

الفصل الرابع تكاليف و الفوائد المادية والاقتصادية لتطوير السياحة

ترجمة بتصرف
أ.د. مضر خليل عمر

من بين التأثيرات العديدة التي قد تمارسها السياحة على المناطق المضيفة ، ربما تكون عمليات التنمية العمرانية والاقتصادية هي الأكثر وضوحا . وقد تكون هذه التأثيرات واضحة في النمو الجسدي للبنية التحتية السياحية (الإقامة ، وتجارة التجزئة ، والترفيه ، المعالم السياحية ، وخدمات النقل ، وما إلى ذلك)؛ والمرتبطة بها من توظيف في صناعة السياحة ؛ وبشكل أقل وضوحًا ، مجموعة من التأثيرات المحتملة على الناتج المحلي الإجمالي والميزان التجاري وقدرات الاقتصاديات الوطنية أو الإقليمية لجذب الاستثمار إلى الداخل . للمناطق النامية على وجه الخصوص ، القدرة الواضحة للسياحة على خلق ثروة كبيرة من الموارد التي غالبًا ما تكون طبيعية و بحرية المتاحة التي أثبتت أنها جذابة بشكل كبير، ولكن المخاطر ترتبط بالإفراط في التطوير والاعتماد على النشاطات التي يمكن أن تكون غير مستقرة بشكل مميز وهي أبعاد سلبية لا ينبغي لها ذلك ، فيتم التغاضي عنها . هناك فوائد ، ولكن هناك أيضًا تكاليف مرتبطة بأمر التنمية العمرانية والاقتصادية للسياحة أما بالنسبة لطالب جغرافية السياحة ، فإن "التنمية" في حد ذاتها يمكن أن تفعل ذلك ، فيكون مفهوما إشكاليا . ويرجع ذلك في المقام الأول إلى تنوع الطرق التي تم تطبيق المصطلح عليها - واصفًا كلاً من عملية التغيير وحالة (أو مرحلة) التطور . وهكذا ، على سبيل المثال ، نموذج بتلر دورة المنتجع (ينظر الفصل 2) يحدد بشكل أساسي مراحل التطور المتعاقبة ولكنه لا يوضح في حد ذاته تفاصيل العملية . علاوة على ذلك ، ليس هناك تمييز أساسي يجب القيام به بين الحالة والعملية ، ولكن طبيعة العملية كانت خاضعة لمجموعة متنوعة من التفسيرات ، بما في ذلك ، في جملة أمور :

• التنمية كعملية نمو اقتصادي كما تم تعريفها في زيادة إنتاج السلع الأساسية ، وخلق الثروة ورفع مستويات التوظيف؛

• التنمية كعملية تحول اجتماعي واقتصادي يؤدي فيها النمو الاقتصادي إلى عمليات تغيير أوسع نطاقاً في العلاقات بين المواقع (خاصة بين الدول المتقدمة) الأماكن المتخلفة وبين المجموعات الاجتماعية والاقتصادية - وبالتالي خلق تحولات جوهرية في أنماط الإنتاج والاستهلاك ؛

• التنمية كعملية إعادة تنظيم مكانية للأشخاص ومناطق المنتج . ويمكن النظر إلى هذا على أنه نتاج واضح للتحولات الاجتماعية والاقتصادية وهو مساعد مشترك لتنمية السياحة ، مع ميلها إلى تركيز الاهتمام على الموارد و مناطقها التي ربما كانت في السابق خاملة أو قليلة الاستخدام .

وفي الجغرافيا ، اتجهت دراسات التنمية تقليدياً إلى استكشاف المشاكل الخاصة للدول الأقل نموا ومشاكل العلاقات مع العالم المتقدم . وقد حدث جزء من هذا التقليد أيضًا عند دراسة الجغرافية للسياحة ، ولكن من المهم أن نلاحظ أن عمليات التنمية السياحية لها أيضًا أهمية كبيرة في داخل الدول التي يمكن وصفها بالفعل بأنها "متقدمة" . هذا أمر طبيعي ، انعكاس لحداثة الأشكال الجماعية التي ظهرت في السياحة ، وفي حين أن بعض أجزاء هذا الفصل سوف تدرس السياحة في سياق الدول الأقل نمواً ، يتعلق الأمر بمعظم المناقشات مع التنمية العمرانية والآثار الاقتصادية داخل إعدادات الدول المتقدمة.

ينقسم الفصل إلى قسمين مختلفين ، مرتبطين ببعضهما البعض . بدءًا ، تتمحور المناقشة حول العوامل التي تشكل وتنظم تطور السياحة والأشكال المكانية المتناقضة التي قد تنتج عنها . ثم العلاقات الأوسع بين السياحة والتنمية الاقتصادية (بما في ذلك القدرة على خلق فرص العمل) التي يتم تقديمها واستكشافها .

أنماط التطور العمراني للسياحة

المتطلبات الأساسية للنمو

يتطلب تطوير السياحة في أي مكان ان تجتمع العناصر الأساسية معًا لإنتاج الظروف المناسبة . ويمكن تلخيصها : الموارد وعوامل الجذب ؛ بنية تحتية ؛ والاستثمار والعمل والترويج . الموارد والمعالم السياحية السياحة هي صناعة الموارد ، تعتمد جاذبيتها الأساسية على هبات الطبيعة وتراث المجتمع . الجاذبية الطبيعية فقد تعتمد المنطقة على واحدة (أو أكثر) من سماتها المادية : المناخ أو التضاريس أو المظاهر الطبيعية أو النباتات أو الحيوانات ؛ بينما التراث الاجتماعي والثقافي قد يجذب السياح الراغبين في الاستمتاع بمراكز التعلم أو الترفيه ، لزيارة الأماكن ذات الأهمية التاريخية أو لعرضها المباني أو آثار تاريخية . قد تمتد أيضًا عوامل الجذب الاجتماعية والثقافية للاطلاع على المصنوعات اليدوية أو الأعمال الفنية ؛ الطقوس أو الفنون المسرحية ؛ الاستمتاع بالمأكولات الأجنبية ؛ أو المهرجانات . بالإضافة إلى الثروات الطبيعية والاجتماعية للمنطقة . تسعى الصناعة عادةً إلى تطوير قاعدة الموارد ومناطق الجذب السياحي من خلال إنشاء مناطق جذب سياحية محددة ، غالبًا ما تكون مصطنعة . قد تشمل على محلات سياحية وأماكن ترفيه و الملهي والمتنزهات وحمامات السباحة والمجمعات الترفيهية .

البنية التحتية ، يتطلب تطوير السياحة بنية تحتية ، في المقام الأول في شكل السكن وخدمات النقل والمرافق العامة . تتمحور السياحة حول السفر والبقاء بعيدًا عن المنزل ، وبالتالي سيكون توفير كل من وسائل النقل والإقامة جزءًا لا يتجزأ من عناصر السياحة . برامج تنمية النقل يجب أن تأخذ التطورات في الحسبان احتياجات الروابط الخارجية (الموانئ والمطارات ومحطات السكك الحديدية الدولية وغيرها) للسماح للسياح بالوصول إلى وجهاتهم ، فضلًا عن توفير ما يسمح بالتنقل داخل منطقة الوجهة (الطرق المحلية ، خدمات تأجير المركبات ، إلخ.) . قد تعكس تطورات أماكن الإقامة سوقًا معينة للقطاعات التي تستهدفها الوجهة (على سبيل المثال ، فخامة فنادق للمسافرين الدوليين المميزين) ، ولكن بخلاف ذلك يجب أن تلبي احتياجات و تنوع متطلبات السياحة من خلال تقديم الخدمات وليس فقط الإقامة على شكل فنادق . ولكنها أيضًا أرخص أو أكثر مرونة أشكال الإقامة : في المجمعات السكنية أو تطوير الفلل أو المشاركة بالوقت أو مواقع الكرفانات والتخييم . توقعات الجودة التي يحمل العديد من السياح معهم أيضًا آثارًا على توفير الطعام في مرافق عامة ؛ إمدادات المياه والصرف الصحي والكهرباء ضرورية ومن أسس معظم أشكال التنمية السياحية الحديثة .

الاستثمار والعمل والترويج ، لكي تتطور المنطقة السياحية ، هناك حاجة إلى مصادر رأس مال للاستثمار والعمالة والهيكل المناسب للتسويق و الترويج للوجهة المراد إنشاؤها . في حين أن بعض العوامل الأساسية لجذب السياح (وخاصة المظاهر الطبيعية) قد تكون إلى حد ما "حرة" ، تطورات البنية التحتية وتشكيل عوامل جذب مصطنعة تتطلب الاستثمار ، وتشغيل الصناعة في الوجهة تتطلب مجموعات من العمالة الحاصلة على التدريب المناسب والخبرة . وفي معظم السياقات التنموية ، تتم تلبية هذه الاحتياجات من خلال مزيج من الاستثمار الخاص والعام ، تلعب الحكومات عادةً دورًا أكبر في الترويج للوجهات عند تحسينات البنية التحتية التي تشمل النقل والمرافق العامة ، وفي بعض الحالات ، التدريب على العمل . وعلى النقيض من ذلك ، فإن التمويل الخاص هو أكثر بروزًا في تطوير الإيواء السياحي و عوامل الجذب . ومع ذلك ، فإن

التوازن بين التمويل العام والخاص (وبين الاستثمار المحلي والأجنبي) تختلف اختلافا كبيرا من مكان إلى مكان ، اعتمادا على الظروف الاقتصادية والسياسية المحلية .

عوامل التطور العمراني للسياحة

على الرغم من أن المتطلبات الأساسية التي تشكل التنمية السياحية يمكن تعريفها دون صعوبة كبيرة ، وعمليات تطوير مختلفة يمكن أن تحدث ، و تحدث بالفعل ، ويرتبط ذلك بالأنماط والأشكال المكانية المتناقضة . يحاول الشكل 1 تقديم ملخصا تفصيليا لما هو أكثر حدوثا في الواقع ، تشير مجموعة معقدة من العمليات إلى أن الأشكال المكانية المتناقضة للتنمية السياحية ("نتائج التنمية") يمكن النظر على أنها نتاج التفاعل بين "عوامل التأثير" . خمسة عوامل أساسية مقترحة :

- القيود المادية .
- طبيعة الموارد السياحية ومناطق الجذب السياحي .
- ظروف التخطيط والاستثمار .
- مستويات التكامل .
- طبيعة سوق السياحة .

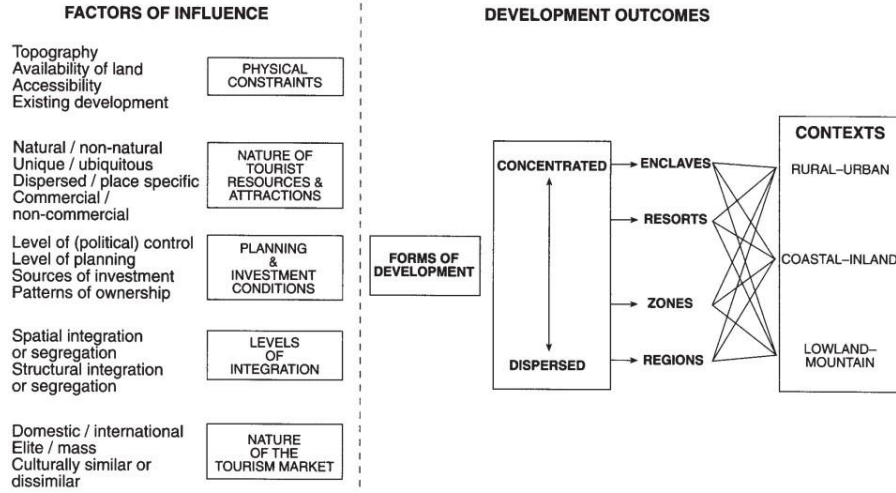
يُنظر إلى الأشكال المكانية الناتجة عن هذا التفاعل على أنها تتساقط على نطاق واسع إلى : الجيوب والمنتجعات والمناطق السياحية . من الناحية المكانية ، ترتبط هذه الأشكال المختلفة بمستويات مختلفة من التركيز أو التشتت ويمكن أيضا أن تكون موجودة في مكان واحد من عدة "سياقات" جغرافية التي يتم التعبير عنها هنا على أنها متصلة : حضري / ريفي ؛ الساحلية / الداخلية ؛ الأراضي المنخفضة / الجبل ، الخ . كل عامل من العوامل الأساسية يتكون في حد ذاته من عوامل أكثر تحديداً في التأثيرات التي يمكن توضيحها بإيجاز . أولا هناك مجموعات مادية القيود يكون لها تأثير مباشر على أشكال التنمية . فالتضاريس ، على سبيل المثال ، يمكن أن تؤثر على توافر المواقع المناسبة للبناء ومستويات سهولة الوصول الى المرافق الرئيسية (المياه والطاقة والصرف الصحي وما إلى ذلك) التي يمكن تركيبها أو تمديدها ، المستوطنات القائمة وبنيتها التحتية . البيئات "الصعبة" تشمل السواحل الوعرة أو المناطق الجبلية ، وكلاهما يميل إلى تجزئة وتشتيت التنمية بطريقة غير صحيحة بشكل عام (على سبيل المثال) خط ساحلي مسطح ومفتوح يتمتع بسهولة الوصول إليه .

ثانياً، تعكس أنماط التنمية خصائص الموارد والمعالم السياحية التي تتمحور حولها السياحة ، وتؤثر بشكل خاص الى أي مدى تصبح السياحة مشتتة أو مركزة . بخاصة تميل عوامل الجذب الفريدة أو الخاصة بمكان معين ، سواء اكانت طبيعية أو غير طبيعية لتركيز التطوير حول الموقع (المواقع) المعني ، في حين أن المزيد من الموارد في كل مكان أو تلك واسعة النطاق مكانيا (على سبيل المثال ، وسيلة يمكن الوصول إلى الساحل أو المظاهر الطبيعية الريفية ذات النوعية الجيدة) قد يكون لها تأثير مشتت .

وهكذا ، فإن السياحة الريفية - التي تعد مشاهدة المعالم السياحية هواية مهمة فيها - هي غالباً ما تتميز بنمط منتشر من التعدد في التطور ، مواقع صغيرة الحجم نسبياً ، مع استيعاب النشاط في كثير من الأحيان ضمن المرافق القائمة من خلال السياحة الزراعية أو المنازل الثانية (حيث هذه تحويلات للخصائص الموجودة) . على الرغم من أن العديد من أشكال التنمية السياحية كانت تاريخياً ذات قيمة سياحية كأداة عفوية ولا يمكن التحكم فيها إلا بشكل فضفاض للتنمية الإقليمية والوطنية ، تميل إلى أن تعني أن الصناعة الحديثة أصبحت منظمة بشكل أوثق بكثير بالتخطيط المحلي و بالتالي فإن ظروف الاستثمار سيكون لها التأثير الأساسي الثالث

على أشكال التنمية ، وكما يشير الشكل 1، عوامل مهمة تشمل المواقف السياسية تجاه السياحة ومستوياتها السياسية للسيطرة (بما في ذلك مدى فعالية إجراءات تخطيط الأراضي في المكان المناسب)؛ مدى كون الاستثمار محليا أو خارجيا ؛ ومستويات اهتمام الشركات بالسياحة وما يرتبط بها من أنماط الملكية .

Figure 4:1 Factors affecting patterns of tourism development



ترتبط ظروف التخطيط والاستثمار ارتباطاً وثيقاً بالعامل الرابع ومستوى وطبيعة التكامل . مناقشات حول "التكامل" ، تميل التنمية السياحية إلى استخدام هذا المصطلح بمعنيين . على مستوى واحد ، وتركزت المخاوف على مدى التنمية السياحية المتكاملة بالمعنى المكاني مع أشكال التنمية غير السياحية الموجودة – بمعنى آخر، السياحة الممزوجة بوظائف أخرى واستخدامات الأراضي أم أنها منفصلة مكانياً ؟ وبدلاً من ذلك ، قد يشير التكامل إلى ما إذا كان التطوير متكاملًا بالمعنى الهيكلي أم لا .

التنمية المتكاملة هيكلية تجمع كل العناصر - الإقامة والنقل وتجارة التجزئة والترفيه و المرافق – ضمن مشروع تطوري واحد وشامل . هذا يتناقض مع ما يسمى أحياناً بالأنماط "التحفيزية" . التنمية فيها عدد قليل من المشاريع الرائدة ، والتي غالباً ما تكون ممولة من الخارج والتي تسيطر عليها ، تحفز الجولات اللاحقة من التنمية المحلية حيث يتم جذب رواد الأعمال المحليين إلى توسيع صناعة السياحة . وأخيراً ، فإن أنماط التنمية تتأثر بطبيعة السوق السياحي . وتختلف وفقاً لما إذا كان يستهدف التطوير عملاء محليين أو دوليين ، ولكن عادة ما توجد فروقاً أكثر أهمية بين النخبة وجماهير أشكال السياحة ، ومستويات التشابه / الاختلاف الثقافي بينها قد ينعكس على المضيف والزائر أيضاً في الطريقة التي يتم بها تنظيم التنمية .

الأشكال المتناقضة للتنمية السياحية

يمكننا أن نمثل كيفية تفاعل هذه العناصر المختلفة لإنتاجها أشكالاً مختلفة من التنمية السياحية من خلال دراسة "نتائج" الثلاثة الأكثر تنمية مشتركة : الجيوب والمنتجعات والمناطق السياحية .

الجيوب السياحية ، تمثل الجيوب الشكل الأكثر تركيزاً للتنمية السياحة وتعكس بشكل واضح تأثير :

- القيود التي تفرضها البنية التحتية داخل المنطقة المحلية
- أنماط الاستثمار التي فيها عدد قليل نسبياً من رواد الأعمال من المرجح أن يكون التمويل خارجي في

الأصل؛

- السوق الذي يركز على شريحة معينة ، عادة ما تكون النخبة – وحيث يتركز النشاط السياحي غالباً على مورد خاص - عادة منتجات شاطئية .
- إن تطورات الجيب ، في أنقى صورها ، مغلق بالكامل ومناطق مكثفة بذاتها ، ليس فقط ككيانات مادية ، ولكن كونها اجتماعيا واقتصادية أيضا . يعرضون العديد من الميزات :
- الانفصال الجسدي (والعزلة) عن المجتمعات الموجودة ؛
- التقليل من الروابط الاقتصادية وغيرها من الروابط الهيكلية بين الجيب والمجتمع المقيم ؛
- الاعتماد على السياح الأجانب وهو ما ينعكس في هياكل الأسعار التي تعزز حصرية الجيب ؛
- تناقضات واضحة في نمط الحياة بين الجيب والمناطق المحيطة به .

غالباً ما تكون التطورات في هذه المناطق انعكاساً لعدم النضج . مرحلة رائدة في صناعة السياحة المحلية التي لم تتطور بعد الى النقطة التي يمكن أن تدعم فيها قاعدة أوسع من الأحكام . بهذا المعنى ، على سبيل المثال ، كانت منطقة ريجنسي برايتون تمثل منطقة ترفيهية ومجتمعية مساحة حصرية يمكن الوصول إليها من خلال الحدود الحقيقية والرمزية فقط لقلّة مفضلة . ومع ذلك ، في السياحة الحديثة ، هناك جيوب أكثر وهي شائعة في الدول النامية (ينظر المربع 1) ، على الرغم من أن هذا ليس حصراً . التطور الأخير في المناطق المعتدلة من أوروبا (مثل بريطانيا وبلجيكا وهولندا) ذات جودة عالية في الأماكن المغلقة ، قرى العطلات مع مرافق متكاملة وشاملة تمثل البيئات "الغريبة" المنظمة بشكل مصطنع لإعادة صياغة الطبيعة ، **فكرة الجيب هي إلى حد كبير نتاج تطوير وليس فكرة الاقتصاد النامي** . في الوقت الحالي ، فإن هذه الأشكال المحددة من تطوير الشركة الهولندية Center Parcs المملوكة لبريطانيا الآن .

بالنسبة للسياحة في الدول الناشئة ، توفر التطورات في هذه المناطق العديد من المزايا المتميزة . أولاً، تركيز الاستثمار في المشاريع الصغيرة يمثل عدد المشاريع الواردة استجابة عملية لمشكلة كيفية البدء في توفير المرافق عالية الجودة التي يتوقع المسافرون المعاصرون كيفية تشكيل وتعزيز شخصية متميزة ومنتج قابل للتسويق . ثانياً، ميل الجيوب إلى أن تكون جزئياً أو غالباً ما يُنظر إلى الشركات الخارجية الممولة والمملوكة بالكامل على أنها وسائل جذب الاستثمار الداخلي إلى الاقتصاديات النامية وخلق فرص عمل خدمية للسكان المحليين . ثالثاً ، أقل وضوحاً ، حقيقة أن الجيوب قد تكون مفضلة من قبل الحكومات المحلية الحريصة على احتواء أو الحد من الآثار الاجتماعية أو الثقافية أو السياسية المحتملة الناجمة عن الاتصال بين الزوار والسكان المضيفين .

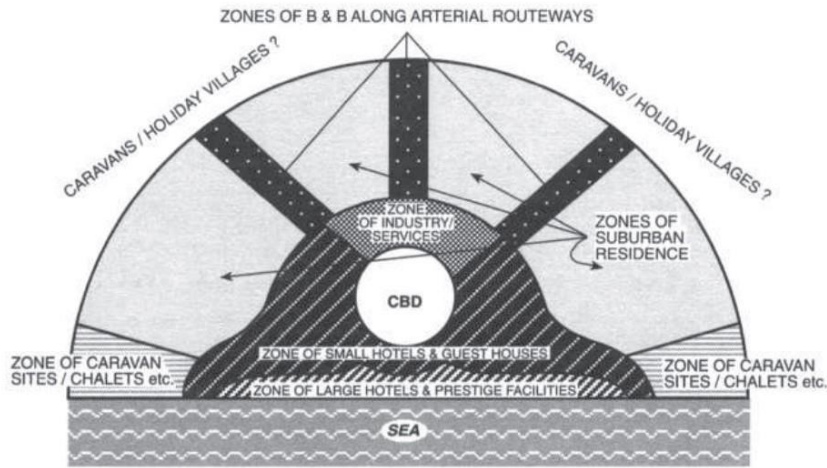
في مقابل هذه الفوائد المحتملة هناك العديد من نقاط الضعف الخطيرة ، بما في ذلك زيادة الاعتماد الاقتصادي على الخارج من مؤسسات الشركات والمستثمرين ؛ مستويات عالية من "التسرب" من الاقتصاد - خاصة في شكل أرباح مدفوعة للمالكين الأجانب أو المستثمرين . مستويات محدودة من الاعتماد على الإمدادات المحلية من السلع وخدمات ؛ وأحياناً موسمية العمل ، يتم استكشاف هذه المشاكل بشكل كامل في النصف الثاني من هذا الفصل .

المنتجات ، الشكل الأكثر شيوعاً للتنمية السياحية هو المنتج . المنتجات قد تحدث في عدد من السياقات . المنتج الساحلي هو الأكثر شيوعاً ، ولكن قد تتطور المنتجات أيضاً حول المنتجعات الصحية الداخلية (مثل هاروغيت ، إنجلترا) ، في المناطق الجبلية (مثل لا غراندي بلاني ، فرنسا) وحتى في الصحاري (مثل بالم سبرينغز وكاليفورنيا ولاس فيغاس ، نيفادا) . ربما تكون تطورات المنتج هي الأكثر تأثراً بالعوامل البيئية وطبيعة الموارد التي تشكل أساس جاذبيتها ، ولذلك فإن شكلاً مركزاً من التطور يميل إلى الحدوث ، متمركزاً

حول الموارد الرئيسية ؛ ولكن على مستوى تفصيلي ، توضح المنتجات أيضاً تأثير إمكانية الوصول إلى الأراضي وتوافرها ومستويات التخطيط والسيطرة ومصادر الاستثمار ومستويات التكامل المختلفة .

وبما أن هذا هو الشكل الأكثر رسوخاً للتنمية ، فسوف نركز عليه ، على المنتج الساحلي . التطور التاريخي للمنتجات الساحلية تم بالفعل تتبعها في الفصل 2 ، والعمليات الموصوفة هناك أنتجت شكلاً من أشكال تطوير المنتج الذي يمكن النظر فيه "التقليدية" والتي يتم مواجهتها على نطاق واسع في بلدان مثل بريطانيا . وتكشف مثل هذه المنتجات عن جاذبية البحر كمورد يشير أنماط أراضيهم المعقدة إلى عمليات النمو المتزايد ، وأغلبها عفوي وغير مخطط له ، وغالباً ما يكون في شكل استثمار محلي صغير الحجم . وبشكل عام فقد كانت أهمية البحر ضمن هذه المنتجات مسؤولة عن نمط مشترك من التطور الخطي على طول واجهة البحر نفسها ، مع "تدرجات" واضحة من الانخفاض في قيمة الأراضي و التغيرات المرتبطة في استخدامات الأراضي مع زيادة المسافة . يظهر التدرج الثانوي للتغيير أيضاً على طول المقدمة أثناء التحرك من المواقع الرئيسية في قلب المنتج نحو الأطراف . الميل الطبيعي لبعض وظائف المنتج – الإقامة ، السياحة ، البيع بالتجزئة والترفيه - للتجمع معاً لأسباب تجارية ثم تنتج مناطق مكانية محددة جيداً داخل المنطقة التقليدية للمنتج ، وإن كان متكاملأً ويتخلله أنشطة أخرى ؛ على سبيل المثال ، الصناعة المحلية أو إسكان السكان . تقسيم المناطق قد يؤدي أيضاً لتشكيل "منطقة الأعمال الترفيهية" المميزة (RBD) منفصلة جزئياً أو كلياً عن "منطقة الأعمال المركزية" العادية (CBD) التي قد نتوقع العثور عليها في أي مكان حضري . بالإضافة إلى داخل المناطق السياحية ، تميل المنافسة على المواقع الرئيسية إلى انفصال الشركات الكبيرة عن الشركات الصغيرة ، في حين أن الاحتياجات الخاصة لبعض القطاعات (على سبيل المثال ، الحاجة إلى بيوت المبيت والإفطار لجذب التجارة العابرة) سوف تنتج اتجاهات موقعية معينة داخل القطاعات . في حالة بيوت المبيت والإفطار ، فإن جاذبية مواقف السيارات على الطرق الرئيسية هي نمط يمكن ملاحظته . لمختلف الأسباب ، وظائف منخفضة التكلفة تتطلب مساحات كبيرة من الأرض (على سبيل المثال ، قرى العطلات وحدائق الكرفان) تنجذب إلى حافة المنتج حيث من المرجح أن تكون الأراضي الرخيصة متاحة . الشكل 3 يقدم ملخص بياني لهذه الأفكار في شكل وصفي بسيط .

Figure 4:3 Model of a conventional seaside resort



مع تطور السياحة ، ظهرت أشكالاً مختلفة من المنتجعات الشاطئية لا تتطابق مع النموذج "التقليدي" منذ التطوير فقد تكون الظروف مختلفة والتسلسل الزمني الممتد للتنمية الذي شكل المنتج التقليدي غائب . الشكل 4 يلخص نموذج لتطوير المنتجعات الشاطئية بناء على الملاحظة التجريبية لتشكيل المنتجعات الحديثة في منطقة آسيا والمحيط الهادئ . هذا الوصف الأكثر تعقيداً يحظى باهتمام أكبر ، ولكنه مميز ، تشمل الميزات التي تستحق التأكيد عليها ما يلي :

- دور تطوير المنزل الثاني في المراحل الأولى من تطوير المنتج ؛
- الاتجاه المبدئي نحو تطوير الشريط على طول الواجهة البحرية وهو ما تعززه المراحل الأولى لتطوير الفنادق؛

- عمليات تهجير العقارات السكنية من الواجهة مع تأسيس صناعة السياحة ؛
- ظهور تطورات ثانوية للفنادق في المواقع الداخلية بعد اكتمال تطوير الجبهة .
- الفصل النهائي لاتفاقية التنوع البيولوجي في المراحل الناضجة لتشكيل المنتج .

على الرغم من أنه تم تطوير مراقبة تشكيل المنتجعات في ماليزيا ، تايلاند وأستراليا ، يمكن أيضاً تطبيق هذا النموذج على بعض أشكال المنتجعات في مناطق سياحية أخرى بما فيها البحر الأبيض المتوسط . المربع 2 يقدم مثالاً تفصيلياً لأحد المنتجعات الشاطئية التي تمت دراستها في تشكيل هذا النموذج .

المناطق السياحية ، في الوجهات السياحية الناضجة ، يتغير حجم ومدى التنمية غالباً ما تنتقل إلى النقطة التي تظهر عندها مناطق السياحة الممتدة . ويتم تشكيلها عادةً من خلال مجموعات من المنتجعات والجيوب والأراضي وأنواع أخرى من التطوير (على سبيل المثال ، مجمعات الفلل ، قرى العطلات ومواقع القوافل والمعالم السياحية وملاعب الجولف وما إلى ذلك) لتوفير المظاهر الطبيعية المليئة بالسياحة . على النقيض من الأشكال الأخرى . نوقش أعلاه تنمية مناطق التشتت بدلاً من التركيز ، على الرغم من أنه قد لا يزال هناك تركيزات للنشاط داخل المنطقة .

الشكل الدقيق الذي قد تتخذه هذه المناطق متغير ، ويعكس مفتاح عوامل التضاريس ، وسهولة الوصول ، وتوافر الأراضي للتنمية ، وظروف التخطيط والاستثمار . ومع ذلك ، واحدة من أكثر الأنماط المميزة للتنمية المناطق هي النمو الخطي على طول سواحل يسهل الوصول إليها . في بعض الحالات التضاريس تشجع هذا النمو من خلال إنشاء شرائط ساحلية ضيقة فقط مناسبة للتنمية ، ولكن جاذبية شاطئ البحر تميل أيضاً إلى تشجيع الأشكال الخطية ، بغض النظر عن القيود العمرانية . هذا ويمكن بعد ذلك تعزيز هذا الاتجاه من خلال ، على سبيل المثال ، بناء الطرق الساحلية التي تربط العناصر المختلفة بعضها ببعض . في الظروف وحيثما تكون مراقبة التخطيط المحلي ضعيفة ، تميل التنمية إلى أن تكون عفوية وتنتج أنماطاً فوضوية لها تأثيرات سلبية . يقدم المربع 3 مثالاً على المناطق خطية التنمية من ساحل البحر الأبيض المتوسط الإسباني .

السياحة والتنمية الاقتصادية

يرتبط التطور المادي للسياحة ، بمجموعة من التأثيرات البيئية والاجتماعية (ينظر الفصلين 5 و7)، ولكنها الأقرب ويمكن القول إن العلاقات الاقتصادية بطبيعتها . والسياحة قد تؤدي إلى :

- مساعدة التنمية الاقتصادية من خلال توليد النقد الأجنبي والأرباح ؛
- ممارسة آثار مفيدة على حسابات ميزان المدفوعات .
- خلق كميات كبيرة من فرص العمل ؛
- المساعدة في إعادة توزيع الثروة من المناطق الأكثر ثراءً إلى المناطق الأكثر فقراً .

- تشجيع وتمويل تحسينات البنية التحتية ;
 - تنويع الاقتصاديات وخلق أنماط اقتصادية جديدة .
 - لكن الأمر الأقل إيجابية هو أن التأثير الاقتصادي للسياحة قد يؤدي أيضاً إلى ما يلي من سلبيات :
 - زيادة الاعتماد على المستثمرين والشركات الأجنبية.
 - إحداث عدم استقرار وضعف في أسواق العمل;
 - تحويل الاستثمار من مجالات تنموية أخرى .
- إن التأثيرات الاقتصادية معقدة ومن الصعب عزلها ، ولكن قد نكون واثقين من أن هناك امكانية كبيرة **واختلافات في التأثير وبقال :**

- النطاق الجغرافي للتنمية . أي دولية ، وطنية ، إقليمية أو محلية ؛
- الحجم الأولي للنفقات السياحية التي ستكون بالدرجة الأولى تتشكل حسب عدد الزوار وقطاعات السوق الخاصة بهم . على سبيل المثال ، تختلف التأثيرات بين السفر منخفض التكلفة والسفر الفاخر، أو السياح الجماعي والمسافرين المستقلين .
- حجم ونضج الاقتصاد الذي سيؤثر بشكل خاص على القدرة لتوفير الاحتياجات السياحية من داخل الاقتصاد بدلاً من الاعتماد على الواردات أو مصادر الاستثمار الأجنبية ؛
- مستويات "التسرب" من الاقتصاد . يمثل التسرب نسبة الإيرادات التي يتم فقدانها ، على سبيل المثال ، بسبب الحاجة إلى استيراد السلع والخدمات لدعم المؤسسة السياحية ، أو من خلال دفع الأرباح لأصحابها أو المستثمرين في الخارج . بشكل عام ، كلما كان الاقتصاد أكبر وأكثر تطوراً ، كلما انخفضت قيمة الاستثمار ومستويات التسرب والعكس صحيح ايضاً .
- ومع وضع هذه النقاط في الحسبان ، دعونا الآن نفكر في شريحة واسعة من النقاط الإيجابية والآثار السلبية التي ارتبطت بشكل عام بالاقتصاد التنموية المرتكزة على السياحة .

الآثار الإيجابية للسياحة على التنمية الاقتصادية

- التأثير الأول الذي قد نلاحظه هو القدرة على أشكال السياحة الدولية لكسب العملات الأجنبية والتأثير بشكل إيجابي الاتجاه ، حساب ميزان المدفوعات لبلد ما (وهذا هو صافي الفرق بين قيمة الصادرات وتكلفة الواردات). وتبلغ قيمة "تجارة" السياحة العالمية حالياً 320 مليار دولار أمريكي سنوياً ، مع إمكانية تأثير السياحة على تراكم الثروة بشكل خاص في المناطق الكبيرة .
- تعد السياحة مثلاً على ما يشير إليه الاقتصاديون بعناصر التجارة "غير المرئية" ، مما يعني أن مثل هذه التجارة ليست بالضرورة ملموسة (وبالتالي يمكن قياسها بسهولة) مثل تدفقات السلع . ومع ذلك ، قد نحصل على فكرة التنميط المكاني في الدخل القومي ومكاسب وخسائر العملات الأجنبية من خلال السياحة من خلال مقارنة ما تكسبه الدولة من خلال إنفاق زوارها الأجانب بما ينفقه مواطنوها عندما يصبحون هم أنفسهم سائحين إلى بلد آخر. (هذا يُشار إليه أحياناً باسم "حساب السفر") يوضح الجدول 1 ميزان التجارة السياحية في أكبر عشرين دولة عضو في منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية يتم قياسها بإجمالي إيرادات السياحة ووفقاً لما إذا كانت البلدان لديهم فائض أو عجز في حساب سفرهم .
- نقطتان ، أولاً، الدول المولدة البارزة للسياح ، وخاصة ألمانيا واليابان والمملكة المتحدة ، تميل إلى أن تكون في "عجز" في هذا الشكل المحدد من القياس ، ألمانيا واليابان بشكل مذهل جدا . ومع ذلك ، فإن

الجدول 1 يروي قصة جزئية فقط منذ ذلك الحين فبلدان مثل ألمانيا والمملكة المتحدة قادرة على تحويل مساهمة السياحة في ميزان مدفوعاتها - غالبًا من العجز الواضح إلى الفائض - من خلال مسارات مثل الملكية والسيطرة على شركات السياحة وشركات الطيران ومشغلي النقل والفنادق الدولية ، وبشكل أقل وضوحًا ، الأرباح من خدمات التأمين والخدمات المصرفية لدعم صناعة السياحة الدولية . ثانياً ، هناك علامة النمط الجغرافي بين الدول الأوروبية ، مع تدفق واضح للعملات الأجنبية من الاقتصاديات الحضر الصناعية الشمالية إلى اقتصاديات جبال الألب أو جنوب أوروبا ، وهي في الحالة الأخيرة ، كذلك بشكل عام ، أكثر ريفية وأقل ازدهارًا . (وهذا يوضح الميزة الإضافية التي غالبًا ما يُزعم أنها مرتبطة بها تنمية السياحة ، أي أنها يمكن أن تكون وسيلة لإعادة توزيع الثروة الاقتصادية للسياحة من المناطق الأكثر ثراءً إلى المناطق الفقيرة) .

Table 4:1 International balance of tourism trade: OECD members, 1994

Country	Receipts (US\$ million)	Gross surplus (US\$ million)	Gross deficit (US\$ million)
USA	60,406.0	16,844.0	
France	24,844.5	11,107.6	
Italy	23,754.3	11,669.5	
Spain	21,490.7	17,372.3	
United Kingdom	15,185.6		7,011.1
Austria	13,151.6	3,752.2	
Germany	10,816.9		31,531.3
Switzerland	7,629.5	1,254.5	
Mexico	6,318.0	957.0	
Canada	6,308.6		3,125.1
Australia	5,902.6	1,933.4	
Netherlands	4,743.0		4,496.4
Belgium/Lux.	4,666.5		2,463.6
Turkey	4,359.0	3,493.0	
Greece	3,857.7	2,279.5	
Portugal	3,825.6	2,129.3	
Japan	3,464.4		26,834.9
Denmark	3,175.0		407.4
Sweden	2,838.0		2,052.9
Norway	2,168.9		1,773.7

Source: Organisation for Economic Co-operation and Development (1996).

والميزة الثانية للسياحة هي قدرتها على جذب الاستثمار الداخلي لتمويل المشاريع الرأسمالية . على الرغم من أن الصناعة ما تزال تهيمن عليها الشركات المحلية الصغيرة الحجم ، فإن الاتجاه يتجه نحو مستويات أعلى من العولمة في تنظيم السياحة العالمية وظهورها على نطاق واسع من المشغلين الدوليين والمتعددي الجنسيات ، كل منهم قادر على التحرك بشكل كبير الحجم للاستثمار في الوجهات السياحية الجديدة . هذه الشركات هي مميزة ليس فقط بسبب الطريقة التي توسعت بها روابطها الأفقية (حيث تندمج الشركات مع شركات أخرى أو تستولي عليها) الشركات العاملة في نفس القطاع ، ولكن بشكل خاص من خلال تطوير الروابط الرأسية التي ، على سبيل المثال ، شركة طيران تشتري أو تطور شركة السفر الخاصة بها وتتولى ملكيتها للفنادق . (مجموعة جراند متروبوليتان ، على سبيل المثال ، لديها مصالح في الفنادق الدولية ، ومخيمات العطلات ، ووكالات السفر ، والجولات السياحية والمطاعم . وبالنسبة للدول النامية ، على وجه الخصوص ، فإن دور الاستثمار الأجنبي في البدء في صناعة السياحة من خلال الفنادق والمنتجعات على سبيل المثال يمكن أن يكون خطوة أولى أساسية يخرج منها السكان الأصليون لتطور الصناعة في نهاية المطاف . بدون البدء بالاستثمار الأجنبي ، قد لا يكون رأس المال موجودا محليا وعلى الرغم من أن الأرباح مملوكة لأجانب سوف تميل الشركات إلى التسرب من الاقتصاد المحلي ، والضرائب المحلية على الزوار وقد توفر خدماتهم في التمويل للمساعدة في تكوين الجديد من الشركات المحلية وتطوير البنية التحتية الرئيسية (الطرق والمياه وإمدادات الطاقة) والتي قد يحدث حولها مزيد من التوسع في السياحة القائمة .

ثالثاً، قد تلعب السياحة دوراً في عمليات التجديد الاقتصادي أو في تقديم دعم جديد للاقتصاديات الهامشية من خلال التنوع . وقد كانت هذه القوى واضحة لبعض الوقت في داخل الاقتصاديات الريفية . في بريطانيا ، في مناطق مثل ويلز أو ديفون و كورنوال ، أو اقتصاديات مزرعة التلال الأقل ربحية ، أو مزارع الألبان حيث كانت الأرباح محدودة بسبب حصص الإنتاج في الاتحاد الأوروبي ، وكانت على نطاق واسع ومستدامة من خلال تطوير العطلات والأنشطة الزراعية : صيد الأسماك ، وركوب الخيل ، الرماية ، ومرافق الخدمة الذاتية ، وشركات المبيت والإفطار ، مواقع القوافل والتخييم . في الآونة الأخيرة ، على أساس السياحة وقد تم الاعتراف بالتجديد والتنوع في أشكال جديدة من السياحة الحضرية . الترويج للنشاط لسياحة الأعمال الحضرية (المؤتمرات والاتفاقيات ، وما إلى ذلك) ، والسياحة والتنمية المرتبطة بالرياضة والفعاليات في مناطق الجذب الجديدة التي تتمحور حول التسوق الترفيهي أو التراث الصناعي . لقد سمح للأماكن التي لا يوجد بها تقاليد سياحية بتطوير ثقافة صناعة جديدة التي أنعشت الاقتصاديات المحلية أو الإقليمية المتعثرة . في المملكة المتحدة ، على سبيل المثال ، السياحة وزيارة الميناء والمدينة الصناعية يدر على ليفربول ما يقدر بنحو 335 مليون جنيه إسترليني سنوياً ويدعمه حوالي 14000 شخص في العمالة المباشرة .

رابعاً، قد تعزز السياحة التنمية من خلال تشجيع روابط اقتصادية جديدة وزيادة الناتج المحلي الإجمالي (الناتج المحلي الإجمالي) للاقتصاد . سوف تختلف مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي إلى حد كبير وفقاً لمستوى التنوع ومدى الروابط الاقتصادية داخل الاقتصاد . في دولة متقدمة ، السياحة عادة ما تكون المساهمة في الناتج المحلي الإجمالي صغيرة جداً . على سبيل المثال ، بالنسبة للولايات المتحدة والمملكة المتحدة كانت الحصة عادة في حدود 1.0 إلى 2.0 % . وفي المقابل ، في الدول الناشئة التي تفتقر إلى التنوع الاقتصادي أو التي ، ربما بسبب البعد ، لديها أنماط تجارية محدودة ، يمكن أن تكون مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي كبيرة . قوائم الجدول 2 أمثلة مختارة للحصص المقدرة من الناتج المحلي الإجمالي من السياحة في نطاق من الدول المتقدمة والنامية .

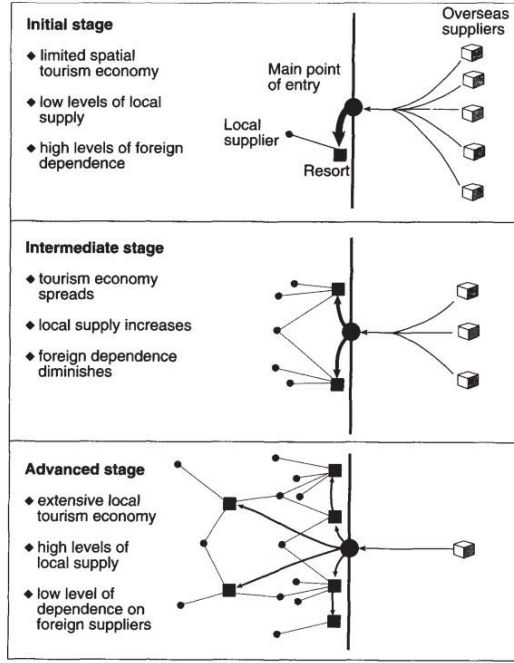
Table 4:2 Tourism contributions to gross domestic product: selected countries, 1988

Country	Tourism as percentage of GDP	Country	Tourism as percentage of GDP
Bahamas	53.0	Austria	7.9
Barbados	29.8	Greece	4.6
Jamaica	16.5	Portugal	5.8
Kenya	4.8	Spain	4.9
Singapore	9.7	Sweden	1.3
Sri Lanka	1.1	Switzerland	3.9
Thailand	5.4	United Kingdom	1.3

Source: Harrison (1994); Kaspar and Laesser (1993).

الآليات التي يمكن من خلالها تنمية السياحة أن تعزز الشركات الجديدة تكوين وتطور روابط جديدة أمر معقد ولكنه مبسط ويمكن تصور النموذج كما هو مبين في الشكل 7. هذا النموذج البسيط يعكس سيناريو العالم النامي الذي يكون فيه محلياً في المرحلة الأولية العرض محدود والصناعة تعتمد بشكل كبير على الموردين من الخارج . وبعد فترة من الزمن ، تزداد أعداد شركات السياحة لتصبح أكثر انتشاراً مكانياً ، ويتم تصفية الأرباح (أو توقعات الربح).

Figure 4:7 Tourism development and the formation of economic linkages



Source: Developed from Lungren, J.O.J. (1973) 'Tourist impact/island entrepreneurship in the Caribbean'. Paper presented to the Conference of Latin American Geographers, cited in Shaw and Williams (1994).

على نطاق أوسع في الاقتصاد المحلي الحالي أو المشكل حديثاً تبدأ الشركات في الاستحواذ على جزء من سوق العرض للمستويات الأجنبية وبالتالي فإن الاعتماد يتضاءل مع ظهور الروابط المحلية . وفي نهاية المطاف ، يتم الوصول إلى مرحلة ناضجة يتم فيها إنشاء قاعدة محلية واسعة النطاق حيث يتم تشكيل اقتصاد السياحة بأنماط محلية متطورة العرض والحد الأدنى من الاعتماد على الموردين الأجانب .

المساهمة المحتملة لتنمية السياحة في التكوين الأوسع للنمو الاقتصادي والروابط بين الشركات وتوليد الدخل يتم تقييمه عادة من خلال ما يسمى "التأثير المضاعف" . تحاول المضاعفات قياس تأثير الإنفاق السياحي وإعادة تدويرها داخل الاقتصاد المحلي . الإنفاق السياحي في البداية تم تقديمه كدفع مباشر مقابل السلع والخدمات : الإقامة ، المواد الغذائية ، والنقل المحلي ، وشراء الهدايا التذكارية ، وما إلى ذلك . وفي المقابل ، فإن الخدمات تقوم بإعادة صرف جزء من إيراداتها السياحية ، على سبيل المثال ، في القيام بمشرياتهم الخاصة ، لدفع أجور الموظفين أو في الضرائب للحكومة المحلية . تشكل هذه المعاملات تدفقات أخرى من المال وتوسيع الروابط غير المباشرة للسياحة إلى ما هو أبعد من المعالم الأساسية المباشرة للأعمال السياحية . تنعكس هذه العملية الدورية في الاعتراف بثلاثة مستويات من التأثير:

• التأثير المباشر، وهو ضخ الإيرادات الأولية إلى اقتصاد السكان المحليين من قبل السائح . على سبيل المثال ، من خلال دفع فاتورة الفندق ؛

• التأثير غير المباشر، والذي يتمثل في جولة ثانية من الإنفاق من قبل المستفيدين من النفقات الأولية في شراء السلع والخدمات التي يطلبها السائح ؛ على سبيل المثال ، الشراء عن طريق صاحب فندق يوفر الإمدادات المحلية لمطعم الفندق ؛

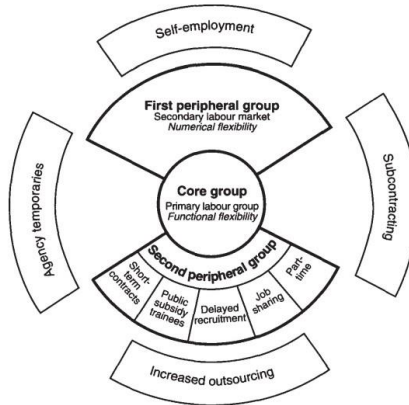
• الأثر المستحث، وهو زيادة الإنفاق من قبل المستفيدين ، التأثيرات المباشرة وغير المباشرة على السلع والخدمات الخاصة بهم ؛ على سبيل المثال ، شراء الملابس من قبل النادل في الفندق .

حسب الاتفاقية ، يتم التعبير عن المضاعفات كنسبة يكون فيها المتوقع ويتم ذكر الزيادة في الدخل المرتبط بوحدة العملة . وهكذا مضاعف 1.35 يشير إلى أنه مقابل كل دولار يتم إنفاقه ، هناك 0.35 دولار أخرى يتم إنشائها من خلال التأثيرات غير المباشرة والمستحدثة . ومع ذلك ، فإن حجم التأثير المضاعف سيختلف اعتماداً على مستوى التنمية داخل الاقتصاد ونوع السياحة ومدى تواجدها المحلي ويمكن للاقتصاد أن يزود صناعة السياحة من موارده الخاصة ، وبالتالي ، إلى أي مدى يمكن التقليل من آثار التسرب ؟

خامساً، يمكن أن تكون السياحة مصدراً هاماً للعمالة ، سواء بشكل مباشر التوظيف في الأعمال السياحية (مثل الفنادق) وغير المباشرة التوظيف في المؤسسات التي تستفيد من السياحة (على سبيل المثال التجزئة). بالمقارنة مع العديد من الصناعات الحديثة ، تحفظ السياحة بمكانة الطلب مرتفع نسبياً على العمالة ، ويعتمد بشكل خاص على أعمال الخدمات في الفنادق والمطاعم والحانات وتجارة التجزئة ووسائل النقل المحلية . الأصغر ، تعمل الأرقام في صناعة السفر - داخل الوكالات ، كسعاة و المرشدين ، أو في خدمات المعلومات السياحية ، في حين ما تزال أعداداً أقل تمارس الأدوار الإدارية داخل الصناعة .

تم تلخيص هيكل العمالة السياحية بشكل مفيد في شكل تخطيطي . عادة ، أسواق العمل السياحية تتمحور حول مجموعة أساسية صغيرة نسبياً من الدائمين والمهرة المديرين والعاملين الذين يشكلون مصدراً أساسياً للعمالة القادرة لمجموعة من المهام (أي أنها مرنة وظيفياً) . جنباً إلى جنب مع جوهر مجموعات ثانوية وثالثية أكبر بكثير والتي من المرجح أن تتألف من موظفين ذوي مهارات منخفضة نسبياً مع أكثر محدودية في القدرات (أي غير مرنة وظيفياً) ، ولكن ربما تعمل بدوام جزئي وبالتالي في القطاعات التي تتسم بالمرونة العددية في حجمها . وتمتد المرونة في سوق العمل الثانوي عادة لاستيراد العمالة ، وبالتالي هجرة العمالة غالباً ما يكون بعدها الجغرافي مميز في اقتصاديات السياحة . هيكلية الخصائص هذه مهمة لأنها تعني أن العناصر الرئيسية قد تشكل القوى العاملة في مجال السياحة بسرعة نسبية ، وبأعداد متواضعة فقط في مستويات التدريب ، وعلى قدم المساواة ، تعديلها لتعكس التقلبات في السوق . من وجهة نظر المطورين وأصحاب العمل ، على الأقل ، هؤلاء لهم مزايا كبيرة .

Figure 4:8 Structure of the tourism labour market



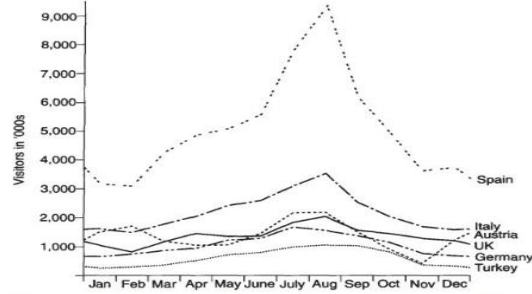
Source: Shaw and Williams (1994).

الآثار السلبية للسياحة على تطوير الاقتصاد

على الرغم من أن التنمية السياحية تتمتع بعدد من عوامل الجذب القوية ، هناك أيضاً تأثيرات سلبية كبيرة . **أولاً**، تخضع الصناعة لعدم الاستقرار ، وفي العديد من المناطق السياحية ، تنتج القيود المناخية تأثير موسمي واضح . ويوضح الشكل 9 موسمية السياحة لعدد من الوجهات ، ومن الناحية الاقتصادية يشير إلى

مشاكل وجود مرافق غير مستغلة أو حتى مغلقة (وبالتالي غير منتجة على الإطلاق) لأجزاء من الموسم .
قطع عبر هذه الأنماط الموسمية هناك تقلبات لا يمكن التنبؤ بها في الطلب داخل الصناعة .

Figure 4:9 Seasonal patterns of international tourist arrivals in selected countries



Source: Economics Intelligence Unit, International Tourism Report (various issues).

أنماط الطلب على السياحة مرتفعة للغاية تستجيب لعدد من التأثيرات التخريبية المحتملة :

- الركود الاقتصادي في الدول المنتجة .
- التغيرات في أسعار العطلات نتيجة للتقلبات في أسعار صرف العملات الدولية أو حروب الأسعار داخل صناعة السفر ؛
- التغيرات في تكاليف النقل ، والتي تعكس بشكل خاص التغيرات في أسعار النفط والتكاليف المرتبطة بوقود الطيران ؛
- عدم الاستقرار الاقتصادي والسياسي على المدى القصير أو المتوسط في مناطق الوجهة ؛
- الحرب والاضطرابات المدنية ؛
- الصور السلبية الناجمة عن مجموعة من المشاكل المحتملة في الوجهات ، بما في ذلك مستويات الجريمة وحوادث المرض و الأوبئة ، أو حتى التراجع البسيط في الموضة .

ان أزمة النفط عام 1974 أو الركود في أوائل الثمانينات ، وكانت أهلية الاضطرابات في أيرلندا الشمالية ، والهجمات على السياح في أماكن مختلفة مثل القاهرة أو ميامي ، الحرب في الخليج العربي وفي يوغوسلافيا السابقة ، قد أثرت الصورة السيئة بشكل متزايد للمنتجات الإسبانية الرخيصة ، التأثيرات على أنماط السياحة على نطاق واسع من النطاقات الجغرافية أدت إلى الاستنتاج العام أن السياحة غالبًا ما تكون صناعة غير مستقرة والتي لا تشكل قاعدة للنمو الاقتصادي .

ثانياً، في دول العالم الثالث على وجه الخصوص ، قد يكون من الممكن تطوير السياحة بزيادة مستويات الاعتماد الاقتصادي على الشركات الأجنبية المستثمرين . ومن الناحية المثالية ، **يوفر الاستثمار الأجنبي حافزاً للنمو يعزز التشكيل اللاحق للمشاريع المحلية** ، ولكن في كثير من الأحيان ما تزال الملكية الأجنبية للدول الناشئة تهيمن على صناعات السياحة ، مما أدى إلى تسرب واسع النطاق للإيرادات وتقليل المكاسب الاقتصادية المحلية . على سبيل المثال ، من بين بعض ولايات المحيط الهادئ الصغيرة التي تحظى بشعبية لدى السياح الأستراليين والنيوزيلنديين ، هناك ملكية محلية ضئيلة . في جزر كوك ، شركات السياحة ويحصل المنتمون من السكان المحليين على 17 % فقط من الإنفاق السياحي ، بينما في فانواتو يتم جمع أكثر من 90 % من النفقات من قبل شركات مملوكة للأجانب .

ثالثاً، القدرات المفترضة للسياحة لتوليد التنمية الإقليمية ، وقد تم **التشكيك في إعادة توزيع الثروة وإفادة الاقتصاديات المحلية** . ارتبطت السياحة على نطاق واسع بالتضخم المحلي لسعر الأراضي وتكاليف العمالة وأسعار البضائع في المحلات التجارية ، في حين دراسات وجهات سياحية متنوعة مثل المملكة المتحدة وماليزيا تشير إلى بدلاً من توزيع المكاسب الاقتصادية على المناطق الطرفية الأقل ثراءً ، تميل التنمية إلى إعادة التركيز على مجالات التنمية الحالية . في بريطانيا مناطق السياحة الداخلية التقليدية مثل ديفون وكورنوال لقد شهدت خسارة في الأعمال مع تدفق المصطافين المحليين الى الخارج . ومن الناحية المثالية ، يتم موازنة هذه الخسائر من خلال تدفقات جديدة من زهاب السياح الأجانب إلى نفس المناطق ، ولكن التركيز الأساسي للزوار الأجانب في بريطانيا في لندن ، ولا يوجد سوى أعدادا قليلة من الزوار الأجانب في كورنوال . لذلك على المستوى الإقليمي ، فإن المكاسب في السياحة في منطقة واحدة لا تعوض الخسائر في داخل السوق ، وبالتالي استدامة الفوارق الإقليمية بدلاً من تأكلها .

رابعاً، أثرت أسئلة حول **دور السياحة في توليد العمالة المحلية** . وقد تم وصف العمل السياحي على نطاق واسع بأنه :

• منخفضة الأجر .

• وضيفة وغير ماهرة؛

• دوام جزئي وموسمي .

• الإفراط في الاعتماد على عمل المرأة .

في حين أن هذه القوالب النمطية تبالغ في تبسيط سوق العمل المعقد ، وتتجاهل وجود مجموعة أساسية من الموظفين الذين لا يتناسبون مع أي من هؤلاء الفئات ، فإن العديد من وظائف السياحة تعاني من بعض (أوكل) من هذه الخصائص . مثل هذه المشاكل حادة بشكل خاص في حالات التنمية الخارجية للسياحة . دراسات التوظيف السياحي تظهر في منطقة البحر الكاريبي وأفريقيا ، على سبيل المثال ، نمطاً متكرراً مع المحلية يتم وضع العمالة في وظائف منخفضة الأجر و المهارة ، في حين أن الوظائف ذات المسؤولية والأرباح الأعلى وأفاق التقدم تميل إلى الذهاب للعمال الأجانب الذين يمتلكون المهارات والتدريب المناسبين . بالرغم من ذلك ، جاذبية العمل في السياحة وظروف العمل المحسنة التي قد تسود بالمقارنة مع القطاعات الأخرى (مثل الزراعة) خلق اختلالات في القوى العاملة المحلية وخلق نقص في العمالة في بلدان أخرى .

وأخيراً، أي تقييم للإمكانيات الاقتصادية للتنمية السياحية يحتاج إلى أن يأخذ في الحسبان بعض "العوامل الخارجية" السلبية . هذه "التكاليف" الأوسع المرتبطة بتنمية السياحة والتي ، في حين لا يمكن دائماً قياسها كمياً من الناحية الاقتصادية الدقيقة ، ومع ذلك ، يكون لها البعد الاقتصادي . ازدحام مروري في مناطق المنتجعات ، والإفراط في استخدام المياه ، أنظمة الإمداد والصرف الصحي والتلوث الذي قد ينجم عن ذلك ، والجرائم المرتبطة بالسياحة - جميعها ألحقت تكاليف ، على الرغم من أنها غير مرئية في كثير من الأحيان ، تحتاج إلى ان يتم الاعتراف بها ودخولها في الميزان الاقتصادي العام . في ختام هذا القسم ، يقدم المربع 4 مقارنة موجزة للسياحة والتنمية الاقتصادية في دولتين ناميتين مما يسלט الضوء على العديد من التأثيرات الأوسع التي تمت مناقشتها أعلاه .

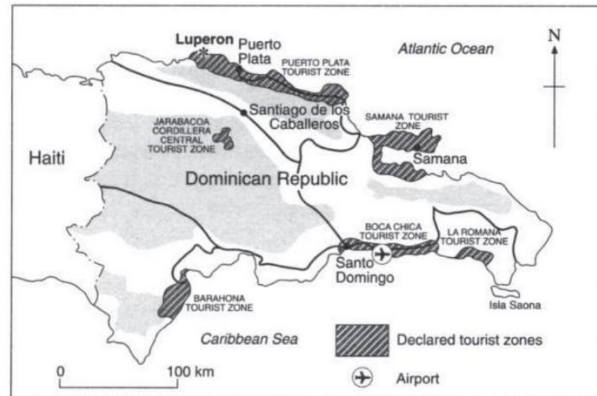
مربع (1)

الجيوب السياحية في جمهورية الدومينيكان

تقع جمهورية الدومينيكان داخل منطقة البحر الكاريبي ، وتحتل الجزء الشرقي من جزيرة هيسبانيولا التي تنقسمها مع هايتي . مساحة الأرض حوالي 48.733 كم 2 ويبلغ عدد السكان 7.1 مليون نسمة . بالنسبة لبعض دول الكاريبي (مثل بربادوس أو جامايكا) ، الدومينيكان الجمهورية دخلت متأخرة نسبياً إلى عالم السياحة الدولية . تضافر الجهود الحكومية لترويج السياحة كوسيلة لتنويع الاقتصاد ورفع مستويات المعيشة المنخفضة للغاية لغالبية السكان . ظهرت الدومينيكان فقط في السبعينيات ، في البداية ، تم تمويل التطوير إلى حد كبير من قبل المستثمرين المحليين ، ولكن مع بدء صناعة السياحة في التوسع ، ارتفع الرقم وقد لوحظت مستويات الاستثمار الأجنبي ، وخاصة من الولايات المتحدة الأمريكية . وكانت استراتيجية تنمية السياحة تركز على الاستثمار في ستة مناطق سياحية محددة التي يفضل فيها المنتجعات المحصورة .

نموذج التطوير (الشكل 2). وهذا قرار واعى يهدف إلى ترشيد استخدام الأموال الشحيحة في تحسين البنية التحتية وشملت المطار الجديد ، وتطوير الطرق وخطط معالجة مياه الصرف الصحي . منتجع شاطئ لوبيرون ، يقع في الطرف الغربي من منطقة بويرتو بلاتا المنطقة السياحية ، هو مثال على واحدة من هذه الجيوب . المنتجع عبارة عن 160 غرفة تطوير أماكن إقامة ذات معايير دولية مع قضان متكاملة ، المطاعم والمحلات التجارية التي تتبع المشروبات والتبغ والهدايا التذكارية . بارتفاع في الموسم ، يعمل أكثر من 100 شخص محلي في المنتجع لخدمة المنطقة واحتياجات السياح ، بشكل رئيسي ، على الرغم من بعض الثراء . على الرغم من أن المنتجع يتمتع بمعدلات إشغال عالية وبشكل عام مربحة ، وقد ارتبطت التنمية مع مجموعة من الآثار السلبية التي تسلط الضوء على المخاطر المحتملة التي قد تواجهها المجتمعات المضيفة فيما يتعلق بتنمية الجيوب . على وجه الخصوص ، تصميم المنتجع كوجهة "شاملة كلياً" (من أجل تعظيم الأرباح) قلل من مستويات التجارة العرضية التي تدخل اقتصاد السوق المحلية . يتم شراء العديد من السلع والخدمات بكميات كبيرة من شركات الدومينيكان الكبرى و المراكز أو يتم استيرادها مباشرة من الموردين الخارجيين ، في حين أن الطلب السياحي الذي يتم تلبيةه من خلال المصادر المحلية غالباً ما تخلق نقصاً للمجتمع . العمالة ، على الرغم من أهميتها ، إلا أنها موسمية بشكل عام ، وعدد قليل من العمال المحليين لتأمين مناصب المسؤولية داخل المنتجع . هذه الأنماط بشكل عام سمة من سمات السياحة الجيبية في البلدان الأقل نمواً . المصدر: فريتاغ (1994).

Figure 4:2 Tourism development areas in the Dominican Republic



Source: Adapted from Freitag (1994).

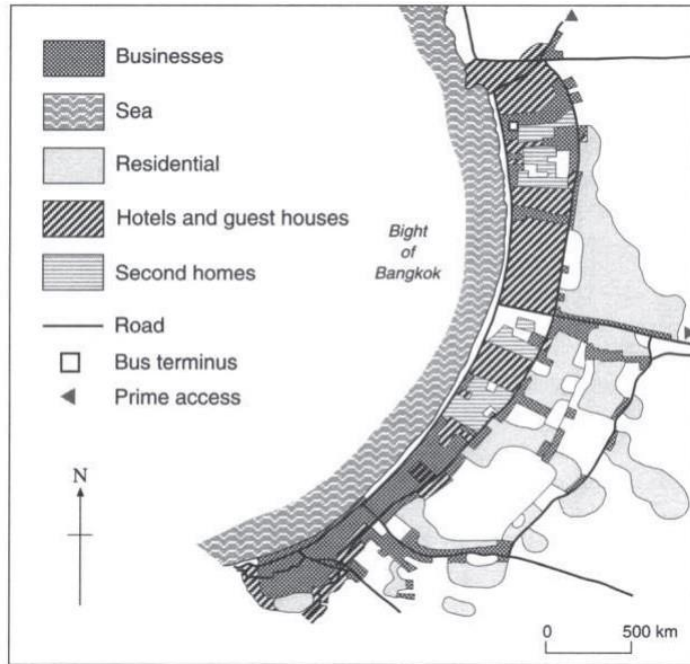
المربع (2)

تطوير منتج شاطئي حديث: باتايا، تايلاند

في أربعينيات القرن العشرين ، كانت باتايا (التي تقع على بعد 140 كيلومترًا جنوب شرق بانكوك) مدينة مجتمع صيد الأسماك الذي يتعذر الوصول إليها نسبيًا والذي يحتوي على حفنة من المنازل التي أنشأها التايلانديون الأثرياء . شكلت هذه المنازل الثانية الأساس لتطور المنتجع ، ومع إضافة المزيد شكلوا منتجعا متميزا في المنطقة التي بقيت داخل المنتجع المعاصر (ينظر الشكل ٥). تم تحسين الوصول إلى الطرق المؤدية إلى بانكوك في أوائل الستينيات ، والذي تزامن مع إنشاء قواعد عسكرية أمريكية في المنطقة ، خلق مطالب جديدة أدت إلى إنشاء أول الفنادق على واجهة الشاطئ عام 1964.

قدم الحافز للتوسع اللاحق في تقديم الطعام السياحي القائم على الفنادق لكل من السوق المحلية والزوار من أوروبا وأستراليا . منذ منتصف الثمانينيات شوهد نموًا كبيرًا مع وجود مناطق بارزة من الفنادق والمنتجعات وبيوت الضيافة ، وخاصة على طول الشواطئ الشمالية . وفي الوقت نفسه ، كنموذج للفرضيات ، تطورت وظائف العمل بقوة ، في حين أن التوسع في القاعدة السكانية المقيمين - معظمها مستمد من نمو صناعة السياحة - أنشأت مناطق للاستخدام السكني في الداخل من الساحل . المصدر: سميث (1991)

Figure 4:5 Pattaya, Thailand: resort location and structure



Source: Reprinted from *Landscape and Urban Planning*, Vol. 21, Smith, R.A. 'Beach resorts: a model of development evolution', pp. 189-210. Copyright (1991), with kind permission from Elsevier Science Ltd, The Boulevard, Langford Lane, Kidlington, OX5 1GB.

مربع (3)

تنمية المناطق الخطية : كوستا ديل سول ، إسبانيا

تقدم منطقة كوستا ديل سول الإسبانية مثالاً ممتازاً للأشكال الخطية حيث يتم تشكيل تنمية سياحية . قبل تعميم الرحلات السياحية الرخيصة إلى إسبانيا ، كان هذا الخط الساحلي نسيباً لم تتم زيارته من قبل

السياح ، ولكن بعد عام 1960، حدث توسع سريع وغير مراقب إلى حد كبير في المنطقة خلقت المرافق أشكالا مستمرة (أو شبه مستمرة) للتنمية الحضرية على طول الشريط الساحلي .

في البداية ، تركز التوسع على منتجات توريمولينوس ، ماربيا ، فوينخيرولا ونقطة الدخول الرئيسية إلى المنطقة عن طريق الجو ، مالقة . لكن ، مع زيادة أعداد الزوار ، كان هناك انتشارا للسياحة من المناطق الكبرى ويلجأ إلى المراكز الثانوية ، والتي بدورها تطورت بسرعة ، وفي بعض الحالات إلى النقطة التي تندمج فيها الأماكن المتجاورة لتشكل مناطق حضرية جديدة مثال توريمولينوس وبينالمادينا . وقد ساعدت هذه العملية من قبل - تطوير الطريق الساحلي الرئيسي (N340) مما سمح بانتشار السياحة غربا من المصادر الأصلية للتنمية بالقرب من مالقة إلى الأجزاء الغربية من الساحل حول إيستيبونا . ومع ذلك ، فإن تطوير هذا الخط الساحلي لا يقتصر فقط على المنتجات ، وقد تم التأكيد على الصفات الخطية بشكل أكبر من خلال عمليات الحشو الأراضي حول وبين المراكز القائمة . وقد كان بعض هذا في شكل من أشكال مواقع المعسكرات ، وقد تم تخصيص بعض الأراضي لتطوير لعبة الجولف للدورات التدريبية ، ولكن الأكثر وضوحًا كان نمو ما عرف بالمصطلح الإسباني Urbanizaciones. هذه هي تطويرات الفلل وتشمل الثانية و / أو دور التقاعد المملوكة لكل من الملاك الإسبان والأجانب ، وكذلك منازل للإيجار من قبل السياح . يوجد الآن أكثر من 600 Urbanizaciones منتشرة على طول الساحل والسفوح السفلية للتلال الساحلية بشكل غير منظم و أنماط مجزأة ، وهذه العناصر، مثلها مثل أي عناصر أخرى ، هي التي عززت النمط الخطي للتنمية السياحية الذي يعد مميزًا وسمه هذا الساحل .

المصدر: بيرس (1987)؛ راعي مقاطعة توريزمو دي لا كوستا ديل سول (1988).

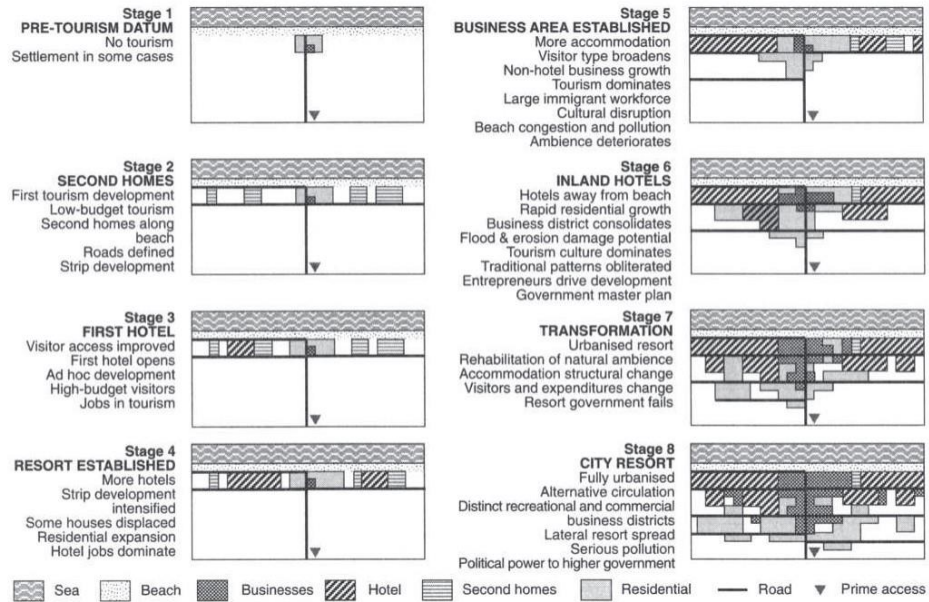
مربع (4)

السياحة والتنمية الاقتصادية في تونس وغامبيا

تمثل تونس وغامبيا مثالين للتنمية السياحية في داخل سياق الدول الناشئة وتوضيح العديد من المزايا و عيوب اقتصاد السياحة . ومن بين الاثنين ، تونس هي الأكثر وجهة محددة ، وتسفيد من تكاليفها المنخفضة ، وقربها من سوق الرحلات الجوية الأوروبية المستأجرة وجاذبية ساحل البحر الأبيض المتوسط . كما تم الترويج والتخطيط بنشاط للسياحة في تونس من قبل المتعاقبين من الحكومات ، التي استثمرت بشكل كبير في البنية التحتية ، وخاصة الفنادق . وبين عامي 1970 و1992 ارتفع عدد المنشآت من 212 إلى 1992 أكثر من 550 سريرا، في حين زادت مساحات الأسرة المتاحة بسرعة أكبر من 34000 سريرا إلى حوالي 135000 في عام 1992. دخل ما يقرب من 2 مليون سائح أوروبي إلى البلاد عام 1992، بالإضافة إلى 1.5 مليون زائر من شمال أفريقيا . لكن ، تقلبت الأرقام استجابة للاستقرار السياسي في المنطقة لقد ثبت أن جذب السياح الأمريكيين ذوي الإنفاق المرتفع أمر صعب بشكل خاص في مواجهة الأصولية الإسلامية المتزايدة والمواقف المناهضة لأمريكا أجزاء من شمال أفريقيا والشرق الأوسط .

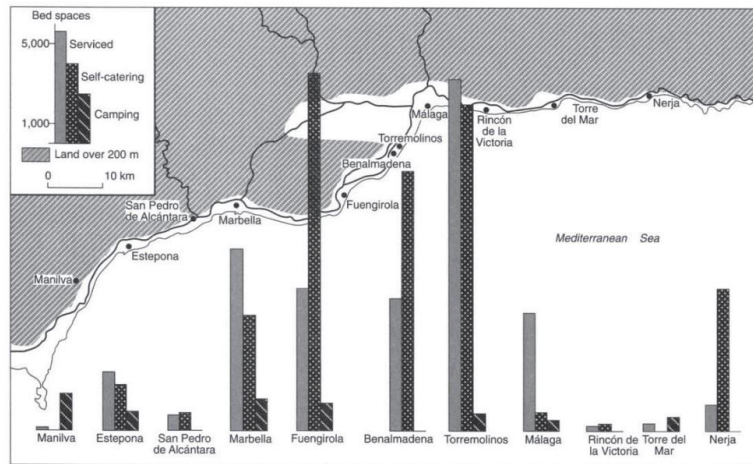
في المقابل ، فإن السياحة إلى غامبيا (دولة أصغر بكثير في غرب أفريقيا ، مجموعة إلى حد كبير داخل أراضي جار أكبر - السنغال) متواضع من حيث الحجم وكانت أقل نشاطاً في التطوير، مع الحد الأدنى من استثمارات الدولة ؛ في عام 1991، بلغ عدد الزوار الأجانب إلى غامبيا ما يزيد قليلاً عن 100.000 بينما تمتلك تونس العديد من المناطق السياحية ، وتتركز التنمية في غامبيا في منطقة باكاو-بانجول التنموية الصغيرة نسبياً ، حيث نهر غامبيا يدخل المحيط الأطلسي .

Figure 4:4 Smith's model of beach resort formation



Source: Reprinted from *Landscape and Urban Planning*, Vol. 21, Smith, R.A. 'Beach resorts: a model of development evolution', pp. 189-210. Copyright (1991), with kind permission from Elsevier Science Ltd, The Boulevard, Langford Lane, Kidlington, OX5 1GB.

Figure 4:6 Tourism development on the Spanish Costa del Sol



Source: Adapted from Patronato Provincial de Turismo de la Costa del Sol (1988).

ملخص

إن عمليات التنمية العمرانية والاقتصادية هي أبرز الطرق التي يتم بها تأثير السياحة على المناطق المضيفة . حدد هذا الفصل في البداية العوامل الأساسية التي تؤدي إلى تشكل أنماط التنمية السياحية ووضح كيف يمكن دمجها معاً لإنتاج أشكالاً متباينة مكانياً . ومع ذلك ، فإن مثل هذه التطورات لا تغير فقط بيئات الوجهات المادية ولكنها تمارس أيضاً مجموعة من التأثيرات الاقتصادية أيضاً . هذه تختلف من مكان إلى آخر ، اعتماداً على مستويات التنمية الاقتصادية المحلية ، ولكن يمكن أن تشمل مجموعة من التأثيرات على حسابات ميزان المدفوعات ، الوطنية والدولية ، والنمو الاقتصادي الإقليمي وخلق فرص العمل . لسوء الحظ ، عدم استقرار السياحة تجعلها عرضة لمجموعة من المؤثرات (على سبيل المثال ، سعر الصرف أو تقلبات أسعار النفط ؛ الأزمات السياسية ؛ التغييرات في الموضة) يعني الصناعة ليست دائماً قادرة على توفير أساس متين للتنمية الاقتصادية . في دول العالم الثالث ، قد تزيد السياحة من مستويات الاعتماد على الأجانب ، وفي العديد من السياقات ، تكون جودة العمالة التي تخلفها الصناعة منخفضة .

أسئلة للمناقشة

- (1) ما هي العناصر الأساسية اللازمة لتأمين النمو العمراني لوجهة سياحية ؟
- (2) كيف تنتج الاختلافات في الظروف المحلية أنماطاً مكانية متباينة في التنمية السياحية ؟
- (3) باستخدام أمثلة لكل من المنتجعات القائمة والناشئة ، افحص مدى صلاحية نماذج هياكل المنتجعات الواردة في الأشكال 3 و 4 .
- (4) ما هي أهم نقاط القوة والضعف في السياحة كوسيلة تطوير اقتصادية ؟
- (5) تقييمك لإمكانات السياحة كمصدر للعمالة المحلية .