمات المعروضة للبيع في الأسواق، في حين أن الطلب

السياحي ينصب على نوع معين من الخدمات تسمى بالخدمة السياحية المنتج السياحي الذي يلي حاجيات

السياح".³

¹ الاسدي، صفاء، المشاكل العمرانية للنمو الحضري في الكوفة، رسالة ماجستير، جامعة بغداد، مركز التخطيط الحضري والإقليمي، 1985، ص 50

² الجبوري، نجح محمود وآخرون، الدليل السياحي للمراقد الدينية والأماكن الأثرية و المرافق السياحية، دار القباء، النجف، 2006، ص 80

³ صلاح عبد الوهاب، مرجع سابق، ص 58

" الطلب بشكل عام يمارس من قبل جميع الأفراد القادرين على الدفع، في حين أن الطلب السياحي يمارس من قبل شريحة محددة في المجتمع تسمى بالسواح".

" الطلب بشكل عام يمارس على مدار السنة وفي جميع الأماكن والأسواق، بينما يمارس الطلب السياحي بأوقات معينة من السنة أثناء تنفيذ الرحلة السياحية وغالبا ما يكون في موسم الذروة السياحية وفي المناسبات وعندما يتوفر وقت الفراغ".

" الطلب السياحي هو مجموع الاتجاهات والرغبات تجاه دولة ما و الذي تتوقف على العديد من العوامل والمؤثرات بعضها شخصي مثل المستوى الاقتصادي و الاجتماعي و الثقافي للفرد و البعض الآخر مرتبط بالعوامل النفسية مثل المحاكاة و الرغبة في زيادة المعرفة".¹

(ب) العوامل المؤثرة في الطلب السياحي :

العوامل المؤثرة على الطلب السياحي والمرتبطة بالدول المصدرة للسائح ما يلي:

- درجة التقدم الاقتصادي للدول حيث تصبح السياحة مطلبا أساسيا للفرد كلما زادت درجة التقدم والرقى.
- النظم المحددة لأوقات العمل والإجازات فهي محددات أساسا في عملية تخطيط الرحلات السياحية و مدى القدرة على تحقيق أكبر استفادة ممكنة منها.
- القدرة المالية حيث يعتبر مستوى الدخل و المعيشة من المؤثرات المباشرة على الإنفاق السياحي لما له من درجة مرونة عالية بالنسبة لتغيرات الدخل
- حرية التحويل النقدي حيث تفرض بعض الدول قيودا على تحويل العملات بغرض المحافظة على احتياطاتها النقدية الحرة للخارج مما يؤثر على الطلب السياحي لتلك الدول.¹

¹ سلوى مرسى، مرجع سابق، ص 50

ومن حيث الدول المستقبلية للسائحين هناك العديد من العوامل المؤثرة والمرتبطة بها على سبيل المثال:

- الإجراءات السياحية المتاحة وهي تمثل موارد الدولة المستوردة للسائحين و درجة تنوعها لمواجهة أغراض السياحة المتعددة من علاج و ثقافة و استحمام و رياضة... .

- مدى كفاءة الخدمات السياحية تؤثر تأثيرا قويا على درجة التدفق السياحي للدولة كحسن استقبال و استضافة السائح و هذا يعطي انطباع قوي لدى السائح لا يؤثر فقط على عدد مرات عودته بل يؤثر على درجة دعايته للبلد المضيف عند عودته لبلاده و ذويه و بالتالي اتساع السوق السياحي ومواجهة المنافسة الدولية أمام هذا البلد.

- الاستقرار والأمان من العوامل الهامة التي تؤثر على الطلب السياحي لحساسيته الشديدة للتقلبات السياسية و الطبيعية و درجة تلوث البيئة.

- بما أن السائح يتجه إلى البلدان التي تتلاءم فيها الأسعار مع قدراته المالية فان ارتفاع تكلفة الخدمة السياحية يؤثر تأثيرا مباشرا على الطلب السياحي.²

(ت) خصائص الطلب السياحي :

من ما سبق يمكن أن نستخلص مجموعة الخصائص التي يتم بها الطلب السياحي و هي:

✓ الموسمية: حيث يزداد الطلب السياحي عادة في فصول الصيف وان كان يزداد في بعض المناطق خلال

فصل الشتاء لانتشار رياضة التزلج على الجليد.³

² إيهاب عز الدين ندم، "اقتصاديات السياحة في مصر ووسائل تنشيط الاستثمار السياحي بها"، مؤتمر السياحة في مصر، مارس، 1988، ص 30

² صلاح الدين عبد الوهاب، مرجع سابق، ص 61

³ سلوى مرسى، مرجع سابق، ص 66

✓ **عدم التكرار**: حيث لا يعني تحقيق درجة عالية من الإشباع لدى السائح ضرورة قيامه بتكرار زيارة البلد.¹

✓ **التركيز**: يتم تركيز الطلب السياحي على مدن و مناطق الجذب السياحي من مناطق الاستشفاء و السواحل

و المدن ذات التراث الثقافي والحضاري وهذا يؤدي إلى تركيز مشروعات العرض السياحي في مناطق معينة وترك الأقاليم المجاورة.

✓ **عدم التجانس**: لأنه مزيج من الأذواق و الرغبات، ولذلك هناك أنواع مختلفة من السياحة.²

✓ **تأثره بالظروف السياسية**: فمن أهم خصائص الطلب السياحي تأثره الشديد بالمتغيرات السياسية الخارجية

فالطلب السياحي يتأثر سلبيا بعدم الاستقرار الاقتصادي والحروب والظروف السياسية للدول النامية.³

ث) أنواع الطلب السياحي:

يصنف الطلب السياحي استنادا إلى العامل الجغرافي إلى :

✓ **الطلب السياحي المحلي أو الداخلي**: ويتمثل بعدد السياح المواطنين من حملة جنسية البلد والذين

ينفذون رحلات سياحية داخل حدود البلد المقيمين فيه.

✓ **الطلب السياحي العالمي أو الخارجي**: ويتمثل بعدد السياح الأجانب من حملة الجنسيات الأجنبية

المختلفة والذين يتنقلون عبر الحدود الدولية للبلدان المختلفة .

وهناك تصنيف آخر للطلب السياحي طبقا لمدى تحقيقه إذ يصنف الطلب السياحي إلى :

✓ **الطلب السياحي الفعلي (الحقيقي)**: ويشمل أولئك الأفراد الذين سافروا فعلا إلى أماكن القصد السياحي .

¹ عبد السلام أبو قحف، صناعة السياحة في مصر، المكتب العربي الحديث، القاهرة، 1992، ص 18

² د. إيهاب عز الدين نديم، مرجع سابق، ص 38

³ سلوى مرسى، المرجع السابق، ص 17

✓ الطلب السياحي المحتمل (الكامن): والمتمثل بالأشخاص الذين تشملهم القواعد الأساسية للسفر

والسياحة، أي لديهم الوقت والمال والقدرة على السفر والسياحة.¹

(ج) وحدات قياس الطلب السياحي :

يقاس الطلب السياحي بإعداد السياح الوافدين للمنطقة السياحية لكن فترة بقاء السياح في الموقع السياحي تختلف من فرد لآخر فقد تكون بالحد الأدنى يوم وربما تزيد في بعض الأحيان عن العشرة أيام وقد تصل إلى شهر أو أكثر لذلك يمكن استخدام مقياس آخر للطلب السياحي هو أعداد ليالي المبيت ويضرب بإعداد السياح الوافدين للموقع لكي تصل إلى تقدير لحجم الطلب السياحي الفعلي وتستخدم المنشآت السياحية الخاصة بالإيواء مقاييس أكثر دقة تتمثل بإعداد الأسرة أو الغرف المبيعة أو المشغولة ويقاس الطلب السياحي بواسطة القوانين التالية:

✓ عدد المسافرين المغادرين ÷ إجمالي عدد سكان × 100 = المعدل الصافي للسفر.

✓ عدد السفريات « الرحلات » ÷ إجمالي عدد السكان × 100 = المعدل الخام للسفر .

المعدل الصافي للسفر ÷ معدل الخام للسفر × 100 = تكرار السفر هذه المعدلات تبين ميل مجتمع ما للسفر .

وفي الأنشطة الترويجية وليس السياحية وهي التي تقل عن 24 ساعة يقاس الطلب الترويجي بعدد الزوار الوافدين إلى المنشآت السياحية (عدد التذاكر) أو بعدد الضيوف.²

III.2. المطلب الثاني: العوامل و الاحتياجات المحددة للطلب السياحي

¹ الحوري ، مثنى ، المرجع السابق ، ص 53

² عاتي ، رمزي بدر ، العوامل المؤثرة في الطلب السياحي ، رسالة ماجستير ، ألامعه المستنصرية، كلية الإدارة والاقتصاد ، 1984 ، ص 13

(أ) العوامل المحددة للطلب السياحي :

يتأثر الطلب السياحي بنوعين من العوامل ،العوامل الموضوعية والعوامل الذاتية:

✓ العوامل الموضوعية:

وتعتبر العوامل الخارجية من أهم العوامل الموضوعية ، والتي تتمثل في العوامل الاقتصادية

والعوامل الديمغرافية و الاجتماعية¹.

✓ العوامل الاقتصادية: تتمثل فيما يلي:

-**الأسعار:** يتأثر الطلب السياحي بشكل كبير جدا بأسعار الخدمات السياحية ، بحيث تكون العلاقة بينهما عكسية في غالب الأحيان، كما تلعب الأسعار دورا مهما في اختيار وتحديد الوجهة السياحية ويمكن ملاحظة هذه الظاهرة بالواقع العملي، فالطلب السياحي العالمي تأثر سلبا بموجة التضخم التي مست مختلف الدول عام 1974 اثر زيادة أسعار النفط الخام.

والجدير بالذكر في هذه النقطة أن سلوك السائح لا يكون دائما عقلانيا ، فبرغم من ارتفاع الأسعار في بعض المناطق السياحية ، إلا انه يقبل التضحية بمبالغ مالية لعدة أسباب منها التقليد والرغبة في التميز ، وإظهار الانتماء إلى الطبقة العليا ، أو إذا تعلق الأمر بنفقات استثنائية تخص رحلة لا يقوم بها إلا مرة واحدة في حياته.²

-**الدخل:** تعتبر مسألة توفر الإمكانيات المادية (الدخل) من الشروط الأساسية لتحقيق الظاهرة السياحية فالعلاقة بين الدخل والطلب السياحي هي علاقة طردية كونه يعكس القدرة الشرائية للسائح. كذلك طريقة توزيع الدخل بين أفراد المجتمع لها دور كبير في التأثير على الطلب السياحي، فكلما تحققت عدالة في التوزيع كلما زاد

¹ الخضيرى ، محسن احمد ، التسويق السياحي ، مكتبة مدبولي ، القاهرة ، 1989 ، ص 52

² Robert lanquar ، l'économie du tourisme ، que sais ، édition PUF N° 2065 ، 1983 P 26 .

الطلب السياحي، وتمكنت جميع شرائح المجتمع من المساهمة في السياحة، في حين يعني سوء التوزيع اقتصار الطلب السياحي على الطبقة الغنية والتي تستحوذ على غالبية الدخل مما يؤدي إلى انخفاض الطلب السياحي¹

- سعر الصرف : هذا العامل يؤثر على السياحة الخارجية فقط ، إذ أن السائح يمارس عملية الإنفاق السياحي داخل القطر بالعملة الوطنية المتداولة ، أما بالنسبة لسياحة الخارجية ، فالمطلوب من السائح أن يستبدل عملته الوطنية بعملة البلد المزار أو بعملة عالمية مقبولة من قبل البلد المزار، وهذا يعني أن عملية الصرف سوف تؤثر على القدرة الشرائية للسائح ، ومن ثمة تأثر على الطلب السياحي ، فكلما انخفض سعر الصرف بالنسبة للبلدان المستضيفة للسواح زادت القوة الشرائية للسواح الوافدين، وبالتالي يزداد الطلب السياحي عليها.

وقد يكون سعر صرف العملة الوطنية عملية مخطط لها ومقصودة بهدف رفع مستوى الطلب السياحي السياحة في دعم ميزان المدفوعات والتجارة الخارجية، وقد يكون هذا الإجراء بهدف منافسة البلدان السياحية المجاورة لاستقطاب أكبر عدد ممكن من السواح.²

✓ العوامل الديمغرافية والاجتماعية :

- حجم السكان : إن عدد السواح يعتمد على عدد السكان والعلاقة تكون طردية، فكلما ازداد حجم السكان كلما أدى ذلك إلى زيادة الطلب السياحي، إلا أن هذه القاعدة قد لا تنطبق على بعض البلدان ذات الكثافة السكانية العالية، كالهند مثلا الذي يتميز بانخفاض الطلب السياحي، ويرجع ذلك إلى التأثير الكبير للعوامل الأخرى ويأتي في مقدمتها عامل الدخل وانخفاض المستوى المعيشي للسكان بهذا البلد.

- الخصائص الاجتماعية للسكان : ليس فقط حجم السكان وحده المتحكم في الطلب السياحي، فهناك أيضا مواصفات سكانية أخرى تلعب دورا في تحديد الطلب السياحي ومنها:

¹ عاتي، رمزي بدر، مرجع سبق ذكره، ص 20 .

² Robert lanquar ,Op cit ,P 32 .

* **الجنس** : إن البيانات الخاصة بجنس الفرد تدخل ضمن كل الدراسات المتعلقة بالسلوك تقريبا، واختلافات الجنس لها أهميتها بالنسبة لكثير من أشكال السلوك الاجتماعي والاقتصادي، وينطبق هذا أيضا على الأوجه المختلفة للسياحة، حيث اتضح أن إقبال الذكور على الطلب السياحي أكبر من إقبال الإناث وبالتالي كلما كانت نسبة الذكور في المجتمع أعلى من نسبة الإناث كلما أدى ذلك إلى زيادة الطلب السياحي، ويرجع السبب في ذلك إلى أن الذكور أكثر حيوية ونشاطا وحبا للاطلاع والتغيير والتجديد أما الإناث فهي تميل أكثر إلى الاستقرار والاهتمام بالبيت والأسرة، بالإضافة إلى أن بعض المجتمعات لا يزال هناك تقييد كبير لحرية المرأة.¹

* **العمر**² : يوجد اختلاف كبير في السلوك السياحي للمجموعات العمرية المختلفة ، وبشكل عام يمكن

التمييز بين خمسة أقسام من هذه الفئات في السوق السياحة وهي:

الفئة الأولى (من 1 إلى 14 سنة): وتشمل الأطفال، وتعتمد هذه الفئة في سلوكها السياحي بدرجة كبيرة على

قرارات الوالدين وغيرهما من البالغين، كما يشكل الأطفال مجموعة خاصة في ضوء أسعار السواح ، وان الكثير من التسهيلات كالنقل والسكن وخدمات التسلية والترفيه توفر لهم بأسعار خاصة.

الفئة الثانية (من 15 إلى 24 سنة): و هي سوق الشباب الذين لديهم مصادرههم الخاصة التي تكون محدودة

عادة وأصبحوا يسافرون بدون عائلاتهم، كما يكون السلوك السياحي لهذه الفئة ذا طبيعة استكشافية كبيرة.

الفئة الثالثة (من 25 إلى 44 سنة): الشباب نسبيا هم أشخاص ناشطون وفعالون اقتصاديا يسافرون على

الأكثر مع عائلاتهم، ويتأثر سلوكهم السياحي تأثرا جوهريا باحتياجات واهتمامات أطفالهم.

الفئة الرابعة (من 45 إلى 64 سنة): متوسطي الأعمار، سلوكهم السياحي لم يعد يتأثر بصفة كبيرة

باحتياجات واهتمامات أطفالهم.

الفئة الخامسة 65 سنة فما فوق : على الرغم من وجود الكثير من أوقات الفراغ لديهم لان مساهمتهم في

¹ فؤاد رشيد سمارة، تسويق الخدمات السياحية ، ط 1 ، دار المستقبل ، عمان ، 2001 ، ص 68

² عاتي رمزي بدر ، مرجع سبق ذكره ، ص 13

السياحة تكون ضئيلة في غالب الأحيان.

* **المهنة** : يكون الاختلاف في السلوك السياحي للأشخاص بناء على المهنة التي يمارسونها، ويعزى ذلك إلى

حقيقة

هامية وهي توفر الوقت والميزانية، فهناك بعض المهن التي تتطلب كثرة السفر مثل الرياضيين المحترفين، ورجال الأعمال، كما توجد مهن توفر لأصحابها دخلا وفيرا يؤهلها للقيام بالرحلات السياحية.¹

* **الحالة الاجتماعية**: يتغير السلوك السياحي للفرد كلما زادت مسؤولياته والتزاماته العائلية الناتجة أساسا

عن الزواج وزيادة عدد الأطفال، مما يؤدي إلى تغير طلبه على البرامج السياحية.

* **وقت الفراغ**²: لقد كان لظهور العطل المدفوعة الأجر، وتخفيض ساعات العمل وسن التقاعد اثر كبير

بزيادة الطلب السياحي، وظهر أنواع مختلفة من السياحة، وهو ما يؤكد على العلاقة الطردية بين أوقات الفراغ والطلب السياحي.

وقد اتجهت التشريعات والأنظمة والقوانين إلى تنظيم وتحديد ساعات العمل اليومية و الأسبوعية ومقدار العطل

الشهرية والسنوية، وعموما يتراوح مقدار العطل السنوية الممنوحة في العام في حدود الثلاثين يوما في المتوسط . كما

تسعى المجتمعات في الوقت الحالي إلى تقليص ساعات العمل وتوفير فراغ أطول للعاملين، وذلك وعيا منها لأهمية

أوقات الفراغ في زيادة الإنتاجية، نظرا لما توفره من راحة جسدية ونفسية للعامل، ورفع روحه المعنوية وتجديد طاقته

وقدرته على العمل.

✓ **الوضع السياسي والأمني**: إن النزاعات الدولية و الاختلالات الداخلية والمشاكل السياسية في البلدان،

¹ سلوى مرسى ، مرجع سابق، ص 68

² فؤاد رشيد سمارة، تسويق الخدمات السياحية ، ط 1 ، دار المستقبل ، عمان ، 2001 ، ص 85 .

تؤثر بشكل كبير على الطلب السياحي، وغالبا ما يرافق الظروف الراهنة وحالات عدم الاستقرار انخفاض في الدخل والمستوى المعيشي، مما يؤدي إلى تركيز الطلب على السلع الضرورية فقط وقلّة الطلب على السلع الكمالية ومنها الطلب على السياحة، كما أن السائح يبحث عن السعادة والأمان ويتجنب المشاكل والمخاطر، وبذلك فهو يتجنب السفر إلى أماكن تفتقر إلى الاستقرار والأمان.

✓ **العوامل الذاتية:** وهي عبارة عن المؤثرات الداخلية للفرد والتي تؤثر على الطلب السياحي، تأتي في مقدمتها

الحاجة إلى السفر والسياحة، وتوجد العديد من النظريات التي اهتمت بدراسة حاجيات الإنسان من أشهرها نظرية ماسلو، إذ وضع خمس درجات للحاجة وهي كالآتي: ¹

- حاجات فيزيولوجية، كالحاجة إلى الطعام والشراب والسكن ؛

- الحاجة إلى الأمان، وتشمل الحماية، الاطمئنان، الأمن ؛

- حاجات اجتماعية، كمحبة الغير، الانتماء إلى جماعة معينة، الرغبة في العيش بطريقة معينة ؛

- حاجات اعتبارية ويدخل في ذلك: كرامة الإنسان، النجاح، الاعتزاز بالنفس ؛

- حاجات إشباع الذات والتي تتركز أساسا في الرغبة في تحقيق المقاصد الشخصية ؛

ومن دون شك فإن الحاجات الفيزيولوجية والتي لا يمكن الاستغناء عنها إطلاقا تحتل الأولوية في سلم الحاجات،

لكن الحاجات الأخرى تتباين من مجتمع لآخر، فمتى تم إشباع الحاجات الضرورية وحاجات الأمان، فإن الفرد

سيحاول وبمعدلات متفاوتة إشباع الحاجات الأخرى منها الحاجة إلى السفر لغايات الاستجمام أو غيرها من

الأنشطة السياحية.

¹ كريم قاسم، ترقية السياحة في الجزائر، حالة الديوان الوطني للسياحة، رسالة ماجستير، المدرسة العليا للتجارة، الجزائر 1998، ص 59

أما في الحياة العملية ارتبط تحليل الحاجات الإنسانية بالمنفعة التي يتحصل عليها الفرد من المنتج أو الخدمة لإشباع حاجاته، وقد قام باحثي التسويق بإعداد قائمة لاحتياجات الأفراد وفقا للشئانية (احتياجات / منافع) كما يلي:

(ب) الاحتياجات المحددة لطلب السياحي :

✓ **حاجات اقتصادية:** هي الحاجة إلى ادخار الأموال والتي يمكن أن تشبع عن طريق التوفير أو الاعتدال في

النفقات، الحاجة إلى اقتصاد الوقت والجهد والتي تتحقق عن طريق وسائل الراحة والترفيه وأخيرا الحاجة إلى إرضاء الأذواق المختلفة للمستهلكين.

✓ **الحاجة إلى تحقيق الذات:** وهي تشبع عن طريق المغامرات التي توفر عدة مزايا للفرد، مثل التجديد،

التنوع، الاستقلالية، البهجة ، وأيضا عن طريق المحافظة على الذات والتي تتحقق من خلال الحفاظ على العادات، الأمن، الاستقرار، الاستمرارية .

✓ **الحاجة إلى الشعور بالانتماء:** وهي تشبع عن طريق العلاقات المختلفة كالصداقة، التجمعات، وأيضا

الحاجة إلى الشعور بعدم الانتماء، والتي تتحقق عن طريق الانفراد، القدرة على جلب الانتباه، التميز.

✓ **الحاجة إلى التفاخر والتباهي:** وهي تمثل الحاجة إلى عرض أشياء ملموسة، وهي تشبع عن طريق النجاح،

النفوذ، القوة والصرامة، ومن جهة أخرى الحاجة إلى عرض أشياء غير ملموسة تترجم عن طريق السمعة، الكرامة،

الكبرياء، التواضع...الخ.¹

¹ Robert Lanquar ، sociologie du tourisme et des voyages ، que sais –édition PUF , N°2213, 1985 , p 30 .

خلاصة

السياحة ظاهرة قديمة قدم الإنسان ، فقد ظهرت منذ أن خلق الله الأرض و من عليها ، و قد شهدت تطورات سريعة ومستمرة تبعا لتطور الحياة و أساليبها و نظمها ، و التطور العلمي و التكنولوجي ، مما أدى إلى اتساع نطاقها و تعدد جوانبها و ازدياد أهميتها، حتى أصبحت تشكل اليوم أكبر صناعة في العالم، و أطلق عليها الصناعة الواعدة للقرن العشرين، فهي عبارة عن نشاط متعدد يعرف بكافة العوامل والظواهر الخاصة بالسفر والإقامة خارج مقر الإقامة المعتاد للترفيه، الراحة، الأعمال، العلاج، الرياضة الديانة و تتميز بمجموعة من الخصائص تميزها عن غيرها من الأنشطة، و تشترط توفر مجموعة من المقومات و الأركان.

تشكل السياحة سوقا اقتصاديا قابل للتوسع عن طريق زيادة المنتج السياحي الذي يتمثل في الخدمات و الملامح البيئية و الحضارية التي هي في الأصل غير مادية ، لذلك لا يمكن أن تدر عائدا ماديا إلا عن طريق صناعة السياحة ، كالشواطئ ، المناخ المعتدل ، البيئة ، الظواهر الطبيعية ، الآثار التاريخية ، الأماكن الدينية....

إذن السياحة ظاهرة قديمة ، شهدت تطورات مذهلة وخاصة بعد الحرب العالمية الثانية ، و هي صناعة مركبة تتألف من عدة عناصر تتراوح بين العناصر الطبيعية و البشرية و الحضارية، و ترتبط ارتباط وثيق مع محيطها الاجتماعي السياسي ، البيئي ، الاقتصادي ، و القانوني، لذلك تتعدد أنواعها و أنماطها و محاورها و تباين أثارها.