

المقدمة

يمثل تنامي أدفاق السياحة العالمية أحد مظاهر العولمة وهي من أهم الأدفاق البشرية الحديثة التي ارتبط بروتها بظهور السياحة الجماهيرية وبتطور وسائل النقل والطلب والعرض السياحيين. لقد مكن تنامي هذه الأدفاق من نشأة أدفاق مالية هامة ومتنامية ومن تدعيم الترابط بين بلدان العالم وخاصة بين بلدان الشمال فيما بينها من جهة وبين الشمال والجنوب من جهة أخرى.

I - أدفاق سياحية عالمية متنامية

ترتبط أدفاق السياحة العالمية بنمو القطاع السياحي وهو قطاع حديث ظهر خلال النصف الثاني من القرن العشرين كنتيجة للتحويلات العميقة التي شهدتها المجتمعات الغربية.

1- نمو سريع للأدفاق السياحية العالمية

شهدت أدفاق السياحة العالمية نمواً مشهوداً منذ نهاية الحرب العالمية الثانية فاق نمو التجارة العالمية (5,6% بالنسبة لكامل الفترة 1950-2009 مقابل حوالي 5% للتجارة العالمية) فقد تضاعف عدد السياح أكثر من 35 مرة فيما بين 1950 و2009 [1] ماراً من 25 مليون إلى 880 مليون وينتظر حسب توقعات المنظمة العالمية للسياحة أن يبلغ هذا العدد 1,6 مليار سائح في أفق سنة 2020. لكن هذا النمو المشهود للسياحة العالمية يخفي ظاهرة بارزة تتعلق بتذبذب نسق النمو. ويمكن التمييز بين ثلاث فترات :

- فترة نمو عال ميّزت الخمسينات والستينات من القرن العشرين وهي فترة انطلاق الظاهرة السياحية التي تزامنت مع فترة النمو الاقتصادي السريع التي شهدها العالم عقب الحرب العالمية الثانية ومع اكتساب السياحة العالمية طابعاً جماهيرياً* بعدما كانت تقتصر على الأثرياء فحسب.
- فترة نمو متوسط ميّزت السبعينات والثمانينات والتسعينات وارتبطت بتواتر أحداث أثرت في الاقتصاد العالمي كالصدمتين النفطيتين. فلئن كان وقع الصدمة النفطية الأولى (1973 - 1974) محدود نسبياً أدت الصدمة النفطية الثانية إلى ركود عدد السياح خلال 3 سنوات متتالية (1981 و1982 و1983).
- فترة نمو ضعيف ومتذبذب ميّزت العشرية الأولى من القرن الواحد والعشرين. فقد كانت نسبة النمو سالبة في 2001 و2003 و2009 بسبب تواتر أحداث عديدة منها أحداث 11 سبتمبر 2001 بالولايات المتحدة الأمريكية وكارثة تسونامي (26 ديسمبر 2004) التي ألحقت أضراراً جسيمة ببلدان جنوب آسيا والأزمة المالية العالمية التي اندلعت مع نهاية 2008.

2 - أدفاق سياحية عالمية تربط أساساً بين بلدان الشمال

أدى تنامي أدفاق السياحة العالمية منذ نهاية الحرب العالمية الثانية إلى تحويل المجال العالمي إلى مجال سياحي مغمول بحيث أصبحت هذه الأدفاق تربط بين مختلف مناطق العالم ولكن تبقى مركزة أساساً بين بلدان الشمال.

أ - الأدفاق الرئيسية والثانوية للسياحة العالمية

تمثل بلدان الشمال المناطق الكبرى لانطلاق الأدفاق الرئيسية للسياحة العالمية ولاستقبالها [2] فهي توفر وتستقبل ثلثي السياح في العالم وذلك رغم تراجع حصتها من مجموع السياح مقارنة بسنة 1960 (93,8%). وضمن بلدان الشمال تسهم البلدان الأوروبية بنحو 52% من عدد السياح المغادرين إليها بلدان أمريكا الشمالية بنحو 10,5% وتوجد 6 بلدان متقدمة ضمن قائمة العشرة الأولى [4] تسهم بحوالي الثلث من عدد السياح الوافدين في العالم.

أما الأدفاق الثانوية فهي تنطلق من بلدان الشمال باتجاه بلدان الجنوب من ذلك الدفق الذي ينطلق من أمريكا الشمالية باتجاه جزر الكارييب وأمريكا اللاتينية وخاصة المكسيك والبرازيل. ودفقان ينطلقان من أوروبا: الأول باتجاه بلدان الضفة الجنوبية للبحر المتوسط (مصر وتونس والمغرب خاصة) والثاني باتجاه

بلدان شرق آسيا. وفي هذه المنطقة تتميز الصين وماليزيا بسرعة نسق نموها مما جعلهما يرتقيان في سنوات قليلة لاحتلال مكانة مرموقة ضمن البلدان السياحية العشرة الأولى في العالم. وتبرز في هذه المنطقة أيضا كل من هونج كونج وتايلندة والفلبين كبلدان مستقطبة بصفة ملحوظة لأدفاق السياح في العالم. كما تنطلق أدفاق ثانوية أخرى بالشرق الأقصى من اليابان إلى جزر المحيط الهادي (جزر الفلبين خاصة). وبصفة عامة تشهد الأدفاق الثانوية نموا سنويا قويا مكن بلدان الجنوب من رفع حصتها في السياحة العالمية إلى 46% من عدد السياح الوافدين سنة 2009 وذلك على حساب أوروبا خاصة [3 و4].

ب - انعكاسات مجالية هامة للأدفاق السياحية العالمية

فضلا عن إسهامها في تحسين البنية التحتية من موانئ وطرق... مكّنت الأدفاق السياحية العالمية المتنامية من تكوّن مجالات سياحية كبرى. تحتل ضمن هذه المجالات منطقة البحر المتوسط المقام الأول باستقطابها لما يزيد عن 130 مليون سائح سنويا نظرا إلى تزايد الطلب على السياحة الاستجمامية ونظرا لما تملكه هذه المنطقة من مزايا طبيعية ومن تجهيزات سياحية متطورة. كما تمثل سواحل خليج المكسيك (فلوريدا والساحل المكسيكي) مجالا هاما مستقطبا للسياح الأغنياء من بقية التراب الأمريكي. إلا أن مجالات الاستقطاب السياحي لا تقتصر على الشواطئ فحسب بل تشمل بعض المناطق الجبلية كمنطقة جبال ألب التي تنشط فيها السياحة الشتوية (رياضة التزلج) والمدن الكبرى كباريس الكبرى (حوالي 44 مليون سائح سنويا) ولندن ومديرد وروما في نطاق السياحة الثقافية وسياحة المؤتمرات والأعمال وكذلك المدن الدينية كمكة والمدينة وروما...

3 - عائدات سياحية متنامية

شهدت عائدات السياحة العالمية [5] مسارا شبيها بأدفاق السياحة العالمية مع بعض الاختلافات الناجمة عن تطوّر قيم العملات وخاصة منها الدولار واليورو. فقد تطوّرت هذه العائدات من 6,9 مليار دولار سنة 1960 لتبلغ 852 مليار دولار سنة 2009 أي ما يعادل ثلث قيمة صادرات الخدمات في العالم. ورغم التأثير السلبي للأزمة المالية العالمية فإن معظم التوقعات تشير إلى عودة النشاط السياحي إلى النمو الإيجابي. وتهيمن بلدان الشمال على العائدات المالية للسياحة العالمية باستثناءها بالثلثين وتأتي أوروبا [3] في المرتبة الأولى بحوالي النصف سنة 2009 رغم تراجع نصيبها وتحتكر البلدان العشرة الأولى حوالي 50% من هذه العائدات. على أن بعض بلدان الجنوب كالصين الشعبية وتركيا وماليزيا وتايلندة تمكنت بفضل مراهنتها على السياحة من تحقيق مداخيل سياحية هامة ومن احتلال مراتب متقدمة ضمن قائمة البلدان الأولى في العائدات السياحية. وعموما فإن بلدان الجنوب تستفيد من الاستثمارات التي تحوّل لتركيز البنى التحتية السياحية ومن العائدات المالية للسياحة العالمية باعتبارها من القطاعات القليلة ذات الحاصل الإيجابي مع بلدان الشمال.

II - نمو ناجم عن تضافر عدّة عوامل

نمت الأدفاق السياحية الدولية وبرزت كظاهرة حضارية جديدة ميّزت البلدان المتقدمة الغربية بعد الحرب العالمية الثانية واكتست صبغة جماهيرية في السبعينات من القرن الماضي وما انفك هذا النمو يتدعم بتوسّع الظاهرة السيّاحية لتشمل بلدانا نامية عديدة كالبلدان النّاطقة وبلدان الصّناعية الجديدة وتتضافر عدّة عوامل في تفسير النموّ السريع لأدفاق السياحة العالمية.

1- تحسّن مستوى العيش

يمثل عامل ارتفاع الدّخل الأسري في بلدان الشّمال خاصّة [6] وتزايد حصّة النفقات السيّاحية من الإنفاق الأسري أحد العوامل الاقتصادية - الاجتماعية الهامة في تحريك الأدفاق السيّاحية إذ يلاحظ أنه كلما ارتفع مستوى دخل الأسرة ازدادت نسبة الإقبال على السيّاحة. ففي فرنسا مثلا بيّنت دراسة أجريت سنة 1999 أن 62% من الأسر الفرنسية سافرت بغرض السيّاحة وأن هذه النسبة تتجاوز 80% لدى من يفوق دخلهم 7600 يورو في الشهر الواحد وأن الأسر تخصّص للسيّاحة أكثر من 7% من دخلها وتصل هذه النسبة إلى 14% إذا ما اعتبرنا تكاليف التنقل.

كما أسهمت الحكومات في تنشيط السيّاحة بسنّ تشريعات اجتماعية ميسرة للسيّاحة [7]. فعلى سبيل المثال اتخذت فرنسا الإجراءات التالية:

- تعميم التمتع بالعطلة خالصة الأجر مع إضافة أسبوع خامس.
- تقليص مدة العمل الأسبوعي (من 45 ساعة في الستينات من القرن العشرين إلى 35 ساعة في بداية هذا القرن).
- تمكين الأسر ضعيفة الدخل من مساعدات متنوعة "كالمساعدات من أجل العطلة" و"صكوك العطلة" (مرسوم 1982) وتحمل الدولة جانباً من كلفة سعر تذاكر القطارات...
- وقد مكنت كل هذه الإجراءات السياحة من اكتساب السمة الجماهيرية.

2 - سياسات تنمية تراهن على السياحة العالمية

لقد راهنت بلدان عديدة من الشمال على تنمية السياحة باعتبارها نشاطاً قادراً أكثر من غيره على توفير مواطن الشغل في وقت يشهد فيه التشغيل الصّ ناعي والفلاحي تراجعاً واضحاً علاوة عن أنها توفر العملة الصعبة وتسهم في النهوض بالمناطق المنعزلة ذات الإمكانيات السياحية الطيبة. لذلك أقرت هذه البلدان برامج ومخططات للتهيئة السياحية ورصدت استثمارات ضخمة للبنية الأساسية وقدمت التسهيلات والحوافز المتنوعة للقطاع الخاص لمعاوضة مجهود الدولة. وفي هذا الصدد يمثل تهيئة ساحل اللانكدوك - روسيون بجنوب فرنسا مثالا للدور الفاعل للسلط العمومية في بلد متقدم [8].

أما بلدان الجنوب فقد راهن العديد منها على غرار البلاد التونسية والمغرب الأقصى ومصر وتايلند وبلدان الكارييب على القطاع السياحي ناسجة على منوال بلدان الشمال بتهيئة المناطق السياحية وبناء الفنادق والتفويت فيها للخواص وتشجيع رأس المال المحلي والأجنبي على الاستثمار في السياحة كما عوّلت بعض البلدان النفطية على السياحة كبديل للنفط في توفير العملة الصعبة تحسباً لنفاد مواردها النفطية ولعل إمارة دبي تعدّ أبرز مثال لهذا التوجّه [9].

ونتيجة لذلك أصبحت السياحة قطاعاً أساسياً في اقتصادات بلدان الشمال وبعض بلدان الجنوب وهي توفر حوالي 250 مليون موطن شغل في العالم بصفة مباشرة وغير مباشرة ففي فرنسا توفر السياحة حوالي 7% من الناتج الداخلي الخام وأكثر من 900 ألف موطن شغل أما ببلدان جزر الكارييب فهي توفر بين 70 و 90% من ناتجها الداخلي الخام.

3 - دور وسائل النقل والاتصال

أدّى التطور التقني الذي شهدته وسائل النقل المختلفة واحتداد المنافسة بينها إلى تخفيض تكاليف السفر التي تمثل حوالي 17% في إجمالي الانفاق السياحي. ولئن مثّل النقل البحري وسيلة نقل وترفيه (الرحلات البحرية) فإن دوره يظل محدوداً جداً في نقل السياح مقارنة بدور السيارة الخاصة. أما النقل الجوي فقد كان أساسياً في ازدهار السياحة الجماهيرية العالمية [10] منذ 1960 وخاصة بالمناطق البعيدة عن أوروبا وذلك بفضل:

- تعميم الرحلات المنظمة ذات الكلفة المنخفضة (vols charters)
- توسيع السوق السياحية العالمية بفتح مجالات سياحية بعيدة عن أوروبا الغربية كجزر الكارييب وإفريقيا.

وقد تدعّمت هذه الظاهرة باشتداد المنافسة بين شركات الطيران بعد فك التقنين على النقل الجوي منذ 1979 بالولايات المتحدة الأمريكية واتخاذ إجراءات مماثلة في الاتحاد الأوروبي سنة 1986 ثم في عدد بلدان العالم وذلك في نطاق تحرير سوق الخدمات العالمية. وأفضت هذه التطورات إلى ظهور شركات نقل جوي جديدة ونشطة قادرة على تنظيم رحلات بأسعار رخيصة جداً (low cost) مما أسهم في نمو أرباح السياحة العالمية. ومن ناحية أخرى استفادت السياحة العالمية من ثورة وسائل الاتصال بتعميم استعمال الأنترنت في مختلف العمليات المرتبطة بالسياحة كعمليات الحجز والعمليات المالية والتراسل الإلكتروني ...

4 - تطوّر العرض السياحي وتنوّعه

يتمثل تطوّر العرض السياحي في تطوّر طاقة الإيواء العالمية التي ما انفكت تتدعّم باستمرار، إذ تضاعفت حوالي مرتين منذ 1980 لتبلغ حوالي 20 مليون غرفة فندقية في سنة 2010 [11]، ولئن احتكرت بلدان الشمال

قاربة 2/3 هذه الطاقة فإن آسيا الشرقية وبلدان المحيط الهادي وإفريقيا كانت أكثر المناطق التي سجلت نمواً حيث تضاعفت هذه الطاقة 9 مرات ببلدان آسيا الشرقية والمحيط الهادي 3 مرات بإفريقيا. والملاحظ أن العرض السياحي لم يعد يقتصر على الغرف الفندقية والإقامات الثانوية والمخيمات بل سار نحو مزيد التنوع تماشياً مع تطور أذواق السياح وميولاتهم وأصبح يضم أشكالاً أخرى كالقري السياحية المدمجة* والمنازل المتنقلة ولكن الغرف الفندقية تظل أهم أشكال العرض السياحي.

وبصفة موازية لتطور طاقة الإيواء سار المنتج السياحي نحو التنوع بظهور أنواع جديدة كالسياحة الثقافية والسياحة البيئية والسياحة الاستشفائية وذلك إلى جانب أنواع أخرى كالسياحة الشاطئية والسياحة الدينية...

ولكن مهما تنوّعت عوامل تنامي الأذواق السياحية فإن هذا الذي موبقى رهين توفر ظروف أمنية اقتصادية معينة من ذلك أن الحروب والاضطرابات الداخلية تقلص هذه الأذواق. فقد أدت حروب الشرق الأوسط الأخيرة إلى تراجع كبير في عدد السياح العالميين باتجاه هذه المنطقة. كما كان لأحداث 11 سبتمبر 2001 وما تلاها من توترات (حرب أفغانستان) تأثيرات سلبية مباشرة في النشاط السياحي كما تأثرت بذلك شركات الطيران العالمية التي تراجعت مداخلها وأفلس بعضها [12].

III - الأطراف المتدخلة في الأذواق السياحية العالمية

تتعدد الأطراف المتدخلة في تنظيم أذواق السياحة العالمية، فعلاوة عن الأطراف العمومية والدولية يعتبر المتدخلون الخواص أهم الأطراف الفاعلة.

1 - الأطراف العمومية والدولية والمنظمات غير الحكومية

أ - الأطراف العمومية

تتدخل الأطراف العمومية في تحديد الأذواق السياحية على مستويات عديدة فهي تحدّد الاختيارات التنموية وتضع المخططات وترصد الاعتمادات ... وتتكون الأطراف العمومية [13] من الجماعات المحلية كالمبليات ومن وزارات الاختصاص كوزارة السياحة والاقتصاد ووزارات السيادة كوزارة الخارجية والدواوين المختصة.

ب - الأطراف الدولية

تسهم عديد المؤسسات الدولية في تشكّل النظام السياحي العالمي ذلك أن التنمية السياحية تتطلب تضامراً جهوداً لطرف عديدة كما تتطلب استثمارات ضخمة في مجال البنية الأساسية وفرتها البنوك العالمية لكثير من بلدان الجنوب في شكل قروض طويلة المدى. وتعتبر منظمة السياحة العالمية والمنظمات الإقليمية التابعة لها كالمنظمة العربية للسياحة منظمة دولية متخصصة في السياحة وطرفاً فاعلاً في الأذواق السياحية. وهي هيكل أممي يتولى مهام متنوعة كالقيام بالدراسات وتنظيم الندوات والمؤتمرات الدولية المتعلقة بالسياحة وسنّ التشريعات وتقديم المساعدات للبلدان الأعضاء.

ج - المنظمات غير الحكومية

ما انفك تأثير المنظمات غير الحكومية (ONG) يتزايد ويؤثر في توجيه الأذواق السياحية العالمية فهي تركز أنشطتها على الحد من التأثيرات البيئية السلبية لبعض أصناف السياحة كالسياحة الجماهيرية الاستجمامية التي تنسب أحياناً في اختلالات جسيمة للبيئة الساحلية... وتطالب هذه المنظمات بسياحة مستدامة* تحافظ على البيئة وبتسيار عادلة* تنصف شعوب بلدان الجنوب وتحد من استنزاف مواردها.

2 - الأطراف الخاصة

تتسم الأطراف الخاصة بالتنوع وتشمل الشركات السياحية عبر القطرية والسلاسل الفندقية وشركات الاستشارة والتسيير وشركات التأمين وشركات النقل وخاصة منها شركات الطيران والرحلات البحرية كما تشمل البنوك والمطاعم وشركات الإيواء وغيرها. غير أن التحكم في السوق السياحية العالمية أصبح أكثر فأكثر بيد عدد محدود من الشركات السياحية عبر القطرية [14] التي تنتمي في جلها إلى بلدان الشمال وخاصة منها الولايات المتحدة الأمريكية. وما انفك دور هذه الشركات التي تسعى إلى العملاقة يتعاظم بفضل عمليات الشراء والإدماج [15].

لقد تمكّنت الشركات السّياحيّة العالميّة ووكالات الأسفار التّابعة لها والسّلاسل الفندقية العالميّة من إدماج تكنولوجيات الاتصال والإعلام الحديثة في أنشطتها على نطاق واسع (التسويق والحجز...) مما أكسبها قدرة أكبر على تلبية رغبات الحرفاء وعلى المنافسة كما تمكّنت من إقامة نظام سّياحي عالمي بفضل ما حقّقه من استثمارات في مختلف مناطق العالم وخاصة منها ببلدان الجنوب مستغلة ما تمنحه لها هذه البلدان من امتيازات متنوعة فأ سهمت بذلك في تكثيف الأدفاق السّياحية العالميّة وفي ترابط أجزاء العالم. إلا أن هذه الشركات تستفيد من العلاقات غير المتكافئة عن طريق تنميط العرض السّياحي (اعتماد صيغة عرض "الكلّ مدرج" All Inclusive) وترحيل المراكب التي تجنيها إلى بلدانها الأصليّة. وتذهب بعض التّقديرات إلى أن ما يتبقى للبلدان النّامية من العائدات الماليّة السّياحية لا يتجاوز 10% من مجموع هذه المداخيل.

الخاتمة

تجسّم الأدفاق السّياحيّة العالميّة مظهرا من مظاهر ترابط أجزاء العالم مما جعل البعض يتحدّث عن "نظام سّياحيّ عالمي" ولكن هذا النّظام يشغل أساسا لصالح بلدان السّمال بصفة عامّة ولبعض أقطابه المحركة بصفة خاصّة.