

البدائل الاستراتيجية للتقليل من آثار موسمية الأقاليم السياحية في إطار رؤية تنمية مستدامة

د. خالد ليتيم

أستاذة محاضر "أ"

جامعة جيجل - الجزائر

khalid_trust@yahoo.com

د. صفية درويش

أستاذة محاضرة "ب"

جامعة جيجل - الجزائر

safia1881@hotmail.com

الملخص:

تهدف هذه الدراسة التي إلى تحليل اثر الموسمية على التنمية المستدامة والبحث في استراتيجيات التنوع السياحي كآلية فعالة للتقليل من حدة الموسمية ضمن متطلبات تحقيق التنمية المستدامة في الأقاليم السياحية . أثبتت الدراسة التأثيرات السلبية للموسمية على الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية للتنمية المستدامة في الأقاليم السياحية؛ الأمر الذي يفرض حتمية تطوير مزيج من استراتيجيات التنوع السياحي، وذلك من خلال إستراتيجية التنوع الزماني والمكاني للجاذبية السياحية، وتماشي وخصائص كل إقليم وكل موسم، إضافة إلى إستراتيجية تنوع السوق. بما يسمح بخلق مصادر طلب جديدة أو بديلة على المنتجات الجديدة أو تهدف إلى تقديم المنتج السياحي لشريحة جديدة من السياح ذات مرونة أكبر في السفر خلال السنة، فضلا عن إستراتيجية تنوع المنتج/ السوق، وذلك بتقديم حزمة من المنتجات الجديدة أو المبتكرة تُستهدف بها شرائح سوقية جديدة من السياح؛ وذلك وفقا للخصائص المكانية للوجهة السياحية. وهذا ما يؤول إلى تتمين السياحة كمورد طبيعي غير ناضب لإنعاش الاقتصاد بطريقة مستدامة.

الكلمات المفتاحية: موسمية السياحة، التنوع السياحي، التنمية المستدامة ، الأقاليم السياحية.

Abstract:

this study intends to analysis of seasonality and analyze its impact on sustainable development and search for diversification tourism strategies as effective mechanism in order to reduce the seasonality among the requirements of achieving the sustainable development in the tourism Regions.

The overall results of the study confirmed the drawbacks of seasonality on the economic, social and environmental dimensions of sustainable development in tourism regions. This state of fact makes it necessary to inevitably deal with the issue which implies the development of a range of diversification tourism strategies , through : i) diversification of temporal and spatial attractiveness of tourism strategy; ii) Market diversification strategy; iii) product/market diversification strategy through providing a new or innovative product package to a new segments of the market in a accordance with spatial characteristics of tourist destination. These strategies are conditioned to the will of the authorities to exploit tourism as an inexhaustible natural resource to revive the economy in a sustainable way.

Key words : Tourism seasonality, sustainable development, diversification tourism, tourism regions



المقدمة:

تعتبر السياحة من أهم القطاعات المعول عليها في تحقيق التنمية، ويرجع ذلك للدور الكبير الذي أصبحت تلعبه السياحة في الحياة المعاصرة بعدما كانت ظاهرة بسيطة وبدائية في مظاهرها، أهدافها ووسائلها لتصبح مع مرور الزمن صناعة قائمة بذاتها؛ حيث تسهم في تدوير عجلة التنمية على المستويين الكلي والجزئي، وهذا إذا ما تم مواجهة مختلف التحديات التي تعرقل ديمومتها؛ والتي من أبرزها التقلبات الموسمية للطب السياحي، فالموسمية مشكلة تواجه القطاع السياحي بصفة خاصة والقطاعات الاقتصادية الأخرى بصفة عامة، تعود لمجموعة من الأسباب وتحمل في طياتها آثارا وعلى مختلف الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية للتنمية السياحية سواء على المستوى الوطني أو الإقليمي. وبالتالي أضحت تطوير استراتيجيات التنوع السياحي من الأولويات إذا ما أريد تحدي الموسمية وتأمين السياحة كمورد طبيعي غير ناضب لإنعاش اقتصاد الأقاليم السياحية بطريقة مستدامة. من هذا المنحى وعلى ضوء ما تقدم اتضح لنا معالم مشكلة البحث والتي يمكن تحديدها في:

ماهي البدائل الاستراتيجية للتنوع السياحي التي تسهم في التقليل من الموسمية في الأقاليم السياحية؟

للإجابة عن الإشكالية قسمنا هذه الورقة البحثية إلى أربع محاور أساسية يباها كالتالي:

أولاً: الإطار المفاهيمي لموسمية السياحة

ثانياً: أثر موسمية السياحة على أبعاد التنمية المستدامة في الأقاليم السياحية

ثالثاً: استراتيجيات التنوع السياحي لتحدي الموسمية في الأقاليم السياحية

أولاً. الاطار المفاهيمي لموسمية السياحة

1.1 مفهوم موسمية السياحة : على غرار القطاعات الاقتصادية الأخرى تتميز السياحة بالتقلبات الزمنية في حجم نشاطها؛ حيث يتعاظم ليلغ ذروته أوقاتا من السنة، بينما يكون في حالة ركود نسي أو توقف في أوقات أخرى من ذات السنة. مما يؤدي إلى ظهور ما يعرف بالموسمية التي تعتبر إحدى أهم مشاكل صناعة السياحة¹ وأكثرها تأثيرا في الطلب السياحي² وأقلها فهما.³ تشير البحوث التي تطرقت لموسمية السياحة إلى صعوبة إيجاد تعريف موحد لها؛ إذ نجد أن العديد من الباحثين ممن اهتموا بالظاهرة اجتهدوا لأجل إعطاء وشرح تصورهم الخاص حولها، وهو ما يفسره تعدد التعريفات الموجودة في أدبياتها؛ حيث قدم (BarOn, 1975) أول تعريف لموسمية السياحة بقوله هي تلك "التأثيرات التي تحدث سنويا في نفس التوقيت بأقل أو أكثر حجما"⁴، في حين وصفها (Butler, 2001) بـ: "الخلل الزمني المؤقت في ظاهرة السياحة والذي يمكن التعبير عنه بعدة أبعاد مثل عدد الزوار، إنفاقهم، كثافة حركة المرور التوظيف، جاذبية المواقع السياحية وغيرها من الأبعاد"⁵. أما (Chung, 2009) فاعتبرها "ظاهرة عالمية تسببها الحركة المؤقتة للأفراد"⁶.

وبالرغم من تعدد تعاريف موسمية السياحة لكنها تتفق جميعا على أنها نظام الحركة السياحية في الوجهات خلال السنة⁷ الناتج عن التقلبات الزمنية المتكررة في التدفقات السياحية والتي تكون على أساس يومي أسبوعي وشهري أو سنوي⁸. مما يؤدي إلى الاستخدام غير المتكافئ لمختلف أجهزة القطاع في الوجهة السياحية.

2.1 أنماط موسمية السياحة: معظم الوجهات السياحية تمر بتجربة دورية من النشاط السياحي تقسم إلى موسم ذروة وموسم ركود وتكون مفصولة بموسمي الكتف⁹، مشكلة بذلك أنماطا ناتجة عن تقلبات منتظمة أو غير منتظمة تعود فقط لأوقات محددة من السنة¹⁰، وحسب كل من (Mao & Butler, 1997) للموسمية أربعة أنماط¹¹:



البدائل الاستراتيجية للتقليل من آثار موسمية الأقاليم السياحية في إطار رؤية تنمية مستدامة

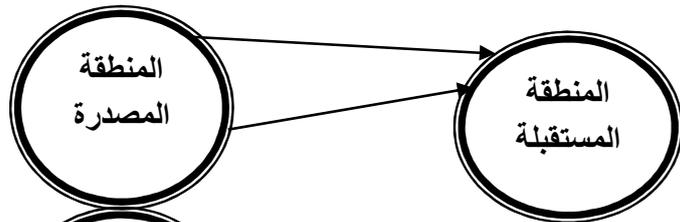
- **أحادية الذروة (Single peak seasonality):** هو أكثر أنماط الموسمية تطرفاً، يحدث في الوجهات التي يكون فيها الطلب السياحي في أشهر محددة من السنة أكبر من الطلب السياحي لباقي أشهر نفس السنة، وذلك بسبب تطابق النمط الموسمي للطلب السياحي في مناطق المصدر مع النمط الموسمي لجاذبية المقصد السياحي¹² كما هو الحال في وجهات البحر المتوسط.
- **ثنائية الذروة (Two- peak seasonality):** ينتج عندما يكون هناك موسمين؛ رئيسي وثانوي، بحيث كل موسم يلي نوع من الاحتياجات؛ مثل المناطق الجبلية التي تجذب السياح في موسم الصيف والشتاء. وتعد دول الكاريبي خير مثال على ذلك.
- **عديمة الذروة (Non-peak seasonality):** تنشأ في المناطق التي تحدث فيها الحركة السياحية على وتيرة واحدة طوال العام كما هو الحال في المناطق الحضرية مثل سنغافورة وهونغ كونغ.
- **الموسمية الديناميكية (Dynamic seasonality):** أو متعددة الطلب أي لا ترتبط بفترة زمنية ثابتة.

3.1 أسباب موسمية السياحة: يوجد عدة محاولات أدبية لفهم وتصنيف أسباب موسمية السياحة. بمختلف أنماطها إذ ينظر إليها بشكل مختلف بين الباحثين فضلاً عما تأخذ أشكال مختلفة حسب الوجهة وطبيعتها¹³، حيث أشار (BarOn, 1975) إلى الأسباب الطبيعية والمؤسسية وهذا ما أكدته غالبية الباحثين، إذ ترتبط الأسباب الطبيعية بعناصر المناخ؛ وهذا النوع من الموسمية يسمى بالموسمية الطبيعية، أما الأسباب المؤسسية فترتبط أساساً بالتشريعات والإجازات والعطل والمؤدية إلى ما يعرف بالموسمية المؤسسية¹⁴. واعتبر (Butler, 2001) أن العوامل الاجتماعية (مثل الضغوط الاجتماعية، الأذواق والتفضيلات، المواسم الرياضية والتقليد) هي عوامل مسببة للموسمية¹⁵. كما أشار (BarOn, 1975) إلى العوامل الاقتصادية؛ كأسعار الخدمات السياحية خلال المواسم المختلفة والتي يمكن أن تساهم في زيادة أو انخفاض التركيز الموسمي للأنشطة السياحية¹⁶، وأضاف (Frechtling, 2001) أثر التقويم¹⁷، ليؤكد كل من (Baum & Hagen, 1999) على نمطية العرض السياحي كأحد الأسباب الجوهرية المؤدية للموسمية¹⁸. وقدم كل من (Wanhill 1999 & Lundtorp, Rassing) تصنيفاً بديل لأسباب الموسمية حيث أن الطابع الموسمي للنشاط السياحي في الوجهة هو محصلة تفاعل مجموعة من عوامل الدفع (push factor) في دول المصدر وعوامل الجذب (pull factor) في دول المقصد¹⁹، وبالتالي الموسمية تحدث بتفاعل مجموعة من الأسباب متعلقة بالمصدر والمقصد على حد سواء. كما هو مبين في الشكل التالي:

شكل رقم (01): عوامل الدفع والجذب المسببة للموسمية السياحية في الوجهة

عوامل الدفع push-factors:

- الطبيعية (مناخ المنطقة المصدر)؛
- المؤسسية (مثل العطل)؛
- التقويم؛
- الاجتماعية (التفضيلات، التقليد، الضغوطات الاجتماعية... إلخ).



عوامل الجذب pull-factors:

- مناخ المنطقة المستقبلية؛
- العرض السياحي غير المتنوع؛
- الأحداث والفعاليات الخاصة؛
- المواسم الرياضية (الصيد، الغولف... إلخ).

Source : Arina Kolomiets, **Seasonality in tourism employment case : Grecotel Kos Imperial**, Imatra degree programme in tourism, Bachelor of hospitality management, Saimaa university of applied sciences, tourism and hospitality, Kos Greece, 2010, p8.



البدائل الاستراتيجية للتقليل من آثار موسمية الأقاليم السياحية في إطار رؤية تنمية مستدامة

ثانياً: اثر موسمية السياحة على أبعاد التنمية المستدامة في الاقاليم السياحية

1. اثر موسمية السياحة على البعد الاقتصادي للتنمية المستدامة

بالرغم من الانتعاش الاقتصادي الذي تحققه موسمية السياحة للإقليم من خلال ارتفاع المداخيل السياحية خلال موسم الذروة، وانخفاض تكاليف التركيز الزمني والمكاني للطلب السياحي على المجتمع والبيئة خلال موسم الركود، يبقى للتقلبات الموسمية آثار سلبية مباشرة وغير مباشرة على الأداء الاقتصادي للسياحة، تصل في أبعادها إلى تهديد استمراريتها بما يضعف من المكانة التي تحتلها ضمن القطاعات التنموية بالإقليم. حيث تؤدي التقلبات الموسمية للطلب السياحي إلى تقلبات موازية في حجم الطلب على الخدمات والمنتجات السياحية وعلى القطاعات الاستهلاكية المرتبطة بالسياحة، ينتج عنه العديد من الآثار الاقتصادية السلبية المباشرة وغير المباشرة، تتمثل في تركيز الإيرادات السياحية المحققة سواء على مستوى المؤسسات السياحية أو الأنشطة المرتبطة بالسياحة، مما يدفعها - وفي محاولة للإسترداد تكاليف موسم الركود السياحي- إلى الأخذ بسلوك رفع السعر خلال موسم الذروة، والذي ينعكس سلباً وبشكل غير مباشر على حجم الطلب على خدماتها ليس فقط خلال موسم الركود وإنما أيضاً خلال موسم الذروة خاصة في ظل ارتفاع مرونة الطلب السعرية، كما يؤدي ارتفاع الأسعار إلى ارتفاع حجم الأنشطة السياحية غير الرسمية خلال موسم الذروة؛ حيث يلجأ العديد من السكان المحليين إلى تقديم بعض الخدمات كمصدر دخل إضافي خلال الموسم، بما يفوت على الإقليم الانتفاع من الطلب السياحي بالشكل المناسب من خلال التأثير السلبي على موارد الخزينة بسبب انخفاض الضرائب والرسوم المفروضة على المؤسسات والأنشطة السياحية الرسمية، وما يصاحبه من انخفاض الإنفاقات الاستهلاكية والاستثمارية، بما يؤثر سلباً على معدلات التنمية الاقتصادية، الاجتماعية والبيئية بالإقليم. من جهة أخرى تتسبب الأنشطة السياحية غير الرسمية -ونظراً لعدم كفاءة العنصر البشري ونقص خبرته في العمل السياحي- في فقدان الشعور بالثقة والأمان لدى السائح وانخفاض نوعية الخدمات المقدمة، وكلها عوامل تؤثر سلباً في حجم الطلب المستقبلي على المنتجات السياحية المحلية. وما ينتج عنه من تسرب للمداخيل السياحية نحو وجهات أخرى منافسة، مما يهدد استمرارية النشاط السياحي في الإقليم. كما يعزى التحفظ بشأن الاستثمار في القطاع السياحي من طرف القطاع الخاص نسبياً إلى انخفاض الكفاءة الناتجة عن قصر فترة النشاط السياحي، إضافة إلى التقلبات الموسمية في الإيرادات السياحية، وما تسببه من ارتفاع في درجة المخاطرة وفترة الاسترداد وانخفاض معدل العائد على الاستثمار، الأمر الذي يحد من الاستثمارات المحلية والأجنبية، مما يقلص من العرض السياحي بالشكل الذي يحمل السياح إلى تحويل مقاصدهم من السياحة المحلية إلى الخارجية.

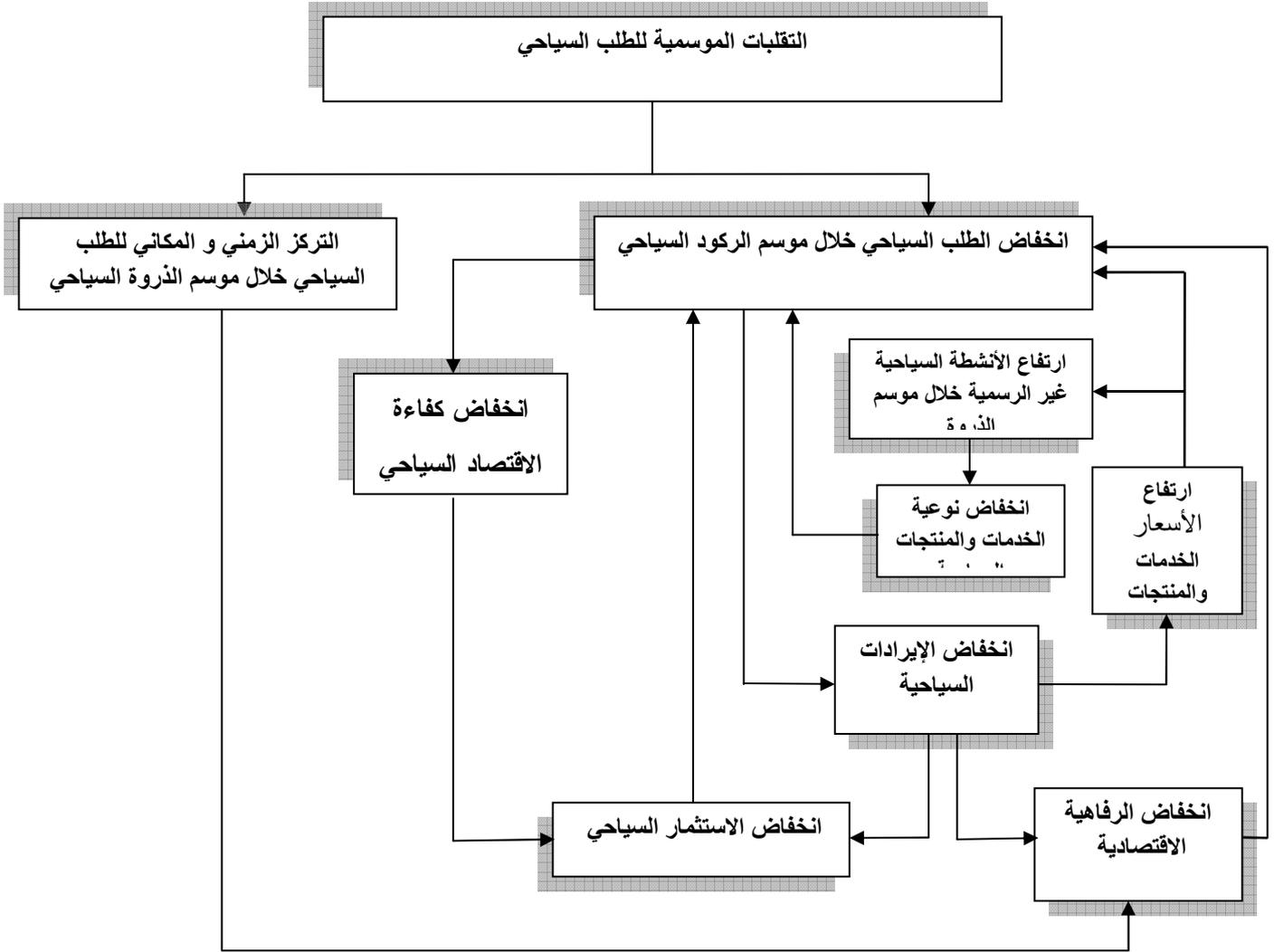
في المقابل للتركز الزمني والمكاني للطلب السياحي آثار سلبية على البيئة والمجتمع التي تعتبر الأساس لإقامة وجهة سياحية مستقطبة؛ مما يؤثر على جاذبية الوجهة ومستقبلها السياحي من جهة، ومن جهة أخرى يحمل الإقليم تكاليف اجتماعية وبيئية تقلص من حجم العوائد السياحية خلال موسم الذروة أو قد تفوقها.

ويمكن تلخيص اثر التقلبات الموسمية في الطلب السياحي على البعد الاقتصادي للتنمية المستدامة بإقليم السياحة في الشكل

التالي:



شكل رقم (02): أبعاد الأثر الاقتصادي لموسمية السياحة بإقليم السياحي



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على ما تقدم ذكره.

2. اثر موسمية السياحة على البعد الاجتماعي للتنمية المستدامة

تؤثر التقلبات الموسمية للطلب السياحي سلباً على التنمية السياحية في بعدها الاجتماعي، حيث يؤدي انخفاض الطلب السياحي خلال موسم الركود إلى انخفاض حجم الأنشطة السياحية أو المرتبطة بها، مما ينعكس سلباً على حجم القوى العاملة ونوعيتها، إذ تلجأ العديد من المؤسسات السياحية إلى الاستغناء عن القوى العاملة المؤقتة بسبب تدني مستوى الإيرادات السياحية؛ ليظهر ما يسمى بالبطالة الموسمية، ويُفقد المؤسسات السياحية القدرة على الاحتفاظ بالخبرات والمهارات البشرية واكتساب ولائهم، وهذا ما ينعكس سلباً على قدرتها في الاحتفاظ بمستوى جودتها وبالتالي وضعها التنافسي في السوق. إضافة إلى ذلك يؤثر تقلص كل من الوظائف التجارية والأنشطة السياحية غير الرسمية سلباً على مستوى المعيشة ورفاهية السكان المحليين، إضافة إلى انخفاض معدلات الإنفاق الاستهلاكي والاستثماري بسبب تدني مستوى إيرادات خزينة الإقليم. لكن يمكن النظر لموسم الركود السياحي من وجهة نظر إيجابية كونه يمثل فترة للانتعاش الاجتماعي من خلال توفير الحياة الطبيعية للسكان المحليين والتمتع بالسفر بعد الاكتظاظ في موسم الذروة السياحي.



البدائل الاستراتيجية للتقليل من آثار موسمية الأقاليم السياحية في إطار رؤية تنمية مستدامة

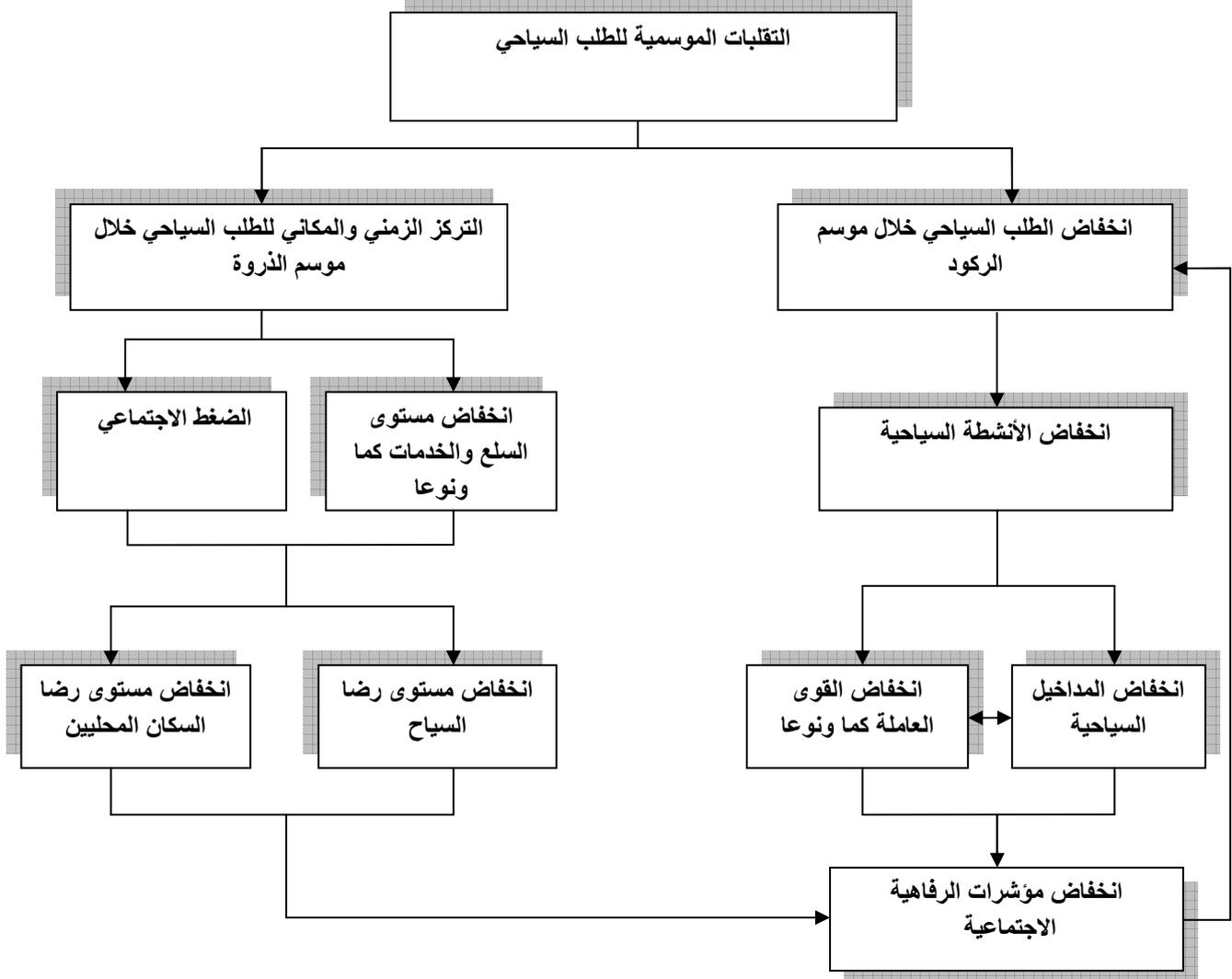
في المقابل يؤدي التركيز المكاني للطلب السياحي في موسم الذروة إلى تدني مستوى الخدمات المقدمة كما ونوعا وبأسعار مرتفعة، وارتفاع مستويات الضغط الاجتماعي. بما يؤدي إلى تراجع مستوى رضا ورفاهية السياح، ويقلل من احتمال السفر السياحي إلى الإقليم. كما يؤثر على المجتمع المضيف من خلال الضغط الذي يمارسه على الأسعار والبنية التحتية والخدمات العامة، إضافة إلى التأثيرات السلبية على أسلوب الحياة، بما يسفر عن استياء المجتمع المحلي اتجاه السياحة، خاصة وأن النجاح في تطوير هذه الأخيرة يحتاج إلى الدعم الكامل من المجتمعات المضيفة. من جهة أخرى ينتج عن الضغط البيئي خلال موسم الذروة تكاليف اجتماعية ناتجة عن تدني المستوى العام للصحة بما يؤثر على العوائد الاقتصادية للسياحة.

وبالتالي يمكن استخلاص أنه للتقلبات الموسمية في الطلب السياحي المصحوبة بالتركز الزمني و المكاني خلال موسم الذروة انعكاسات سلبية على العمالة، رفاهية كل من السياح والمجتمع المحلي والبيئة بما يحمل الاقتصاد تكاليف اجتماعية تضعف من دور السياحة في تحقيق الأهداف الاجتماعية للتنمية بالإقليم السياحي.

وانطلاقا مما سبق يمكن تلخيص آثار التقلبات الموسمية في الطلب السياحي على التنمية السياحية في بعدها الاجتماعي بإقليم

السياحي، من خلال الشكل التالي:

شكل رقم (03): أبعاد الأثر الاجتماعي لموسمية السياحة بإقليم السياحي



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على ما تقدم ذكره.



البدائل الاستراتيجية للتقليل من آثار موسمية الأقاليم السياحية في إطار رؤية تنمية مستدامة

3. أثر الموسمية على البعد البيئي للتنمية المستدامة

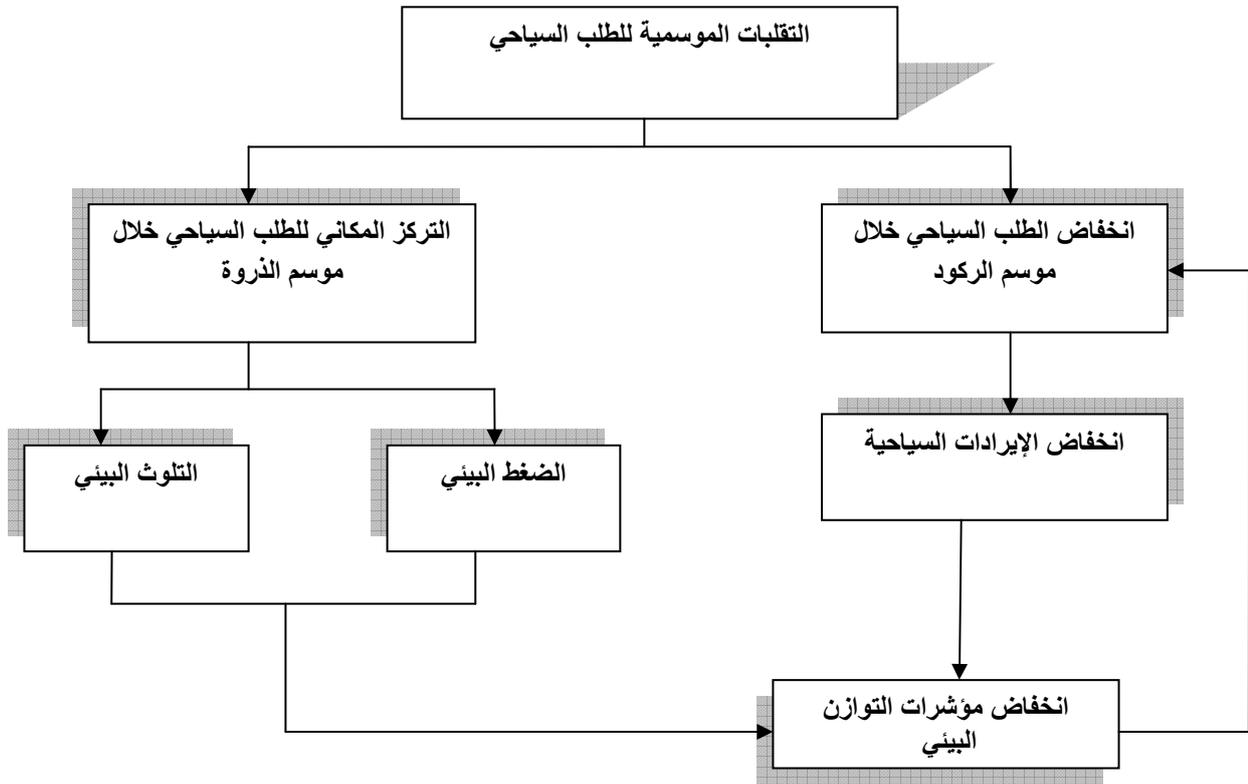
للتركز المكاني للطلب السياحي الناتج عن التركيز الزمني تأثيرات بيئية سلبية على الإقليم السياحي وموارده يمكن قياسها من جانبين: الضغط البيئي والتلوث البيئي.

للتركز المكاني للطلب السياحي الناتج عن التركيز الزمني تأثيرات سلبية على البيئة، حيث يؤدي إلى مشكلة الضغط على الموارد الطبيعية والمواقع السياحية، والتلوث بمختلف أشكاله. بما يؤثر على جمال البيئة الطبيعية وجودتها، ويهدد أساس إقامة وجهة سياحية جاذبة، كما أنه يحمل الإقليم تكاليف بيئية وصحية تؤثر سلبا على الاقتصاد المحلي في الإقليم. من جهة أخرى يوفر انخفاض الطلب خلال موسم الركود السياحي فرصة للانتعاش البيئي، لكن في المقابل يؤدي إلى انخفاض الإيرادات السياحية مما يؤدي إلى تراجع الإنفاقات الخاصة بحماية البيئة وتحديثها. وبالتالي للتقلبات الموسمية أثر سلبي على التنمية السياحية في بعدها البيئي.

ويمكن تلخيص الآثار السلبية الناتجة عن التقلبات الموسمية في الطلب السياحي على التنمية السياحية في بعدها البيئي بإقليم

السياحي في الشكل التالي:

شكل رقم (04): أبعاد الأثر البيئي لموسمية السياحة بإقليم السياحي



المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على ما تقدم ذكره.

وانطلاقاً مما سبق يمكن استخلاص أن للموسمية آثار سلبية على التنمية السياحية بأبعادها الاقتصادية والاجتماعية والبيئية بإقليم السياحي. فبالرغم من الانتعاش الاقتصادي والاجتماعي الذي يعرفه الإقليم خلال موسم الذروة السياحي، والناتج عن ارتفاع الطلب السياحي وما ينتج عنه من ارتفاع المداخل والمداخيل والعمالة السياحية، إلا أنه غالباً ما يكون مصحوباً بارتفاع مشاكل الضغط والتلوث الاجتماعي والبيئي، الناتج عن التركيز الزمني والمكاني للطلب السياحي، والتي تحمل الإقليم تكاليف اجتماعية وبيئية تقلص من حجم المداخل الاقتصادية المحققة أو قد تفوقها. في المقابل يكون موسم الركود السياحي -الذي يعرف انخفاضاً في تكاليف الضغط والتلوث



البدائل الاستراتيجية للتقليل من آثار موسمية الأقاليم السياحية في إطار رؤية تنمية مستدامة

الاجتماعي والبيئي - متزامنا مع انخفاض العوائد السياحية، حيث يؤثر هذا الأخير سلبا على الأسعار، القرار الاستثماري وعلى الإنفاقات الاستهلاكية والاستثمارية بما يؤثر سلبا على معدلات التنمية الاقتصادية والاجتماعية والبيئية. وبالتالي يمكن القول أن للموسمية آثار سلبية ليس فقط على تنمية القطاع السياحي في الإقليم وإنما مشكلة تحول دون تمييزه كمورد طبيعي لإنعاش الاقتصاد بطريقة مستدامة، الأمر الذي يجعل من البحث في استراتيجيات التعامل معها ضرورة. وهذا ما سيتم التطرق إليه في المحور الموالي الذي نسعى من خلاله إلى عرض مختلف إستراتيجيات التنوع السياحي التي أفرزتها مختلف الدراسات السياحية لتحدي الموسمية في الأقاليم السياحية .

ثالثا: استراتيجيات التنوع السياحي لتحدي الموسمية في الأقاليم السياحية

في إطار استراتيجيات تحدي موسمية السياحة وجذب السياح إلى الإقليم السياحي عندما تكون مستويات الطلب أدنى من القدرات والإمكانات السياحية المتاحة في موسم الركود ، أشارت بعض الدراسات إلى مزيج من إستراتيجيات التنوع السياحي، وذلك بالأخذ في الاعتبار وظائفه وخصائصه وخصوصيته نبيها فيما يلي:

1. إستراتيجية التنوع المكاني والزمني للجاذبية السياحية: وفقا لهذه الإستراتيجية تعمل الوجهة السياحية - وضمن الإطار العام لإستراتيجية التنمية السياحية- على بعث وتطوير منتجات سياحية جديدة تتماشى وخصائص كل الموسم (أي سياحة لأي موسم؟)، مع ضرورة تطوير البيئة المحلية والهياكل السياحية ووسائل النقل والمرافق العامة وغيرها، بهدف إعطاء صورة سياحية جاذبة تؤدي إلى جذب السياح على مدار السنة. ويعتمد نجاح هذه الإستراتيجية في تحفيز الطلب السياحي خارج موسم الذروة إلى حد كبير على خصائص الوجهة ومقوماتها. كما يعتمد على مكائنها وقدرتها التنافسية ، حيث كلما كانت أكثر شعبية وولاء للسياح كلما سهل عليها تحريك مواسم الكتف والركود السياحيين (Baum, 1998). وذلك من خلال بعث وتطوير متوازن للمنتجات السياحية التالية:

أ. السياحة الشاطئية: يعد هذا النمط السياحي الأكثر تفضيلا لمختلف الطبقات الاجتماعية والأكثر مردودية في المجال السياحي والوجهة الأولى للتنمية السياحية بالإقليم، حيث يحتاج التثمين الأمثل لهذا النمط مضاعفة الشواطئ المسموحة للسياحة، وتطوير هياكل استقبال متنوعة تتلاءم وخصائص السياح كالمخيمات والفنادق بمختلف درجاتها والقرى الشاطئية، كما يجب تدعيمه من خلال بعث مختلف الأنشطة والرياضات البحرية مثل:

■ سياحة الموانئ الترفيهية: وذلك يجعل الموانئ أهم المواقع السياحية استقطابا للسياح وذلك من خلال توفير الخدمات المتنوعة داخل الميناء (مطاعم ، مقاهي .. الخ) وترويجها في الصالونات الجهوية، الوطنية والعالمية؛

■ تشجيع سياحة تمزج بين الصيد البحري والسياحة (Pescatourisme): حيث يسعى هذا النوع من السياحة الى التعريف بحرفة الصيد التقليدي والحفاظة عليه وتثمينه من جهة، وتحسين وتنويع مداخيل الصيادين من جهة أخرى، وذلك بتهيئة مركباتهم بصفة تمكنهم من استقبال سياح على متنها في مناطق ومسارات تحدد مسبقا؛

■ سياحة الرياضات المائية: كالغوص تحت الماء وذلك بتشجيع بعث نوادي الغوص، وتشجيع مختلف الرياضات الأخرى كالشراعية (الألواح والزوارق الشراعية) ،wakeboard ،Flysurf،... الخ.

ب. السياحة البيئية: تعتبر السياحة البيئية خيار مكمل للسياحة الشاطئية ونمط سياحي يساهم في تخفيف الضغط والتركز المكاني على الشريط الساحلي، خاصة في ظل تنوع المتاحات وتوفر الفرص المواتية للتوجه نحو هذا النمط السياحي؛ أهمها الأمن وبرامج فك العزلة . وتطوير هذا النمط يكون بتثمين الموارد المتاحة في المناطق الداخلية وتدعيمه ببعث وتطوير:



البدائل الاستراتيجية للتقليل من آثار موسمية الأقاليم السياحية في إطار رؤية تنمية مستدامة

■ **السياحة الجبلية:** باتت زيارة المواقع الجبلية والتعرف على تضاريسها ونباتاتها والحياة الفطرية بما مطلبها ضروريا من أجل الترفيه والترويح عن النفس. ولا يتطلب هذا النوع من السياحة استثمارات ضخمة بقدر ما يتطلب توفير الأمن، بعث قرى ومنتجعات صحية، ترفيهية ورياضية تماشى والطبيعة الجبلية، توفير البنية التحتية الأساسية كإمدادات المياه وشبكات الصرف الصحي، الكهرباء والنقل والاتصالات وغيرها، شريطة التعامل معها بحذر لهشاشة مثل هذه المواقع وحساسيتها.

■ **السياحة الزراعية:** يمكن الاستفادة من الزراعة كمنشط مكمل للسياحة من خلال التنسيق بين القطاعين. بما يسمح ببعث السياحة الزراعية التي عرفت في الآونة الأخيرة انتشارا متزايدا ورواجا كبيرا. ويوفر انتشار المزارع بإقليم السياحي فرصة كبيرة لتطوير هذا النمط السياحي، وذلك من خلال دراسة امكانية انشاء مزارع نموذجية مختصة تضم بالاضافة الى نشاطها التقليدي وحدات ايواء تماشى وطبيعتها، ويمكن للسائح ممارسة الانشطة الريفية والمشاركة في الأعمال الزراعية، وحبس المحاصيل، ومعايشة العادات والتقاليد في المجتمع الريفي، والمشاركة في الفلكلور الشعبي المحلي، بما يساهم في تدعيم الجاذبية السياحية وتنويعها وبالتالي تحفيز الحركة السياحية خلال فترات مختلفة من السنة، فضلا عن أهميتها الاقتصادية والاجتماعية لما لها من اثر على المستوى المعيشي للمزارع والمنطقة بشكل عام.

■ **السياحة النجولية:** هي أكثر أنواع السياحة متعة حيث يتم التجوال مشيا على الأقدام في مناطق غابية وجبلية مختلفة من خلال تطوير المسارات والدروب السياحية.

ج. **السياحة الثقافية:** للسياحة الثقافية دور هام في تعزيز الجاذبية الشاملة للوجهة والعديد من المزايا عن غيرها من أشكال السياحة، بما في ذلك القيمة التربوية، بعث التنمية المرتبطة بالمحافظة على الموارد الثقافية، وتجديد المناطق المتدهورة فضلا عن توسيع موسم السياحة، وفي هذا المجال تلعب كل من المعالم السياحية الثقافية / التراثية دورا كبيرا لاستقلاليتها عن الأحوال الجوية، كما أن نسبة كبيرة من السياح لهم القدرة والاستعداد للسفر في غير الموسم خاصة كبار السن من المواطنين والأفراد من ذوي الدخل والمستوى التعليمي المرتفع، وذوي دوافع ترفيهية تربوية. وهناك تفاعل بارترافاع الطلب على الفعاليات الثقافية سببه معايير التعليم العالي وزيادة الاهتمام بالثقافات، النمو السريع الذي حدث مؤخرا في العطل القصيرة، فضلا عن التسويق لعوامل الجذب الثقافية. لكن ثمة مشكلة رئيسية في هذا النمط السياحي هو أنه في موسم الذروة تعرف العديد من المواقع الثقافية والتراثية إفراطا في الزيارة بالشكل الذي يهدد زواها خاصة في ظل عدم وجود نظام تسيير ورقابي فعال. إضافة إلى ذلك تطوير السياحة الثقافية في غير الموسم كثيرا ما تعرف عراقيل بسبب إغلاق العديد من مواقع الجذب الثقافي خاصة التي تقع إدارتها خارج سيطرة الهيئات السياحية. من جهة أخرى للأحداث والمهرجانات المرتبطة بالتقاليد أو نمط الحياة العصري دورا كبيرا في تنشيط الطلب السياحي سواء في موسم الذروة ، أو لخلق مواسم أخرى خلال السنة، وتوجد العديد من الأمثلة لأحداث نجحت في تمديد موسم الذروة، حيث قدم في هذا السياق كل من (Nordström, Brännäs, 2002) نجحا لتقييم آثار المهرجانات والمناسبات الخاصة على قطاع الإيواء لأكبر مهرجانين في السويد باستخدام نماذج الاقتصاد القياسي، واتضح أن للمهرجانات أثرا إيجابيا على الموسمية، كما أن متوسط إقامة السياح كان أطول خلال فترة المهرجان، وبالتالي حتى ولو لم تستخدم المهرجانات لخلق موسم جديد فإنها تؤدي لإطالة الموسم الرئيسي، كما تعتبر مفيدة في نشر الطلب السياحي خلال الذروة السياحية إلى المناطق الأقل زيارة²⁰.

د. **السياحة الرياضية والترفيهية والاستجمامية :** يشكل هذا النوع من السياحة وسيلة لتطوير الأنشطة السياحية الموجهة في المقام الأول إلى الشباب المولعين بالأنشطة الرياضية، فضلا عن السياح الذين يبحثون عن الاسترخاء والرفاهية. وتشمل الأنشطة المتصلة بالمسابقات الوطنية والدولية، الصيد، الغوص، الرحلات البحرية، تسلق الجبال والاكتشافات وغيرها، حيث يحتاج هذا النوع من السياحة إلى بناء منشآت تكون مهيأة لتحضير النخب الرياضية الوطنية والأجنبية، بما يسمح بتنظيم تظاهرات ذات بعد وطني أو دولي تسهم في تحفيز الطلب على الإقليم والتعريف به كوجهة سياحية. كما يمكن تميمين السدود والمسطحات المائية لتنويع الجاذبية السياحية



البدائل الاستراتيجية للتقليل من آثار موسمية الأقاليم السياحية في إطار رؤية تنمية مستدامة

من خلال خلق فضاءات للتسليّة والترفيه تتضمن إنجاز مسابح عائمة، حظائر تسليّة وترفيه وأخرى لممارسة الرياضات على ضفافها وبالمواقع المحيطة بها. مما يسمح بتطوير سياحة السدود؛

بالنسبة للرياضات الشتوية على الرغم من أنها قد تولد مشاكل موسمية ومخاوف بيئية كبيرة مثل إطلاق النار وصيد الأسماك إلا أنها تساهم في تنشيط وخلق الأعمال التجارية للمنتجات الصيفية في موسم الركود. وتقدم المرتفعات الاسكتلندية مثالا جيدا عن رياضة التزلج والصيد والتي ساهمت في تعزيز الأنشطة التجارية في موسم الركود والتي ترتبط بالسياحة. كما تعتبر عطل الأنشطة الرياضية آلية تزداد شعبيتها لنشر الطلب في غير الموسم، حيث تحتل البرتغال الصدارة من حيث تسويق مجموعة واسعة من العطل الرياضية وذلك باستخدام شعار تسويق "Sportugal"، من بينها عطل الغولف والتنس، الغوص، المشي، ركوب الخيل، الصيد والرماية وتدريب الفرق كأنشطة جذب في موسم الركود. ومن بين العوامل الكامنة وراء التفاؤل بنمو العطل الرياضية سواء الطويلة أو القصيرة ارتفاع الوعي بالقضايا الصحية وأهمية ممارسة التمارين الرياضية بانتظام²¹.

5. **سياحة الأعمال والمؤتمرات:** تعتبر سياحة الأعمال من الأنماط السياحية الأقل تأثراً بالظروف المناخية وتخفف غيرها من الأنماط، كما تمثل حصة كبيرة من الإيرادات السياحية للبلدان المستقبلية حيث أن سائح الأعمال ينفق من 2.5 إلى 3 مرات ضعف سائح الترفيه. ومن المتوقع أن يرتفع هذا النمط السياحي مستقبلاً والذي يتطلب توجيه الجهود نحو:

■ تخصيص مواقع لإنجاز المؤسسات السياحية ذات التصنيفات المرتفعة (فنادق 4* أو 5* والمطاعم السياحية من 1* إلى 4*)، ومواقع للاستحمام والراحة؛

■ إنجاز مشاريع النقل البري والبحري (الترامواي ، تليفريك، واستغلال خط السكة الحديدية وإنجاز المحطة البحرية)، وتدعيم المطارات بمخطوط دولية أخرى مع توسيع وصيانة شبكة الطرقات؛

■ دعم وتطوير البنية الأساسية في مجال تكنولوجيات الاتصال.

و. **السياحة العلاجية والصحية:** تعتبر السياحة العلاجية من المنتجات التي تشجع الطلب السياحي خارج أوقات موسم الذروة لا سيما في ألمانيا وفرنسا وإيطاليا، خاصة في ظل زيادة الوعي بالقضايا الصحية وقبول الأدوية الوقائية وتطور الاتجاه نحو أنماط الحياة الصحية، ويكون بعث هذا النمط السياحي بالعمل على تمييز الينابيع الطبيعية، واستغلال مياه البحر المالحة والرمال من خلال إنشاء مراكز علاجية متخصصة، إضافة إلى المواقع الجبلية ودورها في توفير منتجات صحية للعلاج بالطبيعة.

ز. **مرافق الطقس:** يقصد بها المرافق السياحية الملائمة لجميع الأحوال الجوية، حيث يتم دمج العديد من الخدمات الجاذبة كالخدمات الترفيهية، الصحية، الرياضية وغيرها لتفتح على مدار السنة. يعتبر الاستثمار فيها الأكثر انتشاراً وربحية خاصة في شمال أوروبا خاصة في ظل تراجع شعبية العديد من المرافق السياحية والطلب الموسمي عليها. مما يخفف من قدرتها على توليد الأرباح²².

ح. **أنماط سياحية أخرى:** يمكن بعث أنواع أخرى من الجاذبية السياحية منها السياحة الحضرية، السياحة المدرسية والجامعية، والتسوق وغيرها.

ويجب أن يكون بعث وتطوير هذه الأنماط السياحية ليس زمنياً فقط، ولكن أيضاً العمل على توزيعها مكانياً، وذلك من خلال التخطيط لمختلف مناطق التوسع السياحي والمواقع الطبيعية، الجبلية وتتميز بمختلف المتاحات السياحية الموزعة على كامل تراب الإقليم، وذلك باقتراح تقسيم الإقليم إلى عدة فضاءات ذات وظائف سياحية متعددة حسب خصوصيتها، مما يساهم في التخفيف من التركيز المكاني للطلب السياحي، وبما سيؤدي إلى التوزيع المتوازن للاستثمارات السياحية. مما يضمن من جهود التنمية السياحية المتوازنة. كما هو مبين في الجدول التالي:



البدائل الاستراتيجية للتقليل من آثار موسمية الأقاليم السياحية في إطار رؤية تنمية مستدامة

جدول رقم (01): الفضاءات السياحية في الإقليم السياحي

التوزيع الزمني				الفضاءات
الشتاء	الربيع	الصيف	الخريف	
X	X	X	X	الفضاء الأول
X	X	X	X	الفضاء الثاني
				⋮
X	X	X	X	الفضاء الأخير

المصدر: من إعداد الباحثين .

حيث من المتوقع أن تسهم هذه الفضاءات في جعل الإقليم قطب سياحي جاذب على مدار السنة كما تسهم في توزيع الطلب السياحي مكانيا وإحداث التوازن الإقليمي، وذلك من خلال اقتراح لكل فضاء مخطط لتطورها سياحيا مع الأخذ في الاعتبار الموارد السياحية المتاحة.

2. إستراتيجية تنوع السوق: أو مقارنة تعدد الشرائح أو القطاعات السوقية ويقصد بها تعديل المنتجات الحالية لتلبية احتياجات قطاعات سوقية جديدة (ASBTDC 2011). وقد ناقش كل من (Baum & Hagen, 1999) هذه الإستراتيجية حيث تسمح بخلق مصادر طلب جديدة أو بديلة على المنتجات الجديدة أو تهدف إلى تقديم المنتج السياحي لشريحة جديدة من السياح ذات مرونة أكبر في السفر خلال السنة من كبار السن المسافرين من رجال الأعمال، سياح العطل القصيرة (McEniff, 1992)، بما توفر فرصة جديدة لتحفيز الطلب في مختلف المواسم وذلك من خلال رسائل ترويجية توضح المنافع التي تعود على السائح في حال استخدام هذا المنتج خارج موسم الذروة، وهنا يكمن دور منظمو الرحلات ووكالات السفر بحيث يمكن أخذ الدعم منها لبيع المنتج/الخدمة وزيادة التوغل السوقي بما يدعم الأنشطة السياحية في المواسم المختلفة ومن بين الشرائح السوقية التي يمكن استهدافها في موسم الركود السياحي نذكر²³:

أ. سياح الأعمال والمؤتمرات: يعتبر دافع الأعمال من أهم دوافع السفر والتي تعرف تطورا ملحوظا، استوجبه خصائص السوق الدولية للأعمال والمؤتمرات، حيث يساهم في التأثير على حدة الموسمية من خلال ارتفاع معدلات إشغال المؤسسات السياحية خلال موسم الركود وهذا بإجماع عدد كبير من الدول. ويتطلب استهداف هذه الشريحة من السياح بناء مراكز كبرى تحتوي على مجموعة كاملة من المرافق السمعية والبصرية ومراكز الاتصالات رفيعة المستوى للتعامل مع احتياجات المؤتمرات الدولية، أو تقديم حوافز مالية لجذبها، أو مساعدات مالية للمستثمرين الخواص لبناء مراكز المؤتمرات، كما يمكن وعلى نحو اصغر أن تحتضن بعض الفنادق والمنتجعات الاجتماعات الوطنية خلال موسم الركود بما يخفف من حجم تأثيرها بالتقلبات الموسمية للطلب السياحي. ومن الأمثلة الناجحة عن سوق الأعمال نذكر مدينة هيدلبورغ في ألمانيا والتي استطاعت إدارة أعمال للمؤتمرات ناجحة في معظم أشهر السنة وذلك بالاتفاق مع جامعة هايدلبورغ إضافة إلى توفرها على مجموعة واسعة ودرجات مختلفة من مراكز المؤتمرات تنتشر عبر فنادق المدينة، استطاعت من خلالها التخفيف من أثر الموسمية على معدلات الإشغال والتي شهدت خلال شهر سبتمبر 100%؛

ب. تجزئة السوق حسب السن: نتيجة القيود المرتبطة بالالتزامات المدرسية عادة ما يتركز سفر فئة الشباب خلال موسم الصيف، كما تعتبر هذه الفئة من محبذي الحوافز نتيجة حساسيتها للأسعار لإنخفاض دخلها، في حين تعتبر شريحة كبار السن من الفئات العمرية



البدائل الاستراتيجية للتقليل من آثار موسمية الأقاليم السياحية في إطار رؤية تنمية مستدامة

المهمة في معالجة الموسمية، فهي الفئة السوقية التي يتم استهدافها بالمنتجات السياحية في موسم الركود، حيث أشار إليه كل من (Butler&Mao, 1997) إلى أن شيخوخة السكان تسهم بشكل كبير في تغيير الأنماط الموسمية على المدى الطويل، إذ تعتبر الشريحة المستهدفة للتخفيف من الموسمية في بعض مناطق البحر المتوسط مثل اسبانيا وإيطاليا باعتبارهم أكثر مرونة - في جداول أو توقيت عطلتهم - مع الطول النسبي في مدة إقامتهم خلال فصل الشتاء²⁴، إضافة إلى حساسيتها للسعر، لذلك من المرجح أن تسافر خلال فترة الركود السياحي للاستفادة من أرخص الأسعار وتجنب الازدحام، تتميز سياحتها بمجموعة من الخصائص نذكر منها:

- ارتفاع الميل إلى السفر واخذ العطل لفترة أطول خاصة خارج موسم الذروة؛
 - الاهتمام بالسياحة العلاجية والأنشطة الثقافية، مع ضرورة توفر الهدوء، الطقس الجيد؛
 - تفضل الإقامة بالقرب من القرى / البلدات ومرافق النقل العام؛
- وعموما تتطلب هذه الفئة تفاصيل أكثر على السفر، ومن المهم أيضا توفير الجودة والإقامة المريحة ومعلومات مفصلة عن الموقع إضافة إلى ضرورة توفير المساعدات الطبية.

ج. شرائح سوقية أخرى: تعتبر العوامل الاجتماعية والاقتصادية من بين العوامل التي يمكن أن تؤثر على ميل الأفراد للسفر، فمثلا إذا ما أخذنا في الاعتبار العامل الاجتماعي فإن الأفراد غير المتزوجين أو الأسر التي ليس لديها أطفال أو لديها أطفال أصغر سنا، هم أقل تقيدا وأكثر استعدادا للسفر في موسمي الكنتف والركود. كما يمكن تجزئة الأسواق حسب الاهتمامات الخاصة؛ كالمهتمين بعطل نهاية الأسبوع وفواصل العطل، الهواة والمتحمسين، لاستهدافها في نشر الطلب. وأشارت وزارة الشؤون الاقتصادية الهولندية (في تقرير حول تحسين انتشار الموسمية السياحة) إلى أهمية تجزئة شرائح الطلب السياحي خارج الموسم الرئيسي على أساس الرغبة والقدرة، بما يساعد على تحديد الاستراتيجيات التي يجب على الحكومات إتباعها لنقل الطلب من شريحة عدم القدرة على السفر إلى شريحة القدرة من خلال تعديل العطل المدرسية ومخططات السياحة الاجتماعية، ومن شريحة عدم الرغبة في السفر إلى شريحة الرغبة من خلال الأنشطة الترويجية والحوافز الاستثمارية ومساعدة المنظمات التجارية.

3. إستراتيجية تنويع المنتج/ تنويع السوق: أضاف كل من (Baum& Hagen, 1999) مفهوم الثنائية المنتج / السوق، الذي يعني تقديم منتجات جديدة أو مبتكرة تستهدف بها أسواق أو شرائح جديدة من السياح وذلك وفقا للخصائص المكانية للوجهة السياحية والتي تلعب دور كبير في تحفيز الطلب خارج موسم الذروة، وهذا ما أكده (Yacoumis, 1980) في دراسته حول خيارات معالجة مشكل الموسمية في سري لانكا بأنه " هناك علاقة مباشرة بين مزيج المنتج / السوق ودرجة الموسمية"²⁵ إذ أن المنطقة أو القطاع الأوسع نطاقا في الثنائية المنتج/ السوق تكون أكثر انخفاضاً في الموسمية على اعتبار أن مصدرها المواقف والتصورات الثابتة حول السوق السياحي، وبالتالي إذا كان هناك فهم أفضل لتجزئة السوق ودوافع السياح فإن ذلك سيساعد في تحديد الثنائية منتج /سوق الذي من شأنه تحفيز الطلب السياحي خلال موسم الركود (Baum& Hagen, 1999). وبالتالي "التنويع الفعال في الأسواق خلال مواسم الكنتف والركود يكون من خلال الاعتراف بأن خلق الطلب في المواسم المختلفة، يكون من خلال عرض حزمة من المنتجات البديلة تلي مجموعة من الاحتياجات لمجموعة مختلفة من السياح"²⁶. كما يجب تحديد ومطابقة الدوافع الموسمية مع المنتج / الخدمة أو الجاذبية المحلية التي قد تساعد على جذب مختلف الأسواق وزيادة الأعمال في موسم الركود²⁷.



البدائل الاستراتيجية للتقليل من آثار موسمية الأقاليم السياحية في إطار رؤية تنمية مستدامة

الخاتمة.

عالجت هذه الدراسة إشكالية الموسمية في الأقاليم السياحية، والتي تؤثر انعكاساتها السلبية على مسعى التنمية المستدامة بالإقليم، وبحثت في استراتيجيات التنوع السياحي الكفيلة بالتقليل من حدتها. فالموسمية ظاهرة تميز القطاع السياحي تجعل من الحركة السياحية نشطة خلال أوقات معينة من السنة في حين تشهد انخفاضاً في الأوقات الأخرى من ذات السنة. بما ينعكس سلباً على الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية للتنمية السياحية بالأقاليم السياحية، حيث تساهم في خلق حالة من عدم التوازن في معدلات إشغال مؤسسات القطاع السياحي ومؤسسات القطاعات الاقتصادية المرتبطة به، بما ينعكس سلباً على الإيرادات المحققة ويولد تضخماً في الأسعار، كما يؤدي إلى ارتفاع درجة المخاطرة وفترة الاسترداد وانخفاض كفاءة الاقتصاد السياحي الأمر الذي يحد من الاستثمارات السياحية مما يؤثر سلباً على الطلب السياحي المستقبلي على الإقليم. ويمتد أثر الموسمية السلبية إلى المجتمع والبيئة من خلال ما يسببه التركيز الزمني والمكاني للطلب السياحي من الانخفاض الكمي والنوعي للعمالة، وارتفاع الضغط على قدرة التحمل الاجتماعي، ومن تدهور الأنظمة الأيكولوجية التي تعد الأساس لإقامة وجهة سياحية جاذبة، مما يؤدي إلى انخفاض الرضا الاجتماعي ويهدد استمرارية النشاط السياحي به من جهة، ومن جهة أخرى يحمل الإقليم تكاليف اجتماعية وبيئية تقلص أو تفوق حجم العوائد الاقتصادية المحققة. وبالرغم من الانخفاض الذي يعرفه موسم الركود السياحي في تكاليف الضغط الاجتماعي والتلوث البيئي، إلا أنه يكون مترامناً مع انخفاض المداخيل السياحية، مما يؤثر سلباً ليس فقط الرفاهية الاقتصادية وإنما أيضاً على الرفاهية الاجتماعية ويقلل من الإنفاقات الموجهة لتحقيق أو إعادة التوازن البيئي.

الاقتراحات.

أضحى تحدي الموسمية، من الأولويات إذا ما أريد التحضير الجيد لمرحلة ما بعد البترول وتأمين السياحة كمورد طبيعي غير ناضب لإنعاش الاقتصاد بطريقة مستدامة، ويكون ذلك بتطوير مزيج من استراتيجيات التنوع السياحي وذلك من خلال تنوع الجاذبية السياحية مكانياً وزمناً تتماشى وخصائص كل إقليم وكل موسم، بما يساهم في التخفيف من التركيز المكاني للطلب السياحي، ويؤدي إلى التوزيع المتوازن للاستثمارات السياحية. بما يضمن من جهود التنمية السياحية المتوازنة، إضافة إلى إستراتيجية تنوع السوق. بما يسمح بخلق مصادر طلب جديدة أو بديلة على المنتجات الجديدة أو تهدف إلى تقديم المنتج السياحي لشريحة جديدة من السياح ذات مرونة أكبر في السفر خلال السنة، فضلاً عن إستراتيجية تنوع المنتج/ تنوع السوق وذلك بتقديم حزمة من المنتجات الجديدة أو المبتكرة يستهدف بها أسواق أو شرائح جديدة من السياح وذلك وفقاً للخصائص المكانية للوجهة السياحية تلي مجموعة من الاحتياجات لمجموعة مختلفة من السياح.



قائمة المراجع

1. Antonio Fernánde-Morales, **Decomposing seasonal concentration**, Annals of Tourism Research, Volume 30, No 4 2003.
2. Miloš Bigović, **Quantifying seasonality in tourism : a case study of Montenegro**, Academica Turistica, No 2, 2011 .
3. James Higham, Tom Hinch, **Tourism, sport, and seasons: The challenges and potential of overcoming seasonality in the sport and tourism sectors**, Tourism Management, volume 23, 2002.
4. Nicole Koenig, Eberhard E. Bischoff, **Seasonality research: The state of the art**, International Journal of Tourism Research, volume 7, 2005.
5. Richard.W. Butler, **Seasonality in tourism: issues and implications**, In T. Baum & S. Lundtorp (Eds.): Seasonality in tourism , 2001.
6. Jin.Y.Chung, **Seasonality in tourism: A review**, e-Review of Tourism Research, volume 7, No 5, 2009.
7. Svend Hylleberg, **General introduction**, In S. Hylleberg (Ed.): Modelling Seasonality Oxford: Oxford University Press 1992.
8. Chris Cooper, Stephen Wanhill and all, **Tourism: Principles and practice**, Harlow: Pearson Education, 2008.
9. Geoffrey Wall, Alister Mathieson, **Tourism: Change, impacts and opportunities** Harlow: Pearson Education, 2006.
10. Richard.W. Butler, Bingyu Mao: **Seasonality in tourism: Issues and implications**, In P.E. Murphy (Ed.): Quality Management in Urban Tourism. Chichester, 1997 .
11. Anna Serena Vergori, **Forecasting tourism demand: the role of seasonality**, Tourism Economics, vol 18, No 5, 2012.
12. Arina Kolomiets, **Seasonality in tourism employment case : Grecotel Kos Imperial**, Imatra degree programme in tourism, Bachelor of hospitality management, Saimaa university of applied sciences, tourism and hospitality, Kos Greece, 2010.
13. [Douglas C. Frechtling](#), **Practice Tourism Forecasting: Methods and Strategies**, Oxford: Butterworth-Heinemann, 1996.
14. Tom Baum, Laura Hagen, **Responses to seasonality: the experiences of peripheral destinations**, International Journal of Tourism Research, volume 1, No 5, 1999.
15. commission of the European communities, all season tourism of experience, suitable products and clientele, Fitzpatrick associates, 1993.
16. Cannas,R, **An Overview of tourism seasonality : key concepts and policies**, Alma Tourism, journal of tourism, culture and territorial development, No 5, 2012, pp 43-44
17. Yacoumis, J., **Tackling seasonality - the case of Sri Lanka**, International Journal of Tourism Management, volume 5, No1, 1980.
18. Baum, T. , Hagen, L.. **Responses to seasonality: the experiences of peripheral destinations**. International Journal of Tourism Research, volume 5, No1, 1999, p308.
19. Lee , Sue Bergin-Seers et all, **seasonality in the tourism industry impacts and strategies**, First published in Australia in 2008 by CRC for Sustainable Tourism.

الهوامش:

¹ Antonio Fernánde-Morales, **Decomposing seasonal concentration**, Annals of Tourism Research, Volume 30, No 4 2003, p942.



- ² Miloš Bigović, **Quantifying seasonality in tourism : a case study of Montenegro**, *Academica Turistica*, No 2, 2011 p16.
- ³ James Higham, Tom Hinch, **Tourism, sport, and seasons: The challenges and potential of overcoming seasonality in the sport and tourism sectors**, *Tourism Management*, volume 23, 2002, p176.
- ⁴ Nicole Koenig, Eberhard E.Bischoff, **Seasonality research: The state of the art**, *International Journal of Tourism Research*, volume7, 2005, p3.
- ⁵ Richard.W.Butler, **Seasonality in tourism: issues and implications**, In T. Baum & S. Lundtorp (Eds.): *Seasonality in tourism* , 2001, p 5.
- ⁶ Jin.Y.Chung, **Seasonality in tourism: A review**, *e-Review of Tourism Research*, volume 7, No 5, 2009, p 84.
- ⁷ Svend Hylleberg, **General introduction**, In S. Hylleberg (Ed.): *Modelling Seasonality* Oxford: Oxford University Press 1992, p 4.
- ⁸ Chris Cooper, Stephen Wanhill and all, **Tourism: Principles and practice**, Harlow: Pearson Education, 2008, p 686.
- ⁹ Geoffrey Wall, Alister Mathieson, **Tourism: Change, impacts and opportunities** Harlow: Pearson Education, 2006, p 57.
- ¹⁰ Chris Cooper, Stephen Wanhill and all, **op.cit**, p114.
- ¹¹ Richard.W.Butler, Bingyu Mao: **Seasonality in tourism: Issues and implications**, In P.E. Murphy (Ed.): *Quality Management in Urban Tourism*. Chichester, 1997, pp 8-9.
- ¹² Anna Serena Vergori, **Forecasting tourism demand: the role of seasonality**, *Tourism Economics*, vol 18, No 5, 2012, p 3.
- ¹³ Arina Kolomiets, **Seasonality in tourism employment case : Grecotel Kos Imperial**, Imatra degree programme in tourism, Bachelor of hospitality management, Saimaa university of applied sciences, tourism and hospitality, Kos Greece, 2010, p8.
- ¹⁴ Miloš Bigović, **op.cit**, p17.
- ¹⁵ Richard.W.Butler, **op.cit**, pp 6-7.
- ¹⁶ Nicole Koenig, Eberhard E.Bischoff, **op.cit**, p5.
- ¹⁷ [Douglas C. Frechtling](#), **Practice Tourism Forecasting: Methods and Strategies**, Oxford: Butterworth-Heinemann, 1996 p55.
- ¹⁸ Tom Baum, Laura Hagen, **Responses to seasonality: the experiences of peripheral destinations**, *International Journal of Tourism Research*, volume 1, No 5, 1999, pp308-309.
- ¹⁹ Nicole Koenig , Eberhard E.Bischoff, **op.cit**, p6.
- ²⁰ commission of the European communities, **all season tourism of experience, suitable products and clientele**, Fitzpatrick associates, 1993,pp 32-34
- ²¹ **Ibid**,pp31-32
- ²² **Ibid**, pp35.
- ²³ **Ibid**, pp20-30.
- ²⁴ Cannas,R, **An Overview of tourism seasonality : key concepts and policies**, *Alma Tourism, journal of tourism, culture and territorial development*, No 5, 2012, pp 43-44
- ²⁵ Yacoumis, J., **Tackling seasonality - the case of Sri Lanka**, *International Journal of Tourism Management*, volume 5, No1, 1980, p89.
- ²⁶ Baum, T. , Hagen, L.. **Responses to seasonality: the experiences of peripheral destinations**. *International Journal of Tourism Research*, volume 5, No1, 1999, p308.
- ²⁷ Lee , Sue Bergin-Seers et all, **seasonality in the tourism industry impacts and strategies**, First published in Australia in 2008 by CRC for Sustainable Tourism,p14..

