

العولمة وتوسع نطاق صناعة السياحة

د. صليحة عشي
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
جامعة بائنه

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى توضيح العلاقة بين ظاهرة العولمة وصناعة السياحة، ومدى تأثير هذه الظاهرة بمختلف ادواتها وآلياتها على السياحة على المستوى العالمي. وفي سبيل تحقيق ذلك سيتم التعريف بالعولمة انطلاقاً من رؤى مختلفة لباحثين متمرسين في هذا المجال ومن قبل مؤسسات وهيئات دولية، مثل "البنك الدولي للإتشاء والتعمير"، بالإضافة إلى تناول مفهومها في الإسلام. وقد تم التوصل من خلال هذه الدراسة إلى أن السياحة تمثل أحد مظاهر العولمة عبر التاريخ لطبيعة نشاطاتها، كما أنه في الوقت ذاته تمثل العولمة بيئة خصبة لنمو نشاطات هذه الصناعة من خلال التسهيلات التي توفرها لها من مختلف وسائل الإتصالات، واستخدام شبكة المعلومات العالمية، وتطور وسائل النقل على المستوى العالمي. ويستخلص أيضاً، أنه كما للعولمة مزايا يتم تحقيقها على الجوانب الاقتصادية والاجتماعية للدول فإن مساوئها لا تقل خطورة على اقتصاديات ومجتمعات الدول النامية، والتي تظهر جلياً من خلال التبعية الاقتصادية لهذه الدول، وسيطرة الشركات العالمية على اقتصاداتها. وتمثل أخطر مساوئ العولمة في مظهرها الثقافي، إذ تسعى إلى إقصاء الثقافات الأخرى عن العالمية، وفي الوقت ذاته القيام بعملية خلق الثقافات غير المرغوب فيها سيما العربية الإسلامية، وبالتالي تهميط الثقافات وتوحيدها في نموذج غربي موحد.

Résumé:

Cette étude vise à clarifier le rapport entre le phénomène de mondialisation et l'industrie du tourisme et l'impact de ce phénomène avec ses différents outils et mécanismes sur le tourisme au niveau mondial. Dans cette optique nous proposons une définition de la mondialisation en partant des divers avis de chercheurs expérimentés dans ce domaine, ainsi que des institutions et autres organisations internationales telles que «la Banque Mondiale du Développement et de la Reconstruction», nous aborderons aussi son acception dans l'islam.

A travers cette étude, nous avons convenu que le tourisme constitue historiquement l'un des aspects de la mondialisation de par la nature de ses activités, et par là même la mondialisation constitue un terrain propice au développement des activités de cette industrie à travers les facilités qu'elles lui offre par le biais des différents moyens de communication, et le recours au réseau informatique mondial, ainsi que la modernisation des moyens de transport au niveau mondial.

A noter également qu'en dépit des avantages de la mondialisation sur les plans économique et social des pays, ses inconvénients constituent pour le moins un danger sur les économies et les sociétés des pays émergents, qui se traduit par la dépendance économique de ces pays, et la mainmise des multinationales sur ces économies. Par ailleurs le plus grand risque que constitue la mondialisation dans son aspect négatif est dans sa dimension culturelle, en effet elle aspire à exclure les autres cultures de la stature mondiale, tout en étouffant les cultures non désirées notamment la culture arabo-musulmane, ce qui revient à uniformiser les cultures en un prototype occidental de référence.

مقدمة:

إن من بين الانشغالات الحالية لعلماء الاقتصاد والاجتماع والتربية والسياسة على الساحة العالمية ما يشار إليه بـ "العولمة" 'Globalization' التي تعتبر توجهها جديدا ضمن جملة من المؤثرات المعاصرة على مستقبل العالم بأسره. والعولمة ليست قدرا محتوما على العالم بل أنها توجه إيديولوجي شرع في تجسيده بصورة جلية منذ بداية الثمانينيات من القرن العشرين في العديد من الدول المتقدمة نتيجة لسيادة الاتجاهات السياسية المحافظة في تلك الدول التي تأتي في مقدمتها الولايات المتحدة وكندا وبعض دول غرب أوروبا، حيث تركز النواحي المادية للعولمة على إيديولوجية تتبنى مبادئ ليبرالية جديدة تتمثل في الحرية الاقتصادية والسياسية ونظام السوق الحر والمنافسة والانفتاح العالمي.

وقد مثلت السياحة تاريخيا إحدى أولى مظاهر العولمة لأن نشاطاتها عالمية بطبيعتها، وتستدعي انتقال الأفراد وتبادل الثقافات داخل الدول وخارجها، إذ أوجد انتشار تيار العولمة وتوسعها بيئة خصبة ومساندة لنمو النشاطات السياحية، كما مكنت أدوات العولمة من سهولة الاتصالات واستخدام شبكة المعلومات العالمية من إحداث تغيرات جوهرية على مستويات وهيكل العرض والطلب السياحيين.

مشكلة البحث: تتمحور مشكلة البحث في كيفية إبراز مدى تأثير العولمة كظاهرة ذات أبعاد اقتصادية وسياسية وثقافية على صناعة السياحة، سواء من حيث مساهمتها في توسيع نطاقها، أو من حيث الآثار التي تعود على هذه الصناعة الإيجابية والسلبية منها.

أهداف وأهمية البحث: تظهر أهداف وأهمية البحث من خلال:

- التعرف على مفهوم العولمة؛
- الوقوف على علاقة العولمة بالسياحة؛
- إبراز دور بعض المنظمات الدولية في عولمة السياحة؛

- توضيح مساهمة تطور تقنية المعلومات والاتصالات في عولمة السياحة؛
- التعرف على الآثار الايجابية والسلبية لظاهرة العولمة على صناعة السياحة، وعلى المجتمعات المحلية.

المنهج المستخدم: من أجل تحقيق أهداف البحث تم استخدام المنهج الاستقرائي والاستنباطي، من خلال العرض النظري لعناصر البحث، وأيضاً إدراج بعض الاحصائيات التي تم الحصول عليها من بعض المنظمات الدولية، مثل منظمة السياحة العالمية وتحليل هذه البيانات حسب غرض البحث.

الأدوات والمؤشرات المعتمدة: تم الاعتماد على كتب وتقارير صادرة من هيئات ومنظمات دولية متخصصة، ومجلات تناولت هذا الموضوع، وأيضاً مواقع من الإنترنت. كما تم استخدام بعض الاحصائيات والنسب المئوية ذات الدلالة على موضوع البحث.

أولاً، العولمة وعلاقتها بالسياحة:

تواجه الدول المختلفة تحديات عديدة تتطلب القدرة على المنافسة للاحتفاظ وزيادة حصتها في السوق العالمية، وتعتبر السياحة الدولية إحدى الأنشطة التي تسعى من خلالها العديد من الدول إلى تقديم منتجاتها السياحية التي تتوفر عليها لتدعيم حصتها من السياح الأجانب من مختلف الجنسيات.

1- مفهوم العولمة:

يعني المفهوم العام لمصطلح "العولمة" أن تصبح كافة أجزاء العالم مرتبطة ببعضها البعض من خلال نظام عام تخضع له كافة دول العالم. وعلى هذا الأساس تتعدد تعريفات العولمة وتفاوتت بحسب أفكار واتجاهات الباحثين.

أ - تعريف العولمة:

هي عملية ذات بعد مادي وآخر إيديولوجي، حيث يمتزج هذان البعدان لربط الاقتصاد والسياسة معا في آن واحد.¹ فالعولمة كعملية مادية تعنى أنه يمكن من خلال قواعد عامة منظمة نقل كل السلع الاقتصادية والموارد عبر الحدود وتبادلها دون قيود أو معوقات تحول دون هذا التبادل. وينطبق هذا المبدأ أيضا على كل الخدمات تقريبا، مثل التمويل والتأمين والمعلومات، وتؤدي تكنولوجيا الاتصالات ونظم الاتصال الحديثة والمعلومات دورا رئيسا في الإسراع بعملية العولمة، من حيث ربط أجزاء العالم ببعض وتسهيل تدفق السلع والخدمات عبر الدول بأسرع مما كانت عليه.²

وقد عرّفها "البنك الدولي" على أنها: التكامل المتنامي للاقتصاديات والمجتمعات حول العالم.³ وصدر عن "صندوق النقد الدولي" سنة 2000 تحليلا بعنوان: "العولمة تهديدا أم فرصة؟" وفيها وصف للعولمة على أنها عملية تاريخية، ناتجة عن الابتكارات الإنسانية والتقدم التكنولوجي، وتشير إلى التكامل المتزايد بين الاقتصاديات العالمية وتحديدا من خلال التجارة والتدفقات المالية.⁴

ويذهب "هوبرت فيدرين" "Hubert Vedrine" إلى أن العولمة ليست فكرا ولكنها وقائع تقنية فرضت نفسها على الساحة الكونية، وفي فرضها لنفسها أفلقت

¹ - أنور، ماجد عشقي، "ماهية العولمة وإشكالاتها"، أعمال ندوة الإرهاب والعولمة، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، (2002)، ص. 25.

² - المرجع نفسه.
³ - المجلة الإلكترونية - يواس أيه (Journal USA)، "قضايا عالمية: تحديات العولمة"، وزارة الخارجية الأمريكية، مكتب برامج الإعلام الخارجي، (فيفري 2006)، ص. 1.

⁴ - International Monetary Fund, "Globalization: Threat or Opportunity"? IMF Staff, (April 12, 2000).

www.imf.org/external/np/exr/ib/2000/041200.htm#l1

الجميع، سيما الدول ومؤسسات القطاع الخاص، إنها ظاهرة لا تمس أي اقتصاد، وإنما بالحصص اقتصاد السوق والاستهلاك، وتحويل العملات وتوجيه الاستثمار.⁵

ومهما اختلفت مفاهيم العولمة والنظرة إليها، ومدى ايجابياتها وسلبياتها في الحياة العملية للدول والشعوب فهي تبقى واقعا لا مفر منه، مما يستوجب معاشتها واستيعاب مكاسبها، واجتياز مساوئها، من خلال التعامل مع تحولاتها وتحدياتها بأدوات جديدة تتناسب مع السياسات التي تنتهجها في اجتياح العالم.

ب- العولمة في الإسلام:

على الرغم من كون الدعوة إلى الدين الإسلامي عالمية في هدفها وغايتها وفي وسيلتها، وأن الدين الإسلامي يركز على توجيه رسالة عالمية للناس كافة، ووصف الخالق - عز وجل - لذاته بأنه "رب العالمين"، وأن الرسول صلى الله عليه وسلم جاء مبشرا للجميع، فإن حضارة الإسلام قامت على القاسم المشترك بين حضارات العالم، فقبلت الآخر وتفاعلت معه أخذا وعطاء، بل أن هذه الحضارة تعاملت مع الاختلاف بين الناس باعتباره من حقائق الكون، لذلك دعا الخطاب القرآني إلى اعتبار فوارق الجنس والدين واللغة من عوامل التعارف بين أفراد المجتمعات.

فالدين الإسلامي هو أول من جاء بأسس العولمة الصحيحة، وبلغ لها ودعا إليها في قوله تعالى في سورة آل عمران: "ومن يبتغ غير الإسلام ديناً فلن يقبل منه وهو في الآخرة من الخاسرين".⁶ فالخطاب موجه إلى كل أهل الأرض، ولا يمكن أن يكون كذلك إلا إذا كان هذا الدين الذي أنزله "العزیز" جامعاً لكل أسس العولمة الإلهية، وشاملاً لجميع القوانين الصالحة في كل زمان ومكان لإدارة العالم كله على نهج عادل وقويم. كما أن هذه الرسالة الإلهية تقوم على أساس تكريم جميع بني آدم

⁵- Hubert, vedrine, Mondialisation et pensée unique. "In la méditerranée à l'heure de la mondialisation", cahiers de la fondation abderrahim bouabid, No. 27, (1997), p. 17.

⁶- سورة آل عمران، رقمها 3، مكية، الآية رقم 85.

استنادا لقوله تعالى في سورة الإسراء: "ولقد كرّمنا بني آدم".⁷ وورد في قوله تعالى في سورة الأنبياء: "وما أرسلناك إلا رحمة للعالمين".⁸ وفي سورة الفرقان بقوله تعالى: "تبارك الذي نزل الفرقان على عبده ليكون للعالمين نذيرا".⁹ وأيضا قوله تعالى في سورة الحجرات: "يا أيها الناس إنا خلقناكم من ذكر وأنثى وجعلناكم شعوبا وقبائل لتعارفوا إن أكرمكم عند الله أتقاكم إن الله عليم خبير".¹⁰

تبين الآيات القرآنية الواردة أعلاه بأن الدين الإسلامي يقر باختلاف الأمم، ويحق كل أمة في البقاء، ولا يلغي خصوصيات الشعوب، وجعلهم شعوبا وقبائل ليتعارفوا، كما يعترف هذا الدين بأن الله تعالى بجل الإنسان وفطره على العولمة، وأرسل إليه نظاما عالميا يحمل طابع الكونية في فكره وثقافته، وفي اقتصاده وسياسته، ومن هنا جاءت العولمة الإلهية.

2- السياحة الدولية والعولمة:

إن ارتباط السياحة بكثير من الجوانب المتعلقة بالعولمة، مثل الاقتصاد، الثقافة، والمجتمع، البيئة، الإعلام، المعلومات وترافق حركة السياح مع تدفق الأفراد ورؤوس الأموال والأنماط الثقافية، الأمر الذي ساعد على انتشار تيار العولمة، وإيجاد بيئة خصبة ومساندة لنمو النشاطات السياحية، وجعلها أحد أهم مظاهر العولمة.

أ- العلاقة بين السياحة والعولمة:

حسب تعريف "منظمة السياحة العالمية" فإن السياحة تهتم بنشاطات الأفراد الذين يسافرون ويقومون في غير أماكن إقامتهم المعتادة لمدة لا تتجاوز السنة، بقصد الترويج أو الأعمال أو غيرها من الأغراض.¹¹ ونتيجة لكون السياحة نشاطا اقتصاديا

⁷ - سورة الإسراء، رقمها 17، مكة، الآية رقم 70.

⁸ - سورة الأنبياء، رقمها 21، مكة، الآية رقم 107.

⁹ - سورة الفرقان، رقمها 25، مكة، الآية رقم 1.

¹⁰ - سورة الحجرات، رقمها 49، مكة، الآية رقم 13.

¹¹ - World Tourism Organization, 'Collection of Tourism Expenditure Statistics', p. 8.

يتجاوز حدود الوطن، وتتشأ من حركة الناس في إطار بحثهم عن محطات جديدة تتيح لهم فرص التعرف على الآخر، سواء كان ذلك إنسانا أو مكانا أو معلما، وهي في مزجها بين الاستقبال والتوديع تعمل على تبادل المنافع وتنمية الموارد في ساحة لم تعد تعترف بالحدود الجغرافية.¹²

وقد فتحت العولمة مجالا جديدا من الفرص والتطور أمام حركة السياحة الدولية، إذ أصبح ما يربو عن 1,035 مليار سائح يسافرون خارج بلدانهم (سنة 2012)، ويتوقع أن يرتفع عددهم إلى 1,6 مليار سائح بحلول سنة 2020.¹³

وتعتبر الشركات متعددة الجنسية أحد أشكال التدخل الخارجي، حيث يرى الكاتب "كيفين ميثان" "Kevin Methane" أن هذه الشركات بالفعل تسيطر على سوق السياحة، فمثلا، أن شركة "أكور" "Accor" البريطانية كانت في أواسط التسعينيات من القرن العشرين تدير 25 ألف فندق في العالم في 70 بلدا، في حين كانت شركة "هوليدي إن ن" "Holiday Inn" تدير 1571 فندق بحجم 2,3 مليون غرفة. كما يؤكد هذا الكاتب في نفس الوقت رفضه للمقولة التي تتضمن سيطرة البلدان الغربية على هذه الصناعة دوليا، ويضرب مثلا، أن شركة "CDL" السنغافورية التي بدأت نشاطها منذ سنة 1989 أصبحت تمتلك فنادق بسعة 16400 غرفة في 12 بلدا.¹⁴

¹² - عبد العزيز إسماعيل الداغستاني، "السياحة والعولمة.. هل ثمة علاقة؟" مجلة عالم الاقتصاد، العدد، 147، السعودية، (2004/4/1).

www.ecoworld-mag.com/Detail.asp?InSectionID=25&InNewsItemID=136914

¹³ - World Tourism Organization, "Facts & Figures: Tourism 2020 Vision".

www.unwto.org/facts/eng/vision.htm

¹⁴ - المملكة العربية السعودية، الهيئة العليا للسياحة، الأمانة العامة، "تأثير العولمة على السياحة في المملكة العربية السعودية"، ورقة عمل مقدمة لندوة السياحة والعولمة، كلية الأمير سلطان لعلوم السياحة والعولمة، أبها، (2004)، ص ص. 10 - 11.

ويمكن اعتبار السياحة أحد أهم مظاهر الاقتصاد المعولم، وأنها تتحول لضرب من التبعية والسيطرة الخارجية، سيما وأن العديد من الدول حديثة الاستقلال في الستينيات من القرن العشرين حاولت التأكيد على استقلالها من خلال تدعيم اقتصادها، حيث اتجهت إلى السياحة بوصفها مصدرا للدخل لا يحتاج لرأس مال ضخم ولكنها، عمليا استوردت وسائل وأساليب التجهيز والترفيه من الدول المتقدمة اقتصاديا، ومن ثم فإن المنتجات والمنشآت السياحية التي تم إقامتها في الغالب تعود ملكيتها لشركات أجنبية، وهي في جوهرها شكلا من أشكال التبعية الخارجية.

ب- دور بعض المنظمات الدولية في عولمة السياحة:

أسهمت مجموعة من الهيئات والمنظمات على المستوى المحلي والإقليمي والدولي في تكريس عولمة صناعة السياحة وتحرير خدماتها، من بينها: دواوين ووكالات السياحة والسفر، وزارات السياحة، المنظمات السياحية الإقليمية (العربية، الأورو متوسطية، الآسيوية)، وأكثر هذه المنظمات فعالية في تسويق الأنشطة السياحية والتعريف بمنتجاتها لاختراق الأسواق العالمية، "منظمة السياحة العالمية". أما الثانية فهي "منظمة التجارة العالمية" التي برزت في منتصف العقد الأخير من القرن العشرين، ومع ذلك فدورها لا يمكن القفز عنه. كما لا يقل دور "منظمة اليونسكو" في هذا المجال، فهي تسعى إلى حماية مواقع التراث العالمي والمحافظة على تنوع مصادره والتعريف بها كمقومات للهويات الثقافية للمجتمعات على مر الزمن.

- منظمة السياحة العالمية: World Tourism Organization (WTO)

هي منظمة تابعة للأمم المتحدة تهتم بشؤون الدول من الناحية السياحية ومقرها في "مديرد" وتصدر

الإحصائيات المتعلقة بالطلب والعرض السياحي على المستوى العالمي.¹⁵ ومنذ تأسيسها ساهمت هذه المنظمة في توسيع مجالات ونطاق هذه الصناعة على المستوى العالمي من حيث تنظيمها بقواعد ومبادئ عامة، وتطوير نشاطاتها لمسايرة التطورات التكنولوجية في مجال النقل والاتصالات وتقنية المعلومات، وإشباع حاجيات مختلف شرائح السياح.

وتصنف خدمات السفر في جانب الصادرات لهيكل تجارة الخدمات على المستوى العالمي، وتحتل مراتب مهمة ضمن هذا التصنيف، مثلاً، في سنة 2007 تم ترتيبها في الدرجة الثانية بنسبة 25,7% بعد الخدمات الأخرى بـ 51,6%، وتليها خدمات النقل بـ 22,7%، بينما تستأثر على الدرجة الأولى في الدول العربية بنسبة 45,6% في المتوسط في نفس السنة، وبعدها الخدمات الأخرى بـ 17,3%، ثم خدمات النقل بنفس النسبة التي سجلتها على مستوى العالم.¹⁶ وتشكل هذه الخدمات على مستوى العالم نسبة 25% في المتوسط من الواردات لنفس السنة (2007) والباقي يتوزع بين الخدمات الأخرى والنقل حسب النسب 46% و 29% على التوالي. وسجل هذا الصنف من الخدمات ضمن واردات الدول العربية ما نسبته 40,1% بعد خدمات النقل بـ 41,9%، وتليه الخدمات الأخرى بـ 18%.¹⁷

وعلى قدر الأهمية التي تشكلها الخدمات السياحية في اقتصاديات الدول، فإن تحريرها سيجلب المزيد من الفوائد منها: أن تحرير القطاع السياحي من القيود المفروضة سوف ينعكس إيجاباً عليه من خلال العمل في إطار منافسة عالمية تفرض على المؤسسات والهيئات السياحية التكيف مع متطلبات المنافسة على مستوى

¹⁵ - World Tourism Organization, Committed to Tourism, "Travel and the Millennium Development Goals", About UNWTO- History.

www.unwto.org/aboutwto/his/en/his.php?op=5#1

¹⁶ - صندوق النقد العربي، "التعاون العربي في تحرير التجارة البينية في الخدمات في إطار منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى"، (2009)، ص ص. 214 - 215.

¹⁷ - المرجع نفسه.

الكفاءات والتكاليف وزيادة فعالية الأسواق المحلية السياحية، ورفع مستوى الخدمات فيها، وإعطاء الحوافز للقيام بإصلاح هياكل مؤسساتها، وتسهيل عمليات تقديم خدماتها.¹⁸ وقد يحمل الانفتاح وتحرير خدمات السياحة في الوقت ذاته في طياته آثارا سلبية على المجتمعات، سيما على اقتصاديات الدول النامية التي تتسم بضعف بنيتها التحتية وقلة التجهيزات الرئيسية لهياكلها السياحية، ونقص تقنياتها الحديثة، مما يؤدي إلى عدم قدرة مؤسساتها الوطنية على الاستمرار في منافسة الشركات الأجنبية، وبالتالي اختفائها، ودفع هذه الدول لضريبة الانفتاح والتحرير من خلال سياحة تحمل معها العديد من السلبيات. كما قد يشكل تحرير هذا النوع من الخدمات عقبة أمام تطوير هذه الدول لقطاعها السياحي، الأمر الذي يستوجب التعامل بحذر مع القضايا التي يتم التفاوض عليها في اتفاقيات تحرير التجارة الخارجية.¹⁹ ومما سبق يتضح، بأن تحرير قطاع السياحة في إطار عولمته ينتج عنه تحقيق مكاسب للدول المعنية بالتحرير ولكن، قد يصاحب هذه المكاسب أيضا بعض المخاطر. فتحرير التجارة عملية لها وجهان، أو كما يقال "سيف ذو حدين"، فليس كل ما تجلبه مفيد وليس أيضا كله سيئ. وهكذا فإن الوقوف في وجه العولمة الاقتصادية وما تحمله من أفكار بات أمرا غير منطقي حتى من الناحية النظرية، والارتقاء أمام مد هذه الظاهرة لا يوجد حولا للمشاكل الاقتصادية الراهنة.

- منظمة التجارة العالمية: (WTO) World Trade Organization

تمثل هذه المنظمة الطرف الثاني الذي لا يقل أهمية عن سابقتها (منظمة السياحة العالمية) في عولمة السياحة وتحرير خدماتها. فالربع الأخير من القرن العشرين تميز بظهور عدة تكتلات اقتصادية عبر العالم، حيث باتت تشمل 80% من

¹⁸ - المرجع نفسه.

¹⁹ - سعيد بن سويد النصيبي، "تحرير السياحة.. فوائد وسلبيات"، الأسواق العربية، صحيفة الخليج الإماراتية، (14 ماي 2005).

www.alaswaq.net/views/2007/05/14/7934.html

السكان، وتسيطر على 90% من حجم التجارة العالمية بفضل توسع نشاط الشركات متعددة الجنسيات، وأصبح يقدر الناتج المحلي لأكثر هذه التكتلات، مثل "نافتا" "Nafta"، (اتفاقية التجارة الحرة في شمال أمريكا)، "الآسيان" "Asian"، (رابطة دول جنوب شرق آسيا)، "الاتحاد الأوروبي" "the European Union" (جمعية دولية للدول الأوروبية يضم 27 دولة)، بـ 81% من الناتج المحلي العالمي، في حين لا تتجاوز نسبة ما يتم خارج هذه التجمعات 19% من مجموع العمليات الاقتصادية.²⁰ وبين التأييد والمعارضة لظهور هذه المنظمة يبقى وجودها أمراً واقعاً، وهي تمارس نشاطاتها في مجال تحرير التجارة الدولية، وفسح المجال أكثر أمام تدويل حركة السلع والخدمات ورؤوس الأموال. - موقع السياحة من الاتفاقية العامة لتجارة الخدمات (الجاتس) (GATS): General Agreement on Trade in Services

تشمل "اتفاقية الجاتس" 12 قطاعاً خدمياً من بينها قطاع السياحة والسفر، واعتبرت أن النشاط السياحي له مطلق حرية الحركة، وافترضت أن كل أحكام الاتفاقية العامة للتعريفات والتجارة ستطبق على هذا القطاع نظراً لطبيعته المتداخلة مع عدة قطاعات أخرى، مثل النقل، البناء، وصناعة المواد الغذائية. وشملت هذه الاتفاقية خدمات السياحة والسفر ضمن القطاعات الرئيسية، وتم تصنيفها في القطاع التاسع (القطاع رقم 9) طبقاً لترتيب منظمة التجارة العالمية.²¹

إن إنشاء منظمة التجارة العالمية والاتفاق على تحرير تجارة الخدمات بما فيها السياحة يؤدي إلى زيادة حجم تجارة السلع والخدمات نتيجة زيادة حركة انتقال الأشخاص، وبالتالي توسيع مجال المنافسة بين الشركات السياحية في مختلف دول العالم، وإزالة جميع القيود أمام تحرك هذه الشركات في الأسواق العالمية، مما يلقي

²⁰- براحو سهيلة، رضا جاوحدو، "تداعيات العولمة الاقتصادية على تغيير الأنماط الاستهلاكية في الدول العربية"، المؤتمر العلمي الرابع، الريادة والإبداع: استراتيجيات الأعمال في مواجهة تحديات العولمة، جامعة فيلادلفيا، كلية العلوم الإدارية والمالية، الأردن، (15 - 2005/3/16)، ص. 2.
²¹- World Trade Organization, "Council for Trade in Services", S/C/W/51, (23 September 1998), p. 2.

على الدول السياحية، سيما النامية بأعباء تطوير جودة منتجاتها السياحية، وتحسين مستوى خدماتها حتى يمكنها مواجهة المنافسة، والمحافظة على إيراداتها من هذا القطاع ورفع أدائه.

- دور منظمة اليونسكو في عولمة السياحة والثقافة:

تعتبر "منظمة اليونسكو" من المنظمات التي لا يقل دورها عن سابقتها في المساهمة في عولمة السياحة سيما الثقافية منها، حيث تعتبر الثقافة أحد أهم محاور عمل هذه المنظمة من حيث دورها في ترقية كل الثقافات على حد سواء، وصون التنوع الثقافي وحمايته وتعزيز التفاهم الدولي والاندماج الوطني، وإحلال السلام بين المجتمعات والشعوب. وقد ورد في الميثاق التأسيسي لليونسكو، أنه: "لما كانت الحروب تتولد في عقول البشر، ففي عقولهم يجب أن تبنى حصون السلام".²² وانطلاقاً من هذا المبدأ تتمثل رسالة "اليونسكو" في الإسهام في بناء السلام، وإقامة حوار بين الثقافات، من خلال التربية والعلوم والثقافة والاتصال والمعلومات. ومنه تركز رؤية "منظمة اليونسكو" على أن جميع الثقافات تشكل جزءاً لا يتجزأ من التراث المشترك للمجتمعات.

إن الدور الذي تؤديه كل من هذه المنظمات الدولية (منظمة السياحة العالمية ومنظمة التجارة العالمية ومنظمة اليونسكو)، وغيرها من المنظمات الإقليمية والمحلية الحكومية وغير الحكومية في عولمة صناعة السياحة، فإنه ثمة عوامل أخرى ساهمت في التأثير على هذا القطاع وتسريع وتيرة عولمته، وهي تطور تقنيات الاتصال والمعلومات.

ثانياً، تطور تقنية المعلومات والاتصالات وعولمة السياحة:

²² - منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة (اليونسكو)، "اليونسكو... التحديات العالمية"، (سبتمبر 2009)، ص. 1.

كان لتطور تقنية الاتصالات والمعلومات تأثيرا على السياحة، إذ أدى تسارع وتيرة العوامة عن طريق التطورات في استخدام هذه التقنيات إلى نشوء آليات وأنظمة جديدة تسهل ربط العرض بالطلب في سوق السياحة العالمي، وإلى توليد وسائل وأساليب مختلفة لتقريب المنتجين من المستهلكين، وبالتالي حدوث تغير ملحوظ في هيكل وطبيعة قطاع السياحة نفسه.

1- أثر ثورة المعلومات وتطور شبكتها العالمية على عوامة السياحة:

لم تعد السياحة الإلكترونية خيارا فحسب، بل أصبحت ضرورة حتمية تفرضها طبيعة الخدمات السياحية وتكلفتها، وأيضا التطور في تقنية المعلومات والاتصالات والتنافس بين الجهات السياحية. وهكذا فإن أهمية السياحة الإلكترونية تظهر من خلال ما تقدمه من منافع لمنتجي الخدمات السياحية ومستهلكيها على حد سواء.

أ- أهمية السياحة الإلكترونية وتطورها:

أصبح السفر الجوي الفئة الأكبر استعمالا لشبكة الإنترنت، حيث شكل 67% من جميع حجوزات السفر عن طريق هذه الشبكة في سنة 2011، ومثلت مبيعات الفنادق على الإنترنت في الشرق الأوسط نسبة تقرب من 32% في نفس السنة. كما شكل إيجار السيارات نسبة 1% المتبقية. ومن الملاحظ أن 59% من كل حجوزات الفنادق من خلال الإنترنت تمت من خلال وكالات السفر في مقابل الحجوزات المباشرة من خلال مواقع الفنادق على هذه الشبكة.²³ وفي سياق متصل توضح

²³ - موقع أخبارك، "المنظمة الدولية للسياحة الإلكترونية تستهدف تعزيز استخدامات الأنظمة الحديثة لتنمية السياحة بمصر"، القاهرة، (2012/11/28).

<http://www.akhbarak.net/articles/10310987->

%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%86%D8%B8%D9%85%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D8%AF%D9%88%D9%84%D9%8A%D8%A9_%D9%84%D9%84%D8%B3%D9%8A%D8%A7%D8%AD%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D8%

الدراسة التي أعدتها "شركة أبحاث سوق السفر العالمية" (فوكاس رايت)، التطور السريع لوكالات السفر عن طريق الإنترنت الإقليمية (OTAs)، التي تنمو بمعدل نمو سنوي مركب يبلغ 18% بين 2010 و 2014. وكانت نسبة الحجوزات التي تتم عن طريق الإنترنت 39% في سنة 2011 عن طريق وكالات السفر، ومنتظر أن تتضاعف تقريبا القيمة الكلية لهذه الحجوزات من خلال وكالات السفر عن طريق الإنترنت من 3.1 مليار دولار أمريكي إلى 6 مليار دولار أمريكي بحلول سنة 2014.²⁴

وتوقعت ذات الدراسة تزايد مبيعات السفر عن طريق الإنترنت في منطقة الشرق الأوسط بنسبة 31% مقارنة بسنة 2011 لتصل إلى حوالي 10.4 مليار دولار أمريكي سنة 2012، ويُتوقع أن تصل إلى 15.8 مليار دولار أمريكي بحلول سنة 2014، مما يعني أنه في سنة 2014، ستمثل الحجوزات عن طريق الإنترنت ما يصل إلى قرابة الربع 22% من حجوزات السفر التي تتم في هذه المنطقة.²⁵

ويؤكد الأمين العام المساعد للسياحة والتسويق الإلكتروني "بالمنظمة العربية للسياحة"، أن أهمية السياحة الإلكترونية تزداد مع تزايد الاهتمام بالتجارة الإلكترونية، فبعد أن كانت السياحة الإلكترونية تسهم بـ 14% من التجارة الإلكترونية ارتفعت هذه النسبة لتصل إلى 38% من إجمالي التجارة الإلكترونية في سنة 2013.²⁶

A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A%D8%
A9_%D8%AA%D8%B3%D8%AA%D9%87%D8%AF%D9%81_ (10/6/2014)

²⁴- المرجع نفسه.

²⁵- المرجع نفسه.

²⁶- موسوعة المسافر، "السياحة الإلكترونية تسهم بـ 14% من التجارة الإلكترونية عالميا"، (15) فيفري (2014).

وتشير عدد من المسوحات التي أجريت في "بريطانيا" و"الولايات المتحدة الأمريكية" إلى أن شبكة المعلومات العالمية الإنترنت أصبحت المصدر الأول للحصول على المعلومات والتخطيط لقضاء الإجازات والعطلات، بينما انخفض استخدام المصادر التقليدية، مثل الاتصال الهاتفي، أو زيارة مراكز المعلومات السياحية ومكاتب الخطوط الجوية ووكالات السفر والسياحة. ورصدت بعض الأبحاث والدراسات استخدام أكثر من 164 مليون مواطن أمريكي خدمة الإنترنت خلال سنة 2013 للبحث عن المعلومات الخاصة بالمقاصد السياحية المختلفة والأسعار والبرامج السياحية، وقيام 66% منهم بالحجز الإلكتروني من خلال هذه الشبكة.²⁷ وعليه، يتوقع أن يقود التوسع في السياحة الإلكترونية إلى تغييرات في أساليب التسويق والترويج للسياحة على المستوى العالمي، حيث قدرت مبيعات الإنترنت إلى نسبة 48% من إجمالي سوق السفر في "الولايات المتحدة الأمريكية" في سنة 2010، وبزيادة مبيعات السفر عبر هذه الشبكة في "دول الاتحاد الأوربي" لتصل إلى مبلغ 54 مليار دولار أمريكي في سنة 2013، وأيضاً امتلاك 85% من الفنادق في أوروبا لمواقع الكترونية، وفقاً لحصر المفوضية الأوروبية سنة 2009.²⁸ ويوجد في "النمسا" مواقع الكترونية لـ 95% من الفنادق، منها 73% تقدم خدمات البيع عن طريق الشبكة،

<http://news.travelerpedia.net/tourism/%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%8A%D8%A7%D8%AD%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A%D8%A9-%D8%AA%D8%B3%D9%87%D9%85-%D8%A814-%D9%85%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D8%B1%D8%A9/>
(3/6/2014).

²⁷ - المرجع نفسه.

²⁸ - مدونة ماهر للتجارة الإلكترونية، موقع مختص بالتجارة الإلكترونية في العالم العربي، "السياحة الإلكترونية من أهم تطبيقات التجارة الإلكترونية"، (13 مارس 2010).

www.maher4ec.com/?p=78

وتصل طلبات الحجز الإلكتروني فيها إلى 83% وسجل حجم المبيعات السياحية عن طريق التجارة الإلكترونية 83 مليار دولار أمريكي في سنة 2013، منها 40 مليار دولار في أوروبا.²⁹ ويستخلص مما سبق، بأن العولمة أسهمت من خلال التطور المتسارع في تقنية المعلومات والاتصالات في التقليل من تكاليف الاتصال، وتسهيل التواصل بين المؤسسات السياحية والأطراف المتعاملة معها سواء من السياح أو المؤسسات الأخرى، مما ساعد على توسع استخدام هذه التقنية من قبل جميع الأطراف لما تقدمه من قيمة إضافية في هذا المجال.

ب- دور تكنولوجيا المعلومات في عولمة الهوية الثقافية:

ما من شك أنه مع ثورة المعلومات والاتصالات زاد التقارب بين الدول ولم تعد الحدود تقف حائلاً أمام اختراق الثقافات والأفكار للشعوب. وعلى الرغم من أهمية هذا التواصل في انتقال المعلومات والثقافات المختلفة في اكتساب الأفراد لمهارات جديدة وتوسيع آفاق تفكيرهم وتعميق الرؤى بشأن الانفتاح على العالم الخارجي، إلا أنه لا يمكن إغفال خطر العولمة على الهوية الثقافية، سيما إذا كانت هذه الأخيرة غير قادرة على المنافسة.³⁰ ويمكن القول بأن العولمة تعدت حركة رؤوس الأموال والسلع والأفراد وشملت أيضاً المعلومات والقيم والمفاهيم والفكر والثقافة، ومن هذا المنطلق تعتبر الإعلام بضاعة ذات قيمة مضافة أعلى لأنه يخضع الثقافات للهيمنة الغربية التي يتزايد دورها عبر كل شبكات الاتصال الإلكترونية. وهي تسعى من خلالها إلى القضاء على الخصوصية الثقافية، ودماج العالم ضمن قيم وسلوكيات واحدة، أو قد

²⁹ - موسوعة المسافر، مرجع سابق.

³⁰ - مدونة ماهر للتجارة الإلكترونية، موقع مختص بالتجارة الإلكترونية في العالم العربي، "إحصائيات السياحة الإلكترونية في أوروبا"، (2 أبريل 2010).

www.maher4ec.com/?p=83

تبحث عن عناصر التشابه بين مختلف الهويات وإقامة قاعدة مشتركة للتقارب والحوار.

وقد أخذ تأثير العولمة مسارا متسارعا من خلال نفوذ وانتشار الثقافة الوافدة مع السياح والتي تعد قلب العولمة ومحركها الدافع، حيث تمكنت تلك الثقافة من استقطاب الاهتمام نحو مفاهيمها وتوجهاتها، وانتشر تبعا لذلك جزء كبير منها في أجزاء العالم، فضلا عما يترتب على ذلك من تفاعلات على مستوى الثقافات المحلية للمجتمعات المضيفة.³¹

فالعولمة إذن، ساهمت في تطور تكنولوجيا الاتصال وأدت دورا في توطيد العلاقات بين الدول والأفراد، وساعدت على توسيع نطاق السياحة الدولية وتطوير أنشطتها، وهذه حقيقة لا يمكن تجاهلها، وفي نفس الوقت كانت هذه العلاقات غير متكافئة، أي أنها زادت من فرص الطرف الآخر وهو الأقوى في هذه العلاقة في السيطرة واحتكار تكنولوجيا المعلومات التي تشكل عنصرا مهما في قوة هذه الظاهرة، والدعوة من خلالها إلى تعميم ثقافة واحدة (الثقافة الغربية)، وبالتالي طمس الثقافات الأخرى وتمييطها، والتأثير على أحد مقومات الجذب السياحي ألا وهو التنوع الثقافي والحضاري للمجتمعات والدول.

ج- صناعة السياحة في ظل الأزمة المالية العالمية 2007-2009:

يشير الاتجاه العام إلى تراجع تطور السياحة العالمية منذ النصف الأول من سنة 2008 بانخفاض قدر بـ 8%. كما شهد شهرا جويلية وأوت تدهورا بمعدل 3%

³¹- عبد الله، الحوراني، "جدلية العولمة والخصوصية الثقافية والمشارك الإنساني العام"، موقع عبد الله الحوراني.

عما كانت عليه سنة 2007.³² وتعتبر سنة 2009 أسوأ فترات الأزمة المالية على قطاع السياحة على المستوى العالمي، إذ استمر النمو السلبي لحركة السياحة الدولية خلال الفترة من جانفي إلى أوت من هذه السنة ليصل إلى نحو 7%، وسجل في الأرباع الثلاثة الأولى من السنة معدلات انخفاض قدرت بـ: 10%، 7%، 2% على التوالي مقارنة بما كانت عليه سنة 2008.³³ كما انخفضت الإيرادات السياحية خلال نفس الفترة بنحو 6%، ويعتبر هذا المعدل عاديا مقارنة بالانهيار الكلي في الصادرات العالمية المقدر بـ 12% نتيجة للأزمة المالية العالمية، كما ساهمت عوامل أخرى في هذا التراجع، مثل انتشار مرض "أنفلونزا الخنازير" H1N1.³⁴

وتشير إحصاءات اتحاد النقل الجوي الدولي "إياتا" "IATA"، إلى تدني عدد ركاب النقل الجوي خلال الأشهر الثمانية الأولى من سنة 2009 بنسبة 5%. وتبين مصادر منظمة السياحة العالمية انخفاض تشغيل الفنادق خلال الفترة نفسها بنسبة 8%، ويعود ذلك إلى انخفاض في سياحة الأعمال نتيجة التحديات الكبيرة التي تواجهها الشركات.³⁵

وقد مس هذا التدهور كل دول العالم باستثناء "قارة إفريقيا" التي تحددت هذا الاتجاه السلبي في نمو السياحة، في حين كانت "أوروبا" و"الشرق الأوسط"

³²- UNWTO, World Tourism Barometer Committed to Tourism, "Travel and the Millennium Development Goals", Volume 7, Issue 3, (October 2009), p. 3.

³³- UNWTO, World Tourism Barometer Committed to Tourism, "Travel and the Millennium Development Goals, 2009 International Results and Prospects for 2010", UNWTO News Conference, HQ, Madrid, Spain, (18 January 2010), p. 1.

³⁴- Ibid.

³⁵- Ibid.

والأمريكيتين" الأكثر تضررا جراء هذه الأزمة سيما خلال سنة 2009 وذلك على النحو التالي:³⁶

- أوروبا: بلغ متوسط معدل تراجع نمو السياحة فيها 8%، وكانت المناطق الوسطى والشرقية منها أكثر تأثرا من هذه الأزمة بمعدل 11%، في حين كانت هذه المعدلات تقترب من المتوسط على مستوى بقية دول أوروبا.

- آسيا والباسفيك: وقد كانت أقل تضررا من أوروبا، إذ سجلت معدل انخفاض بـ 5%، وبدأت بوادر التحسن تظهر على حجم السياحة الدولية الوافدة إلى هذه المنطقة منذ أوت 2009.

- الأمريكيتين: كان متوسط معدل انخفاض نمو السياحة على مستوى دول شمال هذه القارة (الولايات المتحدة الأمريكية وكندا) بـ 7%، واستمر الوضع على نفس المنوال خلال شهري جويلية وأوت، بينما سجل جنوبها أداء أحسن، إذ لم يتعد معدل تراجع السياحة فيها 1% خلال الأشهر السبعة الأولى من سنة 2009، ثم عاد الوضع أكثر تدهورا خلال شهري جويلية وأوت من نفس السنة.

- الشرق الأوسط: على الرغم من التسارع الذي شهدته هذه المنطقة منذ بداية الألفية الثالثة في وتيرة نمو حجم السياحة الدولية الوافدة إليها فإنها لم تكن هي الأخرى بمنأى عن تأثيرات الأزمة المالية العالمية التي ألقَتْ بظلالها لتشمل هذه المنطقة تراجعا قدر بـ 8% خلال سنة 2009. وبعدها أخذ الاتجاه العام مسارا معاكسا نحو نمو ايجابي، سيما خلال الفترة من جويلية إلى سبتمبر من السنة ذاتها.

³⁶- UNWTO, World Tourism Barometer Committed to Tourism, "Travel and the Millennium Development Goals", Volume 7, Issue 3, (October 2009), Op. Cit., p. 3.

- إفريقيا: وفي الوقت الذي تراجعت فيه معدلات نمو قطاع السياحة على المستوى العالمي، فإن الوضع كان مغايرا في القارة الإفريقية التي استطاعت أن تحقق معدل نمو ب 4%، الذي يمكن اعتباره إيجابيا في ظل الظروف العالمية المتأزمة.

شهدت السياحة في البلدان العربية (بلدان الشرق الأوسط) في سنة 2008 ارتفاعا بنسبة 18,14% مقارنة بما كانت عليه سنة 2007، أي من 46,646 مليون سائح سنة 2007 إلى 55,106 مليون سنة 2008.³⁷ وارتفعت أيضا عائداتها من السياحة بنسبة 30,46%، أي من 34,983 مليون دولار أمريكي سنة 2007 إلى 45,640 مليون دولار سنة 2008 خلال الفترة نفسها.³⁸ ومن أهم العوامل التي أدت إلى تحقيق هذه النتائج الإيجابية في ظل تفاقم الأزمة المالية العالمية هي تطور حجم السياحة العربية البينية في إطار جهود هذه البلدان في استقطاب السياح العرب، مما جعل هذه المنطقة وأيضا بعض بلدان شمال إفريقيا، مثل تونس والمغرب أكثر جذبا من أوروبا ومناطق أخرى من العالم لمواطني البلدان العربية.

وقد أعلنت "منظمة السياحة العالمية" بأن السياحة في العالم شهدت انتعاشا مع سنة 2010 بعد فترة صعبة، وبالتالي استرجعت عافيتها، نظرا إلى أن العديد من الدول كانت سريعة في ردها لمواجهة هذه الأزمة، وطبقت مجموعة من الإجراءات لتخفيف تأثيرها وتحفيز الانتعاش. وهكذا فإن عدد السياح ارتفع على المستوى

³⁷ - World Tourism Organization, Tourism Highlights 2009 Edition, Madrid, WTO, p. 9.

³⁸ - Ibid.

العالمي بنحو 3% إلى 4% مع نهاية هذه السنة (2010).³⁹ وكانت معدلات النمو بشكل تفصيلي على كل مناطق العالم مع نهاية سنة 2010 على النحو التالي:⁴⁰

- أوروبا: بمعدل نمو يتراوح بين 1% إلى 3%.

- آسيا والباسفيك: بمعدل نمو من 5% إلى 7%.

- أمريكا: بمعدل نمو من 2% إلى 4%.

- إفريقيا: بمعدل نمو من 4% إلى 7%.

- الشرق الأوسط: بمعدل نمو من 5% إلى 9%.

وعلى الرغم من النتائج الإيجابية التي بدأ تحقيقها على مستوى هذا القطاع والتي ظهرت بوادرها منذ الربع الأخير من سنة 2009 (بمعدل 2%)،⁴¹ فإن سنة 2010 لم تخلو أيضا من بعض الصعوبات التي أثرت على أداء السياحة على المستوى العالمي، إذ لم يتم خلالها التغلب على تأثيرات وباء أنفلونزا الخنازير. بالإضافة إلى تأثيرات بيئية أخرى، مثل "بركان أيسلندا" وما خلفه من سحب الرماد التي أدت إلى إغلاق معظم مطارات دول شمال وغرب أوروبا، سيما في أنحاء واسعة من "السويد" و"النرويج" و"بريطانيا" وغيرها.⁴² وتأثرت حركة النقل في العديد من

³⁹- UNWTO, World Tourism Barometer Committed to Tourism, "Travel and the Millennium Development Goals, 2009 International Results and Prospects for 2010", Op. Cit., p. 11.

⁴⁰- Ibid.

⁴¹- UNWTO, World Tourism Organization, "International Tourism: First Results of 2010 confirm Upward Trend", Madrid, Spain, (28 April 2010).

⁴²- CNN بالعربية، "بركان أيسلندا يشل الحركة الجوية بشمال وغرب أوروبا"، (15 ماي 2010).
http://arabic.cnn.com/2010/world/4/15/uk.airport_volcano/index.html

المطارات بمختلف أنحاء العالم، وشلت الملاحة الجوية، وتم إلغاء نحو 16 ألف رحلة في الفضاء الجوي الأوروبي، وإلحاق شركات الطيران في مختلف مناطق العالم بخسائر مالية كبيرة قدرت حسب "الجمعية الدولية للنقل الجوي" بـ 250 مليون دولار أمريكي يوميا.⁴³

وكانت أوروبا الأكثر تضررا من تأثيرات البركان بخسائر في إجمالي ناتجها المحلي قدرت بنحو 2,6 مليار دولار أمريكي، أي أكثر من نصف الخسارة الإجمالية، وتلتها أمريكا بـ 957,25 مليون دولار، ثم إفريقيا والشرق الأوسط بـ 591 مليون دولار، وأخيرا آسيا بـ 517 مليون دولار أمريكي. وكانت صناعة السياحة المتضرر الثاني بعد قطاع النقل الجوي جراء تأثير هذا البركان، وما نتج عنه من خسائر لحقت بالشركات السياحية والمؤسسات الفندقية، سيما مع بداية الموسم السياحي الصيفي منذ شهري أبريل وماي من سنة 2010.⁴⁴

ويستخلص مما سبق، أن من نتائج العولمة أن تشمل مختلف إفرزاتها الاقتصادية والاجتماعية والبيئية كل مناطق العالم مع تفاوت في حجم ودرجة تأثيراتها من منطقة إلى أخرى. ومنه يمكن القول، إن العولمة كما أسهمت إيجابا في تطور صناعة السياحة وتوسع نطاقها على المستوى العالمي، فهي أيضا أثرت فيها سلبا كباقي القطاعات الاقتصادية الأخرى على المستوى العالمي وبشكل متتال جراء الأزمة المالية العالمية وانتشار مرض أنفلونزا الخنازير ثم بركان أيسلندا وغيرها.

⁴³ - يومية الحياة، "سحب رماد بركان أيسلندا تتوسع وإلغاء 16 ألف رحلة جوية في أوروبا"، السعودية، (18 أبريل 2010).

<http://international.daralhayat.com/internationalarticle/131610>

⁴⁴ - Oxford Economics, "The Economic Impact of Air Travel Restrictions Due to Volcanic Ash", A report prepared for Airbus, Oxford, (May 2010), p. 2.

2- آثار العولمة على صناعة السياحة:

تترتب على العولمة تأثيرات متعددة تعكس تغيرات إيجابية وسلبية على البيئات الطبيعية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية للمجتمعات، إذ تتباين هذه الآثار من منطقة إلى أخرى ومن بلد إلى آخر تبعاً لتباين مستوياتها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية.

أ- إيجابيات العولمة:

يرى أنصار العولمة بأن أهم المبررات التي غالباً ما تثار في المناقشات الاقتصادية وسياسات التنمية لتبني هذه الظاهرة تظهر في:

- للعولمة في الكثير من مظاهرها تأثيرات إيجابية، بما فيها النمو الاقتصادي، وتوليد فرص العمالة، وزيادة الخيارات والحد من الفقر. بالإضافة إلى ذلك، فقد أدت إلى زيادة إنتاج الغذاء من خلال التغييرات التكنولوجية المتجسدة في الثورة الخضراء، وفي الاستثمارات الجديدة في الإنتاج الزراعي، وفتح أبواب الأسواق الزراعية. وساهمت في حفظ التنوع البيولوجي بزيادة عائدات السياحة المتولدة عن الحدائق الوطنية، والمناطق المحمية الأخرى، وخففت الضغط على النظم الإيكولوجية.⁴⁵

- فسحت العولمة من خلال التجارة الحرة المجال أكثر أمام حرية انتقال السلع والخدمات والأفراد ورؤوس الأموال، وهي إحدى إفرزات هذه الظاهرة التي تؤدي إلى زيادة منافع التجارة العالمية، وتحقيق الأرباح لجميع المساهمين في التبادل

⁴⁵ - الأمم المتحدة، مجلس إدارة برنامج الأمم المتحدة للبيئة، "العولمة، وخدمات النظم الإيكولوجية والرفاه الاجتماعي"، الدورة الرابعة والعشرون لمجلس الإدارة/ المنتدى البيئي الوزاري العالمي، نيروبي، (5-9 فيفري 2009)، ص. 2.

التجاري الدولي. وينطبق الأمر كذلك على الخدمات أي قطاعات التمويل والتأمين والسياحة والتكنولوجيا والاتصالات ونظم المعلومات.⁴⁶

- تتيح العولمة إمكانات جديدة للتواصل وإيجاد فرص للتفاعل والتقارب بين الشعوب ومختلف الحضارات، إذ يتعين على الدول الفقيرة استغلال هذه الفرص والإمكانات المتاحة للتعريف بثقافتها وحضاراتها، وتوظيفها لتدعيم مفهوم التنوع الثقافي، مع مراعاة المحافظة على خصوصية هذا المنتج.⁴⁷

- تفسح العولمة المجال واسعا لتوطين التكنولوجيا في الدول النامية، بعد التخلص من العوائق التي كانت تحول دون تحقيق هذه الغاية فيما مضى، ويبدو ذلك ممكنا في ظل تلاشي الإيديولوجيات التي لم تعد مستساغة في هذا العصر. كما أن الزخم الإعلامي واتساع نطاق نظم المعلوماتية، والانتشار المتزايد للشبكة العنكبوتية سيكون في مصلحة هذه الدول لتتهل من التجارب الناجحة لغيرها من الدول في مختلف المجالات، ومنها صناعة السياحة.⁴⁸

- إن موامة العولمة للخصخصة ستزيح الكثير من المتاريس التي طالما وضعتها بعض الأنظمة في الدول النامية أمام القطاع الخاص، مما سيحرر الطاقات ويشجع المبادرات الفردية والجماعية الوطنية والأجنبية للمساهمة في الأنشطة الاقتصادية لهذه الدول بما فيها السياحة.⁴⁹

⁴⁶- John Whalley, Developing Countries and System, Strengthening in the Uruguay Round, The Uruguay Round and DVC'S Economics, (Washington, D.C, Presented at World Bank Conference, 1995), P. 37.

⁴⁷- المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة (إيسيسكو) (ISESCO)، "الإعلان الإسلامي حول التنوع الثقافي"، المؤتمر الإسلامي الرابع لوزراء الثقافة، الجزائر، (ديسمبر 2004)، ص. 6.

⁴⁸- صالح فلاح، "واقع التكنولوجيا والعولمة في التنمية العربية"، مجلة الإحياء، تصدر عن كلية العلوم الإسلامية والعلوم الاجتماعية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، عدد خاص بأعمال الملتقى الدولي الثاني حول الإسلام وقضايا العصر، العدد 6، بلنتة، (2002)، ص. 230.

⁴⁹- المرجع نفسه، ص. 231.

ب - سلبيات العولمة:

ترى اتجاهات أخرى بأن العولمة تصحب معها جملة من السلبيات، سيما نحو اقتصاديات ومجتمعات وثقافات الدول النامية، مما يستوجب مسايرة مقتضيات هذه الظاهرة والحذر من مخاطرها التي يمكن إبراز البعض منها في:

- تسهم العولمة في إلغاء الخصوصية الثقافية وطمس مميزاتها، لأنها تدعو إلى رفض الثقافات المحلية للشعوب الفقيرة، واعتناق الثقافة الغربية سيما الأمريكية منها، وهذا ما يؤثر على أحد أهم مقومات الجذب السياحي.⁵⁰
- تهدد العولمة سيادة الدول المستضعفة بشكل مباشر أو غير مباشر، مثل ما حدث "لأفغانستان" و"العراق" و"الصومال" و"فلسطين" و"لبنان"، الأمر الذي يؤثر سلبا على اقتصاديات هذه الدول، ومن ثم على قطاعاتها الاقتصادية ومنها السياحة، لعدم استقرار أمنها الذي يعتبر أحد العناصر الرئيسية لتطور هذه الصناعة.⁵¹
- تهدف العولمة إلى القضاء على اقتصاديات الدول الضعيفة، وذلك بالدعوة إلى فتح أسواقها لمنتجاتها الاستهلاكية دون حواجز جمركية باسم التجارة الحرة، وبالتالي عدم قدرة منتجات وخدمات وشركات الدول الفقيرة الصمود أمام قوة منتجات وخدمات الطرف الآخر الأقوى والمنافس لها، ومنها المنتجات السياحية.⁵²
- ساعد تطور وسائل المواصلات والاتصال والتقنيات المعلوماتية الحديثة في تقليص المسافات والتقارب بين الشعوب على تسريع ظاهرة العولمة، وإتاحة إمكانات مادية وتكنولوجية غير مسبوقة، والتي أدت بدورها إلى بروز أنموذج وحيد مهيم في

⁵⁰- عبد الوهاب بوزحزح، "العولمة مفهوم قديم بلباس جديد".
<http://news.maktoob.com/article/2921349>

⁵¹- المرجع نفسه.

⁵²- فلاح، مرجع سابق، ص. 231.

جميع المجالات بشكل يلغي الخصوصيات الثقافية للمجتمعات، ويهدد باندثار مقوماتها الشخصية والحضارية على مر الزمن.⁵³

خاتمة:

يخلص البحث إلى أن ظاهرة العولمة أدت إلى توسيع نطاق صناعة السياحة لتصبح نشاطا عالميا يحظى باهتمام الدول المتقدمة والنامية على حد سواء، من خلال منظمات محلية وإقليمية ودولية، سيما منظمة السياحة العالمية ومنظمة التجارة العالمية، حيث ساهمت كلا منهما في إطار اختصاصاتها في تطوير هذا القطاع، وفي الوقت ذاته كان لها انعكاسات سلبية، وعليه توصل البحث إلى النتائج التالية:

- أدت ظاهرة العولمة باستخدام أدواتها المتمثلة أساسا في: تحرير الخدمات، تطور وسائل المواصلات، وتكنولوجيا المعلومات والاتصال في تسهيل حركة السياح عبر مختلف مناطق العالم، وتوفير إمكانية التواصل مع مختلف الجنسيات، وتزويدهم بالمعلومات والعروض السياحية وتمكينهم من الحجز عن بعد؛

أسهمت عولمة السياحة من جانب آخر في تعميم أنموذج الثقافة الغربية الأقوى، بل وإلى ذوبان الثقافات المحلية، لأن التأثير الثقافي يعتبر أسرع من أي تأثير آخر؛ يشكل الفضاء الإعلامي والنسيج المعلوماتي أحد أهم أدوات العولمة التي تعتمد عليها في انتشارها، وسيطرتها الاقتصادية والثقافية والاجتماعية والسياسية؛

يمكن أن تصبح السياحة إحدى الأدوات الفاعلة التي يمكن أن تجند لتوضيح الواقع الصحيح للقيم والثقافات المحلية الأصيلة للمجتمعات، وأيضا كوسيلة مهمة للتصدي للحملات الإعلامية التي تسيء إليها، سيما مع تطبيق النظام العالمي لأخلاقيات السياحة الذي يسهم في تحقيق تنمية سياحية مستدامة ومنضبطة، وعادلة على مستوى العالم.

⁵³ - المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة، "الإعلان الإسلامي حول التنوع الثقافي"، مرجع سابق، ص. 6.

قائمة المراجع:

I. باللغة العربية:

- 1- قرآن كريم، سورة آل عمران، رقمها 3، مكية، الآية رقم 85.
- 2- قرآن كريم، سورة الإسراء، رقمها 17، مكية، الآية رقم 70.
- 3- قرآن كريم، سورة الأنبياء، رقمها 21، مكية، الآية رقم 107.
- 4- قرآن كريم، سورة الفرقان، رقمها 25، مكية، الآية رقم 1.
- 5- قرآن كريم، سورة الحجرات، رقمها 49، مكية، الآية رقم 13.
- 6- أنور، ماجد عشقي، "ماهية العولمة وإشكالاتها"، أعمال ندوة الإرهاب والعولمة، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، (2002).
- 7- المجلة الإلكترونية - بولس أيه (Journal USA)، "قضايا عالمية: تحديات العولمة"، وزارة الخارجية الأمريكية، مكتب برامج الإعلام الخارجي، (فيفري 2006).
- 8- عبيدات، ذوقان، "شبابنا.. أين نحن من العولمة؟" وزارة الشباب والرياضة، الأردن، (2000).
- 9- عبد العزيز، إسماعيل الداغستاني، "السياحة والعولمة.. هل ثمة علاقة؟" مجلة عالم الاقتصاد، العدد، 147، السعودية، (2004/4/1).
- www.ecoworld-mag.com/Detail.asp?InSectionID=25&InNewsItemID=136914
- 10- صندوق النقد العربي، "التعاون العربي في تحرير التجارة البينية في الخدمات في إطار منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى"، (2009).
- 11- براحو، سهيلة، أ. رضا جاوحدو، "تداعيات العولمة الاقتصادية على تغيير الأنماط الاستهلاكية في الدول العربية"، المؤتمر العلمي الرابع، الريادة والإبداع: استراتيجيات الأعمال في مواجهة تحديات العولمة، جامعة فيلادلفيا، كلية العلوم الإدارية والمالية، الأردن، (15 - 2005/3/16).
- 12- منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة (اليونسكو)، "اليونسكو... التحديات العالمية"، (سبتمبر 2009).
- 13- المنظمة الدولية لصناعة السياحة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني، "السياحة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني"، المؤتمر الدولي العربي الثاني، البحر الأحمر - الجونة - مصر، (14-18 ديسمبر 2009).
- www.ioeti.org/ioeticconference/arabic/our_conf.php
- 14- يومية الرياض، "توقعات بزيادة حجم التجارة الإلكترونية السياحية بنهاية 2010 إلى 65%"، المملكة العربية السعودية، مؤسسة اليمامة الصحفية، العدد 15222، السعودية، (26 فيفري 2010).
- www.alriyadh.com/2010/02/26/article501943.html
- 15- مدونة ماهر للتجارة الإلكترونية، موقع مختص بالتجارة الإلكترونية في العالم العربي، "السياحة الإلكترونية من أهم تطبيقات التجارة الإلكترونية"، (13 مارس 2010).
- 16- المملكة العربية السعودية، الهيئة العليا للسياحة، الأمانة العامة، "تأثير العولمة على السياحة في المملكة العربية السعودية"، ورقة عمل مقدمة لندوة السياحة والعولمة، كلية الأمير سلطان لعلوم السياحة والعولمة، أبها، (2004).
- 17- مدونة ماهر للتجارة الإلكترونية، موقع مختص بالتجارة الإلكترونية في العالم العربي، "إحصائيات السياحة الإلكترونية في أوروبا"، (2 أبريل 2010). www.maher4ec.com/?p=83.
- 18- عبد الله، الحوراني، "جدلية العولمة والخصوصية الثقافية والمشارك الإنسان العام"، موقع عبد الله الحوراني، www.alhourani.org/studies/5Alawlama.htm.
- 19- المملكة العربية السعودية، الهيئة العليا للسياحة، الأمانة العامة، "تأثير العولمة على السياحة في المملكة العربية السعودية"، مرجع سابق، ص ص. 22 - 23.
- 20- المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة (إيسيسكو) (ISESCO)، "الإعلان الإسلامي حول التنوع الثقافي"، المؤتمر الإسلامي الرابع لوزراء الثقافة، الجزائر، (ديسمبر 2004).
- 21- موسوعة المسافر، "السياحة الإلكترونية تسهم ب14% من التجارة الإلكترونية عالمياً"، (15 فيفري 2014).
- http://news.travelerpedia.net/tourism/%D8%A7%D9%84%D8%B3%D9%8A%D8%A7%D8%AD%D8%A9D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A%D8%A9-%D8%AA%D8%B3%D9%87%D9%85-%D8%A814-%D9%85%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D8%B1%D8%A9/ (28/5/2014).

22- صالح، فلاح، "واقع التكنولوجيا والعولمة في التنمية العربية"، مجلة الإحياء، تصدر عن كلية العلوم الإسلامية والعلوم الاجتماعية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، عدد خاص بأعمال الملتقى الدولي الثاني حول الإسلام وقضايا العصر، العدد 6، باتنة، (2002).

23- عبد الوهاب، بوزحج، "العولمة مفهوم قديم بلباس جديد".

<http://news.maktoob.com/article/29>

II. باللغة الأجنبية:

- 1- International Monetary Fund, "Globalization: Threat or Opportunity"? IMF Staff, (April 12, 2000). www.imf.org/external/np/exr/ib/2000/041200.htm#1
- 2- Hubert, vedrine, Mondialisation et pensée unique. "In la méditerranée à l'heure de la mondialisation", cahiers de la fondation abderrahim bouabid, No. 27, (1997).
- 3- World Tourism Organization, "Collection of Tourism Expenditure Statistics".
- 4- World Tourism Organization, "Facts & Figures: Tourism 2020 Vision".
www.unwto.org/facts/eng/vision.htm
- 5- Vesna, Peric. "Tourism and Globalization", Proceedings of the 6th International Conference of the Faculty of Management Koper Congress Centre Bernardin, Slovenia, (24–26 November 2005).
- 6- World Tourism Organization, Committed to Tourism, "Travel and the Millennium Development Goals", About UNWTO- History.
www.unwto.org/aboutwto/his/en/his.php?op=5#1
- 7- World Trade Organization, "Council for Trade in Services", S/C/W/51, (23 September 1998). www.maher4ec.com/?p=78
- 8- United Nations Conference on Trade and Development, "Information Economy Report 2010", United Nations, New York, (2010).
- 9- UNWTO, World Tourism Barometer Committed to Tourism, "Travel and the Millennium Development Goals", Volume 7, Issue 3, (October 2010).
- 10- UNWTO, World Tourism Barometer Committed to Tourism, "Travel and the Millennium Development Goals, 2009 International Results and Prospects for 2010", UNWTO News Conference, HQ, Madrid, Spain, (18 January 2010).
- 11- UNWTO, World Tourism Organization, "International Tourism: First Results of 2010 confirm Upward Trend", Madrid, Spain, (28 April 2010) .
www.unwto.org/media/news/en/press_det.php?id=5912&idioma=E
- 12- Oxford Economics, "The Economic Impact of Air Travel Restrictions Due to Volcanic Ash", A report prepared for Airbus, Oxford, (May 2010).
- 13- John, Whalley, Developing Countries and System, Strengthening in the Uruguay Round, The Uruguay Round and DVC'S Economics, Washington, D.C, Presented at World Bank Conference, (1995).