

جغرافية السياحة

الفرقة الأولى (عام)

إعداد

د/عبدالسميع رمضان

المحاضرة الثامنة

تيارات حركة السياحة الدولية

أولاً: أهم تيارات حركة السياحة الدولية من دول المنبع إلى دول المصب:

✓ كانت نحو أربعة أخماس الحركة السياحة الدولية في سبعينيات القرن العشرين بين دول المركز أو القلب (دول أوروبا الغربية وأمريكا الشمالية واليابان)، ونحو الخمس كانت فيما بين دول الأطراف أو الهامش (باقي دول العالم).

✓وقد شكلت الولايات المتحدة الأمريكية السوق

السياحية الأولى تصديراً للسياح عالمياً.

✓وكانت تتجه نحو دول البحر الكاريبي القريبة منها.

✓وجاءت كندا في المرتبة الثانية تصديراً للسياح إلى

دول الأمريكتين خاصة دول البحر الكاريبي أيضاً.

✓ وكان تيار السياح الأمريكيان هو الأكبر
حجماً في حركة السياحة الدولية عابراً
للقارات متجهاً إلى المملكة المتحدة ومصر
واليابان واليونان وإيران، وأستراليا.

✓ أما عن تيارات السياحة الأوروبية الدولية.

- فقد جاء التيار السياحي الألماني كأكبر التيارات الأوروبية حجماً، بين معظم دول القارة.

- أما السياح الفرنسيون فيتجه تيارهم الرئيسي إلى مستعمراتهم السابقة خاصة في غرب أفريقيا، متأثرة بروابط تاريخية، ويحاكيهم السياح الإيطاليون إلى ليبيا.

✓ أما تيارات السياحة اليابانية الدولية فتتجه صوب دول الجوار في شرق آسيا.

✓ وهناك تيارات سياحة دولية قصيرة المدى المكانية حيث تقتصر على مجموعة دول في إطار إقليم جغرافي واحد، حيث تلعب المسافة وتكلفة السفر دوراً فاعلاً في تشكيل هذه التيارات السياحية فيما بينها.

- ومن أهم أسباب تفاوت مشاركة الدول في تيارات السياحة الدولية وتباين عوائدها السياحية، الآتي:
- **موقع الدولة:** المستقبلة للسياح بالقرب من الدول المصدرة لها، خاصة دول غرب أوروبا وأمريكا الشمالية.
 - **مستوى الدخل:** في الدول الجيران، فحجم تيارات السياحة فيما بين الولايات المتحدة وكندا أكبر بكثير منه فيما بين إسبانيا والبرتغال.
 - **سهولة إمكانية الوصول: Accessibility.**

ثانياً: أهم خواص حركة السياحة:

١- أهم خواص حركة السياحة عامة:

- **التحيز:** وهو السمة العامة في معظم حركات السياحة على سطح الأرض؛ والمقصود به إما متحيزة المسافة أو متحيزة التكلفة أو متحيزة الوسيلة أو متحيزة النوع، أو متحيزة إقليمياً أو متحيزة تاريخياً أو متحيزة عمرياً،

■ وفيما يلي توضيح ذلك:

أ. الحركة السياحية متحيزة المسافة: أى أن تيارات السياحة أكثر في المسافات القصيرة وأقل في المسافات الطويلة، بسبب نفقة السفر ومشقته.

ب - الحركة السياحية متحيزة الإتجاه:

- أي تكون تياراتها أكثر في إتجاه معين أو مناطق محددة دون غيرها.

- **مثال:** إتجاه معظم حركة السياحة من الدول الأوروبية الباردة صوب دول جنوب أوروبا الدفيئة، أو زيادة الإتجاه في حركة السياحة الداخلية صوب السواحل حيث التمتع بالشواطئ البحرية.

ج . الحركة السياحية المتحيزة لوسيلة النقل:

فيلاحظ تحيز الحركة السياحية في المسافات

القصيرة إلى السيارة، وفي المسافات الطويلة

إلى القطار، أما في المسافات الأطول إلى

الطائرة.

د. الحركة السياحية متحيزة التكلفة: أي تفضل الذهاب إلى المقاصد السياحية الأقرب حيث المسافة الأقصر وتكلفة النقل الأقل.

هـ. الحركة السياحية متحيزة النوع: والتي يغلب عليها نوع دون آخر، مثل الحركة السياحية الذكرية المتجهة إلى دول شرق آسيا خاصة تايلاند، حيث يغلب الذكور على معظم تيارات حركة السياحة.

و- الحركة السياحية المتحيزة إقليمياً وجغرافياً:
وهي التي يلغى على تياراتها التركيز داخل إقليم
جغرافى معين، مثل إنحصار معظم حركة
السياحة الأوروبية داخل قارة أوروبا.

ز- الحركة السياحية متحيزة العمر: وهي التي يغلب عليها سياح من أعمار معينة؛ حيث من الملاحظ أن معظم تيارات حركة السياحة يغلب عليها السياح من سن ٢٠ إلى ٤٥ سنة.

ح- الحركة السياحية المتحيزة تاريخياً: هي التي ينحصر معظم تياراتها فيما بين دول تربطها علاقات تاريخية معروفة، كتلك الحركة السياحية المتجهة من فرنسا إلى دول المغرب والتي كانت مستعمرات فرنسية.

٢- أهم خواص حركة السياحة الدولية:

- أنها حركة إستقطابية: حيث تستقطب معظمها دول القلب (المركز) المتقدمة الغنية خاصة دول شمال الأطلنطي.
- إن معظم حركة السياحة الدولية إقليمية: حيث تتمركز جغرافياً داخل قارة أوروبا وأمريكا الشمالية بصفة رئيسية.
- إستمرارية السيادة في حركة السياحة الدولية لقارة أوروبا.

- ظهور أقاليم سياحة دولية حديثة ذات أهمية نسبية متزايدة، مثل: الشرق الأوسط، وشرق آسيا، وإستراليا.

- يوجد إرتباط قوى بين حركة سياحة رجال المال والأعمال وبين المدن خاصة العواصم.

- يوجد محطات وصول تتسم بغلبة نوع على آخر Gender.

- ففي محطات تايلاند وكوريا الجنوبية يغلب عليها الذكور بنسبة (٨٨%).

- أما في جزر فيجي وسوموا وجاميكا وهاواي تتوازن كلتا النسبتين للذكور والإناث في محطات.

٣- أهم خواص حركة السياحة الداخلية:

- أن حجم حركة السياحة الداخلية يعادل عشرة أمثال حجم حركة السياحة الدولية.
- تعاني حركة السياحة الداخلية من قلة إهتمام الحكومات بها خاصة فى الدول النامية.

- ٣- تركز دراسات حركة السياحة الداخلية على التيارات القادمة من المدن الكبرى والأقاليم الصناعية الغنية والمتجهة صوب السواحل.
- ٤- تتفوق الأقاليم الساحلية في مغرياتها وجاذبيتها السياحية على غالبية المقاصد السياحية الأخرى في جذب السياحة الداخلية.
- ٥- تتسم حركة السياحة الداخلية بالتركز الجغرافي الواضح؛ إذ تنحصر في أقاليم تصدير معينة وأقاليم إستقبال معينة دون غيرها.

أهم ضوابط الحركة السياحية:

أولاً: النقل Transportation:

- يمثل النقل عصب السياحة وعمودها الفقري؛ إذ أنه لا سياحة بلا نقل، فالنقل صانع السياحة، ومن ثم فإن رواج السياحة وانتعاشها يتطلب بالضرورة تطوير النقل.

• وبالتالي فإن تحسين النقل وتسهيل إمكانية الوصول إلى المزارات السياحية لا يقل أهمية عن المغريات السياحية.

• ومما يؤكد ذلك أن تخلف التنمية السياحية في جزر جنوب المحيط الهادي إنما يرجع إلى تخلف النقل عامة والنقل الجوي بصفة خاصة.

- وتشارك وسائل النقل كافة في خدمة حركة السياحة الدولية والداخلية على السواء.
- ويفضل السائح السفر الطويل " بالطائرة " عن السفر بالسيارة على أساس الأسعار، ومسافة الرحلة، فضلاً عن مدة الرحلة، والراحة، والأمان.

ثانياً: تسهيلات الضيافة Hospitality:

يشمل قطاع الضيافة، كافة منشآت الإقامة وخدمات الطعام التي تمد تقدم للسياح بعيداً عن بيوتهم؛ بهدف إجتذاب الزبائن والضيوف.

وكانت مصر وفلسطين والعراق في العصور القديمة أول من أنشأ الفنادق لإيواء النزلاء والغرباء.

وقطاع الضيافة قطاع مركب من عدة قطاعات فرعية، أهمها:

- ١ - قطاع الإيواء Accommodation.
- ٢ - قطاع الغذاء Food service.
- ٣ - قطاع التموين Catering.
- ٤ - قطاع الإدارة management.

وفيما يلي مناقشة موجزة لكل قطاع:

- ١ - قطاع الإيواء: ويشمل منشآت الإقامة والإيواء للزلاء من المسافرين والسياح، وتتمثل في:
 - **الفنادق:** أنواعها ومستوياتها، وهي تقدم خدمات الإيواء والغذاء معاً.
 - **الخانات:** وهي تقدم خدمات الطعام والشراب والنوم معاً ولكن على نطاق ضيق.
 - **البنسيونات:** وتقدم خدمة النوم فقط.
 - **معسكرات الإجازات:** وهي تقدم خدمات الضيافة والتسلية والاستجمام معاً.

■ مراكز المؤتمرات: وهي تقدم خدمات ضيافة فاخرة.

■ أماكن التخييم والكرافانات.

■ القرى السياحية والمنتجعات.

■ الفنادق العائمة.

■ منازل الإستجمام: وهي تخدم بصفة رئيسة أرباب المعاشات ومحدوى الدخل.

■ المأوى الريفى: وهي خانات ريفية تقدم خدمات الطعام والنوم.

■ نزل الشباب.

٢ - قطاع الغذاء:

ويتكون من منشآت متنوعة بعضها يتخصص في **المأكل** وبعضها يقدم **المشروبات** وبعضها يقدم **المأكل والمشرب** معاً، وأهمها:

■ **المطاعم**: بأنواعها ومستوياتها كافة، وتقدم **المأكل والمشرب** معاً.

■ **الكازينوهات (الكافتيريات)**: وهي أماكن للتسلية والترفيه وتقدم **المأكل والمشرب** معاً.

- **محلات بيع المشروبات:** وهي تقدم المشروبات فقط كالمقاهي.
- **الحانات:** كالمقاهي وتختص بتقديم المشروبات.
- **صالون الشاي:** وهي أماكن لبيع المشروبات الساخنة غير الكحولية.

٣ - قطاع الإمداد والتموين:

يقصد به توفير كافة إحتياجات الفنادق والمطاعم من كافة المأكولات والمشروبات والأجهزة والتجهيزات والأثاث، وإن كانت تركز على الإمداد بالطعام والمشروبات بكافة أنواعها.

٤ - قطاع إدارة الضيافة:

- ويتمثل في العنصر البشري القائم على خدمة السائح.
- حيث يتميز المحتوى التقني الخاص بالضيافة بإدارته المهنية ذات المهارات الفنية العالية.

وتتلخص أهم عناصر الإدارة الاستراتيجية للضيافة

فى الآتى:

- ١ - التحليل البيئى باعتبار البيئة المحيطة بيئة تنافسية، فيجب تحديد أفضل سياسات الإدارة وتحديد الأخطار التنافسية والفرص الجديدة المتاحة فى مجال الأعمال التجارية المربحة.
- ٢ - تحليل نقاط القوة ونقاط الضعف.
- ٣ - تحليل الفجوة بين نقاط القوة ونقاط الضعف.

٤ - تحليل البدائل الاستراتيجية، واختيار
الاستراتيجية الأنسب من بين البدائل المتاحة.

- كل ذلك بهدف تطوير وتقديم فنون الضيافة
فى ميدان الفندقة والمطاعم السياحية لجذب
المزيد من الأفواج السياحية.

ثالثاً: وقت الفراغ Leisure time:

- يعرف وقت الفراغ على إنه «الوقت الحر خارج وقت العمل ومسئوليّاته، والذي يكون الإنسان فيه حرّاً في إختيار كيفية شغله سواء في الترويح أوالسياحة أوغيرهما».
- وقد عرفت جميع الأمم وقت الفراغ، ففي الماضي إرتبط وقت الفراغ والإجازات بالأعياد والمناسبات الدينية، ثم ما لبث مع مرور الزمن أن انفصل وقت الفراغ والإجازات عن هذه المناسبات.

- وظل وقت الفراغ خاصاً بالطبقات الثرية دون غيرها حتى القرن الثامن عشر ولم تتمتع الطبقات الكادحة إلا بيومي عطلة نهاية الأسبوع والإجازات.
- ولكن قيام الثورة الصناعية أدى إلى مضاعفة الإنتاج ومضاعفة قيمته النقدية.
- كما نجحت الإتحادات العمالية في إقرار حق العمال في إجازات سنوية مدفوعة الأجر مما ترتب عليه تناقص ساعات وأيام العمل الأسبوعية، فازداد بذلك وقت الفراغ الذي شجع على السفر والسياحة.

- ولما كانت معظم الإجازات تتركز في فصل الصيف مرتبطة بعطلات الدراسة في المدارس والجامعات، فكان فصل الصيف هو موسم الذروة السياحية الأكبر في معظم دول العام.
- ولما كانت ألمانيا وروسيا الاتحادية والسويد من أكبر دول العالم في عدد أيام العطلات والإجازات مدفوعة الأجر كانت هي نفسها من أكبر دول أوروبا تصديراً للسياح.

رابعاً: الدخل Income.

- يعد الدخل العامل البشرى الثانى عقب وقت الفراغ اللازم لتنشيط الحركة السياحية والتنمية السياحية.
- حيث يساعد ارتفاع الدخل على تحويل الرغبة الشخصية فى السفر السياحى إلى طلب وممارسة فعلية للسياحة إذا اقترن بوقت فراغ كاف.

➤ **وقديماً كان السفر السياحي إبان الإجازة
والعطلات مقصوراً فقط على الطبقات الثرية
دون غيرها.**

➤ **وفى الوقت الحاضر صارت الطبقات متوسطة
الدخل تسافر للسياحة فيما يعرف بالسياحة
الاجتماعية فى رحلات منخفضة التكلفة.**

خامساً: التقدم التكنولوجى:

- ✓ كان للثورة العلمية التكنولوجية التى بدأت منذ أواخر ستينيات القرن العشرين وما نتج عنها من إنجازات هائلة دور كبير إزدهار الحركة السياحية.
- ✓ فقد أحدثت الحواسب الآلية المتطورة ثم شبكة الإنترنت، ثورة فى عالم السياحة الحديثة، إذ استخدمتها الشركات السياحية وشركات الطيران وشركات الفنادق والمطارات.

✓ كما ظهرت أيضاً في صناعة أجيال متطورة من الطائرات العملاقة والطائرات فائقة السرعة والتاكس الطائر.

✓ وكذلك الحال في عالم القطارات حيث كان القطار الطائر في اليابان ومetro الأنفاق فائق السرعة الذي يربط باريس بلندن، والتلغراف.

✓ كذلك الحجوزات التي تتم اليوم بواسطة الإنترنت في سهولة ويسر.

✓ ودرجة الأمان العالية في وسائل النقل الحديثة.