



**بهش : کارگیری ریکخواه گه شتیاریه کان  
کۆلیژی بهریوه بردن و ئابووری : زانکۆی سه لآحه ددین  
بابهت : کارگیری : ئابووری گه شتیار  
قۆناغی : دووهم  
وهرزی یه کهم و دووهم**

**مامۆستای بابهت : دیلان رمضان تمرخان**

**بو سالی خویندنی : 2021 - 2022**

## الفصل الاول : اقتصاديات السياحة

### مقدمة

تقوم الحياة من وجهة نظر اقتصادية على اساس التفاعل المستمر بين عنصرين اساسيين هما الانسان والطبيعة ، وسنحاول القاء الضوء على هذين عنصرين كما يلي :

العنصر الاول ( الانسان ) :- يعرف علم الاقتصاد الانسان على انه ( مجموعة من حاجات البشرية متعددة ومتنوعة ) و تتولد هذه الحاجات من طبيعة الانسان البيولوجية ، وطبيعة المنطقة التي يعيش فيها ، او مهنة التي يزاولها ، او العرف والتقاليد التي يسير عليها مجتمع.....

والحاجة البشرية وفق ذلك هي تلك الرغبة التي تتولد عند الانسان نحو الاشياء سواء كانت هذه الرغبة متفقة مع القانون او الاخلاق ام لا تتفق .

العنصر الثاني ( الطبيعة ) : فهي الممول الوحيد للانسان التي يستطيع بواسطتها اشباع حاجاته المتعددة ، وتقسم الموارد الطبيعية الى قسمين :

الموارد الطبيعية غير النادرة ( الحرة ) : التي تكون متوفرة بالطبيعة بشكل حر وغير محدود ، وبامكان الانسان ان يقتنى منها ما يشاء وبأي كمية يحتاجها دون ثمن مثل الهواء والاشعة الشمس والماء الى حد ما .

الموارد الطبيعية النادرة ( الاقتصادية ) :- اذ يكون وجودها بالطبيعة بشكل محدود ونادر ولايستطيع الانسان سد كل حاجاته ورغباته منها ، وعليه بذل الجهود للحصول عليها مثل الاراضي الزراعية ، المعادن ، الغابات.....وهذا النوع من الموارد هو الذي يحضى باهتمام علم الاقتصاد ولذلك سميت ( بالموارد الاقتصادية )

تعريف علم الاقتصاد :هناك تفاعل مستمر قائم بين العنصرين السابقين (الانسان والطبيعة ) فيقوم الانسان باستغلال الموارد الطبيعية من اشباع حاجاته . ولا توجد مشكلة بالحصول على الموارد الحرة ولكن المشكلة تكمن في اشباع الحاجات من الموارد النادرة .

وهكذا يتضح ان علم الاقتصاد يعالج مشكلة اساسية هي ( قلة وندرة الموارد الطبيعية مقابل ذلك تعدد وتنوع وكثرة الحاجات البشرية ) وهذا مايعرف بالمشكلة الاقتصادية ، ويتحقق ذلك من خلال ( تحقيق اقصى اشباع ممكن للحاجات البشرية من خلال تحقيق استغلال امثل للموارد الطبيعية النادرة ).

ان المشكلة السياحية هي جزء من المشكلة الاقتصادية وتتميز (بحاجة الانسان الكبيرة والمتعددة للسياحة والترفيه عن النفس ، يقابل ذلك ندرة في الموارد السياحية التي يمكن ان تلبى هذه الحاجة ) . الاقتصاد السياحي يهدف (الى تحقيق اقصى اشباع ممكن من الحاجات السياحية عن طريق تحقيق استغلال امثل للموارد السياحية المتاحة ).

وبناء على ذلك يمكن ان يعرف علم الاقتصاد السياحي على ان " هو علم التوفيق ما بين حاجة الانسان للسياحة والموارد السياحية المتاحة. □

س / برايك هل ان السياحة مورد اقتصادي ام لا ولماذا؟ □

تعد الموارد السياحية جزءا من الموارد الاقتصادية النادرة اذ ان وجودها في الطبيعة نادر ومحدود . فالمناطق السياحية التي تمتلك جاذبيات سياحية تتمثل بطبيعة ساحرة ومناخ ملائم وتضاريس جذابة ..... الخ . لا تتوفر في كل مكان . ومن طبيعي ان استغلال هذه الاماكن للاغراض السياحية ولاشباع الحاجات البشرية منها يتطلب المزيد من الجهود البشرية ، وهكذا يتم التعامل مع الموارد السياحية على انها مورد نادر ذات استعمالات البديلة وبناء على ذلك هو مورد اقتصادي . □

## الفصل الثاني: الطلب و العرض السياحي

□

يعرف الطلب من وجهة نظر اقتصادية بانه رغبة المستهلك باقتناء السلع والخدمات ودفع الثمن عنها في وقت ومكان معينين . ويجب ان يكون الطلب مقرون بالقدرة على الدفع لكي يكون طلب فعليا . □

ويعرف الطلب السياحي على انه المجموعة الاجمالي لاعداد السياح الذين يستخدمون المنشآت السياحية سواء كانوا من المواطنين ام كانوا قادمين من البلدان المجاورة او العيدة . □

انواع الطلب السياحي □

يقسم الطلب السياحي طبقا للعامل الجغرافي الى :-

الطلب السياحي المحلي او الداخلي : ويتمثل بعدد السياح المواطنين من حملة جنسية البلد والذين ينفذون رحلات سياحية داخل البلد المقيمين فيه . □

الطلب السياحي العالمي او الخارجي : ويتمثل بعدد السياح الاجانب من حملة جنسيات اجنبية مختلفة والذين ينتقلون عبر حدود الدولية لبلدانالمختلفة . □

وهناك تقسيم اخر للطلب السياحي طبقا لمدى تحققه اذ يقسم الطلب السياحي الى : □

الطلب السياحي المحتمل ( الكامن ) :- المتمثل بالاشخاص الذين تشملهم القواعد الاساسية للسفر والسياحة اي لديهم المال والوقت والقدرة على السفر . □

الطلب السياحي الفعلي ( الحقيقي ) :- المتمثل باعداد السياح الذين ينفذون الرحلات السياحية بالفعل على مدار السنة . ويمكن قياس حجم الطلب السياحي عن طريق الاحصاء السياحي عند نقاط الحدود او بالرجوع الى سجلات المنشآت السياحية الخاصة بالايواء . □

★ وحدات قياس الطلب السياحي :- □

يقاس الطلب السياحي ( باعداد السياح ) الوافدين الى المنطقة السياحية ، فيقال مثلا بلغ اعداد السياح الوافدين الى الاقليم كوردستان في عام □ الى اكثر من مليون سائح . ولكن فترة بقاء السياح في الموقع السياحي تختلف من سائح لآخر فقد تكون بالحد الأدنى يوم وربما تزيد في بعض الاحيان عن العشرة ايام وقد تصل الى شهر او اكثر . وهكذا وحالاً للاشكال يستخدم مقياس اخر للطلب السياحي وهو ( اعداد ليالي المبيت ) .....□

وتستخدم المنشآت السياحية الخاصة بالايواء مقياس اكثر دقة تتمثل ( باعداد الاسرة او الغرف المباعة او المشغولة ) او مقياس اخر هو ( السرير / ليلة ) اي عدد الاسرة المباعة باليلة الواحدة. □

★ العوامل المحددة للطلب السياحي :- □

يختلف الطلب السياحي من مكان لآخر ومن مرحلة الزمنية لآخرى وقد تكون هذه الاختلافات كمية او نوعية . ويرجع سبب ذلك لكون الطلب السياحي يتاثر بشكل كبير بمجموعة من العوامل منها عوامل الاقتصادية واخرى غير اقتصادية وفيما يلي استعراضا لاهم هذه العوامل :-

□: الاسعار

ونقصد بها اسعار المنتوج السياحي اذا ان الطلب السياحي هو الاكثر تاثيرا بالاسعار . وعامة تكون العلاقة عكسية فكما انخفضت اسعار المنتوج السياحي يزداد الطلب السياحي والعكس صحيح مع بقاء العوامل الاخرى ثابتة . □

ويعبر ذلك بالمعادلة التالية :

□

□: الدخل

تعد الامكانيات المادية المتمثلة بعامل الدخل من الشروط الاساسية لتحقيق الطلب السياحي ، وتكون العلاقة طردية فكما ارتفع الدخل زاد الطلب السياحي والعكس صحيح مع بقاء العوامل الاخرى ثابتة . ويعبر عن ذلك كما في المعادلة التالية: □

سرخ كيف يمكنك تفسير العلاقة بين الطلب السياحي والدخل؟ □

ويمكن تفسير ذلك بالرجوع الى جدول الطلب لاي مستهلك حيث يضع السلع الضرورية في اعلى قائمة الطلب ثم الاقل ضرورية ثم في الاسفل القائمة تاتي السلع الكمالية . وطالما ان الطلب السياحي طلب كمالي فحتما سيكون موقعه في ذيل القائمة . واذا كان دخل المستهلك منخفض فسوف يكتفي فقط بشراء السلع الضرورية . وكلما زاد دخله استطاع ان يغطي فقرات من وسط القائمة نزولاً الى اسفل القائمة . وهكذا فاذا زاد الدخل الى حد كبير يستطيع المستهلك الاقبال على شراء السلع الكمالية بما في ذلك الانفاق على الرحلات السياحية . □

سرخ هل ان الحاجة للسياحة هي مسألة كمالية ام ضرورية؟ □

الحقيقة ان طبيعة الحاجة الى السياحة تاخذ طابعا ذو مرونة عالية ومن الصعوبة اعطاء اجابة قطعية وصريحة تماما بهذا الخصوص . ويعتمد ذلك على مجموعة من العوامل التي تعرف بالعوامل المحددة للطلب السياحي فعندما تكون الامكانيات المادية متوفرة تصبح الحاجة للسياحة اشبه بالضروري ، وفي حين يختلف الحال تماما عندما تكون الامكانيات المادية للسياحة متواضعة . وكذلك الحال بالنسبة للظروف ففي حالة الاستقرار السياسي والامني تزداد الحاجة للسياحة وتنخفض في ظل ظروف الحروب والكوارث والازمات . □

اذا يمكن القول بان السياحة حاجة كمالية تكاد تكون ضرورية . □

السكان :-

يعتمد الطلب السياحي على عدد السكان والعلاقة تكون بينهما طردية فكلما زاد حجم السكان زاد الطلب السياحي والعكس صحيح مع بقاء العوامل الاخرى ثابتة ، ويعبر ذلك كما في معادلة الاتية : □

ليس فقط حجم السكان وحده المتحكم في الطلب السياحي ، فهناك ايضا مواصفات سكانية اخرى تلعب دورا في الطلب السياحي ومنها :- □

أ- العمر :- فكلما زاد فئة الشباب في المجتمع مقارنة بفئات الاطفال والشيوخ زاد الطلب السياحي والعكس صحيح مع بقاء العوامل الاخرى ثابتة .وتفسير ذلك يرجع الى ان الشباب يتمتعون بقوى بدنية عالية واندفاع كبير نحو التغيير والتجديد والاطلاع مما يدفعهم ذلك الى السياحة . علاوة على ذلك ان اختلاف الفئات العمرية في المجتمع يؤثر في نوعية الطلب السياحي ، فالشباب يفضلون انماط سياحية تختلف عن ما يفضله كبار السن . □

ب- الجنس :-اي نسبة الذكور الى الاناث في المجتمع ، واتضح ان اقبال الذكور على الطلب السياحي اكثر من اقبال الاناث . وهكذا فانه كلما زادت نسبة الذكور في المجتمع زاد الطلب السياحي والعكس صحيح مع بقاء العوامل الاخرى ثابتة.ويرجع سبب ذلك الى ان الذكور اكثر حيوية ونشاطا وحبا للاطلاع والتغيير والتجديد من الاناث باضافة الى

كونهم يتمتعون بحرية تكاد تكون مطلقة . اما بالنسبة للاناث فهي تميل الى الاستقرار والاهتمام بالبيت والاسرة علاوة على انه في الكثير من المجتمعات لايزال هناك تقيد كبير لحرية المرأة . □

ج- الحالة الاجتماعية :- اي نسبة العزاب الى المتزوجين في المجتمع . والقاعدة تنص على انه كلما زادت نسبة العزاب في المجتمع زاد اطلب السياحي والعكس صحيح مع بقاء العوامل الاخرى ثابتة . ويعزى ذلك الى ان الشخص العازب اكثر حرية واقل تقيدا ومسؤولية بالاضافة لعامل التكاليف . □

د. عدد الاطفال في الاسرة :- فكلما زاد عدد الاطفال في الاسرة الواحدة يقل الطلب السياحي والعكس صحيح مع بقاء الوامل الاخرى ثابتة فكثرة الاطفال يزيد من مسؤولية رب الاسرة والتزاماته بالاضافة لعامل التكاليف . □

هـ المهنة :- فهناك بعض المهن التي تتطلب كثرة السفر مثل الرياضيين المحترفين وكبار رجال الاعمال ، والصحفيين ..... الخ . وبالمقابل هناك مهن تقيد اصحابها وتقف عائقا بالذات امام السياحة الخارجية ، كما هو الحال عند كبار العسكريين ، والعاملين بالمهن الحساسة حيث تفرض القيود الصعبة على سفرهم خارج البلد عند بعض البلدان . □  
الوقت الفراغ :-

يكون العلاقة بين الطلب السياحي ووقت الفراغ علاقة طردية فكلما زاد وقت الفراغ زاد الطلب السياحي والعكس صحيح مع بقاء العوامل الاخرى ثابتة . □

ويعتمد وقت الفراغ بالدرجة الاساس على الاجازات والعطل والمناسبات ، ويؤخذ ذلك بنظر الاعتبار من قبل السلطات التشريعية فهناك العديد من الانظمة والقوانين التي تحدد ساعات العمل اليومية والاسبوعية ومقدار الاجازات الشهرية والسنوية للقوى العاملة . وكمعدل تتراوح الاجازات السنوية الممنوحة للقوى العاملة في عموم العالم ما بين اسبوعين الى اربعة اسابيع وربما يزيد عن ذلك . وتسعى المجتمعات الى تقليص ساعات العمل وتوفير الوقت فراغ اطول للعاملين . □

ومما يساعد على ذلك التطور التكنولوجي وامكانية احوال الماكينة محل عنصر العمل اذ يولد وقت فراغ كافي للقوى العاملة ، وتهدف المجتمعات للتخفيف عن كاهل العاملين وتوفير وقت الفراغ الكافي لهم من اجل استثماره بانشطة وفعاليات ترويجية وسياحية ، وقد ظهرت انواع متعددة من الاجازات منها مثلا الاجازات المدفوعة باجر تام ، الاجازات بنصف اجر ، والاجازات بدون الاجر ، وعادة تمنح الاجازات طويلة الامد في موسم الصيف لتحقيق التوافق بين وقت الفراغ وموسم الذروة السياحية . وهناك ايضا اجازة طويلة نسبيا في العالم الغربي تمنح في اعياد الميلاد وراس السنة والتي تستثمر لممارسة السياحة الشتوي □

الوسائل التسويقية :- □

تتعدد طرق واساليب ووسائل التسويق السياحي مثل الدعاية والاعلان والاعلام والعلاقات العامة والنشرات ..... الخ . وقد تطورت هذه الوسائل واصبح السوق يتفنن بها ويستعين بالوسائل التكنولوجية الحديثة والمؤثرة في جمهور السياح .

وبذلك يتضح ان هناك علاقة طردية مابين الوسائل التسويقية وطلب السياحي فكلما تطورت الوسائل التسويقية وكانت اكثر فعالية وتأثيرا كلما زاد الطلب السياحي والعكس صحيح مع بقاء العواكمل الاخرى ثابتة .

، ويمكن ان يؤثر التسويق السياحي في الطلب السياحي من خلال :-

أ- العمل على زيادة اعداد السياح اي التركيز على رفع مستوى الجانب الكمي للطلب السياحي .

ب- اغراء السياح على البقاء مدة اطول في الاماكن السياحية والعمل على تحفيزهم لزيادة فترة الرحلة السياحية ككل .

ج- ويسعى السوق ايضا على تشجيع السياح الوافدين الى البلد لزيارة العديد من المناطق السياحية من خلال برامج سياحية مخصصة لهذا الغرض .

ء- ان الطلب السياحي قائم في موسم الذروة السياحي ولا مشكلة بذلك ، فان دور السوق يتجسد من خلال جهوده المنصبة لرفع مستوى الطلب السياحي في مواسم الكساد وذلك من خلال فعاليات وبرامج متعددة تتضمن ابتكار انماط سياحية جديدة ، تخفيض الاسعار والعديد من التسهيلات الاخرى .

التكنولوجيا :-

يمكن للتكنولوجيا ان تؤثر في الطلب السياحي من خلال زاويتين :-

أ- تأثير التكنولوجيا على عامل النقل والمواصلات . فقد تطورت وسائل النقل بشكل كبير بعد الحرب العالمية الثانية واصبحت تتميز بالوفرة والتنوع والسعة والراحة والامان وانخفاض التكاليف نسبيا . واصبح من الممكن نقل اكبر عدد ممكن من السياح بوقت قصير . وشمل التطور التكنولوجي في هذا المجال النقل البري والبحري والجوي وقد ادى هذا التطور الى الغاء عامل المسافة .....

ب- تأثير التكنولوجيا على عملية الانتاج فمن خلال استخدام المكنن والمعدات التكنولوجية التي تمتاز بكفاءة انتاجية عالية يمكن ان تعوض عن عنصر العمل وبالتالي تقليص ساعات العمل واتساع وقت الفراغ للقوى العاملة الذي بدوره يعتبر احدى العوامل المؤثرة ايجابيا في الطلب السياحي .

وهكذا فان العلاقة تكون طرديا مابين التكنولوجيا والطلب السياحي فكلما تطور العامل التكنولوجي زاد الطلب السياحي والعكس صحيح مع بقاء العوامل الاخرى ثابتة .

المستوى التعليمي والثقافي :-

فاحدى العوامل التي يتوقف عليها الطلب السياحة هو المستوى التعليمي والثقافي . وهناك علاقة طردية بينهما فكلما ارتفع المستوى التعليمي والثقافي في المجتمع زاد الطلب السياحي والعكس صحيح مع بقاء العوامل الاخرى ثابتة . يرجع

ذلك الى مستوى المعرفة والاطلاع الثقافي في شخصية الفرد المثقف والمتعلم اذ يمتلك معلومات وافية عن طبيعة المعالم السياحية الموجودة داخل البلد وفي البلدان الاخرى ، وقد تكون هذه المعالم السياحية تاريخية او تراثية او حضارية او طبيعية .....وهذه المعرفة تكون بمثابة حافز يدفع الفرد المثقف للاشتراك بالرحلة السياحية من اجل الاطلاع على هذه المعالم .اما حال الفرد الامي وغير المثقف فيكون عكس ذلك تماما فمعرفة المحدودة والضيقة والمقتصرة على حدود المحيط والبيئة التي يعيش فيها لاتجعله يفكر بالسفر الى ابعد من ذلك .ويعد المستوى التعليمي والثقافي احد العوامل المهمة التي تفسر اسباب ارتفاع الطلب السياحي عند البلدان المتقدمة وانخفاضه في البلدان النامية. وكذلك يمكن اعتماده كاحد العوامل المهمة التي تفسر اسباب ارتفاع الطلب السياحي عند سكان المدن المتحضرة مقارنة بسكان الارياف والاقاليم.

الاستقرار السياسي والامني :-

يعد الطلب السياحي حساس جدا للظروف السياسية والامنية ويتاثر بها بشكل كبير جدا . وكلما تحقق الاستقرار السياسي والامني وتوطدت العلاقات السياسية والبلوماسية بين البلدان كلما انتعش الطلب السياحي والعكس صحيح مع بقاء العوامل الاخرى ثابتة ،وغالبا مايرافق الظروف الراهنة وحالات عدم الاستقرار انخفاض في الاستثمار والانتاج وبالتالي انخفاض في الدخل والمستوى المعاشي بما يؤدي الى تركيز الطلب فقط على السلع الضرورية وقلة الطلب على السلع الكمالية ومنها الطلب على السياحة . كما ان السائح يبحث عن السعادة والامان ولا يبحث عن المشاكل والمخاطر ، وبذلك فهو يتجنب السفر الى اماكن تفتقر لعامل الامن والاستقرار .

سعر صرف العملة :-

يؤثر هذا العامل على السياحة الخارجية فقط ، اذ ان السائح داخل البلد يمارس عملية الانفاق السياحي بالعملة الوطنية المتداولة . اما بالنسبة للسياحة الخارجية فالمطلوب من السائح ان يستبدل العملة الوطنية اما بعملة البلد المزار او بعملة عالمية مقبولة من قبل البلد المزار . وهذا يعني لابد من المرور بعملية تصريف العملة وهذا بدوره يؤثر على القوة الشرائية للسياح ومن ثم يؤثر في الطلب السياحي .والقاعدة تصاغ على الاساس الاتي " كلما انخفض سعر صرف العملة بالنسبة للبلدان المستضيفة للسياح زادت القوة الشرائية للسياح الوافدين اليها وبالتالي يزداد الطلب السياحي عليها .

❖ اجراءات الرحلة السياحية :-

اصبحت السياحة في الوقت الحاضر سياحة مقيدة او موجهة بمعنى ان عملية السفر تخضع لمجموعة من القوانين والضوابط والاجراءات تعددا وتعقيدا بالذات بما يخص السياحة الخارجية . والقاعدة العامة تنص على انه كلما تعددت الاجراءات واصبحت اكثر تعقيدا كلما انخفض الطلب السياحي والعكس صحيح مع بقاء العوامل الاخرى ثابتة .

ويمكن الاشارة الى اهم الاجراءات كما يأتي :-

أ- اجراءات الحصول على جواز السفر



ب- مراجعة السفارات والملحقيات للحصول على سمة الدخول الفيزا.

ج- اجراءات خاصة بتحويل العملة

ء- بعض الاجراءات الصحية

و- اجراءات الحجز على وسائل النقل وبالذات النقل الجوي

ز- اجراءات الحجز على اماكن الايواء

وغيرها من الاجراءات والروتينات .....

## العرض السياحي

يعرف العرض السياحي (كل ما تستطيع المنطقة ان تقدمه المنطقة لقاصديها من السياح الفعليين والمتوقعين متمثلا بسلسلة متصلة ومتكاملة من المغريات والجوانب الطبيعية والبشرية ومن التسهيلات والخدمات والمنشات التي من الممكن ان تترك من الاثر في نفوس قاصديها لزيارتها والمكوث فيها لمدة من الزمن دون غيرها )، وكما يعرف انه(كل مكونات النشاط السياحي من فعاليات وخدمات وصناعات يمكن تقديمها للسائح لانجاح تجربة السفر)

- المياه (الجوفية والمياه الكبريتية، بحيرات، الانهار، المساقط المائية).

- الغطاء النباتي (الغابات، الطيور، الاسماك.. الخ).

- المقومات البشرية:

أ- التراث والثروة الثقافية

- المواقع والاثار القديمة.

- الابنية والنصب التاريخية.

-المناسبات والفعاليات والمنتوجات التراثية والفلكلورية.

ب- روح الضيافة:

- الاستعداد لخدمة السياح وامكانية استضافتهم من قبل السكان المحليين.

- اختفاء روح الاستغلال والاحتكار في مرافق الوحدات السياحية.

- شعور السياح بالامان الشخصي والاطمئنان في المناطق السياحية.

- المقومات التكميلية والمساعدة وتشمل:

البنية التحتية والرفقية:

تشمل البنية التحتية جميع المرافق الضرورية بالنسبة لأي مشروع سواء أكان عاماً أم سياحياً، مثل مشاريع الماء والكهرباء، توزيع الغاز، البريد، التلغراف، وجميع مشاريع الاتصالات السلكية واللاسلكية. ومشاريع التصريف الصحي والطرق، والسكك الحديدية والمطارات والموانئ... الخ.

أما البنية الرفقية للسياحة فتشمل جميع المشاريع السياحية المقامة فوق سطح الأرض التي يقتصر نشاطها على خدمة السياح، والمسافرين بالدرجة الأساس، وتشمل المدن السياحية ومؤسسات الإيواء ومختلف أنواعها الموتيالات، الشقق المؤثثة، المخيمات الكرفانات، فنادق الشباب، المطاعم بمختلف أنواعها وأماكن اللهو والتسلية الخاص بالسياح.. الخ.

## الفصل الثالث : الموسمية واثرها على قوى العرض والطلب السياحي

الموسمية واثرها على قوى العرض والطلب السياحي

من خلال دراستنا في المواضيع السابقة تبين لنا ان الطلب السياحي يمتاز بمرونة عالية وان العرض السياحي يمتاز بالجمود وانخفاض المرونة ، وهذا يعني ان سلوك المستهلك ( السائح ) يخالف تماما سلوك المنتج في النشاط السياحي .

ففي موسم الذروة السياحية يرتفع الطلب السياحي بشكل كبير جدا نتيجة لتوافر الظروف المناخية الملائمة وعامل الوقت الفراغ الا ان المنتج يعجز عن استيعاب هذه الزيادة الكبيرة في الطلب السياحي والعكس يحدث تماما في موسم الكساد السياحي فتتجه لسوء الاحوال المناخية وعدم توافر وقت الفراغ ينخفض الطلب السياحي بشكل كبير جدا ويبقى العرض السياحي يعاني من مشكلة الفائض وانخفاض نسب الاشغال .

ونفس المشكلة تتكرر على مدار الاسبوع ، فالطلب السياحي او الترويجي يرتفع في عطلة نهاية الاسبوع وينخفض في بقية ايام الاسبوع وهذا ما يحدث خاصة بالمنشآت السياحية القريبة بالمدن الكبيرة الكثيفة بالسكان .

هكذا تعاني السوق السياحي من حالة عدم التوازن المستديمة على مدار السنة والاسبوع .

ويصعب التغلب عليها طالما ان السوق السياحي تتاثر بعامل الظروف المناخية ، وحتى الاستخدام سياسة تغيير الثمن سوف لن تكون مجدية لمعالجة هذه المشكلة اى انه لا يمكن القضاء على حالة الاختلال في توازن السوق السياحية .

وبناء على ذلك نأخذ شيئاً من التفصيل في موضوع الموسمية

أولاً : مفهوم الموسمية :

من السمات الرئيسية للطلب السياحي والتي تجعل منه متميزاً عن الطلب القائم على بقية اصناف السلع والخدمات ، انه الطلب موسمي ، فمستوى الطلب على النتوج السياحي ليس بنفس الوتيرة على مدار اشهر السنة بل هو طلب متذبذب يرتفع بشكل كبير جداً في موسم الصيف ( تموز ، اب ، ايلول ) ويشكل مايعرف بموسم الذروة السياحية ثم ينخفض بشكل كبير جداً في بقية الفصول السنة وهذا مايعرف بموسم الكساد السياحي كما في الشكل التالي

ثانياً : اسباب الموسمية :

هناك ثلاثة اسباب الرئيسية تجعل الطلب السياحي طلباً متمركزاً في موسم الصيف وهي :

أولاً: المناخ : المناخ المفضل لدى السياح يتصف بكونه ( معتدل الحرارة ، مشمس ، نقي ، جاف ) وعادة مناخ يمثل هذه المواصفات يقع في حوض البحر الابيض المتوسط وفي غالبية المواقع السياحية الأخرى في اشهر الصيف . ويقدر ما تكون هذه الميزات المناخية عامل جذب سياحي مهم في موسم الصيف تكون المواصفات المناخية في المواسم الأخرى عائقاً امام النشاط السياحي والتي تتمثل ( بالبرودة الشديدة ، تساقط الامطار ، الغيوم الكثيفة التي تحجب اشعة الشمس ، وارتفاع في نسبة رطوبة ) . وهكذا يكون على السياح عموماً ممارسة السياحة خلال اشهر الصيف الثلاثة ، واذا ما حصل عائقاً حال دون ذلك فعليهم الانتظار للصيف القادم او القبول بانشطة السياحية الأخرى بديلة عن السياحة الاصطياف . وظهرت من احصائيات قامت بها المنظمة السياحية العالمية ان اغراض السياحة هو الاصطياف اي السياحة الواقعة في فصل الصيف ، حيث بلغت نسبتها ( % ) من مجموع الطلب السياحي العالمي

ثانياً : العطل مدفوعة الاجر والوقت الفراغ

ثالثاً: طول ساعات النهار ففي فصل الصيف تكون الشمس ساقطة بزاوية عمودية على مدار السرطان مما يؤدي الى زيادة ساعات النهار في نصف الكرة الشمالية وتصل في بلدان أوروبا المطلة على البحر المتوسط ساعة في الصيف .

## الفصل الرابع: اثر السياحة في التوظيف والاستخدام ( توليد فرص العمل )

يلعب عنصر العمل دوراً هاماً في العملية الانتاجية ، ومن هنا فان قوة العمل هي اهم عنصر من عناصر الانتاج على الاطلاق وبالتالي تمثل ركيزة الاساسية في خطة التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الدول النامية وقوة العمل هي

فنتيين :-

الفئة الاولى : المشتغلون الذين على راس العملهم يقومون بمهام في مختلف القطاعات والانشطة .

الفئة الثانية : العاطلون الذين هم مؤهلين للعمل لكنهم لايجدون مكانا او فرص للعمل .

ومع انتشار المكننة في الزراعة والتكنولوجيا في مختلف الميادين الانتاج وتسارع في زيادة الانتاجية العامل انتشرت اعداد كبيرة من العاطلين عن العمل دفعت الدول الى البحث عن المجالات جديدة لتوظيفهم غير القطاعات الاقتصادية التقليدية فكانت السياحة مجالا رحبا لامتناس العاطلين عن العمل .

❖ القابلية الفائقة للسياحة على توليد فرص العمل:

ناقش العبارة التالية

( لو نفذنا ثلاثة مشاريع الاقتصادية بكلفة استثمارية متساوية ، الاول زراعي ، والثاني صناعي ، والثالث سياحي ، فما هو وجه الاختلاف على صعيد توليد فرص العمل ؟ وماهي خصوصية السياحة في هذا المجال ؟ )

ج/ للسياحة قابلية وقدرة فائقة على توليد فرص العمل تفوق بقية الانشطة الاقتصادية الاخرى وهناك عدة اسباب تعلق هذه القدرة الفائقة وهي : انتماء السياحة الى القطاع الثالث القطاع الخدمي اذا ما اعتبرنا ان القطاع الاول هو القطاع الزراعي والقطاع الثاني القطاع الصناعي ، وان لذلك اثرا كبيرا يتجسد بالامكانية محدودة على استيعابه للمكائن والمعدات محل عنصر العمل اذ يبقى النشاط السياحي نشاط خدمي يعتمد بالدرجة الاساس على عنصر العمل . ان غالبية السياح هم من السكان الحضر والقاطنين في المدن ، وهم يعانون من التعامل الكثيف والرتيب مع الماكنة وبالتالي فان السياحة بالنسبة لهم تعنى الابتعاد عن الماكنة واللجوء الى الطبيعة والتعامل مع البشر . وهكذا فان السياح يرغبون ان يتلقوا الخدمات من قبل البشر وليس من قبل الماكنة وهم بذلك يسعون للتعامل مع اجواء تختلف كلياً عن اجواء المعتادين عليها في الحياة اليومية . وهكذا فانه يؤكد عنصر العمل في النشاط السياحي وجوده الفعال ودوره المهم بما يدعم القدرة الفائقة للسياحة على توليد فرص العمل .

❖ انواع العمالة في القطاع السياحي :

العمالة المباشرة :وتشمل فرص العمل المتاحة في المنشآت السياحية والفندقية كوكالات السفر وشركات النقل السياحي وبيع التذاكر والتسويق السياحي ومحل بيع التحف والتذكارات والفنادق والمطاعم والمؤتمرات والمنتجعات والادلاء والشركات السياحية .....

العمالة غير المباشرة : وتشمل العمالة غير المباشرة الناتجة عن الانفاق غير المباشر للسائح مثل قطاع الامداد ( الطعام والشراب ) المحلات التجارية ( الاثاث والمباني ، والمصانع المختصة بالغسيل والكي والحمالين وسائقي السيارات والكاكين وساحة الترفيه بالاضافة الى الصناعة الانشائية .....

□

## ❖ توفير العمالة المطلوبة للقطاع السياحي:

ان العمل في القطاع السياحي يتطلب قدرات فنية وادارية لمواجهة احتياجات هذا القطاع وتنميتها باستمرار . لذلك لا يكفي اقامة مشروعات سياحية ضخمة وتخصيص رؤؤس الاموال كبيرة لها ، ولكن يجب ان يتوفر فريق يقوم بشؤونها تشغيليا وادارة .

ولتحديد الافراد اللازميين للعمل في القطاع السياحي هنا تجدر الاشارة الى ثلاث نقاط:

أ- حصر المهارات المتاحة من العمالة : ان حصر المهارات المتاحة من العمالة السياحية يمثل اولى الخطوات في تخطيط العمالة في المجتمع . ان خطة العمالة تعتبر جزءا لايتجزا من الخطة الوطنية ، لذلك فمن المفيد حصر المهارات المحلية اولا ثم تحديد الاحتياجات من العمالة المستوردة . ومن جهة اخرى نلاحظ ان العمالة المستوردة في القطاع السياحي والفندقي تتركز في وظائف الادارة العليا والوظائف الاشرافية والتخصصية .وقد يكون من الضروري الاستعانة بالخبرات الاجنبية للاستفادة من عاملين قد يكونون على مستوى مرتفع من الخبرة ويكونوا قادرين على التدريب العمالة المحلية .

ب- التعليم :فالتعليم يهدف الى توسيع مدارك الفرد الذهنية وتزويده باصول المعرف المهنية بصورة الاكاديمية .ويلاحظ ان التعليم المهني في مجال الضيافة والسياحة قد خطا خطوات واسعة في المستويات التعليمية المختلفة في الدول التي تعتمد على القطاع السياحي بدرجة كبيرة .اما التدريب : فانه مجموعة من الاجراءات او العمليات لغرض اكتساب وتطوير المهارات والمعرفة والاتجاهات لدى مجموعة من الافراد العاملين في المنشآت السياحية لغرض رفع مستوى الاداء بما يحقق نتائج ايجابية للمرافق السياحية .

ت- وللتدريب السياحي والفندقي اصوله وابعاده الفنية نذكر منها على سبيل المثال ان التدريب ليس برنامجا يبدا او ينتهى في مرحلة معينة بل هي عملية مستمرة .

- يجب ان يشمل التدريب جميع العاملين في المنشآت السياحية والفندقية .
- ان التدريب يتطلب عناصر معينة من اجل نجاحه منها .
- مدربون اكفاء لهم قدرة على نقل معلوماتهم للغير
- ادوات التدريب التي تتناسب مع التخصصات المختلفة
- جهازيقوم بوضع برامج للتدريب ، واهدافه
- ان تدريب المدربين هو امر ضروري وهو قد يتم محليا او من الخارج او من خلال دعوة الخبراء من الخارج للقيام بالتدريب .
- يستخدم التدريب اساليب متعددة مثل ( اسلوب المشاهدة او الزيارات الميدانية ، او التمرين العملي ... )

### ❖ الصفات المطلوبة فيمن يعمل في النشاط السياحي والفندقي:

- ان العمل بقطاع السياحة والفندقة يستلزم
- ان يكون الفرد على مستوى مرتفع من الناحية المهنية والسلوكية والمظهر
- اللائق مع اجادة لغة اجنبية واحدة على الاقل اجادة التامة
- ان يكون الفرد مقتنعا بالعمل نفسه ولديه وفرة من المعلومات العامة ، والثقافة القومية ، مع احساس بالوثوق بالنفس .... ان الشعور بالوثوق بالنفس في المجال الوظيفي يمكن الوصول اليه من خلال التعليم والتدريب .
- ان تدريب المدربين هو امر ضروري وهو قد يتم محليا او من الخارج او من خلال دعوة الخبراء من الخارج للقيام بالتدريب .
- يستخدم التدريب اساليب متعددة مثل ( اسلوب المشاهدة او الزيارات الميدانية ، او التمرين العملي ... )

### ❖ الصفات المطلوبة فيمن يعمل في النشاط السياحي والفندقي:

- ان العمل بقطاع السياحة والفندقة يستلزم
- ان يكون الفرد على مستوى مرتفع من الناحية المهنية والسلوكية والمظهر
- اللائق مع اجادة لغة اجنبية واحدة على الاقل اجادة التامة
- ان يكون الفرد مقتنعا بالعمل نفسه ولديه وفرة من المعلومات العامة ، والثقافة القومية ، مع احساس بالوثوق بالنفس .... ان الشعور بالوثوق بالنفس في المجال الوظيفي يمكن الوصول اليه من خلال التعليم والتدريب .

## **الفصل الخامس : دور السياحة في اعادة توزيع التنمية والدخل**

غالبا ما تكون المواقع ذات الاهمية السياحية والتي تمتاز بتوافر عوامل الجذب السياحي الطبيعي فيها ، بعيدا عن المدن الكبرى المزدهمة بالسكان وعادة تكون في الاقاليم الريفية والاماكن النائية في الجبال على شواطئ البحار والبحيرات او ، على جوانب الانهر في الغابات ... الخ . لابل ان اقامة المنشآت السياحية تتم الاخذ بنظر الاعتبار اذواق السياح والذين هم في الغالب من سكان المدن الكبرى المزدهمة بالسكان والذين يفضلون الابتعاد عن اجواء المدن الى اماكن اكثر هدوءا وجمالا ومليئة بالطبيعة ، والتي هي عادة تقع في الاقاليم الريفية والنائية البعيدة عن المدن .

ويمكن اجمال الاثار الاقتصادية والاجتماعية على تنمية الاقاليم الريفية والنائية بما ياتي :-

- اقامة منشآت سياحية مختلفة في هذه الاقاليم وهذا يعني وصول احد انواع التنمية اليها .
- ان طبيعة التشابك القطاعي الكثيف للنشاط السياحي ومساهمة العديد من القطاعات الاقتصادية بتصنيع المنتج السياحي ، سوف يعمل على خلق عدد من الصناعات والخدمات التكميلية في هذه الاقاليم لتجهيز السياحة بمستلزمات الانتاج .
- كما تعمل السياحة على تنمية بعض الصناعات الحرفية والفولكلورية في هذه الاقاليم .
- اقامة مثل هذه المشاريع السياحية والغير السياحية ، تتطلب وبالضرورة اقامة العديد من مشاريع البني التحتية المتمثلة بالماء والكهرباء ... الخ .
- بناء المشاريع السياحية والعديد من المشاريع والصناعات التكميلية ومشاريع البنية التحتية تتطلب المزيد من القوى العاملة ' وبالتالي خلق تجمعات سكانية كثيفة في هذه الاقاليم مما يستوجب توفير الخدمات التعليمية والصحية والاسواق والعديد من المشاريع الخدمية .
- كثرة المشاريع والصناعات الناتجة عن النشاط السياحي سوف يعمل على خلق فرص عمل لسكان هذه الاقاليم وبذلك يتم القضاء على البطالة .
- ان الحصول على فرص العمل في المشاريع وتصريف المنتجات الزراعية والحرفية باثمان جيدة تعمل على خلق دخل جيد لسكان هذه الاقاليم وهذا يعني زيادة دخول الافراد وارتفاع المستوى المعاشي وما يرافق ذلك من ارتفاع وتطور في المستوى الثقافي والصحي ..... الخ .
- وقد يترتب عن هذه السلسلة التنموية الاقتصادية ، تشجيع الهجرة المعاكسة من المدن الى الريف ، وما يترتب عن ذلك من اثار ايجابية تعمل على تخفيف حدة الزخم في المدن الكبرى .
- ان ظهور مثل هذه التجمعات السكانية الكثيفة في الاقاليم ، يستوجب اقامة مراكز لحفظ الامن وهذا يوفر الجانب الامني والاستقرار وكذلك لابد من اقامة دوائر تنظيم الاحوال المدنية للسكان مثل دوائر النفوس والجنسية والبلديات ..... .
- وكحصيلة نهائية لابد وان يرافقه هذه السلسلة التنموية ، تطور في الجانب الاجتماعي بحكم ارتفاع المستوى المعاشي والتعليمي وبحكم الاحتكاك المباشر مع السياح .
- وهكذا تعمل السياحة على اعادة تصحيح ما خلفته التنمية الصناعية من اختلال في توزيع المشاريع التنموية وتعمل على اعادة توزيع التنمية والدخل لصالح الاقاليم الريفية والنائية .

## الفصل السادس : اثر السياحة في تنشيط حركة الانتاج والاستثمار في القطاعات الاخرى:



تمتاز صناعة السياحة بقدرة الفائقة والخاصة على بعث سلسلة من العمليات والنشاطات الانتاجية والاستثمارية في الاقتصاد القومي بسبب امتداد اثار الطلب السياحي المعقد والمركبة من العديد من السلع والخدمات الى طاقة القطاعات الرئيسية منها الثانوية التي تساهم في تصنيع المنتج السياحي .وبذلك فـات الاثار الايجابية للسياحة تتعدى حدود القطاع السياحي لتصل الى غالبية فروع الاقتصاد القومي ، وتبعث حركة الاقتصادية حصيلتها تحقق المزيد من النمو الاقتصادي وزيادة الانتاج والدخل ومن ثم تحقيق الرفاه الاقتصادي والاجتماعي

س/ ناقش العبارة التالية

( ان للقطاع السياحي قدرة الفائقة على تنشيط حركة الانتاج والاستثمار في القطاعات الاخرى )

ج / يمكن توضيح قدرة السياحة على تنشيط القطاعات الاخرى من خلال شرح العلاقة بين القطاع السياحي وكل القطاعات الاقتصادية الاخرى على حدى وكالاتي :

ففي القطاع الزراعي :

ان القطاع الزراعي يزود البلد بالمواد الغذائية وهي المحاصيل النباتية والحيوانية وبالمواد اللازمة للصناعة القطن والاشخاب .... كما ينشر بالبلد الغابات والمساحات الخضراء والحدائق والزهور والحيوانات ..... ويؤثر بشكل عام على البيئة وعلى المظهر الطبيعي للبلد ، لذلك فان القدوم السياح الى المنطقة او بلد ما سيزيد الحاجة او الطلب على تلك المنتجات ويدفع المخطط السياحي الى وضع البرامج لتحسين وتطوير المواقع السياحية والعناية بالغابات والحدائق وترويج المواقع الخضراء وتزيين البلد من خلال الزراعة ..... فان لم يستطيع تامين الطلب الجديد من احتياجات السياحة الزراعية فانه سيضطر للاستيراد ( طعام - شراب - زهور - حيوانات .... )

ففي القطاع الصناعي :

يجب على القطاع الصناعي ان ياخذ في حسبانته ، احتياجات القطاع السياحي من ( السلع والمعدات والاثاث ومستلزمات التشغيل ) وذلك لانجاز المنشآت السياحية بالاضافة الى ما يخص السائح من سلع شخصية وسياحية من الصناعات التقليدية والمهن اليدوية . ولذلك يجب ان يعمل التخطيط السياحي على دعم ونشر تلك الصناعات ..... والاضطر البلد ان يستوردها من الخارج ( اثاث - كهربائيات - وسائل نقل ( سيارات ) - كهربائيات - منتجات الحرفية - اقمشة - تذكارات ..... )



## وفي القطاع البناء والتشييد:

يقدم هذا القطاع لسياحة مواد البناء والخبرات ومعدات البناء لانجاز المنشآت السياحية وكذلك ترميم المواقع والمراكز الاثرية واعدادها كما يشمل ذلك اعداد مراكز والمحطات المعالجة بالمياه المعدنية – وبناء الاستراحات الطرقية والمحافظة على المنشآت الاثرية والسياحية .

الابنية السكنية : الفنادق والمؤتيلات والمجمعات السياحية والقرى السياحية.....

- السدود : البحيرات والكازينوهات .....

- الجسور والمعابر : تسهيلات النقل والجمال الطبيعة .....

- وفي قطاع النقل والمواصلات:

- يجب على القطاع النقل والمواصلات ان تاخذ في اعتبارها خطة القطاع السياحي وذلك من حيث شبكة الطرق والجسور والمعابر كما يشمل اوضاع النقل الداخلي بين المدن والى المراكز السياحية والاثريّة وضمن ذلك يبرز نظم المرور وتنظيم الشوارع والساحات ومؤشرات المسافة والخدمات الطرقية لسائح ( اسعاف - وقود -استراحة - اتصالات ..... )

- الطرق والخطوط : طرق الرئيسية ، طرق للمواقع الاثرية والسياحية ، خطوط حديدية وجوية وبحرية .....

- وسائل مواصلات : شركات النقل ، سيارات الاجر ، طائرات ، بواخر

- تنظيم والادارة وخدمات : ( نظام المرور ، اشارات، واستراحات طرقية ، تامين اسعاف الطرق ، محطات الوقود ، خدمات الصيانة.....)

- وفي القطاع الخدمات :

- يشمل قطاع الخدمات اربع مجالات يطل منها على السياحة وهي:

- أ- التعليم : بكافة مستوياته واشكاله يعطينا موطنا مثقفا واعيا مؤهلا للقاء السائح كما يشمل تاهيل وتدريب القوى العاملة في السياحة .

- المستوى العام : المستوى العلمي ، المستوى الحضاري والمواطن المثقف ...

- التعليم السياحي : تاهيل وتدريب القوى العاملة لسياحة مهن وعلوم سياحية ...

- ب- الصحة : يمتد هذا النشاط الى التأثير على السياحة من حيث نقاء البيئة ومستوى النظافة الى مظهر المواطن وثيابه وطريقة اكله مدى توفر الخدمات الصحية الوقائية والعلاجية وخدمات الاسعاف ونظام الخدمات الصحية ..... وبشكل العام يؤثر مدى خلو البلد من الامراض السارية والابوئة وانعدام الحشرات والقوارض وكافة الظواهر المسيئة للصحة العامة على الصورة العامة للبلد . لذلك يجب على المخطط ان ياخذ بنظر تلاعتبار هذه الامور عندما يقوم بتنمية وتخطيط اقليم او موقع سياحي ما . □
- ج - الرعاية الاجتماعية : بمعنى مكافحة الظواهر السلبية في المجتمع كالمسولين والاطفال المتشردين وحماية السائح والمواطن من المحتالون واللصوص ..... □
- د الانشطة الاجتماعية : ويشمل مدى انتشار مراكز الموسيقى والفنون والعروض الفلكلورية والانشطة الثقافية كالمعارض والمكتبات والمراكز الثقافية والسينما والمسرح والمتحف وعروض الجمال والازياء ونشر التماثيل والرسوم اضافة الى تنظيم الكازينوهات وصالات الاستراحة العامة ومقاهي والحفلات والمهرجانات .... □
- قطاع المرافق الاساسية : وتشمل مجالات عديدة اهمها : □
- أ الاتصالات : بريد - هاتف - فاكس - موبايل - الانترنت - تحويل داخل وخارج البلد . □
- ب الماء الصالح للشرب والسقاية والصناعة ويشمل الانهار والبحيرات والشواطئ ومدى صلاحيتها للسياحة او الرياضات المائية .... وكذلك النوافير والشلالات ومعدات التجميل واستخدام الانوار والالوان في التزيين .... □
- ج- الكهرباء : سواء اكان تيار كهربائي او الاستخدام او الانارة التزيينية او كانت معدات كهربائية ، ولوازم تشغيلها كالبطاريات والمحولات ... كما يخص ذلك انارة الطرق والمواقع الاثرية .... وحتى مشاريع الصوت والضوء لها .... □
- ء- الغاز والنفط ومواد الطاقة : ويشمل ذلك التدفئة والتكييف للمنشات السياحية . □
- قطاع المال والتمويل : □
- المال هو من اهم عوامل الانتاج في الاقتصاد ولكنه في السياحة يبرز عاملا من العوامل التطوير السياحي للبلد كما يلي : □
- أ- النظم النقدية : في مجال ادخار واخراج العملات الاجنبية وصرفها ، والرسوم والضرائب على السياح واسعار العملات ..... □
- ب- نظم الاستثمار : وتشمل الاجراءات ومزايا تمنح لتشجيع الاستثمار في السياحة كما تشمل امكانيات وشروط الاقراض ومنح اعفاءات وتسهيلات و ضمانات لرؤس الاموال المستثمرة في السياحة ، لكن منح تلك المزايا للاستثمارات الخارجية يجب دراسته وتخطيطه بدقة .....□

نود التأكيد هنا ان قدرة السياحة على بعث سلسلة من النشاطات الاقتصادية في فروع الاقتصاد القومي ، تتوقف على مدى امكانية القطاعات الاقتصادية القومية على توفير المستلزمات الانتاج السلعي كما يتضح في السابق ، فكلما كانت القطاعات الاخرى متطورة و متمكنة وتستطيع ان توفر المستلزمات الانتاجية المطلوبة من السياحة كلما زادت قدرة السياحة على بعث سلسلة من النشاطات في الاقتصاد القومي .

اما اذا كانت هذه القطاعات عاجزة عن توفير المستلزمات المطلوبة من قبل السياحة ، فسوف يتم استيرادها من الخارج ، اي بمعنى ارتفاع الميل الحدي للاستيراد ، وبالتالي فان القطاع السياحي سوف يفقد من قدرته على بعث سلسلة النشاطات على صعيد الاقتصاد القومي ، وان هذه الميزة الموجودة في السياحة سوف يستفاد منها من قبل القطاعات الاجنبية التي تجهز السياحة بالمستلزمات المطلوبة .

## الفصل السابع : دور السياحة في تمويل الميزانية الحكومية :

الدخل الحكومي او الميزانية الحكومية ( المقصود به مجموع الايرادات التي تتحقق للحكومة خلال فترة السنة لتغطية ميزانيتها من الاموال للانفاق على المهام المسؤولة عنها )

❖ يمكن ان تساهم السياحة في رفق ميزانية الحكومة باحدى الطرق الاتية

الايادات المتحققة للمنشات السياحية التابعة للقطاع الحكومي او العام ، اذ ان الحكومة في المجتمعات الاشتراكية والنامية هي المالكة او المشرفة على العديد من المنشات السياحية والتي تعمل لحسابها وبالتالي فان الايرادات المتحققة سوف تكون من الطبيعي ايرادا لميزانية الحكومة

الايادات المتحققة للحكومة من حصتها في القطاع السياحي المختلطة اذ ان المنشات السياحية التابعة للقطاع المختلط تمتلك من قبل الحكومة والافراد معا لذلك فان للحكومة حصة من الايرادات المتحققة تذهب لميزانيتها

كما ان السياحة تمويل ميزانية الحكومة عن طريق الضرائب المباشرة وغير المباشرة المفروضة على النشاط السياحي وهذا النوع من التمويل يتحقق من جميع الانظمة الاقتصادية

خصوصية السياحة في الضرائب :-

ان المشرع الضريبي لا يفرض الضرائب المباشرة منها او غير المباشرة بشكل عشوائي ، انما هناك طرق ووسائل تتبع في هذا المجال ، من اجل تغطية ميزانية الحكومة عن طريق الضرائب دون ان يتضرر المواطن او ان يشعر بثقل الضريب علاوة على تحقيق العديد من الاهداف الاخرى .

فعادة يحاول المشرع الضريبي يتحاشي قدر الامكان فرض الضرائب على السلع والخدمات الضرورية والتي هي في الغالب من استهلاك عامة الشعب او الطبقات ذات الدخول المنخفضة ، في حين يلقي باعباء الضريبة على السلع والخدمات الكمالية التي هي عادة من استهلاك الفئات الغنية التي لديها من الامكانيات المالية ما يجعلها تتحمل الاعباء الضريبية .

وان السياحة بالنسبة لاغلب البلدان وخاصة بلدان العالم الثالث تعد حاجة كمالية يقدم على طلبها السياح الذين هم عادة يمتلكون المال الكافي ولديهم القدرة على تحمل الاعباء الضريبية على السلع والخدمات السياحية من هذا المنطلق يمكن القول بان السياحة تحتل مكانة خاصة ولها اهمية كبيرة في تمويل خزينة الحكومة اكبر من بقية الانشطة الاقتصادية الاخرى .

#### ★ الضرائب في النشاط السياحي :

تقسم الضرائب في النشاط السياحي الى قسمين :

الضرائب المباشرة : وتسمى الضرائب المباشرة ، لانها تصيب دخل الفرد بشكل مباشر وفي السياحة تفرض الضرائب على السياح عندما يحصل على سمة الدخول ( الفيزا ) الى البلد . فبعض بلدان تفرض او اكثر او اقل على كل سائح يحصل على سمة الدخول . وقد تاخذ شكلا اخر حيث تفرض على عدد ايام البقاء في البلد . وكذلك الضرائب التي تفرض على العاملين في مجال السياحة فتفرض عليهم ضريبة الدخل والتي تدفع سنويا وربما تكون في بعض الانظمة تصاعدية .

الضرائب غير المباشرة : وهي الضرائب التي تصيب دخل الفرد بشكل غير المباشر ، فتفرض على السلع والخدمات التي يشتريها الفر السائح وهي بكل الاحوال سوف تكون عبئا على دخل الفرد .

وكذلك الضرائب التي تفرض على اصحاب المنشآت السياحية كالفنادق والمطاعم والكازينوهات والمسارح او اي المشاريع السياحية الاخرى .

كما يمكن ان يحمل المنتجين في السياحة ضريبة الانتاج ، وقد تقاس باعداد الاسرة المباعة في السنة اذا كان فندقا ، او بعدد التذاكر المباعة في اي المنشآت السياحية ، وكما تفرض الضريبة على المنتج في السياحة عندما يحصل على اجازة مزاوله المهنة او اجازة استيراد لمستلزمات الانتاج المستخدمة في النشاط السياحي ، وقد تاخذ شكل ضريبة عقار ... الخ . وفي السياحة تفرض الضرائب غير المباشرة على بعض السلع والخدمات التي تدخل ضمن المنتج السياحي ، مثل المشروبات والسكاير والمعلبات وخاصة المستوردة منها ، وعادة هذه السلع تحمل اعباء ضريبية كبيرة ، قد تصل الى اضعاف سعرها الحقيقي في بعض الاحيان وذلك للاسباب التالية :

أ- ان المشرع الضريبي يرى ان هذه السلع كمالية وه في الغالب من استهلاك الفئات الغنية في المجتمع والتي لها القدرة على تحمل الاعباء الضريبية .

ب - كما ويحمل المشرع الضريبي اعباءا ضريبية ثقيلة لمثل هذه السلع بهدف الحد من استيرادها من الخارج اذا انها تكلف الدولة كميات كبيرة من العملات الاجنبية .

ج- وقد يرى المشرع الضريبي ان هذه السلع مضره بصحة الافراد او انها منافية للعادات والتقاليد المحلية او منافية لاحكام الدين لذا يحملها المزيد من الاعباء الضريبية للحد من استهلاكها تماشيا مع عادات المجتمع وحفاضا على صحة الافراد.

وهكذا فان جزاءا من السلع التي تدخل ضمن المنتج السياحي ، تفرض الضرائب عليها وبنسب عالية جدا من عدة ابواب كان تكون كمالية او للحد من استيرادها او للحد من استهلاكها وبذلك تكون مورد رئيسي وكبير لتمويل ميزانية الحكومة .

## الفصل الثامن: التخطيط السياحي

يعرف التخطيط السياحي بأنه رسم صورة تقديرية مستقبلية للنشاط السياحي في دولة معينة وفي فترة زمنية محددة. ويقضي ذلك حصر الموارد السياحية في الدولة من أجل تحديد أهداف الخطة السياحية وتحقيق تنمية سياحية سريعة ومنتظمة من خلال إعداد وتنفيذ برنامج متناسق يتصف بشمول فروع النشاط السياحي ومناطق الدولة السياحية.

وينبغي ألا ينظر إلى التخطيط السياحي على أنه ميدان مقصور على الجهات الرسمية، وإنما يجب أن ينظر إليه على أنه برنامج عمل مشترك بين الجهات الحكومية والقطاع الخاص والأفراد. لذا يجب أن يكون التخطيط السياحي عملية مشتركة بين جميع الجهات المنظمة للقطاع السياحي - بين الجهات الحكومية المشرفة على هذا القطاع، ومقدمي الخدمات السياحية (المؤسسات ورجال الأعمال)، والمستهلكين لهذه الخدمات (السياح)، والمجتمع المضيف للسياحة - بدءاً من مرحلة صياغة الأهداف المراد تحقيقها وانتهاءً بمرحلة التنفيذ والتطبيق لبرامج الخطة السياحية.

يعتمد نجاح التخطيط السياحي على عدة عوامل تشمل ما يلي:

أن تكون خطة التنمية السياحية جزءاً لا يتجزأ من الخطة القومية الشاملة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية.

وأن يتم تحقيق التوازن بين القطاعات الاقتصادية المختلفة.

وعلى أن يتم تحديد دور كل من القطاعين الخاص والعام في عملية التنمية.

التركيز على علاقة التنمية السياحية بالنشاط الاقتصادي العام وتحديد علاقة ذلك بالمحافظة على البيئة. □

أهمية التخطيط السياحي وأهدافه:-

يلعب التخطيط السياحي دوراً بالغ الأهمية في تطوير النشاط السياحي، وذلك لكونه منهجاً علمياً لتنظيم وإدارة النشاط السياحي بجميع عناصره وأنماطه، فهو يوفر إطار عمل مشترك لاتخاذ القرارات في إدارة الموارد السياحية ويزود الجهات المسؤولة بالأساليب والاتجاهات التي يجب أن تسلكها، مما يسهل عملها ويوفر كثيراً من الجهد الضائع. □

التخطيط السياحي يساعد على توحيد جهود جميع الوحدات المسؤولة عن تنمية القطاع السياحي وتنسيق عملها، ويقلل من ازدواجية القرارات والأنشطة المختلفة، مما يساعد على إنجاز الأهداف العامة والمحددة لهذا النشاط. □

لهذا فإن التخطيط السياحي يتأثر بالتقلبات السياسية والاجتماعية والطبيعية أكثر من تأثره بعوامل الإنتاج والقوى الاقتصادية المختلفة. □

ومن أهم المزايا والفوائد التي تتطلب الأخذ بأسلوب التخطيط السياحي على كل المستويات نذكر ما يلي: □

يساعد التخطيط للتنمية السياحية على تحديد وصيانة الموارد السياحية والاستفادة منها بشكل مناسب في الوقت الحاضر والمستقبل. □

يساعد التخطيط السياحي على تكاملية وربط القطاع السياحي مع القطاعات الأخرى وعلى تحقيق أهداف السياسات العامة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية على كل مستوياتها.

يوفر أرضية مناسبة لأسلوب اتخاذ القرار لتنمية السياحة في القطاعين العام والخاص، من خلال دراسة الواقع الحالي والمستقبلي مع الأخذ بعين الاعتبار الأمور السياسية والاقتصادية التي تقررها الدولة لتطوير السياحة وتنشيطها. □

يوفر المعلومات والبيانات والإحصائيات والخرائط والمخططات والتقارير والاستبيانات، ويضعها تحت يد طالبها. □

يساعد على زيادة الفوائد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية من خلال تطوير القطاع السياحي، وتوزيع ثمار تنميته على أفراد المجتمع. كما يقلل من سلبيات السياحة. □

يساعد على وضع الخطط التفصيلية لرفع المستوى السياحي لبعض المناطق المتميزة، والمتخلفة سياحياً. □

يساهم في استمرارية تقويم التنمية السياحية ومواصلة التقدم في تطوير هذا النشاط. والتأكيد على الإيجابيات وتجاوز السلبيات في الأعوام اللاحقة. □

\* وقد أثبتت التجارب في العديد من دول العالم أنه يمكن تحقيق عائدات سياحية دائمة من خلال اعتماد التخطيط السليم والمناسب، ويمكن لهذه العائدات أن تتضاعف في حال استمرار التخطيط الواعي والناصح .