

1. تنمية قطاع السياحة في الدول السياحية من خلال تحقيق الأهداف الفرعية التالية :

- زيادة مساهمته في الدخل القومي.
- زيادة مساهمته في التشغيل وإتاحة فرص العمل.
- تعظيم دوره في تحقيق التنمية المستدامة.
- زيادة مشاركتها في التنمية السياحية، وتقوية دوره في تنمية الأقاليم والمجتمعات المحلية اقتصادياً واجتماعياً.
- نمو الوعي السياحي وانتشار ثقافة السياحة لدى المواطنين.
- تطوير التعليم السياحي وبرامج التدريب السياحي.
- اكتشاف المقومات والإمكانيات السياحية في الدول الأقل نمواً، لمحاربة الفقر.



2. جذب مزيد من حركة السياحة العالمية إلى الدول السياحية من خلال تحقيق الأهداف الفرعية التالية:

- التعاون بين الدول السياحية في جهود الترويج السياحي .
- التحالف التسويقي للمنتجات السياحية الدولية.
- فتح أسواق سياحية جديدة.
- تطوير الجهود الإعلامية لتوضيح الصورة الواقعية للمجتمع السياحي.
- زيادة القدرة التنافسية للمنتجات والخدمات السياحية ورفع مستوى الجودة بهما.



3. تنمية السياحة الدولية المتبادلة بين الدول من خلال الأهداف الفرعية التالية :

3

- تحفيز تدفق الاستثمارات السياحية فيما بين الدول وإقامة المشروعات السياحية المشتركة.
- توحيد معايير التصنيف الدولية وتطبيق مؤشرات الجودة الموحدة.
- تبادل منح تسهيلات التأشيرات بين الدول السياحية .
- مساواة السائح مع المواطن في أسعار الإقامة والانتقال .
- تنمية الثقافة حول عناصر الجذب السياحي في الدول السياحية، والاهتمام بالتعليم السياحي حولها في إطار تكاملي دولي .
- بناء القدرات للعاملين في مختلف مجالات العمل السياحي بالتدريب الموجه للسياحة .
- التعاون في تنمية إمكانيات الدول السياحية الأقل نمواً لتحقيق معدلات نمو سياحي متقاربة.



ثالثاً: دوافع السياحة

تختلف الدوافع من شخص إلى شخص آخر وتختلف عند الشخص نفسه من حين لآخر، حيث تكشف دراسة عن سيكولوجية و دوافع السياحة عن أن الأفراد يسافرون بطبيعة الحال لأكثر من سبب بالنسبة لغالبيتهم، وتنقسم الدوافع إلى الآتي:

أ. الدوافع الثقافية:

تج مشاهدة الآثار والحضارات القديمة والمواقع الأثرية مثل زيارة قلعة اربيل الأثرية والأهرامات في مصر و سور الصين العظيم.

تج مشاهدة بعض الأحداث المهمة بالعالم وحضور المهرجانات و الحفلات الثقافية. تج الاطلاع على حياة الناس في بلدان أخرى والتعرف على حياتهم وثقافتهم ونمط حياتهم الاجتماعية والحضارية والثقافية واكتشاف الأشياء الجديدة لغرض العلم والثقافة والمعرفة.

تج مشاهدة المواقع الحضارية المهمة في العالم مثل زيارة باريس لمشاهدة برج إيفل أو زيارة روما لمشاهدة برج بيزا أو زيارة نيويورك لمشاهدة تمثال الحرية.



2. الدوافع الدينية:

تُج السفر بدافع الحج إلى الأماكن المقدسة مثل مكة المكرمة أو القدس.
تُج رحلات العمرة إلى مكة المكرمة وزيارة المدينة المنورة في شهر رمضان المبارك.
تُج السفر بدافع زيارة المعابد والأماكن الدينية.

3. الدوافع الاقتصادية:

تُج انخفاض الأسعار في بلد ما يؤدي إلى تدفق السواح للتمتع بالخدمات المقدمة والحصول على السلع والخدمات بأسعار أقل.
تُج السفر لغرض الأعمال والحصول على صفقات تجارية بالنسبة لرجال الأعمال.



4. الدوافع العرقية :

زيارة بلد الأم لتجديد الروابط الأسرية كزيارة أماكن قضاء الطفولة أو أماكن سكن الأهل والأقرباء وهذا الدافع ينشأ بقوة لدى المغتربين عن بلدهم ويولد لديهم دافع قوي بزيارة البلد الأم.

5. الدوافع الصحية :

لج السفر لغرض العلاج.

بلج الابتعاد عن الجو البارد والثلوج والتوجه إلى الأماكن الدافئة، أو الابتعاد عن الجو الحار والتوجه إلى الأماكن الباردة بالنسبة لكبار السن والمرضى.

لج السفر لغرض النقاهة بعد الشفاء من مرض معين أو لغرض الراحة النفسية بعد إصابة الشخص بمرض أو أزمة نفسية أو التمتع بالجو الصافي والهواء النقي.



6. الدوافع الرياضية :

لج السفر لغرض مشاهدة البطولات الرياضية و المباريات أو تشجيع فريق معين.
بلج المشاركة في دورة رياضية أو السفر لغرض ممارسة ألعاب معينة مثل التزلج على الجليد أو ممارسة رياضة التنس.

7. دوافع المكانة الاجتماعية :

لج التفاخر والتباهي بزيارة بعض المناطق المشهورة بالعالم مثل جزر البحر الكاريبي أو مونتيفارلو أو فندق برج العرب في دبي.
بلج تقنية جديدة مثل شراء سيارة جديدة والرغبة في السفر بها إلى مكان ما، أو الرغبة في تجربة وسيلة نقل جديدة ومتطورة مثل الرغبة في السفر في طائرة (A 380).
بلج التذوق، تذوق الطعام لإحدى المطابخ العالمية كالمطبخ الفرنسي أو الإيطالي أو الصيني.



8. دوافع الراحة والاستجمام والترفيه :

لج الابتعاد المؤقت من الجو الروتيني اليومي للعمل والابتعاد عن ضوضاء المدينة ويحدث هذا في المدن الصناعية والتجارية والمزدحمة بالسكان.

يلج حب الاستمتاع بأوقات الفراغ في الأماكن الهادئة أو على سواحل الشواطئ أو في مناطق جبلية.

رابعاً : أشكال (أنواع) السياحة

9

هناك عدة أشكال للسياحة وفقاً للدوافع التي هي الأساس للسفر الى مكان غير مكان الإقامة الدائمة، للوصول إلى الغايات وإشباع الحاجات والرغبات المختلفة، لذا فإن للسياحة أنواع عدة منها:

1. تقسيم السياحة على وفق الغرض:

تج السياحة الثقافية:

تخدم الشعوب للاستغناء بالمعلومات والمعرفة المختلفة وخصائصهم لبلدان الأخرى، وتلبية الحاجات الترفيهية، وتشمل أيضاً المشاركة في المعارض و الأحداث الثقافية، والمسابقات الفنية، والأماكن ذات الأهمية الطبيعية، وزيارة المعالم الأثرية والحضارية في هذه البلدان.

بلج سياحة الصحة و العلاج :

تلبى الحاجات الصحية عن طريق المعالجة الطبية في البلدان الأخرى أو الأماكن العلاجية، على سبيل المثال، حمام الطين، والعلاج عن طريق المياه المعدنية ذات الخصائص العلاجية الخاصة، والعيون الطبيعية الساخنة، وحمامات الرمل (الدفن في الرمال) والعلاج بمياه البحر، كما تهيئ الراحة لكل طائفة من المتعبين ومرهقي الأعصاب، والمصابين بالروماتيزم.

نمىج السياحة الرياضية :

هذه تلبى الحاجات الخاصة بالرياضة للأشخاص والاشتراك في الألعاب الرياضية، ومن بين أنواع السياحة الرياضية مثل صيد الأسماك، والحيوانات البرية، والغوص في أعماق البحر، والتزلج، وسياحة الشواطئ، والمغامرة، والدورات والمهرجانات والبطولات الرياضية.

لج سياحة المؤتمرات و الاجتماعات :

تتضمن المجتمعات العلمية، والمهنية وحتى أحياناً السياسية، وهذه تتطلب وجود مرافق المؤتمرات في البلاد والعوامل الهامة الأخرى، مثل الموقع الجغرافي، توافر سهولة النقل، المناخ الجيد، فضلاً عن الشخص الذي يشارك في مثل هذه المؤتمرات ستطلب المرافق السياحية الأخرى، أيضاً الرحلات السياحية، والجولات، وشراء الهدايا التذكارية.

لج السياحة الترفيهية أو للراحة :

هذا النوع يخدم إصلاح القدرات البدنية والعقلية والبدئية للفرد وذلك للارتياح من التعب والاسترخاء في المناطق السياحية.

لج السياحة الدينية :

هي رحلة لزيارة العتبات الدينية المقدسة، وتعد نوعاً من ممارسة الطقوس الدينية الذي أصبح تقليداً دورياً أو سنوياً لاداء هذه الطقوس في الاماكن التي شهدت احداثاً هامة.

2. تقسيم السياحة على وفق عدد السياح:

لُج السياحة الفردية:

يسافر شخص واحد أو العائلة فقط، أي قيام السائح بمفرده أو بصحبة العائلة، وتنفيذ الرحلة على حسابه الخاص، والاتصال المباشر بالمشروعات المختلفة وتتميز الرحلات الفردية بكبر تكلفتها مقارنة بالرحلات الجماعية، وبذلك فهي تمارس من طرف السياح الذين يمتلكون إمكانيات مادية عالية ويعتمد هذا النوع من السياحة على تأثير الأصدقاء والكلمة الصادقة وعلى تأثير الإعلان والترويج السياحي وعلى مدى ثقافة السائح.

بلج السياحة الجماعية:

يشارك فيها عدد من الأفراد أو الأشخاص، وعادة ما يرتبطون برابطة معينة والسفر معاً، مثل كونهم زملاء، أصدقاء، أصحاب، أعضاء النوادي والمدارس أو رابطة طلابية أو عمالية، أي مجموعة متقاربة أو رحلة سياحية التي تنظمها وكالة السفر، غالباً ما يرافقها قائد رحلة، وعدد السياح فيها تكون مختلفة وعادة ما يكون بين من (15 إلى 20) شخص أو أكثر.

3. تقسيم السياحة على وفق النطاق الجغرافي :

أج السياحة الداخلية (المحلية) :

أنها تمثل الحركة السياحية للمواطنين والأجانب المقيمين داخل البلد، أي الذين يسافرون كزائرين الى البلد وليس ببلدهم الأصلي.

بلج السياحة الإقليمية :

أنها حركة السياحة بين البلدان السياحية التي تشكل إقليم واحد، على سبيل المثال، حركة السياحة بين بلدان أوروبا الغربية.

مجم السياحة الدولية :

تتضمن الحركة السياحية بين مختلف البلدان في العالم.

خامساً: الطبيعة الخاصة للنشاط السياحي

للنشاط السياحي طبيعة خاصة يختلف عن غيره من الأنشطة الاقتصادية التي يمارسها الإنسان، وإن هذه الطبيعة الخاصة تجعله شديد الحساسية والتأثر بالمتغيرات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية، بل والسلوكية أيضاً ومن ثم فإنه يتعين تفهم ملامح هذه الطبيعة الخاصة التي تتمثل أبعادها في الآتي:

1. الأمان:

السياحة كنشاط يتأثر بمدى أحساس السائح بالأمان وأنه غير مهدد بخطر من الأخطار التي تهدد حياته أو ممتلكاته، وعلى هذا يلاحظ أن الدول والمناطق غير المستقرة سياسياً أو التي تهددها الحروب بينها وبين جيرانها، أو التوترات الاجتماعية والحروب الأهلية من أفقر الدول والمناطق سياحياً، في حين تنتعش المناطق التي تنعم بالأمن والسلام، يضاف إلى هذا العامل أيضاً عامل هام وهو مقدار الوعي السياحي لدى أفراد الشعب في المنطقة التي يزورها السائح، فكلما كان هذا الوعي مرتفعاً كلما أحس السائح بالأمان وبالصدقة والروح الاجتماعية وعدم إحساسه بالغرابة أو الاغتراب وكلما كان هذا دافعاً له على أن تمتد إقامته السياحية بالمنطقة واستمرار تردده عليها سواء لإستجلاب الذكريات السعيدة الماضية أو لإحياء مجموعة صداقاته ومعاملاته في هذه المنطقة.

2. التكلفة:

17

تعد التكلفة التي يتحملها السائح من أحد أهم محددات العملية السياحية فكلما كانت التكلفة محدودة كلما كان هذا دافعاً على زيادة تعامل السائحين على مزيج الخدمات السياحية التي تقدمها والعكس صحيح.

3. الإنبهار:

يعد الانبهار أعلى مراحل الإعجاب التي يمر بها السائح عند زيارته للمنطقة السياحية، ويتولد هذا الإنبهار من الفجوة التي تتولد نتيجة الفرق بين الإنطباع الذي كان لدى السائح عن المنطقة السياحية قبل زيارته لها والذي استقاه من مجموعة المعارف أو القراءات عنها وبين الإنطباع الإيجابي والإعجاب الناجم أثناء وبعد زيارته لها، ومن هنا فإن العمل على تطوير وتنمية عناصر الجذب السياحي في المناطق السياحية وتحسين جودتها وأساليب تقديمها وإظهارها للسائح تساعد على تحقيق عنصر الإنبهار المطلوب للعملية السياحية.

4. الراحة:

بمقتضى هذا العامل يتعين توفير سبل الراحة اللازمة للسائح وتقليل الجهد الذي سيبدله في الحصول على مجموعة المنافع التي ستحققها له الخدمة السياحية التي تعاقد عليها، فكلما كانت قدرة المنشآت السياحية كبيرة على توفير الراحة للسائح استطاعت هذه المنشآت جذب مزيد من السائحين وتنشيط حركة التعامل على خدماتها والعكس صحيح، كما أن هذا العامل يقوم بدور هام في سياحة رجال الأعمال وكبار السن الباحثين عن الاستجمام والهدوء هروبا من الضوضاء ومتاعب العمل اليومي.

5. الأثارة:

يقوم هذا العامل بدور هام في سياحة الشباب الذي يبحث عن كل مثير وغريب وغير مألوف ولا مانع من أن يكون لديه بعض المخاطر الذي يمكن تلافيه أو الوقاية منه، فالإثارة تتلاقى بشكل كبير مع طبيعة الشباب المتحفز والساعي وراء الإثارة والمخاطرة ولعل أهم أنواع هذه السياحة، سياحة الأدغال الأفريقية وسياحة الرياضات الخطرة كتسلق الجبال الشاهقة أو رياضة التسابق بالسيارات في الصحارى (رالي السيارات).

6. المتعة:

وهي أهم جانب من جوانب السياحة بل أن البعض يعرفُ السياحة بها حيث يرى أن السياحة هي فن المتعة غير المادية أو المتعة المعنوية وأن استمتاع السائح هو الوسيلة الأساسية للعمل السياحي، وإذا كان عنصر المتعة يصعب تعريفه باعتباره عنصر معنوي يختلف من شخص إلى آخر فإن له أبعاد يمكن من خلالها التعامل سياحياً بها بشكل ناجح أهمها ما يلي:

لج أشعار السائح أنه محور الاهتمام، وأنه محل تقدير وترحيب من جانب جميع الذين يتعامل معهم.

بلج أحساس السائح أن مزيج الخدمات السياحية الذي تقدمه قد تم تصميمه من أجله، وأنه عمل خصيصاً لإرضائه.

لج الحرص على توفير ما يطلبه السائح من خدمات بشكل فوري.

لج إشعار السائح أنه متميز بشكل كبير عن باقي أفراد المجتمع وأن كل شيء قد تم إعداده من أجل راحته واستمتاعه بالبرنامج السياحي الذي تعاقد عليه.

سادساً: الآثار الإيجابية والسلبية لصناعة السياحة

1. الآثار الاجتماعية: تنقسم الى الاتي:

أج الآثار الاجتماعية الإيجابية: من أهم الآثار الاجتماعية الإيجابية ما يلي :

- **الازدهار المستمر للسياحة يقضي على العديد من المشاكل كالبطالة والركود الاقتصادي.**
- **السياحة الداخلية أصبحت تعبيرا عن الرغبة في رفع مستوى الصحة النفسية للشعب والقضاء على التلوث البيئي وذلك من خلال انتشار المسطحات المائية والمساحات الخضراء.**
- **الاستثمار السياحي له عائد جانبي يتمثل في رصف الطرق وتجميل المناطق وتحسين الخدمة الهاتفية ومشروعات الصرف الصحي, الذي يجعل المجتمع ينتفع من هذه الخدمات جراء الاستثمار السياحي.**

- **السياحة اداة لتعميق الانتماء وتنمية الوعي القومي والاعتزاز بالوطن وتساهم في بناء الشخصية الانسانية.**
- **الوعي السياحي هو احد فروع الوعي الاجتماعي، لان نشاط السياحة هو الاحاطة بالواقع المحيط بالإنسان والمجتمع والطبيعة،**
- وتنمية الوعي الاجتماعي من خلال التعرف بهذا الواقع من خلال زيارات ورحلات مما يجعلهم يتعرفون على قيمة ما يحيط بهم وهنا يتطلب من الشعب التمسك ببعض السلوك مثل كرم الضيافة والتحضر في معاملة السياح لجذبهم من مختلف دول العالم.**

بلج الآثار الاجتماعية السلبية: من أهم الآثار الاجتماعية السلبية ما يلي :

➤ التحولات الاجتماعية :

ويتولد عن ذلك قيم وتقاليد جديدة وغير مألوفة بصورة سريعة ومفاجئة بالنسبة لسكان هذه المناطق، تختلف عن موروثاتهم الحضارية والاجتماعية التي نشأوا وتربوا عليها مما يؤدي الى التحولات وتغيرات جذرية في هذه المجتمعات.

➤ التصادم الثقافي :

نتيجة التعارف والاختلاف بين الافكار والاساليب ما بين المجتمع والسياح وتصرفاتهم التي لا تعبر بالضرورة عن اسلوب حياتهم اليومية في البلد، الامر الذي يؤدي الى اثاره الشعب المضيف وضيقه واحساسه بالمرارة والرفض السلبي لسياحة بكل معانيها.

➤ انتشار عوامل الفساد والتدهور الاجتماعي :

تعاني بعض الدول من انخفاض مستويات المعيشة ونقص الامكانيات المتاحة في الوقت الذي تتوجه الى هذه الدول انماط مختلفة من السياح بعاداتهم الاستهلاكية وقدراتهم المالية، مما يؤدي الى اتجاه نسبة من ابناء هذه الدول الى محاولة تحقيق مكاسب مادية سريعة وان كانت بوسائل غير مشروعة وبالتالي يتم استغلال السياح في مجالات مختلفة من قبل المروجين لبعض صور الانحراف تحت تسميات متعددة مثل التسلية والترفيه والمتعة والراحة.

تعد السياحة القوة الدافعة وراء انشاء وتطوير الفنادق والمطاعم والمنتجات السياحية الصيفية والشتوية والمهرجانات والمعارض, وتوفير مرافق البنية الاساسية والمرافق العامة من (المطارات, الطرق, الاتصالات, الكهرباء, شبكات المياه), ومن ناحية اخرى فان السياحة محفزة للنمو الاقتصادي والمصدر الرئيس للحصول على العملة الصعبة ومصدرا للعمالة,

ففي عام (2002) حققت السياحة العالمية عائدات اكثر من (4) تريليون دولار, ويتوقع حجم النشاط الاقتصادي السياحي لعام (2010) بنحو (10) تريليون دولار, ووفرت فرص عمل واحدة من كل اثني عشر فرصة عمل في القطاعات الاقتصادية المختلفة, ووفقا لإحصاءات المجلس العالمي للسياحة والسفر (WTTC) يشكل قطاع السياحة والسفر اكثر من (10.2%) من اجمالي الناتج القومي في الاقتصاد العالمي.

3. الآثار البيئية للسياحة :

من أجل تطبيق نظام بيئي متكامل ثم الوصول للسياحة المستدامة التي تهدف الى تحقيق الالتزام بالقوانين البيئية المحلية لتحسين صورة المنشأة السياحية امام السائحين، حيث ظهرت اتجاهات حديثة في الاهتمام بالبيئة تحت شعار (حماية البيئة اليوم استثمار للغد) ومن الاتجاهات البيئية الحديثة المهمة هي كالآتي :

لج شهادة الراية الزرقاء :

فالراية الزرقاء علم لونه ازرق يرفع على الشواطئ والفنادق السياحية التي تتبع هذا النظام البيئي الجديد ومن شروط الحصول على الراية الزرقاء:

- ان يكون الشاطئ طبيعيا ولا يتم التدخل فيه هندسيا.
- عدم المساس بمعالمه الطبيعية وعدم وجود الحيوانات الاليفة على الشاطئ.
- عدم استخدام التكنولوجيا المضرّة بالبيئة في وسائل الترفيه المستخدمة على الشاطئ.
- وجود ممرات للمعوقين وتوافر اسعافات اولية والالتزام بتعليمات البحر
- . وهذه الالتمامات ملتزم بها في أكثر (20%) من شواطئ أوروبا.

بلج شهادة الفنادق الخضراء:

تمنح للفنادق التي تهتم بالبيئة والتي تعمل على ما يلي:

- ترشيد استهلاك الكهرباء والماء باستخدام تجهيزات ومعدات فندقية حديثة صديقة للبيئة.
- استخدام حمامات شمسية ومعالجة مياه الصرف الصحي لإعادة استخدامها في ري الحدائق.
- المشاركة في مشاريع الحفاظ على البيئة على مستوى المجتمع وتوعية ضيوف الفندق بصورة مباشرة على الشاطئ

مجج شهادة الجودة (الأيزو ISO):

حتى يمكن الوصول الى الفاعلية الايكولوجية (علم البيئة - Ecology) للحصول على شهادة الأيزو ولكي يتم تأمين السائح ضد الكوارث البيئية يتم اتباع ما يلي من قبل الفنادق:

- مراعاة المقاييس الصحية المتعلقة بالطعام و مياه الشرب.
- التخلص من الفضلات.
- تقديم الخدمات الجيدة لتحقيق رضا السائح بشأن السعادة والجمال والحرية.

لج العوامل الطبيعية:

تتضمن العناصر الطبيعية مثل الموقع الجغرافي و الأشكال الجيولوجية والمناخ و مظاهر السطح والبحار والأنهار والغابات والمحميات... و تنقسم الى الآتي:

1. الموقع الجغرافي:

للموقع الجغرافي بمختلف أنماطه تأثيرات متباينة على صناعة السياحة، إذ يلعب دورا هاما في تحديد خصائص بعض عناصر المناخ، وأشكال النبات ذات الجذب السياحي، فليس غريبا أن نرى أن أحد أهم مراحل الدراسات الأولية لنجاح عمل تنمية السياحة المستدامة هو الاختيار الموفق للموقع المراد عمل مشاريع سياحية فيه، من خلال دراسة علاقة الموقع مع كل من المناخ والنبات و حياة الإنسان ومستواه الحضاري والأنشطة الاقتصادية السائدة.

2. مظاهر المياه الجوفية :

الذي يهمننا في المياه الجوفية ما يخدم السياحة من الينابيع والعيون منها العيون الساخنة او الكبريتية، و الشلالات و النافورات، وتشكل هذه المياه عاملا مهما للجذب السياحي وخاصة إذا كانت مياه تلك الينابيع أو العيون تستخدم في مجالات العلاج الإنساني .

3. الأشكال الجيولوجية :

اهتم الدارسين الذين لهم علاقة بصناعة السياحة بهذا العامل مؤخرا لما له من دور في جذب السياح، من صخور جميلة المنظر وحفريات غريبة التكوين تعمل على جذب أعداد كبيرة من السياح الوافدين لوجود أشكال صخرية منفردة الملامح منها (الكهوف أو المغارات الطبيعية، والمسلات البحرية).

4. مظاهر السطح:

تتباين مظاهر السطح المؤثرة في صناعة السياحة بشكل كبير تبعا لخصائصها وهي تضم المرتفعات الجبلية والأودية والهضاب والجزر، وتعد الجبال التي تشكل 10٪ من مساحة اليابسة من أهم مناطق الجذب السياحي لارتباطها عادة بظواهر أخرى متنوعة مثل أشكال النباتات الطبيعية وأنماط الحياة الحيوانية الفطرية والمياه الجارية عليها والهواء النقي وطبيعة أشعة الشمس الساقطة عليها وتأثيرها الصحي المنعش لبعدها عن مصادر التلوث.

5. المناخ:

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

➤ سطوع الشمس :

34

تعد الطقس الجميل أحد عوامل الجذب السياحي حيث تنعكس أهمية سطوع الشمس وطول فترة الإشعاع الشمسي في رحلات السياحة، وهي عنصر هام للسياحة العلاجية إذ يتحدد النشاط العلاجي وفقا إلى درجة سطوعها ومدى درجة الإشعاع الصادر منها.

➤ الأمطار:

ان الأمطار تعيق الأنشطة السياحية وخاصة إذا ما زادت معدلاتها، فهي تحجب أشعة الشمس التي تعد العنصر الرئيسي للسياحة، ولكن من مظاهر المطر التي تشد السائحين وقت الأمطار هو قوس قزح الذي يبهج كثيرا من السائحين.

➤ الرياح :

للرياح تأثير كبير في السياحة حيث نجد أن الرياح الساخنة المحملة بالأتربة التي تهب على بعض المناطق السياحية في فصل الربيع تعطل حركة السياحة وتعرقل أنشطة الاستجمام والترويج كذلك الرياح الباردة تحد من الأنشطة السياحية مثل التزلج.

بلج العوامل غير الطبيعية:

إن العوامل البشرية المؤثرة على جذب السياح لها أشكال متعددة كلها من صنع الإنسان، منها الحياة الاجتماعية والثقافية و تراث الشعوب وعاداتها ... وتنقسم الى الاتي:

1. تسهيلات الضيافة والإقامة:

تمثل تسهيلات الضيافة والإقامة أحد عوامل الجذب، ومهما كانت درجة جاذبية المناطق السياحية، فإن الإقبال عليها يصبح محدودا إذا لم تتوفر فيها التسهيلات الأساسية التي يتطلبها السائح كما يتأثر حجم الزوار في أية منطقة بحجم التسهيلات، وتشمل هذه التسهيلات (الفنادق والموتيلات والخيام والكرفانات).

2. تسهيلات الإمداد:

تتطلب خدمات الإقامة والضيافة إلى عملية تسهيل الإمداد بالمواد اللازمة للسياح وخاصة تلك المراكز والمحلات التي توجه نشاطها للحركة السياحية على وجه الخصوص مراكز المعلومات السياحية ووكالات السياحة و السفر والادلاء السياحيين و المحلات التجارية ومحلات الأدوات الرياضية ومراكز صناعة و بيع الحرف اليدوية و التذكارية والمطاعم والبنوك والمراكز الطبية والبريد والشرطة.

3. خدمات النقل والمواصلات:

يرتبط التطور في السياحة ارتباطا وثيقا بالتقدم في تكنولوجيا النقل والمواصلات، ولا تصبح المواقع أكثر جذبا للسائحين طالما لا تتوفر فيها إمكانية الوصول إليها بغض النظر عما تقدم من التسهيلات، وقد ارتبط التطور بالنقل بالسكك الحديدية، و أدت الزيادة في امتلاك السيارات إلى زيادة مماثلة في السياحة الداخلية، وبعد إمكانية استخدام الطيران في أعقاب الحرب العالمية الثانية أصبح من الممكن الانتقال لمسافات طويلة في سرعة وسهولة لقضاء الإجازات القصيرة في الأماكن البعيدة ذات الجذب السياحي الفريد.

4. خدمات البنية التحتية:

تشمل توفير المياه الصالحة للشرب والطاقة الكهربائية والتخلص من المياه العادمة والفضلات الصلبة، وتوفير شبكة الاتصالات.