



الجامعة الافتراضية السورية
SYRIAN VIRTUAL UNIVERSITY

الجمهورية العربية السورية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
الجامعة الافتراضية السورية

برنامج الإجازة في الإدارة السياحية والفندقية

السياحة الثقافية

Cultural tourism

د. شعبان عبد الله شوباصي

د. اكتمال إسماعيل

أ. رشا نادر برهوم

دمشق - 2022

الفصل الأول

أنواع المنتجات السياحية

Types of tourism products

الكلمات المفتاحية:

السياحة - Tourism - السائح Tourist - منتجات السياحة - products of tourism - السياحة الداخلية
Internal tourism - السياحة العالمية - International tourism - دوافع السياحة - Motives of tourism

المخرجات والأهداف التعليمية:

يهدف هذا الفصل إلى اكتساب الطالب مهارات ومعارف في القضايا التالية:

1. مفهوم وتعريف السياحة.
2. أنواع السياحة.
3. دوافع السياحة والسفر.
4. التمييز بين المنتجات السياحية.

مخطط الفصل:

- مفهوم السياحة ونشأتها وأنواعها the concept of tourism, its origin and types
- مفهوم السائح ودوافع السفر the concept of the tourist and travel motives

مفهوم السياحة وأنواعها:

➤ مفهوم السياحة وتعريفها:

السياحة تمثل ظاهرة الانتقال المؤقتة التي يقوم بها عدد كبير من الناس فيتركون مكان إقامتهم ويسافرون إلى دول أخرى (السياحة الخارجية) أو ينتقلون إلى مدن داخل بلادهم (السياحة الداخلية)، ولا شك أن المدة التي يستغرقها هذا الانتقال تختلف بحسب رغبة السائح وتتوقف على مقدرة السائح المالية على الإنفاق في الخارج مدة طويلة أو قصيرة، وقوانين النقد في البلد - لكون بعض الدول تحدّد سقف المبالغ الخارجة - التي يخرج منها ومدى تأثير المحفزات السياحية في البلد الذي يزوره ومدى رخص تكاليف المعيشة فيه.

لإيضاح مفهوم السياحة بشكل جيد باعتبارها نشاطاً اقتصادياً، إضافة إلى كونها نشاطاً اجتماعياً نورد فيما يلي مجموعة من تعريفات السياحة: (البغدادي، 2018).

- **السياحة حسب تعريف منظمة السياحة العالمية هي:** "أنشطة الأشخاص المسافرين من أماكنهم والإقامة في أمكنة خارج أمكنة إقامتهم المعتادة لمدة لا تزيد عن سنة مستمرة، لقضاء إجازة أو للأعمال أو أغراض أخرى".

- **السياحة حسب الجمعية الدولية لخبراء السياحة:** "مجموع العلاقات والظواهر التي تترتب على سفر وعلى إقامة مؤقتة لشخص أجنبي في مكان ما طالما أن هذه الإقامة المؤقتة دائمة وطالما لم ترتبط هذه الإقامة بنشاط يدر ربحاً لهذا الأجنبي".

- **السياحة حسب تعريف المجلس الأعلى للسياحة الفرنسي:** "السياحة هي نشاط يحتوي على عمليتي إنتاج واستهلاك تحتم تنقلات خاصة بها خارج مقر الإقامة الأصلي ليلة على الأقل، حيث يكون السبب هو التسلية، التداوي، الاجتماعات، زيارة المقدسات الدينية، تجمعات رياضية..".

- السّياحة هي مجموعة العلاقات المُسلّية والرياضيّة الناتجة عن الاتّصال بين الأشخاص الذين يزورون مكاناً ما وسكّانه لأسبابٍ غير الأسباب المُتعلّقة بالمهنة. (Stanciulescu, 2020)
- السّياحة حسب تعريف الأكاديمية الدوليّة للسّياحة: "اصطلاح يُطلق على رحلات التّرفيه وكلّ ما يتعلّق بها من أنشطة وإشباع لحاجات السّائح".
- وعليه نجد أنّ للسّياحة تعاريف كثيرة تعكس مضمونها وهدفها، ويمكن أن نبيّن التعريف الشّامل لها: "نشاط إنسانيّ يحمل طابعاً اقتصاديّاً اجتماعيّاً يقوم به فرد أو مجموعة أفراد لإشباع حاجة ما لديهم، عن طريق القيام بجولةٍ بغير قصد العمل في مقصدٍ ما يلبي لهم تلك الحاجة خلال مدّة لا تقلّ عن يومٍ ولا تزيد عن سنة".

➤ تعريف السّائح:

يوجد عدّة تعريفات للسّائح وذلك حسب دوافعه، حيث يُعرّف مؤتمر روما العالميّ للسّياحة عام 1963 السّائح بأنّه: "من يزورُ بلداً غير بلده الذي يقيم فيه بصورة دائمة ومعتادة، لأيّ سببٍ من الأسباب عدا قبول وظيفة بأجر البلد الذي يزوره، أيّ تغيير مكان الإقامة المعتادة لفترة مؤقتة؛ وبعبارة أوضح تغيير البيئة الاجتماعيّة لأيّ غرضٍ غير غرض العمل بأجر". والمسافرون الذين لا يتّصل سفرهم بالسّياحة هم: رجال القوات المسلّحة الأجنبيّة، ومسافرو الترانزيت والعاملون المؤقتون، وأطقم الطائرات والمهاجرون وأعضاء الهيئات الدبلوماسية، والتمثيل القنصلي، بينما يُعرّف السّائح الداخليّ بأنّه: "أيّ مقيم يسافر داخل البلد وخارج مكان إقامته المعتادة لغير هدف العمل أو الكسب". (مسعود، رنا، 2013-2014)

➤ مفهوم المنتجات السياحية وأنواعها:

• مفهوم المنتج السياحي:

تتمثل المنتجات السياحية بجميع السلع والخدمات السياحية التي ينفق عليها السياح خلال جولتهم السياحية في المقصد السياحي أو في الدولة المضيفة بشكل عام، والمنتجات السياحية خدمة بغالبيتها ولا يمكن تخزينها وهي مرتبطة بأنواع السياحة، كما أنها متعددة بشكل كبير ويأتي في مقدمتها:

منتجات الإقامة: وتشمل المبيت، الطعام، المشروبات، التسلية، الغسيل، الاتصالات، وغيرها ...

منتجات النقل: سواء عن طريق مكاتب أو شركات أو بشكل مباشر على جميع خدمات النقل البري والبحري والجوي وحتى على التاكسي داخل المدن.

منتجات المشتريات: وتشمل ما يشتريه السائح من لوازم وهدايا وملابس وتحف تذكارية وكتب وأقلام وبطاقات وصور...إلخ.

منتجات أخرى ينفق عليها السائح مثل منتجات التسلية، الأدلاء السياحيين، المنح والهدايا التي يوزعها السائح.

ويختلف الإنفاق السياحي على كل منتج من المنتجات السابقة باختلاف المستوى المادي للسائح وجنسيته وعاداته وسلوكه الإنفاقي، كما يختلف باختلاف الباعث على السياحة (ثقافية، علاجية، ترويحية، دينية، اقتصادية، اجتماعية.. الخ). وباختلاف هيكل صناعة السياحة في البلد المضيف ومستوى الأسعار فيها.

فالدولة التي تتميز بتنوع وسائل التسلية والملاهي مثلاً، فإنها تقتطع من إنفاق السائح نسبة عاليةً بعكس دول أخرى لا تتمتع بهذا اللون من المغريات السياحية، وفي بعض المناطق تستحوذ مشتريات السلع على معظم الإنفاق السياحي، كما هو الحال في الموانئ التي تتميز بمنح إعفاءات جمركية (هونغ كونغ، سنغافورة، وغيرهما.. (Elliott, 2017)، وهناك دول يتقن فيها الخبراء والمستثمرون في إبداع وسائل وطرق غريبة ومثيرة وجذابة في امتصاص (أخذ) المال من السائح، مثل مدن الملاهي وحدائق الحيوان ومتحف الشمع ومدن التسلية وغيرها من الوسائل.

من هنا لا يمكن تحديد نسبة ثابتة لكل عنصر من عناصر الإنفاق السياحي، بل يمكن القول أنه باستبعاد نفقات السفر، فإن نفقات الإقامة والطعام تستحوذ على معدل يتراوح بين (50% و60%) من الإنفاق السياحي، أما الباقي فإنه يُنفق على وسائل النقل والترفيه والمشتريات وغيرها من العناصر. وكما ذكرنا فإن المنتجات السياحية (ومنها منتج السياحة الثقافية) مرتبطة بأنواع السياحة التي نبيئها فيما يلي: (الروادة، 2019)

■ تقسيم السياحة وفقاً للغرض:

1- سياحة قضاء الإجازات والترفيه.

2- سياحة لغرض العمل المؤقت.

3- سياحة الصحة والعلاج.

4- سياحة التعليم والتدريب.

5- سياحة الرياضة.

6- سياحة زيارة الآثار والأماكن التاريخية.





7- سياحة الهوايات.

8- السّياحة الاجتماعيّة.

9- سياحة المؤتمرات والاجتماعات.

10- سياحة المُشتريات.

11- السّياحة الدّينيّة.

12- السّياحة الثّقافيّة.

■ تقسيم السّياحة وفقاً للعدد:

1- سياحة فردية.

2- سياحة جماعيّة (مُنظمة).

■ تقسيم السّياحة وفقاً للعمر:

• سياحة الطّلائع.

• سياحة الشّباب.

• سياحة النّاضجين.

• سياحة المُتقاعدِين.



■ تقسيم السّياحة وفقاً لمُدّة الإقامة:



● سياحة أيام.

● سياحة موسميّة.

● سياحة عابرة.

■ تقسيم السّياحة وفقاً للنّطاق الجغرافي:

● سياحة داخلية.

● سياحة خارجية.

■ تقسيم السّياحة وفقاً للجنسيّة:

● سياحة الأجانب (السّياحة العالميّة).

● سياحة المُقيمين خارج البلد (المُغتربين).

● سياحة مواطني الدّولة (السّياحة الداخليّة).

كلّ تقسيم من هذه النّقسيمات له خصائص ومُميّزات مختلفة عن البقية ولكلّ نوع من أنواع السّياحة له خدمات مختلفة وطريقة تعامل مختلفة وحاجات ورغبات مختلفة.

دوافع السياحة والسفر:

يمكن تصنيف دوافع السفر في العالم وفق ما يلي: (الروابدة، 2019)

➤ المجموعة الأولى - دوافع ثقافية، تراثية، تاريخية، تعليمية:

- مشاهدة الآثار وتاريخ الحضارات القديمة والمواقع الأثرية مثل زيارة تدمر، البتراء، الأهرامات ... إلخ.
- مشاهدة بعض الأحداث المهمة في العالم أو حضور مهرجانات أو حفلات ثقافية أو معارض ... إلخ.
- الاطلاع على حياة الناس في البلدان الأخرى والتعرف على حياتهم وأعمالهم وثقافتهم ونمط حياتهم الاجتماعية والحضارية والثقافية واكتشاف أشياء جديدة لغرض العلم والثقافة والمعرفة.
- مشاهدة المواقع الحضارية المهمة المشهورة في العالم مثل زيارة باريس لمشاهدة برج إيفل أو روما لمشاهدة برج بيزا أو تمثال الحرية في نيويورك إلخ.
- معرفة ما يدور حول العالم من أخبار ومُستجدات وتطورات. (Csapó، 2019)

➤ المجموعة الثانية - دوافع دينية:

- السفر بدافع زيارة الأماكن الدينية المقدسة مثل الجوامع والكنائس والأديرة والمعابد وأضرحة الأنبياء والصحابية وآل بيت الرسول محمد صلى الله عليه وسلم.
- السفر بدافع ممارسة الطقوس والواجبات الدينية والروحانية مثل القيام بالحج والعمرة والمشاركة باحتفالات الكنائس والأنشطة الدينية المختلفة. (Klarik، 2019)

➤ المجموعة الثالثة - دوافع الراحة والاستجمام والترفيه:

- الهروب المؤقت من الجو الروتيني اليومي للعمل والابتعاد عن صخب المدينة ويحدث هذا في المدن الصناعية والتجارية الكبيرة والمزدحمة بالسكان.
- حب الاستمتاع بأوقات الفراغ في الأماكن الهادئة أو على سواحل الشواطئ أو في مناطق جبلية..
- الترفيه عن النفس عند توفر الوقت والمال. (Bull، 2018)

➤ المجموعة الرابعة - دوافع اغترابية:

- زيارة البلد الأم لتجديد الروابط الأسرية كزيارة أماكن الميلاد أو أماكن قضاء الطفولة أو أماكن سكن الأهل، الأقرباء، الأصدقاء إلخ. وهذا الدافع ينشأ بقوة بالنسبة للمغتربين عن بلدهم ويولد لديهم حافزاً قوياً لزيارة بلدهم الأم.
- الرغبة في زيارة أماكن سبق وأن زارها الأصدقاء في البلد الأم وتركوا انطباعاتاً معينة لديهم. (Medlik,S، 2009)

➤ المجموعة الخامسة - دوافع صحية:

- الابتعاد عن الجو البارد والتلوج والتوجه إلى أماكن دافئة أو الابتعاد عن الجو الحار والتوجه إلى أماكن باردة وخاصة بالنسبة لكبار السن والمرضى.
- السفر لأغراض العلاج والمداواة.
- السفر لغرض التقاهة والاسترخاء بعد الشفاء من مرض معين أو لغرض الراحة النفسية بعد إصابة الشخص بمرض أو أزمة نفسية أو التمتع بالجو الصافي والهواء النقي. (Chon، 2017)

➤ المجموعة السادسة – دوافع اقتصادية:

- انخفاض الأسعار في بلد ما يؤدي إلى تدفق السّوّاح للتمتع بالخدمات المُقدّمة بأقلّ الأسعار والحصول على السلع والخدمات بأسعارٍ أقلّ.
- فرق العملة في التحويل يؤدي إلى تدفق السّوّاح إلى بلد ما انخفضت عملته لغرض التمتع بالخدمات والسلع بأسعارٍ أقلّ.
- السّفر لغرض الأعمال والحصول على صفقات تجارية بالنسبة لرجال الأعمال. (Elliott، 2017)

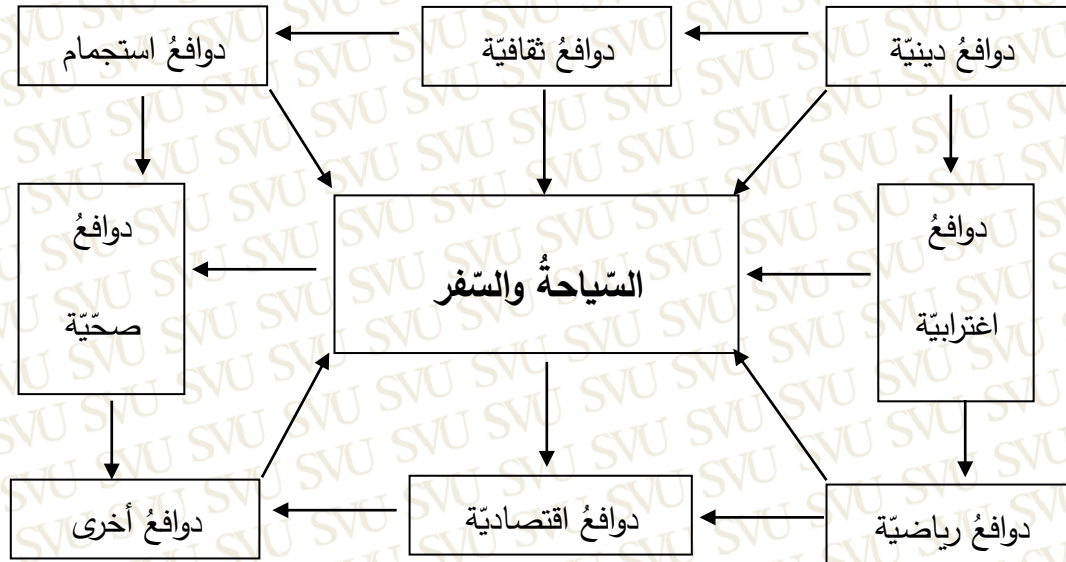
➤ المجموعة السابعة – دوافع رياضية:

- السّفر لغرض مشاهدة مباراة رياضية أو تشجيع فريق مُعيّن ... إلخ.
- المشاركة في دورة رياضية أو السّفر لغرض ممارسة ألعاب مُعيّنة مثل التزلج على الجليد أو التزلج على المياه أو ممارسة رياضة التنس أو أي رياضة أخرى. (فوزي، 2008)

➤ المجموعة الثامنة – دوافع أخرى:

- المخاطرة أو المغامرة (سياحة شباب) ممكن أن تدخل من ضمنها السياحة الصحراوية.
- التّفاخر والمباهاة وخاصةً لبعض المناطق في العالم مثل جزر الكاريبي أو مونتني كارلو.
- تقنية: مثلاً شراء سيارة جديدة والرغبة في السّفر بها إلى مكان ما أو الرغبة في تجربة وسيلة نقلٍ جديدة ومُتطورة كالخوت السيّاحية.
- التذوق: تذوق الطّعام.
- علمية: مثلاً دراسة نوعية مُعيّنة من الصّخور أو دراسة نوعية مُعيّنة من التربة. (الدباغ، 2011)

رسم توضيحي يبين دوافع السياحة



رسم توضيحي 1 دوافع السياحة والسفر في العالم

المصدر: من إعداد المؤلف بالاستناد لمجموعة مراجع تتحدث عن السياحة والسفر

أسئلة المناقشة

- 1- اذكر ثلاثة تعريفات للسياحة. (صفحة 5 + صفحة 6)
 - 2- عدّد أنواع السياحة بحسب ثلاثة معايير. (ص 8 حتى ص 10)
 - 3- اذكر دوافع السفر عند السياح بحسب أربعة معايير. (ص 10 حتى ص 13)
- ضع علامة "صح" أو "خطأ" بجانب العبارات التالية:

تُعبّر السياحة عن ظاهرة انتقال دائمٍ لفردٍ أو مجموعة أفراد. خطأ

المنتجات السياحية في غالبيتها خدمية. صح

يدخل السفر بشكلٍ فرديٍّ في إطار السياحة المنظمة. خطأ

يُعدّ المسافر لمدة تزيد عن 12 شهراً في عداد السياح. خطأ

اختر الإجابة الصحيحة للسؤالين التاليين:

1- المرونة هي واحدة من صفات:

a. عصر السياحة الحديثة.

b. عصر السياحة الجماعية.

c. كل ما سبق صحيح.

d. لا شيء مما سبق صحيح.

2- تُعتبر ظاهرة انتقالٍ مؤقتة:

- a. السّياحة الخارجيّة.
- b. السّياحة الداخليّة.
- c. كلُّ ما سبق صحيح.
- d. لا شيء ممّا سبق صحيح.

حالة عملية

في 2020/8/1 وصلت فجراً طائرة إلى مطار دمشق الدولي على متنها 180 مسافراً منهم:

- 10 موظفين في السفارة الفرنسية بدمشق.
 - 25 عاملاً أجنبياً يعملون بالمنظمات الدولية بدمشق.
 - 15 طالباً أجنبياً يدرسون مجاناً في الجامعات الحكومية السورية.
 - 20 طالباً أجنبياً يدرسون على حسابهم في الجامعات السورية.
 - 65 مغترباً سورياً قادمون لقضاء إجازة في الوطن.
 - 12 مسافراً لبنانيي الجنسية تجولوا في دمشق وغادروا إلى بيروت براً بنفس اليوم.
 - 8 مسافر أردني جاؤوا لزيارة معرض دمشق الدولي وغادروا مساءً إلى بلدهم.
 - 15 مسافراً سوريي الجنسية عائدون من رحلة عمرة في مكة المكرمة.
 - 10 عراقيين قادمين ضمن وفد لزيارة الأماكن المقدسة بالمحافظات السورية.
- المطلوب: احسب ما يلي بتاريخ الأول من آب 2020 في سورية:

- عدد القادمين.
- عدد زوار اليوم الواحد.
- عدد السياح.

الأجوبة: C=95 - B= 20 - A = 170

مراجع الفصل

- مسعود، رنا. (2013-2014). تأثير العوامل الخارجية على اتجاهات السائح الداخلي نحو محفّزات المنتج السياحي. دمشق: جامعة دمشق.
- A Bull. (2018). The Economics of Travel and Tourism .Australia: Wesely university.
- J Elliott .(2017) .Tourism Politics and Sector Management .London: Routledge.
- János Csapó .(2019) .The Role and Importance of Cultural Tourism in Modern Tourism Industry .Madrid: Retrieved.
- K Chon .(2017) .Tourism in Developing Countries .London: University of Strathclyde.
- Medlik,S .(2009) .Dictionary of travel, tourism cultural and behavior, Butter Worth-hienenann publication .first Edition.
- Sam Klarik .(2019) .Tourism Definitions .Sidni: oceanworld.
- Stanciulescu, G. (2020). Managementul agentiei de turism. Bucuresti: ASE.

- أحمد فوزي. (2008). مدخل إلى علم السياحة. الأردن: دار الفكر الجامعي.
- إسماعيل الدّباغ. (2011). مبادئ السفر والسياحة. عمّان: مؤسسة الورّاق.
- عادل هادي البغدادي. (2018). أثر التسويق الريادي في تحقيق التنمية السياحية المستدامة. العراق: جامعة بابل.
- ندى الروابدة. (2019). مقدّمة في علم السياحة. عمّان: كليّة الآثار والسياحة.